

投稿類別：商業類

篇名：

悠閒賞貓好地方－「雙叟香草貓園」主題餐廳專訪

作者：

國立花蓮高級職業商業學校。商業經營科三年乙班。陳映芳。
國立花蓮高級職業商業學校。商業經營科三年乙班。李慧宣。
國立花蓮高級職業商業學校。商業經營科三年乙班。劉娛柔。

指導老師：
林秀峰老師

壹●前言

一、研究動機：

台灣的主題餐廳已經越來越多樣化了，從北到南都有主題餐廳而且富含了各式各樣的創意想法吸引消費者，例如：台北的A380空中廚房主題餐廳打破以往對醫院的刻板印象、台中的便所主題餐廳大膽創新以馬桶和浴缸等當桌椅、高雄的古柏鎮主題餐廳則是放滿了棒球相關的紀念品，每個主題餐廳都有各自的特色。

現在飼養寵物的民眾與日俱增，飼主們大都希望帶著自己心愛的寵物一起用餐和參加聚會，但是大部分的餐飲業者，都不願意讓飼主帶他們的寵物進入餐廳用餐，因為擔心這些寵物進入餐廳後，會到處奔跑、隨地大小便，影響用餐的品質和環境衛生，甚至是其他客人的心情。因此，能讓飼主帶著自己心愛的寵物一起用餐的餐廳便成為一種新興的主題餐廳。

本研究以花蓮地區的「雙叟香草貓園」寵物主題餐廳，作為我們的研究對象，我們想了解「雙叟香草貓園」開設的起源及經營模式，並針對店內消費者做滿意度調查，希望研究結果可以提供給未來開設寵物餐廳的經營者具體參考與建議。

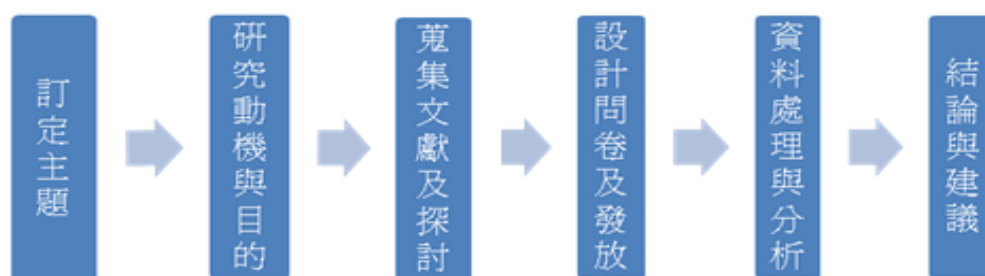
二、研究目的：

- (一) 了解「雙叟香草貓園」餐廳的成立理念與經營方式。
- (二) 探討「雙叟香草貓園」餐廳的 STP 分析、SWOT 分析。
- (三) 對消費者做對於「雙叟香草貓園」的滿意度調查。
- (四) 根據研究結果，對「雙叟香草貓園」提出相關結論與具體建議。

三、研究方法：

- (一)文獻探討法：透過網路、報章雜誌等的資料蒐集，了解主題餐廳的各種類型及「雙叟香草貓園」的相關報導。
- (二)問卷調查法：因受限於研究地點及時間，本研究只針對「雙叟香草貓園」的店內消費者發放一百八十份問卷，進行消費者滿意度調查。

四、研究流程：



圖一、研究流程

貳●正文

一、文獻探討

(一) 主題餐廳的定義：

世界上第一家成立的主題餐廳，至今仍無明確的定義。但依目前的文獻可知1902年，紐約Astor Hotel 曾以美國印地安的手工藝品佈置宴會廳，因此，可將其視為主題餐廳的起源。而主題餐廳的發展起於1960~1970年間的美國，如：1965年成立的T.G.L.Friday's與1971年成立的Hard Rock Cafe(MacLaurin&Maclaurin, 2000)。

「主題餐廳主要是透過裝飾佈置和娛樂安排追求某一特定的主題風格創造一種用餐氣氛招攬客人」(張世琪, 2003)所以現代的主題餐廳有各式各樣的風格來吸引消費者上門。「現代社會是講求個性的時代，大眾化的餐飲消費無法在滿足社會需求，追求『消費個性』變成了一種時尚潮流」(黃瀏英, 2002)在現代生活之中，滿足消費者餐飲消費需求的主題餐廳已經成為一種普遍的流行趨勢。

(二) 目前較具知名特色的主題餐廳：

1、A380空中廚房

「A380 空中廚房」位於學生族群最喜愛的公館商圈內，是一間以豪華客機為主的餐廳。店內以 A380 豪華機艙設計理念，貫穿餐廳整體建設，內斂雅致而又顯眼突出的裝設與空勤服務人員亮眼裝扮，提供精緻餐點，看似高貴價格卻不貴，適合全家大小一起享用。

2、便所主題餐廳

這間餐廳另類的創意點子是因為一部日本漫畫「怪博士與機器娃娃」所受到啟發而敲定的。於民國九十三年五月「MARTON主題美館」誕生。店內採取顛倒錯置、獨樹一格的幽默設計，從一開始的冰品，結合奇特的創意巧思，努力研發改進，直至今日變成全省性的複合式主題餐廳。

3、古柏鎮主題餐廳

這家主題餐廳位於健身房底下，是高雄唯一一家棒球主題餐廳，店內的裝潢都是由棒球所組成，所有的棒球裝飾都是老闆自己的收藏，店內還附有電視觀看棒球，提供客人邊用餐邊看球賽。

(三) 雙叟香草貓園：

1、成立起源及理念：

於2004年所創立的「雙叟香草貓園」是由兩位六年級生所打造，貓園與用餐區域有所區隔，使顧客可以邊欣賞貓的身影邊享用著美食。希望讓人能近距離的接觸與觀察貓生態進而使人改變對貓太過於自我、難以捉摸的傳統觀念。



圖二、雙叟香草貓園圖

2、經營模式：

(google圖片，2013)

「雙叟香草貓園」的營業時間是從早上十一點至凌晨兩點，店內提供的餐點有異國主題料理系列(價位在200~220元之間)、日式陶板燒系列(價位在250元)、風味火鍋系列(價位在250~270元之間)、主廚嚴選套餐系列(價位在220~250之間)、特價午餐系列(價位在99元)、精緻茶點系列(價位在45~180之間)以及各種飲料(價位在45~100之間)，其中，較為熱門的餐點有府城蝦捲、酸菜白肉鍋。有節慶時會舉辦打卡送鬆餅、與寵物拍照送折價券等活動，其最大特點是能讓消費者帶自己的寵物去交流。

(四) SWOT分析：

表一、雙叟香草貓園的SWOT分析表

內部優勢(Strengths)	內部劣勢(Weaknesses)
1.在花蓮僅此一家。 2.餐點類別多樣化。 3.符合各消費族群。	1.餐廳環境維護較困難。 2.停車不方便。 3.招牌較不明顯。
外部機會(Opportunities)	外部威脅(Threats)
1.運用傳播媒體提升知名度。 2.政府提供狂犬病疫苗。 3.少子化使養寵物的人增加。	1.大部分消費者仍不習慣與寵物用餐。 2.狂犬病盛行。 3.潛在競爭者增加。

(資料來源：本研究整理)

(五) STP分析：

表二、雙叟香草貓園的STP分析表

市場區隔化 (S)	1. 心理變數：喜愛寵物的消費者。 2. 行為變數：消費者忠誠度高，單次消費金額高。 3. 人口統計：飼養寵物的消費者。
選擇目標市場 (T)	飼養及喜愛寵物的消費者。
市場定位 (P)	成為飼主及喜愛寵物消費者交流互動的餐廳。

(資料來源：本研究整理)

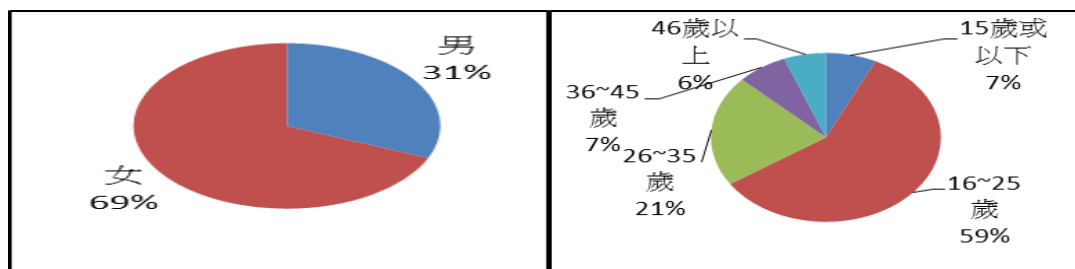
二、問卷調查

本研究主要探討對於「雙叟香草貓園」的消費者滿意度調查，經由實地發放問卷的方式，發放了 180 份的問卷，有效問卷 169 份，無效問卷 11 份。

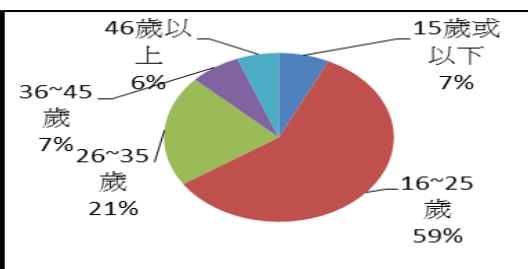
（一） 基本資料分析

1、您的性別？

由圖三可得知，女性佔69%，男性佔31%。



圖三、性別比例分析圖



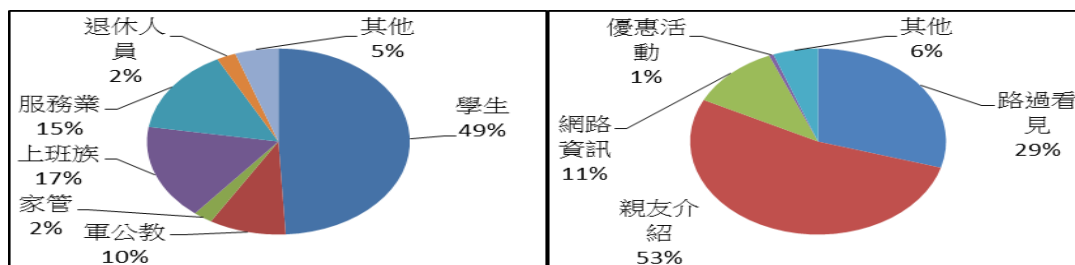
圖四、年齡比例分析圖

2、您的年齡？

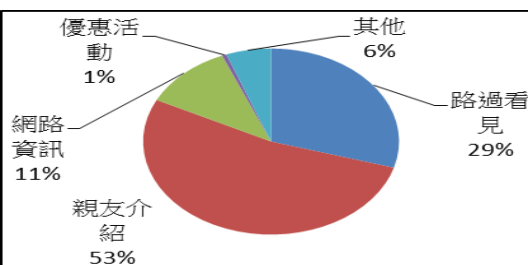
圖四顯示，16~25歲佔59%其次26~35歲佔21%，兩者加起來比例高達80%。

3、您的職業？

由圖五可知，比例最高為學生佔了49%。



圖五、職業比例分析圖



圖六、得知餐廳消息比例分析圖

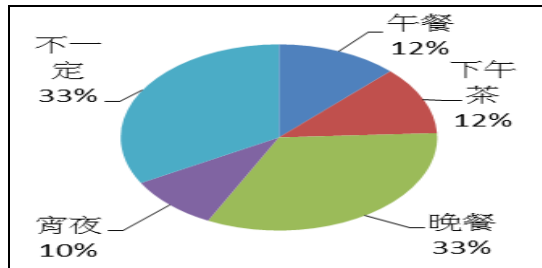
（二） 消費者行為分析

1、您是如何知道這家餐廳？

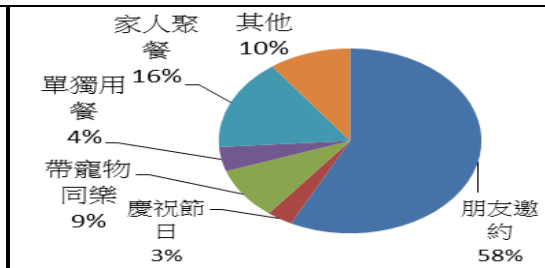
由圖六中可得知，比例最高是親友介紹佔了53%。

2、您主要的消費時段？

由圖七可知，不一定與晚餐各佔33%。



圖七、用餐時段比例分析圖



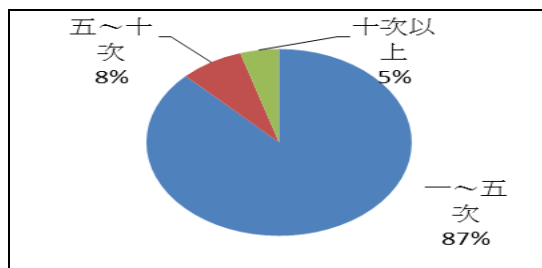
圖八、消費動機比例分析圖

3、選擇「雙叟香草貓園」消費的主要動機

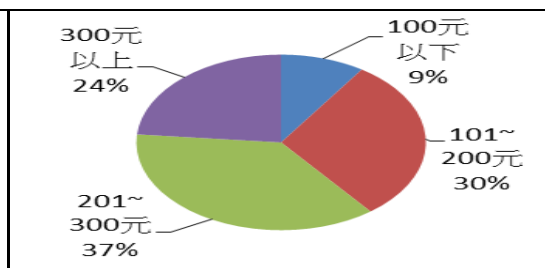
由圖八我們可以得知，顧客因朋友邀約來店消費的動機佔58%。

4、平均一個月來本店消費的次數

由圖九中我們可以得知，月來店消費次數1~5次佔87%。



圖九、平均一個月消費次數分析圖



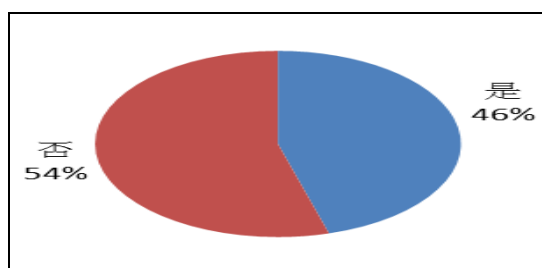
圖十、平均單次消費比例分析圖

5、平均單次消費金額

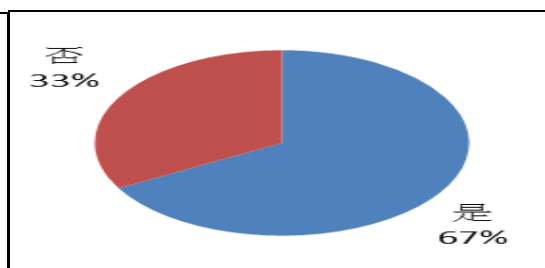
由圖十中我們可以得知，單筆消費金額101~200元佔了30%其次201元~300元佔了37%。

6、家中是否有飼養寵物

由圖十一中我們可以得知，來店顧客家中無飼養寵物佔54%。



圖十一、家中飼養寵物比例分析圖



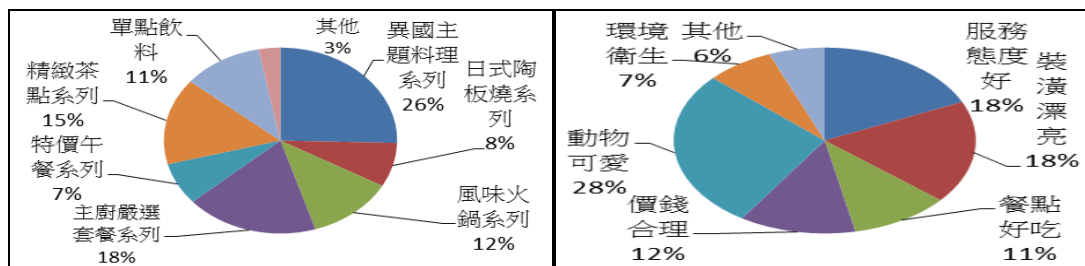
圖十二、餐廳是否提供寵物食物比例分析圖

7、您覺得寵物餐廳是否應該要提供寵物的食物

由圖十二中我們可以得知，期望店家能提供寵物食物佔67%。

8、您較喜歡的餐點

由圖十三中我們可以得知，佔多數者為異國主題料理系列佔26%、其次為主廚嚴選套餐系列佔18%。



圖十三、較喜歡的餐點分析比例圖

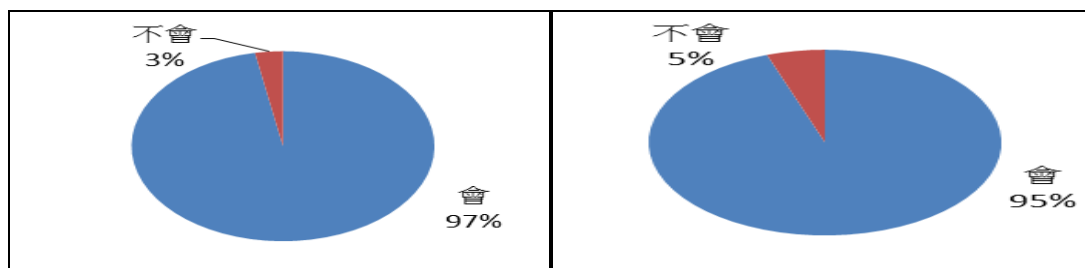
圖十四、餐廳吸引顧客的比例分析圖

9、這家店有什麼吸引您的地方

由圖十四中我們可以得知，店家最吸引顧客來店的地方是動物可愛(佔28%)，其次為服務態度好(佔18%)以及裝潢漂亮(佔18%)。

10、您是否會再來這家餐廳

由圖十五中我們可以得知，會再次來店消費的顧客佔97%。



圖十五、是否繼續來餐廳的比例分析圖

圖十六、是否推薦朋友來的比例分析圖

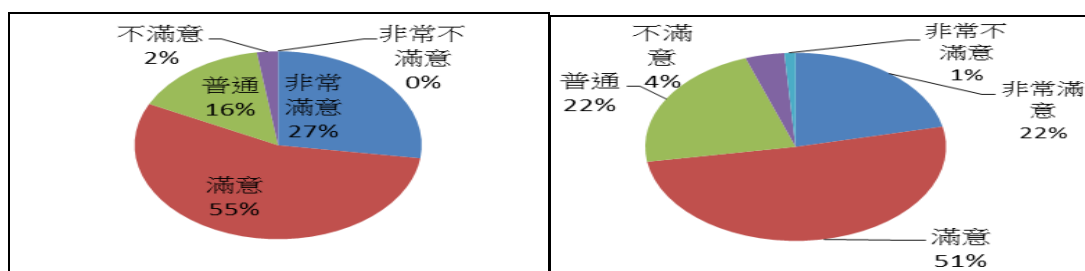
11、您是否會推薦親朋好友來這家餐廳

由圖十六中我們可以得知，會推薦親友來店消費的佔95%。

(三) 滿意度調查

1、餐廳裝潢

由圖十七中我們可以得知，滿意佔55%，其次是非常滿意佔了27%。



圖十七、餐廳裝潢滿意度分析圖

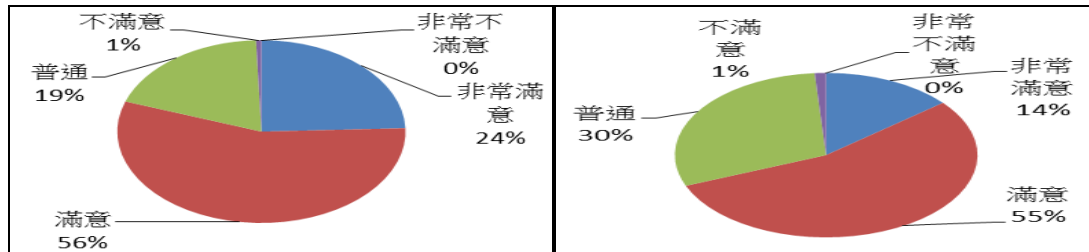
圖十八、整體環境滿意度分析圖

2、整體環境

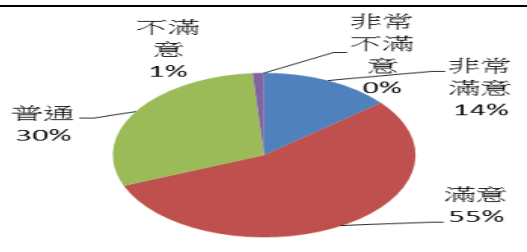
由圖十八中我們可以得知，滿意及非常滿意的顧客共佔73%。

3、服務品質

在「服務品質」方面，如圖十九所示，佔多數者為滿意佔56%。



圖十九、服務品質滿意度分析圖



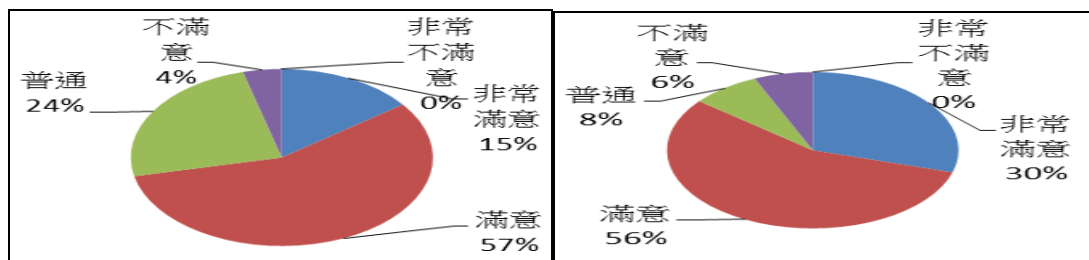
圖二十、菜單設計滿意度分析圖

4、菜單設計

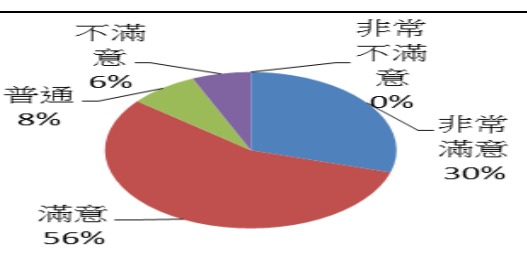
在「菜單設計」方面，由圖二十可知，滿意佔55%。

5、餐點口感

在「餐點口感」方面，由圖二十一可見，顧客滿意佔57%。



圖二十一、餐點口感滿意度分析圖



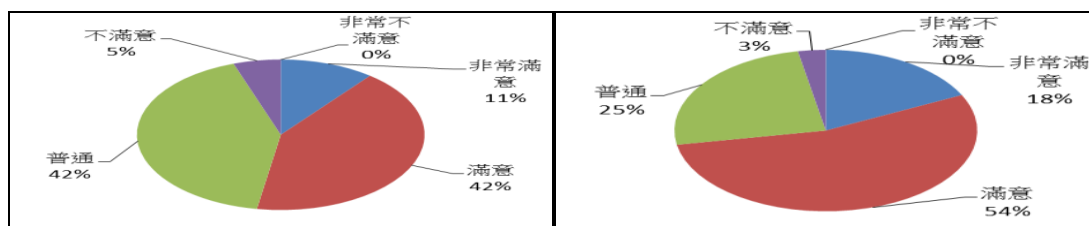
圖二十二、餐廳氣氛滿意度分析圖

6、餐廳氣氛

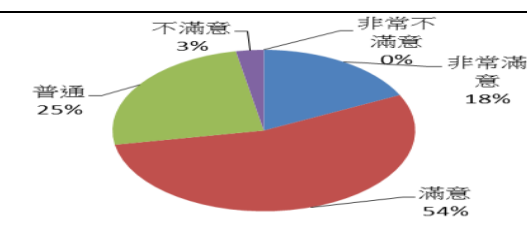
在「餐廳氣氛」方面，由圖二十二所示，顧客滿意佔56%。

7、餐廳價格

在「餐廳價格」方面，圖二十三顯示出，滿意佔了42%，普通也同樣佔了42%。



圖二十三、餐廳價格滿意度分析圖



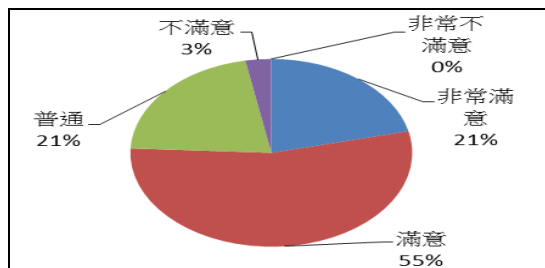
圖二十四、餐點分量滿意度分析圖

8、餐點分量

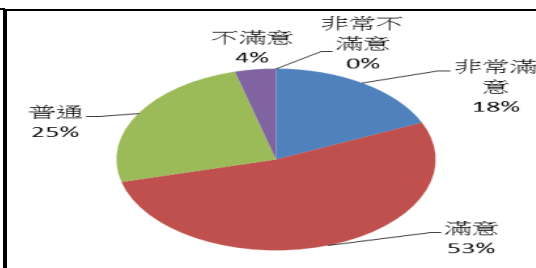
在「餐點分量」方面，圖二十四可得知，滿意佔了54%。

9、餐點種類

在「餐點種類」方面，由圖二十五可得知，顧客滿意佔55%。



圖二十五、餐點種類滿意度分析圖



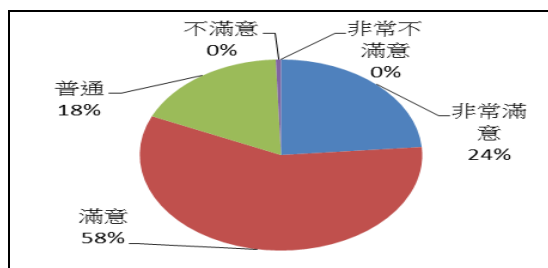
圖二十六、飲品甜點品質滿意度分析圖

10、飲品甜點品質

在「飲品甜點品質」方面，由圖二十六所示，顧客滿意佔53%。

11、您對「雙叟香草貓園」的整體滿意度

由在「餐廳整體滿意度」方面，由圖二十七可得知，顧客滿意佔58%。



圖二十七、餐廳整體滿意度分析圖

參●結論

主題餐廳顧名思義就是重點在於「主題」，主題要是不夠突出或是環境不夠整潔舒適，自然不會吸引顧客。透過此次專題製作，讓我們瞭解這家寵物主題餐廳的經營模式及起源，以及各種主題餐廳不同的風格。

一、結論

- (一) 由文獻探討可知「雙叟香草貓園」的創建人希望改變人對貓的傳統觀念，所以透過這家餐廳的裝潢設計使顧客可以與貓近距離接觸，並且能邊用餐邊欣賞貓的一舉一動。

(二) 由SWOT分析我們得到許多結論，從優勢可看出花蓮僅此一家且餐點類別多樣化可使顧客有多種選擇因此吸引各種消費族群前來嘗鮮，另外從機會可看出因少子化使飼養寵物的人增加，且為與其他寵物交流同樣也可促使前來「雙叟香草貓園」的顧客增加。

(三) 由問卷調查可以得知，「雙叟香草貓園」的推廣方式過於稀少，大多都是口耳相傳、親友介紹，可以表示「雙叟香草貓園」並無在宣傳上下太大的工夫。餐廳價格滿意度調查這一個選項大多數的顧客並不是滿意的，滿意度是問卷中比例最低的，滿意及非常滿意只佔了53%，代表在價格方面還有改進的空間，而餐廳氣氛滿意度調查滿意及非常滿意佔了86%，代表消費者最滿意的部分是餐廳氣氛。

二、建議

經由本組研究討論後，對「雙叟香草貓園」提出以下改善建議，提供給「雙叟香草貓園」店家參考及改良。

(一) 由問卷調查可得知有67%消費者希望餐廳能提供寵物的餐點共同用餐。

(二) 大部分的消費者都是因為親友介紹才會前來此店，表示口碑做的很好。但是還能使用其他各種管道提升知名度增加消費人數，例如：雙叟的官方網站。

(三) 因由問卷發放裡面有其他建議提供客人填寫，部分客人表示貓的環境有些髒亂容易生病。

(四) 「雙叟香草貓園」可以調降一些餐點的價錢或是增添一些中低價位的產品，這樣可以吸引到更多的年輕顧客族群。

肆●參考文獻

- 1.張世琪(2003)。餐館賣場設計。台北：楊智文化。
- 2.黃瀏英(2000)。主題餐廳設計與管理。台北：揚智文化。
- 3.李薇(2013)。地中海設計的咖啡廳 與32隻貓咪一起度過悠閒午後。ETtoday東森旅遊雲。取自<http://travel.ettoday.net/article/286169.htm>。
- 4.陳惠芳(2009)。花縣/與貓共舞 6年級生打造雙叟溫馨創意人文空間。Nownews今日新聞。<http://www.nownews.com/n/2009/05/20/880206>。
- 5.便所主題餐廳。取自<http://www.moderntoilet.com.tw/store.asp>。

6. A380 空中廚房。取自 <http://www.a-380.com.tw/>。

7. 古柏鎮主題餐廳。取自

<http://www.ipeen.com.tw/shop/12061-%E5%8F%A4%E6%9F%8F%E9%8E%AE%E9%A4%90%E5%BB%B3>。

8. 林淑芬(2011)。專題製作最佳秘笈商業與管理群適用。台科大出版社。