

投稿類別：商業類

篇名：

向陽光一般刺眼的享受---向陽山茶舖經營模式與滿意度調查

作者：

李侑真。國立花蓮高商。會計科三年甲班  
任明琴。國立花蓮高商。會計科三年甲班  
黃鎡婷。國立花蓮高商。會計科三年甲班

指導老師：  
陳學毅老師

## 壹●前言

### 一、研究動機

近年來人們得生活品質越來越高，許多人會用較高的價錢來享受生活，而吃下午茶是一個能讓人放鬆談心又能享受美食的方法，就花蓮來說能吃下午茶的地方很多，但為什麼會有消費者願意多花這麼一段車程到向陽山茶舖消費呢？向陽山茶舖位於山邊蚊蟲很多，但仍然會有很多顧客願意再次去向陽山茶舖消費！



圖 1 向陽山茶舖外面



圖 2 向陽山茶舖內部

### 二、研究目的

- (一) 了解向陽山茶舖開在這麼偏僻的地方還會有這麼多人前來消費
- (二) 了解他們的吸引客人得手法、經營理念、顧客滿意度的調查
- (三) 探討向陽山茶舖的 SWOT 分析及 4P 分析

### 三、研究方法

- (一) 文獻探討：網路上找資料、書籍及雜誌
- (二) 問卷調查：發放 100 張問卷進行調查

### 四、研究步驟



## 貳●正文

### 一、複合式餐廳的起源

複合式最初是從商場開始，起源於 1960 年美國的商場後來慢慢衍生在各行業。當然餐廳也不例外，複合式餐廳是指一家餐廳同時販賣兩種同性質或不同性質的商品，**結合兩種不同的業種或業態而形成的銷售方式**，讓消費者在一家餐廳可以購買到不同性質的商品，對消費者來說也能夠達到互補的效果。近年來因為人們的消費行為越來越多變化，所以讓許多餐飲業帶來不少的商機。**(參考商業概論易點通總複習上)**

下午茶是一個姊妹或家庭聚會時可以不用受餐廳時間限制而盡情聊天的地方，然而在花蓮可以邊吃點心邊聊天又能邊欣賞風景的地方並不多。雖然向陽山茶舖在山上前往的路程中有許多蜿蜒的小路，但當你抵達向陽山俯瞰著遠方你會有一種在都市裡看不到的美景！向陽山不僅能吃下午茶到了晚上還能一邊享受美食一邊欣賞夜景。任何一種愛，都不比對美食的熱愛真切。**(蕭伯納 George Bernard Shaw)**



圖 3 向陽山茶舖一樓往外看  
(寰兒的執著日記)

### 二、了解向陽山茶舖吸引客人的手法

由於向陽山茶舖位於半山腰的地方所以幾乎很少人知道此店家，所以老闆娘剛開業時以發傳單的方式讓大家知道此店家，隨著時代的變遷以及科技上的發達，老闆娘現在用社群網站(Facebook)來傳播向陽山茶舖，偶而在社群網站(Facebook)上告訴大家今天有什麼活動吸引一些年輕朋友前往參加。甚至有些顧客來此消費時會習慣打卡，讓更多的親朋好友知道原來花蓮有這麼美好的地方，不僅能夠享受美食還能欣賞免費的風景。

### 三、經營理念

向陽山茶舖這地方原本是樣經營一家咖啡廳，但經由老闆與老闆的家人出國看見國外的餐廳裝潢與國內的餐廳有很大的不同，於是把向陽山這塊地改建成一家餐廳。因為向陽山茶舖的改變，讓向陽山茶舖經營了 13 年依舊是一個讓人流連忘返的地方。就如同**迪士尼總裁艾斯納(Michael Eisner)**曾經說過的：「在變化為創造你之前，你必須先創造變化。」老闆把這塊原本無法吸引到這麼遊客的地方改變成，令人看過就無法忘記的花蓮第一夜景。

#### 四、探討向陽山茶舖的 SWOT 分析及 4P 分析

##### (一)向陽山茶舖 SWOT 分析

SWOT 分析法是 20 世紀 80 年代初由美國舊金山大學的管理學教授韋里克提出，是將對企業內外部條件各方面內容進行綜合和概括，進而分析組織的優劣勢、面臨的機會和威脅的一種方法。透過 SWOT 分析，可以幫助企業把資源和行動聚集在自己的強項和有最多機會的地方；並讓企業的戰略變得明朗。(MBA 智庫●百科)

表 1 SWOT 分析

優勢 (Strength)	劣勢 (Weakness)
1、裝潢較特別 2、室內室外都有遊戲區 3、餐點多樣	1、人多的時候顧客無法排到自己想要欣賞風景的位置 2、停車不方便
機會 (Opportunity)	威脅 (Threat)
1、一般家庭喜歡戶外尤其是山上 2、地理位置佳	1、蚊蟲太多 2、越來越多商家開在山上 3、山路較狹窄

(資料來源：本組研究)

##### (二) 向陽山茶舖 4P 分析

###### 1、產品(Product)

向陽山的複合餐點不僅有多樣選擇，還可以吃到很多種不同的食材，服務人員也都很親切服務都很周到，但是向陽山最大的賣點就是他的夜景，雖然只開在半山腰，但是到了夜晚的時候，路燈陸續地打開，就會看到一種像是圖畫般的美景呈現在眼前，再搭配上一些蟬的鳴叫，還有只有在 4、5 月才可以看到的螢火蟲，如此就可以享受到那種舒暢無比的感覺。

###### 2、價格 (Price)

由於近幾年來人們生活品質較好，大家開始用較多的錢來享受一些物質上的需求，所以在有些餐廳上會用到中高價位或高價位，來讓顧客享受比較不同的服務。然而本店因為開在半山腰，所以店家在購買食材時必須到市區，例如在海鮮方面，店家會到花蓮市的市場買新鮮的海鮮，還有菜單的水果鬆餅的水果，店家會用當季品質好的水果來製作，對他們來說在取材的部分比較花費成本，所以在訂價方面是偏中高價位的。

### 3、推廣 (Promotion)

向陽山茶舖早期是用發傳單的方式來打廣告提高知名度，現在因為時代的不同美食部落客越來越多也越來越喜歡去偏離都市的地方用餐，美食雜誌也透過美食部落客的分享去參訪。目前向陽山多以社群網站(Facebook)來推廣知名度。

### 4、通路 (Place)

向陽山餐廳是一間實體的餐廳，他位於花蓮縣山邊路 136 之 1 號，他的山路很窄所以開車比較麻煩一點但是到了目的地有停車場方便可以停車，不管騎車或是開車在上山或是下山都要非常小心尤其下雨天陸地濕滑會容易打滑所以要小心。

(資料來源：本組研究)

## 五、問卷調查與分析結果

### (一)問卷說明

這份問卷是為了瞭解向陽山茶舖行銷手法及消費者對於向陽山茶舖滿意度，本組以「花蓮向陽山茶舖」來進行研究調查。問卷內容包含產品、價格、顧客滿意度及向陽山的知名度。施測時間為 2016 年 8 月 21 日至 2016 年 8 月 31 日，施測地點為花蓮市區，本組採隨機方式發放問卷，發放時間為十天，這份問卷共發出一百份，有效回收率 100%。

### (二)樣本資料

表 2 樣本資料

性別	男生				女生				
	33%				67%				
年齡	20 歲以下			21~30 歲		31 歲以上			
	78%			18%		4%			
職業	學生		遊客		上班族		退休者		其他
	88%		1%		4%		0%		7%
月收入(零用錢)	2 萬元 以下	2 萬元 ~3 萬元	3 萬元 ~4 萬元	4 萬元	500 元 以下	500 元 ~2000 元	2000 元 以上	其他	
	26%	12%	13%	8%	10%	17%	10%	4%	
是否來過	是				否				
	15%				85%				

(三)實證結果

表 3、產品方面

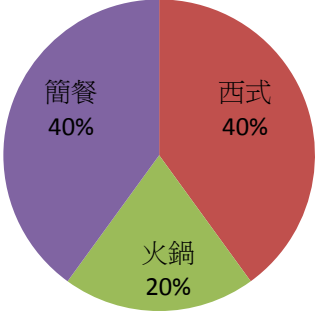
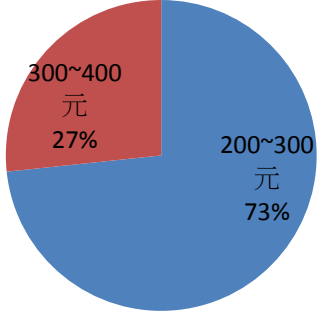
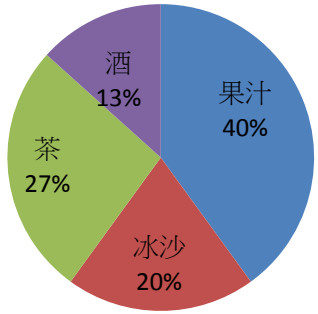
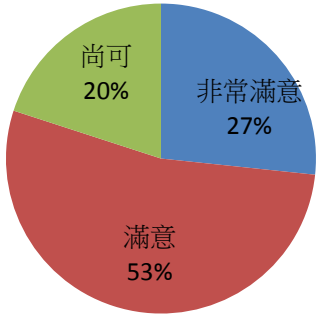
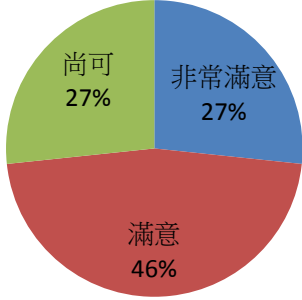
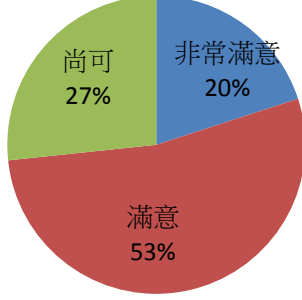
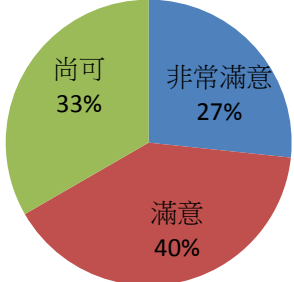
<p>(1) 最喜歡的產品</p> <p>如圖 4 所示西式與簡餐是各占 40%是顧客的主要選擇，次要選擇的是火鍋占了 20%，中式則是最不常消費的。簡餐與西式餐點較符合消費者欣賞夜景時享用，因此消費者多半選擇此兩種產品。</p>	 <p>圖 4 最喜歡的產品</p>
<p>(2) 消費的價位</p> <p>如圖 5 價位於 200~300 元占了 73%，300~400 元占了 27%可見顧客大多來此消費茶飲的人數占居多。</p>	 <p>圖 5 消費的價位</p>
<p>(3) 喜歡哪樣茶飲</p> <p>如圖 6 部分顧客最常消費的茶飲是果汁占了 40%而茶居於第二站了 27%向陽山茶舖的飲品具多樣性而較多選擇的是果汁。</p>	 <p>圖 6 喜歡哪樣茶飲</p>

表 4、消費者滿意度

<p>(4) 環境品質</p> <p>如圖 7 可以看出向陽山茶舖的環境對於顧客來說算是滿意的占 53%，大多的顧客都覺得向陽山茶舖風景美氣氛佳，雖然山上蚊蟲多但不致於影響到他們用餐。</p>	 <p>圖 7 環境品質</p>
<p>(5) 服務態度</p> <p>如圖 8 顧客對於向陽山的服務態度多半選擇滿意而非常滿意也占了這 27%算是頗高，向陽山茶舖在這部分也有再注意。</p>	 <p>圖 8 服務態度</p>
<p>(6) 美味程度</p> <p>如圖 9 可得知來向陽山茶舖的顧客多半會選擇西餐，這能看出老闆應該會對於西餐的領域比較注重，向陽山茶舖的食材主要是以新鮮為主。</p>	 <p>圖 9 美味程度</p>
<p>(7) 出餐速度</p> <p>如圖 10 能看出尚可排名第二且和滿意相差 7%而以，主要原因是因為向陽山茶舖的員工都是老闆的家人，差不多只有 3~4 人能夠幫忙，所以出餐的速度通常較慢。</p>	 <p>圖 10 出餐速度</p>

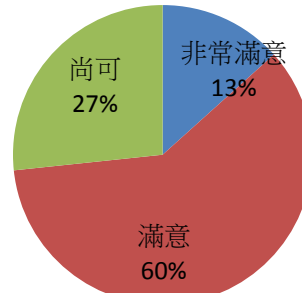
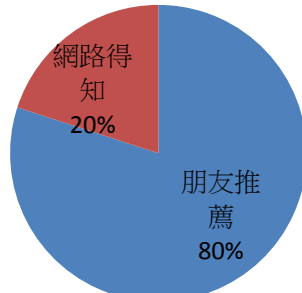
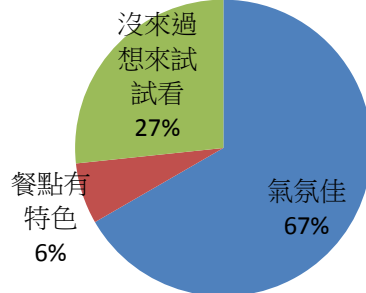
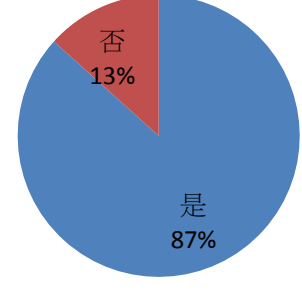
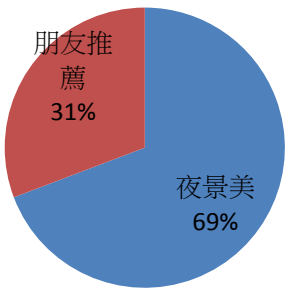
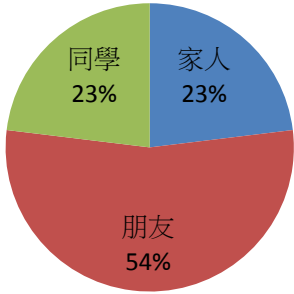
<p>(8) 餐點價錢</p> <p>如圖 11 滿意占了 60%向陽山茶舖的價位屬於中高價，但價位讓顧客很滿意，因為品質新鮮所以成本相對會較高，價位也在顧客能接受的範圍。</p>	 <p>圖 11 餐點價錢</p>
--	---

表 5、如何得知向陽山?還會想去嗎?

<p>(9) 如何得知</p> <p>如圖 12 能得知向陽山茶舖對於廣告這方面比較沒有那麼注重，大多都是以朋友推薦為主，從此可得知向陽山茶舖對於每一位顧客的用心都反映在他們推薦的下一位朋友。</p>	 <p>圖 12 如何得知</p>
<p>(10) 為什麼來此消費</p> <p>如圖 13 可知顧客之所以都覺得向陽山是個很舒適的地方是因為大多顧客都覺得那裡的夜景美，而且到了晚上不但氣氛浪漫更適合家庭大大小小一同欣賞。</p>	 <p>圖 13 為什麼來此消費</p>
<p>(11) 還會想去嗎</p> <p>向陽山雖然路途遙遠，但卻讓人會有一股想再次去消費的衝動，所以跟多顧客都選擇有機會要再去一次！</p>	 <p>圖 14 還會想去嗎</p>



<p>(12) 想再次消費的原因</p> <p>如圖 15 向陽山最出名的就是夜景可以讓顧客可以放鬆的聊天喝茶欣賞風景，而有少部分是朋友一再的推薦！</p>	 <p>圖 15 想再次消費的原因</p>
<p>(13) 和誰去</p> <p>如圖 16 顧客多半都喜歡與朋友一起去欣賞而同學和家人居第二可知顧客都喜歡跟朋友在最美的地方留下回憶，更想在麼美的地方與家人談心相處。</p>	 <p>圖 16 和誰去</p>

## 參●結論

### 一、結論

#### (一)產品方面

大多的消費者來此消費多選擇西式或火鍋但是消費價位通常在 200~300 元，可知來此用餐的點完餐後還有剩餘的錢去消費飲料，飲料的選擇很多樣而大多的消費者會選擇的是果汁。

#### (二)消費者滿意度

根據表 4 可看出顧客對於向陽山茶舖的環境品質、服務態度、美味呈度、出餐速度以及餐點價錢都算是滿意。但出餐速度這方面尚可跟滿意只差了 7%，可得知顧客對於出餐速度還不是很滿意，這方面有待改善。

#### (三)來向陽山茶舖消費的原因

在此方面可以看出知道向陽山的人，大多都是朋友推薦，對廣告及網路了解的比較少，而對於為何來此消費的原因，也多數是因為夜景美氣氛佳，因此沒去過的人，會有一半以上的人想去看看。

## 二、建議

### (一)可以多一些廣告促銷方面，以提高知名度

現代的人們用手機的時間較長，所以店家可以以打卡的方式或是粉絲團的方式讓消費者知道有這個地方，讓多一點消費者前往消費。前往向陽山茶舖的路程中能多一點標示因為前往向陽山茶舖的路有很多分岔路口，可能會讓想前往消費的消費者還沒到就先迷路了！所以多一點廣告促銷不僅可以提高向陽山茶舖的知名度，還能讓想前往消費得消費者不會因為找不到路而折返回家。

### (二)室外的座位能多一點，增設一些小燈泡

在室內的二樓用餐就能看見美麗的風景，可是室內座位有限無法增加座位，所以外面也有放置座位提供顧客使用，但是位子依然不夠使用，若能增設一些位置會更好。晚上時室外較暗，若能增設一些小小的燈泡除了可以增加氣氛，還能吸引到山下附近的遊客。

### (三) 可以設置望遠鏡，讓觀賞美景的人可以更清楚看見每一個地方

可以讓來向陽山的遊客利用戶外的望遠鏡俯瞰花蓮的美景，更可以增加遊客對花蓮的印象與瞭解。例如:遊客可以尋找花蓮的景點，不只可以讓花蓮的名氣更加提升，也可以創造更多商業的商機。

### (四)增加停車場的明亮度，使遊客較安全

晚上的向陽山停車場光線較不足夠，如果下雨的時候會更加危險，所以應該設置一些路燈，讓遊客可以更加安全以免發生意外，造成不必要的麻煩。

## 肆●引註資料

一、向陽山茶舖 Facebook 粉絲團。擷取日期 2016 年 6 月 22 日。取自  
<https://www.facebook.com/ssmts.038460242/>

二、取自 專題製作 SOP 最佳祕笈。台科大圖書股份有限公司。擷取日期 2016 年 8 月 21 日。

三、寰兒的執著日記。擷取日期 2016 年 9 月 25 日。取自  
<http://amilymemory.pixnet.net/blog/post/189003729-%E3%80%90%E8%8A%B1%E8%93%AE%E6%99%AF%E8%A7%80%E9%A4%90%E5%BB%B3%E3%80%91%E5%90%91%E9%99%BD%E5%B1%B1%E8%8C%B6%E9%8B%A-A-%E8%8A%B1%E8%93%AE%E5%90%89%E5%AE%89%E9%84%89%E7%AC%AC>

四、取自 商業概論易點通總複習上。啟芳出版社。擷取日期 2016 年 10 月 18 日。

向陽光一般刺眼的享受---向陽山茶舖經營模式與滿意度調查

五、取自 經濟學滿分總複習上。旗立資訊股份有限公司。擷取日期 2016 年 10 月 21 日。

六、維基百科。擷取日期 2016 年 10 月 28 日。取自  
<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E4%B8%8B%E5%8D%88%E8%8C%B6>

七、MBA 智庫●百科。擷取日期 2016 年 10 月 31 日。取自  
<http://wiki.mbalib.com/zh-tw/SWOT%E5%88%86%E6%9E%90%E6%A8%A1%E5%9E%8B>