

投稿類別：觀光餐旅群

篇名：

「芋」見世外桃「圓」—民眾對於東東芋圓及老芋仔芋圓消費滿意度之探討

作者：

黃琦雯。私立葳格高級中學。觀光事業科三年甲班
顏汎珊。私立葳格高級中學。觀光事業科三年甲班
蘇主溱。私立葳格高級中學。觀光事業科三年甲班

指導老師：

劉幸姍 老師

江馨以 老師

壹、前言

一、研究動機

在台灣這塊美麗的寶島上，孕育著許多豐富的美食，大至豪華料理，小至家鄉菜餚，因著不同的人群融合，發展出許多特色口味；其中甜食的甜蜜滋味更是讓人感到生活中無限多的小確幸；以芋圓為例，「在瑞芳最早的芋圓文化史祖是保雲芋圓」(食記，2013)，Q彈滑嫩的口感，成功席捲全台，並形成九份地區必吃甜點之一。

而中部地區聞名的芋圓則屬東東芋圓及老芋仔芋圓這兩家店為特色代表，絡繹不絕的人潮明確顯示出兩家店家的魅力不斷，且在台中大坑地區成功打響名號，吸引許多本地及外來遊客。因著這樣的好人氣，引起本研究小組想要深入了解消費者對於這兩家店家的滿意度。

二、研究目的

本研究對於大坑風景區之東東芋圓及老芋仔芋圓店，加以探討研究，研究目的如下：

- (一) 了解芋圓的起源
- (二) 比較東東芋圓及老芋仔芋圓之特色
- (三) 分析民眾對於東東芋圓及老芋仔芋圓之消費滿意度

三、研究方法

- (一) 文獻分析法：透過網路及書籍並搜索國立圖書館相關資料。
- (二) 問卷調查：實際前往大坑商圈發放問卷，採不記名方式請遊客填寫。

四、研究架構



圖一：研究架構

(圖一資料來源：研究者繪製)

貳、正文

一、台灣芋圓的緣起

「芋圓是在 1946 年被研發出來的，創始者居住在瑞芳的蔡林保雲。蔡林保雲於 1938 年嫁到瑞芳」(每日頭條，2016)，幫忙婆家經營雜貨店，一開始在門口賣梅子清冰供路人止渴，後來便在門口擺起刨冰攤，並研發出芋圓。第三代蔡政建經營的芋圓店，為紀念奶奶創造芋圓，店名改為「保雲芋圓」，其口感 Q 彈、用料實在，且廣受遊客喜愛。為人海派的蔡林保雲不藏私的將其好手藝傳授給虛心前來受教的同業，芋圓魅力遍地開花於台灣各區域，台中知名芋圓品牌東東芋圓即為其中一例。

二、大坑商圈簡介

大坑座落於臺中市北屯區，因其自然環境，「大坑擁有好山好水，促成大坑商圈的發展。沿著步道，沉浸在大自然裡，吸取芬多精，使身心達到舒暢。」(台中市政府經濟發展局，2017)，「以大坑圓環為中心，結合鄰近商家而形成，包括東山路、橫坑巷商街區段，其中以餐飲業居多」(郭良蕙，2016)。

三、東東芋圓簡介

東東芋圓成立於 1995 年，特色甜點以 Q 彈滑嫩的番薯圓及芋圓搭配蜜芋頭為主，老闆東正勝「深入九份拜師學藝，及各家芋圓大成，再加入自己專研的獨門調理方式，終於打造出一碗碗讓人讚嘆的芋圓」(東東芋圓官方網站，2017)；其中，使用產地直送的嚴選食材一大甲芋頭及大肚山紅番薯，創造 Q 綿濃密的口感。

四、老芋仔芋圓簡介

老芋仔芋圓創立於台中市大坑風景區 2009 年，其「老芋仔芋圓取名為老芋仔，目的在強調店中精選的頂級『檳榔心芋』好滋味，特別與大甲芋頭農家配合」(Tranews，2017)，特色甜點以綿密紮實的芋頭及芋圓為主，從台中市大甲區將檳榔心芋運送至店內，使用檳榔芋頭最精華的部分，讓顧客品嚐到綿密誘人的芋圓；老芋仔芋圓創店風格低調，不接受媒體採訪，堅持以在地食材，實在用料，讓客人品嚐到最用心的甜品。

五、東東芋圓與老芋仔芋圓的比較表

表一：店家軟硬體比較

	東東芋圓	老芋頭芋圓
地理位置	台中市北屯區東山路二段 48-3 號	台中市北屯區東山路一段 408-2 號
名片	 圖二：東東名片 (圖二來源：研究者自行拍攝)	 圖三：老芋仔名片 (圖三來源：研究者自行拍攝)
店面設計	 圖四：東東店面 (圖四來源：研究者自行拍攝)	 圖五：老芋仔店面 (圖五來源：研究者自行拍攝)
店家設施	 圖六：東東設施 (圖六來源：研究者自行拍攝)	 圖七：老芋仔設施 (圖七來源：研究者自行拍攝)
店家取餐動線	 圖八：東東取餐動線 (圖八來源：研究者自行拍攝)	 圖九：老芋仔取餐動線 (圖九來源：研究者自行拍攝)

(表一資料來源：研究者繪製)

六、民眾對於東東芋圓與老芋圓芋圓消費滿意度之探討

本問卷主題分三部分，分別是個人基本資料、造訪資訊調查和軟硬體設施滿意度。本研究小組於 106 年 06 月 18 日在大坑地震公園發放 230 份問卷，回收 207 份有效問卷，23 份無效問卷，回收率為 90%。問卷填答前，以口頭方式詢問民眾是否有消費過東東芋圓及老芋仔芋圓，確認之後，才予以填答。

（一）基本資料

根據本研究得知，其中受訪者多數為 18 歲以下，佔 30%；其次 18 歲~25 歲的民眾有 22%，由此可知芋圓多受年輕族群喜愛。台中市的消費人數佔 63%，外縣市為 32%；由此數據可推估台中市當地民眾消費占主要比例。

表二：年齡與居住地

年齡				
18 歲以下	18~25 歲	26~30 歲	31~40 歲	41 歲以上
30%	22%	17%	15%	16%
居住地				
台中市	外縣市		其他	
63%	32%		5%	

(表二資料來源：研究者製作)

（二）造訪資訊調查

根據本研究得知，其中東東芋圓以汽機車 79% 佔為多數，而老芋仔芋圓以汽機車 77% 佔多數，因兩家芋圓較偏山區，由此可知兩家芋圓之交通方式皆以汽機車為主。

表三：交通方式

交通方式		
	東東芋圓	老芋仔芋圓
汽機車	79%	77%
公車	9%	9%
步行	3%	10%
自行車	2%	0%
其他	7%	4%

(表三資料來源：研究者製作)

根據本研究得知，兩家多數以親友介紹居多，佔 45%；其次為路過，佔 31%左右，其餘從廣告媒體及報章雜誌比例為最少，僅佔個位數的比例。推測其原因係因宣傳層面僅就中部地區為限，可對比表二居住地以台中地區為最高比例可看出。

表四：如何得知其店家訊息

如何得知其店家訊息		
	東東芋圓	老芋仔芋圓
親友介紹	45%	44%
路過	30%	32%
部落客	9%	13%
報章雜誌	8%	1%
電視節目	3%	3%
其他	5%	7%

(表四資料來源：研究者製作)

(三) 產品及軟硬體設施滿意度

由本次研究得知，大眾對於東東芋圓及老芋仔芋圓的產品價格有八成以上皆可接受；而針對其份量與產品多樣化，則是由老芋仔芋圓獲得大眾較高的滿意度，占七成以上。

此外，店面設立於大馬路旁的老芋仔芋圓，也在店面地點中獲得大眾八成以上的滿意度；而東東芋圓較注重的店面裝潢，大眾亦有五成的支持；特別提及，老芋仔芋圓在於取餐動線不受大眾青睞，有一成的民眾認為動線不佳，滿意度偏低；最後，兩間芋圓店之等候時間，則以東東芋圓等候時間較長，造成滿意度較低。

表五：軟硬體設施滿意度

軟硬體設施滿意度										
	非常滿意		滿意		普通		不滿意		非常不滿意	
店家	東東	老芋仔	東東	老芋仔	東東	老芋仔	東東	老芋仔	東東	老芋仔
芋圓品質	19%	10%	64%	70%	10%	17%	0%	2%	7%	1%
芋圓口感	20%	10%	65%	67%	15%	22%	0%	1%	0%	0%
芋圓產品價格	13%	12%	40%	43%	47%	44%	0%	1%	0%	0%

續下表

承上表

芋圓配料	18%	10%	54%	55%	28%	32%	0%	3%	0%	0%
芋圓包裝	14%	9%	46%	50%	38%	41%	2%	0%	0%	0%
芋圓份量	21%	12%	46%	62%	33%	26%	0%	0%	0%	0%
芋圓多樣化	19%	14%	44%	57%	35%	29%	2%	0%	0%	0%
芋圓地點設立	13%	19%	39%	64%	40%	10%	8%	0%	0%	7%
芋圓交通便利性	9%	0%	33%	35%	51%	44%	7%	10%	0%	1%
芋圓營業時間	7%	5%	62%	74%	30%	21%	1%	0%	0%	0%
芋圓店面裝潢	11%	10%	47%	38%	38%	49%	4%	3%	0%	0%
芋圓取餐動線	12%	13%	59%	5%	26%	69%	3%	10%	0%	3%
芋圓空間規劃	10%	7%	59%	55%	30%	35%	1%	3%	0%	0%
芋圓衛生環境	12%	6%	61%	72%	26%	21%	1%	1%	0%	0%
店家服務態度	13%	13%	56%	52%	29%	32%	2%	2%	0%	1%
店家等候時間	17%	10%	5%	48%	67%	33%	11%	7%	0%	2%
店家的整體感受	19%	16%	61%	49%	18%	35%	2%	0%	0%	0%

(表五 資料來源：研究者製作)

(四) 整體滿意度及重購意願

大眾對於兩間芋圓店的重購意願皆有八成以上的認同，願意再次造訪且介紹他人。

表六：整體滿意度及重購意願

整體滿意度及重購意願										
	非常滿意		滿意		普通		不滿意		非常不滿意	
店家	東東	老芋仔	東東	老芋仔	東東	老芋仔	東東	老芋仔	東東	老芋仔
再次造訪	30%	25%	53%	42%	15%	33%	2%	0%	0%	0%
願意介紹他人	31%	29%	50%	41%	16%	30%	3%	0%	0%	0%

(表六資料來源：研究者製作)

貳、結論

一、研究結論

(一) 東東芋圓與老芋仔芋圓之產品價格受大眾接受

由本研究得知，「東東芋圓」的產品價格滿意度達 85% 以上，而「老芋仔芋圓」的產品價格滿意度達 87% 以上，由此可知兩者間的價格皆可讓大眾接受；但在於產品份量及產品多樣化的滿意度，則是以「老芋仔芋圓」的產品份量及產品多樣化分別取得大眾 74% 及 71% 的滿意度；由此可知，老芋仔芋圓在於用料及份量取得大眾較高的評價。

(二) 軟體服務

由本研究得知，「東東芋圓」只有兩成的大眾對等待時間感到滿意，由此可知「東東芋圓」讓大眾久候多時；「東東芋圓」的衛生環境滿意度達 73% 以上，而「老芋仔芋圓」的衛生環境滿意度達 78% 以上，得知兩者間的衛生環境皆可讓大眾接受；雖然老芋仔芋圓於各項滿意度普遍略勝一籌，但整體感受則由東東芋圓取得優勢。本研究推測出東東芋圓之所以在最後獲得整體滿意度優勢，則因為其裝潢設施及動線規劃相對精緻，因此取得大眾的青睞。

(三) 硬體設施

由本研究得知，老芋仔芋圓店面設於大馬路旁，因此老芋仔芋圓在店面地點中獲得大眾 83% 的滿意度，此外，東東芋圓與老芋仔芋圓相差較為顯著的部分，則是大眾對於兩間店取餐動線之滿意度，分別是 71% 和 18%，本研究團隊至老芋仔芋圓店面觀察，發現老芋仔芋圓的櫃台與其製作空間相連，使得大眾不易辨別取餐處，造成取餐動線不當；「東東芋圓」店面裝潢滿意度達 58% 以上，而「老芋仔芋圓」店面裝潢滿意度達 48% 以上，由此可知，東東芋圓店面裝潢及設計比老芋仔芋圓來得新穎有設計感且櫃台設置明確。

二、研究建議

（一）給店家的建議

1、東東芋圓

由表四得知其知名度雖略勝於主要競爭對手，但上門消費的顧客數量龐大造成顧客候餐時間變長和用餐環境之維護不易，建議業者可以透過擴張營業面積及增設開放式廚房，讓消費者可以看到芋圓的製作過程，分散顧客等待時間，增加適當的人力及透過減少作業過程中不必要的空間、人力及時間之浪費，以期達到給予顧客更好的服務內容和環境。

2、老芋仔芋圓

雖然店面所處位置十分熱鬧且交通方便，但因老芋仔芋圓的低調風格，讓老芋仔芋圓與東東芋圓在知名度上有所差距，建議採取積極的行銷方式來增加媒體管道曝光率及知名度，並且強化用餐環境，例如：設計具特色的店面裝潢、裝設冷氣。相信業者在積極的行銷、舒適的用餐環境及該店優異的地理位置一定會為其帶來可觀的益處。

肆、引註資料

一、書籍資料

蕭瑤友（2009）。**台中都會吃·逛·玩·樂·GO**。臺北市：戶外生活圖書股份有限公司。

林江汶（2016）。**台中無所事事之旅**。臺中市：好讀出版社。

郭良蕙（2016）。**掌中寶：中台灣 2017**。香港：啟元社。

二、網路資料

TRANews（2017）。2017年11月1日，取自。

http://easy.sina.com.tw/info/stores/storeinfo_id-1616.html

東東芋圓（2017）。2017年11月1日，取自。

<http://www.don-don.com.tw/open.html>

臺中市政府經濟發展局（2017）。2017年11月1日，取自。

<http://www.economic.taichung.gov.tw/ct.asp?xItem=469746&ctNode=12322&mp=111015>

每日頭條（2016）。2017年11月1日，取自。

<https://kknews.cc/zh-tw/food/5ex2r3.html>

三、期刊

劉克襄（2014）。來去大坑。**悅讀大台中**，37，28-30。2017年11月1日。

林如鈴（2012）。議起遊臺中。**悅讀大台中**，14，33。2017年11月1日。