

投稿類別:觀光餐旅

篇名:

台中地區消費者對無菜單餐廳的消費行為之研究

作者:

林姿佑。葳格高中。餐飲管理科二年乙班

指導老師

賴怡潔 老師

鄭雨芳 老師

壹●前言

一、研究動機

家庭生活型態的轉變及所得水準的提升，在家開伙的次數越來越少，外食及聚餐比例大增。根據統計，台灣外食人口高達兩千萬人『華舜嘉，2014』，其中以年輕人為主要部份，對於飲食與休閒質量日益重視，加上台中美食遍布，外食族選擇多樣化，不僅吸引觀光客，許多年輕人喜歡到處嚐新，追求流行，花費在餐廳等外食的比例增加，使得餐飲產業蓬勃發展。

在台中目前競爭激烈的環境，許多店家紛紛推出「無菜單」料理，或以別出心裁的用餐環境吸引消費者的注意。無菜單料理擺脫制式化的菜單設計，隨著季節變化，以選擇當季食材或當日採購的食材來進行烹飪，使消費者不必擔心食材存放過久或不新鮮等問題，由於無菜單料理的價位較高，且需要久候，卻仍然擁有源源不絕的顧客消費。基於對此情形感到好奇，本組決定針對台中地區消費者研究對無菜單餐廳的消費行為。

二、研究目的

基於上述動機，本研究藉由蒐集資料、文獻探討與分析，對台中地區消費者進行問卷調查，以探討台中地區消費者對無菜單餐廳的消費行為。

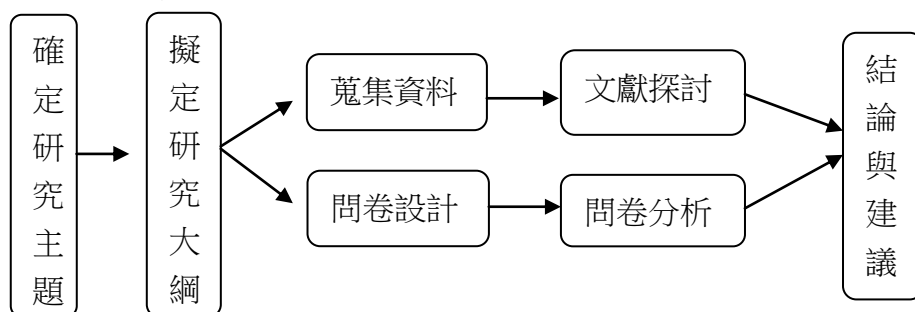
本研究之研究目的如下：

- (一) 消費者對無菜單餐廳之消費行為分析
- (二) 探討消費者對無菜單餐廳的消費動機

三、研究對象與方法

- (一) 研究對象:台中地區曾至無菜單餐廳消費過的消費者
- (二) 研究方法:參考文獻、發放問卷

四、研究流程



▲圖一、研究流程圖(資料來源:研究者自分析)

貳●正文

一、文獻探討

(一) 無菜單餐廳

無菜單餐廳不提供制式化菜單，菜色由主廚以當天食材來做決定，師傅依消費者的需求，調整菜色及巧思創意。無菜單料理以控制總額來避免因某食材的支出較高而造成過度取捨的問題，為了掌控食材份量與鮮度，餐廳通常採用預約制的方式。料理的風格沒有設限，有「無國界料理」之名，所以無菜單料理由主廚扮演魔術師的角色，廚師可大膽的在菜色、擺盤上發揮創意，不受傳統食譜的限制，運用各種食材、料理和創意的手法，推出各式的創意料理，讓消費者再次消費的主要關鍵就是要有驚喜連連讓人很期待的料理。

(二) 消費者行為

消費者行為的定義依學者判斷角度的不同而有許多的說法，綜合整理可將消費者行為定義為：「消費者行為是指人們與商品、服務的獲得、使用、消費和處理等個人直接投入的行為，這其中包括導致及決定這些行為的決策過程」。因此，消費行為視為一種連續的過程。簡單來說，就是了解人們如何買東西與使用東西、如何買服務與享受服務。從這個定義，我們可以了解到消費者行為是動態的、互動的，並與交易有關的行為。

隨著行銷觀念的進步，影響消費者購買行為的因素越來越廣泛，包括的範圍從最基本的個人因素、經濟能力、習性特質、生活型態到家庭組織、企業團體、社會文化、國家發展以及世界的潮流等。決策行為會隨著消費者的特點和環境的變化而改變；或是經過營銷人產品的交互作用去完成特定目標的消費行為。然而一般消費者的特性中，人口統計變相和社會經濟變相有助於掌握客觀的消費者之消費者行為，表一為一般消費者特性的說明。

▼表一、一般消費者特性 資料來源：(Reynolds, F. D., & Wells, W. D. 1997)

類別	內容
人口統計	年齡、性別、種族、居住地、家庭型態
社會經濟	職業、收入、教育程度、社會階層
人格特質	自信心、自尊心、冒險性、群居性
生活型態	需求、興趣、價值觀、日常活動、個人見解

(三)動機的定義

動機是費者的購物行為和大部分問題確認的主要原因，更是會直接影響消費者內心的評估，表二為學者對動機的定義。

▼表二、 動機之定義（資料來源：本研究整理）

學者	時間	定義
王碧嬋	1999	當受到內、外在刺激時，個體會產生某種需求，採取行動使個體能夠滿足。
張月芬	2004	「動機」是有許多相關因素連結而形成的，包含個人成長過程、經驗累積、需求滿足、目前現況等。
王雅萍	2004	Motivation 為決定人類行為的主要因素之一，通常之所以產生，主要是源自於個人的內在動機，藉此引發出個人行為。

二、問卷調查

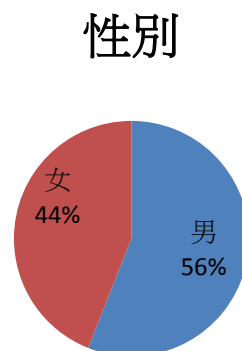
(一)問卷調查說明:

以下是本組對台中地區消費者對無菜單餐廳的消費行為的問卷調查結果，根據統計:本組共發出 110 份問卷，有效回收問卷 100 份，回收率 90.9%。

(二)問卷結果分析:

1. 性別

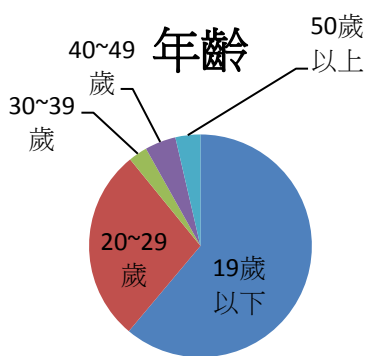
如圖二，以男性為多數占 56%，而女性為 44%。男女生相差比例為 12%，可推測男生比女生較期待令人驚艷的料理及注重食物新鮮度。



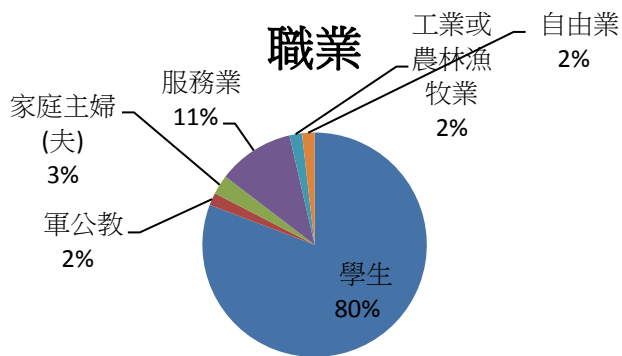
▲圖二消費者的性別

2. 年齡、職業

如圖三、四，年齡在 19 歲以下為多數占 61%，其次為 20~29 歲為 28%。大部分以學生為主占 80%，次為服務業，占 11%。由此可知，至無菜單餐廳年齡層為 29 歲以下，且以學生為居多。



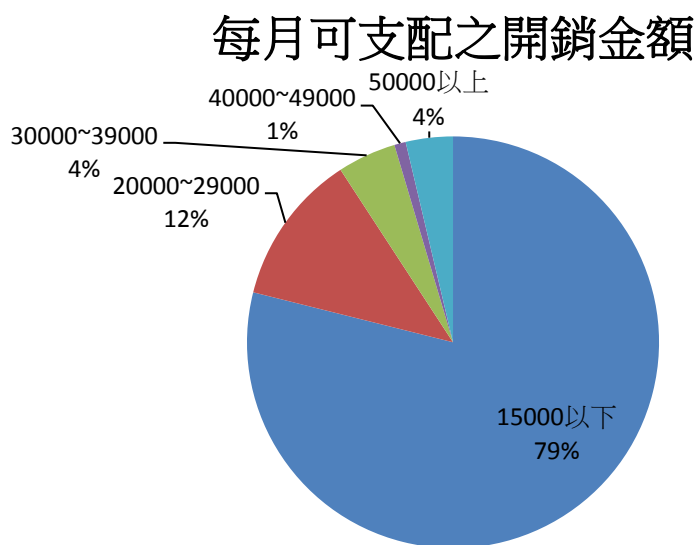
▲圖三消費者年齡分布



▲圖四消費者的職業

3. 每月可支配之開銷金額

如圖五，每月可支配之開銷金額為 15000 元以下佔 79%，由於學生較多的關係收入較不高及固定，所以開銷金額相對也較低。

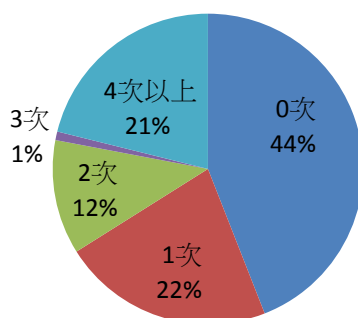


▲圖五消費者每月可支配之開銷金額

4. 消費者今年至無菜單餐廳的消費次數

如圖六，大多數人今年都尚未去過無菜單餐廳消費佔 44%，次為消費 1 次以上佔 22%，由此可推測其主要原因，可能是為了嘗新而致無菜單餐廳消費。再來是消費 4 次以上佔 21%，可推測該族群對無菜單料理認同，且再次消費原因可能為料理新鮮美味。

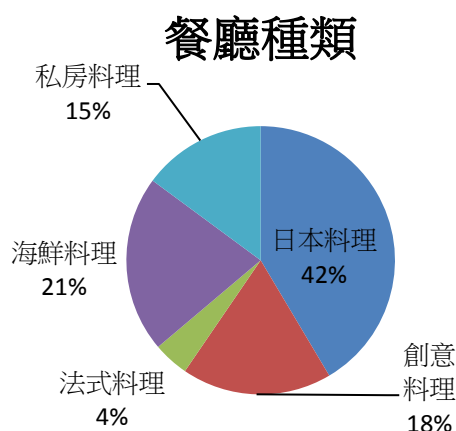
今年到無菜單餐廳的消費次數



▲圖六消費者今年到無菜單餐廳的消費次數

5. 消費者選擇的餐廳種類

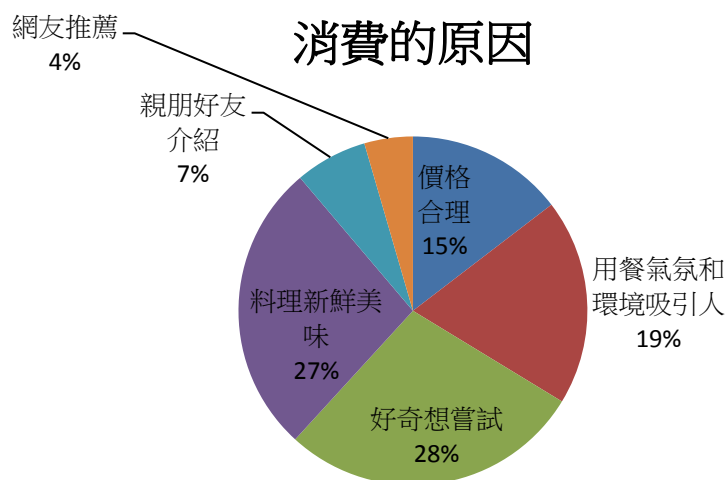
如圖七，大多數消費者都是去日式料理的無菜單餐廳佔 42%，次為海鮮料理佔 18%。相似的結果同樣出現在吳英貴(2007)的研究中，即國人對異國料理的喜愛程度以日本料理為最多。



▲圖七消費者去的餐廳種類

6. 用餐的原因為何

如圖八，來店用餐的原因，大多數消費者都是好奇想嘗試(28%)，其次為料理新鮮美味(27%)，由此可推論年齡較輕的消費者對無菜單餐廳的創意及食材新鮮，較容易感到新奇、興趣。

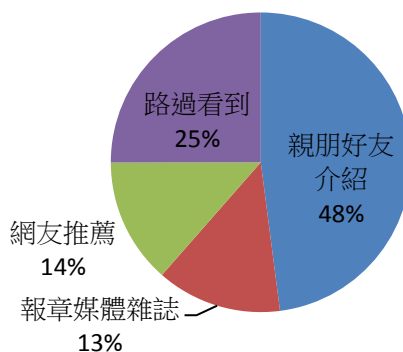


▲圖八消費者消費的原因

7. 無菜單餐廳之資訊來源

如圖九，大部分消費者對於無菜單餐廳的資訊是經由親朋好友介紹(48%)，由此可了解口耳相傳為最重要的行銷方式，因此餐廳顧客源源不絕的關鍵為建立好口碑。

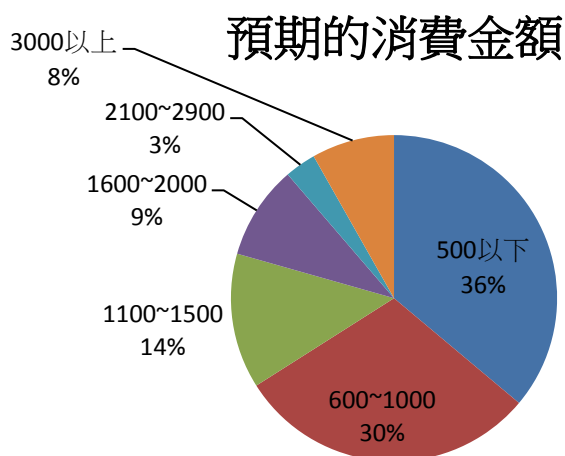
如何知道無菜單料理的餐廳



▲圖九消費者是如何知道無菜單料理的餐廳

8. 預期的消費金額

如圖十，大多數的預期金額為 500 元以下(36%)，次為 600~1000 元，(30%)，由於受訪者以學生居多，因此推論因學生消費能力和收入不穩，所以預期消費金額數目較低。

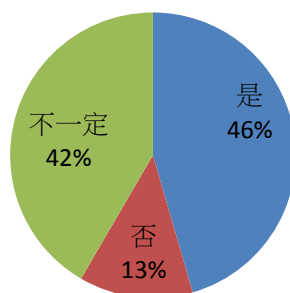


▲圖十消費者預期的消費金額

9. 消費者對無菜單餐廳增加消費之意願

如圖十一，較多消費者選擇會增加消費意願(46%)，次為不一定會(46%)，由此可推斷，約四成國人對無菜單餐廳接受度高，但約四成國人可能對於食材創意及新鮮度、用餐環境或餐點價格，而考慮是否增加消費意願。

是否對無菜單餐廳增加消費意願



▲圖十一消費者是否對無菜單餐廳增加消費意願

參●結論

一、結論

(一) 消費者對無菜單餐廳之消費行為分析

- 1.大部分以學生為主(80%)，次為服務業(11%)。年齡在 19 歲以下為多數(61%)，其次為 20~29 歲為 28%大多數的消費預期金額為 500 元以下(36%)，次為 600~1000 元(30%)，由於受訪者為學生居多，消費能力和收入不穩，所以預期消費金額數目較低。研究發現低消費金額的顧客特性中，年齡有年輕化的現象、收入較低。
- 2.大多數消費者都是去日式料理的無菜單餐廳(42%)，次為海鮮料理(18%)。研究消費者對異國料理之來源國家形象有顯著影響(石金華 2006)，並影響消費決策，其中日本與義大利的國家形象最好。相似的結果同樣出現在，國人對異國料理的喜愛程度以日本料理為最多(吳英貴 2007)。本研究之發現與上述結果相似。

(二) 探討消費者對無菜單餐廳的消費動機

來店用餐的原因，大多數消費者都是好奇想嘗試(28%)，其次為料理新鮮美味(27%)。大多數人今年都尚未去過無菜單餐廳消費(44%)，次為消費 1 次以上(22%)，由此可推測其主要原因，可能是為了嘗新而致無菜單餐廳消費。再來是消費 4 次以上佔 21%，可推測該族群對無菜單料理認同，且再次消費原因可能為料理新鮮美味。

二、建議

- (一)消費者對於是否增加消費意願，願意(46%)及不一定(42%)佔整體 88%，顯示出消費者對無菜單料理的消費意願還未穩定，然而消費者預期消費金額八成訂為 1000 元以下，因此建議無菜單餐廳業者推銷學生專案或消費金額較低的方法來吸引更多的學生群。
- (二)擴大樣本數或地區範圍，以中部地區或是全台灣的消費者為研究對象，將可更了解台灣地區對「無菜單料理」的認同程度。消費者選擇的無菜單料理餐廳種類大多數為日本料理(42%)，則可針對日本料理的無菜單餐廳深入了解國人喜愛的原因，將能作為餐飲業者參考依據。

肆●引註資料

一、書籍類

1. 林璟霖、黃琳、鄭怡穎(2014)。以方法目的鏈探討宜蘭地區消費者對無菜單料理餐廳的消費價值。蘇澳海事。
2. 郭靜怡(2009)。兒童美語補教業消費者決策行為之研究。國立政治大學。
3. 吳英貴(2007)。異國料理消費型態與滿意度之研究-以台中市為例。朝陽科技大學休閒事業管理系碩士班。

二、官方網站

1. 華舜嘉(2014, 4月14日)。「**外食族年吃5千億**」可造**10座台北101**。TVBS新聞。上網日期:2016年10月15日,網址: <http://news.tvbs.com.tw/life/527996>。

三、碩士論文

1. 石金華(2006)。**餐飲來源國家形象、產品知識、產品屬性對消費者態度及購買意願之影響**。世新大學觀光學系:碩士學位論文。

四、雜誌

1. 蘇丹·卡瑪里(2004)。**大師解讀行銷**。出版社:天下雜誌。