

# 休閒體驗與消費滿意度之研究-以連鎖咖啡店星巴克為例

傅美麗, 朱達仁, 汪黛穎, 陳思樺

休閒遊憩規劃與管理學系

觀光學院

tajen@chu.edu.tw

## 摘要

美國星巴克與統一企業在台合作之連鎖咖啡店星巴克，自1998至2009年3月為止的十一年間，展店數已達223家，乃國內相當成功的連鎖咖啡店案例。咖啡店是典型的體驗型經濟，須提供良好的休閒體驗，方能得到較高的消費滿意度。本研究透過休閒體驗、消費滿意度、IPA等量表，於2009年11月7日~11月28日，對星巴克咖啡店之消費者進行網路問卷調查，得有效問卷335份。受訪者之屬性，以20~30歲之中北部大學生為主要族群，平均消費額度以一至二百元居多。研究結果顯示：(1)休閒體驗方面，以商標、店面外觀、店內裝潢、服務品質之體驗最佳，價格的感受則最差；(2)消費滿意度方面，以環境衛生、放鬆心情、裝潢設計之滿意度最佳，以停車規劃、空間規劃、動線指示最差；(3)IPA方面，最值得繼續保持的優勢為整體環境衛生、廁所清潔舒適、服務態度，亟待改善的項目為外帶區、用餐區、點餐區之空間規劃。總結，星巴克以品牌、衛生舒適的環境、訓練有素的服務態度擄獲大專學子的心，是其成功的關鍵，價位及空間使用分區的規劃則尚待改善。

關鍵字：休閒體驗、消費滿意度、咖啡店