

飲料市場調查之滿意度研究－以台灣南部地區為例

投稿類別：商業類

篇名：

飲料市場調查之滿意度研究－以台灣南部地區為例

作者：

陳建元。私立陽明工商。旅遊事務科二年孝班

指導老師：

林菱真老師

## 壹●前言

### 一、研究動機

首次自己動手撰寫小論文的我，這次要來探討現今台灣飲料市場的發展趨勢。飲料市場脈動活絡萬千，現今台灣的飲料市場營運可說是三步一小家的門庭若市，「茶飲市場已走向品牌競爭的局勢，尋找體質健全並具備學習型組織的加盟總部，才能讓加盟主在舞台上盡情發揮。」（天下雜誌，2013）因此國內飲料市場每年約可製造一百五十億元以上的商機。

市場中營銷活動也愈來愈講究品質的特性，無論哪個行業，中間消費層都在快速凋零，並改寫了我們大多數人的生活。然而如何讓飲料在市場中獲得民眾的青睞並且順利的鎖定消費族群，將是一道有挑戰性的課題，現代可說是人手一杯的趨勢，不少人的早、午、晚餐也都需要飲料的陪伴呢！以致於現今在街上人們幾乎都人手一杯在這大環境裡，消費者也愈來愈對飲料品質產生比較評估性，所以經營飲料業者每年趨向普遍競爭化，相對在挑戰性就高，因此飲料市場物流系統你該如何策劃呢？為什麼現今飲料成為大多少年輕人人手一杯的趨勢？如何引領這股風潮那麼熱絡歡迎？這些都是非常值得去探討的議題，也是我們的研究動機。

### 二、研究目的

消費者現今對於飲料品質、考量品牌的特殊個性愈來愈講究完美，所以飲料品質的知名度上在現今扮演不可或缺的角色，為何能供給消費者的高度需求度，而行銷手段又是造就出傲人銷售魅力的關鍵角色。

業者應善用創意表現產品差異，才能在不同的領域中，例如：大都會區、鄉鎮市區眾多商品中脫穎而出，因為現今飲料不僅征服了台灣甚至擴張到半個地球，如此高漲魅力也讓我興起好奇心，所以說業者要採取「低價」、「大容量」、「別出心裁的飲料特色」才能征服群眾。我們可以瞭解到近幾年台灣為何飲料市場不斷的盛行？而要經營一家飲料店又該如何去搜索資訊呢？對於研究之探討目的如下：

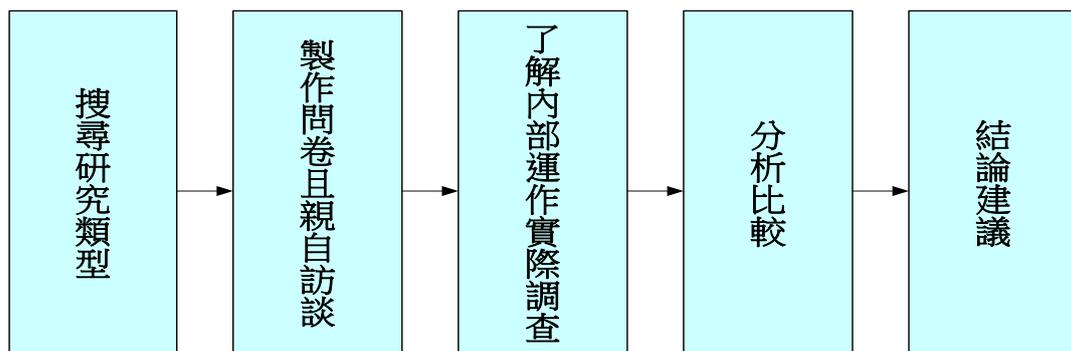
- (一) 探討飲料的消費忠誠度？
- (二) 探討大都會地區的消費者購買飲料意願度？
- (三) 探討鄉鎮地區的消費者購買飲料意願度？
- (四) 探討兩者地區消費者購買飲料意願之比較？

### 三、研究方法

#### (一) 研究方式

首先去搜尋有關知名連鎖店所經營內容，然後再深入了解內部運作過程，我們透過文獻相關資料整理出飲料市場經營過程，如何開創大市場的主流且策劃出人員調度，由於國內飲料業競爭過於激烈且呈現多元化的趨勢，大量業者加入營運的狀況下，縱使擴大了量販店的市場規模，也可能導致各量販店均感受到競爭之壓力，必須選擇分別以低價促銷的方式，並分別加強廣告及宣傳。根據報導，飲料市場目前相當熱門的行業，根據受訪者中每週至少喝一次飲料，其中手搖飲料類的比例較高（鳳凰故事屋，2013）可因為不同地區逐漸形成的特定產業資源供應務必須集中地，例如開創新技術資源、最佳的投資地點，必然需要經過選擇及具備較高研究面對來勢洶洶的同業競爭者，一家成功的店要有成功的『商品』、『服務』、『氣氛』，必須擁有完善的作業流程、管理模式、人力資源、服務態度等且必須有完善的資金、人手、技術、承擔風險能力。

#### (二) 研究流程



## 貳●正文

### 一、現泡飲料的起源

泡沫飲料起初日治時期盛行出現改良雪克杯後，調出細緻泡沫特徵品質要新鮮細緻，強調手搖為特色。〈維基百科：泡沫紅茶，2013〉

早在十多年前，飲料連鎖體系就日日在蒸發中了，當時在市場上並不被看好走入飲料市場，泡沫紅茶走紅台灣後也走紅世界其它國家。據統計，自一九九三年第一家泡沫紅茶在上海創立之後，如今估計至少已有五百多家，這期間的發展也僅僅數年而已，卻顯現了泡沫紅茶的一枝獨秀。泡沫紅茶，在近十余年來，紅透半天邊。它具有「傳統品味，現代追求」的空間布置，滿足年輕人追逐獨特的特色〈統喜企業有限公司：泡沫紅茶為何歷久不衰，2013〉

## 二、開創飲料店要素

原物料創新來源：例如：標準作業流程、品牌、空間裝潢及設備配當、教育訓練、帳目制度、收銀制度、試賣到上手（維基百科：行銷，2013）；很多有所謂自己開創的，所以很多開創經營業者就會自行去創造一種完美的研發配方、產品配方、原物料開發、行銷團隊、督導團隊與顧問團多元層面等等.....就會產生了一股重要的效應了。因為畢竟很多是第一次去勇於接觸經營，所以首先要觀察人家是這樣在規劃也是因為這樣，才知道加盟品牌經營的核心在哪裡，了解什麼是真的永續經營而且也要有良好的國際品質認知與管道，訂製與開發是許多屬於自己的專有特殊規格品與原料。

表一：飲料店加盟與不加盟的利與弊

	利	弊
加盟	通常會採取加盟好處有著明確的規章，可擁有自有事業又可獲得總部的協助，加盟總營運風險大減，也可享有總部的廣告促銷及不定期舉辦激勵性競賽而提昇業績	採取經營加盟時加盟金額可能會提高，況且必須配合總部的政策，缺乏彈性，往往失去商機和先機，加盟規劃流程也要按照公司制度行走，面對競爭對手時少了許多自主權
不加盟	能夠經營屬於自己的店面風格，能夠將自身想法無論是教育訓練及內部運作的彈性寬鬆許多，以單槍匹馬方式經營也就少了加盟金費，開創成功時獲得利益也會大幅提升	除了要隨時隨地顧慮經營層面外，標準化作業流程要抓準每一細節，而且經營店面風險高一旦經營開店失敗，往後的日子回逐漸入不敷出，改善的缺點也會很繁雜，自身競爭也會逐漸落寞。

(1) 行銷團隊：首要根基是要學會變化與運用品牌的力量來完成與深耕自己品牌的深度，良好的執行力將使企業擁有信心、行動力和資源，在新機會出現時，

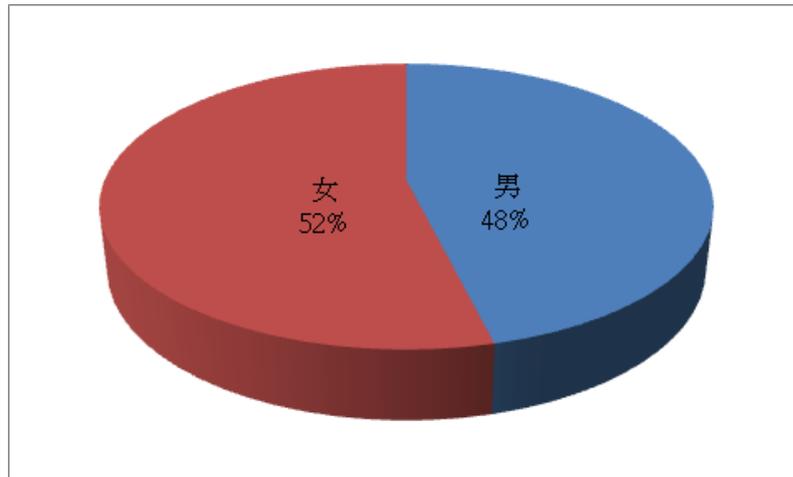
**快速掌握先機**（賴利·包熙迪，2002）那是一整套的策略如何讓消費者永遠記住你這家店，行銷的目的，在於徹底了解顧客，讓產品完全符合顧客的需求。（彼得杜拉克，2013）並且願意不斷來消費？與提高杯單價？就是所謂的行銷重點，我們可以善用優惠方式來做為整合的依據，也要不斷的了解市場趨勢變化與開店需求才能成功打動消費者的芳心

（2）開店地段：由於現今商圈特性不同，產業分佈業不同，所以業者選擇之地段會面臨另一種學問，像是開在馬路小的交通要道上，靠市區的三角窗店面是黃金店面是不錯的選擇，不過缺點就是店租經費會提高。假如經費預算沒有黃金店面也可以選擇開在例如：學校、交通轉運站（捷運、公車、火車.....）、醫院、市場或夜市.....等人潮聚集地區。

表二：開創店 SWOT 分析

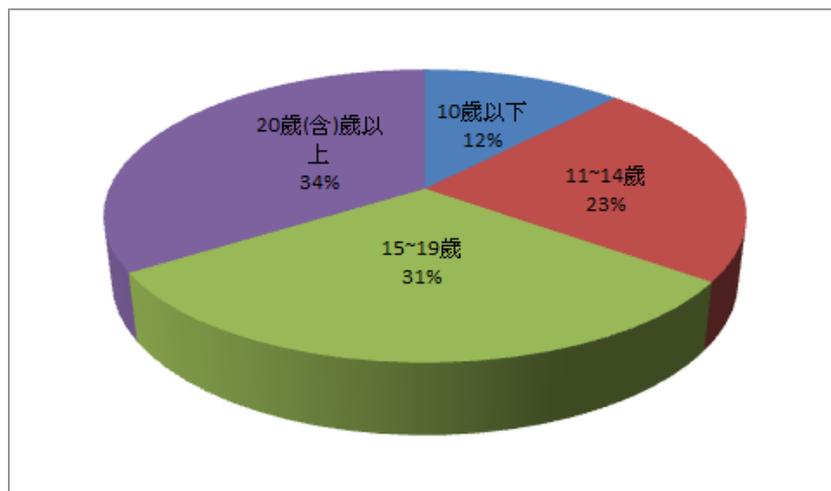
	優勢（Strengths）	劣勢（Weaknesses）
內部因素	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.價格低、滿足顧客的滿足感且服務品質佳。</li> <li>2.研發新口味加上融合季節性商品成功獲得民眾青睞。</li> <li>3.有些店家推出清涼且健康的現打果汁，對於健康是有益的。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.環境衛生差、設備短缺，服務怠慢。</li> <li>2.口味與其他店家大同小異導致民眾購買意願度降低。</li> <li>3.未能創新商品，民眾產生厭倦感。</li> </ol>
	機會（Opportunities）	威脅（Threats）
外部因素	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.選擇人口稠密度高的地段，引用促銷方式提高消費者購買慾。</li> <li>2.可以利用廣告宣傳和網路行銷提高本身知名度。</li> <li>3.充分了解消費者需求及口味，進而創造出多元化的商品。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.不同消費族群所能接受的口味不同。</li> <li>2.同款店家推出的新口味且大受好評，因而產生威脅。</li> <li>3.目前消費者偏於健康取向，所以養生類商品將來有可能會替代，但產品的威脅程度皆取決於本身的價格及品質。</li> </ol>

#### 四、研究結果與分析



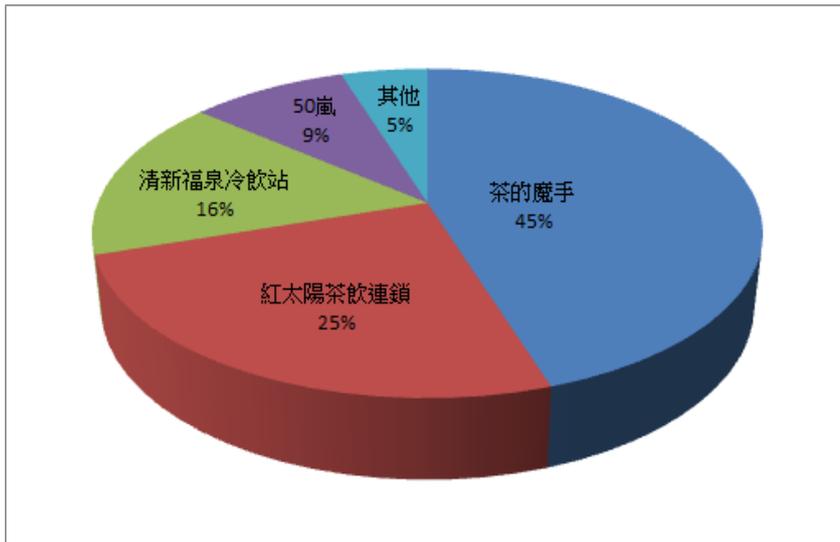
圖一、兩性統計分析圖

分析結果：根據統計出來由圖一可以知道男性 48% 消費者、女性 52% 消費者對於飲料統計出來比例不相上下，我們可以了解到對於飲料銷售量不分性別。



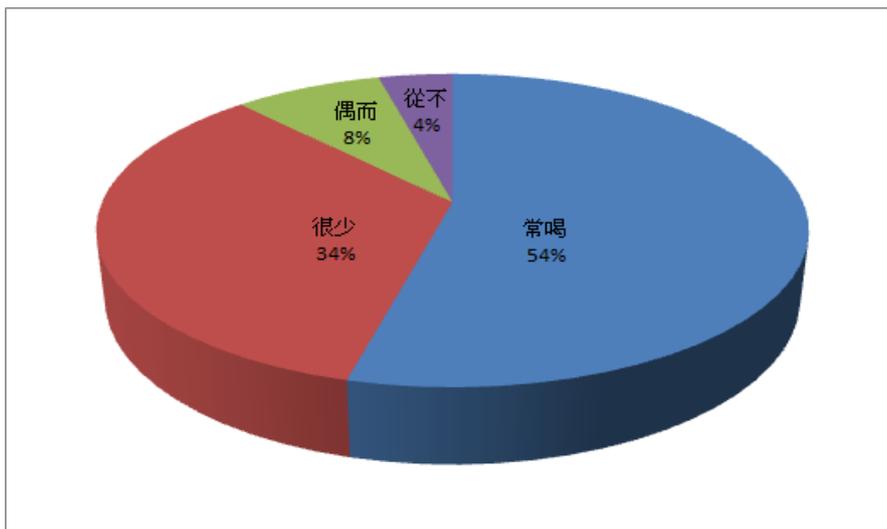
圖二、年齡階層分析圖

分析結果：現今社會裡不管是大都市區或是鄉鎮區都是人手一杯飲料的趨勢，但我們好奇對於消費族群中年齡並不知道約在何種階層中，根據圖二得知消費者年齡族群可以分析出約 20 歲(含)歲以上 34% 的消費族群較為居首，而 10 歲以下 12% 比例較為低，也就是大學生或是上班族群最熱烈。



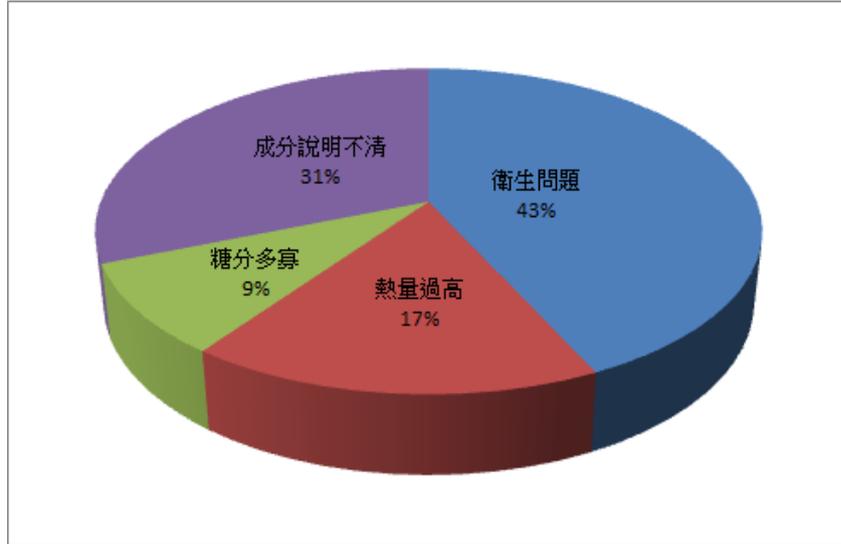
圖三、顧客對連鎖飲料店面分析圖

分析結果：走在南部的大街小巷裡總是看見許多連鎖飲料店如雨後春筍般的開幕，但面對許多家店競爭，飲料業者總是在飲料出奇百招發揮獨創風格為的就是受到消費者喜愛，但競爭當中有些店家總是格外受到消費者的醒目，所以我們對於各家店競爭中比較知名度也就格外好奇，經過我們調查結果後圖三得知到茶の魔手45%喜愛的比例最高，而已50嵐9%民眾意願度較低。



圖四、顧客消費頻率

分析結果：由於現今人們幾乎人手一杯飲料的趨勢下，但是究竟人們飲用飲料頻率來說是否為廣泛呢，根據調查南部地區民眾喝飲料的頻率顯示圖四人們的生活作息中還是以跟飲料脫離不了距離，顯現出常喝消費者族群54%對於飲料的魅力還是無法抵抗。



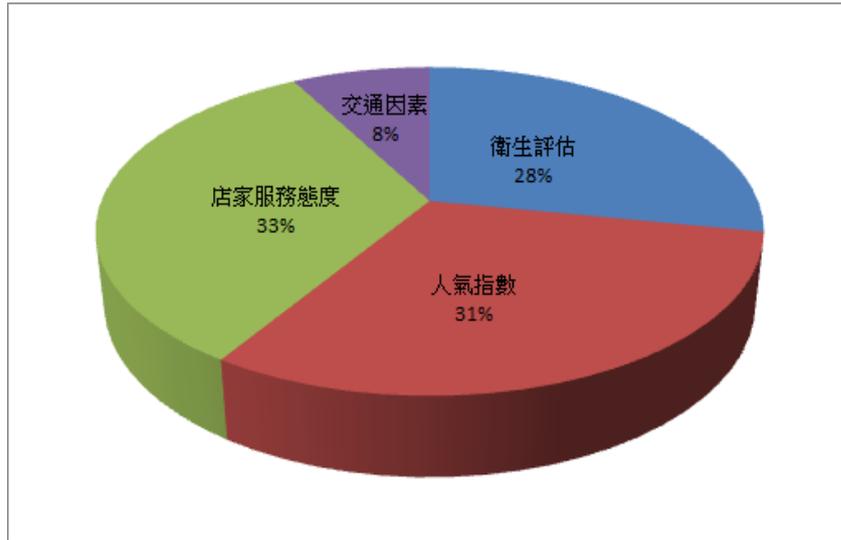
圖五、常見選購飲料考量情況

分析結果：當我們在選購飲料的同時常常對於飲料店不管是內部管理、衛生品質等，以及購買這家店飲料是否有安全的保障都相當的注重講究，所以說也讓我產生了好奇感想知道民眾購買飲料後曾經碰到因素時如何，根據我們發放問卷完統計出來後，衛生問題因素比例 43% 最高，成分說明不清 31% 也是常常遇到的因素，最後已糖分多寡 9% 因素比較少出現。



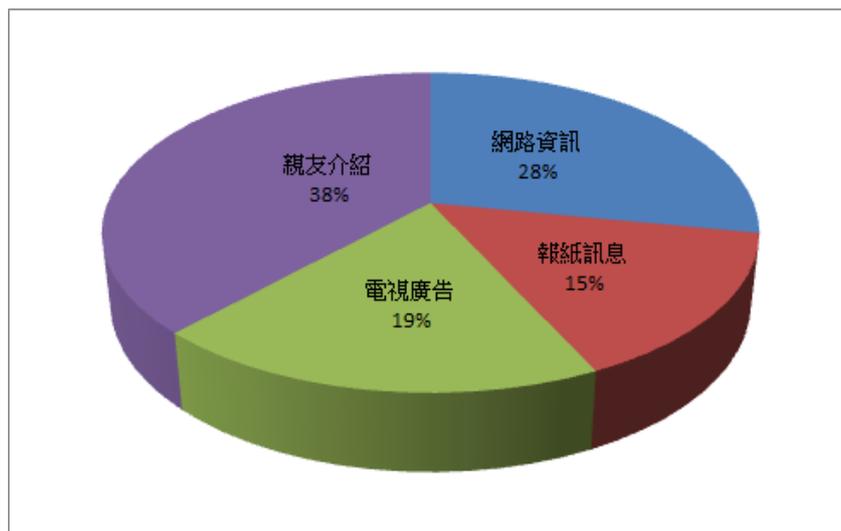
圖六、選擇喝飲料時機地點調查

分析結果：隨著現代人手一杯的飲料趨勢下，對於每個人飲用飲料時都會選在何個時段享用點，我們深感好奇心想一探究竟，根據問卷結果發現到竟然逛街時 36% 較為常見每個人喝著飲料頻率是最高，而聚會聊天 28% 也是佔了滿重的比例，可見大家還是以邊逛街邊聊天時能夠喝著涼爽飲料最為頻繁。



圖七、常見吸引民眾上門購買的因素

分析結果：根據圖七我們這次對飲料店的研究，研究到會吸引顧客上門購買的主要因素及選擇了這家店主要是讓你產生何種好感，根據統計結果得知會因為店家服務態度良好而前往去採買 33%比例最高，而人氣指數 31%與衛生評估 28%兩者也是相當講究的重點。



圖八、選購飲料店家訊息調查

分析結果：根據現今日新月異的情況下，所謂的「秀才不出門，能知天下事」應證了隨著時代的進步，現在即使你不出門也能從許多媒體管道知道日常資訊，而購買飲料過程也亦然能夠知道許多有關飲料廣告資訊，根據我們研究民眾通常都是由親友介紹 38%常見的訊息，而已報紙訊息 15%較為少見資訊來源。

## 參●結論

經過這次針對已南部地區飲料市場研究後，讓我更加了解到南部地區無論對於服務態度、衛生健康等相當的注重，尤其現今飲料店如雨後春筍般的林立也說明了南部愈來愈多人有喝泡沫飲料的習慣，可見假使自己經營一家飲料如果把自己的知名度、以及精準市場分析並且給顧客留有好的印象，商機有可能會無可限量、蒸蒸日上。

根據民間市調目前台灣民眾高達 5 成以上民眾，每天都需要飲料的陪伴可見飲料的魅力及商機正蓬勃發展當中，銷售量一天比一天更加成長進步，對於競爭愈來愈激烈的情況下，假使一味墨守成規終將被淘汰。業者該如何不斷推陳出新，如何站穩腳步將是一道相當具有學問的功課了。

## 肆●引註資料

天下雜誌：獨家四大經營術知名飲料店異軍突起。2013 年 5 月 28 日。

取自：<http://www.nownews.com/2009/05/12/11462-2449710.htm>

鳳凰故事屋。2013 年 6 月 7 日。取自：

[http://beboss.cla.gov.tw/cht/index.php?code=list&flag=detail&ids=44&article\\_id=2434](http://beboss.cla.gov.tw/cht/index.php?code=list&flag=detail&ids=44&article_id=2434)

維基百科：泡沫紅茶。2013 年 6 月 20 日。取自：

<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%B3%A1%E6%B2%AB%E7%B4%85%E8%8C%B6>

統喜企業有限公司：泡沫紅茶為何歷久不衰。2013 年 6 月 22 日。取自：

<http://www.tonhsi.com/tea-related-articles/34-why-babo-tea-so-popular-2.html>

維基百科:行銷。2013 年 6 月 29 日。取自：

<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E8%A1%8C%E9%8A%B7>

賴利·包熙迪（2002）。**執行力**。台灣：天下文化

彼得杜拉克（2013）。**企業的概念**。奧地利：天下文化

Yahoo 奇摩知識。2013 年 6 月 15 日。取自：

<http://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?qid=1206102915485>

敬啟者：

你好，我是陽明工商旅遊事務科二年孝班的學生，針對台灣飲料市場的鑽研分析問卷調查，台灣飲料店業市場在短短幾年間的發展，如白駒過隙之速度經營出蓬勃發展的高人氣，個人對於這之間發展產生了極大的興趣。因此我想藉由民眾購買飲料的過程來做調查，亟需您的珍貴意見，提供良好意見作為我改進方針，敬請給予協助，謝謝！

陽明工商旅遊事務科二年孝班 陳建元敬上

第一部份

1.性別？

男  女

2.年齡？

10 歲以下  11~14 歲  
 15~19 歲  20 歲 (含)歲以上

第二部分 基本消費者行為 (單選)

1. 請問下列飲料店中，您較喜歡 (或常喝)哪種，店名為？

茶の魔手  50 嵐  清心福全冷飲站  
 紅太陽茶飲連鎖  鮮茶道  其他 (\_\_\_\_\_)

2. 請問您時常有飲用飲料的習慣？

常喝  很少  偶而  從不

3. 請問您當你喝飲料時最怕擔心何種情況？

成分說明不清  衛生問題  熱量過高  糖分多寡

4. 請問您最常在何時會飲用飲料？

逛街時  運動後  用餐時  工作或上課時  聚會聊天

5. 請問您購買飲料的考量因素是什麼？

交通因素  店家服務態度  衛生評估  人氣指數

6. 請問您關於會去前往一家飲料店面購買的資訊來源是何處？

電視廣告  親友介紹  網路資訊  戶外廣告  報紙平面廣告

7. 請問您最能夠接受飲料的價格範圍是多少？

20~30  30~40 元  40~50 元  50 元以上

飲料市場調查之滿意度研究－以台灣南部地區為例