

G 主題餐廳成功關鍵因素之研究

陳威宇¹ 施孟隆²

摘要

本研究主要討論台東縣 G 主題餐廳之成功關鍵因素。採用層級程序分析法，分別訪問產業界，公部門，學界專家各三位，總計為 9 份。以「環境體驗」，「美食料理」，「食品衛生」，「服務品質」等四個評估構面及 13 個因素建構成功關鍵因素之程級架構。整合產業界，公部門，學界等專家之綜合評估結果，發現 G 主題餐廳之成功的關鍵因素包括「環境清潔」，「環境狀況」，「動線設計」，「重點需求」與「食品衛生」等五個因素。研究結果將提供主題餐廳業者實務運作及未來有興趣開設主題餐廳之創業者作為重要參考。

關鍵詞：主題餐廳、層級程序分析法、關鍵因素。

¹ 國立台東大學文化資源與產業學系碩士班研究生

² 國立台東大學文化資源與產業學系教授與通訊作者

壹、緒論

一、研究背景與動機

民以食為天，餐廳屬於民眾日常接觸最頻繁產業之一，根據行政院主計處統計(2017)，餐飲業之從業人數，從 102 年的 29 萬 5,126 人成長至 106 年的 34 萬 5,694 人，每年增加幅度約在 3%至 5%之間。在餐飲業銷售額方面，自 102 年的 3,749 億元，增加至 106 年的 5,163 億元，每年成長率在 6%至 10%之間。依上述資料顯示，台灣餐飲業從業人員與銷售額皆逐年成長，由此可見，餐飲業具有龐大商機，開設餐廳也成為熱門創業選項之一。

現今餐飲業的行銷方式愈來愈注重於強化其在消費者心中的印象，期望透過各種產品、服務及營造的氣氛，使消費者能夠沉醉在消費過程中，產生愉快的感覺，進而留下長久的美好體驗記憶(陳盈儒等，2009)。可見消費者除了評價食物好吃與否之外，也逐漸重視食物以外的各面向提供之氛圍，甚至以此判斷是否再次前往消費。

主題餐廳主要是透過空間規劃、裝飾佈置與娛樂安排，以鮮明的主題或特定的風格來吸引消費者前來消費(李志仁等，2012)。在目前餐飲業面臨如此競爭的環境之下，餐廳找出屬於自己的主題與特色，是必要的趨勢。

在大學期間研究者曾經與同學在校內開設實習咖啡廳，我們的構想是以海洋為主題的咖啡廳，受限於經費及環境因素，所以無法完全營造出海洋氣息的氛圍，但也引起研究者對主題式餐廳的興趣。因此，後來到了國內餐飲集團龍頭旗下的 G 餐廳打工，身處於集團內部不僅對主題式餐飲有更深的接觸，同時也產生更大的好奇，此集團旗下的每個品牌皆有自己的主題，像 G 餐廳的主題是日式禪風，服務是採用主人式的服務，希望把顧客當成自己的朋友一般接待，讓顧客就像到朋友家用餐般放鬆且心情愉悅，也確實吸引到許多顧客，但我好奇的是在如此競爭的環境之下，主題餐廳究竟該如何經營才能屹立不搖，有鑑於業者在創業之前，需要有更多研究基礎做為參考與評估之依據，降低創業失敗之風險，可見本研究之重要性。

二、研究目的

基於前述之研究背景與動機，本研究的主要的目的如下：

- (一) 建構出主題餐廳成功關鍵因素之層級架構。
- (二) 探究主題餐廳之成功關鍵因素。
- (三) 此研究結果可以提供給未來創業者作為參考。

貳、文獻探討

一、主題式餐廳

所謂主題通常是個有系統的概念或一個整體性的描述；而要成為一個有主題的消費場所，就是要讓消費者在進來後能感受到這地方的主題性 (Beardsworth and Bryman, 1999)。主題式餐廳之裝潢、環境、服務、餐點皆必須讓消費者能清楚感受到所要表達之主題。

吳柏叡、萬捷雄、陳盛彬、吳柏成 (2016) 的研究指出，主題式餐廳除了提供消費者在餐飲上的服務外，更希望藉由創造美好的視覺景觀，提供消費者在視覺環境與氣氛感受上更良好的休閒體驗。但在此研究的後面提到消費者所受之服務品質與滿意程度，並不會影響他對於用餐氣氛與情調的情緒體驗 (吳柏叡、萬捷雄、陳盛彬、吳柏成，2016)。這跟研究者過去接觸相關行業的體驗大不相同，因為餐廳所提供之服務品質與消費者滿意程度，往往會對顧客之情緒體驗造成極大的影響。趙怡柔 (2015) 的研究只以 SWOT 分析及五力分析作為分析方式，未能清楚列出主題餐廳之關鍵成功因素。

陳仲銘 (2015) 的研究歸納出五項主題餐廳的重要成功元素為：

(一) 具有特色的空間設計、(二) 餐廳獨特的料理美食、(三) 適當合理的用餐價格、(四) 服務親切的服務人員、(五) 用餐後的總體體驗值。但此研究在結論部分提到味道和價格已經不再是餐廳最重要之經營模式，文章前後產生矛盾，因此本研究希望藉由層級程序分析法來釐清主題餐廳關鍵成功因素之優先次序。

二、主題式餐廳成功關鍵因素

成功關鍵因素是一個組織為了達到目標所需管理控制的指標與訊息 (Munro & Wheeler, 1980)。換句話說，成功關鍵因素是指提供管理者有效的重要決策資訊，藉此獲得較佳的競爭優勢 (Rochart, 1979)。以主題餐廳而言，經營者在面對眾多決策因素，要將資源首重用於何項關鍵因素，即為一項最重要之課題。

關保佑、林源明、王月鶯 (2015) 之研究提出四點建議作為主題餐廳經營者重要參考依據，(一) 主題餐廳應首重環境整潔與衛生、(二) 注意食材採購來源、(三) 落實第一線接觸消費者之服務人員的教育訓練、(四) 建構標準化服務流程。簡若昀、車成緯、劉德彥、李青松 (2018) 的研究亦指出餐廳需首重環境衛生清潔。

將成功關鍵因素之概念應用於主題式餐廳之研究目前相當稀少，也彰顯出本研究之獨特性與重要性。

表 1 層級分析架構之建構來源表

第二層評估構面	對應之參考文獻
美食料理	陳仲銘 (2015)。關保祐、林源明、王月鶯 (2015)。
服務品質	陳仲銘 (2015)。關保祐、林源明、王月鶯 (2015)。
環境體驗	吳柏叡、萬捷雄、陳盛彬、吳柏成 (2016)。陳仲銘 (2015)。關保祐、林源明、王月鶯 (2015)。簡若昀、車成緯、劉德彥、李青松 (2018)。
價格合理	陳仲銘 (2015)。關保祐、林源明、王月鶯 (2015)。
第三層評估要素	
餐點口味	陳仲銘 (2015)。
食品衛生	關保祐、林源明、王月鶯 (2015)。
創意料理	陳仲銘 (2015)。
主題服務	關保祐、林源明、王月鶯 (2015)。
注重需求	陳仲銘 (2015)。關保祐、林源明、王月鶯 (2015)。
專業技能	關保祐、林源明、王月鶯 (2015)。
環境氛圍	吳柏叡、萬捷雄、陳盛彬、吳柏成 (2016)。陳仲銘 (2015)。
動線設計	陳仲銘 (2015)。
環境清潔	關保祐、林源明、王月鶯 (2015)。簡若昀、車成緯、劉德彥、李青松 (2018)。
食材品質	陳仲銘 (2015)。關保祐、林源明、王月鶯 (2015)。
餐點份量	陳仲銘 (2015)。
餐廳裝潢	陳仲銘 (2015)。

資料來源:本研究自行整理

參、研究設計與方法

一、研究架構

(一) 層級分析架構之建構

本研究依據文獻回顧（例如：Beardsworth and Bryman, 1999；吳柏叡、萬捷雄、陳盛彬、吳柏成，2016；陳仲銘，2015；關保祐、林源明、王月鶯，2015；簡若昀、車成緯、劉德彥、李青松，2018），訂定之層級分析架構如圖一所示。本研究架構包括：第一層目標為「主題式餐廳成功關鍵因素」，第二層評估構面包括美食料理、服務品質、環境體驗、價格合理等四項評估構面。各評估構面中分別有三項評估要素，包括美食料理中的餐點口味、食品衛生、創意料理；服務品質中的主題服務、注重需求、專業技能；環境體驗中的環境氛圍、動線設計、環境清潔；價格合理中的食材品質、餐點份量、餐廳裝潢。

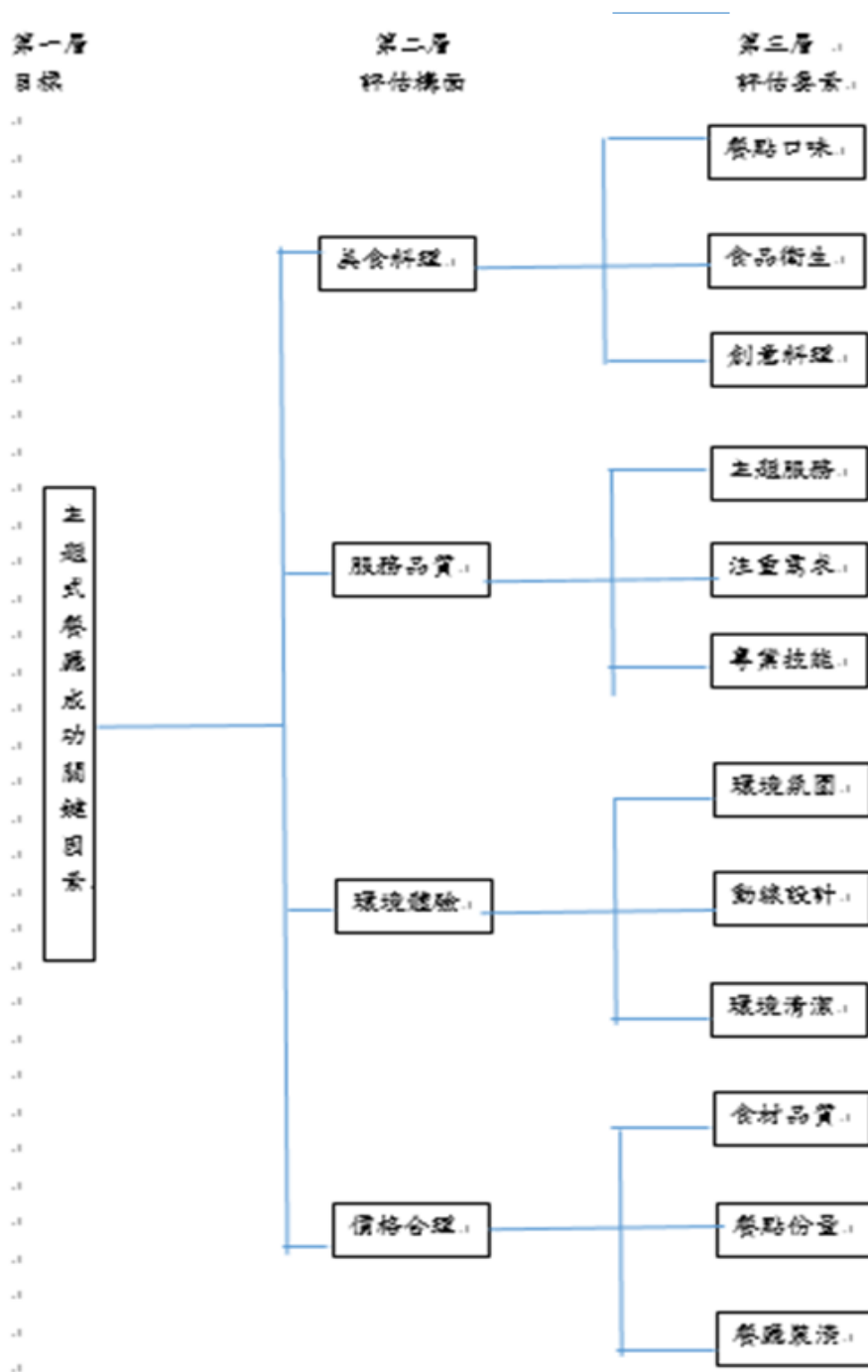


圖 1 本研究層級分析架構

(二) 層級分析架構之定義

1. 評估構面與評估要素之操作性定義

本研究層級架構中各評估構面與評估要素 (Beardsworth and Bryman, 1999; 吳柏叡、萬捷雄、陳盛彬、吳柏成, 2016; 陳仲銘, 2015; 關保祐、林源明、王月鶯, 2015; 簡若昀、車成緯、劉德彥、李青松, 2018) 之操作性定義彙整如下:

第一層目標：「主題式餐廳成功關鍵因素」—探討與建構出主題式餐廳之成功關鍵因素的發展架構。

第二層級評估構面：

- (1) 美食料理:包含料理之色彩、香味、設計、營養、衛生等因素，以及餐點是否具有創意性及獨特性。
- (2) 服務品質:服裝、儀容、談吐、尊重客人、重視顧客需求、專業的知識和技能，以及主題餐廳之主題服務一致性等因素。
- (3) 環境體驗:環境主題性、舒適、清潔、動線設計等因素。
- (4) 價格合理:包括使用食材之品質、餐點之份量以及餐廳裝潢，對應到餐點價格之合理性。

第三層級評估要素：

- (1) 餐點口味:餐點之色、香、味俱全。
- (2) 食品衛生:從食材的處理，到送上餐桌，整個過程皆保持衛生。
- (3) 創意料理:料理具創意性及獨特性。
- (4) 主題服務:服務人員之服裝、儀容、談吐，符合餐廳之主題性。
- (5) 注重需求:相當尊重客人、且極度注重顧客需求。
- (6) 專業技能:服務人員具備專業知識及技能。
- (7) 環境氛圍:整體環境規劃要符合餐廳之主題。
- (8) 動線設計:動線安排與設計，符合安全性及便利性。
- (9) 環境清潔:餐廳環境清潔。
- (10) 食材品質:使用之食材品質對應價格之合理性。
- (11) 餐點份量:餐點提供之份量對應價格之合理性。
- (12) 餐廳裝潢:餐廳整體裝潢對應價格之合理性。

二、問卷設計

本研究將初步建構的 AHP 專家問卷進行專家意見徵詢，以確保問卷的效度，並依專家的意見回饋做適當的問卷修正與調整。確立 AHP 專家問卷內容後，進行 AHP 專家問卷正式施測，層級程序分析法之問卷設計，是對任兩個因素進行相對重要性之評比，其成對比較的尺度分為「同等重要」、「稍微重要」、「重要」、「相當重要」、「非常重要」，並分別以數值 1、3、5、7、9 表示其強度，如表二所示。本研究問卷包含第二層構面之美食料理、服務品質、環境體驗、價格合理，共六個問項；第三層要素之餐點口味、食品衛生、創意料理、主題服務、注重需求、專業技能、環境氛圍、動線設計、環境清潔、食材品質、餐點份量、餐廳裝潢，共十二個問項，如附件一所示。

表 2 AHP 之評比標度表

重要性強度	定義	說明
1	同等重要	您認為 A 與 B 對您的目標有相同貢獻
3	稍微重要	您認為 A 比 B 稍微重要
5	重要	您認為 A 比 B 重要
7	相當重要	您認為您對 A 有強烈的偏好
9	非常重要	您認為 A 之重要性絕對凌駕於 B

資料來源:本研究自行整理

三、研究範圍

本研究以臺東 G 主題式餐廳為研究範圍。

四、抽樣調查

本研究之抽樣方式採用立意抽樣，區分為：產業界專家、公部門專家及學者專家等三類，先發放專家效度問卷施行前測，專家效度問卷抽樣數為產業界專家 1 名、公部門專家 1 名、學者專家 1 名，共計 3 名。再發放 AHP 正式專家問卷，AHP 專家問卷抽樣數為產業界人士 3 名、學者專家 3 名、公部門專家 3 名，共計 9 名。

五、研究方法

層級程序分析法是美國匹茲堡大學教授 Saaty 於 1971 年所提出，此方法主要應用於探究許多不確定因素，以及面對具有多項評估準則時進行決策之用（王興國，2005）。AHP 方法在進行評估上，主要是分為兩大階段，第一是層級的建立，第二是層級評估。AHP 首先將複雜之系統，匯集專家學者及決策者之意見評估，以簡明之要素層級加以表示，並藉著比率尺度（Ratio Scales）及名目尺度（Nominal Scales）來做為要素的成對比較，並建立矩陣，據以求得特徵向量，代表該層級要素的優先順位；並衍生出最大特性根（特徵值），用以評定成對比較矩陣一致性的強弱，工作決策資訊取捨與否與再評估之參考指標。因此 AHP 的進行步驟，將可建立如下四個步驟。

- （一）建立層級（Hierarchy）。如圖一研究架構所示。
- （二）建立成對比較矩陣（Pairwise Comparison Matrix）。

成對比較矩陣之建立，在於求取要素間之相對重要程度，並進行要素間的成對比較。因此若有 n 個要素，則必須進行 $2nC$ 次比較。而此成對比較過程一般是匯集專家學者做群體評估，以求出相同評估觀點及一致的評比。若是有相異的評比，亦允許同時存在。接著將 n 個要素比較的衡量結果，建立如下的成對比較矩陣。

$$A = \begin{bmatrix} 1 & A_{12} & \wedge & A_{1n} \\ 1/A_{12} & 1 & \wedge & A_{2n} \\ M & \wedge & O & M \\ 1/A_{1n} & 1/A_{2n} & \wedge & 1 \end{bmatrix}$$

(三) 計算優先向量 (Eigen Vector)。

為了瞭解所建立模型的一致性，成對比較矩陣建立後，即可利用數值分析求取特徵向量。而特徵向量的解法，Saaty(1982)提出共有四種近似解法。分別為 1. 行向量平均值的常態化 (Average of Normalized Columns, ANC)，2. 列向量平均值的常態化 (Normalization of the Row Average, NRA)，3. 列向量幾何平均值的常態化 (Normalization of the Geometric Mean of the Rows, NGM)，行向量和倒數的標準化。實務上均採用前三種方法來求得特徵向量。而第三種 NGM 法最為常用。因此本研究採用 NGM 法計算特徵向量如下：

$$W_i = \frac{\left(\prod_{j=1}^n a_{ij} \right)^{\frac{1}{n}}}{\sum_{i=1}^n \left(\prod_{j=1}^n a_{ij} \right)^{\frac{1}{n}}} \quad i, j = 1, 2, \dots, n$$

(四) 計算最大特徵值 (Maximized Eigenvalue)。

最大特徵值的計算，首先將成對比較矩陣 A 乘以求得之特徵向量 W ，得到一個新的向量 W' ，而 W' 之每一向量值分別對應除以原向量 W 之每一向量值，最後將所得之所有數值，求算其算數平均數，即可求得 λ_{max} 。

$$\begin{bmatrix} 1 & A_{12} & \wedge & A_{1n} \\ 1/A_{12} & 1 & \wedge & A_{2n} \\ M & \wedge & O & M \\ 1/A_{1n} & 1/A_{2n} & \wedge & 1 \end{bmatrix} \bullet \begin{bmatrix} W_1 \\ W_2 \\ M \\ W_n \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} W_1' \\ W_2' \\ M \\ W_n' \end{bmatrix}$$

$$\lambda_{\max} = \frac{1}{n} \left(\frac{W_1'}{W_1} + \frac{W_2'}{W_2} + \wedge + \frac{W_n'}{W_n} \right)$$

本研究藉由層級程序分析法 (Analytical Hierarchy Process, AHP), 以計算出四項構面之優先順位, 此一優先順位即可作為主題餐廳之成功關鍵因素之相對權重。此外, 藉由連接所有比對矩陣之一致性指標 (Consistency Index, C. I.) 求算各層級之一致性指標與一致性比率 (Consistency Ratio, C. R.), 以評估本研究之可信度。AHP 法主要是採用一致性指標 (Consistency Index, C. I.) 及一致性比率 (Consistency Ratio, C. R.) 作為一致性的鑑定。

$$C. I. = \frac{\lambda_{MAX} - n}{n - 1}$$

其中,

C. I. = 0 表示前後判斷具有一致性, 而 C. I. > 0 則表示前後判斷不一致。而一致性比率 (C. R.) 為相同階數的矩陣下, 一致性指標 (C. I.) 與隨機指標 (Random Index, R. I.) 的比率。階數 n 與其相對應的隨機指標 R. I. 如下表所示 (Satty, 1980):

$$C.R. = \frac{C.I.}{R.I.}$$

若 C. R. \leq 0.1 則一致性程度視為滿意。

Saaty(1980)建議一致性比率應小於等於 0.1, 其一致性的程度才是可以接受。若所建立的層級超過一層, 則必須求算整體一致性指標 (C. I. H), 其計算方式如下:

$$C.R.H = C.I.H / R.I.H$$

$$C.I.H = \sum(\text{每層級的優先向量}) * (\text{每層級C.I.值}) \quad R.I.H = \sum(\text{每層級的優先向量}) * (\text{每層級R.I.值})$$

若 $C.R.H \leq 0.1$ ，則層級的一致性可以接受。

表 3 隨機指標表

N	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
R. I.	0	0	0.58	0.90	1.12	1.24	1.32	1.41	1.45	1.49	1.51	1.48	1.56	1.57	1.59

資料來源：Saaty, T. L. (1980), The Analytic Hierarchy Process, Pittsburgh: RWS Publication.

肆、實證結果分析

一、樣本分析

本研究於 2019 年 5 月 18 至 2019 年 5 月 20 日發放「專家效度問卷」，共計 3 份，依照專家的意見回饋進行問卷修正與調整後，於 2019 年 5 月 23 日至 2019 年 5 月 31 日發放正式的「AHP 專家問卷」，專家問卷對象為對主題式餐廳經營具相關經驗之產業界、學界專家與公部門專家，共計發放 AHP 專家問卷 9 份，問卷回收 9 份，問卷回收率為 100%。全體回收之專家問卷須通過 AHP 的一致性檢定 ($C.R. \leq 0.1$)，始得計入有效問卷樣本，回收總問卷 9 份當中，通過一致性檢定的有效問卷共 9 份，問卷有效率為 100%。分析結果說明如下。

二、第二層級評估構面相對重要性之比較

依照各構面的權重大小，其排序如表四所示。產業界、公部門及學者專家均認為環境體驗相對最重要，而價格合理之相對重要性較低。就全體而言，以環境體驗相對最重要，其次依序為美食料理、服務品質、價格合理。此結果顯示在主題餐廳之成功關鍵因素中，應首重環境體驗，相較而言，價格合理則被列為最後評估的選項。

表 4 主題餐廳第二層級評估構面相對重要性之比較

構面 名稱	學者		業者		公部門		全體	
	權重	排序	權重	排序	權重	排序	權重	排序
美食 料理	0.330	2	0.368	2	0.165	3	0.2670	2
服務 品質	0.199	3	0.155	3	0.207	2	0.1950	3
環境 體驗	0.341	1	0.413	1	0.583	1	0.4776	1
價格 合理	0.131	4	0.064	4	0.046	4	0.0604	4
備註	C. R. = 0.02		C. R. = 0.03		C. R. = 0.04		C. R. = 0.03	

資料來源:本研究自行整理

三、第三層級評估要素相對重要性之比較

在美食料理各要素之相對重要性之比較，如表五所示。各界觀點略有差異，學者認為食品衛生最為重要，而創意料理相對重要性最低；業者認為創意料理相對最重要，而餐點口味相對重要性最低；公部門專家亦認為食品衛生最為重要，而餐點口味相對重要性最低。全體而言，食品衛生相對最重要，其次依序為創意料理、餐點口味。

表 5 美食料理各要素相對重要性之比較

要素 名稱	學者		業者		公部門		全體	
	權重	排序	權重	排序	權重	排序	權重	排序
餐點 口味	0.337	2	0.258	3	0.253	3	0.2611	3
食品 衛生	0.423	1	0.289	2	0.453	1	0.3916	1
創意 料理	0.240	3	0.453	1	0.294	2	0.3472	2
備註	C. R. = 0.00074		C. R. = 0.00684		C. R. = 0.00201		C. R. = 0.0038	

資料來源:本研究自行整理

在服務品質各要素相對重要性之比較，如表六所示。在各界的觀點中，學者與業者均認為注重需求相對最重要，而公部門專家卻認為主題服務相對最重要。就全體而言，注重需求的相對重要性最大，其次依序為主題服務、專業技能。

表 6 服務品質各要素相對重要性之比較

要素 名稱	學者		業者		公部門		全體	
	權重	排序	權重	排序	權重	排序	權重	排序
主題 服務	0.132	3	0.305	2	0.670	1	0.3705	2
注重 需求	0.570	1	0.512	1	0.234	2	0.4172	1
專業 技能	0.298	2	0.182	3	0.097	3	0.2123	3
備註	C. R. =0.00684		C. R. =0.00036		C. R. =0.04		C. R. =0.02	

資料來源:本研究自行整理

在環境體驗各要素相對重要性之比較，如表七所示。在各界的觀點中，均認為環境清潔最重要，故有關環境體驗需特別注重此要素。就全體而言，環境清潔的相對重要性最大，其次依序為動線設計、環境氛圍。

表 7 環境體驗各要素相對重要性之比較

要素 名稱	學者		業者		公部門		全體	
	權重	排序	權重	排序	權重	排序	權重	排序
環境 氛圍	0.169	3	0.170	3	0.245	2	0.1984	3
動線 設計	0.223	2	0.310	2	0.066	3	0.2267	2
環境 清潔	0.608	1	0.520	1	0.689	1	0.5749	1
備註	C. R. =0.00829		C. R. =0.02		C. R. =0.05		C. R. =0.02	

資料來源:本研究自行整理

在價格合理各要素相對重要性之比較，如表八所示。在各界的觀點中，學者及業者均認為食材品質相對最重要，然而公部門專家則認為餐廳裝潢相對最重要。就全體而言，餐廳裝潢的相對重要性最大，其次依序為食材品質、餐點份量。

表 8 價格合理各要素相對重要性之比較

要素 名稱	學者		業者		公部門		全體	
	權重	排序	權重	排序	權重	排序	權重	排序
食材 品質	0.528	1	0.521	1	0.242	2	0.4029	2
餐點 份量	0.201	3	0.206	3	0.072	3	0.1342	3
餐廳 裝潢	0.271	2	0.273	2	0.686	1	0.4630	1
備註	C. R. =0.09		C. R. =0.03		C. R. =0.05		C. R. =0.06	

資料來源:本研究自行整理

四、整體評估要素權重分析

將第三層要素之權重與其上一層構面的權重相乘，即可得出第三層各要素的綜合權重，基於此用以排列各要素相對重要性的次序，其排序結果如表九所示。各界的觀點略有差異，學者認為較為重要的前五項要素依序為：環境清潔、食品衛生、餐點口味、注重需求、創意料理；業者認為較重要的前五項要素依序為：環境清潔、創意料理、動線設計、食品衛生、餐點口味；公部門專家認為較重要的前五項要素依序為：環境清潔、主題服務、環境氛圍、食品衛生、創意料理。就全體而言，前五項相對重要的要素依序為：環境清潔、環境氛圍、動線設計、注重需求、食品衛生。

表 9 整體評估要素權重數

要素 名稱	學者		業者		公部門		全體	
	權重	排序	權重	排序	權重	排序	權重	排序
餐點 口味	0.136	3	0.103	5	0.058	6	0.0445	8
食品 衛生	0.17	2	0.115	4	0.104	4	0.0605	5
創意 料理	0.097	5	0.181	2	0.067	5	0.0505	6
主題 服務	0.024	12	0.045	8	0.131	2	0.0461	7
注重 需求	0.103	4	0.076	6	0.046	7	0.0628	4
專業 技能	0.054	8	0.027	10	0.019	10	0.0267	9
環境 氛圍	0.049	9	0.066	7	0.131	2	0.0733	2
動線 設計	0.064	7	0.121	3	0.035	8	0.0633	3
環境 清潔	0.176	1	0.203	1	0.368	1	0.23	1
食材 品質	0.067	6	0.032	9	0.01	11	0.0199	10
餐點 份量	0.026	11	0.012	12	0.003	12	0.0065	12
餐廳 裝潢	0.035	10	0.017	11	0.029	9	0.0197	11
備註	C. R. =0.02		C. R. =0.02		C. R. =0.04		C. R. =0.03	

資料來源:本研究自行整理

伍、結論與建議

一、結論與討論

依據本研究結果與發現，歸納重要結論如下：

(一)「環境體驗」是最重要的評估構面

依據研究結果顯示，在各評估構面中，以「環境體驗」最為重要，「美食料理」次之，「價格合理」重要性最低。也就是說，主題式餐廳應首重提供良好環境體驗，並且重視美食料理。研究結果與吳柏叡、萬捷雄、陳盛彬、吳柏成（2016）所提出主題式餐廳除了提供消費者在餐飲上的服務外，更希望提供消費者在視覺環境與氣氛感受上更良好的休閒體驗的概念相符。此外，研究發現一般餐廳業者相當重視之「價格合理」，在本研究的評估構面中重要性反而被列為最低，符合陳仲銘（2015）的研究提到價格不再是餐廳最重要之經營模式。主題餐廳業者對於相關資源的分配應更加審慎合宜。

(二) 在「美食料理」評估構面中「食品衛生」最重要；「服務品質」評估構面中「注重需求」最重要；「環境體驗」評估構面中「環境清潔」最重要；「價格合理」評估構面中「食材品質」最重要。研究結果顯示，在美食料理方面，從食材的處理，到送上餐桌，整個過程是否保持衛生，是最為重要的要素。此結果與關保祐、林源明、王月鶯（2015）所提主題餐廳應首重環境整潔與食品衛生之理念相符。在服務品質方面，則以極度注重顧客需求，最能提升整體的服務品質。陳仲銘（2015）的研究中也強調注重顧客需求對服務品質的影響力。在環境體驗方面，結果顯示資源有限的情况下，重視環境清潔比動線設計及打造環境氛圍來得重要。此結果與簡若昀等人（2018）所提餐廳需首重環境衛生清潔之結果相符。在價格合理方面，食材品質被認為最為重要，與關保祐、林源明、王月鶯（2015）所提主題餐廳需相當注意食材採購之結果相符。換言之，食材的品質會直接影響顧客的味覺感受，也是主題餐廳營運的重要關鍵。

(三) 整體層級評估要素前五名依序為：環境清潔、環境氛圍、動線設計、注重需求、食品衛生。研究結果顯示，主題餐廳的經營，首重環境體驗的環境清潔，其次為環境氛圍，推測原因為主題餐廳是一種極度重視環境體驗的另類餐廳，整潔的環境與舒適的氛圍成為顧客重要的第一印象，是主題餐廳成功與否的關鍵。動線設計重要性居第三，表示動線的安排也是非常重要，畢竟安全性與便利性在餐廳經營上是不容忽視的。注重需求重要性居第四，事實上，無微不至的服務一直是主題餐廳所相當重視的。食品衛生重要性居第五，表示顧客覺得食品安全是餐廳經營中最基本的，講究衛生有其必要性。

二、建議

針對以上研究結論提出建議，分述如下。

(一) 對主題餐廳業者之建議

1. 提供良好環境體驗，可有效提升來客數

依據本研究結論建議主題餐廳經營者應首重環境體驗，主題餐廳之所以比一般餐廳更有吸引力，是因為它的整體規劃皆充滿主題性，從營造主題式氛圍開始，到完善的動線設計規劃，最重要的是保持餐廳環境之清潔，找出專屬於此餐廳之特色，就能吸引更多顧客來此消費。

2. 講究食材品質與加強食品衛生管理

近年來，由於食品安全問題頻傳，消費者越來越重視食品衛生與食材來源。依據本研究結論建議，主題餐廳除了提供美味且具創意的料理，更重要的是，從食材的處理過程，到送上餐桌的每個程序皆應保持衛生，並且講究食材的來源確保品質，以維持良好的顧客口碑。

(二) 對後續研究之建議

隨著主題式餐廳數量快速成長，建議未來研究者可以其他主題式餐廳為研究場域，甚或擴大研究範圍，為各式主題餐廳歸納出成功關鍵因素，以做為未來想要開設主題式餐廳之創業者的重要參考依據。

(三) 研究限制

本研究以台東G主題式餐廳為研究範圍，研究結果無法全然推論到所有的主題式餐廳，因此，有關主題式餐廳之經營，應考量各主題式餐廳間的差異，依照個案的實際狀況參考運用之。

參考文獻

1. 王興國，2005，科學工業園區開發工程分標原則之研究，國立交通大學碩士論文。
2. 李志仁、宋同正、蔡登傳，2012，「服務場域與品質知覺之關聯性：以主題餐廳為例」，設計學報，17(4):1-20。
3. 吳柏叡、萬捷雄、陳盛彬、吳柏成，2016。主題式餐廳消費滿意、消費體驗與忠誠度之研究。中原體育學報，8:95。
4. 陳仲銘，2015，主題式餐廳規劃設計—以上海百家班活蝦餐廳為例，國立臺北教育大學碩士論文。
5. 陳盈儒、熊婉君、雷文谷，2009，運動主題餐廳顧客消費體驗之研究，休閒暨觀光產業研究，4(1):68-90。
6. 趙怡柔，2015，臺灣主題式餐飲業經營策略之探討-以執事餐廳為例，嶺東科技大學碩士論文。
7. 簡若昀、車成緯、劉德彥和李青松，2018，打造孩子的夢想餐廳：親子餐廳經營之關鍵成功因素，運動休閒餐旅研究，13(1):1-16。
8. 關保祐、林源明和王月鶯，2015，主題餐廳消費者對料理創新、服務專業、環境美化指標之服務品質之研究，運動與觀光研究，4(2):30-44。
9. 經濟部統計處，2018，臺灣地區餐飲業調查，線上檢索時間：2019年4月20日，取自
https://www.moea.gov.tw/Mns/dos/bulletin/Bulletin.aspx?kind=10&html=1&menu_id=6732
10. Alan, Beardsworth, and Alan, Bryman, 1999, "Meat consumption and vegetarianism among young adults in the UK: An empirical study, Harvard Business Review," 57 (2):81-93.

11. Munro, M. C., and Wheeler, B. R., 1980, "Planning, critical success factors, and management's information requirements." MIS Quarterly, 4 (4):27-38.
12. Rochart, J. f.,1979, "Chief executives define their own data needs."
13. Satty, T. L., 1980, "The Analytic Hierarchy Process, Pittsburgh: RWS Publication."

A Study on the Key Factors of G Theme Restaurant Success

Chen Wei-yu ¹ Shih Meng-Long ²

Abstract

This study focuses on the successful key factors for the G-themed restaurant in Taitung County. The hierarchical program analysis method was used to access the interview information from industry, the public sector, and the academic experts. Each level has three interviewees and there are totally nine interviewees. The four assessment aspects of "Environmental Experience", "Gourmet Cuisine", "Food Hygiene" and "Service Quality" and 13 factors constitute a process-level framework for successful key factors. Integrating the results of a comprehensive assessment of industry, public sector, academics and other experts, the key factors for the success of G-themed restaurants include five factors of " environmental cleanliness", "environmental conditions", "moving line design", "key needs" and "food hygiene". The results of the study will provide an important reference for the practical operation of the theme restaurant operators and the entrepreneurs who are interested in setting up the theme restaurants in the future.

Key words: The theme restaurant 、 Analytic Hierarchy Process 、 The key factor

¹ Student master program, Department of Cultural Resources and Leisure Industries, national Taitung University

² Corresponding author and professor, Department of Cultural Resources and Leisure Industries, national Taitung University