

南臺科技大學

餐旅管理系

畢業專題報告

實體烘焙商店之網路行銷及購買意願之

探討：以來恩烘焙坊為例

指導教授：林美蘭 教授

學 生：何德娟 4A0M0057

林瀚蓉 4A0M0062

周慧卿 4A0M0082

林宜伶 4A0M0105

蔡珮綺 4A0M0106

中華民國一百零四年一月十六日

南 臺 科 技 大 學
餐 旅 管 理 系

畢 業 專 題 評 審 委 員 審 定 書

何德娟、林瀚蓉、周慧卿、林宜伶

蔡珮綺等，所提之專題製作，

題目：實體烘焙商店之網路行銷推廣案例探討：以來恩烘焙坊粉絲團為例

經本系 專題製作 評審委員會審議，認為符合標準。

專題製作評審委員會

委 員：林美蘭 (指導教授)

委 員：周信琴 (口試主考官)

委 員：張慧雯

委 員：林美蘭

召 集 人：

中 華 民 國 103 年 12 月 26 日

摘要

網路對於現代人來說已經從普遍轉為生活中不可或缺的需求，而近年來因網路而爆紅的店家、藝人及話題更是不計其數。在工作繁忙或課業壓力下拿出手機打開電腦，就能看到最新的新聞及消息，進而紓解情緒。在科技日漸發達，每分每秒都可能讓店家獲得廣大迴響或是招受惡名昭彰的情況下，也因為有更多的管道讓消費者做選擇而產生的競爭者，商家業者越來越注重在網路上的評價及行銷，多方面的爭取在消費者心中的好印象。

在本研究中，我們以南臺科技大學所設立的來恩實習烘焙坊為例，來探討實體烘焙商店之網路行銷推廣，其中我們引用(掌慶琳、盧惠莉、鄭祺丰、陳佩琪，2010；邱炳勳，2007)對品牌權益、可信賴性、購買意願等三個層面。品牌權益包含了四個構面，分別為品牌形象、品牌忠誠度、知覺品質及品牌知名度；可信賴性為針對消費者對烘焙坊粉絲團的信賴與知覺感受做探討；而購買意願則為針對消費者的意願做探討。

本研究以問卷的方式進行，使用 SPSS 迴歸分析程式來檢測品牌權益及其四個構面與可信賴性對購買意願是否有顯著差異。本研究結果發現品牌權益整體、品牌形象、品牌知名度、品牌忠誠度、知覺品質皆會影響消費者的購買意願。另外利用 T 檢定來檢測，性別及平均每次消費多少錢的不同對品牌權益整體及其四個構面、可信賴性、購買意願之差異性，發現男女生在品牌形象、品牌忠誠度、品牌權益整體及可信賴性事有顯著差異的；在品牌知名度、知覺品質及購買意願上市沒有顯著差異的。利用多變量變異數分析發現，學院的不同對品牌權益整體、品牌形象、品牌知名度、品牌忠誠度、知覺品質及購買意願也會造成差異性，其中以工學院學生對品牌權益及可信賴性最為支持，而教職員則是購買意願較高。研究整理將有助於校內學生對於未來創業有所幫助。

關鍵詞：網路行銷、來恩烘焙坊、品牌權益、可信賴性、購買意願、Facebook 粉絲團

誌謝

現在終於完成了畢業專題，辛苦了一年多，實在是人生中寶貴的經驗，在這邊要感謝許多人的幫助。

製作專題的過程中，首先誠摯的感謝指導教授 林美蘭教授，老師用心的教導，不厭其煩的約時間與我們會面討論，並且適時的給予我們思考方向，推薦我們有學問又實用的書刊，指出我們研究上的缺失，在迷惘中為我們解惑，使我們在這一年當中獲益匪淺，老師對研究的嚴謹更是我們的典範，也讓我們的專題得以在品質中進步。

本研究的完成亦得感謝各學院學生和學校各處室教職員的大力協助，在發放問卷的途中，謝謝繁忙的你們還是欣然接受，因為有你們的幫忙，使得本研究能夠更加完整。

在此也要感謝系上其他老師的指導，不斷的在提醒我們，尤其是口試委員施慧雯委員與葉佳聖委員，在百忙中還為我們審閱。

另外還要感謝父母的體諒，就算為了專題在外面待到很晚，也沒有對此責罵，而是給予關懷。

最後感謝組員間的默契，一起出時間、出人脈、出精力，大家團結起來各盡一份心力，才能讓此專題得以順利完成。