

南 臺 科 技 大 學

餐 旅 管 理 系

畢 業 專 題 報 告

計 畫 行 為 理 論 整 合 流 暢 體 驗 探 討 消 費 者
對 動 手 做 咖 啡 之 意 願 研 究

指 導 教 授：蘇 家 愷 教 授

學 生：陳 柏 宏 499M0050

許 嘉 旭 499M0078

曾 士 銘 499M0079

楊 芷 瑄 499M0097

陳 靖 函 499M0099

中 華 民 國 一 〇 二 年 十 二 月 二 十 七 日

摘要

本研究以計畫行為理論整合流暢體驗探討動手做咖啡的議題，分析台灣地區消費者動手做咖啡的主要影響因素。在選擇咖啡的過程中，漸漸對咖啡知識有更深層的了解，引起消費者對於動手煮咖啡的興趣，在動手煮咖啡的過程中，進一步讓參與者完全融入該活動，享受其中，有關流暢體驗的研究大都在於線上遊戲及休閒運動的議題上，而從餐飲方面去探討流暢體驗的研究似乎比較少人投入，本研究想藉由此研究瞭解大眾對於動手做咖啡的意願。本研究目的如下：

1. 檢驗態度、認知行為控制、主觀規範、流暢體驗對動手做咖啡意願之影響。
2. 比較不同社經變數的消費者其動手做咖啡的意願。

本研究問卷發放對象為社會人士及學生，發放地點為台南市區的辦公大樓、咖啡廳、咖啡豆烘培專門店等，發放時間為 2013 年 10 月 1 號至 2013 年 11 月 30 號，問卷發放數量為兩百份，回收有效問卷為兩百份。

本研究發現，消費者容易受朋友、家人、師長的正向影響，且態度、主觀規範、認知行為控制會正向的影響動手作咖啡傾向。在動手做咖啡的過程中，消費者從中獲得樂趣、心情愉悅及有意義的經驗，並且不受專業知識及能力影響，本研究結果顯示，流暢體驗較不適用於餐旅相關行業，本研究之研究變數：主觀規範影響、態度、認知行為控制和流暢體驗對於意願只有 25.8% 的解釋力，其中流暢體驗該變數較適用於休閒運動、線上遊戲方面的研究，對於動手做咖啡的影響力低。