

行政院勞工委員會職業訓練局中彰投區就業服務中心

# 台中地區糕餅產業成功因素模型 建立暨創業個案導入應用實例

執行單位：一零四學習科技股份有限公司

中華民國 101 年 11 月

## 目錄

壹、 調查緣起與目的 .....	8
貳、 文獻探討 .....	9
一、 糕餅產業台灣發展概況.....	9
二、 糕餅產業台中地區發展概況.....	13
三、 質化分析 .....	15
四、 關鍵成功因素 .....	16
五、 創新擴散理論 .....	20
六、 台中糕餅產業發展策略.....	24
七、 小結.....	25
參、 調查過程與方法 .....	26
一、 質化研究 .....	27
二、 量化研究 .....	31
三、 企業輔導 .....	37
四、 分享座談會 .....	40
肆、 專家訪視團訪談結果分析 .....	41
一、 喜利廉.....	41
二、 裕珍馨.....	42
三、 沃農士.....	43
四、 林異香齋.....	45
五、 瑞典國寶 .....	46
六、 國豐喜餅蛋糕.....	47

七、 總結.....	49
<b>伍、 焦點座談會 .....</b>	<b>51</b>
一、 會議日期.....	51
二、 會議地點.....	51
三、 會議議程.....	51
四、 會議內容.....	52
五、 會議結果.....	53
六、 廠商建議.....	54
<b>陸、 消費者問卷結果分析 .....</b>	<b>56</b>
一、 中彰投地區民眾調查結果.....	56
二、 交叉分析.....	68
三、 結論及消費者建議.....	71
四、 附錄：非中彰投地區消費者行為.....	73
<b>柒、 能量調查結果 .....</b>	<b>81</b>
一、 帕芙琳經典蛋糕店.....	81
二、 親親喜餅蛋糕店.....	82
三、 杰妮麵包店.....	83
四、 田間蛋糕店.....	84
五、 天水雅集.....	85
六、 AMY 美食小舖.....	86
七、 億軒麵包坊.....	87
八、 康久菓子工坊.....	88

九、 哈妮小屋食品行 .....	89
十、 可娜餐飲有限公司 .....	90
十一、 王田麵包食品有限公司 .....	91
十二、 布雷德麵包坊.....	92
十三、 寬橋澄食品有限公司 .....	93
十四、 梧棲小鎮 .....	94
十五、 蓓可力烘焙屋.....	95
十六、 木菓子烘焙坊.....	96
十七、 手信坊有限公司 .....	97
十八、 玉南美餅店 .....	98
十九、 雅富食品行 .....	99
二十、 歐迪麵包蛋糕.....	100
<b>捌、 導入模式與執行結果 .....</b>	<b>101</b>
一、 廠商選擇 .....	101
二、 導入過程 .....	102
三、 執行結果 .....	107
四、 分享座談會 .....	109
<b>玖、 結論與建議 .....</b>	<b>110</b>
一、 六家成功廠商符合創新擴散理論之特徵與長久經營之特質 110	
二、 部分業者面臨的問題與創新的挑戰：不要一昧的模仿行銷，需創造獨具特色的優勢 .....	111

三、 消費者注重於用料品質與宣傳行銷手法，未來應加強對業者品管與行銷之教學.....	113
四、 政府與業者需共同擬定、提供完善的制度與教育訓練，並共同探討缺工的問題.....	114
五、 後續研究建議.....	114
附錄一、 交叉分析表.....	1
附錄二、 問卷.....	127
附錄三、 大綱.....	135
附錄四、 活動照片.....	138

## 圖目錄

圖 1、	Rogers 之創新擴散模型圖 .....	23
圖 2、	研究流程圖.....	27
圖 3、	問卷架構圖.....	33
圖 4、	糕餅產業整體表現分數.....	60
圖 5、	「用料實在」各家表現.....	61
圖 6、	「用料天然健康」各家表現.....	62
圖 7、	「產品新鮮」各家表現.....	62
圖 8、	「產品符合口感」各家表現.....	63
圖 9、	「商品流行化」各家表現.....	63
圖 10、	「產品品質一致」各家表現.....	64
圖 11、	「服務人員態度親切」各家表現 .....	64
圖 12、	AHP 分析方法之各階層權重分布圖 .....	67
圖 13、	各階層權重分布圖.....	79
圖 14、	創新研發圖.....	112

## 表目錄

表 1、	2011 年台灣食品製造業生產產值.....	10
表 2、	104 人力銀行糕餅相關產業行銷徵才人數 .....	11
表 3、	104 人力銀行 2012 年 5 月中彰投糕餅相關產業狀況 .....	11
表 4、	104 人力銀行 2012 年中彰投糕餅相關產業求才、職狀況 .	12
表 5、	各縣市糕餅業工會會員數.....	12
表 6、	關鍵成功因素之萃取.....	17
表 7、	訪問專家人員名單.....	29
表 8、	訪問成功企業名單.....	29
表 9、	檢核問卷四步驟.....	36
表 10、	綜合六家知名糕餅店關鍵因素同異處 .....	50
表 11、	座談會會議時間表.....	51
表 12、	受訪者基本資料.....	56
表 13、	消費者行為.....	57
表 14、	六家廠商消費者行為 - 最愛糕餅系列 .....	58
表 15、	六家廠商消費者行為 - 平均消費金額、到店平均天數 .....	59
表 16、	六家廠商消費者行為 - 店家資訊來源.....	59
表 17、	各家表現差異表.....	60
表 18、	各家表現一致表.....	65
表 19、	迴歸分析所得成功關鍵因素模型 .....	66

表 20、	建議事項.....	71
表 21、	受訪者基本資料.....	73
表 22、	消費者行為.....	74
表 23、	受訪者對糕餅產業認知.....	75
表 24、	各家表現差異表.....	76
表 25、	各家表現差異表.....	77
表 26、	各家表現一致表.....	78
表 27、	成功關鍵因素模型.....	79
表 28、	店家建議.....	80
表 29、	能量調查 - 關鍵成功因素及接受輔導意願.....	101
表 30、	網路曝光版面與刊登日期.....	108

## 壹、調查緣起與目的

據經濟部統計指出，目前台灣地區食品製造廠商約 5,000 家，台中地區約 500 家、約占 10%，從業人口數約 2 萬多人。為瞭解未來糕餅產業發展、人力需求特性及未來潛在需求預測，本研究將從糕餅產業所面臨的困境與轉型、創業與發展趨勢開始探討，第二部分利用現地訪查及焦點座談討論成功創業個案，分析其發展概念及歷程，服務、行銷模式及其人力缺口，以探討出其成功關鍵因素及人才需求；第三部分，分別利用問卷方式與親訪，建立產業成功關鍵因素模型等。最後，根據以上的資料蒐集提出建議，並於台中市轄內擇 3 個工作室或中區職訓中心烘焙班結訓創業學員，導入該模型試作，以修正模型數據，供日後運用於中彰投地區就業服務中心及中區職業訓練中心，對糕餅業者之就業、行銷、整合、異業結盟等形式之輔導，以擴大中彰投地區糕餅產業發展，增加週邊相關就業機會。

## 貳、文獻探討

### 一、糕餅產業台灣發展概況

台灣糕餅文化的發展如同台灣歷史的縮影，顯現多元又豐富的樣貌；台灣糕餅文化自明末以來伴隨歷史的腳步，不斷吸納異國糕餅文化，如同海納百川般結合各地精華，使得台灣的糕餅發展出多元且獨具風味的特色。目前台灣糕餅產業的發展，在亞洲地區僅次於日本，排名第二，可惜並無全面均衡的發展，特別是同業之間的交流大多仍停留在師徒傳承，以及少數的技術學校餐飲相關科系的培育、各縣市糕餅工會的推動。

將台灣糕餅發展的歷史可分為四期探討：第一期為明末清初期，早期來台的先民帶著原鄉的糕點食物及製作手法，可解思鄉之愁外，也成為台灣糕餅文化的源頭；第二期為日治時期，此時期為糕餅業蓬勃發展之際，將麵粉等農作物耕種於豐原，使得豐原成為日後糕餅的重鎮，同時又結合日本人的飲食習慣，因此和菓子類的糕餅也深受台灣人喜愛；第三期為糕餅成熟期，在日本戰敗後，烘焙糕餅業於解禁的環境中發展出多元且豐富的糕餅類產品，更將糕餅的產品用於喜慶婚宴上，顯示糕餅在台灣具有重要的地位；第四期為衰退轉型期，受到西方文化的影響下，台灣糕餅的發展趨勢逐漸精緻文化，摒除以往傳統的包裝外，其口味內容也創新多變。目前有許多糕餅業者也巧思結合地方特色及網路行銷來增加糕餅的銷售。

以 2011 年經濟部統計處針對各製造業所做的調查，糕餅業所屬的其他烘焙麵食品之生產值占食品製造業中 3.68%，在 33 項品向中排名第 8，可見糕餅業對於台灣各類食品製造的重要性（詳細數據請見下表）。另根據 2012 年海峽兩岸台北旅展所做的「大陸民眾赴台旅遊意願調查」中指出，有 60% 的民眾將台灣具代表性的鳳梨酥、太陽餅

等糕餅類列為購買清單之一，顯示陸客對台灣糕餅的喜愛，未來可能會隨著來台人數提升，而提高台灣糕餅的銷售，並逐漸打開國際知名度。

表1、 2011年台灣食品製造業生產產值

項目	生產值 (千元)	百分比	排名	項目	生產值 (千元)	百分比	排名
飼料 (公噸)	85,169,061	17.63%	1	醬油 (公噸)	5,100,532	1.06%	18
其他雜項食品 (千元)	71,245,797	14.75%	2	精製茶 (公噸)	4,812,554	1.00%	19
屠宰生豬肉 (公噸)	61,336,966	12.70%	3	其他食品罐頭 (標準箱)	4,613,184	0.95%	20
白米碾製 (千公噸)	33,825,676	7.00%	4	糖果(不含口香 糖)(公噸)	4,051,729	0.84%	21
冷凍肉類 (公噸)	24,677,140	5.11%	5	麵粉條類食品 (公噸)	3,956,695	0.82%	22
黃豆粉及餅 (公噸)	24,447,674	5.06%	6	味精 (公噸)	3,832,056	0.79%	23
冷凍調理食品 (公噸)	18,334,025	3.79%	7	脫水食品 (公噸)	3,780,308	0.78%	24
其他烘焙麵食品 (千元)	17,796,237	3.68%	8	發酵乳 (公噸)	3,776,828	0.78%	25
黃豆油(含沙拉 油)(公噸)	16,360,131	3.39%	9	調味乳 (公噸)	3,655,938	0.76%	26
鮮乳 (公噸)	16,172,629	3.35%	10	冷凍蔬菜果實 (公噸)	2,659,705	0.55%	27
麵粉 (公噸)	15,422,984	3.19%	11	水產品罐頭 (標準箱)	1,937,535	0.40%	28
其他食用油脂及 其製品(公噸)	14,188,194	2.94%	12	冰淇淋 (公噸)	1,704,706	0.35%	29
速食麵條 (千箱)	10,426,522	2.16%	13	食用鹽 (公噸)	1,350,542	0.28%	30
其他調味品 (公噸)	7,270,143	1.50%	14	其他乳製品 (公噸)	1,183,054	0.24%	31
冷凍水產食品 (公噸)	7,209,094	1.49%	15	蔬果罐頭 (標準箱)	651,181	0.13%	32

餅乾 (公噸)	6,135,585	1.27%	16	乳粉 (公噸)	463,951	0.10%	33
醃漬食品 (公噸)	5,607,196	1.16%	17	<b>總值</b>	<b>483,155,552</b>	<b>100.0%</b>	

因此，透過 104 人力銀行的求才結果得知，目前製作點心類及糕餅業的相關業者確實於 3 年內在行銷面、企劃面人才需求有逐漸增加的趨勢（詳見下表），為求能在現代糕餅業競爭的環境下突破求新，再度達成往日風光。而國內知名糕餅業者「大黑松小兩口」不但整合糕餅及婚嫁產業設置文化博物館，更成立觀光工廠來增加知名度，利用文化激盪出糕餅業的新契機。另外，傳統糕餅業都有「傳子不傳賢」的風氣，導致好手藝往往失傳，如果台灣糕餅產業的技術要提升，同業之間必須以無私的心態，加強相互的交流，以促進糕餅產業全面升級和人才的培育。

**表2、 104 人力銀行糕餅相關產業行銷徵才人數**

行銷/企劃類徵才數	2009	2010	2011
一月	10	61	36
四月	23	57	116
七月	40	91	81
十月	50	85	93
<b>總數（年）</b>	<b>123</b>	<b>294</b>	<b>326</b>

針對 104 人力銀行 2012 年 5 月資料庫顯示，糕餅相關行業在中彰投地區約有 432 家廠商，其中最多家數的台中市約有 349 家，而其就業人約約為 11,095 人，台中市就業人員約為 8,688 人。

**表3、 104 人力銀行 2012 年 5 月中彰投糕餅相關產業狀況**

	總數	台中市	彰化縣	南投縣
廠商家數	432	349	59	24
就業人數	11095	8688	1894	513

另透過 104 人力銀行求職、求才情況得知，2012 年中彰投地區糕餅相關行業求才、求職詳細人數統計如下：

**表4、 104 人力銀行 2012 年中彰投糕餅相關產業求才、職狀況**

	求才人數	求職人數
1月	526	226
2月	617	258
3月	1,294	278
4月	1,298	270
5月	1,474	261
6月	1,358	264
7月	1,293	306
8月	1,300	322
9月	1,397	325
10月	589	289
11月	546	280
<b>總數</b>	<b>11,692</b>	<b>3,079</b>

而以全台各縣市糕餅同業公會會員數狀況顯示，目前全台糕餅相關產業工會會員數最高的地區為台中縣市，共有 813 家會員，占全台會員家數 17.1%（詳見下表），顯示台中地區是台灣糕餅業最主要的重鎮。

**表5、 各縣市糕餅業工會會員數**

縣市	會員數	百分比	縣市	會員數	百分比
基隆市	145	3.0%	嘉義市	97	2.0%
台北市	350	7.3%	嘉義縣	158	3.3%
新北市	672	14.1%	台南縣	383	8.0%
桃園縣	223	4.7%	台南市	196	4.1%
新竹市	78	1.6%	高雄縣	200	4.2%
新竹縣	75	1.6%	高雄市		0.0%
苗栗縣	142	3.0%	屏東縣	201	4.2%
台中縣	281	5.9%	宜蘭縣	232	4.9%
台中市	532	11.2%	花蓮縣	155	3.3%
彰化縣	310	6.5%	台東縣	57	1.2%

南投縣	113	2.4%	澎湖縣	36	0.8%
雲林縣	130	2.7%	總計		100.0%

## 二、糕餅產業台中地區發展概況

目前糕餅業者分部在台中地區人口密集的三大區域，以豐原市中正路上及神岡、社口稱得上是糕餅業的主要糕餅業者集中地，其次是以海線為主的大甲、清水、梧棲及沙鹿地區，最後是以大屯地區為主的太平、大里、烏日及霧峰等地。但隨著時代的變遷，以及多樣化的競爭及消費者飲食習慣改變，目前製作糕餅的方法都由現代化機械設備取代部份傳統糕餅製作方式，藉由自動化機器控制糕餅的製作過程，同時減少人工成本及加強環境的衛生，才能快速地滿足現代人的需求及提供消費新選擇。

山線以豐原、神岡及東勢等地區為主是糕餅業的重鎮之一，素有「糕餅之鄉」的美名。由於清朝年間，名流仕紳聚會時，特別喜愛吃糕餅，往來也常以糕餅當「伴手」，促使豐原地區糕餅業萌芽發展。大豐原地區古時候稱為「葫蘆墩」，為百年前生產的「綠豆椪」台式月餅創始地，好名氣不只遍及中部地區，名氣更擴展至全台各鄉鎮地區，其中例如：鹹蛋糕、小月餅、太陽餅及鳳梨酥等各具特色，更是奠定糕餅故鄉的美名。而具代表性的為社口「犁記」餅店，與豐原「雪花齋」，使豐原做餅風潮在百年前掀起，豐原中正路延伸到神岡社口，成了遠近馳名的「糕餅街」，數十家糕餅店林立，每家店都很有特色，來豐原遊客都習慣買盒糕餅當伴手禮。

海線的糕餅最早應起源於大甲地區，每年大甲鎮瀾宮都會舉行八天七夜遶境(台中、彰化、雲林、嘉義四個縣，十五個鄉鎮及六十多座廟宇，長途跋涉三百多公里路)活動，而延伸發展出來的奶油酥餅、芋頭酥等地方名產，其中奶油酥餅與鎮瀾宮、大甲帽席並稱為大甲三

寶。由於大甲鎮瀾宮的媽祖遶境進香活動成為世界三大宗教活動之一，不但讓大甲地區成為台灣主要宗教觀光重鎮，更同時帶動當地經濟繁榮與糕餅產業的興盛。

屯區的工商產業發達且人口眾多，區內的糕餅業也是蓬勃發展，相較於其他地區而言，屯區的糕餅總是令人親切萬分：一甜一鹹的公婆餅、甜蜜蜜的老婆餅、穠纖合度的鳳梨酥，添丁生男的新丁龜，丹梅的福之音素月餅。每家的糕餅都有它獨家的品牌故事，對於喜歡嚐鮮的消費者，可以嚐到店家故事，同時也傳遞各家的糕餅品牌優勢。另近年來每到台中市必買的「太陽餅」更具代表性，中區的自由路更有條聞名全國的「太陽餅街」，這種群聚印象主要來自口耳相傳，自然成形。

台中地區的糕餅產業發展至今，雖然是在地相當成熟的產業之一，但是仍受到西式糕點烘焙技術及手法創新，台中的糕餅業者除了不斷在技術上創新或製程上的提升之外，口味及外觀包裝也不斷的研發改良，相信依然能夠刺激糕餅業者創新的想法，並增加糕餅業的創新與製程上的競爭能力。

### 三、 質化分析

在社會科學的研究典範中，目前約有量化與質化兩大主流。這兩者並非孰優孰劣的差異，而是在對世界的假設、研究目標的取向、收集資料的策略、分析資料的邏輯等研究方法的本質上，各有其立論基礎、適用範圍、優點、與限制。至於如何抉擇，則取決於研究本身的主題、目標、對象等。本研究擬採取質化研究取向，在闡述其理由之前，先對質化研究的特徵加以說明，國內學者將質化研究方法又稱為質性研究方法或定性研究方法。

質性研究法認為現實世界不是用單一的因素或變項所能解釋的，而把它看成一個非常複雜的「現象」，此現象是不斷在變動的動態事實，由多層面的意義與想法所組成。這種現象與事實受環境與情境中主角的主觀解釋，與彼此間的互動所影響。人們經驗與解釋世界的事實有許多不同的方法，而所有社會事實的建構，從最簡單的互動到最複雜的組織，是無數解釋行動的成果。質性研究試圖發現在現象內社會行為有意義的關係及其影響。

蔡敦浩（民國 74）認為定性研究（質化研究）的主要性質有以下幾點：

1. 就問題類型來說研究的對象是複雜的，包含許多互相糾纏的現象。因此，觀察的角度是整體的，所處理的現象是動態的。
2. 就與理論的關係來說定性研究之目的不在驗證（verify），而在發現（discovery）。研究的發現是植基（grounded）於資料，但卻不是完全受限於資料。因此，研究者可以超越原來的理論架構。
3. 就資料來源來說定性研究是從行動者的角度來觀察所要研究的對

象。因此，衡量或觀察的對象是組織實發生之現象，而不是經過控制或設計過的工具。資料來源不只是客觀的資料，也包括一些主觀的、片斷的、軼聞的軟性資料。

4. 就資料的蒐集方式來說定性研究主要是以非結構式的訪問，來深入探討少數個案。雖然是小樣本的訪問，但資料蒐集的方式應該以有系統的方式進行。
5. 就發現產生的方式來說定性研究所產生理論，主要來自於資料的歸納。研究的發現不在說明變項間的關係，而是在於將具有複雜關係的變項，綜合成「理想型態」( idea type)。

因此，使用定性的探索性研究，可以大幅增進對問題瞭解的深度，實務性較高，但亦有其缺點，如分析較為困難、研究者主觀介入、涵蓋面小、通用性低，常需要整理數十個個案之後，才能歸納出一些涵蓋面較大而通用性較高的原則。不過，針對上述說明，透過與個案公司親身參與前線作業的人員深入訪談，並發掘問題，對於各企業的經營發展，可以進行較深入分析。並且能夠為後續研究之研究問題，提供較為具體之現象作為理解，並尋求接近事實之答案。

#### 四、 關鍵成功因素

關鍵成功因素的概念在管理上之涵意，也就是希望企業決策者要認清在任何工作領域，不是每件事都是同等重要，而總有一些少數對成功有關鍵影響的工作，管理決策者應將企業大多數最好的資源，投注在這些少數的關鍵工作上，來提高成功的機率。因此關鍵成功因素指出了企業應特別注意的範圍，以及成功所努力的方向。這也是企業從事策略規劃的目的，因為策略規劃為員工提供了企業明確的目標與方向，幫助企業預期未來的問題與機會。

## (一) 關鍵功因素的定義

大前研一(1985)關鍵成功因素乃策略家尋找策略優勢的四條途徑之一，作者稱此途徑為「KSF 經營策略」，即透過確認本行業的關鍵成功因素，然後把企業的資源集中投入可以取得競爭優勢的特定領域中。

Rockart (1979) 認為關鍵成功因素存在於企業有限的幾個領域，在這些有限且重要的幾個領域裡能做好做對，即能保證企業有較佳的競爭績效。這幾個有限且重要的領域能作為高階管理者決定其所需資訊的依據。他認為關鍵成功因素可由個別產業結構、競爭策略、產業地位、地理位置、環境因素、突發因素等幾個方向來萃取。

表6、 關鍵成功因素之萃取

方向	內容
1.個別產業結構	不同產業由於產業特質、結構之不同，而有不一樣的關鍵成功因素。
2.競爭策略、產業地位以及地理位置	企業的產業地位是由過去的歷史和現在的競爭策略所定。
3.環境因素	企業外在的政治、經濟、法律環境，對關鍵成功因素亦有影響。
4.突發因素	有若干暫時性事件，會在某段期間引起企業特別注意，審慎處置。

總而言之，所謂關鍵成功因素，係指產業的最重要競爭能力或資產而言，廠商唯有把握住產業之關鍵成功因素，才能建立永續的競爭優勢；否則，即使擁有極佳的策略，但在關鍵成功因素上居於劣勢，競爭能力仍會大打折扣。一般來說，若業者具備了超強的競爭優勢，該項競爭優勢通常必然應與該門產業之成功關鍵因素相符。成功的企業往往在關鍵成功因素的幾項因素中具有優勢，而在其它因素上縱使不具優勢，也能保持不處於劣勢。

欲找出產業的關鍵成功因素，最簡捷的方法是分析該產業完成產品或服務的過程中各階段的附加價值，找出關鍵成功因素的最佳指標。此即大前研一所說的「從原料的取得到售後服務，必須詳細檢視整個營運的每一個環節，方可找出經營某種行業的關鍵成功因素」。

## (二) 關鍵成功因素之分析與確認

關鍵成功因素會因產業、產品、市場之不同而有所差異；它亦隨著時間以及生命週期的變化而改變。管理者必須要先確認產業關鍵成功因素之所在，並將企業有限的資源確實運用於攸關企業的關鍵領域，來建立產業中的優勢地位。如果能確認出攸關成敗的關鍵領域，並且把適當組合的資源用到該領域中，就可以使自己處於真正的優勢地位。一般認為有兩種確認關鍵成功因素的作法：

1. 運用想像把市場解剖開來，分析其中主要構成部份。企業可藉此來確認出各個區隔市場，以及認清那一個區隔市場具有策略重要性，然後再分派執行策略的職責。制定策略與分派職責之後，就可以計算針對每一區隔市場所擬採取策略的經濟效益，也就是把每一區隔市場所需投入的資源加在一起，然後再從企業可用資源的角度來決定其優先順序。
2. 尋找出成功企業與失敗企業的不同處，然後分析兩者之間的差異，並探討原因何在。行業不同，關鍵成功因素也不同。為了找出某行業的關鍵成功因素，必需詳細檢視整個營運的每一個環節，從原料取得到售後服務，均應加以注意。

Leidecker 和 Bruno (1984)提出確認關鍵成功因素來源的方法：

1. 環境分析：環境的檢視，包括了將影響或正式影響某產業或企業績效的經濟模型或社會政治力量。
2. 產業結構分析：產業結構組織方變化，應用 Porter(1990)的五力分

析架構為基礎。

3. 產業/事業專家：請教產業/事業有卓越知識與經驗的專家。
4. 競爭分析：分析公司在產業中應如何競爭，對公司面臨的競爭環境和競爭態勢可完全瞭解。
5. 該產業領導廠商的分析：由該產業領導廠商本身的行為模式，可能提供產業關鍵成功因素的重要資訊。
6. 企業本體分析：此技術乃針對特定企業、如優劣評估(strengths and weakness assessment)、資源組合(resource profiles)、策略稽核(strategic audits)、策略能力評估(trategic capabilities)等。
7. 暫時/突發因素分析：此技術亦針對特定企業，它也是依賴對企業相當熟悉的專才，如內部人員的腦力激盪，企業執行長的觀察，雖然較主觀，卻常能揭露一些其他傳統客觀技術所無法察覺的關鍵成功因素。
8. 市場策略對獲利影響的分析研究報告結果(PIMS Results)。

關鍵成功因素是從外部總體環境、產業分析所得到企業經營成功的重要性因素，而獨特競爭能力則為企業內部分析所發覺不同於競爭對手的獨特強勢，透過此二者的連結(linkage)及分析比較，即可做為企業制定策略的最佳來源。

關鍵成功因素可透過產業結構分析來確認，是指企業可針對產業中的五種競爭力量：

1. 供應商的議價力量
2. 顧客的議價力量
3. 潛在競爭者的威脅

4. 替代品的威脅
5. 現有廠商的競爭情況予以分析，歸納出在特定產業運作所必須俱備的競爭性技術、能力或資產，此即產業關鍵成功因素之所在。

## 五、 創新擴散理論

創新擴散理論是傳播學的理论，早期是由 Bass 提出，是指一項新的觀念、事物、技術引入社會體系時的演變過程。傳播成包含環節：即知曉、勸服、決策、證實四個環節。理論表示當一種創新在剛起步時接受程度比較低，使用人數較少，擴散過程也就相對遲緩，當使用者比例達到臨界值後，創新擴散過程就會快速地增加。

爾後，Rogers 於 1962 年提出創新擴散 (diffusion of innovations) 理論，所謂的創新擴散「是一種程序，藉此可將新的概念透過特定管道，隨著時間的經過，在一社會系統之成員間傳遞；此為一種特殊的溝通形式，重點在於其所傳遞的是新的概念」(Rogers, 1983)。本研究首先整理過去學者的研究文獻，以瞭解「創新」及「擴散」的定義，並提出主要創新擴散理論的相關文獻及其修正，以作為本研究設計立論基礎。

### (一) 創新的定義

Rogers (1962) 首先將創新定義為「採用個人或單位認為是新的觀念、技術或實體者，即稱之為創新」。Bradford and Kent (1977) 則將創新定義為「將一個被認為是新的觀念成功地推介到一社會組織內部，且本質上只要這個區域或社會組織認為這個觀念是新的，即可稱之為創新」。依此定義，一項為某區域或社會組織所認定的創新很可能先前已經以其他形式出現或者已經在其他區域存在。

這裡所謂的「創新」，可以是一種技術或管理技術，所謂「技術」是指「處理投入與產出之工具、機制與知識」，而「管理技術」則是

指「設計組織結構與文化的方法」(Tushman and Anderson)。關於管理技術上的創新，過去對於「策略規劃單位」(Potter, 1989)、「工作豐富化」(Hackman, 1975)、「分權」(Mintzberg, 1979)、「品管圈」(Lawler and Mohran, 1985)、「全面品質管理」(Powell, 1995)等都被認為是管理技術上的創新。

依照上述定義觀之，糕餅業的產品只要改變了配方或是原料，對於消費者而言就是一種新的口味(經驗)，甚或是改變了包裝或行銷方式對於消費者都是截然不同的感受。因此，本研究利用創新擴散觀點作為研究的觀念基礎是合理的。

## (二) 擴散的定義 (Abrahamson, E. (1996))

Webster (1971) 將擴散定義為「一種創新隨著時間經過，透過社會系統與組織傳播的社會過程」。DeBlij 和 Muller (1985) 曾指出下列二種主要的擴散型態，皆可應用於糕餅業創新的相關研究。

- Relocation Diffusion：指在不一定增加採用者數目的情形下，一項創新觀念如何被散播至一特定領域中的過程。
- Expansion Diffusion：指透過企業或個人採用一項創新觀念或產品的方法，來達成擴散的過程，如此採用者的數目將會增加。

本研究將擴散型態視為一種 Expansion Diffusion，以作為應用於研究上的觀念基礎。

## (三) 創新擴散的研究方法

創新擴散研究 (Diffusion of innovation research, DI) 一項創新隨著時間或空間擴散的模型組織創新有哪些決定因素。本法在傳統上利用實證數據資料，嘗試建構並描述一項創新隨著時間擴散的簡化數學模型，並用以解釋或預測該項創新的未來擴散速率或擴散型態。一項廣為經濟學家或行銷研究學者運用的模型即為「S 曲線」，該曲線描述

了不同時間擴散率的改變，並將採用者分為創新者（innovators）、早期採用者（early adopters）、早期大多數（early majority）、晚期大多數（late majority）以及落後者（laggards）五大類（Tornatzky and Fleischer, 1990）。

#### **(四) Rogers 之創新擴散模型**

在過去學者提出之許多組織創新過程模型當中，最廣為後繼研究者引用的模型是 Rogers 在 1983 年所提出的「創新擴散模型」。Rogers 對擴散過程（Diffusion Process）定義為「一項新構想，由創新或創造的來源，散播到最終採用者或使用者的過程」。並將此過程分為五個階段，如下圖所示。

- (1) 認知階段（Knowledge）：指消費者接觸到創新的存在並對其有一些認知，而認知包含了對該項創新存在的認知、如何正確運用該項創新的認知以及對於該項創新背後原理的認知。
- (2) 說服階段（Persuasion）：指潛在採用者建立對該項創新偏好態度的過程。
- (3) 決策階段（Decision）：指潛在採用者接受或拒絕該項創新的行為。
- (4) 實行階段（Implementation）：採用者使用該項創新。
- (5) 確認階段（Confirmation）：指採用者尋求對該項創新採用決策的強化，然相反訊息亦有可能使採用者改變決定。

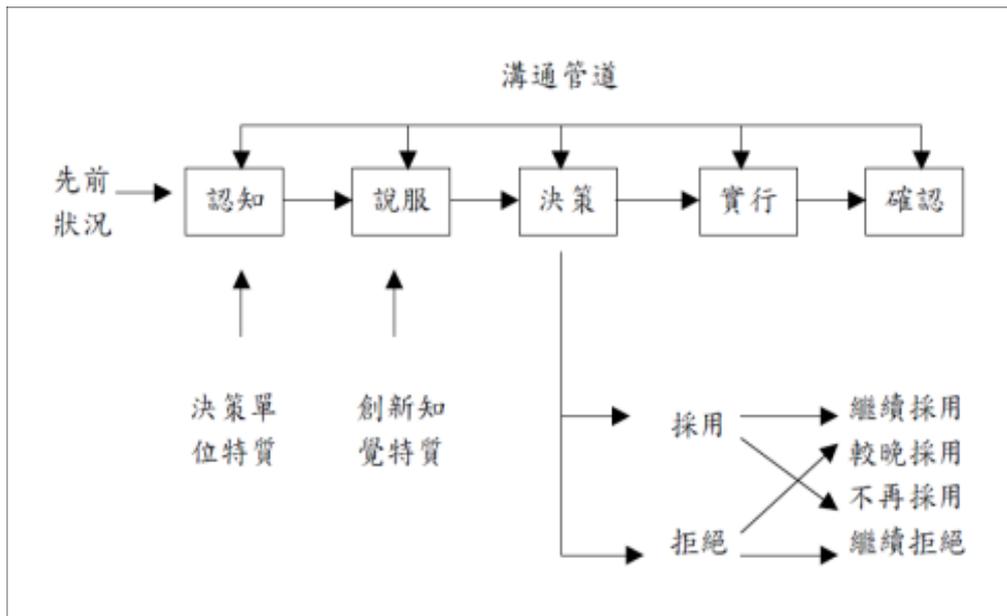


圖1、 Rogers 之創新擴散模型圖

在創新擴散的過程當中，新資訊將不斷的傳遞至潛在採用者中，因此對擴散過程各階段影響因素並不盡相同。在認知階段，主要是受「先前狀況」與「決策單位特質」兩項描述潛在採用者的變數所影響。「先前狀況」指的是潛在採用者過去採用創新的經驗、目前面臨的問題、對解決方案的需求、採用創新的態度以及社會對其採用創新的看法或規範；「決策單位特質」指的是潛在採用者的組織特性、工作特性與組織溝通形式等。在說服階段，Rogers 提出五個「創新知覺特質」，並認為說服階段主要是受到這些創新知覺特質所影響，這些特質將影響潛在採用者對於創新的觀點。分別說明如下：

1. 相對利益：潛在採用者相信創新比現在所使用之實務更好的程度。
2. 相容性：潛在採用者認知到創新與其組織需求、價值和規範相一致的程度。
3. 複雜性：潛在採用者認知到創新為可瞭解與可實施的程度。
4. 可觀察性：創新及其利益可為潛在採用者觀察到的程度。
5. 可試用性：在一有限基礎下，創新可以被潛在採用者試用的程度。

同時，創新擴散模型強調相似性的重要，Rogers 認為相似性是指創新者與潛在採用者分享某些屬性的程度，如目標、策略、規範、信仰與文化。在許多針對專業領域所做之實證性研究顯示，在同質性單位之間，創新擴散的速度極快，因為他們最可能分享相對利益、相容性、複雜性、可觀察性與可試用性的認知結果。Rogers 的模型以及創新知覺特質廣為後續學者所應用，例如資訊技術或通訊科技建置與發展的研究。

## 六、 台中糕餅產業發展策略

早期糕餅業靠的是「口碑」，因此不難發現有名的百年老店多半用店家建立的口碑和消費者溝通。況且早期物資較為困頓之餘，很少口碑店家會注重包裝、行銷的功夫；這情況對應到 Maslow's 需求層級會發現當時的人民處於層級較需求，因此好吃、用料實在等會是影響糕餅店家存在的重要因素。然而隨著人民的需求層次慢慢提高後，注意糕餅店已不能只有單純的好吃而已，可能需要滿足社交需求或是滿足別人給予自身的尊重等，包裝及店舖裝潢都可以成為購買糕餅的影響因子，而這些要素讓懂得「包裝」的糕餅店也可能成為名店的象徵。

永續經營的概念當然無法全然依靠包裝，自身實力還是店家的基礎。研究發現，目前糕餅業的發展都趨向「品牌形象」的經營方式：找出店家自我的核心所在，並應用行銷、政府推廣、品牌定位等技巧都能讓目前糕餅業者創造永續經營的想法。百年老店除了溫厚的口碑之外，亦可借助網路行銷、品牌形象等走出創新之路，形象中有傳統及現代的觀念融合，如太陽堂及玉珍齋；而新秀之起的糕餅店家，可以觀察市場的口味走向來定位自己，再加入相關元素來行銷，也能成功贏得大眾的青睞，如台中日出鳳梨酥就定位為健康的訴求，加入環保的概念，也有不同凡響的效果存在。

綜觀而言，糕餅產業的轉型在於自身的定位，若能貫徹自家品牌

的定位方向，巧妙配合行銷、包裝等方法來強化形象，想必各家糕餅店都有自我風格，而這樣的「自我風格」就是店舖成功的重要因素。當然，糕餅店最重要的根基還是在食品本身的口味及實在，儘管行銷或包裝的引人注目，但失去糕餅的美味，成為名店之路也是遙遙無期。

## 七、 小結

綜合以上文獻，可以發現不論是哪個時期，糕餅業對台灣及台中的都具有深刻意義及代表性，隨著時代的變遷、旅客的性質改變，糕餅業面臨結構上巨大的變化。本調查想瞭解台中糕餅業成功的代表性業者，其成功的關鍵因素，由於成功商家有限，故透過深度訪談的質化調查，與業者面對面討論，找出成功的關鍵，訂定出台中在地化的糕餅成功模式與未來發展的策略。

## 參、調查過程與方法

本研究將採質性(專家訪視團)、量化(問卷調查)及文獻蒐集三者並行的方式，來瞭解糕餅產業未來的產業發展機會與趨勢、人力需求特性及市場未來潛在需求預測。在質化研究方面，將前往指定之六家糕餅廠商進行實地拜訪調查，以深入了解其相關創業發展歷程、經營模式、產業特性、關鍵成功因素與人才需求及其所需技能上的各項需求條件，實地訪問過後，邀請業界相關專業人士參與專家焦點訪談，分享六家調查結果分析，聽取專業人事相關意見，彙整出產業實際發展概況、成功經營關鍵因素、人力使用經驗、人才供需現況、人才專業技能之需求及產業未來前景之評估與預測等相關數據與報告，供後續與量化報告結合之用，規畫出成功經營管理模組，並導入試辦。

量化部份，針對六家廠商共計 300 位消費者進行問卷訪談，了解消費者購買習慣、考量因素、消費頻率。另針對其特定之 20 家工作室，進行深入問卷訪談，目的在於了解目前所具備的就業能力、就業技能與未來發展構想部份，是否有與大台中地區的糕餅企業相符，並透過分析，及可得知在輔導就業方面的過程中，是否有可追加或修改之相關課程。

綜合上述三項調查報告(專家訪視報告、消費習慣報告、工作室現況報告)，統一整合出經營模型，並導入 20 家工作室其中 3 家進行試辦營運三個月，於期末辦理分享座談會進行宣導，以有效提供大台中地區糕餅產業經營成長之相關建議。其流程圖詳見圖 3-1。

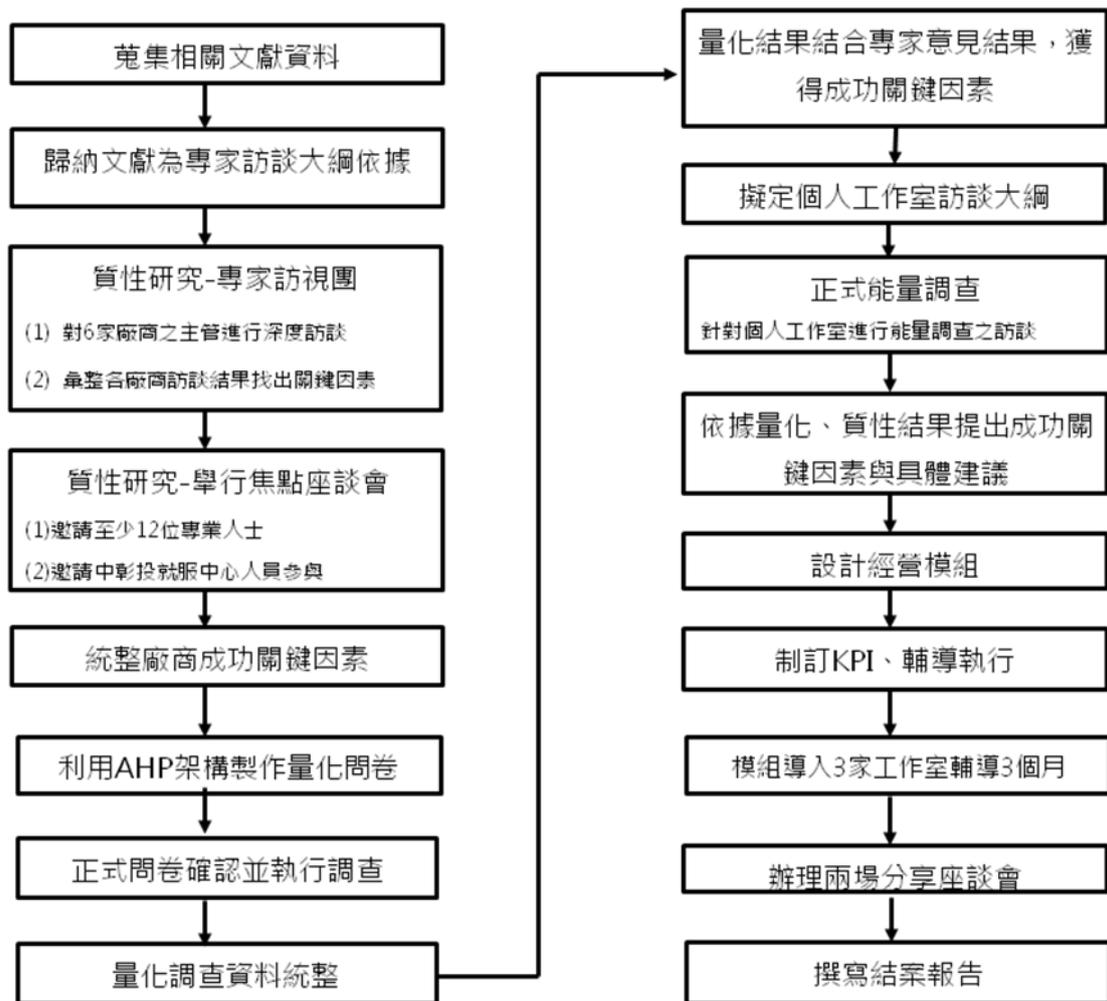


圖2、 研究流程圖

## 一、 質化研究

### (一) 專家訪視團

#### 1. 專案期間

大台中地區糕餅產業專家訪視團：2012年6月中起

#### 2. 調查範圍

設籍於大台中地區，經就業服務中心推薦6家糕餅創業成功商家之負責人或相關主管。

#### 3. 調查目的

為了解大台中地區糕餅產業未來發展、人力需求特性及潛在需求

預測。經由成功廠商的專家訪視團，可以瞭解成功的糕餅產業之創意理念及創業過程，目前經營現狀與人才使用現況和未來發展的創意思想，整合初步的成功關鍵因素；再配合焦點團體座談強化成功關鍵因素，最後結合量化結果再使用於所輔導的個人工作室中。

#### 4. 訪問專家與調查對象

本次調查對象部份是經由中彰投區就業服務中心所規劃出的六家較為成功的糕餅產業之廠商進行專家訪視，深入探討其創業過程、創業成功因素及目前營運狀況及未來展望等等相關事項。

根據上述之相關資訊，本調查將會邀請官、學、研各領域的專家學者組成專家訪視團，以利進行訪問六家成功糕餅業者，並歸納出各家糕餅產業之成功關鍵因素，最後舉辦專家座談會聽取相關專家學者對於專家訪視團所提出的質化結果，其中會加以整合並修正質化報告，再制訂針對消費者的量化問卷。

本次調查將會邀請一零四資訊科技股份有限公司中南區營運長于玲燕，專家學者曾諱港先生、黃明利老師，輔仁大學廖佩珊老師與駱香妃老師，台中高農職業學校林伶蓉老師六位專家學者組成專家訪視團，隨同此次執行調查人員進行訪問。

本次調查邀請喜利廉有限公司、裕珍馨食品股份有限公司、林異香齋、國豐喜餅蛋糕、沃農士（阿聰師）及瑞典國寶烘焙坊 6 家成功糕餅企業進行深度訪談，未來將與 6 位專家學者前往拜訪，瞭解這些成功業者共通的成功因素為何，詳見表 3-2。

本次質化調查進行的預計時程為 6 月中開始，專家配置的理想狀況為六位都到場訪問，若無法全數到場時，每場至少也有 3-4 位專家到場訪問，以利雙方時間的配合及調查的整體進行流暢度。

表7、 訪問專家人員名單

類別	姓名	服務單位、職稱與專長
業界	曾諱港	現任：卦山事業公司 營運長 專長：市場行銷、產業分析、逆向工程
	于玲燕	現任：一零四資訊科技股份有限公司 中南區營運長 專長：就業市場分析、履歷面試技巧、職涯規劃
學界	黃明利	現任：烘焙研習類課程 講師 專長：烘焙及食品加工
	廖佩珊	現任：輔仁大學統計資訊學系 副教授 專長：調查研究、市場分析、計量及應用統計分析
	駱香妃	現任：輔仁大學餐旅管理學系 專任助理教授 專長：餐飲管理研究、餐旅服務行銷研究
	林伶蓉	現任：台中高農餐旅管理科 教師兼進修部註冊組長 專長：西點製作、飲料調酒、餐飲安全與衛生

表8、 訪問成功企業名單

	商家名稱	主要商品類型	相關訊息	圖片(附連結)
1	喜利廉	杏仁瓦片、芝蔴瓦片、葵花子瓦片、芋泥捲、巧克力蛋糕	堅持承襲傳統製餅工法，同時不斷創新風味是喜利廉的傳承理念；保留了傳統製餅工藝的精髓，在口味和材料上與時俱進，以健康、自然、美味滿足每一張期待的笑容。	
2	裕珍馨	奶油酥餅、紫玉酥、奶香酥、鳳梨酥、太陽餅等	以古樸依舊，傳承古法的方式傳遞媽祖的庇蔭與地方人士照顧的心情，並營造經濟富『裕』、『珍』惜資源、與溫『馨』祥和的環境而努力的理念永續經營。	
3	沃農士 (阿聰師)	芋頭酥、貢貢香、晶莎寶、太陽餅、奶油小酥餅	捏餅捏了半世紀，把在地的農產就地取材用，揉進每一塊餅裡，屬於在地的家鄉味，國宴點心芋頭酥的出爐，我愛台灣、台灣愛我，也成了文化創意產業的發想。	
4	林異香齋	鹹蛋糕、綠豆椪、肉桂糕、牛軋糖、蛋糕、奶油酥餅	老店開拓新通路，使用網路購物的方式拓展客源，將傳統美食分享給台灣每個角落細細品嚐。	

5	瑞典國寶 烘焙坊	桂圓蛋糕、台灣漢餅、老婆餅、綠豆椪、檸檬蛋糕	一塊圓圓的大餅曾是許多人兒時共同的回憶，大夥圍坐在一起，吃餅、喝茶、分享喜悅，感受濃濃的情意。「台灣漢餅」是瑞典國寶烘焙方的許先生堅持傳承的手藝，希望這塊餅能延續更多人的幸福記憶。	
6	國豐 喜餅 蛋糕	各式蛋糕、鳳梨酥、太陽餅、鹹蛋糕、各式手工麵包、喜餅	以蛋白、蛋黃分開製作，製做出品質精良、口味獨特的戚風蛋糕，不但深獲當地人喜愛，而後「國豐食品」再研發出的各式麵包、蛋糕等產品同時也帶動當地消費者喜愛吃精緻蛋糕、麵包的風潮。	

## 5. 訪談內容

本研究將依據研究目的，專家訪視團之質化結果將向糕餅產業業者及專家學者報告，並提出討論。座談會大綱將依據調查目的擬定糕餅產業之成功因素的座談會議題，與委託方確認後始定稿之。

### (二) 焦點座談會

#### 1. 專案期間

大台中地區焦點座談會：2012年7月中

#### 2. 座談會目的

針對六家成功廠商所以提之成功關鍵經營模式進行分析，列出較具代表性的重要因素進行團體式的專家討論。以確實的分析出更精準更準確的成功關鍵因子，導入量化問卷題目，進行供給面與需求面的交叉分析與驗證。

#### 3. 座談會對象

糕餅業相關出色代表業者、相關政府官方代表人員與有相關研究之學者專家，一同進行討論分析。

#### **4. 座談會地點**

座談會地點將預定在台中地區交通方便之場地舉行，方便相關領域的專家學者抵達會場，共襄盛舉。

### **(三) 個人工作室親訪**

#### **1. 專案期間**

大台中地區糕餅產業各工作室親訪：2012 年 7 月底

#### **2. 調查範圍**

曾參與中區職訓中心烘焙班之結訓學員並經本中心(含沙鹿就業服務站)推薦之個人工作室共 20 家(位)為母體清冊

#### **3. 調查目的**

盤點個人工作室營運現況，與未來發展規劃，並利用質化與量化所分析出的成功關鍵因子進行導入與輔導，有效的使個人工作室在營運、產品、知名度等等部份能有效的提升。

#### **4. 調查對象**

本次調查對象是由中彰投就業服務中心所提供之 20 家曾參與中區職訓中心烘焙班之結訓學員或已成立之個人工作室進行親訪。

## **二、 量化研究**

### **(一) 專案期間**

於專家訪視與焦點座談會之後，2012 年 7 月

### **(二) 調查目的**

承辦中彰投就業服務中心之「台中地區糕餅產業成功因素模型建立暨創業各案導入應用實例一案」，主要欲瞭解大台中地區之糕餅產業的成功關鍵因素為何，並且將該產業之成功關鍵因素應用於個人工

作室，協助個人工作室發展。消費習慣調查基礎以前期專家訪視團及專家焦點座談會等「供給面」方向綜合而得的結果為主軸，再以「需求面」的角度來觀察這些成功關鍵因素哪些是消費者更為關心的方向，未來應用於個人工作室的輔導上能掌握目前糕餅產業的脈動，方能提供個人工作室更完整的輔導計劃。

### (三) 調查對象

本調查對象主要針對曾經購買並吃過六家其中一家糕餅店的消費族群，並對這些店家有一定的忠誠度。本調查鎖定訪問對象之條件必須半年內曾經購買並吃過一家(含)以上的消費者為主，其吃過的店家必須為本次調查之挑選名單：裕珍馨、喜利廉、洪瑞珍、林異香齋、好香屋、日出食品等六家成功企業之糕餅(備用名單為葡萄樹食品)，方為本次調查的受訪對象。量化問卷需求份數為 300 份，每家廠商的消費者有效問卷份數為 30 份以上，有效問卷至少 90%。

量化結果將再辦理能量調查，主要針對就業服務中心所提供之 20 家大台中地區的糕餅工作室或職訓中心烘焙班結訓學員進行訪問，以了解各家工作室目前的企業條件及使用結果來檢視未來成功因子的可能性。經過雙方探討及執行單位評估後，挑選其中 3 家工作室進行輔導作業。

### (四) 問卷設計

針對專家訪視團及專家座談會的綜觀而論，以 AHP 層級分析法之研究架構，確認下一頁問卷架構圖會是一家小店逐漸具有口碑或知名度的關鍵成功因素。舉辦專家座談會之目的在於邀請業界先進及老闆們前來確認調查的結果，會中透過不停反覆的詢問後得到在座的先進們認同以下的 3 大因素為關鍵成功因素。雖然有老闆提出行銷的重要性，認為政府方面要有相對的資源讓糕餅業者的行銷觀念提升，以便讓中小店家有機會拓展成小店，不過針對此次調查欲輔導對象為

「個人工作室」而言，行銷為次要成功因素，加上先進提出的重點是對於政府而非消費者，因此考量整體研究的適合度來講，並未加入量化問卷架構中，故以原先透過專家訪視團所設計問卷架構為量化調查的基礎，行銷開班授課的理念將於研究建議中提出。

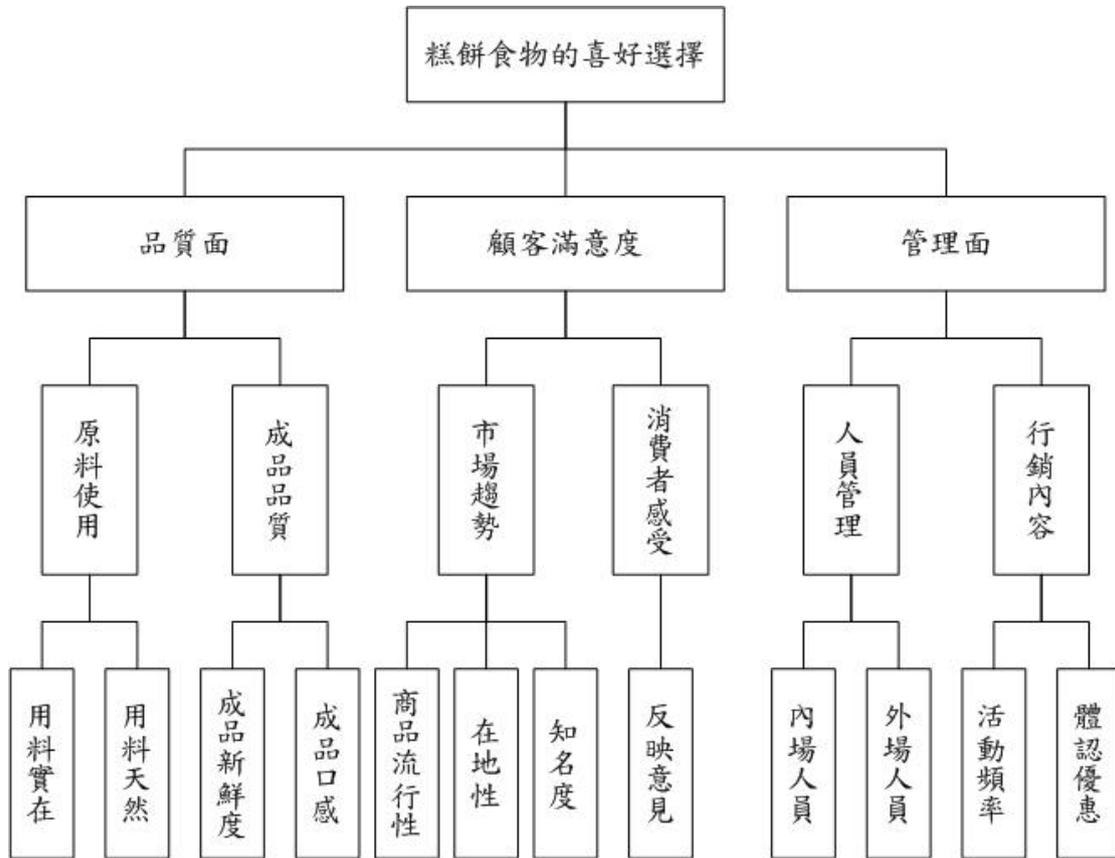


圖3、問卷架構圖

### (五) 調查方式

此消費習慣調查主要採用街頭訪問。特派專業訪員於六家成功廠商的位於大甲、清水、豐原、梧棲及西區的店面附近，訪問有在這 6 家成功廠商消費的一般民眾；每家成功廠商至少回收 30 份以上問卷，總計回收份數為 320 份。

## (六) 研究方法

### 1. 頻次分析

本研究利用 SPSS 進行各題項之頻次分析(Frequency Analysis)，由總體樣本對問卷各題項變數進行整體分析，藉由次數、百分比及平均數所呈現的數據，可瞭解受訪民眾之消費行為表現與整體分佈。

### 2. 交叉分析

為瞭解不同受訪民眾特性對各消費型為是否有所不同，應用「區隔」(Segmentation)的觀念，選出受訪民眾之基本資料變數，對各項具分析意義之變數進行交叉分析，其百分比或絕對數值所呈現之數據，可清楚觀察區隔與變項間之特性或消長。除此之外，對於各個交叉分析表將進行卡方(Chi-Square)檢定，以檢視在不同條件下，抽樣樣本間是否存在顯著差異。

### 3. 變異數分析(ANOVA)

變異數分析主要在檢測群體之間的母體平均數是否有明顯差異的存在。本調查將使用 ANOVA 瞭解中彰投地區的消費者對於 6 家的滿意程度是否有差異，也能進一步得知消費者對偏好的店家在各項「成功關鍵因素」達到的程度為何。詳見調查結果所示。

### 4. 迴歸分析

迴歸分析主要探討數據之間是否有一種特定關係。迴歸分析是建立因變數 Y(或稱依變數; dependent variables)與自變數 X(或稱獨變數; independent variables)之間關係的模型。本調查將迴歸分析運用在消費者對店家喜好原因之分析上，透過迴歸分析來瞭解中彰投地區的消費者(需求面)會受哪些因素吸引而前往購買。經過迴歸分析建立消費者購買模型，更能掌握需求面的成功關鍵因素，來瞭解消費者真實的需

求為何。

## (七) 問卷品質控管

### 1. 信度與效度分析

調查問卷內容經由 104 市調中心專業團隊反覆討論訂定、並經由內部審查及委託單位進行審查確認，加上問卷透過試訪才定稿之流程，確保問卷設計達成研究主旨及目的，具有良好之信度及效度。

#### (1) 信度 (Reliability)

即可靠性，它是指採用同樣的方法對同一對象重複測量時所得結果的一致性程度。包含：

一致性(consistency)-表示測驗內部試題間是否相互符合。

穩定性(stability)-不同的測驗時點下，測驗分數前後一致的程度。

#### (2) 效度 (Validity)

即有效性，它是指測量工具或方法能夠準確測出所需測量的事物的程度。測量的效度愈高，表示測量的結果愈能顯現其所欲測量對象的真正特徵。測驗的效度通常以測驗分數與其所欲測量的特質之間的相關係數表示之。

### 2. 問卷檢核

回收的量化問卷雖有專業訪員代為檢核受訪者回答的項目，但為求謹慎，本次調查將隨機抽取至少 10% 的受訪者進行問卷電話複查，複查時詢問受訪者「接受訪問時間」、「受訪者基本資料」、「隨機抽查關鍵問題」，以確保訪問品質；若發現訪員不徹底執行的部分，特別針對問卷填答有誤或訪問原則需改善之訪員，透過督導員加以規勸，若仍未改善者，一律取消其訪問資格。

表9、 檢核問卷四步驟

A.正確性：	1.除了訪員先前的檢核，事後再以人工方式逐筆核對資料的邏輯是否正確、誤植等情況，同時也會檢查開放題的說明是否符合調查主題。 2.訪員於調查時若加入個人主觀意見，將導致許多習慣性偏誤。有關此點宜以明確定義說明各項填寫方法，並舉辦訪員訓練詳細說明。
B.合理性：	1.前後相關項目，是否彼此矛盾，或有悖常理，應仔細推敲檢查。 2.應繼續選填項目，是否依序填寫，其相關是否合理。
C.一致性：	1.問卷填寫方法及各問項的答案，是否依照填表說明方法之規定填寫。 2.各問卷之答案是否依照同一定義回答，務須仔細檢查。
D.完整性：	各問項有無漏問漏填之處。

### 3. 排除重複名單、資料合併及分析

- (1). 有效樣本審核完成後，將進行資料合併，同時再一次將受訪者基本資料做比對，以避免不同調查方式之重複樣本。
- (2). 資料正式分析前，應先進行資料邏輯偵錯，以確保資料內容之正確性。
- (3). 將合併資料匯入統計軟體 SPSS (15.0 英文版)，定義各欄位及選項名稱。撰寫及執行 SPSS 語法，進行資料分析，包含：
  - (I). 樣本代表性的檢定：資料處理必須在分析之前先針對受訪者基本特性做樣本適合度檢定(Chi-square Goodness of Fit Test)，判斷是否需要做樣本加權處理，確定調查結果足以推論至母體之整體輪廓。
  - (II). 頻次分析：各題項之頻次分析(Frequency Analysis)，由總體樣本對問卷各題項變數進行整體分析，藉由次數、百分比及

平均數所呈現的數據，可瞭解受訪者對各題項意見之整體輪廓。

(III).AHP 法：此次量化問卷架構透過專家訪視團及座談會所歸納出店家的成功因素後，以層級程序分析法(Analytical Hierarchy Process, AHP)將複雜的問題規劃分解成多個互斥的集合且上下「隸屬」的層級關係，從最上層的目標，次級為要素（視情況下再增加子要素／評估準則）及最下層為方案層來相互比較，並從中得到各層級的相對重要程度。分析時必須注意受訪者是否判斷為一致性，若觀察整體層級之一致性比率(Consistency Ratio the Hierarchy, C.R.H)小於 0.1(含)表示受訪者回答具有一致性的結果，方可分析各層級之間的相對重要性。

(IV).撰寫報告：根據資料分析結果撰寫分析報告，報告初稿待委託方審核通過，報告始定稿之。

### 三、 企業輔導

#### (一) 輔導目的

針對質化、量化的結果，進行反覆的檢視，制定有效的成功關鍵因素，針對台中地區挑選三家已創業或創業中糕餅產業個人工作室進行產業輔導，期待整合創業所需技能及其學員創業發展可行性，以建立糕餅產業創業發展之典範。

#### (二) 制訂格式

針對接受輔導之產業進行全面性的經營盤點，並以 SWOT 分析與五力分析方式了解接受輔導之廠商目前營運現況與需要改進之方向，再針對 AHP 分析的成功關鍵因素來制定營運目標 KPI；目標方面大致分為 4 個方向訂定，分別為，價格、產品、通路、促銷，即為行

銷 4P，透過經營盤點了解這四個層面的經營內容，再與先前的調查結果相互比對，協助規劃個人工作室的 KPI。

因為成功關鍵因素是需要配合前期的質化與量化這兩部份不斷的反覆檢視與調配，所以制定 KPI 方向的標準也會有所變動，但其最終需要達到的目的皆為使工作室在營運方面能有效的提升，不管是業績、來客數、促購度、通路等等，這些目標都是用來制定 KPI 的關鍵因素。

經過為期 3 個月的質化與量化結果，結合 20 家個人工作室的經營盤點後即可發現 20 家工作室和成功模型的差距。針對工作室的缺陷點與負責人進行會談，了解缺陷的原因並藉由模型的成功關鍵提出足以解決工作室議題的辦法，嘗試工作室的設定 KPI 來激勵工作室未來的發展。透過與負責人的會談後，執行單位將進行內部會議，選出適合的 3 家工作室來執行導入及輔導工作。(此處將會視各工作室的需求而定，執行單位會以 3 家未來發展的可能性較高的工作室為主要輔導對象。)

簡言之，經過成功關鍵因素的檢視後會瞭解個人工作室目前具備的條件及不足之處。結合客觀(模型檢定)及主觀(個人工作室自行提出加強之處)的認定後，將開始與工作室討論其 KPI 設定。如果發現個人工作室本身在產品面，也就是在糕餅的口味上出現問題時，顯示應該先從產品本身修正更動；而在雙方討論後，會建議個人工作室先朝著改良口味的目標方向前進，3 個月後便以店內或網路訂單的成交量為考核基準來評定 KPI 的標準。

### (三) 輔導方式

一零四市調中心將會組織相關的企業輔導團隊，以一零四顧問中心總經理 王榮春老師當任顧問，配合模型檢視後的結果制定的 KPI，進行每月一次的檢核，共執行三個月，期間需與個人工作室的負責人進行雙方面的溝通與協調，做為制定下個月 KPI 目標的相關意見，如有太大的誤差部份，需再重新檢視期初所確定的成功關鍵因素是否有誤，進行及時修正與規劃，確實的有效達成 KPI 目標。

此調查針對工作室的「缺陷部分」進行輔導方式，其施行概念及步驟略有不同，舉例說明如下：

- (1). 先確認個人工作室缺陷之處，設定改善目標。如先找出銷售較不佳的口味先行改善，先以大眾可接受的口味開發並測試。
- (2). 協助收集改善的資訊，明訂目標修正方向。此時先協助工作室收集大眾可接受的口味，提供開發口味的方向，同時也可以藉由定期討論瞭解市場的趨勢及脈動，修正口味開發的方向。
- (3). 觀察第一個月的結果，並不定期檢視目標方向是否有偏移。透過上述兩步驟後，可先檢視第一個月的口味測試，並瞭解新開發口味是否有能力取代先前的產品，或能消費者留下深刻的印象，如網路心得分享等。除此之外，中心亦會設計口味相關的問卷於店內實施，隨時瞭解消費者對於口味的改善是否有感受。
- (4). 依結果持續修正，以達成目標，並有效提升店家營運及 3 個月的成果檢核。經過 3 個月以來的口味測試、修正，不斷循環地修正目標方向，使工作室能順利達成 KPI 目標之外，亦能解決往日的缺陷，以提升店家的銷售額。

## 四、 分享座談會

### (一) 座談會時間

台中地區糕餅產業成功因素模型建立暨創業各案導入應用實例  
座談會：2012 年 12 月

### (二) 座談會主持人

由計畫主持人 蔡家昌 處長主持。

### (三) 座談會目的

為使轄區內求職者及想創業或創業中民眾了解未來產業趨勢及廠商可發展方向，得標廠商應邀請本機關轄區內標竿廠商或業界專家介紹相關產業發展趨勢、市場人力與求職就業力需求，並針對本次導入試辦成果、就業服務與職訓中心能扮演之角色及傳授該產業求職與面試技巧、創業應注意事項等說明。

上開 2 場次分享座談會，邀請轄區內具代表性之廠商及參與本調查導入試辦之創業單位參加，分享產業發展現況、未來趨勢、人力需求、從業技能及模型導入試辦成果。

各場次分享主題、內容請依調查對象進行規劃，每一場得邀請轄區相關產業之機關、團體、學校、廠商參與。

## 肆、專家訪視團訪談結果分析

以下為六家成功廠商訪團結果分析，活動照片請見附錄三。

### 一、喜利廉

#### (一) 店家基本資料

自從 1966 年起，從雜貨店轉型為烘焙店，當時才 7 名人力就開始經營這家堅持「歡喜、便利、物美價廉」的喜利廉，期待每位客人吃到他們做的糕餅都有歡喜、便利、物美價廉的感覺。目前第三代老闆王欽萬先生表示，在父輩那一代開始就有「焦點」的概念存在，因此開啟現在的明星商品—杏仁瓦片及杏仁薄片，甫推出就受到在地民眾的歡迎，所以到現在的理念，仍然是依在地化的口味進行創新改良，並秉持「焦點」的概念永續經營喜利廉。

#### (二) 訪談結果

而對於目前喜利廉的人力需求上，可以發現王老闆的認知是不夠的；雖然目前他的員工總數約有 60 人以上，但需要達到他對於烘焙的理想狀態仍是不足。而他的方法會請就服中心幫忙或是店門張貼徵人啟示等來期待補足人力缺乏的窘態。王老闆也提到，烘焙業必須從小開始培養，無論是熱情還是技術，這樣才能真正解決烘焙業人力不足的現象。

#### (三) 競爭優勢

1. 對糕餅有熱情。
2. 主打明星產品，產品有焦點，品牌有專業化。
3. 加開副業，以咖啡結合麵包西點，製造當地不同的氣氛。

4. 技術指導聘用顧問指導新的做法。

#### (四) 關鍵成功因素

1. 重視及穩定品質，有中央廠房統一出貨；加強訓練師傅的製作細節和知。
2. 聆聽顧客對產品的反映，並做適當調整。
3. 依照在地化創新產品，展店都依照在地化特性放置適當產品。
4. 各自團隊及生產線分工細，能有效控管。
5. 有行銷團隊，注意市場的流行性和包裝設計。

## 二、 裕珍馨

### (一) 店家基本資料

同樣是從 1966 年起，陳老闆的父母親就投入了烘焙業的領域，當時他們只請到 2 位師傅來幫忙，用著當時購買的爐子、攪拌器、烤箱和甘蔗板就開始做餅，而兩位師傅一直陪伴著陳家老兩看著裕珍馨的成長，到達今天的成就，仍然保持著一顆「感恩的心」做著大家熟悉的味道。起家的產品是以麵包、喜餅(酥餅)為主，當時就會幫助客人計算喜餅發放的量，加上大甲鎮瀾宮的加持，許多香客也幫他們的美味帶到台灣各地，漸漸打出知名度。因應時代的轉型也推出許多創新產品，不特別靠行銷，就靠「遇真心」的真誠建立他們的糕餅王國。

### (二) 訪談結果

陳老闆提到，為了改善工作環境，因此他不斷的建設廠房讓員工有更舒服的空間工作，無奈現今的學徒對於烘焙業熱情缺乏，導致無法勝任這樣的環境；雖然就服中心的學員都擁有好技術，但心態上就是以開業的視野來做烘焙，往往也不容易運用他們的專長來幫助裕珍馨的成長。這也是陳老闆一直很重視的「扎根」，糕餅的技術與精神

才有辦法傳承下去。

### (三) 競爭優勢

1. 用感恩真誠的心製做糕餅，對烘焙要有熱忱。
2. 隨著大甲鎮瀾宮的地緣關係，發展三寶館和觀光工廠。
3. 透過政府資源發展新技術及創新產品。
4. 價格實在。
5. 展店看顧客屬性而定，機場周邊主要為伴手禮；大甲地區為當地特產。

### (四) 關鍵成功因素

1. 用料天然實在，以奶油酥餅為明星產品。
2. 有中央廠房，重視每個製作環節，以穩定糕餅的品質。
3. 依照顧客的反映來做適當調整或開發新產品。
4. 時常參與政府舉辦的糕餅活動。
5. 重視員工的工作環境，以培養高度認同。

## 三、沃農士

### (一) 店家基本資料

從 1967 年起，阿聰師開創合味香，製作出喜餅、糕餅、點心麵包等，當時「開心奶酥」就已經讓合味香名聲大躁。不過阿聰師很好學，也很有遠見，很早就引進日本的機器(隧道爐等)，雖然花了 20 多萬新台幣，但也令他的產量提高許多；平時他很喜歡利用當地食材研發新產品，到現在為止，他仍然和跟他幾十年的 3 位老師傅一起鑽研新產品，如有名的「芋頭酥」、芋頭小酥餅都是由大甲芋頭製成；不

僅如此，阿聰師還喜歡將他的產品融合文化及藝術的氣息，如「大甲媽祖餅」都是他的研發團隊一起努力的結果。雖然阿聰師創業期間遇到一些不愉快的事，但並不阻礙他想將「在地食材」發揚光大的心情；這次的重新出發，阿聰師更是以全新的方向來開拓糕餅產業—觀光工廠，這樣一來，可以讓更多人了解食材與糕餅的藝術，更能了解阿聰師他對糕餅的堅持和理想。

## **(二) 訪談結果**

對於沃農士的人力需求上，門市多半目前是靠著原先的老員工來幫忙，因為正在籌劃觀光工廠，阿聰師也有招募新人；不過以阿聰師在台中糕餅業的名氣而言，想必會人慕名而去。只是訪問一開始，阿聰師就認為政府不扶植農業，會造成人力無法根留在地，就不能善用當地的資源幫助在地的人事物，言談之中他對未來回歸傳統自然的感受很深，也認為政府在運用土地上雖然是極大化發展(工業用地)，但卻用不環保的態度對待他所愛的土地，衍生出他也認為當地的人材無法根留感到惋惜。

## **(三) 競爭優勢**

1. 使用在地原料，體恤在地農民，創造台灣精神與明星商品。
2. 常參觀糕餅相關的展覽，或至國外見習，吸收新知。
3. 開設觀光工廠。
4. 價格實在。

## **(四) 關鍵成功因素**

1. 有研發團隊，再將秘方交由工廠師傅接手製作。
2. 研發符合在地人的口味產品及傳遞媽祖的文化精神。
3. 產品結合當地的文化與藝術。

4. 時常參與政府舉辦的糕餅活動。

## 四、 林異香齋

### (一) 店家基本資料

從 1912 年起，這家百年老店於梧棲老街誕生，林女士說這家店從她阿公開始就經營，雖然出身是漁家，為了養活一家 11 口人，因此開創了糕餅的副業。由於家附近有梧棲老廟，他們就從紅龜粿經營起家，方便香客進廟參拜；後來教授人認為阿公天賦聰穎，就開啟糕餅之路，從鹹蛋糕、綠豆椪等古早味糕餅。民國 48 年起，推出時就有醫生、貿易商捧場，到成為喜宴的甜點時，鹹蛋糕漸漸受大眾歡迎，成為梧棲的代表名產。林異香齋賣的就是傳統的回憶，不走精緻路線，就連設備的變動也不大，近年來增加一些架台和真空包膜機，來增加商品的保持期限外，其他都堅持原樣，維持大家小時候的那個記憶。

### (二) 訪談結果

由於林異香齋目前持家還是林女士的媽媽，因此有許多發展上是用守舊的方式在維持這家店。包含行銷、展店、招募新人等等，對於這些方面他們還是很陌生的摸索，期望可以在母親的眼皮底下為這家百年老店注入新血，創造事業的另一高峰。不過林女士也提到，目前人力需求除了整個家族之外，也會和當地學校合作，固定會有餐飲科的學生來實習當學徒，沒有聘顧就服中心的學員；她也提到，許多應徵者看見他們的小店後，都會不考慮在這裡工作。其實店家大小不是重點，重點在於老闆想要傳承的心，是否有人願意接受嚴竣的挑戰後所得到的成果？

### (三) 競爭優勢

1. 內場都由老師傅製作，每個環節都能精準掌握。

2. 主打明星商品，也有隨著淡旺季推出創新的商品。
3. 早期透過梧棲老街發展，地理位置好。
4. 價格實在。

#### **(四) 關鍵成功因素**

1. 用料天然實在，堅持使用新鮮的在地原料，建立口碑。
2. 限量販售，以控制出貨品質。
3. 重視顧客的反映來調整口味。
4. 時常參與政府舉辦的糕餅活動。
5. 開設網路商城吸引外地客。

## **五、 瑞典國寶**

### **(一) 店家基本資料**

瑞典國寶算是此次訪問的對象中最年輕的老闆，許老闆就是在因緣際會下取了個響亮的名字—瑞典國寶。原來想發展歐式麵包的許老闆，在隨著市場趨勢下研發出波士頓派、芋頭奶凍派來迎合市場的胃，現在新店又增加包子這項，可見學習麵包的技術可以延伸出許多不同類型的糕餅，這些技術是可以互相融合。十幾年前，許老闆獨資500萬開了第一家店，包含烤麵包機、攪拌器和店內裝潢等等，新生代的店家要成功的要素多了一項—包裝和行銷，才能短時間內打出知名度，這是和前幾家的成功要素最不同的地方；因此許老闆除了顧品質之外，他也花了許多時間來舉辦活動吸引顧客，如DIY教學，舉辦數次都能獲得很大的迴響，這也是他成功的秘訣。

### **(二) 訪談結果**

訪問時間剛好適逢許老闆新店開幕，他表示草屯的門市店員不好

找，原因是草屯人口外流嚴重，所以連新店要找門市員都很困難。對於政府資源的運用，許老闆說並沒有特別雇用就服中心的學員，因為他認為使用電腦找人才最方便，也或許許老闆並不知道就服中心的人力如何使用，看來就服中心可能要多加宣傳，想必將來有很多新店家都會借用中心訓練的人員，無論是異業結盟或是技術交流上，都對糕餅業有很大的幫助。

### (三) 競爭優勢

1. 確定自家的明星商品，以便推廣宣傳。
2. 結合市場趨勢，透過創新製作手法改良產品。
3. 架設網站 BLOG，提供平台與消費者互動。

### (四) 關鍵成功因素

1. 用料實在天然，符合健康訴求。
2. 產品堅持新鮮現做，統一由工廠出貨，穩定品質。
3. 重視行銷，強打創新產品，如店內活動或 DIY 教學。
4. 運用政府提供的資源舉辦活動及參與相關活動。

## 六、 國豐喜餅蛋糕

### (一) 店家基本資料

林國豐老闆是一位很嚴謹的人，對於他的店、他的產品、他的管理方式都要達到最好才能滿意。1972 年開啟他的創業旅程，當時 3 個人用 5 萬元就開了麵包店，也費了自己最大的心力來學習如何製作麵包，草創期間用著過時的木屑烤箱烤麵包，到現在為了產品的品質，不惜重金引入紅外線烤箱來維持烤出的味道及口感，林老闆就是一直用這要嚴謹的態度把關他的產品，他期望給所有顧客吃到的都是 100

分的新鮮麵包及蛋糕。

## **(二) 訪談結果**

對於人力需求上，林老闆也認為烘焙職業中心的學員多半都廣於吸收各項作法，卻不精於其中一項，如此在事前培訓上造成雙方的困難，而且在訓練過程也會使學員感到負擔很重而無法繼續下去，所以認為中心所培訓的人員應該要有重點，加上學員多半出身是家庭主婦，未必能配合企業時間工作，實屬可惜。面對糕餅業的經營模式，林老闆對員工的體貼在言談中可以了解，能給員工最好的他一定大方，只是無法按照國家規定的工時辦理，畢竟類似這種民生必需的東西，很難像一般企業正常上下班，而且糕餅業適合的人材不足，暫時無法改善林老闆所面對的困境了。

## **(三) 競爭優勢**

1. 自行創新製作手法，讓產品有更美味的呈現。
2. 嚴格要求完成品，堅持完美呈現每項產品，新鮮上市。
3. 重金引入國外技術與機器。

## **(四) 關鍵成功因素**

1. 堅持使用天然原料，不添加防腐劑。
2. 培訓員工，讓員工熟悉每個製作過程，確保生產品質。
3. 依照市場趨勢改良產品及口味。
4. 參與政府舉辦的糕餅活動及比賽。

## 七、 總結

針對 6 月底開始進行的成功糕餅業者訪談，不難了解一家知名的糕餅店都有長遠的歷史存在。此次訪談的店家都在這個產業佇立都有十年以上，雖然其中都有各自不同的經歷，但唯一肯定的是，他們都對自己產品有著高規格的要求(品質要求完美)，對顧客的味蕾有高敏感度(了解顧客、在乎顧客滿意度)，隨時都在乎顧客對自家產品的任何想法和心得來調整出適合的口味，繼續邁向成功之路。當然，他們都很在乎品質的穩定度，到目前為止都算是親力親為，不管是利用中央工廠出貨，或是店家的製餅廚房，這些知名的店家都會嚴格控管所有的原物料來源、使用、比例及製作的每個過程，甚至有些店家對師傅的訓練也很一致，期待從師傅揉麵團、捏麵團的時間盡量一致(品質管理)，以確保出產的糕餅送到每位顧客手中都是一樣。因此，從創新擴散理論 (Diffusion of Innovations, Everett M. Rogers) 角度看來，這些知名店家同時包含了「可觀察性」(產品品質)、「複雜性低」(原料使用堅持和透明)、「相容性高」(出身麵包師傅或喜餅師傅)和「試用性高」(擅用試吃抓住顧客、了解顧客)等元素，也許這就是促成他們現有的地位。

也是因為他們都注重產品品質、顧客滿意度和品質管理，促使這些店家早先比其他人跨越「從無到有」的那條鴻溝，再加上這些店家的管理者都保持一顆謙虛的態度不斷吸收外在的新知，了解行銷與包裝的設計、政府職訓的計劃、時常參與政府推廣計劃或參與糕餅相關的展覽資訊等方法來輔佐自身的事業更上一層樓。對於創新的觸角，這些店家確實都比別人有著更高警覺度和敏感度，隨時觀察市場的脈動來決定下一步，了解在地顧客的感受來創新或調整產品，再結合平日的知識(包含行銷方式、包裝設計、展店的在地性規劃等)，都是讓

這些知名店家擁有目前不可撼動的地位。

訪問過程中，無時無刻都能感受到這些管理人那顆對糕餅業的熱忱，談話不時也可以感受到管理者與員工的互動—他們都很在乎員工的工作場地，期待能給員工良好的環境，共同打拼再創另一個顛峰。管理人和老員工(師傅)都有絕佳的默契，但也顯示出目前糕餅產業的人力斷層，即使他們都有招募新血願意培養，可惜的是很少人願意在這種悶熱的工作環境持續工作。下表為六家的關鍵成功因素同異表，詳見下表。

表10、綜合六家知名糕餅店關鍵因素同異處

同異處 關鍵成 功因素	喜利廉	裕珍馨	林異香齋	沃農士	國豐	瑞典國寶
相同處	1.重視自家的產品品質，都有明星產品。 2.重視顧客對自己的反映，做出產品上的口味調整。 3.以高規格的方法管理人員及產品，使用天然原料，穩定品質。 4.觀察市場趨勢，研發創新產品					
相異處	1.分工細 2.有行銷團隊 3.展店依據在地民眾口味擺放適當的產品 4.外聘技術顧問	1.地理位置好 2.參與政府糕餅相關活動 3.透過政府培訓並產品研發 4.價格實在 5.展店依據客人屬性定位產品	1.地理位置好 2.參與政府糕餅相關活動 3.開設網路商城推廣產品 4.價格實在	1.產品結合文化和藝術(行銷) 2.使用在地化食材 3.常去看展覽來累積相關知識 4.時常參與糕餅類設計比賽和政府的糕餅相關活動 5.開設觀光工廠	1.行銷強調自家的原料天然 2.培訓員工 3.展店依據在地化導向 4.重金引入國外技術與機器	1.參與政府糕餅相關活動 2.開設網站及BLOG 3.店家時常舉辦行銷活動(試吃)

## 伍、焦點座談會

### 一、會議日期

舉辦於 2012/07/18 星期三 下午 2:00-4:00。

### 二、會議地點

地點位於台中福華飯店 503 會議室。

### 三、會議議程

會議時程與內容如下表，活動照片請見附錄三。

表11、座談會會議時間表

時間	會議內容
14:00~14:10	主持人引言 長官致詞 中區職訓局 中彰投就業服務中心 秘書 洪瑞雪女士
14:10~14:40	訪談實例暨結果報告 一零四資訊科技股份有限公司 廣告暨市調營運處 營運長 蔡家昌
14:40~16:00	綜合討論： 糕餅產業整體發展趨勢及就業狀況 檢視糕餅產業經營關鍵成功之因素 檢視糕餅產業目前遇到的困難
16:00~	賦歸(行銷產品說明)

## 四、 會議內容

這次要介紹的店家都在這個產業佇立有十年以上，都有著十幾年以上的口碑存在，雖然其中都有各自不同的經歷，但唯一肯定的是，他們都對自己產品有著高規格的要求，對顧客的味蕾有高敏感度，隨時都在乎顧客對自家產品的任何想法和心得來調整出適合的口味，繼續邁向成功之路。當然，他們都很在乎品質的穩定度，到目前為此都算是親力親為，不管是利用中央工廠出貨，或是店家的製餅廚房，這些知名的店家都會嚴格控管所有的原物料來源、使用、比例及製作的每一個過程，甚至有些店家對師傅的訓練也很一致，期待從師傅揉麵團、捏麵團的時間盡量一致，以確保出產的糕餅送到每位顧客手中都是一樣。因此，從創新擴散理論角度看來，這些知名店家同時包含了「可觀察性」、「複雜性低」、「相容性高」和「試用性高」等元素，也許這就是促成他們現有的地位。

也是因為他們注重產品品質、顧客滿意度和品質管理，促使這些店家早先比其他人跨越「從無到有」的那條鴻溝，再加上這些店家的管理者都保持一顆謙虛的態度不斷吸收外在的新知，了解行銷與包裝的設計、政府職訓的計劃、時常參與政府推廣計劃或參與糕餅相關的展覽資訊等方法來輔佐自身的事業更上一層樓。對於創新的觸角，這些店家確實都比別人有著更高警覺度和敏感度，隨時觀察市場的脈動來決定下一步，了解在地顧客的感受來創新或調整產品，再結合平日的知識，都是促成這些店家目前地位的因素。

## 五、 會議結果

訪談結果報告後，有些廠商提出疑問主要是這些理論我們都能接受，而且也同意這些理論的確是關鍵成功因素，但是也提出該如何運用到實際的作法；主持人則進一步說明。創新擴散理論的第一個關鍵點的成功因素為「相對優勢」，而這項「相對優勢」就是關鍵成功因素中的品質面，有比其他家好的產品，就能夠跨過第一個關鍵點，是成功的第一步。要能維持，則是在於「可觀察性」、「複雜性低」、「相容性高」和「可試用性」等四點。

### 1. 可觀察性

就是你的東西要很清楚地讓你的消費者看到，舉例來說，目前有些店(不僅僅是麵包店)將廚房作成開放式，讓顧客能清楚看到產品的製作過程。

### 2. 複雜性低

舉例來說，一塊麵包，不需要說明這塊裡面加了多少東西，對你的身體的哪個部位很好等等，只需要說明原料來源及為什麼使用這個原料就可以，不需要作過多的說明。

### 3. 相容性高

這一點就是因應在地化了；舉例來說，如果你會做麵包，那你學做蛋糕或糕餅的門檻就比別人低，相對來講，你可以善用本身的技術去作一些延伸，去因應在地的需求，去創造一些可能當地比較會喜歡的東西。

### 4. 可試用性

簡單的說就是試吃，我們訪問的六家廠商，他們都很歡迎顧客試

吃，而且不會只給你一小塊，而是整個產品都給你試吃，因為對產品有信心，所以有把握顧客試吃了之後就會買。

針對以上 4 點說明，廠商都能夠理解實際做法，其中有部份廠商已經有在直行「可觀察性」及「可試用性」的部分；而廠商較不能理解的「複雜性低」及「相容性高」的部分，在說明之後，就能夠理解執行的方式。

## 六、 廠商建議

而討論完關鍵成功因素之後，廠商亦表達以下回饋意見及建議策略：

### 1. 江記永安喜餅

目前是第二代持續經營；為求多元發展而於苗栗設置關於客家文化的創意糕餅及系列商品。把客家文化的特徵，如油桐花、花布包、擂茶等融入在糕餅的內容，讓糕餅帶出客家文化的精神，這就是永安喜餅目前的規劃發展的方向，期待為永安喜餅注入新氣象。

### 2. 茶與餅食品行

對於調查內容中，有關「行銷」部分給予建議；蔡老闆認為糕餅業的行銷思維需要被建立，才有辦法讓中小型的糕餅店家擴大經營範圍成為大型糕餅店鋪，建議政府方面可以加開一些行銷相關的課程加強糕餅業者的行銷概念。此外他表示中小型糕餅店家多半都具有區域性，徵人部分較少接觸政府方面的支援，但有和附近學校聯絡學員徵才的方法來找到合適的人才。

### 3. 蘇珊經典麵包坊

反映目前徵才情況。江老闆說明小店找人的困境，和學校方面溝通後也難找學員協助內場工作，但又表示來店工作的學員多半也會因

為工作環境不佳而離職，因此徵才的循環不斷在短時間內發生。當然參與此次座談會除了瞭解店內需要加強或維持的部分外，更想藉此來反映徵才方面的困難。

#### **4. 富群西點麵包店**

針對目前糕餅業的前景看好，認為陸客的比例大增，使得糕餅的市場有增加的現象。而鄭老闆認為常參與這類調查的座談會有助於增加不同的資訊，是值得推廣的活動。

## 陸、消費者問卷結果分析

### 一、中彰投地區民眾調查結果

共回收 320 份問卷，其中 A 廠商 93 份，B 廠商 51 份，C 廠商 39 份，D 廠商 42 份，E 廠商 56 份，F 廠商 39 份。

#### (一) 樣本結構

表12、受訪者基本資料

樣本資訊			
性別	%	教育程度	%
男	45.0%	國中及以下	0.3%
女	55.0%	高中/高職	13.8%
年齡	%	大專/大學	72.5%
19歲以下	1.9%	研究所及以上	13.4%
20-24歲	10.3%	全家月收入	%
23-29歲	23.4%	19,999元以下	5.3%
30-34歲	30.9%	20,000-39,999元	14.7%
33-39歲	15.9%	40,000-59,999元	18.1%
40-44歲	9.4%	60,000-79,999元	22.2%
43-49歲	5.6%	80,000-99,999元	14.7%
50歲以上	2.5%	100,000-119,999元	11.6%
婚姻狀況	%	120,000-159,999元	5.9%
未婚	64.4%	160,000元以上	7.5%
已婚沒小孩	6.3%		
已婚有小孩	28.8%		
其他	0.6%		

## (二) 消費行為概況

透過調查發現，中彰投地區民眾最常光顧的店家是 A 廠商，其次是 E 廠商和 B 廠商；最愛店家內的奶油酥餅系列或特色蛋糕/麵包系列；主要產品資訊管道是「親朋好友推薦」，顯示糕餅產品的口碑是消費者較為依賴的資訊來源。

表13、消費者行為

消費行為概況			
常吃店家	%	最愛糕餅系列	%
A廠商	29.1%	奶油酥餅系列	29.1%
B廠商	15.9%	特色蛋糕/麵包系列	15.9%
C廠商	12.2%	芋頭酥系列	8.1%
D廠商	13.1%	特色糕餅系列	7.5%
E廠商	17.5%	瓦片薄餅系列	7.2%
F廠商	12.2%	鳳梨酥系列	6.9%
平均消費金額	%	鹹蛋糕	6.3%
100元以下	3.8%	伴手禮系列	5.3%
101-300元	28.1%	綠豆椪	4.7%
301-600元	37.8%	太陽餅系列	4.1%
601-900元	12.2%	特色手工餅乾/點心	4.1%
901-1200元	10.9%	其他特色商品	0.9%
1201-1500元	2.5%	店家資訊來源	%
1501-1800元	2.5%	親朋好友推薦	59.7%
1801元以上	2.2%	電視報導	23.4%
到店平均次數	%	店家活動宣傳	21.9%
一個月3次以上	11.6%	報紙雜誌報導	18.4%
一個月1-2次	34.7%	網路廣告	16.6%
一~二個月1次	23.8%	部落客推薦	15.9%
二~三個月1次	16.3%	報紙雜誌廣告	11.3%
三~六個月1次	13.8%	戶外廣告看板	10.0%
		街頭傳單	9.7%
		電視廣告	5.3%
		其他	3.1%

### (三) 六家廠商消費者行為交叉結果

表 3-3 結果顯示，最常購買店家為「A 廠商」的消費者，最愛奶油酥餅系列；而「B 廠商」為瓦片薄餅系列；「C 廠商」為鹹蛋糕；「D 廠商」為奶油酥餅系列；「E 廠商」為特色蛋糕/麵包系列；「F 廠商」為奶油酥餅系列。

表14、 六家廠商消費者行為 - 最愛糕餅系列

	總數	A廠商	B廠商	C廠商	D廠商	E廠商	F廠商
回答人數	320	93	51	39	42	56	39
奶油酥餅系列	29.1%	64.5%	7.8%	0.0%	31.0%	8.9%	28.2%
鳳梨酥系列	6.9%	2.2%	7.8%	12.8%	7.1%	5.4%	12.8%
太陽餅系列	4.1%	5.4%	3.9%	2.6%	11.9%	0.0%	0.0%
伴手禮系列	5.3%	6.5%	7.8%	7.7%	4.8%	1.8%	2.6%
瓦片薄餅系列	7.2%	1.1%	33.3%	5.1%	2.4%	3.6%	0.0%
芋頭酥系列	8.1%	4.3%	5.9%	7.7%	21.4%	8.9%	5.1%
鹹蛋糕	6.3%	1.1%	2.0%	28.2%	4.8%	5.4%	5.1%
綠豆椪	4.7%	4.3%	0.0%	20.5%	0.0%	3.6%	2.6%
特色蛋糕/麵包系列	15.9%	1.1%	23.5%	5.1%	4.8%	48.2%	17.9%
特色糕餅系列(紫玉酥、奶香酥、老公老婆餅、肉桂糕、媽祖餅等)	7.5%	7.5%	3.9%	10.3%	9.5%	3.6%	12.8%
特色手工餅乾/點心	4.1%	1.1%	3.9%	0.0%	2.4%	7.1%	12.8%
其他特色商品(牛軋糖等)	0.9%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	3.6%	0.0%

表 3-4 結果顯示，最常購買店家為「A 廠商」的消費者，每次平均花費 574 元，平均 63 天購買一次；而「B 廠商」的消費者，每次平均花費 413 元，平均 38 天購買一次；「C 廠商」的消費者，每次平均花費 664 元，平均 47 天購買一次；「D 廠商」的消費者，每次平均花費 596 元，平均 49 天購買一次；「E 廠商」的消費者，每次平均花費 488 元，平均 38 天購買一次；「F 廠商」的消費者，每次平均花費 615

元，平均 37 天購買一次。

**表15、 六家廠商消費者行為 - 平均消費金額、到店平均天數**

	總數	A廠商	B廠商	C廠商	D廠商	E廠商	F廠商
回答人數	320	93	51	39	42	56	39
平均消費金額(元)	552	574	413	664	596	488	615
到店平均天數(天)	48	63	38	47	49	38	37

表 3-4 結果顯示，六家廠商的消費者，主要的店家資訊來源皆為親朋好友推薦；而「B 廠商」及「D 廠商」的消費者，次要的資訊來源為電視報導，「B 廠商」及「E 廠商」的消費者，次要的資訊來源為電視報導，「C 廠商」的消費者，次要的資訊來源為報紙雜誌報導，「F 廠商」的消費者，次要的資訊來源為網路廣告。

**表16、 六家廠商消費者行為 - 店家資訊來源**

	總數	A廠商	B廠商	C廠商	D廠商	E廠商	F廠商
總數	320	93	51	39	42	56	39
電視報導	23.4%	24.7%	17.6%	30.8%	35.7%	17.9%	15.4%
電視廣告	5.3%	5.4%	2.0%	7.7%	4.8%	8.9%	2.6%
報紙雜誌報導	18.4%	17.2%	7.8%	33.3%	26.2%	12.5%	20.5%
報紙雜誌廣告	11.3%	8.6%	9.8%	17.9%	14.3%	7.1%	15.4%
戶外廣告看板	10.0%	7.5%	5.9%	10.3%	11.9%	17.9%	7.7%
街頭傳單	9.7%	2.2%	5.9%	15.4%	7.1%	21.4%	12.8%
部落客推薦	15.9%	11.8%	9.8%	20.5%	21.4%	8.9%	33.3%
網路廣告	16.6%	9.7%	13.7%	17.9%	21.4%	10.7%	38.5%
親朋好友推薦	59.7%	72.0%	64.7%	48.7%	47.6%	57.1%	51.3%
店家活動宣傳	21.9%	18.3%	33.3%	12.8%	16.7%	25.0%	25.6%
其他	3.1%	2.2%	2.0%	0.0%	4.8%	7.1%	2.6%

#### (四) 糕餅產業的認知

消費者最認同糕餅產業的「產品維持新鮮」，平均高達 5.29。其次重視糕餅產業的「用料實在」、「用料天然健康」和「產品符合自己口感」，均達到 5 分以上的認同度，顯示消費者對於品質面的要求更為重視。相對而言，消費者對於「顧客回饋機制」、「行銷活動優惠實

在」和「商品流行性」的認同度偏低。

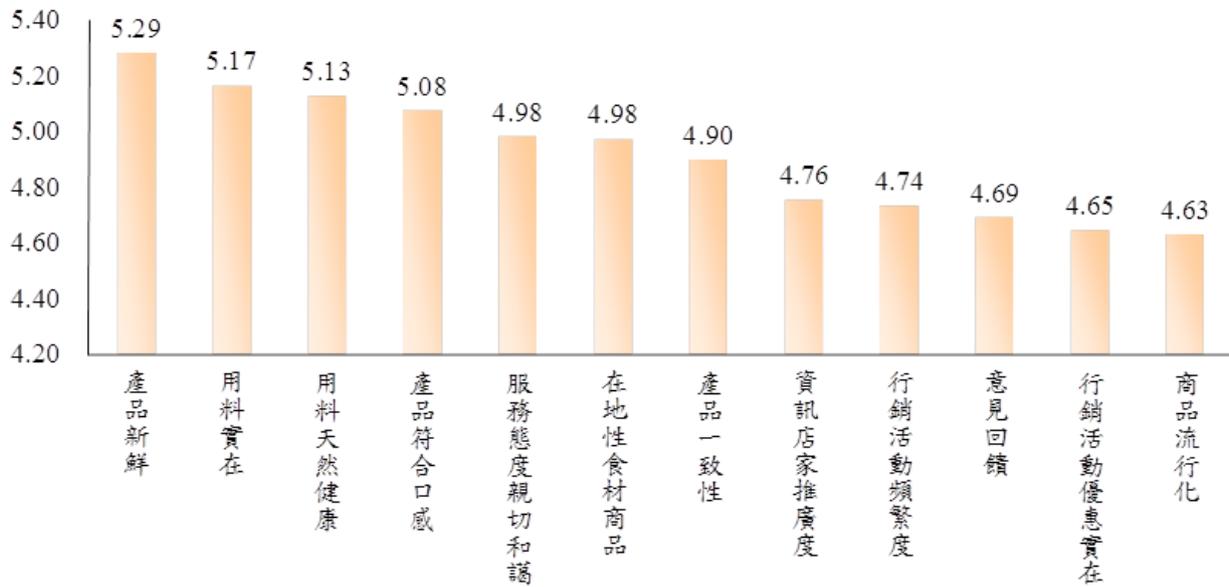


圖4、 糕餅產業整體表現分數

### (五) 六家糕餅店家表現

應用 ANOVA 分析，瞭解六家在品質面、顧客面及管理面三大面向的差異如表 3-6 所示。結果發現，各家在「用料實在」、「用料天然健康」、「產品新鮮」、「產品符合口感」、「商品流行性」、「產品品質一致」和「服務人員態度親切」等面向上有差異的表現，顯示六家店家在這些項目上表現較不一致。圖 3-3 至圖 3-9 起將各別瞭解六家於這些面向上的表現為何。

表17、 各家表現差異表

ANOVA分析-六家表現		
項目	有明顯差異	無明顯差異
B2_1.這家店產品用料實在，如使用鮮奶等原料製作。	○	
B2_2.這家店的產品用料天然健康。	○	
B2_3.這家店生產的產品很新鮮。	○	
B2_4.這家店生產的產品符合我的口感。	○	
B2_5.這家店常推出因應市場流行性的商品，如歐式雜糧麵包等。	○	

B2_6.這家店常推出符合在地性食材的商品，如台灣各地食材。		O
B2_7.我容易在公開場合看見這家店的相關資訊或店家，如糕餅大會等。		O
B2_8.我對這家店的意見箱或顧客回饋機制感到滿意。		O
B2_9.這家店的味道及口感都有一致的表現。	O	
B2_10.這家店的服務人員親切和藹，在店內消費愉快。	O	
B2_11.這家店的行銷活動很頻繁，如時常有特定節日活動、促銷、試吃等。		O
B2_12.我認為這家店所舉辦的行銷活動很優惠、很實在。		O
B2_13.我對這家店的整體滿意度是？		O

「用料實在」方面，A 廠商和 B 廠商表現高於整體表現；雖然 C 廠商的表現較弱，但在用料實在的部分都有達到顧客滿意的水準表現(4 分以上)。

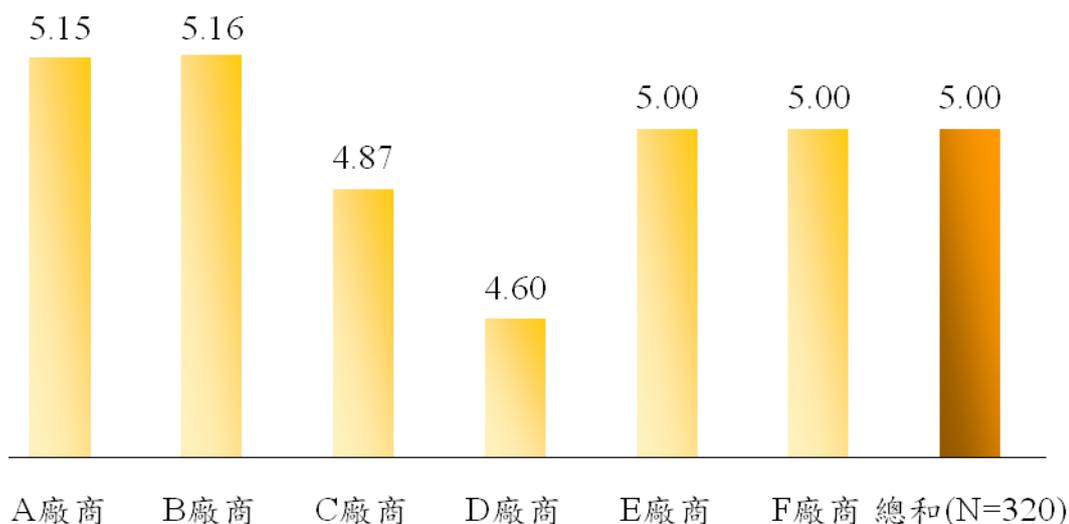


圖5、「用料實在」各家表現

「用料天然健康」方面，A 廠商、B 廠商和 F 廠商表現高於整體表現；整體來看，C 廠商和 D 廠商的表現較弱，但平均分數都有達到顧客滿意的水準表現(4 分以上)。

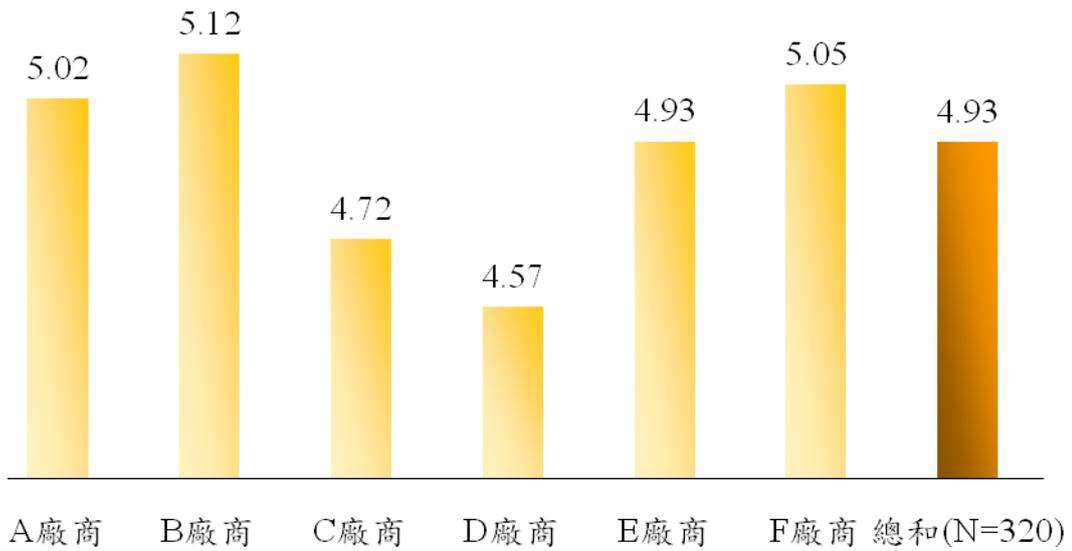


圖6、「用料天然健康」各家表現

「產品新鮮」方面，B 廠商和 A 廠商表現高於整體表現；整體來看，C 廠商和 D 廠商的表現仍然較弱，不過平均分數都有達到顧客滿意的水準表現(4 分以上)。

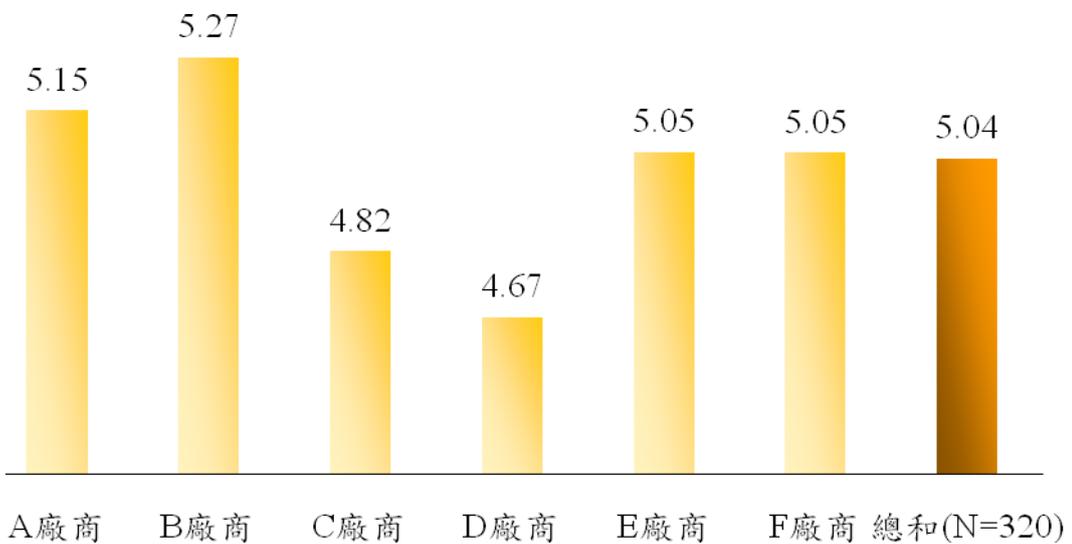


圖7、「產品新鮮」各家表現

「產品符合口感」方面，B 廠商的表現遠高於整體表現，其次是 A 廠商；但 D 廠商的表現仍然較弱，不過平均分數都有達到顧客滿意的水準表現(4 分以上)。

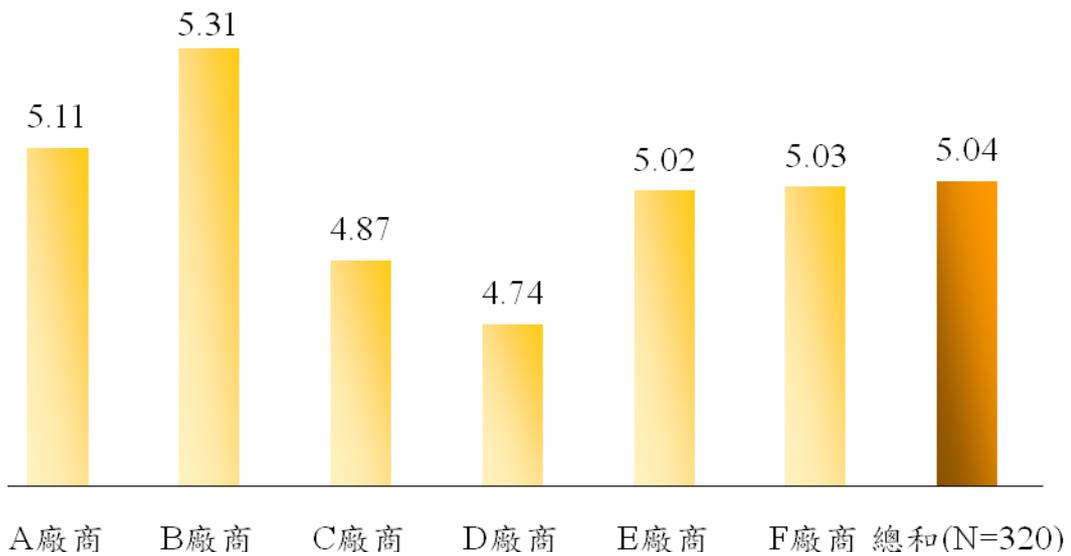


圖8、「產品符合口感」各家表現

「商品流行化」方面，F廠商和B廠商的表現高於整體表現，其次是E廠商，都在商品流行的趨勢下有推出順應市場的新產品。

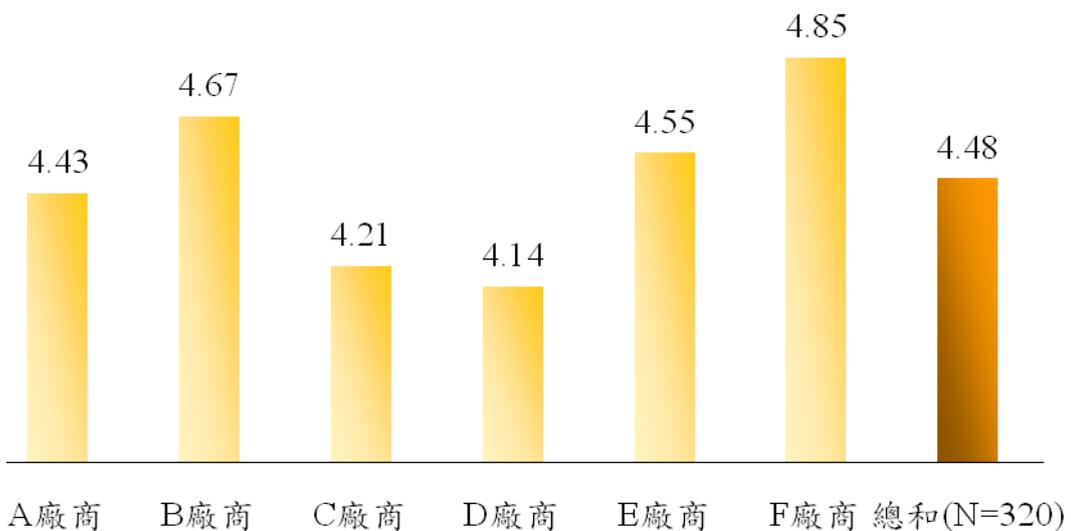


圖9、「商品流行化」各家表現

「產品品質一致」方面，B廠商的表現遠高於整體表現，其次是A廠商；E廠商和D廠商的表現較弱，不過平均分數都有達到顧客滿意的水準表現(4分以上)。

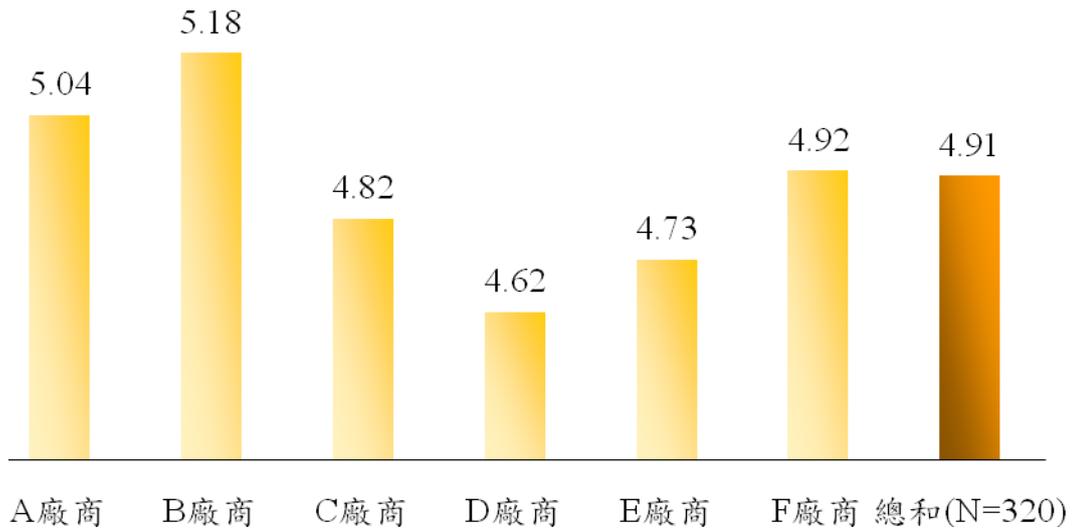


圖10、「產品品質一致」各家表現

「服務人員態度親切」方面，F 廠商的表現遠高於整體表現，其次是 B 廠商和 A 廠商；C 廠商、E 廠商和 D 廠商的表現較弱，不過平均分數都有達到顧客滿意的水準表現(4 分以上)。

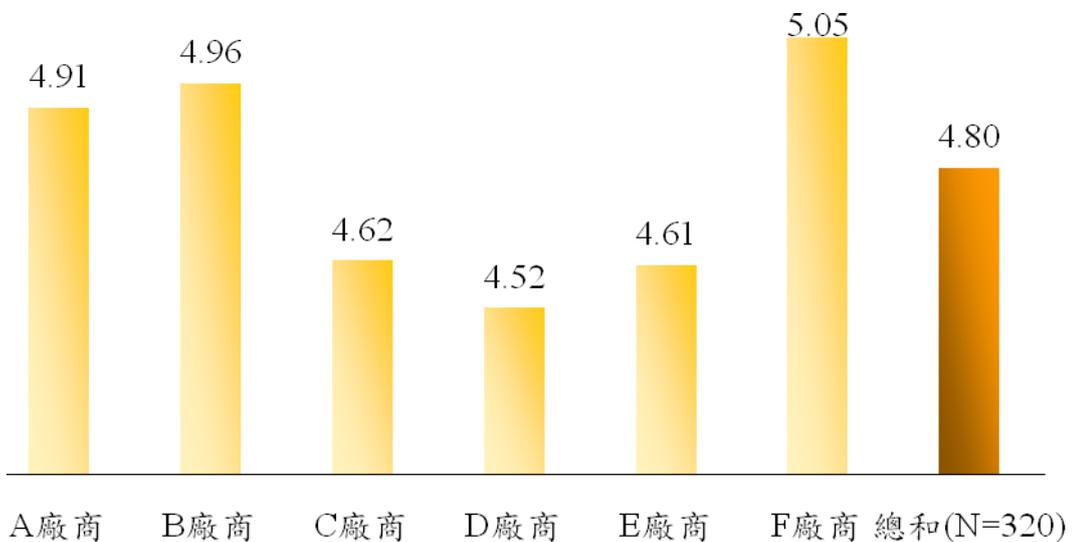


圖11、「服務人員態度親切」各家表現

雖然六家店家在明顯差異的項目上都達到滿意的程度，但消費者對於 B 廠商、A 廠商和 F 廠商的滿意程度更高，顯示消費者更認同 3 家店家在差異項目的表現。而 F 廠商在「商品流行性」和「服務人員態度親切」上又有更出色的表現，也突顯出糕餅產業未來的發展可以

考慮研發市場流行產品及加強服務人員態度。

表18、各家表現一致表

店家表現一致項目		
項目	店家	平均分數
B2_6.商品使用在地性食材	A廠商	4.92
	B廠商	4.92
	C廠商	4.67
	D廠商	4.64
	E廠商	4.79
	F廠商	4.77
	總和	4.81
B2_7.在公開場合展露資訊	A廠商	4.84
	B廠商	4.73
	C廠商	4.56
	D廠商	4.31
	E廠商	4.52
	F廠商	4.72
	總和	4.65
B2_8.顧客回饋機制	A廠商	4.71
	B廠商	4.59
	C廠商	4.36
	D廠商	4.33
	E廠商	4.46
	F廠商	4.69
	總和	4.55
B2_11.行銷活動頻繁	A廠商	4.71
	B廠商	4.59
	C廠商	4.31
	D廠商	4.29
	E廠商	4.32
	F廠商	4.79
	總和	4.53
B2_12.行銷活動優惠實在	A廠商	4.69
	B廠商	4.55
	C廠商	4.36
	D廠商	4.31
	E廠商	4.41

	F廠商	4.82
	總和	4.54
B2_13.我對這家店的整體滿意度是？	A廠商	4.91
	B廠商	5.02
	C廠商	4.87
	D廠商	4.60
	E廠商	4.77
	F廠商	4.95
	總和	4.86

中彰投等地的消費者對於店家「產品在地化」、「公開場合產品資訊展」、「顧客回饋機制」、「行銷活動頻繁」、「行銷活動優惠實在」和「店家整體滿意度」項目上的表現差異不大，都呈現滿意的表現。

## (六) 消費者購買之成功關鍵因素

以消費者評論各店家之整體滿意度為依變數進行迴歸分析，瞭解哪些項目是消費者實際關心，並能成功吸引前往購買的因素。表 3-8 為影響消費者對店家整體滿意度的影響因子，此迴歸模型整體解釋力達 74.9%，最能影響購買因素為「行銷活動優惠實在」和「產品品質一致」，顯示店家若推出的行銷令消費者感受到經濟實惠或產品品質有一致的表現時，便能造成促購的效果；其次會影響消費者購買的因素有「產品符合自己的口感」、「服務人員態度親切」、「顧客回饋機制」、「用料實在」和「產品在地化」等，都是影響消費者的購買意願。

表19、迴歸分析所得成功關鍵因素模型

依變項：店家整體滿意度(解釋力74.9%)	
自變項項目	權重
B2_12.行銷活動優惠實在	22.8%
B2_9.產品品質一致	19.8%
B2_4.產品符合口感	13.2%
B2_10.服務人員態度親切	12.8%
B2_8.顧客回饋機制	12.0%
B2_1.用料實在	11.7%
B2_6.商品使用在地性食材	7.6%

針對以上迴歸模型之主要影響消費者的購買因素項目，利用權重進行評分之公式如下：

$$Y = 0.117 \times (\text{B2\_1.用料實在}) + 0.132 \times (\text{B2\_4.產品符合口感}) + 0.076 \times (\text{B2\_6.商品使用在地性食材}) + 0.12 \times (\text{B2\_8.顧客回饋機制}) + 0.198 \times (\text{B2\_9.產品品質一致}) + 0.128 \times (\text{B2\_10.服務人員態度親切}) + 0.228 \times (\text{B2\_12.行銷活動優惠實在})$$

其中 Y 為廠商所得關鍵分數，分數越高，代表此廠商越能吸引消費者購買商品。其餘項目因不會影響消費者的購買意願，故不納入計分公式之中。

另利用 AHP 分析方法檢視消費者購買糕餅的喜好因素，以權重方式察看各階層之比重，詳細情況如下圖。

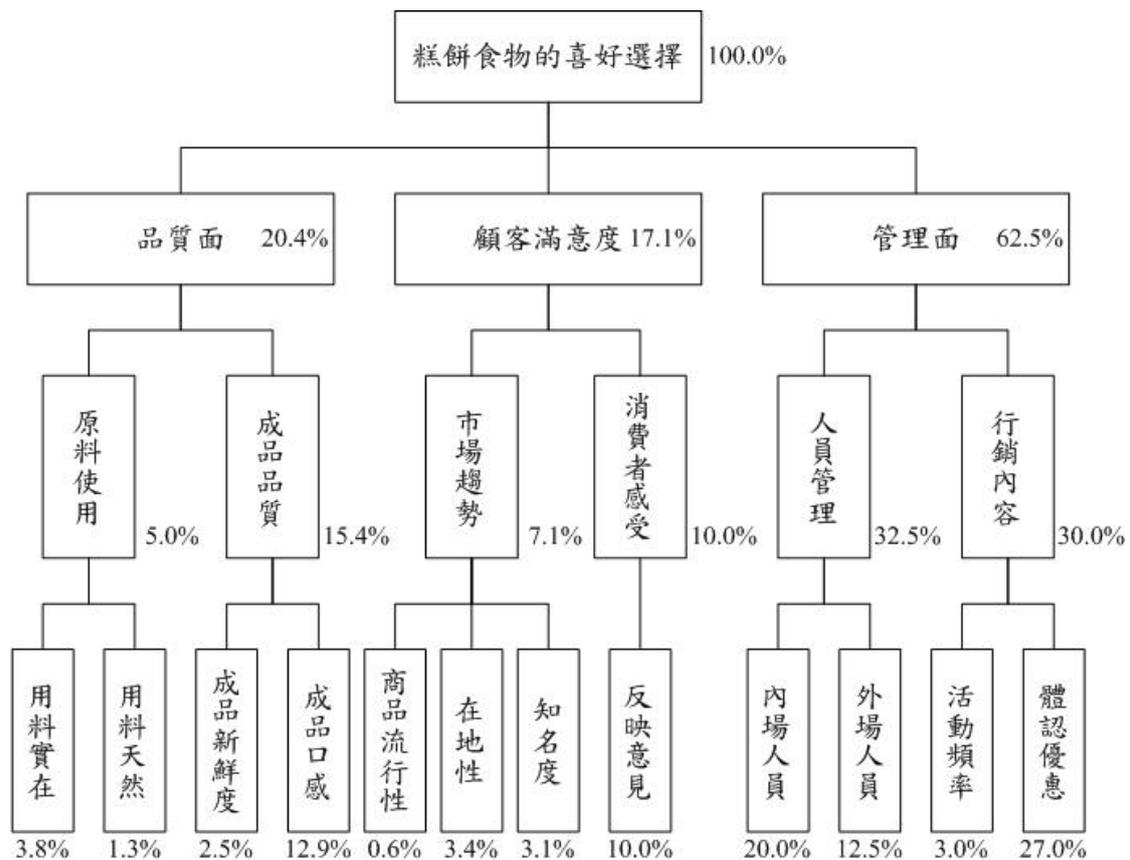


圖12、AHP 分析方法之各階層權重分布圖

## 二、 交叉分析

針對居住在中彰投的民眾與非中彰投的民眾所回答之問卷，分別檢視其基本資料與問項交叉表，提出發現，另由於較多題目交叉分析不符合統計基本假設（期望值次數低於 5 之比例，不得大於 20%），故以百分比狀況論述，提出較特別的狀況：

### (一) 中彰投地區與非中彰投地區民眾消費行為（附表 61）

1. 對於最常購買並吃過的店家，非中彰投地區的民眾最常購買並吃過 A 廠商的比例，明顯高於中彰投地區，且其他店家的比例中彰投地區，皆高於非中彰投地區。
2. 對於最喜歡店家的產品，非中彰投地區對奶油酥餅系列、鳳梨酥系列、太陽餅系列、芋頭酥系列皆高於中彰投地區的喜好比例。
3. 對於選擇食用糕餅類製品的類型，中彰投地區選擇不拘，都可以的比例明顯高於非中彰投地區，而非中彰投地區選擇較多葷食類與素食類。
4. 對於糕餅產業的行銷活動優惠、實在認同度，非中彰投地區正面的比例明顯高於中彰投地區。

### (二) 中彰投地區之民眾（附表 1 至 30）

1. 對於最常購買並吃過的店家，男性與女性並無顯著差異，皆最常購買、吃過 A 廠商而依百分比的狀況可以發現，20 歲至 39 歲此四個年齡層的青壯年民眾較常購買、吃過 A 廠商，而學生、45-49 歲與 50 歲以上之民眾則是 B 廠商。另發現白領主管階級民眾為 E 廠商。
2. 對於最常光顧購買並吃過此家店的頻率，男性與女性並無顯著差異，皆為一個月 1-2 次。而依百分比狀況可以發現，多數民眾購

買頻率為一個月 1-2 次，而 50 歲以上與待業中之民眾購買頻率較多為一個月 3 次以上，另 45-49 歲、已婚沒小孩、藍領主管階級、自由業、全家月收入在 80,000-99999 與 160,000 元以上之民眾購買頻率較低。

3. 對於平均在店內的每次消費金額，依百分比的狀況可以發現，民眾之金額約在 101-300 元與 301-600 元，而年齡層、個人月收入與全家的月收入越高其可能消費金額可能會越高。
4. 在對糕餅產業各問項認同度方面，大多表示正面的認同度。但在市場流行性商品、行銷活動此兩問項負面認同度較多，可以發現，以年輕的民眾（20-34 歲）與教育程度較高的民眾較不認同糕餅業的流行商品與行銷活動優惠、實在。
5. 而對各店家各問項認同度方面，大多亦表示正面認同度。與糕餅產業的狀況相似，20-34 歲與教育程度較高的民眾皆較不認同行銷活動優惠、實在與流行商品。

### **(三) 非中彰投地區之民眾（附表 31 至 60）**

1. 對於最常購買並吃過的店家，女性最常購買並吃過 A 廠商的比例，明顯高於男性而一般而言，受訪民眾皆最常購買、吃過 A 廠商。
2. 對於最常光顧購買並吃過此家店的頻率，男性消費的比例明顯高於女性，男性以一個月 1-2 次的比例最高，而女性以三~六個月 1 次的比例最高。而依百分比狀況可以發現，多數民眾購買頻率為一個月 1-2 次，而 35 歲至 44 歲之民眾購買頻率較多為三~六個月 1 次購買頻率較低。

3. 對於平均在店內的每次消費金額，依百分比的狀況可以發現，民眾之金額約在 101-300 元與 301-600 元，而個人月收入與全家的月收入越高其可能消費金額可能會越高。
4. 在對糕餅產業各問項認同度方面，大多表示正面的認同度。但在市場流行性商品此問項負面認同度較多，可以發現，以年輕的民眾（20-34 歲）較不認同糕餅業的流行商品。
5. 而對各店家各問項認同度方面，大多亦表示正面認同度。然而 20-34 歲的民眾較不認同行銷活動優惠、實在。

#### **(四) 小結**

綜合以上狀況發現與地區各項問項交叉表顯示出，除了 A 廠商全台民眾最常購買並吃過的比例高，其餘店家對於非中彰投地區的比例比中彰投地區相對較低，顯示非中彰投地區的民眾對非 A 廠商的品牌較不常接觸。而因品牌知名度高，故其產品亦會較高，調查結果也顯示出 A 廠商的產品喜愛比例較高。針對消費能力的部分，綜合顯示收入、年齡等因素，越可能影響購買產品的能力。另在流行產品與行銷活動方面，對於年輕族群較難認同，因此對於店家在產品創新與行銷手法方面，仍需要加強改善。

### 三、 結論及消費者建議

中彰投地區的消費者認同糕餅產業中必須要達到品質用料要新鮮、實在、天然三大要素，同時吃起來的口感能符合大眾。不過對於糕餅產業的「行銷活動」上，消費者感受度低，因此於建立模型時發現能夠吸引消費者的主要關鍵因素就是感受「行銷活動優惠實在」，其次才是品質一致及符合大眾口感等品質面向，顯示消費者關心的層面是物美價廉的概念，這與供給面的店家理念是有落差的存在；未來想要吸引更多顧客購買，除了穩定產品品質層面的把關外，「行銷活動優惠」也會是促進購買率的指標，而這項指標將也考驗各店家企劃及行銷的功力了。

調查後瞭解消費者對於自己偏好的店家都是支持的態度，多半對店家並沒有相關建議；不過有 17.2% 表示各店家的行銷活動可以更多、更優惠，用行銷活動來吸引或回饋廣大的支持者繼續支持購買，7.8% 則是鼓勵店家繼續堅持目前所有的努力，7.5% 則期待店家能推出更多研發的新產品和口味。詳見表 3-9。

表20、 建議事項

店家建議表			
B2.1.請詳細說明對店家的建議	總數	320	100.0%
	多點折扣/促銷/優惠活動/舉辦活動	55	17.2%
	很好/不錯	25	7.8%
	多研發新口味/產品多元化/在地化	24	7.5%
	服務態度要加強	10	3.1%
	食材用料要採用健康路線	9	2.8%
	擺放試吃品	7	2.2%
	繼續維持高品質	6	1.9%
	多開分店	6	1.9%
	環境/衛生需要加強	4	1.3%

	產品品質加強一致化	3	0.9%
	多元客制化禮盒/產品組合	3	0.9%
	動線/停車規劃要加強	3	0.9%
	等太久/服務人員少	2	0.6%
	包裝設計改良/環保	2	0.6%
	開發新通路(宅配、便利商店、信用卡)	2	0.6%
	產品要標明保存期限/新鮮賣	1	0.3%
	口感過乾	1	0.3%
	繼續維持親切服務	1	0.3%
	其他	6	1.9%
	無/無意見	168	52.5%

#### 四、 附錄：非中彰投地區消費者行為

##### (一) 樣本結構：

表21、 受訪者基本資料

樣本資訊(N=206)			
性別	%	教育程度	%
男	54.9%	國中及以下	1.0%
女	45.1%	高中/高職	13.1%
		大專/大學	74.3%
		研究所及以上	11.7%
年齡	%	全家月收入	%
19歲以下	2.9%	19,999元以下	5.3%
20-24歲	13.1%	20,000-39,999元	13.6%
23-29歲	18.9%	40,000-59,999元	17.0%
30-34歲	24.3%	60,000-79,999元	18.9%
33-39歲	17.5%	80,000-99,999元	13.6%
40-44歲	12.1%	100,000-119,999元	12.6%
43-49歲	5.3%	120,000-159,999元	7.8%
50歲以上	5.8%	160,000元以上	11.2%
婚姻狀況	%		
未婚	59.7%		
已婚沒小孩	7.3%		
已婚有小孩	33.0%		

## (二) 消費者行為概況

外地遊客購買鳳梨酥的比例明顯較中彰投等地民眾購買頻率高。同時非中彰投等地民眾除了靠店家平時的口碑獲得訊息外，透過電視及報紙雜誌報導得知訊息的比例也明顯提高。

表22、消費者行為

消費行為概況(N=206)			
常吃店家	%	最愛糕餅系列	%
A廠商	49.5%	奶油酥餅系列	33.0%
E廠商	17.0%	鳳梨酥系列	17.5%
D廠商	10.2%	芋頭酥系列	12.1%
C廠商	8.7%	太陽餅系列	8.3%
B廠商	7.3%	特色蛋糕/麵包系列	5.8%
F廠商	7.3%	瓦片薄餅系列	4.4%
平均消費金額	%	綠豆椪	4.4%
100元以下	5.8%	鹹蛋糕	3.4%
101-300元	24.3%	特色手工餅乾/點心	3.4%
301-600元	39.8%	伴手禮系列	2.9%
601-900元	12.6%	特色糕餅系列	2.9%
901-1200元	9.7%	其他特色商品	1.9%
1201-1500元	4.4%	店家資訊來源	%
1501-1800元	1.0%	親朋好友推薦	50.5%
1801元以上	2.4%	電視報導	31.6%
到店平均次數	%	報紙雜誌報導	22.3%
一個月3次以上	9.2%	部落客推薦	17.0%
一個月1-2次	29.6%	電視廣告	15.0%
一~二個月1次	24.8%	網路廣告	15.0%
二~三個月1次	14.1%	店家活動宣傳	15.0%
三~六個月1次	22.3%	報紙雜誌廣告	11.2%
		戶外廣告看板	10.7%
		街頭傳單	9.2%
		其他	0.5%

### (三) 糕餅產業認知

相較之下，非中彰投地區民眾更認同糕餅產業的「服務人員態度親切」和「產品在地化」兩大面項，平均分數達5分以上。

表23、受訪者對糕餅產業認知

項目	個數	整體平均
B1_3.糕餅產業生產的產品要很新鮮。	206	5.17
B1_10.這個產業的服務人員親切和藹，會讓我時常回流購買。	206	5.07
B1_4.糕餅產業生產的產品要能符合我的口感。	206	5.05
B1_2.糕餅產業產品用料要很天然健康。	206	5.04
B1_6.這個產業常推出符合在地性食材的商品，如台灣各地食材。	206	5.03
B1_1.糕餅產業的產品用料要很實在，如使用鮮奶等原料製作。	206	5.01
B1_9.這個產業的味道及口感要有一致的表現。	206	4.98
B1_11.這個產業的行銷活動很頻繁，如時常有特定節日活動、促銷、試吃等。	206	4.93
B1_12.我認為這個產業所舉辦的行銷活動很優惠、很實在。	206	4.87
B1_7.容易在公開場合看見糕餅產業的相關資訊或店家，如糕餅大會等。	206	4.81
B1_5.這個產業常推出因應市場流行性的商品，如歐式雜糧麵包等。	206	4.75
B1_8.我很容易對這個產業做出自己的意見或回饋。	206	4.71

#### (四) 六家糕餅店家表現

表24、各家表現差異表

ANOVA分析-六家表現		
項目	有明顯 差異	無明顯 差異
B2_1.這家店產品用料實在，如使用鮮奶等原料製作。	O	
B2_2.這家店的產品用料天然健康。	O	
B2_3.這家店生產的產品很新鮮。		O
B2_4.這家店生產的產品符合我的口感。	O	
B2_5.這家店常推出因應市場流行性的商品，如歐式雜糧麵包等。		O
B2_6.這家店常推出符合在地性食材的商品，如台灣各地食材。		O
B2_7.我容易在公開場合看見這家店的相關資訊或店家，如糕餅大會等。		O
B2_8.我對這家店的意見箱或顧客回饋機制感到滿意。		O
B2_9.這家店的味道及口感都有一致的表現。		O
B2_10.這家店的服務人員親切和藹，在店內消費愉快。		O
B2_11.這家店的行銷活動很頻繁，如時常有特定節日活動、促銷、試吃等。		O
B2_12.我認為這家店所舉辦的行銷活動很優惠、很實在。		O
B2_13.我對這家店的整體滿意度是？	O	

滿意程度有明顯差異的項目中，非中彰投地區的民眾較偏好 D 廠商的表現，其次是 B 廠商和 A 廠商，顯示外地遊客比中彰投民眾更能接受 D 廠商的產品及店家表現。

表25、各家表現差異表

店家表現【差異】項目		
項目	店家	平均分數
B2_1.用料實在	A廠商	5.09
	B廠商	5.20
	C廠商	4.89
	<b>D廠商</b>	<b>5.43</b>
	E廠商	4.86
	F廠商	4.20
	總和	5.01
B2_2.用料天然健康	A廠商	5.05
	B廠商	5.13
	C廠商	4.83
	<b>D廠商</b>	<b>5.38</b>
	E廠商	4.91
	F廠商	4.47
	總和	5.00
B2_4.產品符合口感	A廠商	5.12
	B廠商	5.13
	C廠商	4.94
	<b>D廠商</b>	<b>5.43</b>
	E廠商	4.86
	F廠商	4.47
	總和	5.04
B2_13.我對這家店的整體滿意度是？	A廠商	5.00
	B廠商	4.80
	C廠商	4.83
	<b>D廠商</b>	<b>5.10</b>
	E廠商	4.77
	F廠商	4.20
	總和	4.88

表26、各家表現一致表

店家表現【一致】項目								
項目	店家	平均分數	項目	店家	平均分數	項目	店家	平均分數
B2_3. 產品新鮮	A廠商	5.11	B2_7. 在公開 場合展 露資訊	A廠商	4.73	B2_10. 服務人 員態度 親切	A廠商	4.89
	B廠商	5.20		B廠商	4.73		B廠商	5.00
	C廠商	5.00		C廠商	4.83		C廠商	4.67
	D廠商	5.33		D廠商	5.00		D廠商	5.05
	E廠商	4.94		E廠商	4.57		E廠商	4.86
	F廠商	4.60		F廠商	4.53		F廠商	4.60
	總和	5.06		總和	4.72		總和	4.87
B2_5. 商品流 行化	A廠商	4.62	B2_8. 顧客回 饋機制	A廠商	4.63	B2_11. 行銷活 動頻繁	A廠商	4.72
	B廠商	4.80		B廠商	4.87		B廠商	4.87
	C廠商	4.83		C廠商	4.89		C廠商	4.67
	D廠商	5.05		D廠商	4.90		D廠商	4.95
	E廠商	4.51		E廠商	4.60		E廠商	4.60
	F廠商	4.53		F廠商	4.47		F廠商	4.13
	總和	4.67		總和	4.68		總和	4.68
B2_6. 產品在 地化	A廠商	4.99	B2_9. 產品品 質一致	A廠商	5.00	B2_12. 行銷活 動優 惠 實在	A廠商	4.75
	B廠商	5.00		B廠商	5.07		B廠商	4.67
	C廠商	4.83		C廠商	4.61		C廠商	4.61
	D廠商	5.14		D廠商	5.14		D廠商	4.95
	E廠商	4.69		E廠商	4.77		E廠商	4.46
	F廠商	4.53		F廠商	4.67		F廠商	4.27
	總和	4.91		總和	4.92		總和	4.67

### (五) 消費者購買之成功關鍵因素

外地遊客同樣重視店家的行銷活動是否優惠實在，其次是產品用料實在及產品新鮮。因此想吸引更多外地遊客前往購買，或增加外地遊客的回流率，可以嘗試更多實在的行銷活動、宣傳用料實在及產品新鮮、加強顧客回饋機制等方面訊息，便能增加外地遊客的促購度。

表27、成功關鍵因素模型

依變項：店家整體滿意度(解釋力67.7%)	
項目	權重
B2_12.行銷活動優惠實在	26.1%
B2_1.用料實在	18.0%
B2_3.產品新鮮	15.7%
B2_8.顧客回饋機制	14.8%
B2_6.商品使用在地性食材	13.5%
B2_7.在公開場合展露資訊	12.0%

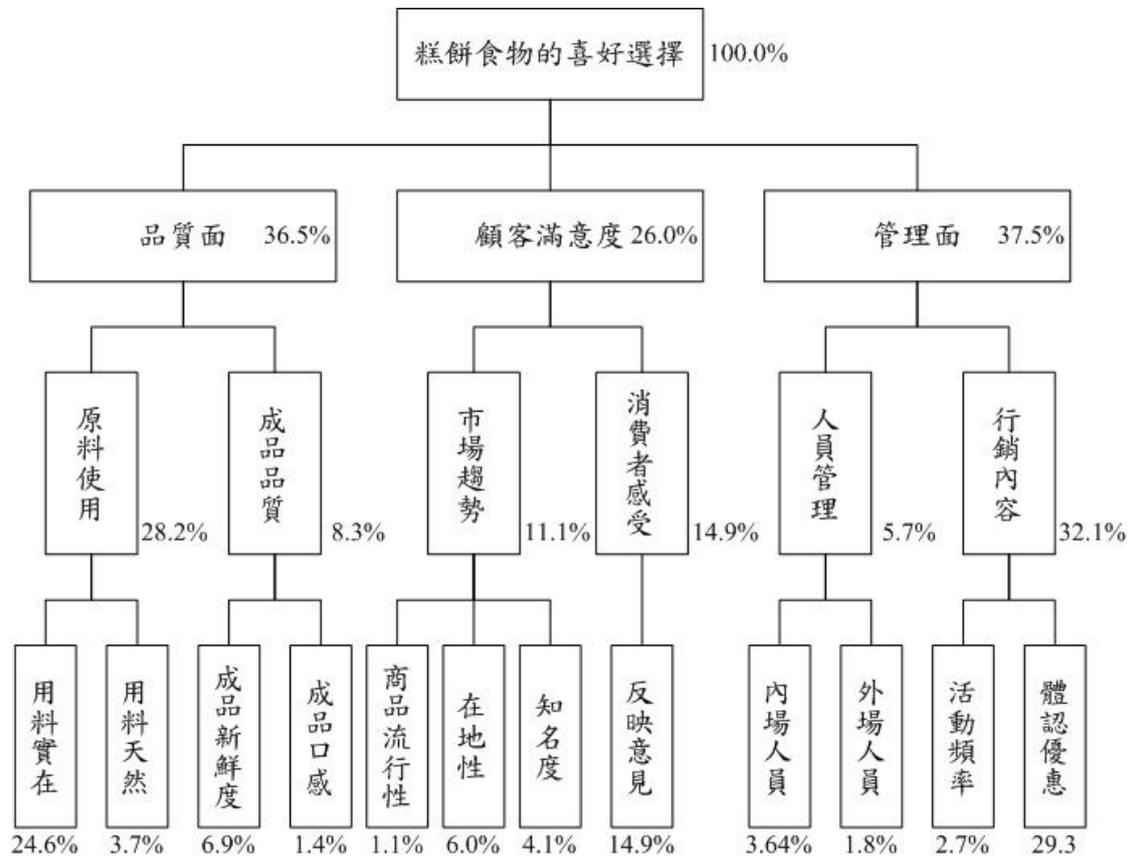


圖13、各階層權重分布圖

## (六) 店家建議

表28、店家建議

店家建議表		
總數	206	100.0%
多點折扣/促銷/優惠活動/舉辦活動	40	19.4%
多研發新口味/產品多元化/在地化	11	5.3%
很好/不錯	9	4.4%
多開分店	6	2.9%
服務態度要加強	5	2.4%
環境/衛生需要加強	5	2.4%
不要太甜	4	1.9%
產品品質加強一致化	3	1.5%
產品要標明保存期限/新鮮賣	3	1.5%
開發新通路(宅配、便利商店、信用卡)	3	1.5%
經濟實惠	3	1.5%
繼續維持高品質	2	1.0%
多元客制化禮盒/產品組合	2	1.0%
擺放試吃品	2	1.0%
食材用料要採用健康路線	1	0.5%
動線/停車規劃要加強	1	0.5%
等太久/服務人員少	1	0.5%
其他	1	0.5%
無/無意見	113	54.9%

# 柒、 能量調查結果

## 一、 帕芙琳經典蛋糕店

### (一) 基本資料

店家位於臺中市大甲區，店內員工內場 5 人、外場 3 人，共有 8 人；店內販售的商品有特色蛋糕、麵包、手工餅乾及糕餅，另外還有販售咖啡及手工冰淇淋，而主打的明星商品為特色蛋糕及手工冰淇淋；店家自己的定位是偏西式風格的店面。

### (二) 訪談結果

在產品的方面，老闆對自己的產品原料十分堅持，只使用天然的原料製作，而老闆一直持續與店內師傅及業界同仁交流討論，來進行新產品研發；店家目前使用的主要行銷方式僅有試吃活動，之前嘗試與其他店家合作，但行銷活動的效果不佳，之後就沒繼續嘗試其他行銷方式。

### (三) 店家優劣勢

#### 1. 優勢的部分

產品用料天然，品質實在且能夠維持一致，會推出符合流行性的產品，重視顧客的意見及回饋，並作出回應及改善。

#### 2. 劣勢的部分

店家位置屬於非人潮聚集地，行銷活動效果不彰，假日也吸引不到觀光客消費，店家產品資訊曝光不夠，難以吸引顧客消費。

### (四) 發展建議

主要問題再在於產品資訊曝光不足，可以在大甲市區的人潮聚集地分發傳單進行宣傳，亦可同時利用網路平台，如部落客及臉書等方式進行曝光。

## 二、 親親喜餅蛋糕店

### (一) 基本資料

店家位於臺中市石岡區及東勢區交界處，店內員工內場 3 人、外場 2 人，共有 5 人；店內販售的商品有鳳梨酥、太陽餅、伴手禮、芋頭酥、鹹蛋糕、綠豆椪、特色蛋糕、麵包及糕餅，而主打的明星商品為鳳梨酥及鹹蛋糕；店家自己的定位是屬於社區經營類型。

### (二) 訪談結果

在產品的方面，老闆都是使用新鮮、天然的原料製作，也會使用當地及自家種植的農產品加入產品中，而老闆會時常與店內師傅及業界同仁進行交流討論，開發新產品；店家目前使用的主要行銷方式有試吃活動、促銷活動及店內節日活動。

### (三) 店家優劣勢

#### 1. 優勢的部分

產品用料天然，品質實在，會推出結合在地食材的產品，會主動了解顧客的意見。

#### 2. 劣勢的部分

店家地理位置較偏僻，顧客主要為附近居民，因此，當原物料成本增加時，難以在價格作處反映。

### (四) 發展建議

店家客群穩定，且與自己定位接近，經營面上沒有建議，而成本增加無法反映在售價部分，可先與顧客進行溝通，並且有一段宣傳期，使顧客能有心理準備。

### 三、 杰妮麵包店

#### (一) 基本資料

店家位於臺中市東勢區，店內員工內場 2 人、外場 2 人，共有 4 人；店內販售的商品有土鳳梨酥、太陽餅、伴手禮、瓦片薄餅、芋頭酥、鹹蛋糕、綠豆椪、特色蛋糕、麵包、手工餅乾及糕餅，而主打的明星商品為土鳳梨酥及鹹蛋糕；店家自己的定位是屬於社區經營類型。

#### (二) 訪談結果

在產品的方面，老闆都是使用天然的原料製作，產品也非常新鮮，在原料的使用上會使用當地或臺灣的食材加入產品中，而老闆會透過拜訪業界同仁或是參觀展覽等方式，增加自己的靈感來進行新產品研發；店家目前使用的主要行銷方式有試吃活動及店內節日活動。

#### (三) 店家優劣勢

##### 1. 優勢的部分：

產品用料實在，品質能維持，位置屬於當地人潮聚集地，且曝光充分。

##### 2. 劣勢的部分：

根據店家的定位，目前無明顯劣勢之處。

#### (四) 發展建議

訪談過程中，顧客絡繹不絕，無經營上的難處，加上店家自己定位在社區經營，因此無任何建議。

## 四、 田間蛋糕店

### (一) 基本資料

店家位於臺中市大安區，店內員工內場 2 人、外場 3 人，共有 5 人；店內販售的商品有鳳梨酥、芋頭酥、綠豆椪、特色蛋糕及麵包，而主打的商品為特色蛋糕及麵包；店家自己的定位是屬於社區經營類型。

### (二) 訪談結果

在產品的方面，雖然有販賣鳳梨酥、芋頭酥、綠豆椪等商品，但店內產品仍以蛋糕及麵包為主，產品較無特色，且老闆較少研發新產品，偶爾會與業界同仁交流才有進行研發；店家目前使用的主要行銷方式有試吃活動及促銷活動。

### (三) 店家優劣勢

#### 1. 優勢的部分：

產品品質穩定，在當地具有一定的知名度。

#### 2. 劣勢的部分：

無具有特色之明星商品。

### (四) 發展建議

顧客群十分穩定，店家也希望能維持社區經營模式，因此，在經營模式上尚無任何建議。

## 五、 天水雅集

### (一) 基本資料

訪問地點位於臺中市大里區天水雅集的中央工廠，而廠商在臺中目前有 4 家分店，廠商員工內場 10 人、外場 40 人，共有 50 人；販售的商品有鳳梨酥、太陽餅、龍睛酥(芋頭酥)、綠豆椪、特色蛋糕、麵包及手工餅乾，而主打的明星商品為太陽餅及龍睛酥(芋頭酥)。

### (二) 訪談結果

在產品的方面，老闆認為糕餅產業的用料就是要實在，因此他從創業至今，一直都堅持使用品質較好且天然的原料，產品也非常新鮮且品質維持數十年如一日，而老闆會與師傅們進行討論，進行新產品研發；店家目前使用的行銷方式有試吃活動、促銷活動、店內節日活動、發宣傳單、部落客推薦及電視、電台、報紙、網路廣告進行宣傳。

### (三) 店家優劣勢

#### 1. 優勢的部分：

產品用料天然、實在，產品新鮮、口感佳，分店位置交通方便，行銷手法多，店家資訊獲取容易。

#### 2. 劣勢的部分：

雖然廠商不論在產品面及行銷面上都有不錯的表現，但老闆認為還有許多可以加强的地方，如沒有使用在地食材的產品，也認為行銷頻率上還不夠。

### (四) 發展建議

廠商目前已有四家分店，在產品面、管理面及行銷面都有很好的表現，老闆在行銷面上認為自己不足，因此建議除了增加行銷活動的

頻率外，可以請專人設計產品的包裝。

## 六、 Amy 美食小舖

### (一) 基本資料

店家屬於家庭工作室性質，老闆是參加職訓之後才創業；店家的銷售方式是利用網路拍賣方式進行，有接到訂單才會進行製作；店內販售的商品有蛋糕、麵包、餅乾及點心，另外還有販賣一些中式餐點，店家的特色是所有產品皆為素食。

### (二) 訪談結果

在產品的方面，因為產品主打是素食養生，因此老闆堅持使用天然健康的原料製作，也完全不添加防腐劑；而老闆經常會自己進行產品研發，會上網搜尋一些產品，並自行改良為純素食；店家目前使用的主要行銷方式為網路拍賣。

### (三) 店家優劣勢

#### 1. 優勢的部分：

產品為全素食，符合現代人養生的概念，產品種類繁多，能符合各種人的口味。

#### 2. 劣勢的部分：

目前為一人經營，且設備不足，在商品的產出上不足，無法接受大量訂單；拍賣頁面曝光不足，目前顧客多為老客戶。

### (四) 發展建議

因為人手及設備的不足，導致商品產出不夠，因此建議找職訓的同學來共同經營，以解決人手不足的問題；而在經營面的部分，因為使用網路通路，因此可以多加利用網路資源來進行曝光。

## 七、 億軒麵包坊

### (一) 基本資料

店家位於臺中市東勢區，店內員工內場 2 人、外場 2 人，共有 4 人；店內販售的商品有鳳梨酥、鹹蛋糕、特色蛋糕及麵包，而主打的明星商品為鳳梨酥及鹹蛋糕；店家對自己的定位是屬於社區經營類型。

### (二) 訪談結果

在產品的方面，老闆認為使用新鮮、天然的原料製作是應該，但也提到，因為成本考量，無法每一樣原料都用到最新鮮、最好的食材，僅能在成本的考量內用到最好的；而老闆研發新產品的方式是與業界的同仁交流進行，因此偶而才會進行研發；店家目前使用的主要行銷方式是透過顧客去向親友推薦。

### (三) 店家優劣勢

#### 1. 優勢的部分：

麵包的種類繁多，產品能保持新鮮，店內佈置明亮。

#### 2. 劣勢的部分：

不清楚未來產業發展趨勢，原料無法使用高級食材。

### (四) 發展建議

主要問題為因為成本考量，無法使用較好的食材，但店家客群穩定，與自己定位接近，因此經營面上沒有建議。

## 八、 康久菓子工坊

### (一) 基本資料

店家位於臺中市大雅區，店內員工內場 8 人、外場 8 人，共有 16 人；店內販售的商品有鳳梨酥、太陽餅、伴手禮、瓦片薄餅、特色蛋糕、麵包、糕餅及松子酥，而主打的明星商品為鳳梨酥及松子酥。

### (二) 訪談結果

在產品的方面，老闆對於自己產品十分有自信，原料是使用高級、天然的食材，創業初期就添購設備維持原料新鮮度，亦對產品的品質的控管十分要求，而老闆經常與店內的師傅及業界的同仁交進行流，以幫助自己開發新產品；店家目前使用的主要行銷方式有試吃活動、促銷活動、店內節日活動及顧客向親友推薦。

### (三) 店家優劣勢

#### 1. 優勢的部分：

產品種類多、品質好，對原物料的保存方式十分嚴謹。

#### 2. 劣勢的部分：

想參加展覽或活動，因人力不足而無法參加。

### (四) 發展建議

主要問題為人手不足，雖然訪問中有提到，跟就服站及職訓局的合作找到的人不是適合的人選，但人手不足是整個產業共同面臨的問題，因此建議還是應該繼續與就服站合作，透過與就服站的溝通，解決找到的是不適合人選的問題。

## 九、 哈妮小屋食品行

### (一) 基本資料

店家是屬於烘焙工作室，經營模式由接喜慶宴會訂單轉為網路銷售方式；店內販售的商品有瓦片薄餅、特色蛋糕、麵包、手工餅乾、提拉米蘇及鮮奶酪，而主打的明星商品為瓦片薄餅及特色蛋糕。

### (二) 訪談結果

在產品的方面，老闆對於自己產品的堅持就是，原料必須使用天然的食材，而且完全不添加防腐劑，而老闆經常與業界的同仁交進行流，幫助自己開發新的產品；店家目前使用的主要行銷方式有試吃活動及 PC-home 的商店街。

### (三) 店家優劣勢

#### 1. 優勢的部分：

使用的原料品質好，且老闆堅持不使用防腐劑。

#### 2. 劣勢的部分：

行銷活動少，資訊曝光度低，知名度不高。

### (四) 發展建議

主要問題是在經營模式轉為網路之後，因行銷不夠、曝光不足的因素，使得訂單多來自於朋友的推薦及一些老客戶，因為使用網路通路，建議可以多加利用網路資源如部落客及臉書等方式來增加曝光。

## 十、可娜餐飲有限公司

### (一) 基本資料

店家位於臺中市西屯區，店內員工內場 3 人、外場 4 人，共有 7 人；店內販售的商品有伴手禮、瓦片薄餅、特色蛋糕、麵包、手工餅乾及糕餅，店內還有販賣咖啡及簡餐，而主打的明星商品為伴手禮及特色蛋糕、麵包。

### (二) 訪談結果

在產品的方面，老闆認為這個產業的用料就是要實在、天然，作出來的產品才會有好的品質，顧客吃了才會滿意，因此在原料的食材上十分用心尋找，而老闆會與業界同仁交流或是參觀展覽來幫助自己開發新產品，也會推出因應市場流行的產品；店家目前使用的主要行銷方式為透過 BBS 及部落客推薦、宣傳。

### (三) 店家優劣勢

#### 1. 優勢的部分：

使用原料用心，產品新鮮，店家外觀及內部裝潢明亮、有特色。

#### 2. 劣勢的部分：

較少舉辦促銷活動，行銷方式較單一，店家曝光資訊不足。

### (四) 發展建議

行銷活動較少，除了利用部落客推薦之外，可以考慮在合理的成本範圍內，舉辦一些促銷或試吃活動，活動宣傳上可以透過顧客向親友推薦的方式。

## 十一、 王田麵包食品有限公司

### (一) 基本資料

店家屬於麵包工廠，生產的麵包提供給早餐店或麵包直營店販售；廠內員工內場 2 人、外場 4 人，共有 6 人；販售的商品主要為吐司及漢堡。

### (二) 訪談結果

在產品的方面，老闆認為雖然自己是工廠，但使用的原料不會因為大量生產的緣故使用便宜的食材，仍是使用天然、非人工加工的食材製作產品，且產品的口感及味道都能有一致的表現，但因為是工廠的關係，老闆比較沒有時間去考慮新產品的開發。

### (三) 店家優劣勢

#### 1. 優勢的部分：

使用原料天然，產品品質一致，能大量生產。

#### 2. 劣勢的部分：

產品種類少，也沒有研發新產品的行動。

### (四) 發展建議

目前的客源穩定，但產品種類較少，可以試著開發新的產品，向客戶推銷，也可開發新的客源。

## 十二、 布雷德麵包坊

### (一) 基本資料

店家位於臺中市梧棲區，店內員工內場 2 人、外場 3 人，共有 5 人；店內販售的商品有奶油酥餅、土鳳梨酥、太陽餅、伴手禮、瓦片薄餅、芋頭酥、鹹蛋糕、綠豆椪、特色蛋糕、麵包、手工餅乾、糕餅及和菓子禮盒，而主打的商品為土鳳梨酥及鹹蛋糕。

### (二) 訪談結果

在產品的方面，產品種類繁多，幾乎涵蓋常見的糕餅類產品，雖然產品種類已經很多了，但老闆還是一直會與店內師傅討論，或是參觀展覽及講習等方式，研發新口味的產品；店家目前使用的主要行銷方式有試吃活動、促銷活動、店內節日活動、親友推薦、BBS 及部落客推薦、宣傳；除了實體店面外，老闆也剛開始經營網路通路的部分，目前主要利用臉書及電話的方式接受訂單。

### (三) 店家優劣勢

#### 1. 優勢的部分：

產品種類眾多，能滿足各種口味的顧客。

#### 2. 劣勢的部分：

產品種類多，沒有特別的明星商品，且店家位置屬於非人潮聚集地，在產品行銷上較為困難。

### (四) 發展建議

因地理位置的關係，實體店面只能作到社區經營，而老闆最近開始經營的網物通路是很好的突破方式，建議在網路通路的部分也可以主推 1、2 種產品，並推出試吃活動，透過試吃讓更多人能夠清楚知

道店家的產品，以達到行銷效果。

## 十三、 寬橋澄食品有限公司

### (一) 基本資料

店家屬於工廠，販售的產品有瓦片薄餅、蓮子酥及沙琪瑪，其中沙琪瑪是主力商品，產品主要供應給量販店，也有供應給一般的麵包店；廠內員工共有 6 人。

### (二) 訪談結果

在產品的方面，老闆強調只使用天然的原物料、非人工加工的食材製作產品，產品新鮮、而且不添加防腐劑，而且老闆經常透過與業界同仁討論，或是參觀展覽等方式來研發新口味的產品；老闆另外有提到徵才困難的部分，有利用過報紙刊登及廠商介紹，但效果不彰，人員流動率高。

### (三) 店家優劣勢

#### 1. 優勢的部分：

產品新鮮、不添加防腐劑，有主力的明星商品。

#### 2. 劣勢的部分：

工廠經營，客源穩定，經營上無明顯劣勢。

### (四) 發展建議

目前的客源穩定，經營面上無任何建議；在人力資源上，建議可與就服站合作，介紹適合的人選。

## 十四、 梧棲小鎮

### (一) 基本資料

訪問地點位於臺中市梧棲區梧棲小鎮的總店，而廠商在臺中目前有 4 家分店，彰化有家分店，廠商員工內場 15 人、外場 14 人，共有 29 人；販售的商品有奶油酥餅、鳳梨酥、伴手禮、瓦片薄餅、鹹蛋糕、手工餅乾、糕餅及乳酪蛋糕，而主打的明星商品為鹹蛋糕及乳酪蛋糕。

### (二) 訪談結果

在產品的方面，產品皆由中央工廠統一製作，再送至各分店，原料皆選用新鮮天然的食材，師傅們也很用心維持產品味道及口感的一致，而老闆經常與師傅們進行討論，研發新口味的產品，也會與業界同仁交流、參觀展覽來吸收資訊，來開發新產品；店家目前使用的行銷方式有試吃活動、促銷活動、店內節日活動、發宣傳單、刊登廣告看板、親友推薦及 BBS、部落客推薦。

### (三) 店家優劣勢

#### 1. 優勢的部分：

用料天然、產品新鮮，分店位置交通方便，行銷手法多，店家資訊獲取容易。

#### 2. 劣勢的部分：

顧客絡繹不絕，知名度高，產品種類豐富，無明顯劣勢。

### (四) 發展建議

在產品面、管理面及行銷面都有很好的表現，經營面上無任何建議。

## 十五、 蓓可力烘焙屋

### (一) 基本資料

店家位於臺中市龍井區，店內員工內場 5 人、外場 4 人，共有 9 人；店內販售的商品有奶油酥餅、鳳梨酥、太陽餅、伴手禮、瓦片薄餅、芋頭酥、鹹蛋糕、綠豆椪、特色蛋糕及麵包，而主打的商品為鳳梨酥、太陽餅及鹹蛋糕；店家對自己的定位是屬於社區經營類型。

### (二) 訪談結果

在產品的方面，產品不論是糕餅或麵包的種類都很多，在提及產品用料時，老闆很強調，因為自己的老客戶都是附近的社區鄰居，因此用料都很實在且天然；店家目前使用的主要行銷方式有試吃活動、促銷活動、店內節日活動、發宣傳單、刊登廣告看板及親友推薦。

### (三) 店家優劣勢

#### 1. 優勢的部分：

產品種類眾多、用料實在、品質穩定，能滿足設定的顧客族群。

#### 2. 劣勢的部分：

產品種類多，沒有特別的明星商品，但客源穩定。

### (四) 發展建議

客源穩定，且符合店家希望的經營模式，因此，在經營模式上尚無任何建議。

## 十六、 木菓子烘焙坊

### (一) 基本資料

店家位於臺中市神岡區，店內員工內場 3 人、外場 1 人，共有 4 人；店內販售的商品有鳳梨酥、太陽餅、芋頭酥、鹹蛋糕、綠豆椪、特色蛋糕及麵包，而主打的商品為鳳梨酥、特色蛋糕及麵包。

### (二) 訪談結果

在產品方面，老闆說自己的產品雖然不算多，但是產品用料的方面，老闆十分堅持使用好的原料，如紐西蘭進口的奶油、麵包只加鮮奶不加水，並且讓自己的顧客拿到的產品是新鮮的；老闆目前較少在研發新的產品，只有在有空的時候會與師傅交流討論；店家目前使用的主要行銷方式有店內節日活動、及親友推薦。

### (三) 店家優劣勢

#### 1. 優勢的部分：

產品用料實在、品質穩定，能滿足顧客。

#### 2. 劣勢的部分：

宣傳方式較少，不清楚未來的方向。

### (四) 發展建議

雖然店家目前客源穩定，但在行銷方式上可以針對自己的主打商品增加試吃活動及網路社群宣傳。

## 十七、 手信坊有限公司

### (一) 基本資料

訪問地點位於臺中市清水區，分店店內員工外場 9 人，後備人員 2 人，共有 11 人；店內販售的商品有鳳梨酥、伴手禮、鹹蛋糕、手工餅乾、手工點心、日式和菓子及麻糬，而主打的商品為伴手禮。

### (二) 訪談結果

在產品的方面，產品種類以日式點心為主，還有較常見的台灣糕餅，如鳳梨酥、綠豆椪等；產品種類雖然已經很多了，但老闆還是一直在進行研發，希望能將自己學到的日式點心的技術，運用到臺灣的糕餅上；店家目前使用的主要行銷方式有試吃活動、促銷活動、店內節日活動、發宣傳單、親友推薦及官方網站。

### (三) 店家優劣勢

#### 1. 優勢的部分：

產品種類眾多，中、日式皆有，能滿足不同口味的顧客。

#### 2. 劣勢的部分：

沒有時間及管道收集顧客的意見及人少不足。

### (四) 發展建議

未來可與市調公司合作，利用定期顧客滿意度與需求度調查，藉由系統化方式蒐集顧客之意見，另可與當地就服中心持續配合，藉由就服中心推介優質人力或與當地教育單位進行建教合作以解決其人手不足之問題。

## 十八、 玉南美餅店

### (一) 基本資料

店家位於臺中市豐原區，店內員工內場 1 人、外場 1 人，共有 2 人；店內販售的商品有奶油酥餅、鳳梨酥、太陽餅、伴手禮、綠豆椪、特色蛋糕及麵包、手工餅乾及喜餅，而主打的商品為特色蛋糕及麵包及喜餅。

### (二) 訪談結果

在產品的方面，產品不論是糕餅或麵包都有且種類齊全，在產品用料方面，老闆直說，在成本的考量上，無法選擇高級的食材，但是他會選擇天然的食材；店家目前使用的主要行銷方式有試吃活動、促銷活動、店內節日活動及親友推薦。

### (三) 店家優劣勢

#### 1. 優勢的部分：

產品種類多元、用料天然實在、品質穩定。

#### 2. 劣勢的部分：

成本考量，無法選擇高級的食材。

### (四) 發展建議

建議在某些品項，提高其食材用料單價，雖成本恐較為提高，但另一方面也可提昇其產品之整體價值，利用提昇產品價值之方式突破糕餅業成本之限制。

## 十九、 雅富食品行

### (一) 基本資料

店家位於臺中市神岡區，店內員工內場 1 人、外場 1 人，共有 2 人；店內販售的商品有奶油酥餅、鳳梨酥、太陽餅、伴手禮、瓦片薄餅、芋頭酥、鹹蛋糕、綠豆椪、特色蛋糕及麵包、手工餅乾及傳統糕餅，而主打的商品為綠豆椪及傳統糕餅。

### (二) 訪談結果

在產品的方面，產品不論是麵包、各種目前主流的糕餅都有，在產品用料方面，老闆說，因為經營碰到的問題，所以因為成本考量，無法選擇高級的食材；店家目前使用的主要行銷方式有試吃活動、促銷活動、店內節日活動、發宣傳單、親友推薦及 BBS、部落客、臉書推薦。

### (三) 店家優劣勢

#### 1. 優勢的部分：

產品種類齊全，能滿足各種口味的顧客。

#### 2. 劣勢的部分：

成本考量，無法選擇高級的食材、地處偏遠客源較少。

### (四) 發展建議

受限於地理區位之限制，當地客源較為不足，建議可以充分利用網路行銷之力量，透過網路不受地域限制之特性，搭配宅配物流等相關服務，以提高其客源數，或是可以與團購業者合作，利用團購之方式讓更多人有機會接觸其商品。

## 二十、 歐迪麵包蛋糕

### (一) 基本資料

店家位於臺中市大雅區，店內員工內場 5 人、外場 7 人，共有 12 人；店內販售的商品有奶油酥餅、鳳梨酥、太陽餅、伴手禮、瓦片薄餅、芋頭酥、綠豆椪、特色蛋糕及麵包、手工餅乾及傳統糕餅，而主打的商品為特色蛋糕及麵包。

### (二) 訪談結果

在產品的方面，產品種類繁多，在產品用料方面，老闆有提到，因為成本上的考量，無法選擇高級的食材，是目前需要突破的困難；店家目前使用的主要行銷方式有試吃活動、促銷活動、店內節日活動及親友推薦，另外配合市政府的活動到外地行銷。

### (三) 店家優劣勢

#### 1. 優勢的部分：

產品種類多元，品質穩定。

#### 2. 劣勢的部分：

較少研發新產品、成本考量，無法選擇高級的食材。

### (四) 發展建議

建議可藉由多參與相關同業之交流，培養產品研發之靈感，相信唯有創新方可提昇整體產品之價值。

## 捌、導入模式與執行結果

### 一、廠商選擇

針對能量調查的結果，將各店家達到的成功關鍵因素，及接受輔導的意願，整理為3分量表，其中1分為未達到及接受輔導意願低，3分為有達到及接受輔導意願高，詳細如表5-1。

在選擇成功模式導入廠商的部分，首先選擇願意接受輔導意願高的廠商，而意願程度在3分的廠商有「帕芙琳經典蛋糕店」、「Amy 美食小舖」、「哈妮小屋食品行」及「布雷德麵包坊」；接著將4間店家按照未達到成功因素量的多到少排序，依序為「Amy 美食小舖」、「哈妮小屋食品行」、「帕芙琳經典蛋糕店」及「布雷德麵包坊」，因此選擇「Amy 美食小舖」、「哈妮小屋食品行」及「帕芙琳經典蛋糕店」等三家廠商進行成功模式導入。

表29、能量調查 - 關鍵成功因素及接受輔導意願

成功因素		店家										
		帕芙琳	親親	杰妮	田間	天水雅集	Amy 美食小舖	億軒	康久	哈妮小屋	可娜	
品質面	原料使用	用料實在	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
		用料天然	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
	成品品質	新鮮度	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
		成品口感	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
顧客滿意度	市場趨勢	流行性	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3
		在地性	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3
		知名度	1	2	2	2	3	1	2	3	1	2
	消費者感受	1	3	3	3	3	1	2	3	1	2	
管理面	人員管理	內場人員	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3
		外場人員	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3
	行銷內容	活動頻率	1	3	3	3	2	1	3	3	1	2
		體認優惠	2	3	3	3	1	1	3	3	1	2
接受輔導意願		3	2	2	1	1	3	1	1	3	2	

成功因素		店家										
		王田	布雷德	寬橋瓊	梧棲小鎮	蓓可力	木葉子	手信坊	玉南美	雅富食品	歐迪麵	包蛋糕
品質面	原料使用	用料實在	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
		用料天然	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
	成品品質	新鮮度	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
		成品口感	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
顧客滿意度	市場趨勢	流行性	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2
		在地性	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3
		知名度	2	1	2	3	2	2	3	3	3	2
	消費者感受	1	2	2	3	2	3	3	3	3	3	
管理面	人員管理	內場人員	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
		外場人員	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
	行銷內容	活動頻率	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3
		體認優惠	3	1	2	3	2	2	3	3	3	3
接受輔導意願			1	3	2	1	1	1	3	2	2	3

註1：1為未作到，2為部分作到，3為有作到。

註2：意願程度為1~3分，1分為意願程度低，3分為意願程度高。

## 二、導入過程

針對帕芙琳經典蛋糕店、Amy 美食小舖及哈妮小屋食品行，為此三家糕餅相關店家，規畫客製化行銷活動，包含透過網路行銷活動(專屬活動網頁)、市調問卷、以及到點或到店的提供免費試吃，深入瞭解該店家在消費目標族群心目中的知名度、滿意度與消費者感受等，也提供行銷以外之建議，期以藉由行銷應援加深消費者對目標產業之品牌印象。

### (一) 導入前準備

#### 1. 帕芙琳經典蛋糕店

##### (1) 經營問題

店家位置屬於非人潮聚集地，行銷活動效果不彰，假日也吸引不到觀光客消費，店家產品資訊曝光不夠，難以吸引顧客消費。

## **(2) 改善建議**

主要問題再在於產品資訊曝光不足，可以在大甲市區的人潮聚集地分發傳單進行宣傳，亦可同時利用網路平台，如部落客及臉書等方式進行曝光。

## **(3) 輔導計畫需求**

帕芙琳經典蛋糕店同意執行我方提出之知名度、消費者感受及行銷內容等三個方向規劃，無其他需求。

## **2. Amy 美食小舖**

### **(1) 經營問題**

目前為一人經營，且設備不足，在商品的產出上不足，無法接受大量訂單；拍賣頁面曝光不足，目前顧客多為老客戶。

### **(2) 改善建議**

因為人手及設備的不足，導致商品產出不夠，因此建議找職訓的同學來共同經營，以解決人手不足的問題；而在經營面的部分，因為使用網路通路，因此可以多加利用網路資源來進行曝光。

### **(3) 輔導計畫需求**

Amy 美食小舖因人手及設備的不足，擔心我方在 EDM 及廣告宣傳後，接到過多的訂單，而無法消化，希望能暫緩執行試吃部分，根據 EDM 及廣告的成效，再決定是否執行試吃部分的行銷活動。

## **3. 哈妮小屋食品行**

### **(1) 經營問題**

因屬個人工作室的原故，行銷活動較少，另外，資訊曝光度低，所以目前知名度不高。

## (2) 改善建議

主要問題是在行銷不夠、曝光不足等因素，使得訂單多來自於朋友的推薦及一些老客戶，因為使用網路通路，建議可以多加利用網路資源如部落客及臉書等方式來增加曝光。

## (3) 輔導計畫需求

哈妮小屋食品行同意執行我方提出之知名度、消費者感受及行銷內容等三個方向規劃，無其他需求。

## (二) 經營模式協助及改善建議

1. 會找臺中地區規模較大的廠商來進行技術上的指導，從能量調查及其他的廠商訪談中，都能發現其實業界是存在技術交流的，尤其常有大型廠商會對規模較小廠商的技術指導，或師傅之間的交流，在大型廠商及導入廠商雙方皆有意願下，來促成技術指導、交流。
2. 建議3家導入廠商於導入期間至職訓中心目前有規劃開課之課程，進修學習包裝行銷、網路平台、食品烘焙等相關課程，如創意商品廣告型錄設計實務班、網路商務技術應用設計、在地意象伴手禮暨周邊紀念品設計班、創意商品廣告型錄設計實務班、烘焙及飲料調製培訓班等。
3. 利用本計畫相關政府單位之網站，作3家廠商之資訊曝光，增加行銷管道。
4. 會根據過去相關政府單位舉辦糕餅的相關活動規模、性質等，建議3家導入廠商未來可以參加政府舉辦的哪些規模、性質的活動，如糕餅嘉年華、台中糕餅節、國際糕餅節等活動，以增加曝光及知名度。

### (三) 行銷主題—糕餅甜點「新食力」！

說明：此三家以糕餅甜點「新食力」為本系列行銷之主要訴求重點，主要強化新興糕餅甜點的創意與網路掘起新食力。

### (四) 行銷規畫

#### 1. 帕芙琳經典蛋糕

本行銷規畫乃藉由帕芙琳經典蛋糕目前已有的實體店面及網路 Blog，舉辦「到店試吃 新食力」相關活動，將目標族群直接導引至帕芙琳，加深目標族群對品牌的印象度。

執行方式—到店試吃，新食力活動專屬網頁—包含介紹因欣賞日本卡通有感而發的開了這家充滿夢想的經典蛋糕店的源起，以及提供試吃的主打產品介紹，與帕芙琳的地理位置等介紹，次第再導引至預約索取頁面，同時提供每位預約者確認信函等，以方便店家備妥試吃數量，並將導至店內領取試用族群，另可輔以專屬活動 DM 深入介紹品牌。

糕餅甜點「新食力」專屬 DM—A4 三折介紹，除針對糕餅甜點「新食力」有摘要介紹外（提升台中地區糕餅業計畫，並藉公部門力量，強化帕芙琳品牌印象），並提供帕芙琳經典蛋糕品牌介紹，以及主打產品介紹（試吃），另亦可針對其他產品摘要介紹，本份文宣 DM 則可放於店頭供消費者取閱。

曝光通路—104 市調中心網站 Banner、104 市調中心問卷會員、與市調粉絲團（每周擇一處曝光，帕芙琳經典蛋糕本店、網路 Blog 等）。

問卷調查—101 年 12 月 31 日前，免費提供 104 市調中心問卷平台，讓顧客可以透過網路問卷填寫滿意度問卷，並每月針對顧客滿意度問卷進行統計乙次。（問卷請詳見附錄二）

## 2. Amy 美食小舖

Amy 美食小舖目前除於 Blog 外，主要為透過 yahoo 奇摩拍賣進行銷售，因此，建議為 Amy 美食小舖打造「網拍 新食力」相關活動，加深目標族群對品牌的印象度。

執行方式－網拍新食力·實體見面試吃會，專屬網頁一介紹「Amy 美食小舖」美食無國界的創意源起，以及提供試吃的主打產品介紹，以及 yahoo 奇摩拍賣的位址露出，次第再導引至預約索取頁面，同時提供每位預約者確認信函等，以方便於後續問卷追蹤。

糕餅甜點「新食力」專屬 DM—A4 三折介紹，除針對糕餅甜點「新食力」有摘要介紹外（提升台中地區糕餅業計畫，並藉公部門力量，強化 Amy 美食小舖印象），並提供圖檔給予 Amy 美食小舖放置於其 Blog 與拍賣網中，藉此提升整體印象。

曝光通路－104 市調中心網站廣告 Banner、104 市調中心問卷會員、與市調粉絲團，並以每周針對 Amy 美食小舖目標客群行銷乙次。

試吃行銷－藉由 104 市調中心試用品平台，為 Amy 美食小舖有效益的發送試吃品，並獲得試吃者最真實的心得回饋，增加 Amy 美食小舖之品牌印象，以及未來目標族群試吃後的回購率。（此部分 Amy 美食小舖希望暫緩執行）

問卷調查－101 年 12 月 31 日前，免費提供 104 市調中心問卷平台，讓顧客可以透過網路問卷填寫滿意度問卷，並每月針對顧客滿意度問卷進行統計乙次。（問卷請詳見附錄二）

## 3. 哈妮小屋食品行

由於哈妮小屋食品行是透過 PCHome Online 商店街進行銷售，建議為 Amy 美食小舖打造「網拍 新食力」相關活動，藉由規畫「實

體見面試吃會」活動，加深目標族群對品牌的印象度。

執行方式－網拍新食力·實體見面試吃會，專屬網頁－介紹並建立「哈妮小屋食品行」的蛋糕手工餅乾絕不添加防腐劑、香精、色料及其他添加物，與堅持產品的新鮮度所以接單才做之特色，以及提供試吃的主打產品介紹，並輔以 PCHome Online 商店街位址露出，次第再導引至預約索取頁面，同時提供每位預約者確認信函等，以方便於實體見面試吃會中備妥試吃數量，以及後續問卷追蹤。

糕餅甜點「新食力」專屬 DM－A4 三折介紹，除針對糕餅甜點「新食力」有摘要介紹外（提升台中地區糕餅業計畫，並藉公部門力量，強化哈妮小屋食品行印象），並提供圖檔給予哈妮小屋食品行放置於其 PCHome Online 商店街中，藉此提升整體印象。

曝光通路－104 市調中心網站廣告 Banner、104 市調中心問卷會員、與市調粉絲團，並以每周針對哈妮小屋食品行目標客群行銷乙次。

實體見面試吃會－於哈妮小屋食品行之工作室舉辦目標客群見面試吃會，藉由實體與目標族群互動，增加哈妮小屋食品行之品牌形象，以及未來目標族群試吃後的回購率。

問卷調查－101 年 12 月 31 日前，免費提供 104 市調中心問卷平台，讓顧客可以透過網路問卷填寫滿意度問卷，並每月針對顧客滿意度問卷進行統計乙次。（問卷請詳見附錄二）

### 三、 執行結果

針對此三家進行導入與產業輔導，整合所需技能及其學員創業發展可行性，訂定價格、產品、通路、促銷的行銷 4P，協助規劃個人工作室的 KPI。並針對工作室的「缺陷部分」進行輔導方式，設定改善目標，協助收集改善的資訊，明訂目標修正方向並進行口味測試，亦

會設計口味相關問卷於店內實施，隨時瞭解消費者對於口味的改善是否有感受。另於網站放置導入店家之商品資訊，增加其知名度，使工作室能順利達成 KPI 目標之外，亦能解決往日的缺陷，以提升店家的銷售額。

執行結果如下：

### (一) 產品網路曝光

於 2 個 104 相關網頁放置三家導入廠商合作的廣告曝光版位，刊登日期預計至 2012 年 12 月 31 日，起始結束日期詳如下表：

**表30、網路曝光版面與刊登日期**

版面	刊登日期
市調C端內頁推薦Button	10/31-12/31
i用首頁	10/31-12/31隨機調整

### (二) 舉辦試吃會

針對兩家輔導廠商舉辦試吃會，報名人數達 139 人，在試吃完後皆給予輔導廠商產品意見及看法。

輔導廠商	試吃會日期	報名人數
哈妮小屋	2012/10/27	67
帕芙琳	2012/11/18	72

### (三) 網路問卷填答

於消費後提供網路問卷予消費者填答，問卷內容如附錄二，預計持續執行至今年年底。

## 四、 分享座談會

### 1. 座談會時間：

2012 年 12 月 11 日(週二) AM 10:00 ~ 16:30

### 2. 座談會地點：

Hotel ONE 台中亞緻大飯店二十七樓 ROOM 1 (台中市西區英才路 532 號)

時間	主題	主講者
09:40~10:00	與會者報到	
10:00~10:05	主持人開場	
10:05~10:20	貴賓致詞	中彰投就業服務中心長官 台中地區糕餅公會理事長 周子良
10:20~11:00	創業成功之路 計畫調查目的說明及調查成果 報告	計劃主持人 104廣告暨市調營運處營 運長 蔡家昌
11:00~12:00	創業成功經驗分享	什倆漉餅行創辦人 黃一 栩
12:00~13:30	中午休息	
13:30~14:10	讓產品幫你說故事-品質面關鍵 成功因素	沃農士創辦人 吳聰朝( 阿聰師)
14:10~14:50	成功就在細節裡-用心管理找出 關鍵成功因素	瑞典國寶總經理 許瑞典
14:50~15:10	中場休息	
15:10~16:00	爆紅的行銷法則 掌握市場趨勢,抓到消費者購買 的關鍵成功因素	東海大學推廣部 鄭夏蓮 老師
16:00~16:30	Q&A、會議結束	

## 玖、結論與建議

### 一、六家成功廠商符合創新擴散理論之特徵與長久經營之特質

就六家個案廠商之發展歷程而言，糕餅業的發展主要特徵，茲詳述如下：

1. 大眾傳播和人際傳播的結合為讓糕餅業者新產品能夠速迅擴散最有效之途徑。從早期糕餅業的銷售和研發，主要為透過街坊鄰居的擴散，到近期之後，在糕餅店中擺放各種產品的試吃以及網路行銷變成知名糕餅店家最有效率的擴散方式，皆可以說明糕餅業的發展的確符合此創新擴散理論之特性。
2. 早期這些糕餅業者著重在於品質上的堅持以及技術的研發，因此成長是緩慢的，而快速成長皆是發生在街坊鄰居口耳相傳之後，到現在的明星商品大致維持穩定趨勢，也很難再有成長，說明了產品在開始時速度很慢，當其擴大至一半時速度加快，而當其接近最大飽和點時又趨於緩慢。
3. 同上點所陳述的，大眾傳播才是讓糕餅新產品廣為擴散的主要方式，而非糕餅技術研發的本身，當然其中還有說服的過程，同樣的也吻合 Rogers 所提出的創新知覺特質的影響。

而針對創新特質的部分來看，是否能成功的擴散取決於「相對利益」是否能吸引創新者與早期接受者，而「可觀察性、複雜性低、相容性高、與試用性高」將決定實用主義與風險主義的大眾，也可解釋為何這幾家個案廠商得以跨越鴻溝的證據所在。

1. 相對利益：這些糕餅業者因有著極高的專業技術以及對於品質極度的堅持，尤其在用料上，自然會展現出其相對優勢與相對利益，容易吸引到創新者與早期接受者。
2. 可觀察性：更特別的是，這些業者也都極為注重品質上的管理，讓產品的品質可以一直維持在要求的水準之上，且用料也都很有自信的呈現在店家及產品包裝上。
3. 複雜性低：再搭配上用料的堅持及透明，現在的糕餅產品大多會將原料清楚的標示，甚至連口味和觸感也會加以說明，以降低消費者認知的錯誤。
4. 相容性高：糕餅對消費者來說並沒有太特別的相容性問題，但糕餅本身皆是源自於麵包的製作再加上糕餅師傅的研發皆是以原技術加上材料和比例上的調整為主，故相容性高自然不在話下。
5. 可試用性：店裡開放試吃／參加活動擺攤等，試用性高。

所以，雖然這些老闆們的學歷皆不高，但其實他們能成功擄獲消費者的要素已經都隱含在創新擴散理論中的要素了。

## 二、 部分業者面臨的問題與創新的挑戰：不要一味的模仿行銷，需創造獨具特色的優勢

成功絕非偶然，幸運也只是一時；這些糕餅業界的先進雖然不懂得什麼理論，但因為他們抓住和堅持了這個產業中最重要的三個要素：品質、顧客和管理，因此當他們都謙稱自己都不懂也不知道該怎麼受訪時，他們的創業歷程故事已經提供了足夠多可以讓本研究可驗證的證據和脈絡了。可惜的是，雖然他們都成功的跨過了鴻溝（如下圖所示），但也都面臨了如何去創造第二條 S 曲線的困境，這是傳統家族企業最根本面臨的問題，主要的問題則是來自於二個方面：其一是原先成功的商品已成為金牛，但卻無法研發出新的明星產品，一樣

的，這並非研發技術問題而是如何跟上消費者行為改變的問題；其二則是面臨第二代的接班問題，尤有甚者已面臨了分家和資源分散的窘境，傳統糕餅業者缺乏管理意識、作為與專注研發。

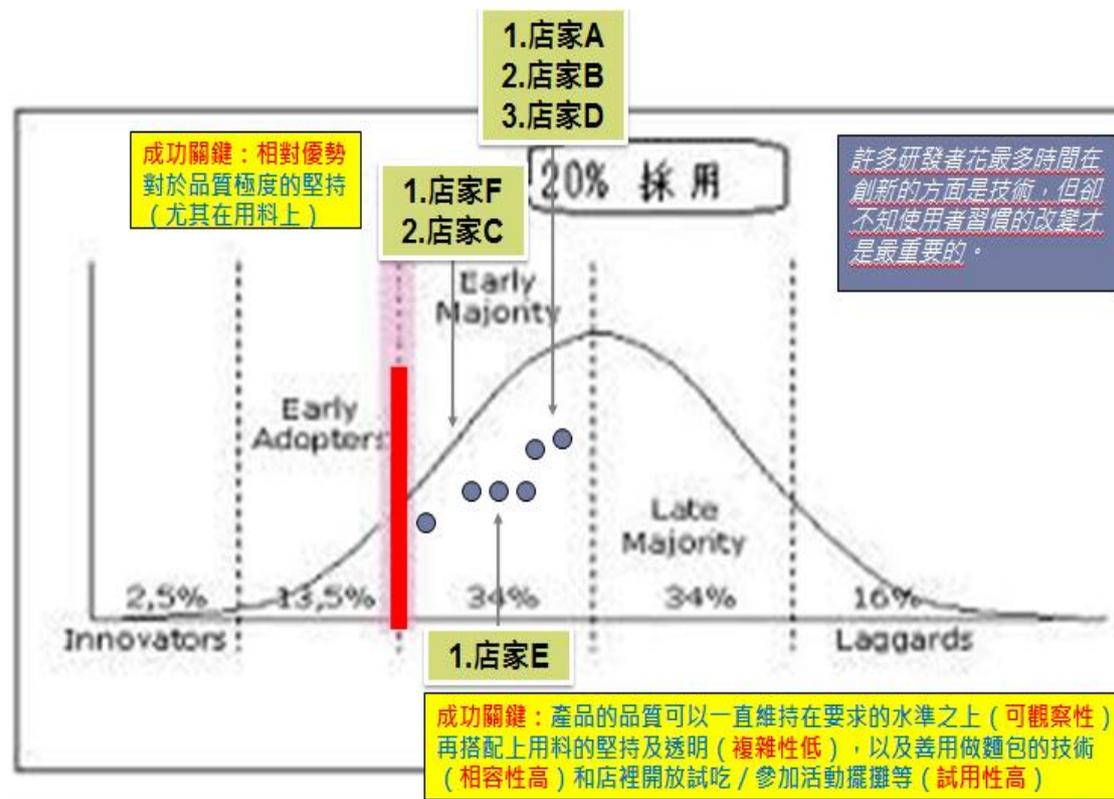


圖14、創新研發圖

在台灣，除了有許多新創／草創的默默無名小店家以外，另外也有為數不少的店家是處於研發創新第二階段到第三階段中間位置。而它們也面臨到在跨越鴻溝之前最重要的關鍵成功因素就是「相對優勢」；這些業者也和本研究的個案廠商一樣，雖然不清楚這些理論，但憑著自身的經驗和直覺也都創造出獨特的商品，創造出其獨特的相對優勢，因此也都可吸引到一些小眾市場、早期使用者。這樣的現象同樣也驗證了在創業／草創初期的業者必須要想辦法創造出自身產品獨特的優勢，才不會在跨越鴻溝之前就已經消失殆盡，會中也很多人提及一些小業者為了節省成本或只是模仿，目前正遭受到極大的困境，也有更多小業者已經關門了。

但談到跨越鴻溝的關鍵成功因素，就可以發現有許多問題點和疑惑在這些業者的心中。舉例來說，常聽到新聞報導上有許多業者有提到目前他們希望或已經將重心擺在伴手禮的部份，但若再細看伴手禮的內容物，就可以發現伴手禮中大多都是大家熟悉的產品，如鳳梨酥、太陽餅、芋頭酥等，毫無獨特的產品包裝在裡面，沒有前面談及的相對優勢存在；所以，業者們的結論都是伴手禮是看的到卻吃不到，而歸咎的原因大多是市場被雙北市吃掉大半或是被大型知名業者所壟斷，這樣的推論實在是有點倒果為因的邏輯。簡單來說，對技術的研發和對品質的要求堅持是在鴻溝前的生存之道，而跨越鴻溝及後段成長的關鍵在於對消費者的認識及滿足；可惜的是，大多數的業者老闆們還是比較習慣用直覺、模仿、不知為何而做的行銷等方式，希望能因此有一定程度的成長和發展。

### **三、 消費者注重於用料品質與宣傳行銷手法，未來應加強對業者品管與行銷之教學**

對消費者認識及滿足的重點應該著眼於在地性和試吃宣傳，在地性可提高區域客的相容性，試吃宣傳可提高消費者的試用性，消費者滿足的部份應該著眼於品質用料上的強調及說明，這樣的做法可提高消費者的可觀察性和降低消費者認知上的複雜度。另外，還有一個很重要的重點，就是對於消費者的認識和滿足不應該只有一次性，而是應該要定期且長時間的了解消費者才行，因為品質要維持穩定或消費者要維持滿意和回流就是緣木求魚了。

借由消費者的觀點，再次強調千萬不可靠自身的直覺、經驗或判斷，那樣的風險極高，應找出自身的利基點和消費者偏好的趨勢，這樣才有機會在讓店裡明星商品在成長的同時還能同步的發展下一個明星商品。這是個簡單的觀念，但在強調技術為主的糕餅業中，需要再多些的教育訓練及案例分享，才能讓現在糕餅業的老闆們從單純具

有糕餅專業的人才，變成除了擁有糕餅的專業，亦擁有糕餅相關領域知識的人才，借用本研究在和個案廠商進行深訪時業者所講的話做為結尾—我們需要的是教會我們行銷和管理而非幫我們行銷和管理。

#### **四、 政府與業者需共同擬定、提供完善的制度與教育訓練，並共同探討缺工的問題**

如何讓糕餅業成長，需政府與民間單位共同合作。目前給予的技術士相關證照，無法有效提升人員水準與沒有實質效用，建議政府單位應配合民間單位組織共同設想如何提升糕餅從業人員之水準。另應引進國外完整的烘焙教育訓練與教材，長期加強、奠定人員的專業基礎，並參考國外對糕餅人員分級、階級制度，不僅能激勵師傅級的人員提升自我表現，更能加強學習人員之向心力與學習力。亦需改善目前糕餅業人治之現象，幫助糕餅業建立規範與獎勵制度，降低員工流動率，提升企業競爭力。

#### **五、 後續研究建議**

針對此次調查過程及結果所遇到的問題與對未來後續研究做以下幾點建議供委託單位參考。

##### **1. 長期且持續調查糕餅業的整體狀況**

此次調查結果已呈現糕餅業的目前狀況，然由於研究期程、經費等相關限制，可能只侷限在某部分業者之狀況，故應該長期觀察業界狀況，並持續調查現在糕餅業的整體情形與未來發展趨勢，藉以幫助政府訂定相關政策與輔導相關企業、廠商。

##### **2. 調查期程、時間應拉長**

由於此次調查從開始執行成功廠商訪談、專家座談會、消費者量化調查、20家輔導廠商篩選訪談，至最終3家廠商導入，其間約5個

月左右，時間略微緊迫，故建議未來應提早在 3 月啟動，4 月份可進行完整的資料收集和研究方向訂定，5 至 6 月份可進行深訪和量化問卷確認，7 至 8 月可進行量化調查進行及初步報告確認，9 月份可進行期末和定稿修正，10 月份可進行印刷及結果發表。

### **3. 針對較大型之廠商調查**

由於此次為針對中心學員或是較小的工作室等微型業者進行輔導導入，故開始時所選的成功廠商偏向中小型的成功業者，未來若要針對糕餅業大型或中型的廠商進行輔導，訪談成功廠商應設定為大型企業或是連鎖型企業為主。

### **4. 調查設計應簡化並增加研究經費**

根據此次調查結果可以看出，第一階段的深訪結果和後續進行的座談會、質化內容是相當一致的，故可以考慮將研究設計簡化，以約訪 6 家成功廠商（大、中型或連鎖型企業）之後，花較多的時間在進行量化的調查上。而從這次的研究也可以知道了解消費者的需求和感受是重要的關鍵，故量化的份數宜從 300 份增加至 1068 份以上，如此調查出來的結果信效度更佳，誤差也較少，更可做為糕餅廠商未來經營方向和策略的調整。

# 附錄一、交叉分析表

## 附表 1 最常贈買並吃過的店家

	次數	A 廠商	B 廠商	C 廠商	D 廠商	E 廠商	F 廠商
<b>總次數</b>	320	93	51	39	42	56	39
<b>總百分比</b>	100.0%	29.1%	15.9%	12.2%	13.1%	17.5%	12.2%
<b>性別</b>							
男	144	22.9%	16.7%	13.9%	16.0%	17.4%	13.2%
女	176	34.1%	15.3%	10.8%	10.8%	17.6%	11.4%
<b>年齡#</b>							
19 歲以下	6	0.0%	33.3%	33.3%	16.7%	16.7%	0.0%
20-24 歲	33	30.3%	15.2%	12.1%	18.2%	15.2%	9.1%
25-29 歲	75	34.7%	16.0%	5.3%	12.0%	20.0%	12.0%
30-34 歲	99	35.4%	13.1%	15.2%	11.1%	12.1%	13.1%
35-39 歲	51	23.5%	15.7%	13.7%	9.8%	19.6%	17.6%
40-44 歲	30	16.7%	10.0%	13.3%	23.3%	30.0%	6.7%
45-49 歲	18	22.2%	27.8%	16.7%	5.6%	16.7%	11.1%
50 歲以上	8	12.5%	37.5%	0.0%	25.0%	12.5%	12.5%
<b>教育程度#</b>							
國中及以下	1	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
高中/高職	44	29.5%	9.1%	11.4%	15.9%	25.0%	9.1%
大專/大學	232	30.6%	17.2%	12.5%	11.6%	16.8%	11.2%
研究所及以上	43	20.9%	14.0%	11.6%	18.6%	14.0%	20.9%
<b>婚姻狀況#</b>							
未婚	206	29.1%	12.6%	13.1%	15.5%	17.5%	12.1%
已婚沒小孩	20	45.0%	20.0%	10.0%	10.0%	0.0%	15.0%
已婚有小孩	92	25.0%	22.8%	10.9%	8.7%	21.7%	10.9%
其他，請說明	2	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%
<b>職業#</b>							
白領主管階級	37	13.5%	16.2%	21.6%	2.7%	27.0%	18.9%
白領一般職員	135	28.1%	16.3%	11.9%	14.8%	17.0%	11.9%
藍領主管階級	8	62.5%	0.0%	0.0%	12.5%	12.5%	12.5%
藍領一般職員	50	40.0%	14.0%	10.0%	12.0%	14.0%	10.0%
自營商	18	33.3%	11.1%	0.0%	33.3%	11.1%	11.1%
自由業	20	30.0%	20.0%	20.0%	5.0%	10.0%	15.0%
學生	24	16.7%	25.0%	20.8%	12.5%	20.8%	4.2%
家庭主婦	7	42.9%	14.3%	0.0%	14.3%	14.3%	14.3%

待業中	19	31.6%	10.5%	5.3%	15.8%	26.3%	10.5%
其他，請說明	2	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%
<b>個人月收入#</b>							
19,999 元以下	65	24.6%	16.9%	16.9%	10.8%	15.4%	15.4%
20,000-39,999 元	166	36.1%	15.7%	8.4%	12.0%	18.7%	9.0%
40,000-59,999 元	56	23.2%	16.1%	19.6%	14.3%	12.5%	14.3%
60,000-79,999 元	10	40.0%	10.0%	0.0%	20.0%	20.0%	10.0%
80,000-99,999 元	9	0.0%	33.3%	22.2%	11.1%	33.3%	0.0%
100,000-119,999 元	3	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%
120,000-159,999 元	4	0.0%	25.0%	25.0%	25.0%	0.0%	25.0%
160,000 元以上	7	0.0%	0.0%	0.0%	42.9%	14.3%	42.9%
<b>全家的月收入#</b>							
19,999 元以下	17	23.5%	17.6%	35.3%	11.8%	5.9%	5.9%
20,000-39,999 元	47	36.2%	6.4%	6.4%	19.1%	17.0%	14.9%
40,000-59,999 元	58	36.2%	6.9%	12.1%	13.8%	22.4%	8.6%
60,000-79,999 元	71	25.4%	23.9%	14.1%	12.7%	16.9%	7.0%
80,000-99,999 元	47	29.8%	21.3%	10.6%	6.4%	25.5%	6.4%
100,000-119,999 元	37	24.3%	21.6%	5.4%	8.1%	16.2%	24.3%
120,000-159,999 元	19	26.3%	15.8%	21.1%	15.8%	5.3%	15.8%
160,000 元以上	24	20.8%	12.5%	8.3%	20.8%	12.5%	25.0%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 A2。

附表 2 最常光顧購買並吃過這家店的頻率

	次數	一個月 3 次 以上	一個月 1-2 次	一~二個月 1 次	二~三個月 1 次	三~六個月 1 次
<b>總次數</b>	320	37	111	76	52	44
<b>總百分比</b>	100.0%	11.6%	34.7%	23.8%	16.3%	13.8%
<b>性別</b>						
男	144	12.5%	38.9%	25.7%	13.2%	9.7%
女	176	10.8%	31.3%	22.2%	18.8%	17.0%
<b>年齡#</b>						
19 歲以下	6	16.7%	33.3%	33.3%	16.7%	0.0%
20-24 歲	33	3.0%	36.4%	15.2%	21.2%	24.2%
25-29 歲	75	9.3%	40.0%	13.3%	18.7%	18.7%
30-34 歲	99	13.1%	34.3%	27.3%	16.2%	9.1%
35-39 歲	51	13.7%	31.4%	31.4%	11.8%	11.8%
40-44 歲	30	10.0%	33.3%	30.0%	10.0%	16.7%
45-49 歲	18	11.1%	27.8%	33.3%	22.2%	5.6%
50 歲以上	8	37.5%	25.0%	12.5%	12.5%	12.5%
<b>教育程度#</b>						
國中及以下	1	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
高中/高職	44	13.6%	40.9%	20.5%	11.4%	13.6%
大專/大學	232	10.8%	33.2%	24.1%	18.1%	13.8%
研究所及以上	43	14.0%	34.9%	25.6%	11.6%	14.0%
<b>婚姻狀況#</b>						
未婚	206	12.6%	35.9%	18.9%	18.9%	13.6%
已婚沒小孩	20	0.0%	30.0%	40.0%	5.0%	25.0%
已婚有小孩	92	10.9%	32.6%	31.5%	13.0%	12.0%
其他，請說明	2	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%
<b>職業#</b>						
白領主管階級	37	18.9%	35.1%	29.7%	10.8%	5.4%
白領一般職員	135	8.9%	33.3%	22.2%	17.8%	17.8%
藍領主管階級	8	0.0%	25.0%	37.5%	37.5%	0.0%
藍領一般職員	50	12.0%	48.0%	20.0%	10.0%	10.0%
自營商	18	11.1%	33.3%	27.8%	11.1%	16.7%
自由業	20	15.0%	20.0%	40.0%	15.0%	10.0%
學生	24	8.3%	33.3%	25.0%	20.8%	12.5%
家庭主婦	7	0.0%	42.9%	14.3%	14.3%	28.6%

待業中	19	26.3%	21.1%	10.5%	26.3%	15.8%
其他，請說明	2	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
<b>個人月收入#</b>						
19,999 元以下	65	12.3%	29.2%	26.2%	18.5%	13.8%
20,000-39,999 元	166	10.2%	36.1%	22.3%	16.9%	14.5%
40,000-59,999 元	56	10.7%	35.7%	21.4%	16.1%	16.1%
60,000-79,999 元	10	20.0%	20.0%	30.0%	20.0%	10.0%
80,000-99,999 元	9	22.2%	44.4%	22.2%	11.1%	0.0%
100,000-119,999 元	3	0.0%	66.7%	33.3%	0.0%	0.0%
120,000-159,999 元	4	25.0%	75.0%	0.0%	0.0%	0.0%
160,000 元以上	7	14.3%	14.3%	57.1%	0.0%	14.3%
<b>全家的月收入#</b>						
19,999 元以下	17	17.6%	29.4%	17.6%	23.5%	11.8%
20,000-39,999 元	47	10.6%	46.8%	19.1%	12.8%	10.6%
40,000-59,999 元	58	8.6%	34.5%	22.4%	17.2%	17.2%
60,000-79,999 元	71	7.0%	33.8%	23.9%	18.3%	16.9%
80,000-99,999 元	47	17.0%	19.1%	34.0%	10.6%	19.1%
100,000-119,999 元	37	5.4%	51.4%	24.3%	16.2%	2.7%
120,000-159,999 元	19	21.1%	31.6%	10.5%	21.1%	15.8%
160,000 元以上	24	20.8%	25.0%	29.2%	16.7%	8.3%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 A3。

附表 3 最喜歡店家裡的產品

	次數	奶油 酥餅 系列	鳳梨 酥系 列	太陽 餅系 列	伴手 禮系 列	瓦片薄 餅系列	芋頭 酥系 列	鹹蛋 糕	綠豆 椪	特色 蛋糕/ 麵包 系列	特色 糕餅 系列	特色 手工 餅乾/ 點心	其他 特色 商品
<b>總次數</b>	320	93	22	13	17	23	26	20	15	51	24	13	3
<b>總百分比</b>	100.0%	29.1%	6.9%	4.1%	5.3%	7.2%	8.1%	6.3%	4.7%	15.9%	7.5%	4.1%	0.9%
<b>性別</b>													
男	144	25.0%	9.0%	6.9%	5.6%	9.7%	6.3%	8.3%	4.9%	14.6%	5.6%	3.5%	0.7%
女	176	32.4%	5.1%	1.7%	5.1%	5.1%	9.7%	4.5%	4.5%	17.0%	9.1%	4.5%	1.1%
<b>年齡#</b>													
19 歲以下	6	0.0%	33.3%	0.0%	16.7%	16.7%	16.7%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
20-24 歲	33	33.3%	3.0%	3.0%	3.0%	9.1%	9.1%	3.0%	3.0%	12.1%	12.1%	9.1%	0.0%
25-29 歲	75	28.0%	10.7%	2.7%	2.7%	8.0%	12.0%	1.3%	0.0%	24.0%	5.3%	2.7%	2.7%
30-34 歲	99	26.3%	5.1%	6.1%	8.1%	5.1%	10.1%	8.1%	6.1%	10.1%	10.1%	4.0%	1.0%
35-39 歲	51	43.1%	2.0%	2.0%	3.9%	5.9%	2.0%	5.9%	3.9%	21.6%	7.8%	2.0%	0.0%
40-44 歲	30	16.7%	13.3%	10.0%	3.3%	6.7%	3.3%	13.3%	13.3%	16.7%	3.3%	0.0%	0.0%
45-49 歲	18	33.3%	0.0%	0.0%	11.1%	11.1%	5.6%	5.6%	11.1%	5.6%	0.0%	16.7%	0.0%
50 歲以上	8	25.0%	12.5%	0.0%	0.0%	12.5%	0.0%	12.5%	0.0%	25.0%	12.5%	0.0%	0.0%
<b>教育程度#</b>													
國中及以下	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
高中/高職	44	22.7%	13.6%	4.5%	11.4%	6.8%	2.3%	6.8%	2.3%	20.5%	9.1%	0.0%	0.0%
大專/大學	232	30.6%	4.3%	4.3%	3.4%	6.9%	9.5%	5.6%	5.6%	15.1%	8.2%	5.2%	1.3%
研究所及以上	43	27.9%	14.0%	2.3%	9.3%	7.0%	7.0%	9.3%	2.3%	16.3%	2.3%	2.3%	0.0%
<b>婚姻狀況#</b>													
未婚	206	27.7%	7.3%	3.4%	4.9%	6.8%	9.2%	5.8%	3.9%	17.0%	7.8%	5.3%	1.0%
已婚沒小孩	20	45.0%	0.0%	5.0%	10.0%	5.0%	10.0%	10.0%	5.0%	5.0%	5.0%	0.0%	0.0%
已婚有小孩	92	28.3%	6.5%	5.4%	5.4%	8.7%	5.4%	6.5%	6.5%	16.3%	7.6%	2.2%	1.1%
其他，請說明	2	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
<b>職業#</b>													
白領主管階級	37	29.7%	8.1%	2.7%	8.1%	5.4%	5.4%	8.1%	5.4%	18.9%	2.7%	5.4%	0.0%
白領一般職員	135	28.9%	5.9%	5.2%	5.2%	7.4%	8.1%	6.7%	7.4%	14.8%	6.7%	3.0%	0.7%
藍領主管階級	8	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%	12.5%	0.0%	12.5%	0.0%	12.5%	0.0%
藍領一般職員	50	32.0%	8.0%	4.0%	4.0%	4.0%	10.0%	2.0%	2.0%	22.0%	6.0%	2.0%	4.0%
自營商	18	22.2%	11.1%	0.0%	11.1%	16.7%	5.6%	0.0%	0.0%	11.1%	11.1%	11.1%	0.0%
自由業	20	25.0%	0.0%	0.0%	5.0%	10.0%	0.0%	10.0%	5.0%	15.0%	25.0%	5.0%	0.0%

學生	24	20.8%	12.5%	8.3%	8.3%	12.5%	12.5%	8.3%	4.2%	8.3%	4.2%	0.0%	0.0%
家庭主婦	7	71.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	14.3%	0.0%	0.0%
待業中	19	21.1%	10.5%	5.3%	0.0%	5.3%	15.8%	5.3%	0.0%	21.1%	10.5%	5.3%	0.0%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%
<b>個人月收入#</b>													
19,999 元以下	65	27.7%	9.2%	6.2%	3.1%	6.2%	7.7%	7.7%	6.2%	12.3%	9.2%	4.6%	0.0%
20,000-39,999 元	166	30.7%	6.6%	3.6%	6.0%	6.6%	8.4%	5.4%	3.6%	16.9%	7.2%	3.0%	1.8%
40,000-59,999 元	56	25.0%	1.8%	3.6%	5.4%	7.1%	10.7%	8.9%	8.9%	16.1%	5.4%	7.1%	0.0%
60,000-79,999 元	10	30.0%	0.0%	0.0%	20.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	10.0%	0.0%	0.0%
80,000-99,999 元	9	33.3%	11.1%	11.1%	0.0%	11.1%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%
100,000-119,999 元	3	33.3%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
120,000-159,999 元	4	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%
160,000 元以上	7	14.3%	28.6%	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	28.6%	14.3%	0.0%
<b>全家的月收入#</b>													
19,999 元以下	17	11.8%	17.6%	5.9%	5.9%	0.0%	11.8%	17.6%	17.6%	5.9%	5.9%	0.0%	0.0%
20,000-39,999 元	47	29.8%	10.6%	2.1%	6.4%	2.1%	12.8%	4.3%	0.0%	14.9%	8.5%	8.5%	0.0%
40,000-59,999 元	58	32.8%	5.2%	3.4%	1.7%	5.2%	5.2%	12.1%	3.4%	17.2%	8.6%	3.4%	1.7%
60,000-79,999 元	71	31.0%	2.8%	4.2%	5.6%	11.3%	9.9%	5.6%	8.5%	11.3%	7.0%	1.4%	1.4%
80,000-99,999 元	47	27.7%	4.3%	4.3%	8.5%	6.4%	6.4%	0.0%	4.3%	29.8%	0.0%	6.4%	2.1%
100,000-119,999 元	37	29.7%	8.1%	5.4%	2.7%	13.5%	5.4%	2.7%	2.7%	16.2%	8.1%	5.4%	0.0%
120,000-159,999 元	19	31.6%	10.5%	5.3%	5.3%	0.0%	0.0%	10.5%	5.3%	21.1%	10.5%	0.0%	0.0%
160,000 元以上	24	25.0%	8.3%	4.2%	8.3%	12.5%	12.5%	4.2%	0.0%	4.2%	16.7%	4.2%	0.0%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 A4.1。

附表 4 平均在店內的每次消費金額

	次數	100 元以下	101-300 元	301-600 元	601-900 元	901-1200 元	1201-1500 元	1501-1800 元	1801 元以上
<b>總次數</b>	320	12	90	121	39	35	8	8	7
<b>總百分比</b>	100.0%	3.8%	28.1%	37.8%	12.2%	10.9%	2.5%	2.5%	2.2%
<b>性別#</b>									
男	144	4.9%	22.2%	38.2%	13.2%	12.5%	2.8%	2.8%	3.5%
女	176	2.8%	33.0%	37.5%	11.4%	9.7%	2.3%	2.3%	1.1%
<b>年齡#</b>									
19 歲以下	6	0.0%	33.3%	50.0%	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%
20-24 歲	33	3.0%	36.4%	36.4%	15.2%	6.1%	0.0%	3.0%	0.0%
25-29 歲	75	2.7%	40.0%	38.7%	8.0%	6.7%	0.0%	0.0%	4.0%
30-34 歲	99	5.1%	23.2%	35.4%	15.2%	11.1%	4.0%	4.0%	2.0%
35-39 歲	51	7.8%	15.7%	43.1%	7.8%	13.7%	7.8%	3.9%	0.0%
40-44 歲	30	0.0%	23.3%	46.7%	16.7%	6.7%	0.0%	3.3%	3.3%
45-49 歲	18	0.0%	22.2%	22.2%	16.7%	33.3%	0.0%	0.0%	5.6%
50 歲以上	8	0.0%	50.0%	25.0%	12.5%	12.5%	0.0%	0.0%	0.0%
<b>教育程度#</b>									
國中及以下	1	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
高中/高職	44	0.0%	20.5%	43.2%	13.6%	13.6%	2.3%	2.3%	4.5%
大專/大學	232	3.9%	31.0%	36.6%	11.6%	10.8%	2.2%	2.6%	1.3%
研究所及以上	43	7.0%	20.9%	37.2%	14.0%	9.3%	4.7%	2.3%	4.7%
<b>婚姻狀況#</b>									
未婚	206	3.4%	30.6%	38.8%	10.7%	9.7%	2.9%	1.5%	2.4%
已婚沒小孩	20	10.0%	15.0%	50.0%	5.0%	10.0%	0.0%	10.0%	0.0%
已婚有小孩	92	3.3%	25.0%	32.6%	17.4%	14.1%	2.2%	3.3%	2.2%
其他，請說明	2	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
<b>職業#</b>									
白領主管階級	37	0.0%	18.9%	35.1%	16.2%	16.2%	2.7%	10.8%	0.0%
白領一般職員	135	5.9%	25.9%	40.7%	12.6%	8.1%	3.0%	2.2%	1.5%
藍領主管階級	8	0.0%	37.5%	25.0%	12.5%	12.5%	0.0%	0.0%	12.5%
藍領一般職員	50	2.0%	36.0%	40.0%	10.0%	10.0%	0.0%	0.0%	2.0%
自營商	18	0.0%	11.1%	38.9%	22.2%	22.2%	5.6%	0.0%	0.0%
自由業	20	0.0%	30.0%	40.0%	15.0%	15.0%	0.0%	0.0%	0.0%
學生	24	4.2%	37.5%	41.7%	0.0%	8.3%	0.0%	4.2%	4.2%
家庭主婦	7	0.0%	14.3%	57.1%	14.3%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%

待業中	19	10.5%	36.8%	10.5%	10.5%	10.5%	10.5%	0.0%	10.5%
其他，請說明	2	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
<b>個人月收入#</b>									
19,999 元以下	65	7.7%	36.9%	35.4%	4.6%	9.2%	1.5%	0.0%	4.6%
20,000-39,999 元	166	2.4%	30.1%	38.0%	15.1%	8.4%	1.2%	2.4%	2.4%
40,000-59,999 元	56	3.6%	25.0%	42.9%	8.9%	12.5%	5.4%	1.8%	0.0%
60,000-79,999 元	10	0.0%	10.0%	40.0%	10.0%	40.0%	0.0%	0.0%	0.0%
80,000-99,999 元	9	11.1%	11.1%	22.2%	33.3%	11.1%	11.1%	0.0%	0.0%
100,000-119,999 元	3	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	33.3%	0.0%	33.3%	0.0%
120,000-159,999 元	4	0.0%	0.0%	25.0%	25.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%
160,000 元以上	7	0.0%	0.0%	57.1%	0.0%	28.6%	14.3%	0.0%	0.0%
<b>全家的月收入#</b>									
19,999 元以下	17	5.9%	47.1%	23.5%	0.0%	11.8%	5.9%	0.0%	5.9%
20,000-39,999 元	47	0.0%	38.3%	29.8%	14.9%	10.6%	0.0%	2.1%	4.3%
40,000-59,999 元	58	8.6%	24.1%	48.3%	12.1%	5.2%	0.0%	0.0%	1.7%
60,000-79,999 元	71	2.8%	32.4%	46.5%	7.0%	7.0%	1.4%	1.4%	1.4%
80,000-99,999 元	47	4.3%	29.8%	36.2%	8.5%	17.0%	2.1%	2.1%	0.0%
100,000-119,999 元	37	0.0%	16.2%	32.4%	21.6%	16.2%	8.1%	5.4%	0.0%
120,000-159,999 元	19	0.0%	26.3%	26.3%	26.3%	5.3%	5.3%	5.3%	5.3%
160,000 元以上	24	8.3%	8.3%	33.3%	12.5%	20.8%	4.2%	8.3%	4.2%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 A4.2。

附表 5 選擇食用的糕餅類製品的類型

	次數	葷食類	素食類	不拘，都可以
<b>總次數</b>	320	58	22	240
<b>總百分比</b>	100.0%	18.1%	6.9%	75.0%
<b>性別</b>				
男	144	16.7%	10.4%	72.9%
女	176	19.3%	4.0%	76.7%
<b>年齡#</b>				
19 歲以下	6	33.3%	0.0%	66.7%
20-24 歲	33	30.3%	3.0%	66.7%
25-29 歲	75	20.0%	4.0%	76.0%
30-34 歲	99	16.2%	4.0%	79.8%
35-39 歲	51	11.8%	19.6%	68.6%
40-44 歲	30	16.7%	13.3%	70.0%
45-49 歲	18	22.2%	0.0%	77.8%
50 歲以上	8	0.0%	0.0%	100.0%
<b>教育程度#</b>				
國中及以下	1	0.0%	0.0%	100.0%
高中/高職	44	18.2%	13.6%	68.2%
大專/大學	232	18.1%	6.5%	75.4%
研究所及以上	43	18.6%	2.3%	79.1%
<b>婚姻狀況#</b>				
未婚	206	20.4%	6.8%	72.8%
已婚沒小孩	20	15.0%	10.0%	75.0%
已婚有小孩	92	14.1%	6.5%	79.3%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	100.0%
<b>職業#</b>				
白領主管階級	37	18.9%	18.9%	62.2%
白領一般職員	135	12.6%	3.7%	83.7%
藍領主管階級	8	12.5%	0.0%	87.5%
藍領一般職員	50	30.0%	6.0%	64.0%
自營商	18	22.2%	16.7%	61.1%
自由業	20	0.0%	10.0%	90.0%
學生	24	45.8%	4.2%	50.0%
家庭主婦	7	14.3%	0.0%	85.7%
待業中	19	10.5%	5.3%	84.2%

其他，請說明	2	0.0%	0.0%	100.0%
<b>個人月收入#</b>				
19,999 元以下	65	24.6%	4.6%	70.8%
20,000-39,999 元	166	15.7%	4.2%	80.1%
40,000-59,999 元	56	16.1%	8.9%	75.0%
60,000-79,999 元	10	0.0%	10.0%	90.0%
80,000-99,999 元	9	22.2%	22.2%	55.6%
100,000-119,999 元	3	33.3%	0.0%	66.7%
120,000-159,999 元	4	50.0%	25.0%	25.0%
160,000 元以上	7	28.6%	42.9%	28.6%
<b>全家的月收入#</b>				
19,999 元以下	17	17.6%	11.8%	70.6%
20,000-39,999 元	47	21.3%	4.3%	74.5%
40,000-59,999 元	58	15.5%	6.9%	77.6%
60,000-79,999 元	71	21.1%	2.8%	76.1%
80,000-99,999 元	47	21.3%	6.4%	72.3%
100,000-119,999 元	37	10.8%	8.1%	81.1%
120,000-159,999 元	19	15.8%	10.5%	73.7%
160,000 元以上	24	16.7%	16.7%	66.7%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 A6。

附表 6 糕餅產業的產品用料要很實在認同度

	次數	非常不同意	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	320	3	5	9	41	122	140
<b>總百分比</b>	100.0%	0.9%	1.6%	2.8%	12.8%	38.1%	43.8%
<b>性別#</b>							
男	144	0.0%	2.8%	4.9%	13.2%	37.5%	41.7%
女	176	1.7%	0.6%	1.1%	12.5%	38.6%	45.5%
<b>年齡#</b>							
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%
20-24 歲	33	0.0%	0.0%	6.1%	24.2%	51.5%	18.2%
25-29 歲	75	0.0%	2.7%	1.3%	13.3%	38.7%	44.0%
30-34 歲	99	1.0%	1.0%	4.0%	14.1%	34.3%	45.5%
35-39 歲	51	2.0%	2.0%	2.0%	9.8%	29.4%	54.9%
40-44 歲	30	3.3%	3.3%	3.3%	3.3%	43.3%	43.3%
45-49 歲	18	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	44.4%	55.6%
50 歲以上	8	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	37.5%	62.5%
<b>教育程度#</b>							
國中及以下	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
高中/高職	44	2.3%	4.5%	0.0%	18.2%	31.8%	43.2%
大專/大學	232	0.9%	1.3%	2.6%	9.9%	39.2%	46.1%
研究所及以上	43	0.0%	0.0%	7.0%	23.3%	37.2%	32.6%
<b>婚姻狀況#</b>							
未婚	206	1.0%	1.5%	2.9%	15.5%	38.3%	40.8%
已婚沒小孩	20	0.0%	0.0%	10.0%	15.0%	30.0%	45.0%
已婚有小孩	92	1.1%	2.2%	1.1%	6.5%	40.2%	48.9%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
<b>職業#</b>							
白領主管階級	37	2.7%	0.0%	2.7%	13.5%	35.1%	45.9%
白領一般職員	135	0.0%	0.7%	1.5%	11.9%	37.0%	48.9%
藍領主管階級	8	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%
藍領一般職員	50	2.0%	0.0%	4.0%	10.0%	52.0%	32.0%
自營商	18	0.0%	16.7%	5.6%	5.6%	11.1%	61.1%
自由業	20	0.0%	5.0%	5.0%	5.0%	35.0%	50.0%
學生	24	0.0%	0.0%	4.2%	41.7%	45.8%	8.3%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	42.9%	57.1%

待業中	19	5.3%	0.0%	5.3%	15.8%	26.3%	47.4%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%
<b>個人月收入#</b>							
19,999 元以下	65	1.5%	0.0%	4.6%	21.5%	40.0%	32.3%
20,000-39,999 元	166	0.6%	0.6%	1.2%	10.8%	39.8%	47.0%
40,000-59,999 元	56	0.0%	1.8%	3.6%	7.1%	39.3%	48.2%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	10.0%	0.0%	20.0%	70.0%
80,000-99,999 元	9	0.0%	0.0%	0.0%	22.2%	33.3%	44.4%
100,000-119,999 元	3	33.3%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	33.3%
120,000-159,999 元	4	0.0%	0.0%	25.0%	25.0%	50.0%	0.0%
160,000 元以上	7	0.0%	42.9%	0.0%	14.3%	14.3%	28.6%
<b>全家的月收入#</b>							
19,999 元以下	17	5.9%	0.0%	0.0%	11.8%	47.1%	35.3%
20,000-39,999 元	47	2.1%	0.0%	2.1%	8.5%	36.2%	51.1%
40,000-59,999 元	58	0.0%	1.7%	6.9%	19.0%	36.2%	36.2%
60,000-79,999 元	71	0.0%	1.4%	2.8%	14.1%	40.8%	40.8%
80,000-99,999 元	47	0.0%	0.0%	4.3%	12.8%	36.2%	46.8%
100,000-119,999 元	37	2.7%	0.0%	0.0%	10.8%	32.4%	54.1%
120,000-159,999 元	19	0.0%	0.0%	0.0%	10.5%	52.6%	36.8%
160,000 元以上	24	0.0%	12.5%	0.0%	8.3%	33.3%	45.8%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 B1\_1。

附表 7 糕餅產業產品用料要很天然健康認同度

	次數	非常不同意	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	320	3	4	12	46	119	136
<b>總百分比</b>	100.0%	0.9%	1.3%	3.8%	14.4%	37.2%	42.5%
<b>性別#</b>							
男	144	0.7%	1.4%	5.6%	17.4%	31.9%	43.1%
女	176	1.1%	1.1%	2.3%	11.9%	41.5%	42.0%
<b>年齡#</b>							
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%	0.0%
20-24 歲	33	0.0%	0.0%	12.1%	24.2%	45.5%	18.2%
25-29 歲	75	0.0%	2.7%	1.3%	10.7%	38.7%	46.7%
30-34 歲	99	1.0%	1.0%	5.1%	14.1%	36.4%	42.4%
35-39 歲	51	2.0%	2.0%	2.0%	11.8%	33.3%	49.0%
40-44 歲	30	3.3%	0.0%	3.3%	16.7%	30.0%	46.7%
45-49 歲	18	0.0%	0.0%	0.0%	5.6%	50.0%	44.4%
50 歲以上	8	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	75.0%
<b>教育程度#</b>							
國中及以下	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
高中/高職	44	2.3%	4.5%	0.0%	22.7%	31.8%	38.6%
大專/大學	232	0.9%	0.9%	4.7%	10.8%	36.6%	46.1%
研究所及以上	43	0.0%	0.0%	2.3%	25.6%	44.2%	27.9%
<b>婚姻狀況#</b>							
未婚	206	0.5%	1.9%	3.9%	16.5%	36.4%	40.8%
已婚沒小孩	20	0.0%	0.0%	15.0%	10.0%	40.0%	35.0%
已婚有小孩	92	2.2%	0.0%	1.1%	10.9%	37.0%	48.9%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
<b>職業#</b>							
白領主管階級	37	2.7%	0.0%	2.7%	16.2%	37.8%	40.5%
白領一般職員	135	0.0%	0.7%	3.0%	12.6%	37.8%	45.9%
藍領主管階級	8	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%	50.0%	37.5%
藍領一般職員	50	2.0%	0.0%	2.0%	16.0%	44.0%	36.0%
自營商	18	0.0%	11.1%	5.6%	11.1%	11.1%	61.1%
自由業	20	5.0%	0.0%	0.0%	5.0%	45.0%	45.0%
學生	24	0.0%	0.0%	16.7%	37.5%	41.7%	4.2%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	57.1%	42.9%

待業中	19	0.0%	5.3%	5.3%	10.5%	15.8%	63.2%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
<b>個人月收入#</b>							
19,999 元以下	65	0.0%	1.5%	6.2%	21.5%	38.5%	32.3%
20,000-39,999 元	166	1.2%	0.0%	3.0%	10.8%	38.6%	46.4%
40,000-59,999 元	56	0.0%	1.8%	1.8%	10.7%	41.1%	44.6%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	20.0%	60.0%
80,000-99,999 元	9	0.0%	0.0%	0.0%	22.2%	33.3%	44.4%
100,000-119,999 元	3	33.3%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	33.3%
120,000-159,999 元	4	0.0%	0.0%	25.0%	50.0%	25.0%	0.0%
160,000 元以上	7	0.0%	28.6%	14.3%	14.3%	14.3%	28.6%
<b>全家的月收入#</b>							
19,999 元以下	17	0.0%	5.9%	0.0%	23.5%	35.3%	35.3%
20,000-39,999 元	47	2.1%	0.0%	0.0%	14.9%	31.9%	51.1%
40,000-59,999 元	58	1.7%	0.0%	6.9%	17.2%	50.0%	24.1%
60,000-79,999 元	71	0.0%	1.4%	5.6%	14.1%	36.6%	42.3%
80,000-99,999 元	47	0.0%	0.0%	6.4%	12.8%	29.8%	51.1%
100,000-119,999 元	37	2.7%	0.0%	0.0%	8.1%	35.1%	54.1%
120,000-159,999 元	19	0.0%	0.0%	0.0%	21.1%	47.4%	31.6%
160,000 元以上	24	0.0%	8.3%	4.2%	8.3%	29.2%	50.0%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 B1\_2。

附表 8 糕餅產業生產的產品要很新鮮認同度

	次數	非常不同意	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	320	4	2	8	30	116	160
<b>總百分比</b>	100.0%	1.3%	0.6%	2.5%	9.4%	36.3%	50.0%
<b>性別#</b>							
男	144	1.4%	0.7%	3.5%	11.1%	33.3%	50.0%
女	176	1.1%	0.6%	1.7%	8.0%	38.6%	50.0%
<b>年齡#</b>							
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	66.7%	16.7%
20-24 歲	33	0.0%	3.0%	0.0%	24.2%	48.5%	24.2%
25-29 歲	75	0.0%	0.0%	5.3%	6.7%	37.3%	50.7%
30-34 歲	99	2.0%	1.0%	2.0%	7.1%	37.4%	50.5%
35-39 歲	51	2.0%	0.0%	2.0%	7.8%	29.4%	58.8%
40-44 歲	30	3.3%	0.0%	3.3%	13.3%	20.0%	60.0%
45-49 歲	18	0.0%	0.0%	0.0%	5.6%	38.9%	55.6%
50 歲以上	8	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	37.5%	62.5%
<b>教育程度#</b>							
國中及以下	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
高中/高職	44	2.3%	0.0%	4.5%	13.6%	34.1%	45.5%
大專/大學	232	1.3%	0.9%	1.7%	7.3%	34.9%	53.9%
研究所及以上	43	0.0%	0.0%	4.7%	16.3%	44.2%	34.9%
<b>婚姻狀況#</b>							
未婚	206	1.0%	1.0%	3.9%	9.2%	36.9%	48.1%
已婚沒小孩	20	0.0%	0.0%	0.0%	15.0%	45.0%	40.0%
已婚有小孩	92	2.2%	0.0%	0.0%	8.7%	32.6%	56.5%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%
<b>職業#</b>							
白領主管階級	37	2.7%	0.0%	0.0%	16.2%	32.4%	48.6%
白領一般職員	135	0.7%	0.7%	0.0%	8.1%	36.3%	54.1%
藍領主管階級	8	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	37.5%	62.5%
藍領一般職員	50	2.0%	0.0%	2.0%	6.0%	48.0%	42.0%
自營商	18	0.0%	0.0%	16.7%	11.1%	11.1%	61.1%
自由業	20	5.0%	5.0%	0.0%	5.0%	40.0%	45.0%
學生	24	0.0%	0.0%	8.3%	20.8%	50.0%	20.8%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	42.9%	57.1%

待業中	19	0.0%	0.0%	10.5%	10.5%	15.8%	63.2%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
<b>個人月收入#</b>							
19,999 元以下	65	0.0%	1.5%	4.6%	12.3%	40.0%	41.5%
20,000-39,999 元	166	1.8%	0.0%	1.2%	6.0%	39.8%	51.2%
40,000-59,999 元	56	0.0%	1.8%	0.0%	8.9%	28.6%	60.7%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	10.0%	0.0%	20.0%	70.0%
80,000-99,999 元	9	0.0%	0.0%	0.0%	11.1%	44.4%	44.4%
100,000-119,999 元	3	33.3%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	33.3%
120,000-159,999 元	4	0.0%	0.0%	0.0%	75.0%	25.0%	0.0%
160,000 元以上	7	0.0%	0.0%	28.6%	28.6%	14.3%	28.6%
<b>全家的月收入#</b>							
19,999 元以下	17	0.0%	0.0%	5.9%	11.8%	41.2%	41.2%
20,000-39,999 元	47	2.1%	0.0%	2.1%	4.3%	31.9%	59.6%
40,000-59,999 元	58	3.4%	1.7%	1.7%	15.5%	41.4%	36.2%
60,000-79,999 元	71	0.0%	0.0%	2.8%	8.5%	43.7%	45.1%
80,000-99,999 元	47	0.0%	2.1%	0.0%	6.4%	31.9%	59.6%
100,000-119,999 元	37	2.7%	0.0%	2.7%	5.4%	24.3%	64.9%
120,000-159,999 元	19	0.0%	0.0%	0.0%	15.8%	52.6%	31.6%
160,000 元以上	24	0.0%	0.0%	8.3%	12.5%	20.8%	58.3%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 B1\_3。

附表 9 糕餅產業生產的產品要能符合口感認同度

	次數	非常不同意	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	320	3	2	8	50	148	109
<b>總百分比</b>	100.0%	0.9%	0.6%	2.5%	15.6%	46.3%	34.1%
<b>性別#</b>							
男	144	0.7%	0.7%	3.5%	18.8%	43.1%	33.3%
女	176	1.1%	0.6%	1.7%	13.1%	48.9%	34.7%
<b>年齡#</b>							
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	50.0%	16.7%
20-24 歲	33	0.0%	0.0%	3.0%	24.2%	57.6%	15.2%
25-29 歲	75	0.0%	0.0%	4.0%	12.0%	52.0%	32.0%
30-34 歲	99	1.0%	2.0%	2.0%	14.1%	45.5%	35.4%
35-39 歲	51	2.0%	0.0%	0.0%	17.6%	33.3%	47.1%
40-44 歲	30	3.3%	0.0%	3.3%	23.3%	30.0%	40.0%
45-49 歲	18	0.0%	0.0%	0.0%	5.6%	55.6%	38.9%
50 歲以上	8	0.0%	0.0%	12.5%	0.0%	75.0%	12.5%
<b>教育程度#</b>							
國中及以下	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
高中/高職	44	2.3%	0.0%	4.5%	13.6%	47.7%	31.8%
大專/大學	232	0.9%	0.9%	1.7%	14.7%	44.8%	37.1%
研究所及以上	43	0.0%	0.0%	4.7%	23.3%	51.2%	20.9%
<b>婚姻狀況#</b>							
未婚	206	0.5%	1.0%	2.9%	16.0%	46.6%	33.0%
已婚沒小孩	20	0.0%	0.0%	0.0%	30.0%	30.0%	40.0%
已婚有小孩	92	2.2%	0.0%	2.2%	12.0%	47.8%	35.9%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
<b>職業#</b>							
白領主管階級	37	2.7%	0.0%	2.7%	18.9%	45.9%	29.7%
白領一般職員	135	0.0%	1.5%	0.7%	12.6%	51.1%	34.1%
藍領主管階級	8	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	62.5%	37.5%
藍領一般職員	50	2.0%	0.0%	0.0%	20.0%	48.0%	30.0%
自營商	18	0.0%	0.0%	16.7%	16.7%	11.1%	55.6%
自由業	20	5.0%	0.0%	0.0%	5.0%	40.0%	50.0%
學生	24	0.0%	0.0%	8.3%	33.3%	45.8%	12.5%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	71.4%	28.6%

待業中	19	0.0%	0.0%	5.3%	21.1%	31.6%	42.1%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%
<b>個人月收入#</b>							
19,999 元以下	65	0.0%	0.0%	3.1%	26.2%	43.1%	27.7%
20,000-39,999 元	166	1.2%	0.6%	1.2%	10.2%	49.4%	37.3%
40,000-59,999 元	56	0.0%	1.8%	0.0%	12.5%	51.8%	33.9%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	40.0%	40.0%
80,000-99,999 元	9	0.0%	0.0%	11.1%	22.2%	33.3%	33.3%
100,000-119,999 元	3	33.3%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	33.3%
120,000-159,999 元	4	0.0%	0.0%	0.0%	75.0%	25.0%	0.0%
160,000 元以上	7	0.0%	0.0%	42.9%	14.3%	14.3%	28.6%
<b>全家的月收入#</b>							
19,999 元以下	17	0.0%	0.0%	0.0%	23.5%	41.2%	35.3%
20,000-39,999 元	47	2.1%	2.1%	2.1%	14.9%	38.3%	40.4%
40,000-59,999 元	58	1.7%	0.0%	0.0%	19.0%	44.8%	34.5%
60,000-79,999 元	71	0.0%	0.0%	1.4%	18.3%	50.7%	29.6%
80,000-99,999 元	47	0.0%	2.1%	0.0%	14.9%	55.3%	27.7%
100,000-119,999 元	37	2.7%	0.0%	2.7%	5.4%	40.5%	48.6%
120,000-159,999 元	19	0.0%	0.0%	10.5%	15.8%	52.6%	21.1%
160,000 元以上	24	0.0%	0.0%	12.5%	12.5%	41.7%	33.3%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.06$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 21%）。

註 3：原始問卷 B1\_4。

附表 10 糕餅產業常推出因應市場流行性的商品認同度

	次數	非常不同意	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	320	2	6	35	86	127	64
<b>總百分比</b>	100.0%	0.6%	1.9%	10.9%	26.9%	39.7%	20.0%
<b>性別#</b>							
男	144	1.4%	2.8%	11.1%	31.3%	33.3%	20.1%
女	176	0.0%	1.1%	10.8%	23.3%	44.9%	19.9%
<b>年齡#</b>							
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%	0.0%
20-24 歲	33	0.0%	3.0%	18.2%	24.2%	42.4%	12.1%
25-29 歲	75	0.0%	0.0%	17.3%	32.0%	30.7%	20.0%
30-34 歲	99	1.0%	3.0%	8.1%	27.3%	40.4%	20.2%
35-39 歲	51	2.0%	2.0%	5.9%	17.6%	49.0%	23.5%
40-44 歲	30	0.0%	0.0%	6.7%	30.0%	43.3%	20.0%
45-49 歲	18	0.0%	0.0%	11.1%	16.7%	38.9%	33.3%
50 歲以上	8	0.0%	12.5%	12.5%	25.0%	37.5%	12.5%
<b>教育程度#</b>							
國中及以下	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
高中/高職	44	0.0%	2.3%	4.5%	29.5%	34.1%	29.5%
大專/大學	232	0.4%	2.2%	10.8%	23.7%	41.8%	21.1%
研究所及以上	43	2.3%	0.0%	18.6%	41.9%	32.6%	4.7%
<b>婚姻狀況#</b>							
未婚	206	1.0%	1.9%	12.1%	29.1%	35.0%	20.9%
已婚沒小孩	20	0.0%	0.0%	20.0%	20.0%	40.0%	20.0%
已婚有小孩	92	0.0%	2.2%	6.5%	21.7%	51.1%	18.5%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
<b>職業#</b>							
白領主管階級	37	0.0%	2.7%	13.5%	16.2%	45.9%	21.6%
白領一般職員	135	1.5%	0.7%	11.1%	29.6%	42.2%	14.8%
藍領主管階級	8	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	50.0%	25.0%
藍領一般職員	50	0.0%	2.0%	10.0%	30.0%	36.0%	22.0%
自營商	18	0.0%	0.0%	5.6%	22.2%	22.2%	50.0%
自由業	20	0.0%	10.0%	5.0%	20.0%	45.0%	20.0%
學生	24	0.0%	4.2%	12.5%	45.8%	33.3%	4.2%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	28.6%	14.3%	42.9%	14.3%

待業中	19	0.0%	0.0%	15.8%	15.8%	26.3%	42.1%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
<b>個人月收入#</b>							
19,999 元以下	65	0.0%	3.1%	12.3%	26.2%	33.8%	24.6%
20,000-39,999 元	166	0.6%	1.8%	10.2%	25.9%	42.8%	18.7%
40,000-59,999 元	56	0.0%	1.8%	7.1%	32.1%	41.1%	17.9%
60,000-79,999 元	10	10.0%	0.0%	30.0%	0.0%	40.0%	20.0%
80,000-99,999 元	9	0.0%	0.0%	22.2%	11.1%	44.4%	22.2%
100,000-119,999 元	3	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	66.7%	0.0%
120,000-159,999 元	4	0.0%	0.0%	0.0%	75.0%	25.0%	0.0%
160,000 元以上	7	0.0%	0.0%	0.0%	57.1%	0.0%	42.9%
<b>全家的月收入#</b>							
19,999 元以下	17	0.0%	0.0%	11.8%	23.5%	35.3%	29.4%
20,000-39,999 元	47	0.0%	2.1%	10.6%	29.8%	27.7%	29.8%
40,000-59,999 元	58	1.7%	3.4%	15.5%	36.2%	36.2%	6.9%
60,000-79,999 元	71	1.4%	1.4%	8.5%	23.9%	45.1%	19.7%
80,000-99,999 元	47	0.0%	2.1%	12.8%	21.3%	51.1%	12.8%
100,000-119,999 元	37	0.0%	2.7%	5.4%	18.9%	35.1%	37.8%
120,000-159,999 元	19	0.0%	0.0%	15.8%	21.1%	57.9%	5.3%
160,000 元以上	24	0.0%	0.0%	8.3%	37.5%	29.2%	25.0%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.07$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 22%）。

註 3：原始問卷 B1\_5。

附表 11 糕餅產業常推出符合在地性食材的商品認同度

	次數	非常不同意	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	320	3	3	12	57	151	94
<b>總百分比</b>	100.0%	0.9%	0.9%	3.8%	17.8%	47.2%	29.4%
<b>性別#</b>							
男	144	1.4%	0.7%	5.6%	21.5%	44.4%	26.4%
女	176	0.6%	1.1%	2.3%	14.8%	49.4%	31.8%
<b>年齡#</b>							
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	50.0%	16.7%
20-24 歲	33	0.0%	3.0%	3.0%	15.2%	57.6%	21.2%
25-29 歲	75	0.0%	1.3%	8.0%	20.0%	38.7%	32.0%
30-34 歲	99	2.0%	0.0%	3.0%	14.1%	49.5%	31.3%
35-39 歲	51	2.0%	0.0%	3.9%	15.7%	43.1%	35.3%
40-44 歲	30	0.0%	3.3%	0.0%	23.3%	53.3%	20.0%
45-49 歲	18	0.0%	0.0%	0.0%	22.2%	50.0%	27.8%
50 歲以上	8	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	50.0%	25.0%
<b>教育程度#</b>							
國中及以下	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
高中/高職	44	2.3%	2.3%	2.3%	25.0%	38.6%	29.5%
大專/大學	232	0.9%	0.9%	3.4%	14.7%	48.7%	31.5%
研究所及以上	43	0.0%	0.0%	7.0%	27.9%	46.5%	18.6%
<b>婚姻狀況#</b>							
未婚	206	1.0%	1.0%	4.4%	17.0%	45.1%	31.6%
已婚沒小孩	20	0.0%	0.0%	5.0%	15.0%	50.0%	30.0%
已婚有小孩	92	1.1%	1.1%	2.2%	20.7%	50.0%	25.0%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
<b>職業#</b>							
白領主管階級	37	0.0%	2.7%	2.7%	24.3%	45.9%	24.3%
白領一般職員	135	0.7%	0.0%	3.7%	16.3%	48.1%	31.1%
藍領主管階級	8	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%	50.0%	37.5%
藍領一般職員	50	2.0%	0.0%	2.0%	16.0%	56.0%	24.0%
自營商	18	0.0%	0.0%	0.0%	27.8%	16.7%	55.6%
自由業	20	5.0%	0.0%	10.0%	10.0%	45.0%	30.0%
學生	24	0.0%	4.2%	0.0%	25.0%	50.0%	20.8%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	0.0%	28.6%	57.1%	14.3%

待業中	19	0.0%	5.3%	15.8%	10.5%	36.8%	31.6%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
<b>個人月收入#</b>							
19,999 元以下	65	0.0%	3.1%	4.6%	20.0%	43.1%	29.2%
20,000-39,999 元	166	1.8%	0.0%	3.0%	11.4%	52.4%	31.3%
40,000-59,999 元	56	0.0%	0.0%	3.6%	26.8%	42.9%	26.8%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	10.0%	20.0%	40.0%	30.0%
80,000-99,999 元	9	0.0%	0.0%	11.1%	0.0%	77.8%	11.1%
100,000-119,999 元	3	0.0%	33.3%	0.0%	33.3%	0.0%	33.3%
120,000-159,999 元	4	0.0%	0.0%	0.0%	75.0%	25.0%	0.0%
160,000 元以上	7	0.0%	0.0%	0.0%	57.1%	0.0%	42.9%
<b>全家的月收入#</b>							
19,999 元以下	17	0.0%	0.0%	5.9%	17.6%	41.2%	35.3%
20,000-39,999 元	47	2.1%	0.0%	2.1%	6.4%	51.1%	38.3%
40,000-59,999 元	58	3.4%	3.4%	1.7%	19.0%	55.2%	17.2%
60,000-79,999 元	71	0.0%	0.0%	4.2%	15.5%	52.1%	28.2%
80,000-99,999 元	47	0.0%	0.0%	10.6%	27.7%	42.6%	19.1%
100,000-119,999 元	37	0.0%	2.7%	0.0%	18.9%	35.1%	43.2%
120,000-159,999 元	19	0.0%	0.0%	5.3%	10.5%	57.9%	26.3%
160,000 元以上	24	0.0%	0.0%	0.0%	29.2%	29.2%	41.7%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.08$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 23%）。

註 3：原始問卷 B1\_6。

附表 12 容易在公開場合看見糕餅產業的相關資訊或店家認同度

	次數	非常不同意	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	320	2	5	22	82	138	71
<b>總百分比</b>	100.0%	0.6%	1.6%	6.9%	25.6%	43.1%	22.2%
<b>性別#</b>							
男	144	0.7%	2.1%	9.0%	27.8%	37.5%	22.9%
女	176	0.6%	1.1%	5.1%	23.9%	47.7%	21.6%
<b>年齡#</b>							
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	66.7%	0.0%
20-24 歲	33	0.0%	0.0%	0.0%	36.4%	51.5%	12.1%
25-29 歲	75	1.3%	2.7%	12.0%	17.3%	42.7%	24.0%
30-34 歲	99	1.0%	1.0%	10.1%	22.2%	42.4%	23.2%
35-39 歲	51	0.0%	2.0%	3.9%	25.5%	43.1%	25.5%
40-44 歲	30	0.0%	3.3%	0.0%	36.7%	36.7%	23.3%
45-49 歲	18	0.0%	0.0%	0.0%	27.8%	44.4%	27.8%
50 歲以上	8	0.0%	0.0%	12.5%	50.0%	25.0%	12.5%
<b>教育程度#</b>							
國中及以下	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
高中/高職	44	4.5%	0.0%	6.8%	18.2%	43.2%	27.3%
大專/大學	232	0.0%	1.3%	6.9%	25.4%	42.2%	24.1%
研究所及以上	43	0.0%	4.7%	7.0%	34.9%	46.5%	7.0%
<b>婚姻狀況#</b>							
未婚	206	1.0%	1.5%	8.3%	22.3%	44.7%	22.3%
已婚沒小孩	20	0.0%	0.0%	15.0%	25.0%	35.0%	25.0%
已婚有小孩	92	0.0%	2.2%	2.2%	33.7%	40.2%	21.7%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
<b>職業#</b>							
白領主管階級	37	0.0%	2.7%	2.7%	32.4%	40.5%	21.6%
白領一般職員	135	0.0%	1.5%	7.4%	26.7%	45.2%	19.3%
藍領主管階級	8	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	50.0%	25.0%
藍領一般職員	50	2.0%	0.0%	10.0%	22.0%	46.0%	20.0%
自營商	18	0.0%	0.0%	11.1%	16.7%	11.1%	61.1%
自由業	20	0.0%	5.0%	5.0%	15.0%	50.0%	25.0%
學生	24	0.0%	4.2%	0.0%	33.3%	54.2%	8.3%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	71.4%	14.3%

待業中	19	5.3%	0.0%	15.8%	26.3%	21.1%	31.6%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%
<b>個人月收入#</b>							
19,999 元以下	65	1.5%	1.5%	6.2%	23.1%	43.1%	24.6%
20,000-39,999 元	166	0.6%	1.8%	6.6%	22.9%	46.4%	21.7%
40,000-59,999 元	56	0.0%	0.0%	7.1%	35.7%	37.5%	19.6%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	10.0%	20.0%	40.0%	30.0%
80,000-99,999 元	9	0.0%	0.0%	0.0%	22.2%	55.6%	22.2%
100,000-119,999 元	3	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	66.7%	0.0%
120,000-159,999 元	4	0.0%	0.0%	0.0%	75.0%	25.0%	0.0%
160,000 元以上	7	0.0%	0.0%	28.6%	28.6%	0.0%	42.9%
<b>全家的月收入#</b>							
19,999 元以下	17	0.0%	0.0%	11.8%	11.8%	47.1%	29.4%
20,000-39,999 元	47	2.1%	0.0%	6.4%	25.5%	38.3%	27.7%
40,000-59,999 元	58	1.7%	5.2%	5.2%	27.6%	50.0%	10.3%
60,000-79,999 元	71	0.0%	0.0%	8.5%	32.4%	40.8%	18.3%
80,000-99,999 元	47	0.0%	0.0%	6.4%	31.9%	42.6%	19.1%
100,000-119,999 元	37	0.0%	2.7%	8.1%	13.5%	35.1%	40.5%
120,000-159,999 元	19	0.0%	5.3%	0.0%	10.5%	68.4%	15.8%
160,000 元以上	24	0.0%	0.0%	8.3%	29.2%	33.3%	29.2%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.09$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 24%）。

註 3：原始問卷 B1\_7。

附表 13 容易對糕餅產業做出自己的意見或回饋認同度

	次數	非常不同意	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	320	1	5	20	108	117	69
<b>總百分比</b>	100.0%	0.3%	1.6%	6.3%	33.8%	36.6%	21.6%
<b>性別#</b>							
男	144	0.7%	0.7%	7.6%	35.4%	31.9%	23.6%
女	176	0.0%	2.3%	5.1%	32.4%	40.3%	19.9%
<b>年齡#</b>							
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%	0.0%
20-24 歲	33	0.0%	0.0%	6.1%	45.5%	36.4%	12.1%
25-29 歲	75	1.3%	1.3%	9.3%	29.3%	32.0%	26.7%
30-34 歲	99	0.0%	1.0%	3.0%	35.4%	40.4%	20.2%
35-39 歲	51	0.0%	2.0%	3.9%	33.3%	37.3%	23.5%
40-44 歲	30	0.0%	6.7%	10.0%	26.7%	36.7%	20.0%
45-49 歲	18	0.0%	0.0%	11.1%	16.7%	44.4%	27.8%
50 歲以上	8	0.0%	0.0%	12.5%	50.0%	12.5%	25.0%
<b>教育程度#</b>							
國中及以下	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
高中/高職	44	2.3%	2.3%	4.5%	27.3%	38.6%	25.0%
大專/大學	232	0.0%	1.7%	5.6%	33.6%	35.3%	23.7%
研究所及以上	43	0.0%	0.0%	11.6%	41.9%	39.5%	7.0%
<b>婚姻狀況#</b>							
未婚	206	0.5%	1.5%	6.3%	34.0%	35.9%	21.8%
已婚沒小孩	20	0.0%	0.0%	0.0%	35.0%	45.0%	20.0%
已婚有小孩	92	0.0%	2.2%	7.6%	33.7%	34.8%	21.7%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
<b>職業#</b>							
白領主管階級	37	0.0%	2.7%	5.4%	32.4%	29.7%	29.7%
白領一般職員	135	0.0%	0.7%	6.7%	33.3%	38.5%	20.7%
藍領主管階級	8	0.0%	0.0%	0.0%	37.5%	50.0%	12.5%
藍領一般職員	50	0.0%	2.0%	0.0%	30.0%	46.0%	22.0%
自營商	18	0.0%	0.0%	11.1%	27.8%	11.1%	50.0%
自由業	20	0.0%	5.0%	0.0%	30.0%	50.0%	15.0%
學生	24	0.0%	0.0%	12.5%	50.0%	29.2%	8.3%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	0.0%	28.6%	57.1%	14.3%

待業中	19	5.3%	5.3%	21.1%	36.8%	15.8%	15.8%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%
<b>個人月收入#</b>							
19,999 元以下	65	1.5%	0.0%	6.2%	41.5%	33.8%	16.9%
20,000-39,999 元	166	0.0%	1.8%	4.8%	29.5%	41.0%	22.9%
40,000-59,999 元	56	0.0%	0.0%	5.4%	39.3%	37.5%	17.9%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	20.0%	30.0%	30.0%	20.0%
80,000-99,999 元	9	0.0%	0.0%	11.1%	33.3%	22.2%	33.3%
100,000-119,999 元	3	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%
120,000-159,999 元	4	0.0%	25.0%	0.0%	50.0%	25.0%	0.0%
160,000 元以上	7	0.0%	0.0%	28.6%	28.6%	0.0%	42.9%
<b>全家的月收入#</b>							
19,999 元以下	17	0.0%	0.0%	5.9%	41.2%	41.2%	11.8%
20,000-39,999 元	47	0.0%	4.3%	0.0%	36.2%	36.2%	23.4%
40,000-59,999 元	58	1.7%	1.7%	6.9%	34.5%	43.1%	12.1%
60,000-79,999 元	71	0.0%	0.0%	4.2%	42.3%	31.0%	22.5%
80,000-99,999 元	47	0.0%	0.0%	6.4%	34.0%	44.7%	14.9%
100,000-119,999 元	37	0.0%	2.7%	8.1%	21.6%	27.0%	40.5%
120,000-159,999 元	19	0.0%	5.3%	15.8%	21.1%	42.1%	15.8%
160,000 元以上	24	0.0%	0.0%	12.5%	25.0%	29.2%	33.3%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.10$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 25%）。

註 3：原始問卷 B1\_8。

附表 14 糕餅產業的味道及口感要有一致的表現認同度

	次數	非常不同意	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	320	5	5	16	53	153	88
<b>總百分比</b>	100.0%	1.6%	1.6%	5.0%	16.6%	47.8%	27.5%
<b>性別#</b>							
男	144	0.7%	2.1%	3.5%	17.4%	48.6%	27.8%
女	176	2.3%	1.1%	6.3%	15.9%	47.2%	27.3%
<b>年齡#</b>							
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%
20-24 歲	33	0.0%	0.0%	9.1%	18.2%	63.6%	9.1%
25-29 歲	75	2.7%	4.0%	5.3%	16.0%	46.7%	25.3%
30-34 歲	99	1.0%	0.0%	4.0%	17.2%	49.5%	28.3%
35-39 歲	51	0.0%	3.9%	3.9%	11.8%	41.2%	39.2%
40-44 歲	30	3.3%	0.0%	3.3%	20.0%	46.7%	26.7%
45-49 歲	18	5.6%	0.0%	5.6%	5.6%	50.0%	33.3%
50 歲以上	8	0.0%	0.0%	12.5%	25.0%	12.5%	50.0%
<b>教育程度#</b>							
國中及以下	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
高中/高職	44	4.5%	0.0%	2.3%	25.0%	36.4%	31.8%
大專/大學	232	1.3%	1.7%	6.0%	15.5%	46.1%	29.3%
研究所及以上	43	0.0%	2.3%	2.3%	14.0%	67.4%	14.0%
<b>婚姻狀況#</b>							
未婚	206	1.9%	1.9%	5.8%	16.0%	49.0%	25.2%
已婚沒小孩	20	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	40.0%	40.0%
已婚有小孩	92	1.1%	1.1%	4.3%	17.4%	46.7%	29.3%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%
<b>職業#</b>							
白領主管階級	37	5.4%	0.0%	2.7%	13.5%	51.4%	27.0%
白領一般職員	135	0.0%	1.5%	4.4%	15.6%	52.6%	25.9%
藍領主管階級	8	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%	50.0%	37.5%
藍領一般職員	50	2.0%	0.0%	2.0%	18.0%	52.0%	26.0%
自營商	18	0.0%	0.0%	0.0%	38.9%	22.2%	38.9%
自由業	20	0.0%	5.0%	5.0%	5.0%	40.0%	45.0%
學生	24	0.0%	0.0%	12.5%	25.0%	50.0%	12.5%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	14.3%	0.0%	57.1%	28.6%

待業中	19	10.5%	10.5%	15.8%	15.8%	21.1%	26.3%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%
<b>個人月收入#</b>							
19,999 元以下	65	1.5%	1.5%	10.8%	18.5%	38.5%	29.2%
20,000-39,999 元	166	1.8%	1.8%	3.0%	15.1%	51.2%	27.1%
40,000-59,999 元	56	0.0%	0.0%	7.1%	12.5%	53.6%	26.8%
60,000-79,999 元	10	0.0%	10.0%	0.0%	10.0%	60.0%	20.0%
80,000-99,999 元	9	0.0%	0.0%	0.0%	11.1%	44.4%	44.4%
100,000-119,999 元	3	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	33.3%
120,000-159,999 元	4	0.0%	0.0%	0.0%	75.0%	25.0%	0.0%
160,000 元以上	7	0.0%	0.0%	0.0%	57.1%	14.3%	28.6%
<b>全家的月收入#</b>							
19,999 元以下	17	0.0%	5.9%	5.9%	11.8%	47.1%	29.4%
20,000-39,999 元	47	6.4%	0.0%	2.1%	8.5%	42.6%	40.4%
40,000-59,999 元	58	1.7%	1.7%	6.9%	22.4%	46.6%	20.7%
60,000-79,999 元	71	0.0%	2.8%	2.8%	15.5%	53.5%	25.4%
80,000-99,999 元	47	0.0%	0.0%	14.9%	17.0%	46.8%	21.3%
100,000-119,999 元	37	2.7%	2.7%	0.0%	16.2%	40.5%	37.8%
120,000-159,999 元	19	0.0%	0.0%	5.3%	15.8%	57.9%	21.1%
160,000 元以上	24	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	50.0%	25.0%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.11$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 26%）。

註 3：原始問卷 B1\_9。

附表 15 糕餅產業的服務人員親切和藹，會讓人時常回流購買認同度

	次數	非常不同意	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	320	5	4	14	49	144	104
<b>總百分比</b>	100.0%	1.6%	1.3%	4.4%	15.3%	45.0%	32.5%
<b>性別#</b>							
男	144	1.4%	1.4%	4.2%	17.4%	43.8%	31.9%
女	176	1.7%	1.1%	4.5%	13.6%	46.0%	33.0%
<b>年齡#</b>							
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	16.7%	16.7%
20-24 歲	33	0.0%	0.0%	3.0%	24.2%	48.5%	24.2%
25-29 歲	75	1.3%	2.7%	1.3%	13.3%	45.3%	36.0%
30-34 歲	99	1.0%	1.0%	8.1%	10.1%	47.5%	32.3%
35-39 歲	51	2.0%	2.0%	2.0%	13.7%	43.1%	37.3%
40-44 歲	30	6.7%	0.0%	3.3%	16.7%	43.3%	30.0%
45-49 歲	18	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	50.0%	33.3%
50 歲以上	8	0.0%	0.0%	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%
<b>教育程度#</b>							
國中及以下	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
高中/高職	44	4.5%	0.0%	2.3%	25.0%	36.4%	31.8%
大專/大學	232	1.3%	1.7%	3.9%	13.8%	44.0%	35.3%
研究所及以上	43	0.0%	0.0%	9.3%	14.0%	58.1%	18.6%
<b>婚姻狀況#</b>							
未婚	206	1.0%	1.9%	5.3%	16.5%	43.2%	32.0%
已婚沒小孩	20	5.0%	0.0%	5.0%	5.0%	45.0%	40.0%
已婚有小孩	92	2.2%	0.0%	2.2%	15.2%	47.8%	32.6%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
<b>職業#</b>							
白領主管階級	37	2.7%	0.0%	0.0%	18.9%	45.9%	32.4%
白領一般職員	135	0.7%	0.0%	6.7%	11.9%	49.6%	31.1%
藍領主管階級	8	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%	50.0%	37.5%
藍領一般職員	50	2.0%	4.0%	2.0%	16.0%	50.0%	26.0%
自營商	18	0.0%	0.0%	0.0%	27.8%	16.7%	55.6%
自由業	20	5.0%	0.0%	10.0%	5.0%	50.0%	30.0%
學生	24	0.0%	0.0%	0.0%	37.5%	33.3%	29.2%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	14.3%	0.0%	28.6%	57.1%

待業中	19	5.3%	10.5%	5.3%	10.5%	36.8%	31.6%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%
<b>個人月收入#</b>							
19,999 元以下	65	1.5%	4.6%	4.6%	16.9%	40.0%	32.3%
20,000-39,999 元	166	1.2%	0.6%	4.2%	12.7%	46.4%	34.9%
40,000-59,999 元	56	1.8%	0.0%	5.4%	10.7%	57.1%	25.0%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	10.0%	20.0%	30.0%	40.0%
80,000-99,999 元	9	0.0%	0.0%	0.0%	22.2%	33.3%	44.4%
100,000-119,999 元	3	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	33.3%
120,000-159,999 元	4	0.0%	0.0%	0.0%	75.0%	25.0%	0.0%
160,000 元以上	7	0.0%	0.0%	0.0%	57.1%	14.3%	28.6%
<b>全家的月收入#</b>							
19,999 元以下	17	0.0%	17.6%	0.0%	11.8%	41.2%	29.4%
20,000-39,999 元	47	2.1%	0.0%	2.1%	10.6%	57.4%	27.7%
40,000-59,999 元	58	3.4%	0.0%	5.2%	17.2%	46.6%	27.6%
60,000-79,999 元	71	1.4%	1.4%	4.2%	11.3%	54.9%	26.8%
80,000-99,999 元	47	0.0%	0.0%	4.3%	23.4%	38.3%	34.0%
100,000-119,999 元	37	2.7%	0.0%	2.7%	10.8%	29.7%	54.1%
120,000-159,999 元	19	0.0%	0.0%	15.8%	5.3%	42.1%	36.8%
160,000 元以上	24	0.0%	0.0%	4.2%	33.3%	29.2%	33.3%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.12$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 27%）。

註 3：原始問卷 B1\_10。

附表 16 糕餅產業的行銷活動很頻繁認同度

	次數	非常不同意	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	320	4	9	24	75	126	82
<b>總百分比</b>	100.0%	1.3%	2.8%	7.5%	23.4%	39.4%	25.6%
<b>性別#</b>							
男	144	2.1%	2.1%	6.9%	25.7%	40.3%	22.9%
女	176	0.6%	3.4%	8.0%	21.6%	38.6%	27.8%
<b>年齡#</b>							
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%	0.0%
20-24 歲	33	0.0%	9.1%	12.1%	18.2%	33.3%	27.3%
25-29 歲	75	1.3%	2.7%	6.7%	20.0%	42.7%	26.7%
30-34 歲	99	0.0%	3.0%	10.1%	18.2%	41.4%	27.3%
35-39 歲	51	3.9%	0.0%	2.0%	31.4%	37.3%	25.5%
40-44 歲	30	3.3%	3.3%	6.7%	26.7%	40.0%	20.0%
45-49 歲	18	0.0%	0.0%	0.0%	27.8%	38.9%	33.3%
50 歲以上	8	0.0%	0.0%	25.0%	37.5%	25.0%	12.5%
<b>教育程度#</b>							
國中及以下	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
高中/高職	44	2.3%	2.3%	6.8%	25.0%	31.8%	31.8%
大專/大學	232	1.3%	3.0%	8.2%	20.3%	39.7%	27.6%
研究所及以上	43	0.0%	2.3%	4.7%	39.5%	44.2%	9.3%
<b>婚姻狀況#</b>							
未婚	206	1.0%	3.4%	8.7%	21.8%	38.8%	26.2%
已婚沒小孩	20	0.0%	0.0%	5.0%	25.0%	40.0%	30.0%
已婚有小孩	92	2.2%	2.2%	5.4%	27.2%	39.1%	23.9%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
<b>職業#</b>							
白領主管階級	37	0.0%	2.7%	0.0%	32.4%	37.8%	27.0%
白領一般職員	135	0.0%	0.7%	7.4%	28.9%	39.3%	23.7%
藍領主管階級	8	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	50.0%	25.0%
藍領一般職員	50	0.0%	6.0%	8.0%	12.0%	52.0%	22.0%
自營商	18	5.6%	0.0%	16.7%	22.2%	16.7%	38.9%
自由業	20	5.0%	5.0%	15.0%	5.0%	45.0%	25.0%
學生	24	0.0%	8.3%	8.3%	33.3%	25.0%	25.0%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	57.1%	42.9%

待業中	19	10.5%	5.3%	10.5%	15.8%	31.6%	26.3%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%
<b>個人月收入#</b>							
19,999 元以下	65	3.1%	7.7%	4.6%	21.5%	35.4%	27.7%
20,000-39,999 元	166	0.6%	1.2%	7.8%	20.5%	41.6%	28.3%
40,000-59,999 元	56	1.8%	1.8%	10.7%	26.8%	44.6%	14.3%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	0.0%	40.0%	30.0%	30.0%
80,000-99,999 元	9	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	44.4%	22.2%
100,000-119,999 元	3	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	33.3%	33.3%
120,000-159,999 元	4	0.0%	0.0%	0.0%	75.0%	25.0%	0.0%
160,000 元以上	7	0.0%	0.0%	28.6%	28.6%	0.0%	42.9%
<b>全家的月收入#</b>							
19,999 元以下	17	5.9%	11.8%	0.0%	17.6%	35.3%	29.4%
20,000-39,999 元	47	0.0%	2.1%	8.5%	17.0%	44.7%	27.7%
40,000-59,999 元	58	3.4%	5.2%	6.9%	25.9%	43.1%	15.5%
60,000-79,999 元	71	1.4%	1.4%	8.5%	21.1%	45.1%	22.5%
80,000-99,999 元	47	0.0%	0.0%	4.3%	34.0%	34.0%	27.7%
100,000-119,999 元	37	0.0%	2.7%	2.7%	27.0%	24.3%	43.2%
120,000-159,999 元	19	0.0%	0.0%	15.8%	15.8%	57.9%	10.5%
160,000 元以上	24	0.0%	4.2%	16.7%	20.8%	25.0%	33.3%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.13$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 28%）。

註 3：原始問卷 B1\_11。

附表 17 糕餅產業所舉辦的行銷活動很優惠、很實在認同度

	次數	非常不同意	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	320	2	12	33	77	122	74
<b>總百分比</b>	100.0%	0.6%	3.8%	10.3%	24.1%	38.1%	23.1%
<b>性別</b>							
男	144	0.7%	1.4%	10.4%	25.0%	36.8%	25.7%
女	176	0.6%	5.7%	10.2%	23.3%	39.2%	21.0%
<b>年齡#</b>							
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	66.7%	0.0%
20-24 歲	33	0.0%	3.0%	15.2%	18.2%	45.5%	18.2%
25-29 歲	75	2.7%	2.7%	6.7%	24.0%	38.7%	25.3%
30-34 歲	99	0.0%	4.0%	16.2%	18.2%	40.4%	21.2%
35-39 歲	51	0.0%	5.9%	3.9%	27.5%	33.3%	29.4%
40-44 歲	30	0.0%	6.7%	3.3%	30.0%	36.7%	23.3%
45-49 歲	18	0.0%	0.0%	5.6%	38.9%	27.8%	27.8%
50 歲以上	8	0.0%	0.0%	37.5%	37.5%	12.5%	12.5%
<b>教育程度#</b>							
國中及以下	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
高中/高職	44	2.3%	4.5%	6.8%	15.9%	36.4%	34.1%
大專/大學	232	0.4%	3.9%	10.8%	22.8%	39.2%	22.8%
研究所及以上	43	0.0%	2.3%	11.6%	39.5%	32.6%	14.0%
<b>婚姻狀況#</b>							
未婚	206	1.0%	3.9%	11.2%	22.3%	38.3%	23.3%
已婚沒小孩	20	0.0%	10.0%	10.0%	20.0%	35.0%	25.0%
已婚有小孩	92	0.0%	2.2%	8.7%	29.3%	37.0%	22.8%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
<b>職業#</b>							
白領主管階級	37	0.0%	5.4%	2.7%	35.1%	32.4%	24.3%
白領一般職員	135	0.0%	1.5%	10.4%	24.4%	42.2%	21.5%
藍領主管階級	8	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%	62.5%	25.0%
藍領一般職員	50	0.0%	4.0%	12.0%	18.0%	38.0%	28.0%
自營商	18	5.6%	0.0%	11.1%	33.3%	16.7%	33.3%
自由業	20	0.0%	5.0%	15.0%	20.0%	40.0%	20.0%
學生	24	0.0%	4.2%	12.5%	25.0%	41.7%	16.7%
家庭主婦	7	0.0%	14.3%	28.6%	0.0%	28.6%	28.6%

待業中	19	5.3%	15.8%	10.5%	26.3%	21.1%	21.1%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
<b>個人月收入#</b>							
19,999 元以下	65	1.5%	7.7%	10.8%	24.6%	38.5%	16.9%
20,000-39,999 元	166	0.0%	1.8%	9.6%	21.1%	41.6%	25.9%
40,000-59,999 元	56	1.8%	5.4%	10.7%	26.8%	35.7%	19.6%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	10.0%	30.0%	50.0%	10.0%
80,000-99,999 元	9	0.0%	0.0%	11.1%	33.3%	22.2%	33.3%
100,000-119,999 元	3	0.0%	33.3%	0.0%	33.3%	0.0%	33.3%
120,000-159,999 元	4	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	25.0%	25.0%
160,000 元以上	7	0.0%	0.0%	28.6%	28.6%	0.0%	42.9%
<b>全家的月收入#</b>							
19,999 元以下	17	0.0%	17.6%	5.9%	17.6%	35.3%	23.5%
20,000-39,999 元	47	0.0%	4.3%	6.4%	21.3%	40.4%	27.7%
40,000-59,999 元	58	1.7%	5.2%	13.8%	24.1%	43.1%	12.1%
60,000-79,999 元	71	0.0%	2.8%	11.3%	23.9%	42.3%	19.7%
80,000-99,999 元	47	0.0%	0.0%	4.3%	42.6%	31.9%	21.3%
100,000-119,999 元	37	0.0%	5.4%	8.1%	13.5%	37.8%	35.1%
120,000-159,999 元	19	5.3%	0.0%	15.8%	15.8%	36.8%	26.3%
160,000 元以上	24	0.0%	0.0%	20.8%	20.8%	25.0%	33.3%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.14$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 29%）。

註 3：原始問卷 B1\_12。

附表 18 店家產品用料實在認同度

	次數	非常不同意	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	320	3	1	13	51	160	92
<b>總百分比</b>	100.0%	0.9%	0.3%	4.1%	15.9%	50.0%	28.8%
<b>性別#</b>							
男	144	0.7%	0.7%	6.3%	13.9%	47.2%	31.3%
女	176	1.1%	0.0%	2.3%	17.6%	52.3%	26.7%
<b>年齡#</b>							
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	66.7%	16.7%
20-24 歲	33	0.0%	0.0%	6.1%	15.2%	60.6%	18.2%
25-29 歲	75	0.0%	0.0%	5.3%	14.7%	49.3%	30.7%
30-34 歲	99	1.0%	0.0%	4.0%	19.2%	45.5%	30.3%
35-39 歲	51	3.9%	2.0%	2.0%	15.7%	45.1%	31.4%
40-44 歲	30	0.0%	0.0%	6.7%	20.0%	53.3%	20.0%
45-49 歲	18	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%
50 歲以上	8	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%	37.5%	50.0%
<b>教育程度#</b>							
國中及以下	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
高中/高職	44	2.3%	0.0%	4.5%	18.2%	45.5%	29.5%
大專/大學	232	0.9%	0.4%	3.0%	14.2%	51.7%	29.7%
研究所及以上	43	0.0%	0.0%	9.3%	23.3%	44.2%	23.3%
<b>婚姻狀況#</b>							
未婚	206	1.0%	0.0%	4.4%	18.9%	47.6%	28.2%
已婚沒小孩	20	5.0%	0.0%	5.0%	20.0%	45.0%	25.0%
已婚有小孩	92	0.0%	1.1%	3.3%	8.7%	55.4%	31.5%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
<b>職業#</b>							
白領主管階級	37	2.7%	0.0%	2.7%	10.8%	45.9%	37.8%
白領一般職員	135	0.0%	0.0%	1.5%	18.5%	48.9%	31.1%
藍領主管階級	8	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	62.5%	37.5%
藍領一般職員	50	2.0%	0.0%	2.0%	18.0%	58.0%	20.0%
自營商	18	0.0%	0.0%	27.8%	11.1%	22.2%	38.9%
自由業	20	0.0%	5.0%	5.0%	15.0%	50.0%	25.0%
學生	24	0.0%	0.0%	4.2%	20.8%	66.7%	8.3%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	14.3%	14.3%	42.9%	28.6%

待業中	19	5.3%	0.0%	5.3%	10.5%	42.1%	36.8%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
<b>個人月收入#</b>							
19,999 元以下	65	1.5%	0.0%	4.6%	16.9%	56.9%	20.0%
20,000-39,999 元	166	0.6%	0.6%	1.2%	15.7%	49.4%	32.5%
40,000-59,999 元	56	0.0%	0.0%	3.6%	14.3%	57.1%	25.0%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	10.0%	10.0%	40.0%	40.0%
80,000-99,999 元	9	0.0%	0.0%	11.1%	0.0%	44.4%	44.4%
100,000-119,999 元	3	33.3%	0.0%	0.0%	33.3%	33.3%	0.0%
120,000-159,999 元	4	0.0%	0.0%	25.0%	75.0%	0.0%	0.0%
160,000 元以上	7	0.0%	0.0%	42.9%	14.3%	0.0%	42.9%
<b>全家的月收入#</b>							
19,999 元以下	17	5.9%	0.0%	0.0%	17.6%	47.1%	29.4%
20,000-39,999 元	47	2.1%	0.0%	4.3%	10.6%	51.1%	31.9%
40,000-59,999 元	58	0.0%	1.7%	3.4%	20.7%	50.0%	24.1%
60,000-79,999 元	71	1.4%	0.0%	2.8%	15.5%	56.3%	23.9%
80,000-99,999 元	47	0.0%	0.0%	4.3%	10.6%	61.7%	23.4%
100,000-119,999 元	37	0.0%	0.0%	0.0%	24.3%	37.8%	37.8%
120,000-159,999 元	19	0.0%	0.0%	5.3%	21.1%	52.6%	21.1%
160,000 元以上	24	0.0%	0.0%	16.7%	8.3%	25.0%	50.0%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 B2\_1。

附表 19 店家的產品用料天然健康認同度

	次數	非常不同意	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	320	2	3	16	59	155	85
<b>總百分比</b>	100.0%	0.6%	0.9%	5.0%	18.4%	48.4%	26.6%
<b>性別#</b>							
男	144	0.7%	0.7%	6.9%	14.6%	48.6%	28.5%
女	176	0.6%	1.1%	3.4%	21.6%	48.3%	25.0%
<b>年齡#</b>							
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	83.3%	0.0%
20-24 歲	33	0.0%	0.0%	3.0%	27.3%	54.5%	15.2%
25-29 歲	75	0.0%	0.0%	5.3%	18.7%	45.3%	30.7%
30-34 歲	99	1.0%	1.0%	8.1%	17.2%	44.4%	28.3%
35-39 歲	51	2.0%	3.9%	2.0%	15.7%	47.1%	29.4%
40-44 歲	30	0.0%	0.0%	6.7%	26.7%	46.7%	20.0%
45-49 歲	18	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	72.2%	27.8%
50 歲以上	8	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	37.5%	37.5%
<b>教育程度#</b>							
國中及以下	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
高中/高職	44	2.3%	0.0%	4.5%	20.5%	43.2%	29.5%
大專/大學	232	0.4%	1.3%	3.9%	17.2%	50.0%	27.2%
研究所及以上	43	0.0%	0.0%	11.6%	23.3%	44.2%	20.9%
<b>婚姻狀況#</b>							
未婚	206	0.5%	1.0%	5.3%	19.9%	47.6%	25.7%
已婚沒小孩	20	0.0%	5.0%	10.0%	20.0%	40.0%	25.0%
已婚有小孩	92	1.1%	0.0%	3.3%	15.2%	51.1%	29.3%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
<b>職業#</b>							
白領主管階級	37	0.0%	2.7%	2.7%	16.2%	51.4%	27.0%
白領一般職員	135	0.0%	0.7%	3.7%	19.3%	46.7%	29.6%
藍領主管階級	8	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	62.5%	37.5%
藍領一般職員	50	2.0%	0.0%	2.0%	18.0%	58.0%	20.0%
自營商	18	0.0%	0.0%	27.8%	11.1%	27.8%	33.3%
自由業	20	5.0%	0.0%	5.0%	10.0%	50.0%	30.0%
學生	24	0.0%	0.0%	4.2%	29.2%	62.5%	4.2%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	14.3%	14.3%	42.9%	28.6%

待業中	19	0.0%	5.3%	5.3%	31.6%	26.3%	31.6%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%
<b>個人月收入#</b>							
19,999 元以下	65	0.0%	1.5%	3.1%	26.2%	50.8%	18.5%
20,000-39,999 元	166	1.2%	0.0%	2.4%	17.5%	47.0%	31.9%
40,000-59,999 元	56	0.0%	1.8%	7.1%	16.1%	53.6%	21.4%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	10.0%	10.0%	50.0%	30.0%
80,000-99,999 元	9	0.0%	0.0%	11.1%	0.0%	66.7%	22.2%
100,000-119,999 元	3	0.0%	33.3%	0.0%	33.3%	33.3%	0.0%
120,000-159,999 元	4	0.0%	0.0%	25.0%	25.0%	50.0%	0.0%
160,000 元以上	7	0.0%	0.0%	42.9%	14.3%	0.0%	42.9%
<b>全家的月收入#</b>							
19,999 元以下	17	0.0%	5.9%	0.0%	29.4%	41.2%	23.5%
20,000-39,999 元	47	2.1%	0.0%	2.1%	19.1%	42.6%	34.0%
40,000-59,999 元	58	1.7%	0.0%	5.2%	20.7%	53.4%	19.0%
60,000-79,999 元	71	0.0%	2.8%	5.6%	14.1%	54.9%	22.5%
80,000-99,999 元	47	0.0%	0.0%	4.3%	19.1%	53.2%	23.4%
100,000-119,999 元	37	0.0%	0.0%	0.0%	24.3%	43.2%	32.4%
120,000-159,999 元	19	0.0%	0.0%	10.5%	15.8%	63.2%	10.5%
160,000 元以上	24	0.0%	0.0%	16.7%	8.3%	20.8%	54.2%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 B2\_2。

附表 20 店家生產的產品很新鮮認同度

	次數	非常不同意	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	320	2	1	13	47	161	96
<b>總百分比</b>	100.0%	0.6%	0.3%	4.1%	14.7%	50.3%	30.0%
<b>性別#</b>							
男	144	0.7%	0.7%	4.9%	13.9%	46.5%	33.3%
女	176	0.6%	0.0%	3.4%	15.3%	53.4%	27.3%
<b>年齡#</b>							
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%
20-24 歲	33	0.0%	0.0%	6.1%	24.2%	60.6%	9.1%
25-29 歲	75	0.0%	0.0%	4.0%	14.7%	46.7%	34.7%
30-34 歲	99	1.0%	1.0%	4.0%	13.1%	49.5%	31.3%
35-39 歲	51	2.0%	0.0%	5.9%	13.7%	39.2%	39.2%
40-44 歲	30	0.0%	0.0%	3.3%	13.3%	56.7%	26.7%
45-49 歲	18	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	72.2%	27.8%
50 歲以上	8	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%	50.0%	37.5%
<b>教育程度#</b>							
國中及以下	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
高中/高職	44	2.3%	0.0%	0.0%	29.5%	38.6%	29.5%
大專/大學	232	0.4%	0.4%	3.9%	9.9%	53.4%	31.9%
研究所及以上	43	0.0%	0.0%	9.3%	25.6%	44.2%	20.9%
<b>婚姻狀況#</b>							
未婚	206	0.5%	0.0%	4.9%	18.9%	47.6%	28.2%
已婚沒小孩	20	0.0%	5.0%	5.0%	5.0%	60.0%	25.0%
已婚有小孩	92	1.1%	0.0%	2.2%	7.6%	53.3%	35.9%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
<b>職業#</b>							
白領主管階級	37	0.0%	0.0%	5.4%	13.5%	51.4%	29.7%
白領一般職員	135	0.0%	0.0%	3.0%	11.9%	51.1%	34.1%
藍領主管階級	8	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	62.5%	37.5%
藍領一般職員	50	2.0%	2.0%	4.0%	12.0%	56.0%	24.0%
自營商	18	0.0%	0.0%	11.1%	27.8%	27.8%	33.3%
自由業	20	5.0%	0.0%	5.0%	5.0%	45.0%	40.0%
學生	24	0.0%	0.0%	0.0%	41.7%	54.2%	4.2%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	57.1%	28.6%

待業中	19	0.0%	0.0%	10.5%	15.8%	36.8%	36.8%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
<b>個人月收入#</b>							
19,999 元以下	65	0.0%	1.5%	4.6%	21.5%	52.3%	20.0%
20,000-39,999 元	166	1.2%	0.0%	1.8%	12.0%	48.2%	36.7%
40,000-59,999 元	56	0.0%	0.0%	5.4%	8.9%	60.7%	25.0%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	10.0%	10.0%	50.0%	30.0%
80,000-99,999 元	9	0.0%	0.0%	11.1%	11.1%	55.6%	22.2%
100,000-119,999 元	3	0.0%	0.0%	33.3%	33.3%	0.0%	33.3%
120,000-159,999 元	4	0.0%	0.0%	25.0%	25.0%	50.0%	0.0%
160,000 元以上	7	0.0%	0.0%	0.0%	57.1%	14.3%	28.6%
<b>全家的月收入#</b>							
19,999 元以下	17	0.0%	0.0%	5.9%	23.5%	47.1%	23.5%
20,000-39,999 元	47	2.1%	0.0%	2.1%	14.9%	44.7%	36.2%
40,000-59,999 元	58	1.7%	1.7%	1.7%	17.2%	51.7%	25.9%
60,000-79,999 元	71	0.0%	0.0%	7.0%	8.5%	57.7%	26.8%
80,000-99,999 元	47	0.0%	0.0%	4.3%	10.6%	59.6%	25.5%
100,000-119,999 元	37	0.0%	0.0%	0.0%	21.6%	40.5%	37.8%
120,000-159,999 元	19	0.0%	0.0%	10.5%	10.5%	63.2%	15.8%
160,000 元以上	24	0.0%	0.0%	4.2%	20.8%	25.0%	50.0%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 B2\_3。

附表 21 店家生產的產品符合我的口感認同度

	次數	非常不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	320	2	7	56	165	90
<b>總百分比</b>	100.0%	0.6%	2.2%	17.5%	51.6%	28.1%
<b>性別#</b>						
男	144	0.7%	2.1%	21.5%	49.3%	26.4%
女	176	0.6%	2.3%	14.2%	53.4%	29.5%
<b>年齡#</b>						
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	33.3%	66.7%	0.0%
20-24 歲	33	0.0%	6.1%	18.2%	57.6%	18.2%
25-29 歲	75	0.0%	2.7%	17.3%	50.7%	29.3%
30-34 歲	99	1.0%	1.0%	17.2%	51.5%	29.3%
35-39 歲	51	2.0%	2.0%	21.6%	37.3%	37.3%
40-44 歲	30	0.0%	3.3%	16.7%	60.0%	20.0%
45-49 歲	18	0.0%	0.0%	0.0%	61.1%	38.9%
50 歲以上	8	0.0%	0.0%	25.0%	62.5%	12.5%
<b>教育程度#</b>						
國中及以下	1	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
高中/高職	44	2.3%	0.0%	25.0%	43.2%	29.5%
大專/大學	232	0.4%	2.2%	12.9%	53.9%	30.6%
研究所及以上	43	0.0%	4.7%	34.9%	46.5%	14.0%
<b>婚姻狀況#</b>						
未婚	206	0.5%	2.9%	19.9%	48.1%	28.6%
已婚沒小孩	20	0.0%	0.0%	20.0%	60.0%	20.0%
已婚有小孩	92	1.1%	1.1%	12.0%	56.5%	29.3%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
<b>職業#</b>						
白領主管階級	37	0.0%	0.0%	18.9%	54.1%	27.0%
白領一般職員	135	0.0%	1.5%	14.8%	54.8%	28.9%
藍領主管階級	8	0.0%	0.0%	0.0%	62.5%	37.5%
藍領一般職員	50	2.0%	2.0%	18.0%	56.0%	22.0%
自營商	18	0.0%	11.1%	27.8%	22.2%	38.9%
自由業	20	5.0%	5.0%	0.0%	55.0%	35.0%
學生	24	0.0%	0.0%	37.5%	54.2%	8.3%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	14.3%	57.1%	28.6%
待業中	19	0.0%	5.3%	26.3%	21.1%	47.4%

其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
<b>個人月收入#</b>						
19,999 元以下	65	0.0%	3.1%	23.1%	50.8%	23.1%
20,000-39,999 元	166	1.2%	1.2%	12.7%	53.6%	31.3%
40,000-59,999 元	56	0.0%	1.8%	17.9%	53.6%	26.8%
60,000-79,999 元	10	0.0%	10.0%	10.0%	50.0%	30.0%
80,000-99,999 元	9	0.0%	11.1%	11.1%	44.4%	33.3%
100,000-119,999 元	3	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%	0.0%
120,000-159,999 元	4	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%
160,000 元以上	7	0.0%	0.0%	57.1%	14.3%	28.6%
<b>全家的月收入#</b>						
19,999 元以下	17	0.0%	0.0%	23.5%	52.9%	23.5%
20,000-39,999 元	47	2.1%	0.0%	19.1%	40.4%	38.3%
40,000-59,999 元	58	1.7%	3.4%	17.2%	56.9%	20.7%
60,000-79,999 元	71	0.0%	4.2%	14.1%	54.9%	26.8%
80,000-99,999 元	47	0.0%	2.1%	12.8%	59.6%	25.5%
100,000-119,999 元	37	0.0%	0.0%	21.6%	37.8%	40.5%
120,000-159,999 元	19	0.0%	5.3%	15.8%	68.4%	10.5%
160,000 元以上	24	0.0%	0.0%	25.0%	41.7%	33.3%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 B2\_4。

附表 22 店家常推出因應市場流行性的商品認同度

	次數	非常不同意	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	320	2	8	54	81	122	53
<b>總百分比</b>	100.0%	0.6%	2.5%	16.9%	25.3%	38.1%	16.6%
<b>性別#</b>							
男	144	0.7%	2.1%	13.2%	31.3%	32.6%	20.1%
女	176	0.6%	2.8%	19.9%	20.5%	42.6%	13.6%
<b>年齡#</b>							
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	83.3%	0.0%
20-24 歲	33	0.0%	3.0%	18.2%	27.3%	42.4%	9.1%
25-29 歲	75	0.0%	4.0%	26.7%	24.0%	29.3%	16.0%
30-34 歲	99	0.0%	1.0%	15.2%	29.3%	35.4%	19.2%
35-39 歲	51	2.0%	0.0%	13.7%	19.6%	47.1%	17.6%
40-44 歲	30	3.3%	3.3%	10.0%	33.3%	36.7%	13.3%
45-49 歲	18	0.0%	0.0%	11.1%	11.1%	50.0%	27.8%
50 歲以上	8	0.0%	25.0%	12.5%	25.0%	25.0%	12.5%
<b>教育程度#</b>							
國中及以下	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
高中/高職	44	0.0%	2.3%	9.1%	18.2%	40.9%	29.5%
大專/大學	232	0.9%	2.2%	17.7%	25.4%	37.5%	16.4%
研究所及以上	43	0.0%	4.7%	20.9%	32.6%	37.2%	4.7%
<b>婚姻狀況#</b>							
未婚	206	0.0%	2.9%	19.4%	26.7%	33.5%	17.5%
已婚沒小孩	20	5.0%	0.0%	20.0%	25.0%	35.0%	15.0%
已婚有小孩	92	1.1%	2.2%	10.9%	22.8%	47.8%	15.2%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
<b>職業#</b>							
白領主管階級	37	0.0%	0.0%	10.8%	24.3%	40.5%	24.3%
白領一般職員	135	0.7%	1.5%	17.0%	28.1%	37.8%	14.8%
藍領主管階級	8	0.0%	0.0%	0.0%	37.5%	37.5%	25.0%
藍領一般職員	50	0.0%	2.0%	14.0%	28.0%	40.0%	16.0%
自營商	18	0.0%	5.6%	27.8%	11.1%	27.8%	27.8%
自由業	20	5.0%	5.0%	10.0%	30.0%	35.0%	15.0%
學生	24	0.0%	8.3%	16.7%	25.0%	45.8%	4.2%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	42.9%	0.0%	42.9%	14.3%

待業中	19	0.0%	5.3%	31.6%	10.5%	31.6%	21.1%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%
<b>個人月收入#</b>							
19,999 元以下	65	0.0%	4.6%	18.5%	16.9%	44.6%	15.4%
20,000-39,999 元	166	0.6%	2.4%	14.5%	28.3%	36.7%	17.5%
40,000-59,999 元	56	1.8%	1.8%	19.6%	26.8%	35.7%	14.3%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	20.0%	30.0%	40.0%	10.0%
80,000-99,999 元	9	0.0%	0.0%	22.2%	11.1%	44.4%	22.2%
100,000-119,999 元	3	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	33.3%	33.3%
120,000-159,999 元	4	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%
160,000 元以上	7	0.0%	0.0%	28.6%	28.6%	14.3%	28.6%
<b>全家的月收入#</b>							
19,999 元以下	17	0.0%	0.0%	11.8%	29.4%	41.2%	17.6%
20,000-39,999 元	47	0.0%	4.3%	10.6%	31.9%	27.7%	25.5%
40,000-59,999 元	58	1.7%	1.7%	31.0%	17.2%	41.4%	6.9%
60,000-79,999 元	71	1.4%	2.8%	12.7%	21.1%	49.3%	12.7%
80,000-99,999 元	47	0.0%	2.1%	21.3%	34.0%	31.9%	10.6%
100,000-119,999 元	37	0.0%	0.0%	8.1%	24.3%	35.1%	32.4%
120,000-159,999 元	19	0.0%	5.3%	15.8%	26.3%	47.4%	5.3%
160,000 元以上	24	0.0%	4.2%	16.7%	25.0%	25.0%	29.2%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 B2\_5。

附表 23 店家常推出符合在地性食材的商品認同度

	次數	非常不同意	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	320	1	3	21	75	150	70
<b>總百分比</b>	100.0%	0.3%	0.9%	6.6%	23.4%	46.9%	21.9%
<b>性別#</b>							
男	144	0.0%	0.7%	6.3%	25.0%	43.8%	24.3%
女	176	0.6%	1.1%	6.8%	22.2%	49.4%	19.9%
<b>年齡#</b>							
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	83.3%	0.0%
20-24 歲	33	0.0%	0.0%	6.1%	30.3%	51.5%	12.1%
25-29 歲	75	0.0%	1.3%	10.7%	22.7%	41.3%	24.0%
30-34 歲	99	1.0%	0.0%	7.1%	21.2%	48.5%	22.2%
35-39 歲	51	0.0%	3.9%	3.9%	23.5%	41.2%	27.5%
40-44 歲	30	0.0%	0.0%	3.3%	30.0%	50.0%	16.7%
45-49 歲	18	0.0%	0.0%	0.0%	22.2%	50.0%	27.8%
50 歲以上	8	0.0%	0.0%	12.5%	12.5%	50.0%	25.0%
<b>教育程度#</b>							
國中及以下	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
高中/高職	44	2.3%	2.3%	9.1%	13.6%	45.5%	27.3%
大專/大學	232	0.0%	0.4%	6.0%	23.3%	47.4%	22.8%
研究所及以上	43	0.0%	2.3%	7.0%	34.9%	44.2%	11.6%
<b>婚姻狀況#</b>							
未婚	206	0.5%	1.0%	8.3%	23.3%	42.7%	24.3%
已婚沒小孩	20	0.0%	0.0%	5.0%	35.0%	40.0%	20.0%
已婚有小孩	92	0.0%	1.1%	3.3%	21.7%	56.5%	17.4%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
<b>職業#</b>							
白領主管階級	37	0.0%	2.7%	0.0%	27.0%	48.6%	21.6%
白領一般職員	135	0.0%	0.0%	5.2%	23.7%	49.6%	21.5%
藍領主管階級	8	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%	50.0%	37.5%
藍領一般職員	50	2.0%	0.0%	8.0%	18.0%	48.0%	24.0%
自營商	18	0.0%	0.0%	22.2%	16.7%	27.8%	33.3%
自由業	20	0.0%	5.0%	0.0%	20.0%	55.0%	20.0%
學生	24	0.0%	4.2%	4.2%	37.5%	50.0%	4.2%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	14.3%	14.3%	57.1%	14.3%

待業中	19	0.0%	0.0%	21.1%	26.3%	21.1%	31.6%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%
<b>個人月收入#</b>							
19,999 元以下	65	0.0%	1.5%	9.2%	26.2%	46.2%	16.9%
20,000-39,999 元	166	0.6%	0.6%	4.8%	18.7%	48.2%	27.1%
40,000-59,999 元	56	0.0%	1.8%	5.4%	30.4%	46.4%	16.1%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	10.0%	30.0%	50.0%	10.0%
80,000-99,999 元	9	0.0%	0.0%	11.1%	22.2%	55.6%	11.1%
100,000-119,999 元	3	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	33.3%	33.3%
120,000-159,999 元	4	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%
160,000 元以上	7	0.0%	0.0%	28.6%	28.6%	14.3%	28.6%
<b>全家的月收入#</b>							
19,999 元以下	17	0.0%	0.0%	5.9%	23.5%	47.1%	23.5%
20,000-39,999 元	47	2.1%	0.0%	2.1%	21.3%	46.8%	27.7%
40,000-59,999 元	58	0.0%	3.4%	3.4%	20.7%	53.4%	19.0%
60,000-79,999 元	71	0.0%	0.0%	7.0%	18.3%	56.3%	18.3%
80,000-99,999 元	47	0.0%	0.0%	17.0%	34.0%	29.8%	19.1%
100,000-119,999 元	37	0.0%	2.7%	0.0%	27.0%	43.2%	27.0%
120,000-159,999 元	19	0.0%	0.0%	10.5%	10.5%	68.4%	10.5%
160,000 元以上	24	0.0%	0.0%	8.3%	33.3%	25.0%	33.3%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 B2\_6。

附表 24 在公開場合看見店家的相關資訊或店家認同度

	次數	非常不同意	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	320	3	9	29	80	135	64
<b>總百分比</b>	100.0%	0.9%	2.8%	9.1%	25.0%	42.2%	20.0%
<b>性別#</b>							
男	144	1.4%	1.4%	9.0%	27.1%	40.3%	20.8%
女	176	0.6%	4.0%	9.1%	23.3%	43.8%	19.3%
<b>年齡#</b>							
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	50.0%	16.7%
20-24 歲	33	0.0%	6.1%	9.1%	27.3%	42.4%	15.2%
25-29 歲	75	1.3%	2.7%	9.3%	28.0%	38.7%	20.0%
30-34 歲	99	0.0%	3.0%	10.1%	22.2%	42.4%	22.2%
35-39 歲	51	2.0%	2.0%	7.8%	17.6%	47.1%	23.5%
40-44 歲	30	3.3%	3.3%	6.7%	40.0%	36.7%	10.0%
45-49 歲	18	0.0%	0.0%	0.0%	22.2%	50.0%	27.8%
50 歲以上	8	0.0%	0.0%	37.5%	12.5%	37.5%	12.5%
<b>教育程度#</b>							
國中及以下	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
高中/高職	44	4.5%	2.3%	2.3%	25.0%	38.6%	27.3%
大專/大學	232	0.4%	3.0%	8.6%	25.0%	42.7%	20.3%
研究所及以上	43	0.0%	2.3%	18.6%	25.6%	41.9%	11.6%
<b>婚姻狀況#</b>							
未婚	206	1.0%	2.9%	9.2%	25.7%	39.8%	21.4%
已婚沒小孩	20	0.0%	10.0%	15.0%	10.0%	45.0%	20.0%
已婚有小孩	92	1.1%	1.1%	7.6%	27.2%	45.7%	17.4%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
<b>職業#</b>							
白領主管階級	37	2.7%	0.0%	5.4%	18.9%	45.9%	27.0%
白領一般職員	135	0.0%	1.5%	11.9%	25.2%	43.0%	18.5%
藍領主管階級	8	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%	50.0%	37.5%
藍領一般職員	50	0.0%	4.0%	4.0%	28.0%	46.0%	18.0%
自營商	18	5.6%	0.0%	11.1%	33.3%	16.7%	33.3%
自由業	20	0.0%	5.0%	10.0%	20.0%	50.0%	15.0%
學生	24	0.0%	8.3%	4.2%	37.5%	41.7%	8.3%
家庭主婦	7	0.0%	14.3%	14.3%	0.0%	57.1%	14.3%

待業中	19	5.3%	5.3%	15.8%	21.1%	26.3%	26.3%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%
<b>個人月收入#</b>							
19,999 元以下	65	1.5%	4.6%	7.7%	26.2%	43.1%	16.9%
20,000-39,999 元	166	0.0%	3.0%	7.8%	24.1%	42.8%	22.3%
40,000-59,999 元	56	3.6%	1.8%	12.5%	25.0%	41.1%	16.1%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	10.0%	30.0%	40.0%	20.0%
80,000-99,999 元	9	0.0%	0.0%	11.1%	11.1%	55.6%	22.2%
100,000-119,999 元	3	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	66.7%	0.0%
120,000-159,999 元	4	0.0%	0.0%	25.0%	25.0%	50.0%	0.0%
160,000 元以上	7	0.0%	0.0%	0.0%	57.1%	0.0%	42.9%
<b>全家的月收入#</b>							
19,999 元以下	17	0.0%	0.0%	5.9%	11.8%	70.6%	11.8%
20,000-39,999 元	47	0.0%	4.3%	4.3%	27.7%	40.4%	23.4%
40,000-59,999 元	58	1.7%	3.4%	5.2%	27.6%	39.7%	22.4%
60,000-79,999 元	71	1.4%	4.2%	11.3%	22.5%	47.9%	12.7%
80,000-99,999 元	47	0.0%	4.3%	12.8%	38.3%	27.7%	17.0%
100,000-119,999 元	37	2.7%	0.0%	13.5%	18.9%	32.4%	32.4%
120,000-159,999 元	19	0.0%	0.0%	15.8%	5.3%	68.4%	10.5%
160,000 元以上	24	0.0%	0.0%	4.2%	29.2%	37.5%	29.2%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 B2\_7。

附表 25 店家的意見箱或顧客回饋機制感到滿意認同度

	次數	非常不同意	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	320	5	6	35	96	117	61
<b>總百分比</b>	100.0%	1.6%	1.9%	10.9%	30.0%	36.6%	19.1%
<b>性別#</b>							
男	144	0.7%	1.4%	8.3%	29.9%	38.2%	21.5%
女	176	2.3%	2.3%	13.1%	30.1%	35.2%	17.0%
<b>年齡#</b>							
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	83.3%	0.0%
20-24 歲	33	0.0%	0.0%	9.1%	45.5%	27.3%	18.2%
25-29 歲	75	1.3%	2.7%	9.3%	33.3%	33.3%	20.0%
30-34 歲	99	1.0%	2.0%	18.2%	23.2%	36.4%	19.2%
35-39 歲	51	3.9%	2.0%	5.9%	21.6%	49.0%	17.6%
40-44 歲	30	3.3%	3.3%	10.0%	36.7%	26.7%	20.0%
45-49 歲	18	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	38.9%	27.8%
50 歲以上	8	0.0%	0.0%	12.5%	50.0%	25.0%	12.5%
<b>教育程度#</b>							
國中及以下	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
高中/高職	44	4.5%	2.3%	4.5%	20.5%	45.5%	22.7%
大專/大學	232	1.3%	1.7%	12.1%	30.2%	34.9%	19.8%
研究所及以上	43	0.0%	2.3%	11.6%	39.5%	34.9%	11.6%
<b>婚姻狀況#</b>							
未婚	206	1.5%	1.9%	13.1%	29.1%	33.5%	20.9%
已婚沒小孩	20	5.0%	5.0%	15.0%	35.0%	30.0%	10.0%
已婚有小孩	92	1.1%	1.1%	5.4%	31.5%	43.5%	17.4%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
<b>職業#</b>							
白領主管階級	37	2.7%	0.0%	0.0%	32.4%	40.5%	24.3%
白領一般職員	135	0.7%	0.7%	11.9%	31.9%	36.3%	18.5%
藍領主管階級	8	0.0%	0.0%	12.5%	12.5%	50.0%	25.0%
藍領一般職員	50	0.0%	4.0%	12.0%	24.0%	40.0%	20.0%
自營商	18	0.0%	0.0%	16.7%	33.3%	22.2%	27.8%
自由業	20	0.0%	5.0%	15.0%	25.0%	45.0%	10.0%
學生	24	4.2%	0.0%	4.2%	50.0%	29.2%	12.5%
家庭主婦	7	0.0%	14.3%	14.3%	0.0%	57.1%	14.3%

待業中	19	10.5%	5.3%	21.1%	26.3%	15.8%	21.1%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
<b>個人月收入#</b>							
19,999 元以下	65	4.6%	1.5%	10.8%	32.3%	32.3%	18.5%
20,000-39,999 元	166	0.0%	2.4%	10.8%	25.9%	39.8%	21.1%
40,000-59,999 元	56	3.6%	0.0%	12.5%	35.7%	33.9%	14.3%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	10.0%	30.0%	50.0%	10.0%
80,000-99,999 元	9	0.0%	0.0%	11.1%	11.1%	55.6%	22.2%
100,000-119,999 元	3	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	0.0%	33.3%
120,000-159,999 元	4	0.0%	25.0%	0.0%	50.0%	25.0%	0.0%
160,000 元以上	7	0.0%	0.0%	14.3%	57.1%	0.0%	28.6%
<b>全家的月收入#</b>							
19,999 元以下	17	0.0%	0.0%	5.9%	41.2%	35.3%	17.6%
20,000-39,999 元	47	0.0%	4.3%	10.6%	27.7%	31.9%	25.5%
40,000-59,999 元	58	1.7%	3.4%	12.1%	27.6%	37.9%	17.2%
60,000-79,999 元	71	1.4%	1.4%	11.3%	29.6%	43.7%	12.7%
80,000-99,999 元	47	2.1%	0.0%	14.9%	38.3%	31.9%	12.8%
100,000-119,999 元	37	5.4%	0.0%	8.1%	24.3%	29.7%	32.4%
120,000-159,999 元	19	0.0%	5.3%	10.5%	15.8%	57.9%	10.5%
160,000 元以上	24	0.0%	0.0%	8.3%	37.5%	25.0%	29.2%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 B2\_8。

附表 26 店家的味道及口感都有一致的表現認同度

	次數	非常不同意	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	320	2	2	17	57	165	77
<b>總百分比</b>	100.0%	0.6%	0.6%	5.3%	17.8%	51.6%	24.1%
<b>性別#</b>							
男	144	0.7%	0.7%	6.9%	16.7%	50.7%	24.3%
女	176	0.6%	0.6%	4.0%	18.8%	52.3%	23.9%
<b>年齡#</b>							
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%
20-24 歲	33	0.0%	3.0%	3.0%	15.2%	60.6%	18.2%
25-29 歲	75	1.3%	0.0%	10.7%	13.3%	53.3%	21.3%
30-34 歲	99	1.0%	0.0%	3.0%	20.2%	50.5%	25.3%
35-39 歲	51	0.0%	2.0%	7.8%	15.7%	41.2%	33.3%
40-44 歲	30	0.0%	0.0%	3.3%	20.0%	56.7%	20.0%
45-49 歲	18	0.0%	0.0%	0.0%	11.1%	55.6%	33.3%
50 歲以上	8	0.0%	0.0%	0.0%	37.5%	50.0%	12.5%
<b>教育程度#</b>							
國中及以下	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
高中/高職	44	4.5%	0.0%	9.1%	27.3%	36.4%	22.7%
大專/大學	232	0.0%	0.9%	3.9%	15.5%	54.3%	25.4%
研究所及以上	43	0.0%	0.0%	9.3%	20.9%	51.2%	18.6%
<b>婚姻狀況#</b>							
未婚	206	1.0%	0.5%	7.3%	18.0%	50.5%	22.8%
已婚沒小孩	20	0.0%	0.0%	5.0%	10.0%	70.0%	15.0%
已婚有小孩	92	0.0%	1.1%	1.1%	19.6%	50.0%	28.3%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%
<b>職業#</b>							
白領主管階級	37	0.0%	0.0%	5.4%	16.2%	51.4%	27.0%
白領一般職員	135	0.0%	0.0%	2.2%	17.8%	54.8%	25.2%
藍領主管階級	8	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	75.0%	25.0%
藍領一般職員	50	2.0%	0.0%	6.0%	20.0%	52.0%	20.0%
自營商	18	0.0%	0.0%	22.2%	22.2%	22.2%	33.3%
自由業	20	0.0%	10.0%	0.0%	10.0%	50.0%	30.0%
學生	24	0.0%	0.0%	8.3%	20.8%	62.5%	8.3%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	57.1%	28.6%

待業中	19	5.3%	0.0%	15.8%	26.3%	26.3%	26.3%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
<b>個人月收入#</b>							
19,999 元以下	65	1.5%	1.5%	7.7%	18.5%	52.3%	18.5%
20,000-39,999 元	166	0.6%	0.6%	2.4%	17.5%	51.8%	27.1%
40,000-59,999 元	56	0.0%	0.0%	5.4%	14.3%	58.9%	21.4%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	10.0%	20.0%	40.0%	30.0%
80,000-99,999 元	9	0.0%	0.0%	11.1%	11.1%	44.4%	33.3%
100,000-119,999 元	3	0.0%	0.0%	33.3%	33.3%	33.3%	0.0%
120,000-159,999 元	4	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	75.0%	0.0%
160,000 元以上	7	0.0%	0.0%	28.6%	42.9%	0.0%	28.6%
<b>全家的月收入#</b>							
19,999 元以下	17	0.0%	0.0%	11.8%	29.4%	41.2%	17.6%
20,000-39,999 元	47	2.1%	0.0%	6.4%	17.0%	44.7%	29.8%
40,000-59,999 元	58	1.7%	3.4%	1.7%	17.2%	55.2%	20.7%
60,000-79,999 元	71	0.0%	0.0%	5.6%	15.5%	54.9%	23.9%
80,000-99,999 元	47	0.0%	0.0%	4.3%	17.0%	66.0%	12.8%
100,000-119,999 元	37	0.0%	0.0%	5.4%	21.6%	37.8%	35.1%
120,000-159,999 元	19	0.0%	0.0%	5.3%	10.5%	68.4%	15.8%
160,000 元以上	24	0.0%	0.0%	8.3%	20.8%	33.3%	37.5%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 B2\_9。

附表 27 店家的服務人員親切和藹，在店內消費愉快認同度

	次數	非常不同意	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	320	4	5	22	66	147	76
<b>總百分比</b>	100.0%	1.3%	1.6%	6.9%	20.6%	45.9%	23.8%
<b>性別#</b>							
男	144	1.4%	1.4%	4.9%	18.1%	47.9%	26.4%
女	176	1.1%	1.7%	8.5%	22.7%	44.3%	21.6%
<b>年齡#</b>							
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	33.3%	16.7%
20-24 歲	33	0.0%	0.0%	12.1%	21.2%	45.5%	21.2%
25-29 歲	75	1.3%	1.3%	8.0%	18.7%	46.7%	24.0%
30-34 歲	99	2.0%	1.0%	10.1%	17.2%	46.5%	23.2%
35-39 歲	51	2.0%	3.9%	2.0%	23.5%	43.1%	25.5%
40-44 歲	30	0.0%	3.3%	3.3%	26.7%	43.3%	23.3%
45-49 歲	18	0.0%	0.0%	0.0%	5.6%	61.1%	33.3%
50 歲以上	8	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	37.5%	12.5%
<b>教育程度#</b>							
國中及以下	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
高中/高職	44	4.5%	0.0%	4.5%	29.5%	34.1%	27.3%
大專/大學	232	0.9%	2.2%	6.5%	18.5%	47.4%	24.6%
研究所及以上	43	0.0%	0.0%	11.6%	23.3%	48.8%	16.3%
<b>婚姻狀況#</b>							
未婚	206	1.5%	1.5%	10.2%	20.4%	44.7%	21.8%
已婚沒小孩	20	0.0%	10.0%	5.0%	20.0%	40.0%	25.0%
已婚有小孩	92	1.1%	0.0%	0.0%	21.7%	50.0%	27.2%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%
<b>職業#</b>							
白領主管階級	37	0.0%	2.7%	0.0%	16.2%	48.6%	32.4%
白領一般職員	135	0.0%	0.7%	4.4%	22.2%	48.9%	23.7%
藍領主管階級	8	0.0%	0.0%	12.5%	12.5%	50.0%	25.0%
藍領一般職員	50	2.0%	4.0%	8.0%	14.0%	50.0%	22.0%
自營商	18	0.0%	0.0%	22.2%	27.8%	22.2%	27.8%
自由業	20	5.0%	0.0%	10.0%	10.0%	60.0%	15.0%
學生	24	4.2%	0.0%	8.3%	33.3%	37.5%	16.7%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	0.0%	28.6%	28.6%	42.9%

待業中	19	5.3%	5.3%	15.8%	26.3%	26.3%	21.1%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
<b>個人月收入#</b>							
19,999 元以下	65	3.1%	3.1%	9.2%	20.0%	44.6%	20.0%
20,000-39,999 元	166	1.2%	0.6%	4.2%	21.7%	45.8%	26.5%
40,000-59,999 元	56	0.0%	1.8%	10.7%	16.1%	50.0%	21.4%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	10.0%	10.0%	60.0%	20.0%
80,000-99,999 元	9	0.0%	0.0%	0.0%	22.2%	55.6%	22.2%
100,000-119,999 元	3	0.0%	33.3%	0.0%	33.3%	0.0%	33.3%
120,000-159,999 元	4	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	75.0%	0.0%
160,000 元以上	7	0.0%	0.0%	28.6%	42.9%	0.0%	28.6%
<b>全家的月收入#</b>							
19,999 元以下	17	0.0%	11.8%	11.8%	11.8%	52.9%	11.8%
20,000-39,999 元	47	2.1%	0.0%	6.4%	25.5%	34.0%	31.9%
40,000-59,999 元	58	3.4%	0.0%	5.2%	24.1%	48.3%	19.0%
60,000-79,999 元	71	0.0%	4.2%	8.5%	11.3%	56.3%	19.7%
80,000-99,999 元	47	0.0%	0.0%	4.3%	29.8%	53.2%	12.8%
100,000-119,999 元	37	2.7%	0.0%	2.7%	16.2%	40.5%	37.8%
120,000-159,999 元	19	0.0%	0.0%	10.5%	15.8%	52.6%	21.1%
160,000 元以上	24	0.0%	0.0%	12.5%	29.2%	16.7%	41.7%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 B2\_10。

附表 28 店家的行銷活動很頻繁認同度

	次數	非常不同意	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	320	7	7	36	85	130	55
<b>總百分比</b>	100.0%	2.2%	2.2%	11.3%	26.6%	40.6%	17.2%
<b>性別#</b>							
男	144	1.4%	2.1%	9.7%	29.9%	37.5%	19.4%
女	176	2.8%	2.3%	12.5%	23.9%	43.2%	15.3%
<b>年齡#</b>							
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	66.7%	16.7%
20-24 歲	33	0.0%	3.0%	6.1%	27.3%	51.5%	12.1%
25-29 歲	75	1.3%	1.3%	10.7%	32.0%	34.7%	20.0%
30-34 歲	99	3.0%	3.0%	14.1%	23.2%	39.4%	17.2%
35-39 歲	51	3.9%	2.0%	13.7%	17.6%	45.1%	17.6%
40-44 歲	30	3.3%	3.3%	10.0%	43.3%	30.0%	10.0%
45-49 歲	18	0.0%	0.0%	5.6%	11.1%	55.6%	27.8%
50 歲以上	8	0.0%	0.0%	12.5%	50.0%	25.0%	12.5%
<b>教育程度#</b>							
國中及以下	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
高中/高職	44	2.3%	2.3%	4.5%	27.3%	38.6%	25.0%
大專/大學	232	2.2%	1.3%	13.8%	23.7%	41.4%	17.7%
研究所及以上	43	2.3%	7.0%	4.7%	41.9%	37.2%	7.0%
<b>婚姻狀況#</b>							
未婚	206	1.9%	1.9%	12.6%	26.7%	38.3%	18.4%
已婚沒小孩	20	15.0%	0.0%	10.0%	25.0%	40.0%	10.0%
已婚有小孩	92	0.0%	3.3%	8.7%	27.2%	44.6%	16.3%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
<b>職業#</b>							
白領主管階級	37	2.7%	0.0%	5.4%	27.0%	45.9%	18.9%
白領一般職員	135	0.7%	1.5%	11.9%	28.1%	41.5%	16.3%
藍領主管階級	8	0.0%	0.0%	12.5%	25.0%	37.5%	25.0%
藍領一般職員	50	2.0%	2.0%	14.0%	24.0%	40.0%	18.0%
自營商	18	0.0%	5.6%	11.1%	33.3%	27.8%	22.2%
自由業	20	0.0%	5.0%	15.0%	20.0%	50.0%	10.0%
學生	24	4.2%	8.3%	4.2%	25.0%	41.7%	16.7%
家庭主婦	7	14.3%	0.0%	0.0%	14.3%	42.9%	28.6%

待業中	19	10.5%	0.0%	21.1%	31.6%	21.1%	15.8%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
<b>個人月收入#</b>							
19,999 元以下	65	7.7%	3.1%	6.2%	26.2%	38.5%	18.5%
20,000-39,999 元	166	0.0%	1.2%	12.7%	22.9%	44.0%	19.3%
40,000-59,999 元	56	1.8%	5.4%	16.1%	28.6%	35.7%	12.5%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	10.0%	30.0%	50.0%	10.0%
80,000-99,999 元	9	0.0%	0.0%	11.1%	33.3%	33.3%	22.2%
100,000-119,999 元	3	33.3%	0.0%	0.0%	33.3%	33.3%	0.0%
120,000-159,999 元	4	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%
160,000 元以上	7	0.0%	0.0%	0.0%	71.4%	14.3%	14.3%
<b>全家的月收入#</b>							
19,999 元以下	17	11.8%	0.0%	5.9%	29.4%	35.3%	17.6%
20,000-39,999 元	47	0.0%	2.1%	10.6%	27.7%	38.3%	21.3%
40,000-59,999 元	58	3.4%	5.2%	12.1%	15.5%	48.3%	15.5%
60,000-79,999 元	71	2.8%	1.4%	14.1%	23.9%	46.5%	11.3%
80,000-99,999 元	47	0.0%	2.1%	8.5%	42.6%	34.0%	12.8%
100,000-119,999 元	37	2.7%	0.0%	8.1%	27.0%	32.4%	29.7%
120,000-159,999 元	19	0.0%	5.3%	15.8%	10.5%	57.9%	10.5%
160,000 元以上	24	0.0%	0.0%	12.5%	37.5%	25.0%	25.0%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 B2\_11。

附表 29 店家所舉辦的行銷活動很優惠、很實在。認同度

	次數	非常不同意	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	320	4	11	29	95	125	56
<b>總百分比</b>	100.0%	1.3%	3.4%	9.1%	29.7%	39.1%	17.5%
<b>性別#</b>							
男	144	0.7%	2.1%	6.3%	31.3%	39.6%	20.1%
女	176	1.7%	4.5%	11.4%	28.4%	38.6%	15.3%
<b>年齡#</b>							
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	83.3%	0.0%
20-24 歲	33	0.0%	0.0%	12.1%	39.4%	36.4%	12.1%
25-29 歲	75	1.3%	2.7%	9.3%	29.3%	38.7%	18.7%
30-34 歲	99	2.0%	4.0%	9.1%	26.3%	40.4%	18.2%
35-39 歲	51	0.0%	9.8%	9.8%	21.6%	37.3%	21.6%
40-44 歲	30	3.3%	0.0%	13.3%	33.3%	40.0%	10.0%
45-49 歲	18	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	38.9%	27.8%
50 歲以上	8	0.0%	0.0%	0.0%	75.0%	12.5%	12.5%
<b>教育程度#</b>							
國中及以下	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
高中/高職	44	2.3%	4.5%	2.3%	27.3%	40.9%	22.7%
大專/大學	232	0.9%	3.4%	9.9%	29.7%	37.9%	18.1%
研究所及以上	43	2.3%	2.3%	11.6%	32.6%	41.9%	9.3%
<b>婚姻狀況#</b>							
未婚	206	1.5%	3.4%	10.2%	29.1%	37.9%	18.0%
已婚沒小孩	20	5.0%	10.0%	5.0%	25.0%	35.0%	20.0%
已婚有小孩	92	0.0%	2.2%	7.6%	32.6%	41.3%	16.3%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
<b>職業#</b>							
白領主管階級	37	0.0%	5.4%	2.7%	29.7%	43.2%	18.9%
白領一般職員	135	1.5%	0.7%	10.4%	30.4%	41.5%	15.6%
藍領主管階級	8	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	37.5%	37.5%
藍領一般職員	50	0.0%	6.0%	8.0%	30.0%	36.0%	20.0%
自營商	18	0.0%	0.0%	11.1%	38.9%	27.8%	22.2%
自由業	20	0.0%	5.0%	10.0%	20.0%	55.0%	10.0%
學生	24	4.2%	0.0%	12.5%	33.3%	37.5%	12.5%
家庭主婦	7	0.0%	14.3%	0.0%	14.3%	42.9%	28.6%

待業中	19	5.3%	15.8%	15.8%	26.3%	15.8%	21.1%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%
<b>個人月收入#</b>							
19,999 元以下	65	3.1%	6.2%	4.6%	30.8%	38.5%	16.9%
20,000-39,999 元	166	0.0%	2.4%	10.8%	27.7%	39.2%	19.9%
40,000-59,999 元	56	3.6%	3.6%	10.7%	26.8%	41.1%	14.3%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	10.0%	30.0%	50.0%	10.0%
80,000-99,999 元	9	0.0%	0.0%	0.0%	44.4%	33.3%	22.2%
100,000-119,999 元	3	0.0%	33.3%	33.3%	0.0%	33.3%	0.0%
120,000-159,999 元	4	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%
160,000 元以上	7	0.0%	0.0%	0.0%	71.4%	14.3%	14.3%
<b>全家的月收入#</b>							
19,999 元以下	17	0.0%	11.8%	11.8%	17.6%	41.2%	17.6%
20,000-39,999 元	47	0.0%	4.3%	6.4%	34.0%	34.0%	21.3%
40,000-59,999 元	58	1.7%	3.4%	8.6%	31.0%	41.4%	13.8%
60,000-79,999 元	71	1.4%	4.2%	9.9%	28.2%	43.7%	12.7%
80,000-99,999 元	47	0.0%	2.1%	6.4%	38.3%	38.3%	14.9%
100,000-119,999 元	37	2.7%	2.7%	10.8%	16.2%	37.8%	29.7%
120,000-159,999 元	19	5.3%	0.0%	15.8%	21.1%	47.4%	10.5%
160,000 元以上	24	0.0%	0.0%	8.3%	41.7%	25.0%	25.0%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 B2\_12。

附表 30 店家的整體滿意度

	次數	非常不同意	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	320	1	2	14	72	165	66
<b>總百分比</b>	100.0%	0.3%	0.6%	4.4%	22.5%	51.6%	20.6%
<b>性別#</b>							
男	144	0.0%	0.7%	6.9%	20.1%	52.1%	20.1%
女	176	0.6%	0.6%	2.3%	24.4%	51.1%	21.0%
<b>年齡#</b>							
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	83.3%	0.0%
20-24 歲	33	0.0%	0.0%	3.0%	27.3%	45.5%	24.2%
25-29 歲	75	0.0%	0.0%	8.0%	17.3%	56.0%	18.7%
30-34 歲	99	1.0%	1.0%	1.0%	26.3%	49.5%	21.2%
35-39 歲	51	0.0%	2.0%	7.8%	19.6%	49.0%	21.6%
40-44 歲	30	0.0%	0.0%	6.7%	33.3%	43.3%	16.7%
45-49 歲	18	0.0%	0.0%	0.0%	11.1%	55.6%	33.3%
50 歲以上	8	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%	75.0%	12.5%
<b>教育程度#</b>							
國中及以下	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
高中/高職	44	2.3%	0.0%	6.8%	22.7%	45.5%	22.7%
大專/大學	232	0.0%	0.9%	3.4%	21.1%	52.6%	22.0%
研究所及以上	43	0.0%	0.0%	7.0%	30.2%	51.2%	11.6%
<b>婚姻狀況#</b>							
未婚	206	0.5%	0.5%	4.9%	23.8%	49.0%	21.4%
已婚沒小孩	20	0.0%	0.0%	10.0%	30.0%	45.0%	15.0%
已婚有小孩	92	0.0%	1.1%	2.2%	18.5%	57.6%	20.7%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
<b>職業#</b>							
白領主管階級	37	0.0%	0.0%	5.4%	21.6%	54.1%	18.9%
白領一般職員	135	0.0%	0.0%	1.5%	22.2%	54.8%	21.5%
藍領主管階級	8	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%	62.5%	25.0%
藍領一般職員	50	2.0%	2.0%	2.0%	28.0%	46.0%	20.0%
自營商	18	0.0%	0.0%	16.7%	22.2%	33.3%	27.8%
自由業	20	0.0%	5.0%	5.0%	10.0%	65.0%	15.0%
學生	24	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	50.0%	16.7%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	14.3%	28.6%	28.6%	28.6%

待業中	19	0.0%	0.0%	21.1%	15.8%	42.1%	21.1%
其他，請說明	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
<b>個人月收入#</b>							
19,999 元以下	65	0.0%	1.5%	7.7%	24.6%	47.7%	18.5%
20,000-39,999 元	166	0.6%	0.6%	1.2%	21.1%	52.4%	24.1%
40,000-59,999 元	56	0.0%	0.0%	0.0%	23.2%	58.9%	17.9%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	20.0%	10.0%	60.0%	10.0%
80,000-99,999 元	9	0.0%	0.0%	11.1%	22.2%	44.4%	22.2%
100,000-119,999 元	3	0.0%	0.0%	66.7%	0.0%	33.3%	0.0%
120,000-159,999 元	4	0.0%	0.0%	0.0%	75.0%	25.0%	0.0%
160,000 元以上	7	0.0%	0.0%	28.6%	28.6%	28.6%	14.3%
<b>全家的月收入#</b>							
19,999 元以下	17	0.0%	5.9%	11.8%	23.5%	47.1%	11.8%
20,000-39,999 元	47	2.1%	0.0%	2.1%	25.5%	46.8%	23.4%
40,000-59,999 元	58	0.0%	1.7%	5.2%	25.9%	50.0%	17.2%
60,000-79,999 元	71	0.0%	0.0%	5.6%	21.1%	53.5%	19.7%
80,000-99,999 元	47	0.0%	0.0%	2.1%	21.3%	59.6%	17.0%
100,000-119,999 元	37	0.0%	0.0%	2.7%	16.2%	48.6%	32.4%
120,000-159,999 元	19	0.0%	0.0%	0.0%	21.1%	68.4%	10.5%
160,000 元以上	24	0.0%	0.0%	8.3%	25.0%	37.5%	29.2%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 B2\_13。

附表 31 最常贈買並吃過的店家

	次數	A 廠商	B 廠商	C 廠商	D 廠商	E 廠商	F 廠商
<b>總次數</b>	206	102	15	18	21	35	15
<b>總百分比</b>	100.0%	49.5%	7.3%	8.7%	10.2%	17.0%	7.3%
<b>性別*</b>							
男	113	45.1%	9.7%	7.1%	9.7%	15.9%	12.4%
女	93	54.8%	4.3%	10.8%	10.8%	18.3%	1.1%
<b>年齡#</b>							
19 歲以下	6	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%	66.7%	16.7%
20-24 歲	27	44.4%	3.7%	14.8%	14.8%	14.8%	7.4%
25-29 歲	39	41.0%	7.7%	10.3%	5.1%	23.1%	12.8%
30-34 歲	50	64.0%	10.0%	4.0%	10.0%	8.0%	4.0%
35-39 歲	36	55.6%	5.6%	11.1%	11.1%	8.3%	8.3%
40-44 歲	25	56.0%	4.0%	16.0%	4.0%	16.0%	4.0%
45-49 歲	11	45.5%	0.0%	0.0%	18.2%	27.3%	9.1%
50 歲以上	12	25.0%	16.7%	0.0%	25.0%	33.3%	0.0%
<b>教育程度#</b>							
國中及以下	2	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
高中/高職	27	37.0%	7.4%	3.7%	11.1%	25.9%	14.8%
大專/大學	153	53.6%	7.8%	9.2%	9.2%	15.7%	4.6%
研究所及以上	24	41.7%	4.2%	12.5%	8.3%	16.7%	16.7%
<b>婚姻狀況#</b>							
未婚	123	51.2%	8.9%	8.1%	6.5%	16.3%	8.9%
已婚沒小孩	15	40.0%	0.0%	13.3%	20.0%	20.0%	6.7%
已婚有小孩	68	48.5%	5.9%	8.8%	14.7%	17.6%	4.4%
<b>職業#</b>							
白領主管階級	25	44.0%	8.0%	8.0%	16.0%	20.0%	4.0%
白領一般職員	84	63.1%	1.2%	8.3%	7.1%	13.1%	7.1%
藍領主管階級	6	50.0%	0.0%	0.0%	16.7%	16.7%	16.7%
藍領一般職員	39	41.0%	20.5%	7.7%	12.8%	15.4%	2.6%
自營商	2	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	50.0%
自由業	6	16.7%	33.3%	16.7%	0.0%	0.0%	33.3%
學生	23	30.4%	8.7%	17.4%	8.7%	26.1%	8.7%
家庭主婦	7	28.6%	0.0%	0.0%	0.0%	71.4%	0.0%
待業中	11	72.7%	0.0%	9.1%	18.2%	0.0%	0.0%
其他，請說明	3	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	33.3%

<b>個人月收入#</b>							
19,999 元以下	47	40.4%	4.3%	8.5%	12.8%	23.4%	10.6%
20,000-39,999 元	83	57.8%	7.2%	4.8%	9.6%	15.7%	4.8%
40,000-59,999 元	48	52.1%	10.4%	10.4%	6.3%	12.5%	8.3%
60,000-79,999 元	10	40.0%	10.0%	10.0%	30.0%	10.0%	0.0%
80,000-99,999 元	8	37.5%	0.0%	25.0%	12.5%	25.0%	0.0%
100,000-119,999 元	4	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	25.0%
120,000-159,999 元	2	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	50.0%	0.0%
160,000 元以上	4	25.0%	25.0%	25.0%	0.0%	0.0%	25.0%
<b>全家的月收入#</b>							
19,999 元以下	11	36.4%	9.1%	18.2%	0.0%	27.3%	9.1%
20,000-39,999 元	28	42.9%	0.0%	7.1%	14.3%	21.4%	14.3%
40,000-59,999 元	35	48.6%	11.4%	11.4%	8.6%	20.0%	0.0%
60,000-79,999 元	39	46.2%	10.3%	12.8%	10.3%	15.4%	5.1%
80,000-99,999 元	28	64.3%	7.1%	7.1%	10.7%	7.1%	3.6%
100,000-119,999 元	26	53.8%	0.0%	0.0%	15.4%	19.2%	11.5%
120,000-159,999 元	16	56.3%	6.3%	0.0%	6.3%	25.0%	6.3%
160,000 元以上	23	43.5%	13.0%	13.0%	8.7%	8.7%	13.0%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 A2。

附表 32 最常光顧購買並吃過這家店的頻率

	次數	一個月 3 次 以上	一個月 1-2 次	一~二個月 1 次	二~三個月 1 次	三~六個月 1 次
<b>總次數</b>	206	19	61	51	29	46
<b>總百分比</b>	100.0%	9.2%	29.6%	24.8%	14.1%	22.3%
<b>性別*</b>						
男	113	10.6%	34.5%	26.5%	14.2%	14.2%
女	93	7.5%	23.7%	22.6%	14.0%	32.3%
<b>年齡#</b>						
19 歲以下	6	16.7%	0.0%	33.3%	33.3%	16.7%
20-24 歲	27	7.4%	44.4%	14.8%	11.1%	22.2%
25-29 歲	39	10.3%	25.6%	28.2%	23.1%	12.8%
30-34 歲	50	12.0%	26.0%	26.0%	20.0%	16.0%
35-39 歲	36	13.9%	33.3%	19.4%	5.6%	27.8%
40-44 歲	25	0.0%	24.0%	28.0%	12.0%	36.0%
45-49 歲	11	0.0%	36.4%	45.5%	0.0%	18.2%
50 歲以上	12	8.3%	33.3%	16.7%	0.0%	41.7%
<b>教育程度#</b>						
國中及以下	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
高中/高職	27	7.4%	25.9%	33.3%	11.1%	22.2%
大專/大學	153	10.5%	31.4%	22.9%	14.4%	20.9%
研究所及以上	24	4.2%	25.0%	29.2%	16.7%	25.0%
<b>婚姻狀況#</b>						
未婚	123	12.2%	26.8%	24.4%	17.9%	18.7%
已婚沒小孩	15	6.7%	53.3%	6.7%	13.3%	20.0%
已婚有小孩	68	4.4%	29.4%	29.4%	7.4%	29.4%
<b>職業#</b>						
白領主管階級	25	16.0%	40.0%	20.0%	12.0%	12.0%
白領一般職員	84	6.0%	26.2%	25.0%	13.1%	29.8%
藍領主管階級	6	33.3%	16.7%	50.0%	0.0%	0.0%
藍領一般職員	39	10.3%	33.3%	30.8%	10.3%	15.4%
自營商	2	0.0%	50.0%	0.0%	50.0%	0.0%
自由業	6	16.7%	16.7%	16.7%	16.7%	33.3%
學生	23	4.3%	34.8%	26.1%	17.4%	17.4%
家庭主婦	7	14.3%	14.3%	28.6%	14.3%	28.6%
待業中	11	9.1%	27.3%	0.0%	27.3%	36.4%

其他，請說明	3	0.0%	33.3%	33.3%	33.3%	0.0%
<b>個人月收入#</b>						
19,999 元以下	47	10.6%	25.5%	17.0%	19.1%	27.7%
20,000-39,999 元	83	12.0%	22.9%	27.7%	13.3%	24.1%
40,000-59,999 元	48	4.2%	31.3%	27.1%	14.6%	22.9%
60,000-79,999 元	10	0.0%	30.0%	40.0%	20.0%	10.0%
80,000-99,999 元	8	0.0%	75.0%	25.0%	0.0%	0.0%
100,000-119,999 元	4	0.0%	75.0%	25.0%	0.0%	0.0%
120,000-159,999 元	2	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%
160,000 元以上	4	25.0%	75.0%	0.0%	0.0%	0.0%
<b>全家的月收入#</b>						
19,999 元以下	11	9.1%	45.5%	0.0%	9.1%	36.4%
20,000-39,999 元	28	10.7%	21.4%	32.1%	25.0%	10.7%
40,000-59,999 元	35	11.4%	17.1%	28.6%	20.0%	22.9%
60,000-79,999 元	39	10.3%	15.4%	25.6%	17.9%	30.8%
80,000-99,999 元	28	3.6%	42.9%	17.9%	7.1%	28.6%
100,000-119,999 元	26	3.8%	26.9%	42.3%	11.5%	15.4%
120,000-159,999 元	16	12.5%	37.5%	18.8%	6.3%	25.0%
160,000 元以上	23	13.0%	56.5%	13.0%	4.3%	13.0%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 A3。

附表 33 最喜歡店家裡的產品

	次數	奶油 酥餅 系列	鳳梨酥 系列	太陽 餅系 列	伴手 禮系 列	瓦片 薄餅 系列	芋頭 酥系 列	鹹蛋 糕	綠豆 椪	特色 蛋糕/ 麵包 系列	特色 糕餅 系列	特色 手工 餅乾/ 點心	其他 特色 商品
<b>總次數</b>	206	68	36	17	6	9	25	7	9	12	6	7	4
<b>總百分比</b>	100.0%	33.0%	17.5%	8.3%	2.9%	4.4%	12.1%	3.4%	4.4%	5.8%	2.9%	3.4%	1.9%
<b>性別#</b>													
男	113	38.1%	17.7%	7.1%	4.4%	5.3%	13.3%	1.8%	2.7%	4.4%	1.8%	1.8%	1.8%
女	93	26.9%	17.2%	9.7%	1.1%	3.2%	10.8%	5.4%	6.5%	7.5%	4.3%	5.4%	2.2%
<b>年齡#</b>													
19 歲以下	6	16.7%	16.7%	0.0%	16.7%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	16.7%	0.0%
20-24 歲	27	29.6%	14.8%	11.1%	0.0%	7.4%	18.5%	0.0%	0.0%	7.4%	0.0%	7.4%	3.7%
25-29 歲	39	25.6%	15.4%	10.3%	0.0%	2.6%	15.4%	2.6%	10.3%	10.3%	2.6%	2.6%	2.6%
30-34 歲	50	44.0%	10.0%	10.0%	6.0%	6.0%	6.0%	6.0%	4.0%	4.0%	2.0%	2.0%	0.0%
35-39 歲	36	41.7%	19.4%	2.8%	2.8%	5.6%	8.3%	2.8%	5.6%	5.6%	2.8%	2.8%	0.0%
40-44 歲	25	36.0%	24.0%	0.0%	4.0%	0.0%	24.0%	0.0%	0.0%	0.0%	8.0%	0.0%	4.0%
45-49 歲	11	18.2%	18.2%	36.4%	0.0%	0.0%	9.1%	0.0%	0.0%	9.1%	9.1%	0.0%	0.0%
50 歲以上	12	8.3%	41.7%	0.0%	0.0%	0.0%	8.3%	16.7%	8.3%	0.0%	0.0%	8.3%	8.3%
<b>教育程度#</b>													
國中及以下	2	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
高中/高職	27	14.8%	18.5%	14.8%	7.4%	7.4%	11.1%	0.0%	14.8%	11.1%	0.0%	0.0%	0.0%
大專/大學	153	34.0%	16.3%	7.2%	2.0%	3.9%	12.4%	4.6%	2.6%	5.9%	3.9%	4.6%	2.6%
研究所及以上	24	50.0%	16.7%	8.3%	4.2%	4.2%	12.5%	0.0%	4.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
<b>婚姻狀況#</b>													
未婚	123	32.5%	13.0%	9.8%	3.3%	7.3%	12.2%	2.4%	4.1%	7.3%	2.4%	3.3%	2.4%
已婚沒小孩	15	40.0%	13.3%	0.0%	0.0%	0.0%	13.3%	13.3%	13.3%	0.0%	6.7%	0.0%	0.0%
已婚有小孩	68	32.4%	26.5%	7.4%	2.9%	0.0%	11.8%	2.9%	2.9%	4.4%	2.9%	4.4%	1.5%
<b>職業#</b>													
白領主管階級	25	52.0%	20.0%	8.0%	4.0%	0.0%	4.0%	0.0%	0.0%	4.0%	4.0%	0.0%	4.0%
白領一般職員	84	36.9%	15.5%	6.0%	4.8%	2.4%	9.5%	2.4%	7.1%	6.0%	4.8%	3.6%	1.2%
藍領主管階級	6	0.0%	33.3%	16.7%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%
藍領一般職員	39	33.3%	15.4%	5.1%	0.0%	10.3%	15.4%	5.1%	7.7%	2.6%	2.6%	0.0%	2.6%
自營商	2	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
自由業	6	16.7%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	16.7%	0.0%
學生	23	21.7%	17.4%	0.0%	4.3%	13.0%	17.4%	0.0%	0.0%	8.7%	0.0%	13.0%	4.3%

家庭主婦	7	14.3%	42.9%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	28.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
待業中	11	27.3%	0.0%	45.5%	0.0%	0.0%	18.2%	0.0%	0.0%	9.1%	0.0%	0.0%	0.0%
其他，請說明	3	33.3%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
<b>個人月收入#</b>													
19,999 元以下	47	27.7%	19.1%	12.8%	2.1%	4.3%	10.6%	2.1%	0.0%	8.5%	0.0%	8.5%	4.3%
20,000-39,999 元	83	33.7%	15.7%	7.2%	2.4%	6.0%	14.5%	1.2%	8.4%	4.8%	2.4%	2.4%	1.2%
40,000-59,999 元	48	31.3%	16.7%	8.3%	4.2%	4.2%	12.5%	4.2%	4.2%	6.3%	8.3%	0.0%	0.0%
60,000-79,999 元	10	70.0%	10.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	10.0%	0.0%	0.0%	0.0%	10.0%	0.0%
80,000-99,999 元	8	37.5%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%	0.0%	0.0%	12.5%	0.0%	0.0%	12.5%
100,000-119,999 元	4	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
120,000-159,999 元	2	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
160,000 元以上	4	0.0%	50.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
<b>全家的月收入#</b>													
19,999 元以下	11	18.2%	18.2%	9.1%	0.0%	0.0%	27.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	18.2%	9.1%
20,000-39,999 元	28	32.1%	21.4%	21.4%	0.0%	0.0%	7.1%	0.0%	3.6%	3.6%	3.6%	3.6%	3.6%
40,000-59,999 元	35	37.1%	5.7%	5.7%	5.7%	8.6%	14.3%	5.7%	5.7%	5.7%	2.9%	2.9%	0.0%
60,000-79,999 元	39	33.3%	17.9%	2.6%	5.1%	12.8%	12.8%	0.0%	5.1%	5.1%	0.0%	2.6%	2.6%
80,000-99,999 元	28	35.7%	21.4%	3.6%	3.6%	0.0%	10.7%	3.6%	7.1%	10.7%	3.6%	0.0%	0.0%
100,000-119,999 元	26	30.8%	26.9%	7.7%	0.0%	0.0%	7.7%	7.7%	3.8%	7.7%	3.8%	3.8%	0.0%
120,000-159,999 元	16	43.8%	6.3%	6.3%	0.0%	0.0%	6.3%	6.3%	0.0%	12.5%	6.3%	6.3%	6.3%
160,000 元以上	23	26.1%	21.7%	13.0%	4.3%	4.3%	17.4%	4.3%	4.3%	0.0%	4.3%	0.0%	0.0%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 A4.1。

附表 34 平均在店內的每次消費金額

	次數	100 元以下	101-300 元	301-600 元	601-900 元	901-1200 元	1201-1500 元	1501-1800 元	1801 元以上
<b>總次數</b>	206	12	50	82	26	20	9	2	5
<b>總百分比</b>	100.0%	5.8%	24.3%	39.8%	12.6%	9.7%	4.4%	1.0%	2.4%
<b>性別#</b>									
男	113	5.3%	20.4%	38.9%	15.9%	12.4%	3.5%	0.0%	3.5%
女	93	6.5%	29.0%	40.9%	8.6%	6.5%	5.4%	2.2%	1.1%
<b>年齡#</b>									
19 歲以下	6	16.7%	33.3%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%
20-24 歲	27	11.1%	44.4%	22.2%	14.8%	3.7%	3.7%	0.0%	0.0%
25-29 歲	39	7.7%	20.5%	48.7%	7.7%	10.3%	5.1%	0.0%	0.0%
30-34 歲	50	6.0%	16.0%	36.0%	18.0%	12.0%	4.0%	0.0%	8.0%
35-39 歲	36	0.0%	22.2%	41.7%	11.1%	11.1%	8.3%	2.8%	2.8%
40-44 歲	25	4.0%	8.0%	48.0%	20.0%	16.0%	4.0%	0.0%	0.0%
45-49 歲	11	0.0%	45.5%	45.5%	0.0%	9.1%	0.0%	0.0%	0.0%
50 歲以上	12	8.3%	41.7%	41.7%	8.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
<b>教育程度#</b>									
國中及以下	2	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
高中/高職	27	3.7%	33.3%	51.9%	7.4%	3.7%	0.0%	0.0%	0.0%
大專/大學	153	7.2%	22.2%	36.6%	15.0%	9.2%	5.2%	1.3%	3.3%
研究所及以上	24	0.0%	20.8%	50.0%	4.2%	20.8%	4.2%	0.0%	0.0%
<b>婚姻狀況#</b>									
未婚	123	6.5%	26.0%	35.8%	13.0%	10.6%	4.1%	0.8%	3.3%
已婚沒小孩	15	13.3%	26.7%	33.3%	0.0%	13.3%	13.3%	0.0%	0.0%
已婚有小孩	68	2.9%	20.6%	48.5%	14.7%	7.4%	2.9%	1.5%	1.5%
<b>職業#</b>									
白領主管階級	25	4.0%	12.0%	40.0%	20.0%	16.0%	8.0%	0.0%	0.0%
白領一般職員	84	4.8%	22.6%	38.1%	14.3%	10.7%	3.6%	1.2%	4.8%
藍領主管階級	6	0.0%	33.3%	50.0%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
藍領一般職員	39	5.1%	15.4%	41.0%	12.8%	17.9%	5.1%	0.0%	2.6%
自營商	2	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%
自由業	6	33.3%	33.3%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
學生	23	8.7%	39.1%	34.8%	13.0%	0.0%	0.0%	4.3%	0.0%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	85.7%	0.0%	0.0%	14.3%	0.0%	0.0%
待業中	11	0.0%	63.6%	36.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

其他，請說明	3	33.3%	33.3%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
<b>個人月收入#</b>									
19,999 元以下	47	12.8%	40.4%	34.0%	6.4%	0.0%	2.1%	2.1%	2.1%
20,000-39,999 元	83	4.8%	26.5%	34.9%	13.3%	12.0%	4.8%	1.2%	2.4%
40,000-59,999 元	48	0.0%	12.5%	52.1%	16.7%	14.6%	2.1%	0.0%	2.1%
60,000-79,999 元	10	10.0%	10.0%	40.0%	20.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%
80,000-99,999 元	8	12.5%	12.5%	62.5%	0.0%	0.0%	12.5%	0.0%	0.0%
100,000-119,999 元	4	0.0%	25.0%	50.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
120,000-159,999 元	2	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%
160,000 元以上	4	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	25.0%	25.0%	0.0%	25.0%
<b>全家的月收入#</b>									
19,999 元以下	11	9.1%	36.4%	36.4%	0.0%	0.0%	9.1%	0.0%	9.1%
20,000-39,999 元	28	7.1%	39.3%	32.1%	7.1%	7.1%	3.6%	0.0%	3.6%
40,000-59,999 元	35	11.4%	28.6%	40.0%	8.6%	8.6%	0.0%	2.9%	0.0%
60,000-79,999 元	39	5.1%	17.9%	38.5%	23.1%	15.4%	0.0%	0.0%	0.0%
80,000-99,999 元	28	3.6%	21.4%	46.4%	10.7%	7.1%	3.6%	3.6%	3.6%
100,000-119,999 元	26	7.7%	23.1%	53.8%	0.0%	7.7%	3.8%	0.0%	3.8%
120,000-159,999 元	16	0.0%	25.0%	37.5%	18.8%	12.5%	6.3%	0.0%	0.0%
160,000 元以上	23	0.0%	8.7%	30.4%	26.1%	13.0%	17.4%	0.0%	4.3%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 A4.2。

附表 35 選擇食用的糕餅類製品的類型

	次數	葷食類	素食類	不拘，都可以
<b>總次數</b>	206	61	18	127
<b>總百分比</b>	100.0%	29.6%	8.7%	61.7%
<b>性別</b>				
男	113	34.5%	6.2%	59.3%
女	93	23.7%	11.8%	64.5%
<b>年齡#</b>				
19 歲以下	6	33.3%	0.0%	66.7%
20-24 歲	27	37.0%	7.4%	55.6%
25-29 歲	39	25.6%	0.0%	74.4%
30-34 歲	50	30.0%	12.0%	58.0%
35-39 歲	36	36.1%	8.3%	55.6%
40-44 歲	25	16.0%	12.0%	72.0%
45-49 歲	11	27.3%	9.1%	63.6%
50 歲以上	12	33.3%	25.0%	41.7%
<b>教育程度#</b>				
國中及以下	2	0.0%	100.0%	0.0%
高中/高職	27	14.8%	7.4%	77.8%
大專/大學	153	33.3%	8.5%	58.2%
研究所及以上	24	25.0%	4.2%	70.8%
<b>婚姻狀況#</b>				
未婚	123	30.1%	7.3%	62.6%
已婚沒小孩	15	33.3%	20.0%	46.7%
已婚有小孩	68	27.9%	8.8%	63.2%
<b>職業#</b>				
白領主管階級	25	32.0%	16.0%	52.0%
白領一般職員	84	25.0%	6.0%	69.0%
藍領主管階級	6	33.3%	0.0%	66.7%
藍領一般職員	39	30.8%	10.3%	59.0%
自營商	2	0.0%	50.0%	50.0%
自由業	6	50.0%	16.7%	33.3%
學生	23	47.8%	4.3%	47.8%
家庭主婦	7	14.3%	0.0%	85.7%
待業中	11	18.2%	9.1%	72.7%
其他，請說明	3	33.3%	33.3%	33.3%

<b>個人月收入#</b>				
19,999 元以下	47	34.0%	8.5%	57.4%
20,000-39,999 元	83	25.3%	7.2%	67.5%
40,000-59,999 元	48	29.2%	12.5%	58.3%
60,000-79,999 元	10	40.0%	0.0%	60.0%
80,000-99,999 元	8	37.5%	12.5%	50.0%
100,000-119,999 元	4	25.0%	0.0%	75.0%
120,000-159,999 元	2	50.0%	0.0%	50.0%
160,000 元以上	4	25.0%	25.0%	50.0%
<b>全家的月收入#</b>				
19,999 元以下	11	45.5%	9.1%	45.5%
20,000-39,999 元	28	25.0%	7.1%	67.9%
40,000-59,999 元	35	40.0%	5.7%	54.3%
60,000-79,999 元	39	20.5%	10.3%	69.2%
80,000-99,999 元	28	35.7%	7.1%	57.1%
100,000-119,999 元	26	38.5%	3.8%	57.7%
120,000-159,999 元	16	18.8%	6.3%	75.0%
160,000 元以上	23	17.4%	21.7%	60.9%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 A6。

附表 36 糕餅產業的產品用料要很實在認同度

	次數	非常不同意	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	206	2	2	8	32	97	65
<b>總百分比</b>	100.0%	1.0%	1.0%	3.9%	15.5%	47.1%	31.6%
<b>性別#</b>							
男	113	0.0%	1.8%	6.2%	15.9%	48.7%	27.4%
女	93	2.2%	0.0%	1.1%	15.1%	45.2%	36.6%
<b>年齡#</b>							
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	16.7%	50.0%
20-24 歲	27	0.0%	0.0%	11.1%	25.9%	37.0%	25.9%
25-29 歲	39	0.0%	0.0%	2.6%	17.9%	53.8%	25.6%
30-34 歲	50	0.0%	0.0%	2.0%	12.0%	42.0%	44.0%
35-39 歲	36	2.8%	0.0%	8.3%	11.1%	50.0%	27.8%
40-44 歲	25	0.0%	8.0%	0.0%	12.0%	56.0%	24.0%
45-49 歲	11	9.1%	0.0%	0.0%	27.3%	36.4%	27.3%
50 歲以上	12	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%
<b>教育程度#</b>							
國中及以下	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
高中/高職	27	3.7%	0.0%	0.0%	22.2%	51.9%	22.2%
大專/大學	153	0.7%	0.0%	3.9%	13.7%	50.3%	31.4%
研究所及以上	24	0.0%	8.3%	8.3%	20.8%	25.0%	37.5%
<b>婚姻狀況#</b>							
未婚	123	0.8%	0.0%	6.5%	17.9%	43.9%	30.9%
已婚沒小孩	15	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	46.7%	53.3%
已婚有小孩	68	1.5%	2.9%	0.0%	14.7%	52.9%	27.9%
<b>職業#</b>							
白領主管階級	25	4.0%	0.0%	4.0%	12.0%	44.0%	36.0%
白領一般職員	84	1.2%	2.4%	3.6%	15.5%	47.6%	29.8%
藍領主管階級	6	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	66.7%	16.7%
藍領一般職員	39	0.0%	0.0%	2.6%	15.4%	51.3%	30.8%
自營商	2	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	50.0%	0.0%
自由業	6	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	83.3%	16.7%
學生	23	0.0%	0.0%	8.7%	34.8%	30.4%	26.1%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	42.9%	42.9%
待業中	11	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	36.4%	63.6%

其他，請說明	3	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%
<b>個人月收入#</b>							
19,999 元以下	47	0.0%	0.0%	8.5%	17.0%	40.4%	34.0%
20,000-39,999 元	83	1.2%	0.0%	3.6%	15.7%	47.0%	32.5%
40,000-59,999 元	48	2.1%	0.0%	0.0%	20.8%	54.2%	22.9%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%
80,000-99,999 元	8	0.0%	12.5%	0.0%	12.5%	50.0%	25.0%
100,000-119,999 元	4	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	25.0%	50.0%
120,000-159,999 元	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%
160,000 元以上	4	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	50.0%	25.0%
<b>全家的月收入#</b>							
19,999 元以下	11	0.0%	0.0%	18.2%	27.3%	54.5%	0.0%
20,000-39,999 元	28	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	35.7%	39.3%
40,000-59,999 元	35	0.0%	0.0%	8.6%	8.6%	37.1%	45.7%
60,000-79,999 元	39	0.0%	0.0%	5.1%	17.9%	53.8%	23.1%
80,000-99,999 元	28	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	64.3%	21.4%
100,000-119,999 元	26	3.8%	0.0%	0.0%	23.1%	38.5%	34.6%
120,000-159,999 元	16	0.0%	0.0%	0.0%	6.3%	43.8%	50.0%
160,000 元以上	23	4.3%	8.7%	4.3%	4.3%	52.2%	26.1%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 B1\_1。

附表 37 糕餅產業產品用料要很天然健康認同度

	次數	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	206	5	4	32	101	64
<b>總百分比</b>	100.0%	2.4%	1.9%	15.5%	49.0%	31.1%
<b>性別#</b>						
男	113	2.7%	3.5%	19.5%	52.2%	22.1%
女	93	2.2%	0.0%	10.8%	45.2%	41.9%
<b>年齡#</b>						
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	16.7%	83.3%	0.0%
20-24 歲	27	3.7%	3.7%	37.0%	29.6%	25.9%
25-29 歲	39	0.0%	2.6%	12.8%	59.0%	25.6%
30-34 歲	50	0.0%	2.0%	10.0%	40.0%	48.0%
35-39 歲	36	2.8%	2.8%	16.7%	52.8%	25.0%
40-44 歲	25	8.0%	0.0%	8.0%	56.0%	28.0%
45-49 歲	11	9.1%	0.0%	27.3%	36.4%	27.3%
50 歲以上	12	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%
<b>教育程度#</b>						
國中及以下	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
高中/高職	27	3.7%	0.0%	18.5%	63.0%	14.8%
大專/大學	153	1.3%	2.0%	14.4%	48.4%	34.0%
研究所及以上	24	8.3%	4.2%	20.8%	41.7%	25.0%
<b>婚姻狀況#</b>						
未婚	123	1.6%	2.4%	19.5%	47.2%	29.3%
已婚沒小孩	15	0.0%	0.0%	6.7%	40.0%	53.3%
已婚有小孩	68	4.4%	1.5%	10.3%	54.4%	29.4%
<b>職業#</b>						
白領主管階級	25	8.0%	0.0%	12.0%	40.0%	40.0%
白領一般職員	84	3.6%	3.6%	13.1%	48.8%	31.0%
藍領主管階級	6	0.0%	0.0%	0.0%	83.3%	16.7%
藍領一般職員	39	0.0%	0.0%	12.8%	53.8%	33.3%
自營商	2	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
自由業	6	0.0%	0.0%	0.0%	83.3%	16.7%
學生	23	0.0%	4.3%	34.8%	47.8%	13.0%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	14.3%	42.9%	42.9%
待業中	11	0.0%	0.0%	9.1%	36.4%	54.5%
其他，請說明	3	0.0%	0.0%	33.3%	33.3%	33.3%

<b>個人月收入#</b>						
19,999 元以下	47	2.1%	4.3%	21.3%	42.6%	29.8%
20,000-39,999 元	83	1.2%	2.4%	10.8%	51.8%	33.7%
40,000-59,999 元	48	2.1%	0.0%	22.9%	54.2%	20.8%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	0.0%	30.0%	70.0%
80,000-99,999 元	8	12.5%	0.0%	12.5%	50.0%	25.0%
100,000-119,999 元	4	25.0%	0.0%	0.0%	25.0%	50.0%
120,000-159,999 元	2	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
160,000 元以上	4	0.0%	0.0%	25.0%	50.0%	25.0%
<b>全家的月收入#</b>						
19,999 元以下	11	0.0%	9.1%	18.2%	63.6%	9.1%
20,000-39,999 元	28	0.0%	0.0%	21.4%	42.9%	35.7%
40,000-59,999 元	35	2.9%	2.9%	8.6%	42.9%	42.9%
60,000-79,999 元	39	0.0%	5.1%	20.5%	53.8%	20.5%
80,000-99,999 元	28	0.0%	0.0%	10.7%	67.9%	21.4%
100,000-119,999 元	26	3.8%	0.0%	23.1%	38.5%	34.6%
120,000-159,999 元	16	0.0%	0.0%	6.3%	43.8%	50.0%
160,000 元以上	23	13.0%	0.0%	13.0%	43.5%	30.4%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 B1\_2。

附表 38 糕餅產業生產的產品要很新鮮認同度

	次數	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	206	3	5	26	93	79
<b>總百分比</b>	100.0%	1.5%	2.4%	12.6%	45.1%	38.3%
<b>性別#</b>						
男	113	1.8%	2.7%	15.9%	48.7%	31.0%
女	93	1.1%	2.2%	8.6%	40.9%	47.3%
<b>年齡#</b>						
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	16.7%	50.0%	33.3%
20-24 歲	27	3.7%	3.7%	25.9%	29.6%	37.0%
25-29 歲	39	0.0%	0.0%	15.4%	48.7%	35.9%
30-34 歲	50	0.0%	2.0%	4.0%	40.0%	54.0%
35-39 歲	36	0.0%	5.6%	16.7%	50.0%	27.8%
40-44 歲	25	4.0%	4.0%	12.0%	48.0%	32.0%
45-49 歲	11	9.1%	0.0%	9.1%	45.5%	36.4%
50 歲以上	12	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%
<b>教育程度#</b>						
國中及以下	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
高中/高職	27	3.7%	0.0%	3.7%	74.1%	18.5%
大專/大學	153	0.7%	2.0%	13.7%	41.2%	42.5%
研究所及以上	24	4.2%	8.3%	16.7%	41.7%	29.2%
<b>婚姻狀況#</b>						
未婚	123	0.8%	3.3%	16.3%	40.7%	39.0%
已婚沒小孩	15	0.0%	0.0%	6.7%	33.3%	60.0%
已婚有小孩	68	2.9%	1.5%	7.4%	55.9%	32.4%
<b>職業#</b>						
白領主管階級	25	4.0%	4.0%	16.0%	36.0%	40.0%
白領一般職員	84	2.4%	3.6%	9.5%	47.6%	36.9%
藍領主管階級	6	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%
藍領一般職員	39	0.0%	0.0%	12.8%	48.7%	38.5%
自營商	2	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%
自由業	6	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%
學生	23	0.0%	4.3%	30.4%	30.4%	34.8%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	0.0%	57.1%	42.9%
待業中	11	0.0%	0.0%	9.1%	27.3%	63.6%
其他，請說明	3	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%

<b>個人月收入#</b>						
19,999 元以下	47	2.1%	4.3%	14.9%	31.9%	46.8%
20,000-39,999 元	83	1.2%	1.2%	9.6%	54.2%	33.7%
40,000-59,999 元	48	0.0%	2.1%	16.7%	45.8%	35.4%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	0.0%	40.0%	60.0%
80,000-99,999 元	8	12.5%	0.0%	25.0%	37.5%	25.0%
100,000-119,999 元	4	0.0%	25.0%	0.0%	25.0%	50.0%
120,000-159,999 元	2	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%
160,000 元以上	4	0.0%	0.0%	25.0%	50.0%	25.0%
<b>全家的月收入#</b>						
19,999 元以下	11	0.0%	18.2%	27.3%	45.5%	9.1%
20,000-39,999 元	28	0.0%	0.0%	21.4%	42.9%	35.7%
40,000-59,999 元	35	2.9%	2.9%	2.9%	34.3%	57.1%
60,000-79,999 元	39	0.0%	0.0%	17.9%	64.1%	17.9%
80,000-99,999 元	28	0.0%	0.0%	7.1%	53.6%	39.3%
100,000-119,999 元	26	3.8%	0.0%	7.7%	42.3%	46.2%
120,000-159,999 元	16	0.0%	0.0%	6.3%	37.5%	56.3%
160,000 元以上	23	4.3%	8.7%	17.4%	30.4%	39.1%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 B1\_3。

附表 39 糕餅產業生產的產品要能符合口感認同度

	次數	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	206	1	2	42	102	59
<b>總百分比</b>	100.0%	0.5%	1.0%	20.4%	49.5%	28.6%
<b>性別#</b>						
男	113	0.0%	1.8%	28.3%	42.5%	27.4%
女	93	1.1%	0.0%	10.8%	58.1%	30.1%
<b>年齡#</b>						
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%
20-24 歲	27	0.0%	0.0%	40.7%	40.7%	18.5%
25-29 歲	39	0.0%	0.0%	20.5%	51.3%	28.2%
30-34 歲	50	0.0%	0.0%	14.0%	42.0%	44.0%
35-39 歲	36	0.0%	2.8%	22.2%	52.8%	22.2%
40-44 歲	25	0.0%	4.0%	16.0%	68.0%	12.0%
45-49 歲	11	9.1%	0.0%	27.3%	36.4%	27.3%
50 歲以上	12	0.0%	0.0%	8.3%	58.3%	33.3%
<b>教育程度#</b>						
國中及以下	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
高中/高職	27	3.7%	0.0%	7.4%	59.3%	29.6%
大專/大學	153	0.0%	0.7%	20.9%	51.0%	27.5%
研究所及以上	24	0.0%	4.2%	33.3%	33.3%	29.2%
<b>婚姻狀況#</b>						
未婚	123	0.0%	0.0%	25.2%	48.0%	26.8%
已婚沒小孩	15	0.0%	6.7%	0.0%	20.0%	73.3%
已婚有小孩	68	1.5%	1.5%	16.2%	58.8%	22.1%
<b>職業#</b>						
白領主管階級	25	0.0%	4.0%	32.0%	40.0%	24.0%
白領一般職員	84	1.2%	1.2%	15.5%	51.2%	31.0%
藍領主管階級	6	0.0%	0.0%	0.0%	83.3%	16.7%
藍領一般職員	39	0.0%	0.0%	20.5%	48.7%	30.8%
自營商	2	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%
自由業	6	0.0%	0.0%	33.3%	50.0%	16.7%
學生	23	0.0%	0.0%	39.1%	34.8%	26.1%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	0.0%	57.1%	42.9%
待業中	11	0.0%	0.0%	9.1%	54.5%	36.4%
其他，請說明	3	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%

<b>個人月收入#</b>						
19,999 元以下	47	0.0%	0.0%	23.4%	44.7%	31.9%
20,000-39,999 元	83	1.2%	0.0%	13.3%	54.2%	31.3%
40,000-59,999 元	48	0.0%	0.0%	31.3%	47.9%	20.8%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	10.0%	50.0%	40.0%
80,000-99,999 元	8	0.0%	25.0%	25.0%	37.5%	12.5%
100,000-119,999 元	4	0.0%	0.0%	25.0%	25.0%	50.0%
120,000-159,999 元	2	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
160,000 元以上	4	0.0%	0.0%	25.0%	50.0%	25.0%
<b>全家的月收入#</b>						
19,999 元以下	11	0.0%	0.0%	45.5%	45.5%	9.1%
20,000-39,999 元	28	0.0%	0.0%	25.0%	35.7%	39.3%
40,000-59,999 元	35	0.0%	0.0%	11.4%	45.7%	42.9%
60,000-79,999 元	39	0.0%	0.0%	17.9%	59.0%	23.1%
80,000-99,999 元	28	0.0%	0.0%	17.9%	64.3%	17.9%
100,000-119,999 元	26	3.8%	0.0%	11.5%	53.8%	30.8%
120,000-159,999 元	16	0.0%	0.0%	31.3%	31.3%	37.5%
160,000 元以上	23	0.0%	8.7%	26.1%	47.8%	17.4%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.06$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 21%）。

註 3：原始問卷 B1\_4。

附表 40 糕餅產業常推出因應市場流行性的商品認同度

	次數	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	206	3	19	53	83	48
<b>總百分比</b>	100.0%	1.5%	9.2%	25.7%	40.3%	23.3%
<b>性別#</b>						
男	113	1.8%	8.0%	31.9%	38.9%	19.5%
女	93	1.1%	10.8%	18.3%	41.9%	28.0%
<b>年齡#</b>						
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	66.7%	16.7%	16.7%
20-24 歲	27	0.0%	14.8%	37.0%	33.3%	14.8%
25-29 歲	39	0.0%	12.8%	30.8%	33.3%	23.1%
30-34 歲	50	2.0%	10.0%	12.0%	46.0%	30.0%
35-39 歲	36	2.8%	2.8%	27.8%	38.9%	27.8%
40-44 歲	25	0.0%	4.0%	28.0%	48.0%	20.0%
45-49 歲	11	9.1%	9.1%	18.2%	45.5%	18.2%
50 歲以上	12	0.0%	16.7%	16.7%	50.0%	16.7%
<b>教育程度#</b>						
國中及以下	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
高中/高職	27	3.7%	7.4%	37.0%	40.7%	11.1%
大專/大學	153	1.3%	10.5%	22.2%	41.2%	24.8%
研究所及以上	24	0.0%	4.2%	37.5%	37.5%	20.8%
<b>婚姻狀況#</b>						
未婚	123	0.0%	10.6%	30.9%	37.4%	21.1%
已婚沒小孩	15	13.3%	6.7%	6.7%	33.3%	40.0%
已婚有小孩	68	1.5%	7.4%	20.6%	47.1%	23.5%
<b>職業#</b>						
白領主管階級	25	4.0%	4.0%	16.0%	48.0%	28.0%
白領一般職員	84	1.2%	4.8%	26.2%	45.2%	22.6%
藍領主管階級	6	0.0%	0.0%	16.7%	50.0%	33.3%
藍領一般職員	39	2.6%	15.4%	12.8%	38.5%	30.8%
自營商	2	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
自由業	6	0.0%	0.0%	33.3%	50.0%	16.7%
學生	23	0.0%	17.4%	47.8%	21.7%	13.0%
家庭主婦	7	0.0%	14.3%	28.6%	57.1%	0.0%
待業中	11	0.0%	27.3%	18.2%	27.3%	27.3%
其他，請說明	3	0.0%	0.0%	66.7%	0.0%	33.3%

<b>個人月收入#</b>						
19,999 元以下	47	0.0%	17.0%	34.0%	31.9%	17.0%
20,000-39,999 元	83	2.4%	9.6%	20.5%	37.3%	30.1%
40,000-59,999 元	48	0.0%	6.3%	22.9%	56.3%	14.6%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	10.0%	50.0%	40.0%
80,000-99,999 元	8	12.5%	0.0%	62.5%	12.5%	12.5%
100,000-119,999 元	4	0.0%	0.0%	50.0%	25.0%	25.0%
120,000-159,999 元	2	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%
160,000 元以上	4	0.0%	0.0%	25.0%	50.0%	25.0%
<b>全家的月收入#</b>						
19,999 元以下	11	0.0%	18.2%	27.3%	54.5%	0.0%
20,000-39,999 元	28	0.0%	7.1%	28.6%	35.7%	28.6%
40,000-59,999 元	35	0.0%	11.4%	31.4%	25.7%	31.4%
60,000-79,999 元	39	0.0%	17.9%	25.6%	33.3%	23.1%
80,000-99,999 元	28	0.0%	7.1%	25.0%	57.1%	10.7%
100,000-119,999 元	26	7.7%	0.0%	23.1%	38.5%	30.8%
120,000-159,999 元	16	0.0%	6.3%	12.5%	50.0%	31.3%
160,000 元以上	23	4.3%	4.3%	26.1%	47.8%	17.4%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.07$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 22%）。

註 3：原始問卷 B1\_5。

附表 41 糕餅產業常推出符合在地性食材的商品認同度

	次數	非常不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	206	1	4	38	107	56
<b>總百分比</b>	100.0%	0.5%	1.9%	18.4%	51.9%	27.2%
<b>性別#</b>						
男	113	0.0%	2.7%	20.4%	54.9%	22.1%
女	93	1.1%	1.1%	16.1%	48.4%	33.3%
<b>年齡#</b>						
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	16.7%	83.3%	0.0%
20-24 歲	27	0.0%	3.7%	33.3%	33.3%	29.6%
25-29 歲	39	0.0%	0.0%	2.6%	66.7%	30.8%
30-34 歲	50	0.0%	4.0%	22.0%	44.0%	30.0%
35-39 歲	36	0.0%	2.8%	19.4%	47.2%	30.6%
40-44 歲	25	0.0%	0.0%	20.0%	56.0%	24.0%
45-49 歲	11	9.1%	0.0%	27.3%	45.5%	18.2%
50 歲以上	12	0.0%	0.0%	8.3%	75.0%	16.7%
<b>教育程度#</b>						
國中及以下	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
高中/高職	27	3.7%	0.0%	33.3%	48.1%	14.8%
大專/大學	153	0.0%	2.6%	15.0%	52.9%	29.4%
研究所及以上	24	0.0%	0.0%	25.0%	54.2%	20.8%
<b>婚姻狀況#</b>						
未婚	123	0.0%	3.3%	22.0%	48.0%	26.8%
已婚沒小孩	15	0.0%	0.0%	13.3%	40.0%	46.7%
已婚有小孩	68	1.5%	0.0%	13.2%	61.8%	23.5%
<b>職業#</b>						
白領主管階級	25	0.0%	0.0%	24.0%	48.0%	28.0%
白領一般職員	84	1.2%	1.2%	15.5%	53.6%	28.6%
藍領主管階級	6	0.0%	0.0%	16.7%	66.7%	16.7%
藍領一般職員	39	0.0%	5.1%	10.3%	53.8%	30.8%
自營商	2	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%
自由業	6	0.0%	0.0%	33.3%	50.0%	16.7%
學生	23	0.0%	4.3%	26.1%	47.8%	21.7%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	28.6%	57.1%	14.3%
待業中	11	0.0%	0.0%	18.2%	45.5%	36.4%
其他，請說明	3	0.0%	0.0%	33.3%	33.3%	33.3%

<b>個人月收入#</b>						
19,999 元以下	47	0.0%	2.1%	27.7%	44.7%	25.5%
20,000-39,999 元	83	1.2%	2.4%	10.8%	49.4%	36.1%
40,000-59,999 元	48	0.0%	2.1%	20.8%	64.6%	12.5%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	10.0%	50.0%	40.0%
80,000-99,999 元	8	0.0%	0.0%	50.0%	37.5%	12.5%
100,000-119,999 元	4	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%
120,000-159,999 元	2	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
160,000 元以上	4	0.0%	0.0%	25.0%	50.0%	25.0%
<b>全家的月收入#</b>						
19,999 元以下	11	0.0%	0.0%	36.4%	45.5%	18.2%
20,000-39,999 元	28	0.0%	0.0%	21.4%	39.3%	39.3%
40,000-59,999 元	35	0.0%	2.9%	14.3%	51.4%	31.4%
60,000-79,999 元	39	0.0%	2.6%	17.9%	53.8%	25.6%
80,000-99,999 元	28	0.0%	0.0%	21.4%	67.9%	10.7%
100,000-119,999 元	26	3.8%	3.8%	11.5%	50.0%	30.8%
120,000-159,999 元	16	0.0%	0.0%	12.5%	56.3%	31.3%
160,000 元以上	23	0.0%	4.3%	21.7%	47.8%	26.1%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.08$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 23%）。

註 3：原始問卷 B1\_6。

附表 42 容易在公開場合看見糕餅產業的相關資訊或店家認同度

	次數	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	206	4	12	54	86	50
<b>總百分比</b>	100.0%	1.9%	5.8%	26.2%	41.7%	24.3%
<b>性別#</b>						
男	113	1.8%	7.1%	27.4%	43.4%	20.4%
女	93	2.2%	4.3%	24.7%	39.8%	29.0%
<b>年齡#</b>						
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	16.7%	50.0%	33.3%
20-24 歲	27	7.4%	7.4%	29.6%	37.0%	18.5%
25-29 歲	39	0.0%	10.3%	12.8%	48.7%	28.2%
30-34 歲	50	0.0%	4.0%	26.0%	36.0%	34.0%
35-39 歲	36	2.8%	5.6%	27.8%	36.1%	27.8%
40-44 歲	25	0.0%	8.0%	32.0%	52.0%	8.0%
45-49 歲	11	9.1%	0.0%	36.4%	45.5%	9.1%
50 歲以上	12	0.0%	0.0%	41.7%	41.7%	16.7%
<b>教育程度#</b>						
國中及以下	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
高中/高職	27	3.7%	3.7%	37.0%	40.7%	14.8%
大專/大學	153	1.3%	6.5%	22.9%	43.1%	26.1%
研究所及以上	24	4.2%	4.2%	37.5%	37.5%	16.7%
<b>婚姻狀況#</b>						
未婚	123	2.4%	8.1%	22.0%	42.3%	25.2%
已婚沒小孩	15	0.0%	0.0%	13.3%	33.3%	53.3%
已婚有小孩	68	1.5%	2.9%	36.8%	42.6%	16.2%
<b>職業#</b>						
白領主管階級	25	0.0%	0.0%	24.0%	48.0%	28.0%
白領一般職員	84	2.4%	6.0%	25.0%	42.9%	23.8%
藍領主管階級	6	0.0%	0.0%	33.3%	50.0%	16.7%
藍領一般職員	39	0.0%	10.3%	25.6%	38.5%	25.6%
自營商	2	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%
自由業	6	0.0%	16.7%	16.7%	50.0%	16.7%
學生	23	8.7%	0.0%	30.4%	47.8%	13.0%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	57.1%	14.3%	28.6%
待業中	11	0.0%	9.1%	18.2%	27.3%	45.5%
其他，請說明	3	0.0%	33.3%	0.0%	33.3%	33.3%

<b>個人月收入#</b>						
19,999 元以下	47	4.3%	8.5%	25.5%	36.2%	25.5%
20,000-39,999 元	83	2.4%	4.8%	22.9%	41.0%	28.9%
40,000-59,999 元	48	0.0%	8.3%	27.1%	50.0%	14.6%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	30.0%	40.0%	30.0%
80,000-99,999 元	8	0.0%	0.0%	62.5%	12.5%	25.0%
100,000-119,999 元	4	0.0%	0.0%	25.0%	75.0%	0.0%
120,000-159,999 元	2	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%
160,000 元以上	4	0.0%	0.0%	25.0%	50.0%	25.0%
<b>全家的月收入#</b>						
19,999 元以下	11	9.1%	0.0%	18.2%	63.6%	9.1%
20,000-39,999 元	28	0.0%	3.6%	32.1%	25.0%	39.3%
40,000-59,999 元	35	2.9%	2.9%	28.6%	34.3%	31.4%
60,000-79,999 元	39	2.6%	10.3%	20.5%	51.3%	15.4%
80,000-99,999 元	28	0.0%	3.6%	28.6%	50.0%	17.9%
100,000-119,999 元	26	3.8%	15.4%	15.4%	30.8%	34.6%
120,000-159,999 元	16	0.0%	0.0%	31.3%	50.0%	18.8%
160,000 元以上	23	0.0%	4.3%	34.8%	43.5%	17.4%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.09$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 24%）。

註 3：原始問卷 B1\_7。

附表 43 容易對糕餅產業做出自己的意見或回饋認同度

	次數	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	206	4	17	49	100	36
<b>總百分比</b>	100.0%	1.9%	8.3%	23.8%	48.5%	17.5%
<b>性別#</b>						
男	113	2.7%	7.1%	21.2%	52.2%	16.8%
女	93	1.1%	9.7%	26.9%	44.1%	18.3%
<b>年齡#</b>						
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%	0.0%
20-24 歲	27	0.0%	11.1%	22.2%	51.9%	14.8%
25-29 歲	39	2.6%	5.1%	25.6%	46.2%	20.5%
30-34 歲	50	2.0%	10.0%	18.0%	44.0%	26.0%
35-39 歲	36	0.0%	8.3%	25.0%	47.2%	19.4%
40-44 歲	25	4.0%	8.0%	16.0%	68.0%	4.0%
45-49 歲	11	9.1%	9.1%	27.3%	45.5%	9.1%
50 歲以上	12	0.0%	8.3%	33.3%	41.7%	16.7%
<b>教育程度#</b>						
國中及以下	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
高中/高職	27	3.7%	11.1%	29.6%	44.4%	11.1%
大專/大學	153	0.7%	7.8%	21.6%	51.0%	19.0%
研究所及以上	24	8.3%	8.3%	33.3%	41.7%	8.3%
<b>婚姻狀況#</b>						
未婚	123	1.6%	10.6%	24.4%	46.3%	17.1%
已婚沒小孩	15	0.0%	0.0%	13.3%	40.0%	46.7%
已婚有小孩	68	2.9%	5.9%	25.0%	54.4%	11.8%
<b>職業#</b>						
白領主管階級	25	4.0%	8.0%	24.0%	48.0%	16.0%
白領一般職員	84	2.4%	6.0%	23.8%	52.4%	15.5%
藍領主管階級	6	0.0%	0.0%	16.7%	66.7%	16.7%
藍領一般職員	39	2.6%	12.8%	15.4%	41.0%	28.2%
自營商	2	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%
自由業	6	0.0%	16.7%	16.7%	50.0%	16.7%
學生	23	0.0%	8.7%	34.8%	47.8%	8.7%
家庭主婦	7	0.0%	14.3%	28.6%	42.9%	14.3%
待業中	11	0.0%	9.1%	27.3%	36.4%	27.3%
其他，請說明	3	0.0%	0.0%	33.3%	66.7%	0.0%

<b>個人月收入#</b>						
19,999 元以下	47	0.0%	10.6%	31.9%	40.4%	17.0%
20,000-39,999 元	83	3.6%	9.6%	19.3%	45.8%	21.7%
40,000-59,999 元	48	0.0%	4.2%	22.9%	62.5%	10.4%
60,000-79,999 元	10	10.0%	20.0%	10.0%	30.0%	30.0%
80,000-99,999 元	8	0.0%	0.0%	50.0%	37.5%	12.5%
100,000-119,999 元	4	0.0%	0.0%	25.0%	75.0%	0.0%
120,000-159,999 元	2	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
160,000 元以上	4	0.0%	0.0%	25.0%	50.0%	25.0%
<b>全家的月收入#</b>						
19,999 元以下	11	0.0%	0.0%	36.4%	54.5%	9.1%
20,000-39,999 元	28	0.0%	3.6%	32.1%	35.7%	28.6%
40,000-59,999 元	35	2.9%	8.6%	28.6%	40.0%	20.0%
60,000-79,999 元	39	0.0%	12.8%	15.4%	59.0%	12.8%
80,000-99,999 元	28	0.0%	10.7%	17.9%	57.1%	14.3%
100,000-119,999 元	26	7.7%	7.7%	15.4%	42.3%	26.9%
120,000-159,999 元	16	6.3%	6.3%	31.3%	43.8%	12.5%
160,000 元以上	23	0.0%	8.7%	26.1%	56.5%	8.7%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.10$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 25%）。

註 3：原始問卷 B1\_8。

附表 44 糕餅產業的味道及口感要有一致的表現認同度

	次數	非常不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	206	2	5	37	111	51
<b>總百分比</b>	100.0%	1.0%	2.4%	18.0%	53.9%	24.8%
<b>性別#</b>						
男	113	0.0%	1.8%	21.2%	58.4%	18.6%
女	93	2.2%	3.2%	14.0%	48.4%	32.3%
<b>年齡#</b>						
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	16.7%	66.7%	16.7%
20-24 歲	27	0.0%	3.7%	22.2%	51.9%	22.2%
25-29 歲	39	2.6%	5.1%	10.3%	64.1%	17.9%
30-34 歲	50	0.0%	0.0%	16.0%	50.0%	34.0%
35-39 歲	36	0.0%	5.6%	22.2%	38.9%	33.3%
40-44 歲	25	0.0%	0.0%	20.0%	68.0%	12.0%
45-49 歲	11	9.1%	0.0%	36.4%	36.4%	18.2%
50 歲以上	12	0.0%	0.0%	8.3%	66.7%	25.0%
<b>教育程度#</b>						
國中及以下	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
高中/高職	27	3.7%	0.0%	14.8%	59.3%	22.2%
大專/大學	153	0.7%	2.0%	17.6%	54.2%	25.5%
研究所及以上	24	0.0%	8.3%	25.0%	50.0%	16.7%
<b>婚姻狀況#</b>						
未婚	123	0.8%	4.1%	18.7%	52.8%	23.6%
已婚沒小孩	15	0.0%	0.0%	13.3%	33.3%	53.3%
已婚有小孩	68	1.5%	0.0%	17.6%	60.3%	20.6%
<b>職業#</b>						
白領主管階級	25	0.0%	4.0%	16.0%	52.0%	28.0%
白領一般職員	84	2.4%	3.6%	20.2%	51.2%	22.6%
藍領主管階級	6	0.0%	0.0%	16.7%	50.0%	33.3%
藍領一般職員	39	0.0%	0.0%	15.4%	51.3%	33.3%
自營商	2	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%
自由業	6	0.0%	0.0%	16.7%	66.7%	16.7%
學生	23	0.0%	4.3%	17.4%	60.9%	17.4%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	14.3%	57.1%	28.6%
待業中	11	0.0%	0.0%	0.0%	72.7%	27.3%
其他，請說明	3	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%	0.0%

<b>個人月收入#</b>						
19,999 元以下	47	0.0%	2.1%	17.0%	57.4%	23.4%
20,000-39,999 元	83	2.4%	3.6%	16.9%	49.4%	27.7%
40,000-59,999 元	48	0.0%	2.1%	20.8%	58.3%	18.8%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	10.0%	60.0%	30.0%
80,000-99,999 元	8	0.0%	0.0%	25.0%	50.0%	25.0%
100,000-119,999 元	4	0.0%	0.0%	25.0%	50.0%	25.0%
120,000-159,999 元	2	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%
160,000 元以上	4	0.0%	0.0%	25.0%	50.0%	25.0%
<b>全家的月收入#</b>						
19,999 元以下	11	0.0%	9.1%	9.1%	72.7%	9.1%
20,000-39,999 元	28	0.0%	0.0%	25.0%	46.4%	28.6%
40,000-59,999 元	35	0.0%	2.9%	14.3%	51.4%	31.4%
60,000-79,999 元	39	0.0%	0.0%	15.4%	61.5%	23.1%
80,000-99,999 元	28	0.0%	0.0%	10.7%	75.0%	14.3%
100,000-119,999 元	26	7.7%	7.7%	23.1%	26.9%	34.6%
120,000-159,999 元	16	0.0%	0.0%	25.0%	43.8%	31.3%
160,000 元以上	23	0.0%	4.3%	21.7%	56.5%	17.4%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.11$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 26%）。

註 3：原始問卷 B1\_9。

附表 45 糕餅產業的服務人員親切和藹，會讓人時常回流購買認同度

	次數	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	206	2	2	44	90	68
<b>總百分比</b>	100.0%	1.0%	1.0%	21.4%	43.7%	33.0%
<b>性別#</b>						
男	113	0.0%	1.8%	23.9%	48.7%	25.7%
女	93	2.2%	0.0%	18.3%	37.6%	41.9%
<b>年齡#</b>						
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	16.7%	50.0%	33.3%
20-24 歲	27	0.0%	3.7%	33.3%	33.3%	29.6%
25-29 歲	39	0.0%	0.0%	15.4%	56.4%	28.2%
30-34 歲	50	0.0%	0.0%	18.0%	36.0%	46.0%
35-39 歲	36	2.8%	2.8%	25.0%	38.9%	30.6%
40-44 歲	25	0.0%	0.0%	28.0%	48.0%	24.0%
45-49 歲	11	9.1%	0.0%	18.2%	54.5%	18.2%
50 歲以上	12	0.0%	0.0%	8.3%	50.0%	41.7%
<b>教育程度#</b>						
國中及以下	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
高中/高職	27	3.7%	0.0%	18.5%	44.4%	33.3%
大專/大學	153	0.7%	0.7%	20.9%	44.4%	33.3%
研究所及以上	24	0.0%	4.2%	29.2%	41.7%	25.0%
<b>婚姻狀況#</b>						
未婚	123	0.8%	1.6%	26.0%	39.8%	31.7%
已婚沒小孩	15	0.0%	0.0%	6.7%	40.0%	53.3%
已婚有小孩	68	1.5%	0.0%	16.2%	51.5%	30.9%
<b>職業#</b>						
白領主管階級	25	4.0%	0.0%	20.0%	40.0%	36.0%
白領一般職員	84	1.2%	1.2%	20.2%	46.4%	31.0%
藍領主管階級	6	0.0%	0.0%	16.7%	50.0%	33.3%
藍領一般職員	39	0.0%	0.0%	20.5%	43.6%	35.9%
自營商	2	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%
自由業	6	0.0%	0.0%	16.7%	66.7%	16.7%
學生	23	0.0%	4.3%	26.1%	43.5%	26.1%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	14.3%	28.6%	57.1%
待業中	11	0.0%	0.0%	9.1%	36.4%	54.5%
其他，請說明	3	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%

<b>個人月收入#</b>						
19,999 元以下	47	0.0%	2.1%	25.5%	36.2%	36.2%
20,000-39,999 元	83	1.2%	1.2%	19.3%	45.8%	32.5%
40,000-59,999 元	48	2.1%	0.0%	18.8%	54.2%	25.0%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	20.0%	30.0%	50.0%
80,000-99,999 元	8	0.0%	0.0%	37.5%	25.0%	37.5%
100,000-119,999 元	4	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	75.0%
120,000-159,999 元	2	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
160,000 元以上	4	0.0%	0.0%	25.0%	50.0%	25.0%
<b>全家的月收入#</b>						
19,999 元以下	11	0.0%	0.0%	18.2%	72.7%	9.1%
20,000-39,999 元	28	0.0%	0.0%	28.6%	35.7%	35.7%
40,000-59,999 元	35	0.0%	2.9%	8.6%	51.4%	37.1%
60,000-79,999 元	39	0.0%	2.6%	23.1%	41.0%	33.3%
80,000-99,999 元	28	0.0%	0.0%	25.0%	42.9%	32.1%
100,000-119,999 元	26	3.8%	0.0%	30.8%	26.9%	38.5%
120,000-159,999 元	16	0.0%	0.0%	12.5%	56.3%	31.3%
160,000 元以上	23	4.3%	0.0%	21.7%	43.5%	30.4%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.12$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 27%）。

註 3：原始問卷 B1\_10。

附表 46 糕餅產業的行銷活動很頻繁認同度

	次數	非常不同意	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	206	1	4	7	44	91	59
<b>總百分比</b>	100.0%	0.5%	1.9%	3.4%	21.4%	44.2%	28.6%
<b>性別#</b>							
男	113	0.0%	0.9%	5.3%	21.2%	48.7%	23.9%
女	93	1.1%	3.2%	1.1%	21.5%	38.7%	34.4%
<b>年齡#</b>							
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	50.0%	33.3%
20-24 歲	27	0.0%	0.0%	0.0%	40.7%	40.7%	18.5%
25-29 歲	39	0.0%	2.6%	0.0%	28.2%	35.9%	33.3%
30-34 歲	50	0.0%	4.0%	4.0%	10.0%	46.0%	36.0%
35-39 歲	36	2.8%	0.0%	2.8%	16.7%	47.2%	30.6%
40-44 歲	25	0.0%	0.0%	8.0%	28.0%	52.0%	12.0%
45-49 歲	11	0.0%	9.1%	9.1%	27.3%	36.4%	18.2%
50 歲以上	12	0.0%	0.0%	8.3%	0.0%	50.0%	41.7%
<b>教育程度#</b>							
國中及以下	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
高中/高職	27	0.0%	3.7%	3.7%	18.5%	48.1%	25.9%
大專/大學	153	0.7%	2.0%	2.6%	20.3%	46.4%	28.1%
研究所及以上	24	0.0%	0.0%	8.3%	33.3%	29.2%	29.2%
<b>婚姻狀況#</b>							
未婚	123	0.8%	2.4%	1.6%	26.0%	40.7%	28.5%
已婚沒小孩	15	0.0%	0.0%	0.0%	6.7%	46.7%	46.7%
已婚有小孩	68	0.0%	1.5%	7.4%	16.2%	50.0%	25.0%
<b>職業#</b>							
白領主管階級	25	4.0%	0.0%	4.0%	12.0%	40.0%	40.0%
白領一般職員	84	0.0%	2.4%	1.2%	19.0%	52.4%	25.0%
藍領主管階級	6	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	50.0%	33.3%
藍領一般職員	39	0.0%	5.1%	12.8%	15.4%	35.9%	30.8%
自營商	2	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
自由業	6	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	50.0%	16.7%
學生	23	0.0%	0.0%	0.0%	39.1%	39.1%	21.7%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	42.9%	42.9%
待業中	11	0.0%	0.0%	0.0%	27.3%	27.3%	45.5%

其他，請說明	3	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	66.7%	0.0%
<b>個人月收入#</b>							
19,999 元以下	47	0.0%	2.1%	0.0%	31.9%	38.3%	27.7%
20,000-39,999 元	83	0.0%	2.4%	4.8%	18.1%	43.4%	31.3%
40,000-59,999 元	48	2.1%	2.1%	2.1%	20.8%	54.2%	18.8%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	40.0%	40.0%
80,000-99,999 元	8	0.0%	0.0%	12.5%	12.5%	50.0%	25.0%
100,000-119,999 元	4	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	75.0%
120,000-159,999 元	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%
160,000 元以上	4	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	50.0%	25.0%
<b>全家的月收入#</b>							
19,999 元以下	11	0.0%	0.0%	0.0%	27.3%	72.7%	0.0%
20,000-39,999 元	28	0.0%	0.0%	3.6%	28.6%	28.6%	39.3%
40,000-59,999 元	35	0.0%	2.9%	5.7%	20.0%	37.1%	34.3%
60,000-79,999 元	39	0.0%	2.6%	5.1%	17.9%	51.3%	23.1%
80,000-99,999 元	28	0.0%	0.0%	0.0%	10.7%	57.1%	32.1%
100,000-119,999 元	26	0.0%	3.8%	0.0%	26.9%	34.6%	34.6%
120,000-159,999 元	16	0.0%	6.3%	6.3%	12.5%	43.8%	31.3%
160,000 元以上	23	4.3%	0.0%	4.3%	30.4%	43.5%	17.4%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.13$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 28%）。

註 3：原始問卷 B1\_11。

附表 47 糕餅產業所舉辦的行銷活動很優惠、很實在認同度

	次數	非常不同意	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	206	1	5	6	49	91	54
<b>總百分比</b>	100.0%	0.5%	2.4%	2.9%	23.8%	44.2%	26.2%
<b>性別#</b>							
男	113	0.0%	0.9%	4.4%	27.4%	45.1%	22.1%
女	93	1.1%	4.3%	1.1%	19.4%	43.0%	31.2%
<b>年齡#</b>							
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	33.3%	16.7%
20-24 歲	27	3.7%	0.0%	11.1%	37.0%	29.6%	18.5%
25-29 歲	39	0.0%	2.6%	0.0%	28.2%	38.5%	30.8%
30-34 歲	50	0.0%	2.0%	2.0%	12.0%	48.0%	36.0%
35-39 歲	36	0.0%	2.8%	2.8%	22.2%	41.7%	30.6%
40-44 歲	25	0.0%	4.0%	4.0%	28.0%	56.0%	8.0%
45-49 歲	11	0.0%	9.1%	0.0%	27.3%	45.5%	18.2%
50 歲以上	12	0.0%	0.0%	0.0%	8.3%	66.7%	25.0%
<b>教育程度#</b>							
國中及以下	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
高中/高職	27	0.0%	3.7%	3.7%	29.6%	48.1%	14.8%
大專/大學	153	0.7%	2.0%	2.6%	22.2%	44.4%	28.1%
研究所及以上	24	0.0%	4.2%	4.2%	29.2%	41.7%	20.8%
<b>婚姻狀況#</b>							
未婚	123	0.8%	2.4%	4.1%	26.8%	39.0%	26.8%
已婚沒小孩	15	0.0%	0.0%	0.0%	13.3%	33.3%	53.3%
已婚有小孩	68	0.0%	2.9%	1.5%	20.6%	55.9%	19.1%
<b>職業#</b>							
白領主管階級	25	0.0%	4.0%	8.0%	16.0%	40.0%	32.0%
白領一般職員	84	0.0%	3.6%	2.4%	22.6%	46.4%	25.0%
藍領主管階級	6	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%
藍領一般職員	39	0.0%	2.6%	2.6%	23.1%	43.6%	28.2%
自營商	2	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
自由業	6	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	66.7%	16.7%
學生	23	4.3%	0.0%	0.0%	43.5%	34.8%	17.4%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	57.1%	28.6%
待業中	11	0.0%	0.0%	0.0%	27.3%	27.3%	45.5%

其他，請說明	3	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	66.7%	0.0%
<b>個人月收入#</b>							
19,999 元以下	47	2.1%	2.1%	4.3%	29.8%	34.0%	27.7%
20,000-39,999 元	83	0.0%	2.4%	2.4%	22.9%	42.2%	30.1%
40,000-59,999 元	48	0.0%	2.1%	2.1%	22.9%	58.3%	14.6%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	50.0%	30.0%
80,000-99,999 元	8	0.0%	0.0%	12.5%	25.0%	25.0%	37.5%
100,000-119,999 元	4	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	25.0%	50.0%
120,000-159,999 元	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
160,000 元以上	4	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	50.0%	25.0%
<b>全家的月收入#</b>							
19,999 元以下	11	9.1%	0.0%	0.0%	18.2%	63.6%	9.1%
20,000-39,999 元	28	0.0%	0.0%	0.0%	39.3%	25.0%	35.7%
40,000-59,999 元	35	0.0%	2.9%	2.9%	22.9%	34.3%	37.1%
60,000-79,999 元	39	0.0%	0.0%	7.7%	25.6%	43.6%	23.1%
80,000-99,999 元	28	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	64.3%	21.4%
100,000-119,999 元	26	0.0%	3.8%	3.8%	23.1%	42.3%	26.9%
120,000-159,999 元	16	0.0%	6.3%	6.3%	6.3%	56.3%	25.0%
160,000 元以上	23	0.0%	8.7%	0.0%	30.4%	43.5%	17.4%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.14$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 29%）。

註 3：原始問卷 B1\_12。

附表 48 店家產品用料實在認同度

	次數	非常不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	206	3	4	38	101	60
<b>總百分比</b>	100.0%	1.5%	1.9%	18.4%	49.0%	29.1%
<b>性別#</b>						
男	113	0.9%	3.5%	19.5%	46.9%	29.2%
女	93	2.2%	0.0%	17.2%	51.6%	29.0%
<b>年齡#</b>						
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	33.3%	16.7%	50.0%
20-24 歲	27	0.0%	11.1%	7.4%	63.0%	18.5%
25-29 歲	39	0.0%	0.0%	15.4%	56.4%	28.2%
30-34 歲	50	0.0%	2.0%	16.0%	38.0%	44.0%
35-39 歲	36	2.8%	0.0%	33.3%	41.7%	22.2%
40-44 歲	25	4.0%	0.0%	16.0%	60.0%	20.0%
45-49 歲	11	9.1%	0.0%	27.3%	36.4%	27.3%
50 歲以上	12	0.0%	0.0%	8.3%	66.7%	25.0%
<b>教育程度#</b>						
國中及以下	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
高中/高職	27	3.7%	0.0%	11.1%	55.6%	29.6%
大專/大學	153	0.7%	2.0%	19.6%	50.3%	27.5%
研究所及以上	24	4.2%	4.2%	20.8%	37.5%	33.3%
<b>婚姻狀況#</b>						
未婚	123	0.8%	3.3%	19.5%	48.8%	27.6%
已婚沒小孩	15	0.0%	0.0%	13.3%	33.3%	53.3%
已婚有小孩	68	2.9%	0.0%	17.6%	52.9%	26.5%
<b>職業#</b>						
白領主管階級	25	4.0%	4.0%	20.0%	44.0%	28.0%
白領一般職員	84	2.4%	1.2%	20.2%	46.4%	29.8%
藍領主管階級	6	0.0%	0.0%	0.0%	83.3%	16.7%
藍領一般職員	39	0.0%	0.0%	17.9%	51.3%	30.8%
自營商	2	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%
自由業	6	0.0%	0.0%	16.7%	66.7%	16.7%
學生	23	0.0%	8.7%	17.4%	52.2%	21.7%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	42.9%	28.6%	28.6%
待業中	11	0.0%	0.0%	0.0%	45.5%	54.5%
其他，請說明	3	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%

<b>個人月收入#</b>						
19,999 元以下	47	0.0%	8.5%	14.9%	46.8%	29.8%
20,000-39,999 元	83	1.2%	0.0%	14.5%	53.0%	31.3%
40,000-59,999 元	48	2.1%	0.0%	27.1%	45.8%	25.0%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	0.0%	60.0%	40.0%
80,000-99,999 元	8	0.0%	0.0%	50.0%	37.5%	12.5%
100,000-119,999 元	4	25.0%	0.0%	25.0%	25.0%	25.0%
120,000-159,999 元	2	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%
160,000 元以上	4	0.0%	0.0%	25.0%	50.0%	25.0%
<b>全家的月收入#</b>						
19,999 元以下	11	0.0%	18.2%	27.3%	54.5%	0.0%
20,000-39,999 元	28	0.0%	0.0%	10.7%	50.0%	39.3%
40,000-59,999 元	35	0.0%	2.9%	14.3%	45.7%	37.1%
60,000-79,999 元	39	0.0%	2.6%	23.1%	56.4%	17.9%
80,000-99,999 元	28	0.0%	0.0%	14.3%	53.6%	32.1%
100,000-119,999 元	26	3.8%	0.0%	34.6%	26.9%	34.6%
120,000-159,999 元	16	0.0%	0.0%	6.3%	50.0%	43.8%
160,000 元以上	23	8.7%	0.0%	17.4%	56.5%	17.4%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 B2\_1。

附表 49 店家的產品用料天然健康認同度

	次數	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	206	4	6	31	109	56
<b>總百分比</b>	100.0%	1.9%	2.9%	15.0%	52.9%	27.2%
<b>性別#</b>						
男	113	1.8%	4.4%	14.2%	53.1%	26.5%
女	93	2.2%	1.1%	16.1%	52.7%	28.0%
<b>年齡#</b>						
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	16.7%	50.0%	33.3%
20-24 歲	27	0.0%	7.4%	22.2%	48.1%	22.2%
25-29 歲	39	0.0%	2.6%	10.3%	61.5%	25.6%
30-34 歲	50	0.0%	2.0%	12.0%	44.0%	42.0%
35-39 歲	36	2.8%	0.0%	22.2%	47.2%	27.8%
40-44 歲	25	8.0%	0.0%	12.0%	68.0%	12.0%
45-49 歲	11	9.1%	9.1%	27.3%	36.4%	18.2%
50 歲以上	12	0.0%	8.3%	0.0%	75.0%	16.7%
<b>教育程度#</b>						
國中及以下	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
高中/高職	27	3.7%	0.0%	7.4%	66.7%	22.2%
大專/大學	153	0.7%	3.3%	15.7%	52.9%	27.5%
研究所及以上	24	8.3%	4.2%	20.8%	41.7%	25.0%
<b>婚姻狀況#</b>						
未婚	123	0.8%	3.3%	17.9%	50.4%	27.6%
已婚沒小孩	15	0.0%	6.7%	0.0%	46.7%	46.7%
已婚有小孩	68	4.4%	1.5%	13.2%	58.8%	22.1%
<b>職業#</b>						
白領主管階級	25	4.0%	4.0%	8.0%	56.0%	28.0%
白領一般職員	84	3.6%	3.6%	16.7%	47.6%	28.6%
藍領主管階級	6	0.0%	0.0%	16.7%	66.7%	16.7%
藍領一般職員	39	0.0%	0.0%	7.7%	61.5%	30.8%
自營商	2	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
自由業	6	0.0%	0.0%	16.7%	66.7%	16.7%
學生	23	0.0%	4.3%	26.1%	47.8%	21.7%
家庭主婦	7	0.0%	14.3%	14.3%	57.1%	14.3%
待業中	11	0.0%	0.0%	9.1%	54.5%	36.4%
其他，請說明	3	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%

<b>個人月收入#</b>						
19,999 元以下	47	0.0%	6.4%	17.0%	51.1%	25.5%
20,000-39,999 元	83	1.2%	2.4%	13.3%	53.0%	30.1%
40,000-59,999 元	48	2.1%	0.0%	20.8%	54.2%	22.9%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	0.0%	60.0%	40.0%
80,000-99,999 元	8	12.5%	0.0%	12.5%	50.0%	25.0%
100,000-119,999 元	4	25.0%	25.0%	0.0%	25.0%	25.0%
120,000-159,999 元	2	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
160,000 元以上	4	0.0%	0.0%	25.0%	50.0%	25.0%
<b>全家的月收入#</b>						
19,999 元以下	11	0.0%	9.1%	27.3%	63.6%	0.0%
20,000-39,999 元	28	0.0%	0.0%	17.9%	39.3%	42.9%
40,000-59,999 元	35	0.0%	5.7%	5.7%	54.3%	34.3%
60,000-79,999 元	39	0.0%	2.6%	23.1%	61.5%	12.8%
80,000-99,999 元	28	0.0%	0.0%	7.1%	64.3%	28.6%
100,000-119,999 元	26	3.8%	7.7%	23.1%	26.9%	38.5%
120,000-159,999 元	16	0.0%	0.0%	12.5%	56.3%	31.3%
160,000 元以上	23	13.0%	0.0%	8.7%	60.9%	17.4%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 B2\_2。

附表 50 店家生產的產品很新鮮認同度

	次數	非常不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	206	1	5	33	107	60
<b>總百分比</b>	100.0%	0.5%	2.4%	16.0%	51.9%	29.1%
<b>性別#</b>						
男	113	0.0%	3.5%	17.7%	48.7%	30.1%
女	93	1.1%	1.1%	14.0%	55.9%	28.0%
<b>年齡#</b>						
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	16.7%	50.0%	33.3%
20-24 歲	27	0.0%	3.7%	22.2%	51.9%	22.2%
25-29 歲	39	0.0%	0.0%	12.8%	53.8%	33.3%
30-34 歲	50	0.0%	2.0%	8.0%	48.0%	42.0%
35-39 歲	36	0.0%	2.8%	22.2%	44.4%	30.6%
40-44 歲	25	0.0%	4.0%	28.0%	56.0%	12.0%
45-49 歲	11	9.1%	9.1%	9.1%	54.5%	18.2%
50 歲以上	12	0.0%	0.0%	8.3%	75.0%	16.7%
<b>教育程度#</b>						
國中及以下	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
高中/高職	27	3.7%	0.0%	3.7%	74.1%	18.5%
大專/大學	153	0.0%	2.6%	17.6%	49.7%	30.1%
研究所及以上	24	0.0%	4.2%	20.8%	45.8%	29.2%
<b>婚姻狀況#</b>						
未婚	123	0.0%	2.4%	15.4%	52.8%	29.3%
已婚沒小孩	15	0.0%	0.0%	6.7%	40.0%	53.3%
已婚有小孩	68	1.5%	2.9%	19.1%	52.9%	23.5%
<b>職業#</b>						
白領主管階級	25	0.0%	8.0%	8.0%	60.0%	24.0%
白領一般職員	84	1.2%	2.4%	20.2%	45.2%	31.0%
藍領主管階級	6	0.0%	0.0%	0.0%	83.3%	16.7%
藍領一般職員	39	0.0%	2.6%	5.1%	56.4%	35.9%
自營商	2	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
自由業	6	0.0%	0.0%	16.7%	66.7%	16.7%
學生	23	0.0%	0.0%	30.4%	43.5%	26.1%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	14.3%	71.4%	14.3%
待業中	11	0.0%	0.0%	0.0%	54.5%	45.5%
其他，請說明	3	0.0%	0.0%	33.3%	66.7%	0.0%

<b>個人月收入#</b>						
19,999 元以下	47	0.0%	4.3%	17.0%	46.8%	31.9%
20,000-39,999 元	83	1.2%	1.2%	12.0%	56.6%	28.9%
40,000-59,999 元	48	0.0%	2.1%	22.9%	45.8%	29.2%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	0.0%	70.0%	30.0%
80,000-99,999 元	8	0.0%	0.0%	25.0%	62.5%	12.5%
100,000-119,999 元	4	0.0%	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%
120,000-159,999 元	2	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%
160,000 元以上	4	0.0%	0.0%	25.0%	50.0%	25.0%
<b>全家的月收入#</b>						
19,999 元以下	11	0.0%	9.1%	27.3%	63.6%	0.0%
20,000-39,999 元	28	0.0%	3.6%	7.1%	46.4%	42.9%
40,000-59,999 元	35	0.0%	2.9%	5.7%	54.3%	37.1%
60,000-79,999 元	39	0.0%	0.0%	25.6%	56.4%	17.9%
80,000-99,999 元	28	0.0%	0.0%	14.3%	60.7%	25.0%
100,000-119,999 元	26	3.8%	0.0%	30.8%	26.9%	38.5%
120,000-159,999 元	16	0.0%	0.0%	6.3%	62.5%	31.3%
160,000 元以上	23	0.0%	8.7%	13.0%	52.2%	26.1%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 B2\_3。

附表 51 店家生產的產品符合我的口感認同度

	次數	非常不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	206	1	5	29	119	52
<b>總百分比</b>	100.0%	0.5%	2.4%	14.1%	57.8%	25.2%
<b>性別#</b>						
男	113	0.0%	4.4%	13.3%	56.6%	25.7%
女	93	1.1%	0.0%	15.1%	59.1%	24.7%
<b>年齡#</b>						
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	16.7%	50.0%	33.3%
20-24 歲	27	0.0%	3.7%	25.9%	48.1%	22.2%
25-29 歲	39	0.0%	2.6%	7.7%	59.0%	30.8%
30-34 歲	50	0.0%	2.0%	8.0%	50.0%	40.0%
35-39 歲	36	0.0%	0.0%	19.4%	61.1%	19.4%
40-44 歲	25	0.0%	4.0%	20.0%	76.0%	0.0%
45-49 歲	11	9.1%	9.1%	0.0%	63.6%	18.2%
50 歲以上	12	0.0%	0.0%	16.7%	58.3%	25.0%
<b>教育程度#</b>						
國中及以下	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
高中/高職	27	3.7%	0.0%	14.8%	59.3%	22.2%
大專/大學	153	0.0%	2.6%	13.1%	59.5%	24.8%
研究所及以上	24	0.0%	4.2%	20.8%	50.0%	25.0%
<b>婚姻狀況#</b>						
未婚	123	0.0%	1.6%	16.3%	55.3%	26.8%
已婚沒小孩	15	0.0%	0.0%	0.0%	53.3%	46.7%
已婚有小孩	68	1.5%	4.4%	13.2%	63.2%	17.6%
<b>職業#</b>						
白領主管階級	25	0.0%	4.0%	16.0%	56.0%	24.0%
白領一般職員	84	1.2%	3.6%	13.1%	57.1%	25.0%
藍領主管階級	6	0.0%	0.0%	0.0%	83.3%	16.7%
藍領一般職員	39	0.0%	2.6%	7.7%	64.1%	25.6%
自營商	2	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%
自由業	6	0.0%	0.0%	16.7%	66.7%	16.7%
學生	23	0.0%	0.0%	30.4%	52.2%	17.4%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	28.6%	57.1%	14.3%
待業中	11	0.0%	0.0%	0.0%	27.3%	72.7%
其他，請說明	3	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%

<b>個人月收入#</b>						
19,999 元以下	47	0.0%	4.3%	14.9%	51.1%	29.8%
20,000-39,999 元	83	1.2%	2.4%	10.8%	59.0%	26.5%
40,000-59,999 元	48	0.0%	0.0%	16.7%	64.6%	18.8%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	0.0%	70.0%	30.0%
80,000-99,999 元	8	0.0%	0.0%	37.5%	50.0%	12.5%
100,000-119,999 元	4	0.0%	25.0%	25.0%	0.0%	50.0%
120,000-159,999 元	2	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
160,000 元以上	4	0.0%	0.0%	25.0%	50.0%	25.0%
<b>全家的月收入#</b>						
19,999 元以下	11	0.0%	9.1%	27.3%	63.6%	0.0%
20,000-39,999 元	28	0.0%	3.6%	10.7%	42.9%	42.9%
40,000-59,999 元	35	0.0%	2.9%	0.0%	62.9%	34.3%
60,000-79,999 元	39	0.0%	2.6%	20.5%	66.7%	10.3%
80,000-99,999 元	28	0.0%	0.0%	10.7%	67.9%	21.4%
100,000-119,999 元	26	3.8%	0.0%	23.1%	38.5%	34.6%
120,000-159,999 元	16	0.0%	0.0%	12.5%	56.3%	31.3%
160,000 元以上	23	0.0%	4.3%	17.4%	60.9%	17.4%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 B2\_4。

附表 52 店家常推出因應市場流行性的商品認同度

	次數	非常不同意	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	206	1	3	23	53	82	44
<b>總百分比</b>	100.0%	0.5%	1.5%	11.2%	25.7%	39.8%	21.4%
<b>性別#</b>							
男	113	0.0%	1.8%	11.5%	27.4%	38.9%	20.4%
女	93	1.1%	1.1%	10.8%	23.7%	40.9%	22.6%
<b>年齡#</b>							
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	50.0%	16.7%
20-24 歲	27	0.0%	3.7%	14.8%	44.4%	22.2%	14.8%
25-29 歲	39	0.0%	0.0%	10.3%	15.4%	51.3%	23.1%
30-34 歲	50	0.0%	2.0%	14.0%	18.0%	38.0%	28.0%
35-39 歲	36	0.0%	2.8%	8.3%	27.8%	38.9%	22.2%
40-44 歲	25	0.0%	0.0%	8.0%	32.0%	44.0%	16.0%
45-49 歲	11	9.1%	0.0%	9.1%	27.3%	36.4%	18.2%
50 歲以上	12	0.0%	0.0%	16.7%	25.0%	41.7%	16.7%
<b>教育程度#</b>							
國中及以下	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
高中/高職	27	3.7%	0.0%	7.4%	25.9%	51.9%	11.1%
大專/大學	153	0.0%	1.3%	12.4%	24.8%	39.2%	22.2%
研究所及以上	24	0.0%	4.2%	8.3%	33.3%	33.3%	20.8%
<b>婚姻狀況#</b>							
未婚	123	0.0%	1.6%	13.8%	26.0%	38.2%	20.3%
已婚沒小孩	15	0.0%	6.7%	6.7%	26.7%	40.0%	20.0%
已婚有小孩	68	1.5%	0.0%	7.4%	25.0%	42.6%	23.5%
<b>職業#</b>							
白領主管階級	25	0.0%	0.0%	4.0%	32.0%	44.0%	20.0%
白領一般職員	84	1.2%	1.2%	11.9%	23.8%	41.7%	20.2%
藍領主管階級	6	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	33.3%	50.0%
藍領一般職員	39	0.0%	2.6%	10.3%	20.5%	46.2%	20.5%
自營商	2	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%
自由業	6	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	66.7%	16.7%
學生	23	0.0%	4.3%	4.3%	43.5%	30.4%	17.4%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	14.3%	42.9%	14.3%	28.6%
待業中	11	0.0%	0.0%	54.5%	0.0%	18.2%	27.3%

其他，請說明	3	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	33.3%	33.3%
<b>個人月收入#</b>							
19,999 元以下	47	0.0%	2.1%	17.0%	29.8%	27.7%	23.4%
20,000-39,999 元	83	1.2%	2.4%	13.3%	16.9%	41.0%	25.3%
40,000-59,999 元	48	0.0%	0.0%	4.2%	31.3%	52.1%	12.5%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	0.0%	30.0%	40.0%	30.0%
80,000-99,999 元	8	0.0%	0.0%	0.0%	75.0%	25.0%	0.0%
100,000-119,999 元	4	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	25.0%	25.0%
120,000-159,999 元	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%
160,000 元以上	4	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	50.0%	25.0%
<b>全家的月收入#</b>							
19,999 元以下	11	0.0%	9.1%	9.1%	36.4%	36.4%	9.1%
20,000-39,999 元	28	0.0%	0.0%	7.1%	25.0%	28.6%	39.3%
40,000-59,999 元	35	0.0%	2.9%	14.3%	25.7%	34.3%	22.9%
60,000-79,999 元	39	0.0%	0.0%	15.4%	23.1%	41.0%	20.5%
80,000-99,999 元	28	0.0%	0.0%	14.3%	17.9%	53.6%	14.3%
100,000-119,999 元	26	3.8%	3.8%	11.5%	19.2%	38.5%	23.1%
120,000-159,999 元	16	0.0%	0.0%	6.3%	31.3%	37.5%	25.0%
160,000 元以上	23	0.0%	0.0%	4.3%	39.1%	47.8%	8.7%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 B2\_5。

附表 53 店家常推出符合在地性食材的商品認同度

	次數	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	206	2	6	45	109	44
<b>總百分比</b>	100.0%	1.0%	2.9%	21.8%	52.9%	21.4%
<b>性別#</b>						
男	113	0.9%	4.4%	22.1%	54.0%	18.6%
女	93	1.1%	1.1%	21.5%	51.6%	24.7%
<b>年齡#</b>						
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	33.3%	50.0%	16.7%
20-24 歲	27	3.7%	3.7%	18.5%	51.9%	22.2%
25-29 歲	39	0.0%	0.0%	23.1%	53.8%	23.1%
30-34 歲	50	0.0%	2.0%	18.0%	52.0%	28.0%
35-39 歲	36	0.0%	5.6%	22.2%	50.0%	22.2%
40-44 歲	25	0.0%	8.0%	24.0%	60.0%	8.0%
45-49 歲	11	9.1%	0.0%	27.3%	45.5%	18.2%
50 歲以上	12	0.0%	0.0%	25.0%	58.3%	16.7%
<b>教育程度#</b>						
國中及以下	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
高中/高職	27	3.7%	3.7%	25.9%	55.6%	11.1%
大專/大學	153	0.7%	2.0%	20.9%	54.2%	22.2%
研究所及以上	24	0.0%	8.3%	25.0%	45.8%	20.8%
<b>婚姻狀況#</b>						
未婚	123	0.8%	3.3%	22.0%	51.2%	22.8%
已婚沒小孩	15	0.0%	6.7%	13.3%	46.7%	33.3%
已婚有小孩	68	1.5%	1.5%	23.5%	57.4%	16.2%
<b>職業#</b>						
白領主管階級	25	0.0%	4.0%	20.0%	56.0%	20.0%
白領一般職員	84	1.2%	2.4%	25.0%	50.0%	21.4%
藍領主管階級	6	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%
藍領一般職員	39	0.0%	2.6%	20.5%	51.3%	25.6%
自營商	2	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%
自由業	6	0.0%	16.7%	16.7%	50.0%	16.7%
學生	23	4.3%	4.3%	21.7%	47.8%	21.7%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	42.9%	42.9%	14.3%
待業中	11	0.0%	0.0%	9.1%	72.7%	18.2%
其他，請說明	3	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%

<b>個人月收入#</b>						
19,999 元以下	47	2.1%	2.1%	23.4%	51.1%	21.3%
20,000-39,999 元	83	1.2%	1.2%	19.3%	53.0%	25.3%
40,000-59,999 元	48	0.0%	4.2%	22.9%	58.3%	14.6%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	20.0%	50.0%	30.0%
80,000-99,999 元	8	0.0%	12.5%	37.5%	37.5%	12.5%
100,000-119,999 元	4	0.0%	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%
120,000-159,999 元	2	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
160,000 元以上	4	0.0%	0.0%	25.0%	50.0%	25.0%
<b>全家的月收入#</b>						
19,999 元以下	11	0.0%	9.1%	18.2%	54.5%	18.2%
20,000-39,999 元	28	0.0%	0.0%	35.7%	32.1%	32.1%
40,000-59,999 元	35	0.0%	0.0%	20.0%	54.3%	25.7%
60,000-79,999 元	39	2.6%	5.1%	20.5%	59.0%	12.8%
80,000-99,999 元	28	0.0%	3.6%	10.7%	71.4%	14.3%
100,000-119,999 元	26	3.8%	0.0%	23.1%	42.3%	30.8%
120,000-159,999 元	16	0.0%	0.0%	25.0%	56.3%	18.8%
160,000 元以上	23	0.0%	8.7%	21.7%	52.2%	17.4%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 B2\_6。

附表 54 在公開場合看見店家的相關資訊或店家認同度

	次數	非常不同意	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	206	1	1	15	54	101	34
<b>總百分比</b>	100.0%	0.5%	0.5%	7.3%	26.2%	49.0%	16.5%
<b>性別#</b>							
男	113	0.0%	0.0%	8.0%	26.5%	49.6%	15.9%
女	93	1.1%	1.1%	6.5%	25.8%	48.4%	17.2%
<b>年齡#</b>							
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	66.7%	16.7%
20-24 歲	27	0.0%	0.0%	7.4%	40.7%	44.4%	7.4%
25-29 歲	39	0.0%	0.0%	5.1%	25.6%	53.8%	15.4%
30-34 歲	50	0.0%	2.0%	8.0%	18.0%	48.0%	24.0%
35-39 歲	36	0.0%	0.0%	8.3%	27.8%	41.7%	22.2%
40-44 歲	25	0.0%	0.0%	8.0%	28.0%	56.0%	8.0%
45-49 歲	11	9.1%	0.0%	0.0%	27.3%	54.5%	9.1%
50 歲以上	12	0.0%	0.0%	16.7%	25.0%	41.7%	16.7%
<b>教育程度#</b>							
國中及以下	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
高中/高職	27	3.7%	0.0%	3.7%	29.6%	44.4%	18.5%
大專/大學	153	0.0%	0.7%	7.2%	24.8%	51.0%	16.3%
研究所及以上	24	0.0%	0.0%	12.5%	33.3%	45.8%	8.3%
<b>婚姻狀況#</b>							
未婚	123	0.0%	0.8%	8.9%	26.0%	49.6%	14.6%
已婚沒小孩	15	0.0%	0.0%	6.7%	13.3%	46.7%	33.3%
已婚有小孩	68	1.5%	0.0%	4.4%	29.4%	48.5%	16.2%
<b>職業#</b>							
白領主管階級	25	0.0%	0.0%	4.0%	28.0%	52.0%	16.0%
白領一般職員	84	1.2%	1.2%	6.0%	29.8%	46.4%	15.5%
藍領主管階級	6	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	66.7%	16.7%
藍領一般職員	39	0.0%	0.0%	12.8%	12.8%	46.2%	28.2%
自營商	2	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
自由業	6	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	66.7%	16.7%
學生	23	0.0%	0.0%	8.7%	26.1%	60.9%	4.3%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	14.3%	42.9%	28.6%	14.3%
待業中	11	0.0%	0.0%	0.0%	27.3%	54.5%	18.2%

其他，請說明	3	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%	0.0%
<b>個人月收入#</b>							
19,999 元以下	47	0.0%	0.0%	6.4%	36.2%	42.6%	14.9%
20,000-39,999 元	83	1.2%	1.2%	4.8%	21.7%	50.6%	20.5%
40,000-59,999 元	48	0.0%	0.0%	8.3%	27.1%	54.2%	10.4%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	50.0%	30.0%
80,000-99,999 元	8	0.0%	0.0%	37.5%	12.5%	50.0%	0.0%
100,000-119,999 元	4	0.0%	0.0%	25.0%	50.0%	25.0%	0.0%
120,000-159,999 元	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%
160,000 元以上	4	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	50.0%	25.0%
<b>全家的月收入#</b>							
19,999 元以下	11	0.0%	0.0%	0.0%	36.4%	54.5%	9.1%
20,000-39,999 元	28	0.0%	0.0%	0.0%	32.1%	39.3%	28.6%
40,000-59,999 元	35	0.0%	0.0%	5.7%	28.6%	40.0%	25.7%
60,000-79,999 元	39	0.0%	0.0%	12.8%	28.2%	51.3%	7.7%
80,000-99,999 元	28	0.0%	0.0%	7.1%	21.4%	60.7%	10.7%
100,000-119,999 元	26	3.8%	0.0%	11.5%	19.2%	42.3%	23.1%
120,000-159,999 元	16	0.0%	6.3%	0.0%	18.8%	62.5%	12.5%
160,000 元以上	23	0.0%	0.0%	13.0%	26.1%	52.2%	8.7%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 B2\_7。

附表 55 店家的意見箱或顧客回饋機制感到滿意認同度

	次數	非常不同意	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	206	1	3	14	59	95	34
<b>總百分比</b>	100.0%	0.5%	1.5%	6.8%	28.6%	46.1%	16.5%
<b>性別#</b>							
男	113	0.0%	0.9%	6.2%	29.2%	48.7%	15.0%
女	93	1.1%	2.2%	7.5%	28.0%	43.0%	18.3%
<b>年齡#</b>							
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	66.7%	16.7%
20-24 歲	27	0.0%	0.0%	3.7%	55.6%	33.3%	7.4%
25-29 歲	39	0.0%	0.0%	7.7%	15.4%	53.8%	23.1%
30-34 歲	50	0.0%	2.0%	2.0%	24.0%	48.0%	24.0%
35-39 歲	36	0.0%	0.0%	8.3%	38.9%	38.9%	13.9%
40-44 歲	25	0.0%	4.0%	12.0%	24.0%	52.0%	8.0%
45-49 歲	11	9.1%	0.0%	18.2%	18.2%	45.5%	9.1%
50 歲以上	12	0.0%	8.3%	8.3%	25.0%	41.7%	16.7%
<b>教育程度#</b>							
國中及以下	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
高中/高職	27	3.7%	0.0%	11.1%	29.6%	48.1%	7.4%
大專/大學	153	0.0%	1.3%	5.9%	28.8%	45.1%	19.0%
研究所及以上	24	0.0%	4.2%	8.3%	29.2%	54.2%	4.2%
<b>婚姻狀況#</b>							
未婚	123	0.0%	0.8%	6.5%	33.3%	43.9%	15.4%
已婚沒小孩	15	0.0%	0.0%	6.7%	13.3%	40.0%	40.0%
已婚有小孩	68	1.5%	2.9%	7.4%	23.5%	51.5%	13.2%
<b>職業#</b>							
白領主管階級	25	0.0%	0.0%	4.0%	32.0%	48.0%	16.0%
白領一般職員	84	1.2%	2.4%	9.5%	23.8%	47.6%	15.5%
藍領主管階級	6	0.0%	0.0%	16.7%	16.7%	50.0%	16.7%
藍領一般職員	39	0.0%	0.0%	7.7%	25.6%	43.6%	23.1%
自營商	2	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%
自由業	6	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	66.7%	16.7%
學生	23	0.0%	0.0%	0.0%	43.5%	47.8%	8.7%
家庭主婦	7	0.0%	14.3%	0.0%	42.9%	28.6%	14.3%
待業中	11	0.0%	0.0%	0.0%	45.5%	27.3%	27.3%

其他，請說明	3	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	66.7%	0.0%
<b>個人月收入#</b>							
19,999 元以下	47	0.0%	0.0%	4.3%	44.7%	34.0%	17.0%
20,000-39,999 元	83	1.2%	1.2%	6.0%	22.9%	48.2%	20.5%
40,000-59,999 元	48	0.0%	0.0%	10.4%	27.1%	52.1%	10.4%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	0.0%	30.0%	40.0%	30.0%
80,000-99,999 元	8	0.0%	12.5%	25.0%	12.5%	50.0%	0.0%
100,000-119,999 元	4	0.0%	25.0%	0.0%	25.0%	50.0%	0.0%
120,000-159,999 元	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
160,000 元以上	4	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	50.0%	25.0%
<b>全家的月收入#</b>							
19,999 元以下	11	0.0%	0.0%	0.0%	36.4%	54.5%	9.1%
20,000-39,999 元	28	0.0%	0.0%	7.1%	28.6%	32.1%	32.1%
40,000-59,999 元	35	0.0%	0.0%	2.9%	37.1%	34.3%	25.7%
60,000-79,999 元	39	0.0%	0.0%	7.7%	28.2%	53.8%	10.3%
80,000-99,999 元	28	0.0%	0.0%	7.1%	25.0%	57.1%	10.7%
100,000-119,999 元	26	3.8%	3.8%	19.2%	23.1%	34.6%	15.4%
120,000-159,999 元	16	0.0%	6.3%	0.0%	12.5%	62.5%	18.8%
160,000 元以上	23	0.0%	4.3%	4.3%	34.8%	52.2%	4.3%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 B2\_8。

附表 56 店家的味道及口感都有一致的表現認同度

	次數	非常不同意	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	206	1	2	8	35	115	45
<b>總百分比</b>	100.0%	0.5%	1.0%	3.9%	17.0%	55.8%	21.8%
<b>性別#</b>							
男	113	0.0%	1.8%	2.7%	16.8%	56.6%	22.1%
女	93	1.1%	0.0%	5.4%	17.2%	54.8%	21.5%
<b>年齡#</b>							
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	50.0%	33.3%
20-24 歲	27	0.0%	0.0%	0.0%	22.2%	70.4%	7.4%
25-29 歲	39	0.0%	0.0%	5.1%	15.4%	56.4%	23.1%
30-34 歲	50	0.0%	0.0%	2.0%	8.0%	56.0%	34.0%
35-39 歲	36	0.0%	2.8%	5.6%	33.3%	38.9%	19.4%
40-44 歲	25	0.0%	4.0%	4.0%	12.0%	64.0%	16.0%
45-49 歲	11	9.1%	0.0%	9.1%	18.2%	45.5%	18.2%
50 歲以上	12	0.0%	0.0%	8.3%	8.3%	66.7%	16.7%
<b>教育程度#</b>							
國中及以下	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
高中/高職	27	3.7%	0.0%	0.0%	14.8%	70.4%	11.1%
大專/大學	153	0.0%	0.7%	5.2%	17.6%	54.2%	22.2%
研究所及以上	24	0.0%	4.2%	0.0%	16.7%	54.2%	25.0%
<b>婚姻狀況#</b>							
未婚	123	0.0%	0.0%	4.9%	16.3%	59.3%	19.5%
已婚沒小孩	15	0.0%	6.7%	0.0%	6.7%	40.0%	46.7%
已婚有小孩	68	1.5%	1.5%	2.9%	20.6%	52.9%	20.6%
<b>職業#</b>							
白領主管階級	25	0.0%	4.0%	4.0%	20.0%	48.0%	24.0%
白領一般職員	84	1.2%	1.2%	3.6%	17.9%	52.4%	23.8%
藍領主管階級	6	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	83.3%	16.7%
藍領一般職員	39	0.0%	0.0%	5.1%	17.9%	51.3%	25.6%
自營商	2	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	50.0%	0.0%
自由業	6	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	66.7%	16.7%
學生	23	0.0%	0.0%	0.0%	26.1%	60.9%	13.0%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	0.0%	28.6%	57.1%	14.3%
待業中	11	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	81.8%	18.2%

其他，請說明	3	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%
<b>個人月收入#</b>							
19,999 元以下	47	0.0%	0.0%	2.1%	17.0%	61.7%	19.1%
20,000-39,999 元	83	1.2%	0.0%	2.4%	18.1%	53.0%	25.3%
40,000-59,999 元	48	0.0%	0.0%	6.3%	18.8%	58.3%	16.7%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	70.0%	30.0%
80,000-99,999 元	8	0.0%	25.0%	12.5%	25.0%	37.5%	0.0%
100,000-119,999 元	4	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	25.0%	50.0%
120,000-159,999 元	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%
160,000 元以上	4	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	50.0%	25.0%
<b>全家的月收入#</b>							
19,999 元以下	11	0.0%	0.0%	0.0%	9.1%	81.8%	9.1%
20,000-39,999 元	28	0.0%	0.0%	3.6%	21.4%	46.4%	28.6%
40,000-59,999 元	35	0.0%	0.0%	2.9%	17.1%	57.1%	22.9%
60,000-79,999 元	39	0.0%	0.0%	2.6%	20.5%	59.0%	17.9%
80,000-99,999 元	28	0.0%	0.0%	3.6%	14.3%	60.7%	21.4%
100,000-119,999 元	26	3.8%	0.0%	7.7%	26.9%	38.5%	23.1%
120,000-159,999 元	16	0.0%	0.0%	0.0%	6.3%	62.5%	31.3%
160,000 元以上	23	0.0%	8.7%	8.7%	8.7%	56.5%	17.4%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 B2\_9。

附表 57 店家的服務人員親切和藹，在店內消費愉快認同度

	次數	非常不同意	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	206	2	1	7	44	110	42
<b>總百分比</b>	100.0%	1.0%	0.5%	3.4%	21.4%	53.4%	20.4%
<b>性別#</b>							
男	113	0.9%	0.0%	0.9%	19.5%	58.4%	20.4%
女	93	1.1%	1.1%	6.5%	23.7%	47.3%	20.4%
<b>年齡#</b>							
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	16.7%	66.7%
20-24 歲	27	0.0%	0.0%	0.0%	37.0%	48.1%	14.8%
25-29 歲	39	0.0%	0.0%	2.6%	20.5%	48.7%	28.2%
30-34 歲	50	0.0%	0.0%	2.0%	18.0%	56.0%	24.0%
35-39 歲	36	0.0%	2.8%	5.6%	25.0%	52.8%	13.9%
40-44 歲	25	4.0%	0.0%	4.0%	20.0%	64.0%	8.0%
45-49 歲	11	9.1%	0.0%	0.0%	18.2%	54.5%	18.2%
50 歲以上	12	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	66.7%	16.7%
<b>教育程度#</b>							
國中及以下	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
高中/高職	27	3.7%	0.0%	7.4%	14.8%	55.6%	18.5%
大專/大學	153	0.0%	0.7%	3.3%	22.9%	51.6%	21.6%
研究所及以上	24	4.2%	0.0%	0.0%	20.8%	66.7%	8.3%
<b>婚姻狀況#</b>							
未婚	123	0.0%	0.8%	2.4%	26.8%	48.8%	21.1%
已婚沒小孩	15	0.0%	0.0%	6.7%	6.7%	53.3%	33.3%
已婚有小孩	68	2.9%	0.0%	4.4%	14.7%	61.8%	16.2%
<b>職業#</b>							
白領主管階級	25	0.0%	4.0%	8.0%	12.0%	56.0%	20.0%
白領一般職員	84	2.4%	0.0%	2.4%	20.2%	56.0%	19.0%
藍領主管階級	6	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	83.3%	16.7%
藍領一般職員	39	0.0%	0.0%	5.1%	23.1%	51.3%	20.5%
自營商	2	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%
自由業	6	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	66.7%	16.7%
學生	23	0.0%	0.0%	0.0%	30.4%	39.1%	30.4%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	14.3%	14.3%	57.1%	14.3%
待業中	11	0.0%	0.0%	0.0%	45.5%	27.3%	27.3%

其他，請說明	3	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
<b>個人月收入#</b>							
19,999 元以下	47	0.0%	0.0%	2.1%	29.8%	40.4%	27.7%
20,000-39,999 元	83	1.2%	0.0%	1.2%	21.7%	53.0%	22.9%
40,000-59,999 元	48	0.0%	2.1%	4.2%	16.7%	66.7%	10.4%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	0.0%	10.0%	60.0%	30.0%
80,000-99,999 元	8	12.5%	0.0%	25.0%	25.0%	37.5%	0.0%
100,000-119,999 元	4	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	50.0%	25.0%
120,000-159,999 元	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
160,000 元以上	4	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	50.0%	25.0%
<b>全家的月收入#</b>							
19,999 元以下	11	0.0%	0.0%	0.0%	9.1%	72.7%	18.2%
20,000-39,999 元	28	0.0%	0.0%	0.0%	35.7%	32.1%	32.1%
40,000-59,999 元	35	0.0%	0.0%	2.9%	22.9%	45.7%	28.6%
60,000-79,999 元	39	0.0%	0.0%	5.1%	28.2%	56.4%	10.3%
80,000-99,999 元	28	0.0%	0.0%	3.6%	7.1%	67.9%	21.4%
100,000-119,999 元	26	3.8%	0.0%	3.8%	30.8%	46.2%	15.4%
120,000-159,999 元	16	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%	62.5%	25.0%
160,000 元以上	23	4.3%	4.3%	8.7%	8.7%	60.9%	13.0%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 B2\_10。

附表 58 店家的行銷活動很頻繁認同度

	次數	非常不同意	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	206	1	3	17	55	93	37
<b>總百分比</b>	100.0%	0.5%	1.5%	8.3%	26.7%	45.1%	18.0%
<b>性別#</b>							
男	113	0.0%	0.9%	8.8%	23.9%	46.0%	20.4%
女	93	1.1%	2.2%	7.5%	30.1%	44.1%	15.1%
<b>年齡#</b>							
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	50.0%	16.7%
20-24 歲	27	0.0%	0.0%	7.4%	44.4%	37.0%	11.1%
25-29 歲	39	0.0%	0.0%	0.0%	30.8%	48.7%	20.5%
30-34 歲	50	0.0%	4.0%	10.0%	14.0%	50.0%	22.0%
35-39 歲	36	2.8%	0.0%	13.9%	27.8%	33.3%	22.2%
40-44 歲	25	0.0%	0.0%	8.0%	36.0%	48.0%	8.0%
45-49 歲	11	0.0%	9.1%	9.1%	18.2%	45.5%	18.2%
50 歲以上	12	0.0%	0.0%	16.7%	8.3%	58.3%	16.7%
<b>教育程度#</b>							
國中及以下	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
高中/高職	27	0.0%	3.7%	11.1%	29.6%	40.7%	14.8%
大專/大學	153	0.7%	1.3%	7.8%	24.8%	49.0%	16.3%
研究所及以上	24	0.0%	0.0%	8.3%	37.5%	29.2%	25.0%
<b>婚姻狀況#</b>							
未婚	123	0.8%	1.6%	8.1%	30.1%	43.9%	15.4%
已婚沒小孩	15	0.0%	0.0%	13.3%	13.3%	40.0%	33.3%
已婚有小孩	68	0.0%	1.5%	7.4%	23.5%	48.5%	19.1%
<b>職業#</b>							
白領主管階級	25	4.0%	0.0%	12.0%	12.0%	52.0%	20.0%
白領一般職員	84	0.0%	2.4%	4.8%	27.4%	47.6%	17.9%
藍領主管階級	6	0.0%	0.0%	16.7%	16.7%	50.0%	16.7%
藍領一般職員	39	0.0%	2.6%	10.3%	25.6%	33.3%	28.2%
自營商	2	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	50.0%	0.0%
自由業	6	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	66.7%	16.7%
學生	23	0.0%	0.0%	4.3%	43.5%	39.1%	13.0%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	28.6%	28.6%	28.6%	14.3%
待業中	11	0.0%	0.0%	0.0%	45.5%	54.5%	0.0%

其他，請說明	3	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	66.7%	0.0%
<b>個人月收入#</b>							
19,999 元以下	47	0.0%	0.0%	6.4%	40.4%	38.3%	14.9%
20,000-39,999 元	83	0.0%	2.4%	6.0%	25.3%	45.8%	20.5%
40,000-59,999 元	48	2.1%	2.1%	8.3%	22.9%	52.1%	12.5%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	50.0%	30.0%
80,000-99,999 元	8	0.0%	0.0%	37.5%	12.5%	37.5%	12.5%
100,000-119,999 元	4	0.0%	0.0%	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%
120,000-159,999 元	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%
160,000 元以上	4	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	50.0%	25.0%
<b>全家的月收入#</b>							
19,999 元以下	11	0.0%	0.0%	0.0%	27.3%	63.6%	9.1%
20,000-39,999 元	28	0.0%	0.0%	0.0%	39.3%	35.7%	25.0%
40,000-59,999 元	35	0.0%	0.0%	8.6%	22.9%	40.0%	28.6%
60,000-79,999 元	39	0.0%	2.6%	7.7%	41.0%	35.9%	12.8%
80,000-99,999 元	28	0.0%	0.0%	10.7%	14.3%	64.3%	10.7%
100,000-119,999 元	26	0.0%	3.8%	11.5%	30.8%	34.6%	19.2%
120,000-159,999 元	16	0.0%	6.3%	6.3%	6.3%	62.5%	18.8%
160,000 元以上	23	4.3%	0.0%	17.4%	17.4%	47.8%	13.0%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 B2\_11。

附表 59 店家所舉辦的行銷活動很優惠、很實在。認同度

	次數	非常不同意	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	206	1	3	17	57	92	36
<b>總百分比</b>	100.0%	0.5%	1.5%	8.3%	27.7%	44.7%	17.5%
<b>性別#</b>							
男	113	0.0%	0.9%	9.7%	28.3%	43.4%	17.7%
女	93	1.1%	2.2%	6.5%	26.9%	46.2%	17.2%
<b>年齡#</b>							
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	83.3%	0.0%
20-24 歲	27	0.0%	3.7%	14.8%	37.0%	29.6%	14.8%
25-29 歲	39	0.0%	0.0%	2.6%	28.2%	53.8%	15.4%
30-34 歲	50	0.0%	2.0%	8.0%	24.0%	40.0%	26.0%
35-39 歲	36	0.0%	2.8%	8.3%	33.3%	36.1%	19.4%
40-44 歲	25	0.0%	0.0%	12.0%	20.0%	60.0%	8.0%
45-49 歲	11	9.1%	0.0%	9.1%	36.4%	27.3%	18.2%
50 歲以上	12	0.0%	0.0%	8.3%	16.7%	58.3%	16.7%
<b>教育程度#</b>							
國中及以下	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
高中/高職	27	3.7%	0.0%	11.1%	22.2%	44.4%	18.5%
大專/大學	153	0.0%	2.0%	7.2%	26.8%	47.1%	17.0%
研究所及以上	24	0.0%	0.0%	12.5%	41.7%	33.3%	12.5%
<b>婚姻狀況#</b>							
未婚	123	0.0%	2.4%	8.1%	31.7%	40.7%	17.1%
已婚沒小孩	15	0.0%	0.0%	13.3%	26.7%	33.3%	26.7%
已婚有小孩	68	1.5%	0.0%	7.4%	20.6%	54.4%	16.2%
<b>職業#</b>							
白領主管階級	25	0.0%	8.0%	12.0%	12.0%	48.0%	20.0%
白領一般職員	84	1.2%	1.2%	6.0%	32.1%	44.0%	15.5%
藍領主管階級	6	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	66.7%	16.7%
藍領一般職員	39	0.0%	0.0%	5.1%	30.8%	38.5%	25.6%
自營商	2	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%
自由業	6	0.0%	0.0%	16.7%	16.7%	50.0%	16.7%
學生	23	0.0%	0.0%	8.7%	34.8%	47.8%	8.7%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	28.6%	14.3%	42.9%	14.3%
待業中	11	0.0%	0.0%	9.1%	36.4%	36.4%	18.2%

其他，請說明	3	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%
<b>個人月收入#</b>							
19,999 元以下	47	0.0%	2.1%	10.6%	31.9%	38.3%	17.0%
20,000-39,999 元	83	1.2%	1.2%	3.6%	27.7%	44.6%	21.7%
40,000-59,999 元	48	0.0%	2.1%	8.3%	27.1%	52.1%	10.4%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	50.0%	30.0%
80,000-99,999 元	8	0.0%	0.0%	37.5%	25.0%	37.5%	0.0%
100,000-119,999 元	4	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	25.0%	25.0%
120,000-159,999 元	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
160,000 元以上	4	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	25.0%	25.0%
<b>全家的月收入#</b>							
19,999 元以下	11	0.0%	0.0%	9.1%	27.3%	54.5%	9.1%
20,000-39,999 元	28	0.0%	0.0%	3.6%	28.6%	39.3%	28.6%
40,000-59,999 元	35	0.0%	2.9%	2.9%	34.3%	34.3%	25.7%
60,000-79,999 元	39	0.0%	0.0%	15.4%	28.2%	46.2%	10.3%
80,000-99,999 元	28	0.0%	0.0%	3.6%	21.4%	64.3%	10.7%
100,000-119,999 元	26	3.8%	0.0%	7.7%	38.5%	30.8%	19.2%
120,000-159,999 元	16	0.0%	6.3%	6.3%	6.3%	56.3%	25.0%
160,000 元以上	23	0.0%	4.3%	17.4%	26.1%	43.5%	8.7%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 B2\_12。

附表 60 店家的整體滿意度

	次數	非常不同意	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
<b>總次數</b>	206	1	1	6	44	115	39
<b>總百分比</b>	100.0%	0.5%	0.5%	2.9%	21.4%	55.8%	18.9%
<b>性別#</b>							
男	113	0.0%	0.9%	3.5%	24.8%	52.2%	18.6%
女	93	1.1%	0.0%	2.2%	17.2%	60.2%	19.4%
<b>年齡#</b>							
19 歲以下	6	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	33.3%	16.7%
20-24 歲	27	0.0%	0.0%	3.7%	33.3%	55.6%	7.4%
25-29 歲	39	0.0%	0.0%	0.0%	15.4%	66.7%	17.9%
30-34 歲	50	0.0%	0.0%	0.0%	10.0%	60.0%	30.0%
35-39 歲	36	0.0%	0.0%	5.6%	36.1%	38.9%	19.4%
40-44 歲	25	0.0%	4.0%	4.0%	12.0%	64.0%	16.0%
45-49 歲	11	9.1%	0.0%	9.1%	18.2%	54.5%	9.1%
50 歲以上	12	0.0%	0.0%	8.3%	25.0%	50.0%	16.7%
<b>教育程度#</b>							
國中及以下	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
高中/高職	27	3.7%	0.0%	0.0%	25.9%	55.6%	14.8%
大專/大學	153	0.0%	0.0%	2.6%	22.2%	56.2%	19.0%
研究所及以上	24	0.0%	4.2%	8.3%	12.5%	58.3%	16.7%
<b>婚姻狀況#</b>							
未婚	123	0.0%	0.0%	2.4%	23.6%	56.9%	17.1%
已婚沒小孩	15	0.0%	0.0%	0.0%	13.3%	53.3%	33.3%
已婚有小孩	68	1.5%	1.5%	4.4%	19.1%	54.4%	19.1%
<b>職業#</b>							
白領主管階級	25	0.0%	0.0%	4.0%	24.0%	52.0%	20.0%
白領一般職員	84	1.2%	1.2%	1.2%	19.0%	57.1%	20.2%
藍領主管階級	6	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	66.7%	16.7%
藍領一般職員	39	0.0%	0.0%	2.6%	15.4%	59.0%	23.1%
自營商	2	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%
自由業	6	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	50.0%	16.7%
學生	23	0.0%	0.0%	4.3%	39.1%	47.8%	8.7%
家庭主婦	7	0.0%	0.0%	14.3%	14.3%	57.1%	14.3%
待業中	11	0.0%	0.0%	0.0%	18.2%	63.6%	18.2%

其他，請說明	3	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%
<b>個人月收入#</b>							
19,999 元以下	47	0.0%	0.0%	2.1%	27.7%	53.2%	17.0%
20,000-39,999 元	83	1.2%	0.0%	1.2%	14.5%	60.2%	22.9%
40,000-59,999 元	48	0.0%	0.0%	2.1%	29.2%	54.2%	14.6%
60,000-79,999 元	10	0.0%	0.0%	0.0%	10.0%	60.0%	30.0%
80,000-99,999 元	8	0.0%	0.0%	12.5%	37.5%	50.0%	0.0%
100,000-119,999 元	4	0.0%	25.0%	25.0%	0.0%	50.0%	0.0%
120,000-159,999 元	2	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%
160,000 元以上	4	0.0%	0.0%	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%
<b>全家的月收入#</b>							
19,999 元以下	11	0.0%	0.0%	9.1%	36.4%	45.5%	9.1%
20,000-39,999 元	28	0.0%	0.0%	3.6%	17.9%	57.1%	21.4%
40,000-59,999 元	35	0.0%	0.0%	0.0%	17.1%	54.3%	28.6%
60,000-79,999 元	39	0.0%	0.0%	0.0%	30.8%	53.8%	15.4%
80,000-99,999 元	28	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	75.0%	10.7%
100,000-119,999 元	26	3.8%	0.0%	3.8%	19.2%	50.0%	23.1%
120,000-159,999 元	16	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	56.3%	18.8%
160,000 元以上	23	0.0%	4.3%	13.0%	17.4%	47.8%	17.4%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.05$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 20%）。

註 3：原始問卷 B2\_13。

附表 61 地區與各項問項交叉表

	次數	中彰投地區	非中彰投地區
<b>總次數</b>	526	320	206
<b>最常贈買並吃過的店家*</b>	526	60.80%	39.20%
A 廠商	195	29.10%	49.50%
B 廠商	66	15.90%	7.30%
C 廠商	57	12.20%	8.70%
D 廠商	63	13.10%	10.20%
E 廠商	91	17.50%	17.00%
F 廠商	54	12.20%	7.30%
<b>最常光顧購買並吃過這家店的頻率</b>			
一個月 3 次以上	56	11.60%	9.20%
一個月 1-2 次	172	34.70%	29.60%
一~二個月 1 次	127	23.80%	24.80%
二~三個月 1 次	81	16.30%	14.10%
三~六個月 1 次	90	13.80%	22.30%
<b>最喜歡店家裡的產品*</b>			
奶油酥餅系列	161	29.10%	33.00%
鳳梨酥系列	58	6.90%	17.50%
太陽餅系列	30	4.10%	8.30%
伴手禮系列	23	5.30%	2.90%
瓦片薄餅系列	32	7.20%	4.40%
芋頭酥系列	51	8.10%	12.10%
鹹蛋糕	27	6.30%	3.40%
綠豆椪	24	4.70%	4.40%
特色蛋糕/麵包系列	63	15.90%	5.80%
特色糕餅系列	30	7.50%	2.90%
特色手工餅乾/點心	20	4.10%	3.40%
其他特色商品	7	0.90%	1.90%
<b>平均在店內的每次消費金額</b>			
100 元以下	24	3.80%	5.80%
101-300 元	140	28.10%	24.30%
301-600 元	203	37.80%	39.80%
601-900 元	65	12.20%	12.60%
901-1200 元	55	10.90%	9.70%
1201-1500 元	17	2.50%	4.40%

1501-1800 元	10	2.50%	1.00%
1801 元以上	12	2.20%	2.40%
<b>選擇食用的糕餅類製品的類型*</b>			
葷食類	119	18.10%	29.60%
素食類	40	6.90%	8.70%
不拘，都可以	367	75.00%	61.70%
<b>糕餅產業的產品用料要很實在認同度#</b>			
非常不同意	5	0.90%	1.00%
不同意	7	1.60%	1.00%
有點不同意	17	2.80%	3.90%
有點同意	73	12.80%	15.50%
同意	219	38.10%	47.10%
非常同意	205	43.80%	31.60%
<b>糕餅產業產品用料要很天然健康認同度#</b>			
非常不同意	3	0.90%	0.00%
不同意	9	1.30%	2.40%
有點不同意	16	3.80%	1.90%
有點同意	78	14.40%	15.50%
同意	220	37.20%	49.00%
非常同意	200	42.50%	31.10%
<b>糕餅產業生產的產品要很新鮮認同度#</b>			
非常不同意	4	1.30%	0.00%
不同意	5	0.60%	1.50%
有點不同意	13	2.50%	2.40%
有點同意	56	9.40%	12.60%
同意	209	36.30%	45.10%
非常同意	239	50.00%	38.30%
<b>糕餅產業生產的產品要能符合口感認同度#</b>			
非常不同意	3	0.90%	0.00%
不同意	3	0.60%	0.50%
有點不同意	10	2.50%	1.00%
有點同意	92	15.60%	20.40%
同意	250	46.30%	49.50%
非常同意	168	34.10%	28.60%
<b>糕餅產業常推出因應市場流行性的商品認同度#</b>			
非常不同意	2	0.60%	0.00%
不同意	9	1.90%	1.50%
有點不同意	54	10.90%	9.20%
有點同意	139	26.90%	25.70%

同意	210	39.70%	40.30%
非常同意	112	20.00%	23.30%
<b>糕餅產業常推出符合在地性食材的商品認同度#</b>			
非常不同意	4	0.90%	0.50%
不同意	3	0.90%	0.00%
有點不同意	16	3.80%	1.90%
有點同意	95	17.80%	18.40%
同意	258	47.20%	51.90%
非常同意	150	29.40%	27.20%
<b>容易在公開場合看見糕餅產業的相關資訊或店家認同度#</b>			
非常不同意	2	0.60%	0.00%
不同意	9	1.60%	1.90%
有點不同意	34	6.90%	5.80%
有點同意	136	25.60%	26.20%
同意	224	43.10%	41.70%
非常同意	121	22.20%	24.30%
<b>容易對糕餅產業做出自己的意見或回饋認同度#</b>			
非常不同意	1	0.30%	0.00%
不同意	9	1.60%	1.90%
有點不同意	37	6.30%	8.30%
有點同意	157	33.80%	23.80%
同意	217	36.60%	48.50%
非常同意	105	21.60%	17.50%
<b>糕餅產業的味道及口感要有一致的表現認同度#</b>			
非常不同意	7	1.60%	1.00%
不同意	5	1.60%	0.00%
有點不同意	21	5.00%	2.40%
有點同意	90	16.60%	18.00%
同意	264	47.80%	53.90%
非常同意	139	27.50%	24.80%
<b>糕餅產業的服務人員親切和藹，會讓人時常回流購買認同度#</b>			
非常不同意	5	1.60%	0.00%
不同意	6	1.30%	1.00%
有點不同意	16	4.40%	1.00%
有點同意	93	15.30%	21.40%
同意	234	45.00%	43.70%
非常同意	172	32.50%	33.00%

**糕餅產業的行銷活動很頻繁認同度**

非常不同意	5	1.30%	0.50%
不同意	13	2.80%	1.90%
有點不同意	31	7.50%	3.40%
有點同意	119	23.40%	21.40%
同意	217	39.40%	44.20%
非常同意	141	25.60%	28.60%

**糕餅產業所舉辦的行銷活動很優惠、很實在認同度\***

非常不同意	3	0.60%	0.50%
不同意	17	3.80%	2.40%
有點不同意	39	10.30%	2.90%
有點同意	126	24.10%	23.80%
同意	213	38.10%	44.20%
非常同意	128	23.10%	26.20%

**店家產品用料實在認同度#**

非常不同意	6	0.90%	1.50%
不同意	1	0.30%	0.00%
有點不同意	17	4.10%	1.90%
有點同意	89	15.90%	18.40%
同意	261	50.00%	49.00%
非常同意	152	28.80%	29.10%

**店家的產品用料天然健康認同度#**

非常不同意	2	0.60%	0.00%
不同意	7	0.90%	1.90%
有點不同意	22	5.00%	2.90%
有點同意	90	18.40%	15.00%
同意	264	48.40%	52.90%
非常同意	141	26.60%	27.20%

**店家生產的產品很新鮮認同度#**

非常不同意	3	0.60%	0.50%
不同意	1	0.30%	0.00%
有點不同意	18	4.10%	2.40%
有點同意	80	14.70%	16.00%
同意	268	50.30%	51.90%
非常同意	156	30.00%	29.10%

**店家生產的產品符合我的口感認同度#**

非常不同意	3	0.60%	0.50%
有點不同意	12	2.20%	2.40%
有點同意	85	17.50%	14.10%

同意	284	51.60%	57.80%
非常同意	142	28.10%	25.20%
<b>店家常推出因應市場流行性的商品認同度#</b>			
非常不同意	3	0.60%	0.50%
不同意	11	2.50%	1.50%
有點不同意	77	16.90%	11.20%
有點同意	134	25.30%	25.70%
同意	204	38.10%	39.80%
非常同意	97	16.60%	21.40%
<b>店家常推出符合在地性食材的商品認同度#</b>			
非常不同意	1	0.30%	0.00%
不同意	5	0.90%	1.00%
有點不同意	27	6.60%	2.90%
有點同意	120	23.40%	21.80%
同意	259	46.90%	52.90%
非常同意	114	21.90%	21.40%
<b>在公開場合看見店家的相關資訊或店家認同度#</b>			
非常不同意	4	0.90%	0.50%
不同意	10	2.80%	0.50%
有點不同意	44	9.10%	7.30%
有點同意	134	25.00%	26.20%
同意	236	42.20%	49.00%
非常同意	98	20.00%	16.50%
<b>店家的意見箱或顧客回饋機制感到滿意認同度#</b>			
非常不同意	6	1.60%	0.50%
不同意	9	1.90%	1.50%
有點不同意	49	10.90%	6.80%
有點同意	155	30.00%	28.60%
同意	212	36.60%	46.10%
非常同意	95	19.10%	16.50%
<b>店家的味道及口感都有一致的表現認同度#</b>			
非常不同意	3	0.60%	0.50%
不同意	4	0.60%	1.00%
有點不同意	25	5.30%	3.90%
有點同意	92	17.80%	17.00%
同意	280	51.60%	55.80%
非常同意	122	24.10%	21.80%
<b>店家的服務人員親切和藹，在店內消費愉快認同度#</b>			
非常不同意	6	1.30%	1.00%

不同意	6	1.60%	0.50%
有點不同意	29	6.90%	3.40%
有點同意	110	20.60%	21.40%
同意	257	45.90%	53.40%
非常同意	118	23.80%	20.40%
<b>店家的行銷活動很頻繁認同度#</b>			
非常不同意	8	2.20%	0.50%
不同意	10	2.20%	1.50%
有點不同意	53	11.30%	8.30%
有點同意	140	26.60%	26.70%
同意	223	40.60%	45.10%
非常同意	92	17.20%	18.00%
<b>店家所舉辦的行銷活動很優惠、很實在。認同度</b>			
非常不同意	5	1.30%	0.50%
不同意	14	3.40%	1.50%
有點不同意	46	9.10%	8.30%
有點同意	152	29.70%	27.70%
同意	217	39.10%	44.70%
非常同意	92	17.50%	17.50%
<b>店家的整體滿意度#</b>			
非常不同意	2	0.30%	0.50%
不同意	3	0.60%	0.50%
有點不同意	20	4.40%	2.90%
有點同意	116	22.50%	21.40%
同意	280	51.60%	55.80%
非常同意	105	20.60%	18.90%

註 1：\*表示卡方檢定(Chi-Square)達到顯著水準 ( $p < 0.14$ )，亦即該基本資料不同的受測者對此議題的看法明顯不同。

註 2：#表示卡方檢定的結果不適合進行推論（期望值低於 5 之比例大於 29%）。

## 附錄二、問卷

### (一) 消費者行為調查問卷

親愛的小姐、先生，您好：

非常感謝您撥冗填寫問卷，本問卷的目的在於瞭解哪些重要因素是影響糕餅製品之整體發展。由於您的參與及協助，將使本研究進行得更加順利；而您所提供的資料，將僅供研究之用，所填寫的任何資料將絕對保密，請安心填答。這份問卷約需 10-15 分鐘來填答，我們由衷感謝您的合作。

敬祝 身體健康 心想事成

\*\*糕餅製品說明：凡經過烘焙、炊、蒸的麵粉類製品之產品，皆為糕餅類食品。\*\*

104 市調中心 敬上

一、請依您目前購買並食用糕餅食物的習慣，回答下列問題：

A1.請問您曾經【贈買並吃過】下列哪些店家的糕餅食物？(可複選)

- 1.裕珍馨       2.喜利廉       3. 林異香齋       4.沃農士  
 5.國豐喜餅蛋糕       6.瑞典國寶烘焙坊       7.其他：→只勾 7，結束問卷

A2.請問您【最常】贈買並吃過的店家是？

- 1.裕珍馨       2.喜利廉       3. 林異香齋       4.沃農士  
 5.國豐喜餅蛋糕       6. 瑞典國寶烘焙坊

A3.承上題，請問您【最常】光顧購買並吃過這家店的頻率為何？

- 1.一個月 3 次以上       2.一個月 1-2 次       3.一(含)~二個月 1 次  
 4.二(含)~三個月 1 次       5.三(含)~六個月 1 次  
 6.六(含)個月以上 1 次→結束問卷

A4. 承 A2，在您常光顧的店家中，【最常】購買店家裡的哪些產品？(可複選)

1. 奶油酥餅系列    2. 鳳梨酥系列    3. 太陽餅系列    4. 伴手禮系列  
 5. 瓦片薄餅系列    6. 芋頭酥系列    7. 鹹蛋糕    8. 綠豆椪  
 9. 特色蛋糕/麵包系列    10. 特色糕餅系列(紫玉酥、奶香酥、老公老婆餅、肉桂糕、媽祖餅等)    11. 特色手工餅乾/點心    12. 其他特色商品(牛軋糖等)

A4.1. 承 A4，請問您【最喜歡】店家裡的哪項產品？

1. 奶油酥餅系列    2. 鳳梨酥系列    3. 太陽餅系列    4. 伴手禮系列  
 5. 瓦片薄餅系列    6. 芋頭酥系列    7. 鹹蛋糕    8. 綠豆椪  
 9. 特色蛋糕/麵包系列    10. 特色糕餅系列(紫玉酥、奶香酥、老公老婆餅、肉桂糕、媽祖餅等)    11. 特色手工餅乾/點心    12. 其他特色商品(牛軋糖等)

A4.2. 請問您【平均】在店內的每次消費金額為？

1. 100 元以下    2. 101-300 元    3. 301-600 元    4. 601-900 元  
 5. 901-1200 元    6. 1201-1500 元    7. 1501-1800 元    8. 1801 元以上

A5. 您經常透過下列哪些方式得知這家的店家資訊？(可複選)

1. 電視報導    2. 電視廣告    3. 報紙雜誌報導    4. 報紙雜誌廣告  
 5. 戶外廣告看板    6. 街頭傳單    7. 部落客推薦    8. 網路廣告  
 9. 親朋好友推薦    10. 店家活動宣傳    11. 其他，請說明：

A6. 您選擇食用的糕餅類製品多半為哪些類型的食品？

1. 葷食類    2. 素食類    3. 不拘，都可以

A7.請問您目前的居住地為何？

- 1.北北基地區(台北市、新北市、基隆市)
- 2.桃竹苗地區(桃園縣市、新竹縣市、苗栗縣市)
- 3.中彰投地區(台中市、彰化縣、南投縣)
- 4.雲嘉南地區(雲林縣、嘉義縣市、台南市)
- 5.高高屏地區(高雄市、屏東縣)
- 6.東部地區及其他(宜蘭縣、花蓮縣、台東縣及其他地區)

二、請依據您對「糕餅產業」的想法，勾選下列各種因素的【同意程度】。

(此處按照調查歸納的關鍵成功因素衍生而成)

	非常不同意	不同意	有點不同意	有點同意	同意	非常同意
1.糕餅產業的產品用料要很實在，如使用鮮奶等原料製作。	<input type="radio"/>					
2.糕餅產業產品用料要很天然健康。	<input type="radio"/>					
3.糕餅產業生產的產品要很新鮮。	<input type="radio"/>					
4.糕餅產業生產的產品要能符合我的口感。	<input type="radio"/>					
5.這個產業常推出因應市場流行性的商品，如歐式雜糧麵包等。	<input type="radio"/>					
6.這個產業常推出符合在地性食材的商品，如台灣各地食材。	<input type="radio"/>					
7.容易在公開場合看見糕餅產業的相關資訊或店家，如糕餅大會等。	<input type="radio"/>					
8.我很容易對這個產業做出自己的意見或回饋。	<input type="radio"/>					
9.這個產業的味道及口感要有一致的表現。	<input type="radio"/>					
10.這個產業的服務人員親切和藹，會讓我時常回流購買。	<input type="radio"/>					
11.這個產業的行銷活動很頻繁，如時常有特定節日活動、促銷、試吃等	<input type="radio"/>					
12.我認為這個產業所舉辦的行銷活動很優惠、很實在。	<input type="radio"/>					

三、請依據您對「最常購買糕餅店」的想法，勾選下列各種因素的【滿意程度】。

(此處按照調查歸納的關鍵成功因素衍生而成)

	非常 不滿意	不 滿意	有 點 不 滿意	有 點 滿 意	滿 意	非常 滿意
1.這家店產品用料實在，如使用鮮奶等原料製作。	<input type="radio"/>					
2.這家店的產品用料天然健康。	<input type="radio"/>					
3.這家店生產的產品很新鮮。	<input type="radio"/>					
4.這家店生產的產品符合我的口感。	<input type="radio"/>					
5.這家店常推出因應市場流行性的商品，如歐式雜糧麵包等。	<input type="radio"/>					
6.這家店常推出符合在地性食材的商品，如台灣各地食材。	<input type="radio"/>					
7.我容易在公開場合看見這家店的相關資訊或店家，如糕餅大會等。	<input type="radio"/>					
8.我很容易對這家店做出一些意見或回饋。	<input type="radio"/>					
9.這家店的味道及口感都有一致的表現。	<input type="radio"/>					
10.這家店的服務人員親切和藹，在店內消費愉快。	<input type="radio"/>					
11.這家店的行銷活動很頻繁，如時常有特定節日活動、促銷、試吃等。	<input type="radio"/>					
12.我認為這家店所舉辦的行銷活動很優惠、很實在。	<input type="radio"/>					
13.我對這家店的整體滿意度是？	<input type="radio"/>					

四、請問您對「最常購買糕餅店」的建議事項？

請說明：\_\_\_\_\_

五、基本資料：

C1. 您的性別：

1.男     2.女

C2. 您的年齡：

1. 19 歲以下       2. 20-24 歲       3. 25-29 歲       4. 30-34 歲  
 5. 35-39 歲       6. 40-44 歲       7. 45-49 歲       7. 50 歲以上

C3. 您的教育程度：

1. 國中及以下       2. 高中/高職       3. 大專/大學       4. 研究所及以上

C4. 您的目前婚姻狀況：

1. 未婚       2. 已婚沒小孩       3. 已婚有小孩       4. 其他：\_\_\_\_\_

C5. 您的目前的職業：

1. 白領主管階級       2. 白領一般職員       3. 藍領(勞力者)主管階級  
 4. 藍領(勞力者)一般職員       5. 自營商       6. 自由業  
 7. 學生       8. 家庭主婦       9. 待業中  
 10. 其他：\_\_\_\_\_

C6. 您的【個人月收入】：

1. 19,999 元以下       2. 20,000-39,999 元       3. 40,000-59,999 元  
 4. 60,000-79,999 元       5. 80,000-99,999 元       6. 100,000-119,999 元  
 7. 120,000-159,999 元       8. 160,000 元以上

C7. 您【全家的月收入】：

1. 19,999 元以下       2. 20,000-39,999 元       3. 40,000-59,999 元  
 4. 60,000-79,999 元       5. 80,000-99,999 元       6. 100,000-119,999 元  
 7. 120,000-159,999 元       8. 160,000 元以上

~感謝您的作答，問卷到此結束~

## (二) 導入後顧客滿意度調查問卷

### 1. 帕芙琳經典蛋糕

(一)、請問您這次在帕芙琳經典蛋糕購買哪項產品？

- 1.特色蛋糕/麵包系列     2.特色手工餅乾/點心  
 3.其他特色商品(手工冰淇淋等)\_\_\_\_\_

(二)、請問您對這次在帕芙琳經典蛋糕消費的看法？

	非常 不滿意	不 滿意	有 點 不 滿意	有 點 滿 意	滿 意	非常 滿意
1.產品用料實在，如使用鮮奶等原料製作。	<input type="radio"/>					
2.產品用料天然健康。	<input type="radio"/>					
3.產品很新鮮。	<input type="radio"/>					
4.產品符合您的口感。	<input type="radio"/>					
5.這家店常推出因應市場流行性的商品，如歐式雜糧麵包等。	<input type="radio"/>					
6.這家店常推出符合在地性食材的商品，如台灣各地食材。	<input type="radio"/>					
7.這家店的產品資訊是否公開且清楚。	<input type="radio"/>					
8.您能夠很容易對這家店做出一些意見或回饋。	<input type="radio"/>					
9.產品的味道及口感都能有一致的表現。	<input type="radio"/>					
10.這家店的服務人員親切和藹，在店內消費愉快。	<input type="radio"/>					
11.這家店過往的行銷活動很頻繁，常有特定節日活動、促銷、試吃等。	<input type="radio"/>					
12.這家店所舉辦的行銷活動讓您感到很優惠、很實在。	<input type="radio"/>					
13.您對這家店的整體滿意度是？	<input type="radio"/>					

(三)、請問您希望在帕芙琳經典蛋糕未來能推出什麼的產品？

- 1.奶油酥餅系列     2.鳳梨酥系列     3.太陽餅系列     4.伴手禮系列  
 5.瓦片薄餅系列     6.芋頭酥系列     7.鹹蛋糕     8.綠豆椪  
 9.特色蛋糕/麵包系列  
 10.特色糕餅系列(紫玉酥、奶香酥、老公老婆餅、肉桂糕、媽祖餅等)  
 11.特色手工餅乾/點心     12.其他特色商品(牛軋糖等)\_\_\_\_\_

(四)、請問您對帕芙琳經典蛋糕有哪些建議？\_\_\_\_\_

## 2. Amy 美食小舖

(一)、請問您這次在 Amy 美食小舖購買哪項產品？

- 1.特色蛋糕/麵包系列       2.特色糕餅系列(一口酥、牛舌餅等)  
 3.特色手工餅乾/點心       4.其他特色商品(中式餐點等)\_\_\_\_\_

(二)、請問您對這次在 Amy 美食小舖消費的看法？

	非常 不滿意	不 滿意	有 點 不 滿意	有 點 滿 意	滿 意	非常 滿意
1.產品用料實在，如使用鮮奶等原料製作。	<input type="radio"/>					
2.產品用料天然健康。	<input type="radio"/>					
3.產品很新鮮。	<input type="radio"/>					
4.產品符合您的口感。	<input type="radio"/>					
5.這家店常推出因應市場流行性的商品，如歐式雜糧麵包等。	<input type="radio"/>					
6.這家店常推出符合在地性食材的商品，如台灣各地食材。	<input type="radio"/>					
7.這家店的產品資訊是否公開且清楚。	<input type="radio"/>					
8.您能夠很容易對這家店做出一些意見或回饋。	<input type="radio"/>					
9.產品的味道及口感都能有一致的表現。	<input type="radio"/>					
10.這家店的服務人員親切和藹，在店內消費愉快。	<input type="radio"/>					
11.這家店過往的行銷活動很頻繁，常有特定節日活動、促銷、試吃等。	<input type="radio"/>					
12.這家店所舉辦的行銷活動讓您感到很優惠、很實在。	<input type="radio"/>					
13.您對這家店的整體滿意度是？	<input type="radio"/>					

(三)、請問您希望在 Amy 美食小舖未來能推出什麼的產品？

- 1.奶油酥餅系列     2.鳳梨酥系列     3.太陽餅系列     4.伴手禮系列  
 5.瓦片薄餅系列     6.芋頭酥系列     7.鹹蛋糕     8.綠豆椪  
 9.特色蛋糕/麵包系列  
 10.特色糕餅系列(紫玉酥、奶香酥、老公老婆餅、肉桂糕、媽祖餅等)  
 11.特色手工餅乾/點心     12.其他特色商品(牛軋糖等)\_\_\_\_\_

(四)、請問您對 Amy 美食小舖有哪些建議？\_\_\_\_\_

### 3. 哈妮小屋食品行

(一)、請問您這次在哈妮小屋食品行購買哪項產品？

- 1.瓦片薄餅系列                       2.特色蛋糕/麵包系列  
 3.特色手工餅乾/點心               4.其他特色商品(提拉米蘇、鮮奶酪等)

(二)、請問您對這次在哈妮小屋食品行消費的看法？

	非常 不滿意	不 滿意	有 點 不 滿 意	有 點 滿 意	滿 意	非常 滿 意
1.產品用料實在，如使用鮮奶等原料製作。	<input type="radio"/>					
2.產品用料天然健康。	<input type="radio"/>					
3.產品很新鮮。	<input type="radio"/>					
4.產品符合您的口感。	<input type="radio"/>					
5.這家店常推出因應市場流行性的商品，如歐式雜糧麵包等。	<input type="radio"/>					
6.這家店常推出符合在地性食材的商品，如台灣各地食材。	<input type="radio"/>					
7.這家店的產品資訊是否公開且清楚。	<input type="radio"/>					
8.您能夠很容易對這家店做出一些意見或回饋。	<input type="radio"/>					
9.產品的味道及口感都能有一致的表現。	<input type="radio"/>					
10.這家店的服務人員親切和藹，在店內消費愉快。	<input type="radio"/>					
11.這家店過往的行銷活動很頻繁，常有特定節日活動、促銷、試吃等。	<input type="radio"/>					
12.這家店所舉辦的行銷活動讓您感到很優惠、很實在。	<input type="radio"/>					
13.您對這家店的整體滿意度是？	<input type="radio"/>					

(三)、請問您希望在哈妮小屋食品行未來能推出什麼的產品？

- 1.奶油酥餅系列     2.鳳梨酥系列     3.太陽餅系列     4.伴手禮系列  
 5.瓦片薄餅系列     6.芋頭酥系列     7.鹹蛋糕             8.綠豆椪  
 9.特色蛋糕/麵包系列  
 10.特色糕餅系列(紫玉酥、奶香酥、老公老婆餅、肉桂糕、媽祖餅等)  
 11.特色手工餅乾/點心     12.其他特色商品(牛軋糖等)\_\_\_\_\_

(四)、請問您對哈妮小屋食品行有哪些建議？\_\_\_\_\_

## 附錄三、大綱

### (一) 專家訪視成功廠商訪談大綱

大綱方向	大綱子向
A.創業的歷程	創業的火種是?
	創業的準備(產品方面:如何決定產品,產品如何研發,產品研發到上市的時間)
	創業的準備(行銷方面:如何決定品牌(名字),由誰發想)
	創業的準備(人力方面:創業初期的人數多少,主要是哪些職務)
	創業的準備(資金方面:創業初期的資金多少,是否有預備金(多少,資金的來源)
	創業的準備(資材方面:資材的種類,資材的金額)
	創業初期困境/難題
	上述問題如何解決
B.成功關鍵因素	創業初期政府資源運用情形
	先請受訪者定義成功的定義(是指營收到多少?市佔?展店?品牌?其他?)
	總體環境/政府方面(如何運用及如何成功,舉出具體事證,若無則跳過)
	產業方面(如何運用及如何成功,舉出具體事證,若無則跳過)
	產品方面(如何運用及如何成功,舉出具體事證,若無則跳過)
	行銷方面(如何運用及如何成功,舉出具體事證,若無則跳過)
	個人及其他方面(如何運用及如何成功,舉出具體事證,若無則跳過)
綜合上述,哪個關鍵因素是受訪者認為最成功的呢(單選)	
C.未來的挑戰及因應(含政府協助)	看待產業的前景是?(樂觀/持平/悲觀)
	根據上述的判斷,營運策略上有做任何的調整?(加碼展店/招募人力/暫緩投資/西進或南進/裁減人力/調整產品/調整行銷方向/其他等)
	成功關鍵因子判斷是否仍維持不變?若會改變,判斷應該是?
	對於國家主管機關/縣市政府/就服/職訓中心是否有任何建議之處?

## (二) 焦點座談會大綱

大綱方向	大綱子向
創業歷程經驗分享 六家廠商提供之相關資訊	產品方面
	行銷方面
	人力方面
	資材方面
	總體環境／政府方面
成功關鍵因素分享 座談會經驗分享內容	產業方面(未來產業前景評估)
	人力方面(人才供需現況、求才缺口解決方式、受僱員工人數、薪資與工時)
	產品方面(製作過程、原物料的使用，中央工廠的配製)
	行銷方面(網路行銷、口碑行銷、在地文化行銷)
	職業訓練(員工各職缺所需之專業知識與技能、員工職業訓練辦理情形)
未來的挑戰及因應(含政府協助) 其他意見回覆	因應產業前景，營運策略上有什麼調整是必要的？
	成功關鍵因子判斷是否仍維持不變？若會改變，判斷應該是？
	對於國家主管機關／縣市政府／就服／職訓中心是否有任何建議之處？

### (三) 分享座談會大綱

大綱方向	大綱子向
台灣糕餅產業的發展趨勢	產品方面
	行銷方面
	人力方面
	資材方面
	總體環境／政府方面
糕餅消費者購買行為調查結果	品質方面（原料使用、成品品質）
	顧客滿意度（市場趨勢、消費者感覺）
	人員管理、行銷內容
專案導入糕餅業者	三家導入廠商過程
	成果分享

## 附錄四、活動照片

### (一) 六家成功廠商訪談

#### 1. 喜利廉



## 2. 裕珍馨



### 3. 林異香齋



#### 4. 沃農士



## 5. 國豐蛋糕



## 6. 瑞典國寶



## (二) 焦點座談會



### (三) 導入同意書

#### 經營模式改進輔導同意書 - 帕芙琳經典蛋糕店

##### 一、知名度

同意執行 不同意執行

(1) 104 市調中心將會針對帕芙琳經典蛋糕店的特色及主打產品，製作一份 DM，同時置於店面、帕芙琳經典蛋糕店的 Blog 及 104 市調中心網站中呈現。

(2) 104 市調中心將會製作 EDM，並每週針對帕芙琳經典蛋糕店設定的目標客群，對 104 會員進行發放。

(3) 104 市調中心將為帕芙琳經典蛋糕店製作網路廣告版面，並放置於 104 市調中心網站上。

##### 二、消費者感受

同意執行 不同意執行

(1) 104 市調中心將為帕芙琳經典蛋糕店製作一份顧客滿意度問卷，並於導入開始至 101 年 12 月 31 日止，免費提供 104 市調中心問卷平台，讓顧客可以透過網路問卷填寫滿意度問卷。

(2) 104 市調中心將會每月針對顧客滿意度問卷進行統計一次結果，作為消費者回饋指標。

##### 三、行銷內容

同意執行 不同意執行

(1) 104 市調中心提供試吃品專區給帕芙琳經典蛋糕店，並有專人免費提供客製化試吃品行銷規畫之服務。

備註 1：試吃品由帕芙琳經典蛋糕店提供。

備註 2：104 市調中心將提供專屬商品廣告、EDM，另外也提供試吃品試吃後心得給帕芙琳經典蛋糕店使用。

簽名：吳俊輝

日期：101年8月29日

執行單位：104 市調中心

主辦單位：中彰投區就業服務中心

## 經營模式改進輔導同意書 - 哈妮小屋食品行

### 一、知名度

同意執行 不同意執行

(1) 104 市調中心將會針對 Amy 美食小舖的特色及主打產品，製作一份 DM，同時置於 Amy 美食小舖的拍賣頁面及 104 市調中心網站中呈現。

(2) 104 市調中心將會製作 EDM，並每週針對 Amy 美食小舖設定的目標客群，對 104 會員進行發放。

(3) 104 市調中心將為 Amy 美食小舖製作網路廣告版面，並放置於 104 市調中心網站上。

### 二、消費者感受

同意執行 不同意執行

(1) 104 市調中心將為 Amy 美食小舖製作一份顧客滿意度問卷，並於導入開始至 101 年 12 月 31 日止，免費提供 104 市調中心問卷平台，讓顧客可以透過網路問卷填寫滿意度問卷。

(2) 104 市調中心將會每月針對顧客滿意度問卷進行統計一次結果，作為消費者回饋指標。

### 三、行銷內容

同意執行 不同意執行

(1) 104 市調中心提供試吃品專區給 Amy 美食小舖，並有專人免費提供客製化試吃品行銷規畫之服務。

備註 1：試吃品由帕芙琳經典蛋糕店提供。

備註 2：104 市調中心將提供專屬商品廣告、EDM，另外也提供試吃品試吃後心得給帕芙琳經典蛋糕店使用。

簽名：陳惠明

日期：101 年 5 月 20 日

執行單位：104 市調中心

主辦單位：中彰投區就業服務中心

## 經營模式改進輔導同意書 - amy 美食小舖

### 一、知名度

同意執行     不同意執行

(1) 104 市調中心將會針對 amy 美食小舖 的特色及主打產品，製作一份 DM，同時置於 amy 美食小舖 的商店街頁面及 104 市調中心網站中呈現。

(2) 104 市調中心將會製作 EDM，並每週針對 amy 美食小舖 設定的目標客群，對 104 會員進行發放。

(3) 104 市調中心將為哈妮小屋食品行製作網路廣告版面，並放置於 104 市調中心網站上。

### 二、消費者感受

同意執行     不同意執行

(1) 104 市調中心將為 amy 美食小舖 製作一份顧客滿意度問卷，並於導入開始至 101 年 12 月 31 日止，免費提供 104 市調中心問卷平台，讓顧客可以透過網路問卷填寫滿意度問卷。

(2) 104 市調中心將會每月針對顧客滿意度問卷進行統計一次結果，作為消費者回饋指標。

### 三、行銷內容

同意執行     不同意執行

(1) 104 市調中心提供試吃品專區給 amy 美食小舖，並有專人免費提供客製化試吃品行銷規畫之服務。

備註 1：試吃品由 amy 美食小舖 提供。

備註 2：104 市調中心將提供專屬商品廣告、EDM，另外也提供試吃品試吃後心得給 amy 美食小舖 使用。

簽名： 林云夏

日期： 10/ 年 8 月 30 日

執行單位：104 市調中心

主辦單位：中彰投區就業服務中心

## (四) 導入、試吃會

# 台中地區糕餅產業

## 成功因素暨創業個案應用實例

**免費試吃會**  
**限時二小時**  
**哈妮小屋**  
 邀請試吃下午茶!  
 10/27(六)下午14:00-16:00  
**限量供應**

注意事項：  
 1. 本活動試吃品由哈妮小屋食品行提供  
 2. 上述點心圖片僅供參考，實際試吃品以現場準備的點心為主

主辦單位：行政院勞工委員會職業訓練局中彰投區就業服務中心  
 執行單位：一零四學習科技股份有限公司

## 台中糕餅甜點

# 新食力

台灣中部的糕餅文化遠近馳名，經過近幾年，糕餅業者持續研發創新產品，以迎合時代演進的潮流需求，來滿足消費者健康又挑剔的頂級老饕。美食點心的誘惑，不論是男女都無法抵擋這股說不出的力量，就讓我們每一天生活從美味甜點開始～

### 哈妮小屋食品行

夢想美味的滋味～哈妮小屋食品行  
 一個女生的夢想，從小夢想自己可以烘出出色香味美的蛋糕糕餅讓大眾品嚐，蛋糕手工餅乾不添加防腐劑、香精、色素及其他添加物。因為堅持產品的新鮮度所以蛋糕才開始製作，希望以新鮮口感帶給所有消費者最健康又美味的選擇。  
 如果你也曾經有過這樣的夢想，不妨吃吃哈妮小屋美味甜點，讓你的夢想成真！  
 電話：04-25634780

### 帕芙琳經典蛋糕店

充滿幸福滋味～帕芙琳經典蛋糕店  
 創始源自主人家於真日本十年擁有感而發的開了這家充滿夢想的經典蛋糕店，原料大部分以國外進口的原料為主，手工製作創製美味在這種製品中獨得，滿足創意的注入更希望提供一處舒適溫馨的環境來滿足朋友好伴侶好伴侶的蛋糕與茶，那裏是一處溫馨或冰品也可以好好坐下品嚐一番，口味洋溢著幸福的滋味。  
 地址：台中市大甲區三民路145號  
 電話：04-26860890

### Amy美食小舖

健康養生素食滋味～Amy美食小舖  
 主人地第12年，喜歡簡單生活、開心、認真過日子，希望每天過的人，都是一個幸福！  
 秉持簡單、健康理念開發各種食品，希望透過食物來傳遞健康與幸福，讓每位愛吃的朋友，讓大家每天都能吃到健康、健康生活。  
 Yahoo奇摩拍賣：Amy美食小舖

104市調中心由一零四資訊科技股份有限公司創設 總機電話：02-29126104#8326  
 本網內容文字若有版權，禁止複製、違者必究。© 2001-2012 104 Corporation All Rights Reserved

用 i 用 中立、精準的試用報告

市調中心 | i用大調查 | iCF 廣告測試 | 會員電子報 | 線上求助 | Q&A

i用首頁 | i用搶沙發 | i用看心得 | 關於i用標章 | 企業會員專區

滑手找i用 熱門關鍵字：是芥末日 試用說明 大影評家

-- 找類別 -- -- 找品牌 -- 搜尋

美妆保養  
彩妝 | 保養 | 醫美

食品飲料  
零食 | 飲料 | 速食包

3C設備  
滑鼠 | 小物品 | 隨身碟

居家保養  
保健 | 補品 | 維生素

線上試用  
軟體 | 線上遊戲

## 台中糕餅甜點 新食力

### 幸福美味一起品嚐去

立即享

新食力 是芥末 留言免

Image

GRANGE舒活修護精油膏

登入 / 加入會員

- i用提供一個公正、中立的試用品平台
- 精準與不重複試用對象
- 中立公正報告、產品頒發 認證標章
- 企業品牌行銷最佳管道

登入 加入會員

我無法登入 i用使用條款

i用報馬仔

- i用大哉問，馬上報你知
- 2012是芥末日活動開跑囉!
- 加入市調粉絲團，好康訊息無限

i用搶沙發 > 搶更多i用沙發

HOT 《最新上架》 試用品名：「永不放棄」

HOT 《最新上架》 試用品名：「哈妮小屋食」

## (五) 分享座談會



104 市調中心

### 臺中糕餅產業 成功模式 分享座談會



時間	主題/主講者
09:40-10:00	與會者報到
10:00-10:05	主持人開場
10:05-10:20	貴賓致詞 中彰投就業服務中心長官 台中地區糕餅公會理事長 周子良
10:20-11:00	創業成功之路-計畫調查目的說明及調查成果報告 計劃主持人 104廣告暨市調營運處營運長 蔡家昌
11:00-12:00	創業成功經驗分享 什備道餅行創辦人 黃一樺
12:00-13:30	中午休息
13:30-14:10	讓產品幫你說故事-品質與關鍵成功因素 沃農士創辦人 吳聰朝(阿聰師)
14:10-14:50	成功就在細節裡-用心管理找出關鍵成功因素 瑞興國寶總經理 許瑞典
14:50-15:10	中場休息
15:10-16:00	爆紅的行銷法則 掌握市場趨勢，抓到消費者購買的關鍵成功因素 東海大學推廣部 鄭寶蓮老師
16:00-16:30	Q&A、會議結束

主辦單位  
行政院勞工委員會職業訓練局中彰投區就業服務中心

執行單位  
一零四學習科技股份有限公司



