

投稿類別:餐飲管理科

篇名：

主題餐廳-女僕咖啡館

作者：

周士博。私立三信家商。高三 23 班

張懷中。私立三信家商。高三 23 班

指導老師:

田琳

壹●前言

一、研究動機

在日本國家建立一款遊戲並且以角色扮演的特色在現實當中呈現出來，吸引大多男性朋友的店面，並且用女僕的女服務員當作是店裡的活招牌，服務品質和女僕服務人員的特色結合出此餐廳的特有的招牌，此餐廳的舒適感和整體都蠻不錯的，用餐的時間也均沒限制，這樣吸引了大眾的喜愛與光顧。

主題式餐廳、是讓我印象深刻的餐廳、不管在平面媒體、報章雜誌、都有他的文章，為什麼主題式餐廳讓人那麼好奇，那麼吸引人羣、則他和其他餐廳最大不同之處在哪呢？也因此引起我們的興趣想深入探討、了解女僕餐廳的經營型態、行銷手法及消費族群，這正是我們選擇女僕餐廳的原因。

二、研究目的

- 1、何謂主題餐廳？
- 2、探討主題餐廳與一般餐廳的差異性。
- 3、探討主題餐廳為何如此吸引消費族群上前消費。

三、研究方法

- 1、文獻探討（蒐集網路以及書籍一切相關資訊）。
- 2、實地勘查（親自體驗主題餐廳，感受店內氣氛）。
- 3、SWOT 分析（女僕餐廳的優劣勢分析）。
- 4、問卷調查（藉由發放問卷了解消費者型態）。

四、研究流程



貳●正文

一、何謂主題餐廳？

主題餐廳 (Theme Restaurant) 主要是透過裝飾布置和娛樂安排，追求某一特定的主題風格，創造一種用餐氛圍招攬顧客 (張世琪，2003)。黃瀾英(2002)指出主題餐廳特點絕不僅僅侷限於「主題」。一般來說一個相對成熟的主題餐廳應具備：(一) 鮮明的主題特色、(二) 濃厚的文化意涵、(三) 高利潤、高風險、(四) 專門化的從業人員、(五) 個性化的消費對象、(六) 忠誠型的客源等六項特色。

二、探討主題餐廳與一般餐廳的差異性

(一)、主題餐廳

主題餐廳所重視的是消費者在此環境中所獲得的感受，強調裝潢及布置，特別的燈光效果，有別於一般的餐廳，強調以餐廳為主要行銷方式。坐在主題式餐廳那享受著餐廳那的氛圍，擺脫生活上的壓力，好好的放鬆，雖然在主題式餐廳多位於都市那，但有別於都市的繁忙步調，餐廳那悠閒的腳步，給了都市人一個放鬆的空間。

- 1、主題餐廳的服務：服務人員以誠實、真誠、有自信、容易親近等表現。
- 2、主題餐廳的裝潢：主題餐廳的體驗媒介確實影響餐廳顧客之消費價值，其中以餐廳內之燈光、音樂、佈置、色彩運用等「實體環境設計」影響顧客的感受最深。
- 3、主題餐廳的服務人員：女僕咖啡廳與一般餐廳最大的差異在於服務人員並非「服務生」，而是「女僕」，有別於一般以服務為目的，女僕餐廳的女僕服務生可以和消費者互動。

(二)、一般餐廳

一般餐廳只求於餐點品質與味覺上，但是對於現在的消費者需求意識提高，不只追求於餐廳上的品質與味覺，消費者本身希望能夠有更高的消費品環境，更希望於有特別於一般餐廳的感覺；於是在市場上有這種需求的反應，所以才會產生主題餐廳的存在。

- 1、一般餐廳之服務：一般餐廳人員雖然不會穿像女僕一樣把您當作主人服侍，但在服務方面的態度也不打折。

2、一般餐廳之裝潢：每家店家有著個人特色，但卻沒有主題餐廳來的精緻，降低各個價值活動的成本，餐廳在設備、規格與色調上都採用相當一致的設計，因此在維護與重置的成本較低。

3、一般餐廳之服務人員：服務品質大部份決定於員工的服務態度與水準，配合對員工專業知識與服務態度的教育訓練，來確保服務品質。藉著競賽和活動及教育訓練激勵員工，提昇服務品質。

三、探討主題餐廳為何如此吸引消費族群上前消費

(一)、主題餐廳經營型態

在經營方面有著優質的餐飲產品品質，出色的餐飲服務品質，舒適的餐飲環境品質。定期更換菜單菜色與用餐主題，在高品質食材及口感的堅持與用心之外餐廳環境上的創新與突破也是一大因素。通常經營者會把自身多年收藏品與構想巧思裝扮用餐環境表現自己的想法，更將那個屬於他自己或同輩的美好時代與客人分享，吸引客人，以最愉快的心情用餐。

(二)、主題餐廳行銷手法

靠著銷售推廣、節慶(萬聖節、聖誕節)會有活動及折扣之優待。另外開發新產品，例如每月一樣新菜色、新飲品以非常便宜的品嚐價來優惠消費滿額的客人，媒體、網路傳利用媒體報導網路、網拍折扣，網路美食達人部落格美食口耳相傳推薦建立口碑，以提高曝光度來增加銷售量。引起好奇心而使顧客進入店裡，這就是主題餐廳最強、最有效的廣告宣傳。

為了讓大家進一步了解到為何主題餐廳為何如此吸引人群，我們引用了 Beardswort 和 Bryman (1999) 兩位以主題餐廳為研究主題的學者，從學術的角度下一個定義：『主題餐廳是指一個採用各種無關吃喝活動的綜合體來裝飾他自己的用餐場所』(註一)為此集結了各書籍及網站資訊收集資料說明以下幾點讓大家了解。

1、消費者有些注重於「吃」、品嚐與其他餐廳不同口感，但也有人注重於外觀擺設所帶給客人的觀感。

2、餐廳擺設、一些小細節、物品、燈具、裝潢、藝術品、Logo 商標、女僕服裝、空間擺設道具、餐點樣式。

3、在選擇店面環境上、給客人的方便性、地理位置相當重要、許多細節也必須讓客人接受。

4、餐點餐飲、多數菜名有些夢幻、價格也不便宜、好吃的成分也佔大多數、也為此吸引許多第一次來的客人。

主題式餐廳的產品包刮簡餐、點心以及飲料等料理，分量不多但是價位較高。其產品之所以能將價位定在較高的原因是：雖然餐廳多位於都市，但是主題式餐廳與一般餐廳不同之處在於其餐廳內部的裝潢及氣氛，主題式餐廳強調的是消費者在消費時所獲得的感受而不是餐點給人的滿足感。

我們從書上發現出脫夫勒書在 1970 年未來的衝擊中，指出：『服務業最終會超過製造業，體驗生產又超過服務業』。現在許多企業不僅提供服務與商品，也更注重顧客享受商品與服務的體驗，為讓顧客留下印象，更以服務作為招牌，商品為素材，讓消費者創出回憶與高附加價值經濟。（註二）

- 1、體驗經濟的靈魂或是主題思想核心是主題餐廳
- 2、主題餐廳提供了消費者追求自身體驗價值的消費理念
- 3、價格也是影像消費者消費的意願

為何消費者會想到女僕主題餐廳消費,根據消費心理學中-消費者的行為來看，人類的消費行為也受到人與情境的影響，以馬斯洛的需求層次，消費者的需求類型與產品的類別、消費感受和期待之間是有關聯性，以下圖表為馬斯洛需求動機理論（表 1）



從最底層的生理，食是最為基本，主題餐廳讓人體驗到窩心的服務，心理和生理都感到放鬆安全，用餐中能和女僕彼此交談、玩遊戲增進友誼、人際關係—愛與歸屬，在餐廳裡女僕會稱顧客為主人隨時為你服務，顧客的心理會產生滿足和優越感—尊重、自我實現。綜合以上可知每位消費者去女僕主題餐廳所尋求的滿足和需要不盡相同，有的去釋放壓力，有的則想滿足自我的優越感，原因包羅萬象，各種都有。

1、「生理需求」：提供餐飲產品滿足客人生理需要。生理需要是維持人類自身生存的基本需要，是人類最原始、最基本的需要。如衣、食、住、行的需要。而餐飲服務中為客人提供的有形產品，如精緻的餐點、飲料、水就滿足了客人最基本的生理需要。則女僕服務生熱情的服務態度以及一些貼心的舉動讓客人心靈上感受到舒適就是無形的產品，凡事都想在客人前面。

2、「安全需求」：這是人類要求保障自身安全，客人需要餐廳保證食品安全等方面來滿足自身安全需要，如果餐廳位置、周遭不夠安全，或是有一些社會不法分子光顧，客人就會對自己的安全擔憂，此外餐廳一但傳出發生問題，那麼客人也不敢光顧這家餐廳了，設施完善、公共安全、才能消費安心與吃的開心。

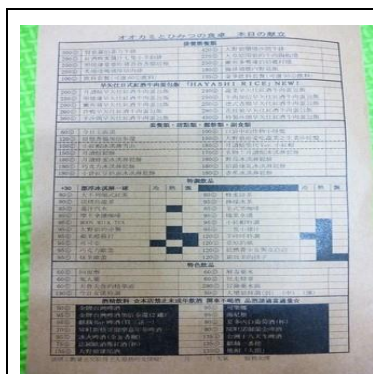
3、「愛與隸屬的需求」：餐廳員工用真誠熱情的服務來滿足客人愛與隸屬的需求，從而使其產生賓至如歸感。比如餐廳服務員用關注的目光錶達對客人的重視，客人在點餐時仔細聆聽以及貼心的倒茶和馬上發現客人的需要。

4、「自尊/重視需求」：餐廳員工對客人發自內心的尊敬，使其感到自己很重要，比如稱呼客人的名字，問候他們的家人或工作情況等，就是一種滿足客人尊重的需要方式。

5、「自我實現的需求」：豐富的餐飲文化來滿足客人對求知的需要，包括餐飲企業文化與餐飲產品文化，精緻的餐具、優雅的用餐氛圍、來滿足客人對審美的需要。超越客人期望，為客人創造“高峰體驗”，使客人達到自我實現的需要。

馬斯洛認為：在人自我實現的創造性過程中，會產生出一種所謂的“高峰體驗”的情感，這個時候是人處於最激盪人心的時刻，是人存在的最高、最完美的狀態，這時的人具有一種欣喜若狂的感覺。比如對久違的客人能準確叫出名字及說出他所喜愛的菜餚。

(三)、主題餐廳實地勘查與店家拍攝



(圖一) 店內餐點菜單



(圖二) 店門口拍攝

| | |
|--|---|
|  |  |
| (圖三) 店內擺設 | (圖四) 裝潢佈置 |
|  |  |
| (圖五) 內用飲品 | (圖六) 月讀館冰淇淋鬆餅 |
|  |  |
| (圖七) 起司咖哩蛋 | (圖八) 速食類 |

(自行拍攝店內照片)

四、市場 SWOT 分析

還是站有不少優勢，尤其他們除了有專屬的部落格，甚至還有自製的影片和專屬電台，也依照節日推出不同活動主題例如聖誕節、萬聖節...等，都吸引不少好奇的客人上前消費，現今的社會消費者講求不只在於餐點，也注重服務品質、用餐環境，女僕餐廳的無菸環境和溫馨的氣氛，也是讓許多消費者選擇女僕咖啡廳的一部分原因

分析極為優劣危機綜合的分析法，是一種企業競爭的分析方法，也是市場經營的基礎分析方法之一，通過評價企業的優勢(Strengths)、劣勢(Weaknesses)、競爭市場上的機會(Opportunities)和威脅(Threats)，再製定企業的發展戰略前對企業進行深入全面分析以及競爭優勢的地位。

(一)SWOT 圖表分析

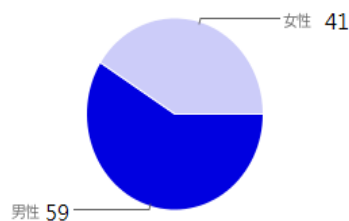
| 優勢 (Strengths) | 劣勢 (Weaknesses) |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ● 餐點多元化，新鮮感度高，讓顧客有不同的用餐感受。 ● 餐廳佈置創意獨特，有視覺上的享受。主題特別容易吸引顧客 ● 杯墊、菜單均有主題性設計 ● 裝潢擺設獨樹一格 | <ul style="list-style-type: none"> ● 新鮮感既是優勢也是劣勢，當客人嚐鮮的感覺消失，也就很難在上門光臨。 ● 停車較不方便。 ● 無開放預約 ● 餐內空間偏小、座位不多 ● 簡餐類口味過於平凡 |
| 機會 (Opportunities) | 威脅 (Threats) |
| <ul style="list-style-type: none"> ● 做好內部管理控制，來製造更多機會。 ● 消費者服務意識高，重視服務品質。 ● 外食人口增加。 ● 消費族群年輕化，消費能力強。 | <ul style="list-style-type: none"> ● 同業的威脅 ● 雖然位於繁華地帶，但不易發現 ● 附近商圈競爭多 ● 顧客偏好不同 |

主題類型餐廳、設計者通常把他們所想像與設計、真實與具體化，顧客走進店內感受到那前所未有的環境方式、也學習到與認識主題類餐廳與一般餐廳所不同之處、主題類型餐廳，不光是在外觀、擺設、裝潢內部，與其他小細節都讓人知道他們所用心，整體感覺都充滿讓人好奇之處，使客人享受不一樣服務方式。

(二) 問卷分析

此次問卷發放地點為人多繁華的高雄火車站附近的女服主題餐廳外面，問卷為 105 份收回 100 份回收率 100%

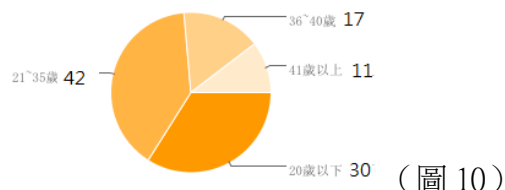
到女僕主題餐廳消費的性別



(圖 9)

為什麼男性比女性高呢？簡單來說就是男性是雄性，主題餐廳內雌性較多，所以雌的吸引雄的。

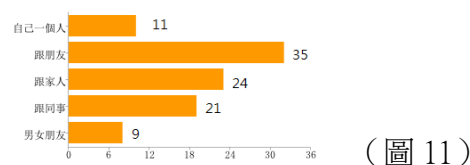
消費者的年齡層



(圖 10)

分析：根據（圖 9 與圖 10）女僕餐廳消費者大多數以男性為主，則年齡層來看 20 歲以下與 21 歲~35 歲居多，占了 72% 以年輕族群為高

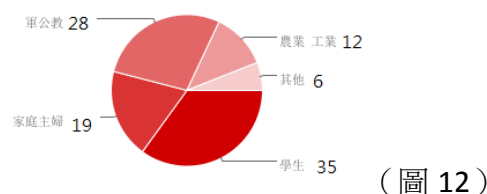
平常去女僕餐廳消費是跟朋友去



(圖 11)

分析：（圖 11）的消費族群都是結伴與朋友一起去女僕餐廳用餐消費，有的是一群男性或是學生族群、也有的是跟同事一塊吃飯、跟家人一起聚會、或是男女朋友一起

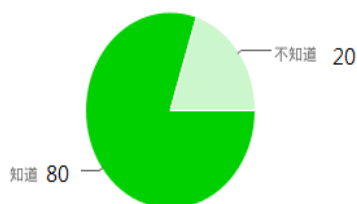
女僕餐廳用餐客人職業



(圖 12)

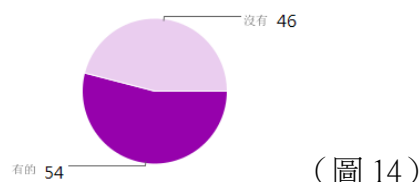
分析：以圖 12 來說，學生族群較多、主題餐廳果然受到大部分年輕族群所喜歡，其他多數家庭主婦是跟家裡的孩子與朋友同事依同來用餐，其比例也蠻高

對於是否知道女僕餐廳



(圖 13)

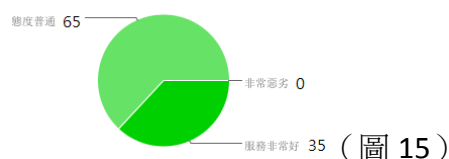
是否去過女僕餐廳



(圖 14)

圖 13、14 還是有客人知道女僕餐廳但是沒有上前消費過

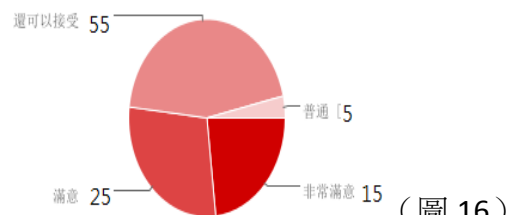
對於店內服務人員為您解說餐點時的態度呢？



(圖 15)

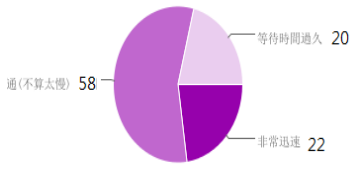
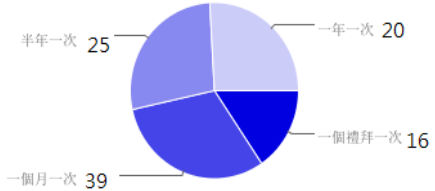
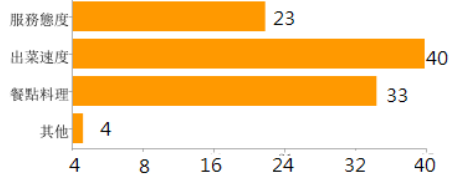
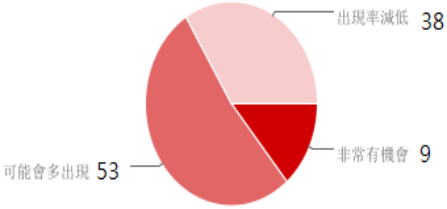
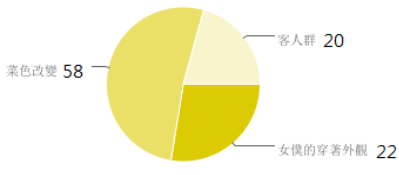
女僕餐廳的服務態度讓客人覺得還不賴，收集問卷時多數男學生、男性也說

對於店內餐點所滿意度



(圖 16)

多數消費者覺得菜色還可以接受以及普通和滿意，但非常滿意這點就有點少，主

| | |
|---|--|
| <p>服務態度好下次還會去</p> <p>那女僕餐廳店內出菜速度呢？</p>  <p>(圖 17)</p> <p>此圖還是有客人覺得等待時間過於長久，也有客人說是因為人太多導致出菜緩慢，但服務人員的服務態度不會因此下降。</p> | <p>題餐廳可以在菜色方面多加強</p> <p>平均多久去一次女僕餐廳</p>  <p>(圖 18)</p> <p>有些客人只為了嘗鮮去一次後就不在消費，則還是有學生族群偶爾辦個聚會上前消費。</p> |
| <p>您覺得主題式餐廳與一般餐廳最大差異在哪？</p>  <p>(圖 19)</p> <p>這邊比較多人認為主題餐廳出菜速度跟一般餐廳有差異，也有客人認為他們花多餘的心力在裝潢擺設卻沒有再出菜上用點心力。</p> | <p>那台灣會出現更多的主題類型餐廳嗎</p>  <p>(圖 20)</p> <p>這邊大家還不敢說會再出現更多家，大家也知道會有同業的競爭性，而且大家大部分是為了好奇心才上前消費，所以出現率逐漸減低。</p> |
| <p>您覺得以後女僕餐廳會有甚麼大大的改變</p>  <p>(圖 21)</p> <p>這裡大家認為餐點類會在改變，如果餐廳的餐廳老是同一個，那當然就沒有客人會消費第二次，除非你的東西好吃到讓人會再去一次</p> | |

參●結論

由這次專題所探討女僕餐廳，了解體驗是指給顧客一個能夠觸動情感、心思，讓顧客從生活與情境的體驗當中享受消費賦予他們美好的經驗，而體驗的重點是讓消費者可以留下深刻的回憶表示消費者在主題餐廳的體驗感受，隨著店家給予

的形象、消費者對主題餐廳的期望在認知品質、價值方面下，影響消費者的整體滿意度，讓消費者感到滿意且願意再一次消費，且推薦給其他人。

消費者看法方面，多數消費者因為參加聚會，而進入主題餐廳消費。對餐廳的第一印象而言，極大多數的消費者感覺新奇，新奇是搶先吸引消費者注意的最大優勢。現在社會上，人與人之間的關係越來越疏離，老闆藉著他的興趣收藏和餐飲開一間餐廳，來拉近現代忙碌人的距離。

主題經營忌諱脫離主題的形式主義。主題體現於形式，形式表現主題。主題作為經營的核心內容，貫穿了經營者對品位的追求與品質的追求。在激烈的市場競爭中，產品市場生命週期逐漸縮短，經營方式在不斷地推陳出新，新穎獨特的主題專案若不經常改進和發展，很快就會失去亮澤而被擠出市場。突出主題經營開放性特徵，創新和提高是主題經營的常青之本。餐飲服務的物件是食客，創新的關鍵是提供給消費者新的感受。

●引註資料

1. 黃瀏英(2002)。主題餐廳設計與管理。台北市：揚智文化
2. 註一、<http://myemail.tut.edu.tw/~c01380365/hw2-17.pdf>
3. 註二、劉峻岷(2006)。服務創新、情緒體驗與忠誠意圖之關係-以主題餐廳為例。輔仁大學管理學研究所。