

國立臺東大學文化資源與休閒產業學系

碩士論文

指導教授：施孟隆 博士



研究生：賴玟菁 撰

中華民國一〇六年八月

國立臺東大學文化資源與休閒產業學系

碩士論文



研 究 生： 賴玟菁 撰

指導教授： 施孟隆 博士

中華民國一〇六年八月

國立臺東大學
學位論文考試委員審定書

系所班：文化資源與休閒產業學系

本班 賴玟菁 君

所提之論文 親子餐廳吸引力之研究

業經本委員會通過合於



碩士學位論文

條件



博士學位論文

論文學位考試委員會：

黃炳文

(學位考試委員會召集人)

彭克仲

施孟隆

(指導教授)

論文學位考試日期：106 年 8 月 4 日

國立臺東大學

附註：本表一式二份經學位考試委員會簽名後，分別送交系所辦公室及註冊組存查。

國立臺東大學博、碩士學位論文授權書

本授權書所授權之論文為本人在 國立臺東大學 文化資源與休閒產業學系(所)

106 學年度第 1 學期取得 碩士 學位之論文。

論文名稱：親子餐廳吸引力之研究

本人具有著作財產權之論文全文資料，授權予下列單位：

同意	不同意	單 位
☐	☒	國家圖書館
☒	☐	本人畢業學校圖書館
☐	☒	與本人畢業學校圖書館簽訂合作協議之資料庫業者

得不限地域、時間與次數以微縮、光碟或其他各種數位化方式重製後散布發行或上載網站，藉由網路傳輸，提供讀者基於個人非營利性質之線上檢索、閱覽、下載或列印。

☐同意 ☒不同意 本人畢業學校圖書館基於學術傳播之目的，在上述範圍內得再授權第三人進行資料重製。

電子檔公開時程

立即公開	一年後公開	二年後公開	三年後公開
			☒

☐本論文為本人向經濟部智慧財產局申請專利(未申請者本條款請不予理會)的附件之一，申請日期： 年 月 日，文號為： ，請將紙本全文資料延後半年再公開。

上述授權內容均無須訂立讓與及授權契約書。依本授權之發行權為非專屬性發行權利。依本授權所為之收錄、重製、發行及學術研發利用均為無償。上述同意與不同意之欄位若未勾選，本人同意視同同意授權。

指導教授姓名：施 孟 隆 (親筆簽名)

研究生簽名：賴 玟 菁 (親筆正楷)

學 號：5110410 (務必填寫)

日 期：中華民國 106 年 8 月 9 日

1. 本授權書(得自 <http://www.lib.nttu.edu.tw/theses/> 下載)請以黑筆撰寫並影印裝訂於書名頁之次頁。

2. 依據 91 學年度第一學期第一次教務會議決議：研究生畢業論文「至少需授權學校圖書館數位化，並遲於三年後上載網路供各界使用及校內瀏覽。」

授權書版本:2013/11/14

誌謝

碩士生活即將步入尾聲，兩年前在因緣際會之下來了台東大學讀研究所，開始了邊工作、邊讀書、邊照顧家庭的生活，甚至暑假上課時還要帶著寶貝女兒一同前往，剛開始還擔心這樣的情況，我有辦法完成學業嗎？但是台東大學提供了許多友善「有家庭研究生」的服務措施－不但解決住宿問題，我在上課時，孩子還能參加夏令營，讓我無後顧之憂。碩班的生活真的是豐富精彩，一路上受到許多的幫助，才能完成這最後這一哩路。

首先，我要謝我的指導教授施孟隆老師，總是十分的包容我們，並在我們需要幫忙的時候伸出援手，還常常帶我們享用美食以補充消耗的精神與體力，更謝謝老師在我們灰心時給予許多鼓勵，讓我們可以順利完成論文。再來，也十分感謝兩位口委教授黃炳文老師與彭克仲老師，對於論文給予許多寶貴與實用的建議，幫助我對於論文的寫作能更完整，感謝老師們的指導與協助。

兩年三個暑假的碩士生活，謝謝導師蔡進士老師的包容與協助，以及系主任張凱智老師的情義相挺，還有陳盈如老師對於論文寫作技巧的指導；很榮幸能認識來自四面八方的同學，感謝你們的善良、包容與幫助，何其有幸能認識大家，這是在職進修的最大收穫，我們一起歡笑、一起成長、互相鼓勵，那些美好的回憶我會銘記在心，因為你們，讓我有力量完成學業。畢業即將來臨，感謝「施杯組」的夥伴們－惠菲、鈞銘、均徽的一路相伴，有你們的加油與鼓勵，還有我們一同經歷的奮鬥過程，期望我們最終都能達陣！

最後，感謝我親愛的家人一路的支持，尤其是我的寶貝女兒，總是給我鼓勵、加油、陪伴和力量，她是我一路堅持下去的動力；希望碩士生活的結束並不是這一切緣分的終點，而是我與老師、同學、朋友們的緣分及生活的另一個起點與延續！感謝一路上所有幫助我的人，祝福你們健康、平安。

親子餐廳吸引力之研究

賴玟菁

國立台東大學文化資源與休閒產業學系

中文摘要

近年來由於經濟型態改變、婦女就業率提高，衝擊了家庭的傳統飲食習慣，在家裡烹飪三餐甚至一餐的機率大幅下降，親子外食機率大增；此外，家庭結構變化及少子化使得子女成為家庭的中心。因此，許多餐飲業者逐漸開設了友善兒童或考慮親子互動的親子餐廳，這類型的餐廳近年在台灣如雨後春筍般地開設，雖然面對龐大親子餐廳的消費商機，但目前關於親子餐廳的研究仍十分稀少，故本研究以親子餐廳為主題，目的在研究親子餐廳吸引力，藉此探討親子餐廳的營運策略，以幫助親子餐廳業者在激烈的市場中找到維持競爭優勢的關鍵因素。本研究藉由國內外文獻資料的彙整及專家的修訂以建立層級架構，接著遴選對親子餐廳或相關經驗豐富之產業界、公部門、學界專家實施專家問卷，最後採層級分析法。期望透過研究設計與實證結果，建立親子餐廳吸引力關鍵要素並獲得一套經營親子餐廳之客觀的決策層面與評估因素，以提供親子餐廳業者做為日後營運方向之建議與參考。

關鍵字：親子餐廳、吸引力、層級分析法

A Study on the Attractiveness of Parent-Child Restaurant

Wen-Ching Lai

Graduate Student, Department of Culture Resources and Leisure Industries

ABSTRACT

In recent years, as a result of changes in economy and the increase in the employment rate of women, traditional dietary habits vary. The probability of cooking at home three meals a day or even a meal declines while the probability of parent-child eat-out increases. In addition, because of changes in family structure and the demographic dilemma, catering industry gradually open kid-friendly restaurant or the parent-child restaurant considering the parent-child interaction. Recently, the number of parent-child restaurants in Taiwan has sprung up. In face of the huge business opportunities of parent-child restaurant, we, unfortunately, have insufficient studies about the parent-child restaurant. The theme of my research on the parent-child restaurant aims to study the attractiveness of the parent-child restaurant so as to explore the parent-child restaurant business strategy, helping the parent-child restaurant industry to find the key to maintaining competitive advantage in a fierce market. This thesis is based on the compilation of domestic and foreign research as well as the revision of experts to establish the classes and components. Then the study selects related experienced industry, public sector and academic experts about the parent-child restaurant to answer the expert questionnaire by adopting the Analytical Hierarchy Process(AHP) . It is hoped that through the study design and empirical results, the components of attractiveness of the parent-child restaurant, the decision-making level and assessment factors of the parent-child restaurant will be established. This study can be suggestions or references for the future operation of the parent-child restaurant industry.

Keywords: parent-child restaurant, attractiveness, AHP

目錄

第一章 緒論.....	1
第一節 研究背景與動機.....	1
第二節 研究目的.....	4
第三節 研究範圍與限制.....	4
第四節 名詞解釋.....	5
第五節 研究流程.....	5
第二章 文獻探討.....	7
第一節 親子餐廳.....	7
第二節 吸引力.....	10
第三節 親子餐廳經營吸引力探討.....	13
第三章 研究方法.....	20
第一節 研究方法.....	20
第二節 研究架構.....	23
第三節 問卷設計、抽樣與資料分析.....	24
第四節 評估因子及架構之建立.....	24
第四章 研究結果與分析.....	29
第一節 基本資料分析.....	29
第二節 全體專家評估構面與要素權重分析.....	32
第三節 不同背景專家評估構面與要素權重分析.....	40
第四節 研究結果探討.....	48
第五章 結論與建議.....	54
第一節 結論.....	54
第二節 管理意涵.....	56
第三節 研究限制與未來研究建議.....	58
參考文獻.....	60
一、中文部分.....	60

二、西文部分	62
三、網路資料	63
【附件一】	65
【附件二】	77



表目錄

表 2-1-1 各學者對親子餐廳之研究.....	9
表 2-2-1 吸引力相關文獻.....	12
表 2-3-1 複合式餐廳吸引力構面及要素.....	14
表 2-3-2 台灣西式餐廳經營關鍵因素.....	14
表 2-3-3 複合式餐廳吸引力構面及要素.....	15
表 2-3-4 家長選擇親子餐廳因素的構面及要素.....	15
表 2-3-5 影響顧客用餐滿意度的構面與要素.....	16
表 2-3-6 影響家長選擇親子餐廳忠誠度的構面與要素.....	16
表 2-3-7 親子餐廳消費需求的因素與組成.....	18
表 2-3-8 親子餐廳經營吸引力構面及要素.....	19
表 3-4-1 親子餐廳吸引力評估構面及其操作性定義.....	25
表 3-4-2 親子餐廳吸引力評估要素及其操作性定義.....	25
表 4-1-1 層級分析專家屬性.....	29
表 4-1-2 專家背景資料.....	30
表 4-2-1 AHP 專家問卷全體專家學者一致性檢定.....	32
表 4-2-2 AHP 專家問卷全體專家評估構面與要素權重分析.....	33
表 4-2-3 AHP 專家問卷全體專家整體評估要素之相對權重分析.....	36
表 4-3-1 AHP 專家問卷不同背景專家一致性檢定.....	40
表 4-3-2 AHP 專家問卷不同背景專家評估構面權重比較.....	41
表 4-3-3 AHP 專家問卷不同背景專家評估要素權重比較.....	43
表 4-3-4 AHP 專家問卷不同背景專家整體評估要素之相對權重比較.....	45
表 4-3-5 不同背景專家評估構面權重排序之相關係數分析.....	47
表 4-3-6 不同背景專家整體評估要素相對權重排序之相關係數分析.....	47

圖目錄

圖 1-1-1 台灣已婚婦女就業人口.....	2
圖 1-1-2 台灣人口出生數.....	3
圖 1-5-1 研究流程圖.....	6
圖3-1-1 AHP法進行流程圖.....	22
圖 3-2-1 研究架構圖.....	23
圖 3-4-1 親子餐廳吸引力評估模式層級架構圖.....	28
圖 4-2-1 AHP 專家問卷全體專家層級架構相對權重分配圖.....	38
圖 4-2-2 AHP 專家問卷全體專家整體評估要素相對權重分配圖.....	39
圖 4-3-1 AHP 專家問卷不同背景專家評估構面權重比較圖.....	42
圖 4-3-2 AHP 專家問卷不同背景專家整體評估要素相對權重比較圖.....	46



第一章 緒論

第一節 研究背景與動機

台灣因為經濟型態的改變、國民所得提高以及已婚婦女就業機率升高，行政院主計總處 2015 年統計，已婚婦女就業人數逐年提高，已婚婦女就業人口到了 2013 年已達 5,372,000 人（詳見圖 1-1-1），職業婦女常常回到家已經很晚，故家庭常以外食居多，外食機會增加，根據遠見雜誌（2007）調查，國人外食比例已超過七成，「天天外食族」高達 330 萬人，「餐餐外食族」約 170 萬人，台灣的外食人口逐年升高；此外，行政院主計總處（2015）「家庭收支調查」資料的統計結果顯示，2014 年的平均家庭餐旅支出支出相較於 1984 年，從 1984 年的 8.16% 增加到 2014 年的 11.27%，外食增多的現象造成了台灣餐飲業蓬勃發展的現象。根據經濟部統計的資料統計顯示，近年來在住宿餐飲方面，平均每年新設立的家數有 7067 家，佔該年度總家數的 16%（潘昭帆，2010）。由此可知餐飲業蓬勃的發展與龐大的商機。

台灣近年來因為家庭結構改變，家庭結構由折衷家庭轉為以核心家庭居多，家庭成員變成了以夫妻和小孩為主，再者，近年來因生育率下降，根據內政部統計處 2015 年統計，出生人口已經由 1994 年的 322,938 人衰退至 2014 年的 213,598 人，逐年下降（詳見圖 1-1-2），少子化的影響，造成「每個孩子都是寶」此種以兒童為中心的家庭概念。

綜合經濟型態改變、已婚婦女就業人口增多、家庭結構改變及少子化影響，大大的衝擊了家庭的傳統飲食習慣，在家裡烹飪三餐甚至一餐的機率大大下降，親子外食機率大增。再者，加上周休二日實施多年，家長與孩子平時皆很忙碌，甚至一同吃飯的時間都沒有，而到周末，各個景區名勝常常人擠人甚至停車位一位難求，為了避免此況及舟車勞頓，因此，在周末時，親子在生活圈附近的餐廳一同用餐常常是家庭會做的選擇，並以此促進親子互動及情感的交流。

然而，大多數的餐廳從服務、餐點、設施等並非友善兒童的，例如，孩子出門較容易哭鬧或有突發狀況，或空間過於狹小孩子不方便活動，或有無哺乳室、親子廁所等，

因此，在親子外食選擇餐廳時常常造成許多困擾；而有些腦筋動得快的業者觀察到消費者的問題與需求，因此逐漸開設了友善兒童的餐廳(kid friendly restaurant)或考慮親子互動的餐廳(parent-child restaurant)，而這類的餐廳近年來在台灣如雨後春筍般地開設；商業週刊（2015）指出 2015 年 8 月台灣餐飲業成長力道趨緩，年增率僅 2.3%，跌到 5 年同期新低，即便餐飲業成長趨緩，還是有餐廳開業不到兩年，年營收突破 6000 萬元，2016 年可望突破一億，吸引百貨龍業頭邀約進駐，這類餐廳新秀就是「親子餐廳」；此類型主題餐廳和傳統型餐廳不同，有別以往是個全新的概念，但目前國內相關研究仍寥寥無幾，有鑑於此，親子餐廳的相關研究值得探討。

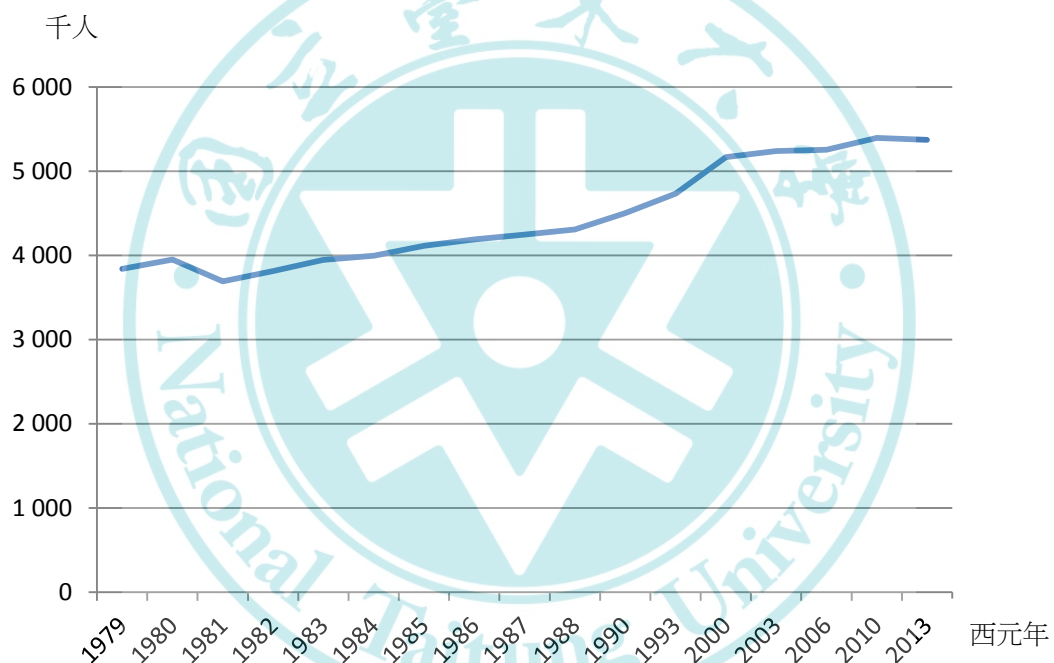


圖 1-1-1 台灣已婚婦女就業人口

資料來源：行政院主計處

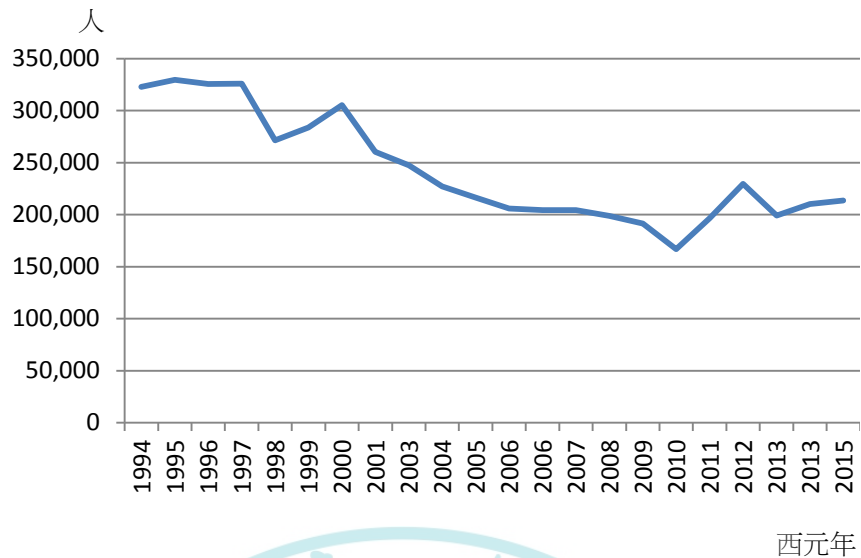


圖 1-1-2 台灣人口出生數

資料來源：內政部統計處

Leiper(1990)指出吸引力是測量一個吸引物的相關強度。Smith(1983)認為吸引力因素分為「推力」和「引力」兩種，推力指的是消費者的心理動機以及性別、收入、教育和其他形成或影響個體行為模式的變量，若從消費者的角度，推力即為「推動」其前往目的地的力量；而引力指的是的目的地的有形的資源，和消費者的期望與感受。吸引力一詞目前大多使用於觀光休閒領域，吸引力是觀光系統中的原動力，是觀光者旅遊動機的產生者，亦是觀光產品的核心（郭進財、謝凱雯、黃文成，2010）。

觀光休閒領域，吸引力是旅遊地一種具有誘惑遊客前往的力量(Gunn,1994；as cited in Leiper,1990)。吸引力為旅遊地經營成功的關鍵因素(Gunn,1994)。另外，在餐飲業領域之研究中亦發現，餐廳對消費者的吸引力愈強時，則愈能提升顧客之滿意度與忠誠度（黃泰誠，2007）。當顧客滿意度與服務品質越高時，則顧客的忠誠度也越高，亦會提高顧客再次消費的意願（孫美蓮、王俊人、張家銘，2010）。因此，分析出餐飲業經營的吸引力要素以作為營運的參考與建議是餐飲業者能在競爭激烈的市場上立足的重要關鍵。

綜合上述，吸引力是經營者運用創意產生吸引費者的策略，引起消費者的正向情緒

並使其前往的一種力量。面對龐大親子餐廳的消費商機，探究經營的吸引力，抓住消費者的目光並擬定合宜的營運策略，是親子餐廳業者能在激烈的市場中保有競爭優勢地位的關鍵因素。

第二節 研究目的

近年來國內親子餐廳蓬勃發展，許多餐廳業者積極投入親子餐廳的經營，分析出親子餐廳經營的吸引力要素以作為營運的參考與建議是親子餐廳業者能在競爭激烈的市場上立足的重要關鍵。但國內關於親子餐廳的研究卻寥寥無幾，基於上述的研究背景與動機，本研究將以親子餐廳為主題，探討其吸引力關鍵要素，提供親子餐廳經營業者作為營運的參考。本研究主要目的分述如下：

- 一、探討親子餐廳吸引力及建立親子餐廳吸引力之決策層面與評估要素。
- 二、探討親子餐廳吸引力之決策層面與評估要素之重要性。
- 三、探討不同背景專家對於親子餐廳吸引力之決策層面與評估要素的重要性選擇。
- 四、根據實證結果，提供親子餐廳業者作為營運上的建議與參考。

第三節 研究範圍與限制

本研究結果將提供親子餐廳經營者參考。本研究採 AHP 專家問卷來進行，選擇之專家以親子餐廳餐廳的經營業者、相關研究學者專家或公部門專業人士作為研究對象，以實施問卷。

本研究之研究限制為目前國內親子餐廳發展不久，相關研究資料較少及公部門的資料較不容易取得，為本研究之限制。

第四節 名詞解釋

一、親子餐廳(parent-child restaurant)

親子餐廳是從服務、餐點、設施等處皆友善兒童、替兒童考量的餐廳，近年來更推出以親子互動、親子體驗為主題的餐廳，不但結合多元且友善的親子活動場域，更有兒童專屬的各項服務。

二、吸引力(attractiveness)

吸引力常應用在觀光休閒領域，吸引力是經營者運用創意產生吸引消費者的策略，引起消費者的正向情緒並使其前往目的地的一種力量。

第五節 研究流程

一、確定研究主題與目的

本研究以親子餐廳吸引力為主題，探討經營親子餐廳重要的吸引力關鍵要素有哪些，建立親子餐廳經營吸引力之決策構面與評估要素，最後分析出不同要素間的權重關係，透過研究實證結果，提供親子餐廳作為營運策略的建議與參考。

二、理論及相關文獻探討

基於研究需求，本研究收集餐飲業、親子餐廳、吸引力等相關研究文獻，作為研究之基礎與參考資料，歸納整理後建立親子餐廳吸引力之構面與要素。

三、建立研究架構與研究方法

本研究之研究架構（一）分析親子餐廳經營吸引力之構面與要素（二）建立層級架構（三）實施層級分析專家問卷。以層級分析法對各評估因素間的權重進行成對比較，建構成對比較矩陣，並計算特徵向量與特徵值，再進行一致性檢定與綜合權重計算，以求得整體目標的優先順序。

四、實施問卷

本研究之實施問卷分二階段進行。第一階段的問卷為專家意見的徵詢，目的是為初步完成的層級架構做修正與調整，以確保問卷的效度。第二階段問卷之設計，運用第一

階段經過專家徵詢的問卷結果，修正及調整構面及層級，然後實施正式專家層級分析權重比較問卷。

五、資料分析與解釋

採用「Expert Choice 2000」決策支援軟體進行層級程序分析。

六、結論與建議

依據實證結果提出結論與建議，以提供親子餐廳業者做為日後營運方向之建議與參考。

以上研究流程之步驟詳見圖 1-5-1：



圖 1-5-1 研究流程圖

資料來源：本研究整理

第二章 文獻探討

第一節 親子餐廳

一、親子外食

台灣因為經濟型態的改變、國民所得提高以及已婚婦女就業機率高，行政院主計總處 2015 統計，已婚婦女就業人數逐年提高，已婚婦女就業人口到了 2013 年已達 5,372,000 人，職業婦女常常回到家已經很晚，家庭常以外食居多，外食機會增加，根據遠見雜誌（2007）調查，國人外食比例已超過七成，「天天外食族」高達 330 萬，「餐餐外食族」約 170 萬人，台灣的外食人口逐年升高；此外，行政院主計總處 2015 年「家庭收支調查」的統計料顯示，2014 年的平均家庭餐旅支出相較於 1984 年，從 1984 年的 8.16% 增加到 2014 年的 11.27%，外食增多的現象造成了台灣餐飲業蓬勃發展的現象。根據經濟部統計的資料統計顯示，近年來在住宿餐飲方面，平均每年新設立的家數有 7067 家，佔該年度總家數的 16%（潘昭帆，2010）。由上述可知餐飲業蓬勃的發展與龐大的商機。

綜合經濟型態改變、已婚婦女就業人口增多、家庭結構變化的影響，大大的衝擊了家庭的傳統飲食習慣，在家裡烹飪三餐甚至一餐的機率大大下降，親子外食機率高增。

二、親子餐廳

台灣近年來因為家庭結構改變，家庭結構由折衷家庭轉為以核心家庭居多，家庭成員變成了以夫妻和小孩為主，再者，近年來因生育率下降、根據內政部統計處 2015 年統計出生人口已由 1994 年的 322,938 人衰退至 2014 年的 213,598 人，並逐年下降，因此，少子化的影響，造成「每個孩子都是寶」此種家庭以兒童為中心的家庭概念。

綜合經濟型態改變、已婚婦女就業人口增多、家庭結構改變及少子化影響，大大的衝擊了家庭的傳統飲食習慣，在家裡烹飪三餐甚至一餐的機率大大下降，親子外食機率高增。「少子化」已經是台灣社會家庭的主要現象，每個孩子都是父母心中的寶，乃至

於以兒童為對象的產業在台灣蓬勃發展。現今的消費趨勢就是只要能抓住孩子的心，就能帶來家長的消費，這樣的趨勢也讓各式各樣眾多的親子餐廳遍布台灣。再者，加上周休二日實施多年，家長與孩子平時皆很忙碌，甚至鮮少全家人一同吃飯，而到周末所有名勝景區常常人擠人甚至停車位一位難求，為了避免此況及舟車勞頓，因此，在周末時親子在生活圈附近餐廳一同用餐經常是家庭常做的選擇，並以此促進親子互動及情感的交流。親子家庭至餐廳用餐的目的，以家人培養感情佔多數，其次為犒賞小朋友為潛在客群（吳正雄、李坤城，2012）。在家長眼中，小孩是生命中不可或缺的一部份，親子間學習如何溝通、增進親子關係，進而藉由閒暇時間享用美食並培養感情，這些都是現代家庭需嘗試與學習的任務（劉慶華、林瑩昭，2016）。因此，親子餐廳不僅僅止於是用餐的場所，它提供了親子共同的體驗、創造了親子共同的回憶，它也是現代親子間一種有形與無形的溝通橋樑。

然而，大多數的餐廳從服務、餐點、設施等並非友善兒童的，例如，孩子出門也許容易哭鬧或有突發狀況，或空間過於狹小，孩子不方便活動，或有無哺乳室、親子廁所等，因此在親子外食選擇餐廳時常常造成困擾；有些業者觀察到消費者這樣的問題，因此逐漸開設了友善兒童的餐廳(kid friendly restaurant)或考慮親子互動的餐廳(parent-child restaurant)，這些餐廳簡稱為「親子餐廳」，此外，近年來業者開始推出以親子互動為主題的餐廳，該類型餐廳不但從服務、餐點、設施等處友善兒童，更結合多元且促進親子感情的親子活動場域與體驗，甚至有專為兒童設計的餐點（車成緯、余采玲、鄭淑子、李青松，2015）。處處無不為兒童著想。

再者，親子餐廳更讓帶孩子出外用餐的家長提供了一個喘息及放鬆的機會，臺灣近年來「親子餐廳」如雨後春筍般出現且十分受歡迎，家長在親子餐廳不僅不需擔心小孩打擾其他人用餐或者好動難以控制，甚至也能放鬆的享受用餐時光（葉蕙瑄，2015）。

三、親子餐廳相關研究

商業週刊指出，2015 年 8 月台灣餐飲業成長力道趨緩，年增率僅 2.3%，跌到 5 年同期新低，即便餐飲業成長趨緩，還是有餐廳開業不到兩年，年營收突破 6000 萬元，

2016 年可望突破一億，吸引百貨龍業頭邀進駐，這類餐廳新秀就是「親子餐廳」；但目前對於親子餐廳的相關研究仍十分有限，本研究進一步將近年來各學者對親子餐廳的研究整理於表 2-1-1。

表 2-1-1 各學者對親子餐廳之研究

研究者（年代）	親子餐廳相關研究
吳正雄、李坤城（2012）	親子外食消費行為與餐廳選擇因素之研究：以南部地區為例
馬欣吟（2014）	結合 Kano 模式與 IPA 分析探討親子餐廳之關鍵服務品質屬性
張凱婷（2015）	以 Kano 模式探討親子餐廳消費體驗之研究
車成緯、余采玲、鄭淑子、李青松（2015）	從親子餐廳探討親子體驗與餐廳服務品質對家長忠誠度之影響
邱育典（2015）	親子餐廳服務品質之衡量-以臺中市為例
張文琪（2016）	親子餐廳消費者偏好之研究-聯合分析法之應用
張如蘋（2016）	不同屬性消費者對親子餐廳消費價值認知及消費意願之研究
黃炫寧（2016）	顧客對親子餐廳的服務品質滿意度與顧客忠誠度之研究
林沂蓁（2016）	親子餐廳服務體驗與滿意度之研究
劉慶華、林瑩昭（2016）	消費需求、消費體驗與再消費意願相關之研究－以親子主題餐廳為例
陳淑芬（2016）	影響雙薪家庭選擇親子餐廳關鍵因素之研究

資料來源：本研究整理

四、小結

親子餐廳屬於主題餐廳的一種類型，服務對象主要以親子為主，這裡的「子」指的是幼兒或兒童為主；親子餐廳以友善兒童及考慮兒童特質為出發點，硬體部分從空間的

設計如加大兒童活動空間、設置兒童專屬活動空間、附設哺乳室、家具設計到提供的餐具等，所有皆須考量到兒童的需求與特質；軟體部分從餐點的設計、服務人員的專業性等皆須友善兒童。有些親子餐廳更提供了兒童體驗課程或親子體驗活動，讓用餐過程不僅是吃飯，而是提供了更多的學習與休閒的功能；家長在親子餐廳不必擔心孩子在餐過程會因好動坐不住而影響他人，而是可以親子一同愉快與放鬆，享受美好的親子時光。

親子餐廳相關的研究是近幾年才興起的，目前仍寥寥無幾，且大多數親子餐廳的相關研究大部分皆是由消費者的角度來探討，本研究欲從專家的角度來作親子餐廳的實證研究，企望使親子餐廳研究有更多元的面向。

第二節 吸引力

一、吸引力定義

Leiper(1990)指出吸引力是測量一個吸引物的相關強度，Smith(1983)認為，吸引力因素分為「推力」和「引力」兩種，推力指的是消費者的心理動機、性別、收入、教育和其他形成或影響個體行為模式的變量，若從消費者的角度，推力即為「推動」其前往目的地的力量；引力指的是的目的地的有形的資源，和消費者的期望與感受。高玉娟（1995）論述，吸引力，由字面意義來看，「吸」即具有「收受」，「引」具有「導引」之意，因此「吸引力」一詞，其意義為「接受、牽引的力量」。吸引力能引起他人正面的情緒反應，並產生強化效果，促使他人設法接近的力量(Burns,1987)。吸引力是人為的創造，透過管理方式與創造力，建構吸引消費者的策略(Peters & Weiermair,2000)。綜合上述，吸引力是經營者運用創意產生吸引消費者的策略，引起消費者的正向情緒並使其前往的一種力量。

吸引力一詞目前大多使用於觀光休閒領域，吸引力是觀光系統中的原動力，是觀光者旅遊動機的產生者，亦是觀光產品的核心（郭進財、謝凱雯、黃文成，2010）。此外，吸引力亦是觀光產業中十分重要的一部分，為影響遊客前往觀光目的地的重要因素(Swarbrooke, 2002; as cited in Wang, Tsai & Chu, 2010)。Lew(1987)認為觀光景點對遊客的

吸引力是由景觀(landscape)、參與(participate)、回憶(remember)及能滿足遊客的服務和設施所構成。吸引力被認為是遊客評估旅遊地偏好的主要構念(Um, Chon & Ro, 2006)。而目的地對於遊客的吸引力，會因其本身的「旅遊動機」和「認知價值」兩個構面衡量的結果，而產生不同強度（謝金燕，2003）。有關影響吸引力的因素有許多研究，包含產品計畫、廣告包裝、行銷策略等皆為影響遊客知覺印象及吸引力的重要因素(Dale,1990)。因此，餐飲業的吸引力為業者以其所有的資源驅使消費者前往的拉力因素，即吸引力是目標物具有牽引者前往的力量（黃泰誠，2007）。除此之外，影響吸引力的因素還可分為外在因素、中間因素、本身因素，外在因素如個人背景、社會環境等；還有中間因素如時間、費用、偏好及競爭等；本身因素如規模大小、服務設施及品質管理等（陳昭明，1981）。綜上所述，吸引力於觀光休閒領域代表了一種驅動的力量，而影響吸引力的因素包含了個人內在因素與外在環境的特質。

在觀光旅遊領域，吸引力是旅遊地一種具有誘惑遊客前往的力量(Gunn,1994；as cited in Leiper,1990)，為旅遊地經營成功的關鍵因素(Gunn,1994)。另外在餐飲業領域之研究中亦發現，餐廳對消費者的吸引力愈強時，則愈能提升顧客之滿意度與忠誠度（黃泰誠，2007）。消費者對餐廳感到吸引力愈強時，則愈能提升滿意度與忠誠度；此外，當顧客滿意度與服務品質越高時，則顧客的忠誠度也越高，亦會提高顧客再次消費的意願（孫美蓮、王俊人、張家銘，2010）。

綜而言之，吸引力是經營者運用創意產生吸引消費者的策略，引起消費者的正向情緒並使其前往的一種力量。面對龐大親子餐廳的消費商機，探究經營的吸引力，抓住消費者的目光並擬定合宜的營運策略，是如何讓經營的親子餐廳能在競爭激烈的市場中保有優勢地位的關鍵因素。

二、吸引力的相關研究

吸引力之相關研究應用在不同領域廣且多，因此本研究萃取出和本研究較相關之餐飲和觀光領域方面之相關研究做為討論，整理如下：

表 2-2-1 吸引力相關文獻

研究者（年代）	吸引力義涵
陳昭明（1981）	吸引力的外在因素如個人背景、社會環境等；還有中間因素如時間、費用、偏好及競爭等；本身因素如規模大小、服務設施及品質管理等。
Smith(1983)	影響消費者態度的吸引力因素分為「推力」和「引力」兩種。
Lew(1987)	認為吸引力是由景觀(Landscape)、參與(Participate)、回憶(Remember)及能滿足消費者的服務和設施所構成。
Burns(1987)	吸引力能引起他人正面的情緒反應，並產生強化效果，促使他人設法接近的力量。
Dale(1990)	針對消費者對觀光吸引力的認知研究中，指出產品計畫、廣告包裝、行銷策略，皆為影響遊客知覺印象及吸引力的重要素。
Leiper(1990)	吸引力是測量一個吸引物的相關強度。
Gunn(1994)	吸引力是旅遊地一種具有誘惑遊客前往的力量，為旅遊地經營成功的關鍵因素。
高玉娟（1995）	吸引力，由字面意義來看，「吸」即具有「收受」，「引」具有「導引」之意，因此「吸引力」一詞，其意義為「接受、牽引的力量」。
Peters & Weiermair(2000)	吸引力是人為的創造，透過管理方式與創造力，建構吸引消費者的策略。
謝金燕（2003）	目的地對於遊客的吸引力，會因其本身的「旅遊動機」和「認知價值」兩個構面衡量的結果，而產生不同強度
Um, Chon & Ro(2006)	吸引力被認為是遊客評估旅遊地偏好的主要構念。
黃誠泰（2007）	複合式餐廳對消費者的吸引力愈強時，則愈能提升顧客之滿意度與忠誠度。
郭進財、謝凱雯、黃文成（2010）	吸引力是觀光系統中的原動力，是觀光者旅遊動機的產生者，亦是觀光產品的核心。

資料來源：本研究整理

三、小結

本研究採用高玉娟（1995）的研究：『其論述吸引力，由字面意義來看，「吸」即具有「收受」，「引」具有「導引」之意，因此「吸引力」一詞，其意義為「接受、牽引的力量」。』「引」即「導引」，亦即 Smith(1983)提到的「引力」，引力與吸引消費者的目的地或路徑的特徵有關，這些特徵包括有形的資源。這些吸引力因素有許多研究，包含產品計畫、廣告包裝、行銷策略等皆為影響消費者知覺印象及吸引力的重要因素，亦是經營的重要關鍵因素。綜合上述，本研究主題為親子餐廳吸引力之研究，主要研究「吸引消費者的目的地或路徑的特徵」，著重於如何從「經營策略」著手對消費者產生強大的驅動力。

第三節 親子餐廳經營吸引力探討

一、餐飲業吸引力構面探討

Smith 將引力分為資源(Resources)及感受(Perceptions)兩部份。資源乃是目的地吸引不同消費者前往的特徵或要素；感受是目的地的某些要素對消費者造成的感受，即為「資源」帶給各個消費者的不同感覺。因此，資源與感受即影響了餐飲業的屬性(Smith,1983；引自林靖原，2014)。楊慕華（2003）的研究中指出商業空間的組成是由人、物、空等三項主要因素所組成的，人包括消費者、服務人員等、物包含一切有形商品及無形的服務、空指空間環境等；三項主要因素的相互關係即構成商店的整體。歸納 Smith 與楊慕華的理論用於餐飲業，餐飲業的商店屬性一般是由人文因素所建構，以下就國內各學者針對餐飲業所擁有的屬性因素，也就是本研究所謂的吸引力，分項分析描述，相關研究的文獻整理如下：

黃泰誠（2007）在研究複合式餐飲業吸引力時，將複合式餐廳之吸引力分為產品、環境、服務、聚客等 4 個構面及 23 個因素，如表 2-3-1 所示。

表 2-3-1 複合式餐廳吸引力構面及要素

構面	組成要素
產品	1.消費的價格水準 2.餐飲的品質及鮮度 3.餐飲的口感及風味 4.餐飲種類的多樣化且創新 5.餐點飲料的份量足夠。
環境	1.地點適中、停車方便 2.店面外觀是否吸引人 3.商家的知名度及形象 4.獨特的裝潢佈置與精心的空間設計 5.氣氛優美浪漫迷人 6.空調、採光、照明設備 7.舒適、整潔、藝術感。
服務	1.產品傳遞快速，無須等待太久 2.服務人員親切及尊重客人的態度感覺倍受禮遇 3.服務人員具有專業的素養能解決顧客的問題 4.服務人員與顧客的互動愉快 5.目錄設計精美實用 6.主動關切顧客用餐感受及意見改進。
聚客	1.可遇見各式各樣的時尚人物 2.可享受都會男女風情的氣氛 3.可邂逅心儀目標 4.可找尋志同道合互動的同好 5.可接觸渴望情愛的對象。

資料來源：黃泰誠（2007）

潘昭帆（2010）於研究台灣西式餐廳經營成功關鍵因素時，將經營西餐廳的成功關鍵因素分為 6 個構面，包含餐廳的餐點、地點、價格、行銷活動、服務、環境及 10 個因素，如表 2-3-2 所示。

表 2-3-2 台灣西式餐廳經營關鍵因素

構面	組成要素
餐廳的餐點	1.飲食 2.食材。
地點	1.便利性 2.附加性。
價格	
行銷活動	1.宣傳活動 2.優惠。
服務	1.服務人員 2.服務措施。
環境	1.氣氛 2.衛生。

資料來源：潘昭帆（2010）

孫美蓮、王俊人、張家銘（2010）研究複合式餐廳吸引力時，將複合式餐廳吸引力分為 3 個構面，包括環境、產品、服務及 14 個因素，如表 2-3-3 所示。

表 2-3-3 複合式餐廳吸引力構面及要素

構面	組成要素
環境吸引力	1.餐廳地點交通便利 2.餐廳外觀別具特色風格，吸引顧客的注意 3.餐廳內部的裝潢與陳設吸引人 4.餐廳的主題名稱，吸引顧客的注意 5.餐廳充滿運動的氣息（例如音樂或影片）。
產品吸引力	1.餐點的餐飲搭配能突顯餐廳的主題特 2.餐點用具設計精美 3.餐點名稱具有創意與新穎 4.餐廳的主題餐飲吸引人 5.餐點的價格合理。
服務吸引力	1.服務人員造型吸引顧客的注意 2.服務人員服務方式具特色 3.服務人員服裝具特色吸引顧客的注意 4.餐廳會提供具特色附屬娛樂設施（例如投籃機、射飛標、足球機..等）。

資料來源：孫美蓮、王俊人、張家銘（2010）

吳正雄、李坤城（2012）探討親子外食選擇餐廳用餐注重因素最高為餐廳衛生安全，其次為服務人員態度、停車便利等因素。並進一步探究親子外食消費者之考量因素包括餐廳整體服務、餐點內容品質、裝潢氣氛設計、餐廳外界評價，以及兒童專屬服務等 5 項構面及 23 項因素，如表 2-3-4 所示。

表 2-3-4 家長選擇親子餐廳因素的構面及要素

構面	組成要素
餐廳整體服務	1.餐廳衛生安全 2.座位空間的舒適性 3.餐廳外觀舒適整潔 4.停車便利 5.服務人員的態度 6.預約訂位的便利性 7.餐廳容納量 8.消費價格。
餐點內容品質	1.餐點供餐速度 2.餐點多樣性 3.餐點口味 4.餐點品質 5.餐點的份量。
裝潢氣氛設計	1.內部的裝潢設計 2.用餐氣氛 3.新用餐體驗 4.餐廳的主題性。
餐廳外界評價	1.餐廳知名度 2.報章雜誌的提供 3.餐廳在網路的評價 4.店址及商圈的選定。

(續表)

兒童專屬服務	1.提供兒童遊戲區的服務 2.隨餐附贈附屬品。
--------	-------------------------

資料來源：吳正雄、李坤城（2012）

Heung & Gu(2012)針對影響顧客用餐滿意度的研究，提出影響因素為空間佈置與員工、氣氛、設施美學、視野觀景等 4 項構面及 17 項因素，如表 2-3-5 所示。

表 2-3-5 影響顧客用餐滿意度的構面與要素

構面	組成要素
空間佈置與員工	1.寬敞的座位空間 2.動線良好的空間佈置 3.用餐隱私性 4.員工穿著乾淨與得體 5.令人感覺良好的優質的員工 6.適當的員工人數。
氣氛	1. 植物與花草的氛圍 2.圖像與照片具有視覺吸引力 3.舒適的溫度 4.愉悅的香氣 5.舒適氣氛的燈光。
設施美學	1.室內裝潢設計 2.高品質的傢俱 3.餐桌擺設 4.背景音樂。
視野景觀	1 視野觀景的吸引力 2.視野觀景令人感到舒適。

資料來源：Heung & Gu(2012)

車成緯、余采玲、鄭淑子、李青松（2015）論述影響家長選擇親子餐廳的忠誠度，可分為親子體驗、餐廳服務品質等 2 個構面及 9 個因素，如表 2-3-6。研究並建議親子餐廳可積極塑造有利於親子互動的用餐環境與氛圍，以增加親子體驗的感受；另一方面，業者在規劃親子餐廳時，可多著重空間的多樣性與豐富性，以及服務人員的教育訓練。

表 2-3-6 影響家長選擇親子餐廳忠誠度的構面與要素

構面	組成要素
親子體驗	1 樂趣體驗：家長和孩子覺得這裡是一個有趣的地方、這裡的親子體驗讓家長與孩子感受到樂趣、這裡提供舒適的環境和氛圍，讓親子享受活動過程的樂趣。 2. 沉浸體驗：這裡所提供的環境設備讓親子十分享受、在這裡孩子投入遊戲情境或活動中完全不想離開、在這裡與孩子互動，家長可以暫時忘了生活上的壓力和不愉快、在這裡，家長感到時間過得特別快。

(續表)

	3. 學習體驗：這裡的親子體驗透過遊戲形式讓孩子學習到團體規範如合作輪流分享、在這裡孩子能藉由活動與新朋友一起互動學習社交技巧、在這裡，家長可以認識不同背景的家長，互相交流育兒經驗。 4. 參與體驗：這裡所提供給孩子的玩具可以吸引孩子自己動手玩、這裡的親子體驗，提供親子共同參與活動的機會、選擇這個親子活動是因為可以增加親子互動機會、在這裡家長樂於參與孩子的遊戲活動，並成為遊戲中一份子、這裡的親子體驗透過開放式空間的規劃方式，吸引孩子主動參與。
餐廳服務品質	1.有形性：裝潢色彩鮮明能夠吸引孩子目光、搭乘大眾運輸工具可以到達、空間動線完善並能清楚區分各個場域、設備規劃皆以孩子安全為考量且豐富多元。 2.可靠性：每天都有例行性的消毒讓家長感到放心、服務人員管制維護孩子遊戲以及用餐安全、餐廳提供親子安全的互動環境、活動區域規劃讓家長可以清楚掌握孩子活動的情形、餐飲符合親子營養健康的需求。 3. 反應性：當家長或孩子有需求時，服務人員能立即提供服務、服務人員引導及點餐等服務具流暢性、忙碌時，服務人員會互相支援來維持服務親子的速度和品質、服務人員能夠即時滿足適齡孩子的需求。 4. 保證性：服務人員對家長與孩子態度友善親切、在這裡，帶領親子活動的服務人員能夠掌控現場互動的氣氛、服務人員能主動介紹店內特色和餐廳內親子活動訊息、服務人員有能力回答有關菜單的材料與烹調方法。 5. 關懷性：用餐若需要等待，服務人員會主動說明並告知需等候的時間、這裡結合了餐廳以及親子共玩的設施、餐點的食材新鮮、配色鮮明，能夠引起孩子的食慾、餐點能隨著適齡孩子需求調整口味與食材作法。

資料來源：車成緯、余采羚、鄭淑子、李青松（2015）

劉慶華、林瑩昭（2016）探討親子餐廳消費需求的因素與組成，分為 9 個構面包括便利性、健康評價、硬體設施、內心感受、知覺價值、互動、新鮮感、增進感情、服務品質及 31 個因素，如表 2-3-7。

表 2-3-7 親子餐廳消費需求的因素與組成

構面	組成要素
便利性	1.訂位的便利性 2.考量親友所推薦的餐廳 3.停車的便利性。
健康評價	1. 可品嚐不同的美食 2.環境設施清潔 3.餐點供應速度 4.飲食健康。
硬體設施	1.餐廳座位空間的舒適度 2.提供兒童教學故事館 3.餐廳在網路的評價 4.獨立兒童閱讀空間。
內心感受	1.服務人員能主動介紹相關親子活動訊息 2.服務態度是友善親切的能提供立即性服務 3.環境設備安全使消費者放心讓孩子在遊戲區參與活動 4.服務人員能注意設施動線的流暢性。
知覺價值	1.可以增進親子之間的互動與感情 2.用餐可以放鬆精神上的壓力 3.整體消費符合消費者的需求。
互動	1.提供小型遊樂設施如樂高積木滿足孩子玩樂 2.活動規劃讓孩子學習到用餐禮儀 3.菜單設計可增加小孩食慾 4.提供大型遊樂設施如溜滑梯可滿足孩子玩樂 5.兒童餐具設計可滿足孩子用餐。
新鮮感	1.餐廳整體環境感覺舒適 2.餐廳價位物超所值 3.親子活動新鮮有趣 4.餐廳提供育兒相關資訊。
增進感情	1.餐廳有托嬰照顧讓家長可享受美食。2.餐廳氣氛可培養親子的感情 3.餐廳活動種類多樣化吸引孩子。
服務品質	1.餐點內容設計適合全家需求。2.餐廳活動規劃讓孩子享受學習樂趣 3.餐廳可體諒孩子哭鬧情緒。

資料來源：劉慶華、林瑩昭（2016）

二、小結－親子餐廳經營吸引力構面及因素探討

綜合前項關於各學者對餐飲業吸引力所提出的構面及屬性，本研究整合親子餐廳經營之吸引力及要素，並參酌目前親子餐廳之現況，經實際親身體驗領略及與多位消費者深度訪談的看法，而提出適合親子餐廳的屬性構面與要素，整理文詞字義後，擬定出外在環境、硬體設備、產品內容、服務品質、兒童專屬、新鮮創新、餐廳評價等七個構面及 21 項要素，以作為後續研究之基礎。如表 2-3-8 所示。

表 2-3-8 親子餐廳經營吸引力構面及要素

構面	組成要素
外在環境	1.交通便利 2.停車方便 3.地點附加性。
硬體設備	1.座位空間的舒適性 2.餐廳空間的主題性 3.環境設備安全。
產品內容	1.飲食健康 2.餐點及口味多樣性 3.價格。
服務品質	1.服務員專業性 2.服務友善兒童 3.提供親子體驗活動。
兒童專屬	1.提供兒童專屬遊戲區或體驗空間 2.隨餐附贈附屬品 3.提供適合兒童餐點。
新鮮創新	1.經常舉辦不同類型親子活動 2.提供育兒資訊 3.行銷活動。
餐廳評價	1.餐廳知名度 2.顧客的口碑 3.餐廳在網路的評價。

資料來源：本研究整理



第三章 研究方法

本研究主要探討在親子餐廳吸引力的關鍵要素，業者在經營親子餐廳時有哪些主要因素會影響親子餐廳的吸引力，本研究所使用的研究方法論包括文獻探討、AHP 層級分析法。研究方法說明如下：

第一節 研究方法

層級分析法(analytic hierarchy process, AHP)於 1971 年由 Thomas Saaty 所提出，經過四十多年發展，已成為現今決策領域中常見之決策工具。AHP 是穩健而且客觀的，並且應用廣泛，例如在建築環境領域被廣泛採用作為決策工具，還發現 AHP 用於評估供應鏈中的風險中(Khalil, Kamaruzzaman & Baharum,2016)。AHP 是把一個問題分解再建構成有相互影響的階層結構，呈現一個樹狀的結構層級，並且將階層中的變數利用主觀判斷給予數值找出其相關重要性，可以使複雜的問題上較容易做出正確的決策。當問題需要做決策和抉擇時，經常會發現它是一些複雜因素的組合，而問題與因素間以及因素與因素間更複雜的交互作用著。因此，AHP 發展的目的就是將複雜的問題，分解成不同的層級，問題經過分解後變得容易分析，透過一層層的分解和一層層的分析，可以提供決策者更好的決策方案，做決策時也可以減少決策錯誤的產生。(鄧振源、曾國雄，1989)。

一、AHP 的假設條件：鄧振源、曾國雄（1989）

AHP 方法進行時的假設條件，主要包括下列七項：

- (一) 各系統或問題可被分解成許多被評估的種類或成分(Components)，形成具方向性之網路的層級結構。
- (二) 層級結構中，每一層級的要素均假設具獨立性(Independence)。並且可以用上一層級內的某些或所有的要素為基準，進行評估。
- (三) 評比時，可將絕對數值尺度轉換成比例尺度(Ratio Scale)。例如 A1 比 A2 重

要比值則為 5/1。

(四) 成對比較(Pairwise Comparison)之後矩陣倒數對稱於主對角線，可用正倒值矩陣(Positive Reciprocal matrix)處理。

(五) 偏好關係滿足遞移性(Transitivity)，但完全具遞移性不容易，因此容許不具遞移性質，但必須測試其一致性(Consistency)的程度，藉以測試不一致性的程度若干。

(六) 要素的優勢比重，經由加權法則求得。

(七) 任何要素只要出現在階層結構中，不論其優勢比重為多少，均被認為與整個評比目標結構有關。

二、AHP 的進行架構

在AHP 法在使用上，分為兩部分，一個是層級的建立，另一個是層級評估，AHP 法是將複雜的問題，交由專家學者評估出要素之後，再以簡單層級結構表示，接著再以尺度評估來做成要素的成對比較且建立矩陣，然後求得特徵向量，再比較出層級要素的先後順序；之後在檢驗成對比較矩陣的一致性，看看有無錯誤，是否可以作為參考。AHP 法進行的流程圖及各步驟說明，如圖3-1-1。

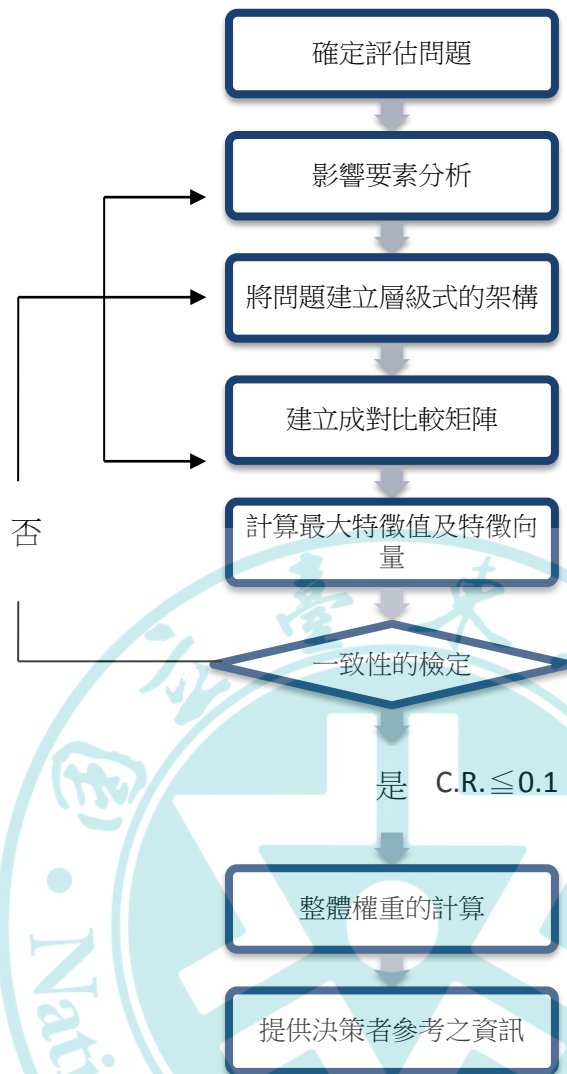


圖3-1-1AHP法進行流程圖

資料來源:鄧振源、曾國雄 (1989)

本研究將採用 AHP 針對研究目的訂定總目標，根據總目標分出數個次目標和評估項目共三個層級，再運用 1-9 的評估尺度，對各評估因素間的權重進行成對比較，建立成對比較矩陣，並計算特徵向量與特徵值，再進行一致性檢定與綜合權重計算，以求得整體目標的優先順序。

第二節 研究架構

本研究依據相關文獻及過去的相關研究成果形成研究架構。首先，利用文獻探討法建立起親子餐廳經營吸引力的層級架構，接下來以初步建構的 AHP 專家問卷進行專家意見徵詢，以確保問卷的效度，並依專家的意見回饋做適當的問卷修正與調整。確立 AHP 專家問卷內容後，進行 AHP 專家問卷正式施測。研究架構，如圖 3-2-1。

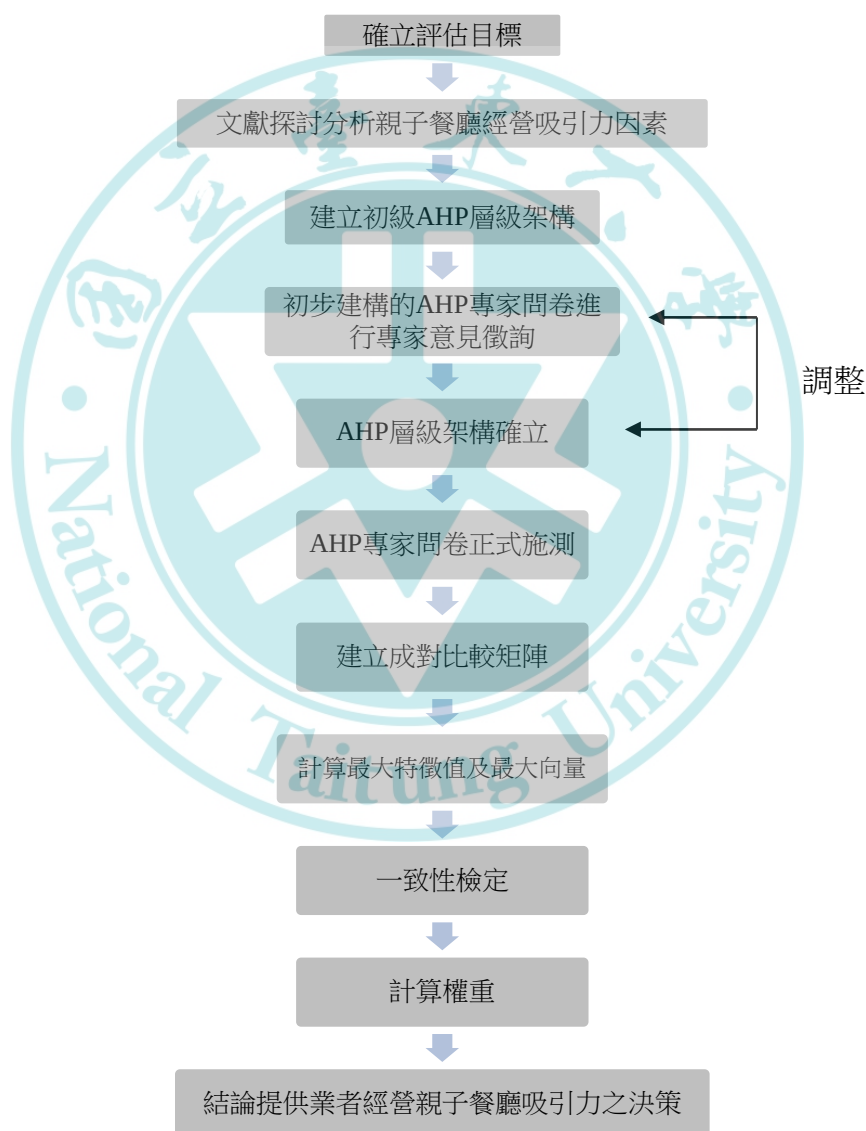


圖 3-2-1 研究架構圖

資料來源：本研究整理

第三節 問卷設計、抽樣與資料分析

第一階段的問卷為專家意見的徵詢，目的是為初步層級架構做修正與調整，以確保問卷的效度。

第二階段問卷之設計，運用第一階段問卷的結果，經過專家徵詢，修正及調整構面及層級，然後實施正式層級分析專家問卷。

本研究採用「Expert Choice 2000」決策支援軟體進行層級程序分析。本研究專家效度問卷抽樣數為產業界專家 1 名、學術界專家 2 名，共計 3 名。層級分析專家問卷抽樣數為產業界專家 4 名、公部門專家 4 名、學術界專家 4 名，共計 12 名。

最後再以斯皮爾曼等級相關(spearman rank correlation test)檢驗不同背景專家間評估構面與要素權重排序選擇之相關性。

第四節 評估因子及架構之建立

根據 AHP 的方法，決策問題首先需明確定義，然後是目標，接著是定義評估構面與評估要素，並且制定層級結構(Kokangül, Polat & Dağsuyu, 2017)。因此，本研究首先進行文獻探討，爾後進行專家意見徵詢的修正與調整，請教相關觀光旅遊系所教授及研究者與產業界專家就親子餐廳的吸引力評估構面與要素及操作性定義進行探討與意見彙整並且針對整個研究的執行，提出其建議及改進。依學者專家建議與意見完成評估構面與評估要素與其操作性定義（表 3-4-1，表 3-4-2），最後完成親子餐廳吸引力評估模式層級架構圖（圖 3-4-1），接著利用專家問卷調查以及 AHP 層級分析法，對各項目進行權重分析，最後依據分析結果建立其衡量指標。

表 3-4-1 親子餐廳吸引力評估構面及其操作性定義

評估構面	操作性定義
外在環境	親子餐廳所在環境之交通便利性、停車方便性及所在地點風景優美或具特殊性可讓顧客順道一遊。
硬體設備	親子餐廳內座位空間的舒適性、空間裝潢設計的主題性以及環境設備的安全性。
產品內容	親子餐廳所提供的飲食符合健康、餐點與口味多樣性以及產品之性價比吸引顧客。
服務品質	親子餐廳之服務員之專業性並提供售後服務、各項服務措施友善兒童、提供親子體驗活動。
兒童專屬	親子餐廳能提供兒童專屬的遊戲區或體驗空間，更能提供適合兒童的餐點，或隨餐附贈適合兒童的小禮物。
活動企劃	親子餐廳能經常依季節、節慶或流行趨勢舉辦各種親子活動、提供育兒新知並且常舉辦多樣行銷活動讓顧客有新鮮創新的感受。
餐廳評價	親子餐廳藉由不同媒體做行銷活動打開知名度，並藉由顧客親身的口碑及網路社群或部落客評價來增加吸引力。

資料來源：本研究整理

表 3-4-2 親子餐廳吸引力評估要素及其操作性定義

評估要素	操作性定義
交通便利	親子餐廳可搭大眾運輸方便到達、餐廳位置醒目好找。
停車方便	親子餐廳設有專用停車場或提供可停車的場所。
地點具附加性	親子餐廳所處位置風景優美或具有特殊性，讓顧客可順道遊歷。

(續表)

(續表)

座位空間的舒適性	親子餐廳內的空間動線及座位規劃令顧客感到舒適。
餐廳空間的主題性	親子餐廳的外觀建築、內部裝潢佈置與用餐氛圍具有特殊吸引力。
環境設備安全	親子餐廳的環境與設備符合安全及衛生標準。
飲食健康	親子餐廳提供之食材及烹調方式符合營養、健康、安全。
餐點及口味多樣性	餐點菜式與盛盤豐富、有變化、有特色且隨季節和節慶作變化。
價格	商品價格合理，符合顧客心中之性價比。
服務員專業性	服務員訓練良好具有良好服務態度與危機處理能力並提供售後服務。
服務友善兒童	親子餐廳服務措施能考量兒童特質，以兒童為主的友善關懷。
提供親子體驗活動	親子餐廳能設計多樣親子互動平台，促進親子交流。
提供兒童專屬遊戲區或體驗空間	親子餐廳提供專屬兒童的遊戲區及體驗空間。
隨餐附贈附屬品	親子餐廳伴隨餐點贈送兒童合宜或具吸引力的玩具、禮物。
提供適合兒童餐點	親子餐廳能設計及提供不同年齡層兒童適合之餐點並和成人餐點有所區隔。
經常舉辦不同類型親子活動	親子餐廳能隨季節及節慶變化舉辦具有吸引力和創新之親子活動以強化對顧客的吸引力
提供育兒資訊	親子餐廳能藉由顧客來店消費過程中或其他與顧客交流媒介提供育兒新資訊。
行銷活動	親子餐廳能隨潮流、季節、節慶變化舉辦不同類型且吸引顧客之行銷及促銷活動。

(續表)

餐廳知名度	親子餐廳在媒體上的曝光度及名聲。
顧客的口碑	顧客因滿意而親自將自身消費體驗與親朋好友作分享而帶動親子餐的吸引力。
餐廳在網路的評價	社群網站或部落格對親子餐廳的介紹與評價所造成的吸引力。

資料來源：本研究整理



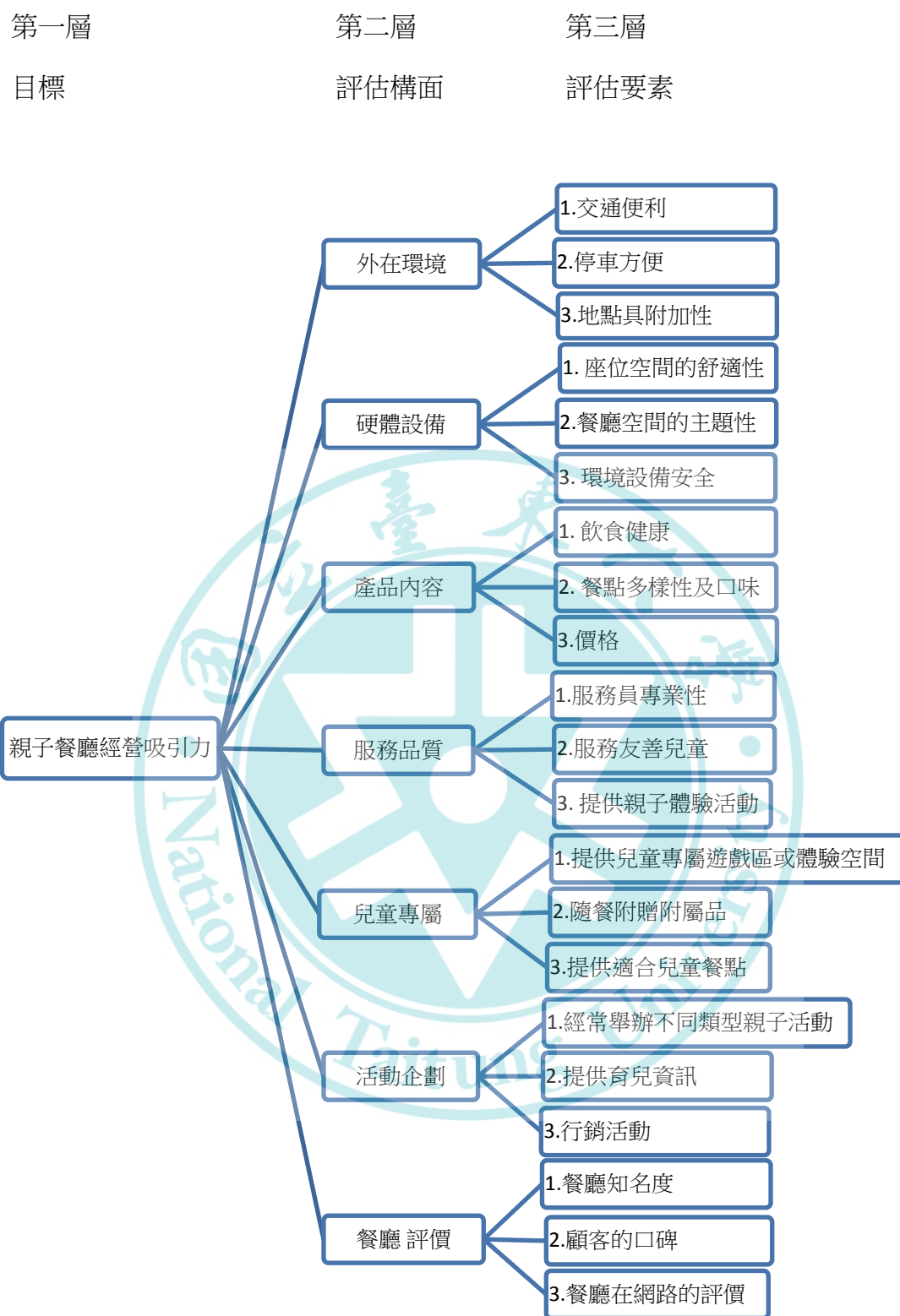


圖 3-4-1 親子餐廳吸引力評估模式層級架構圖

資料來源：本研究整理

第四章 研究結果與分析

本研究主要探討經營親子餐廳重視的吸引力關鍵要素，本研究根據問卷資料結果進行統計整理與結果分析，以了解親子餐廳吸引力的要素的重要性；透過 AHP 層級分析法，分析親子餐廳相關之產、官、學專家重視之評估要素優先順序。本章共分為四節，分別為第一節基本資料分析，第二節全體專家評估構面與要素權重分析，第三節不同專家背景評估構面與要素權重分析，第四節研究結果探討。

第一節 基本資料分析

一、AHP 專家問卷回收情形

本研究發放「專家層級分析權重比較問卷」，問卷填答對象為熟悉親子餐廳經營之學者專家、產業專家與公部門專家，共計發出 12 份問卷，回收 12 份問卷，問卷回收率 100%。

回收之專家問卷須通過 AHP 的一致性檢定($C.R. \leq 0.1$)，使得計入有效問卷，若 $C.R. > 0.1$ 則視為無效問卷。本研究回收問卷 12 份中，通過一致性檢定的有效問卷共 12 份，問卷有效率為 100%。其中學者專家問卷回收 4 份，產業專家問卷回收 4 份，行政部門專家問卷回收 4 份。

二、AHP 專家問卷描述性統計

本研究 AHP 專家問卷的基本資料分「職業屬性」、「年齡」、「學歷」、「該領域工作年限」、「專家屬性」，分析結果如表 4-1-1 與表 4-1-2 所示。

表 4-1-1 層級分析專家屬性

	項目	(N=12)	
		人數	百分比
性別	男	6	50%

(續表)

(續表)

	女	6	50%
年齡	20-30	2	16.7%
	30-40	5	41.7%
	40-50	4	33.3%
	50-60	1	8.3%
學歷	高中職或以下	0	0
	大專或大學	7	58.3%
	碩士	3	25%
	博士	2	16.7%
工作年資	未滿 3 年	2	16.7%
	3-5 年	1	8.3%
	6-10 年	4	33.3%
	11-15 年	1	8.3%
	15 年以上	4	33.3%
專家背景	大學餐旅觀光學系教師	4	33.3%
	親子餐廳負責人、主管	4	33.3%
	縣市政府文化觀光局科員、股長	4	33.3%

資料來源：本研究整理

表 4-1-2 專家背景資料

受訪者	所屬部門	職稱
A 先生	國立高雄餐旅大學	副教授
B 先生	臺灣觀光學院	助理教授
C 先生	臺灣觀光學院	教師

(續表)

D 小姐	臺灣觀光學院	教師
E 小姐	某親子餐廳	主管
F 先生	某親子餐廳	負責人
G 先生	某親子餐廳	負責人
H 小姐	某親子餐廳	主管
I 先生	高雄市觀光局	專員
J 小姐	高雄市觀光局	股長
K 小姐	高雄市觀光局	科員
L 小姐	高雄市觀光局	科員

資料來源：本研究整理

從上述統計資料顯示本研究受訪專家之職業屬性中，產業界人士 4 名，政府部門專家 4 名、學者專家 4 名，所占比率分別為 33.33%、33.33%、33.33%，本研究選之專家學者均具有相關的學識與經驗；4 位親子餐廳經營者或負責人均具有相當豐富的親子餐廳經營相關經驗，並將親子餐廳經營的具有特色與吸引力。政府部門專家，除了解餐飲觀光業的相關知識，並熟悉親子餐廳經營相關法令與業務。學者專家除了解親子餐廳外，本身都具有相關領域的學識，更是大專院校以上相關學系之教師，也是從事相關事業研究的學者。

在專家年齡方面，31 歲至 61 歲之間的專家達 10 名，對於親子餐廳之經營發展策略與行銷市場需求動向，有其相當的經驗與看法，由此可知本研究之產業界專家、政府部門專家、學者專家均為該領域的領航者。在學歷方面，本研究專家中大專或大學 7 名（58.3%）為最多；高中職或以下 0（0%）；碩博士合計共 5 名（41.7%），顯見除了學者專家外，產業界專家與政府部門專家也具有豐富學識與專長。在該領域工作年資面，本研究的專家中工作年資 6-10 年以上的共 4 名（33.3%）；其次為工作年資 11-15 年共 1 名（8.3%）；接著為工作年資 15 年以上共 4 名（33.3%）；由此可知本研究之專家在該領

域大部分都屬於相當資深，具備相當水準的實務經驗與經歷。

整體而言，本研究的問卷專家，無論專家學者、產業界專家、公部門專家的學經歷與工作年資，均具備足以評估本研究主題的決策能力，有助於提升本研究的效度。

第二節 全體專家評估構面與要素權重分析

一、各層級一致性分析

本研究之專家問卷，由產、官、學界相關背景之專家填寫，本研究將全體受訪數值透過軟體 Expertchoice 計算求出整體專家問卷之一致性指標(Consistency Index, C.I.)以及一致性比率(Consistency Ratio, C.R.)來檢定成對比較矩陣的一致性。再依各準則之權重大小進行排序。相關檢定顯示回收問卷之所有層級一致性比率數值皆 ≤ 0.1 ，表示全體受訪者之評估值均達可接受之一致性標準，所得結果如表 4-2-1 所示。

表 4-2-1AHP 專家問卷全體專家學者一致性檢定

層級名稱		C.R.值	一致性檢定
目標		0.004	符合
評估構面	外在環境	0.000	符合
	硬體設備	0.000	符合
	產品內容	0.000	符合
	服務品質	0.000	符合
	兒童專屬	0.000	符合
	活動企劃	0.009	符合
	餐廳評價	0.000	符合

資料來源：本研究整理

二、評估構面與要素的權重分析

親子餐廳吸引力評估要素之構面及評估要素權重如表 4-2-2 所示，以下針對構面及

評估要素權重結果之高低依序進行分析以及探討。

表 4-2-2 AHP 專家問卷全體專家評估構面與要素權重分析

構面	權重	排序	評估要素	權重	排序
外在環境	0.185	2	交通便利	0.257	2
			停車方便	0.504	1
			地點附加性	0.239	3
硬體設備	0.210	1	座位空間的舒適性	0.224	3
			餐廳空間的主題性	0.230	2
			環境設備安全	0.546	1
產品內容	0.165	3	飲食健康	0.454	1
			餐點與口味多樣性	0.325	2
			價格	0.221	3
服務品質	0.107	6	服務員專業性	0.313	2
			服務友善兒童	0.481	1
			提供親子體驗活動	0.206	3
兒童專屬	0.160	4	提供兒童專屬的遊戲區或體驗空間	0.516	1
			隨餐附贈附屬品	0.141	3
			提供適合兒童的餐點	0.343	2
活動企劃	0.057	7	經常舉辦不同類型親子活動	0.373	1
			提供育兒資訊	0.266	3
			行銷活動	0.361	2
餐廳評價	0.116	5	餐廳知名度	0.112	3

(續表)

			顧客口碑	0.449	1
			餐廳在網路上的評價	0.434	2

資料來源：本研究整理

由表 4-2-2 中可看出構面依權重值大小之排序，依序分別為「硬體設備」(0.210)、「外在環境」(0.185)、「產品內容」(0.165)、「兒童專屬」(0.160)、「餐廳評價」(0.116)、「服務品質」(0.107)以及「活動企劃」(0.057)。此結果可以顯示出親子餐廳吸引力，以「硬體設備」為首要注重之構面。

評估構面權重排序第一的為「硬體設備」，權重值為 0.210，此評估構面泛指親子餐廳內座位空間、空間裝潢設計的主題性以及內部環境設備等。在「硬體設備」所涵括評估要素之重要性依序為：「環境設備安全」(0.546)、「餐廳空間的主題性」(0.230)、「座位空間的舒適性」(0.224)。「環境設備安全」權重值 0.546 為評估要素中最高，由上述資料顯示，專家認為「環境設備安全」在「硬體設備」構面中最具重要性，親子餐廳的環境與設備符合安全及衛生標準是硬體設備的根本。

評估構面權重排序第二的為「外在環境」，權重值為 0.185，此構面泛指親子餐廳所在環境之交通便利性、停車方便性及所在地點風景優美或具特殊性可讓顧客順道一遊。在「外在環境」所涵括評估要素之重要性依序為：「停車方便」(0.504)、「交通便利」(0.257)、「地點具附加性」(0.239)。「停車方便」相對權重值 0.504 為評估要素中最高，由上述資料顯示，專家認為「停車方便」在「外在環境」構面中最具重要性，推測親子餐廳部分以家庭為主，家庭外出以自行開車佔大部分，因此親子餐廳設有專用停車場或提供可停車的場所為重要的評估要素。

評估構面權重排序第三的為「產品內容」，權重值 0.165，此構面泛指親子餐廳所提供的飲食符合健康、餐點與口味多樣性以及產品之性價比吸引顧客。在「產品內容」所涵括評估要素之重要性依序為：「飲食健康」(0.454)、「餐點與口味多樣性」(0.325)及「價格」(0.221)。「飲食健康」相對權重值 0.454 為次準則中最高，由上述資料顯示，專家

認為「飲食健康」在「產品內容」構面中最具重要性，專家普遍認為親子餐廳提供之食材及烹調方式符合營養、健康、安全為產品內容之基礎。

評估構面權重排序第四的為「兒童專屬」，權重值 0.160，此構面則泛指親子餐廳能提供兒童專屬的遊戲區或體驗空間，更能提供適合兒童的餐點，或隨餐附贈適合兒童的小禮物。在「兒童專屬」所涵括評估要素之重要性依序為：「提供兒童專屬的遊戲區或體驗空間」(0.516)、「提供適合兒童的餐點」(0.343)和「隨餐附贈附屬品」(0.141)。由上述資料顯示，專家認為親子餐廳提供專屬兒童的遊戲區及體驗空間為兒童專屬的構面中最具關鍵性的吸引力。

評估構面權重排序第五的為「餐廳評價」，權重值 0.116，此構面則泛指親子餐廳藉由不同媒體做行銷活動打開知名度，並藉由顧客親身的口碑及網路社群或部落客評價來增加吸引力。在「餐廳評價」所涵括評估要素之重要性依序為：「顧客口碑」(0.449)、「餐廳在網路上的評價」(0.434)和「餐廳知名度」(0.112)。

評估構面權重排序第六的為「服務品質」，權重值 0.107，此構面則泛指親子餐廳之服務員之專業性並提供售後服務、各項服務措施友善兒童、提供親子體驗活動。在「服務品質」所涵括評估要素之重要性依序為「服務友善兒童」(0.481)、「服務員專業性」(0.313)和「提供親子體驗活動」(0.206)。

評估構面權重排序第七的為「活動企劃」，權重值 0.057，此構面則泛指親子餐廳能經常依季節、節慶或流行趨勢舉辦各種親子活動、提供育兒新知並且常舉辦多樣行銷活動讓顧客有新鮮創新的感受。在「活動企劃」所涵括評估要素之重要性依序為：「經常舉辦不同類型親子活動」(0.373)、「行銷活動」(0.361)和「提供育兒資訊」(0.266)。

三、整體評估要素的相對權重分析

整體評估要素的相對權重分析由表 4-2-3、圖 4-2-1 及圖 4-2-2 可以看出二十一項評估要素中，其相對權重依序以「環境設備安全」(0.115)、「停車方便」(0.093)、「提供兒童專屬的遊戲區或體驗空間」(0.083)、「飲食健康」(0.075)、「提供適合兒童的餐點」(0.055)「餐點與口味多樣性」(0.054)等六項最高；表示整體專家一致認為親子餐廳吸引力估模

式中，親子餐廳的環境與設備符合安全及衛生標準，親子餐廳設有專用停車場或提供可停車的場所、親子餐廳提供專屬兒童的遊戲區及體驗空間，親子餐廳提供之食材及烹調方式符合營養、健康、安全、多樣化以及親子餐廳能設計及提供不同年齡層兒童適合之餐點並和成人餐點有所區隔等以上要素佔了最舉足輕重的地位也最具有吸引力。

表 4-2-3AHP 專家問卷全體專家整體評估要素之相對權重分析

構面	評估要素	相對權重	排序
外在環境	交通便利	0.048	11
	停車方便	0.093	2
	地點附加性	0.004	13
硬體設備	座位空間的舒適性	0.047	12
	餐廳空間的主題性	0.048	10
	環境設備安全	0.115	1
產品內容	飲食健康	0.075	4
	餐點與口味多樣性	0.054	6
	價格	0.036	14
服務品質	服務員專業性	0.033	15
	服務友善兒童	0.052	7
	提供親子體驗活動	0.022	17
兒童專屬	提供兒童專屬的遊戲區或體驗空間	0.083	3
	隨餐附贈附屬品	0.023	16
	提供適合兒童的餐點	0.055	5
活動企劃	經常舉辦不同類型親子活動	0.021	18
	提供育兒資訊	0.015	20
	行銷活動	0.021	19

(續表)

(續表)

餐廳評價	餐廳知名度	0.013	21
	顧客口碑	0.052	7
	餐廳在網路上的評價	0.051	9

資料來源：本研究整理



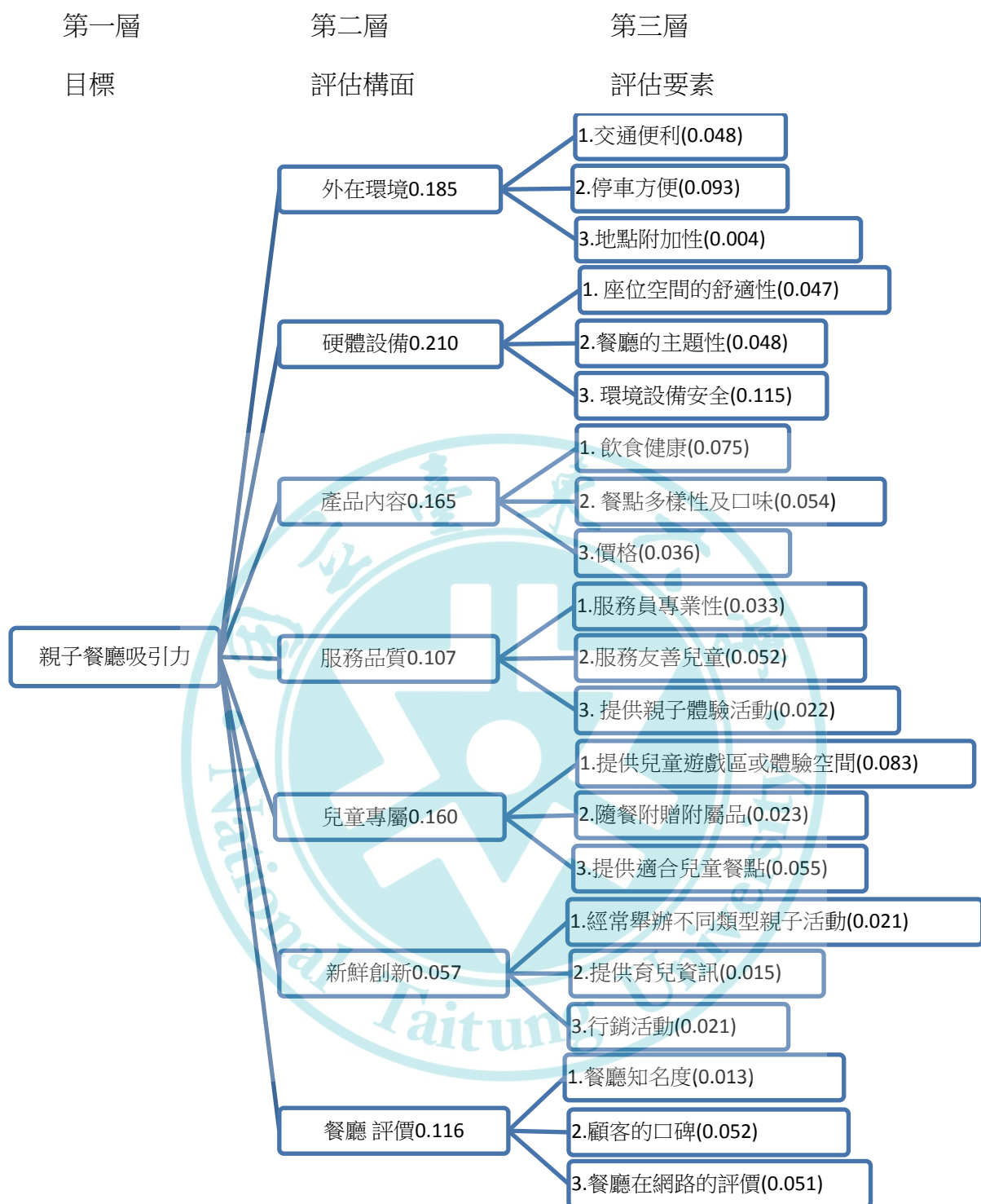


圖 4-2-1 全體專家層級架構相對權重分配圖

資料來源：本研究整理

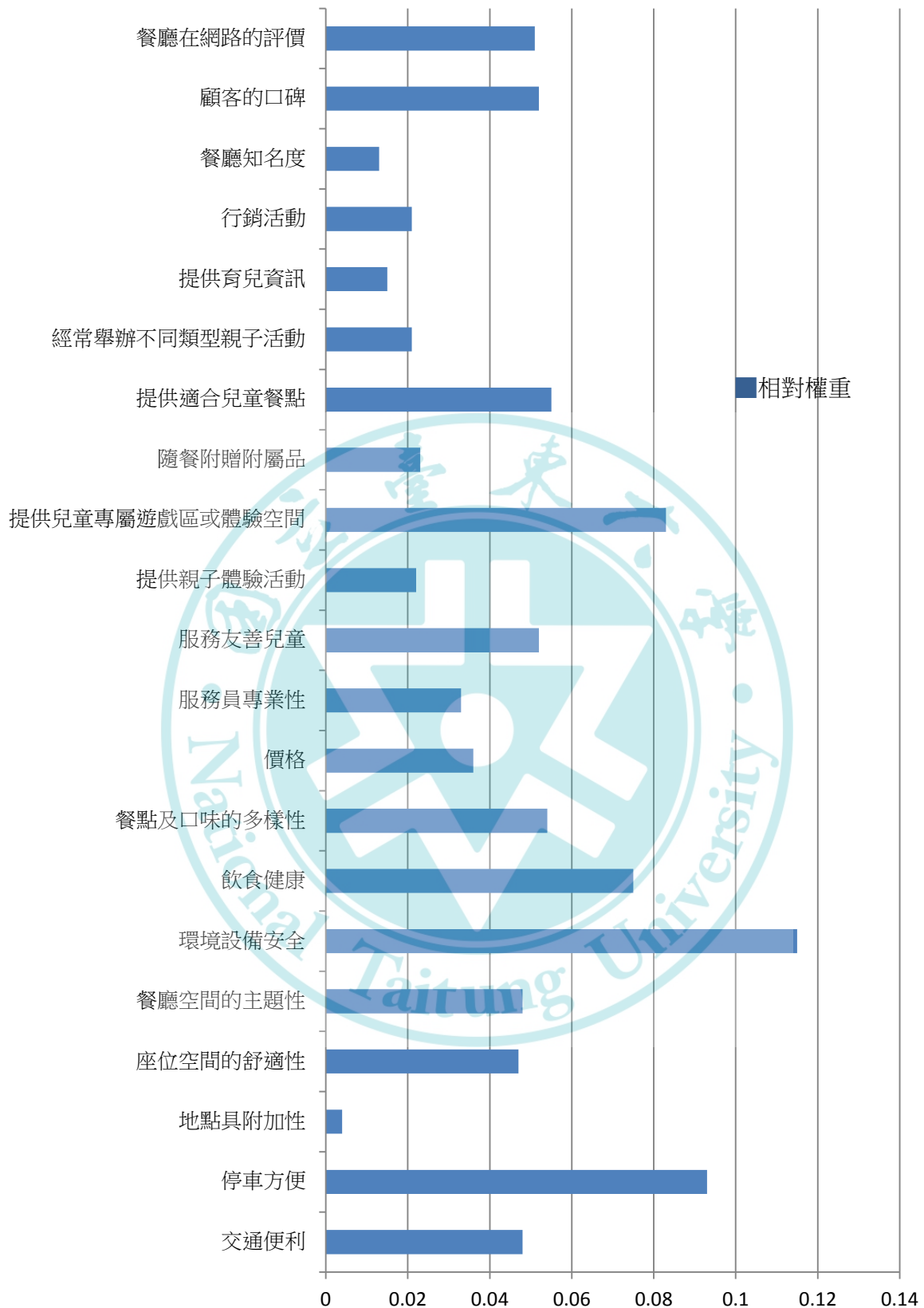


圖 4-2-2 AHP 專家問卷全體專家整體評估要素相對權重分配圖

資料來源：本研究整理

第三節 不同背景專家評估構面與要素權重分析

為有助於了解親子餐廳吸引力各評估構面與要素之重要程度，本研究將依不同背景之專家進行專家問卷分析，如此一來，可深入探討不同領域之專家對於本研究之看法。

一、各層級一致性檢定

本研究將受訪者依其背景分為三個群體，分別為學術界、產業界、公部門及三類，各群體數值透過軟體 Expertchoice 計算求出一致性指標(Consistency Index, C.I.)以及一致性比率(Consistency Ratio, C.R.)來檢定成對比較矩陣的一致性。其結果如下表 4-3-1 所示，三個群體的層級一致性比率數值皆 ≤ 0.1 ，表示群體之一致性檢定皆符合標準。以下將針對三個群體之專家，對於親子餐廳吸引力之評估構面與要素之權重結果予以分析和探討。

表 4-3-1AHP 專家問卷不同背景專家一致性檢定

專家背景 層級名稱		C.R.值			一致性檢定
		學術界	產業界	公部門	
評估構面		0.015	0.015	0.015	符合
評估要素	外在環境	0.069	0.034	0.017	符合
	硬體設備	0.069	0.000	0.000	符合
	產品內容	0.069	0.017	0.000	符合
	服務品質	0.086	0.000	0.017	符合
	兒童專屬	0.000	0.052	0.000	符合
	活動企劃	0.052	0.000	0.000	符合
	餐廳評價	0.017	0.017	0.017	符合

資料來源：本研究整理

二、評估構面與要素的權重分析

(一) 不同背景專家評估構面權重比較

不同專家背景評估構面權重可由表 4-3-2 及圖 4-3-1 分析中可以得到，在最高權重與次高權重的選擇上，產業界、行政界、學術界都有不相同的選擇，表示不同背景專家學者在親子餐廳的吸引力上，依其不同專業背景有不同角度與看法。學術界專家選擇的最高前三項權重依序為「產品內容」(0.258)、「兒童專屬」(0.226)、「外在環境」(0.170)；產業界專家選擇的最高前三項權重依序為「餐廳評價」(0.238)、「硬體設備」(0.220)、「服務品質」(0.134)；公部門專家選擇的最高前三項權重依序為「硬體設備」(0.282)、「產品內容」(0.174)、「兒童專屬」(0.172)。在最高前三項評估構面的選擇中，學術界專家和公部門專家皆選擇了「產品內容」、「兒童專屬」；產業界專家和公部門專家皆選擇了「硬體設備」。

表 4-3-2 AHP 專家問卷不同背景專家評估構面權重比較

評估構面	學術界		產業界		公部門	
	權重	排序	權重	排序	權重	排序
外在環境	0.170	3	0.079	7	0.125	4
硬體設備	0.136	4	0.220	2	0.282	1
產品內容	0.258	1	0.133	4	0.174	2
服務品質	0.117	5	0.134	3	0.120	5
兒童專屬	0.226	2	0.108	5	0.172	3
活動企劃	0.046	7	0.087	6	0.060	7
餐廳評價	0.048	6	0.238	1	0.068	6

資料來源：本研究整理

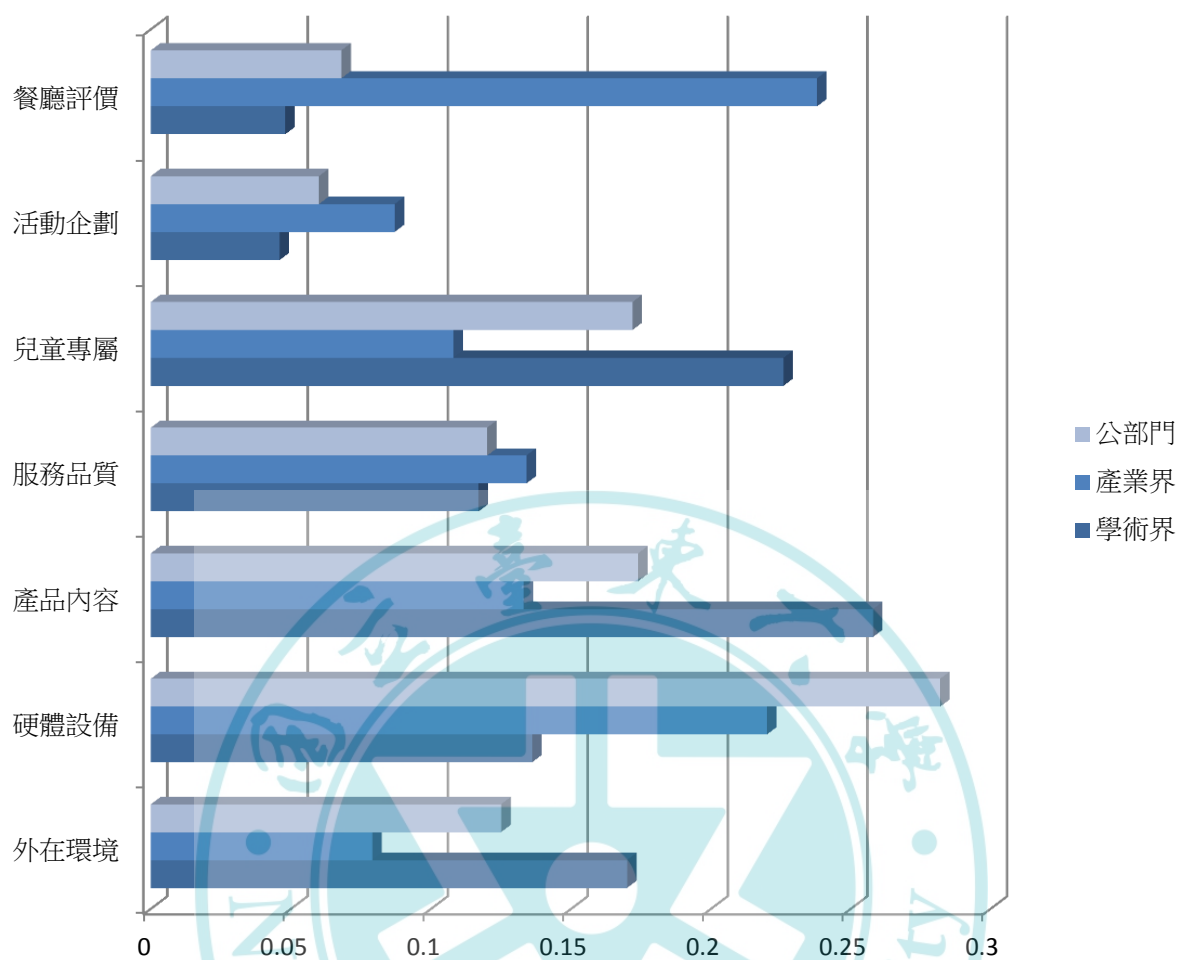


圖 4-3-1 AHP 專家問卷不同背景專家評估構面權重比較圖

資料來源：本研究整理

(二) 不同背景專家評估要素權重比較

由表 4-3-3 中可以看出，不同背景專家在評估要素權重的比較上，七大評估構面的評估要素權重排序僅「服務品質」與「兒童專屬」下的評估要素權重排序選擇相同。

在「外在環境」構面下的評估要素裡，學術界和公部門專家一致認為「停車方便」最重要，但是產業界專家則認為是「地點附加性」。

在「硬體設備」構面下的評估要素裡，產業界和公部門專家一致認為「環境設備安全」最重要，但是學術界專家則認為是「座位空間的舒適性」。

在「產品內容」構面下的評估要素裡，產業界和公部門專家一致認為「飲食健康」

最重要，但是學術界專家則認為是「餐點與口味多樣性」。

在「活動企劃」構面下的評估要素裡，產業界和公部門專家一致認為「行銷活動」最重要，但是學術界專家則認為是「提供育兒資訊」。此外，產業界和公部門專家一致認為「提供育兒資訊」最不重要，而學術界專家則卻認為是「行銷活動」。

在「餐廳評價」構面下的評估要素裡，學術界和產業界專家一致認為「顧客口碑」最重要，但是公部門專家則認為是「餐廳在網路上的評價」。

表 4-3-3 AHP 專家問卷不同背景專家評估要素權重比較

評估要素	學術界		產業界		公部門	
	權重	排序	權重	排序	權重	排序
交通便利	0.279	2	0.221	3	0.184	3
停車方便	0.604	1	0.383	2	0.584	1
地點附加性	0.117	3	0.396	1	0.231	2
座位空間的舒適性	0.429	1	0.338	2	0.110	3
餐廳空間的主題性	0.248	3	0.272	3	0.146	2
環境設備安全	0.323	2	0.390	1	0.744	1
飲食健康	0.430	2	0.404	1	0.549	1
餐點與口味多樣性	0.437	1	0.268	3	0.271	2
價格	0.132	3	0.328	2	0.181	3
服務員專業性	0.207	2	0.297	2	0.350	2
服務友善兒童	0.644	1	0.462	1	0.451	1
提供親子體驗活動	0.149	3	0.240	3	0.199	3
提供兒童專屬的遊戲區或體驗空間	0.450	1	0.680	1	0.469	1
隨餐附贈附屬品	0.144	3	0.073	3	0.155	3

(續表)

(續表)

提供適合兒童的餐點	0.405	2	0.248	2	0.377	2
經常舉辦不同類型親子活動	0.397	2	0.270	2	0.421	2
提供育兒資訊	0.422	1	0.234	3	0.130	3
行銷活動	0.181	3	0.497	1	0.449	1
餐廳知名度	0.205	3	0.186	3	0.087	3
顧客口碑	0.544	1	0.497	1	0.424	2
餐廳在網路上的評價	0.251	2	0.317	2	0.489	1

資料來源：本研究整理

三、不同背景專家整體評估要素之相對權重分析

由表 4-3-4 及圖 4-3-2 中分析可以得到，不同背景專家在整體評估要素的相對權重選擇上，權重值最高的前三項各專家的選擇不相同。學術界專家在整體評估要素的最高的前三項相對權重選擇依序為「餐點與口味多樣性」、「飲食健康」、「停車方便」；產業界專家在整體評估要素的最高的前三項相對權重選擇依序為「顧客口碑」、「環境設備安全」、「餐廳在網路上的評價」；公部門專家在整體評估要素的最高的前三項相對權重選擇依序為「環境設備安全」、「提供兒童專屬的遊戲區或體驗空間」、「停車方便」；在第四高權重的選擇上，學術界專家選擇「提供兒童專屬的遊戲區或體驗空間」，產業界專家的選擇為「座位空間的舒適性」，而公部門專家的選擇為「提供適合兒童的餐點」；在第五高權重的選擇上，學術界專家選擇「提供適合兒童的餐點」，產業界專家的選擇為「提供兒童專屬的遊戲區或體驗空間」，而公部門專家的選擇為「飲食健康」；在第六高權重的選擇上，三個不同背景的專家們皆選擇「服務友善兒童」。

表 4-3-4 AHP 專家問卷不同背景專家整體評估要素之相對權重比較

評估要素	學術界		產業界		公部門	
	相對權重	排序	相對權重	排序	相對權重	排序
交通便利	0.047	8	0.017	20	0.023	18
停車方便	0.103	3	0.030	16	0.073	3
地點附加性	0.020	15	0.031	15	0.029	13
座位空間的舒適性	0.058	7	0.074	4	0.032	10
餐廳空間的主題性	0.034	11	0.060	7	0.041	8
環境設備安全	0.043	9	0.086	2	0.210	1
飲食健康	0.110	2	0.054	8	0.063	5
餐點與口味多樣性	0.113	1	0.036	13	0.031	11
價格	0.035	10	0.044	10	0.020	19
服務員專業性	0.024	14	0.040	12	0.042	7
服務友善兒童	0.075	6	0.062	6	0.054	6
提供親子體驗活動	0.017	18	0.032	14	0.024	17
提供兒童專屬的遊戲區或體驗空間	0.102	4	0.073	5	0.080	2
隨餐附贈附屬品	0.033	12	0.008	21	0.027	15
提供適合兒童的餐點	0.092	5	0.027	17	0.065	4
經常舉辦不同類型親子活動	0.018	17	0.023	18	0.025	16
提供育兒資訊	0.019	16	0.020	19	0.008	20
行銷活動	0.008	21	0.043	11	0.028	14
餐廳知名度	0.01	20	0.045	9	0.006	21
顧客口碑	0.026	13	0.118	1	0.030	12

(續表)

餐廳在網路上的評價	0.012	19	0.075	3	0.033	9
-----------	-------	----	-------	---	-------	---

資料來源：本研究整理

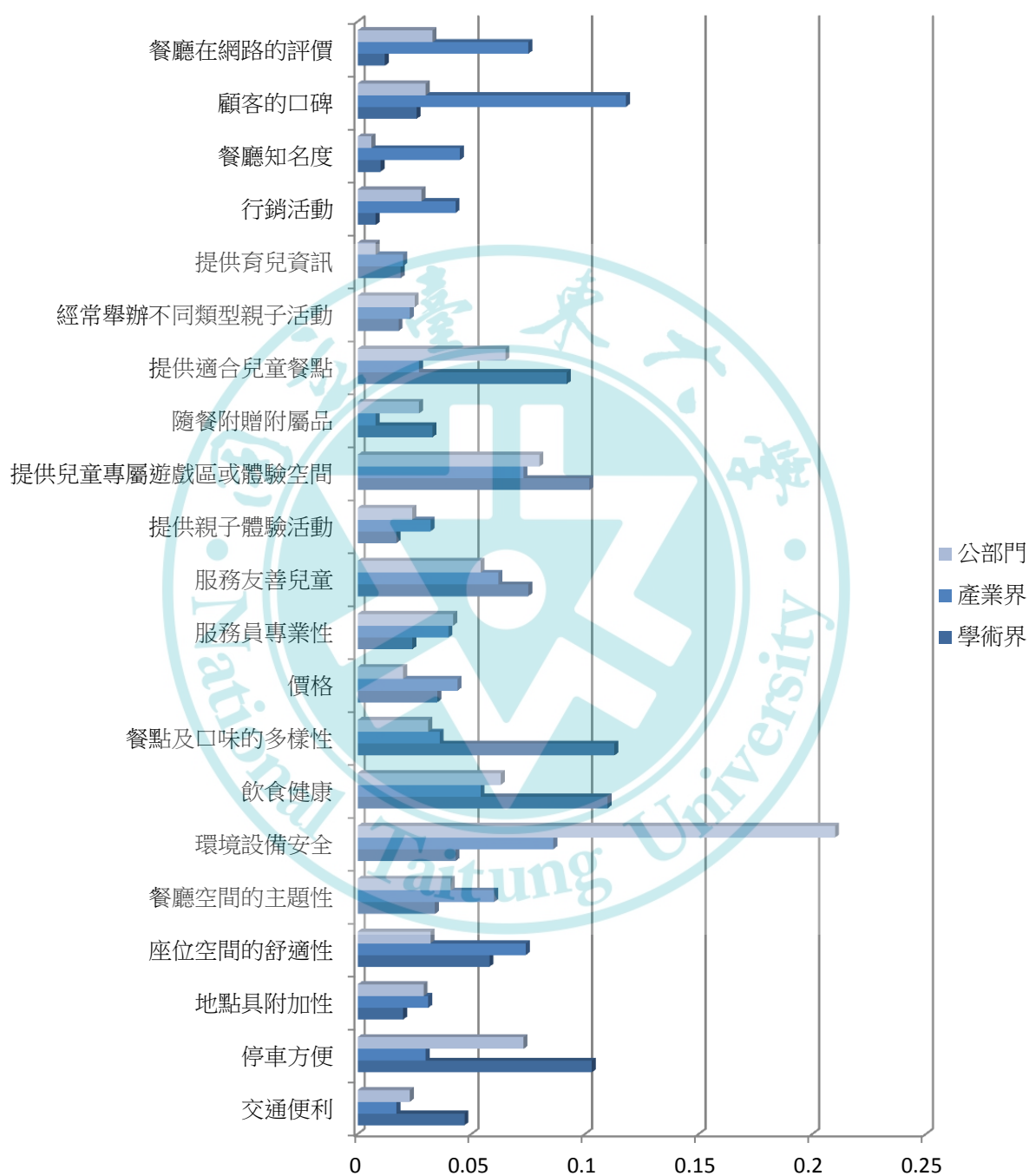


圖 4-3-2 AHP 專家問卷不同背景專家整體評估要素相對權重比較圖

資料來源：本研究整理

四、不同背景專家評估構面權重與整體評估要素相對權重排序選擇相關性比較

依斯皮爾曼(spearman)等級相關係數的分析發現，在評估構面的權重排序選擇上，學術界專家與公部門專家之間的選擇有很高的一致性，有高度相關存在；但是學術界與產業界專家之間或產業界與公部門專家之間則否（詳見表 4-3-5）。在整體評估要素的相對權重排序上，學術界與公部門專家之間的選擇有很高的一致性，有高度相關存在；產業界與公部門專家之間的選擇也有較高的一致性，有較高相關存在；但是學術界與產業專家之間則否（詳見表 4-3-6）。

表 4-3-5 不同背景專家評估構面權重排序之相關係數分析(N=7)

		學術界	產業界	公部門
學術界	相關係數	1.000	-0.214	0.786*
	p 值	.	0.645	0.036
產業界	相關係數	-0.214	1.000	0.143
	p 值	0.645	.	0.706
公部門	相關係數	0.786*	0.143	1.000
	p 值	0.036	0.706	.

資料來源：本研究整理

*p< 0.05

表 4-3-6 不同背景專家整體評估要素相對權重排序之相關係數分析(N=21)

		學術界	產業界	公部門
學術界	相關係數	1.000	0.062	0.605**
	p 值	.	0.788	0.004
產業界	相關係數	0.062	1.000	0.434*
	p 值	0.788	.	0.049
公部門	相關係數	0.605**	0.434*	1.000
	p 值	0.004	0.049	.

資料來源：本研究整理

*p< 0.05. **p< 0.01。

第四節 研究結果探討

本節將以研究結果與相關研究及文獻作對話與討論，分述如下。

一、在「目標」下各「評估構面」之重要性

評估構面以全體專家選擇之相對權重高低排序，依序為「硬體設備」為首要，其次依序為「外在環境」、「產品內容」、「兒童專屬」、「餐廳評價」、「服務品質」以及「活動企劃」。親子餐廳內座位空間的舒適性、空間裝潢設計的主題性以及環境設備的安全性為親子餐廳重要的吸引力，親子餐廳內的環境和設備提供了家長和孩子釋放壓力和愉悅沉浸體驗（車成緯等，2015）。此結果與簡若昀(2013)研究指出親子餐廳以環境空間規劃為最重要的構面因素的結論相符合。亦與吳正雄等（2012）提出親子餐廳的餐廳的衛生安全、裝潢氣氛設計、座位空間的舒適性為家長選擇親子餐廳的重要考量的結果相符。陳薇如（2013）研究指出親子餐廳是一個友善親子的空間，優先考量應該是空間設備的安全性，其次才是考慮其豐富度與對兒童的吸引力。當家長帶著孩子走入親子餐廳而不是一般餐廳，家長所期望的是這裡的環境相對一般餐廳對孩子較安全，而且這裡的氛圍適合親子共處，能讓親子愉悅與釋放壓力，這也是專家最注重「硬體設備」的因素。其次就是「外在環境」，從文獻探討得知餐廳所處地點的便利性與附加性是餐廳經營的經營重要關鍵因素（潘昭帆，2010）。親子餐廳亦是如此，親子餐廳顧客以親子為主，全家人一起出門甚至帶著年幼子女外出，餐廳所在地點的停車或交通便利性十分重要，特別是周末假日出門用餐後能在餐廳附近順道一遊更為方便。「產品內容」位居第三，劉慶華等（2016）研究指出親子餐廳的健康食材、適合兒童的餐點、推出新菜色為影響了消費者再消費意願重要因素。近年來，經過許多食安風波後，消費者特別注重食安問題，尤其親子餐廳又以兒童為主要客群，因此飲食的新鮮衛生、餐點的健康與是否適合兒童更是受到家長的重視。「兒童專屬」位居第四，吳正雄等（2012）提出親子餐廳提供兒童專屬服務，如兒童專屬遊戲區的服務、隨餐附贈附屬品家長選擇親子餐廳的因素之一。「餐廳評價」位居第五，吳正雄等（2012）與劉慶華等（2016）的研究皆提出家長在選擇親子餐廳或者到親子餐廳的用餐因素皆會受到親友推薦或媒體報導等因素影

響。「服務品質」位居第六，黃泰誠（2007）研究複合式餐廳吸引力時指出服務人員親切及尊重客人的態度感覺倍受禮遇、服務人員具有專業的素養能解決顧客的問題是重要的吸引力要素，與本研究結論相符，親子餐廳亦如是。重要性最低的是「活動企劃」，簡若昀（2013）研究結論指出親子餐廳不一定要用辦各種親子體驗研活動來吸引顧客，而應該回到到餐廳的本質提供舒適的環境與優質的餐點，此結果與本研究全體專家將「活動企劃」重要性置於最末端的研究結果相符合。

二、在「評估構面」下各「評估要素」之重要性

（一）在「外在環境」評估構面中，以「停車方便」最為重要

研究結果顯示在「外在環境」評估構面中，以「停車方便」重要性最高。在親子餐廳外在環境的吸引力議題中，全體專家認為親子餐廳設有專用停車場或提供可停車的場所十分重要，推論推測親子餐廳顧客以家庭親子為主，家庭外出以自行開車佔大部分，因此親子餐廳設有專用停車場或提供可停車的場所為重要的評估要素。黃泰誠（2007）在研究複合式餐飲業吸引力時分析所指出的地點適中、停車方便為重要的吸引力素。因此親子餐廳業者於設立餐廳時，對於設店地點外在環境的首要考量就是附近停車的的方便性與是否有可以合作的停車場。

（二）在「硬體設備」評估構面中，以「環境設備安全」最為重要

研究結果顯示在「硬體設備」評估構面中，以「環境設備安全」重要性最高。全體專家認為親子餐廳的環境與設備符合安全及衛生標準非常重要，劉慶華等（2016）指出有附設兒童遊戲區的餐飲業者，更應注意遊戲區內設施的安全措施，應立警告標語或監視錄影器，更好的則是有專人在旁協助及維護安全。車成緯等（2015）提出餐廳提供親子安全的互動環境、活動區域規劃讓家長可以清楚掌握孩子活動的情形以及每天都有例行性的消毒。吳正雄等（2012）探討親子外食選擇餐廳用餐注重因素最高為餐廳衛生安全。以上研究皆與本研究之結果相呼應。

（三）在「產品內容」評估構面中，以「飲食健康」最為重要

研究結果顯示在「產品內容」評估構面中，以「飲食健康」重要性最高。全體專

家認為親子餐廳提供之食材及烹調方式符合營養、健康、安全。這屬於產品的最前端，先求食材及調配的新鮮、衛生及安全，再兼顧口味的多樣與價格。簡若昀(2013)研究論結認為提供營養健康的餐點為親子餐廳十分重要的基礎之一。

(四) 在「服務品質」評估構面中，以「服務友善兒童」最為重要

研究結果顯示在「服務品質」評估構面中，以「服務友善兒童」重要性最高。全體專家認為親子餐廳服務措施能考量兒童特質，以兒童為主的友善關懷為「服務品質」評估構面中重要性最高。劉慶華等（2016）提到親子餐廳在服務上應可體諒孩子哭鬧情緒等特質。親子餐廳和其他類型餐廳最大差異就是友善及包容兒童，如此家長才能放鬆的用餐。

(五) 在「兒童專屬」評估構面中，以「提供兒童專屬的遊戲區或體驗空間」最為重要

研究結果顯示在「兒童專屬」評估構面中，以「提供兒童專屬的遊戲區或體驗空間」重要性最高。張凱婷（2015）指出消費者到親子餐廳若沒享受到兒童遊戲區、兒童圖書區等特殊的服务設施會感到不滿意。藉由親子餐廳提供的遊戲區和體驗空間，兒童體驗樂遊戲學習，家長可以藉此放鬆與休閒。

(六) 在「活動企劃」評估構面中，以「經常舉辦不同類型親子活動」最為重要

研究結果顯示在「活動企劃」評估構面中，以「經常舉辦不同類型親子活動」重要性最高。親子餐廳能隨季節及節慶變化舉辦具有吸引力和創新之親子活動以強化對顧客的吸引力。劉慶華等（2016）結論指出產品創新或服务提升才能獲得顧客的青睞，進而提高顧客滿意度而產生再購意願，餐廳的營運績效才能得以提升。親子餐廳能不斷創新藉以增加對消費者的吸引力與關注，這也是親子餐廳能在競爭激烈市場中立足的重要因素。

(七) 在「餐廳評價」評估構面中，以「顧客口碑」最為重要

研究結果顯示在「餐廳評價」評估構面中，以「顧客口碑」重要性最高。顧客因滿意而親自將自身消費體驗與親朋好友作分享而帶動親子餐的吸引力；全體專家認為消費者將自身的消費經驗親自宣傳的影響力最大。吳正雄等（2012）結論指出親子家庭對於資料來源信任仍以口碑傳播為主，消費者認為網路廣告及餐廳網頁提供訊息不

足及可信度不高，認為最有效方法及最值得信賴的還是直接透過親友介紹。

三、「整體層級評估要素」之重要性

整體層級評估要素之重要性中，以「環境設備安全」相對權重排序佔第一、「停車方便」排序第二、「提供兒童專屬的遊戲區或體驗空間」排序第三、「飲食健康」排序第四、「提供適合兒童的餐點」排序第五、「餐點與口味多樣性」排序第六。由研究結果顯示，重要程度的前六名中「硬體設備」佔一個評估要素，「外在環境」佔一個評估要素，「兒童專屬」佔二個評估要素，「產品內容」佔二個評估要素。由此可知親子餐廳的吸引力首要提供消費者一個安全及衛生的用餐環境，其次親子餐廳的消費者以家庭式親子一同外出為主，因此親子餐廳周邊是否停車便利或有無提供停車場顯得格外重要，再來提供新鮮、健康、營養、安全衛生，適合及吸引孩子的餐點，進而更發揮親子餐廳是以友善兒童為出發點的特質，提供多樣且適合兒童專屬的活動空間，讓家長可以放鬆不必在意異樣眼光，親子共享愉悅和樂趣的用餐時光，藉由這些吸引力要素可使消費者成為親子餐廳的忠實顧客。

四、不同背景專家「評估構面」與「整體層級評估要素」之重要性選擇

（一）不同背景專家「評估構面」重要性之選擇比較

在評估構面的權重排序選擇上，學術界專家與公部門專家之間的選擇有很高的一致性，有高度相關存在；但是學術界與產業界專家之間或產業界與公部門專家之間則否。學術界專家選擇最重要的前三項評估構面依序為「產品內容」、「兒童專屬」、「外在環境」；產業界專家選擇最重要的前三項評估構面依序為「餐廳評價」、「硬體設備」、「服務品質」；公部門專家選擇最重要的前三項評估構面依序為「硬體設備」、「產品內容」、「兒童專屬」。學術界專家認為親子餐廳吸引力評估構面首重「產品內容」，產業界專家首重「餐廳評價」，公部門專家首重「硬體設備」。

不同背景之專家依其不同專業角度，見解略有不同，但大部分專家皆認為親子餐廳擁有安全衛生的設備環境、舒適的環境與氛圍，進而提供新鮮、健康、衛生的產品

以及給予兒童專屬的服務措施是消費者到此用餐的重大誘因；然而藉由不同的專業角度提出不同的看法，親子餐廳所處的外在環境的條件良莠，以及餐廳服務的品質，甚至餐廳的口碑、網路評價等因素對消費者的吸引力影響程度皆不容小覷。

（二）不同背景專家在「整體層級評估要素」重要性之選擇比較

在整體評估要素的相對權重排序上，學術界與公部門專家之間的選擇有很高的一致性，有高度相關存在；產業界與公部門專家之間的選擇也有較高的一致性，有較高相關存在；但是學術界與產業專家之間則否。

學術界專家選擇相對權重最高的前六項評估要素依序為「餐點與口味多樣性」、「飲食健康」、「停車方便」、「提供兒童專屬的遊戲區或體驗空間」、「提供適合兒童的餐點」、「服務友善兒童」。產業界專家選擇相對權重最高的前六項評估要素依序為「顧客口碑」、「環境設備安全」、「餐廳在網路上的評價」、「座位空間的舒適性」、「提供兒童專屬的遊戲區或體驗空間」、「服務友善兒童」。公部門專家選擇相對權重最高的前六項評估要素依序為「環境設備安全」、「提供兒童專屬的遊戲區或體驗空間」、「停車方便」、「提供適合兒童的餐點」、「飲食健康」、「服務友善兒童」。

學術界專家認為親子餐廳吸引力評估要素首重「餐點與口味多樣性」，產業界專家首重「顧客口碑」，公部門專家首重「環境設備安全」。不同背景專家皆選擇「提供兒童專屬的遊戲區或體驗空間」、「服務友善兒童」為最重要評估要素的前六項；「環境設備安全」、「飲食健康」、「停車方便」、「提供適合兒童的餐點」三項評估要素皆有兩個不同領域的專家將其列為最重要的前六項；「餐點與口味多樣性」、「顧客口碑」、「餐廳在網路上的評價」、「座位空間的舒適性」等四項評估要素為不同背景專家的不同看法。

由研究結果顯示，不同背景專家皆認為親子餐廳親子餐廳為以兒童為主，友善兒童的主題餐廳，因此服務友善兒童、考量兒童特質，並以此提供兒童專屬的遊戲區或體驗空間作為吸引消費者的重要吸引力，除此之外，一家具吸引力的親子餐廳還需要有安全衛生的環境與設備、停車方便與提供新鮮、健康、安全並適合兒童的餐點；最後，雖然不同背景專家在「餐點與口味多樣性」、「顧客口碑」、「餐廳在網路上的評

價」、「座位空間的舒適性」等四項評估要素看法略有出入，例如，學術界專家選擇「餐點與口味多樣性」為最重要的前六項之一，而產業界專家選擇「顧客口碑」、「餐廳在網路上的評價」、「座位空間的舒適性」為最重要的前六項之一，但此乃不同背景專家依其專業與實務面所做出之選擇，其重要性仍不容忽視。



第五章 結論與建議

本章依據上述研究流程所獲得之研究結果，提出結論與建議；本章共分為三節，分別為第一節結論，第二節管理意涵，第三節研究限制與未來研究建議。

第一節 結論

本研究探討親子餐廳吸引力，經由文獻探討爬梳相關研究理論與資料，建立研究架構，並經由實施專家效度問卷作為調整和修正的依據，最後建立層級架構以實施專家層級分析權重比較問卷，透過相關各界專家填答問卷收集研究樣本，再運用描述性統計與層級分析法（AHP）先檢視各樣本及層級架構之一致性，接著再求出全體專家與不同背景專家所選擇之各評估構面與評估要素之權重與關係，並以以斯皮爾曼等級相(spearman rank correlation test)檢驗不同背景專家間評估構面與整體評估要素相對權重排序選擇之相關性，最後所得研究結論，茲敘述下：

一、親子餐廳吸引力共分為 7 項評估構面及 21 項評估要素

本研究經文獻探討及專家效度問卷建立親子餐廳吸引力，親子餐廳吸引力可分「外在環境」、「硬體設備」、「產品內容」、「服務品質」、「兒童專屬」、「活動企劃」、「餐廳評價」等 7 項評估構面及 21 項評估要素。

二、在「目標」下的評估構面中，以「硬體設備」評估構面最重要

評估構面以全體專家選擇之相對權重高低排序，依序為「硬體設備」為首要，其次依序為「外在環境」、「產品內容」、「兒童專屬」、「餐廳評價」、「服務品質」以及「活動企劃」。當家長帶著孩子走入親子餐廳而不是一般餐廳，家長所期望的是這裡的環境相對一般餐廳對孩子較安全，而且這裡的氛圍適合親子共處，能讓親子愉悅與釋放壓力，這也是專家最注重「硬體設備」的因素。

三、「整體層級評估要素」以「環境設備安全」評估要素最重要

整體層級評估要素之重要性中，以「環境設備安全」相對權重排序佔第一、「停車

方便」排序第二、「提供兒童專屬的遊戲區或體驗空間」排序第三、「飲食健康」排序第四、「提供適合兒童的餐點」排序第五、「餐點與口味多樣性」排序第六。由此可知親子餐廳的吸引力首要提供消費者一個安全及衛生的用餐環境，其次親子餐廳的消費者以家庭式親子一同外出為主，因此親子餐廳周邊是否停車便利或有無提供停車場顯得格外重要，再來提供新鮮、健康、營養、安全衛生，適合及吸引孩子的餐點，進而更發揮親子餐廳是以友善兒童為出發點的特質，提供多樣且適合兒童專屬的活動空間，讓家長可以放鬆不必在意異樣眼光，親子共享愉悅和樂趣的用餐時光，藉由這些吸引力要素使消費者成為親子餐廳的忠實顧客。

四、不同背景專家「評估構面」與「整體層級評估要素」之重要性選擇不盡相同

學術界專家與公部門專家在評估構面的權重排序選擇上有很高的一致性，有高度相關存在；但是學術界與產業界專家之間或產業界與公部門專家之間則否。學術界與公部門專家在整體評估要素的相對權重排序上，的選擇有很高的一致性，有高度相關存在；產業界與公部門專家之間的選擇也有較高的一致性，有較高相關存在；但是學術界與產業專家之間則否。

學術界專家選擇最重要的前三項評估構面依序為「產品內容」、「兒童專屬」、「外在環境」而相對權重最高的前六項評估要素依序為「餐點與口味多樣性」、「飲食健康」、「停車方便」、「提供兒童專屬的遊戲區或體驗空間」、「提供適合兒童的餐點」、「服務友善兒童」。

產業界專家選擇最重要的前三項評估構面依序為「餐廳評價」、「硬體設備」、「服務品質」而相對權重最高的前六項評估要素依序為「顧客口碑」、「環境設備安全」、「餐廳在網路上的評價」、「座位空間的舒適性」、「提供兒童專屬的遊戲區或體驗空間」、「服務友善兒童」。

公部門專家選擇最重要的前三項評估構面依序為「硬體設備」、「產品內容」、「兒童專屬」。學術界專家認為親子餐廳吸引力評估構面首重「產品內容」，產業界專家首重「餐廳評價」，公部門專家首重「硬體設備」而相對權重最高的前六項評估要素依序為「環境設備安全」、「提供兒童專屬的遊戲區或體驗空間」、「停車方便」、「提供適合兒童

的餐點」、「飲食健康」、「服務友善兒童」。

不同背景之專家依其不同專業角度，見解略有不同，但大部分專家皆認為皆認為親子餐廳親子餐廳為以友善兒童為主，因此，服務友善兒童、考量兒童特質，並以此提供兒童專屬的遊戲區或體驗空間作為吸引消費者的重要吸引力；此外更需具備安全衛生的設備環境、停車方便、舒適的環境與氛圍，進而提供新鮮、健康、衛生的產品並適合兒童的餐點；然而藉由不同背景專家依其不同的專業角度所提出不同的看法，其重要性仍不容忽視。

第二節 管理意涵

親子餐廳是近年來新興的餐廳類型，從服務、餐點、設施等處皆友善兒童、替兒童考量的餐廳，近年來更推出以親子互動、親子體驗為主題的餐廳，該類型餐廳不但結合多元且友善的親子活動場域，更有兒童專屬的各項服務。本節依研究結論提出親子餐廳相關建議，分別說明如下：

一、環境設備安全與衛生為基石

當家長帶著孩子走入親子餐廳而不是一般餐廳，家長所期望的是這裡的環境相對於一般餐廳對孩子較安全，而且這裡的氛圍適合親子共處，能讓親子愉悅與釋放壓力，因此對於環境設備安全與衛生更是重視。親子餐廳應符合消防安全及環境設備通過安全衛生檢查，尤其是兒童最喜愛的遊戲區，業者應更加謹慎把關，遊樂設施應附上出廠檢驗報告與安全檢查證明，並在遊戲設施註明使用須知、適用年齡、人數與身高限制、載重量，且應有定期檢查、維護保養與清潔消毒的紀錄。近來，台北衛生局推出食藥粧網路地圖「親子餐廳」專區，揭露時下最夯親子餐廳的稽查結果；由此可知消費安全的意識抬頭，因此，環境設備安全與衛生為親子餐廳經營的基石。

二、商品兼顧美味與健康且適合兒童

近年來屢屢發生食安風暴，國人對食安問題更加重視，親子餐廳是友善兒童為出發點的餐廳，因此在食材的選擇、儲存與烹調更應當謹慎，例如可使用有機食品、有生產

履歷及友善環境和動物所培育出的農產品，甚至使用開放式廚房，讓消費者可以清楚整個食材從產地到上桌的流程，提供安心的飲食；此外，親子餐廳的廚師應具有專業的營養知識，或者聘請相關營養專家，除了提供多樣及美味餐點外，應考慮兒童的營養與健康，例如餐點分齡、不提供炸物及過度加工的食品，讓全家人到此用餐皆安心且健康。

三、友善兒童為出發點達闔家同樂

親子餐廳的「親子」指的是「家長與子女」，親子餐廳雖然要以友善兒童為出發點，但是也別忽略了家長（可能包括祖父母等其他家人）的感受，因此除了提供優質的兒童餐點、用餐環境及體驗場域，也應考慮是否能讓家長感到舒適與放鬆，如此才能吸引消費者，從多樣的選擇中勝出。

四、專業化的服務

用專業的角度及態度經營親子餐廳，親子餐廳並非狹隘的只是附設有兒童遊樂設施的餐廳。專業化的服務包含了硬體與軟體兩個層次。硬體部分，大處從空間規劃、家具設計、廁所、哺乳室等，小處至防撞桌腳、兒童餐具等皆須專業的規劃，甚至兒童的專屬活動空間、玩具都可以請專業幼教人規劃。軟體部分包含了服務人員的素養；服務員訓練良好具有良好服務態度與危機處理能力並提供售後服務；服務人員除了具備餐飲方面的知識，也應透過教育訓練具有一定水平的幼教知識以及急救訓練的知識與技能。如此才能提供親子更完善的服務。

五、設店地點考量市場需求與目標

開設親子餐廳周圍環境首要的考量就是停車方便。地理環境的優劣十分重要，而親子餐廳的店址就是對市場定位的選擇，也因此影響了經營的目標與策略，故店址不同，呈現出的經濟效益不同；在選擇店址前先需把上述因素皆列入考慮。若是考慮讓家長方便帶孩子用餐及來客量高，大賣場與百貨公司內以及交通便利的地點是很好的考量，但相對租金也較高；若是考慮讓家長與孩子共度美好時光，則可考慮周邊景點較多，或是面積較大，有庭園式的環境且業者可規劃較多元的親子活動讓親子用餐與同遊。

六、不斷創新與多元經營

英特爾總裁安迪·格羅夫曾說：「創新是唯一的出路，淘汰自己，否則競爭將淘汰我們」。不少親子餐廳往往新開幕即掀起話題，吸引許多消費者嚐鮮，不過往往熱潮一過就難見回頭客，造成許多親子餐廳倒閉。因此，經營親子餐廳應不斷創新與多元經營，可從硬體與軟體兩方面著手；硬體方面包括定期更換兒童活動的主題或遊樂設施以增加吸引力。軟體的部分包括餐點的變化，主題活動定期新開發與設計，客製化服務，例如生日派對或個人小型演奏會等，最後，和一般餐廳一樣，親子餐廳也有週末高朋滿座，平日門可羅雀的困擾，所以如何推出不同服務吸引非主流客群於一般日到此用餐也是親子餐廳多元經營時可探索的一個區塊。

第三節 研究限制與未來研究建議

本節將對研究過程中發現的研究限制與對將來想研究相關主題的研究者提出建議，如下：

- 一、本研究之背景以全台灣為例，但推測親子餐廳吸引力可能有區域性差異，因此建議後續研究者能朝不同區域做研究，比較出不同區域親子餐廳差異性。
- 二、本研究之研究對象為親子餐廳相關之學者專家、產業界專家、公部門專家為研究對象，並未從消費者的角度作研究。因此，建議後續研究者能從消費者的角度作研究，藉由不同角度研究的交叉比較可以使親子增加餐廳吸引力的經營策略更為周延與完整，以提供未來對親子餐廳或目前經營者更貼近務實面的參考。
- 三、親子餐廳可依其主題類型或規模大小更細分為許多類型的親子餐廳，因此，建議後續研究者可將不同型類型的親子餐廳分類比較作研究，可更深入了解其經營策略差異性。
- 四、本研究建立起三個層級，包括目標、評估構面、評估要素，建議後續研究者可以以增加層級或整併再調整層級，並做最適合方案。以更加深入探討親子餐廳財務、經

營管理方面的策略。

五、本研究採層級分析，建議後續研究者可以採不同之研究方法加以輔助驗證萃取出的親子餐廳吸引力要素是否一致。



參考文獻

一、中文部分

- 吳正雄、李坤城（2012）。親子外食消費行為與餐廳選擇因素之研究：以南部地區為例
嘉南學報，**38**，302-312。
- 李孟訓、林俞君（2009）。古坑地區咖啡休閒產業競爭優勢關鍵成功因素與發展策略之
研究，**農業經營管理年刊**，(15)，63-92。
- 車成緯、余采羚、鄭淑子、李青松（2015）。從親子餐廳探討親子體驗與餐廳服務品質
對家長忠誠度之影響，**運動休閒餐旅研究**，**10**(3)，74-90。
- 林沂蓁（2016）。親子餐廳服務體驗與滿意度之研究（未出版碩士論文）。明新科技大
學，新竹縣。
- 林靖原（2014）。消費者推力與複合式經營引力對實體連鎖書店消費者影響之實證研究
（未出版碩士論文）。國立台灣大學，台北市。
- 邱育典（2015）。親子餐廳服務品質之衡量-以臺中市為例（未出版碩士論文）。朝陽
科技大學，台中市。
- 馬欣吟（2014）。結合 Kano 模式與 IPA 分析探討親子餐廳之關鍵服務品質屬性（未
出版碩士論文）。大葉大學，彰化縣。
- 高玉娟（1995）。墾丁國家公園觀光遊憩資源對遊客的吸引力研究（未出版碩士論文）。
東海大，台中市。
- 孫美蓮、王俊人、張家銘(2010)。運動主題餐廳吸引力與消費者滿意度對再消費意願
之影響研究。**運動休閒管理學報**，**7**(2)，16-29。

黃泰誠（2007）。複合式餐飲業吸引力、滿意度與忠誠度關係之研究－以台南縣市主要複合式餐廳為例（未出版博士論文）。長榮大學，台南市。

黃炫寧（2016）。顧客對親子餐廳的服務品質滿意度與顧客忠誠度之研究（未出版碩士論文）。明道大學，彰化縣。

郭進財、謝凱雯、黃文成（2010）。觀光吸引力、遊憩體驗、滿意度、與重遊意願之研究－以嘉義縣布袋好美里風景區為例。海峽兩岸體育研究學報，4(2)，1-19。

陳昭明（1981）。台灣森林遊樂需求、資源、經營之調查分析。國立臺灣大學森林學系森林遊樂研究室。

陳淑芬（2016）。影響雙薪家庭選擇親子餐廳關鍵因素之研究（未出版碩士論文）。育達科技大學，苗栗縣。

陳薇如（2013）。親子體驗價值、服務創新對家長滿意度與付費意願之研究（未出版碩士論文）。輔仁大學，新北市。

張文琪（2016）。親子餐廳消費者偏好之研究-聯合分析法之應用（未出版碩士論文），致理科技大學，新北市。

張如蘋（2016）。不同屬性消費者對親子餐廳消費價值認知及消費意願之研究（未出版碩士論文）。國立高雄餐旅大學，高雄市。

張凱婷（2015）。以 Kano 模式探討親子餐廳消費體驗之研究（未出版碩士論文）。大葉大學，彰化縣。

楊慕華（2003）。個性咖啡顧客之商店印象、綜合態度與忠誠度關係研究（未出版碩士論文）。中原大學，桃園市。

鄧振源、曾國雄（1989）。層級分析法的內涵特性與應用上，中國統計學報，27（6），5-22。

劉慶華、林瑩昭 (2016)。消費需求、消費體驗與再消費意願相關之研究－以親子主題餐廳為例，*運動休閒餐旅研究*，**11** (1)，77-103。

謝金燕 (2003)。宗教觀光吸引力、滿意度與忠誠度關係之研究－以高雄佛光山為例 (未出版碩士論文)。南華大學，嘉義縣。

潘昭帆 (2010)。台灣西式餐廳經營關鍵因素之研究 (未出版碩士論文)。淡江大學，新北市。

簡若昀 (2013)。打造孩子的夢想餐廳 (未出版碩士論文)。輔仁大學，新北市。

二、西文部分

Burns, L. H. Å (1987). Infertility and the sexual health of the family. *Journal of Sex Education and Therapy*, 13, 30-34.

Dale, F. (1990). Consumer perceptions of tourist attractions. *Journal of Travel Research*, 28(3), 3-9.

Gunn, C. A. (1994). *Tourism planning: Basic, Concept and cases* (3rd ed). Philadelphia, PA: Taylor & Francis.

Hu, Y., & Ritchie, J. R. B. (1993). Measuring destination attractiveness: A contextual approach. *Journal of Travel Research*, 32 (Fall), 2-34.

Heung, V.C.S., & Gu, T. (2012). Influence of restaurant atmospherics on patron satisfaction and behavioral intentions. *International Journal of Hospitality Management*, <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2012.02.004>.

Kokangül, A., Polat, U., & Dağsuyu, C. (2017). A new approximation for risk assessment using the AHP and Fine Kinney methodologies. *Safety Science*, 91, 24-32.

Khalil, N., Kamaruzzaman, S. N., & Baharum, M. R. (2016). Ranking the indicators of building performance and the users' risk via Analytical Hierarchy Process (AHP): Case of

- Malaysia. *Ecological Indicators*, 71, 567–576.
- Leiper, N. (1990). Tourist Attraction System. *Annals of Tourism Research*, 11(3), 367-384.
- Lew, A. (1987). A framework of tourist attraction research. *Annals of Tourism Research*, 14, 533-575.
- Peters, M., & Weiermair, K. (2000). Tourist attractions and attracted tourist: How to satisfy today's 'fickle' tourist clientele. *The Journal of Tourism Studies*, 11, 22-29.
- Smith, S. (1983). *Recreation Geography*. London & New York: Longman.
- Um, S., Chon, K., & Ro, Y. (2006). Antecedents of revisit intention. *Annals of Tourism Research*, 33(4), 1141-1158.
- Wang, S., Tsai, C. Y., & Chu, Y. C. (2010). Tourist Behavior in Hakka Cultural Parks. *African Journal of Business Management*, 4(14), 2952–2961.

三、網路資料

- 內政部統計處 (2015)。出生人數。取自：<http://statis.moi.gov.tw/micst/stmain.jsp?sys=100>
- 行政院主計處 (2014)。婦女婚育與就業調查，15 至 64 歲已婚女性之目前就業狀況。取自：<https://www.dgbas.gov.tw/ct.asp?xItem=35733&CtNode=3304&mp=1>
- 行政院主計處 (2014)。家庭收支調查，家庭收支消費結構。取自：<http://win.dgbas.gov.tw/fies/a11.asp?year=104>
- 商業周刊 (2015)。親子餐廳變樂園 假日滿座率 100%。檢自：<http://archive.businessweekly.com.tw/Article/Index?StrId=59647&v=925183042>
- 遠見雜誌 (2007)。外食人口大調查 全台 330 萬天天外食族逼近北縣總人口。取自：http://www.gvm.com.tw/Boardcontent_13117.html
- 葉蕙瑄 (2015)。台灣親子餐廳發展迅速。取自：<http://economists-pick-research.hktdc.com/business-news/article/國際市場簡訊/台灣>

親子餐廳發展迅速/imn/tc/1/1X000000/1X0A23P2.htm。



【附件一】

專家效度問卷

「親子餐廳吸引力之研究」專家效度問卷

親愛的專家先進您好：

首先，十分誠摯地感謝您撥冗協助填答本研究之專家問卷。

這是一份探討有關「親子餐廳吸引力之研究」的研究問卷，本研究目的是希望能藉由您專業的學術知識及豐富的實務經驗給予本研究問卷寶貴的建議。本資料僅供學術研究統計，絕不對外公開，敬請放心給予建議。所有問題均無標準答案，請依照您真實的狀況及感受回答，非常感謝您的撥冗協助！

敬祝 身體健康・事事如意

國立台東大學文化資源與休閒產業研究所暑碩班

指導教授：施孟隆 博士

研究生：賴玟菁 謹啟

一、問卷填答說明

本問卷目的在選擇「親子餐廳吸引力之研究」之適切的評估架構與內容。每一個評估構面及評估要素皆列出其操作性定義，請您依個人之專業知識及經驗來評選各層面或各指標是否為目標之重要具備條件，若認為需要具備此條件，則勾選「是」；反之，則勾選「刪除」，若認為該評估層面或評估要素的名稱、定義需修改較為妥當，則請您勾選「建議修改」，並填寫您認為更恰當的修改內容。

【範例】

「親子餐廳吸引力之研究」有 7 項評估構面，分別為「外在環境」、「硬體設備」、「產品內容」、「服務品質」、「兒童專屬」、「新鮮創新」、「餐廳評價」，請您填答。

評估構面	操作性定義
外在環境	親子餐廳所在環境之交通便利性、停車方便性及所在地點具有附加性。
☒ 保留 ☐ 刪除 ☐ 修改建議：	



二、本研究層級架構

第一層

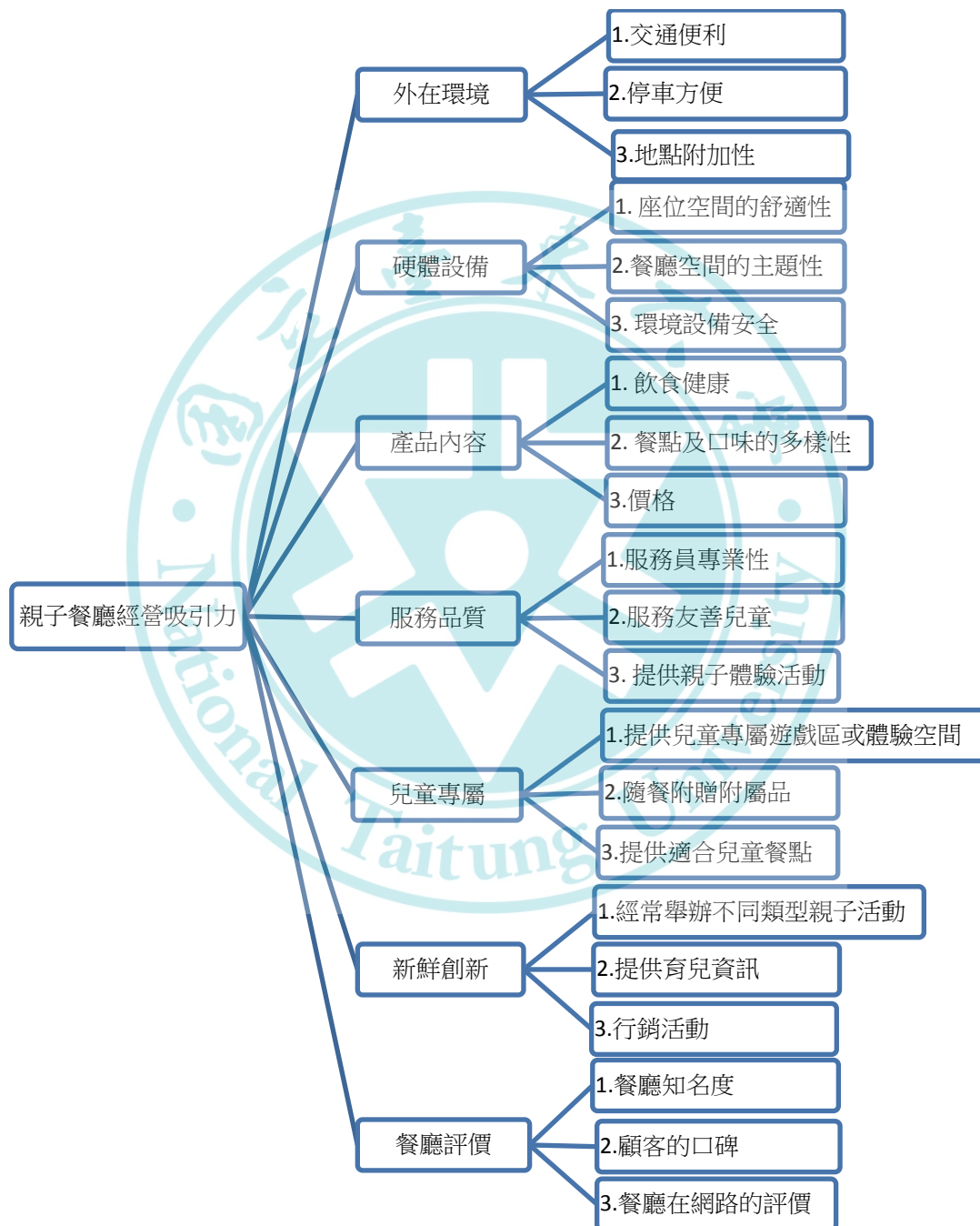
第二層

第三層

目標

評估構面

評估要素



三、問卷填寫

(一) 基本資料

1. 姓名：

2. 服務單位： 職稱：

3. 學歷：☐ (1) 高中職或以下 ☐ (2) 大專或大學 ☐ (3) 碩士 ☐ (4) 博士

4. 職業：☐ (1) 學者專家 ☐ (2) 公部門人士 ☐ (3) 產業界人士

☐ (4) 其他

5. 承上題，該領域工作年資：

☐ (1) 未滿 3 年 ☐ (2) 3-5 年 ☐ (3) 6-10 年 ☐ (4) 11-15 年 ☐ (5) 15 年以上

(二) 問卷內容－評估構面

「親子餐廳吸引力之研究」有 7 項評估構面，分別為「外在環境」、「硬體設備」、「產品內容」、「服務品質」、「兒童專屬」、「新鮮創新」、「餐廳評價」。

評估構面	操作性定義
外在環境	親子餐廳所在環境之交通便利性、停車方便性及所在地點具有附加性。
■ 保留 ☐ 刪除 ☐ 修改建議：	

評估構面	操作性定義
硬體設備	親子餐廳內座位空間的舒適性、空間裝潢設計的主題性以及環境設備的安全性。
■ 保留 ☐ 刪除 ☐ 修改建議：	

評估構面	操作性定義
產品內容	親子餐廳所提供的飲食符合健康、餐點與口味多樣性以及價格合理。
☐ 保留 ☐ 刪除 ☒ 修改建議：親子餐廳所提供的飲食符合健康、餐點與口味多樣性以及產品之性價比吸引顧客。	

評估構面	操作性定義
服務品質	親子餐廳之服務員專業性、各項服務措施友善兒童、能提供親子體驗活動。
☒ 保留 ☐ 刪除 ☐ 修改建議：	

評估構面	操作性定義
兒童專屬	親子餐廳能提供兒童專屬的遊戲區或體驗空間，更能提供適合兒童的餐點，並隨餐附贈適合兒童的小禮物。
☒ 保留 ☐ 刪除 ☐ 修改建議：	

評估構面	操作性定義
新鮮創新	親子餐廳能經常依季節、節慶或流行趨勢舉辦各種親子活動、提供育兒新知並且常舉辦行銷活動讓顧客有新鮮創新的感受。

(續表)

☐保留 ☐刪除 ☒修改建議：評估構面「新鮮創新」修改為「活動企劃」

評估構面	操作性定義
餐廳評價	親子餐廳藉由不同媒體做行銷活動打開知名度，並藉由顧客口碑及網路評價來增加吸引力。
☐ 保留 ☐ 刪除 ☒ 修改建議：親子餐廳藉由不同媒體做行銷活動打開知名度，並藉由顧客親身的口碑及網路社群或部落客評價來增加吸引力。	

(三)問卷內容－評估要素

1、在「外在環境」構面下，有三項評估要素「交通便利」、「停車方便」、「地點附加性」。

評估要素	操作性定義
交通便利	親子餐廳可搭大眾運輸方便到達、餐廳位置醒目好找。
☒ 保留 ☐ 刪除 ☐ 修改建議：	

評估要素	操作性定義
停車方便	親子餐廳設有專用停車場或提供可停車的場所。
☒ 保留 ☐ 刪除 ☐ 修改建議：	

評估要素	操作性定義
地點附加性	親子餐廳所處位置風景優美或具有特殊性，讓顧客可順道遊歷。
☒ 保留 ☐ 刪除 ☐ 修改建議：	

2、在「硬體設備」構面下，有三項評估要素「座位空間的舒適性」、「餐廳空間的主題性」、「環境設備安全」。

評估要素	操作性定義
座位空間的舒適性	親子餐廳內的空間動線及座位規劃令顧客感到舒適。
☒ 保留 ☐ 刪除 ☐ 修改建議：	

評估要素	操作性定義
餐廳空間的主題性	親子餐廳的外觀建築、內部裝潢佈置與用餐氛圍具有特殊性及吸引力。
☒ 保留 ☐ 刪除 ☐ 修改建議：	

評估要素	操作性定義
環境設備安全	親子餐廳的環境與設備符合安全及衛生標準。
☒ 保留 ☐ 刪除 ☐ 修改建議：	

3、在「產品內容」構面下，有三項評估要素「飲食健康」、「餐點與口味多樣性」、「價格」。

評估要素	操作性定義
飲食健康	親子餐廳提供之食材及烹調方式符合營養、健康、安全。
☒ 保留 ☐ 刪除 ☐ 修改建議：	

評估要素	操作性定義
餐點與口味多樣性	餐點菜式與盛盤豐富、有變化、有特色且隨季節和節慶作變化。
☒ 保留 ☐ 刪除 ☐ 修改建議：	

評估要素	操作性定義
價格	商品價格合理，符合顧客心中之性價比。
☒ 保留 ☐ 刪除 ☐ 修改建議：	

4、在「服務品質」構面下，有三項評估要素「服務員專業性」、「服務友善兒童」、「提供親子體驗活動」。

評估要素	操作性定義
服務員專業性	服務員訓練良好具有良好服務態度與危機處理能力。
☐ 保留 ☐ 刪除 ☒ 修改建議：服務員訓練良好具有良好服務態度與危機處理能力並提供售後服務。	

評估要素	操作性定義
服務友善兒童	親子餐廳服務措施能考量兒童特質，以兒童為尊。
☐ 保留 ☐ 刪除 ☒ 修改建議：親子餐廳服務措施能考量兒童特質，以兒童為主的友善關懷。	

評估要素	操作性定義
提供親子體驗活動	親子餐廳能設計多樣親子互動平台，促進親子交流。
☒ 保留 ☐ 刪除 ☐ 修改建議：	

5、在「兒童專屬」構面下，有三項評估要素「提供兒童專屬的遊戲區或體驗空間」、「隨餐附贈附屬品」、「提供適合兒童的餐點」。

評估要素	操作性定義
提供兒童專屬的遊戲區或體驗空間	親子餐廳提供專屬兒童的遊戲區及體驗空間。
☒ 保留 ☐ 刪除 ☐ 修改建議：	

評估要素	操作性定義
隨餐附贈附屬 品	親子餐廳伴隨餐點贈送兒童合宜或具吸引力的玩具、禮物。
☒ 保留 ☐ 刪除 ☐ 修改建議：	

評估要素	操作性定義
提供適合兒童 的餐點	親子餐廳能設計及提供不同年齡層兒童適合之餐點並和成人餐點有所區隔。
☒ 保留 ☐ 刪除 ☐ 修改建議：	

6、在「新鮮創新」構面下，有三項評估要素「經常舉辦不同類型親子活動」、「提供育兒資訊」、「行銷活動」。

評估要素	操作性定義
經常舉辦不同 類型親子活動	親子餐廳能隨季節及節慶變化舉辦具有吸引力和創新之親子活動以強化對顧客的吸引力。
☒ 保留 ☐ 刪除 ☐ 修改建議：	

評估要素	操作性定義
提供育兒資訊	親子餐廳能藉由顧客來店消費過程中或其他與顧客交流媒介提供育兒新資訊。
☒ 保留 ☐ 刪除 ☐ 修改建議：	

評估要素	操作性定義
行銷活動	親子餐廳能隨潮流、季節、節慶變化舉辦不同類型且吸引顧客之行銷及促銷活動。
☒ 保留 ☐ 刪除 ☐ 修改建議：	

7、在「餐廳評價」構面下，有三項評估要素「餐廳知名度」、「顧客口碑」、「餐廳在網路上的評價」。

評估要素	操作性定義
餐廳知名度	親子餐廳在媒體上的曝光度及名聲。
☒ 保留 ☐ 刪除 ☐ 修改建議：	

評估要素	操作性定義
顧客口碑	顧客因滿意而親自將自身消費體驗與親朋好友作分享而帶動親子餐的吸引力。
☒ 保留 ☐ 刪除 ☐ 修改建議：	

評估要素	操作性定義
餐廳在網路上的評價	社群網站或部落格對親子餐廳的介紹與評價所造成的吸引力。

(續表)

(續表)

☒保留 ☐刪除 ☐修改建議：



【附件二】

「親子餐廳吸引力之研究」

專家層級分析權重比較問卷

親愛的專家先進您好：

首先，十分誠摯地感謝您撥冗協助填答這份問卷。這是一份探討有關「親子餐廳吸引力之研究」的學術問卷。本研究依照層級分析法(AHP)經過文獻探討、專家效度問卷以及現場實際狀況的修正，建立了層級架構以實施本問卷。希望能藉由您專業的學術知識及豐富的實務經驗為本研究問卷作權重要素的判斷。本資料僅供學術研究統計，絕不對外公開，敬請放心給予建議。非常感謝您的撥冗協助！

敬祝 身體健康、事事如意

國立台東大學文化資源與休閒產業研究所暑碩班

指導教授：施孟隆 博士

研究生：賴玟菁 謹啟

壹、填答說明

本問卷目的在決定親子餐廳吸引力之權重要素，依照層級分析法(AHP)將分析架構內各個評估構面與要素的評定等級分成 9 個等級，請您依照您專業的學術知識及實務經驗評定兩兩比較之相對重要性，並予以勾選。

【填答範例】在「外在環境」構面下有三項評估要素，分別為①交通便利②停車方便③地點附加性，請您就其相對重要性進行評估。

一、要素重要性排序：請您依照上述三項「評估要素」，做初步重要性排序，

____ > ____ > ____。若您認為重要性排序為交通便利 > 地點附加性 > 停車方便，即填寫① > ③ > ②。

二、進行構面或評估要素的相對重要性判斷

假設現在請您比較層級結構中的各個構面(或要素)相對重要程度，劃記時請以左邊 A 欄的構面(或要素)為基準，與右邊 B 欄的構面(或要素)做比較。以下示範表格為例，若您認為 A 欄的「交通便利」相較 B 欄的「地點附加性」之相對重要強度為愈重要時，請向愈靠近要素 A 的方向劃記「V」，如下。反之，若您認為 B 欄的「地點附加性」相較 A 欄的「交通便利」之相對重要強度為愈重要時，請向愈靠近要素 B 的方向劃記「V」；每邊皆有 1-9 的項目選擇，可以依照個人感受程度的差異，做不同的選擇。

範例一「外在環境」構面下的要素「交通便利」與「地點附加性」：

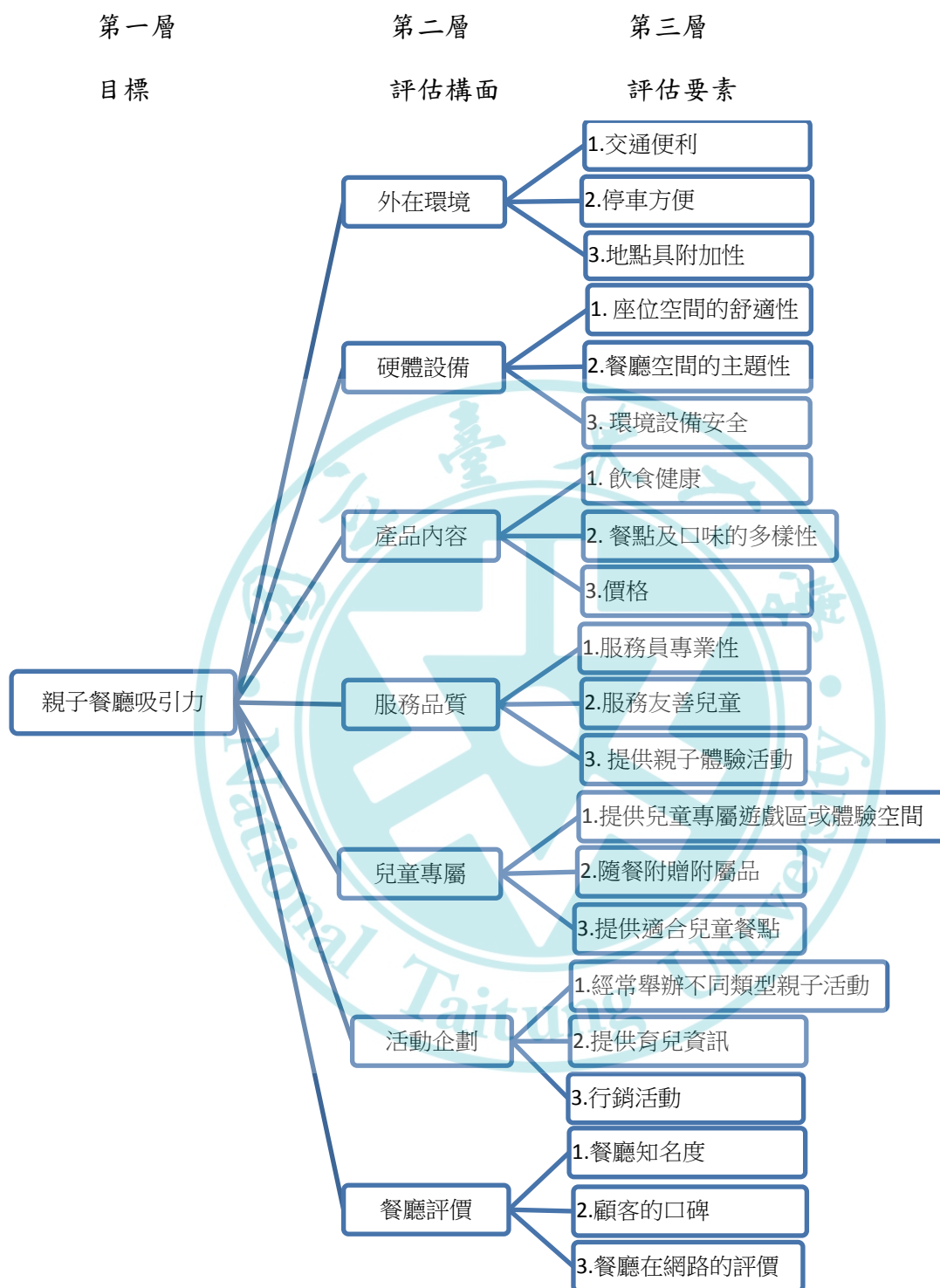
要素 A	評量尺度																要素 B	
	絕對重要		極重要		重要		稍重要		同等重要		稍重要		重要		極重要			絕對重要
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8		9
交通便利			V															地點附加性

三、完成本表後請依所填寫之因子重要性順序，檢視各構面(或要素)間比較之合理性，以確保本表填寫之有效性及合理性。

【AHP 評量尺度參考】

評比尺度	定義	說明
1	同等重要	兩個構面(或要素)具有同等的重要性，相同重要。
3	稍重要	根據經驗和判斷，認為其中一個構面(或要素)較另一個稍微重要。
5	重要	根據經驗和判斷，傾向偏好某一構面(或要素)。
7	極重要	實際上非常傾向偏好某一構面(或要素)。
9	絕對重要	有證據確定，在兩相比較下，強烈認為某一構面(或要素)絕對重要。

貳、本研究層級架構



參、問卷填寫

一、基本資料

1. 姓名：_____

2. 服務單位：_____ 職稱：_____

3. 年齡：_____歲

4. 學歷： ☐ (1) 高中職或以下 ☐ (2) 大專或大學 ☐ (3) 碩士 ☐ (4) 博士

5. 職業： ☐ (1) 學者專家 ☐ (2) 公部門人士 ☐ (3) 產業界人士

☐ (4) 其他_____

6. 承上題，該領域工作年資：

☐ (1) 未滿 3 年 ☐ (2) 3-5 年 ☐ (3) 6-10 年 ☐ (4) 11-15 年 ☐ (5) 15 年以上



二、問卷內容

(一) 第二層評估構面

「親子餐廳吸引力」第二層有 7 項評估構面，分別為外在環境、硬體設備、產品內容、服務品質、兒童專屬、活動企劃、餐廳評價。

1. 各構面定義

- (1) 外在環境：親子餐廳所在環境之交通便利性、停車方便性及所在地點風景優美或具特殊性可讓顧客順道一遊。
- (2) 硬體設備：親子餐廳內座位空間的舒適性、空間裝潢設計的主題性以及環境設備的安全性。
- (3) 產品內容：親子餐廳所提供的飲食符合健康、餐點與口味多樣性以及產品之性價比吸引顧客。
- (4) 服務品質：親子餐廳之服務員之專業性並提供售後服務、各項服務措施友善兒童、提供親子體驗活動。
- (5) 兒童專屬：親子餐廳能提供兒童專屬的遊戲區或體驗空間，更能提供適合兒童的餐點，或隨餐附贈適合兒童的小禮物。
- (6) 活動企劃：親子餐廳能經常依季節、節慶或流行趨勢舉辦各種親子活動、提供育兒新知並且常舉辦多樣行銷活動讓顧客有新鮮創新的感受。
- (7) 餐廳評價：親子餐廳藉由不同媒體做行銷活動打開知名度，並藉由顧客親身的口碑及網路社群或部落客評價來增加吸引力。

2. 請依其重要性進行評比

「親子餐廳吸引力」層級二的七大構面，分別為①外在環境、②硬體設備、③產品內容、④服務品質、⑤兒童專屬、⑥活動企劃、⑦餐廳評價，請您就其相對重要性進行評估。

- (1) 請您依照上述七項構面做初步重要性排序（請填寫代號）：

____ > ____ > ____ > ____ > ____ > ____ > ____。

(2) 構面相對重要性判斷（請您依上述順序在表格內進行構面兩兩相對重要性比較之勾選）。

要素 A	評量尺度																要素 B
	絕對重要		極重要		重要		稍重要		同等重要		稍重要		重要		極重要	絕對重要	
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	
外在環境																	硬體設備
外在環境																	產品內容
外在環境																	服務品質
外在環境																	兒童專屬
外在環境																	活動企劃
外在環境																	餐廳評價
硬體設備																	產品內容
硬體設備																	服務品質
硬體設備																	兒童專屬
硬體設備																	活動企劃
硬體設備																	餐廳評價
產品內容																	服務品質
產品內容																	兒童專屬
產品內容																	活動企劃
產品內容																	餐廳評價
服務品質																	兒童專屬
服務品質																	活動企劃
服務品質																	餐廳評價
兒童專屬																	活動企劃
兒童專屬																	餐廳評價
活動企劃																	餐廳評價

(二) 第三層評估要素

1. 在「外在環境」構面下，有三項評估要素「交通便利」、「停車方便」、「地點具附加性」。

●各評估要素定義

(1) 交通便利：親子餐廳可搭大眾運輸方便到達、餐廳位置醒目好找。

(2) 停車方便：親子餐廳設有專用停車場或提供可停車的場所。

(3) 地點附加性：親子餐廳所處位置風景優美或具有特殊性，讓顧客可順道遊歷。

●請依其重要性進行評比

「外在環境」構面下有三個評估要素，分別為①交通便利②停車方便③地點附加性，請您就其相對重要性進行評估。

(1) 請您依照上述三項評估要素做初步重要性排序（請填寫代號）：

____ > ____ > ____。

(2) 評估要素相對重要性判斷（請您依上述順序在表格內進行評估要素兩兩相對重要性比較之勾選）。

要素 A	評量尺度																要素 B
	絕對重要		極重要		重要		稍重要		同等重要		稍重要		重要		極重要	絕對重要	
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	
交通便利																	停車方便
交通便利																	地點具附加性
停車方便																	地點具附加性質

2. 在「硬體設備」構面下，有三項評估要素「座位空間的舒適性」、「餐廳空間的主題性」、「環境設備安全」。

●各評估要素定義

(1) 座位空間的舒適性：親子餐廳內的空間動線及座位規劃令顧客感到舒適。

(2) 餐廳空間的主題性：親子餐廳的外觀建築、內部裝潢佈置與用餐氛圍具有特殊吸引力。

(3) 環境設備安全：親子餐廳的環境與設備符合安全及衛生標準。

●請依其重要性進行評比

「硬體設備」構面下有三個評估要素，分別為①座位空間的舒適性②餐廳空間的主題性③環境設備安全，請您就其相對重要性進行評估。

(1) 請您依照上述三項評估要素做初步重要性排序（請填寫代號）：

____ > ____ > ____。

(2) 評估要素相對重要性判斷（請您依上述順序在表格內進行評估要素兩兩相對重要性比較之勾選）。

要素 A	評量尺度																要素 B	
	絕對重要		極重要		重要		稍重要		同等重要		稍重要		重要		極重要	絕對重要		
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8		9
座位空間的舒適性																		餐廳空間的主題性
座位空間的舒適性																		環境設備安全
餐廳空間的主題性																		環境設備安全

3. 在「產品內容」構面下，有三項評估要素「飲食健康」、「餐點與口味多樣性」、「價格」。

●各評估要素定義

(1) 飲食健康：親子餐廳提供之食材及烹調方式符合營養、健康、安全。

(2) 餐點與口味多樣性：餐點菜式與盛盤豐富、有變化、有特色且隨季節和節慶作變化。

(3) 價格：商品價格合理，符合顧客心中之性價比。

●請依其重要性進行評比

「產品內容」構面下有三個評估要素，分別為①飲食健康②餐點與口味多樣性③價格，請您就其相對重要性進行評估。

(1) 請您依照上述三項評估要素做初步重要性排序（請填寫代號）：

____ > ____ > ____。

(2) 評估要素相對重要性判斷（請您依上述順序在表格內進行評估要素兩兩相對重要性比較之勾選）。

要素 A	評量尺度																要素 B	
	絕 對 重 要		極 重 要		重 要		稍 重 要		同 等 重 要		稍 重 要		重 要		極 重 要			絕 對 重 要
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8		9
飲食健康																		餐點與口 味多樣性
飲食健康																		價格
餐點與口 味多樣性																		價格

4. 在「服務品質」構面下，有三項評估要素「服務員專業性」、「服務友善兒童」、「提供親子體驗活動」。

●各評估要素定義

(1) 服務員專業性：服務員訓練良好具有良好服務態度與危機處理能力並提供售後服務。

(2) 服務友善兒童：親子餐廳服務措施能考量兒童特質，以兒童為主的友善關懷。

(3) 提供親子體驗活動：親子餐廳能設計多樣親子互動平台，促進親子交流。

●請依其重要性進行評比

「服務品質」構面下有三個評估要素，分別為①服務員專業性②服務友善兒童③提供親子體驗活動，請您就其相對重要性進行評估。

(1) 請您依照上述三項評估要素做初步重要性排序（請填寫代號）：

____ > ____ > ____。

(2) 評估要素相對重要性判斷（請您依上述順序在表格內進行評估要素兩兩相對重要性比較之勾選）。

要素 A	評量尺度																要素 B	
	絕對重要		極重要		重要		稍重要		同等重要		稍重要		重要		極重要	絕對重要		
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8		9
服務員專業性																		服務友善兒童
服務員專業性																		提供親子體驗活動
服務友善兒童																		提供親子體驗活動

5. 在「兒童專屬」構面下，有三項評估要素「提供兒童專屬的遊戲區或體驗空間」、「隨餐附贈附屬品」、「提供適合兒童的餐點」。

●各評估要素定義

- (1) 提供兒童專屬的遊戲區或體驗空間：親子餐廳提供專屬兒童的遊戲區及體驗空間。
- (2) 隨餐附贈附屬品：親子餐廳伴隨餐點贈送兒童合宜或具吸引力的玩具、禮物。
- (3) 提供適合兒童的餐點：親子餐廳能設計及提供不同年齡層兒童適合之餐點並和成人餐點有所區隔。

●請依其重要性進行評比

「兒童專屬」構面下有三個評估要素，分別為①提供兒童專屬的遊戲區或體驗空間
②隨餐附贈附屬品③提供適合兒童的餐點，請您就其相對重要性進行評估。

(1) 請您依照上述三項評估要素做初步重要性排序（請填寫代號）：

____ > ____ > ____。

(2) 評估要素相對重要性判斷（請您依上述順序在表格內進行評估要素兩兩相對重要性比較之勾選）。

要素 A	評量尺度																要素 B	
	絕 對 重 要		極 重 要		重 要		稍 重 要		同 等 重 要		稍 重 要		重 要		極 重 要			絕 對 重 要
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8		9
提供兒童專屬的遊戲區或體驗空間																		隨餐附贈 附屬品
提供兒童專屬的遊戲區或體驗空間																		提供適合 兒童的餐 點
隨餐附贈 附屬品																		提供適合 兒童的餐 點

6. 在「活動企劃」構面下，有三項評估要素「經常舉辦不同類型親子活動」、「提供育兒資訊」、「行銷活動」。

●各評估要素定義

(1) 經常舉辦不同類型親子活動：親子餐廳能隨季節及節慶變化舉辦具有吸引力和創新之親子活動以強化對顧客的吸引力。

(2) 提供育兒資訊：親子餐廳能藉由顧客來店消費過程中或其他與顧客交流媒介提供育兒新資訊。

(3) 行銷活動：親子餐廳能隨潮流、季節、節慶變化舉辦不同類型且吸引顧客之行銷及促銷活動。

●請依其重要性進行評比

「活動企劃」構面下有三個評估要素，分別為①經常舉辦不同類型親子活動②提供育兒資訊③行銷活動，請您就其相對重要性進行評估。

(1) 請您依照上述三項評估要素做初步重要性排序（請填寫代號）：

____ > ____ > ____。

(2) 評估要素相對重要性判斷（請您依上述順序在表格內進行評估要素兩兩相對重要性比較之勾選）。

要素 A	評量尺度																要素 B
	絕對重要		極重要		重要		稍重要		同等重要		稍重要		重要		極重要	絕對重要	
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	
經常舉辦不同類型親子活動																	提供育兒資訊
經常舉辦不同類型親子活動																	行銷活動
提供育兒資訊																	行銷活動

7. 在「餐廳評價」構面下，有三項評估要素「餐廳知名度」、「顧客口碑」、「餐廳在網路上的評價」。

●各評估要素定義

(1) 餐廳知名度：親子餐廳在媒體上的曝光度及名聲。

(2) 顧客口碑：顧客因滿意而親自將自身消費體驗與親朋好友作分享而帶動親子餐的吸引力。

(3) 餐廳在網路上的評價：社群網站或部落格對親子餐廳的介紹與評價所造成的吸引力。

●請依其重要性進行評比

「餐廳評價」構面下有三個評估要素，分別為①餐廳知名度②顧客口碑③餐廳在網路上的評價，請您就其相對重要性進行評估。

(1) 請您依照上述三項評估要素做初步重要性排序（請填寫代號）：

____ > ____ > ____。

(2) 評估要素相對重要性判斷（請您依上述順序在表格內進行評估要素兩兩相對重要性比較之勾選）。

要素 A	評量尺度																要素 B	
	絕對重要		極重要		重要		稍重要		同等重要		稍重要		重要		極重要			絕對重要
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8		9
餐廳知名度																		顧客口碑
餐廳知名度																		餐廳在網路上的評價
顧客口碑																		餐廳在網路上的評價

—問卷到此結束，感謝您的協助—