

FCU



ePaper

逢甲大學學生報告 ePaper

2017 逢甲商圈人氣飲品調查

2017 FENG CHIA COMMERCIAL DISTRICT POPULAR DRINKS SURVEY

作者：陳又如、王奕雯、林立國、莊欣樺、劉金玉、吳君彤、顏辰羽、葉宇恩、李鈺琴

系級：統計四甲、統計四乙

學號：D0333832、D0335078、D0335138、D0335230、D0378121、D0378135、D0378151、
D0434228、D0493585

開課老師：李燦銘老師、高秀蘭老師

課程名稱：統計專題

開課系所：統計系

開課學年：106 學年度 第 1 學期

中文摘要

在逢甲商圈存在許多飲料店，飲料種類也非常多，究竟哪種飲料能擊敗敵人，擄獲多數人的芳心。因此我們便以飲料為方向，逢甲最受歡迎飲料排名為主軸進行研究。資料來源是經過繁複的事前調查及篩選後所製作而成的問卷，以系統抽樣的方式在逢甲夜市裡做問卷調查，收集後的資料先做敘述統計，隨後再以軟體進行卡方檢定、信度、T檢定，分析資料的可靠性。結果最多人推薦的飲品第一名是迷客夏的伯爵紅茶拿鐵，第二是一芳的水果茶，第三是清心福全的多多綠，第四是圓石禪飲的復刻紅茶，第五是茶湯會的觀音拿鐵。可以看出現在人們不喜歡過多的調味，所以天然的飲品是現今的趨勢，讓人在享受的同時也能注重健康。



關鍵字：逢甲商圈、飲料、飲料排名、卡方檢定、信度、T檢定

Abstract

There are a lot of beverage shops in Feng Chia commercial district, and there are so many drinks, what kind of drinks can defeat the other drinks and capture the majority's heart. Therefore, we will take the beverage as the guide, the most popular beverages ranked as the main theme of research. The sources of information are the questionnaires produced through the complicated pre-investigation and after screening, In a systematic sampling method at Feng Chia Night Market to do a questionnaire survey, collected data to do the descriptive statistics, and then to the chi-square test, reliability, T-test, analysis of the reliability of the data. The results indicated that the most people recommended drink is Earl of black tea latte, the second is the fruit tea, the third is Yakult green tea, the fourth is the black tea and the fifth is Guanyin latte. It can be seen now that people do not like excessive seasoning, so natural drinks are the trend nowadays. People enjoy drinks the same time can also focus on health.



Keyword : Feng Chia commercial district 、 Drinks 、 Drink rankings 、 chi-square test 、
Reliability 、 T-test

目 次

第一章、緒論	
第一節、動機與目的.....	13
第二節、研究流程.....	13
第二章、店家調查資料	
第一節、店家調查範圍分配.....	14
第二節、店家編號.....	15
第三節、店家調查結果.....	17
第三章、流量調查	
第一節、流量調查內容.....	29
第二節、流量調查結果.....	30
第四章、問卷分析	
第一節、Google 前測問卷及表單結果(共 532 份).....	31
第二節、問卷內容.....	36
第三節、敘述統計.....	42
第四節、主成分分析及信度分析.....	121
第五節、交叉分析與卡方檢定.....	141
第六節、單一樣本 T 檢定.....	152
第七節、無母數檢定.....	153
第八節、多組 Kruskal-Wallis 檢定.....	155
第五章、結論.....	157
第六章、參考文獻.....	159
第七章、附錄	
店家調查照片.....	160
106 年餐飲業及飲料商家調查.....	217
學術倫理與道德 心得報告.....	231
會議記錄.....	243
分工細項.....	266

圖目錄

圖(1)研究流程圖.....	13
圖(2)店家調查範圍.....	14
圖(3)分工區域圖.....	15
圖(4)福星路、文華路店家類型圓餅圖.....	17
圖(5)逢甲路、屋台街店家類型圓餅圖.....	17
圖(6)慶和街、C 組區域店家類型圓餅圖.....	18
圖(6.1) 圖(6.1)逢甲夜市店家各類別比例.....	19
圖(6.2)逢甲夜市店家類別.....	19
圖(6.3)餐飲中飲料店的比例.....	20
圖(6.4)餐飲中飲料店數量.....	20
圖(6.5)飲料店在各個地方比例.....	20
圖(6.6)飲料店在各個地方數量.....	21
圖(6.7)逢甲特色店家 FACEBOOK 按讚數排行之長條圖.....	23
圖(6.8)逢甲特色店家 FACEBOOK 打卡數排行之長條圖.....	24
圖(6.9)逢甲特色店家 FACEBOOK 打卡數排行二至九之長條圖.....	25
圖(6.10)連鎖飲料店網絡搜尋熱度排行.....	26
圖(6.11)連鎖店家 FACEBOOK 按讚數前 10 排行之長條圖.....	27
圖(7) C 組範圍圖.....	29
圖(7.1)性別比例圖.....	31
圖(7.2)年齡比例圖.....	31
圖(7.3)一週喝飲料頻率比例圖.....	32
圖(7.4)民眾喜歡的店家數量及百分比.....	33
圖(7.5)想喝飲料原因統計圖.....	35
圖(8)飲料店位置圖.....	40
圖(9)各飲料店人氣飲品.....	41
圖(10)商品具獨特性長條圖.....	42
圖(11)商品具獨特性圓餅圖.....	42
圖(12)商品具多樣化長條圖.....	43
圖(13)商品具多樣化圓餅圖.....	43
圖(14)商品價格低廉長條圖.....	44
圖(15)商品價格低廉圓餅圖.....	44
圖(16)商品品質可靠長條圖.....	45
圖(17)商品品質可靠圓餅圖.....	45
圖(18)商品款式新潮長條圖.....	46
圖(19)商品款式新潮圓餅圖.....	46
圖(20)商家服務態度親切長條圖.....	47
圖(21)商家服務態度親切圓餅圖.....	47
圖(22)商家提供售後服務長條圖.....	48

圖(23)商家提供售後服務圓餅圖.....	48
圖(24)食物便宜長條圖.....	49
圖(25)食物便宜圓餅圖.....	49
圖(26)食物好吃長條圖.....	50
圖(27)食物好吃圓餅圖.....	50
圖(28)食物乾淨衛生長條圖.....	51
圖(29)食物乾淨衛生圓餅圖.....	51
圖(30)排隊購物井然有序長條圖.....	52
圖(31)排隊購物井然有序圓餅圖.....	52
圖(32)停車方便長條圖.....	53
圖(33)停車方便圓餅圖.....	53
圖(34)整體印象良好長條圖.....	54
圖(35)整體印象良好圓餅圖.....	54
圖(36)有再次前來消費的意願長條圖.....	55
圖(37)有再次前來消費的意願圓餅圖.....	55
圖(38)口味的獨特性長條圖.....	56
圖(39)口味的獨特性圓餅圖.....	56
圖(40)包裝的獨特性長條圖.....	57
圖(41)包裝的獨特性圓餅圖.....	57
圖(42)話題性高長條圖.....	58
圖(43)話題性高圓餅圖.....	58
圖(44)排隊人潮多長條圖.....	59
圖(45)排隊人潮多圓餅圖.....	59
圖(46)解膩解渴長條圖.....	60
圖(47)解膩解渴圓餅圖.....	60
圖(48)增加飽足感長條圖.....	61
圖(49)增加飽足感圓餅圖.....	61
圖(50)保養健身長條圖.....	62
圖(51)保養健身圓餅圖.....	62
圖(52)飲品新鮮度長條圖.....	63
圖(53)飲品新鮮度圓餅圖.....	63
圖(54)店家服務態度良好長條圖.....	64
圖(55)店家服務態度良好圓餅圖.....	64
圖(56)店家環境整潔長條圖.....	65
圖(57)店家環境整潔圓餅圖.....	65
圖(58)店家裝潢獨特長條圖.....	66
圖(59)店家裝潢獨特圓餅圖.....	66
圖(60)網路或親友推薦長條圖.....	67
圖(61)網路或親友推薦圓餅圖.....	67
圖(62)受訪者曾經喝過逢甲商圈的飲料長條圖.....	68

圖(62.1) 2-2-1 次數長條圖.....	69
圖(62.2) 2-2-1 圓餅圖.....	69
圖(62.3) 2-2-2 次數長條圖.....	70
圖(62.4) 2-2-2 圓餅圖.....	70
圖(62.5) 2-2-3 次數長條圖.....	71
圖(62.6) 2-2-3 圓餅圖.....	71
圖(62.7) 2-2-4 次數長條圖.....	72
圖(62.8) 2-2-4 圓餅圖.....	72
圖(62.9) 2-2-5 次數長條圖.....	73
圖(62.10) 2-2-5 圓餅圖.....	73
圖(62.11) 2-2-6 次數長條圖.....	74
圖(62.12) 2-2-6 圓餅圖.....	74
圖(62.13) 2-2-7 次數長條圖.....	75
圖(62.14) 2-2-7 圓餅圖.....	75
圖(62.15) 2-2-次數長條圖.....	76
圖(62.16) 2-2-8 圓餅圖.....	76
圖(62.17) 2-2-9 次數長條圖.....	77
圖(62.18) 2-2-9 圓餅圖.....	77
圖(62.19) 2-2-10 次數長條圖.....	78
圖(62.20) 2-2-10 圓餅圖.....	78
圖(62.21) 2-2-11 次數長條圖.....	79
圖(62.22) 2-2-11 圓餅圖.....	79
圖(62.23) 2-2-12 次數長條圖.....	80
圖(62.24) 2-2-12 圓餅圖.....	80
圖(62.25) 2-2-13 次數長條圖.....	81
圖(62.26) 2-2-13 圓餅圖.....	81
圖(62.27) 2-2-14 次數長條圖.....	82
圖(62.28) 2-2-14 圓餅圖.....	82
圖(62.29) 2-2-15 次數長條圖.....	83
圖(62.30) 2-2-15 圓餅圖.....	83
圖(62.31) 2-2-16 次數長條圖.....	84
圖(62.32) 2-2-16 圓餅圖.....	84
圖(62.33) 2-2-17 次數長條圖.....	85
圖(62.34) 2-2-17 圓餅圖.....	85
圖(62.35) 2-2-18 次數長條圖.....	86
圖(62.36) 2-2-18 圓餅圖.....	86
圖(63)上列飲料店中受訪者最推薦的店家長條圖.....	88
圖(64)上列飲料店中受訪者最推薦的店家圓餅圖.....	88
圖(65)願意等待時間長條圖.....	90
圖(66)願意等待時間圓餅圖.....	90

圖(67) 2-6-1 次數長條圖.....	91
圖(67.1) 2-6-1 圓餅圖.....	91
圖(67.2) 2-6-2 次數長條圖.....	92
圖(67.3) 2-6-2 圓餅圖.....	92
圖(67.4) 2-6-3 次數長條圖.....	93
圖(67.5) 2-6-3 圓餅圖.....	93
圖(67.6) 2-6-4 次數長條圖.....	94
圖(67.7) 2-6-4 圓餅圖.....	94
圖(67.8) 2-6-5 次數長條圖.....	95
圖(67.9) 2-6-5 圓餅圖.....	95
圖(67.10) 2-6-6 次數長條圖.....	96
圖(67.11) 2-6-6 圓餅圖.....	96
圖(67.12) 2-6-7 次數長條圖.....	97
圖(67.13) 2-6-7 圓餅圖.....	97
圖(67.14) 2-6-8 次數長條圖.....	98
圖(67.15) 2-6-8 圓餅圖.....	98
圖(67.16) 2-6 全部選項長條圖.....	99
圖(68)購買一杯飲料的金額長條圖.....	100
圖(69)購買一杯飲料的金額圓餅圖.....	100
圖(70)在逢甲商圈哪一個促銷活動最能增加您購買飲品的慾望長條圖.....	101
圖(71)在逢甲商圈哪一個促銷活動最能增加您購買飲品的慾望圓餅圖.....	101
圖(72) 3-1-1 次數長條圖.....	102
圖(73) 3-1-1 圓餅圖.....	102
圖(73.1) 3-1-2 次數長條圖.....	103
圖(73.2) 3-1-2 圓餅圖.....	103
圖(73.3) 3-1-3 次數長條圖.....	104
圖(73.4) 3-1-3 圓餅圖.....	104
圖(73.5) 3-1-4 次數長條圖.....	105
圖(73.6) 3-1-4 圓餅圖.....	105
圖(73.7) 3-1-5 次數長條圖.....	106
圖(73.8) 3-1-5 圓餅圖.....	106
圖(73.9) 3-1-6 次數長條圖.....	107
圖(73.10) 3-1-6 圓餅圖.....	107
圖(74)受訪者至逢甲商圈使用的交通工具長條圖.....	108
圖(75)受訪者至逢甲商圈使用的交通工具圓餅圖.....	108
圖(76)受訪者花多久時間至逢甲商圈長條圖.....	109
圖(77)受訪者花多久時間至逢甲商圈圓餅圖.....	109
圖(78)受訪者居住地縣市長條圖.....	110
圖(79)受訪者居住地縣市圓餅圖.....	110
圖(80)受訪者居住其他縣市長條圖.....	111

圖(81)受訪者居住其他縣市圓餅圖.....	111
圖(82)受訪者年齡長條圖.....	112
圖(83)受訪者年齡圓餅圖.....	112
圖(84)受訪者消費金額長條圖.....	113
圖(85)受訪者消費金額圓餅圖.....	113
圖(86)受訪者是否有住宿在附近的旅館或日租套房長條圖.....	114
圖(87)受訪者是否有住宿在附近的旅館或日租套房圓餅圖.....	114
圖(88)受訪者最常使用的手機電信業者長條圖.....	116
圖(89)受訪者最常使用的手機電信業者圓餅圖.....	116
圖(90)受訪者是否願意提供手機前七碼長條圖.....	117
圖(91)受訪者是否願意提供手機前七碼圓餅圖.....	117
圖(92)受訪者使用的手機是智慧型手機長條圖.....	118
圖(93)受訪者使用的手機是智慧型手機圓餅圖.....	118
圖(94)受訪者同遊人數(含受訪者)長條圖.....	119
圖(95)受訪者同遊人數(含受訪者)圓餅圖.....	119
圖(96)受訪者性別長條圖.....	120
圖(97)受訪者性別圓餅圖.....	120
圖(98)陡坡圖.....	125
圖(99)陡坡圖.....	135



表目錄

表(1) C 組負責調查區域.....	14
表(2) C 組分配人員名單.....	15
表(3)商品分類表.....	15
表(4)商品具獨特性次數表.....	42
表(5)商品具多樣化次數表.....	43
表(6)商品價格低廉次數表.....	44
表(7)商品品質可靠次數表.....	45
表(8)商品款式新潮次數表.....	46
表(9)商家服務態度親切次數表.....	47
表(10)商家提供售後服務次數表.....	48
表(11)食物便宜次數表.....	49
表(12)食物好吃次數表.....	50
表(13)食物乾淨衛生次數表.....	51
表(14)排隊購物井然有序次數表.....	52
表(15)停車方便次數表.....	53
表(16)整體印象良好次數表.....	54
表(17)有再次前來消費的意願次數表.....	55
表(18)口味的獨特性次數表.....	56
表(19)包裝的獨特性次數表.....	57
表(20)話題性高次數表.....	58
表(21)排隊人潮多次數表.....	59
表(22)解膩解渴次數表.....	60
表(23)增加飽足感次數表.....	61
表(24)保養健身次數表.....	62
表(25)飲品新鮮度次數表.....	63
表(26)店家服務態度良好次數表.....	64
表(27)店家環境整潔次數表.....	65
表(28)店家裝潢獨特次數表.....	66
表(29)網路或親友推薦次數表.....	67
表(30)受訪者曾經喝過逢甲商圈的飲料次數表.....	68
表(30.1) 2-2-1 次數表.....	69
表(30.2) 2-2-2 次數表.....	70
表(30.3) 2-2-3 次數表.....	71
表(30.4) 2-2-4 次數表.....	72
表(30.5) 2-2-5 次數表.....	73
表(30.6) 2-2-6 次數表.....	74
表(30.7) 2-2-7 次數表.....	75
表(30.8) 2-2-8 次數表.....	76

表(30.9) 2-2-9 次數表.....	77
表(30.10) 2-2-10 次數表.....	78
表(30.11) 2-2-11 次數表.....	79
表(30.12) 2-2-12 次數表.....	80
表(30.13) 2-2-13 次數表.....	81
表(30.14) 2-2-14 次數表.....	82
表(30.15) 2-2-15 次數表.....	83
表(30.16) 2-2-16 次數表.....	84
表(30.17) 2-2-17 次數表.....	85
表(30.18) 2-2-18 次數表.....	86
表(31)受訪者曾經喝過逢甲商圈的其他飲料次數表.....	87
表(32)上列飲料店中受訪者最推薦的店家次數表.....	87
表(33)受訪者最推薦的店家<大苑子>推薦的飲料次數表.....	89
表(34)受訪者最推薦的店家<迷客夏>推薦的飲料次數表.....	89
表(35)受訪者最推薦的店家<清心福全>推薦的飲料次數表.....	89
表(36)願意等待時間次數表.....	90
表(37) 2-6-1 次數表.....	91
表(37.1) 2-6-2 次數表.....	92
表(37.2) 2-6-3 次數表.....	93
表(37.3) 2-6-4 次數表.....	94
表(37.4) 2-6-5 次數表.....	95
表(37.5) 2-6-6 次數表.....	96
表(37.6) 2-6-7 次數表.....	97
表(37.7) 2-6-8 次數表.....	98
表(37.8) 2-6 全部選項次數表.....	99
表(38)購買一杯飲料的金額次數表.....	100
表(39)在逢甲商圈哪一個促銷活動最能增加您購買飲品的慾望次數表.....	101
表(40) 3-1-1 次數表.....	102
表(40.1) 3-1-2 次數表.....	103
表(40.2) 3-1-3 次數表.....	104
表(40.3) 3-1-4 次數表.....	105
表(40.4) 3-1-5 次數表.....	106
表(40.5) 3-1-6 次數表.....	107
表(41)受訪者至逢甲商圈使用的交通工具次數表.....	108
表(42)受訪者花多久時間至逢甲商圈次數表.....	109
表(43)受訪者居住地縣市次數表.....	110
表(44)受訪者居住其他縣市次數表.....	111
表(45)受訪者年齡次數表.....	112
表(46)受訪者消費金額次數表.....	113
表(47)受訪者是否有住宿在附近的旅館或日租套房次數表.....	114

表(48)受訪者住宿地點次數表.....	115
表(49)受訪者住宿其他旅館次數表.....	115
表(50)受訪者住宿日租套房單日費用次表.....	115
表(51)受訪者最常使用的手機電信業者次數表.....	116
表(52)受訪者是否願意提供手機前七碼次數表.....	117
表(53)受訪者使用的手機是智慧型手機次數表.....	118
表(54)受訪者同遊人數(含受訪者)次數表.....	119
表(55)受訪者性別次數表.....	120
表(56)KMO 與 Bartlett 檢定表.....	123
表(57)第一部分共同性分析.....	123
表(58)解說變異量表.....	124
表(59)旋轉成分矩陣表.....	126
表(60)統整三因素表.....	127
表(61)第一部分全部變數可靠性統計資料.....	128
表(62)全項目總計統計資料表.....	128
表(63)可靠性統計資料表.....	129
表(64)因素一項目統計資料表.....	129
表(65)可靠性統計資料表.....	129
表(66)因素二項目統計資料表.....	130
表(67)可靠性統計資料表.....	130
表(68)因素三項目統計資料表.....	130
表(69)因素構面及效度與信度整理表.....	131
表(70)KMO 與 Bartlett 檢定表.....	132
表(71)第二部分共同性分析.....	133
表(72)解說變異量表.....	134
表(73)旋轉成分矩陣表.....	136
表(74)統整三因素表.....	137
表(75)第二部分第一大題可靠性統計資料表.....	137
表(76)第一主成分可靠性統計資料表.....	138
表(77)因素一項目統計資料表.....	138
表(78)第二主成分可靠性統計資料表.....	138
表(79)因素二項目統計資料表.....	139
表(80)第三主成分可靠性統計資料表.....	139
表(81)因素構面及效度與信度整理表.....	140
表(82)等待時間與居住縣市交叉表.....	143
表(83)卡方表.....	143
表(84)交通工具與消費慾望交叉列表.....	144
表(85)卡方表.....	145
表(86)受訪者性別與等待時間交叉表.....	146
表(87)卡方表.....	146

表(88)居住地區與飲料金額做交叉列表.....	147
表(89)卡方表.....	147
表(90)哪一個促銷活動最能增加購買的慾望與年齡交叉表.....	148
表(91)哪一個促銷活動最能增加購買的慾望與年齡卡方表.....	148
表(92)目前的居住地(非戶籍地)縣市與來到逢甲商圈大約花多少交通時間交叉表.....	149
表(93)目前的居住地(非戶籍地)縣市與來到逢甲商圈大約花多少交通時間卡方表.....	149
表(94)受訪者性別與購買一杯飲料金額交叉表.....	150
表(95)卡方表.....	150
表(96)年紀與購買一杯飲料金額交叉表.....	151
表(97)卡方表.....	151
表(98)對逢甲商圈的看法單一樣本 t 檢定表.....	152
表(99)會影響您購買飲料動機的同意程度與性別統計量表.....	153
表(100)會影響您購買飲料動機的同意程度 Kruskal-Wallis 檢定.....	154
表(101)量表檢定表.....	155



第一章、緒論

第一節、動機與目的

1、研究動機

逢甲夜市是台灣最著名的夜市之一，而說到夜市不可或缺的重要元素大概就是飲食了，飲食在逢甲夜市中占據了最大的比例，同類型產品不可能沒有競爭，而我們想了解在飲料類型產品的競爭中，又是誰能在逢甲夜市中成為佼佼者。

2、研究目的

在國內外旅遊的行程中，逢甲夜市絕對是熱門的觀光景點之一，但是從外地來到逢甲，對這如果是一無了解的觀光客，要從何逛起，而網路上的資訊過於雜亂難以快速理解，因此我們在報告中要做飲料的嚮導，整理出在逢甲最受歡迎的飲料店。

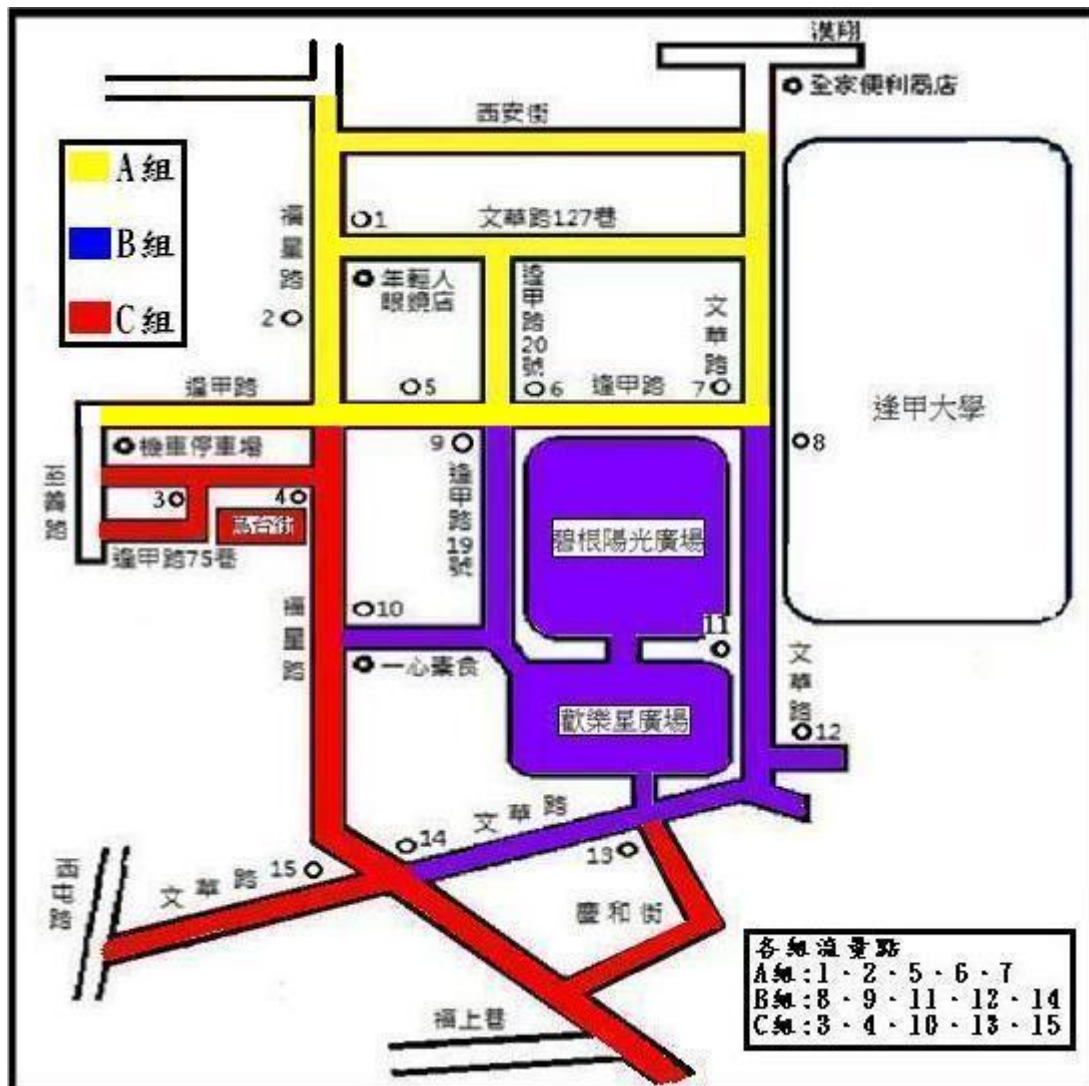
第二節、研究流程



圖(1) 研究流程圖

第二章、店家調查資料

第一節、店家調查範圍分配

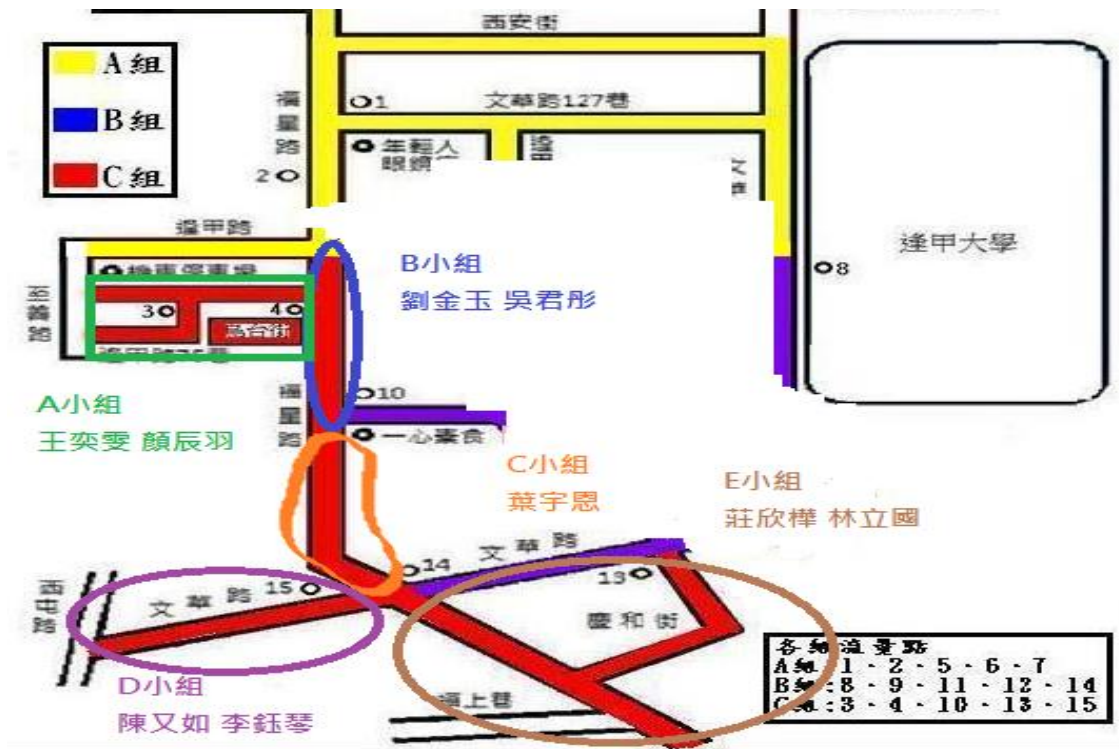


圖(2) 店家調查範圍

紅色的部分是我們 C 組所負責調查區域，我們把這組負責的範圍拆成五個區域，兩兩一組進行店家調查。

表(1) C 組負責調查區域

路名	端點 1		端點 2	
福星路 431 號~630 號	斜角巷	k	甲特製魯肉	k
逢甲路 1 號~442 號	服裝店	a	手機殼	e
屋台階 1 號~時尚 X	手機殼	e	未出租	n
文華路 1-1 號~10-10 號	明倫蛋餅	k	繼光香香雞	k
慶和街 1 號~115 號	住家	m	五味碴承	k



圖(3) 分工區域圖

表(2) C 組分配人員名單

C 組區域分布	人員名單	
A 小組	王奕雯	顏辰羽
B 小組	劉金玉	吳君彤
C 小組	葉宇恩	
D 小組	陳又如	李鈺琴
E 小組	莊欣樺	林立國

第二節、店家編號

道路沿街為「000-門牌號」，舉例：逢甲路 20 巷 28 弄門牌號為 1 則「020_028_1」，若此門牌號包含兩間以上的店面，則「020_028_1_1」，以此類推。若為多舖(如屋台街)有商場特定編號，以之為主，若無特定編號則自行編流水號。

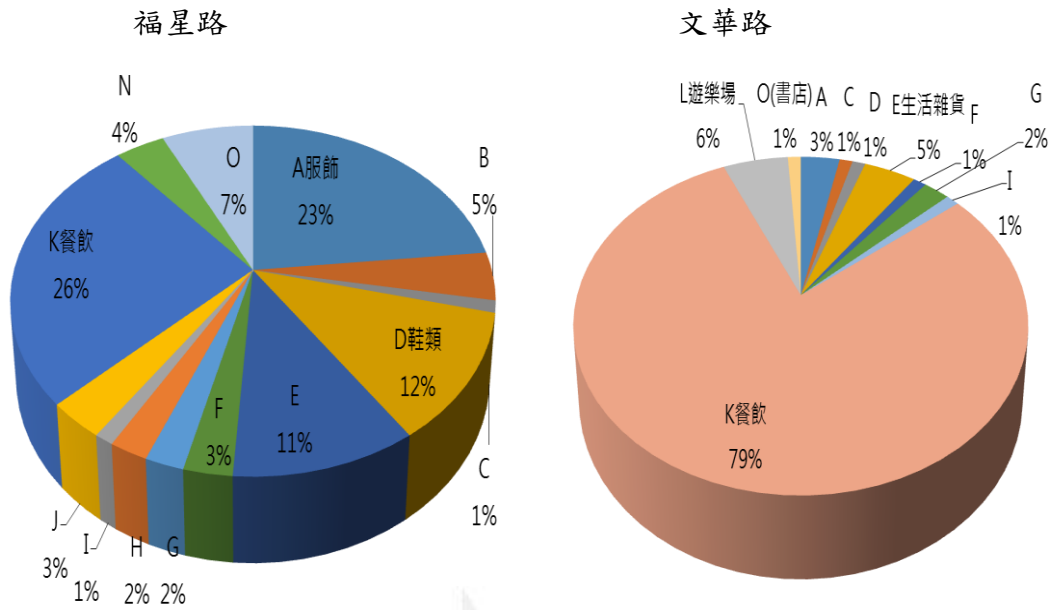
表(3) 商品分類表

分類代號	名稱	主要商品
a	服飾	衣服、褲子
b	飾品	項鍊、耳環
c	配件	包包、皮帶、皮夾
d	鞋子	各類鞋類

e	生活雜貨	寶雅、賣場、雨傘、鑰匙圈、十元商品店、便利商店、襪子店、玩具店、玩偶店 ex：格子趣、儂儂(口罩、襪子、安全帽、髮夾)
f	醫療保健	藥局、診所、藥妝店 藥妝店採用一般定義為有藥師駐守之場所 Ex：屈臣氏、康是美等為藥妝店
g	美妝店	化妝品、保養品、假睫毛、指甲彩繪、美容
h	通訊	手機、電信
i	眼鏡行	路邊攤眼鏡、仁愛眼鏡(小林、年輕人)
j	髮廊	
k	餐飲	餐廳、飲品、伙食店、糧食店
l	遊樂場	投幣型遊戲機、夾娃娃機
m	住宿	
n	未出租	
o	其它	寵物店、軍用品店、塔羅牌、唱片行、倉庫



第三節、店家調查結果



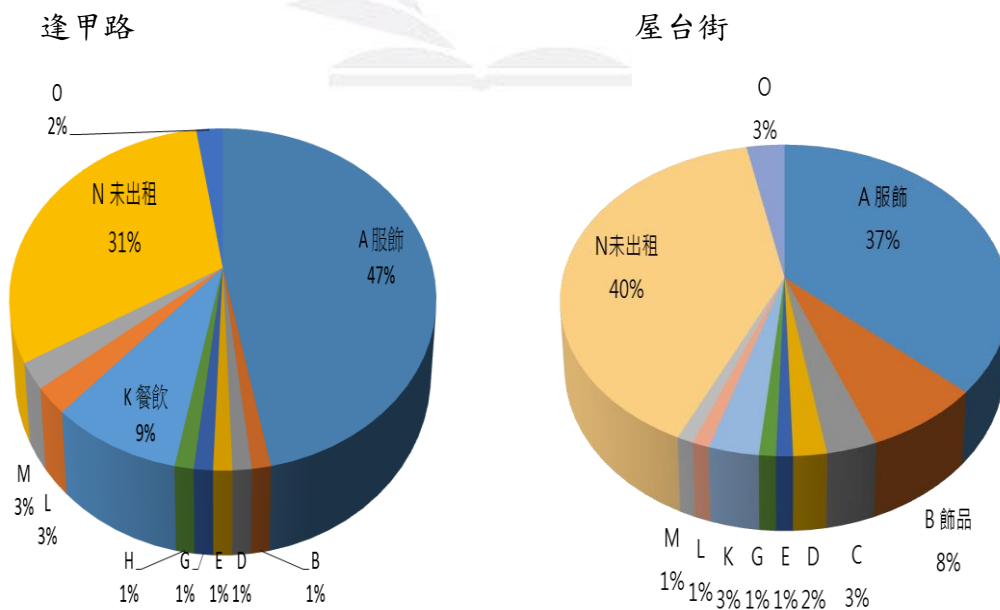
圖(4) 福星路、文華路店家類型圓餅圖

福星路

主要是以餐飲(k)、服飾(a)及鞋類(d)占大部分，而生活雜貨(e)的部分也占了不少，其餘少代號雖比例不重但也平均分布。

文華路

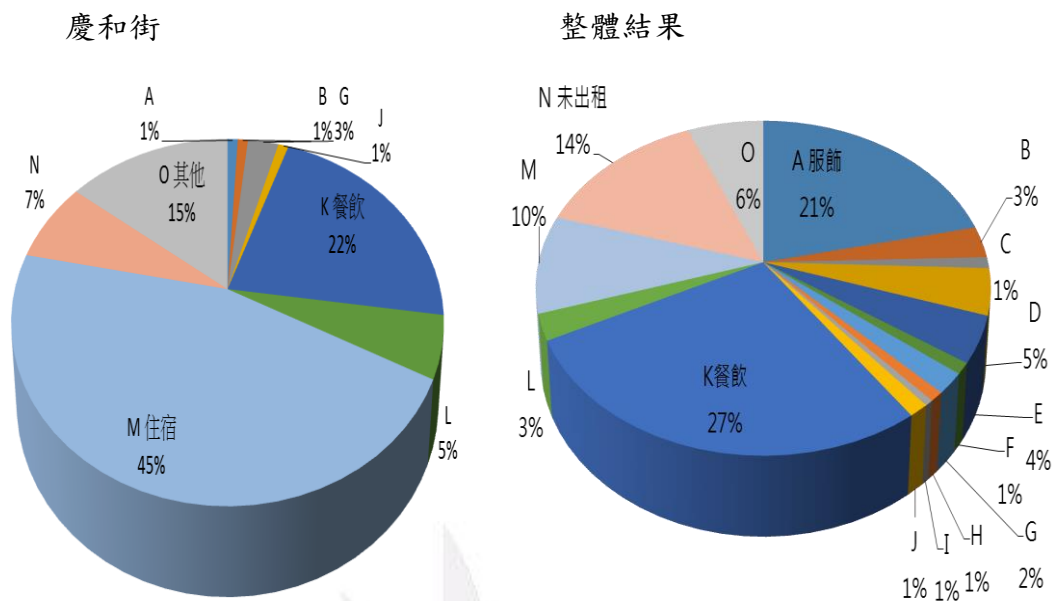
很明顯地從圖中知道餐飲業(k)占了絕大部分，其他的像是遊樂場(l)和生活雜貨(e)雖然比例少但以調查的範圍來說算是比例高的了。



圖(5) 逢甲路、屋台街店家類型圓餅圖

逢甲路主要以服飾(a)和未出租(n)為主軸，和屋台街的比例分佈差不多，但比較特別是屋台

街的飾品類(b)比起餐飲業(k)多出了百分之五，可見並不是以餐飲為主的一個區域，而其餘代號雖比例不重但也平均分布。



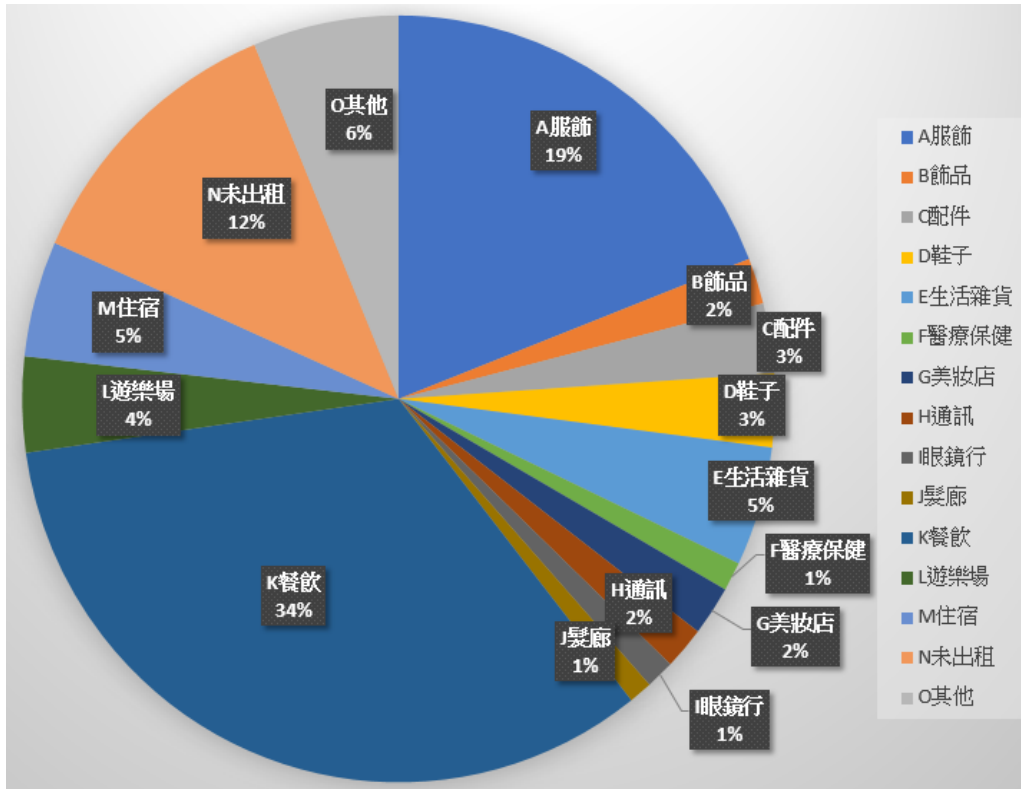
圖(6) 慶和街、C組區域店家類型圓餅圖

慶和街以住宿(m)、餐飲(k)和其他(o)為主，而住宿(m)的比例占了圓餅圖的百分之四十五，

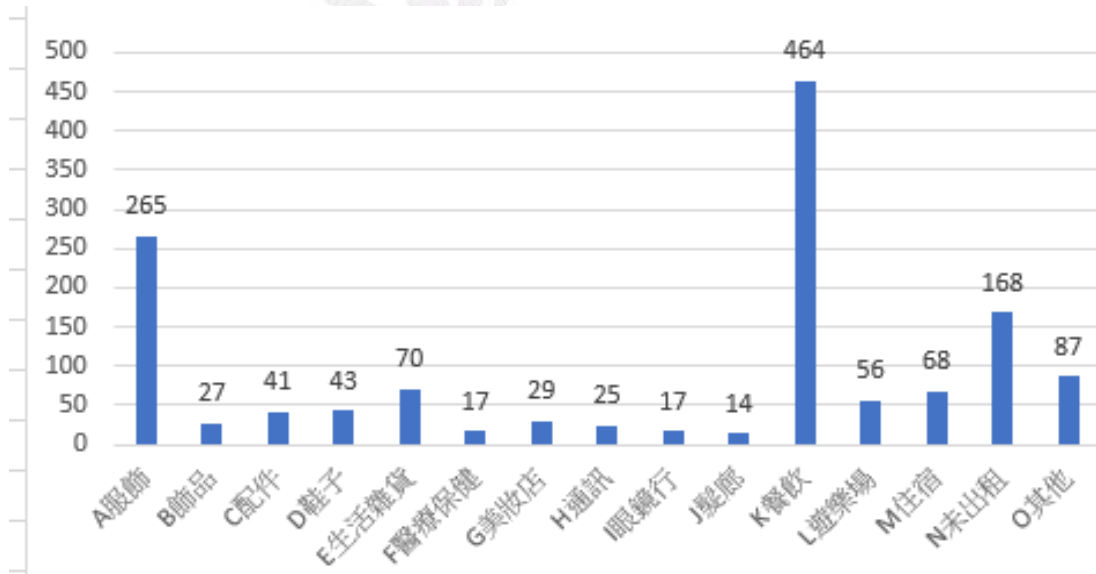
比例之高可見多為學生住宿之地，在其他(o)方面也另外做了調查，多為倉庫所用。

最後整體結果的前三名分別是餐飲(k)、服飾(a)和未出租(n)，除了美食和服飾店之外，等待出租及住宿的比例也不少，而其餘種類的店家雖然百分比比例不多，但也因為有了不同的性質的商店，而使逢甲商圈更多元化。

逢甲商圈店家分布比例

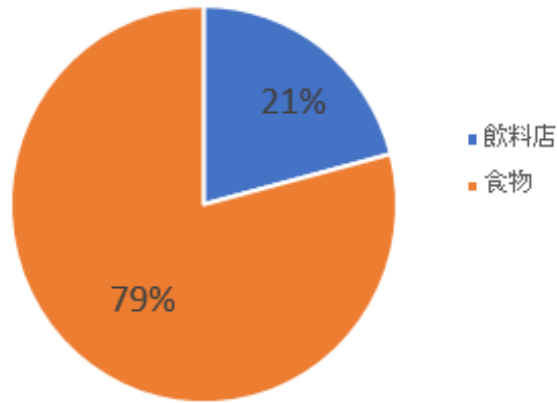


圖(6.1)逢甲夜市店家各類別比例

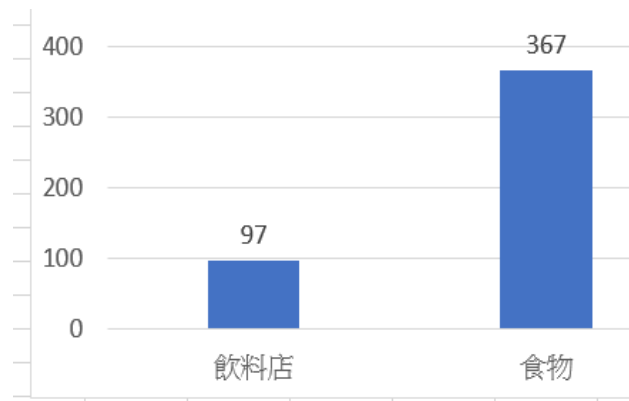


圖(6.2)逢甲夜市店家類別

由圖(1)、圖(2)可以看出逢甲夜市店家類別主要以餐飲類為主，在這 1391 店家裡面有 464 家，約有 34%，其次是服飾類店家就有 265 家，約占 19%，再來是未出租店面就有 168 家，約占 12%。

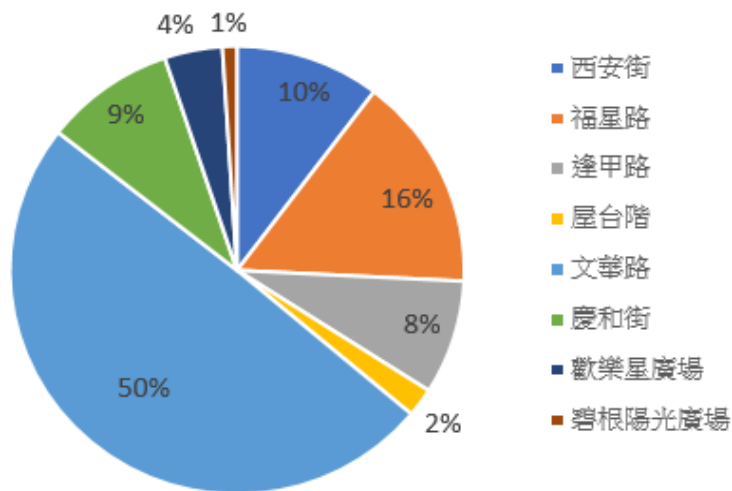


圖(6.3)餐飲中飲料店的比例

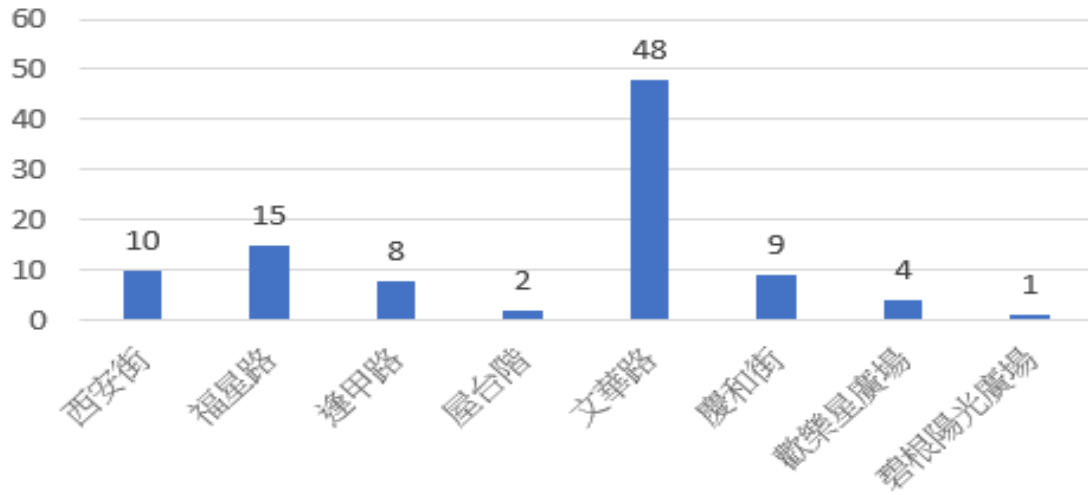


圖(6.4)餐飲中飲料店數量

由圖(6.3)、圖(6.4)可以看出逢甲夜市餐飲類店家比例中飲料店有 21%，也就是在 464 店家中就有 97 家是開飲料店的，可說是在餐飲類當中占了很重要的一部分。



圖(6.5)飲料店在各個地方比例



圖(6.6)飲料店在各個地方數量

由圖(6.5)、圖(6.6)可以看出飲料店主要集中在在文華路上，就開了48家，約占50%，可說是不可勝舉啊，其次是福星路開了15家，約占16%，西安街也開了10家，約占10%。



105 年飲料統整

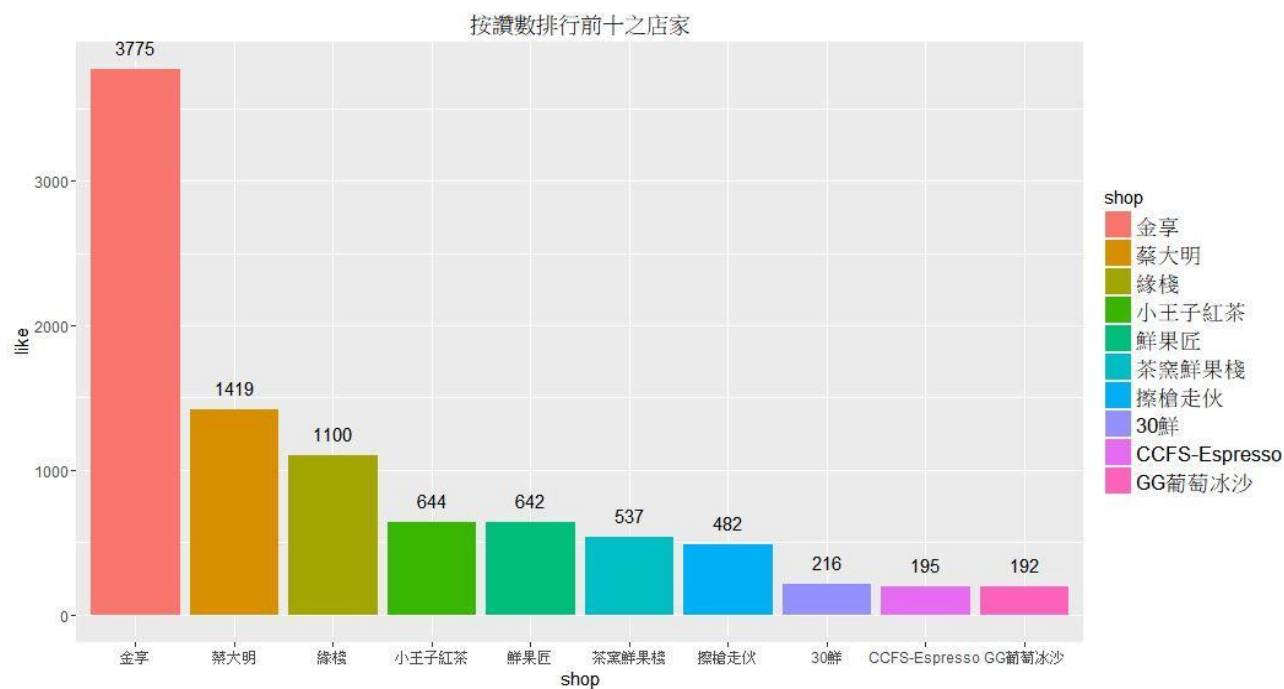
店名(飲料)	32.潮飲	64.青蛙撞鮮奶
1.白玉黑糖冰	33.古早味紅茶冰	65.阿月紅茶冰
2.印度拉茶	34.小王子	66.喫茶小舖
3.素名茶鋪	35.紅茶冰	67.清心福全
4.1 中街現泡茶	36.冬瓜茶	68.台茶 1 號
5.i Lee go	37.珍珠奶茶	69.喫茶小舖
6.水港 茶弄	38.好事果飲	70.清心福全冷飲站
7.喝好茶	39.幸運杯	71.茶的魔手
8.綠豆沙牛乳專賣店	40.MASTER OF TEA	72.斜角巷
9.H7.3 梅の健康飲	41.新茶飲主義	73.cactus milk tea 販賣機
10.清心福全冷飲店	42.士林青蛙下蛋	74.名仕茶品
11.City Milk	43.綠蓋 LATTEA	75.Mr.Wish
12.集茗園	44.小野愛玉粉圓	76.大苑子
13.橘子快線	45.古早味青草茶	77.果園
14.北回木瓜牛奶	46.我叫 MT 木瓜牛奶	78.Bingo 續果瓶果
15.福星果汁茶亭	47.蔡大明	79.茶予茶
16.緣棧輕調酒	48.如花鮮果汁	80.清玉
17.現煮青草茶	49.胖妞茶飲	81.超獨特果汁傳奇
18.現榨現打西瓜汁	50.喝喝笑	82.太古茶
19.成龍果汁	51.彩虹冰沙	83.大紅炮木瓜牛乳
20.現打果汁	52.低調茶	84.陳 專業木瓜牛乳
21.白甘蔗汁	53.鮮果匠	85.青草苦茶
22.鮮果棧	54.丸作	86.瓜董
23.黑糖薑母茶	55.芭樂芭	87.現煮仙草茶
24.印度拉茶	56.ChaDay Café	88.風茹茶
25.TEA SHOP	57.手工良茶	89.蝶豆花冰茶
26.沏茶	58.白面東楊桃汁	90.日出客棧
27.向陽茶坊	59.小朋友紅茶冰	91.五味渣承
28.圓石	60.蕭茶	92.彩虹手工氣泡飲
29.冬瓜 Bar	61.刺茶凍檸茶	93.如花鮮果汁
30.大苑子	62.Brian Black Tea	共 93 間飲料店
31.Double A	63.原樸安心飲	

比較 105 年與 106 年飲料店家數，106 年 97 間飲料店相較 105 年 93 間飲料店，增加了 4 間飲料店，表示雖然飲料店家遍布，但還是充滿商機，使店家想進駐。

網路人氣飲品調查

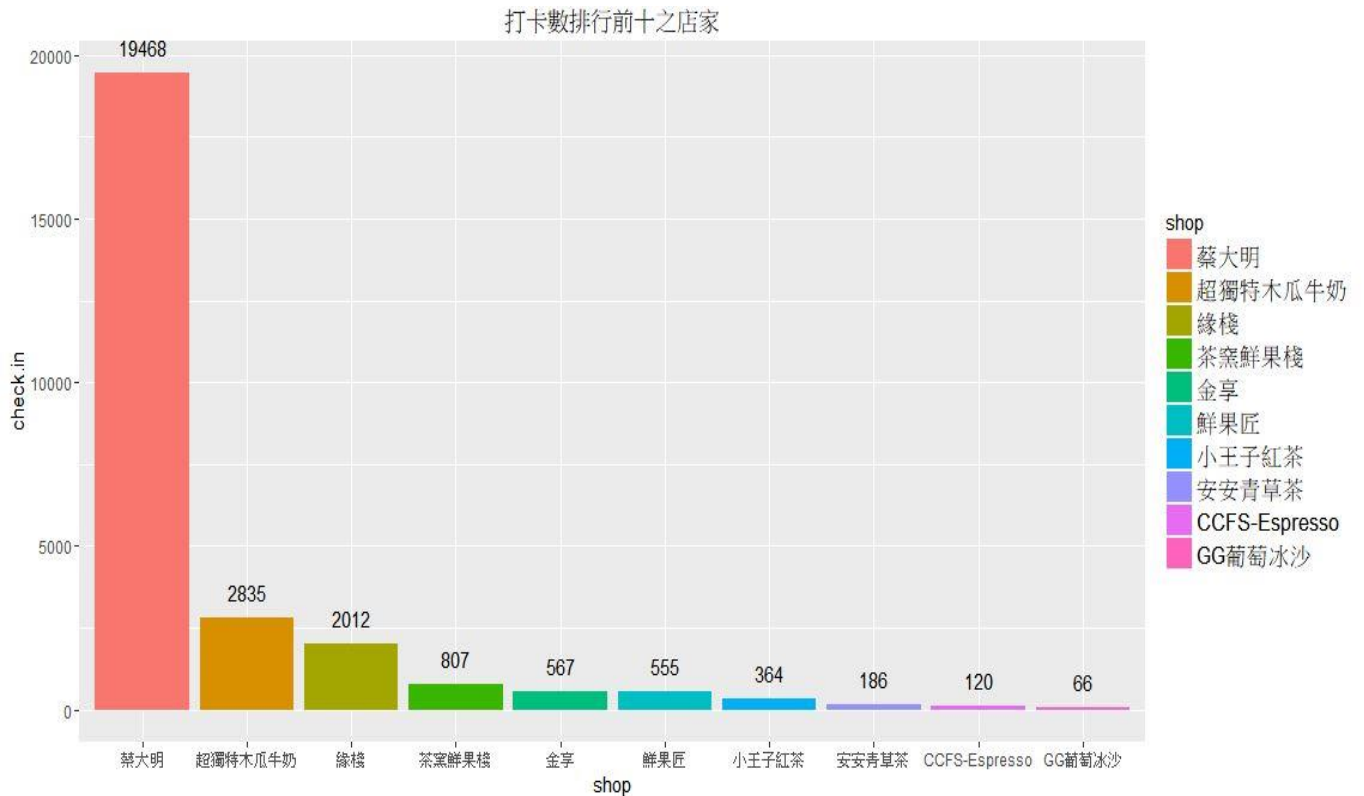
由於逢甲商圈飲料店家眾多，為了使問卷簡潔以及使受訪者較容易填選，因此需篩選出知名度或評價較高之店家，先經由網絡蒐集相關資訊，並將店家分類為連鎖店家與逢甲當地特色之店家。逢甲當地特色店家定義為在逢甲商圈以外並無其他分店。

以下為逢甲商圈特色飲料店網絡相關資訊：



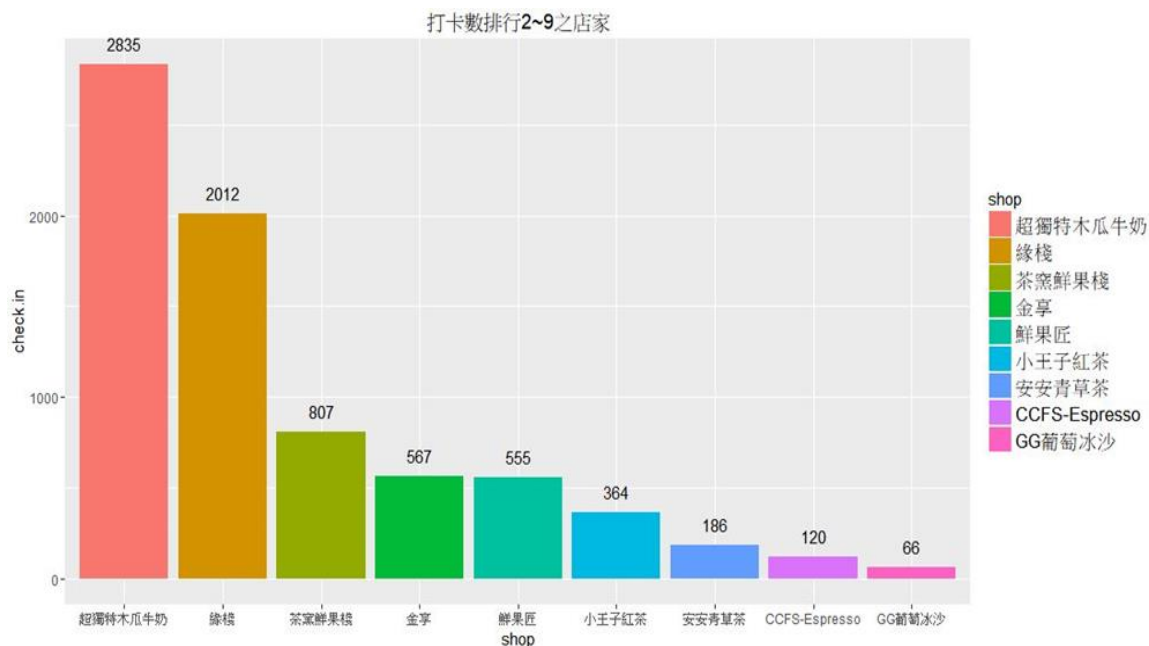
圖(6.7)逢甲特色店家 FACEBOOK 按讚數排行之長條圖

金享、蔡大明、緣棧、小王子紅茶、鮮果匠、茶窠鮮果棧、擦槍走伙、30 鮮、CCFS-Espresso、GG 葡萄冰沙為 FACEBOOK 按讚數排行之前 10。按讚數能夠反映出顧客對其品牌的觀感，但有些店家會為了增加曝光度會進行按讚享優惠之活動，使顧客為了優惠活動而打卡按讚，該店家之按讚數也會提高，因此不能完全按照此圖篩選店家。由於小王子紅茶、CCFS-Espresso、擦槍走伙是沒有進行活動的，因此意謂著按讚民眾為真正對該品牌表示滿意，且若店家進行優惠活動，推估其排名將有可能會上升。



圖(6.8)逢甲特色店家 FACEBOOK 打卡數排行之長條圖

蔡大明、超獨特木瓜牛奶、緣棧、茶窠鮮果棧、金享、鮮果匠、小王子紅茶、安安青草茶、CCFS-Espresso、GG 葡萄冰沙為逢甲商圈特色飲料店家打卡數排行前 10 之店家。打卡數能夠反映店家的人氣度，例如第二名的超獨特木瓜牛奶，由於其曾經受到美食節目食尚玩家的採訪，並在店面不斷地撥放該片段，因而提高人氣致使其打卡數高。而第一名的蔡大明打卡數遠高於其他店家除了人氣高以外，不排除是因為其長時間舉辦打卡優惠活動，導致差距拉大。



圖(6.9)逢甲特色店家 FACEBOOK 打卡數排行二至九之長條圖

由於圖(6.9)中排行第一之店家打卡數遠高於其他店家，致使較難看出其他店家之差異，因此排除第一名之店家來製作本圖以凸顯差異性。其中超獨特木瓜牛奶、小王子紅茶、安安青草茶、CCFS-Espresso 並無打卡優惠活動，因此推測若有舉辦活動將會使其打卡數增加。

逢甲特色店家網絡評價排行

排行	店家名稱	評價	評價人數
1	GG 葡萄冰沙	5	36
2	小王子紅茶	4.95	64
3	蔡大明	4.9	254
4	鮮果匠	4.9	57
5	綠棧	4.86	81

由於許多店家評價人數少，因此會造成可信度較低，此排行為評價人數 30 人以上之店家評價排行。評價滿分為五分，排行前五的店家評價皆接近滿分，由此可知這些店家的商品或是環境、服務等整體觀感皆受顧客滿意。第一名的 GG 葡萄冰沙販賣的是水果冰沙，因其不加糖、真材實料、天然、服務好而深受民眾的喜愛；第二名的小王子紅茶主要販賣的是茶飲與果汁，其標榜為天然飲料、不添加人工添加物、真材實料、因此深受民眾喜愛；第三名的蔡大明販賣的是珍珠相關飲品，珍珠標榜使用黑糖所做，且其服務好，深受喜愛珍珠的民眾歡迎；第四名的鮮果匠販賣的是果汁，主打健康、環保、愛心，其果汁以

水果之外皮為容器，將內容物打成汁後再放回水果裡，其創新、天然、服務好、深受民眾喜愛；第五名的緣棧主要販賣的是調酒，其服務好，飲品特別深受喜愛調酒的民眾喜愛。由上述可知民眾較偏好天然、健康、服務好的店家。

綜合以上相關資訊以及 google 表單問卷之資訊，決議將蔡大明、緣棧、鮮果匠、小王子紅茶、金享列入問卷中之特色店家，並新增斜角巷至特色店家名單，雖然斜角巷為連鎖店家，但其為從台中發跡之店家(逢甲店為台中第一家)，因此決定將其列入。

考量到受訪者若非本地人可能對商圈店家不了解，可能傾向於選擇自己熟悉之飲品，因此決定增加 10 間連鎖飲料店家至問卷中。

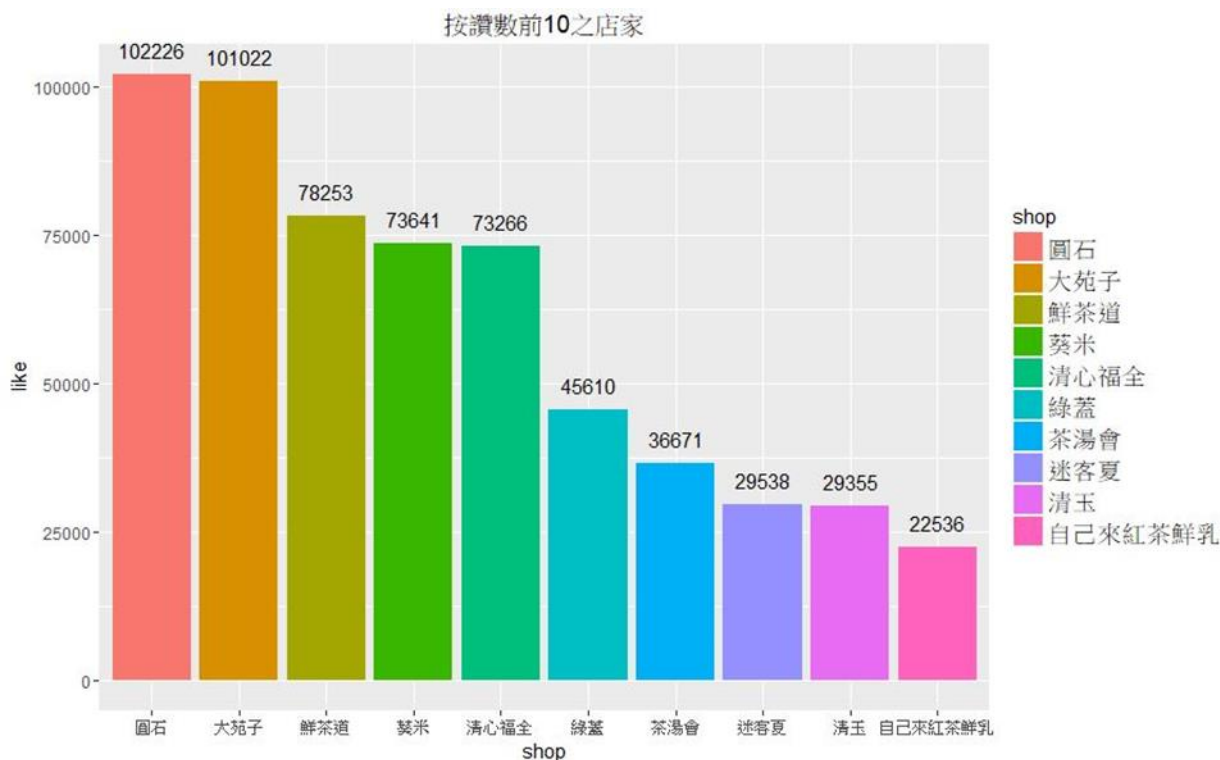
以下為連鎖飲料店網絡相關資訊：



圖(6.10)連鎖飲料店網絡搜尋熱度排行

(店家商標圖取自網路)

此圖為關鍵字 google 搜尋熱度，因無法得知該關鍵字實際搜尋次數，使用相對熱度，排行第一之店家定為熱度 100，其餘店家熱度為與第一名之店家相較之下的熱度。熱度能夠反映出該品牌的人氣度，無論是正在拓展中的新興店家或是分店眾多，民眾皆知之店家，又或者是新聞報導皆會吸引民眾去搜尋。



圖(6.11)連鎖店家 FACEBOOK 按讚數前 10 排行之長條圖

此圖為連鎖店家 FACEBOOK 品牌粉絲團與分店粉絲團按讚總數，圓石、大苑子、鮮茶道、葵米、清心福全、綠蓋、茶湯會、迷客夏、清玉、自己來紅茶鮮乳為排行前 10 之店家。連鎖店由於已有穩定客源，較不會欲使該品牌提升人氣度與曝光度，而舉辦按讚優惠的活動，因此較不會因而造成失準的問題。

連鎖店家網絡評價排行

排行	店家名稱	評價	評價人數
1	布萊恩	4.89	728
2	Mr.Wish	4.87	493
3	可不可熟成紅茶	4.52	246
4	City Milk	4.49	222
5	蔬果小珠珠	4.49	88
6	蕭茶	4.45	61
7	台茶一號	4.42	78
8	茶本味	4.38	226
9	斜角巷	4.3	78
10	良辰吉時	4.22	95

此評價由 FACEBOOK 分店粉絲團、品牌粉絲團、google 分店評價蒐集而成，由於有些店家評價人數過少會降低可信度，因此決定以評價人數 50 人以上之店家做出排行。

評價滿分為五分，前 10 之店家皆在 4 分以上，推估由於為連鎖店，因此每家店的整體觀感較無法完全掌控，且評價人數較多，導致評價稍低於特色店家。

綜合上述相關資訊以及 google 表單問卷資訊，決議將 50 嵐、迷客夏、大苑子、一芳、茶湯會、良辰吉時、鮮茶道、清心福全、圓石、kebuke 可不可熟成紅茶列入問卷中之連鎖店家。








第三章、流量調查

第一節、流量調查內容



圖(7) C 組範圍圖

流量調查測量方向說明表

流量地點	施測方向
3.M2 精品對面	 (含從逢甲路、屋台街門口行走者，含對街人潮)
4.ABC-MART	 (含從福星路、走廊行走者，含對街人潮)
10.悠跑	 (含從逢甲路、走廊門口出入者，含對街人潮)
13.娃娃帝國	 (含從文華路、慶和街行走者)
15.日傳章魚燒小丸子	 (含從文華路行走者，含對街人潮、及從福星路行走者，不含對街人潮)

流量調查每日實施時間

時段一	時段二	時段三
19:00—19:05	19:30—19:35	21:00—21:05

流量測量人員及對應地點

測量點	位置	測量人員
No.3	M2 精品對面	王奕雯、顏辰羽
No.4	ABC-MART	劉金玉、吳君彤
No.10	悠跑	葉宇恩
No.13	娃娃帝國	林立國、莊欣樺
No.15	日傳章魚燒小丸子	陳又如、李鈺琴

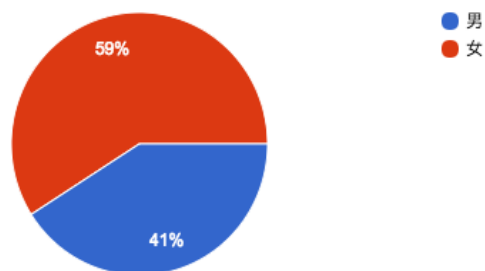
第二節、流量調查結果

日期	2017/9/28(四)			
地點\時段	19:00~19:05	19:30~19:35	21:00~21:08	小計
No.3	99	103	124	326
No.4	144	152	169	465
No.10	162	168	252	582
No.13	320	298	296	914
No.15	236	243	258	737
小計	961	964	1099	3024
日期	2017/10/13(五)			
地點\時段	19:00~19:05	19:30~19:35	21:00~21:08	小計
No.3	109	120	69	298
No.4	218	182	141	541
No.10	231	332	286	849
No.13	309	380	194	883
No.15	291	308	137	736
小計	1158	1322	827	3307

第四章、問卷分析

第一節、Google 前測問卷及表單結果(共 532 份)

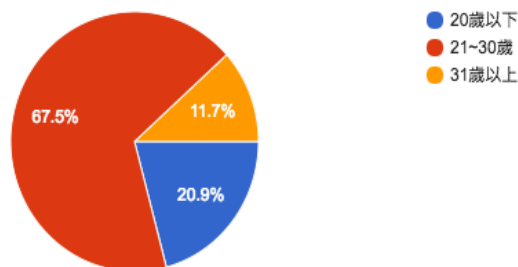
您的性別
532 則回應



圖(7.1)性別比例圖

由圖(7.1)可知，女生填寫此問卷大於男生，由於我們組員的男女比是 1:8，故女性填寫問卷占了大部分。

您的年齡
532 則回應

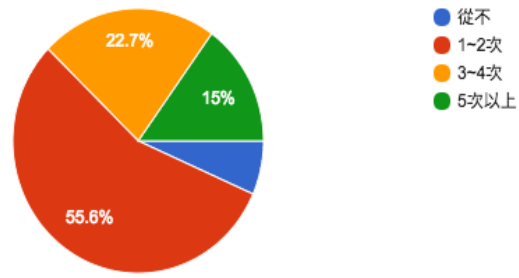


圖(7.2)年齡比例圖

由圖(7.2)可知，我們接觸的群體以學生族群居多，所以 21~30 歲的填寫者占了將近 7 成。

您平均一週喝飲料的頻率

532 則回應



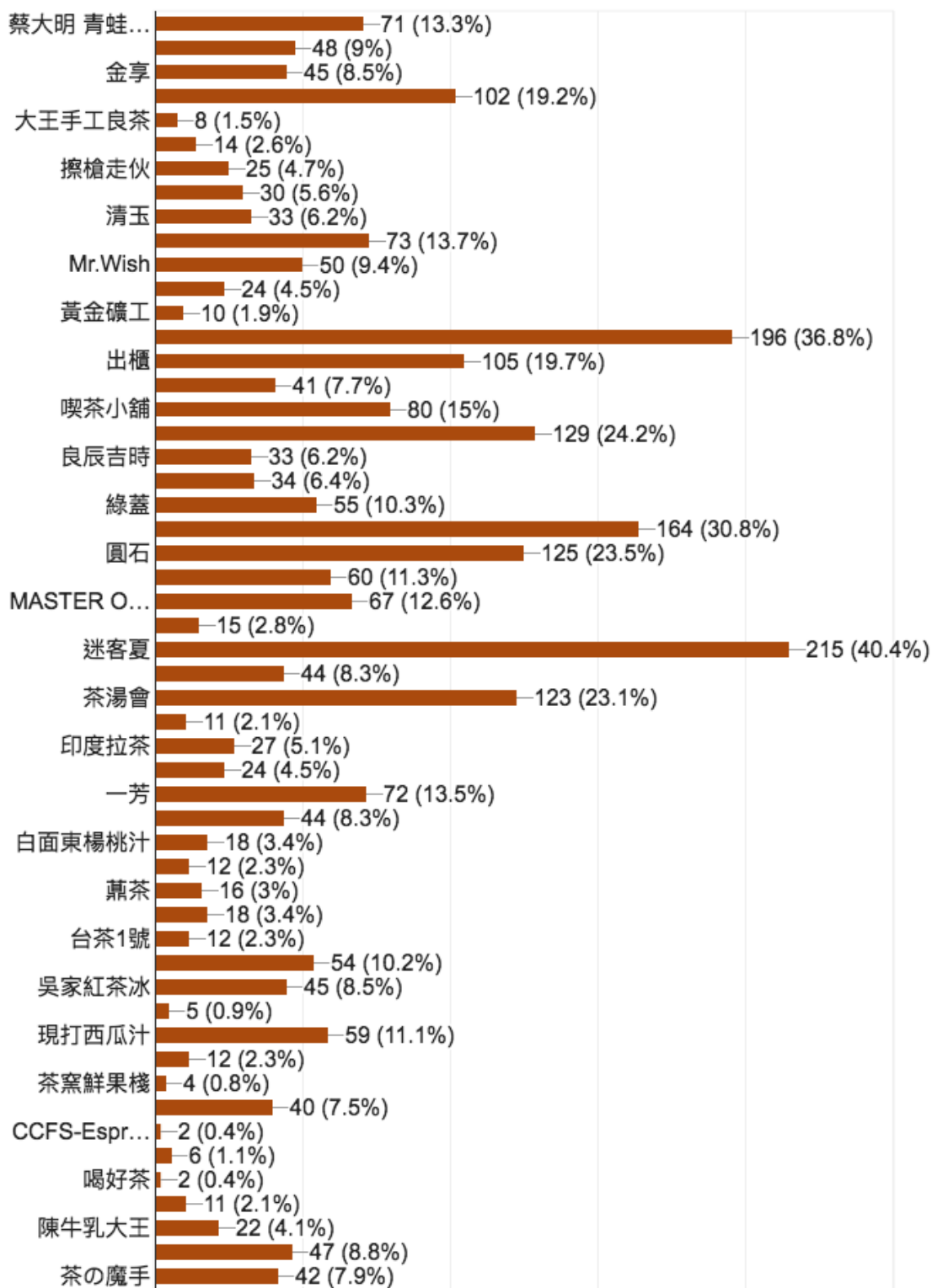
圖(7.3)一週喝飲料頻率比例圖

由圖(7.3)可知，填寫此問卷的群體平均一週喝飲料的頻率落在 1~2 次。



您喜歡的飲料店家

532 則回應



圖(7.4)民眾喜歡的店家數量及百分比

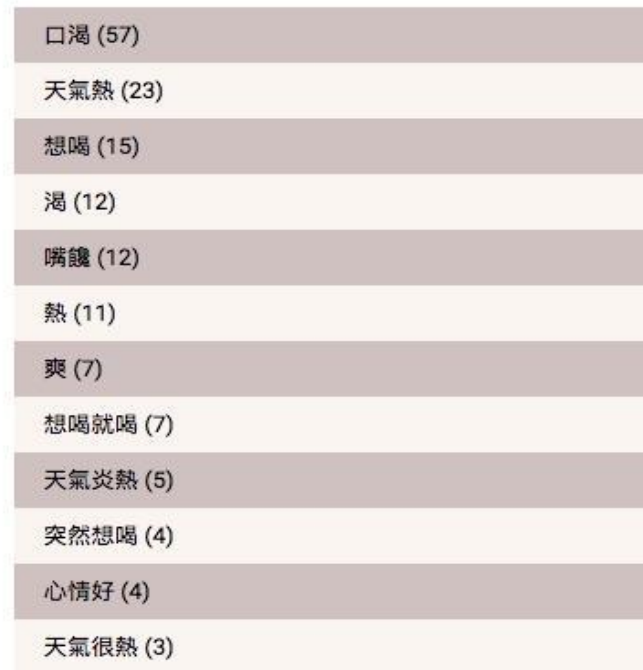
飲料人氣排行、票數及比例表

人氣排名	店家名稱	票數	比例
第一名	迷客夏	215 票	40.4%
第二名	50 嵐	196 票	36.8%
第三名	大苑子	164 票	30.8%
第四名	清心福全	129 票	24.2%
第五名	圓石	125 票	23.5%
第六名	茶湯會	123 票	23.1%
第七名	出櫃	105 票	19.7%
第八名	北回木瓜牛奶	102 票	19.2%
第九名	喫茶小舖	80 票	15%
第十名	可不可 KEBUKE	73 票	13.7%
第十一名	一芳	72 票	13.5%
第十二名	蔡大明青蛙嗑奶	71 票	13.3%
第十三名	MASTER OF TEA 花茶大師	67 票	12.6%
第十四名	鮮茶道	60 票	11.3%
第十五名	現打西瓜汁	59 票	11.1%
第十六名	綠蓋	55 票	10.3%
第十七名	青蛙撞奶	54 票	10.2%
第十八名	Mr.wish	50 票	9.4%
第十九名	自己來紅茶鮮乳	48 票	9%
第二十名	斜角巷	47 票	8.8%
第二十一名	金享、吳家紅茶冰	45 票	8.5%
第二十二名	藍天、TEA SHOP	44 票	8.3%
第二十三名	茶的魔手	42 票	7.9%
第二十四名	布萊恩	41 票	7.7%

由上表可知，人氣排行以連鎖飲料店為主，表示大家在選擇飲料店時會優先選擇熟悉的連鎖店家。

什麼原因會導致您想喝飲料呢？

447 則回應



圖(7.5)想喝飲料原因統計圖

此題為自由填寫題，從圖(7.5)了解大多數想喝飲料的原因為口渴和覺得天氣熱。

第二節、問卷內容

您好：

我們是逢甲大學統計行銷研究小組，為瞭解逢甲商圈吸引力、知名度與消費行為，請提供您寶貴的意見。您的協助將有助於逢甲商圈持續進步，以提供您更優良的消費品質，非常感謝您百忙中撥冗填寫問卷。謝謝您!

2017 年逢甲大學統計行銷研究小組

指導教授：李燦銘、林文欽、高秀蘭

王婉倫、張育瑋、劉峰旗敬上

聯絡電話：(04)24517250 分機 4411，4408

第一部份、請表達您對逢甲商圈的看法(圈選較高的分數代表較高的同意程度)

	最高 同意					最低 同意
	6	5	4	3	2	1
1. 商品具獨特性	6	5	4	3	2	1
2. 商品具多樣化	6	5	4	3	2	1
3. 商品價格低廉	6	5	4	3	2	1
4. 商品品質可靠	6	5	4	3	2	1
5. 商品款式新潮	6	5	4	3	2	1
6. 商家服務態度親切	6	5	4	3	2	1
7. 商家提供售後服務	6	5	4	3	2	1
8. 食物便宜	6	5	4	3	2	1
9. 食物好吃	6	5	4	3	2	1
10. 食物乾淨衛生	6	5	4	3	2	1
11. 排隊購物井然有序	6	5	4	3	2	1
12. 停車方便	6	5	4	3	2	1
13. 整體印象良好	6	5	4	3	2	1
14. 有再次前來消費的意願	6	5	4	3	2	1

第二部分、逢甲商圈人氣飲品調查

1. 請針對下列選項，表達會影響您購買飲料動機的同意程度：

	最高同意					最低同意
	6	5	4	3	2	1
a. 口味的獨特性	6	5	4	3	2	1
b. 包裝的獨特性	6	5	4	3	2	1
c. 話題性高	6	5	4	3	2	1
d. 排隊人潮多	6	5	4	3	2	1
e. 解膩解渴	6	5	4	3	2	1
f. 增加飽足感	6	5	4	3	2	1
g. 保健養身	6	5	4	3	2	1
h. 飲品新鮮度(現榨、現泡、現打...)	6	5	4	3	2	1
i. 店家服務態度良好	6	5	4	3	2	1
j. 店家環境整潔	6	5	4	3	2	1
k. 店家裝潢獨特	6	5	4	3	2	1
l. 網路或親友推薦	6	5	4	3	2	1

2. 請勾選您在逢甲商圈曾經喝過的飲料？(可複選)

- 1. 金享 2. 緣棧 3. 斜角巷 4. 鮮果匠 5. 蔡大明
- 6. 小王子紅茶 7. 一芳 8. 迷克夏 9. 大苑子 10. 五十嵐
- 11. 茶湯會 12. 鮮茶道 13. 良辰吉時 14. 清心福全 15. 圓石禪
- 飲
- 16. KEBUKE(可不可熟成紅茶) 17. 其他 _____ 18. 未曾喝過

3. 請填寫上列飲料店中，您最推薦的店家是(請填上述編號) _____

4. 呈上題，此店家您最推薦的飲料是 _____

5. 呈上題，您願意花多久時間等待您最推薦的飲料？

- 1. 10 分鐘以內 2. 11~20 分鐘 3. 21 分鐘以上

6. 下列是經網友選出逢甲商圈的特色飲料店，您此次前來會想去購買的店家為何？(可複選)

- 1. 金享 2. 緣棧 3. 斜角巷 4. 鮮果匠 5. 蔡大明
- 6. 小王子紅茶 7. 其他 _____ 8. 不會購買

7. 您通常在逢甲商圈購買一杯飲料的金額為何？

- 1. 25 元以下 2. 26~45 元 3. 46~60 元 4. 61 元以上

8. 在逢甲商圈哪一個促銷活動最能增加您購買飲品的慾望？

1. 試喝 2. 社群軟體打卡折扣 3. 環保杯折扣 4. 學生證優惠
5. 買 A 送 B(例如：買五送一、買二送一...)
6. 其他_____

第三部分、基本資料

1. 您曾使用網路搜尋何種逢甲商圈的相關資訊?(可複選)

1. 交通資訊 2. 導覽圖 3. 商品資訊 4. 商家資訊
5. 折價券 6. 不曾搜尋

2. 您這次到逢甲商圈的交通工具為何？

1. 徒步 2. 腳踏車 3. 機車 4. 汽車
5. 計程車 6. 公車 7. 遊覽車

3. 您這次到逢甲商圈大約花多少交通時間？

1. 15 分鐘內 2. 15~30 分鐘 3. 30~60 分鐘 4. 60 分鐘以上

4. 您目前的居住地(非戶籍地)是哪個縣市？

1. 台中市 2. 彰化縣 3. 苗栗、南投、雲林、嘉義地區 4. 其他_____

5. 您的年齡為何？

1. 15 歲(含)以下 2. 16~18 歲 3. 19~23 歲 4. 24~28 歲
5. 29~34 歲 6. 35 歲以上

6. 您每次到逢甲商圈大約花費約多少錢？

1. 200 元(含)以下 2. 200~500 元 3. 500~1,000 元
4. 1,000~1,500 元 5. 1,500~2,000 元 6. 2,000 元以上

7. 您這次到逢甲商圈是否有住宿在附近的旅館或日租套房

1. 是(請勾選) 1. 文華道會館 2. 星享道酒店 3. KUN Hotel 4. 碧根行館
5. 黎客商旅 6. 台中商旅 7. 拓程商旅 8. 原德飯店
9. 其他旅館(請填旅館名稱)_____ 10. 日租套房(請填單日費用)_____

2. 否

8. 您目前最常使用的手機電信業者：

1. 中華電信 2. 台灣大哥大 3. 遠傳
4. 亞太 5. 台灣之星 6. 其他_____

9. 您是否願意提供手機前 7 個號碼？

1. 是，0 9 □□-□□□-XXXX

2. 否

10. 請問您使用的手機是智慧型手機嗎？(手機作業系統為 Android、iOS、windows)

1. 是

2. 否

謝謝您的填答，您的回答對我們將是寶貴的意見！！

----- 以下為訪員填寫 -----

受訪者性別： 男 女

同遊人數(含受訪者)：_____人

受訪日期：

受訪地點：

訪員編號：

流水號：





圖(8) 飲料店位置圖



圖(9) 各飲料店人氣飲品

第二節、敘述統計

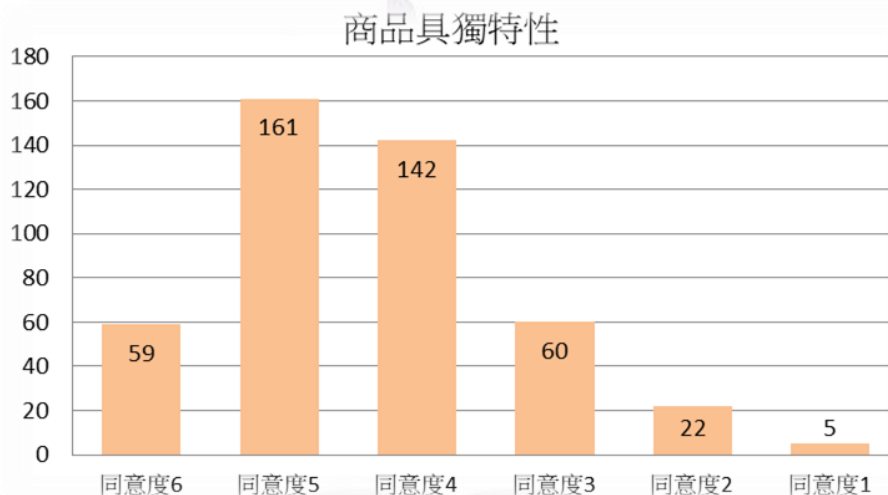
第一部分、請表達您對逢甲夜市商圈的看法(圈選較高的分數代表較高的同意程度)

1-1 商品具獨特性

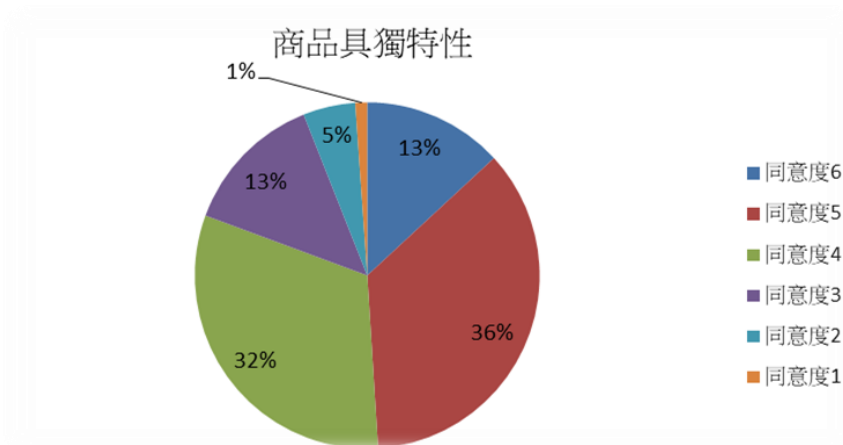
大多民眾認為逢甲商圈的商品具有獨特性，在 449 位受訪者中，同意度 4 及以上的受訪者有 81% (362 位)，成為影響觀光客前來的重要因素，次數分配如表(4)，而圖(10)與圖(11)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(4) 商品具獨特性次數表

1-1 商品具獨特性								
同意 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
59	161	142	60	22	5	449	1	0
13%	36%	32%	13%	5%	1%	100%		



圖(10) 商品具獨特性長條圖



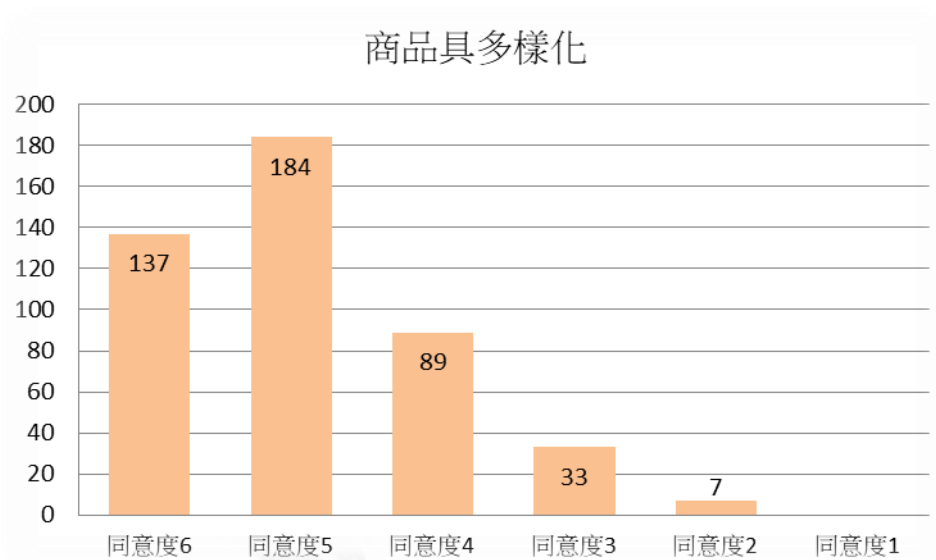
圖(11) 商品具獨特性圓餅圖

1-2 商品具多樣化

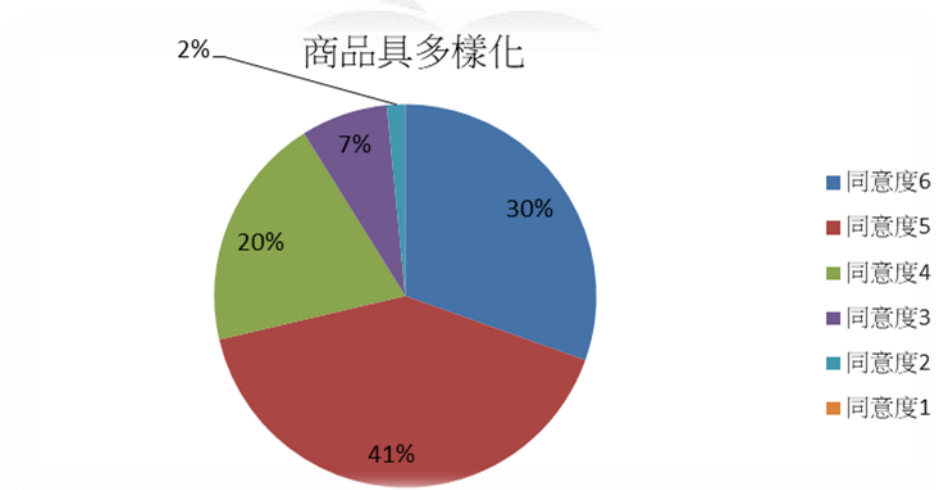
大多民眾認為逢甲商圈的商品具多樣化，在 450 位受訪者中，同意度 5 有 41% (184 位)，而同意度 4 及以上的受訪者高達 91% (410 位)，並讓觀光客有多種選擇及比較的機會，次數分配如表(5)，而圖(12)與圖(13)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(5) 商品具多樣化次數表

1-2 商品具多樣化								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
137	184	89	33	7	0	450	0	0
30%	41%	20%	7%	2%	0%	100%		



圖(12) 商品具多樣化長條圖



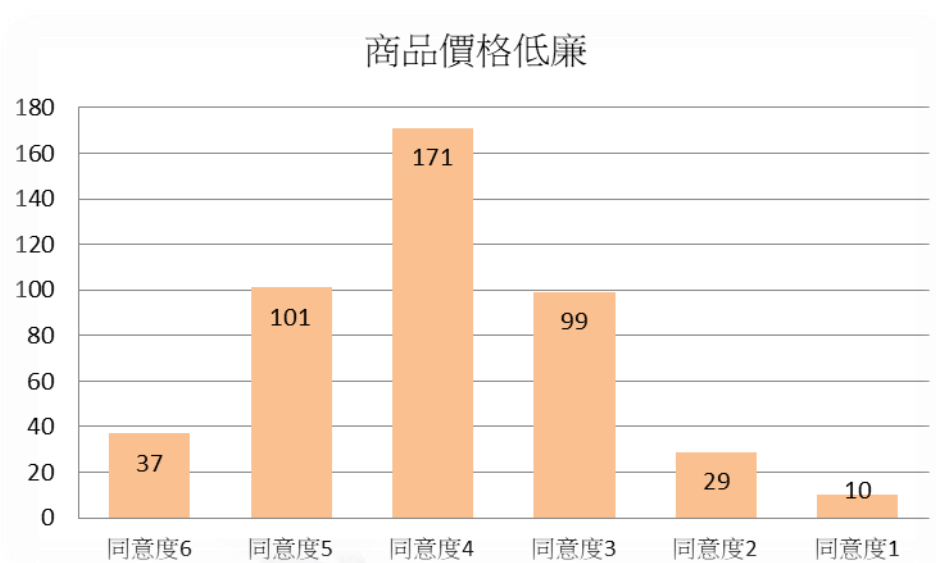
圖(13) 商品具多樣化圓餅圖

1-3 商品價格低廉

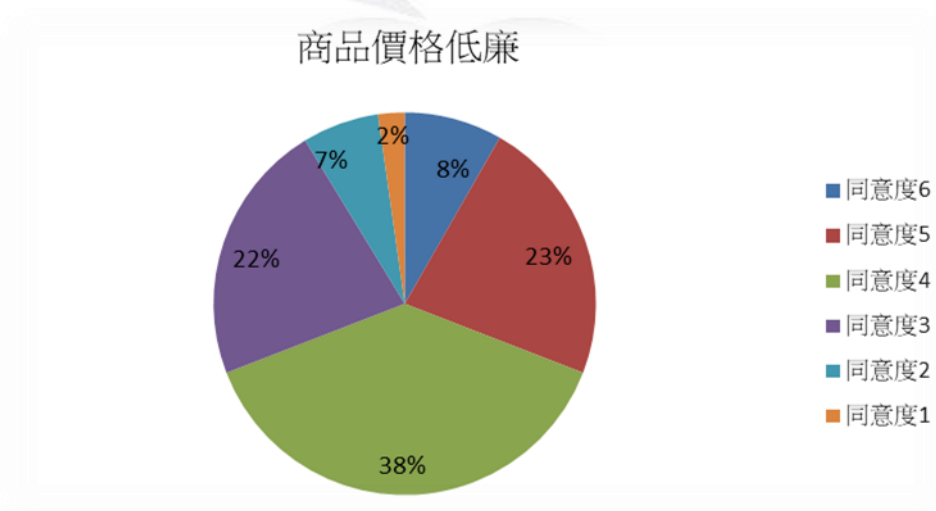
大多民眾認為逢甲商圈的商品價格低廉，在 447 位受訪者中，同意度 4 及以上的受訪者有 69% (309 位)，次數分配如表(6)，而圖(14)與圖(15)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(6) 商品價格低廉次數表

1-3 商品價格低廉								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
37	101	171	99	29	10	447	2	1
8%	23%	38%	22%	7%	2%	100%		



圖(14) 商品價格低廉長條圖



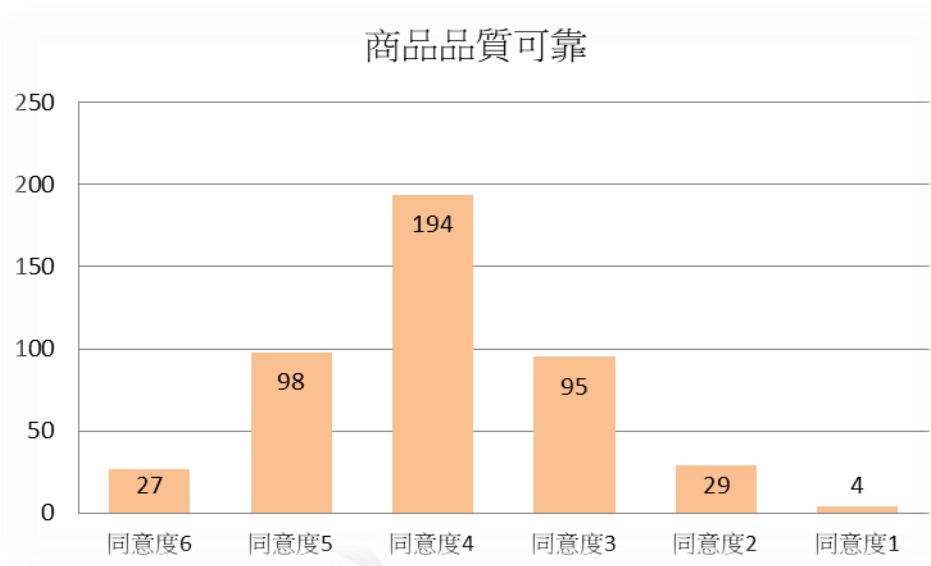
圖(15) 商品價格低廉圓餅圖

1-4 商品品質可靠

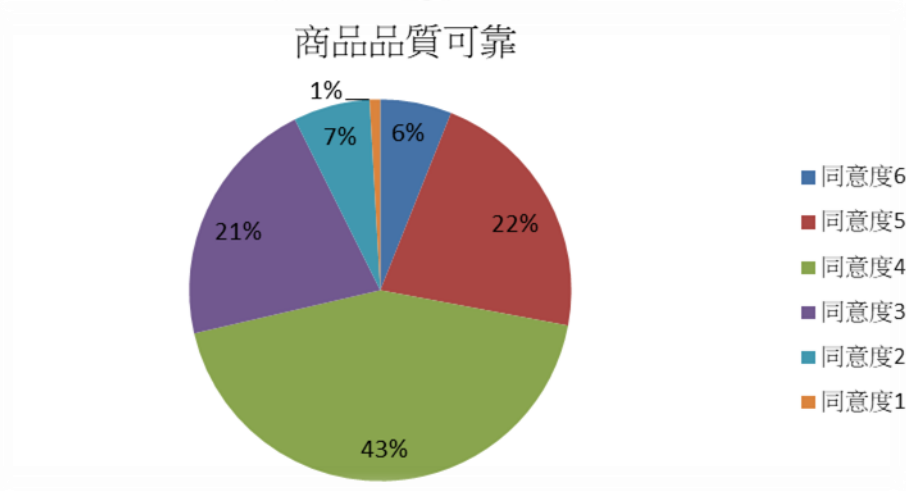
大多民眾認為逢甲商圈的商品品質可靠，在 447 位受訪者中，同意度 4 有 43% (194 位)，而同意度 4 及以上的受訪者有 71% (319 位)，次數分配如表(7)，而圖(16)與圖(17)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(7) 商品品質可靠次數表

1-4 商品品質可靠								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
27	98	194	95	29	4	447	3	0
6%	22%	43%	21%	7%	1%	100%		



圖(16) 商品品質可靠長條圖



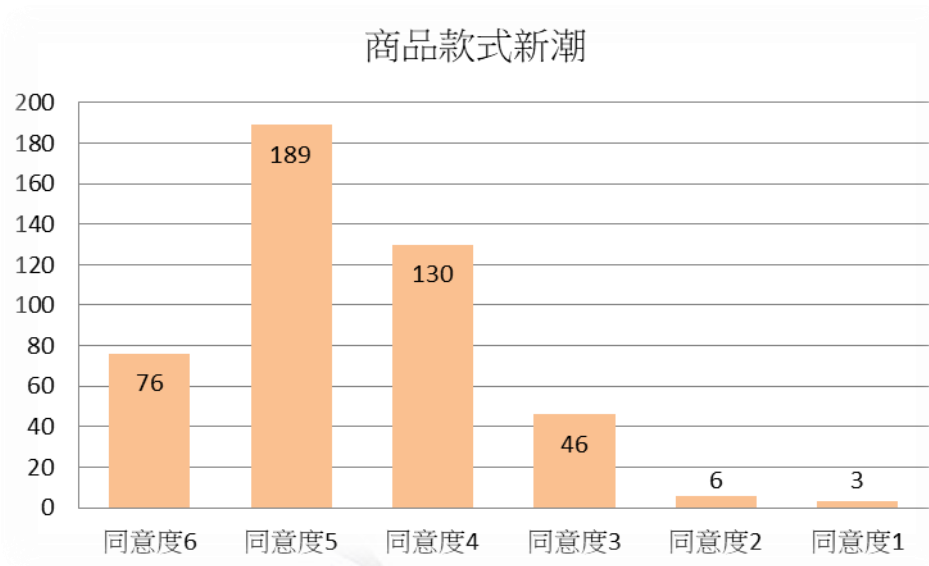
圖(17) 商品品質可靠圓餅圖

1-5 商品款式新潮

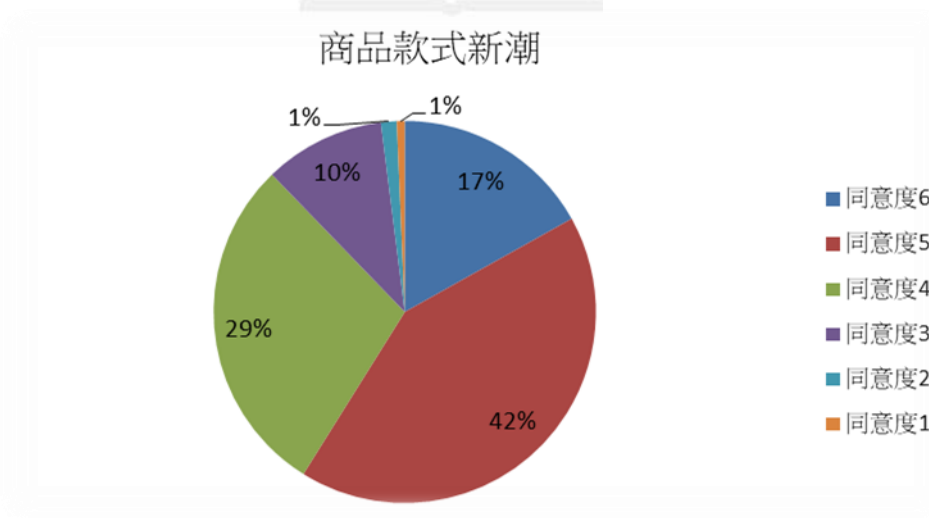
大多民眾認為逢甲商圈的商品款式新潮，在 450 位受訪者中，同意度 5 有 42% (189 位)，而同意度 4 及以上的受訪者更高達 88% (395 位)，次數分配如表(8)，而圖(18)與圖(19)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(8) 商品款式新潮次數表

1-5 商品款式新潮								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
76	189	130	46	6	3	450	0	0
17%	42%	29%	10%	1%	1%	100%		



圖(18) 商品款式新潮長條圖



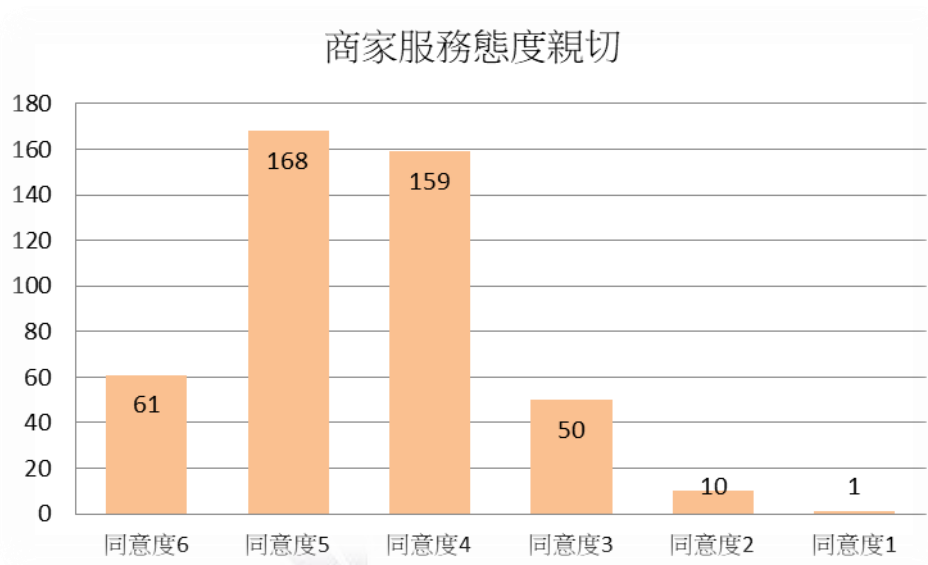
圖(19) 商品款式新潮圓餅圖

1-6 商家服務態度親切

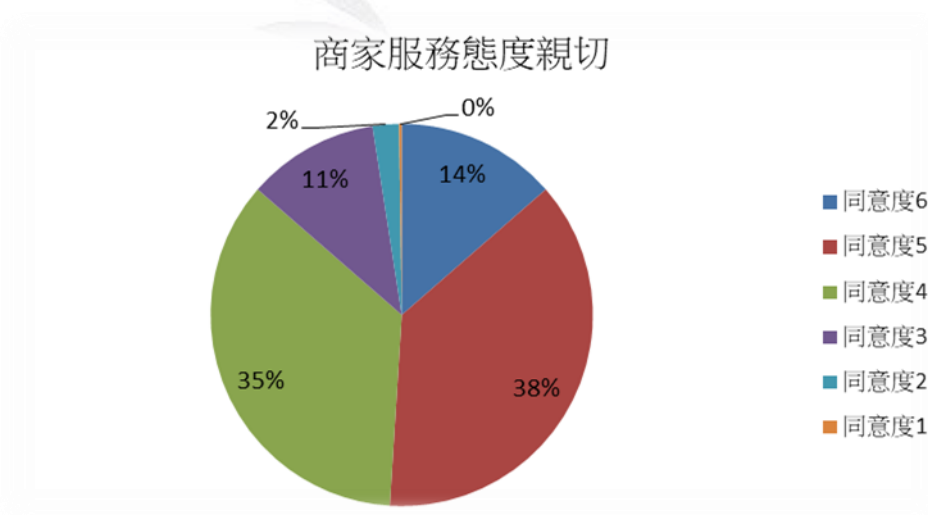
大多民眾認為逢甲商圈的商家服務態度親切，在 448 位受訪者中，同意度 4 及以上的受訪者有 87% (388 位)，次數分配如表(9)，而圖(20)與圖(21)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(9) 商家服務態度親切次數表

1-6 商家服務態度親切								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
61	168	159	50	10	1	448	1	1
14%	38%	35%	11%	2%	0%	100%		



圖(20) 商家服務態度親切長條圖



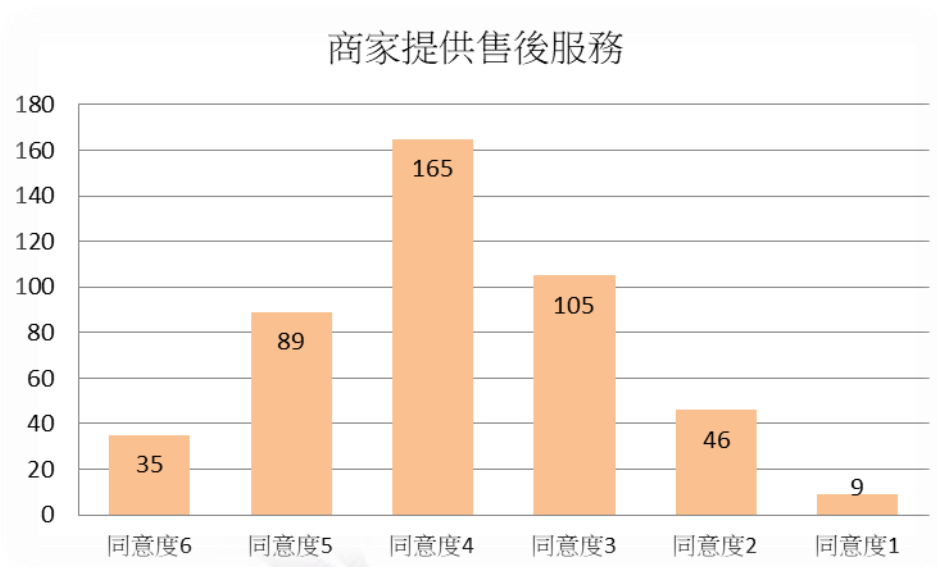
圖(21) 商家服務態度親切圓餅圖

1-7 商家提供售後服務

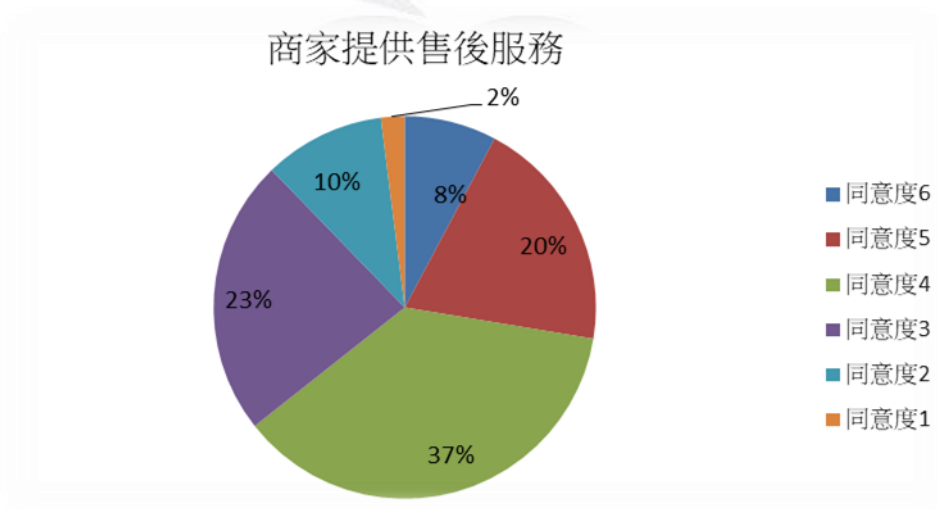
大多民眾認為逢甲商圈的商家提供售後服務不錯，在 449 位受訪者中，同意度 4 及以上的受訪者有 65% (289 位)，次數分配如表(10)，而圖(22)與圖(23)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(10) 商家提供售後服務次數表

1-7 商家提供售後服務								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
35	89	165	105	46	9	449	1	0
8%	20%	37%	23%	10%	2%	100%		



圖(22) 商家提供售後服務長條圖



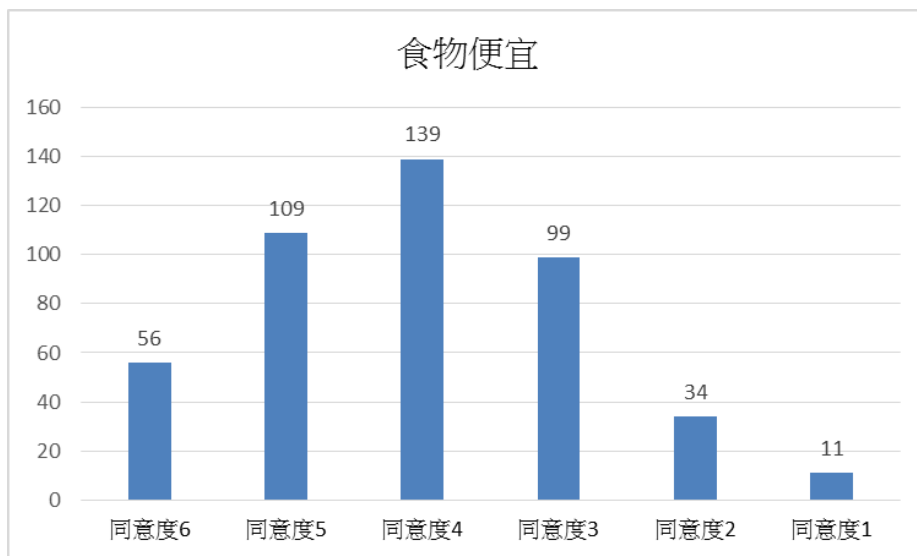
圖(23) 商家提供售後服務圓餅

1-8 食物便宜

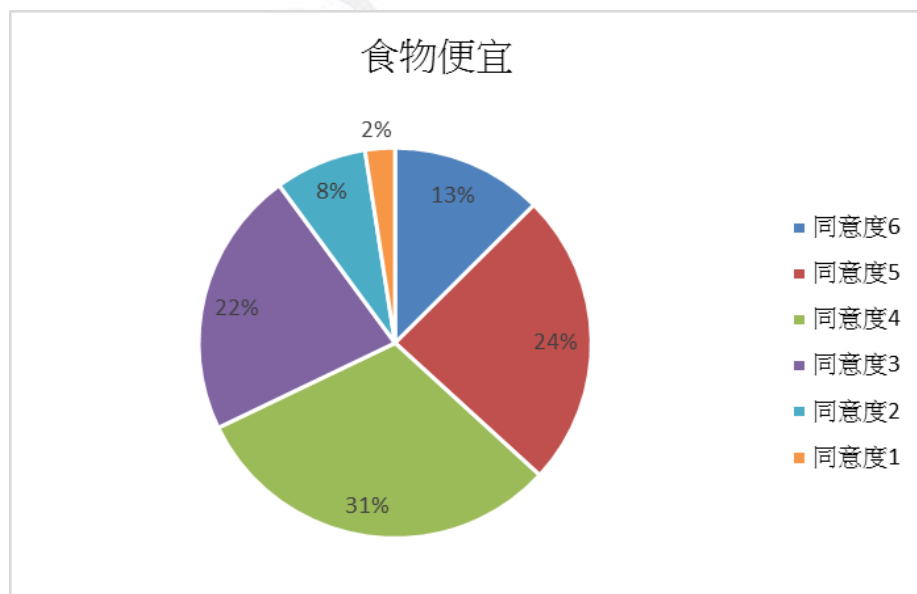
大多民眾認為逢甲商圈的食物便宜，在 448 位受訪者中，同意度 4 及以上的受訪者有 68% (304 位)，次數分配如表(11)，而圖(24)與圖(25)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(11) 食物便宜次數表

1-8 食物便宜								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
56	109	139	99	34	11	448	2	0
13%	24%	31%	22%	8%	2%	100%		



圖(24) 食物便宜長條圖



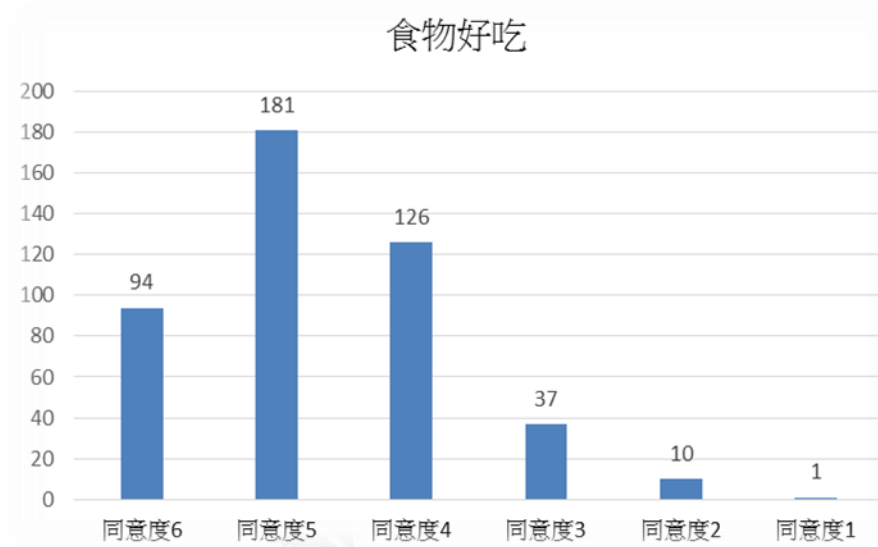
圖(25) 食物便宜圓餅圖

1-9 食物好吃

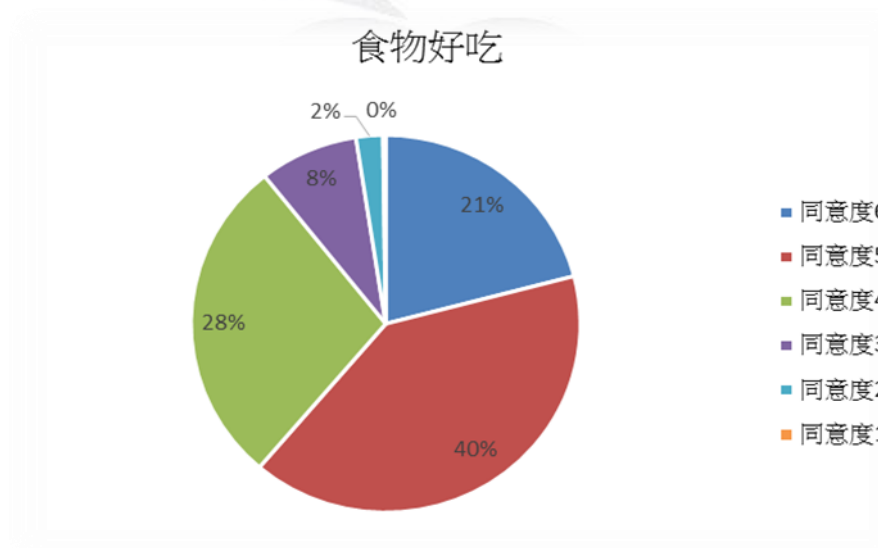
大多民眾認為逢甲商圈的食物好吃，在 449 位受訪者中，同意度 5 有 40% (181 位)，而同意度 4 及以上的受訪者更高達 89% (401 位)，次數分配如表(12)，而圖(26)與圖(27)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(12) 食物好吃次數表

1-9 食物好吃								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
94	181	126	37	10	1	449	1	0
21%	40%	28%	8%	2%	0%	100%		



圖(26) 食物好吃長條圖



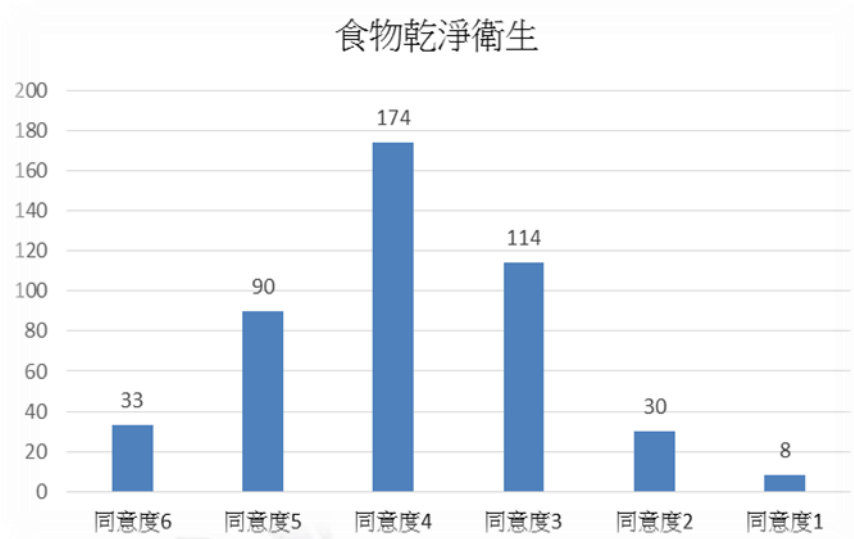
圖(27) 食物好吃圓餅圖

1-10 食物乾淨衛生

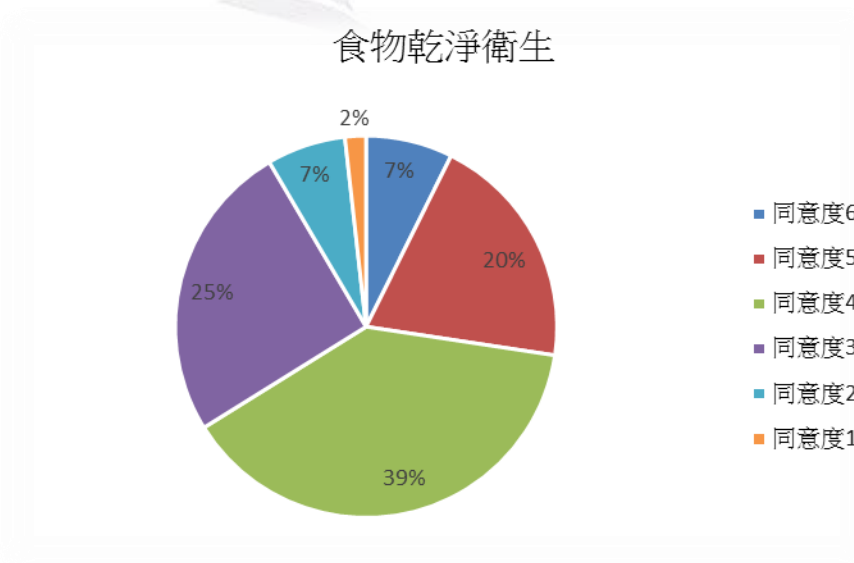
大多民眾認為逢甲商圈的食物乾淨衛生，在 449 位受訪者中，同意度 4 及以上的受訪者有 66% (297 位)，次數分配如表(13)，而圖(28)與圖(29)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(13) 食物乾淨衛生次數表

1-10 食物乾淨衛生								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
33	90	174	114	30	8	449	1	0
7%	20%	39%	25%	7%	2%	100%		



圖(28) 食物乾淨衛生長條圖



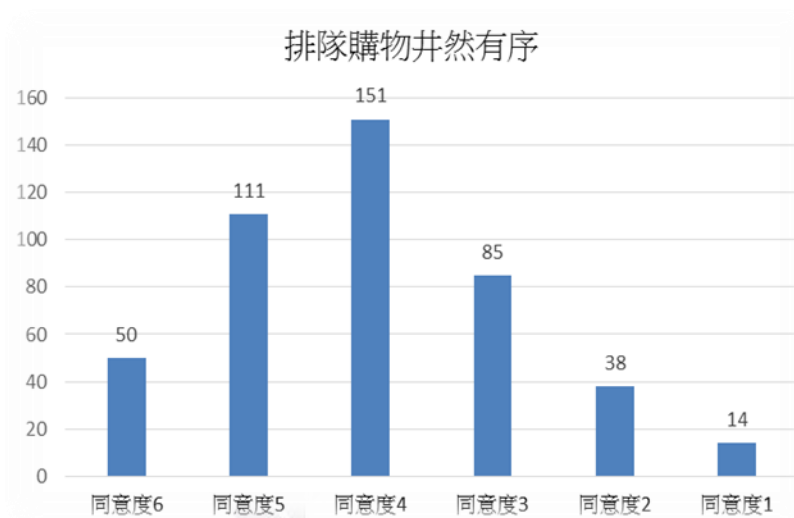
圖(29) 食物乾淨衛生圓餅圖

1-11 排隊購物井然有序

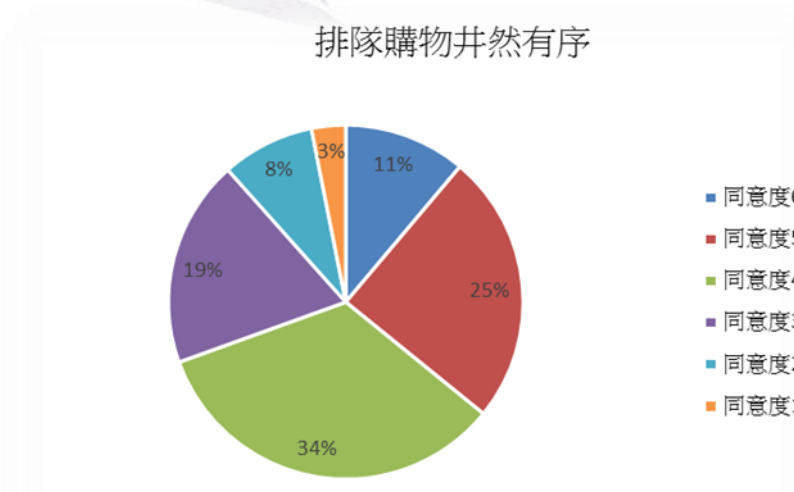
大多民眾認為逢甲商圈排隊購物井然有序，在 449 位受訪者中，同意度 4 及以上的受訪者有 70% (312 位)，次數分配如表(14)，而圖(30)與圖(31)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(14) 排隊購物井然有序次數表

1-11 排隊購物井然有序								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
50	111	151	85	38	14	449	1	0
11%	25%	34%	19%	8%	3%	100%		



圖(30) 排隊購物井然有序長條圖



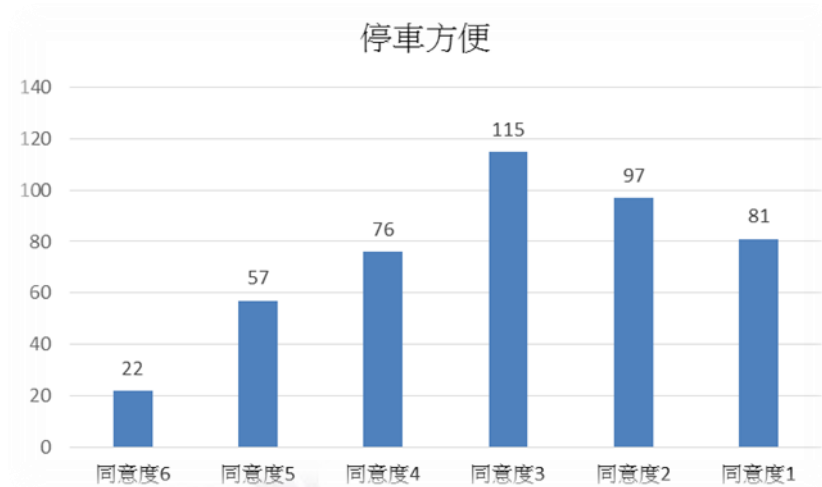
圖(31) 排隊購物井然有序圓餅圖

1-12 停車方便

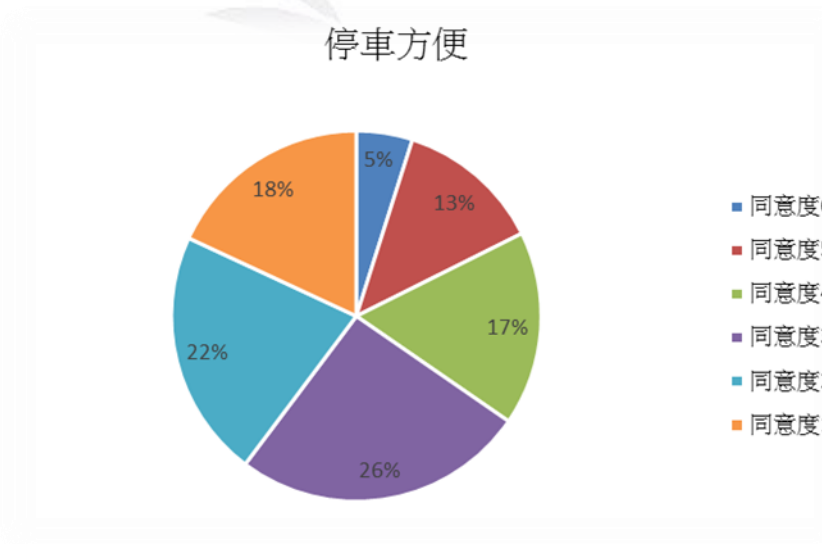
大多民眾認為逢甲商圈停車並不方便，在 448 位受訪者中，同意度 3 有 26% (115 位)，而同意度 2 及以下的受訪者有 40% (178 位)，次數分配如表(15)，而圖(32)與圖(33)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(15) 停車方便次數表

1-12 停車方便								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
22	57	76	115	97	81	448	2	0
5%	13%	17%	26%	22%	18%	100%		



圖(32) 停車方便長條圖



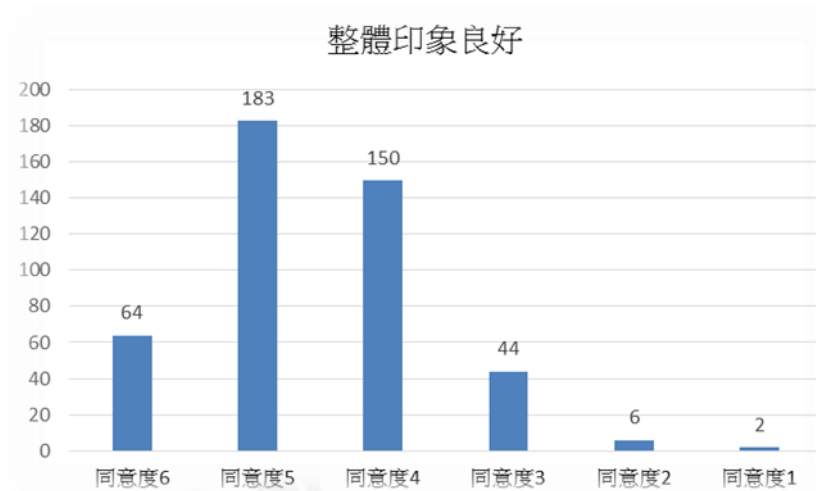
圖(33) 停車方便圓餅圖

1-13 整體印象良好

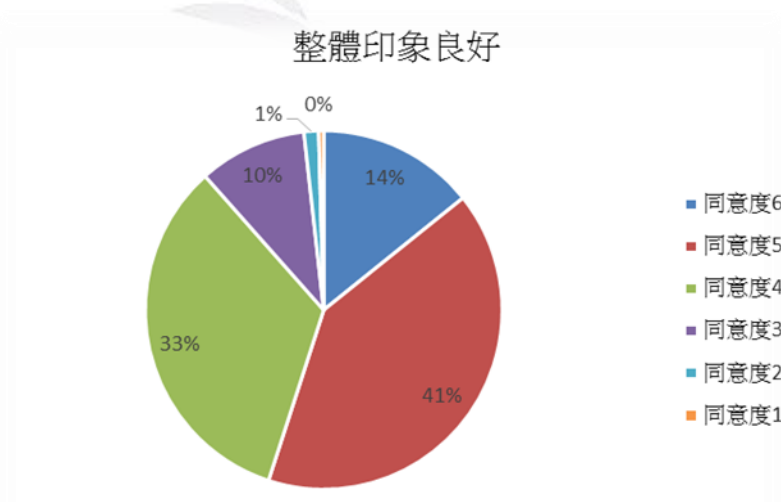
大多民眾對逢甲商圈整體印象良好，在 449 位受訪者中，同意度 5 有 41% (183 位)，而同意度 4 及以上的受訪者高達 88% (397 位)，次數分配如表(16)，而圖(34)與圖(35)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(16) 整體印象良好次數表

1-13 整體印象良好								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
64	183	150	44	6	2	449	1	0
14%	41%	33%	10%	1%	0%	100%		



圖(34) 整體印象良好長條圖



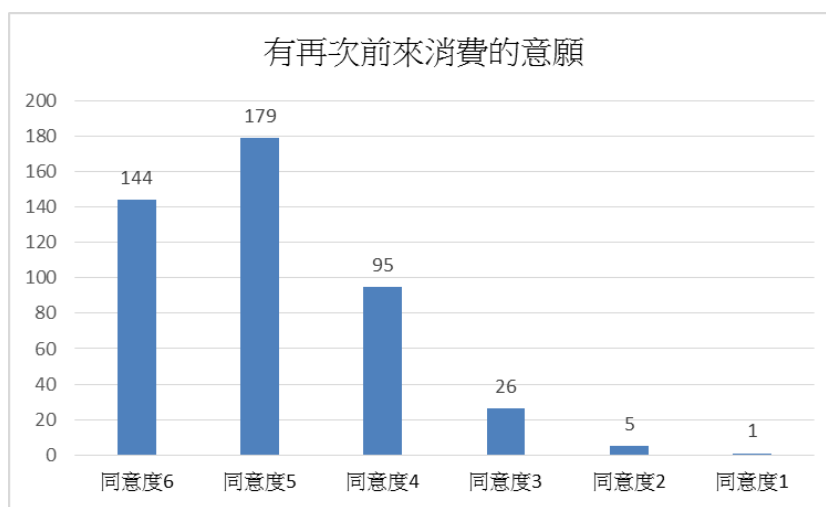
圖(35) 整體印象良好圓餅圖

1-14 有再次前來消費的意願

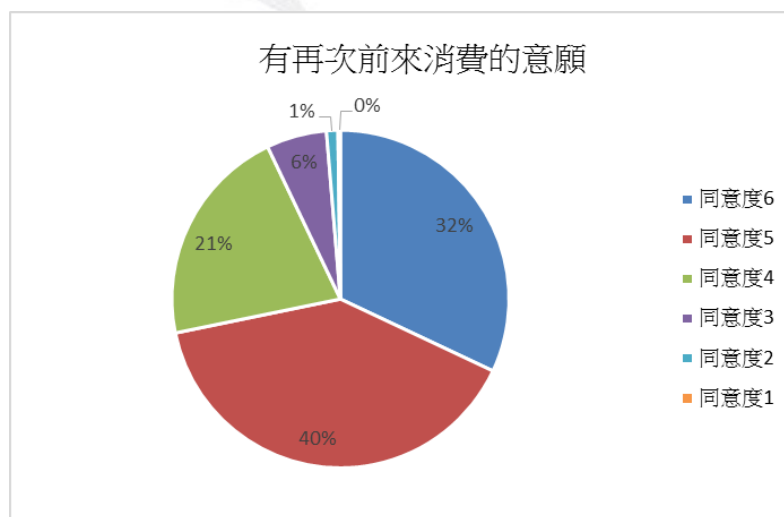
大多民眾都願意再次前來逢甲商圈消費，在 450 位受訪者中，同意度 5 有 40% (179 位)，而同意度 4 及以上的受訪者更高達 93% (418 位)，次數分配如表(17)，而圖(36)與圖(37)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(17) 有再次前來消費的意願次數表

1-14 有再次前來消費的意願								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
144	179	95	26	5	1	450	0	0
32%	40%	21%	6%	1%	0%	100%		



圖(36) 有再次前來消費的意願長條圖



圖(37) 有再次前來消費的意願圓餅圖

第二部分、逢甲商圈人氣飲品調查

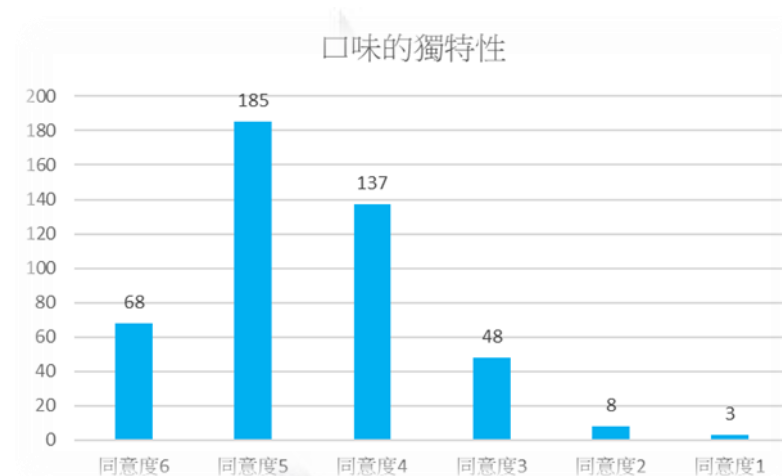
1. 以下為影響購買飲料動機的同意程度：

2-1-a 口味的獨特性

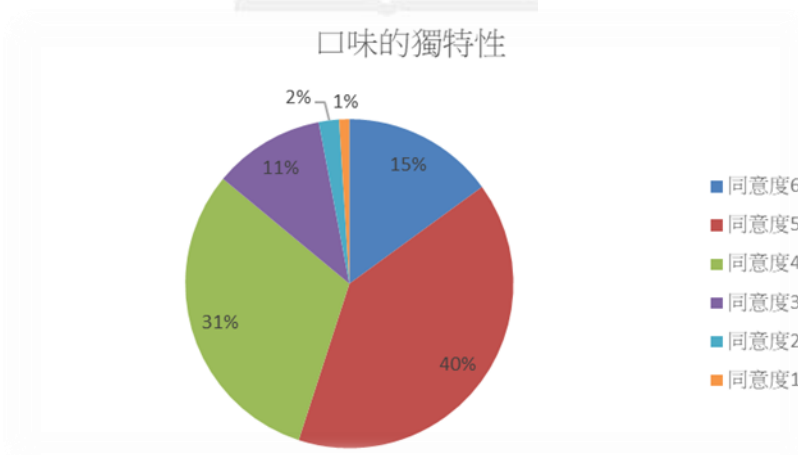
449 位受訪者中，以同意度 5 有 40% (185 位) 為最多數人的選擇，而同意度 4 及以上的受訪者有 86% (390 位)，意味著飲料口味的獨特性是影響受訪者購買飲料的主要動機之一。次數分配如表(18)，而圖(38)與圖(39)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(18) 口味的獨特性次數表

2-1-a 口味的獨特性								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
68	185	137	48	8	3	449	1	0
15%	40%	31%	11%	2%	1%	100%		



圖(38) 口味的獨特性長條圖



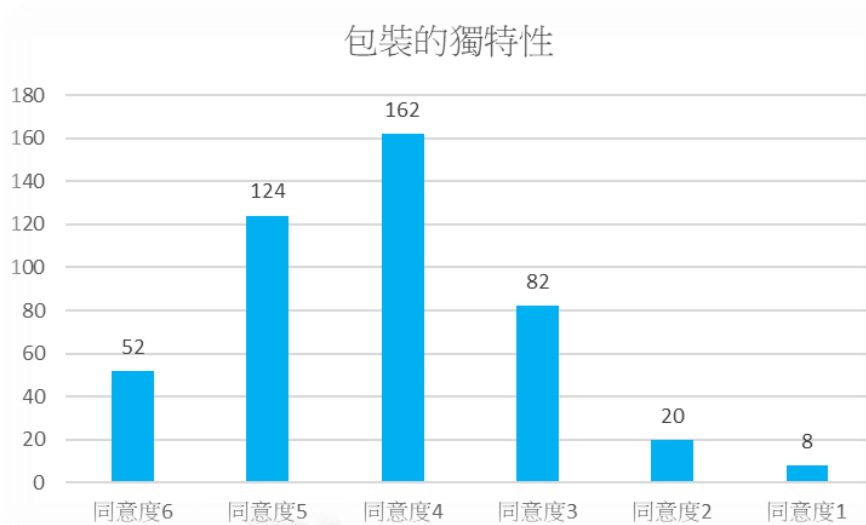
圖(39) 口味的獨特性圓餅圖

2-1-b 包裝的獨特性

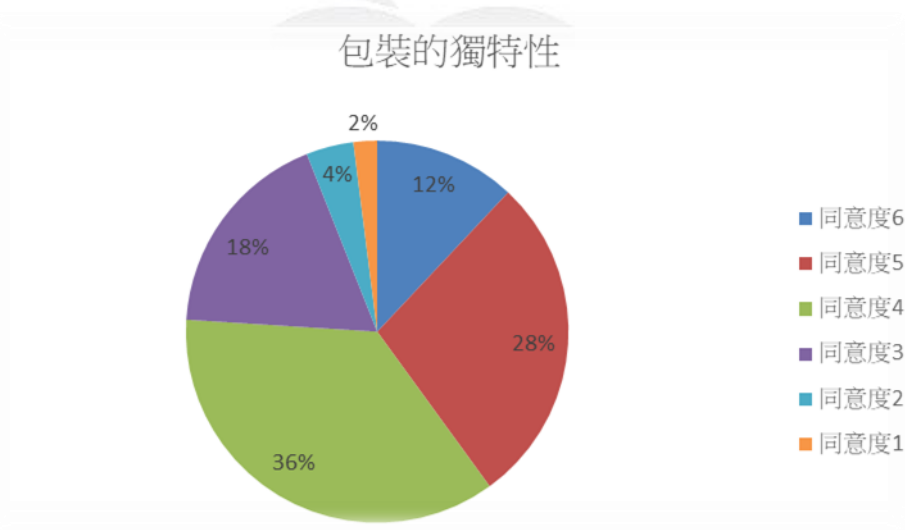
448 位受訪者中，以同意度 4 有 36% (162 位) 為最多數人的選擇，而同意度 4 及以上的受訪者有 76% (338 位)，但是最多數人選擇的同意度較口味的獨特性下降了一級，意味著比起包裝的獨特性，受訪者更在意飲料口味的獨特性。次數分配如表(19)，而圖(40)與圖(41)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(19) 包裝的獨特性次數表

2-1-b 包裝的獨特性								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
52	124	162	82	20	8	448	2	0
12%	28%	36%	18%	4%	2%	100%		



圖(40) 包裝的獨特性長條圖



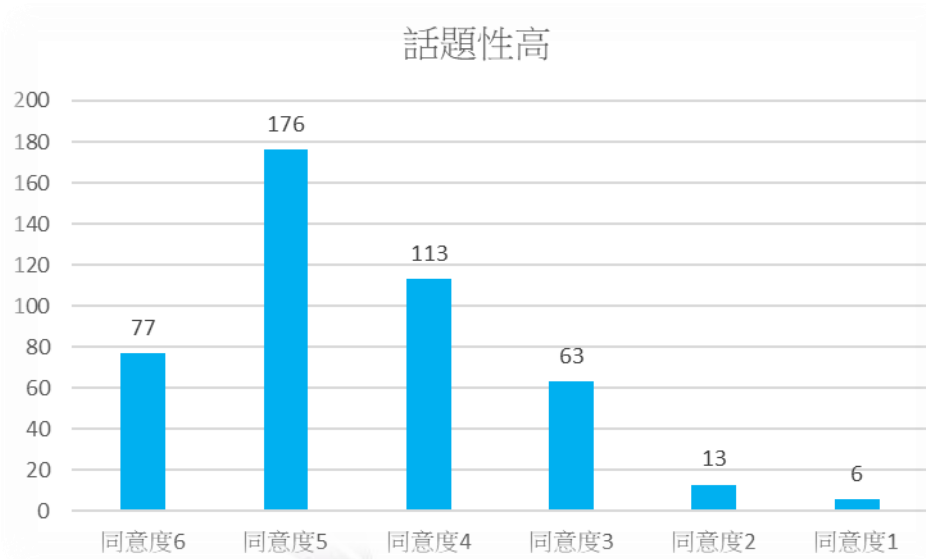
圖(41) 包裝的獨特性圓餅圖

2-1-c 話題性高

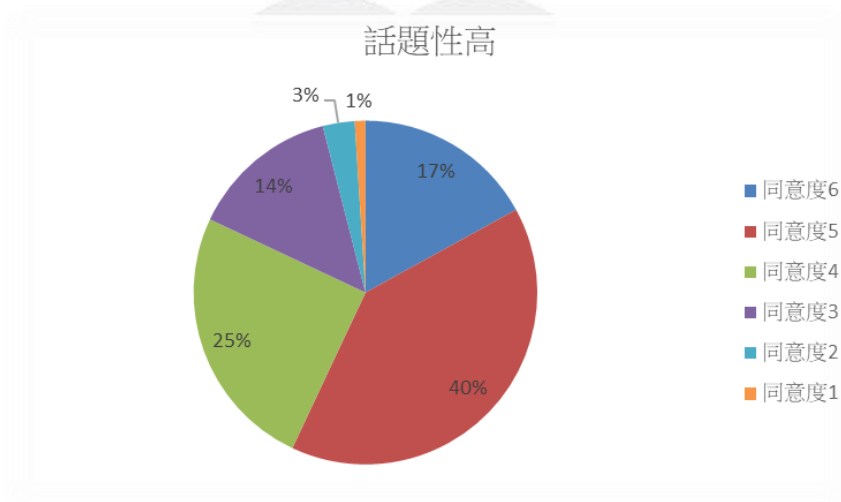
448 位受訪者中，以同意度 5 有 40% (176 位) 為最多數人的選擇，而同意度 4 及以上的受訪者有 82% (366 位)，意味者若話題性高的飲料，將會吸引許多人前去購買。次數分配如表(20)，而圖(42)與圖(43)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(20) 話題性高次數表

2-1-c 話題性高								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
77	176	113	63	13	6	448	2	0
17%	40%	25%	14%	3%	1%	100%		



圖(42) 話題性高長條圖



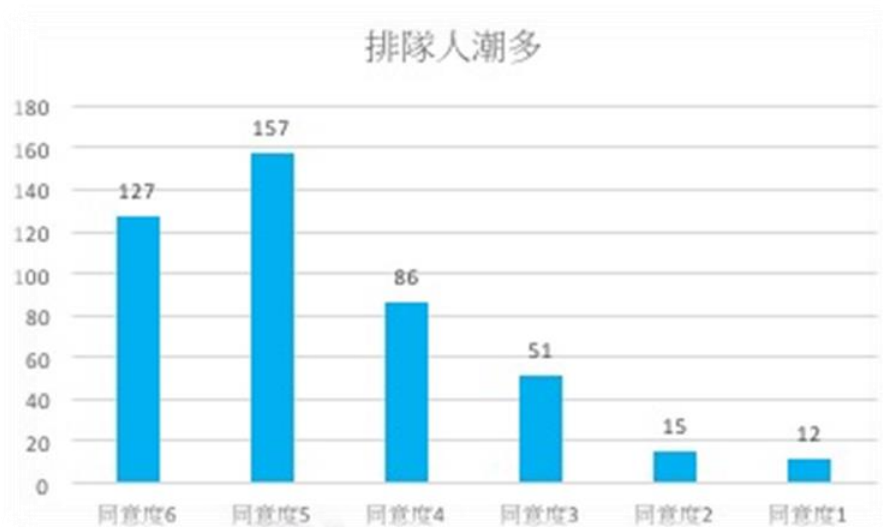
圖(43) 話題性高圓餅圖

2-1-d 排隊人潮多

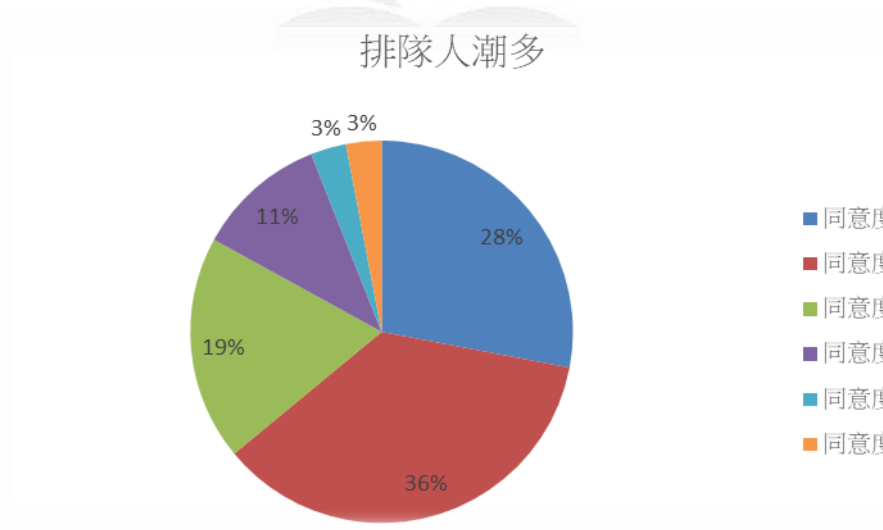
448 位受訪者中，以同意度 5 有 36% (157 位) 為最多數人的選擇，而同意度 4 及以上的受訪者有 83% (370 位)，排隊人潮多的店家將會吸引他人購買，推測可能是因為受訪者認為排隊人超多可能代表者店家販售的飲料有一定的水準，成為了購買的動機。次數分配如表 (21)，而圖(44)與圖(45)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(21) 排隊人潮多次數表

2-1-d 排隊人潮多								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
127	157	86	51	15	12	448	2	0
28%	36%	19%	11%	3%	3%	100%		



圖(44) 排隊人潮多長條圖



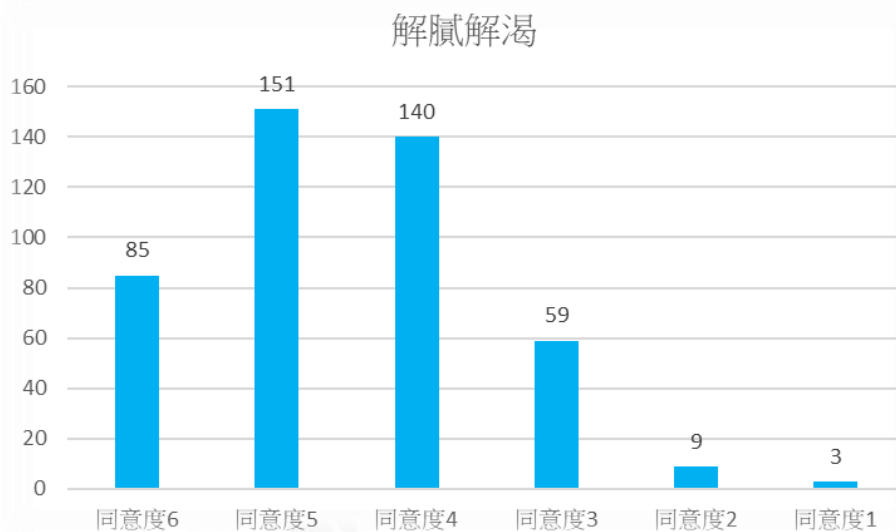
圖(45) 排隊人潮多圓餅圖

2-1-e 解膩解渴

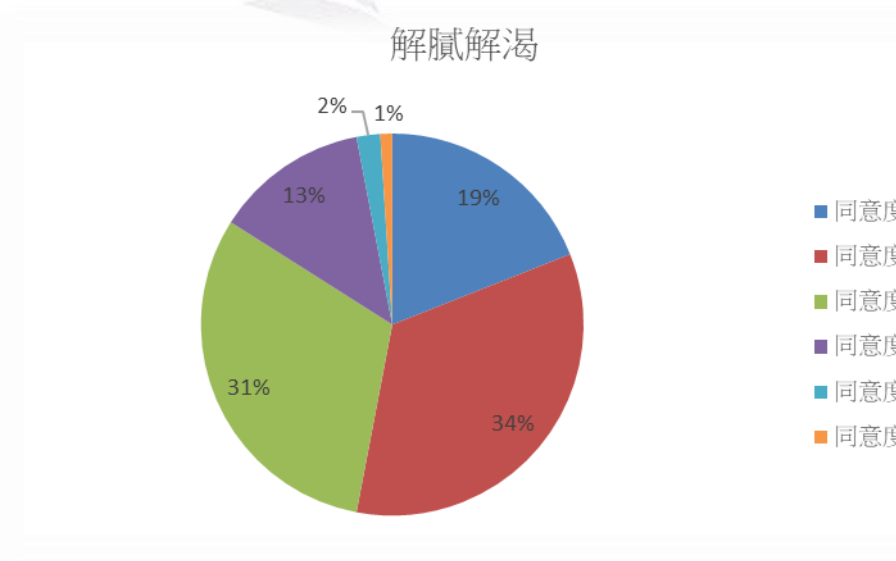
447 位受訪者之中，同意度 5 有 34% (151 位) 為最多人之選擇，而同意度 4 及以上的受訪者有 84% (376 位)，代表著許多人是因為口渴而前去購買飲料。次數分配如表(22)，而圖(46)與圖(47)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(22) 解膩解渴次數表

2-1-e 解膩解渴								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
85	151	140	59	9	3	447	2	1
19%	34%	31%	13%	2%	1%	100%		



圖(46) 解膩解渴長條圖



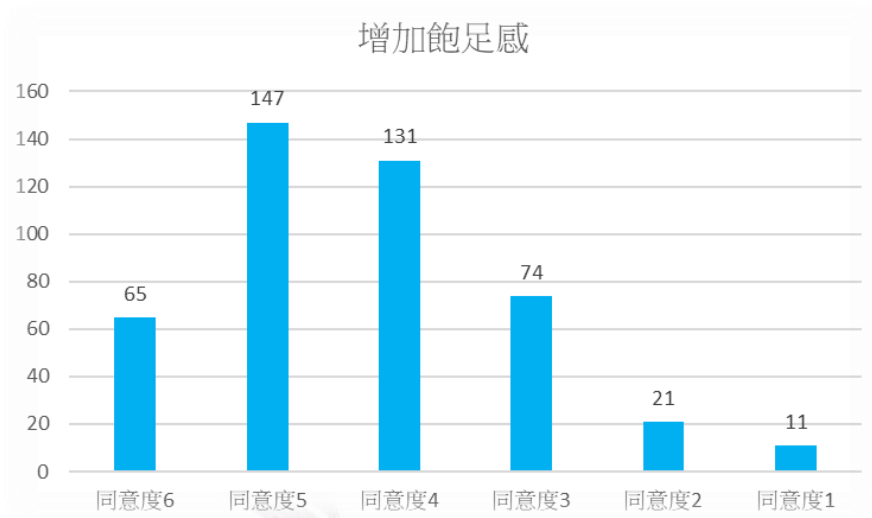
圖(47) 解膩解渴圓餅圖

2-1-f 增加飽足感

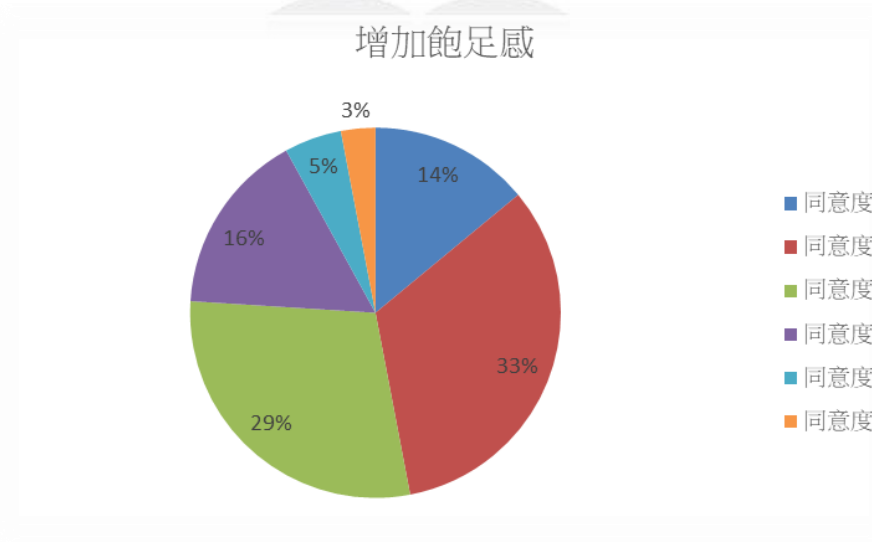
449 位受訪者中，以同意度 5 有 33% (147 位) 為最多人之選擇，而同意度 4 及以上的受訪者有 76% (343 位)，意味著受訪者購買飲料的動機相較於增加飽足感，更傾向欲解膩解渴而去購買飲料。次數分配如表(23)，而圖(48)與圖(49)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(23) 增加飽足感次數表

2-1-f 增加飽足感								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
65	147	131	74	21	11	449	1	0
14%	33%	29%	16%	5%	3%	100%		



圖(48) 增加飽足感長條圖



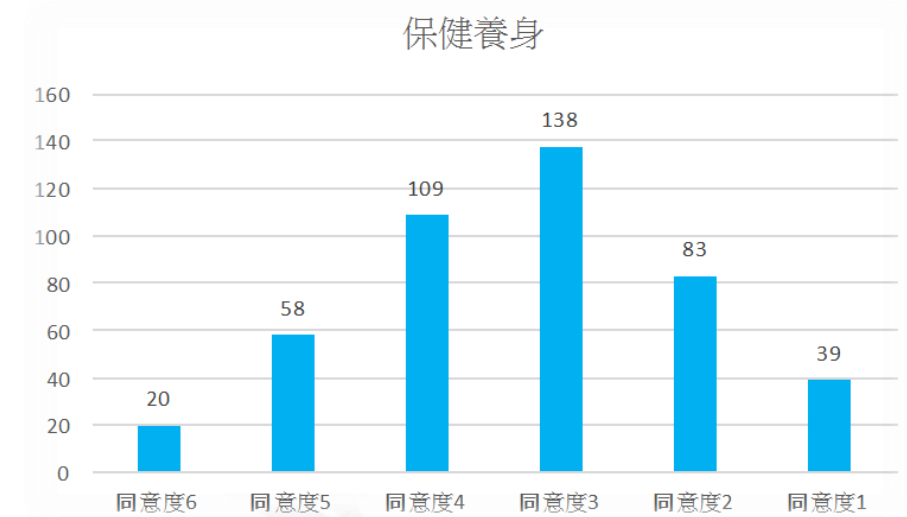
圖(49) 增加飽足感圓餅圖

2-1-g 保養健身

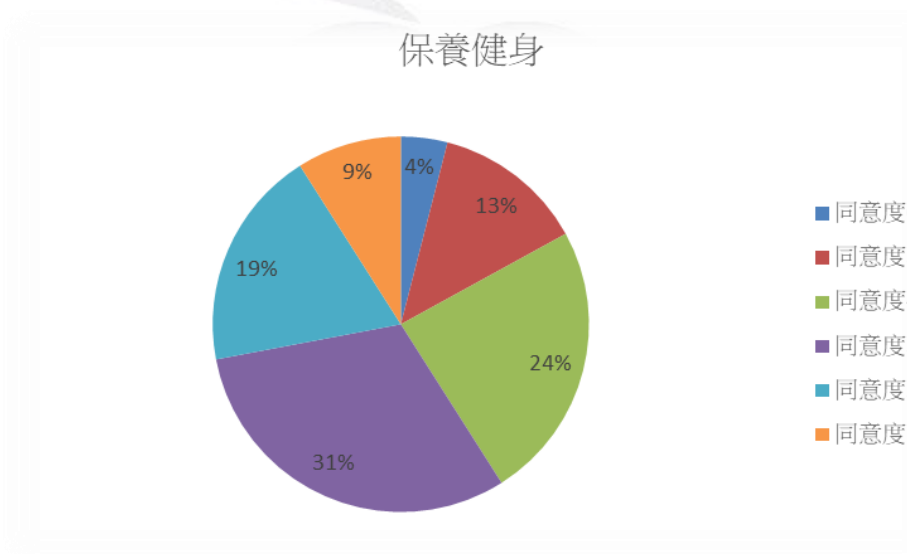
447 位受訪者中，以同意度 3 有 31% (138 位) 為最多人選擇，而同意度 4 及以上的受訪者有 41% (187 位)，相較於其他的動機，保養健身成為購買飲料的動機偏低，意味者大部分的受訪者購買飲料較不會考慮飲料的保養健身程度。次數分配如表(24)，而圖(50)與圖(51)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(24) 保養健身次數表

2-1-g 保養健身								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
20	58	109	138	83	39	447	2	1
4%	13%	24%	31%	19%	9%	100%		



圖(50) 保養健身長條圖



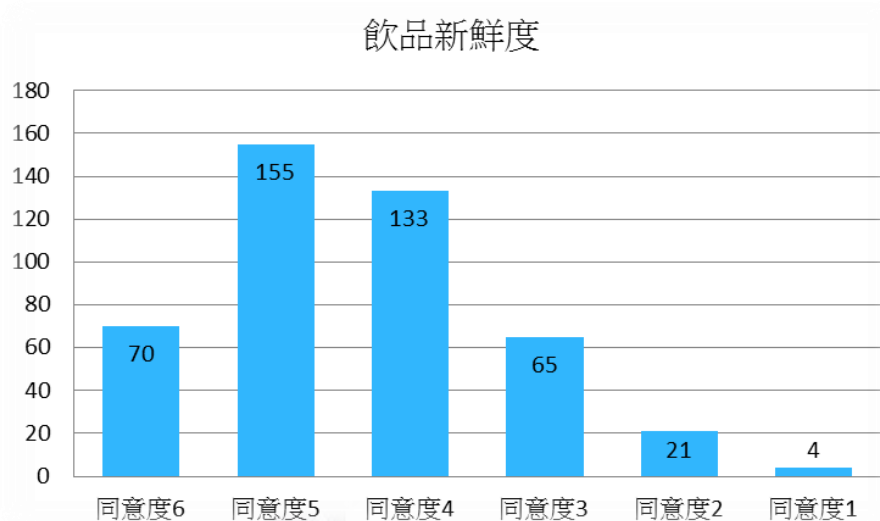
圖(51) 保養健身圓餅圖

2-1-h 飲品新鮮度

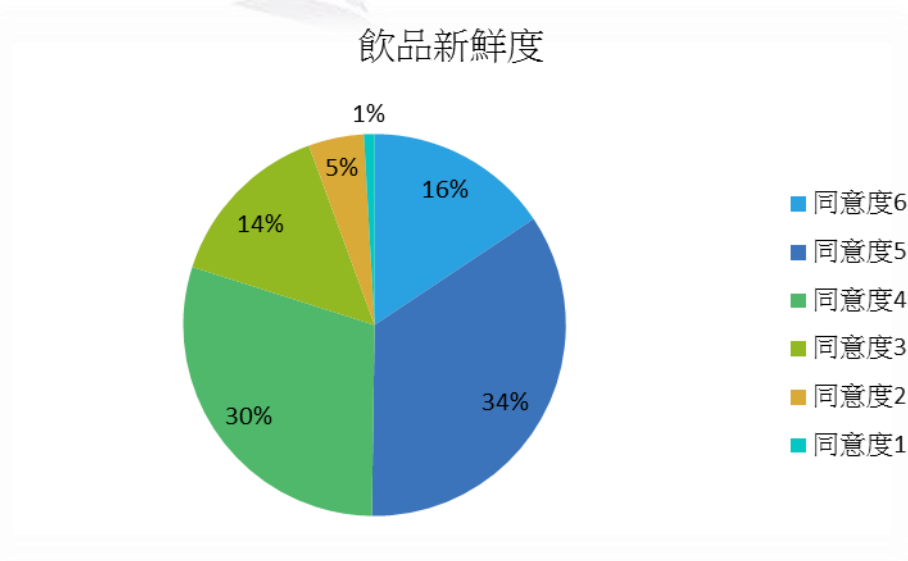
448 位受訪者中，以同意度 5 有 34% (155 位) 為最多人選擇，而同意度 4 及以上的受訪者有 80% (358 位)，代表飲品的新鮮度為民眾購買的重要考量。次數分配如表(25)，而圖(52)與圖(53)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(25) 飲品新鮮度次數表

2-1-h 飲品新鮮度								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
70	155	133	65	21	4	448	2	0
16%	34%	30%	14%	5%	1%	100%		



圖(52) 飲品新鮮度長條圖



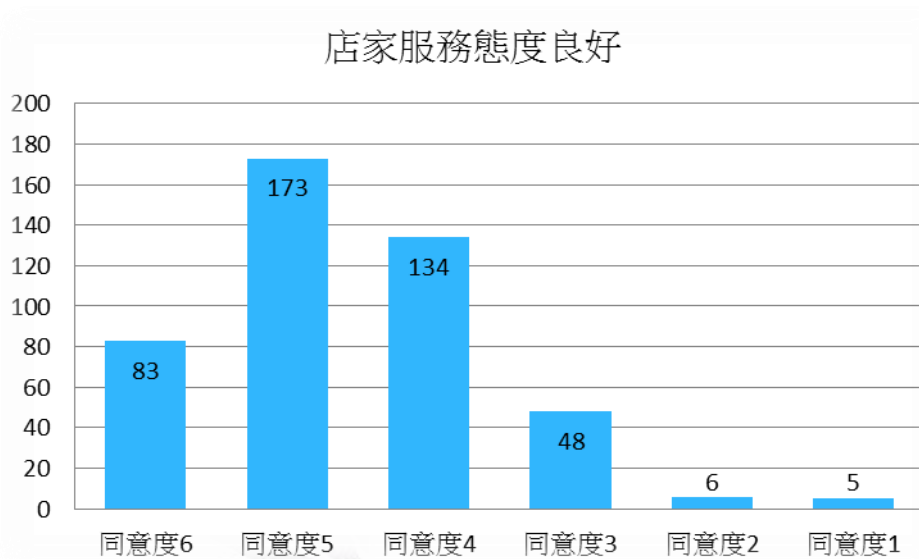
圖(53) 飲品新鮮度圓餅圖

2-1-i 店家服務態度良好

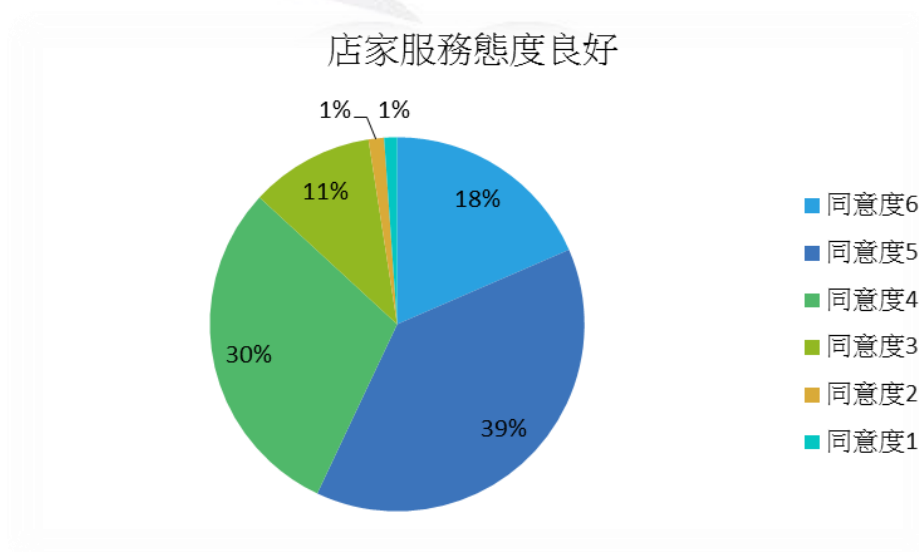
449 位受訪者中，以同意度 5 有 39% (173 位) 為最多人選擇，而同意度 4 及以上的受訪者占 87% (390 位)，代表店家服務態度也是民眾購買的重要考量。次數分配如表(26)，而圖(54)與圖(55)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(26) 店家服務態度良好次數表

2-1-i 店家服務態度良好								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
83	173	134	48	6	5	449	1	0
18%	39%	30%	11%	1%	1%	100%		



圖(54) 店家服務態度良好長條圖



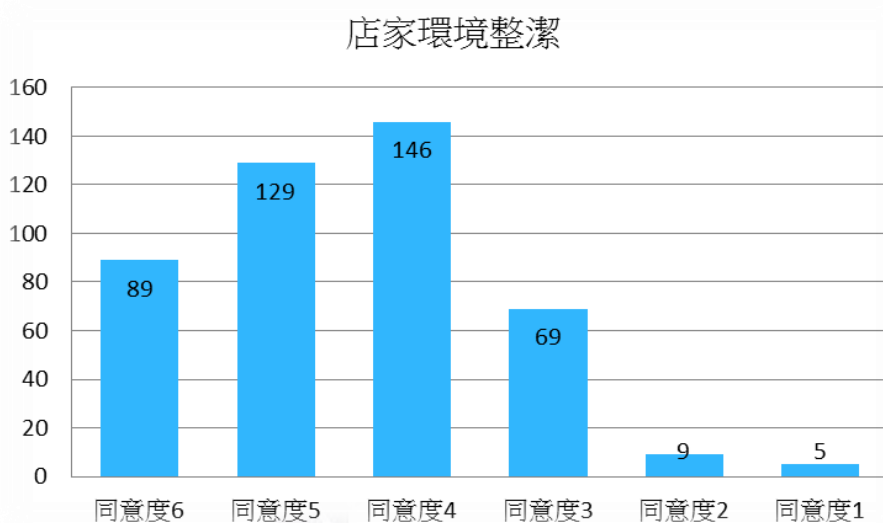
圖(55) 店家服務態度良好圓餅圖

2-1-j 店家環境整潔

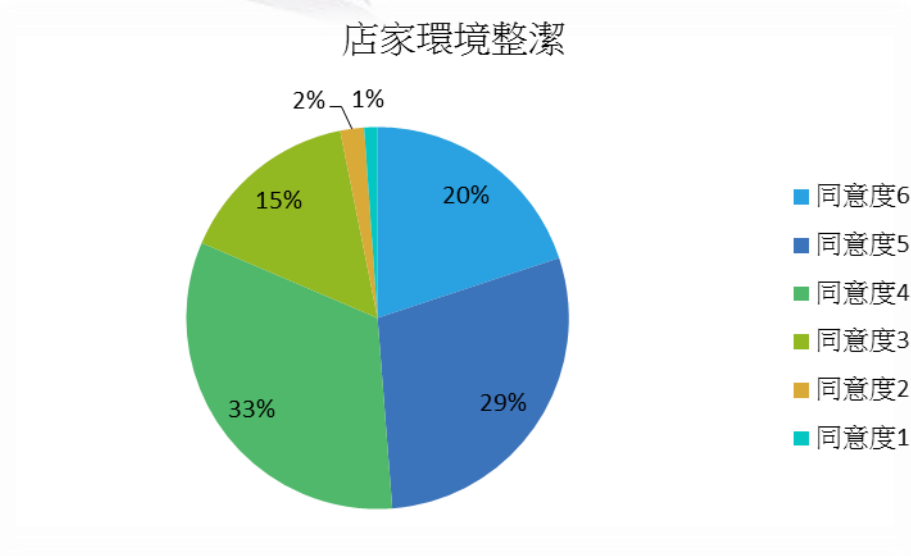
447 位受訪者中，以同意度 4 有 33% (146 位) 為最多人選擇，同意度 4 及以上的受訪者有 82% (364 位)，代表店家服環境整潔也是民眾購買的重要考量。次數分配如表(27)，而圖(56)與圖(57)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(27) 店家環境整潔次數表

2-1-j 店家環境整潔								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
89	129	146	69	9	5	447	2	1
20%	29%	33%	14%	2%	2%	100%		



圖(56) 店家環境整潔長條圖



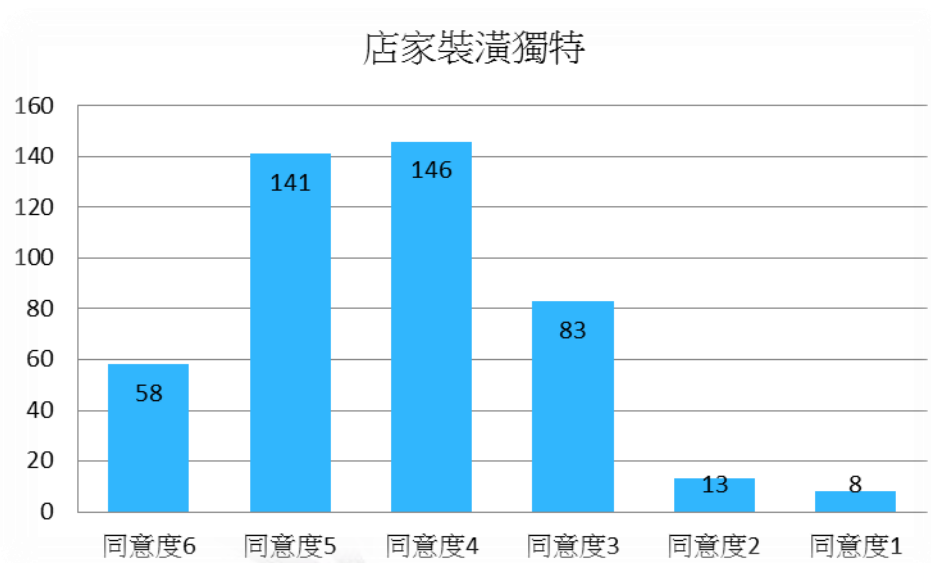
圖(57) 店家環境整潔圓餅圖

2-1-k 店家裝潢獨特

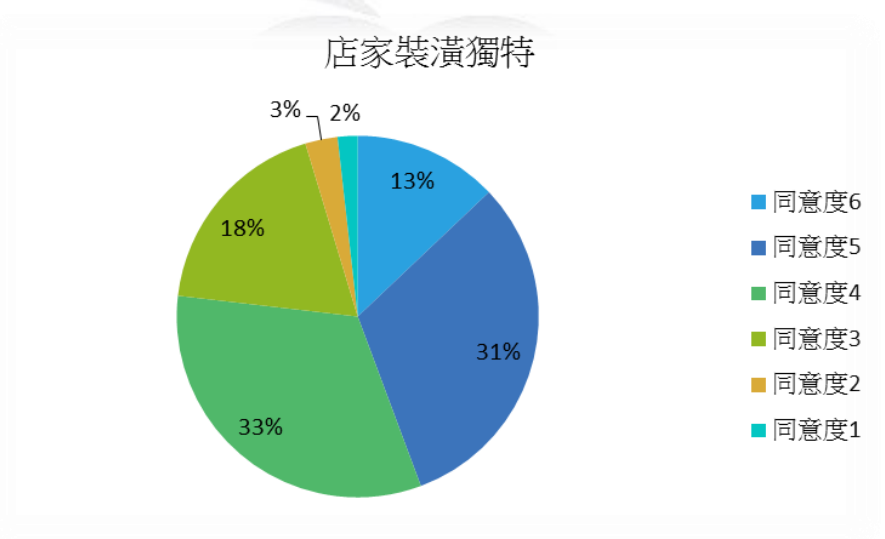
449 位受訪者中，以同意度 4 有 33% (146 位) 為最多人選擇，而同意度 4 及以上的受訪者有 77% (354 位)，代表店家裝潢獨特也會吸引民眾購買。次數分配如表(28)，而圖(58)與圖(59)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(28) 店家裝潢獨特次數表

2-1-k 店家裝潢獨特								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
58	141	146	83	13	8	449	1	0
13%	31%	33%	18%	3%	2%	100%		



圖(58) 店家裝潢獨特長條圖



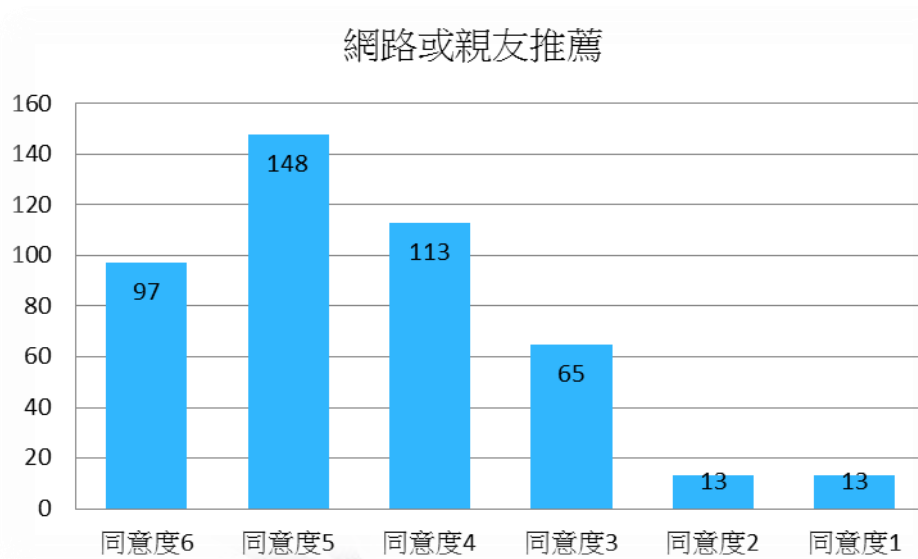
圖(59) 店家裝潢獨特圓餅圖

2-1-1 網路或親友推薦

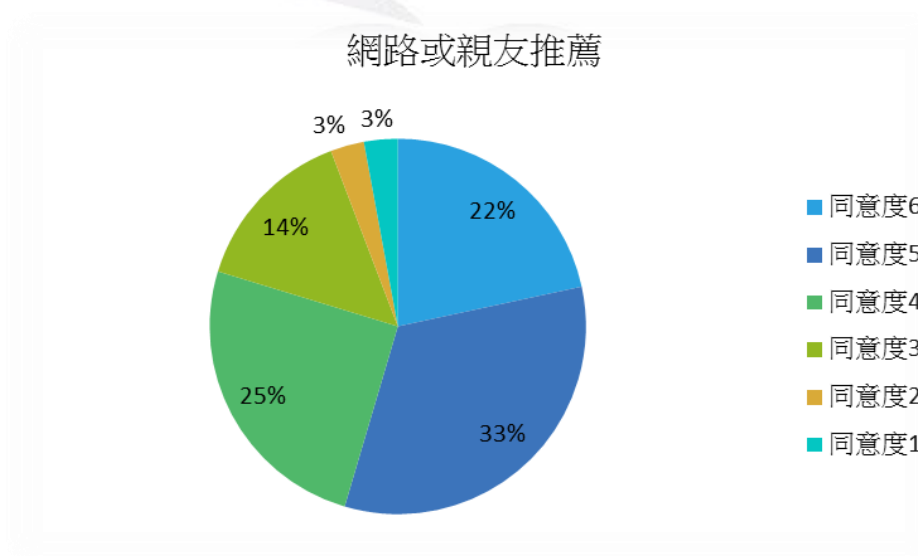
449 位受訪者中，以同意度 4 有 33% (148 位) 為最多人選擇，而同意度 4 及以上的受訪者有 80% (358 位)，代表網路或親友推薦會影響民眾購買意願。次數分配如表(29)，而圖(60)與圖(61)分別為此題的長條圖與圓餅圖。

表(29) 網路或親友推薦次數表

2-1-1 網路或親友推薦								
同意度 6	同意度 5	同意度 4	同意度 3	同意度 2	同意度 1	總和	遺漏數量	無效數量
97	148	113	65	13	13	449	1	0
22%	33%	25%	14%	3%	3%	100%		



圖(60) 網路或親友推薦長條圖



圖(61) 網路或親友推薦圓餅圖

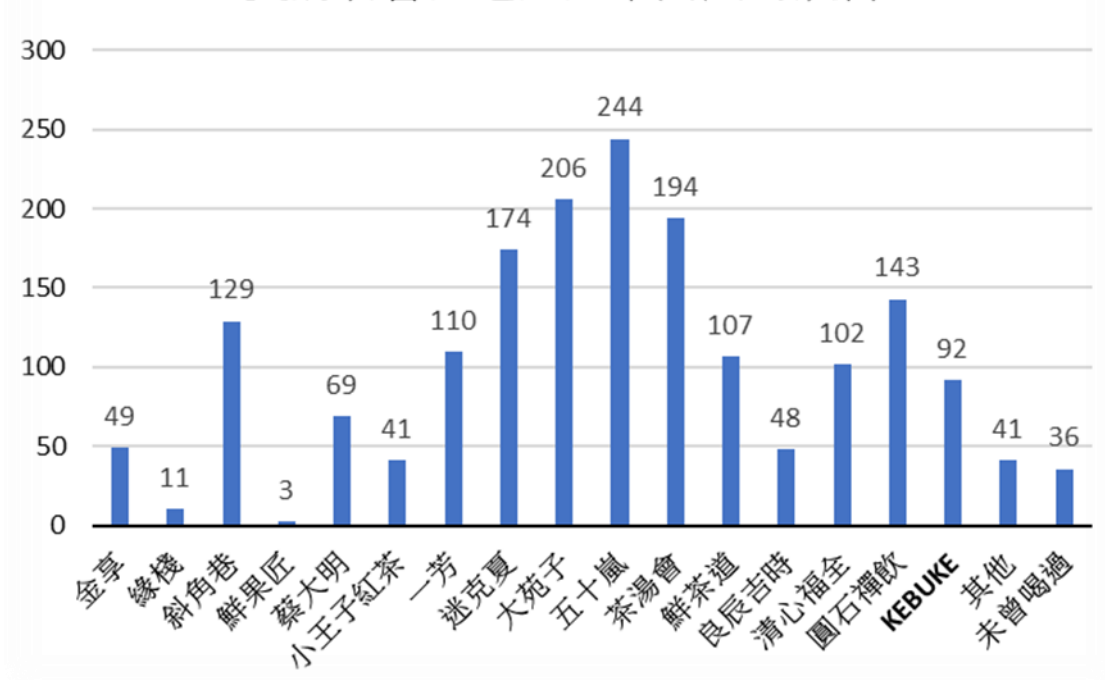
2-2 請勾選您在逢甲商圈曾經喝過的飲料?(可複選)

本次調查的 449 位受訪者中最多喝過逢甲商圈的連鎖飲料是五十嵐有 244 位，其次是大苑子有 206 位，第三多的是茶湯會有 194 位，而最多喝過逢甲特色飲料是斜角巷 129 位，而最少人喝過的是鮮果匠只有 3 位。次數分配如表(30)所示，而圖(62)為長條圖。

表(30) 受訪者曾經喝過逢甲商圈的飲料次數表

2-2 受訪者曾經喝過逢甲商圈的飲料									
金亭	緣棧	斜角巷	鮮果匠	蔡大明	小王子紅茶	一芳	迷克夏	大苑子	五十嵐
49	11	129	3	69	41	110	174	206	244
茶湯會	鮮茶道	良辰吉時	清心福全	圓石禪飲	KEBUKE	其他	未曾喝過	遺漏數量	無效數量
194	107	48	102	143	92	41	36	1	0

受訪者曾經吃過逢甲商圈的飲料



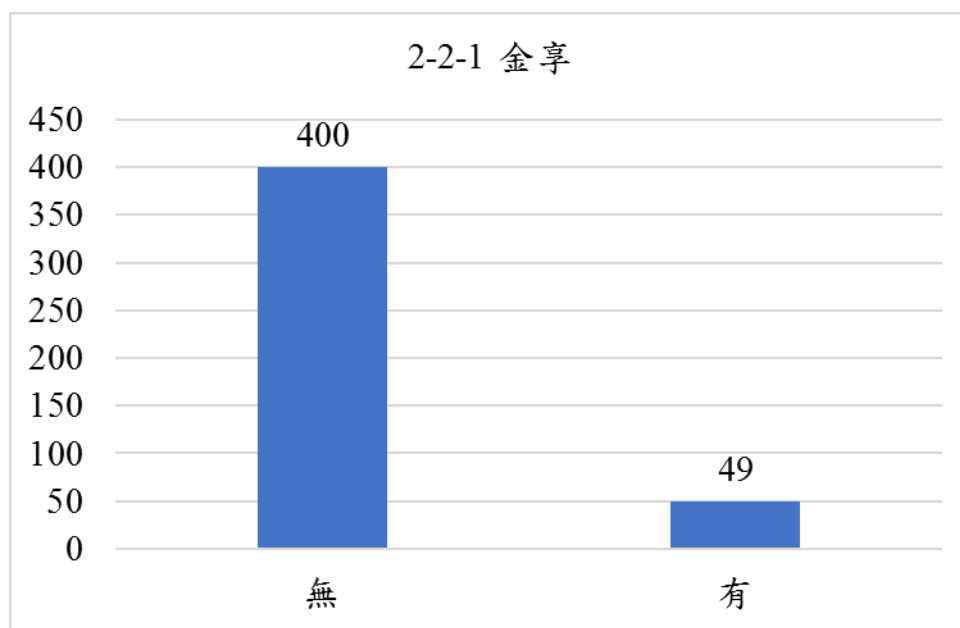
圖(62) 受訪者曾經喝過逢甲商圈的飲料長條圖

2-2-1 金享

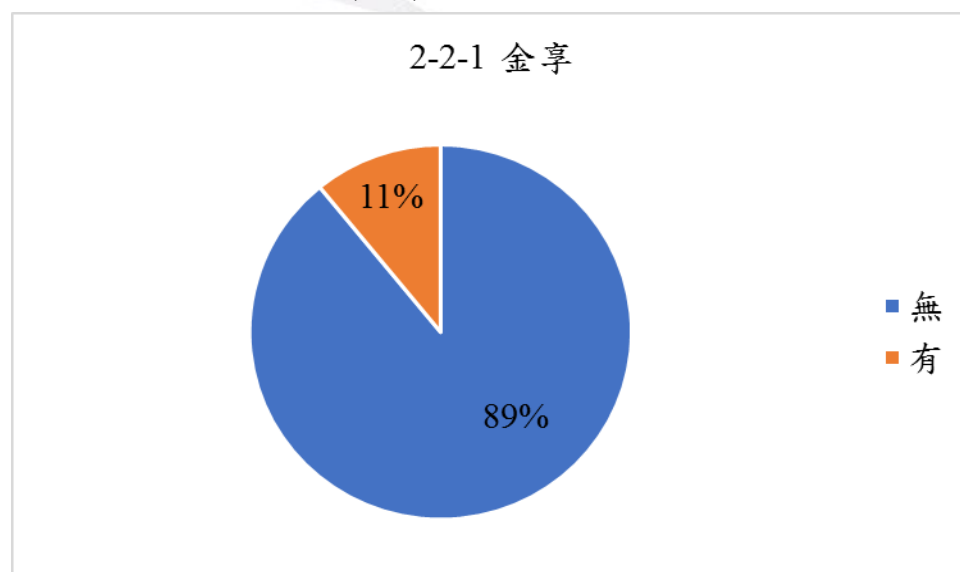
在調查的 449 位受訪者，曾經喝過金享的占 11% (49 位)，不曾喝過的占 89% (400 位)。次數分配如表(30.1)所示，而圖(62.1)與圖(62.2)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(30.1) 2-2-1 次數表

2-2-1 金享				
無	有	總和	遺漏數量	無效數量
400	49	449	1	0



圖(62.1) 2-2-1 次數長條圖



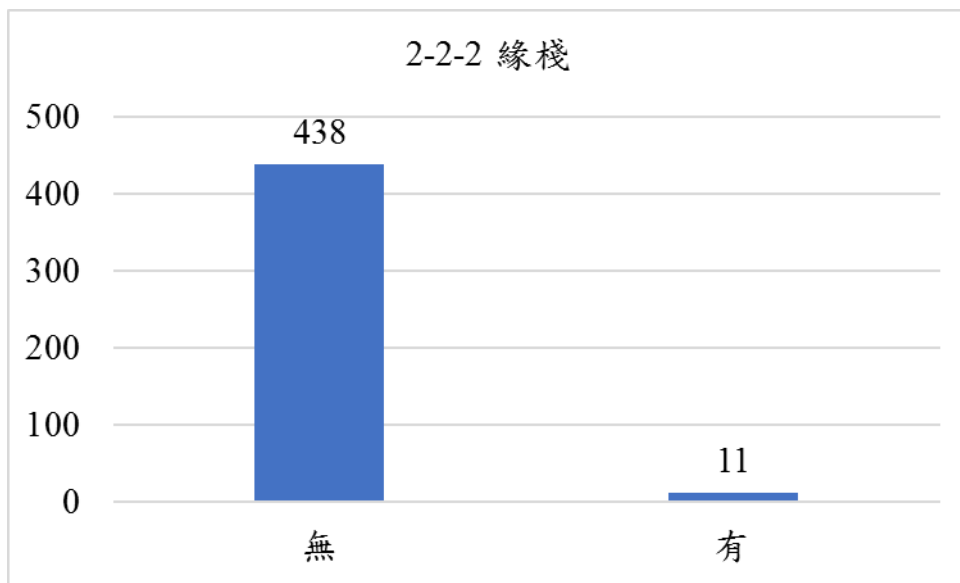
圖(62.2) 2-2-1 圓餅圖

2-2-2 緣棧

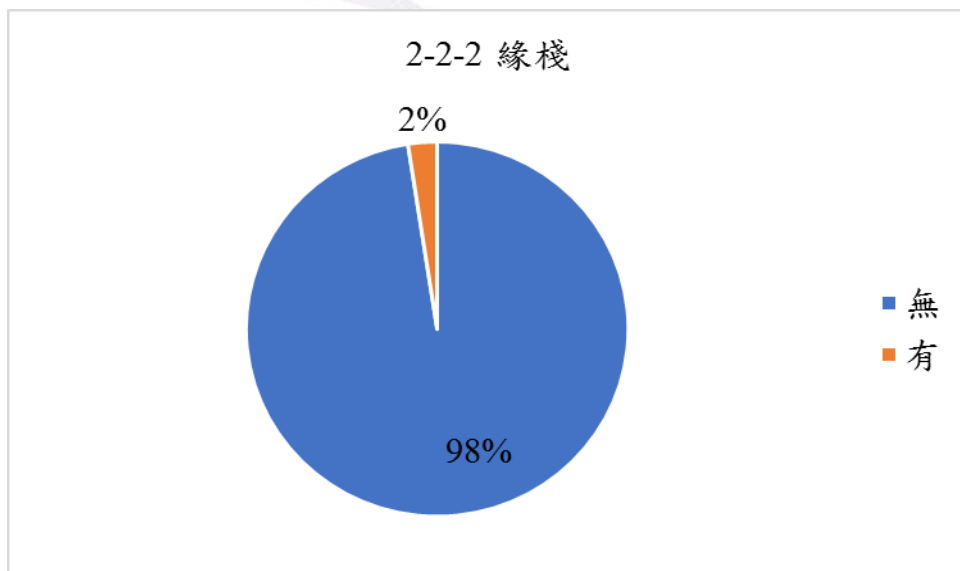
在調查的 449 位受訪者，曾經喝過緣棧的占 2% (11 位)，不曾喝過的占 98% (438 位)。次數分配如表(30.2)所示，而圖(62.3)與圖(62.4)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(30.2) 2-2-2 次數表

2-2-2 緣棧				
無	有	總和	遺漏數量	無效數量
438	11	449	1	0



圖(62.3) 2-2-2 次數長條圖



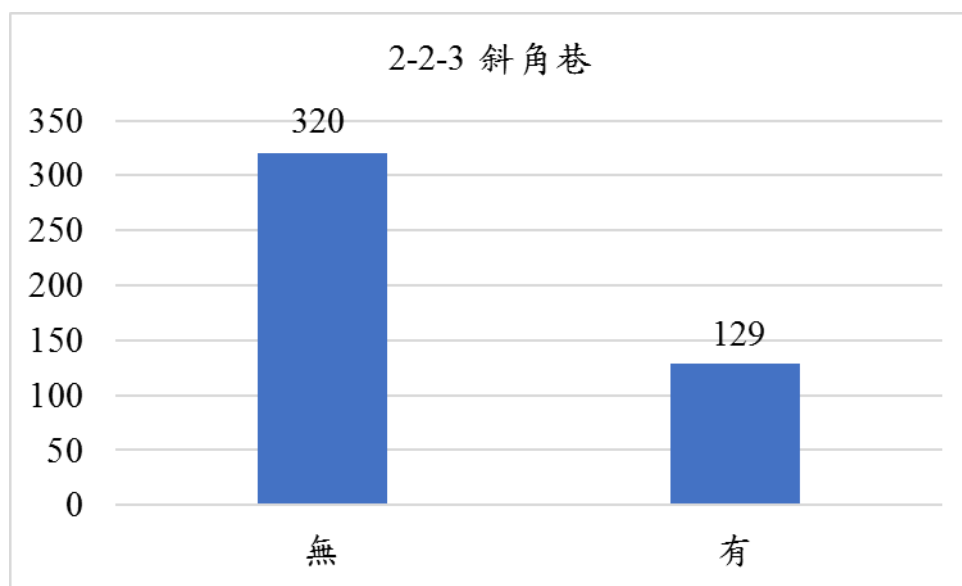
圖(62.4) 2-2-2 圓餅圖

2-2-3 斜角巷

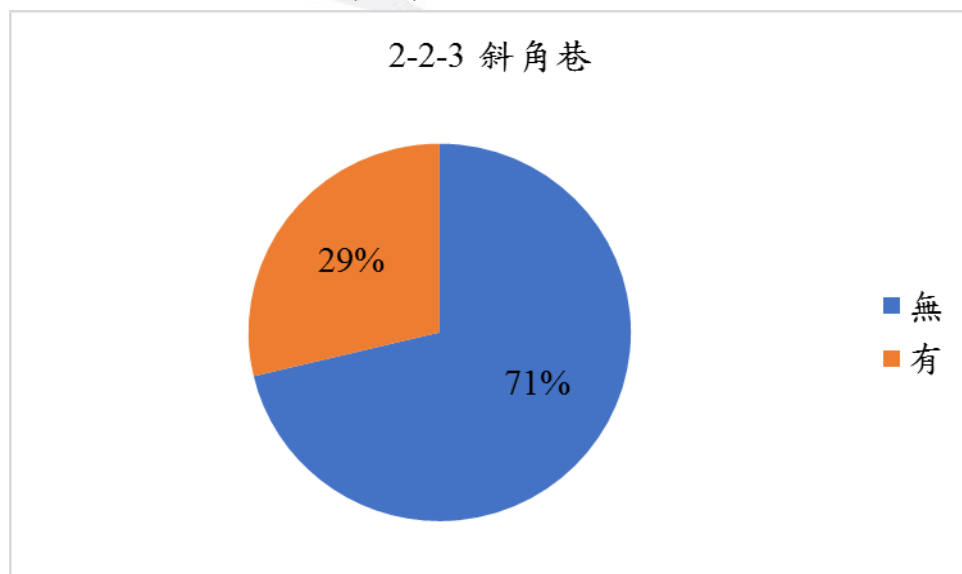
在調查的 449 位受訪者，曾經喝過斜角巷的占 29% (129 位)，不曾喝過的占 71% (320 位)。次數分配如表(30.3)所示，而圖(62.5)與圖(62.6)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(30.3) 2-2-3 次數表

2-2-3 斜角巷				
無	有	總和	遺漏數量	無效數量
320	129	449	1	0



圖(62.5) 2-2-3 次數長條圖



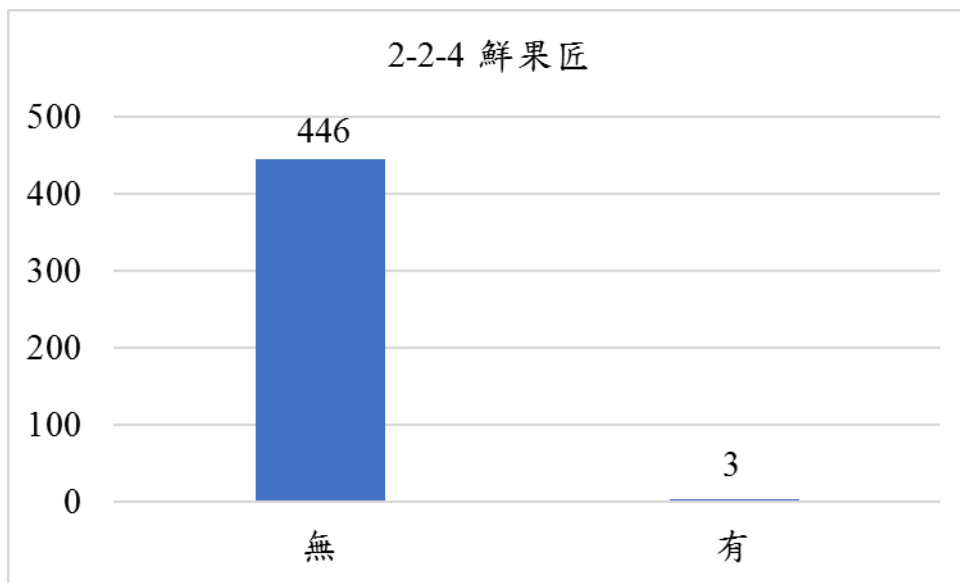
圖(62.6) 2-2-3 圓餅圖

2-2-4 鮮果匠

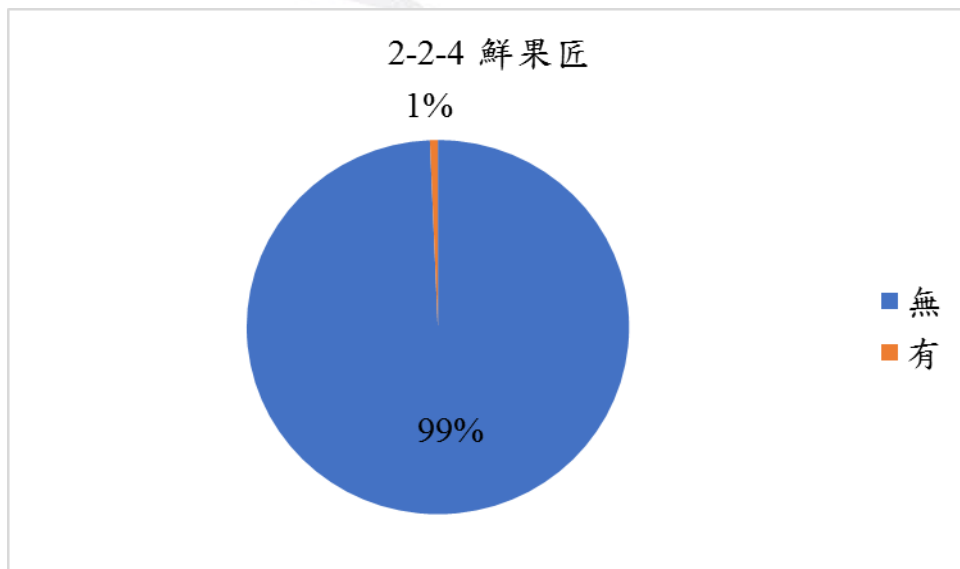
在調查的 449 位受訪者，曾經喝過鮮果匠的占 1% (3 位)，不曾喝過的占 99% (446 位)。次數分配如表(30.4)所示，而圖(62.7)與圖(62.8)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(30.4) 2-2-4 次數表

2-2-4 鮮果匠				
無	有	總和	遺漏數量	無效數量
446	3	449	1	0



圖(62.7) 2-2-4 次數長條圖



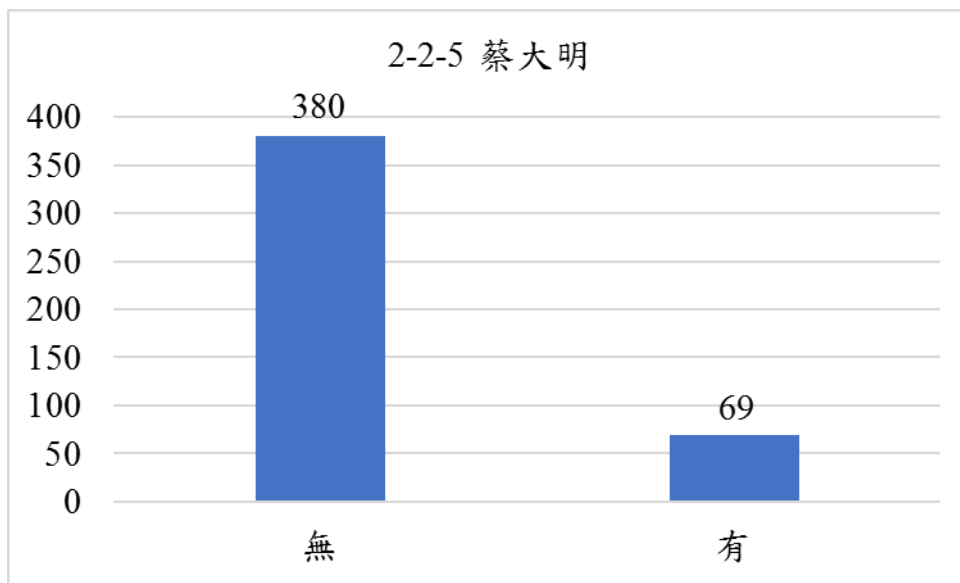
圖(62.8) 2-2-4 圓餅圖

2-2-5 蔡大明

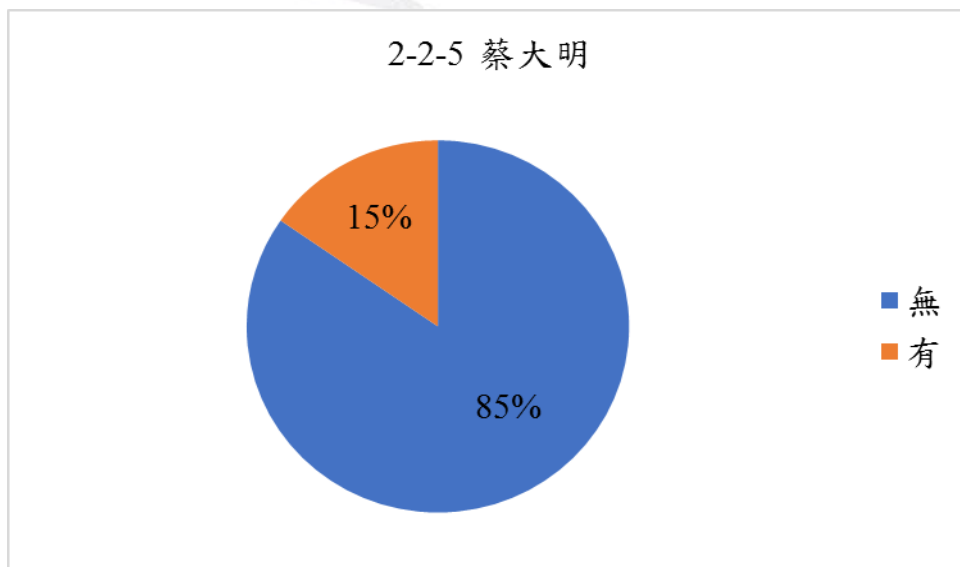
在調查的 449 位受訪者，曾經喝過蔡大明的占 15% (69 位)，不曾喝過的占 85% (380 位)。次數分配如表(30.5)所示，而圖(62.9)與圖(62.10)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(30.5) 2-2-5 次數表

2-2-5 蔡大明				
無	有	總和	遺漏數量	無效數量
380	69	449	1	0



圖(62.9) 2-2-5 次數長條圖



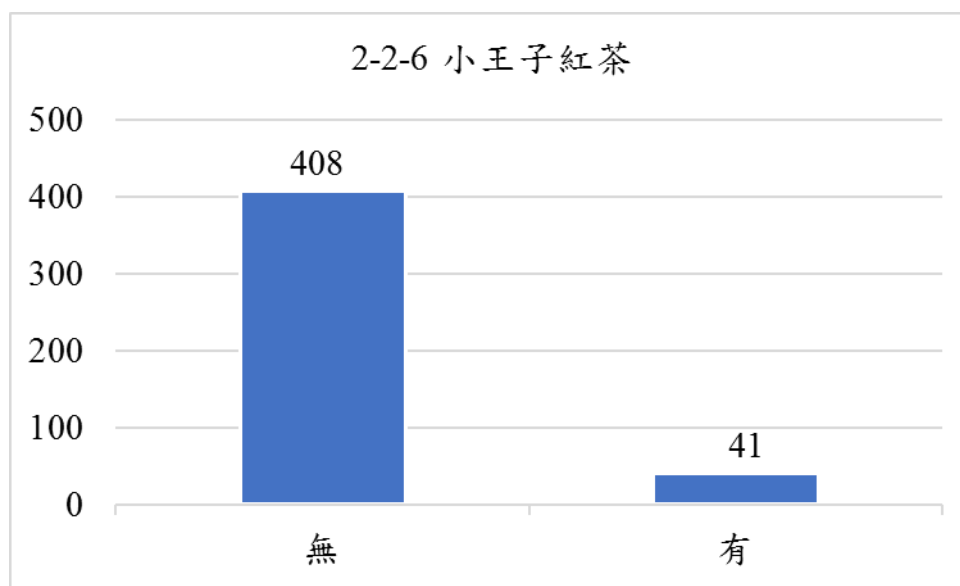
圖(62.10) 2-2-5 圓餅圖

2-2-6 小王子紅茶

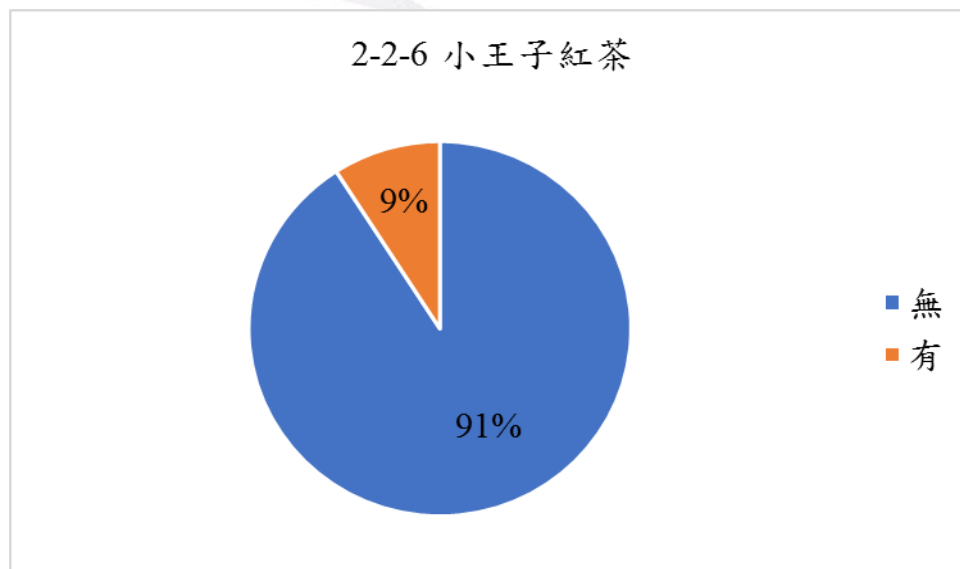
在調查的 449 位受訪者，曾經喝過小王子紅茶的占 9% (41 位)，不曾喝過的占 91% (408 位)。次數分配如表(30.6)所示，而圖(62.11)與圖(62.12)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(30.6) 2-2-6 次數表

2-2-6 小王子紅茶				
無	有	總和	遺漏數量	無效數量
408	41	449	1	0



圖(62.11) 2-2-6 次數長條圖



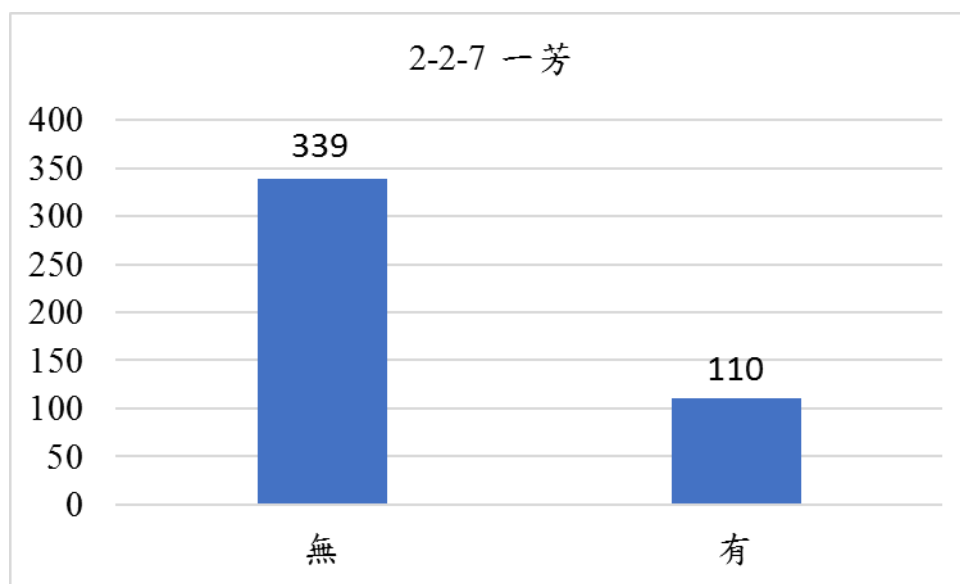
圖(62.12) 2-2-6 圓餅圖

2-2-7 一芳

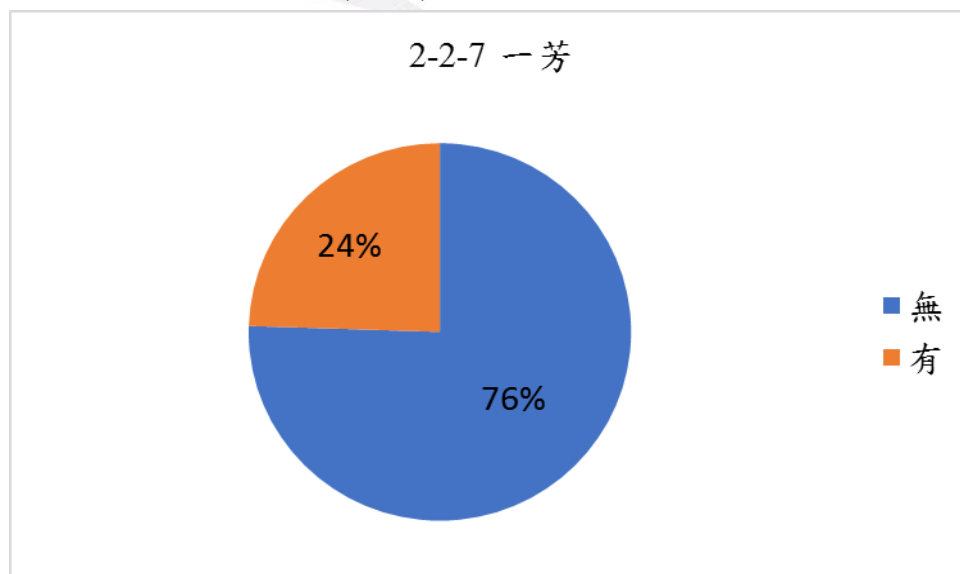
在調查的 449 位受訪者，曾經喝過一芳的占 24% (110 位)，不曾喝過的占 76% (339 位)。次數分配如表(30.7)所示，而圖(62.13)與圖(62.14)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(30.7) 2-2-7 次數表

2-2-7 一芳				
無	有	總和	遺漏數量	無效數量
339	110	449	1	0



圖(62.13) 2-2-7 次數長條圖



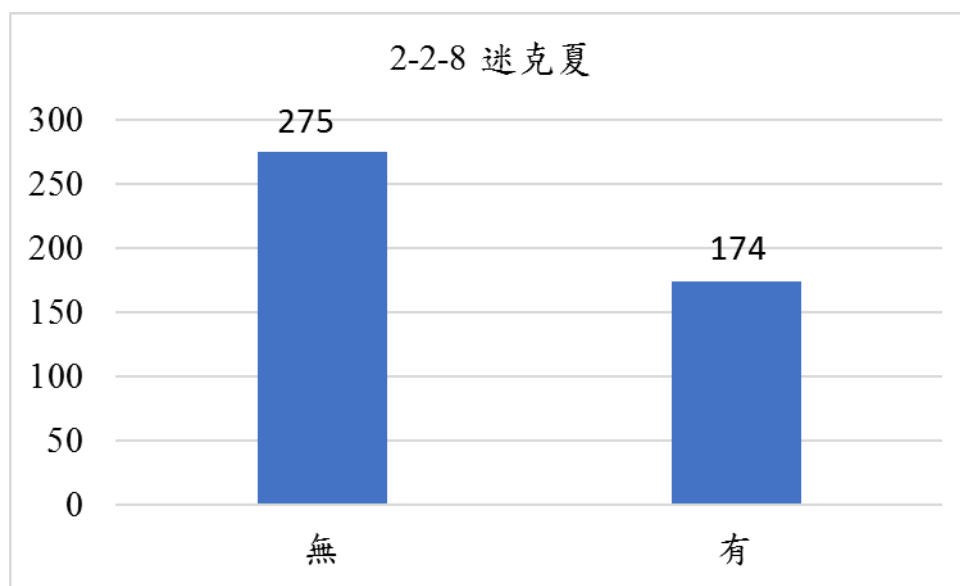
圖(62.14) 2-2-7 圓餅圖

2-2-8 迷克夏

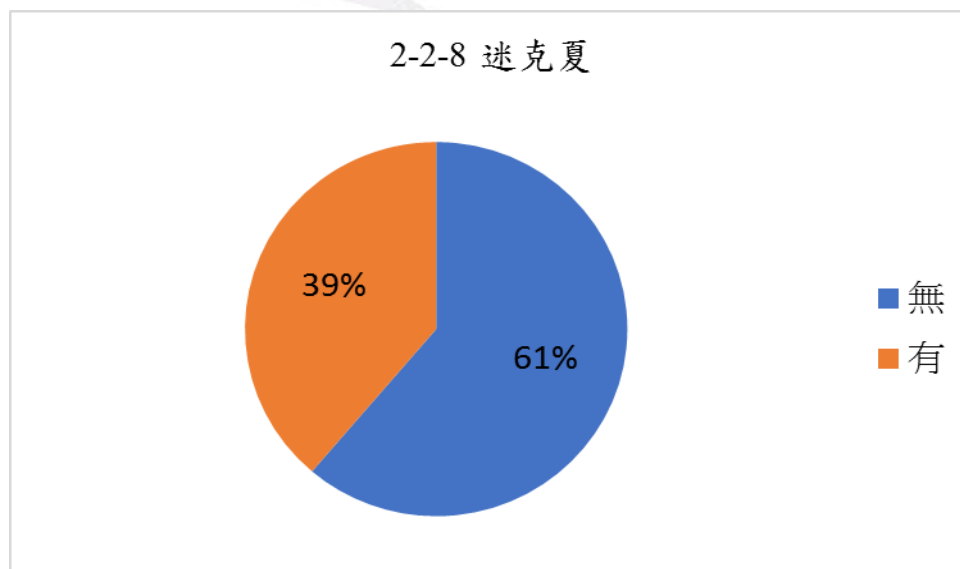
在調查的 449 位受訪者，曾經喝過迷克夏的占 39% (174 位)，不曾喝過的占 61% (275 位)。次數分配如表(30.8)所示，而圖(62.15)與圖(62.16)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(30.8) 2-2-8 次數表

2-2-8 迷克夏				
無	有	總和	遺漏數量	無效數量
275	174	449	1	0



圖(62.15) 2-2-次數長條圖



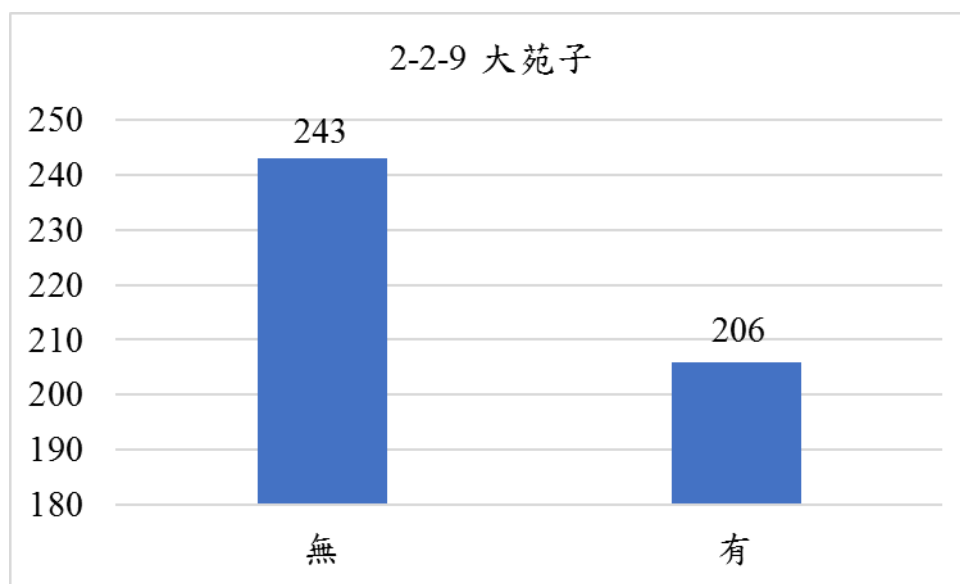
圖(62.16) 2-2-8 圓餅圖

2-2-9 大苑子

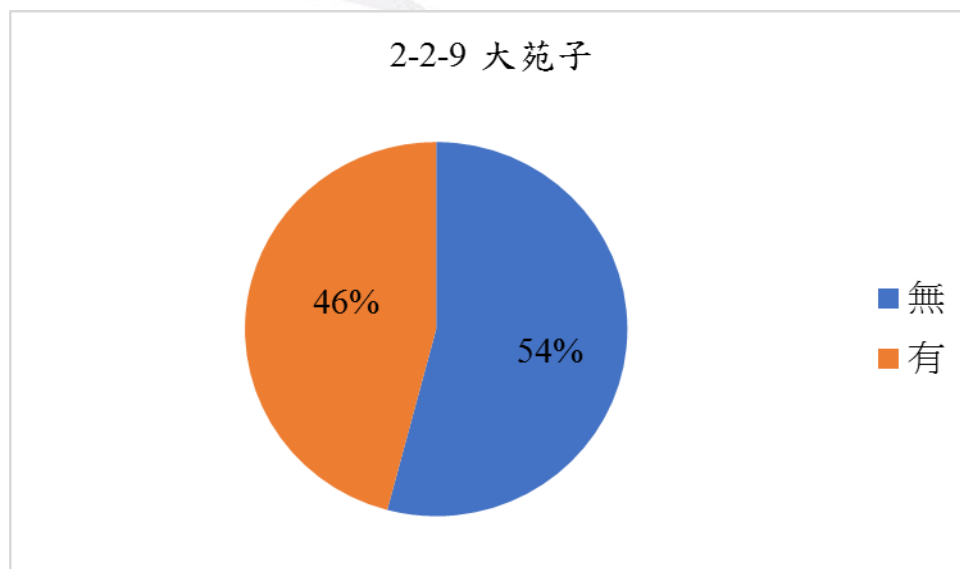
在調查的 449 位受訪者，曾經喝過大苑子的占 46% (206 位)，不曾喝過的占 54% (243 位)。次數分配如表(30.9)所示，而圖(62.17)與圖(62.18)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(30.9) 2-2-9 次數表

2-2-9 大苑子				
無	有	總和	遺漏數量	無效數量
243	206	449	1	0



圖(62.17) 2-2-9 次數長條圖



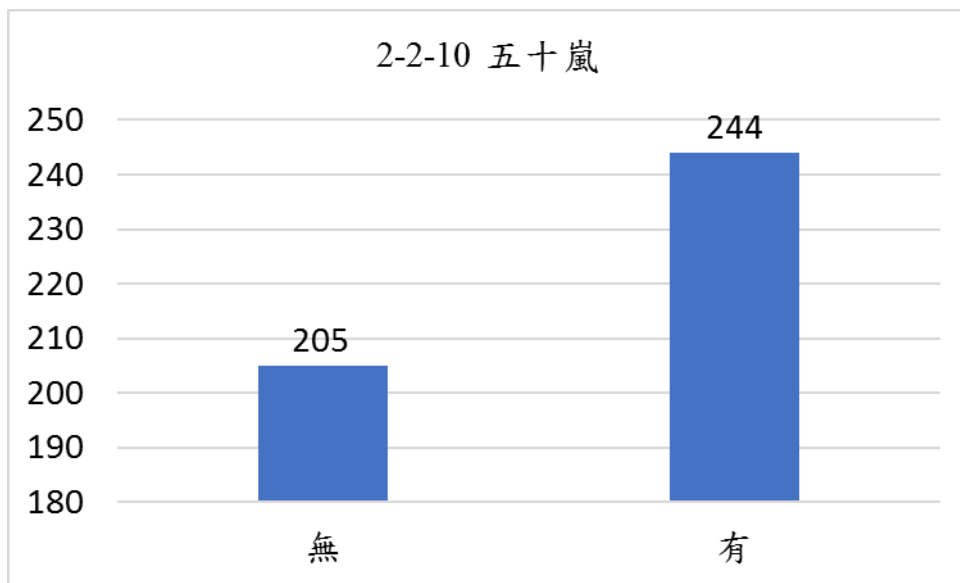
圖(62.18) 2-2-9 圓餅圖

2-2-10 五十嵐

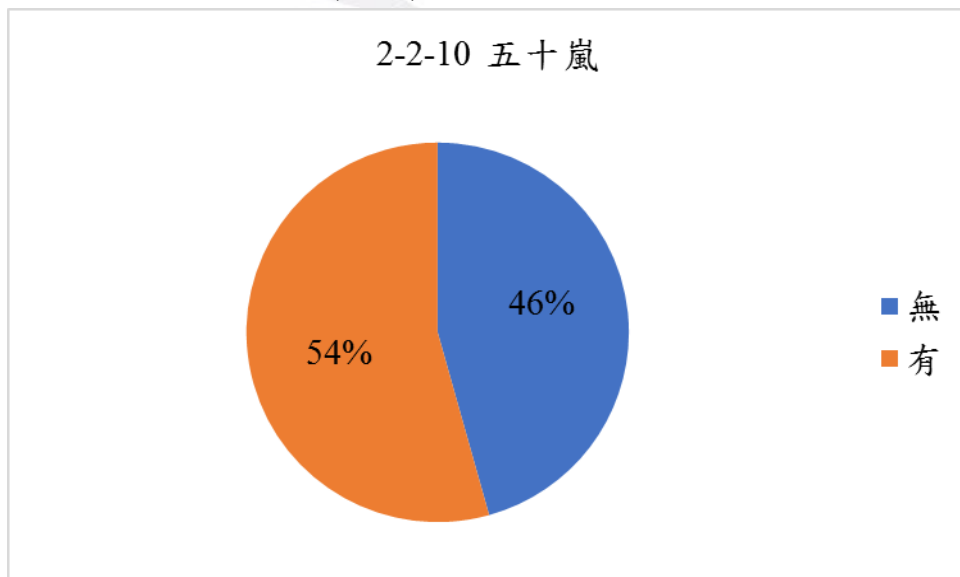
在調查的 449 位受訪者，曾經喝過五十嵐的占 54% (244 位)，不曾喝過的占 46% (205 位)。次數分配如表(30.10)所示，而圖(62.19)與圖(62.20)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(30.10) 2-2-10 次數表

2-2-9 大苑子				
無	有	總和	遺漏數量	無效數量
205	244	449	1	0



圖(62.19) 2-2-10 次數長條圖



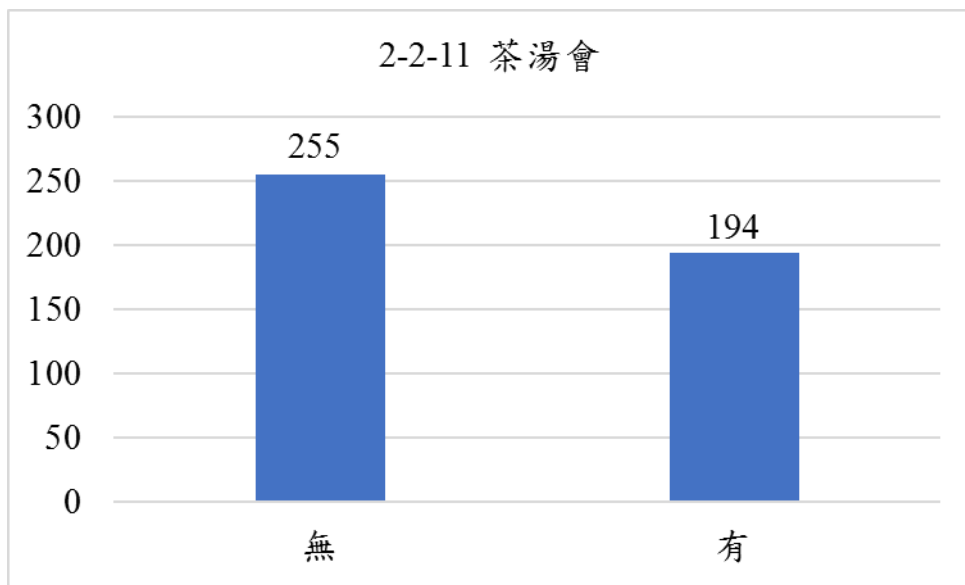
圖(62.20) 2-2-10 圓餅圖

2-2-11 茶湯會

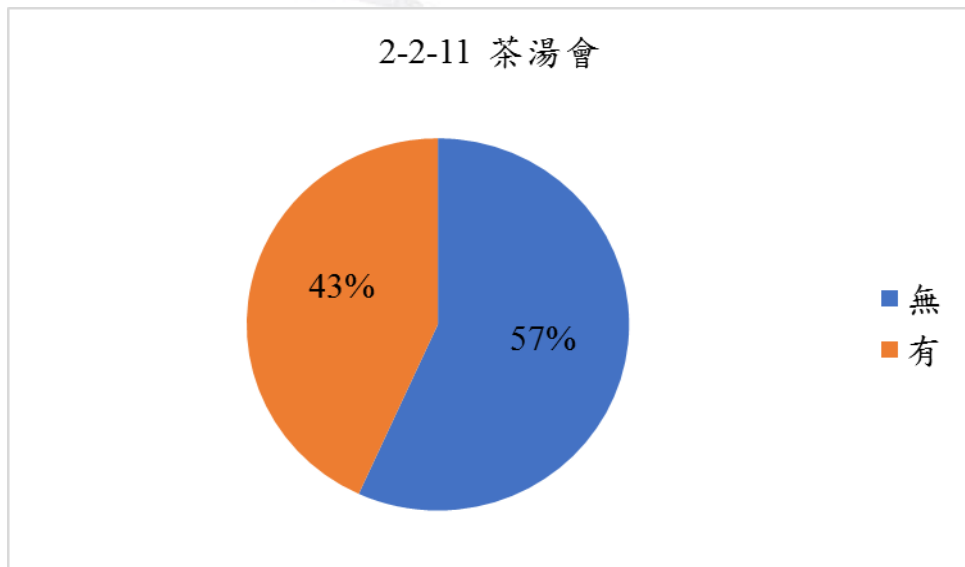
在調查的 449 位受訪者，曾經喝過茶湯會的占 43% (194 位)，不曾喝過的占 57% (255 位)。次數分配如表(30.11)所示，而圖(62.21)與圖(62.22)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(30.11) 2-2-11 次數表

2-2-11 茶湯會				
無	有	總和	遺漏數量	無效數量
255	194	449	1	0



圖(62.21) 2-2-11 次數長條圖



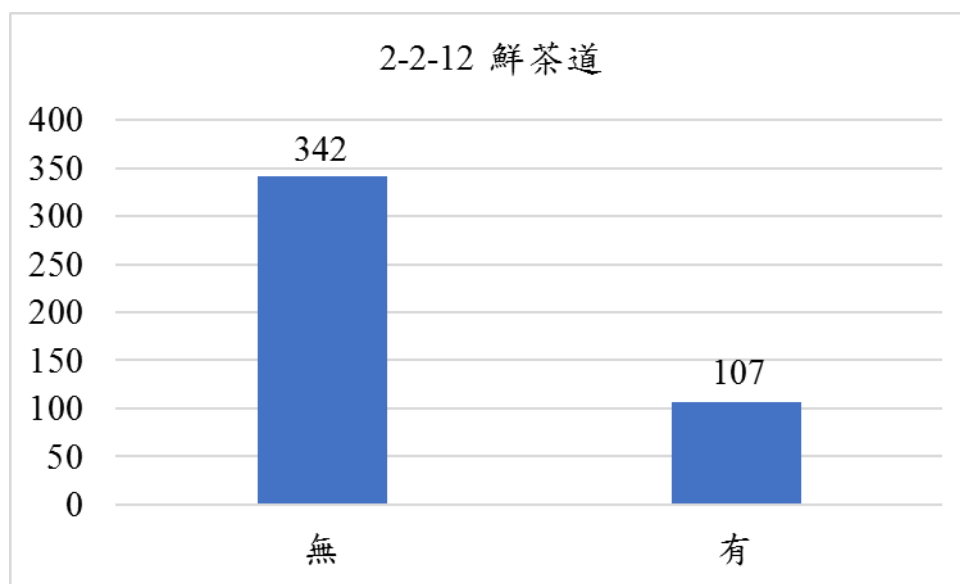
圖(62.22) 2-2-11 圓餅圖

2-2-12 鮮茶道

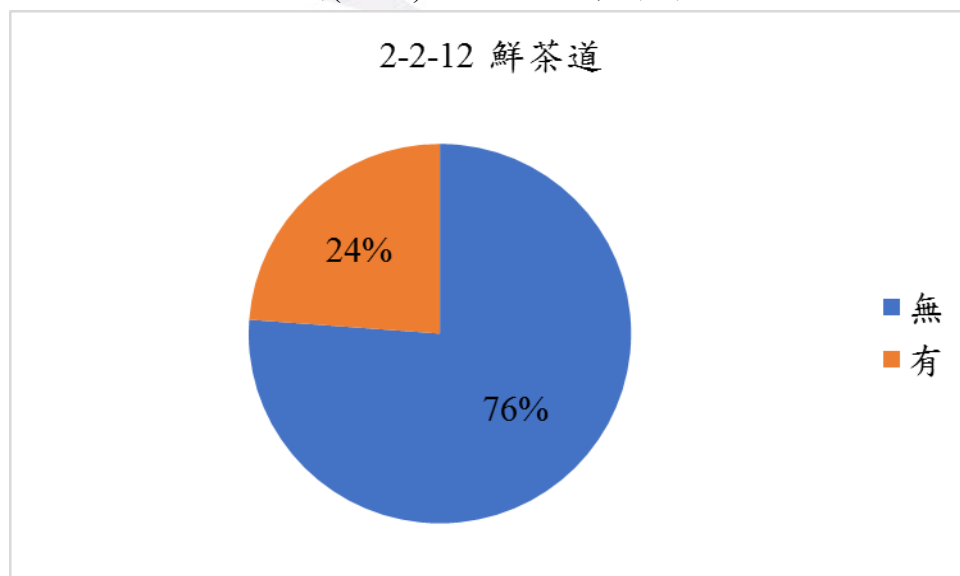
在調查的 449 位受訪者，曾經喝過鮮茶道的占 24% (107 位)，不曾喝過的占 76% (342 位)。次數分配如表(30.12)所示，而圖(62.23)與圖(62.24)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(30.12) 2-2-12 次數表

2-2-12 鮮茶道				
無	有	總和	遺漏數量	無效數量
342	107	449	1	0



圖(62.23) 2-2-12 次數長條圖



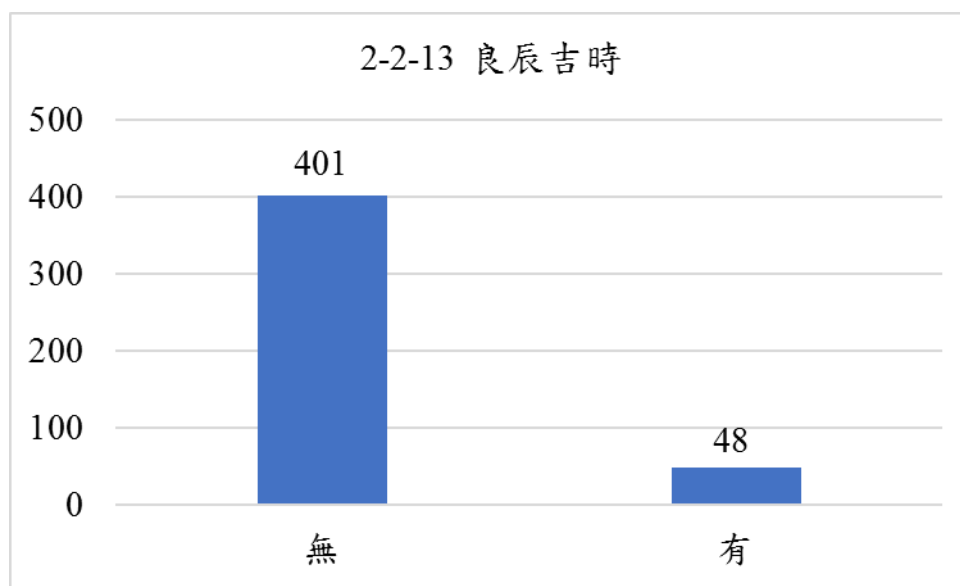
圖(62.24) 2-2-12 圓餅圖

2-2-13 良辰吉時

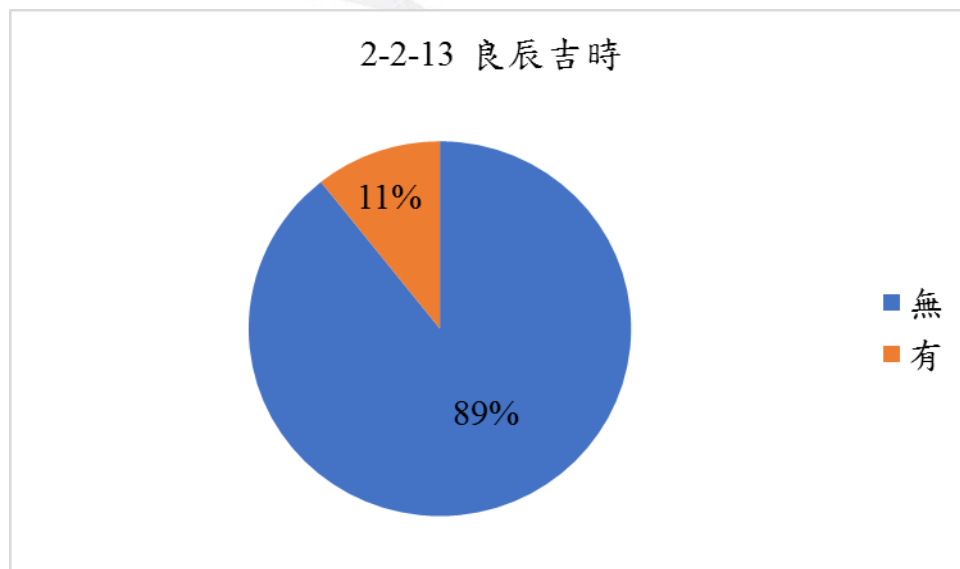
在調查的 449 位受訪者，曾經喝過良辰吉時的占 11% (48 位)，不曾喝過的占 89% (401 位)。次數分配如表(30.13)所示，而圖(62.25)與圖(62.26)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(30.13) 2-2-13 次數表

2-2-13 良辰吉時				
無	有	總和	遺漏數量	無效數量
401	48	449	1	0



圖(62.25) 2-2-13 次數長條圖



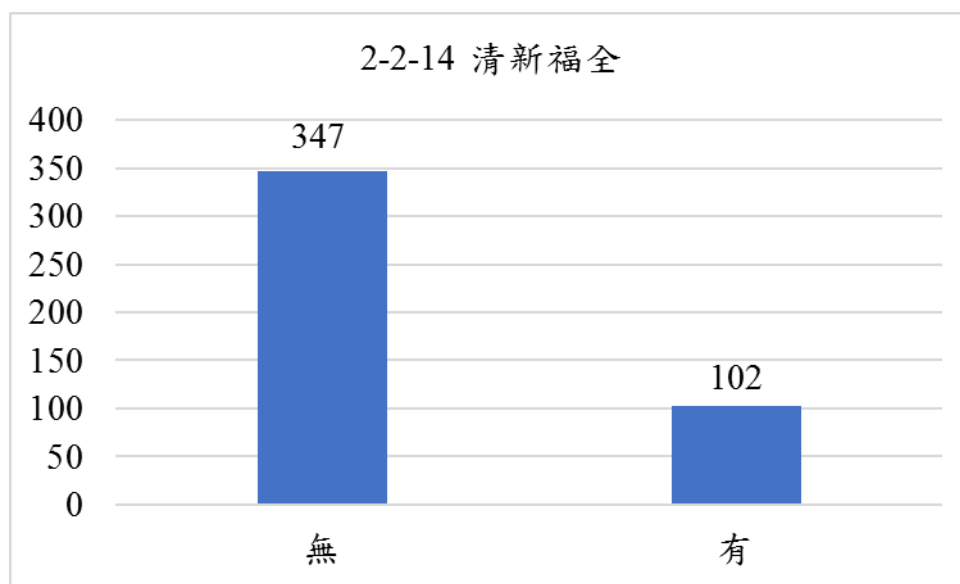
圖(62.26) 2-2-13 圓餅圖

2-2-14 清新福全

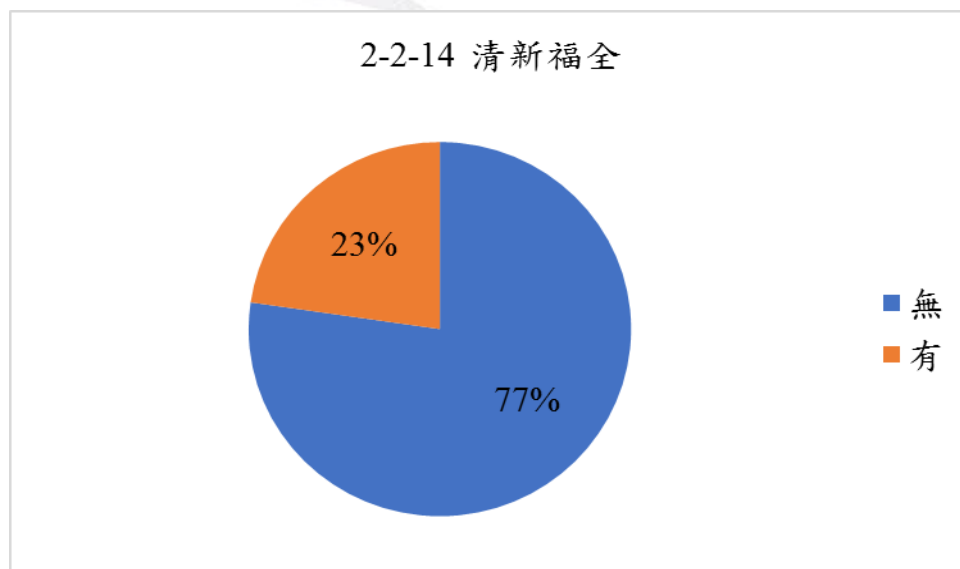
在調查的 449 位受訪者，曾經喝過清新福全的占 23% (102 位)，不曾喝過的占 77% (347 位)。次數分配如表(30.14)所示，而圖(62.27)與圖(62.28)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(30.14) 2-2-14 次數表

2-2-14 清新福全				
無	有	總和	遺漏數量	無效數量
347	102	449	1	0



圖(62.27) 2-2-14 次數長條圖



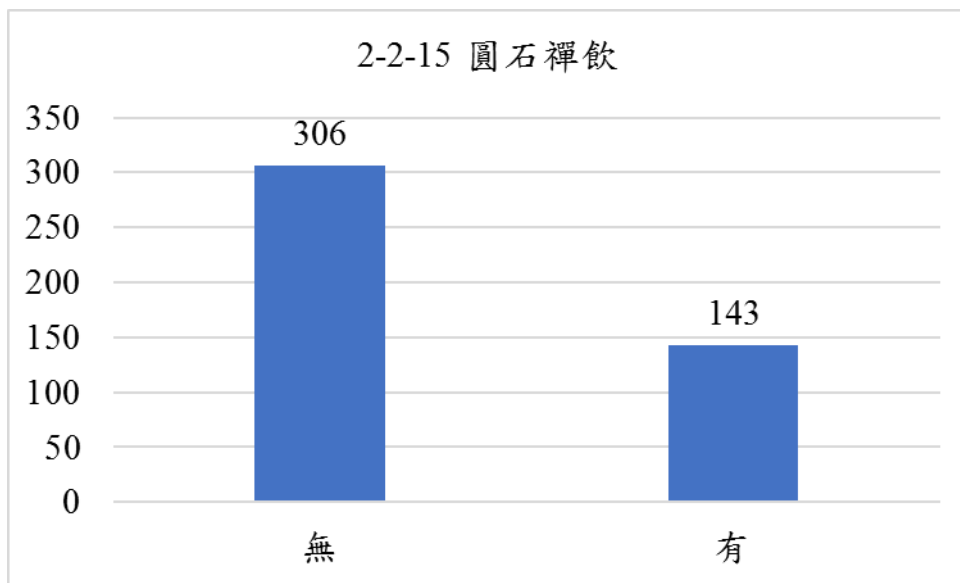
圖(62.28) 2-2-14 圓餅圖

2-2-15 圓石禪飲

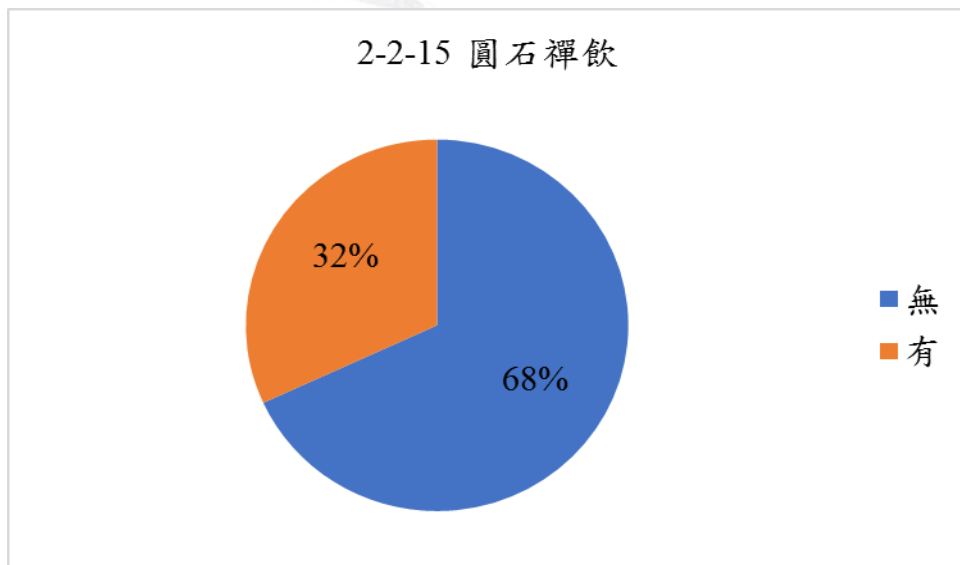
在調查的 449 位受訪者，曾經喝過圓石禪飲的占 32% (143 位)，不曾喝過的占 68% (306 位)。次數分配如表(30.15)所示，而圖(62.29)與圖(62.30)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(30.14) 2-2-14 次數表

2-2-15 圓石禪飲				
無	有	總和	遺漏數量	無效數量
306	143	449	1	0



圖(62.29) 2-2-15 次數長條圖



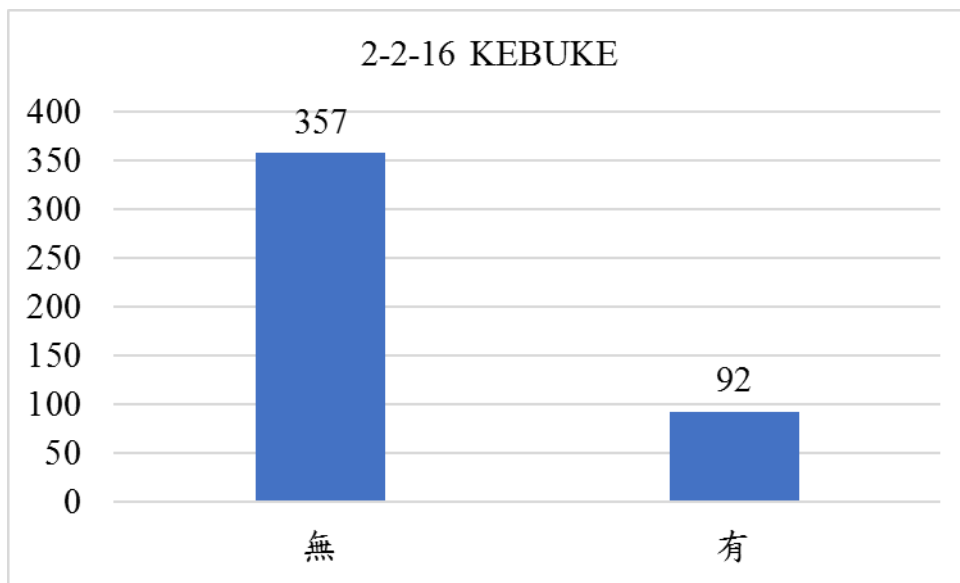
圖(62.30) 2-2-15 圓餅圖

2-2-16 KEBUKE

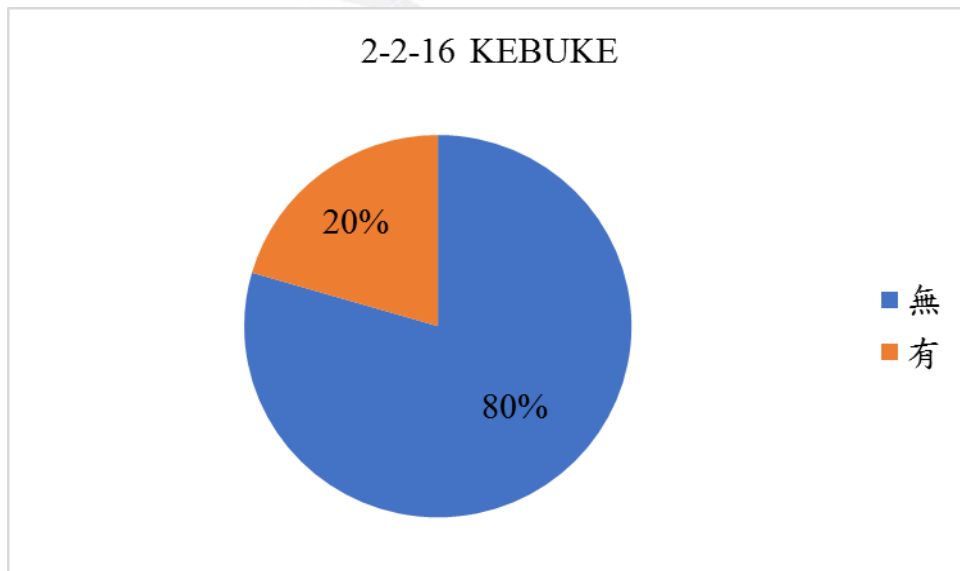
在調查的 449 位受訪者，曾經喝過 KEBUKE 的占 20% (92 位)，不曾喝過的占 80% (357 位)。次數分配如表(30.16)所示，而圖(62.31)與圖(62.32)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(30.16) 2-2-16 次數表

2-2-16 KEBUKE				
無	有	總和	遺漏數量	無效數量
357	92	449	1	0



圖(62.31) 2-2-16 次數長條圖



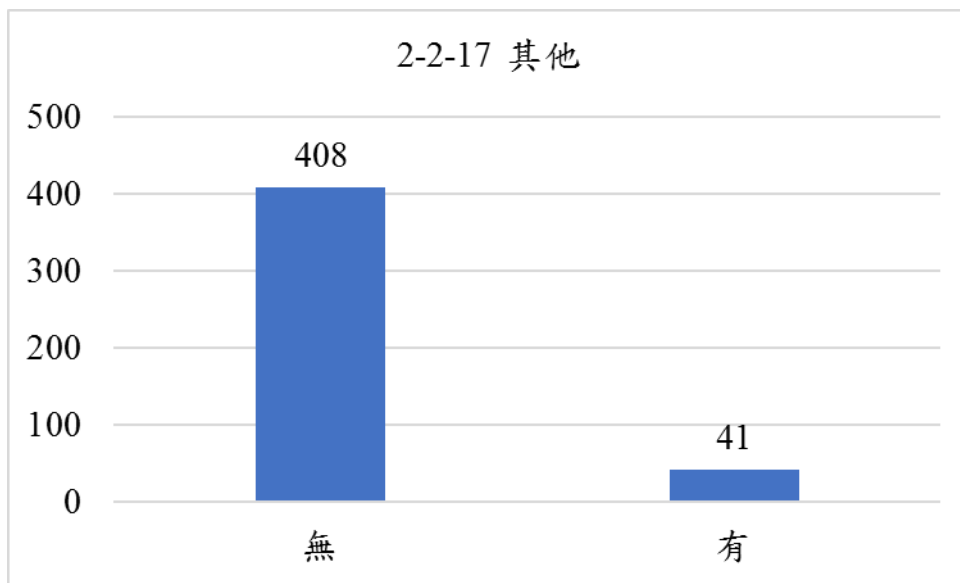
圖(62.32) 2-2-16 圓餅圖

2-2-17 其他

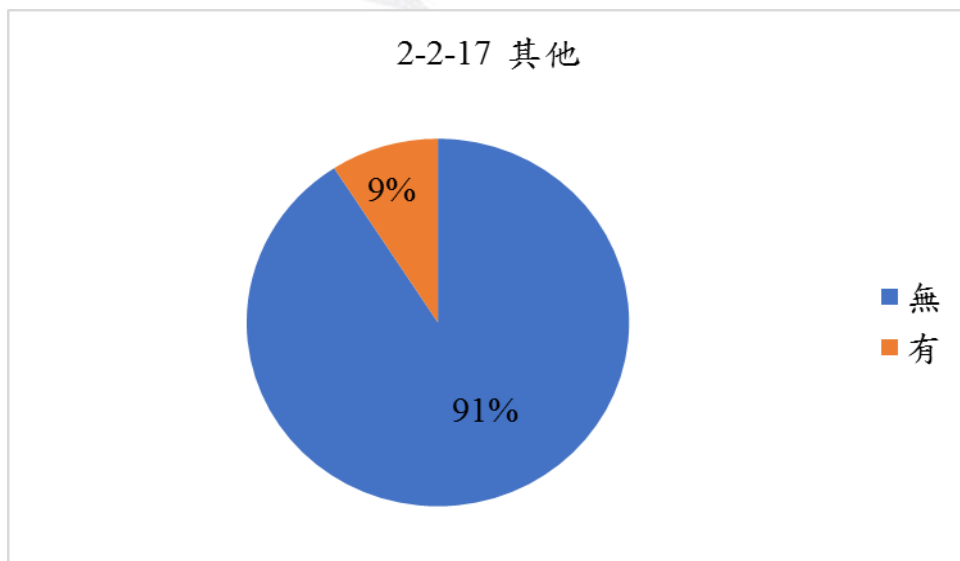
在調查的 449 位受訪者，曾經喝過其他的占 9% (41 位)，不曾喝過的占 91% (408 位)。次數分配如表(30.17)所示，而圖(62.33)與圖(62.34)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(30.17) 2-2-17 次數表

2-2-17 其他				
無	有	總和	遺漏數量	無效數量
408	41	449	1	0



圖(62.33) 2-2-17 次數長條圖



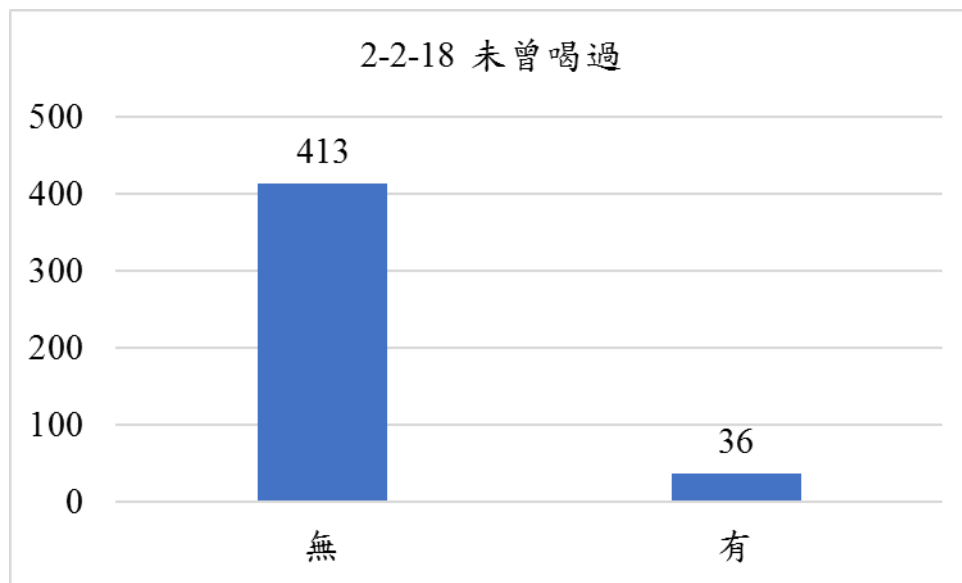
圖(62.34) 2-2-17 圓餅圖

2-2-18 未曾喝過

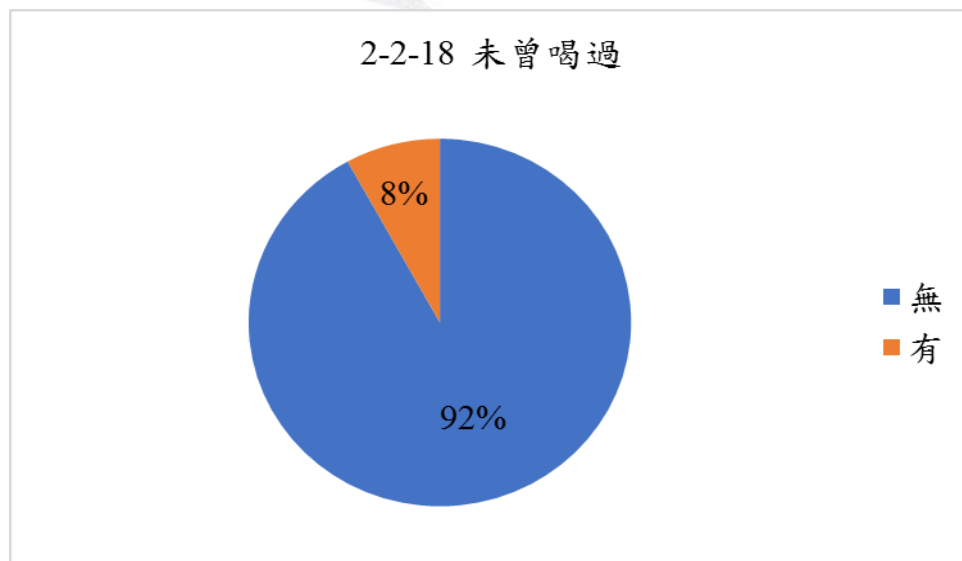
在調查的 449 位受訪者，未曾喝過的占 8% (36 位)，曾經喝過的占 92% (413 位)。次數分配如表(30.18)所示，而圖(62.35)與圖(62.36)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(30.18) 2-2-18 次數表

2-2-17 其他				
無	有	總和	遺漏數量	無效數量
413	36	449	1	0



圖(62.35) 2-2-18 次數長條圖



圖(62.36) 2-2-18 圓餅圖

2-2-其他 下表為受訪者曾經喝過逢甲商圈的飲料勾選其他所填的項目

表(31) 受訪者曾經喝過逢甲商圈的其他飲料次數表

2-2 受訪者曾經喝過逢甲商圈的其他飲料

7-11	出櫃	超獨特飲品	香港檸檬紅茶	檸檬汁	自己來	格斯	沏茶	北回木瓜牛奶	萬里香	紅仔標	恰迷	超好喝木瓜奶	Tea Shop	阿月紅茶	泰式奶茶
1	3	1	1	1	2	2	2	3	1	1	1	1	2	2	1
Mr. Wish	蒟蒻小	花茶大	Over Lord	黑豆茶	仙草粉	青蛙下蛋	九龍港式	一尺古井	圓稼	冬瓜粉	手做工夫	逢甲研社	Double A	總和	遺漏數量
1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	40	1

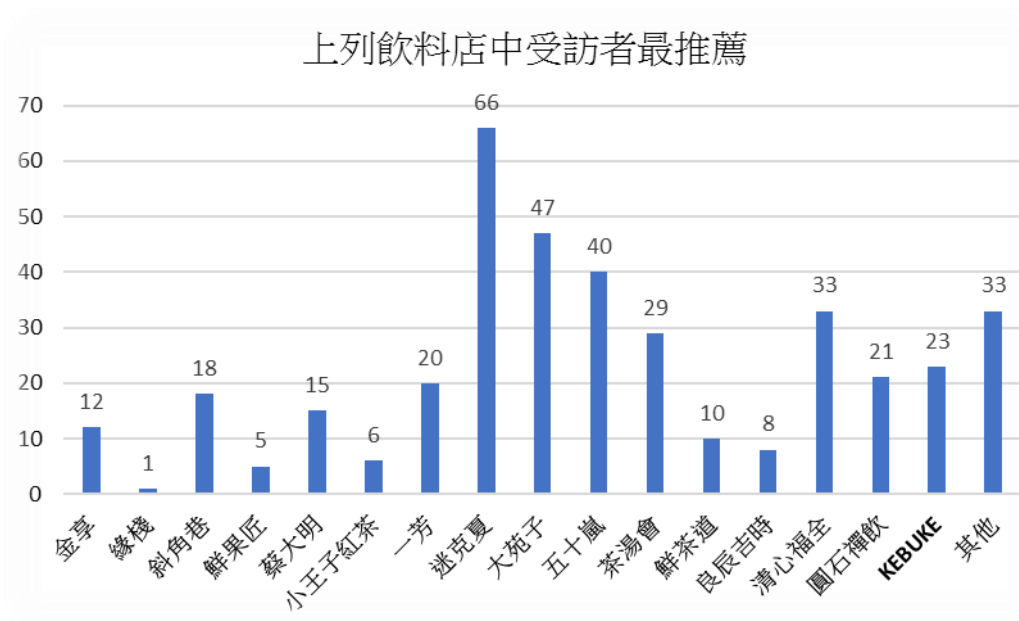
2-3 請填寫上列飲料店中，您最推薦的店家是

本次調查 387 受訪者中，大家心目中最值得推薦逢甲夜市的飲料店究竟是哪一家呢？根據統計結果，大家最為推薦的是迷克夏有 17% (66 位)，其次是大苑子有 12% (47 位)，第三名是五十嵐有 10% (40 位)。次數分配如表(32)所示，而圖(63)與圖(64)分別為此題長條圖與圓餅圖。

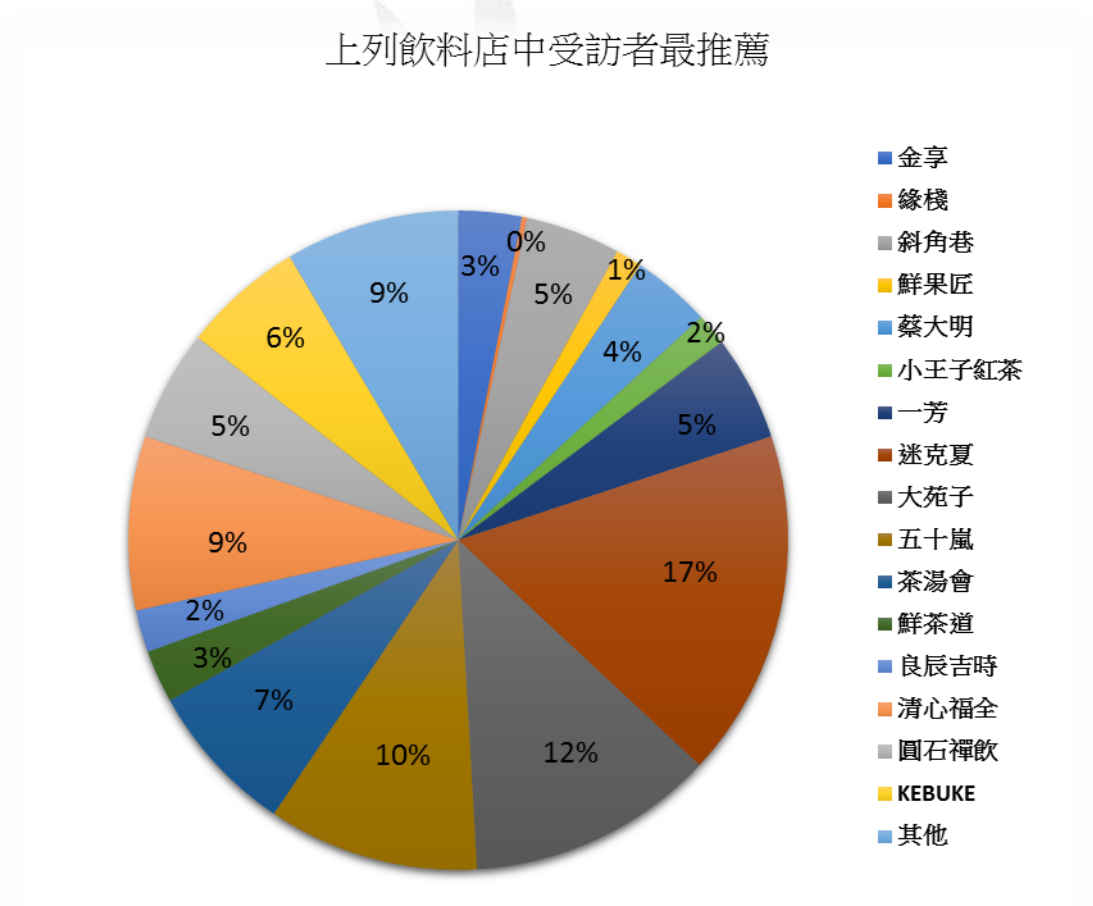
表(32) 上列飲料店中受訪者最推薦的店家次數表

2-3 上列飲料店中受訪者最推薦的店家

金亭	緣棧	斜角巷	鮮果匠	蔡大明	小王子紅茶	一芳	迷克夏	大苑子	五十嵐
12	1	18	5	15	6	20	66	47	40
3%	0%	5%	1%	4%	2%	5%	17%	12%	10%
茶湯會	鮮茶道	良辰吉時	清心福全	圓石禪飲	KEBUKE	其他	總和	遺漏數量	無效數量
29	10	8	33	21	23	33	387	5	58
7%	3%	2%	9%	5%	6%	9%	100%		



圖(63) 上列飲料店中受訪者最推薦的店家長條圖



圖(64) 上列飲料店中受訪者最推薦的店家圓餅圖

2-4 呈上題，此店家您最推薦的飲料是

本次調查 356 位受訪者，40 個遺漏數量以及 54 個不適用數量。

大苑子飲料以柚美粒、珍奶、番茄梅最為受訪者推薦；迷克夏以芋頭牛奶、珍奶、拿鐵類的最為受訪者推薦；清心福全是多多綠、珍奶；五十嵐是珍奶、茶類飲品；KEBUKE 是熟成紅茶；一芳是水果茶；圓石禪飲是復刻紅茶；蔡大明是青蛙嗑奶；茶湯會是觀音拿鐵；斜角巷是奶茶；金亨是綠豆沙最為受訪者推薦。次數分配如表(33)、表(34)與表(35)所示。

表(33) 受訪者最推薦的店家<大苑子>推薦的飲料次數表

大苑子											
柚美粒	蜂蜜綠茶	珍奶	水果茶	百香舒活	柳橙	綠茶	檸檬多多	番茄梅	奶茶	蔓越莓冰醋	蘋果醋冰茶
5	2	5	4	1	1	3	1	5	1	1	2
鐵觀音鮮奶茶	金桔	翡翠檸檬	紅茶	多多綠	仙草甘草	柳橙綠	青茶	茶類	果汁類	橘子紅茶	總和
1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	43

表(34) 受訪者最推薦的店家<迷客夏>推薦的飲料次數表

迷克夏													
芋頭牛奶	珍奶	伯爵紅茶拿鐵	豆奶紅茶	伯爵拿鐵	烏龍拿鐵	珍烏奶	奶茶	奶類	黑糖奶茶	珍珠紅茶拿鐵	黑糖珍珠鮮奶	珍珠鮮奶茶	黑糖手抄鮮奶
8	7	1	1	1	1	1	6	1	2	5	1	2	1
決明麥茶	紅茶拿鐵	冬瓜檸檬	珍珠豆奶	決明大麥+珍珠	抹茶	紅茶鮮奶	決明大麥	綠茶	抹茶鮮奶	牛奶系列	青茶	冬瓜鮮奶	總和
2	6	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1	60

表(35) 受訪者最推薦的店家<清心福全>推薦的飲料次數表

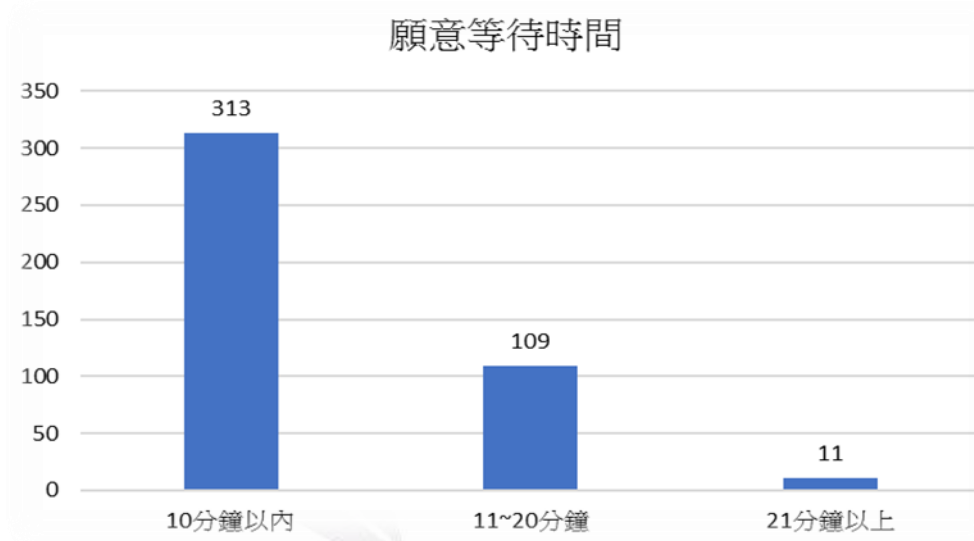
清心福全						
多多綠	珍奶	紅茶	烏綠	布丁奶茶	珍綠	綠茶
8	7	2	3	1	1	1
優多綠	烏龍茶	青茶	奶茶	黑糖薑母茶	總和	
2	1	1	2	1	30	

2-5 呈上題，您願意花多久時間等待您最推薦的飲料

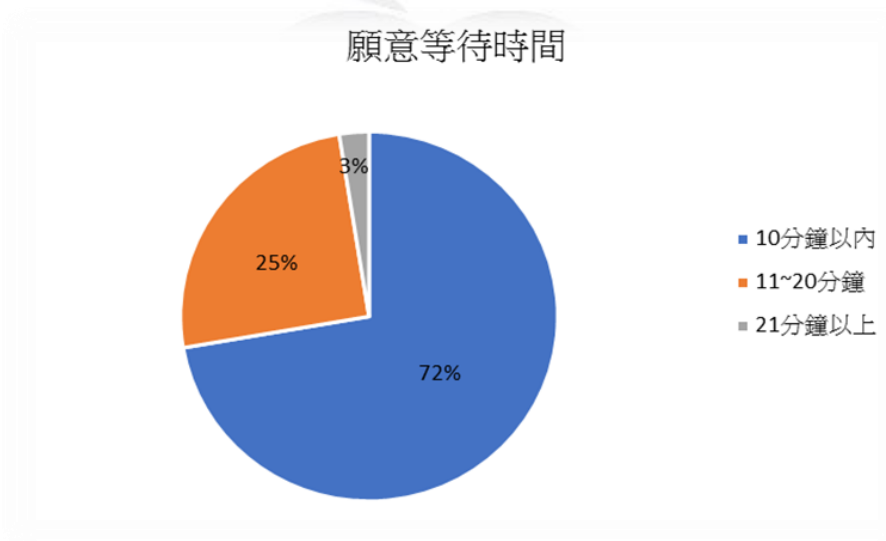
本次調查的 433 位受訪者中只願意等待 10 分鐘內的有 72% (313 位)為最多，其次是等待 11~20 分鐘有 25% (109 位)，等待 21 分鐘以上只有 11 個人。次數分配如表(36) 所示，而圖(65)與圖(66)分別為長條圖及圓餅圖。

表(36) 願意等待時間次數表

2-5 願意等待時間					
10 分鐘以內	11~20 分鐘	21 分鐘以上	總和	遺漏數量	無效數量
313	109	11	433	1	16
72%	25%	3%	100%		



圖(65) 願意等待時間長條圖



圖(66) 願意等待時間圓餅圖

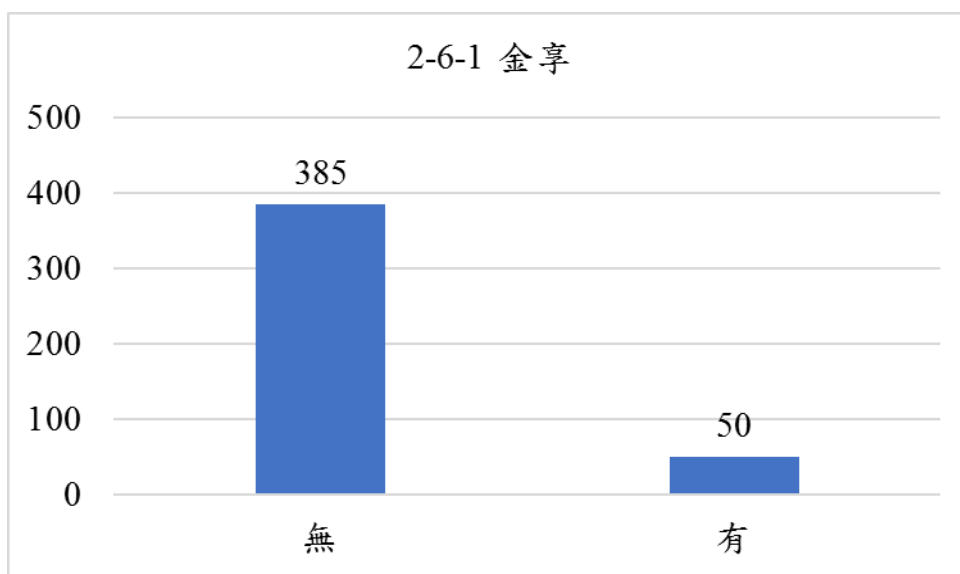
2-6 下列是經網友選出逢甲商圈的特色飲料店，您此次前來會想去購買的店家

2-6-1 金享

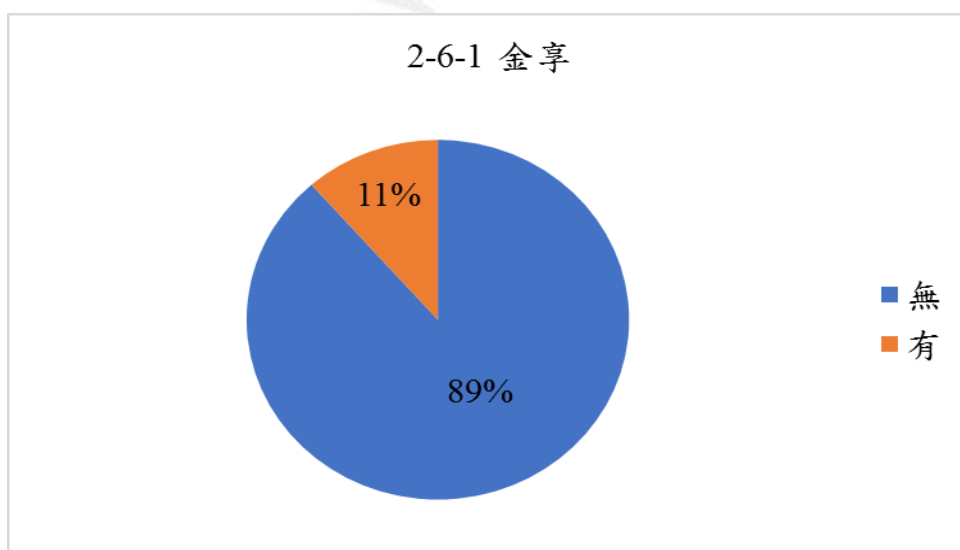
在調查的 435 位受訪者，此次前來會想去購買金享的占 11% (50 位)，不會想去購買的占 89% (385 位)。次數分配如表(37)所示，而圖(67)與圖(67.1)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(37) 2-6-1 次數表

2-6-1 金享				
無	有	總和	遺漏數量	無效數量
385	50	435	14	1



圖(67) 2-6-1 次數長條圖



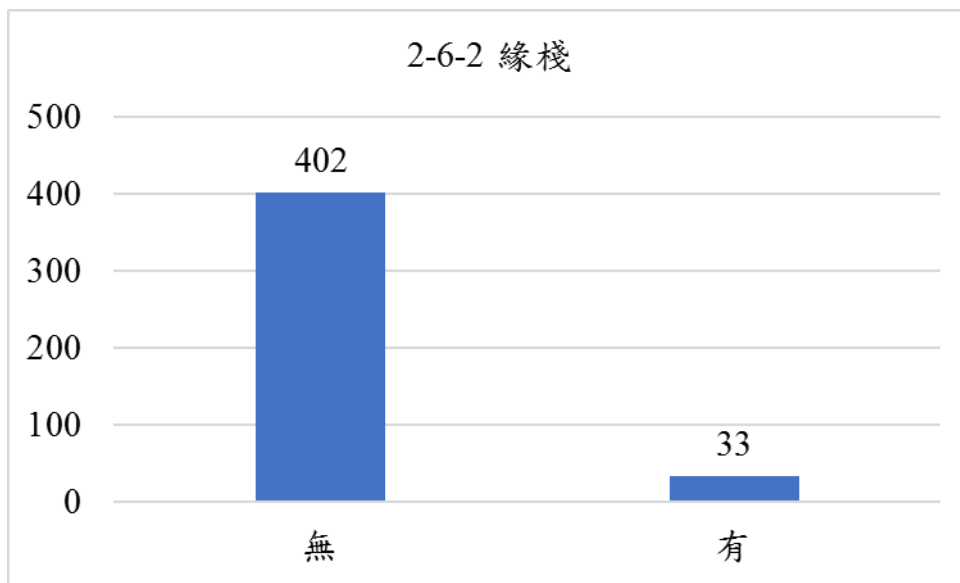
圖(67.1) 2-6-1 圓餅圖

2-6-2 緣棧

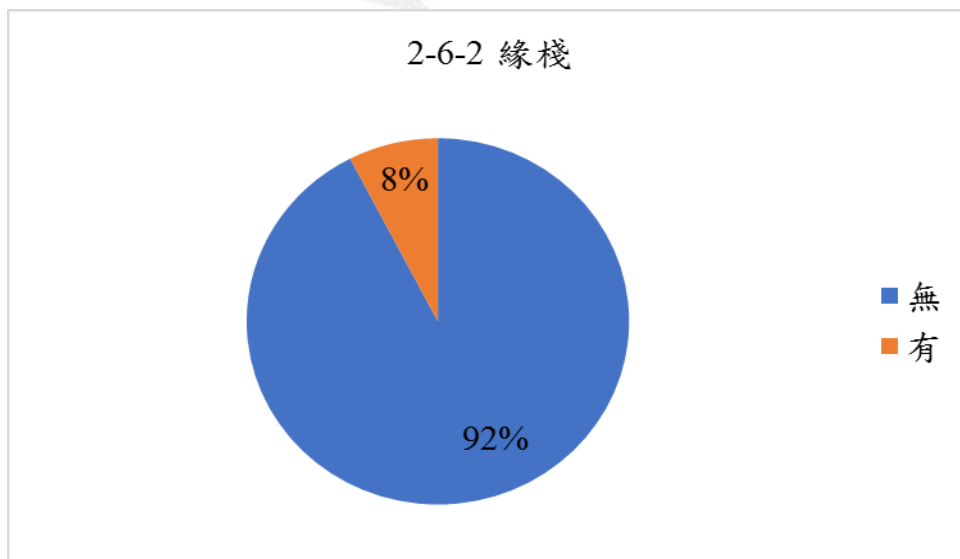
在調查的 435 位受訪者，此次前來會想去購買緣棧的占 8% (33 位)，不會想去購買的占 92% (402 位)。次數分配如表(37.1)所示，而圖(67.2)與圖(67.3)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(37.1) 2-6-2 次數表

2-6-2 緣棧				
無	有	總和	遺漏數量	無效數量
402	33	435	14	1



圖(67.2) 2-6-2 次數長條圖



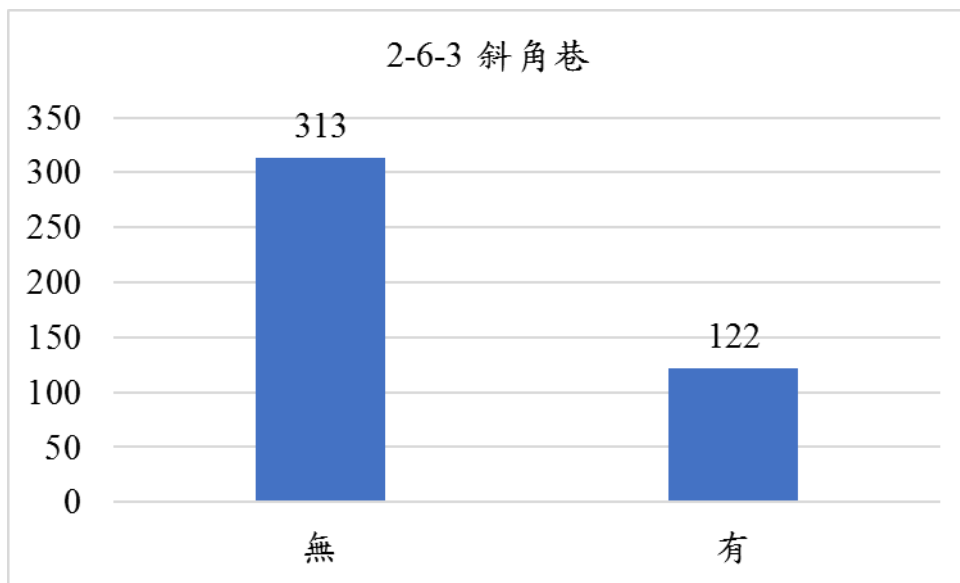
圖(67.3) 2-6-2 圓餅圖

2-6-3 斜角巷

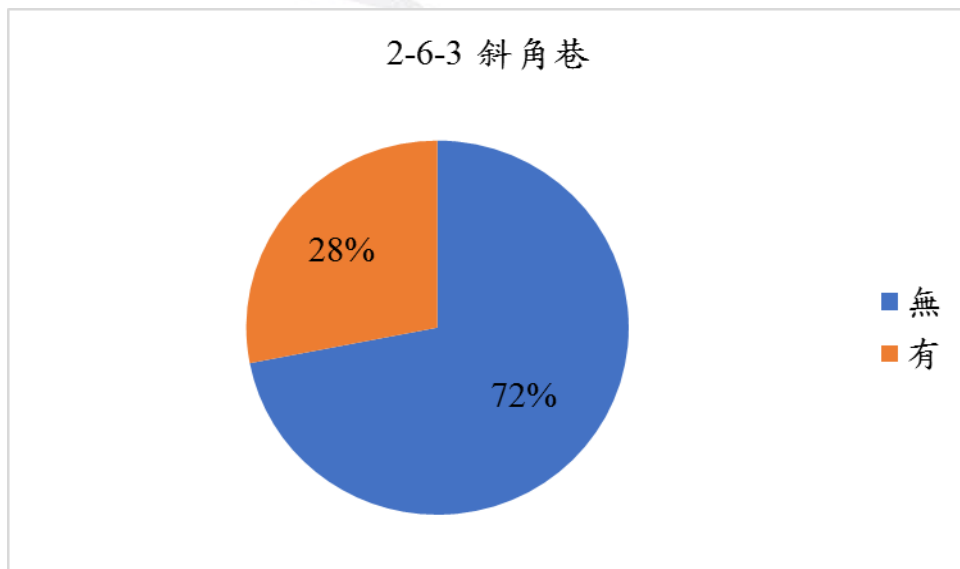
在調查的 435 位受訪者，此次前來會想去購買斜角巷的占 28% (122 位)，不會想去購買的占 72% (313 位)。次數分配如表(37.2)所示，而圖(67.4)與圖(67.5)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(37.2) 2-6-3 次數表

2-6-3 斜角巷				
無	有	總和	遺漏數量	無效數量
313	122	435	14	1



圖(67.4) 2-6-3 次數長條圖



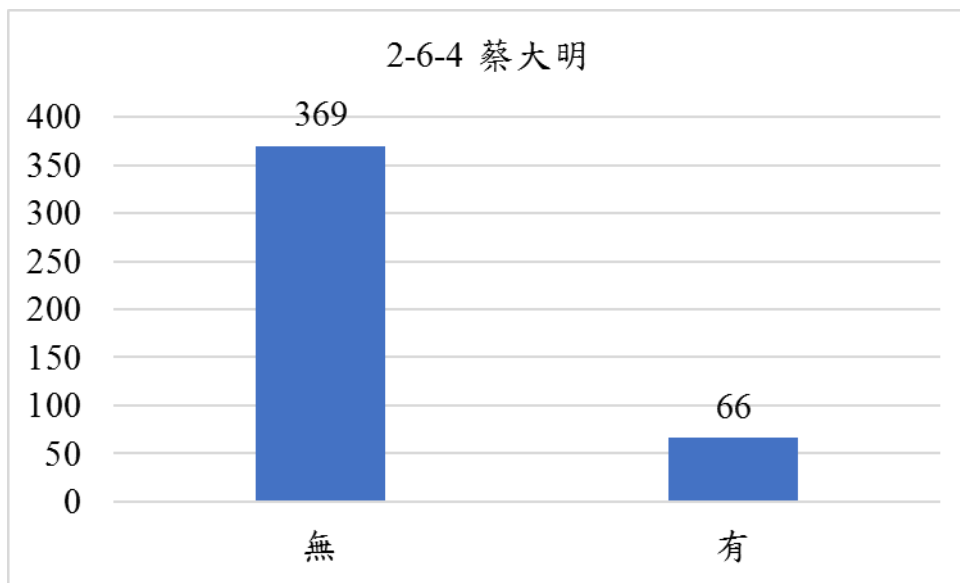
圖(67.5) 2-6-3 圓餅圖

2-6-4 蔡大明

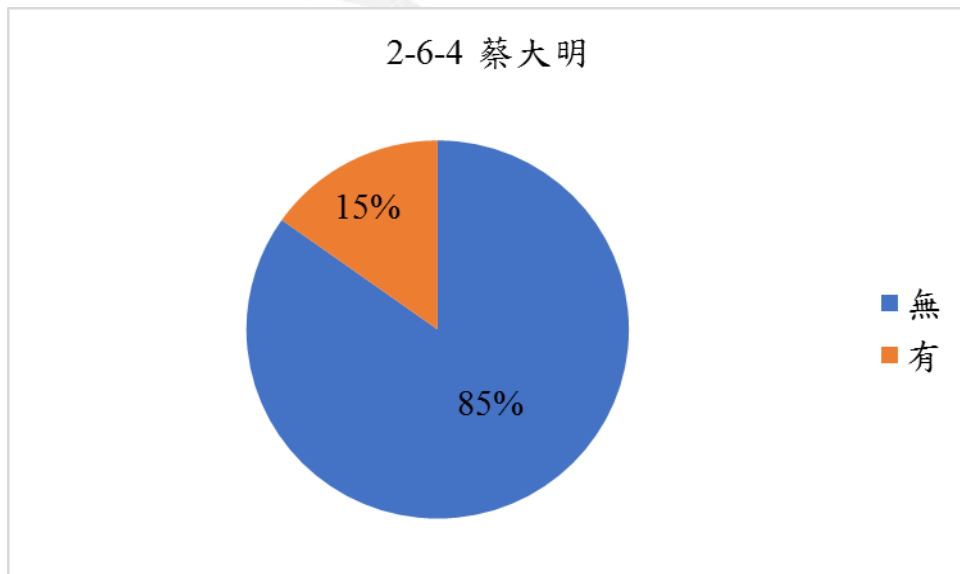
在調查的 435 位受訪者，此次前來會想去購買蔡大明的占 15% (66 位)，不會想去購買的占 85% (369 位)。次數分配如表(37.3)所示，而圖(67.6)與圖(67.7)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(37.3) 2-6-4 次數表

2-6-4 蔡大明				
無	有	總和	遺漏數量	無效數量
369	66	435	14	1



圖(67.6) 2-6-4 次數長條圖



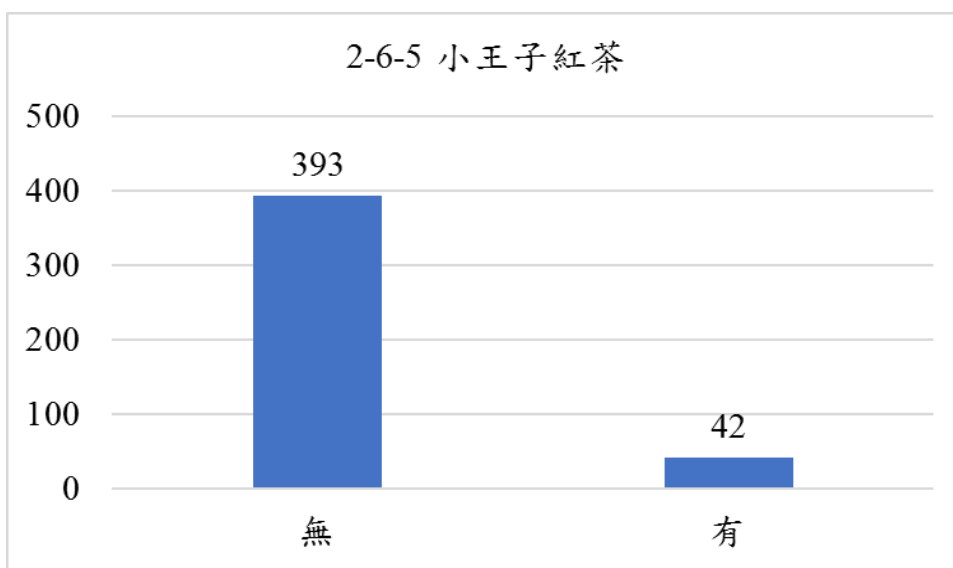
圖(67.7) 2-6-4 圓餅圖

2-6-5 小王子紅茶

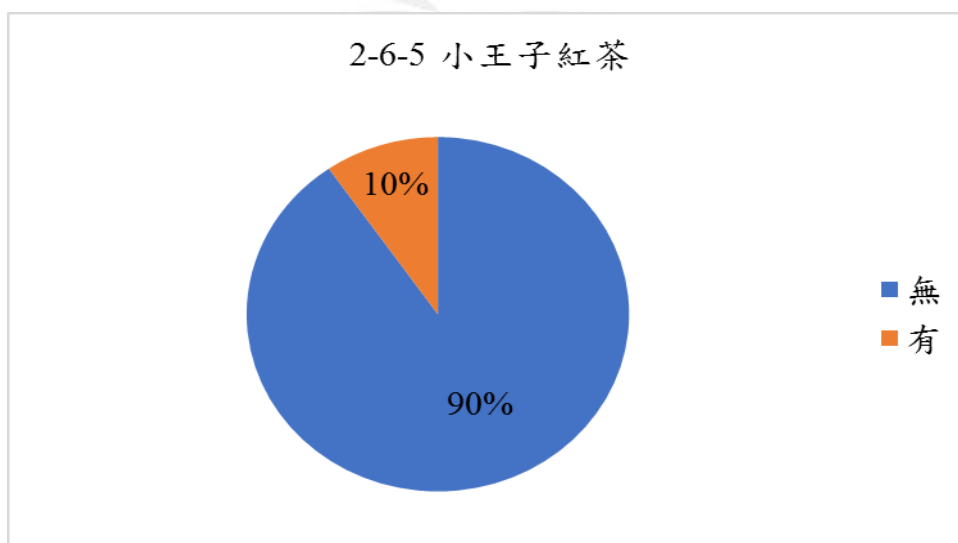
在調查的 435 位受訪者，此次前來會想去購買小王子紅茶的占 10% (42 位)，不會想去購買的占 90% (393 位)。次數分配如表(37.4)所示，而圖(67.8)與圖(67.9)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(37.4) 2-6-5 次數表

2-6-5 小王子紅茶				
無	有	總和	遺漏數量	無效數量
393	42	435	14	1



圖(67.8) 2-6-5 次數長條圖



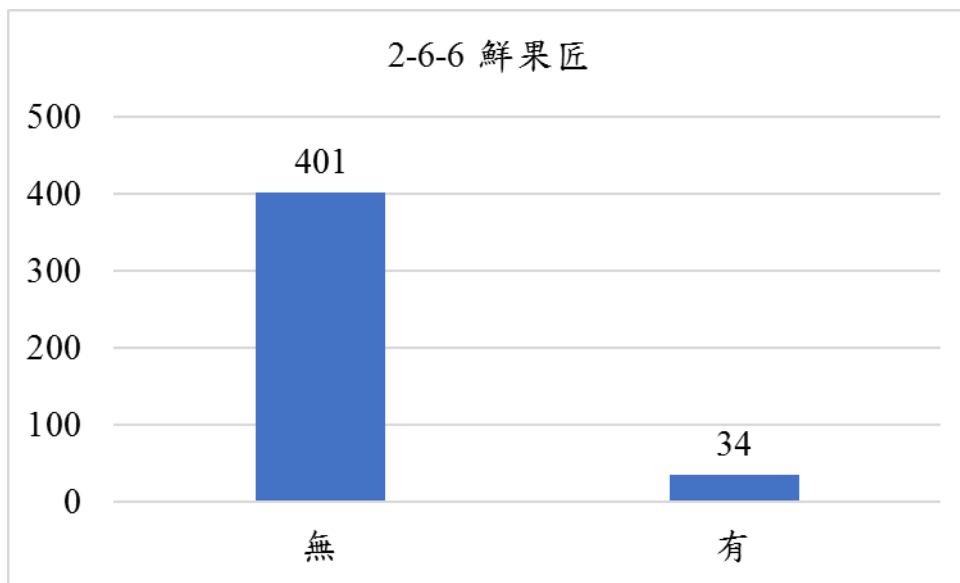
圖(67.9) 2-6-5 圓餅圖

2-6-6 鮮果匠

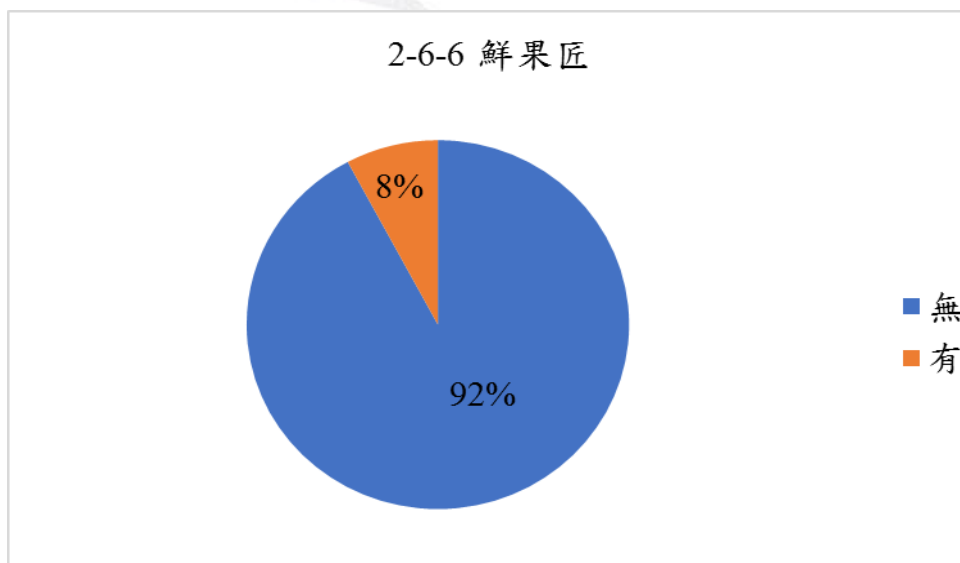
在調查的 435 位受訪者，此次前來會想去購買鮮果匠的占 8% (34 位)，不會想去購買的占 92% (401 位)。次數分配如表(37.5)所示，而圖(67.10)與圖(67.11)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(37.5) 2-6-6 次數表

2-6-6 鮮果匠				
無	有	總和	遺漏數量	無效數量
401	34	435	14	1



圖(67.10) 2-6-6 次數長條圖



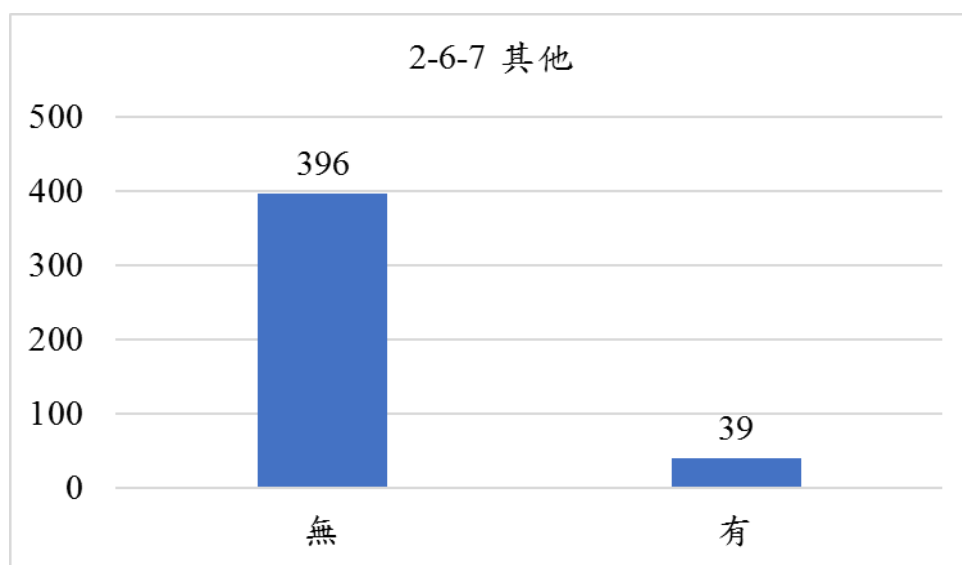
圖(67.11) 2-6-6 圓餅圖

2-6-7 其他

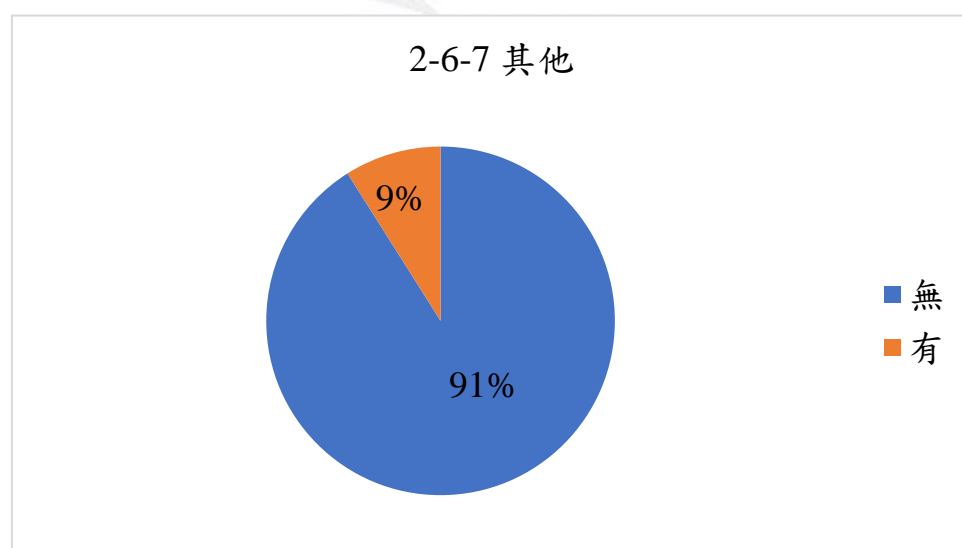
在調查的 435 位受訪者，此次前來會想去購買其他的占 9% (39 位)，不會想去購買其他的占 91% (396 位)。次數分配如表(37.6)所示，而圖(67.12)與圖(67.13)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(37.6) 2-6-7 次數表

2-6-7 其他				
無	有	總和	遺漏數量	無效數量
396	39	435	14	1



圖(67.12) 2-6-7 次數長條圖



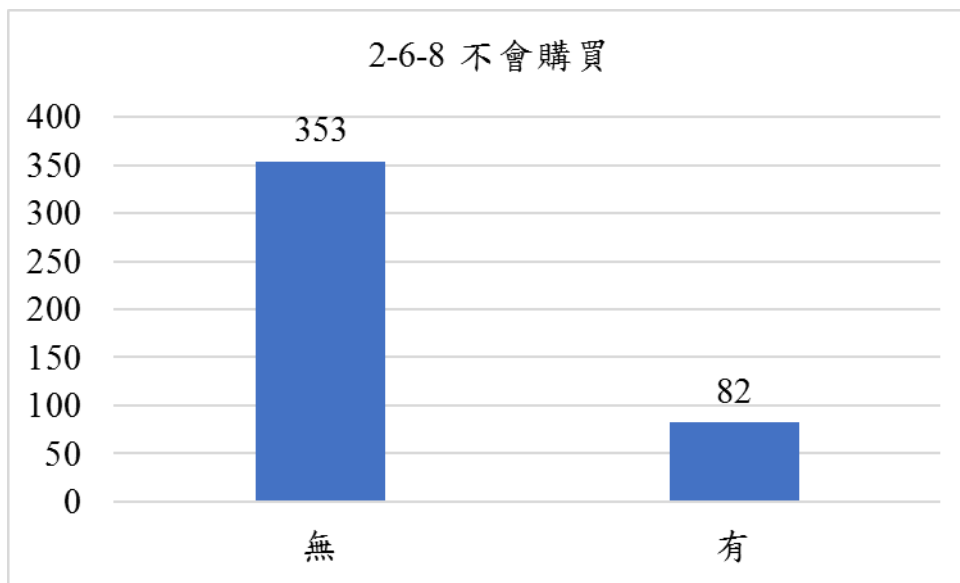
圖(67.13) 2-6-7 圓餅圖

2-6-8 不會購買

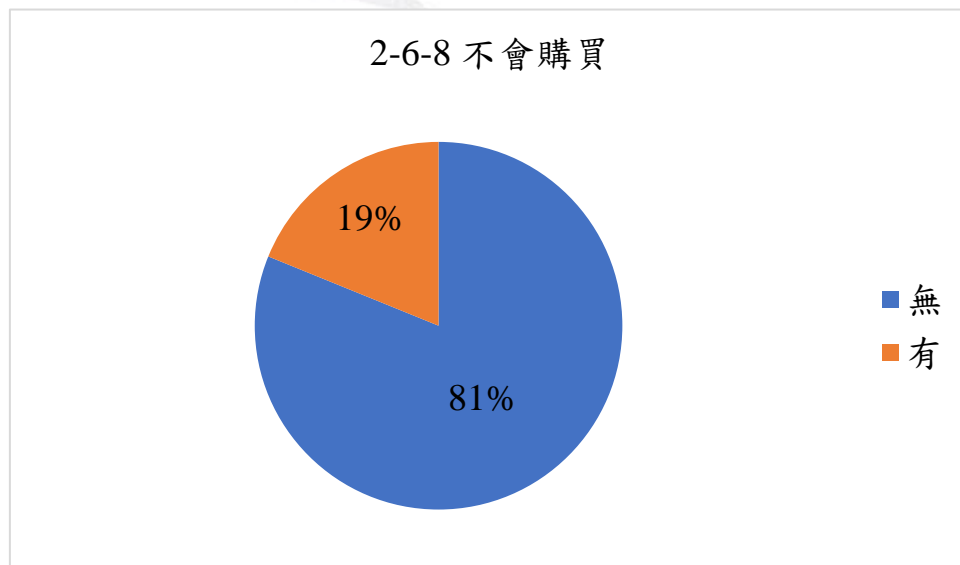
在調查的 435 位受訪者，此次前來不會想購買飲料的占 19% (82 位)，會去購買的占 81% (353 位)。次數分配如表(37.7)所示，而圖(67.14)與圖(67.15)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(37.7) 2-6-8 次數表

2-6-8 不會購買				
無	有	總和	遺漏數量	無效數量
353	82	435	14	1



圖(67.14) 2-6-8 次數長條圖

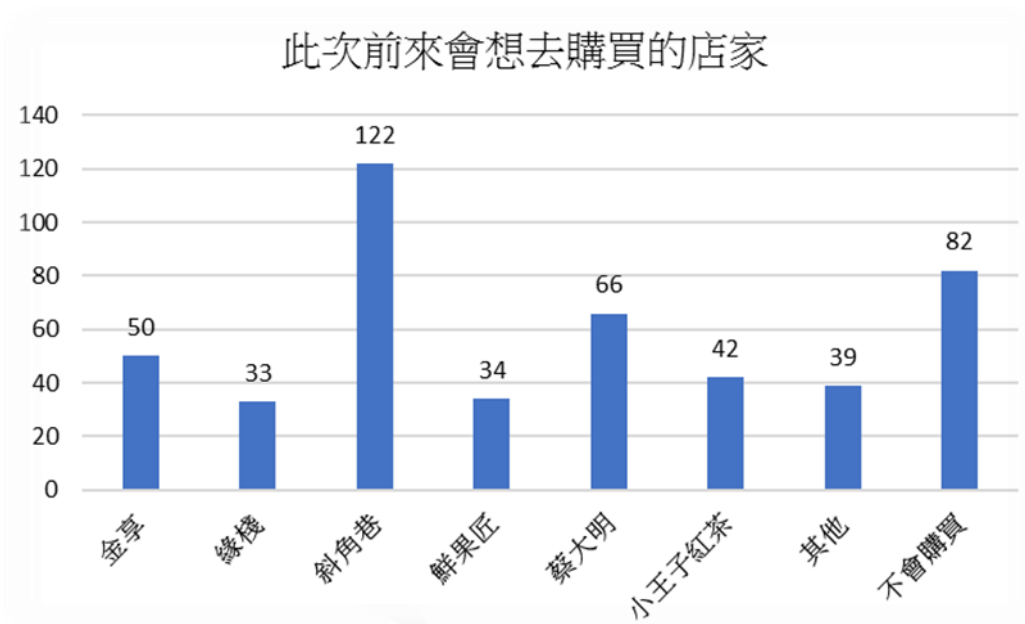


圖(67.15) 2-6-8 圓餅圖

由表(37.8)與圖(67.16)可看出，在 435 位受訪者中，有 122 位此次前來會想去購買斜角巷的飲料為最多，其次是蔡大明有 66 位，而不會購買的也有 82 位。

表(37.8) 2-6 全部選項次數表
2-6 此次前來會想去購買的店家

金亨	綠棧	斜角巷	蔡大明	小王子紅茶
50	33	122	66	42
鮮果匠	其他	不會購買	遺漏數量	無效數量
34	39	82	14	1



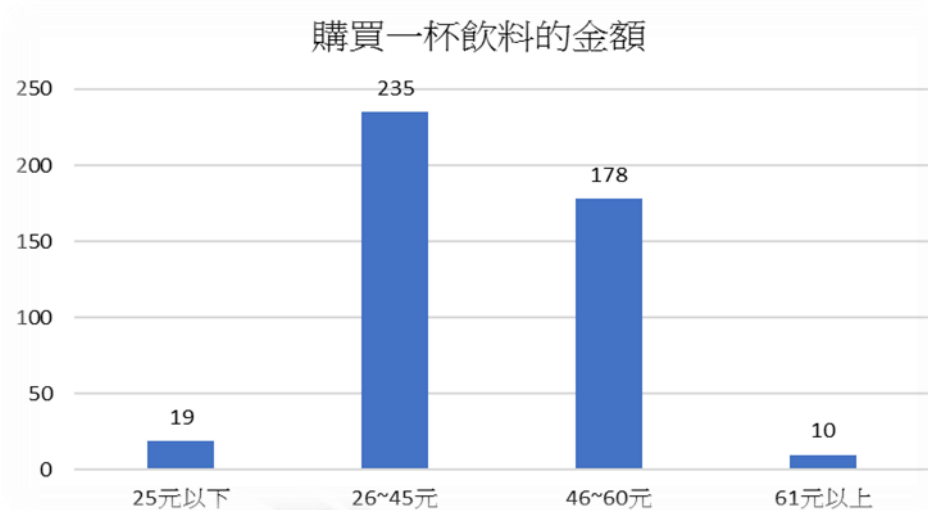
圖(67.16) 2-6 全部選項長條圖

2-7 您通常在逢甲商圈購買一杯飲料的金額為何

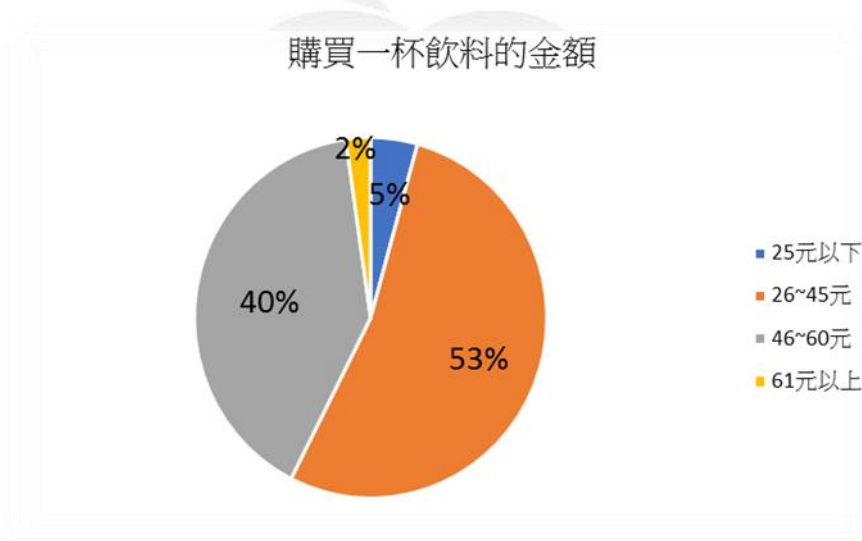
本次調查的 442 位受訪者中通常花費 25 元以下的有 5% (19 位)，花費在 26~45 元有 53% (235 位)，花費在 46~60 元有 40% (178 位)，花費在 60 元以上有 2% (10 位)。次數分配如表(38)所示，而圖(68)與圖(69)分別為長條圖及圓餅圖。

表(38) 購買一杯飲料的金額次數表

2-7 購買一杯飲料的金額						
25 元以下	26~45 元	46~60 元	61 元以上	總和	遺漏數量	無效數量
19	235	178	10	442	4	4
5%	53%	40%	2%	100%		



圖(68) 購買一杯飲料的金額長條圖



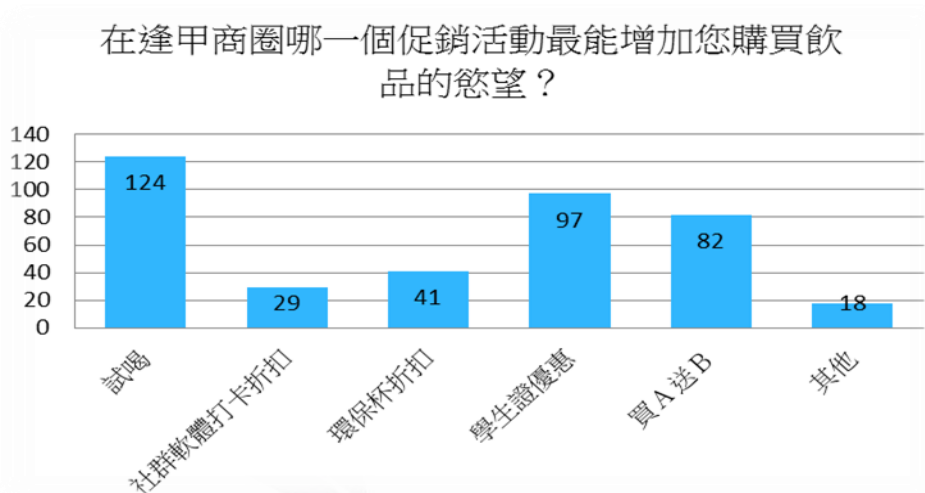
圖(69) 為購買一杯飲料的金額圓餅圖

2-8 在逢甲商圈哪一個促銷活動最能增加您購買飲品的慾望

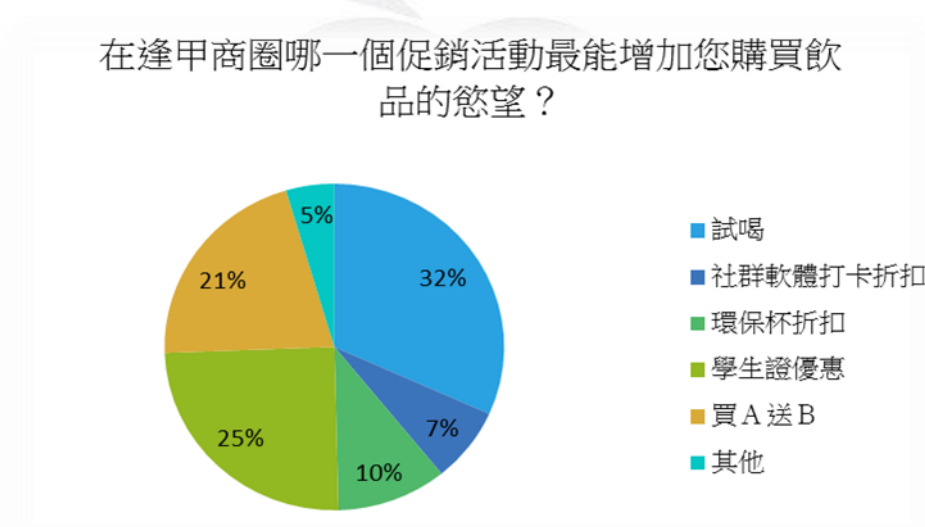
本次調查的 391 位受訪者中，試喝活動最能增加購買飲品慾望的占 32% (124 位)，其次學生證優惠占 25% (97 位)。次數分配如表(39)所示，而圖(70)與圖(71)分別為長條圖及圓餅圖。

表(39) 在逢甲商圈哪一個促銷活動最能增加您購買飲品的慾望次數表

2-8 在逢甲商圈哪一個促銷活動最能增加您購買飲品的慾望								
試喝	社群軟體 打卡折扣	環保杯 折扣	學生證 優惠	買 A 送 B	其他	總和	遺漏數 量	無效數 量
124	29	41	97	82	18	391	56	3
32%	7%	10%	25%	21%	5%	100%		



圖(70) 在逢甲商圈哪一個促銷活動最能增加您購買飲品的慾望長條圖



圖(71) 在逢甲商圈哪一個促銷活動最能增加您購買飲品的慾望圓餅圖

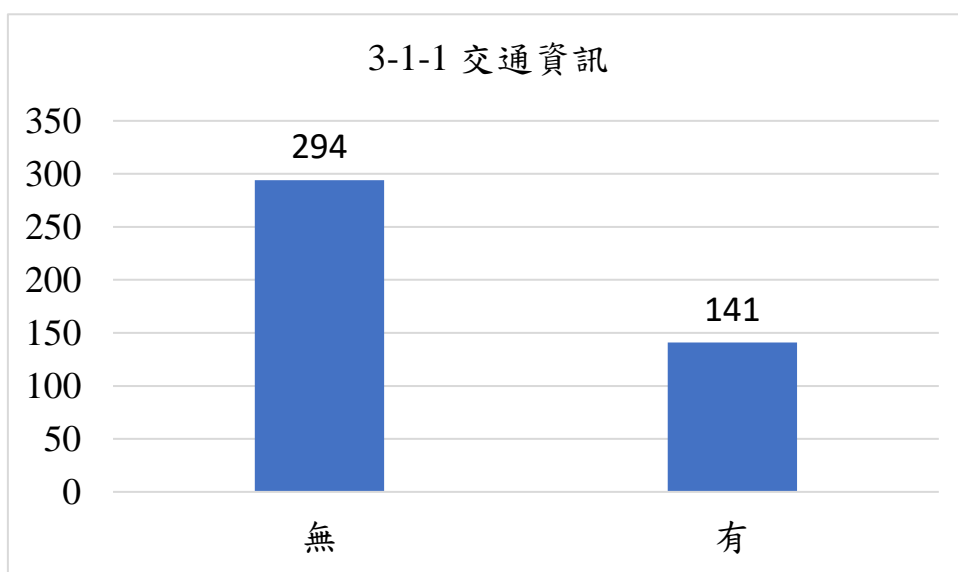
3-1 您曾使用網路搜尋何種逢甲商圈的相關資訊?(可複選)

3-1-1 交通資訊

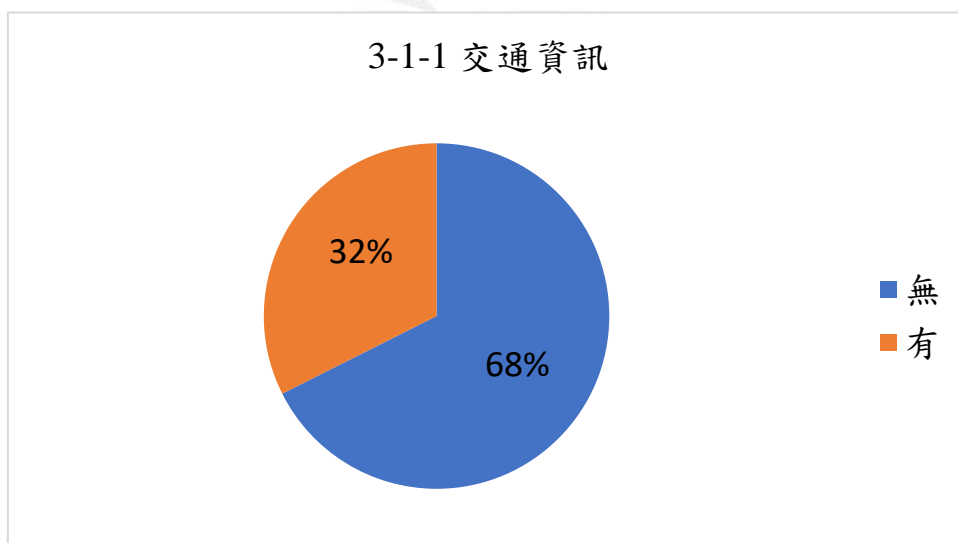
在調查的 435 位受訪者中，曾使用網路搜尋交通訊息的占 32% (194 位)，不曾使用的占 68% (294 位)。次數分配如表(40)所示，而圖(72)與圖(73)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(40) 3-1-1 次數表

3-1-1 交通資訊				
無	有	總和	遺漏數量	無效數量
294	141	435	14	1



圖(72) 3-1-1 次數長條圖



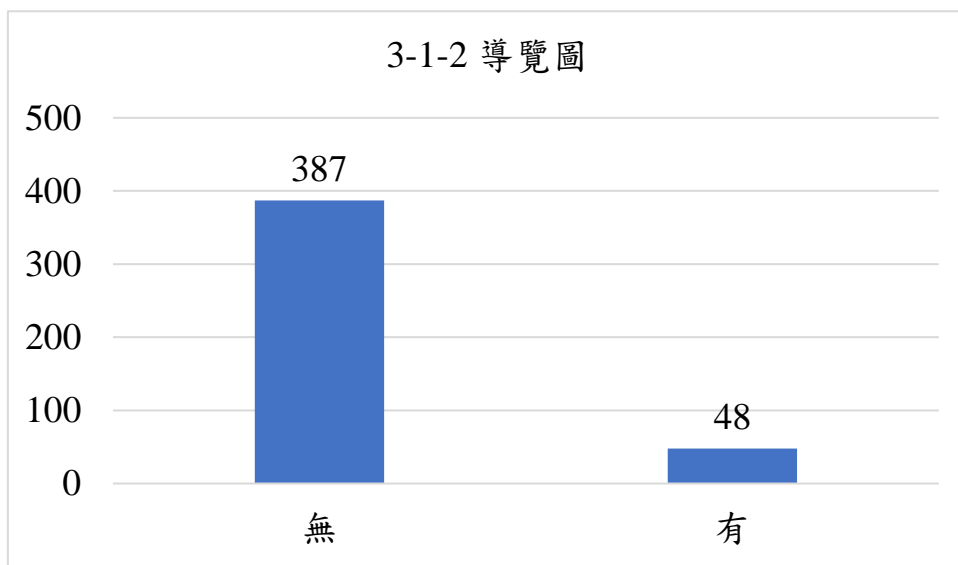
圖(73) 3-1-1 圓餅圖

3-1-2 導覽圖

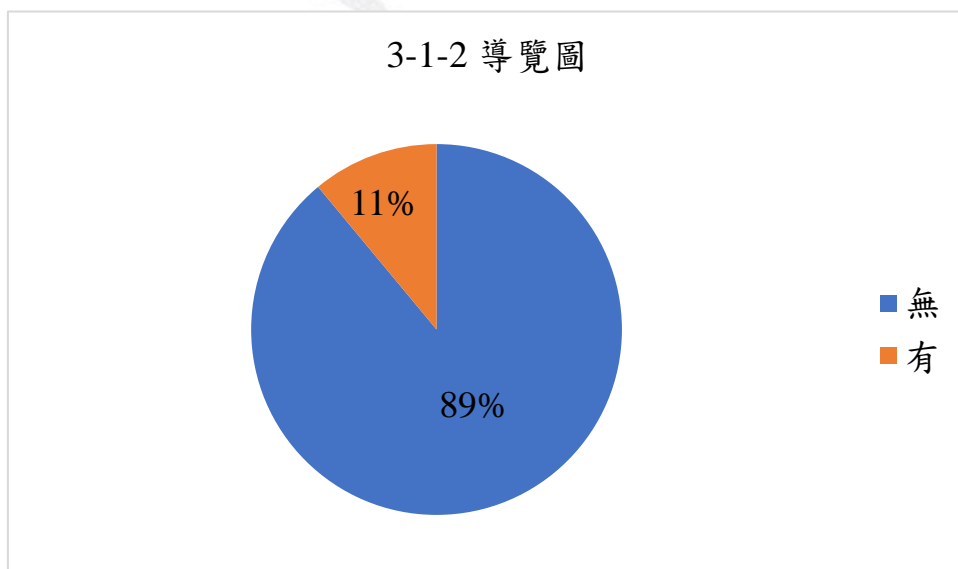
在調查的 435 位受訪者中，曾使用網路搜尋導覽圖的占 11% (48 位)，不曾使用的占 89% (387 位)。次數分配如表(40.1)所示，而圖(73.1)與圖(73.2)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(40.1) 3-1-2 次數表

3-1-2 導覽圖				
無	有	總和	遺漏數量	無效數量
387	48	435	14	1



圖(73.1) 3-1-2 次數長條圖



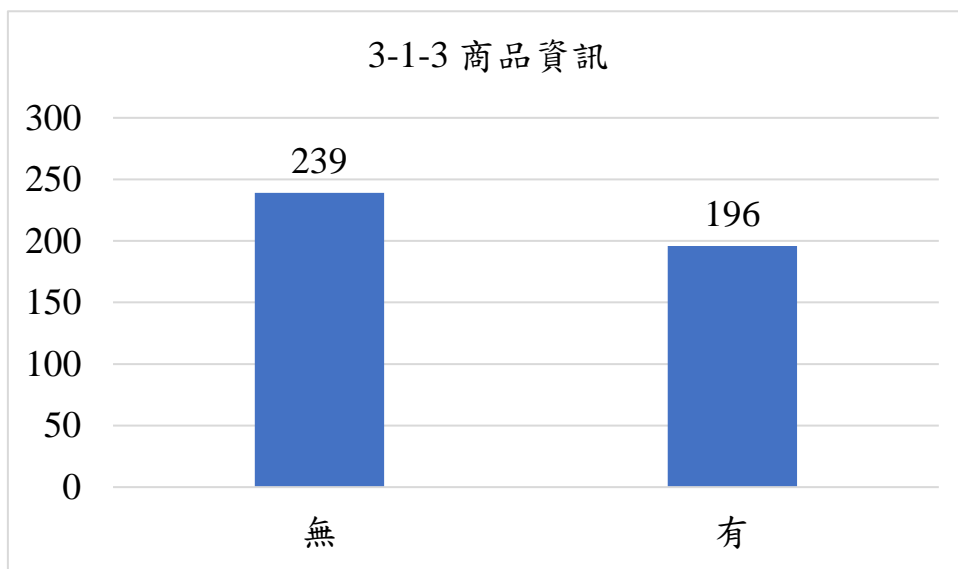
圖(73.2) 3-1-2 圓餅圖

3-1-3 商品資訊

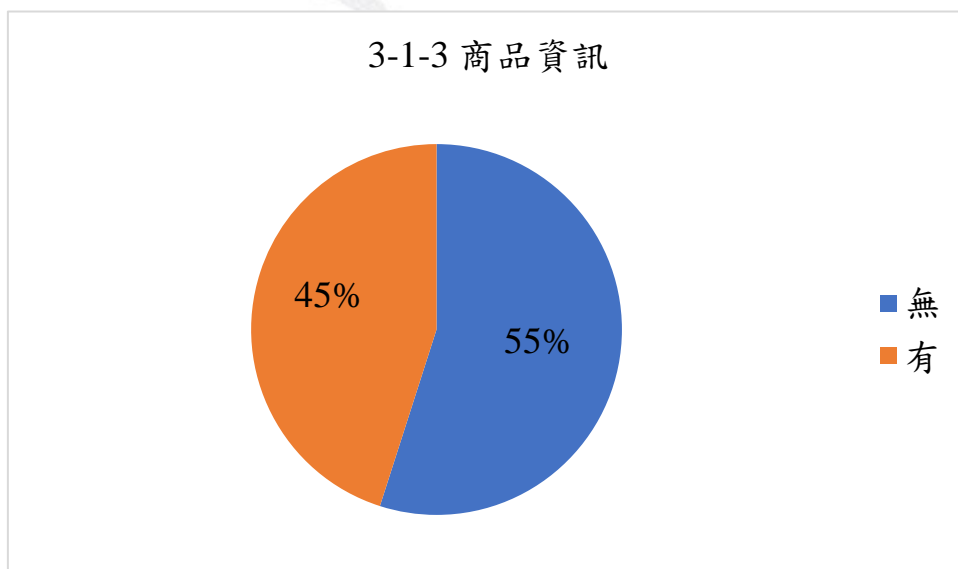
在調查的 435 位受訪者中，曾使用網路搜尋商品資訊的占 45% (196 位)，不曾使用的占 55% (239 位)。次數分配如表(40.2)所示，而圖(73.3)與圖(73.4)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(40.2) 3-1-3 次數表

3-1-3 商品資訊				
無	有	總和	遺漏數量	無效數量
239	196	435	14	1



圖(73.3) 3-1-3 次數長條圖



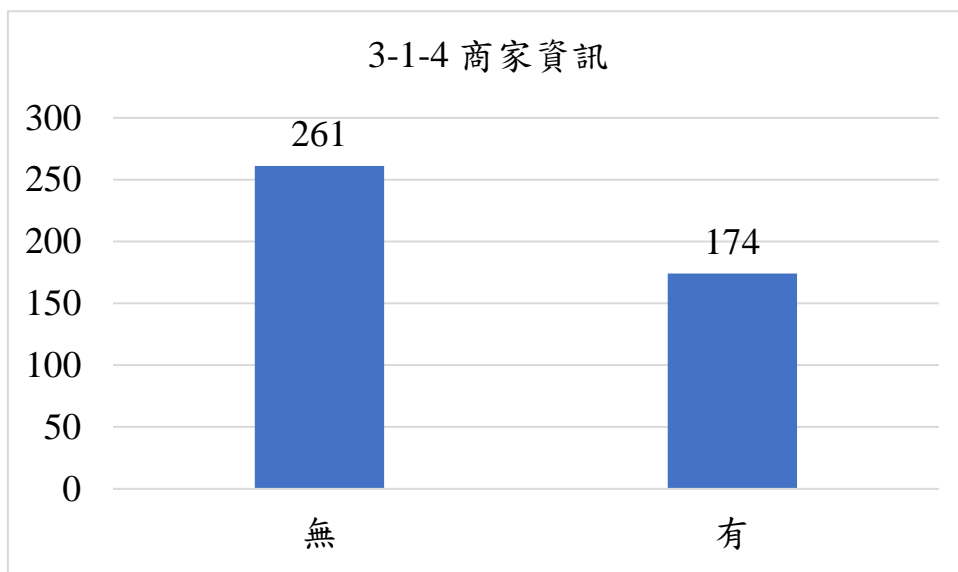
圖(73.4) 3-1-3 圓餅圖

3-1-4 商家資訊

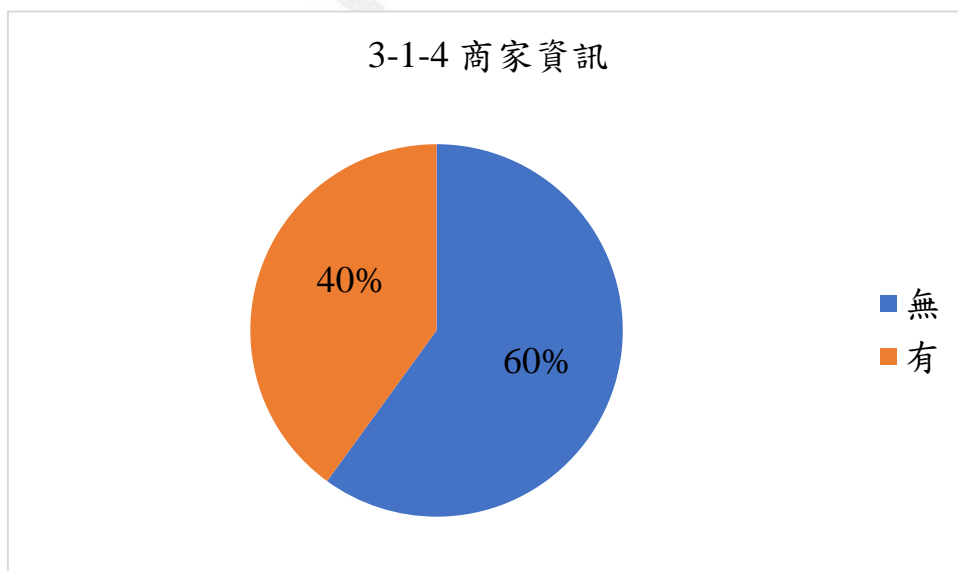
在調查的 435 位受訪者中，曾使用網路搜尋商家資訊的占 40% (174 位)，不曾使用的占 60% (261 位)。次數分配如表(40.3)所示，而圖(73.5)與圖(73.6)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(40.3) 3-1-4 次數表

3-1-4 商家資訊				
無	有	總和	遺漏數量	無效數量
261	174	435	14	1



圖(73.5) 3-1-4 次數長條圖



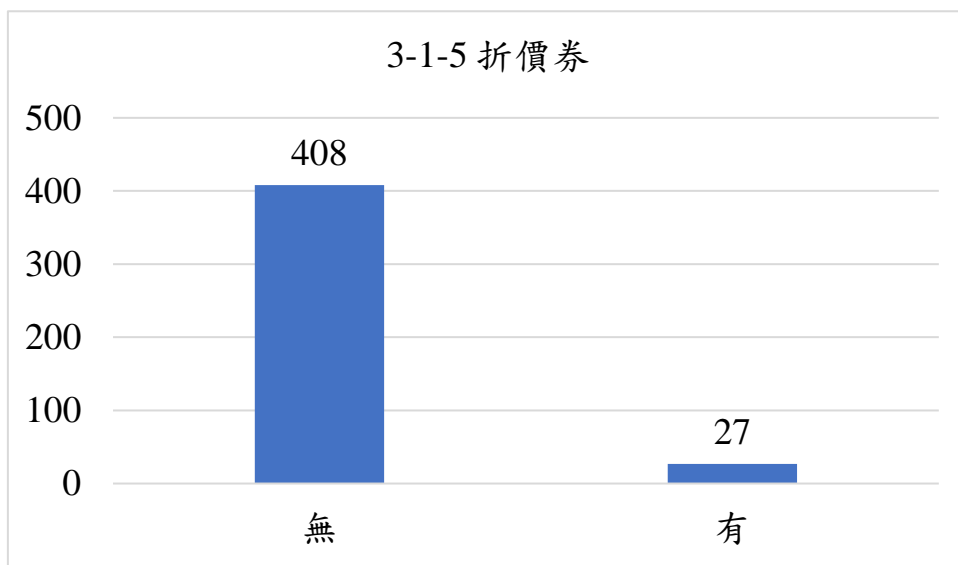
圖(73.6) 3-1-4 圓餅圖

3-1-5 折價券

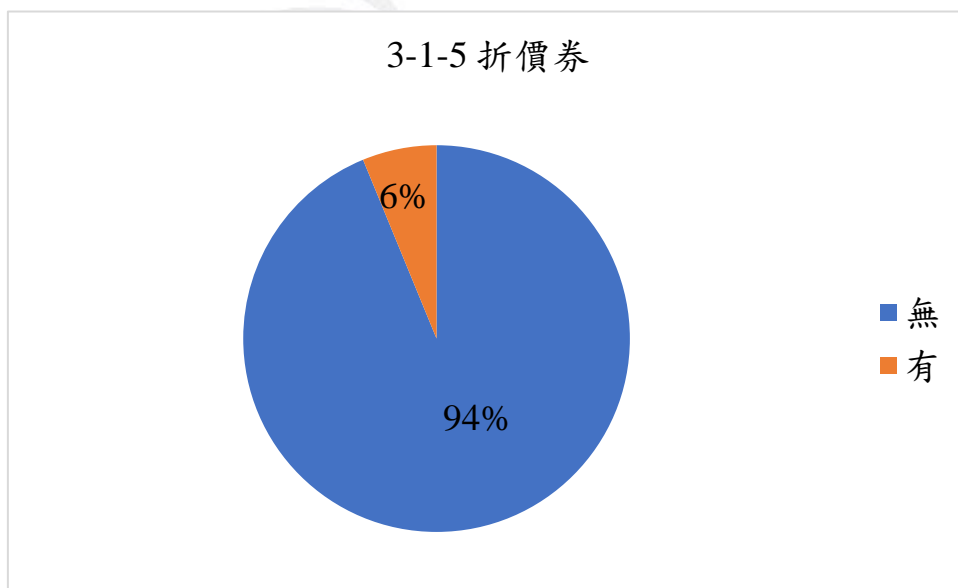
在調查的 435 位受訪者中，曾使用網路搜尋折價券的占 6% (27 位)，不曾使用的占 94% (408 位)。次數分配如表(40.4)所示，而圖(73.7)與圖(73.8)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(40.4) 3-1-5 次數表

3-1-5 折價券				
無	有	總和	遺漏數量	無效數量
408	27	435	14	1



圖(73.7) 3-1-5 次數長條圖



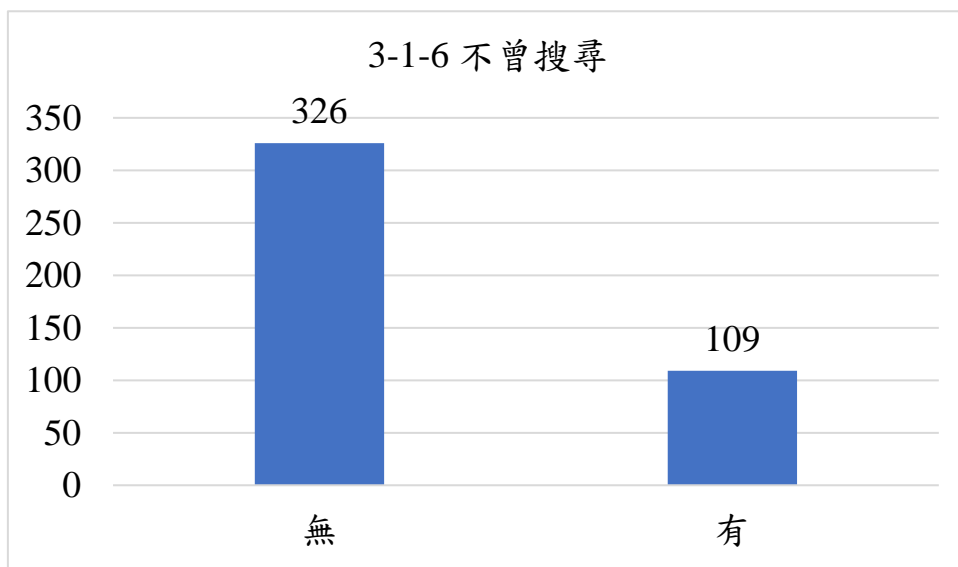
圖(73.8) 3-1-5 圓餅圖

3-1-6 不曾搜尋

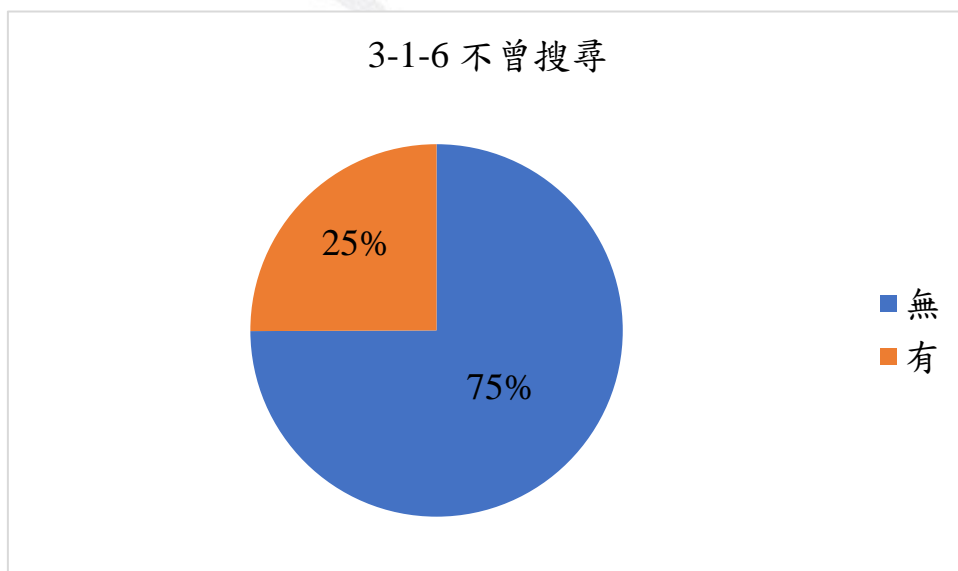
在調查的 435 位受訪者中，受訪者有不曾使用網路搜尋逢甲商圈的相關資訊者占 25% (109 位)，。次數分配如表(40.5)所示，而圖(73.9)與圖(73.10)分別為此題長條圖與圓餅圖。

表(40.5) 3-1-6 次數表

3-1-6 不曾搜尋				
無	有	總和	遺漏數量	無效數量
326	109	435	14	1



圖(73.9) 3-1-6 次數長條圖



圖(73.10) 3-1-6 圓餅圖

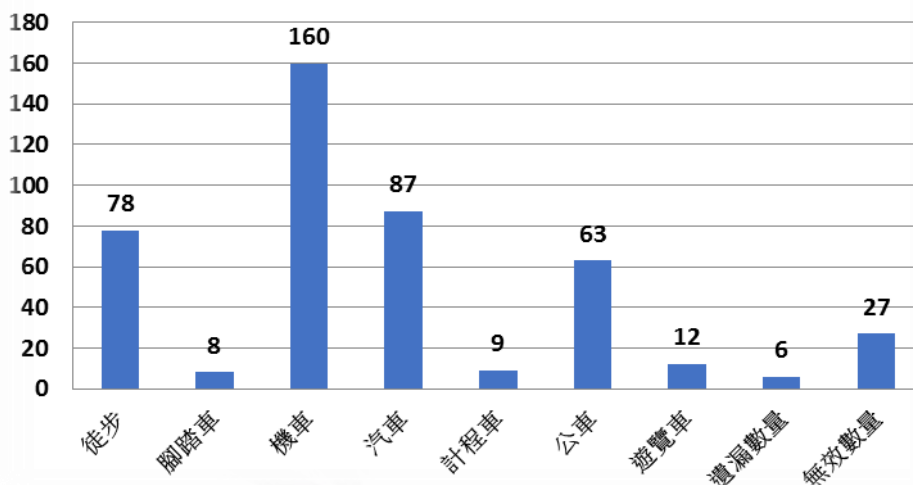
3-2 您這次到逢甲商圈的交通工具為何？

本次調查的 417 受訪者中，有 36% (160 位) 騎機車至逢甲商圈；有 19% (87 位) 開車至逢甲商圈；有 17% (78 位) 選擇以徒步的方式前往逢甲商圈。次數分配如表(41)所示，而圖(74)與圖(75)分別為此題長條圖與圓餅圖。

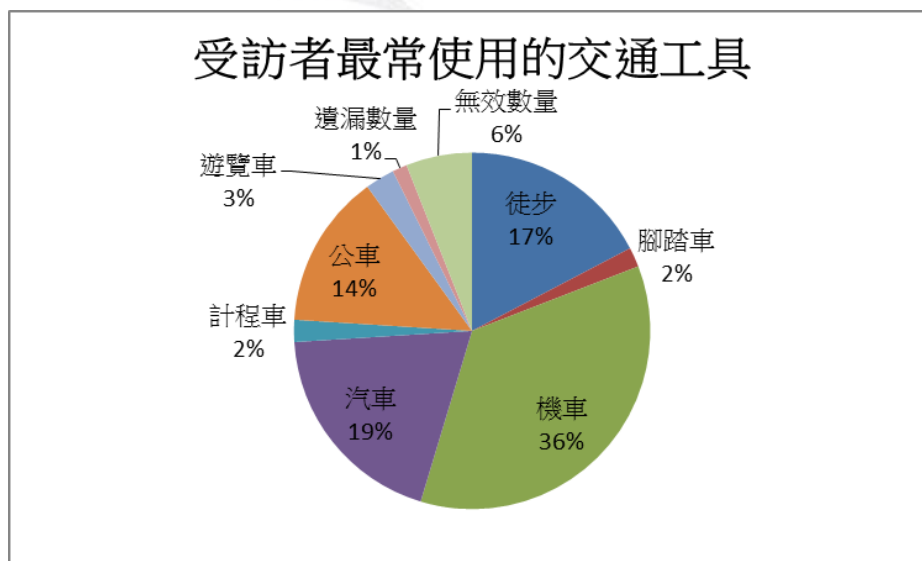
表(41) 受訪者至逢甲商圈使用的交通工具次數表

3-2 受訪者至逢甲商圈使用的交通工具								
徒步	腳踏車	機車	汽車	計程車	公車	遊覽車	遺漏數量	無效數量
78	8	160	87	9	63	12	6	27
17%	2%	36%	19%	2%	14%	3%	1%	6%

受訪者最常使用的交通工具



圖(74) 受訪者至逢甲商圈使用的交通工具長條圖



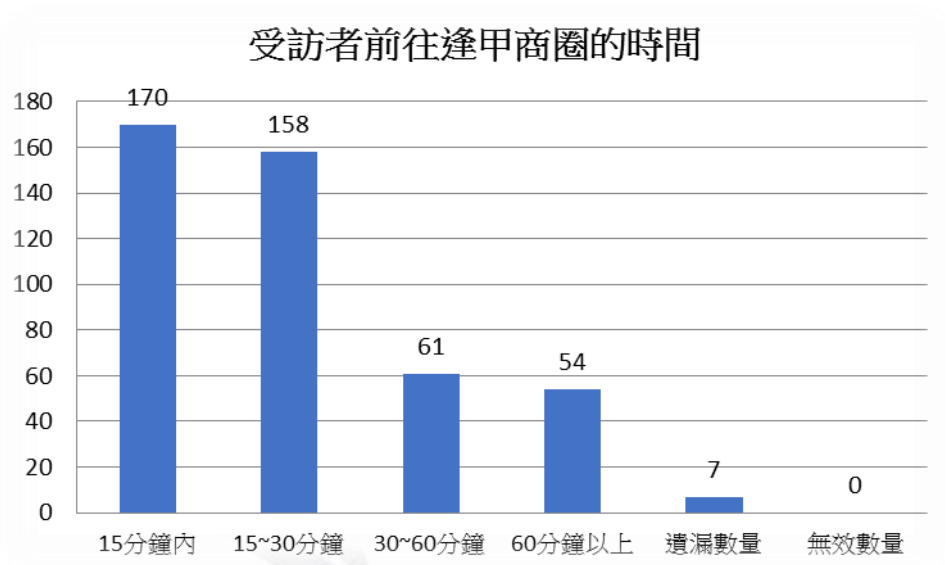
圖(75) 受訪者至逢甲商圈使用的交通工具圓餅圖

3-3 您這次到逢甲商圈大約花多少交通時間？

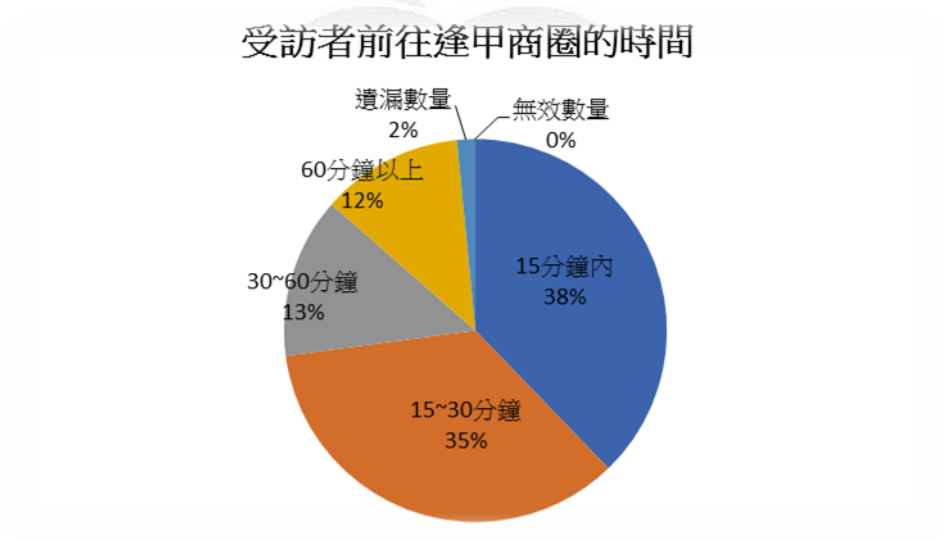
本次調查的 443 位受訪者中，有 38% (170 位) 花費 15 分鐘以內抵達逢甲商圈，其次有 37% (164 位) 花費 15~30 分鐘抵達逢甲商圈。次數分配如表(42)所示，而圖(76)與圖(77)分別為此題長條圖及圓餅圖。

表(42) 受訪者花多久時間至逢甲商圈次數表

3-3 受訪者花多久時間至逢甲商圈					
15 分鐘內	15~30 分鐘	30~60 分鐘	60 分鐘以上	遺漏數量	無效數量
170	158	61	54	7	0
38%	35%	13%	12%	2%	



圖(76) 受訪者花多久時間至逢甲商圈長條圖



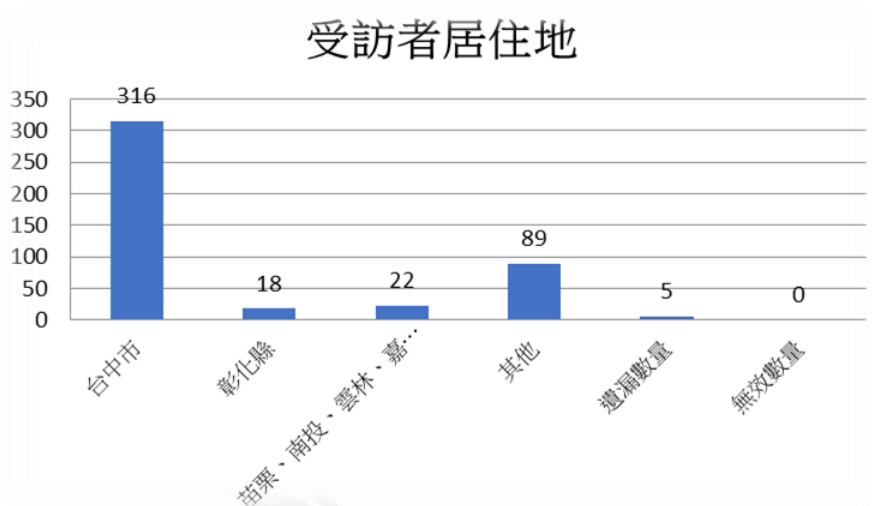
圖(77) 受訪者花多久時間至逢甲商圈圓餅圖

3-4 您目前的居住地(非戶籍地)是哪個縣市？

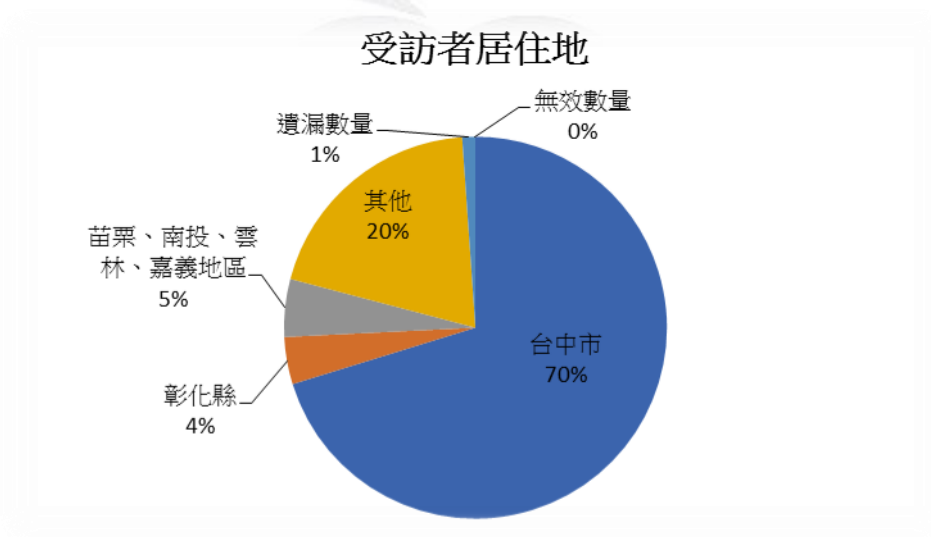
本次調查的 445 位受訪者中，目前的居住地(非戶籍的)為台中市的有 70% (316 位)，其次是來自其他地區的有 20% (89 位)。次數分配如表(43)所示，而圖(78)與圖(79)分別為此題長條圖及圓餅圖。

表(43) 受訪者居住地縣市次數表

3-4 受訪者居住地縣市						
台中市	彰化縣	苗栗、南投、雲林、嘉義地區	其他	總和	遺漏數量	無效數量
316	18	22	89	445	5	0
70%	4%	5%	20%	100%		



圖(78) 受訪者居住地縣市長條圖



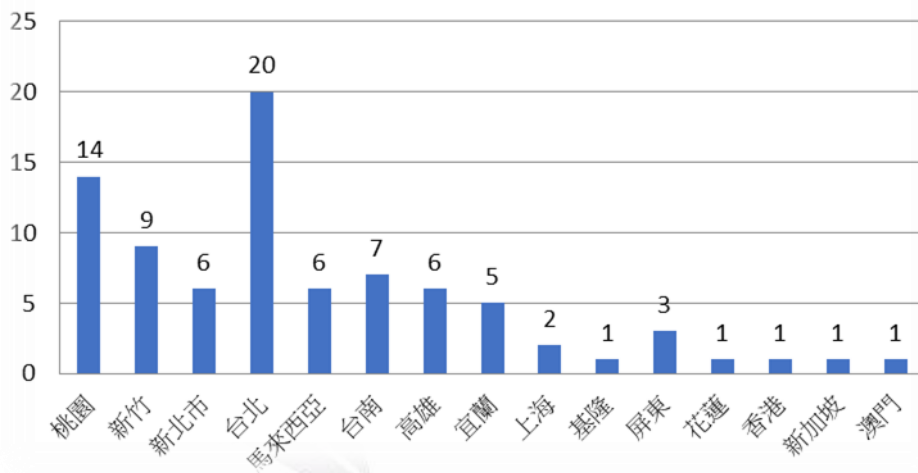
圖(79) 受訪者居住地縣市圓餅圖

著手調查的 450 位受訪者中，有 89 位是來自其他地區的居住地，其中，受訪者有 24% (20 位)來自台北市，其次是 17% (14 位)來自桃園市。次數分配如表(44)為受訪者目前的居住地中勾選其他的項目，而圖(80)與圖(81)分別為此題長條圖及圓餅圖。

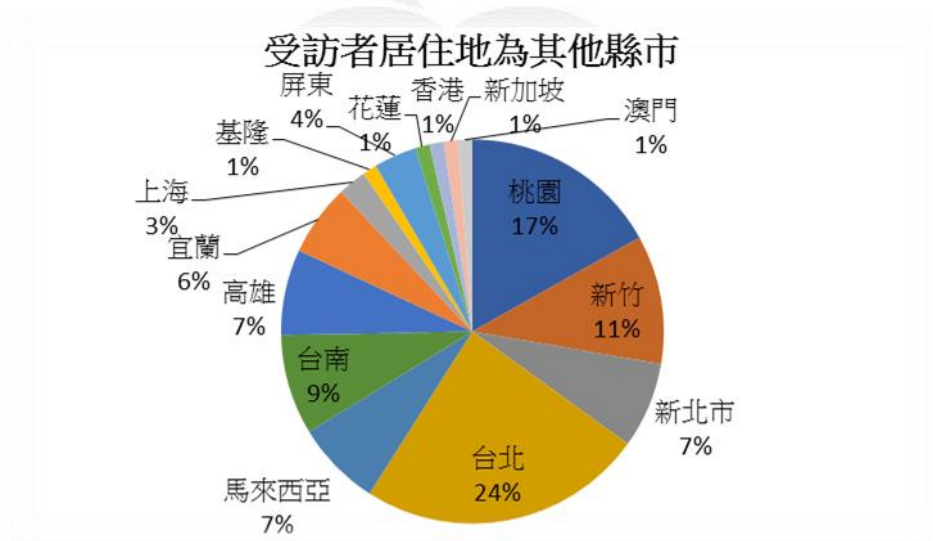
表(44) 受訪者居住其他縣市次數表

受訪者居住其他縣市				
桃園	新竹	新北市	台北	馬來西亞
14	9	6	20	6
台南	高雄	宜蘭	上海	基隆
7	6	5	2	1
屏東	花蓮	香港	新加坡	澳門
3	1	1	1	1

受訪者居地為其他縣市



圖(80) 受訪者居住其他縣市長條圖



圖(81) 受訪者居住其他縣市圓餅圖

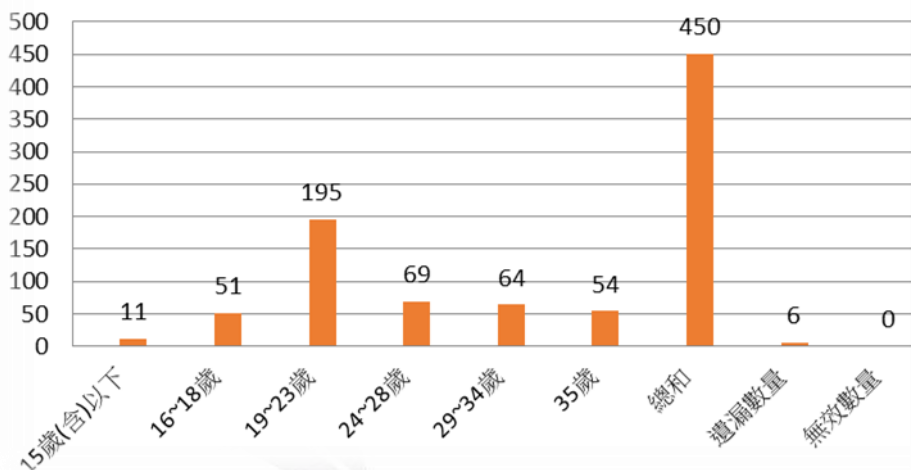
3-5 您的年齡為何？

本次調查的 444 位受訪者中，有 44% (195 位) 的年齡層介於 19~23 歲，其次是 15% (69 位) 的年齡層介於 24~28 歲。次數分配如表(45)所示，而圖(82)與圖(83)分別為此題長條圖及圓餅圖。

表(45) 受訪者年齡次數表

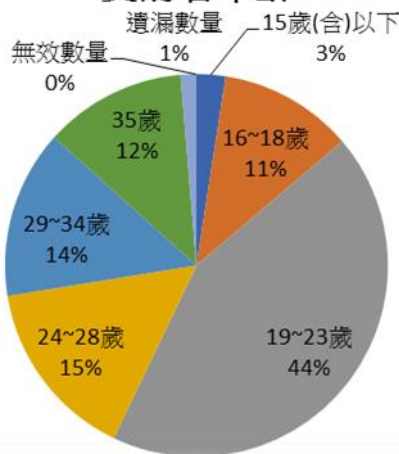
受訪者年齡								
15 歲(含)以下	16~18 歲	19~23 歲	24~28 歲	29~34 歲	35 歲以上	總和	遺漏數量	無效數量
11	51	195	69	64	54	444	6	0
3%	11%	44%	15%	14%	12%	100%		

受訪者年齡



圖(82) 受訪者年齡長條圖

受訪者年齡



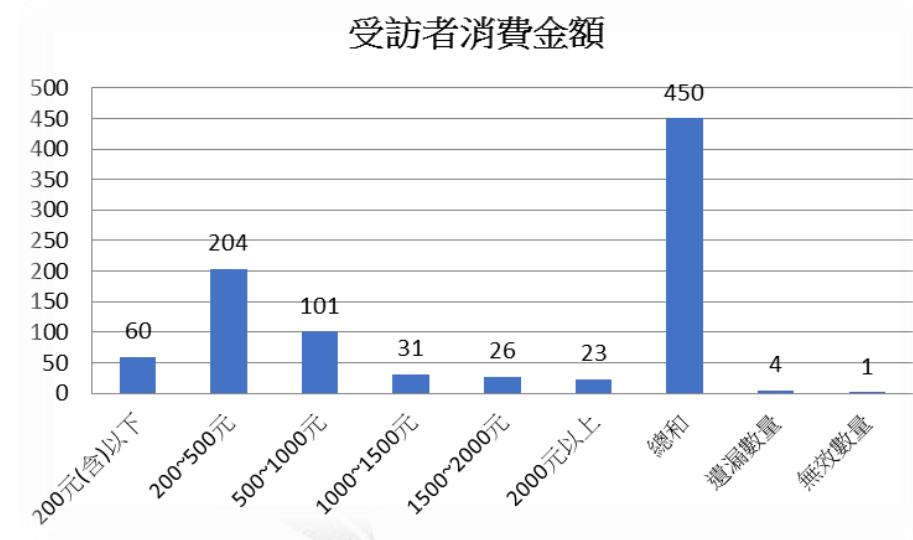
圖(83) 受訪者年齡圓餅圖

3-6 您每次到逢甲商圈大約花費約多少錢？

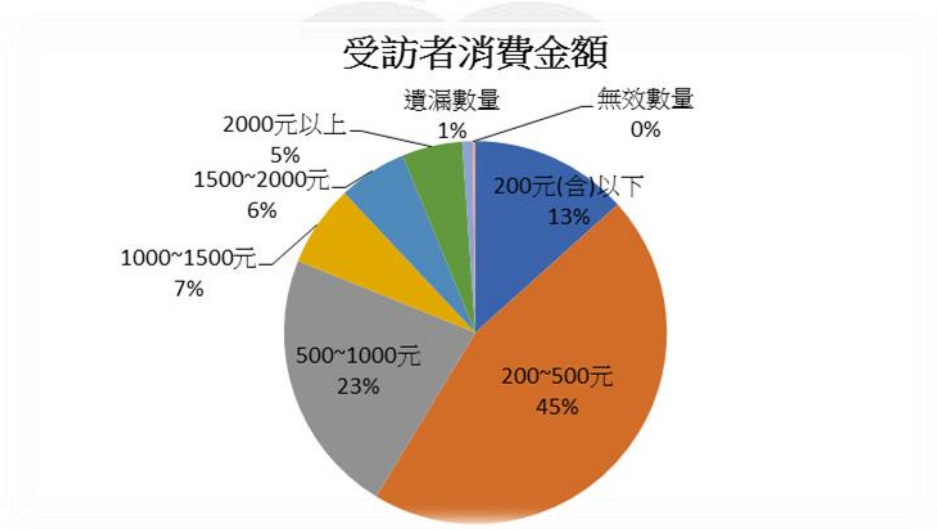
本次調查的 445 位受訪者中，有 45% (204 位)每次到逢甲商圈大約花費的價格最多落在 200~500 元，其次的花費價格是 500~1000 元約 23% (101 位)。次數分配如表(46)所示，而圖(84)與圖(85)分別為此題長條圖及圓餅圖。

表(46) 受訪者消費金額次數表

受訪者消費金額								
200 元(含)以下	200~500 元	500~1000 元	1000~1500 元	1500~2000 元	2000 元以上	總和	遺漏數量	無效數量
60	204	101	31	26	23	445	4	1
13%	45%	23%	7%	6%	5%	100%		



圖(84) 受訪者消費金額長條圖



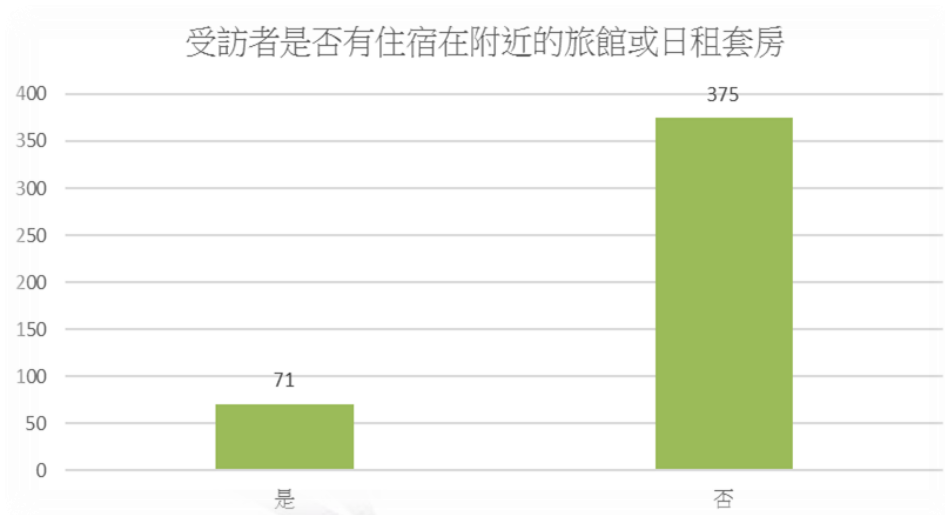
圖(85) 受訪者消費金額圓餅圖

3-7-1 您這次到逢甲商圈是否有住宿在附近的旅館或日租套房？

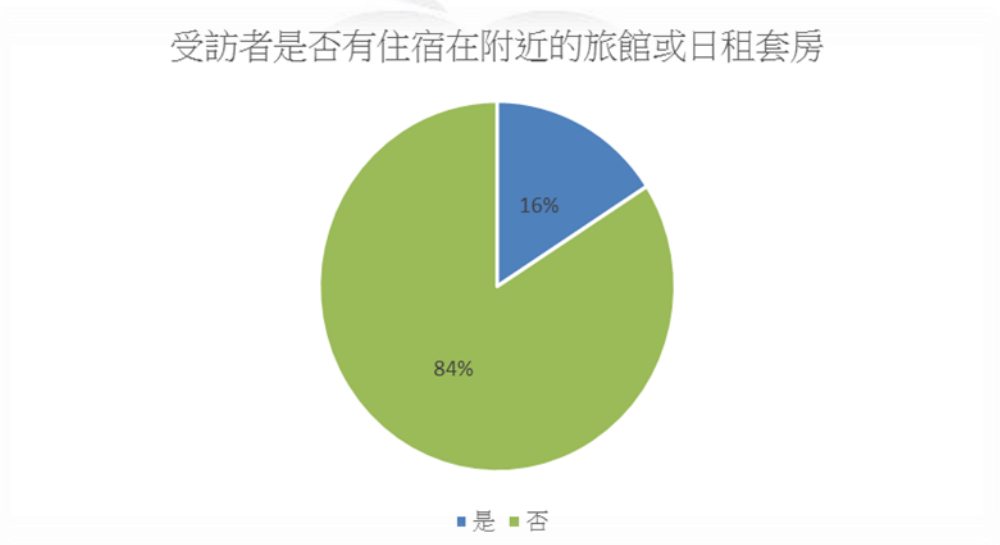
本次調查的446位受訪者中，這次到逢甲商圈有住宿在附近的旅館或日租套房的有16% (71位)，而沒有的占84% (375位)。次數分配如表(47)所示，而圖(86)與圖(87)分別為此題長條圖及圓餅圖。

表(47) 受訪者是否有住宿在附近的旅館或日租套房次數表

3-7-1 受訪者是否有住宿在附近的旅館或日租套房				
是	否	總和	遺漏人數	無效人數
71	375	446	4	0
16%	84%	100%		



圖(86) 受訪者是否有住宿在附近的旅館或日租套房長條圖



圖(87) 受訪者是否有住宿在附近的旅館或日租套房圓餅圖

3-7-2 有住宿在附近的旅館或日租套房地點

有住宿在附近的旅館或日租套房 68 位受訪者中，有 44% (30 位)都住在其他旅館，其次有 18% (12 位)住文華道會館。次數分配如表(48)所示。

表(48) 受訪者住宿地點次數表

3-7-2 住宿地點											
文華道會館	星享道酒店	碧根行館	黎客商旅	台中商旅	拓程商旅	原德飯店	其他旅館	日租套房	總和	遺漏人數	無效人數
12	5	1	1	3	2	1	30	13	68	5	1
18%	8%	1%	1%	5%	3%	1%	44%	19%	100%		

而其中 44% (30 位)住宿在其他旅館如表(49)所示。

表(49) 受訪者住宿其他旅館次數表

3-7-2_9 其他旅館											
ICASA	Mini hotel	天使姊姊	民宿	回行旅	有張床	米樂	希提	沐旅	奇異果	林酒店	威尼斯
1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1
逢甲小乖乖	逢甲好棧	逢甲微笑	逢甲商旅	逢甲嘟嘟	富盛商旅	雲河	葉綠宿	福星	總和	遺漏人數	無效人數
1	1	1	2	1	2	1	1	2	26	9	0

有 11 人住宿在日租套房，單日費用平均約台幣 1472 元，如表(50)所示。

表(50) 受訪者住宿日租套房單日費用次數表

3-7-2_10 日租套房											
500	780	1000	1100	1130	1800	2000	2480	3400	總和	遺漏人數	無效人數
1	1	3	1	1	1	1	1	1	11	8	0
平均：1472 元											

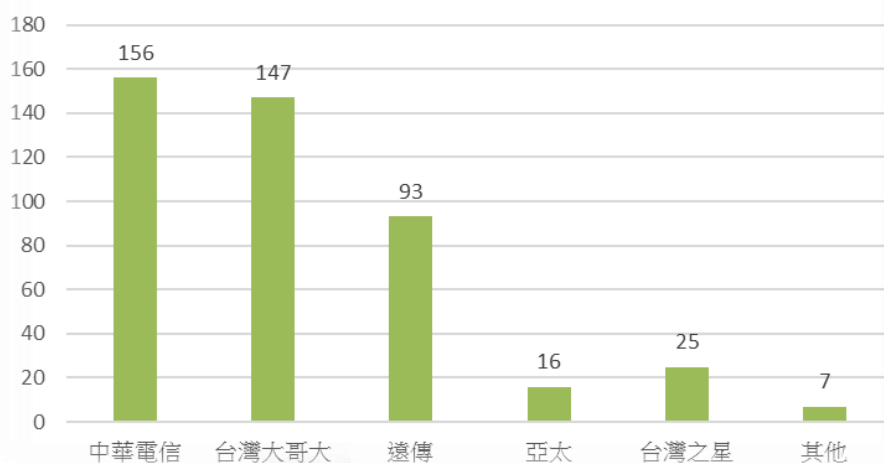
3-8 您目前最常使用的手機電信業者

本次調查的444位受訪者中，最常使用的手機電信業者最多的是中華電信有35% (156位)，其次是使用台灣大哥大的有33% (147位)。次數分配如表(51)所示，而圖(88)與圖(89)分別為此題長條圖及圓餅圖。

表(51) 受訪者最常使用的手機電信業者次數表

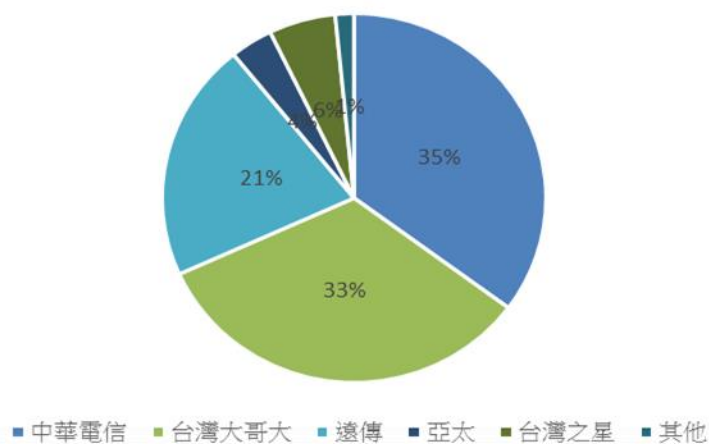
3-8 受訪者最常使用的手機電信業者								
中華電信	台灣大哥大	遠傳	亞太	台灣之星	其他	總和	遺漏人數	無效人數
156	147	93	16	25	7	444	4	2
35%	33%	21%	4%	6%	1%	100%		

3_8受訪者目前最常使用的手機電信業者



圖(88) 受訪者最常使用的手機電信業者長條圖

3_8受訪者目前最常使用的手機電信業者



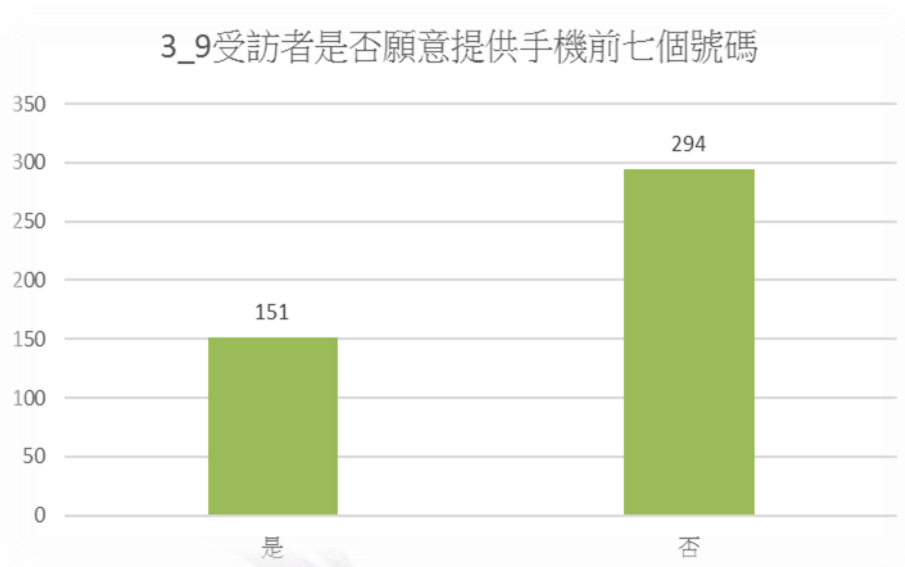
圖(89) 受訪者最常使用的手機電信業者圓餅圖

3-9 您是否願意提供手機前七個號碼？

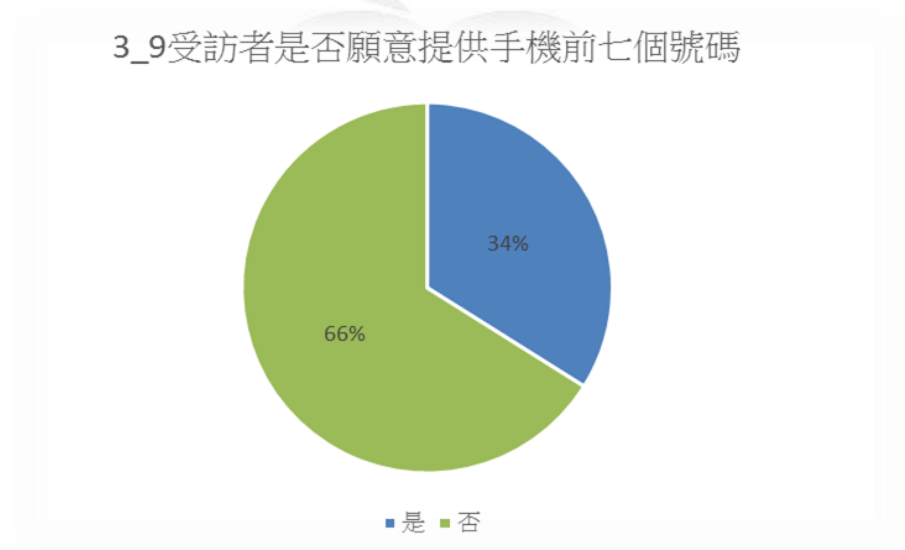
本次調查的445位受訪者中，有66% (294位)不願意提供手機前七個號碼，而受訪者當中有34% (151位)提供了手機前七個號碼。次數分配如表(52)所示，而圖(90)與圖(91)分別為此題長條圖及圓餅圖。

表(52) 受訪者是否願意提供手機前七碼次數表

3-9 受訪者是否願意提供手機前七碼				
是	否	總和	遺漏人數	無效人數
151	294	445	5	0
34%	66%	100%		



圖(90) 受訪者是否願意提供手機前七碼長條圖



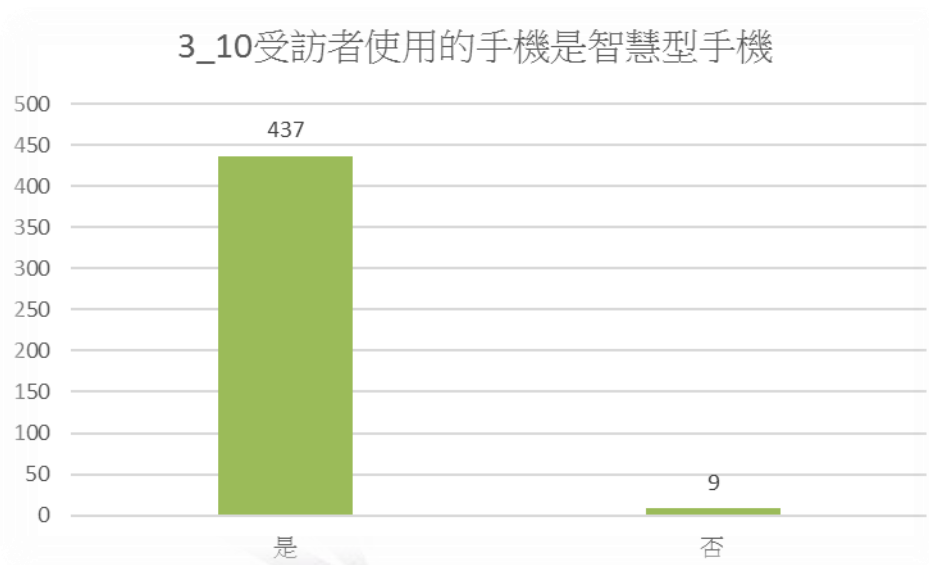
圖(91) 受訪者是否願意提供手機前七碼圓餅圖

3-10 請問您使用的手機是智慧型手機嗎？

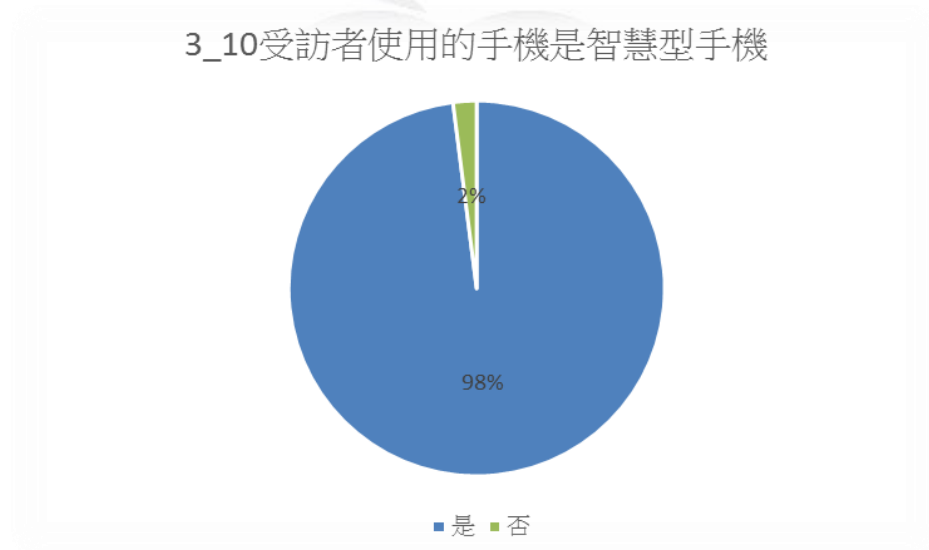
本次調查的446位受訪者中，使用智慧型手機有98% (437位)，不是使用智慧型手機有2% (9位)。次數分配如表(53)所示，而圖(92)與圖(93)分別為此題長條圖及圓餅圖。

表(53) 受訪者使用的手機是智慧型手機次數表

3-10 受訪者使用的手機是智慧型手機				
是	否	總和	遺漏人數	無效人數
437	9	446	4	0
98%	2%	100%		



圖(92) 受訪者使用的手機是智慧型手機長條圖



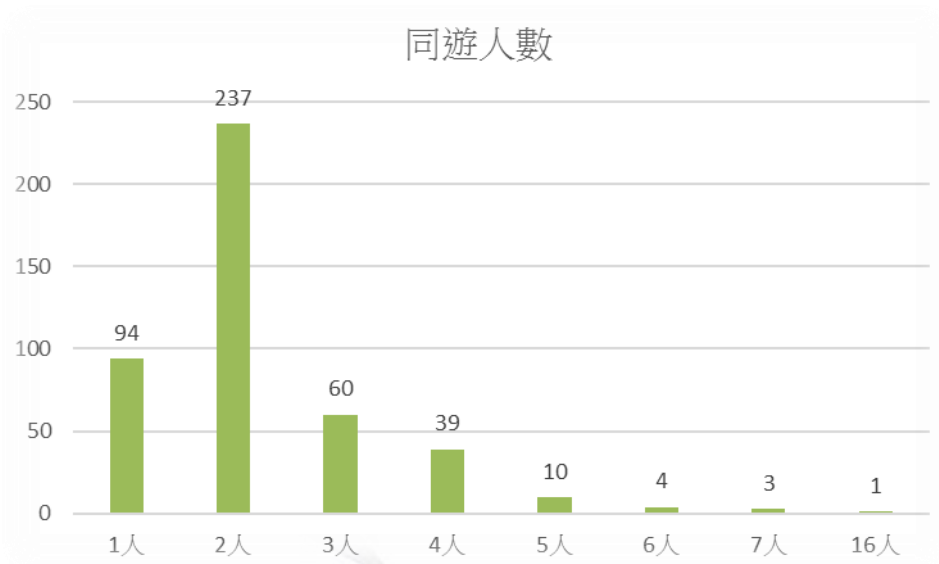
圖(93) 受訪者使用的手機是智慧型手機圓餅圖

受訪者同遊人數(含受訪者)

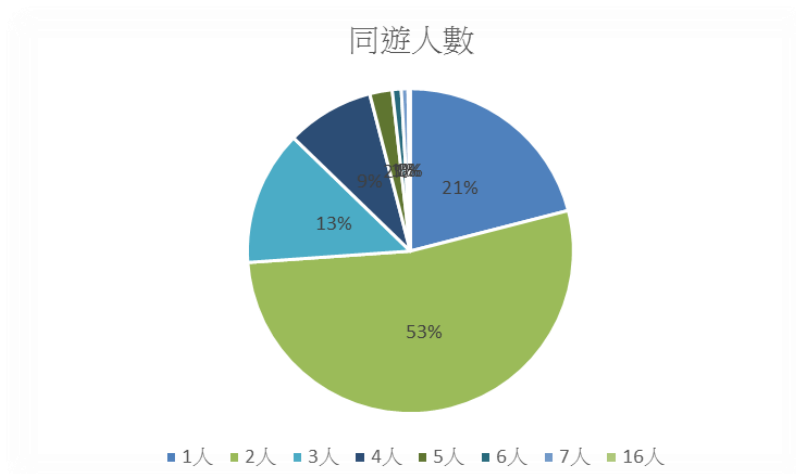
在448位受訪者中，當日同遊人數以2人同遊有53% (237位)居多，其次為1人21% (94位)。受訪者同遊人數(含受訪者)次數分配如表(54)，而圖(94)與圖(95)分別為此題長條圖及圓餅圖。

表(54) 受訪者同遊人數(含受訪者)次數表

同遊人數										
1人	2人	3人	4人	5人	6人	7人	16人	總和	遺漏人數	無效人數
94	237	60	39	10	4	3	1	448	2	0
21%	53%	13%	9%	2%	1%	1%	0%	100%		



圖(94) 受訪者同遊人數(含受訪者)長條圖



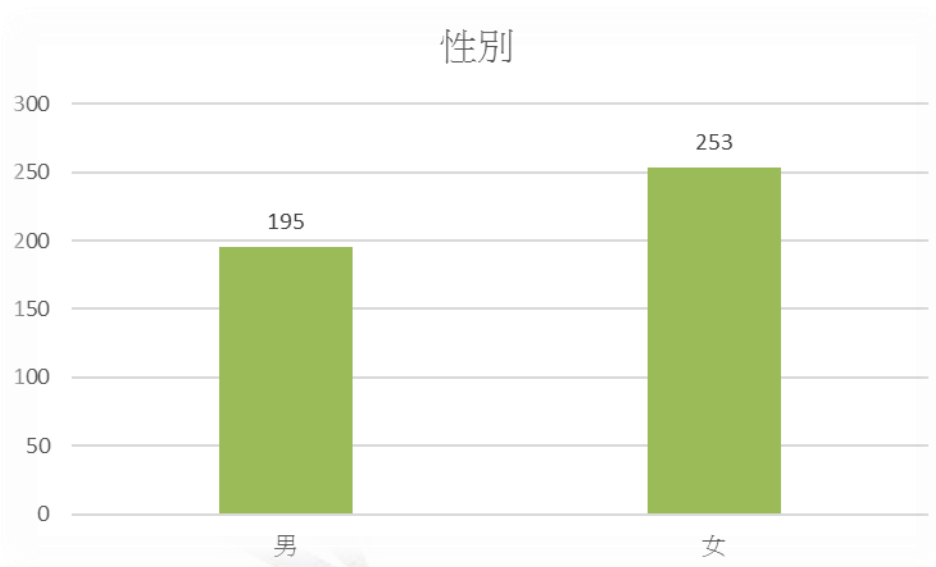
圖(95) 受訪者同遊人數(含受訪者)圓餅圖

受訪者性別

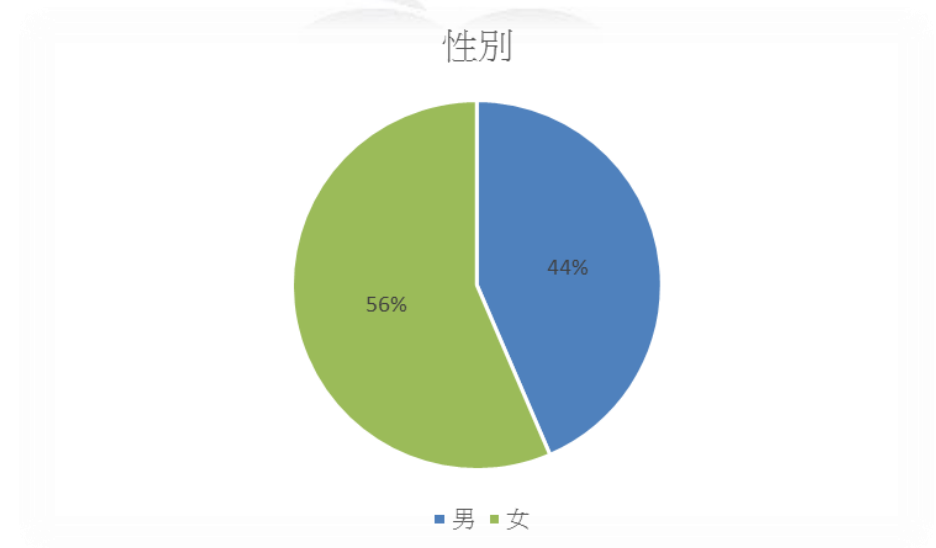
在問卷調查的448位受訪者中，男性有44% (195位)，女性有56% (253位)。次數分配如表(55)所示，而圖(96)與圖(97)分別為此題長條圖及圓餅圖。

表(55) 受訪者性別次數表

		性別		
男	女	總和	遺漏人數	無效人數
195	253	448	2	0
44%	56%	100%		



圖(96) 受訪者性別長條圖



圖(97) 受訪者性別圓餅圖

第三節、主成分分析及信度分析

主成分分析

主成分分析(principle components analysis)是透過座標系統的直交轉軸，由互依變數的線性組合，形成新的變數。

新變數的總變異數不變且之間彼此不相關。

變異數愈大的新變數，解釋(分辨)資料的能力愈強。

新變數的個數 m 通常會少於原來的變數個數 p ，($m < p$)。所以主成分分析是「資料簡化」或維度簡化的方法。

在選取主成分分析上我們基本以：

- (1) 特徵性-變數變異大於 1 時代表很重要，可以保留，小於 1 時，就代表不重要。
- (2) 陡坡圖-來做判定特徵值最適切的因子個數。

Kaiser-Meyer-Olkin(KMO)檢定：檢定資料是否適合進行主成份分析。KMO 值越大表示變數之間共同的因素越多，越適合進行分析。

其計算公式為：
$$KMO = \frac{\sum_{i \neq j} r_{ij}^2}{\sum_{i \neq j} r_{ij}^2 + \sum_{i \neq j} a_{ij}^2}$$

r_{ij}^2 為相關係數； a_{ij}^2 為淨相關係數

淨相關係數：分析變數之間是否有因果關係。

以相關分析的形式，從共變項分析反映樣本數是否足夠，區間為 0~1，以大於 0.6 為宜。

0.6 的意思，就是其平方值為 0.36，解釋力為 3 分之一。

Bartlett 球型檢定：檢定資料是否適合進行主成份分析。

類似卡方分析概念，如果各項目落點平均分配（像球型），即不顯著，就是缺乏因素間的獨立互斥。所以本項檢定必須顯著才可通過。

H_0 ： $\sigma_1^2 = \sigma_2^2 = \sigma_3^2 = \dots = \sigma_n^2 = \sigma^2$

H_a ：其中至少有兩個變數不相等

信度分析

1. 信度的意義：所謂信度是衡量沒有誤差的程度，也是測驗結果的一致性(consistency) 程度，信度是以衡量的變異理論為基礎。

L.J.Cronbach另創 α 係數，其公式如下：

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{\sum S_i^2}{\sum S_i^2 + 2 \sum \sum S_{ij}} \right]$$

α ：為估計的信度

K：測驗的總題數

S_i^2 ：測驗的總變異數

S_{ij} ：題目與另一題目之共變數

2. 每個因素構面針對其所屬問卷題目，執行計算Cronbach's α 係數，一般而言，該係數高於0.7為佳($\alpha > 0.7$ 代表高信度； $0.7 < \alpha < 0.5$ 為尚可接受； $\alpha < 0.35$ 必須予以拒絕)。

※將第一部分全部共14題題目進行主成分分析：

在分析上，選擇第一部分共 14 題來做主成分分析，並刪除無效、不適用漏答之問卷，有效問卷為 435 分，下列為 14 題的項目。

在進行種成分分析上利用了 SPSS 軟體來產生報表，並對報表結果加以說明解釋。

- 1_1 商品具獨特性
- 1_2 商品具多樣化
- 1_3 商品價格低廉
- 1_4 商品品質可靠
- 1_5 商品款式新潮
- 1_6 商家服務態度親切
- 1_7 商家提供售後服務
- 1_8 食物便宜
- 1_9 食物好吃
- 1_10 食物乾淨衛生
- 1_11 排隊購物井然有序
- 1_12 停車方便
- 1_13 整體印象良好
- 1_14 有再次前來消費的意願

1. KMO 與 Bartlett 檢定以及共同性

表(56) KMO 與 Bartlett 檢定表

Kaiser-Meyer-Olkin 測量取樣適當性。	.913
Bartlett 的球形檢定	大約 卡方
	Df
	顯著性
	2698.304
	91
	.000

在問卷的第一部分項目共 14 題做 KMO 和 Bartlett 檢定。KMO 為 0.913，而根據上表資料顯示其平方值為 0.8336，具有 8 成以上的解釋力，代表具有高度的解釋力。Bartlett 的球形檢定以顯著性分析，根據上述資料，只要顯著性小於 $\alpha = 0.05$ ，就代表有相關性，因此判定適合用來做主成分分析。

表(57) 第一部分共同性分析

	起始	擷取
商品具獨特性	1.000	.634
商品具多樣化	1.000	.735
商品價格低廉	1.000	.711
商品品質可靠	1.000	.613
商品款式新潮	1.000	.501
商家服務態度親切	1.000	.481
商家提供售後服務	1.000	.560
食物便宜	1.000	.621
食物好吃	1.000	.538
食物乾淨衛生	1.000	.630
排隊購物井然有序	1.000	.572
停車方便	1.000	.593
整體印象良好	1.000	.742
有再次前來消費的意願	1.000	.658

擷取方法：主體元件分析。

共同性即是項目可貢獻的因素程度，由上表可看出最高貢獻度為「1-13 整體印象良好」萃取出 0.742。

2. 解說變異量表

表(58) 解說變異量表

元件	起始特徵值			擷取平方和載入			循環平方和載入		
	總計	變異的 %	累加 %	總計	變異的 %	累加 %	總計	變異的 %	累加 %
1	6.286	44.898	44.898	6.286	44.898	44.898	3.169	22.636	22.636
2	1.305	9.323	54.221	1.305	9.323	54.221	2.949	21.066	43.702
3	.997	7.125	61.346	.997	7.125	61.346	2.470	17.643	61.346
4	.821	5.867	67.213						
5	.658	4.699	71.912						
6	.605	4.321	76.233						
7	.589	4.210	80.443						
8	.525	3.747	84.190						
9	.474	3.383	87.573						
10	.425	3.035	90.608						
11	.395	2.823	93.431						
12	.356	2.541	95.972						
13	.310	2.217	98.189						
14	.254	1.811	100.000						

擷取方法：主體元件分析。

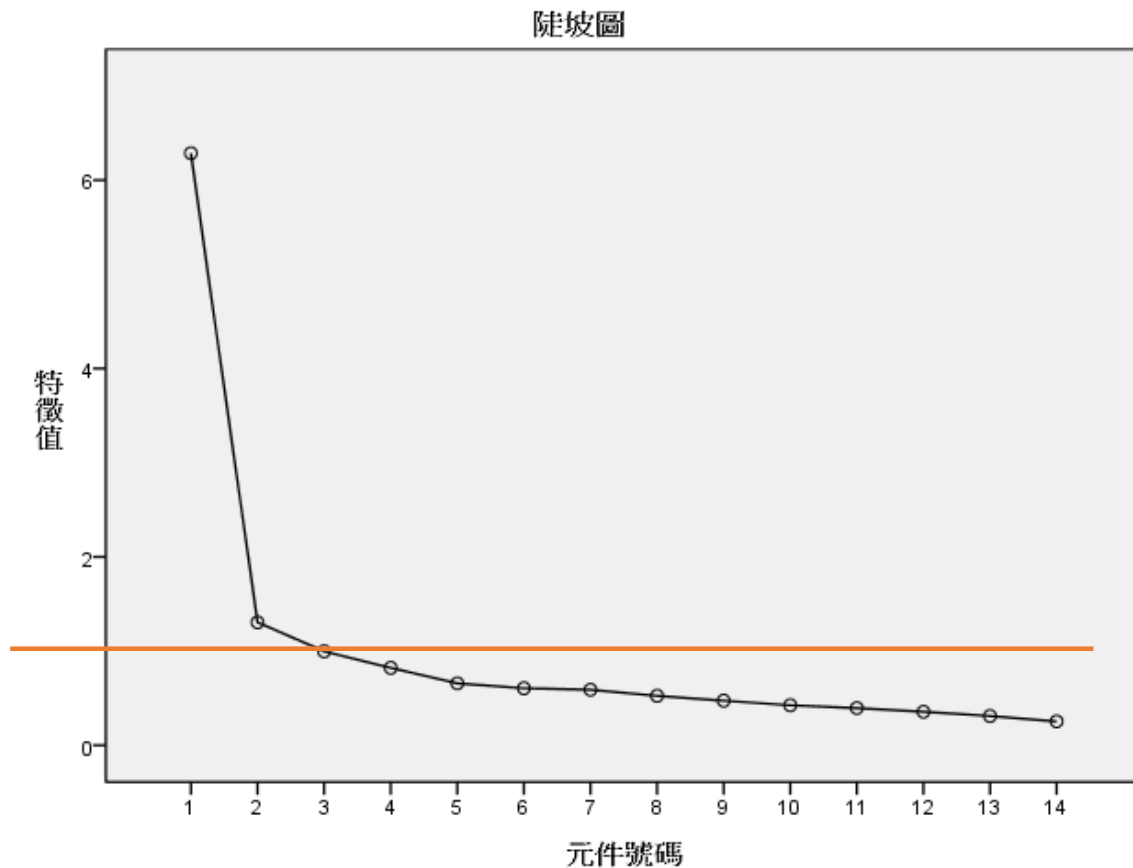
根據解說變異量，來進行因素的取捨。

解說變異量：平方和負荷量即判定係數。

變異數的%：反映各因素可解釋總變異量的百分比。

可以根據表(58)資料顯示，平方和負荷量明顯選取到第三個因素。第一個因子變異量為44.898%依次累加到第三個因子其解釋總能力到達61.346%，雖第三個因子特徵值不到1但0.997趨近1，也將其納入，共解釋了資料中6成以上的變異性。

3. 陡坡圖



圖(98) 陡坡圖

以陡坡圖而言，當陡度明顯趨緩時就可以停止選擇變數，可看出到陡坡圖的第三個成分後下降幅度就趨緩小於特徵值=1，因此選取到第三個因素。

4. 旋轉成分矩陣表

表(59) 旋轉成分矩陣表

	元件		
	1	2	3
停車方便	.752	.147	.073
整體印象良好	.749	.211	.370
排隊購物井然有序	.693	.303	-.017
食物乾淨衛生	.621	.477	.128
有再次前來消費的意願	.604	.054	.536
食物好吃	.488	.415	.357
商品價格低廉	.052	.793	.282
食物便宜	.259	.733	.129
商品品質可靠	.297	.644	.332
商家提供售後服務	.446	.576	.169
商家服務態度親切	.386	.526	.234
商品具多樣化	.087	.146	.840
商品具獨特性	.061	.317	.728
商品款式新潮	.238	.276	.607

根據上表旋轉過後的成分矩陣做分析，主要選擇為每個項目成分數值最高的(0.5以上)來進行歸類，在這邊第三因素構面中也出現「有再次前來消費的意願」此變數，但因為在第一構因素面中已出現且成分數值較第三因素構面高，因此第三因素構面將不再討論。

5. 統整歸類

表(60) 統整三因素表

因素構面	因素負荷量
因素一：環境與衛生因素	
停車方便	0.752
整體印象良好	0.749
排隊購物井然有序	0.693
食物乾淨衛生	0.621
有再次前來消費的意願	0.604
因素二：價格與售服因素	
商品價格低廉	0.793
食物便宜	0.733
商品品質可靠	0.644
商家提供售後服務	0.576
商家服務態度親切	0.526
因素三：商品因素	
商品具多樣化	0.840
商品具獨特性	0.728
商品款式新潮	0.607

- 因素一主要是由「停車方便」、「整體印象良好」、「排隊購物井然有序」、「食物乾淨衛生」、「有再次前來消費的意願」，五個相關係數較高的變數組成，因素負荷量介於0.6~0.8之間，由於變數間與環境和整潔衛生較相關，因此因素命名為「環境與衛生因素」。
- 因素二主要是由「商品價格低廉」、「食物便宜」、「商品品質可靠」、「商家提供售後服務」、「商家服務態度親切」，五個相關係數較高的變數組成，因素負荷量介於0.5~0.8之間，由於變數間與價格和售後服務相關，因此因素命名為「價格與售服因素」。
- 因素三主要是由「商品具多樣化」、「商品具獨特性」、「商品款式新潮」，三個相關係數較高的變數組成，因素負荷量介於0.6~0.85之間，由於變數間與商品相關，因此因素命名為「商品因素」。

這三個因素的解釋能力分別為44.898%、9.323%與7.125%，其中因素一「環境與衛生因素」的解釋能力最高，遠遠高於因素二和因素三，因此商家可以根據第一因素內的五個變數來作為參照，藉以增加自己的生意。

※將第一部分全部共14題題目進行信度分析：

表(61) 第一部分全部變數可靠性統計資料

Cronbach 的 Alpha	項目個數
.900	14

由上表可以看到 $\alpha = 0.900$ ，代表十四道題目測量結果之內部一致性具高可信度。

表(62) 全項目總計統計資料表

	尺度平均 數（如果 項目已刪 除）	尺度變異數 （如果項目 已刪除）	更正後項目 總數相關	Cronbach 的 Alpha（如果 項目已刪 除）
商品具獨特性	55.06	86.909	.518	.896
商品具多樣化	54.50	88.923	.486	.897
商品價格低廉	55.44	85.468	.586	.893
商品品質可靠	55.43	85.112	.680	.890
商品款式新潮	54.78	88.062	.548	.895
商家服務態度親切	54.92	87.103	.605	.893
商家提供售後服務	55.57	83.762	.647	.891
食物便宜	55.36	83.894	.600	.893
食物好吃	54.71	85.934	.668	.890
食物乾淨衛生	55.49	84.237	.680	.889
排隊購物井然有序	55.40	85.194	.541	.896
停車方便	56.42	83.041	.521	.898
整體印象良好	54.85	85.625	.722	.889
有再次前來消費的 意願	54.46	87.244	.599	.893

由上表可以看到即使刪除任何一個變數都無法使 α 係數提高，表示這些題目的信度水準是相當好的，代表一致性很高且屬於穩定、可靠的。

※接下來再將刪減維度後的每一構面之變數做各構面之信度分析：

1. 第一主成分信度分析

表(63) 可靠性統計資料表

Cronbach 的 Alpha	項目個數
.810	5

因素一主要是由「停車方便」、「整體印象良好」、「排隊購物井然有序」、「食物乾淨衛生」、「有再次前來消費的意願」組成，由上表得到因素一之 $\alpha = 0.810$ ， $\alpha > 0.7$ 為佳，代表高信度。

表(64) 因素一項目統計資料表

	尺度平均數 (如果項目已刪除)	尺度變異數 (如果項目已刪除)	更正後項目總數相關	Cronbach 的 Alpha (如果項目已刪除)
停車方便	17.46	10.659	.578	.793
整體印象良好	15.89	12.530	.733	.745
排隊購物井然有序	16.44	11.795	.587	.778
食物乾淨衛生	16.53	12.254	.633	.764
有再次前來消費的意願	15.50	13.476	.541	.791

上表為若該項目刪除後的信度分析，刪除任何一個項目將會使信度降低，因此所有項目皆保留。

2. 第二主成分信度分析

表(65) 可靠性統計資料表

Cronbach 的 Alpha	項目個數
.818	5

因素二主要是由「商品價格低廉」、「食物便宜」、「商品品質可靠」、「商家提供售後服務」、「商家服務態度親切」所組成，由上表得到因素二之 $\alpha = 0.818$ ， $\alpha > 0.7$ 為佳，代表高信度。

表(66) 因素二項目統計資料表

	尺度平均 數 (如果 項目已刪 除)	尺度變異數 (如果項目 已刪除)	更正後項目 總數相關	Cronbach 的 Alpha (如果 項目已刪 除)
商品價格低廉	16.37	11.212	.634	.775
食物便宜	16.29	10.825	.606	.786
商品品質可靠	16.36	11.706	.645	.774
商家服務態度親切	15.86	12.431	.571	.795
商家提供售後服務	16.50	11.149	.608	.784

上表為若該項目刪除後的信度分析，刪除任何一個項目將會使信度降低，因此所有項目皆保留。

3. 第三主成分信度分析

表(67) 可靠性統計資料表

Cronbach 的 Alpha	項目個數
.730	3

因素三主要是由「商品具多樣化」、「商品具獨特性」、「商品款式新潮」組成，由上表得到因素三之 $\alpha = 0.730$ ， $\alpha > 0.7$ 為佳，代表高信度。

表(68) 因素三項目統計資料表

	尺度平均 數 (如果 項目已刪 除)	尺度變異數 (如果項目 已刪除)	更正後項目 總數相關	Cronbach 的 Alpha (如果 項目已刪 除)
商品具獨特性	9.55	2.681	.561	.638
商品具多樣化	8.99	2.942	.610	.576
商品款式新潮	9.27	3.291	.496	.706

上表為若該項目刪除後的信度分析，刪除任何一個項目將會使信度降低，因此所有項目皆保留。

將主成分分析法所萃取的構面及其效度與信度整理如下表：

表(69) 因素構面及效度與信度整理表

因素構面	題號	衡量變數	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%	累積解釋變異量%	信度係數
因素一：環境與衛生因素	1-12	停車方便	0.752	6.286	44.898	44.898	0.810
	1-13	整體印象良好	0.749				
	1-11	排隊購物井然有序	0.693				
	1-10	食物乾淨衛生	0.621				
	1-14	有再次前來消費的意願	0.604				
因素二：價格與售服因素	1-3	商品價格低廉	0.793	1.305	9.323	54.221	0.818
	1-8	食物便宜	0.733				
	1-4	商品品質可靠	0.644				
	1-7	商家提供售後服務	0.576				
	1-6	商家服務態度親切	0.526				
因素三：商品因素	1-2	商品具多樣化	0.840	0.997	9.323	61.346	0.730
	1-1	商品具獨特性	0.728				
	1-5	商品款式新潮	0.607				

因素一到因素三之 α 係數皆大於0.7，因此因素一至因素三都是具有高度信度的。

第二部分第一大題主成分分析

將問卷中無效之問卷刪除，再進行以下分析，有效問卷為441分。

下列為第二部分第一題之題目：

- 2_1_a口味的獨特性
- 2_1_b包裝的獨特性
- 2_1_c話題性高
- 2_1_d排隊人潮多
- 2_1_e解膩解渴
- 2_1_f增加飽足感
- 2_1_g保健養身
- 2_1_h飲品新鮮度(現榨,現泡,現打...)
- 2_1_i店家服務態度良好
- 2_1_j店家環境整潔
- 2_1_k店家裝潢獨特
- 2_1_l網路或親友推薦

1.KMO與Bartlett檢定以及共同性

表(70) KMO與Bartlett檢定表

Kaiser-Meyer-Olkin 測量取樣適當性。		.869
Bartlett 的球形檢定	大約 卡方	2103.203
	df	66
	顯著性	.000

以問卷中第二部分的第一大題共 12 題做 KMO 和 Bartlett 檢定，表中顯示 KMO 為 0.869，平方為 0.76 代表代表變數間共同因素很多，具有 76% 的解釋能力。因此適合進行主成分分析。Bartlett 的球型檢定小於顯著水準 $\alpha = 0.05$ ，拒絕虛無假設，代表其中至少兩個變數不相等，判定適合進行主成分分析。上述檢驗皆通過，因此將進行主成分分析。

表(71) 第二部分共同性分析

	初始	萃取
口味的獨特性	1.000	.704
包裝的獨特性	1.000	.724
話題性高	1.000	.710
排隊人潮多	1.000	.693
解膩解渴	1.000	.526
增加飽足感	1.000	.701
保健養身	1.000	.558
飲品新鮮度	1.000	.679
店家服務態度良好	1.000	.672
店家環境整潔	1.000	.729
店家裝潢獨特	1.000	.492
網路或親友推薦	1.000	.496

萃取法：主成分分析。

上表中代表著可貢獻的因素程度，其中以店家環境整潔為最高貢獻度，達 0.729。



2. 解說變異量表

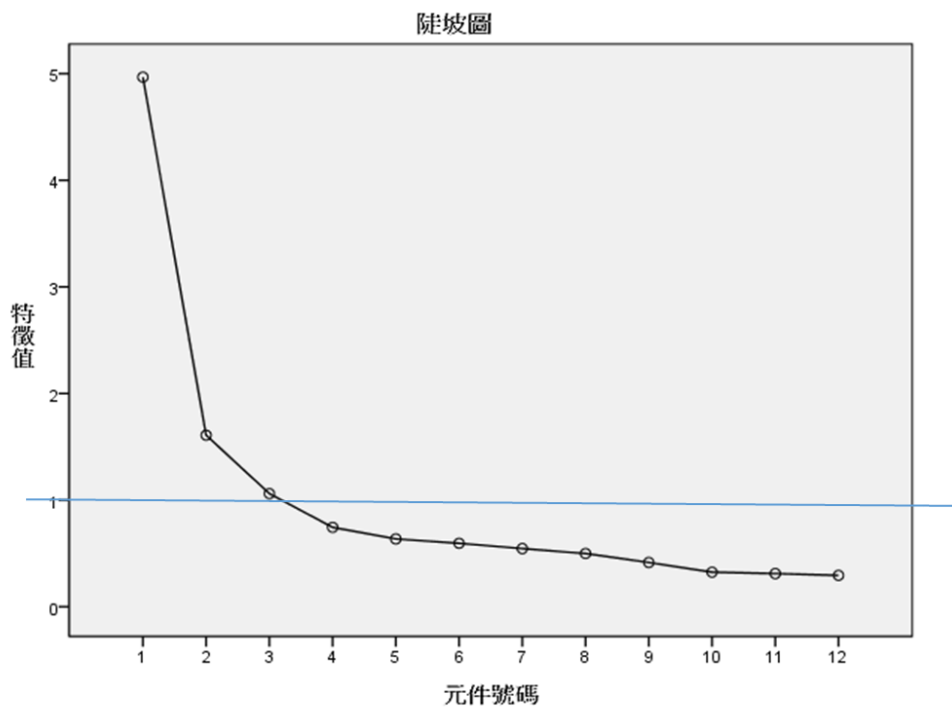
表(72) 解說變異量表

元件	起始特徵值			擷取平方和載入			循環平方和載入		
	總計	變異的%	累加 %	總計	變異的%	累加%	總計	變異的%	累加%
1	4.967	41.395	41.395	4.967	41.395	41.395	3.376	28.135	28.135
2	1.609	13.405	54.801	1.609	13.405	54.801	2.548	21.234	49.369
3	1.061	8.843	63.644	1.061	8.843	63.644	1.713	14.275	63.644
4	.745	6.206	69.850						
5	.636	5.297	75.147						
6	.595	4.961	80.108						
7	.545	4.544	84.652						
8	.499	4.157	88.810						
9	.415	3.459	92.269						
10	.324	2.699	94.968						
11	.310	2.587	97.554						
12	.293	2.446	100.000						

擷取方法：主體元件分析。

根據解說總變異量來決定選擇的成分。以表為例，若只選擇第一個主成分時，解釋總變異量為 41.395%，將會失去 58.605% 的解釋能力，若選擇第一主成分與第二主成分時，解釋總變異量為 54.801%，較只選擇第一主成分時多 13.405% 的解釋能力。當選擇全部的主成分時，解釋能力為 100%，但是並不能達到維度縮減的目的，因此必須有所取捨，選擇到哪一項主成分是必須探討的，將從陡坡圖做出選擇。

3. 陡坡圖



圖(99) 陡坡圖

陡坡圖中第三主成分之後的主成分小於 1，且陡度趨緩，因此選至第三主成分。

4. 旋轉成分矩陣表

表(73) 旋轉成分矩陣表

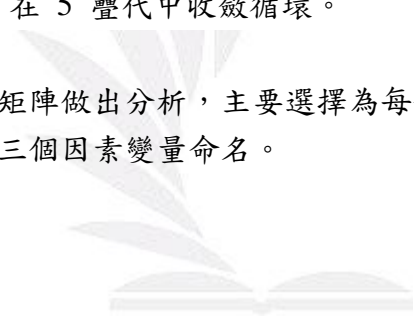
	元件		
	1	2	3
店家環境整潔	.810	.247	-.108
飲品新鮮度	.794	.203	.084
店家服務態度良好	.759	.305	-.057
保健養身	.690	-.003	.288
解膩解渴	.620	.079	.367
店家裝潢獨特	.473	.432	.286
網路或親友推薦	.439	.439	.247
包裝的獨特性	.155	.807	.225
話題性高	.065	.780	.313
口味的獨特性	.344	.763	-.053
增加飽足感	.289	.119	.777
排隊人潮多	-.077	.333	.759

擷取方法：主體元件分析。

轉軸方法：具有 Kaiser 正規化的最大變異法。

a. 在 5 疊代中收斂循環。

根據旋轉過後的成分矩陣做出分析，主要選擇為每個項目成分數值最高，且大於 0.5 的來進行歸類，並藉此來為三個因素變量命名。



5. 統整歸類

表(74) 統整三因素表

因素構面	因素負荷量
因素一：飲品與觀感	
店家環境整潔	0.810
飲品新鮮度	0.794
店家服務態度良好	0.759
保健養身	0.690
解膩解渴	0.620
因素二：獨特性與話題性	
包裝的獨特性	0.807
話題性高	0.780
口味的獨特性	0.763
因素三：飽足感與人潮多	
增加飽足感	0.777
排隊人潮多	0.759

1. 因素一主要是由「店家環境整潔」、「飲品新鮮度」、「店家服務態度良好」、「保健養身」、「解膩解渴」這五種因素組成，這些因素跟飲品本身和店家給人的觀感較相關，因此命名為「飲品與觀感」因素。
2. 因素二主要是由「包裝的獨特性」、「話題性高」、「口味的獨特性」這三種因素組成，這些因素跟獨特性與話題相關，因此命名為「獨特性與話題性」因素。
3. 因素三主要是由「增加飽足感」、「排隊人潮多」這二種因素組成，因此直接命名為「飽足感與人潮多」因素。

這三種因素的解釋能力分別為 41.395%、13.405%與 8.843%，其中因素一「飲品與觀感」的解釋能力最高，代表顧客主要以因素一中這五項因素來選擇購買的飲料店，店家若欲提升銷售量可以參考這五項變數。

※將第二部分第一大題共12題題目信度分析：

表(75) 第二部分第一大題可靠性統計資料表

Cronbach 的 Alpha	項目個數
.865	12

由上表可知 $\alpha = 0.865 > 0.7$ 為佳，代表十二道題目測量之結果一致性高，屬於高信度，內部結果可靠。

※接下來再將刪減維度後的每一構面之變數做各構面之信度分析：

1. 第一主成分信度分析

表(76) 第一主成分可靠性統計資料表

Cronbach 的 Alpha	項目個數
.827	5

因素一主要是由「店家環境整潔」、「飲品新鮮度」、「店家服務態度良好」、「保健養身」、「解膩解渴」所組成，得到因素一之 $\alpha = 0.827 > 0.7$ 為佳，屬於高信度。

表(77) 因素一項目統計資料表

	尺度平均數 (如果項目已刪除)	尺度變異數 (如果項目已刪除)	更正後項目總數相關	Cronbach 的 Alpha (如果項目已刪除)
店家服務態度良好	16.65	12.618	.661	.784
店家環境整潔	16.78	11.999	.687	.774
解膩解渴	16.72	13.325	.528	.818
保健養身	17.96	11.953	.549	.820
飲品新鮮度	16.85	11.763	.716	.765

此表為若該項目刪除後的信度分析，刪除任何一個項目將會使信度降低，因此所有項目皆保留。

2. 第二主成分信度分析

表(78) 第二主成分可靠性統計資料表

Cronbach 的 Alpha	項目個數
.799	3

因素二主要是由「包裝的獨特性」、「話題性高」、「口味的獨特性」這三種因素組成， $\alpha = 0.799 > 0.7$ 為佳，屬於高信度。

表(79) 因素二項目統計資料表

	尺度平均數 (如果項目已 刪除)	尺度變異數 (如果項目已 刪除)	更正後項目 總數相關	Cronbach 的 Alpha (如 果項目已刪除)
口味的獨特性	8.68	3.933	.624	.750
包裝的獨特性	9.05	3.268	.699	.666
話題性高	8.73	3.541	.617	.757

上表為若該項目刪除後的信度分析，刪除任何一個項目將會使信度降低，因此所有項目皆保留。

3.第三主成分信度分析

表(80) 第三主成分可靠性統計資料表

Cronbach 的 Alpha	項目個數
.599	2

因素三主要是由「增加飽足感」、「排隊人潮多」這兩種因素組成， $\alpha = 0.599$ 落在 $0.5 < \alpha < 0.7$ 之間，屬於可接受的信度。

將主成分分析法所萃取的構面及其效度與信度整理如下表：

表(81) 因素構面及效度與信度整理表

因素構面	題號	衡量變數	因素負荷量	特徵值	解釋變異量%	累積解釋變異量%	信度係數
因素一： 飲品與觀感	2-1-j	店家環境整潔	0.810	4.967	41.395	41.935	0.827
	2-1-h	飲品新鮮度	0.794				
	2-1-i	店家服務態度良好	0.759				
	2-1-g	保健養身	0.690				
	2-1-e	解膩解渴	0.620				
因素二： 獨特性與話題性	2-1-b	包裝的獨特性	0.807	1.609	13.405	54.801	0.799
	2-1-c	話題性高	0.780				
	2-1-a	口味的獨特性	0.763				
因素三： 飽足感與人潮多	2-1-f	增加飽足感	0.777	1.061	8.843	63.644	0.599
	2-1-d	排隊人潮多	0.759				

因素一與因素二信度之 α 係數皆 > 0.7 ，屬於高信度。

第四節、交叉分析與卡方檢定

台中的逢甲商圈為觀光客必來朝聖的著名聖地，同時也吸引不少國內外的旅客前來觀光，夜市裡除了有各式美食外，飲料店家也是不勝枚舉，因此想了解飲料的消費型態與居住地、年齡、性別間的關聯性，並且利用其他問卷題目做交叉分析及卡方檢定。

第一種在願意等待飲料的時間與居住縣市做交叉列表和卡方檢定

卡方檢定的假設：

H_0 ：願意等待飲料的時間與所居住縣市獨立

H_a ：願意等待飲料的時間與所居住縣市不獨立

第二種在交通工具與消費欲望做交叉列表和卡方檢定

卡方檢定的假設為：

H_0 ：前往逢甲夜市所搭乘的交通工具與折扣商品促進消費慾望與獨立

H_a ：前往逢甲夜市所搭乘的交通工具與折扣商品促進消費慾望與不獨立

第三種在性別方面與等待時間做交叉列表和卡方檢定

卡方檢定的假設：

H_0 ：等待時間和性別獨立

H_a ：等待時間和性別不獨立

第四種在居住地區與飲料金額做交叉列表和卡方檢定

卡方檢定的假設：

H_0 ：居住地區與飲料金額獨立

H_a ：居住地區與飲料金額不獨立

第五種逢甲哪一個促銷活動最能增加購買的慾望與年齡獨立

卡方檢定假設：

H_0 ：逢甲哪一個促銷活動最能增加購買的慾望與年齡獨立

H_a ：逢甲哪一個促銷活動最能增加購買的慾望與年齡不獨立

第六種目前的居住地(非戶籍地)縣市與來到逢甲商圈大約花多少交通時間獨立

卡方檢定假設：

H_0 ：目前的居住地(非戶籍地)縣市與來到逢甲商圈大約花多少交通時間獨立

H_a ：目前的居住地(非戶籍地)縣市與來到逢甲商圈大約花多少交通時間不獨立

第七種受訪者性別與購買一杯飲料金額的交叉列表與卡方檢定

卡方檢定的假設：

H_0 ：受訪者性別與購買一杯飲料金額獨立

H_a ：受訪者性別與購買一杯飲料金額不獨立

第八種年紀與購買一杯飲料金額的交叉列表與卡方檢定

卡方檢定的假設：

H_0 ：年紀與購買一杯飲料金額獨立

H_a ：年紀與購買一杯飲料金額不獨立

以上為總計八組的交叉列表與卡方檢定，從卡方檢定中可知當顯著性 p 值大於 $\alpha = 0.05$ 時代表不拒絕虛無假設 H_0 ，並且沒有相關性；當 p 值小於 $\alpha = 0.05$ 時代表拒絕虛無假設 H_0 ，並且有相關性。



第一種在願意等待飲料的時間與居住縣市做交叉列表和卡方檢定
卡方檢定的假設為：

H_0 ：願意等待飲料的時間與所居住縣市獨立

H_a ：願意等待飲料的時間與所居住縣市不獨立

表(82) 等待時間與居住縣市交叉表

居住縣市		10 分鐘以內	11~20 分鐘	21 分鐘以上	總計
等待時間					
台中市	記數	229	73	7	309
	百分比	73.63%	68.22%	70.00%	72.20%
彰化縣	記數	10	8	0	18
	百分比	3.22%	7.48%	0%	4%
苗栗、南投、雲林、嘉義	記數	13	6	1	20
	百分比	4.18%	5.61%	10.00%	4.67%
其他	記數	59	20	2	81
	百分比	18.97%	18.69%	20.00%	18.93%
總計	記數	311	107	10	428
	百分比	100%	100%	100%	100%

表(83) 卡方表

	值	Df	漸進顯著性(兩端)
Pearson 卡方檢定	5.1758	6	0.52148
概似比	4.9912	6	0.54494
有效觀察值數目	428		

由表(82)得知不論來自台中市、彰化縣或是苗栗、南投、雲林、嘉義的受訪者大多願意等待飲料的時間皆為「10 分鐘以內」，而表(83)的 p 值大於 0.05，不拒絕虛無假設，表示受訪者所居住縣市與願意等待飲料時間不具相關性。

第二種在交通工具與消費欲望做交叉列表和卡方檢定

卡方檢定的假設為：

H_0 ：前往逢甲夜市所搭乘的交通工具與折扣商品促進消費慾望與獨立

H_a ：前往逢甲夜市所搭乘的交通工具與折扣商品促進消費慾望與不獨立

表(84) 交通工具與消費慾望交叉列表

交通工具 購買慾望		試喝	社群軟體 打卡折扣	環保杯 折扣	學生證 優惠	買 a 送 b	其他	總計
徒 步	記數	19	5	8	22	17	3	74
	百分比	16.24%	18.52%	21.05%	23.91%	21.25%	16.67%	19.89%
腳 踏 車	記數	2	1	0	4	1	0	8
	百分比	1.71%	3.70%	0%	4.35%	1.25%	0%	2.15%
機 車	記數	43	10	20	34	25	9	141
	百分比	36.75%	37.04%	52.63%	36.96%	31.25%	50%	37.90%
汽 車	記數	30	2	5	14	25	4	80
	百分比	25.64%	7.41%	13.16%	15.22%	31.25%	22.22%	21.51%
計 程 車	記數	4	0	3	0	1	1	9
	百分比	3.42%	0%	7.89%	0%	1.25%	5.55%	2%
公 車	記數	16	7	2	17	8	0	50
	百分比	13.68%	25.93%	5.26%	18.48%	10.00%	0%	13%
遊 覽 車	記數	3	2	0	1	3	1	10
	百分比	2.41%	7.41%	0%	1.09%	3.75%	5.55%	2.69%
總 計	記數	117	27	38	92	80	18	372
	百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

表(85) 卡方表

	值	DF	漸進顯著性(兩端)
Pearson 卡方檢定	98.312	30	3.4240e-9
概似比	106.415	30	1.7557e-10
列聯相關係數	0.449		
Cramer's V	0.224		
有效觀察值數目	372		

根據表(85)得出， p 值小於 0.05，拒絕虛無假設，表示受訪者所搭乘的交通工具與促銷活動的消費欲望具有相關性，而聯相關係數為 0.449，Cramer's V 為 0.224，值越高表示其相關程度越高。

由表(84)可知，受訪者為徒步、騎腳踏車前往逢甲商圈者，大多居住於鄰近逢甲商圈地區，較偏好學生證優惠，可推斷其年輕層較輕，多為學生族群；受訪者為騎機車、搭乘計程車前往逢甲夜市者，較偏好環保杯折扣；受訪者為開車前往者，較偏好買 A 送 B 方案；而受訪者為搭乘公車、遊覽車者，較偏好社群軟體打卡折扣，故受訪者使用何種交通工具與其消費欲望息息相關。

第三種在性別方面與等待時間做交叉列表和卡方檢定

卡方檢定的假設：

H_0 ：等待時間和性別獨立

H_a ：等待時間和性別不獨立

表(86) 受訪者性別與等待時間交叉表

		10 分鐘以內	11~20 分鐘	21 分鐘以上	總計
受訪者女	計數	174	67	2	243
	百分比	55.77%	61.47%	20%	56.38%
受訪者男	計數	138	42	8	188
	百分比	44.23%	38.53%	80%	43.62%
總計	計數	312	109	10	431
	百分比	100%	100%	100%	100%

表(87) 卡方表

	值	df	漸近顯著性(兩端)
Pearson 卡方檢定	6.5763	2	0.03732
概似比	6.7656	2	0.033953
列聯相關係數	0.123		
Cramer's V	0.124		
有效觀察值數目	431		

依據表(87)卡方檢定的結果，其檢定統計值 X^2 為 6.5763， p 值 < 0.05 ，拒絕虛無假設，表示受訪者性別與購買飲料等待時間具有相關性的。

根據交叉表來看，得知大部分人願意等待時間都在 10 分以內，而願意等待時間 21 分鐘以上，男性願意等待的耐心程度比女生高。

第四種在居住地區與飲料金額做交叉列表和卡方檢定

卡方檢定的假設：

H_0 ：居住地區與飲料金額獨立

H_a ：居住地區與飲料金額不獨立

表(88) 居住地區與飲料金額做交叉列表

		25 元以下	26~45 元	46~60 元	61 元以上	總計
台中市	計數	12	170	126	5	313
	百分比	63.16%	73.28%	71.59%	50%	70.22%
彰化縣	計數	1	9	7	1	18
	百分比	5.26%	3.88%	3.98%	10%	4%
苗栗、南投、 雲林、嘉義	計數	1	12	7	1	21
	百分比	5.26%	5.17%	3.98%	10%	4.89%
其他	計數	5	41	36	3	85
	百分比	26.32%	17.67%	20.45%	30%	19.78%
總計	計數	19	232	176	10	437
	百分比	100%	100%	100%	100%	100%

表(89) 卡方表

	值	df	漸近顯著性(兩端)
Pearson 卡方檢定	4.2593	9	0.8935
概似比	3.8597	9	0.9204
有效觀察值數目	437		

依據表(89)卡方檢定的結果，其檢定統計值 X^2 為 4.2593， p 值 > 0.05 ，不拒絕虛無假設，表示居住地區與飲料金額不具有相關性的。因此，區域其實對在逢甲商圈購買飲料金額沒有太大關聯性。

第五種哪一個促銷活動最能增加您購買的慾望與年齡的交叉列表卡方表
卡方檢定假設：

H_0 ：逢甲哪一個促銷活動最能增加購買的慾望與年齡獨立

H_a ：逢甲哪一個促銷活動最能增加購買的慾望與年齡不獨立

表(90) 哪一個促銷活動最能增加購買的慾望與年齡交叉表

購買慾望		試喝	社群軟體 打卡 折扣	環保杯 折扣	學生證 優惠	買 A 送 B	其他	總計
年齡	計數							
	15 歲(含) 以下	計數	2	0	0	6	2	0
	百分比	1.64%	0%	0%	6.19%	2.44%	0%	2.58%
16~18 歲	計數	13	5	2	12	9	0	41
	百分比	10.66%	17.24%	5%	12.37%	10.98%	0%	10.57%
19~23 歲	計數	36	8	13	72	33	4	166
	百分比	29.51%	27.59%	32.5%	74.22%	40.24%	22.22%	42.78%
24~28 歲	計數	22	9	9	6	14	4	64
	百分比	18.03%	31.03%	22.5%	6.19%	17.07%	22.22%	16.50%
29~34 歲	計數	30	5	6	1	14	4	60
	百分比	24.60%	17.24%	15%	1.03%	17.07%	22.22%	15.46%
35 歲以上	計數	19	2	10	0	10	6	47
	百分比	15.57%	6.90%	25%	0%	12.20%	33.33%	12.11%
總計	計數	122	29	40	97	82	18	388
	百分比	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

表(91) 哪一個促銷活動最能增加購買的慾望與年齡卡方表

	值	df	漸近顯著性(兩端)
Pearson 卡方檢定	101.62	25	3.346e-11
概似比	119.55	25	2.6534e-14
列聯相關係數	0.456		
Cramer's V	0.229		
有效觀察值數目	388		

由表(90)得知客群在 19~23 歲的學生大多會被「學生證優惠」的促銷活動吸引，而從 24 歲以上的客群多需先是喝過才願意購買，可見不同的促銷方案所吸引的客群皆不相同，而圖表(91)的 p 值小於 0.05 表示促銷活動最能增加購買的慾望與年齡具有相關性，而 Cramer's V 值越高也代表相互關係越強。

第六種目前的居住地(非戶籍地)縣市與來到逢甲商圈大約花多少交通時間

卡方檢定假設：

H_0 ：目前的居住地(非戶籍地)縣市與來到逢甲商圈大約花多少交通時間獨立

H_a ：目前的居住地(非戶籍地)縣市與來到逢甲商圈大約花多少交通時間不獨立

表(92) 目前的居住地(非戶籍地)縣市與來到逢甲商圈大約花多少交通時間交叉表

居住地		時間	15 分鐘內	15~30 分鐘	30~60 分鐘	60 分鐘以 上	總計
		台中市	計數	141	119	40	15
	百分比	82.94%	75.32%	65.57%	27.78%	71.11%	
彰化縣	計數	2	9	6	1	18	
	百分比	1.18%	5.70%	9.84%	1.85%	4.06%	
苗栗、南投、雲林、 嘉義地區	計數	5	6	3	8	22	
	百分比	2.94%	3.80%	4.92%	14.81%	4.97%	
其他	計數	22	24	12	30	88	
	百分比	12.94%	15.19%	19.67%	55.56%	19.86%	
總計	計數	170	158	61	54	443	
	百分比	100%	100%	100%	100%	100%	

表(93) 目前的居住地(非戶籍地)縣市與來到逢甲商圈大約花多少交通時間卡方表

	值	df	漸近顯著性(兩端)
Pearson 卡方檢定	81.294	9	8.938e-14
概似比	71.301	9	8.4592e-12
列連相關係數	0.394		
Cramer's V	0.247		
有效觀察值數目	443		

由表(92)可知居住地在台中地區的民眾來到逢甲夜市幾乎會選擇到約 30 分內車程的交通工具，而距離台中越遠的地區來到此地所花費的時間越久，其原因可能是因開車當天來回，或是因為不是本地人對於台中的路線及路況不清楚而耽誤了時間，而表(93)的 p 值小於 0.05 表示目前的居住地(非戶籍地)縣市與來到逢甲商圈大約花多少交通時間具相關性，而 Cramer's V 值越高也代表相互關係越強。

第七種受訪者性別與購買一杯飲料金額的交叉列表與卡方檢定

卡方檢定的假設：

 H_0 ：受訪者性別與購買一杯飲料金額獨立 H_a ：受訪者性別與購買一杯飲料金額不獨立

表(94) 受訪者性別與購買一杯飲料金額交叉表

		25 元以下	26~45 元	46~60 元	61 元以上	總計
受訪者女	計數	9	128	105	5	247
	百分比	47.37%	54.49%	60.00%	50.00%	56.52%
受訪者男	計數	10	105	70	5	190
	百分比	52.63%	45.51%	40.00%	50.00%	43.48%
總計	計數	19	233	175	10	437
	百分比	100%	100%	100%	100%	100%

表(95) 卡方表

	值	df	漸近顯著性(兩端)
Pearson 卡方檢定	2.2491	3	0.52234
概似比	2.2481	3	0.52253
有效觀察值數目	437		

想瞭解性別會不會對購買一杯飲料價格有關係，因此可以根據表(95)卡方檢定的結果得知檢定統計值 χ^2 為 2.2491， p 值 > 0.05 ，不拒絕虛無假設，表示受訪者性別與購買一杯飲料金額不具有相關性，所以不管是男是女，在購買一杯飲料金額上是不分性別的。

第八種年紀與購買一杯飲料金額的交叉列表與卡方檢定

卡方檢定的假設：

 H_0 ：年紀與購買一杯飲料金額獨立 H_a ：年紀與購買一杯飲料金額不獨立

表(96) 年紀與購買一杯飲料金額交叉表

金額 年齡		25 元以下	26~45 元	46~60 元	61 元 以上	總計
		15 歲(含) 以下	計數 0	5	6	0
	百分比	0.00%	2.15%	3.42%	0.00%	2.52%
16~18 歲	計數	0	31	18	1	50
	百分比	0.00%	13.36%	10.30%	10.00%	11.47%
19~23 歲	計數	5	102	83	3	193
	百分比	26.32%	44.39%	47.41%	30.00%	44.85%
24~28 歲	計數	5	33	26	4	68
	百分比	26.32%	14.22%	14.86%	40.00%	15.60%
29~34 歲	計數	4	32	24	1	61
	百分比	21.05%	13.38%	13.71%	10.00%	13.40%
35 歲以上	計數	5	29	18	1	53
	百分比	26.32%	12.50%	10.30%	10.00%	12.16%
總計	計數	19	232	175	10	436
	百分比	100%	100%	100%	100%	100%

表(97) 卡方表

	值	df	漸近顯著性(兩端)
Pearson 卡方檢定	16.87	15	0.32671
概似比	17.752	15	0.27594
有效觀察值數目	436		

想知道年齡與購買一杯飲料金額會不會有關聯，因此可以根據表(97)卡方檢定的結果，其檢定統計值 χ^2 為16.87， p 值 > 0.05 ，不拒絕虛無假設，表示年齡與購買一杯飲料金額不具有相關性。

根據上述資料，得知大部分人的花費都在 26~45 元之間，其次是 46~60 元之間。表示在購買逢甲商圈飲料上，認為花費在 26~45 元之間是比較合理的。

第五節、單一樣本 T 檢定

此為問卷中第一部分「對逢甲商圈的看法」，並將各題分別做單一樣本平均數 t 檢定，檢定各題的滿意度程度(假設樣本為常態分配)。各題的同意程度為「最高同意程度 6 至最低同意程度 1」，並在 95%的信賴區間內，取平均值 3.5 當作檢定值,若大於檢定值，表示受訪者認為「對逢甲商圈的看法」題組內各題的同意程度較高,反之則代表題組內各題的各題同意程度較低。

$$H_0: u \leq 3.5$$

$$H_a: u > 3.5$$

表(98) 對逢甲商圈的看法單一樣本 t 檢定表

對逢甲商圈的看法				
題號	題目	平均值	T 值	p-value
1	商品獨特性	4.36	84.631	0
2	商品具多樣化	4.91	108.072	0
3	商品價格低廉	3.97	75.392	0
4	商品品質可靠	3.97	83.338	0
5	商品款式新潮	4.61	100.710	0
6	商家服務態度親切	4.48	99.777	0
7	商家提供售後服務	3.86	71.209	0
8	食物便宜	4.05	70.173	0
9	食物好吃	4.69	101.358	0
10	食物乾淨衛生	3.91	76.533	0
11	排隊購物井然有序	4.02	69.417	0
12	停車方便	2.99	44.091	0
13	整體印象良好	4.55	103.849	0
14	有再次前來消費的意願	4.95	110.872	0

檢定值 3.5

由表(98)得知p值皆小於 0.05，表示拒絕虛無假設 H_0 。表中第 12 題明顯小於平均值，代表觀光客認為來加停車並不方便。而對於商品獨特性、多樣化、價格低廉、款式新潮、服務態度親切、售後服務、食物便宜、食物好吃、食物乾淨衛生、排隊井然有序、整體印象和再次前來消費的意願給予高度評價。

第六節、無母數檢定

想了解男性與女性對於特定問題的表達是否不同，所以用無母數檢定檢定問卷第二部分第一題「會影響您購買飲料動機的同意程度」a~l題。

表(99) 會影響您購買飲料動機的同意程度與性別統計量表

群組統計量					
題目名稱	受訪者性別	個數	平均值	標準差	標準誤平均值
a. 口味的獨特性	男性	194	4.55	1.003	0.072
	女性	253	4.55	0.961	0.060
b. 包裝的獨特性	男性	194	4.13	1.116	0.080
	女性	252	4.22	1.107	0.070
c. 話題性高	男性	193	3.13	1.274	0.092
	女性	252	3.38	1.268	0.080
d. 排隊人潮多	男性	194	4.77	1.230	0.088
	女性	252	4.57	1.246	0.079
e. 解膩解渴	男性	193	4.47	1.090	0.078
	女性	252	4.57	1.013	0.064
f. 增加飽足感	男性	194	4.16	1.281	0.092
	女性	253	4.37	1.100	0.069
g. 保健養身	男性	193	3.13	1.274	0.092
	女性	252	3.38	1.268	0.080
h. 飲品新鮮度(現榨,現泡,現打...)	男性	194	4.24	1.141	0.082
	女性	253	4.30	1.074	0.068
i. 店家服務態度良好	男性	194	4.60	1.024	0.074
	女性	253	4.58	1.019	0.064
j. 店家環境整潔	男性	193	4.40	1.128	0.081
	女性	252	4.50	1.080	0.068
k. 店家裝潢獨特	男性	194	4.24	1.141	0.082
	女性	253	4.30	1.074	0.068
l. 網路或親友推薦	男性	194	4.39	1.255	0.090
	女性	253	4.53	1.197	0.075

H_0 ：男女認同相等

H_a ：男女認同不相等

表(100) 會影響您購買飲料動機的同意程度 Kruskal-Wallis 檢定

題目名稱	Kruskal-Wallis 檢定 顯著性
a. 口味的獨特性	0.844
b. 包裝的獨特性	0.395
c. 話題性高	0.722
d. 排隊人潮多	0.046
e. 解膩解渴	0.372
f. 增加飽足感	0.218
g. 保健養身	0.032
h. 飲品新鮮度(現榨,現泡,現打...)	0.873
i. 店家服務態度良好	0.740
j. 店家環境整潔	0.418
k. 店家裝潢獨特	0.766
l. 網路或親友推薦	0.207

由表(100) Kruskal-Wallis 檢定表可以發現在表示顯著的有 d.排隊人潮多和 g.保健養身，代表這兩題的男女認同度上有差異，參照表(99)性別統計量表可以看到 d.的男性(平均= 4.77)較女性(平均= 4.57)認同排隊人潮多會影響購買飲料的動機，g.的女性(平均= 3.38)較男性(平均= 3.13)認同保健養身會影響購買飲料的動機。

第七節、多組 Kruskal-Wallis 檢定

將問卷第二部份第一題「購買飲料動機的同意程度」與「最推薦的飲料店」做 K-W 檢定，探討兩者之一致性。

H_0 ：推薦飲料店的同意程度相同

H_a ：推薦飲料店的同意程度不相同

表(101) 量表檢定表

請填寫上列飲料店中，您最推薦的是	口味獨特性	話題性高	排隊人潮多	解膩解渴	增加飽足感	店家服務態度良好	網路或親友推薦
金享	4.42	4.50	4.50	4.25	4.17	4.58	4.17
緣棧	4.00	6.00	6.00	6.00	1.00	6.00	6.00
斜角巷	4.61	4.50	4.39	4.39	3.67	4.56	4.50
鮮果匠	4.20	4.00	4.60	4.80	4.20	4.80	4.60
蔡大明	4.87	4.93	4.47	4.43	4.47	4.60	4.93
小王子紅茶	4.33	4.17	5.67	3.83	4.33	4.83	3.83
一芳	4.60	4.40	4.80	4.65	4.50	4.55	4.10
迷克夏	4.71	4.64	4.70	4.56	4.33	4.67	4.68
大苑子	4.45	4.39	4.65	4.37	4.24	4.35	4.31
五十嵐	4.60	4.80	5.15	4.53	4.63	4.65	4.58
茶湯會	4.83	4.72	4.86	4.76	4.90	4.83	4.69
鮮茶道	4.70	4.70	4.50	4.50	4.90	5.00	4.90
良辰吉時	5.00	5.25	5.38	5.13	5.13	5.13	5.25
清新福全	4.58	4.67	4.81	4.75	4.67	4.67	4.52
圓石禪飲	4.00	3.91	4.50	4.41	3.73	4.27	4.05
可不可熟成紅茶	4.63	4.79	4.88	4.71	4.21	4.33	4.67
其他	4.42	4.09	4.18	4.58	3.94	4.67	4.39
總計	4.57	4.54	4.72	4.55	4.35	4.60	4.51
樣本數	391	391	390	389	391	391	391
排名	3	5	1	4	7	2	6
Kruskal-Wallis 檢定 (顯著性)	0.570	0.311	0.086	0.635	0.035	0.390	0.200
$<\alpha$					*		

由問卷施測的統計結果，推薦該飲料店的理由重要程度高低排名依序為：排隊人潮多、店家服務態度良好、口味獨特性、解膩解渴、話題性高、網路或親友推薦。

以 Kruskal-Wallis 檢定，以您推薦該飲料店的理由中，對其注重程度作檢定，發現『增加飽足感』的 p 值 $< \alpha$ ，拒絕 H_0 ，有顯著差異，表示逛逢甲夜市的受訪者對於推薦飲料的原因與增加飽足感的選項，有認同上的差異，參照表(101)所示，推薦緣棧的理由為增加飽足感的平均值僅有 1，而推薦良辰吉時的理由為增加飽足感的平均值為 5.13，有顯著差異。



第五章、結論

逢甲夜市是以飲食為主要的商圈，其中福星路跟文華路都是以餐飲業為主，故在調查的範圍內這兩條街的熱鬧程度相對於其他條街的熱鬧程度來的高。

經過四天的流量調查，在這9/28、10/13、10/21、10/22四天，而在10/21星期六與10/22星期日兩天，在定點測量時間中來訪逢甲商圈的人數就已經到達三萬九千人次了，可想而知在假日的時候，逢甲商圈創造出可觀的商機。其中10/21禮拜六晚上人數是四天當中最多的，由於是假日，而且隔天是又是週日放假，所以在較無工作或課業壓力之下大家會選擇週六晚上前來逛夜市。並且發現站點11(歡樂星入口前)和站點12(大鵬新村國宅出口旁)為最多流量，這兩個點位在這四天的流量調查人數都超過6000人，正好是逢甲夜市的核心理，許多攤販賣的是受遊客及在地人口中推薦的美食，因此測出來流量這麼可觀也不無原因。

逢甲商圈店家類別主要以餐飲類為主，在這 1391 店家裡面就佔了 34% (464 間)，而逢甲商圈餐飲類店家比例中飲料店就佔了 21% (97 間)，相較去年飲料店家共 93 間，今年又增加了 4 間，可以明白飲料店家在逢甲仍然充滿商機。

經過調查了解到遊客對逢甲商圈整體評價不錯，但對於停車方面的交通問題較不滿意。藉由主成分分析，我們發現對於逢甲商圈整體印象以這五個變數「停車方便」、「整體印象良好」、「排隊購物井然有序」、「食物乾淨衛生」、「有再次前來消費的意願」最為重要，店家可參考這五點作改進；我們也發現民眾購買飲料以這五個變數「店家環境整潔」、「飲品新鮮度」、「店家服務態度良好」、「保健養身」、「解膩解渴」最為重要，因此飲料店家若欲提升銷售量可以參考這五點。

關於飲料大部分遊客來逢甲都會購買，但基本上會依照本身習慣去連鎖店買飲料，較少有人會去嚐鮮而買逢甲在地特色飲料店的飲料，所以調查結果逢甲商圈推薦的前三名飲料店皆為連鎖店，分別為迷客夏、大苑子、五十嵐；逢甲商圈的特色飲料店，在 435 位受訪者中，會想去購買的店家第一名為斜角巷 28% (122 位)，第二名為蔡大明 15% (66 位)，第三名為金享 11.5% (50 位)。最為受訪者推薦店家及飲品則為：迷克夏：芋頭牛奶、珍奶、拿鐵類；大苑子：柚美粒、珍奶、番茄梅；五十嵐：珍奶、茶類飲品；斜角巷：奶茶；蔡大明：青蛙嗑奶；金享：綠豆沙。

藉由表(90)促銷活動與年齡交叉表，可以看到 19~23 歲的受訪者，多半為學生，因此喜好學生證優惠，而 24~28 歲的受訪者，多半為社會新鮮人，因此喜好社群軟體打卡折扣，而試喝則是一種稀鬆平常卻可以針對所有客群的好方法。

在 433 份有效問卷中，72% (313 位)的受訪者不喜歡花太多的時間等待，以 10 分鐘以內最被接受，接著透過表(86)受訪者性別與等待時間交叉表我們可以發現，若等待時間超過 20 分鐘，男性願意等待的比例較女性高，其中願意等待時間為 10 分鐘以內的女性人數也比男性多，表示女性客群，較不喜好需要長時間等待的飲料店家。男女性對於購買飲料動機間差異，可以透過表(99)性別統計量表看到，男性較女性認同排隊人潮多會影響以及女性較男性認同保健養身會影響購買飲料的動機。

問卷施測的統計結果經由多組 Kruskal-Wallis 檢定，推薦該飲料店的理由重要程度有高到低排名依序為：排隊人潮多、店家服務態度良好、口味獨特性、解膩解渴、話題性高、網路或親友推薦，我們可以明白，人們從眾的心理因素，會對大排長龍的店家感興趣，此外對於店家的服務態度觀感，可能會成為顧客是否再次前來購買的重要考量，因此也十分重要。

經過信度分析可以得知，這次的問卷是具有高可信度，也代表可以反映出觀光客對於逢甲商圈的看法，因此我們希望能夠讓更多的人認是逢甲商圈在地的特色飲料店家，讓逢甲美食更豐富，藉以為逢甲商圈創造更多的話題性和商機。



第六章、參考文獻

商管研究資料分析 SPSS 的應用

<https://nccur.lib.nccu.edu.tw/bitstream/140.119/35099/8/35100408.pdf>

[http://dasaanlin888.pixnet.net/blog/post/34468118-](http://dasaanlin888.pixnet.net/blog/post/34468118-%E4%BF%A1%E6%95%88%E5%BA%A6%E9%87%8D%E9%BB%9E%E6%95%B4%E7%90%86)

[%E4%BF%A1%E6%95%88%E5%BA%A6%E9%87%8D%E9%BB%9E%E6%95%B4%E7%90%86](http://dasaanlin888.pixnet.net/blog/post/34468118-%E4%BF%A1%E6%95%88%E5%BA%A6%E9%87%8D%E9%BB%9E%E6%95%B4%E7%90%86)

[http :](http://web.thu.edu.tw/s974836/www/%E4%BF%A1%E5%BA%A6%E6%95%88%E5%BA%A6.pdf)

[//web.thu.edu.tw/s974836/www/%E4%BF%A1%E5%BA%A6%E6%95%88%E5%BA%A6.pdf](http://web.thu.edu.tw/s974836/www/%E4%BF%A1%E5%BA%A6%E6%95%88%E5%BA%A6.pdf)

<https://www.youtube.com/watch?v=TkKCA2daJdw>

<http://tx.liberal.ntu.edu.tw/~PurpleWoo/Methodology/Analy-TxStatisticsCanon-Factor.htm>



第七章、附錄

店家調查照片

路名：福星路

000_442-1	d	000_444-1	a	000_446-1	a	000_448-1	a
ABC-MART		G2000		Life8		高大 high big	
							
000_448-2	a	000_452-1	l	000_452-1	f	000_1_2-7	k
服飾店		加賀百貨		日藥本舖		中興素食	
							
000_454-2	a	000_456-1	a	000_456-2	a	000_458-1	a
服飾店		加州牛仔		服飾店		紐約麋鹿	
							
000_458-2	b	000_460-1	a	000_462-1	a	000_462-2	a
飾品店		TARGET SPORT		Lovely		服飾店	
							



路名：福星路

000_462_1-1	d	000_462_2-1	d	000_466-1	a	000_431-1	k
Crocs		DAPHNE 達芙妮		OMA 歐瑪		斜角巷	
							
000_431-2	k	000_431-3	e	000_431-4	k	000_431-5	k
天津甘栗		3C 用品		10 元壽司		滷味王	
							
000_431_1-1	f	000_431_1-2	e	000_431_1-3	b	000_431_1-4	l
康是美		3C 用品		服飾店		百寶盒	
							
000_433-1	d	000_433-2	a	000_435-1	d	000_462-2	a
NIKE		服飾店		converse		服飾店	
							

路名：福星路

000_439-1	d	000_441-1	a	000_443-1	a	000_445-1	a
Energy shoes		CACO		navy		Air space	
							
000_447-1	l	000_447-2	a	000_449-1	e	000_451-1	d
BISINDEI		服飾店		自強影印文具批發中心		Reebok	
							
000_459-1	d	000_459_1-1	j	000-466	a	000-468	d
Adidas 悠跑		AT 髮廊		歐瑪 O.MA		NIKE	
							
000-472-1	h	000-472-2	a	000-472-3	b	000-476-1	a
承恩通訊		ROOKIE		EVA EVA		EVA EVA	
							

路名：福星路

000-476-2	k	000-478	b	000-514	d	000-520	d
築地町		金點子		adidas		BIRKENSTOCK	
							
000-522	k	000-528	o	000-542-1	c	000-542-2	k
那個鍋		地球村		S'amie		清安粉圓	
							
000-542-3	k	000-542-4	d	000-542-5	k	000-546-1	a
雞佬大		Funky Princess		太平將軍滷味		尋衣啟事	
							
000-546-2	k	000-546-3	d	000-546-4	e	000-546-5	e
東山鴨頭		adidas		挖寶格子屋		多采多姿	
							

路名：福星路

000-546-6	e	000-546-7	k	000-509-1	k	000-509-2	a
四季流行館		明倫蛋餅		蒟蒻小品		Emma's	
							
000-509-3	a	000-509-4	a	000-509-5	k	000-511-1	a
cha cha		Ellipsis		派克雞排		寵物衣服	
							
000-511-2	k	000-513	k	000-515	d	000-517	e
Mr.Wish		大苑子		CONVERSE		PLAY 3C	
							
000-546-2	d	000-521	a	000-523	a	000-525	o
New balance		50-shop		Mr.Oui		納唯詩精油	
							



路名：福星路

000-527	a	000-535	k	000-537-1	a	000-537-2	e
Grace		大腸包小腸		APM		百元福袋販賣機	
							
000-539	k	000-543	o	000-545	o	000-547-1	e
旺萊山		吳文豹耳鼻喉科		CANNABIS		膜人 JOJO	
							
000-547-2	a	000-547-3	k	000-547-4	e	000-551	d
COCO5		雞婆鹽水雞		百元福袋販賣機		拖鞋	
							
000-555-1	a	000-555-2	a	000-557-1	a	000-557-2	c
ATA		MAXINE		開拓者		N1	
							

路名：福星路

000-557-3	j	000-557-4	e	000-557-5	e	000-561-1	o
日涵		百元福袋販賣機		小三美日		慕義堂	
							
000-561-2	e	000-561-3	h	000-561-4	o	000-561-5	o
玩具店		手機配件		床包		髮飾	
							
000-561-6	a	000-547-3	k	000_563-1	d	000_563-2	g
SKIN		雞婆鹽水雞		Kumo shoes		L2 時尚美睫	
							
000_567-1	a	000_567-2	g	000_567-3	g	000_575-1	o
Emma's 服飾		伊薇特		GO-LEN 愛美瞳眼鏡		福星停車場	
							





路名：福星路

000_579-1	a	000_581-1	d	000_583-1	o	000_585-1	o
BT ladies boutique		愛麋鹿		健康家活力按摩館		誌鴻機車行	
							
000_587-1	a	000_589-1	f	000_591-1	k	000_593-1	k
伊雅加大尺碼		道生中醫診所		首爾韓鍋		悅	
							
000_595-1	k	000_597-1	n	000_599-1	o	000_601-1	e
有田樂		未出租		真豪按摩		全家 Family Mart	
							
000_603-1	k	000_603-2	e	000_603-3	j	000_605-1	a
大三巴港澳咖哩滷		中野安全帽		小林髮廊		Milida	
							

路名：福星路

000_607-1	n	000_609-1	k	000_611-1	k	000_613-1	h
未出租		大丸靚鍋		漢林鐵板燒		遠傳	
							
000_613_1-11	o	000_613_2-1	k	000_613_2-1	n	000_613_2-3	j
天仁配鎖		良辰吉時		未出租		GREAT 古雷特概念館	
							
000_550-1	b	000_550-2	k	比臉大雞排	k	000_552-1	k
赤軍寶飾		Overlord		真豪按摩		原樸安心飲	
							
000_552-2	k	000_554-1	k	000_554-2	a	000_554-3	b
自己來紅茶鮮乳		阿月紅茶冰		Menny		H.K KoreaAccessory	
							


路名：福星路

000_556-1	a	000_556-2	k	000_556-3	a	000_558-1	a
Magic Fairy Cage		稻鮎		Pierre Cardin		Moly Moly	
							
000_558-2	n	000_560-1	n	000_562-1	n	000_562_1-1	k
未出租		未出租		未出租		豪品鐵板燒	
							
000_566-1	k	000_568-1	k	000_570-1	k	000_572-1	n
壹品日式關東煮		加州牛排		吉品鐵板燒		未出租	
							
000_572-2	a	000_574-1	f	000_576-1	a	000_580-1	f
鬼洗		慶和牙醫診所		Star Box		福星診所	



路名：福星路

000_580-2	e	000_582-1	k	000_584-1	k	000_586-1	k
7-11		采佳鄉		鍋燒意麵		喫茶小舖	
000_588-1	d	000_592-1	k	000_594-1	j	000_596-1	g
La New		清心福全		點線電髮		iFit 愛瘦身	
000_598-1	k	000_600-1	k	000_602-1	j	000_604-1	k
月島文字燒		逢甲燒餅豆漿		PS 國際髮型		逢甲阿郎	
000_606-2	k	000_608-1	o	000_610-1	k	000_612-1	e

二口美食	盈眾廣告	Pizza hut 必勝客	新鑫安全帽
			

路名：福星路

000_614-1	h	000_616-1	k	000_622-1	k	000_626-1	o
Tmo.Pro		天補藥燉排骨鮭		老葉麵店		老葉麵店	
							
000_626-1-1	h	000_630-1	k				
Samsung		逢甲特製魯肉飯					
							

路名：文華路

000_1_1	k	000_1_2-1	k	000_1_2-2	k	000_1_2-3	k
明倫蛋餅		正港蚵仔煎		無名茶鋪		熊御燒	
							
000_1_2-4	k	000_1_2-5	k	000_1_2-6	k	000_1_2-7	k
重慶麻辣燙		黃G紅炸雞		邱記10元碳烤		許生煎包	
							
000_1_2-8	k	000_1_2-9	k	000_1_3-1	k	000_1_3-2	K
惡魔雞排		阿卿現切水果		口口品平價牛排		品味豆乳雞	
							
000_1_3-3	k	000_1_6-1	k	000_1_6-2	k	000_1_7-1	k
一中街現泡茶		阿秋茶飲		阿秋蜜汁爌肉飯		梅亭蜜汁燒烤	
							

路名：文華路

000_1_7-2	k	000_1_8-1	k	000_1_8-2	1	000_1_9-1	1
出櫃		KUNGFU TEA		EZ 特區娃娃屋		大創娃娃屋	
000_1_9-2	k	000_2	k	000_2_1	g	000_2_2	e
炒飯達人		阿貴姑炒手大餛飩		美容美體護膚中心		大三通百貨	
000_2_3	k	000_2_4	k	000_2_5	k	000_2_6	1
夏日星鮮芒果雪花冰		超級好喝木瓜牛奶		鐵拳		夾娃娃	
000_2_7	k	000_2_8-1	g	000_2_8-2	k	000_2_9	K
吉峰蒸餃		大雅美容美體		嘉義不一樣		員林劉記沙茶麵	



路名：文華路

000_2_10	k	000_2_11-1	k	000_2_11-2	k	000_2_12-1	l
新易現炒店		新鮮現切水果 10 元		太谷茶茶飲專賣店		娃娃屋	
							
000_2_12-2	k	000_3-1	k	000_3-2	k	000_3_1-1	f
大紅炮木瓜牛奶		喝好茶		好大雞排		祐生藥局	
							
000_3_1-2	k	000_3_2-1	k	000_3_2-2	k	000_3_3-1	E
逢甲潤餅		綠豆奶奶		德記東山鴨頭		全家	
							
000_3_3-2	k	000_6-1	k	000_6-2	k	000_6_1-1	i
阿喜滷味		廣芝福燒臘		阿呆滷味		真時美行	
							

路名：文華路

000_6_1-2	k	000_6_2-1	k	000_6_2-2	k	000_6_3-1	k
麻油手做米血		陳牛乳大王		86 碳烤雞排		阿三哥滷味	
							
000_6_3-2	k	000_6_3-3	k	000_7-1	k	000_7-2	k
下辣高手		阿三哥蔥油餅		鍋燒意麵		大麻粉圓	
							
000_7_1	k	000_7_2	k	000_7_3	a	000_7_4	k
膜力紅		宋家脆皮臭豆腐		emon 依夢		清心福全	
							
000_7_5	k	000_7_6	k	000_7_7	k	000_8-1	k
涼師父		CITY MILK		劉一刀刀削麵		喬晞烤烤	
							

路名：文華路

000_8-2	k	000_9	e	000_9_5	c	000_9_10	k
楊記烙餅鋪		雜貨店		Q M ACCESSORY		蔬果小珠珠	
							
000_9_11	k	000_10-1	k	000_10-2	k	000_10_1	l
北回木瓜牛奶		安安青草茶		瓜董西瓜汁		COCOMEN	
							
000_10_2-1	c	000_10_2-2	k	000_10_3-1	k	000_10_3-2	k
除臭王		ETG 鹽水雞		澎湖阿宗青草茶		阿宗烤地瓜	
							
000_10_4-1	o	000_10_4-2	k	000_10_4-3	k	000_10_5	c
桑園舊書店		30 鮮		大堂雅		JOYROOM 機樂堂	
							

路名：文華路

000_10_6-1	a	000_10_6-2	k	000_10_7	k	000_10_8-1	k
益田		辣脆腸		炙燒牛排赤鬼		八鍋聯軍	
							
000_10_8-2	k	000_10_10-1	k	000_10_10-2	k	000_10_10-3	k
泰后月亮蝦餅		繼光香香雞		職人的果汁		紅茶臭豆腐	
							
000_11	k	000_13	k	000-17	d		
炙燒牛排赤鬼		日船章魚小丸子		伊麗莎皮鞋廣場			
							

路名：文華路

000-442-1	K	000-442-2	K	000-442-3	K	000-442-4	K
樵仔新鮮水果		942 就是愛鬆餅		剪刀式雞蛋糕		將軍滷味	
							
000-442-5	e	000-77-1	b	000-77-2	n	000-77-3	a
手機殼		Kinanan		未出租		台南米糕	
							
000-79-1	a	000-81-1	a	000-81-2	k	000-81-3	n
SISTERS		CCFS		CCFS-Espresso		未出租	
							
000-83-1	a	000-85-1	a	000-87-1	1	000-89-1	a
Ammers		STEER		夾娃娃機店		唐人街	
							

路名：逢甲路

000-91-1	g	000-93-1	a	000-95-1	a	000-97-1	a
逗		SIM		A Dress A Day		Timothy	
000-99-1	n	000-101-1	a	000-103-1	a	000-107-1	k
未出租		DANDY INK		magic closet		至善魯肉販	
000-108-1	a	000-109-1	h				
11:28		雄哥通訊行					

路名：逢甲路

075-1-1	a	075-1-1	a	075-1-1-1	a	075-2-1	a
服裝店		EIEZ		.COM		UR MAN	
							
075-6-1	a	075-6-2	a	075-8-1	n	075-8-2	a
葉小貨		Mina		TOMOMI		AMOUR	
							
075-10-1	a	075-12-1	a	075-15-1	a	075-16-1	a
Sixneuf		Anti ant		MIRKA		服裝店	
							
075-18-1	a	075-18-2	a	075-18-3	a	075-20-1	a
服裝店		CHEERS		未出租		服飾店	
							

路名：逢甲路

075-20-2	a	075-22-1	a	075-24-1	a	075-26-1	a
服飾店		dreamer Korea		11 : 28		s;a mode	
							
075-28-1	m	075-28-2	a	075-28-3	a	075-28-4	a
碧根建設		未出租		服裝店		服裝店	
							
075-30-1	a	075-32-1	a	075-34-1	a	075-36-1	n
Katemen		CHH shop		Drezms		未出租	
							
075-38-1	n	075-40-1	a	075-42-1	a	075-44-1	a
未出租		服裝店		服裝店		C.Change 身體包裝美學	



路名：逢甲路 75 巷

075-46-1	a	075-48-1	o	075-21-1	l	075-23-1	n
服裝店		停車場		幸運樹娃娃屋		未出租	
							
075-25-1	n	075-27-1	n	075-29-1	n	075-15-1	m
未出租		未出租		未出租		住宿	
							
075-19-1	o	075-31-1	n	075-31-1	n	075-31-3	d
倉庫		未出租		未出租		shoes	
							
075-31-4	n	075-31-5	n	075-31-6	n	075-31-7	n
未出租		未出租		未出租		未出租	
							

路名：逢甲路 75 巷

075-31-8	n	075-31-9	n	075-31-10	n	075-31-11	n
未出租		未出租		未出租		未出租	
							
075-31-12	n	075-31-13	n	075-31-14	n	075-31-15	n
未出租		未出租		未出租		未出租	
							
075-31-16	n						
未出租							
							

路名：至善路

234-1-1	a	234-2-1	a	234-3-1	未開	234-5-1	a
MS WEDNESDAY		Magic clothet 魔法衣櫥		pinku style		BUTTERFLY	
							
234-6-1	a	234-7-1	a	234-8-1	a	234-10-1	a
Magic clothet 魔法衣櫥		K.M		服裝店		4-MEETING	
							
234-12-1	m	234-16-1	m	234-18-1	m	234-20-1	m
黎客商旅		黎客商旅		黎客商旅		黎客商旅	
							

路名：屋台街

外 1F_001	k	外 1F_002	k	外 1F_003-01	d	外 1F_003-02	c
如花鮮果汁		牛奶芭樂		富發牌		發	
							
外 1F_004	g	外 1F_005-01	a	外 1F_005-02	k	外 1F_006-01	c
美芙雅		sun flower		胖妞茶飲		沃德維普	
							
外 1F_006-02	b	外 1F_006-03	n	外 1F_008	n	外 1F_009	n
飾品		服裝攤		未出租		未出租	
							
外 1F_010	b	外 1F_011	c	外 1F_012	b	外 1F_013	n
未出租		kiki		SUGGEST		未出租	
							

路名：屋台街

外 1F_001	o	外 1F_002	a	外 1F_003-01	a	外 1F_003-02	a
樓梯		小貝可童裝		Mina		M.A.T	
							
外 1F_004	a	外 1F_005-01	a	外 1F_005-02	n	外 1F_006-01	n
The out fit		真愛牛仔		未出租		未出租	
							
000_73-01	e	000_73-02	l	000_73-03	m	精品 A	n
手機殼		夾娃娃機店		學生套房出租		未出租	
							
精品 B	n	精品 C	n	精品 D	a	精品 E	c
未出租		未出租		a.space		kiki	
							

路名：屋台街

精品 F	n	精品 G	n	精品 H	b	精品 J	n
未出租		未出租		飾品		未出租	
							
精品 K	a	精品 L	n	精品 M	n	精品 P	n
服裝店		未出租		未出租		未出租	
							
精品 Q	b	流行 A	n	流行 B	n	流行 C	a
浪如		未出租		未出租		a.space	
							
流行 D	n	流行 E	n	流行 F	b	流行 G	a
未出租		未出租		梵卡亞		服裝店	
							

路名：屋台街















流行 H	a	流行 J	n	流行 K	a	流行 L	a
服裝店		未出租		Klection		Klection	
							
流行 M	b	流行 P	n	流行 Q	n	流行 R	a
shing		未出租		未出租		服裝店	
							
流行 S	b	流行 T	a	流行 U	n	流行 W	n
依采邑		服裝店		未出租		未出租	
							
流行 X	o	流行 Y	n	流行 Z	n	花 A	a
倉庫		未出租		未出租		服裝攤	
							

路名：屋台街

花 B	a	花 C	a	花 D	a	花 E	a
服裝攤		服裝攤		服裝攤		服裝攤	
							
花 F	a	花 G	a	花 H	a	花 J	a
服裝攤		服裝攤		服裝攤		服裝攤	
							
花 K	a	花 L	a	時尚 A	a	時尚 B	a
服裝攤		服裝攤		酷褲妹		sweet world	
							
時尚 C	b	時尚 D	n	時尚 E	n	時尚 F	n
飾品		未出租		未出租		未出租	



路名：屋台街

時尚 G	n	時尚 H	n	時尚 J	n	時尚 K	n
未出租		未出租		未出租		未出租	
							
時尚 L	n	時尚 M	n	時尚 P	a	時尚 Q	a
未出租		未出租		J&C		J&C	
							
時尚 R	a	時尚 S	a	時尚 T	a	時尚 U	a
BE.Q		服裝店		服裝店		服裝店	
							
時尚 W	n	時尚 X	n				
未出租		未出租					
							

路名：慶和街

000_2-1	K	000_6-1	K	000_8-1	M	000_10-1	M
戀愛		小西藏館		住家		住家	
							
000_12-1	K	000_16-1	L	000_18-1	M	000_20-1	G
萬華甜不辣		魔力夾客		住家		真5號養生館	
							
000_22-1	M	000_26-1	O	000_28-1	M	000_30-1	K
住家		廢屋		住家		Light & Salt Pasta	
							
000_32-1	L	000_36-1	O	000_38-1	N	000_40-1	O
夾娃娃		機車行		未出租		倉庫	
							

路名：慶和街

000_42-1	M	000_46-1	O	000_48-1	M	000_52-1	O
住家		倉庫		住家		逢甲夜市管理委員會	
							
000_54_1-1	O	000_54_2-1	O	000_54_3-1	N	000_56-1	N
二門血道國術館		鈴懿樂器才藝中心		租屋		租屋	
							
000_56_1-1	M	000_58-1	M	000_62-1	M	000_66-1	M
住家		住家		住家		住家	
							
000_68-1	M	000_70-1	M	000_72-1	M	000_76-1	M
住家		住家		住家		住家	



路名：慶和街

000_78-1	M	000_82-1	M	000_86-1	M	000_88-1	L
住家		住家		住家		夾客聯盟	
							
000_90-1	M	000_92-1	K	000_92-2	K	000_92-3	M
住家		蔡大明青蛙嗑奶		波西飛薯		住家	
							
000_92-4	O	000_92-5	N				
倒閉		未出租					
							

路名：慶和街

000_1-1	L	000_3-1	G	000_5-1	K	000_7-1	M
5 號夾娃娃機		小梅挽臉		好口味素食		住戶	
							
000_9-1	O	000_9-2	O	000_9-3	O	000_9-4	G
丸藝鋪		TATTOO		唯晟水晶		Kelly K Nail	
							
000_11-1	K	000_13-1	M	000_15-1	M	000_17-1	M
波羅先生		住戶		住戶		住戶	
							
000_23-1	O	000_25-1	O	000_27-1	M	000_29-1	M
倉庫		倉庫		住戶		住戶	
							

路名：慶和街

000_31-1	M	000_33-1	M	000_35-1	M	000_37-1	J
住戶		住戶		住戶		嘉容髮廊	
							
000_39-1	M	000_41-1	M	000_43-1	M	000_45-1	M
住戶		住戶		住戶		住戶	
							
000_47-1	M	000_49-1	M	000_51-1	M	000_53-1	M
住戶		住戶		住戶		住戶	
							
000_55-1	M	000_57-1	M	000_59-1	M	000_63-1	M
住戶		住戶		住戶		住戶	
							

路名：慶和街

000_65-1	M	000_67-1	M	000_69-1	M	000_73-1	A
住戶		住戶		住戶		Nicky's Shop 童裝	
							
000_75-1	K	000_75-2	K	000_75-3	K	000_75-4	K
官芝霖大腸包小腸		按摩雞排		熊手包		老大薯條	
							
000_75-5	N	000_77-1	K	000_79-1	N	000_81-1	K
未出租		甜手作		未出租		Noo Na 炸雞	
							
000_83-1	M	000_85-1	K	000_87-1	M	000_89-1	M
住戶		寶慶麻辣狀元麵食館		住戶		住戶	
							

路名：慶和街

000_91-1	O	000_93-1	M	000_97-1	O	000_99-1	K
展翅上騰的健康教會		住戶		文華專業服飾修改		星運食坊	
							
000_101-1	K	000_103-1	K	000_107-1	K	000_115-1	K
金門炒泡麵		阿華黑輪店		布咕 G 咕		古早味青草茶	
							
000_115-2	L	000_115-3	L	000_115-4	B	000_115-5	L
魔力夾克		娃娃屋		My 飾品		天生好射	
							
000_115-6	K	000_115-7	K	000_115-8	K	000_115-9	O
韓國起司豬肋排		我叫 MT 木瓜牛奶		月亮屋		五味磳承	



		A1_福星路				A1_福星路	
奇/年		106		偶/年		106	
門牌號	店鋪編號	店名	分類	門牌號	店鋪編號	店名	分類
000-431	1	斜角巷	K	000-442	1	ABCMart	D
000-431	2	天津甘栗	K	000-444	1	G2000	A
000-431	3	3C 用品	E	000-446	1	Life8	A
000-431	4	10 元壽司	K	000-448	1	高大 High Big	A
000-431	5	滷味王	K	000-448	2	服飾店	A
000-431-1	1	康是美	F	000-452	1	日藥本舖	F
000-431-1	2	3C 用品	E	000-454	1	中興素食	K
000-431-1	3	飾品店	B	000-454	2	服飾店	A
000-431-1	4	百寶盒	I	000-456	1	加州牛仔	A
000-433	1	Nike	D	000-456	2	服飾店	A
000-433	2	服飾店	A	000-458	1	紐約麋鹿	A
000-435	1	Converse	D	000-458	2	飾品店	B
000-435	2	飾品店	B	000-460	1	TARGET SPORT	A
000-439	1	Energy Shoes	D	000-462	1	Lovely shop	D
000-441	1	Caco	A	000-462	2	衣服店	A
000-443	1	Navy	A	000-462-1	1	CROCS	D
000-445	1	Air Space	A	000-462-2	1	達芙妮 Daphne	D
000-447	1	BISINDEI	I	000-466	1	OMA 歐瑪平價量販	A
000-447	2	服飾店	A	000-466	1	歐瑪 O.MA	A
000-449	1	自強影印文具批發中心	E	000-468	1	NIKE	D
000-451	1	Reebok	D	000-472	1	承恩通訊	H
000-459	1	Adidas	D	000-472	2	ROOKIE	A
000-459	2	AT	J	000-472	3	EVA EVA	B
000-509	1	蒟蒻小品	K	000-476	1	EVA EVA	B
000-509	2	Emma's	A	000-476	2	築地町	K

000-509	3	cha cha	A	000-478	1	金點子	B
000-509	4	Ellipsis	A	000-514	1	adidas	D
000-509	5	派克雞排	K	000-520	1	BIRKENSTOCK	D
000-511	1	寵物衣服	A	000-522	1	那個鍋	K
000-511	2	Mr.Wish	K	000-528	1	地球村	O
000-513	1	大苑子	K	000-542	1	S'aime	C
000-515	1	CONVERSE	D	000-542	2	清安粉圓	K
000-517	1	PLAY 3C	E	000-542	3	雞佬大	K
000-519	1	new balance	D	000-542	4	FUNKY PRINCESS	D
000-521	1	50-shop	A	000-542	5	太平將軍滷味	D
000-523	1	Ms.Oui	A	000-546	1	尋衣啟事	A
000-525	1	納唯詩精油	O	000-546	2	東山鴨頭	K
000-527	1	Grace	A	000-546	3	adidas	D
000-535	1	大腸包小腸	K	000-546	4	挖寶格子屋	E
000-537	1	APM	A	000-546	5	多采多姿	E
000-537	2	百元福袋販賣機	E	000-546	6	四季流行館	E
000-539	1	旺萊山	K	000-546	7	明倫蛋餅	K
000-543	1	吳文豹耳鼻喉科	O	000-550	1	赤軍寶飾	B
000-545	1	CANNABIS	O	000-550	2	Overlord	K
000-547	1	膜人 JOJO	E	000-550	3	比臉大	K
000-547	2	COCO5	A	000-552	1	原樸安心飲	K
000-547	3	雞婆鹽水雞	K	000-552	2	自己來紅茶鮮乳	K
000-547	4	百元福袋販賣機	E	000-554	1	阿月紅茶冰	K
000-551	1	拖鞋	D	000-554	2	Menny	A
000-555	1	ATA	A	000-554	3	H.K Korea Accessory	B
000-555	2	MAXINE	A	000-556	1	Magic Fairy Cage	A
000-557	1	開拓者	A	000-556	2	稻鮎	K
000-557	2	N1	C	000-556	3	Pierre Cardin Lingerie	A
000-557	3	日涵	J	000-558	1	Moly Moly	A
000-557	4	百元福袋販賣機	E	000-558	2	未出租	N
000-557	5	小三美日	E	000-560	1	未出租	N
000-561	1	慕義堂	O	000-562	1	未出租	N
000-561	2	玩具店	E	000-562-1	1	豪品鐵板燒	K
000-561	3	手機配件	E	000-566	1	壹品日式關東煮	K
000-561	4	床包	O	000-568	1	加州牛排	K

000-561	5	髮飾	E	000-570	1	吉品鐵板燒	K
000-561	6	SKIN	A	000-572	1	未出租	N
000-563	1	Kumo shoes	D	000-572	2	鬼洗	A
000-563	2	L2 時尚美睫	G	000-574	1	慶和牙醫診所	F
000-567	1	Emma's 服飾	A	000-576	1	Star Box	A
000-567	2	伊薇特	G	000-580	1	福星診所	F
000-567	3	GO-LEN 愛美瞳眼鏡	G	000-580	2	7-Eleven	E
000-569				000-584	1	采佳鄉	K
000-575	1	福星停車場	O	000-584	2	鍋燒意麵	K
000-579	1	BT ladies boutique	A	000-586	1	喫茶小舖	K
000-581	1	愛麋鹿	D	000-588	1	La New	D
000-583	1	健康家活力按摩館	O	000-592	1	清心福全	K
000-585	1	誌鴻機車行	O	000-594	1	點線電髮	J
000-587	1	伊雅加大尺碼	A	000-596	1	iFit 愛瘦身	G
000-589	1	道生中醫診所	F	000-598	1	月島文字燒	K
000-591	1	首爾韓鍋	K	000-600	1	逢甲燒餅豆漿	K
000-593	1	悅	K	000-602	1	PS 國際髮型	J
000-595	1	有田樂	K	000-604	1	逢甲阿郎旗艦店	K
000-597	1	未出租	N	000-606	1	二口美食	K
000-599	1	真豪按摩	O	000-608	1	盈眾廣告	O
000-601	1	全家 Family Mart	E	000-610	1	Pizza hut 必勝客	K
000-603	1	大三巴港澳咖喱滷	K	000-612	1	新鑫安全帽	E
000-603	2	中野安全帽	E	000-614	1	Tmo.Pro	H
000-603	3	小林髮廊	J	000-616	1	天補養生藥燉排骨	K
000-605	1	Milida	A	000-622	1	老葉麵店	K
000-607	1	未出租	N	000-624			
000-609	1	大丸靚鍋	K	000-626	1	吉成機車行	O
000-611	1	漢林鐵板燒	K	000-626-1	1	三星智慧館 Samsung	H
000-613	1	遠傳	H	000--630	1	逢甲特製魯肉飯	K
000-613-1	1	天仁配鎖	O				
000-613-2	1	良辰吉時	K				
000-613-2	2	未出租	N				

000-613- 2	3	GREAT 古雷特概念館	J				
---------------	---	--------------	---	--	--	--	--

A2_逢甲路				A2_逢甲路			
奇/年	106			偶/年	106		
門牌號	店鋪編號	店名	分類	門牌號	店鋪編號	店名	分類
000-77	1	Kinanan	B	000-442	1	樵仔新鮮水果	K
000-77	2	未出租	N	000-442	2	942 就是愛鬆餅	K
000-77	3	台南米糕	K	000-442	3	剪刀式雞蛋糕	K
000-79	1	SISTERS	A	000-442	4	將軍滷味	K
000-81	1	CCFS	A	000-442	5	手機殼	E
000-81	2	CCFS-Espresso	K				
000-81	3	未出租	N	075-1	1	服裝店	A
000-83	1	Ammers	A	075-1	1	EIEZ	A
000-85	1	STEER	A	075-1	1	.COM	A
000-87	1	夾娃娃機店	L	075-2	1	UR MAN	A
000-89	1	唐人街	A	075-6	1	葉小貨	A
000-91	1	逗	G	075-6	2	Mina	A
000-93	1	S M	A	075-8	1	TOMOMI	A
000-95	1	A Dress A Day	A	075-8	2	AMOUR	A
000-97	1	Timothy	A	075-10	1	Sixneuf	A
000-99	1	未出租	N	075-12	1	Anti ant	A
000-101	1	DANDY INK	A	075-15	1	MIRKA	A
000-103	1	magic closet	A	075-16	1	服裝店	A
000-107	1	至善魯肉販	K	075-18	1	服裝店	A
000-108	1	11:28	A	075-18	2	CHEERS	A
000-109	1	熊哥通訊行	H	075-18	3	未出租	N
				075-20	1	服飾店	A
075-21	1	幸運樹娃娃屋	L	075-20	2	服飾店	A
075-23	1	未出租	N	075-22	1	dreamer Korea	A
075-25	1	未出租	N	075-24	1	11:28	A
075-27	1	未出租	N	075-26	1	s;a mode	A
075-29	1	未出租	N	075-28	1	碧根建設	M
075-15	1	住宿	M	075-28	2	未出租	N
075-19	1	倉庫	O	075-28	3	服裝店	A
075-31	1	未出租	N	075-28	4	服裝店	A

075-31	2	未出租	N	075-30	1	Katemen	A
075-31	3	shoes	D	075-32	1	CHH shop	A
075-31	4	未出租	N	075-34	1	Drezms	A
075-31	5	未出租	N	075-36	1	未出租	N
075-31	6	未出租	N	075-38	1	未出租	N
075-31	7	未出租	N	075-40	1	服裝店	A
075-31	8	未出租	N	075-42	1	服裝店	A
075-31	9	未出租	N	075-44	1	C.Change 身體包裝美學	A
075-31	10	未出租	N	075-46	1	服裝店	A
075-31	11	未出租	N	075-48	1	停車場	O
075-31	12	未出租	N				
075-31	13	未出租	N				
075-31	14	未出租	N				
075-31	15	未出租	N				
075-31	16	未出租	N				

A2_000_73 屋台階		
年	106	
店家編號	店名	分類
外 1F_001	如花鮮果汁	K
外 1F_002	牛奶芭樂	K
外 1F_003-01	富發牌	D
外 1F_003-02	發	C
外 1F_004	美芙雅	G
外 1F_005-01	sun flower	A
外 1F_005-02	胖妞茶飲	K
外 1F_006-01	沃德維普	O
外 1F_006-02	飾品	D
外 1F_006-03	服裝攤	A
外 1F_007	未出租	N
外 1F_008	未出租	N
外 1F_009	未出租	N
外 1F_010	未出租	N
外 1F_011	kiki	C
外 1F_012	SUGGEST	B
外 1F_013	未出租	N
外 1F_014	樓梯	O

外 1F_015	小貝可童裝	A
外 1F_016	Mina	A
外 1F_017	M.A.T	A
外 1F_018	The out fit	A
外 1F_019	真愛牛仔	A
外 1F_020	未出租	N
外 1F_021	未出租	N
000_73-01	手機殼	E
000_73-02	夾娃娃機店	L
000_73-03	學生套房出租	M
精品 A	未出租	N
精品 B	未出租	N
精品 C	未出租	N
精品 D	a.space	A
精品 E	kiki	C
精品 F	未出租	N
精品 G	未出租	N
精品 H	飾品	B
精品 J	未出租	N
精品 K	服裝店	A
精品 L	未出租	N
精品 M	未出租	N
精品 P	未出租	N
精品 Q	浪如	B
流行 A	未出租	N
流行 B	未出租	N
流行 C	a.space	A
流行 D	未出租	N
流行 E	未出租	N
流行 F	梵卡亞	B
流行 G	服裝店	A
流行 H	服裝店	A
流行 J	未出租	N
流行 K	Klection	A
流行 L	Klection	A
流行 M	shing	B

流行 P	未出租	N
流行 Q	未出租	N
流行 R	服裝店	A
流行 S	依采邑	B
流行 T	服裝店	A
流行 U	未出租	N
流行 W	未出租	N
流行 X	倉庫	O
流行 Y	未出租	N
流行 Z	未出租	N
花 A	服裝攤	A
花 B	服裝攤	A
花 C	服裝攤	A
花 D	服裝攤	A
花 E	服裝攤	A
花 F	服裝攤	A
花 G	服裝攤	A
花 H	服裝攤	A
花 J	服裝攤	A
花 K	服裝攤	A
花 L	服裝攤	A
時尚 A	酷褲妹	A
時尚 B	sweet world	A
時尚 C	飾品	B
時尚 D	未出租	N
時尚 E	未出租	N
時尚 F	未出租	N
時尚 G	未出租	N
時尚 H	未出租	N
時尚 J	未出租	N
時尚 K	未出租	N
時尚 L	未出租	N
時尚 M	未出租	N
時尚 P	J&C	A
時尚 Q	J&C	A
時尚 R	BE.Q	A

時尚 S	服裝店	A
時尚 T	服裝店	A
時尚 U	服裝店	A
時尚 W	未出租	N
時尚 X	未出租	N

		A3_文華路				A3_文華路	
奇/年		106		偶/年		106	
門牌號	店鋪編號	店名	分類	門牌號	店鋪編號	店名	分類
000_1-1	1	明倫蛋餅	K	000_2	1	阿貴姑抄手大餛飩	K
000_1-2	1	阿卿現切水果	K	000_2-1	1	自然美容美體護膚中心	G
000_1-2	2	惡魔雞排	K	000_2-2	1	大三通百貨	E
000_1-2	3	許生煎包	K	000_2-3	1	夏日星鮮芒果雪花冰	K
000_1-2	4	邱記 10 元碳烤	K	000_2-4	1	超級好喝木瓜牛奶	K
000_1-2	5	黃 G 紅炸雞	K	000_2-5	1	鐵拳	K
000_1-2	6	重慶麻辣燙	K	000_2-6	1	夾娃娃	L
000_1-2	7	熊御燒	K	000_2-7	1	吉峰蒸餃	K
000_1-2	8	無名茶舖	K	000_2-8	1	大雅美容美體	G
000_1-2	9	正港蚵仔煎	K	000_2-8	2	嘉義不一樣	K
000_1-2	10	一中街現泡茶	K	000_2-9	1	員林劉記沙茶麵 四神湯	K
000_1-3	1	品味豆乳雞	K	000_2-10	1	新易現炒店	K
000_1-3	2	口口品 平價牛排專賣店	K	000_2-11	1	新鮮現切水果 10 元	K
000_1-6	1	阿秋蜜汁爌肉飯	K	000_2-11	2	太谷茶茶飲專賣店	K
000_1-6	2	阿秋茶飲	K	000_2-12	1	娃娃屋	L
000_1-7	1	出櫃	K	000_2-12	2	大紅炮木瓜牛奶	K
000_1-7	2	梅亭蜜汁燒烤	K	000_6	1	廣芝福燒臘	K
000_1-8	1	EZ 特區娃娃屋	L	000_6	2	阿呆滷味	K
000_1-8	2	KUNGFU TEA	K	000_6-1	1	真時美行眼鏡	I
000_1-9	1	炒飯達人	K	000_6-1	2	麻油手做米血	K
000_1-9	2	大創娃娃屋	L	000_6-2	1	陳牛乳大王	K
000_3	1	好大雞排	K	000_6-2	2	86 炭烤雞排	K

000_3	2	喝好茶	K	000_6-3	1	阿三哥滷味	K
000_3-1	1	祐生藥局	F	000_6-3	2	下辣高手	K
000_3-1	2	逢甲潤餅	K	000_6-3	3	阿三哥蔥油餅	K
000_3-2	1	德記東山鴨頭	K	000_8	1	楊記烙餅舖	K
000_3-2	2	綠豆沙奶奶	K	000_9	1	喬晞烤烤	K
000_3-3	1	全家 Family	E	000_10	1	瓜董西瓜汁	K
000_3-3	2	阿喜滷味	K	000_10	2	安安青草茶	K
000_7	1	鍋燒意麵	K	000_10-1	1	COCOME N	L
000_7	2	大麻粉圓	K	000_10-2	1	ETG 鹽水雞	K
000_7-1	1	膜力紅	E	000_10-2	2	除臭王	C
000_7-2	1	宋家脆皮臭豆腐	A	000_10-3	1	阿宗烤地瓜	K
000_7-3	1	EMON 依夢	A	000_10-3	2	澎湖阿宗青草茶	K
000_7-4	1	清心福全冷飲店	K	000_10-4	1	大堂雅	K
000_7-5	1	涼師父	K	000_10-4	2	30 鮮	K
000_7-6	1	City Milk	K	000_10-4	3	桑園舊書店	O(書店)
000_7-7	1	向陽樓刀削麵	E	000_10-5	1	JOYROOM 肌樂堂	K
000_9	1	(龍貓)雜貨店	K	000_10-6	1	辣脆腸	K
000_9-5	1	QM ACCGSSORY	K	000_10-6	2	益田	A
000_9-10	1	蔬果小珠珠	K	000_10-7	1	赤鬼炙燒牛排	K
000_9-11	1	北回木瓜牛奶	K	000_10-8	1	八鍋聯軍	K
000_10	1	赤鬼炙燒牛排	K	000_10-8	2	泰后月亮蝦餅	K
000_11	1	日船章魚小丸子	K	000_10-10	1	紅茶臭豆腐	K
000-13	1	日船章魚小丸子	K	000_10-10	2	職人的果汁	K
000-17	1	伊麗莎白皮鞋	D	000_10-10	3	繼光香香雞	K

B2_慶和街				B2_慶和街			
奇/年	106			偶/年	106		
門牌號	店鋪編號	店名	分類	門牌號	店鋪編號	店名	分類
000-1	1	住家	M	000-2	1	戀愛	K

000-3	1	小梅挽臉	G	000-6	1	小西藏館	K
000-5	1	住家	M	000-8	1	住家	M
000-7	1	好口味素食	K	000-10	1	住家	M
000-9	1	翔美雪花 Charmy	K	000-12	1	萬華甜不辣	K
000-9	2	丸藝鋪	O	000-16	1	魔力夾客	L
000-9	3	墨舍 INK tattoo	O	000-18	1	住家	M
000-9	4	唯晟水晶玉石專賣店	O	000-20	1	真5號養生館	G
000-9	5	Kelly K Nail	G	000-20-8			
000-11	1	菠蘿先生	K	000-22	1	住家	M
000-13	1	住家	M	000-26	1	廢屋	O
000-15	1	住家	M	000-28	1	住家	M
000-17	1	住家	M	000-30	1	Light & Salt Pasta	K
000-19	1	住家	M	000-32	1	夾娃娃	L
000-21	1	倉庫	O	000-36	1	機車行	O
000-23	1	倉庫	O	000-38	1	未出租	N
000-25	1	倉庫	O	000-40	1	倉庫	O
000-27	1	住家	M	000-42	1	住家	M
000-29	1	住家	M	000-46	1	倉庫	O
000-31	1	住家	M	000-48	1	住家	M
000-33	1	住家	M	000-52	1	逢甲夜市管理委員會	O
000-35	1	住家	M	000-54-1	1	二門血道國術館	O
000-37	1	住家	M	000-54-2	1	鈴懿樂器才藝中心	O
000-39	1	住家	N	000-54-3	1	租屋	N
000-41	1	嘉容髮廊	J	000-56	1	租屋	N
000-43	1	住家	M	000-56-1	1	住家	M
000-45	1	住家	M	000-58	1	住家	M
000-47	1	住家	M	000-62	1	住家	M
000-49	1	住家	M	000-66	1	住家	M
000-51	1	住家	M	000-68	1	住家	M
000-53	1	住家	M	000-70	1	住家	M
000-55	1	住家	M	000-72	1	住家	M
000-57	1	住家	M	000-76	1	住家	M
000-59	1	住家	M	000-78	1	住家	M
000-63	1	住家	M	000-82	1	住家	M
000-65	1	住家	M	000-86	1	住家	M
000-67	1	住家	M	000-88	1	夾客聯盟	L

000-69	1	住家	M	000-90	1	住家	M
000-71	1	住家	M	000-92	1	蔡大明青蛙嗑奶	K
000-73	1	Nikyl's shop 童裝	A	000-92	2	波西飛薯	K
000-75	1	官芝霖大腸包小腸	K	000-92	3	住家	M
000-75	2	按摩雞排	K	000-92	4	倒閉	O
000-75	3	熊手包	K	000-92	5	未出租	N
000-75	4	老大薯條	K				
000-75	5	未出租	N				
000-77	1	甜手作	K				
000-79	1	未出租	N				
000-81	1	Noo Na 炸雞	K				
000-83	1	住家	M				
000-85	1	寶慶麻辣麵食館	K				
000-89	1	住家	M				
000-91	1	展翅上騰的健康教會	O				
000-93	1	住家	M				
000-95	1	住家	M				
000-97	1	文華專業服飾修改	O				
000-99	1	星運食坊	K				
000-101	1	金門炒泡麵廣東粥	K				
000-103	1	阿華黑輪店	N				
000-107	1	布咕 G 咕	K				
000-115	1	古早味青草茶	K				
000-115	2	魔力夾克	L				
000-115	3	娃娃屋	L				
000-115	4	My 飾品	B				
000-115	5	天生好射	L				
000-115	6	韓國起司豬肋排	K				
000-115	7	我叫 MT 木瓜牛奶	K				
000-115	8	月亮屋逢甲月亮蝦餅	K				
000-115	9	五味礮承	K				

106 年餐飲業及飲料商家調查

福星路

店名(餐飲)

秋禾源
帝鈞胡椒餅
SMART19
吉峰蒸餃
葵米
雪花大餛飩
台茶 1 號
向上水餃
東海蓮心冰
踏踏食食
斗六門當歸鴨
逢家現炒家常菜
永和春秋豆漿
喫茶小舖
買辣麻辣燙-
小竹屋
香福記現炒
清心福全冷飲站
A 米炊飯
超獨特果汁傳奇
雞蛋糕
紅茶臭豆腐

店名(飲料)

葵米
台茶 1 號
喫茶小舖
清心福全冷飲站
青蛙撞奶
秋禾源

波波打嗝
麻糬仙森
粉紅磚塊
辣脆腸
燒町
ANAIS 吉拿棒
無骨雞爪凍
豪記無骨戰鬥雞
青蛙撞奶
花生捲冰淇淋
東大牛排
小胖薏仁湯
伴手禮
龍涎居
麥當勞
糖之鄉

逢甲路

店名(餐飲)

長億現切水果包
勝面
台 G 店
老客馥
台北江
CHA ME
徐師傅臭豆腐
口口品牛排
石燕
莎得徠茲
薔薇派
兄弟檔牛排
印度拉茶
冰淇淋
梅亭壽司
陳媽媽紅豆餅
逢甲冰菓室
泡泡 Q
印度拉茶

店名(飲料)

印度拉茶
CHA ME



西安街

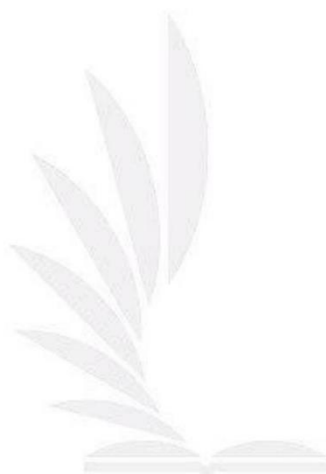
店名(餐飲)

大三巴
秘密雞地
大王手工涼茶
阿Q爆漿粉圓
Mr. Egg-236
salut teashop
牛B葫蘆王
咕咕園
白面東楊桃汁
福星碳烤
小A起司洋芋
炳叔叔烤玉米
吳記排骨酥
小朋友紅茶冰
蕭茶
詹家蛇谷
大埔鐵板燒
葡京茶餐廳
松鶴
廣味珍(粥品)
台南口味鹽酥雞
mother 滷味
我炸你吃芋頭餅
清玉人文茶飲
出櫃
萬味軒
大大紅豆餅
小品屋
Bon Gousse
Oh! ya 早午餐
19號倉庫
大吉拉麵
呷金霸

豫春園
森記快餐
吳家紅茶冰

店名(飲料)

大王手工涼茶
阿Q爆漿粉圓
salut teashop
白面東楊桃汁
小朋友紅茶冰
蕭茶
清玉人文茶飲
出櫃
吳家紅茶冰



文華路

店名(餐飲)

鍋貼
台北江
一中街紅豆餅
TEA SHOP
大逢甲小辣椒
沏茶
七味廚坊
黑盒子
豐成麵館
雄爺雞蛋糕
陽光老爹
冰火菠蘿油
向陽茶坊
Fun 輕鬆
麻而辣臭豆腐
圓石
啾哇嘿啲
烈焰雞排
大丁拉麵
王記刀削麵
大苑子
一芳
花蓮炸蛋蔥油餅
菜田開門
海丸子
小紅帽
小G脆皮雞蛋糕
韓式海鮮煎餅
三味町
菇菇窩
雷娜熊
井殿
胖胖包

東著來
御品元
東著來
Double A
斑馬
8 豆妖
吉野烤肉飯
GUS MILK
MIX 麵食
茶盧
麻辣雞
紅辣椒
ICE BIN -GO
小王子紅茶
肉串王
黃金肋排
安格斯骰子牛
到此一鯨
甘梅薯條
春川起司蛋燒
香蔥肉捲
鴻利燒臘快餐
口福
珍珠奶茶
珍膳坊
攪胃專家
金展快餐
脆皮蛋餅
林洋記香港燒賣
老蕭牛肉麵
MAKE MAY2
幸運杯
老蕭牛咖堂

凱文廚房
MASTER OF TEA
果園
王哥肉丸
蔡大明青蛙嗑奶
川田屋拉麵
艾迪生焗烤專賣
九湯屋
呷尚寶
邱記燒烤
紅仔標
大甲胡媽媽
慕績冰店
OHLALA
神座
港式滷味
鮮茶道
一品豆花
R&B CURRY
127
泰漾泰式簡餐
天狗
台灣真有味
綠蓋 LATTEA
誠實泡菜
大家路簡餐
蔣式咖哩
新揚州炒飯

文華路

店名(飲料)

TEA SHOP

沏茶

向陽茶坊

圓石

大苑子

一芳

Double A

ICE BIN -GO

小王子紅茶

珍珠奶茶

幸運杯

MASTER OF TEA

蔡大明青蛙嗑奶

鮮茶道

綠蓋 LATTEA



逢甲路

店名(餐飲)

古記滷味
自己來紅茶鮮乳
酥贏豆乳雞
菠羅先生
三友町
貳捌麵魂
老二の鹽水雞
金享
布萊恩
GG 葡萄冰沙
ice CHURROS
大甲芋頭城
一心素食
逢甲品冰瀑彎豆冰
緣棧
地瓜球
青草茶
十方緣
豐收王國
韓式炸雞
牛B 葫蘆王
火焰骰子牛
大排仁
水果攤
黑輪店
日式大阪燒
海之味
黃金脆皮雞腿捲
現打西瓜汁
雞爪凍
新聯成
水果攤

懶人蝦
加賀雞爪凍
成龍機排
果汁攤
黃金肋排
打牙祭
燒烤之家
果汁攤
小A 起司洋芋
九龍城陳記香港茶
檸檬紅茶
麻辣魚蛋
韓食攤
起司多
巧蕉王
一家之薯
金牌巨無霸
泰后月亮蝦餅
一口吃香腸
吳記QQ 腸粉
韓式起司炸雞
起司章魚燒
新疆烤豬夾餅
慕尼黑德國豬腳
麻辣魚蛋
烏蛋達人
惡魔雞排
三爹沙嗲
茶窯鮮果棧
手工粉圓
雞爪凍
阿伯霜淇淋

黑糖如
歐普滋
金莎蛤仔
饕食堂
花生糖
珍好佳
日式烤魷魚
醬烤
甘蔗檸檬
金豬王
水果攤
肉串王
蒜香雞
章魚足燒
黃金轟炸魷魚
豬血糕
青蛙下蛋
火焰骰子牛
鹽酥菇
日出客棧
地瓜球

店名(飲料)

自己來紅茶鮮乳
金享
布萊恩
GG 葡萄冰沙

文華路

店名(餐飲)

逢甲品冰瀑彎豆冰
緣棧
地瓜球
青草茶
十方緣
豐收王國
韓式炸雞
牛B葫蘆王
火焰骰子牛
大排仁
水果攤
黑輪店
日式大阪燒
海之味
黃金脆皮雞腿捲
現打西瓜汁
雞爪凍
新聯成
水果攤
懶人蝦
加賀雞爪凍
成龍機排
果汁攤
黃金肋排
打牙祭
燒烤之家
果汁攤
小A起司洋芋
九龍城陳記香港茶
檸檬紅茶
麻辣魚蛋
韓食攤
起司多
巧蕉王

一家之薯
金牌巨無霸
泰后月亮蝦餅
一口吃香腸
吳記QQ腸粉
韓式起司炸雞
起司章魚燒
新疆烤豬夾餅
慕尼黑德國豬腳
麻辣魚蛋
烏蛋達人
惡魔雞排
三爹沙嗲
茶窯鮮果棧
手工粉圓
雞爪凍
阿伯霜淇淋
黑糖如
歐普滋
金莎蛤仔
饕食堂
花生糖
珍好佳
日式烤魷魚
醬烤
甘蔗檸檬
金豬王
水果攤
肉串王
蒜香雞
章魚足燒
黃金轟炸魷魚
豬血糕
青蛙下蛋

火焰骰子牛

店名(飲料)

逢甲品冰瀑彎豆冰
緣棧
青草茶
現打西瓜汁
果汁攤
九龍城陳記香港茶
檸檬紅茶
茶窯鮮果棧
手工粉圓
甘蔗檸檬
青蛙下蛋

碧根陽光廣場

店名(餐飲)

小上海
熊老大串燒
Rabbit cake
暮の料理

店名(飲料)

暮の料理



逢甲歡樂星

店名(餐飲)

墨汁雞排
花東牛排
甜月亮冰淇淋
大芒杯
可樂の私房
台中甜不辣
鎮新記
鎮新記
東京起司烤餅
炒泡麵
山形心心日本拉麵
激旨燒鳥
激旨燒鳥
惡魔雞排
古早味蛋糕
爆漿牛肉丸
黃金炸薯叔
冰火山熱壓吐司冰淇淋
冰火山熱壓吐司冰淇淋
古巴人
九州からあげ
自由軒
可口可樂
飲料機台
鮮果匠
玉子燒

店名(飲料)

大芒杯
可口可樂
飲料機台
鮮果匠



福星路

店名(餐飲)

斜角巷
天津甘栗
10元壽司
滷味王
蒟蒻小品
派克雞排
Mr.Wish
大苑子
大腸包小腸
旺菜山
雞婆鹽水雞
首爾韓鍋
首爾韓鍋
有田樂
大三巴港澳咖喱酒
大丸靚鍋
漢林鐵板燒
良辰吉時

店名(飲料)

斜角巷
Mr.Wish
大苑子
良辰吉時
清安粉圓
原樸安心飲
自己來紅茶鮮乳
阿月紅茶冰
喫茶小舖
清心福全



逢甲路

店名(餐飲)

台南米糕
CCFS-Espresso
至善魯肉販
樵仔新鮮水果
942 就是愛鬆餅
剪刀式雞蛋糕
將軍滷味

店名(飲料)

CCFS-Espresso



屋台階

店名(餐飲)

如花鮮果汁
胖妞茶飲

店名(飲料)

如花鮮果汁
胖妞茶飲



文華路

店名(餐飲)

明倫蛋餅
 阿卿現切水果
 惡魔雞排
 許生煎包
 邱記 10 元碳烤
 黃 G 紅炸雞
 重慶麻辣燙
 熊御燒
 無名茶舖
 正港蚵仔煎
 一中街現泡茶
 品味豆乳雞
 口口品 平價牛排專賣店
 阿秋蜜汁爌肉飯 阿秋茶飲
 出櫃
 梅亭蜜汁燒烤
 KUNGFU TEA
 炒飯達人
 好大雞排
 喝好茶
 逢甲潤餅
 德記東山鴨頭
 綠豆沙奶奶
 阿喜滷味
 鍋燒意麵
 大麻粉圓
 清心福全冷飲店
 涼師父
 City Milk
 (龍貓)雜貨店
 QM ACCGSSORY

蔬果小珠珠
 北回木瓜牛奶
 赤鬼炙燒牛排
 日船章魚小丸子
 阿貴姑抄手大餛飩
 夏日星鮮芒果雪花冰
 超級好喝木瓜牛奶
 鐵拳
 吉峰蒸餃
 嘉義不一樣
 員林劉記沙茶麵 四神湯
 新易現炒店
 新鮮現切水果 10 元
 太谷茶茶飲專賣店
 大紅炮木瓜牛奶
 廣芝福燒臘
 阿呆滷味
 麻油手做米血
 陳牛乳大王
 86 炭烤雞排
 阿三哥滷味
 下辣高手
 阿三哥蔥油餅
 楊記烙餅舖
 喬晞烤烤
 瓜董西瓜汁
 安安青草茶
 ETG 鹽水雞
 阿宗烤地瓜 澎湖阿宗
 青草茶
 大堂雅
 30 鮮

JOYROOM 肌樂堂
 辣脆腸
 赤鬼炙燒牛排
 八鍋聯軍
 泰后月亮蝦餅
 紅茶臭豆腐
 職人的果汁
 繼光香香雞

店名(飲料)

無名茶舖
 一中街現泡茶
 阿秋茶飲
 出櫃
 KUNGFU TEA
 喝好茶
 綠豆沙奶奶
 大麻粉圓
 清心福全冷飲店
 City Milk
 蔬果小珠珠
 北回木瓜牛奶
 超級好喝木瓜牛奶
 太谷茶茶飲專賣店
 大紅炮木瓜牛奶
 陳牛乳大王
 瓜董西瓜汁
 安安青草茶
 澎湖阿宗青草茶
 30 鮮
 職人的果汁

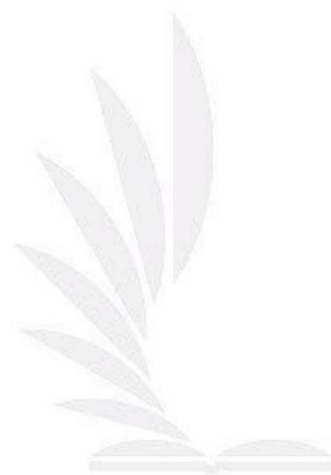
慶和街

店名(餐飲)

好口味素食
翔美雪花 Charmy
菠蘿先生
官芝霖大腸包小腸
按摩雞排
熊手包
老大薯條
甜手作
Noo Na 炸雞
寶慶麻辣麵食館
星運食坊
金門炒泡麵廣東粥
布咕 G 咕
古早味青草茶
韓國起司豬肋排
我叫 MT 木瓜牛奶
月亮屋逢甲月亮蝦餅
五味磳承
戀愛
小西藏館
萬華甜不辣
Light & Salt Pasta
蔡大明青蛙嗑奶
波西飛薯
東東西米露
如花鮮果汁
紅茶炸奶
果汁攤
台灣特濃古早味

店名(飲料)

古早味青草茶
我叫 MT 木瓜牛奶
蔡大明青蛙嗑奶
五味磳承
東東西米露
如花鮮果汁
如花鮮果汁
果汁攤
台灣特濃古早味



心得報告

學術倫理與道德 心得報告

課程名稱： 學年度統計專題(一) 指導老師： 李榮銘教授、高秀蘭教授
姓名： 陳又如 學號： D0333832 組別： C
心得報告：

從大一進統計系那刻便得知大四有一門專題課程，是要集結大學四年中不論是課本裡所學或是老師曾經教過得統計運用方法，實際運用在最後的畢業專題上，而專題大致分為兩類，一是自行訂定主題做研究，二是延續每年的傳統做逢甲夜市的商圈店家及流量調查，多次從學長姐那耳聞倘若選到夜市組會很辛苦也必須花費很多時間，所以起初非常害怕被分配到這個主題，在大三下得知大四專題是夜市組的時候，真的覺得晴天霹靂。

不過，在暑假的時候，受高秀蘭老師的邀請，協同劉峰旗老師與怡晴助教做過一中及勤美的商圈店家流量調查，那時的我花了暑假的時間在短時間內從零開始學習，如何在一個商圈內定點定時測人口流動的數量，還必須觀測流動方向避免重複計算，以及在不同時段做流量觀測，統計出各個時段進入商圈的人數有多少落差，另外，在測流量之餘，也要抓緊時間一一進行店家拍攝及調查，統整各店家位址及店家屬性，因為是商圈所以店家數量很可觀，到了周休假日還會有不特定的流動攤販出現，也必須特地去做調查，當時，還受到天氣影響以致另期再做調查，真的讓我花了不少時間在那上面。

很幸運的是，比起其他同學我有這樣的機會能提早接觸商圈流量調查，所以我可以將這些經驗分享給同組的夥伴們，告訴他們，大致的調查方向是什麼該怎麼執行，曾經遇到過什麼樣的問題，怎麼去解決，甚至可以一起討論提出問題跟教授們討論，例如：補假是不是會影響流量？等等。

但，我們這組似乎是受到老天特別眷顧一樣，接連發生一連串的考驗，從第一次被臨時通知要開會那天起，就有一半的組員未受到通知所以並沒有出席，接著，明明早在很一開始就已經決定好最初的題目「無人商家」並告知教授，也在當下向教授提出倘若不幸萬一與他組撞主題的問題。果真，在第一次報告結束時被迫面臨換主題的窘境，老實說，我們心中滿滿地憤憤不平！但卻無可奈何，還是得面對問題並解決問題，越挫越勇的我們，是不會這麼輕易就被擊倒的，收拾好心情，一切從頭再來過，很迅速地，決定了全新的研究主題「2017 逢甲人氣飲料調查」。

逢甲，被譽為眾多美食小吃的發源地，當然不外乎，也包含人手一杯各式各樣的飲料，我們蒐集現今流行的網路打卡按讚留言數並加以整理，及利用網路表單做初步統計調查，更親自

到現場觀察排隊購買率，雖然過程有點繁瑣，但我們希望能把最真實最準確的數據呈現出來。接著，將蒐集到的種種資料進行一系列的分析。在一開始要分析時真的毫無頭緒，不知道要從哪裡下手，於是，我們去翻了翻以前曾經學過的課本，費了好大一會功夫才研究出如何操作，但，在過程還是不斷遭遇很多難關，我們將他一一解決並攜手一起完成了這份報告！很感謝每一位組員們不畏種種困難一起努力到最後，所有好與壞的經歷，都將成為我們最棒最無可替代的養分。

其實，現在想想，夜市組也並非人家說的那麼可怕，每週有固定的進度規劃，雖然大家都不曾做過，但是跟著教授們跟著督導們一步一步的執行，繁瑣的報告也能漸漸完成，能學以致用讀了大學四年的統計相關知識在生活了四年的逢甲商圈中是一件很奇妙的事情。

最後想說，雖然和這群一起做專題的組員們各自在不同班，若不是因為專題也不會有太多接觸的我們，配合起來竟然相當的順暢有默契，大家都很有共識的想要好好完成這份專題，每個禮拜二晚上總會一起約出來討論報告，每個人總能很有效率也很盡責地完成自己該負責的部分，也總能適時地提出疑問大家一起想辦法解決，真的很開心能跟這麼棒的組員們一起做這份畢業前的專題報告！



學術倫理與道德 心得報告

課程名稱： 學年度統計專題(一) 指導老 李燦銘教授、高秀蘭教授
師： 授
姓 名： 王奕雯 學 號： D0335078 組 別： C
心得報告：

其實在大三分配完專題組別的時候，就感到非常擔心和害怕，組員不再是以往熟悉的同學，平常和組員也沒有什麼機會接觸，第一次的組合就要完成我們大學四年以來最重要的專題報告，距離畢業最後的必修課程，但幸好組員們都非常和善，讓我不害怕去發表自己的想法和意見，能夠就由這次的機會認識他們真的很幸運。

在做商家調查的過程中，我們負責的區域主要是逢甲路 75 巷和屋台街，但這些地方或許已經沒有當初的繁榮，好多好多的店都尚未租出去，也有商家向我們感嘆現在社會的不景氣，在拍照的途中，我看到的往往都是等待客人上門的商家，而不是絡繹不絕的顧客，我們的範圍有很大一部分都是販賣服飾類產品，或許這也表示這個市場的競爭力實在太強了，大家販售的商品太相似了，導致大家在其他店鋪也能夠買到，雖然也可能是網購的興起，人們減少了出門的意願。

看著看著有很多複雜的心情，因為總看到報章雜誌寫著，逢甲帶來多麼龐大的商機，但顯然這些商機獲利並不屬於這些商店吧！讓我希望我們這次調查的成果，能夠為這種現況，帶來一點改善。

雖然我們第三小組負責的區塊，並沒有到處充斥著飲料店，但在逢甲生活了三年多，我們都知道從校門口出來，每間隔幾步路就會看到一間不同名稱的飲料店，尤其是摩斯門附近一間間的開，每次午餐時間，總是有許多的人在排隊購買，每間飲料店的生意都很好，我還曾經在路上，聽到別人的交談內容是在說，現在沒有飲料真的活不下去，這讓我們好奇起了，飲料店所帶來的商機，也讓我們想起，每次向別人推薦逢甲美食的時候，都不曾特別強調有什麼飲料，逢甲才喝得到，不容我們錯過，讓我們決定尋找逢甲在地獨有的好喝飲料店有那些呢？

但在進行的過程中，我們發現逢甲在地有名的飲料店家，實在沒有連鎖店家來的多，不管是知名度、還是人氣，在我們前測的過程中都輸了一大截，因此我們決定，也依同探討消費者購買飲料的習慣、動機，也希望在進行問卷調查的過程中，可以讓試測者對一些逢甲在地飲料店有所認識，誘發他們想去購買的意願，也希望透過消費習慣的調查，能夠讓一些還在逢甲起步生意還不夠起色的店家，能夠有所調整，讓生意越來越好。

相信在專題完成後，這些問題也能夠一一得到解答。

學術倫理與道德 心得報告

課程名稱： 學年度統計專題(一) 指導老師： 李燦銘教授、高秀蘭教授
姓名： 林立國 學號： D0335138 組別： C
心得報告：

專題研究，他是在大學裡數一數二的大重點，有人在意也有人沒有把它當作一回事。個人是非常在意這種東西，專題製作不僅能培養學生發現問題、解決問題的能力，也能培養溝通協調與團隊合作的能力，因此在上課前宜將課程的目的說明清楚，並介紹課程的規劃，讓學生瞭解過程中會逐步學到哪些能力，例如尋找研究問題、瞭解研究方法、收集資料的方法、資料整理與分析、工作分配、時間管理、專題製作格式的認識，簡報的技巧等。因為我是第一次作專題，難免對自己的能力有所疑慮，因此我曾鼓勵自己及組員們，慢慢建立其信心。在專題製作的教學中，首先我對逢甲一小部分商圈做比較深入的調查，而在主題的訂定上，我們的興趣是最重要的，藉由開會互相討論，可以激發我們的靈感，以及老師需協助學生思考其創意性與可行性，由於許多的題目常重複出現，這時要讓學生找出自己研究的特色，從不同的觀點分析議題，或者另尋題目。此外流程的掌控非常重要，老師也用流程表或進度表進行流程與時間管理，定時的和每組同學討論，討論前學生也要先完成預定進度並提出遇到的問題，如此才能確保每組學生都參與製作且如期完成進度，也透過學生間以及師生間的定期討論，教師可即時發現問題從旁協助，才不會延誤進度。另外在製作的過程中，我也學會一些基本的電腦文書處理能力，例如使用 WORD 排版、表格的呈現與繪製、運用 EXCEL 統計資料並將數據圖表化、版面配置與設計、網路資料的擷取與處理、PPT 的設計等，還有中英文打字的熟練度。在製作專題報告的過程中雖然比其他組別辛苦一些，但我還是很高興能參與這份專題，這份專題讓我學習到大學期間應該學習到的必備能力，讓我以後畢業出社會有能在社會生存的最基本的能力，這是我在大學期間非常重大的轉變。同時也很感謝我的組員對我的包容，一個男生在一群女生的組別生存非常不容易，還好她們都沒有刻意刁難我，給我公平公正的待遇，讓我能平安順利地交出報告。最後也感謝老師對我們這組的指導，解決有些潛在問題，讓我們少走冤枉路。

學術倫理與道德 心得報告

課程名稱： 學年度統計專題(一) 指導老師 李燊銘 高秀蘭
教授
姓 名： 莊欣樺 學 號： D0335230 組 別： C

心得報告：

在知道要做夜市這個組題時，剛開始其實不太知道要怎麼做，直到經過好幾次詢問督導和老師們，藉由他們提供的一些意見，才慢慢地進入狀況。九月的一開始是去夜市拍攝店家的招牌，剛開始在拍的時候，都會覺得很不好意思，因為遇到好幾個店家以為我們在幹嘛而出面詢問或者用異樣的眼光看著你，但久而久之也就習慣了，只是在拍攝時要很小心，因為車子來來往的很多，所以不太好拍攝。幾個禮拜之後 9/28(四)~10/1(日)是為期四天的人口流量調查，但考量到 9/30(六)補班以及雙十連假的關係，最後日期改到 10/13(五)~10/15(日)，但還好 9/28(四)不用重測，之後就開始討論問卷的主題要朝哪個方向來進行，經過多次的開會互相討論以及老師所提供的一些意見，我們決定問卷研究方向為「無人商店」。

後來由於我們的主題跟 A 組一樣，我們經過討論與思考後，最後決定選擇換主題，因此我們之前所做的一些調查、報告都要重新來過，也就要比其他組別更辛苦一點，所以我們經常開會討論，因為我們除了要把之前的進度補齊也要做新的進度，雖然我們心中都曾有抱怨過，但最後我們還是接受了，這過程中雖然很辛苦，但我們還是很認真、努力地把它完成。

之後便開始進行分析，而我分析的卡方檢定、無母數檢定，剛開始用 R 軟體分析卡方檢定時，如遇到不會的或忘記要打什麼 code 時，我就會翻以前上課時買的書或者上網找一些相關的資料，以便進行分析；而無母數檢定我是用 SPSS 軟體來分析，由於很久沒碰 SPSS 軟體，以至於忘記如何操作，因此就請同學教我如何操作無母數檢定的作法，才知如何操作分析。雖然在這過程中，遇到很多問題，也花很多時間在研究如何解決，但這一切都很值得，因為學到了許東西，也讓之前忘記的東西，再次地熟悉回來，最後，很感謝老師們耐心地教導。

由於大家的積極配合，我們很快地就分好工作分配，就很順利地完成報告，這讓我覺得自己很幸運地遇到好組員。

學術倫理與道德 心得報告

課程名稱： 學年度統計專題(一) 指導老師： 李燦銘教授、高秀蘭教授
姓名： 劉金玉 學 號： D0378121 組 別： C
心得報告：

還記得大三下學期剛接到專題分組名單時，我的心中是感到非常緊張以及不知所措的，雖然大一時就已經知道大四有專題分組報告要做，但沒想到這一天來臨時我會是這麼沒有方向的感覺，就連組員也不是平常比較常相處在一起的朋友，剛開始難免會有一點的不適應，但在組員的互相扶持以及助教的幫助下，我們渡過了許多困難的關卡，進度也一直都有在順利的往前推，感情也越來越融洽。

我所在的專題組別是夜市 c 組，而我主要負責區域在福星路門牌號 431 至 466 號的範圍，在第一次商家調查時我和我同一點的組員都非常的困惑，不太瞭解商家調查要如何去執行，但其實很多事都是你沒做的時候會覺得特別困難，但其實做了你就會知道要如何去完成，測流量也是如此，因此過程中我們都還沒碰到特別難的瓶頸，當然這中間也要非常感謝幫助我們的助教，讓我們到第一次報告為止的進度都順利的度過。

好景不常，我們夜市 c 組的主題正巧與 a 組的主題撞倒，一次報告後很無奈的必須換主題，雖然覺得很累很難過，但一直抱怨也不是解決之道，所以我們在報告結束後就積極的討論換主題的事情，從原本的進度突然之間歸零，從頭開始，其實我跟組員們都是非常的沒有方向，中間花費了多少時間去做討論我們也算不清楚，最後才終於定下來現在這個主題，定好主題後又是重新調查又是重新整理資料，書面報告以及剪報都要重新製作一份，過程中真的花了很多的心力是用言語無法說出口的，是每位組員用心的付出才讓我們終於順利的渡過了這個坎。

不過說到最讓我覺得辛苦的還是問卷調查了！為期四天的問卷調查，不知道被多少人拒絕，也不知道到底站了多久，只知道真的很累很辛苦，只希望我們付出的努力都能開花結果。

在最後也不得不說一下，我們這組的每位成員都非常認真，每周固定開一次專題討論，大家都會盡量排開自己的事來參與討論，每位成員也都會主動提出自己的想法與意見，進度雖然一度落後其他兩組夜市組，但經過成員們的努力也終於趕上進度了。大家都想把專題呈現出最好的一面給每位讀者而用心的製作著，並且我也相信在組員的互相扶持、鼓勵以及幫助下，我們一定能有很好的表現，讓我們敬請期待。

學術倫理與道德 心得報告

課程名稱： 學年度統計專題(一) 指導老師： 李燦銘教授、高秀蘭教授
姓名： 吳君彤 學號： D0378135 組別： C
心得報告：

因為平常沒有跟學長姐接觸的關係，對於我而言專題報告是非常陌生的東西，而在公布專題老師的時候只覺得跟組員好像都不怎麼熟悉所以有點緊張，而在開學後才耳聞原來我被抽中的是統計專題中的籤王「夜市組」，為何是籤王呢？雖然不是非常艱深的跑程式以及分析研究相關，但是這個組別是用血淚換取來的勞力組別，不僅過程十分需要體力外連專題的結束時間也是最晚的，相較於其他組，夜市組是最沒有時間上的自由的組別，在知道這晴天霹靂的消息後，只求我的組員是非常勤奮的，而最後得到的結果也不負我的期望，雖然過程非常勞累，但是我與組員們每個都很重視這份報告，開會次數多而且偶爾有人請假而已，每個人在討論的時候都非常積極的表達自己的意見，所以即便我們在期中初步報告後不得已的更換了主題也沒讓我們的進度落後太多，因為每個人都很積極的要填補我們落後的距離，雖然在期中報告前我的家裡出了點事而請了一陣子的假，但是組員們都可以理解並交給我可以在家裡完成的工作，所以即便請了假我也還是有參與到報告中；報告中最累的莫過於流量調查跟問卷調查，流量調查跟問卷調查比雖然是小巫見大巫，但因為氣候跟節日的關係，導致我們流量調查被延長至一個月這麼久，雖然大家都一樣辛苦但不免還是會有所抱怨，問卷調查就更不用說了，畢竟如果是自己在逛夜市，看到路邊穿著背心的陌生人拿著看起來一堆問題的問卷來到我面前我也會拒絕，整個過程被拒絕的比幫忙的還多，所以當全部結束時，我非常感謝那些願意停下腳步聽了我的請求而願意幫助我的人，讓我現在看到有人需要幫忙填寫問卷，只要不留個人資料我都會停下來花點時間幫助他們，那個過程太苦我終於可以理解了，之後Key in 問卷的時候也非常煩躁，畢竟不是每個人都能完全理解我們想問的問題或是填答的方式有誤，造成有幾份問卷有漏答或是無效的狀況，對於這個狀況我是覺得非常可惜，畢竟每一份問卷都是我們夜市組的學生辛辛苦苦得到的，每一份資料都彌足珍貴，不過這也是無可奈何的狀態，不過還好狀況並不會過於嚴重，所以對於報告的影響不至於太大，而經過這次專題報告後，我想對於統計的專業跟資料的獲得都有更深一層的感受。

學術倫理與道德 心得報告

課程名稱： 學年度統計專題(一) 指導老師 李榮銘、高秀蘭 教授
姓名： 顏辰羽 學 號： D0378151 組 別： C
心得報告：

打從大一的新鮮人座談便耳聞逢甲大學統計系四年級時將會接觸專題，有自由發揮的主題，也有沿革統計系傳統以逢甲夜市為導向的主題，還有以參加競賽為前提之專題報告，而我負責的是以逢甲夜市訂定為主題之探討。身為道地的且愛逛夜市的台中人，對於夜市有一定程度的了解，更何況在逢甲大學讀了四年，熟悉逢甲夜市整體的動線，也知曉人潮壅擠之區塊，還有什麼食物受大學生好評等等，所以接到消息的當下，十分欣喜，那時並不知道即將會面臨的問題。

從所負責的商家調查著手，一間間觀察每個店家，並拍攝每間店鋪之外觀，方便進行比較，看似簡單的攝影任務，過程並不簡單，尤其是不願意配合的流動店家，在 人潮稀少的小巷子裡，很容易地發現正在拍照以進行調查的同學，所以應事先向店家解釋並與店家溝通，倘若對方不願意接受，我們只好擇日以偷拍的方式完成，而店家開店時間不一也是問題之一，有些店家可能到很晚甚至是假日才營業的，很容易造成報告的調查誤差，所以我們分幾日不同的時段進行調查，又逢甲的巷子甚多，很多一間卻隔成好幾間的房子，這不打緊，但找不到門牌時，便只能以編號取代。

接著是我最感興趣的流量調查，因為計數器實在是太好玩了，ㄎ一ㄤ！ㄎ一ㄤ！ㄎ一ㄤ！有三個人沿著量測方向經過了我，待會還會有幾個人經過呢？所幸被分配到的定點人煙普通，假使該定點式人潮壅擠區，便是狂按，直到手軟。而流量的方向與注意事項是一個很重要的部分，必須依照前提運作才不會亂了整體算出來的數據。

而我們的主題方向以流行趨勢為元素，近來，社群軟體使用頻繁，越來越多人習慣打卡更新近況，而追風潮呈現連鎖效應，一個拉著一個跟風，便是時下最新鮮事，賞味期雖短，卻能夠造成龐大商機，所以我們便想到逢甲夜市究竟與無人商店有何關聯，逢甲夜市商機無窮，究竟無人商店的趨勢為何，讓我們繼續看下去。

要說困難與遭遇分享，從心得便能看出端倪，看著前一段心得的敘述更是一目了然，之所以以無人商店為發想建構主題，是因為無人機台如同雨後春筍般湧現於逢甲夜市，嚴格地說，它遍布各大商圈，數量遽增為原來的好多倍，連極少玩扭蛋機或

夾娃娃機.....的我都察覺這不可思議的景象，特別好奇機台接下來的發展，殊不知一場報告的結束，正是逢甲商圈人氣飲品調查的開始。於是重新分配各個組員負責的飲料區塊，加速調查，補足已落後的進度，棄舊迎新。

隨處可見人人一手手搖杯，甚至有人每天早中晚各一杯，究竟飲料的魅力何在？什麼樣口味的飲料是逢甲商圈的人氣飲品？待我們的調查結果娓娓道來。常言道：山不轉，路轉；路不轉，人轉。人若不轉，便換個心境，因為境由心生，就好比山重水複疑無路，柳暗花明又一村，期許順利報告。

感謝各組員們的齊心協力，沒有你們就沒有此次的報告成果，因為有大家才能讓報告進度如表訂、報告前置作業流暢進行，此次共同完成的專題報告會是我們在大學生涯中最後也是最燦爛的一份回憶。



學術倫理與道德 心得報告

課程名稱： 106 學年度統計專題(一) 指導老師： 李燦銘教授、高秀蘭教授
姓名： 葉宇恩 學號： D0434228 組別： C
心得報告：

當初抽到這個夜市專題的時候，老實說有點害怕，因為從以前就有聽說過夜市組的非常累。但是或許因為事情比較多，所以能夠學到的也比較多，資料也都是組員們一起去搜集而來的，並不像以前的報告，大部分都是從網絡取得資料，且夜市也對我們較有關係。這項專題能夠讓我們從前端開始做起，也是個不錯的學習。

實際開始進行專題的時候，真的不大順利，從一開始的換老師、組員突然退出到後來的主題更換，但是到後來的分析真的是比較順利了。

商家調查能夠讓我們更瞭解整個逢甲商圈店面的分佈。雖然幾乎每天都在逢甲，但是之前並沒有真正的去瞭解，經由這次的商家調查能夠更了解店家的分布狀況，發現無人店家的比例越來越高，因此決定使用無人商店為我們的主題。

在流量調查的過程中更能了解到夜市同樣在周末但是人潮也不盡相同，就算在同一天，不同的時間點也是有差異的，以前只覺得很多人而已，並不會真的感受到人潮的不同，有了實際的數字，就能夠更加的了解。

雖然原本預定為無人商店主題，由於與其他人主題相同，因此我們決定換一個主題，有關於飲料的調查，因為相信有很多人未曾或是不常使用過新型的無人商店，但是飲料的話相信大部分的人都曾經購買過，此主題較與大家息息相關，我們決定以此為我們的主題。

到實際發放問卷的時候，自己一個人發，有點膽怯，深怕大家拒絕，有的人無視、有的人瞪著眼拒絕，但是也有人熱心地問在填問卷嗎？我幫你填！令我非常感動，越到後面越來越敢問了，為了降低被拒絕的機率，也大概能從中觀察什麼樣子的人比較容易接受填問卷，就這樣度過了難以忘記的四個夜晚。

直到實際分析的時候，一開始不知道要從何著手，就從敘述統計開始做起，關於推論統計的部分雖然一開始不太拿手，有些東西不太記得了。但是經由這次的分析，也能更加地複習以前所學過的課程。並且更加了解以前課程中所學到的東西，將其加以應用於這此的專題報告中。

學術倫理與道德 心得報告

課程名稱： 學年度統計專題(一) 指導老師 李燦銘高秀蘭 教授
姓名： 李鈺琴 學號： D0493585 組別： C
心得報告：

起初知道要做夜市專題的時候就知道是份需要花很多心力與耐心去做的報告。雖然常在逢甲閒晃吃吃喝喝，但會常去的店家蠻固定的，當要去拍攝調查店家時，想說或許能發現一些好吃的店家列入我的美食清單裡，但殊不知到了現場假日的人潮與機車把道路擠得水洩不通，加上天氣悶熱，拍攝時還要注意左右來車，而有些店家沒有門牌號碼只能一個一個去詢問，也發現店員對於我們調查拍攝的事情很敏感，總是會問說是哪個單位的，我們也只能尷尬笑笑地跟他們說我們還是學生，這時才發現原來這些店面對他們來說是多麼的重要和深怕被搶走的不安全感。如果不是親身去體驗，真的很難去體會。

之前做的報告中都是先看完資料後再彙整成結論，而這次的夜市專題不一樣的是所有的資料都必須無中生有，所以花了許多時間與心力。在調查的過程中也發現時下蠻夯的無人商店比例有增多的現象，其中原因更是我們想探討的，因此研究方向也決定以「無人商店」為主軸進行構想。做報告的過程中組員們都很有默契又有效率，更重要的是都很有向心力，相信會是一份有創意及創新的專題報告。

經過第一次報告與其他組撞題後，組員們討論決定將題目改為人氣飲料排名，過程中必須要有大數據的資料作為參考，其中包括統整所有逢甲商圈的飲料店家，再設計出 google 問卷收集人氣飲品，並且收集網路上顧客們對於店家的評價與打卡次數，以上雖然只是簡單敘述，但彙整的資料更是龐大又複雜。一開始要更換題目難免有些不知所措，一切重頭來過不知道能完成多少，心中有種莫名的擔心，但多虧組員們同心協力與教授們的多方意見，讓我們能在短時間內趕上進度。

時間過得很快，終於到了第三次的報告，在這個月大家邊忙著課業報告與期末考邊參與專題討論，借人言的討論室一借就是四小時，有時還會忘了吃晚餐搞的胃痛，雖然很累，但看組員們這麼盡力的完成這份報告，也希望能多出一份心力，雖然不敢說是份優質報告，但可以說是花最多時間與心力的傑作。透過這次的專題才了解到原來檯面上看似簡單的數據結果，必須要靠許多人力物力與時間才能共同完成的，也很開心能與大家一同參與製作這份得來不易的專題報告。


會議記錄

106 學年度逢甲大學統計系專題討論會議紀錄(一)

時間：106 年 9 月 19 日 18：00~19：00	
地點：商 402	
組長：莊欣樺	紀錄：王奕雯
出席人員： 莊欣樺、王奕雯、顏辰羽、林立國、劉金玉、吳君彤、 葉宇恩、陳又如、李鈺琴。	
缺席人員： 林家暘。	
討論事項： 分配商家調查各小組負責區域。 固定例行會議時間。	
決議： 完成各小組商家調查區域劃分。 第一組(定點 3)、第二組(定點 13)、第三組(定點 4)、第四組(定點 10)、 第五組(定點 15)。 下次會議：106 年 9 月 20 日(三) 14：00 於商學院 1013。	

106 學年度逢甲大學統計系專題討論會議紀錄(二)

時間：106 年 9 月 20 日 14：00~14：45	
地點：商 1013	
組長：莊欣樺	紀錄：王奕雯
出席人員： 莊欣樺、王奕雯、顏辰羽、劉金玉、吳君彤、 葉宇恩、陳又如、李鈺琴。	
列席人員： 李燦銘老師、張珮婕督導。	
請假人員： 林立國。	
缺席人員： 林家暘。	



討論事項：

統一服裝拿取時間。

商家調查店鋪編號方式。

決議：

衣服於期中前拿到。

店鋪編排方式統一與 word 和 excel 相同。

完成建立共同雲端資料夾。

下次會議：106 年 9 月 26 日(二) 17：00 於商學院 7F。



106 學年度逢甲大學統計系專題討論會議紀錄(三)

時間：106 年 9 月 26 日 17：00~19：00	
地點：商 7F	
組長：莊欣樺	紀錄：王奕雯
出席人員： 莊欣樺、王奕雯、顏辰羽、林立國、劉金玉、吳君彤、 葉宇恩、陳又如、李鈺琴。	
缺席人員： 林家暘。	
討論事項： 105 舊有商家調查資料留存。 編號 10 區域流量調查支援。 EXCEL 各小組商家調查統整。 初步專題問卷主題討論。	
決議： 因 105 年舊有資料商家編排部分差異甚多，所以直接使用 106 年商家調查 結果。 由編號 3 及編號 15，前去支援假日編號 10 人流問題，星期六(9/30)由 編號 3 辰羽前去幫忙，星期日(10/1)由編號 15 鈺琴前去幫忙。 請各小組將確認補充完畢的 WORD、EXCEL 檔案，放置於雲端平台，決 議由欣樺、立國幫忙 EXCEL 彙整部分。 目前專題問卷討論方向為逢甲近期商店趨勢。 下次會議：106 年 9 月 29 日(五) 9：00 於商學院 1011。	

106 學年度逢甲大學統計系專題討論會議紀錄(四)

時間：106 年 9 月 29 日 上午 9：00~10：30	
地點：商 1011	
組長：莊欣樺	紀錄：王奕雯
出席人員： 莊欣樺、王奕雯、林立國、劉金玉、陳又如、李鈺琴。	
列席人員： 李燦銘老師、高秀蘭老師、張珮婕督導、涂俊曄督導。	
請假人員： 顏辰羽、劉金玉、葉宇恩、吳君彤。	
討論事項： 專題問卷方向。 第一次期中報告工作分配。 碰題可能。	
決議： 目前決定問卷研究方向為：無人商店。 工作分配如下： 君彤：研究動機，研究流程。 欣樺：商家範圍分配，商家編號。 鈺琴：商家調查結果。 立國：流量調查內容。 辰羽：商家調查照片統整(word 檔案)。 金玉：流量調查結果。	

宇恩：問卷初稿。

又如：統整 word。

奕雯：ppt。

※請大家 10/6 前完成各自的部分，交給又如。

下次會議：106 年 10 月 11 日(三) 12:00 於商學院 7F。



106 學年度逢甲大學統計系專題討論會議紀錄(五)

時間：106 年 10 月 12 日 中午 12：00	
地點：人言 B1	
組長：莊欣樺	紀錄：王奕雯
出席人員： 莊欣樺、王奕雯、顏辰羽、林立國、劉金玉、吳君彤、 葉宇恩、陳又如、李鈺琴。	
討論事項： 分配第一次期中報告部分。 決定主題名稱。 共同討論並修訂問卷初稿。	
決議： 完成投影片分配。 最終決議名稱為：轉角遇到小確幸。 完成問卷初稿。 下次會議： 106 年 10 月 17 日(二) 18：00 於商 804A。	

106 學年度逢甲大學統計系專題討論會議紀錄(六)

時間：106 年 10 月 17 日 20：00~21：00	
地點：商 804A 外	
組長：莊欣樺	紀錄：王奕雯
出席人員： 莊欣樺、王奕雯、顏辰羽、林立國、劉金玉、吳君彤、 葉宇恩、陳又如、李鈺琴。	
討論事項： 重新討論新主題。	
決議： 目前決定大方向為飲料。 (逢甲在地才有的飲料店 VS 全台連鎖飲料店) 下次會議：106 年 10 月 18 日(三) 21：30 於線上。	

106 學年度逢甲大學統計系專題討論會議紀錄(七)

時間：106 年 10 月 18 日 21：40~23：23	
地點：線上討論	
組長：莊欣樺	紀錄：王奕雯
出席人員： 莊欣樺、王奕雯、顏辰羽、林立國、劉金玉、吳君彤、 葉宇恩、陳又如、李鈺琴。	
討論事項： 明確主題方向，討論問卷製作方向。 (初步資料蒐集之問卷，份數尚須討論，以及題目是否增加) 進行研究動機及目的之探討。 分配飲料店分布及數量之統整人員。	
決議： 目前決定調查逢甲特色飲料店之人氣排行。 將今年及去年商家調查之飲料店做統計，並與去年作比較，飲料店數是否成長，以及飲料店重點分布地段進行整理。 ※大家工作分配： A 組由 <u>君彤</u> 、B 組由 <u>辰羽</u> 、C 組由 <u>鈺琴</u> 、以及去年由 <u>立國</u> 做統整。 下次會議：106 年 10 月 20 日(五)9：30 於商 10F。	

106 學年度逢甲大學統計系專題討論會議紀錄(八)

時間：106 年 10 月 20 日 9：30~11：00	
地點：商 1021	
組長：莊欣樺	紀錄：王奕雯
出席人員： 莊欣樺、王奕雯、林立國、吳君彤、陳又如、李鈺琴。	
請假人員： 劉金玉、葉宇恩、顏辰羽。	
列席人員： 李燦銘老師、高秀蘭老師、張珮婕督導。	
討論事項： 專題主題之建議及方向。 關於問卷製作前之前測建議。 飲料店家資料統整完成之事後工作分配。 (實際走訪逢甲商圈，進行排隊人潮店家之蒐集)	
決議： 原本想指探討逢甲在地知名飲料店，但考慮到有些人仍然會選擇習慣的連鎖店家作購買，這部分原因也值得探討，因此也決定加入這部分進行研究。 訂定結束時間，並著手進行網路店家評比之蒐集，及實際走訪。 (目前預計前測題目為 5 題內) 完成實際走訪調查之區域分配、前測表單由 <u>又如</u> KEY IN、 <u>宇恩</u> 負責網路店家評比之資料蒐集、 <u>欣樺</u> 負責完成飲料店家統整後之分析。 下次會議：106 年 10 月 24 日(二)17：00 於商學 7F。	

106 學年度逢甲大學統計系專題討論會議紀錄(九)

時間：106 年 10 月 24 日 18：00~19：30	
地點：商 7F	
組長：莊欣樺	紀錄：王奕雯
出席人員： 莊欣樺、王奕雯、顏辰羽、林立國、吳君彤、葉宇恩、 陳又如、李鈺琴。	
請假人員： 劉金玉。	
討論事項： 確認前測表單內飲料店家選項。 初步討論問卷內容。 討論前測表單回收時間。 主題名稱。 進行下一階段工作分配。	
決議： 選擇刪除前測表單中一些人潮較少或是全體組員皆沒聽過的店家。 目前預計初步討論完的題目共 13 題(交由 <u>辰羽</u> 負責整理 KEY 成檔案)。 目前預計 10/31 截止。 目前結案是：Is it good to drink ? 工作分配： 逢甲商圈平面圖：君彤繪製。 飲料店家介紹圖：奕雯整理。 流量調查結果：金玉。	

其他組員一同幫忙進行店家招牌及飲品拍攝(價位蒐集)。

下次會議：106 年 10 月 31 日(二) 17：00 於商 1011。



106 學年度逢甲大學統計系專題討論會議紀錄(十)

時間：106 年 10 月 31 日 17：00~19：00	
地點：商 1011	
組長：莊欣樺	紀錄：王奕雯
出席人員： 莊欣樺、王奕雯、顏辰羽、林立國、劉金玉、吳君彤、 葉宇恩、陳又如、李鈺琴。	
列席人員： 李燦銘老師、張珮婕督導。	
討論事項： 修改初步問卷詢問順序。 決定問卷上的飲料店家。 書面報告工作分配。	
決議： 將一些可以探討的喝飲料習慣往前放，之後再針對逢甲商圈做詢問。 目前已經確定選 10 間連鎖店家，5 間逢甲商圈知名店家。 (逢甲商圈的店家將結合 GOOGLE 前測表單結果及網路評價，最後選出) 下次會議前工作分配： 問卷修改：辰羽。 A 組商家調查再次核對、研究動機、研究目的：君彤。 商家調查飲料店家分析：欣樺。	

網路評價簡化修改：宇恩。

GOOGLE 前測表單店家排名彙整：又如。

飲料店家拍攝：立國。

流量調查分析：金玉。

PPT 彙整：奕雯。

WORD 彙整：鈺琴。

下次會議：106 年 11 月 14 日(二)17：00 於商 7F。



106 學年度逢甲大學統計系專題討論會議紀錄(十一)

時間：106 年 11 月 14 日 17：00~18：30	
地點：商 7F	
組長：莊欣樺	紀錄：王奕雯
出席人員： 莊欣樺、王奕雯、顏辰羽、林立國、劉金玉、葉宇恩、 陳又如、李鈺琴。	
請假人員： 吳君彤。	
討論事項： 修改問卷中問題措辭。 選定列入問卷的 16 間飲料店。 訂定心得繳交及 WORD 完成時間。 分配報告內容。	
決議： 最後決議(6 間逢甲特色、10 間連鎖飲料店)。 心得請於 11/16 前完成並放置雲端、WORD 於 11/18 完成。 報告分配： 介紹：立國。 動機、目的：鈺琴。 ABC 三組商家調查統整(飲料店)：欣樺。 網路評價：宇恩。 表單結果：又如。	

流量調查：金玉。

問卷：辰羽。

結論：奕雯。

心得：立國。

下次會議：106 年 11 月 21 日(二)17:00 於商 7F。



106 學年度逢甲大學統計系專題討論會議紀錄(十二)

時間：106 年 11 月 21 日 17：30~18：00&19：45~20：30	
地點：商 804A 外&商 804A	
組長：莊欣樺	紀錄：王奕雯
出席人員： 莊欣樺、王奕雯、顏辰羽、林立國、劉金玉、吳君彤、 葉宇恩、陳又如、李鈺琴。	
討論事項： 期中報告試報。 KEY IN 問卷時間分配。 問卷修改最終期限。	
決議： 問卷 KEY IN： 星期六 時間：13：00 人員：D0333832 陳又如、 D0335230 莊欣樺、 D0378135 吳君彤、 D0493585 李鈺琴。 星期日 時間：14：00 人員：D0335078 王奕雯、D0335138 林立國、 D0378151 顏辰羽、 D0434228 葉宇恩。	

星期一 時間：15：00

人員： D0378121 劉金玉、D0378135 吳君彤。

問卷建議請於 11/22 晚上 23：59 前提出。

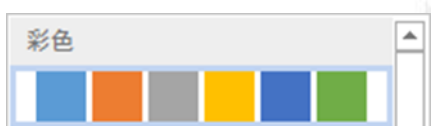
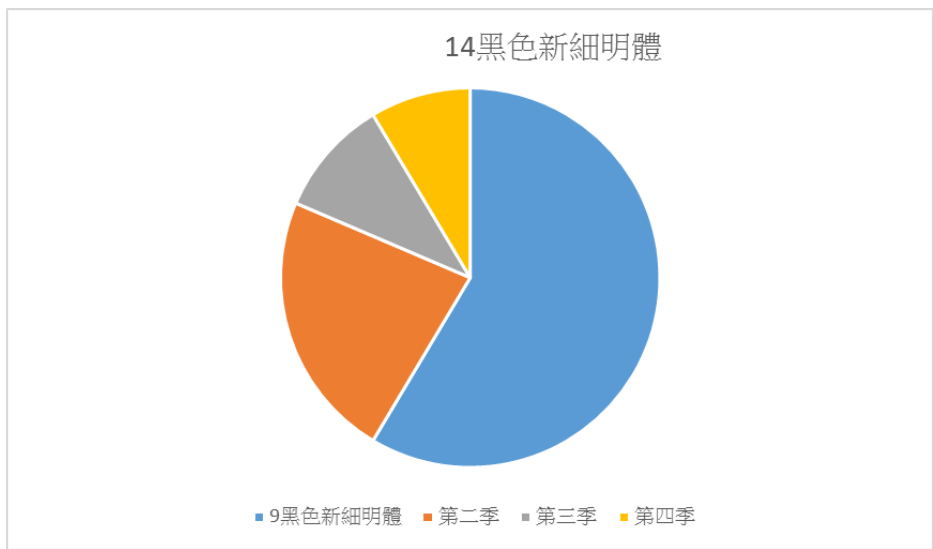
下次會議：106 年 11 月 28 日(二)17：00 於商 7F。



106 學年度逢甲大學統計系專題討論會議紀錄(十三)

時間：106 年 12 月 12 日 17：10~18：30	
地點：商 7F	
組長：莊欣樺	紀錄：王奕雯
出席人員： 莊欣樺、王奕雯、顏辰羽、林立國、劉金玉、吳君彤、 葉宇恩、陳又如、李鈺琴。	
討論事項： 敘述統計工作分配。 (請於星期六 12/16 晚上 12 點前完成) 推論統計分析內容。 重新修改主題名稱。	
決議： 敘述統計： 第一部分 鈺琴、奕雯。 第二部分 宇恩、金玉、欣樺。 第三部分 辰羽、君彤。	

格式：



請於 12/16 晚上 12 點前完成。

交叉比對、卡方檢定、信度分析、獨立樣本 T 檢定、單一樣本 T 檢定。

主題「2017 逢甲商圈人氣飲品調查」。

下次會議：106 年 12 月 19 日(二)17：00 於人言 B113A。

場地名稱	借用時間起	借用時間迄
人B113A	2017/12/19 19:00:00	2017/12/19 21:00:00
人B113A	2017/12/19 17:00:00	2017/12/19 19:00:00

106 學年度逢甲大學統計系專題討論會議紀錄(十四)

時間：106 年 12 月 19 日 17：00~21：00	
地點：人言 B113A	
組長：莊欣樺	紀錄：王奕雯
出席人員： 莊欣樺、王奕雯、顏辰羽、劉金玉、葉宇恩、陳又如、 李鈺琴。 請假人員：林立國、吳君彤。	
討論事項： 推論統計分析問題討論。	
決議： 請大家運用統計軟體進行分析，並於下週二(12/26)以前完成文字敘述說明。 下次會議：106 年 12 月 26 日(二)17：00 於人言 B102A。	

106 學年度逢甲大學統計系專題討論會議紀錄(十五)

時間：106 年 12 月 26 日 17:00~21:00	
地點：人 B102	
組長：莊欣樺	紀錄：王奕雯
出席人員： 莊欣樺、王奕雯、顏辰羽、林立國、吳君彤、葉宇恩、 陳又如、李鈺琴。 請假人員：劉金玉。	
討論事項： 對問卷內容進行推論統計。 專題海報製作。 專題書面製作。 專題 PPT 製作。	
決議： 請大家各自完成推論統計之敘述，且整理 SPSS 和 R 之指令碼。 尚須確認印製所需格式。 開始進行書面內容之編排。 開始進行 PPT 報告之內容編排。 下次會議：107 年 1 月 2 日(二)19:10 於商 1011。	

106 學年度逢甲大學統計系專題討論會議紀錄(十六)

時間：107 年 01 月 02 日 19：10~21：30	
地點：商 1011	
組長：莊欣樺	紀錄：王奕雯
出席人員： 莊欣樺、王奕雯、顏辰羽、林立國、劉金玉、吳君彤、 葉宇恩、陳又如、李鈺琴。 列席人員：李燦銘老師、張珮婕督導、涂俊曄督導。	
討論事項： 確認推論統計分析方法之敘述。	
決議： 請大家將修改之後的檔案再傳至雲端。 下次會議：107 年 01 月 11 日(四)15：30 於商 804A。	

分工細項

店家調查

陳又如：D 小組
王奕雯：A 小組
林立國：E 小組
莊欣樺：E 小組
劉金玉：B 小組
吳君彤：B 小組
顏辰羽：A 小組
葉宇恩：C 小組
李鈺琴：D 小組

流量調查

陳又如：第 15 點
王奕雯：第 3 點
林立國：第 13 點
莊欣樺：第 13 點
劉金玉：第 4 點
吳君彤：第 4 點
顏辰羽：第 3 點
葉宇恩：第 10 點
李鈺琴：第 15 點

期中初步報告

陳又如：統整 Word
王奕雯：統整 PPT
林立國：流量調查內容
莊欣樺：商家範圍分配、商家編號
劉金玉：流量調查結果
吳君彤：研究動機、目的、流程
顏辰羽：商家調查照片統整
葉宇恩：問卷初稿
李鈺琴：商家調查結果



期中報告

陳又如：Google 問卷及表單結果

王奕雯：統整 PPT

林立國：心得分享及 105 年商家調查結果

莊欣樺：逢甲商家調查

劉金玉：流量調查結果

吳君彤：研究動機、目的、流程

顏辰羽：問卷初稿內容

葉宇恩：網路人氣飲品

李鈺琴：統整 Word

問卷調查

陳又如：第 15 點

王奕雯：第 3 點

林立國：第 13 點

莊欣樺：第 13 點

劉金玉：第 4 點

吳君彤：第 4 點

顏辰羽：第 3 點

葉宇恩：第 10 點

李鈺琴：第 15 點

期末報告

陳又如：問卷 KEY IN、敘述統計統整、推論統計

王奕雯：問卷 KEY IN、敘述統計、推論統計

林立國：問卷 KEY IN、中英摘要、PPT 統整

莊欣樺：問卷 KEY IN、敘述統計、推論統計

劉金玉：問卷 KEY IN、敘述統計、推論統計

吳君彤：問卷 KEY IN、敘述統計、書面統整

顏辰羽：問卷 KEY IN、敘述統計、推論統計

葉宇恩：問卷 KEY IN、敘述統計、推論統計

李鈺琴：問卷 KEY IN、敘述統計、推論統計