

大漢技術學院企業管理系

專題研究報告

複合餐飲業經營行銷策略之研究-以原野牧  
場為例

指導老師：邱天佑 老師

組員：11167513 蘇宏偉 11167517 黎佩麟

11167519 陳安璇 11167521 曾惠滿

11167523 黃俊榮 11167524 胡雙郡

11167528 余瑋翔

中華民國 113 年 01 月

# 摘要

本專題研究旨在探討複合餐飲業的經營行銷策略，以花蓮七星潭旁的原野牧場為個案，分析其 4P 行銷策略的實施與成效。原野牧場是一家集農場、餐廳、咖啡廳、民宿、伴手禮店等多元功能於一體的複合餐飲業，位於花蓮市區與太魯閣國家公園之間，鄰近風景優美的七星潭海岸。本研究採用個案研究法，透過文獻回顧、深度訪談、實地觀察等方式，收集並分析原野牧場的經營歷程、市場定位、產品策略、價格策略、通路策略、促銷策略等資料，並與相關理論和其他個案進行比較和討論。本研究發現，原野牧場的成功關鍵在於以下幾點：一是創造出符合消費者需求和喜好的產品組合，提供多元化的餐飲服務和休閒體驗；二是採用合理的價格策略，吸引不同層次的客群，並利用會員制度和優惠活動增加回購率；三是建立有效的通路策略，利用自有店面、官方網站、社群媒體等方式，提高品牌知名度和形象；四是實施有創意的促銷策略，結合節慶、主題活動、口碑行銷等手法，吸引新客戶和維持老客戶的忠誠度。本研究希望能夠提供複合餐飲業者在面對激烈的市場競爭時，有助於制定適切的行銷策略和提升競爭優勢的參考。

關鍵詞：SWOT 分析、STP

# 目錄

## 目錄

摘要.....	2
目錄.....	1
第一章 緒論.....	3
第一節 研究背景與動機.....	3
第二節 研究目的.....	5
第二章 文獻探討.....	6
第一節 複合式餐廳與原野牧場.....	6
第二節 SWOT 分析.....	8
第三節 STP 分析.....	11
第四節 4P.....	13
第三章 研究方法.....	14
第四章 研究分析.....	14
第一節 原野牧場的 SWOT.....	14
第二節 原野牧場的 STP.....	18
第三節 原野牧場的 4P.....	23
第五章 結論與建議.....	24
第一節 結論.....	24
第二節 建議.....	25
參考文獻.....	26

## 表目錄

表 1 各家複合式餐廳特色與價格平均分數	19
表 2 各家複合式餐廳服務品質與舒適感平均分數	20

## 圖目錄

圖表 1 原野牧場	7
圖表 2 各家複合式餐廳特色與價格之定位圖	20
圖表 3 各家複合式餐廳服務品質與舒適感之定位圖	21

各家複合式餐廳特色與價格之定位圖

# 第一章 緒論

## 第一節 研究背景與動機

由於社會趨勢與脈動皆與國際接軌，加上對大陸政策的開放，以休閒觀光為主的花蓮縣休閒餐飲業蓬勃發展，諸如原住民料理、韓式料理、印度料理甚至客家料理皆紛紛開店，相信未來更多的大陸地方口味、特殊小吃等餐廳定會加入此餐飲競爭市場。再加上餐飲業屬於進入障礙相對較低的產業，如何應付潛在競爭者的威脅，會是每一位餐廳經營業者必須面對的問題(吳柏萱、周鈺凱，2008)。

花蓮縣「原野牧場」餐廳，位於新城鄉七星潭，該地點是花蓮縣第一大遊客必到景點，本專題研究旨在探討花蓮七星潭旁的原野牧場，一家提供餐飲、住宿、農場體驗等多元服務的複合餐飲業者，如何制定有效的行銷策略，以提升其競爭力和獲利能力。本研究採用個案研究法，透過文獻回顧、深度訪談和實地觀察，分析原野牧場的內外部環境，並進行SWOT分析，找出其優勢、劣勢、機會和威脅。SWOT分析是一種常用的戰略分析工具，它可以幫助企業從不同的角度評估自身的優缺點和外部的機遇與挑戰，並根據分析結果制定相應的策略。接著，根據STP模型，對原野牧場的市場細分、目標市場和定位策略進行評估和建議。STP模型是一種市場行銷的框架，它包含三個步驟：市場細分(Segmentation)、目標市場(Targeting)和市場定位(Positioning)。市場細分是指將市場中的消費者按照不同的特徵或需求分成若干個相對均質的群體。目標市場是指企業根據自身的資源和能力，選擇一個或多個具有吸引力和可行性的市場細分群體作為其服務對象。市場定位是指企業根據目標市場的特性和需求，設計出一個有別於競爭者的形象或價值主張，以贏得消費者的認同和偏好。以下是一些STP模型的例子：星巴克(Starbucks)是一家知名的連鎖咖啡店，它將市場細分為不同的生活型態、收入水平、年齡層和地理區域等群體。它選擇了高收入、高教育、追求品質

和時尚的都市白領作為其主要的目標市場。它定位自己為一個提供高品質咖啡、舒適氛圍和個性化服務的第三空間（Third Place），讓消費者感受到溫馨和歸屬。蘋果（Apple）是一家創新的科技公司，它將市場細分為不同的產品類別、功能需求、價值觀和忠誠度等群體。它選擇了追求創新、品味和品牌忠誠度高的消費者作為其主要的目標市場。它定位自己為一個提供簡潔、美觀和易用的產品和服務的領導者，讓消費者感受到尊貴和自信。原野牧場是一家提供餐飲、住宿、農場體驗等多元服務的複合餐飲業者，它將市場細分為不同的旅遊動機、消費能力、家庭結構和旅遊方式等群體。它選擇了追求休閒、親子和自然的中高收入家庭旅遊者作為其主要的目標市場。它定位自己為一個提供優質、健康和有趣的農場體驗的度假勝地，讓消費者感受到放鬆和快樂。最後，根據 4P 行銷組合，對原野牧場的產品、價格、通路和促銷策略進行分析和建議。4P 行銷組合是一種行銷策略的工具，它包含四個要素：產品（Product）、價格（Price）、通路（Place）和促銷（Promotion）。產品是指企業提供給消費者的商品或服務，它要符合消費者的需求和期望，並與競爭者有所區別。價格是指企業對產品或服務所訂定的交易金額，它要考慮成本、利潤、競爭、需求等因素，並與產品的價值相匹配。通路是指企業將產品或服務從生產地運送到消費者手中的過程，它要選擇合適的中介機構、分銷渠道和物流方式，以降低成本、增加效率和滿足消費者的便利。促銷是指企業通過各種方式向消費者傳遞產品或服務的資訊，以引起消費者的注意、興趣、慾望和行動，並建立良好的關係。本研究希望能夠提供原野牧場和其他類似的複合餐飲業者一些參考和啟示，以幫助他們在激烈的市場競爭中突圍而出。其經營管理由嘉義基督教醫院承接。基於服務社會，給與學生與業界接觸機會，並讓學生有實作實習的經驗，該餐廳提供了學生良好的實習場所，使學校理論課程與實際餐廳營運結合，達到產學結合之目的。餐廳於 97 年 1 月開使營業，開始期間，於資金、人力與設施投入有限的情況之下，營業狀況不如規劃，此研究根據六個月經營期間所產生之經營管理問題

加以探討與分析，並提供建議，以為後續開店經營之餐廳，作一經營管理規劃之參考。

本研究以行銷組合常用的 4P 理論為模型，探討複合餐飲產業於生產者導向以及消費者導向的差異，並且利用 SWOT 情境工具分析市場趨勢，再以 STP 與 4P 策略分析複合餐飲產業未來可行之決策。

## 第二節 研究目的

本研究乃依據原野牧場餐廳營業之後，在資金、人力與設施有限的情況下，以 SWOT、STP 分析與 4P 來探討該餐廳之經營管理、產品定位與行銷策略，做分析診斷，給予廠家較好的建議，提供餐廳往後經營管理上之參考。

經本研究分析，除將餐廳內部管控修正外，找出對餐廳有利的機會與不利威脅，並將餐廳所有功能如生產、行銷、財務、組織等，經由差異化分析，價低成本結構提升產品價值，將公司投入轉換成顧客價值，改變餐廳經營策略或可改善經營績效。

本文藉由原野牧場個案之經營策略、體驗行銷及進入複合式餐廳的世界，瞭解特色餐廳之經營管理。依本文之研究動機，本文之研究目的如下：

- (一)探討原野牧場的經營模式。
- (二)透過 SWOT 分析、STP 與 4P 探究原野牧場經營方式與行銷手法。
- (三)探討原野牧場如何融入複合式餐廳的世界。
- (四)探討原野牧場的競爭力分析。

## 第二章 文獻探討

本章分為四節，第一節複合式餐廳與原野牧場，第二節 SWOT，第三節 STP，第四節 4P，分述如下。

### 第一節 複合式餐廳與原野牧場

#### 壹、複合式餐廳的定義

曾信超、劉家齊(2008)認為「所謂複合式餐廳就是結合不同業種、提供不同屬性餐品與不同服務取向的餐廳，它提供多樣化的餐品與多功能的服務」。

日本餐飲店專家，宇井義行（民 91）曾經提出「餐飲業乃是提供客人餐飲、服務、氣氛，及豐富愉快的用餐時間和空間的行業」，亦即，餐飲業是『把飲食樂趣販賣給客人』的行業。蔡渭水（2006）認為採複合式經營或異業結盟方式是種新的產業、商業型態，主要目的在收取截長補短的互補效果、共享客源、擴大集客效果與提高店面運用效能。吳則雄（2006）認為餐飲業之特性具綜合性、服務性、多角性、文化性及易變性，然為求新求變以適應消費者多樣化的消費需求，吸引更多顧客上門，並留住老主顧，因此複合式餐廳乃孕育而生，而其銷售情況受地點、地域文化、人潮、產品…等影響。然而近十年來社會多元化發展，餐飲產業逐漸轉型，複合式餐廳演變成新興、且受年輕族群甚至小家庭所喜愛的業種。目前複合式餐廳已成為市場中的新寵，在全國餐廳產業的類別中，占整體餐館比例達 34%（沈進成，2006）。

#### 貳、原野牧場

坐落在七星潭北埔村海濱的「原野牧場」早年是養羊畜牧場，後來轉型為羊奶主題餐廳，近年二代返鄉接棒，翻新空間設計，變身海景咖啡/西餐廳、牧羊人酒吧，創始於 1988 年於花蓮東部著名的七星潭風景區。原野含義「綠意盎然的原始森林」牧場意義「起初以飼養羊隻販售羊奶為主」，牧場



夫婦-周明美與鐘麗寬打造木質手作厚實的建築一草一木一建築一人文為景演繹傳統與新意的理想生活營造出輕鬆、悠閒的環境在無壓力的狀態下有一休憩的空間奉上一杯咖啡、一份美好健康的餐點、佐七星潭海景提供旅人完全不同的放鬆體驗。(https://bunnyann.com/sea/)

圖 1 為本研究至原野牧場所拍的實際照片。原野牧場位於七星潭南側北埔村海濱的原野牧場，佔地約 3 公頃，是一座洋溢著藝術氣氛與溫馨情致的牧羊場。

【牧羊人的故事】當春風吹起，和煦的海風，喚來了滿山遍野的百合與牽牛花，牧羊人總是迎著和風，趕著一群羊覓草…。當夏風吹起，熾熱的海風沸騰著，卻也勾引著人群投向他的懷抱。牧羊人總是揮著汗，趕著一群羊覓草…。當秋風吹起，迎風鳥逆著蕭瑟的海風飛翔，七星海泛起一片漣漪，牧羊人總是踩著枯葉，趕著一群羊覓食。當北風吹起，澎湃的海潮激起濃濃的海霧刺骨的冬季裡，牧羊人依然頂著東風，趕著一群羊覓食(花落，2008)。



圖表 1 原野牧場  
資料來源：本研究提供

## 第二節 SWOT 分析

SWOT 分析方法的起源，來自 1960 年代和 1970 年代，Albert Humphrey 在斯坦福大學所領導、使用許多頂尖公司數據的研究項目。

剛開始其目標是用來找出企業規劃失敗的原因。而這些研究的結果找出了若干關鍵領域和工具用來探討這每一個關鍵領域被稱為 SOFT 的分析。Humphrey 和原來的研究小組利用類別做分析「什麼在現在是好的，令人覺得滿意的(Satisfactory)，什麼在未來是好的一個機會(Opportunity)，在目前是不好的是一個缺陷(Fault)和在未來是不好是一個威脅(Threat)。」這就是所謂的 SOFT 分析。

1964 年 Urick 和 Orr 在一次會議上改變了 F 為 W，它從此就由 soFt 變成 sWot 一直至今。後來很多的著作研究探討與運用(Learned, Christensen, Andrews and Guth from Harvard University)都認為單單 SWOT 分析本身是沒有意義的，而當它搭配其他戰略評估或度量與行動，亦即是在整體戰略或特定情況或背景下的一部分組合，它才能發揮最好的功能。

### 壹、SWOT 的定義

強弱危機分析 (SWOT Analysis)，又稱優劣分析法、SWOT 分析法或道斯矩陣，是一種企業競爭態勢分析方法，是市場行銷的基礎分析方法之一，透過評價自身的優勢 (Strengths)、劣勢 (Weaknesses)、外部競爭上的機會 (Opportunities) 和威脅 (Threats)，用以在制定發展戰略前對自身進行深入全面的分析以及競爭優勢的定位。而此方法是 Albert Humphrey 所提。SWOT 分析在最理想的狀態下，是由專屬的團隊來達成的，一個 SWOT 分析團隊，最好由一個會計相關人員，一位銷售人員，一位經理級主管，一位工程師和一位專案管理師的組成(維基百科，2005)。以下是 SWOT 分析的定義和意義：

優勢 (Strengths)：優勢是指企業在某些方面相對於競爭者具有的優越性或優勢，例如品質、服務、技術、創新、品牌等。優勢可以幫助企業在市

場上佔據有利的位置，並吸引和留住消費者。

**劣勢 (Weaknesses)：**劣勢是指企業在某些方面相對於競爭者存在的不足或缺陷，例如成本、效率、管理、財務等。劣勢可以阻礙企業在市場上發展和成長，並讓消費者轉向其他競爭者。

**機會 (Opportunities)：**機會是指企業所處的外部環境中存在的有利於企業發展和成長的因素或情況，例如市場需求、消費者偏好、政策法規、科技變化等。機會可以提供企業新的市場或產品的可能性，並增加企業的競爭力和利潤率。

**威脅 (Threats)：**威脅是指企業所處的外部環境中存在的不利於企業發展和成長的因素或情況，例如競爭壓力、替代品、市場飽和、社會變遷等。威脅可以降低企業的市場佔有率和利潤率，並危及企業的生存和發展。

## 貳、SWOT 應用在複合式餐廳的案例

周文賢(1999)針對 SWOT 矩陣內容提出了 SO、WO、ST 及 WT 四種策略，並分別予以命名為「前進策略」、「改善策略」、「暫緩策略」以及「撤退策略」，四種策略的內容分別說明如下：

一、前進策略(SO 策略)：內部優勢與外部機會的交集，意謂企業在此一情境下可以往前推進。

二、改善策略(WO 策略)：此一策略為內部弱勢與外部機會的交集，意謂企業在此一組合情境下應先針對自身的缺點予以改進補強，之後即可往前推進。

三、暫緩策略(ST 策略)：此一組合為企業的內部優勢與外部環境威脅的交集，意謂企業在面對外部環境的負面威脅時，自身雖然擁有不錯的資源及條件，仍應先暫時沈潛，等待機會來臨時，再奮力向前推進。

四、撤退策略(WT 策略)：此一組合為企業內部的弱勢與外部環境威脅的

交集，意指企業在同時面對自身的不利條件以及外在惡劣環境的威脅時，應選擇撤離產業，方能自保。

根據上述內容可知，SWOT 分析可供企業組織用來分析環境對於本身所帶來之機會與威脅，並作為未來調整策略及方向的依據。國內已有諸多研究運用此一分析工具在實務應用上，如楊玲珠（2011）在探討鄉村型農會的經營策略時，即採用 SWOT 分析先找出個案農會在經營上所面臨的優勢與劣勢，再列出個案農會所面對的四項機會及五項威脅，進而擬出九項策略供農會參考應用；李玉芬（2014）運用 SWOT 工具來檢視台東知本溫泉飯店的經營策略，研究者運用 SWOT 分析探討農業轉型改投入觀光產業，經營東遊季溫泉度假村的優勢、劣勢、機會與威脅，再進而交叉比對後，共擬訂出七項策略；黃俊華（2017）運用 SWOT 工具以分析南投縣仁愛鄉原鄉驛站的茶葉展售中心，其列出原鄉驛站茶葉展售中心的九項優勢及八項劣勢，再與六項外在環境之機會與四項威脅進行交叉分析，並擬出三項未來建議策略。杜明達（2018）針對國內某一鞋類機械廠進行 SWOT 分析，先行分析該機械廠本身所具備的優劣勢，此外，還同時探討國內外環境因素對該機械廠所帶來的機會與威脅，得出該機械廠分別擁有十一項優勢、四項劣勢、六項機會及六項威脅，最後，該研究並根據機械廠的 SWOT 矩陣擬訂出三項策略。

由前述內容可知，SWOT 此一工具頗適合用作分析企業組織擬訂未來經營策略之用，亦早被國內研究人員所普遍採用。本研究後續擬採用此一分析工具，找出研究個案原野牧場的內部現況優勢與弱勢以及外部的機會與威脅，再運用 SWOT 矩陣內容進行配對，試圖找出個案未來可行的經營策略。

### 第三節 STP 分析

STP 定義：在行銷學中，市場區隔（Segmentation）、目標市場：（Targeting）、市場定位（Positioning）是由美國行銷學者 Smith(1956)提出的，構成行銷戰略的三要素。（引用傑克, 特勞特; 阿爾, 里斯、定位、機械工業出版社 2011）以下是 STP 模型的定義和意義：

市場區隔（Segmentation）：市場細分是指將一個大而雜亂的市場，按照消費者的不同特徵或需求，劃分成若干個相對均質的小群體，每個群體都有其共同的特點和偏好。市場細分的目的是讓企業能夠更清楚地了解消費者的需求和期望，並能夠更有效地針對不同的群體提供合適的產品或服務。市場細分可以根據不同的基礎進行，例如地理區域、人口統計學、心理特徵、行為特徵等。

目標市場（Targeting）：目標市場是指企業在進行了市場細分之後，根據自身的資源和能力，以及各個細分市場的吸引力和可行性，選擇一個或多個最有潛力的細分市場作為其主要的服務對象。目標市場的目的是讓企業能夠集中其精力和資源，專注於最能夠帶來利潤和成長的市場，並避免在無效或不適合的市場上浪費時間和金錢。目標市場的選擇可以根據不同的策略進行，例如集中式、分散式、差異化、集成化等。

市場定位（Positioning）：市場定位是指企業在確定了目標市場之後，根據目標市場的特性和需求，以及競爭者的優缺點，設計出一個獨特而有吸引力的品牌形象或價值主張，並通過各種方式向消費者傳遞這個形象或主張，以贏得消費者的認同和偏好。市場定位的目的是讓企業能夠在眾多的競爭者中脫穎而出，並建立起一個穩固而持久的競爭優勢。市場定位可以根據不同的基準進行，例如產品屬性、消費者利益、使用場合、使用對象等。

市場區隔是指將市場上的潛在客人分成不同的群體，根據他們的需求、喜好、行為等特徵來區分。原野牧場可以根據以下幾個維度來進行市場區隔：

一、地理區隔：根據客人的地理位置來區分，如花蓮本地人、台灣其他地區的遊客、外國遊客等。

二、心理區隔：根據客人的心理特徵來區分，如生活方式、價值觀、興趣愛好等。

三、行為區隔：根據客人的消費行為來區分，如消費頻率、消費動機、消費場合等。

四、利益區隔：根據客人對產品或服務所期待的利益來區分，如品質、價格、服務、氛圍等。

目標市場是指在市場區隔的基礎上，選擇一個或多個具有吸引力和潛力的市場群體，作為企業的主要服務對象。原野牧場可以根據以下幾個準則來選擇目標市場：

一、市場規模：目標市場的客人數量要足夠多，能夠帶來足夠的銷售量和收入。

二、市場成長：目標市場的客人數量要有增長的趨勢，能夠帶來持續的發展空間。

三、市場競爭：目標市場的競爭程度要適中，能夠有一定的優勢和差異化。

四、市場匹配：目標市場的客人需求要與企業的產品和服務相匹配，能夠提供高度的價值和滿意度。

## 第四節 4P

### 壹、4P行銷組合的定義和意義

一、產品 (Product)：產品是指企業提供給消費者的商品或服務，它要符合消費者的需求和期望，並與競爭者有所區別。產品可以分為實體產品和非實體產品，例如商品、服務、資訊、知識等。產品可以根據不同的層次進行分析，例如核心產品、實際產品和增值產品。

二、價格 (Price)：價格是指企業對產品或服務所訂定的交易金額，它要考慮成本、利潤、競爭、需求等因素，並與產品的價值相匹配。價格可以分為固定價格和動態價格，例如單一價格、差別價格、競爭價格、心理價格等。價格可以根據不同的策略進行設定，例如成本導向、需求導向、競爭導向等。

三、通路 (Place)：通路是指企業將產品或服務從生產地運送到消費者手中的過程，它要選擇合適的中介機構、分銷渠道和物流方式，以降低成本、增加效率和滿足消費者的便利。通路可以分為直接通路和間接通路，例如直銷、代理商、批發商、零售商等。通路可以根據不同的策略進行設計，例如密集分銷、選擇分銷、獨家分銷等。

四、推廣 (Promotion)：促銷是指企業通過各種方式向消費者傳遞產品或服務的資訊，以引起消費者的注意、興趣、慾望和行動，並建立良好的關係。促銷可以分為個人促銷和非個人促銷 (Needham, 1996)。

## 第三章 研究方法

本研究針對原野牧場做行銷策略的建議，首先運用 SWOT 分析原野牧場的內部優勢與劣勢，外部機會與威脅，接著，運用 STP 進行市場定位作業，最後，本研究以行銷組合常用的 4P 理論，再給予原野牧場提出本研究的行銷實務建議。

## 第四章 研究分析

本專題研究旨在探討複合餐飲業的經營行銷策略，以花蓮七星潭旁的原野牧場為例。原野牧場是一家集農場體驗、休閒娛樂、餐飲服務於一體的複合式餐飲業者，自 2008 年開業以來，一直受到遊客的喜愛。本研究採用定位圖的分析方法，根據原野牧場的產品屬性、目標市場、競爭優勢等因素，找出其在複合餐飲業中具有差異化的定位，並提出相關的行銷策略建議。本研究的資料來源主要包括原野牧場的官方網站、社群媒體、消費者評價等公開資料，以及本研究者親自前往原野牧場進行實地觀察和訪談的資料。以下將分別說明本研究的分析過程和結果。

### 第一節 原野牧場的 SWOT

本研究根據原野牧場的競爭優勢，將其分為三個主要要素：地理位置、產品特色和服務品質。地理位置是指原野牧場位於花蓮七星潭旁，擁有美麗的海景和山景，是花蓮市區附近的熱門景點之一，吸引了許多遊客前來。產品特色是指原野牧場提供了多元化的產品和服務，滿足了不同類型遊客的不同需求，並且具有農場風格和自然氛圍，與其他複合餐飲業者有所區別。服務品質是指原野牧場注重遊客的體驗和滿意度，提供了親切友善的服務態度和專業細心的服務流程，建立了良好的口碑和忠誠度。

花蓮七星潭原野牧場是一家複合餐飲業，提供客人在美麗的海岸線旁享



用美食和飲品的機會。本個案研究將探討花蓮縣原野牧場的 SWOT 分析,市場區隔和目標市場,定位和市場行銷組合(4P)的綜合行銷策略。

表 1 原野牧場所做的 SWOT 分析

	優勢	劣勢
內部	<p>獨特的地理位置，位於花蓮七星潭風景區，面向太平洋，享有壯麗的海景。</p> <p>豐富的產品組合，包括中式、西式、日式和泰式料理，以及各種飲品和甜點，能滿足不同客人的口味和需求。</p> <p>良好的服務品質，員工親切友善，提供專業的餐飲服務和建議。</p> <p>高度的品牌知名度，原野牧場已經經營了十多年，是花蓮地區的知名餐飲業者，有固定的客源和口碑。</p> <p>自家飼養羊隻其價值除能製作飲品與餐食外，也能帶來參觀商機。</p> <p>店內裝修典雅，吸引人潮慕名而來。</p>	<p>高度的季節性，原野牧場的生意受到旅遊旺季和淡季的影響，冬季時客流量明顯減少。</p> <p>缺乏創新能力，原野牧場的產品和服務沒有太多的變化和更新，可能會讓客人感到厭倦或缺乏新鮮感。</p> <p>缺乏有效的行銷策略，原野牧場沒有明確的目標市場和定位，也沒有利用社群媒體或其他渠道來宣傳和推廣自己。</p> <p>對無法接受羊奶製品的消費者來說餐點選擇性較低。</p> <p>價格相對其他複合式餐廳高。</p> <p>位於海邊，硬體設施及外觀建築維護修繕成本高。</p>

	<p>原野牧場可以與其他旅遊業者或相關單位合作，如旅行社、民宿、租車公司等，來提供更多的服務和優惠給客人。</p>	
	機會	威脅
外部	<p>花蓮是台灣東部最受歡迎的旅遊目的地之一，每年吸引大量的國內外遊客，尤其是年輕人和家庭。</p> <p>因其獨特性，常是外縣市旅客分享以及假期想特別安排的景點之一。</p> <p>國家政策鼓勵民眾國內旅遊消費。</p>	<p>台灣的餐飲業是一個高度飽和和競爭激烈的市場，客人的需求和喜好也在不斷變化，需要不斷地創新和改進才能保持競爭力。花蓮七星潭的環境和資源也面臨一些挑戰和威脅，如海水污染、沙灘侵蝕、過度開發等，可能會影響景觀和生態的品質和吸引力。</p> <p>面臨一些不可預測的風險和危機，如颱風、地震、疫情、政策變動等，需要有應變和處理的能力和策略。</p> <p>強烈的競爭壓力，花蓮七星潭附近有許多其他的餐飲業者，包括連鎖店、民宿、咖啡廳等，都在爭奪客人的注意力和消費。</p>

## 第二節 原野牧場的 STP

### 1、市場區隔

本研究採心理區隔，心理區隔是根據消費者的社經地位及生活型態來劃分目標市場，目的在於了解隱藏在購買行為背後的情緒。

### 2、目標市場

目標市場是指在市場區隔的基礎上，選擇一個或多個具有吸引力和潛力的市場群體，作為企業的主要服務對象。原野牧場可以根據以下幾個準則來選擇目標市場：

市場規模：目標市場的客人數量要足夠多，能夠帶來足夠的銷售量和收入。

市場成長：目標市場的客人數量要有增長的趨勢，能夠帶來持續的發展空間。

市場競爭：目標市場的競爭程度要適中，能夠有一定的優勢和差異化。

市場匹配：目標市場的客人需求要與企業的產品和服務相匹配，能夠提供高度的價值和滿意度。

根據以上準則，原野牧場可以選擇以下三個目標市場：

本研究根據原野牧場的目標市場，將其分為三個主要群體：家庭遊客、情侶遊客和團體遊客。家庭遊客是指帶著孩子或老人一起來原野牧場玩耍的遊客，他們主要是尋求親子互動和教育娛樂的需求。情侶遊客是指與另一半一起來原野牧場度假的遊客，他們主要是尋求浪漫和甜蜜的需求。團體遊客是指與朋友或同事一起來原野牧場參加活動的遊客，他們主要是尋求社交和歡樂的需求。

### 3、 定位

首先，本研究根據原野牧場的產品屬性，將其分為四個主要方面：農場體驗、休閒娛樂、餐飲服務和農產品販售。然後，本研究根據原野牧場的目標市場，將其分為三個主要群體：家庭遊客、情侶遊客和團體遊客。接著，本研究根據原野牧場的競爭優勢，將其分為三個主要要素：地理位置、產品特色和服務品質。最後，本研究根據以上的因素，獲得表 1 與表 2 的各因素平均分數，再繪製出原野牧場在複合餐飲業中的定位圖如圖 2 與圖 3，如下所示：

表 1 各家複合式餐廳特色與價格平均分數

餐廳名稱	特色	價格
[原野牧場]	3.9	3.9
[莎莉好食]	3.9	3.7
[新城思想起]	3.5	3.5
[項鍊海岸工作室]	3.5	3.7
[浪漫咖啡]	3.7	3.6
[牛山呼庭]	3.8	3.6
[海明漾]	3.8	3.8

表 2 各家複合式餐廳服務品質與舒適感平均分數

餐廳名稱	服務品質	舒適感
[原野牧場]	3.9	3.9
[莎莉好食]	3.6	3.7
[新城思想起]	3.6	3.6
[項鍊海岸工作室]	3.4	3.7
[浪漫咖啡]	3.6	3.8
[牛山呼庭]	3.5	3.8
[海明漾]	3.7	3.9

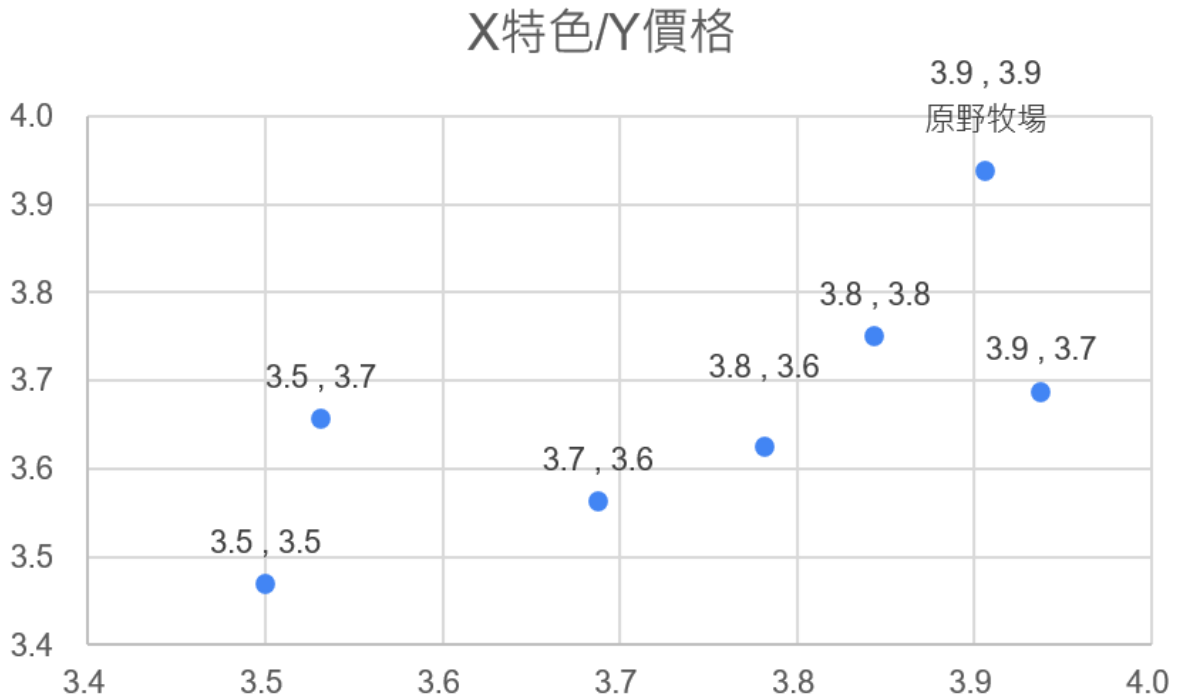


圖 2 各家複合式餐廳特色與價格之定位圖

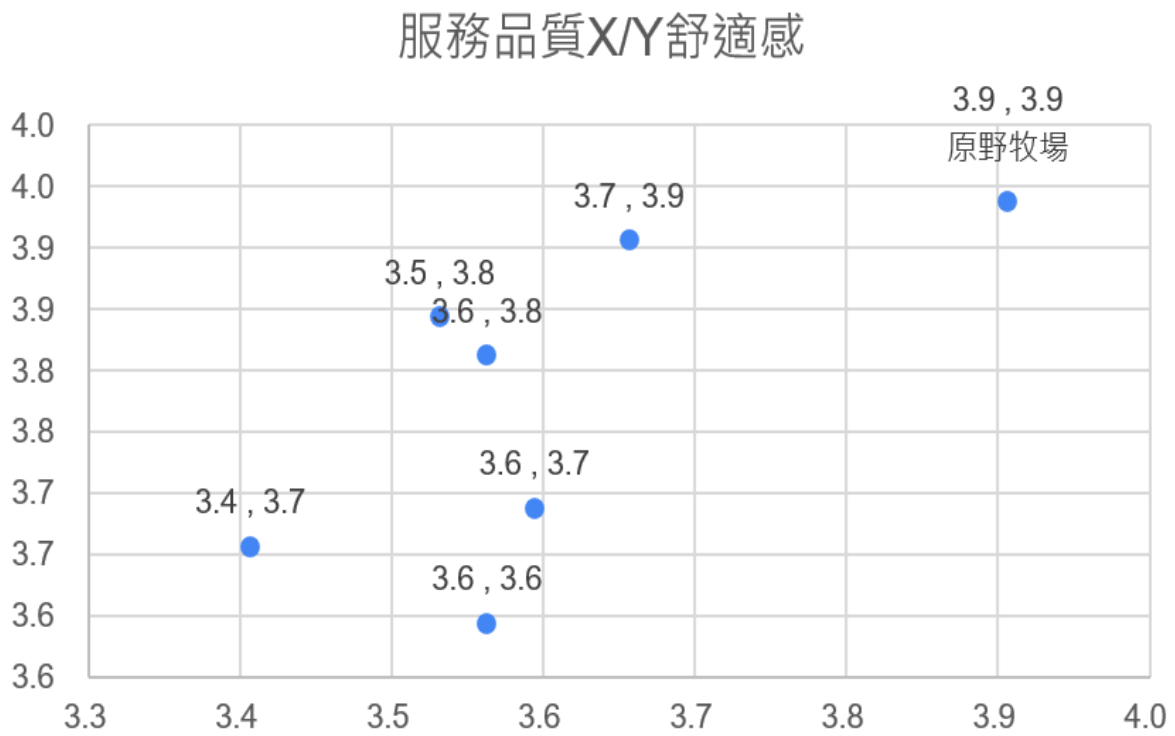


圖 3 各家複合式餐廳服務品質與舒適感之定位圖

定位圖在行銷中的作用是幫助企業了解消費者對產品或品牌的認知和偏好，進而制定出更好的行銷策略。通過定位圖，企業可以了解到自己的產品或品牌在消費者心中的位置，以及與競爭對手的差異性，從而制定出更好的行銷策略。

從定位圖中可以看出，原野牧場在複合餐飲業中具有明顯的差異化定位，即提供多元化的產品和服務，吸引不同類型的遊客，並利用其地理位置和產品特色創造競爭優勢。因此，本研究根據定位圖提出以下幾點行銷策略建議：

加強宣傳原野牧場的地理位置和產品特色，突出其與其他複合餐飲業者的差異。例如，可以在官方網站和社群媒體上發布更多關於原野牧場的美景和美食的照片和影片，吸引遊客的注意力和興趣。

針對不同類型的遊客，設計不同的產品組合和價格策略，增加其消費意願和滿意度。例如，可以為家庭遊客提供親子套票或家庭優惠券，為情侶遊客提供情侶套房或情侶禮物包，為團體遊客提供團體折扣或團體活動等。

提升服務品質和員工素質，建立良好的口碑和忠誠度。例如，可以定期對員工進行培訓和考核，確保他們能夠提供專業、友善、有效、安全的服務；也可以定期收集遊客的意見和建議，並及時改善問題和不足。



### 第三節 原野牧場的 4P

最後，根據 4P 行銷組合，對原野牧場的產品、價格、通路和促銷策略進行分析和建議。4P 行銷組合是一種行銷策略的工具，它包含四個要素：產品 (Product)、價格 (Price)、通路 (Place) 和促銷 (Promotion)。

首先，本研究根據原野牧場的產品屬性，將其分為四個主要方面：農場體驗、休閒娛樂、餐飲服務和農產品販售。農場體驗是指原野牧場提供的各種與農業相關的活動，如餵食動物、擠羊奶等，讓遊客親近自然，感受農村風情。休閒庭園讓遊客放鬆身心，享受歡樂時光。餐飲服務是指原野牧場提供的各種與美食相關的產品，有餐廳、咖啡廳、冰淇淋店等，讓遊客品嚐新鮮美味的農產品。農產品販售是指原野牧場提供的各種與農產品相關的商品，如羊乳製品，讓遊客購買回家，延續農場體驗。

1. 產品：原野牧場所提供的產品包括異國歐式料理，以及奶製品系列飲品跟點心，如：羊奶起司蛋糕、羊奶拿鐵等。

2. 定價：原野牧場不需要門票，因為牧場本身就是個餐廳家咖啡廳，低消只要一杯飲品就能享受絕美風景，餐點與觀光區餐廳的價位相似，偏高但算是有一定水準，正餐價格約\$580 至\$760。

3. 通路：原野牧場最主要通路，來自空間充滿海洋風度假質感，搭配窗外絕美的花蓮海景，很快就成了花蓮吸引網美們的 IG 打卡景點，進而吸引其他遊客前來。

4. 推廣：目的在於增加消費者對農場或產品的認知，進而刺激現有消費者或潛在消費者之至農場消費。原野牧場目前並無具體促銷策略，僅透過 Facebook 粉絲專頁更新菜單及定位等。

# 第五章 結論與建議

## 第一節 結論

本專題研究旨在探討複合餐飲業的經營行銷策略，以花蓮七星潭旁的原野牧場為個案，分析其 4P 行銷策略的實施與成效。原野牧場是一家集農場、餐廳、咖啡廳、民宿、伴手禮店等多元功能於一體的複合餐飲業，位於花蓮市區與太魯閣國家公園之間，鄰近風景優美的七星潭海岸。本研究採用個案研究法，透過文獻回顧、深度訪談、實地觀察等方式，收集並分析原野牧場的經營歷程、市場定位、產品策略、價格策略、通路策略、促銷策略等資料，並與相關理論和其他個案進行比較和討論。本研究發現，原野牧場的成功關鍵在於以下幾點：

一、是創造出符合消費者需求和喜好的產品組合，提供多元化的餐飲服務和休閒體驗；

二、是採用合理的價格策略，吸引不同層次的客群，並利用會員制度和優惠活動增加回購率；

三、是建立有效的通路策略，利用自有店面、官方網站、社群媒體等方式，提高品牌知名度和形象；

四、是實施有創意的促銷策略，結合節慶、主題活動、口碑行銷等手法，吸引新客戶和維持老客戶的忠誠度。

如果您也想在複合餐飲業中取得成功，您可以參考以下幾點建議：

一、是明確定義您的目標市場和客群特性，並根據其需求和喜好設計您的產品組合；

二、是制定合適的價格策略，考慮您的成本、競爭者、客戶價值等因素，並適時調整您的價格水平和優惠政策；

三、是選擇有效的通路策略，利用不同的媒介和平台來宣傳您的品牌和

產品，並建立良好的關係和聲譽；

四、是創造有吸引力的促銷策略，利用不同的方式和手段來刺激客戶的購買意願和行為，並增加客戶的忠誠度和滿意度。

本研究希望能夠提供複合餐飲業者在面對激烈的市場競爭時，有助於制定適切的行銷策略和提升競爭優勢的參考。

## 第二節 建議

如果您也想在複合餐飲業中取得成功，您可以參考以下幾點建議：

一、是明確定義您的目標市場和客群特性，並根據其需求和喜好設計您的產品組合；

二、是制定合適的價格策略，考慮您的成本、競爭者、客戶價值等因素，並適時調整您的價格水平和優惠政策；

三、是選擇有效的通路策略，利用不同的媒介和平台來宣傳您的品牌和產品，並建立良好的關係和聲譽；

四、是創造有吸引力的促銷策略，利用不同的方式和手段來刺激客戶的購買意願和行為，並增加客戶的忠誠度和滿意度。

## 參考文獻

吳則雄 (2006)。發表於複合式餐廳創業之評估。複合式餐廳創業經營學術研討會，台南縣：南台科技大學。

吳柏萱、周鈺凱(2008)。餐廳創業經營管理規劃策略分析-以嘉義市長春藤餐廳為例。大同技術學院學報，16, 21-39。

沈進成 (2006)。發表於複合式餐廳產業現況與未來發展趨勢。複合式餐廳創業經營學術研討會，台南縣：南台科技大學。

林佳慧(2017)。複合式餐飲業之行銷策略分析-以台北市某連鎖茶飲店為例。國立臺北商業大學企業管理系碩士在職專班碩士論文。

花落 (2008 年 7 月 17 日)。花蓮-原野牧場【線上論壇痞客邦】。取自 <https://astraeal020.pixnet.net/blog/post/30033627-%E8%8A%B1%E8%93%AE-%E5%8E%9F%E9%87%8E%E7%89%A7%E5%A0%B4>

原野牧場官方網站(2021)。摘自 <https://www.yuanyefarm.com.tw/>

高雄市政府觀光局(2020)。高雄市複合式餐飲業發展現況與策略分析報告。高雄市政府觀光局委託研究報告。

陳柏安(2019)。複合式餐飲業之行銷策略分析-以台北市某連鎖咖啡店為例。國立政治大學企業管理學系碩士在職專班碩士論文。

曾信超、劉家齊(2008)。探討台南縣市主要複合式餐廳之吸引力、滿意度與忠誠度關係之研究，2008 第 12 屆科技整合管理研討會，1-20。

維基百科(2005)。強弱危機分析。取自 <https://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E5%BC%B7%E5%BC%B1%E5%8D%B1%E6%A9%9F%E5%88%86%E6%9E%90>

鄭雅婷 (2019)。複合式餐飲業之創新服務設計-以台中市某知名連鎖茶飲店為例。國立中興大學企業管理學系碩士在職專班碩士論文。

賴怡君 (2018)。複合式餐飲業之行銷策略分析-以台北市某知名連鎖

咖啡店為例。國立政治大學企業管理學系碩士在職專班碩士論文。

謝佳玲(2016)。複合式餐飲業之行銷策略分析-以台北市某連鎖甜點店為例。國立臺北商業大學企業管理系碩士在職專班碩士論文。

蘇怡君(2020)。花蓮七星潭旅遊資源之探討。花蓮師範大學地理學系學士論文。

## 花蓮複合式餐廳用餐調查

煩請花費一點您寶貴的時間，針對複合式餐廳之價格與環境設備，以5分(高)、4分(中高)、3分(中低)、2分(普通)、1分(低)，填寫您用餐過後的意見回饋，謝謝！

huangjunrong97@gmail.com [切換帳戶](#)



未共用的項目

\* 表示必填問題

您是否曾到以下幾家複合式餐飲店用餐？\*

	是	否
原野牧場 <a href="https://www.facebook.com/yuanyeh.com.tw/">https://www.facebook.com/yuanyeh.com.tw/</a>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
莎莉好食 <a href="https://sarlees.business.site/">https://sarlees.business.site/</a>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
新城思想起 <a href="https://www.funhualien.com.tw/sixiangqi">https://www.funhualien.com.tw/sixiangqi</a>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
項鍊海岸工作室 <a href="https://www.facebook.com/cacagauwen">https://www.facebook.com/cacagauwen</a>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
浪漫咖啡 <a href="https://www.facebook.com/people/%E6%B5%AA%E6%85%A2%E5%92%96%E5%95%A1/100070218194005/">https://www.facebook.com/people/%E6%B5%AA%E6%85%A2%E5%92%96%E5%95%A1/100070218194005/</a>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
牛山呼庭 <a href="https://travel.yam.com/article/128467">https://travel.yam.com/article/128467</a>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
海明漾泰式料理景觀餐廳 <a href="https://www.facebook.com/haminyak/">https://www.facebook.com/haminyak/</a>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

您覺得以下幾家複合式餐飲店之餐點特色屬於？\*

	較精緻	精緻	普通	差	較差
原野牧場	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
莎莉好食	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
新城思想起	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
項鍊海岸工作室	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
浪漫咖啡	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
牛山呼庭	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
海明漾泰式料理景觀餐廳	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

您覺得以下幾家複合式餐飲店之價格屬於? \*

	高價格	中高價格	中價格	中低價位	低價格
原野牧場	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
莎莉好食	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
新城思想起	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
項鍊海岸工作室	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
浪漫咖啡	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
牛山呼庭	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
海明漾泰式料理景觀餐廳	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



您覺得以下幾家複合式餐飲店之服務品質屬於? \*

	高服務品質	中高服務品質	中服務品質	中低服務品質	低服務品質
原野牧場	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
莎莉好食	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
新城思想起	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
項鍊海岸工作室	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
浪漫咖啡	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
牛山呼庭	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
海明漾泰式料理景觀餐廳	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

您覺得以下幾家複合式餐飲店之環境舒適感屬於? \*

	高級	中高級	中級	中低級	低級
原野牧場	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
莎莉好食	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
新城思想起	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
項鍊海岸工作室	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
浪漫咖啡	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
牛山呼庭	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
海明漾泰式料理景觀餐廳	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

您到以下幾家複合式餐飲店用餐之目的屬於? \*

	單純用餐	朋友聚會	家庭聚會	情侶約會	生日宴會	記者會/發表會
原野牧場	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
莎莉好食	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
新城思想起	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
頂鍊海岸工作室	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
浪漫咖啡	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
牛山呼庭	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
海明漾泰式料理景觀餐廳	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

您覺得以下幾家複合式餐飲店之交通便利性屬於? \*

	高便利性	中高便利性	中便利性	中低便利性	低便利性
原野牧場	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
莎莉好食	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
新城思想起	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
項鍊海岸工作室	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
浪漫咖啡	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
牛山呼庭	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
海明漾泰式料理景觀餐廳	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>