

# 明新科技大學

## 企業管理系

### 畢業專題研究報告

消費者感官知覺體驗比較性研究-以星巴克  
與路易莎為例

學 生： 謝綉汶      林元鈞  
         羅浩中      邱弋涵  
         郭庭杰

指導老師： 林鴻銘

中華民國一百一十一年五月

## 摘要

感官體驗，從人們最敏感的五感，視覺、聽覺、觸覺、嗅覺及味覺來研究探討。感官是非常主觀的，例如：相同味道讓人們體驗可能會有不一樣的結果，對於一個重口味的人來說可能覺得清淡無味，對另一位平時飲食習慣就是簡單的人來說卻覺得是剛好的。由此可見一個味道在不同的標的上可以得出味覺上的差異。本研究透過感官體驗問卷調查，研究人們對於星巴克與路易莎的五感差異，這份體驗也可以讓企業得知消費者民眾真正的需求及愛好。

咖啡對現代人來說不可或缺，這樣的模式帶給店家無限商機，店家對於不同客群所販賣出不同模式的咖啡供消費者去選擇，這樣的商機使本研究利用星巴克與路易莎這兩所連鎖咖啡廳去比較店家帶給消費者的五感好與壞，後續也寫出本研究對於星巴克與路易莎，共 6 所門市發放五感問卷的過程與結果，比較星巴克與路易莎之間的五感，並且給予建議。

本研究不僅研究兩大連鎖咖啡廳(星巴克、路易莎)帶給消費者的感官問卷，研究出此次問卷結果之外，同時將結果與去年 2021 年明新科技大學畢業專題研究報告之五根、五塵到五感-消費者感官知覺之調查研究(房沁儀等人，2021)做比較，藉此查看出兩年來這兩大連鎖咖啡廳(星巴克、路易莎)對於消費者感官體驗上是否有所提升，透過此研究比較結果給予改善與建議。

關鍵字:感官體驗、感官問卷、咖啡