

連鎖速食商圈與獲利之研究-以麥味登為例

卓靖倫、謝雅惠

E-mail: 9509681@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究問題主要是探討，如何選擇適合的地點，設立一家成功的連鎖速食早餐店，本研究藉由了解商圈結構和影響連鎖速食早餐店獲利的影響因子，來提供連鎖速食早餐店未來展店評估作依據。本研究具體研究目的有下列三點：連鎖速食早餐店商圈型態與立地條件之探討，連鎖速食早餐店商圈型態與獲利間相互關係，連鎖速食業者之服務態度對於商圈型態與獲利間的關係。本研究之樣本，由麥味登總公司所提供，主要分布於台灣北部地區、中部地區與南部地區，經由分層隨機抽樣過程中，選取日平均營業額表現優良與很有改善空間的店家各180間，供本研究分析使用。本研究透過調查法方式設計問卷，總共發出360份調查表，調查流程是請受過訓練之調查人員於早餐店之營業時段內，實際走訪店家作調查表的資料採集。總計回收360份，有效調查表為348份，有效回收率為96.67%。經過實證分析結果，獲得下列重要結論：連鎖速食早餐店設立在不同商圈型態不會影響其獲利，連鎖速食早餐店設立在不同立地條件會有不同獲利表現，連鎖速食早餐店設立在不同商圈有不同的獲利立地條件，服務態度會影響立地條件與獲利之間的關係。

關鍵詞：連鎖店；商圈；獲利；麥味登

目錄

封面內頁 簽名頁 授權書.....	iii	中文摘要.....	iv
.....iv 英文摘要.....	v	誌謝.....	v
.....vi 目錄.....	vii	圖目錄.....	xi
.....xii 第一章 緒論 1.1 研究背景與動機.....	1	1.2 研究目的.....	4
.....5 1.4 研究流程.....	6	第二章 文獻探討	6
2.1連鎖體系相關定義.....	7	2.1.1以經營特質定義.....	7
.....7 2.1.2以商店數量定義.....	9	2.2商圈型態與立地條件評估之要.....	11
.....11 2.2.1 商圈之定義.....	12	2.2.2商圈型態之分類與	12
定義.....	14	2.2.3 立地條件評估因子.....	17
2.3 獲利模式	17	2.3 獲利模式	17
相關定義.....	23	2.4服務態度相關定義.....	23
.....27 第三章 研究方法 3.1 研究架構.....	29	3.2變數及操作性定	29
義.....	30	3.3假說設立.....	30
...36 3.4 研究對象.....	37	3.5調查表設計.....	37
.....37 3.6資料分析方法.....	39	3.6.1單因子變異數分	39
析.....	39	3.6.2獨立樣本 t 檢定.....	40
3.6.3判別	40	3.6.3判別	40
分析法.....	40	3.6.4主成分分析法.....	40
...40 3.7研究限制.....	40	3.7.1研究議題之完整性.....	40
.....40 3.7.2研究變數之完整性.....	41	3.7.3研究對象與範圍之完整性...	41
.....41 3.7.4樣本之代表性.....	41	第四章 資料分析與	41
實證結果 4.1樣本之敘述統計.....	42	4.2商圈與獲利之關係.....	42
.....43 4.2.1北中南全區之商圈型態與獲利之關係.....	43	4.2.2北部地區之商圈型	43
態與獲利之關係.....	44	4.2.3中部地區之商圈型態與獲利之關係.....	46
4.2.4南部	46	4.2.4南部	46
地區之商圈型態與獲利之關係.....	47	4.3立地條件與獲利之關係.....	47
...48 4.3.1影響北中南全區連鎖速食早餐店獲利之立地條件.....	48	4.3.2影響北部地區連鎖速食早餐店獲利之立地條件	48
.....50 4.3.3影響中部地區連鎖速食早餐店獲利之立地條件.....	52	4.3.4影響南部地區連鎖速食早餐店獲利之	52
立地條件.....	54	4.4商圈型態之立地條件與獲利之關係.....	55
4.4.1影響生活商圈連鎖速	55	4.4.1影響生活商圈連鎖速	55
食早餐店獲利之立地條件.....	55	4.4.2影響學校商圈連鎖速食早餐店獲利之立地條件.....	57
4.4.3影響交	57	4.4.3影響交	57
通匯點商圈連鎖速食早餐店獲利之立地條件.....	59	4.4.4影響購物商圈連鎖速食早餐店獲利之立地條件.....	60
4.4.4影響購物	60	4.5 服務態度對於立地條件與獲利關係之影響.....	62
4.5 服務態度對於立地條件與獲利關係之影響.....	62	4.5.1服務態度之主成分分析.....	62

.....62	4.5.2服務態度對於商圈與獲利之關係.....	63	4.6 完整架構分析.....
.....80	4.6.1立地條件與獲利關係之整理.....	80	4.6.2服務態度與 商圈獲利之立地條件比較.....
.....82	第五章 結論與建議 5.1 人口變項對關鍵成功因素認知差異分析.....	87	5.1.1連鎖速食早餐店設立不同商圈型態不會影響其獲利.....
.....87	5.1.2連鎖速食早餐店設立不同立 地條件有不同獲利表現.....	87	5.1.3連鎖速食早餐店設立不同商圈有不同獲利立地條件.....
.....88	5.1.4服務態度會影 響立地條件與獲利之間的關係.....	88	5.2 研究建議.....
.....89	5.2.1對管理實務上之建議.....	89	5.2.2對後續研究者之建議.....
.....89	參考文獻.....	91	附錄.....
.....95	圖目錄 圖1-1研究流程.....	6	
.....30	表目錄 表1-1中華民國國內經濟成長率與失業率比 較.....	1	表2-1連鎖體系經營特性相關定義.....
.....9	表2-2各協會之連鎖體 系商店數目限制彙總表.....	11	表2-3商圈型態分類表.....
.....14	表2-4全家便利商店商 圈定義表.....	15	表2-5商圈型態之定義.....
.....16	表2-6立地條件評估因 子相關文獻.....	21	表2-6立地條件評估因 子相關文獻 (續).....
.....22	表2-7評估因子.....	23	表3-1資深工作者一覽 表.....
.....31	表3-2評估變數一覽 表.....	32	表3-3變數操作性定義 (續).....
.....34	表3-3變數操作性定義 (續).....	35	表3-3變數操作性定義 (續).....
.....36	表3-4自變數 商圈 型態及立地條件構面變 數之問項.....	38	表3-5干擾變數 服務 水準構面變數之問項.....
.....39	表3-6依變數 獲利 構面變數之問項.....	39	表4-1調查樣本分布情 況.....
.....43	表4-2北中南全區樣 本分析.....	44	表4-3北中南全區不 同商圈型態與獲利之 ANOVA檢定.....
.....44	表4-4北部地區樣 本分析.....	45	表4-5北部地 區不同商圈型態與獲 利之ANOVA檢定.....
.....45	表4-6中部地區樣 本分析.....	46	表4-7中部地區不 同商圈型態與獲利之 ANOVA檢定.....
.....47	表4-8南部地區樣 本分析.....	47	表4-9南部地區不 同商圈型態與獲利之 ANOVA檢定.....
.....48	表4-10北中 南全區獲利之t檢定.....	49	表4-11北中南全 區之獲利影響因子.....
.....50	表4-12北部地區 獲利之t檢定.....	51	表4-13北部地區 之獲利影響因子.....
.....52	表4-14中部地 區獲利之t檢定.....	52	表4-15中部地 區之獲利影響因子.....
.....53	表4-16南部地 區獲利之t檢定.....	54	表4-17南部地 區之獲利影響因子.....
.....55	表4-18生活商 圈獲利之t檢定.....	56	表4-19生活商 圈之獲利影響因子.....
.....57	表4-20學校商 圈獲利之t檢定.....	58	表4-21學校商 圈之獲利影響因子.....
.....59	表4-22交通匯 點商圈獲利之t檢定.....	60	表4-23交通匯 點商圈之獲利影響因 子.....
.....61	表4-24購物商 圈獲利之t檢定.....	61	表4-25購物商 圈之獲 利影響因子.....
.....62	表4-26服務態 度主成分分析.....	64	表4-27服務態 度對於全區之全商 圈與獲利關係.....
.....64	表4-28服務態 度影響全區全商 圈與獲利關係之比較.....	65	表4-29服務態 度對於北區之全商 圈與獲利關係.....
.....66	表4-30服務態 度影響北區全 商圈與獲利關係之比較.....	67	表4-31服務態 度對於中區之全商 圈與獲利關係.....
.....68	表4-32服 務態度影響中區全 商圈與獲利關係之比較.....	70	表4-33服務態 度對於南區之全商 圈與獲利關係.....
.....71	表4-34服 務態度影響南區全 商圈與獲利關係之比較.....	71	表4-35服 務態度對於生活商 圈與獲利關 係.....
.....73	表4-36服 務態度影響全區生 活商圈與獲利關係 之比較.....	74	表4-37服 務態度對 於學校商 圈與獲利 關係.....
.....75	表4-38服 務態度影響全區生 活商圈與獲利關係 之比較.....	76	表4-39服 務態度對於交通匯 點商圈與獲利 關係之比較.....
.....77	表4-40服 務態度影響全區交 通匯點商 圈與獲利 關係之比較.....	78	表4-41服 務態度對於購物 商圈與獲利 關係.....
.....79	表4-42服 務態度影響全區 購物商 圈與獲利 關係之比較.....	80	表4-43全區與全 商圈之獲利影響因 子.....
.....81	表4-43全區與全 商圈之獲利影響因 子 (續).....	82	表4-44服 務態度對於全區與 全商圈之獲利影響 因子比較.....
.....83	表4-44服 務態度對於全區與 全商圈之獲利影響 因子比較 (續).....	84	表4-45服 務態度對於全商 圈獲 利之立地 因子比較.....
.....85	表4-45服 務態度對於全商 圈獲 利之立地 因子比較 (續).....	86	

參考文獻

一、中文文獻 中華民國連鎖店發展協會 (1993)。中華民國連鎖業發展年鑑。台北:中華民國連鎖店發展協會。方寶慶 (1994)。商圈

研判開店必修。突破雜誌，102，71。李仰哲（1991）。零售商圈評估與店址選擇。國立成功大學企業管理學研究所之碩士論文，未出版，台南市。李孟熹（1994）。現代商店行銷實務。台北：群泰企管顧問公司。林達道（1991）。商業區立地條件與零售業者的策略之關係研究 - 以台北市百貨公司業為例。私立輔仁大學管理科學研究所之碩士論文，未出版，台北縣。林雅菁（2002）。從消費者觀點探討台南市傳統與新興商圈之競合關係 - 以中正與新光三越兩商圈的發展為例。國立成功大學之碩士論文，未出版，台南市。林連宗（2002）。連鎖經營與影響顧客消費相關因素之調查研究。私立大葉大學事業經營研究所之碩士論文，未出版，彰化縣。高銘賢（2004）。促銷方式、商圈型態對促銷成效影響之研究 - 以全家便利商店為例。國立高雄第一科技大學行銷與流通管理所之碩士論文，未出版，高雄市。陳弘元（1993）。店舖開發、商圈調查與立地評估。流通世界雜誌，86-90。陳嘉民（1999）。都市傳統商圈再造問題之研究 - 以台南中正形象商圈為例。國立成功大學建築學系之碩士論文，未出版，台南市。陳堉吉（2001）。商圈更新再造研討會，經濟部商業司，6。陳文欣（1990）。台北市公館商店街商業活動系統與市街空間之研究。中興大學都市計畫研究所之碩士論文，未出版，台中市。黃瓊儀譯（1999）。獲利寶典：創造高利潤的營業計劃。一版，臺北市：金錢文化。陳志賢（1998）。便利商店之商圈與立地評估。黎明學報，11，第一期，63-67。楊必立、陳定國、黃俊英、劉水深、何雍慶（1999）。行銷學。台北：華泰。鄧美華（2000）。餐廳區位選擇之多評準決策 - 以寶山日本四季懷石料理餐廳為例。生活科學學報，6，47-62。蔡女齡（1996）。台中市商業區商業活動之研究—以三民及自由兩商業區為例。私立中國文化大學地學研究所之碩士論文，未出版，台北市。蔡博涼（1995）。零售商圈評估與店址選擇 - 以高雄大統商業區域為例。國立中山大學企業管理研究所之碩士論文，未出版，高雄市。雷達文譯（2000）。利潤模式（初版）。台北市：中國生產力，譯自（Adrian J. Slywotzky, David J. Morrison, Ted Moser, Kevin A. Mundt and James A. Quella）。顏雅雯（2001）。連鎖書店商圈經營與競爭態勢之研究。私立輔仁大學應用統計學研究所之碩士論文，未出版，台北縣。劉文傑（1997）。都市街道類型之研究 - 以台南市中心商業區街道為例。國立成功大學都市計畫研究所之碩士論文，未出版，台南市。謝懷德（2002）。台灣地區自動櫃員機區位選擇因素之研究。國立交通大學科技管理研究所之碩士論文，未出版，新竹市。羅力仁（2002）。連鎖便利商店店址選擇評估模式之研究 - 運用模糊AHP法。國立中正大學企業管理研究所之碩士論文，未出版，嘉義縣。二、英文文獻 Berman, B., and Evans, J. R. (2001). Retail Management: A Strategic Approach (8rd ed) . N.J.: Prentice-Hall. Chase, R. B. (1978). Where Does the Customer Fit in a .Service Operation? . Harvard Business Review, Nov-Dec,139. Coughlan, A. T., Anderson, E., Stern, L. W., & El-Ansary, A. I. (2001). Marketing Channel (6rd ed). N.J.: Prentice-Hall. Ghosh, A. (1994). Retail Management, Forth Worth: The Dryden Press. Kotler, P. (2000). Marketing Management. (10rd ed). N.J.: Prentice-Hall. Levy, M. & Weitz, B.A. (2001). Retailing Management. (4rd ed), N.Y.: Irwin/McGraw-Hill. Larsen, S., & Bastiansen, T. (1991). Service attitude: hotel and restaurant staff and nurses, International Journal of Contemporary Hospitality Management, 14, 27-31. Lele, M. M., & Sheth, J. N. (1993). The Customer is Key, New York: John Wiley Sons Inc. Robbins, S. P. (2001). Organizational Behavior (9rd ed). Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall .