

The Relationship between Fastfood Chain Store Trading Area and Profit-A Case of My Warm Day Chain Store

卓靖倫、謝雅惠

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

ABSTRACT

This study probes into how to pick out the locations for establishing successful Breakfast Fastfood Chain Store. This study will be focusing on how the structure of the trading areas and the factors that affect profit, and use it for future reference on opening new stores. There are three aims of this study: The relationship between the type of trading area and location of Breakfast Fastfood Chain Store, the relationship between the type of trading area and the factors of profit and lastly, the effect customer service onto the trading area and profit. The sample of this study is supplied by MWD. These were distributed to northern, central and southern Taiwan. There are two categories of shops chosen by trade each day using Stratified Random Sampling. Each category were surveyed with 180 samples. The two categories combined had a total of 360 shops surveyed, with 96.67% completing the questionnaire. There are four conclusions of this study: There are no effect between trading area and profit by Breakfast Fastfood Chain Store. There are effect between location and profit by Breakfast Fastfood Chain Store. Different location will get different profit by estimate Breakfast Fastfood Chain Store. Customer service will affect the relationship between location and profit.

Keywords : Chain Store ; Trading Area ; Profit ; My Warm Day

Table of Contents

封面內頁 簽名頁 授權書.....	iii	中文摘要.....	iv
.....iv 英文摘要.....	v	誌謝.....	vi
.....vi 目錄.....	xii	第一章 緒論 1.1 研究背景與動機.....	xiii
.....vii 圖目錄.....	xiv	1.2 研究目的.....	xv
.....xii 第一章 緒論 1.1 研究背景與動機.....	xvi	1.3 研究範圍.....	xvii
.....1 1.2 研究目的.....	xviii	1.4 研究流程.....	xix
.....5 1.4 研究流程.....	xx	第二章 文獻探討	xxi
2.1連鎖體系相關定義.....	xxii	2.1.1以經營特質定義.....	xxiii
.....7 2.1.2以商店數量定義.....	xxiv	2.2商圈型態與立地條件評估之要.....	xxv
.....11 2.2.1 商圈之定義.....	xxvi	2.2.2商圈型態之分類與	xxvii
定義.....	xxviii	2.2.3 立地條件評估因子.....	xxix
.....14 2.2.3 立地條件評估因子.....	xxx	2.3 獲利模式	xxxi
相關定義.....	xxxii	2.4服務態度相關定義.....	xxxiii
.....27 第三章 研究方法 3.1 研究架構.....	xxxiv	3.2變數及操作性定	xxxv
義.....	xxxvi	3.3假說設立.....	xxxvii
...36 3.4 研究對象.....	xxxviii	3.5調查表設計.....	xxxix
.....37 3.6資料分析方法.....	xxxix	3.6.1單因子變異數分	xl
析.....	xl	3.6.2獨立樣本 t 檢定.....	xli
.....39 3.6.2獨立樣本 t 檢定.....	xli	3.6.3判別	xlii
分析法.....	xlii	3.6.4主成分分析法.....	xliiii
...40 3.7研究限制.....	xliiii	3.7.1研究議題之完整性.....	xliv
.....40 3.7.2研究變數之完整性.....	xlv	3.7.3研究對象與範圍之完整性...	xlvi
.....41 3.7.4樣本之代表性.....	xlvi	第四章 資料分析與	xlvii
實證結果 4.1樣本之敘述統計.....	xlvii	4.2商圈與獲利之關係.....	xlviii
.....43 4.2.1北中南全區之商圈型態與獲利之關係.....	xlviii	4.2.2北部地區之商圈型	xlix
態與獲利之關係.....	xliviii	4.2.3中部地區之商圈型態與獲利之關係.....	l
.....44 4.2.3中部地區之商圈型態與獲利之關係.....	l	4.2.4南部	li
地區之商圈型態與獲利之關係.....	li	4.3立地條件與獲利之關係.....	lii
...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.....	lii	4.3.2影響北部地區連鎖速食早餐店獲利之立地條件	liii
.....50 4.3.3影響中部地區連鎖速食早餐店獲利之立地條件.....	liii	4.3.4影響南部地區連鎖速食早餐店獲利之	liiii
立地條件.....	liiii	4.4.1影響生活商圈連鎖速	liiii
.....54 4.4.1影響生活商圈連鎖速	liiii	食早餐店獲利之立地條件.....	liiii
食早餐店獲利之立地條件.....	liiii	4.4.2影響學校商圈連鎖速食早餐店獲利之立地條件.....	liiii
.....55 4.4.2影響學校商圈連鎖速食早餐店獲利之立地條件.....	liiii	4.4.3影響交	liiii

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
4.5 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	4.5.2服務態度對於商圈與獲利之關係.....	63
.....	80	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
.....	82	4.6.2服務態度與	
.....	82	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
.....	87	5.1.2連鎖速食早餐店設立不同立	
.....	87	地條件有不同獲利表現.....	87
.....	88	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
.....	88	5.1.4服務態度會影響	
.....	88	立地條件與獲利之間的關係.....	88
.....	89	5.2 研究建議.....	89
.....	89	5.2.1對管理實務上之建議.....	89
.....	89	5.2.2對後續研究者之建議.....	89
.....	89	參考文獻.....	91
.....	91	附錄.....	
.....	95	圖目錄	
.....	95	圖1-1研究流程.....	6
.....	30	表目錄	
.....	30	表1-1中華民國國內經濟成長率與失業率比	
.....	1	較.....	9
.....	11	表2-1連鎖體系經營特性相關定義.....	9
.....	11	表2-2各協會之連鎖體	
.....	11	系商店數目限制彙總表.....	11
.....	15	表2-3商圈型態分類表.....	
.....	15	表2-4全家便利商店商圈定義表.....	15
.....	16	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
.....	22	表2-6立地條件評估因	
.....	22	子相關文獻(續).....	22
.....	31	表2-7評估因子.....	
.....	31	表3-1資深工作者一覽表.....	31
.....	32	表3-2評估變數一覽表.....	
.....	32	表3-3變數操作性定義.....	33
.....	33	表3-3變數操作性定義	
.....	34	(續).....	34
.....	36	表3-3變數操作性定義(續).....	36
.....	38	表3-4自變數 商圈型態及立地條件構面變數	
.....	38	之問項.....	38
.....	39	表3-5干擾變數 服務水準構面變數之問項.....	39
.....	39	表3-6依變數 獲利	
.....	43	構面變數之問項.....	39
.....	44	表4-1調查樣本分布情況.....	
.....	44	表4-2北中南全區樣本分析.....	44
.....	44	表4-3北中南全區不同商圈型態與獲利	
.....	44	之ANOVA檢定.....	44
.....	45	表4-4北部地區樣本分析.....	45
.....	46	表4-5北部地	
.....	46	區不同商圈型態與獲利之ANOVA檢定.....	46
.....	47	表4-6中部地區樣本分析.....	
.....	47	表4-7中部地區不同商圈型態與獲利之ANOVA檢定.....	47
.....	48	表4-8南部地區樣本分析.....	
.....	48	表4-9南部地區不同商圈型態與獲利之ANOVA檢定.....	48
.....	49	表4-10北中	
.....	49	南全區獲利之t檢定.....	49
.....	51	表4-11北中南全區之獲利影響因子.....	
.....	51	表4-12北部地區獲利之t檢定.....	51
.....	52	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
.....	53	表4-15中部地	
.....	53	區之獲利影響因子.....	53
.....	54	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.....	54
.....	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
.....	57	表4-20學校商圈獲	
.....	57	利之t檢定.....	57
.....	59	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.....	59
.....	60	表4-23交通匯點商圈之獲利影響因子.....	
.....	60	表4-24購物商圈獲利之t檢定.....	61
.....	61	表4-25購物商圈之獲	
.....	61	利影響因子.....	61
.....	62	表4-26服務態度主成分分析.....	62
.....	64	表4-27服務態度對於全區之全商圈與獲利關係.....	64
.....	65	表4-28服務態度影響全區全商圈與獲利關係之比較	
.....	65	65
.....	66	表4-29服務態度對於北區之全商圈與獲利關係.....	66
.....	67	表4-30服務態度影響北區全商	
.....	67	圈與獲利關係之比較.....	67
.....	68	表4-31服務態度對於中區之全商圈與獲利關係.....	68
.....	70	表4-32服	
.....	70	務態度影響中區全商圈與獲利關係之比較.....	70
.....	71	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
.....	73	表4-35服務態度對於生活商圈與獲利關	
.....	73	係.....	73
.....	74	表4-36服務態度影響全區生活商圈與獲利關係之比較.....	74
.....	74	表4-37服務態度對	
.....	75	於學校商圈與獲利關係.....	75
.....	76	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.....	77
.....	77	表4-40服務態度影響全區交通匯點商圈與獲利	
.....	78	關係之比較.....	78
.....	79	表4-41服務態度對於購物商圈與獲利關係.....	79
.....	80	表4-42服務態度影響全區	
.....	80	購物商圈與獲利關係之比較.....	80
.....	81	表4-43全區與全商圈之獲利影響因子.....	81
.....	82	表4-43全區與全商圈之獲利影響因子(續).....	82
.....	83	表4-44服務態度對於全區與全商圈之獲利影響因子	
.....	83	比較.....	83
.....	84	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
.....	85	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

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 .