

# 高雄市高英高級工商職業學校

Kao Ying Industrial Commercial Vocational High  
School

## 專題製作報告



### McDonald's 各分店營運模式與特色營 造之探討-以高、屏地區為例

指導教授：\_\_\_\_\_ 陳 權 \_\_\_\_\_ 博士

指導老師：\_\_\_\_\_ 黃英宗 \_\_\_\_\_ 老師

科別班級：\_\_\_\_\_ 資料處理 \_\_\_\_\_ 科 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_ 年 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_ 班

座 號：\_\_\_\_\_ 36、24、2 \_\_\_\_\_

姓 名：\_\_\_\_\_ 羅元鴻、鍾雨芯、余姿蓉 \_\_\_\_\_

中 華 民 國 104 年 02 月

## 目錄

壹●前言.....	1
一、研究背景及動機.....	1
二、研究目的.....	1
三、研究方法.....	1
貳●正文.....	2
一、McDonald' s的發展歷程.....	2
二、McDonald' s的銷售方式.....	2
三、McDonald' s用餐環境.....	2
四、McDonald' s服務理念.....	3
五、McDonald' s餐廳各分店.....	3
參●結論與建議.....	5
一、結論.....	11
二、建議.....	11
附錄一 問卷.....	13

## 圖表索引

圖 1 地理位置圖.....	4
圖 2 地理位置圖.....	4
圖 3 地理位置圖.....	5
圖 4 地理位置圖.....	5
圖 5 麥當勞性別比例圖.....	5
圖 6 麥當勞年齡分布圖.....	6
圖 7 麥當勞消費金額比例圖.....	6
圖 8 麥當勞停留時間人數比例圖.....	7
圖 9 麥當勞各停留時間消費金額分析圖.....	7
圖 10 麥當勞各消費時段人數比例圖.....	7
圖 11 麥當勞消費動機比例圖.....	8
圖 12 麥當勞光遠分店各消費時段人數分布圖.....	8
圖 13 麥當勞光遠分店消費動積比例圖.....	9
圖 14 麥當勞三越分店消費時段人數分布圖.....	9
圖 15 麥當勞三越分店消費金額比例圖.....	9
圖 16 麥當勞五福分店消費金額&停留時間分析圖.....	10
圖 17 麥當勞民生分店消費金額&停留時間分析圖.....	10
圖 18 麥當勞民生分店交通方式&消費動機比例圖.....	11
圖 19 麥當勞逢甲分店交通方式&願意駕車至得來速購餐比例圖.....	11

## 壹●前言

### 一、研究背景及動機

麥當勞為全球最大的速食連鎖餐廳，在西元 1955 年，第一家麥當勞在美國芝加哥建立[1]，因為它的速食套餐以及完善親切的服務，使它受到人們的喜愛，因此連鎖店至 2013 年底已超過 3 萬 2 千家，遍布世界各地。

在臺灣的麥當勞總共將近 400 家分店，蓬勃發展，為臺灣規模最大的速食文化連鎖餐廳，相信大家對它並不陌生。隨著工商社會快節奏與快步調的模式，外食族漸漸增加，消費者的飲食習慣隨著改變，越來越講求方便及快速，對於麥當勞的需求也逐漸增加，使得銷量增加。為了避免消費者等待，它推出了便利的”得來速”，讓消費者不僅能在櫃檯點餐，也享有免下車點餐服務。

近年來休閒娛樂被受注重，情侶也會到麥當勞辦個簡單的約會，更是有親子會到麥當勞聯絡感情，麥當勞越來越強調氣氛與用餐環境的品質，還會不定期舉辦活動，例如生日 Party，不僅增加業績，也帶起歡樂氣氛，麥當勞不僅講求方便及快速，更著重於營造氣氛。

全臺灣的麥當勞有這麼多間分店，但是每一間分店卻都略有不同。例如：麥當勞光遠分店，前面是大馬路，車流量較多，雖然店的規模小，卻增設得來速；而麥當勞鳳山分店，都是逛街的人，車輛不容易出入，則沒有設立得來速，這些不同的模式與當地的用餐環境有密不可分的關係，於是本組想瞭解全高屏地區麥當勞速食店的差異比較，並且分析，提出具體的建議，作為麥當勞速食店及其他業者研究之參考。

### 二、研究目的

臺灣高屏地區的麥當勞分店有將近 60 家的分店，每一家分店的營業模式都略有不同，如果一家分店的營業模式與當地用餐環境不符合的話，不僅銷售減少，成本也會增加，所以選擇營業模式，是影響業績的一個重大因素。本組研究目的分為以下四點：

- (一) 探討高屏地區各分店週遭環境的比較。
- (二) 研究高屏地區各分店內用餐環境。
- (三) 探討麥當勞各分店的親子活動與促銷活動。
- (四) 分析高屏地區營運模式。

### 三、研究方法

本組將研究方法分為三大部分：先以文獻探討蒐集、整理國內有關速食餐廳

的文獻資料、相關研究及書籍，作為參考及理論依據；再透過網際網路及電視報導、廣告，來得知訊息；最後以實地勘察高屏地區如高雄光遠店、高雄鳳山店、高雄堀江（南部總公司）、屏東民生店、屏東逢甲店這五家與其他高屏地區的分店來作為比較。

## 貳●正文

### 一、McDonald' s 的發展歷程

在西元 1940 年由 Richard "Dick" J. McDonald 和 Maurice "Mac" McDonald 兩兄弟在美國 San Bernardino, California 成立了 "Dick and Mac McDonald" 餐廳，是 McDonald' s 的前身。而在西元 1955 年 Ray Kroc 創立麥當勞系統公司 (McDonald' s System Inc.)，又收購 McDonald 兄弟的商標權，經營麥當勞餐廳事業，最後於 1960 年將公司名稱改為麥當勞公司，陸續發展全世界。1984 年麥當勞在臺灣成立第一家餐廳，不僅創下麥當勞單周營業的世界紀錄，也改變了臺灣的飲食習慣。

### 二、McDonald' s 的銷售方式

麥當勞速食餐廳提供了三種點餐服務，使顧客便利的點取餐：

- (一) 櫃檯點餐：顧客至室內櫃檯點餐，取餐完畢後自行將餐點拿到座位上用餐，用餐完畢後自行收拾。
- (二) 得來速點餐：指顧客自行駕車至得來速窗口點餐。得來速分為三個窗口，第一種以入口處麥克風進行點餐，再前往第一個窗口付款，最後一個窗口取餐，通常這種方式會設立麥大道 (McDrive) 於馬路旁。
- (三) 歡樂送：外送服務，採 24 小時制。不限制金額外送，但酌收外送費 35 元，不提供信用卡服務，訂餐電話案一般室內電話費率計算，行動電話依各家電信訂定費率為基準。但部分餐廳不提供外送服務，因地區實際外送範圍及時間。

### 三、McDonald' s 用餐環境

McDonald' s 的用餐環境本小組將它分為設備與環境兩個部分，設備是以顧客可直接感受、接觸到的，例如座位擺放、餐廳布置、燈光等。環境則是以間接感受到的、是以聽覺與嗅覺，例如音樂播放、餐廳品味等。

#### (一) 設備：

McDonald' s 餐廳提供了室內用餐座位、室外用餐座位，還有兒童遊樂區等設置，不僅如此，部分的 McDonald' s 還會設專門的主題餐廳，例如 1950 年搖滾主題餐廳、2007 年英格蘭超級聯賽主題餐廳、近年的魔獸世界主題餐廳等；有些偏遠郊區或是部分城市的麥當勞餐廳，會設有大量的球和爬行管以及溜滑梯的遊樂場，稱為「麥當勞樂園 (McDonald' s PlayPlace)」。

## (二) 環境：

McDonald' s 餐廳提供優美柔和的音樂播放，使人放鬆，可讓人有愉悅的心情；從廚房傳來陣陣的餐品香味，會增進顧客的食慾，餐廳的環境是影響顧客最深遠的。

## 四、McDonald' s 服務理念

麥當勞主張將每位顧客都當成貴賓，真誠地歡迎與感謝與每為顧客保持目光接觸，這樣顧客就會尊重你、信任你、跟別人說你的好以及再度光臨，並且有制定打招呼的模式，如果知道顧客的姓名，在打招呼時稱呼其名，而且不可太機械化，對不同的人你可運用不同方式表達禮貌、尊重，對待年長的顧客應與對待較年輕的顧客不同，因為他們會比較欣賞正統的方式。

每位顧客都有獨特的需求。有時候這些需求是顯而易見的，例如：一位母親在點餐過程還要照顧小孩，這是可以請店內的接待員幫忙照顧；或是下雨天有位客人全身淋溼的進到餐廳，這時就可遞張紙巾給貴賓，這些行動都能促使麥當勞和顧客之間建立特殊關係的一種經歷，它不是預先計畫好的，而是把握機會位顧客奉獻的一點心意，這種情況下麥當勞可位顧客留下深刻的印象，使顧客牢記這次的用餐經驗，再度光臨。麥當勞的服務終止以客為尊，小朋友對麥當勞來說更是重要的貴賓，兒童來光顧麥當勞時都應該享有與眾不同的用餐經驗，讓孩子能感覺自己也是受到歡迎的，如果他們為這是的用餐感到值得，會再度光臨成為忠實顧客。

麥當勞是以方便快捷為宗旨，期望顧客能在餐廳內獲得快速、正確以及友善的服務。所以從歡迎顧客到餐點呈遞給顧客的時間不會超過 90 秒，每位顧客服務時間不會超過 3 分 30 秒。

## 五、McDonald' s 餐廳各分店

本小組從高、屏地區挑選了五家麥當勞分店：

### (一) 高雄光遠分店：

位於大東捷運站旁，店面規模小，前方的十字路口是通往各大鬧區的連接點，上下班的車流量驚人，但因周遭都是房屋，地狹人稠，無設立得來速，不過有設立購物窗口(1)讓騎士方便購買，增加銷售量。這家分店周圍有數間國中小學和眾多的小吃攤販、捷運站，早上時段顧客較多，但中午時段由於國中小學無法出校園購買食物，所以會減少部分學生族群，但下午時段放學、下班的人逐漸變多，雖然周圍有小吃攤販，但不影響銷售業績。而此分店附近有多那之、85 度 c 等咖啡店，所以沒有設立 Coffee Bar。



圖 1 地理位置圖

(二) 高雄三越分店：

因位於百貨公司內，主要吸引逛街人潮，讓顧客逛街逛累時能享有一杯飲料或冰品，所以只販售飲料或冰品，稱為甜品站，甜品站不提供漢堡薯條等套餐食品，也不設立用餐座位，只有一個 bar 台購買方便快捷，通常這種百貨公司裡的麥當勞甜品站，能替代麥當勞甜品站的店家實在太多，所以基本上銷售數量都不會太多，但由於營運成本低，所以不會虧本；即使虧本，也不會歇業，因為這是麥當勞在百貨公司裡的據點。

(無)

(三) 高雄五福分店：

由於麥當勞五福分店位於高雄市新興區五福二路附近，處於新崛江商圈的範圍內，周遭有潮流服飾品牌、化妝品、電影院等名店，還有最具現今飲食文化的代表咖啡廳、美式速食餐廳麥當勞等，讓麥當勞裡的消費者已年輕族群居多，也因此地是南臺灣的鬧區和休閒勝地，人流量驚人，所以店面規模龐大，採 24 小時制經營並設立 Coffee Bar 吸引顧客，但因為人流量多，車輛不好隨意進入，所以沒有設立得來速。



圖 2 地理位置圖

(四) 屏東民生分店：

位於教學區和住宅區的民生店，吸引大多都是學生族群，又位於省道旁，車流量多，所以有設立得來速，增加營業額。由於此分店的麥當勞佔地大，因此兒童遊樂區也設立較豐富，有別於其他家分店，還會不定期舉辦親子同樂活動，吸引許多家長前來，缺點就是顧客太多，座位太少，這會讓部分顧客失去前來購買

的慾望。



圖 3 地理位置圖

(五) 屏東逢甲分店：

位於屏東市中心，在火車站旁和商圈地帶，吸引許多逛街人潮和學生族群，因位於商圈地段，所以設立在騎樓，逛街行人多於車輛，所以沒有得來速，假日開放三層樓，好讓逛街的人潮可以休息用餐。



圖 4 地理位置圖

參●結論與建議

以下是對麥當勞性別比例所做的比較，彙整我們所探討的五家麥當勞來店的男女之比較，男性佔 61%，女性佔 39%。

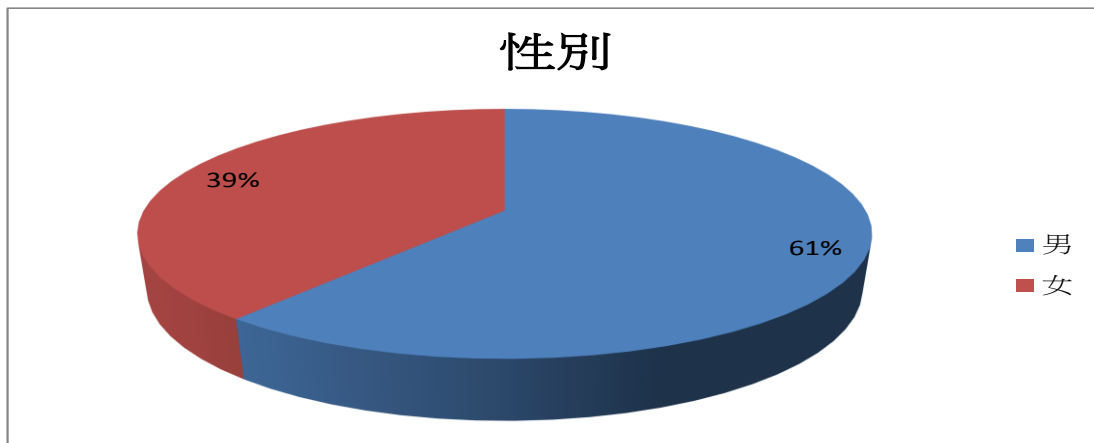


圖 5 麥當勞性別比例圖



下圖表是針對麥當勞消費者年齡族群之比較圖，以 15~19 歲年齡層居多，也表示學生族群佔大多數為主要消費族群。次之是以 20~29 歲，所以麥當勞主要吸引年輕族群。

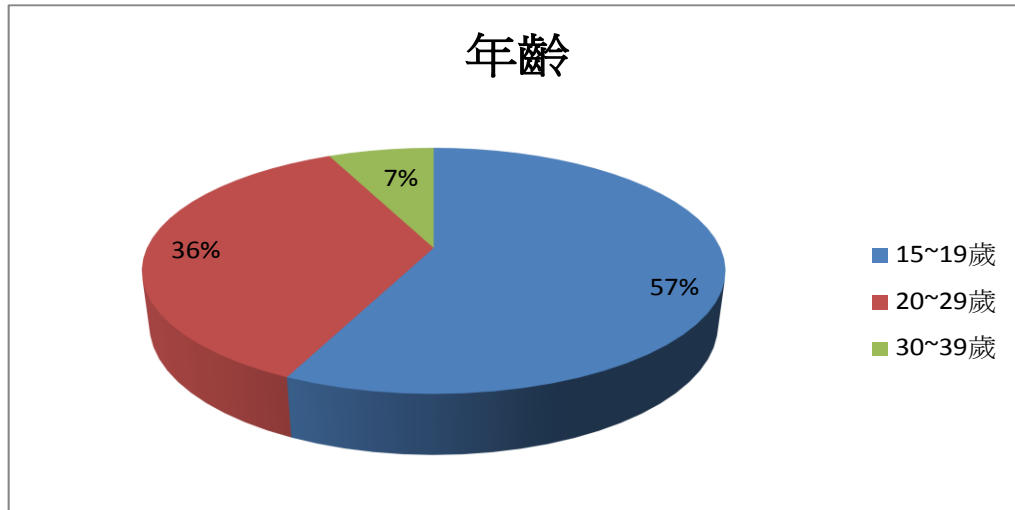


圖 6 麥當勞年齡分布圖

下圖是顧客每一筆的消費金額比例，由於麥當勞每一份套餐價錢平均 100 元，所以消費金額以 0~100 元、100~250 元為主，針對這點我們想了解消費金額，要如何提高達到單筆消費金額高的高的情形。

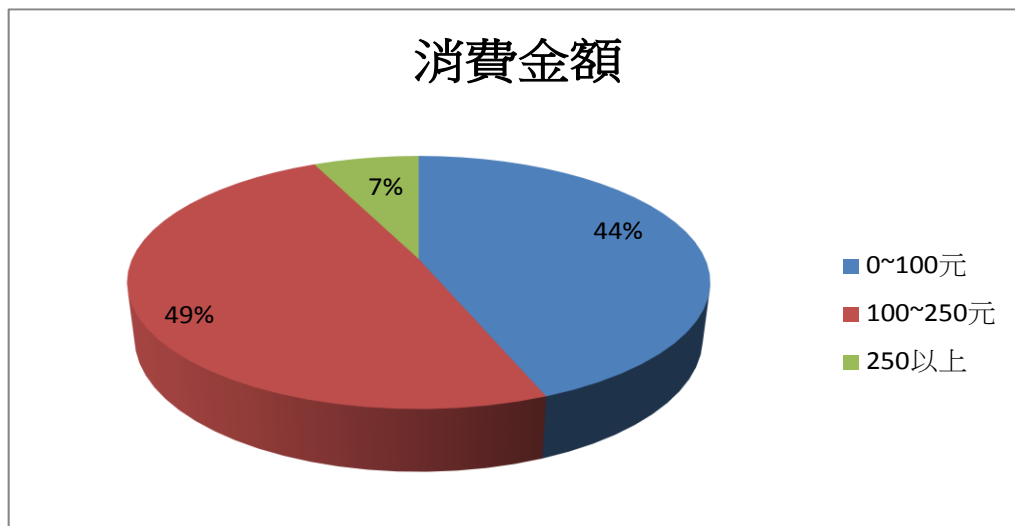


圖 7 麥當勞消費金額比例圖

根據下圖，消費者停留時間主要以 0~1 小時，可能消費者主要是來麥當勞用餐、休息；超過 1 小時的人數較少，可能消費者是來麥當勞看書等原因。

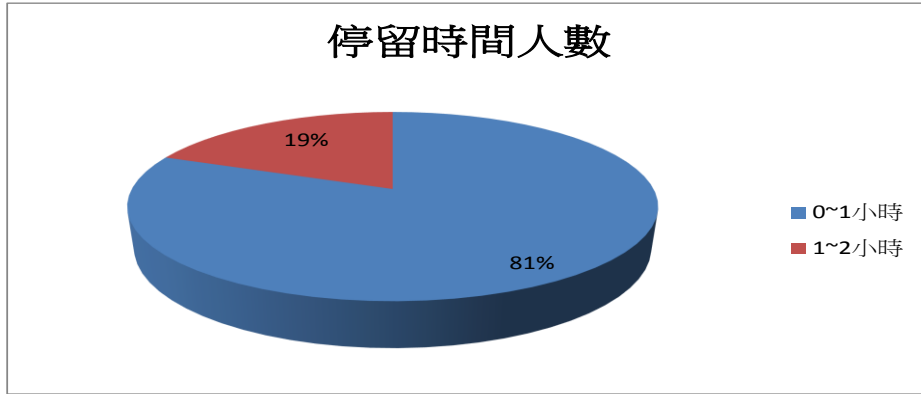


圖 8 麥當勞停留時間人數比例圖

下圖是 0~1 小時、1~2 小時消費金額的比例圖，0~1 小時佔了 81%，消費金額以 100 元以下和 100~250 元的部分為主。

但來看看 1~2 小時消費金額圓形圖，1~2 小時佔了 19%，明顯低中端消費金額比例變少，但是 250 元以上的消費金額比例卻增多，所以我們認為，在麥當勞的停留時間會影響消費金額，**停留時間越久，消費金額越高。**

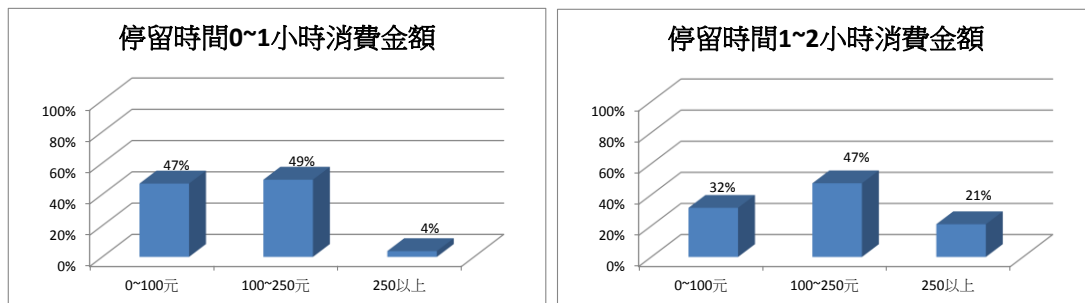


圖 9 麥當勞各停留時間消費金額分析圖

下圖表示各時段的消費人數比較圖，下午佔 53%，其次是中午、晚上佔 20%，再來就是早上佔 7%，因此麥當勞辦促銷活動可以**以下午為主**，而早上的人數與其他三者相差大，可能是麥當勞的早餐不吸引人，需要改進。

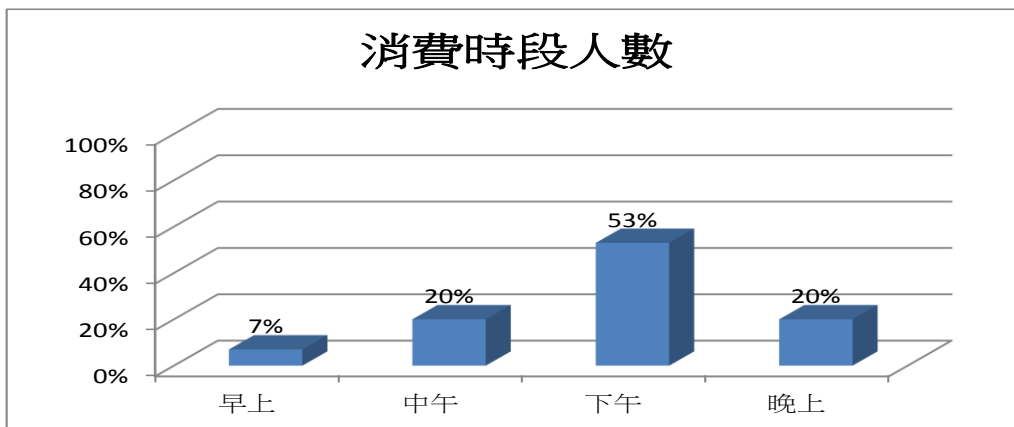


圖 10 麥當勞各消費時段人數比例圖

下圖是下午時段的顧客來消費的動機，其中”休息/聊天” 24%、”陪朋友去” 20%為主，其次就是”聚餐” 17%、”填飽肚子” 13%，再來就是”Coffee Bar” 7%、”讀書” 6%。

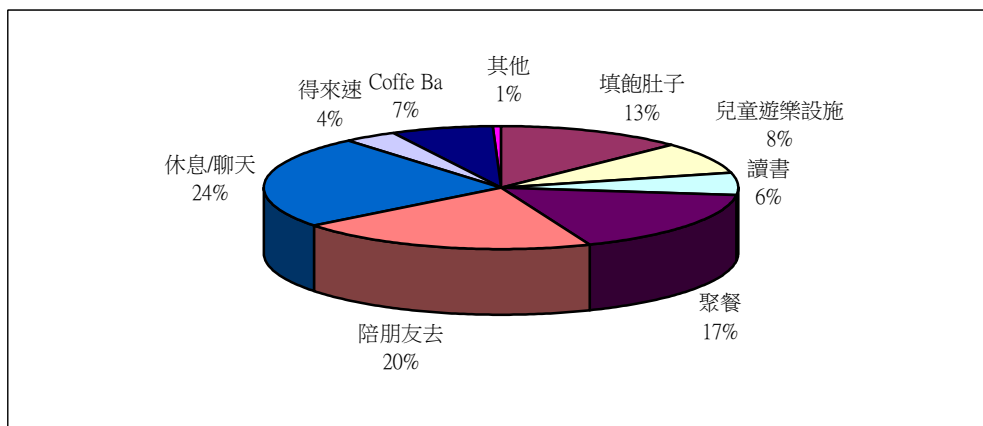


圖 11 麥當勞消費動機比例圖

(一) 高雄光遠分店：

前面說過麥當勞主要的消費時段是在下午，但是光遠分店經過我們回收的問卷調查發現，與原本的分析有不同之處，此家分店的主要消費時段是在中午 60%，其次才是下午 30%，因為附近有 2 間圖書館，依此我們推測顧客是到附近圖書館讀書，趁著中午休息時，來麥當勞消費，所以才導致中午較多人的情況發生。

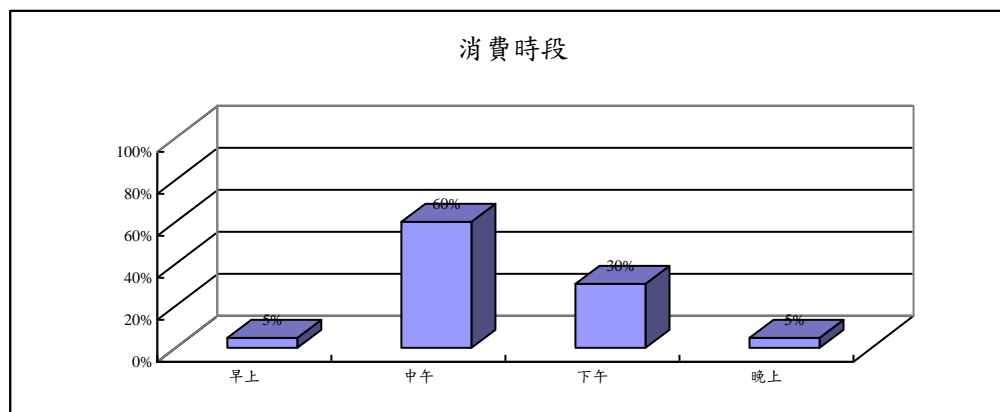


圖 12 麥當勞光遠分店各消費時段人數分布圖

下圖是顧客消費的動機，以讀書 26%為主要，因此我們認為光遠分店可以設立”讀書區”來增加停留時間，也可以吸引顧客前來消費。

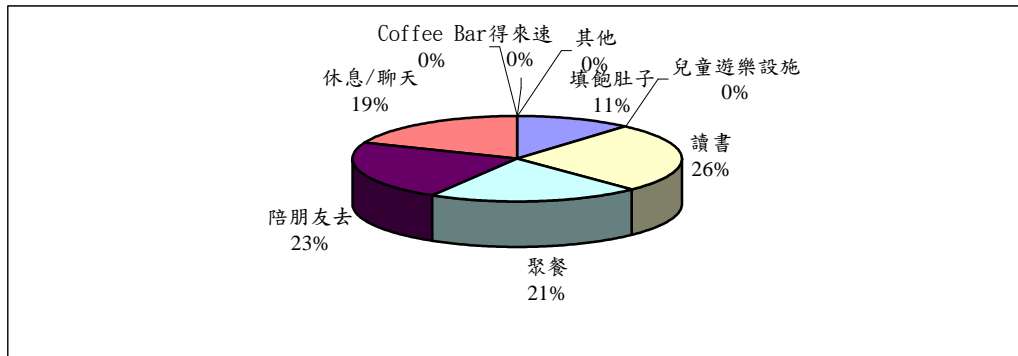


圖 13 麥當勞光遠分店消費動機比例圖

## (二) 高雄三越分店

前面說過麥當勞主要的消費時段是在下午，但是三越分店經過我們回收的問卷調查發現，與原本的分析有不同之處，此家分店的主要消費時段是在晚上 55%，其次才是下午 35%，因為此家分店是位於百貨公司內，而百貨公司早上較少人逛，所以消費時段以晚上、下午為主。

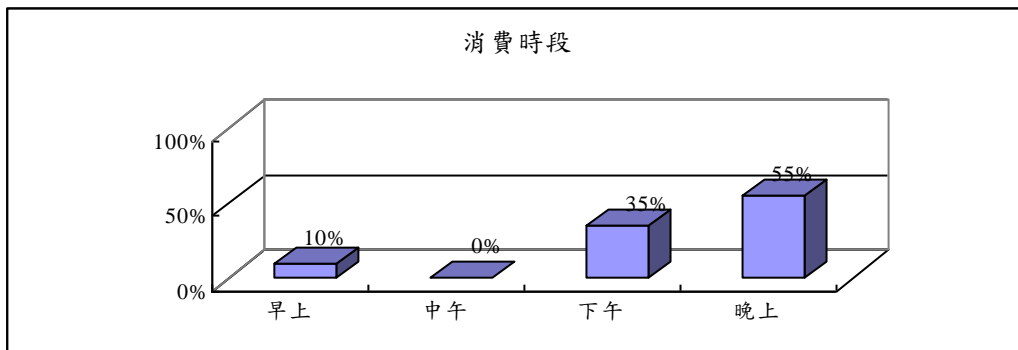


圖 14 麥當勞三越分店消費時段人數分布圖

但是我們發現在此家每一筆消費的金額，都是在 0~100 元，因為是甜品站，停留時間也不會太長，所以我們建議可以運用組合的方式來提高每一筆消費的金額。

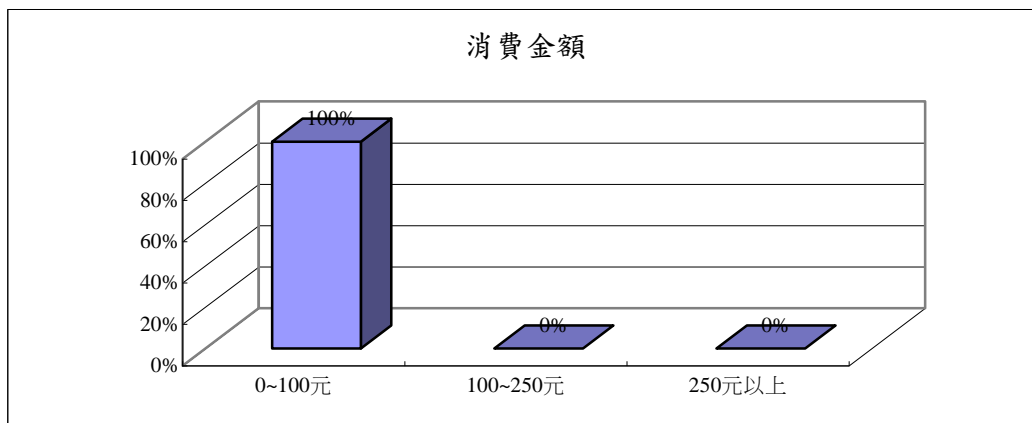


圖 15 麥當勞三越分店消費金額比例圖

### (三) 高雄五福分店

下圖是五福分店的顧客停留時間，1~2 小時占了 45%、0~1 小時占了 55%，可見顧客停留時間較久，而此家分店的消費金額也高，證明上面所說的”停留時間越久，消費金額越高”。

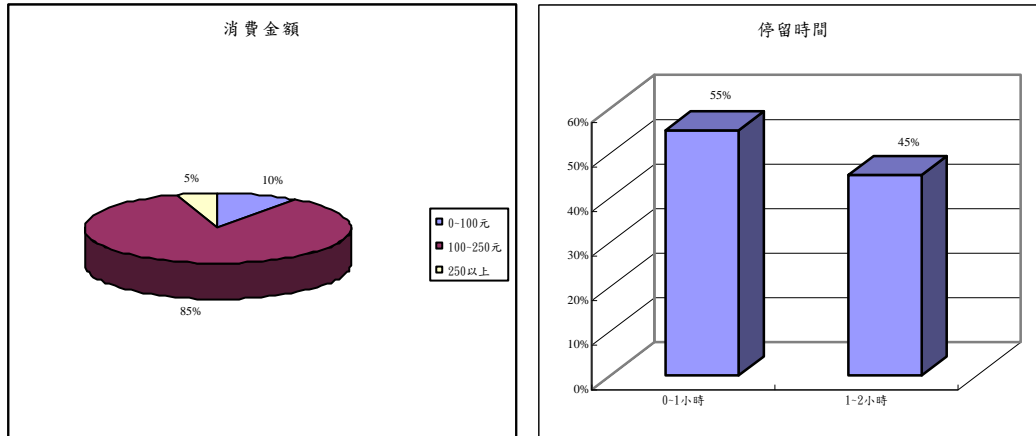


圖 16 麥當勞五福分店消費金額&停留時間分析圖

### (四) 屏東民生分店

下圖是民生分店的消費金額比例圖，100~250 元消費金額達到 55%，而 250 元以上消費金額也達到 15%，但是停留時間卻以 0~1 小時為主，與我們先前的”停留時間越久，消費金額越高”有違背的情形。

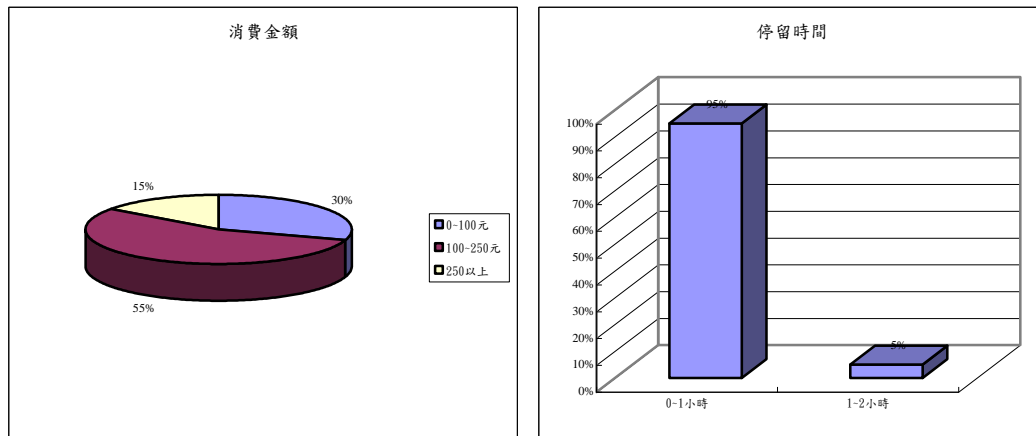


圖 17 麥當勞民生分店消費金額&停留時間分析圖

而顧客去消費的動機是以跟朋友去聚餐，休息聊天為主，而交通方式大部分都是選擇騎乘機車，可見顧客是滿 18 歲的人來消費，因此食量大，所以消費金額較高。

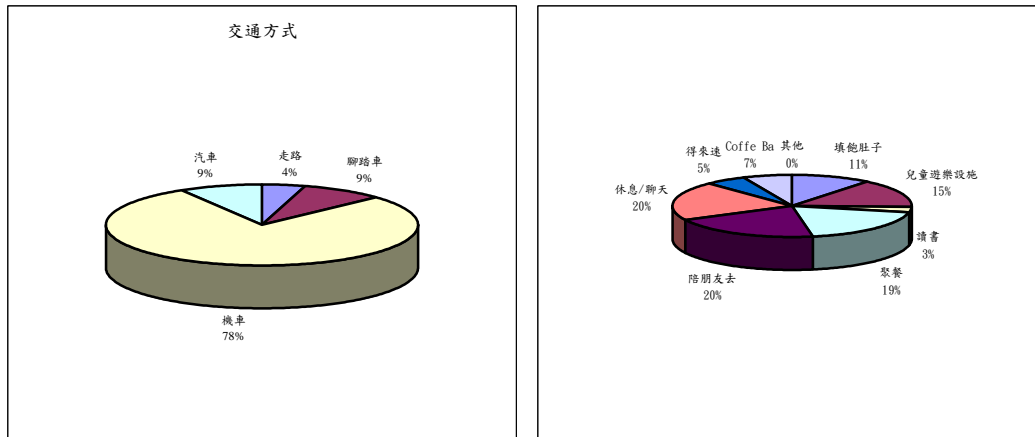


圖 18 麥當勞民生分店交通方式&消費動機比例圖

### (五) 屏東逢甲分店

逢甲分店與民生分店有一樣都是跟”停留時間越久，消費金額越高”有違背的情況發生，而顧客的交通方式是以機車為主，然後經過問卷回收調查後，發現此家顧客對得來速的意願較高，但由於周遭房屋仲多，所以不建議此家分店增設得來速。

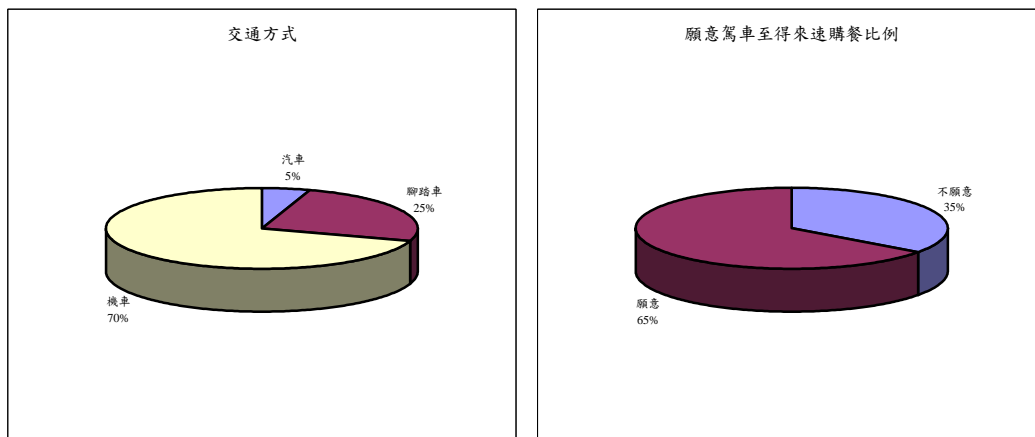


圖 19 麥當勞逢甲分店交通方式&願意駕車至得來速購餐比例圖

## 一、結論

綜合以上的圖表研究分析結果，將所得到的結論說明如下：

- (一)本組研究運用圖表分析來探討麥當勞營運模式所吸引的消費族群。分析結果顯示，在不同的地點或是不同的時段以及促銷方式所吸引的族群是息息相關的。
- (二)根據圖表調查，有無得來速的設置，兒遊區的設置以及是否有營業 24 小時，所吸引的族群都有很大的關連，男女比例也大不同，

## 二、建議

- (一)消費者主要來自學生族群，都以朋友和家人共同來用餐的比例居高。因此

我們建議麥當勞可以多推出家庭號的優惠套餐，或是好朋友一起來消費可享有特別的優惠等等活動，來吸引更多消費者前來消費。

(二) 學生族群會來消費主要是與聚會和唸書為主要原因，可建議麥當勞可以在用餐區建立「讀書區」，這樣可以增加學生來店消費次數，也不會造成其他消費民眾因多人長時間佔用位子，而無法在店內用餐的情況發生。或是設置包廂，可讓聚會或是辦活動的消費者可在裡面用餐。

(三) 我們可建議麥當勞可以延長甜心卡的使用期限，或是定期，更新甜心卡裡的餐點內容，這樣可使消費者有更多的新鮮感也不用擔心，甜心卡很快就過期而無法常常享受到優惠。

(四) 學生族群最滿意的選項裡，分別為服務與清潔佔居多數。所以我們建議麥當勞在應徵外場服務人員時，要加強的訓練及觀察，才不會因為服務人員素質不一，而破壞自己的好口碑；而在環境的清潔裡，更是需要服務人員細心的注意每一個小細節，千萬不可破壞消費者對麥當勞環境整潔的好印象。

(五) 學生族群在得知麥當勞資訊來源中，都以電視廣告以及網路比佔的最多。因此我們建議麥當勞可以讓電視廣告裡的內容更有創意，或是在現在年輕族群最喜歡的臉書增添廣告，這樣子就可以讓消費者留下更多的印象，也會讓更多消費者的消費意願增加。

## 肆●引註資料

註一、McDonald' s 網站 <http://www.mcdonalds.com.tw/tw/ch/index.html>

註二、<http://travel.ettoday.net/article/405208.htm>

圖 1、google 地圖

圖 2、google 地圖

圖 3、google 地圖

圖 4、google 地圖

圖 5~圖 19、自行製作

## 附錄一 問卷

各位先生、小姐您好：

謝謝您抽空幫忙填寫這份問卷，這份資料是有關麥當勞，本組是想藉由專題製作來瞭解顧客對麥當勞的一些問題，您所填寫的資料結果對我們很重要，這份資料將會保密，不會外洩出去。

高英工商

老師：黃英宗

學生：羅元鴻、鍾雨芯、余姿蓉

### 第一部份 基本資料

1. 性別： 男性  女性
2. 年齡： 14 歲(含)以下  15~19 歲  20~29 歲  30~39 歲  40~49 歲  
 50~59 歲  60 歲(含)以上
3. 職業： 學生  服務業  工商業  其他 \_\_\_\_\_
4. 教育程度： 國中(含)以下  高中(職)  大學(專)  碩士(含)以上

### 第二部份 參與特性

1. 您如何得知麥當勞新產品及優惠？(可複選)  
 朋友  網路  宣傳單  報章雜誌  電視廣告  其他 \_\_\_\_\_
2. 您平均一個月去麥當勞的消費頻率？  
 每天  常常(4~6 次)  偶爾(1~3 次)  很少
3. 最常與誰一起消費？  
 自己  情侶  家人  朋友  其他 \_\_\_\_\_
4. 您每次到麥當勞大約會消費多少金額？  
 100 元以下(含)  100~250  250~500  500 以上(含)
5. 是否會因為活動 (Ex: 親子活動、麥克瘋) 而特別去麥當勞消費？  
 是  否
6. 您到麥當勞消費的時段通常為？  
 早上  中午  下午  晚上  凌晨
7. 您在麥當勞內用的停留時間？  
 0~1 小時  1~2 小時  2~3 小時  3 小時以上
8. 請問您是否會因為有兒童而帶他/她到麥當勞用餐？  
 會  不會
9. 選擇麥當勞消費的動機為？(可複選)  
 價格合理  方便快捷  環境舒適  服務態度好  促銷活動  得來速



- 營業 24 小時 提供親子娛樂場所 食物多樣化 歡樂送
10. 是否會應有得來速而前往購買？  
會 不會
11. 是否會因為麥當勞有新產品而前往購買？  
會 不會
12. 您會在哪個情況下選擇到麥當勞光臨？(可複選)  
填飽肚子 兒童遊樂設施 讀書 聚餐 陪朋友去  
休息/聊天 得來速 Coffe Bar 其他
13. 如果麥當勞附近有捷運，坐捷運出來用走就可以到，你會想去？  
會 不會
14. 您會因為附近餐廳店家人潮多，而選擇到麥當勞用餐？  
會 不會
15. 您會因為麥當勞服務品質佳，而到麥當勞用餐？  
會 不會
16. 您會因為麥當勞顧客排隊長，而選擇不到麥當勞用餐？  
會 不會
17. 您大多會使用何種方式至麥當勞？(可複選)  
走路 騎乘機車 汽車 腳踏車 捷運 公車 其他\_\_\_\_\_
18. 您會因為購餐方便快捷而至麥當勞消費？  
會 不會
19. 您會因為麥當勞有得來速，所以駕車至得來速點餐？  
會 不會
20. 您會因為深夜促銷活動而選擇至麥當勞用餐？  
會 不會
21. 您覺得麥當勞附設遊樂設施對孩童來說是否重要？  
是 否
22. 您會因為麥當勞座位客滿而選擇外帶或得來速？  
會 不會
23. 您逛街時會想去麥當勞進行用餐？  
會 不會
24. 如果麥當勞出學生優惠套餐，您會想消費？  
會 不會
25. 您來麥當勞主要消費是什麼？(可複選)  
套餐 飲料 冰品點心

謝謝您的合作~