

投稿類別：觀光餐旅類

篇名：

消費者對麥當勞的滿意度之研究

作者：

吳相融。三信家商。觀光科三年十八組

周天佑。三信家商。觀光科三年十八組

陳維中。三信家商。觀光科三年十八組

指導老師：

徐伊麗老師

目錄

壹●前言	2
一、研究背景與動機	2
二、研究目的	2
三、研究流程	2
貳●正文	2
一、文獻探討	2
(一)麥當勞	2
(二)消費者行為探討	4
二、研究方法	4
(一)研究範圍	4
(二)抽樣與問卷設計	4
三、資料分析與說明	5
(一)消費者基本資料	5
(二)消費者參與特性	5
(三)消費者對麥當勞滿意度	6
參●結論與建議	7
一、結論	7
二、建議	8
(一)相關業者之建議	8
(二)後續研究之建議	8
肆●引註資料	8
附錄、問卷調查表	9

壹●前言

一、研究背景與動機

隨著時代的變遷與社會的進步下，飲食文化也有了改變，許多人開始熱愛速食，一提到速食大家都會想到「麥當勞」，麥當勞深受台灣消費族群的喜愛，究竟麥當勞有什麼魅力呢？在速食界中，所有速食店的競爭是如此的激烈，為什麼麥當勞仍能穩坐速食界的龍頭呢？

藉由此專題，欲瞭解麥當勞如何在這經濟不景氣的環境下，再加上國人開始重視健康養生與全球暖化的議題，以及麥當勞之前所發生的炸油事件，這些種種的問題，為何消費者仍喜歡到麥當勞消費，而麥當勞又是如何扭轉頹勢。因此，期盼透過本專題研究結果擬提供麥當勞之消費者，以及相關業者未來規劃與改進之參考。

二、研究目的

根據上述之研究背景與動機，本專題研擬研究目的如下：

- 1、探討消費者背景與參與特性對麥當勞餐點喜愛類型之差別。
- 2、瞭解消費者對麥當勞之滿意度。
- 3、根據研究之結果，提出具體建議供相關業者參考。

三、研究流程

根據研究目的，研擬本研究流程圖，參見圖 1-1。

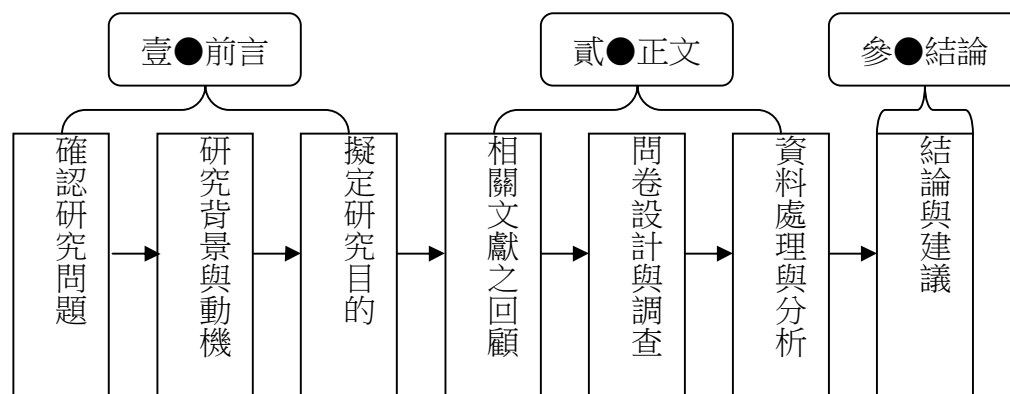


圖 1-1 研究流程圖

貳●正文

一、文獻探討

(一)麥當勞

1.關於麥當勞

「麥當勞」為全世界最大的快速餐飲服務餐廳，1995 年，世界第一家麥當勞是由 Ray A. Kroc 在美國芝加哥 Elk Grove Village 所成立(麥當勞，2010a)，在世界上約擁有多家分店，主要販售漢堡、薯條、炸雞等油炸食物(維基百科自由的百科全書，2010)，深受人們喜愛。他們的服務方式有提供室內外及外帶兩種，而麥當勞最令人津津樂道的「註冊商標」就是親切的微笑，而有「微笑免費」的一個說法，他們以快速餐飲聞名，帶給這個世界方便及喜悅，麥當勞董事長詹姆斯·坎特洛普曾說過，麥當勞的目標是「盡可能成為當地文化的一部分」，除了在各地積極舉辦各種社區活動外，也會根據不同的市場環境在經營方式上做調整。如：日本人覺得正餐一定要吃飯才吃得飽，又想吃燒烤料理時，東京的麥當勞就會開始賣咖哩飯和照燒豬肉堡(詹姆斯·華生，2007)。

2.麥當勞的由來

在 1940 年，狄克·麥當勞和麥克·麥當勞在聖伯汀諾建立一間八角型餐廳，在 1948 年，他們將「快速、低價、大量」做為改建餐廳的基礎，將餐廳改成自助式餐廳，以節省更多時間，亦加入不同的新措施，例如：顧客可在窗口直接向廚房點菜，節省了「服務員」的手續，全用紙製品代替餐具，減少了洗碟的程序。將原本二十五項產品的菜單，簡化到只供應九項產品，將漢堡變小變便宜。並購買麥當勞商標權，開始全力投入特許加盟發展模式的研究與開發，並提出「質量、服務、清潔」的經營理念，編寫成具體的指導手冊，進而促進加盟店的發展和管理(管家琪，1998)。

3.麥當勞在台大事紀

1984 年元月 28 日，麥當勞正式進駐台灣後，不僅成為餐飲界的龍頭外，亦改變台灣餐飲文化，至今仍屹立不搖，透過台灣的大事紀可一起分享過去記錄。

表 1-1 麥當勞在台大事紀

日期	事件
西元 1984 年	1 月 28 日台灣第一家麥當勞門市在台北市民生東路開幕。
西元 1986 年	推出全台第一家「得來速服務」。
西元 1988 年	推出買「快樂兒童餐」送玩具行銷策略。
西元 1996 年	推出六種「超值全餐」，首度以套餐方式為點餐選擇。
西元 1997 年	被評選為十大禁菸績優場所。
西元 2006 年	6 月 1 日起於全台 99 家得來速餐廳實施 24 小時營業。
西元 2008 年	大台北、台中、高雄三大都會區推出 24 小時「歡樂送」服務。
西元 2009 年	全天候的「超值」選擇策略。
西元 2010 年	9 月 9 日首家美學風格餐廳在林森南路一號正式營運。

資料來源：自行整理(麥當勞，2010b)。

4.全球麥當勞

自 1948 年起至今，在全世界六大洲 119 個國家中，擁有超過 30,000 家餐廳。

表 1-2 麥當勞歷史表

日期	事件
西元 1948 年	麥當勞兄弟創立第一家餐廳。
西元 1954 年	麥當勞創始人 Ray Kroc 初遇麥當勞兄弟。
西元 1955 年	Ray Kroc 成為麥當勞第一位加盟經營者。
西元 1961 年	Ray Kroc 向麥當勞兄弟購買商標權，經營麥當勞餐廳事業。
西元 1965 年	麥當勞股票正式上市。
西元 1967 年	美國以外第一家，加拿大麥當勞成立。
西元 1978 年	全世界 5,000 家麥當勞。
西元 1987 年	全世界 10,000 家麥當勞。
至今	麥當勞在全世界六大洲 119 個國家中，擁有超過 30,000 家餐廳。

資料來源：資料來源：自行整理(麥當勞，2010c)。

5. 麥當勞的經營理念

服務顧客的基本方針：「Q、S、C、V」與服務三大訴求：「F、A、T」：

Q (Quality：品質)無論在何時何處，對任何人都不會有打折扣的高品質。S (Service：服務)迅速、正確，並且以笑臉迎人。C (Cleanliness：清潔)保持最整潔的環境。V (Value：價值)盡可能使每一位顧客感受到被重視，達到最高滿意度，覺得來麥當勞消費是值得的。F (Fast：快速)指服務顧客必須在最短的時間內完成。A (Accurate：正確、精確)不管麥當勞的食物多麼的可口，倘若不能把顧客所點的食物正確無誤的送到顧客手中，必定給顧客一種「麥當勞服務的態度十分草率，沒有條理」的壞印象。F (Friendly：友善)友善與親切的待客之道。不但要隨時保持善意的微笑，而且要能夠主動探索顧客的需求(黃寰，2006)。

(二)消費者行為探討

根據文獻整理發現國內相關研究中，不同的個人背景屬性、參與特性與滿意度有關，林佳敏(2007)研究發現消費者基本資料與參與特性均會影響消費者滿意度。

二、研究方法

(一)研究範圍

由於無法普查所有高雄麥當勞。因此，本研究以高雄鳳山麥當勞消費者為研究範圍與對象，因位於高雄熱鬧商圈地帶，客群類別、人群、身分職業也較多。

(二)抽樣與問卷設計

問卷調查時間為 2011 年 3 月 28 日，以當日進入麥當勞消費者為母群體，抽樣地點以進入麥當勞內進行問卷調查，以一桌一份的方式。在填答問卷方面，總計發放 54 份問卷，有效份數 52 份，無效份數 2 份，回收率 96.2%。本研究針對

「消費者基本資料」、「參與特性」、「滿意度」等問題，並查閱相關文獻資料，設計出一份問卷，參見附錄。

三、資料分析與說明

(一)消費者基本資料

本研究調查結果發現受訪消費者以「女性」顧客居多；職業以「學生」為主；年齡為「15~19歲」較多；教育程度以「高中(職)」為主；婚姻狀況多為「未婚」；個人月收入以「4,001元(含)以上」為最多，參見表 1-3。

表 1-3 消費者基本資料 (N=52)

問項		次數/百分比%	問項		次數/百分比%
性別	男	16(30.8%)	教育程度	國中(含)以下	9(17.3%)
	女	36(69.2%)		高中(職)	31(59.6%)
職業	學生	39(75%)	婚姻	大學(專科)	12(23.1%)
	服務業	6(11.5%)		碩士(含)以上	0(0%)
	自由業	3(5.8%)		未婚	47(90.4%)
	軍公教	2(3.8%)	已婚	5(9.6%)	
	其他	2(3.8%)	其他	0(0%)	
年齡	14歲(含)以下	7(13.5%)	個人月收入	無	8(15.4%)
	15~19歲	32(61.5%)		1,000元(含)以下	10(19.2%)
	20~29歲	5(9.6%)		1,001元-2,000元	5(9.6%)
	30~39歲	6(11.5%)		2,001元-3,000元	4(7.7%)
	40~49歲	2(3.8%)		3,001元-4,000元	4(7.7%)
	50~59歲	0(0%)		4,001元(含)以上	21(40.4%)
	60歲(含)以上	0(0%)			

(二)消費者參與特性

受訪者得知訊息來源以「電視廣告」為主；一週平均消費次數至少為「1」次；參與同伴以「朋友」為主；平均消費金額為「101~200元」；「不一定」會因優惠卷而購買；消費時段多以「午餐」居多；消費餐點以「漢堡類」為主；飲料以「可樂」為主；多數消費者「不」在意油炸類品質的穩定程度；吸引前往消費原因為「方便快捷」；「不會」被玩具所吸引而前往用餐，參見表 1-4。

表 1-4 消費者參與特性 (N=52)

變項		次數百分比	變項		次數百分比
訊息來源	朋友	7(13.5%)	消費飲料	可樂	18(34.6%)
	網路	3(5.8%)		雪碧	8(15.4%)
	宣傳單	6(11.5%)		紅茶	15(28.8%)
	報章雜誌	2(3.8%)		玉米濃湯	8(15.4%)
	電視廣告	32(61.5%)		咖啡	1(1.9%)
	其他	2(3.8%)		其他	2(3.8%)

表 1-4 消費者參與特性(續) (N=52)

變項		次數百分比	變項		次數百分比
一週平均消費次數	0 次	6(11.5%)	消費餐點	漢堡類	25(48.1%)
	1 次	28(53.8%)		薯條	15(28.8%)
	2 次	14(26.9%)		麥克雞塊	8(15.4%)
	3 次	2(3.8%)		麥脆雞	2(3.8%)
	4 次(含)以上	2(3.8%)		其他	2(3.8%)
參與同伴	自己	4(7.7%)	消費時段	早餐	1(1.9%)
	情侶	6(11.5%)		午餐	19(36.5%)
	家人	9(17.3%)		下午茶	16(30.8%)
	朋友	32(61.5%)		晚餐	15(28.8%)
	同事	1(1.9%)		大夜	1(1.9%)
	客戶	0(0%)	是否在意營養價值	是	19(36.5%)
	其他	0(0%)		否	33(63.5%)
平均消費金額	100 元(含)以下	11(21.2%)	消費動機	價格便宜	5(9.6%)
	101~200 元	36(69.2%)		方便快捷	27(51.9%)
	201~300 元	4(7.7%)		環境舒適	12(23.1%)
	301 元(含)以上	1(1.9%)		產品新鮮好吃	6(11.5%)
				其他	2(3.8%)
因優惠卷而購買	是	19(36.5%)	被玩具吸引	是	7(13.5%)
	否	13(25%)		否	38(73.1%)
	不一定	20(38.5%)		不一定	7(13.5%)

(三)消費者對麥當勞滿意度

本研究使用非常滿意、滿意、尚可、不滿意、非常不滿意五個等級。消費者滿意度以「滿意度整體的環境與清潔」最多，平均數 3.92，消費者對「兒童遊樂區的衛生及安全」的滿意度最低，平均數 2.98，由表 1-5 可知消費者對麥當勞大多呈現滿意狀況。

表 1-5 消費者對麥當勞滿意度 (N=52)

變項	滿意度	次數/百分比%	平均數	變項	滿意度	次數/百分比%	平均數
1. 消費動線	非常滿意	2(3.8%)	3.50	8. 油炸品質	非常滿意	3(5.8%)	3.13
	滿意	22(42.3%)			滿意	11(21.2%)	
	尚可	28(53.8%)			尚可	30(57.7%)	
	不滿意	0(0%)			不滿意	6(11.5%)	
	非常不滿意	0(0%)			非常不滿意	2(3.8%)	
2. 商品價格	非常滿意	3(5.8%)	3.00	9. 衛生安全	非常滿意	2(3.8%)	2.98
	滿意	8(15.4%)			滿意	11(21.2%)	
	尚可	29(55.8%)			尚可	24(46.2%)	
	不滿意	10(19.2%)			不滿意	14(26.9%)	
	非常不滿意	2(3.8%)			非常不滿意	1(1.9%)	

表 1-5 消費者對麥當勞滿意度(續)

(N=52)

變項	滿意度	次數/ 百分比%	平均數	變項	滿意度	次數/ 百分比%	平均數
3. 服務態度	非常滿意	12(23.1%)	3.90	10. 套餐設計	非常滿意	4(7.7%)	3.58
	滿意	23(44.2%)			滿意	26(50%)	
	尚可	17(32.7%)			尚可	18(34.6%)	
	不滿意	0(0%)			不滿意	4(7.7%)	
	非常不滿意	0(0%)			非常不滿意	0(0%)	
4. 環境清潔	非常滿意	10(19.2%)	3.92	11. 廣告宣傳	非常滿意	7(13.5%)	3.75
	滿意	30(57.7%)			滿意	28(53.8%)	
	尚可	10(19.2%)			尚可	15(28.8%)	
	不滿意	2(3.8%)			不滿意	1(1.9%)	
	非常不滿意	0(0%)			非常不滿意	1(1.9%)	
5. 裝潢氣氛	非常滿意	10(19.2%)	3.90	12. 贈品	非常滿意	1(1.9%)	3.02
	滿意	27(51.9%)			滿意	11(21.2%)	
	尚可	15(28.8%)			尚可	30(57.7%)	
	不滿意	0(0%)			不滿意	8(15.4%)	
	非常不滿意	0(0%)			非常不滿意	2(3.8%)	
6. 促銷活動	非常滿意	5(9.6%)	3.56	13. 整體方面	非常滿意	1(1.9%)	3.58
	滿意	24(46.2%)			滿意	31(59.6%)	
	尚可	18(34.6%)			尚可	18(34.6%)	
	不滿意	5(9.6%)			不滿意	1(1.9%)	
	非常不滿意	0(0%)			非常不滿意	1(1.9%)	
7. 食材新鮮	非常滿意	3(5.8%)	3.23				
	滿意	15(28.8%)					
	尚可	26(50.5%)					
	不滿意	7(13.5%)					
	非常不滿意	1(1.9%)					

參●結論與建議

一、結論

根據統計顯示，在人口特性方面，以「女性」、「15~19 歲」、「未婚」、「學生」、「高中(職)」、「4,001 元(含)以上」為最多。在參與特性方面，得知訊息來源以「電視廣告」、「一週平均至少消費「1」次、參與同伴為「朋友」、平均消費金額為「101~200 元」、「不一定」會為了優惠卷而去購買、常消費的時段為「午餐」、餐點以「漢堡類」、飲料以「可樂」為主、大多「不」在意油炸類品質的穩定程度、吸引消費的原因為「方便快捷」、多數「不會」被玩具所吸引。在滿意度方面，以「整體的環境與清潔」分數最高、「兒童遊樂區的衛生及安全」分數最低，因此，針對需改善的地方，提出幾點建議，供相關業者參考及改善。

二、建議

本專題將建議分為兩部份，第一部份是根據研究結果，提供建議給相關業者參考，第二部份則針對後續研究之建議：

(一)相關業者之建議

1.推出適合年長者口味的餐點。受訪者以「50歲(含)以上」最少，因此，建議業者可推出適合年長的餐點，由於年長者對於口味上較挑剔，不喜歡油膩的食物，且較重視養生觀念，建議相關業者可參考市面上所推出的餐點，例如：廣東粥、麵線羹等，對於年長者來說接受度極高，因此，建議業者可嘗試推出，相信對於銷售上必定會有極大幫助。

2.推動環保又省錢的宣傳手法。受訪者多以「電視廣告」得知訊息居多，再加上目前環保意識抬頭，許多業者紛紛加入推動行列，因此，建議相關業者可將其他不佳的訊息傳遞方式改為以多媒體的方式宣傳，一方面可降低成本，另一方面亦可減少紙張之浪費，又可響應環保。

3.提升兒童遊樂區的安全及衛生。多數的受訪者對「兒童遊樂區的安全及衛生」滿意度最低，因此，建議相關業者應加強對遊樂區之巡邏，並定期消毒，以確保兒童的安全及衛生。

4.增加咖啡飲品的購買意願。由於受訪者對於「咖啡」的購買意願較低，因此，針對此點建議相關業者可將沖壺改以現磨現煮之方式，以提升咖啡之香味，藉此增加購買意願。

(二)後續研究之建議

本專題尚有許多未盡完之處可加以改進，並留後續研究者研究加以探討，本專題對後續研究上，提出以下建議：

1.本專題研究調查範圍為高雄鳳山火車站的麥當勞，建議未來研究者可將調查範圍擴及整個高雄市麥當勞或是其他地區麥當勞，進而分析與比較其相異之處。

2.本專題研究僅針對入內飲用消費者進行問卷調查，建議未來研究者可使用其他調查方式進行探討，進而發展出適合麥當勞參考之研究結果。

肆●引註資料

1. 林佳敏(2007)。服務品質與服務空間對顧客滿意度及顧客忠誠度之影響—以宜蘭市咖啡店為例，佛光大學管理學系。
2. 麥當勞(2010a)。關於麥當勞。2010年9月28日。取自：
<http://www.mcdonalds.com.tw/#/companyinfo/about/?page=about>。

3. 麥當勞(2010b)。台灣麥當勞里程碑。2010年9月28日。取自：
<http://www.mcdonalds.com.tw/#/companyinfo/about/?page=milestone>。
4. 麥當勞(2010c)。全球麥當勞。2010年9月28日。取自：
<http://www.mcdonalds.com/us/en/home.html>。
5. 黃寰(2006)。雷·克洛克－麥當勞大帝。臺北市：中經社。
6. 楊仁元、張顯盛、林家德(2007)。專題製作理論與呈現技巧(二版)。臺北市：台科大。
7. 詹姆斯·華生(主編)(2007)。飲食全球化：跟著麥當勞，深入東亞街頭。臺北市：早安財經文化有限公司
8. 管家琪(1998)。速食大王－麥當勞叔叔的故事。臺北市：文經出版社。
9. 維基百科自由的百科全書(2010)。麥當勞。2010年10月06日。取自：
<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E9%BA%A5%E7%95%B6%E5%8B%9E>。

附錄、問卷調查表

親愛的受訪者：

您好，此問卷是為了想瞭解您對麥當勞整體滿意度，懇請您撥空填寫，此問卷無須具名，且不對外公開，僅供專題研究之參考，請您安心，謹此對您的協助敬表謝忱。

敬祝 身體健康 萬事如意！

高雄市三信家商觀光事業科

指導老師：徐伊麗

學生：吳相融、周天佑、陳維中 敬上

第一部份 基本資料

請在適當的□內打「✓」，謝謝！

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. 婚姻狀況：未婚 已婚 其他_____
4. 職業：學生 服務業 自由業 軍公教 其他_____
5. 教育程度：國中(含)以下 高中(職) 大學(專) 碩士(含)以上
6. 個人月收入：無 1,000元(含)以下 1,001~2,000元 2,001~3,000元
3,001~4000元 4,001元(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？
朋友 網路 宣傳單 報章雜誌 電視廣告 其他_____
2. 過去一年內，平均一個禮拜至麥當勞消費幾次？
0次 1次 2次 3次 4次(含)以上

- 3.最常與誰一起消費？
自己 情侶 家人 朋友 同事 客戶 其他_____
- 4.您每次到麥當勞大概消費多少金額？
100元(含)以下 101-200元 201-300元 301元(含)以上
- 5.是否會因為優惠券而特別去麥當勞消費？是 否 不一定
- 6.您到麥當勞消費的時段通常為？
早餐 午餐 下午茶 晚餐 大夜
- 7.您通常選擇何種產品填飽肚子？
漢堡類 薯條 麥克雞塊 麥脆雞 其他_____
- 8.您通常會選擇何種飲料？
可樂 雪碧 紅茶 玉米濃湯 咖啡 其他_____
- 9.是否在意麥當勞產品的營養價值？是 否
- 10.選擇麥當勞消費的動機為？
價格便宜 方便快捷 環境舒適 產品新鮮好吃 其他_____
- 11.是否會因為玩具而特別去麥當勞消費？是 否 不一定

第三部份 滿意度

下列題目是針對您消費後對麥當勞的滿意度，請評估您自己的感覺，請選出最適合您的答案，並在□中內打「✓」。謝謝您的協助！

	非常滿意	滿意	尚可	不滿意	非常不滿意
01.您對麥當勞的消費動線	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
02.您對麥當勞的商品價格	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
03.您對麥當勞員工的服務態度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
04.您對麥當勞整體的環境清潔	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
05.您對麥當勞整體的裝潢與氣氛	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
06.您對麥當勞的促銷活動	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
07.您對麥當勞的食材新鮮	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
08.您對麥當勞油炸類品質的穩定程度感到	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
09.您對麥當勞兒童遊樂區的衛生及安全	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.您對麥當勞的套餐設計	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.您對麥當勞的廣告宣傳	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.您對麥當勞兒童餐的贈品	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.整體而言，您對麥當勞感到	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

感謝您撥空填寫，再次祝福您身體健康、萬事如意！