



台中乾杯燒肉店展店地點決策

—新光三越百貨、中友百貨周圍

指導老師：黃文仙教授
中文四4096011067王馨瑩
食生三4097043003任珮君
行銷三4097044027饒芸萱

行銷三4097044017薛裕霖
歷史四4096044017林立
行銷三4097044007李英旻
行銷三4097044037陳幸君

乾杯

燒肉居酒屋
YAKINIKU RESTAURANT

乾杯

燒肉居酒屋
YAKINIKU RESTAURANT

企劃案



目錄：



- 壹、研究企劃的題目
- 貳、研究背景與動機
- 參、研究目的與範圍
- 肆、研究設計類型
- 伍、抽樣設計類型
- 陸、資料蒐集的方法



台中乾杯燒肉居酒屋展店地點決策
—新光三越百貨、中友百貨周圍



壹、研究企劃的題目

台中乾杯燒肉居酒屋展店地點決策——
新光三越百貨、中友百貨周圍



台中乾杯燒肉居酒屋展店地點決策
——新光三越百貨、中友百貨周圍

貳、研究背景與動機



乾杯企業於1999年成立一家店，而後發展旗下三個品牌，由上而下分別為乾杯、乾杯BAR、老乾杯。兩年多前至今進駐台中第一家的是乾杯。而今年乾杯認為台中擁有高消費能力群潛在優勢，**預計在今年引進更高級旗下品牌餐廳。**

今乾杯本身已篩選出認為，大台中地區兩大百貨公司(新光三越、中友百貨)作為下一個展店區的兩精華點。本組希望能藉由更加深入的兩地點研究，能提供並幫助乾杯決策出兩地之中最佳的展店地。



台中乾杯燒肉居酒屋展店地點決策
—新光三越百貨、中友百貨周圍

參、研究目的與範圍



一、研究目的

(一)瞭解台中人對乾杯品牌的認知

1. 是否知道「乾杯」燒肉店
2. 去消費以及不去消費的原因
3. 消費者是否知道乾杯有三種不同品牌系列
4. 消費者對於乾杯BAR系列、老乾杯系列的看法與接受度

(二)商圈評估

1. 瞭解商圈特徵
2. 瞭解兩商圈消費者型態



台中乾杯燒肉居酒屋展店地點決策
—新光三越百貨、中友百貨周圍



二、研究範圍

(一)調查項目：

1. 系列餐廳的瞭解：乾杯系列、乾杯BAR系列、老乾杯系列
2. 顧客類型：性別、年齡、學歷、職業。
3. 消費原因：服務、品質、價位、其他。
4. 地點因素：新光三越與中友百貨商圈型態、特色。

(二)調查地點：

新光三越百貨、中友百貨周圍。



台中乾杯燒肉居酒屋展店地點決策
—新光三越百貨、中友百貨周圍



(三)調查對象：

活動於兩百貨公司的消費者，並以年紀作為區分，鎖定青少年老年人口以下，即16至60歲的消費者。

(四)調查時間：

本研究調查時間預計「自2011年3月15日起至6月5日止」。



台中乾杯燒肉居酒屋展店地點決策
—新光三越百貨、中友百貨周圍

肆、研究設計的類型



本研究目的在協助業者找出最佳拓店地點，而為了幫助業者瞭解顧客是誰、消費能力……，本組採用研究設計類型為「**敘述性研究**」。

本研究預計採用制式的問卷，以橫切面研究的方式，對大量樣本做一次性的調查。填寫的對象為活動於兩商圈地點的消費者，以找出該地區目標顧客、消費者對乾杯認知及商圈特性等資料，分析出最佳的拓店地點與開店類型。



台中乾杯燒肉居酒屋展店地點決策
—新光三越百貨、中友百貨周圍

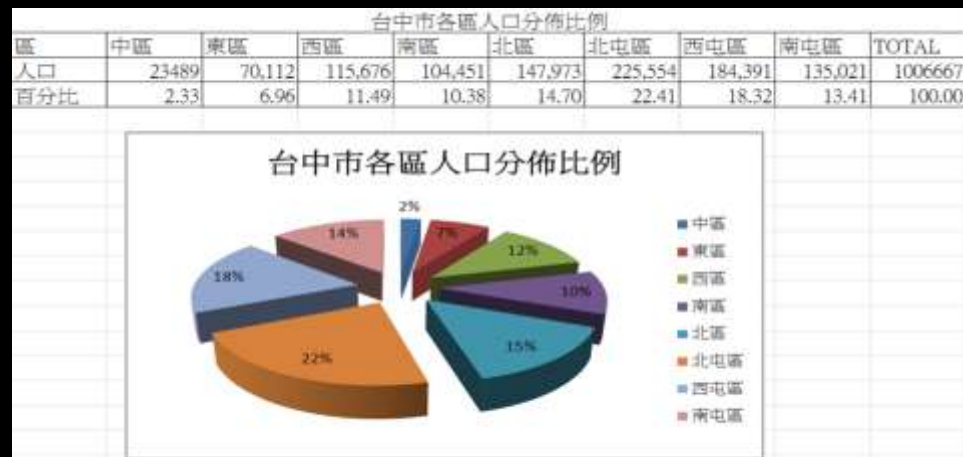
肆、抽樣設計類型



抽樣方法：

現居住於台中市人口總計約107.9萬人，但我們並無詳細的名冊可詳細調查，因而最後決定選用**非機率抽樣的配額抽樣法**篩選樣本，以台中市性別比計算配額(男/女*100=94.65)於兩地發放問卷，給年齡介於十五至六十歲合乎標準的台中市居民。於95%信賴區間內，5%的誤差於兩地各發出385份問卷，但由於經費、人力與時間有限，因此縮小樣本至**98份問卷**。

92年台中市地方文化館推動小組計畫統計資料



台中乾杯燒肉居酒屋展店地點決策
—新光三越百貨、中友百貨周圍



樣本預計回收結果：

中友百貨問卷男比女為30/26，
 新光三越問卷男比女為22/20，
 預計總共收回總問卷數為98份。

地區	計算式	結果	實際發出份數		
			男	女	
新光三越	$51/(11.49+14.7)*11.49$	22.37	22		
	$49/(11.49+14.7)*11.49$	20.62		20	
中友百貨	$51/(11.49+14.7)*14.7$	28.63	30		
	$49/(11.49+14.7)*14.7$	26.38		26	總計
		合計	52	46	98



台中乾杯燒肉居酒屋展店地點決策
 —新光三越百貨、中友百貨周圍

陸、蒐集資料的方法



一、次級資料:商圏研究資料與論文

分析商圏特性等商圏調查是研究目標之一，因此商圏資料與他人的研究論文也是我們次級資料的重點。

二、初級資料:問卷調查

採行街頭問卷調查方法，於兩地點(中友百貨周圍、新光三越)隨機進行攔訪。由人員進行調查可以在消費者填答問卷進行中提供較詳細說明，降低回答錯誤機率和增加問卷填答的完整性。



台中乾杯燒肉居酒屋展店地點決策
—新光三越百貨、中友百貨周圍

附件一：調查問卷

先生/小姐 您好：

我們是中興大學行銷學系的學生，正在進行一項關於商圈及饅頭飲食的調查，想耽擱您幾分鐘的時間，請教您一些有關消費行為的問題，您的回答僅供統計分析之用，並不會對外公開，請您放心作答，您的寶貴意見有助於商圈及飲食資訊的建立，誠摯感謝您的協助！

指導教授：黃文仙博士

學生：王馨瑩、林立、任顯君、李魚兒、
蘇裕蕓、魏若瑄、陳宏君

【第一部分】

- 請問您平均一個月到(中友百貨商圈/新光三越)的次數?
_____次。
- 請問您較常乘坐何種交通工具來此地?
大眾交通工具 計程車 步行 機車 汽車 腳踏車。
- 請問您來此地的目的是?(可複選)
購物 工作 吃飯 娛樂 打發時間 上課 住宿 其他。
- 請問您平均每次待在此地的時數為?
1小時以內 1小時以上未滿2小時 2小時以上未滿3小時。
3小時以上未滿4小時 4小時以上。
- 請問您來此地平均每次的金額花費大約為多少?
1000以內 1001-2000元 2001-3000元 3001-4000元。
4001以上。
- 承上題，請問您其中「飲食」的花費約為多少元?
_____元。
- 請問此地給您的印象為何?(下列有五個級別，勾選您認為的等級)。

	非常不同意	不同意	沒意見	同意	非常同意
停車方便	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
交通便利	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
價格合理	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
環境舒適	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

【第二部分】

- 請問您平均每個月在「外食」方面的花費大約為多少?
3000以內 3001-4500元 4501-6000元 6001-7500元。
7501-9000 9001以上。

- 請問您平均每月花費 500 元以上吃一餐的次數為何?
_____次。
- 承上題，您願意花 500 元以上吃單點式燒肉嗎?
是 否。
- 請問您平常較習慣去何種型態的餐廳用餐?(可複選)。
複合式 進食 小吃 主題 自助 其他_____。
- 承上題，多為哪一國家的料理?(可複選)。
中式 泰式 日式 美式 韓式 義式 法式 其他_____。

【第三部分】

- 請問您聽過 **乾杯燒肉** 品牌嗎?
有 沒有——請跳至【第四部分】。
- 請問您是否去過乾杯用餐?
是——請問您近一年內去過乾杯用餐_____次，請跳至第(1)題。
否——請跳至第(2)題。
- (1)承上，請問您前來乾杯燒肉店用餐的原因是?(可複選)。
服務優質 價格合理 活動多樣有趣 氣氛好 好吃。
食材品質高 朋友邀約 飯堂雜誌報導 知名度高 部落客推薦
恰巧經過 其他_____。
- (2)承上，請問您聽過乾杯燒肉店卻沒有去吃的理由是?(可複選)。
價格太高 沒有機會 身邊的人有不好的用餐經驗 距離太遠
交通不便 不喜歡燒肉 其他_____。
- 請問您是否知道乾杯有不同系列?
是 否——請跳至【第四部分】。
- 承上題，請勾選您所知道的系列(可複選)。
乾杯系列 乾杯 bar 系列 老乾杯系列。
- 就您所知道的系列做下列特性的排序，數字介於 1-3，數字越高表示等級越高，若覺得兩者無差異，則可以同樣的數字標示。

1. **【乾杯系列】**、**【bar 系列】**、**【老乾杯系列】**

食材

2. **【乾杯系列】**、**【bar 系列】**、**【老乾杯系列】**

價格

3. **【乾杯系列】**、**【bar 系列】**、**【老乾杯系列】**

服務品質

- 請問台中乾杯是哪個系列?

乾杯系列 乾杯 bar 系列 老乾杯系列 不知道。

7. 假如台中再開一家乾杯旗下不同系列的燒肉店，您是否會願意嘗試？

是——請跳至【第四部分】 否。

8. 承上題，不願意，原因為？(可複選)。

價格太高 沒有機會 身邊的人有不好的用餐經驗 距離太遠

交通不便 不喜歡燒肉 沒興趣 其他_____。

【第四部分】基本資料。

年 齡：20 以下 21-25 26-30 31-40 41-50 51 以上。

教育程度：高中以下 大學 研究所 研究所以上。

性 別：男 女。

職 業：學生 上班族 政府機關 自由業 家管 待業中。

農林漁牧 其他_____。

我們的訪問到此結束，非常的謝謝您！

乾杯

燒肉居酒屋
YAKINIKU RESTAURANT

結案報告



目 錄



一. 資料分析

- 兩地飲食花費比較
- 以「吃飯為目的」——兩地消費者飲食花費比較
- 兩商圈比較
- 兩地消費者消費型態比較
- 兩地消費者對乾杯之認知
- 對於乾杯品牌之認知
- 兩地消費者對燒肉的消費意願比較
- 兩地消費者型態與乾杯餐廳類型比較

二. 結論

三. 行銷建議



台中乾杯燒肉居酒屋展店地點決策
——新光三越百貨、中友百貨周圍



一、資料分析



台中乾杯燒肉居酒屋展店地點決策
—新光三越百貨、中友百貨周圍

兩地每次飲食花費比較：



- 受測者每次前往新光的飲食花費平均值為**480.98元**，資料區間介於0-3000之間。
- 受測者每次前往中友的飲食花費平均值為**277.32元**，資料區間介於0-1000之間

每次飲食花費		
	新光三越	中友百貨
樣本數	43	56
平均數	480.98	277.32

以「吃飯為目的」兩地 消費者飲食花費比較



- 篩選以吃飯為目的受測者
- 中友地區的飲食花費為339.66
- 而新光地區的飲食花費平均為741.67

中友地區		中友百貨一組別統計量	
	吃飯	個數	平均數
每次飲食花費	是	29	339.66
	否	27	210.37

新光三越		新光三越一組別統計量	
	吃飯	個數	平均數
每次飲食花費	是	12	741.67
	否	29	373.10



台中乾杯燒肉居酒屋展店地點決策
—新光三越百貨、中友百貨周圍



兩商圈印象之比較：

「李克特尺度」衡量：

	商圈印象					
	新光三越			中友百貨周圍		
	平均值	眾數	百分比	平均值	眾數	百分比
停車方便	0.47	1	46.5%	-0.75	-1	39.3%
交通便利	0.67	1	46.5%	0.36	1	46.4%
價格合理	0.05	0	58.1%	0.41	1	48.2%
環境舒適	1	1	37.2%	0.5	1	48.2%



台中乾杯燒肉居酒屋展店地點決策
 —新光三越百貨、中友百貨周圍



- 新光三越：

「停車方便」多數人勾選「**同意**」(46.5%)，有超過半數以上受測者表示正面意見，無人表示非常不同意。而在其他三項交通便利、價格合理、環境舒適也都持正向態度。

- 中友百貨：

「停車方便」多數人勾選「**不同意**」(39.3%)，超過六成以上受測者表示負面意見，而此項是唯一和新光三越做出明顯區隔的印象比較。在其他三項交通便利、價格合理、環境舒適也都持正向態度。



台中乾杯燒肉居酒屋展店地點決策
—新光三越百貨、中友百貨周圍

兩地消費者的消費型態比較



消費者平均每月會花500元以上用餐一次的平均次數

- 中友地區為**1.100**次
- 新光地區則為**3.119**次

	受測地點	N	Mean
每月吃500以上次數	中友百貨	55	1.100
	新光三越	42	3.119



台中乾杯燒肉居酒屋展店地點決策
—新光三越百貨、中友百貨周圍

兩地消費者對乾杯認知之比較



去過乾杯(新光)				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
聽過 沒去用餐	11	25.6	45.8	45.8
去用餐	13	30.2	54.2	100.0
Total	24	55.8	100.0	
沒聽過 System	19	44.2		
Total	43	100.0		

去過乾杯(中友)				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
聽過 沒去用餐	23	41.1	69.7	69.7
去用餐	10	17.9	30.3	100.0
Total	33	58.9	100.0	
沒聽過 System	23	41.1		
Total	56	100.0		



台中乾杯燒肉居酒屋展店地點決策
—新光三越百貨、中友百貨周圍

兩地消費者對乾杯認知之比較



- 兩地聽過乾杯的人數比例相近，為55.8%和58.9%，顯示兩地區有過半的民眾聽過乾杯，但實際去過的次數，新光地區的30.2%明顯大於17.9%
- 而在分析兩地區聽過卻沒有去的原因，中友以「價格太高32.4%」及「沒有機會37.8%」佔大多數，而新光則是以「沒有機會66.7%」為主要原因。



台中乾杯燒肉居酒屋展店地點決策
—新光三越百貨、中友百貨周圍



\$沒去的原因 Frequencies in(新光三越)

	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
\$沒去的原因 ^a 價格太高	1	8.3%	9.1%
沒有機會	8	66.7%	72.7%
身邊的人有不好的用餐經驗	1	8.3%	9.1%
不喜歡燒肉	1	8.3%	9.1%
其他	1	8.3%	9.1%
Total	12	100.0%	109.1%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

\$沒去的原因 Frequencies in(中友百貨)

	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
\$沒去的原因 ^a 價格太高	12	32.4%	48.0%
沒有機會	14	37.8%	56.0%
身邊的人有不好的用餐經驗	1	2.7%	4.0%
距離太遠	5	13.5%	20.0%
交通不便	3	8.1%	12.0%
其他	2	5.4%	8.0%
Total	37	100.0%	148.0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.



台中乾杯燒肉居酒屋展店地點決策
—新光三越百貨、中友百貨周圍

乾杯品牌認知正確性



- 分析乾杯系列排序認知正確性統計出，排序正確共有31筆，不正確的有28筆，兩地區聽過乾杯的人對系列之間的差異正確程度一半了解一半不了解，乾杯需對此更加教育民眾。

食材					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	辨別錯誤	9	9.1	45.0	45.0
	辨別正確	11	11.1	55.0	100.0
	Total	20	20.2	100.0	
Missing	System	79	79.8		
	Total	99	100.0		



台中乾杯燒肉居酒屋展店地點決策
—新光三越百貨、中友百貨周圍

價格

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	辨別錯誤	8	8.1	40.0	40.0
	辨別正確	12	12.1	60.0	100.0
Total		20	20.2	100.0	
Missing	System	79	79.8		
Total		99	100.0		

服務品質

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	辨別錯誤	11	11.1	57.9	57.9
	辨別正確	8	8.1	42.1	100.0
Total		19	19.2	100.0	
Missing	System	80	80.8		
Total		99	100.0		

兩地消費者對燒肉的消費意願比較



- 根據表格顯示，新光地區幾乎每個人每月都會吃至少一次的高級料理，而中友地區有約30%的人一個月吃不到一次高級料理。中友地區有一半以上的人不願意花500元吃單點式燒肉，新光地區則有75%以上的人願意花500元吃單點式燒肉。綜合以上，**新光地區消費者的消費能力與意願均高於中友地區。**

中友地區 每月吃500以上次數 * 是否願意吃\$500單點式燒肉

		是否願意吃\$500單點式燒肉		Total
		否	是	
每月吃500以上次數	.0	13	4	17
	1.0	14	12	26
	1.5	0	1	1
	2.0	1	5	6
	2.5	1	0	1
	3.0	1	0	1
	4.5	0	1	1
	5.0	0	1	1
	6.0	0	1	1
Total		30	25	55

新光地區 每月吃500以上次數 * 是否願意吃\$500單點式燒肉

		是否願意吃\$500單點式燒肉		Total
		否	是	
每月吃500以上次數	.0	1	0	1
	1.0	5	8	13
	2.0	3	7	10
	3.0	2	4	6
	4.0	0	4	4
	5.0	0	4	4
	6.0	0	1	1
	8.0	0	1	1
	10.0	0	1	1
	20.0	0	1	1
Total		11	31	42



台中乾杯燒肉居酒屋展店地點決策
—新光三越百貨、中友百貨周圍

兩地消費者型態 與乾杯餐廳類型比較



- 以地區做交叉分析，得知中友地區中25位願意花500元吃單點式燒肉且會選擇日式主題式餐廳用餐者僅24.0%；而新光三越地區31位願意花500元吃單點式燒肉且會選擇日式主題式餐廳用餐者58.1%。
所以新光地區消費者型態較符合乾杯的餐廳種類。

		日式		總和
		不會選擇	會選擇	
主題 不會選擇	個數	13	4	17
	整體的 %	52.00%	16.00%	68.00%
會選擇	個數	2	6	8
	整體的 %	8.00%	24.00%	32.00%
總和	個數	15	10	25
	整體的 %	60.00%	40.00%	100.00%

		日式		總和
		不會選擇	會選擇	
主題 不會選擇	個數	5	3	8
	整體的 %	16.10%	9.70%	25.80%
會選擇	個數	5	18	23
	整體的 %	16.10%	58.10%	74.20%
總和	個數	10	21	31
	整體的 %	32.30%	67.70%	100.00%



台中乾杯燒肉居酒屋展店地點決策
—新光三越百貨、中友百貨周圍

結論



1.

兩地飲食花費比較結果，新光地區平均值為480.98元，明顯高於中友277.32元。若以「吃飯」為目的者，新光三越的平均飲食花費為741.66元，中友為339.66元。因此可推估特地去新光三越吃飯的消費者，飲食花費可達700元以上，與乾杯的消費金額較接近。

2.

兩商圈印象比較中，多數受測者在「交通便利」、「價格合理」、「環境舒適」方面皆持肯定態度，僅有「停車方便」有明顯差異。在中友地區多數人表示停車不方便(39.3%)，在新光地區則有46.5%以上受測者同意停車方便。以往後展店停車便利性而言，新光三越地區較具有優勢。



台中乾杯燒肉居酒屋展店地點決策
—新光三越百貨、中友百貨周圍

結論

3.

比較兩地消費者每月花費500元以上吃飯的次數，中友地區為1.1次，新光地區為3.119次，經由T檢定可知兩地有顯著差異，新光地區的平均次數顯著高於中友地區。對於往後展店新光地區消費者消費意願和機會較高



台中乾杯燒肉居酒屋展店地點決策
—新光三越百貨、中友百貨周圍

結論



4.

乾杯認知之比較，兩地聽過乾杯的人數皆超過半數，中友有55.8%、新光有58.9%。而在聽過的人數之中，未前往消費的原因在中友是以「價格太高(32.4%)」及「沒有機會(37.8%)」為主，而新光則是「沒有機會(66.7%)」居多。目前展店以更高價位的乾杯系列為主要考量，則在中友地區覺得「價格太高」的受測者會更無法接受新店的價格。

5.

根據統計結果，受測者對乾杯品牌認知正確性，僅有15筆資料顯示受測者能正確辨別乾杯三品牌間的差異，所以此因素對於兩地展店無優劣勢的影響。



台中乾杯燒肉居酒屋展店地點決策
—新光三越百貨、中友百貨周圍

結論

6.

是否願意花500元以上吃單點式燒肉的受測者中，在中友地區僅有24%消費者偏好日式主題餐廳，新光地區則有58%受測者偏好日式主題餐廳。考量乾杯開設新店的需求考量：消費金額可達500元以上且偏好日式主題餐廳，新光地區為中友地區的2.4倍，此因素對於新光地區在未來展店的優勢勝過中友地區。



綜述以上六點：

新光三越不論從消費能力、消費型態、消費意願和地區特性皆較中友地區具有優勢，所以以我們統計分析的結果，新光三越地區為較適合未來展店的地點。



台中乾杯燒肉居酒屋展店地點決策
—新光三越百貨、中友百貨周圍

行銷建議



1. 提高知名度

由於店長表示，乾杯其實並不進行大量的廣告宣傳，而得靠光顧過的消費者口耳相傳漸提升知名度。經過統計分析，確實瞭解乾杯品牌的消費者並不多，因而首先必須將知名度提升。

目前的行銷溝通也不足購，建議整合其他的行銷工具以提升知名度和品牌認知；簡化品牌間差異的資訊也有助於行銷溝通，間接地也可擴大品牌權益。



台中乾杯燒肉居酒屋展店地點決策
—新光三越百貨、中友百貨周圍

行銷建議

2. 加強品牌間差異化

乾杯旗下有三個等級品牌系列，然而受測者對於其差別正確辨識度不高，若能將三品牌中的差異成功與消費者溝通，讓消費者清楚品牌之間的不同，那麼便能依意願或能力去消費，近而我們便能成功地區隔並吸引不同的消費者。



台中乾杯燒肉居酒屋展店地點決策
—新光三越百貨、中友百貨周圍

行銷建議

3. 創造用餐機會

分析結果發現「沒有機會」在兩地消費者皆占較高的比例，因此加強誘因可能會是一個可行的方法，可針對多人用餐或同樂形式給予優惠例如壽星折扣以幫助提升消費意願，對於拉抬知名度方面也有所助益。



台中乾杯燒肉居酒屋展店地點決策

— 新光三越百貨、中友百貨周圍

行銷建議

4. 經營目標客群

結論得知，新光三越地區的受測者中，以吃飯為目的的群體之平均消費金額明顯高於其他目的的受測者，因此目的型前往的消費者是消費群體中不能被忽略的部分，應針對其進行行銷溝通。



台中乾杯燒肉居酒屋展店地點決策
—新光三越百貨、中友百貨周圍

乾杯

燒肉居酒屋
YAKINIKU RESTAURANT

Thanks for your attention!
感謝您的聆聽！

