

投稿類別：商業類

篇名：

摩斯漢堡關鍵成功因素之研究

作者：

蘇鈺涵。鳳山商工。商業經營科高三 1 班

張佩婷。鳳山商工。商業經營科高三 1 班

張倩華。鳳山商工。商業經營科高三 1 班

指導老師：

陳美妙老師

## 壹●前言

### 一、研究動機

隨著養生觀念愈來愈流行，現代人也更注重吃的健康。且自從速食業者進入台灣市場之後，大幅改變了台灣民眾的飲食觀念及飲食習慣，逐漸以西式速食取代傳統米飯，而現今在眾多速食業者中，摩斯『**強調「素材嚴選」以及「點餐後製作」的原則**』（維基百科，2009）（註一），受到不少現代人的喜愛。也是第一家創造『米漢堡』，它是結合日本傳統的飯糰和西式漢堡概念而成，內餡多以日本傳統的菜色如日式燒肉、炒牛蒡等，其餘的食品多為低酯低熱量的，還新推出以生菜包裹的新式漢堡。

### 二、研究目的

- (一)「**在市場上聲量不特別突出的摩斯漢堡，去年開店數高達147家，擠下肯德基、站上連鎖速食店第二**」（史書華，2009）（註二）。
- (二)是如何帶領強調「現點現做」的摩斯，顛覆速食業的觀念，贏得市場上漂亮的成績？
- (三)摩斯漢堡如何在眾多速食業中，堅持不打價格戰，而成功的關鍵因素？

### 三、研究方法

以問卷調查的方法研究，調查大多數的消費者對於摩斯漢堡整體的評價，有包含餐點、價格是否合理、用餐環境、服務態度等等方面做研究，本問卷是透過網路調查的方式，發放50份問卷，有效回收50份。

## 貳●正文

### 一、摩斯發展歷程

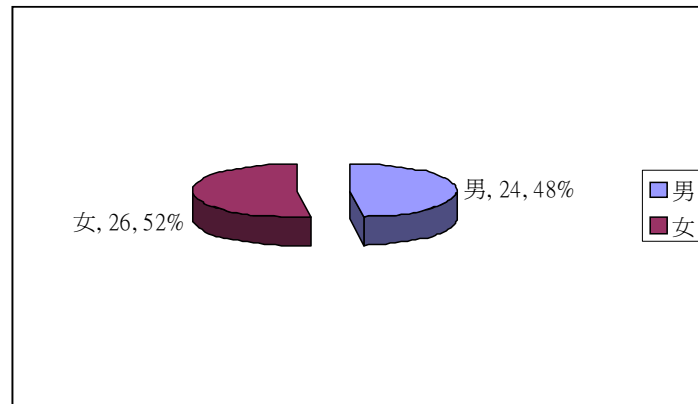
摩斯漢堡是一位日本速食連鎖業者，創辦人櫻田慧，創辦人是在洛杉磯吃到了多密滋漢堡之後，則向朋友借錢在東京成增車站旁，創立了日本第一個本土的漢堡品牌。而在東京起家的摩斯漢堡，如今已成為跨國性企業連鎖餐廳，主要分布在亞洲。

摩斯於1972年創立開始，提供真誠的服務與健康美味的飲食為基本概念，「**一本東方飲食的文化及醫食同源的概念，堅持開發並對健康有益的新餐點**」（摩斯漢堡官方網站，2009）（註三），選擇真材實料的高級食品，另外摩斯漢堡也很注重衛生整潔的環境與健康的產品，例如在顯眼處備有洗手盤及消毒液。其食品多為低脂低熱量，甚至推出僅以生菜包裹的新

式漢堡。MOS的意義是，「像高山一樣，氣勢雄偉，像海一樣，心胸寬廣，擁有像太陽一般燒不盡的熱情」(摩斯漢堡官方網站，2009)(註四)，MOS這三的字裡蘊含著創辦人 櫻田慧先生的期待與理想；就是要集合具有宏觀、開朗、熱情個性的工作伙伴，一起來做讓自己快樂，又能讓顧客感謝的工作。

## 二、問卷資料分析

(一) 請問您的性別是下列哪一項?

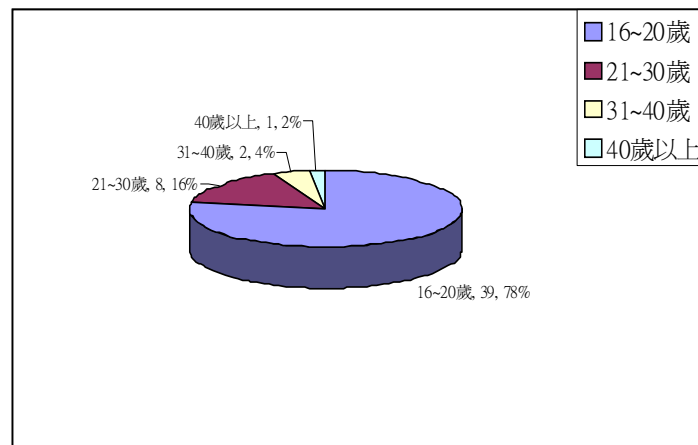


圖一 摩斯漢堡性別分析圖

資料來源：本研究整理

根據圖一顯示，接受調查的有52%是女生，48%是男生，比例是相當平均的。

(二) 請問您現在的年齡是下列哪一項?

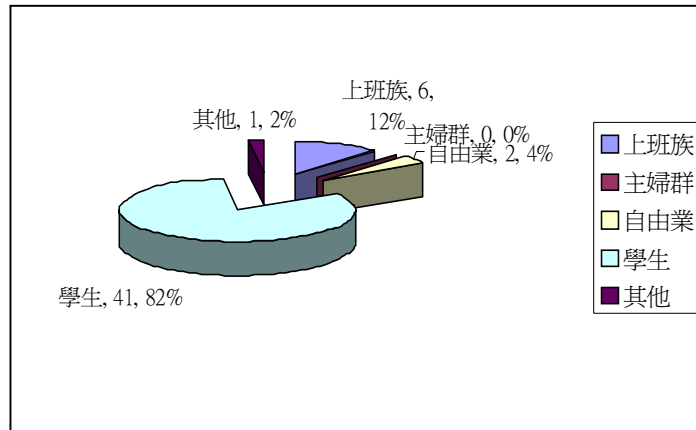


圖二 摩斯漢堡年齡層分析圖

資料來源：本研究整理

根據圖二顯示，最多比率的是年輕族群占78%，其餘占全數22%，比較受年輕族群的接受。

(三) 請問您現在的職業是下列哪一項?

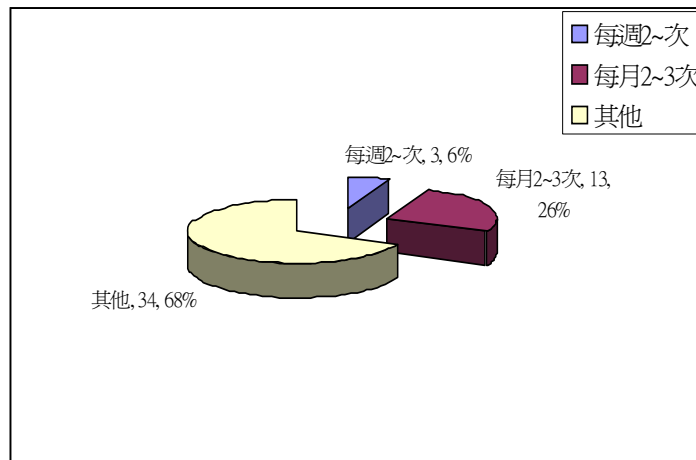


圖三 摩斯漢堡職業分析圖

資料來源：本研究整理

根據圖三顯示，最多比率的是學生族群82%，其餘占全數18%，表示顧客群裡，大多數的學生族群比較喜愛也容易接受的，摩斯漢堡應該從學生族群下手，推出學生族群的優惠方案。

(四) 請問您多久到摩斯消費?

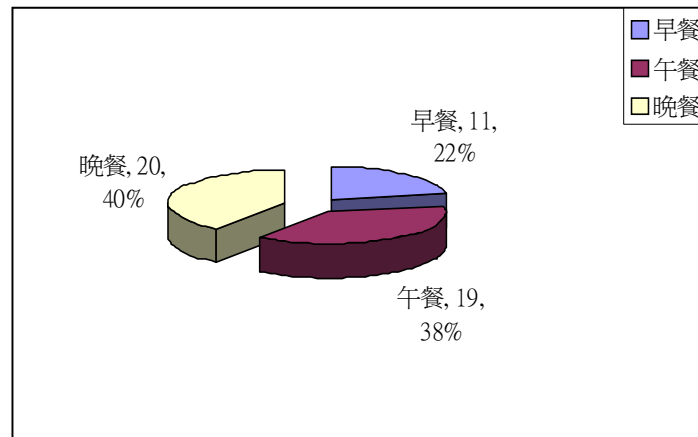


圖四 平均多久會到摩斯漢堡消費分析圖

資料來源：本研究整理

根據圖四顯示，占最多比率的是其他68%的消費者，可能不定時的去摩斯漢堡消費，畢竟以台灣人來說，米飯還是我的主要食物，雖然摩斯漢堡講究養生觀念，也推出了米漢堡，但速食的東西，難免熱量還是會比較高些，其次是每月2~3次26%的消費者，再來每週2~3次的消費族群。

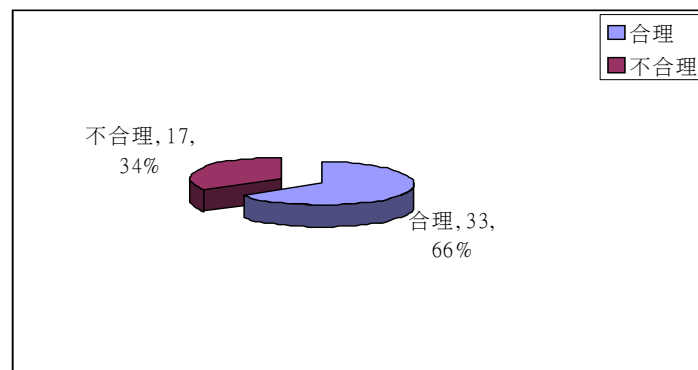
(五) 請問您到摩斯的消費時段是下列哪一項?



圖五 平均消費者會到摩斯漢堡消費的時段分析圖  
資料來源：本研究整理

根據圖五顯示，最多比率的是晚餐時段40%，其次是午餐時段38%，最後是早餐時段22%，結果表示大眾比較能夠接受晚餐時段和午餐時段的套餐，但兩時段供應的套餐是一樣的，在供應早餐時段的套餐，大眾比較不能接受，應該多多加強早餐方面的套餐。

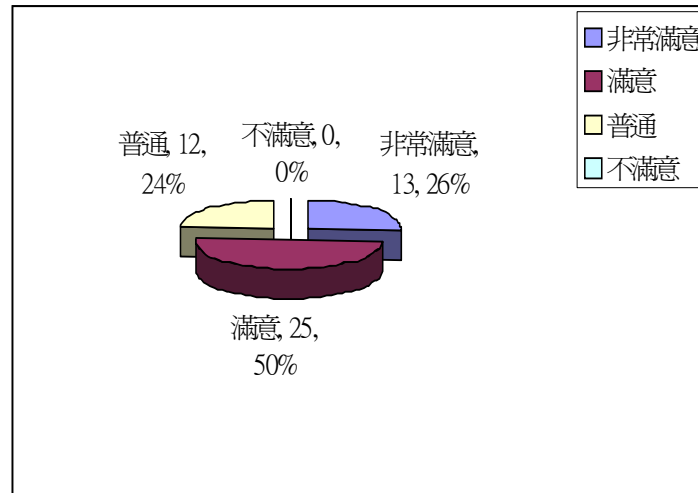
(六) 請問您對摩斯的價格覺得合理嗎?



圖六 大眾對摩斯漢堡的價格分析圖  
資料來源：本研究整理

根據圖六顯示，66%的消費者覺得合理的，摩斯漢堡在其它速食業者之中，定價是最高的，市場反應的結果也覺得合理，其次有34%的消費者覺得不合理，市場上還是有些人不能接受。

(七) 請問您對摩斯的服務態度滿意程度是下列哪一項?

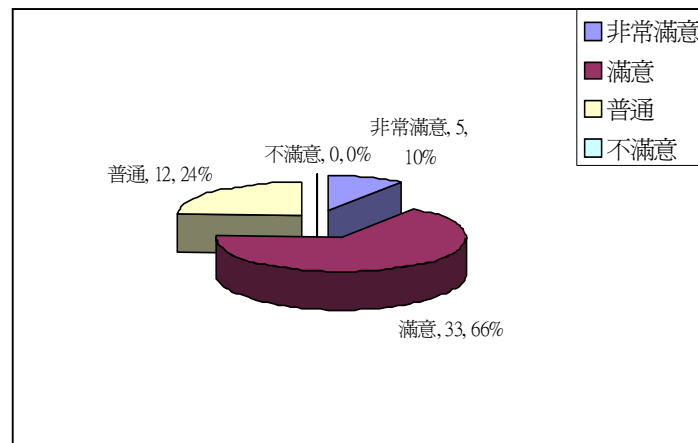


圖七 大眾對摩斯漢堡的服務滿意程度分析圖

資料來源：本研究整理

根據圖七顯示，占最多的是滿意50%，普通24%，非常滿意26%，不滿意0%，結果顯示大家對摩斯的服務態度，評價非常好，沒有負面的，由此可知工作人員的訓練是優良的。

(八) 請問您對摩斯餐點的滿意程度是下列哪一項?

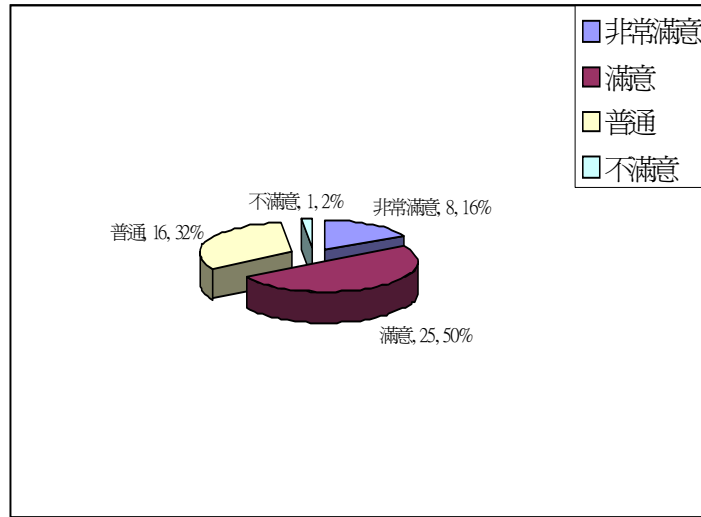


圖八 大眾對摩斯漢堡的餐點分析圖

資料來源：本研究整理

根據圖八顯示，占最多的是滿意66%，普通24%，非常滿意10%，不滿意0%，結果顯示大家對餐點的滿意度，評價是非常好的，雖然價格比較貴，但不影響消費。

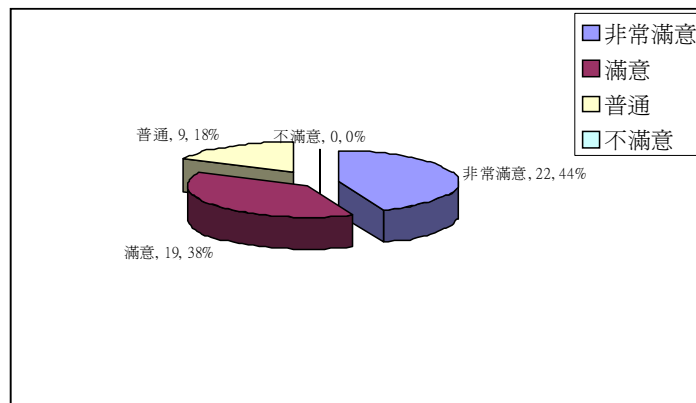
(九) 請問您對摩斯出餐速度的滿意程度是下列哪一項?



圖九 大眾對摩斯漢堡的出餐速度滿意程度分析圖  
資料來源：本研究整理

根據圖九顯示，占最多的是滿意50%，普通32%，非常滿意16%，不滿意2%，結果顯示大家對出餐速度的滿意度，評價是良好的，表示人員的分配效率是可以值得被肯定的，但還是有少數的消費者不滿意。

(十) 請問您對摩斯環境的滿意程度是下列哪一項?



圖十 大眾對摩斯漢堡環境的滿意程度分析圖  
資料來源：本研究整理

根據圖十顯示，占最多非常滿意44%，滿意38%，普通18%，不滿意0%，結果顯示摩斯漢堡店內的用餐整潔度和環境品質，都是相當有水準的，根據調查，無人反對。

### 參●結論

摩斯漢堡成功的關鍵在於美味、健康、讓顧客安心食用以及採用當地食材。摩斯漢堡以具有生產履歷的農畜產品為食材，採購成本雖高，卻落實了品牌對消費者的承諾，並拉大與其他同業的區隔。

而摩斯漢堡面對經濟不景氣時，速食龍頭業者麥當勞大降價，而造成其他的速食業者跟進，而摩斯不選擇跟進的原因是民眾應該吃的是價值，而非價格的食物。『**摩斯總經理：摩斯漢堡要非常清楚品牌的定位，倘若麥當勞做，我們就跟著做，會變成「麥當勞化」。**』（陳朝慶 整理／溫典寰，2009）（註五）

近年來，摩斯漢堡是擴張最快速的速食業者，而強調跟一般漢堡的熱量比起來只有一半的蒟蒻漢堡，又把所有漢堡麵包都改用小麥胚芽麵包，來提高每一份漢堡所含的纖維質與蛋白質，來顛覆傳統對速食食品的印象，「**摩斯漢堡的副總經理林興郎指出，而會進一步想要了解營養成份，希望吃得負擔低一點。**」（吳韻儀，2004）（註六）

### 肆●引註資料

註一 維基百科。2009年01月29日。取自：<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/摩斯漢堡>。

註二 史書華（2009）。慢中求快的挑戰者。《Cheers雜誌》，102，89-91。

註三 摩斯漢堡官方網站。2009年5月15日。取自：<http://www.mos.com.tw/about1.htm>。

註四 同註三。

註五 陳朝慶 整理／溫典寰（2009）。對手都在降價 偏有人不降，他在堅持什麼。《天下雜誌》，114，50-53。

註六 吳韻儀（2004）。輕量飲食風，配角變主角。《Cheers 雜誌》，65，38-40。



附錄：

親愛的先生、女士您好：

本問卷為鳳山商工商業經營科三年一班，想研究消費者對於摩斯漢堡的評價，不好意思耽誤您一點時間，本問卷為學校專題報告之用，不用於任何商業用途，不會外露您的個人資料，請您放心的作答，謝謝您的合作。

敬祝 事事順心

國立鳳山商工商業經營科

指導老師：陳美妙老師

學生：蘇鈺涵、張佩婷、張倩華

1. 請問您的性別是下列哪一項? 女 男
  
2. 請問您現在的年齡是下列哪一項?  
16~20歲 21~30歲 31~40歲 40歲以上
  
3. 請問您現在的職業是下列哪一項?  
上班族 主婦群 自由業 學生 其他
  
4. 請問您多久到摩斯消費?  
每週2~3次 每月2~3次 其他
  
5. 請問您到摩斯的消費時段是下列哪一項?  
早餐 午餐 晚餐
  
6. 請問您對摩斯的價格覺得合理嗎?  
合理 不合理
  
7. 請問您對摩斯的服務態度滿意程度是下列哪一項?  
非常滿意 滿意 普通 不滿意
  
8. 請問您對摩斯餐點的滿意程度是下列哪一項?  
非常滿意 滿意 普通 不滿意
  
9. 請問您對摩斯出餐速度的滿意程度是下列哪一項?  
非常滿意 滿意 普通 不滿意
  
10. 請問您對摩斯環境的滿意程度是下列哪一項?  
非常滿意 滿意 普通 不滿意