

消費者對於 7-11 與全家便利商店之喜好程度分析－以土庫商工為例

篇名：

消費者對於 7-11 與全家便利商店之喜好程度分析－以土庫商工為例

作者：

張曉涵。國立土庫商工。綜合高中三年乙班。

陳香伶。國立土庫商工。綜合高中三年乙班。

王詩妤。國立土庫商工。綜合高中三年乙班。

指導老師：

吳麗清老師

## 壹•前言

### 一、研究背景與動機

近幾年來，越來越多便利商店的興起，帶給消費者許多的便利，造成舊式雜貨店的落沒，現代人喜愛上便利商店消費，服務態度好，方便，又因為是 24 小時不打烊的店，所以更讓消費者滿意！

在以前，住在偏遠地區的人，在晚上，只要小孩生病感冒，都找不到任何一家診所在營業；現在，有了便利商店，不用怕小孩沒有藥吃，便利商店就有在賣頭痛藥或感冒藥，是不是很方便呢？

在國內，便利商店以 7-11 與全家商家數最爲多，一個鎮就有數間便利商店。這兩間便利商店有何不同？消費者喜愛到哪家消費？這些問題都有待我們去了解！

### 二、研究問題

研究目的的主要原因是想針對 7-11 與全家便利商店對於消費者的喜愛程度加以探討，了解以下幾個問題：

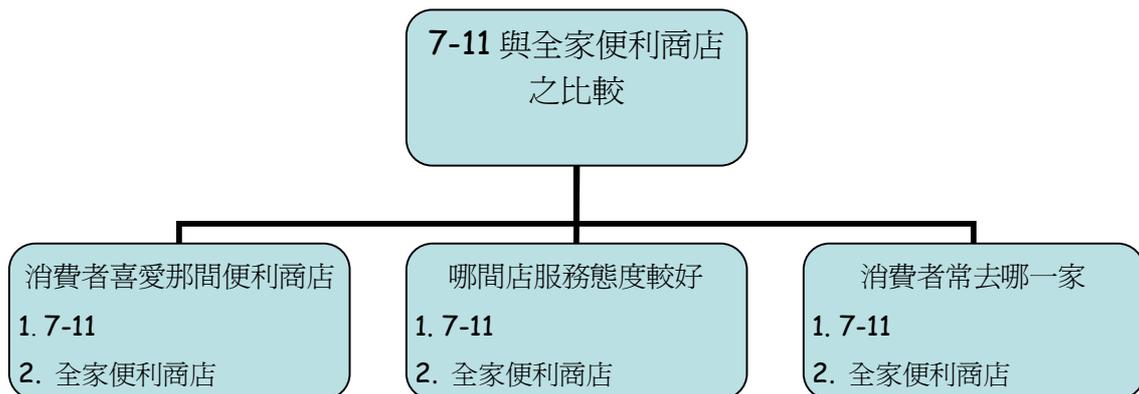
- 一、消費者對於 7-11 與全家便利商店的觀感？
- 二、消費者通常都去這兩間的其中哪一間？
- 三、兩家店的經營模式有何不一樣？
- 四、兩家店產品的價格是否相同？
- 五、比較服務態度的好與壞？

### 三、研究方法

#### (一)、研究對象

以土庫商工爲例，針對 7-11 與全家便利商店對於消費者喜好程度、消費次數來加以探討，作問卷調查，再加以統計分析

#### (二)、研究架構



#### (三)、研究方法

研究方法有許多種，觀察、問卷、口頭調查…等等，對於上訴之探討，我們採取問卷調查。

## 貳•正文

### 一、7-11 及全家發展的歷史過程

#### (一)、7-11 的起源

7-11 便利商店緣起於美國，並以銷售冰塊起家。

台灣第一家 7-ELEVEN 於民國 69 年開幕，期間經營歷經許多挫折，經過不斷努力與蛻變，在民國 88 年開出第 2000 家店，目前台灣 7-ELEVEN 總店數排名全球第 3 位，僅次於日本與美國。在便利商店事業本體除了在店數上積極拓展外，更透過門市位移、店質改善及門市選品管理等致力提升單店經營效益。此外，除了捷運、學校、醫院等新通路的開發，我們更結合集團企業形成大型綜合商場，如南二高速公路東山服務區、清境旅客服務中心及台中榮總、萬芳醫院、實踐大學等綜合商場，讓服務貼近不同消費者需求。

#### 加盟準備金

加盟金	31.5 萬或 30 萬元起	履約擔保	60 萬或以價值 150 萬元不動產設定抵押
裝潢費用	150 萬元或由 7-11 提供		
共計	180 萬元		
說明	委託經營：加盟主享有累進式浮動比例(註一)		

加盟流程：(一)、參加說明會 (二)、家庭拜訪 (三)、規章說明

(四)、契約說明 (五)、主管約談 (六)、簽預約 (七)、教育訓練

(八)、簽正式契約 (九)、開幕

#### (二)、全家便利商店的起源

全家便利商店企業沿革	
------------	--

- 1988 年 8 月 FamilyMart 第一家於該年成立
- 1988 年 12 月 第一家店於台北館前店開幕，業界最先使用 EOS 系統(註二)
- 1989 年 5 月 全台物流中心成立，設立自有商品配送
- 1990 年 9 月 FC 加盟系統正式啓用(註三)
- 1991 年 3 月 業界首創內部商品展示會，提供加盟人最新商品情報
- 1991 年 12 月 第 100 家店於台北豐禾開幕
- 1997 年 12 月 第 500 家分店於台中漢口開幕，此十年營業額已突破 75 億
- 1998 年 1 月 首創代收服務業務
- 1998 年 7 月 與高雄第一科技大學合作，打開業界產學合作先鋒
- 1998 年 9 月 POS 全面導入完成(註四)
- 1998 年 12 月 年營業額突破百億

參考資料[http://ind.ntou.edu.tw/~ericting/download/94\(2\)%20LM%20term%20paper/94211.pdf](http://ind.ntou.edu.tw/~ericting/download/94(2)%20LM%20term%20paper/94211.pdf)

#### 加盟流程

加盟創業申請流程	
加盟申請	(1)加盟合作權利義務概要說明 (2)加盟型態選擇
立地評估	物件調查(商圈、人口、交通等 請報調查以及建物工程前置調查)
加盟說明	(1)資格審核及損益計算 (2)加盟意願及投資金額了解
家庭訪問及主管面談	(1) 了解家庭背景、支持度、成員意見 (2)部門主管審核，確認雙方合作意願
契約說明	(1) 各項契約介紹說明 (2)權利義務說明
草約簽立	草約簽訂{繳交草約金 10 萬元(未稅)}
教育訓練	三週教育訓練、立地現稅(安排店舖現場說明)
簽立本約	本約簽立
開店準備	籌備開店相關事宜與店舖人員招募作業
開始營業!!	

參考資料：<http://www.family.com.tw/enterprise/franchise/procedures.aspx>

## 二、全家便利商店與 7-11 便利商店的比較

### (一)、全家便利商店

於日本原名 FamilyMart，經營上面偏向於純日系風格，多數的自家商品都是以日本所販賣商品為主。

例如:手工甜點、鮮食。商品在總類上面比 7-ELEVEN 多樣，全家最大缺點就是"自己製造的商品"總類非常少，多數傾向於販賣其他公司的產品來賺取中間利潤，而多被製造商賺了一手 就代表利潤的降低。**全家是第一間使用 EOS 訂購系統**

參考資料：維基百科

<http://zh.wikipedia.org/w/index.php?title=FamilyMart&variant=zh-tw>



### (二)、7-11 便利商店

在服務品質上不斷提昇下，以滿足顧客的需求為前提，並從具體落實深耕台灣市場後，決定朝無國界、多角化、更多元的經營模式邁進，以提昇統一超商的市場競爭力，歷經二十多年的努力，發展出以零售、物流、製造及系統等四大主體多達 30 家的關係企業，期望透過全方位的經營，帶給消費者更快速、便利與滿意的服務。全台灣最大的連鎖超商企業，而在經營方面比較有自己的想法，店舖的形象比較偏向於台灣本土化，全台灣的 7-ELEVEN 就佔了超商數量接近一半，因為製造、物流、零售上面統一全包了，所以在商品利潤上面相當的可觀，超商都是以"服務 品質 效率"作為準則的。

參考資料：維基百科 <http://zh.wikipedia.org/wiki/7-11#.E6.AD.B7.E5.8F.B2>

### (三)、結論

其實，7-11 便利商店與全家便利商店最大的不同就是在於他們的經營理念。

全家便利商店他們講求的是「服務力 N.O1」。

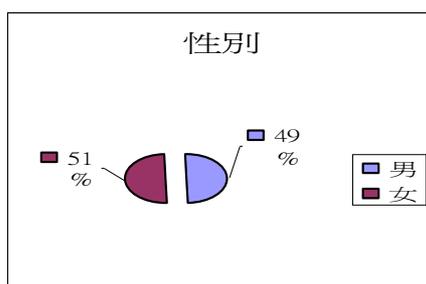
而 7-11 則是秉持著「商品豐富、品質優良、衛生保證、服務親切」

### 三、問卷分析

#### (一)、基本資料

##### 1. 性別：

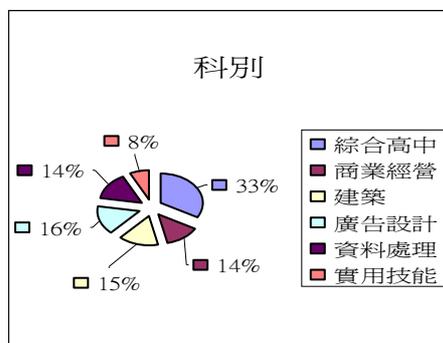
性別	合計	百分比
男	58	49.15%
女	60	50.85%
總計	118	100.00%



◎ 分析說明：118 張問卷當中，經過統計，女生有 60 人佔 51%，男生 58 人佔 49%，因此女生比率比男生多 2%，人數女生比男生多兩個人，男生女生都愛到便利商店消費。

##### 2. 科別：

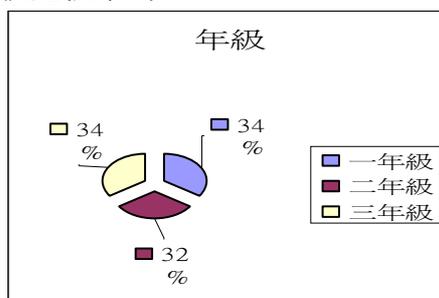
科別	合計	百分比
綜合高中	39	33.05%
商業經營	16	13.56%
建築	18	15.25%
廣告設計	19	16.10%
資料處理	17	14.41%
實用技能	9	7.63%
總計	118	100.00%



◎ 分析說明：綜合高中學生做問卷人數比其他科系來的多，因為綜合高中一個年級有 4 班，三個年級就有 12 班，相反的，實用技能因為只有一、二年級兩班，所以比率比其他科系來的低，其它科系就比較平均。

##### 3. 年級：

年級	合計	百分比
一年級	40	33.90%
二年級	38	32.20%
三年級	40	33.90%
總計	118	100.00%

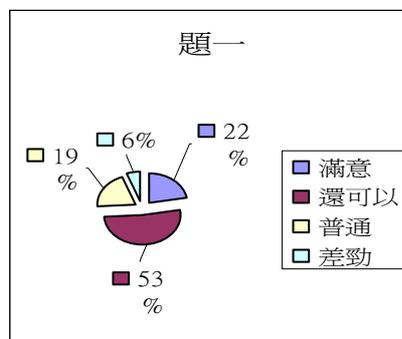


◎ 分析說明：由回收的 118 份問卷中，二年級比率較低，因為二年級回收的問卷中，有兩張未收回，所以比率就相對的比其他的班級來的低。

## 二、問卷內容

### 1. 請問你們對 7-11 員工服務態度滿意嗎？

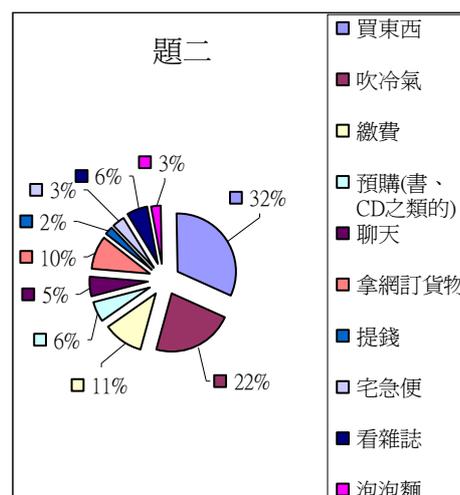
題一	合計	百分比
滿意	26	22.03%
還可以	62	52.54%
普通	23	19.49%
差勁	7	5.93%
總計	118	100.00%



◎ 分析說明：於回收的問卷中，對於 7-11 的員工服務態度是否滿意，於問卷分析中可得知，大多數的消費者，都覺得服務態度還可以，相對的，差勁的比率就比較低。消費者對於 7-11 的服務態度還甚滿意

### 2. 到 7-11 大多都做什麼事？(可複選)

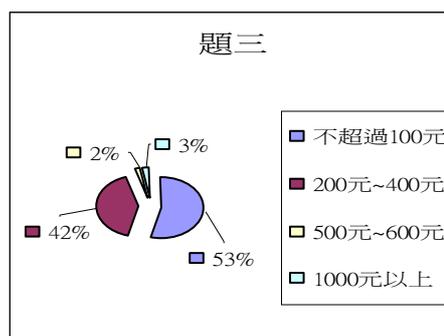
題二	合計	百分比
買東西	109	31.69%
吹冷氣	76	22.09%
繳費	38	11.05%
預購(書、CD 之類的)	21	6.10%
聊天	18	5.23%
拿網訂貨物	33	9.59%
提錢	8	2.33%
宅急便	11	3.20%
看雜誌	21	6.10%
泡泡麵	9	2.62%
總計	344	100.00%



◎ 分析說明：由問卷分析得知，大多數的消費者到 7-11 的目的主要都是去消費，其次則是吹冷氣，也有少數人在 7-11 買了泡麵就直接在那裡吃、或者是直接去提錢就不用再多跑一趟去銀行或郵局提錢，由此可知，7-11 的服務項目越來越多。

### 3. 到 7-11 的消費額度大約多少？

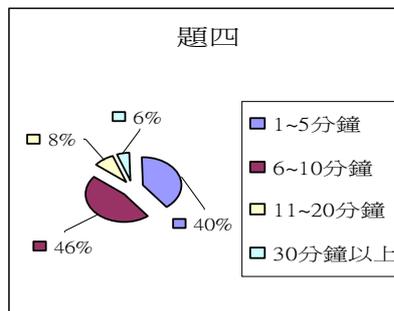
題三	合計	百分比
不超過 100 元	63	53.39%
200 元~400 元	50	42.37%
500 元~600 元	2	1.69%
1000 元以上	3	2.54%
總計	118	100.00%



◎ 分析說明：由此可知，消費者到 7-11 消費的額度都不超過 100 元最多也不超過 400 元，消費額度 1000 元很少，有也可能是網訂貨較貴。

4. 進到 7-11 大約都會待多久？

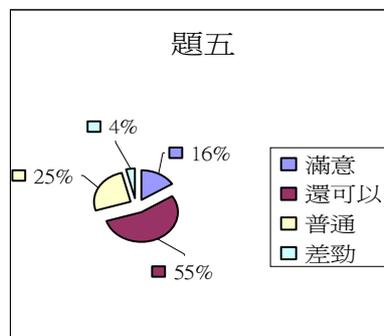
題一	合計	百分比
滿意	26	22.03%
還可以	62	52.54%
普通	23	19.49%
差勁	7	5.93%
總計	118	100.00%



◎ 分析說明：由於現代人都很忙，也基於便利性，到 7-11 消費的時間，往往都不會超過十分鐘，由此問卷可得知，現代人的觀念就是一時間就是金錢!!!

5. 請問你們對全家員工服務態度滿意嗎？

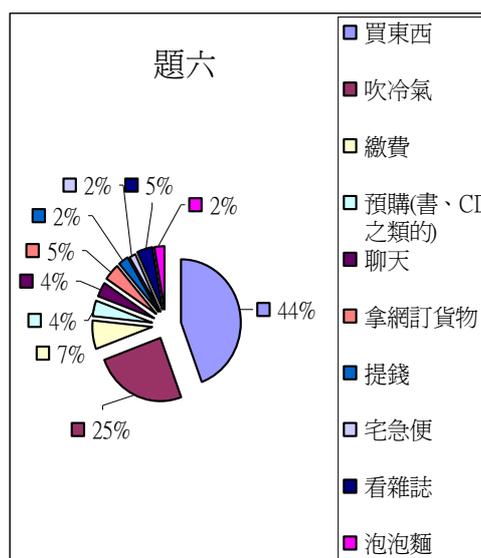
題五	合計	百分比
滿意	19	16.10%
還可以	64	54.24%
普通	30	25.42%
差勁	5	4.24%
總計	118	100.00%



◎ 分析說明：比起 7-11 全家服務態度滿意程度普通的比率來的高一些。不過大多數的消費者還是覺得的服務態度還可以。

6. 到全家大多都做什麼事？

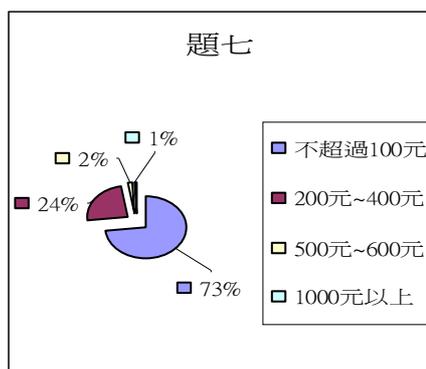
題六	合計	百分比
買東西	107	44.21%
吹冷氣	61	25.21%
繳費	17	7.02%
預購(書、CD 之類的)	10	4.13%
聊天	9	3.72%
拿網訂貨物	11	4.55%
提錢	6	2.48%
宅急便	4	1.65%
看雜誌	11	4.55%
泡泡麵	6	2.48%
總計	242	100.00%



◎ 分析說明：消費者到全家便利商店的目的也大多是買東西或吹冷氣。到全家便利商店宅即便的人數較少。

7. 到全家的消費額度大約多少？

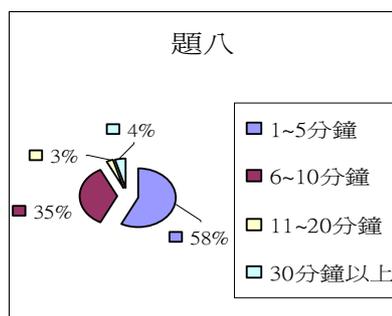
題七	合計	百分比
不超過 100 元	87	73.73%
200 元~400 元	28	23.73%
500 元~600 元	2	1.69%
1000 元以上	1	0.85%
總計	118	100.00%



◎ 分析說明：由此問卷可以知道，消費者到全家便利商店的消費額度大多不超過100元，由問卷調查得知，到全家便利商店，消費額度1000元以上才1人，所以全家便利商店的商品沒有太多的商品供消費者選擇。

8. 進到全家大約都會待多久？

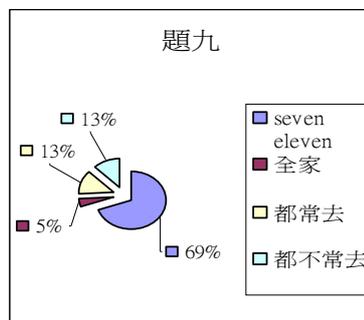
題八	合計	百分比
1~5 分鐘	68	57.63%
6~10 分鐘	41	34.75%
11~20 分鐘	4	3.39%
30 分鐘以上	5	4.24%
總計	118	100.00%



◎ 分析說明：因為商品種類少，相對的消費時間就比較短。

9. 7-11&全家你比較常去哪一家？

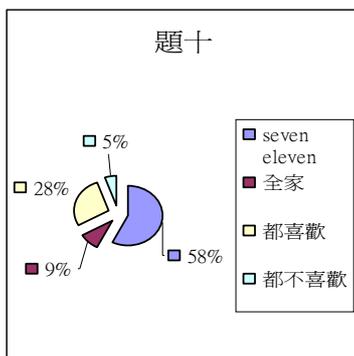
題九	合計	百分比
7-11	82	69.49%
全家	6	5.08%
都常去	15	12.71%
都不常去	15	12.71%
總計	118	100.00%



◎ 分析說明：由此結論得知，消費者較常去 7-11，因為商品種類多、分店多、商品總是能推陳出新，比較能抓住消費者的心。都常去或不常去比率都一樣，所以對於某些消費者的心中 7-11 與全家便利商店沒有甚麼差別。

10. 7-11&全家你比較喜歡哪一家？

題十	合計	百分比
7-11	68	57.63%
全家	11	9.32%
都喜歡	33	27.97%
都不喜歡	6	5.08%
總計	118	100.00%



◎ 分析說明：雖然常去某間便利商店，但是並不代表就比較喜歡常去的便利商店，有可能是基於某些原因。例如：距離較近等原因。但是，消費者喜愛到 7-11 消費的比率比全家便利商店來的高。

## 參•結論

### 一、結論

這次針對 7-11 與全家便利商店做問卷調查，發現大多數的消費的都愛去或常去 7-11 消費。大多數人到便利商店不是買東西就是吹冷氣，這兩個比率佔比較高，7-11 經營方式經偏向於台灣本土味，當台灣人進去 7-11 時，比較有親近的感覺。

相對於全家便利商店，較偏向於日系風，主打的都是手工製品，在台灣可能吃的比較不開。

### 二、建議

隨著時代的變遷，現代人因為忙碌，捨棄舊有的傳統雜貨店，即使是這樣，興新便利商店也要多點傳統味，不要太過於現代化，這樣才會有親切感。

## 肆•引註資料

- (1) 張世佳 (2008)。企業管理。雙葉書廊。
- (2) 傅新彬、胡寬裕 (2008)。商業自動化概論。雙葉書廊。
- (3) 張世佳 (2008)。企業管理。雙葉書廊。
- (4) 傅新彬、胡寬裕 (2008)。商業自動化概論。雙葉書廊。
- (5) 7-11 與全家便利商店來源資料  
2008 年 11 月 20 日轉載至  
[http://ind.ntou.edu.tw/~ericting/download/94\(2\)%20LM%20term%20paper/94211.pdf](http://ind.ntou.edu.tw/~ericting/download/94(2)%20LM%20term%20paper/94211.pdf)
- (6) 7-11 與全家便利商店之比較  
2008 年 11 月 20 日轉載至  
<http://zh.wikipedia.org/w/index.php?title=FamilyMart&variant=zh-tw>，  
<http://zh.wikipedia.org/wiki/7-11#.E6.AD.B7.E5.8F.B2>