

指導老師：蔡宏儒

題目：便利商店所販售之鮮食對餐飲業之影響評估探索性研究

組員：郭書吟 495M0097 王雅虹 495M0090 黃宏駿 495M0026 張權 495M0080

周宜家 495M0905

**摘要：**隨著社會生活型態之變遷，鮮食產品成爲連鎖便利商店業者差異化需求發展主軸，本研究以產品涉入討論來瞭解消費者的知覺屬性，衡量消費者對於連鎖便利商店鮮食之產品涉入程度與購買決策變數間的關聯性；由於近年來，台灣整體經濟環境不佳，衝擊程度較以往更甚，餐飲業者爲了維持穩定的業績，也推出各式各樣的促銷，回饋消費者的促銷活動，例如老闆便宜賣『俗擱大碗』、折價券、生日卷、加菜不加價等等促銷方案，來獲得消費者的青睞，提高消費者的惠顧意願。基本上目標市場鎖定大多屬學生、上班族及夜間消費人口便利商店的目標以年輕的消費者爲主，其中以 12~35 歲間爲主要消費群，主要原因是消費者對便利的需求大於價格，所以各家業者都在經營管理上求新求變，鎖定年輕的消費層，提供整齊，清潔，明亮的購物環境等等。良好的產品組合，進而在消費者心中留下良好的印象。相對的餐飲業屬性較勞務性的工作，從食物生產運送到產品的服務，銷售大多由人力完成，許多服務是無法靠機械取代的，即使是速食業也無法完全都用機械取代服務。加上產品屬於不能儲存性且易於腐壞，大多數顧客都是上了門才確定所需的餐食，而且消費者也會因爲口味喜愛不同，而臨時做更改。因此，產品很難事先儲備。其生鮮食物需要立即保鮮，否則除美味流失外，食物也容易腐壞，不能保留。亦於餐飲業用餐時段集中在某一時段產品提供皆在用餐時段，尖峰時間非常忙碌，礙於消費者的等候心情導致消費者不想等待的心態而不消費等等的情況都會發生。