

投稿類別：商業類

篇名：  
「麥」入科技

作者：

施博愷。國立北斗高級家事商業職業學校。資料處理科二年級一班  
薛政杰。國立北斗高級家事商業職業學校。資料處理科二年級一班  
鄭諭謙。國立北斗高級家事商業職業學校。資料處理科二年級一班

指導老師：  
劉玉敏老師

## 壹●前言

### 一、研究動機：

民以食為天，吃在人的生活中佔了很大的一部分，在近幾年來人總想快，然而速食業者已深入我們的生活中，許多時候為了方便大家會選擇速食，方便、快速、美味已成為速食業者的指標，而在眾多的競爭中，麥當勞不只以跟其他速食業者有同樣快速、方便、美味的特性，近期麥當勞因應人手一機的現象，趁勢推出了 **APP** 麥當勞報報以確保自己在速食業的地位，也為自己賺取更大的利益。

### 二、研究目的：

- (一) 了解麥當勞引進台灣的發展。
- (二) 研究麥當勞跟其他速食業的比較。
- (三) 麥當勞報報的 **SWOT**。
- (四) 探討使用者對麥當勞報報 **APP** 的滿意度。

### 三、研究流程



圖（一）研究流程圖  
（圖一資料來源：研究者繪製）

## 貳●正文

### 一、麥當勞的起源及在台灣的發展

#### (一)麥當勞的起源

麥當勞是全世界最大的快速餐飲服務餐廳領導品牌。1955 年，世界第一家麥當勞由創始人 **Ray A. Kroc** 在美國芝加哥 **Elk Grove Village** 成立，美味漢堡及親切服務立刻抓住顧客的心。

「麥」入科技



圖二：Ray A. Kroc

(圖二來源資料：Biography。2016年11月14日，取自  
<http://www.biography.com/people/ray-kroc-9369349>)

## (二)麥當勞引進台灣的發展

麥當勞於 1984 年引進台灣，第一間店開於 San Bernardino County, California，目前在全球已有超過 30000 家的分店而至今推出了許多服務：快樂兒童餐、超值全餐、24 小時營業、24 小時歡樂送服務不僅如此也做出了許多創舉及公益事件，也推出了台灣推出全球首創產品「板烤米香堡」以及近期推出的麥當勞報報，也就是我們這次所要探討的主題，這些服務都使麥當勞在台灣成為速食業者龍頭。

## 二、麥當勞鬧鐘與麥當勞報報的介紹

### (一) 麥當勞鬧鐘

麥當勞鬧鐘是麥當勞推出的一款 APP，它在 2014 年被推出，相對來說他算是麥當勞報報的前身，每第一次壓下鬧鐘時會進行一次抽獎，有機會抽中超值優惠券，但是只有提供鬧鐘和優惠卷功能。



圖(三) 麥當勞鬧鐘

圖(三)來源資料：APP 情報員(2014)。friDayPLAY。2016年11月14日，取自：[goo.gl/V3g0RT](http://goo.gl/V3g0RT)

### (二)麥當勞報報

近年來物價飛漲，麥當勞也不敵壓力，把某些組合套餐多漲了 1~10 塊，麥當勞還算是頗有良心，常常不定期推出優惠套餐，甚至買 A 送 B 的甜心卡，大家常用的麥當勞鬧鐘，於 2016 年 5 月 31 日因不受大眾喜愛而走入歷史，因為推出了全新的 麥當勞報報 APP 有結合了鬧鐘、天氣與優惠的功能。

### 三、麥當勞報報的介紹

1.功能介紹：以前身「麥當勞鬧鐘」再往下延伸，提供除了優惠以外的其他功能例如：天氣預報、當日氣溫、最近的麥當勞餐廳搜尋等。



圖（四）麥當勞報報

圖（四）資料來源：Google play 商店。2016 年 11 月 14 日，取自：<https://goo.gl/olxeWB>

2.優惠卷總類：以多種優惠卷促使消費者有更多的消費

【麥當勞報報】APP之可能存在的優惠券				
早餐時段 (04:00-10:30)	一元優惠	蛋捲冰1元 (0.6折)	小熱咖1元 (0.3折)	
	單點優惠	好時光65元 (7.3折)	經典大早餐50元 (7.2折)	滿福堡10元 (2.1折)
	買一送一	薯餅買一送一 (5折)	滿福堡買一送一 (5折)	豬肉滿福堡加蛋買一送一 (5折)
	購買贈送	買有氣餐送火腿蛋堡 (最低5.5折)	買33飲料送吉事蛋堡 (8.5折)	
正餐時段 (10:30-04:00)	一元優惠	蛋捲冰1元 (0.6折)	小薯1元 (0.4折)	小熱咖1元 (0.3折)
	單點優惠	麥香魚10元 (2折)	吉事漢堡10元 (2.6折)	起司豬排堡49元 (8.3折)
	買餐贈送	買超值餐送蛋捲冰 (最低8.3折)	買超值餐送四塊雞塊 (最低6.9折)	買超值餐送勁辣翅 (最低6.9折)
		買超值餐送蘋果派 (最低7.6折)	買超值餐送巧克力聖代 (最低7.5折)	買超值餐送芝麻聖代 (最低7.5折)
	買一送一	海味揚蝦圈圈堡買一送一 (5折)	板烤嫩雞圈圈堡買一送一 (5折)	大麥克買一送一 (5折)
		板烤雞腿堡買一送一 (5折)	勁辣雞腿堡買一送一 (5折)	大薯買一送一 (5折)
		蘋果派買一送一 (5折)	OREO冰炫風買一送一 (5折)	芝麻冰炫風買一送一 (5折)
	買大飲送堡	買大飲送大麥克 (3.7折)	買大飲送勁辣雞腿堡 (3.7折)	
買大飲送麥香雞 (4.5折)		買大飲送麥香魚 (4.5折)		

註：(1)以櫃檯價格為準做折扣計算。(2)最便宜有氣餐為火腿Q吐可套餐不升級59元。(3)最便宜超值餐為麥香雞、麥香魚套餐不升級89元。  
表格更新：2016/09/01 - 撰風 - <http://wangshi3193.pixnet.net/blog/>

圖（五）麥當勞報報優惠總類

圖（五）資料來源：撰風(2016)。撰風痞克幫。2016 年 11 月 14 日，取自 [goo.gl/kBJcBK](http://goo.gl/kBJcBK)

### 四、麥當勞自身及 APP 跟其他速食業的比較

表一：麥當勞自身及 APP 跟其他速食業的比較

	(一) 產品	(二)價格	(三)各家 APP 的特色
麥當勞	1. 主打西式速食 2. 美味的馬鈴薯薯條、漢堡 3. 率先引進冰品及咖啡飲料	規模經濟且常推出優惠及超值全餐，受到大眾喜愛。	推出擁有許多優惠的麥當勞報報，且曾推出過麥當勞歡樂送主打送餐到府
肯德基	1. 主打炸雞 2. 核心產品是加壓炸雞塊以「原始配方」調味	價格普遍在\$100~150間。	推出過 <b>肯德基 KFC 網路訂餐</b> ，此款 APP 跟麥當勞歡樂送一樣也主打在家就可以送餐到府的方便性。
摩斯漢堡	1. 以「米漢堡」為特色 2. 日式風味濃厚	因食材天然，成本取得較高而價位偏貴。	推出過 <b>MOS Order</b> 但因為摩斯漢堡操作介面較簡單且手續上較為簡略而受大眾喜愛。

資料來源：自行整理

#### (四)麥當勞報報 SWOT

SWOT 分析是確定市場現況後，進行產品線的分析，了解企業外部的機會與威脅，及企業內部的優勢與劣勢，以確認企業的問題（溫玲玉、呂佩樺，2014）。針對麥當勞報報的 SWOT 分析如表二所示。

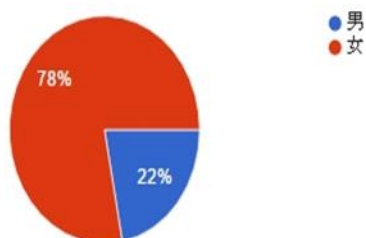
表二：麥當勞報報 SWOT

優勢 S	劣勢 W
1.在商城屬於免費軟體。 2.麥當勞是全球化的品牌。 3.店面分布廣泛。 4.擁有吸引人的優惠價格。	1.每天只能領取一樣隨機優惠卷。 2.由於大眾健康意識提高，消費者還是會衡量到麥當勞消費的次數。 3.由於眾多優惠，獲利相對減少。 4.隨著物價飆漲，需考慮放出優惠後的成本控制。
機會 O	威脅 T
1.透過大眾都常使用的 APP 連接能增加更多消費者。 2.眾多優惠會使更多消費者前往消費。 3.可增加更多不同的優惠項目吸引消費者。 4.因依照不同時節推出不同的優惠，增加消費者的消費意願。	1.其他速食業者隨時有可能也增加此優惠體制。 2.面臨大量消費者使用優惠卷，可能會降低收入。 3.優惠卷的項目大致相同，可能會使消費者產生排斥感。

### 五、問卷調查與分析結果

以 google 表單線上問卷方式進行調查，共發出 100 份，回收 100 份，有效問卷回收率 100%，以下為問卷分析結果。

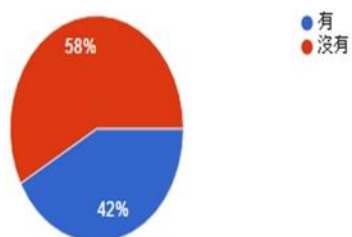
性別 (100 條回復)



1.如圖八所示，填寫此問卷的受訪者以女生居多，佔 78%。

圖（八）問卷性別分類

你是否在在使用麥當勞報報 (100 條回復)



2.由圖九所示沒有使用麥當勞報報的受訪者佔 58%，顯示麥當勞報報 APP 目前使用率偏低。

圖（九）麥當勞報報使用率

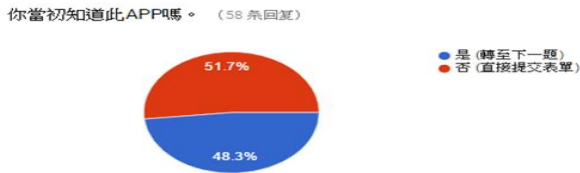


圖 (十) 知道麥當勞報報的比例

3.由圖十可知,沒使用的 58%中有 57.1%是不知道才沒使用,而 48.3%的人知道卻沒使用的人如圖十一所示,有六成是覺得實用的功能太少而不使用,顯示 APP 的功能不夠吸引人。

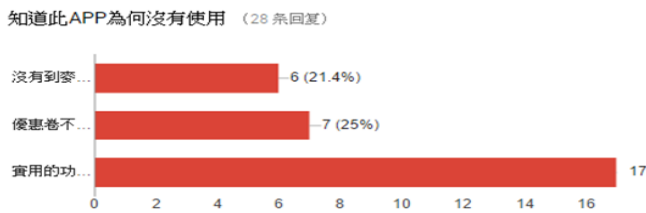


圖 (十一) 麥當勞報報的使用調查

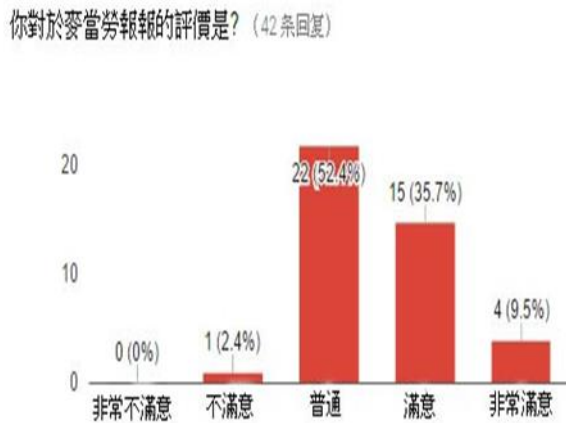


圖 (十二) 對於麥當勞報報的評價

4. 52.4%的人對麥當勞報報的評價是普通,而只有少數選擇非常滿意和不滿意,由圖十二可知麥當勞報報 APP 還有改善的空間。

麥當勞、肯德基、摩斯漢堡你較常使用誰的APP (42 條回覆)

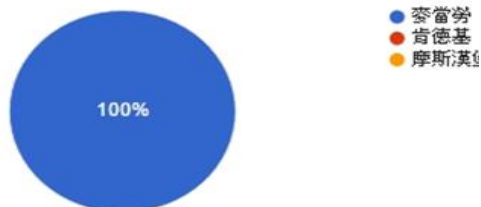
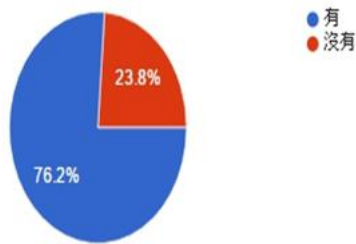


圖 (十三) 三家速食 APP 的使用率比較

5.由圖十三可發現,在三家速食業者的 APP 中仍以麥當勞報報使用率最高,占了 100%。

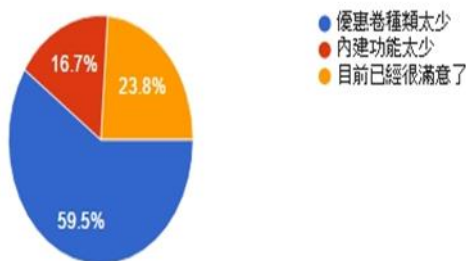
你認為麥當勞報報有促使你更常到麥當勞消費嗎？ (42 条回復)



6.由圖十四所發現，有 76.2%的人因使用麥當勞報報而增加了自己前往麥當勞消費的次數，由此可知此 APP 的推動有達到刺激消費的作用。

圖（十四）麥當勞報報影響上門消費的程度

你認為麥當勞報報的缺點是？ (42 条回復)



7.由圖十五可知，有 59.5%的使用者認為麥當勞報報 APP 的主要缺點為優惠卷種類過少其次是內建功能太少。

圖（十五）麥當勞報報的缺點統計

### 參●結論

隨著時代進展，人們對於速食食品要求越來越多，麥當勞為了迎接廣大的市場，推出了麥當勞報報，但因為是剛推出造成功能不齊全而導致下載意願不高，根據問卷調查結果顯示使用者認為此 APP 最主要的功能：每日驚喜，種類不多，是可以改進的地方。而有大部分的顧客都認同抽到有用的優惠卷是會使他們想要去麥當勞消費，代表此 APP 有達到行銷目的，成功增加買氣，因此麥當勞報報只要在修正優惠卷這個功能，使優惠卷種類更多樣就有可能會增加下載數。

### 肆●引註資料：

Biography。2016 年 11 月 14 日。取自：<http://www.biography.com/people/ray-kroc-9369349>

APP 情報員(2014)，麥當勞鬧鐘一響有驚喜。2016 年 11 月 14 日，取自：[goo.gl/V3g0RT](http://goo.gl/V3g0RT)

Google play 商店。2016 年 11 月 14 日，取自：<https://goo.gl/olxeWB>

撰風（2016），撰風痞客邦。2016 年 11 月 14 日，[goo.gl/kBJcBK](http://goo.gl/kBJcBK)



「麥」人科技

溫玲玉、呂佩樺(2014)。商業概論 II。台北市：龍騰