

投稿類別：觀光餐旅類

篇名：

頂呱呱與肯德基的顧客喜好程度

作者：

陳俊翔。私立屏榮高中。餐三 4 班

陳柏諭。私立屏榮高中。餐三 4 班

林晨晉。私立屏榮高中。餐三 4 班

指導老師：

高少芸 老師

## 壹、前言

### 一、研究動機

頂呱呱是台灣第一間白手起家的美式炸雞店，起初在養雞時創辦人史桂丁先生與他的太太，不管是天災地變都以史先生不屈不撓的精神，在最初生產線上努力著，最後到了美國學習炸雞技術，而成功的研究西方炸雞的技術，學成歸國在 1774 年 7 月 20 日在台北市西門町開立台灣第一家頂呱呱門市，而我們被史先生不放棄的精神吸引了我們，我們想探討本土台灣人所開的炸雞店【頂呱呱】。與美國引進的炸雞店【肯德基】民眾對他們的喜好程度與滿意程度比較。

### 二、研究目的

- (一) 了解頂呱呱與肯德基的由來與歷史。
- (二) 認識頂呱呱跟肯德基的產品差異。
- (三) 了解消費者對頂呱呱與肯德基的喜好程度。
- (四) 了解消費者對頂呱呱與肯德基的滿意程度。

### 三、研究方法

- (一) 文獻探討法。
- (二) 實問卷調查。

#### 四、研究流程

表 1-1 研究流程表



#### 貳、正文

##### 一、頂呱呱的歷史與由來

###### (一) 頂呱呱品牌的創立

頂呱呱的創辦人史先生史桂丁起始是以養雞作為基底；民國 50 年期間因台北淹水造逞損失，創辦人將養雞場遷至雲林，擴大雞場；1971 年台灣雞隻供過於求，創辦人派人前往美國學習最新炸雞技術；1974 年 7 月 20 日創辦人於台北西門町開立全台創史頂呱呱

文獻資料：TKK Story 品牌故事與精神

網址 <https://www.tkkinc.com.tw/story.html>

###### (二) 頂呱呱品牌的創新與拓展

1. 1983 年在美國舊金山設立第一間海外門市；2009 年頂呱呱第一家複合式門市於淡水開幕，以炸雞與烤類商品組合；2013 年 11 月開設第一家副品牌「TKK the BAR」頂呱呱炸雞皮酒專賣店；2014 年第一家親子輕食猜聽「MR.TKK」頂呱呱下午茶專賣店開幕；2015 年 3 月頂呱呱航空餐全新品牌「AIR TKK」成立並於虎航合作。

網址 <https://www.tkkinc.com.tw/story.html>

2. 2019 年台灣已有 67 間門市，海外於 12 間。

文獻資料：TKK Access 店鋪資訊

網址 <https://www.tkkinc.com.tw/access.html>

## 二、肯德基的歷史與由來

### (一) 肯德基品牌的創立

1930 年肯德基由創辦人桑德斯上校於科爾賓.肯德基州成立；初期創歷年間以公路上的旅客為主，比如現金公路上的休息站；創辦人桑德斯研發出 11 種香料配方及獨創的烹炸技術；1944 年第一家肯德基炸雞特許經營餐廳於美國猶他州開幕。

### (二) 肯德基品牌的創新與拓展

1955 年桑德斯將心力投入於北美地區，在美國與加拿大有著超過 600 多家門市；年間同時拓展亞洲地區，第一家亞洲門市在菲律賓落腳；1970 年肯德雞於日本第一家門市開幕，創辦人藉此進行亞洲參訪，了結亞洲文化；1957 年推出桶裝炸雞成為肯德基最為重要的象徵；1985 年台灣第一家肯德基門市於台北西門町開幕。

文獻資料：KFC 品牌故事

網址 <https://www.kfclub.com.tw/tw/Brand/AboutKFC.html>

## 三、頂呱呱的產品介紹

(一) 頂呱呱較有特色的產品為呱呱包裡面有著較台式口味的油飯。

(二) 德式香腸捲裡面包著德式香腸外皮炸的酥脆是較脆爽的口味。

(三) 許多炸雞醃料的口味也較為台式風格。

(四) 頂呱呱的產品也有較適合家庭式的美式半雞。

網址：<https://www.tkkinc.com.tw/story.html> 文獻資料：TKK Side Dish 美味單品



圖 2-1 頂呱呱菜單

四、肯德基的產品介紹

- (一) 肯德基較有特色的是蛋塔與美式炸雞，蛋塔有酥香的外皮包著甜度適中的內陷，炸雞較有美式風格。
- (二) 肯德基較為提供多人、家庭式的用餐以人數的多寡所推出的許多套餐。
- (三) 肯德基也有符合台灣口味的雙色地瓜 QQ 球以及地瓜製作成的脆文獻資料：KFC 官網餐點

網址：<https://www.kfcclub.com.tw/tw/Brand/AboutKFC.html>



圖 2-2 肯德基菜單

五、頂呱呱與肯德基產品的比較表

表 2-1 頂呱呱與肯德基產品的比較表

	炸雞的口味	供應族群	飲料的搭配	甜點的品項
頂呱呱	較台式風味	適合朋友聚餐與個人	差不多	較多麵食類的甜點
肯德基	較美式風味	適合家庭類與多人	差不多	較多西點類的甜點

資料來源：作者自行整理

(一) 連鎖餐廳的定義

連鎖經營的餐廳(Restaurant Chains)必須至少有兩家以上的餐，且具有相同事業識別系統(CIS)，由總公司設計一套行銷的方法及員工教育訓練，並授權給分公司去執行銷售與服務。優點是大量進貨成本較低，且廣告費用由多家餐廳共同分擔。美國式連鎖加盟店的創始國家，也是全世界連鎖加盟最大王國。(楊上輝，1996)

(二) 速食餐廳的種類

速食餐廳(Fast-food Restaurants)是一種櫃檯服務型的餐廳，可分為中式、西式、日式三種。中式有三商巧福、頂呱呱；西式有麥當勞、肯德基、必勝客；日式有吉野家、摩斯漢堡等。(楊上輝 1996)

六、研究結果

(一) 經過問卷的訪問由圖 2-3、圖 2-4 顯示肯德基與頂呱呱的受訪者大多都以年輕人為主，因年輕人對美式炸雞的接受度較高。

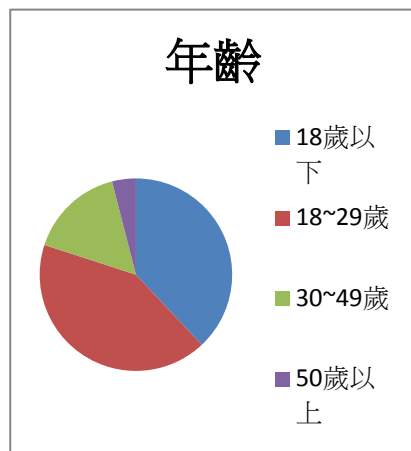


圖 2-3 頂呱呱受訪者年齡調查

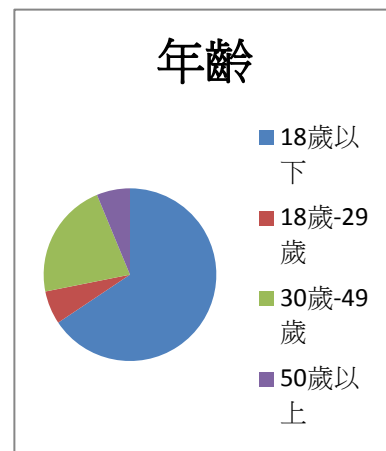


圖 2-4 肯德基受訪者年齡調查

(二) 經過問卷的訪問由圖 2-5、圖 2-6 顯示肯德基可能為自主店面環境較舒適較多人覺得不錯頂呱呱因常駐點在百貨公司中所以環境較亂葉較吵雜大多數人覺得普通。

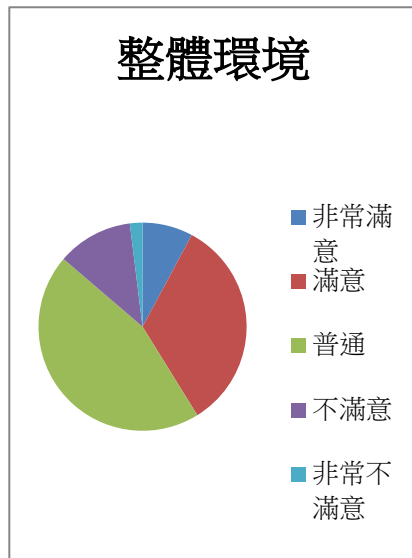


圖 2-5 頂呱呱整體環境調查

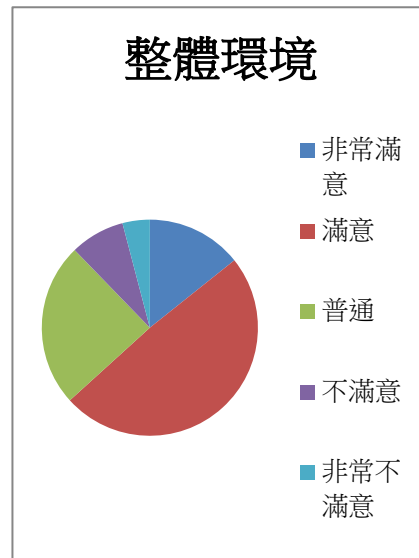


圖 2-6 肯德基整體環境調查

(三) 經過問卷的訪問由圖 2-7、圖 2-8 顯示肯德基的服務較多人覺得滿意可能因是國際餐飲的關係培訓員工的方式較為成熟，而頂呱呱的調查顯示較為普通可能因是台灣在地得炸雞店員工的口語方式較在地化。

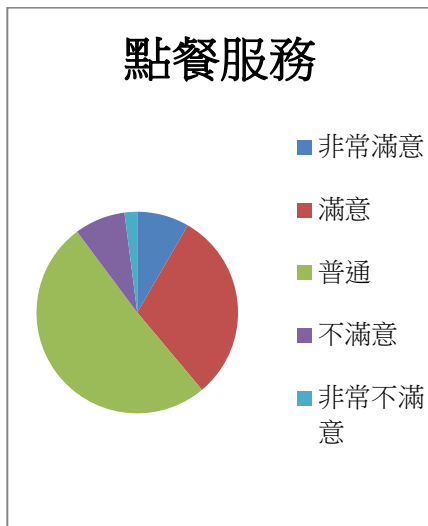


圖 2-7 頂呱呱整體環境調查

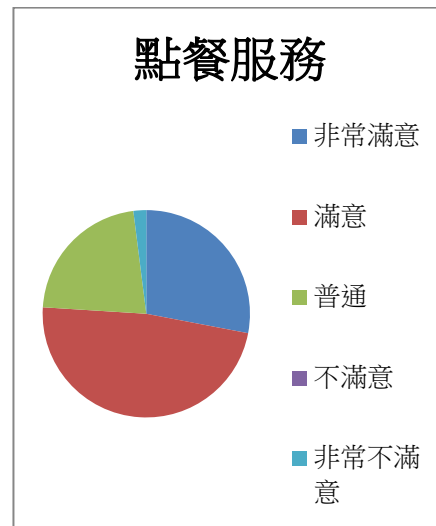


圖 2-8 肯德基整體環境調查

(四) 經過問卷的訪問由圖 2-9、圖 2-10 顯示因肯德基與頂呱呱的餐點為大眾較喜歡的炸類美時所以調查結果都較為普通滿意。

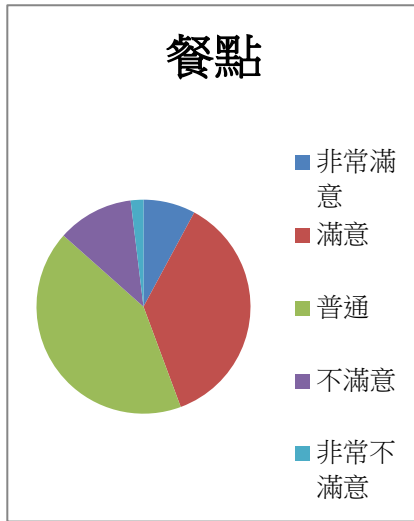


圖 2-9 頂呱呱餐點滿意調查

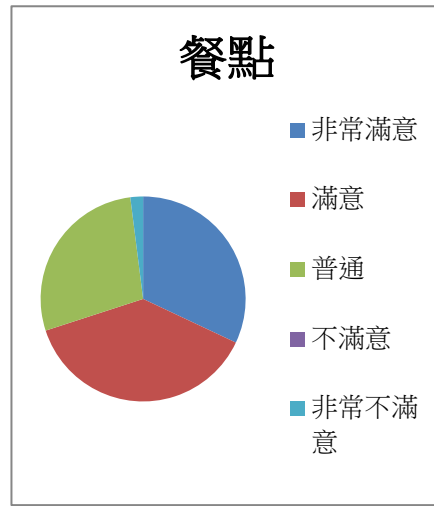


圖 2-10 肯德基餐點滿意調查

(五) 經過問卷的訪問由圖 2-11、圖 2-12 顯示因肯德基與頂呱呱為評價美式餐點所以大眾都較能接受。

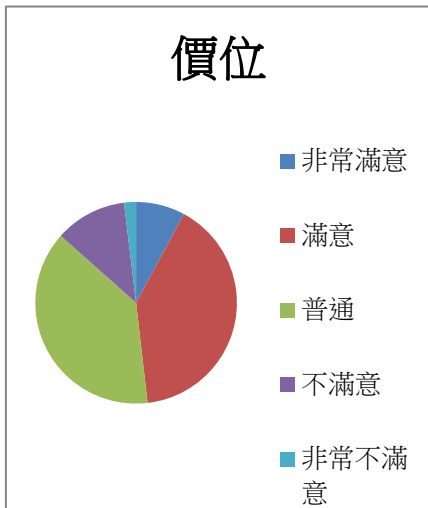


圖 2-11 頂呱呱價位滿意調查

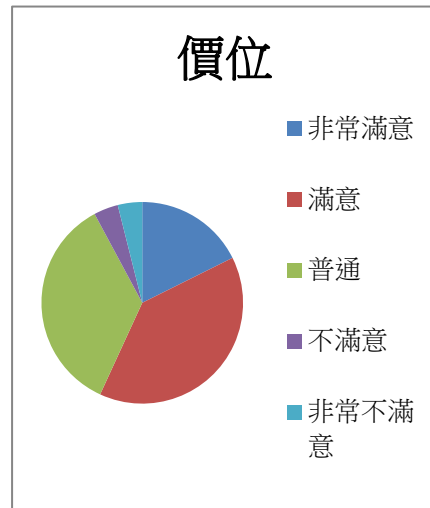


圖 2-12 肯德基價位滿意調查

(六) 經過問卷的訪問由圖 2-13、圖 2-14 顯示肯德基是自主店面所以有些得地段較難停車而頂呱呱的店面常在百貨裡百貨哲有專屬停車場民眾較好停車。

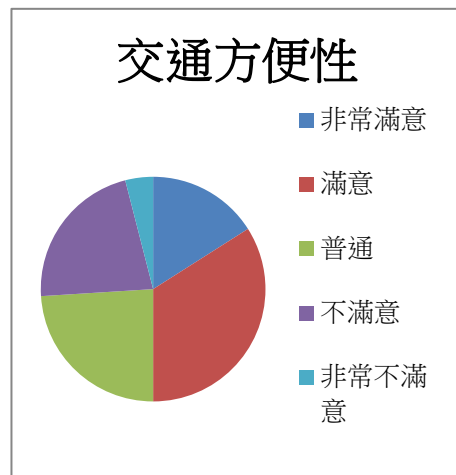
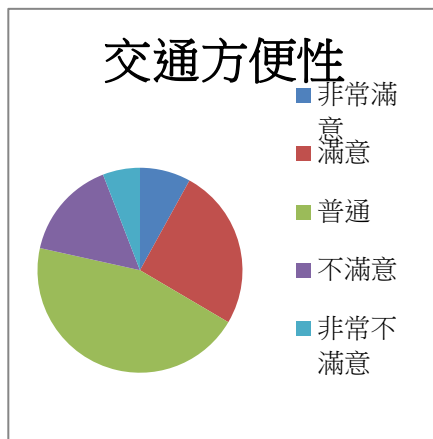




圖 2-15 頂呱呱交通方便性調查

圖 2-16 肯德基交通方便性調查

(七) 經過問卷的訪問由圖 2-17、圖 2-18 顯示因肯德基與頂呱呱的炸雞都為國人愛吃的美式炸雞所以負評較為少數。

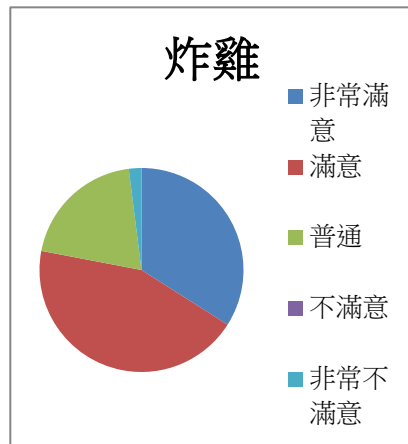


圖 2-17 頂呱呱炸雞滿意度調查

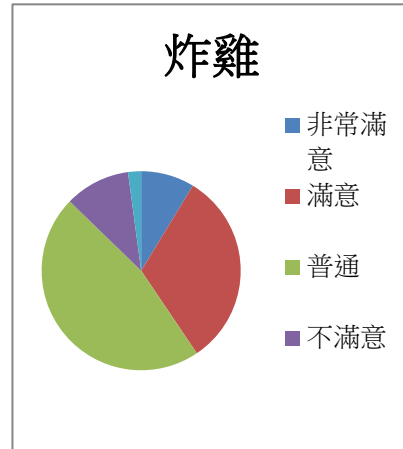


圖 2-18 肯德基炸雞滿意度調查

(八) 經過問卷的訪問由圖 2-19、圖 2-20 顯示因國人也非常愛喝飲料而梁間餐廳都是搭配吃炸雞最適合的碳酸飲料所以大多數都給肯德基與頂呱呱正評。

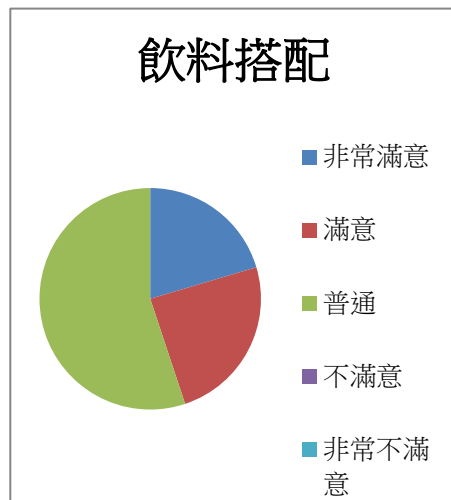


圖 2-19 頂呱呱飲料搭配調查

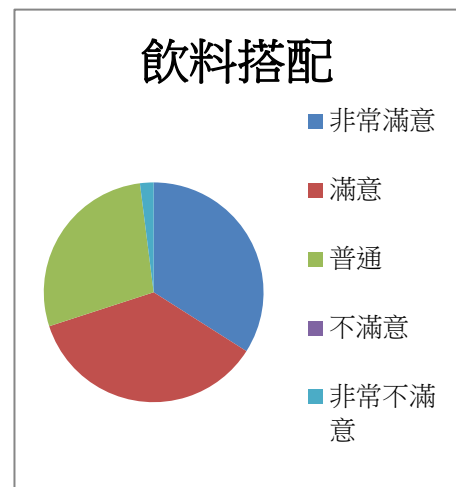


圖 2-20 肯德基飲料搭配調查

(九) 經過問卷的訪問由圖 2-21、圖 2-22 顯示因肯德基有最受民眾喜愛的蛋塔所以許多人都已非常滿意讚賞而頂呱呱的甜點較少所以大多數人都認為普通。

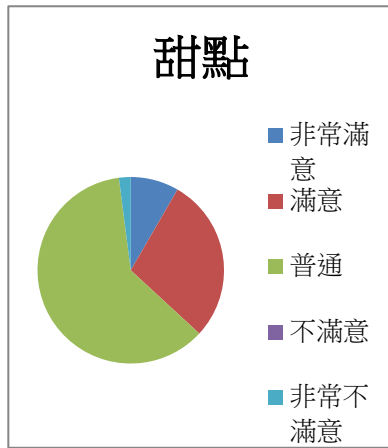


圖 2-21 頂呱呱甜點調查

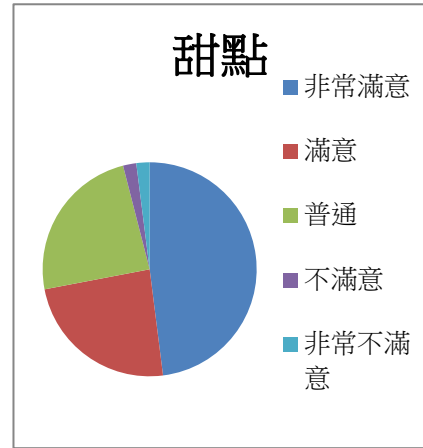


圖 2-22 肯德基甜點調查

(十) 經過問卷的訪問由圖 2-23、圖 2-24 顯示因肯德基的薯條為地瓜薯所以個人主觀感受不同調查結果也較為平均而頂呱呱的薯條跟市面上得差不多所以較為普通。

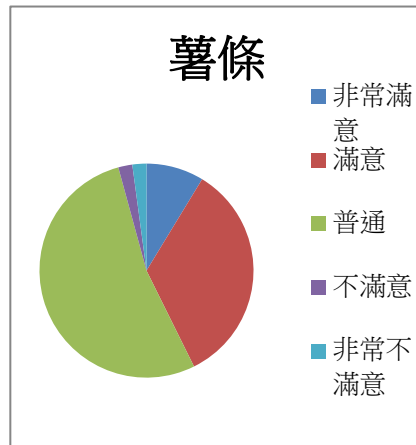


圖 2-23 頂呱呱薯條調查

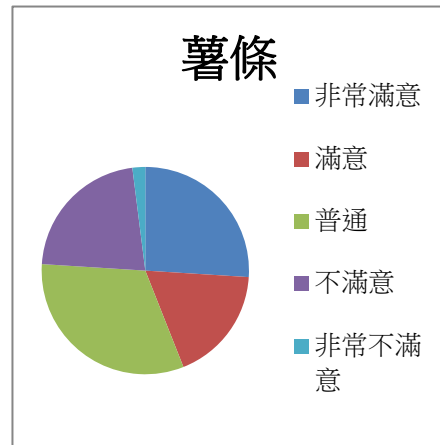


圖 2-24 肯德基薯條調查

(十一) 經過問卷的訪問由圖 2-25、圖 2-26 顯示因肯德基德蛋塔受到許多民眾得喜愛所以結果較為非常滿意偏高而頂呱呱的呱呱包口味較為特殊有許多民眾覺得較普通。

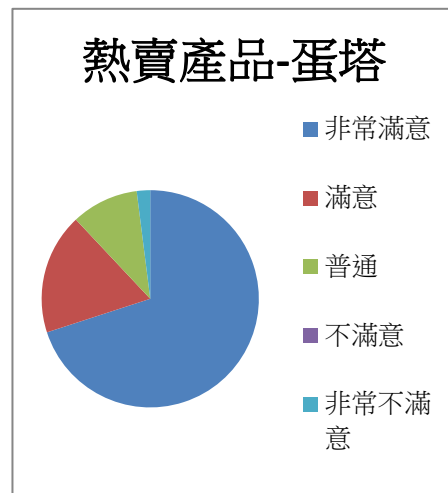
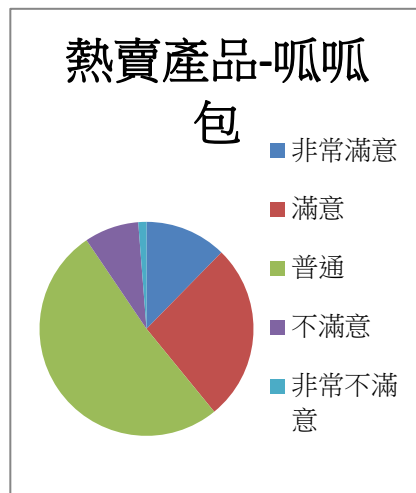


圖 2-25 頂呱呱 呱呱包調查

圖 2-26 肯德基蛋塔調查

#### 參、結論

經本專題研究，肯德基與頂呱呱都為台灣民眾最喜愛的美式炸雞而以問卷調查有許多不同的結果，大部分的結果都較偏滿意，也因兩家餐廳經營許久經營模式較為成熟許多的服務或者是餐點問卷調查結果都偏滿意，而交通因兩家餐廳駐點位子的不同所以調查結果有較大差異，希望本次專題研究與問卷調查可以幫助到肯德基與頂呱呱的餐廳營業更佳精進也希望幫助到他們更加了解消費者心態，讓經營更加順利。

#### 肆、引註資料

1. TKK Story 品牌故事與精神  
網址 <https://www.tkkinc.com.tw/story.html>
2. 文獻資料：TKK Access 店鋪資訊  
網址 <https://www.tkkinc.com.tw/access.html>
3. KFC 品牌故事  
網址 <https://www.kfcclub.com.tw/tw/Brand/AboutKFC.html>
4. TKK Side Dish 美味單品  
網址 <https://www.tkkinc.com.tw/story.html>
5. 圖片來源  
TKK 臉書粉絲專頁 TKK Side Dish 美味單品  
網址 <https://www.tkkinc.com.tw/story.html>  
[https://www.facebook.com/tkk.tw/?epa=SEARCH\\_BOX](https://www.facebook.com/tkk.tw/?epa=SEARCH_BOX)  
：KFC 臉書粉絲專頁 KFC 官方網站  
網址 <https://www1.kfcclub.com.tw/tw/>  
<https://www.facebook.com/kfctaiwan/?tn=%2Cd%3C-R&eid=ARDiN91D37Ove5vSa-k-8cJA5Gt-dZeWGRCByUuM-hZxtTGslHR0Cg82zuT3l-qByQYcjKubJLqdo2Y>
6. 楊上輝 (1996)。主題肯德基與頂呱呱都為連鎖經營餐廳。旅館經營管理實務。新北市：揚智。
7. 蕭富峯 (1988)。主題為顧客滿意度而與消費者相關聯。行銷實戰讀本。臺北市：遠流。