

内蒙古科技大学

内蒙古科学技术出版社

上册

赛音德力根 于海平 主编

学生优秀毕业设计（论文）选编

（2006届）

NEIMENGGU KEJI DAXUE

XUESHENG YOUXIU BIYE SHEJI XUANBIAN

内蒙古科技大学学生优秀 毕业设计(论文)选编(2006届)

* 上 册 *

主 编 赛音德力根 于海平

内蒙古科学技术出版社

图书在版编目(CIP)数据

内蒙古科技大学学生优秀毕业设计(论文)选编:2006届,上/赛音德力根,于海平主编. —赤峰:内蒙古科学技术出版社,2007.12

ISBN 978-7-5380-1654-3

I.内… II.①赛…②于… III.①高等学校—毕业设计—汇编—内蒙古—2006 ②高等学校—毕业论文—汇编—内蒙古—2006 IV.G642.477

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 196249 号

出版发行:内蒙古科学技术出版社

地 址:赤峰市红山区哈达街南一段4号

电 话:(0476)8224848 8231924

邮 编:024000

出 版 人:额敦桑布

组织策划:巴 图

责任编辑:张继武 那顺乌日图 阿如罕 季文波

封面设计:永 胜

印 刷:赤峰地质宏达印刷有限责任公司

字 数:980千

开 本:787×1092 1/16

印 张:47.75

版 次:2007年12月第1版

印 次:2007年12月第1次印刷

定 价:90.00元(上下册)

编委会

主 编:赛音德力根 于海平

副主编:贾慧媛

编 委:(排名不分先后)

宋义全 蔡颖 王楠 王涛

王英浩 吕跃聪 刘希裕 牛大伟

赵自豪 杜永胜 袁川峰 聂立

序

本科毕业设计(论文)是实现培养目标的重要教学环节,在本科教育中具有不可替代的作用,是对前期基础理论学习的深化与升华,是全面检验和提高学生综合素质与实践能力的主要手段。其基本教学目的是培养学生综合运用所学知识和技能的能力,提高分析与解决实际问题的能力,并在实践中培养学生勇于探索和创新的精神、严肃认真的科学态度和严谨求实的工作作风。同时,通过毕业设计(论文),学生们可获得参与科学研究或科技开发的机会,为下一步更好更快地适应新的工作岗位创造条件。

教育部发出通知指出,毕业设计(论文)是实现培养目标的重要教学环节,要求教育行政部门和各高校加强普通高等学校毕业设计(论文)工作。通知指出,毕业设计(论文)在培养大学生探求真理、强化社会意识、进行科学研究基本训练、提高综合实践能力与素质等方面,具有不可替代的作用,是教育与生产劳动和社会实践相结合的重要体现,是培养大学生的创新能力、实践能力和创业精神的重要实践环节。同时,毕业设计(论文)的质量也是衡量教学水平,学生毕业与学位资格认证的重要依据。

为了推动我校本科毕业设计(论文)工作,宣传我校优秀教学成果,我们收集整理了2006年本科毕业生的优秀论文,筛选出其中具有创新性、科学性的代表作品整理成册。

论文集所选稿件为各学院推荐的2006届应届本科毕业生优秀学士学位设计(论文)。我校组织专家对推荐的优秀学士学位论文(设计)进行评选,每个本科专业选取一篇,所选设计(论文)选题科学,符合本专业培养目标要求,能够较好地体现本专业基本知识、基本技能的综合应用,有一定的学术水平和独到见解,论文的观点和方法具有创新性。论文具有较大的理论价值与现实意义。

本论文集的文章代表了我校本科教学的优秀成果,是我校本科生优秀设计(论文)的典范。

编者

2007年9月18日

目 录

* 上 册 *

包头市快餐店选址分析	杜 涓	1
新会计准则对上市公司盈余的影响	郝静静	22
中国铁道出版社计算机项目中心营销分析	赵利清	35
解读蒙牛,透析整合营销传播	席玉春	50
Comparison of Chinese and English Idioms and Strategy for Their Cross-cultural Translation		
英汉成语的比较及其跨文化翻译策略	张 娟	57
光学双稳态及光开关	荣吉赞	65
稀土氧化物 + 炉渣添加剂对自蔓延陶瓷内衬钢管组织性能的影响	田仲良	110
与人类遗传疾病相关的重复序列的分子克隆策略	杜海燕	124
东升庙硫锌矿开拓开采方案设计	艾晓宗	156
包钢铁矿粉同化特性与黏结相自身强度的研究	荣兰玉	165
陕西财经学院学术交流中心设计	殷俊峰	197
ZRBF1300*3000*650 棒条筛优化设计应用软件的开发	袁 进	233
内蒙古科技大学文馨书院设计	董振华	244
某城区生活用水给水厂设计	孟庆香	262
利用 DTW 实现的孤立字识别	张 强	326

包头市快餐店选址分析

杜涓

(内蒙古科技大学经济管理学院 工商管理 2002-2 班)

摘要:经典零售选址理论认为,零售网点的选址主要有两种相关联,但又相互独立的位置决策类型:一种是交易区域的选择,另一种是在交易区域内特定位置的选择。但随着城市商业的发达程度日益提高,非常好的地理位置已经很难找到,快餐企业经常面对的是如何对可获店址进行分析比较,选择现有备选店址中的“百分百店址”,这对快餐企业来说是越来越现实的问题。基于这种情况,本文以零售商圈理论为基础,并结合国内外成功快餐企业进行比较研究,以期找到一种在可获店址中选择“百分百店址”的快餐店选址模式和方法,对包头各选定商圈进行综合分析,并结合实例,将选址进行了定量分析,便于日后进行更深层次的比较和分析。

关键词:商圈划分;选址分析;选址模型

Abstract:The classics retail the selected location theory to believe that, retails the mesh point the selected location mainly to have two kinds to be connected but mutually the independent position decision-making type: One kind is the transaction region choice, another kind is in the transaction region the specific position choice. But enhances day by day along with the city commercial developed degree, the extremely good geographical position already very was difficult to find, how did the fast-food enterprise frequently face was to may attain the shop site to carry on the analysis comparison existing, the choice prepares chooses in the shop site "the percentage hundred shops sites", this to the fast-food enterprise said was the more and more realistic question. Based on this kind of situation, this article take the retail merchant circle theory as a foundation, and unifies the domestic and foreign successes fast-food enterprise to conduct the comparison research, to the time will find one kind in to be possible to attain in the shop site chooses "the percentage hundred shops sites" the fast-food restaurant selected location pattern and the method, to carries on the generalized analysis in the Baotou each designation business circle, and the union example, is concrete the selected location judgment is the digital result, will be advantageous for carries on the comparison and the analysis in the future.

Key words: Business circle division, Selected location analysis, Selected location model

随着社会节奏的加快,人们外出就餐更加追求简便快捷、营养健康和品牌特色,快餐的社会需求不断扩大。目前,中国快餐业的发展尚处于借鉴、模仿和积累阶段,但快餐的消费市场与供应市场已基本形成。在中国沿海与内陆的一些大中型城市、旅游城市和经济较发达地区,快餐已成为出差、旅游、商务往来等流动人口和工薪阶层、学生在外活动就餐不可缺少的一种需求。据预测,本世纪初叶,中国快餐产业增量(营业额)达 2 000 亿元左右。这是中国商品市场和劳务市场中最大也是最有吸引力的利润单元,势必引发激烈的竞争,从而营造出新的产业平台和新的产业梯队。

快餐店是快餐公司的基本经营单位,是快餐公司的产品销售渠道。作为渠道开发的门店开发,一直是许多快餐公司感到头疼的问题。尤其是在商业比较发达的地区,非常好的地理位置已经很难找到,好的“百分百店址”要么已经被竞争对手提前抢占,要么就是被其它类型的商业机构所占据。对于有着明确发展步骤的餐饮企业来说,一方面,不可能等到“百分百店址”租期到期,因为这样会影响企业的总体发展战略和扩展速度;另一方面,如果“百分百店址”被竞争对手所占据,他们是不会轻易转让的,这必然会增加企业较高的额外成本。所以对于“place, place, and place”的现代快餐企业来说,如何在可获店址中进行科学的门店开发选址将是快餐企业发展的关键成败因素之一。

1 选址分析

中国有句俗语:一步差三市,从中可以窥见店址选择的重要性。对快餐企业而言,快餐店位置的重要性不可低估。店址选择是一项大的、长期性投资,关系着企业的发展前程。店址是确定经营目标和制定经营模式的重要依据。店址选择是否适当,是影响经营效益的重要因素。而任何备选店址都处在一定的商圈范图中,所以选址分析首先应该从商圈的研究入手。

1.1 基本的商圈划分

1.1.1 商圈的类型划分

——中心商业区(central business district, CBD)是一座城市的零售业中心,是城市中人们熟悉的传统商业繁华地带。全市性的主要大街贯穿其间,云集着许多著名的百货商店、超级市场和各类专业店,豪华大饭店、影剧院和办公楼也分布于此。CBD 的核心区一般不超过一平方英里,周围是文化和娱乐设施。这里吸引着来自整个市区的消费者,包括所有种族和所有阶层的人。

——次级商业区(secondary business district, SBD)是一座城市或城镇内无规划的购物区域,通常位于两条主要街道的交叉处,或者是 CBD 的延伸,抑或者是交通要道和交通枢纽,包括城市的直通街道、地下铁路中转站等。这些地点人流量大、交通便利、流动人口多、上下班时人流如潮,店址选择在此有很好的商机。通常,一座城市常有多个 SBD,这类商业区随

着城市人口增长和向更大的地理范围伸展而日益重要。

——城市居民商业区(neighborhood business district, NBD)的主要消费者是附近的居民,在这些地区开商店是为了服务和方便附近居民就近购买日用百货、杂品的需求,一般规模较小。NBD 向消费者提供了优越的位置,营业时间长,停车方便,环境不像 CBD、SBD 那样喧嚣。另一方面,商品和服务的选择范围有限,价格通常较高(从平均看),因为竞争者比 CBD 和 SBD 少。

——郊区购物中心是在城市交通日益拥挤,停车困难,环境污染严重及地价上升的情况下,随着高速公路发展和私人汽车大量增加,郊区的购物中心对顾客的吸引力越来越大。购物中心把许多分散的商店有序的组织起来,能够吸引附近更多的顾客,使各个分散的商店产生了聚集效应。在郊区购物中心,租金和税金不高,竞争不是很激烈,但交通不便,而且商品/服务种类较少,所以客流也不如 CBD、SBD 密集。

1.1.2 商圈的功能划分

——商业区。该区是商业行业的集中区,其特征为商圈大、流动人口多、热闹、各种商店林立。其消费习性为快速、流行、娱乐、冲动购买及消费金额比较高等。

——住宅区。该区户数多,至少须有 1 000 户以上。住宅区的消费习性为消费者群稳定,便利性、亲切感、家庭用品购买率高等。

——文教区。该区附近有大、中、小学校等。文教区的消费习性为消费者群以学生居多、消费金额普遍不高、休闲食品、文教用品购买率高等。

——办公区。该区为办公大楼林立。办公区的消费习性为便利性、外来人口多、消费水准较高等。

——混合区。住商混合、住教混合。混合区具备单一商圈形态的消费特色,属多元化的消费习性。见表 1.1。

表 1.1 包头部分地区的商圈划分

已选商圈	繁荣程度	功能特性	发展趋势	发展历史
包百步行街	CBD	商业区	成熟商圈	老
东华货仓总店	SBD	混合区	成熟商圈	老
北京华联	NBD	住宅区	正在完善	新
海德电脑城	SBD	商业区	正在完善	新
温州步行街	SBD	混合区	成熟	老
海德俱乐部	SBD	商业区	正在完善	新
神华会展中心	CBD	办公区	未成熟	新
沼潭区	郊区购物中心	文教区	未成熟	新
青山娜琳	CBD	商业区	成熟	老

1.1.3 商圈分析的内容

商圈分析的内容主要由以下部分组成:①人口规模及特征:我们可以通过市场调查技术和二手资料调查了解商圈的人口特点,其中包括商圈人口规模、人口主要构成、收入水平、消费习惯、受教育程度和年龄分布等。②供货来源:运输成本、运输与供货时间、制造商和批发商数目、可获得性与可靠性。③促销:媒体的可获得性与传达频率、成本与经费情况。各种促销手段的实行,例如外卖快送、赠送优惠券、小玩具等。④经济情况:主导产业、多角化程度、项目增长、免除经济和季节性波动的自由度。⑤竞争情况:现有竞争者的商业形式、位置、数量、规模、营业额、营业方针、经营风格、经营商品、服务对象、所有竞争者的优势与弱点分析、竞争的短期与长期变动、饱和程度。⑥商店区位的可获得性:区位的类型与数目,交通运输便利情况、车站的性质、交通联结状况、搬运状况、上下车旅客的数量和质量、自建与租借店铺的机会大小、城市规划、规定开店的主要区域以及哪些区域应避免开店、成本。⑦法规:税收、执照、营业限制、最低工资法、规划限制。⑧其他:租金、投资的最高金额、必要的停车条件等。

1.2 结合商圈分析进行选址分析

大型的快餐连锁公司一般都有自己专门的房地产开发公司,该部门负责寻找和评估可能的地理位置。这些部门经常掌握着一系列他们希望得到的热门地址的名单并想方设法最终占有这个地理位置。而以加盟连锁为主要经营模式的快餐连锁公司则拥有专门负责评估店址的部门,他们在快餐门店的店址选择上有着很明确的加盟标准。作为自己开店的评估标准,就要结合各个知名快餐店的选址策略,针对包头的实际情况加以运用。

下面结合商圈的内容,对选址做具体分析:

1.2.1 人口特征分析

①人口规模:首先要了解该商圈内居民的规模与密度,人口数量是衡量商圈内需求大小的重要参数。通常,人口越多,人口密度越大,潜在需求量就越大。②人口结构:主要是了解商圈内人员的主要构成,即商圈内是以常驻居民为主、工作人员为主还是商业流动人员为主,这三部分人口的消费特点各有不同。此外,还要了解这些潜在消费者的年龄结构、性别、文化程度、职业构成等等。③收入水平:一个地区人们的收入水平、物价水平都会影响到人们可供消费的金钱数量和他们必须支付的价格。一般地,当人们的可支配收入增加时,人们愿意支付更高价值的商品或服务,那么在快餐消费的频次和档次上会有所提高。④消费习惯:主要了解消费者选择到快餐店就餐的时间、条件和愿意支付的价格水平等等,通过对消费者消费行为的调查,不仅有助于快餐门店的选址,而且为将来快餐店的经营也具有积极的指导意义。

此外,家庭数目、收入分配、教育水平和年龄分布等情况可从政府的人口普查、购买力调

查、年度统计等资料中获知。还可以借鉴商业或消费统计公告中查到特定商品的零售额、有效购买收入、总的零售额等资料。

1.2.2 竞争分析

只有分析竞争状况之后才能正确评估某区域的市场机会。尽管某一商圈的消费特点与目标市场很接近,经济状况良好,人流量大,但如果竞争过于激烈,仍然不是最佳选择。同样,一个地区即便人口少,经济状况一般,如果竞争较缓和,也可能不失为较好的选址。同一商圈内快餐业的竞争状况可以从两个部分来考虑。一是直接竞争的评估,即提供同种经营项目,同样规格、档次的快餐企业可能会导致的竞争,这对快餐企业来说是消极的。例如,同一商圈内的肯德基和麦当劳,经营的都是汉堡包、炸薯条等食品,经营种类基本相似,所以对双方来讲是构成直接竞争,是消极的。二是非直接竞争,包括不同的经营内容和品种,或同样品种、不同规格或档次的快餐企业,这类竞争有时起互补作用,对快餐企业有时也是有利的。例如,在 Shopping Mall 中的快餐区,由各种经营内容、经营档次不同的快餐店构成,形成了“羊群效应”,更容易吸引大量的顾客光临这里,因为在这里就餐的选择性大大增加了。

一个地区快餐市场的饱和度可以分为快餐店不足区、快餐店过多区和快餐店均衡区三种情况。快餐店不足区(understored trading area)是指该区域快餐店太少,以至于难以满足所有消费者的需要。快餐店过多区(overstored trading area)是指该区域快餐店数量太多,以至某些快餐店难以获得正常利润。而在快餐店均衡区(saturated trading area)快餐店的数量和消费者的需求大致相符,同时快餐企业又能正常盈利。

一般评价竞争激烈程度可用饱和度指标评估:

$$IRS=C \times RE / RF$$

式中 IRS——商业圈的零售饱和指数;

C——商业圈内的潜在顾客数目;

RE——商圈内消费者人均零售支出;

RF——商圈内商店的营业面积。

假设在商圈内有 10 万个家庭,每周在食品中支出 25 元人民币,共有 15 个店铺在商圈内,共有 144 000 平方米销售面积。则该商圈的饱和指数为:

$$IRS=100\,000 \times 25 / 144\,000=17.36 \text{ 元}$$

这一数字越大,则意味着该商圈内的饱和度越低;该数字越小,则意味着该商圈内的饱和度越高。在不同的高圈中,应选择零售饱和指数较高的商圈开店。

1.3.3 发展潜力的分析

潜在商业价值评估是指对拟选开业的快餐店位置的未來商业发展潜力的分析与评价。评价快餐店位置的优劣时,既要分析现时的情况,又要对未来的商业价值进行评估,这是因

为一些现时看好的快餐店位置,随着城市建设的发展可能会由热变冷,而一些以往不引人注目的地段,也可能在不久的将来会变成繁华闹市。如果说市场饱和指数表明了现有的市场条件,那么,市场发展潜力则表明未来的发展方向。如北京市这样的古老城市,在旧城区改造过程中,在城区的四周建起了现代化的居民小区,许多居民乔迁新居,致使原来僻静的城外街道现在车水马龙十分热闹,构成生意旺盛的新商业街,而昔日远近闻名的传统商业街,比如前门大栅栏,虽然位于市中心区,也随形势的变化逐渐失去了光彩。因此,新快餐店在选址时,应更重视潜在商业价值的评估。主要应从以下几方面评价:

(1)拟选的快餐店地址所在区域在未来城区规划中的前景及其商业价值。

(2)所在区域未来是否会建写字楼、公园、剧院、博物馆纪念场所、学校、科研机构、购物中心等。

(3)未来人口增加的速度、规模及其购买力提高度。

(4)是否有“羊群效应”,即快餐店建设如果选在商业中心区或大的购物中心内,虽然使企业面对多个竞争对手,但因众多快餐店云集在一条街上,可以满足消费者多方面的需求,因而能够吸引更多的顾客前来消费,从而产生商业集聚效应。

2 选址分析的原则

2.1 针对目标消费群原则

任何快餐企业都要根据目标市场,选择适当的地点,建立相应的规模,选择相应的设施设备和相应的经营内容和服务档次。例如,麦当劳的目标消费群是年轻人、儿童和家庭成员。所以在布点上,一是选择人潮涌动的地方,以上海为例,如在地铁一号线布点10家,二号线也作了布点,在徐家汇、人民广场、新客站和五角场等交通集散点周边设点。二是在年轻人和儿童经常出没的地方布点,比如在南京路宝大祥儿童用品商店和淮海路青少年用品公司的前方站或附近设点,方便儿童出没就餐;在百货商厦和大卖场开店中店,吸引逛商店的年轻人就餐。

2.2 容易接近原则

快餐店应选择交通便利的商业区、经济区、文化区,应按所在地人们行进、停留的规律选址。某个位置的方位是指该店址在所在商圈内的相对位置。对于商业街来说,拐角的位置可能是很理想的,因为它位于两条街道的交叉处,具有“街角效应”。在这里,两条街道的客流和车流汇集于此,从而有更多的行人和车辆通过;橱窗陈列的面积增加;通过两个或多个入口,得以缓解人流的拥挤。同理,对于购物中心来说,入门附近的位置可能是比较理想的;而对于教育区来说,离学生上课的教学楼、学生宿舍和食堂近可能是比较理想的。例如,北京西

单是很成熟的商圈,但不可能西单任何位置都是聚客点,肯定有最主要的聚集客人的位置。开店地址差一步就有可能差三成的买卖。这跟人流动线(人流活动的线路)有关,可能有人走到这,该拐弯,则这个地方就是客人到不了的地方,差不了一个小胡同,但生意差很多。这些在选址时都要考虑进去。借鉴肯德基开店的原则:努力争取在最聚客的地方和其附近开店。总之,快餐门店原则上应选择在顾客容易接近的地段和位置,因为顾客是以方便性来决定进入那家快餐店。

2.3 具有可见度原则

麦当劳布点都选择在一楼的店堂,讲究醒目。透过落地玻璃橱窗,让路人感知麦当劳的餐饮文化氛围,体现其经营宗旨——方便、安全、物有所值。由于布点醒目,便于顾客寻找,也吸引人。快餐店的可见度是指快餐门店位置的明显程度,比如说选址的位置无论在街头、街中、巷尾,应让顾客从任何一个角度看,都能获得对快餐门店的规模和外观的感知,当然这需要从建筑、装饰等几个方面来完善。一般而言,快餐店紧靠某条主要街道、繁华的商业区域、文化区、火车站或旅游景点等。

2.4 战略性原则

快餐企业在选址时,除考虑外部因素外,还应考虑自身的条件,如企业的战略发展规划、资金状况、经营品种、方式等。不仅从战术上选址,还要从战略上选址。如麦当劳选址理论中的迂回战略。黄金地段闹市口,业主往往要价很高。当要价超过投资的心理价位时,麦当劳不急于求成,而是先发展其他地方的布点。通过别的网点的成功,让“高价”路段的房产业主感到麦当劳的引进,有助于提高自己的身价,于是再谈价格,重新布点。上海松江、杭州金山的两个布点,就是经过了这样的曲折。再如优势互动的双赢战略。麦当劳、肯德基、大快活等开“店中店”选择的“东家”,不少是牌誉较高的,如家乐福、百盛购物中心、上海广场、时代广场等。知名百货店为麦当劳带来客源,麦当劳又吸引年轻人逛商店,起到优势互补的作用。

3 店址评价指标及评分方法

3.1 选址评价参数

通过对备选店址所在商圈的宏观分析和对备选店址本身的具体分析,可归纳总结为以下四个选址评价参数。

(1)交通运输参数:用来评价店址所在商圈的过往交通限制、到达门店的交通便利度等。

(2)竞争饱和度参数:用来评价该商圈的竞争状况。该参数是竞争越激烈,参数分数越低,反之,竞争饱和度越低,则得分越高。

(3)人口分布及流量参数:评价该商圈的人口状况以及通过备选店址客流量状况。

(4)建筑物参数:主要包括店址的可见度、位置方位以及建筑物本身的物理条件。

3.2 选址模式

快餐门店选址模式:

$$Y_i = y'_i + u_i = \sum b_j X_{ij} + u_i$$

其中:

Y —— 备选店址总分

y' —— 备选店址参数总分

X_1 —— 交通运输参数

X_2 —— 竞争饱和度参数

X_3 —— 人口分布及流量参数

X_4 —— 建筑物参数

u —— 经验系数(取值为0~1)

$b_1 \sim b_4$ —— 用来衡量 $X_1 \sim X_4$ 四个参数权重的系数且 $\sum b_j = 1$

j —— 从1到4

i —— 第 i 个备选店址 ($i > 0$)

3.3 店址评价方法步骤

3.3.1 调查分析

没有调查就没有发言权。快餐店选址决策的许多数据是通过调查研究获得的。调查主要是采取定量与定性相结合,访问调查与现场观察相结合,文献调研与实地调研相结合的方法。并需要从众多的调查资料中去粗存精。应该说,快餐店选址调查是一项工作量大、内容繁重的工作,所以需要本着严谨、认真负责的工作态度和科学的调查方法,这样所获得资料才更有说服力,也更有价值。

3.3.2 参数评分

各因素都分为七个等级,其中,1表示最差,7表示最好。见表3.1。

表 3.1 选址参数量表

选址参数	1 表示最差	7 表示最好
交通运输参数	1 ___ 2 ___ 3 ___ 4 ___ 5 ___ 6 ___ 7 ___	
竞争饱和度参数	1 ___ 2 ___ 3 ___ 4 ___ 5 ___ 6 ___ 7 ___	
人口分布及流量参数	1 ___ 2 ___ 3 ___ 4 ___ 5 ___ 6 ___ 7 ___	
建筑物参数	1 ___ 2 ___ 3 ___ 4 ___ 5 ___ 6 ___ 7 ___	

3.3.3 确定系数

系数的确定主要是与经验、专业人士以及专家的共同意见相关,而且与快餐企业自身的实力、发展战略以及快餐店的出品、经营方式、经营格局密切相关。所以,不同的快餐企业在运用本模型时,每个参数前的系数应该是不同的,但必须都要遵守四个系数之和为1的守则。

3.3.4 加权求和

根据以上的评分公式,将得出的各参数评分和各自的系数带入式中,就将得出该店址的参数总分。例如,店址A的四个选址参数的评分分别为4分,4分,6分,6分,与其对应的系数分别为0.3,0.3,0.15,0.25,则该店址的参数总分为 $Y_A = 4 \times 0.3 + 4 \times 0.3 + 6 \times 0.15 + 6 \times 0.25 = 4.8$ 分。

得出店址的参数总分后,再加上该店址的经验系数就得到该店址的最终店址总分。经验系数的确定主要是由资深专业人士根据自己在职场中多年摸爬滚打所锻炼出来的直觉获得,这往往也是店址选择中一个不可忽略的因素。例如上例中,店址的参数得分是4.8分,而对其给出的经验系数为0.6,则A店址的最终店址总分为5.4分。

3.3.5 店址选择

在几个备选店址的最终得分得出后,就可以进行比较了。承上例,店址A的得分为5.4分,店址B的得分为4.9分,店址C的得分为5.9分。从计算结果看备选店址C最佳,店址A次之,店址B最次,但这并非意味店址C是事实上的最佳选择,还需做进一步分析。分析主要内容有:地点条件与快餐企业业态相符程度,销售前景分析,竞争地位分析,与周围其他类型快餐店的相容能力分析。在相关分析后,快餐企业可以找到预期获利最佳的店址。对于快餐企业而言,这是一个优化决策问题。

4 选址实证运用

对上述已选商圈中选两个进行实证运用。所选为神华商圈和华联商圈,计划开店经营模式为中式快餐店,主要经营面条、包子、水饺、馅饼、家常各种凉菜拼盘、精致小炒,要求方便、卫生、快捷,规定价格为工薪大众消费所能接受,即“五元吃饱,十元吃好”。

4.1 神华商圈

所选神华商圈的范围是从少线路以西至市府西路,从钢铁大街以北至友谊大街。

4.1.1 人口状况分析

商圈内商业机构状况

(1)本商圈内存在很多商业机构,主要有永盛成超市、神华亿佰购物广场、神华影院、蓝

天商厦、小规模的配件中心等等。员工用餐方式多种多样。见表 4.1。

(2) 员工就餐方式

这些商业机构的员工就餐情况按人数的比例为:在外部就餐的(在外面餐馆里就餐)占 4.9%,内部食堂就餐的占 10.0%,外买快餐的占 34.29%,其他方式(包括自带或回家吃)的占 51.43%。见图 4.1。

表 4.1 神华商圈商业机构表

序号	名称	员工人数	序号	名称	员工人数
1	永盛成超市	208	15	精品烟酒专卖	4
2	亿佰购物中心	380	16	中体倍力健身俱乐部	69
3	蓝天商厦	405	17	普天通信专卖	113
4	新鑫制冷设备	6	18	昆区图片社	26
5	仕奇西服专卖	8	19	西秀美业	33
6	鄂尔多斯羊绒店	8	20	宝贝摄影	17
7	荣仕雅羊绒	6	21	阳光音像	7
8	塞汗王羊绒制品	6	22	中国包头国际旅行社	47
9	欣欣烟酒专卖	2	23	双龙超市	26
10	内蒙古电视台广告部	4	24	神州旅行社	17
11	内蒙古晨报广告部	4	25	女子舍宴会馆	22
12	天马家居装饰	10	26	瑜伽健身中心	19
13	淘趣园	1	27	律师事务所	36
14	小丽花艺术中心	12	28	太阳神美发	41

总员工人数:1 537

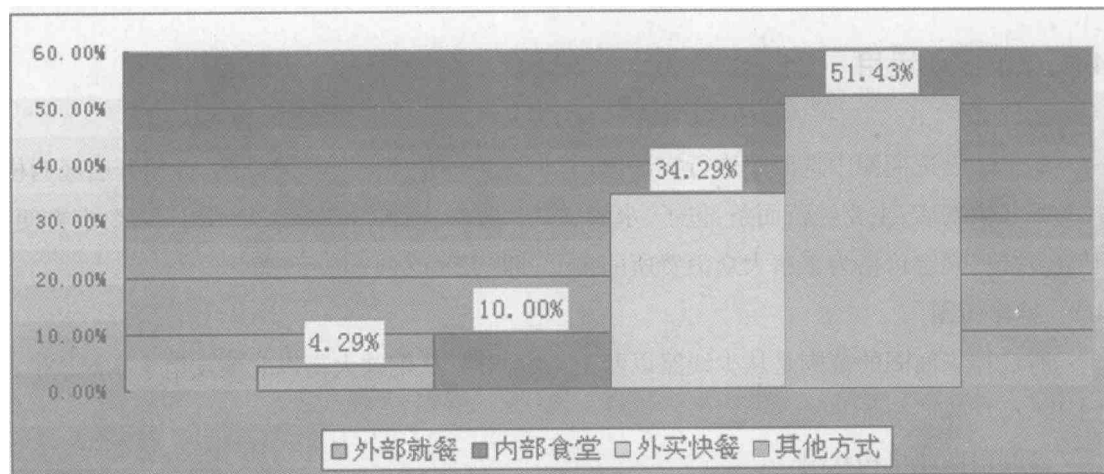


图 4.1 商业机构员工就餐方式

商圈内其他机构情况

在商圈内还有银行机构，大型公司，其员工大多回家就餐或自带。具体机构名称见表 4.2。

表 4.2 其他机构人数调查表

序	1	2	3	4
名称	工商银行	农业银行	中国银行	包头商业银行
员工数	12	7	3	9

总员工数:41人

商圈内居民情况

本商圈内有三个居民小区:广基花园、锡华小区、香港花园;一个高级公寓区:神华公寓。本商圈属于新兴的高消费商圈,周围居民居住稳定,人数多,收入高,属于高消费群体。

4.1.2 交通状况分析

在这个已选区域内的交通状况见表 4.3。

表 4.3 商圈公交线路一览表

公交线路	路向	商圈内站名	起始车站	终点站	首末班时间
22	双向	蓝天商厦	包头站	都兰小区	6:10—19:40
35	双向	蓝天商厦	二旅社	三环集团	6:30—19:30
40	双向	蓝天商厦	民主路	二旅社	6:50—19:30

4.1.3 竞争状况分析

(1)在此商圈内分布有东来顺、意大利漫步餐厅、万顺园、松花江美食等许多餐饮店。具体分布见表 4.4。