

# 高雄市高英高級工商職業學校

Kao Ying Industrial Commercial Vocational High School

## 專題製作報告



### 新光三越週年慶活動

指導教授：\_\_\_\_\_ 蔡建樹 \_\_\_\_\_ 教授

指導老師：\_\_\_\_\_ 王美金 \_\_\_\_\_ 老師

科別班級：\_\_\_\_\_ 資料處理 \_\_\_\_\_ 科 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_ 年 \_\_\_\_\_ 1 \_\_\_\_\_ 班

座 號：\_\_\_\_\_ 03、14、26、29、31 \_\_\_\_\_

姓 名：\_\_\_\_\_ 李奕珉、郭惠涵、蘇羿如、李柏昌、楊士慶 \_\_\_\_\_

中 華 民 國 103 年 03 月

## 目錄

壹、前言.....	2
一、研究動機.....	2
二、研究目的.....	2
貳、正文.....	3
一、顧客滿意度（Customer Satisfaction，簡稱CSI）.....	3
二、品牌忠誠度（Brand Loyalty）.....	3
三、消費者行為.....	3
四、公司歷史.....	3
五、公司理念.....	3
六、SWOT分析.....	4
參、問卷分析.....	5
一、消費者基本資料.....	5
二、消費者消費行為.....	8
肆、結論.....	11
伍、參考文獻.....	12
附錄.....	13

## 圖表索引

▲圖 1 消費者性別比例分析圖.....	5
▲圖 2 消費者年齡比例分析圖.....	5
▲圖 3 消費者學歷比例分析圖.....	6
▲圖 4 消費者職業比例分析圖.....	6
▲圖 5 消費者月收入比例分析圖.....	7
▲圖 6 消費者搭乘交通工具比例分析圖.....	7
▲圖 7 消費者如何得知新光三越比例分析圖.....	8
▲圖 8 消費者為何來此消費比例分析圖.....	8
▲圖 9 週年慶之外來店次數比例分析圖.....	9
▲圖 10 消費者所消費之商品比例分析圖.....	9
▲表 1 顧客滿意度定義的彙整表.....	3
▲表 2 新光三越SWOT分析 .....	4
▲表 3 五點量表.....	10

# 新光三越週年慶活動

## 摘要

本次專題主要目的是為了瞭解眾多消費者為何選擇來新光三越消費，又是因為哪些活動吸引消費者前來購物，還有百貨業者又是如何從其他百貨業競爭中脫穎而出。

我們為了達到上述目標擬定了研究目的與方法及參考網路資料再以問卷方式來尋找更具體的研究目標。

關鍵字：百貨業者、百貨業競爭

## 壹、前言

### 一、研究動機

在目前經濟景氣並不活絡的情況下，百貨業的競爭相當激烈，業者除了要面對內部經營管理的問題還要面對來自同業的競爭，在這樣的情形又要如何在眾多百貨公司中異軍突起，創造更高的業績，業者也需要花點時間和動點腦筋。百貨業者是以哪些活動刺激來客率？是因為怎樣的服務品質使業績蒸蒸日上？又是否有哪些特殊之處來吸引消費者的？這些問題引起我們的興趣。

### 二、研究目的

基於上敘的動機，本研究目的如下：

1. 探討新光三越吸引人潮的原因
2. 探討新光三越主要的消費族群
3. 探討新光三越顧客對於折扣的滿意度
4. 透過問卷分析給予百貨業者們行銷方面的建議

## 貳、正文

### 一、顧客滿意度 (Customer Satisfaction, 簡稱 CSI)

顧客滿意度最早是由Cardozo在1965年所發表的「顧客的投入、期望和滿意的實驗研究」。Cardozo認為若顧客滿意度的增加會造成顧客再次購買行為的增加，而且也會購買企業的相關產品。後來的學者對顧客滿意度的定義都有些許的不同。以下表1為各學者對顧客滿意度的定義。

▲表1 顧客滿意度定義的彙整表

作者 (年份)	定義
Howard&Sheth (1969)	認為顧客滿意度是顧客對購買產品而做的犧牲(如:時間、金錢等)所得到的補償是否值得的一種認知狀態。
Woodside&Daly (1989)	認為顧客滿意度是種消費態度,而且是種購買後的反應,其反應出顧客在使用後喜歡或不喜歡的程度。
Lovelock (1996)	認為顧客滿意度主要基於使用者對產品或服務的使用效能與期望之比較。

### 二、品牌忠誠度 (Brand Loyalty)

消費者已再度購買產品或其他等方式繼續使用與支持某品牌的產品及服務等的積極行為,或以口耳相傳之方式宣傳某品牌。另外,所謂「真正的品牌忠誠度」是指消費這對於此品牌具有高度的認可及信賴,然後已再度購買的方式表達。

### 三、消費者行為

消費者為了取得、使用某項產品或服務所進行的各種行為,包括決定行為的過程。而消費者行為被認定與產品、服務等的交換具有密切的關聯,所以現代也愈來愈重視。

### 四、公司歷史

1993年底高雄三多店以全客層大型綜合性百貨公司的型態首家進駐高雄三多商圈。以塑造維繫價格與品牌優質形象的百貨公司而努力,堅持提供消費者絕對高品質的精緻商品,創造兼具設計感、功能性與實用性的多樣化商品,將滿足都會家庭的生活所需。不但大幅提昇了三多商圈的生活機能,並促成各大型飯店、電影院、百貨的相繼進駐;捷運通車後,使其商業潛力再昇華

### 五、公司理念

新光三越所到之處皆以獨具特色的各項服務吸引人潮聚集,每年吸引超過一億人次的顧客造訪。未來,新光三越仍將秉持真心誠意的經營理念不斷向前邁進,並善盡企業社會責任,為人們帶來更愉悅美好的生活體驗。

## 六、SWOT 分析

▲表 2 新光三越 SWOT 分析

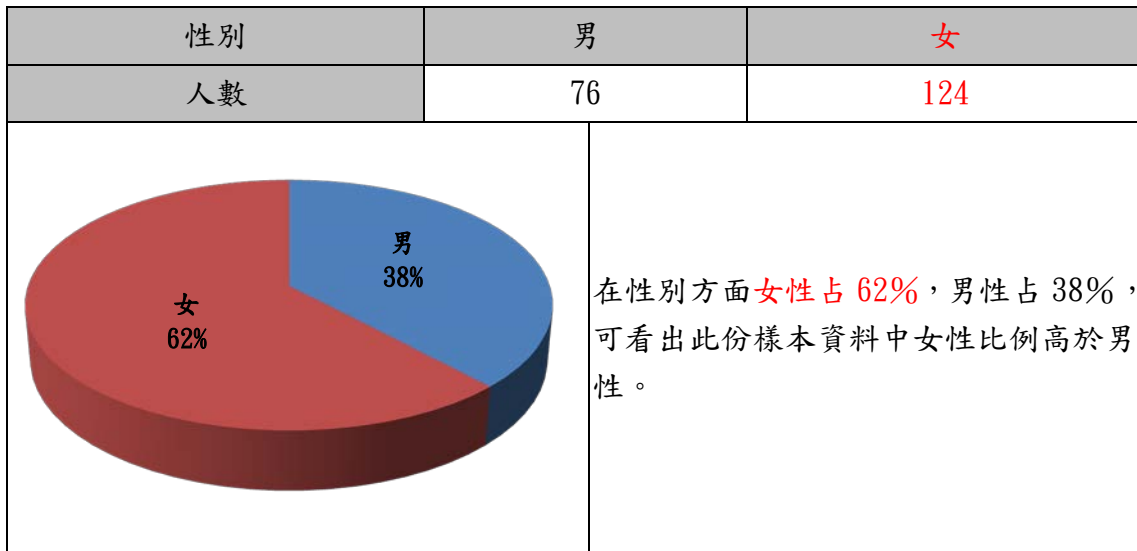
內部優勢 (Strengths)	劣勢 (Weaknesses)
提供齊全的商品及完整而貼心的服務機能	1. 競爭激烈，市場區隔不易 2. 行銷策略不足，與競爭者市場太過接近
市場機會 (Opportunities)	威脅 (Threats)
1. 優惠方案較其他百貨多 2. 活動要其他百貨多	1. 產業競爭對手增加，市場縮小 2. 經濟不景氣，消費者購買意願改變

## 參、問卷分析

### 一、消費者基本資料

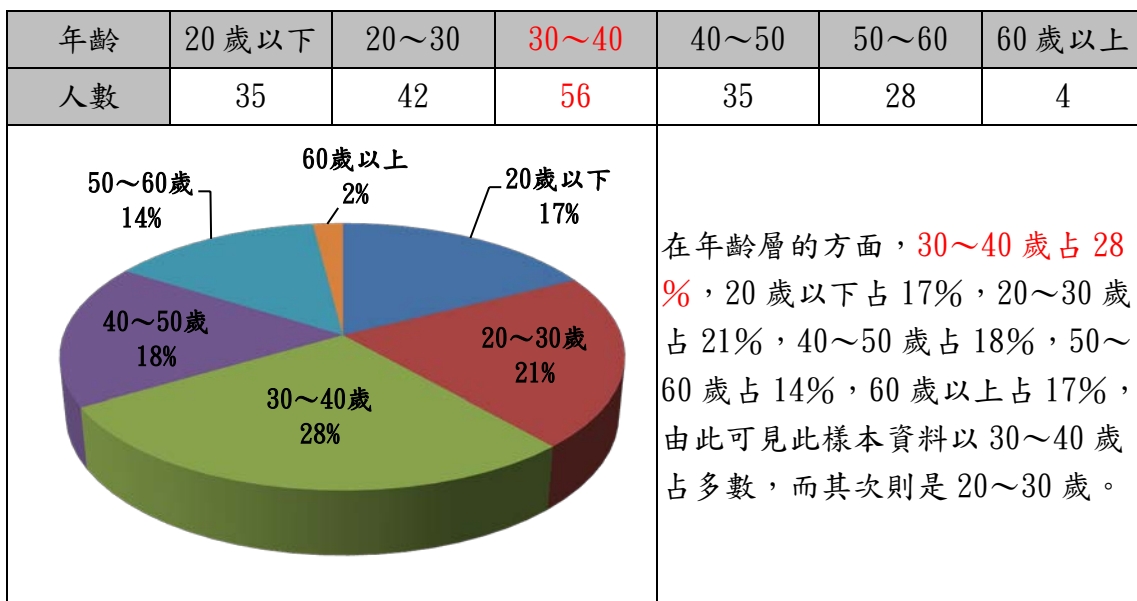
此部分針對回收樣本之基本資料進行敘述性的統計分析，藉此了解樣本的基本分布，以作為後續分析的依據。

#### 1. 性別



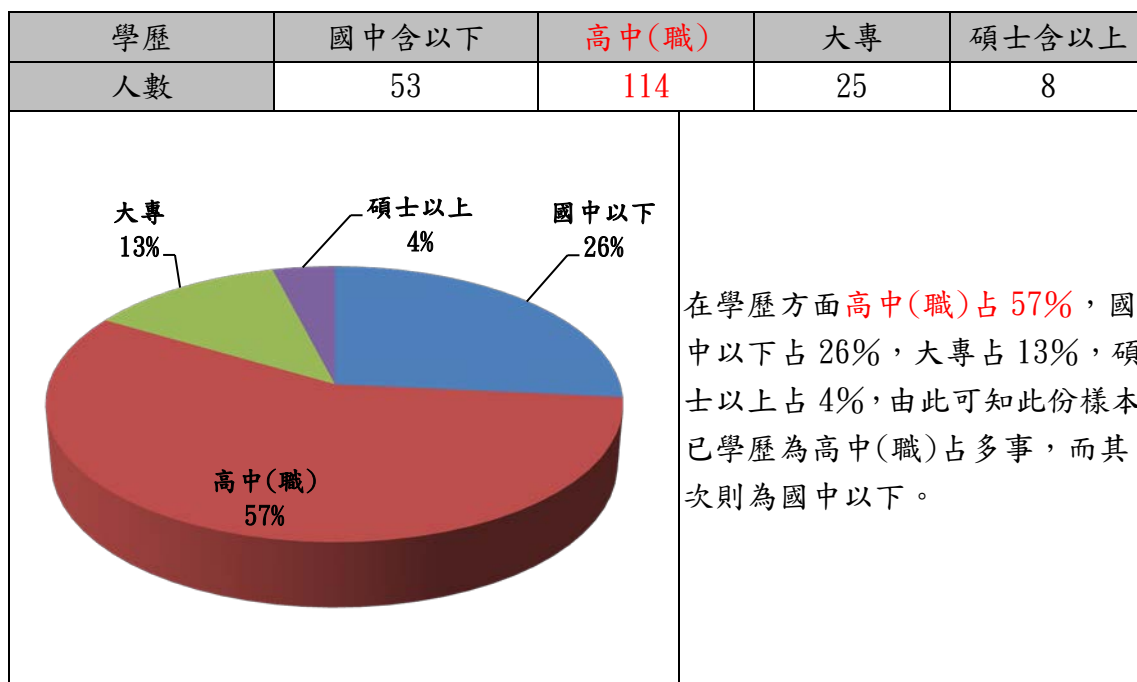
▲圖 1 消費者性別比例分析圖

#### 2. 年齡



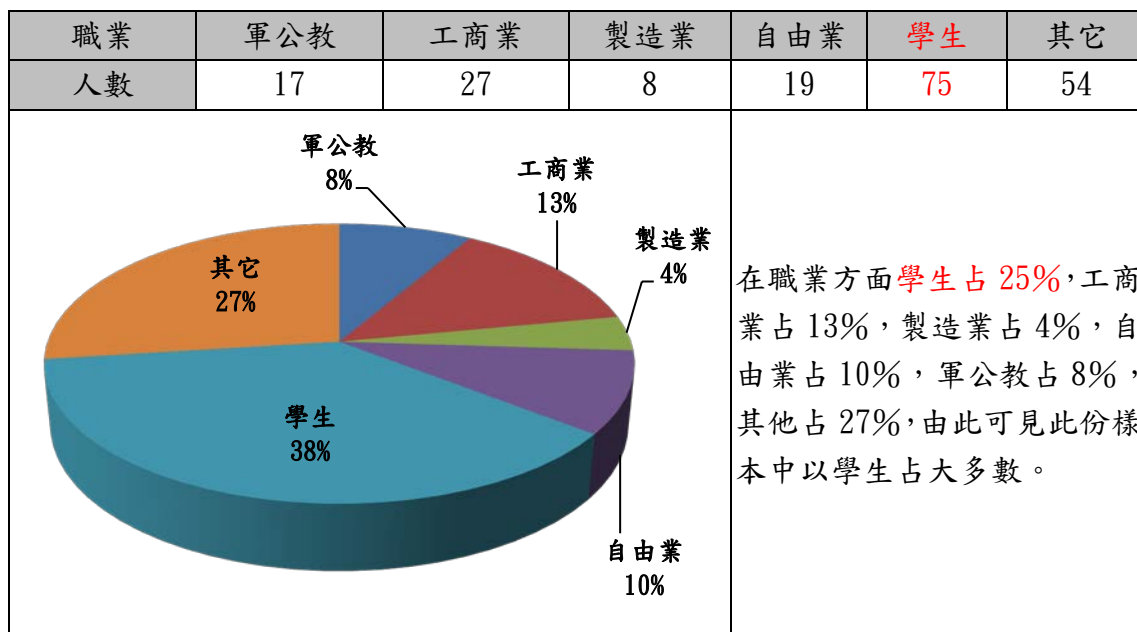
▲圖 2 消費者年齡比例分析圖

### 3. 學歷



▲圖3 消費者學歷比例分析圖

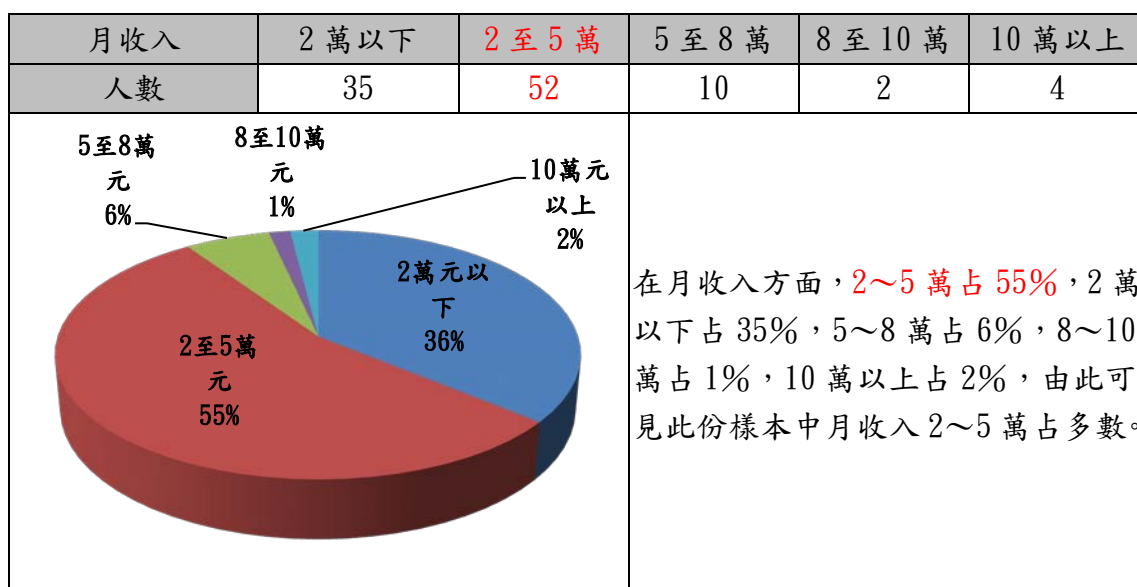
### 4. 職業



▲圖4 消費者職業比例分析圖

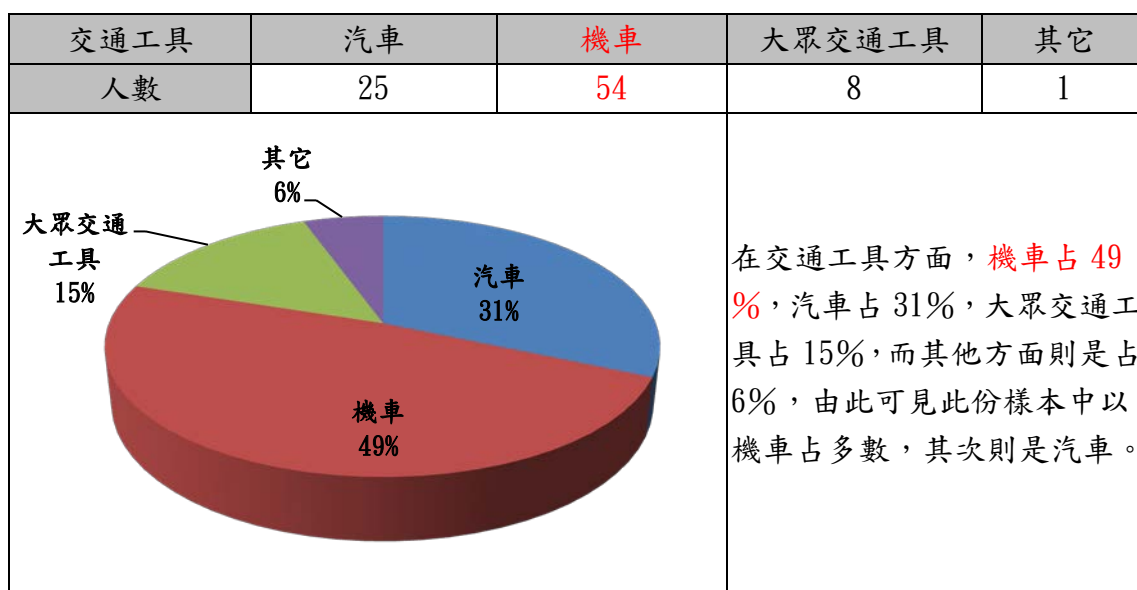


## 5. 月收入



▲圖 5 消費者月收入比例分析圖

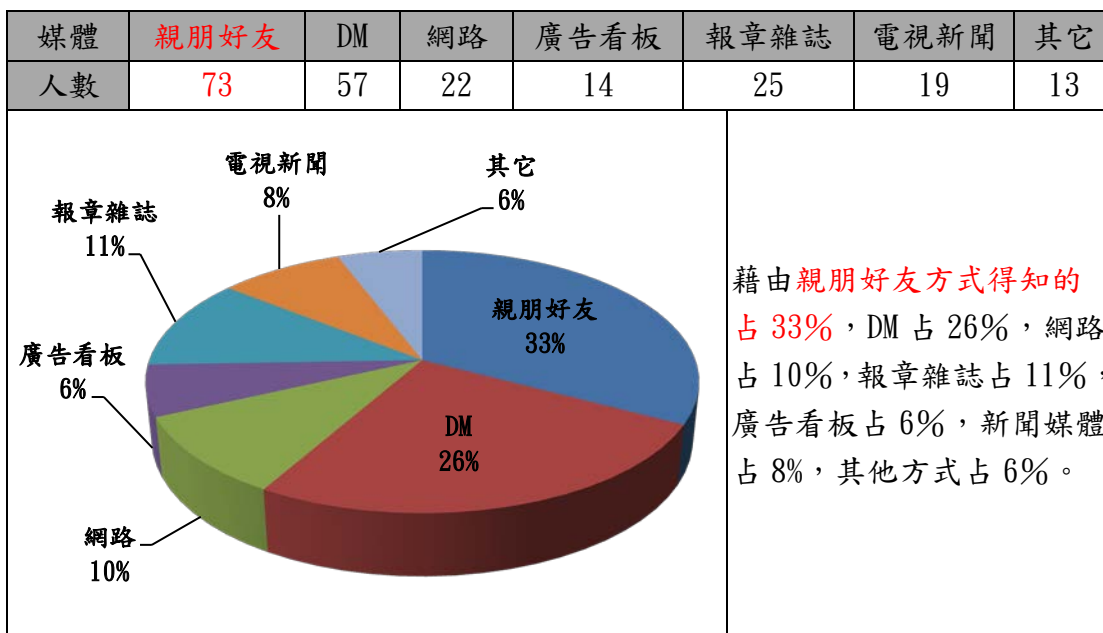
## 6. 搭乘交通工具



▲圖 6 消費者搭乘交通工具比例分析圖

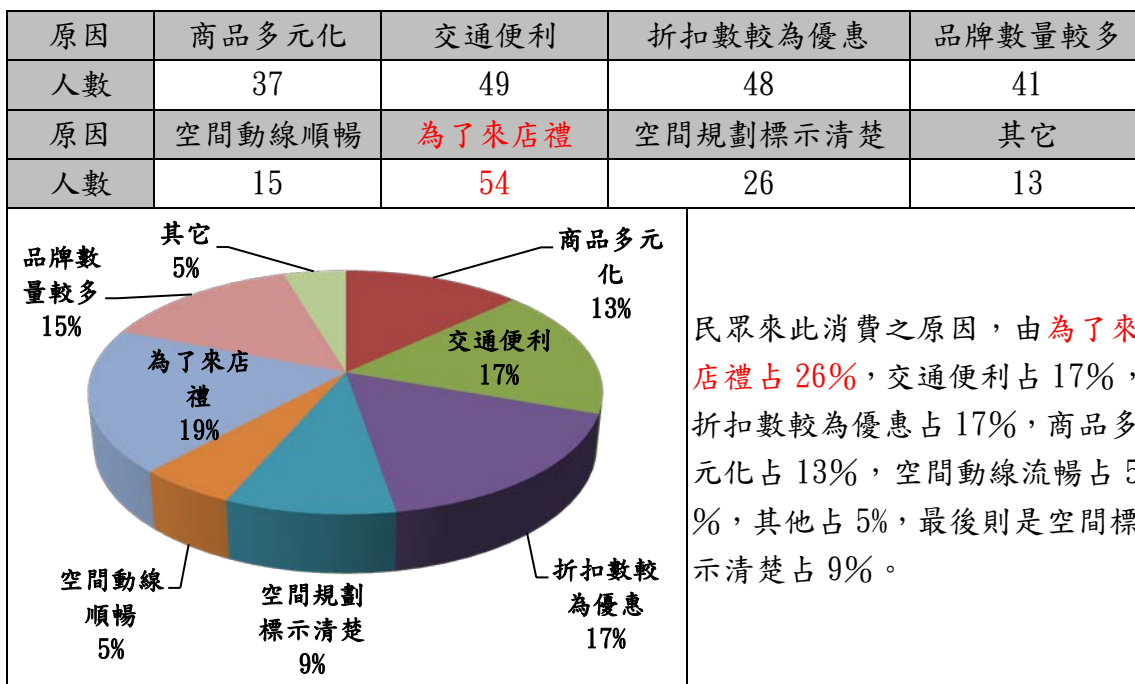
## 二、消費者消費行為

### 1 您是如何得知此活動



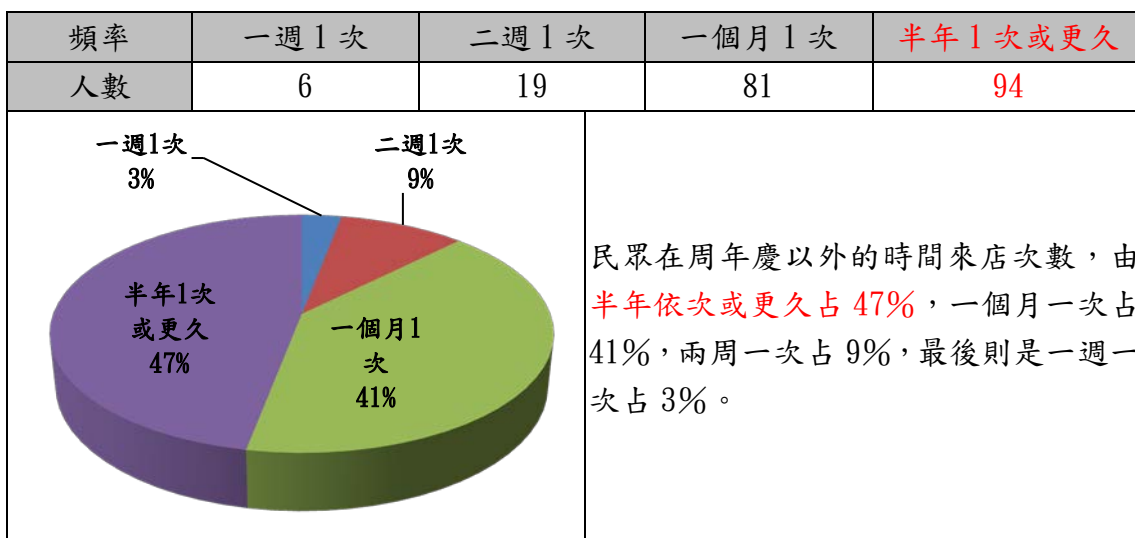
▲圖 7 消費者如何得知新光三越比例分析圖

### 2 您為何來此消費



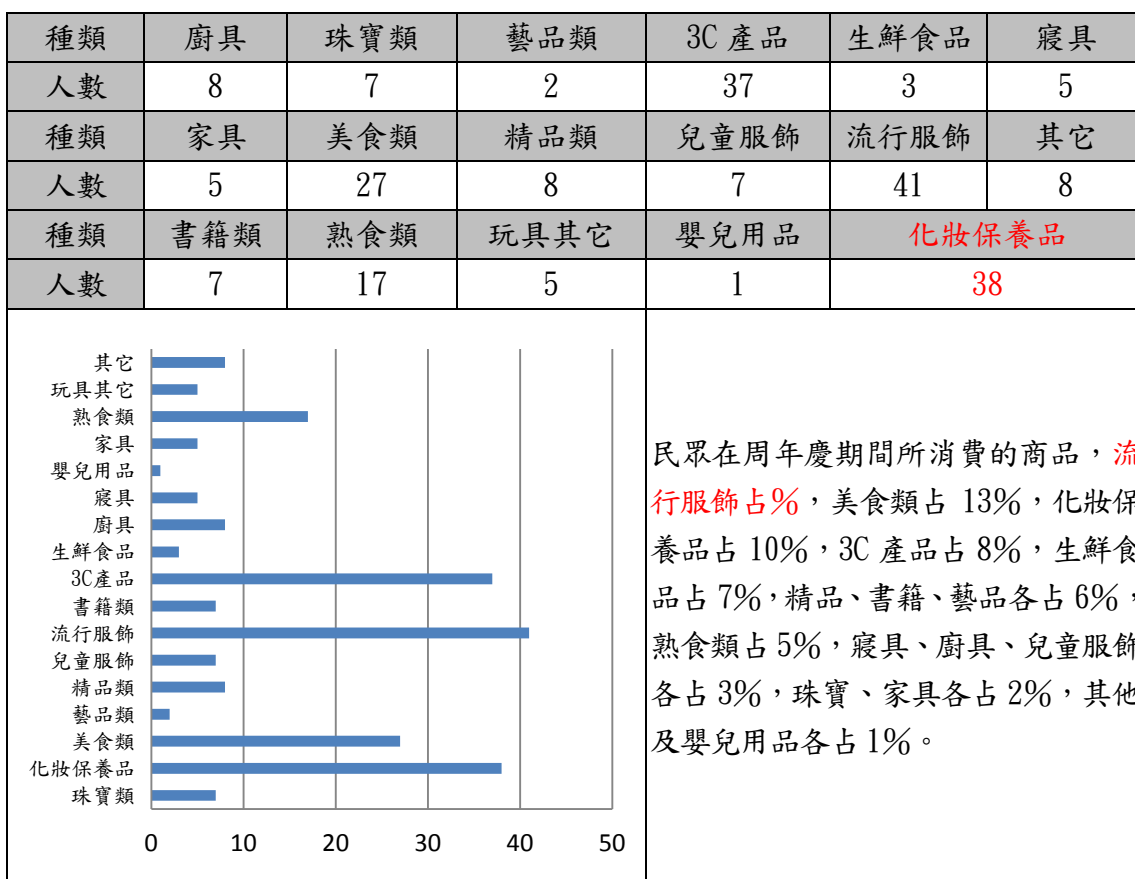
▲圖 8 消費者為何來此消費比例分析圖

### 3 除了週年慶以外前來的次數



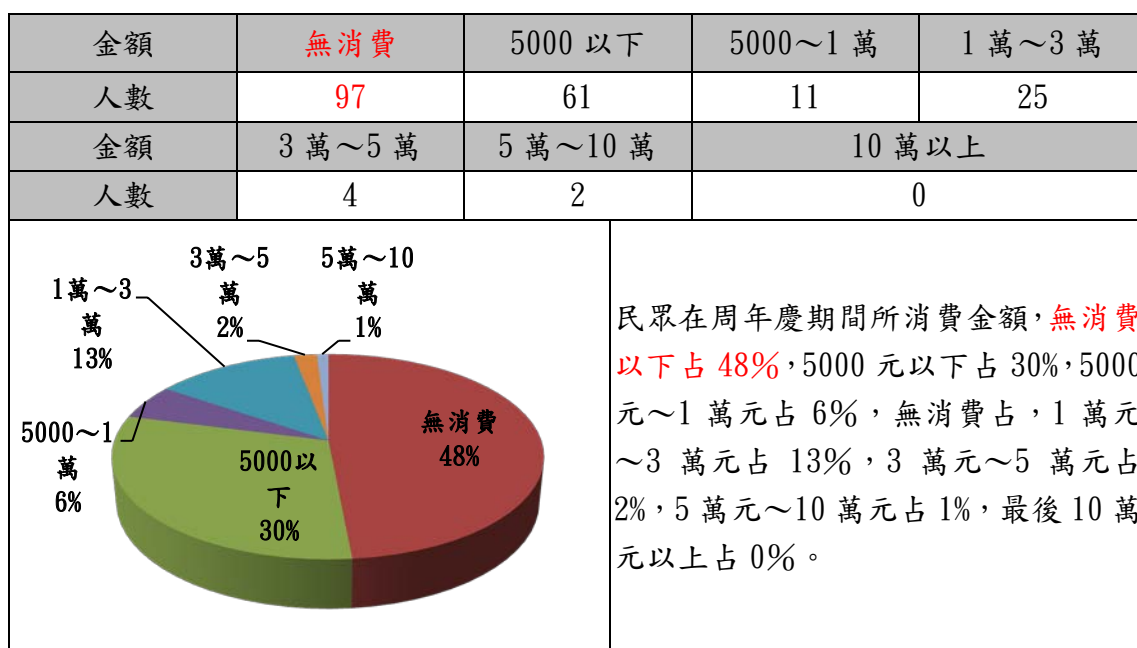
▲圖 9 週年慶之外來店次數比例分析圖

### 4 您此次所消費的商品



▲圖 10 消費者所消費之商品比例分析圖

## 5 您此次所消費的金額



▲圖 11 消費者此次所消費金額比分析例圖

▲表 3 五點量表

	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意	平均	名次
1 對於品牌種類齊全性的滿意度	11	69	23	0	0	3.86	4
2 對於這次週年慶的折扣的滿意度	22	52	25	4	0	3.89	2
3 對於交通便利性的滿意度	15	50	33	5	0	3.73	6
4 對於櫃位的動線規劃的滿意度	10	43	49	1	0	3.60	10
5 對於本次週年慶的來店禮的滿意度	10	52	39	2	0	3.68	8
6 對於本次週年慶推出的商品組合的滿意度	13	47	43	0	0	3.71	7
7 對於本次週年慶結帳速度的滿意度	10	60	31	2	0	3.76	5
8 對於整體環境的整潔的滿意度	13	70	18	2	0	3.91	1
9 對於本次週年慶的商品目錄的滿意度	14	45	40	4	0	3.67	9
10 對於本次週年慶整體的滿意度	20	51	32	0	0	3.88	3

## 肆、結論

藉由上述問卷調查統整及分析出以下結論：

參加新光三越週年慶的消費族群以 30~40 歲的女性為主，交通方式大多數的民眾選擇以機車和汽車為主，經過現場勘查本小組發現在新光三越周邊的停車位是相當稀少，建議業者可新增汽機車停車場。

在周年慶期間購買流行服飾的消費者居多，而購買家具及嬰兒用品等消費者稀少，建議業者可在周年慶期間提供更多的折扣與優惠或能在其間提供較多與滿千送百或者多增加來店禮獎項等相關活動。

## 伍、參考文獻

註 1 施惠珊·品牌形象、品牌體驗、促銷策略、顧客滿意度與品牌績效之研究 —以百貨業為實證·臺北科技大學經營管理系碩士班學位論文 2012 年取自

<http://www.airitilibrary.com/Publication/alDetailedMesh?DocID=U0006-1906201221221000>

註 2 池文海、張書豪、彭偉族·品牌知名度與品牌形象影響品牌忠誠度之探討—以國產米酒業為例·輔仁管理評論 14 卷 3 期 2007 年 10 月 01 日取自

<http://www.airitilibrary.com/Publication/alDetailedMesh?DocID=10254412-200710-14-3-19-43-a>

註 3 方文昌、張重昭、汪志堅·台灣行銷與消費者行為研究論文在國際頂尖期刊的發表現況·行銷評論 3 卷 2 期 2006 年 06 月 01 日取自

<http://www.airitilibrary.com/Publication/alDetailedMesh?DocID=18134483-200606-3-2-137-148-a>

註 4 新光三越分店簡介-三多店取自

<http://www.skm.com.tw/zh-TW/Store/Information/7ff2bb12-8b45-450a-8942-86eb0cc10e14>

註 5 關於新光三越取自

<http://www.skm.com.tw/zh-TW/Home/About>

## 附錄

# 問卷調查

第一：

1 您的性別為：	<input type="checkbox"/> 男	<input type="checkbox"/> 女		
2 您的年齡為：	<input type="checkbox"/> 20歲以下	<input type="checkbox"/> 20~30歲	<input type="checkbox"/> 30~40歲	<input type="checkbox"/> 40~50歲
	<input type="checkbox"/> 50~60歲	<input type="checkbox"/> 60歲以上		
3 您的學歷為：	<input type="checkbox"/> 國中含以下	<input type="checkbox"/> 高中(職)	<input type="checkbox"/> 大專	<input type="checkbox"/> 碩士含以上
4 您的職業為：	<input type="checkbox"/> 軍公教	<input type="checkbox"/> 工商業	<input type="checkbox"/> 製造業	<input type="checkbox"/> 自由業
	<input type="checkbox"/> 學生	<input type="checkbox"/> 其它		
5 您的月收入為：	<input type="checkbox"/> 2萬元以下	<input type="checkbox"/> 2至5萬元	<input type="checkbox"/> 5至8萬元	
	<input type="checkbox"/> 8至10萬元	<input type="checkbox"/> 10萬元以上		
6 您所搭乘的交通工具為：	<input type="checkbox"/> 汽車	<input type="checkbox"/> 機車	<input type="checkbox"/> 大眾交通工具	<input type="checkbox"/> 其它

第二：

1 您是如何得知此活動（可複選最多3項）：			
<input type="checkbox"/> 親朋好友	<input type="checkbox"/> 網路	<input type="checkbox"/> 報章雜誌	
<input type="checkbox"/> DM	<input type="checkbox"/> 廣告看板	<input type="checkbox"/> 電視	
<input type="checkbox"/> 其它			
2 陪同你前來的人是：			
<input type="checkbox"/> 親人	<input type="checkbox"/> 朋友	<input type="checkbox"/> 獨自一人	<input type="checkbox"/> 其它
3 你此次前來的人數：			
<input type="checkbox"/> 一~二人	<input type="checkbox"/> 三~四人	<input type="checkbox"/> 五人以上	
4 您除了週年慶以外前來的次數：			
<input type="checkbox"/> 一週1次	<input type="checkbox"/> 二週1次	<input type="checkbox"/> 一個月1次	<input type="checkbox"/> 半年1次或更久
5 您為何來此消費（可複選最多3項）：			
<input type="checkbox"/> 商品多元化	<input type="checkbox"/> 交通便利	<input type="checkbox"/> 折扣數較為優惠	<input type="checkbox"/> 空間規劃標示清楚
<input type="checkbox"/> 空間動線順暢	<input type="checkbox"/> 其它	<input type="checkbox"/> 品牌數量較多	<input type="checkbox"/> 為了來店禮
6 您是否已完成消費：			
<input type="checkbox"/> 是	<input type="checkbox"/> 否（請跳至第9題）		
7 您此次所消費的商品（可複選最多3項）：			

<input type="checkbox"/> 珠寶類	<input type="checkbox"/> 化妝保養品	<input type="checkbox"/> 美食類	<input type="checkbox"/> 藝品類
<input type="checkbox"/> 精品類	<input type="checkbox"/> 兒童服飾	<input type="checkbox"/> 流行服飾	<input type="checkbox"/> 書籍類
<input type="checkbox"/> 3C 產品	<input type="checkbox"/> 生鮮食品	<input type="checkbox"/> 廚具	<input type="checkbox"/> 寢具
<input type="checkbox"/> 嬰兒用品	<input type="checkbox"/> 家具	<input type="checkbox"/> 熟食類	<input type="checkbox"/> 玩具
<input type="checkbox"/> 其它			
8 您此次所消費的金額：			
<input type="checkbox"/> 無消費	<input type="checkbox"/> 5000 以下	<input type="checkbox"/> 5000~1 萬	<input type="checkbox"/> 1 萬~3 萬
<input type="checkbox"/> 3 萬元~5 萬	<input type="checkbox"/> 5 萬元~10 萬	<input type="checkbox"/> 10 萬以上	
9 您此次所預估消費的商品（可複選最多 3 項）：			
<input type="checkbox"/> 珠寶類	<input type="checkbox"/> 化妝保養品	<input type="checkbox"/> 美食類	<input type="checkbox"/> 藝品類
<input type="checkbox"/> 精品類	<input type="checkbox"/> 兒童服飾	<input type="checkbox"/> 流行服飾	<input type="checkbox"/> 書籍類
<input type="checkbox"/> 3C 產品	<input type="checkbox"/> 生鮮食品	<input type="checkbox"/> 廚具	<input type="checkbox"/> 寢具
<input type="checkbox"/> 嬰兒用品	<input type="checkbox"/> 家具	<input type="checkbox"/> 熟食類	<input type="checkbox"/> 玩具
<input type="checkbox"/> 其它			
10 您此次所預估消費的金額：			
<input type="checkbox"/> 無消費	<input type="checkbox"/> 5000 以下	<input type="checkbox"/> 5000~1 萬	<input type="checkbox"/> 1 萬~3 萬
<input type="checkbox"/> 3 萬元~5 萬	<input type="checkbox"/> 5 萬~10 萬	<input type="checkbox"/> 10 萬以上	

第三：

問 題	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
1 對於品牌種類齊全性的滿意度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 對於商品種類多元性的滿意度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 對於這次週年慶的折扣的滿意度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 對於交通便利性的滿意度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 對於空間的擺設及規劃的滿意度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 對於櫃位的動線規劃的滿意度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7 對於本次週年慶的來店禮的滿意度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8 相較於其他百貨的來店禮的滿意度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9 對於本次週年慶推出的商品組合的滿意度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10 對於本次週年慶結帳速度的滿意度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11 對於公共設施設計的滿意度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12 對於整體環境的整潔的滿意度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13 對於本次周年慶的商品目錄的滿意度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14 對於本次週年慶整體的滿意度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



感謝您抽空為我們填寫此問卷。祝您心想事成、萬事如意！