

消費者對連鎖藥妝店滿意度調查-以新竹區屈臣氏為例

投稿類別：商業類

篇名：

消費者對連鎖藥妝店滿意度調查-以新竹區屈臣氏為例

作者：

邱靖恩。國立新竹高商。國際貿易科三年一班
楊雅芬。國立新竹高商。國際貿易科三年一班
鄭婷鎂。國立新竹高商。國際貿易科三年一班

指導老師：

顏玉幸老師

壹●前言

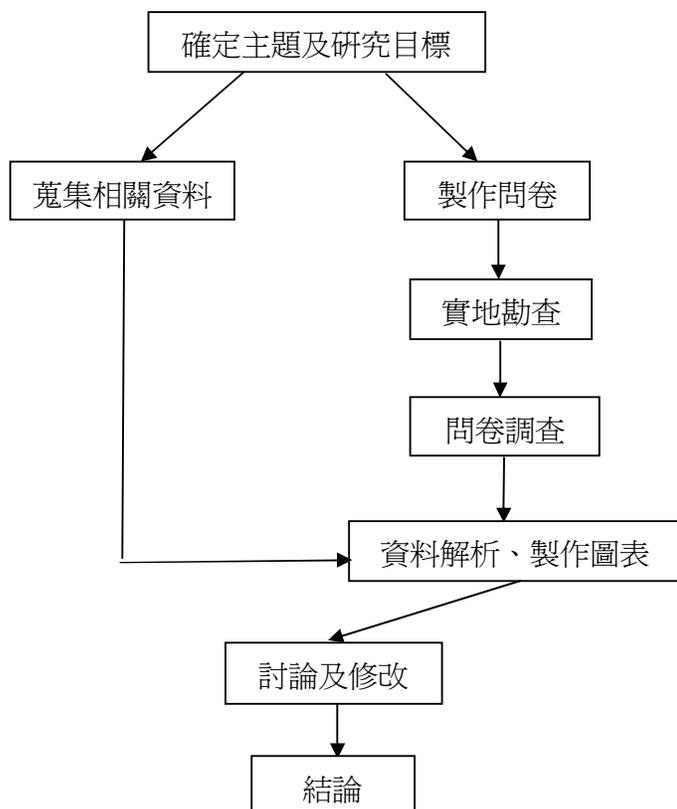
一、研究動機

對於我們高中生而言，日常生活中所需的日用品，舉例洗髮乳、乳液、BB霜等...。或許是因為消費能力的問題，我們總會捨棄百貨公司而選擇去平價藥妝店消費。屈臣氏是如何在市場上經營成功?屈臣氏的歷史到底有多久?它又是如何攻佔臺灣人消費習慣?這是我們所好奇的，也是我們想探討的，在不景氣的時代，市場競爭激烈，屈臣氏卻能夠在多種連鎖藥妝店中脫穎而出，是服務態度還是商品品質的優勢?我們將針對消費者對屈臣氏的滿意度進行研究調查。

二、研究目的

1. 了解屈臣氏之消費族群的主要來源
2. 了解來店之消費者的消費預算
3. 了解消費者偏好屈臣氏之原因
4. 了解消費者對屈臣氏滿意程度

三、研究方法



貳●正文

一、屈臣氏歷史

1820年在澳門創立的藥房為屈臣氏最早的始祖，1828年屈臣氏集團開創於中國廣東藥房，1841年廣東藥房到香港開設香港藥房，1855年，屈臣氏先生經營香港藥房，屈臣先生的姪子於1860年接管藥房的生意，「**直到1871年，屈臣氏才成為正式的商業品牌。**」(維基百科，2010)。1981年，由李嘉誠掌管香港和記黃埔集團正式收購屈臣氏集團，1987年，屈臣氏正式來台灣開第一家店，到2008年發行龍i會員卡。迄今，全台擁有高過400間門市。(屈臣氏官網，2010)。

二、屈臣氏經營理念

屈臣氏是由香港和記黃埔集團創辦人李嘉誠所掌管，屈臣氏經營的如此成功，主要是因為李嘉誠導入現代商業管理理念系統。「**創新才可達到多元化經營之路。**」(黃永軍，2006)「**人才把握是成功的關鍵。**」「**堅持自有品牌。**」(維基百科，2010)。

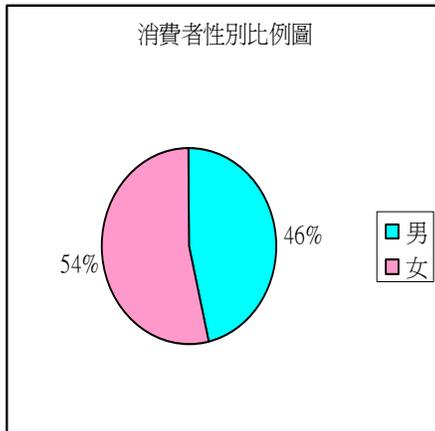
「**創新只是尋找出新的改進方法**」(炎林，2003)，它具有風險性，但連一向務實的李嘉誠都把它擺在很高的地位，所以屈臣氏創造新的體驗經濟，不只和競爭對手有差異，且更能拉近與消費者的距離。李嘉誠說「**用人才不怕它不勝任，而是要讓他如何多勝任**」(劉傲，2007)，而屈臣氏把健康、美態、樂觀三要素滲透於員工，使員工不斷有新的目標，找尋新的自我價值。屈臣氏其自有品牌產品由於可靠的品質和良好的企業品牌形象，贏得了消費者對屈臣氏更多的認同和信任。

三、問卷調查

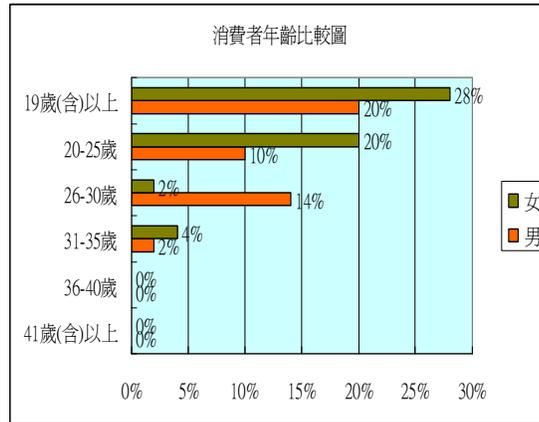
以下是消費者對於屈臣氏的滿意程度所進行的問卷調查結果。本問卷於2010年10月初發放問卷進行調查，共發出50份問卷，並收回50份問卷，回收率100%。問卷參考相關研究之博碩士論文(李季隆，2004)，並經過前測及修正後實施。

四、問卷分析

消費者對連鎖藥妝店滿意度調查-以新竹區屈臣氏為例

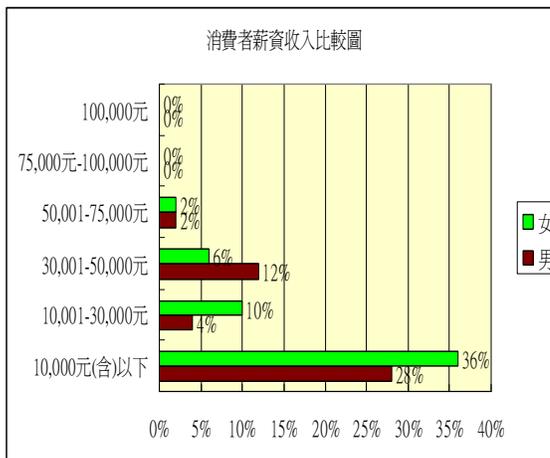


<圖一 消費者性別比例圖>

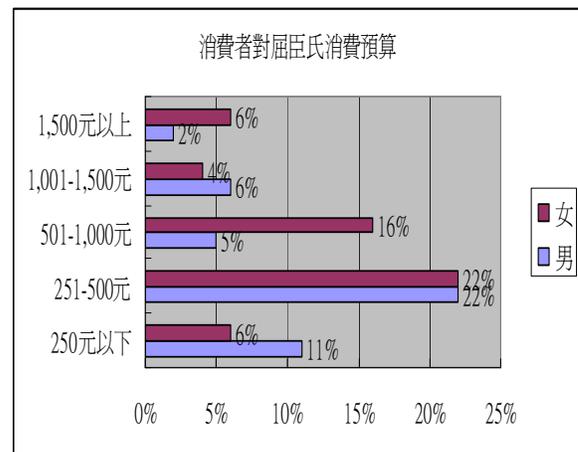


<圖二 消費者年齡比較圖>

由<圖一><圖二>可得知前往屈臣氏消費的男女生比例差不多，女性顧客年齡大多在 19-25 歲之間，男性顧客年齡則以介於 19-30 歲居多，消費者以年輕族群為主。推論因是產品種類多，且多屬日常用品，男女生的消費者人數差異不大。但因樣本數較少，問卷回填者沒有 36 歲以上的消費者。



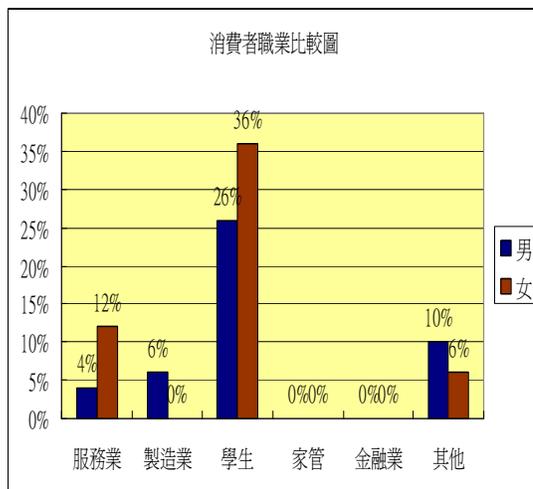
<圖三 消費者薪資收入比較圖>



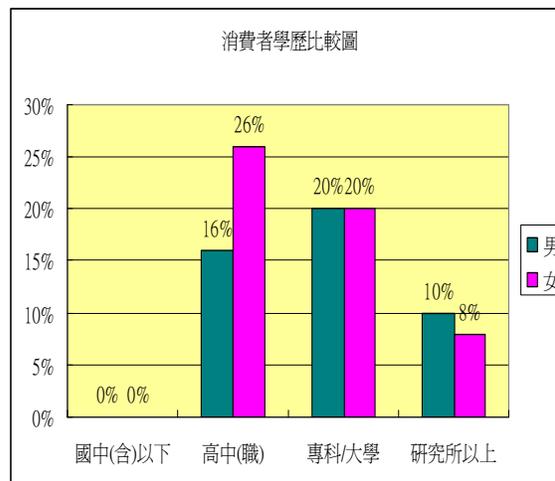
<圖四 消費者對屈臣氏消費預算>

由<圖三>可得知消費者之薪資收入在 10,000 元以下者佔了 64%，應可推斷前往屈臣氏的消費者大多數是為未上班的學生族群；薪資收入在 10,000-30,000 元之間佔 14%，有 18% 之消費者的薪資收入介於 30,001-50,000 元間，僅有 4% 之消費者的薪資收入在 50,001-75,000 元；因取樣之樣本數不夠多，所以薪資收入在 75,000 元以上者為 0%。

由<圖四>可得知前往屈臣氏的消費者其消費預算以在 251-500 元之間為最多，佔了 44%，而消費預算在 501-1,000 元之間的比率中，女性消費者為男性的 3 倍，可以看出女性消費者的消費預算比男性來得多。

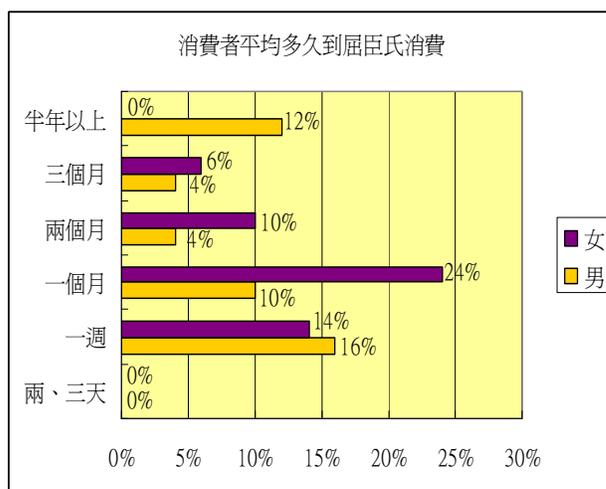


<圖五 消費者職業比較圖>



<圖六 消費者學歷比較圖>

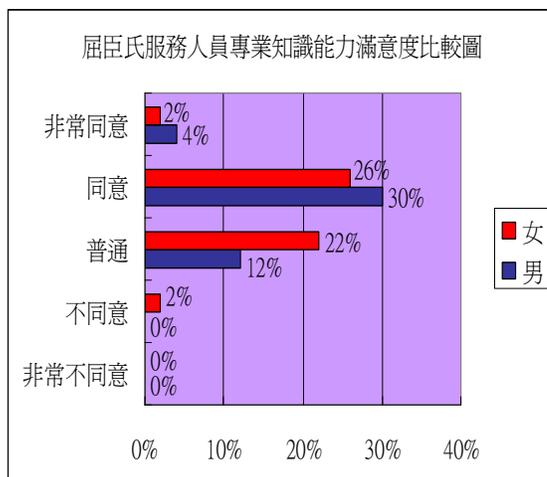
由<圖五><圖六>可得知前往屈臣氏的消費者職業大多為學生，且學歷大部分集中在高中(職)或專科/大學，約佔了 82%。



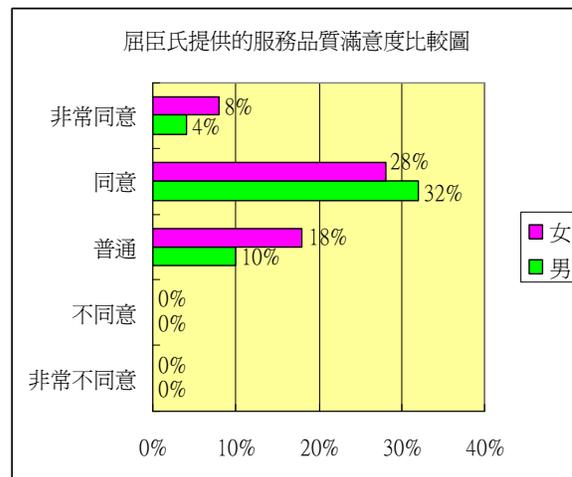
<圖七 消費者平均多久到屈臣氏消費>

由<圖七>可得知前往屈臣氏的男性消費者選擇平均一週或半年以上到屈臣氏消費的佔了 28%，而女性消費者則有 40%是選擇平均一週或一個月前往屈臣氏消費。所以相較下女性的購買次數是比男性來得頻繁些。

消費者對連鎖藥妝店滿意度調查-以新竹區屈臣氏為例

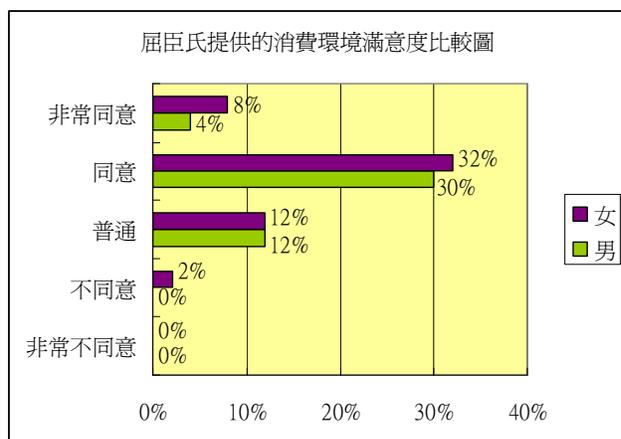


<圖八 服務人員專業知識能力滿意度比較圖>

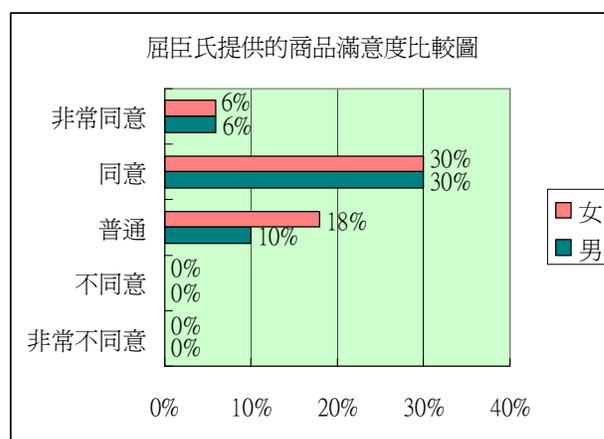


<圖九 提供的服務品質滿意度比較圖>

由<圖八><圖九>可得知消費者前往屈臣氏消費，對於服務人員專業知識能力及屈臣氏所提供的服務品質滿意度感到滿意及非常滿意的佔了 60% 以上，且男女生消費者的滿意度差異不大。但仍有 30% 的消費者對服務人員專業知識能力及屈臣氏所提供的服務品質滿意度感到普通，所以屈臣氏仍應該努力再提昇服務的品質。

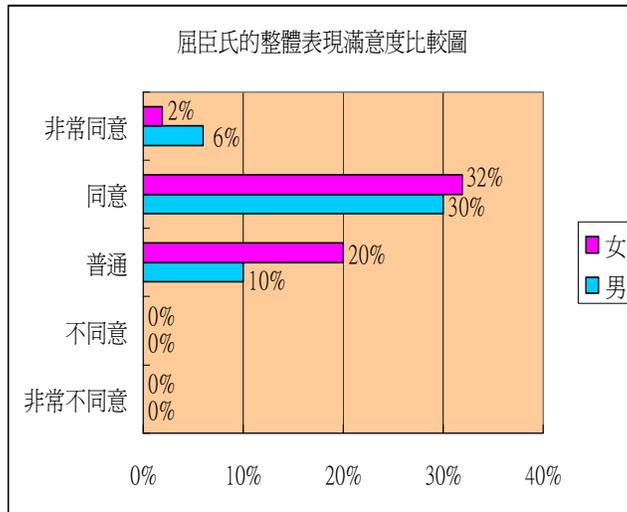


<圖十 提供消費環境滿意度比較圖>



<圖十一 提供的商品滿意度比較圖>

由<圖十><圖十一>可得知消費者對於屈臣氏所提供的消費環境和屈臣氏的商品滿意度感到滿意及非常滿意佔了 70%，而且男女生消費者的滿意度是相當一致的。雖然仍有 25% 左右的消費者評價是普通，但是不同意及非常不同意的人極少，所以代表著消費者對消費環境及商品滿意度是極高的。



<圖十二 屈臣氏的整體表現滿意度比較圖>

由<圖十二>可得知消費者對屈臣氏的整體表現滿意度感到不同意及非常不同意的佔0%，而感到同意者則有62%，由此可得知消費者之所以前往屈臣氏消費是因為對屈臣氏的整體表現感到滿意。不論在服務人員的專業知識、服務品質、消費環境、商品品質滿意度等，屈臣氏給消費者的評價都算滿意，但是「非常同意」的消費者，僅佔8%左右，顯示屈臣氏仍有努力進步的空間。

參●結論

本文研究新竹地區屈臣氏消費者的屬性與滿意度，依50份問卷調查結果，獲致如下結論：

屈臣氏的消費者以未有正式工作的學生居多，且其消費預算金額為251-500元之間佔最多。對這些消費者而言，屈臣氏所提供的專業知識、服務品質及消費環境等，有相當高的滿意度。

換言之，屈臣氏是一間受學生歡迎的平價商品百貨行。這應該就是屈臣氏屹立清大校園對面多年不搖的根本原因。

未來屈臣氏如果要消極地持續鞏固消費客群忠誠度，應該鎖定學生族群消費特性，例如掌握價格優勢，並提供足夠專業知識與適當的消費環境等。但是如果屈臣氏想要更積極地拓展更多元的客群，則該針對非學生消費族群的消費特性，改變經營方針。

肆●引註資料

炎林(2003)。李嘉誠成功基因。台北市：新潮社。
黃永軍(2006)。敢拼就會贏-李嘉誠成功致富的超人膽識。台北縣：前景。
劉傲(2007)。搶錢大謀略-李嘉誠不拜投資的秘密。台北縣：百善書房。
李季隆(2004)。服務品質、顧客價值、顧客滿意度與行為意圖之關聯性探討-以屈

屈臣氏連鎖藥妝店為例。國立高雄第一科技大學行銷與流通管理所。
 王冠雅、許偉儒、黃筑暄(2009)。**探討屈臣氏消費者的需求與滿足。**台中市私立新民高中。
 蘇靖萍、柯佳好(2009)。**岡山屈臣氏顧客滿意度。**高雄縣縣立路竹高中。
 屈臣氏官網。2010年9月16日。<http://www.watsons.com.tw/>。
 維基百科。2010年9月16日。<http://wiki.mbalib.com>。

附錄、

消費者對連鎖藥妝店之滿意度調查-以新竹區屈臣氏為例

親愛的先生/小姐 您好:

這是一份小論文的問卷，目的是瞭解您對【屈臣氏】連鎖藥妝店的顧客滿意度，舉凡您對屈臣氏購買的情形、帶給您生活上的價值、滿意度看法與您對其後續的再購及推薦的行為意圖之評價等。本問卷以匿名方式進行調查，請依您的實際情況填答，期盼您能仔細填答每一項問題，衷心感謝您的協助。

國立新竹高級商業職業學校國貿科三年一班學生敬上

請您對這家連鎖藥妝店所提供的各種服務，依自己消費經驗真實感受填答，答案並無對錯之分，請在適當的方格內畫” V “謝謝。	非 常 不 同 意	不 同 意	普 通	同 意	非 常 同 意
1. 屈臣氏的外觀和設施具有吸引力	<input type="checkbox"/>				
2. 屈臣氏的格局讓我容易找到所需物品	<input type="checkbox"/>				
3. 屈臣氏員工提供我適切的服務	<input type="checkbox"/>				
4. 屈臣氏願意接受退貨及兌換	<input type="checkbox"/>				
5. 屈臣氏員工會很熱心的解決我所遇到的問題	<input type="checkbox"/>				
6. 屈臣氏提供我方便購物時間	<input type="checkbox"/>				
7. 在屈臣氏購物能讓我放鬆心情	<input type="checkbox"/>				
8. 在屈臣氏購物通常都會留下愉快的經驗	<input type="checkbox"/>				
9. 屈臣氏的廣告具有吸引力	<input type="checkbox"/>				
10. 屈臣氏提供的寵 i 卡服務令我滿意	<input type="checkbox"/>				
11. 整體而言，屈臣氏提供的消費環境我很滿意	<input type="checkbox"/>				
12. 整體而言，屈臣氏提供的商品我很滿意	<input type="checkbox"/>				
13. 整體而言，屈臣氏提供的服務品質我很滿意	<input type="checkbox"/>				
14. 整體而言，屈臣氏服務人員專業知識能力讓我很滿意	<input type="checkbox"/>				

消費者對連鎖藥妝店滿意度調查-以新竹區屈臣氏為例

15. 整體而言，我對屈臣氏的表現感到很滿意	<input type="checkbox"/>				
16. 整體而言，屈臣氏的服務處理方式我很滿意	<input type="checkbox"/>				

個人基本資料

- 一.性別 男 女
- 二.年齡 19(含)以下 20~25 歲 26~30 歲
31~35 歲 36~40 歲 41 歲(含)以上
- 三.婚姻狀況 未婚 已婚
- 四.薪資收入 10,000(含)以下 10,001~30,000 元 30,001~50,000 元
50,001~75,000 元 75,001~100,000 元 100,001 元以上
- 五.職業 服務業 製造業 軍警公教
學生 家管 待業中
金融業 其他
- 六.學歷 國中(含)以下 高中(職) 專科/大學
研究所以上
- 七.您對於屈臣氏消費預算 250 元以下 251~500 元 501~1,000 元
1,001~1,500 元 1,500 元以上
- 八.您平均多久到屈臣氏消費一次 兩、三天 一週 一個月
兩個月 三個月 半年以上