

投稿類別：商業類

篇名：

探討花蓮時光二手書局之行銷策略

作者：

吳采玲。國立花蓮高商。商業經營三乙

方思珮。國立花蓮高商。商業經營三乙

許廷瑋。國立花蓮高商。商業經營三乙

指導老師：

謝鳳儀老師

中華民國一〇一年九月

第1章 前言

1-1 研究動機

在這充滿生活壓力而煩惱的時代裡，放假時不坊想要放鬆心情、放慢步調好好的洗滌身心及心靈上的煩惱，更或者是約知心朋友相約喝杯咖啡談心。近年來社會大眾越來越注重於休閒娛樂，不再是出門遊玩如此而已，逐漸地重視心靈上的放鬆。都市的擁擠人潮讓許多人喘不過氣，想要享受一下屬於自我的寧靜。伴隨著書香和咖啡香，踏入懷舊的時光裡細細品嚐著時光的流逝。

1-2 研究目的

- (一) 探討「時光二手書店」的經營理念與特色
- (二) 進行「時光二手書店」的 SWOT 行銷策略
- (三) 提出結論作為二手書店業者經營書店之參考

1-3 研究方法

本研究採用問卷調查法以取得資料，再應用 SWOT 分析，做出行銷策略建議，提供給業者做為參考。

1-4 研究流程

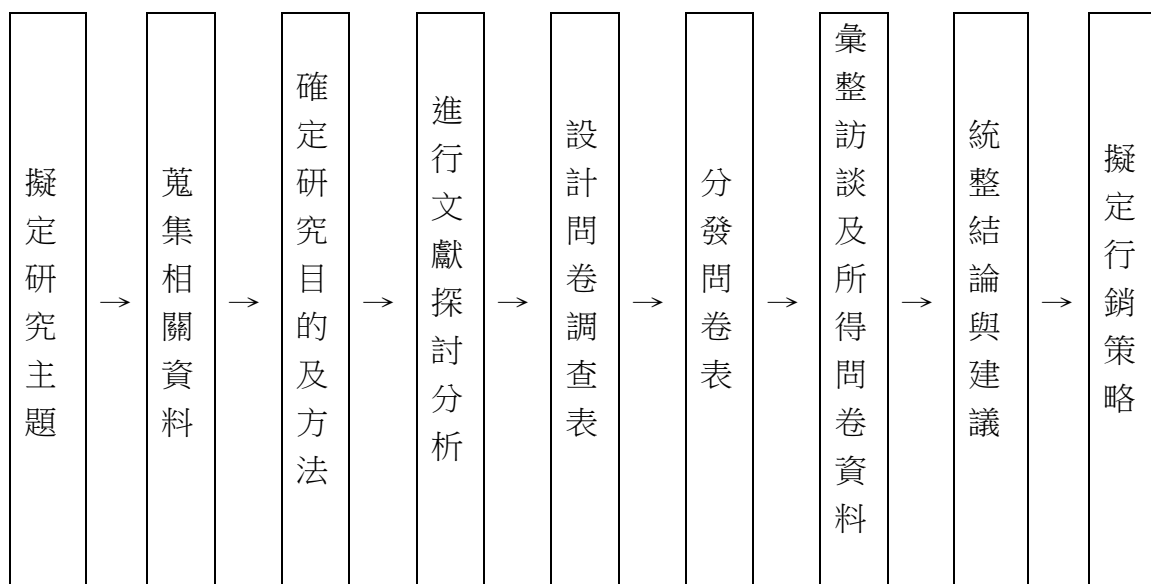


圖 1：研究流程圖（資料來源：本研究整理）

第2章 正文

2-1 時光二手書店簡介

時光二手書店是位於花蓮市建國路上一條不顯眼的小巷子裡，雖然是開在熱鬧市區內，但它的設計是以復古風為主，這間書店是由日據時代老房子建造而成，木頭製的外型漆上了乳黃色的油漆，加上舊式的拉門，營造出回到時光隧道般溫馨童年，一走進店內，撲鼻而來的書香加上泛黃的燈光，更彷彿讓人置身在懷舊氛圍。另外店內貼心的設置了沙發區，留給想安靜閱讀的人一個舒適的環境，只要花 80~120 元，就可以在溫馨的時光書店裡坐上一整天，店內也有賣許多手工的商品，讓來花蓮遊玩的觀光客買回去留念。

2-2 時光二手書店緣由

在 2003 年，老闆吳秀寧完成了大學學業後，回到故鄉花蓮，在大愛台工作，而與吳宛霖相識相知，兩人因為愛狗變成好友，他們一起工作、一起談論狗，最後甚至決定一起創業，讓原本想開寵物店的吳秀寧，經過幾番掙扎與考量，而與吳宛琳達成共識，他雖然難以割捨大愛台的工作，但他們都期望創業能對社會有正面的影響，所以選擇了開二手書店。

2-3 經營理念

時光二手書店是以非營利為目標來經營，並且更加重視攸關於舊書的活動，時常舉辦講座活動讓大家清楚了解有關於二手書店的創立與發展過程。

2-4 二手書來源

時光二手書店是以非營利為目標來經營，其二手書籍來源如下：

- (1) 到府收書：到府收書可以現場估價換取現金再把書搬走，也可先讓書店扛回去再精算書價給客人。
- (2) 店內收書：數量較到府收書來的少，要等客人主動上門來賣書，有些客人怕麻煩頂多只能帶幾本，很難收集到大量的書籍。
- (3) 資源回收廠：需要貨車親自去資源回收廠尋找較完整書籍，由於資源回收廠裡的書籍較不完整，因此較無法收集到完整的書籍。

2-5 對社會的貢獻

時光二手書店會定時將盈餘捐贈給弱勢團體，也會定時舉行免費閱讀以及演講活動，讓弱勢兒童也能不用花錢就享受到讀書的快樂。

2-6 時光二手書店的 SWOT 分析

「SWOT 分析又稱為「內外部環境分析」，SWOT 是種矩陣分析圖表，為企業策略上常用的分析工具」(林淑芬，2011)，如圖一所示；SWOT 每字的意義，即 S(Strengths，優勢)、W(Weaknesses，劣勢)、O(Opportunities，機會)、T(Threats，威脅)。它主要分為 S-W 分析與 O-T 分析，S-W 分析是用來了解研究主題本身的優勢與劣勢，O-T 分析是用來了解外部環境變化時對研究主題的機會及威脅的影響。

表一：時光二手書店之 SWOT 分析

因素	項目
優勢 Strengths	1 價格平易近人 2 日式建築.復古風格 3 店內設有閱讀區 4 與顧客良好互動
劣勢 Weaknesses	1 書籍尚未完整 2 無法擴大營業規模 3 被動式的銷售 4 沒有網路店面
機會 Opportunities	1 市場區隔明顯 2 網路媒體的普遍 3 現代人重視休閒生活 4 消費族群廣
威脅 Threats	1 網路書店的盛行 2 大型連鎖書店的普及化 3 消費者求變化的想法不易掌控 4 經濟不景氣,購買力下降,購買慾望減少

第3章 研究結果與分析

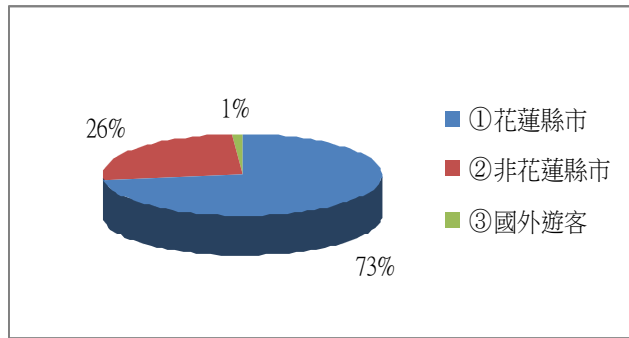


圖 2：消費者目前居住地

「消費者目前居住地」，由圖 2 所見，居住於花蓮縣市内的人占 73%，非花蓮人占 26%，外國遊客占 1%。由此可知，本研究以花蓮縣市内為樣本居多。

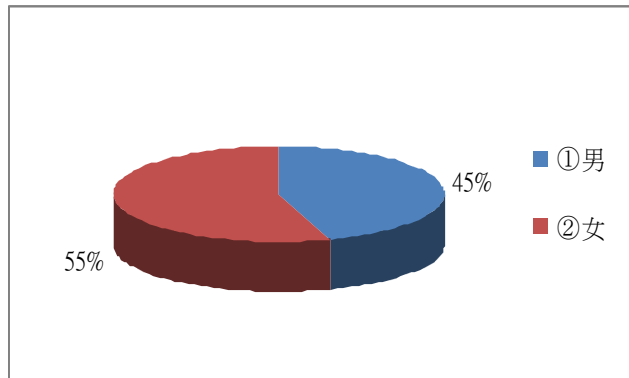


圖 3：消費者性別

「消費者性別」，由圖 3 所見，男生比例占 45%，女生的比例占 55%。由此可知，本研究樣本性別分配平均。

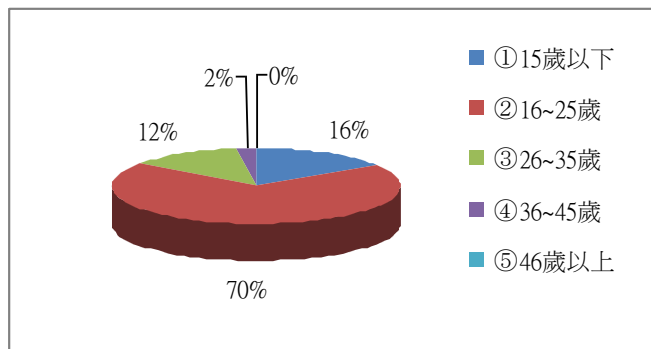


圖 4：消費者年齡層

「消費者年齡層」，由圖 4 所見，15 歲以下的占 16%，16~25 歲占 70%，26~30 歲占 12%，36~45 歲占 2%，46 歲以上 0%。由此可知，本研究以 16~25 歲居多，其次是 15 歲以下。

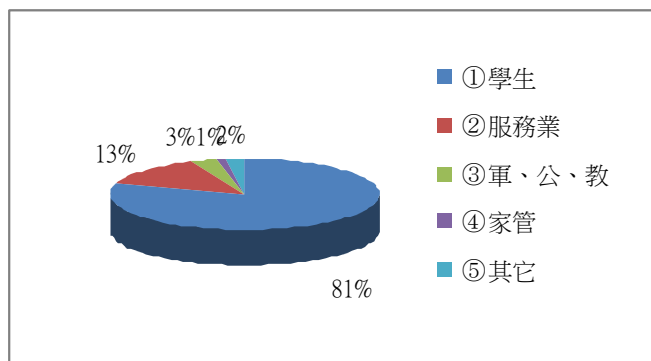


圖 5：消費者職業別

「消費者職業別」，由圖 5 所見，學生占 81%，服務業占 13%，軍、公、教占 3%，家管占 1%，其他 2%。由此可知，本研究以學生居多，其次是服務業。

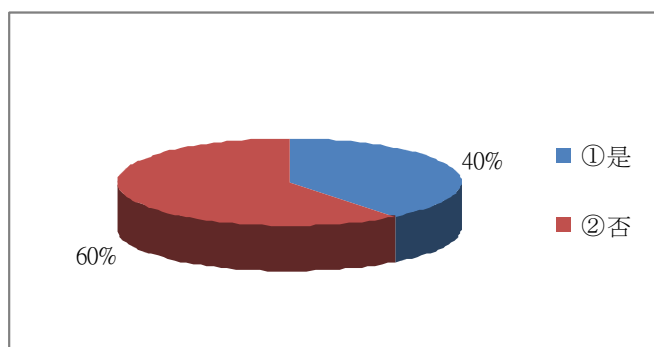


圖 6：是否光顧過時光二手書店

「消費者是否光顧過時光二手書店」，由圖 6 所見，消費者曾光顧時光二手書店占 40%，不曾光顧時光二手書店占 60%。由此可知，多數消費者不曾光顧過時光二手書店。

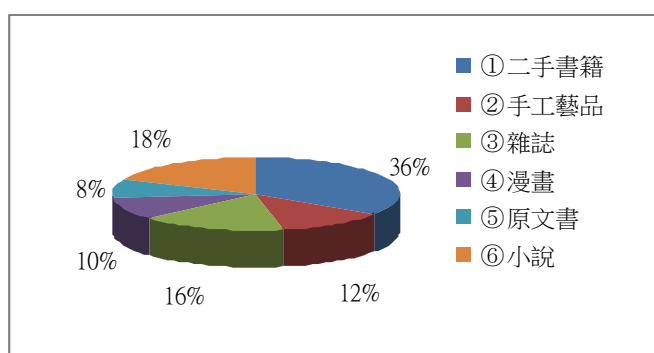


圖 7：消費最多的項目商品

「消費者消費最的項目商品」，由圖 7 所見，二手書籍占 36%，手工藝品占 12%，雜誌占 16%，漫畫占 10%，原文書占 8%，小說占 18%。由此可知，消費者最常消費的項目是二手書籍，其次是小說，購買原文說消費者最少。

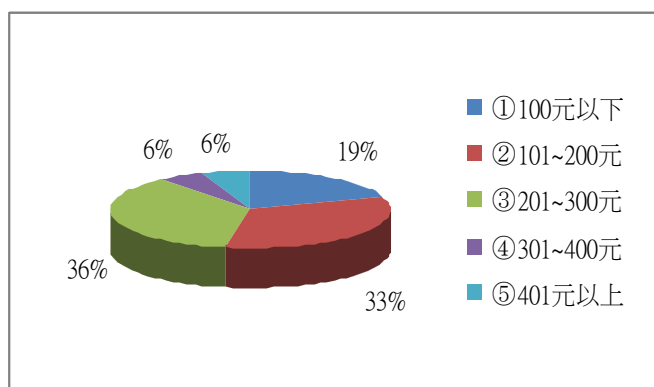


圖 8：消費金額

「消費金額」方面，由圖 8 所示，100 元以下占 19%，101~200 元占 33%，201~300 元占 36%，301~400 元占 6%，401 元以上占 6%。由此可知，消費者每次消費金額以 201~300 元為最多，只有少部份消費者每次消費金額達 401 元以上。

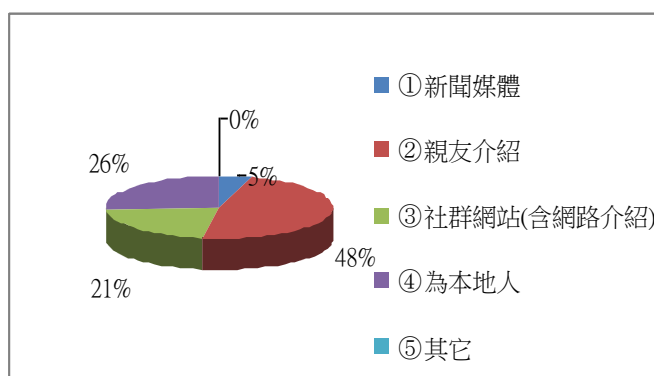


圖 9：如何得知時光書店

「如何得知時光書店」中，由圖 9 所示，由新聞媒體占 0%，親友介紹占 48%，社群網站占 21%，本地人占 26%，其他占 5%。由此可知，大部分消費者透過親友介紹，其次為本地人居多，而消費者沒有透過新聞媒體得知相關訊息。

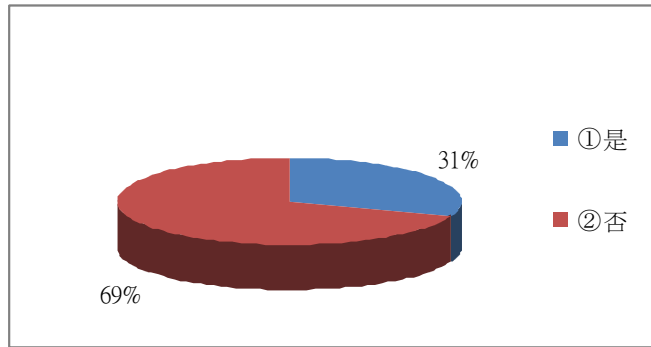


圖 10：是否參加過時光二手書店的活動

「是否參加過時光書店的活動」中，由圖 10 所示，有參加過的占 69%，沒參加過的占 31%。由此可知，大部分消費者沒參加過時光書店的活動。

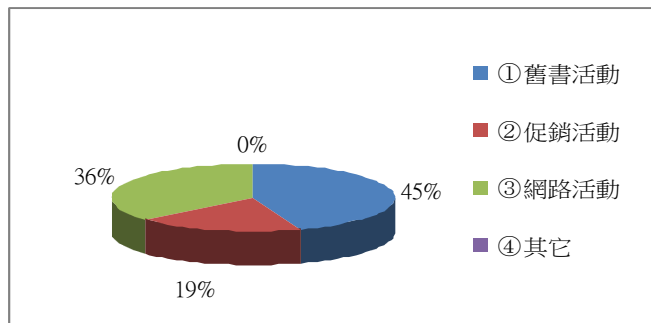


圖 11：透過哪些活動能助於認識時光書店

「希望透過哪些活動能有助於認識時光書店」中，由圖 11 所示，舊書活動占 45%，促銷活動占 36%，網路活動占 19%，其它占 0%。由此可知，大部份的消費者希望透過舊書活動認識時光書店。

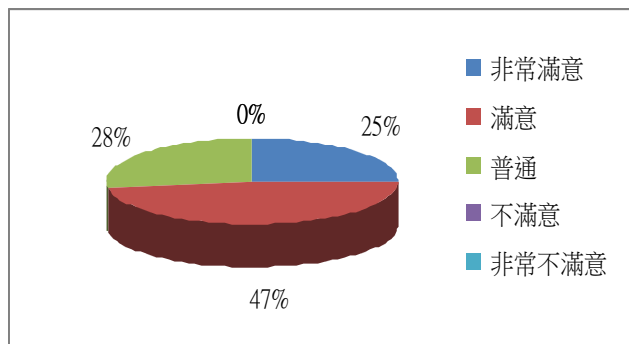


圖 12：動線安排滿意度

「時光書店的動線安排滿意度」，由圖 12 所示，非常滿意占 25%，滿意占 47%，普通占 28%，不滿意及非常不滿意占 0%。由此可知，大部份的消費者對於時光書店的動線安排感到滿意。

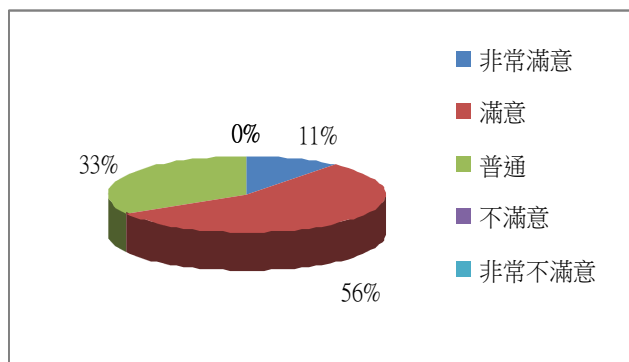


圖 13：書籍分類滿意度

「書籍分類滿意度」中，由圖 13 所示，非常滿意占 11%，滿意占 56%，普通占 33%，不滿意及非常不滿意占 0%。由此可知，大部份的消費者對於時光書店的書籍分類感到滿意。

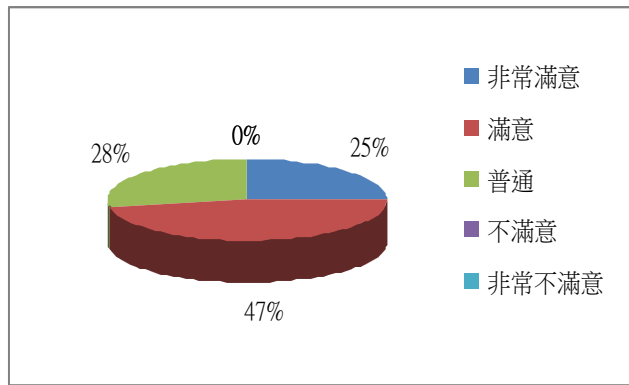


圖 14：書籍定價滿意度

「書籍定價滿意度」中，由圖 14 所示，非常滿意占 25%，滿意占 47%，普通占 28%，不滿意及非常不滿意占 0%。由此可知，消費者對於時光書店的書籍定價大部份感到滿意，只有少部份感到非常滿意。

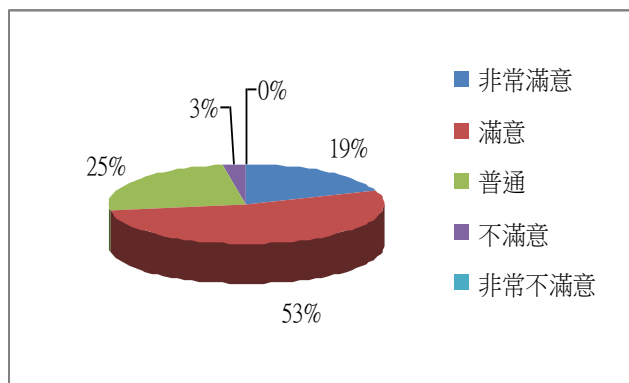


圖 15：擺設空間滿意度

「擺設空間滿意度」中，由圖 15 所示，非常滿意占 19%，滿意占 53%，普通占 25%，不滿意占 3%，非常不滿意占 0%。由此可知，消費者對於時光書店的擺設空間大部份感到滿意，但也有少部份感到不滿意。

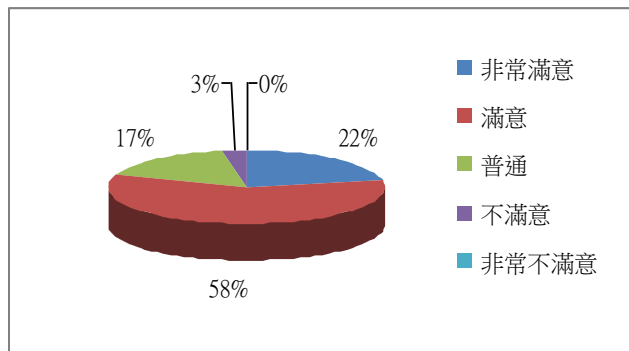


圖 16：閱讀空間滿意度

「閱讀空間滿意度」中，由圖 16 所示，非常滿意占 22%，滿意占 58%，普通占 17%，不滿意占 3%，非常不滿意占 0%。由此可知，消費者對於時光書店的閱讀空間大部份感到滿意，但也有少部份感到不滿意。

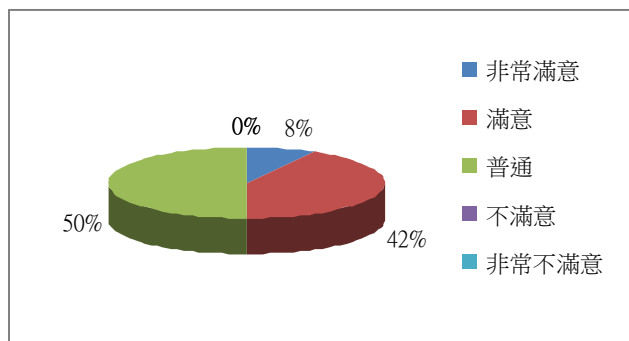


圖 17：店內餐點滿意度

「店內餐點滿意度」中，由圖 17 所示，非常滿意占 8%，滿意占 42%，普通占 50%，不滿意及非常不滿意占 0%。由此可知，消費者對於時光書店的店內餐點大部份感到滿意，但也有少部份感到非常滿意。

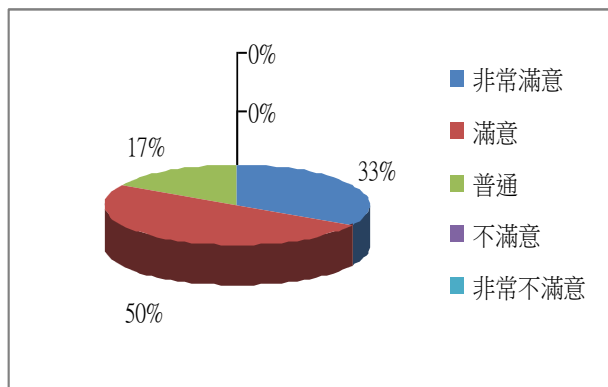


圖 18：店內環境滿意度

「店內環境滿意度」中，由圖 18 所示，非常滿意占 33%，滿意占 50%，普通占 17%，不滿意及非常不滿意占 0%。由此可知，有一半的消費者對於時光書店的店內環境感到滿意，但也有部份感到非常滿意。

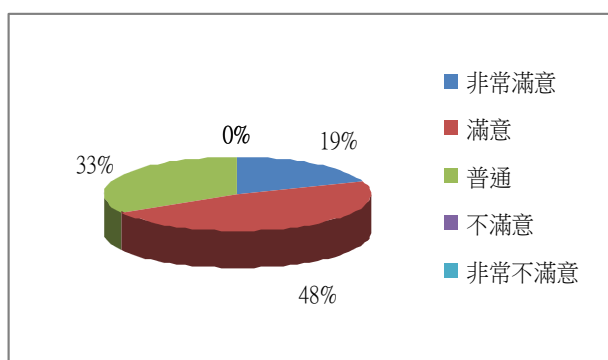


圖 19：書籍完整度滿意度

「書籍完整度滿意度」中，由圖 19 所示，非常滿意占 19%，滿意占 48%，普通占 33%，不滿意及非常不滿意占 0%。由此可知，有接近一半的消費者對於時光書店的書籍完整度感到滿意，但也有部份感到非常滿意。

第4章 結論與建議

4-1 研究結論

二手書店的開始是老闆娘認為是對地球最不會造成負擔的事業，然而也因為這種認為使得時光二手書店有了他存在的意義，不單單只是為了營利而經營它，反而利用二手書店的名義幫助了許多需要幫助的人。

在這個充滿科技的時代裡講究任何東西都是科技都是方便，相較於使二手書的存在更添加了一些意義，面對各大連鎖書店的興起以及網路書店的便利，時光二手書店依舊可以開闢另一條路，使時光二手書店能夠對於舊書給予新生命，讓每本書的故事都更繼續流傳下去，牽動著人與人的緣分。

4-2 研究建議

(1) 善加利用多媒體，以提高知名度

由統計數據可知，多半的遊客，沒有耳聞過時光二手書店，因此可多加利用

多媒體，例如：臉書、部落格，並時常更新動態，讓民眾更加了解時光書店。

(2) 妥善規劃讀書空間，以提供良好的閱讀環境

由統計數據可知，對於時光二手書店的動線安排以及閱讀空間都是給予滿意的評價但尚有進步空間，應多加利用店內的空間來擴大讀書空間，使消費者能又更加良好的閱讀環境。

(3) 餐點多樣化，增加額外的收入

由統計數據可知，對於時光二手書店的餐點滿意度皆不高，由於店內只提供基本飲料以及甜點，希望可以提供更多餐點例如：簡餐等，可增加額外的收入。

引註資料

- 林淑芬(2011)。專題製作最佳秘笈。台北市：台科大圖書股份有限公司。
- 胡春暉(2008)。專題製作-經營管理篇。台北市：台科大讀書股份有限公司。
- 丁琴美(2009)。專題製作-問卷調查篇。台北市：台科大讀書股份有限公司。
- 楊仁元等編著(2007)。專題製作理論與呈現技巧。台北市：台科大讀書股份有限公司。
- 楊政學(2004)。實務專題製作-企業研究方法的實踐。台北市：新文京開發出版股份有限公司。
- 蔡百靈(1999)。時光二手書店 收藏書的故事。自由電子報。
- 取自：<http://www.libertytimes.com.tw/2009/new/oct/26/today-north11.htm>

附件一、問卷

花蓮「時光二手書店」之消費者行為及滿意度 問卷調查

親愛的先生、小姐，您好：

目前我們正在進行「時光二手書店之相關滿意度調查」，需要您的寶貴意見，以作為本專題研究的重要資料，您提供的意見對於本次研究具有關鍵性影響，請依自己的想法與事實回答即可，謝謝您的合作。
國立花蓮高商 商業經營科

指導老師：謝鳳儀

學 生：方思珮、吳采玲、許廷瑋

第一部分：基本資料（請依實際情況在□內打 V 即可）

1. 請問您目前的居住地： ☐①花蓮縣市 ☐②非花蓮縣市 ☐國外遊客
2. 請問您的性別？ ☐①男 ☐②女
3. 請問您的年齡？ ☐①15 歲以下 ☐②16~25 歲 ☐③26~35 歲 ☐④36~45 歲 ☐⑤46 歲以上
4. 請問您的職業？ ☐①學生 ☐②服務業 ☐③軍、公、教
☐④家管 ☐⑤其它(請註明)_____

第二部分：請依實際情況在□內打 V 即可

1. 您是否去過「時光二手書店」？ ☐①是 ☐②否
2. 請問何種活動會有助於您對「時光二手書店」的認識？
☐①舊書活動 ☐②促銷活動 ☐③網路活動
3. 請問您在「時光二手書店」消費最多的項目？(可複選)
☐①二手書籍 ☐②手工藝品 ☐③雜誌 ☐④漫畫 ☐⑤原文書 ☐⑥小說
4. 請問您在「時光二手書店」的平均每次消費的總金額大約為？
☐①100 元以下 ☐②101~200 元 ☐③201~300 元 ☐④301~400 元 ☐⑤401 元以上
5. 請問您是如何得知「時光二手書店」？(可複選最多兩項)
☐①新聞媒體 ☐②親友介紹 ☐③社群網站(含網路介紹) ☐④為本地人 ☐⑤其它____
6. 請問您是否參加過「時光二手書店」？ ☐①是 ☐②否

第三部分：請問您對「時光二手書店」的滿意度，依您的滿意程度在□內打 V 即可

	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
1. 請問您對於時光書店動線安排的滿意度？					
2. 請問您對於時光書店書籍分類的滿意度？					
3. 請問您對於時光書店書籍定價的滿意度？					
4. 請問您對於時光書店擺設空間的滿意度？					
5. 請問您對於時光書店閱讀空間的滿意度？					
6. 請問您對於時光書店店內餐點的滿意度？					
7. 請問您對於時光書店店內環境的滿意度？					
8. 請問您對於時光書店書籍完整度的滿意度？					

【本問卷僅供學術研究，再次感謝您的配合】