

投稿類別：商業類

篇名：

探討花蓮田村壽司行銷策略與顧客滿意度分析

作者：

張以萱。花蓮高商。會計事務科三年甲班

陳衍伶。花蓮高商。會計事務科三年甲班

指導老師：

林淑滿老師

## 壹●前言

### 一、研究動機

田村壽司在花蓮可以說是家喻戶曉，親民的價位及令人食指大動的料理也吸引媒體爭相報導，不僅外地人會慕名而來，就連在地花蓮人對午餐晚餐的著落猶豫不決時，田村壽司往往會是一般家庭的首選之一，無論是新鮮肥美的綜合手握壽司生魚飯，還是就算必須花費時間排隊等待也讓老饕心甘情願的烤鰻魚飯，甚至是讓人垂涎三尺的烤秋刀魚，道道美食讓客人一吃成主顧，用最真的料理以及實惠的價格，來回饋給每位前往店裡消費的顧客。

是什麼原因讓田村壽司在用餐時間往往人滿為患，是整潔舒適的用餐環境？新鮮美味的食材？還是平易近人的價位？這些是我們想要探討的。

### 二、研究目的

- (一) 田村壽司的行銷策略
- (二) 探討田村壽司消費者滿意度
- (三) 提出相關建議

### 三、研究範圍及限制

本研究範圍為花蓮地區一般消費民眾對於田村壽司的整體滿意度調查，且因人力、經費等有限之故，研究方法採用文獻探討法及問卷調查，利用網路資源及書籍資料，進行文獻探討，再經問卷調查，加以彙整分析。

### 四、研究方法

- (一)文獻探討：首先透過書籍、報章雜誌與網際網路查詢相關文獻。
- (二)問卷調查法：本組以花蓮在地居民為主要研究對象，預計發放 200 份問卷，進行分析探討。
- (三)SWOT 分析法：本組將分析田村壽司之優勢、劣勢、機會及威脅。
- (四)訪談法：本組利用電話訪問方式，蒐集店家對行銷之相關看法。

## 五、研究流程



圖 1 研究步驟圖

## 貳●正文

### 一、壽司的起源

壽司（日語：寿司、鮓、鮓寿司〔壽司〕／すし）是一種日本料理，主要材料是用醋調味過，以肥小而稍帶甜味的日本珍珠米所煮成的飯，加入醋、糖、鹽等調味，降溫後加上魚肉、海鮮、蔬菜、雞蛋或其他肉類等作配料。原為一種保存食物的方法：以醋酸令食物的酸鹼值下降，抑制微生物生長，以減緩食物腐敗的速度。

壽司既可以作為小吃也可以作正餐，配料可以是生的也可以是熟的又或者是醃過的。因為配料的不同，所以不同壽司的價格、檔次差距甚大。壽司在日本以外地區也十分流行，世界各地的壽司店也多不勝數。

### 二、「田村壽司」簡介

田村壽司位於花蓮市德安一街 225 號(全家超商對面)，營業時間為早上 11:00 到下午 2:30，下午 4:30 到晚上 8:30。經營長達 19 年，老闆黃樹得每天都會親自去魚市場標魚來料理，所以食材新鮮度是無庸置疑的，老闆堅持選用花蓮東里出產的蓬萊米，特質 Q 彈不失柔軟，為了迎合消費者的喜愛，19 年來不斷變化各種口味，除了一般壽司口味，老闆還研發了獨樹一格的山藥壽司以及用十年老滷汁所熬煮的豆皮壽司。雖然是以日式的手法在做料理，但是並沒有偏離台灣人的飲食習慣，非常符合台灣人的胃口。

黃樹得說：「簡單來說，我並不是去創作一道料理或做一道菜來賣給客人，而是藉由我平常的經營，跟客人之間的互動，然後累積下來，對我的消費者的一些認識，為我的顧客去量身訂做他們喜歡的料理。」面對近年來日益嚴重的食安問題，老闆表示：「自從幾年前的毒澱粉事件後大家才更重視

食品安全，而田村很幸運地在近幾次的食安風暴都沒有被波及到，但我們不會因此而怠慢，反而對於選材更加嚴格和謹慎。」(本組摘要整理)

### 三、田村壽司之行銷策略

- (一)產品策略：注重開發的功能，要求產品有獨特的賣點，把產品的功能放在第一位。田村壽司的產品包含飯類、麵類、湯蒸類、壽司類、燒烤類、生魚片、沙拉類和小菜類。
- (二)價格策略：根據不同的市場定位，制定不同的價格策略，產品定價依據是企業的品牌戰略。田村壽司的價格為 10~180 元。
- (三)通路策略：通路是指製造商將商品移轉至消費者過程中，取得產品所有權或銷售權的機構或個人。田村壽司在全台灣僅此一家。
- (四)推廣策略：推廣是將企業與產品訊息利用溝通來傳達給目標市場的活動。田村壽司利用多樣的菜色及親民的價格獲得民眾喜愛，民眾間口耳相傳造就許多忠實顧客。

表 1 田村壽司行銷 4P 分析表

	飯類	麵類	湯蒸類	壽司類
產品				
	香烤雞腿飯 魯肉飯 豬扒飯 香烤鯖魚套餐	豬扒麵(白麵湯) 黃麵湯 / 乾 米粉湯 / 乾 白麵湯 / 乾 板條湯 / 乾 涼麵	茶碗蒸蛋 味噌湯 紫菜湯 香菇丸湯	綜合花壽司 山藥壽司 綜合壽司 豆皮 / 海苔 / 蛋皮 壽司 / 手握蝦壽司 綜合 / 鮪魚 / 鮭魚 手握生魚飯
	10-180 元	40 元	15-25 元	20-70 元

	燒烤類	生魚片	沙拉類	小菜類
產品				
	烤秋刀魚 (一隻) 烤魚下巴 (二隻) 烤蝦 (二隻) 炸花枝排 (三個) 炸蚵卷 (二個) 炸豬排 可樂餅 (三個) 香烤雞腿 香烤鯖魚	旗魚生魚片 鮪魚生魚片 鯛魚生魚片 綜合生魚片 鮭魚生魚片	蘆筍 / 蝦 / 鮭魚 卵手捲 鳳梨蝦球 日式山藥鮭魚 卵 奇異果鮭魚卵 蘆筍 / 魚蛋 / 綜合 / 花枝沙拉 沙拉球	豆干、海帶、豆包、糖心蛋、梅汁小黃瓜、過貓、粉腸、鯊魚燻 五味花枝 韓式泡菜 皮蛋豆腐
價格	40-150 元	70-100 元	20-90 元	20-50 元
通路	全臺僅有花蓮一家田村壽司。店長表示：「當然有想過開分店，但花蓮不像北部有便利的交通，且我們東部人口有限，所以目前受限於交通和人手不足的緣故，還沒能真正開分店。」			
推廣	<ul style="list-style-type: none"> <li>利用電視、雜誌或網路等傳播媒體產品、服務或企業的訊息。</li> <li>以公共關係利用網路、刊物，介紹現況，詮釋願景理念。</li> </ul>			

#### 四、顧客滿意度

對一個產品可感知的效果與期望值相比較後，顧客形成的愉悅或失望的感覺狀態。顧客滿意度是評價企業質量管理體系業績的重要手段。為此，要科學確定顧客滿意度的指標和滿意度的級度並對顧客滿意度進行測量監控和分析，才能進一步改進質量管理體系。

#### 五、SWOT 分析

SWOT 分析法，又稱「交替角子機分析」是一種市場行銷基礎分析方法之一，用於評估優勢、劣勢、機會及威脅。它涉及到指定業務的企業及項目的目標和確定的內部和外部因素，有利條件和不利為實現這一目標。

表 2 花蓮田村壽司 SWOT 分析

優勢(Strength)	劣勢(Weakness)
1.價格親民，適合一般家庭。 2.餐點多樣化。 3.偏台式的日本料理具有特色。	1.用餐時間客人多，座位稍嫌不足。 2.停車位不易尋找，可能打消消費的念頭。 3.因東部人口有限導致無法展店。
機會(Opportunity)	威脅(Threat)
1.可考慮在全台各地開設分店。 2.可推出套餐組合。 3.經濟不景氣，平價美食殺出重圍。	1.同業眾多，易被取代。 2.食安問題讓民眾不敢外食。

## 六、問卷調查及結果分析

了解消費者對田村壽司之滿意度，本組利用問卷調查法分析，共發放 200 份問卷，收回及有效問卷 187 份，將問卷調查結果作圖表分析與文字敘述如下。

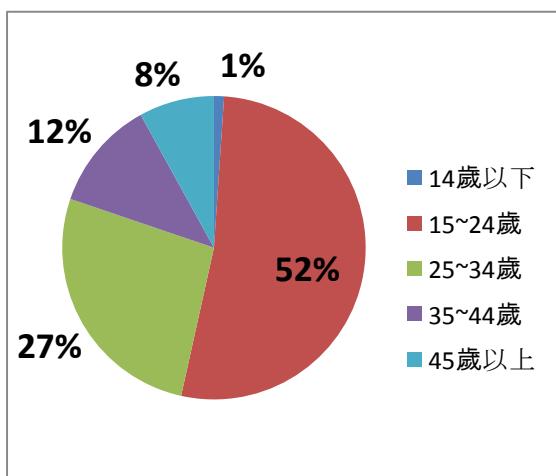


圖 2 受訪者的年齡

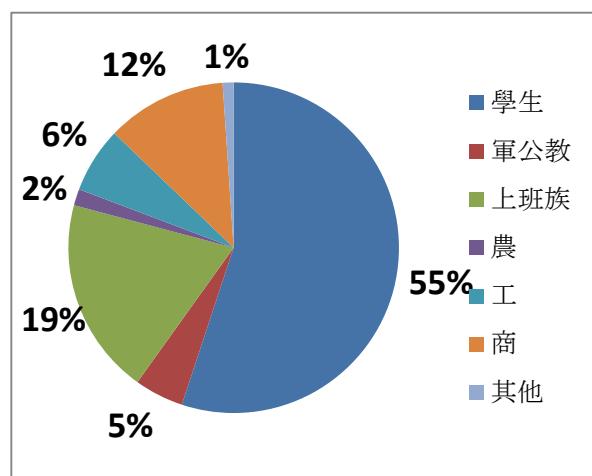


圖 3 受訪者的身份

由圖 2 可知田村壽司的消費者年齡為 15~24 歲最多佔 52%，其次為 25~34 歲為 27%，由此可知田村壽司的消費族群以 15~24 歲為主。

由圖 3 可知田村壽司的消費者以學生最多佔 55%，其次為上班族佔 19%，由此可知田村壽司的消費族群以學生最多。

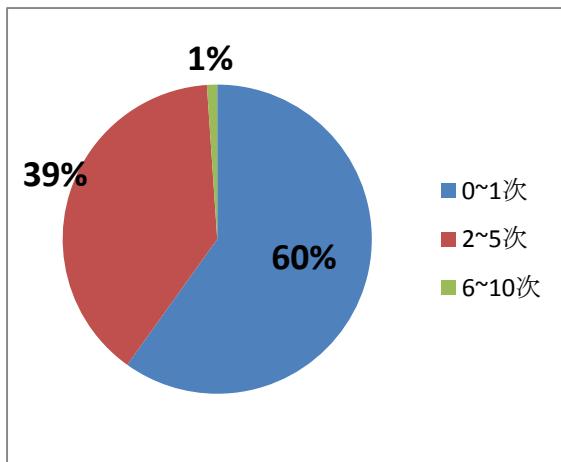


圖 4 受訪者的平均一個月的消費頻率

由圖 4 可知田村壽司消費者一個月的消費頻率為 0~1 次最多佔 60%，其次為 2~5 次佔 39%，由此可知田村壽司的消費頻率是在水準之上的。

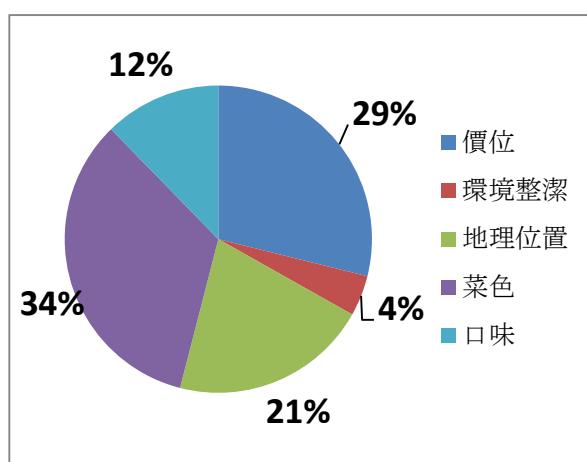


圖 5 受訪者為何選擇田村壽司

由圖 5 可知消費者選擇田村壽司的原因以菜色最多佔 34%，其次為價位佔 29%，由此可知田村壽司以菜色及價位廣受消費者青睞。

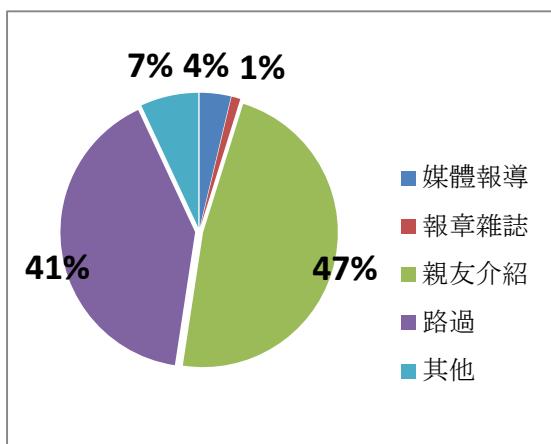


圖 6 受訪者從何得知田村壽司

由圖 6 可知田村壽司消費者大多是靠親友介紹得知佔 47%，其次是路過得知佔 41%，由此可知田村壽司靠民眾口耳相傳拓展知名度。

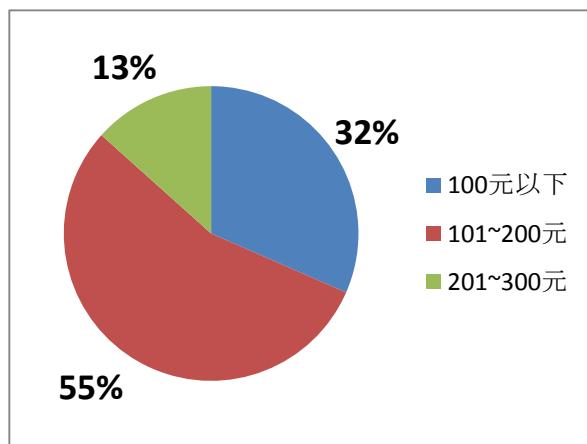


圖 7 受訪者平均一人的消費金額

由圖 7 可知田村壽司消費者平均一人消金額以 101~200 元最多佔 55%，其次是 100 元以下佔 32%，由此可知田村壽司價格親民。

表 3 消費者滿意度分析表

顧客滿意度	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
餐點種類	24%	36%	33%	5%	2%
餐點份量	12%	31%	33%	24%	0%
餐點價格	28%	39%	25%	7%	1%
用餐環境	19%	34%	43%	3%	1%
服務品質	10%	28%	36%	32%	4%
送餐速度	13%	41%	29%	11%	1%
整體滿意度	22%	56%	19%	3%	0%

由表 3 消費者滿意度分析表得知滿意占多數的為餐點種類、餐點價格、送餐速度及整體滿意度。普通占多數的為餐點份量、用餐環境、服務品質。

## 參●結論

### 一、結論

(一)行銷策略：田村壽司有推出飯類、麵類、小菜類、壽司類、湯蒸類、生魚片、燒烤類及沙拉類等各式各樣的菜色供消費者做出不同的選擇及搭配，且價格不同於其他壽司店，親民的價位非常適合一般家庭，再加上每日現買的新鮮食材深受消費者青睞。

(二)消費者滿意度：消費者認為田村壽司的餐點種類繁多、餐點價格親民、送餐速度快以及對於整體的滿意度皆感到滿意。認為餐點份量、用餐環境及服務品質感到普通。因為用餐尖峰時段顧客很多，忙碌之餘無法顧及周全。

### 二、相關建議

(一)加強店內衛生管理：身為餐飲業儘管美食很重要但衛生也相當重要，曾有消費者在餐點裡發現頭髮，讓人到盡胃口，希望店家請參與製作餐點的人員配戴帽子不要讓毛髮掉進飲食裡。

(二)加強員工的員工訓練：有部分消費者認為店裡服務人員服務態度有待改進，請服務人員多面帶微笑，讓顧客感覺賓至如歸。

## 肆●引|註資料

非凡大探索。2010 年 9 月 25 日。取自  
<https://www.youtube.com/watch?v=3EEdoRdkfw4>  
痞客幫 eye 花蓮。2013 年 3 月 12 日。取自  
<http://alexlin0409.pixnet.net/blog/post/138800984>  
維基百科。2015 年 2 月 17 日。取自  
<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%AF%BF%E5%8F%B8>  
專題製作 SOP 最佳秘笈。台科大圖書。林淑芬編著  
商業概論勝經聚焦版(全)。東岱圖書。葉伊修編著