

投稿類別：商業類

篇名：

從產地到餐桌-花蓮大王菜舖子顧客滿意度之研究

作者：

李育潔。國立花蓮高商。會計事務科三年乙班
林夏子。國立花蓮高商。會計事務科三年乙班
趙子樊。國立花蓮高商。會計事務科三年乙班

指導老師：

江曾為美老師

壹、前言

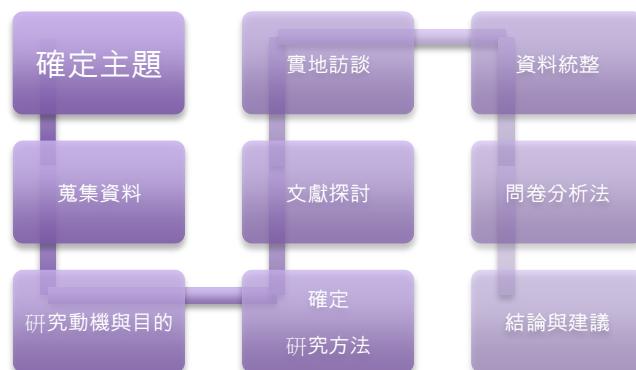
一、研究動機

近年來人們逐漸注重健康，更注意吃下去的東西安不安全，「大王菜舖子」堅持每天親自挑選高品質的農作物、新鮮漁貨，利用這時代便利的網路創造網路平台，有詳細的介紹和馬上下訂的功能，給客戶心裡掛上安心的認證，並且運用讀到建築系博士級的所學，親手蓋「大王菜舖子」的工作室和做麵包的窯，也提供送貨到府、農法教學，滿足現代人便捷、養身和親自體驗的身心需求。現在同類型的店如雨後春筍般一間間開立，「大王菜舖子」到底如何取得商機及轉型方式，是本組想要了解的動機。

二、研究目的

- (一)了解「大王菜舖子」的成立背景及行銷目的。
- (二)探討「大王菜舖子」的 SWOT 分析、五力分析。
- (三)設計問卷瞭解顧客的滿意度。
- (四)提出具體及有效的建議，提供經營業者的參考。

三、研究流程



圖一：研究流程圖

四、研究方法

- (一)文獻分析法：透過網路資訊、報章雜誌、碩博士論文，將收集的資料統整加以分析。
- (二)網路訪談法：透過網路訪談店家，了解「大王菜舖子」之成立背景及現況。
- (三)實地觀察法：藉由實地觀察法，了解「大王菜舖子」在經營和品質控管的現況以及包裝出產情形，以彙整出服務品質五構面分析。
- (四)問卷調查法：透過問卷調查的方式將結果製成圖表，以了解顧客對「大王菜舖子」網路平台及產品的滿意度。再藉由問卷的調查結果來做比較與分析，作為之後可以給予店家的建議。

貳、正文

一、「大王菜舖子」的成立背景及行銷目的

(一)介紹

成立「大王菜舖子」的王福裕先生，在做博士研究之時，因一次機緣來到花蓮，就深深愛上這片純樸自然的土地，因此放棄紙上談兵的工作，親自下田挑選有機農作物，給顧客掛上安心又高品質的證照，為村裡的小農創造更大商機，也教附近國小的學生認識大自然，體驗課本中學不到的知識。

大王菜舖子的故事，有許多媒體的報導，如：ENSIT 人物誌、TVBS、大愛電視台及台灣 1001 個故事…等，採訪內容大多訪問博士為何要選擇凡樸歸真，介紹大王菜舖子所有產品及經營理念。

(二)起源與目的

「大王菜舖子」希望讓民眾們可以回歸傳統，讓休耕地開始復耕，讓家庭和農夫可以互相幫助，也希望透過這種方式，影響他人的做法，讓更多人可以支持有機小農，讓小農可以繼續耕作，不用擔心食物的行銷通路，且開始教有心歸農的年輕人耕作，不只為大人孩童造福還親手為嬰兒提供安全營養的副食品，大王創造「大王菜舖子」的目的很明顯就是為全世界的男女老少提供最貼心最安全的服務。

(三)行銷與結合

「大王菜舖子」把行銷結合以上活動，主要就是希望現代男女老少都能體驗純樸自然的農村生活，學會自給自足並擁有特別的回憶與經驗，現代消費者講求體驗消費，「大王菜舖子」正提供這種體驗消費的產品及活動，另外還創了一個 CSA 山下學堂，帶領正在書房苦讀且有興趣和大王一起上山種田的年輕人走出書房，一同展開另一個新大陸。

表一行銷結合活動體驗內容

| 活動名稱 | 種類 | 天數與時間 | 內容 | 目的 |
|----------|-----|---|----------------------------|-----------------------|
| 打工換宿 | 當廚娘 | 至少一週以上 上午 9:00~13:00 下午 14:00~18:00 | 準備每日午餐(約 10~15 人份)，並協助廚房工作 | 體驗農村生活 |
| | 做農夫 | 至少一週以上 上午 7:00~12:00 下午 14:00~17:00 | 自然農法的耕作，並協助農場出貨 | 體驗農村生活 |
| 自給自足里山生活 | 夏令營 | 四天三夜 | 看見村落、認識田野、燒柴煮飯、衝筏跳溪水 | 讓都市小孩體驗農村生活，擁有特別的童年回憶 |

(表一資料來源：本組自行整理)

二、大王菜舖子的 SWOT 分析法

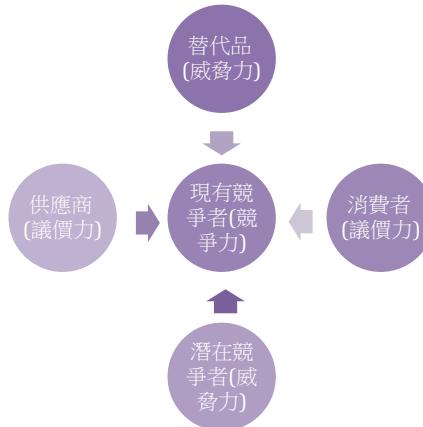
表二大王菜舖子 SWOT 分析

| 內部優勢 | 內部劣勢 |
|--|--|
| S1.在寒假、暑假期間均有舉辦體驗大自然活動，適合親子共同參與。 S2.有全台配送的服務。 S3.不只是賣菜，其他的種類產品。 S4.擁有專業的建築知識。 | W1.地區偏遠，店面不容易尋找。 W2.多蚊蟲困擾。 W3.夏天天氣酷熱，導致參與活動人數較少。 W4.缺乏人力成本。 |
| 外部機會 | 外部威脅 |
| O1.現代人以參加休閒活動紓壓。 O2.花蓮政府積極推動觀光休閒業，許多忙碌的上班族來到花蓮放輕鬆。 O3.現代人注重養生，對有機商品的購買意願提高。 | T1.天災難以預測。 T2.同業多，競爭大。 T3.網路科技發達，虛擬實境(VR)盛行，可透過以上體驗。 |

(表二資料來源：本組自行分析整理)

三、大王菜舖子的五力分析

- (一) 現有競爭者：統一生機、永豐餘生技
- (二) 潛在競爭者：類似型態的公司出現
- (三) 供應商：花蓮壽豐小農
- (四) 消費者：一般民眾、家庭主婦等
- (五) 替代品：菜市場、一般市售蔬果



圖二五力分析圖

(圖二資料來源：參考自註四)

四、問卷分析

為了瞭解消費者意願、看法、認知及滿意度，本組於網路隨機發放 150 份問卷，有效問卷 105 份，回收率 70%。

(一) 受訪者基本資料

從產地到餐桌-花蓮大王菜舖子顧客滿意度之研究

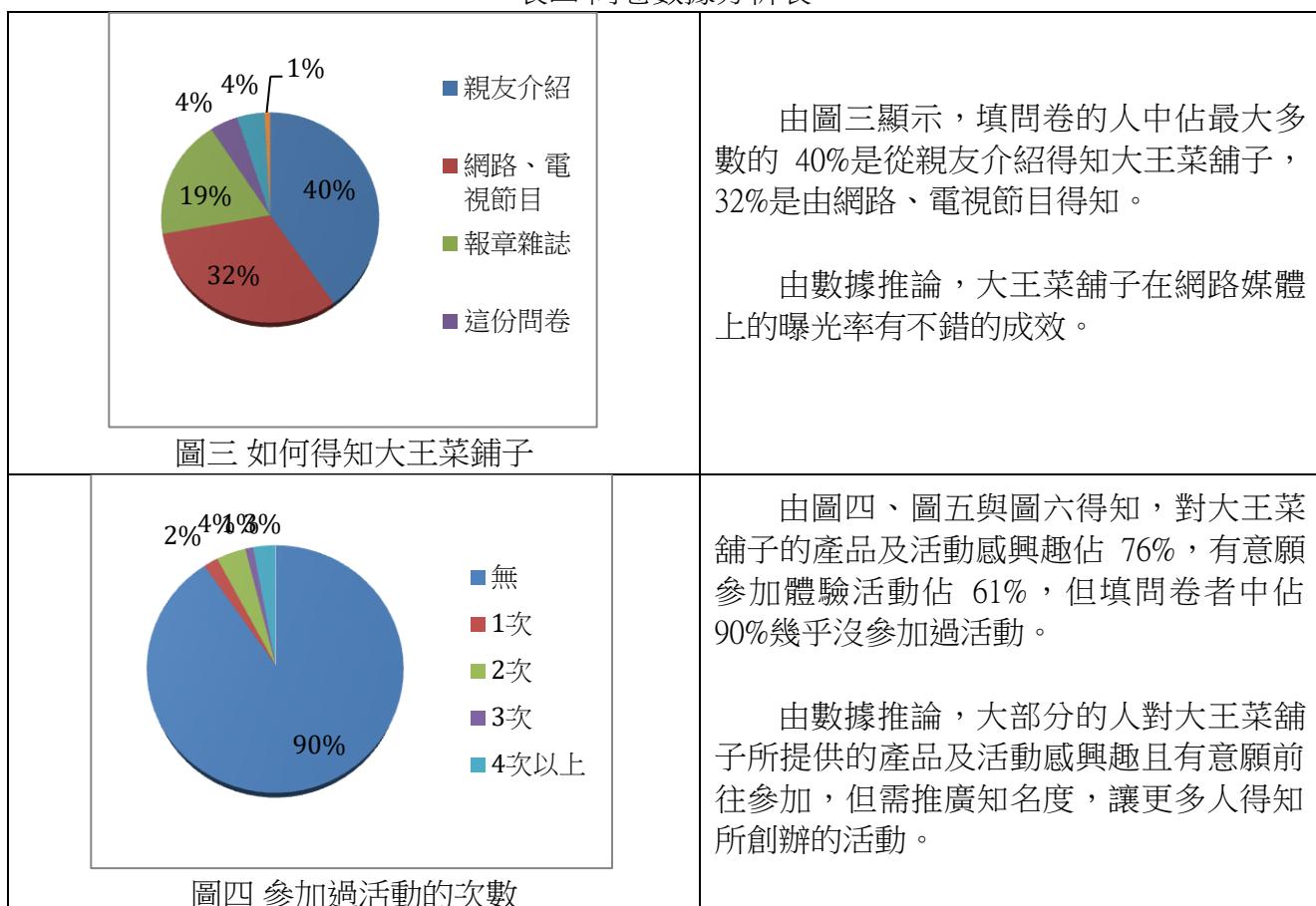
由表三得知，本次研究「農業電商化－大王菜舖子」的受訪消費者以女性居多(61%)，年齡大多是20以下(含)歲(54%)之間，職業以學生(54%)最多，且大多為高中(57%)畢業，大部分為花蓮(在地人)(85%)。

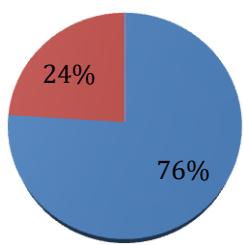
表三 消費者基本資料分析表

| | | | | |
|-------------|----------|------|--------|------|
| 性別 | 男 | 39% | 女 | *61% |
| 年齡 | 20以下(含) | *54% | 21-30歲 | 18% |
| | 31-40歲 | 11% | 41歲以上 | 17% |
| 職業 | 軍公教 | 9% | 工商農業 | 13% |
| | 服務業 | 11% | 自由業 | 7% |
| | 家管 | 6% | 學生 | *54% |
| 教育程度 | 國中 | 5% | 高中 | *57% |
| | 大學 | 29% | 研究所 | 8% |
| | 專科 | 1% | | |
| 居住地 | 花蓮縣(在地人) | *85% | 外縣市 | 15% |
| 使用過有機產品 | 是 | *76% | 否 | 24% |
| 推薦外地朋友購買本產品 | 是 | *87% | 否 | 13% |
| 營業理念 | 支持 | *92% | 不支持 | 8% |

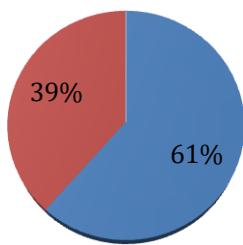
(資料來源：由本組研究整理)

表四 問卷數據分析表

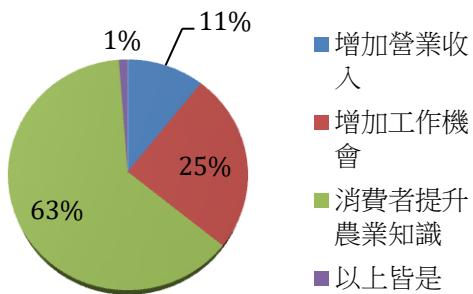




圖五 對產品及活動感興趣



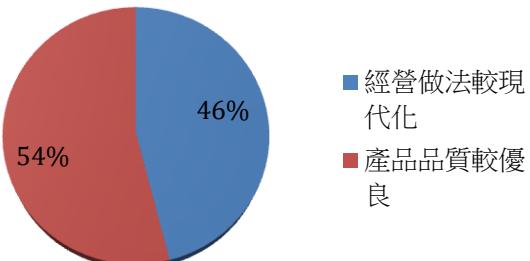
圖六 有意願參加體驗活動



圖七 打工換宿的行銷活動能提升何種效益

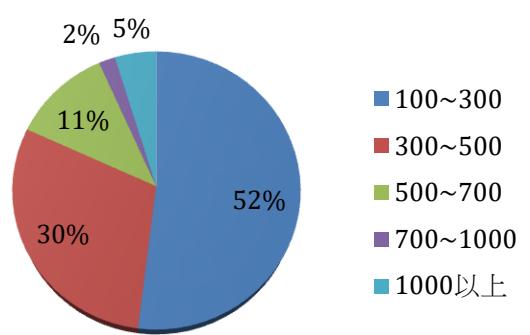
由圖七顯示，有 63%的民眾認為大王菜舖子所創辦的打工換宿活動可以讓「消費者提升農業知識」有 25%的人認為這個活動可以「增加工作機會」。

由此可知，大王菜舖子的打工換宿活動民眾皆認為可帶來正面回饋。



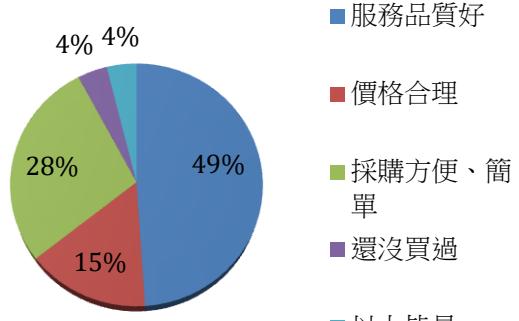
圖八 如何在同業脫穎而出

由圖八顯示，大王菜舖子能在相同類型的競爭者中脫穎而出主要因「產品品質較優良」，次高為「經營做法較現代化」。



圖九 願意以多少價格購買

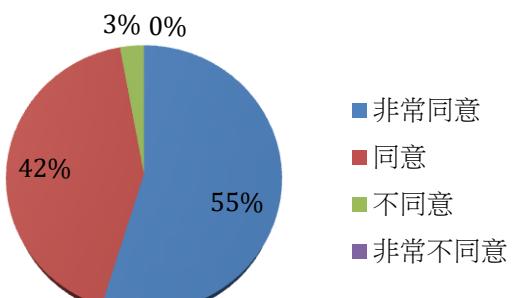
由圖九顯示，大多數填問卷者願意以 100 至 300 元的金額消費(52%)，300 至 500 元為次高(30%)。



圖十 願意再度回購的原因

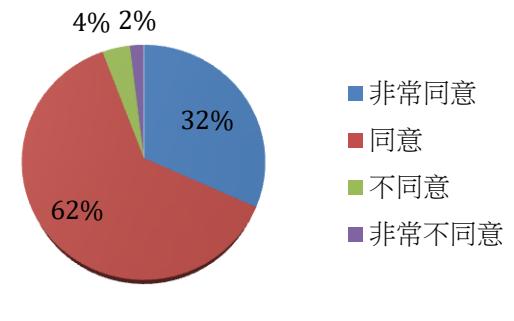
由圖十顯示，大多數大王菜舖子的消費者願意再度回購多「以服務品質好」為主要原因，次要原因為「採購方便、簡單」。

由以上得知，大王菜舖子設置上網訂購有效增加回購率。



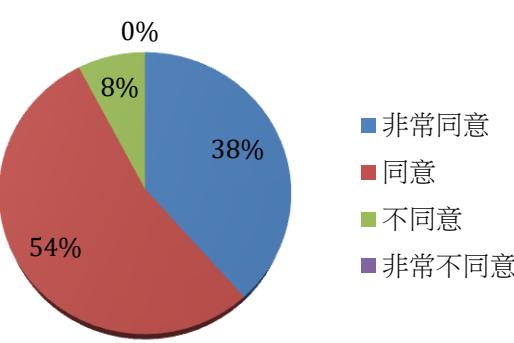
圖十一 有機農業可以減少環境汙染

由圖十一的數據得知，僅有 3% 不認同有機農業可有效減少環境污染，但大部分民眾皆認同，有利增加大王菜舖子的機會。



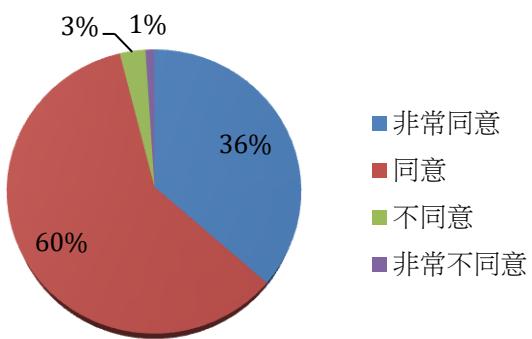
圖十二 產品價格是否合理

由圖十二的數據得知，民眾幾乎都覺得大王菜舖子的價格合理，僅有少部分覺得不合理。



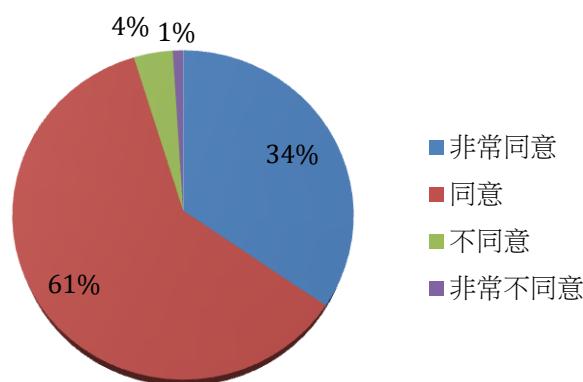
圖十三 網頁設計是否明瞭

由圖十三得知，參訪過大王菜舖子的民眾皆認為官網設計清楚明瞭，僅有 8% 不同意。



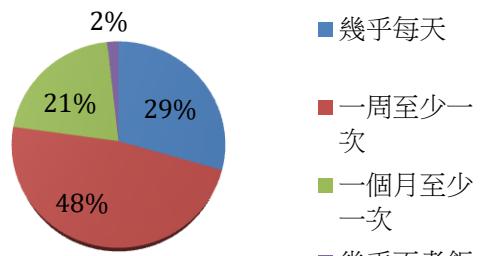
圖十四 產品包裝是否滿意

由圖十四得知，大部分買過大王菜舖子的消費者滿意產品包裝，僅有 4%不滿意。



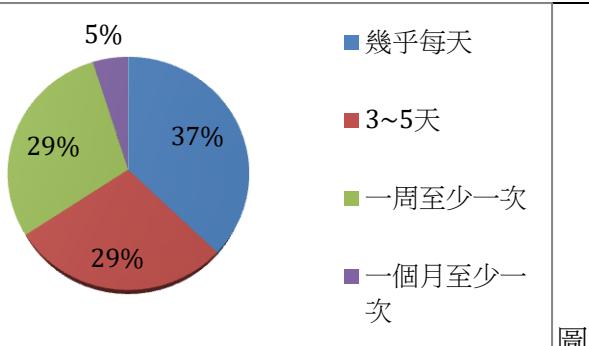
圖十五 出貨速度是否滿意

由圖十五得知，大部分買過大王菜舖子的消費者滿意產品出貨速度，僅有 5%不滿意。



圖十六 做飯習慣

由圖十六與圖十七得知，每天外食的頻率佔 37%且僅有 29%的人有每天做飯的習慣，對大王菜舖子販賣的有機蔬菜是有劣勢的。



圖十七 外食的頻率

由數據推論，大王菜舖子可販賣以有機產品製作的熟食，把握注重養身的外食族群。

參、結論

(一)結論

1.從 SWOT 分析及五力分析：觀察出大王菜舖子的劣勢中，幾乎每一點都是造成人潮稀少的原因，優勢和機會彌補不了多少，導致知名度持續低落。

2.從問卷分析數據得知：大部分消費者對於大王菜舖子的整體滿意度幾乎都超過半數，由於現在大部分人都不太煮飯，所以外食的頻率很高。大多數的消費者願意購買的金額都在 300 元以內，還想再買的人大多數是因為服務品質好，而且價格也很合理。

(二)建議

現代人注重休閒觀光和有機食品，是可把握機會的新興市場，但從問卷得知，還是有許多人不知道大王菜舖子，大王菜舖子想幫助小農，可以積極地拓展通路，本組建議如下：

1.拓展通路：與其它市集合作或與網路平台合作，讓更多人有機會認識大王菜舖子。

2.與教育單位合作：大王菜舖子辦理許多親子體驗活動，主動與教育單位合作，深耕有機無毒的觀念。

3.善用社群網站：問卷調查結果打工換宿受到肯定，可以透過社群多加宣導，此外，一位外食人口多，消費者對於購買食材自己烹煮意願不高，建議廚娘可以拍攝一些作菜簡易的影片，放在網站上，讓民眾了解新鮮食材對身體的好處，且宣傳烹煮輕鬆可以上手。

肆、引註資料

劉如芳（2013）。探討社會企業的社會行銷策略應用：以大王菜舖子為例。國立東華大學碩士學位論文。

林炯丞（2011）。運用社群支持型農業促進台灣有機農業發展－大王菜舖子的個案研究。國立東華大學碩士學位論文。

大王菜舖子官網：取自 <http://www.buylocal.tw/>。2018 年 9 月 30 日。

葉守禮（2016）。台灣農村與合作市場經濟：關於三個小農社群經濟案例的社會經濟分析。台灣社會研究學會年會。

沈禎娥、莊宏啟、蕭煒羣（2014）。商業概論 I。台北市：啟芳出版有限公司。

沈禎娥、莊宏啟、蕭煒羣（2014）。商業概論 II。台北市：啟芳出版有限公司。