

光南大批發銷售以及顧客滿意-以花蓮店為主

投稿類別：商管類

篇名：

光南大批發銷售以及顧客滿意-以花蓮店為主

作者：

張瑞如。國立花蓮高級商業學校。會計事務科三年甲班

彭文慧。國立花蓮高級商業學校。會計事務科三年甲班

蘇逸潔。國立花蓮高級商業學校。會計事務科三年甲班

指導老師：

林淑滿老師

目錄

壹●前言

一、研究動機.....	1.
二、研究目的.....	1.
三、問卷調查.....	1.

貳●正文

一、起源.....	2.
二、發展現況與困境.....	2.
三、經營特色.....	2.
四、行銷手法.....	2.
五、未來發展.....	3.
六、SWOT 分析.....	3.
七、問卷統整分析.....	4.

參●結論

一、結論.....	6.
二、建議.....	6.

肆●引註資料.....7.

伍●附錄.....8.

壹●前言

一、研究動機

近年來經濟不景氣，使得消費者不願花大錢去消費，所以有許多業者紛紛推出物美價廉的好康商品，讓以批發為主的光南大批發能夠使消費者願意花錢和時間來此消費。

先前的文具業者大多都屬於傳統文具店型式，而所販賣的文具用品大多偏向於較貴的價錢，但自從 83 年 5 月後光南的成立，使得許多傳統的文具店慢慢沒落。光南大批發不僅只有文具批發進而推廣至日常生活用品，以最低的價格拉住消費者的心。

光南大批發可說是文具零售業的龍頭，以最低價的價格拉攏消費者，而光南大批發在這龐大的市場內一定有它的成功關鍵，本研究的研究方向以光南的行銷手法以及他的低價銷售的導向來做為研究目的。

二、研究目的

基於上述的研究背景與動機，本研究擬藉文獻探討及問卷調查兩方面來進行研究分析，以了解台灣批發業在面對景氣變化、競爭環境和消費者市場等不同變數下，為何還能夠受到消費者如此歡迎，研究目的如下：

- (一) 瞭解光南經營型態以及其特色。
- (二) 瞭解光南消費族群、消費型態。
- (三) 光南大批發的市場分析。
- (四) 探討光南大批發是否該走向網路平台以及對其建議。

三、問卷調查

問卷調查（丁琴美・WonDerSun，2009）的方法有三種，有人員面談法、電話訪問法和網路問卷調查法，而我們是選擇以人員面談的方法來做問卷調查，因為這個調查法是問卷回收率最高的方法，除了可以訓練訪談人員的談話技巧之外，另一方面也可以培養訪談人員的耐心以及親和力，雖然是最耗時間、耗人力

的一種方法，但最後的分析結果準確力也是最高的。

貳●正文

一、 起源

光南大批發前身爲光南唱片，於民國 83 年增資轉型爲複合式賣場，爲全省連鎖流行用品商店，採股東分紅制度，目前於北、中、南、花東地區均有分店，預計未來於全省各地展店。

二、發展現況與困境

（一）現況

大多都位於市中心，因爲人潮眾多進而使得銷售量也跟著變多，也因爲是走平價實用路線，更能吸引消費者的注意。

（二）困境

現在的批發零售業紛紛成立，分散客源，又因爲位在市中心，停車購物不甚方便，使得許多開車的消費者不喜歡到這消費。（歐開培 肖怡，2007 年）

三、經營特色

文具批發、辦公用品、3C 產品、卡片禮品、日常百貨、飾品、皮件、電腦周邊、遊戲軟體、鐘錶系列、數位商品之銷售等，利用多元化的經營特色以及低廉的價格，進而滿足不同的消費族群。（光南大批發之簡介，2010 年 3 月 8 日）

四、行銷手法

（一）壓低進貨成本

利用批發零售的手法，以壓低進貨成本，因爲成本的壓低，以至於售價也隨之降低，加上不定時的促銷活動，使得光南大批發成功的成爲文具批發業的龍頭。

（二）位於市中心，吸引消費者

於市中心，打著平價實用的名號，順利的吸引到許多的消費者前去消費，而學生、日用品族群、公司行號，也很喜歡到此來消費。

五、未來發展

近年來網路科技的發達，許多商家紛紛轉向網路銷售這塊大版圖，光南大批發可以考慮增加網路銷售的管道，不但節省店鋪成本，也能夠增進客源，對於常使用電腦消費的消費者來說，不用出門購物就能買到，也是一大方便。

六、SWOT 分析

所謂 SWOT 分析，就是從企業的優勢、劣勢、機會以及威脅來加以分析、探討，這項分析可以讓許多企業以及投資人作為參考的依據，也可以讓企業本身了解到自身的優勢以及機會來創造新的商機和營業額，也能了解到企業自身的劣勢以及威脅再來加以改進，以強化企業自身的競爭能力。

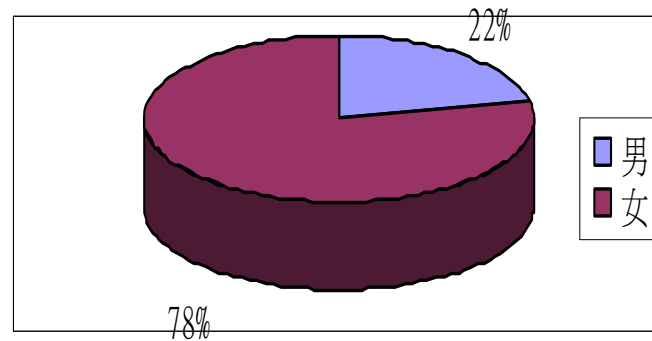
表(一) SWOT 分析

優勢	劣勢
1．以低價的文具吸引年輕、學生族群。 2．產品種類多，電子產品有保固而且又便宜，許多 3C 用品愛好者喜歡來此購買 3.除了文具、3C 用品以外，這裡也有日常生活用品，價格也比傳統的超市價格低廉。	1．有些商品擺放過久，商品週期太長。 2．位在市中心，土地面積有限，所以不能在擴大門面積。 3．建築設計有些瑕疵，二樓的感覺像危樓。 4．商品擺設不夠齊全。
機會	威脅
1．設店在人潮聚集處，增加客源。 2．在未來可以增加網路購物的功能，增加營業利潤。（戴劍文。89 年） 3.可以不定期推出促銷活動吸引消費者的注意。	1．各種百貨零售業紛紛成立，分散客源。 2．網路購物盛行，許多消費者可以直接上網購買，以至於不會再花時間至門市消費。 3．門市服務最重要的就是員工的態度，而光南的員工服務態度應該要再多加強訓練。（楊玄榆。94 年）

七、問卷統整分析

這份問卷調查我們總計 180 份，我們以人員面談法親自到光南做市場調查，而我們問卷調查的回收率是 100%，有效問卷共 178 份、無效問卷共 2 份，從這個回收數字看來，這個調查法可是非常有效率的方法，而經過我們的統整結果，以下是我們所做的市場分析：

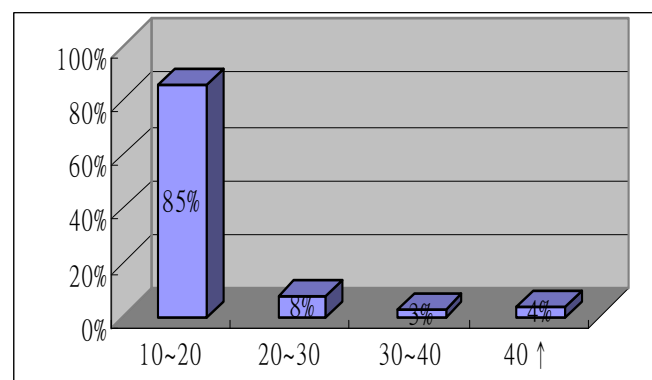
一、性別：



圖（一）性別分析圖

由上述圖表可得知，購買人數女性佔了 78%，男性比例卻只佔了 22%，從此數據來看，光南的消費族群以女性居多，可能一部份的原因是因為光南所販賣女性用品以及化妝品的總類很多而且以便宜為主軸，所以在光南消費的比例以女性所佔的為最高。

二、年齡：

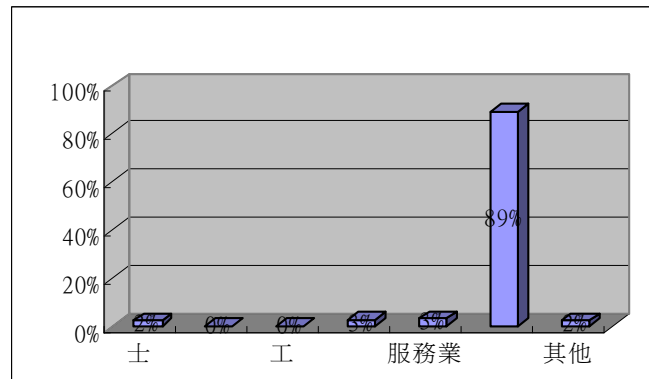


圖（二）年齡分析圖

由上述圖片可得知，購買者的年齡 10~20 歲佔 85%、20~30 歲佔 8%、30~40 歲佔 3%、40 歲已上佔 4%，由此數據可知，至光南大批發消費的族群大部份都是學生、年輕族群，因為學生最常使用到的就是文具類商品了，而光南的行銷策略，

就是偏向文具批發業。

三、職業：☐士 ☐農 ☐工 ☐商 ☐服務業 ☐學生 ☐其他_____

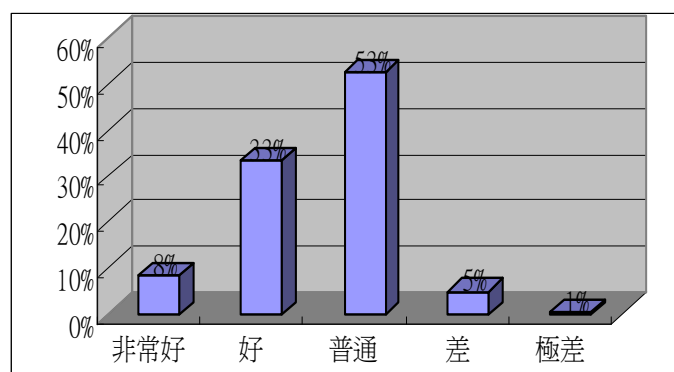


圖（三）職業分析圖

由上述圖表顯示，學生族群佔了 89%，因為學生會需要使用到大量的文具用品，而光南的文具用品價格低廉，學生都會選擇到光南消費。

根據問卷統計後的資料來看，到光南所消費的顧客大約都偏向於女性顧客，而大多都是高中職的學生們，因為這個年紀的學生能夠自由的支配現金度較高，花費金額差不多都介於 100~200 元之間，而消費的種類大部份都屬於文具用品，正因為光南就是打著批發價的口號，經濟又實惠，以至於很多人都是考量到價錢的因素才會選擇去光南消費，又因為位於市中心的繁榮地帶，所以要尋找到光南並不是一件難事。

四、您對光南大批發員工的服務態度和速度滿意嗎？



圖（四）員工服務滿意度分析圖

由上述圖表顯示，至光南消費的消費者們，對於員工的滿意度大多都是普通，現在的服務業最重視的就是員工的服務態度，雖然統計出來只是普通，但如果光南

可以在加強員工的服務態度，應該也能夠在增加企業的銷售額，因為顧客會偏向態度好的店家消費。

雖然光南的價格是大家都接受及喜愛的，但以員工的服務態度和整體的感覺來看，大家的反應大多都是普通，所以光南雖然要注重銷售額以外，對於員工的職場訓練也是一項不可獲缺的重要功課。

參●結論

一、結論

光南大批發，之所以能夠在文具業發展如此的成功，是藉由大批的進貨，以利降低成本，使得它能夠把價格大大的壓低，以賺取中間的差額增加利潤。許多的學生，放學後總喜歡到花蓮市的街上逛逛，而我們總是會看見大批的學生湧進光南消費；也是因為地點的優勢，很多人都會相約在光南的門口相見，因而也增加了消費者消費的可能性。

經過我們親自訪談的問卷調查結果分析，我們發現到最常至光南消費的消費族群，大多都偏向於高中/職的學生，正因為在這階段的學生對現金的使用有較高的自由，但又無法消費價錢偏高的商品，所以光南利用這個優勢，成功吸引了學生的消費市場。而除了學生族群外，當然有時候也會有家庭主婦、公司行號來此採購，所以消費商品除了偏向於文具用品之外，也會銷售日常生活用品，因為價格比一般農會、統冠還要便宜，又因為是必需品，所以此種商品在光南也有一定的銷售額和銷售數量。

雖然說光南在花蓮市場占有一席之地，但是也有少部分的缺點。因為位於市中心，車流量大，以至於許多開車的消費者不甚喜歡來此購物；也由於現在網路資訊發達，許多相似的同業已偏向網路銷售模式，而光南至今還沒有發展這種銷售方式，因而流失了一部分的消費者，所以我們擬定了下列幾項建議，以提供光南作為參考。

二、建議

（一）網路銷售平台

現在網路資訊發達，許多行業都已經朝著網路銷售這塊大版圖前進，光南如果也朝著這方向發展，因為是批發的價格，所以更能吸引到許多的御宅族（維基百科，2010年3月8日）的青睞，進而增加銷售額。（郭賢敏。85年）

（二）增加小型停車場

擁有地點佳的優勢，所以常常都是人潮的聚集處，也是因為如此導致開車族的消費族群覺得麻煩，還有停車位的問題，位在市中心所以車流量大，時常找不到停車位，所以建議可以增設一個小型的停車場，以方便駕駛族群下車購物。

（三）自有商品

光南所販賣的東西偏低價，如果可以再加上自創品牌來強化大家對光南的印象，除了能夠提高自身的商譽之外，也能夠再增加一些銷售額。

肆●引註資料

丁琴美 • WonDerSun（主編），2009 年，專題製作－問卷調查篇。台北市：台科大圖書股份有限公司

光南大批發之簡介， 2010 年 3 月 8 日，
<http://www.1111.com.tw/talents/organInfo.asp?nNo=48510116>

郭賢敏，85 年，網際網路行銷與其進入模式之研究。國立台灣大學：全國碩博士論文

楊玄榆，94 年，品牌形象、行銷組合、服務品質對顧客滿意度的影響。大同大學：全國碩博士論文

維基百科，2010 年 3 月 8 日，
<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%BE%A1%E5%AE%85%E6%97%8F>

歐開培 肖怡（主編），2007 年，中國批發市場的困境與出路。出版社：中央編譯出版社

戴劍文，89 年，國內辦公文具業電子商務經營模式探討。國立中山大學：全國碩博士論文

伍●附錄

99 年度職業學校商業與管理群科專題製作心路歷程

學校名稱：國立花蓮高級商業職業學校	
專題製作名稱 (中文)	光南大批發銷售以及顧客滿意-以花蓮店為主
心路歷程 呈現方式	<input type="checkbox"/> 文字 <input type="checkbox"/> 圖文
心路歷程	<p>在學期初的時候大家一定都會開始看課表，看到一個很新奇的課程，那就是「專題製作」，對他有很重的好奇心，不知道會在這個課程中學到什麼樣的知識，上了才知道原來這是一門銜接大學的課程（難怪課本很大一本）是爲了讓學生們培養團體精神、自我挑戰、分析統整的能力。跟想像中的一樣，是一門很活潑的課程，就依照著老師的指示，一步一步的做下去。</p> <p>首先呢當然是要想題目，沒有主題怎麼會有下面的範例呢，光是想題目就想了很久，因爲是一個小組，所以必須集合小組裡面的意見，然後去做，分工合作，如果沒有分工合作光靠一個人的單打獨鬥，那將會是很辛苦的一件事情。</p> <p>其中我覺得比較有挑戰性的就是問卷製作，要想問卷，光想就好像花了一兩節課的時間去設想問卷，而且問卷也不是說想好就好了，還必須要印出來，一次最低就是一百份，我們這組做了將近兩百份的問卷，然後上街實地去發問卷，發現問卷不是這麼好發的，像是中年人幾乎都不寫問卷，他們可能認爲這是商業利益，或者是浪費時間，當然別人不寫也不能說什麼，還是要很親切的和別人說聲謝謝，這就是自我挑戰的地方，當然第一天是沒發完的，之後再各自自己去發，要面對一個陌生人，主動的說出自己的目的，請求別人寫問卷，這是一個很大的考驗，問卷寫完後，還必須要統整，雖然需要花費很多的時間，但是這些都是值得的，看見自己的成果那種成就感是很大的，雖然過程中會發生很多事情，就像資料不見的那種痛心，但這些都是需要磨練的，沒有磨練哪來的成長呢！</p>
參賽學生簽名	張瑞如、彭文慧、蘇逸潔

99 年度職業學校商業與管理群科專題製作成果 自評表

學校名稱：國立花蓮高級商業職業學校	
專題製作名稱(中文)	光南大批發銷售以及顧客滿意-以花蓮店為主
參賽學生	彭文慧、張瑞如、蘇逸潔
研究成果或具體貢獻	<p>由專題成果得知，光南大批發已經是台灣銷售成績最好的的連鎖文具批發業，雖然銷售成績不錯，但還是有些許稍嫌不足的地方，經果我們的研究，歸納出下列幾項：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1．經營環境因為位於市中心，車流量多，停車購物不甚方便，許多開車的消費者就不會選擇來此消費，而流失了許多消費者。 2．現代網路科技發達，網路購物已成為現在流行的輕鬆購物方發，其他業者早已推出網購的服務方案，不僅銷售量增加連客源也增加了許多，光南大批發是不是也該考慮設個網路購物平台呢？
研究成果自評	<p>透過這次的專題製作，讓我們深入了解光南大批發獨特的銷售模式，是其他業者無法效仿的，即使如此，也需要大量的資金去籌備，還需面對虧損的風險，光南大批發儼然成為年輕消費族群以及日常生活用品所需的最佳購物地點，礙於在網路以及書籍方面能收尋到的資料可說是少之又少，讓我們在製作上增加了許多困難，但我們仍是盡自己最大的努力去完成這份專題。</p> <p>這在專題製作的過程，我們學會了問卷製作，以及文書上的一些編排技巧，也要謝謝指導老師辛苦的指導我們，雖然製作上可能還有些生疏，但是下次再度製作的時候一定會比先前來的更加熟練。</p>
指導老師簽章	<p>簽名： _____ 蓋章： _____</p>

98 學年度國立花蓮高商推動專題製作競賽報名表

班 級	會 三 甲		競賽類型：擇一報名 <input checked="" type="checkbox"/> 小論文組 <input type="checkbox"/> 多媒體組
指 導 老 師	林淑滿		
題 目	光南大批發銷售分析及顧客滿意~以花蓮店為例~		
參賽人員名單	1.張瑞如	2.彭文慧	3.蘇逸潔
相關補充資料	1.作品頁數：_9_頁 2.光碟：_____片	報 名 日 期	99 年 3 月 15 日