

商業類

篇名：

包心粉圓行銷策略分析

作者：

陳靚穎。國立花蓮高商。會三甲

孫陳鈺惠。國立花蓮高商。會三甲

潘佩妤。國立花蓮高商。會三甲

指導老師：

林淑滿

目錄

壹●前言

一、研究動機.....	1
二、研究目的.....	1
三、研究方法.....	1
四、研究限制.....	1
五、研究流程.....	1

貳●正文

一、包心粉圓起源.....	2
二、經營理念	
(一) 永續經營.....	2
(二) 經營目標.....	2
(三) 經營績效.....	3
(四) 經營優勢.....	3
三、SWOT分析.....	3
四、包心粉圓成功關鍵之分析.....	4

參●結論

一、問卷結果分析.....	4
二、結論與建議	
(一) 結論.....	6
(二) 建議.....	7

肆●引註資料

參考文獻.....	7
-----------	---

附錄

問卷內容.....	9
心路歷程.....	10
自評表.....	12

壹●前言

一、研究動機

包心粉圓從以前到現在，被眾多業者拿去改良創新，除了以前的「包心粉圓專賣店」，現在還多了一間「五霸焦糖包心粉圓專賣店」，面對市場中多了競爭對手，網路上負面謠言不斷，在這小小的寡占市場當中，包心粉圓要如何再度抓住消費著的心，這是值得我們去探討的。

我們這次專題選擇調查包心粉圓，是因為想知道為什麼一般的粉圓裡頭加上了紅豆，能吸引大家，受到大家的喜愛，它是怎麼靠著這小小的創意慢慢開創到台灣各地，因此想深入的去瞭解它的行銷方式，並且找出它成功的原因。

二、研究目的

- 1、瞭解包心粉圓的起源。
- 2、瞭解包心粉圓的經營績效與經營優勢。
- 3、瞭解包心粉圓行銷分析。
- 4、瞭解包心粉圓成功打入市場的原因所在。
- 5、瞭解顧客滿意指數。

三、研究方法

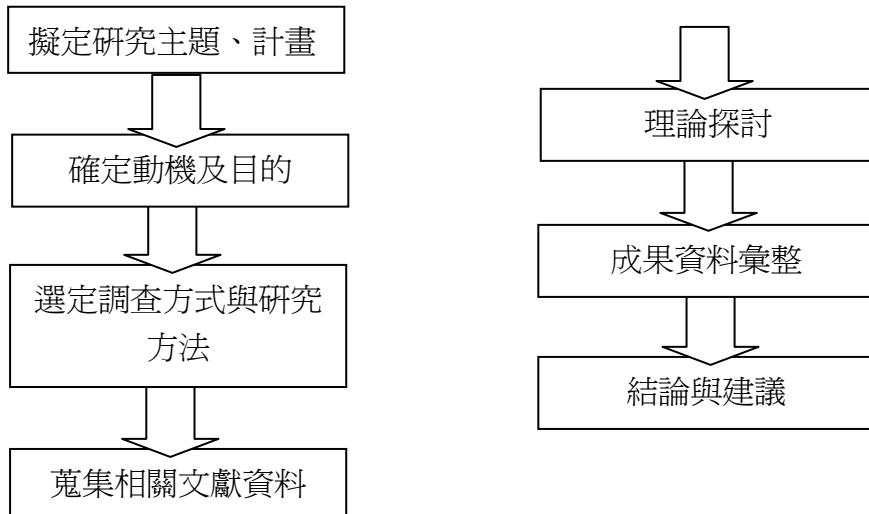
本研究以實際探訪花蓮市包心粉圓的顧客做問卷調查、訪談等方式瞭解顧客滿意度，也在網路上搜尋包心粉圓相關的網頁以及參考品嚐過的人的意見及評論，因此探討包心粉圓的成功因素！

四、研究限制

- (一)本組因上課時間的限制，所以是利用平日晚上與假日時間發問卷，因此無法分析各時段消費者的滿意程度。
- (二)市面上有很多的知名冰品市場，本組考量於時間、人力與物力等等限制因素，無法擴大的全面性討論，故本組只針對花蓮市包心粉圓來做深入的探討與分析。

五、研究流程

(如下圖一)



圖一 研究流程圖

貳●正文

一、包心粉圓起源 - 同心協力、胼手胝足

原本從事快餐生意的許先生、許太太，在偶然的機緣中他們發現一位在路邊賣傳統粉圓的阿婆，生意好的讓人稱羨！於是，夫婦倆決定對這傳統的食品給予重新的詮釋與瞭解。過程中他們發現粉圓這種傳統食品，數百年來在華人的社會哩，幾乎男女老少及人生的成長過程中，每個人都會吃過，所以百年來市場占有屹立不搖。

夫婦倆認為，若能改變傳統粉圓的作法並給予豐富的生命力，未來必定商機無限。於是，他們將粉圓包餡，舉凡花生、綠豆、紅豆、蓮子、薏仁等都在實驗之列，並經多次研究、測驗，終於開發出Q勁夠、口感爽、味道最佳的「紅豆包心粉圓」。

二、經營理念

(一) 永續經營：企業因應產業環境、結構的快速變化，及基於永續經營的理念，為求在世界經濟體中，佔有領先的地位。

(二) 追求成長與擴充是必要的經營目標。其中「購併」為企業追求成長的主要策略之一。然而，追求成長目標通常有兩種選擇：

1. 一乃運用企業內部原有的資源與能力發展策略來達成的內部成長
2. 另一則是藉由合併、收購(M&A)或合資事業(joint venture)等方式為之的外部成長。雖然購併是企業擴大經營規模、強化競爭力與豐富企業資源的策略，但購併不僅為外部成長目的而已，如能運用購併策略豐富企業內部資

(三) 經營績效

1. 注重服務品質：

隨著知識經濟的到來，知識與創新逐漸取代資本與勞力，成為產業進步的主要驅動要素，以往以出口為導向的製造業與服務業的比重已經逆轉，服務業已成為國內發展的主力，產值及就業人口數已成為一國經濟發展現代化程度的指標。

2. 運用創新知識管理達成經營績效：

鑑於服務業在台灣日益重要，且單靠產品的品質是無法滿足顧客要求，因此，任何企業想要成功，就必須懂得運用創新類型與知識管理能力的競爭優勢達成公司經營績效的目標。(陳錫琪，2008)

(四) 經營優勢

花蓮包心粉圓因為就只有一家，若顧客想吃包心粉圓，也就只有一項選擇，所以競爭力較小，且它的口味不管哪個年齡層都適合，夏天會不斷推出新冰品，讓顧客每個時期都能夠嚐鮮，而冬天也會推出熱飲，熱顧客不是只有冰品可以選擇，而店家也貼心的幫顧客提供了外送服務！

三、花蓮包心粉圓 SWOT 分析

SWOT 分析可以幫助企業訂定發展戰略，全面性的分析企業的經營狀況，找出企業競爭優勢、劣勢、定位等問題的所在，並發展因應對策，提供適當的建議，幫助企業規劃與發展。以下是研究者針對包心粉圓所做的 SWOT 分析表（如表 1）

表 1 花蓮包心粉圓 SWOT 分析表

優勢(Strength)	劣勢(Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> ● 在花蓮只有唯一的一家 ● 品牌印象良好 ● 價格合理、品質高、口味多 ● 位於繁榮，人潮聚集的地方 ● 冬天有賣熱的，夏天有提供冰品 	<ul style="list-style-type: none"> ● 廣告行銷不足 ● 分店少，曝光率低 ● 停車位難找 ● 店面不夠大
機會(Opportunity)	威脅(Threat)
<ul style="list-style-type: none"> ● 可再多創造新流行的口味 ● 打響名聲吸引外地客 ● 可與娛樂業者結合，用電視廣告來增加知名度 	<ul style="list-style-type: none"> ● 隔壁開了不同口味的包心粉圓，可能會被搶走客人 ● 夏天冰品可能比不過有名的一心泡泡冰

由上表 1 SWOT 分析表，可讓我們瞭解到花蓮包心粉圓的優劣勢以及需要改進或者加強之處。包心粉圓的合理價格和多種口味吸引了許多消費者前來。而須改善的地方，如可擴大店面、改進室內座位擁擠的缺點，讓顧客有舒適的環境用餐。可多多利用媒體報章雜誌來打響名譽。

四、包心粉圓成功關鍵之分析

本研究經由 SWOT 分析，我們發現包心粉圓雖然店面小、停車不便但在其他冰品市場業者有競爭激烈的情況下還可脫穎而出，成功關鍵就是擁有：

- (一) 良好的服務品質
- (二) 創意的吃法
- (三) 很多種不同口味讓客人挑選
- (四) 廣大的知名度
- (五) 合理的價格

參●結論

1、性別

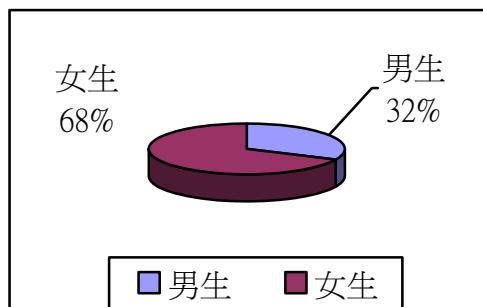


圖 2 性別比例分析圖

由圖 3 數據顯示，包心粉圓顧客約68%是女性，32%則是男性，女性消費者比男性消費者整整多出36%，表示包心粉圓較受女性消費者喜愛。

2、職業分析

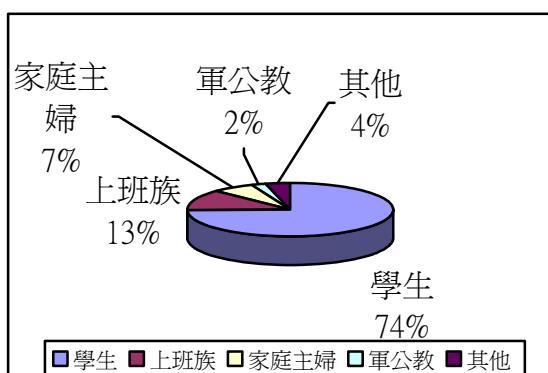


圖 3 職業比例分析圖

由圖 3 數據顯示，學生消費者約佔 74%、上班族約佔 13%、家庭主婦約佔 7%、軍公教約佔 2%，其他職業者則佔了 4%，由此可知，包心粉圓的消費者主要為上班族與學生。

3、請問您最喜愛的口味？（複選題）

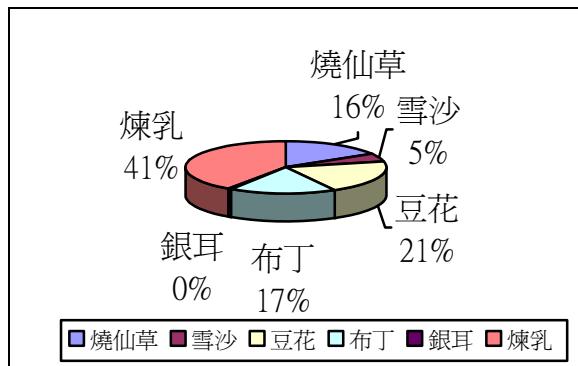


圖 4 最喜愛的口味比例分析圖

由圖 4 可知數據顯示，消費者對包心粉圓的口味燒仙草約佔 16%、雪沙約佔 5%、豆花約佔 21%、布丁約佔 17%、銀耳約佔 0%、煙乳約佔 41%。由此可知，大多數消費者喜好的口味是煙乳，其次依次是豆花、布丁、燒仙草。

4、請問您對品質的滿意度？

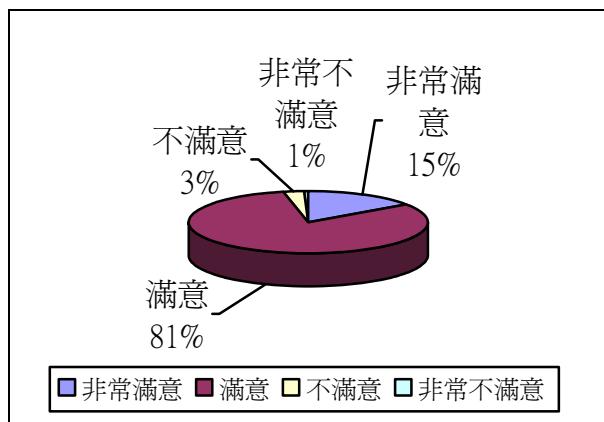


圖 5 品質滿意度比例分析圖

由圖 5 可知數據顯示，消費者對包心粉圓品質滿意感到非常滿意約佔 15%、滿意約佔 81%、不滿意約佔 3%、非常不滿意約佔 1%。由此可知，消費者對於包心粉圓的品質大多數是滿意，可看出包心粉圓非常注重品質，讓消費者可以安心的享用產品。

5、請問您對口味滿意度？

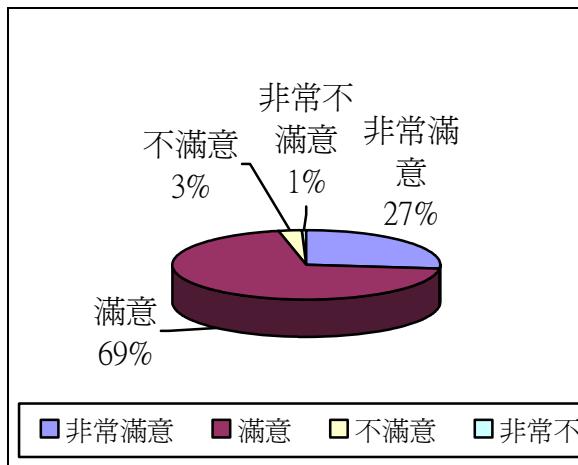


圖 6 口味滿意度比例分析圖

由圖 6 可知數據顯示，消費者對包心粉圓的口味感到非常滿意約佔 27%、滿意約佔 69%、不滿意約佔 3%、非常不滿意約佔 1%。由此可知，消費者對於包心粉圓的口味給予滿意評價居多，可見包心粉圓的產品口味受多數消費者喜愛。

6、請問您對交通(地理)滿意度？

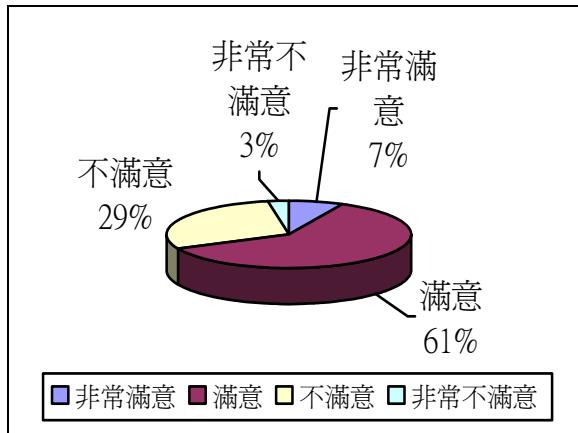


圖 7 交通(地理)滿意度比例分析圖

由圖 7 可知數據顯示，消費者對包心粉圓外地理交通感到非常滿意約佔 7%、滿意約佔 61%、不滿意約佔 29%、非常不滿意約佔 3%。由此可知，消費者對於包心粉圓的交通境給予滿意的評價是 61%，佔多半，其次不滿意有 29%，可見包心粉圓目前的交通地理環境，使消費者還能接受。

二、結論與建議

(一) 結論

根據我們的文獻探討及問卷分析結果，得到以下幾點結論：

1. 現今市場的冰品店家比比皆是，而且口味五花八門，讓消費者可以有很多的選擇。而包心粉圓卻可以在競爭激烈的市場上鶴立雞群的原因，就是因為他們有注重服務品質及運用知識管理的良好經營績效與獨占的經營優勢。
2. 成功打入市場的原因：因為花蓮市包心粉圓只有一家。
3. 包心粉圓不斷的提升員工的服務品質和服務效率，使顧客覺得在產品口味及品質的滿意度上都得到滿意的正面回應，因而建立包心粉圓的品牌形象，讓顧客有良好的印象。

(二) 建議

1、擴大店面

由於店面不是非常寬敞，桌椅擺設不足，店內生意興旺，常常大排長龍，導致店內擁擠，影響顧客用餐的心情。如果能夠擴大店面，增加桌椅的擺設，改善店內空間，營造出舒適的用餐空間，必定能吸引更多的顧客。

2、增設公用廁所

現在大部分的餐廳或商店，都會增設廁所，讓顧客用完餐方便使用，增加顧客的舒適度。如果能增設廁所，這樣顧客就不用爲了找公用廁所而煩惱，給顧客一個方便，對店內的生意更有幫助。

3、交通便利性

包心粉圓專賣店位於市區的鬧區，常常車水馬龍，停車位置不好找，造成顧客的不便。如果能夠換交通比較便利的地方，可以增加顧客的舒適度，也可以讓生意更好。

4、增設冷氣空調、加裝電動門

夏天天氣非常嚴熱，許多人都會尋找有空調的商店，增加用餐的舒適度，包心粉圓店內雖然有加裝冷氣空調，但是沒有很大的作用，因爲沒有增設電動門，導致冷氣怎麼吹都不涼爽，如果能夠增設冷氣空調，加裝電動門，可以增加冷氣的效用，讓顧客用餐舒適。

5、增加男性消費者喜好口味

由於包心粉圓女生顧客比例佔大多數，因此可針對男性消費者喜愛的口味來創新的產品，例如：可開發適合男性顧客重口味或者鹹口味的包心粉圓，吸引男性顧客前來消費。

肆●引|註資料

HUALIAN旅遊生活誌（2009）。打食尋飽—熱粉圓遇上冷冰冰，抓住瞬間美味~正宗包心粉圓專賣店。

吳聞詩（1995）。從企業文化觀點探討企業購併、組織學習與學習績效之關係。事業經營學系(所)

陳錫琪(2008)。創新類型、知識管理能力與經營績效之關連性研究。事業經營學系(所)

許展彰（2008）。甜蜜年節好伴手 甜你嘴也甜你心。大台灣旅遊網。2010 年 3 月 6 日。取自

http://night-market.travel-web.com.tw/Show/Style4/News/c1_News.asp?SItemID=0271030&ProgramNo=A210008000001&SubjectNo=62534

張國宣（2008）。包心粉圓包您動心。大台灣旅遊網。2010 年 3 月 6 日。取自 <http://tw.myblog.yahoo.com/jw!MhGzLY2QERjFISaH1rT3FYN3Ygt6/article?mid=1744>

羅建怡。2009。粉圓包紅豆，人潮搶搶滾。聯合報。12 月 15 日。

附錄

親愛的包心粉圓顧客您好：

我們是花蓮高商的學生，我們正在進行有關「包心粉圓行銷」的研究，很需要您提供寶貴的意見，大約會耽誤您兩分鐘多的時間來幫忙填寫問卷，本問卷僅提供我們研究使用，可安心回答，感謝您的協助。

花商會三甲第四組學生 陳靚穎、陳鈺惠、潘佩妤 敬上

一、基本資料

1. 性別： 男 女
2. 職業： 學生 上班族 家庭主婦 軍公教 其它： _____
3. 年齡： 20 歲以下 21~30 歲 31~40 歲 41 歲以上
4. 請問顧客您是： 在地人 外地人
5. 請問您多久光顧一次： 每週 一週~一個月 一個月~三個月 三個月以上

二、問卷內容

1. 請問您如何得知這家店： 親友 網路 書報雜誌 其它： _____
2. 請問您最喜愛的口味(複選)： 燒仙草 雪沙 豆花 布丁 銀耳 煉乳
3. 請問您對產品價格滿意度？
 非常滿意 滿意 不滿意 非常不滿意
4. 請問您對品質滿意度？
 非常滿意 滿意 不滿意 非常不滿意
5. 請問您對產品衛生滿意度？
 非常滿意 滿意 不滿意 非常不滿意
6. 請問您對外部環境滿意度？
 非常滿意 滿意 不滿意 非常不滿意
7. 請問您對口味滿意度？
 非常滿意 滿意 不滿意 非常不滿意
8. 請問您對店員服務滿意度？
 非常滿意 滿意 不滿意 非常不滿意
9. 請問您對交通(地理)滿意度？
 非常滿意 滿意 不滿意 非常不滿意
10. 請問您給予這家店的整體評價打幾分？ _____ (1~10分)

11. 請問您是否還會再光臨該店？ 是 否

12. 為了提供更好的服務，可否請您給予一些建議：

- 可以多新增一些口味，如： _____
- 可提高舒適度，如： 加裝冷氣 增加座位 其它： _____
- 可調整價格（ 提高 or 價低）
- 其它： _____

謝謝您提供寶貴的意見，非常感謝您的合作！



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： <u>花蓮高級商業職業學校</u> 編號： <u>_____</u>	
專題製作名稱 (中文)	包心粉圓行銷策略分析
心路歷程 呈現方式	<input checked="" type="checkbox"/> 文字 <input checked="" type="checkbox"/> 圖文
心路歷程	<p>剛開始製作專題時，我們大家都摸不著頭緒做這項對我們來說既新鮮又陌生的專題製作，從起初的不懂何謂行銷策略及製作專題的其中意義，經過了老師耐心的指導下，我們從懵懂無知一直到深入了解其中的意義，過程中，我們漸漸的學習到很多課本上學習不到事情。</p> <p>從製作問卷到實際調查、文獻收集等過程，就讓我們這組吃了不少苦頭；不但是時間的、精力和資金的管理，同時也是訓練我們與顧客面對面訪問機會，這過程中讓我們了解到原來製作專題不是一件簡單的課題，我們必須股起勇氣與顧客面對面的訪談和學習與顧客講話的方式，這對我們來說都是一大的考驗。</p> <p>經歷了這次的專題製作，雖然有時會因為意見不合而發生爭吵，但是我們都會試著去尋找我們之間最適當的溝通方式，然後同心協力的去解決我們所遇到的每一項困難，讓我們更了解彼此，也增進了我們的團隊默契及合作分工的精神。</p> <p>每一次製作報告時，我們都會盡心盡力的去完成，遇到不懂的地方就會躊躇的去詢問老師或是努力的去搜尋答案，而不是草草了事，這就是我們面對這項研究探討的積極進取的態度。就像俗話所說的：『天下沒有白吃的午餐』，我們所付出的努力和心血，使我們有非常多的收穫，且讓我們這一生受用無窮。(以下是小組實地拍攝)</p> 

圖一 包心粉圓店面圖



圖二 小組實地訪問圖



圖三 小組實地調查圖

，參賽學生簽名	陳靚穎、孫陳鈺惠、潘佩妤
---------	--------------

註：表格如不敷使用得自行延伸。

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：花蓮高級商業職業學校		編號：_____
專題製作名稱(中文)	包心粉圓行銷策略分析	
參賽學生	1. 孫陳鈺惠 2. 潘佩妤 3. 陳靚穎	
研究成果或具體貢獻	<p>由顧客滿意指度可提供以下建議給店家作為參考：</p> <ol style="list-style-type: none"> 顧客大多由親友得知該店，店家可利用網路的方便、廣播速度快、成本低，以增加該店知名度，如此以來還可以吸引其他外地的消費者。 該店消費者以年輕的學生居多，店家可多新增口味以滿足年輕消費族群的口味。 顧客消費週期較長，店家可配合顧客，多辦促銷活動，吸引消費者光顧。例：加料不加價、買二送一……等。 許多消費者認為該店附近不好停車，位置不好找，店家可考慮遷移已滿足消費者需求。 	
研究成果自評	<ol style="list-style-type: none"> 瞭解到包心粉圓的顧客滿意度、運作現況及發展。 可將研究成果提供給店家作為參考，可幫助店家未來發展。 實地去參訪做調查，可提供更好的分析建議。 <p>這次專題過程雖然過程有些辛苦，在實地去做調查時頻頻被拒絕，信心深受打擊，但製作過程中我們學習互相鼓勵、合作、團體之間的互動！</p>	
指導老師簽章	簽名：	蓋章：