

投稿類別:商業類

篇名:

白巷子的滿意度調查(雲林區)

作者:

楊侑達。私立永年高中。商業經營科。高二仁
謝呈得。私立永年高中。商業經營科。高二仁
黃士豪。私立永年高中。商業經營科。高二仁

指導老師:黃麗珠

壹、前言

一、研究動機

近幾年來，白巷子慢慢興起一波熱潮，在街上隨處可見許多飲料連鎖店，每家都推出自家獨特的招牌特色，且現今飲料店發展多元化，競爭非常激烈，在市面上，白巷子原是很受歡迎的飲料品牌，因此我們想深入探討白巷子的經營模式和行銷策略與顧客滿意度調查。

二、研究目的

- (1) 「白巷子」的經營模式
- (2) 「白巷子」的行銷策略
- (3) SWOT 分析費者的行為以及滿意度

三、研究方式

(一) 查閱書籍：查閱書籍：到圖書館或書店查閱相關行銷策略以及經營模式之概念。

(二) 文獻探討：透過官方網站上的介紹、相關新聞的報導以及網路搜尋，取得資訊，再經由小組討論和統整。

(三) 問卷調查：自行設計問卷，發放問卷，進行市場上的調查。

四、研究流程



表 1：研究流程(資料來源：本組自行整理)

貳●正文

(一) 白巷子的介紹

企業 LOGO	 圖 1 白巷子商標
企業介紹	讓我們在白巷子相遇，世上沒有兩片相同的葉脈，更沒有完全相同的街港，生活在都市的我們，偶然邂逅或奮力前進，但生活不只詩和遠方，眼前的好茶不可辜負，白巷子是憧憬的任意門，老師傅讀船烹茶手藝，手調新鮮滿杯水果茶，在白巷子裡豐富多彩，遇見美好享受好茶時光。

(二) 白巷子的經營理念

1. 使用台灣水果調製飲品
2. 使用 SGS 檢驗合格茶葉
3. 使用特級新鮮鮮奶芋頭
4. 堅持手工熬煮，非坊間使用芋頭罐頭
5. 薑汁和桂圓新鮮熬煮，非坊間使用濃縮液冬瓜、黑糖堅持手工熬煮非坊間的
6. 冬瓜濃縮液和黑糖濃縮液

以上由(白巷子官網:<http://www.whitealley.com.tw/products.php>)

一、白巷子 SWOT 分析

白巷子 SWOT 分析表

優勢(Strength)	劣勢(Weakness)
●台灣水果調製飲品 ●原物料新鮮、手工製作 ●一年四季都可購買 ●價格便宜 ●使用 SGS 檢驗合格茶葉	●門市據點少 ●成本不能以量制價 ●食材準備不夠 ●飲料製造過程皆為人工製作，顧客須稍等片刻
機會(Opportunity)	威脅(Threat)
●消費者注重養生，有消費市場 ●符合年輕人的喜好 ●經由打卡活動，提高知名度 ●網路商店成功率	●同業市場競爭激烈 ●市場趨向飽和狀態 ●同業市場進入容易

(圖 2 資料來源：資料由小組彙整)

表 1 白巷子分店—雲林

圖 3 北港公園店 	圖 4 四湖中山店 	圖 5 麥寮華興店 
圖 6 西螺公正店 	圖 7 斗六上海店 	圖 8 虎尾林森路 
圖 9 斗六中山店 	圖 10 雲林斗南店 	圖 11 虎尾中山店 

(圖片來源:白巷子官網 <http://www.whitealley.com.tw/products.php>)

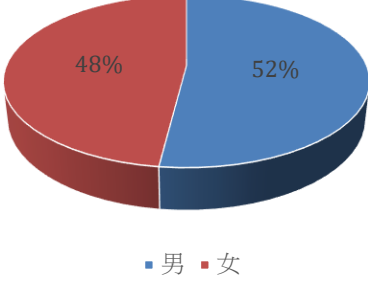
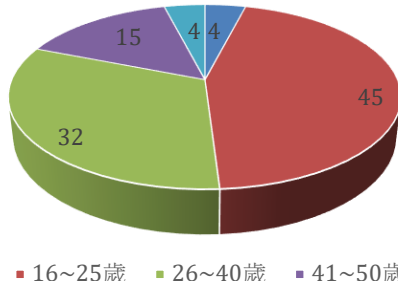
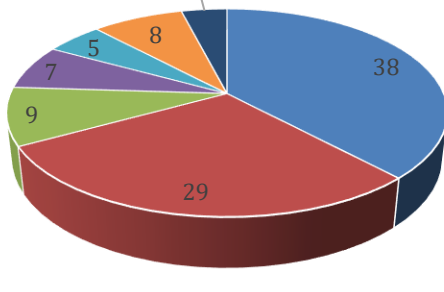
參●問卷調查分析

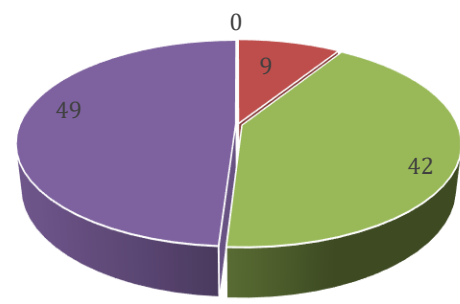
我們是以問卷調查法做研究藉由發問卷給消費者做分析問卷調查的內容有：性別、年齡層、職業及顧客各項滿意度等，調查消費者對白巷子的產品認知，對白巷子的服務感到如何，整體上的感覺如何。我們在白巷子的附近發放問卷，收回後分析消費者對白巷子的滿意度分析結果如下圖。

(一) 問卷回收率

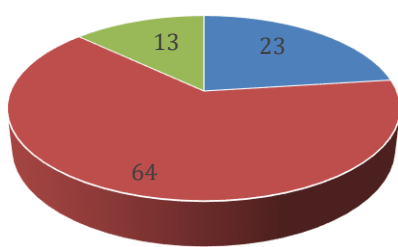
本組共發放 100 份問卷，回收 100 份，回收率 100%。

(二) 基本資料分析

性別  ■ 男 ■ 女 圖 12 白巷子消費者性別比率	根據圖 12 可知，男生占總比例 52%，女生占總比例 48%，受訪者以男性居多。 我們組分別在斗六、西螺、斗南地區發放問卷，由圖 3 可知，斗六、西螺、斗南地區顧客男生比較多。
年齡層  ■ 15歲以下 ■ 16~25歲 ■ 26~40歲 ■ 41~50歲 ■ 50歲以上 圖 13 消費者年齡層比率圖	由圖 13 可知，15 歲以下占 4%、16 歲~25 歲占 45%、26 歲~40 歲占 32%、41 歲~50 歲占 15%、50 歲以上占 4%。 由調查結果可得知，白巷子深受青少年及輕熟齡人之喜愛。
職業  ■ 學生 ■ 服務業 ■ 製造業 ■ 金融業 ■ 軍警公教 ■ 農林漁牧業 ■ 其他 圖 14 職業比率圖	由圖 14 可知，學生佔 38%，服務業 29%、製造業佔 9%、金融業 7%、軍警公教戰 5%、農林漁牧業佔 8%、其他佔 4%。 根據調查結果得知，購買白巷子的客群多為學生與服務業居多。

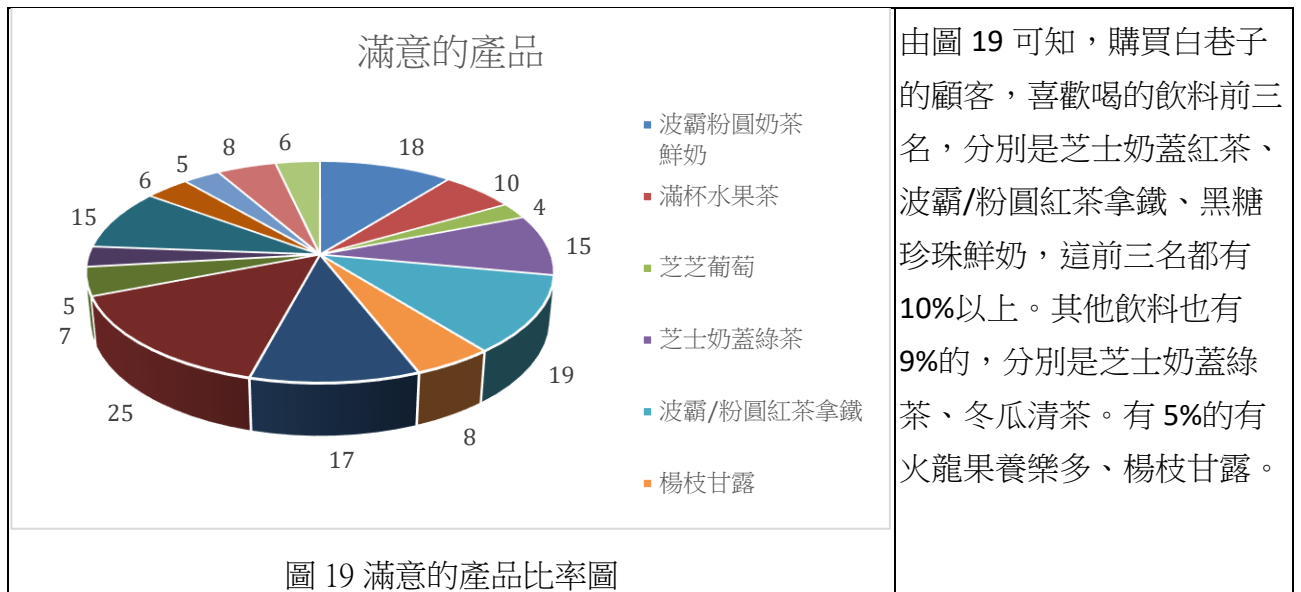
教育程度  ■ 國小(含)以下 ■ 國中 ■ 高中職 ■ 大學/專科	由圖 15 可知，大學/專科佔了 49%、高中職佔了 42%、國中佔了 9%、國小(含)以下佔 0%。 根據調查結果得知，可知斗六、西螺、斗南的白巷子，顧客的教育程度大多是大學/專職。
圖 15 教育程度比率圖	

(三) 消費者的消費情況與次數

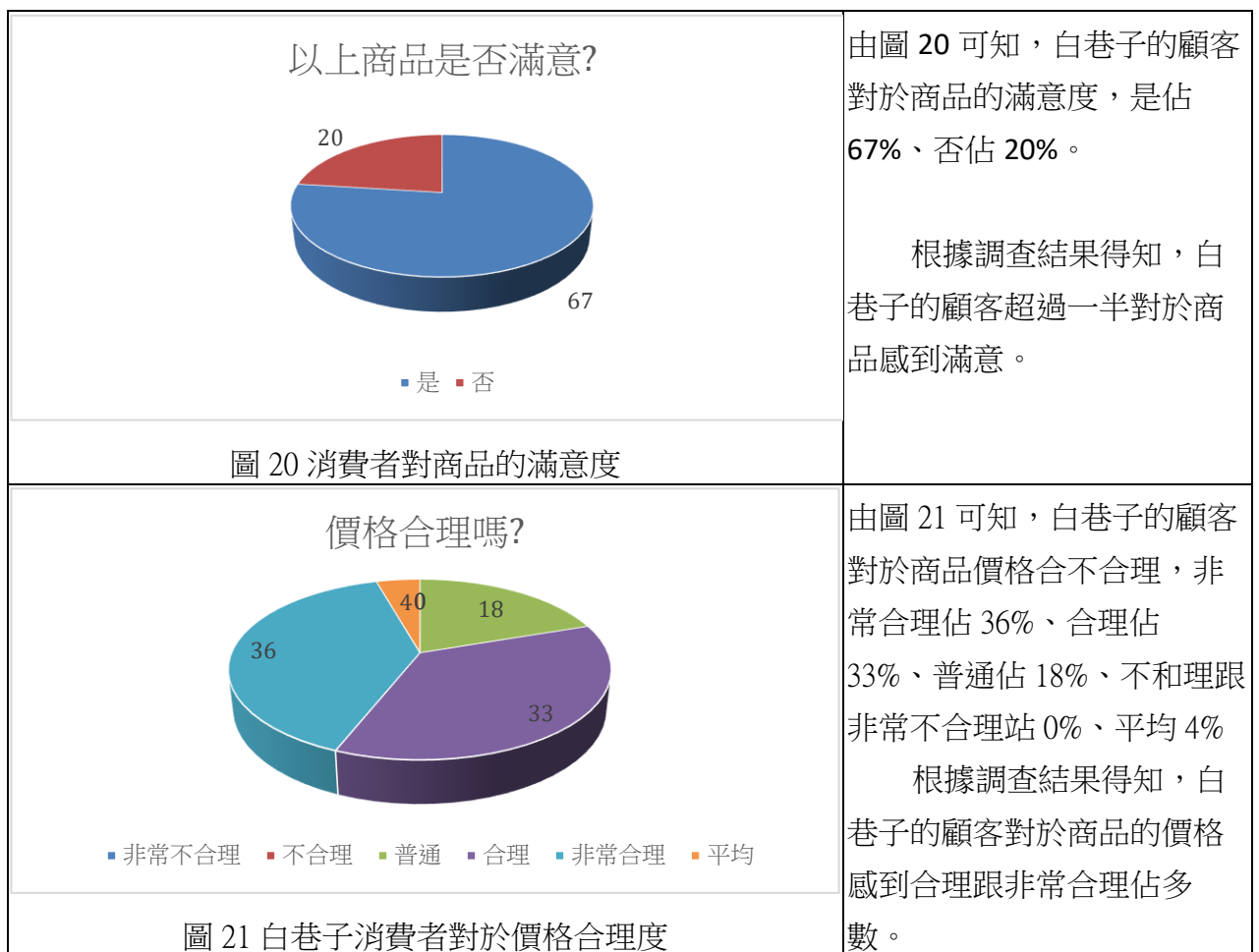
是否第一次到消費白巷子的產品?  ■ 是 ■ 否 ■ 完全沒去過	由圖 16 可知，是否第一次到消費白巷子的產品?是佔了 23%、否佔了 64%、完全沒去過佔了 13%。 根據調查結果得知斗六、西螺、斗南的顧客大多不是第 1 次去白巷子消費。
圖 16 消費者是否第一次消費	

平均一個月到白巷子消費幾次 ■ 3次以下 ■ 4~5次 ■ 6~9次 ■ 10次以上	由圖 17 可知，平均一個月到白巷子消費幾次，3 次以上佔 44%、4~5 次佔 32%、6~9 次佔 5%、10 次以上佔 6%。 根據調查結果得知，斗六、西螺、斗南的顧客每個月購買白巷子的次數至少有 3 次以上。
圖 17 消費者消費次數	
承上題，每次平均消費? ■ \$100以下 ■ \$101~300 ■ \$301以上	由圖 18 可知，顧客每次消費平均，\$301 以上佔 9%、\$101~300 佔 42%、\$100 以下佔 36%。 根據調查結果得知，斗六、西螺、斗南的顧客，每次消費平均大約在\$101~300之間。
圖 18 消費者平均消費金額	

(四) 消費者的口味分析



(五) 消費者對於產品的滿意度



飲料品質滿意嗎? ■ 非常不滿意 ■ 不滿意 ■ 普通 ■ 滿意 ■ 非常滿意	由圖 22 可知，白巷子的顧客對於飲料品質的滿意度，非常滿意佔 31%、滿意佔 53%、普通佔 16%、不滿意跟非常不滿意都佔 0%。 根據調查結果得知，白巷子的顧客對於飲料品質，是滿意的與非常滿意居多。
圖 22 消費者對於飲料品質滿意度	
服務態度滿意嗎? ■ 非常不滿意 ■ 不滿意 ■ 普通 ■ 滿意 ■ 非常滿意	由圖 23 可知，白巷子的顧客對於服務態度的滿意度，非常滿意佔 37%、滿意佔 42%、普通佔 21%、不滿意跟非常不滿意都佔 0%。 根據調查結果得知，白巷子的顧客對於服務態度，是滿意的與非常滿意居多。
圖 23 消費者對於服務態度滿意度	
多樣化滿意嗎? ■ 非常不滿意 ■ 不滿意 ■ 普通 ■ 滿意 ■ 非常滿意	由圖 24 可知，白巷子的顧客對於多樣化的滿意度，非常滿意佔 29%、滿意佔 56%、普通佔 15%、不滿意跟非常不滿意都佔 0%。 根據調查結果得知，白巷子的顧客對於產品多樣化，是滿意的與非常滿意居多。
圖 24 消費者對於多樣化滿意度	

衛生滿意嗎? ■ 非常不滿意 ■ 不滿意 ■ 普通 ■ 滿意 ■ 非常滿意	由圖 25 可知，白巷子的顧客對於衛生的滿意度，非常滿意佔 29%、滿意佔 56%、普通佔 15%、不滿意跟非常不滿意都佔 0%。 根據調查結果得知，白巷子的顧客對於店的衛生，是滿意的與非常滿意居多。
圖 25 消費者對於衛生滿意度	
整體滿意度為何 ■ 非常不滿意 ■ 不滿意 ■ 普通 ■ 滿意 ■ 非常滿意	由圖 26 可知，白巷子的顧客對於整體的滿意度，非常滿意佔 27%、滿意佔 45%、普通佔 15%、不滿意跟非常不滿意都佔 0%。 根據調查結果得知，白巷子的顧客對於整體，是滿意的與非常滿意居多。
圖 26 消費者對於整體滿意度	

表 2 消費者滿意度調查表

消費者滿意度	非常滿意		滿意		普通		不滿意		非常不滿意		總分	平均分數	排名
	人數	%	人數	%	人數	%	人數	%	人數	%			
價格合理度	36	36%	33	33%	18	18%	0	0%	0	0%	366	4.21	1
飲料品質滿意度	27	31%	46	53%	14	16%	0	0%	0	0%	361	4.15	3
服務態度滿意度	32	37%	36	42%	18	21%	0	0%	0	0%	358	4.16	2
多樣化滿意度	25	29%	43	56%	19	15%	0	0%	0	0%	354	4.07	5
衛生滿意度	25	29%	49	56%	13	15%	0	0%	0	0%	360	4.14	4
整體滿意度	27	31%	45	52%	15	17%	0	0%	0	0%	360	4.14	4

參、結論

一、研究結論

我們這組做了問卷調查，探討了消費者對白巷子滿意度，也從 SWOT 分析法中了解白巷子的各項數據，而對於各項滿意度都還蠻深受消費者的青睞，都保持較高的分數，白巷子的優勢是產品的原料堅持使用純天然的水果不加任何添加物和價格較為平價，除了保留了食材的新鮮及天然的味道，使用嚴選的優良水果選用純天然的佐料，也讓多數民眾能用零錢來消費，特別是學生，這也是我們發問卷的同時多數為青少年的原因，而缺點就是手工速度較慢，綜以上要素我們提出以下建議：

二、研究建議

(一)給白巷子的建議

1. 推廣會員制度:

因為平均一個月 3 次以上的占了 50%，可以推廣會員卡，卡片累積點兌換禮品，可提高對於白巷子忠誠度。

2. 發展相關產品:

他們主打的產品是由新鮮水果的水果茶，他們可以利用台灣的水果，創立新的產品推廣台灣的水果。

3. 增加門市據點:

目前大多集中於北部，未來可推向東部或南部市場，也可以往國外推廣，相信可以在別的國家，推廣新文化新市場。

引註資料

網站:

1. 白巷子官網：<http://www.whitealley.com.tw/products.php>

引註資料

1. 旗立財經研究室 2019。商業概論 I
2. 旗立財經研究室 2019。商業概論 II
3. 旗立財經研究室 2020。經濟學

親愛的先生／女士 您好：

我們是永年的學生，目前正在製作有關“白巷子顧客滿意度調查”的專題，因此需要請您協助填寫此份問卷，大約需耽誤您 1-2 分鐘的時間。您的寶貴意見，將對這份專題報告有非常大的幫助，您所填寫的內容與資料，僅供專題研究之用，不會對外公開，敬請放心填答，最後，感謝您的協助。

私立永年高級中學 商業經營科 二年仁班學生：楊侑達、謝呈得、黃士豪 敬上
指導老師：黃麗珠

***請您依照個人之實際狀況，在下列各選項 ☐ 中打「V」。**

一、基本資料：

1. 性別：☐男 ☐女
2. 年齡：☐15 歲以下 ☐16~25 歲 ☐26~40 歲 ☐41~50 歲 ☐51 歲以上
3. 職業：☐學生 ☐服務業 ☐製造業 ☐金融業 ☐軍警公教
☐農林漁牧業 ☐其他：_____
4. 教育程度：☐國小（含）以下 ☐國中 ☐高中職 ☐大學／專科

二、顧客滿意度之調查：

01. 請問您是否是第一次消費白巷子的產品？☐ 是（請跳到第 3 題，繼續填答）

☐ 否（請接續第 2 題填答） ☐ 完全沒去過

02. 請問您平均一個月到白巷子消費幾次？

☐ 3 次以下 ☐ 4~5 次 ☐ 6~9 次 ☐ 10 次以上

03. 請問您最喜歡到店內消費哪些食品？（可複選，最多 3 樣）

- | | | |
|------------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------|
| ☐ 波霸粉圓奶茶 | ☐ 楊枝甘露 | ☐ 冬瓜青茶 |
| ☐ 滿杯水果茶 | ☐ 黑糖珍珠鮮奶 | ☐ 冰淇淋紅茶 |
| ☐ 芝芝葡萄 | ☐ 芝士奶蓋紅茶 | ☐ 檸檬梅子 |
| ☐ 芝士奶蓋綠茶 | ☐ 芝麻鮮奶／花生鮮奶 | ☐ 火龍果養樂多 |
| ☐ 波霸／粉圓紅茶拿鐵 | ☐ 靜岡抹茶拿鐵 | ☐ 其他：_____ |

04. 承上題，每次平均消費：☐\$100 以下 ☐\$101~300 ☐300 以上

05. 請問您對以上商品是否滿意？

☐ 是 ☐ 否

06. 請問您認為白巷子的價位合理嗎？

☐ 非常合理 ☐ 合理 ☐ 普通 ☐ 不合理 ☐ 非常不合理

07. 請問您對白巷子飲料品質滿意嗎？

☐ 非常滿意 ☐ 滿意 ☐ 普通 ☐ 不滿意 ☐ 非常不滿意

08. 請問您對白巷子服務人員的服務態度滿意嗎？

☐ 非常滿意 ☐ 滿意 ☐ 普通 ☐ 不滿意 ☐ 非常不滿意

09. 請問您對白巷子的產品多樣化滿意嗎？

☐ 非常滿意 ☐ 滿意 ☐ 普通 ☐ 不滿意 ☐ 非常不滿意

10. 請問您對白巷子的環境衛生滿意嗎？

☐ 非常滿意 ☐ 滿意 ☐ 普通 ☐ 不滿意 ☐ 非常不滿意

11. 請問您對白巷子的整體滿意度為何？

☐ 非常滿意 ☐ 滿意 ☐ 普通 ☐ 不滿意 ☐ 非常不滿意

圖 27 白巷子顧客顧客滿意度調查問卷