

三民書局服務品質及客戶滿意度分析－以台北復北店為例

投稿類別：商業類

篇名：

三民書局服務品質及客戶滿意度分析－以台北復北店為例

作者：

潘 政。國立海山高工。資料處理科二年甲班
蔡宜雯。國立海山高工。資料處理科二年甲班

指導老師：

柯俞亘老師
吳枚錦老師

壹●前言

一、研究動機

現在的社會是資訊充斥的時代，大量的爆炸性訊息透過各樣的傳播管道來到我們身邊，而現代人迫不及待地吸取這些訊息，唯恐吸收的速度一旦緩了，就落後他人一大截。雖說獲取訊息、知識的管道眾多，但傳統的書店仍佔了相當重要的角色，因其所提供的各種書刊是經過了作者吸收整理而成，在經過編輯會議反覆討論之後才得以出版，因此在內容完整性、次序性、邏輯性、易讀性……等層面，均已達到一定的水準以上。

二、研究目的

- (一) 了解三民書局之歷史。
- (二) 了解台北復興店之服務品質。
- (三) 了解台北復興店之顧客滿意度分析。

三、研究方法

(一) 文獻蒐集法

利用網路資料、報章雜誌、期刊、書籍等，經過整理及分析後，並加入些自己的看法，使其成為有系統的資料。

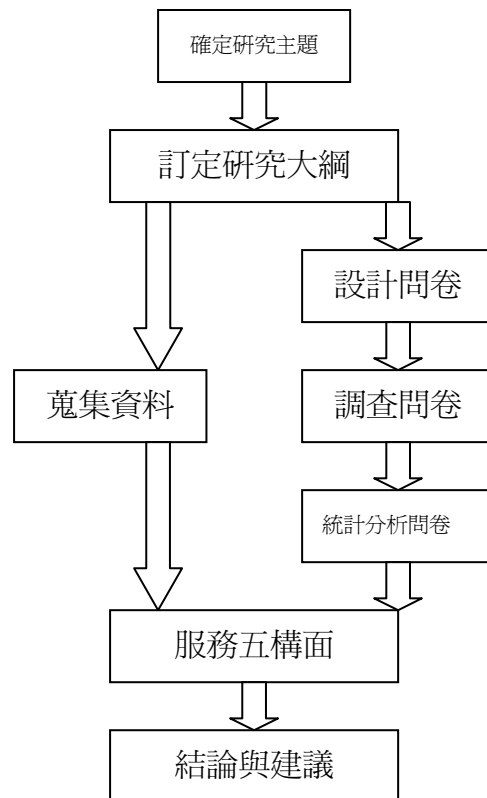
(二) 問卷調查

以三民書局台北復北店的消費者為調查對象，透過問卷進行顧客滿意度分析，之後將調查結果整理成圖表顯示，以分析顧客對此店之看法及滿意度。

(三) 研究範圍與限制

因本組成員皆為進修學校學生，為配合上課時間，只能於上班時間及假日進行問卷的發放，故問卷結果無法分析各時段、各族群消費者的偏好。又因時間、人力的限制，故只能針對三民書局復北店進行研究，無法擴展至重南店的服務品質。

(四) 論文架構和研究流程



貳●正文

一、三民書局成立背景

劉振強董事長於 1953 年創辦三民書局，屬私人綜合性的出版機構，含東大圖書公司、弘雅圖書公司等關係企業。當時的台灣看書的人不多，但想讀書的人，卻有無書可讀之苦，所以三民書局就由法律書籍做起，開始邁入出版事業的新階段。歷經 40 餘年來的經營，現擁有重南店和復北店，兩個超大書店賣場，員工已達 300 名，門市營業面積合計近千坪，收藏圖書近 15 萬種，成為全國首創「圖書館式」的書店，更能使消費者在瀏覽之餘，置身於知識世界的遼闊天地。劉振強董事長本著「傳播學術思想，延續文化發展」的理念，55 年來在這片園地默默耕耘著，**從早期的法政大學用書、三民文庫、古籍今注新譯叢書、《大辭典》，到各式英漢字典及兒童、青少年讀物，成立至今已出版了 7000 多種優良圖書（註一）**。不僅獲得讀者的熱烈迴響，更贏得金鼎獎、小太陽獎、好書大家讀等諸多獎項的肯定。在見證半個世紀的社會變遷後，三民書局已由傳統的經營方式，轉型為多元、綜合、全方位的出版機構，在台灣的出版業中，占有一席之地。



圖一：三民書局復北店外觀（店面）(資料來源：Google 地圖)

二、三民的意義

很多人以為三民書局是取自國父孫中山先生的「三民主義」，三民書局董事長劉振強特別澄清，三民書局其實只是指「三個小民」的意思；原來當初公司創業的資金，是由劉振強和另外兩位朋友出資，但當初他沒想到三民書局可以一路走來五十年，更見證台灣轉變過程。在台灣出版蓬勃的今天，許多老字號的書店仍屹立不搖，三民書局就是其中一例。

三、三民經營的理念

劉振強董事長的出版理念，就是「引導社會，而不是被社會所引導」，所以三民書局一向不為營利而出版投合時尚的書。三民的書，向來是朝「多元而全面」發展，各類叢刊所涵蓋的範圍及自然科學、人文藝術、社會科學等各個領域。近年來更大力投入工具書的編纂，務期滿足各個階層人士求知的需要。三民書局之宗旨為「傳播學術思想，延續文化發展」。

四、老書店，新作法

隨著網路世代的來臨，「三民網路書店 (<http://www.sanmin.com.tw>)」於 1996 年正式營運，開國內網路書店風氣之先。「書種最齊全、服務最迅速」，近百萬筆完整豐富的線上圖書資料，透過網路便可查詢；與門市同步，絕大多數都有現書供應，24 小時之內可以出貨，便利商店取書；找書買書盡在彈指之間，買書不用出門，讓愛書人盡情悠游於無涯的書海。

五、台北復北店之SWOT 分析

所謂的 SWOT 分析，在企業管裡上是指『企業在制定策略時，對於企業本身的優勢及弱點，外界環境的機會及威脅，所做之內外環境影響因素的分析。』（林政道、朱敏慎，2008）台北復北店之 SWOT 分析如下所示：

表一 台北復北店之 SWOT 分析

S：優勢（Strengths）	W：劣勢（Weaknesses）
<ul style="list-style-type: none"> ● 臨近捷運站、公車站，人潮聚集處 ● 營業時間較其他同業競爭者長。 ● 擁有近五十萬種簡體書提供消費者選購。 ● 三民書局較具品牌優勢，消費信賴度高。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 分店只有一家，相較於其他書局分店較少。 ● 結帳櫃檯狹小，人潮多時排隊不便。 ● 查書詢問處標示不明顯。
O：機會（Opportunities）	T：威脅（Threats）
<ul style="list-style-type: none"> ● 因為知識爆炸的時代，使得現代人迫不及待吸取知識。 ● 擁有大量的簡體書，所以可以吸引各種族群的消費者。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 同業競爭者增加，易造成客源流失。 ● 景氣影響所得下降，購買能力降低。 ● 網路資訊的爆炸使得現代人不一定要購買書籍才能獲取知識。

（資料來源：本組自行彙整）

六、台北復北店服務品質五構面分析

『服務品質五構面分析是目前評估服務品質最常用的指標，更是一個簡易又可行的分析工具。』（賴佳慧，2009）

三民書局復北店之服務品質五構面分析如下所示：

表二 三民書局復北店之服務品質五構面分析

有形性	優點	<ol style="list-style-type: none"> 1、員工穿著制服，整齊一致。 2、產品標價清楚明瞭。
	缺點	<ol style="list-style-type: none"> 1、服務台位置較狹小。 2、服務台標示不夠明顯。
可靠性	優點	<ol style="list-style-type: none"> 1、提供近一萬五千種書籍，滿足顧客多元化的需求。 2、提供網路書店，近百萬筆完整豐富的線上圖書資料，透過網路便可查詢；與門市同步，找書買書盡在彈指之間，買書不用出門。

	缺點	1、尖鋒時段服務效率較差。 2、偶爾發生找錯錢情形。
反應性	優點	1、服務人員足夠，服務效率較佳。 2、服務人員會主動幫助顧客查書。
	缺點	1、人潮多時，未能及時給予顧客服務。 2、顧客對於書的品質不滿意時，更換速度較慢。
保證性	優點	1、買錯書可以憑發票在七天內退還。 2、有專人回答問題，在上班時間一天內一定回信。
	缺點	1、服務人員態度欠佳。 2、工讀生對於產品知識不夠了解。
同理心	優點	1、服務人員會主動詢問顧客需求。 2、提供舒適的閱讀空間。
	缺點	1、三民客服的低效率及服務效率不佳。 2、缺少促銷活動，減少消費者購買慾望。

(資料來源：本組自行編製)

七、問卷調查結果

為了解三民書局復北店之顧客滿意度，本研究設計顧客滿意度調查問卷對消費者進行調查。組員於客戶看書之閒暇時間進行調查，發放時間於2010年9月15日至10月15日，共發給100位三民書局復北店消費者，經篩選後，無效問卷為0，有效問卷為100，回收率為100%，問卷調查結果分析如下：

(一) 消費者基本資料

消費者性別男女性大致相同各佔49%及51%；消費者年齡以21~30歲為居多佔33%；消費者職業又以服務業及金融業居多各佔38%及37%。

表三 消費者基本資料分析

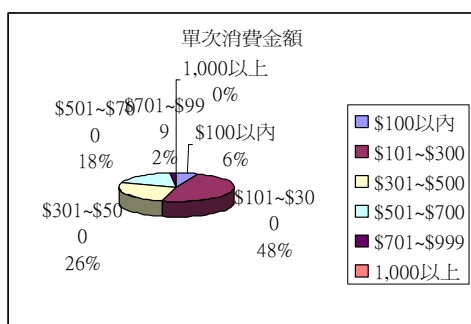
項目	選項	樣本數	百分比
性別	男	51	51%
	女	49	49%
年齡	10-20 歲	22	22%
	21-30 歲	33	33%
	31-40 歲	11	11%
	41-50 歲	22	22%
	51 歲以上	12	12%

職業	金融業	37	37%
	服務業	38	38%
	軍公教	11	11%
	學生	11	11%
	其他	3	3%

(資料來源：本組自行彙整)

(二) 顧客滿意度分析

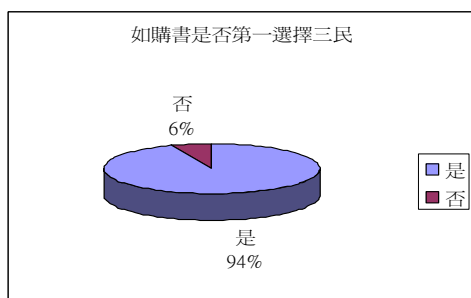
1、單次消費金額比例



由圖二顯示，單次消費者交費之金額介於\$101到\$300為居多約佔48%。表示消費者至三民書局每單次消費的數量大約為一到兩本書。

(圖二 單次消費金額比例圖)

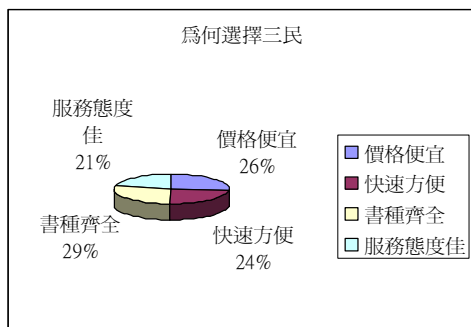
2、如購書是否第一選擇三民？



由圖三顯示，約有94%的消費者是第一選擇此店消費，則約6%的消費者不會第一選擇至此店消費，表示此店在顧客的心中佔有極大的影響力。

(圖三)

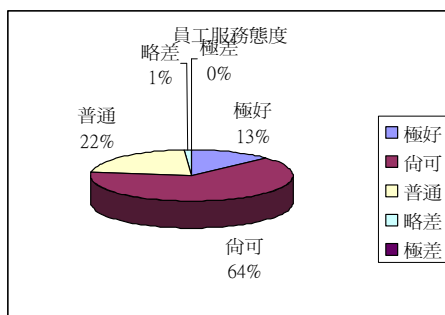
3、為何選擇三民？



由圖四顯示，我們歸納出因書種齊全使得消費者選擇來此店消費比例較高。

(圖四)

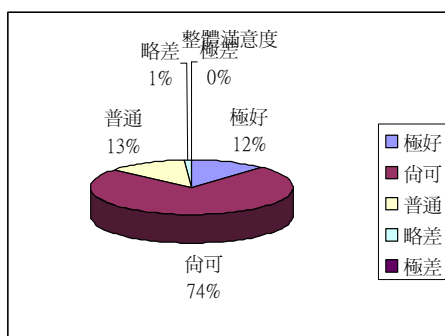
4、員工服務態度



由圖五顯示，消費者對於三民員工的服務態度分析中可看出，此店員工服務態度並未獲得大多數消費者的認同及肯定，故服務人員應在此方面多多加強及改善。

(圖五)

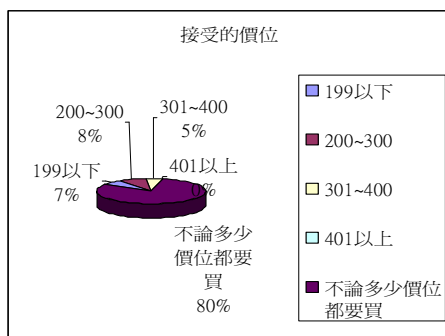
5、整體服務態度



由圖六顯示，消費者對於此店的整體滿意度以尚可占多數，表示消費者對於此店的整體滿意度還算可以，但並未獲得很高的評價，故需要對整體做出加強與改善。

(圖六)

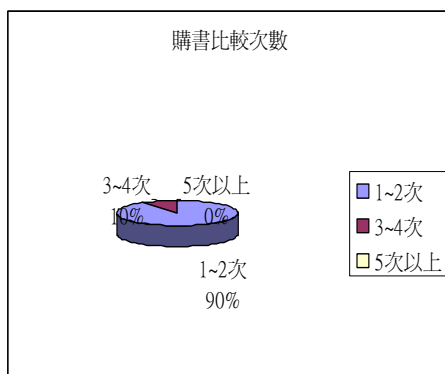
6、接受的書籍價位



由圖七顯示，消費者心中願意接受書籍單本價位以不論多少價位都要買占80%，表示大部分的消費者對於書籍的選擇是以實際需求為導向，金錢部分並非首要考量條件。

(圖七)

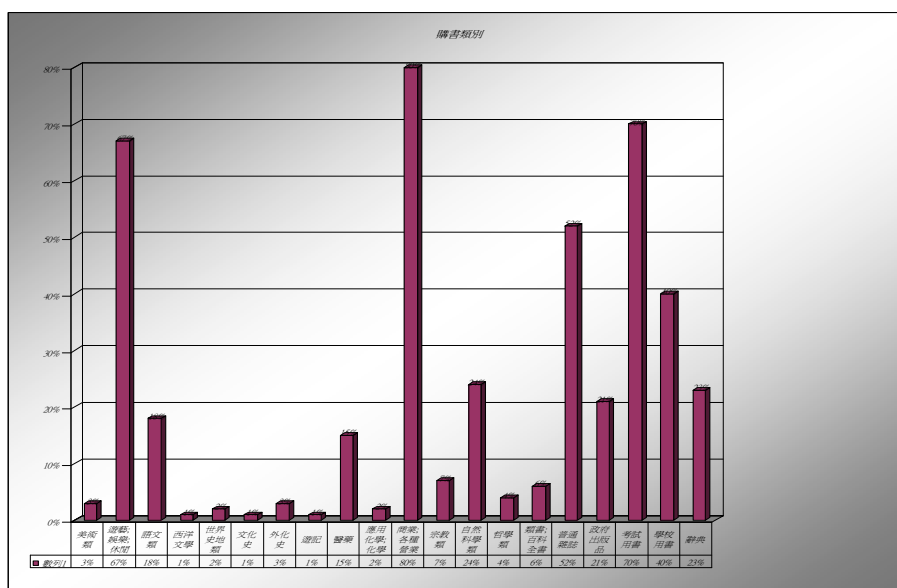
7、購書次數的比較



由圖八顯示，大多數的消費者在選購書籍時，大多會比較的次數由資料顯示，有90%的消費者會比較1~2次，則有10%的消費者會比較兩次，而我們發現消費者比較過後會選擇到三民購書，可見三民的價格是在消費者願意接受的範圍內。

(圖八)

8、選擇書籍的類別



(圖九 消費者購書類行分析圖 資料來源：本組自行彙整)

由圖九顯示，消費者最喜愛購買的書籍是：商業、各種營業類佔80%，考試用書佔70%，遊戲、娛樂、休閒類佔67%，普通雜誌52%以上四個是消費者最喜愛購買的書籍，此店之書籍中，以商業類銷售最好，受到最多消費者的喜愛。

參●結論

本文探討台北復北店之服務品質及顧客滿意度分析，是根據服務品質五構面之可靠性、反應性、保證性、同理心及有形性來探討，結論及建議也分為五個方面來陳述，以下為本組研究之結論與建議，敘述如下：

一、結論

1、可靠性：

- (1) 提供近一萬五千種書籍，滿足顧客多元化的需求。
- (2) 提供網路書店，近百萬筆完整豐富的線上圖書資料，透過網路便可查詢；與門市同步，找書買書盡在彈指之間，買書不用出門。

2、反應性：

店員會主動詢問每位消費者的需求，盡可能的滿足每位消費者，提供最好的服務。

3.保證性：

- (1) 大多數受訪者對於此店店員之服務態度並未感到滿意，這個結果表示服務

人員的服務態度尚有改進的空間。

- (2) 受訪者對於工讀生的專業知識程度大多感到不太滿意，這個結果表示工讀生對於消費者所詢問的問題，未能即時的給予滿意的答覆。

4、同理心：

- (1) 三民客服的低效率及服務效率不佳。
- (2) 大部分的受訪者對於促銷方式並未感到滿意。

5、有形性：

服務台標示不夠明顯。

二、建議

- 1、此店應加強員工教育訓練，無論是否為尖鋒時段，服務人員應該要能掌握消費者需求，避免送錯飲料的情形發生。
- 2、此店可於尖鋒時段多增派一些人力支援，以便增加服務效率，減少消費者的等待時間。
- 3、此店服務人員需加強待客態度，面帶微笑接待客人，或許有更多消費者願意前來消費，回客率也會增加。
- 4、此店必須增加促銷手法，以吸引更多消費者，到此店消費之頻率。
- 5、此店需提升招牌明顯度以吸引更多消費者到此店消費。此店穿著制服雖然整齊一致，但仍需注意制服是否整齊清潔，髮型是否整齊等。

肆●引註資料

註一：三民書局網路書店。2010年10月30日，取自

<http://www.sanmin.com.tw/page-history.asp>。

註二：林政道、朱敏慎（2008）。**企業管理 I**。臺北市：啓芳出版社有限公司。

註三：賴佳慧（2009）。**專題製作**。臺北縣：龍騰文化事業股份有限公司。