

# 否極「太」來，左右逢「元」

## — 探討太元蔘藥行商店印象滿意度及再購意願

組員：林宏霖、吳震驊、杜承祐。指導老師：廖淑君

### 壹、前言

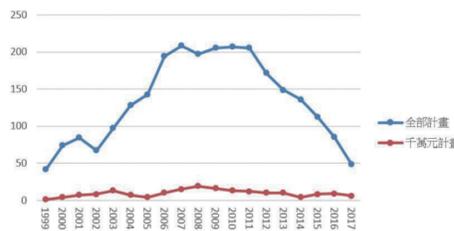
中醫藥產業面臨產業定位不清、藥事法令的限制、執照取得的困難...等問題，面臨經營困境，甚至關門，本組組員家中經營傳統中藥行目前也面臨經營困境，本組以「太元蔘藥行」為研究主題，探討其商店印象滿意度及再購意願，依據研究結果，提供建議供業主參考。

### 貳、中藥市場現況

1. 每年倒閉200-300家

2. 政府投入中藥相關研究計畫逐年遞減

3. 重新制定中藥相關法規



### 參、研究方法

- (一) 文獻分析法：利用網路資料收集相關資料進行統整
- (二) 實地訪談法：訪問「太元蔘藥行」杜俊雄老闆，了解其創業起源
- (三) 問卷調查法：「太元蔘藥行」門口發放問卷
- (四) 實作法：
  - 1、申請Google在地商家，使顧客能輕易找到店家位置及基本資料
  - 2、運用協作平台製作「太元蔘藥行」官網

### 肆、研究分析與結果

#### (一) 受訪者基本資料

性別	男生 (42.5%)、女生 (46.5%)、不願透露 (7.8%)
年齡	20歲以下 (13.7%)、21-30歲 (14.7%)、31-40歲 (16.7%)、41歲-50歲 (24.5%)、51歲以上 (30.4%)
居住地	本社區 (59.8%)、跨區 (24.5%)、外縣市 (15.7%)

#### (二) 消費者行為

得知管道以親友推薦為主 (50%)，消費頻率以一個月一次最多 (55%) 消費動機以養生滋補身體主 (51%)



#### (三) 商店印象滿意度分析表

構面	項目	平均值	排序	構面總平均	構面排序
品質與服務	藥材品質好	4.43	2	4.37	1
	藥材選擇性多	4.27	6		
	服務人員親切有禮	4.38	3		
	服務人員具備專業知識	4.47	1		
	能適時提供服務	4.31	4		
便利性	該店指標清楚容易尋找	3.77	10	3.92	2
	到該店距離花費時間短	3.89	8		
	可打電話預約時間取藥	4.11	7		
環境與信譽	商品價格合理	4.30	5	3.81	3
	寬敞不擁擠	3.55	12		
	環境整潔衛生	3.85	9		
	回饋活動多樣化	3.57	11		

根據上圖分析可知，回饋活動多樣化、寬敞不擁擠、該店指標清楚容易尋找為三項構面中最低的，值得業主注意及改善。

#### (四) 再購意願分析

	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
仍然會選擇太元蔘藥行消費	36%	32%	27%	3%	2%
向他人推薦太元蔘藥行	45%	23%	28%	3%	1%

近七成會再次消費及再次消費。由此可知，太元蔘藥行受到消費者的青睞，顧客回流率高。

### 伍、研究結論

#### (一) 「太元蔘藥行」特色

老闆秉持以良心對待顧客的理念，不賺黑心錢的底氣，「貨真價實」、「遵古法製」、「賣信用」的經營理念獲得顧客的喜愛，「太元蔘藥行」逐漸成為大家心目中的「有良心的中藥店」。

#### (二) 消費者行為

吸引消費者的原因是價格合理、商品品質良好、店家服務品質良好，消費動機是養身、滋補身體，消費者的顧客回流率45%。

#### (三) 商店印象滿意度分析

消費者對於太元蔘藥行的環境較不認同，其中又以「回饋活動多樣化」及「寬敞不擁擠」為該構面最低分，值得業主注意。

#### 本組建議

- (一) 掛設明顯招牌或立旗
- (二) 改善店鋪環境
- (三) 改良傳統中藥，商品多元特色化，擴大不同潛在客群。