

投稿類別：商業類

篇名：

博帝高爾夫練習場之顧客滿意度

作者：

劉鎧榕。私立景文高級中學。管三一班

吳亦婕。私立景文高級中學。管三一班

高浩哲。私立景文高級中學。管三一班

指導老師：

歐淑娟老師

壹●前言

一、研究動機

以前高爾夫練習場的出球方式是以人工方式，把球整理好再拿給球友，會請許多員工來用，造成練習場在人事方面負擔沉重。而練習場想到解決的方法，是以機器化來管理球，球友拿籃子去買球，練習場就能減少人事費用支出。而博帝練習場使用更好的方法來解決，自動出球機以電腦化管理，球友不用提籃子，而是自動化伸縮桿子出球，可以調整高低，球友可以自由調整，所以在出球方面的員工不用太多，人事費用支出可以減少。博帝另一項設備是"IMR 電腦分析台"，以雙鏡頭來拍攝球友擊球動作，用來分析調整姿勢，讓球可以打的更好。本專題小組用實務方法來探討博帝高爾夫練習場。

二、研究目的

- (一)了解高爾夫的定義、構成要素與形成
- (二)分析博帝高爾夫練習場的 SWOT 行銷策略
- (三)問卷來分析顧客滿意度
- (四)分析結果與檢討

三、研究方法

- (一)文獻分析法：
以網路、運動周刊跟圖書館來了解高爾夫練習場。
- (二)問卷調查法：
會以博帝高爾夫練習場的球友來做問卷調查，以方便了解球友的想法。

四、研究流程

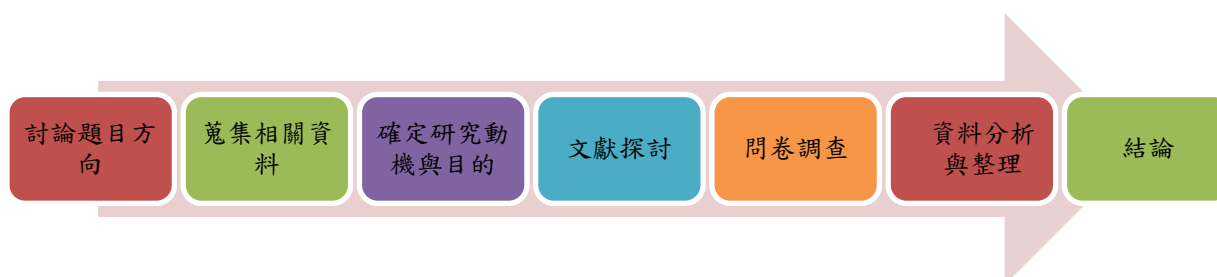


圖 1.研究流程圖

貳●正文

一、高爾夫練習場之定義

高爾夫練習場係指可從事高爾夫運動之技術學習與訓練，但不屬行政院體育委員會主管「高爾夫球場場理規則」所規定高爾夫球場定義之運動場所，稱之為高爾夫練習場。

二、高爾夫練習場地之區分

(一)揮桿練習場：

適用於練習發球、球道擊球或切球練習、依長度設置安全圍網，打擊座設置人工草墊及隔欄，可設於開闊室外、高度許可之室內或屋頂平台。

(二)推桿練習場：

可練習推桿擊球進洞、周邊設草障、沙障練習區可練習障礙救球技巧、推桿練習場設於室內、室外均可，非必要可不設安全圍網。

(三)真草球道練習場：

非標準型球場，可練習全方位之各種擊球技巧，模擬比賽之練習，全短洞球道則無法練習常揮桿擊球、故宜搭配長、中短等不同長度球道，配合各種障礙加強訓練效果。一般營業用練習場為適用初學者及加強練習之球有需要可配置 2 至 3 種練習場地，供球友依練習目的而選擇。

三、顧客滿意度

要贏得顧客信任，分為以下三點：

(一)公平地對待顧客：

顧客與企業之間不能是對立的，如果顧客不能信任企業，企業做得其他事情都沒有意義，顧客希望他的每一分錢都能換來相當的價值。

(二)不要將訊息隱藏在角落裡：

顧客認為信任是首要之務，主要原因是因為「信任」在恆古不變的購物經驗中，都處於核心地位。不管消費者是在實體通路、服務中心、網路或是電話上與何種品牌發生互動「信任」都會在每一次的互動經驗中產生，像是一個捉模不定的流動商品。

(三)有話直說，不要花言巧語：

- 1、不要假裝：不要為了要做成生意，因此而裝作什麼都會。
- 2、說話算話：不要給顧客混淆不清的訊息來誤導顧客購買。

3、誠實為上策：顧客不希望企業有什麼不為人知的內幕，所以要對顧客誠實。

顧客上門走到你的面前，如果你無法存心感激、盡心服務的話，反而可能趕走顧客。當顧客在面對面的實體，無法得到合理的服務時，轉而尋求網路的宣洩，他們也會因網路功能無法滿足其需求時，轉向實體請求服務。而無論實體或網路，都是人與人的直接接觸，不因管道之差異有所不同，「人性最終還是需要與人的溝通，才能得到最終最大的滿足」。

四、SWOT 分析

企業經營管理營運過程中，最常運用的分析工具就是 SWOT 分析。是企業內部資源優勢 (Strength) 與劣勢 (Weakness) 分析，以及所面對環境的機會 (Opportunity) 與威脅 (Threat) 分析。針對 SWOT 分析後，企業高階決策者，即可以研訂因應的決策或是策略性決定。

(一) 攻擊策略

當外在機會多於威脅，以及企業內部資源條件優勢多於劣勢時，企業可以大膽地採取攻擊策略展開行動。

(二) 退守策略

當外在機會少而威脅大，以及企業內部資源條件優勢漸失，而呈現劣勢時，企業就可能必須採取退守策略。

(三) 穩定策略

當外在機會少而威脅增大，但企業仍有內部資源優勢，則企業可採取穩定策略，力求守住現有成果，並等待好時機做新的發展。

(四) 防禦策略

當外在機會大於威脅，公司內部資源優勢卻少於劣勢，則企業應採取防禦性策略。

六、4P 分析

(一) 產品 (Product)：推出一個新產品

(二) 價格 (Price)：根據市場制定價格策略

(三) 通路 (Place)：將在這裡販售

(四) 推廣 (Promote)：透過各種方式來促銷及推廣產品

七、3P 分析

在 4P 中再加入 3 個服務性的 P，參與人員 (Participant)、流程管理 (Process Management) 與

實體展示(Physical Evidence)。

八、4C 分析


- (一)消費者需求：從產品延伸過來，以顧客來看有無增值利益
- (二)顧客滿意價值：從價格延伸過來，顧客來看定價是否合理
- (三)通路決策：從通路延伸過來，顧客是否容易取得
- (四)通路的便利性：從促銷延伸過來，與顧客雙向溝通


九、博帝高爾夫練習場介紹

博帝高爾夫生活館是博帝實業股份有限公司分公司，博帝高活館生活館在新北市新店區中興路三段1號，是位於家樂福頂樓，是在93年11月26日開幕，營業時間從早上十點到晚上兩點，交通方便，地下有停車場，外面有公車站、捷運站，有跟附近店家跟學校合作，例如：HTC、技嘉科技、台科大、景文高中，定期會辦一些小型比賽，會對於學生、老師、女性有優惠，暑假跟寒假會舉辦兒童夏令營，設備有分析台，全臺只有兩間有，另一間高爾夫俱樂部館，分析台會分解動作，以慢動作分析，修正錯誤動作，讓動作更加完美，讓球可以打得更遠，有出租VIP房服務，可以借放球桿、提供洗髮精跟沐浴乳，環境一個人一個球道，球道後面有高級沙發、咖啡機、販賣機多項服務，有私人一對一教學，專業人員指導，張敬昂：球齡18年教學10年，A級教練C級裁判，羅士凱：球齡17年教學6年美國David Leadbetter高爾夫學院，B級教練C級裁判，黃振宇：球齡13年教學4年，B級教練C級裁判，櫃檯也有許多服務，會提供當日報紙、運動周刊，會外借球桿等服務，有跟愛迪達合作，在生活觀裡面開高爾夫專賣店，有賣高爾夫用品，有跟家樂福裡面店家合作，例如：鄧老師養生館、義式屋古拉爵等，球道與其他間高爾夫練習場差異最大就是自動化出球，以機器管理高爾夫球，不用自己拿者籃子去領球，是以自動化出球跟自動化收球，是完全規格化的，要加入會員要買會員卡，分成四種，卡的用意是先買球，會每次打會再多送五十球，博帝高爾夫生活館能滿足球友的需求。

十、競爭對手

表 1.競爭者分析表

	名稱	設備介紹	附屬設備介紹	介紹
	青年高爾夫練習場	擊球練習道 果嶺練習場、揮桿教室、推桿練習區	鐵杆練習 一般練習	青年高爾夫練習場以專業、創新、休閒為練習場服務精神，讓顧客感受到高規格服務。

	東湖高爾夫練習場	教學教室	三榮專店高爾夫院、模擬 18 洞電腦揮杆	東湖高爾夫以無網空間拉展寬廣視野，享受自然環境的空間延伸，一桿擊往綠蔭山林，享受自在的奢華體驗
---	----------	------	----------------------	---

十一、博帝高爾夫練習場 SWOT 分析

表 2.SWOT 分析表

(一)優勢(S) 1.球道自動化 2.複合式經營(發展) 3.交通便利 4.有沐浴間、租出球櫃(靠卡感應) 5.與愛迪達合作販賣高爾夫用品 6.有“IMR 雙鏡頭電腦拍攝系統”	(二)劣勢(W) 1.設備更新不易 2.場地受到限制 3.逃離動線不佳
(三)機會(O) 1.產學合作 2.異業結盟新趨勢 3.高爾夫意識抬頭	(四)威脅(T) 1.虛擬電玩(Wii) 2.同業競爭 3.環境不佳

十二、因應策略

(一)如何保持優勢

球道自動化、IMR 雙鏡頭電腦拍攝系統跟其他的練習場來比較是屬於較新的機器，可以用球道來吸引、增加球友。

(二)如何改善劣勢

可以在球道後面增設小型推桿練習區，可以讓球友同時練習長竿與推桿。

(三)如何成現每個機會

可以跟產學合作的學校再擴大合作，只要是產學合作的學生都能再打折優惠，來吸引學生除了上課時間也會來打球。

(四)如何防禦威脅

辦活動來吸引球友，例如球桿試打，跟廠商進剛出版的球桿，讓球友來試打，來吸引球友前來。

十三、博帝高爾夫練習場 4P 分析

(一)產品策略

五、六樓的開放打擊區、愛迪達高爾夫專賣店。

(二)價格策略

學生 150 球 150 元，成人 150 球 200 元。會員持有球卡的話，黃卡 2250 球 2700 元、藍卡 4500 球 4800 元、紅卡 7500 球 7000 元、頂卡 10000 球 13300 元。

(三)通路策略

會用 Facebook 提供最新訊息更新 DM，讓球友知道會員價格。

(四)促銷策略

有辦理優惠時段，只要消費滿 100 球送 50 球、200 球送 100 球，以此類推。時間在週一至週五的早上六點至下午五點、晚上十點至凌晨兩點。週六及週日的早上六點至下午六點(限六樓)、晚上六點至凌晨兩點(五、六樓皆可)。

十四、博帝高爾夫練習場 4C 分析

(一)顧客的需求與慾望

打球完身體是溼的，能去沐浴室沖個澡，提供放置球桿或私人物品的球櫃。

(二)顧客的成本

開車來地下有免費停車場，省去球友的停車費

(三)便利性

附近有捷運跟公車站和地下停車場，提供球友交通的便利，博帝是在市區內，可以不用開很久的車上山。

(四)溝通

FACEBOOK 粉絲團，顧客有任何疑問，都可留言，及時回覆，球友有任何疑問都可詢問櫃檯，都有專業服務人員提供服務

十五、問卷分析

- 1.性別 男 女
- 2.年齡 實歲
- 3.打球的消費價格合理且優惠
- (1)非常滿意 (2)滿意 (3)普通 (4)不滿意 (5)非常不滿意
- 4.停車場有足夠的空間停放(若沒有開車，請接續下題)
- (1)非常滿意 (2)滿意 (3)普通 (4)不滿意 (5)非常不滿意
- 5.您對於夜間燈光的照明亮度足夠(若沒有在晚上打過，請接續下題)
- (1)非常滿意 (2)滿意 (3)普通 (4)不滿意 (5)非常不滿意
- 6.您覺得環境衛生是能接受的(地板、垃圾桶、球道、廁所等....)
- (1)非常滿意 (2)滿意 (3)普通 (4)不滿意 (5)非常不滿意
- 7.您對於販賣機的販賣符合您的需求(若沒有使用過，請接續下題)
- (1)非常滿意 (2)滿意 (3)普通 (4)不滿意 (5)非常不滿意

圖 5.問卷-1

- 8.您對於休息區的椅子覺得
- (1)非常滿意 (2)滿意 (3)普通 (4)不滿意 (5)非常不滿意
- 9.對於球道使用機器化的「自動出球機」，比起其他家的球道品質，您覺得
- (1)非常滿意 (2)滿意 (3)普通 (4)不滿意 (5)非常不滿意
- 10.對於「自動出球機」的功能，您覺得
- (1)非常滿意 (2)滿意 (3)普通 (4)不滿意 (5)非常不滿意
- 11.對於「分析機」的功能，您覺得(若沒有使用過，請接續下題)
- (1)非常滿意 (2)滿意 (3)普通 (4)不滿意 (5)非常不滿意
- 12.若有突發問題，員工能迅速回應與解決
- (1)非常滿意 (2)滿意 (3)普通 (4)不滿意 (5)非常不滿意
- 13.當你尋求服務時，員工的態度良好
- (1)非常滿意 (2)滿意 (3)普通 (4)不滿意 (5)非常不滿意
- 14.員工能清楚解釋場地、設備及使用方法
- (1)非常滿意 (2)滿意 (3)普通 (4)不滿意 (5)非常不滿意
- 15.給博帝的建議：

圖 6.問卷-2

(一)基本資料

1、基本資料依性別和年齡分類數據化：由表 3 可知我們調查的對象主要都是 31-50 歲的消費者，且男性偏多。

填卷者資料			
性別	男性		女性
	72%		28%
年齡	10-30	31-50	50 以上
	17%	50%	33%

表 3 填卷者資料

(二)[第 1-9 題]是屬於 3P 中的環境與實體設備的相關題目，了解球友對於設備與環境的滿意度。

1、請問你對於打球價格是否滿意?

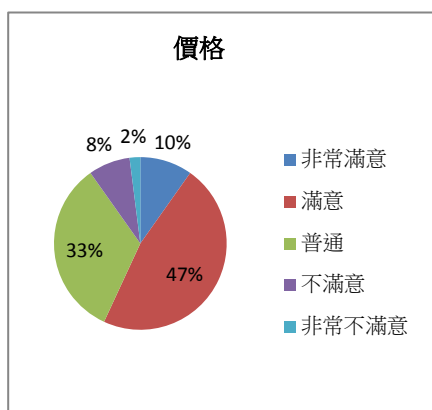


圖 7.價格

2、請問你對於環境衛生是否滿意?

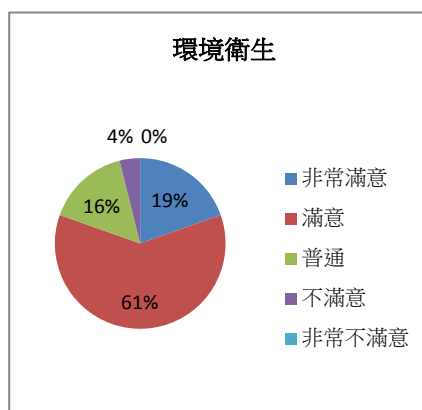


圖 8.環境衛生

由圖 7 可知，滿意 47%跟普通 33%占了大多數。

由圖 8 可知，滿意 61%占的比例占最高。

3、請問你對於販賣機是否滿意?

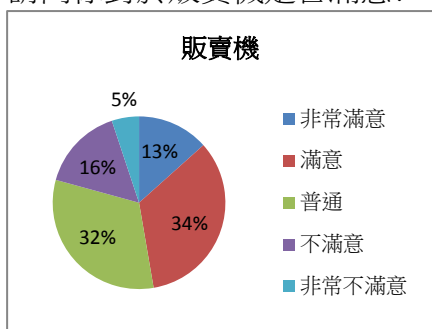


圖 9.販賣機

4、請問你對於休息區椅子是否滿意?

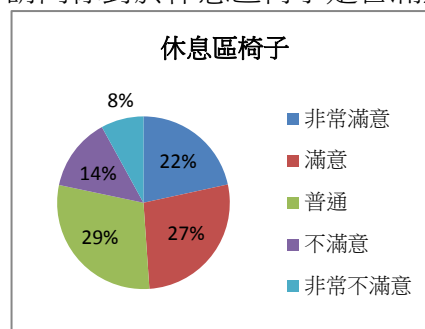


圖 10.休息區椅子

由圖 9 可知，滿意 34%跟普通 32%占了大多數。

由圖 10 可知，普通 29%占的比例最高。

5、請問你對於晚上照明亮度是否滿意？

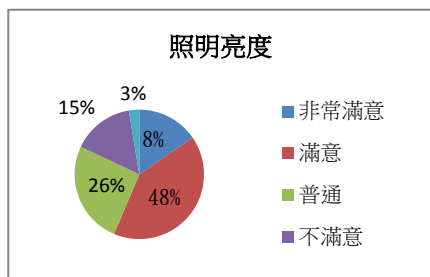


圖 11.照明亮度

6、請問你對於停車場車位是否滿意？

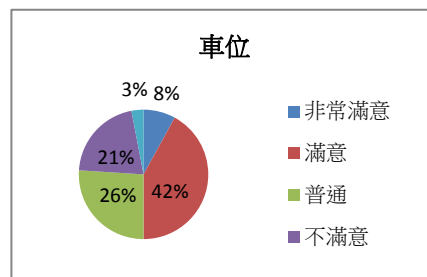


圖 12.車位

由圖 11 可知，滿意 48%比例占最高。

由圖 12 可知，滿意 42%比例占最高。

7、請問你對於自動出球機功能是否滿意？

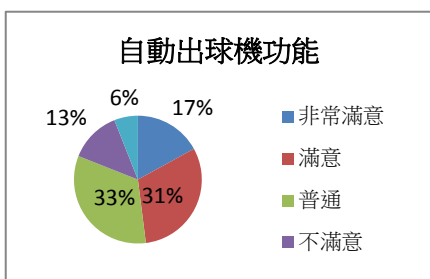


圖 13.自動出球機功能

8、請問你對於自動出球機品質是否滿意？

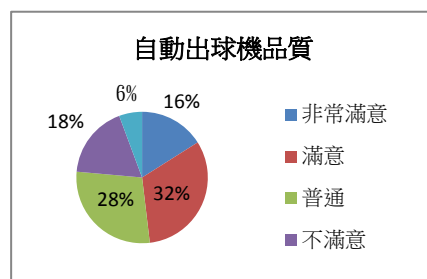


圖 14.自動出球機品質

由圖 13 可知，滿意 31%跟普通 33%占了大多數。

由圖 14 可知，滿意 32%比例占最最高。

9、請問你對於分析機是否滿意？由圖 15 可知，非常滿意 32%比例占最高，沒有非常不滿意。

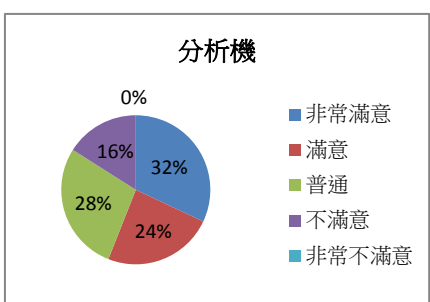


圖 15.分析機

(三)[第 10-11 題]是屬於 3P 中的服務人員的相關題目，了解球友對於服務人員的滿意度。

10、請問你對於員工反應能力是否滿意？

11、請問你對於員工態度是否滿意？

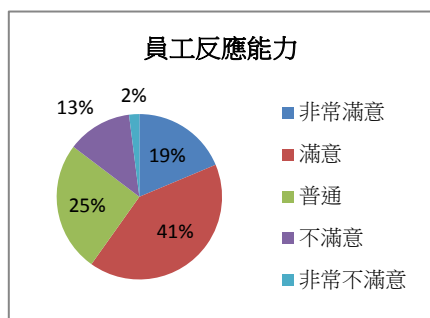


圖 16.員工反應能力

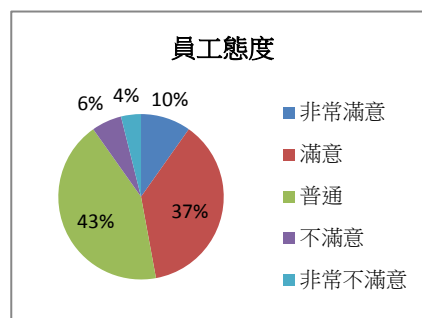


圖 17.員工態度

由圖 16 可知，普通 41%比例占最高。

由圖 17 可知，滿意 43%比例占最高

(四)[第 12 題]是屬於 3P 中的服務流程的相關題目，了解球友對於服務流程的滿意度。

12、請問你對於員工介紹是否滿意？

由圖 18 可知，普通 43%比例占最高。

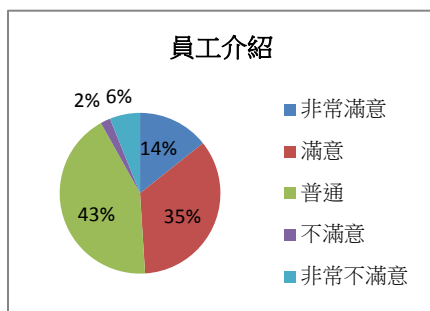


圖 18.員工介紹

參●結論

一、結論

本組發放問卷數共計 300 份，回收回來的有效問卷為 300 份，無效問卷 0 份。依照問卷分析結果，我們可以得知博帝高爾夫練習場球友大部分是男性居多，此外，年齡層分布以 31-50 球友較高，另外，我們也可得知球友對於博帝高爾夫練習場的滿意度。在 3P 環境與實體設備的滿意度中，滿意度都均以滿意及普通占較高的比例，需要注意販賣機、休息區椅子、車位區要注意，關於販賣機方面，雖以滿意比例占最高，但不滿意跟非常不滿意有 21%，這需要注意，在休息區椅子方面，普通 29%比例占最高，不滿意跟非常不滿意有 22%，車位方面是以滿意 42%，但不滿意跟非常不滿意 24%，3P 的服務人員中的服務態度滿意 37%跟普通 43%占大多數，員工反應能力則是滿意 41%最高，3P 的

服務流程中員工介紹滿意 35%跟普通 43%占大多數，博帝高爾夫練習場滿意度會落在滿意跟普通之間。

一、建議

(一)與附近停車場合作

博帝高爾夫練習場雖有地下停車場，但位置不夠多，球友都沒辦法停車，花費許多時間在找車位，建議能以附近停車場合作，能讓有更多位置來讓球友停，節省球友的時間。

(二)設備老舊須更換或保養

博帝高爾夫練習場自動出球機，是以電腦化管理，如果球友不慎使用的話，也會故障，員工也要常常去維修，多次使用不慎，會導致故障率頻繁，就要更換機器，以免故障影響到球友心情。

(三)販賣機採取多樣化

販賣機屬於附屬設備，如果只賣冷飲飲料，沒辦法吸引球友去購買，能採取多樣化產品來吸引，例如設置熱咖啡機，餅乾機等這些機器。

肆●引註資料

一、書目類

戴國良博士(2012)。圖解管理學。臺北市：五南出版社

卜慶娟(2011)。基于讓渡價值的顧客滿意度比較模型構建與評價。中國：中國社會科學出版社

大山秀一(2010)。圖解行銷入門：一定要知道的行銷原理。臺北市：商周出版

二、網站類

劉宏勳(2013)。青年高爾夫練習場。2015年6月11日，取自 <http://solomo.xinmedia.com/golf/7460-youthpark>

吳金愷(2012)。東湖高爾夫練習場。2015年6月11日，取自 <http://www.eastlakegolf.com.tw/>

王柏林(2011)。景新高爾夫練習場。2015年6月11日，取自 <http://www.gemsheen.com.tw/front/bin/home.phtml>

何敏(2006)。臺北市高爾夫球練習場申設相關資訊之蒐集與分析。2015年7月12日，取自 <http://www.gcs.org.tw/gcs/report/r002.html#top>

中華民國高爾夫協會(2001)。高爾夫練習場介紹。2015年7月12日，取自 <http://www.garoc.org/>

MBA 智庫百科(2007)。SWOT分析模型。2015年7月21日，取自 <http://wiki.mbalib.com/zh-tw/SWOT>

MBA 智庫百科(2010)。問卷調查法。2015年7月21日，取自 <http://wiki.mbalib.com/wiki/%E9%97%AE%E5%8D%B7%E8%B0%83%E6%9F%A5%E6%B3%95>

MBA 智庫百科(2009)。競爭者分析。2015年7月21日，取自 <http://wiki.mbalib.com/zh-tw>