

投稿類別：商業類

篇名：

會員卡消費模式之探討－以好市多為例

作者：

陳怡如。私立高英高級工商職業學校。資料處理科三年一班

謝英敏。私立高英高級工商職業學校。資料處理科三年一班

林湘鈴。私立高英高級工商職業學校。資料處理科三年一班

指導老師：

黃英宗老師

## 壹●前言

### 一、研究動機

好市多是全球第一家會員制的倉儲批發賣場，也是創始者，最初是以服務小型企業為主，後來服務更廣大消費群眾，慢慢的演變成一般個人也可以採購，目前好市多在全球有數百家賣場，提供給會員們眾多的商品選項，和會員專享的福利、服務，於會員卡有效期限內的任何時候，如果覺得哪裡不滿意，都可以取消會員卡，並將會員費全額退給顧客，除了好市多賣場之外還可以在哪裡利用這張卡，取得特別的服務。

一般消費者都會想說辦一張會員卡，但真正辦一張卡有那麼多的好處嗎？真的可以為自己省下比一般時候更多的錢嗎？現在不論是大賣場還是量販店，或是一些批發商都會推出會員卡，會員卡一方面可以促銷商品，一方面又可以讓賣家知道固定客源有多少，有很多人都想去好市多消費，但因其消費是以會員卡為依據，常常不得其門而入，因此本組想要透過此次的研究，瞭解為何好市多要以會員卡做為消費的基礎，而好市多會員卡為何會如此成功，那會員卡又可以為買賣雙方帶給什麼樣的效益。

### 二、研究目的

由上述的研究動機，瞭解好市多會員卡消費模式之探討，本組的具體研究目的為以下三點：

- (一) 瞭解好市多會員卡的緣由及功能
- (二) 瞭解好市多會員卡的特色及同業間之比較
- (三) 瞭解好市多會員卡使用滿意度

### 三、研究方法

此次研究本組採用「文獻分析法」、「問卷調查法」做為研究的方法。透過報章雜誌搜集有關好市多、大潤發及家樂福的相關報導，透過整理節錄出與此次研究相關的資訊，瞭解消費者透過會員卡消費的情況，並且透過網路問卷的發放，搜集與此次研究主題相關的資訊並加以分析最後以 Excel 製作成圖表予以呈現。

### 四、研究範圍

此次研究範圍鎖定在 20 歲以上，具有經濟能力的消費者做為主要對象。因

為本組成員都是學生，礙於時間和人力的緣故，主要以網路問卷作為調查依據。

## 五、研究步驟

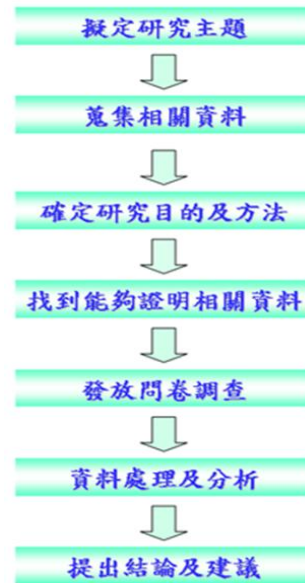


圖 1 研究步驟圖

## 貳●正文

### 一、Costco 好市多創業歷史及緣由

1983 年 9 月 15 日，創辦人 Jim Sinegal 和 Jeffrey Brotman 在美國西雅圖市開設了好市多第一家倉儲量販店。Sinegal 在零售的工作經驗，讓他學到了做生意的方法。Brotman 則一位西雅圖當地的零售家族出身的律師，自小就接觸了零售業界。

「1997 年 10 月，兩家公司正式合併為 PriceCostco（普來勝）公司，接著在 1999 年 8 月 30 日更名為 Costco Wholesale Corporation（好市多公司）。」（維基百科，2012）

#### （一）商品的管理

- 1.挑選市面上最受人歡迎及注目的商品。
- 2.使用大的包裝降低產品的成本。
- 3 運用國外對商品的管理技術套用在台灣的分店管理與國外同步。
- 4.將國外的產品進扣到台灣，增加商品的多元特性也讓消費者有新鮮感。

## (二) 經營的方式

- 1.將賣場內的環境打掃得乾淨整潔，提供會員購物的好品質。
- 2.賣場內的所有商品都是經過嚴格的把關，生鮮食物也有專人處理低溫冷藏保鮮，也都有注重衛生品質，達到最高的防護措施。

## 二、好市多會員卡介紹

### (一) 好市多會員卡的特色

採取低價格卻可以買到高品質的商品，用會員制的方式可以更容易掌握客源，也能維持好的購物環境，每年會向會員收取小額的會員費，將那些會員費實現在顧客身上讓好市多能夠回饋給消費者，並且好市多有創立自我品牌，對消費者而言也多一種選擇，並不會有擔心品質優劣的問題。

- 1.無條件退換貨：無論是商品有任何瑕疵、不滿意都可於一定期限內退換貨。
- 2.期限內取消會員卡：可在有效期限內，若對會員卡不滿意的地方可提出取消。
- 3.會員卡無國界：只要持好市多會員卡便可再全球好市多使用。
- 4.會員卡審核標準：一定要會員才能進入消費。
- 5.物美價廉：能夠用最便宜的價格買到高品質的商品。
- 6.商品多元化：可以在好市多買到其他國家的商品。

### (二) 好市多會員卡的優缺點

#### 1、優點

- (1) 可以享有「相片沖印服務、麵包部、壽司、藥局、光學眼鏡部、熟食、海鮮、生鮮肉品、輪胎修護中心及販售現烤披薩和冷飲的西式餐飲部，以及好市多自有品牌【Kirkland Signature】系列商品。」(好市多，2012)。
- (2) 只要好在好市多購買的商品，除了附有原製造的保證書外，即可享有好市多全額退款的保證。
- (3) 「隨時可買...，一星期營業七天」(好市多，2012)
- (4) 「無隱藏的費用，所有商品價格均標示明確」(好市多，2012)

#### 2、缺點

- (1) 會員制的消費模式  
很多人都想進入好市多消費，但因為是以會員制控管，因而不能其門而入，且如果要辦理會員卡必須要繳交會員費，雖然是小額的數目但對某些特定的族群卻是有點吃力，例如：小家庭、單身族群…等等。
- (2) 商品的份量大  
好市多的商品大部分都是屬於大包裝，份量大可以說是優點也是缺點。例如：家中是只有四個人的小家庭，但在好市多購買的商品卻是 7 人份

的，對多出來的 3 人份而言會是浪費並吃力。

### 三、SWOT 分析

SWOT 分析策略是決定合適企業進行 SWOT 分析後根據自身的優點缺點與外部局勢所進行的因應策略。

◎ S-W 分析：主要分析企業內部優勢與劣勢。

◎ O-T 分析：主要分析企業外部機會與威脅。(商業概論重點歸納上 P2-23, 2013)

表 1 好市多 SWOT 分析

優勢 (Strength)	劣勢 (Weakness)
1. 可以掌握客源。 2. 保持良好的消費環境。 3. 能以最低的價格買到高品質商品 4. 商品多元化。	1. 需要成為會員才可入內消費。 2. 商品包裝容量過大。 3. 強調不滿意可全額退費，容易造成有心人士利用。
機會 (Opportunity)	威脅 (Threat)
1. 形象如果好，加以網羅同業人才和會員。 2. 鄰近捷運站或交通要點有助於顧客來店的交通方便 (以高雄店為例)。 3. 顧客平均所得提高會對高品質商品需情會增加。	1. 競爭對手不僅有國內的同業還有進口商、代理商。 2. 碰到週年慶或逢年過節促銷時，對從不打廣告的好市多來講是一大威脅。 3. 競爭對手若不惜成本時用抽獎或滿額送高價物品，例如：汽車、機車。

資料來源：由本組研究彙整

### 四、好市多與同業間會員卡之比較

#### (一) 好市多會員卡的特色

按照不同的消費層次，推出了商業用卡、金星卡、Costco / 中國信託聯名卡三種，每年需繳交年費 1200 元不等 (聯名卡不需繳年費)，持卡在店裡消費能到的好市多獨享給會員的福利。缺點是必須要擁有會員卡才可進入消費。

#### (二) 家樂福會員卡的特色

家樂福分為兩種一種是玉山悠遊聯名卡和家樂福好康卡，其中玉山悠遊聯名卡又分為鈦金卡、白金卡、普卡三種，要年滿 20 歲且具有經濟能力者方可申請；家樂福好康卡則是專為一般消費者所發行，年滿 16 歲就可申請。缺點是辦卡之後一年最少需消費一次否則會員卡會自動取消。

表 2 好市多、家樂福、大潤發會員卡比較表

項目	量販店	好市多	家樂福
會員卡種類		商業用卡、金星會員、Costco / 中國信託聯名卡	玉山悠遊聯名卡（鈦金卡、白金卡、普卡）、家樂福好康卡
辦卡資格		商業用卡：限公司企業。 金星卡：一般消費者。 Costco / 中國信託聯名卡：一般消費者	玉山悠遊聯名卡（鈦金卡、白金卡、普卡）：20歲以上具有經濟能力的消費者。 家樂福好康卡：一般消費者。
紅利點數		只有 Costco / 中國信託聯名卡才有紅利點數。	玉山家樂福悠遊聯名卡： 店內消費：1 元 2 點（約 0.66%現金回饋） 店外消費：1 元 1.2 點（約 0.4%現金回饋） 家樂福好康卡： 1 元=1 點
缺點		商業用卡：只能限制公司企業使用 金星卡：必須要辦卡本人才能進入消費或者是其血親才可持副卡進入消費。 Costco / 中國信託聯名卡：不累積刷卡紅利點數，也並不適用於「刷卡得利計劃」、「中信紅利商店計畫」。	玉山家樂福悠遊聯名卡：申請當日之一年內需消費一次否則會自動歸零點數重新計算。 家樂福好康卡：僅限於一般個人才可申請，公司行號並不適用。
優點		商業用卡、金星卡：享有一張免年費的家庭卡。 Costco / 中國信託聯名卡：免年費。	玉山家樂福悠遊聯名卡：一年刷卡消費一次不限金額免年費。 家樂福好康卡：若會員卡遺失之後，可至客服專線掛失。

資料來源：由本組研究彙整

五、問卷分析與說明

本問卷設定在 20 歲以上並具有經濟能力為施測對象，問卷經由科內專門老師協助發放，此次研究共回收 100 份問卷，以下是此次問卷結果及分析。

(一) 您的職業

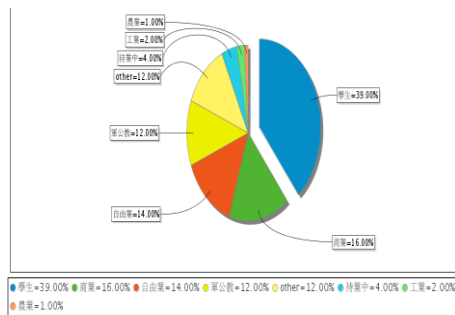


圖 2 職業

由圖 2 數據得知學生族群佔比例為 39%，是好市多消費的主要族群。

(二) 您是從何項管道得知好市多的訊息？

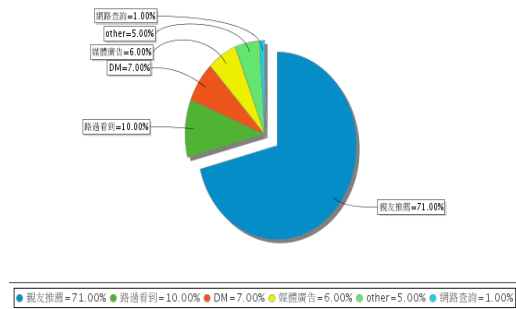


圖 3 如何得知好市多訊息？

由圖 3 數據可以知道消費者得知好市多的管道為親友推薦佔了 71%。

(三) 您平均多久會到好市多消費一次？

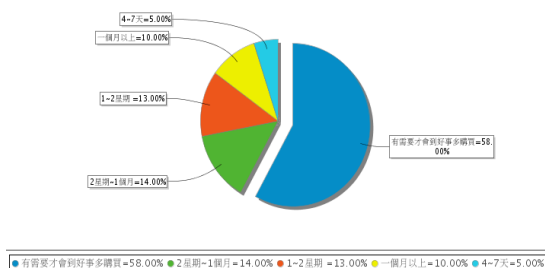


圖 4 多久到好市多消費？

由圖 4 數據得知消費者是有需要才會到好市多購買佔了 58%，其次是 2 星期-一個月佔了 14%。

(四) 您到好市多消費，一次大約消費多少元？

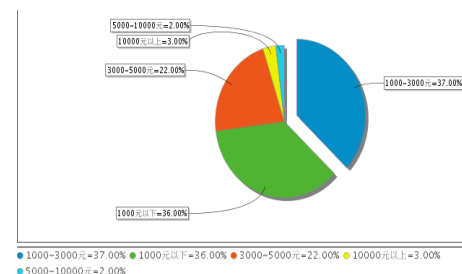


圖 5 到好市多消費多少元？

由圖 5 得知消費者每次到好市多消費所花的金額為 1000-3000 元佔的比例為 37%，其次是 1000 員以下佔 36%。

(五) 您到好市多大多購買什麼商品？

(六) 您為何選擇到好市多消費？

## 會員卡消費模式之探討-以好市多為例

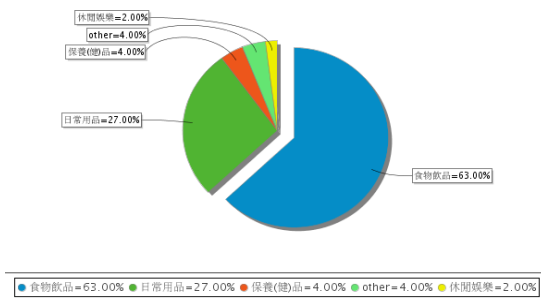


圖 6 大多購買什麼商品？

由圖 6 可以得知消費者到好市多購買的商品大多為食物飲品佔 63%，其次試日常用品佔 27%。

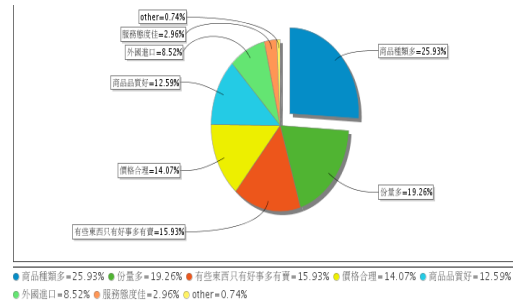


圖 7 為何選擇到好市多消費？

由圖 7 可得知消費者到好市多消費的原因大多因商品種類多佔 25.95%，其次是份量多佔 19.26%。

(七) 您知道好事多會員卡在消費上樣的優惠嗎？

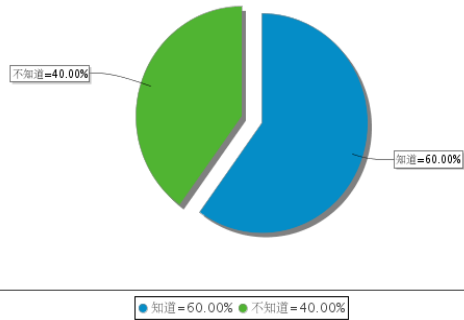


圖 8 好事多會員卡提供什麼優惠？

由圖 8 得知消費者對好市多的優惠知道佔了 60%，不知道佔了 40%。

(八) 您知道好事多會員卡比其他家量販店多了哪些特點嗎？

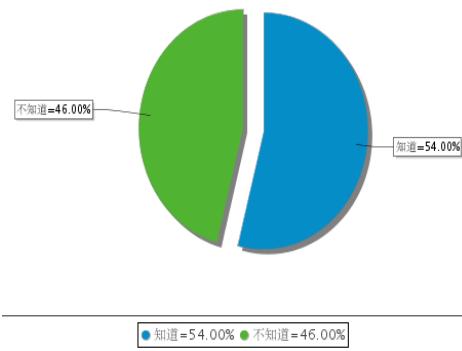


圖 9 好市多相較其他業者的特點  
由圖 9 數據得知消費者對好市多和其他量販店的特點知道的佔 54%，不知道的佔 46%。

(九) 除了好市多的會員卡，您還辦理了哪些賣場的會員卡？

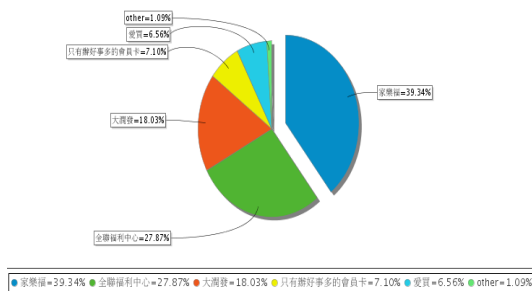


圖 10 還辦理哪些業者會員卡？

由圖 10 數據得知消費者除了好市多會員

(十) 您覺得以下公司所提供的會員卡，帶給您在消費上最大效益的是哪間公司？

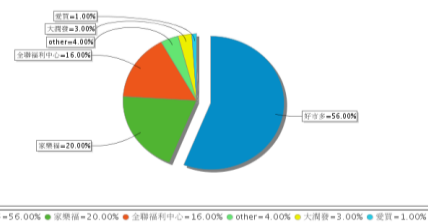


圖 11 帶給消費上最大是哪間公司

由圖 11 數據可以得知消費者在好市多及其他量販店所提供的會員卡相比較



卡以外辦理最多的為家樂福會員卡佔 39.34%，其次為全聯福利中心佔 27.8%。

下，在好市多所獲得的效益為最大佔 56%，其次則是家樂福 20%。

(十一) 您對好市多的「商品品質」滿意嗎？

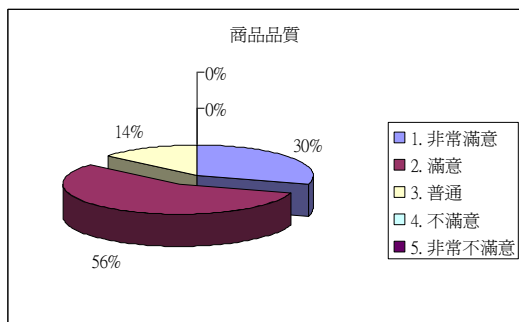


圖 12 商品品質

由圖 12 數據得知消費者對商品品質為滿意佔 56%，其次非常滿意佔 30%。

(十二) 您對好市多的「環境衛生」滿意嗎？

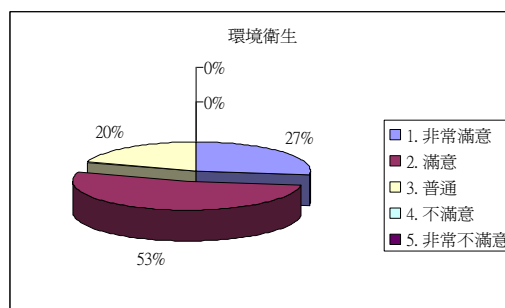


圖 13 環境衛生

由圖 13 得知消費者對環境衛生最多為滿意 53%，其次非常滿意佔 27%。

(十三) 您對好市多「商品的擺置方式」滿意嗎？

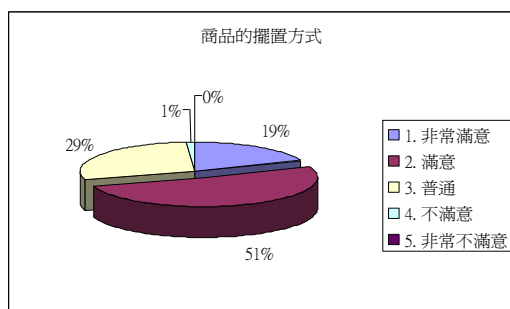


圖 14 商品擺置方式

由圖 14 數據得知消費者堆商品擺放方式最多滿意佔了 51%，其次普通 20%。

(十四) 您對好市多「商品大包裝的設計」滿意嗎？

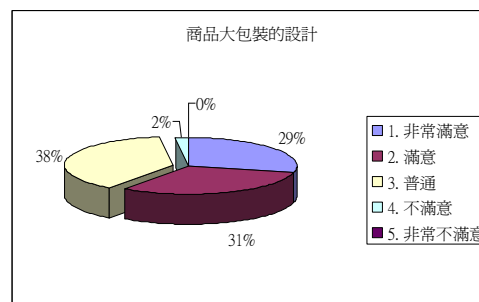


圖 15 商品大包裝的設計

由圖 15 數據得知消費者對好市多商品大包裝最多為普通佔 38%，其次滿意佔 31%。

(十五) 您對好市多「商品價格」滿意嗎？

(十六) 您對好市多「服務態度」滿意嗎？

會員卡消費模式之探討-以好市多為例

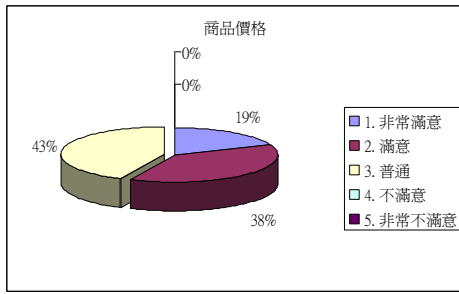


圖 16 商品價格

由圖 16 數據得知消費者對商品價格多為普通佔 43%，其次滿意佔 38%。

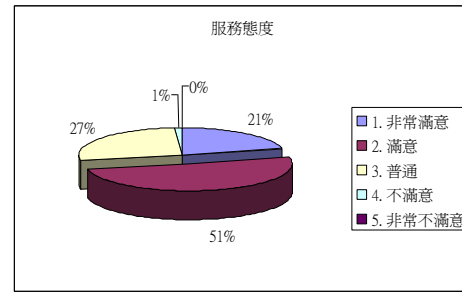


圖 17 服務態度

由圖 17 數據得知消費者對好市多服務態度為滿意佔 51%，其次普通 27%。

(十七) 您對好市多「賣場的動線規劃」滿意嗎？

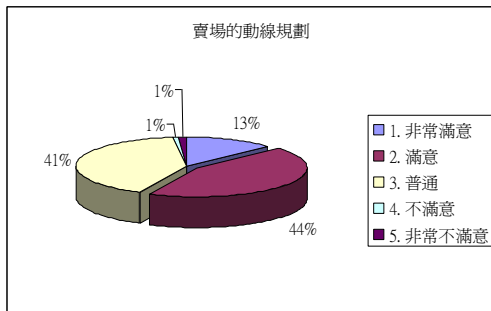


圖 18 賣場動線規劃

由圖 18 數據可以得知消費者對好市多賣場的動線規劃多為滿意佔 44%，其次普通佔 41%。

(十八) 您對好市多「停車場的規劃」滿意嗎？

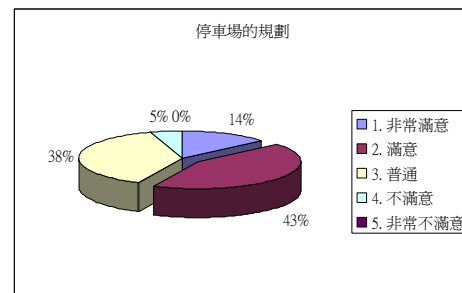


圖 19 停車場的規劃

由圖 19 數據可得知消費者對停車場的規劃為滿意居多佔 43%，其次為普通佔 38%。

(十九) 您對好市多在高雄的「開店數」滿意嗎？

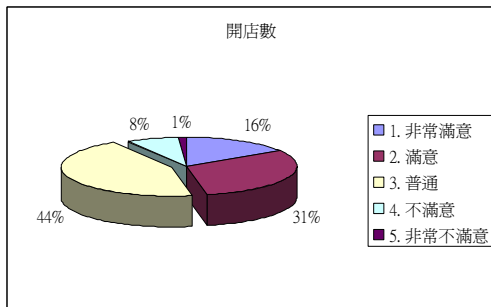


圖 20 開店數

由圖 20 數據得知消費者對好市多的開店數最多為普通佔 44%，其次為滿意佔 31%。

(二十) 您對好市多整體的評價是？

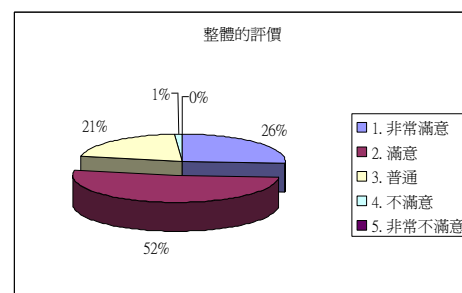


圖 21 好市多評價

由圖 21 數據得知消費者對好市多整體最多為滿意佔 52%，其次為非常滿意佔 26%。

## 參●結論

依據蒐集的文獻及問卷施測的結果，本組提出以下結論與建議。

### 一、結論

依照問卷為主要的依據，了解消費者對好市多的辦卡目的、消費動向、滿意度、設備、品質、動線、服務態度從問卷中提出結論：

- (一) 消費分布在 20-30 歲青年人大多為學生族群，消費間隔是有需要才會到好市多購買佔了 58%，說明了到好市多消費時間不一定。
- (二) 消費者到好市多消費平均每次消費金額為 1000-3000，說明到好市多消費不一定會真的買很多很貴的東西，一般家庭主要都是以買食物飲品(63%)居多
- (三) 消費者會去好市多消費的原因大多因為商品種類眾多(25.95%)、份量多(19.26%)
- (四) 消費者到好市多消費大多是因為知道好市多的優惠(60%)也知道好市多和其他量販的的差別(54%)，但有些去好市多消費的消費者不知道好市多的優惠者(40%)也不知道他跟其他量販店的差別的(46%)
- (五) 消費者除了有在好市多辦理會員卡以外辦理最多的是家樂福會員卡(39.34%)，其次是全聯福利中心的會員卡(27.8%)

### 二、建議

- (一) 可以多做廣告增加好市多的曝光率。
- (二) 可以為學生族群多做消費方案因為學生族群占大部分的消費。
- (三) 在好市多的優惠部分在做宣傳，知道優惠佔 60%但不知道的有 40%。
- (四) 對商品大包裝可以在多做調整。

## 肆●引註資料

- 〔1〕 維基百科。2012 年 9 月 23 日(最後修改日期)。取自 <http://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E5%A5%BD%E5%B8%82%E5%A4%9A>
- 〔2〕 好市多官方網站。取自 <http://www.costco.com.tw/products.htm>
- 〔3〕 好市多官方網站。取自 <http://www.costco.com.tw/membership.htm>
- 〔4〕 好市多官方網站。取自 <http://www.costco.com.tw/membership.htm>
- 〔5〕 葉伊修(編註)。企業家精神與創業能力：建立企業願景。東岱專業圖書有限公司。