

投稿類別：商業類

篇名：

高雄大遠百威秀影城消費者滿意程度、服務品質之探討

作者：

伍立庭。私立樹德家商。高三 05 班

王雅芳。私立樹德家商。高三 05 班

顏芊蕙。私立樹德家商。高三 05 班

指導老師：

郭有卿

壹●前言

一、研究背景與動機

現今科技日新月異，為追求「資源有限、慾望無窮」的情況下，人們講就更高的生活品質，而休閒娛樂更是必要的，隨著電影院放映技術、音響設備不斷得更新與升級，現今看電影已成時下年輕人最常從事的休閒活動之一。

華納威秀影城使觀眾猶如身歷電影奇境般，體驗著身、心、靈的震撼刺激！正是看電影的誘人之處，因此想針對威秀影城作探討的原因是因為它經過多角化經營，而成為台灣影城的領導品牌，並帶動電影業走向最高端。

二、研究目的

- (一)主要是了解消費者到高雄大遠百威秀影城從事消費行為後，對於「服務品質」與「顧客滿意度」之間的相互影響；並進行問卷調查。
- (二)運用PZB理論的五大構面來分析期望與實際差距所形成的缺口大小，最後以服務品質缺口最大的構面提出解決問題之建議。

三、研究方法

研究對象以年輕族群為主，隨機發放 246 份問卷，回收後將所有結果作統整，並以文獻分析法、問卷調查法、個案分析法進行分析，整理出分析圖表，以了解消費者對高雄大遠百威秀影城的認知與顧客滿意度狀況，進而發現高雄威秀影城之營運問題及瓶頸，再提出可以增進商機之建議。

四、研究架構

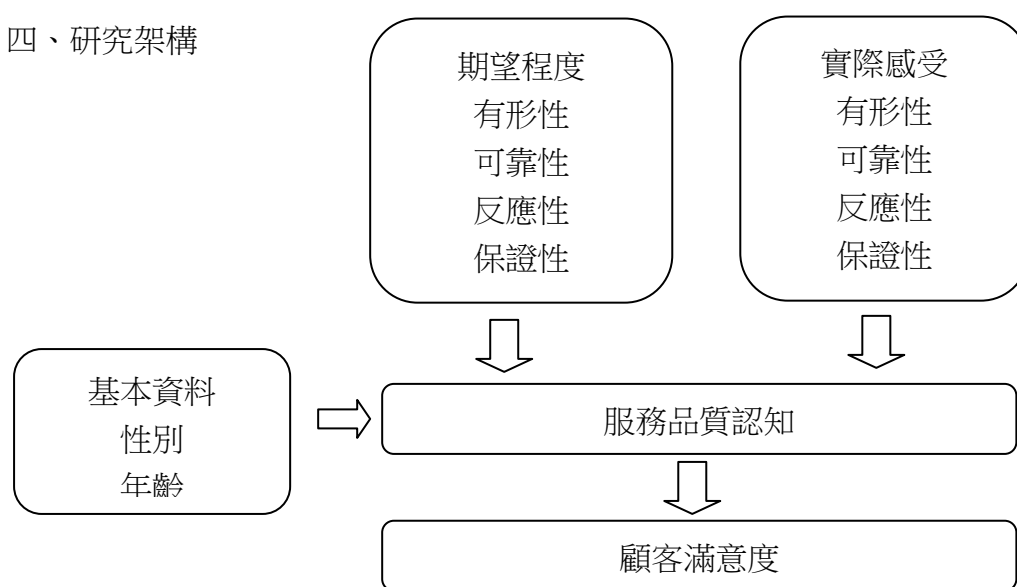


圖1 研究架構

貳●正文

一、PZB顧客知覺服務品質與顧客滿意度

本研究以Parasuraman et al. (1988) 及Zeithaml&Bitner (2000) 提出之『顧客知覺服務品質與顧客滿意度』之關係架構為基礎，認為服務品質是消費者對服務的期望與顧客實際接受過程間之比較，三位學者發展出一套服務品質的觀念模式，簡稱『PZB』。並將原有的10 個構面加以純化，整合為5個構面，稱之為「SERVQUAL」量表，再以實際減期望產生的缺口進行分析。

顧客滿意度是建構在於顧客消費前對產品或服務的期望與購買後知覺的經驗，兩者之間的差距即代表了滿意或不滿意的程度。當期望的知覺大於實際的經驗，顧客就會產生不滿意的體驗；當實際的知覺大於期望，則產生滿意的體驗。

主要是了解消費者到高雄大遠百威秀影城從事消費行為後，對於「服務品質」與「顧客滿意度」之間的相互影響；且針對缺口五作為探討(如圖2 PZB服務品質缺口模式圖)，五個缺口中只有這項缺口是顧客決定缺口大小，是指顧客接受服務後在知覺上的差距，並形成顧客期望與實際體驗後的服務缺口。

表1 SERVQUAL量表

SERVQUAL量表	
可靠性Reliability :(傳遞承諾)	可信賴且正確執行所承諾之服務能力
反應性Responsiveness :(樂意幫忙)	願意幫助顧客並提供迅速的服務
保證性Assurance :(激發信任與信心)	員工的知識和禮貌及激發顧客信任、信心的能力
同理心Empathy:(給予顧客個別化的對待)	關心給予顧客個別關懷—客製化
有形性Tangibles :(以實體代表服務)	實體設施, 人員和書面資料等外觀

(資料來源:維基百科。SERVQUAL量表。)

<http://zh.wikipedia.org/wiki/SERVQUAL%E9%87%8F%E8%A1%A8>

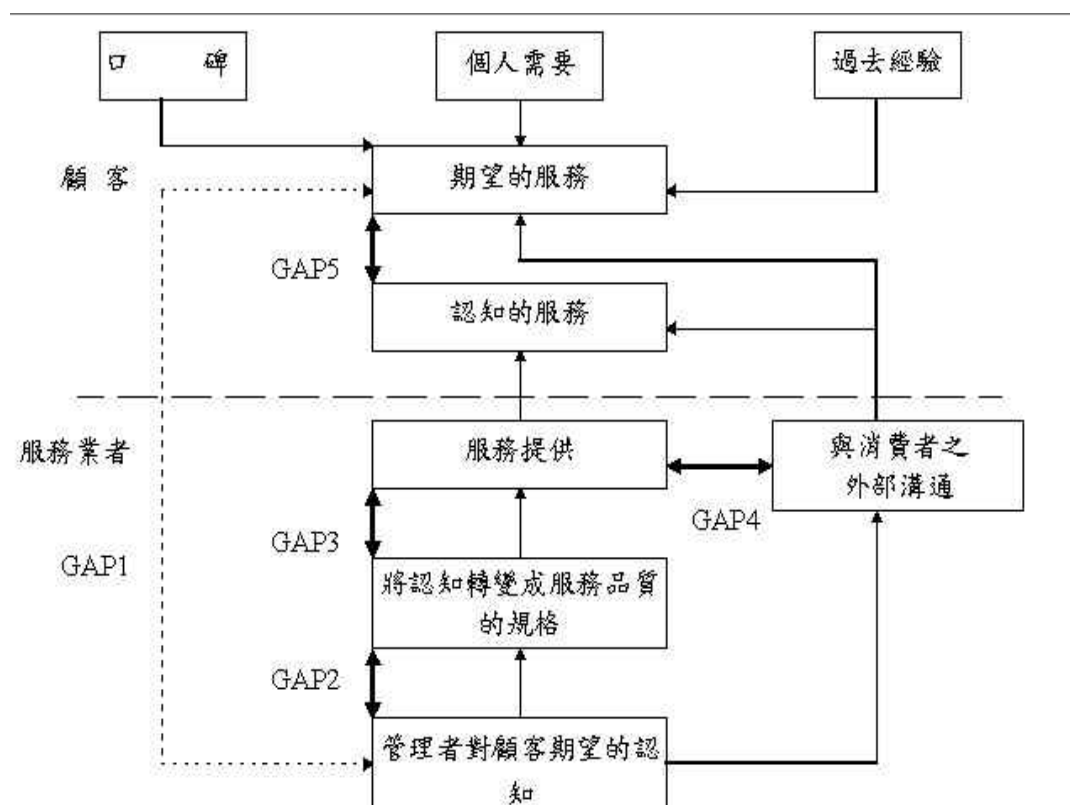


圖2 PZB服務品質缺口模式圖

(資料來源:林朝源、秦儀庭(2012)。PZB服務品質模型探討服務品質與顧客滿意度之研究。彰雲嘉大學校院聯盟學術研討會。)

缺口 1 (GAP 1)：顧客的期望與經營管理者認知之間的缺口，當企業不了解顧客的期待時，便無法提供顧客滿意的服務。

缺口 2 (GAP 2)：經營管理者與服務規格之間的缺口，企業可能會受限於資源及市場條件的限制，無法達成標準化的服務，因而產生品質管理缺口。

缺口 3 (GAP 3)：服務品質規格與服務傳達過程的缺口，企業員工素質或訓練無法標準化或出現異質化，便會影響顧客對服務品質的認知。

缺口 4 (GAP 4)：服務傳達與外部溝通之間的缺口，例如做過於誇大的廣告，造成消費者期望過高，當實際接受的服務不如預期時，會降低服務品質的認知。

缺口 5 (GAP 1)：顧客期望與實際體驗後的服務缺口，是指顧客接受服務後在知覺上的差距，五個缺口中只有這項缺口是由顧客決定缺口大小。

二、威秀影城公司簡介

高雄威秀影城位於高雄市中心的精華區，地處高雄百貨匯集區，縱貫高雄大遠百購物中心 13 樓至 16 樓的樓層面積，在苓雅區三多四路 21 號 13 樓，主要強調舒適及獨特空間設計的國際級電影城，在影音設備上使用先進的數位 IMAX 和 3D 設備。高雄大遠百威秀影城結合百貨流行、休閒娛樂與流行時尚的都會地標，滿足所有南台灣朋友們要求，食衣住行育樂樣樣齊全。不僅是娛樂的好去處，更是享樂的好所在！

三、行銷組合4P

(一) 影廳

1. 數位IMAX影廳

南台灣第一座數位IMAX影廳，也是全台第二座數位IMAX影廳，目前最大可容納271位觀眾，符合國際IMAX認證下，讓南台灣的朋友享受著最先進的影廳!

數位IMAX影廳為目前最高規格的電影放映技術，能夠放映比一般影廳更高解析度的電影放映系統，搭配 IMAX高傳真的數位音響技術，更能提供猶如身歷其境般的震撼體驗。

2. GOLD CLASS影廳：

高雄大遠百威秀影城15樓有2座62個座位的頂級影廳，獨享專屬售票櫃檯及專人領位和送餐、會議、派對、產品發表會、團體包廳觀影的服務，為業界帶來前所未有的創新VIP服務。

貴賓區備有專業酒吧及五星級高級餐點和獨立的時尚Lounge大廳；顧客坐上豪華舒適總統座椅，利用搖桿調整座椅舒適的角度；提供毛毯，不用擔心電影院冷氣太冷，可以充分放鬆。設備是一級棒的等級外，貼心的服務品質更為頂級!

(二) 訂價

表2 電影票價(本小組整理)

種類 價格	一般 票價	數位 3D 票價	數位 IMAX 票價	數位 IMAX 3D 票 價	Gold Class 頂級影廳
全票	270 元	330 元	340 元	400 元	480 元
優待票	250 元	310 元	320 元	380 元	

早場	250 元	310 元	320 元	380 元	
3D 版 全票					580 元

【Gold Class 等級票價】

一般單人套票：520 元(內含 200 元餐飲)

3D 版單人套票；620 元(內含 200 元餐飲)

表3 食物價格(本小組整理)

爆米花	飲料	熱狗	超級組合	豪華組合
大 110~120 中 100~110 小 80~90	大杯 60~80 中杯 50~70 小杯 40~60	約 80~100	(中可、小爆) 優惠價每份售 80 一本十張售價 800	(中可、小爆、熱狗) 優惠價每份 120 一 本十張售價 1200

(三) 通路

1. 實體通路

(1) 現場購票：

到電影院現場購票，以服務人員銷售電影票。

(2) 自動售票機：

可供顧客使用，減少購票時間、增加售票效率

(3) 超商購票：

可以到7-11 ibon購票、ok超商購票

(4) 商家代售電影票：

附近的光南、金石堂、誠品書局皆有代售電影票。



圖3 7-11 ibon購票



圖4 自動售票機

(圖2 資料來源:高雄大遠百威秀影城官方網站。手機訂票系統。

<http://www.vscinemas.com.tw/Mobile/SelectSession.aspx>)

(圖3 資料來源: 高雄大遠百威秀影城官方網站。自動售票機。

<https://www.google.com.tw/search>)

2. 虛擬通路

(1) 手機購票：連上 emome 手機網路線上訂票，當完成訂票程序後，系統就會以 MMS 發送行動條碼至客戶的手機，看電影當天，只要帶著手機至電影院，再經由行動條碼驗票機自動辨識，馬上取票看電影，省下漫長的排隊時間。

(2) 網路購票：



圖5網路購票(資料來源:高雄大遠百威秀影城官方網站。網路訂票。
<http://www.vscinemas.com.tw/visInternetTicketing3/vieshowDeclaration.aspx>)

(四) 促銷

1. 節日活動行銷

利用建立的會員名單和會員溝通，告知活動訊息，並提醒事先預訂和訂位。而臉書粉絲團也是傳達訊息的好工具，把訊息張貼在粉絲團，很快就能測試出市場的反應。

2. 公共宣傳

高雄大遠百威秀影城曾公開舉辦「一百分的生活」公益活動，邀請家扶中心、世界展望會、創世基金會、高雄捐血中心等慈善團體，欣賞最新電影的電影，不但能吸引媒體報導，還能使企業在「不付費」的情況下，有利於企業或產品的訊息傳達給消費者。

3.策略聯盟

曾以欣欣晶華影城為首，聯合其他13家影城，組成ShowTime聯盟，對抗強敵。可藉由對方之競爭優勢，來拓展市場、分擔成本與風險、及共同開發新市場，以達到互利之目的。例如：取得較佳的分帳比例及較低的權利金、有利於舉辦全台性的促銷活動、分擔行銷活動費用、爭取企業客戶等。

與花旗銀行共同推出花旗饗樂生活卡，刷卡買電影票就可享購票優惠；與花旗的策略聯盟提升了不少業績，也使花旗銀行的曝光率帶動威秀影城的知名度，銀行也能提升曝光率。

四、高雄威秀影城SWOT分析

表4 SWOT分析(本小組整理)

優勢 Strengths	劣勢 Weaknesses
<ul style="list-style-type: none"> ➤ 交通便利、大眾運輸可抵達 ➤ 地理位置佳、位於市中心精華區 ➤ 擁有最出色的播映設備 ➤ 結合百貨公司停車場供消費者使用 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 票價比其他家電影院高 ➤ 影廳內不能攜帶外食
機會 Opportunities	威脅 Threats
<ul style="list-style-type: none"> ➤ 利用百貨公司的優勢商家異業結盟創造更多商機 ➤ 現今科技日異月新，與科技跟進想必設備能更先進更吸引人 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 高雄電影院較多間、替代品多 ➤ 現今盜版影片氾濫，大肆減少消費者至電影院意願

五、問卷分析

顧客去威秀影城前和去過後對服務品質的看法，並了解社會大眾對威秀影城聲譽及企業形象的評價，也就是說大部份對服務品質不滿意的消費者不會對企業提出抱怨，但是會反應在消費行為，所以，我們進行問卷調查，希望可以了解消費者對於威秀影城的看法。

問卷發放時間：2015年2月17日、21日、23日

問卷發放地點：高雄市新崛江商圈(中央公園捷運1、2號出口)、鹽埕駁二區、高雄大遠百門口(三多商圈捷運出口)、左營捷運1號出口

發出份數：男生91份〈佔42%〉，女生151份〈佔58%〉；年齡以19歲以下〈佔68%〉及 20~29 歲〈佔18%〉、30~39歲〈佔8%〉、40~49歲〈佔4%〉、50歲以上〈佔2%〉；共回收242份，經篩選有27份無效卷。

(一)服務品質認知分析

本研究採用李克特五點量表（Likert's Scale）調查顧客對台灣銀行服務品質的重視程度及滿意程度，分別以非常重視（非常滿意）、重視（滿意）、沒意見（普通）、不重視（不滿意）、非常不重視（非常不滿意）為問卷選項，並依序以 5、4、3、2、1 為代表數字，以利進行調查資料量化分析。

依客戶對威秀影城服務品質的期望程度及實際感受，了解服務品質缺口進行服務品質認知分析，表 5 之分析結果顯示，服務品質五個構面中大多期望程度問項之平均數都大於實際感受問項之平均數，亦即在對服務品質的事前期望及實際感受之比較上，皆出現服務品質缺口。

表5服務品質構面分析表(本小組整理)

服務品質構面	項目	期望平均數 (M)	比較	實際平均數 (M)	服務品質缺口 (實際-期望)	構面排序
有形性		4.03	>	4	-0.03	5
可靠性		3.89	>	3.81	-0.08	2
反應性		3.7	>	3.59	-0.11	1
保證性		4.03	>	3.99	-0.04	4
同理心		3.77	>	3.7	-0.07	3
合計		3.88	>	3.82	-0.066	

說明：

主要是針對「服務品質」與「顧客滿意度」作探討，以對服務品質缺口分析為主做此表格，利用實際平均數減掉期望平均數計算出缺口差距，計算出構面為有形性-0.03、可靠性-0.08、反應性-0.11、保證性-0.04、同理心-0.07，合計則是利用前五大構面的實際平均數減掉期望平均數計算出整體構面缺口差距為-0.066。

其中以「反應性」的構面服務品質缺口差距-0.11最大，在分析的問卷中，以「服務人員不須提醒就能提供更好的服務」的問項最大。

參●結論與建議

一、結論

以整體服務品質缺口來看，所有的構面中，顧客在「反應性」構面的服務品質缺口-0.11最大。

高雄威秀影城主要以「服務人員不須提醒就能提供更好的服務」的問題為服務品質最需改善的地方。因為缺乏對顧客積極主動的服務態度，使顧客有不被重視的感覺，也會使企業留下負面的評價。想要提升企業的知名度、市佔率，服務品質和顧客滿意度貴為重要，顧客滿意是顧客對企業和員工提供的產品和服務的直接性綜合評價，是顧客對企業、產品、服務和員工的認可。企業向顧客提供超過其期望的“顧客價值”，使顧客在每一次的購買過程和購後體驗中都能獲得滿意，每一次的滿意都會增強顧客對企業的信任，也會將他們的消費感受通過優良的口碑傳播給其他的顧客，擴大產品的知名度，提高企業的形象，為企業的長遠發展不斷地注入新的動力，從而使企業能夠獲得長期的盈利與發展。

如果一家企業有嚴謹的管道傾聽顧客的意見，這樣才能站在消費者的角度上感受自己不足之處，把問題變為成長的轉機，並進行檢討與改善，顧客來客率將會無可限量!

二、建議

本小組為「服務人員不須提醒就能提供更好的服務」問題提出相關改善之建議：

(一) 主管應加強訓練人員主動提供協助，創造更高的附加價值。

例如：舉辦員工研習活動，讓員工能不斷充實專業領域方面的知識；公司可以不定期派遣試探員至威秀影城做服務品質之評價，以瞭解影城的服務品質狀況並加以改善。

(二) 增設意見箱、定期問卷調查，提供顧客對服務品質提出反應。

(三) 建立完善獎懲制度，達到激勵員工保持一定水平的優良服務品質。

(四) 舉辦最佳服務人員競賽，讓員工工作奮發向上並從中獲得成就感肆。

肆●引註資料

1. 林俊智(2008)。服務品質、顧客滿意度與顧客忠誠度之關聯性研究。以威秀影城為例。逢甲大學經營管理碩士在職專班碩士論文。
2. 林朝源、秦儀庭(2012)。PZB服務品質模型探討服務品質與顧客滿意度之研究。彰雲嘉大學校院聯盟學術研討會。
3. 張瀞心、林潔菁、呂家好(2013)。應用 PZB 模式探討台灣銀行服務品質。國立馬公高中。
4. 商業概論 編著者 林淑芬 旗立財經研究社
出版日期 2012/09 月初版 修訂日期 2014/5 月三版
5. 蘋果日報。連鎖影城勢力大洗牌。2004 年 09 月 30 日
6. 維基百科。SERVQUAL量表。2014年10月13日取自
<http://zh.wikipedia.org/wiki/SERVQUAL%E9%87%8F%E8%A1%A8>
7. 群策整合行銷。節日活動行銷。2014年6月10日取自
<http://www.teamplan.com.tw/%E7%AF%80%E6%97%A5%E6%B4%BB%E5%8B%95%E8%A1%8C%E9%8A%B7%E6%80%8E%E9%BA%BC%E5%81%9A%EF%BC%9F.html>
8. 高雄人口網。高雄大遠百威秀影城換新「裝」。2014年7月15日取自
<http://www.inks.com.tw/html/front/bin/ptdetail.phtml?Part=vivi1000117>
9. 花旗銀行官方網站。花旗享樂生活卡。2014年8月17日取自
<http://www.citibank.com.tw/cpcard>
10. yahoo知識+。商家代售電影票。2014年6月12日取自
<https://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?qid=1013021702724>
11. 高雄電影節。【購票資訊】7-11-ibon『套票』兌換流程。2014年8月15日取自
<http://kff2013.pixnet.net/blog/post/253945577-%E3%80%90%E8%B3%BC%E7%A5%A8%E8%B3%87%E8%A8%8A%E3%80%917-11-ibon%E3%80%8E%E5%A5%97%E7%A5%A8%E3%80%8F%E5%85%8C%E6%8F%9B%E6%B5%81%E7%A8%8B>
12. 高雄大遠百威秀影城官方網站。手機訂票系統。2014年8月17日取自
<http://www.vscinemas.com.tw/Mobile/SelectSession.aspx>
13. 高雄大遠百威秀影城官方網站。自動售票機。2014年9月18日取自
<https://www.google.com.tw/search>
14. 高雄大遠百威秀影城官方網站。網路訂票。2014年10月13日取自
<http://www.vscinemas.com.tw/visInternetTicketing3/vieshowDeclaration.aspx>
15. 高雄電影院資訊網站。高雄大遠百威秀影城。2014年9月25日取自
<http://rainman726.myweb.hinet.net/kaoh-movie.htm>