

Chapter1 認識現代企業

組員：資管二乙 49790904 林詩珊 會資一乙 498A0042 陳郁璿 會資一乙 498A0079 邱品潔

問題一：討論市場佔有率與顧客滿意度之間可能的矛盾。

1.市場佔有率↑顧客滿意度↓：

7-11，在全台便利商店裡佔有率達到最高，因為它不僅提供了便利性，更讓人們節省了不少寶貴的時間，達到一次購足的效果。例如：i-bon 的影印、購票，咖啡吧等等，但也由於連鎖的普及造成員工方面服務態度大有落差，也就容易造成顧客滿意度低落的情況。

2.市場佔有率↓顧客滿意度↑：

相反的有些走精緻路線的商店，在服務上以及商品上品質良好，信用也大受好評，所以使顧客滿意度提升。也因此，一般都不開放加盟，所以也就反映在市場率上。例如：玩石冰淇淋、氣球創意館等等之類的商家都是一些屬於不開放加盟的商家。

問題二：顧客滿意度高是否代表企業經營績效良好？為什麼？

1. 否

2. a.內部財務狀況是否穩定：外表看似完美，但如果內部呈現支出大於收入這樣的情形，那即使一開始外表光鮮亮麗，也會因為久而久之的虧損而無法繼續經營下去，所以即使顧客滿意度在高，也不代表經營績效一定可以成正比的。

b.商品的銷售狀況：商品有它一定的製作成本，如果製作成本低，可能一般的消費者可以購買的起，那這樣子銷售狀況也會不斷的增加；但相反的，如果單價高，服務態度周到，而導致一般的消費者購買不起，那麼銷售狀況可能不增而反減。

問題三：除了市場佔有率及顧客滿意度之外，請思索有沒有其他的標準也可以有效衡量企業的經營績效？並請說明原因。

1. 商品銷售量：銷售量的高低以及利潤可說是公司內部最注重的一個環節，所以很多商家都以它另作為經營績效的標準。

2. 營業額的增長：營業額的高低是最可以看出經營績效的地方，但這就需要看公司怎麼在最短的時間內吸引到最多的消費者，達到營業額的最高峰。

3. 店家經營是否悠久：經營已久的老店因品質已受到老顧客長期的信賴以及肯定，而價格也已經有了一定的標準，所以其經營績效也會來的比新開幕的店家來的好。

4. 推陳出新：由於銷售狀況良好導致商家可能決定繼續推出新產品再次吸引消費者購買，提高營業額。

5. 商品改良：相反的銷售狀況較為不佳的商家則會把部受顧客所喜歡的商品進一步的改良直到顧客滿意度呈現大幅的成長為止。