

數位沖印機與實體店鋪複合式經營之研究 = The study of management for physical store combing with photo kiosk

王昭懿、宋明弘

E-mail: 9706866@mail.dyu.edu.tw

摘要

由於政府實施週休二日，讓國人可以有更多的時間規劃外出旅遊，到了觀光景點總會攜帶相機紀錄回憶，隨著高科技數位沖印機產品日新月異，傳統攝影產品變成數位化的照相器材。為此，紀錄影像的媒介變得多樣性、影像沖印器材大眾化、甚至觀賞與分享相片的方式也變得更豐富，加上現在個人電腦作業系統功能逐漸加強與數位相機的配合性，應用數位科技的照相器材業逐漸在台灣社會上取代傳統使用底片的照相機，讓數位化經營對於傳統沖印產生劇烈的影響與衝擊。本研究主要先針對攝影有高度需求的觀光休閒產業，以及與照像手機高度相關之通訊產業做為異業結盟的起點。結合業者所開發之Photo Kiosk，其具備能夠將數位影像內容直接以相片的模式快速輸出的功能，利用問卷調查的方式，調查消費者對於數位沖印機(Photo Kiosk)是否有很高的接受程度，然後再與現有實體店面進行複合式經營時的營運模式建立以及異業結盟式外包。本研究的結果包括下列幾項：1.透過問卷調查，了解大眾拍照的行為及相片的輸出方式，分析顧客群的需求，提供業者進行機台行銷策略。2.在分析顧客的需求之後，了解到Photo Kiosk在觀光產業有其存在價值。3.針對Photo Kiosk在全省各地的佈點採用異業結盟方式外包進行構思策略。

關鍵詞：Photo Kiosk;異業結盟;觀光休閒產業

目錄

第一章 緒論 1 1.1 研究背景 1 1.2 研究目的 2 1.3 研究方法 3 1.4 研究限制 3 第二章 文獻探討 5 2.1 Kiosk產業的發展 5 2.1.1 Kiosk的介紹 5 2.1.2 從POS進到Kiosk時代 6 2.1.3 Kiosk的發展現況與未來趨勢 7 2.1.4 Kiosk的應用範圍 8 2.1.5 我國Kiosk的發展現況與優缺點比較 11 2.2 TRIZ理論 15 2.2.1 四十項發明法則 16 2.2.2 資源與限制(九宮格)法 17 2.3 KANO二維品質模式 18 2.3.1 二維品質的定義 18 2.3.2 二維品質模式的分類 19 2.4 品質改善指標 22 2.5 SWOT分析 23 2.6 行銷策略與異業結盟 25 2.6.1 行銷策略 25 2.6.2 異業結盟 25 2.6.3 異業結盟的優勢 26 2.7 快速沖印產業概況介紹 27 2.7.1 實體數位沖印概況 27 2.7.2 虛擬通路數位沖印概況 28 2.7.3 消費者使用數位沖印概況 33 第三章 研究方法 35 3.1 研究流程 35 3.2 問卷流程 36 3.3 研究方法 37 3.4 問卷設計 39 第四章 研究結果與分析 42 4.1 樣本結構分析 42 4.2 信度 43 4.3 Photo Kiosk使用滿意程度 44 4.4 Kano 二維要素分類 45 4.5 異業結盟策略 47 4.6 卡方獨立檢定分析 51 4.7 品質改善指標 57 4.8 SWOT分析 59 4.9 維護外包策略分析 61 第五章 結論 63 5.1 結論 63 5.2 針對Photo Kiosk業者提供管理意涵 64 5.3 未來研究方向 65 參考文獻 66 附錄 71 附錄一 資通安全重要基本防範措施 71 附錄二 問卷 73 附錄三 四十個發明創新法則 77

參考文獻

一、中文部分【1】楊國樞、文崇一、吳聰賢、李亦園編，社會及行為科學研究方法，民82，13版，臺北：東華書局。【2】蔣筱鈺，「台灣Kiosk產業之研究」，國立台灣大學商學研究所碩士論文，民89。【3】黃光志，「團隊迷思模型問卷之發展」，大葉大學事業經營研究所，民89。【4】林玉棠，「虛實通路特性與顧客價值關係之探討-以數位影像沖印產業為例」，國立高雄第一科技大學行銷與流通管理研究所碩士論文，民91。【5】陳春宏，「台北市國際觀光商務旅館異業結盟之聯盟現況、聯盟型態、競合關係與聯盟績效關係之研究」，國立屏東科技大學企業管理研究所碩士論文，民91。【6】王皓正，「線上沖印彈指搞定」，民91。【7】王大中，「數位沖印，沒有不可能的任務」，民92。【8】PChome Online網路家庭於民國92年4月16日至4月30日為期兩週進行『數位相機消費即使用行為大調查』，主要分為『數位相機消費及使用行為』以及『數位沖印消費與使用行為』兩大部分進行調查。【9】廖俊昭，「行銷組合品牌權益與顧客終身價值關係購買意願之研究」大同大學事業經營研究所碩士論文，民93。【10】鈴木敏文、緒方知行，「7-ELEVEN經商之道」，民93。【11】沈翔，「異業聯盟應用於電腦遊戲業者之行銷研究」，元智大學資訊傳播學系，民94。【12】王文宏，「Kiosk來了，台灣準備好了嗎？」，資策會電子商務研究所創新資訊應用中心，民94。【13】王明德，「雙向交流取代單向查詢 KIOSK將替代部分POS功能」，民94。【14】劉大傑，「數位彩色列印(行政院國家科學委員會)」，清華大學化學工程學系，民95。【15】曠文濤，「噴墨印表機 單挑相片沖印市場」，日本松本，民95。【16】王明德，「《先建再說》觀念不導正 KIOSK到最後只好不敬禮解散」，民95。【17】ALEX，「生命寶石科技公司異業結盟與網路行銷企劃書」，民95。【18】數位台灣，我國資訊國力指標近年的表現與變化，2-10頁，民95。【19】劉大傑，「科學發展」，清華大學化學工程學系，403期，58-63頁，民95。【20】林芝米，「影響中小企業推行教育訓練因素之探討」，東海大學企業管理研究所碩士論文，民96。【21】吳長洲，「農產品行銷現況及有是策略分析」，中原大學企業管理學系，民96。【22】邱詩文，「數位相機規模破億 數位相框好日子不遠」，民96。【23】陳大任，「《網路快

訊》沖印店 傳統不敵虛擬」，民96。【24】馮文漢，「異業結盟之行銷運作」，龍巖國際股份有限公司。【25】趙友甄、王妙如，「奧黛莉-EASY SHOP行銷企劃書」。【26】良機廚藝股份有限公司，「提升競爭力異業結盟e化三合一共創通路世界」。【27】統一企業ifoto網友調查問卷，<http://www.wds.com.tw/iq/ifoto/survey.aspx#top>【28】Info Trends是美國市場研究機構。【29】UBS 是主導的全球性財富管理事務，一家全球性投資銀行業務和證券公司。<http://www.ubs.com/1/e/about/ourprofile.html>【30】Gartner 嘉特納公司一家商業市場調查分析的公司析的公司，<http://www.gartner.com>【31】Frost&Sullivan Research是長期研究kiosk的一家公司。<http://www.frost.com/prod/servlet/frost-home.pag>【32】Summit Research 公司是唯一的國際諮詢公司致力於Kiosk。<http://www.summit-res.com/>【33】Market-wide survey of Kiosk and self-service user/deployers and suppliers(April 2004)，資策會電子商務研究所IDEA中心整理。二、英文部分【34】Preece, J., et al. (1994). Human-computer interaction. Reading, MA: Addison-Wesley.【35】Rowley, J. (1995). Multimedia Kiosks in retailing. International Journal of Retail & Distribution Management, 23(5), 32-40.【36】Buttle, J. (1996). Relationship marketing: theory and practice. London: Paul Chapman Publishing.【37】Matzler, K., Hinterhuber, H H., Bailom, F. and Sauerwein, E. (1996) " How to delight your customers " Journal Product and Brand Management Vol.5, No.2, pp.10【38】Clayton M. Christensen(1997).The Innovator's Dilemma【39】Zinovy Royzen, " Solving Contradictions in Development of New Generation Products Using TRIZ " , The TRIZ Journal.1997, <http://www.trizjournal.com>【40】" TechOptimizer 3.0 Software Manual " , Invention Machine Corporation, 1998【41】Todd Williams, Ellen Domb, " Reversability of the 40 Principles of Problem Solving " , The TRIZ Journal,1998, <http://www.triz-journal.com>【42】Ellen Domb, " The 39 Features of Altshuller ' s Contradiction Matrix " The TRIZ Journal, <http://www.triz-journal.com>, November,1998.【43】Ellen Domb, " The 39 Features of Altshuller ' s Contradiction Matrix " The TRIZ Journal, <http://www.triz-journal.com>, November,1998.【44】" Tools of Classical Triz " , Ideation International Inc.,1999.【45】K Smith, Amy, Ruth N Bolton, and Janet Wagner(1999), " A Model of Customer Satisfaction with Service Encounters Involving Failure and Recovery, " Journal of Marketing Research, Vol.XXXVI(August)pp.356-371.【46】S. D. Savransky, " Engineering of Creativity " , CRC Press, Boca Raton, 2000.【47】L. Meuter, Matthew, Amy L. Ostrom, Rebert 1. Roundtree, & Mery Jp Bitner(2000), " Self-Service Technologies: Understanding Customer Satisfaction with Technology-Based Service Encounters, " Journal of Marketing, Vol. 64, No.3(July), pp.50-64.【48】Rowley, J., &Slack, F. (2000). Kiosks in retailing: The quiet revolution, submitted for publication.【49】B. H. Min, " The Method to Popularize On-line Printing Services for Digital Photos " , The Journal of the Society of Korean Photography, no.11, pp. 50-71, 2004.【50】Tae Yong Park, Myong Young Lee, Jong Man Kim and Yeong Ho Ha " Design and Implementation of Digital Photo Kiosk System with Auto Color-Correction Module " IEEE, 1067-1073, 2005.【51】Judd Antin, " Cultural Assessment for Sustainable Kiosk Projects " May 2006 Page(s):176 – 183.【52】Ideation International, Inc., " Ideation International FAQs, " <http://www.ideationtriz.com/>【53】" Theory of Inventive Problem Solving (TRIZ) " , <http://www.personal.engin.umich.edu/~gmazur/triz/>【54】宋明弘 (2006) TRIZ萃思. 網址:<http://www.dyu.edu.tw/~msung/Research/Creativity/TRIZ/>