

花店型態策略定位之研究：以中部地區為例

張偉傑、羅世輝

E-mail: 9806341@mail.dyu.edu.tw

摘要

花店產業在台灣已超過50年，雖為非民生必需品，但隨著經濟層面的需求，再加上用途廣泛，成為一種生活上常見的商品。透過花禮的多樣化呈現，造就花卉銷售以及相關花店產業的行銷完整，使花店業者了解該店之類型，並找出經營策略定位。本研究從個案花店經營的角度，利用都會區以及非都會區的在地特性，探討不同經營類型的存在模式以及對於缺失作一系列策略定位研究。針對本研究之研究目的及研究結果概要如下：一、五種花店類型所訂定的策略定位中，對於經營的優弱勢作出不同策略分析，其目的是要了解該花店本質型態，增加行銷的有效方法，刺激消費。二、個案研究中所出現的重複類型花店之間的彼此競爭，整合資源以突破經營瓶頸現狀。三、各地區花店消費行為不同，都會區以及非都會區做相關性比較，分析花店不同類型特色，爾後整合分析花店之間所衍生的個別策略定位。

關鍵詞：花店產業、花禮、策略定位

目錄

內容目錄	中文摘要	iii	英文摘要	iii	
	iv	誌謝辭	vi	內容目錄	
	vii	表目錄	ix	圖目錄	
x	第一章	緒論	1	第一節	研究背景與動機
1	第二節	研究目的	4	第三節	研究範圍
4	第四節	研究流程	5	第二章	文獻探討
7	第一節	花店定義	7	第二節	策略定位
14	第三節	SWOT分析	17	第三章	研究方法
20	第一節	研究方法之選用	20	第二節	個案
21	第三節	個案研究法研究步驟	24	第四節	
25	第四章	訪談資料分析	27	第一節	
27	第二節	花店經營市場定位分析	29	第	
31	第三節	個案訪談資料分析	31	第四節	花店定位型態分類與特性分析
50	第五節	花店型態策略之定位探討	50	第六節	各類型花店的SWOT分析
55	第七節	未來花店經營模式之探討	65	第五章	結論與建議
68	第一節	研究發現	68	第二節	研究限制
72	第三節	未來研究建議	73	參考文獻	
75	附錄A	訪談題目	79	表目錄	表 1-1 台灣各縣市花店數量表
3	表 2-1	台灣花店型態大致分類表	8	表 2-2	各年代學者對於策略之定義
15	表 3-1	質化研究與量化研究特性之比較	21	表 3-2	個案研究法之優缺點分析
23	表 3-3	個案研究目標特性	24	表 4-1	花店主要生產業務分析表
28	表 4-2	都會型與非都會型之花店型態分類	31	表 4-3	未來花店經營型態定位之考量
47	圖目錄	圖 1-1 研究流程圖	6	圖 2-1	台灣花店類型之分佈圖
8	圖 2-2	切花生產流程圖	12	圖 2-3	花卉銷售流程圖
12	圖 2-4	經營花店的策略層次與組織架構圖	17	圖 3-1	花店個案研究法步驟
25	圖 3-2	研究架構圖	26	圖 4-1	花店所屬事業層策略分析
55					

參考文獻

參考文獻 一、中文部份 Levitt, Theodore (1997), 引爆行銷想像力(余佩珊譯), 台北:遠流出版, (原文於1983年出版)。 Michael, A. Hitt (2001), 策略管理(吳淑華譯), 台中:滄海, (原文於1997年出版)。 Robert, K. Y. (2001), 個案研究(尚榮安譯), 台北:弘智文化。 Roger, D. B., Paul, W. M. & James, F. E. (1995), 消費者行為(謝文雀譯), 台北:華泰文化, (原文於1990年出版)。 王文科(1995), 教育研究法, 台中:

五南出版社。台灣區花店發展協會(2008), 2008年台灣切花商情報導[線上資料], 來源: <http://www.tfda.org.tw/magazine/> [2008, May 10]。台灣區花店發展協會(2008), 台灣花卉產業發展現況與趨勢[線上資料], 來源: <http://www.tfda.org.tw/magazine/> [2008, September 23]。花道家網路花店(2008), 公司概況與合作案例[線上資料], 來源: <http://www.flowerdj.com> [2009, March 1] 李吉仁(2003), 現代策略管理, 台北:科大文化事業。李岷(2001), 如何建構高品質切花生產體系, 發表於全國花卉產銷業者代表大會研討會論文集, 台北:財團法人台灣區花卉發展協會。呂佩珊(2003), 廣播電台之整合行銷傳播運用 - 從電台網站談起, 國立交通大學傳播研究所未出版之碩士論文。邱永漢(1997), 商業的原則, 台北:健行文化。林振鏘(2005), 彰化縣產險業產業分析與競爭策略之研究, 私立大葉大學事業經營研究所未出版之碩士論文。周英戀(2000), 花藝設計基礎篇, 台北:臺灣書店。胡幼慧(1996), 質性研究理論、方法及本土女性研究實例, 台北:巨流圖書。許蒼林(2005), 聯合診所行銷策略之探討 - 以鹿港鎮為例, 私立大葉大學事業經營研究所未出版之碩士論文。黃敏展(1998), 亞熱帶花卉學總論, 台中:國立中興大學園藝系。榮泰生(1987), 策略管理學, 台北:華泰書局。蔡明田(2007), 策略管理, 台北:滄海書局。劉曉琪(2001), 民眾對園藝產業活動之態度與體驗研究, 國立中興大學園藝研究所未出版之碩士論文。蕭秀瓊(2001), 親密關係中的送禮行為 - 以配對之東海大學學生情侶為例, 私立東海大學企業管理研究所未出版之碩士論文。戴國良(2004), 策略管理, 台北:鼎茂圖書。

二、英文部份 Aaker, D. A. (1995). Strategic Market Management. New York: John Wiley & Sons. Hill, W. L. Charles, & Jones, R. G. (1998). Strategic Management Theory: An Integrated Approach (4th ed.). Boston, Massachusetts: Houghton Mifflin Company. James, M. (1997). Commercial And Creative Design. Hong Kong: American Floral Art School. Kotler, P. (2000). Marketing management. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall. Peter, B. P., Blair, P. & Pfahl, Jr. (1983) The Retail Florist Business. Illinois: The Interstate Danville. Steiner, G. A. & John, B. M. (1977) Management Policy and Strategy. New York: Mc-millan Publishing co.