

修平科技大學

工業工程與管理系

專題研究論文

執導老師：王風帆老師

消費者對於超商服務重要度滿意度

調查：以 7-11 為例



學生：歐騏毓 學號：BE105014

學生：林琮諺 學號：BE105003

學生：余宏祥 學號：BE105039

中華民國 109 年 5 月

摘要

隨著生活品質的提升，國人生活型態改變，逐漸以「便利」為主要的生活方式，為了提供消費者更多的需求及方便，便利商店以「服務」為主軸增設多元化服務項目，此研究欲了解消費者對於便利商店服務項目有哪些是重要的以及顧客滿意度的相關探討，我們以 7-11 為例深入探討，本研究使用服務品質管理研究中一個經常被使用的重要度與滿意度模型進行，總計發放 20 份問卷來探討消費者對於便利商店的重要度及滿意度。

關鍵字:便利商店、服務品質、顧客重要度滿意度

目錄

摘要	2
目錄	3
第一章緒論	5
1.1 研究背景	5
1.2 研究動機	5
1.3 研究目的	6
1.4 研究流程	6
第二章 文獻探討.....	7
第三章 問卷設計、發放、收回與信度分析.....	9
3-1 問卷設計.....	9
3-2 發放.....	9
3-3 信度分析.....	9
第四章 資料分析與結果	10
4-1 研究結果.....	10
4-2 研究結果之信度分析.....	13
第五章結論	19

參考文獻	20
重要度與滿意度原始數據	21

第一章緒論

1.1 研究背景：

便利商店隨著時代的發展及現代化社會對便利性的要求，便利商店已變成人們生活中不可或缺的一部分。我國自 2002 年起，便利商店的密集度已成為全球之冠，而在市場漸漸飽和的情況下，業者必須有所改變，不斷的開發新產品及投入行銷與促銷，更提升服務品質來與市場做出區隔。

7-11 起源

1927 年創立於美國德州達拉斯的 7-11，初名為南方公司(The Southland Corporation)，主要業務是零售冰品、牛奶、雞蛋。到了 1946 年，推出了當時便利服務的「創舉」，將營業時間延長為早上 7 點到晚上 11 點，自此「7-ELEVEN」傳奇性名字於是誕生。1978 年統一企業集資成立『統一超級商店股份有限公司』，與美國南方公司簽約，將整齊、明亮的 7-ELEVEN 引進台灣，掀起台灣零售通路的革命。走過艱辛的草創初期，統一超商堅持了 7 年終於轉虧為盈，在積極展店和創新行銷下一直穩居台灣零售業龍頭領導地位。2002 年成立的統一流通次集團，在統一超商領軍、資源共享的精神下，至今旗下已有超過 40 個零售流通業態相關的公司，分佈在台灣、中國大陸、菲律賓、越南等地。未來，統一超商將持續擴展實體零售通路、虛擬通路以及物流支援體系，藉由資源共享與共創商機的理念，有效延伸統一超商在台灣的成功經驗，以穩健的步伐，向海外市場進軍。

1.2 研究動機：

現今國人生活型態改變，逐漸以「便利」為主要的生活方式，而便利商店遍及全國各地，滿足了消費者的便利性，為了提供消費者更多的需求及方便，便利商店以「服務」為主軸增設多元化服務項目，例如：代收服務、網路購物取貨、影印、傳真、繳費代收、設有 i-bon 自動櫃員機等服務，創造更多的附加價值，讓消費者對於便利商店更加依賴，不僅為消費者提供服務及便利性，也為便利商店帶來更多的經濟利益。

而便利商店不斷推陳出新的服務，有哪些服務是消費者覺得最滿意，相反的，又有哪些服務是消費者覺得需要改進的地方，這些都是值得去研究及調查的課題，以及在廣大的顧客群當中，如何適時的針對不同族群推出適當的服務來吸引不同的顧客群使用便利商店的各項服務，使便利商店的收益也達到最大化，也是另一項研究的動機。

1.3 研究目的：

根據上述的研究背景及動機，本研究主要目的是要了解 7-11 的服務品質及顧客滿意度，藉由此研究，能夠了解消費者對於 7-11 的服務及顧客滿意度，也能夠給予業者 作為以後改善的目標。

1、探討顧客對於便利商店提供各項服務的看法，了解顧客最著重於便利商店提供的 那些服務項目。

2、調查顧客對於便利商店的服務品質及顧客重要度滿意度。

1.4 研究流程：

本研究之研究流程，先確認研究主題及了解背景與動機，確定研究對象及範圍，收集過去相關的文獻、資料，進行研究目的與研究架構，接著經由文獻的整理編輯問卷，執行問卷 調查與問卷回收後，進行資料分析及彙整，將得到結果加以撰寫，完成研究結果與建議。

第二章 文獻探討

王芳瑜（2014）以「便利」為主要的生活方式，為了提供消費者更多的需求及方便，便利商店以「服務」為主軸增設多元化服務項目。

王松山（2018）探討「服務品質」、「顧客滿意度」、「顧客忠誠度」與「生活型態」之關係及影響因素。以便利商店業者能針對不同的消費者購買行為之需求提供適切的服務。

吳彥志（2014）自助旅行的基本模式就是要有能力自行解決旅行前後所有的大小事物；從行前的準備、行程路線的設計、交通工具的挑選到旅途中的食宿交通，都得靠自己事先或屆時安排。然而在旅途中對食品、物件、生理及休憩需求服務就相當重要。為提供對自助旅行者在臨時補給、突發狀況、暫時休憩等等之服務，並且賺取該消費者之利益，故以連鎖便利商店為大宗。

林朝源、秦儀庭(2012)提出的服務品質衡量模式，以有形性、效率性、反應性、可靠性、關懷性五大構面及顧客滿意度的探討。

洪苙溱（2013）探討民眾對此一事件的觀感與對飲料業者的服務品質、顧客滿意度感受是否影響其對產品的顧客忠誠度，以做為業者，在面對消費者之產品信賴不足時，應如何對應之參考。

許禎紋(2019)提出探討服務品質、顧客滿意與顧客忠誠度之間關聯性，並以高雄 93 處公、私有傳統零售市場消費者為研究對象進行實證調查。

張景威、張智鈞、宋詠超、黃俊達、曾斷弘(2003)針對 7-11 及全家、萊爾富、OK 便利商店的比較，研究以書籍，網路資料及各報章雜誌之資訊的報導再加上問卷來加強完成。

黃士滔、郭昱君、林宜君、王欣姿（2009）研究以高應大兩公里內的 7-11 連鎖便利商店與萊爾富連鎖便利商店為探討對象，探討消費者對便利商店所提供的服務品質與滿意程度，找出需改進的服務品質及提供未來便利商店可改進的方向。

葉宇柔、廖芷琦(2019)，為了提供費者更多的需求及方便，便利商店以「服務品質」為主軸增設多元化服務，我們可以知道服務品質及顧客滿意度都是會影響企業是否能夠永續生存的重要關鍵，讓顧客不只買到所需的商品，還能感受到高品質的服務及良好的服務態度。

楊立德（2014）從女性消費者的立場，女性消費者使用統一超商 7-11 便利商店之滿意度對忠誠度關係。女性使用便利超商的原因：地點適中、停車方便、商品齊全、方便購買、服務機能佳、安全性高、可供休憩。

蔡長清（2010）連鎖便利商店餐食購買之影響因素、情緒及滿意度之相關研究-以高雄市 7-11 為例出於國立高雄應用科技大學觀光與餐旅管理系

由以上文獻可得知重要度與滿意度模型是服務品質相關研究中一個經常被使用的模型，因此本研究使用它來探討消費者對於便利商店的重要度及滿意度。

第三章 問卷設計、發放、收回與信度分析

3-1 問卷設計：

本專題採用實證分析的方法，透過問卷調查方式來進行資料的蒐集，問卷設計主要分為兩大部分，第一部份為問卷，第二部分為受訪者人口統計變數，包含性別、年齡、學歷與工作等。

3-2 發放：

問卷調查是以顧客為發放對象，受訪者包含學生、上班族群、家庭主婦等等。

3-3 信度分析：

本研究選定台中市南屯區某家 7-11 於 109 年 5 月 11 日至至 5 月 15 日總計發放 20 份回收 20 份，回收率為 100%。回收的樣本資料，首先經由信度分析來確認研究結果的一致性和可靠性，其次採用重要度-滿意度的分析方法，來探討 7-11 在發展服務化的策略與資源管理重點是否有其他可改進之處。

第四章 資料分析與結果

4-1 研究結果：

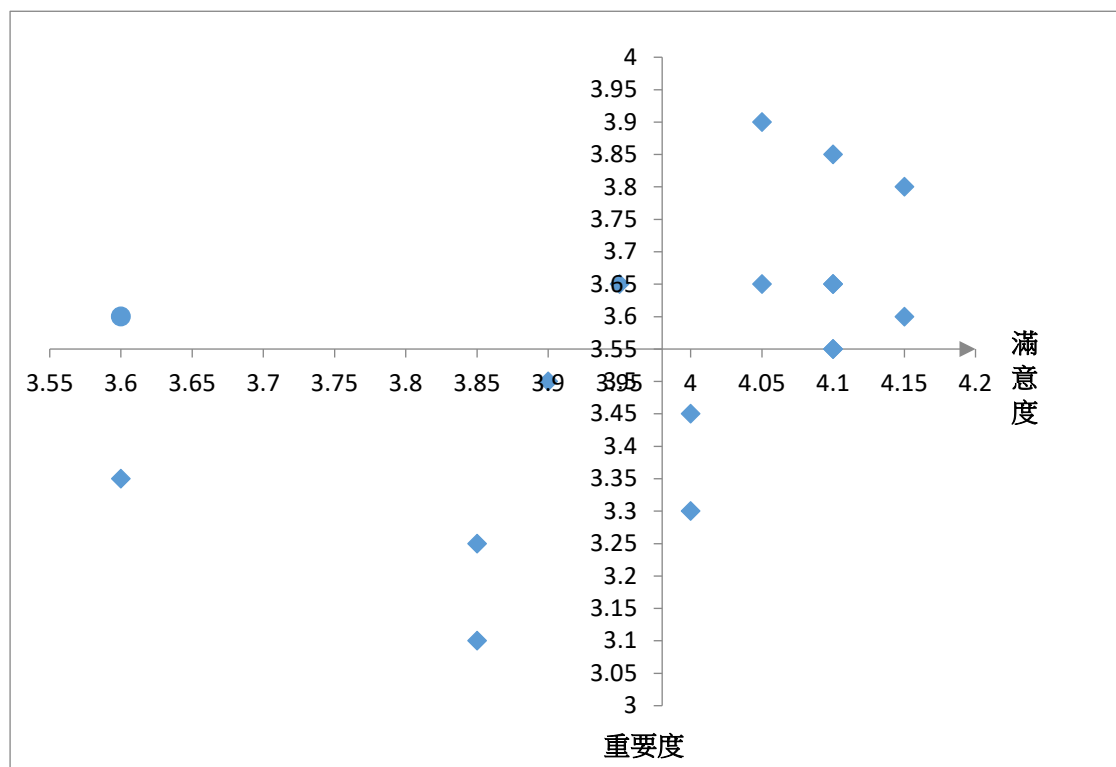
透過乘客服務品質問卷所得到的各項服務品質重要度與滿意度總平均值，分別為 3.95 與 3.55。

構面	項目	重要度平均值	滿意度平均值	象限
有形性	Q1 店內裝潢維護及完整性	4.15	3.60	一
	Q2 店內人員服裝儀容整潔程	4.00	3.45	二
	Q3 店內商品標示清楚程度	4.10	3.65	一
	Q4 店內優惠活動吸引人程度	3.85	3.10	二
效率性	Q5 店內人員的服務態度	4.10	3.65	一
	Q6 店內過期品更換程度	4.05	3.90	一
	Q7 店內貨品補充速度	3.60	3.60	四
	Q8 店內人員禮貌程度	3.95	3.65	X 軸上
反應性	Q9 店內疫情防護措施完整程度	4.10	3.55	Y 軸上
	Q10 對於顧客的要求回應程度	3.90	3.50	三
	Q11 臨時突發狀況處理程度	4.10	3.55	Y 軸上
可靠性	Q12 結帳速度	4.15	3.80	一
	Q13 店內人員都很清楚自我職	4.05	3.65	一
	Q14 店內是否定期消毒	4.10	3.85	一
	Q15 櫃檯結帳區有一公尺安全間隔	4.00	3.30	二

關懷性	Q16 門口擺放酒精 消毒液	3.85	3.25	二
	Q17 將心比心關懷 客戶的需求	3.60	3.35	三

透過顧客重要度滿意度問卷所得到的各項服務品質構面及題目的重要度與滿意度如表二及圖一所示，總平均值，分別為重要度 3.95 與滿意度 3.55，顯示顧客對於 7-11 多元化服務以提升服務品質的經營模式整體而言滿意度是低於重要度，附錄一有原始數據，附錄二為問卷。

表二 重要度與滿意度分析結果



第一象限（競爭優勢）

第一象限是對於 7-11 服務品質之屬性，認知道重要度高且滿意度高的區域。此象限占了所有題目的 10 題，包含的題目有：Q1、Q3、Q5、Q6、Q8、Q9、Q11、Q12、Q13、Q14

第二象限（過度投資）

第二象限是對於 7-11 服務品質之屬性，認知道重要度低且滿意度高的區域。此象限占了所有題目的 4 題，包含的題目有：Q2、Q4、Q15、Q16

第三象限（次要改善）

第三象限是對於 7-11 服務品質之屬性，認知道重要度低且滿意度低的區域。此象限占了所有題目的 2 題，包含的題目有：Q10、Q17

第四象限（優先改善）

第四象限是對於 7-11 服務品質之屬性，認知道重要度高且滿意度低的區域。此象限占了所有題目的 1 題，包含的題目有：Q7

4-2 研究結果之信度分析：

重要度分析尺度：：ALL VARIABLES

		個數	%
觀察值	有效	20	20
	排除	0	0
	總數	20	100.0

觀察值處理摘要

- a. 根據程序中的所有變數刪除全部遺漏值。

可靠性統計量

Cronbach' s Alpha 值	項目的個數
0.798	17

滿意度分析尺度：：ALL VARIABLES

		個數	%
觀察值	有效	20	20
	排除	0	0
	總數	20	100.0

觀察值處理摘要

- a. 根據程序中的所有變數刪除全部遺漏值。

可靠性統計量

Cronbach' s Alpha 值	項目的個數
0.911	17

重要度之有形性尺度：：ALL VARIABLES

		個數	%
觀察值	有效	20	20
	排除	0	0
	總數	20	100.0

觀察值處理摘要

- a. 根據程序中的所有變數刪除全部遺漏值。

可靠性統計量

Cronbach' s Alpha 值	項目的個數
0.600	4

重要度之效率性尺度：：ALL VARIABLES

		個數	%
觀察值	有效	20	20
	排除	0	0
	總數	20	100.0

觀察值處理摘要

- a. 根據程序中的所有變數刪除全部遺漏值。

可靠性統計量

Cronbach' s Alpha 值	項目的個數
-0.109 < 0.6	4

- a. 此值因項目中的復平均共變異數而成為負值。
這違反信度模式假設。你可能要檢查項目編碼。

重要度之反應性尺度：：ALL VARIABLES

		個數	%
觀察值	有效	20	20
	排除	0	0
	總數	20	100.0

觀察值處理摘要

a. 根據程序中的所有變數刪除全部遺漏值。

可靠性統計量

Cronbach' s Alpha 值	項目的個數
0.462 < 0.6	3

重要度之可靠性尺度：：ALL VARIABLES

		個數	%
觀察值	有效	20	20
	排除	0	0
	總數	20	100.0

觀察值處理摘要

a. 根據程序中的所有變數刪除全部遺漏值。

可靠性統計量

Cronbach' s Alpha 值	項目的個數
0.461 < 0.6	4

重要度之關懷性尺度：：ALL VARIABLES

		個數	%
觀察值	有效	20	20
	排除	0	0
	總數	20	100.0

觀察值處理摘要

- a. 根據程序中的所有變數刪除全部遺漏值。

可靠性統計量

Cronbach' s Alpha 值	項目的個數
0.449 < 0.6	2

滿意度之有形性尺度：：ALL VARIABLES

		個數	%
觀察值	有效	20	20
	排除	0	0
	總數	20	100.0

觀察值處理摘要

- a. 根據程序中的所有變數刪除全部遺漏值。

可靠性統計量

Cronbach' s Alpha 值	項目的個數
0.760	4

滿意度之效率性尺度：：ALL VARIABLES

		個數	%
觀察值	有效	20	20
	排除	0	0
	總數	20	100.0

觀察值處理摘要

- a. 根據程序中的所有變數刪除全部遺漏值。

可靠性統計量

Cronbach' s Alpha 值	項目的個數
0.764	4

滿意度之有反應尺度：：ALL VARIABLES

		個數	%
觀察值	有效	20	20
	排除	0	0
	總數	20	100.0

觀察值處理摘要

- a. 根據程序中的所有變數刪除全部遺漏值。

可靠性統計量

Cronbach' s Alpha 值	項目的個數
0.699	3

滿意度之可靠性尺度：：ALL VARIABLES

		個數	%
觀察值	有效	20	20
	排除	0	0
	總數	20	100.0

觀察值處理摘要

- a. 根據程序中的所有變數刪除全部遺漏值。

可靠性統計量

Cronbach' s Alpha 值	項目的個數
0.766	3

滿意度之關懷性尺度：：ALL VARIABLES

		個數	%
觀察值	有效	20	20
	排除	0	0
	總數	20	100.0

觀察值處理摘要

- a. 根據程序中的所有變數刪除全部遺漏值。

可靠性統計量

Cronbach' s Alpha 值	項目的個數
0.561 < 0.6	2

第五章結論

這次研究主要探討消費者對於 7-11 的想法，也隨著生活品質的提升，生活型態改變，逐漸以「便利」為主要的生活方式，為了提供消費者更多的需求及方便，便利商店以「服務」為主軸增設很多服務項目。

根據本研究的實證資料結果顯示，可以發現在獨立樣本分析中男性，對於 7-11 所提供的便利服務項目中有較多，綜合以上分析發現年齡平均落在 20-30 歲以對於 7-11 提供五個性質的便利服務感到較為多，職業方面以學生較多，比較容易到便利商店提供的便利服務，相對對於 7-11 所提供的五個性質之便利服務要求較高，教育程度方面，由發放問卷中發現大學人數最為多，可能教育程度較為高之消費者，對於 7-11 提供五個便利服務中的服務品質還有設備方面有較高的要求，所以結果顯示最為滿意。

透過這些數據分析出來的結果，可以讓 7-11 考量經營看法，了解哪些部分是消費者較為不滿意地方並加以改善，提供更好更優質的便利服務來滿足消費者的需求，提升品牌之服務品質及顧客滿意度。

由前面研究部份 Cronbach' s Alpha 值達不到最低可接受度信度，礙於時間有限，未來可加強此部份，努力提升服務品質及顧客重要度滿意度。

參考文獻

- [1]王芳瑜 (2014) 7-ELEVEN 服務品質及顧客滿意度調查實證研究，出於修平科技大學行銷與流通管理系。
- [2]王松山 (2018) 便利商店服務品質、顧客滿意度與忠誠度之研究，出於嶺東科技大學企業管理系。
- [3]吳彥志 (2014) 便利商店滿意度及忠誠度 -以國內自助旅行者於 7-11 消費為例，出於虎尾科技大學休閒遊憩系。
- [4]林朝源、秦儀庭(2012)服務品質模型探討服務品質與顧客滿意度之研究出於大葉大學工業工程與科技管理學系。
- [5]洪苙溱 (2013) 服務品質、滿意度與顧客忠誠度間關聯性之研究 - 以台南地區茶飲料業者為例，出於成功大學經營管理系。
- [6]許禎紋(2019)服務品質、顧客滿意與顧客忠誠度關聯性之研究-以大高雄傳統市場為例，出於樹德科技大學金融系。
- [7]張景威、張智鈞、宋詠超、黃俊達、曾斷弘(2003)便利商店整體服務品質之研究之 7-11、全家、萊爾富、ok 為例，出於私立修平科技大學專題研究論文。
- [8]黃士滔、郭昱君、林宜君、王欣姿 (2009) 便利商店服務品質與顧客滿意度分析-以 7-11 與萊爾富便利商店為例，出於國立高雄應用科技大學 工業工程與管理系
- [9]葉宇柔、廖芷琦(2019)便利商店顧客滿意度之研究-以全家便利商店為例，出於修平科技大學工業工程管理系。
- [10]楊立德 (2014) 便利商店女性消費者之顧客滿意度與忠誠度研究 - 以統一超商 7-11 為例，出於樹德科技大學資訊管理系
- [11]蔡長清 (2010) 了解影響便利商店餐食消費者購買之相關因素的重要性、實際表現、情緒及滿意度狀況，並了解這些變項之間的關係。

重要度與滿意度原始數據

重要度	N01	N02	N03	N04	N05	N06	N07	N08	N09	N010
Q1	3	4	3	5	5	4	4	5	4	4
Q2	3	4	4	4	4	5	5	4	3	3
Q3	2	3	3	5	5	5	5	4	5	3
Q4	3	3	4	3	3	4	5	5	4	4
Q5	3	3	4	4	4	5	5	4	4	3
Q6	4	4	3	5	5	4	4	5	3	4
Q7	2	4	4	3	3	4	4	5	4	3
Q8	3	3	3	4	4	5	4	4	3	5
Q9	3	2	3	3	3	5	5	5	4	4
Q10	2	3	4	4	4	5	4	4	3	3
Q11	2	3	4	5	5	5	4	5	4	3
Q12	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4
Q13	3	4	4	3	3	5	5	5	3	5
Q14	2	3	3	4	4	5	4	3	3	3
Q15	2	3	3	5	5	5	4	5	2	4
Q16	1	1	4	4	4	5	4	4	3	4
Q17	3	3	5	4	4	5	4	3	2	4

重 要 度	N011	N012	N013	N014	N015	N016	N017	N018	N019	N020
Q1	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4
Q2	4	4	5	5	3	4	4	5	4	4
Q3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
Q4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
Q5	4	5	5	5	4	3	4	4	3	4
Q6	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5
Q7	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4
Q8	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
Q9	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Q10	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4
Q11	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3
Q12	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4
Q13	4	4	4	4	5	5	3	4	4	3
Q14	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4
Q15	5	3	4	3	4	4	4	4	4	3
Q16	5	3	3	4	4	3	4	4	4	4
Q17	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3

滿意度	N01	N02	N03	N04	N05	N06	N07	N08	N09	N010
Q1	3	4	4	4	5	3	2	2	3	3
Q2	3	4	4	4	3	3	2	3	3	3
Q3	2	3	4	4	4	3	2	3	4	4
Q4	3	3	4	5	3	2	2	3	2	3
Q5	3	3	4	4	5	3	2	2	3	4
Q6	4	4	4	4	5	4	2	3	3	5
Q7	2	4	4	5	3	4	2	1	4	5
Q8	3	3	2	4	4	3	2	4	2	5
Q9	3	2	5	4	4	3	3	2	2	3
Q10	2	3	2	5	3	4	2	3	3	3
Q11	2	3	4	3	5	3	3	4	3	4
Q12	4	3	4	4	5	3	2	3	4	5
Q13	3	4	4	3	5	3	2	2	3	4
Q14	2	3	4	5	3	4	3	3	3	3
Q15	2	3	4	3	4	4	2	1	3	3
Q16	1	1	4	5	3	5	3	1	3	3
Q17	3	3	4	4	5	3	3	2	3	3

滿意度	N011	N012	N013	N014	N015	N016	N017	N018	N019	N020
Q1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
Q2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
Q3	4	2	4	3	5	4	5	5	4	4
Q4	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3
Q5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4
Q6	4	5	4	4	4	5	5	3	3	3
Q7	4	4	4	4	3	5	3	4	4	3
Q8	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4
Q9	5	4	5	5	2	3	4	3	5	4
Q10	5	4	5	4	3	3	4	4	4	4
Q11	5	3	5	4	4	2	4	3	4	3
Q12	4	2	5	5	4	4	4	4	4	3
Q13	4	4	5	5	3	4	3	4	4	4
Q14	5	4	5	5	4	5	4	5	3	4
Q15	5	3	4	3	3	4	3	4	4	4
Q16	5	3	5	4	3	3	3	4	3	3
Q17	3	4	5	3	3	3	3	4	2	4

性別：男生：14 位、女生：6 位

職業：學生：11 個 上班族：7 個 家庭主婦：2 個

年齡：20 歲以下：6 個、21-30 歲：9 個、31-40 歲：3 個、41-50 歲：1 個、50 歲以上：1 個

教育程度：國中：2 個 高中：6 個 大學：12 個 研究所：0 個

重要度 N01 到 N050 的各題總分	滿意度 N01 到 N050 的各題總分
Q1 的總分：83 平均分：4.15	Q1 的總分：72 平均分：3.60
Q2 的總分：80 平均分：4.00	Q2 的總分：69 平均分：3.45
Q3 的總分：82 平均分：4.1	Q3 的總分：73 平均分：3.65
Q4 的總分：79 平均分：3.85	Q4 的總分：62 平均分：3.10
Q5 的總分：82 平均分：4.10	Q5 的總分：73 平均分：3.65
Q6 的總分：81 平均分：4.05	Q6 的總分：78 平均分：3.90
Q7 的總分：72 平均分：3.60	Q7 的總分：72 平均分：3.60
Q8 的總分：79 平均分：3.95	Q8 的總分：73 平均分：3.65
Q9 的總分：82 平均分：4.1	Q9 的總分：71 平均分：3.55
Q10 的總分：78 平均分：3.9	Q10 的總分：70 平均分：3.50
Q11 的總分：82 平均分：4.1	Q11 的總分：71 平均分：3.55
Q12 的總分：83 平均分：4.15	Q12 的總分：76 平均分：3.8
Q13 的總分：81 平均分：4.05	Q13 的總分：73 平均分：3.65
Q14 的總分：82 平均分：4.10	Q14 的總分：77 平均分：3.85
Q15 的總分：80 平均分：4.00	Q15 的總分：66 平均分：3.30
Q16 的總分：77 平均分：3.85	Q16 的總分：65 平均分：3.25
Q17 的總分：72 平均分：3.60	Q17 的總分：67 平均分：3.35

7-11 便利商店台中市墩南分店 109 年消費者滿意度調查問卷

親愛的貴賓您好，歡迎到本店消費：

為畢業專題製作本組想了解商店經營服務品質與提升購物滿意度之間關聯，請您在離開本店之前花幾分鐘填寫問卷，填寫完畢本組將致贈紀念品乙份以表達誠摯的感謝！期望透過您的寶貴意見讓本店未來能提供更優質的服務。敬祝您健康平安！

修平科技大學工管系王風帆老師及專題製作學生歐騏毓、林琮諺、余宏祥敬上

第一部分：服務品質

◎重要程度	兩邊均請圈選	◎表現滿意程度
← 重要度 →	問題	← 滿意度 →
有形性		
1 2 3 4 5	店內裝潢維護及完整性	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	店內人員服裝儀容整潔程度	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	店內商品標示清楚程度	1 2 3 4 5
效率性		
1 2 3 4 5	店內優惠活動吸引人程度	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	店內人員的服務態度	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	店內過期品更換程度	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	店內貨品補充速度	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	店內人員禮貌程度	1 2 3 4 5
反應性		
1 2 3 4 5	店內疫情防護措施完整程度	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	對於顧客的要求回應程度	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	臨時突發狀況處理程度	1 2 3 4 5
可靠性		
1 2 3 4 5	結帳速度	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	店內人員都很清楚自我職責	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	店內是否定期消毒	1 2 3 4 5
關懷性		
1 2 3 4 5	櫃檯結帳區有一公尺安全間隔	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	門口擺放酒精消毒液	1 2 3 4 5
1 2 3 4 5	將心比心關懷客戶的需求	1 2 3 4 5

第二部分：基本資料(請您在□內打✓)

1. 性別： 男 女

2. 職業： 學生 上班族群 家庭主婦(無業在家)

3. 年齡： _____

4. 教育程度：國小 國中 高中職 大學 研究所(含以上)