

經濟部所屬事業 112 年度顧客滿意度調查

期末報告-台糖公司



委託單位：經濟部

執行單位：華威行銷研究股份有限公司

日期：中華民國113年1月

目錄

| | |
|--------------------------|------------|
| 目錄..... | I |
| 表目錄..... | II |
| 圖目錄..... | VI |
| 第一章 研究主旨 | 1 |
| 第一節 背景與目的 | 1 |
| 第二節 工作重點及目標 | 2 |
| 第二章 研究設計與方法 | 3 |
| 第一節 電訪調查 | 3 |
| 第二節 面訪調查 | 6 |
| 第三節 滿意度構面 | 8 |
| 第四節 資料處理及統計分析 | 14 |
| 第三章 樣本輪廓 | 19 |
| 第一節 電訪加油站基本資料 | 19 |
| 第二節 面訪蜜鄰超市基本資料 | 22 |
| 第三節 面訪加油站基本資料 | 25 |
| 第四章 研究分析 | 28 |
| 第一節 電訪加油站分析 | 28 |
| 第三節 面訪加油站分析 | 73 |
| 第四節 電訪中大型用戶分析 | 95 |
| 第五章 結論與建議 | 102 |
| 第一節 結論..... | 102 |
| 第二節 建議..... | 105 |
| 附錄一：調查問卷 | 107 |

表目錄

| | |
|--------|--------------------------------------|
| 表 2-1 | 一般客戶(加油站電話隨機抽訪)滿意度評估項目與問卷設計對照表.....8 |
| 表 2-2 | 一般客戶(蜜鄰便利超市面訪)滿意度評估項目與問卷設計對照表.....8 |
| 表 2-3 | 一般客戶(加油站面訪)滿意度評估項目與問卷設計對照表.....10 |
| 表 2-4 | 中大型客戶滿意度評估項目與問卷設計對照表.....12 |
| 表 4-1 | 有形性題項滿意度.....28 |
| 表 4-2 | 環境及設施的整潔度不滿意原因.....28 |
| 表 4-3 | 有形性歷年比較.....29 |
| 表 4-4 | 台糖加油站環境及設施的整潔度交叉表.....29 |
| 表 4-5 | 台糖加油站人員主動告知消費金額及提供收據交叉表.....30 |
| 表 4-6 | 可靠性題項滿意度.....31 |
| 表 4-7 | 加油站油品的品質不滿意原因.....31 |
| 表 4-8 | 可靠性歷年比較.....31 |
| 表 4-9 | 台糖加油站服務標示的清楚度交叉表.....32 |
| 表 4-10 | 台糖加油站內油品價格標示明確性交叉表.....33 |
| 表 4-11 | 加油站油品的品質交叉表.....33 |
| 表 4-12 | 回應性題項滿意度.....34 |
| 表 4-13 | 加油站服務人員回答顧客所提問題的解釋說明不滿意原因.....34 |
| 表 4-14 | 加油站服務人員服務顧客的速度不滿意原因.....34 |
| 表 4-15 | 回應性歷年比較.....35 |
| 表 4-16 | 台糖加油站服務人員告知油錶歸零服務交叉表.....36 |
| 表 4-17 | 台糖加油站服務人員回答顧客所提問題的解釋說明交叉表.....37 |
| 表 4-18 | 台糖加油站服務人員服務顧客的速度交叉表.....37 |
| 表 4-19 | 確實性題項滿意度.....38 |
| 表 4-20 | 加油站進出的引導設施標示清楚度不滿意原因.....38 |
| 表 4-21 | 加油站服務人員的服務態度不滿意原因.....38 |
| 表 4-22 | 確實性歷年比較.....39 |
| 表 4-23 | 台糖加油站進出的引導設施標示清楚度交叉表.....40 |
| 表 4-24 | 台糖加油站服務人員的服務態度交叉表.....40 |
| 表 4-25 | 關懷性題項滿意度.....41 |
| 表 4-26 | 提供紅利積點兌換贈品的服務不滿意原因.....41 |
| 表 4-27 | 關懷性歷年比較.....42 |
| 表 4-28 | 台糖加油站提供免費加水的服務交叉表.....43 |
| 表 4-29 | 台糖加油站提供免費充氣的服務交叉表.....43 |
| 表 4-30 | 台糖加油站提供紅利積點兌換贈品的服務交叉表.....44 |
| 表 4-31 | 企業形象滿意度題項滿意度.....45 |
| 表 4-32 | 企業形象歷年比較.....45 |
| 表 4-33 | 台糖加油站所舉辦各種關懷社會的愛心公益活動交叉表.....46 |

| | | |
|--------|--------------------------------------|----|
| 表 4-34 | 加油站整體服務及顧客意見或建議處理滿意度題項 | 47 |
| 表 4-35 | 加油站的整體服務不滿意原因 | 47 |
| 表 4-36 | 顧客整體滿意度及顧客抱怨處理滿意度歷年比較 | 47 |
| 表 4-37 | 加油站整體服務交叉表 | 48 |
| 表 4-38 | 設置 0800 客服專線及顧客意見信箱等服務品質滿意度交叉表 | 49 |
| 表 4-39 | 有形性題項滿意度 | 51 |
| 表 4-40 | 有形性歷年比較 | 51 |
| 表 4-41 | 蜜鄰超市商品擺設的整潔度滿意度交叉表 | 52 |
| 表 4-42 | 台糖蜜鄰超市提供的商品位置標示交叉表 | 53 |
| 表 4-43 | 台糖蜜鄰超市人員主動告知消費金額及提供收據交叉表 | 53 |
| 表 4-44 | 可靠性題項滿意度 | 54 |
| 表 4-45 | 蜜鄰超市商品種類的豐富性不滿意原因 | 54 |
| 表 4-46 | 可靠性歷年比較 | 55 |
| 表 4-47 | 台糖蜜鄰超市提供的商品品質交叉表 | 55 |
| 表 4-48 | 蜜鄰超市商品價格標示的清楚度交叉表 | 56 |
| 表 4-49 | 台糖蜜鄰超市商品種類的豐富性交叉表 | 56 |
| 表 4-50 | 回應性題項滿意度 | 57 |
| 表 4-51 | 蜜鄰超市結帳速度不滿意原因 | 57 |
| 表 4-52 | 蜜鄰超市服務人員回答顧客問題的解釋說明不滿意原因 | 57 |
| 表 4-53 | 回應性歷年比較 | 58 |
| 表 4-54 | 台糖蜜鄰超市結帳的速度交叉表 | 59 |
| 表 4-55 | 台糖蜜鄰超市服務人員回答顧客問題的解釋說明交叉表 | 59 |
| 表 4-56 | 台糖蜜鄰超市服務人員服務顧客的速度交叉表 | 60 |
| 表 4-57 | 確實性題項滿意度 | 61 |
| 表 4-58 | 確實性歷年比較 | 61 |
| 表 4-59 | 台糖蜜鄰超市引導標示設施交叉表 | 62 |
| 表 4-60 | 台糖蜜鄰超市服務人員的服務態度交叉表 | 63 |
| 表 4-61 | 關懷性題項滿意度 | 64 |
| 表 4-62 | 確實性歷年比較 | 64 |
| 表 4-63 | 台糖蜜鄰超市提供新鮮、優質有機的安全農產品交叉表 | 65 |
| 表 4-64 | 台糖蜜鄰超市提供商品退換貨的服務滿意度交叉表 | 66 |
| 表 4-65 | 企業形象滿意度題項滿意度 | 67 |
| 表 4-66 | 企業形象滿意度歷年比較 | 67 |
| 表 4-67 | 台糖蜜鄰超市舉辦各種關懷社會的愛心公益活動交叉表 | 68 |
| 表 4-68 | 顧客整體滿意度及顧客抱怨處理題項滿意度 | 69 |
| 表 4-69 | 蜜鄰超市整體服務不滿意原因 | 69 |
| 表 4-70 | 顧客整體滿意度及顧客抱怨處理歷年比較 | 70 |
| 表 4-71 | 蜜鄰超市的整體服務的結果交叉表 | 70 |

| | |
|--|----|
| 表 4-72 設置 0800 客服專線及顧客意見信箱等服務品質交叉表 | 71 |
| 表 4-73 有形性題項滿意度 | 73 |
| 表 4-74 有形性歷年比較 | 73 |
| 表 4-75 台糖加油站環境及設施整潔程度滿意度交叉表 | 74 |
| 表 4-76 台糖加油站人員穿著的整潔度滿意度交叉表 | 75 |
| 表 4-77 台糖加油站人員主動告知消費金額及提供收據滿意度交叉表 | 75 |
| 表 4-78 可靠性題項滿意度 | 76 |
| 表 4-79 可靠性歷年比較 | 76 |
| 表 4-80 台糖加油站內油品單價標示明確性滿意度交叉表 | 77 |
| 表 4-81 台糖加油站人員加油動作熟練度滿意度交叉表 | 78 |
| 表 4-82 回應性題項滿意度 | 79 |
| 表 4-83 回應性歷年比較 | 79 |
| 表 4-84 台糖加油站服務人員的招呼詢問滿意度交叉表 | 80 |
| 表 4-85 台糖加油站人員告知油錶歸零滿意度交叉表 | 81 |
| 表 4-86 確實性題項滿意度 | 82 |
| 表 4-87 確實性歷年比較 | 82 |
| 表 4-88 台糖加油站進出動線的標示滿意度交叉表 | 83 |
| 表 4-89 台糖服務人員的態度滿意度交叉表 | 84 |
| 表 4-90 關懷性題項滿意度 | 85 |
| 表 4-91 關懷性歷年比較 | 85 |
| 表 4-92 台糖加油站提供免費加水的服務滿意度交叉表 | 86 |
| 表 4-93 台糖加油站提供免費充氣的服務滿意度交叉表 | 87 |
| 表 4-94 台糖加油站會員卡兌換商品的多樣性滿意度交叉表 | 87 |
| 表 4-95 台糖加油站舉辦的會員卡積點促銷活動滿意度 | 88 |
| 表 4-96 企業形象題項滿意度 | 89 |
| 表 4-97 企業形象歷年比較 | 89 |
| 表 4-98 台糖加油站舉辦各種關懷社會的愛心公益活動滿意度交叉表 | 90 |
| 表 4-99 顧客抱怨處理及顧客整體滿意度題項滿意度 | 91 |
| 表 4-100 顧客抱怨處理及顧客整體滿意度歷年比較 | 91 |
| 表 4-101 台糖加油站的整體服務滿意度交叉表 | 92 |
| 表 4-102 台糖公司 0800 免費客服專線、顧客意見信箱等服務品質滿意度交叉表 | 92 |
| 表 4-103 可靠性題項滿意度 | 95 |
| 表 4-104 可靠性歷年比較 | 95 |
| 表 4-105 回應性題項滿意度 | 96 |
| 表 4-106 回應性歷年比較 | 96 |
| 表 4-107 確實性題項滿意度 | 97 |
| 表 4-108 確實性歷年比較 | 97 |

| | |
|-----------------------------------|-----|
| 表 4-109 關懷性題項滿意度 | 98 |
| 表 4-110 關懷性歷年比較 | 98 |
| 表 4-111 企業形象題項滿意度 | 99 |
| 表 4-112 企業形象歷年比較 | 99 |
| 表 4-113 顧客整體及顧客抱怨處理滿意度題項滿意度 | 100 |
| 表 4-114 顧客整體及顧客抱怨處理滿意度歷年比較 | 100 |

圖目錄

| | | |
|--------|-------------------|-----|
| 圖 3-1 | 性別 | 19 |
| 圖 3-2 | 年齡 | 19 |
| 圖 3-3 | 教育程度 | 20 |
| 圖 3-4 | 職業 | 20 |
| 圖 3-5 | 居住地 | 21 |
| 圖 3-6 | 性別 | 22 |
| 圖 3-7 | 年齡 | 22 |
| 圖 3-8 | 教育程度 | 23 |
| 圖 3-9 | 職業 | 23 |
| 圖 3-10 | 居住地 | 24 |
| 圖 3-11 | 性別 | 25 |
| 圖 3-12 | 年齡 | 25 |
| 圖 3-13 | 教育程度 | 26 |
| 圖 3-14 | 職業 | 26 |
| 圖 3-15 | 居住地 | 27 |
| 圖 4-1 | 選擇到台糖加油站的原因 | 50 |
| 圖 4-2 | 選擇到蜜鄰超市的原因 | 72 |
| 圖 4-3 | 選擇到台糖加油站的原因 | 94 |
| 圖 4-4 | 選擇到台糖的原因 | 101 |

第一章 研究主旨

第一節 背景與目的

因應內外環境變遷，消費者意識高漲，用戶對服務品質要求日益提高，經濟部所屬事業秉持「品質、創新、誠信、專業、關懷」的經營理念，致力以顧客導向為依歸，不僅滿足顧客需求，提供優質的服務，並針對各事業在民眾心中之形象、社會觀感及其改進建議，個別加以瞭解，作為推動國營事業提升形象之重要依據。

顧客滿意度為經濟部所屬事業重要的經營績效指標，藉由辦理顧客滿意度調查結果，致力於縮小實際提供服務與用戶期待之落差，透過 PDCA 循環，期將用戶的建議作為改進之針砭，找出滿足用戶之最佳方案，以提升整體顧客服務水準。

Webster (1994) 指出競爭環境的改變，從製造業為重的世代轉變成服務業，顧客已成為企業最重要的策略性資源，其中服務具有無形性、異質性、不可分割性和易消失性等四大特性外，對企業而言，服務品質是不容易管理而且好壞也不易認定。根據財星雜誌(Fortune magazine)及 Forum Corporation Study，不滿意的顧客中，98%的人從來不向令他們失望的公司抱怨。但是，大多數不滿意的顧客會向週遭的 9 個人訴說他們不滿意的經驗。更有甚者，有 13%的人會向 20 個人(甚至更多)抱怨。所謂「好事不出門，壞事傳千里」，不好的服務品質會在顧客間口耳相傳廣為流傳，甚至影響到企業的形象。

行銷大師 Kotler (2003) 指出服務業如今面臨三大任務的挑戰--包括競爭性的差異化 (competitive differentiation)、服務品質 (servicequality) 及生產力 (productivity) 的提升。由於「服務」逐漸成為二十一世紀差異化的競爭策略，服務品質的重要性，愈來愈受到重視。在顧客的價值衡量中，服務、品質與整體性的滿意這三個變數日趨重要。而大多失望選擇離去的顧客中，68%的人主要是因為服

務的欠缺，而不是因為價格或產品品質的問題。

許多研究中顯示服務品質是顧客滿意度的前因，此代表提升服務品質會增進顧客滿意度。因此，「服務品質」成為企業可差異化的競爭優勢與企業形象。服務品質的重要性，經研究可歸納以下幾點：

- 1.服務品質是顧客評斷企業服務好壞的基礎；
- 2.服務品質是企業生存與成功的不二法門；
- 3.服務品質可提高顧客滿意度與忠誠度；
- 4.服務品質可提高企業績效。

第二節 工作重點及目標

為評估消費者對經濟部所屬事業(台糖)的服務品質之成效，並藉此了解顧客心中對「服務」的重視因素，特進行本調查研究，期歸納研究結果提供經濟部所屬事業增進顧客滿意度之參考。因此，本研究工作重点及目標如下：

1. 運用專業最適的服務品質衡量模式研訂衡量服務品質各構面及架構，並發展衡量量表及問卷設計。
2. 針對顧客滿意度的各項構面及架構，探討用戶對於經濟部所屬事業整體及各項營運服務指標之滿意程度，並彙整各類型用戶關心議題與需求，研提具體可行策略建議，作為事業未來因應改善之決策規劃。
3. 建立顧客滿意度指標體系，提供經濟部所屬事業各單位及管理階層制定更有效經營策略之參考。

第二章 研究設計與方法

本研究採取「多元方法」(multi-method)進行調查，透過量化電話訪問(CATI Interview)與人員面對面訪問調查(personal interview)蒐集資料。

第一節 電訪調查

本研究有關電話訪問調查實際執行方式，說明如下：

(一) 調查方法

1. 根據研究目的，採電腦輔助電話訪問(CATI, Computer Assisted Telephone Interview)進行調查，蒐集相關資料。
2. 電腦輔助電話訪問系統採本公司委託輔大資訊系研發之「電子化調查系統」(Internet/Intranet-Survey System)，為電腦化、功能化的專業調查系統，以電腦網頁模式為介面，進行電話訪問調查。
3. 問卷於電腦螢幕中顯示，訪員根據受訪者回答內容點選答案，整份問卷填答完成送出之後，CATI自動將訪問結果即時寫入資料庫中，不須再由人工編碼、鍵入資料，避免人為錯誤，並控制電話訪問品質。

(二) 調查區域範圍

台糖公司中大型客戶及 73 家台糖加油站民眾。

(三) 調查對象

與台糖持續維持交易之中大型客戶，及 18 歲以上曾到過台糖加油站之一般客戶。

(四)抽樣設計

1. 抽樣母體清冊：

(1)一般用戶：以各縣市住宅用電話號碼電腦資料庫(計有三百多萬筆)，按台糖加油站各區分層比例抽樣取得觀察值配額，在每一個縣市層內以住戶為群進行簡單隨機抽樣(將各層所抽出之電話樣本，後三碼以隨機亂數代入，以涵蓋電話號碼簿的未登錄用戶，組成正式訪問用樣本)，抽取樣本住戶，進行以戶為單位的調查。為顧及訪問失敗率及其他非人為因素，依預計成功之比例，各次調查選取預期完成有效樣本數約 10-12 倍的電話號碼數。

(2)中大型用戶：依據台糖提供的清冊，進行撥打。為顧及訪問失敗率及其他非人為因素，依預計成功之比例，各次調查選取預期完成有效樣本數約 10-12 倍的電話號碼數。

2. 樣本配置：

台糖公司：提供台糖加油站之會員名單進行調查：

(1)台糖加油站之一般用戶：台糖加油站選取會員名單條件為一年內加油超過 20 次以上，進行隨機抽樣，完成有效樣本數 301 份。

(2)中、大型用戶：台糖公司提供中大型用戶名單，進行隨機抽樣，完成有效樣本數 72 份。

3. 樣本追蹤：電話訪問時，第一順位受訪者(過去一年內曾前往台糖加油站或與台糖公司有接觸者)若不在家，則以第二順位受訪者(有接觸過台糖公司者)替換訪問，若二者皆不在家則進行約訪，訪員記錄合格受訪者可接受訪問日期、時間進行約訪至少三次，訪員以積極態度訪問、不放棄合格樣本，但須以不打擾民眾為原則。

(五)前測試訪

1. 本研究在問卷初步完成設計後，為瞭解題目的編排、選項、跳答邏輯、措詞是否能讓受訪者清楚理解，以隨機抽樣方式進行前測。並於執行完成後進行修改，以確定正式問卷的形式與內容。
2. 針對前測結果進行信度與效度分析，確認問卷測量工具與語意之明確性，並參考受訪者與研究顧問之意見進行問卷修正，經委託機關審核後予以定稿。
3. 各次調查前執行訪員相關議題的專業訓練，並應相關訪問常識、訪問技巧測驗合格方可進行訪問，每次調查至少執行 30 份前測。前測完成後並進行信度分析，以瞭解問卷內容的可靠程度。

(六)調查期間

台糖公司採電話問卷調查方式辦理，一般客戶電話訪問時間為上午九時至下午九時，中大型用戶訪問時間為上午九時至下午五時。

第二節 面訪調查

(一)調查方法

本研究採用人員面對面訪問調查(personal interview)，派遣訪員在指定地點，針對合格受訪者進行訪問。

(二)調查區域範圍

20 家台糖蜜鄰超市民眾及 73 家台糖加油站民眾。

(三)調查對象

18 歲以上，曾到過台糖蜜鄰超市或台糖加油站之一般客戶。

(四)樣本配置

台糖公司：針對 20 家台糖蜜鄰超市及 73 家台糖加油站有效樣本配額數：

1. 台糖蜜鄰超市之一般用戶：依據 20 家台糖蜜鄰超市北部、中部、南部據點總數進行分層隨機抽樣樣本配置，各區依各店來客數隨機抽樣，完成 10 家台糖蜜鄰超市問卷調查，各店樣本數為 30 份，完成有效樣本數 500 份。
2. 台糖加油站之一般用戶：依據 73 家台糖加油站中部、南部據點總數進行分層隨機抽樣樣本配置，各區則依加油站平均每日流量隨機抽樣，完成 15 家台糖加油站問卷調查，各加油站樣本數至少為 30 份，完成有效樣本數 451 份。

(五)有效樣本數與抽樣誤差

1. 一般用戶：整體有效樣本數 1,252 份，在 95%信心水準內，抽樣誤差為正負 2.9%。
2. 中大型用戶：整體有效樣本數 72 份。

(六)前測試訪

1. 本調查研究經過研究人員與調查單位溝通討論，確認調查項目，問卷初步完成設計。
2. 為了解整體問卷題目的編排、選項、措詞是否能讓受訪者清楚理解，需進行問卷前測試訪。
3. 針對符合過濾條件受訪者進行訪問，前測有效樣本數共計 30 份。
4. 前測調查結果經由調查單位與委員審核後，修正問卷內容後再確認正式問卷。

(七)調查期間

1. 面訪採系統抽樣方式，以每 3 人抽取一名方式進行問卷調查；在對受訪者訪問前先說明調查來意，獲取受訪者的同意並確認研究對象後，再請其填寫問卷。當被抽中之受訪者拒絕受訪時，訪員直接接觸下一位，訪問成功後再進行系統抽樣。
2. 台糖公司採現場訪問問卷調查方式辦理，面訪時間為上午九時至下午六時。

第三節 滿意度構面

台糖公司滿意度評估項目與問卷設計對照，如下：

表2-1 一般客戶(加油站電話隨機抽訪)滿意度評估項目與問卷設計對照表

| 滿意度構面 | | 說明 | 問卷對應內容 |
|------------|--|--|--|
| 服務品質認知服務評估 | 有形性 | ·實體設施、設備與服務人員儀表 ·服務實際證據 | 環境及設施的整潔度(Q1)、人員主動告知消費金額及提供收據(Q2) |
| | | 以台糖公司提供之實體服務內容，測量受訪者之滿意度 | |
| | 可靠性 | ·可提供正確的執行服務 ·準確提供所承諾服務的能力 | 加油站服務標示的清楚度(Q3)、油品價格標示明確性(Q4)、油品的品質(Q5) |
| | | 以台糖公司提供之品質確實性及明確性，測量受訪者之滿意度 | |
| | 回應性 | ·幫助顧客服務意願提供快速服務 ·服務人員提供服務意願與即時性 | 服務人員告知油錶歸零服務(Q6)、服務人員回答顧客所提問題的解釋說明(Q7)、服務人員服務顧客的速度(Q8) |
| | | 以台糖公司提供之服務效率，測量受訪者之滿意度 | |
| 確實性 | ·人員專業能力、服務態度 ·服務人員的態度、專業知識、表達信任感與自信心的能力 | 進出引導設施標示清楚度(Q9)、服務人員的服務態度(Q10) | |
| | 以台糖公司服務人員之服務態度與專業性，測量受訪者之滿意度 | | |
| 關懷性 | ·關心給予顧客個別需要 ·服務人員對於個別顧客關心和照顧程度 | 提供免費加水的服務(Q11)、提供免費充氣的服務(Q12)、提供紅利積點兌換贈品的服務(Q13) | |
| | 以台糖公司提供之主要服務內容以外之其他便民措施，測量受訪者之滿意度 | | |
| 企業形象評估 | ·實體作為 ·整體形象 ·企業倫理 ·社會責任 | 舉辦各種關懷社會的愛心公益活動(Q14) | |
| | 以台糖公司整體作為及形象，測量受訪者之滿意度 | | |
| 顧客整體滿意度 | ·整體滿意度 | 整體服務滿意度(Q15) | |
| | 測量受訪者對台糖公司之整體 | | |

| 滿意度構面 | 說 明 | 問卷對應內容 |
|--------|-------------------------|---------------------------------|
| | 滿意度 | |
| 顧客抱怨處理 | ·顧客對產品/服務的正式或非正式提出抱怨 | 設有 0800 免費客服專線、顧客意見信箱等服務品質(Q16) |
| | 以台糖公司處理顧客抱怨機制、測量受訪者之滿意度 | |

表2-2 一般客戶(蜜鄰超市面訪)滿意度評估項目與問卷設計對照表

| 滿意度構面 | | 說明 | 問卷對應內容 |
|------------|-----------------------------------|--|--|
| 服務品質認知服務評估 | 有形性 | ·實體設施、設備與服務人員儀表 ·服務實際證據 | 商品擺設的整潔度(Q1)、提供的商品位置標示(Q2)、服務人員主動告知消費金額及提供收據(Q3) |
| | | 以台糖公司提供之人員服務與實體服務內容，測量受訪者之滿意度 | |
| | 可靠性 | ·可提供正確的執行服務 ·準確提供所承諾服務的能力 | 提供的商品品質(Q4)、商品價格標示的清楚度(Q5)、商品種類的豐富性(Q6) |
| | | 以台糖公司提供之服務確實性，測量受訪者之滿意度 | |
| | 回應性 | ·幫助顧客服務意願、提供快速服務 ·服務人員提供服務意願與即時性 | 結帳的速度(Q7)、服務人員回答顧客問題的解釋說明(Q8)、服務人員服務顧客的速度(Q9) |
| | | 以台糖公司提供之服務效率，測量受訪者之滿意度 | |
| | 確實性 | ·人員專業能力、服務態度 ·服務人員的態度、專業知識、表達信任感與自信心的能力 | 引導標示設施(Q10)、服務人員的服務態度(Q11) |
| | | 以台糖公司服務人員之服務態度與專業性，測量受訪者之滿意度 | |
| 關懷性 | ·關心給予顧客個別需要 ·服務人員對於個別顧客關心和照顧程度 | 提供新鮮、優質有機的安全農產品(Q12)、商品退換貨的服務(Q13) | |
| | 以台糖公司提供之主要服務內容以外之其他便民措施，測量受訪者之滿意度 | | |
| 企業形象評估 | ·實體作為 ·整體形象 ·企業倫理 ·社會責任 | 辦理各種關懷社會的愛心公益活動(Q14) | |
| | 以台糖公司整體作為及形象，測量受訪者之滿意度 | | |
| 顧客整體滿意度 | ·整體滿意度 | 整體服務滿意度(Q15) | |
| | 測量受訪者對台糖公司之整體滿意度 | | |
| 顧客抱怨處理 | ·顧客對產品/服務的正式或非正式提出抱怨 | 設有 0800 免費客服專線、顧客意見信箱等服務品質(Q16) | |
| | 以台糖公司處理顧客抱怨機制、測量受訪者之滿意度 | | |

表2-3 一般客戶(加油站面訪)滿意度評估項目與問卷設計對照表

| 滿意度構面 | | 說明 | 問卷對應內容 |
|------------|----------------------------------|--|---|
| 服務品質認知服務評估 | 有形性 | ·實體設施、設備與服務人員儀表 ·服務實際證據 | 環境及設施整潔程度(Q1)、服務人員穿著的整潔度(Q2)、服務人員主動告知消費金額及提供收據(Q3) |
| | | 以台糖公司提供之人員服務與實體服務內容，測量受訪者之滿意度 | |
| | 可靠性 | ·可提供正確的執行服務 ·準確提供所承諾服務的能力 | 油品單價標示之明確性(Q4)、服務人員加油動作熟練度(Q5) |
| | | 以台糖公司提供之服務確實性，測量受訪者之滿意度 | |
| | 回應性 | ·幫助顧客服務意願提供快速服務 ·服務人員提供服務意願與即時性 | 服務人員的主動招呼詢問(Q6)、服務人員告知油表歸零(Q7) |
| | | 以台糖公司提供之服務效率，測量受訪者之滿意度 | |
| | 確實性 | ·人員專業能力、服務態度 ·服務人員的態度、專業知識、表達信任感與自信心的能力 | 進出動線的標示(Q8)、服務人員的態度(Q9) |
| | | 以台糖公司服務人員之服務態度與專業性，測量受訪者之滿意度 | |
| | 關懷性 | ·關心給予顧客個別需要 ·服務人員對於個別顧客關心和照顧程度 | 提供免費加水的服務(Q10)、提供免費充氣的服務(Q11)、會員卡兌換商品的多樣性(Q12)、會員卡積點促銷活動(Q13) |
| | | 以台糖公司提供之主要服務內容以外之其他便民措施，測量受訪者之滿意度 | |
| 企業形象評估 | ·實體作為 ·整體形象 ·企業倫理 ·社會責任 | 舉辦各種關懷社會的愛心公益活動(Q14) | |
| | 以台糖公司整體作為及形象，測量受訪者之滿意度 | | |
| 顧客整體滿意度 | ·整體滿意度 | 整體服務滿意度(Q15) | |
| | 測量受訪者對台糖公司之整體滿意度 | | |
| 顧客抱怨處理 | ·顧客對產品/服務的正式或非正式提出抱怨 | 設有 0800 免費客服專線、顧客意見信箱等服務品質(Q16) | |
| | 以台糖公司處理顧客抱怨機制、測量受訪者之滿意度 | | |

表2-4 中大型客戶滿意度評估項目與問卷設計對照表

| 滿意度構面 | | 說 明 | 問卷對應內容 |
|------------|--|-------------------------------------|------------------------------|
| 服務品質認知服務評估 | 可靠性 | ·可提供正確的執行服務 ·準確提供所承諾服務的能力 | 商品供貨的穩定性(Q1)、商品配送服務的效率(Q2) |
| | | 以台糖公司提供之服務確實性，測量受訪者之滿意度 | |
| | 回應性 | ·幫助顧客服務意願、提供快速服務 ·服務人員提供服務意願與即時性 | 回答顧客問題的解釋說明(Q3)、服務人員服務速度(Q4) |
| | | 以台糖公司提供之服務效率，測量受訪者之滿意度 | |
| 確實性 | ·人員專業能力、服務態度 ·服務人員的態度、專業知識、表達信任感與自信心的能力 | 服務人員服務的專業性(Q5)、服務人員的服務態度(Q6) | |
| | 以台糖公司服務人員之服務態度與專業性，測量受訪者之滿意度 | | |
| 關懷性 | ·關心給予顧客個別需要 ·服務人員對於個別顧客關心和照顧程度 | 商品的售後服務(Q7) | |
| | 以台糖公司提供之主要服務內容以外之其他便民措施，測量受訪者之滿意度 | | |
| 企業形象評估 | ·實體作為、整體形象 | 對商品品質的管理(Q8) | |
| | 以台糖公司整體作為，測量受訪者之滿意度 | | |
| 顧客整體滿意度 | ·整體滿意度 | 整體服務滿意度(Q9) | |
| | 測量受訪者對台糖公司之整體滿意度 | | |
| 顧客抱怨處理 | ·顧客對產品/服務的正式或非正式提出抱怨 | 設有 0800 免費客服專線、顧客意見信箱等服務品質(Q10) | |
| | 以台糖公司處理顧客抱怨機制、測量受訪者之滿意度 | | |

計分方式說明

因考量台糖公司不同業務的特性，其公式如下：

一般客戶(加油站電話隨機抽訪)、一般客戶(蜜鄰超市面訪)、一般客戶(加油站面訪)及中大型客戶等四項問卷，問卷設計採四點量表，於正向(滿意程度)及負向(不滿意程度)各分兩個等分，分別為「非常滿意」、「有點滿意」、「不太滿意」及「非常不滿意」等 4 個等級，受訪者就其認知給予評價。

依 108 年期末決議，滿意度分數計算如下

滿意度分數=[(非常滿意+有點滿意 x0.85)樣本/有效樣本]x100

第四節 資料處理及統計分析

(一) 資料處理

1. 問卷鍵置軟體程式：由公司 MIS 人員針對問卷格式設計登入程式，並與 ACCESS 或 Excel 資料庫連結。
2. 問卷資料庫連結測試：問卷模組專案工作區建立後，進行系統測試與問卷資料輸入，確保執行時資料完整性與系統穩定性。
3. 資料檢查與校訂(Questionnaire checking and editing)：確定問卷的完整性和訪問質量的檢查，確定問卷是否可以接受，對有疑問的問卷進行處理，如：以電話再一次訪問填答者再獲取缺失資料或按遺失值處理。
4. 資料輸入與查核(Data transferring)：完成鍵入並確認無誤後，還要再查核是否有其他非鍵入之錯誤，如：註標或格式不正確。
5. 資料淨化(Data cleaning)：進一步徹底地檢查錯誤或不合理的資料，藉由敘述性統計檢核極端值或邏輯上的錯誤和不一致，確保資料的乾淨。
6. 事後編碼(Post-coding)：對開放性問題，進行統一的分類和編碼，建立完整的編碼書，避免編碼上的錯誤，可確保所有資料鍵入的正確性。
7. 檢查程式、數據檔中之變項名稱、格式及欄位是否與問卷的資料編碼相互符合。
8. 系統出現警訊時(例不合理值、跳答錯誤、邏輯條件錯誤...等)，即無法登打完成，須重新確認與核對檢誤條件後，再重新登打。
9. 遺失值處理：對於問卷上超過容忍比例的遺失值，處理方法主要有下列幾種：用樣本統計量的值代替遺失值、用從統計模型計算出來的值代替遺失值、若樣本數大或遺失值少或變

數之間無相關性，則保留個案，僅在相應的分析中作必要的刪除(paire-wise)。

(二) 統計分析

問卷回收整理編碼後，將資料匯入統計套裝軟體分析，本研究將以各廠商的基本變項或適當的變數當作解釋變數，以分析各反應變項的結果。根據研究目的與樣本資料的性質的不同，使用合適的統計方法，包括敘述統計和推論統計。各種統計方法與分析方式簡述如下：

1. 樣本檢定與加權：

因實際抽樣結果與母體結構可能存在差異，首先針對樣本（次數）與母體分配（次數）進行卡方檢驗，若卡方檢驗結果 $p < 0.05$ ，則進行「反覆加權」(Raking)，先針對一個類別下的各變項（比例）進行加權（如：地區別），通過檢定後再針對下一個未通過檢驗的變項進行加權（如：年齡層、性別），直到各變項樣本分佈與母體分佈進行卡方檢驗結果 $p > 0.05$ 。

母體（期望次數）與樣本（觀察次數）卡方檢驗：

$$\chi^2 = \sum_i \sum_j \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} ; O : \text{觀察次數}, E : \text{期望次數}。$$

茲將反覆加權公式簡單摘要如下：

$$W_{ik} = \frac{E_{ik}}{O_{ik}} ; w : \text{加權值} \quad E : \text{母體在該變項下的比例}、O : \text{實際抽樣}$$

結果在該變項下的比例

若有兩個以上變項進行反覆加權，則最後加權值為各變項的加權值的乘積，如：本調查案依地區別、年齡層、性別進行反覆加權，最後加權結果為：

$$W_{ik} = w_{\text{地區}ij} \times w_{\text{年齡}ik} \times w_{\text{性別}ik}$$

2. 敘述統計(Descriptive Statistics)：為了瞭解呈現樣本人口特質的分佈情況、認知程度及滿意程度...等比例，須將資料精簡為容易瞭解的形式。本研究採用的敘述統計內容包括：次數(Frequency)和平均數(mean)，並以圖表清晰的呈現分析結果。

(1)次數：所謂次數是指各答案選項的回答人數。表示各選項回答的分配情況即為次數分配，問卷調查中，次數分配表的構成包括次數及百分比兩種資料，是最容易閱讀，也是最淺顯易懂的統計方法，廣泛應用在各種調查當中。

(2)平均數：是一群觀察值分布的中心值，用以代表該群觀察值，便於兩個或兩個以上群體間相互作比較。概念為將一組數或量相加總，再除以該組數的個數，即若有 n 個數 $x_1 + x_2 + \dots + x_n$ ，其算術平均數 \bar{X} 計算公式為：

$$\bar{X} = \frac{x_1 + x_2 + \dots + x_n}{n}$$

3. 信度分析(Reliability)：用以衡量問卷的可靠度、一致性與穩定性。信度衡量的方法主要有再測信度、複本信度、折半信度以及 Cronbach α ，再測信度指的是在不同時間採用相同問卷重複測試，複本信度則是採用兩種問卷版本間的相關，折半信度則是將同一份問卷分成對等的兩半，Cronbach α 則是計算同一份問卷不同構面下的 α 係數。原則上各種信度分析的計算主要是相關係數的運用，本調查案採用的信度為 Cronbach α 係數，計算方式如下：

$$R_H = \frac{n}{n-1} \left[\frac{\text{Var}(H) - \sum_{i=1}^n \text{Var}(x_i)}{\text{Var}(H)} \right] \Rightarrow \alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_H^2} \right]$$

其中 H 為問卷的總分， i 為問卷內各項目的得分， n 為問卷內問項的數目， s 為標準差。在此方法中係數值 α 介於 0~1 之間，若 α 係數值愈大，表示問卷題目之間的一致性愈高。

在實際應用上 α 值至少要大於 0.5 才具可信度，大於 0.7~0.9 為很可信，大於 0.9 為十分可信(Nunnally, 1978)。

4. 效度分析 (Validity)：問卷內容能夠測量出結果的有效程度。效度分為內容效度、建構效度與效標關聯效度。內容效度是指問卷內容是否具有相當高的代表性，建構效度則是指問卷內容能夠衡量到的理論概念的程度，效標關聯效度則是將問卷的結果與一外在效標間相關的程度。除內容效度的判斷較為主觀外，建構效度以及效標關聯效度採用不同的統計分析方法則較客觀，但計算上也較繁複。本調查採用專家效度，邀請統計與相關政策領域學者，針對問卷內容進行討論，並以嚴謹的處理方式進行研究過程，以符合效度原則。
5. 交叉(Cross Tabulation)分析：樣本資料描述與推論，除分析基本變項與各題項回答之關係外，並製作交叉分析結果表。在第 k 題回答 i 選項之樣本中於第 m 題回答 n 選項之百分比公式如下：

$$P = \frac{\sum_{j=1}^n w_j I_{kij} I_{mij}}{\sum_{j=1}^n w_j I_{kij}} \quad \text{其中 } I_{kij} = \begin{cases} 1, & \text{第 } j \text{ 樣本於第 } k \text{ 題回答 } i \text{ 選項} \\ 0, & \text{第 } j \text{ 樣本於第 } k \text{ 題未回答 } i \text{ 選項} \end{cases}$$

$$I_{mij} = \begin{cases} 1, & \text{第 } j \text{ 樣本於第 } m \text{ 題回答 } n \text{ 選項} \\ 0, & \text{第 } j \text{ 樣本於第 } m \text{ 題未回答 } n \text{ 選項} \end{cases}$$

為瞭解不同屬性的受訪者對特定問題是否相關，可以進行卡方檢定，在交叉表之卡方顯著水準小於 0.05 時，可確定兩變數相關。為了解自變項對依變項的影響，應在不同自變項的情況之下觀察依變項的變化，依據兩變項的值與自變項方向計算頻率（百分比），將所調查的個案分類、做成相關的列聯表 (Contingency Table)，即交叉分析結果。

6. 卡方檢定(Chi-Square Test)：進行樣本資料的推論，進一步分析基本變項與各問卷題項間是否具有關連性。其假設為：

$$\left\{ \begin{array}{l} H_0 : \text{基本變項與各問卷題項間無關連性。} \\ H_1 : \text{基本變項與各問卷題項間有關連性。} \end{array} \right.$$

卡方檢定公式如下：

$$\chi^2 = \sum_i \sum_j \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}},$$

其中，O 為觀察值，E 為期望值， $E = np$ ，自由度為 $\nu = (i-1)(j-1)$ ，與臨界值 $\chi^2_{\nu, \alpha}$ 比較，若 $\chi^2 > \chi^2_{\nu, \alpha}$ 則達顯著水準，表示拒絕 H_0 ，即兩變項間有顯著關連性。同樣的也可利用 p 值來判斷，當 p 值小於 0.05 時，則兩變數間有關聯性存在，並非完全獨立。

第三章 樣本輪廓

第一節 電訪加油站基本資料

針對台糖加油站的民眾進行分析，在性別部分以男性比例較高，佔 66.8%；在年齡部分，以 60 歲及以上比例較高，佔 35.9%，其次為 50-59 歲，佔 30.9%。

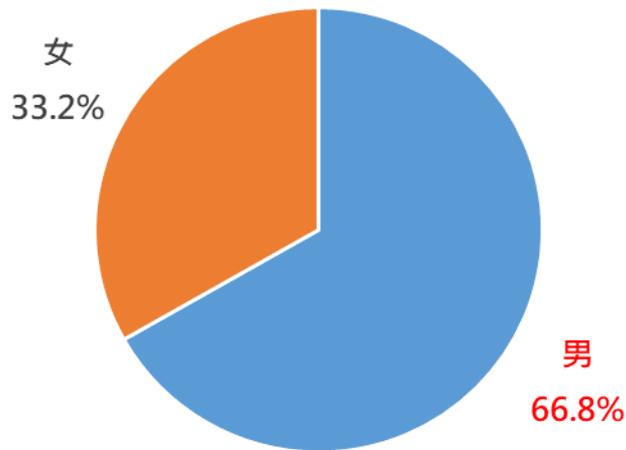


圖3-1 性別

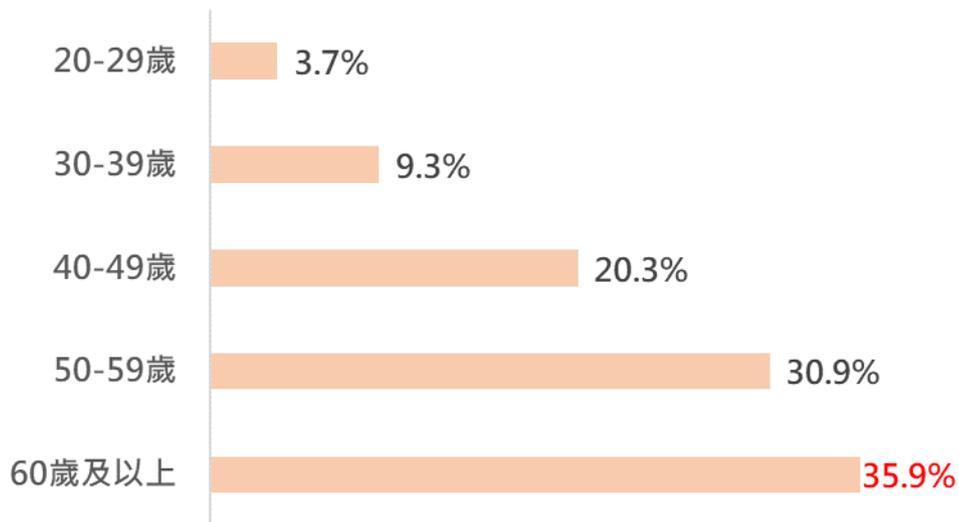


圖3-2 年齡

在教育程度部分，以高中職比例較高，佔 44.9%。職業部分，以商業從業人員比例較高，佔 31.6%。

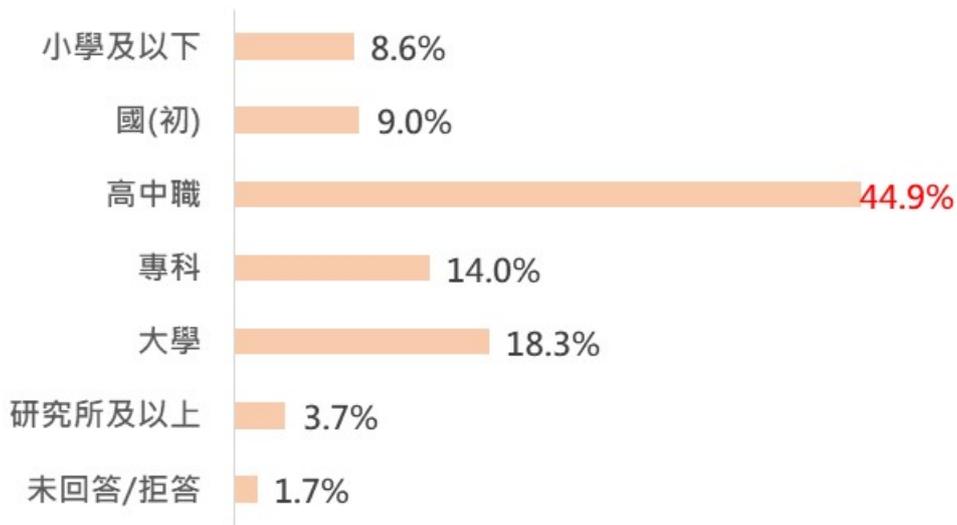


圖3-3 教育程度

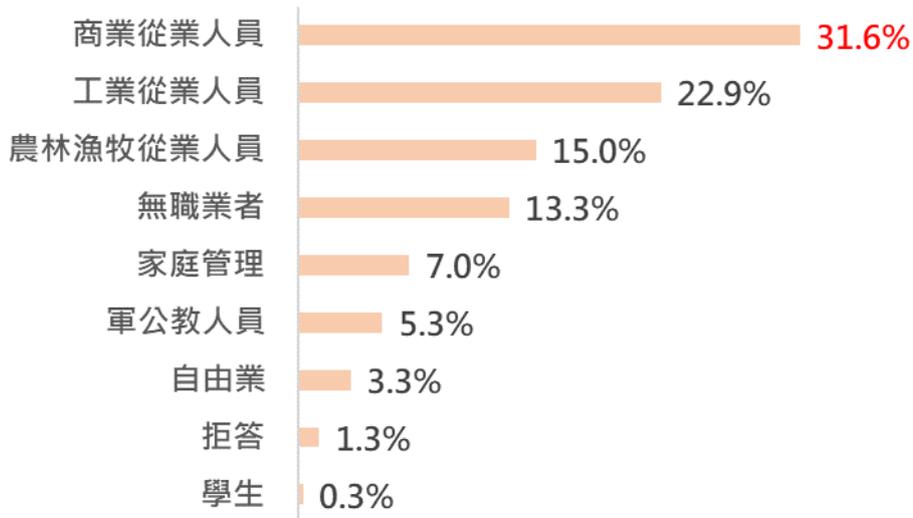


圖3-4 職業

在居住地部分，以南部地區比例較高，佔 56.1%，其次為中部地區，佔 22.6%。

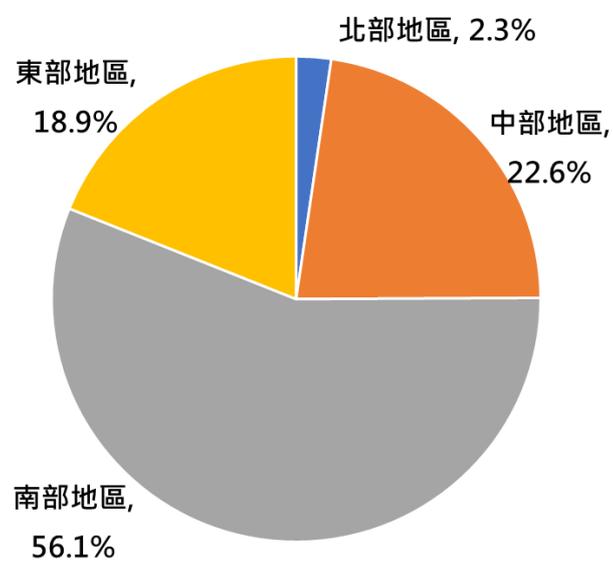


圖3-5 居住地

第二節 面訪蜜鄰超市基本資料

針對台糖蜜鄰的民眾進行分析，在性別部分以女性比例較高，佔 53.4%；在年齡部分，以 40-49 歲比例較高，佔 25.6%。

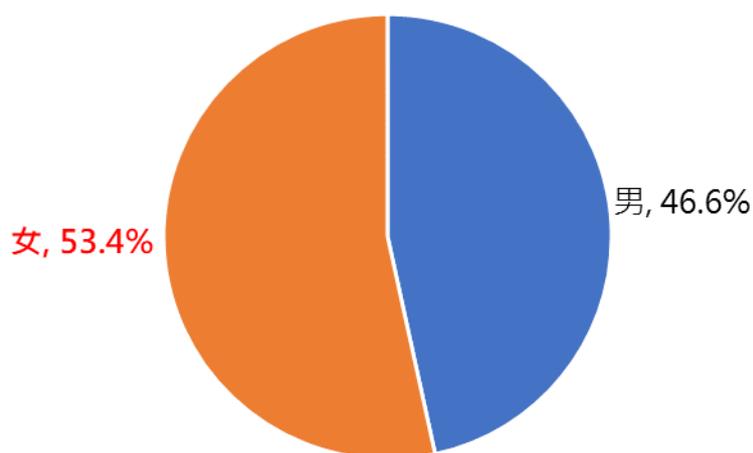


圖3-6 性別

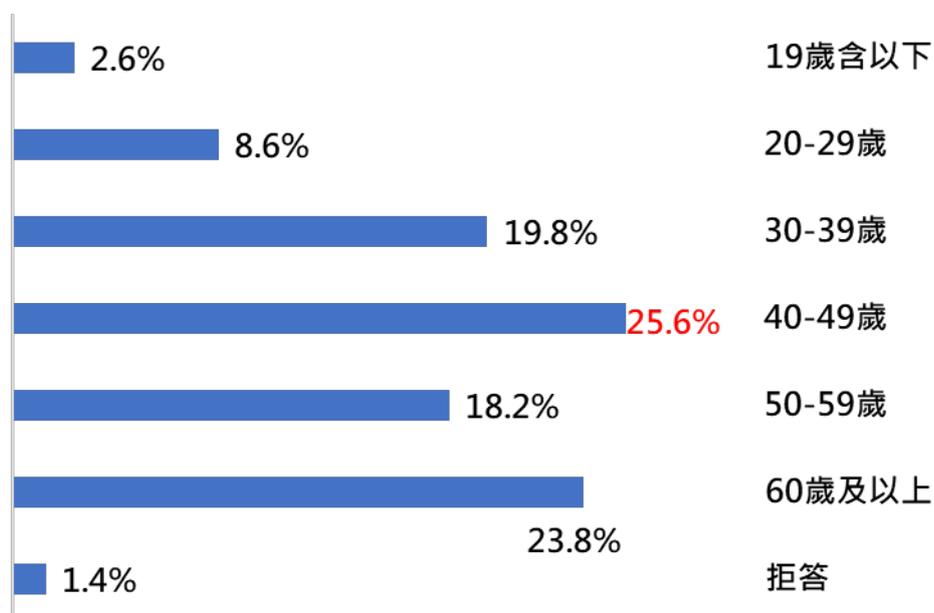


圖3-7 年齡

在教育程度部分，以大學比例較高，佔 37.8%。在職業部分，以商業從業人員比例較高，佔 31.0%。

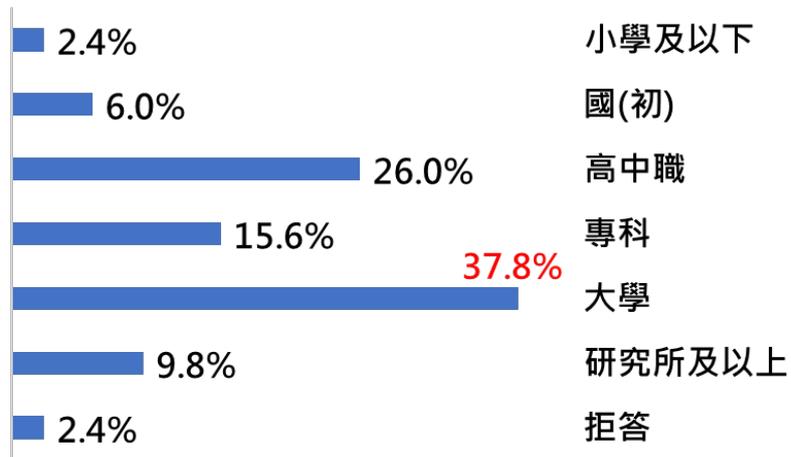


圖3-8 教育程度

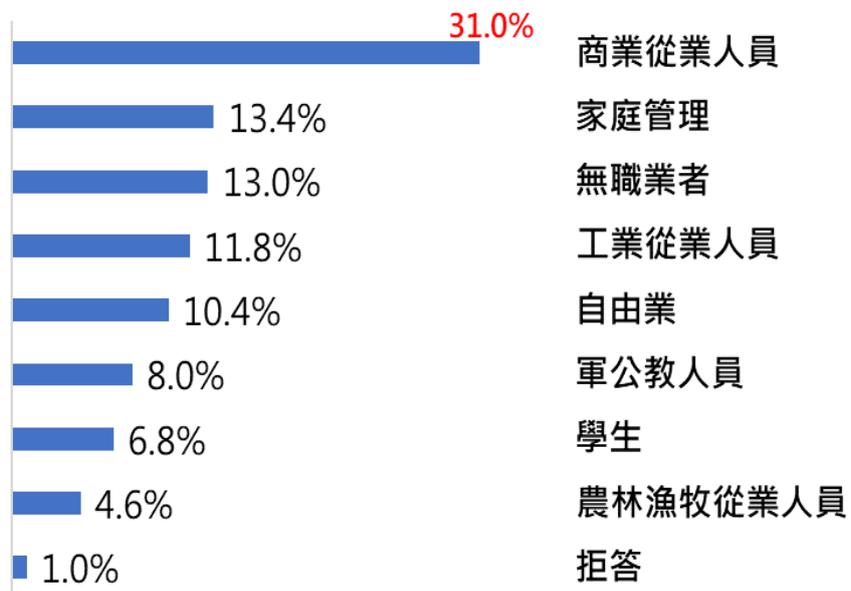


圖3-9 職業

在居住地部分，以北部、中部、南部地區比例較高，各佔 30.2%。

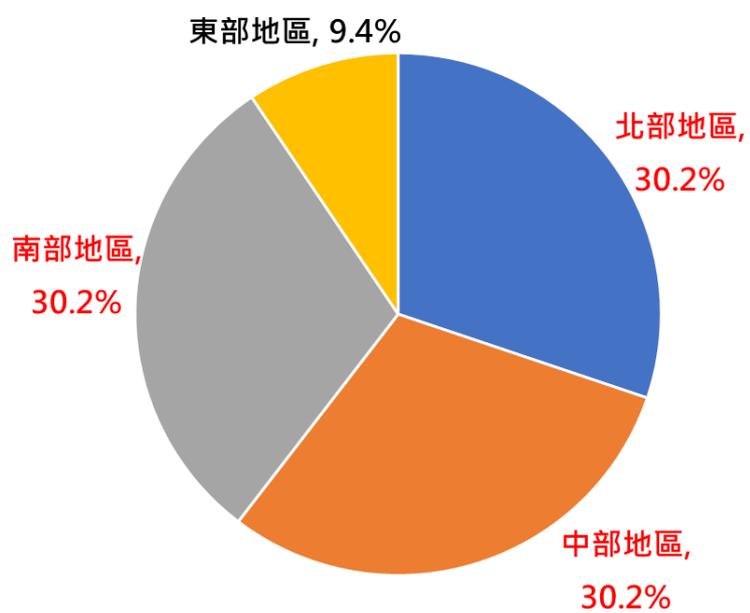


圖3-10 居住地

第三節 面訪加油站基本資料

針對台糖面訪加油站的民眾進行分析，在性別部分以男性比例較高，佔 63.2%；在年齡部分，以 40-49 歲比例較高，佔 32.8%，其次為 30-39 歲，佔 21.3%。

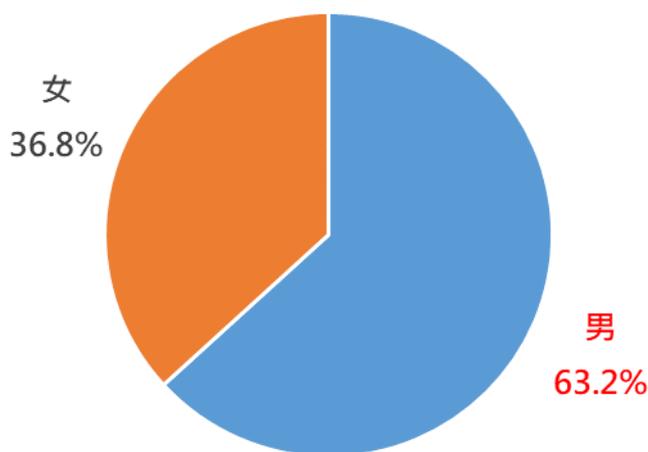


圖3-11 性別

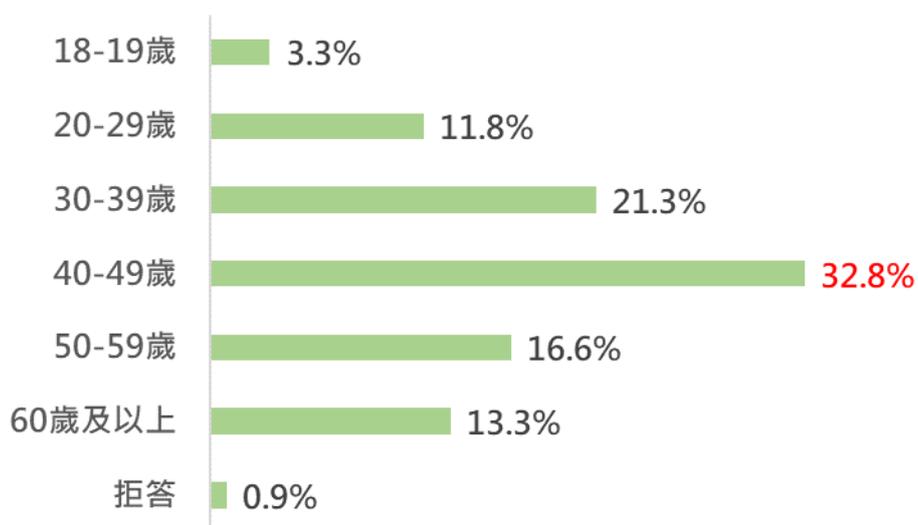


圖3-12 年齡

在教育程度部分，以高中職比例較高，佔 34.8%，其次為大學，佔 31.0%。職業部分，以工業從業人員比例較高，佔 23.9%，其次為商業從業人員，佔 22.6%。

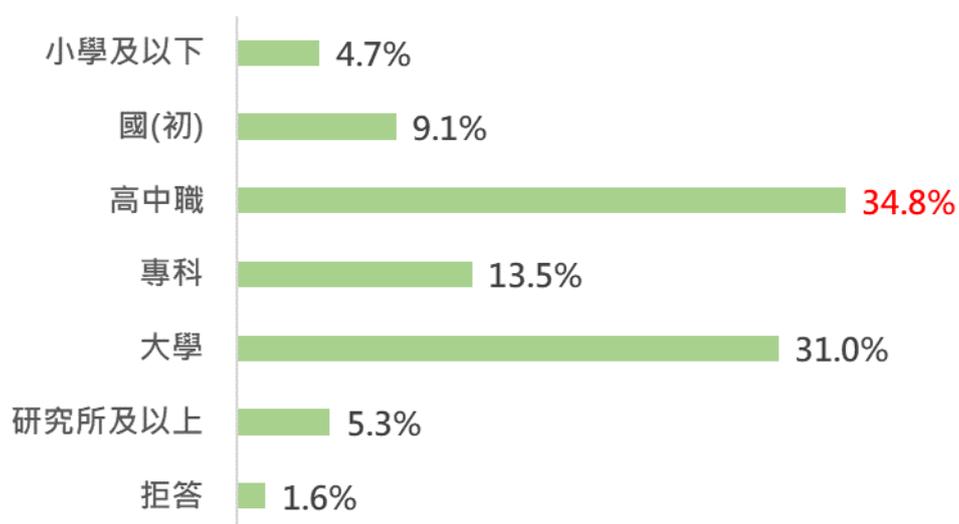


圖3-13 教育程度

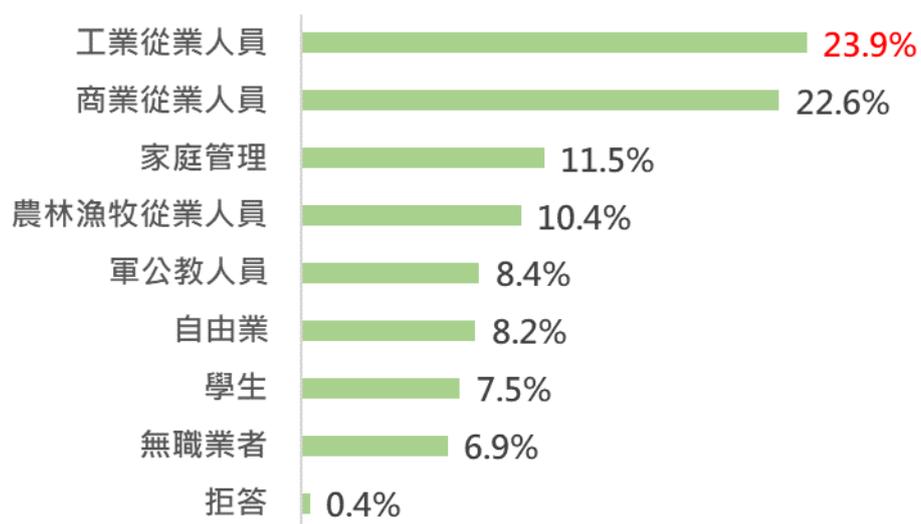


圖3-14 職業

在居住地部分，以南部地區比例較高，佔 47.5%，其次為中部地區，佔 40.4%。

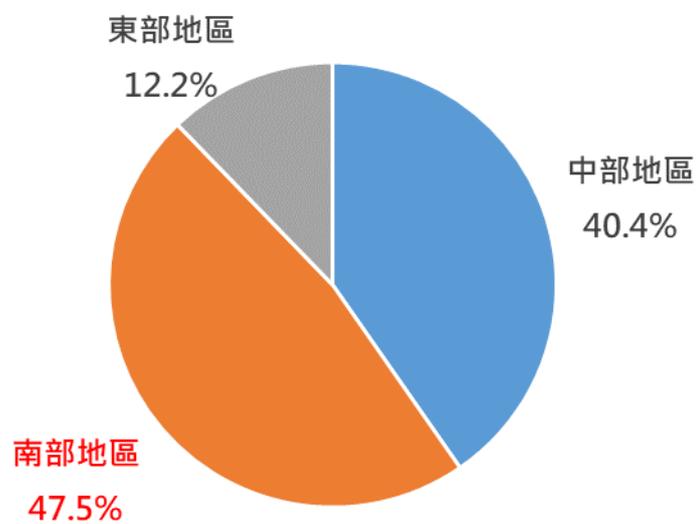


圖3-15 居住地

第四章 研究分析

第一節 電訪加油站分析

一、有形性

1. 整體分析

針對有形性進行滿意度分數排序，結果顯示加油站人員主動告知消費金額及提供收據滿意度分數較高，分數為 98.2 分，其次為環境及設施的整潔度滿意度，分數為 97.5 分。不滿意原因如表 4-2。

表4-1 有形性題項滿意度

| 整體分數 | 有效樣本 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 非常不滿意 | 滿意度分數 |
|--------------------|------|------|------|------|-------|-------|
| 環境及設施的整潔度 | 301 | 89.0 | 10.0 | 0.7 | 0.3 | 97.5 |
| 加油站人員主動告知消費金額及提供收據 | 299 | 93.6 | 5.4 | 1.0 | 0.0 | 98.2 |

表4-2 環境及設施的整潔度不滿意原因

| 環境及設施的整潔度不滿意原因 | 次數 |
|----------------|----|
| 廁所清潔 | 1 |
| 設施較混亂 | 1 |
| 地上有時濕滑、危險 | 1 |

2. 歷年比較

進一步對於 110-112 年進行探討，結果發現環境及設施的整潔度、加油站人員主動告知消費金額及提供收據滿意度分數皆以 112 年最高，其滿意度分數在抽樣誤差範圍內。

表4-3 有形性歷年比較

| 歷年比較 | 110年 | | 111年 | | 112年 | |
|------------------------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
| | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 |
| 環境及設施的整潔度 | 295 | 95.5 | 296 | 92.4 | 301 | 97.5 |
| 加油站人員主動告知 消費金額及提供收據 | 297 | 95.7 | 295 | 94.5 | 299 | 98.2 |

3.交叉分析

針對「台糖加油站環境及設施的整潔度」、「台糖加油站人員主動告知消費金額及提供收據」與基本變項進行卡方獨立性檢驗，結果發現「台糖加油站環境及設施的整潔度」、「台糖加油站人員主動告知消費金額及提供收據」與基本變項無呈現顯著差異。

表4-4 台糖加油站環境及設施的整潔度交叉表

| 基本資料 | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 非常不滿意 | 分數 |
|------------|-----|-------|------|------|-------|-------|
| 總計 | 301 | 89.0 | 10.0 | 0.7 | 0.3 | 97.5 |
| 性別 男 | 201 | 88.6 | 10.4 | 0.5 | 0.5 | 97.4 |
| # 女 | 100 | 90.0 | 9.0 | 1.0 | 0.0 | 97.7 |
| 年齡 20-29 歲 | 11 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| # 30-39 歲 | 28 | 96.4 | 3.6 | 0.0 | 0.0 | 99.5 |
| 40-49 歲 | 61 | 93.4 | 6.6 | 0.0 | 0.0 | 99.0 |
| 50-59 歲 | 93 | 84.9 | 11.8 | 2.2 | 1.1 | 94.9 |
| 60 歲及以上 | 108 | 87.0 | 13.0 | 0.0 | 0.0 | 98.1 |
| 居住縣市 北部地區 | 7 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| # 中部地區 | 68 | 88.2 | 8.9 | 2.9 | 0.0 | 95.8 |
| 南部地區 | 169 | 87.6 | 11.8 | 0.0 | 0.6 | 97.6 |
| 東部地區 | 57 | 93.0 | 7.0 | 0.0 | 0.0 | 99.0 |

說明 1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001）。

說明 2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於 5 之比例不得大於 25%)，不進行卡方檢定。

表4-5 台糖加油站人員主動告知消費金額及提供收據交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 分數 |
|------|-----------|-----|-------|------|------|-------|
| 總計 | | 299 | 93.6 | 5.4 | 1.0 | 98.2 |
| 性別 | 男 | 200 | 93.5 | 6.0 | 0.5 | 98.6 |
| | # 女 | 99 | 93.9 | 4.1 | 2.0 | 97.4 |
| 年齡 | 20-29 歲 | 11 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| | # 30-39 歲 | 28 | 96.4 | 3.6 | 0.0 | 99.5 |
| | 40-49 歲 | 61 | 95.1 | 4.9 | 0.0 | 99.3 |
| | 50-59 歲 | 93 | 90.3 | 6.5 | 3.2 | 95.8 |
| | 60 歲及以上 | 106 | 94.3 | 5.7 | 0.0 | 99.1 |
| 居住縣市 | 北部地區 | 7 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| | # 中部地區 | 67 | 92.5 | 4.5 | 3.0 | 96.3 |
| | 南部地區 | 168 | 94.0 | 6.0 | 0.0 | 99.1 |
| | 東部地區 | 57 | 93.0 | 5.3 | 1.7 | 97.5 |

說明 1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001）。

說明 2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於 5 之比例不得大於 25%)，不進行卡方檢定。

二、可靠性

1. 整體分析

針對可靠性進行滿意度分數排序，結果顯示油品價格標示明確性滿意度分數較高，分數為 98.8 分，其次為加油站服務標示的清楚度滿意度，分數為 98.0 分。不滿意原因如表 4-7。

表4-6 可靠性題項滿意度

| 整體分數 | 有效 樣本 | 非常 滿意 | 有點 滿意 | 不太 滿意 | 非常 不滿意 | 滿意度 分數 |
|-------------|----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|
| 加油站服務標示的清楚度 | 296 | 92.6 | 6.4 | 1.0 | 0.0 | 98.0 |
| 油品價格標示明確性 | 289 | 96.2 | 3.1 | 0.7 | 0.0 | 98.8 |
| 油品的品質 | 277 | 92.4 | 6.5 | 1.1 | 0.0 | 97.9 |

表4-7 加油站油品的品質不滿意原因

| 加油站油品的品質不滿意原因 | 次數 |
|---------------|----|
| 油的品質時好時壞 | 1 |
| 感覺油不乾淨 | 1 |
| 每一間的品質不一樣 | 1 |

2. 歷年比較

進一步對於 110-112 年進行探討，結果發現加油站服務標示的清楚度、油品價格標示明確性、油品的品質滿意度分數皆以 112 年最高，其中加油站服務標示的清楚度、油品的品質滿意度分數在抽樣誤差範圍內。

表4-8 可靠性歷年比較

| 歷年比較 | 110 年 | | 111 年 | | 112 年 | |
|-------------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
| | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 |
| 加油站服務標示的清楚度 | 290 | 94.5 | 295 | 92.8 | 296 | 98.0 |
| 油品價格標示明確性 | 284 | 94.1 | 294 | 91.4 | 289 | 98.8 |
| 油品的品質 | 261 | 95.4 | 272 | 92.3 | 277 | 97.9 |

3.交叉分析

針對「台糖加油站服務標示的清楚度」、「台糖加油站內油品價格標示明確性」、「加油站油品的品質」與基本變項進行卡方獨立性檢驗，結果發現「台糖加油站服務標示的清楚度」、「台糖加油站內油品價格標示明確性」、「加油站油品的品質」與基本變項無呈現顯著差異。

表4-9 台糖加油站服務標示的清楚度交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 分數 |
|------|-----------|-----|-------|------|------|-------|
| 總計 | | 296 | 92.6 | 6.4 | 1.0 | 98.0 |
| 性別 | 男 | 199 | 92.0 | 6.5 | 1.5 | 97.5 |
| | # 女 | 97 | 93.8 | 6.2 | 0.0 | 99.1 |
| 年齡 | 20-29 歲 | 11 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| | # 30-39 歲 | 28 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| | 40-49 歲 | 59 | 89.8 | 10.2 | 0.0 | 98.5 |
| | 50-59 歲 | 92 | 88.0 | 8.7 | 3.3 | 95.4 |
| | 60 歲及以上 | 106 | 95.3 | 4.7 | 0.0 | 99.3 |
| 居住縣市 | 北部地區 | 7 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| | # 中部地區 | 66 | 92.4 | 6.1 | 1.5 | 97.6 |
| | 南部地區 | 167 | 91.6 | 7.2 | 1.2 | 97.7 |
| | 東部地區 | 56 | 94.6 | 5.4 | 0.0 | 99.2 |

說明 1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001）。

說明 2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於 5 之比例不得大於 25%)，不進行卡方檢定。

表4-10 台糖加油站內油品價格標示明確性交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 分數 |
|------|-----------|-----|-------|------|------|-------|
| 總計 | | 289 | 96.2 | 3.1 | 0.7 | 98.8 |
| 性別 | 男 | 196 | 96.4 | 3.1 | 0.5 | 99.0 |
| | # 女 | 93 | 95.7 | 3.2 | 1.1 | 98.4 |
| 年齡 | 20-29 歲 | 10 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| | # 30-39 歲 | 28 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| | 40-49 歲 | 59 | 96.6 | 1.7 | 1.7 | 98.0 |
| | 50-59 歲 | 91 | 94.5 | 4.4 | 1.1 | 98.2 |
| | 60 歲及以上 | 101 | 96.0 | 4.0 | 0.0 | 99.4 |
| 居住縣市 | 北部地區 | 7 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| | # 中部地區 | 65 | 96.9 | 0.0 | 3.1 | 96.9 |
| | 南部地區 | 162 | 95.7 | 4.3 | 0.0 | 99.4 |
| | 東部地區 | 55 | 96.4 | 3.6 | 0.0 | 99.5 |

說明 1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001）。

說明 2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於 5 之比例不得大於 25%)，不進行卡方檢定。

表4-11 加油站油品的品質交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 分數 |
|------|-----------|-----|-------|------|------|-------|
| 總計 | | 277 | 92.4 | 6.5 | 1.1 | 97.9 |
| 性別 | 男 | 185 | 93.0 | 5.4 | 1.6 | 97.6 |
| | # 女 | 92 | 91.3 | 8.7 | 0.0 | 98.7 |
| 年齡 | 20-29 歲 | 11 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| | # 30-39 歲 | 27 | 96.3 | 3.7 | 0.0 | 99.4 |
| | 40-49 歲 | 54 | 92.6 | 5.6 | 1.8 | 97.4 |
| | 50-59 歲 | 87 | 88.5 | 10.4 | 1.1 | 97.3 |
| | 60 歲及以上 | 98 | 93.9 | 5.1 | 1.0 | 98.2 |
| 居住縣市 | 北部地區 | 7 | 71.4 | 28.6 | 0.0 | 95.7 |
| | # 中部地區 | 62 | 93.5 | 6.5 | 0.0 | 99.0 |
| | 南部地區 | 153 | 92.2 | 5.9 | 1.9 | 97.2 |
| | 東部地區 | 55 | 94.5 | 5.5 | 0.0 | 99.2 |

說明 1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001）。

說明 2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於 5 之比例不得大於 25%)，不進行卡方檢定。

三、回應性

1. 整體分析

針對回應性進行滿意度分數排序，結果顯示加油站服務人員告知油錶歸零服務滿意度分數較高，分數為 99.2 分，其次為加油站服務人員服務顧客速度滿意度，分數為 98.3 分。不滿意原因如表 4-13、表 4-14。

表4-12 回應性題項滿意度

| 整體分數 | 有效 樣本 | 非常 滿意 | 有點 滿意 | 不太 滿意 | 非常 不滿意 | 滿意度 分數 |
|-------------------|----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|
| 加油站服務人員告知油錶歸零服務 | 296 | 94.9 | 5.1 | 0.0 | 0.0 | 99.2 |
| 加油站服務人員對所提問題的解釋說明 | 292 | 92.8 | 5.5 | 1.7 | 0.0 | 97.5 |
| 加油站服務人員服務顧客速度 | 295 | 92.5 | 6.8 | 0.7 | 0.0 | 98.3 |

表4-13 加油站服務人員回答顧客所提問題的解釋說明不滿意原因

| 加油站服務人員回答顧客所提問題的解釋說明不滿意原因 | 次數 |
|---------------------------|----|
| 服務不是很好/不耐煩/沒笑容 | 4 |
| 講不清楚，態度上的問題 | 1 |

表4-14 加油站服務人員服務顧客的速度不滿意原因

| 加油站服務人員服務顧客的速度不滿意原因 | 次數 |
|---------------------|----|
| 速度較慢 | 2 |

2. 歷年比較

進一步對於 110-112 年進行探討，結果發現加油站服務人員告知油錶歸零服務、加油站服務人員對所提問題的解釋說明、加油站服務人員服務顧客速度滿意度分數皆以 112 年最高。

表4-15 回應性歷年比較

| 歷年比較 | 110 年 | | 111 年 | | 112 年 | |
|-----------------------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
| | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 |
| 加油站服務人員告知 油錶歸零服務 | 290 | 95.6 | 297 | 93.1 | 296 | 99.2 |
| 加油站服務人員對所 提問題的解釋說明 | 269 | 94.6 | 276 | 92.4 | 292 | 97.5 |
| 加油站服務人員服務 顧客速度 | 294 | 94.9 | 298 | 92.1 | 295 | 98.3 |

3.交叉分析

針對「台糖加油站服務人員告知油錶歸零服務」、「台糖加油站服務人員回答顧客所提問題的解釋說明」、「台糖加油站服務人員服務顧客的速度」與基本變項進行卡方獨立性檢驗，結果發現「台糖加油站服務人員告知油錶歸零服務」、「台糖加油站服務人員回答顧客所提問題的解釋說明」、「台糖加油站服務人員服務顧客的速度」與基本變項無呈現顯著差異。

表4-16 台糖加油站服務人員告知油錶歸零服務交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 分數 |
|------|-----------|-----|-------|------|-------|
| 總計 | | 296 | 94.9 | 5.1 | 99.2 |
| 性別 | 男 | 198 | 96.0 | 4.0 | 99.4 |
| | # 女 | 98 | 92.9 | 7.1 | 98.9 |
| 年齡 | 20-29 歲 | 11 | 100.0 | 0.0 | 100.0 |
| | # 30-39 歲 | 27 | 92.6 | 7.4 | 98.9 |
| | 40-49 歲 | 59 | 96.6 | 3.4 | 99.5 |
| | 50-59 歲 | 93 | 92.5 | 7.5 | 98.9 |
| | 60 歲及以上 | 106 | 96.2 | 3.8 | 99.4 |
| 居住縣市 | 北部地區 | 7 | 85.7 | 14.3 | 97.9 |
| | # 中部地區 | 68 | 94.1 | 5.9 | 99.1 |
| | 南部地區 | 164 | 95.7 | 4.3 | 99.4 |
| | 東部地區 | 57 | 94.7 | 5.3 | 99.2 |

說明 1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05，**：P<0.01，***：P<0.001）。

說明 2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於 5 之比例不得大於 25%)，不進行卡方檢定。

表4-17 台糖加油站服務人員回答顧客所提問題的解釋說明交叉表

| 基本資料 | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 非常不滿意 | 分數 |
|------------|------------|-------------|------------|------------|------------|-------------|
| 總計 | 292 | 92.8 | 5.5 | 1.7 | 0.0 | 97.5 |
| 性別 男 | 196 | 91.8 | 7.2 | 1.0 | 0.0 | 97.9 |
| # 女 | 96 | 94.8 | 2.1 | 3.1 | 0.0 | 96.6 |
| 年齡 20-29 歲 | 11 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| # 30-39 歲 | 28 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| 40-49 歲 | 61 | 91.8 | 8.2 | 0.0 | 0.0 | 98.8 |
| 50-59 歲 | 92 | 89.1 | 8.7 | 2.2 | 0.0 | 96.5 |
| 60 歲及以上 | 100 | 94.0 | 3.0 | 3.0 | 0.0 | 96.6 |
| 居住縣市 北部地區 | 7 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| # 中部地區 | 64 | 87.5 | 9.4 | 3.1 | 0.0 | 95.5 |
| 南部地區 | 164 | 94.5 | 4.9 | 0.6 | 0.0 | 98.7 |
| 東部地區 | 57 | 93.0 | 3.5 | 3.5 | 0.0 | 96.0 |

說明 1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001）。

說明 2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於 5 之比例不得大於 25%)，不進行卡方檢定。

表4-18 台糖加油站服務人員服務顧客的速度交叉表

| 基本資料 | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 非常不滿意 | 分數 |
|------------|------------|-------------|------------|------------|------------|-------------|
| 總計 | 295 | 92.5 | 6.8 | 0.7 | 0.0 | 98.3 |
| 性別 男 | 199 | 93.0 | 6.0 | 1.0 | 0.0 | 98.1 |
| # 女 | 96 | 91.7 | 8.3 | 0.0 | 0.0 | 98.8 |
| 年齡 20-29 歲 | 11 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| # 30-39 歲 | 28 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| 40-49 歲 | 60 | 93.3 | 6.7 | 0.0 | 0.0 | 99.0 |
| 50-59 歲 | 91 | 89.0 | 9.9 | 1.1 | 0.0 | 97.4 |
| 60 歲及以上 | 105 | 92.4 | 6.7 | 0.9 | 0.0 | 98.1 |
| 居住縣市 北部地區 | 7 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| # 中部地區 | 67 | 91.0 | 7.5 | 1.5 | 0.0 | 97.4 |
| 南部地區 | 165 | 92.7 | 7.3 | 0.0 | 0.0 | 98.9 |
| 東部地區 | 56 | 92.9 | 5.4 | 1.7 | 0.0 | 97.5 |

說明 1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001）。

說明 2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於 5 之比例不得大於 25%)，不進行卡方檢定。

四、確實性

1. 整體分析

針對確實性進行滿意度分數排序，結果顯示加油站服務人員的服務態度滿意度分數較高，分數為 98.0 分，其次為加油站進出的引導設施標示清楚度滿意度，分數為 97.8 分。不滿意原因如表 4-20、表 4-21。

表4-19 確實性題項滿意度

| 整體分數 | 有效 樣本 | 非常 滿意 | 有點 滿意 | 不太 滿意 | 非常 不滿意 | 滿意度 分數 |
|-----------------|----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|
| 加油站進出的引導設施標示清楚度 | 297 | 92.6 | 6.1 | 1.3 | 0.0 | 97.8 |
| 加油站服務人員的服務態度 | 300 | 93.7 | 5.0 | 1.3 | 0.0 | 98.0 |

表4-20 加油站進出的引導設施標示清楚度不滿意原因

| 加油站進出的引導設施標示清楚度不滿意原因 | 次數 |
|----------------------|----|
| 動線可以更清楚 | 3 |
| 在快速道路旁的引導標示不正確 | 1 |

表4-21 加油站服務人員的服務態度不滿意原因

| 加油站服務人員的服務態度不滿意原因 | 次數 |
|-------------------|----|
| 說話態度感覺不好 | 3 |
| 服務態度不是很好 | 1 |

2. 歷年比較

進一步對於 110-112 年進行探討，結果發現加油站進出的引導設施標示清楚度、加油站服務人員的服務態度滿意度分數皆以 112 年最高。

表4-22 確實性歷年比較

| 歷年比較 | 110 年 | | 111 年 | | 112 年 | |
|-----------------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
| | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 |
| 加油站進出的引導設施標示清楚度 | 289 | 92.9 | 299 | 92.5 | 297 | 97.8 |
| 加油站服務人員的服務態度 | 297 | 93.0 | 294 | 93.7 | 300 | 98.0 |

3. 交叉分析

針對「台糖加油站進出的引導設施標示清楚度」、「台糖加油站服務人員的服務態度」與基本變項進行卡方獨立性檢驗，結果發現「台糖加油站進出的引導設施標示清楚度」、「台糖加油站服務人員的服務態度」與基本變項無呈現顯著差異。

表4-23 台糖加油站進出的引導設施標示清楚度交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 分數 |
|------|-----------|-----|-------|------|------|-------|
| 總計 | | 297 | 92.6 | 6.1 | 1.3 | 97.8 |
| 性別 | 男 | 199 | 91.0 | 7.5 | 1.5 | 97.4 |
| | # 女 | 98 | 95.9 | 3.1 | 1.0 | 98.5 |
| 年齡 | 20-29 歲 | 11 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| | # 30-39 歲 | 28 | 96.4 | 0.0 | 3.6 | 96.4 |
| | 40-49 歲 | 61 | 93.4 | 6.6 | 0.0 | 99.0 |
| | 50-59 歲 | 93 | 88.2 | 8.6 | 3.2 | 95.5 |
| | 60 歲及以上 | 104 | 94.2 | 5.8 | 0.0 | 99.1 |
| 居住縣市 | 北部地區 | 7 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| | # 中部地區 | 66 | 87.9 | 10.6 | 1.5 | 96.9 |
| | 南部地區 | 168 | 94.0 | 5.4 | 0.6 | 98.6 |
| | 東部地區 | 56 | 92.9 | 3.6 | 3.5 | 96.0 |

說明 1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001）。

說明 2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於 5 之比例不得大於 25%)，不進行卡方檢定。

表4-24 台糖加油站服務人員的服務態度交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 分數 |
|------|-----------|-----|-------|------|------|-------|
| 總計 | | 300 | 93.7 | 5.0 | 1.3 | 98.0 |
| 性別 | 男 | 200 | 94.0 | 5.0 | 1.0 | 98.3 |
| | # 女 | 100 | 93.0 | 5.0 | 2.0 | 97.3 |
| 年齡 | 20-29 歲 | 11 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| | # 30-39 歲 | 27 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| | 40-49 歲 | 61 | 91.8 | 6.6 | 1.6 | 97.4 |
| | 50-59 歲 | 93 | 93.5 | 5.4 | 1.1 | 98.1 |
| | 60 歲及以上 | 108 | 92.6 | 5.6 | 1.8 | 97.4 |
| 居住縣市 | 北部地區 | 7 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| | # 中部地區 | 67 | 94.0 | 4.5 | 1.5 | 97.8 |
| | 南部地區 | 169 | 92.9 | 5.9 | 1.2 | 97.9 |
| | 東部地區 | 57 | 94.7 | 3.5 | 1.8 | 97.7 |

說明 1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001）。

說明 2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於 5 之比例不得大於 25%)，不進行卡方檢定。

五、關懷性

1. 整體分析

針對關懷性進行滿意度分數排序，結果顯示加油站提供免費加水的服務滿意度分數較高，分數為 99.8 分，其次為加油站提供免費充氣的服務滿意度，分數為 98.6 分。不滿意原因如表 4-26。

表4-25 關懷性題項滿意度

| 整體分數 | 有效樣本 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 非常不滿意 | 滿意度分數 |
|------------------|------|------|------|------|-------|-------|
| 加油站提供免費加水的服務 | 139 | 98.6 | 1.4 | 0.0 | 0.0 | 99.8 |
| 加油站提供免費充氣的服務 | 163 | 97.5 | 1.3 | 0.6 | 0.6 | 98.6 |
| 加油站提供紅利積點兌換贈品的服務 | 300 | 92.3 | 4.4 | 3.3 | 0.0 | 96.0 |

表4-26 提供紅利積點兌換贈品的服務不滿意原因

| 提供紅利積點兌換贈品的服務不滿意原因 | 次數 |
|---------------------------|----|
| 贈品選擇太少 | 2 |
| 要集很多點數，才能兌換贈品 | 2 |
| 贈品數量少，例如衛生紙 200 抽改成 100 抽 | 1 |
| 點數要更多，才能換到和以前一樣相同的贈品 | 1 |
| 提供兌換贈品，點數提高太多不合理 | 1 |
| 累積點數一年後歸零，重新累積不滿意 | 1 |
| 常常辦活動，兌換贈品點數要少一點 | 1 |
| 有些據點沒有客戶想換的贈品，要去另一個據點換 | 1 |

2. 歷年比較

進一步對於 110-112 年進行探討，結果發現加油站提供免費加水的服務、加油站提供免費充氣的服務、加油站提供紅利積點兌換贈品的服務滿意度分數皆以 112 年最高。

表4-27 關懷性歷年比較

| 歷年比較 | 110 年 | | 111 年 | | 112 年 | |
|------------------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
| | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 |
| 加油站提供免費加水的服務 | 286 | 91.0 | 291 | 91.5 | 139 | 99.8 |
| 加油站提供免費充氣的服務 | | | | | 163 | 98.6 |
| 加油站提供紅利積點兌換贈品的服務 | 177 | 95.2 | 177 | 94.6 | 300 | 96.0 |

3. 交叉分析

針對「台糖加油站提供免費加水的服務」、「台糖加油站提供免費充氣的服務」、「台糖加油站提供紅利積點兌換贈品的服務」與基本變項進行卡方獨立性檢驗，結果發現：「台糖加油站提供免費加水的服務」、「台糖加油站提供免費充氣的服務」、「台糖加油站提供紅利積點兌換贈品的服務」與基本變項無呈現顯著差異。

表4-28 台糖加油站提供免費加水的服務交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 分數 |
|------|---------|-----|-------|------|-------|
| 總計 | | 139 | 98.6 | 1.4 | 99.8 |
| 性別 | 男 | 100 | 100.0 | 0.0 | 100.0 |
| # | 女 | 39 | 94.9 | 5.1 | 99.2 |
| 年齡 | 20-29 歲 | 6 | 100.0 | 0.0 | 100.0 |
| # | 30-39 歲 | 16 | 100.0 | 0.0 | 100.0 |
| | 40-49 歲 | 33 | 97.0 | 3.0 | 99.6 |
| | 50-59 歲 | 37 | 97.3 | 2.7 | 99.6 |
| | 60 歲及以上 | 47 | 100.0 | 0.0 | 100.0 |
| 居住縣市 | 北部地區 | 6 | 83.3 | 16.7 | 97.5 |
| # | 中部地區 | 28 | 100.0 | 0.0 | 100.0 |
| | 南部地區 | 73 | 100.0 | 0.0 | 100.0 |
| | 東部地區 | 32 | 96.9 | 3.1 | 99.5 |

說明 1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001）。

說明 2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於 5 之比例不得大於 25%)，不進行卡方檢定。

表4-29 台糖加油站提供免費充氣的服務交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 非常不滿意 | 分數 |
|------|---------|-----|-------|------|------|-------|-------|
| 總計 | | 163 | 97.5 | 1.3 | 0.6 | 0.6 | 98.6 |
| 性別 | 男 | 119 | 98.3 | 0.9 | 0.0 | 0.8 | 99.1 |
| # | 女 | 44 | 95.5 | 2.3 | 2.2 | 0.0 | 97.5 |
| 年齡 | 20-29 歲 | 7 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| # | 30-39 歲 | 19 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| | 40-49 歲 | 43 | 95.3 | 2.4 | 2.3 | 0.0 | 97.3 |
| | 50-59 歲 | 40 | 95.0 | 2.5 | 0.0 | 2.5 | 97.1 |
| | 60 歲及以上 | 54 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| 居住縣市 | 北部地區 | 6 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| # | 中部地區 | 35 | 94.3 | 2.9 | 0.0 | 2.8 | 96.8 |
| | 南部地區 | 88 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| | 東部地區 | 34 | 94.1 | 3.0 | 2.9 | 0.0 | 96.7 |

說明 1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001）。

說明 2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於 5 之比例不得大於 25%)，不進行卡方檢定。

表4-30 台糖加油站提供紅利積點兌換贈品的服務交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 分數 |
|------|-----------|-----|-------|------|------|-------|
| 總計 | | 300 | 92.3 | 4.4 | 3.3 | 96.0 |
| 性別 | 男 | 200 | 93.5 | 2.5 | 4.0 | 95.6 |
| | # 女 | 100 | 90.0 | 8.0 | 2.0 | 96.8 |
| 年齡 | 20-29 歲 | 11 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| | # 30-39 歲 | 28 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| | 40-49 歲 | 61 | 93.4 | 5.0 | 1.6 | 97.7 |
| | 50-59 歲 | 92 | 89.1 | 7.6 | 3.3 | 95.6 |
| | 60 歲及以上 | 108 | 91.7 | 2.8 | 5.5 | 94.1 |
| 居住縣市 | 北部地區 | 7 | 85.7 | 14.3 | 0.0 | 97.9 |
| | # 中部地區 | 68 | 92.6 | 5.9 | 1.5 | 97.6 |
| | 南部地區 | 168 | 91.1 | 3.6 | 5.3 | 94.2 |
| | 東部地區 | 57 | 96.5 | 3.5 | 0.0 | 99.5 |

說明 1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001）。

說明 2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於 5 之比例不得大於 25%)，不進行卡方檢定。

六、企業形象

1. 整體分析

針對企業形象進行滿意度調查，結果顯示加油站所舉辦各種關懷社會的愛心公益活動滿意度分數為 99.7 分。

表4-31 企業形象滿意度題項滿意度

| 整體分數 | 有效 樣本 | 非常 滿意 | 有點 滿意 | 不太 滿意 | 非常 不滿意 | 滿意度 分數 |
|---------------------|----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|
| 加油站所舉辦各種關懷社會的愛心公益活動 | 205 | 98.0 | 2.0 | 0.0 | 0.0 | 99.7 |

2. 歷年比較

進一步對於 110-112 年進行探討，結果發現加油站所舉辦各種關懷社會的愛心公益活動滿意度分數以 112 年最高。

表4-32 企業形象歷年比較

| 歷年比較 | 110 年 | | 111 年 | | 112 年 | |
|--------------------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
| | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 |
| 加油站所舉辦各種關懷社會愛心公益活動 | 186 | 96.5 | 213 | 95.0 | 205 | 99.7 |

3.交叉分析

針對「台糖加油站所舉辦各種關懷社會的愛心公益活動」與基本變項進行卡方獨立性檢驗，結果發現「台糖加油站所舉辦各種關懷社會的愛心公益活動」與基本變項無呈現顯著差異。

表4-33 台糖加油站所舉辦各種關懷社會的愛心公益活動交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 分數 |
|------|-----------|-----|-------|------|-------|
| 總計 | | 205 | 98.0 | 2.0 | 99.7 |
| 性別 | 男 | 138 | 98.6 | 1.4 | 99.8 |
| | # 女 | 67 | 97.0 | 3.0 | 99.6 |
| 年齡 | 20-29 歲 | 9 | 100.0 | 0.0 | 100.0 |
| | # 30-39 歲 | 25 | 100.0 | 0.0 | 100.0 |
| | 40-49 歲 | 39 | 100.0 | 0.0 | 100.0 |
| | 50-59 歲 | 66 | 93.9 | 6.1 | 99.1 |
| | 60 歲及以上 | 66 | 100.0 | 0.0 | 100.0 |
| 居住縣市 | 北部地區 | 6 | 100.0 | 0.0 | 100.0 |
| | # 中部地區 | 49 | 93.9 | 6.1 | 99.1 |
| | 南部地區 | 106 | 99.1 | 0.9 | 99.9 |
| | 東部地區 | 44 | 100.0 | 0.0 | 100.0 |

說明 1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001）。

說明 2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於 5 之比例不得大於 25%)，不進行卡方檢定。

七、顧客整體滿意度及顧客抱怨處理

1. 整體分析

針對整體服務及顧客抱怨處理進行滿意度分數排序，結果顯示公司設有 0800 免費客服專線、顧客意見信箱等服務品質滿意度分數較高，分數為 99.8 分，其次為加油站的整體服務，分數為 98.3 分。不滿意原因如表 4-35。

表4-34 加油站整體服務及顧客意見或建議處理滿意度題項

| 整體分數 | 有效 樣本 | 非常 滿意 | 有點 滿意 | 不太 滿意 | 非常 不滿意 | 滿意度 分數 |
|----------------------------------|----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|
| 加油站的整體服務 | 298 | 94.0 | 5.0 | 1.0 | 0.0 | 98.3 |
| 設置 0800 客服專線 及顧客意見信箱等服 務品質 | 146 | 98.6 | 1.4 | 0.0 | 0.0 | 99.8 |

表4-35 加油站的整體服務不滿意原因

| 加油站的整體服務不滿意原因 | 次數 |
|---------------|----|
| 服務人員沒主動告知活動 | 1 |
| 不親切、沒笑容、贈品少 | 1 |
| 服務人員不夠積極主動 | 1 |

2. 歷年比較

進一步對於 110-112 年進行探討，結果發現公司設有 0800 免費客服專線、顧客意見信箱等服務品質、加油站的整體服務滿意度分數皆以 112 年最高。

表4-36 顧客整體滿意度及顧客抱怨處理滿意度歷年比較

| 歷年比較 | 110 年 | | 111 年 | | 112 年 | |
|----------------------------------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
| | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 |
| 加油站的整體服務 | 296 | 95.3 | 300 | 94.6 | 298 | 98.3 |
| 設置 0800 客服專線及 顧客意見信箱等服 務品質 | 141 | 97.0 | 139 | 95.4 | 146 | 99.8 |

3.交叉分析

針對「加油站整體服務」、「設置 0800 客服專線及顧客意見信箱等服務品質」與基本變項進行卡方獨立性檢驗，結果發現「加油站整體服務」、「設置 0800 客服專線及顧客意見信箱等服務品質」與基本變項無呈現顯著差異。

表4-37 加油站整體服務交叉表

| 基本資料 | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 分數 |
|------------|------------|-------------|------------|------------|-------------|
| 總計 | 298 | 94.0 | 5.0 | 1.0 | 98.3 |
| 性別 男 | 199 | 94.5 | 4.5 | 1.0 | 98.3 |
| # 女 | 99 | 92.9 | 6.1 | 1.0 | 98.1 |
| 年齡 20-29 歲 | 11 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| # 30-39 歲 | 28 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| 40-49 歲 | 60 | 96.7 | 3.3 | 0.0 | 99.5 |
| 50-59 歲 | 93 | 90.3 | 7.5 | 2.2 | 96.7 |
| 60 歲及以上 | 106 | 93.4 | 5.7 | 0.9 | 98.2 |
| 居住縣市 北部地區 | 7 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| # 中部地區 | 68 | 91.2 | 7.4 | 1.4 | 97.5 |
| 南部地區 | 167 | 93.4 | 5.4 | 1.2 | 98.0 |
| 東部地區 | 56 | 98.2 | 1.8 | 0.0 | 99.7 |

說明 1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001）。

說明 2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於 5 之比例不得大於 25%)，不進行卡方檢定。

表4-38 設置 0800 客服專線及顧客意見信箱等服務品質滿意度交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 分數 |
|------|---------|-----|-------|------|-------|
| 總計 | | 146 | 98.6 | 1.4 | 99.8 |
| 性別 | 男 | 98 | 99.0 | 1.0 | 99.9 |
| # | 女 | 48 | 97.9 | 2.1 | 99.7 |
| 年齡 | 20-29 歲 | 9 | 100.0 | 0.0 | 100.0 |
| # | 30-39 歲 | 20 | 100.0 | 0.0 | 100.0 |
| | 40-49 歲 | 28 | 100.0 | 0.0 | 100.0 |
| | 50-59 歲 | 43 | 95.3 | 4.7 | 99.3 |
| | 60 歲及以上 | 46 | 100.0 | 0.0 | 100.0 |
| 居住縣市 | 北部地區 | 3 | 100.0 | 0.0 | 100.0 |
| # | 中部地區 | 33 | 93.9 | 6.1 | 99.1 |
| | 南部地區 | 79 | 100.0 | 0.0 | 100.0 |
| | 東部地區 | 31 | 100.0 | 0.0 | 100.0 |

說明 1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001）。

說明 2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於 5 之比例不得大於 25%)，不進行卡方檢定。

八、選擇到台糖加油站的原因

選擇到台糖加油站的原因，以朋友家人介紹比例較高，佔77.1%，其次為油品品質佳有保障(18.6%)。

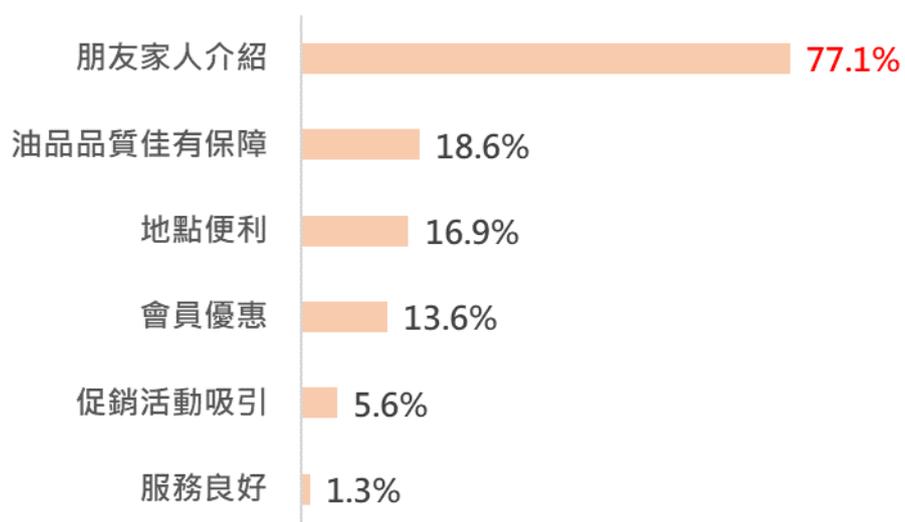


圖4-1 選擇到台糖加油站的原因

第二節 面訪蜜鄰超市分析

一、有形性

1. 整體分析

針對有形性進行滿意度分數排序，結果顯示蜜鄰超市人員主動告知消費金額及提供收據滿意度分數較高，分數為 97.7 分，其次為蜜鄰超市商品擺設的整潔度，分數為 97 分。

表4-39 有形性題項滿意度

| 整體分數 | 有效樣本 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 非常不滿意 | 滿意度分數 |
|---------------------|------|------|------|------|-------|-------|
| 蜜鄰超市商品擺設的整潔度 | 497 | 80.1 | 19.9 | 0.0 | 0.0 | 97.0 |
| 蜜鄰超市提供的商品位置標示 | 494 | 78.5 | 21.3 | 0.2 | 0.0 | 96.6 |
| 蜜鄰超市人員主動告知消費金額及提供收據 | 497 | 86.7 | 12.9 | 0.4 | 0.0 | 97.7 |

2. 歷年比較

進一步對於 110-112 年進行探討，結果發現蜜鄰超市商品擺設的整潔度滿意度分數以 111 年最高，其滿意度分數在抽樣誤差範圍內；蜜鄰超市提供的商品位置標示滿意度分數、蜜鄰超市人員主動告知消費金額及提供收據滿意度分數以 112 年最高。

表4-40 有形性歷年比較

| 歷年比較 | 110 年 | | 111 年 | | 112 年 | |
|---------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 有效樣本 | 滿意度分數 | 有效樣本 | 滿意度分數 | 有效樣本 | 滿意度分數 |
| 蜜鄰超市商品擺設的整潔度 | 496 | 96.8 | 498 | 97.7 | 497 | 97.0 |
| 蜜鄰超市提供的商品位置標示 | 463 | 95.1 | 482 | 96.0 | 494 | 96.6 |
| 蜜鄰超市人員主動告知消費金額及提供收據 | 497 | 96.6 | 493 | 97.4 | 497 | 97.7 |

3.交叉分析

針對「蜜鄰超市商品擺設的整潔度」、「台糖蜜鄰超市提供的商品位置標示」、「台糖蜜鄰超市人員主動告知消費金額及提供收據」與基本變項進行卡方獨立性檢驗，結果發現對於「蜜鄰超市商品擺設的整潔度滿意度」因性別、年齡及居住縣市不同而有所差異，表示對台糖蜜鄰超市商品擺設的整潔度非常滿意的民眾性別為女(84.2%)、年齡為19歲含以下(100.0%)、居住縣市為中部地區(95.3%)的比例較高。

表4-41 蜜鄰超市商品擺設的整潔度滿意度交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 分數 |
|------|--------|-----|------|------|-------|
| 總計 | | 497 | 80.1 | 19.9 | 97.0 |
| 性別 | 男 | 232 | 75.4 | 24.6 | 96.3 |
| * | 女 | 265 | 84.2 | 15.8 | 97.6 |
| 年齡 | 19歲含以下 | 13 | 100 | 0 | 100.0 |
| *** | 20-29歲 | 43 | 81.4 | 18.6 | 97.2 |
| | 30-39歲 | 98 | 74.5 | 25.5 | 96.2 |
| | 40-49歲 | 127 | 69.3 | 30.7 | 95.4 |
| | 50-59歲 | 91 | 80.2 | 19.8 | 97.0 |
| | 60歲及以上 | 118 | 92.4 | 7.6 | 98.9 |
| | 拒答 | 7 | 100 | 0 | 100.0 |
| 居住縣市 | 北部地區 | 150 | 94.7 | 5.3 | 99.2 |
| *** | 中部地區 | 150 | 95.3 | 4.7 | 99.3 |
| | 南部地區 | 150 | 60.7 | 39.3 | 94.1 |
| | 東部地區 | 47 | 46.8 | 53.2 | 92.0 |

說明1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。(*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001)。

說明2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於5之比例不得大於25)，不進行卡方檢定。

表4-42 台糖蜜鄰超市提供的商品位置標示交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 分數 |
|-----------|--------|-----|------|------|------|-------|
| 總計 | | 494 | 78.5 | 21.3 | 0.2 | 96.6 |
| 性別 | 男 | 230 | 76.1 | 23.5 | 0.4 | 96.1 |
| | 女 | 264 | 80.7 | 19.3 | 0 | 97.1 |
| 年齡 # | 19歲含以下 | 13 | 100 | 0 | 0 | 100.0 |
| | 20-29歲 | 42 | 76.2 | 23.8 | 0 | 96.4 |
| | 30-39歲 | 98 | 69.4 | 30.6 | 0 | 95.4 |
| | 40-49歲 | 127 | 71.7 | 28.3 | 0 | 95.8 |
| | 50-59歲 | 89 | 77.5 | 21.4 | 1.1 | 95.7 |
| | 60歲及以上 | 118 | 93.2 | 6.8 | 0 | 99.0 |
| | 拒答 | 7 | 71.4 | 28.6 | 0 | 95.7 |
| 居住縣市 # | 北部地區 | 147 | 89.8 | 10.2 | 0 | 98.5 |
| | 中部地區 | 149 | 91.9 | 8.1 | 0 | 98.8 |
| | 南部地區 | 151 | 63.6 | 36.4 | 0 | 94.5 |
| | 東部地區 | 47 | 48.9 | 49 | 2.1 | 90.6 |

說明1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05，**：P<0.01，***：P<0.001）。

說明2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於5之比例不得大於25)，不進行卡方檢定。

表4-43 台糖蜜鄰超市人員主動告知消費金額及提供收據交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 分數 |
|-----------|--------|-----|------|------|------|-------|
| 總計 | | 497 | 86.7 | 12.9 | 0.4 | 97.7 |
| 性別 | 男 | 233 | 84.5 | 14.6 | 0.9 | 96.9 |
| | 女 | 264 | 88.6 | 11.4 | 0 | 98.3 |
| 年齡 # | 19歲含以下 | 13 | 100 | 0 | 0 | 100.0 |
| | 20-29歲 | 43 | 90.7 | 9.3 | 0 | 98.6 |
| | 30-39歲 | 98 | 78.6 | 21.4 | 0 | 96.8 |
| | 40-49歲 | 128 | 82 | 18 | 0 | 97.3 |
| | 50-59歲 | 90 | 85.6 | 12.2 | 2.2 | 96.0 |
| | 60歲及以上 | 119 | 95.8 | 4.2 | 0 | 99.4 |
| | 拒答 | 6 | 100 | 0 | 0 | 100.0 |
| 居住縣市 # | 北部地區 | 148 | 95.9 | 4.1 | 0 | 99.4 |
| | 中部地區 | 151 | 98 | 2 | 0 | 99.7 |
| | 南部地區 | 151 | 70.2 | 29.8 | 0 | 95.5 |
| | 東部地區 | 47 | 74.5 | 21.3 | 4.2 | 92.6 |

說明1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05，**：P<0.01，***：P<0.001）。

說明2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於5之比例不得大於25)，不進行卡方檢定。

二、可靠性

1. 整體分析

針對可靠性進行滿意度分數排序，結果顯示蜜鄰超市提供的商品品質滿意度分數和蜜鄰超市商品價格標示的清楚度滿意度分數較高，分數均為 96.8 分。不滿意原因如表 4-45。

表4-44 可靠性題項滿意度

| 整體分數 | 有效樣本 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 非常不滿意 | 滿意度分數 |
|----------------|------|------|------|------|-------|-------|
| 蜜鄰超市提供的商品品質 | 499 | 81.2 | 18.4 | 0.4 | 0.0 | 96.8 |
| 蜜鄰超市商品價格標示的清楚度 | 500 | 80.8 | 18.8 | 0.4 | 0.0 | 96.8 |
| 蜜鄰超市商品種類的豐富性 | 498 | 58.6 | 39.4 | 2.0 | 0.0 | 92.1 |

表4-45 蜜鄰超市商品種類的豐富性不滿意原因

| 蜜鄰超市商品種類的豐富性不滿意原因 | 次數 |
|-------------------|----|
| 種類太少 | 10 |

2. 歷年比較

進一步對於 110-112 年進行探討，結果發現蜜鄰超市提供的商品品質滿意度分數以 112 年最高，其滿意度分數在抽樣誤差範圍內；蜜鄰超市商品價格標示的清楚度滿意度分數以 111 年最高，其滿意度分數在抽樣誤差範圍內；蜜鄰超市商品種類的豐富性滿意度分數以 112 年最高。

表4-46 可靠性歷年比較

| 歷年比較 | 110年 | | 111年 | | 112年 | |
|----------------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
| | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 |
| 蜜鄰超市提供的商品品質 | 492 | 95.9 | 493 | 95.7 | 499 | 96.8 |
| 蜜鄰超市商品價格標示的清楚度 | 487 | 96.8 | 491 | 97.0 | 500 | 96.8 |
| 蜜鄰超市商品種類的豐富性 | 481 | 90.9 | 494 | 91.5 | 498 | 92.1 |

3.交叉分析

針對「台糖蜜鄰超市提供的商品品質」、「蜜鄰超市商品價格標示的清楚度」、「台糖蜜鄰超市商品種類的豐富性」與基本變項進行卡方獨立性檢驗，結果發現均無顯著差異。

表4-47 台糖蜜鄰超市提供的商品品質交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 分數 |
|------|----------|-----|------|------|------|-------|
| 總計 | | 499 | 81.2 | 18.4 | 0.4 | 96.8 |
| 性別 | 男 | 233 | 75.5 | 24.5 | 0 | 96.3 |
| | # 女 | 266 | 86.1 | 13.2 | 0.7 | 97.3 |
| 年齡 | 19歲含以下 | 13 | 100 | 0 | 0 | 100.0 |
| | # 20-29歲 | 43 | 76.7 | 23.3 | 0 | 96.5 |
| | 30-39歲 | 99 | 75.8 | 24.2 | 0 | 96.4 |
| | 40-49歲 | 128 | 78.1 | 21.9 | 0 | 96.7 |
| | 50-59歲 | 91 | 75.8 | 22 | 2.2 | 94.5 |
| | 60歲及以上 | 118 | 93.2 | 6.8 | 0 | 99.0 |
| | 拒答 | 7 | 71.4 | 28.6 | 0 | 95.7 |
| 居住縣市 | 北部地區 | 150 | 90 | 8.7 | 1.3 | 97.4 |
| | # 中部地區 | 151 | 89.4 | 10.6 | 0 | 98.4 |
| | 南部地區 | 151 | 69.5 | 30.5 | 0 | 95.4 |
| | 東部地區 | 47 | 63.8 | 36.2 | 0 | 94.6 |

說明1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05，**：P<0.01，***：P<0.001）。

說明2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於5之比例不得大於25)，不進行卡方檢定。

表4-48 蜜鄰超市商品價格標示的清楚度交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 分數 |
|-----------|--------|-----|------|------|------|-------|
| 總計 | | 500 | 80.8 | 18.8 | 0.4 | 96.8 |
| 性別 | 男 | 233 | 77.3 | 22.3 | 0.4 | 96.3 |
| | 女 | 267 | 83.9 | 15.7 | 0.4 | 97.2 |
| 年齡 # | 19歲含以下 | 13 | 100 | 0 | 0 | 100.0 |
| | 20-29歲 | 43 | 79.1 | 20.9 | 0 | 96.9 |
| | 30-39歲 | 99 | 71.7 | 28.3 | 0 | 95.8 |
| | 40-49歲 | 128 | 72.7 | 27.3 | 0 | 95.9 |
| | 50-59歲 | 91 | 80.2 | 17.6 | 2.2 | 95.2 |
| | 60歲及以上 | 119 | 95 | 5 | 0 | 99.3 |
| | 拒答 | 7 | 100 | 0 | 0 | 100.0 |
| 居住縣市 # | 北部地區 | 151 | 94.7 | 5.3 | 0 | 99.2 |
| | 中部地區 | 151 | 96 | 4 | 0 | 99.4 |
| | 南部地區 | 151 | 60.3 | 39.7 | 0 | 94.0 |
| | 東部地區 | 47 | 53.2 | 42.6 | 4.2 | 89.4 |

說明 1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001）。

說明 2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於 5 之比例不得大於 25)，不進行卡方檢定。

表4-49 台糖蜜鄰超市商品種類的豐富性交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 分數 |
|------|--------|-----|------|------|------|------|
| 總計 | | 498 | 58.6 | 39.4 | 2 | 92.1 |
| 性別 | 男 | 232 | 53.9 | 44 | 2.1 | 91.3 |
| | 女 | 266 | 62.8 | 35.3 | 1.9 | 92.8 |
| 年齡 | 19歲含以下 | 13 | 76.9 | 23.1 | 0 | 96.5 |
| | 20-29歲 | 43 | 62.8 | 34.9 | 2.3 | 92.5 |
| | 30-39歲 | 99 | 58.6 | 40.4 | 1 | 92.9 |
| | 40-49歲 | 127 | 60.6 | 38.6 | 0.8 | 93.4 |
| | 50-59歲 | 90 | 58.9 | 38.9 | 2.2 | 92.0 |
| | 60歲及以上 | 119 | 52.9 | 43.7 | 3.4 | 90.0 |
| | 拒答 | 7 | 57.1 | 28.6 | 14.3 | 81.4 |
| 居住縣市 | 北部地區 | 151 | 61.6 | 35.1 | 3.3 | 91.4 |
| | 中部地區 | 149 | 51.7 | 45.6 | 2.7 | 90.5 |
| | 南部地區 | 151 | 63.6 | 35.8 | 0.6 | 94.0 |
| | 東部地區 | 47 | 55.3 | 44.7 | 0 | 93.3 |

說明 1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001）。

說明 2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於 5 之比例不得大於 25)，不進行卡方檢定。

三、回應性

1. 整體分析

針對回應性進行滿意度分數排序，結果顯示蜜鄰超市結帳的速度和蜜鄰超市服務人員服務顧客的速度滿意度分數較高，分數均為 97.0 分。不滿意原因如表 4-51、表 4-52。

表4-50 回應性題項滿意度

| 整體分數 | 有效樣本 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 非常不滿意 | 滿意度分數 |
|---------------------|------|------|------|------|-------|-------|
| 蜜鄰超市結帳的速度 | 499 | 81.0 | 18.8 | 0.2 | 0.0 | 97.0 |
| 蜜鄰超市服務人員回答顧客問題的解釋說明 | 492 | 78.7 | 21.1 | 0.2 | 0.0 | 96.6 |
| 蜜鄰超市服務人員服務顧客的速度 | 499 | 80.2 | 19.8 | 0.0 | 0.0 | 97.0 |

表4-51 蜜鄰超市結帳速度不滿意原因

| 蜜鄰超市結帳速度不滿意原因 | 次數 |
|---------------|----|
| 結帳機有時故障 | 1 |
| 有時候結帳太慢，要等候結帳 | 1 |

表4-52 蜜鄰超市服務人員回答顧客問題的解釋說明不滿意原因

| 蜜鄰超市服務人員回答顧客問題的解釋說明不滿意原因 | 次數 |
|--------------------------|----|
| 不專業 | 1 |

2. 歷年比較

進一步對於 110-112 年進行探討，結果發現蜜鄰超市結帳的速度滿意度分數以 112 年最高，其滿意度分數在抽樣誤差範圍內；蜜鄰超市服務人員回答顧客問題的解釋說明滿意度分數以 112 年最高，其滿意度分數在抽樣誤差範圍內；蜜鄰超市服務人員服務顧客的速度滿意度分數以 111 年最高。

表4-53 回應性歷年比較

| 歷年比較 | 110 年 | | 111 年 | | 112 年 | |
|---------------------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
| | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 |
| 蜜鄰超市結帳的速度 | 492 | 96.0 | 499 | 96.6 | 499 | 97.0 |
| 蜜鄰超市服務人員回答顧客問題的解釋說明 | 491 | 96.4 | 474 | 96.5 | 492 | 96.6 |
| 蜜鄰超市服務人員服務顧客的速度 | 496 | 96.1 | 494 | 97.2 | 499 | 97.0 |

3. 交叉分析

針對「台糖蜜鄰超市結帳的速度」、「台糖蜜鄰超市服務人員回答顧客問題的解釋說明」、「台糖蜜鄰超市服務人員服務顧客的速度」與基本變項進行卡方獨立性檢驗，結果發現對於台糖蜜鄰超市服務人員服務顧客的速度滿意度」因性別、年齡及居住縣市不同而有所差異，表示對台糖蜜鄰超市服務人員服務顧客的速度非常滿意的民眾性別為女(84.3%)、年齡為 19 歲含以下(100.0%)、居住縣市為中部地區(97.4%)的比例較高。

表4-54 台糖蜜鄰超市結帳的速度交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 分數 |
|-----------|--------|-----|------|------|------|-------|
| 總計 | | 499 | 81 | 18.8 | 0.2 | 97.0 |
| 性別 | 男 | 232 | 77.6 | 22 | 0.4 | 96.3 |
| | 女 | 267 | 83.9 | 16.1 | 0 | 97.6 |
| 年齡 # | 19歲含以下 | 13 | 100 | 0 | 0 | 100.0 |
| | 20-29歲 | 42 | 78.6 | 21.4 | 0 | 96.8 |
| | 30-39歲 | 99 | 75.8 | 24.2 | 0 | 96.4 |
| | 40-49歲 | 128 | 74.2 | 25.8 | 0 | 96.1 |
| | 50-59歲 | 91 | 80.2 | 19.8 | 0 | 97.0 |
| | 60歲及以上 | 119 | 92.4 | 7.6 | 0 | 98.9 |
| | 拒答 | 7 | 71.4 | 14.3 | 14.3 | 83.6 |
| 居住縣市 # | 北部地區 | 151 | 92.1 | 7.9 | 0 | 98.8 |
| | 中部地區 | 150 | 94 | 6 | 0 | 99.1 |
| | 南部地區 | 151 | 62.9 | 36.4 | 0.7 | 93.8 |
| | 東部地區 | 47 | 61.7 | 38.3 | 0 | 94.3 |

說明1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05，**：P<0.01，***：P<0.001）。

說明2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於5之比例不得大於25)，不進行卡方檢定。

表4-55 台糖蜜鄰超市服務人員回答顧客問題的解釋說明交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 分數 |
|-----------|--------|-----|------|------|------|-------|
| 總計 | | 492 | 78.7 | 21.1 | 0.2 | 96.6 |
| 性別 # | 男 | 230 | 73.9 | 26.1 | 0 | 96.1 |
| | 女 | 262 | 82.8 | 16.8 | 0.4 | 97.1 |
| 年齡 # | 19歲含以下 | 11 | 100 | 0 | 0 | 100.0 |
| | 20-29歲 | 43 | 76.7 | 23.3 | 0 | 96.5 |
| | 30-39歲 | 97 | 68 | 32 | 0 | 95.2 |
| | 40-49歲 | 128 | 71.1 | 28.9 | 0 | 95.7 |
| | 50-59歲 | 90 | 77.8 | 22.2 | 0 | 96.7 |
| | 60歲及以上 | 116 | 95.7 | 3.4 | 0.9 | 98.6 |
| | 拒答 | 7 | 71.4 | 28.6 | 0 | 95.7 |
| 居住縣市 # | 北部地區 | 146 | 93.8 | 5.5 | 0.7 | 98.5 |
| | 中部地區 | 148 | 96.6 | 3.4 | 0 | 99.5 |
| | 南部地區 | 151 | 55.6 | 44.4 | 0 | 93.3 |
| | 東部地區 | 47 | 48.9 | 51.1 | 0 | 92.3 |

說明1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05，**：P<0.01，***：P<0.001）。

說明2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於5之比例不得大於25)，不進行卡方檢定。

表4-56 台糖蜜鄰超市服務人員服務顧客的速度交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 分數 |
|------|-------------|-----|------|------|-------|
| 總計 | | 499 | 80.2 | 19.8 | 97.0 |
| 性別 | 男 | 232 | 75.4 | 24.6 | 96.3 |
| | * 女 | 267 | 84.3 | 15.7 | 97.6 |
| 年齡 | 19 歲含以下 | 13 | 100 | 0 | 100.0 |
| | *** 20-29 歲 | 43 | 83.7 | 16.3 | 97.6 |
| | 30-39 歲 | 99 | 69.7 | 30.3 | 95.5 |
| | 40-49 歲 | 128 | 71.1 | 28.9 | 95.7 |
| | 50-59 歲 | 91 | 80.2 | 19.8 | 97.0 |
| | 60 歲及以上 | 119 | 95 | 5 | 99.3 |
| | 拒答 | 6 | 83.3 | 16.7 | 97.5 |
| 居住縣市 | 北部地區 | 151 | 94.7 | 5.3 | 99.2 |
| | *** 中部地區 | 151 | 97.4 | 2.6 | 99.6 |
| | 南部地區 | 150 | 55.3 | 44.7 | 93.3 |
| | 東部地區 | 47 | 57.4 | 42.6 | 93.6 |

說明 1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001）。

說明 2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於 5 之比例不得大於 25)，不進行卡方檢定。

四、確實性

1. 整體分析

針對確實性進行滿意度分數排序，結果顯示蜜鄰超市引導標示設施滿意度分數較高，分數為 96.8 分，其次為蜜鄰超市服務人員的服務態度，分數為 96.5 分。

表4-57 確實性題項滿意度

| 整體分數 | 有效樣本 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 非常不滿意 | 滿意度分數 |
|---------------|------|------|------|------|-------|-------|
| 蜜鄰超市引導標示設施 | 475 | 78.5 | 21.5 | 0.0 | 0.0 | 96.8 |
| 蜜鄰超市服務人員的服務態度 | 500 | 76.4 | 23.6 | 0.0 | 0.0 | 96.5 |

2. 歷年比較

進一步對於 110-112 年進行探討，結果發現蜜鄰超市引導標示設施滿意度分數以 112 年最高，其滿意度分數在抽樣誤差範圍內；蜜鄰超市服務人員的服務態度滿意度分數以 111 年最高。

表4-58 確實性歷年比較

| 歷年比較 | 110 年 | | 111 年 | | 112 年 | |
|---------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 有效樣本 | 滿意度分數 | 有效樣本 | 滿意度分數 | 有效樣本 | 滿意度分數 |
| 蜜鄰超市引導標示設施 | 457 | 95.5 | 473 | 95.8 | 475 | 96.8 |
| 蜜鄰超市服務人員的服務態度 | 498 | 96.5 | 496 | 97.0 | 500 | 96.5 |

3.交叉分析

針對「台糖蜜鄰超市引導標示設施」、「台糖蜜鄰超市服務人員的服務態度」與基本變項進行卡方獨立性檢驗，結果發現：

對於「台糖蜜鄰超市引導標示設施滿意度」因性別、年齡及居住縣市不同而有所差異，表示對台糖蜜鄰超市引導標示設施非常滿意的民眾性別為女(82.8%)、年齡為 19 歲含以下(100.0%)、居住縣市為中部地區(94.1%)的比例較高。

對於「台糖蜜鄰超市服務人員的服務態度滿意度」因性別、年齡及居住縣市不同而有所差異，表示對台糖蜜鄰超市服務人員的服務態度非常滿意的民眾性別為女(80.1%)、年齡為 19 歲含以下(100.0%)、居住縣市為北部地區及中部地區(96.7%)的比例較高。

表4-59 台糖蜜鄰超市引導標示設施交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 分數 |
|-------------|---------|-----|------|------|-------|
| 總計 | | 475 | 78.5 | 21.5 | 96.8 |
| 性別 *** | 男 | 225 | 73.8 | 26.2 | 96.1 |
| | 女 | 250 | 82.8 | 17.2 | 97.4 |
| 年齡 *** | 19 歲含以下 | 11 | 100 | 0 | 100.0 |
| | 20-29 歲 | 43 | 81.4 | 18.6 | 97.2 |
| | 30-39 歲 | 96 | 68.8 | 31.2 | 95.3 |
| | 40-49 歲 | 122 | 72.1 | 27.9 | 95.8 |
| | 50-59 歲 | 85 | 75.3 | 24.7 | 96.3 |
| | 60 歲及以上 | 113 | 92 | 8 | 98.8 |
| | 拒答 | 5 | 100 | 0 | 100.0 |
| 居住縣市 *** | 北部地區 | 142 | 91.5 | 8.5 | 98.7 |
| | 中部地區 | 136 | 94.1 | 5.9 | 99.1 |
| | 南部地區 | 150 | 59.3 | 40.7 | 93.9 |
| | 東部地區 | 47 | 55.3 | 44.7 | 93.3 |

說明 1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。(* : $P < 0.05$, ** : $P < 0.01$, *** : $P < 0.001$)。

說明 2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於 5 之比例不得大於 25)，不進行卡方檢定。

表4-60 台糖蜜鄰超市服務人員的服務態度交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 分數 |
|------|------------|-----|------|------|-------|
| 總計 | | 500 | 76.4 | 23.6 | 96.5 |
| 性別 | 男 | 233 | 72.1 | 27.9 | 95.8 |
| | * 女 | 267 | 80.1 | 19.9 | 97.0 |
| 年齡 | 19歲含以下 | 13 | 100 | 0 | 100.0 |
| | *** 20-29歲 | 43 | 76.7 | 23.3 | 96.5 |
| | 30-39歲 | 99 | 63.6 | 36.4 | 94.5 |
| | 40-49歲 | 128 | 64.1 | 35.9 | 94.6 |
| | 50-59歲 | 91 | 80.2 | 19.8 | 97.0 |
| | 60歲及以上 | 119 | 95 | 5 | 99.3 |
| | 拒答 | 7 | 71.4 | 28.6 | 95.7 |
| 居住縣市 | 北部地區 | 151 | 96.7 | 3.3 | 99.5 |
| | *** 中部地區 | 151 | 96.7 | 3.3 | 99.5 |
| | 南部地區 | 151 | 46.4 | 53.6 | 92.0 |
| | 東部地區 | 47 | 42.6 | 57.4 | 91.4 |

說明 1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001）。

說明 2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於 5 之比例不得大於 25)，不進行卡方檢定。

五、關懷性

1. 整體分析

針對關懷性進行滿意度分數排序，結果顯示蜜鄰超市提供新鮮、優質有機的安全農產品滿意度較高，分數為 95.5 分，其次為蜜鄰超市提供商品退換貨的服務，分數為 95.7 分。

表4-61 關懷性題項滿意度

| 整體分數 | 有效 樣本 | 非常 滿意 | 有點 滿意 | 不太 滿意 | 非常 不滿意 | 滿意度 分數 |
|---------------------|----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|
| 蜜鄰超市提供新鮮、優質有機的安全農產品 | 420 | 71.4 | 28.4 | 0.2 | 0.0 | 95.5 |
| 蜜鄰超市提供商品退換貨的服務 | 326 | 71.2 | 28.8 | 0.0 | 0.0 | 95.7 |

2. 歷年比較

進一步對於 110-112 年進行探討，結果發現蜜鄰超市提供新鮮、優質有機的安全農產品滿意度分數以 111 年、112 年最高，其滿意度分數在抽樣誤差範圍內；蜜鄰超市提供商品退換貨的服務滿意度分數以 112 年最高。

表4-62 確實性歷年比較

| 歷年比較 | 110 年 | | 111 年 | | 112 年 | |
|---------------------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
| | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 |
| 蜜鄰超市提供新鮮、優質有機的安全農產品 | 373 | 94.3 | 397 | 95.5 | 420 | 95.5 |
| 蜜鄰超市提供商品退換貨的服務 | 301 | 94.5 | 239 | 95.1 | 326 | 95.7 |

3.交叉分析

針對「台糖蜜鄰超市提供新鮮、優質有機的安全農產品」、「台糖蜜鄰超市提供商品退換貨的服務」與基本變項進行卡方獨立性檢驗，結果發現對於「台糖蜜鄰超市提供商品退換貨的服務滿意度」因居住縣市不同而有所差異，表示對台糖蜜鄰超市提供商品退換貨的服務非常滿意的民眾居住縣市為北部地區(96.7%)的比例較高。

表4-63 台糖蜜鄰超市提供新鮮、優質有機的安全農產品交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 分數 |
|-----------|--------|-----|------|------|------|-------|
| 總計 | | 420 | 71.4 | 28.4 | 0.2 | 95.5 |
| 性別 | 男 | 196 | 68.4 | 31.6 | 0 | 95.3 |
| | 女 | 224 | 74.1 | 25.5 | 0.4 | 95.8 |
| 年齡 # | 19歲含以下 | 12 | 100 | 0 | 0 | 100.0 |
| | 20-29歲 | 34 | 73.5 | 26.5 | 0 | 96.0 |
| | 30-39歲 | 92 | 59.8 | 40.2 | 0 | 94.0 |
| | 40-49歲 | 113 | 64.6 | 35.4 | 0 | 94.7 |
| | 50-59歲 | 77 | 70.1 | 28.6 | 1.3 | 94.4 |
| | 60歲及以上 | 85 | 87.1 | 12.9 | 0 | 98.1 |
| | 拒答 | 7 | 100 | 0 | 0 | 100.0 |
| 居住縣市 # | 北部地區 | 129 | 91.5 | 7.8 | 0.7 | 98.1 |
| | 中部地區 | 93 | 89.2 | 10.8 | 0 | 98.4 |
| | 南部地區 | 151 | 52.3 | 47.7 | 0 | 92.8 |
| | 東部地區 | 47 | 42.6 | 57.4 | 0 | 91.4 |

說明1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001）。

說明2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於5之比例不得大於25)，不進行卡方檢定。

表4-64 台糖蜜鄰超市提供商品退換貨的服務滿意度交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 分數 |
|-------------|--------|-----|------|------|-------|
| 總計 | | 326 | 71.2 | 28.8 | 95.7 |
| 性別 | 男 | 159 | 68.6 | 31.4 | 95.3 |
| | 女 | 167 | 73.7 | 26.3 | 96.1 |
| 年齡 # | 19歲含以下 | 6 | 100 | 0 | 100.0 |
| | 20-29歲 | 33 | 78.8 | 21.2 | 96.8 |
| | 30-39歲 | 74 | 62.2 | 37.8 | 94.3 |
| | 40-49歲 | 90 | 58.9 | 41.1 | 93.8 |
| | 50-59歲 | 61 | 68.9 | 31.1 | 95.3 |
| | 60歲及以上 | 59 | 94.9 | 5.1 | 99.2 |
| | 拒答 | 3 | 100 | 0 | 100.0 |
| 居住縣市 *** | 北部地區 | 61 | 96.7 | 3.3 | 99.5 |
| | 中部地區 | 68 | 94.1 | 5.9 | 99.1 |
| | 南部地區 | 150 | 55.3 | 44.7 | 93.3 |
| | 東部地區 | 47 | 55.3 | 44.7 | 93.3 |

說明1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001）。

說明2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於5之比例不得大於25)，不進行卡方檢定。

六、企業形象

1. 整體分析

針對企業形象進行滿意度分數調查，結果顯示蜜鄰超市舉辦各種關懷社會的愛心公益活動之滿意度分數為 96.2 分。

表4-65 企業形象滿意度題項滿意度

| 整體分數 | 有效 樣本 | 非常 滿意 | 有點 滿意 | 不太 滿意 | 非常 不滿意 | 滿意度 分數 |
|---------------------|----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|
| 蜜鄰超市舉辦各種關懷社會的愛心公益活動 | 362 | 76.2 | 23.5 | 0.3 | 0.0 | 96.2 |

2. 歷年比較

進一步對於 110-112 年進行探討，結果發現蜜鄰超市舉辦各種關懷社會的愛心公益活動滿意度分數以 112 年最高，其滿意度分數在抽樣誤差範圍內。

表4-66 企業形象滿意度歷年比較

| 歷年比較 | 110 年 | | 111 年 | | 112 年 | |
|-------------------------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
| | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 |
| 蜜鄰超市舉辦各種關懷社會的 愛心公益活動 | 307 | 95.2 | 331 | 95.6 | 362 | 96.2 |

3.交叉分析

針對「台糖蜜鄰超市舉辦各種關懷社會的愛心公益活動」與基本變項進行卡方獨立性檢驗，結果發現無呈現顯著差異。

表4-67 台糖蜜鄰超市舉辦各種關懷社會的愛心公益活動交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 分數 |
|-----------|--------|-----|------|------|------|-------|
| 總計 | | 362 | 76.2 | 23.5 | 0.3 | 96.2 |
| 性別 | 男 | 174 | 75.9 | 24.1 | 0 | 96.4 |
| | 女 | 188 | 76.6 | 22.9 | 0.5 | 96.1 |
| 年齡 # | 19歲含以下 | 13 | 100 | 0 | 0 | 100.0 |
| | 20-29歲 | 36 | 83.3 | 16.7 | 0 | 97.5 |
| | 30-39歲 | 73 | 71.2 | 27.4 | 1.4 | 94.5 |
| | 40-49歲 | 106 | 66 | 34 | 0 | 94.9 |
| | 50-59歲 | 66 | 74.2 | 25.8 | 0 | 96.1 |
| | 60歲及以上 | 64 | 92.2 | 7.8 | 0 | 98.8 |
| | 拒答 | 4 | 75 | 25 | 0 | 96.3 |
| 居住縣市 # | 北部地區 | 84 | 91.7 | 7.1 | 1.2 | 97.7 |
| | 中部地區 | 81 | 95.1 | 4.9 | 0 | 99.3 |
| | 南部地區 | 150 | 61.3 | 38.7 | 0 | 94.2 |
| | 東部地區 | 47 | 63.8 | 36.2 | 0 | 94.6 |

說明1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001）。

說明2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於5之比例不得大於25)，不進行卡方檢定。

七、顧客整體滿意度及顧客抱怨處理

1. 整體分析

針對顧客整體滿意度及顧客抱怨處理進行滿意度分數排序，結果顯示 0800 免費客服專線、顧客意見信箱等服務品質滿意度分數較高，分數為 98.3 分，其次為蜜鄰超市的整體服務，分數為 97.2 分。不滿意原因如表 4-69。

表4-68 顧客整體滿意度及顧客抱怨處理題項滿意度

| 整體分數 | 有效樣本 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 非常不滿意 | 滿意度分數 |
|-------------------------|------|------|------|------|-------|-------|
| 蜜鄰超市的整體服務 | 497 | 83.3 | 16.3 | 0.4 | 0.0 | 97.2 |
| 0800 免費客服專線、顧客意見信箱等服務品質 | 220 | 88.6 | 11.4 | 0.0 | 0.0 | 98.3 |

表4-69 蜜鄰超市整體服務不滿意原因

| 蜜鄰超市整體服務不滿意原因 | 次數 |
|---------------|----|
| 廁所故障，無法使用 | 1 |

2. 歷年比較

進一步對於 110-112 年進行探討，結果發現公司設有 0800 免費客服專線、顧客意見信箱等服務品質及蜜鄰超市的整體服務滿意度分數皆以 112 年最高。

表4-70 顧客整體滿意度及顧客抱怨處理歷年比較

| 歷年比較 | 110年 | | 111年 | | 112年 | |
|--------------------------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
| | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 |
| 蜜鄰超市的整體服務 | 498 | 95.1 | 493 | 96.9 | 497 | 97.2 |
| 設置 0800 客服專線及顧客意見信箱等服務品質 | 273 | 93.9 | 116 | 97.0 | 220 | 98.3 |

3.交叉分析

針對「蜜鄰超市的整體服務」、「設置 0800 客服專線及顧客意見信箱等服務品質」、與基本變項進行卡方獨立性檢驗，結果發現無呈現顯著差異。

表4-71 蜜鄰超市的整體服務的結果交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 分數 |
|-----------|--------|-----|------|------|------|-------|
| 總計 | | 497 | 83.3 | 16.3 | 0.4 | 97.2 |
| 性別 | 男 | 232 | 79.3 | 20.3 | 0.4 | 96.6 |
| | 女 | 265 | 86.8 | 12.8 | 0.4 | 97.7 |
| 年齡 # | 19歲含以下 | 13 | 100 | 0 | 0 | 100.0 |
| | 20-29歲 | 42 | 83.3 | 16.7 | 0 | 97.5 |
| | 30-39歲 | 99 | 74.7 | 25.3 | 0 | 96.2 |
| | 40-49歲 | 128 | 78.9 | 21.1 | 0 | 96.8 |
| | 50-59歲 | 91 | 79.1 | 20.9 | 0 | 96.9 |
| | 60歲及以上 | 117 | 97.4 | 2.6 | 0 | 99.6 |
| | 拒答 | 7 | 71.4 | 0 | 28.6 | 71.4 |
| 居住縣市 # | 北部地區 | 149 | 94 | 5.4 | 0.6 | 98.6 |
| | 中部地區 | 150 | 96.7 | 3.3 | 0 | 99.5 |
| | 南部地區 | 151 | 64.2 | 35.1 | 0.7 | 94.0 |
| | 東部地區 | 47 | 68.1 | 31.9 | 0 | 95.2 |

說明 1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05，**：P<0.01，***：P<0.001）。

說明 2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於 5 之比例不得大於 25)，不進行卡方檢定。

表4-72 設置 0800 客服專線及顧客意見信箱等服務品質交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 分數 |
|-----------|---------|-----|------|------|-------|
| 總計 | | 220 | 88.6 | 11.4 | 98.3 |
| 性別 | 男 | 110 | 86.4 | 13.6 | 98.0 |
| | 女 | 110 | 90.9 | 9.1 | 98.6 |
| 年齡 | 19 歲含以下 | 7 | 100 | 0 | 100.0 |
| | 20-29 歲 | 27 | 92.6 | 7.4 | 98.9 |
| | 30-39 歲 | 55 | 87.3 | 12.7 | 98.1 |
| | 40-49 歲 | 48 | 81.3 | 18.7 | 97.2 |
| | 50-59 歲 | 42 | 85.7 | 14.3 | 97.9 |
| | 60 歲及以上 | 40 | 97.5 | 2.5 | 99.6 |
| | 拒答 | 1 | 100 | 0 | 100.0 |
| 居住縣市 # | 北部地區 | 40 | 100 | 0 | 100.0 |
| | 中部地區 | 32 | 96.9 | 3.1 | 99.5 |
| | 南部地區 | 114 | 79.8 | 20.2 | 97.0 |
| | 東部地區 | 34 | 97.1 | 2.9 | 99.6 |

說明 1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001）。

說明 2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於 5 之比例不得大於 25)，不進行卡方檢定。

八、選擇到蜜鄰超市的原因

選擇到蜜鄰超市的原因，以地點便利比例較高，佔 82.8%，其次為商品品質佳，佔 44.4%。

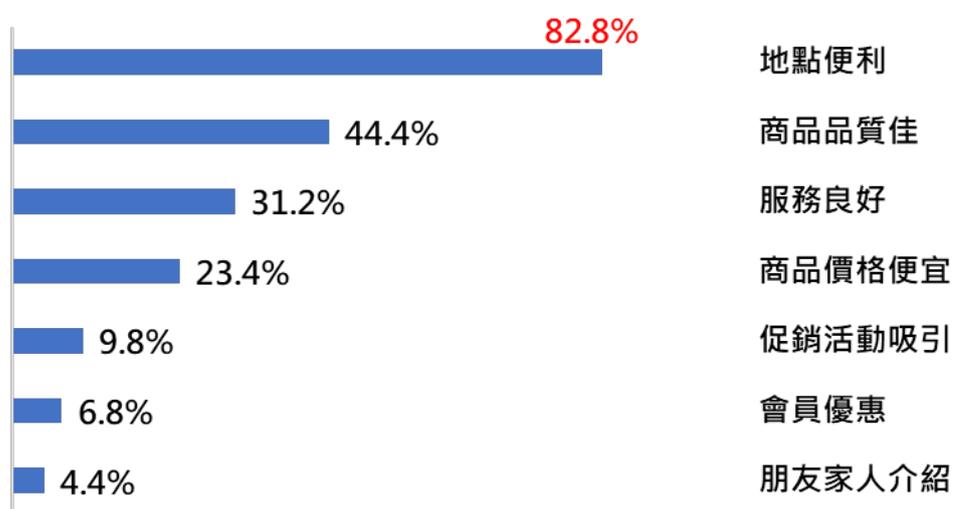


圖4-2 選擇到蜜鄰超市的原因

第三節 面訪加油站分析

一、有形性

1. 整體分析

針對有形性進行滿意度分數排序，結果顯示加油站人員主動告知消費金額及提供收據滿意度分數較高，分數為 96.5 分，其次為加油站人員穿著的整潔度，分數為 95.5 分。

表4-73 有形性題項滿意度

| 整體分數 | 有效 樣本 | 非常 滿意 | 有點 滿意 | 不太 滿意 | 非常 不滿意 | 滿意度 分數 |
|--------------------|----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|
| 加油站環境及設施整潔程度 | 449 | 61.5 | 38.5 | 0.0 | 0.0 | 94.2 |
| 加油站人員穿著的整潔度 | 450 | 69.8 | 30.2 | 0.0 | 0.0 | 95.5 |
| 加油站人員主動告知消費金額及提供收據 | 448 | 76.8 | 23.2 | 0.0 | 0.0 | 96.5 |

2. 歷年比較

進一步對於 110-112 年進行探討，結果發現加油站環境及設施整潔程度、台糖加油站人員穿著的整潔度、加油站人員主動告知消費金額及提供收據滿意度分數以 111 年最高。

表4-74 有形性歷年比較

| 歷年比較 | 110 年 | | 111 年 | | 112 年 | |
|--------------------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
| | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 |
| 加油站環境及設施整潔程度 | 449 | 95.4 | 450 | 98.7 | 449 | 94.2 |
| 加油站人員穿著的整潔度 | 447 | 95.2 | 449 | 97.5 | 450 | 95.5 |
| 加油站人員主動告知消費金額及提供收據 | 443 | 95.2 | 449 | 97.6 | 448 | 96.5 |

3.交叉分析

針對「台糖加油站環境及設施整潔程度滿意度」、「台糖加油站人員穿著的整潔度」、「台糖加油站人員主動告知消費金額及提供收據滿意度」與基本變項進行卡方獨立性檢驗，結果發現「台糖加油站環境及設施整潔程度滿意度」、「台糖加油站人員穿著的整潔度」、「台糖加油站人員主動告知消費金額及提供收據滿意度」與基本變項無呈現顯著差異。

表4-75 台糖加油站環境及設施整潔程度滿意度交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 分數 |
|------|---------|-----|-------|------|-------|
| 總計 | | 449 | 61.5 | 38.5 | 94.2 |
| 性別 | 男 | 284 | 61.6 | 38.4 | 94.2 |
| # | 女 | 165 | 61.2 | 38.8 | 94.2 |
| 年齡 | 18-19 歲 | 15 | 93.3 | 6.7 | 99.0 |
| # | 20-29 歲 | 52 | 69.2 | 30.8 | 95.4 |
| | 30-39 歲 | 96 | 54.2 | 45.8 | 93.1 |
| | 40-49 歲 | 148 | 44.6 | 55.4 | 91.7 |
| | 50-59 歲 | 74 | 68.9 | 31.1 | 95.3 |
| | 60 歲及以上 | 60 | 88.3 | 11.7 | 98.2 |
| | 拒答 | 4 | 100.0 | 0.0 | 100.0 |
| 居住縣市 | 北部地區 | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| # | 中部地區 | 181 | 93.9 | 6.1 | 99.1 |
| | 南部地區 | 214 | 36.9 | 63.1 | 90.5 |
| | 東部地區 | 54 | 50.0 | 50.0 | 92.5 |

說明 1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001）。

說明 2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於 5 之比例不得大於 25%)，不進行卡方檢定。

表4-76 台糖加油站人員穿著的整潔度滿意度交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 分數 |
|------|-----------|-----|-------|------|-------|
| 總計 | | 450 | 69.8 | 30.2 | 95.5 |
| 性別 | 男 | 284 | 69.7 | 30.3 | 95.5 |
| | # 女 | 166 | 69.9 | 30.1 | 95.5 |
| 年齡 | 18-19 歲 | 15 | 93.3 | 6.7 | 99.0 |
| | # 20-29 歲 | 52 | 71.2 | 28.8 | 95.7 |
| | 30-39 歲 | 96 | 58.3 | 41.7 | 93.7 |
| | 40-49 歲 | 148 | 56.1 | 43.9 | 93.4 |
| | 50-59 歲 | 75 | 84.0 | 16.0 | 97.6 |
| | 60 歲及以上 | 60 | 95.0 | 5.0 | 99.3 |
| | 拒答 | 4 | 100.0 | 0.0 | 100.0 |
| 居住縣市 | 北部地區 | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | # 中部地區 | 182 | 97.8 | 2.2 | 99.7 |
| | 南部地區 | 214 | 50.5 | 49.5 | 92.6 |
| | 東部地區 | 54 | 51.9 | 48.1 | 92.8 |

說明 1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001）。

說明 2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於 5 之比例不得大於 25%)，不進行卡方檢定。

表4-77 台糖加油站人員主動告知消費金額及提供收據滿意度交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 分數 |
|------|-----------|-----|-------|------|-------|
| 總計 | | 448 | 76.8 | 23.2 | 96.5 |
| 性別 | 男 | 284 | 77.5 | 22.5 | 96.6 |
| | # 女 | 164 | 75.6 | 24.4 | 96.3 |
| 年齡 | 18-19 歲 | 15 | 86.7 | 13.3 | 98.0 |
| | # 20-29 歲 | 51 | 76.5 | 23.5 | 96.5 |
| | 30-39 歲 | 96 | 72.9 | 27.1 | 95.9 |
| | 40-49 歲 | 147 | 67.3 | 32.7 | 95.1 |
| | 50-59 歲 | 75 | 82.7 | 17.3 | 97.4 |
| | 60 歲及以上 | 60 | 95.0 | 5.0 | 99.3 |
| | 拒答 | 4 | 100.0 | 0.0 | 100.0 |
| 居住縣市 | 北部地區 | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | # 中部地區 | 181 | 98.9 | 1.1 | 99.8 |
| | 南部地區 | 213 | 61.5 | 38.5 | 94.2 |
| | 東部地區 | 54 | 63.0 | 37.0 | 94.5 |

說明 1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001）。

說明 2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於 5 之比例不得大於 25%)，不進行卡方檢定。

二、可靠性

1. 整體分析

針對可靠性進行滿意度分數排序，結果顯示加油站內油品單價標示明確性滿意度分數較高，分數為 96.2 分，其次為加油站人員加油動作熟練度，分數為 95.4 分。

表4-78 可靠性題項滿意度

| 整體分數 | 有效 樣本 | 非常 滿意 | 有點 滿意 | 不太 滿意 | 非常 不滿意 | 滿意度 分數 |
|---------------|----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|
| 加油站內油品單價標示明確性 | 448 | 76.1 | 23.7 | 0.2 | 0.0 | 96.2 |
| 加油站人員加油動作熟練度 | 449 | 69.5 | 30.5 | 0.0 | 0.0 | 95.4 |

2. 歷年比較

進一步對於 110-112 年進行探討，結果發現加油站內油品單價標示明確性、加油站人員加油動作熟練度滿意度分數以 111 年最高。

表4-79 可靠性歷年比較

| 歷年比較 | 110 年 | | 111 年 | | 112 年 | |
|---------------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
| | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 |
| 加油站內油品單價標示明確性 | 431 | 95.7 | 450 | 98.2 | 448 | 96.2 |
| 加油站人員加油動作熟練度 | 446 | 94.3 | 450 | 97.7 | 449 | 95.4 |

3.交叉分析

針對「台糖加油站內油品單價標示明確性滿意度」、「台糖加油站人員加油動作熟練度滿意度」與基本變項進行卡方獨立性檢驗，結果發現「台糖加油站內油品單價標示明確性滿意度」、「台糖加油站人員加油動作熟練度滿意度」與基本變項無呈現顯著差異。

表4-80 台糖加油站內油品單價標示明確性滿意度交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 分數 |
|------|---------|-----|-------|------|------|-------|
| 總計 | | 448 | 76.1 | 23.7 | 0.2 | 96.2 |
| 性別 | 男 | 283 | 76.3 | 23.3 | 0.4 | 96.1 |
| # | 女 | 165 | 75.8 | 24.2 | 0.0 | 96.4 |
| 年齡 | 18-19 歲 | 15 | 80.0 | 20.0 | 0.0 | 97.0 |
| # | 20-29 歲 | 53 | 81.1 | 18.9 | 0.0 | 97.2 |
| | 30-39 歲 | 95 | 71.6 | 28.4 | 0.0 | 95.7 |
| | 40-49 歲 | 148 | 68.2 | 31.1 | 0.7 | 94.6 |
| | 50-59 歲 | 74 | 78.4 | 21.6 | 0.0 | 96.8 |
| | 60 歲及以上 | 59 | 93.2 | 6.8 | 0.0 | 99.0 |
| | 拒答 | 4 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| 居住縣市 | 北部地區 | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| # | 中部地區 | 180 | 99.4 | 0.6 | 0.0 | 99.9 |
| | 南部地區 | 213 | 62.9 | 36.6 | 0.5 | 94.0 |
| | 東部地區 | 55 | 50.9 | 49.1 | 0.0 | 92.6 |

說明 1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001）。

說明 2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於 5 之比例不得大於 25%)，不進行卡方檢定。

表4-81 台糖加油站人員加油動作熟練度滿意度交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 分數 |
|------|-----------|-----|-------|------|-------|
| 總計 | | 449 | 69.5 | 30.5 | 95.4 |
| 性別 | 男 | 284 | 71.5 | 28.5 | 95.7 |
| | # 女 | 165 | 66.1 | 33.9 | 94.9 |
| 年齡 | 18-19 歲 | 15 | 80.0 | 20.0 | 97.0 |
| | # 20-29 歲 | 52 | 73.1 | 26.9 | 96.0 |
| | 30-39 歲 | 96 | 57.3 | 42.7 | 93.6 |
| | 40-49 歲 | 148 | 64.9 | 35.1 | 94.7 |
| | 50-59 歲 | 74 | 70.3 | 29.7 | 95.5 |
| | 60 歲及以上 | 60 | 91.7 | 8.3 | 98.8 |
| | 拒答 | 4 | 100.0 | 0.0 | 100.0 |
| 居住縣市 | 北部地區 | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | # 中部地區 | 182 | 97.3 | 2.7 | 99.6 |
| | 南部地區 | 214 | 51.4 | 48.6 | 92.7 |
| | 東部地區 | 53 | 47.2 | 52.8 | 92.1 |

說明 1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001）。

說明 2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於 5 之比例不得大於 25%)，不進行卡方檢定。

三、回應性

1. 整體分析

針對回應性進行滿意度分數排序，結果顯示加油站服務人員招呼詢問滿意度分數較高，分數為 95.2 分，其次為加油站人員告知油錶歸零，分數為 94.9 分。

表4-82 回應性題項滿意度

| 整體分數 | 有效 樣本 | 非常 滿意 | 有點 滿意 | 不太 滿意 | 非常 不滿意 | 滿意度 分數 |
|-------------|----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|
| 加油站服務人員招呼詢問 | 450 | 69.1 | 30.7 | 0.2 | 0.0 | 95.2 |
| 加油站人員告知油錶歸零 | 449 | 65.9 | 34.1 | 0.0 | 0.0 | 94.9 |

2. 歷年比較

進一步對於 110-112 年進行探討，結果發現加油站服務人員的招呼詢問、加油站人員告知油錶歸零滿意度分數以 111 年最高。

表4-83 回應性歷年比較

| 歷年比較 | 110 年 | | 111 年 | | 112 年 | |
|-------------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
| | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 |
| 加油站服務人員招呼詢問 | 444 | 94.9 | 450 | 96.9 | 450 | 95.2 |
| 加油站人員告知油錶歸零 | 443 | 94.5 | 450 | 98.1 | 449 | 94.9 |

3.交叉分析

針對「台糖加油站服務人員的招呼詢問滿意度」、「台糖加油站人員告知油錶歸零滿意度」與基本變項進行卡方獨立性檢驗，結果發現「台糖加油站服務人員的招呼詢問滿意度」、「台糖加油站人員告知油錶歸零滿意度」與基本變項無呈現顯著差異。

表4-84 台糖加油站服務人員的招呼詢問滿意度交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 分數 |
|------|---------|-----|-------|------|------|-------|
| 總計 | | 450 | 69.1 | 30.7 | 0.2 | 95.2 |
| 性別 | 男 | 284 | 68.7 | 31.0 | 0.3 | 95.1 |
| # | 女 | 166 | 69.9 | 30.1 | 0.0 | 95.5 |
| 年齡 | 18-19 歲 | 15 | 86.7 | 13.3 | 0.0 | 98.0 |
| # | 20-29 歲 | 52 | 75.0 | 25.0 | 0.0 | 96.3 |
| | 30-39 歲 | 96 | 59.4 | 40.6 | 0.0 | 93.9 |
| | 40-49 歲 | 148 | 58.1 | 41.9 | 0.0 | 93.7 |
| | 50-59 歲 | 75 | 72.0 | 26.7 | 1.3 | 94.7 |
| | 60 歲及以上 | 60 | 96.7 | 3.3 | 0.0 | 99.5 |
| | 拒答 | 4 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| 居住縣市 | 北部地區 | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| # | 中部地區 | 182 | 97.3 | 2.7 | 0.0 | 99.6 |
| | 南部地區 | 214 | 49.1 | 50.5 | 0.4 | 92.0 |
| | 東部地區 | 54 | 53.7 | 46.3 | 0.0 | 93.1 |

說明 1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001）。

說明 2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於 5 之比例不得大於 25%)，不進行卡方檢定。

表4-85 台糖加油站人員告知油錶歸零滿意度交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 分數 |
|------|---------|-----|-------|------|-------|
| 總計 | | 449 | 65.9 | 34.1 | 94.9 |
| 性別 | 男 | 283 | 67.8 | 32.2 | 95.2 |
| # | 女 | 166 | 62.7 | 37.3 | 94.4 |
| 年齡 | 18-19 歲 | 15 | 73.3 | 26.7 | 96.0 |
| # | 20-29 歲 | 51 | 70.6 | 29.4 | 95.6 |
| | 30-39 歲 | 96 | 60.4 | 39.6 | 94.1 |
| | 40-49 歲 | 148 | 56.1 | 43.9 | 93.4 |
| | 50-59 歲 | 75 | 65.3 | 34.7 | 94.8 |
| | 60 歲及以上 | 60 | 91.7 | 8.3 | 98.8 |
| | 拒答 | 4 | 100.0 | 0.0 | 100.0 |
| 居住縣市 | 北部地區 | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| # | 中部地區 | 182 | 98.9 | 1.1 | 99.8 |
| | 南部地區 | 214 | 41.1 | 58.9 | 91.2 |
| | 東部地區 | 53 | 52.8 | 47.2 | 92.9 |

說明 1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001）。

說明 2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於 5 之比例不得大於 25%)，不進行卡方檢定。

四、確實性

1. 整體分析

針對確實性進行滿意度分數排序，結果顯示加油站進出動線的標示滿意度分數較高，分數為 94.9 分，其次為加油站服務人員的態度，分數為 94.7 分。

表4-86 確實性題項滿意度

| 整體分數 | 有效 樣本 | 非常 滿意 | 有點 滿意 | 不太 滿意 | 非常 不滿意 | 滿意度 分數 |
|------------|----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|
| 加油站進出動線的標示 | 448 | 66.1 | 33.9 | 0.0 | 0.0 | 94.9 |
| 加油站服務人員的態度 | 451 | 64.7 | 35.3 | 0.0 | 0.0 | 94.7 |

2. 歷年比較

進一步對於 110-112 年進行探討，結果發現加油站進出動線的標示、加油站服務人員的態度滿意度分數以 111 年最高。

表4-87 確實性歷年比較

| 歷年比較 | 110 年 | | 111 年 | | 112 年 | |
|------------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
| | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 |
| 加油站進出動線的標示 | 441 | 92.9 | 449 | 97.5 | 448 | 94.9 |
| 加油站服務人員的態度 | 445 | 94.2 | 450 | 97.3 | 451 | 94.7 |

3.交叉分析

針對「台糖加油站進出動線的標示滿意度」、「台糖服務人員的態度滿意度」與基本變項進行卡方獨立性檢驗，結果發現「台糖加油站進出動線的標示滿意度」、「台糖服務人員的態度滿意度」與基本變項無呈現顯著差異。

表4-88 台糖加油站進出動線的標示滿意度交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 分數 |
|------|-----------|-----|-------|------|-------|
| 總計 | | 448 | 66.1 | 33.9 | 94.9 |
| 性別 | 男 | 283 | 68.2 | 31.8 | 95.2 |
| | # 女 | 165 | 62.4 | 37.6 | 94.4 |
| 年齡 | 18-19 歲 | 15 | 80.0 | 20.0 | 97.0 |
| | # 20-29 歲 | 51 | 68.6 | 31.4 | 95.3 |
| | 30-39 歲 | 96 | 65.6 | 34.4 | 94.8 |
| | 40-49 歲 | 148 | 48.6 | 51.4 | 92.3 |
| | 50-59 歲 | 74 | 71.6 | 28.4 | 95.7 |
| | 60 歲及以上 | 60 | 95.0 | 5.0 | 99.3 |
| | 拒答 | 4 | 100.0 | 0.0 | 100.0 |
| 居住縣市 | 北部地區 | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | # 中部地區 | 182 | 97.3 | 2.7 | 99.6 |
| | 南部地區 | 214 | 47.2 | 52.8 | 92.1 |
| | 東部地區 | 52 | 34.6 | 65.4 | 90.2 |

說明 1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001）。

說明 2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於 5 之比例不得大於 25%)，不進行卡方檢定。

表4-89 台糖服務人員的態度滿意度交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 分數 |
|------|-----------|-----|-------|------|-------|
| 總計 | | 451 | 64.7 | 35.3 | 94.7 |
| 性別 | 男 | 285 | 62.1 | 37.9 | 94.3 |
| | # 女 | 166 | 69.3 | 30.7 | 95.4 |
| 年齡 | 18-19 歲 | 15 | 73.3 | 26.7 | 96.0 |
| | # 20-29 歲 | 53 | 71.7 | 28.3 | 95.8 |
| | 30-39 歲 | 96 | 58.3 | 41.7 | 93.7 |
| | 40-49 歲 | 148 | 54.7 | 45.3 | 93.2 |
| | 50-59 歲 | 75 | 61.3 | 38.7 | 94.2 |
| | 60 歲及以上 | 60 | 93.3 | 6.7 | 99.0 |
| | 拒答 | 4 | 100.0 | 0.0 | 100.0 |
| 居住縣市 | 北部地區 | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | # 中部地區 | 182 | 97.8 | 2.2 | 99.7 |
| | 南部地區 | 214 | 37.9 | 62.1 | 90.7 |
| | 東部地區 | 55 | 60.0 | 40.0 | 94.0 |

說明 1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001）。

說明 2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於 5 之比例不得大於 25%)，不進行卡方檢定。

五、關懷性

1. 整體分析

針對關懷性進行滿意度分數排序，結果顯示加油站提供免費加水的服務滿意度分數較高，分數為 97.5 分，其次為加油站提供免費充氣的服務，分數為 97.3 分。

表4-90 關懷性題項滿意度

| 整體分數 | 有效樣本 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 非常不滿意 | 滿意度分數 |
|-----------------|------|------|------|------|-------|-------|
| 加油站提供免費加水的服務 | 317 | 83.6 | 16.4 | 0.0 | 0.0 | 97.5 |
| 加油站提供免費充氣的服務 | 326 | 83.4 | 16.3 | 0.3 | 0.0 | 97.3 |
| 加油站會員卡兌換商品的多樣性 | 394 | 53.0 | 46.2 | 0.8 | 0.0 | 92.3 |
| 加油站舉辦的會員卡積點促銷活動 | 395 | 62.3 | 37.5 | 0.2 | 0.0 | 94.2 |

2. 歷年比較

進一步對於 110-112 年進行探討，結果發現加油站提供免費加水的服務、加油站提供免費充氣的服務滿意度分數以 112 年最高，其滿意度分數在抽樣誤差範圍內；加油站會員卡兌換商品的多樣性、加油站舉辦的會員卡積點促銷活動滿意度分數以 111 年最高。

表4-91 關懷性歷年比較

| 歷年比較 | 110 年 | | 111 年 | | 112 年 | |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 有效樣本 | 滿意度分數 | 有效樣本 | 滿意度分數 | 有效樣本 | 滿意度分數 |
| 加油站提供免費加水的服務 | 393 | 94.2 | 261 | 96.3 | 317 | 97.5 |
| 加油站提供免費充氣的服務 | | | | | 326 | 97.3 |
| 加油站會員卡兌換商品的多樣性 | 355 | 92.6 | 419 | 97.8 | 394 | 92.3 |
| 加油站舉辦的會員卡積點促銷活動 | 357 | 94.3 | 420 | 98.0 | 395 | 94.2 |

3. 交叉分析

針對「台糖加油站提供免費加水的服務滿意度」、「台糖加油站提供免費充氣的服務滿意度」、「台糖加油站會員卡兌換商品的多樣性滿意度」、「台糖加油站舉辦的會員卡積點促銷活動滿意度」與基本變項進行卡方獨立性檢驗，結果發現「台糖加油站提供免費加水的服務滿意度」、「台糖加油站提供免費充氣的服務滿意度」、「台糖加油站會員卡兌換商品的多樣性滿意度」、「台糖加油站舉辦的會員卡積點促銷活動滿意度」與基本變項無呈現顯著差異。

表4-92 台糖加油站提供免費加水的服務滿意度交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 分數 |
|------|-----------|-----|-------|------|-------|
| 總計 | | 317 | 83.6 | 16.4 | 97.5 |
| 性別 | 男 | 207 | 85.5 | 14.5 | 97.8 |
| | # 女 | 110 | 80.0 | 20.0 | 97.0 |
| 年齡 | 18-19 歲 | 11 | 90.9 | 9.1 | 98.6 |
| | # 20-29 歲 | 38 | 78.9 | 21.1 | 96.8 |
| | 30-39 歲 | 68 | 86.8 | 13.2 | 98.0 |
| | 40-49 歲 | 113 | 80.5 | 19.5 | 97.1 |
| | 50-59 歲 | 49 | 79.6 | 20.4 | 96.9 |
| | 60 歲及以上 | 36 | 94.4 | 5.6 | 99.2 |
| | 拒答 | 2 | 100.0 | 0.0 | 100.0 |
| 居住縣市 | 北部地區 | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | # 中部地區 | 122 | 100.0 | 0.0 | 100.0 |
| | 南部地區 | 166 | 78.9 | 21.1 | 96.8 |
| | 東部地區 | 29 | 41.4 | 58.6 | 91.2 |

說明 1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001）。

說明 2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於 5 之比例不得大於 25%)，不進行卡方檢定。

表4-93 台糖加油站提供免費充氣的服務滿意度交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 分數 |
|------|---------|-----|-------|------|------|-------|
| 總計 | | 326 | 83.4 | 16.3 | 0.3 | 97.3 |
| 性別 | 男 | 212 | 85.8 | 13.7 | 0.5 | 97.4 |
| # | 女 | 114 | 78.9 | 21.1 | 0.0 | 96.8 |
| 年齡 | 18-19 歲 | 10 | 90.0 | 10.0 | 0.0 | 98.5 |
| # | 20-29 歲 | 43 | 86.0 | 14.0 | 0.0 | 97.9 |
| | 30-39 歲 | 70 | 84.3 | 15.7 | 0.0 | 97.6 |
| | 40-49 歲 | 113 | 81.4 | 18.6 | 0.0 | 97.2 |
| | 50-59 歲 | 51 | 82.4 | 17.6 | 0.0 | 97.4 |
| | 60 歲及以上 | 37 | 83.8 | 13.5 | 2.7 | 95.3 |
| | 拒答 | 2 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| 居住縣市 | 北部地區 | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| # | 中部地區 | 122 | 99.2 | 0.0 | 0.8 | 99.2 |
| | 南部地區 | 162 | 75.3 | 24.7 | 0.0 | 96.3 |
| | 東部地區 | 42 | 69.0 | 31.0 | 0.0 | 95.4 |

說明 1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001）。

說明 2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於 5 之比例不得大於 25%)，不進行卡方檢定。

表4-94 台糖加油站會員卡兌換商品的多樣性滿意度交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 分數 |
|------|---------|-----|-------|------|------|-------|
| 總計 | | 394 | 53.0 | 46.2 | 0.8 | 92.3 |
| 性別 | 男 | 251 | 55.0 | 43.8 | 1.2 | 92.2 |
| # | 女 | 143 | 49.7 | 50.3 | 0.0 | 92.5 |
| 年齡 | 18-19 歲 | 14 | 71.4 | 28.6 | 0.0 | 95.7 |
| # | 20-29 歲 | 49 | 63.3 | 34.7 | 2.0 | 92.8 |
| | 30-39 歲 | 89 | 43.8 | 56.2 | 0.0 | 91.6 |
| | 40-49 歲 | 135 | 37.8 | 61.5 | 0.7 | 90.1 |
| | 50-59 歲 | 61 | 59.0 | 39.4 | 1.6 | 92.5 |
| | 60 歲及以上 | 43 | 90.7 | 9.3 | 0.0 | 98.6 |
| | 拒答 | 3 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| 居住縣市 | 北部地區 | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| # | 中部地區 | 131 | 96.2 | 3.1 | 0.7 | 98.8 |
| | 南部地區 | 210 | 29.5 | 70.0 | 0.5 | 89.0 |
| | 東部地區 | 53 | 39.6 | 58.5 | 1.9 | 89.3 |

說明 1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001）。

說明 2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於 5 之比例不得大於 25%)，不進行卡方檢定。

表4-95 台糖加油站舉辦的會員卡積點促銷活動滿意度

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 分數 |
|------|-----------|-----|-------|------|------|-------|
| 總計 | | 395 | 62.3 | 37.5 | 0.2 | 94.2 |
| 性別 | 男 | 253 | 61.3 | 38.3 | 0.4 | 93.9 |
| | # 女 | 142 | 64.1 | 35.9 | 0.0 | 94.6 |
| 年齡 | 18-19 歲 | 14 | 71.4 | 28.6 | 0.0 | 95.7 |
| | # 20-29 歲 | 48 | 70.8 | 29.2 | 0.0 | 95.6 |
| | 30-39 歲 | 88 | 58.0 | 42.0 | 0.0 | 93.7 |
| | 40-49 歲 | 135 | 48.1 | 51.2 | 0.7 | 91.6 |
| | 50-59 歲 | 64 | 68.8 | 31.2 | 0.0 | 95.3 |
| | 60 歲及以上 | 43 | 90.7 | 9.3 | 0.0 | 98.6 |
| | 拒答 | 3 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| 居住縣市 | 北部地區 | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | # 中部地區 | 131 | 96.9 | 3.1 | 0.0 | 99.5 |
| | 南部地區 | 210 | 42.4 | 57.6 | 0.0 | 91.4 |
| | 東部地區 | 54 | 55.6 | 42.6 | 1.8 | 91.8 |

說明 1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001）。

說明 2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於 5 之比例不得大於 25%)，不進行卡方檢定。

六、企業形象

1. 整體分析

針對企業形象評估滿意度調查，結果顯示加油站舉辦各種關懷社會的愛心公益活動分數為 96.2 分。

表4-96 企業形象題項滿意度

| 整體分數 | 有效 樣本 | 非常 滿意 | 有點 滿意 | 不太 滿意 | 非常 不滿意 | 滿意度 分數 |
|--------------------|----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|
| 加油站舉辦各種關懷社會的愛心公益活動 | 400 | 74.8 | 25.2 | 0.0 | 0.0 | 96.2 |

2. 歷年比較

進一步對於 110-112 年進行探討，結果發現加油站舉辦各種關懷社會的愛心公益活動滿意度分數以 111 年最高。

表4-97 企業形象歷年比較

| 歷年比較 | 110 年 | | 111 年 | | 112 年 | |
|--------------------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
| | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 |
| 加油站舉辦各種關懷社會的愛心公益活動 | 371 | 93.3 | 418 | 97.9 | 400 | 96.2 |

3. 交叉分析

針對「台糖加油站舉辦各種關懷社會的愛心公益活動滿意度」與基本變項進行卡方獨立性檢驗，結果發現「台糖加油站舉辦各種關懷社會的愛心公益活動滿意度」與基本變項無呈現顯著差異。

表4-98 台糖加油站舉辦各種關懷社會的愛心公益活動滿意度交叉表

| 基本資料 | | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 非常不滿意 | 分數 |
|------|---------|-----|-------|------|------|-------|-------|
| 總計 | | 400 | 74.8 | 25.2 | 0.0 | 0.0 | 96.2 |
| 性別 | 男 | 253 | 72.7 | 27.3 | 0.0 | 0.0 | 95.9 |
| # | 女 | 147 | 78.2 | 21.8 | 0.0 | 0.0 | 96.7 |
| 年齡 | 18-19 歲 | 14 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| # | 20-29 歲 | 45 | 71.1 | 28.9 | 0.0 | 0.0 | 95.7 |
| | 30-39 歲 | 86 | 74.4 | 25.6 | 0.0 | 0.0 | 96.2 |
| | 40-49 歲 | 140 | 67.1 | 32.9 | 0.0 | 0.0 | 95.1 |
| | 50-59 歲 | 68 | 73.5 | 26.5 | 0.0 | 0.0 | 96.0 |
| | 60 歲及以上 | 44 | 95.5 | 4.5 | 0.0 | 0.0 | 99.3 |
| | 拒答 | 3 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| 居住縣市 | 北部地區 | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| # | 中部地區 | 139 | 97.8 | 2.2 | 0.0 | 0.0 | 99.7 |
| | 南部地區 | 211 | 64.0 | 36.0 | 0.0 | 0.0 | 94.6 |
| | 東部地區 | 50 | 56.0 | 44.0 | 0.0 | 0.0 | 93.4 |

說明 1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001）。

說明 2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於 5 之比例不得大於 25%)，不進行卡方檢定。

七、顧客整體滿意度及顧客抱怨處理

1. 整體分析

針對顧客整體滿意度及顧客抱怨處理進行滿意度調查，結果顯示 0800 免費客服專線、顧客意見信箱等服務品質分數較高，分數為 98.5 分，其次為加油站的整體服務，分數為 97.0 分。

表4-99 顧客抱怨處理及顧客整體滿意度題項滿意度

| 整體分數 | 有效 樣本 | 非常 滿意 | 有點 滿意 | 不太 滿意 | 非常 不滿意 | 滿意度 分數 |
|-------------------------|----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|
| 加油站的整體服務 | 448 | 80.1 | 19.9 | 0.0 | 0.0 | 97.0 |
| 0800 免費客服專線、顧客意見信箱等服務品質 | 263 | 89.7 | 10.3 | 0.0 | 0.0 | 98.5 |

2. 歷年比較

進一步對於 110-112 年進行探討，結果發現加油站的整體服務滿意度分數以 111 年最高，其滿意度分數在抽樣誤差範圍內；公司設有 0800 免費客服專線、顧客意見信箱等服務品質滿意度分數以 112 年最高。

表4-100 顧客抱怨處理及顧客整體滿意度歷年比較

| 歷年比較 | 110 年 | | 111 年 | | 112 年 | |
|-------------------------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
| | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 |
| 加油站的整體服務 | 448 | 93.7 | 450 | 97.3 | 448 | 97.0 |
| 0800 免費客服專線、顧客意見信箱等服務品質 | 319 | 92.5 | 224 | 95.4 | 263 | 98.5 |

3.交叉分析

針對「台糖加油站的整體服務滿意度」、「台糖公司 0800 免費客服專線、顧客意見信箱等服務品質滿意度」與基本變項進行卡方獨立性檢驗，結果發現「台糖加油站的整體服務滿意度」、「台糖公司 0800 免費客服專線、顧客意見信箱等服務品質滿意度」與基本變項無呈現顯著差異。

表4-101 台糖加油站的整體服務滿意度交叉表

| 基本資料 | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 非常不滿意 | 分數 |
|------------|------------|-------------|-------------|------------|------------|-------------|
| 總計 | 448 | 80.1 | 19.9 | 0.0 | 0.0 | 97.0 |
| 性別 男 | 284 | 81.0 | 19.0 | 0.0 | 0.0 | 97.2 |
| # 女 | 164 | 78.7 | 21.3 | 0.0 | 0.0 | 96.8 |
| 年齡 18-19 歲 | 15 | 86.7 | 13.3 | 0.0 | 0.0 | 98.0 |
| # 20-29 歲 | 52 | 78.8 | 21.2 | 0.0 | 0.0 | 96.8 |
| 30-39 歲 | 95 | 81.1 | 18.9 | 0.0 | 0.0 | 97.2 |
| 40-49 歲 | 148 | 71.6 | 28.4 | 0.0 | 0.0 | 95.7 |
| 50-59 歲 | 74 | 79.7 | 20.3 | 0.0 | 0.0 | 97.0 |
| 60 歲及以上 | 60 | 98.3 | 1.7 | 0.0 | 0.0 | 99.7 |
| 拒答 | 4 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| 居住縣市 北部地區 | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| # 中部地區 | 181 | 98.9 | 1.1 | 0.0 | 0.0 | 99.8 |
| 南部地區 | 214 | 65.0 | 35.0 | 0.0 | 0.0 | 94.8 |
| 東部地區 | 53 | 77.4 | 22.6 | 0.0 | 0.0 | 96.6 |

說明 1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001）。

說明 2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於 5 之比例不得大於 25%)，不進行卡方檢定。

表4-102 台糖公司 0800 免費客服專線、顧客意見信箱等服務品質滿意度交叉表

| 基本資料 | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 非常不滿意 | 分數 |
|------------|------------|-------------|-------------|------------|------------|-------------|
| 總計 | 263 | 89.7 | 10.3 | 0.0 | 0.0 | 98.5 |
| 性別 男 | 165 | 90.9 | 9.1 | 0.0 | 0.0 | 98.6 |
| # 女 | 98 | 87.8 | 12.2 | 0.0 | 0.0 | 98.2 |
| 年齡 18-19 歲 | 10 | 90.0 | 10.0 | 0.0 | 0.0 | 98.5 |
| # 20-29 歲 | 36 | 83.3 | 16.7 | 0.0 | 0.0 | 97.5 |
| 30-39 歲 | 56 | 89.3 | 10.7 | 0.0 | 0.0 | 98.4 |
| 40-49 歲 | 88 | 88.6 | 11.4 | 0.0 | 0.0 | 98.3 |

| 基本資料 | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 非常不滿意 | 分數 |
|-----------|-----|-------|------|------|-------|-------|
| 50-59 歲 | 44 | 90.9 | 9.1 | 0.0 | 0.0 | 98.6 |
| 60 歲及以上 | 27 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| 拒答 | 2 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| 居住縣市 北部地區 | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| # 中部地區 | 98 | 100.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| 南部地區 | 144 | 86.1 | 13.9 | 0.0 | 0.0 | 97.9 |
| 東部地區 | 21 | 66.7 | 33.3 | 0.0 | 0.0 | 95.0 |

說明 1：「*」表示經卡方關聯性檢定後呈顯著差異。（*：P<0.05, **：P<0.01, ***：P<0.001）。

說明 2：「#」表示該變項不符合統計基本假設(期望值低於 5 之比例不得大於 25%)，不進行卡方檢定。

八、選擇到台糖加油站的原因

選擇到台糖加油站的原因，以朋友家人介紹比例較高，佔78.7%，其次為油品品質佳有保障(45.2%)，再者為地點便利(42.8%)。

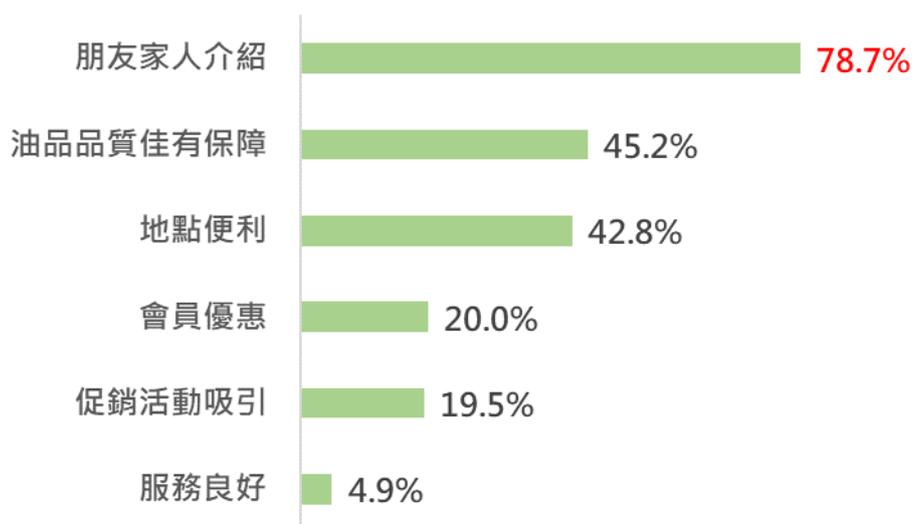


圖4-3 選擇到台糖加油站的原因

第四節 電訪中大型用戶分析

一、可靠性

1. 整體分析

針對可靠性進行滿意度分數排序，結果顯示商品配送服務的效率滿意度分數較高，分數為 95.3 分，其次為商品供貨的穩定性，分數為 92.6 分。

表4-103 可靠性題項滿意度

| 整體分數 | 有效 樣本 | 非常 滿意 | 有點 滿意 | 不太 滿意 | 非常 不滿意 | 滿意度 分數 |
|-----------|----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|
| 商品供貨的穩定性 | 69 | 73.9 | 21.8 | 2.9 | 1.4 | 92.6 |
| 商品配送服務的效率 | 54 | 77.8 | 20.4 | 1.8 | 0.0 | 95.3 |

2. 歷年比較

進一步對於 110-112 年進行探討，結果發現商品供貨的穩定性滿意度分數以 111 年最高，其滿意度分數在抽樣誤差範圍內；商品配送服務的效率滿意度分數以 110 年最高。

表4-104 可靠性歷年比較

| 歷年比較 | 110 年 | | 111 年 | | 112 年 | |
|-----------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
| | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 |
| 商品供貨的穩定性 | 70 | 97.0 | 65 | 97.2 | 69 | 92.6 |
| 商品配送服務的效率 | 56 | 97.6 | 58 | 96.1 | 54 | 95.3 |

二、回應性

1. 整體分析

針對回應性進行滿意度分數排序，結果顯示服務人員服務速度滿意度分數較高，分數為 97.2 分，其次為服務人員回答顧客問題的解釋說明，分數為 96.6 分。

表4-105 回應性題項滿意度

| 整體分數 | 有效 樣本 | 非常 滿意 | 有點 滿意 | 不太 滿意 | 非常 不滿意 | 滿意度 分數 |
|-----------------|----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|
| 服務人員回答顧客問題的解釋說明 | 69 | 84.1 | 14.5 | 1.4 | 0.0 | 96.6 |
| 服務人員服務速度 | 71 | 80.3 | 19.7 | 0.0 | 0.0 | 97.2 |

2. 歷年比較

進一步對於 110-112 年進行探討，結果發現服務人員回答顧客問題的解釋說明、服務人員服務速度滿意度分數皆以 110 年最高。

表4-106 回應性歷年比較

| | 110 年 | | 111 年 | | 112 年 | |
|-----------------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
| | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 |
| 服務人員回答顧客問題的解釋說明 | 68 | 97.6 | 66 | 96.1 | 69 | 96.6 |
| 服務人員服務速度 | 70 | 97.6 | 69 | 95.0 | 71 | 97.2 |

三、確實性

1. 整體分析

針對確實性進行滿意度分數排序，結果顯示服務人員的服務態度滿意度分數較高，分數為 98.2 分，其次為服務人員服務的專業性，分數為 97.8 分。

表4-107 確實性題項滿意度

| 整體分數 | 有效 樣本 | 非常 滿意 | 有點 滿意 | 不太 滿意 | 非常 不滿意 | 滿意度 分數 |
|------------|----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|
| 服務人員服務的專業性 | 70 | 84.3 | 15.7 | 0.0 | 0.0 | 97.8 |
| 服務人員的服務態度 | 71 | 87.3 | 12.7 | 0.0 | 0.0 | 98.2 |

2. 歷年比較

進一步對於 110-112 年進行探討，結果發現服務人員服務的專業性以 110 年最高，服務人員的服務態度滿意度分數以 112 年最高。

表4-108 確實性歷年比較

| 歷年比較 | 110 年 | | 111 年 | | 112 年 | |
|------------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
| | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 |
| 服務人員服務的專業性 | 70 | 97.9 | 68 | 97.1 | 70 | 97.8 |
| 服務人員的服務態度 | 70 | 97.9 | 69 | 97.6 | 71 | 98.2 |

四、關懷性

1. 整體分析

針對關懷性進行分析，結果顯示商品的售後服務滿意度，分數為 95.0 分。

表4-109 關懷性題項滿意度

| 整體分數 | 有效 樣本 | 非常 滿意 | 有點 滿意 | 不太 滿意 | 非常 不滿意 | 滿意度 分數 |
|---------|----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|
| 商品的售後服務 | 58 | 75.9 | 22.4 | 1.7 | 0.0 | 95.0 |

2. 歷年比較

進一步對於 110-112 年進行探討，結果發現商品的售後服務滿意度分數與 110 年相同。

表4-110 關懷性歷年比較

| 歷年比較 | 110 年 | | 111 年 | | 112 年 | |
|---------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
| | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 |
| 商品的售後服務 | 63 | 97.6 | 62 | 97.6 | 58 | 95.0 |

五、企業形象

1. 整體分析

針對企業形象評估進行滿意度分數排序，結果顯示對商品品質的管理滿意度分數為 94.7 分。

表4-111 企業形象題項滿意度

| 整體分數 | 有效 樣本 | 非常 滿意 | 有點 滿意 | 不太 滿意 | 非常 不滿意 | 滿意度 分數 |
|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|
| 對商品品質的管理 | 70 | 72.9 | 25.7 | 1.4 | 0.0 | 94.7 |

2. 歷年比較

進一步對於 110-112 年進行探討，結果發現對商品品質的管理滿意度分數皆以 110 年最高。

表4-112 企業形象歷年比較

| 歷年比較 | 110 年 | | 111 年 | | 112 年 | |
|----------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
| | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 |
| 對商品品質的管理 | 69 | 97.0 | 67 | 96.4 | 70 | 94.7 |

六、顧客整體滿意度及顧客抱怨處理

1. 整體分析

針對顧客整體滿意度及顧客抱怨處理進行滿意度分數排序，結果顯示設有 0800 免費客服專線、顧客意見信箱等服務品質滿意度較高，分數為 98.6 分，其次為台糖公司的整體服務，分數為 96.9 分。

表4-113 顧客整體及顧客抱怨處理滿意度題項滿意度

| 整體分數 | 有效 樣本 | 非常 滿意 | 有點 滿意 | 不太 滿意 | 非常 不滿意 | 滿意度 分數 |
|----------------------------|----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|
| 台糖公司的整體服務 | 71 | 78.2 | 21.9 | 0.0 | 0.0 | 96.9 |
| 設有 0800 免費客服專線、顧客意見信箱等服務品質 | 39 | 89.7 | 10.3 | 0.0 | 0.0 | 98.6 |

2. 歷年比較

進一步對於 110-112 年進行探討，結果發現台糖公司的整體服務、設有 0800 免費客服專線、顧客意見信箱等服務品質滿意度分數皆以 110 年最高。

表4-114 顧客整體及顧客抱怨處理滿意度歷年比較

| | 110 年 | | 111 年 | | 112 年 | |
|----------------------------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
| | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 | 有效 樣本 | 滿意度 分數 |
| 台糖公司的整體服務 | 70 | 97.0 | 65 | 96.1 | 71 | 96.9 |
| 設有 0800 免費客服專線、顧客意見信箱等服務品質 | 39 | 98.8 | 22 | 98.6 | 39 | 98.6 |

七、選擇到台糖的原因

選擇到台糖的原因，以台糖公司信譽佳比例較高，佔 50.0%，其次為品質良好有保障(48.6%)。

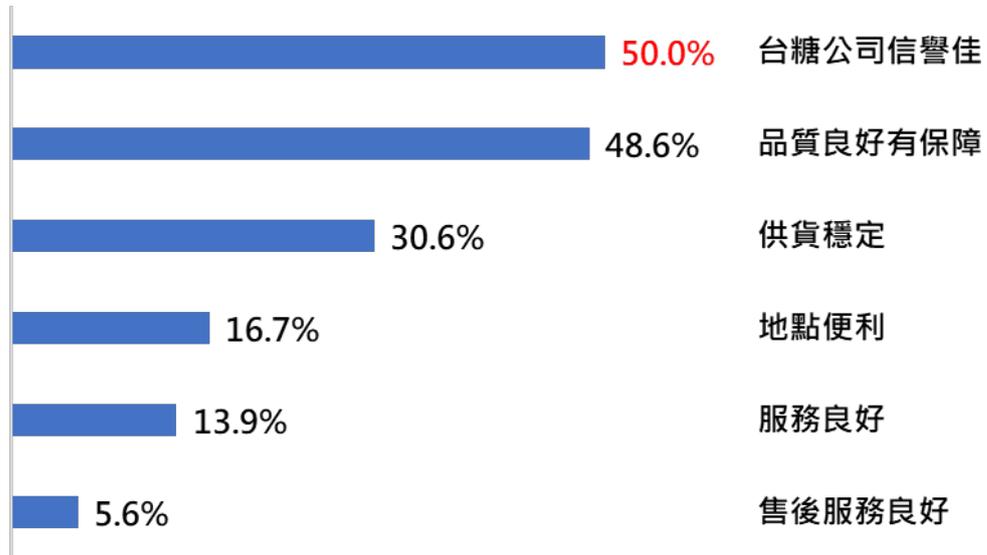


圖4-4 選擇到台糖的原因

第五章 結論與建議

第一節 結論

(一) 電訪-台糖加油站民眾

曾到過台糖加油站民眾針對有形性、可靠性、回應性、確實性、關懷性、企業形象、整體滿意度及顧客抱怨處理進行比較。

| 構面 | 題項 | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 非常不滿意 | 分數 |
|---------|--------------------------|-----|------|------|------|-------|------|
| 有形性 | 環境及設施的整潔度 | 301 | 89.0 | 10.0 | 0.7 | 0.3 | 97.5 |
| | 加油站人員主動告知消費金額及提供收據 | 299 | 93.6 | 5.4 | 1.0 | 0.0 | 98.2 |
| 可靠性 | 加油站服務標示的清楚度 | 296 | 92.6 | 6.4 | 1.0 | 0.0 | 98.0 |
| | 油品價格標示明確性 | 289 | 96.2 | 3.1 | 0.7 | 0.0 | 98.8 |
| | 油品的品質 | 277 | 92.4 | 6.5 | 1.1 | 0.0 | 97.9 |
| 回應性 | 加油站服務人員告知油錶歸零服務 | 296 | 94.9 | 5.1 | 0.0 | 0.0 | 99.2 |
| | 加油站服務人員對所提問題的解釋說明 | 292 | 92.8 | 5.5 | 1.7 | 0.0 | 97.5 |
| | 加油站服務人員服務顧客速度 | 295 | 92.5 | 6.8 | 0.7 | 0.0 | 98.3 |
| 確實性 | 加油站進出的引導設施標示清楚度 | 297 | 92.6 | 6.1 | 1.3 | 0.0 | 97.8 |
| | 加油站服務人員的服務態度 | 300 | 93.7 | 5.0 | 1.3 | 0.0 | 98.0 |
| 關懷性 | 加油站提供免費加水的服務 | 139 | 98.6 | 1.4 | 0.0 | 0.0 | 99.8 |
| | 加油站提供免費充氣的服務 | 163 | 97.5 | 1.3 | 0.6 | 0.6 | 98.6 |
| | 加油站提供紅利積點兌換贈品的服務 | 300 | 92.3 | 4.4 | 3.3 | 0.0 | 96.0 |
| 企業形象評估 | 加油站所舉辦各種關懷社會的愛心公益活動 | 205 | 98.0 | 2.0 | 0.0 | 0.0 | 99.7 |
| 顧客整體滿意度 | 加油站的整體服務 | 298 | 94.0 | 5.0 | 1.0 | 0.0 | 98.3 |
| 顧客抱怨處理 | 設置 0800 客服專線及顧客意見信箱等服務品質 | 146 | 98.6 | 1.4 | 0.0 | 0.0 | 99.8 |

綜合上述可知，整體而言，民眾較滿意的構面為顧客抱怨處理(99.8分)、企業形象評估(99.7分)；較不滿意的構面為有形性(97.9分)、確實性(97.9分)。

(二) 面訪-蜜鄰超市民眾

曾到過蜜鄰超市民眾針對有形性、可靠性、回應性、確實性、關懷性、企業形象、整體滿意度及顧客抱怨處理進行比較。

| 構面 | 題項 | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 非常不滿意 | 分數 |
|---------|-------------------------|-----|------|------|------|-------|------|
| 有形性 | 蜜鄰超市商品擺設的整潔度 | 497 | 80.1 | 19.9 | 0.0 | 0.0 | 97.0 |
| | 蜜鄰超市提供的商品位置標示 | 494 | 78.5 | 21.3 | 0.2 | 0.0 | 96.6 |
| | 蜜鄰超市人員主動告知消費金額及提供收據 | 497 | 86.7 | 12.9 | 0.4 | 0.0 | 97.7 |
| 可靠性 | 蜜鄰超市提供的商品品質 | 499 | 81.2 | 18.4 | 0.4 | 0.0 | 96.8 |
| | 蜜鄰超市商品價格標示清楚度 | 500 | 80.8 | 18.8 | 0.4 | 0.0 | 96.8 |
| | 蜜鄰超市商品種類的豐富性 | 498 | 58.6 | 39.4 | 2.0 | 0.0 | 92.1 |
| 回應性 | 蜜鄰超市結帳的速度 | 499 | 81.0 | 18.8 | 0.2 | 0.0 | 97.0 |
| | 蜜鄰超市服務人員回答顧客問題的解釋說明 | 492 | 78.7 | 21.1 | 0.2 | 0.0 | 96.6 |
| | 蜜鄰超市服務人員服務顧客的速度 | 499 | 80.2 | 19.8 | 0.0 | 0.0 | 97.0 |
| 確實性 | 蜜鄰超市引導標示設施 | 475 | 78.5 | 21.5 | 0.0 | 0.0 | 96.8 |
| | 蜜鄰超市服務人員的服務態度 | 500 | 76.4 | 23.6 | 0.0 | 0.0 | 96.5 |
| 關懷性 | 蜜鄰超市提供新鮮、優質有機的安全農產品 | 420 | 71.4 | 28.4 | 0.2 | 0.0 | 95.5 |
| | 蜜鄰超市提供商品退換貨的服務 | 326 | 71.2 | 28.8 | 0.0 | 0.0 | 95.7 |
| 企業形象評估 | 蜜鄰超市舉辦各種關懷社會的愛心公益活動 | 362 | 76.2 | 23.5 | 0.3 | 0.0 | 96.2 |
| 顧客整體滿意度 | 蜜鄰超市的整體服務 | 497 | 83.3 | 16.3 | 0.4 | 0.0 | 97.2 |
| 顧客抱怨處理 | 0800 免費客服專線、顧客意見信箱等服務品質 | 220 | 88.6 | 11.4 | 0.0 | 0.0 | 98.3 |

綜合上述可知，整體而言，民眾較滿意的構面為顧客抱怨處理(98.3分)、顧客整體滿意度(97.2分)、有形性(97.1分)；較不滿意的構面為可靠性(95.2分)。

(三) 面訪-台糖加油站民眾

曾到過台糖加油站民眾針對有形性、可靠性、回應性、確實性、關懷性、企業形象、整體滿意度及顧客抱怨處理進行比較。

| 構面 | 題項 | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 非常不滿意 | 分數 |
|---------|-------------------------|-----|------|------|------|-------|------|
| 有形性 | 加油站環境及設施整潔程度 | 449 | 61.5 | 38.5 | 0.0 | 0.0 | 94.2 |
| | 加油站人員穿著的整潔度 | 450 | 69.8 | 30.2 | 0.0 | 0.0 | 95.5 |
| | 加油站人員主動告知消費金額及提供收據 | 448 | 76.8 | 23.2 | 0.0 | 0.0 | 96.5 |
| 可靠性 | 加油站內油品單價標示明確性 | 448 | 76.1 | 23.7 | 0.2 | 0.0 | 96.2 |
| | 加油站人員加油動作熟練度 | 449 | 69.5 | 30.5 | 0.0 | 0.0 | 95.4 |
| 回應性 | 加油站服務人員招呼詢問 | 450 | 69.1 | 30.7 | 0.2 | 0.0 | 95.2 |
| | 加油站人員告知油錶歸零 | 449 | 65.9 | 34.1 | 0.0 | 0.0 | 94.9 |
| 確實性 | 加油站進出動線的標示 | 448 | 66.1 | 33.9 | 0.0 | 0.0 | 94.9 |
| | 加油站服務人員的態度 | 451 | 64.7 | 35.3 | 0.0 | 0.0 | 94.7 |
| 關懷性 | 加油站提供免費加水的服務 | 317 | 83.6 | 16.4 | 0.0 | 0.0 | 97.5 |
| | 加油站提供免費充氣的服務 | 326 | 83.4 | 16.3 | 0.3 | 0.0 | 97.3 |
| | 加油站會員卡兌換商品的多樣性 | 394 | 53.0 | 46.2 | 0.8 | 0.0 | 92.3 |
| | 加油站舉辦的會員卡積點促銷活動 | 395 | 62.3 | 37.5 | 0.2 | 0.0 | 94.2 |
| 企業形象評估 | 加油站舉辦各種關懷社會的愛心公益活動 | 400 | 74.8 | 25.2 | 0.0 | 0.0 | 96.2 |
| 顧客整體滿意度 | 加油站的整體服務 | 448 | 80.1 | 19.9 | 0.0 | 0.0 | 97.0 |
| 顧客抱怨處理 | 0800 免費客服專線、顧客意見信箱等服務品質 | 263 | 89.7 | 10.3 | 0.0 | 0.0 | 98.5 |

綜合上述可知，整體而言，民眾較滿意的構面為顧客抱怨處理(98.5分)、顧客整體滿意度(97.0分)、企業形象評估(96.2分)；較不滿意的構面為確實性(94.8分)。

(四) 電訪-台糖中大型用戶

台糖中大型用戶針對可靠性、回應性、確實性、關懷性、企業形象、整體滿意度及顧客抱怨處理進行比較。

| 構面 | 題項 | 樣本數 | 非常滿意 | 有點滿意 | 不太滿意 | 非常不滿意 | 分數 |
|---------|----------------------------|-----|------|------|------|-------|------|
| 可靠性 | 商品供貨的穩定性 | 69 | 73.9 | 21.8 | 2.9 | 1.4 | 92.6 |
| | 商品配送服務的效率 | 54 | 77.8 | 20.4 | 1.8 | 0.0 | 95.3 |
| 回應性 | 服務人員回答顧客問題的解釋說明 | 69 | 84.1 | 14.5 | 1.4 | 0.0 | 96.6 |
| | 服務人員服務速度 | 71 | 80.3 | 19.7 | 0.0 | 0.0 | 97.2 |
| 確實性 | 服務人員服務的專業性 | 70 | 84.3 | 15.7 | 0.0 | 0.0 | 97.8 |
| | 服務人員的服務態度 | 71 | 87.3 | 12.7 | 0.0 | 0.0 | 98.2 |
| 關懷性 | 商品的售後服務 | 58 | 75.9 | 22.4 | 1.7 | 0.0 | 95.0 |
| 企業形象評估 | 對商品品質的管理 | 70 | 72.9 | 25.7 | 1.4 | 0.0 | 94.7 |
| 顧客整體滿意度 | 台糖公司的整體服務 | 71 | 77.5 | 22.5 | 0.0 | 0.0 | 96.9 |
| 顧客抱怨處理 | 設有 0800 免費客服專線、顧客意見信箱等服務品質 | 39 | 89.7 | 10.3 | 0.0 | 0.0 | 98.6 |

綜合上述可知，整體而言，民眾較滿意的構面為顧客抱怨處理(98.6分)、確實性(98.0分)；較不滿意的構面為可靠性(94.0分)、企業形象(95.0分)。

第二節 建議

根據台糖加油站-電訪的民眾表示加油站提供紅利積點兌換贈品的服務及面訪民眾表示加油站會員卡兌換商品的多樣性相較於其他項目滿意度略為偏低。

民眾對於加油站的紅利積點及多樣性十分重視，然而，在物價上漲的狀況下，相同物品必須得用更多紅利才能兌換，對於民眾來說，紅利積點的吸引力略有不足，故如何滿足民眾需求，又能達到加油站

在贈品上的考量，值得思索。

- Q6. 請問您對於「台糖加油站服務人員告知油表歸零服務」，滿不滿意？
 (1) 非常滿意 (2) 有點滿意 (3) 不太滿意 (4) 非常不滿意
 (5) 無明確反應 ((991) 不知道 (992) 無意見 (993) 看情形
 (994) 拒答)
- Q7. 請問您對於「台糖加油站服務人員回答顧客所提問題的解釋說明」，滿不滿意？
 (1) 非常滿意 (2) 有點滿意 (3) 不太滿意 (4) 非常不滿意
 (5) 無明確反應 ((991) 不知道 (992) 無意見 (993) 看情形
 (994) 拒答)
※不太滿意或非常不滿意的原因： _____
- Q8. 請問您對於「台糖加油站服務人員服務顧客的速度」，滿不滿意？
 (1) 非常滿意 (2) 有點滿意 (3) 不太滿意 (4) 非常不滿意
 (5) 無明確反應 ((991) 不知道 (992) 無意見 (993) 看情形
 (994) 拒答)
※不太滿意或非常不滿意的原因： _____
- Q9. 請問您對於「台糖加油站進出的引導設施標示清楚度」，滿不滿意？
 (1) 非常滿意 (2) 有點滿意 (3) 不太滿意 (4) 非常不滿意
 (5) 無明確反應 ((991) 不知道 (992) 無意見 (993) 看情形
 (994) 拒答)
※不太滿意或非常不滿意的原因： _____
- Q10. 請問您對於「台糖加油站服務人員的服務態度」，滿不滿意？
 (1) 非常滿意 (2) 有點滿意 (3) 不太滿意 (4) 非常不滿意
 (5) 無明確反應 ((991) 不知道 (992) 無意見 (993) 看情形
 (994) 拒答)
※不太滿意或非常不滿意的原因： _____
- Q11. 請問您對於「台糖加油站提供免費加水的服務」，滿不滿意？
 (99) 未接觸/未使用
 (1) 非常滿意 (2) 有點滿意 (3) 不太滿意 (4) 非常不滿意
 (5) 無明確反應 ((991) 不知道 (992) 無意見 (993) 看情形
 (994) 拒答)
- Q12. 請問您對於「台糖加油站提供免費充氣的服務」，滿不滿意？
 (99) 未接觸/未使用
 (1) 非常滿意 (2) 有點滿意 (3) 不太滿意 (4) 非常不滿意
 (5) 無明確反應 ((991) 不知道 (992) 無意見 (993) 看情形
 (994) 拒答)

Q13. 請問您對於「台糖加油站提供紅利積點兌換贈品的服務」，滿不滿意？

- (1) 非常滿意 (2) 有點滿意 (3) 不太滿意 (4) 非常不滿意
 (5) 無明確反應 ((991) 不知道 (992) 無意見 (993) 看情形
 (994) 拒答)

※不太滿意或非常不滿意的原因：_____

Q14. 請問您對於「台糖加油站所舉辦各種關懷社會的愛心公益活動」，滿不滿意？

- (1) 非常滿意 (2) 有點滿意 (3) 不太滿意 (4) 非常不滿意
 (5) 無明確反應 ((991) 不知道 (992) 無意見 (993) 看情形
 (994) 拒答)

Q15. 請問您對於「台糖加油站的整體服務」，滿不滿意？

- (1) 非常滿意 (2) 有點滿意 (3) 不太滿意 (4) 非常不滿意
 (5) 無明確反應 ((991) 不知道 (992) 無意見 (993) 看情形
 (994) 拒答)

※不太滿意或非常不滿意的原因：_____

Q16. 請問您對於「台糖公司設有 0800 免費客服專線、顧客意見信箱等服務品質」，滿不滿意？

- (99) 未接觸/未使用
 (1) 非常滿意 (2) 有點滿意 (3) 不太滿意 (4) 非常不滿意
 (5) 無明確反應 ((991) 不知道 (992) 無意見 (993) 看情形
 (994) 拒答)

※不太滿意或非常不滿意的原因：_____

Q17. 請問您選擇到台糖加油站加油的原因是什麼？（可複選）

- (1) 油品品質佳有保障 (2) 服務良好 (3) 朋友家人介紹
 (4) 地點便利 (5) 促銷活動吸引 (6) 會員優惠
 (7) 其他(請說明)_____

Q18. 請問您對於台糖加油站還有哪些意見或建議，可作為台糖公司未來改善的參考？

以下想請教您的個人基本資料，作為整體統計分析之用，絕不作為其他用途，請您放心回答，謝謝！

B1. 請問您今年幾歲：

- (1) 18-19 歲 (4) 40-49 歲 (7) 未回答/拒答
 (2) 20-29 歲 (5) 50-59 歲
 (3) 30-39 歲 (6) 60 歲以上

B2. 請問您的教育程度：

- (1) 小學及以下 (4) 專科 (7) 未回答/拒答
 (2) 國(初)中 (5) 大學
 (3) 高中職 (6) 研究所及以上

B3. 請問您的行業別：

- (1) 軍公教人員 (6) 家庭管理
 (2) 商業從業人員(含服務業) (7) 學生
 (3) 工業從業人員 (8) 無職業者(待業中、退休)
 (4) 自由業(律師、會計師、醫師及專業技師) (9) 其他(請說明) _____
 (5) 農林漁牧從業人員 (10) 拒答

B4 請問您居住在那一個縣市：

1. 北部地區
 (1) 基隆市 (4) 桃園市 (7) 宜蘭縣
 (2) 新北市 (5) 新竹市
 (3) 臺北市 (6) 新竹縣
2. 中部地區
 (1) 苗栗縣 (3) 彰化縣 (5) 南投縣
 (2) 臺中市 (4) 雲林縣
3. 南部地區
 (1) 嘉義市 (3) 臺南市 (5) 屏東縣
 (2) 嘉義縣 (4) 高雄市
4. 東部地區
 (1) 花蓮縣 (2) 臺東縣
5. 離島地區
 (1) 澎湖縣 (2) 金門縣 (3) 連江縣
6. 未回答/拒答

B5. 受訪者性別(訪員自填)： (1) 男性 (2) 女性 (3) 多元性別認同

問卷到此結束，感謝您的填答 **祝您有個愉快的一天**

訪員請填寫：

問卷編號： _____ 訪員編號： _____ 訪問日期： _____月 _____日
訪問時間： _____點 _____分
複查姓名： _____ 複查日期： _____ 複查結果： _____

Q7. 請問您對於「台糖蜜鄰超市結帳的速度」，滿不滿意？

- (1) 非常滿意 (2) 有點滿意 (3) 不太滿意 (4) 非常不滿意
 (5) 無明確反應 ((991) 不知道 (992) 無意見 (993) 看情形

(994) 拒答)

※不太滿意或非常不滿意的原因：_____

Q8. 請問您對於「台糖蜜鄰超市服務人員回答顧客問題的解釋說明」，滿不滿意？

- (1) 非常滿意 (2) 有點滿意 (3) 不太滿意 (4) 非常不滿意
 (5) 無明確反應 ((991) 不知道 (992) 無意見 (993) 看情形

(994) 拒答)

※不太滿意或非常不滿意的原因：_____

Q9. 請問您對於「台糖蜜鄰超市服務人員服務顧客的速度」，滿不滿意？

- (1) 非常滿意 (2) 有點滿意 (3) 不太滿意 (4) 非常不滿意
 (5) 無明確反應 ((991) 不知道 (992) 無意見 (993) 看情形

(994) 拒答)

Q10. 請問您對於「台糖蜜鄰超市引導標示設施」，滿不滿意？

- (1) 非常滿意 (2) 有點滿意 (3) 不太滿意 (4) 非常不滿意
 (5) 無明確反應 ((991) 不知道 (992) 無意見 (993) 看情形

(994) 拒答)

※不太滿意或非常不滿意的原因：_____

Q11. 請問您對於「台糖蜜鄰超市服務人員的服務態度」，滿不滿意？

- (1) 非常滿意 (2) 有點滿意 (3) 不太滿意 (4) 非常不滿意
 (5) 無明確反應 ((991) 不知道 (992) 無意見 (993) 看情形

(994) 拒答)

※不太滿意或非常不滿意的原因：_____

Q12. 請問您對於「台糖蜜鄰超市提供新鮮、優質有機的安全農產品」，滿不滿意？

- (1) 非常滿意 (2) 有點滿意 (3) 不太滿意 (4) 非常不滿意
 (5) 無明確反應 ((991) 不知道 (992) 無意見 (993) 看情形

(994) 拒答)

Q13. 請問您對於「台糖蜜鄰超市提供商品退換貨的服務」，滿不滿意？

- (1) 非常滿意 (2) 有點滿意 (3) 不太滿意 (4) 非常不滿意
 (5) 無明確反應 ((991) 不知道 (992) 無意見 (993) 看情形

(994) 拒答)

※不太滿意或非常不滿意的原因：_____

Q14. 請問您對於「台糖蜜鄰超市舉辦各種關懷社會的愛心公益活動」，滿不滿意？

- (1) 非常滿意 (2) 有點滿意 (3) 不太滿意 (4) 非常不滿意
 (5) 無明確反應 ((991) 不知道 (992) 無意見 (993) 看情形

(994) 拒答)

Q15. 請問您對於「台糖蜜鄰超市的整體服務」，滿不滿意？

- (1) 非常滿意 (2) 有點滿意 (3) 不太滿意 (4) 非常不滿意
 (5) 無明確反應 ((991) 不知道 (992) 無意見 (993) 看情形

(994) 拒答)

※不太滿意或非常不滿意的原因：_____

Q16. 請問您對於「台糖公司設有 0800 免費客服專線、顧客意見信箱等服務品質」，滿不滿意？

- (99) 未接觸/未使用
 (1) 非常滿意 (2) 有點滿意 (3) 不太滿意 (4) 非常不滿意
 (5) 無明確反應 ((991) 不知道 (992) 無意見 (993) 看情形

(994) 拒答)

※不太滿意或非常不滿意的原因：_____

Q17. 請問您選擇到台糖蜜鄰超市購買商品的原因是什麼？(可複選)

- (1) 商品價格便宜 (2) 商品品質佳 (3) 地點便利
 (4) 服務良好 (5) 促銷活動吸引 (6) 會員優惠
 (7) 朋友家人介紹 (8) 其他(請說明)_____

Q18. 請問您對於台糖蜜鄰超市還有哪些意見或建議，可作為台糖公司未來改善的參考？

以下想請教您的個人基本資料，作為整體統計分析之用，絕不作為其他用途，請您放心回答，謝謝！

B1. 請問您今年幾歲：

- (1) 19 歲(含)以下 (4) 40-49 歲 (7) 未回答/拒答
 (2) 20-29 歲 (5) 50-59 歲
 (3) 30-39 歲 (6) 60 歲以上

B2. 請問您的教育程度：

- (1) 小學及以下 (4) 專科 (7) 未回答/拒答
 (2) 國(初)中 (5) 大學
 (3) 高中職 (6) 研究所及以上

B3. 請問您的行業別：

- (1) 軍公教人員 (6) 家庭管理
 (2) 商業從業人員(含服務業) (7) 學生
 (3) 工業從業人員 (8) 無職業者(待業中、退休)
 (4) 自由業(律師、會計師、醫師及專業技師) (9) 其他(請說明)_____
- (5) 農林漁牧從業人員 (10) 拒答

B4. 請問您居住在那一個縣市：

1. 北部地區
- | | | |
|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> (1) 基隆市 | <input type="checkbox"/> (4) 桃園市 | <input type="checkbox"/> (7) 宜蘭縣 |
| <input type="checkbox"/> (2) 新北市 | <input type="checkbox"/> (5) 新竹市 | |
| <input type="checkbox"/> (3) 臺北市 | <input type="checkbox"/> (6) 新竹縣 | |
2. 中部地區
- | | | |
|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> (1) 苗栗縣 | <input type="checkbox"/> (3) 彰化縣 | <input type="checkbox"/> (5) 南投縣 |
| <input type="checkbox"/> (2) 臺中市 | <input type="checkbox"/> (4) 雲林縣 | |
3. 南部地區
- | | | |
|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> (1) 嘉義市 | <input type="checkbox"/> (3) 臺南市 | <input type="checkbox"/> (5) 屏東縣 |
| <input type="checkbox"/> (2) 嘉義縣 | <input type="checkbox"/> (4) 高雄市 | |
4. 東部地區
- | | | |
|----------------------------------|----------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> (1) 花蓮縣 | <input type="checkbox"/> (2) 臺東縣 | |
|----------------------------------|----------------------------------|--|
5. 離島地區
- | | | |
|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> (1) 澎湖縣 | <input type="checkbox"/> (2) 金門縣 | <input type="checkbox"/> (3) 連江縣 |
|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
6. 未回答/拒答

B5. 受訪者性別(訪員自填)： (1) 男性 (2) 女性 (3) 多元性別認同

問卷到此結束，感謝您的填答 ** 祝您有個愉快的一天 **

訪員請填寫：

問卷編號：_____ 訪員編號：_____ 訪問日期：____月____日
訪問時間：____點____分 訪問店名：_____
複查姓名：_____ 複查日期：_____ 複查結果：_____

Q8. 請問您對於「台糖加油站進出動線的標示」，滿不滿意？

- (1) 非常滿意 (2) 有點滿意 (3) 不太滿意 (4) 非常不滿意
 (5) 無明確反應 ((991) 不知道 (992) 無意見 (993) 看情形 (994) 拒答)

※不太滿意或非常不滿意的原因： _____

Q9. 請問您對於「台糖加油站服務人員的態度」，滿不滿意？

- (1) 非常滿意 (2) 有點滿意 (3) 不太滿意 (4) 非常不滿意
 (5) 無明確反應 ((991) 不知道 (992) 無意見 (993) 看情形 (994) 拒答)

※不太滿意或非常不滿意的原因： _____

Q10. 請問您對於「台糖加油站提供免費加水的服務」，滿不滿意？

- (99) 未接觸/未使用
 (1) 非常滿意 (2) 有點滿意 (3) 不太滿意 (4) 非常不滿意
 (5) 無明確反應 ((991) 不知道 (992) 無意見 (993) 看情形 (994) 拒答)

Q11. 請問您對於「台糖加油站提供免費充氣的服務」，滿不滿意？

- (99) 未接觸/未使用
 (1) 非常滿意 (2) 有點滿意 (3) 不太滿意 (4) 非常不滿意
 (5) 無明確反應 ((991) 不知道 (992) 無意見 (993) 看情形 (994) 拒答)

Q12. 請問您對於「台糖加油站會員卡兌換商品的多樣性」，滿不滿意？

- (1) 非常滿意 (2) 有點滿意 (3) 不太滿意 (4) 非常不滿意
 (5) 無明確反應 ((991) 不知道 (992) 無意見 (993) 看情形 (994) 拒答)

※不太滿意或非常不滿意的原因： _____

Q13. 請問您對於「台糖加油站舉辦的會員卡積點促銷活動」，滿不滿意？

- (1) 非常滿意 (2) 有點滿意 (3) 不太滿意 (4) 非常不滿意
 (5) 無明確反應 ((991) 不知道 (992) 無意見 (993) 看情形 (994) 拒答)

※不太滿意或非常不滿意的原因： _____

Q14. 請問您對於「台糖加油站舉辦各種關懷社會的愛心公益活動」，滿不滿意？

- (1) 非常滿意 (2) 有點滿意 (3) 不太滿意 (4) 非常不滿意
 (5) 無明確反應 ((991) 不知道 (992) 無意見 (993) 看情形 (994) 拒答)

Q15. 請問您對於「台糖加油站的整體服務」，滿不滿意？

- (1) 非常滿意 (2) 有點滿意 (3) 不太滿意 (4) 非常不滿意
 (5) 無明確反應 ((991) 不知道 (992) 無意見 (993) 看情形 (994) 拒答)

※不太滿意或非常不滿意的原因： _____

Q16. 請問您對於「台糖公司設有 0800 免費客服專線、顧客意見信箱等服務品質」，滿不滿意？

- (99) 未接觸/未使用
 (1) 非常滿意 (2) 有點滿意 (3) 不太滿意 (4) 非常不滿意
 (5) 無明確反應 ((991) 不知道 (992) 無意見 (993) 看情形 (994) 拒答)

※不太滿意或非常不滿意的原因： _____

Q17. 請問您選擇到台糖加油站加油的原因是什麼？（可複選）

- (1) 油品品質佳有保障 (2) 服務良好 (3) 朋友家人介紹
 (4) 地點便利 (5) 促銷活動吸引 (6) 會員優惠
 (7) 其他(請說明)_____

Q18. 請問您對於台糖加油站還有哪些意見或建議，可作為台糖公司未來改善的參考？

以下想請教您的個人基本資料，作為整體統計分析之用，絕不作為其他用途，請您放心回答，謝謝！

B1. 請問您今年幾歲：

- (1) 18-19 歲 (4) 40-49 歲 (7) 未回答/拒答
 (2) 20-29 歲 (5) 50-59 歲
 (3) 30-39 歲 (6) 60 歲以上

B2. 請問您的教育程度：

- (1) 小學及以下 (4) 專科 (7) 未回答/拒答
 (2) 國(初)中 (5) 大學
 (3) 高中職 (6) 研究所及以上

B3. 請問您的行業別：

- (1) 軍公教人員 (6) 家庭管理
 (2) 商業從業人員(含服務業) (7) 學生
 (3) 工業從業人員 (8) 無職業者(待業中、退休)
 (4) 自由業(律師、會計師、醫師及專業技師) (9) 其他(請說明)_____
 (5) 農林漁牧從業人員 (10) 拒答

B4. 請問您居住在那一個縣市：

1. 北部地區
 (1) 基隆市 (4) 桃園市 (7) 宜蘭縣
 (2) 新北市 (5) 新竹市
 (3) 臺北市 (6) 新竹縣
 2. 中部地區
 (1) 苗栗縣 (3) 彰化縣 (5) 南投縣
 (2) 臺中市 (4) 雲林縣

3. 南部地區
- (1) 嘉義市 (3) 臺南市 (5) 屏東縣
- (2) 嘉義縣 (4) 高雄市
4. 東部地區
- (1) 花蓮縣 (2) 臺東縣
5. 離島地區
- (1) 澎湖縣 (2) 金門縣 (3) 連江縣
6. 未回答/拒答

B5. 受訪者性別(訪員自填)： (1) 男性 (2) 女性 (3) 多元性別認同

問卷到此結束，感謝您的填答 **祝您有個愉快的一天**

訪員請填寫：

問卷編號：_____ 訪員編號：_____ 訪問日期：____月____日
訪問時間：_____點_____分 訪問站名：_____

複查姓名：_____ 複查日期：_____ 複查結果：_____

(994) 拒答) ※不太滿意或非常不滿意的原因: _____

Q3. 請問您對於「台糖公司服務人員回答顧客問題的解釋說明」, 滿不滿意?

- (1) 非常滿意 (2) 有點滿意 (3) 不太滿意 (4) 非常不滿意
 (5) 無明確反應 ((991) 不知道 (992) 無意見 (993) 看情形
 (994) 拒答)

Q4. 請問您對於「台糖公司服務人員服務速度」, 滿不滿意?

- (1) 非常滿意 (2) 有點滿意 (3) 不太滿意 (4) 非常不滿意
 (5) 無明確反應 ((991) 不知道 (992) 無意見 (993) 看情形
 (994) 拒答)

※不太滿意或非常不滿意的原因: _____

Q5. 請問您對於「台糖公司服務人員服務的專業性」, 滿不滿意?

- (1) 非常滿意 (2) 有點滿意 (3) 不太滿意 (4) 非常不滿意
 (5) 無明確反應 ((991) 不知道 (992) 無意見 (993) 看情形
 (994) 拒答)

※不太滿意或非常不滿意的原因: _____

Q6. 請問您對於「台糖公司服務人員的服務態度」, 滿不滿意?

- (1) 非常滿意 (2) 有點滿意 (3) 不太滿意 (4) 非常不滿意
 (5) 無明確反應 ((991) 不知道 (992) 無意見 (993) 看情形
 (994) 拒答)

※不太滿意或非常不滿意的原因: _____

Q7. 請問您對於「台糖公司商品的售後服務」, 滿不滿意?

- (1) 非常滿意 (2) 有點滿意 (3) 不太滿意 (4) 非常不滿意
 (5) 無明確反應 ((991) 不知道 (992) 無意見 (993) 看情形
 (994) 拒答)

※不太滿意或非常不滿意的原因: _____

Q8. 請問您對於「台糖公司對商品品質的管理」, 滿不滿意?

- (1) 非常滿意 (2) 有點滿意 (3) 不太滿意 (4) 非常不滿意
 (5) 無明確反應 ((991) 不知道 (992) 無意見 (993) 看情形
 (994) 拒答) ※不太滿意或非常不滿意的原因: _____

Q9. 請問您對於「台糖公司的整體服務」, 滿不滿意?

- (1) 非常滿意 (2) 有點滿意 (3) 不太滿意 (4) 非常不滿意
 (5) 無明確反應 ((991) 不知道 (992) 無意見 (993) 看情形
 (994) 拒答)

※不太滿意或非常不滿意的原因: _____

Q10. 請問您對於「台糖公司設有 0800 免費客服專線、顧客意見信箱等服務品質」, 滿不滿意?

(99) 未接觸/未使用

- (1) 非常滿意 (2) 有點滿意 (3) 不太滿意 (4) 非常不滿意

(5)無明確反應 ((991)不知道 (992)無意見 (993)看情形
 (994)拒答)

※不太滿意或非常不滿意的原因：_____

Q11. 請問您選擇購買台糖公司商品的原因是什麼？（可複選）

- (1)台糖公司信譽佳 (2)品質良好有保障 (3)供貨穩定
 (4)服務良好 (5)地點便利 (6)售後服務良好
 (7)其他(請說明)_____

Q12. 請問您對於台糖公司還有哪些意見或建議，可作為台糖公司未來改善的參考？
