

大專學生對披薩連鎖店行銷組合與服務品質的顧客期望與實際滿意程度差異之研究

— 以必勝客與達美樂為例

指導老師：陳振隆 老師

組員：陳貝一、沈夢筑、蘇琳嵐、謝修齊

結論與建議

第一節 研究結論

本研究主要目的在於瞭解大專學生對於披薩連鎖業行銷組合與服務品質的顧客期望與實際滿意程度間的差距，綜合第四章實證的結果，提出以下幾點結論。

一、顧客基本資料分析

根據本研究所進行的問卷調查結果顯示，受訪者男性比例約佔六成，女性約佔四成；學院別以「商、管學院」的學生居多，約佔總樣本數的 38%；年級別以「大學一、四年級」學生居多，各約佔總樣本數的 27%；戶籍所在地以「南部地區」者居多，約佔總樣本數的 48%；月生活費以「3000-6000」居多，約佔總樣本數的 42%。

二、披薩連鎖店「顧客期望」與「實際滿意程度」之缺口五分析

(一) 必勝客

根據研究分析結果可得知，除了在「產品的廣告」項目上無顯著性影響

外，其他項目均有顯著性差異，顯示必勝客的行銷組合與服務品質大多無法符合受訪者之期望。在實際與期望的差距方面，行銷組合部分以「餐點的包裝」、「產品的命名」與「產品的廣告」表現較佳；服務品質部份則以「品牌知名度」表現較佳。

(二) 達美樂

根據研究分析結果可得知，達美樂在「餐點的包裝」、「產品的廣告」與「品牌知名度」三個項目上並無顯著性影響，其他項目上則均有顯著性差異，顯示達美樂的行銷組合與服務品質大多無法符合受訪者之期望。在實際與期望的差距方面，行銷組合部分以「餐點的包裝」與「餐點的命名」表現較佳；服務品質部份則以「品牌知名度」表現較佳。

三、競爭策略分析

(一) 必勝客

根據研究分析結果可得知，在競爭策略矩陣上，「餐點口味」與「餐點新鮮度」的表現較達美樂佳，為必勝客之優勢所在，應繼續維持；坐落於第四象限之項目為顧客極為重視，而必勝客表現較差的部份，則應優先改進缺點。

(二) 達美樂

根據研究分析結果可得知，在競爭策略矩陣上，達美樂除了位於第三象限項目較不重要採取觀察策略，其他項目則應採取優先改善策略，以維持市場上之競爭優勢。

四、人口統計變數對行銷組合與服務品質之差異分析

在驗證研究假設 H_2 、 H_3 方面，經由分析得知不同人口屬性對於披薩連

鎖業的行銷組合與服務品質滿意度上，在特定項目上確實有差異存在，分為以下幾點探討：

(一) 性別

關於性別在必勝客與達美樂之行銷組合與服務品質滿意度上，皆無明顯的差異；且以平均數來看，除了「達美樂行銷組合」以男性滿意程度較高外，其餘皆以女性的滿意程度較高。綜合問卷之分析結果可得知，在整體披薩連鎖產業中，女性對行銷組合與服務品質的滿意度高於男性。

(二) 學院別

關於學院別在必勝客與達美樂之行銷組合與服務品質滿意度上，皆無明顯的差異；且以平均數來看，必勝客皆以「人文社會學院」滿意程度較高，達美樂部份在行銷組合上以「資、工學院」滿意程度較高，服務品質則以「其他」滿意程度較高。

(三) 年級別

關於年級別在必勝客與達美樂之行銷組合與服務品質滿意度上，必勝客有明顯差異存在；且以平均數來看，除了「達美樂行銷組合」以「大學三年級」滿意程度較高外，其餘皆以「大學四年級」的滿意程度較高。綜合問卷之分析結果可得知，在整體披薩連鎖產業中，年級較高的大學生對行銷組合與服務品質的滿意度較高。

(四) 戶籍所在地

關於戶籍所在地在必勝客與達美樂之行銷組合與服務品質滿意度上，只有達美樂服務品質有明顯差異存在；且以平均數來看，除了「達美樂行銷組合」以「離島地區」滿意程度較高外，其餘皆以「南部地區」的滿意程度較高。綜合問卷之分析結果可得知，在整體披薩連鎖產業中，「南部地區」之

學生對行銷組合與服務品質的滿意度較高。

(五) 月生活費

關於月生活費在必勝客與達美樂之行銷組合與服務品質滿意度上，除了達美樂服務品質外，其餘皆有明顯差異存在；且以平均數來看，除了「達美樂行銷組合」以「9001-12000」滿意程度較高外，其餘皆以「6001-9000」的滿意程度較高。綜合問卷之分析結果可得知，在整體披薩連鎖產業中，月生活費在「6001-9000」之學生對行銷組合與服務品質的滿意度較高。

最後，本研究針對所有研究假設做一個簡要的驗證摘要表，整理如表 5-1 所示：

表 5-1 研究假設之驗證結果摘要表

假設	假設是否成立
H ₁ ：「期望服務水準」與「實際滿意程度」之間有所差距。	部份成立
H ₂ ：大專學生之不同人口統計變數對披薩連鎖店之行銷組合滿意度有顯著性影響。	部份成立
H ₃ ：大專學生之不同人口統計變數對披薩連鎖店之服務品質滿意度有顯著性影響。	部份成立

資料來源：本研究整理

第二節 研究建議

根據第四章資料處理與分析的討論結果，提出幾點幾點建議以做為披薩連鎖業行銷組合與服務品質滿意度上規劃經營策略之參考。

一、關於行銷組合部分之建議

(一) 產品

大學生對於必勝客與達美樂兩家披薩連鎖業者所推出的產品口味、新鮮度、品質、種類都處於滿意的狀態，祇是對於西式速食仍存有高卡路里，油膩的印象，在健康意識抬頭的今天，業者可考慮是否推出低卡路里、低熱量的產品。

(二) 價格與促銷

大學生對於必勝客與達美樂兩家披薩連鎖業者在「品牌知名度」、「產品廣告」、「餐點口味」與「餐點新鮮度」都滿意的情況下，建議業者可在節慶、特殊活動時增加促銷與優惠方案或發放多樣化的折價券，以刺激學生族群的消費慾望。其他方式例如必勝客餐廳可在學校附近的商圈設立分店，讓學生同儕之間吃披薩的風氣更為興盛。

(三) 地點

必勝客與達美樂兩家披薩連鎖業者在地點便利性方面，達到顯著性差異，表示在高雄地區披薩店的涵蓋範圍並沒有像麥當勞那麼普及。建議業者在一些年輕人較常出入的商圈設置分店或加強外送服務來彌補地點的不便利。

二、關於服務品質部分之建議

在消費者意識抬頭的今天，服務品質也愈形重要。本研究針對問卷調查

中具顯著性差異之服務項目提出了幾點建議：

(一) 等待時間

對於電話訂餐之顧客可預先明確告知幾點幾分來店取餐，而使服務人員可優先處理現場點餐顧客的需求以節省顧客時間。

(二) 在進行員工招募甄選時，重視「同理心、熱忱」等項目並給予適當的訓練及激勵，使員工能「快速、妥善處理顧客抱怨」及「對顧客有禮貌」。並對於服務表現優良的員工給予獎勵。

第三節 研究限制與後續研究建議

一、研究限制

本研究旨在探討披薩連鎖業行銷組合與服務品質對滿意度之影響，但因受限於研究者的能力、財力、時間及其他因素，無法作一完善而周延的探討，因此提出在研究過程中的問題與限制，以作為後續研究者之參考。

- (一) 本研究範圍僅限於高雄地區，未及於全省作全面性的抽樣調查，致使研究結果的代表性較低，建議若有這方面的後續研究可將範圍擴及全台。
- (二) 本研究之問卷對象為高雄地區的大專學生，使得分析上偏向此群體的探討。

二、後續研究建議

- (一) 本研究並未探討披薩連鎖業之異業結盟與虛擬通路的運用，建議後續研究者可針對此一方向上做相關探討，以提供披薩連鎖業者在虛擬通路或其他通路上販賣產品的重要參考。

(二) 本研究探討大學生對必勝客與達美樂兩家披薩連鎖業者在行銷組合及服務品質各項目是否有顯著性差異，以性別、學院別、年級別戶籍所在地與月生活費五項人口屬性來對大學生做區隔，研究結果發現大部分項目都無顯著性差異產生。建議後續研究者可以「生活型態／價值觀」來區隔大學生以達到有效區隔準則中的「差異化原則」，如此進行分析才會更具意義。

