

BOT戶外休閒咖啡廣場消費者行為之研究

指導老師：陳榮方、吳家德 老師

組 員：張雅純、王姿婷、許冠傑

摘 要

台灣經過了四十餘年的經濟成長，人民的物質水準已達一定的程度。但在此競爭激烈的環境下，人們的生活壓力越來越大，除了物質上的滿足以外，更需要重視的是生活品質上的滿足。由於政府開始實施週休二日及受到西方文化的影響，台灣的民眾開始重視其休閒娛樂。因此咖啡館便林立在台灣的各角落，而BOT戶外休閒咖啡廣場結合了多元化的戶外街頭表演、坐擁美麗城市夜景，帶給民眾不同於一般室內咖啡館的身心享受，逐漸在民眾的日常生活中佔有一席之地。

因此本組針對BOT戶外休閒咖啡廣場進行服務品質滿意度之研究調查，針對消費者發放問卷以探討其服務品質之滿意度，故研究目的將其分為以下三點討論，一、了解消費者到BOT戶外休閒咖啡廣場消費的動機及資訊來源為何。二、將BOT戶外休閒咖啡廣場的消費者做不同區隔以探討消費者行為的主要差異為何。三、將BOT戶外休閒咖啡廣場的消費者做不同區隔以探討消費者行為的滿意結果分別為何。綜合以上三點，以期望能了解消費者的行為偏好，並提供BOT戶外休閒咖啡廣場經營者的營運改善方向。

在研究方法的設計上，本研究首先針對高雄縣街頭聚場、高雄市城市光廊及黃金愛河此三家BOT戶外休閒咖啡廣場消費者進行抽樣調查。共回收有效樣本數268份問卷，問卷內容分為「消費行為」、「消費目的」、「滿意度」、「消費型態」及「消費者基本資料」共五部份，以期望了解消費者對BOT戶外休閒咖啡廣場的滿意度。

研究結果顯示，不同人口統計變數對BOT戶外休閒咖啡廣場的服務品質滿意度上，某些項目確實有差異存在；最後，本研究在文章最末針對研究限制與建議後續研究提幾點論述，供後續研究者作為參考。

關鍵詞：Bot、滿意度、休閒、咖啡

入口網站服務品質、滿意度與忠誠度之關係研究

一 以高雄地區大專學生為例

指導老師：鄭文助 老師

組 員：李美銀、蕭秉義、陳錦虹、李雅婷

結論與建議

本章根據前述分析結果，提出本研究之結論與建議。本章第一節為研究結果；第二節針對研究結果，提供業者建議；第三節為研究限制；最後第四節則為後續研究建議。

第一節 研究結論

在人口統計變數方面，就讀體系及接觸網路時間不同的使用者對「服務品質重視度」這項研究變數，存在顯著性的差異，就讀一般大學的使用者之服務品質重視度較就讀技職院校的使用者高；而接觸網路時間為 4 至 5 年的使用者對服務品質重視程度最高。不同入口網站的使用者與平均每日上網時間的不同對「顧客忠誠度」有顯著性的差異，最多人使用的 Yahoo 奇摩之顧客忠誠度最高；使用者的平均上網時間越長，其忠誠度也越高。性別與就讀體系不同的使用者則會對「服務品質滿意度」存在顯著性差異，男性對服務品質的滿意度高於女性；就讀一般大學的使用者之服務品質滿意度高於就讀技職院校的使用者。

在入口網站服務品質重視度與服務品質滿意度之比較上，其中以「網站名稱或網址容易記憶」、「能快速進入首頁」、「線上服務與互動式介面」、「版面編排會搭配時令或流行趨勢適當修整」、「主動告知我新資訊或新服務」、「個人化的資訊和服務」、「提供管道進行意見和資訊交流」此七項之衡量項目其 P 值 > 0.05 (請見表 4-10)，不具顯著性，表示受訪者在此部分滿

意程度較高，入口網站業者可繼續維持此部分之服務項目。又以「提供快速的傳輸速度」、「搜尋引擎能正確篩選出我想要的資料」、「搜尋引擎能清楚描述每一筆搜尋結果」差距較大，亦即入口網站應著重於改善這些差異性較大的服務項目。

研究結果顯示網站服務品質重視度對整體滿意度有顯著影響，尤其「資訊品質」、「快速有效」、「個人化服務」此三項構面的影響效果更為顯著，若想提升使用者的滿意度，可先從此三項構面著手，進而發揮事半功倍之效果。

於網站之服務品質重視度對顧客忠誠度方面，研究表示有顯著影響，尤其「資訊品質」、「容易使用」、「個人化服務」對顧客忠誠度之影響程度更為明顯。若想提升使用者的忠誠度，可先從此三項構面著手。

在整體滿意度對顧客忠誠度方面，有顯著影響；當顧客滿意度越高，相對而言顧客忠誠度也會越高，與 Heskett, Jones(1994)所提出的「服務-利潤鏈」之研究結果一致，表示顧客忠誠度受到整體滿意度直接的影響。

由研究結果發現態度忠誠度對行為忠誠度有一定程度的影響，但對入口網站而言，要由態度忠誠來解釋行為忠誠的預測能力並不高，僅達 7.8%。故若想要提高顧客重複的參訪入口網站的行為、推薦親友使用此入口網站或是付費使用入口網站的服務…等，除了要強化態度忠誠度外，還要考慮其他因素的影響。

第二節 業者之建議

本研究由第四章分析結果，提出改善服務品質之建議，以供各個入口網站之業者參考。

在網站的使用品質方面，尤其對於正發展於電子商務等入口網站之服務業者而言，更應強化系統的操作簡單、容易使消費者瀏覽網頁、抓取資料更容易上手、簡化其操作的介面，讓使用者在網頁的操作上更容易。

由於網頁之下載時間過久易造成顧客等候，轉往開啟其它下載速度較快的頁面，影響網頁開啟時間的快慢時常取決於該伺服器上傳速度、多媒體增加的內容程度等，若業者欲增加使用者瀏覽該網站的機率與逗留的時間，應首重此項目之改善。

在個人化服務方面，「設置常見問題或客服專員快速回覆並解決使用者的問題」、「詳細說明如何運用使用者的資料」、「提供適合我的服務」此三個服務項目的顧客滿意度略為偏低，因應個人化服務時代，故業者應加強此方面的服務，使能增加競爭。

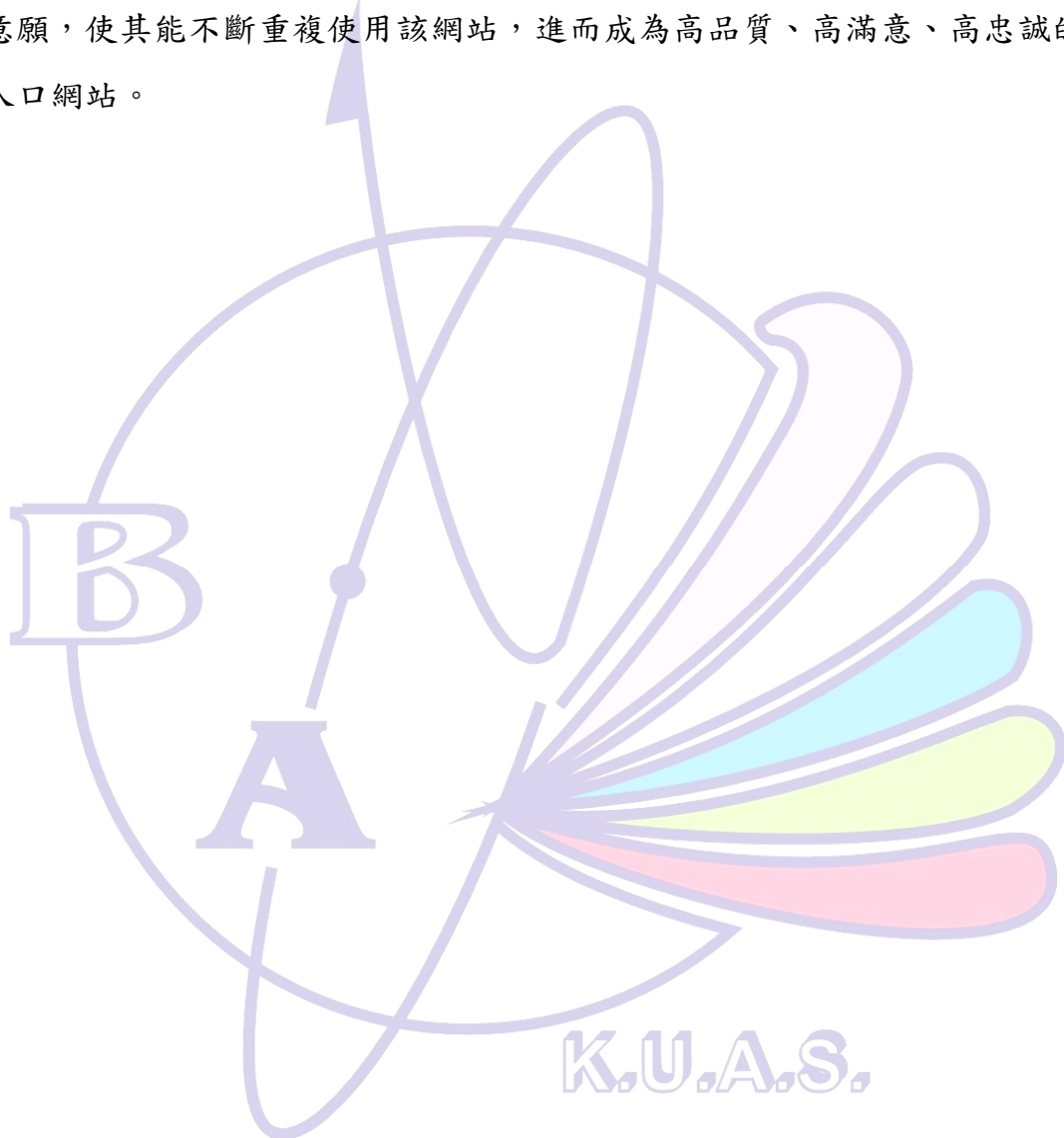
由於入口網站在其內容的提供完整詳細，對於使用者而言能提供可用的資訊，但各個入口網站所提供的內容彼此間較缺乏網頁的獨特性，應致力定位為有特色主題的入口網站，進而與其它業者有所區隔，提供給各個不同族群的使用者較不一樣的服務，以增加使用者的滿意度。

由於搜尋引擎能清楚描述搜尋結果、能正確篩選出使用者的資料是較被使用者所關心的。業者能否顧及到網頁所搜尋出來之資訊是可連結的，則成為影響使用者滿意度之關鍵因素。因此業者若加強其搜尋引擎，使能尋找出正確可用的連結，將更能增加其網頁連結的品質。

在網頁的美觀性方面，其內容包涵有使用的字型、顏色和多媒體、版面編排會搭配時令、流行及令人瀏覽愉悅之感受，並牽涉到有關文字、廣

告整體的編排，且在編排之餘，應以不造成使用者之困擾為首要前提，使服務品質之提升更為加分。

而隨著社會經濟變遷、價值觀的改變，人們對網站資訊的需求會有經常性的變動，因此業者要做到時時掌握最新資訊，並且蒐集顧客對網站使用的意見來進行內容的檢討與更新，如此才能維護上網者的新鮮感與上網意願，使其能不斷重複使用該網站，進而成為高品質、高滿意、高忠誠的入口網站。



第三節 研究限制

本研究基於有限的人力、資源以及時間，依研究結果可能產生以下幾點限制：

- 壹、本研究以高雄地區大專院校學生為研究對象，故研究結果無法推論全部的網路使用者。
- 貳、本研究主要以國內 Yahoo! 奇摩、Msn 台灣、Yam 蕃薯藤、PCHome 網路家庭、Sina 新浪網等五家業者進行研究，其結果無法涵蓋所有其它一般型入口網站業者之意見，因此僅能提供建議上之參考。
- 參、由於本研究礙於時間和成本的考量，故以便利抽樣的方式，雖然本研究已致力於分散樣本，但還是可能造成抽樣上的偏誤。
- 肆、本研究領域實屬探索性研究，直接以入口網路服務品質、滿意度、忠誠度研究的文獻較為缺乏，故本研究將佐以其它商務類型網站之相關論文為參考依據。



第四節 後續研究建議

由於時間、空間上的限制，及整體入口網站產業所涉及層面相當廣泛，因此仍有部分領域在日後可加以深入探討，簡單說明如下：

壹、本研究僅以台灣地區的入口網站作為研究範圍，未來研究可以考慮將知名的全球性入口網站納入研究，並比較國內與全球性入口網站在整體滿意度與忠誠度上是否有所差異。

貳、本研究以量化方式來了解入口網站服務品質、滿意度與忠誠度之關係，後續研究若能加入質性研究，將可兼顧深度觀點，使研究更具豐富性。

參、本研究僅針對高雄地區大專院校學生為研究對象，後續研究，可以擴大樣本使其更具代表性。

