

台灣顧客滿意指標於連鎖咖啡業之探索研究

鄧維兆, 羅佳綾

休閒遊憩規劃與管理學系

觀光學院

simond@chu.edu.tw

摘要

顧客滿意已被許多實證研究驗證會顯著影響顧客再光臨與市場佔有率，同時也被企業視為提昇企業收益與競爭優勢之重要影響因素。另外，以國家宏觀觀點而言，國家顧客滿意亦提供了國家競爭優勢分析與後續發展策略規劃之依據。近十年，各種國家顧客滿意指標(瑞典顧客滿意指標、美國顧客滿意指標、歐洲顧客滿意指標與中國顧客滿意指標)相繼提出並受到廣泛的重視與運用。但對台灣專屬之國家顧客滿意指標，則尚處於驗證模式階段。

本研究引用Lee(2006)所提之台灣顧客滿意指標(TCSI)並為其執行單一產業之模式適配性驗證，而探討產業為連鎖咖啡業。其中，星巴克、85°C與壹咖啡是本研究所選台灣連鎖咖啡業之三大代表企業。研究同時也確認了三大連鎖咖啡公司的顧客滿意度現況並依分析結果提出相關經營建議。研究方法包含問卷調查法、信度分析、因素分析、結構方程模式與敘述統計分析。正式問卷調查由調查員於台灣北、中、南三區分別執行，每區針對三大連鎖咖啡公司各發放100份問卷，共計發放900份。經546份有效問卷之資料分析結果顯示，TCSI模式運用在連鎖咖啡業之配適度是良好的。另外，三大連鎖咖啡顧客滿意度最高者為星巴克，而最低者為壹咖啡。同時，星巴克在形象、價值感受與忠誠度上也是表現最佳，故其肯定為當今台灣咖啡業經營管理之標竿學習對象。

關鍵字：國家顧客滿意指標、台灣顧客滿意指標、連鎖咖啡業、顧客滿意度