

投稿類別：商業類

篇名：

麻糬大王滿意度調查－西螺

作者：

周衛立。私立永年高級中學。商業經營學程高二仁班

李 斌。私立永年高級中學。商業經營學程高二仁班

林稜宥。私立永年高級中學。商業經營學程高二仁班

指導老師：

黃麗珠老師

壹、前言

一、研究動機

我們小組吃遍了全台灣各地經典的甜品，再一次的因緣際會下朋友推薦我一家麻糬店，於是我就去吃吃看，發現這一家麻糬的口感特別 Q 彈有嚼勁，沾上了花生粉後更增添一番風味，於是我就在想這家店的美味的秘訣是什麼，和其他家的麻糬店有何不同之處。

在我們的日常生活中，較常接觸到的甜點大多是西方點心，而麻糬對於台灣大眾而言算是一種廣為人知的傳統點心，但是西方點心的興起而導致傳統點心的沒落，因此傳統點心要如何在點心界存活並符合大眾的口味在從中創新。

二、研究目的

- (一) 探討西螺麻糬大王的 SWOT 分析、行銷策略分析。
- (二) 瞭解消費者對西螺麻糬大王的想法及需求。

三、研究方法

(一) 文獻探討法：到相關網頁、媒體及博碩士論文加以彙整所需的資料或是相關媒體、報導找尋各個相關的資料，所得到的資訊加以彙整整理。

(二) 問卷調查法：實際地去發放問卷，透過問卷的方式來了解消費者對其西螺麻糬大王的滿意度。

四、研究流程

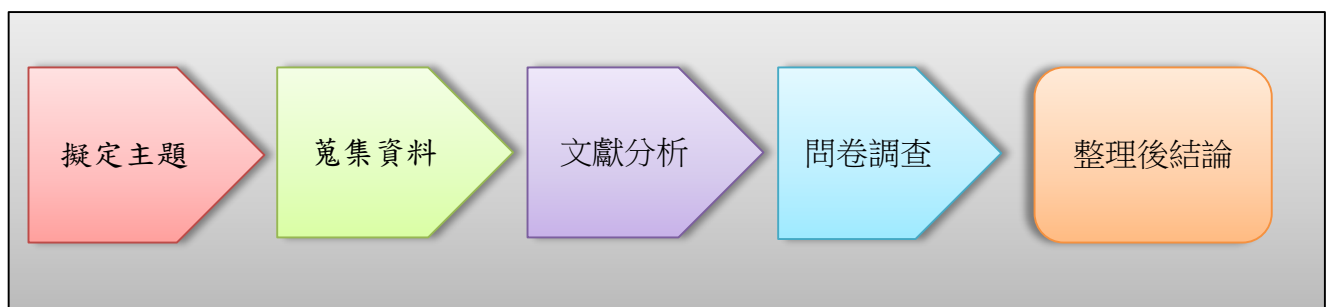


圖 1 研究流程

(資料來源：本組自行整理)

貳、正文

一、文獻探討

顧客滿意度：

「顧客滿意度就是顧客對某樣產品或是服務的『購買之前心理預期』和『購買使用之後實際感受』之差異程度」(旗立財經研究室, 2020), 受預期心理的影響, 如果再購買後發現商品不如預期那就會感到不滿意, 反之則會感到滿意!



圖 2 大王麻糬商標

二、麻糬的種類&歷史

麻糬是以糯米製成的食物, 起源於中國的宋朝時期當時因為發生了旱災, 江西客家村為了向龍王廟祈求降雨, 而收集各個家裡的剩米拿出米來祭祀, 但由米量很少, 便將米聚集在一塊並加熱蒸熟, 直到所有的米粒消失變成一塊 Q 彈的米糰, 再將米糰不斷攪和、捶打才變成我們熟悉麻糬, 而事後也成功地讓龍王天降甘霖, 事成之後全村的人一起享用這塊米糰, 發現米糰帶有濃厚稻米香, 因而將麻糬傳至世界各地, 也很快成為知名的甜點, 直至今日仍是受歡迎的點心。

表 1 麻糬種類

閩南式麻糬	花蓮麻糬	台式客家麻糬
所謂的閩南式麻糬, 指的就是將麻糬餡料包進麻糬皮裡, 早期曾稱做(豆糰), 後來的做法是因受到日本麻糬影響, 因有大福之稱, 成為了現今常見的麻糬做法, 現在也常作為慶祝佳節送禮的首選禮品。	此麻糬是由居住在花蓮海邊的阿美族捕魚祭所衍生出來的, 族人會下海捕魚或在河中捕抓, 在捕魚前必須先用酒、肉和麻糬到海邊祭神, 則麻糬內餡並不是包在麻糬裡的, 而是直接裹在麻糬表層。	台式客家麻糬客家話俗稱為(粿粿), 因早期客家人生活困苦, 在節慶時沒什麼可招待客人的食材, 因此只能將剩飯攪一攪, 並加上糖粉與花生粉沾著食用, 而現代則多以糯米所製的, 口感比早期更好了。

(資料來源：本組自行彙整)

表大王麻糬分店—西螺



(圖片來源：本組自行拍攝)

三、品牌介紹

(一) 西螺麻糬大王創業史

從民國 55 年起創辦，起初只是創辦人程爸、程媽推著一輛三輪車在雲林一帶販賣，隨後子女於民國 75 年擴大營業地區，把程爸爸程媽媽的產品發揚光大，生意越來越好，還有 DIY 麻糬全省宅配，2018 年後子女各自展店獨立作業，每一家店的麻糬市價、包裝、口感都不同。

(二) 經營理念

故事源起於 2012 年，當時創辦人董哥的小女兒誕生了，一出生即罹患了少有的罕見疾病，夫婦倆為了照顧女兒商量後，毅然決然決定創業。

創業過程中遇到很多的挫折，一開始推著車子出去賣麻糬每天都賣不到 80 盒，但在夫妻倆人共同努力下的五年後，終於讓西螺麻糬大王冰上冰名號在台

灣打響了知名度。

這背後除了感恩老婆在背後的支持，也感謝所有西螺麻糬大王冰上冰的顧客與員工一起走過一起努力。西螺麻糬大王冰上冰經過這些年努力不懈的研發終於研發出屬於自己的獨特口感麻糬並深受大家喜愛。

我們專注在每一個製作細節 就是為了給客戶最好最天然的麻糬。成功沒有捷徑，是一步一腳印的打拼。這是我們的理念，我們希望能與客戶一同成長，致立成為一個有良心的永續企業。

四、西螺麻糬大王行銷分析

（一）西螺麻糬大王之 4P 分析：

行銷策略主要包括**產品（product）策略**、**價格（price）策略**、**通路（place）策略**、及**推廣（promotion）策略**，這四種策略，即合稱為「行銷 4P」。企業通常會同時運用上述策略，採用所調的「行銷組合（marketing mix）」，來達到最佳的行銷效果。

（旗立財經研究室，2020）

產品(Product)	麻糬大王是一個擁有獨創品牌的 60 多年老店，主要販賣的麻糬是消費品，他們的麻糬不會因為是傳統老店而只堅持傳統的做法，而是因應現代人做出了研發及創新的產品口味。
價格(Price)	價格策略又分為成本導向、顧客導向及競爭導向這三種定價法，他們的商品價格不會太高，主要的目標客群在於中低階層的大眾，商品價格約在 100 元上下，而且商品的性質都相同價格起伏也不會太大。
通路(Place)	麻糬大王的通路是一階通路，所謂的一階通路就是製造商運送到零售商再由其販賣給消費者，而麻糬應該採用短通路而不是長通路，是因為麻糬有易腐性放久容易壞掉，並且是使用密集式配銷的。
推廣(Promotion)	麻糬大王用到了促銷組合中的廣告及直效行銷，他們以網站及雜誌把訊息傳遞給消費者，而且運用了網路行銷的方式達到降低成本提供產品給消費者的效果。

（資料來源：本組自行彙整）

(二) 西螺麻糬大王之 SWOT 分析

要達成企業願景，必須執行適當的經營策略。形成經營策略的方法有很多，較常使用的方法為 SWOT 分析，它是將對企業內，外部各方面條件進行綜合評估，進而分析企業的優劣勢及面臨的機會和威脅。（旗立財經研究室，2020）

		S 優勢		W 劣勢	
		內部	外部		
O 機會	O1 外地來的觀光客眾多，帶來強勁的消費收入。	S1 產品都以純天然的糯米製造，無任何食品天加物。	W1 使用純天然的原物料生產，使成本也提高了。		
	O2 每逢佳節及神明祭典，是很好的禮品及祭品。	S2 在製作方面擁有眾多的專業師傅嚴加控管。	W2 產品的口味創新太少，縮減了顧客們的選擇。		
		S3 有很強的創意研發能力，能抓住顧客們的需求。	W3 內部員工年資淺經驗不足，無完整的員工訓練。		
T 威脅	T1 有相同行業的競爭者加入，價格比本店還要低。	SO 策略	WO 策略		
	T2 西方點心興起，使傳統點心逐漸沒落了。	SO1 增長性策略 麻糬大王這個品牌有 60 多年的歷史了，現在擁有了產品研發創新的能力，再加上現代的網路資訊發達，也增加了行銷的通路，所以他們採用了 SO 策略擴大產能是成功的。	WO1 扭轉性策略 麻糬大王察覺現代的行動網國際路發展線上訂購是一個大的趨勢，可是礙於對此通路的了解較淺，因此自行學習如何經營線上通路，最後也成功在網路行銷有所發展。		
		ST 策略	WT 策略		
		ST1 多元化策略 傳統點心因受到西方點心盛行的影響，購買麻糬的人數大幅減少，因此做出研發及創新的產品口味，讓顧客有更多樣的選擇。	WT1 防禦性策略 近期有相同行業的競爭者加入，價格比本店還要低，而且再加上產品創新速度偏慢，因此開始減少了大量開設分店的想法。		

（資料來源：本組自行彙整）

做完 SWOT 分析後，我們認為麻糬大王的整體上都還算不錯，但是有一些缺點就是商品種類太少了，而且優惠活動也很少，價格也還算適中，希望能增加飲品會更加分。

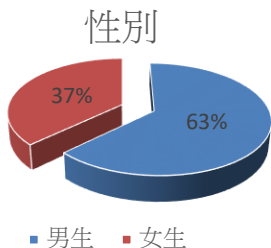
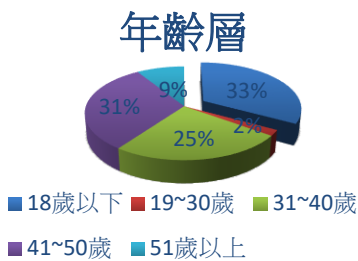
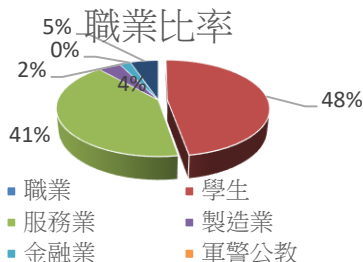
五、問卷調查分析

我們是以問卷調查法做研究藉由發問卷給消費者做分析問卷調查的內容有：性別、年齡層、職業及顧客各項滿意度等，調查消費者對麻糬大王的產品認知，對麻糬大王的服務感到如何，整體上的感覺如何。我們在麻糬大王的附近發放問卷，收回後分析消費者對麻糬大王的滿意度分析結果如下圖。

（一）問卷回收率

本組共發放 100 份問卷 回收 100 份 回收率 100%

（二）基本資料分析

 圖 9 麻糬大王消費者性別比率	本組共發了 100 份問卷，回收的問卷有 100 份，回收率 100 %，回收的問卷中，男性占 63%，女性占 37%，由此可知，麻糬大王的消費者男性占比較多。
 圖 10 麻糬大王消費者年齡層比率圖	從問卷調查可知道，麻糬大王的消費者 18 歲以下者最多，占了 33%，41~50 歲次之，占了 31%，由此可知，麻糬大王的消費者，由青少年和中年偏多。老年和青壯年較少，應該是不愛吃麻糬，小孩比較喜歡，中年可能是買給小孩的。
 圖 11 職業比率圖	從問卷中得知，職業中學生居多，次之是服務，由於當地有高中及國中，而農林漁牧業的工作較為繁忙，因此佔比較為少。

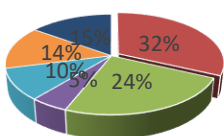
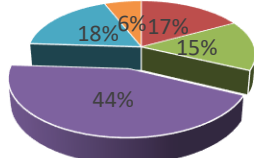
所得比率  ■ 所得 ■ \$3,000以下 ■ \$3,001~\$6,000 ■ \$6,001~\$10,000 ■ \$10,001~\$15,000 ■ \$15,001~\$20,000 ■ \$20,001以上	依據職業分析，由於學生較多，因此所得 3000 元以下佔較多數，而所得能看出麻糬的價格是人人能負擔的起的價位，無論是學生還是所得較低的民眾都能消費。
教育程度  ■ 教育程度 ■ 國小（含）以下 ■ 國中 ■ 高中職 ■ 大學 ■ 研究所以上	由於西螺是農業首都，因此普遍教育程度為高中職，相較於其他地區，教育程度偏低。

圖 12 所得比率圖

圖 13 教育程度比率圖

（一）消費者的消費情況與次數

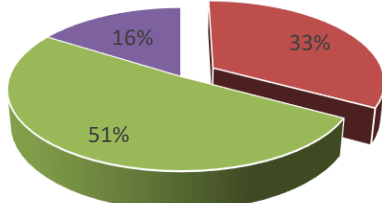
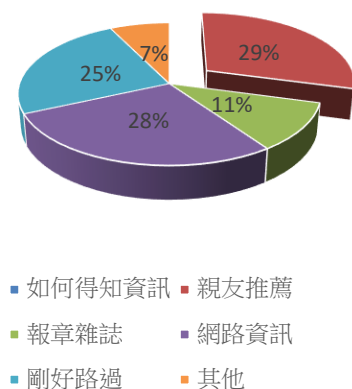
是否第一次消費  ■ 是否是第一次消費 ■ 是 ■ 否 ■ 無消費紀錄	由於發問卷的地點不是在麻糬大王店門口，而是在麻糬大王附近，所以，難免會有民眾沒有吃過，但絕大多數民眾都吃過，沒吃過的民眾的比率只有占 16%，由此可知，大部分民眾都是有吃過麻糬大王的。
--	---

圖 14 消費者是否第一次消費

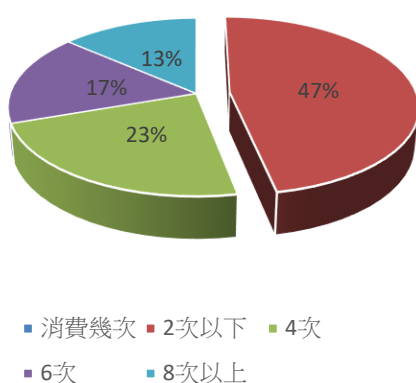
得知資訊路徑



由問卷調查可看出，得知麻糬大王資訊路徑親友推薦最多，占了 29%，網路資訊則次之，比率占 28%，由此可知，麻糬大王較常從親友推薦及網路資訊得知。

圖 15 消費者得知資訊路徑

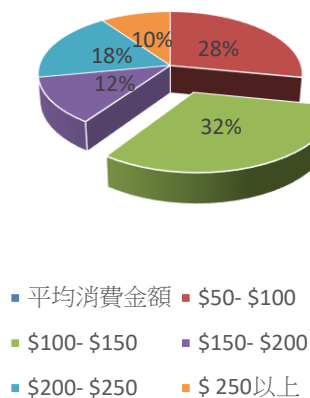
消費次數



由問卷調查可看出，消費者每年消費次數在 2 次以下占 47%，在 4 次占 23%，在 6 次占 17%，在 8 次占 13%，由此可知一般消費者不會很常吃麻糬。

圖 16 消費者消費次數

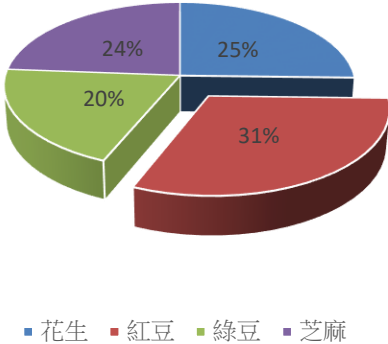
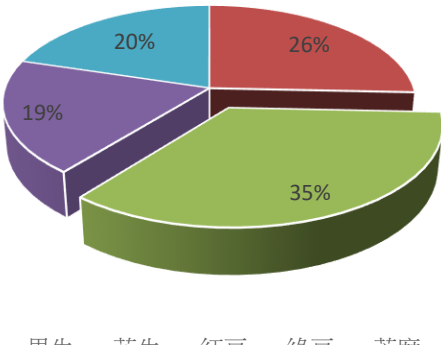
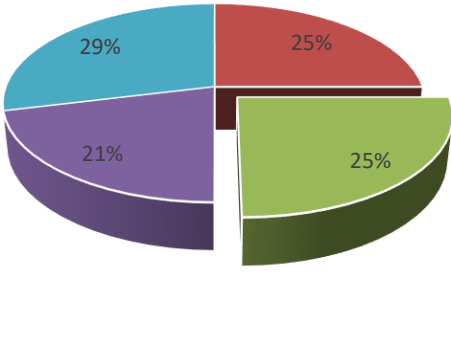
平均消費金額



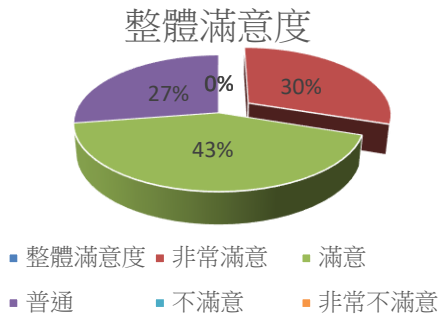
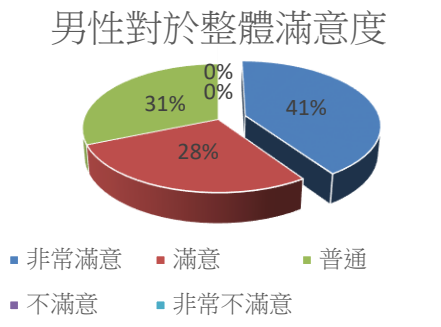
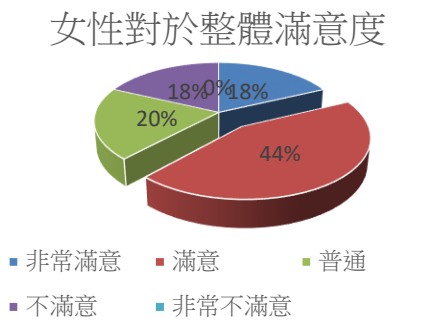
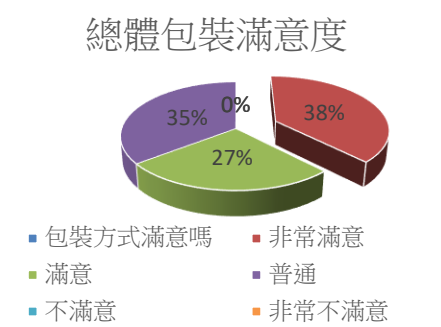
從問卷調查可看出，大部分消費者的平均消費金額在 100~150 元，占了 32%，50~100 次之，占了 28%，由此可知，消費者不大會買到 2 盒以上的麻糬，1 盒的量就足夠。

圖 17 消費者平均消費金額

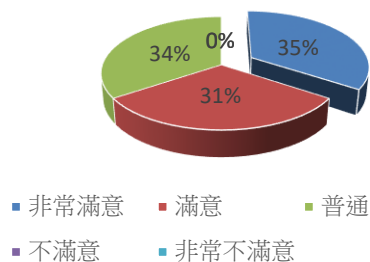
(二) 消費者的口味分析

口味總計  ■ 花生 ■ 紅豆 ■ 綠豆 ■ 芝麻 圖 18 口味總計比率圖	由問卷中得知，大多數人較喜愛紅豆，其餘的喜好口味比率較為平均，都是在 20-25%的範圍，由此可知麻糬大王的消費者口味愛好較平均。
男性的喜好口味比率  ■ 男生 ■ 花生 ■ 紅豆 ■ 綠豆 ■ 芝麻 圖 19 男性消費者的喜好口味比率	從問卷調查可看出，有 35%的男性喜歡紅豆，有 26%的男性喜歡花生，還有 20%的男性喜歡芝麻，以及 19%的男性喜歡綠豆，麻糬大王的口味對於男性而言紅豆較為喜歡，但比較不喜歡綠豆。
女性的喜好口味比率  ■ 女生 ■ 花生 ■ 紅豆 ■ 綠豆 ■ 芝麻 圖 20 女性消費者的喜好口味比率	從問卷調查可看出，有 25%的女性喜歡紅豆，有 25%的女性喜歡花生，還有 29%的女性喜歡芝麻，以及 21%的女性喜歡綠豆，麻糬大王的口味在女性還是很平均。

(三) 消費者對於產品的個別滿意度

整體滿意度  ■ 整體滿意度 ■ 非常滿意 ■ 滿意 ■ 普通 ■ 不滿意 ■ 非常不滿意 圖 21 消費者對整體的滿意度	從問卷調查可看出，有 30%的人對於整體感到非常滿意，有 43%的人對於感到滿意，而有 27%消費者感到普通，由次可知消費者對於整體無任何要求。
男性對於整體滿意度  ■ 非常滿意 ■ 滿意 ■ 普通 ■ 不滿意 ■ 非常不滿意 圖 22 男性消費者對於整體滿意度	從問卷調查可看出，有 41%的男性對於整體感到非常滿意，有 28%的男性對於感到滿意，而有 31%消費者感到普通，由次可知男性消費者對於整體無任何要求。
女性對於整體滿意度  ■ 非常滿意 ■ 滿意 ■ 普通 ■ 不滿意 ■ 非常不滿意 圖 23 女性消費者對於整體滿意	從問卷調查可看出，有 18%的女性對於整體感到非常滿意，有 44%感到滿意，有 20%感到普通，有 18%感到不滿意，可能是因為口味與品質的問題。
總體包裝滿意度  ■ 包裝方式滿意嗎 ■ 非常滿意 ■ 滿意 ■ 普通 ■ 不滿意 ■ 非常不滿意 圖 24 總體包裝滿意度	從問卷調查可看出，有 38%消費者對於包裝感到非常滿意，有 51%感到滿意，而有 17%感到普通，由次可知消費者對於包裝無任何要求。

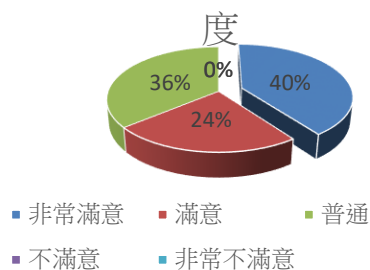
男性對包裝的滿意度



從問卷調查可看出，有 35%男性消費者對於包裝感到非常滿意，有 31%感到滿意，而有 34%感到普通，由此可知男性消費者對於包裝無任何要求。

圖 25 男性消費者對包裝的滿意度

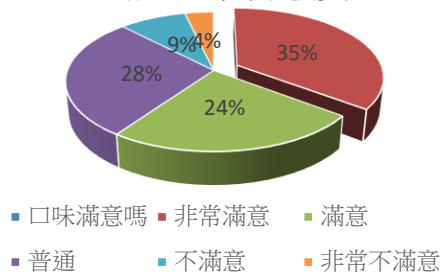
女性對於包裝方式滿意度



從問卷調查可看出，有 40%女性消費者對於包裝感到非常滿意，有 24%感到滿意，而有 36%感到普通，由此可知女性消費者對於包裝無任何要求。

圖 26 女性消費者對於包裝方式滿意度

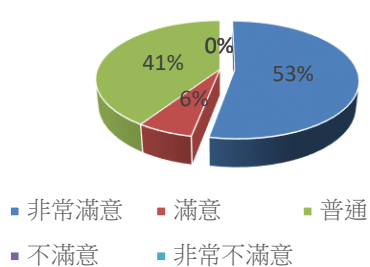
總體口味滿意度



從問卷調查可看出，有 35%的人對於口味感到非常滿意，有 24%的人對於口味感到滿意，而有 9%消費者感到不滿意，還有 4%消費者感到非常不滿意，可能是因為不符合口味。

圖 27 總體消費者對口味的滿意度

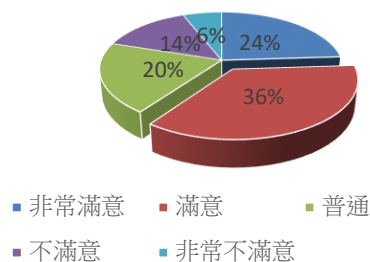
男性對於口味滿意度



從問卷調查可看出，有 53%的人對於口味感到非常滿意，有 6%的人對於口味感到滿意，而有 41%消費者感到普通，麻糬大王還是十分符合男性消費者的口味。

圖 28 男性消費者對於口味滿意度

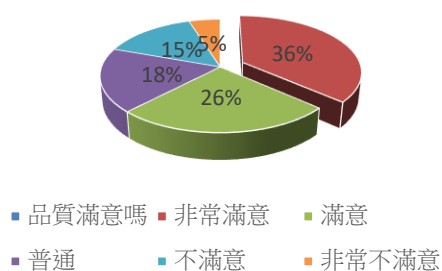
女生對於口味滿意度



從問卷調查可看出，有 24%的女性對於口味感到非常滿意，有 36%感到滿意，有 20%感到普通，有 14%感到不滿意，有 6%感到非常不滿意，可能是不符合口味。

圖 29 女性消費者對於口味滿意度

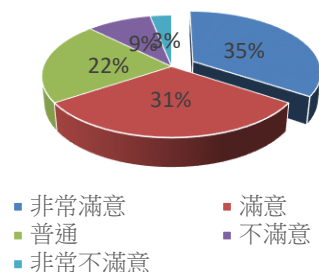
總體品質滿意度



從這張圖可以看出，有 36%的消費者對於品質感到非常滿意，有 26%的消費者對於價格感到滿意。而有 15%消費者感到不滿意，還有 5%消費者感到非常不滿意，可能是因為不喜歡這種口感。

圖 30 總體品質滿意度

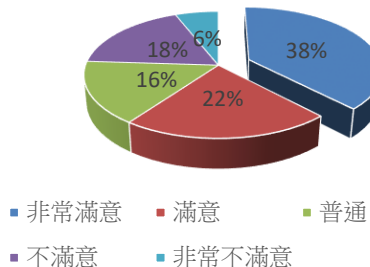
男性對於品質滿意度



從這張圖可以看出，有 35%的男性對於品質感到非常滿意，有 31%的人對於價格感到滿意，而有 9%消費者感到不滿意，還有 3%消費者感到非常不滿意，可能是因為不喜歡這種口感。

圖 31 男性消費者對於品質滿意度

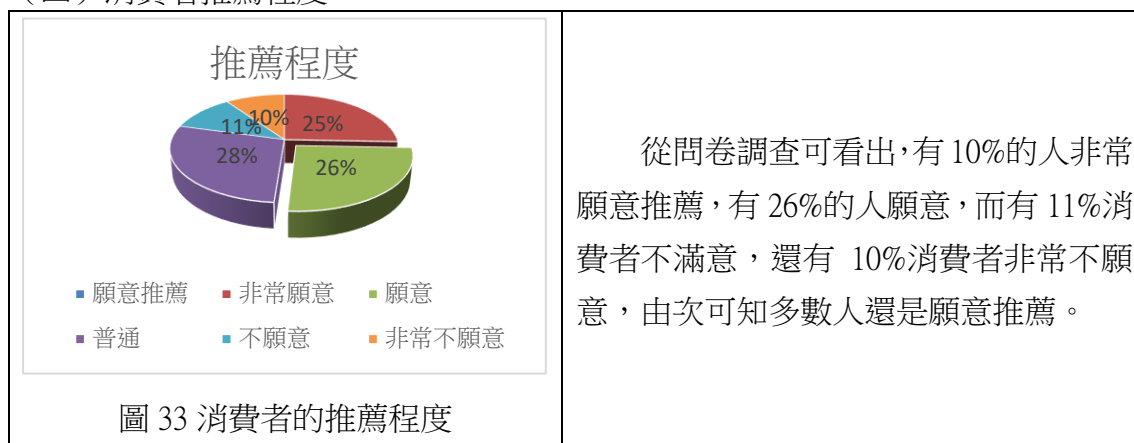
女性對於品質滿意度



從這張圖可以看出，有 38%的女性對於品質非常滿意，有 22%的人對於價格感到滿意，而有 18%消費者感到不滿意，還有 6%消費者感到非常不滿意，可能是因為不喜歡這種口感。

圖 32 女性消費者對於品質滿意度

(四) 消費者推薦程度



由上圖表所示，我們可以得知大部分消費者對麻糬大王的各方面都是相對較滿意的，相較之下非常滿意的人數就沒那麼多了，可能是覺得麻糬大王還有其進步的空間吧！有些選不滿意的人並不多，可能是因為個人喜好的關係，也可能是因為的產品項目太少，而沒有喜歡的或是不符合胃口，覺得沒有特別好吃等。也有很多消費者都選「普通」這個選項，可能是覺得不知道如何表達好或不好，也可能是沒什麼意見。

六、消費者滿意度

以消費者滿意度調查消費者對與各品項的滿意度，可得知消費者對於那些項目是店家須改進以及哪些是可以繼續保持。

表 3 消費者滿意度調查表

消費者滿意度	滿意 非常		滿意		普通		意 不滿		意 不滿 非常		總分	分數 平均	排名
人數與比率	人數	%	人數	%	人數	%	人數	%	人數	%			
品質滿意度	30	36%	21	26%	15	18%	12	15%	4	5%	307	20.4%	3
價格合理度	27	33%	24	29%	17	21%	8	10%	6	7%	304	20.2%	4

包裝滿意度	31	38%	22	27%	29	35%	0	0%	0	0%	330	22%	1
口味滿意度	29	35%	20	24%	23	28%	7	9%	3	4%	311	20.7%	2

參、結論

一、結論

我們這組做了問卷調查，探討了消費者對麻糬大王的滿意度，並且也從行銷 4P 及 SWOT 分析法中了解麻糬大王的各項數據，而對於各項滿意度都還蠻深受消費者的青睞，都保持較高的分數，麻糬大王的優勢是產品的原料堅持使用純天然的糯米不加任何添加物和價格較為平價，除了保留了食材的新鮮及天然的味道，使用嚴選的優良糯米選用純天然的佐料，也讓多數民眾能用零錢來消費，特別是學生，這也是我們發問卷的同時多數為青少年的原因，而缺點就是產品種類較少，再加上缺乏創新以及多元化改變，為了保持住傳統的特性，也未做出與特定節日的產品或促銷，是麻糬大王的缺點，綜合以上要素我們提出以下建議：

二、建議

- (一) 往都市地區發展，那些比較都市化的地方，可能不知道麻糬這種傳統點心，可以讓傳統點心被大家知道。
- (二) 增加一些促銷活動，麻糬大王較鮮為人知，希望可以辦一些活動，例如集點卡活動、買三送一、自己 DIY 做麻糬…等活動，來吸引消費者前來購買。
- (三) 我們發現麻糬大王目前沒有太多的廣告活動，因此可以多置入性行銷從特定節日中針對目標客群，擬定出新的產品或活動也能增加不少顧客消費次數。
- (四) 迎合現在疫情嚴峻大家都較少出門，這樣導致來客購買率都變少了，所以可以透過網路商店平台這種不論外地還是本地都能夠買到商品來減輕目前的困境。

肆、引註資料

麻糬大王官網：(<https://www.marchking.com.tw/aboutIm.html>)

1. 108 旗立財經研究室商概課本上 p60-63
2. 108 旗立財經研究室商概課本下 p17-40
3. 天下雜誌

顧客滿意度問卷

親愛的先生／女士 您好：

我們是永年高中的學生，目前正在製作有關“西螺麻糬大王”方面的專題，因此需要請您協助填寫此份問卷，大約需耽誤您 3 至 5 分鐘的時間。您的寶貴意見，將對這份專題報告有非常大的幫助，您所填寫的內容與資料，僅供專題研究之用，不會對外公開，也不會洩漏個資，敬請放心填答，最後在此感謝您的協助。

敬祝 健康快樂 事事順心！

私立永年高中 商業經營科 高二仁班

指導老師：黃麗珠

學生：李斌、周衛立、林稜宥 敬上

*** 請您依照個人之實際狀況，在下列各選項 ☐ 中打「V」。**

一、基本資料：

- 1.性別：☐男 ☐女
- 2.年齡：☐18 歲以下 ☐19~30 歲 ☐31~40 歲 ☐41~50 歲 ☐51 歲以上
- 3.職業：☐學生 ☐服務業 ☐製造業 ☐金融業 ☐軍警公教
☐待業中 ☐農林漁牧業 ☐其他
- 4.每月可支配所得：☐\$3,000 以下 ☐\$3,001~\$6,000 ☐
\$6001~\$10,000 ☐
☐\$10,001~\$15,000 ☐\$15,001~\$20,000 ☐\$20,001 以上
- 5.教育程度：☐國小（含）以下 ☐國中 ☐高中職
☐大學 ☐研究所以上

二、顧客滿意度之調查：

01.請問您是否是第一次消費西螺大王麻糬的產品？☐ 是（請跳到第 3 題，繼續填答）

☐ 否（請接續第 2 題填答） ☐（從來無到店消費 謝謝您的訪談）

02.請問您平均一年到西螺大王麻糬消費幾次？

☐ 2 次以下 ☐ 3-4 次 ☐ 5-6 次 ☐ 7 次以上

03.請問您是從哪裡得知西螺大王麻糬的資訊？

☐ 親友推薦 ☐ 報章雜誌 ☐ 網路資訊 ☐ 剛好路過 ☐ 其他

04.請問您到西螺麻糬大王平均消費金額為多少？

☐ \$50- \$100 ☐ \$101- \$150 ☐ \$151- \$200 ☐ \$201- \$250 ☐ \$251 以上

05.請問您認為西螺大王麻糬的價位合理嗎？

☐ 非常合理 ☐ 合理 ☐ 普通 ☐ 不合理 ☐ 非常不合理

06.請問您對西螺大王麻糬品質滿意嗎？

☐ 非常滿意 ☐ 滿意 ☐ 普通 ☐ 不滿意 ☐ 非常不滿意

07.請問您對西螺大王麻糬的包裝方式滿意嗎？

☐ 非常滿意 ☐ 滿意 ☐ 普通 ☐ 不滿意 ☐ 非常不滿意
08.請問您認為西螺大王麻糬吸引您的原因在於？（可複選）

☐ 口味種類多 ☐ 品質良好 ☐ 服務速度快 ☐ 服務態度好 ☐ 衛生環境佳

☐ 整體環境佳 ☐ 價位合理 ☐ 其他_____

（請翻至下一頁繼續作答！）

09.請問您都到店內消費哪些口味的麻糬食品？（可複選）

☐ 花生 ☐ 紅豆 ☐ 綠豆 ☐ 芝麻

10.承上題，請問您對這些麻糬口味滿意嗎？

☐ 非常滿意 ☐ 滿意 ☐ 普通 ☐ 不滿意 ☐ 很不滿意

11.請問您對西螺大王麻糬的整體滿意度為何？

☐ 非常滿意 ☐ 滿意 ☐ 普通 ☐ 不滿意 ☐ 很不滿意

12.我願意推薦西螺大王麻糬給親朋好友

☐ 非常認同 ☐ 認同 ☐ 普通 ☐ 不認同 ☐ 非常不認同

13.請問您認為西螺大王麻糬有哪些地方需要改進？（可複選）

☐ 無須修改，繼續保持 ☐ 環境衛生部份需加強

☐ 服務態度部份需加強 ☐ 產品口味需更加多元

☐ 價位部份需調整

☐ 其他_____

問卷結束！請再次確認您有哪些選項未填。
再次感謝您的協助！