

投稿類別：商業類

篇名：早安山丘之顧客滿意度調查—以雲林縣為例

作者：

陳韋臣。私立永年高中。商業經營科二年仁班

劉育盈。私立永年高中。商業經營科二年仁班

吳宜達。私立永年高中。商業經營科二年仁班

指導老師：

黃麗珠老師

壹、前言

一、研究動機

現代人們的生活之中，早餐是不可或缺的一部分，每天早上隨處都可見人們坐在早餐店裡面悠閒地吃著早餐或是提著早餐袋在路上的畫面，而我們小組的成員都非常的喜歡吃早餐，我們選出了一家組員們認為是最好吃的早餐店早安山丘，因此我們以早安山丘為本篇小論文所要探討的主題。

二、研究目的

- (一) 了解「早安山丘」的歷史背景與現況
- (二) 進行「早安山丘」消費者滿意度調查
- (三) 進行「早安山丘」之 **SWOT** 分析

三、研究方法

問卷調查法：設計問卷，比較「早安山丘」之顧客滿意度

文獻探討法：上網搜尋「早安山丘」相關資訊，再討論彙整

四、研究流程

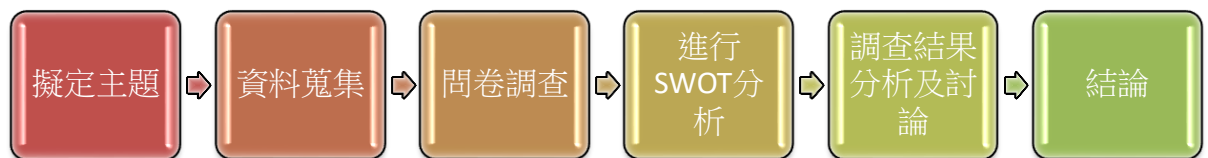


圖 1 研究流程（資料來源：本組自行整理）

貳、正文

一、文獻探討

(一) 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，2019），消費前及消費後心情的滿意度，前後的差距即是消費滿意度，如果消費感受大於購買前的預期，便會感到滿意，反之，若是感受小於預期就會失

望。

二、早安山丘之歷史&背景

「早安山丘」早午餐連鎖加盟總部在「力天世紀餐飲有限公司」集團運作經營下，籌備 2 年，才在嘉義市開始第一家店，為了這一個字「家」，「家」就是舒適、安心、親切，「早安山丘」打造了優良環境，讓消費者可以「舒適」用餐，選用「安心」食材，讓消費者食得安心，努力做好每個服務細節，讓消費者有賓至如歸的「親切」感。



圖 2 早安山丘商標

三、早安山丘與其他早餐店之比較

台灣跟日本不同，多數人的早餐都在外面解決，因此市面上也出現了各種早餐店，每家早餐店的餐點和名稱都不一樣，有的價格便宜，有的價格昂貴。每一間店都有著不一樣的餐點及特色，本組舉出兩家常見的早餐店和早安山丘來做比較，現在就讓我們來比較早安山丘和其他早餐店的差別吧！

（一）拉亞漢堡

拉亞漢堡創立於北部，自 2002 年成立至今約有 500 家加盟門市，和早安山丘一樣，拉亞漢堡的價格偏高，同樣是早午餐類型的早餐店，不過拉亞漢堡與早安山丘的差別在於餐點的不同，拉亞漢堡的餐點偏向於美式風格，而早安山丘的則是偏向於中西式風格。



圖 3 拉亞漢堡商標

（二）弘爺漢堡

創立於 1989 年，從早期製造販售西式早餐及相關乳品飲料，轉變為中、西式的速食餐飲，目前全省已有直營店及加盟店近 1000 家，雖然同樣是販售中西式的餐點，不過餐點的價格較早安山丘低。而早安山丘和弘爺漢堡的不同之處並不只有價格，弘爺漢堡獨有的通路。



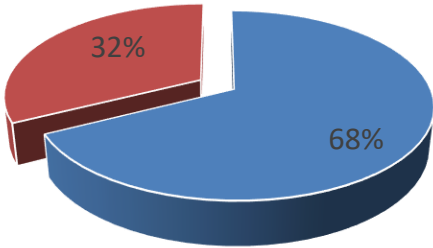
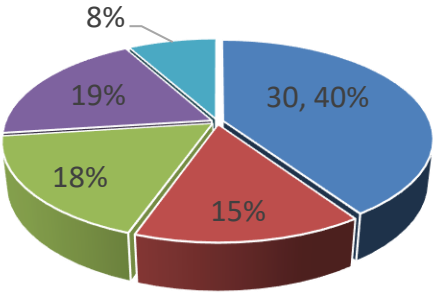
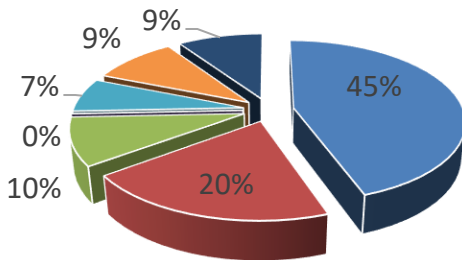
圖 4 弘爺漢堡商標

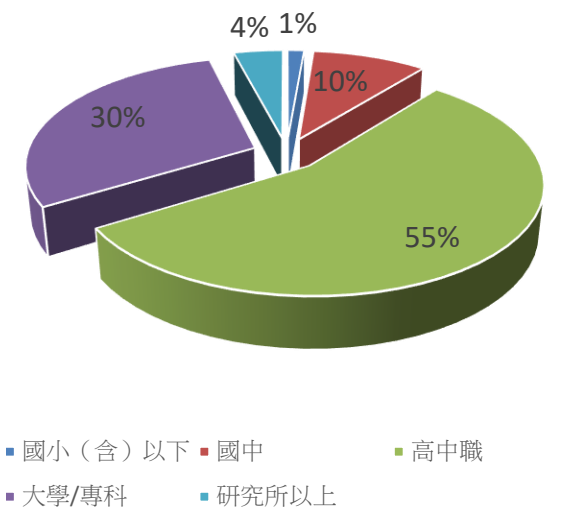
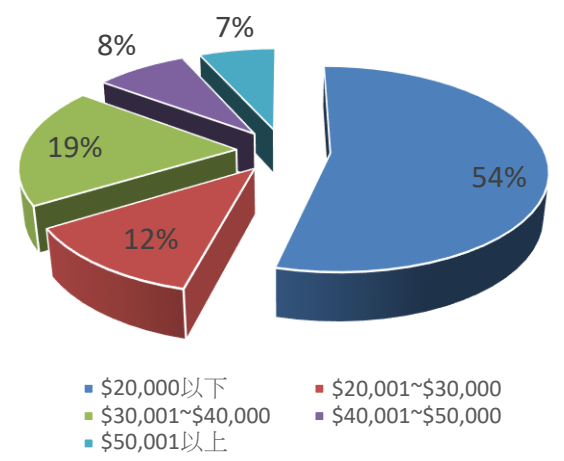
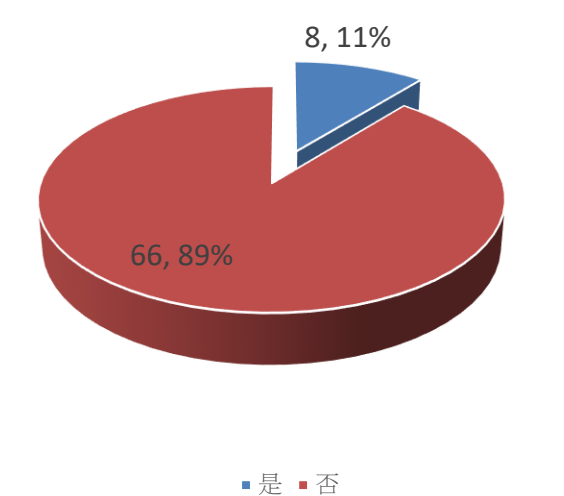
五、問卷調查

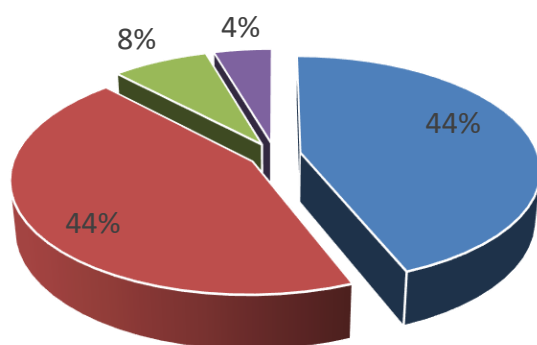
本組是以問卷調查法做研究，藉由發問卷的方式給消費者，做分析，問卷調查的內容有：性別、年齡層、職業...等。調查消費者對早安山丘的產品認知、食物品質的滿意度，對早安山丘的服務、環境感到怎麼樣，整體上的感覺如何。我

們在早安山丘的附近發放問卷，回收後分析消費者對早安山丘的滿意度，分析結果如圖。

(一) 基本資料分析

 ■ 男 ■ 女 圖 5 性別	根據左圖可知，男生占總比例 68%，女生占總比例 32%，受訪者以男性居多。 我們分別在虎尾、土庫、元長地區發放問卷，由圖可知，虎尾、土庫、元長地區的男性較多。
 ■ 1~20歲 ■ 21~30歲 ■ 31~40歲 ■ 41~50歲 ■ 50歲以上 圖 6 年齡層	由圖可知，20 歲以下占 40%、21~30 歲占 15%、31~40 歲占 18%、41~50 歲占 19%、50 歲以上占 8%。 由調查結果可得知，早安山丘的顧客主要是 20 歲以下的青少年。
 ■ 學生 ■ 服務業 ■ 製造業 ■ 金融業 ■ 軍警公教 ■ 農林漁牧業 ■ 其他 圖 7 職業	由圖可知，職業裡學生占 45%、服務業占 20%、製造業占 10%、金融業占 0%、軍警公教占 7%、農林漁牧業占 9%、其他占 9%。 由調查結果可得知，早安山丘的顧客主要是學生，占 45%。

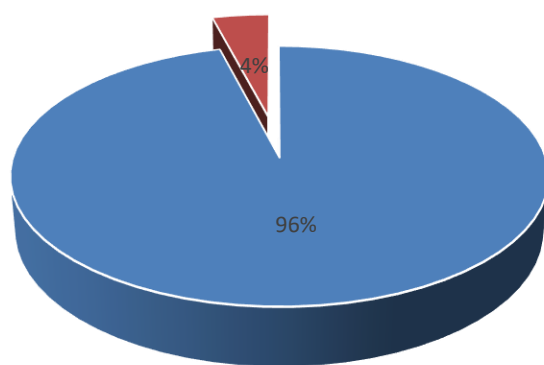
 ■ 國小（含）以下 ■ 國中 ■ 高中職 ■ 大學/專科 ■ 研究所以上 圖 8 教育程度	由圖可知，早安山丘顧客教育程度國小（含）以下占 1%、國中占 10%、高中職占 55%、大學專科占 30%、研究所以以上占 4%。 由此可知，虎尾、土庫、元長地區的早安山丘，顧客的教育程度大部分都是高中職。
 ■ \$20,000以下 ■ \$20,001~\$30,000 ■ \$30,001~\$40,000 ■ \$40,001~\$50,000 ■ \$50,001以上 圖 9 每月所得	由圖可知，早安山丘顧客每月所得 20,000 以下占 54%、20,001~30,000 占 12%、30,001~40,000 占 19%、40,001~50,000 占 8%。 由此可知，虎尾、土庫、元長地區的早安山丘，顧客的主要客層為學生，導致每月所得大部分落在於 20,000 以下。
 ■ 是 ■ 否 圖 10 是否第一次消費	由圖可知，早安山丘之顧客是否第一次消費，是占了 8.11%、否占了 66.89%。 由此可知，早安山丘顧客來消費的通常都不是第一次消費，並也有 8.11%的新顧客。



■ 3次以下 ■ 4~6次 ■ 7~10次 ■ 11次以上

圖 11 平均一個月消費次數

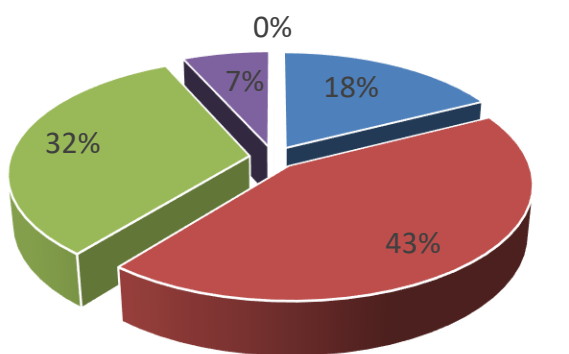
由此圖可知，平均一個月會消費 3 次以下和 4~6 次的消費者各占 44%；有 8% 的消費者平均一個月消費 7~10 次；而消費 11 次以上的只占 4%。



■ 是 ■ 否

圖 12 對以上商品是否滿意

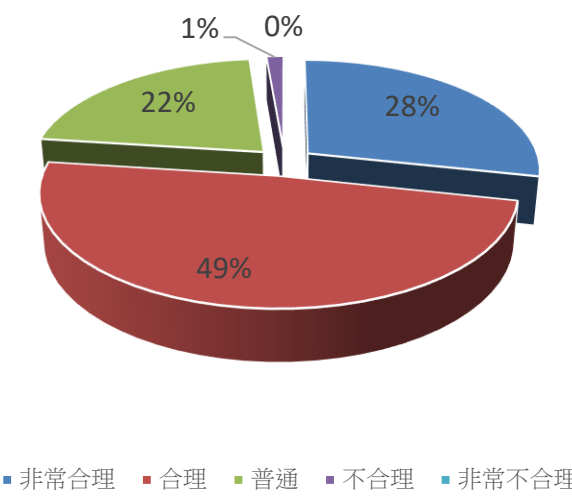
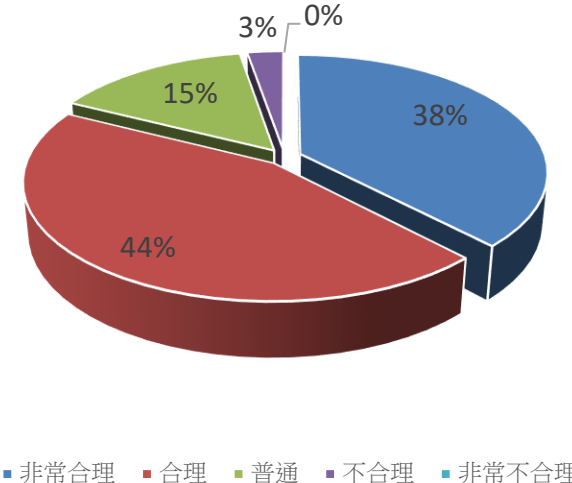
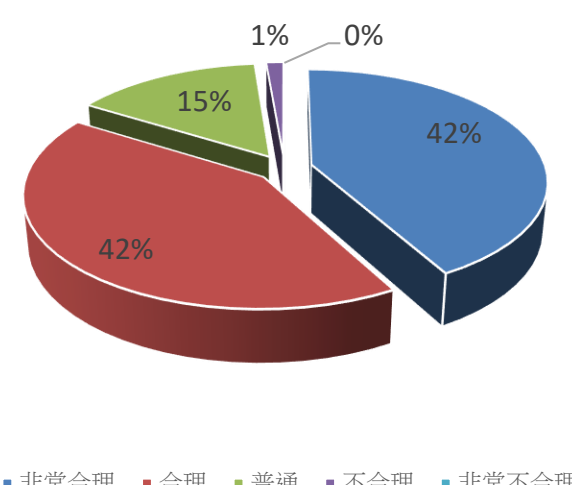
由此可知，對以上商品滿意的消費者有 96%；不滿意的消費者有 4%。因此，我們可以得知，大部分的消費者對早安山丘的商品感到滿意。

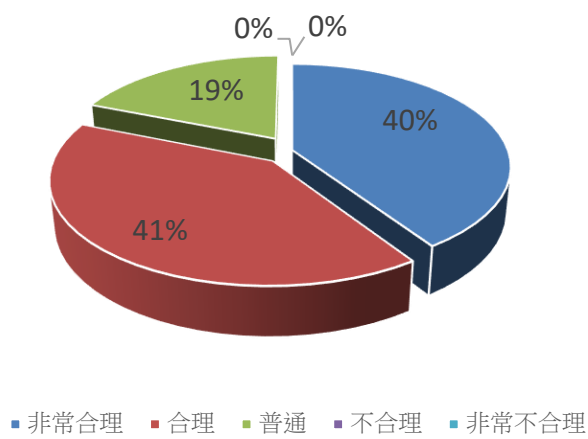
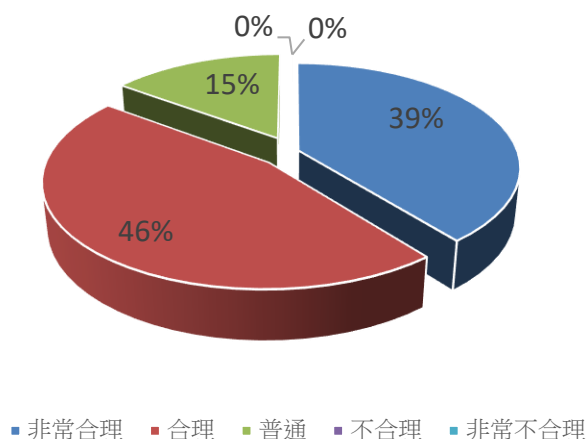
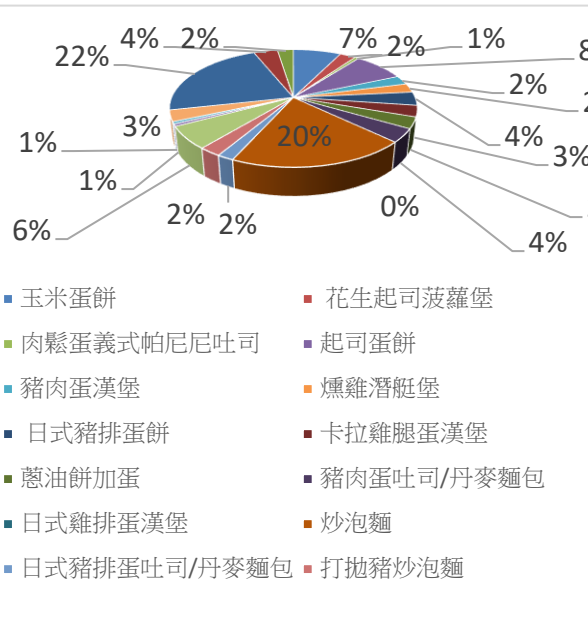


■ 非常合理 ■ 合理 ■ 普通 ■ 不合理 ■ 非常不合理

圖 13 價格合理程度

有此圖可知，有 43% 的消費者對早安山丘的價格感到合理，其中男性佔 27%，女性佔 16%；而有 32% 的消費者覺得還可以，其中男性佔 24%，女性佔 8%；而有 7% 消費者感到不合理，男性佔 6%，女性佔 1%。但整體上，大多數的消費者覺得價格合理。

 ■ 非常合理 ■ 合理 ■ 普通 ■ 不合理 ■ 非常不合理	根據問卷調查可知，有 49%的消費者對早安山丘的食物品質感到滿意，其中男性佔 34%，女性佔 15%；有 28%的消費者感到非常滿意，其中男性佔 17%，女性佔 11%；而有 1%的消費者則是感到不滿意
圖 14 食物品質滿意度	
 ■ 非常合理 ■ 合理 ■ 普通 ■ 不合理 ■ 非常不合理	由圖可知，有 38%的消費者對服務態度感到非常滿意，有 44%的消費者覺得合理，有 15%的消費者覺得普通，有 3%的消費者覺得不合理。
圖 15 服務態度滿意度	
 ■ 非常合理 ■ 合理 ■ 普通 ■ 不合理 ■ 非常不合理	由圖可知，有 42%的消費者認同早安山丘的商品具多樣化，其中更有 42%的消費者非常同意，而有 15%的消費者覺得普通，有 1%的消費者感到不認同。 根據統計成果，早安山丘的產品具有多樣化。
圖 16 產品多樣化滿意度	

 ■ 非常合理 ■ 合理 ■ 普通 ■ 不合理 ■ 非常不合理	由圖可知，有 41%的消費者對早安山丘的衛生環境感到滿意，有 40%的消費者感到非常滿意，而滿意及非常不滿意都是 0%。由此可知，早安山丘的環境整體上讓消費者感到滿意。
圖 17 環境衛生滿意度	
 ■ 非常合理 ■ 合理 ■ 普通 ■ 不合理 ■ 非常不合理	從這張圖可以看出，有接近一半的消費者對早安山丘整體的感受是滿意的，占比為 46%，更有 39%的消費者是感到非常滿意，感到不滿意及非常不滿意的比率皆為 0%。 由此可知，早安山丘的整體上讓消費者感到滿意。
圖 18 店面整體滿意度	
 ■ 玉米蛋餅 ■ 花生起司菠蘿堡 ■ 肉鬆蛋義式帕尼尼吐司 ■ 起司蛋餅 ■ 豬肉蛋漢堡 ■ 燻雞潛艇堡 ■ 日式豬排蛋餅 ■ 卡拉雞腿蛋漢堡 ■ 蔥油餅加蛋 ■ 豬肉蛋吐司/丹麥麵包 ■ 日式雞排蛋漢堡 ■ 炒泡麵 ■ 日式豬排蛋吐司/丹麥麵包 ■ 打拋豬炒泡麵	由圖可知，消費者偏好購買的前二名產品為玉米蛋餅 22%、炒泡麵 20%，可知大部分消費者較常購買此 2 項商品。除了日式雞排蛋漢堡為 0%，其餘的商品的購買率約為 3%，可知較少人買的系列，購買率平均。
圖 19 顧客消費調查	

(資料來源：本組自行整理)

（二）滿意度調查表

表 1 早安山丘滿意度調查表

消費者滿意度	非常滿意		滿意		普通		不滿意		非常不滿意		總分	平均分數	排名
	人數	%	人數	%	人數	%	人數	%	人數	%			
價格合理程度	13	18%	32	43%	24	32%	5	7%	0	0%	186	2.52	5
食物品質滿意度	21	28%	36	49%	16	22%	1	1%	0	0%	198	2.68	4
服務態度滿意度	28	38%	33	44%	11	15%	2	3%	0	0%	204	2.75	3
產品多樣化滿意度	31	42%	31	42%	11	15%	1	1%	0	0%	206	2.78	1
環境衛生滿意度	30	40%	30	41%	14	19%	0	0%	0	0%	205	2.77	2
店面整體滿意度	29	39%	34	46%	11	15%	0	0%	0	0%	206	2.78	1

（資料來源：經調查問卷統整而出）

五、SWOT 分析

SWOT 分析是用來評估企業，其中內部分析有 S：優勢，W：劣勢；外部分析有 O：機會，T：威脅，主要是用來與競爭對手做比較。「要達成企業願景，必須執行適當的經營策略」(旗立財經研究室，2019)。

表 2 早安山丘 SWOT 分析表

優勢(Strength)	劣勢(Weakness)
● 多樣化的餐點 ● 中西式餐點受消費者喜愛 ● 營業時間較傳統早餐店長	● 價格偏高 ● 手做餐點等待時間長
機會(Opportunity)	威脅(Threat)
● 外送商機崛起 ● 經由打卡活動，提高知名度	● 市場趨向飽和狀態 ● 同業市場進入容易 ● 競爭對手眾多

(資料來源：本組自行整理)

參、結論

一、結論

本組之問卷探討了「消費者對早安山丘的滿意度」之調查，並且將早安山丘與其他連鎖早餐店做比較，也從 SWOT 分析中了解各家早餐店與早安山丘的比較各有不同，例如在食材的配送方面，以及。經過問卷調查後，可以看出消費者勾選的都是滿意、普通居多，他們的回應也促使早安山丘，給予早安山丘更大的進步空間。

肆、引注資料

一、書籍

1. 旗立財經研究室 2019。商業概論 I
2. 旗立財經研究室 2019。商業概論 II

二、網站

1. 早安山丘官網 http://www.cohs.org.tw/gold-1/new_page_249.htm
2. 弘爺漢堡官網 <https://www.hongya88.com.tw/>
3. 拉亞漢堡官網 <https://www.laya.com.tw/about/>

早安山丘顧客滿意度（雲林）之調查問卷

您好：

我們來自雲林縣土庫鎮永年高中高二仁班的學生，我們想要研究你們對於早安山丘的問卷調查，我們想要更深入了解，本資料適用來研究報告使用，本資料請放心去填寫，個資不會透露出去，請各位放心去填寫。

高二仁劉宜盈、陳韋臣、吳宜達敬上

※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：

- 性別：☐男 ☐女
- 年齡：☐20歲以下 ☐21~30歲 ☐31~40歲 ☐41~50歲 ☐51歲以上
- 職業：☐學生 ☐服務業 ☐製造業 ☐金融業 ☐軍警公教
☐農林漁牧業 ☐其他
- 教育程度：☐國小（含）以下 ☐國中 ☐高中職
☐大學／專科 ☐研究所以上
- 每月所得：☐\$20,000以下 ☐\$20,001~\$30,000 ☐\$30,001~\$40,000
☐\$40,001~\$50,000 ☐\$50,001以上

二、顧客滿意度之調查：

- 請問您是否是第一次消費早安山丘的產品？☐是（請跳到第3題，繼續填答）
☐否（請接續第2題填答）
- 請問您平均一個月到早安山丘消費幾次？
☐3次以下 ☐4~6次 ☐7~10次 ☐11次以上
- 請問您都到店內消費哪些食品？（可複選，最多3個）

☐ 玉米蛋餅	☐ 花生起司蔬菜堡	☐ 肉鬆蛋黃式帕尼尼吐司
☐ 起司蛋餅	☐ 豬肉蛋漢堡	☐ 燒雞滑蛋堡
☐ 日式豬排蛋餅	☐ 卡拉雞腿蛋漢堡	☐ 蔥油餅加蛋
☐ 豬肉蛋吐司/丹麥麵包	☐ 日式雞排蛋漢堡	☐ 炒泡麵
☐ 日式豬排蛋吐司/丹麥麵包	☐ 打拋豬炒泡麵	☐ 泡菜鍋燒意麵
☐ 卡拉雞腿蛋吐司/丹麥麵包	☐ 日式豬排蛋燒餅	☐ 皮蛋瘦肉粥
☐ 伯爵奶茶	☐ 研磨咖啡	☐ 其他
- 請問您對以上商品是否滿意？☐是 ☐否
- 請問您認為早安山丘的價位合理嗎？
☐非常合理 ☐合理 ☐普通 ☐不合理 ☐非常不合理
- 請問您對早安山丘食物品質滿意嗎？
☐非常滿意 ☐滿意 ☐普通 ☐不滿意 ☐非常不滿意
- 請問您對早安山丘服務人員的服務態度滿意嗎？
☐非常滿意 ☐滿意 ☐普通 ☐不滿意 ☐非常不滿意
- 請問您對早安山丘的產品多樣化滿意嗎？
☐非常滿意 ☐滿意 ☐普通 ☐不滿意 ☐非常不滿意
- 請問您對早安山丘的環境衛生滿意嗎？
☐非常滿意 ☐滿意 ☐普通 ☐不滿意 ☐非常不滿意
- 請問您對早安山丘的整體滿意度為何？
☐非常滿意 ☐滿意 ☐普通 ☐不滿意 ☐非常不滿意

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！