

逢甲大學學生報告 ePaper

屋馬燒肉及茶六燒肉堂服務品質及顧客滿意度之研究

Research on the service quality and customer satisfaction of Umai and Cha Liu

作者：胡庭瑜、黃晞、沈芳稼、葉文欣、黃姿晨

系級：企業管理學系二年乙班

學號：D1159761、D1159982、D1160023、D1159519、D1159361

開課老師：陳建文

課程名稱：統計學(二)

開課系所：企業管理學系

開課學年：112 學年度 第 2 學期

中文摘要

本組針對台中知名燒肉店，屋馬及茶六進行數據分析。以網路問卷方式收集曾經在這兩家消費過的顧客，問卷內容包含消費者統計變數、消費者經驗、服務品質的五大構面及滿意度。問卷共蒐集了 326 份，使用單因子分析、卡方分析、兩母體分析和迴歸分析等統計工具加以輔助，分析問卷數據，從研究結果中得出兩家店主要的客群以及其需要改善的服務品質五大構面，最後給出兩家店發展以及解決問題之建議。

研究結果指出：屋馬需改善員工訓練中加強服務人員的溝通能力、專業訓練及提高反應速度，以提高他們應對顧客問題和需求的能力，而茶六同樣建議加強服務人員的溝通能力和訓練，以提高他們對顧客需求的理解和應對能力，接著優化出餐速度等。經過以上對五大構面的五種分析，可以讓屋馬及茶六針對以上幾點進行改善並加強其餘不足的地方，使兩間燒肉店能夠提供更完善的服務品質給消費者。

經由上述分析，屋馬及茶六可以從分析後的數據中進行初步的改善，進一步的提高服務品質五大構面及顧客滿意度。



關鍵字：茶六、屋馬、統計分析、顧客滿意度、服務品質五大構面

Abstract

Our group conducted data analysis on two well-known barbecue restaurants, Umai and Cha Liu, in Taichung. They collected questionnaires from family and friends using a Google Form, which included five aspects of service quality and an analysis of loyalty.

A five-dimensional analysis was conducted on the collected questionnaires using narrative statistical analysis, chi-square test analysis, one-way ANOVA, two-way ANOVA, and regression analysis. A total of 326 questionnaire samples were collected, and the research results ultimately identified the main consumer and service quality aspects of the two barbecue restaurants. Finally, conclusions and suggestions were derived from the results. By analyzing the five major aspects of Umai and Cha Liu, the importance of each of the two stores was explored. Statistical narratives assisted in determining essential consumer analyses of the two stores in the questionnaire, based on factors such as age, occupation, and others.

Chi-square test analysis examined the relationship between basic personal information and the purchasing preferences of shop owners, considering variables such as gender and age.

Single-factor analysis of variance was conducted to determine if there is a difference in the averages of the five major dimensions between the two stores. Bivalent variation analysis consolidated the previous analyses to calculate the differences in means.

Regression analysis was conducted on the five major dimensions of the two stores, Umai and Cha Liu, and the averages were calculated. An explanation was provided for the higher averages, along with suggestions for areas that can be improved if the averages are lower. Uma needs to enhance its employee training by improving the communication skills and professional training of service personnel, as well as increasing their response speed.

This will enhance their ability to address customer issues and needs effectively. Similarly, Cha Liu suggests enhancing the communication skills and training of service personnel to improve their comprehension and responsiveness to customer needs, and then optimizing meal delivery speed.

Through the above analysis of the five major aspects, we can assist Umai and Cha Liu in enhancing and strengthening their remaining weaknesses. This will enable the two barbecue shops to offer consumers a more comprehensive service quality.

Keyword : Cha Liu 、 Customer satisfaction 、 Statistical analysis 、 Service quality five aspects 、 Umai

目 次

一、緒論.....	4
第一節 研究動機.....	4
第二節 研究目的.....	4
第三節 背景介紹.....	4
二、研究方法.....	11
三、結果分析與建議.....	12
第一節 敘述統計分析.....	12
第二節 卡方分析.....	16
第三節 單因子變異數分析.....	22
第四節 兩母體平均數差分析.....	25
第五節 屋馬迴歸分析.....	27
第六節 茶六迴歸分析.....	31
四、結論與建議.....	35
五、附錄(問卷內容).....	37
參考文獻.....	41

一、緒論

第一節 研究動機

隨著網路發達以及世代觀念的改變，現代人更注重享受，且更願意花錢在新穎且精緻的事物上，而「燒肉店」提供了獨特的用餐體驗，而服務品質、食材上的差異是吸引消費者錢去用餐的關鍵。燒肉店的價格間距寬，從一千至五、六千元不等，無論預算高低，都能找到適合自己的選擇。台灣消費者的消費能力涵蓋廣泛，加上飲食多元化的性質，使台灣人對燒肉的喜愛程度日益增加，這點從北中南各個縣市的燒肉店分店增加量及速度可以看出來，這也使消費者進而對用餐的服務品質要求逐漸提升。

台中有許多知名的燒肉店，其中最常被群眾提起的非屋馬及茶六莫屬。眾所周知，茶六在價位、品牌定位、服務品質和消費族群方面都與屋馬相似，因此兩間店經常被消費者作為互相比較的對象。本研究希望透過顧客的角度，了解兩間燒肉店在服務品質上是否有需要改進的地方，並探討哪間燒肉店讓顧客更滿意，以及顧客對於哪間燒肉店再訪的意願較高。

第二節 研究目的

- 1) 透過調查了解屋馬及茶六消費者特性與消費者習慣。
- 2) 透過分析結果了解屋馬及茶六的服務品質五大構面是否有差異。
- 3) 了解屋馬及茶六的顧客滿意度是否有差異。
- 4) 了解屋馬及茶六的服務品質對顧客滿意度是否有解釋能力，找出需要改進的地方。
- 5) 對屋馬及茶六服務品質五大構面及顧客滿意度改善建議。

第三節 背景介紹

1. 屋馬

a) 背景介紹：

「屋馬燒肉」是屋馬餐飲集團於2008年創立，其所營事業含餐館業、食品顧問業、無店面零售業、食品什貨、飲料零售業…等，目前公司負責人為林駱宸，集團旗下品牌除屋馬燒肉外，還有近年推出的涮屋馬及金韓食。

屋馬燒肉起名源於日文的「うまい」指“好吃”的意思，且在全

台僅有台中有 7 間店，分別為園邸店、中港店、文心店、國安店、崇德店、中友店及文心秀泰等店。其中園邸店為其開設的第一間店，以高服務品質、頂級的食材，擄獲喜愛吃燒肉以及勇於嘗鮮的消費者的味蕾。屋馬在各分店打造寬敞的用餐空間，讓前往用餐的消費者都能有安心又舒適的用餐環境。

屋馬提高了台中燒肉店的店面基礎水準，豪華大氣的裝潢、雙人或三人套餐制、可以無限暢飲的壺裝雞湯，利用放甜點的英式下午茶三層架放置肉盤，還有提供給壽星的客製甜點畫盤，十幾年來被同業爭相模仿，屋馬開創的燒肉先機，如今已成為台中許多燒肉店的標配。

b) 企業使命：

宣揚幸福職場，提昇企業文化，『讓幸福，走進你心裡』，希望藉由屋馬對於餐飲的用心與付出，提供員工改變命運的舞台。

c) 經營理念：

秉持著『以人為本』的經營理念，重視每一位員工，除了有良好工作環境、也提供學習及成長的空間。秉持『簡單、重複、熟練』的訓練政策，專屬的訓練員教育機制，讓學習不孤單，歡樂學習，開心成長，沒有古板的工作制度，只要有活力、努力、向心力，歡迎改變命運一展長才，核心價值為『服務創新』，顛覆餐飲服務架構，擴及員工服務成為幸福職場。

d) 品牌定位：

以貼心服務、新鮮嚴選食材和創意心思為您打造一個美食饗宴。希望您能享受快樂，吃得安心滿足，在這個充滿溫暖熱情的地方，感受台灣在地的熱情胸懷，感受真實本土的台灣燒肉文化。

e) 營業模式：

屋馬提供一個月以內的訂位，並且僅提供 6 人以內預約線上訂位的服務。對於 6 人以上的訂位，顧客需要於營業時間內聯繫各分店專線進行訂位。對於公司聚餐、團體用餐或者有特殊需求的餐敘，需在營業時間電話聯繫屋馬，之後專人提供幫助顧客安排用

餐並設計餐點客制化等服務。

在點餐部分有分套餐跟單點，皆以使用 QRCode 點餐。如選擇套餐則會依序點餐，可選擇沙拉、前菜和飲料，肉品的部分可依個人需求加價升級。屋馬的燒肉醬、生菜和雞湯皆可免費續，讓顧客感受不僅限於舌尖，更要用屋馬精神『幸福感』打入顧客心房。此外，屋馬的用餐環境也尊榮且視覺享受，讓顧客在享受美味的同時感受幸福與安心。

f) 組織規模：

屋馬的員工人數約為一千六百人，現階段依然有於各招聘網站上找尋新員工，提供高質量的員工福利及獎金、薪水等來吸引各年齡階段的員工入職。而從經濟部商業司查詢可得知屋馬 111 年的資本營業額，如屋馬文心店 111 年資本營業額為五千萬、屋馬中港店 111 年資本營業額為兩千一百萬。

g) 營運產品



圖(一)、屋馬燒肉之營運產品

h) 相關媒體有關該公司的報導與數據

正面報導:屋馬燒肉於1/13總統與立法委員選舉日當天，為了鼓勵民眾及員工參與投票，當天改至下午13點才營業。屋馬燒肉於粉專公告「為支持民主選舉，屋馬於總統大選日，營業時段將調整為13:00-00:00」，同時也提到「這是四年一次的重要時刻，鼓勵所有員工和顧客參與投票，支持民主」。

負面報導:食藥署於2019啟動的「人氣美食稽查專案」第一波稽查結果，屋馬燒肉套餐裡的凱薩沙拉被驗出大腸桿菌超標。

得獎紀錄:2023年度

- 榮獲 CHR 健康企業公民『金獎』
- 榮獲台中餐廳飲食『低碳餐廳認證』
- 榮獲1111人力銀行頒發『幸福企業金獎認證』
- 榮獲衛生自主管理評核最高級別認證『特優標章』
- 榮獲台中市政府勞工局幸福職場『五星獎』
- 榮獲台中市政府勞工局幸福職場『幸福洋溢獎』
- 榮獲台中市政府頒發屋馬燒肉台中鍋烤節『燒肉品牌組冠軍』
- 榮獲美國肉類出口協會頒發『2023 盤點美旗林餐廳 最佳餐廳』
- 經濟部商業司『GSP 優良服務餐廳』認證
- 榮獲行政院環境保戶署『星級環保餐館-五星』
- 榮獲 SGS ISO9001 國際品質稽核認證
- 榮獲台中市政府環保局頒發『環境友善商家』獎項
- 通過台中市食品藥物安全處之餐飲衛生管理分級評核
- 通過台中市政府衛生局之食品業者衛生自主管理評核
- 通過勞動部勞動力發展署之 TTQS 人才發展品質管理系統評核

2. 茶六

a) 茶六的起源：

茶六燒肉堂-子雋餐飲有限公司是隸屬於輕井澤集團旗下的品牌。輕井澤在2003年從彰化縣員林鎮，以鍋物起家，以日本地名「輕井澤」作為火鍋店的名字，店內日式京都風格的裝潢引起大眾討論，並且逐漸往更多不同服務擴大經營。目前旗下品牌有輕井澤鍋物、拾七石頭火鍋、湯棧鍋物、老常在麻辣鍋物、太初麵食、

空也素麵食、一笈壽司以及本組介紹的茶六燒肉堂等品牌。輕井澤集團負責人楊岱燕，於 2014 年 11 月登記子雋餐飲有限公司，並於 2015 年十月在高雄博愛路上正式開設第一家茶六燒肉堂。

b) 經營理念：

「以真誠實在的初心，致力提供顧客安心食材、體驗細緻服務；以溫暖誠摯的關懷，積極打造員工友善職場、共創幸福未來；我們相信每一個日子都值得細細品味，既如每一道觸動味蕾的好食光」這句是茶六燒肉堂所追求的經營理念。致力於創造極致的用餐體驗、服務品質、安心食材、創新品牌。穩扎穩打的企業精神，使茶六燒肉堂在汲汲營營的餐飲業中，站穩一席之地且屹立不搖，未來展望也將持續成長。

對於人才培育，茶六將公司做為舞台給員工有能夠發展的地方，鼓勵且願意給予機會發展、甚至是績效福利，讓員工能夠擁有無限發揮的空間，創造出自我的潛能，持續發光發熱，進而共同建立一個更好的工作環境。

c) 其它：

茶六以高雄博愛店為出發點擴大發展至台中，設立了朝富店、公益店、中清店以及的東山店。由於台中門市較多，許多人想到台中燒肉店也會立刻想到茶六，加上於燒肉一級戰區中茶六的名氣為前列，使部分民眾認為台中為茶六的發源地。

d) 組織規模：

茶六的員工人數約為一千人，現階段也有從各招聘網站上找尋新員工，以高質量的員工福利及獎金、薪水等來吸引各年齡階段的員工入職。而從經濟部商業司查詢可得知子雋餐飲有限公司(起因茶六燒肉堂隸屬於子雋餐飲有限公司)105 年的資本營業額為兩千萬。

e) 營運產品：

屋馬燒肉及茶六燒肉堂服務品質及顧客滿意度之研究

<p>極品豚肉 雙天 1480</p> <p>去骨豬腩肉、鴨胸、松阪豬肉、嚴選泡菜、日本山藥、精緻湯品、風味醬飲</p> <p>以下品項自選，飲品可加價更換</p> <p>沙拉(選1) ● 凱薩沙拉 ● 主廚沙拉</p> <p>海鮮(選1) ● 草蝦&干貝(非生食級) ● 草蝦&小卷</p> <p>米食(選2) ● 白米飯 ● 烤飯糰(+30元) ● 鮭魚烤飯糰(+53元)</p> <p>甜點(選2) ● 雪花冰 ● 黑糖凍 ● 紫米紅豆粥(+10元) new offer ● 伯爵珍奶棒蛋糕(+45元)</p> <p>飲品(選2) ● 茶六綠茶 ● 茶六紅茶 ● 可樂 ● 雪碧 ● 芬達 ● 檸檬風味紅茶 ● 綠色蔬果汁(中杯) ● 開喜無糖烏龍茶(瓶裝)</p>	<p>經典牛肉 雙天 1680</p> <p>去骨豬腩肉、鴨胸、松阪豬肉、嚴選泡菜、日本山藥、精緻湯品、風味醬飲</p> <p>以下品項自選，飲品可加價更換</p> <p>沙拉(選1) ● 凱薩沙拉 ● 主廚沙拉</p> <p>海鮮(選1) ● 草蝦&干貝(非生食級) ● 草蝦&小卷</p> <p>米食(選2) ● 白米飯 ● 烤飯糰(+30元) ● 鮭魚烤飯糰(+53元)</p> <p>甜點(選2) ● 雪花冰 ● 黑糖凍 ● 紫米紅豆粥(+10元) new offer ● 伯爵珍奶棒蛋糕(+45元)</p> <p>飲品(選2) ● 茶六綠茶 ● 茶六紅茶 ● 可樂 ● 雪碧 ● 芬達 ● 檸檬風味紅茶 ● 綠色蔬果汁(中杯) ● 開喜無糖烏龍茶(瓶裝)</p>	<p>特級牛肉 雙天 1780</p> <p>去骨豬腩肉、鴨胸、松阪豬肉、嚴選泡菜、日本山藥、精緻湯品、風味醬飲</p> <p>以下品項自選，飲品可加價更換</p> <p>沙拉(選1) ● 凱薩沙拉 ● 主廚沙拉</p> <p>海鮮(選1) ● 草蝦&干貝(非生食級) ● 草蝦&小卷</p> <p>米食(選2) ● 白米飯 ● 烤飯糰(+30元) ● 鮭魚烤飯糰(+53元)</p> <p>甜點(選2) ● 雪花冰 ● 黑糖凍 ● 紫米紅豆粥(+10元) new offer ● 伯爵珍奶棒蛋糕(+45元)</p> <p>飲品(選2) ● 茶六綠茶 ● 茶六紅茶 ● 可樂 ● 雪碧 ● 芬達 ● 檸檬風味紅茶 ● 綠色蔬果汁(中杯) ● 開喜無糖烏龍茶(瓶裝)</p>	<p>上等牛肉 雙天 1880</p> <p>去骨豬腩肉、鴨胸、松阪豬肉、嚴選泡菜、日本山藥、精緻湯品、風味醬飲</p> <p>以下品項自選，飲品可加價更換</p> <p>沙拉(選1) ● 凱薩沙拉 ● 主廚沙拉</p> <p>海鮮(選1) ● 草蝦&干貝(非生食級) ● 草蝦&小卷</p> <p>米食(選2) ● 白米飯 ● 烤飯糰(+30元) ● 鮭魚烤飯糰(+53元)</p> <p>甜點(選2) ● 雪花冰 ● 黑糖凍 ● 紫米紅豆粥(+10元) new offer ● 伯爵珍奶棒蛋糕(+45元)</p> <p>飲品(選2) ● 茶六綠茶 ● 茶六紅茶 ● 可樂 ● 雪碧 ● 芬達 ● 檸檬風味紅茶 ● 綠色蔬果汁(中杯) ● 開喜無糖烏龍茶(瓶裝)</p>	<p>極黑和牛 雙天 2180</p> <p>去骨豬腩肉、鴨胸、松阪豬肉、嚴選泡菜、日本山藥、精緻湯品、風味醬飲</p> <p>以下品項自選，飲品可加價更換</p> <p>沙拉(選1) ● 凱薩沙拉 ● 主廚沙拉</p> <p>海鮮(選1) ● 草蝦&干貝(非生食級) ● 草蝦&小卷</p> <p>米食(選2) ● 白米飯 ● 烤飯糰(+30元) ● 鮭魚烤飯糰(+53元)</p> <p>甜點(選2) ● 雪花冰 ● 黑糖凍 ● 紫米紅豆粥(+10元) new offer ● 伯爵珍奶棒蛋糕(+45元)</p> <p>飲品(選2) ● 茶六綠茶 ● 茶六紅茶 ● 可樂 ● 雪碧 ● 芬達 ● 檸檬風味紅茶 ● 綠色蔬果汁(中杯) ● 開喜無糖烏龍茶(瓶裝)</p>	<p>午間限定 雙天 988</p> <p>小甜蝦6隻、青菇x2、青椒x2、地瓜x2、南瓜x2、玉米x2、精緻湯品、蔬菜拼盤</p> <p>以下品項自選，飲品可加價更換</p> <p>米食(選2) ● 白米飯 ● 烤飯糰(+30元) ● 鮭魚烤飯糰(+53元)</p> <p>甜點(選2) ● 雪花冰 ● 黑糖凍 ● 紫米紅豆粥(+10元) new offer ● 伯爵珍奶棒蛋糕(+45元)</p> <p>飲品(選2) ● 茶六綠茶 ● 茶六紅茶 ● 可樂 ● 雪碧 ● 芬達 ● 檸檬風味紅茶 ● 綠色蔬果汁(中杯) ● 開喜無糖烏龍茶(瓶裝)</p> <p>● 營業時間為週一至週五11:00-17:00 ● 午間限定套餐無法與其他優惠券和合併使用 ● 特別假日/特別例假日，暫停供應</p>
---	---	---	---	---	--

<p>極品豚肉 雙天 2200</p> <p>去骨豬腩肉、鴨胸、松阪豬肉、嚴選泡菜、日本山藥、精緻湯品、風味醬飲</p> <p>以下品項自選，飲品可加價更換</p> <p>沙拉(選1) ● 凱薩沙拉 ● 主廚沙拉</p> <p>海鮮(選1) ● 草蝦&干貝(非生食級) ● 草蝦&小卷</p> <p>米食(選3) ● 白米飯 ● 烤飯糰(+30元) ● 鮭魚烤飯糰(+53元)</p> <p>甜點(選3) ● 雪花冰 ● 黑糖凍 ● 紫米紅豆粥(+10元) new offer ● 伯爵珍奶棒蛋糕(+45元)</p> <p>飲品(選3) ● 茶六綠茶 ● 茶六紅茶 ● 可樂 ● 雪碧 ● 芬達 ● 檸檬風味紅茶 ● 綠色蔬果汁(中杯) ● 開喜無糖烏龍茶(瓶裝)</p>	<p>特級牛肉 雙天 2650</p> <p>去骨豬腩肉、鴨胸、松阪豬肉、嚴選泡菜、日本山藥、精緻湯品、風味醬飲</p> <p>以下品項自選，飲品可加價更換</p> <p>沙拉(選1) ● 凱薩沙拉 ● 主廚沙拉</p> <p>海鮮(選1) ● 草蝦&干貝(非生食級) ● 草蝦&小卷</p> <p>米食(選3) ● 白米飯 ● 烤飯糰(+30元) ● 鮭魚烤飯糰(+53元)</p> <p>甜點(選3) ● 雪花冰 ● 黑糖凍 ● 紫米紅豆粥(+10元) new offer ● 伯爵珍奶棒蛋糕(+45元)</p> <p>飲品(選3) ● 茶六綠茶 ● 茶六紅茶 ● 可樂 ● 雪碧 ● 芬達 ● 檸檬風味紅茶 ● 綠色蔬果汁(中杯) ● 開喜無糖烏龍茶(瓶裝)</p>	<p>極上牛肉 雙天 3380</p> <p>去骨豬腩肉、鴨胸、松阪豬肉、嚴選泡菜、日本山藥、精緻湯品、風味醬飲</p> <p>以下品項自選，飲品可加價更換</p> <p>沙拉(選1) ● 凱薩沙拉 ● 主廚沙拉</p> <p>海鮮(選1) ● 草蝦&干貝(非生食級) ● 草蝦&小卷</p> <p>米食(選3) ● 白米飯 ● 烤飯糰(+30元) ● 鮭魚烤飯糰(+53元)</p> <p>甜點(選3) ● 雪花冰 ● 黑糖凍 ● 紫米紅豆粥(+10元) new offer ● 伯爵珍奶棒蛋糕(+45元)</p> <p>飲品(選3) ● 茶六綠茶 ● 茶六紅茶 ● 可樂 ● 雪碧 ● 芬達 ● 檸檬風味紅茶 ● 綠色蔬果汁(中杯) ● 開喜無糖烏龍茶(瓶裝)</p>	<p>鮪魚 雙天 398</p> <p>去骨豬腩肉、鴨胸、松阪豬肉、嚴選泡菜、日本山藥、精緻湯品、風味醬飲</p> <p>以下品項自選，飲品可加價更換</p> <p>沙拉(選1) ● 凱薩沙拉 ● 主廚沙拉</p> <p>海鮮(選1) ● 草蝦&干貝(非生食級) ● 草蝦&小卷</p> <p>米食(選3) ● 白米飯 ● 烤飯糰(+30元) ● 鮭魚烤飯糰(+53元)</p> <p>甜點(選3) ● 雪花冰 ● 黑糖凍 ● 紫米紅豆粥(+10元) new offer ● 伯爵珍奶棒蛋糕(+45元)</p> <p>飲品(選3) ● 茶六綠茶 ● 茶六紅茶 ● 可樂 ● 雪碧 ● 芬達 ● 檸檬風味紅茶 ● 綠色蔬果汁(中杯) ● 開喜無糖烏龍茶(瓶裝)</p>
---	---	---	--

圖(二)、茶六燒肉堂之營運產品

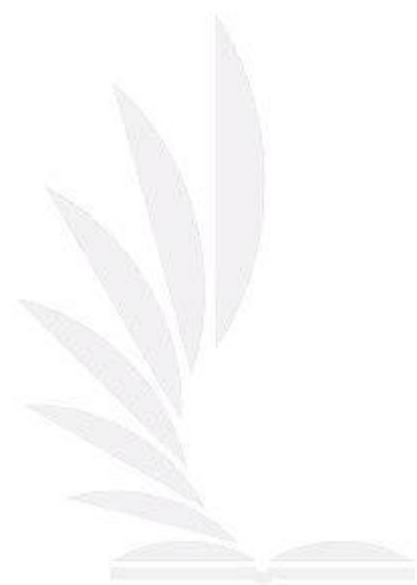
f) 相關媒體有關該公司的報導與數據

正面新聞(1):《Social Lab 社群實驗室》透過《OpView 社群口碑資料庫》追蹤近 3 個月內「燒肉餐廳」相關話題的網路聲量，最夯燒肉餐廳 TOP 10 出爐，茶六位於前十位的第六名。

正面新聞(2):Yahoo 奇摩「2023 年度 10 大熱門餐廳」關鍵字搜尋排行榜，有吃到飽、火鍋、鐵板燒、燒肉、異國料理等不同特色的餐點，其中茶六位居前十大第十名。

得獎紀錄：

- AWARD_ 2017 美國 IDA 國際設計獎
- HONORABLE 2017 韓國 K-design
- Award Golden Prize 金
- 2017 義大利 A' Design Award Silver 銀獎



二、研究方法

- 敘述統計分析：
運用統計量，如圖表、數據分析等來描述或總結樣本數的統計總稱。此份報告中，包含了屋馬與茶六比較這份問卷裡的性別統計表格、年齡統計表格、職業統計表格、月收入統計表格。
- 卡方檢定分析：
在同一樣本中，比較兩個品項互相是否獨立、相關性。不拒絕則進一步觀察關聯性的強度，用來分析兩組樣本數與變數間的關聯與否。此份報告中，包含了屋馬與茶六比較這份問卷裡的性別與選擇消費燒肉店家之相關性、年齡與選擇消費燒肉店家之相關性、月收入與選擇消費燒肉店家之相關性、月收入與選擇消費燒肉店家之相關性。
- 單因子變異數分析：
比較多樣本數間平均數的差異，若各組間效果顯著，則會進行後續的比較及確認各組間的差異。此份報告中，比較這份問卷裡的屋馬燒肉及茶六燒肉堂服務品質的五大構面間的差異，並針對有顯著差異的結果進行多重比較程序。
- 兩母體平均數差檢定分析：
檢定兩個母體平均數是否有差異。此份報告中，包含比較於這份問卷中的屋馬燒肉與茶六燒肉堂兩家店之顧客滿意度平均數，並確認結果與網路評論是否一致。
- 迴歸分析：
了解兩個或多個變數間是否相關、相關方向與強度，並建立數學模型以觀察特定變數來預測研究對象較感興趣的變數。此份報告中，包含了屋馬與茶六比較這份問卷裡屋馬的五大構面對顧客滿意度解釋能力的分析、茶六的五大構面對顧客滿意度解釋能力的分析。

三、結果分析與建議

第一節 敘述統計分析

- 性別統計表格

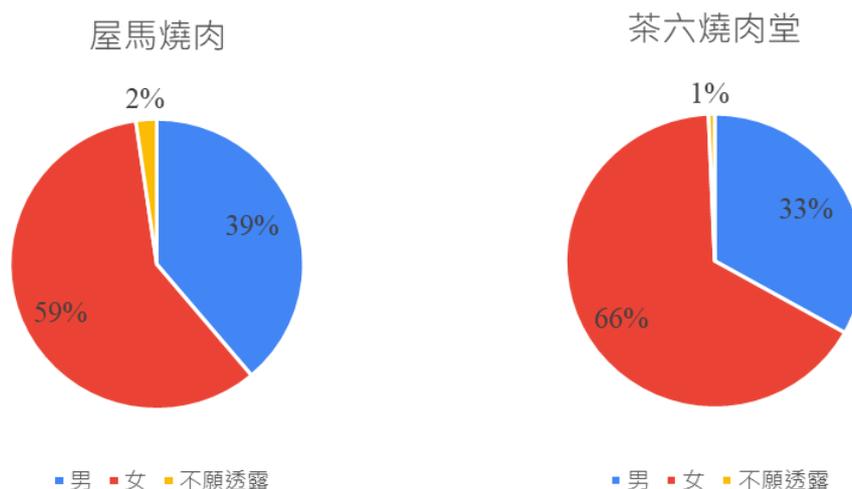
在此次統計問卷中，共回收 326 份有效問卷。

屋馬燒肉:男性佔了 68 份(40%)，女性占了 103 份(60%)，不願透露佔了 4 份(2%)總計 175 份;

茶六燒肉堂:男性佔了 50 份(33%)，女性占了 100 份(67%)，不願透露佔了 1 份(1%)，總計 151 份。

表(一)、性別統計表格

性別 \ 店	屋馬燒肉	茶六燒肉堂
男性	68	50
女性	103	100
不願透露	4	1
總計	175	151



圖(三)、性別比例圖

● 年齡統計表格

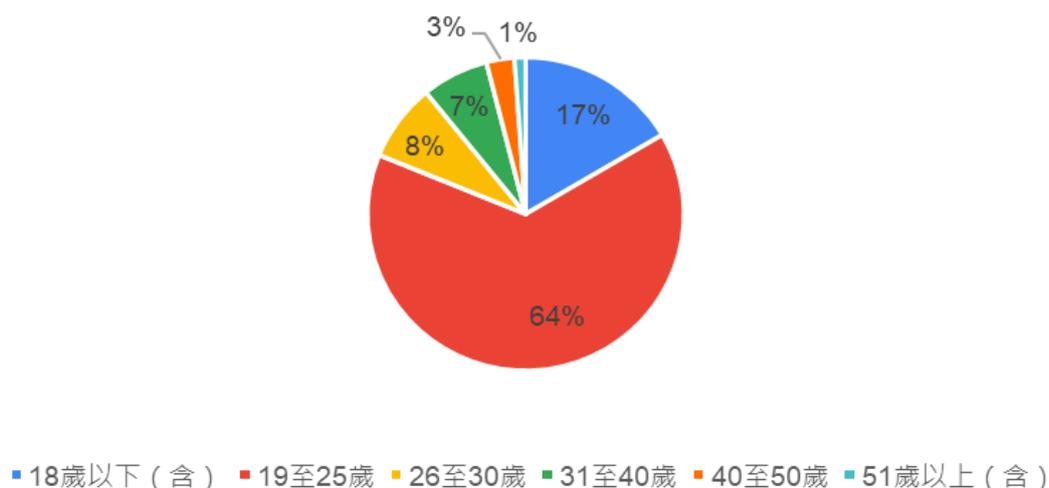
屋馬燒肉有效問卷中:18歲以下佔了28份(17%)、18至25歲佔了111份(64%)、26至30歲佔了13份(8%)、31至40歲佔了12份(7%)、41至50歲佔了5份(3%)、51歲(含)以上佔了2份(1%)，總計175份。

茶六燒肉堂有效問卷中:18歲以下佔了7份(5%)、18至25歲佔了119份(79%)、26至30歲佔了9份(6%)、31至40歲佔了6份(4%)、41至50歲佔了4份(3%)、51歲(含)以上佔了5份(3%)，總計151份。

表(二)年齡統計表格

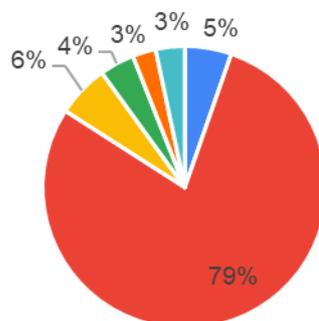
年齡 家	店	屋馬燒肉	茶六燒肉堂
18歲以下(含)		29	8
19至25歲		113	119
26至30歲		14	9
31至40歲		12	6
41至50歲		5	4
51歲以上(含)		2	5
總計		175	151

屋馬燒肉



圖(四)、屋馬燒肉年齡分布圖

茶六燒肉堂



■ 18歲以下 (含) ■ 19至25歲 ■ 26至30歲 ■ 31至40歲 ■ 40至50歲 ■ 51歲以上 (含)

圖(五)、茶六燒肉堂年齡分布圖

● 職業統計表格

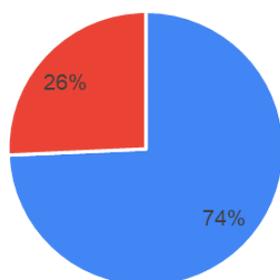
屋馬燒肉有效問卷中:學生佔了 130 份,非學生佔了 45 份;

茶六燒肉堂有效問卷中:學生佔了 121 份,非學生佔了 30 份。

表(三)職業統計表格

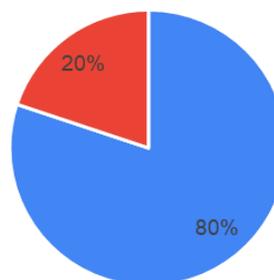
職業 家	店	屋馬燒肉	茶六燒肉堂
學生		130	121
非學生		45	30

屋馬燒肉



■ 學生 ■ 非學生

茶六燒肉堂



■ 學生 ■ 非學生

圖(六)職業比例分布圖

● 月收入統計表格

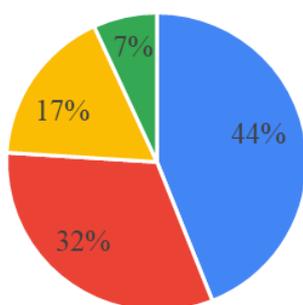
屋馬燒肉有效問卷中：一萬以下佔了 77 份(44%)，一萬至三萬元佔了 56 份(32%)，三萬至五萬佔了 30 份(17%)，五萬(含)以上佔了 12 份(7%)，總計 175 份。

茶六燒肉堂有效問卷中：一萬以下佔了 50 份(33%)，一萬至三萬元佔了 67 份(44%)，三萬至五萬佔了 21 份(14%)，五萬(含)以上佔了 13 份(9%)，總計 151 份。

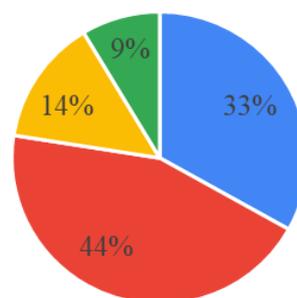
表(四)、月收入統計表格

月收入 店 家	屋馬燒肉	茶六燒肉堂
一萬以下	50	50
一萬到三萬	67	67
三萬到五萬	21	21
五萬以上	13	13

屋馬燒肉



茶六燒肉堂



■ 一萬以下 ■ 一萬到三萬 ■ 三萬到五萬 ■ 五萬以上 ■ 一萬以下 ■ 一萬到三萬 ■ 三萬到五萬 ■ 五萬以上

圖(七)、月收入分布表格

第二節 卡方分析

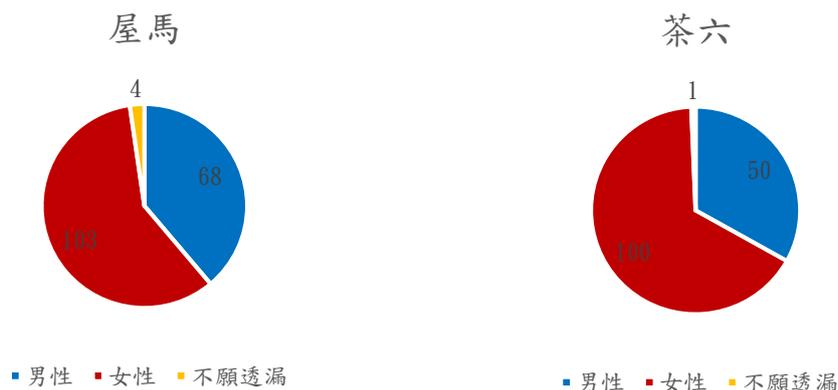
- H0：性別數據與選擇消費的燒肉店家無相關
- Ha：性別數據與選擇消費的燒肉店家有相關

表(五)、性別與選擇消費燒肉店家之相關性卡方分析表

次數			
性別	屋馬	茶六	總計
男性	68	50	118
女性	103	100	203
不願透漏	4	1	5
總計	175	151	326
期望值			
性別	屋馬	茶六	總計
男性	63.34	54.66	118
女性	108.97	94.03	203
不願透漏	2.68	2.32	5
總計	175	151	326

表(六)、性別與選擇消費燒肉店家之相關性卡方分析結論

P-value		α
0.241881901	>	0.05
結論：不拒絕虛無假設		



圖(八)、性別比例圓餅圖

結論：根據圖(八)可得知女性對於屋馬及茶六的吸引力皆相同，並無明顯差異對於性別偏好哪家燒肉餐廳，因此性別對於選擇消費的餐廳沒有相關性。

• H0：年齡數據與選擇消費的燒肉店家無相關

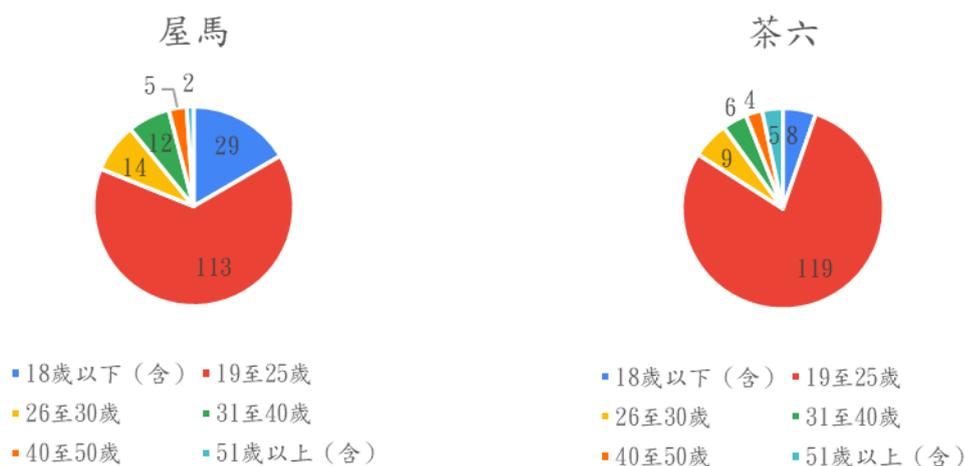
Ha：年齡數據與選擇消費的燒肉店家有相關

表(七)、年齡與選擇消費燒肉店家之相關性卡方分析表

次數	屋馬	茶六	總計
年齡			
18歲以下(含)	29	8	37
19至25歲	113	119	232
26至30歲	14	9	23
31至40歲	12	6	18
40至50歲	5	4	9
51歲以上(含)	2	5	7
總計	175	151	326
期望值			
年齡			
18歲以下(含)	19.86	17.14	37
19至25歲	124.54	107.46	232
26至30歲	12.35	10.65	23
31至40歲	9.66	8.34	18
40至50歲	4.83	4.17	9
51歲以上(含)	3.76	3.24	7
總計	175	151	326

表(八)、年齡與選擇消費燒肉店家之相關性卡方分析結論

P-value		α
0.010925276	<	0.05
結論：拒絕虛無假設		



圖(九)、年齡比例圓餅圖

結論:由上圖可看出屋馬較吸引 18 歲以下(含)至 25 歲年齡的客群，而茶六的客群年齡 則多為 19 至 25 歲的人，因此根據分析可得知年齡與選擇消費燒肉店家具相關性，可能原因為：與屋馬相比茶六分店較多，其分店位置也都設置在人口密集區；屋馬提供更加輕鬆、活潑和符合年輕人口味的用餐環境和服務風格，更符合年輕人的偏好；茶六則可能更注重傳統、品質和用餐氛圍，吸引了更多注重用餐品質和環境的客戶。

- H0：月收入數據與選擇消費的餐廳無相關

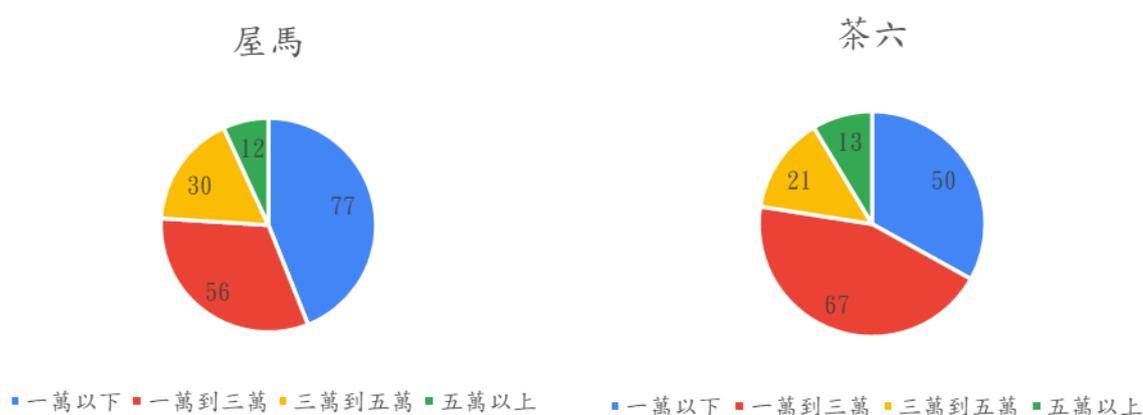
Ha：月收入數據與選擇消費的餐廳有相關

表(九)、月收入與選擇消費燒肉店家之相關性卡方分析表

次數			
平均收入	屋馬	茶六	總計
一萬以下	77	50	127
一萬到三萬	56	67	123
三萬到五萬	30	21	51
五萬以上	12	13	25
總計	175	151	326
期望值			
平均收入	屋馬	茶六	總計
一萬以下	68.17	58.83	127
一萬到三萬	66.03	56.97	123
三萬到五萬	27.38	23.62	51
五萬以上	13.42	11.58	25
總計	175	151	326

表(十)、月收入與選擇消費燒肉店家之相關性卡方分析結論

P-value		α
0.08500527	>	0.05
結論：不拒絕虛無假設		



圖(十)、月收入比例圓餅圖

結論:由圖(十)可知，月收入一萬以下及一萬到三萬的客群皆會選擇至屋馬或茶六消費，可能是因填寫問卷的人多是學生族群，因此在月收入與選擇消費燒肉

店家較無關聯。

- H0：職業數據與選擇消費的餐廳無相關

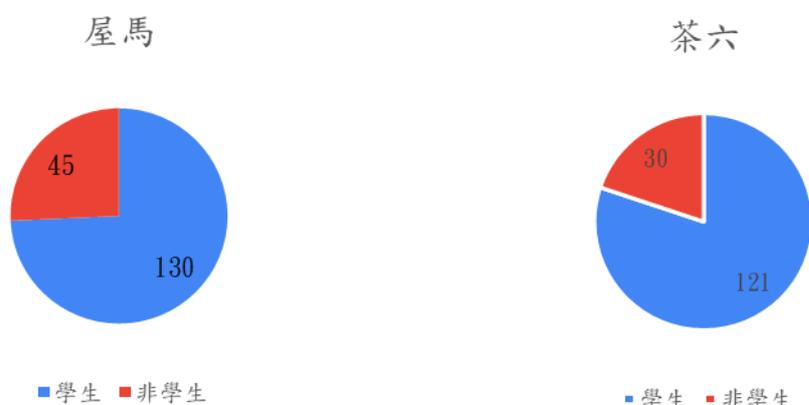
Ha：職業數據與選擇消費的餐廳有相關

表(十一)、職業與選擇消費燒肉店家之相關性卡方分析表

次數			
職業	屋馬	茶六	總計
學生	130	121	251
非學生	45	30	75
總計	175	151	326
期望值			
職業	屋馬	茶六	總計
學生	134.74	116.26	251
非學生	40.26	34.74	75
總計	175	151	326

表(十二)、職業與選擇消費燒肉店家之相關性卡方分析結論

P-value		α
0.21103434	>	0.05
結論：不拒絕虛無假設		



圖(十一)、職業比例圓餅圖

結論:由圖(十一)可看出至屋馬或茶六消費客群皆為學生，可長在社群看見許多同學聚餐、生日會皆會選擇在這兩間燒肉餐廳慶祝，因此職業與選擇消費燒肉店家較無關聯。



第三節 單因子變異數分析

- 第二 — 第六部分 每題相加後平均

- 屋馬燒肉之假說檢定

H0:屋馬燒肉服務品質的五大構面平均數 無差異

Ha:屋馬燒肉服務品質的五大構面平均數 有差異

表(十三)、屋馬燒肉服務品質的五大構面之單因子變異數分析表格

組	個數	總和	平均	變異數
可靠性	175	750	4.286	0.6
回應性	175	724.5	4.14	0.658
確實性	175	745	4.257	0.638
關懷性	175	705	4.029	0.771
有形性	175	751.75	4.296	0.495

表(十四)、屋馬燒肉服務品質的五大構面之單因子變異數分析-ANOVA 表

變源	SS	自由度	MS	F	P-值	臨界值
組間	9.231	4	2.308	3.65	0.006	2.382
組內	550.163	870	0.632			
總和	559.394	874				

- 單因子變異數分析

在 $\alpha=0.05$ 的顯著水準下，針對屋馬燒肉服務品質之五大構面進行分析，從表(十四)得出，以下結論：

P 值=0.006

→P-value \leq 0.05，拒絕虛無假設，屋馬燒肉服務品質之五大構面具有顯著差異，表示不同構面的結果可能會影響判斷的品質。

為了瞭解更詳細的差異，我們進行了事後比較。

● 多重比較程序

多重比較

依變數: 服務品質

		(I) 編碼	(J) 編碼	平均值差異 (I-J)	標準誤	顯著性	95% 信賴區間	
							下界	上界
Tukey HSD	可靠性	回應性		.14571	.08501	.426	-.0867	.3781
		確實性		.02857	.08501	.997	-.2038	.2610
		關懷性		.25714*	.08501	.022	.0248	.4895
		有形性		-.01000	.08501	1.000	-.2424	.2224
	回應性	可靠性		-.14571	.08501	.426	-.3781	.0867
		確實性		-.11714	.08501	.642	-.3495	.1152
		關懷性		.11143	.08501	.685	-.1210	.3438
		有形性		-.15571	.08501	.356	-.3881	.0767
	確實性	可靠性		-.02857	.08501	.997	-.2610	.2038
		回應性		.11714	.08501	.642	-.1152	.3495
		關懷性		.22857	.08501	.056	-.0038	.4610
		有形性		-.03857	.08501	.991	-.2710	.1938
	關懷性	可靠性		-.25714*	.08501	.022	-.4895	-.0248
		回應性		-.11143	.08501	.685	-.3438	.1210
		確實性		-.22857	.08501	.056	-.4610	.0038
		有形性		-.26714*	.08501	.015	-.4995	-.0348
有形性	可靠性		.01000	.08501	1.000	-.2224	.2424	
	回應性		.15571	.08501	.356	-.0767	.3881	
	確實性		.03857	.08501	.991	-.1938	.2710	
	關懷性		.26714*	.08501	.015	.0348	.4995	
Bonferroni	可靠性	回應性		.14571	.08501	.869	-.0935	.3850
		確實性		.02857	.08501	1.000	-.2107	.2678
		關懷性		.25714*	.08501	.026	.0179	.4964
		有形性		-.01000	.08501	1.000	-.2492	.2292
	回應性	可靠性		-.14571	.08501	.869	-.3850	.0935
		確實性		-.11714	.08501	1.000	-.3564	.1221
		關懷性		.11143	.08501	1.000	-.1278	.3507
		有形性		-.15571	.08501	.673	-.3950	.0835
	確實性	可靠性		-.02857	.08501	1.000	-.2678	.2107
		回應性		.11714	.08501	1.000	-.1221	.3564
		關懷性		.22857	.08501	.073	-.0107	.4678
		有形性		-.03857	.08501	1.000	-.2778	.2007
	關懷性	可靠性		-.25714*	.08501	.026	-.4964	-.0179
		回應性		-.11143	.08501	1.000	-.3507	.1278
		確實性		-.22857	.08501	.073	-.4678	.0107
		有形性		-.26714*	.08501	.017	-.5064	-.0279
有形性	可靠性		.01000	.08501	1.000	-.2292	.2492	
	回應性		.15571	.08501	.673	-.0835	.3950	
	確實性		.03857	.08501	1.000	-.2007	.2778	
	關懷性		.26714*	.08501	.017	.0279	.5064	

*. 平均值差異在 0.05 層級顯著。

圖 (十二) 多重比較

我們以Tukey與Bonferroni法來進行多重比較程序，從圖(十二)中得知在屋馬燒肉的問卷中，**關懷性**之於可靠性與有形性具有顯著差異。

結論:從表(十三)可以看出，**屋馬燒肉**的回應性與關懷性平均數值最低，而其中**關懷性**之於可靠性與有形性具有顯著差異，因此我們認為屋馬燒肉需要針對員工加強訓練對顧客的溝通能力。

● **茶六燒肉堂之假說檢定**

H0: 茶六燒肉堂服務品質的五大構面平均數 無差異

H1: 茶六燒肉堂服務品質的五大構面平均數 有差異

表(十五)、茶六燒肉堂服務品質的五大構面之單因子變異數分析表格

組	個數	總和	平均	變異數
可靠性	150	649	4.327	0.385
回應性	150	634.25	4.228	0.457
確實性	150	649.5	4.33	0.423
關懷性	150	631.667	4.211	0.515
有形性	150	656.5	4.377	0.377

表(十六)、屋馬燒肉服務品質的五大構面之單因子變異數分析-ANOVA 表

變源	SS	自由度	MS	F	P-值	臨界值
組間	3.057	4	0.764	1.77078	0.132797	2.383885
組內	321.503	745	0.432			
總和	324.560	749				

● **單因子變異數分析**

在 $\alpha=0.05$ 的顯著水準下，針對**茶六燒肉堂**服務品質之五大構面進行分析，從表(十六)得出，以下結論:

P 值=0.132797→P-value ≥ 0.05 ，**不拒絕虛無假設**，**茶六燒肉堂**服務品質之五大構面**無顯著差異**，表示不同構面的結果並不會影響判斷的品質。

結論:雖然**茶六燒肉堂**的五大構面無顯著差異，但在表(十五)裡我們可以看到，**關懷性**與**回應性**相對其他構面數值較低，因此我們認為**茶六**仍可以針對人員的回應訓練進行加強。

第四節 兩母體平均數差分析

- 第二 — 第六部分 每題相加後平均
- 滿意度平均數之兩母體檢定表格

表(十七)、兩母體檢定表

- t 檢定：兩個母體平均數差的檢定，假設變異數不相等

	屋馬	茶六
平均數	4.2730	4.3917
變異數	0.6288	0.4374
觀察值個數	174	151
假設的均數差	0	
自由度	322	
t 統計	-1.4686	
P(T<=t) 單尾	0.0715	
臨界值：單尾	1.6496	
P(T<=t) 雙尾	0.1429	
臨界值：雙尾	1.9674	

屋馬標準差	茶六標準差	點估計
0.792971	0.6614	-0.1187

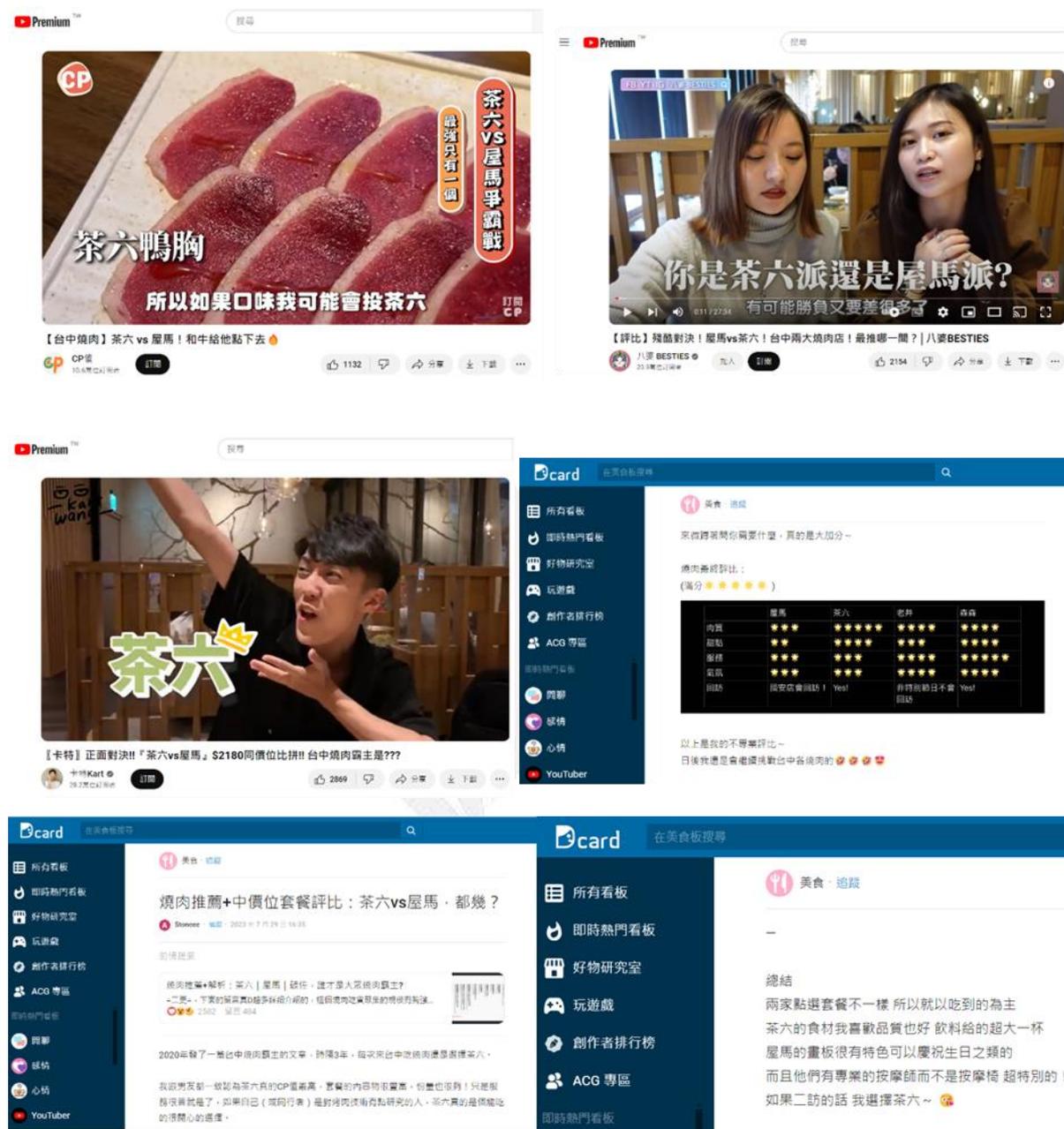
信賴區間上界	信賴區間下界
-0.2777	0.0403

- 兩母體平均數差檢定分析

根據此分析得出的 $p\text{-value} = 0.0715 > \alpha = 0.05$ ，因此不拒絕 H_0 ，代表兩家店的滿意度平均數無顯著差異。

茶六偏好程度較高與本組兩母體分析之結果吻合。屋馬燒肉與茶六燒肉堂有各自的特色與優勢，位於台中這個燒肉重鎮，兩者無論是用餐環境、服務體驗、餐點品質都經常作為互相比較的對象。綜合網路上（如 YouTube、Dcard）的評論來看，從人氣角度來看，兩者不相上下，都擁有大批忠實顧客和高度評價。而食材的驚艷度以及環境體驗是多數人對產生偏好的關鍵。最終，網路評

論與兩母體平均數差分析結果一致，皆為茶六燒肉堂獲得民眾的青睞。



圖(十三)、喜愛程度佐證資料

第五節 屋馬迴歸分析

- H0A：假設服務品質可靠性 對顧客滿意度無解釋能力
- H0B：假設服務品質回應性 對顧客滿意度無解釋能力
- H0C：假設服務品質確實性 對顧客滿意度無解釋能力
- H0D：假設服務品質關懷性 對顧客滿意度無解釋能力
- H0E：假設服務品質有形性 對顧客滿意度無解釋能力
- HaA：假設服務品質可靠性 對顧客滿意度有解釋能力
- HaB：假設服務品質回應性 對顧客滿意度有解釋能力
- HaC：假設服務品質確實性 對顧客滿意度有解釋能力
- HaD：假設服務品質關懷性 對顧客滿意度有解釋能力
- HaE：假設服務品質有形性 對顧客滿意度有解釋能力

表(十八)、屋馬迴歸分析表

迴歸分析	
R 的倍數	0.9104
R 平方	0.8289
調整的 R	0.8239
標準誤	0.3319
觀察值個數	175

	自由度	SS	MS	F	顯著值
迴歸	5	90.2142	18.0429	163.7611	7.28E-63
殘差	169	18.6201	0.1102		
總和	174	108.8343			

變數	迴歸係數	T 值	P 值
截距項	-0.003	-0.0188	0.9850
可靠性	0.3321	4.9718	1.62E-6
回應性	0.2322	3.1593	0.0018
確實性	0.2269	2.8609	0.0048
關懷性	-0.0385	-0.7433	0.4584
有行性	0.2518	3.9005	0.0001

迴歸方程式:

$$\text{顧客滿意度} = -0.003 + 0.3321 \times \text{可靠性} - 0.2322 \times \text{回應性} + 0.2269 \times \text{確實性} + (-0.0385) \times \text{關懷} + 0.2518 \times \text{有形性}$$

迴歸分析結果:

由表可以看出，確實性、回應性、可靠性、有形性的 T 值皆超過 1.96，拒絕 H0A、H0B、H0C、H0E，表示這四項構面對於屋馬的顧客滿意度具有明顯的解釋能力。

R 平方的主要問題是未考慮自由度問題，為解決這個問題，為避免增加自變量而高估 R 平方，需要對 R 平方進行調整，由 0.8289 調整成 0.8239。

接著將這四項具有解釋能力構面的每個題目進行平均數的計算，並且挑選平均較低的項目，作為屋馬未來改進的目標方向。

表(十九)、屋馬確實性題目平均數計算表

確實性題目	平均數	標準差
我認為此燒肉店服務人員受過專業訓練足以勝任工作	4.2457	0.9021
我認為此燒肉店服務人員的溝通能力良好	4.2114	0.8854
我認為此燒肉店服務人員的態度是親切且有禮貌的	4.2971	0.8231
我認為此燒肉店服務人員的服務是值得信賴的	4.2743	0.8378

從平均數的排序可以發現，屋馬在服務品質確實性上的平均數值差異不大。可以從數值最低的題目中看出，消費者認為屋馬需要改善服務人員的溝通能力，以及確認服務人員是否有受過專業訓練足以勝任此工作，於訓練的時加強員工回答問題或隨機應變問答的能力，能給顧客在用餐有更好的體驗。

表(二十)、屋馬回應性題目平均數計算表

回應性題目	平均數	標準差
我認為此燒肉店沒有因為太忙而忽略顧客的需求	4.0171	0.9767
我認為此燒肉店服務人員會了解並儘量滿足顧客的需求	4.2343	0.8861
我認為此燒肉店會立即處理顧客的抱怨	4.1143	0.8676
我認為此燒肉店出錯餐點時能即時處理	4.1943	0.9052

從平均數的排列可以看出，屋馬在服務品質回應性上最需要改善的是消費者認為服務人員因為太忙而忽略顧客的需求，這點跟確實性上對於服務人員培訓類似，需要加強在最開始對於員工的受訓內容跟時間，帶給顧客更好的消費體驗。

表(二十一)、屋馬可靠性題目平均數計算表

可靠性題目	平均數	標準差
在遇到問題時，服務人員會主動給予幫助	4.2514	0.9038
在此燒肉店服務人員可以提供所允諾的服務	4.32	0.8284
服務人員能在顧客的期望時間內完成服務	4.2457	0.8567
在此燒肉店點餐完畢後，等待上餐的時間是可以接受的	4.3257	0.8633

從平均數的排列可以得知，屋馬在服務品質可靠性上需要改善的是，在遇到問題時服務人員會主動給予幫助，以及服務人員能在顧客的期望時間內完成服誤。藉由員工訓練加強其對於工作的服務熱忱、臨場應變能力和速度。

表(二十二)、屋馬有形性題目平均數計算表

有形性題目	平均數	標準差
我認為此燒肉店內的標示及動線是明確的	4.1429	0.9038
我認為此燒肉店的用餐環境是整潔的	4.3371	0.8284
我認為此燒肉店的外觀以及裝潢是具吸引力的	4.2914	0.8567
我認為此燒肉店的服務人員服裝儀容整潔	4.4114	0.8633

從平均數的排列可以得知，屋馬在服務品質有形性上需要改善的部分是，顧客認為店內動線及標示為相較不明確的。這點能夠從室內裝潢進行改善，因為空間布置的原因，有些顧客會不清楚自己的位置或洗手間等地方，設立標示可以讓顧客獲得更好的體驗環境的感受。

第六節 茶六迴歸分析

- HOA：假設服務品質可靠性 對顧客滿意度無解釋能力
- HOB：假設服務品質回應性 對顧客滿意度無解釋能力
- HOC：假設服務品質確實性 對顧客滿意度無解釋能力
- HOD：假設服務品質關懷性 對顧客滿意度無解釋能力
- HOE：假設服務品質有形性 對顧客滿意度無解釋能力
- HaA：假設服務品質可靠性 對顧客滿意度有解釋能力
- HaB：假設服務品質回應性 對顧客滿意度有解釋能力
- HaC：假設服務品質確實性 對顧客滿意度有解釋能力
- HaD：假設服務品質關懷性 對顧客滿意度有解釋能力
- HaE：假設服務品質有形性 對顧客滿意度有解釋能力

表(二十三)、茶六迴歸分析表

迴歸分析	
R 的倍數	0.8975
R 平方	0.8056
調整的 R	0.7988
標準誤	0.2957
觀察值個數	151

	自由度	SS	MS	F	顯著值
迴歸	5	52.513	10.5026	120.1404	9.49E-50
殘差	145	12.6758	0.0874		
總和	150	65.1887			

變數	迴歸係數	T 值	P 值
截距項	0.0918	0.5031	0.6156
可靠性	0.1376	1.5974	0.1137
回應性	0.1464	2.0440	0.0428
確實性	0.1936	2.2577	0.0255
關懷性	0.1681	2.6073	0.0101
有形性	0.3515	4.8323	3.4E-06

迴歸方程式

顧客滿意度=0.0918+0.1376×可靠性-0.1464×回應性+0.1936×確實性+0.1681×關懷性+0.3515×有形性

迴歸分析結果

由表可以看出，確實性、回應性、關懷性、有形性的 T 值皆超過 1.96，拒絕 H0A、H0B、H0C、H0E，表示這四項構面對於茶六的顧客滿意度具有明顯的解釋能力。

接著將這四項具有解釋能力構面的每個題目進行平均數的計算，並且挑選平均較低的項目，作為茶六未來改進的目標方向。

表(二十四)、茶六確實性題目平均數計算表

確實性題目	平均數	標準差
我認為此燒肉店服務人員受過專業訓練足以勝任工作	4.3311	0.7162
我認為此燒肉店服務人員的溝通能力良好	4.2848	0.7667
我認為此燒肉店服務人員的態度是親切且有禮貌的	4.3709	0.7424
我認為此燒肉店服務人員的服務是值得信賴的	4.3444	0.7099

從平均數的排序可以發現，茶六在服務品質確實性上的平均數值差異不大。可以從數值最低的題目看出，消費者認為茶六需要改善服務人員的溝通能力，能夠在員工訓練的時候加強員工回答問題或隨機應變問答的能力，使顧客在用餐時有更好的體驗。

表(二十五)、茶六回應性題目平均數計算表

回應性題目	平均數	標準差
我認為此燒肉店沒有因為太忙而忽略顧客的需求	4.0728	0.9142
我認為此燒肉店服務人員會了解並儘量滿足顧客的需求	4.2914	0.7056
我認為此燒肉店會立即處理顧客的抱怨	4.2252	0.7735
我認為此燒肉店出錯餐點時能即時處理	4.3444	0.691

從平均數的排列可以看出，茶六在服務品質回應性上最需要改善的是消費者認為服務人員因為太忙而忽略顧客的需求，這點跟確實性上對於服務人員培訓類似，需要加強在最開始對於員工的受訓內容跟時間，帶給顧客更好的消費體驗。

表(二十六)、茶六關懷性題目平均數計算表

關懷性題目	平均數	標準差
我認為此燒肉店的服務人員會主動關心顧客的用餐狀況	4.1987	0.7807
我認為此燒肉店的服務人員會優先考慮顧客的利益	4.1126	0.8577
我認為此燒肉店的服務人員能了解顧客的需求	4.3245	0.7329

從平均數的排列可以得知，茶六在服務品質關懷性上需要改善的部分是，消費者認為此燒肉店的服務人員在優先考慮顧客的利益上較為不足。考慮顧客的利益有很多面向，如餐點的供應等，從體驗細節進行調整，讓顧客感受到來這裡用餐是超值的，能吸引更多回頭客，

也能讓新顧客有賺到了的感覺。

表(二十七)、茶六有形性題目平均數計算表

有形性題目	平均數	標準差
我認為此燒肉店內的標示及動線是明確的	4.2450	0.7456
我認為此燒肉店的用餐環境是整潔的	4.4437	0.6966
我認為此燒肉店的外觀以及裝潢是具吸引力的	4.4172	0.7034
我認為此燒肉店的服務人員服裝儀容整潔	4.3907	0.6109

從平均數的排列可以得知，茶六在服務品質有形性上需要改善的部分是，顧客認為在店內動線及標示的明確方面需要加強。這點可以從室內裝潢進行改善，由於空間布置的緣故，有些顧客會不清楚自己的位置或洗手間等地方，從標示調整改善，能讓顧客對環境有更好的感受。

四、結論與建議

經過上方統計及分析後我們可以發現，屋馬燒肉與茶六燒肉堂這兩家燒肉餐廳其實在滿意度上無顯著差異。然而，根據網路評論和實際的消費者偏好顯示，茶六燒肉堂更受顧客喜愛，這與食材和環境體驗等因素有關。

以消費者年齡來看，屋馬主要吸引 18 歲以下至 25 歲的年輕客群，而茶六的客群年齡層稍微偏大，大部分為 19 至 25 歲，這表示年齡與消費燒肉店的選擇具有一定的相關性，可以針對不同年齡層的偏好進行相應的行銷和服務策略調整，例如學生優惠方案，可提供學生優惠或特別套餐，吸引學生客戶族群或是客製化餐點，讓顧客在餐點上可依個人口味有更多選擇，藉此吸引更多顧客消費。

接著在單因子變異數分析可看出，屋馬的服務品質在五大構面上有顯著差異，特別是在服務人員的溝通能力、反應速度和動線設計方面有改善的空間；相比之下，茶六則未顯示出服務品質在五大構面上有顯著差異，但仍然有一些改進的空間，尤其是在服務人員的溝通能力、回應速度和設施標示方面。

我們對於屋馬的建議為，如果想要提升顧客滿意度可以在 Instagram、Facebook 等社群平台上舉辦互動活動，如分享用餐照片獲得甜品兌換、下次回訪折扣…等，或與美食博主進行合作，不僅可增加品牌曝光率也可以透過他們的影響吸引更多客群，此外需要定期對顧客進行回訪調查，了解他們的滿意度和需求，統整顧客需求進行改進，藉此提高顧客滿意度在員工訓練中加強服務人員的溝通能力、專業訓練及提高反應速度，以提高他們應對顧客問題和需求的能力，避免因為忙碌而忽略顧客的需求；對於店內動線規劃可再優化及放置清楚的標示，確保顧客能夠明確找到他們所需的區域。

而茶六我們則同樣建議加強服務人員的溝通能力和訓練，以提高他們對顧客需求的理解和應對能力，接著優化出餐速度，關於料理餐點時間及出餐 SOP，管理層和員工層可以一起開會討論、規劃，以減少顧客等待時間，提高用餐體驗；改善店內的動線設計和標示，亦可放置清楚的標示讓顧客能夠更快速精準找到所需區域，以提升顧客對環境的舒適感和方便性。

以上建議如果兩家燒肉堂能夠做相對應的改善處理，相信他們能夠通過改善服務品質、溝通能力和用餐環境等方面的不足，客戶將更加滿意用餐體驗，

從而提高忠誠度和滿意度，並可透過口耳相傳及社群分享，為店家宣傳，增加新客戶、客群，並且增加客戶到訪頻率和平均消費額，亦增加銷售收入，進一步提高了業績和盈利能力，進而透過不斷改進服務品質和提升客戶滿意度，兩家燒肉店可以在競爭激烈的燒肉市場中脫穎而出，擁有更強的競爭力。



五、附錄(問卷內容)

問卷

第一部分：消費體驗						
1. 最常消費的店家為何?(單選) <input type="checkbox"/> 屋馬燒肉 <input type="checkbox"/> 茶六燒肉堂 <input type="checkbox"/> 其它(請停止作答)						
2. 您選擇至此店消費的原因?(可複選) <input type="checkbox"/> 服務品質良好 <input type="checkbox"/> 餐點多樣性 <input type="checkbox"/> 用餐環境 <input type="checkbox"/> 優惠活動 <input type="checkbox"/> 其它_____						
3. 最常在此店的消費時段? <input type="checkbox"/> 午餐 <input type="checkbox"/> 下午茶 <input type="checkbox"/> 晚餐 <input type="checkbox"/> 宵夜						
4. 平均每次至此燒肉店之消費金額? <input type="checkbox"/> 1000~2000 <input type="checkbox"/> 2000~3000 <input type="checkbox"/> 3000~4000 <input type="checkbox"/> 4000~5000 <input type="checkbox"/> 5000 以上						
5. 您認為餐點的價格是否合理? <input type="checkbox"/> 太貴 <input type="checkbox"/> 稍貴 <input type="checkbox"/> 合理 <input type="checkbox"/> 便宜						
6. 常用付費方式? <input type="checkbox"/> 付現 <input type="checkbox"/> 刷卡 <input type="checkbox"/> 行動支付						
7. 主要從哪些管道得知此燒肉店的相關資訊?(可複選) <input type="checkbox"/> 社群網路 <input type="checkbox"/> 報章雜誌 <input type="checkbox"/> 口耳相傳 <input type="checkbox"/> 新聞媒體						
問項		您的感受度				
第二部分：服務品質可靠性		非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
9. 在遇到問題時，服務人員會主動給予幫助。		<input type="checkbox"/>				
10. 在此燒肉店服務人員可以提供所允諾的服務。		<input type="checkbox"/>				
11. 服務人員能在顧客的期望時間內完成服務。		<input type="checkbox"/>				

12. 在此燒肉店點餐完畢後等待上餐的時間是可以接受的。	<input type="checkbox"/>				
問項	您的感受度				
第三部分: 服務品質 回應性	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
13. 我認為此燒肉店沒有因為太忙而忽略顧客的需求。	<input type="checkbox"/>				
14. 我認為此燒肉店服務人員會了解並盡量滿足顧客的需求。	<input type="checkbox"/>				
15. 我認為此燒肉店會立即處理顧客的抱怨。	<input type="checkbox"/>				
16. 我認為此燒肉店出錯餐點時能及時處理。	<input type="checkbox"/>				
問項	您的感受度				
第四部份: 服務品質 確實性	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
17. 我認為此燒肉店服務人員受過專業訓練足以勝任工作。	<input type="checkbox"/>				
18. 我認為此燒肉店服務人員的服務人員溝通能力良好。	<input type="checkbox"/>				
19. 我認為此燒肉店服務人員態度是親切且有禮貌的。	<input type="checkbox"/>				
20. 我認為此燒肉店服務人員的服務是值得信賴的。	<input type="checkbox"/>				
問項	您的感受度				

第五部份: 服務品質 關懷性	非常 不同 同意	不 同 意	普 通	同 意	非 常 同 意
21. 我認為此燒肉店服務人員會主動關心顧客的用餐狀況。	<input type="checkbox"/>				
22. 我認為此燒肉店服務人員會優先考慮顧客的利益。	<input type="checkbox"/>				
23. 我認為此燒肉店服務人員能了解顧客的需求。	<input type="checkbox"/>				
問項	您的感受度				
第六部份: 服務品質 有形性	非常 不同 同意	不 同 意	普 通	同 意	非 常 同 意
24. 我認為此燒肉店內的標示及動線是明確的。	<input type="checkbox"/>				
25. 我認為此燒肉店的用餐環境是整潔的。	<input type="checkbox"/>				
26. 我認為此燒肉店的外觀以及裝潢是具吸引力的。	<input type="checkbox"/>				
27. 我認為此燒肉店服務人員的服裝儀容整潔。	<input type="checkbox"/>				
問項	您的感受度				
第七部份: 顧客滿意度	非常 不同 同意	不 同 意	普 通	同 意	非 常 同 意
28. 我對此燒肉店所提供的服務感到滿意。	<input type="checkbox"/>				
29. 去此燒肉店用餐使我感到愉悅。	<input type="checkbox"/>				

30. 我認為在此燒肉店消費的選擇是正確的。	<input type="checkbox"/>				
31. 整體而言，我喜愛在此燒肉店用餐。	<input type="checkbox"/>				
第八部分：麻煩請勾選以下基本資料					
1. 性別 <input type="checkbox"/> 男 <input type="checkbox"/> 女					
2. 年齡 <input type="checkbox"/> 18 歲以下(含) <input type="checkbox"/> 19 至25 歲 <input type="checkbox"/> 26 至30 歲 <input type="checkbox"/> 31 至40 歲 <input type="checkbox"/> 40 至50 歲 <input type="checkbox"/> 51 歲以上(含)					
3. 請問您的職業是： <input type="checkbox"/> 學生 <input type="checkbox"/> 軍公教人員(軍人、公務人員、教師) <input type="checkbox"/> 金融業 <input type="checkbox"/> 傳播/文化業 <input type="checkbox"/> 自由業 <input type="checkbox"/> 服務業 <input type="checkbox"/> 農林漁牧業 <input type="checkbox"/> 製造業 <input type="checkbox"/> 專業人員(醫生、律師、工程師等) <input type="checkbox"/> 資訊科技業 <input type="checkbox"/> 營造業 <input type="checkbox"/> 通訊業 <input type="checkbox"/> 其它					



參考文獻

- 維基百科. (n. d.).
<https://zh.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:%E5%85%B3%E4%BA%8E>
- 讓幸福，走進您心裡! (n. d.). 屋馬燒肉.
https://www.umai.tw/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwu8uyBhC6ARIsAKwBGpSuRtlfa0WGPtz-ThgqycnHn4P_gWH2pZ4MK172tin-73U9JZQO_PUaAiaeEALw_wcB
- Yahoo!新聞. (n. d.). 屋馬相關新聞.
<https://tw.news.yahoo.com/tag/%E5%B1%8B%E9%A6%AC%E7%87%92%E8%82%89?guccounter=1>
- 茶六燒肉堂. (n. d.). Facebook.
https://www.facebook.com/chaliuyakiniku/?locale=zh_TW
- 茶六才第6! 全台最夯「燒肉餐廳」TOP 10 出爐 「第1名」網哀號超難訂. (2023, September 23). Yahoo!新聞-三立新聞網.
<https://tw.news.yahoo.com/%E8%8C%B6%E5%85%AD%E6%89%8D%E7%AC%AC6-%E5%85%A8%E5%8F%B0%E6%9C%80%E5%A4%AF-%E7%87%92%E8%82%89%E9%A4%90%E5%BB%B3-top-10%E5%87%BA%E7%88%90-093540704.html>
- 全國商工行政服務入口網. (n. d.).
<https://gcis.nat.gov.tw/mainNew/index.jsp>
- 【評比】殘酷對決! 屋馬 vs 茶六! 台中兩大燒肉店! 最推哪一間? | 八婆 BESTIES. (n. d.). Youtube.
<https://www.youtube.com/watch?v=KHWkWNMgqt0>
- 燒肉推薦+中價位套餐評比: 茶六 vs 屋馬, 都幾?. (2023, August 19). Dcard. <https://www.dcard.tw/f/food/p/251287128>
- 茶六屋馬 我選... (2020, October 25). Dcard.
https://www.dcard.tw/f/food/p/234673586?cid=f91d2d13-a98f-4281-9047-32d5bda5ed5d&utm_source=share

- 台中燒肉評比！屋馬/茶六/老井/森森. (202 C.E., September 7). Dcard. https://www.dcard.tw/f/food/p/236907253?cid=808cc6ae-38af-4e99-8b65-ae89ba41628&utm_source=share
- 【台中燒肉】茶六 vs 屋馬！和牛給他點下去👉. (n. d.). Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=yUlszk6dyM>

