壹、緒論

一、研究背景及動機

二、研究目的

三、資料分析方法
(有或沒有均可)

貳、研究設計與實施

一、研究架構
(可省略)

二、研究範圍、對象與問卷設計
（一）研究範圍與對象

「阿秋活蟹海鮮餐飲」共有六家分店，本專題小組以「阿秋活蟹海鮮餐飲」之公益店為專題研究範圍。「阿秋活蟹海鮮餐飲」經過餐飲市場將近十年的考驗，加上近年來消費者對於飲食愈來愈講究，「阿秋活蟹海鮮餐飲」仍屹立不搖，是值得我們深入研究的原因，本專題小組就以「阿秋活蟹海鮮餐飲」分店中營業時間最長之公益店為本專題範圍。

而研究對象係以正在「阿秋活蟹海鮮餐飲」公益店用餐的消費者為主要調查對象。

（二）問卷設計與發放

本實務專題問卷調查是經由本專題成員與「阿秋活蟹」張副總訪談內容編製並和指導老師一同討論與設計編製而成，經過二次預測及一次試發問卷後，於民國 90 年 1 月下旬完成正式問卷設計，並於民國 90 年 2 月 2 日至 3 日及 2 月 10 日正式發放問卷 260 份，抽樣發放時間為平時日與假日都有。問卷發放的進行方式以本專題小組全部成員，親自到「阿秋活蟹海鮮餐飲」之公益店店內發放問卷，剔除無效問卷，回收有效問卷 214 份，有效回收率 82.30%。

參、樣本資料分析

本段摘述本研究資料分析的結果，並彙集整理各項研究的重點。首先針對本研究所訪查之樣本做基本資料分析，其次為顧客惠顧行為分析，最後為 28 項服務品質滿意度評估準則的分析。

一、 基本資料分析

茲將結果彙整如表 2：

表 2　　基本資料分析(再加上個數分析)

基本資料	所有的項目	百分比
性別	男	62.15%
	女	37.85%
年齡	19～23 歲	15.89%
	24～28 歲	18.69%

	29～33 歲	25.70%
	34～38 歲	15.89%
	39 歲以上	23.83%
教育程度	國中以下	2.34%
	高中職	22.43%
	專科學校	43.46%
	大學以上	35.78%
職業	學生	9.35%
	軍、公、教	10.28%
	工業	16.82%
	商業	31.78%
	服務業	22.43%
	自由業(包括自耕農、家管、退休者)	9.31%
月收入	5,000 元以下	11.21%
	5,001～15,000 元	13.55%
	15,001～30,000 元	14.95%
	30,001～45,000 元	23.83%
	45,001 元以上	36.45%
婚姻狀況	未婚	49.07%
	已婚	50.93%
對海鮮餐廳的偏好	非常喜歡	19.16%
	喜歡	48.13%
	尚可	29.91%
	不喜歡	2.80%
對海鮮餐廳的整體印象	很好	27.10%
	尚可	68.69%
	不好	4.1%

資料來源：本專題小組整理

（一） 性別：男性與女性之消費者比例有所差距，男性為 62.15%，女性為 37.85%。

（二）年齡：此餐廳消費者的年齡層以 29～33 歲最多為 25.70%，其次是 39 歲以上為 23.83%。

（三）教育程度: 此餐廳消費者的教育程度為專科學歷者最多為 43.46%；其次是大學以上者為 35.78%。

（四）職業：此餐廳消費者的的職業為商業者最多為 31.78%；其次是服務業為 22.43%。

（五）零用錢或月收入：此餐廳消費者的月收入以 45,001 元以上者最多為 36.45%；其次是 30,001～45,000 元者為 23.83%。

（六）婚姻狀況：此餐廳消費者的婚姻狀況，未婚受訪人數為 49.07%；已婚受訪人數為 50.93%。

（七）對海鮮餐廳的偏好：消費者對海鮮餐廳的偏好程度表示喜歡者最多為 48.13%。

（八）對海鮮餐廳整體印象:消費者對海鮮餐廳的整體印象認為尚可者最多為68.69%。

二、 顧客惠顧行為分析

茲將結果彙整如表 3：

表 3　顧客惠顧行為分析(再加上個數分析)

惠顧行為	所有的項目	百分比
平均每個月消費次數	1～2 次	75.23%
	3～5 次	19.63%
	6 次以上	5.14%
平均消費時間	1 小時以內	32.70%
	2 小時以內	57.01%
	3 小時以內	33.64%
	3 小時以上	6.07%
平均消費額度(一桌為單位)	2,000 元以下	14.49%
	2,001～4,000 元	53.74%
	4,001～6,000 元	24.77%
	6,001 元以上	7.01%
第一次消費的原因	親朋好友介紹	62.62%
	大眾傳播介紹	14.02%
	路過	11.21%
	其他	12.15%
通常消費性質	家庭聚會	21.03%
	朋友聚會	55.61%
	公司應酬	17.76%
	宴客	4.21%
	其他	1.40%
通常選座的位子	包廂	22.90%
	室內空調座位	40.19%
	室外座位	36.92%
通常消費人數	1～5 人	30.93%
	6～10 人	54.24%
	11 人以上	14.95%
通常消費時段	早上 10 點～下午 4 點以前	13.08%
	下午 4 點以後～晚上 10 點以前	75.70%
	晚上 10 點以後～凌晨 1 點半	11.21%

資料來源：本專題小組整理

1. 平均每個月消費次數：此餐廳消費者的每個月消費次數 1～2 次最多為75.23%。
2. 平均消費時間：此餐廳消費者的平均消費時間以 2 小時以內最多為57.01%；其次是 3 小時以內為 33.64%。

3. 平均消費額度（以一桌為單位）：此餐廳消費者的平均消費額度以 2,001～4,000 元最多為 53.74%。
4. 第一次消費的原因：此餐廳消費者第一次消費的原因以親朋好友介紹者最多 62.62%，足見口碑之重要性。
5. 通常消費的性質：此餐廳消費者的通常消費的性質以朋友聚會居多占 55.61%。
6. 通常選座的位子：消費者通常選座於室內空調座位為多 40.19%。
7. 通常消費人數：消費者通常消費人數以 6～10 人為多 55.14%。
8. 通常消費時段：此餐廳消費者通常消費時段以下午 4 點以後～晚上 10 點以前為多 75.70%。

三、　態度的分析

例如滿意度、重視程度的平均數分析

表　服務品質評估準則滿意度分析

項　目	**服 務 品 質 準 則**	**平均數**	**標準差(可省)**
1.	餐廳設計美觀	3.60	0.69

肆、建議

一、對業者的建議

（一）基本資料方面

光臨海鮮餐廳的受訪者，男女比例明顯相差很多，以男性所佔的比率較多。是否因為海鮮餐廳的性質較傾向於熱鬧吵雜，而女性卻對於餐廳的氣氛十分講究，喜歡較安靜、浪漫的用餐環境，業者可以針對此項資料做些改變，提供一些較安靜的空間讓消費者用餐或針對女性顧客作特別促銷方案。

（二）惠顧行為方面

1. 受訪者以每個月消費次數 1～2 次，每次平均消費時間為 2 小時以內和平均消費額度為 2001～4000 元比率…….

（三）滿意度評估準則方面