



透过 IPA 模式探讨第三方物流企业之服务品质  
——以 M 物流有限公司为例



李佳妮  
撰

此论文为申请中国国际学院  
工商管理专业研究生学历  
之学术毕业论文

兰实大学研究生院  
公历 2018 学年



**INVESTIGATING THE SERVICE QUALITY OF THE THIRE  
PARTY LOGISTICS ENTERPRISE FROM THE IPA  
MODEL——THE CASE OF M COMPANY**



**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT  
OF THE REQUIREMENTS FOR  
THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION  
INTERNATIONAL CHINESE COLLEGE**

**GRADUATE SCHOOL, RANGSIT UNIVERSITY  
ACADEMIC YEAR 2018**

Thesis entitled

**INVESTIGATIN THE SERVICE QUALITY OF THE THIRE PARTY  
LOGISTICE ENTERPRISE FROM THE IPA MODEL  
—THE CASE OF M COMPANY**

by  
JIANI LI

was submitted in partial fulfillment of the requirements  
for the degree of Master of Business Administration

Rangsit University  
Academic Year 2018

---

Asst.Prof. Chen Ao, Ph.D.  
Examination Committee Chairperson

Prof. Duan Yun Long, Ph.D.  
Member

---

Assoc.Prof. Yang Shu Chen, Ph.D.  
Member and Advisor

Approved by Graduate School

(Asst.Prof.Plt.Off. Vanee Sooksatra, D.Eng.)  
Dean of Graduate School  
June 20, 2019

## 致谢

时光飞逝，随着论文书写接近尾声，我的研究生生活很快就要结束了，还记得匆匆那年初到兰实大学的欣喜和激动。在兰实大学度过的时光，充满了很多美好的回忆，当然也经历了很多困难和挫折，现在想想都是必然的过程。在我的毕业论文快要写完的时候，我要对很多人致以衷心的感谢。

首先要对我的论文老师杨书成教授表示感谢，不管是论文的开题、选题，还是后期的撰写和修改，杨教授在每一个环节给予我专业的指导、鼓励以及支持，使我对专业有了更深的了解与感悟。

其次我要感谢 MBA 的各位老师，谢谢杨书成老师、陈禀老师、郑江波老师、赵光洲老师以及段万春老师对我的教导，以及感谢兰实大学中国国际学院的蒋肖莹老师和罗福东老师我生活学习上的帮助。以及 MBA60 的每一位同学，是你们的陪伴给我的学习生涯增添了更多的色彩。

最后我要感谢父母亲，是他们的无私付出，在我的学习和生活遇到挫折的时候给我鼓励和支持，感谢他们多年的陪伴和教育，我一定会努力回报他们。

感谢对我施以关心和照顾，帮助过我的人，在此衷心的祝福你们开心平安，一切顺遂。

李佳妮

研究生

**6005621 : MAJOR: MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION;  
M.B.A.**

**KEYWORDS : IMPORTANT PERFORMANCE ANALYSIS, SERVICE  
QUALITY, THIRD-PARTY LOGISTICS**

**JIANI LI: INVESTIGATING THE SERVICE QUALITY OF THE  
THIRE PARTY LOGISTICS ENTERPRISE FROM THE IPA MODEL—THE  
CASE OF M COMPANY. THESIS ADVISOR: ASSOC. PROF. YANG SHU  
CHEN, Ph.D., 52p.**

With the continuous development of the global economic integration, more and more multinational corporations and foreign enterprises are investing and operating in China. Consequently, more third-party logistics (3PL) enterprises have begun to enter China market. At present, multinational corporations and foreign enterprises are the main users of third-party logistics (3PL) service in China, and only a few well-known enterprises in China use 3PL service. Due to its poor service quality and the lack of professional management, third-party logistics service is still in the infancy stage.

Therefore, this paper aims to investigate the service quality of 3PL enterprise, M Company. Collect data based on the five research dimensions of SERVQUAL and analyze by useing IPA model. The sample is the customers who have used the service of 3PL enterprise, M Company. Based on the results, this paper provided suggestions that can be used to improve the service quality of the staff and also serve as a reference for 3PL enterprises in planning its operating strategy to improve service quality and customer satisfaction.

Student's Signature ..... Thesis Advisor's Signature .....

**6005621** : 工商管理; M.B.A.

**关键词** : 第三方物流, 服务品质, 重要性绩效分析

**李佳妮: 透过 IPA 模式探讨第三方物流企业之服务品质——以 M 物流有限公司为例; 论文导师: 杨书成 副教授, 52 页。**

随着全球经济的发展, 在中国出现了更多的跨国公司、外资企业, 而第三方物流企业也开始涌入中国。在中国, 现阶段的第三方物流服务主要是来自于跨国公司和外资企业, 中国本土只有几家知名企业在运用第三方物流服务, 因为服务的质量不够好, 专业性管理人才缺乏等问题的出现, 表明中国的第三方物流服务的发展还不够成熟。

因此, 本文以 SERVQUAL 的五个研究维度为基础搜集资料, 并通过 IPA 模式进行分析, 从客户对个案物流公司所提供的服务的感受, 了解需要优先改善的项目。本文根据分析结果提供建议, 可用于改善服务人员的服务品质, 更可作为个案公司营运策略和提高客户满意度的参考, 相信能对第三方物流企业的专业度有所提升, 也能提供第三方物流企业服务人员作为服务品质改善项目的依循反向。

学生签字..... 指导老师签字 .....

## 目录

	页	
致谢	i	
英文摘要	ii	
中文摘要	iii	
目录	iv	
表目录	vi	
图目录	vii	
<b>第 1 章</b>	<b>绪论</b>	<b>1</b>
	1.1 研究背景与动机	1
	1.2 研究意义	2
	1.3 研究流程	3
<b>第 2 章</b>	<b>文献综述</b>	<b>5</b>
	2.1 第三方物流行业的现状分析	5
	2.2 服务品质	6
	2.3 重要性绩效分析	9
<b>第 3 章</b>	<b>研究方法</b>	<b>11</b>
	3.1 问卷设计	11
	3.2 样本来源	11
	3.3 研究对象 M 物流有限公司介绍	11
	3.4 研究变相操作化及衡量	12

## 目录 (续)

	页
<b>第 4 章</b>	<b>资料分析与结论</b> <b>15</b>
	4.1 描述性统计 15
	4.2 信度与效度分析 17
	4.3 服务品质之 IPA 分析 18
	4.4 探索性分析 22
<b>第 5 章</b>	<b>讨论与建议</b> <b>38</b>
	5.1 研究结果整理 38
	5.2 实务建议 41
	5.3 研究限制 43
参考文献	44
附录	47
附录	调查问卷 48
个人简历	52

## 表目录

表	页
2.1 SERVQUAL 量表之衡量维度与评价项目	8
3.1 操作性定义与量表来源	12
3.2 服务品质问卷构面之测量问项	12
4.1 问卷结果统计表	15
4.2 研究维度信度分析表	17
4.3 顾客对服务品质重要度及其表现形式分析表	18
4.4 IPA 全样本所含服务品质项目表	20
4.5 IPA 女性样本所含服务品质项目表	23
4.6 IPA 男性样本所含服务品质项目表	25
4.7 IPA35 岁以下样本所含服务品质项目表	26
4.8 IPA36 岁~46 岁以上样本所含服务品质项目表	28
4.9 IPA 不到半年样本所含服务品质项目表	30
4.10 IPA 半年~一年样本所含服务品质项目表	32
4.11 IPA 一年~三年样本所含服务品质项目表	34
4.12 IPA 三年以上样本所含服务品质项目表	36
5.1 全样本以及分群顾客对服务品质所重视且需改善的项目	39

## 图目录

图	页
1.1 研究流程结构图	4
2.1 IPA 象限图	10
4.1 IPA 全样本象限图	20
4.2 IPA 女性样本象限图	22
4.3 IPA 男性样本象限图	24
4.4 IPA35 岁以下样本象限图	26
4.5 IPA35 岁~46 岁以上样本象限图	28
4.6 IPA 不到半年样本象限图	30
4.7 IPA 半年~一年样本象限图	32
4.8 IPA 一年~三年样本象限图	34
4.9 IPA 三年以上样本象限图	36

# 第 1 章

## 绪论

### 1.1 研究背景与动机

中国的经济进入了多元化，各行各业面对许多新的机遇与挑战，物流行业也是如此。中国市场在上世纪 80 年代进入改革开放以来，经济迅猛发展。随着中国加入世贸组织，中国与全球的贸易往来增多，慢慢开始出现越来越大的物流需求，但由于当时处于中国经济的飞速发展时期，物流成本偏高的问题被商品较高的利润所掩盖。而后当经济开始平稳发展，出现了过剩时期，物流企业开始意识到成本控制的重要性，从而逐渐涌现出第三方专业形态的物流公司，由此服务型物流企业开始展露。

第三方物流 (Third-Party Logistic) 又称为“合同物流” (Contract Logistics)、 “物流代理” (Logistics agent)、或“外协物流” (External Logistics)，指的是企业在做主要业务的时候集中了精力来做，通过合同的签订方式，来把本应该由自己处理的物流活动部分或全部的委托给相关的物流企业，而且通过信息系统，来保证和物流企业间的紧密联系，来管理和控制物流的整个过程。王战权(2002) 则指出在发达国家，物流企业的物流模式开始向第三方物流方向进行转变。在中国公布的《物流术语》中，通过把第三方物流方式定义为供方和需方通过外包的方式来对企业提供物流服务。因为第三方物流不参与商品的买和卖，是采用买方和卖方以外的第三方方式，所以被称为第三方物流。第三方物流的特征主要分为：首先是表明的是契约型的特征，即采用契约的方式来对物流经营者和物流消费者间的关系加以定义；其次是具有个性化服务的特征，对于不同的物流消费者，其物流服务存在着不同的需求。

第三方物流指的是从 20 世纪 90 年代的中期开始被传进中国，是运输、仓储等行业中的一个重要发展部门。这些年，市场经济的体制在完善，企业也开始深化改革，这样加强了企业的自我约束机制，对于外包物流服务，要慢慢的加大了其需求。特别是外资企业的引入，市场竞争的加剧，使得企业更加重视物流的重要性，专业性和多功能性，符合上述要求的第三方物流方式也随之增加。

## 1.2 研究意义

目前中国第三方物流发展存在一些局限性。第一，物流观念较为落后。企业怕资源流失和额外利润被物流企业赚取，所以多数企业自建物流系统，导致第三方物流发展受限，规模较小。第二，物流服务单一。中国大多数物流企业所提供的服务多停留在储存、运输以及城市配送，没有相关的增值服务或者创新服务。第三，渠道不通畅。作为企业的经营网络，存在不合理的现象，有时候甚至会出现没有网的情形，作为第三方物流企业，在其和客户之间是缺乏合作的，而作为物流企业和客户，不能共享信息资源，也没有形成伙伴关系相互信赖。

这些年来人们的生活水平在逐渐发生改变，电子商务也在加速发展，消费者的需求日益个性化，根据 2017 年中国仓储协会的调查，在采用第三方物流的企业中，对于其服务 23% 的生产企业和 7% 的商业企业不是很满意。

第三方物流的需求来自于客户，而随着科技的日益发展，客户的需求逐步趋向于多元化，于是增加物流服务的附加价值，以及掌握客户需求，达到客户满意的服务品质是第三方物流企业的使命。而好的服务品质已经成为了企业用来竞争的一项标准，企业若能维持顾客满意度，则能有效的增加客源和巩固市场。因此，企业若要提升市场竞争力，强化服务品质提升顾客满意程度是通向成功的必经之路。刘守臣（2015）提出顾客的满意度是一个积累的过程，在顾客消费过程中很容易对货物的品质以及服务态度形成认识。张圣忠与吴群琪（2007）物流服务品质的内涵定义为：在物流过程中所表现出的被消费者感知的物流服务。而 Martilla & James（1997）提出来的重要性绩效分析（Important Performance Analysis, 简称 IPA），IPA 要求受访者对指定调查对象的各项衡量指标从重要性和绩效表现两

个方面来评价各测评要素。由于其易操作和易解读性被广泛应用，且由于易取得与易利用的特性，通过多种方式多元化的匹配，来帮助经营者找出问题的解决办法，不断提升顾客的满意度。

对于上述研究背景和动机，本文的研究主要有下面几个目的：

首先，要对 M 公司的顾客关于公司所提供的服务质量有一定的认知，对公司提供服务后顾客是否满意，通过 IPA 分析法来分析，并归纳为四个象限的结果。

最后，再通过 IPA 四个象限的结果，来对顾客关于 M 物流有限公司的服务品质属性进行分析，通过弥补其不足的部分，来提升服务的品质，提出相关的建议。

### 1.3 研究流程

本文首先确定研究主题范围、目的、背景，并且拟定研究问题。然后进行相关文献的搜集与整理，建立研究架构以及进行调查问卷的设计，通过调查问卷的发放和回收来收集资料，收回资料进行相关统计分析，最后得出结论和给出建议。

本文研究流程如图 1.1 所示：

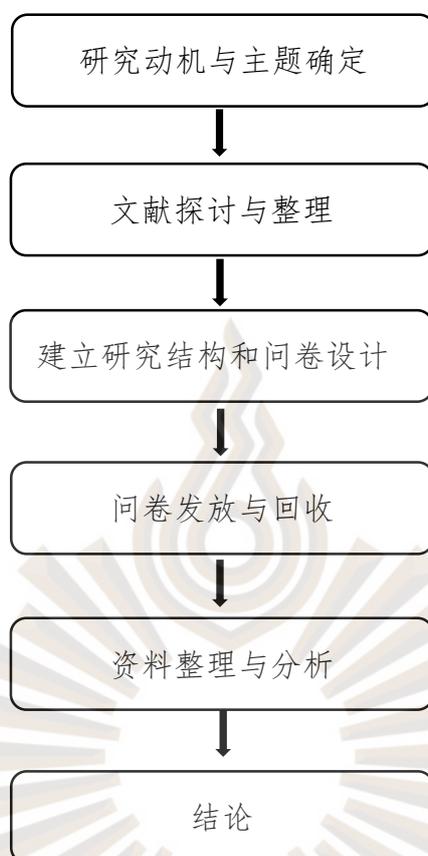


图 1.1 研究流程结构图

## 第 2 章

### 文献探讨

#### 2.1 第三方物流行业的现状与问题

第三方物流是建立在现代物流基础上的，杜文（2004）认为第三方物流指的是企业给物流双方提供部分或全部的物流服务。张广敬（2010）提出第三方物流指的是在供应商和需求方之间必不可少的环节，它那个对货物进行时间上和空间的转移。李彦萍（2001）提出通过第三方物流，能够让客户获取很多优势，比如利润、供应速度、服务、信息的准确性和真实性，中国第三方物流行业的现状是，改革开放以来，经济发展迅猛，特别是在加入世贸组织后，国内外贸易规模迅速扩大，形成了较大的物流需求。因此，在这种形势下，企业对物流的需求逐步增加。丰家栋（2013）提出，随着市场格局、商业环境的变化、企业自身的发展和完善，让顾客对第三方物流提出了更高的要求，通过第三方物流的服务内容和方式在纵向深度和横向广度等方面都将不断地发生变化。中国学者张凤华（2012）认为物流的方式在从传统转向现代的过程中，作为第三方物流服务行业，逐渐成为中国经济的重要组成部分。自从中国加入 WTO 世贸组织以来，大量外国优秀企业的涌入与 GDP 不断增长，由于中国地域发展和资源分布不均等因素使得第三方物流获得了很大的发展。

因为第三方物流在中国存在的时间还不长，就现阶段而言还有很大的问题，具体表现在：其一，从 20 世纪 90 年代中后期开始，第三方物流才开始进入中国，物流仍处于起步阶段，管理较为落后；其二，中国第三方物流结构较为多样化，相对不算太完善，第一种是前身为传统仓储与运输的企业，随着社会和经济的发展转型而来，占据了我国物流企业的主导地位，第二种依靠国家政府政策，以国有资本创立的新型物流企业，其资金雄厚，管理机制完善，具有很强的竞争力，

第三种是进入中国物流市场的外资企业，具有良好的经营模式和物流经验，第四种是民营企业，目前中国这类企业规模大小不一、种类繁多，但是它们有相对自如的管理机制并且管理成本较低，在未来的物流市场竞争中，也为有力的竞争者；其三，有上述对中国物流企业的描述中可知，中国的物流企业间的差异比较明显，企业间的物流观念、管理水平等差异很大。而顾客对第三方物流的供应链管理、物流服务、资金垫付等服务的要求越来越严格，而从目前看来第三方物流提供的服务品质不能满足不同顾客的不同需求。并且中国第三方物流的专业化程度较低，中国与外资第三方物流企业的物流形态和物流理念也存在差异，由此导致中国第三方物流企业发展不均衡。

从四川省的第三方物流发展状况来看，成都为四川省省会，位于四川盆地西部的成都平原腹地。成都作为中国西部重要的国家宗信城市，一直就是中国西南地区的经济、政治和文化中心。自从中国开展了改革开放，成都就是中国西南地区的物流和商贸中心、科技中心、金融中心的交通要道和通信枢纽，其还是中国比较重要的现代制造业产地、高新技术产业基地和现代农业基地。随着经济体制改革的进一步深化，成都第三方物流市场化程度有了很大提高。在运输市场，公路运输形式从单一的整车运输发展到零担、集装箱、冷藏和特种货物运输等多种形式。在仓储市场，仓储经营功能从单一向多元化转变，仓储市场化程度较高。民营企业纷纷涌现并不断壮大，对物流服务的需求量增加，并对物流服务的水平提出的要求更高。而由于第三方物流进入中国较晚，西部地区的物流实践则更迟缓一些。冯文龙（2009）提出成都第三方物流发展由于缺乏真正意义上大企业，而很多第三方物流企业都是来自于传统的物流企业，服务功能不是很完善，这就让成都的第三方物流企业的发展受到了限制。

## 2.2 服务品质

对于服务，芬兰服务营销学家 Gronroos（1984）将服务定义为：服务是在顾客与员工、商品、有形资源和服务系统之间发生的、以无形的形式解决顾客问题的一个或一系列活动。Wagner & Frenkel（2000）指出，物流服务品质的传递和顾

客长期关系的建立密不可分，并提出了以发展服务品质提升、发展定制化服务、分析成本交易满意、整合精确时效服务、强化营销绩效服务等物流长期合作关系发展模式。Levitt (1972) 认为服务品质主要是指符合顾客设定的服务标准的服务结果。赵卫宏 (2004) 则认为服务品质是让顾客得到满足和加强我国服务业，在这两方面所提出的实证研究要素。Sasser, Olsen & Wyckoff (1978) 则认为服务品质要包括一致性 (Consistence)、安全性 (Security)、完整性 (Completeness) 等七个维度来定义。李雅芬等 (2005) 研究了物流客户服务，认为服务是物流活动的主要产出功能。殷永生与苗海燕 (2008) 提出第三方物流服务商评价指标体系分为五个方面，即运输能力、存储能力、库存管理、信息化水平和发展潜力。Gibson (1993) 等的研究指出，不断的物流服务品质改善并符合顾客的期望，是顾客接受服务的关注焦点。伍小秦 (1997) 认为，服务质量的要素应包含功能性、经济性、安全性、舒适性和文明性这 5 个要素。Mentzer, Flint & Kent (1999) 提出建构物流服务品质表 (Logistics Service Quality Scale)，主张应包括九个维度：人员服务、异常排除、订单状况、订单品质、订单精确性、服务及时性、订单处理量、订单程序和品质。他们在随后的研究中进一步归纳出，物流服务为顾客定制化的过程，人员服务、订单处理、信息品质为三大重点。Verespej (2002) 认为，第三方物流服务商转向附加价值服务，已成为当今顾客服务多元化下的趋势。而对于服务品质的评估，最具有的代表性的是 Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985) 则在研究银行业、证券商、信用卡公司和产品维修业等四项服务业时，提出了评估服务品质的 10 个维度，具体是指反应性、可靠性、接近性等。后将其修正为 5 大维度共 22 项测试项目，称为“服务品质量表 (SERVQUAL)” 。这 5 个维度包含了有形性、可靠性、反应性、保证性及关怀性，现对 5 个维度描述如下：

有形性：包括服务的场所、设备以及人员，为服务过程中可感受到的实体部分。

可靠性：包括能正确以及可靠的执行企业所承诺的服务而具有的能力。

反应性：包括服务人员为顾客提供服务和帮助的能力和意愿。

保证性：包括通过服务人员的专业化知识，来获取客人的信任。

关怀性：指的是企业提供给顾客的个性化服务和对顾客表示的关怀度。

研究者可通过比较顾客对这 5 个维度的期待分数和实际感受分数得到整体服务品质水平。SERVQUAL 量表被认为有很好的信度和效度，可以用于改善服务品质，也可以阶段性地考察服务品质趋势，还可以评估特定企业的每个维度的服务品质和最终品质，能明确影响服务品质感知的维度的相对重要程度。因此本文参考 SERVQUAL 量表，整理 5 个维度 22 项如表 2.1 所示，作为本文的研究基础。

表 2.1 SERVQUAL 量表之衡量维度与评量项目

维度	评量项目
有形性	1 具有先进的设备
	2 服务设施外观具有吸引力
	3 员工穿着整洁得宜
	4 该公司与服务有关的附属物吸引人
可靠性	5 该公司会履行对顾客所做的承诺
	6 顾客遭遇困难时，能表现关心并提供帮助
	7 该公司第一次就能提供完善的服务
	8 该公司能准时提供所承诺的服务
	9 该公司能将服务相关的记录正确保存
反应性	10 该公司会让顾客清楚的知道何时会提供服务
	11 员工会提供顾客适当的服务
	12 员工会乐于服务顾客
	13 员工不会因为太忙而无法在适时的时候提供服务
保证性	14 该公司的员工是可以信赖的
	15 在从事业务交易时，顾客可以感到安心
	16 该公司的员工是很有礼貌的

表 2.1 SERVQUAL 量表之衡量维度与评量项目 (续)

维度	评量项目
保证性	17. 员工可以从公司得到适当的支持, 以提供更好的服务
关怀性	18 该公司会为不同的顾客提供不同的服务
	19 员工会对顾客给予个别的关怀
	20 员工能了解顾客的需求
	21 该公司将顾客的利益作为优先考量
	22 该公司提供的服务时间能符合所有顾客的需求

### 2.3 重要性绩效分析

Martilla & James (1977) 提出来的重要性绩效分析 (Important Performance Analysis, 简称 IPA), 自 20 世纪 90 年代初, 重要性绩效分析法 (IPA) 开始广泛应用服务性行业, 其应用范围包涵服务满意度、产品表现、地区竞争力(吸引力)和宏观旅游政策制定等。重要性绩效分析法 (IPA) 中的各个项目来进行两种方式的阐述, 一是对顾客表示其对一般公司所给予的期望; 二是对顾客接受服务后, 其真实的感受和实际中的感受两者的不同来对服务的质量进行平衡。

在重要性绩效分析法 (IPA) 中, 以重要性及满意度 (绩效属性) 的平均值为坐标, 将重要性设为横轴 (X 轴), 将满意度设为纵轴 (Y 轴), 将各种属性区分为四个象限, 以四大象限各定义, 如图 2.1 所示。其中, 第一象限: 继续保持区, 表示重要性和表现程度都高; 第二象限: 过度开发区, 表示重要性低而表现程度高; 第三象限: 次要改善区, 说明不是很重要, 表现力也很低; 第四象限: 优先改善区, 表示其很重要, 但是表现手法不高超。

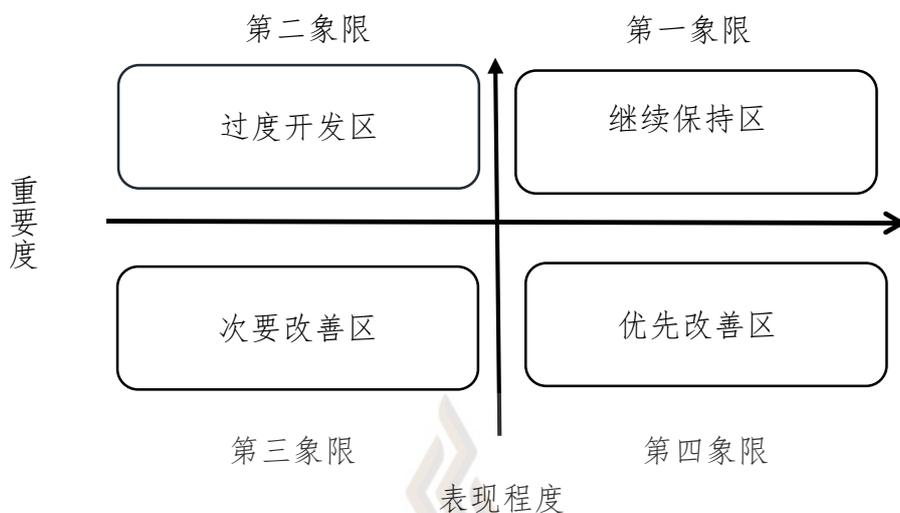


图 2.1 IPA 象限图

重要性绩效分析法（IPA）普遍使用于服务品质分析的探讨当中。张海营（2012）将重要性绩效分析法（IPA）用于图书馆的服务品质研究中，孟庆良，卞玲玲与何林（2012）将重要性绩效分析法（IPA）用于快递的服务品质探讨中，蔡道成（2013）将重要性绩效分析法（IPA）用于三亚观光旅游服务质量调查研究中，施国洪，赵庆与夏前龙（2013）将重要性绩效法（IPA）分析用于移动图书馆服务品质提升策略的研究中，刘恺（2014）将重要性绩效分析（IPA）用于珠海市温泉旅游服务品质研究中，林新宇（2016）将重要性绩效分析法（IPA）用于铁路客运服务质量的评价，步会敏，魏琳与林娜（2018）将重要性绩效分析法（IPA）用于旅游景区服务品质研究中。

## 第 3 章

### 研究方法

#### 3.1 问卷设计

本文问卷的设计依照 SERVQUAL 表为基础，参考服务品质的 5 个维度，包含有形性、可靠性、反应性、保证性以及关怀性。根据 M 物流有限公司设计适当的量表问项，因此本问卷共 48 道选题，用以评估 M 物流有限公司在提供服务以及和顾客进行互动时，顾客是怎样评价服务的品质的。

#### 3.2 样本来源

本问卷发放的对象，设定为 M 公司提供服务的法人或者个人顾客由此可以知道和 M 公司合作过的顾客，是否认同 M 公司的服务品质，并发放了 200 份问卷。

#### 3.3 研究对象 M 物流有限公司介绍

M 物流有限公司以前叫做“M 搬家公司”，总部在四川成都，其物流基地是在成都的高新区，占地 130 多亩。有 1000 万的注册资金，是四川省第一个和国际接轨的专业物流服务商。该公司是在 1996 年 11 月 3 日成立的，目前已经有了 1200 多辆各型车辆，经过资源的整合车辆大概有上万辆，有 3000 多名员工，其开设的分公司遍布中国大部分城市，比如贵阳、昆明、武汉、重庆、深圳等地方，是一家以公路运输、航空、铁路等主要业务于一体的大型物流企业。其不但包括物流、搬运、城市配送等服务，而且还有展览展示、信息处理等为一体的综合性物流服务。

### 3.4 研究变相操作化及衡量

本文问卷的文献，利用 5 个维度来了解顾客是怎样评价服务的品质的，按照上文所述说的关怀性、可靠性、有形性等 5 个维度，来对其操作和量表的来源作表，如 3.1 所示。就是在对“重要度”和“满意度”为调查对象的时候，生成 24 项问项，如表 3.2 所示，表现为非常不重要、不重要、普通、重要、非常重要等 5 个尺度，分别给与 1 到 5 分。

表 3.1 操作性定义与量表来源

维度	操作性定义
有形性	该公司所提供的服务、设备、宣传以及员工的仪态等
可靠性	该公司所给予顾客正确、可靠的承诺服务
反应性	该公司的员工，会适时的给予顾客帮助且积极响应顾客的需求
保证性	该公司的员工，可以让顾客感到除了专业的服务素养与礼貌外，还能增加信任感
关怀性	该公司会提供顾客个别关心与热忱的服务

表 3.2 服务品质问卷构面之测量问项

维度	评量项目
有形性	1 物流公司的服务中心或线上服务接待的服务设施是完善的
	2 物流公司的员工应该穿着仪表整齐的服装
	3 物流公司的项目介绍应该是明了、简单、吸引人的
	4 物流公司的服务人员在客户遭遇问题时应该要能热诚协助解决
可靠性	5 物流公司的服务人员表现应该能够值得被信赖
	6 物流公司的服务人员应该能够准时地提供他们承诺的服务
	7 物流公司服务人员应该能够提供正确详细的记录资料
	8 物流公司的服务人员应该要能够实现他们的承诺
	9 物流公司的服务人员在货物包装破损时应及时提供相关服务
反应性	10 物流公司的人员应该能够热诚且愿意协助客户
	11 物流公司的服务人员应该不会因为忙碌或其他因素忽略客户
	12 物流公司的服务人员应该能够随时帮助客户解决问题
	13 物流公司的服务人员应该能够明确告知顾客提供服务的时间

表 3.2 服务品质问卷构面之测量问项 (续)

维度	评量项目
保证性	14 物流公司的服务人员应该要具有良好的专业知识
	15 物流公司的服务人员应该能够有礼貌的对待顾客
	16 物流公司的服务人员应该能够对客户的相关信息保密
	17 物流公司的服务人员行为及服务应该要能让顾客放心
	18 物流公司提供给顾客的交易应该是安全的
	19 物流公司应该是会针对顾客的需求提供个别差异性的服务
	20 物流公司的服务人员应该是以主动关怀的态度来服务顾客
关怀性	21 物流公司的服务人员应该能够了解顾客的需要
	22 物流公司的服务人员在突发(紧急)状况发生时应该主动考量并解决突发(紧急)状况
	23 物流公司的服务人员应该以顾客的权益为优先考量
有形性	24 物流公司的服务时间应该对顾客来说是便利的
	1 M公司的服务中心或线上服务接待的服务设施是完善的
	2 M公司的员工穿着仪表整齐的服装
	3 M公司的项目介绍是明瞭、简单、吸引人的
可靠性	4 M公司的服务人员在客户遭遇问题时能热诚协助解决
	5 M公司的服务人员表现值得被信赖
	6 M公司的服务人员能准时地提供他们承诺的服务
	7 M公司服务人员能提供正确详细的记录资料
	8 M公司的服务人员能实现他们的承诺
反应性	9 M公司的的服务人员在货物包装破损能及时提供完善的服务
	10.M公司的人员能热诚且愿意协助客户
	11 M公司的服务人员不会因为忙碌或其他因素忽略客户
	12 M公司的服务人员随时都愿意帮助客户解决问题
保证性	13 M公司的服务人员能明确告知提供服务的时间
	14 M公司的服务人员具有良好的专业知识
	15 M公司的服务人员能有礼貌的对待顾客
	16 M公司的服务人员能够对客户的相关信息保密
	17 M公司的服务人员行为及服务能让顾客放心
	18 M公司的提供给顾客的交易是安全的
19 M公司能针对顾客的需求提供个别差异性的服务	

表 3.2 服务品质问卷构面之测量问项 (续)

维度	评量项目
保证性	21 M公司的服务人员能了解顾客的需要
关怀性	22 M公司的服务人员在突发(紧急)状况发生时能主动考量并解决突发(紧急)状况
	23 M公司的服务人员以顾客的权益为优先考量
	24 M公司的服务时间对顾客来说是便利的



## 第 4 章

### 资料分析与结论

#### 4.1 描述性统计

为研究共针对 M 物流有限公司顾客发放 200 份问卷，经过整理和剔除回答不完整问卷之后，删除 2 份无效问卷，剩余 198 份问卷，最后的有效问卷率为 99%，本文的问卷发放形式如附录一所示。在进行样本的分析中，采用的是 spss25.00 分析法，结果如表 4.1 所示。

表 4.1 问卷结果统计表

类别	项目	样本数	百分比
性别	女	112	57%
	男	86	43%
年龄	25岁以下	57	29%
	26~35岁	91	46%
	36~45岁	28	14%
	46岁以上	22	11%
教育程度	初中及以下	8	4%
	高中	21	11%
	大专	55	27%
	本科	100	51%
	研究生及以上	14	7%
职业	企业人员	46	24%
	机关公务人员	15	7%
	律师	17	8%
	教师	15	7%
	个体经营者	21	11%
	自由职业人员	28	14%
	其他	56	29%
成为顾客时间	不到半年	87	44%

表 4.1 问卷结果统计表（续）

类别	项目	样本数	百分比
成为顾客时间	半年~一年	42	21%
	一年~三年	47	24%
	三年以上	22	11%

性别：受访人群中男女比例较为相当，其中女性有 112 人，占比约为 57%；男性则有 86 人，占比约为 43%。

年龄：受访者的年龄分为 4 个项目，其中 25~35 岁人数较多，有 91 人，占比约为 46%；其次是 25 岁以下的受访者，人数是 57 人，占比约为 29%；然后是 36~45 岁的受访者，人数是 28 人，占比约为 14%；最后是 46 岁以上额受访者，人数是 22 人，占比约为 11%。

教育程度：受访者的教育程度分为 5 个项目，其中本科的人数最多，有 100 人，占比约为 51%；其次是大专学历，人数是 55 人，占比约为 27%；其次是高中学历，人数是 21 人，占比约为 11%；而初中及以下和研究生及以上的受访人数都较少，其中研究生及以上人数有 14 人，占比约为 7%，而初中及以下学历的人数最少，有 8 人，占比约为 4%。

职业：受访者的职业分为 7 个项目，其中分布人数较多的是其他职业，有 56 人，占比约为 29%；接着是企业人员，人数是 46 人，占比约为 24%；然后是自由职业人员和个体经营者，其中自由职业人员有 28 人，占比约为 14%，个体经营者有 21 人，占比约为 11%；最后是律师、教师和机关公务人员，这三类职业在受访者中分布较少，律师有 17 人，占比约为 8%，教师和机关公务人员人数相同，分别有 15 人，分别占比约 7%。

成为顾客时间：为方便进行重要性绩效分析（IPA），问卷设置受访者成为顾客的时间划分为 5 个项目，其中不到半年的人数分布较多，人数是 87 人，占比达到了 44%；然后是半年~一年，人数是 42 人，占比约为 21%；然后是一年~两年，人数是 30 人，占比约为 15%；其次是三年以上，人数是 22 人，占比约为 11%，分布最少的是两年~三年的，人数是 17 人，占比约为 9%。

## 4.2 信度与效度分析

本文通过检验顾客的服务的重要性等五个维度和满意度等五大维度，结果显示，在“重要性”部分中 Cronbach's  $\alpha$  系数为 0.928，而“表现程度”部分的 Cronbach's  $\alpha$  系数显示为 0.950。

一般而言，Cronbach's  $\alpha$  系数高于 0.9 则是代表高信度，Cronbach's  $\alpha$  系数如果表示非常可信，其系数是在 0.7 到 0.9 之间，Cronbach's  $\alpha$  系数如表示可信，系数在 0.5 到 0.7 之间，如果系数位于 0.4 到 0.5 之间则代表可信，如果位于 0.3 到 0.4 之间代表勉强可信，比 0.3 要小的话则代表信度低，不应该采用，而在本文中对于重要性和满意度这两个部分是否符合要求等是根据检验结果如表 4.2 所示。

表 4.2 研究维度信度分析表

维度名称	重要性 Cronbach's $\alpha$	满意度 Cronbach's $\alpha$
有形性 (i1-i4) / (p1-p4)	0.700	0.702
可靠性 (i5-i9) / (p5-p9)	0.782	0.817
反应性 (i10-i13) / (p10-	0.738	0.812
保证性 (i14-i21) / (p14-	0.827	0.889
关怀性 (i22-i24) / (p22-	0.673	0.805

在效度部分，分为构想效度、逻辑效度、和效标关联效度。而本文的问卷设计是采用 SERVQUAL 的原始五项维度的二十二个问题，有成熟的量表做为基础，再根据文献探讨，以及和导师的多次协商与讨论，发展出二十四较为适合的问题。这个问卷具有一定的现实性，逻辑性，所以此量表有一定的严谨性和内容效度。

## 4.3 顾客服务品质之 IPA 分析

本文采用 Importance-Performance Analysis (IPA), 通过把重要性和满意度的平均值分别作为分割点, 建立象限图, 分别表示为 X 轴和 Y 轴, 通过把重要性设为 X 轴, 满意度设为 Y 轴, 来对 M 物流服务有限公司能提供的服务和顾客对此的认知的的重要度进行相关的讨论, 以及顾客接受了服务之后的满意度, 其中, 将把顾客的满意度视为表现程度。结果如表 4.3 所示。

表 4.3 顾客对服务项目重要度及其表现形式分析表

项目	重要程度		表现程度	
	平均值	排序	平均值	排序
<b>有形性 (i1-i4) / (p1-p4)</b>				
1 物流公司的服务中心或线上服务接待的服务设施是完善的	3.90	24	4.03	20
2 物流公司的员工应该穿着仪表整齐的服装	4.01	22	3.94	24
3 物流公司的项目介绍应该是明了、简单、吸引人的	4.20	19	4.14	16
4 物流公司的服务人员在顾客遭遇问题时应该要能热诚协助解决	4.30	8	4.11	18
<b>可靠性 (i5-i9) / (p5-p9)</b>				
5 物流公司的服务人员表现应该能够值得被信赖	4.32	4	4.10	19
6 物流公司的服务人员应该能够准时地提供他们承诺的服务	4.31	6	4.16	13
7 物流公司服务人员应该能够提供正确详细的记录资料	4.22	16	4.02	22
8 物流公司的服务人员应该要能够实现他们的承诺。	4.36	1	4.18	9
9 物流公司的服务人员在货物包装破损时应及时提供相关服务	4.28	9	4.16	14
<b>反应性 (i10-i13) / (p10-p13)</b>				
10 物流公司的人员应该能够热诚且愿意协助顾客	4.27	10	4.17	10
11 物流公司的服务人员不会因为忙碌或其他因素忽略顾客	4.12	20	4.02	23
12 物流公司的服务人员应该能够随时帮助顾客解决问题	4.23	14	4.17	11

表 4.3 顾客对服务项目重要度及其表现形式分析表 (续)

项目	重要程度		表现程度	
	平均值	排序	平均值	排序
13 物流公司的服务人员应该能够明确告知顾客提供服务的时间	4.31	7	4.21	7
保证性 (i14-i21) / (p14-p21)				
14 物流公司的服务人员应该要具有良好的专业知识	4.21	17	4.2	8
15 物流公司的服务人员应该能够有礼貌的对待顾客	4.35	2	4.34	1
16 物流公司的服务人员应该能够对顾客的相关信息保密	4.21	18	4.17	12
17 物流公司的服务人员的行为及服务应该要能让顾客放心	4.34	3	4.28	3
18 物流公司提供给顾客的交易应该是安全的	4.25	11	4.24	5
19 物流公司应该是会针对顾客的需求提供个别差异性的服务	3.98	23	4.03	21
20 物流公司的服务人员应该是以主动关怀的态度来服务顾客	4.11	21	4.12	17
21 物流公司的服务人员应该能够了解顾客的需要	4.25	12	4.16	15
关怀性 (i22-i24) / (p22-p24)				
22 物流公司的服务人员在突发(紧急)状况发生时应该主动考量并解决突发(紧急)状况	4.25	13	4.25	4
23 物流公司的服务人员应该以顾客的权益为优先考量	4.32	5	4.23	6
24 物流公司的服务时间应该对顾客来说是便利的	4.23	15	4.32	2
重要程度与表现程度总平均值	重要程度 总平均值		表现程度 总平均值	
	4.22		4.16	

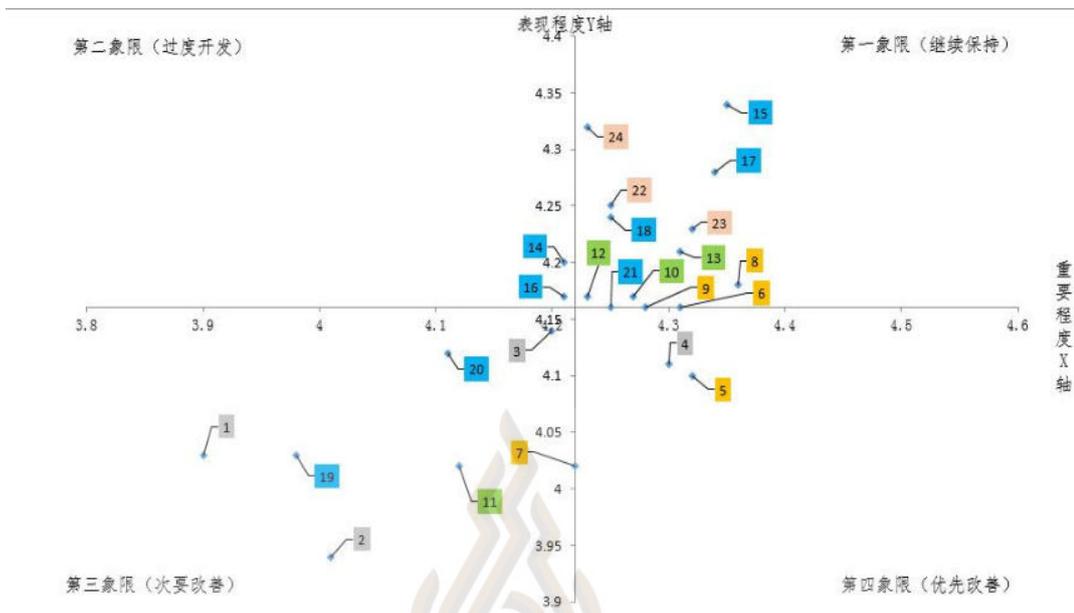


图 4.1 IPA 全样本象限图

IPA 分析图共分为四个象限，其中第一象限是继续保持的区域，表示顾客对此区域内的项目是重视的，并且感到满意，因此，只需要维持现状即可；“第二象限”为过渡开发区域，顾客对此区域内的项目并不是优先需求非常重视的，但是 M 物流有限公司却过度的投入资源，因此造成资源的浪费，于此同时也并没有令顾客觉得满意；“第三象限”是次要改善区域，表示顾客对此区域内的项目较为重视，并且服务没有达到令顾客非常满意，但并不是顾客非常重视的区域，所以可在第四象限之后再行改善；“第四象限”为优先改善区域，表示顾客对此区域内的项目非常重视，并且 M 物流有限公司提供的该区域内的服务项目并未达到顾客所想要的服务品质，所以要进行调整，加以改善。

通过图 4.1 的 IPA 分析结果得知，IPA 能够区分四个象限和各个服务品质的项目，具体如表 4.4 所示。

表 4.4 IPA 全样本所含服务品质项目表

象 限 名 称	所含服务品质项目
------------------	----------

表 4.4 IPA 全样本所含服务品质项目表 (续)

象 限 名 称	所含服务品质项目
第 一 象 限	6 物流公司的服务人员应该能够准时地提供他们承诺的服务
	8 物流公司的服务人员应该要能够实现他们承诺的服务
	9 物流公司的服务人员在货物包装破损时应及时提供相关服务
	10 物流公司的人员应该能够热诚且愿意协助顾客
	12 物流公司的服务人员应该能够随时帮助顾客解决问题
	13 物流公司的服务人员应该能够明确告知顾客提供服务的时间
	15 物流公司的服务人员应该能够有礼貌的对待顾客
	17 物流公司的服务人员行为及服务应该要能让顾客放心
	18 物流公司提供给顾客的交易应该是安全的
	21 物流公司的服务人员应该能够了解顾客的需要
	22 物流公司的服务人员在突发(紧急)状况发生时应该主动考量并解决突发(紧急)状况
	23 物流公司的服务人员应该以顾客的权益为优先考量
	24 物流公司的服务时间应该对顾客来说是便利的
第 二 象 限	14 物流公司的服务人员应该要具有良好的专业知识
	16 物流公司的服务人员应该能够对顾客的相关信息保密
第 三 象 限	1 物流公司的服务中心或线上服务接待的服务设施是完善的
	2 物流公司的员工应该穿着仪表整齐的服装
	3 物流公司的项目介绍应该是明了、简单、吸引人的
	7 物流公司服务人员应该能够提供正确详细的记录资料
	11 物流公司的服务人员不会因为忙碌或其他因素忽略顾客
	19 物流公司应该是会针对顾客的需求提供个别差异性的服务
	20 物流公司的服务人员应该是以主动关怀的态度来服务顾客

表 4.4 IPA 全样本所含服务品质项目表 (续)

象限名称	所含服务品质项目
第四象限	4 物流公司的服务人员在客户遭遇问题时应该要能热诚协助解决
	5 物流公司的服务人员表现应该能够值得被信赖

#### 4.4 探索性分析

本文除了全样本的研究和分析以外，还依据受访者的基本资料，探讨和分析其他分类的情形。其中以受访者的“性别”分为男性和女性两类；以受访者的“年龄”分为 35 岁以下和 36 岁~46 岁以上，分为两类；再以受访者“成为 M 物流有限公司顾客时间”分为半年以下、半年~一年、一年~三年和三年以上共四类。因此，本文再分出了十个群体进行再一次的 IPA 探讨和分析，借此来了解 M 物流有限公司的顾客对于其服务品质在重要性及表现程度上所存在的不同，来通过图 4.2~4.9 来显示。

##### 4.4.1 女性

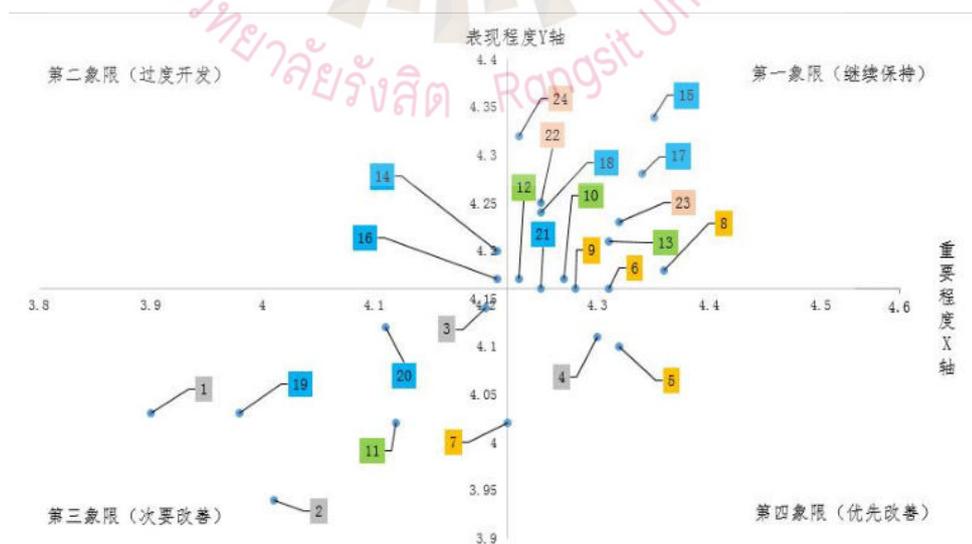


图 4.2 IPA 女性样本象限图

通过图 4.2 的 IPA 分析结果得知 IPA 区分出来的四个象限, 和各个服务品质的项目, 如表 4.5 所示。

表 4.5 IPA 女性样本所含服务品质项目表

象 限 名 称	所含服务品质项目
第 一 象 限	6 物流公司的服务人员应该能够准时地提供他们承诺的服务
	8 物流公司的服务人员应该要能够实现他们承诺的服务
	9 物流公司的服务人员在货物包装破损时应及时提供相关服务
	10 物流公司的人员应该能够热诚且愿意协助顾客
	12 物流公司的服务人员应该能够随时帮助顾客解决问题
	13 物流公司的服务人员应该能够明确告知顾客提供服务的时间
	15 物流公司的服务人员应该能够有礼貌的对待顾客
	17 物流公司的服务人员行为及服务应该要能让顾客放心
	18 物流公司提供给顾客的交易应该是安全的
	21 物流公司的服务人员应该能够了解顾客的需要
	22 物流公司的服务人员在突发(紧急)状况发生时应该主动考量并解决突发(紧急)状况
	23 物流公司的服务人员应该以顾客的权益为优先考量
	24 物流公司的服务时间应该对顾客来说是便利的
第 二 象 限	14 物流公司的服务人员应该要具有良好的专业知识
	16 物流公司的服务人员应该能够对顾客的相关信息保密
第 三 象 限	1 物流公司的服务中心或线上服务接待的服务设施是完善的
	2 物流公司的员工应该穿着仪表整齐的服装
	3 物流公司的项目介绍应该是明了、简单、吸引人的
	7 物流公司服务人员应该能够提供正确详细的记录资料
	11 物流公司的服务人员不会因为忙碌或其他因素忽略顾客
	19 物流公司应该是会针对顾客的需求提供个别差异性的服务

表 4.5 IPA 女性样本所含服务品质项目表 (续)

象 限 名 称	所含服务品质项目
第 三 象 限	20 物流公司的服务人员应该是以主动关怀的态度来服务顾客
第 四 象 限	4 物流公司的服务人员在客户遭遇问题时应该要能热诚协助解决
	5 物流公司的服务人员表现应该能够值得被信赖

## 4.4.2 男性

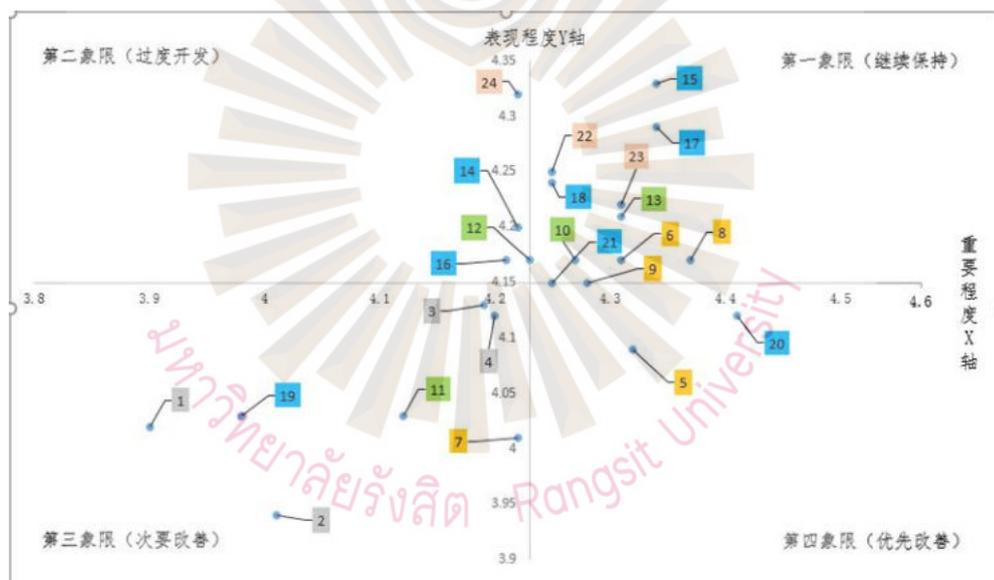


图 4.3 IPA 男性样本象限图

由图 4.3 的 IPA 分析结果得知 IPA 所区分出来的四个象限, 和各个服务品质的项目, 如表 4.6 所示。

表 4.6 IPA 男性样本所含服务品质项目表

象 限 名 称	所含服务品质项目
------------------	----------

表 4.6 IPA 男性样本所含服务品质项目表（续）

象 限 名 称	所含服务品质项目
第 一 象 限	6 物流公司的服务人员应该能够准时地提供他们承诺的服务
	8 物流公司的服务人员应该要能够实现他们承诺的服务
	9 物流公司的服务人员在货物包装破损时应及时提供相关服务
	10 物流公司的人员应该能够热诚且愿意协助顾客
	13 物流公司的服务人员应该能够明确告知顾客提供服务的时间
第 一 象 限	15 物流公司的服务人员应该能够有礼貌的对待顾客
	17 物流公司的服务人员行为及服务应该要能让顾客放心
	18 物流公司提供给顾客的交易应该是安全的
	21 物流公司的服务人员应该能够了解顾客的需要
	22 物流公司的服务人员在突发（紧急）状况发生时应该主动考量并解决突发（紧急）状况
	23 物流公司的服务人员应该以顾客的权益为优先考量
第 二 象 限	12 物流公司的服务人员应该能够随时帮助顾客解决问题
	14 物流公司的服务人员应该要具有良好的专业知识
	16 物流公司的服务人员应该能够对顾客的相关信息保密
	24 物流公司的服务时间应该对顾客来说是便利的
第 三 象 限	1 物流公司的服务中心或线上服务接待的服务设施是完善的
	2 物流公司的员工应该穿着仪表整齐的服装
	3 物流公司的项目介绍应该是明了、简单、吸引人的
	4 物流公司的服务人员在客户遭遇问题时应该要能热诚协助解决
	7 物流公司服务人员应该能够提供正确详细的记录资料
	11 物流公司的服务人员不会因为忙碌或其他因素忽略顾客
	19 物流公司应该是会针对顾客的需求提供个别差异性的服务
第 四 象 限	5 物流公司的服务人员表现应该能够值得被信赖
	20 物流公司的服务人员应该是以主动关怀的态度来服务顾客

### 4.4.3 35 岁以下

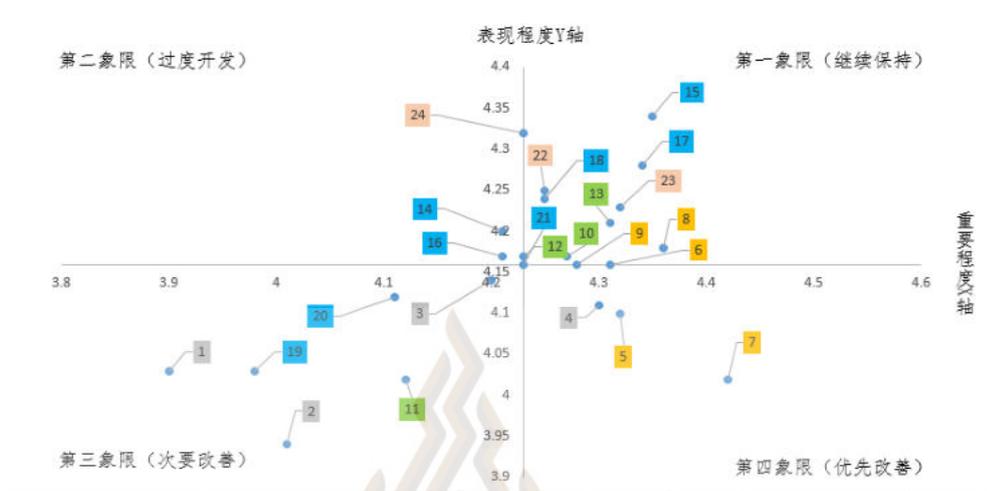


图 4.4 IPA 35 岁以下样本象限图

通过图 4.4 的 IPA 分析结果看出 IPA 所区分出来的四个象限和各个服务品质的项目，如表 4.7 所示。

表 4.7 IPA 35 岁以下样本所含服务项目品质表

象限名称	所含服务品质项目
第一象限	6 物流公司的服务人员应该能够准时地提供他们承诺的服务
	8 物流公司的服务人员应该要能够实现他们承诺的服务
	9 物流公司的服务人员在货物包装破损时应及时提供相关服务
	10 物流公司的人员应该能够热诚且愿意协助顾客
	12 物流公司的服务人员应该能够随时帮助顾客解决问题
	13 物流公司的服务人员应该能够明确告知顾客提供服务的时间
	15 物流公司的服务人员应该能够有礼貌的对待顾客
	17 物流公司的服务人员行为及服务应该要能让顾客放心
	18 物流公司提供给顾客的交易应该是安全的
21 物流公司的服务人员应该能够了解顾客的需要	

表 4.7 IPA35 岁以下样本所含服务项目品质表 (续)

象 限 名 称	所含服务品质项目
第 一 象 限	22 物流公司的服务人员在突发(紧急)状况发生时应该主动考量并解决突发(紧急)状况
	23 物流公司的服务人员应该以顾客的权益为优先考量
第 二 象 限	14 物流公司的服务人员应该要具有良好的专业知识
	16 物流公司的服务人员应该能够对顾客的相关信息保密
	24 物流公司的服务时间应该对顾客来说是便利的
第 三 象 限	1 物流公司的服务中心或线上服务接待的服务设施是完善的
	2 物流公司的员工应该穿着仪表整齐的服装
	3 物流公司的项目介绍应该是明了、简单、吸引人的
	11 物流公司的服务人员不会因为忙碌或其他因素忽略顾客
	19 物流公司应该是会针对顾客的需求提供个别差异性的服务
	20 物流公司的服务人员应该是以主动关怀的态度来服务顾客
第 四 象 限	4 物流公司的服务人员在客户遭遇问题时应该要能热诚协助解决
	5 物流公司的服务人员表现应该能够值得被信赖
	7 物流公司服务人员应该能够提供正确详细的记录资料

## 4.4.4 35~46 岁以上

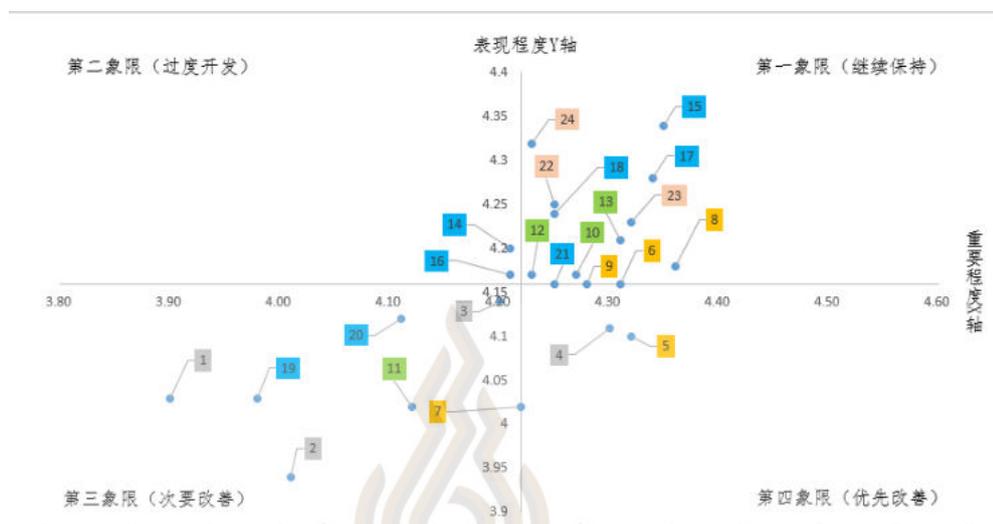


图 4.5 IPA35~46 岁样本象限图

通过图 4.5 的 IPA 分析结果看出 IPA 所区分出来的四个象限和各个服务品质的项目，如表 4.8 所示。

表 4.8 IPA35~46 岁以上样本所含服务品质项目表

象限名称	所含服务品质项目
第一象限	6 物流公司的服务人员应该能够准时地提供他们承诺的服务
	8 物流公司的服务人员应该要能够实现他们承诺的服务
	9 物流公司的服务人员在货物包装破损时应及时提供相关服务
	10 物流公司的人员应该能够热诚且愿意协助顾客
	12 物流公司的服务人员应该能够随时帮助顾客解决问题
	13 物流公司的服务人员应该能够明确告知顾客提供服务的时间
	15 物流公司的服务人员应该能够有礼貌的对待顾客
	17 物流公司的服务人员行为及服务应该要能让顾客放心
	18 物流公司提供给顾客的交易应该是安全的
21 物流公司的服务人员应该能够了解顾客的需要	

表 4.8 IPA35~46 岁以上样本所含服务品质项目表 (续)

象 限 名 称	所含服务品质项目
第 一 象 限	22 物流公司的服务人员在突发(紧急)状况发生时应该主动考量并解决突发(紧急)状况
	23 物流公司的服务人员应该以顾客的权益为优先考量
	24 物流公司的服务时间应该对顾客来说是便利的
第 二 象 限	14 物流公司的服务人员应该要具有良好的专业知识
	16 物流公司的服务人员应该能够对顾客的相关信息保密
第 三 象 限	1 物流公司的服务中心或线上服务接待的服务设施是完善的
	2 物流公司的员工应该穿着仪表整齐的服装
	3 物流公司的项目介绍应该是明了、简单、吸引人的
	7 物流公司服务人员应该能够提供正确详细的记录资料
	11 物流公司的服务人员不会因为忙碌或其他因素忽略顾客
	19 物流公司应该是会针对顾客的需求提供个别差异性的服务
	20 物流公司的服务人员应该是以主动关怀的态度来服务顾客
第 四 象 限	4 物流公司的服务人员在客户遭遇问题时应该要能热诚协助解决
	5 物流公司的服务人员表现应该能够值得被信赖

## 4.4.5 不到半年

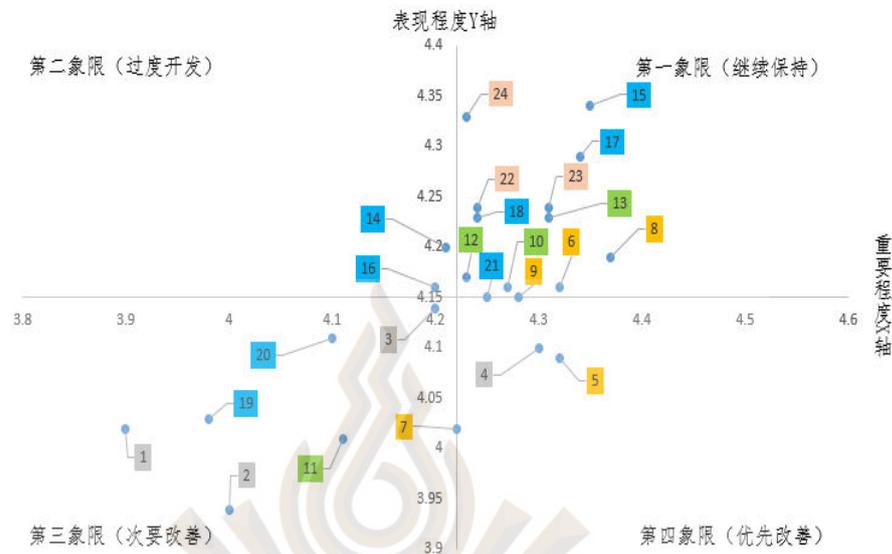


图 4.6 IPA 不到半年样本象限图

通过图 4.6 的 IPA 分析结果看出 IPA 所区分出来的四个象限和每个服务品质的项目，如表 4.9 所示。

表 4.9 IPA 不到半年样本所含服务品质项目表

象限名称	所含服务品质项目
第一象限	6 物流公司的服务人员应该能够准时地提供他们承诺的服务
	8 物流公司的服务人员应该要能够实现他们承诺的服务
	9 物流公司的服务人员在货物包装破损时应及时提供相关服务
	10 物流公司的人员应该能够热诚且愿意协助顾客
	12 物流公司的服务人员应该能够随时帮助顾客解决问题
	13 物流公司的服务人员应该能够明确告知顾客提供服务的时间
	15 物流公司的服务人员应该能够有礼貌的对待顾客
	17 物流公司的服务人员行为及服务应该要能让顾客放心
	18 物流公司提供给顾客的交易应该是安全的

表 4.9 IPA 不到半年样本所含服务品质项目表 (续)

象 限 名 称	所含服务品质项目
第 一 象 限	21 物流公司的服务人员应该能够了解顾客的需要
	22 物流公司的服务人员在突发(紧急)状况发生时应该主动考量并解决突发(紧急)状况
	23 物流公司的服务人员应该以顾客的权益为优先考量
	24 物流公司的服务时间应该对顾客来说是便利的
第 二 象 限	14 物流公司的服务人员应该要具有良好的专业知识
	16 物流公司的服务人员应该能够对顾客的相关信息保密
第 三 象 限	1 物流公司的服务中心或线上服务接待的服务设施是完善的
	2 物流公司的员工应该穿着仪表整齐的服装
	3 物流公司的项目介绍应该是明了、简单、吸引人的
	7 物流公司服务人员应该能够提供正确详细的记录资料
	11 物流公司的服务人员不会因为忙碌或其他因素忽略顾客
	19 物流公司应该是会针对顾客的需求提供个别差异性的服务
	20 物流公司的服务人员应该是以主动关怀的态度来服务顾客
第 四 象 限	4 物流公司的服务人员在客户遭遇问题时应该要能热诚协助解决
	5 物流公司的服务人员表现应该能够值得被信赖

4.4.6 半年~一年

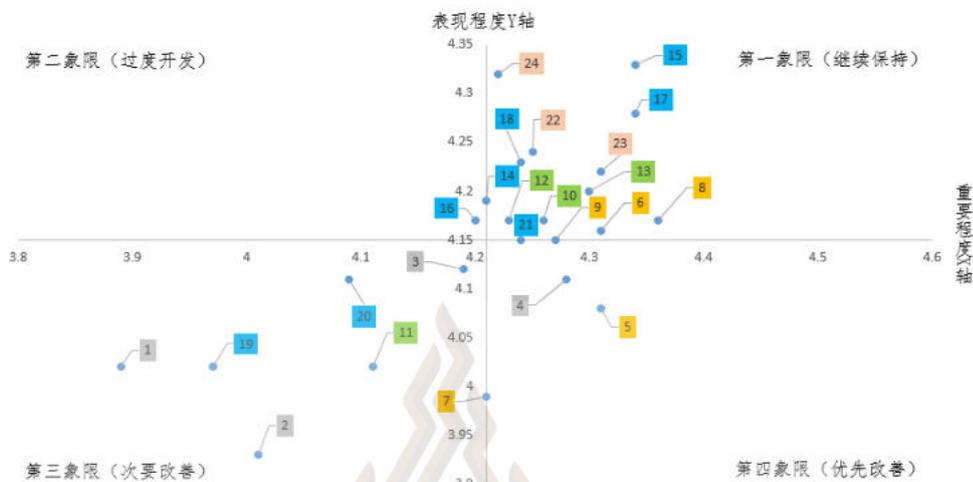


图 4.7 IPA 半年~一年样本象限图

过图 4.7 的 IPA 分析结果看出 IPA 所区分出来的四个象限和每个服务品质的项目，如表 4.10 所示。

表 4.10 IPA 半年~一年样本所含服务品质项目表

象限名称	所含服务品质项目
第一象限	6 物流公司的服务人员应该能够准时地提供他们承诺的服务
	8 物流公司的服务人员应该要能够实现他们承诺的服务
	9 物流公司的服务人员在货物包装破损时应及时提供相关服务
	10 物流公司的人员应该能够热诚且愿意协助顾客
	12 物流公司的服务人员应该能够随时帮助顾客解决问题
	13 物流公司的服务人员应该能够明确告知顾客提供服务的时间
	14 物流公司的服务人员应该要具有良好的专业知识
	15 物流公司的服务人员应该能够有礼貌的对待顾客
	17 物流公司的服务人员行为及服务应该要能让顾客放心
	18 物流公司提供给顾客的交易应该是安全的
	21 物流公司的服务人员应该能够了解顾客的需要

表 4.10 IPA 半年~一年样本所含服务品质项目表（续）

象 限 名 称	所含服务品质项目
第 一 象 限	22 物流公司的服务人员在突发（紧急）状况发生时应该主动考量并解决突发（紧急）状况
	23 物流公司的服务人员应该以顾客的权益为优先考量
	24 物流公司的服务时间应该对顾客来说是便利的
第 二 象 限	16 物流公司的服务人员应该能够对顾客的相关信息保密
第 三 象 限	1 物流公司的服务中心或线上服务接待的服务设施是完善的
	2 物流公司的员工应该穿着仪表整齐的服装
	3 物流公司的项目介绍应该是明了、简单、吸引人的
	7 物流公司服务人员应该能够提供正确详细的记录资料
	11 物流公司的服务人员不会因为忙碌或其他因素忽略顾客
	19 物流公司应该是会针对顾客的需求提供个别差异性的服务
第 四 象 限	4 物流公司的服务人员在客户遭遇问题时应该要能热诚协助解决
	5 物流公司的服务人员表现应该能够值得被信赖

4.4.7 一年~三年

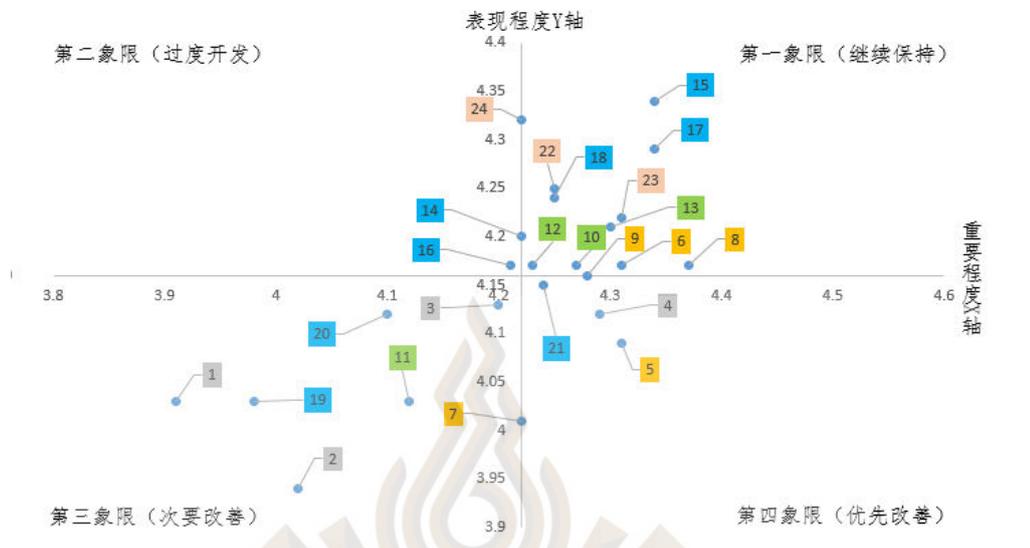


图 4.8 IPA 一年~三年样本象限图

通过图 4.8 的 IPA 分析结果看出 IPA 所区分出来的四个象限和各个服务品质的项目，如表 4.11 所示。

表 4.11 IPA 一年~三年样本所含服务品质项目表

象限名称	所含服务品质项目
第一象限	6 物流公司的服务人员应该能够准时地提供他们承诺的服务
	8 物流公司的服务人员应该要能够实现他们承诺的服务
	9 物流公司的服务人员在货物包装破损时应及时提供相关服务
	10 物流公司的人员应该能够热诚且愿意协助顾客
	12 物流公司的服务人员应该能够随时帮助顾客解决问题
	13 物流公司的服务人员应该能够明确告知顾客提供服务的时间
	15 物流公司的服务人员应该能够有礼貌的对待顾客
	17 物流公司的服务人员行为及服务应该要能让顾客放心
	18 物流公司提供给顾客的交易应该是安全的

表 4.11 IPA 一年~三年样本所含服务品质项目表 (续)

象 限 名 称	所含服务品质项目
第 一 象 限	22 物流公司的服务人员在突发(紧急)状况发生时应该主动考量并解决突发(紧急)状况
	23 物流公司的服务人员应该以顾客的权益为优先考量
第 二 象 限	14 物流公司的服务人员应该要具有良好的专业知识
	16 物流公司的服务人员应该能够对顾客的相关信息保密
	24 物流公司的服务时间应该对顾客来说是便利的
第 三 象 限	1 物流公司的服务中心或线上服务接待的服务设施是完善的
	2 物流公司的员工应该穿着仪表整齐的服装
	3 物流公司的项目介绍应该是明了、简单、吸引人的
	7 物流公司服务人员应该能够提供正确详细的记录资料
	11 物流公司的服务人员不会因为忙碌或其他因素忽略顾客
	19 物流公司应该是会针对顾客的需求提供个别差异性的服务
	20 物流公司的服务人员应该是以主动关怀的态度来服务顾客
第 四 象 限	4 物流公司的服务人员在客户遭遇问题时应该要能热诚协助解决
	5 物流公司的服务人员表现应该能够值得被信赖
	21 物流公司的服务人员应该能够了解顾客的需要

4.4.8 三年以上

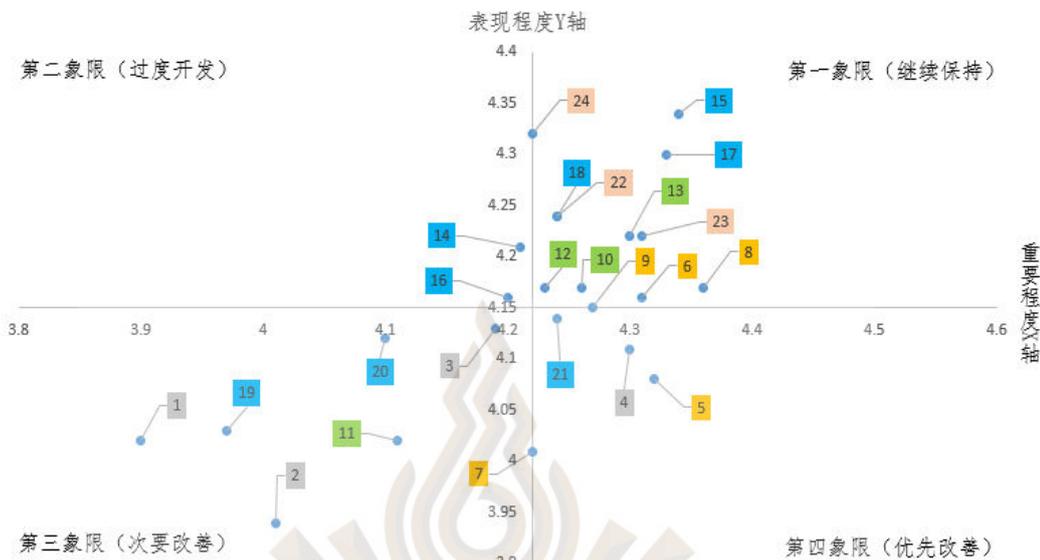


图 4.9 IPA 三年以上样本象限图

通过图 4.9 的 IPA 分析结果看出 IPA 所区分出来的四个象限和各个服务品质的项目，如表 4.12 所示。

表 4.12 IPA 三年以上样本所含服务品质项目表

象 限 名 称	所含服务品质项目
第 一 象 限	6 物流公司的服务人员应该能够准时地提供他们承诺的服务
	8 物流公司的服务人员应该要能够实现他们承诺的服务
	9 物流公司的服务人员在货物包装破损时应及时提供相关服务
	10 物流公司的人员应该能够热诚且愿意协助顾客
	12 物流公司的服务人员应该能够随时帮助顾客解决问题
	13 物流公司的服务人员应该能够明确告知顾客提供服务的时间
	15 物流公司的服务人员应该能够有礼貌的对待顾客
	17 物流公司的服务人员行为及服务应该要能让顾客放心
	18 物流公司提供给顾客的交易应该是安全的

表 4.12 IPA 三年以上样本所含服务品质项目表 (续)

象 限 名 称	所含服务品质项目
第 一 象 限	22 物流公司的服务人员在突发(紧急)状况发生时应该主动考量并解决突发(紧急)状况
	23 物流公司的服务人员应该以顾客的权益为优先考量
	24 物流公司的服务时间应该对顾客来说是便利的
第 二 象 限	14 物流公司的服务人员应该要具有良好的专业知识
	16 物流公司的服务人员应该能够对顾客的相关信息保密
第 三 象 限	1 物流公司的服务中心或线上服务接待的服务设施是完善的
	2 物流公司的员工应该穿着仪表整齐的服装
	3 物流公司的项目介绍应该是明了、简单、吸引人的
	7 物流公司服务人员应该能够提供正确详细的记录资料
	11 物流公司的服务人员不会因为忙碌或其他因素忽略顾客
	19 物流公司应该是会针对顾客的需求提供个别差异性的服务
	20 物流公司的服务人员应该是以主动关怀的态度来服务顾客
第 四 象 限	4 物流公司的服务人员在客户遭遇问题时应该要能热诚协助解决
	5 物流公司的服务人员表现应该能够值得被信赖
	21 物流公司的服务人员应该能够了解顾客的需要

## 第 5 章

### 讨论与建议

#### 5.1 研究结果整理

本文的研究目的，希望通过探讨 M 物流有限公司顾客对于服务品质的认知和其表现的满意程度，并透过 IPA 四象限图的分析结果，以解释 M 物流有限公司对于各个方面的服务品质属性中，优劣和改善优先顺序，也借以此来了解物流行业的顾客对于从业者所提供的服务和其认知期望上的差距，并能够依据分析结果以求精准提供所需服务来提升顾客满意度，从而达到带动利润上升，形成良性循环。

本文针对 M 物流有限公司顾客发放 200 份问卷，经过整理和剔除回答不完整问卷之后，删除 2 份无效问卷，剩余 198 份有效问卷。受访者以女性的占比（57%）居多，年龄在 35 岁以下的占比（75%）居多，学历为本科的占比（51%）居多，职业为“其他”职业的占比（29%）居多，成为 M 物流有限公司顾客时间以不到半年的占比（44%）居多。

根据前文对于问卷的整体进行 IPA 分析后，发现所有的服务都是通过 IPA 来分析的，根据受访者的资料来分为性别、年龄和成为 M 物流有限公司顾客时间等进行分类，列出了九个群体来进行 IPA 分析和探讨，通过分析其结果来了解属性不同的客户其对服务品质的重视和对需优先处理的项目进行改善，具体见表 5.1。

表 5.1 全样本以及分群顾客对服务品质所重视且最需改善的项目

全样本以及分群项目		优先改善项目
全样本		4 M 物流有限公司的服务人员在顾客遭遇问题时能够热诚协助解决
		5 M 物流有限公司的服务人员表现值得被信赖
性别	女性	4 M 物流有限公司的服务人员在顾客遭遇问题时能够热诚协助解决
		5 M 物流有限公司的服务人员表现应该值得被信赖
	男性	5 M 物流有限公司的服务人员表现值得被信赖
		20 M 物流有限公司的服务人员能以主动关怀的态度服务顾客
年龄	35 岁以下	4 M 物流有限公司的服务人员在顾客遭遇问题时能够热诚协助解决
		5 M 物流有限公司的服务人员表现值得被信赖
		7 M 物流公司的服务人员能够提供正确详细的记录资料
	35~46 岁以上	4 M 物流有限公司的服务人员在顾客遭遇问题时能够热诚协助解决
		5 M 物流有限公司的服务人员表现值得被信赖
成为顾客时间	不到半年	4 M 物流有限公司的服务人员在顾客遭遇问题时能够热诚协助解决
		5 M 物流有限公司的服务人员表现值得被信赖
	半年~一年	4 M 物流有限公司的服务人员在顾客遭遇问题时能够热诚协助解决
		5 M 物流有限公司的服务人员表现值得被信赖
	一年~三年	4 M 物流有限公司的服务人员在顾客遭遇问题时能够热诚协助解决
		5 M 物流有限公司的服务人员表现值得被信赖
		21 M 物流有限公司的服务人员是能够了解顾客的需求的
	三年以上	4 M 物流有限公司的服务人员在顾客遭遇问题时能够热诚协助解决
		5 M 物流有限公司的服务人员表现值得被信赖
		21 M 物流有限公司的服务人员是能够了解顾客的需求的

按照上表的全样本分析，得出第四象限按照优先顺序来加以改善，分别指的是“有形性”的“4”M 物流有限公司的服务人员在顾客遭遇问题是能够热诚协

助解决, 和“可靠性”的: “5” M 物流有限公司的服务人员表现值得被信赖。M 公司应该就上述方面在策略或资源上的调整与分配以回应顾客的感受以及需求。

在延伸探讨的分群中, 以“性别”、“年龄”和“成为 M 物流有限公司顾客时间”上的差别来对公司所提供的服务在项目上的不同来亲身加以感受。首先就“性别”分为两群, 在“女性”样本群体中, 在第四象限进行优先改善, 那么其区域分别是“有形性”的“4” M 物流有限公司的服务人员在顾客遭遇问题是能够热诚协助解决, 和“可靠性”的“5”的 M 物流有限公司的服务人员表现值得被信赖; 而在“男性”样本群体中, 处在第四象限的区域进行优先改善, 改善区域分别是“可靠性”的“5” M 物流有限公司的服务人员表现值得被信赖, 和“保证性”的“20” M 物流有限公司的服务人员能以主动关怀的态度服务顾客, 共三个项目应优先改善。

其次就“年龄”分为两群, 在“35 岁以下”的样本群体中, 在第四象限的区域进行优先改善, 其改善的区域分别是“有形性”的“4” M 物流有限公司的服务人员在顾客遭遇问题是能够热诚协助解决, 和“可靠性”的“5” M 物流有限公司的服务人员表现值得被信赖, 以及“7” M 物流公司的服务人员能够提供正确详细的记录资料。而“35 岁~46 岁以上”的样本群体与前一个样本群体稍有不同, 在第四象限的区域进行优先改善, 其改善的区域项目分别是“有形性”的“4” M 物流有限公司的服务人员在顾客遭遇问题是能够热诚协助解决, 和“可靠性”的“5” M 物流有限公司的服务人员表现值得被信赖, 一共三个项目应优先改善。

最后就“成为 M 物流有限公司顾客时间”分为了四群, 在“不到半年”和“半年~一年”的样本群体在第四象限的区域进行优先改善, 其改善的区域分别是“有形性”的“4” M 物流有限公司的服务人员在顾客遭遇问题是能够热诚协助解决, 和“可靠性”的“5” M 物流有限公司的服务人员表现值得被信赖, 而在“一年到三年”和“三年以上”的样本群体在第四象限的区域进行优先改善, 其改善的区域分别是“有形性”的“4” M 物流有限公司的服务人员在顾客遭遇问题是能够热诚协助解决, 和“可靠性”的“5” M 物流有限公司的服务人员表现值得被信赖, 以及“保证性”的“21” M 物流有限公司的服务人员是能够了解顾

客需求的，一共三个项目应优先改善。

综上所述，目前 M 物流有限公司所提供的服务品质项目，在受访者的认知和满意度表现程度中，透过 IPA 四象限分析，共总结出了五项需要优先改善的项目。

## 5.2 实务建议

根据本文研究所得的 IPA 四象限结果以及九个分群体讨论的结果，可以发现各个样本群体之间搜索分析出的结果有一定的关联性以及差异性，所以针对 M 物流有限公司的主要客户分别在“性别”、“年龄”和“成为 M 物流有限公司顾客的时间”的不同，所需改善的项目也不同，故对 M 物流有限公司所提供的服务品质满意度，提出如下建议：

首先，通过分析可以得知，女性受访者与男性受访者除了在“可靠性”的“5” M 物理有限公司的服务人员表现值得被信赖，这一项是共通的以外，对于女性受访者而言，在遇到问题时无法得到服务人员的及时协助体现在“有形性”的“4” M 物流有限公司的服务人员在客户遭遇问题时能热诚协助解决；而对于男性受访者而言，在服务人员的服务状态方面达不到他们所期望的满意度体现在“保证性”的“20” M 物流有限公司的服务人员以主动关怀的态度来服务顾客，故 M 物流有限公司应在服务人员的工作状态上应有所提升，以避免顾客产生不满或感到不安。

其次，在受访者的不同年龄分布群体里，不同的年龄群体在需求方面有所不同。其中年龄层在“35岁以下”和的受访人群中，与女性群体在感知方面有所共通，认为 M 物流有限公司的服务人员在提供服务时应提高顾客的信赖感，并且应及时帮助他们解决困难体现在“有形性”的“4” M 物流有限公司的服务人员在客户遭遇问题时能热诚协助解决和“可靠性”的“5” M 物理有限公司的服务人员表现值得被信赖，以及“7” M 物流公司的服务人员能够提供正确详细的记录资料；而在“35岁~46岁以上”的受访者中，与“35岁以下”的受访者在“4” M 物流有限公司的服务人员在客户遭遇问题时能热诚协助解决和“可靠性”的“5”

M 物流有限公司的服务人员表现值得被信赖是共通的。

最后，在“成为 M 物流公司顾客的时间”的受访群体中，不同时间长短的顾客对于 M 物流有限公司提供的服务满意度的表现程度，可以体现出 M 物流公司在给他们提供的哪一些服务品质方面有所改善或仍然未得到改进。而通过前文的描述，可看出顾客对于 M 物流公司在热诚提供服务以及让顾客感到信赖方面有待提高体现在“有形性”的“4”M 物流有限公司的服务人员在客户遭遇问题时能热诚协助解决和“可靠性”的“5”M 物理有限公司的服务人员表现值得被信赖，而在“一年~三年”和“三年以上”的顾客群体中，除了有上述的两点以外，顾客认为他们的需求无法完全的被了解体现在“保证性”的“21”M 物流有限公司的服务人员是能够了解顾客需求的。

依据上述在“性别”、“年龄”以及“成为 M 物流有限公司顾客的时间”上的不同，对 M 物流有限公司提出几点建议，为 M 物流有限公司未来在提升服务品质与顾客满意度方面提供参考。

一方面，物流服务的可靠性对服务质量至关重要，加强服务人员的培训，要令服务人员对公司产品以及提供物流服务或者各项服务的流程有非常熟悉的认知，以求在顾客提出需求时做出迅速的回应，并且能为顾客提供精确的物流信息，让顾客对于可能出现的意外情况进行策略调整或提前应对，以增强顾客对于服务人员的信赖。

另一方面，提高顾客满意度必须以明确顾客需求为前提，M 物流有限公司需要通过调研以及分析来了解顾客对于服务的需求，加强“个性化服务”，加强对于顾客的个别需求，以便根据顾客的不同需求来制定相应的服务方案，以实现服务品质以及顾客满意度的提升。

### 5.3 研究限制

本文在研究中尽量做到真实、客观而严谨，当然有很多不如意的地方，现对此加以说明：

首先，是问卷衡量的限制：本文的问卷是采用已有量表，并根据本文所需的研究目的来进行修订和延伸，在部分题目的表达上可能令受访者不易了解或者因为个人的认知差异而对题目和选项产生误解，从而影响答题，造成分析结果受到一定影响。

其次，是研究方向的限制：本文的研究主要是针对个案公司所服务的客户对于服务品质满意度的探讨，对物流行业的服务品质和顾客满意度不能完全代表。



## 参考文献

- 赵卫宏. (2004). 服务质量决定要因顾客满足和行动意图的影响—在中国服务产业的应用. *南开管理评论*, 4, 55-59.
- 步会敏, 魏敏, 林娜. (2018). 基于 SERVQUAL 模型的旅游景区服务质量问题研究—以鼓浪屿为例. *中国农业资源与区划*, 39(9), 190-198.
- 蔡道成. (2013). 三亚观光旅游服务质量调查研究—基于 IPA 方法. *中国市场*, 20, 68-70.
- 杜文. (2004). *第三方物流*. 北京: 机械工业出版社.
- 丰佳栋. (2013). 第三方物流服务补救机制的探讨. *中国流通经济*, 10, 26-28.
- 冯文龙. (2009). 成都市第三方物流企业发展探讨. *成都大学学报*, 4, 18-20.
- 李雅芬. (2005). *物流客户服务业务管理模板与岗位操作流程*. 北京: 中国经济出版社.
- 李彦萍. (2001). 第三方物流的价值. *中国流通经济*, 05(6), 21-23.
- 林新宇. (2016). SERVQUAL 模型在铁路客运服务质量评价中的应用. *交通科技与经济*, 18(4), 17-19.
- 刘恺. (2014). 珠海市温泉旅游服务品质研究—应用 KANO 模型和 IPA 分析. *现代商贸工业*, 24, 89-92.
- 刘守成. (2015). 基于模糊综合评价下的第三方物流顾客满意度研究. *天水师范学院学报*, 35(2), 21-25.
- 孟庆良, 卞玲玲, 何林. (2014). 整合 KANO 模型与 IPA 分析的快递服务质量探测方法. *工业工程与管理*, 19(2), 75-80.
- 施国洪, 赵庆, 夏前龙. (2015). 基于整合 KANO 模型与 IPA 分析的移动图书馆服务质量提升策略. *情报资料工作*, 2015(6), 73-78.
- 王战权. (2002). 现代物流中的第三方物流分析. *长安大学学报*, 22(2), 54-58.
- 伍小秦. (1997). 服务质量特性与服务质量体系. *标准科学*, 7, 11-14.
- 殷永生, 苗海燕. (2008). 第三方物流服务商评价指标体系的构建分析. *当代经济*, 22(4), 10-14.

## 参考文献（续）

- 张凤华. (2012). 我国现代第三方物流服务业中财务管理问题及其对策. *物流管理*, 4, 45-47.
- 张广敬. (2010). 第三方物流服务的客户满意度研究. *物流技术*, 12(12), 21-24.
- 张海营. (2012). 基于 PZB 模式的图书馆服务品质与满意度调查分析. *图书馆建设*, 2, 76-80.
- 张圣忠, 吴群琪. (2007). 物流服务品质及其定量分析. *长安大学学报*, 9(2), 23-27.
- Gibson, B. J., Sink, H. L., & Mundy, R. A. (1993). Shipper-carrier relationships and carrier selection criteria. *Logistics and Transportation Review*, 29(4), 371-382.
- Gronroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of marketing*, 18(4), 36-44.
- Levitt, T. (1972). Production-line proachto service. *Harvard Business Review*, 50(5), 41-52.
- Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). Importance-performance analysis. *Journal of marketing*, 41(1), 77-79.
- Mentzer, J. T., Flint, D. J., & Kent, J. L. (1999). Developing a logistics service quality scale. *Journal of Business Logistics*, 20(1), 9-32.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of marketing*, 49(4), 41-50.
- Sasser, W. E., Olsen, R. P., & Wyckoff, D. D. (1978). *Management of service operations: Text, cases and readings*. Boston: Allyn and Bacon.
- Verespej, M. (2002). Logistics'new look.It's now service. *Frontline Solutions*, 3(6), 25-33.

## 参考文献 (续)

Wagner, W. B., Frankel, R. (2000). Quality camera: Critical link in supply chain relationship development. *International Journal of Logistics: Research and Applications*, 3(3), 245-257.





附录

问卷调查

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

亲爱的先生、小姐，您好：

首先感谢您抽空填写这份问卷。这是一份学术性的问卷，目的是在探讨对“物流公司”服务品质的看法，您的宝贵意见将是本研究成功的关键，因此耽误您宝贵的几分钟，请仔细阅读该说明后再回答下列问题，各项答题无所谓对与错。

您的回答仅供个人学术研究与统计分析之用，并不对外公开且不做个别探讨，请依个人实际情形安心勾选，非常感谢您在百忙之中抽空为问卷做填答，在此献上十二万分的谢意。

并祝，顺心如意！



请问您在选择【物流公司】时，您对下列服务项目的“重要性”程度为何？请在适当的空格中打【√】。	非常不重要	不重要	没意见	重要	非常重要
1 物流公司的服务中心或线上服务接待的服务设施是完善的（有形的）	<input type="checkbox"/>				
2 物流公司的员工应该穿着仪表整齐的服装	<input type="checkbox"/>				
3 物流公司的项目介绍应该是明了、简单、吸引人的	<input type="checkbox"/>				
4 物流公司的服务人员在客户遭遇问题时应该要能热诚协助解决	<input type="checkbox"/>				
5 物流公司的服务人员表现应该能够值得被信赖（可靠的）	<input type="checkbox"/>				
6 物流公司的服务人员应该能够准时地提供他们承诺的服务	<input type="checkbox"/>				
7 物流公司服务人员应该能够提供正确详细的记录资料	<input type="checkbox"/>				
8 物流公司的服务人员应该要能够实现他们的承诺	<input type="checkbox"/>				
9 物流公司的服务人员在货物包装破损时应及时提供相关服务	<input type="checkbox"/>				
10 物流公司的人员应该能够热忱且愿意协助客户（反应性）	<input type="checkbox"/>				
11 物流公司的服务人员应该不会因为忙碌或其他因素忽略客户	<input type="checkbox"/>				
12 物流公司的服务人员应该能够随时帮助客户解决问题	<input type="checkbox"/>				
13 物流公司的服务人员应该能够明确告知顾客提供服务的时间	<input type="checkbox"/>				
14 物流公司的服务人员应该要具有良好的专业知识（保证性）	<input type="checkbox"/>				
15 物流公司的服务人员应该能够有礼貌的对待顾客	<input type="checkbox"/>				
16 物流公司的服务人员应该能够对客户的相关信息保密	<input type="checkbox"/>				
17 物流公司的服务人员行为及服务应该要能让顾客放心	<input type="checkbox"/>				
18 物流公司提供给顾客的交易应该是安全的	<input type="checkbox"/>				
19 物流公司应该是会针对顾客的需求提供个别差异性的服务	<input type="checkbox"/>				

20 物流公司的服务人员应该是以主动关怀的态度来服务顾客	<input type="checkbox"/>				
21 物流公司的服务人员应该能够了解顾客的需要	<input type="checkbox"/>				
22 物流公司的服务人员在突发（紧急）状况发生时应该主动考量并解决突发（紧急）状况（关怀性）	<input type="checkbox"/>				
23 物流公司的服务人员应该以顾客的权益为优先考量	<input type="checkbox"/>				
24 流公司的服务时间应该对顾客来说是便利的	<input type="checkbox"/>				

请问在与【蚂蚁物流有限公司】（以下简称 M 公司）实际互动或交易后，您对下列服务项目的“满意程度”为何？请在适当的空格中打【√】。	非常不满意	不满意	没意见	满意	非常满意
1 M 公司的服务中心或线上服务接待的服务设施是完善的	<input type="checkbox"/>				
2 M 公司的员工穿着仪表整齐的服装	<input type="checkbox"/>				
3 M 公司的项目介绍是明瞭、简单、吸引人的	<input type="checkbox"/>				
4 M 公司的服务人员在客户遭遇问题时能热诚协助解决	<input type="checkbox"/>				
5 M 公司的服务人员表现值得被信赖	<input type="checkbox"/>				
6 M 公司的服务人员准时地提供他们承诺的服务	<input type="checkbox"/>				
7 M 公司服务人员提供正确详细的记录资料	<input type="checkbox"/>				
8 M 公司的服务人员能实现他们的承诺	<input type="checkbox"/>				
9 M 公司的的服务人员在货物包装破损能及时提供完善的服务	<input type="checkbox"/>				
10 M 公司的人员能热枕且愿意协助客户	<input type="checkbox"/>				
11 M 公司的服务人员不会因为忙碌或其他因素忽略客户	<input type="checkbox"/>				
12 M 公司的服务人员能随时都愿意帮助客户解决问题	<input type="checkbox"/>				
13 M 公司的服务人员能明确告知保单内容何时能生效	<input type="checkbox"/>				
14 M 公司的服务人员具有良好的专业知识	<input type="checkbox"/>				
15 M 公司的服务人员能有礼貌的对待顾客	<input type="checkbox"/>				
16 M 公司的服务人员能够对客户的相关信息保密	<input type="checkbox"/>				
17 M 公司的理财人员行为及服务能让顾客放心	<input type="checkbox"/>				

18 M 公司的提供给顾客的交易是安全的	<input type="checkbox"/>				
19 ) M 公司是针对顾客的需求提供个别差异性的服务	<input type="checkbox"/>				
20 M 公司的服务人员以主动关怀的态度来服务顾客	<input type="checkbox"/>				
21 M 公司的服务人员是能了解顾客的需要	<input type="checkbox"/>				
22 M 公司的服务人员在突发（紧急）状况发生时应该主动考量并解决突发（紧急）状况	<input type="checkbox"/>				
23 M 公司的服务人员以顾客的权益为优先考量	<input type="checkbox"/>				
24 M 公司的服务时间对顾客来说是便利的	<input type="checkbox"/>				

### 个人基本资料

- 1 性别 男 女
- 2 年龄 25 岁以下 26~35 岁 36~45 岁  
46 岁以上
- 3 教育程度 初中 高中 大专  
本科 研究生及以上
- 4 职业 企业人员 机关公务人员 律师  
教师 个体经营者 自由职业人员  
其他
- 5 成为 M 公司顾客时间 不到半年 半年~一年 一年~两年  
两年~三年 三年以上

## 个人简历

姓名	李佳妮
生日	24/08/1993
出生地	中国 四川
教育背景	成都文理学院 本科，金融管理，2016 年 泰国兰实大学 硕士，工商管理，2019 年
地址	中国 四川
邮箱	635827925@qq.com

