

# 定期航運公司滿意度調查與服務品質缺口之研究

## Satisfaction Survey and Service Quality Gaps for Liner Shipping Companies

丁士展 (Shih-Chan Ting)<sup>1\*</sup>、陳姿妤 (Zi-Yu Chen)<sup>2</sup>

### 摘要

**本**研究分析定期航運公司所提供服務的重要度及滿意度，並調查附加服務需要度，問卷發放對象為定期航運公司之客戶，包含海運承攬運送業及進出口商，回收問卷後進行統計分析；使用重要度與滿意度分析法 (Importance-Performance Analysis, IPA) 分析各個服務項目上的改善策略與服務品質缺口；並藉由調查附加服務的需要度分析服務品質缺口，最後提出結論與建議供定期航運業者參考。結果顯示：進口貨到通知取得 (Web/E-mail/Fax) 的便利性、艙位取得性、船期更改的通知效率、空櫃取得性、提單修正效率，這五項需優先改善。另外透過集群分析，COSCO、OOCL、Evergreen、CMA 以及 Yang Ming 的顧客認為全部的構面都很重要，平均重要度幾乎都達到 4.4 以上，因此推論這五間定期航運公司服務屬性全面，五項構面皆為優勢；常使用 Hapag-Lloyd、MSC 以及 SITC 的顧客認為「文件品質」構面較為重要，因此推論這三間定期航運公司服務屬性以「文件品質」為優勢；常使用 Maersk、ONE、Hyundai 以及 KMTC 的顧客認為「報價與批價」構面較為重要，因此推論這四間定期航運公司服務屬性以「報價與批價」為優勢；常使用 Wan Hai 的顧客認為四項構面很重要，只有「訂艙與到貨」構面的重要度相較於其他構面特別低，因此推論此間定期航運公司在「訂艙與到貨」較無優勢；而常使用 T.S. LINES 的顧客對於五個構面的平均重要度

<sup>1\*</sup> 通訊作者，國立臺灣海洋大學運輸科學系副教授；聯絡地址：基隆市 20224 中正區北寧路 2 號；電話：02-24622192 轉 7050；E-mail: ericting@mail.ntou.edu.tw。

<sup>2</sup> 國立臺灣海洋大學運輸科學系碩士；E-mail: star841111@gmail.com。

只有 4 分以下，因此推論此定期航運公司的服務屬性較平均，無特別突出之優勢。

**關鍵字：**定期航運、服務滿意度、服務品質、重要性與滿意度分析法

## Abstract

This study analyzes the importance and satisfaction of services provided by liner shipping companies, and investigates the degree of need for additional services. The questionnaire survey is made to clients of liner shipping companies, including shipping forwarders, importers and exporters. As for data analysis, Importance-Performance Analysis (IPA) is used to analyze the major service quality gap and improvement strategy for each service item. The analysis of variance is used to verify that clients in terms of different countries, shipment volume and container types, and to evaluate significant differences in the overall satisfaction. Additionally, we also analyze the degree of need for additional services. The results show that the major five service quality gaps are efficiency of noticing arrival, slot availability, efficiency of noticing schedule update, empty container availability and efficiency of revising bills of lading. Additionally, the cluster analysis is used to derive five similar service group: (1) COSCO, OOCL, Evergreen, CMA and Yang Ming, they have the service advantages in terms of booking, notice of arrival, containers, quotation, pricing, documents and customer services, (2) Hapag-Lloyd, MSC and SITC, they have the service advantages in terms of documents, (3) Maersk, ONE, Hyundai and KMTC, they have the service advantages in terms of quotation and pricing, (4) Wan Hai has the service advantages in terms of containers, quotation, pricing, documents and customer services, (5) Generally, T.S LINES, has no significant service advantages in terms of the five services.

**Keywords:** Liner shipping, Customer satisfaction, Service quality, IPA

## 壹、前言

定期航運業者為了維持在海運市場的競爭力，集結成策略聯盟已成為競爭策略，聯盟能夠防止供過於求的情形擴大及修正以往的惡性削價競爭模式，並降低營運風險與成本，達到提升市場占有率之效果，但亦造成品牌模糊與服務無差異。由臺灣三大定期航運公司，長榮海運、陽明海運與萬海航運之最近四年之盈餘狀況，可以發現海運業景氣低迷、獲利狀況不佳，除了萬海航運維持獲利以外，長榮海運到最近才由虧轉盈，而陽明海運一直呈現虧損。全球經濟合作與發展組織(OECD)下的國際交通論壇(International Transport Forum, 簡稱 ITF)，認為聯盟的弊遠大於利，特別是對託運人、港口以及最終消費者，都產生了嚴重的負面影響。首先，聯盟與產能過剩之間存在著聯繫，大公司訂購大型船舶助長了產能過剩；第二、聯盟使得海上運輸服務更趨向同質化，限制了運送人提供個別化服務的可能；第三、聯盟導致了較低的服務頻率，帶來了更低的船期可靠性與更長的等待時間。目前該產業的服務競爭策略最後總是朝向削價競爭，近年來營運成本，例如船價、船租、場站作業費、內陸運輸費等快速上漲，使得以價格為競爭條件的做法愈顯不可行，提供穩定的服務品質以及配合客戶的不同需求，已成為定期航運公司提升競爭優勢所需重視的課題。

王俐涵(2007)探討定期海運業者對於顧客關係之研究，研究結果顯示，填答者對於非財務績效較為滿意，瞭解在貨主的認知中，哪些顧客關係管理方式是最重要的，以及定期海運業者和貨主認知上的差距，也從研究中發現，填答者最重視與顧客溝通的方便性及通暢性，並與顧客保持良好的關係。以往的研究評估面向多為實質上的面向，例如運價、貨櫃品質等，但是從文獻中可以發現，涉入程度(Pritchard and Howard, 1997)、顧客與員工間的互動(Macintosh and Lockshin, 1997)、顧客對公司的信任(Devaraj et al., 2001)等，也會影響顧客對定期航運公司的選擇。此外，Peppers et al. (1999)透過聆聽顧客需求以瞭解顧客，使公司的產品或服務能漸漸合乎顧客的需求。陳文華(2000)發掘並維持顧客的方法，可藉由各種資訊科技，持續重複及改善的過程，使企業更有效率的推廣其產品或服務。Kandell(2000)認為顧客關係管理須將顧客的需求放在首要達成目標，將顧客視為重要資產，提供不同的產品和服務，以滿足其需求並提高滿意度。Swift(2001)顧客關係管理為企業藉由與顧客持續的溝通與互動，藉此瞭解和影響其行為。林忠明及黃忠十(2008)以顧客角度來提升顧客關係價值，成功與否在於為顧客提供了什麼顧客需要直接且客製化的服務。胡玉翠(2013)指出滿意度與認知價值有關係，顧客會對於服務與本身預期不同，因而影響滿意度的表現，故得知顧客

對服務之認知價值並提供良好服務能夠有效提升滿意度。林如燕 (2014) 提到在公司發生失誤時，會改變顧客對該公司的滿意度，因此，提供並維持良好的服務是非常重要的，而顧客對公司的滿意度愈高，則繼續使用該公司之服務的機會就會愈高、忠誠度也愈高。洪志聰 (2020) 提到售後服務能夠提高顧客對公司滿意度的影響，應用在定期航運業可以將售後服務當作業務人員對於顧客的拜訪及服務滿意度調查，因此，提升售後服務之品質也能夠讓服務滿意度提升。

現今策略聯盟和以往的性質已不太相同，顧客對於定期航運公司之選擇，不只是依據公司的財務績效，對於顧客來說，選擇之定期航運公司與顧客的互動及給客戶的感受等，更是需要被注重的，瞭解顧客的需求並提供相對的服務是現今定期航運公司更應努力的方向。本研究在探討定期航運服務滿意度與服務品質缺口，提出定期航運公司提供之服務項目，以及附加服務之項目，透過問卷調查方式取得樣本資料，根據統計之結果分析：顧客對於選擇定期航運公司之評估項目；顧客對於定期航運公司所提供之服務重要度及滿意度分析，與附加服務需求度，最後提出結論與建議供定期航運公司參考。本文接續第二節說明問卷設計、調查與研究方法；第三節進行資料分析；第四節重要性與滿意度分析，分析主要的服務品質缺口；第五節闡述本研究之結論與建議。

## 貳、問卷設計、調查與研究方法

### 2.1 問卷設計

本研究以問卷調查的方式進行研究，問卷內容共分為三大部分，第一部分為定期航運公司所提供服務之服務品質的滿意度及重要度；第二部分為定期航運公司推出附加服務之需要度；第三部分則是填答者之公司基本資料。根據本研究之評估主題，依據某定期航運業所提供之服務項目，綜合後提出本研究之滿意度與重要度五大評估構面「訂艙與到貨」、「貨櫃」、「報價與批價」、「文件品質」、「客戶服務」，共包含 21 項衡量因素，如附錄所示。

### 2.2 問卷調查

本研究問卷調查採用李克特 (Likert) 五點尺度，用以衡量顧客對各項評估構面及因素的滿意度及重要度，並依序就滿意程度設為「非常滿意、滿意、中等、不滿意、非常不滿意」，和重要程度「非常重要、重要、中等、不重要、非常不重要」，分別給予 5、4、3、2、1 分，分數愈高者代表滿意及重要程度愈高，分數愈低則反之。本研究問卷調查對象針對 A 公司之亞洲地區進出口直接客戶及海運承攬運送業者，主要調查對象為亞洲線之客戶，包含印尼、日本、南韓、馬來西亞、

中國、香港、臺灣、菲律賓、新加坡、泰國、越南。利用電子郵件共發出給進出口直接客戶與海運承攬運送業，兩者共計 254 份問卷，共回收 254 份，皆為有效問卷。

## 2.3 研究方法

本研究採用之資料分析方法如下：

### 1. 敘述性統計分析 (Descriptive Statistics Analysis)

敘述性統計分析使用於瞭解研究對象之背景及其他基本訊息，利用蒐集到的訊息描述研究對象之滿意度和重要度。本研究之量表採用李克特 (Likert) 五點尺度來衡量各項因素對於顧客的重要度與滿意度，以平均數來顯示顧客對於滿意度和重要度的看法；以次數分配及百分比來瞭解研究對象最常使用的定期航運業者；標準差則顯示了研究對象的認知是否一致，標準差愈小則顯示研究對象的看法愈一致，標準差愈大則反之。

### 2. 重要性與滿意度分析法 (Importance-Performance Analysis, IPA)

將託運人對公司各項評估因素的重要度及滿意度做成四象限圖，橫軸為重要度、縱軸為滿意度，第一象限為繼續保持之服務，第二象限為需立即改善之服務，第三象限為次要改善之服務，第四象限則為無須改善之服務。

### 3. 信度與效度分析 (Reliability and Validity Analysis)

信度 (Reliability) 即是測量的可靠性，係指測量結果的一致性或穩定性 (邱皓政, 2005)，也就是研究者對於相同或相似的對象進行不同的檢測，其所得結果一致之程度。而實務上在量表中，常用的信度檢定方法為 Cronbach's  $\alpha$ ，一般而言，0.7 以上即為高信度，0.7 ~ 0.35 之間為中信度，0.35 以下則為低信度 (黃俊英、林震岩, 1994)。效度 (Validity) 是指一種衡量工具真正能夠測出研究者所想要衡量之事務的特性 (黃俊英、林震岩, 1994)，效度的種類分為三種，內容效度 (Content Validity)、效標效度 (Criterion Validity) 與建構效度 (Construct Validity)。

### 4. 單因子變異數分析 (Analysis of Variance, ANOVA)

以單因子變異數分析來檢驗不同背景託運人對公司之整體滿意度分析比較，並驗證不同背景的顧客，在評估定期航運業者整體滿意度上有無顯著差異之假說。

### 5. 因素分析 (Factor Analysis)

使用因素分析來將原有很多變數 (維度) 之資料，縮減成較少的維度數，但又能保持原資料所提供之大部分資訊。因素分析前應先做 KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) 取樣適當性檢定以及巴氏球形檢定 (Bartlett Test of Sphericity)，來確定是否適合做因素分析。

## 6. 集群分析 (Cluster Analysis)

集群分析為一種將資料精簡的方法，根據樣本之間之共同屬性，將相似性高的樣本聚集在一起，形成集群 (Cluster)。通常以距離作為分類的依據，相對距離愈近，相似程度就愈高。

## 參、資料分析

### 3.1 樣本分析

從問卷調查中可以得知研究對象之基

本訊息，包含公司 (辦公室) 所在國家、年運量、最常使用的櫃型以及最常使用的船公司。表 1 可得知本研究之研究對象所屬國家多為中國及臺灣，佔了 35.4%；在年運量方面，分為 200TEU 以下、201 ~ 500 TEU、501 ~ 1000 TEU、1001 ~ 3000 TEU、3001 ~ 5000 TEU、5001 ~ 7000 TEU 與 7001 TEU 以上共七組，可依年運量區分為高度使用者或低度使用者，並依不同使用程度得到各構面滿意程度及重要度，可發現 1001TEU 以下低度使用者佔了 64.6%；在使用櫃型方面，可發現各公司

表 1 調查樣本資料分配表

基本資料屬性		樣本數	百分比 (%)
國家	印尼 (ID)	26	10.2%
	日本 (JP)	6	2.4%
	南韓 (KR)	20	7.9%
	馬來西亞 (MY)	31	12.2%
	中國 (CN)	49	19.3%
	香港 (HK)	6	2.4%
	臺灣 (TW)	41	16.1%
	菲律賓 (PH)	6	2.4%
	新加坡 (SG)	19	7.5%
	泰國 (TH)	26	10.2%
	越南 (VN)	24	9.4%
年運量	200 TEU 以下	48	18.9%
	201 ~ 500 TEU	48	18.9%
	501 ~ 1000 TEU	68	26.8%
	1001 ~ 3000 TEU	63	24.8%
	3001 ~ 5000 TEU	12	4.7%
	5001 ~ 7000 TEU	6	2.4%
	7001 TEU 以上	9	3.5%
櫃型	乾櫃 (Dry container)	243	95.7%
	冷凍櫃 (Reefer container)	7	2.8%
	特殊櫃種 - 平板 / 開頂櫃 / 其他 (Special-FR/OT/Others)	4	1.6%

最常使用之櫃型多為乾櫃，佔了 95.7%，因使用率極高，故定期航運業者可對乾櫃之櫃況多加維護及保養。

### 3.2 重要度分析

表 2 各項因素的重要度平均數皆在 4.26 至 4.57 間，其中，顧客認為最重要的前三項因素依序為「當地聯絡人能力」、「費用變動通知即時性」、「貨到通知取得便利性」，重要度平均數皆為 4.57；最不重要的三項因素依序為「銷售人員拜訪頻率」、「電子化服務網上操作的便捷性」、

「準時到達」。因此可得知，顧客在選擇定期航運業者時，會將當地聯絡人的能力列在首要考慮條件內，當顧客有任何問題需要諮詢時，當地聯絡人能迅速解決其問題；而價格一直以來都為重要的考慮條件，每家定期航運業者差異不大，因而在費用變動時能否即時獲得資訊也很重要。

### 3.3 滿意度分析

由表 3 可得知，各項因素的滿意度平均數皆在 4 至 4.44 間，其中，顧客認為最滿意的前三項因素依序為「當地聯絡人

表 2 服務項目重要度分析表

服務項目	平均數	標準差	排序
當地聯絡人能力	4.57	0.556	1
費用變動通知即時性	4.57	0.570	2
貨到通知取得便利性	4.57	0.571	3
船期更改通知效率	4.56	0.585	4
運費批價正確性	4.55	0.579	5
訂艙管道便利性	4.55	0.593	6
運費報價效率	4.55	0.593	7
當地聯絡人服務態度	4.54	0.573	8
提單內容正確性	4.54	0.606	9
提單放單效率	4.54	0.613	10
艙位取得性	4.53	0.626	11
訂艙效率	4.52	0.601	12
當地聯絡人處理效率	4.51	0.595	13
空櫃取得性	4.51	0.608	14
提單修正效率	4.51	0.621	15
貨到通知效率	4.50	0.581	16
櫃況	4.44	0.637	17
空櫃或重櫃效率	4.41	0.652	18
準時到達	4.37	0.601	19
電子化服務網上操作的便捷性	4.28	0.768	20
銷售人員拜訪頻率	4.26	0.811	21

表 3 服務項目滿意度分析表

服務項目	平均數	標準差	排序
當地聯絡人能力	4.44	0.679	1
當地聯絡人服務態度	4.38	0.700	2
當地聯絡人處理效率	4.36	0.740	3
運費批價正確性	4.35	0.706	4
銷售人員拜訪頻率	4.31	0.781	5
訂艙管道便利性	4.30	0.663	6
費用變動通知即時性	4.30	0.741	7
訂艙效率	4.28	0.663	8
運費報價效率	4.27	0.776	9
提單內容正確性	4.26	0.707	10
提單放單效率	4.23	0.741	11
提單修正效率	4.22	0.720	12
貨到通知取得便利性	4.18	0.725	13
空櫃或重櫃效率	4.17	0.718	14
貨到通知效率	4.17	0.757	15
空櫃取得性	4.13	0.782	16
船期更改通知效率	4.10	0.802	17
艙位取得性	4.09	0.843	18
電子化服務網上操作的便捷性	4.00	0.778	19
櫃況	4.00	0.783	20
準時到達	4.00	0.812	21

能力」、「當地聯絡人服務態度」、「當地聯絡人處理效率」，滿意度平均數皆超過 4.36；最不滿意的三項因素依序為「準時到達」、「櫃況」、「電子化服務網上操作的便捷性」。因此可得知，顧客對於定期航運業者所提供之當地聯絡人相當滿意，無論是專業能力、服務態度、處理問題效率等皆給予高度滿意評價，所以定期航運業者可以對於未來新招募之當地聯絡人落實優良的員工訓練，以此維持競爭優勢。

### 3.4 信度與效度分析

本研究問卷使用 Cronbach's  $\alpha$  係數來進行信度分析，以「訂艙與到貨」、「貨櫃」、「報價與批價」、「文件品質」、「客戶服務」五大評估構面作為變數，共包含 21 項衡量因素。本研究問卷之信度係數如表 4 所示，從表中可發現各構面的信度係數皆超過 0.8，因此可得知本問卷信度水準高，具有相當程度的穩定性。內容效度的衡量方式較為主觀，本研究問卷設計過程中，除了依照定期航運業者提供的服務設計外，也由相關經理人檢視並修訂，使問卷能有效達到測量目的。



表 4 信度分析表

評估構面	問卷題號	Cronbach's $\alpha$	
		重要度	滿意度
訂艙與到貨	1、2、3、4、5	0.932	0.925
貨櫃	6、7、8	0.912	0.912
報價與批價	9、10、11	0.942	0.925
文件品質	12、13、14	0.963	0.939
客戶服務	15、16、17、18、21	0.875	0.94

### 3.5 單因子變異數分析

此節將針對不同背景託運人對 A 公司之整體滿意度分析比較，並驗證不同背景的顧客，在評估定期航運業者整體滿意度上有無顯著差異之假說。

#### 1. 不同國家託運人滿意度分析

單因子變異數分析結果(詳見表 5)，顯著性  $0.00 < \alpha (0.05)$ ，應棄卻每組均數相等之虛無假設，推論整體滿意度會因為託運人所屬國家不同而有顯著差異。而表 6

表 5 不同國家託運人之單因子變異數分析表

	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
組間	26.89	10	2.69	6.23	0.00
組內	104.93	243	0.43		
總和	131.83	253			

表 6 不同國家託運人整體服務滿意度

國家	樣本數	平均數	標準差	最小值	最大值
印尼	26	3.92	0.628	3	5
日本	6	3.33	0.816	2	4
南韓	20	4.05	0.887	3	5
馬來西亞	31	4.35	0.661	3	5
中國	49	4.57	0.677	2	5
香港	6	3.67	0.516	3	4
臺灣	41	4.56	0.550	3	5
菲律賓	6	4.00	0.894	3	5
新加坡	19	3.89	0.658	2	5
泰國	26	3.88	0.588	3	5
越南	24	4.42	0.584	3	5
總和	254	4.24	0.722	2	5

可看出整體滿意度最高為中國 4.57 及臺灣 4.56，最低為日本 3.33，其餘國家均超過 3.6，其中日本、中國、新加坡都有 2 分的低分滿意度，而日本及香港的最高分只有到 4 分的滿意度。

## 2. 不同年運量託運人滿意度分析

單因子變異數分析結果(詳見表 7)，顯著性  $0.10 > \alpha (0.05)$ ，應接受每組均數相等之虛無假設，推論整體滿意度不會因為年運量不同而有顯著差異。從表 8 可看出，整體滿意度平均最高為 5001 ~ 7000 TEU 的 4.83，最低為 100 TEU 以下的 3.93 分，其餘 1000 TEU 以下平均都為 4.1 左右的低分，其中 101 ~ 249 TEU 以下及 249 ~ 500 TEU 有 2 分的低分滿意度，其餘皆為平均值 3 或大於平均值，可以看出

需加強 1000 TEU 以下運量之顧客滿意度。

## 3. 不同櫃型託運人滿意度分析

單因子變異數分析結果(詳見表 9)，顯著性  $0.68 > \alpha (0.05)$ ，應接受每組均數相等之虛無假設，推論整體滿意度不會因為櫃型不同而有顯著差異。從表 10 可看出，大部分託運人常用的櫃型為乾櫃，但整體滿意度平均數比特殊櫃低，所以建議可以多注意各式櫃況並隨時檢查更新，才能提供最適當且優質的櫃型給託運人。

## 3.6 因素分析

本研究將 21 項問項進行因素分析，以萃取出主要影響顧客的因素。首先使用 KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) 取樣適當性檢定，檢視回收之資料是否適合進行因素分

表 7 不同年運量託運人之單因子變異數分析表

	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
組間	5.50	6	0.92	1.79	0.10
組內	126.32	247	0.51		
總和	131.83	253			

表 8 不同年運量託運人整體服務滿意度

年運量	樣本數	平均數	標準差	最小值	最大值
100 TEU 以下	15	3.93	0.799	3	5
101 ~ 249 TEU	39	4.26	0.807	2	5
249 ~ 500 TEU	42	4.17	0.834	2	5
501 ~ 1000 TEU	68	4.12	0.612	3	5
1001 ~ 3000 TEU	63	4.33	0.696	3	5
3001 ~ 5000 TEU	12	4.42	0.669	3	5
5001 ~ 7000 TEU	6	4.83	0.408	4	5
7001 TEU 以上	9	4.56	0.527	4	5
總和	254	4.24	0.722	2	5

表 9 不同櫃型託運人之單因子變異數分析表

	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
組間	0.402	2	0.20	0.38	0.68
組內	131.43	251	0.52		
總和	131.83	253			

表 10 不同櫃型託運人之整體服務滿意度

櫃型	樣本數	平均數	標準差	最小值	最大值
乾櫃	243	4.24	0.729	2	5
冷凍櫃	7	4.00	0.000	4	4
特殊櫃	4	4.25	0.957	3	5
總和	254	4.24	0.722	2	5

析，KMO 值愈高代表進行因素分析的效果愈好，KMO 值在 0.9 以上表示效果極佳，0.8 以上代表有價值，0.5 ~ 0.7 為中間值，若在 0.5 以下則表示其效果是無法接受的。本研究調查資料因素分析之 KMO 值為 0.94，適合進行因素分析，Bartlett's 球形檢定值為 5665.225，顯著性為 0.000 小於 0.01，顯示資料非常適合進行因素分析。本研究使用主成分分析法來進行因素分析，並以最大變異數轉軸法 (Varimax) 對選出的因素進行轉軸，使各因素之代表意義更明顯，其結果如表 11，共萃取出三個因素，累積解釋變異量為 72.98%。

### 1. 因素一：效率與便利性因素

此因素可以解釋 25.33% 的變異量，其內容包含「訂艙管道便利性」、「貨到通知取得便利性」、「訂艙效率」、「貨到通知效率」、「艙位取得性」、「準時到達」、「船期更改通知效率」以及「電子化服務

網上操作的便捷性」等八個問項，八個問項的因素負荷量皆高於 0.6，而這七個問項有三項和便利性有關，另外四項與效率有關，故將此因素命名為「效率與便利性因素」。

### 2. 因素二：費用與聯絡人因素

此因素可以解釋 24.11% 的變異量，其內容包含「運費報價效率」、「費用變動通知即時性」、「運費批價正確性」、「當地聯絡人能力」、「當地聯絡人服務態度」、「當地聯絡人處理效率」以及「銷售人員拜訪頻率」等七個問項，其中六個問項的因素負荷量皆高於 0.6，這六個問項與費用和聯絡人有關，故將此因素命名為「費用與聯絡人因素」。

### 3. 因素三：貨櫃與提單因素

此因素可以解釋 23.54% 的變異量，其內容包含「櫃況」、「空櫃取得性」、「空櫃或重櫃效率」、「提單內容正確性」、

表 11 服務項目重要程度因素分析表

因素命名	服務項目	因素負荷量	解釋變異量
因素 1 效率與便利性	訂艙管道便利性	0.756	25.332%
	貨到通知取得便利性	0.775	
	訂艙效率	0.785	
	貨到通知效率	0.761	
	艙位取得性	0.711	
	準時到達	0.616	
	船期更改通知效率	0.646	
	電子化服務網上操作的便捷性	0.630	
因素 2 費用與聯絡人	運費報價效率	0.765	24.106%
	費用變動通知即時性	0.791	
	運費批價正確性	0.745	
	當地聯絡人能力	0.682	
	當地聯絡人服務態度	0.724	
	當地聯絡人處理效率	0.720	
	銷售人員拜訪頻率	0.589	
因素 3 貨櫃與提單	櫃況	0.682	23.544%
	空櫃取得性	0.716	
	空櫃或重櫃效率	0.703	
	提單內容正確性	0.791	
	提單放單效率	0.841	
	提單修正效率	0.810	

「提單放單效率」以及「提單修正效率」等六個問項，其中「提單放單效率」和「提單修正效率」的因素負荷量超過 0.8，而這六個問項與貨櫃和提單有關，故將此因素命名為「貨櫃與提單因素」。表 2 各項因素的重要度平均數皆在 4.26 至 4.57 間，其中，顧客認為最重要的前三項因素依序為「當地聯絡人能力」、「費用變動通知即時性」、「貨到通知取得便利性」，重要度平均數皆為 4.57；最不重要的三項因素依序為「銷售人員拜訪頻率」、「電子化服務網上操作的便捷性」、「準時到達」。因此可

得知，顧客在選擇定期航運業者時，會將當地聯絡人的能力列在首要考慮條件內，當顧客有任何問題需要諮詢時，當地聯絡人能迅速解決其問題；而價格一直以來都為重要的考慮條件，每家定期航運業者差異不大，因而在費用變動時能否即時獲得資訊也很重要。

### 3.7 集群分析

先以因素分析取得顧客選擇 15 家船公司之三大主要因素：「效率與便利性因素」設為因素 1、「費用與聯絡人因素」

表 12 顧客選擇船公司對於三因素重要度平均數表

編號	船公司	因素 1 效率與便利性因素	因素 2 費用與聯絡人因素	因素 3 貨櫃與提單因素
1	CMA	0.227	0.213	0.047
2	COSCO	-0.028	0.122	-0.112
3	Evergreen	0.113	-0.172	-0.127
4	Hapag-Lloyd	-0.291	-0.396	0.172
5	Hyundai	-0.136	-0.079	-0.948
6	KMTC	-0.584	-0.302	-0.685
7	Maersk	-0.432	0.165	-0.504
8	MSC	-0.484	-0.229	0.210
9	ONE	-0.562	-0.037	-0.140
10	OOCL	-0.031	0.112	-0.062
11	SITC	0.052	-0.571	0.260
12	T.S. LINES	-0.771	-1.659	-0.291
13	Wan Hai	-0.953	0.242	0.888
14	Yang Ming	0.226	0.118	0.108
15	Others	0.530	-0.577	0.054

設為因素 2、「貨櫃與提單因素」設為因素 3，各船公司在三個主要因素重要性之平均數如表 12，藉由船公司在這三因素之重

要度得分利用華德法做集群分析，得到圖 1 之樹狀圖，本研究將服務項目相近之公司分為五群，如圖 2。

### 樹狀圖

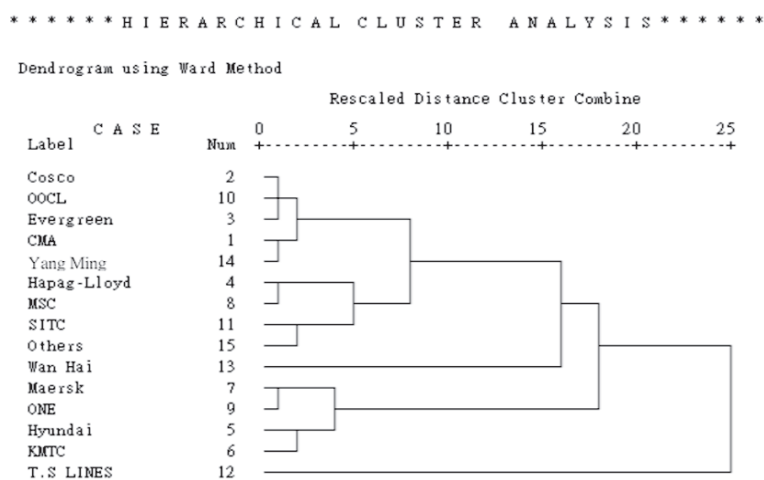


圖 1 集群分析樹狀圖

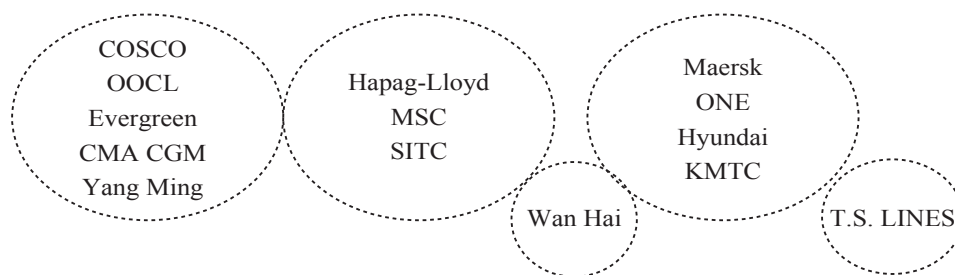


圖 2 定期航運公司相近服務屬性集群圖

以各構面平均滿意度來看定期航運公司相近服務屬性，如表 13，可以發現常使用 COSCO、OOCL、Evergreen、CMA 以及 Yang Ming 的顧客認為全部的構面都很重要，平均重要度幾乎都達到 4.4 以上，因此推論這五間定期航運公司服務屬性全面，五項構面皆為優勢；常使用 Hapag-Lloyd、MSC 以及 SITC 的顧客認為「文件品質」構面較為重要，因此推論這三間定期航運公司服務屬性以「文件品質」為優

勢；常使用 Maersk、ONE、Hyundai 以及 KMTc 的顧客認為「報價與批價」構面較為重要，因此推論這四間定期航運公司服務屬性以「報價與批價」為優勢；常使用 Wan Hai 的顧客認為四項構面很重要，只有「訂艙與到貨」構面的重要度相較於其他構面特別低，因此推論此間定期航運公司在「訂艙與到貨」較無優勢；而常使用 T.S. LINES 的顧客對於五個構面的平均重要度都只有 4 分以下，因此推論此定期航

表 13 定期航運公司各構面平均滿意度

船公司	訂艙與到貨	貨櫃	報價與批價	文件品質	客戶服務
Yang Ming	4.66	4.55	4.64	4.66	4.56
CMA	4.65	4.64	4.70	4.61	4.60
COSCO	4.50	4.40	4.71	4.52	4.34
Evergreen	4.48	4.40	4.42	4.47	4.43
Hapag-Lloyd	4.39	4.33	4.50	4.50	4.10
Hyundai	4.29	3.89	4.22	4.00	4.33
KMTc	4.08	4.04	4.33	4.00	3.96
Maersk	4.25	4.18	4.44	4.23	4.32
MSC	4.31	4.50	4.44	4.39	4.23
ONE	4.23	4.31	4.41	4.31	4.27
OOCL	4.50	4.50	4.75	4.50	4.30
SITC	4.48	4.33	4.33	4.67	4.33
T.S. LINES	3.86	3.89	3.67	3.78	3.47
Wan Hai	4.29	4.62	4.52	4.90	4.63

運公司的服務屬性較平均，無特別突出之優勢。

## 肆、重要性與滿意度分析

本研究參考 Martilla and James (1977) 將各服務項目之平均數劃分為四個象限，不同的是滿意度與重要度的位置，本研究將重要度放在橫軸，滿意度放在縱軸。位於第一象限的服務對顧客最為重要，而且做得很好，應繼續保持此服務品質；第二象限表示該屬性對顧客來說並不重要，不應把資源放在此項目上，應找尋更該改善的地方；第三象限中的服務需要改進，但重要度低於第四象限，所以屬於次要改善

的屬性；第四象限中的服務因為對顧客而言特別重要，但滿意度低，應為優先改進的項目；圖 3 可看到 21 項服務項目在象限圖中之分佈。

### 1. 第一象限 - 繼續保持

由圖 3 及表 14 可看出顧客對於 A 公司一半以上的服務覺得重要且滿意，A 公司應該繼續保持，其中「當地日常聯絡人員專業能力」最為重要且滿意度最高，顯示 A 公司將來招募當地日常聯絡人時，需特別培養其專業能力。

### 2. 第二象限 - 過度重視

由圖 3 及表 14 可看出 A 公司對於「目前銷售人員的拜訪頻率」過度重視，顧客覺得沒那麼重要，但平均滿意度卻高

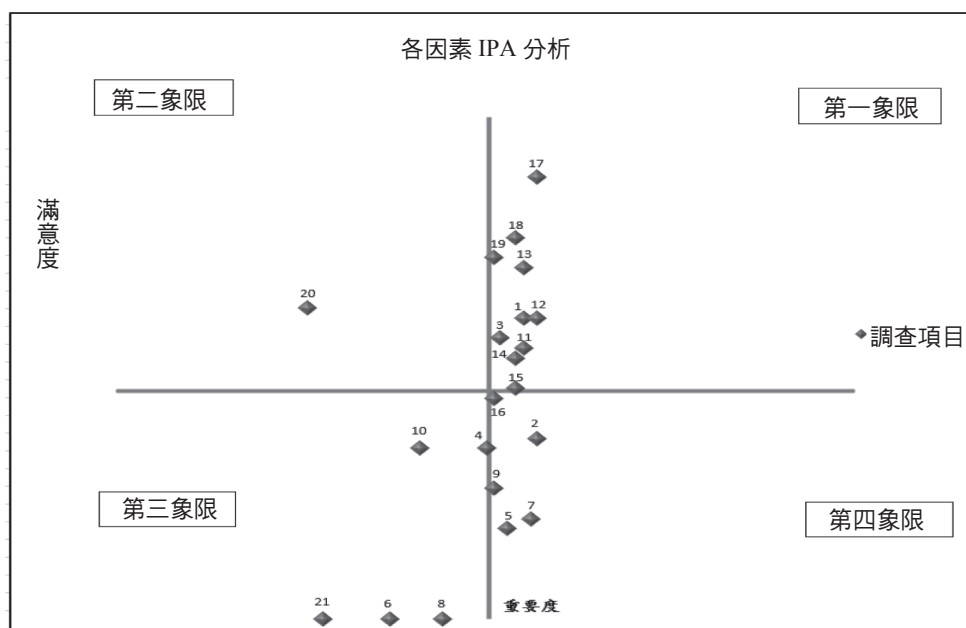


圖 3 服務項目 IPA 分析圖

於平均重要度，因此 A 公司可將此服務項目之心力，移轉至其他更需要改善的服務項目。

### 3. 第三象限 - 次要改善

由圖 3 及表 14 可看出「進口：貨到通知的效率」、「準時到達目的地」、「貨櫃實體狀況」、「出口：空櫃發放或重櫃進站的效率；進口：重櫃提領或入口還空的效率」以及「電子化服務網上操作的便捷性」5 項因素為次要改善項目，應先將心

力放在優先改善項目後，再將心力移轉至這些項目上。

### 4. 第四象限 - 優先改善

第四象限為顧客認為重要，但滿意度卻低於重要度，而由圖 3 及表 14 可看出「進口：貨到通知取得 (Web/E-mail/Fax) 的便利性」、「艙位取得性」、「船期更改的通知效率」、「空櫃取得性」、「提單修正效率」5 項因素需優先改善，藉此提升顧客滿意度。

表 14 IPA 象限分析表

象限	編號	服務項目	重要度	滿意度
一	1	出口：訂艙管道 (Web/EDI/E-mail/Fax/Tel) 的便利性	4.55	4.30
	3	出口：訂艙確認的效率	4.52	4.28
	11	運費報價效率	4.55	4.27
	12	運費 / 附加費變動通知即時性	4.57	4.30
	13	運費批價正確性	4.55	4.35
	14	提單內容正確性	4.54	4.26
	15	提單放單效率	4.54	4.23
	17	當地日常聯絡人員專業能力	4.57	4.44
	18	當地日常聯絡人員的服務態度	4.54	4.38
二	19	當地日常聯絡人員的處理效率	4.51	4.36
	20	目前銷售人員的拜訪頻率	4.26	4.31
三	4	進口：貨到通知的效率	4.50	4.17
	6	準時到達目的地	4.37	4.00
	8	貨櫃實體狀況	4.44	4.00
	10	出口：空櫃發放或重櫃進站的效率 進口：重櫃提領或入口還空的效率	4.41	4.17
	21	電子化服務網上操作的便捷性	4.28	4.00
四	2	進口：貨到通知取得 (Web/E-mail/Fax) 的便利性	4.57	4.18
	5	艙位取得性	4.53	4.09
	7	船期更改的通知效率	4.56	4.10
	9	空櫃取得性	4.51	4.13
	16	提單修正效率	4.51	4.22



## 5. 附加服務需求分析

依照問卷第二部分附加服務需要度可得知各國家託運人對於附加服務需要程度，如表 15 可看出「內陸運輸」、「倉儲與配送」、「貨物簡易處理」、「報關金融」

四項附加服務之平均需要度皆在 3.03 ~ 3.28 間，推論託運人對於這些附加服務的需要度極低，其中以香港最為不需要這些附加服務，對於各項附加服務需要度的最小值為 1，最大值只有 3。

表 15 附加服務需要度分析表

附加服務	國家	樣本數	平均數	最小值	最大值
內陸運輸	印尼	26	3.15	1	5
	日本	6	3.00	2	4
	南韓	20	3.20	1	5
	馬來西亞	31	3.19	1	5
	中國	49	3.55	2	5
	香港	6	2.00	1	3
	臺灣	41	3.63	2	5
	菲律賓	6	2.83	1	4
	新加坡	19	3.11	1	5
	泰國	26	2.85	1	4
	越南	24	3.50	2	5
	總和	254	3.28	1	5
倉儲與配送	印尼	26	3.00	1	4
	日本	6	2.67	2	3
	南韓	20	3.05	1	5
	馬來西亞	31	3.00	1	5
	中國	49	3.27	2	5
	香港	6	2.00	1	3
	臺灣	41	3.32	1	5
	菲律賓	6	2.83	1	4
	新加坡	19	2.53	1	4
	泰國	26	2.81	1	4
	越南	24	3.38	2	5
	總和	254	3.05	1	5
貨物簡易處理	印尼	26	3.04	1	4
	日本	6	2.67	2	3
	南韓	20	3.20	1	5
	馬來西亞	31	2.94	1	5
	中國	49	3.18	1	5
	香港	6	2.00	1	3

表 15 附加服務需要度分析表 (續)

附加服務	國家	樣本數	平均數	最小值	最大值
貨物簡易處理	臺灣	41	3.34	1	5
	菲律賓	6	2.67	1	4
	新加坡	19	2.74	1	5
	泰國	26	3.04	1	5
	越南	24	3.33	2	5
	總和	254	3.08	1	5
報關金融	印尼	26	3.08	1	5
	日本	6	2.67	2	3
	南韓	20	3.25	1	5
	馬來西亞	31	2.90	1	5
	中國	49	3.27	1	5
	香港	6	2.00	1	3
	臺灣	41	3.15	1	5
	菲律賓	6	2.67	1	4
	新加坡	19	2.68	1	4
	泰國	26	2.77	1	4
	越南	24	3.29	2	5
	總和	254	3.03	1	5

## 伍、結論與建議

本研究最後歸納以下數點結論與建議：

### 5.1 結論

#### 1. 印尼、日本、香港、新加坡、泰國整體服務滿意度較低

印尼、日本、香港、新加坡、泰國之託運人對於 A 公司整體服務滿意度低於 4 分，佔了 32.7% 近三分之一的顧客。

#### 2. 顧客對於船公司提供附加服務的需要度較低

顧客對於附加服務之重要程度分析，發現平均需要度皆在 3.03 ~ 3.28 間，可推論顧客對於船公司增加「內陸運輸服務」、「倉儲與配送服務」、「商品簡易加工服務」、「報關金融服務」等附加服務之需求不大。

#### 3. 低年運量之顧客滿意度須優先改善

A 公司年運量 1,000 TEU 以下之顧客佔了 64.6%，超過半數以上，雖然這些顧客年運量較低，但還是佔了大部分的運量，因此應優先改善這些顧客的滿意度，積極提高服務水準，讓託運量增加；而對於數量較少但年運量高的顧客則保持原有服務水準。

#### 4. 相近服務屬性群體

COSCO、OOCL、Evergreen、CMA 以及 Yang Ming 五間公司為相近服務屬性群體；Hapag-Lloyd、MSC、SITC 以及 Others 為相近服務屬性群體；Maersk、ONE、Hyundai 以及 KMTCC 為相近服務屬性群體；而 Wan Hai 以及 T.S. LINES 分別為獨立服務屬性群體，在同一服務屬性群體之公司同質性較高，顧客認知之服務屬性相近。

#### 5. 主要服務品質缺口

列於第四象限 - 優先改善之「進口：貨到通知取得 (Web/E-mail/Fax) 的便利性」、「艙位取得性」、「船期更改的通知效率」、「空櫃取得性」、「提單修正效率」這五項因素為定期航運 A 公司之服務品質缺口，因此 A 公司必須優先改善這五項服務項目，提升服務品質，增加顧客滿意度。

### 5.2 建議

#### 1. 即時滿意度評分

每次服務結束後讓託運人即時做各項滿意度之評分，透過此舉能夠立即得知應改進加強的項目，也能由此得知每位託運人重視的項目，在未來服務前能夠因應不同顧客更加花費心力於不同的服務項目。

#### 2. 加強通知即時性

因海運運送時間較長，若貨運運送期間因天氣或其他因素使船期到達時間變

更，或是貨物有碰撞或遺失等狀況，都應立即通知顧客，讓顧客能在貨物達到前安排後續事務，並降低其損失。

#### 3 貨櫃品質提升暨更新

貨櫃品質為託運人注重因素之一，因此航運公司的貨櫃品質亦為重要課題。航運公司應每年更新舊有貨櫃之折舊及建造新貨櫃之計畫，提升並維持貨櫃品質，其中又以大多數顧客使用的乾櫃為重點維護項目，才能避免因貨櫃老舊而可能發生的貨物損害。

#### 4. 研究限制與後續研究

本研究樣本受限於某一公司客戶，並僅限於亞洲航線客戶，客戶沒有分類，例如直客、承攬業等，附加服務缺口調查，較無顯著的需求，滿意度分析結果與結論較無法推論至所有航運公司，建議後續研究需擴大至各航線客戶與其他航運公司客戶樣本，增列客戶別分類的選項設計。

### 參考文獻

王俐涵，2007，定期海運業顧客關係管理之研究，國立成功大學交通管理科學系碩士論文，臺南市。

林如燕，2014，服務補救對服務品質、滿意度與忠誠度之影響——以定期航運產業為例，國立臺灣海洋大學航運管理學系碩士論文，基隆市。

- 林忠明、黃忠十，2008，國際企業導入顧客關係管理之研究，*建國科大學報*，第 27 卷，第 3 期，47-66。
- 洪志聰，2020，口碑和售後服務對滿意度、信任及顧客關係績效的影響——補教業的實證研究，大同大學事業經營研究所碩士論文，臺北市。
- 胡玉翠，2013，科技大學財經類學生滿意度與信任度之研究，嶺東科技大學經營管理研究所碩士論文，臺中市。
- 陳文華，2000，運用資料倉儲技術於顧客關係管理，*能力雜誌*，527。
- 楊世瑩，2008，SPSS 統計分析實務，旗標出版股份有限公司。
- Devaraj, S., Krajewski, L. and Wei, J. C., 2001. The value of production schedule integration in supply chains. *Decision Sciences*, 32(4), 601-34.
- Kandell, J., 2000. CRM, ERM, one-to-one decoding relationship management theory and technology. *Trusts & Estates*, April, 49-53.
- Macintosh, G. and Lockshin L.S., 1997. Retail relationships and store loyalty: a multi-level perspective. *International Journal of Research in Marketing*, 14(5), 487-497.
- Martilla, J. A. and James, J. C., 1977. Importance-performance analysis. *Journal of Marketing*, 41(1), 77-79.
- Peppers, D., Rogers, M. and Dorf, B., 1999. Is your company ready for one-to-one marketing. *Harvard Business Review*, 77(1), 151-160.
- Pritchard, M. P. and Howard, D. R., 1997. The loyal traveler: examining a typology of service patronage. *Journal of Travel Research*, 35(4), 2-10.
- Swift, R., 2001. *Accelerating customer relationships*. Upper Saddle River, Prentice Hall.
- Tiwana, A., 2001. *The essential guide to knowledge management: e-business and CRM*. New Jersey, Prentice Hall.

## 附錄、顧客滿意度問卷

親愛的客戶：

感謝您對於本公司的支持，我們正進行全球顧客滿意度調查以便瞭解您對我們各項服務的滿意程度。今年的問卷分為兩

個部分，一是「滿意度」評分，另一是「重要度」評分，我們非常感激您能花幾分鐘的時間來填答以下問卷，其資訊僅供我們內部參考統計使用，沒有您的允許，資訊不會流入外部單位。

### A. 服務品質

		【重要度】					【滿意度】					
		非常 重要	重 要	中 等	不 重 要	非 常 不 重 要	非 常 滿 意	滿 意	中 等	不 滿 意	非 常 不 滿 意	
【訂艙與到貨】	1	1.1 出口：訂艙管道 (Web/EDI/E-mail/Fax/Tel) 的便利性	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		1.2 進口：貨到通知取得 (Web/E-mail/Fax) 的便利性	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	2	2.1 出口：訂艙確認的效率	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		2.2 進口：貨到通知的效率	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	3	艙位取得性	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
【貨櫃】	4	準時到達目的地	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	5	船期更改的通知效率	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	6	貨櫃實體狀況	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
【報價與批價】	7	空櫃取得性	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	8	出口：空櫃發放或重櫃進站的效率 進口：重櫃提領或入口還空的效率	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
【文件品質】	9	運費報價效率	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	10	運費 / 附加費變動通知即時性	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	11	運費批價正確性	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	12	提單內容正確性	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	13	提單放單效率	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	14	提單修正效率	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	【重要度】					【滿意度】					
	非常 重要	重 要	中 等	不 重 要	非 常 不 重 要	非 常 滿 意	滿 意	中 等	不 滿 意	非 常 不 滿 意	
【客戶服務】	15 當地日常聯絡人員專業能力	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	16 當地日常聯絡人員的服務態度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	17 當地日常聯絡人員的處理效率	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	18 您覺得目前銷售人員的拜訪頻率為	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	19 您覺得銷售人員多久拜訪一次較為合適？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	一週一次	兩週一次	一個月一次	兩個月一次	一季一次						
【電子商務】	20 本公司推廣電子化服務，您最常使用哪些項目（可複選）	<input type="checkbox"/> Booking <input type="checkbox"/> B/L Instruction <input type="checkbox"/> B/L Print <input type="checkbox"/> Shipment Control <input type="checkbox"/> Point-to-Point Search <input type="checkbox"/> Vessel Tracking <input type="checkbox"/> Cargo Tracking									
	21 您對本公司電子化服務網上操作的便捷性是否滿意？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	22 您對本公司整體服務的滿意評價	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	23 對於本公司有任何的建議與指教，我們非常感激您能提供於以下空格：										

## B. 附加服務 (可選答)

	【需要度】				
	非常需要	需要	中等	不需要	非常不需要
1. 內陸運輸服務 (貨櫃拖車、貨運卡車、冷凍卡車…等)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 倉儲與配送服務 (貨物儲存、冷凍冷藏、貨物驗收、保稅倉庫、揀貨服務、貨物配送、國際物流配送…等)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 商品簡易加工服務 (貼標、貨物條碼驗證、電子文件傳輸、貨物資訊與追蹤…等)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 報關金融服務 (報關服務、貨物保險、代墊貨款、代墊稅款…等)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## C. 基本資料 (\*) 必填欄位

\* 公司名稱 Company Name:

姓名 Your Name:

電子信箱 E-mail Address:

電話號碼 Phone Number:

\* 國家 Country Location of Your Office:

職稱 Job Role: \_\_\_\_\_

\* 請選擇您最主要使用的船公司：(單選)

- |  |                                    |                                      |
|--|------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> CMA(CNC)      | <input type="checkbox"/> COSCO     | <input type="checkbox"/> Evergreen   |
| <input type="checkbox"/> Hapag-Lloyd   | <input type="checkbox"/> Hyundai   | <input type="checkbox"/> Hamburg Sud |
| <input type="checkbox"/> IAL           | <input type="checkbox"/> KMTC      | <input type="checkbox"/> Maersk      |
| <input type="checkbox"/> MSC           | <input type="checkbox"/> ONE       | <input type="checkbox"/> OOCL        |
| <input type="checkbox"/> PIL           | <input type="checkbox"/> SITC      | <input type="checkbox"/> T.S. LINES  |
| <input type="checkbox"/> Wan Hai       | <input type="checkbox"/> Yang Ming | <input type="checkbox"/> ZIM         |
| <input type="checkbox"/> Others: _____ |                                    |                                      |

貴公司的主要進出口貨物種類為何？

- |   |   |   |                                    |                              |
|---|---|---|------------------------------------|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 動物及動物產品          | <input type="checkbox"/> 植物產品                 | <input type="checkbox"/> 調製食品、飲料、酒及菸類       | <input type="checkbox"/> 礦產品       | <input type="checkbox"/> 化學品 |
| <input type="checkbox"/> 塑膠、橡膠及其製品        | <input type="checkbox"/> 皮革、毛皮製品              | <input type="checkbox"/> 紡織品                | <input type="checkbox"/> 木材、木製及編結品 |                              |
| <input type="checkbox"/> 機械及電機設備          | <input type="checkbox"/> 鞋、帽、雨傘、羽毛製品、人造花、人髮製品 |   | <input type="checkbox"/> 電子、電機、電器品 |                              |
| <input type="checkbox"/> 車輛、航空器、船舶及有關運輸設備 |   | <input type="checkbox"/> 石料、膠泥、水泥、陶瓷、玻璃及其製品 |                                    |                              |
| <input type="checkbox"/> 基本金屬及其製品         | <input type="checkbox"/> 精密儀器、鐘錶、樂器           | <input type="checkbox"/> 玩具遊戲品與運動用品及其零、附件   |                                    |                              |
| <input type="checkbox"/> 其他 (請說明) _____   |   |   |                                    |                              |

\* 貴公司常用貨櫃類型：(單選)

- 乾櫃     冷凍櫃     特殊櫃種 (平板 / 開頂櫃 / 其他)

