

壹、 前言

顧客滿意度是公司重要的經營績效指標，透過顧客滿意度調查，針對用戶最為關心議題積極進行改善，戮力顧客滿意度之提升。

在進行滿意度調查後，落實對於滿意度偏低項目之改善措施，期將每一位用戶的建議作為本公司改進之基石，落實顧客關係管理，以全面提升服務品質。

貳、 滿意度調查計畫

- 一、 調查目的：透過顧客滿意度調查，獲知用戶對本處各項服務的表現評價，並了解用戶對本處的期望與建議，以供訂定本處推展各項深耕用戶服務之措施及建立用戶良好互動之模式。

- 二、 目標值：

101 年顧客滿意度目標值 (%)	102 年顧客滿意度目標值 (%)
89.25	92.00

- 三、 調查時間：102 年 5 月 1 日至 5 月 31 日止。
- 四、 調查地區：本處各所轄區。
- 五、 調查對象：本處自來水用戶。

六、 抽樣計畫：

(一) 抽樣方法：採臨櫃問卷調查，以回收有效問卷計算整體滿意度；為了解用戶對本處所提供之各項軟、硬體服務帶給用戶的感受，於調查期間內，對至本處服務（營運）所洽辦各項業務用戶，以現場答卷之方式隨機抽樣。

(二) 抽樣數量：原則每次抽取 1,000 份樣本數；各所分配如下：

單位	基隆所	汐止所	淡水所	瑞芳所	萬金所	文山所	貢雙所
抽樣數（份）	350	200	200	80	60	80	30

七、 問卷設計與衡量方式：

(一) 本問卷資料採用 Likert 四點量表衡量進行調查作業：

①非常滿意 ②滿意 ③不滿意 ④非常不滿意

(二) 問卷調查項目：

1. 各項標示及指引是否滿意？

2. 各項申辦動線安排是否滿意？

3. 洽公環境是否滿意？

4. 洽公服務禮儀是否滿意？

5. 整體的服務是否滿意？

八、執行單位：本處各服務（營運）所，顧客滿意度調查於 5 月及 10 月份進行，分別於 6 月及 11 月 10 日前陳報成果。

九、預算經費：印製顧客滿意度調查表 2,000 份，單價 0.9 元，共約 1,800 元於「24114-印製用水安全宣傳單」預算經費內開支。

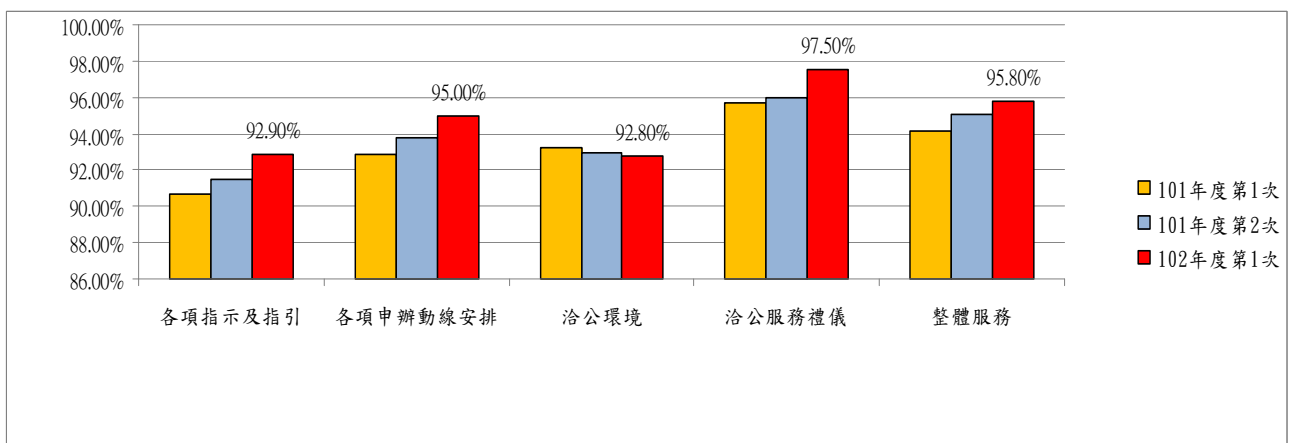
參、調查結果分析

一、調查統計表：本處 102 年度第 1 次顧客滿意度問卷調查 1-5 項目

項目		基隆所	汐止所	淡水所	瑞芳所	萬金所	文山所	貢雙所	合計	百分比
1. 各項標示及指引是否滿意	非常滿意	113	76	82	10	10	43	16	350	35.0%
	滿意	211	109	103	67	45	32	12	579	57.9%
	不滿意	26	15	14	3	5	4	2	69	6.9%
	非常不滿意	0	0	1	0	0	1	0	2	0.2%
	小計	350	200	200	80	60	80	30	1,000	100.0%
	滿意度	92.57%	92.50%	92.50%	96.25%	91.67%	93.75%	93.33%	92.90%	
2. 申辦動線安排是否滿意？	非常滿意	105	86	83	14	17	42	11	358	35.8%
	滿意	228	105	105	64	40	32	18	592	59.2%
	不滿意	17	9	12	2	3	5	1	49	4.9%
	非常不滿意	0	0	0	0	0	1	0	1	0.1%
	小計	350	200	200	80	60	80	30	1,000	100.0%
	滿意度	95.14%	95.50%	94.00%	97.50%	95.00%	92.50%	96.67%	95.00%	
3. 洽公環境是否滿意？	非常滿意	76	76	82	0	21	47	8	310	31.0%
	滿意	250	106	109	71	36	28	18	618	61.8%
	不滿意	22	17	7	9	3	5	3	66	6.6%
	非常不滿意	2	1	2	0	0	0	1	6	0.6%
	小計	350	200	200	80	60	80	30	1,000	100.0%
	滿意度	93.14%	91.00%	95.50%	88.75%	95.00%	93.75%	86.67%	92.80%	
4. 洽	非常滿意	124	102	92	21	18	57	18	432	43.2%

公服 務禮 儀是 否滿 意？	滿意	217	94	102	56	41	22	11	543	54.3%
	不滿意	9	4	6	3	1	1	1	25	2.5%
	非常不滿意	0	0	0	0	0	0	0	0	0.0%
	小計	350	200	200	80	60	80	30	1,000	100.0%
	滿意度	97.43%	98.00%	97.00%	96.25%	98.33%	98.75%	96.67%	97.50%	
5. 整 體的 服務 是否 滿意？	非常滿意	111	93	86	27	16	52	11	396	39.6%
	滿意	224	102	103	47	42	26	18	562	56.2%
	不滿意	15	5	11	6	2	2	1	42	4.2%
	非常不滿意	0	0	0	0	0	0	0	0	0.0%
	小計	350	200	200	80	60	80	30	1,000	100.0%
	滿意度	95.71%	97.50%	94.50%	92.50%	96.67%	97.50%	96.67%	95.80%	
1-5 項目 顧客 滿意 度統 計	非常滿意	106	87	85	14	16	48	13	369	36.9%
	滿意	226	103	104	61	41	28	15	579	57.9%
	不滿意	18	10	10	5	3	3	2	50	5.0%
	非常不滿意	0	0	1	0	0	0	0	2	0.2%
	小計	350	200	200	80	60	80	30	1,000	100.0%
各所平均滿意度		94.80%	94.90%	94.70%	94.25%	95.33%	95.25%	94.00%	94.80%	

二、102 年度第 1 次調查及 101 年度滿意度調查結果比較：



三、問卷回收狀況：有效樣本數與回收率：經統計臨櫃發放件數為

1,000 件，有效樣本數為 1,000 件，有效件數回收率為 100%。

單位	調查份數	回收調查份數	百分比
基隆所	350	350	100%
汐止所	200	200	100%
淡水所	200	200	100%
瑞芳所	80	80	100%
萬金所	60	60	100%
文山所	80	80	100%
貢雙所	30	30	100%
合計	1,000	1,000	100%

四、人口統計及洽辦業務項目分析：

基本資料	項目	樣本數	百分比
性別	男	466	46.60%
	女	534	53.40%

基本資料	項目	樣本數	百分比
臨櫃洽辦業務	繳費	757	75.70%
	過戶	169	16.90%
	停用	14	1.40%

	復用	19	1.90%
	新裝	3	0.30%
	啟用	3	0.30%
	其它	35	3.50%

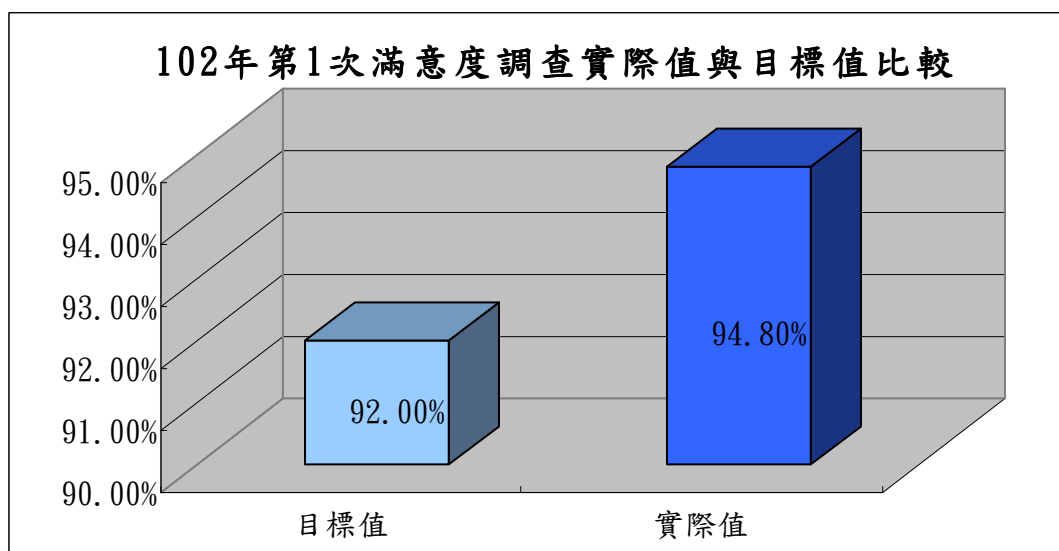
五、102 年度第 1 次調查及 101 年度滿意度調查結果比較：

	102 年第 1 次調查	101 年第 2 次調查	101 年第 1 次調查
總體服務品質	94.80%	93.88%	93.32%

經調查用戶對本處 102 年度第 1 次顧客滿意度，整體服務品質評價為 94.80%，與 101 年度第 2 次調查結果 93.88%比較，略為提升 0.92%；與 101 年第 1 次結果 93.32%比較，整體提升 1.48%。

六、102 年第 1 次滿意度調查實際值與目標值的比較：

102 年度顧客滿意度目標值為 92%，102 年度第 1 次實際滿意度調查結果為 94.80%，目標達成率為 103.04%。



七、滿意度較低項目分析：

由顧客滿意度分析得知滿意度較低之項目為「洽公環境」。

八、各議題之滿意度分析

項目	滿意度值	不滿意度值	不滿意原因	具體改善措施
1. 各項標示及指引是否滿意？	92.9%	7.1%	一、本項成績較 101 年度第 2 次滿意度調查數據上升 1.4%。 二、整體上各所部分民眾表示服務據點路標不夠	一、汐止所：目前營業辦公廳承租於台鐵汐科站鄰近民宅，預計 102 年下半年度搬遷新辦公大樓，屆時再審慎考量各指示牌路標位置。

			明顯。	二、瑞芳所：辦公廳亦為租賃民宅，俟新辦公樓原址重建後，再設置指示牌路標位置。 三、另用戶可逕行至本處網站查詢各所交通資訊。
2. 各項申辦動線安排是否滿意？	95%	5%	一、本項成績較 101 年度第 2 次滿意度調查數據上升 1.2%。 二、各所滿意度均有提升，顯示辦公廳內各項服務措施上半年度的改善，有利民眾洽公。	一、賡續辦理各所單一窗口作業，期望提升服務流程之順暢性。 二、要求各所遇用戶臨櫃洽公時主動詢問洽辦業務並提供協助。 三、加強宣導網路 e 櫃檯功能，減少用戶臨櫃洽公時間。
3. 洽公環境是否滿意？	92.8%	7.2%	一、本項成績較 101 年度第 2 次滿意度調查數據微幅下降 0.2%。 二、用戶反映意見如下：	一、基隆所位處市區腹地受限，無法提供汽車停車位，為提供用戶更貼心的服務，除原有機車停車位，已

			基隆所：停車不方便，洽公環境較狹窄動線不流暢。 淡水所：辦公廳老舊。 汐止所：停車不便，位處二樓，樓梯太陡峭。 文山所：辦公廳地點過於偏僻，交通不便。 貢雙所：辦公廳偏僻、老舊雜亂。	規劃無障礙機車停車格及門外愛心鈴。 二、汐止所辦公廳預計 102 年下半年完工搬遷新大樓。 三、貢雙所規劃設置 OA 辦公系統家具，營造明亮、舒適之洽公氣氛。 四、業務課持續針對洽公環境進行年度查核單一窗口作業，要求各所注重整潔與美化。
4. 洽公服務禮儀是否滿意？	97.5%	2.5%	本項成績較 101 年度第 2 次滿意度調查數據 96. % 上升 1.5%，各所滿意度均有提升，達 96% 以上。	一、持續舉辦各項教育訓練，以提升服務品質及專業度。 二、賡續每月辦理各所電話測試，測試成績列年度責任中心及提升服務品質考核參考，期望增進同仁服務禮儀。

5. 整體的服務是否滿意？	95.8%	4.2%	本項成績較 101 年度第 2 次滿意度調查數據 95.10% 上升 0.7%，惟仍有改善空間。	本處將持續努力提升公司企業形象： 1. 汐止所辦公廳預計 102 年下半年搬遷後，提供用戶更優質、舒適的洽公環境。 2. 積極推動 E 化作業節省民眾洽公時間。 3. 主動了解用戶真正的需求，並以作為改善的依據，藉以提升更貼心的服務品質。
---------------	-------	------	--	--

肆、歸納結果

從顧客不滿意與抱怨中學習經驗，分析其原因進而改進流程，以實質有效提升服務品質。

伍、結論與遠景

- 一、顧客滿意度調查後之具體作為，即在能針對用戶期望及各項滿意度之主要問題因素，研擬改進措施加強落實改善，提升服務品質，進而讓用戶對企業之肯定、支持與認同，本調查研究主要

著重在滿意度調查後，對於滿意度偏低項目之改善措施，亦即透過了解影響滿意度之主要因素，以擬定改善策略，作為往後革新之參考。

二、 服務理念是本處經營各業務時最基本的要素，透過顧客滿意度調查建構消費者導向的整體服務體系，發掘並解決問題，作為本處因應多元用戶意向之工具；藉由雙向溝通之機制維繫用戶間良性互動關係，透過了解用戶對本處之期望，落實提升各項績效，加強整體形象以獲取用戶的認同與滿意。