

明新科技大學

企業管理系

畢業專題研究報告

Foodpanda 與 Uber Eats 的滿意度與忠誠度之研究

學生：王仁宏      胡振益  
         曾郁宸      范貴嵐

指導老師：徐志明

中華民國一百零九年十二月

## 摘要

隨著資訊科技的快速發展，為了跟上這個科技的時代，各行各業都有很大的改革，費機的制改變包含了消費行為、消費環境與消費文化等等，其中近年來崛起的餐飲外送平台 Foodpanda 與 Uber Eats 是我們想探討的。以科技接受模式當中的認知易用性、認知有用性結合其他的因素，去探討最終對於顧客忠誠度影響的關係。我們將以消費者的使用經驗以新竹、桃園地區來做為主要調查範圍，並以研究得出的結果提供給外送平台業者參考，並提出 Foodpanda 與 Uber Eats 的改進與建議之方向。

**【關鍵詞】** Foodpanda、Uber Eats、科技接受模式、滿意度、忠誠度