

南華大學出版事業管理研究所碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER OF SCIENCE IN PUBLISHING
GRADUATE INSTITUTE IN PUBLISHING ORGANIZATIONS MANAGEMENT
NAN HUA UNIVERSITY

雜誌出版社與印刷廠對印刷與服務品質滿意度之研究 - 以商業捲筒輪轉平版印刷為例 -

A STUDY OF PRINTING PRODUCT AND SERVICE QUALITY SATISFACTION
OF MAGAZINE PUBLISHER AND PRINTING WORKS:
A CASE OF COMMERCIAL WEB OFFSET PRINTING

指導教授：陳昌郎 教授
王祿旺 教授

ADVISOR: Prof. CHEN, CHANG-LANG
Prof. WANG, LUH-WANG

研究生：楊坤潮

GRADUATE STUDENT : YANG, KUN-CHAO

中 華 民 國 九 十 四 年 六 月

南 華 大 學

出版事業管理研究所

碩士學位論文

雜誌出版社與印刷廠對印刷與服務品質滿意度之研究

-以商業捲筒輪轉平版印刷為例-

研究生：楊坤潮

經考試合格特此證明

口試委員：韓豐年
蔣崇水
謝仰

指導教授：謝仰
蔣崇水

所 長：蔣崇水

口試日期：中華民國 九十四 年 六 月 十 五 日

南華大學出版事業管理研究所九十三學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：雜誌出版社與印刷廠對印刷與服務品質滿意度之研究

- 以商業捲筒輪轉平版印刷為例 -

研究生：楊坤潮

指導教授：陳昌郎教授

王祿旺教授

論文摘要內容：

近年來，國內圖書出版事業方面，為爭取高時效、高品質的印刷品，由以往的張頁式印刷方法，漸漸地轉向捲筒輪轉平版印刷，其中又以雜誌出版社為主。基於此，著手研究雜誌出版社與印刷廠對印刷與服務品質之滿意度。

本研究旨在探討雜誌社與印刷廠對印刷與服務品質的重視度與滿意度狀況，與其差異分析；以及不同背景之雜誌社與印刷廠對印刷與服務品質滿意度及重視度的差異；最後提出雜誌社與印刷廠對印刷與服務品質改進之對策。

本研究採用問卷調查法蒐集樣本資料，對台北市雜誌商業同業公會會員中，以商業捲筒輪轉平版印刷為印刷方式者共 75 家雜誌社；以及台灣區印刷工業同業公會會員廠商中，共 32 間有商用捲筒輪轉平版印刷機之印刷廠，以立意抽樣進行普查，雜誌社部份共發出 75 份問卷；印刷廠共計 32 份，問卷有效回收率均為 100%。以次數百分比、 α 係數、因素分析、t 檢定、單因子變異數分析等統計方法來分析資料。研究結果發現：

1. 雜誌社不滿意的印刷與服務品質依次為：「印刷髒點」、「印刷與打樣色彩一致性」、「印墨濃淡均一性」、「滿版色彩品質」、「印刷品背印現象」；「提供市場最新資訊」、「隨時提供作業進度狀況」、「對委外公司的監督」。

- 2.雜誌社對印刷品質在重視度與滿意度之間皆達顯著差異；服務品質部分僅在「提供印件督導休息室」未達顯著差異。
- 3.雜誌社與印刷廠對印刷與服務品質達顯著差異者為「印刷髒點」、「印刷打樣色彩一致性」、「印刷品表面完整無刮痕」；「對預定交件時間能確實實現」、「具有高度服務熱忱」、「有足夠的產能應付作業需求」、「經常關切客戶業務」、「提供印件督導休息室」、「報價價格合理」。
- 4.不同背景之雜誌社與印刷廠對印刷與服務品質滿意度及重視度有顯著差異。

關鍵詞：輪轉印刷、印刷品質、服務品質、顧客滿意

Title of Thesis : A Study of Printing Product and Service Quality Satisfaction of Magazine Publisher and Printing Works: A case of Commercial Web Offset Printing

Name of Institute : Graduate Institute of Publishing Organizations Management, Nan Hua University

Graduate date : June. 2005

Degree Conferred : M.S.

Name of student : Yang, Kun-Chao

Advisor : Prof. Chen, Chang-Lang

Prof. Wang, Luh-Wang

Abstract

Recently, Magazine Publisher change their printing method from sheet-fed printing to web-fed offset printing to save time and get better printing quality. It is the main reason to study the satisfaction of printing and service quality for Magazine Publisher and Printing Works.

The main purpose of this study is to discuss not only importance and satisfaction of printing and service quality for Magazine Publisher and Printing Works, but also their variance analysis. Moreover, we also discuss what the realization of printing and service quality differences between different Magazine Publisher and Printing Works is. Finally, this study advises the improvement of printing and service quality for Magazine Publisher and Printing Works.

This study capitalizes on questionnaire survey to collect sample data from Magazine Publisher and Printing Works. There are 75 Magazine Publisher, using commercial web offset printing as their printing method, in the Magazine Business Association of Taipei. Thus, there are 32 Printing Works, which have commercial web offset printing presses in Taiwan Print Industry Association. The statistical methods include frequency analysis, α test, Factor analysis, T test, and one-way ANOVA.

The final results are as follow:

1. Magazine Publisher do not satisfy with some printing and service qualities, such as “no dusts on printing”; “color coincidence between printing and proofing”; “having the same amount of ink”; “the quality of solid color”; “set-off”; “new market information offering”; “processing status updating”; “outsourcing companies overseeing”.
2. The importance and satisfaction of printing quality for Magazine Publisher have variance. However, offering a rest room in service quality does not have variance.
3. Printing and service quality for Magazine Publisher and Printing Works have variance, such as “no dusts on printing”; “color coincidence between printing and proofing”; “no traces on printing surface”; “delivery on time”; “person with bearing cordially and passion”; “enough capacity; company often care about customer”; “offering a rest room”; “making a reasonable offer”.
4. Magazine Publisher and Printing Works of different background do have divergence concern degree and satisfaction degree with the printing and service quality.

Keywords : Web Offset Printing, Printing Product Quality, Service Quality,
Customer satisfaction

目錄

誌謝.....	I
中文摘要.....	II
英文摘要.....	IV
目錄.....	VI
表目錄.....	XI
圖目錄.....	XIV

第一章 緒論

1.1 研究動機與背景	1
1.2 研究目的	3
1.3 研究流程	4
1.4 研究範圍與限制	5

第二章 文獻探討

2.1 印刷品質相關知識與理論	6
2.1.1 印刷品品質定義	6
2.1.2 印刷品質構面	9
2.1.3 印刷品質之相關研究	11

2.2	服務品質相關理論	12
2.2.1	服務品質的定義	12
2.2.2	服務品質的模式	14
2.2.3	服務品質的衡量	17
2.2.4	服務品質的構面	22
2.3	滿意度相關理論	25
2.3.1	滿意的意義	25
2.3.2	滿意度理論	27
2.3.3	滿意度衡量	31
2.4	雜誌出版社之現況	33
2.4.1	雜誌社家數	33
2.4.2	雜誌整體銷售狀況	34
2.4.3	雜誌出現結構性變化	34
2.4.4	雜誌集團形成	36
2.4.5	雜誌印製量	36
2.5	商業捲筒輪轉平版印刷現況	37
2.5.1	商業捲筒輪轉平版印刷機數量	39
2.5.2	商業捲筒輪轉平版印刷市場	39

2.5.3	商業捲筒輪轉平版印刷優缺點	40
2.5.4	商業捲筒輪轉平版印刷品質特性	43
第三章 研究設計與方法		
3.1	研究架構	45
3.2	研究假設	45
3.3	問卷設計	47
3.4	研究範圍及對象	48
3.4.1	研究範圍	48
3.4.2	研究對象	49
3.5	抽樣方法	49
3.6	資料分析方法	50
第四章 資料分析		
4.1	樣本結構分析	52
4.1.1	雜誌社樣本結構	52
4.1.2	印刷廠樣本結構	54
4.1.3	小結	56
4.2	印刷與服務品質變項之因素分析與信度分析	57
4.2.1	印刷品質之因素分析與信度分析	57

4.2.2	服務品質之因素分析與信度分析	59
4.2.3	信度分析	61
4.3	印刷與服務品質重視度及滿意度分析	61
4.3.1	雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質重視度分析	62
4.3.2	雜誌社與印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質滿意度及重視度分析 ..	66
4.3.3	雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質差異分析	70
4.3.4	雜誌社與印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質重視度差異分析....	74
4.4	不同背景之雜誌社與印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質分析..	79
4.4.1	不同背景之雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質差異分析	79
4.4.2	不同背景之印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質差異分析	83
4.5	研究假設之驗證	89
第五章 結論與建議		
5.1	結論	91
5.2	建議	96
5.2.1	對雜誌社之建議	96
5.2.2	對印刷廠在印刷品質上之建議	97
5.2.3	對印刷廠在服務品質上之建議	99
5.3	對後續研究者之建議	101

參考文獻.....	103
附錄一 雜誌社問卷.....	109
附錄二 印刷廠問卷.....	113
個人簡歷.....	117

表目錄

表 2.1	Field 所提出之印刷品質八大構面	10
表 2.2	本研究之印刷品質構面	11
表 2.3	服務品質構面彙總表	23
表 2.4	印刷業服務品質構面彙總表	25
表 2.5	2001 年雜誌社依期刊家數統計表	33
表 2.6	2002 年雜誌社依期刊家數統計表	33
表 2.7	輪轉機與張頁機之比較	38
表 3.1	不同背景之雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質假設細項	46
表 3.2	不同背景之印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質假設細項	46
表 4.1	雜誌社樣本結構分佈情況	53
表 4.2	印刷廠樣本結構分佈情況	55
表 4.3	印刷品質因素分析表	58
表 4.4	服務品質因素分析表	60
表 4.5	印刷與服務品質構面之信度分析	62
表 4.6	雜誌社對印刷品質重視度排名	64
表 4.7	雜誌社對服務品質重視度排名	65
表 4.8	雜誌社與印刷廠對印刷品質滿意度及重視度之排名	67

表 4.9	雜誌社與印刷廠對服務品質滿意度及重視度之排名	69
表 4.10	雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質各構面因素之差異分析 ..	70
表 4.11	雜誌社對印刷品質之差異分析	72
表 4.12	雜誌社對服務品質之差異分析	73
表 4.13	雜誌社與印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質重視度構面分析	74
表 4.14	雜誌社與印刷廠對印刷品質重視度變項差異分析	75
表 4.15	雜誌社與印刷廠對服務品質重視度變項差異分析	77
表 4.16	員工人數不同之雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質差異分析	79
表 4.17	年印刷費不同之雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質差異分析	80
表 4.18	資本額不同之雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質差異分析 ..	81
表 4.19	合作家數不同之雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質差異分析	82
表 4.20	合作時間不同之雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質差異分析	83
表 4.21	員工人數不同之印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質差異分析	83
表 4.22	資本額不同之印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質差異分析 ..	84
表 4.23	月營業額不同之印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質差異分析	85
表 4.24	合作家數不同之印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質差異分析	86
表 4.25	合作時間不同之印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質差異分析	86
表 4.26	教育程度不同之印刷廠填答人員對印刷與服務品質差異分析 ..	87

表 4.27	科系不同之印刷廠填答人員對印刷與服務品質差異分析	88
表 4.28	不同背景之雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質差異彙整	88
表 4.29	不同背景之印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質差異彙整	89
表 4.30	研究假設驗證彙總表	89
表 5.1	雜誌社對印刷品質的主要差異	92
表 5.2	雜誌社與印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質重視度差異項目 ...	93
表 5.3	雜誌社與印刷廠對印刷品質重視度與滿意度彙整	94
表 5.4	雜誌社與印刷廠對服務品質重視度與滿意度彙整	95
表 5.5	不同背景之雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質有差異之構面	96
表 5.6	不同背景之印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質有差異之構面	96

圖目錄

圖 1.1	研究步驟.....	4
圖 2.1	訂定服務水準之顧客模式	14
圖 2.2	服務品質模式	15
圖 3.1	研究架構.....	45

第一章 緒論

1.1 研究動機與背景

近年來，商業捲筒輪轉平版印刷機（業界簡稱為輪轉機）的數量日趨增加，使得同業之間的競爭更為激烈，更有業者以價格為其市場競爭策略，但隨著紙張、人工以及其他成本的上漲，促使價格競爭條件愈來愈不可行，因此必須更進一步提高非價格方面的競爭力，亦即提高其印刷品質或是服務的品質，來滿足顧客需求，才是行銷組合的最佳策略。蔡佳陽（1994）提出「印刷業並非完全製造業，因為所有的生產工具（如印刷機、油墨、紙張等）皆非經印刷業者直接產生，而是應用了生產工具加上印刷技術，以滿足客戶對印品的需求；是一種滿足客戶為主要導向的服務業。除此之外現在企業的競爭激烈，客戶對企業的品質要求，除了要求良善外，對企業所提供的資訊、科技的知識、便利性皆是重要特點。此時，就得靠企業經營者發揮高度的智慧，以創新的服務，爭取更多競爭優勢。」

在整體社會日趨富裕之際，產品的購買者對於產品的品質，因不同的需求而有不同，於是生產者為達客戶滿意，故提供不同品質之產品，以符合「品質 = 以最經濟成本達成適合預定的目的」（戴久永，1991）。

印刷品的要求上也產生「品級」的概念，依不同的需求完成不同的印刷品，印刷廠必須透過客戶需求才可能完成『印刷品質分級』的任務。

Dick Gorelick (1993)指出「我們的顧客調查中指出，在印刷上主要使客戶抱怨的問題之一是『忽略了客戶的感覺』。」在目前的印刷業中常忽略了客戶的聲音，而在印刷作業上埋頭苦幹，這樣的作業是否真能達成客戶的需求，令人置疑。(楊慧貞，1994)

另一方面，在全球一般先進國家中，一般的期刊雜誌，可由其印刷品中發現，經乾燥後所衍生的印刷品質特性，幾乎均採捲筒輪轉平版印刷的模式；在國內普遍所進口的期刊雜誌中，採捲筒輪轉平版印刷者約佔百分之九十五以上，由此可看出，捲筒輪轉平版印刷是目前世界上文化圖書出版最主要的印刷方式 (陳昌郎，1999)。

在國內圖書出版事業方面，爭取高時效、高品質的印刷品，由國內以往唯一選擇的張頁式印刷方法，也漸漸地轉向捲筒輪轉平版印刷；而一般文化圖書出版品採用的是半商業捲筒輪轉平版印刷或商業捲筒輪轉平版印刷。由於商業捲筒輪轉平版印刷機之引進，對國內印刷業造成極大衝擊，同時，印刷科技的改進，亦能達到高品質、高時效、低成本的印刷要求。而其主要營運對象為一般文化圖書出版事業，其中又以雜誌出版社為主 (陳昌郎，1999)；因而引發本研究動機。

由於研究者本身曾從事印刷業與出版業，對此兩產業有一定程度的認識與瞭解，並且由實務經驗中，深知印刷業與出版業兩者之間存在著一些無法解決的問題。因此，針對以上印刷與服務品質的論點，以及商業捲筒輪轉平版印刷的概況，再加上研究者本身對產業的瞭解，引發雜誌出版社與印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質滿意度之研究動機。

1.2 研究目的

平版印刷是目前印刷四大版式的主流，由於其可大量複製，適用的範圍廣，在品質與時效上更是有不錯的表現，所以雜誌社願意選擇使用商業捲筒輪轉平版印刷機是無庸置疑的，而輪轉印刷機不斷的創新進步，以目前的市場看來有不錯的評價。因此本研究之目的如下：

1. 瞭解雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質的滿意度為何？
2. 瞭解雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質的差異。
3. 探討雜誌社與印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質重視度的差異。
4. 探討雜誌社與印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質滿意度及重視度的落差。
5. 比較不同背景之雜誌社與印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質滿意度及重視度的差異。

6. 根據以上之探討，提出雜誌社與印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質改進之對策。

1.3 研究流程

本研究之研究流程如下圖 1.1 所示：

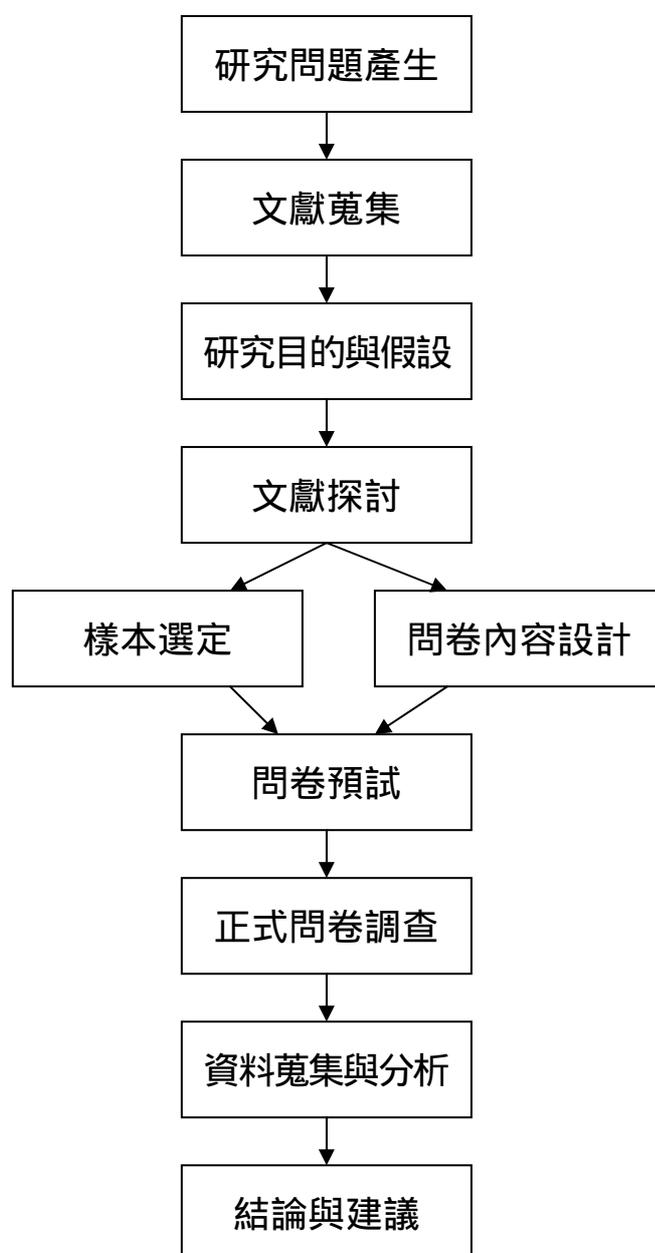


圖 1.1 研究步驟

1.4 研究限制

1. 本研究所指之雜誌社係以台北市雜誌商業同業公會會員中，有使用商業捲筒輪轉平版印刷之雜誌社，其餘非台北市雜誌商業同業公會會員與非使用商業捲筒輪轉平版印刷為印刷方式之雜誌社不在本研究範圍。
2. 本研究所指之印刷廠係以台灣區印刷同業公會會員中，有商業捲筒輪轉平版印刷機之印刷廠，其餘非台灣區印刷同業公會會員與無商業捲筒輪轉平版印刷機之印刷廠，諸如台北市印刷公會，與使用張頁式平版印刷機、報業捲筒輪轉印刷機等印刷廠，則不列入本研究之範圍。
3. 為配合產業工作型態，以及減少漏填與拒答的情況，本研究僅採用封閉式問卷作答。

第二章 文獻探討

本章旨在說明印刷品質、服務品質、滿意度之相關理論知識，以及雜誌出版社與商業捲筒輪轉平版印刷的現況。

2.1 印刷品質相關知識與理論

2.1.1 印刷品品質定義

品質可定義為「滿足顧客需求」(meeting customer's requirement) 和合乎規格 (conformance to specifications)。ISO 8402 對品質的定義是「產品或服務的總合性特徵與特性，這種總合性特徵與特性使得產品或服務，具有滿足顧客明訂的潛在的需求的能力」。就印刷品的品質而言，品質可視為印刷產品外觀與其屬性接近顧客希望結果的程度，取決於印刷過程及其所使用的材料等。綜合上述，品質可說是一切以顧客需求為依歸，而「顧客需求」則很抽象且很難加以認定。因此，品質的定義可以下列公式來表示：

$$Q = P / E$$

Q：產品品質 (Quality)

P：產品功能 (Performance)

E：顧客的期望 (Expectation)

從上面公式可看出，當 $Q > 1$ 時，表示提供的產品功能超過客戶的期望與需求；若 $Q = 1$ 時，表示產品的品質正好符合客戶的需求；若 $Q < 1$

時，表示產品的品質無法滿足客戶的需求，若製造商不尋求改進，將無法在這個競爭激烈的時代生存下來。(周文明，2002)

戴久永(1991)則認為可將品質界定為五種不同的途徑，並摘自若干不同的書籍，製作成表示品質的五種定義，以下為這五種品質定義的代表性例子：

1.形而上的定義

(1)品質既非意志也非實體，而是與兩者無關的第三個體，雖然品質無法界定，但是你知道它是什麼。

(2)一種卓越的情形，隱含著好的品質與差的品質有別，品質可以達到最高的標準而以草率或欺詐來滿足。

2.產品導向定義

(1)品質的差異就是在產品某些所欲的原料或特質數量上的差異。

(2)品質是每一單位的計價特質中的非價格特性。

3.使用者導向定義

(1)品質包含了滿足需要的能力。

(2)品質是某一特定產品滿足某一特定顧客需要的程度。

(3)品質是一產品的任一方面，其中包含了列於銷售契約中的服務足以影響顧客的需求曲線。

(4)產品品質包括一個樣品(產品-品牌-模型-銷售員組合),擁有你想要的服務特性的程度。

(5)產品品質是在市場需求分析中,能夠配合顧客偏好程度。

4.製造導向定義

(1)品質就是符合要求。

(2)品質是特定產品符合設計或規格的程度。

5.價值導向定義

(1)品質是在可接受價格內卓越的程度以及在可接受的成本下對於變異的控制程度。

(2)品質就是對某些顧客條件為最佳,這些條件即為實際上的使用與產品的售價。

而李興才與羅福林(1997)則認為印刷品質可分為要求品質、計畫品質、設計品質、製造品質和檢驗品質,其對印刷品質的詳細定義如下所示:

印刷品質=(產製品質/規格-缺失)×人際品質×效率環境

(1)產製品質=印前品質+印刷品質+印後品質+設備品質+物料品質

印前品質=原稿品質+分色品質+製版品質

印刷品質=對規品質+色調品質+彩色品質

印後品質=裁切品質+摺釘品質

設備品質=機具品質+維護品質

物料品質=底片品質+版材品質+紙張品質+油墨品質+其他用料品質

(2) 缺失=漏字+錯字+墨污+傷紙+重影+倒頁+錯頁+脫頁+其他

(3) 人際品質=才能+主動+工作品質

才能=專業知識 × 技術

主動=心態 × 職責

工作品質=完善+效率

(4) 環境效率=組織環境+工作環境+人事環境+設備環境+待遇環境+福利環境+交通環境

綜合上述定義，本研究之印刷品質定義是採取顧客導向定義，並擷取李興才、羅福林之定義如下：「印刷品質即為產製品質，它是滿足某一特定顧客需要的程度」。因此，印刷品質管理中的「品質」，並不一定具有所謂「最好」的絕對定義，它只是在顧客要求條件下的最好。

2.1.2 印刷品質構面

品質的構面可說是用來評估客戶需求與滿意度的指標，哈佛大學教授 David A . Garvin (1984) 具體的將品質分成八大構面，其後才有學者

加以修訂或提出自己的品質構面，在不同的印刷區隔市場中，因其特性不同，對不同的品質構面要求程度也有所不同，自然其所採取的品質管理策略也會有所不同。Field（1999）將印刷品質分為產品層面與心理層面兩大類，產品層面係指產品外顯的品質屬性，比較是站在一個生產製造的角度來看印刷品的品質，其內容整理如表 2.1 所示

表 2.1 Field 所提出之印刷品質八大構面

印刷品質構面	內容
1.與所訂規格的相合程度	印成品誤差之間的寬容範圍。以視覺對印成品作全面性整體評估，並非僅針對某依色塊顏色是否在容許誤差範圍內加以判定而已。
2.製作的完美度	與使用原物料的種類及印刷方式息息相關。取決於客戶主觀的評估、印刷品類型、特質與印刷方式本身的製程能力等。
3.美感	指的是美麗（beauty）、合乎比例（proportion）、平衡（balance）等，通常與原稿的創意與製作有直接的關係。
4.永久性	意指印成品之影像色彩的耐久性；取決於印成品之印墨與被印材受到環境因素的不良影響程度。
5.交期時間長短	報業印刷及短版的依需印刷（On-demand printing）對交期都是極度嚴格要求，相對於其他包裝印刷，此品質構面益形重要。
6.修改方便性	指的是正式印刷前，若需要更改其程序及時間的複雜程度。此構面取決於正式印刷前的總製作時間。
7.額外的服務	附加價值的具體呈現，必須是客戶所看重和欣然接受的。長期來看，能促進與客戶之間的溝通與互動。
8.創意者與生產者的溝通介面	顧客與生產者為達成顧客對印刷品的訴求，彼此間所進行意見傳達的有效性與方便性。

資料來源：Gary G. Field.(1988), Color and Its Reproduction, U.S.A, Graphic Arts Technical Foundation, pp.114-115.

品質的構面可用以評估顧客需求與滿意度的指標，上述 Field 的品質構面包含了有形的印刷品質與無形的服務品質，而本研究的印刷品質控制則是擷取有形的印刷品質重新分類，以材料、印刷色彩、裝訂與加工這四大方向來研究。

表 2.2 本研究之印刷品質構面

構面	內容
1.材料	包含紙張適性、油墨適性與機器設備等
2.印刷色彩	印刷作業過程中印刷品的檢查。
3.裝訂	於裝訂廠生產過程中所出現的問題，如溢膠或生鏽。
4.加工	泛指印刷過程前後，對印刷品額外加工的部份；如收縮膜、騎縫線等

2.1.3 印刷品質之相關研究

目前與印刷品質相關之研究有限，其中與平版印刷相關尤少，列出如下：

黃麗秋（1995）為了改善目前之印刷品質管理制度，建立一套平版印刷業全面品質管理系統雛型以使品質更能獲得保證。研究結果發現：

1. 平版印刷業在品質規劃部份，多數業者正朝向 TQM 之要求來努力。
2. 目前平版印刷業在品質實施部份，有非常多的業者並沒有建立任何符合 TQM 要求的標準或系統。
3. 目前平版印刷業在品質改善規劃之績效評估與稽核部份，皆針對印刷生產流程做品管，並未擴大其稽核範圍至高階管理之工作範圍。

4. 目前平版印刷業似乎只有品質規劃部份比較符合 TQM 之要求。
5. TQM 之推行，可替公司節省不少成本以及在無形中提高員工的工作士氣與工作效率。

楊慧貞（1993）為減少印刷廠和出版社對於黑白印刷書籍品質要求的糾紛，制定一套印刷成品品質分級模式，在客戶交付印件予印刷廠時即說明印製之品質水準，在印品完成之後按要求之品質等級檢驗。研究結果發現：

1. 出版社和印刷廠對缺點在意程度有顯著差異。而對缺點發生頻率的高低看法則較一致。
2. 出版社和印刷廠對印刷品品質分級檢驗方式之認知有顯著差異。出版社對於印刷品品質分級檢驗方式表示認同，而印刷廠則認為這樣的方式會帶來困擾，且發生更多的糾紛。

2.2 服務品質相關理論

2.2.1 服務品質的定義

關於「服務品質」的定義，有許多學者提出不同的看法，歸納整理如下：

1. Levitt（1972）認為，服務品質係指服務結果能符合所設定的標準。

2. Sasser (1978) 指出服務品質不僅包含最後的結果，還包括提供服務的方式，且由於服務業產出的無形性、不可儲存、顧客參與服務過程程度高低特性，會影響服務產出的品質。
3. Churchill & Suprenant (1982) 認為服務品質為消費者對於服務的滿意程度，決定於實際的服務與原來期望之差異。
4. Gronross (1983) 認為服務品質是由消費者事前期望的服務與接受服務後的知覺間之比較而得。
5. Lewis & Booms (1983) 認為服務品質決定於所提供的服務是否滿足消費者期望的服務。
6. Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985) 認為「服務品質乃源自於消費者對於期望服務與認知服務之比較而得」。
7. Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988) 指出服務品質近似於態度 (attitude)，是消費者對於事物所作之整體性評估。

印刷業屬於資訊加工的服務性生產業，兼具產品製造的品質與服務性品質的特性，對於品質好壞的認定，是以顧客為認定標準，來滿足顧客需求。(林哲民，1995)

因此，本研究對於服務品質的定義是綜合 Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985、1988) 所提出的定義為依據，套用於本研究中；雜誌出

版社對於商業捲筒輪轉平版印刷在接洽過程中所有相關的業務活動，對於期望與認知之比較與整體性之評估。

2.2.2 服務品質的模式

1. Sasser 等人（1978）以顧客觀點，建立一個衡量服務水準的顧客模式（圖 2.2）。此模式是以顧客的需求作為出發點，找出顧客引申的欲求（如安全性、一致性、態度、即用性、時效性等），管理者再根據顧客的這些欲求，來決定各屬性的服務水準。

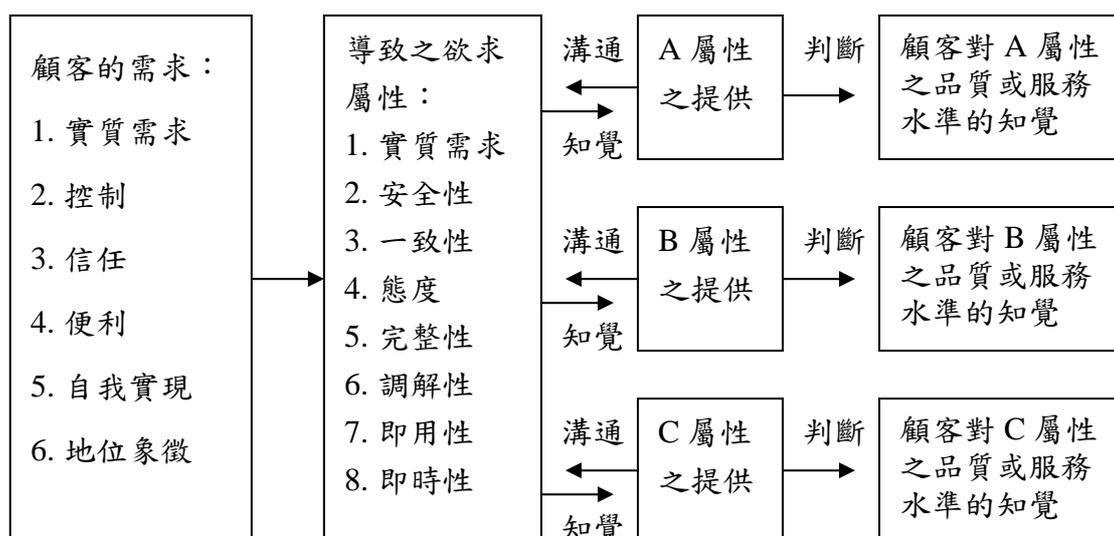


圖 2.1 訂定服務水準之顧客模式

資料來源：Sasser, Olsen, Wyckoff（1978），Management of service operations, Allyn and Bacon Inc., p.178。

2. 有關服務品質模式的研究中，以 Parasuraman, Zeithaml & Berry（1985）所提出之服務品質模式最具代表性（PZB 模式）。他們利用深度訪談方法訪問銀行業、信用卡公司、證券經紀商和產品維修等四個行業的管

理人員，另一方面對顧客進行實地訪問，研究結果發現：服務品質在管理者的認知及服務傳送给顧客的任務中，存在著差異與缺口；亦即顧客認知的服務與期望服務之間有差距存在，而這些缺口便可能成為企業提供高品質服務給顧客的障礙，於是發展出如圖 2.3 所示的模式。

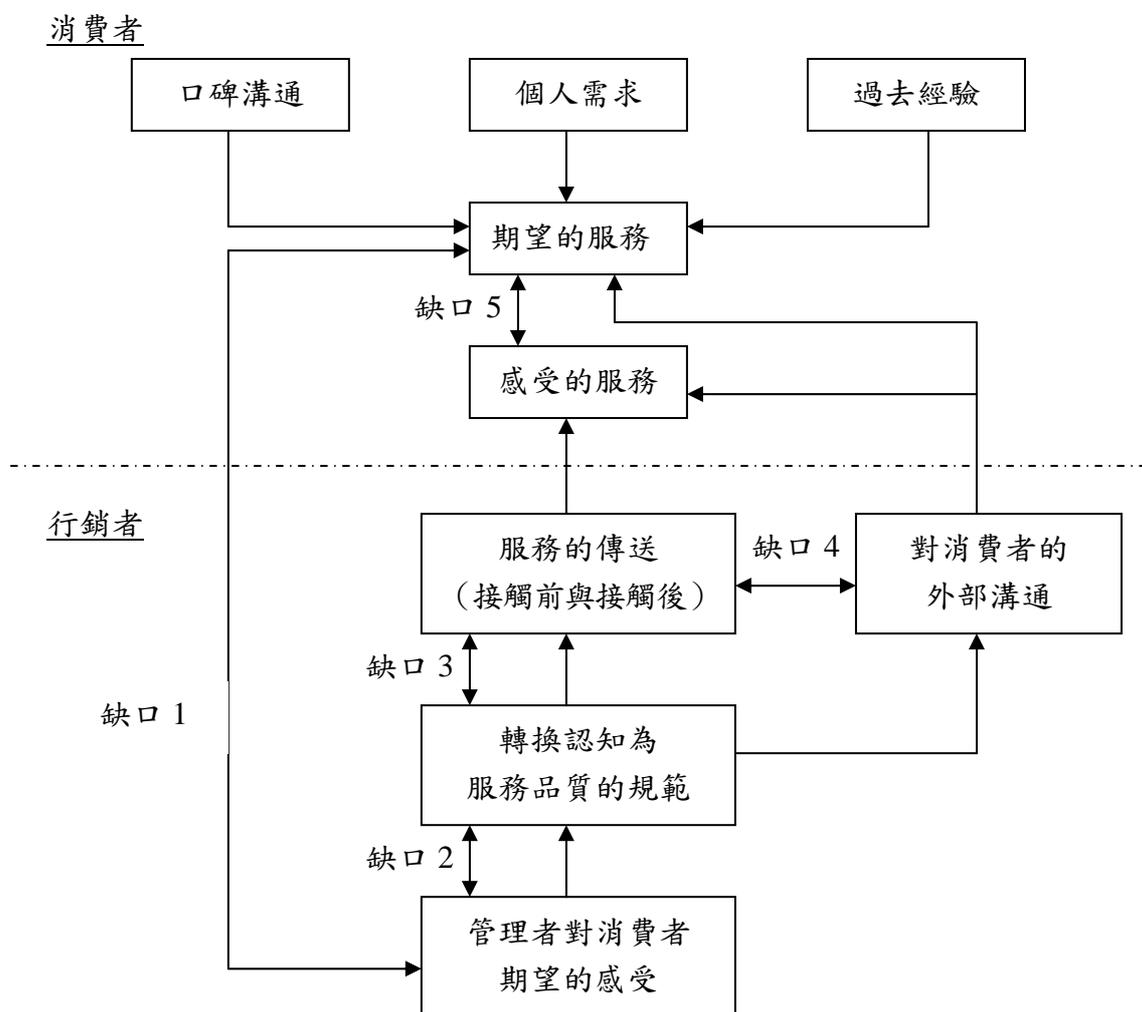


圖 2.2 服務品質模式

資料來源：Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985), A Conceptual Model of Service Quality and Its implication for Future Research, Journal of Marketing, Vol.49, p.48.

缺口一：消費者的預期與管理者所知覺的消費者期望之間的缺口 (Consumer Expectation – Management Perception Gap)。此缺口肇因於管理者並不完全瞭解顧客對服務的期望，由於缺乏對消費者真正需求的價值，而影響了服務的品質。

缺口二：管理者所知覺之消費者期望，與公司實際提供的服務品質所造成的缺口 (Management Perception – Service Quality Specification Gap)。由於資源的限制、市場狀況的不確定，使管理者缺乏提高服務品質水準的管理承諾，而影響了服務品質。

缺口三：服務品質規格與服務傳遞的缺口 (Service Quality Specification – Service Delivery Gap)。由於業者無法提供標準化形式的服務，而影響顧客對服務品質水準的認知。

缺口四：實際服務傳送與服務的外在溝通之間的缺口，將影響顧客認定的服務品質 (Service Delivery – External Communications Gap)。由於廣告媒體，以及其他外部的溝通，影響了顧客對品質期望與知覺。

缺口五：消費者期望服務與所知覺服務的缺口 (Expected Perceived Service Gap)。服務品質的高低決定於顧客知覺水準與預期水準的差距。

因此，如果

(1)期望的服務 (ES) > 知覺的的服務 (PS)，則消費者覺得服務

品質不高，不滿意。

(2)期望的服務 (ES) = 知覺的服務 (PS)，則消費者覺得服務

品質尚可，滿意。

(3)期望的服務 (ES) < 知覺的服務 (PS)，則消費者覺得服務

品質很高，很滿意。

根據此一模式，無論任何一種形式的服務業，要完全正確地滿足顧客的需求，必須突破五個品質的缺口，其中前四個缺口是來自行銷者；第五個缺口則來自於消費者，而服務品質會受服務設計、行銷和傳遞的影響，因此，缺口一至缺口四均會影響缺口五，亦即：缺口五可視為其他四項缺口的函數，即 $Gap5 = f (Gap1, Gap2, Gap3, Gap4)$ 。

由此模式中可以得知(1)口碑；(2)個人需求；(3)過去經驗；(4)外部溝通會影響到顧客對服務品質的期望。

由於印刷業相對於雜誌出版社來說是屬於服務業，因此亦可套用此一模式來瞭解印刷與服務品質的滿意度。

2.2.3 服務品質的衡量

服務品質乃源自於消費者對於服務期望與服務認知之比較而得，不像產品品質可藉由一些指標客觀地衡量，例如耐用性、損壞率.....等，它是一種高度抽象與模糊的概念，主要在於其三個特性：無形性、異質性

與不可分割性 (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985)。在缺乏客觀性的衡量之下，最適當的方法即是衡量顧客對品質的認知。

1. Sasser、Olsen 與 Wyckoff 提出衡量服務品質應包括下列七個因素：

(Sasser, 1978)

(1)安全性 (Security)：顧客對服務系統可信賴的程度。

(2)一致性 (Consistency)：服務應是齊一、標準化的，不會因服務人員、地點或時間不同而有所差異。

(3)態度 (Attitude)：服務人員的態度親切有禮。

(4)完整性 (Completeness)：服務設備的周全。

(5)調節性 (Condition)：根據不同顧客的需求而適當調整服務。

(6)即用性 (Availability)：交通方便。

(7)即時性 (Timing)：在顧客期望的時間內完成服務。

2. Parasuraman, Zeithaml & Berry 認為衡量服務品質應包含十個因素

(Berry, 1985)：

(1)可靠性 (Reliability)：包括績效 (Performance) 和依賴度 (Dependability)，指業者提供服務的一致性，亦即指公司執行服務第一次就能夠提供適當的服務；表示公司尊重其承諾。

(2)反應力 (Responsiveness)：包括員工對提供服務的意願或敏捷 (Readiness)。

(3)勝任力 (Competence)：具有執行服務所需技能和知識。

(4)接近性 (Access)：易於聯繫。

(5)禮貌 (Courtesy)：接待人員有禮、尊重、體貼和友善。

(6)溝通 (Communication)：以顧客聽的懂的話與他交談，以及願意傾聽顧客的話。

(7)信用 (Credibility)：指信賴感 (Trustworthiness)、可信度 (Believability) 及誠實性 (Honesty)。

(8)安全 (Security)：免於風險、危險和懷疑的自由。

(9)實體性 (Tangibility)：包括服務的實體證據，如提供服務的工具及設備等等。

(10)瞭解 (Understanding)、熟知 (Knowing)：全心致力於瞭解顧客的需求。

3. Richard G. Kemmer 認為服務包括三個要素：(Kemmer , 1990)

(1)專業知識。

(2)人際關係，包括有反應力、禮貌、易接近。

(3)瞭解顧客需求。

4. Sloan Management Review 調查發現，顧客乃是根據五個層面評估服務提供者的品質。(李田樹，1991)

- (1)可靠性：可靠及準確地提供所允諾服務能力。
- (2)有形資產：場所、設備、服務人員的外觀，以及溝通器材。
- (3)反應能力：幫助顧客及提供快速服務的意願。
- (4)保障性：服務人員專業知識豐富、殷勤有禮、讓顧客感到信賴。
- (5)關懷：注重及關心個別顧客的態度。

5. 林谷燁對評估服務品質時，指出有四個主要因素：(林谷燁，1994)

- (1)產品的內涵及特色：
 - (a)產品的系統功能。
 - (b)產品的硬體構成功能。
 - (c)配合產品的軟體功能。
 - (d)產品的未來擴張性。
 - (e)產品使用的簡易性。
 - (f)產品功能說明清晰性。
 - (g)產品的附屬品。
- (2)員工服務行為與態度：
 - (a)業務人員拜訪顧客的熱誠。

(b)產品使用建議，促銷活動。

(c)從訂購到生產、出貨的時間。

(d)客訴處理及抱怨處理。

(e)熱誠招呼，以及誠懇的待客之道，諸如具備認真、謙虛、熱誠、服務等。

(f)有效的電話回答。

(g)以顧客立場設身處地的處理事物。

(3)營業據點之制度及服務方式：

(a)營業據點的適中位置及方便性。

(b)服務據點的方便性。

(c)物流或交貨據點的易接近性。

(d)交貨手續簡便快速。

(e)準時且正確的交貨制度。

(4)價格：

努力提供比“顧客所認定的價格”還要低的價格，價格包括產品的出售價格之外，還包括維修服務價格及零件消耗品價格，甚至還要考慮到顧客使用該產品時所支付的生涯價格。

2.2.4 服務品質的構面

在 1988 年 PZB 三位學者進一步進行實驗研究，將原先的十個服務品質衡量構面精簡為五個構面，這五個構面包括：

1. 有形性 (Tangible)：包括實體設施、員工儀表、提供服務的工具與設備，以及提供服務的場所設備及人員。
2. 信賴性 (Reliability)：乃指可靠地與正確地執行已承諾的服務之能力。
3. 反應性 (Responsiveness)：協助顧客與提供立即服務之意願。
4. 確實性 (Assurance)：乃指員工的知識、禮貌，以及傳達信念與信心的能力。
5. 關懷性 (Empathy)：提供消費者特別的注意與關心。

許多學者對服務品質的構面提出不同的分類方法，針對印刷業而言，也有研究者提出一套服務品質構面。以下茲就服務品質構面之相關文獻彙整如表 2.3 與 2.4。

表 2.3 服務品質構面彙總表

學者	構面	定義
Dr. Juran (1974)	1.內部品質	使用者看不到的品質
	2.硬體品質	使用的看的見的品質
	3.軟體品質	使用者看的見的軟體品質
	4.即時反應	服務時間與迅速性
	5.心理品質	有禮貌的應對，款待親切
Sasser, Olsen & Wyckoff (1978)	1.安全性	顧客對整個服務系統的信任程度
	2.一致性	服務應具備一致性及標準化的特性，不會因服務人員、地點或服務時間之不同而有所差異
	3.態度	服務人員的態度親切有禮貌
	4.完整性	與服務相關軟硬體設備的周全性
	5.調節性	能根據不同的顧客需求來調整服務，以滿足個別需求
	6.即用性	交通方便與迅速程度
	7.即時性	在顧客期望的時間內完成服務
Lentiner & Jarno (1982)	1.實體品質	包括設備及建築物
	2.企業品質	如企業形象或輪廓
	3.互動品質	導源於服務人員與顧客之互動關係或顧客與顧客間之互動關係
Lentiner (1983)	1.過程品質	服務進行過程中，顧客對於服務水準的評斷
	2.結果品質	服務完成後，顧客對於服務品質的評斷
Gronroos (1983)	1.技術品質	實際傳送的服務品質
	2.功能品質	服務傳遞的方式
	3.公司形象	顧客對公司或其形象的評價
Charles Zimmerman (1985)	1.合用性	符合顧客需求
	2.重複製造的能力	提供之服務能保持一定的水準
	3.即時性	盡快完成服務也是一種服務品質
	4.最終使用者的滿意	業者應當讓顧客覺得他得到的服務所付出的代價是值得的
	5.符合既定的規格	業者應有能力維持先前設定的服務標準

表 2.3 服務品質構面彙總表 (續)

學者	構面	定義
Armistead (1985)	1.組織	公司所提供的服務範圍、公司的形象、商店的位置
	2.人員	服務人員的儀容、親切的服務態度、有禮貌的應對
	3.過程	對顧客熱切的接待、服務迅速、服務時能為顧客著想
	4.設備	為了提供服務所配置的設施
	5.商品	為滿足顧客需求所提供的有形商品
Haywood & Farmer (1988)	1.實體設備、過程與程序	<ul style="list-style-type: none"> • 地點、佈置 • 大小、裝潢 • 設備的可靠性 • 過程的彈性 • 提供服務的範圍 • 溝通 (書寫或其他) • 流程、容量均衡、流量控制
	2.服務人員的行為因素與愉悅性	<ul style="list-style-type: none"> • 適時、速度 • 溝通 (口語或非口語) • 溫馨、友善、機智 • 態度、衣著、整齊 • 禮節、殷勤、事前處理 • 處理抱怨、解決問題
	3.專業性判斷	<ul style="list-style-type: none"> • 診斷 • 警告、輔導、改革 • 知識、技能 • 誠實、信任 • 彈性、辨別力
	3.反應力	幫助顧客及提供即時服務的意願
	4.保證性	員工的知識、禮貌及令人信任及相信的能力
	5.同理心	關懷及提供顧客個別的注意
Dabholkar, Thorpe & Rentz (1996)	1.實體觀點	實體設施的外觀及方便性
	2.可靠性	承諾及正確的做法
	3.人員互動	精神上的信任及周到的協助
	4.問題解決	面對問題的處理能力

資料來源：許雯雯 (2000)，印刷連鎖店顧客滿意度之研究，私立中國文化大學印刷傳播研究所碩士論文，p.25-27。

表 2.4 印刷業服務品質構面彙總表

研究者	構面	定義
林哲民 (1995)	1.專業面	專業技術、知識、產能
	2.關懷面	明瞭顧客需求，包括熟知顧客的具體需求、提供個別的注意
	3.信賴面	可靠、精確的允若提供服務的能力
	4.環境面	內部環境或外部地點
許雯雯 (2000)	1.專業面	印刷之專業能力
	2.回應面	回應顧客需求
	3.服務面	服務顧客
	4.儀表態度面	人員之儀表態度
	5.招牌廣告面	外觀及附屬物
	6.設備面	體貼顧客
	7.確實面	交易內容之精確性
劉世凡 (2004)	1.企業形象面	聲望、形象、評價
	2.專業處理面	專業程度與知識
	3.適切合理面	人員的服務
	4.企業信賴面	顧客對企業的信賴
	5.產品品質面	產品印製的流程控管
	6.產能機動面	顧客對印刷廠的產能條件要求
	7.環境面	內部環境與地理環境，以及產業市場環境的資訊等
	8.態度親切面	親切的態度及服務熱忱

2.3 滿意度相關理論

滿意度 (satisfaction) 是一種態度，一種感覺，一個抽象且模糊的名詞，也是人格特質之一 (陳裕宏，2001)。

2.3.1 滿意的意義

有關「滿意」一詞在各版本辭典的解釋如下：

1. 辭海：合意、快意。
2. 新編辭海：滿意猶言專意、無他念也或如期所願也。
3. 大辭典：在進行一項活動後，所帶來的愉快感受。
4. 小學生活用辭典：符合自己的心意。
5. 標準國語辭典：合於期望、沒有缺憾。
6. 張氏心理學辭典：

(1)個體動機（生理或心理）促動下的行為，在達到所追求目標時產生的一種內在狀態。

(2)指個體慾望實現時的一種心理感受。

7. 韋氏辭典（Webster's Unabridged Dictionary, 1997）

(1)感到滿足的行為。

(2)對程度、內涵或狀態感到滿足。

(3)在動機或方法上，令人滿足的狀態。

而學者對於「滿意」一詞的看法如下：

Getzels（1968）等人認為滿意（satisfaction）是一種存在於個人與組織期望兩者間一致性的函數。當個人需要與組織期望相一致時，滿意將達到最極點；但當個人需要與組織期望不一致時，滿意程度將自動降低。而組織期望與個人需要傾向，是受文化價值影響，不同文化將導致

不同程度的滿意感覺。

Price (1972) 認為滿意是一個社會組織成員對其組織團體所產生之一種積極情意導向 (a positive affective orientation) 的程度。亦即，組織成員具有積極情意導向時，則為「滿意」；若具有消極情意導向時，則為「不滿意」。

Martin (1986) 指出，滿意是指個人在獲得經驗之期望，以及他所感受到該經驗的實際結果之間的一致性，當所感受到的等於或超出所期望的，便覺得滿意；反之，則不滿意。

由以上辭典的解釋以及學者的看法可以得知，滿意應含有兩種意義：

1. 滿意是一種感覺或態度，是雜誌出版業對商業捲筒輪轉平版印刷的感覺或態度，高興的感覺或積極的態度是「滿意」，反之則為不滿意；所以，滿意與喜歡的意義相近。
2. 滿意是指願望或需求的達成，每個人都有不同的需要或願望，假使個人達成這種需要或願望，個人則感到滿意，否則會感到不滿意。

2.3.2 滿意度理論

關於滿意度的研究理論眾多，茲就滿意度相關理論說明如下：

1. 期望不確定理論 (Expectancy Disconfirmation Theory)

滿意度與期望不配合的大小、方向有關，而不配合與個人最初期望

有關，理論內容如下：

- (1)當產品績效與期望一致，即產生配合。
- (2)當產品績效比期望差，則產生負面不配合。
- (3)當產品績效比期望好，則產生正面不配合。

Oliver (1980) 則有不同觀點，他指出期望與不配合無關，甚至不配合的效果大於期望，因此滿意度應為上一次的期望與現在的不配合函數。至於期望與績效之差距，乃是消費者根據某些比較標準來進行評估，然學者論點不一。

2. 公平理論 (Equality Theory)

此理論是比較投入／收穫 (Input/Output) 之比例是否公平為基礎。對消費者而言，當其投入／收穫之比例相對低於 (或等於) 對手時，則消費者滿意則產生，若是投入／收穫之比例相對於對手不斷降低，則滿意不斷的增加。

3. 比較水準理論 (Comparison Level Theory)

Latour (1979) 認為消費者滿意是產品客觀屬性的表現與消費者比較水準的函數，而此比較水準是由下列三項產生的：

- (1)消費者對於類似產品作類似用途時所產生的經驗。
- (2)他人口碑的宣傳。

(3)由廠商發出的訊息（廣告）而產生的期望。

4. 調適理論（Adaptation Theory）

Helson（1964）認為產品績效高於調適水準，將產生正面評價；若低於調適水準，就產生負面評價。這是因為期望水準提供與判斷的基準無法配合；期望越高，心中滿意判斷的標準就越高。此種無法配合的效果多來自情感經驗，正面不配合會增加滿意判斷，然而負面不配合卻會降低滿意度。

5. 歸因理論（Attribution Theory）

Bitner（1990）認為歸因是對於自身行為、他人行為、或所觀察到的事件原因的認知。如果將行為發生的原因歸因於行為者本身，則稱為內在歸因或是個人歸因，反之，若將行為的原因歸咎於外在環境，則稱為外在歸因或情境歸因，以推論發生不同消費結果的原因。

6. 滿意理論（Satisfaction Theory）

Latour & Peat（1976）引用比較水準理論發展出滿意理論，認為消費者能確認隱藏的產品屬性，並形成對每一屬性的期望，所有滿意水準都是屬性的附加本質。這些比較結果可能是正面（績效超過期望），也可能是負面（績效低於期望），消費者對每一屬性均具有重要性權重，而這些判斷將形成態度。

7. 對比理論 (Contrast Theory)

當消費者對產品的期望與產品的績效產生時，消費者會調整他對產品的知覺來誇大差距。

8. 類化理論 (Assimilation Theory)

當消費者對產品的期望與績效產生差距時，會發生認知失調現象，於是消費者會調整他對產品的知覺，以縮減差距來消除心理失調狀態。

9. 類化對比理論 (Assimilation Contrast Theory)

結合類化與對比理論，當消費者對產品的期望與績效產生時，消費者心裡存在接受區域或拒絕區域。如果差距落在接受區域，消費者會去縮減差距；如果差距落在拒絕區域，消費者會去誇大差距。

10. 一般否定理論 (Generalized Negativity Theory)

當消費者對產品的期望與績效產生差距時，不論差距的大小、正負，消費者對該產品會一律採取否定態度，並調降他對產品績效的知覺。

11. 失調理論 (Dissonance Theory)

當消費者對產品有高度期望與低的績效時，即產生失調感，此時消費者心中會提高對該產品的評價，來降低失調感。Kotler (1988) 認為未獲滿意的消費者在心中會產生一種驅力，來降低失調感。

由以上的文獻可之，由於各學者研究的角度不同、重點不同，因而

對滿意度的看法及定義亦不盡相同。而本研究主要在於探討期望與知覺的落差，因而採用期望不確定理論套用於本研究中。

2.3.3 滿意度衡量

研究者一般常使用三種方法來測量滿意度，即

1. 調查法：利用訪談或問卷方式，依據理論或實證方法把滿意度分為若干層面，分別蒐集資料來分析受試者的滿意度。
2. 直接觀察法：由觀察者從正面觀察被觀察者的語言、臉部表情、肢體語言、情緒表現、外在行為等，或從側面打聽被觀察者的言行表現等訊息，以便得知受試者的滿意度。
3. 主觀測量法：利用圖形或圖片作為媒介，由施測者來觀察受試者的反應，以判斷其滿意程度。

本研究即是使用問卷調查的方式來蒐集填答者的滿意分數，藉以瞭解雜誌出版社與印刷廠對印刷與服務品質的滿意度。

在滿意程度的衡量方式上，有多種不同尺度來衡量滿意度，以下為各尺度的基本介紹：

1. 簡單滿意尺度（Simple Satisfaction Scale）：

從「完全滿意」、「非常滿意」、到「很少滿意」、「沒有滿意」（Not Satisfied）等分為三至七個尺度不等。此一尺度隱含了一個假設：很

少滿意發生或沒有滿意發生即代表了不滿意。

2. 混合尺度 (Mixed Scale) :

從「非常滿意」、「滿意」、「不滿意」、「非常不滿意」等分為三至七個尺度不等。此一尺度隱含的觀念是：滿意和不滿意是一連續帶上的兩端。

3. 期望尺度 (Expectation Scale) :

衡量產品的績效是比顧客的預期好或壞，此種衡量尺度隱含的觀念是：若產品的績效比顧客的預期要好，則顧客會感到滿意；反之若產品的績效比顧客的預期要差，則顧客會感到不滿意。

4. 態度尺度 (Attitude Scale) :

衡量顧客對於產品的態度、信仰，例如從「非常喜歡」、「喜歡」到「不喜歡」、「非常不喜歡」等分為三至七個尺度，顧客愈喜歡某一產品，則代表他對此產品的滿意程度愈高。

5. 情感尺度 (Affect Scale) :

衡量顧客對於產品的情感面反應，正面的情感反應象徵顧客對產品的滿意，而負面的情感反應就象徵顧客對產品的不滿意。

本研究之滿意和不滿意是屬於一連續帶上的兩端，因此採用混合尺度，從「非常滿意」到「非常不滿意」等分為五個尺度。

2.4 雜誌出版社之現況

2.4.1 雜誌社家數

商業周刊俞國定先生描述，廿年前，出版圈子流行一句話：要害一個人就叫他去辦雜誌。這句話到了今天，仍會讓人憶起出版媒體尚未成熟的時代。當時僅數人窩在公寓裡，從寫稿、美編、編輯全數一手包辦，雜誌被戲稱為「家庭手工業」；雜誌是富裕社會下的產物，台灣創造了經濟奇蹟，也給雜誌帶來生機，雜誌從家庭手工業搖身一變，成為年產值三百五十億的熱門產業。

依據 2002 年中華民國雜誌出版業總名錄統計，扣除停刊、重複登記、遷移不明等情況，共有 4,982 家雜誌社。表 2.5 與表 2.6 為 2001 年與 2002 年雜誌社依期刊家數的統計，可以看出主要都是以發行月刊與季刊為多數，再次之則是發行雙月刊的雜誌社。

表 2.5 2001 年雜誌社依期刊家數統計表

刊期 \ 家數	2001 年家數	百分比
週刊	302	4.6%
旬刊	25	0.4%
雙週刊	84	1.3%
半月刊	108	1.6%
月刊	2,704	41.2%
雙月刊	1,100	16.6%
季刊	2,265	34.1%
其他	14	0.2%
合計	6,641	100.0%

表 2.6 2002 年雜誌社依期刊家數統計表

刊期 \ 家數	2002 年家數	百分比
週刊	218	4.4%
旬刊	17	0.3%
雙週刊	77	1.5%
半月刊	67	1.3%
月刊	2,055	41.2%
雙月刊	818	16.4%
季刊	1,709	34.3%
其他	21	0.4%
合計	4,982	100.0%

台灣有四千多家雜誌社出版共五千種以上的刊物，家數和本數都很多，如果將三百五十億分給目前大書店裡買得到的五百種比較活躍的雜誌，平均一本雜誌一年只有七千萬台幣的收入，根據八十九年家庭收支調查報告，台灣人平均每年每個家庭花在書報雜誌文具的金額只有 5,421 元，還不到日本人的五分之一。

2.4.2 雜誌整體銷售狀況

2002 年金石堂「出版情報」分析，2001 年雜誌出版業的銷售狀況，整體持平，沒有持續過去幾年成長的佳績，其中財經、休閒娛樂和科技雜誌銷售狀況遲緩：在話題雜誌《壹周刊》加入後，新聞類雜誌則有上升，語言類雜誌表現也在水準之上，總體來說女性時尚雜誌表現最為亮眼，有 20% 成長的超優表現，不過其他類別的雜誌業績則表現不佳。新雜誌的出現，向來有刺激銷售的力量，在 2001 年卻因為創刊雜誌減少，大大消滅新雜誌能激發業績戰力。

2.4.3 雜誌出現結構性變化

八〇年代末期到現在，台灣雜誌出現重大結構性變化，包括：

1.分眾化趨勢：以往的雜誌，不但量少、類型也少。但現在的雜誌類型卻包羅萬象，從新聞、電腦、流行、運動、....，到另類的同志雜誌等，應有盡有。

雜誌本來就屬於小眾媒體，在分眾化的趨勢形成後，台灣的雜誌屬性，已經被重新定位為「分眾化的小眾媒體」，過去那種「綜合性的小眾媒體」屬性，雖然尚未完全消失，但卻早已不再是市場的主流趨勢。

2.行銷掛帥的趨勢：以前辦雜誌是編者導向、產品導向，但現在卻是讀者導向、行銷導向。

在目前的雜誌市場上，所謂競爭力的定義，已不是指雜誌內容的好壞，而是指行銷策略的成敗。一本雜誌內容即使再怎麼紮實、文章寫的再怎麼好，但如果經營者不懂行銷，再好的雜誌也乏人問津。

3. 國際化趨勢：市場愈來愈開放，國際媒體集團的資金與技術，不斷湧進，市場競爭激化；業者的視野愈來愈廣闊，除力求在國內市場占有領導地位與占有率外，也積極向海外發展，以創意與自製能力，拓展新的市場，提昇企業的體質形象。

市場的國際化，不但未使本土雜誌產業邊緣化，反而使其經營體質更健康，競爭基礎更穩固；國際化程度愈深，產業的實力卻愈堅強。面對WTO的入會，雜誌業者毫無懼意，其原因即基於此。我國的市場有限，向海外尤其是大陸市場發展，已成為共識。因開放競爭而累積的經驗與技術，使臺灣的雜誌業更有信心面對挑戰。

2.4.4 雜誌集團形成

市場激烈競爭，使得資金的需求更為殷切，資金是否足夠，成為雜誌能否生存的重要指標。而基於成本的控制，也是獲利的重要因素，集團化的發展趨勢，便更為明確。一方面，資金的集結，需要更多的出版計畫來支應；另一方面，產品線的增加，使得競爭力強化，成本降低，獲利空間獲得進一步的發展。而集團化的結果，使得企業能夠提供更好的發展機會與更優厚的任職條件，也使人才的專業化與集中化，得以展現，雜誌出版業的發展基礎，也更為穩固。

近年來，臺灣雜誌界如時報周刊集團、樺謝出版集團、華克文化集團、商業周刊集團、PC Home電腦家庭集團..等，出版雜誌少則三、五種，多則十餘種，發展速度加快，市場影響力遽增。而2000年初，PC Home集團重整旗下刊物，進行公司合併；九月間，商業周刊集團與儂儂雜誌集團藉大股東換股而結合；《天下雜誌》繼《康健雜誌》後，連續創刊《Cheers》與《e天下》兩本刊物，都成為業界大事。臺灣雜誌市場的集團化發展趨勢，方興未艾，面對國際化的競爭，集團化的兼併與策略聯盟合作，更是結合資金人才、強化企業體質的重要途徑。

2.4.5 雜誌印製量

由於雜誌之印製量與發行人對雜誌社來說屬於商業機密，因此不易調查，所調查的數字也多有灌水之慮，而最近一次有關雜誌印製量所做的調查是動腦雜誌在民國八十五年九月所做的雜誌印製量推估的報導（針對女性、家庭生活、大型周刊類），多數雜誌印量超過一萬刷。

在「2003 風格—台灣主要雜誌簡介」中，由台北市雜誌商業同業公會所做的統計顯示，有近百家的雜誌社其發行人有兩萬本以上。另外，依一般雜誌類統計，在國內發行的期刊雜誌中，約有四十餘本期刊超過五萬本以上。（陳昌郎，2001）

2.5 商業捲筒輪轉平版印刷現況

輪轉平版印刷（Web Offset Printing），一般又稱之為捲筒紙輪轉平版間接印刷（Rotary Web Offset Printing），主要是因其直接使用紙捲進行平版間接印刷，此與一般張頁式平版印刷不盡相同，如給紙方式、油墨乾燥、冷卻方式、摺頁方式、張力控制...等；表 2.7 即為輪轉機與張頁機之比較。近年來由於輪轉平版印刷機具有較高的經濟效益及產能，使其成長率一直遠超過各式的張頁機。縱使美國印刷基金協會（GATF）的預測，其未來的成長將趨緩慢，但不可忽視地，其仍為將來大宗平版印刷業務市場的主流。

表 2.7 輪轉機與張頁機之比較

輪轉機	張頁機
1. 紙張尺寸一定。	1. 紙張尺寸可變化。
2. 損紙率高。	2. 損紙率低。
3. 不宜印刷厚紙。	3. 可印刷厚紙。
4. 追加補印時困難。	4. 追加補印時省事。
5. 約 1~2 萬份以上才值得。	5. 小印量亦可 (小至 1000 份)。
6. 印速 30000-60000 刷/時。	6. 印速 9000-15000 張/時。
7. 可做雙面多色變化。	7. 一般做單面印刷。
8. 裁切、折頁、裝訂等作業可一貫處理。	8. 一般裁切、加工、裝訂等均另外處理。
9. 機器長度大，乾燥處理容易。	9. 乾燥處理較費時。
10. 發展潛力更大。	10. 發展潛力大。

資料來源：陳昌郎（2000），捲筒紙輪轉平版印刷工學（第三版），台北中國文化大學出版部，7 頁。

在整個印刷的過程當中，影響印刷品質變動最大者，為印刷作業工程，乃因印前之作業可藉由電腦的運用，而達標準；但在印刷作業工程中，由於其變數較多，且較不易控制，因而造成印刷品質較不穩定。

衡量世界各先進國家，在印刷產業中，大部份皆使用商業捲筒輪轉平版印刷機來印刷；而輪轉平版印刷更由於科技之進展，使得其在硬體設備相輔相成之下，成為平版印刷中大量複製的主要設備。綜觀先進國家的平版印刷，亦大都以輪轉印刷為主流。國內由於市場較小，且外銷目前又無拓展；換言之，印刷仍以“內銷導向”為主，因而其成長較緩慢；但由近年來印刷業之發展顯示，國內印刷業已慢慢引進輪轉平版印刷機，又已開始著重於外銷事務之發展。

2.5.1 商業捲筒輪轉平版印刷機數量

國內商業捲筒輪轉平版印刷機自民國七十二年首度引進，初期的發展甚為緩慢，然而近年來卻出乎意料的大幅成長。根據台灣區印刷工業同業公會在民國九十年針對其會員廠商所做的產業調查分析報告得知，其會員廠商中共有 34 部輪轉平版印刷機。又依據夏書勳於民國九十一年在設計印象雜誌中所做的非正式調查，在其回收的 16 家印製單位中，由北到南的商業捲筒輪轉平版印刷機總數為 50 部，其中有幾家是以自行生產參考書籍為主，並未對外營業，亦有部份印刷廠是以協助小型報社的報紙為主。

由於此兩項數據之調查對象皆無法涵蓋全台灣之印刷廠，因此無法正確顯示出商業捲筒輪轉平版印刷機的總數，且實際數字取得困難；但陳昌郎（2002）提到，依據一般市場估計，台灣商業捲筒輪轉平版印刷機引進十九年來約一百部左右在運作。而新機與舊機之比率約為 3：2；舊機之引進主要在於一般非塗佈紙彩色出版品的印刷市場，而新機則是印製輕塗佈紙與一般塗佈紙的較高級出版品。

2.5.2 商業捲筒輪轉平版印刷市場

由於新科技普遍應用於印刷機材上，使得以往要印量夠大的狀況逐漸改變，目前上機印刷數已可降低至每批 10,000 刷以下。而近年來商業

捲筒輪轉平版印刷所印製的產品，如型錄、平面廣告、雜誌和郵件目錄等，其需求量亦持續在增加。

根據台灣消費型態與消費結構的演變分析，未來市場上的印刷品將呈現兩極化。

1. 少量多樣的小版面數位印刷：因為無印版可變印紋之科技大幅進步，這樣的組合已足夠應付未來國內短版印量的市場。
2. 數量龐大的商業捲筒輪轉平版印刷：前已述及之型錄、平面廣告、雜誌和郵件目錄等，主要原因在於其成本低、速度快，符合搶商機的廣告需求。

2.5.3 商業捲筒輪轉平版印刷優缺點

依印刷品產量而言，平版印刷仍為目前主要之印刷方式；商業捲筒輪轉平版印刷雖然普遍受到歡迎，但其與一般張頁機比較，仍有其優缺點，簡述如下：(陳昌郎，2000)

1.優點：

(1)印刷速度快，生產力高，可同時印刷雙面：

輪轉平版印刷機的速度，在商業上可達 76,000 刷，比張頁機的 15,000 刷高出許多，且輪轉機亦可同時雙面印刷及摺頁，其產量約為一般四色機的 6~8 倍，摺紙機的 10 餘倍。

(2)可接後加工作業，提高效率，縮短交期：

輪轉平版印刷機在商業上採熱固型油墨，乾燥快，同時亦可加裝上光、打孔、上膠等後加工作業，因而可縮短交期。

(3)輕磅紙較易印刷。

如聖經紙、雜誌紙等輕磅紙，在輪轉機上可操作自如，不會出現張頁機所有的送紙不順、規位不準....等問題。

(4)捲筒紙價較為低廉。

紙廠所生產出來的紙為捲筒紙，因此不須再予以分條修切包裝，固其價格較低，一般約便宜 5~10%。

(5)一次可印刷多捲紙及不同寬幅之紙捲。

輪轉平版印刷機由於其彈性大，若給紙設備附設二個以上，即可印刷多捲紙，並同時摺頁輸出，此為張頁機所無法比擬的。

(6)自動化配備，操作簡易，人力精簡。

作業人員配置約 3~4 位，幾乎各項勞力之作業皆已導入自動化、省力化之設備，如自動接紙、自動計數收紙打包....等。

2.缺點：

(1)裁切長度固定。

輪轉平版印刷機輓筒圓周方向尺寸固定，因此印刷尺寸固定，

無法改變，因此輪轉機一經投資，其市場大部份即已被設定。

(2)投資設備費用高昂。

一部標準型全自動化之商業捲筒輪轉平版印刷機，加上一些輔助設備，其投資金額約需要新台幣一億元以上，尚不包含倉儲及紙捲之費用。

(3)印刷紙張耗損高。

在校版與校正墨色時，無法使用過版紙，必須使用新紙捲，再加上作業不順利時之斷紙或停機等情況，其耗損相對提高。

(4)若發生錯誤，連帶大量損失。

印刷為一大量複製之產業，尤以輪轉平版印刷為甚，若印版發生錯誤而未發現將其印畢，損失極大。

(5)乾燥設備，動力成本高。

乾燥設備之能源採用燃燒液化石油氣或電力來供應，每月之動力成本甚高。

(6)規位較難控制。

輪轉機套對複雜，非熟練之作業人員，無法印出精準之印刷品。

(7)紙捲成本含無法退還之紙心及外包裝。

輪轉平版印刷之捲筒紙價格以重量來計價，因此包裝紙及紙心

附近之紙捲，由於輪轉機無法使用，因而提高成本。

(8)紙捲庫存資金及空間龐大。

由於輪轉平版印刷生產速度快，必須庫存各式樣的紙張，其紙捲資金龐大，倉儲成本亦提高；若由國外訂貨庫存量將更高。

2.5.4 商業捲筒輪轉平版印刷品質特性

商業捲筒輪轉平版印刷與張頁平版印刷最大的不同在於：

1. 可採用高級塗佈捲筒紙或輕塗佈紙印刷。
2. 規位採用張力控制。
3. 油墨乾燥大都採用蒸發方式。
4. 兼顧摺頁與後加工。

而其印刷品質特性由實驗檢測可以得知，在輪轉平版印刷印刷品中，其色彩穩定性與色彩均一性都較張頁平版印刷印刷品來的好。

除了實驗方法可辨別輪轉平版印刷機與張頁平版印刷機所印製的印刷品之外，亦可觀察到輪轉機有幾項很明顯且用肉眼能夠辨別的特徵。

1. 有一邊紙邊裁斷處成鋸齒狀。
2. 裁刀進行紙捲裁切前、裁切輓筒上的鋼針排必須先插入紙捲之前緣，以免紙張因裁切而掉落，所以在紙邊有鋼針排孔。
3. 在輪轉機印製的印刷品上，若有著墨面積大的地方，其紙張會略

呈波浪狀。

4. 由於輪轉機的油墨乾燥多採蒸發方式，與張頁機所用的噴粉方式不同，因此在印刷品表面的觸感會有不同，細摸時可以發現輪轉機的印成品觸感較為平滑，而張頁機的觸感則較為粗糙。

第三章 研究設計與方法

3.1 研究架構

學者 Parasuraman et al.認為顧客對於服務品質滿意與否，是由事前對服務水準的期望與事後對服務水準的實際感受來評量服務品質的高低。根據 PZB 模式以及前述印刷品質定義之文獻，並考慮印刷與服務品質之特性建構本研究之架構如圖 3.1 所示。

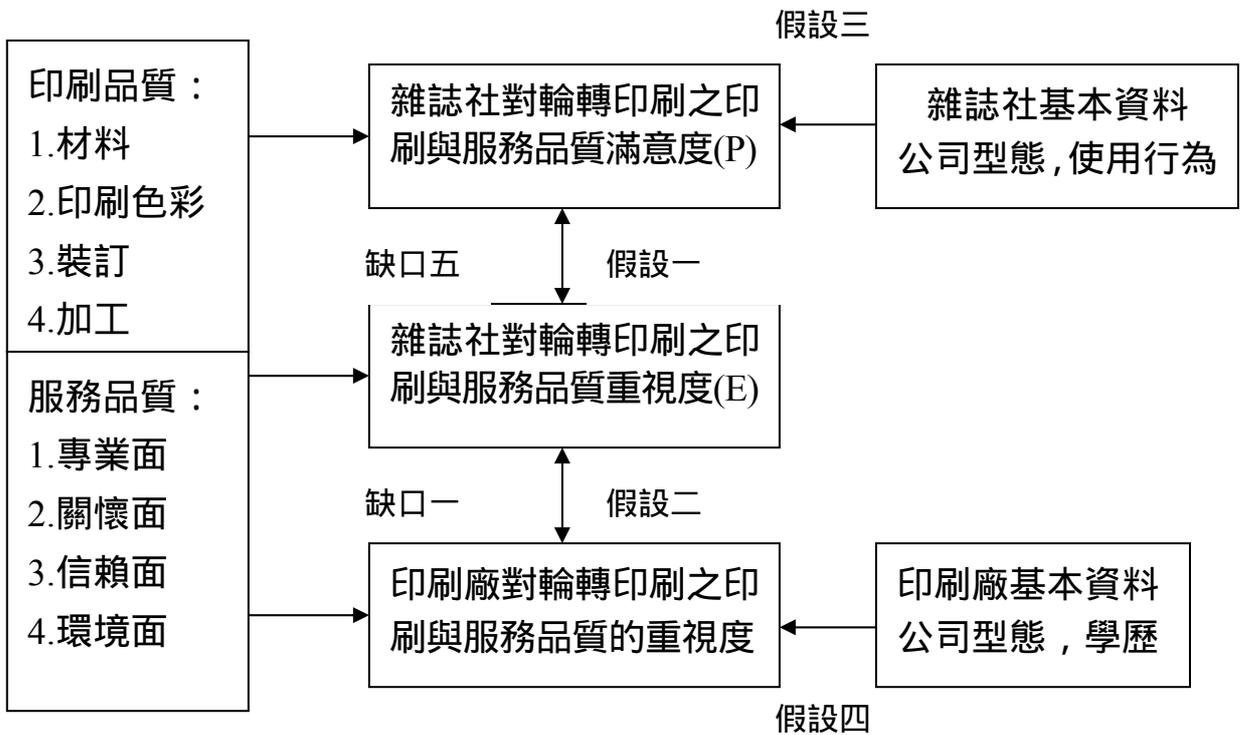


圖 3.1 研究架構

3.2 研究假設

本研究假設係根據研究目的，採虛無假設，作統計上的驗證檢定。

假設一：雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質之重視與滿意間無顯著差異。

假設二：雜誌社與印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質的重視度無顯著差異。

假設三：不同背景之雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質的滿意無顯著差異，

詳細的假設項目如下表 3.1 所示。

表 3.1 不同背景之雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質假設細項

3.1：員工人數不同之雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質的滿意無顯著差異。
3.2：年印刷費不同之雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質的滿意無顯著差異。
3.3：資本額不同之雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質的滿意無顯著差異。
3.4：合作家數不同之雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質的滿意無顯著差異。
3.5：合作時間不同之雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質的滿意無顯著差異。

假設四：不同背景之印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質的重視度無顯著差異，

詳細的假設項目如下表 3.2 所示。

表 3.2 不同背景之印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質假設細項

4.1：員工人數不同之印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質的重視度無顯著差異。
4.2：資本額不同之印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質的重視度無顯著差異。
4.3：月營業額不同之印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質的重視度無顯著差異。
4.4：合作家數不同之印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質的重視度無顯著差異。
4.5：合作時間不同之印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質的重視度無顯著差異。
4.6：教育程度不同之印刷廠填答人員對輪轉印刷之印刷與服務品質的重視度無顯著差異。
4.7：相關科系不同之印刷廠填答人員對輪轉印刷之印刷與服務品質的重視度無顯著差異。

3.3 問卷設計

本研究問卷以封閉式問卷為主。問卷結構如下：

1. 本研究問卷共分A、B卷，內容皆為三部份。A卷以雜誌社為調查對象，第一、二部份為雜誌社對印刷與服務品質的重視程度滿意程度，第三部份為基本資料。而B卷以印刷廠為調查對象，第一、二部份為印刷廠對其印刷與服務品質的重視程度，第三部份為基本資料。
2. 本問卷內容架構，在服務品質方面主要係根據Parasuraman, Zeithaml & Berry於1988年所提出之SERVQUAL量表為基礎，並參考林哲民（1995）所提出適用於平版印刷業之量表、參考黃忠誠（1999）所提出適用於印刷機材業之量表，以及張一偉（2004）所提出適用於飛行人員之量表；在印刷品質部份，就趙仁蓉（1986）平版印刷工廠品管實務、賀克明（1996）印刷業全面品質保證手冊，以及楊慧貞（1994）所提出印刷成品品質市場區隔之研究三份資料，整理出28題服務品質與29題印刷品質問卷內容；再針對商業捲筒輪轉平版印刷特性，雜誌出版社之需求，以及業界、學者意見所承，為本問卷擬定之架構。
3. 計分方式：
採用李克特（Likert）五點評量尺度，即第一、二部份：非常不重要
非常重要，分別給予1~5分；非常不滿意 非常滿意，分別給予1~5分。

4. 客戶基本資料：

針對公司型態，使用行為等填入資料。

5. 問卷效度 (Validity)：

本研究所指的效度為內容效度，又稱表面效度，測驗方法通常由專家採取主觀判斷，決定問題是否能正確的反映出研究的主題（羅文輝，1991），而本研究之問卷是經由蒐集、整理相關文獻並參考相關的量表製作而成，除以具備相當理論基礎外，為增加問卷有效性，於問卷設計時，結合現行產業實況，問卷完成設計時，經部份相關人員預試後，彙整相關意見並經多位業界專家學者多次修正後定稿，故本研究之問卷具有一定程度之內容效度，符合衡量工具效度要求。

3.4 研究範圍及對象

3.4.1 研究範圍

本研究所指雜誌出版社，係指向行政院新聞局登記有案，以中華民國雜誌出版業總名錄記載，且以期刊為主要出版的雜誌社。依據 2002 年中華民國雜誌出版業總名錄統計，扣除停刊、重複登記、遷移不明等情況，尚有 4,982 家雜誌社。其中大台北地區（台北縣、市）共有 3,373 家，佔 67%，故本研究針對大台北地區，以台北市雜誌商業同業公會會員為本研究範圍。印刷廠則以台灣區印刷工業同業公會為本研究之研究範圍。

3.4.2 研究對象

本研究問卷抽樣方式採立意抽樣，而研究對象選定如下：

依據台北市雜誌商業同業公會會員名錄，使用商業捲筒輪轉平版印刷為印刷方式者共 75 家，普查 75 家雜誌社之印務主管。

印刷廠部份，依據台灣區印刷工業同業公會於民國九十年針對其會員廠商所做的產業調查分析報告得知，其會員廠商中共有 32 間印刷廠有商業捲筒輪轉平版印刷機，因此普查 32 間印刷廠之廠長。

本研究僅針對有使用商業捲筒輪轉平版印刷方式的雜誌社進行研究，至於使用張頁式印刷或是其他印刷方式之雜誌社，則不列入本研究範圍。

3.5 抽樣方法

本研究之研究方法以問卷方法收集資料為主，而問卷發放方式，以電話通知相關人員，經受訪者同意後，依其習慣方式而使用電子郵件、回郵方式填寫或是親自接洽受訪者。之後再輔以電話追蹤問卷，以增加問卷回收比例，而人員以一人為主，以避免人員不同所產生的偏差。

問卷發放及回收情形如下：

雜誌社部份，針對 75 家雜誌社的印務主管進行發放；印刷廠部份，親自拜訪 32 家印刷廠，當面請廠長填寫及回收。而配合產業的工作型態，

問卷發放期間自 93 年 9 月至 94 年 2 月止,雜誌社部份共發出 75 份問卷;印刷廠共計 32 份,問卷有效回收率均為 100%。

3.6 資料分析方法

本研究資料分析方法利用 SPSS 10.0 for Windows 統計套裝軟體,所用的統計方法如下:

1. 次數百分比法 (Frequencies) : 包括次數分配、百分比、平均數、標準差等,目的是利用次數百分比法,對樣本基本資料作分析,以及印刷與服務品質重視度與滿意程度的排名。
2. Cronbach的 α 係數:根據學者Gay (1992)觀點,任何測驗或量表的信度係數如果在.90以上,表示測驗或量表的信度甚佳,不過,有些學者則訂在.80以上,而學者DeVellis、Nunnally等人則認為在.70以上是可接受的最小信度值。本研究分別對A與B卷中之印刷與服務品質之變項進行信度分析,目的是考驗本研究量表是否具有良好的信度。
3. 因素分析 (Factor Analysis) : 將印刷品質29個衡量項目,與服務品質28個衡量項目,利用主成份分析 (Principle Component Analysis),再以最大變異數轉軸法 (Varimax Rotation) 進行直接正交轉軸,萃取印刷與服務品質變項間的共同因素構面為何,並與命名。
4. t檢定:為瞭解雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質的重視與滿意間

是否有顯著性的差異存在，以「成對 t 檢定」進行檢測；另一方面，為瞭解雜誌社與印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質的重視度之間是否有顯著性的差異存在，以「獨立 t 檢定」進行檢測。

5. 單因子變異數分析 (One-way ANOVA): 分析不同背景之雜誌社與印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質滿意程度與重視程度的變異，進一步了解不同背景的企業之間對輪轉印刷之印刷與服務品質重視和滿意程度的變異情況，目的是藉由變異數分析及不同背景企業之間的多重比較，可對不同背景企業做更進一步的了解，針對不同雜誌社與印刷廠做不同需求的品質改善。

第四章 資料分析

本章旨在對問卷調查所得之資料進行統計分析，並針對本研究欲了解的問題做進一步的驗證。

4.1 樣本結構分析

受測之雜誌社與印刷廠相關人員，在雜誌社樣本結構部份包括：員工人數、印刷費用、資本額、合作家數及合作時間；在印刷廠相關人員樣本結構包括：員工人數、資本額、月營業額、合作家數、合作時間、教育程度及相關科系畢業。

4.1.1 雜誌社樣本結構

由表 4.1 可知，在調查的 75 家雜誌社中，各變項主要分佈如下敘述：

1. 員工人數：以 31~50 人為最多，有 24 家(32%)；其次為 30 人以下，有 18 家(24%)，再其次為 91 人以上，有 15 家(20%)。
2. 印刷費用：1,001 萬以上有 23 家(30.7%)為最多；其次為 501~700 萬，有 16 家(21.3%)。
3. 資本額：分佈比例最多的為 1 億以上，有 16 家(21.3%)；最少的則是 1,000 萬以下，有 6 家(8%)。
4. 合作家數：以 2 家為最多，有 22 家(29.3%)；其次為 3 家，有 19 家

(25.3%)，；最少的則是 4 家，比例上有 5 家(6.7%)。

5. 合作時間：超過半數都是兩年以上，有 56 家(74.7%)；而半年至一年為最少，有 2 家(2.7%)。

表 4.1 雜誌社樣本結構分佈情況

變項	類別	家數 (家)	百分比 (%)
員工人數	30 人以下	18	24
	31-50 人	24	32
	51-70 人	8	10.7
	71-90 人	10	13.3
	91 人以上	15	20
印刷費用	300 萬以下	11	14.7
	301-500 萬	13	17.3
	501-700 萬	16	21.3
	701-1,000 萬	12	16
	1,001 萬以上	23	30.7
資本額	1,000 萬以下	6	8
	1,000-3,000 萬	10	13.3
	3,001-5,000 萬	14	18.7
	5,001-7,000 萬	15	20
	7,001-9,000 萬	11	14.7
	9,001 萬-1 億	9	12
	1 億以上	16	21.3
合作家數	1 家	18	24
	2 家	22	29.3
	3 家	19	25.3
	4 家	5	6.7
	5 家以上	11	14.7
合作時間	一年以下	2	2.7
	一年至一年半	7	9.3
	一年半至二年	10	13.3
	二年以上	56	74.7

4.1.2 印刷廠樣本結構

印刷廠部份有效樣本 32 份，次數分配與百分比情形如表 4.2 所示，各變項主要分佈如下敘述：

1. 員工人數：大致上分佈平均，以 91~120 人與 161 人以上居多，有 7 家(21.9%)；最少的則是 30 人以下，有 2 家(6.3%)。
2. 資本額：1 億 5 千萬以上佔多數，有 17 家(53.1%)；其次是 1 億（不含）~1 億 5 千萬，有 5 家(15.6%)；再者是 6,001~8,000 萬，有 4 家(12.5%)；其他各是 2 家(6.3%)。
3. 月營業額：1,200 萬以上為最多，有 15 家(46.9%)；最少的則是 600 萬以下，有 3 家(9.4%)。
4. 合作家數：超過半數是 5 家以上，有 27 家(84.4%)；合作家數 2 家以下的居次，有 3 家(9.4%)；再其次則是 3-4 家，有 2 家(6.3%)。
5. 合作時間：幾乎全部的印刷廠與雜誌社合作時間都超過 2 年以上，有 29 家(90.6%)，只有 3 家(9.4%) 是 2 年以下。
6. 教育程度：大學(專)畢業有 19 人(59.4%) 最多；高中(職)以下居次，有 10 人(31.3%)；研究所以上最少，有 3 人(9.4%)。
7. 相關科系畢業：有 20 人(62.5%) 是印刷相關科系畢業，另 12 人(37.5%) 則非印刷相關科系畢業。

表 4.2 印刷廠樣本結構分佈情況

變項	類別	家數 (家)	百分比 (%)
員工人數	30 人以下	2	6.3
	31-60 人	5	15.6
	61-90 人	6	18.8
	91-120 人	7	21.9
	121-160 人	5	15.6
	161 人以上	7	21.9
資本額	4,000 萬以下	2	6.3
	4,001-6,000 萬	2	6.3
	6,001-8,000 萬	4	12.5
	8,001-1 億	2	6.3
	1 億 (不含) -1 億 5 千萬	5	15.6
	1 億 5 千萬以上	17	53.1
月營業額	600 萬以下	3	9.4
	601-900 萬	8	25
	901-1,200 萬	6	18.8
	1,200 萬以上	15	46.9
合作家數	2 家以下	3	9.4
	3-4 家	2	6.3
	5 家以上	27	84.4
合作時間	二年以下	3	9.4
	二年以上	29	90.6
教育程度	高中(職)以下	10	31.3
	大學(專)	19	59.4
	研究所以上	3	9.4
印刷相關科系畢業	是	20	62.5
	否	12	37.5

4.1.3 小結

根據上述基本資料之分析，可以歸納出以下幾點特徵：

1.雜誌社：

- (1) 31-50 位的員工人數居多。
- (2) 印刷費用多數為 1,001 萬以上。
- (3) 資本額超過 1 億為多數。
- (4) 多數與 2 家印刷廠合作。
- (5) 合作時間過半數是二年以上。

2.印刷廠：

- (1) 僅有 2 家是 30 人以下。
- (2) 資本額超過半數是在 1 億 5 千萬（不含）以上。
- (3) 月營業額以 1,200 萬以上為主。
- (4) 幾乎都是 5 家以上的合作雜誌社。
- (5) 合作時間幾乎都超過二年。
- (6) 填答人員多數是大學（專）畢業。
- (7) 填答人員過半數是印刷相關科系。

4.2 印刷與服務品質變項之因素分析與信度分析

本節以雜誌社在印刷與服務品質滿意度上之填答內容做因素分析。

4.2.1 印刷品質之因素分析與信度分析

本研究先將印刷品質各變項之問卷量表先進行項目分析，鑑定各題項之鑑別度均達顯著，而其 Kaiser-Meyer-Olkin 取樣適當性為 0.874，Bartlett's 球形考驗的近似卡方值為 1419.376（自由度為 406）達顯著，表示樣本資料適合進行因素分析。經分析萃取後，印刷品質問項共得四個因素，四個因素的 Cronbach α 值皆大於 0.7，而該量表的總體 α 值更高達 0.95，可見本研究之印刷品質量表具信度。參見表 4.3，各因素詳述如后。

因素一中，因素負荷絕對值大於 0.4 者有 9 題， α 值 0.9072，解釋變異量為 20.055%。縱觀這 9 個題項可看出與上光、拉頁、裁切等在加工廠完成的過程有關，故命名為「加工」因素。

因素二中，因素負荷絕對值大於 0.4 者有 7 題， α 值 0.8671，解釋變異量為 15.885%。縱觀這 7 個題項均與印刷廠之生產過程及色彩有關，包含印刷髒點、滿版色彩品質等，故命名為「印刷色彩」因素。

因素三中，因素負荷絕對值大於 0.4 者有 6 題， α 值 0.8653，解釋變異量為 13.549%。縱觀這 6 個題項皆屬於裝訂廠生產過程中的一環，包含裝訂無誤、打釘或裝訂正確牢固等，故命名為「裝訂」因素。

表 4.3 印刷品質因素分析表

因素命名	題號及內容	因素負荷量	信度值	特徵植	解釋變異量%	累積變異量%
加工	24 上光品質拖壓痕跡	0.796	0.9072	5.816	20.055	20.055
	27 上光品質捲曲變形	0.770				
	13 收縮膜包裝完好	0.715				
	16 頁數裁切完全	0.694				
	21 上光品質髒污損壞	0.679				
	25 騎縫線製作良好	0.619				
	04 印刷品完成尺寸	0.593				
	23 印刷品裁切方正完整	0.560				
	26 拉頁、別冊方正完整不歪斜	0.466				
印刷色彩	10 滿版色彩品質	0.757	0.8671	4.607	15.885	35.939
	18 印紋完整	0.683				
	17 印刷品表面完整無刮痕、條痕現象	0.664				
	06 出現印刷髒點	0.628				
	07 疊色色彩品質	0.600				
	01 印刷品背印、透印現象	0.536				
	29 中間調網點色彩品質	0.531				
裝訂	09 裝訂無誤	0.739	0.8653	3.929	13.549	49.489
	03 打釘或裝訂正確牢固	0.719				
	20 封面位置不會偏差	0.601				
	08 裝訂平整度良好	0.566				
	28 裝訂漏釘、翹釘、歪斜生鏽或溢膠	0.462				
	02 頁面完好，不易出現缺頁、破損	0.459				
材料	14 印刷機規位準確度	0.644	0.8544	3.582	12.351	61.84
	19 壞紙參雜，厚薄不均	0.630				
	15 印墨濃淡均一性	0.607				
	12 紙張平整，不會有起皺現象	0.593				
	22 紙張基重的選擇	0.551				
	05 紙質的選擇合宜	0.522				
	11 印刷色彩與打樣色彩一致	0.487				

因素四中，因素負荷絕對值大於 0.4 者有 7 題， α 值 0.8544，解釋變異量為 12.351%。縱觀這 7 個題項多與印刷所需之硬體有關，諸如紙質選擇、印刷機規位準確度、印刷色彩與打樣色彩一致等，故命名為「材料」因素。

4.2.2 服務品質之因素分析與信度分析

本研究將服務品質各變項之問卷量表先進行項目分析，鑑定各題項之鑑別度均達顯著，而其 Kaiser-Meyer-Olkin 取樣適當性為 0.882，Bartlett's 球形考驗的近似卡方值為 1262.964 (自由度為 378) 達顯著，表示樣本資料適合進行因素分析。經分析萃取後，服務品質問項共得四個因素，四個因素的 Cronbach α 值皆大於 0.7，而該量表的總體 α 值更高達 0.95，可見本研究之服務品質量表具信度。參見表 4.4，各因素詳述如后。

因素一中，因素負荷絕對值大於 0.4 者有 10 題， α 值 0.8985，解釋變異量為 17.294%。縱觀這 10 個題項與印刷廠的專業程度與知識有關，故命名為「專業面」。

因素二中，因素負荷絕對值大於 0.4 者有 8 題， α 值 0.8970，解釋變異量為 15.808%。縱觀這 8 個題項包含雜誌社對印刷廠的信賴，故命名為「信賴面」。

表 4.4 服務品質因素分析表

因素命名	題號及內容	因素負荷量	信度值	特徵植	解釋變異量%	累積變異量%
專業面	20 對委外公司有適當的監督	0.7370	0.8985	4.842	17.294	17.294
	18 充分授權員工解決問題	0.6980				
	17 對稿件事先審核以防止可能發生的問題	0.6220				
	14 有足夠的產能應付作業需求	0.6210				
	11 業務人員能提供市場最新資訊	0.6030				
	10 有足夠的作業設備	0.5440				
	09 印件品質能符合客戶要求	0.5260				
	16 充分了解客戶所需，並提供所需要的服務	0.5080				
	12 對客戶預定交件時間能確實實現	0.5060				
	19 選擇適當的委外公司	0.4960				
信賴面	26 提供服務專線電話	0.7330	0.8970	4.426	15.808	33.102
	27 提供簡便訴怨管道	0.7070				
	28 重視客戶導向的觀念	0.7020				
	25 能以友善態度聽取客戶所提供之建議	0.6000				
	23 營業外時間能提供服務	0.5520				
	24 報價價格合理	0.5490				
	13 人員具有高度服務熱忱	0.4890				
	15 經常關切客戶業務	0.4410				
反應面	07 對臨時性需求能迅速處理	0.7600	0.8252	4.139	14.782	47.885
	06 會隨時提供作業進度狀況	0.7130				
	08 人員具備專業知識與能力	0.6580				
	05 業務人員能立即解答客戶疑問	0.6370				
	04 對有問題的印件能適時解決	0.4470				
	22 對於賠償問題的處理能力與時效	0.4250				
關懷面	01 表單設計能符合客戶需求	0.7440	0.7554	3.08	11.001	58.886
	02 對大小客戶或新舊客戶皆一視同仁	0.7440				
	03 業務人員具有良好禮貌與親切態度	0.6530				
	21 提供印件督導休息室	0.5370				

因素三中，因素負荷絕對值大於 0.4 者有 6 題， α 值 0.8252，解釋變異量為 14.782%。縱觀這 6 個題項屬於雜誌社與印刷廠的互動性，包含臨時狀況的處理、業務人員回報雜誌社的時效等，故命名為「反應面」。

因素四中，因素負荷絕對值大於 0.4 者有 4 題， α 值 0.7554，解釋變異量為 11.001%。縱觀這 4 個題項與印刷廠對雜誌社的關懷服務有關，故命名為「關懷面」。

4.2.3 信度分析

本研究對雜誌社重視度與滿意度之印刷與服務品質，以及印刷廠認知的印刷與服務品質各構面及整體進行信度分析，採用 Cronbach 之 α 值來衡量。根據 Cronbach， α 值 0.70 以上是可接受的最小信度值，若小於 0.6 則為低信度，應拒絕使用。

其中各品質構面之 α 值皆大於 0.70 以上，而量表之整體 α 值也都大於 0.90 以上，顯見本研究問卷之量表的信度非常高。詳細參看下頁表 4.5。

表 4.5 印刷與服務品質構面之信度分析

類別	構面	雜誌社重視度之 Cronbach α 值	雜誌社滿意度之 Cronbach α 值	印刷廠重視度之 Cronbach α 值
印刷品質	加工面	0.9052	0.9072	0.8618
	印刷色彩面	0.8989	0.8671	0.8682
	裝訂面	0.8883	0.8653	0.8751
	材料面	0.8667	0.8544	0.8683
	整體產品品質	0.9688	0.9542	0.9581
服務品質	專業面	0.8045	0.8985	0.8677
	信賴面	0.7656	0.8970	0.8448
	反應面	0.8199	0.8252	0.7789
	關懷面	0.7432	0.7554	0.7381
	整體服務品質	0.9135	0.9508	0.9391

4.3 印刷與服務品質重視度及滿意度分析

本節主要是以敘述統計來描述雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質的重視度及滿意度情形，以平均數大小作排名，藉此了解雜誌社對印刷廠之印刷與服務品質的重視度與滿意度以及其差異。

4.3.1 雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質重視度分析

1. 由表 4.6 資料整理可知，雜誌社重視之印刷品質前五名為「印刷品完成尺寸」、「印刷品裁切方正完整」、「印刷機規位準確度」、「打釘或裝訂正確牢固」、「封面位置不會偏差」；對於其他印刷品質選項，雖不在前五名，但由其平均數可看出其餘題項分數皆大於 4 分，偏向非常重視，表示雜誌社對印刷品質部份沒有不重視的。以

雜誌社角度來說，任何印刷品質因素都可以影響讀者的訂閱率以及廣告收入的多寡，因此對於所有印刷品質因素皆認為很重要，然讀者購買雜誌第一眼看到的是雜誌外觀，因此對於雜誌外觀的表現更顯重視。

2. 表 4.7 為雜誌社對服務品質重視度排名，雜誌社對「對有問題的印件能適時解決」、「印件品質能符合客戶要求」、「業務人員具有良好禮貌與親切態度」、「能以友善態度聽取客戶所提供之建議」、「對稿件事先審核以防止可能發生的問題」、「報價價格合理」等項目較為重視；由於雜誌社發行排程較為緊湊，對於任何與時間相關的問題都較為重視，也由於必須時常與印刷業務員連絡，因此業務員的態度也較被重視。對於「業務人員能提供市場最新資訊」、「有足夠的作業設備」、「經常關切客戶業務」、「提供簡便訴怨管道」、「提供印件督導休息室」等服務品質項目則較不重視；以目前產業狀況來推測其原因，雜誌社皆是與印刷業務員聯繫，對於印刷廠提供的服務相較之下較不重視，但由其平均數皆大於 3 分可推斷，雜誌社仍重視所有服務品質項目。

表 4.6 雜誌社對印刷品質重視度排名

印刷品質測量變項	重視的服務(E)		排序
	平均數	標準差	
04 印刷品完成尺寸	4.79	0.44	1
23 印刷品裁切方正完整	4.79	0.50	2
14 印刷機規位準確度	4.76	0.46	3
03 打釘或裝訂正確牢固	4.71	0.49	4
20 封面位置不會偏差	4.71	0.54	5
13 收縮膜包裝完好	4.69	0.57	6
28 裝訂漏釘、翹釘、歪斜生鏽或溢膠	4.68	0.55	7
02 頁面完好，不易出現缺頁、破損	4.67	0.55	8
11 印刷色彩與打樣色彩一致	4.67	0.58	9
16 頁數裁切完全	4.67	0.58	10
08 裝訂平整度良好（裝訂無皺折）	4.65	0.56	11
26 拉頁、別冊方正完整不歪斜	4.65	0.58	12
15 印墨濃淡均一性	4.64	0.56	13
18 印紋完整	4.63	0.61	14
07 疊色色彩品質	4.60	0.59	15
10 滿版色彩品質	4.60	0.62	16
17 印刷品表面完整無刮痕、條痕現象	4.60	0.59	17
12 紙張平整，不會有起皺現象	4.56	0.68	18
19 壞紙參雜，厚薄不均	4.56	0.62	19
21 上光品質髒污損壞	4.56	0.68	20
06 出現印刷髒點	4.53	0.66	21
01 印刷品背印、透印現象	4.52	0.67	22
25 騎縫線製作良好	4.52	0.74	23
27 上光品質捲曲變形	4.51	0.70	24
09 裝訂無誤（上下顛倒、頁數排序無誤）	4.49	0.67	25
29 中間調網點色彩品質	4.48	0.69	26
24 上光品質拖壓痕跡	4.47	0.70	27
05 紙質的選擇合宜	4.43	0.72	28
22 紙張基重的選擇	4.37	0.75	29

表 4.7 雜誌社對服務品質重視度排名

服務品質測量變項	重視的服務(E)		排序
	平均數	標準差	
04 對有問題的印件能適時解決	4.76	0.49	1
09 印件品質能符合客戶要求	4.75	0.55	2
03 業務人員具有良好禮貌與親切態度	4.73	0.62	3
25 能以友善態度聽取客戶所提供之建議	4.63	0.59	4
17 對稿件事先審核以防止可能發生的問題	4.60	0.59	5
24 報價價格合理	4.60	0.59	6
08 人員具備專業知識與能力	4.56	0.55	7
01 表單設計能符合客戶需求	4.51	0.58	8
02 對大小客戶或新舊客戶皆一視同仁	4.49	0.67	9
05 業務人員能立即解答客戶疑問	4.44	0.78	10
20 對委外公司有適當的監督	4.41	0.64	11
07 對臨時性需求能迅速處理	4.32	0.77	12
19 選擇適當的委外公司	4.27	0.70	13
16 充分了解客戶所需，並提供所需要的服務	4.25	0.82	14
06 會隨時提供作業進度狀況	4.24	0.75	15
22 對於賠償問題的處理能力與時效	4.17	0.70	16
12 對客戶預定交件時間能確實實現	4.11	0.75	17
23 營業外時間能提供服務	4.11	0.69	18
13 人員具有高度服務熱忱	4.09	0.74	19
28 重視客戶導向的觀念	4.08	0.75	20
18 充分授權員工解決問題	3.95	0.75	21
14 有足夠的產能應付作業需求	3.93	0.79	22
26 提供服務專線電話	3.88	0.91	23
11 業務人員能提供市場最新資訊	3.75	0.97	24
10 有足夠的作業設備	3.72	0.81	25
15 經常關切客戶業務	3.72	0.83	26
27 提供簡便訴怨管道	3.53	0.98	27
21 提供印件督導休息室	3.29	0.87	28

4.3.2 雜誌社與印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質滿意度及重視度分析

1. 表 4.8 為雜誌社與印刷廠對印刷品質滿意度及重視度之排名，「收縮膜包裝完好」、「頁面完好，不易出現缺頁、破損」、「打釘或裝訂正確牢固」、「印刷品完成尺寸」、「裝訂無誤」為雜誌社最滿意的前五名，而研究發現印刷廠對於「裝訂無誤」與「頁面完好，不易出現缺頁、破損」較不重視；推測其原因，由於印刷工業技術的發展，各種裝訂器材對於這類錯誤狀況已大大改善，印刷廠對自己的設備與技術有信心，因而較不重視這方面的錯誤，但仍可獲得雜誌社的滿意；而對於「出現印刷髒點」、「印刷色彩與打樣色彩一致」、「印墨濃淡均一性」、「滿版色彩品質」、「印刷品背印、透印現象」等則是雜誌社最不满意的印刷品質部份，而研究結果發現，印刷廠對這幾部份也較不重視；其原因在於，此為印刷業界長久以來的問題，確實也是較難以改善的部份，因而印刷廠才會不重視這些問題，導致雜誌社的不滿意，因此印刷廠在這部份仍有很大的改善空間。而印刷廠最重視的「印刷品裁切方正完整」與「裝訂漏釘、翹釘、歪斜生鏽或溢膠」，對雜誌社來說則是覺得普通而已；由於印刷成品最易於從外觀來判定品質，因此印刷廠對此部份最為重視，不希望讓客戶一眼就看出印刷品的問題，然雜誌社只認為品質普通而已，印刷廠仍有努力的空間。

表 4.8 雜誌社與印刷廠對印刷品質滿意度及重視度之排名

印刷品質測量變項	雜誌社滿意度與排序		印刷廠重視度與排序	
13 收縮膜包裝完好	3.73	1	4.63	5
02 頁面完好，不易出現缺頁、破損	3.72	2	4.53	9
03 打釘或裝訂正確牢固	3.69	3	4.63	3
04 印刷品完成尺寸	3.69	4	4.63	4
09 裝訂無誤	3.69	5	4.28	24
27 上光品質捲曲變形	3.68	6	4.50	16
16 頁數裁切完全	3.63	7	4.59	6
20 封面位置不會偏差	3.63	8	4.47	19
05 紙質的選擇合宜	3.61	9	4.13	28
22 紙張基重的選擇	3.61	10	4.22	27
25 騎縫線製作良好	3.61	11	4.53	13
19 壞紙參雜，厚薄不均	3.59	12	4.56	8
23 印刷品裁切方正完整	3.57	13	4.84	1
18 印紋完整	3.56	14	4.47	18
28 裝訂漏釘、翹釘、歪斜生鏽或溢膠	3.56	15	4.75	2
12 紙張平整，不會有起皺現象	3.55	16	4.53	11
21 上光品質髒污損壞	3.53	17	4.44	21
24 上光品質拖壓痕跡	3.53	18	4.38	22
08 裝訂平整度良好（裝訂無皺折）	3.47	19	4.47	17
07 疊色色彩品質	3.45	20	4.56	7
17 印刷品表面完整無刮痕、條痕現象	3.37	21	4.31	23
14 印刷機規位準確度	3.36	22	4.53	12
26 拉頁、別冊方正完整不歪斜	3.33	23	4.50	15
29 中間調網點色彩品質	3.32	24	4.28	26
01 印刷品背印、透印現象	3.28	25	4.50	14
10 滿版色彩品質	3.24	26	4.53	10
15 印墨濃淡均一性	3.11	27	4.44	20
11 印刷色彩與打樣色彩一致	2.87	28	4.28	25
06 出現印刷髒點	2.81	29	4.13	29

2. 在服務品質部份，「對客戶預定交件時間能確實實現」、「表單設計能符合客戶需求」、「營業外時間能提供服務」為雜誌社最滿意的前三名，而研究發現，印刷廠也重視交件時間的準確性，由於雜誌出刊時間短促而密集，印刷廠為求迅速、確實地將雜誌交至客戶手上，因而特別重視，實際上也能做到，因此雜誌社最為滿意。對於「表單設計能符合客戶需求」與「營業外時間能提供服務」，印刷廠雖較不重視，但仍獲得雜誌社的滿意；而「業務人員能提供市場最新資訊」、「會隨時提供作業進度狀況」、「對委外公司有適當的監督」等則是雜誌社最不滿意的服務品質部份，此也是印刷廠較不重視的部份；推測其原因，由於印刷廠不論是對雜誌社或是對委外公司皆是一對多，較不會主動與雜誌社聯絡，而委外公司部份，可能由於長期合作，印刷廠抱持著信任的態度，因此不會去重視這些部份，造成雜誌社的不滿意。在印刷廠較為重視的部份中，除了「業務人員具有良好禮貌與親切態度」雜誌社認為滿意外，對於「印件品質能符合客戶要求」與「對稿件事先審核以防止可能發生的問題」，雜誌社只認為普通；由於印刷廠希望拿到的稿子都是最後的完稿，因此特別重視，然印刷業務員卻不一定有此專業素養，而讓雜誌社認為普通而已。詳細如表 4.9 所示：

表 4.9 雜誌社與印刷廠對服務品質滿意度及重視度之排名

服務品質測量變項	雜誌社滿意度與排序		印刷廠重視度與排序	
	滿意度	排序	滿意度	排序
12 對客戶預定交件時間能確實實現	3.65	1	4.53	5
01 表單設計能符合客戶需求	3.53	2	4.31	14
23 營業外時間能提供服務	3.53	3	4.16	20
22 對於賠償問題的處理能力與時效	3.52	4	4.31	15
13 人員具有高度服務熱忱	3.49	5	4.44	7
03 業務人員具有良好禮貌與親切態度	3.47	6	4.66	1
24 報價價格合理	3.47	7	4.19	18
08 人員具備專業知識與能力	3.43	8	4.38	9
02 對大小客戶或新舊客戶皆一視同仁	3.40	9	4.44	6
26 提供服務專線電話	3.40	10	3.78	25
16 充分了解客戶所需，並提供所需要的服務	3.28	11	4.34	11
19 選擇適當的委外公司	3.28	12	4.41	8
21 提供印件督導休息室	3.27	13	3.81	24
07 對臨時性需求能迅速處理	3.25	14	4.34	10
28 重視客戶導向的觀念	3.24	15	4.16	22
04 對有問題的印件能適時解決	3.21	16	4.53	4
17 對稿件事先審核以防止可能發生的問題	3.17	17	4.63	3
09 印件品質能符合客戶要求	3.16	18	4.63	2
18 充分授權員工解決問題	3.16	19	4.16	19
14 有足夠的產能應付作業需求	3.13	20	4.28	16
25 能以友善態度聽取客戶所提供之建議	3.13	21	4.34	12
15 經常關切客戶業務	3.12	22	4.16	21
27 提供簡便訴怨管道	3.12	23	3.63	28
05 業務人員能立即解答客戶疑問	3.11	24	4.34	13
10 有足夠的作業設備	3.11	25	3.75	26
20 對委外公司有適當的監督	3.04	26	4.13	23
06 會隨時提供作業進度狀況	2.99	27	4.19	17
11 業務人員能提供市場最新資訊	2.72	28	3.75	27

4.3.3 雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質差異分析

利用「成對樣本 t 檢定」進行分析，先檢定印刷與服務品質四大構面是否達到顯著差異，若有差異再檢視各題項是否有差異。

1. 由表 4.10 結果得知，在印刷與服務品質四大構面中，各構面均達顯著水準，表示雜誌社對各品質構面在滿意度與重視度上的回答有顯著的不同，從樣本的平均數差可看出，雜誌社對各品質構面的滿意度皆低於重視度，此顯示實際之印刷品質未能符合雜誌社的要求，因而造成顯著差異。

表 4.10 雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質各構面因素之差異分析

品質構面		滿意度(平均數)	平均數差	P 值
		重視度(平均數)		
印刷品質	加工	3.59	P-E=-1.04	***
		4.63		
	印刷色彩	3.29	P-E=-1.27	***
		4.57		
	裝訂	3.63	P-E=-1.02	***
		4.65		
	材料	3.38	P-E=-1.19	***
		4.57		
服務品質	專業	3.17	P-E=-1.00	***
		4.17		
	信賴	3.31	P-E=-0.77	***
		4.08		
	反應	3.25	P-E=-1.16	***
		4.42		
	關懷	3.42	P-E=-0.84	***
		4.26		

註：***表 P 值<0.001 達極顯著水準

2. 由表 4.11 結果發現，印刷品質 29 個題項皆達極顯著水準 ($P < 0.001$)，表示雜誌社對印刷品質在滿意度與重視度上的回答有顯著的不同，從樣本的平均數差可看出，雜誌社對印刷品質的滿意度皆低於重視度，此顯示實際之印刷品質未能符合雜誌社的要求。以顧客觀點來看，任何品質因素對雜誌社來說皆是很重要的，但在實際結果上，顧客認為供應商所提供之品質無法完全達到其要求，因此造成雜誌社對印刷品質的滿意度與重視度之間的明顯差異。
3. 由表 4.12 結果發現，服務品質 28 個題項中，僅有「提供印件督導休息室」一項未達顯著差異，其餘皆達顯著水準以上。此顯示，雜誌社對於印刷廠是否提供印件督導休息室沒有顯著的差異，從樣本平均數差可看出滿意度與重視度沒有太大差異，表示雜誌社在此一題項的滿意度與重視度是一致的。由於雜誌社印務人員在印刷廠看印所花費的時間，一般而言不會過久，且看印之場所必然在印刷機前，因此對於休息室的提供並不那麼要求，而印刷廠本身也有提供休息室或是獨立空間給印務人員，因此能獲得雜誌社的認同。

表 4.11 雜誌社對印刷品質之差異分析

印刷廠產品品質測量變項	平均數差	標準差	t 值	P 值
01 印刷品背印、透印現象	-1.240	1.161	-9.253	***
02 頁面完好，不易出現缺頁、破損	-0.947	0.804	-10.202	***
03 打釘或裝訂正確牢固	-1.013	0.966	-9.089	***
04 印刷品完成尺寸	-1.093	0.873	-10.851	***
05 紙質的選擇合宜	-0.813	1.009	-6.979	***
06 出現印刷髒點	-1.720	1.034	-14.406	***
07 疊色色彩品質	-1.147	0.926	-10.730	***
08 裝訂平整度良好	-1.187	0.817	-12.580	***
09 裝訂無誤	-0.800	0.822	-8.429	***
10 滿版色彩品質	-1.360	0.954	-12.352	***
11 印刷色彩與打樣色彩一致	-1.800	1.186	-13.149	***
12 紙張平整，不會有起皺現象	-1.013	0.937	-9.365	***
13 收縮膜包裝完好	-0.960	0.813	-10.229	***
14 印刷機規位準確度	-1.400	0.854	-14.193	***
15 印墨濃淡均一性	-1.533	1.070	-12.414	***
16 頁數裁切完全	-1.040	0.965	-9.335	***
17 印刷品表面完整無刮痕、條痕現象	-1.227	0.967	-10.990	***
18 印紋完整	-1.067	0.920	-10.038	***
19 壞紙參雜，厚薄不均	-0.973	0.986	-8.549	***
20 封面位置不會偏差	-1.080	0.941	-9.940	***
21 上光品質髒污損壞	-1.027	1.013	-8.777	***
22 紙張基重的選擇	-0.760	0.898	-7.329	***
23 印刷品裁切方正完整	-1.213	1.056	-9.947	***
24 上光品質拖壓痕跡	-0.933	1.070	-7.557	***
25 騎縫線製作良好	-0.907	1.117	-7.029	***
26 拉頁、別冊方正完整不歪斜	-1.320	1.055	-10.838	***
27 上光品質捲曲變形	-0.827	0.935	-7.654	***
28 裝訂漏釘、翹釘、歪斜生鏽或溢膠	-1.120	1.078	-9.002	***
29 中間調網點色彩品質	-1.160	0.886	-11.339	***

註：***表 P 值<0.001 達極顯著水準

表 4.12 雜誌社對服務品質之差異分析

印刷廠服務品質測量變項	平均數	標準差	t 值	P 值
01 表單設計能符合客戶需求	-0.973	1.026	-8.213	***
02 對大小客戶或新舊客戶皆一視同仁	-1.093	0.701	-13.510	***
03 業務人員具有良好禮貌與親切態度	-1.267	1.031	-10.639	***
04 對有問題的印件能適時解決	-1.547	0.977	-13.715	***
05 業務人員能立即解答客戶疑問	-1.333	1.031	-11.199	***
06 會隨時提供作業進度狀況	-1.253	1.092	-9.943	***
07 對臨時性需求能迅速處理	-1.067	1.095	-8.439	***
08 人員具備專業知識與能力	-1.133	0.844	-11.634	***
09 印件品質能符合客戶要求	-1.587	0.887	-15.496	***
10 有足夠的作業設備	-0.613	1.038	-5.115	***
11 業務人員能提供市場最新資訊	-1.027	1.219	-7.294	***
12 對客戶預定交件時間能確實實現	-0.453	0.920	-4.269	***
13 人員具有高度服務熱忱	-0.600	0.944	-5.502	***
14 有足夠的產能應付作業需求	-0.800	1.284	-5.396	***
15 經常關切客戶業務	-0.600	1.013	-5.127	***
16 充分了解客戶所需，並提供所需要的服務	-0.973	0.788	-10.697	***
17 對稿件事先審核以防止可能發生的問題	-1.427	0.888	-13.914	***
18 充分授權員工解決問題	-0.787	1.044	-6.528	***
19 選擇適當的委外公司	-0.987	0.966	-8.850	***
20 對委外公司有適當的監督	-1.373	1.050	-11.330	***
21 提供印件督導休息室	-0.027	0.900	-0.257	.798
22 對於賠償問題的處理能力與時效	-0.653	0.937	-6.038	***
23 營業外時間能提供服務	-0.573	0.873	-5.690	***
24 報價價格合理	-1.133	1.005	-9.771	***
25 能以友善態度聽取客戶所提供之建議	-1.493	1.083	-11.945	***
26 提供服務專線電話	-0.480	0.978	-4.252	***
27 提供簡便訴怨管道	-0.413	1.067	-3.356	**
28 重視客戶導向的觀念	-0.840	0.855	-8.510	***

註：**表 P 值<0.01 達非常顯著水準 ***表 P 值<0.001 達極顯著水準

4.3.4 雜誌社與印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質重視度差異分析

此一檢定主要在探討印刷廠所重視的項目與雜誌社所重視的項目是否存有差異，以「獨立樣本 t 檢定」來做分析。先探討印刷與服務品質各構面上的差異，接著再探討各題項之差異。

1. 由表 4.13 得知，雜誌社與印刷廠在印刷與服務品質各構面皆未達顯著水準，表示雜誌社與印刷廠雙方對於各品質構面的看法一致；亦即，雜誌社所重視的品質構面，印刷廠也認為重視。

表 4.13 雜誌社與印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質重視度構面分析

品質構面		雜誌社(平均數)	平均數差異	t 值	P 值
		印刷廠(平均數)			
印刷品質	加工	41.64	0.61	0.70	.488
		41.03			
	印刷色彩	31.96	1.18	1.59	.115
		30.78			
	裝訂	27.91	0.78	1.34	.184
		27.13			
材料	31.99	1.30	1.80	.074	
	30.69				
服務品質	專業面	41.73	-0.86	-0.89	.378
		42.59			
	信賴面	32.64	-0.20	-0.24	.812
		32.84			
	反應面	26.49	0.40	0.65	.517
		26.09			
	關懷面	17.03	-0.19	-0.50	.617
		17.22			

2. 在印刷品質 29 個題項中，雙方在「出現印刷髒點」、「印刷色彩與打樣色彩一致」、「印刷品表面完整無刮痕、條痕現象」等三個題項達到顯

著差異，其餘題項皆未達顯著差異。表示雜誌社與印刷廠雙方在這幾部份的認知有落差，推測其原因，乃是印刷廠本身在專業角度上即判定上述問題的存在是無可避免的，而雜誌社以一般顧客角度來看認為是可以解決的，因此印刷廠需努力達到與雜誌社認知一致，方可減少差異。詳細如下頁表 4.14 所示：

表 4.14 雜誌社與印刷廠對印刷品質重視度變項差異分析

印刷品質題項	雜誌社(平均數)	雜誌社(標準差)	t 值	P 值
	印刷廠(平均數)	印刷廠(標準差)		
01 印刷品背印、透印現象	4.520	0.665	0.139	.890
	4.500	0.718		
02 頁面完好，不易出現缺頁	4.667	0.553	1.117	.267
	4.531	0.621		
03 打釘或裝訂正確牢固	4.707	0.487	0.762	.448
	4.625	0.554		
04 印刷品完成尺寸	4.787	0.444	1.463	.150
	4.625	0.554		
05 紙質的選擇合宜	4.427	0.720	1.925	.057
	4.125	0.793		
06 出現印刷髒點	4.533	0.664	2.693	.008**
	4.125	0.833		
07 疊色色彩品質	4.600	0.593	0.304	.762
	4.563	0.564		
08 裝訂平整度良好	4.653	0.557	1.474	.144
	4.469	0.671		
09 裝訂無誤	4.493	0.665	1.467	.145
	4.281	0.729		
10 滿版色彩品質	4.600	0.615	0.528	.599
	4.531	0.621		
11 印刷色彩與打樣色彩一致	4.667	0.577	2.990	.003**
	4.281	0.683		
12 紙張平整，不會有起皺現象	4.560	0.683	0.205	.838
	4.531	0.621		

表 4.14 雜誌社與印刷廠對印刷品質重視度變項差異分析 (續)

印刷品質題項	雜誌社(平均數)	雜誌社(標準差)	t 值	P 值
	印刷廠(平均數)	印刷廠(標準差)		
13 收縮膜包裝完好	4.693	0.569	0.557	.579
	4.625	0.609		
14 印刷機規位準確度	4.760	0.460	1.875	.067
	4.531	0.621		
15 印墨濃淡均一性	4.640	0.561	1.359	.181
	4.438	0.759		
16 頁數裁切完全	4.667	0.577	0.587	.559
	4.594	0.615		
17 印刷品表面完整無刮痕	4.600	0.593	2.298	.024*
	4.313	0.592		
18 印紋完整	4.627	0.610	1.219	.226
	4.469	0.621		
19 壞紙參雜，厚薄不均	4.560	0.620	-0.020	.985
	4.563	0.669		
20 封面位置不會偏差	4.707	0.540	1.775	.082
	4.469	0.671		
21 上光品質髒污損壞	4.560	0.683	0.838	.404
	4.438	0.716		
22 紙張基重的選擇	4.373	0.749	0.977	.331
	4.219	0.751		
23 印刷品裁切方正完整	4.787	0.501	-0.560	.579
	4.844	0.448		
24 上光品質拖壓痕跡	4.467	0.704	0.604	.547
	4.375	0.751		
25 騎縫線製作良好	4.520	0.742	-0.070	.941
	4.531	0.671		
26 拉頁、別冊方正完整不歪斜	4.653	0.581	1.224	.224
	4.500	0.622		
27 上光品質捲曲變形	4.507	0.705	0.044	.965
	4.500	0.762		
28 裝訂漏釘、歪斜生鏽或溢膠	4.680	0.549	-0.640	.525
	4.750	0.440		
29 中間調網點色彩品質	4.480	0.685	1.323	.189
	4.281	0.772		

註：*表 P 值<0.05 達顯著水準 **表 P 值<0.01 達非常顯著水準

3. 在服務品質 28 個題項中，多數題項是沒有差異的，達到顯著差異的有「對客戶預訂交件時間能確實實現」、「人員具有高度服務熱忱」、「有足夠的產能應付作業需求」、「經常關切客戶業務」、「提供印件督導休息室」以及「報價價格合理」等六個題項，推測其原因乃是與目前顧客導向為主有關，印刷廠致力於顧客服務，但由於雜誌社自己身為顧客，因此反而不會特別要求而造成兩者之間的差異。詳如表 4.15 所示：

表 4.15 雜誌社與印刷廠對服務品質重視度變項差異分析

服務品質題項	雜誌社(平均數)	雜誌社(標準差)	t 值	P 值
	印刷廠(平均數)	印刷廠(標準差)		
01 表單設計能符合客戶需求	4.507	0.578	1.536	.127
	4.313	0.645		
02 對客戶皆一視同仁	4.493	0.665	0.406	.686
	4.438	0.619		
03 業務人員具有良好禮貌與態度	4.733	0.622	0.624	.534
	4.656	0.483		
04 對有問題的印件能適時解決	4.760	0.489	1.988	.052
	4.531	0.567		
05 業務人員能立即解答客戶疑問	4.440	0.775	0.626	.533
	4.344	0.602		
06 會隨時提供作業進度狀況	4.240	0.751	0.333	.740
	4.188	0.738		
07 對臨時性需求能迅速處理	4.320	0.774	-0.152	.880
	4.344	0.653		
08 人員具備專業知識與能力	4.560	0.551	1.588	.115
	4.375	0.554		
09 印件品質能符合客戶要求	4.747	0.548	1.017	.311
	4.625	0.609		
10 有足夠的作業設備	3.720	0.815	-0.170	.865
	3.750	0.880		
11 業務人員能提供市場最新資訊	3.747	0.974	-0.020	.984
	3.750	0.672		

表 4.15 雜誌社與印刷廠對服務品質重視度變項差異分析 (續)

服務品質題項	雜誌社(平均數)	雜誌社(標準差)	t 值	P 值
	印刷廠(平均數)	印刷廠(標準差)		
12 對客戶預定交件時間能確實實現	4.107	0.746	-2.775	.007**
	4.531	0.671		
13 人員具有高度服務熱忱	4.093	0.738	-2.268	.025*
	4.438	0.669		
14 有足夠的產能應付作業需求	3.933	0.794	-2.092	.039*
	4.281	0.772		
15 經常關切客戶業務	3.720	0.831	-2.973	.004**
	4.156	0.628		
16 了解客戶所需，提供所需服務	4.253	0.824	-0.551	.583
	4.344	0.653		
17 稿件事先審核	4.600	0.593	-0.198	.843
	4.625	0.609		
18 充分授權員工解決問題	3.947	0.752	-1.313	.192
	4.156	0.767		
19 選擇適當的委外公司	4.267	0.704	-0.954	.342
	4.406	0.665		
20 對委外公司有適當的監督	4.413	0.639	1.985	.050
	4.125	0.793		
21 提供印件督導休息室	3.293	0.866	-2.679	.009**
	3.813	1.030		
22 賠償問題的處理能力與時效	4.173	0.705	-0.890	.376
	4.313	0.821		
23 營業外時間能提供服務	4.107	0.689	-0.293	.771
	4.156	0.847		
24 報價價格合理	4.600	0.593	2.679	.010*
	4.188	0.780		
25 以友善態度聽取客戶建議	4.627	0.588	1.909	.062
	4.344	0.745		
26 提供服務專線電話	3.880	0.915	0.496	.621
	3.781	1.008		
27 提供簡便訴怨管道	3.533	0.977	-0.428	.670
	3.625	1.100		
28 重視客戶導向的觀念	4.080	0.749	-0.487	.627
	4.156	0.723		

註：*表 P 值<0.05 **表 P 值<0.01 ***表 P 值<0.001

4.4 不同背景之雜誌社與印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質分析

為瞭解不同背景之雜誌社與印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質各構面之差異是否存有顯著性,分別以 t 檢定與單因子變異數分析(One-Way ANOVA) 做進一步分析,若達到顯著水準,再以雪費 (Scheffe) 進行事後檢定,比較其差異性。

4.4.1 不同背景之雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質差異分析

1. 員工人數：如表 4.16 所示,員工人數不同之雜誌社在印刷品質構面中「裝訂」有顯著差異;服務品質構面之「信賴面」及「反應面」達顯著差異,「關懷面」則達非常顯著差異。而由雪費事後檢定得知,員工人數在 71-90 人之雜誌社比 31-50 人之雜誌社注重印刷品質之「裝訂」。員工人數在 71-90 人之雜誌社比 31-50 人之雜誌社注重服務品質之「信賴面」與「反應面」;員工人數在 71-90 人之雜誌社比 30 人以下之雜誌社注重服務品質之「反應面」與「關懷面」。

表 4.16 員工人數不同之雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質差異分析

品質構面		員工人數 (平均數)					F 值	P 值	雪費事後檢定
		30 人以下 (n=18)	31-50 人 (n=24)	51-70 人 (n=8)	71-90 人 (n=10)	91 人以上 (n=15)			
印刷品質	加工	32.17	30.96	31.38	36.00	32.73	1.485	.216	
	印刷色彩	22.78	21.54	22.25	26.00	24.20	2.403	.058	
	裝訂	21.72	20.92	20.13	25.10	21.80	2.819	.031*	71-90 人 >31-50 人
	材料	23.89	23.00	23.25	25.20	23.80	0.439	.780	

表 4.16 員工人數不同之雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質差異分析(續)

品質構面	員工人數 (平均數)					F 值	P 值	雪費事後檢定	
	30 人以下 (n=18)	31-50 人 (n=24)	51-70 人 (n=8)	71-90 人 (n=10)	91 人以上 (n=15)				
服務品質	專業面	31.00	30.08	32.25	36.20	31.87	2.151	.084	
	信賴面	25.67	24.88	26.38	31.40	26.93	3.454	.012*	71-90 人 >31-50 人
	反應面	18.78	18.67	19.00	23.00	19.67	3.371	.014*	1.71-90 人 >31-50 人 2.71-90 人 >30 人以下
	關懷面	12.72	13.54	12.75	15.50	14.27	3.771	.008**	71-90 人>30 人以下

註：*表 P 值<0.05 達顯著水準 **表 P 值<0.01 達非常顯著水準

2. 年印刷費：如表 4.17 所示，年印刷費不同之雜誌社除了在印刷品質構面之「印刷色彩」有顯著差異外，對其餘之印刷品質構面與服務品質構面皆無顯著差異，表示年印刷費不同之雜誌社在這幾部份的看法是一致的，而對「印刷色彩」有不同要求。而由雪費事後檢定得知，年印刷費 1,001 萬元以上者，比 300 萬元以下者更重視印刷色彩。

表 4.17 年印刷費不同之雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質差異分析

品質構面	年印刷費 (平均數)					F 值	P 值	雪費事後檢定	
	300 萬以下 (n=11)	301-500 萬 (n=13)	501-700 萬 (n=16)	701-1000 萬 (n=12)	1001 萬以上 (n=23)				
印刷品質	加工	31.00	31.46	31.25	31.33	34.70	1.472	.220	
	印刷色彩	21.00	22.46	21.56	23.75	25.00	2.592	.044*	1001 萬以上 >300 萬以下
	裝訂	20.64	21.23	21.25	20.92	23.39	1.616	.180	
	材料	23.18	21.38	23.13	24.33	25.30	1.829	.133	
服務品質	專業面	30.73	31.23	31.06	30.50	33.52	0.821	.516	
	信賴面	26.09	26.46	25.38	26.33	27.61	0.471	.757	
	反應面	19.18	18.77	19.13	19.33	20.43	0.595	.667	
	關懷面	13.73	13.31	12.88	13.92	14.26	1.093	.367	

註：*表 P 值<0.05 達顯著水準 **表 P 值<0.01 達非常顯著水準

3. 資本額：如下頁表 4.18 所示，資本額不同之雜誌社對印刷品質構面之「加工」、「印刷色彩」以及「裝訂」有顯著差異，對於「材料」以及服務品質四大構面則是無顯著差異。而由雪費事後檢定得知，資本額在 1,000 萬以下的雜誌社比 1,001-3,000 萬的雜誌社重視印刷品質構面之「加工」、「印刷色彩」以及「裝訂」；資本額在 1,000 萬以下的雜誌社比 7,001-9,000 萬的雜誌社重視印刷品質構面之「加工」。

表 4.18 資本額不同之雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質差異分析

品質構面	資本額 (平均數)							F 值	P 值	雪費事後檢定	
	1000 萬以下 (n=6)	1001-3000 萬 (n=10)	3001-5000 萬 (n=14)	5001-7000 萬 (n=15)	7001-9000 萬 (n=11)	9001 萬-1 億 (n=9)	1 億以上 (n=16)				
印刷品質	加工	39.50	25.00	31.14	33.07	29.82	32.67	33.31	4.027	.002**	1,000 萬以下 >1,001-3,000 萬 2,100 萬以下 >7,001-9,000 萬
	印刷色彩	27.50	17.75	22.79	23.93	22.18	21.89	23.31	2.672	.022*	1,000 萬以下 >1,001-3,000 萬
	裝訂	26.17	16.75	22.36	22.00	20.36	20.33	22.38	3.744	.003**	1,000 萬以下 >1,001-3,001 萬
	材料	29.33	21.25	24.29	23.33	22.18	23.00	23.44	2.290	.045*	1,000 萬以下 >1,001-3,000 萬 (LSD 事後檢定)
服務品質	專業面	32.33	25.25	33.71	32.53	31.00	31.44	31.19	1.222	.306	
	信賴面	27.00	22.50	28.64	27.27	24.64	26.44	26.06	1.162	.337	
	反應面	20.17	16.75	20.29	20.13	18.73	18.89	19.56	0.744	.616	
	關懷面	13.83	12.50	13.57	14.40	13.00	13.11	14.06	0.832	.549	

註：*表 P 值<0.05 達顯著水準 **表 P 值<0.01 達非常顯著水準

4. 合作家數：如表 4.19 所示，合作家數不同之雜誌社在印刷與服務品質部份皆無顯著差異，表示合作家數不同之雜誌社對這兩大品質項目的看法是一致的。

表 4.19 合作家數不同之雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質差異分析

品質構面		合作家數 (平均數)					F 值	P 值
		1 家 (n=18)	2 家 (n=22)	3 家 (n=19)	4 家 (n=5)	5 家以上 (n=11)		
印刷 品質	加工	32.28	30.00	32.89	34.00	35.27	1.871	.125
	印刷色彩	24.28	21.91	22.00	25.20	24.09	1.529	.203
	裝訂	22.06	20.68	22.32	23.00	21.91	0.689	.602
	材料	25.11	23.18	22.37	24.20	24.45	1.024	.401
服務 品質	專業面	31.00	32.00	33.16	32.80	29.27	0.887	.476
	信賴面	27.22	26.00	27.26	28.40	24.18	0.985	.421
	反應面	20.00	19.09	20.68	20.20	17.18	2.012	.102
	關懷面	13.50	13.68	14.11	14.40	12.82	0.769	.549

5. 合作時間：如表 4.20 所示，合作時間不同之雜誌社在印刷品質構面上無顯著差異，而對服務品質構面之「專業面」與「反應面」則是有顯著差異；表示合作時間不同之雜誌社對服務品質構面之「專業面」與「反應面」要求不同。由於雪費事後檢定結果無差異，因而進行 LSD 事後檢定，結果發現，雜誌社與印刷廠合作時間在一年以下者，比二年以上者重視服務品質之「專業面」；亦比一年至一年半者重視服務品質之「反應面」。

表 4.20 合作時間不同之雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質差異分析

品質構面	合作時間 (平均數)				F 值	P 值	LSD 事後檢定	
	一年以下 (n=2)	一年至一 年半(n=7)	一年半至 二年 (n=10)	二年以上 (n=56)				
印刷品質	加工	37.50	30.86	30.80	32.59	0.971	.411	
	印刷色彩	27.00	23.86	22.70	22.86	0.684	.565	
	裝訂	21.50	20.86	20.50	22.11	0.640	.592	
	材料	27.50	24.00	23.80	23.50	0.513	.674	
服務品質	專業面	42.00	31.57	31.80	31.34	2.251	.090*	一年以下> 二年以上
	信賴面	34.50	25.43	26.70	26.32	1.821	.151	
	反應面	25.50	18.43	18.10	19.68	2.880	.042*	一年以下> 一年至一年半
	關懷面	15.00	14.14	13.50	13.59	0.395	.757	

註：*表 P 值<0.05 達顯著水準

4.4.2 不同背景之印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質差異分析

1. 員工人數：如下頁表 4.21 所示，員工人數不同之印刷廠在印刷與服務品質部份皆無顯著差異，表示員工人數不同之雜誌社對這兩大品質項目的看法是一致的。

表 4.21 員工人數不同之印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質差異分析

品質構面	員工人數 (平均數)						F 值	P 值	
	30 人以 下(n=2)	31-60 人 (n=5)	61-90 人 (n=6)	91-120 人(n=7)	121-160 人(n=5)	161 人以 上(n=7)			
印刷品質	加工	41.50	42.60	42.17	40.71	40.00	39.86	0.408	.839
	印刷色彩	29.50	33.20	31.67	31.14	29.60	29.14	1.009	.432
	裝訂	25.50	29.20	2.83	27.14	26.80	26.57	0.662	.655
	材料	29.50	32.80	30.50	31.14	30.40	29.43	0.523	.756
服務品質	專業面	42.50	45.40	43.00	42.14	40.60	42.14	0.498	.775
	信賴面	32.50	36.40	32.17	31.71	33.20	31.86	0.757	.589
	反應面	25.50	27.20	25.17	25.71	26.40	26.43	0.339	.885
	關懷面	15.50	18.00	16.83	16.43	17.80	17.86	1.030	.421

2. 資本額：如表 4.22 所示，資本額不同之印刷廠對於服務品質構面之「信賴面」有顯著差異，對於其他品質構面則是無顯著差異；表示資本額不同之印刷廠在「信賴面」的看法不一致。由於雪費事後檢定結果無差異，因而進行 LSD 事後檢定，結果發現，印刷廠資本額在 6,001-8,000 萬元者，皆比其他不同資本額之印刷廠重視服務品質之「信賴面」。

表 4.22 資本額不同之印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質差異分析

品質構面		資本額（平均數）						F 值	P 值
		4000 萬以下(n=2)	4001-6000 萬(n=2)	6001-8000 萬(n=4)	8001-1 億 (n=2)	1 億-1 億 5 千萬(n=5)	1 億 5 千萬 以上 (n=17)		
印刷品質	加工	41.50	39.00	44.75	44.50	37.60	40.94	2.186	.087
	印刷色彩	29.50	29.50	34.75	34.00	29.00	30.29	2.023	.109
	裝訂	25.50	25.50	30.00	29.00	25.20	27.18	1.834	.141
	材料	29.50	28.00	34.00	32.50	28.80	30.71	1.335	.281
服務品質	專業面	42.50	38.50	48.00	44.50	40.00	42.35	1.889	.131
	信賴面	32.50	28.50	39.25	31.00	30.20	32.88	3.121	.024*
	反應面	25.50	24.50	28.75	25.50	24.40	26.29	1.414	.252
	關懷面	15.50	15.50	18.75	16.50	15.80	17.76	2.553	.052

註：*表 P 值<0.05 達顯著水準

3. 月營業額：如表 4.23 所示，月營業額不同之印刷廠在印刷品質構面之「裝訂」無顯著差異，看法一致；而在「加工」、「印刷色彩」以及「材料」構面達顯著差異；而由雪費事後檢定得知，月營業額在 601-900 萬之印刷廠比 600 萬以下之印刷廠重視「材料」構面。在服務品質構面部份則是「專業面」達到顯著差異，對「專業面」的要求不同，對於其他服務品質構面則看法一致。

表 4.23 月營業額不同之印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質差異分析

品質構面		月營業額 (平均數)				F 值	P 值	雪費事後檢定
		600 萬以下(n=3)	601-900 萬(n=8)	901-1200 萬(n=6)	1200 萬以上(n=15)			
印刷品質	加工	39.33	43.88	42.17	39.40	3.004	.047*	601-900 萬 >1200 萬 (LSD 事後檢定)
	印刷色彩	28.67	33.50	31.67	29.40	3.436	.030*	1. 601-900 萬 >600 萬以下 2. 601-900 萬 >1200 萬 (LSD 事後檢定)
	裝訂	24.67	29.00	27.33	26.53	2.261	.103	
	材料	26.00	33.25	32.17	29.67	5.057	.006**	601-900 萬> 600 萬以下
服務品質	專業面	38.00	46.00	44.83	40.80	4.492	.011*	1. 601-900> 600 萬以下 2. 601-900 萬 >1200 萬 3. 901-1200 萬 >600 萬以下 (LSD 事後檢定)
	信賴面	30.33	35.13	34.17	31.60	1.582	.216	
	反應面	23.67	27.00	26.00	26.13	1.089	.370	
	關懷面	15.00	17.50	18.00	17.20	1.885	.155	

註：*表 P 值<0.05 達顯著水準 **表 P 值<0.01 達非常顯著水準

4. 合作家數：如下頁表 4.24 所示，合作家數不同之印刷廠在印刷與服務品質部份皆無顯著差異，表示合作家數不同之雜誌社對這兩大品質項目的看法是一致的。

表 4.24 合作家數不同之印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質差異分析

品質構面		合作家數 (平均數)			F 值	P 值
		2 家以下 (n=3)	3-4 家 (n=2)	5 家以上 (n=27)		
印刷品質	加工	43.33	44.00	40.56	1.257	.300
	印刷色彩	33.67	29.50	30.56	1.181	.321
	裝訂	28.67	27.50	26.93	0.478	.625
	材料	32.67	33.50	30.26	1.221	.310
服務品質	專業面	48.00	40.50	42.15	2.381	.110
	信賴面	38.67	32.50	32.22	3.030	.064
	反應面	29.00	26.00	25.78	1.987	.155
	關懷面	18.00	18.00	17.07	0.477	.625

5. 合作時間：如表 4.25 所示，合作時間不同之印刷廠對服務品質構面之「專業面」與「反應面」有顯著差異，看法不一致；可能原因是，印刷廠認為合作時間短的雜誌社，在合作關係上較為不穩定，因此在服務品質上有所差異。但對於其他印刷與服務品質構面的看法則是一致。

表 4.25 合作時間不同之印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質差異分析

品質構面		合作時間 (平均數)		t 值	P 值
		二年以下 (n=3)	二年以上 (n=29)		
印刷品質	加工	43.67	40.76	1.206	.237
	印刷色彩	33.67	30.48	1.503	.143
	裝訂	29.33	26.90	1.394	.174
	材料	32.33	30.52	0.810	.424
服務品質	專業面	48.33	42.00	2.311	.028*
	信賴面	36.67	32.45	1.553	.131
	反應面	29.33	25.76	2.294	.029*
	關懷面	19.00	17.03	1.749	.090

註：*表 P 值<0.05 達顯著水準

6. 教育程度：如表 4.26 所示，教育程度不同之印刷廠填答人員在印刷品質構面之「印刷色彩」與「裝訂」，以及服務品質構面之「專業面」與「信賴面」達到顯著。而由雪費事後檢定得知，高中(職)之填答人員比大學(專)之填答人員重視印刷品質構面之「印刷色彩」與「裝訂」，而大學(專)之填答人員比高中(職)之填答人員注重服務品質構面之「專業面」與「信賴面」。推測其原因乃是與印刷廠人員結構有關，高中(職)多是從學徒做起，自然注重印刷品質；而大學(專)則是客戶導向為主，因此較注重服務品質。

表 4.26 教育程度不同之印刷廠填答人員對印刷與服務品質差異分析

品質構面		教育程度 (平均數)			F 值	P 值	雪費事後檢定
		高中(職)以下(n=10)	大學(專)(n=19)	研究所以上(n=3)			
印刷品質	加工	43.10	39.95	41.00	2.187	.130	
	印刷色彩	33.20	29.79	29.00	1.099	.027*	高中(職)>大學(專)
	裝訂	29.10	26.21	26.33	3.944	.031*	高中(職)>大學(專)
	材料	32.90	29.58	30.33	3.044	.063	
服務品質	專業面	45.80	40.89	42.67	4.053	.028*	大學(專)>高中(職)
	信賴面	35.50	31.05	35.33	4.352	.022*	大學(專)>高中(職)
	反應面	27.30	25.37	26.67	1.787	.185	
	關懷面	18.00	16.74	17.67	1.575	.224	

註：*表 P 值<0.05 達顯著水準

7. 相關科系：如表 4.27 所示，是否為相關科系之印刷廠填答人員除了的服務品質構面之「信賴面」達到顯著外，其餘品質構面皆未達顯著；表示是否為印刷相關科系對於品質構面的要求上多數是一致的。其原

因在於印刷廠對所有員工的要求有清楚規範，不論是否為印刷相關科系人員，讓員工在執行上有所依據。

表 4.27 科系不同之印刷廠填答人員對印刷與服務品質差異分析

品質構面		相關科系 (平均數)		t 值	P 值
		是(n=20)	否(n=12)		
印刷品質	加工	40.65	41.67	-0.689	.496
	印刷色彩	30.10	31.92	-1.419	.166
	裝訂	27.00	27.33	-0.307	.761
	材料	30.05	31.75	-1.279	.211
服務品質	專業面	41.65	44.17	-1.454	.156
	信賴面	31.60	34.92	-2.088	.045*
	反應面	26.25	25.83	0.411	.684
	關懷面	17.10	17.42	-0.447	.658

註：*表 P 值<0.05 達顯著水準

綜合本節所做之統計結果，彙整不同背景之雜誌社與印刷廠在各品質構面上的差異如表 4.28 與表 4.29 所示：

表 4.28 不同背景之雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質差異彙整

品質構面		基本資料				
		員工人數	年印刷費	資本額	合作家數	合作時間
印刷品質	加工			**		
	印刷色彩			*		
	裝訂	*	*	**		
	材料			*		
服務品質	專業面					*
	信賴面	*				
	反應面	*				*
	關懷面	**				

註：*表 P 值<0.05 達顯著水準 **表 P 值<0.01 達非常顯著水準

表 4.29 不同背景之印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質差異彙整

品質構面		基本資料	員工 人數	資本額	月營 業額	合作 家數	合作 時間	教育 程度	相關 科系
印刷 品質	加工				*				
	印刷色彩				*			*	
	裝訂							*	
	材料				**				
服務 品質	專業面				*		*	*	
	信賴面			*				*	*
	反應面						*		
	關懷面								

註：*表 P 值<0.05 達顯著水準 **表 P 值<0.01 達非常顯著水準

4.5 研究假設之驗證

本節將以上之資料分析結果加以整理，並將研究假設一一驗證於表

4.30 如下：

表 4.30 研究假設驗證彙總表

研究假設	內容	研究結果	驗證結果
假設一	雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質之重視度與滿意度間無顯著差異	1. 印刷品質 29 題項皆達顯著差異 2. 服務品質除第 21 題外，其餘皆達顯著差異	部份成立
假設二	雜誌社與印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質的重視度無顯著差異	1. 印刷與服務品質各構面均無顯著差異 2. 印刷品質 29 個題項中有三題達顯著差異 3. 服務品質 28 個題項中，有六題達顯著差異	部份成立

表 4.30 研究假設驗證彙總表 (續)

研究假設	內容	研究結果	驗證結果
假設三	3-1：員工人數不同之雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質的滿意無顯著差異。	員工人數不同之雜誌社在印刷品質之裝訂，以及服務品質之信賴面、反應面、關懷面達顯著差異	部份成立
	3-2：年印刷費不同之雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質的滿意無顯著差異。	年印刷費不同之雜誌社僅在印刷品質之印刷色彩達顯著差異	部份成立
	3-3：資本額不同之雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質的滿意無顯著差異。	資本額不同之雜誌社在印刷品質四構面皆達顯著差異	部份成立
	3-4：合作家數不同之雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質的滿意無顯著差異。	合作家數不同之雜誌社在印刷與服務品質構面中皆未達顯著差異	成立
	3-5：合作時間不同之雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質的滿意無顯著差異。	合作時間不同之雜誌社在服務品質之專業面與反應面達顯著差異	部份成立
假設四	4-1：員工人數不同之印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質的重視度無顯著差異。	員工人數不同之印刷廠在印刷與服務品質構面中皆未達顯著差異	成立
	4-2：資本額不同之印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質的重視度無顯著差異。	資本額不同之印刷廠僅在服務品質之信賴面達顯著差異	部份成立
	4-3：月營業額不同之印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質的重視度無顯著差異。	月營業額不同之印刷廠在印刷品質之裝訂未達顯著；在服務品質之專業面達顯著	部份成立
	4-4：合作家數不同之印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質的重視度無顯著差異。	合作家數不同之印刷廠在印刷與服務品質構面中皆未達顯著差異	成立
	4-5：合作時間不同之印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質的重視度無顯著差異。	合作時間不同之印刷廠僅在服務品質之專業面與反應面達顯著差異	部份成立
	4-6：教育程度不同之印刷廠填答人員對輪轉印刷之印刷與服務品質的重視度無顯著差異。	教育程度不同之印刷廠填答人員在印刷品質之印刷色彩與裝訂，以及服務品質之專業面與信賴面達顯著差異	部份成立
	4-7：相關科系不同之印刷廠填答人員對輪轉印刷之印刷與服務品質的重視度無顯著差異。	相關科系不同之印刷廠填答人員僅在服務品質信賴面達顯著差異	部份成立

第五章 結論與建議

商業捲筒輪轉平版印刷業者為求將來要成功，應盡其所能提供與其他業者不同的品質與服務，而這些服務更應以客戶為導向，要深入了解雜誌社的主要需求；印刷業者應致力於找出更快速、更便宜、更有效率的新方法以獲取雜誌社或其他客戶的新訂單，同時追求客戶在印刷與服務品質的滿意程度。本研究透過雜誌社與印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質看法，蒐集有價值之項目，並做進一步的整理與分析，獲得一些具體的成果。

5.1 結論

本研究依據前述之研究目的，彙整結論如下：

1. 雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質的滿意度看法

依據研究結果顯示，雜誌社最不满意的印刷品質為印刷髒點、印刷與打樣色彩不一致、印墨濃淡不均、滿版色彩以及背印現象。上述幾項印刷品質一直以來即為業界所公認之問題，印刷廠應深入了解其問題癥結所在，採取有效的對策以檢討改善。

在服務品質部份，整體而言，雜誌社對印刷廠之服務品質偏向滿意，僅對業務人員沒有提供市場最新資訊，以及作業進度狀況的提供較不滿

意。究其原因，乃是由於印刷業務員多是一人對多個客戶，且對市場最新資訊的消息來源不清楚，因此雜誌社對此兩部份較不滿意。

2. 雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質的差異

依據研究結果顯示，雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質的重視度與滿意度間有顯著的落差。在印刷品質的 29 個題項皆達顯著差異，表示雜誌社對輪轉印刷之印刷品質在滿意度與重視度上的回答有顯著的不同，且實際感受到的品質皆低於所重視的品質，其中印刷品質部份平均數差較為明顯的整理如表 5.1 所示。

表 5.1 雜誌社對印刷品質的主要差異

11 印刷色彩與打樣色彩一致
06 出現印刷髒點
15 印墨濃淡均一性
14 印刷機規位準確度
10 滿版色彩品質

此部份與雜誌社較不滿意的部份大同小異，表示雜誌社對這些印刷品質項目皆很重視，但實際上卻得不到對等的品質。

服務品質部份，雜誌社除了在印件督導休息室未達顯著差異外，其餘均達顯著差異，此表示雜誌社最為認同的是印刷廠提供印件督導休息室，對於其他服務品質項目則不認同。主要原因在於雜誌社印務人員看印時必在印刷機前，因此對於休息室的提供並不那麼要求，而印刷廠本

身仍有提供休息室或是獨立空間給印務人員，因此能獲得雜誌社的認同。

3. 雜誌社與印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質重視度的差異

依據研究結果顯示，印刷廠所重視的與雜誌社所重視的有部份差異存在，然整體而言是沒有差異的，彙整如表 5.2 所示。

表 5.2 雜誌社與印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質重視度差異項目

印刷品質	06 出現印刷髒點
	11 印刷色彩與打樣色彩一致
	17 印刷品表面完整無刮痕、條痕現象
服務品質	12 對客戶預定交件時間能確實實現
	13 人員具有高度服務熱忱
	14 有足夠的產能應付作業需求
	15 經常關切客戶業務
	21 提供印件督導休息室
	24 報價價格合理

在印刷品質部份，印刷廠本身在專業角度上即判定上述問題的存在是無可避免的，而雜誌社以一般顧客角度來看，認為是可以解決的，因此造成認知上的差異；在服務品質部份，印刷廠對於本身專業素養的要求有自己的一套看法，但卻與雜誌社的看法有所出入，造成部份的差異。

4. 雜誌社與印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質滿意度及重視度彙整

依據前述之雜誌社與印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質在重視度與滿意度之回答彙整如表 5.3 與表 5.4 所示。由表得知，雜誌社所重視與滿意的部份，並非完全與印刷廠所重視的部份相同，雜誌社可藉此表格瞭解印刷廠所重視的項目為何，進而探討本身的要求對印刷廠來說是否

可以達到；而印刷廠亦可藉由此表格所呈現之內容瞭解雜誌社的反應為何，針對各項問題逐一瞭解與改進，以達到雙方都能接受的結果。

表 5.3 雜誌社與印刷廠對印刷品質重視度與滿意度彙整

印刷品質題項	雜誌社之重視度	雜誌社之滿意度	印刷廠之重視度
01 背印、透印現象	低	低	中
02 頁面完好	高	高	高
03 打釘或裝訂牢固	高	高	高
04 印刷品完成尺寸	高	高	高
05 紙質的選擇合宜	低	高	低
06 出現印刷髒點	低	低	低
07 疊色色彩品質	中	低	高
08 裝訂平整度良好	中	中	中
09 裝訂無誤	低	高	低
10 滿版色彩品質	中	低	高
11 印刷與打樣色彩一致	高	低	低
12 紙張平整	中	中	中
13 收縮膜包裝完好	高	高	高
14 規位準確度	高	低	中
15 印墨濃淡均一性	中	低	低
16 頁數裁切完全	高	高	高
17 印刷品表面完整	中	低	低
18 印紋完整	中	中	中
19 壞紙參雜，厚薄不均	中	中	高
20 封面位置偏差	高	高	中
21 上光品質髒污損壞	低	中	低
22 紙張基重的選擇	低	高	低
23 印刷品裁切方正	高	中	高
24 上光品質拖壓痕跡	低	中	低
25 騎縫線製作良好	低	中	中
26 拉頁、別冊完整	中	低	中
27 上光品質捲曲變形	低	高	中
28 裝訂漏釘或溢膠	高	中	高
29 中間調網點色彩品質	低	低	低

表 5.4 雜誌社與印刷廠對服務品質重視度與滿意度彙整

服務品質題項	雜誌社之重視度	雜誌社之滿意度	印刷廠之重視度
01 表單設計能符合需求	高	高	中
02 對客戶一視同仁	高	高	高
03 良好禮貌與親切態度	高	高	高
04 問題印件適時解決	高	中	高
05 立即解答客戶疑問	中	低	中
06 提供作業進度狀況	中	低	中
07 迅速處理臨時性需求	中	中	中
08 專業知識與能力	高	高	高
09 品質符合要求	高	中	高
10 足夠作業設備	低	低	低
11 提供市場最新資訊	低	低	低
12 預定交件時間	中	高	高
13 高度服務熱忱	低	高	高
14 足夠產能	低	低	中
15 經常關切客戶業務	低	低	低
16 了解客戶所需	中	中	中
17 稿件事先審核	高	中	高
18 授權員工解決問題	低	低	低
19 選擇適當的委外公司	中	中	高
20 對委外公司適當監督	中	低	低
21 提供印件督導休息室	低	中	低
22 賠償問題處理能力	中	高	中
23 營業外時間提供服務	中	高	低
24 報價價格合理	高	高	中
25 友善態度聽取建議	高	低	中
26 服務專線電話	低	中	低
27 提供簡便訴怨管道	低	低	低
28 重視客戶導向的觀念	低	中	低

5. 不同背景之雜誌社與印刷廠對印刷與服務品質滿意度及重視度的差異

依據前述之統計結果，將不同背景之雜誌社與印刷廠對印刷與服務品質在各構面上達到顯著差異的部份彙整如表 5.5 與表 5.6 所示。

表 5.5 不同背景之雜誌社對輪轉印刷之印刷與服務品質有差異之構面

	印刷品質構面	服務品質構面
員工人數	裝訂	信賴面、反應面、關懷面
年印刷費	裝訂	無
資本額	加工、印刷色彩、裝訂、材料	無
配合家數	無	無
合作時間	無	專業面、反應面

表 5.6 不同背景之印刷廠對輪轉印刷之印刷與服務品質有差異之構面

	印刷品質構面	服務品質構面
員工人數	無	無
資本額	信賴面	無
月營業額	加工、印刷色彩、材料	專業面
合作家數	無	無
合作時間	無	專業面、反應面
教育程度	印刷色彩、裝訂	專業面、信賴面
相關科系	無	信賴面

5.2 建議

本節將對雜誌社提出整體建議，另也對印刷廠在印刷與服務品質部份分別給予印刷廠建議。

5.2.1 對雜誌社之建議

由前述之統計結果與討論中可發現，雜誌社與印刷廠雙方在各品質

變項上的認知有落差，雜誌社所重視與滿意的部份，普遍與印刷廠不同，其主要原因在於雜誌社人員缺乏印刷相關知識，造成與印刷廠的溝通出現問題，因此建議雜誌社以下幾點：

1. 加強編輯與印務人員印刷知識：印刷知識領域廣泛，但在文化印刷部份較為簡單易懂，雜誌社應多安排編輯與印務相關人員至印刷廠參觀，亦可讓相關人員接受印刷專業課程訓練，亦或是參加一些研討會與印刷相關展覽，對其專業知識的累積會有正面的幫助。
2. 雇用印刷相關科系人員：目前雜誌社與出版社之印務人員，多數為非印刷相關科系之專才，因此在雜誌發印過程中較易出現問題。尋找印刷相關科系人員投入印務工作，雙方可以取得良好的溝通方式，減少溝通上的錯誤發生。

5.2.2 對印刷廠在印刷品質上之建議

1. 針對印刷品髒點部份，由於目前印刷產業仍使用傳統製版技術，對於CTP（電腦直接製版 Computer to Plate）技術與設備尚不夠普及，待將來CTP普及之後，必能大大改善此問題。然在目前尚未完全採用之際，製版室的整理、清潔與清掃，以及印刷師傅確實清洗輥筒顯然是必要的。

2. 針對印刷品背印、透印部份，此與目前普遍採用薄紙印刷有關，雜誌社為降低成本及重量，改採較輕的紙質，導致印刷業者只要稍不注意，在印刷過程中很容易由於油墨問題造成此現象。印刷業者可以加強員工的在職訓練，亦可以請上游紙廠供應商加強紙張之不透明度來改善此問題。
3. 針對印刷色彩與打樣色彩一致性部份，由於雜誌社的主要收入來源是廣告商，而廣告商往往對色彩的品質要求相當高，若在印刷時的色彩與廣告商的要求不同，即有可能收不到廣告費。而印刷與打樣所使用的機器、油墨等設備不同，因此在色彩上多少會有落差，但雜誌社人員往往不知此一狀況，因此建議印刷廠加強與雜誌社的溝通，亦或是對雜誌社人員做訓練，使雜誌社人員能對印刷流程有一定認知，避免認知不同所可能造成的結果。
4. 對於滿版色彩與印墨不均的問題，主要起因仍在於雜誌用紙的關係，由於紙張的表面性不一定均勻，因而造成紙張的吸墨性不一，建議印刷廠可與雜誌社進行溝通，選擇不同的紙張來印刷。另一方面則是印刷廠本身問題，墨輥的壓力、水墨是否平衡、油墨黏性，以及橡皮布使用情況等皆有可能造成滿版色彩不佳及印墨不均勻，印刷廠在試車時應先調整好，印刷時更應隨時注意，若是橡皮布已有損壞情形應立

即更換，不應為省錢或是心存僥倖而繼續使用。

5. 整體看來，雜誌社對於印刷色彩較不滿意，印刷廠應落實品管工具的應用，若能確實利用控制導表、濃度計及採光標準光源 D65 看樣，甚至可利用色彩管理系統 CPC2s 來做色彩的校正，以控制印刷品質，相信對印刷品質的改善有正面的幫助。
6. 印刷流程中會影響印刷品質的因素極其眾多，其中物料的使用更是對印刷品質有極大影響，然一般印刷公司對所使用的印刷物料，諸如紙張、油墨、版材、橡皮布等的品質無法自己完全掌控，多依賴供應商提供合適品質的印刷材料。事實上，若是能有一些好的進料品管措施，將可減少印刷上可能發生的問題，並能收預防品管之效。因此建議印刷廠在購買印料時應注意：(1) 選擇優良之供應商、(2) 詳列採購訂單的規格項目、(3) 進料時的檢驗、(4) 物料的處理與保管、(5) 庫存的管理，以及(6) 物料之品質紀錄。

5.2.3 對印刷廠在服務品質上之建議

1. 由於印刷業務員一般不會主動去獲取印刷新資訊，印刷廠應提供市場最新資訊給印刷業務員，並適時給予教育訓練，以增加業務員的新知，並提供給雜誌社作為參考資訊。

2. 在作業進度狀況上，以業界目前情況來看，多是雜誌社向印刷廠詢問進度，而印刷廠通常只在作業開始與即將結束時會與雜誌社聯絡相關事宜，但雜誌社在內部作業上須掌握各流程的進度與時間，因此建議印刷廠若能主動提供作業進度，必能與雜誌社關係更為密切，雜誌社也會更願意繼續與其維持合作關係。而其方式可以建立一套有效率的資訊管理作業系統，可有效的協助業者，確實掌握印件的流動，隨時提供顧客作業進度，亦可協助業務人員，在回覆雜誌社交件時間或處理臨時需求時，能利用此套資訊系統，了解公司目前的產能狀況，以作為判斷正確交件時間或處理臨時需求的參考。
3. 由於印刷業務員並非完全是印刷相關科系人員，在專業知識上可能不足以解決雜誌社所遇到的問題，導致問題發生時會有時間空檔出現，以致拖延整個流程；因此印刷廠可提供業務員在職訓練的課程，增加其專業知識，以便能迅速處理客戶問題。
4. 為能達到有效率且迅速處理更多客戶臨時性需求，印刷廠勢必須與委外公司合作，所以藉由同行之間協力制度的建立，若遇有臨時的印件要求時，便可藉由協力制度來應付彼此的臨時需求，達到彼此的互惠互利。

5. 針對設備不足部份，由於目前從印前到加工的一貫印刷廠並不多，多數印刷廠還是必須將部份印刷流程給委外公司來處理，時間的往來對雜誌社來說是不必要的浪費，因此若能將所有流程一手包辦，減少印刷流程轉換時間，勢必更能獲得雜誌社滿意。不過要整合上中下游的印刷流程必須投入大量的金錢，因此，以現今產業狀況看來，並不是所有印刷廠都能做到一貫作業。
6. 員工服務觀念的灌輸：在一般觀念中，認為對顧客服務的工作都是以對外顧客服務為主，是業務人員的事，然顧客服務應包括對外顧客及對內顧客的服務觀念，所以印刷廠內部員工都應有顧客服務的觀念，例如分色人員為製版人員服務，製版人員為印刷人員服務等等，以使對內顧客滿意為目標，因有滿意的員工，才有滿意的顧客。

5.3 對後續研究者之建議

1. 由於商業捲筒輪轉平版印刷的客戶以雜誌社為多數，因此本研究僅針對雜誌社作研究，後續研究者可針對廣告業或其他類型客戶來研究。
2. 本研究之印刷廠以台灣區印刷工業同業工會之會員廠商中有商業捲筒輪轉平版印刷機之印刷廠為主，由於印刷相關組織甚多，後續研究者可再詳細過濾，做更普及的研究。

面對台灣的印刷市場，印刷業者藉由改善企業內部工作流程和學習如何更滿足雜誌社的需求，以成為雜誌社的諮詢對象便成為重點。換言之，藉由幫助雜誌社解決問題，方能從眾多的競爭者中脫穎而出。以往商業捲筒輪轉平版印刷主要是解決大印量的產品，然在目前與電子媒介相輔相成的情況下，應客戶的加工需求及縮短時效等已無法避免，因此印刷企業基於客戶要求，需提供更高品質的服務，而非要客戶配合印刷生產的系統來運作，方能獲得客戶的滿意與更多的訂單。

參考文獻

中文文獻

1. 台灣區印刷工業同業工會 (2001), 九十年會員廠商產業調查分析報告, 台北: 台灣區印刷工業同業工會。
2. 行政院新聞局 (2002), 中華民國九十年出版年鑑, 台北: 行政院新聞局。
3. 李田樹譯(1991), 提昇服務品質五大要素, 世界經理文摘, 61 期。
4. 李興才、羅福林 (1997), 印刷工業概論, 台北: 中國文化大學出版部, 頁 436。
5. 吳明隆 (2003), SPSS 統計應用實務, 台北: 文魁資訊。
6. 周文明 (2002), 印刷企業之全面品質管理, 台北: 中國文化大學出版部。
7. 林谷燁 (1994), 顧客滿意財源滾滾, 突破雜誌, 108 期。
8. 林哲民 (1994), 平版印刷業服務品質與顧客滿意關係之研究, 文化大學造紙印刷研究所碩士論文。
9. 邱德修 (1994), 小學生活用辭典, 台北: 五南。
10. 洪秀蕊 (1996), 標準國語辭典, 台北: 長圓圖書公司。
11. 俞國定 (2002), 雜誌媒體產業化的趨勢來了, 2002 出版年鑑, 56-58 頁。

12. 夏書勳 (2002), 台灣商用輪轉機的現況, 設計印象雜誌, 1 期, 53-54 頁。
13. 唐麗英、胡安華 (1996), 滿意度模式建立與滿意構面確認之研究, 交大管理學報, 16 卷, 55-74 頁。
14. 陳昌郎 (1999), 商用捲筒輪轉平版印刷市場與未來發展趨勢, 印刷與設計雜誌, 139 期, 86~87 頁。
15. 陳昌郎 (2000), 輪轉平版印刷工學 (第三版), 台北: 中國文化大學出版部。
16. 陳昌郎 (2000), 商用捲筒輪轉平版印刷產業結構分析之研究, 中華印刷科技年報, 2000 年, 248-253 頁。
17. 陳昌郎 (2002), 商用輪轉印刷的市場分析, 設計印象雜誌, 1 期, 44-51 頁。
18. 張春興 (1989), 張氏心理學辭典, 台北: 東華。
19. 陳裕宏 (2001), 高職師生對學校圖書館各項服務滿意度之研究, 國立台北科技大學技術及職業教育研究所
20. 許雯雯 (1999), 印刷連鎖店顧客滿意度之研究, 中國文化大學印刷傳播研究所碩士論文。
21. 童再興 (2002), 台灣雜誌集團的崛起與品牌經營, 2002 出版年鑑, 59-61 頁。

22. 賀克明 (1996), 印刷業全面品質保證手冊, 台北: 財團法人印刷工業技術研究中心。
23. 黃麗秋 (1995), 平版印刷業全面品質管理(TQM)系統雛型之建立, 文化大學造紙印刷研究所碩士論文。
24. 葉君超 (2000), 台灣圖書雜誌市場專題報導, 中華民國八十九年台灣圖書雜誌出版市場研究報告, 173-178 頁。
25. 黃忠誠 (1998), 台灣地區印刷機材業服務品質與顧客滿意度關係之研究, 中國文化大學印刷傳播研究所碩士論文。
26. 雷飛鳴 (1984), 新編辭海, 台北: 世一書局。
27. 楊慧貞 (1994), 提升印刷品質之研究-印刷成品品質市場區隔之研究, 文化大學造紙印刷研究所碩士論文。
28. 趙仁蓉 (1986), 平版印刷工廠品管實務, 台北: 中國文化大學出版部。
29. 趙錫如 (1994), 辭海, 台北: 將門出版社。
30. 戴久永 (1991), 品質管理, 台北: 三民書局。
31. 羅文輝 (1991), 精確新聞報導, 台北: 正中書局。

英文文獻

1. Armistead, C.G.(1985), Design of Service Operations. In Operations Management in Service Industries and the Public Sector, Christopher Voss, ed. New York: John Wiley & Sons, Inc..
2. Bitner, M. J., (1990), Evaluating Service Encounters: The Effects of Physical Surroundings and Employee Responses, Journal of Marketing, April 1990, pp.69-82.
3. Churchill G. & Suprenant C. (1982), An Investigation into the Determinants of Consumer Satisfaction, Journal of Marketing, Vol. 18(4), pp.36-44.
4. Dabholkar, Dayle, Thorpe I., and Rentz, Joseph O., A Measure of Service Quality for Retail Stores, Journal of the Academy of Marketing Science, 24, Winter 1996, pp.3-16.
5. Getzels, J. W., Lipham, J. M. & Campbell, R. P. (1968), Educational administration as a social process, New York: Harper & Row.
6. Gary G. Field. (1988) , Color and Its Reproduction, U.S.A, Graphic Arts Technical Foundation.
7. Gay, L. R. (1992) , Educational Research Competencies for Analysis and Application, New York: Macmillan.
8. Gronroos, Christian (1982), A Applied Service Marketing Theory, European Journal of Marketing, July 1982, p.33.
9. Gravin D. A. (1984), What Dose Product Quality Really Mean, Sloan Management Review, Fall, pp.25-43.
10. Haywood, F.J.(1988), A Conceptual Model of Service Quality, International Journal of Operations and Production Management, Vol.

- 8, Iss.6, pp19-29.
11. Helson, Harry, (1964). Adaptation-Level Theory, New York, Harper & Row.
 12. Juran, J. M., F. M. Gryna, and R. S. Brigham (1974), Quality Control Handbook, NY: McGraw-Hill.
 13. Kemmer Richard G. (1990), When it comes to service do you really know who you customers are? , Executive Financial Woman, Vol.5, No.1, Winter.
 14. Kotler P. (1996), Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control, 9thed, Prentice-Hall Inc.
 15. Latour, S. A. (1979), Conceptual and methodological issues in consumer satisfaction research, Advances in Consumer Research, Vol.6, pp.432-437.
 16. Lentiner, Volevi & Jarmo R. Lehtinen (1982), Service Quality : A Study of Quality Dimension, Unpolished Working Paper, Service Management Institute Finland, Holsinki Finland Oy.
 17. Levitt (1972), Production-Line Approach to Service, Harvard Business Review, Setpember-October, pp.41-52.
 18. Lewis, R. C. (1983), The Positioning Statement for Hotels, The Cornell Hospitality and Restaurant Administration Quarterly. pp.51-61.
 19. Martin W.B. (1986), Defining what quality service is for you, Cornell HRA Quality, Feb..
 20. Oliver R. L. (1981), Measurement and Evaluation of Satisfaction Processes in Retail Settings, Journal of Retailing, pp.25-48.

21. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1985), A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication Future Research, Journal of Marketing, 49(3), pp.41-50.
22. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1988a), SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, Journal of Retailing, 61(1), pp.12-40.
23. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1985), Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale, Journal of Retailing, 67(4), pp.420-450.
24. Sasser W. E., Olsen, R. P. & Wyckoff D. D. (1978), Management of Service Operation: Test, Cases, and Readings, New York, Bacon.
25. Webster (1997), Webster's Unabridged Dictionary^{2nd} Edition , N.Y., Random House Co..
26. Zimmerman, C.D. (1985) . Quality : Key to service productivity, Quality Progress, June, pp.32- 35.

附錄一：雜誌社問卷

親愛的先生、女士您好：

本問卷是一份關於「雜誌出版社與印刷廠對印刷與服務品質滿意度之研究—以商業捲筒輪轉平版印刷為例」之學術問卷，主要目的是在瞭解雜誌社與印刷廠在其產品與服務品質上，雙方認知上的差異。您所填寫的資料，僅供本研究做學術性之分析研究，絕不對外公開，且不具姓名，請安心作答，十分感謝您的協助。

祝福您：

健 康 快 樂

南華大學出版事業管理研究所

指導教授：陳昌郎 教授

王祿旺 教授

研 究 生：楊坤潮 敬上

第一部份：以下有些說法代表您實際感受到印刷廠在其服務方面的作法。請您表示對該項服務的重視程度與滿意程度。

	重視度					滿意度				
	非常重視	不重視	普通	重視	非常重視	非常滿意	不滿意	普通	滿意	非常滿意
1.印刷廠表單設計能符合客戶需求	<input type="checkbox"/>									
2.印刷廠對大小客戶或新舊客戶皆一視同仁	<input type="checkbox"/>									
3.印刷廠業務人員具有良好禮貌與親切態度	<input type="checkbox"/>									
4.印刷廠對有問題的印件能適時解決	<input type="checkbox"/>									
5.印刷廠業務人員能立即解答客戶疑問	<input type="checkbox"/>									
6.印刷廠會隨時提供作業進度狀況	<input type="checkbox"/>									
7.印刷廠對臨時性需求能迅速處理	<input type="checkbox"/>									
8.印刷廠人員具備專業知識與能力	<input type="checkbox"/>									
9.印刷廠印件品質能符合客戶要求	<input type="checkbox"/>									
10.印刷廠有足夠的作業設備	<input type="checkbox"/>									
11.印刷廠業務人員能提供市場最新資訊	<input type="checkbox"/>									
12.印刷廠對客戶預定交件時間能確實實現	<input type="checkbox"/>									
13.印刷廠人員具有高度服務熱忱	<input type="checkbox"/>									
14.印刷廠隨時有足夠的產能應付作業需求	<input type="checkbox"/>									

	<u>重視度</u>					<u>滿意度</u>				
	非常重視	不重視	普通	重視	非常重視	非常滿意	不滿意	普通	滿意	非常滿意
15.印刷廠經常關切客戶業務.....	<input type="checkbox"/>									
16.印刷廠能充分了解客戶所需，並提供所需要的服務.....	<input type="checkbox"/>									
17.印刷廠對稿件事先審核以防止可能發生的問題.....	<input type="checkbox"/>									
18.印刷廠充分授權員工解決問題.....	<input type="checkbox"/>									
19.印刷廠選擇適當的委外公司(如裝訂、加工等).....	<input type="checkbox"/>									
20.印刷廠對委外公司有適當的監督.....	<input type="checkbox"/>									
21.印刷廠提供印件督導休息室.....	<input type="checkbox"/>									
22.印刷廠對於賠償問題的處理能力與時效.....	<input type="checkbox"/>									
23.印刷廠營業外時間能提供服務.....	<input type="checkbox"/>									
24.印刷廠報價價格合理.....	<input type="checkbox"/>									
25.印刷廠能以友善態度聽取客戶所提供之建議.....	<input type="checkbox"/>									
26.提供服務專線電話.....	<input type="checkbox"/>									
27.提供簡便訴怨管道.....	<input type="checkbox"/>									
28.重視客戶導向的觀念.....	<input type="checkbox"/>									

第二部份：以下為印刷廠在貴公司印刷品品質的表現。請您針對貴公司雜誌印刷品品質的表現，在適當的位置勾選。

	<u>重視度</u>					<u>滿意度</u>				
	非常重視	不重視	普通	重視	非常重視	非常滿意	不滿意	普通	滿意	非常滿意
1.印刷品背印、透印現象.....	<input type="checkbox"/>									
2.雜誌頁面完好，不易出現缺頁、破損的現象.....	<input type="checkbox"/>									
3.打釘或裝訂正確牢固.....	<input type="checkbox"/>									
4.印刷品完成尺寸（完成尺寸不會偏差）.....	<input type="checkbox"/>									
5.紙質的選擇合宜.....	<input type="checkbox"/>									
6.雜誌內不會出現印刷髒點.....	<input type="checkbox"/>									
7.疊色色彩品質.....	<input type="checkbox"/>									
8.裝訂平整度良好（裝訂無綳折）.....	<input type="checkbox"/>									

	重視度					滿意度				
	非常重視	不重視	普通	重視	非常重視	非常滿意	不滿意	普通	滿意	非常滿意
9.裝訂無誤（上下顛倒、頁數排序無誤）	<input type="checkbox"/>									
10.滿版色彩品質	<input type="checkbox"/>									
11.印刷色彩與打樣色彩一致	<input type="checkbox"/>									
12.紙張平整，不會有起縐現象	<input type="checkbox"/>									
13.收縮膜包裝完好	<input type="checkbox"/>									
14.印刷機規位準確	<input type="checkbox"/>									
15.印紋濃淡均一性	<input type="checkbox"/>									
16.頁數裁切完全（頁與頁之間完全裁開）	<input type="checkbox"/>									
17.印刷品表面完整無刮痕、條痕現象	<input type="checkbox"/>									
18.印紋完整（文字、線劃不會斷線）	<input type="checkbox"/>									
19.雜誌內頁壞紙參雜，厚薄不均的現象	<input type="checkbox"/>									
20.封面位置不會偏差	<input type="checkbox"/>									
21.上光品質髒污損壞	<input type="checkbox"/>									
22.紙張基重的選擇	<input type="checkbox"/>									
23.印刷品裁切方正完整	<input type="checkbox"/>									
24.上光品質拖壓痕跡	<input type="checkbox"/>									
25.騎縫線製作良好	<input type="checkbox"/>									
26.拉頁、別冊方正完整不歪斜	<input type="checkbox"/>									
27.上光品質捲曲變形	<input type="checkbox"/>									
28.裝訂漏釘、翹釘、歪斜生鏽或溢膠	<input type="checkbox"/>									
29.中間調網點色彩品質	<input type="checkbox"/>									

第三部份：以下為貴雜誌社的基本資料。

1. 貴公司員工人數為？

30 人以下 31-50 人 51-70 人 71-90 人 91 人以上

2. 貴公司平均一年印刷費用？

300 萬以下 301-500 萬 501-700 萬 701-1000 萬 1001 萬以上

3. 貴公司資本額為？

- 1000 萬以下 1001 萬-3000 萬 3001-5000 萬 5001-7000 萬 7001-9000 萬
9001 萬-1 億 1 億以上

4. 與貴公司配合的商業捲筒輪轉平版印刷廠的家數？

- 1 家 2 家 3 家 4 家 5 家以上

5. 貴公司目前主要配合之商業捲筒輪轉平版印刷廠已持續？

- 一年以下 一年至一年半 一年半至二年 二年以上

問卷到此結束，謝謝您的作答，謝謝！

附錄二：印刷廠問卷

親愛的先生、女士您好：

本問卷是一份關於「雜誌出版社與印刷廠對印刷與服務品質滿意度之研究—以商業捲筒輪轉平版印刷為例」之學術問卷，主要目的是在瞭解雜誌社與印刷廠在其產品與服務品質上，雙方認知上的差異。您所填寫的資料，僅供本研究做學術性之分析研究，絕不對外公開，且不具姓名，請安心作答，十分感謝您的協助。

祝福您：

健 康 快 樂

南華大學出版事業管理研究所

指導教授：陳昌郎 教授

王祿旺 教授

研 究 生：楊坤潮 敬上

第一部份：此部份之問題是想要瞭解印刷廠在其服務品質上的認知與看法，請以印刷廠角度來作答，在適當的位置勾選。

	非 常 不 重 視	不 重 視	普 通	重 視	非 常 重 視
1.印刷廠表單設計能符合客戶需求.....	<input type="checkbox"/>				
2.印刷廠對大小客戶或新舊客戶皆一視同仁.....	<input type="checkbox"/>				
3.印刷廠業務人員具有良好禮貌與親切態度.....	<input type="checkbox"/>				
4.印刷廠對有問題的印件能適時解決.....	<input type="checkbox"/>				
5.印刷廠業務人員能立即解答客戶疑問.....	<input type="checkbox"/>				
6.印刷廠會隨時提供作業進度狀況.....	<input type="checkbox"/>				
7.印刷廠對臨時性需求能迅速處理.....	<input type="checkbox"/>				
8.印刷廠人員具備專業知識與能力.....	<input type="checkbox"/>				
9.印刷廠印件品質能符合客戶要求.....	<input type="checkbox"/>				
10.印刷廠有足夠的作業設備.....	<input type="checkbox"/>				
11.印刷廠業務人員能提供市場最新資訊.....	<input type="checkbox"/>				
12.印刷廠對客戶預定交件時間能確實實現.....	<input type="checkbox"/>				
13.印刷廠人員具有高度服務熱忱.....	<input type="checkbox"/>				
14.印刷廠隨時有足夠的產能應付作業需求.....	<input type="checkbox"/>				

	非常 不重 視	不 重 視	普 通	重 視	非常 重 視
15.印刷廠經常關切客戶業務	<input type="checkbox"/>				
16.印刷廠充分了解客戶所需，並提供所需要的服務	<input type="checkbox"/>				
17.印刷廠對稿件事先審核以防止可能發生的問題	<input type="checkbox"/>				
18.印刷廠充分授權員工解決問題	<input type="checkbox"/>				
19.印刷廠選擇適當的委外公司(如裝訂、加工等)	<input type="checkbox"/>				
20.印刷廠對委外公司有適當的監督	<input type="checkbox"/>				
21.印刷廠提供印件督導休息室	<input type="checkbox"/>				
22.印刷廠對於賠償問題的處理能力與時效	<input type="checkbox"/>				
23.印刷廠營業外時間能提供服務	<input type="checkbox"/>				
24.印刷廠報價價格合理	<input type="checkbox"/>				
25.印刷廠能以友善態度聽取客戶所提供之建議	<input type="checkbox"/>				
26.提供服務專線電話	<input type="checkbox"/>				
27.提供簡便訴怨管道	<input type="checkbox"/>				
28.重視客戶導向的觀念	<input type="checkbox"/>				

第二部份：此部份之問題是想要瞭解印刷廠對印刷品質的認知與看法，請以印刷廠角度來作答，在適當的位置勾選。

	非常 不重 視	不 重 視	普 通	重 視	非常 重 視
1. 印刷品背印、透印現象	<input type="checkbox"/>				
2.雜誌頁面完好，不易出現缺頁、破損的現象	<input type="checkbox"/>				
3.打釘或裝訂正確牢固	<input type="checkbox"/>				
4.印刷品完成尺寸（完成尺寸不會偏差）	<input type="checkbox"/>				
5.紙質的選擇合宜	<input type="checkbox"/>				
6.雜誌內不會出現印刷髒點	<input type="checkbox"/>				
7.疊色色彩品質	<input type="checkbox"/>				
8.裝訂平整度良好（裝訂無綳折）	<input type="checkbox"/>				
9.裝訂無誤（上下顛倒、頁數排序無誤）	<input type="checkbox"/>				

	非常 不重 視	不 重 視	普 通	重 視	非常 重 視
10.滿版色彩品質	<input type="checkbox"/>				
11.印刷色彩與打樣色彩一致	<input type="checkbox"/>				
12.紙張平整，不會有起縐現象	<input type="checkbox"/>				
13.收縮膜包裝完好	<input type="checkbox"/>				
14.印刷機規位準確	<input type="checkbox"/>				
15.印紋濃淡均一性	<input type="checkbox"/>				
16.頁數裁切完全（頁與頁之間完全裁開）	<input type="checkbox"/>				
17.印刷表面完整無刮痕、條痕現象	<input type="checkbox"/>				
18.印紋完整（文字、線劃不會斷線）	<input type="checkbox"/>				
19.雜誌內頁壞紙參雜，厚薄不均的現象	<input type="checkbox"/>				
20.封面位置不會偏差	<input type="checkbox"/>				
21.上光品質髒污損壞	<input type="checkbox"/>				
22.紙張基重的選擇	<input type="checkbox"/>				
23.印刷品裁切方正完整	<input type="checkbox"/>				
24.上光品質拖壓痕跡	<input type="checkbox"/>				
25.騎縫線製作良好	<input type="checkbox"/>				
26.拉頁、別冊方正完整不歪斜	<input type="checkbox"/>				
27.上光品質捲曲變形	<input type="checkbox"/>				
28.裝訂漏釘、翹釘、歪斜生鏽或溢膠	<input type="checkbox"/>				
29.中間調網點色彩品質	<input type="checkbox"/>				

第三部份：以下為基本資料。

1. 貴公司員工人數為？

30 人以下 31~60 人 61~90 人 91~120 人 121~160 人 161 人以上

2. 貴公司資本額為？

4,000 萬以下 4,001 萬-6,000 萬 6,001 萬-8,000 萬 8,001 萬-1 億

1 億(不含)-1 億 5 千萬 1 億 5 千萬以上

3. 貴公司月營業額為？

600 萬以下 601-900 萬 901-1,200 萬 1,200 萬以上

4. 與貴公司配合的雜誌出版業家數？

2 家以下 3 家 4 家 5 家以上

5. 貴公司目前主要配合之客戶已持續？

二年以下 二年以上

6. 您的教育程度為？

高中(職)以下 大學(專) 研究所以上

7. 您是否為印刷相關科系畢業？

是 否

問卷到此結束，謝謝您的作答，謝謝！