

南華大學管理科學研究所碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

GRADUATE INSTITUTE OF MANAGEMENT SCIENCES

NANHUA UNIVERSITY

中國信託商業銀行服務品質之研究—顧客滿意度的觀點

A STUDY OF CHINATRUST BANK SERVICE QUALITY

—A CUSTOMER SATISFACTION PRSPECT

指導教授：藍俊雄 博士

戴萬平 博士

ADVISOR : CHUN-HSIUNG LAN Ph.D.

WAN-PING TAI Ph.D.

研究生：楊文敏

GRADUATE STUDENT : WNE-MIN YANG

中 華 民 國 九 十 四 年 六 月

南 華 大 學

管理科學研究所

碩 士 學 位 論 文

中國信託商業銀行服務品質之研究－顧客滿意度的觀點

研究生：楊文敏

經考試合格特此證明

口試委員： 謝文敏

褚麗娟

蘇 懿

指導教授： 謝文敏 謝文敏

所 長： 謝文敏

口試日期：中華民國 九十四 年 六 月 九 日

謝誌

離開學校二十年後，竟又再度拾起書本，想起來，覺得世事果然無常而美妙。

在南華的研修期間，我同時獲得了知識的薰陶與友情的滋潤。深深領會到，人生的每一段過程都可能出現驚喜，當然，考驗也是。

我的論文，就是如此而來，它的完成，除了在燈下書寫的夜晚是由我獨自經歷之外，滿滿都是師長與朋友的扶持陪伴。

要謝謝的人太多：

藍俊雄所長不畏艱辛、諸多協助，擔下許多責任，使我能心無旁騖於論文；

現已遠在加拿大的一偉學長，當時獨自默默地為我奔走，只希望我這個逃兵能早日歸營；

褚麗絹老師在課餘之暇，巨細靡遺的義務指導我；

口試委員蘇懿老師對論文的指正與建議；

還有，還有

指導教授戴萬平博士，除了給我很多教導之外，更有許多鼓勵，才能支撐我走完這條路；

以上，都是有緣相聚並讓我深深感恩的人。

當然，我的家人，也是我要說謝謝的人，他們或多或少的，都曾因為我的重新求學，而感受、並分擔了我的壓力。

論文完成了，學習告一段落了，而我的未來，卻彷彿翻開新的一頁，有更多的色彩與期待。

再說一次謝謝，並祝福所有人。

楊文敏

于民國 94 年 6 月

南華大學管理科學研究所九十三學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：中國信託商業銀行服務品質之研究—顧客滿意度的觀點

研究生：楊文敏

指導教授：藍俊雄 博士

戴萬平 博士

論文摘要內容：

近年來台灣的金融業受到政府推動自由化、國際化的影響，競爭對手逐漸增加，以競爭力來評估，服務品質仍是銀行業不可或缺的核心競爭力。中國信託商業銀行是本國銀行中歷史最悠久的銀行，深獲國際信評機構的肯定。該行一向重視顧客滿意度，因此，本文以該行為例，進行研究。

本研究以服務品質衡量模式（SERVQUAL）為基礎，針對服務品質缺口模式中之「缺口五」，採相關分析及單因子變異數分析法來評估中國信託銀行的服務品質，並進一步分析服務品質與顧客滿意度的關係，以強化服務品質能提高顧客滿意度的概念。

本研究的研究成果主要有下列三項：

- 一、不同集群，其影響服務品質構面就有所不同。
- 二、服務品質與整體滿意度之間具有相關性。
- 三、大多數顧客對中國信託服務品質與整體滿意度，表示滿意。

關鍵詞：服務品質、顧客滿意度、PZB缺口模式

Title of Thesis : A Study of Chinatrust Commercial Bank Service Quality —
A Customer Satisfaction Prospect

Name of Institute : Graduate Institute of Management Sciences, NanHua
University

Graduate date : June 1, 2005

Degree Conferred : M.B.A.

Name of student : Wen-Min Yang

Advisor : Chun-Hsiung Lan Ph.D.
Wan-Ping Tai Ph.D.

Abstract

In recent years, the financial industry in Taiwan suffered from more and more competitiveness, which resulted from unrestricting and internationalization by government. A competition prospect, service quality is still the core competitiveness of the bank. Among banks of Taiwan, The Chinatrust Commercial Bank has the longest-stand history, and is affirmed by international credit evaluation institution. The Chinatrust always regards the consumer satisfaction degree as important, so that, this article takes the bank as example and precedes researching.

The basic structure of this study is accorded to the dimensions of SERVQUAL scale in service quality and examines gap5 of the quality of aircraft maintenance using SERVAUAL chart. For data analysis and hypothesis testing, the analytical methods used are correlation analysis, and single variable analysis. This study also analyzed the relationships among service quality customer satisfaction that can strengthen the concept that increase service quality that also arouse customer satisfaction of banks.

In summary, the research accomplishments achieved are as follows:

1. The affection of service quality scale will change along with the different population variables.
2. There exists significant relationship between the service quality and customers satisfaction of Chinatrust.
3. Most of the customers are satisfied with the service quality and customers satisfaction of Chinatrust.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, PZB's Gap Model

目錄

| | | |
|-------|--------------|-----|
| 中文摘要 | | I |
| 英文摘要 | | II |
| 目錄 | | III |
| 表目錄 | | VII |
| 圖目錄 | | XI |
| 第一章 | 緒論 | |
| 1.1 | 研究背景 | 1 |
| 1.2 | 研究動機與目的 | 2 |
| 1.3 | 研究流程 | 5 |
| 1.4 | 研究範圍與限制 | 7 |
| 1.5 | 論文架構 | 7 |
| 第二章 | 文獻探討 | |
| 2.1 | 我國銀行發展的演進 | 8 |
| 2.2 | 消費者選擇銀行的考慮因素 | 12 |
| 2.3 | 服務品質的定義與特性 | 14 |
| 2.3.1 | 服務的定義 | 14 |
| 2.3.2 | 服務的特性 | 16 |
| 2.3.3 | 品質定義 | 17 |
| 2.3.4 | 服務品質 | 18 |
| 2.3.5 | 服務品質構面 | 20 |
| 2.3.6 | 服務品質之衡量 | 21 |
| 2.4 | 顧客滿意度 | 30 |

| | | |
|--------------------|------------------------|----|
| 2.4.1 | 顧客滿意度的定義 | 30 |
| 2.4.2 | 顧客滿意度理論 | 34 |
| 2.4.3 | 顧客滿意度之衡量構面 | 39 |
| 2.4.4 | 顧客滿意的重要性 | 40 |
| 2.4.5 | 影響銀行業顧客滿意度的因子 | 42 |
| 2.5 | 服務品質與顧客滿意度 | 43 |
| 第三章 研究方法 | | |
| 3.1 | 研究架構 | 48 |
| 3.2 | 研究假設 | 50 |
| 3.3 | 變數之操作性定義 | 51 |
| 3.4 | 問卷設計 | 51 |
| 3.5 | 研究對象與抽樣方法 | 54 |
| 3.6 | 資料分析與統計方法 | 55 |
| 第四章 研究結果與分析 | | |
| 4.1 | 敘述統計 | 57 |
| 4.1.1 | 樣本特性分析 | 57 |
| 4.2 | 問卷區間尺度分析、因素分析與信度分析 | 61 |
| 4.2.1 | 區間尺度分析 | 61 |
| 4.2.2 | 因素分析 | 63 |
| 4.2.3 | 信度分析 | 65 |
| 4.3 | 分析顧客對中國信託服務品質與整體滿意度之看法 | 66 |
| 4.3.1 | 中國信託服務品質構面敘述分析 | 66 |
| 4.3.2 | 中國信託服務品質構面推論分析 | 67 |

| | | |
|-------|-----------------------------------|-----|
| 4.3.3 | 顧客知覺的中國信託服務品質與整體滿意度之相關分析 | 119 |
| 4.3.4 | 不同背景之顧客與中國信託整體滿意度差異分析..... | 120 |
| 4.4 | 驗證分析..... | 123 |
| 第五章 | 結論與建議 | |
| 5.1 | 結論..... | 126 |
| 5.2 | 建議..... | 127 |
| 5.3 | 對後續研究之建議..... | 128 |
| 參考文獻 | | 129 |
| 附錄一 | 問卷..... | 137 |

表目錄

| | | |
|-------|-----------------------------|----|
| 表2.1 | 國內銀行家數 | 11 |
| 表2.2 | 國內、外學者對「消費者選擇銀行時的考慮變數」之研究結果 | 12 |
| 表2.3 | 消費者選擇銀行之考慮變數 | 13 |
| 表2.4 | 服務的定義 | 15 |
| 表2.5 | 服務具有的特性 | 16 |
| 表2.6 | 服務品質之構面 | 22 |
| 表2.7 | PZB服務品質構面與衡量變項 | 23 |
| 表2.8 | PZB三位學者衡量服務品質之構面與本研究構面之關係 | 26 |
| 表2.9 | 金融業服務品質之相關研究 | 29 |
| 表2.10 | 學者對顧客滿意度定義之觀點 | 33 |
| 表2.11 | 服務品質構面與影響顧客滿意度因子關係 | 42 |
| 表2.12 | PZB三位學者對服務品質與顧客滿意度之看法 | 44 |
| 表2.13 | 服務品質與滿意度關係之相關研究 | 45 |
| 表3.1 | 問卷構面及評量項目 | 52 |
| 表3.2 | 問卷調查與回收情況 | 54 |
| 表4.1 | 受訪者人口統計變項次數分配表 | 59 |
| 表4.2 | 區間尺度分析表 | 62 |
| 表4.3 | 中國信託服務品質變項因素分析 | 64 |
| 表4.4 | 中國信託服務品質構面信度分析 | 66 |
| 表4.5 | 中國信託服務品質各構面分析表 | 67 |
| 表4.6 | 性別與服務品質構面差異分析表 | 68 |
| 表4.7 | 性別與服務品質問項差異表 | 68 |

| | | |
|-------|------------------------|----|
| 表4.8 | 性別與服務品質問項差異分析表····· | 70 |
| 表4.9 | 性別與服務品質問項交叉表····· | 70 |
| 表4.10 | 年齡與服務品質構面差異分析表····· | 71 |
| 表4.11 | 年齡與服務品質問項差異表····· | 71 |
| 表4.12 | 年齡與服務品質問項差異分析表····· | 73 |
| 表4.13 | 年齡與服務品質問項交叉表····· | 75 |
| 表4.14 | 婚姻狀況與服務品質構面之差異分析表····· | 75 |
| 表4.15 | 婚姻狀況與服務品質問項之差異表····· | 75 |
| 表4.16 | 婚姻狀況與服務品質問項之差異分析表····· | 77 |
| 表4.17 | 婚姻狀況與服務品質問項之交叉表····· | 78 |
| 表4.18 | 職業與服務品質構面之差異分析表····· | 79 |
| 表4.19 | 職業與服務品質問項之差異分析表····· | 81 |
| 表4.20 | 職位與服務品質構面之差異分析表····· | 82 |
| 表4.21 | 職位與服務品質問項之差異表····· | 83 |
| 表4.22 | 職位與服務品質問項之差異分析表····· | 84 |
| 表4.23 | 職位與服務品質問項之交叉表····· | 86 |
| 表4.24 | 教育程度與服務品質構面之差異分析表····· | 88 |
| 表4.25 | 教育程度與服務品質問項之差異表····· | 89 |
| 表4.26 | 教育程度與服務品質問項之差異分析表····· | 90 |
| 表4.27 | 教育程度與服務品質問項之交叉表····· | 92 |
| 表4.28 | 月薪與服務品質構面之差異分析表····· | 93 |
| 表4.29 | 月薪與服務品質問項之差異表····· | 94 |
| 表4.30 | 月薪與服務品質問項之差異分析表····· | 95 |

| | | |
|-------|--------------------------------|-----|
| 表4.31 | 月薪與服務品質問項之交叉表····· | 98 |
| 表4.32 | 往來年資與服務品質構面之差異分析表····· | 100 |
| 表4.33 | 往來年資與服務品質問項之差異表····· | 102 |
| 表4.34 | 往來年資與服務品質問項之差異分析表····· | 103 |
| 表4.35 | 往來年資與服務品質問項之交叉表····· | 106 |
| 表4.36 | 主要往來銀行與服務品質構面之差異分析表····· | 108 |
| 表4.37 | 主要往來銀行與服務品質問項之差異分析····· | 109 |
| 表4.38 | 主要往來銀行與服務品質問項之交叉表····· | 111 |
| 表4.39 | 服務次數與服務品質構面之差異分析····· | 115 |
| 表4.40 | 服務次數與服務品質問項之差異分析表····· | 115 |
| 表4.41 | 服務時間與服務品質構面之差異分析····· | 117 |
| 表4.42 | 服務時間與服務品質問項之差異分析表····· | 117 |
| 表4.43 | 服務時間與服務品質問項之交叉表····· | 119 |
| 表4.44 | 中國信託服務品質構面與整體滿意度之Pearson相關係數表· | 120 |
| 表4.45 | 人口統計變項不同群組與整體滿意度之差異分析表····· | 122 |
| 表4.46 | 研究假設驗證彙整表····· | 124 |

圖目錄

| | | |
|------|----------------|----|
| 圖1.1 | 服務品質重要性示意圖 | 2 |
| 圖1.2 | 研究流程圖 | 6 |
| 圖2.1 | PZB服務品質衡量構面與模式 | 25 |
| 圖2.2 | 服務品質的觀念性模式 | 28 |
| 圖2.3 | 滿意度結構模式建立之回顧 | 36 |
| 圖2.4 | CBS瑞典模式 | 36 |
| 圖2.5 | 適應水準理論 | 38 |
| 圖2.6 | 影響顧客滿意度之因素 | 47 |
| 圖3-1 | 研究架構 | 49 |

第一章 緒論

金融業在各國的經濟發展史中，均佔有舉足輕重之地位，尤其是對台灣的經濟奇績，更提供了非常大的貢獻。銀行是金融的主體，如何提昇服務品質，增加顧客滿意度，進而創造高績效帶動經濟繁榮，實為銀行業者應重視的問題。本章將就研究背景、研究動機與目的、研究流程、研究範圍與限制及論文架構五方面分別敘述。

1.1 研究背景

台灣在1990年以「台、澎、金、馬個別關稅領域」為名提出申請加入世界貿易組織(World Trade Organization, WTO)，於1992年獲WTO前身關貿總協受理，是年便展開了入會談判。1994年4月結束與30國的雙邊諮商，更於1998年1月與美國達成雙邊協議。台灣的入會議定書在2001年9月18日獲得工作小組的採認，並在同年11月11日下午的卡達多哈部長會議中通過了入會申請案，終於在2002年元月1日，台灣正式成為WTO第144個會員國。在加入WTO後，除了享有會員國權利外，相對的也要善盡會員國義務，所以政府必須作出多項放寬或解除貿易障礙的承諾，此舉勢必對國內各級產業造成各種程度不一的衝擊。

國內銀行業過去的四十多年來，在政府保護政策下，形成一壟斷的寡占市場，外商銀行的進入、設立分行等銀行業務都受到嚴重的限制。為配合我國申請加入WTO，財政部自1994年起配合金融自由化、國際化之政策，陸續實施放寬外國銀行設立分行及代表人辦事處之條件，取消外國銀行增加設立分行之家數及地點的限制，以及外國銀行吸收新台幣存款不得超過匯入資本額15倍等限制；民國75年，政府准許外商銀行在

台北以外地區增設分行；民國80年，開放民營銀行的設立，使得舊有壟斷且獨占金融市場的局面逐漸被打開，外商銀行的限制得到鬆綁，目前我國金融市場各項開放措施業已符合WTO/GATS之規範，本國銀行及外國銀行已在同一立足點上競爭，讓我國的銀行界面臨了嚴峻的挑戰。

1.2 研究動機與目的

綜觀所有行業都包含著服務，差別只是在於各行業的服務內容不盡相同；在競爭日趨激烈的銀行業，已由賣方市場轉變為買方市場，故銀行業的成長、生存，要視其是否能滿足顧客對銀行的金融服務需求。

對銀行而言，服務品質是最主要的競爭武器(Stafford, 1996)，服務品質是與同業進行差異化最重要的特點(Morrall and Katherine, 1994)。若以服務接受者的角度來看，服務品質提高，服務接受者的滿意度便隨之提升，並導致下一次的消費(Anderson,1994)，而此顧客的重複消費與對服務品質的肯定，是服務提供者利潤產生的原動力(Johnson, 1992)，同時企業利潤成長後，自然也會促使公司整體績效提升，進而提升服務品質、回饋使用者。因此，服務品質的重要性（如圖1-1）可以顯示在各種漸趨透明的金融資訊，在消費者對銀行忠誠度日趨降低的情勢下，服務品質的良窳，已經成為銀行業競爭的重要指標。

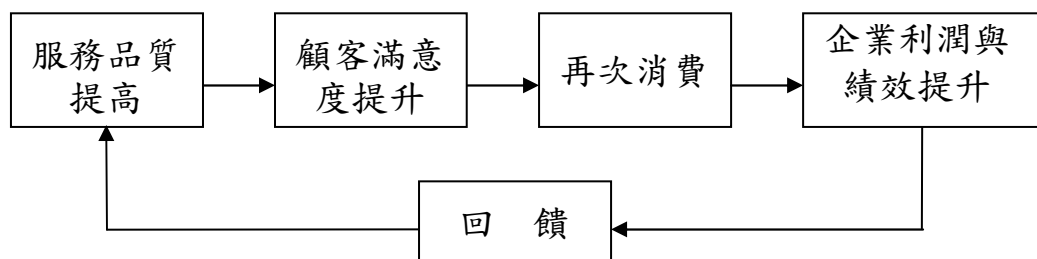


圖1.1 服務品質重要性示意圖

資料來源：鄭皓文(2001)，台灣地區本國銀行網站之服務品質衡量研究，國立中山大學企業管理研究所碩士論文。

而服務品質的好壞，更是關係著企業是否能夠生存與獲利的關鍵。Devlin and Dong(1994)認為：在競爭激烈的環境中，「服務品質」是公司是否成功的關鍵因素，傳遞高的服務品質可以緊密地將利潤、節省成本與市場佔有率結合在一起。所以服務品質的重要性由此可見。儘管服務品質是由抽象概念所形成，但品質對服務業的重要性，卻是無庸置疑。成功的服務業，其經營的競爭策略之一即是提升服務品質。在競爭激烈的環境裡投身服務品質的研究並付之於行乃是企業經營成功之道。

值此變化快速及競爭激烈的環境，各家銀行均積極的加強對顧客的服務，也因此提升了金融業整體的服務品質。同時，為了維持或創新競爭優勢，各銀行也了解「消費者第一」重要性，更以提供「金融服務多元化」及「消費者滿意」為永續經營的方向。在1990年代之後，歷久彌新的「顧客滿意」(Customer Satisfaction)語彙，再次成為整體經營注目的焦點。在此之前的80年代，被稱為「競爭的時代」，企業經營的最大課題是如何在有限的市場大餅裡建築起持續的競爭優勢；但現今多數企業再次地體認到，競爭的最終目的是要創造顧客，並經由顧客滿意而達到成長，這才是企業永續經營之道。另外，國外有關顧客滿意度的研究日益增加，許多學者著手探討影響消費者滿意或不滿意的因素，並開始嘗試建立顧客滿意度的結構關係模式，近年來國內也逐漸地有此領域的研究著作發表。

以往國內外雖已有許多有關消費者衡量銀行服務品質與顧客滿意度之相關研究及著作，但在我國加入WTO後，銀行的經營模式已突破傳統經營方式，故本研究即以在我國加入WTO後的本土銀行為探討對象，將統計方法應用於顧客滿意度的分析及滿意度結構關係模式的建立上，希望經由科學的分析方法得到的研究結果，能提供業界對消費者的瞭解，

在資源有限的情況下，提升服務品質，增加自我的競爭力。

近年來，台灣本土銀行表現最為亮眼者應屬中國信託商業銀行(股)公司(以下簡稱中國信託)。中國信託前身為中華證券投資公司，創立於民國 55 年，至今已有 30 年歷史，期間歷經兩次變革：民國 60 年，為配合國家經濟發展、促進資本形成，政府開放信託投資公司之設立，增資改組為中國信託投資公司，充分發揮了信託、開發及投資銀行的多重功能。再於民國 81 年改制為中國信託商業銀行，創下了國內信託投資公司改制為商業銀行的先例。此一成長軌跡，正好歷經了台灣金融市場的萌芽、成長與蛻變三個重要時期，與台灣的經濟脈動息息相關。

為了提供客戶完整的金融服務，以及建構國際化、多角化的金融版圖，中國信託銀行於民國 91 年 5 月 17 日轉換成金融控股公司，以銀行為主體，之後再陸續納入證券、保險經紀、創投等子公司。民國 92 年 12 月，中國信託與萬通商業銀行合併，國內分行增加為 101 家。

中國信託本著「正派經營，親切服務」的經營理念，其首要經營目標是成為客戶的主力銀行—即針對客戶不同階段的需求，提供完整的金融商品服務，與客戶一起成長，成為他們一生中不可或缺的主力銀行。中國信託高居於全國最大發卡銀行的領導地位，並以提高顧客滿意度及爭取客戶來創造更佳的業績與盈餘，達到台灣銀行界龍頭的目標。因此，本研究選擇以中國信託商業銀行為研究主體，研究目的主要有：

- 1、比較不同背景之顧客其知覺的服務品質之差異。
- 2、瞭解顧客對於服務品質與整體服務滿意度的看法。
- 3、分析服務品質及顧客滿意度相關性。
- 4、提供業者提昇服務品質及顧客滿意度之對策。

1.3 研究流程

本研究之研究流程如下：

- 1、分析問題背景
- 2、確認主題：依據研究動機與目的，評估研究主題之可行性。
- 3、文獻探討：蒐集並整理國內外相關文獻，奠定本研究理論基礎。
- 4、研究設計：決定研究架構、研究假設，並選擇適當量表以設計問卷，
並決定資料分析方法。
- 5、問卷調查：問卷編製後即進行前測，經修正後，採便利抽樣方式發放
正式問卷進行調查工作。
- 6、資料整理與分析
- 7、結論與建議

上述之研究流程如圖 1.2 所示。

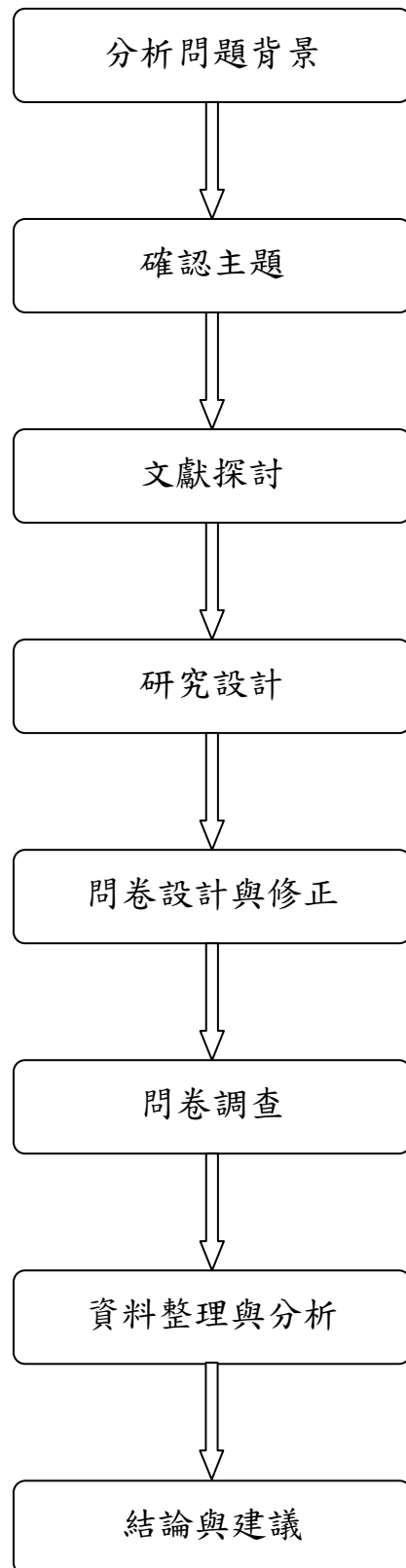


圖 1.2 研究流程圖

資料來源：本研究整理

1.4 研究範圍與限制

台灣本土銀行中，表現最為亮眼者應屬中國信託，故本研究以台灣地區中國信託顧客為研究對象，可能會有下列限制：

1. 採問卷調查法進行便利抽樣，問卷由專人實地發放及回收。至於樣本之選取上，由於無法明確知悉研究對象之母體範圍，及受到時間、人力、財力、物力等各種主、客觀條件之限制，無法採用普查方式。

2. 本研究所使用之問卷，雖參考國內外相關文獻及量表建構而成，但仍可能有遺漏之失。

3. 影響顧客滿意度之變項頗多，本研究僅就影響度最深之服務品質觀點來探討。

4. 本研究所探討的服務品質係指顧客實際知覺的服務品質，即PZB服務品質模式中之缺口五，其他四個缺口並不在本研究探討之列。

1.5 論文架構

本研究共分為五章：第一章為緒論，內容包括研究背景、研究動機與目的、研究流程、研究範圍與限制。第二章為文獻探討，針對本研究探討之主題，歸納整理國內外相關文獻，做為本研究的理論基礎，以引導研究方向。第三章為研究方法，針對變數建立研究架構與研究變數的操作性定義，並進行研究假設、問卷設計及資料分析方法。第四章為研究結果與分析，以本研究調查之有效樣本進行相關之分析，以驗證各項假設。第五章為結論與建議，提出結論與建議。

第二章 文獻探討

本章將對我國銀行的發展演進做一概述，並提出服務品質及顧客滿意度之相關理論，以證實研究理論基礎。

2.1 我國銀行發展的演進

台灣地區之金融機構始源於1885年馬關條約簽訂後來台設立之大阪中立銀行（即今之三和銀行）基隆出張所，而後又有日本銀行在台北設立出張所，並於1899年改為台灣銀行。在1945年日本戰敗投降撤出台灣之際，台灣地區之金融機構已有50年的發展史（林敬生，1993）。

本節將自台灣光復迄今，我國銀行業的發展歷程作一回顧。由於銀行產業受政府政策的影響極大，故以下演進階段的劃分，主要是以政府政策之重大轉變作為分段的依據（李賢，1997）。

1. 公營時代（20年）：1945年（台灣光復）至1964年

民國34年台灣光復後，政府接收日本人所經營之株式會社台灣銀行，並於民國35年改組為『台灣銀行』，這是我國在台灣地區最早設立的公營銀行。其他如台灣土地銀行、台灣省合作金庫、第一商業銀行、華南商業銀行、彰化商業銀行等，均係本時期改組或合併而成立。另外，由於中央政府遷台，所有隨政府來台的國家行局，如中央信託局、交通銀行、中國銀行(中國國際商業銀行之前身)、上海商業儲蓄銀行、農民銀行等，均先後在台復業。此外亦有政府遷台後新增設之銀行，如華僑商業銀行等，以上介紹的都為本國銀行。在外商銀行方面，則僅有日本第一勸業銀行於民國48年獲政府核准來台設立分行。在本時期，各銀行均從事一般商業銀行業務為主。由於政府力求政治安定與經濟成長，對於

銀行各項活動，諸如銀行存放款利率、經營業務內容、分行的設立等等，都由中央主管機關嚴密管制，致使當時銀行業者在此種封閉且穩定的金融環境下，市場競爭甚少，幾乎可謂穩賺不賠。

2. 外商銀行進入時代（20年）：1965年至1984年

1961年以後，台灣的經濟與貿易穩定成長，遂成為許多外國銀行設立分行的目標。政府於1964年12月公佈了「外國銀行設行細則及業務範圍」(楊雅惠，1993)，此後許多外商銀行，如美國花旗銀行、美國商業銀行、泰國盤谷銀行、美國運通銀行等，均陸續來台設立分行。這些外商銀行不但引進多項貨幣市場商品及大量外資供國內企業資金週轉，並提供銀行新的作業模式。當時因為本國銀行作風保守，無法滿足國內工商業界對資金之大量需求，因而使得外商銀行在台灣的業務推展相當順利，進而吸引更多外商銀行申請來台設立分行，一時形成百家爭鳴之局。另外，政府陸續開放信託投資公司、中小企業銀行、票券金融公司的設立，也使得國內金融環境開始呈現蓬勃發展的新面貌。

在1970年代，台灣歷經退出聯合國、世界石油危機與中美斷交等衝擊，仍照計劃完成十大建設，維持了經濟的繼續穩定成長，部份原因實有賴於我國保守穩健的金融政策與金融機構。但在1981年初，因能源危機爆發，經濟成長趨緩，不少本國企業結束或倒閉，使得銀行亦開始採取保守緊縮的經營原則。另一方面，國人對銀行服務內容多樣化的需求也日趨殷切，致使金融制度進一步的改革開放已勢在必行。

3. 自由化時代（5年）：1985年至1990年

由於政府體認到產業若要進一步發展，必須具備有效率、高水準的金融服務作為後盾，同時有鑑於金融自由化、國際化為全球性潮流所趨，又因我國貿易收支之巨額出超，造成外匯存底大量累積，這對外匯管制

的放寬與金融市場的國際化頗有助益，乃於1984年提出自由化、國際化，及制度化作為國家政策，並陸續推動各項相關措施。在利率自由化方面，中央銀行早於1980年已頒訂「銀行利率調整要點」，奠定利率自由化之根基；至1985年間實施基本放款利率制度及廢除利率管制條約，由央行核定銀行業放款利率上下限，各銀行可自行決定基本放款利率與加碼幅度。至1986年，央行又將存款上限利率簡化為四種；至1989年7月全面取消利率管制，在法規上已達成利率的自由化，但行政上的干預則未完全取消。

在金融業務自由化方面，首先放寬並核准外商銀行在台北市以外地區設立第二家分行，並准許國內銀行成立信託部，同時積極研擬開放新銀行之設立方案，於1990年4月，訂定商業銀行設立標準，正式開放新銀行設立。在外匯自由化方面，於1987年7月15日起解除外匯管制，外匯交易市場亦步向自由化；至1990年12月廢除小額結匯規定，各銀行可自由掛牌，至此匯率也已達到自由化。

4. 民營化、國際化時代（15年）：西元1991年迄今

在1990年開放新銀行申請後，經過數個月的審核，財政部終於在1991年6月26日，宣布核准15家新民營銀行的設立。新銀行的核准設立，正代表著我國金融業一個新紀元的開始，也使我國金融業自由化的腳步向前邁進一步。從此新銀行不必如公營銀行一般，受到公務人員任用及審計法規之約束，而可以發展出新金融商品，提供更具吸引力的服務方式，來提高消費大眾的福利。其次，由於新銀行的加入，增加了各銀行彼此之間的競爭，迫使銀行需不斷追求創新與進步，此一演變趨勢，為長期以來僵化的金融體系注入一股活力。

此後，政府在金融自由化、國際化方面的步伐愈來愈大，許多金融

相關法令限制的陸續放寬，並訂定建設台灣成為亞太營運中心的目標。在2000年11月24日，立法院三讀通過「金融機構合併法」，其被視為解決當前金融體系競爭環境惡劣與處理金融機制的一帖良方，使得銀行業者施展身手的空間愈見寬廣，市場競爭程度也相應增強。

過去銀行業大多由具官股的公營金融機構佔有極大的市場，由於缺乏競爭，銀行的獲利能力一直很高，對於服務品質也不特別重視。直到民國80年政府開放設立民間銀行以來，銀行業快速發展，再加上陸續有信用合作社與農漁會等金融機構改制銀行，至民國93年3月底為止，本國銀行的總數已達到50家，分支機構更是多達3173家；而外國銀行總數有36家，分支機構有69家，如表2.1 所示。

表 2.1 國內銀行家數

單位：家

| 年(月)底 | 總機構 | | | 分機構 | | |
|---------|------|--------------|----|------|--------------|------|
| | 本國銀行 | 外國銀行 在華分行 | 總計 | 本國銀行 | 外國銀行 在華分行 | 總計 |
| 1995年 | 42 | 38 | 80 | 1807 | 58 | 1865 |
| 1996年 | 42 | 41 | 83 | 1936 | 65 | 2001 |
| 1997年 | 47 | 45 | 92 | 2176 | 69 | 2245 |
| 1998年 | 48 | 46 | 94 | 2404 | 72 | 2476 |
| 1999年 | 52 | 41 | 93 | 2576 | 71 | 2647 |
| 2000年 | 53 | 39 | 92 | 2693 | 70 | 2763 |
| 2001年 | 53 | 38 | 91 | 3005 | 69 | 3074 |
| 2002年 | 52 | 36 | 88 | 3068 | 68 | 3136 |
| 2003年 | 51 | 36 | 87 | 3147 | 69 | 3216 |
| 2004年 | 50 | 36 | 86 | 3173 | 69 | 3242 |
| 2005年3月 | 47 | 35 | 82 | 3189 | 67 | 3256 |

資料來源：財政部金融局（2005年6月），金融統計資料。

展望國際化之未來，我國已加入世界貿易組織（WTO），必須遵守

WTO的規定及入會承諾表事項開放市場，這對於我國發展相對落後的銀行業務，可說是一大挑戰。

2.2 消費者選擇銀行的考慮因素

金融業自古以來便是與消費者息息相關，並且對科技有相當依賴性的產業，因此在消費者選擇與金融業來往時便有許多考量的因素，Roboff 與 Charles(1998)指出當科技已發展到虛擬的時代，消費者對於金融交易最重視的還是最原始的安全與隱私的需求。茲將根據國內外學者所提出的考慮變數（表2.2），篩選出當消費者在選擇使用銀行服務時可能會重視的相關變數。

表2.2 國內、外學者對「消費者選擇銀行時的考慮變數」之研究結果

| 作者 | 考慮變數 |
|----------------------------|---|
| Kaynak (1986) | 1.服務態度 2.地點之便利性 3.值得信賴 |
| Hampton and Sinkula (1987) | 1.銀行大小 2.親切 3.方便性 4.正確性 5.分行數目 6.營業時間 |
| Parker and Coulter (1988) | 1.提供支票帳戶 2.親切 3.利率 4.營業時間 5.可獲得知貸款 6.勝任的員工 7.國家的保險 8.免費服務 9.服務項目多寡 |
| 許士軍 (1988) | 1.地點便利性 2.他人推薦 3.營業項目完整性 4.信譽 5.營業廳的佈置 6.服務態度 7.配合客戶方便 8.與銀行主管的私人關係 9.利率優惠程度 10.手續費簡便性 |

表2.2 國內、外學者對「消費者選擇銀行時的考慮變數」之研究結果(續)

| 作者 | 考慮變數 |
|-----------------------------|--|
| Javalgi and Robinson (1990) | 1.安全性 2.利率 3.營業時間 4.地點位置 5.個人服務 6.財務諮詢 7.銀行的財力 8.快速的服務 9.利息費用 |
| Teas and Wong (1991) | 1.一般人員服務態度 2.反應能力 3.櫃檯人員服務態度 4.地點之便利性 |
| 葉文華 (1995) | 1.服務態度 2.低手續費 3.地點 4.低利貸款 5.親朋好友的推薦 6.較高的存款利息 7.服務效率 8.保密性 9.外觀 10.服務的多樣性 11.內部裝潢 12.經理人員的信心 13.櫃檯設計 14.理財諮詢 15.廣告 16.允許透支程度 17.銀行接待 18.允許貸款時機 19.聲譽和形象 20.停車空間 |

資料來源：張裕淵(2000)，以生活型態觀點探討台灣地區銀行網路金融服務市場區隔之研究，國立中央大學資訊管理研究所碩士論文。

經過以上的文獻整理可得知，消費者在選擇與傳統銀行進行交易時所考慮的因素多著重於「便利性」、「金融方面的各種優惠」、「形象導向」、「服務品質」等因素。綜合上述由文獻所探討出的因素，歸納出消費者在選擇銀行時會考慮的變數，如表2.3所示，並將之納入問卷設計時的參考依據。

2.3 消費者選擇銀行之考慮變數

| 考慮因素 | 內容 |
|------|-----------------------------|
| 服務品質 | 服務速度 具有申訴、抱怨處理管道 服務態度 |

2.3 消費者選擇銀行之考慮變數(續)

| 考慮因素 | 內容 |
|-----------|---|
| 便利性 | 據點離家(工作地點)近 分行眾多 具有代繳帳單之類的服務 具有網路銀行 |
| 形象導向 | 朋友介紹 廣告或媒體推薦 銀行知名度與整體的企業形象 |
| 金融方面的各種優惠 | 提供較優惠的貸款利率 發行信用卡 辦理投資理財計畫 設有助學貸款服務 設有金控的子公司(或與其合作) 信用卡的特約商店種類或數量 |
| 其他 | 工作單位或學校所指定 |

資料來源：王雅雪(2002)，銀行業市場競爭定位之研究，國立成功大學統計學碩士班碩士論文。

2.3 服務品質的定義與特性

本節共分六小節，主要探討的內容分別是服務的定義、服務的特性、品質的定義、服務品質、服務品質構面與服務品質之衡量。

2.3.1 服務的定義

服務(Service)與產品其實是很難區分的，服務通常與實體產品一樣，是由互動的雙方透過某種程度的接觸方式來達到雙方目的。學者對服務的定義如下：

美國行銷協會(AMA)(1960)指出服務是經由直接銷售或附帶於一項商品的銷售，所提供的活動、利益或滿足。Stanton(1987)認為服務是指提供需求滿足的那些可個別辨認、無形的活動，且不必然和商品或其他之出售有所聯結。Buell(1984)認為服務為銷售或因配合貨品的銷售，而被提供的各種活動、利益或滿意。Juarn(1986)說明服務是為他人而完成之工

作。杉本辰夫(1986)認為服務是直接或間接的以某種型態，有代價地提供需要者所要求的事物，以滿足顧客為前提，並確保必要利潤所從事的活動。Kotler(1991)將服務定義為：服務係指一個組織提供另一群體的任何活動或利益，它基本上是無形的且無法產生事物的所有權，服務的產生可能與某一項實體產品有關，也可能無關。公司提供的產品可以是一項實體，也可能是一項單純的服務。翁崇雄(1996)認為服務為有代價地為他人提供對方所需求的行為。

表2.4 服務的定義

| 學者 | 年代 | 內 容 |
|-----------------|------|--|
| 美國行銷協會 (AMA) | 1960 | 服務是經由直接銷售或附帶於一項商品的銷售，所提供的活動、利益或滿足 |
| Buell | 1984 | 服務是為了銷售或配合貨品的銷售而被提供的各種活動，利益與滿意。 |
| Juran | 1986 | 服務是為他人而完成之工作。 |
| 杉本辰夫 | 1986 | 服務是直接或間接的以某種型態，有代價地提供需要者所要求的事物，以滿足顧客為前提，並確保必要利潤所從事的活動。 |
| Stanton | 1987 | 服務是指提供需求滿足的那些可個別辨認、無形的活動，且不必然和商品或其他之出售有所聯結 |
| Kotler | 1991 | 服務是指一個組織提供另一群體的活動及利益，所提供產品是實體或單純的服務。 |
| 翁崇雄 | 1996 | 服務為有代價地為他人提供對方所需求的行為。 |

資料來源：葉光傑（2001），壽險行銷服務品質滿意度之研究-以國華人壽保險公司為例，國立中山大學企業管理研究所碩士論文。

因此，服務祇是代表著一個無形性而用來滿足顧客的活動。綜合學者對服務之定義，可將服務定義為「由某人或某一組織，為了滿足他人

的利益或需求，有代價地為對方提供需求的行為」。

2.3.2 服務的特性

隨著時代改變與工商業轉型，服務業日益蓬勃發展，品質觀念也漸漸融入服務業。在討論服務品質之前，先要對服務的特性具有了解。

Parasruaman, Zeithaml and Berry (簡稱PZB, 1985, 1988)綜合一些文獻認為服務應具有：無形性、同時性（不可分離性）、異質性及易逝性的特性：

1.無形性(Intangibility)：服務並非是一種實體，消費者看不見也摸不著，因此要設定服務品質標準是非常困難的。

2.同時性(Simultaneity)：也就是服務的不可分割性(Inseparability)，服務進行時服務者與被服務者必須同時存在，也就是說服務與消費是同時發生的。

3.異質性(Heterogeneity)：服務的過程具有高度的變動性，使得服務品質在不同的時間、消費者與生產情況會有不同的品質。

4.易逝性(Perishability)：服務產品無法儲存，因此在服務的供給與需求控制上較難執行。

翁崇雄(1993)彙總相關學者研究如表2.5所示。

表2.5 服務具有的特性

| 作者 \ 特性 | 無形性 | 同時性 | 異質性 | 易消逝性 |
|----------------|-----|-----|-----|------|
| PZB(1988) | √ | √ | √ | |
| Berry(1983) | √ | √ | √ | √ |
| Donnelly(1980) | √ | √ | | √ |
| Gronroos(1988) | √ | √ | | |

表2.5 服務具有的特性(續)

| 作者 \ 特性 | 無形性 | 同時性 | 異質性 | 易消逝性 |
|-------------|-----|-----|-----|------|
| Lewis(1989) | V | V | V | V |
| 本暮正夫(1986) | V | V | V | V |
| Fisk(1981) | V | | | |

資料來源：翁崇雄（1993），評量服務品質與服務價值之研究-以銀行業為實證，國立台灣大學研究所博士論文。

Kotler(1991)也整合多數學者對於服務的定義，歸納出有關服務的四
大特性：

- 1.無形性：服務是無形的，在消費行為產生之前，顧客看不見、摸不到、聽不見、聞不到也感受不到服務的存在。在消費中，顧客也無法預測接受服務後所能得到的結果，甚至有些服務在購買後，顧客亦很難評斷其品質的好壞。
- 2.不可分割性：服務是無形的，無法像有形產品一樣，大量生產之後再擺上貨架，等待顧客來購買；服務的產生及消費通常具有同時性，即服務與其提供的來源是牢不可分的。而在服務提供時，服務的生產者及接受者都同時在場。
- 3.異質性：服務具有高度可變性，同樣的服務在不同時間或地點，由不同的服務人員提供，都可能產生各種不同的變化。
- 4.易逝性：服務通常不能儲存，產能較難以調整到符合顧客隨時的需求。

2.3.3 品質定義

幾位著名的品管大師將品質(Quality)定義為：

Deming(1986)認為產品品質就是「一種以最經濟的手段，製造出市場上最有用的東西」。Juran(1974)認為「品質是一種合用性」(fitness for use)，目的並不僅是銷售出去而已，而合用性的意義在於「使產品在使用

期間能夠滿足使用者的需求」。在設計、製造及使用三個階段，將其劃分為設計品質、製造品質及使用維修品質三種，是以「顧客導向」的觀點重新闡述產品品質的研究與發展的意義。Crosby (1979)將品質定義為「與需求一致」；國內品管教授楊錦州(2001)認為「品質就是顧客滿意」。

綜合學者對「品質」定義的看法，認為品質主要是符合消費者的需求，使顧客滿意，能符合上述兩種條件的產品或服務即是有高品質。

2.3.4 服務品質

Gronroos (1982)認為服務品質(Service Quality)是由消費者事前期望的服務與接受服務後的知覺相比較而來。Churchill and Suprenant(1982)認為服務品質是消費者對於服務的滿意程度，而消費者的服務之滿意度則取決實際的服務與原來期望間的差距。Lewis and Booms (1983)則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。Gronroos(1984)年認為「服務品質」是顧客對於服務的期望及接受服務後實際的認知。Parasuraman, Zeithaml and Berry(1985)等三位學者認為服務品質較產品品質更難評定，而知覺服務品質是顧客期望和實際服務表現相互比較之結果，然而品質之評定不只根據服務的結果，也包含服務傳送的過程。Heskett(1992)強調服務品質之評價係由消費者的認知品質與期望品質之間的關係而決定。當認知品質高於期望品質，則服務品質之評價高，若認知品質低於期望品質，則服務品質之評價低（楊錦洲，1993），因此服務品質可定義為：「消費者主觀地對產品或服務的整體性評估」（翁崇雄，1998）。盧淵源(1995)認為，服務品質就是企業為符合內外部顧客的需求與期望、提升顧客滿意度，結合全體員工和協力廠商，共同以最經濟有效的方式，持續追求品質改善的全面經營管理活動。企業要追求永續經營，並以持續改善品質為其使命時，全面品質是企業達成其目標

最有效的工具。PZB(1985)所作的探索性研究指出，服務品質「類似於態度，是顧客對於事物所作的整體評估」。根據美國行銷科學協會(Marketing Science Institute)對服務品質從事大規模的市場調查指出，基本上服務品質是「一個相當水準，而非絕對的觀念，顧客對企業服務品質是否滿意，乃決定於其對事前服務品質所抱持的期望（事前期望），與事後感覺到的服務（知覺績效）之間的比較，若企業的實際表現高過顧客的事前期望，則顧客滿意高，是屬高服務品質，反之則相反」。有些學者依照不同的方式將服務品質加以區分：如學者Gronroos(1983)將服務品質依服務傳遞方式，將服務品質區分為：

- 1、技術品質(Technical Quality)：指提供的服務為何 (What is delivered?) ？也就是實際消費者接受的服務內容結果是否能提高消費者的滿足。
- 2、功能品質(Functional Quality)：指服務是如何提供的 (How is it delivered?) ？也就是服務傳遞的過程與方式是否能提高消費者滿足。

總結上述服務品質觀念，Parasruaman ,Zeithaml and Berry (1985)在其文獻中歸納近代服務品質文獻，認為服務品質應具有下列的特徵：

- 1、服務品質對消費者而言比產品品質還要難評估。
- 2、消費者對服務品質的知覺，是經由比較消費者期望與實際服務績效所決定。
- 3、品質的評估並不是單由服務的產出來判斷，實際上還應該考慮服務的傳遞過程。

Parasruaman , Zeithaml and Berry (1988)將服務品質定義為顧客事先對所提供服務的期望水準與實際提供服務的水準知覺(Perception)差距的程度，兩者差距大表示服務品質低，兩者差距小表示服務品質高，利用「知覺品質(Perceived Quality)來測量服務品質。Parasruaman, Zeithaml and

Berry (1990)認為服務品質是所提供的服務水準符合或超越顧客期望的程度。

由以上學者的觀點可以看出，消費者對服務品質的滿意度是指對服務品質的事先期望與實際感受兩者之間的差距。

2.3.5 服務品質構面

Sasser, Olsen and Wyckoff (1978)指出服務品質衡量可分為七個構面，包括消費者對服務提供系統的信賴程度、服務的標準化、服務人員與消費者的互動程度、服務設備的完善、依消費者需求而調整服務內容的機動性、提供服務的速度與消費者接受服務的便利性，為以下七個屬性所組成：安全性(Security)、一致性(Consistency)、態度(Attitude)、完整性(Completeness)、環境(Condition)、方便性(Availability)以及時效性(Timing)。

Gronroos (1984)認為服務品質是由技術品質(Technical Quality)、功能品質(Functional Quality)與公司形象(Corporate Image)三個項目所構成。

杉本辰夫(1986)將服務品質之衡量構面分為五大構面：

- 1、內部品質(Internal Quality)：指顧客看不到的品質。
- 2、硬體品質(Hardware Quality)：指顧客看得到的有形品質。
- 3、軟體品質(Software Quality)：指顧客感覺到無形的服務。
- 4、反應速度(Time Promptness)：指服務的時間與迅速性。
- 5、心理品質(psychological Quality)：服務人員禮貌的應對與款待。

Zimmerman(1985)將製造業品質控制的觀念應用到服務品質，進而提出好的服務品質應具備下列五項條件：

- 1、適用性：服務業提供的服務應符合消費者真正的需求。
- 2、重複製造的能力：提供服務有一定的水準。

- 3、即時性：既定時間內儘快完成。
- 4、最終使用者的滿意：服務提供者要使顧客覺得付出的代價是值得的。
- 5、符合既定的規格：業者應有一套員工瞭解的品質衡量標準。

Lehtinen and Lehtinen (1991)提出兩種服務品質的模式，第一種為三構面，將服務品質構面分為實體品質(Physical Quality)、公司品質(Corporate Quality)和互動品質(Interactive Quality)，第二種為兩構面，將服務品質構面分為過程品質(Process Quality)與產出品質(Output Quality)。

2.3.6 服務品質之衡量

現今衡量服務品質之模式，主要可分為下列二種：

(一) SERVPERF 量表

Cronin and Taylor (1992)認為SERVQUAL量表以對服務品質的期望與知覺服務品質績效的差異來衡量服務品質是不適合的，許多文獻亦支持僅以服務的績效來衡量是較為適當的；SERVPERF量表所用的問項與SERVQUAL表中知覺服務品質的22個問項相同，同時也可用來衡量服務品質、顧客滿意度和購買意願的關係。

(二) SERVQUAL量表

鑑於服務品質的重要性日漸提昇，因此Parasruaman, Zeithaml and Berry (1985)先以探索性研究，針對銀行、信用卡公司、證券經紀商及產品維修等四類公司的顧客，建立服務品質的觀念模型，同時整理出服務品質的10個評估因素。分別是可靠性(Reliability)、反應性(Responsiveness)、勝任性(Competence)、接近性(Access)、禮貌性(Courtesy)、溝通(Communication)、信任(Credibility)、安全性(Security)、瞭解顧客(Understanding/knowing)、有形性(Tangibles)。

表2.6 服務品質之構面

| 構面 | 說明 | 舉例 |
|------------|------------------------|---|
| 1. 有形性 | 包括服務形諸於外的實體及服務的實體證據 | 實體設施 員工的儀態 提供服務工具和設備 服務的實體表徵 在服務設施的其他顧客 |
| 2. 信任力 | 指誠實、信賴並以顧客的最佳權益為優先 | 公司名稱 公司信譽 服務人員的個人特質 與消費者交往時積極銷售的程度 |
| 3. 可靠性 | 對消費者承諾的履行及績效的一致性 | 表報正確 記錄保持正確 指定時間執行其服務 |
| 4. 反應性 | 服務人員提供服務的意願及敏捷程度 | 立刻寄出異動單 立刻回應顧客的問題 提供快速的服務 |
| 5. 接近性 | 取得服務方便的程度 | 服務易於以電話接近 接受服務的等待時間不長 作業時間便利 服務設備地點普遍設立 |
| 6. 禮貌性 | 服務人員的友善、客氣及禮儀 | 對消費者財產的體貼 服務人員整齊的儀表 |
| 7. 溝通性 | 以顧客聽得懂的話與顧客交談，樂於傾聽顧客意見 | 解說服務本身的意義 解說服務的費用 解說服務與費用的互動 保證消費者有問題必將處理 |
| 8. 瞭解/熟知顧客 | 努力去瞭解顧客的需求 | 探知顧客的特殊需求 提供個別的關懷 認識經常往來的顧客 |
| 9. 勝任性 | 執行服務所需要的知識與技能 | 接待人員的知識和技術 作業支援人員的知識和技術 組織的研究能力 |
| 10. 安全性 | 使顧客沒有身心及財務上安全的疑慮 | 人身安全 財務安全 信賴感 |

資料來源：PZB (1985), "A Conception Model of Service Quality and Its Implications for Future Research", *Journal of Marketing*, Vol. 49, No.3, pp. 41-50.

PZB (1988)根據上述10個構面為基礎，發展出九十七題問項問卷，以七點量表來衡量，並以電器維修業、銀行、長途電話公司、保險代理業及信用卡中心等五種行業進行實證的調查與分析，之後便提出一個由22個問項、有形性、可靠性、反應性、保證性與專注性五大品質構面所組成的服務品質衡量量表，此即著名的SERVQUAL量表（表2.7）。1991年PZB在部分學者建議下提出關於SERVQUAL之修正，將衡量顧客期望的問句「should（應該）」改為「will（能夠）」，由於反向問句容易對受訪者產生困擾，因此將問卷中的反向問句全部改為正向問句，修正後的量表在信度和效度上，皆比1988年所提出的量表來得高。

表2.7 PZB服務品質構面與衡量變項

| 構面 | 服務品質衡量變項 |
|-----|--|
| 有形性 | 1.具有先進硬體服務設備 2.硬體工具、設備具有吸引力 3.服務人員儀表整潔得宜 4.公司整體硬體、外觀與服務性質相互配合 5.公司履行對顧客所作的承諾 |
| 可靠性 | 6.顧客有困難時，公司能關懷並予以協助 7.服務是可以被顧客所信賴的 8.公司能準時可靠提供所承諾的服務 9.公司將服務交易之記錄正確並妥善的保存 |
| 反應性 | 10.告訴顧客公司何時是不需要提供服務的 11.顧客期望迅速得到服務是不切實際的 12.服務人員不需要自始至終都願意幫助顧客 13.服務人員因忙碌而不能及時予以服務是可被接受 |

表2.7 PZB服務品質構面與衡量變項(續)

| 構面 | 服務品質衡量變項 |
|-----|--|
| 保證性 | 14.服務人員讓顧客有信賴感 15.服務交易時，顧客有安全感 16.服務人員禮貌週到具親切感 17.服務人員能相互支援，提供更好的服務 |
| 專注性 | 18.顧客不應期待服務會因個人需求相異而有不同 19.顧客不應期待服務人員會關心顧客 20.期待服務人員了解顧客需求是不切實際 21.期待服務人員將顧客利益作優先考量是不切實際 22.顧客不應期待服務時間能給予所有人方便 |

資料來源：PZB(1988),“SERVQUAL:A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”, *Journal of Retailing*, Vol. 61, Iss.1, pp. 12-40.

對於各個構面的定義如下：

1. 有形性：是能將無形的服務以實體設施、設備、服務人員及運用各種溝通媒介所呈現的努力。強調的是視覺的吸引、整齊專業的呈現，用此來與服務水準做連結。
2. 可靠性：是指可令人依賴的且正確的執行所承諾服務的能力，強調的是在正確的時點呈現一致性的服務品質。
3. 反應性：是指員工有熱誠與提供即時服務的意願，強調的是人員對服務時機的掌握與待命提供服務的熱誠。
4. 保證性：是指員工的專業知識與禮貌，以及給顧客一種信任感與信心的服務表現。強調的是勝任、禮貌與溝通的能力。
5. 專注性：是一種感同身受的情懷，能提供關心與個人化的服務給顧客。強調的是能重視客戶的權益與瞭解並解決客戶間的差異。

在SERVQUAL量表中，每個問項包括兩個相同的陳述，一個用來衡

量顧客對服務的期望水準，另一個用來衡量顧客接受服務後實際感受的認知，最後再比較兩者之間的差距，其模式如下圖：

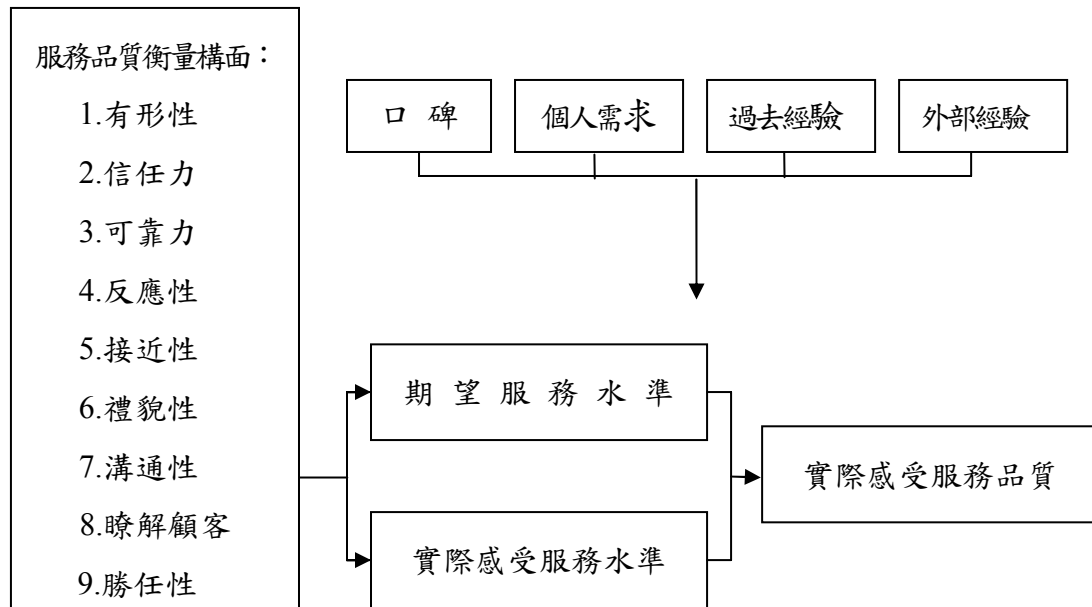


圖2.1 PZB 服務品質衡量構面與模式

資料來源：Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry(1985), “A Conception Model of Service Quality and Its Implications for Future Research”, *Journal of Marketing*, Vol. 49, p. 48.

使用五個構面來判斷服務品質，是藉著比較期望的服務與認知的服務兩者間的差距來衡量服務品質，所獲得的服務品質滿意度可區分成滿意、可接受的及不滿意。而顧客除針對有形性的硬體部份來判斷業者服務品質的好壞外，更會依據服務人員的態度、良好的溝通及所提供之專業知識及能力等屬軟體的部份，來決定服務品質滿意與否。

迄今，SERVQUAL已成為學術界與實務界最常被使用的服務品質量表，其應用跨越了不同的產業及國界。因此，本研究在服務品質的衡量上，乃採用PZB (1988)的SERVQUAL量表為依據。

本研究對於服務品質的衡量與構面的選擇，以銀行業的性質來進行，並能以此衡量結果類推顧客滿意度。因此較傾向於利用PZB(1985)十個品質構面結合PZB(1988)五個品質構面，並以實際的服務為衡量方法。

若將PZB三位學者所提出之服務品質構面用於銀行業服務品質中，則其各服務品質構面可進一步的定義如表2.8。

表2.8 PZB三位學者衡量服務品質之構面與本研究構面定義之關係

| 十大構面 (1985) | 五大構面 (1988) | 本研究構面 | 定 義 |
|-----------------------|----------------|-------|------------------------------------|
| 有形性 | 有形性 | 有形性 | 銀行的實體設備。 |
| 可靠性 | 可靠性 | 可靠性 | 銀行的服務能力、企業形象 |
| 回應性 | 反應性 | 反應性 | 服務人員的態度、效率、專業知識與反應能力及對於客戶的抱怨及處理態度。 |
| 勝任性 禮貌 信用 安全 | 保證性 | 保證性 | 銀行的安全性。 |
| 接近性 溝通 瞭解 | 專注性 | 便利性 | 銀行的便利性。 |

資料來源：本研究整理

學者對SERVQUAL量表之評論，有下列各點：

1. 應用SERVQUAL時，若所要衡量服務品質的對象不適合PZB(1988)所研究的服務行業時，則最好以PZB(1985)所建議的十項服務品質關鍵要素為主，並針對該項服務業特性修改問卷項目的用詞(wording of times)。

2. 關於PZB將消費者所認知的服務品質(Perceived Service Quality)定義成消費者對服務的期望(Expected Service)與知覺(Perceived Service)的差距。Carman(1990)在理論上認為認知的服務品質確實會受到期望的影響。

響，故支持PZB對服務品質的定義。然而在實證方面，他認為PZB所蒐集到的期望資料與知覺資料皆為事後資料，並未經過前後順序的控制，另外消費在接受過服務之後，可能在不知不覺中修改其原先對服務的期望。SERVQUAL中對消費者服務的期望水準測量的部分，缺乏概念性與操作性定義的一致，且認為消費者反應的一大部分變異是因為對問題解釋的不同，而不是受訪者態度的不同。

3. PZB於1991年再度對SERVQUAL量表進行研究時指出，SERVQUAL量表是研究服務品質的基本骨架(skeleton)，研究者可依研究對象實際狀況稍做修飾與增補，然必須符合SERVQUAL量表的精神與實施形式。至於若要加入其他的服務品質項目，則應將其歸入最適當服務品質構面中，否則應將其分開處理。因為這些無法歸入SERVQUAL量表構面的項目，不是完全於服務品質的概念性範疇中。

4. PZB於1994年解釋 $Q=P-E$ 的服務品質模式，強調蒐集期望資料有助於服務業者診斷其服務品質狀況，並可致力於消費者對服務品質認知中最需要改善之處。而僅蒐集知覺部份資料，無法確切地診斷出服務品質真正缺失處。

由PZB(1985)的服務品質觀念性模式(圖2.2)中可知：

缺口1.顧客對期望服務品質與服務業者認知顧客期望的差距。

缺口2.服務業者對顧客期望的認知與所提供之服務品質規格之差距。

缺口3.服務業者之服務品質規格與提供的服務傳遞間之規格差距。

缺口4.傳遞給顧客之服務與顧客外部溝通之差距。

缺口5.顧客期望之服務品質與顧客認知的服務品質間之差距。

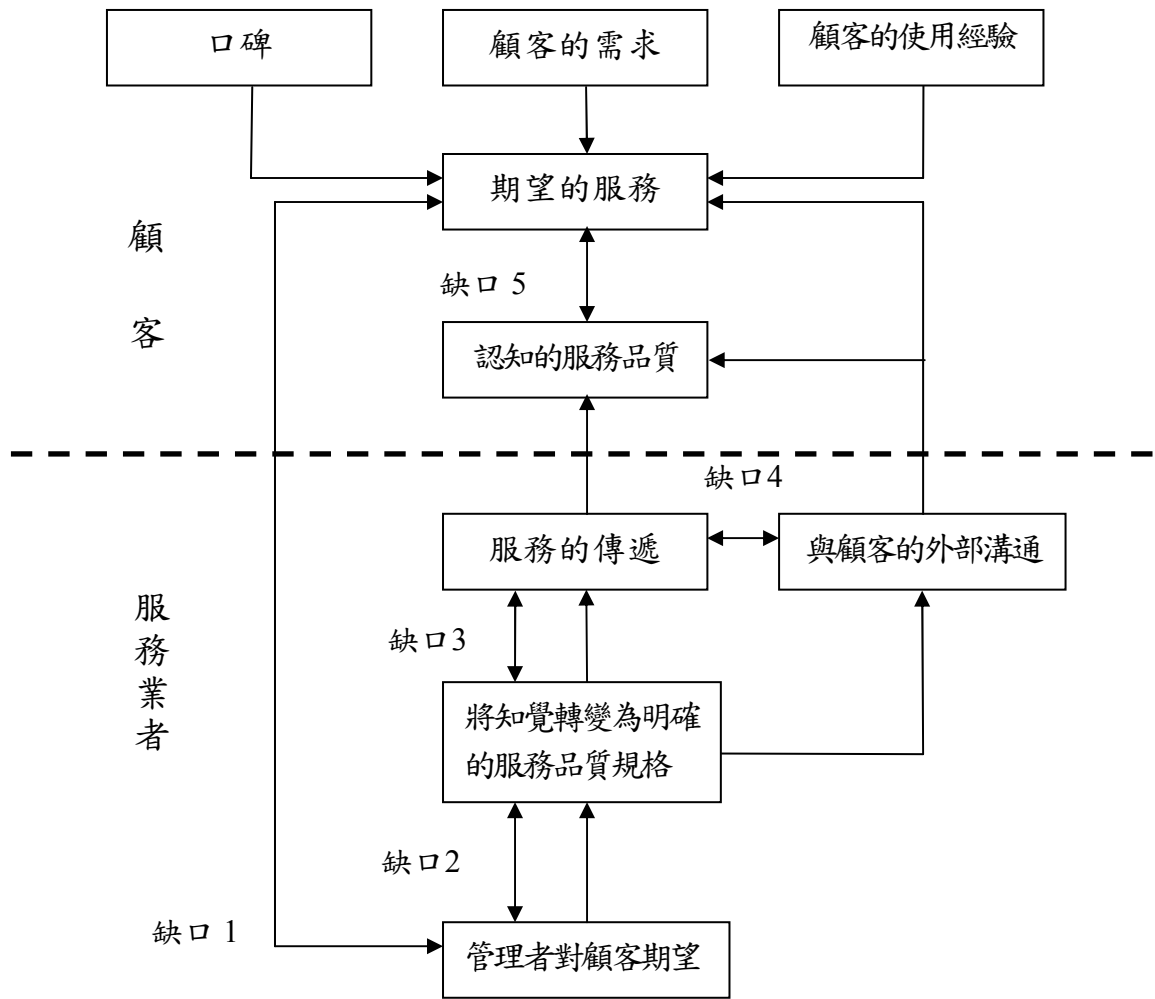


圖2.2 服務品質的觀念性模式

資料來源：Parasuaman, A., Valarie A. Zeithaml and Leonard L. Berry(1985), "A Conception Model of Service Quality and Its Implications for Future Research", *Journal of Marketing*, Vol.49, p. 44.

服務業者若要滿足顧客需求，就必須突破此模式之中的五個缺口 (gap)；在此五個缺口中，四個缺口與企業有關，而由顧客的期望與認知來決定的缺口卻只有一個，然此一缺口之大小卻受到其他四個缺口的影響。先進的公司為提升顧客滿意度，往往將顧客對服務期望與認知間的差距做為改善服務品質之重要依據，並考慮在服務傳遞的過程中，管理者可從將認知轉換為明確的服務品質及與顧客之外部溝通等所產生之影

響，來研擬改善對策。

國內有關金融業服務品質之重要相關文獻，整理如表2.9 所示。

表2.9 金融業服務品質之相關研究

| 作者 | 研究目的 | 研究方法 | 研究結果 |
|---------------|--------------------------|-----------------|---|
| 陳晏如 (1988) | 銀行服務品質 高低對經營績 效的影響 | 集群分析法 因素分析法 | 1. 客戶與銀行主管的知覺有差距。 2. 不同類型之客戶對服務品質滿意度無顯著之差異。 3. 客戶個人需求、過去經驗的不同，其對服務的重視與滿意度亦有差異。 4. 目前銀行業缺乏完整的品質制度。 5. 依據客戶需求不同，劃分為四個服務集群。 |
| 翁崇雄 (1993) | 服務品質與服 務價值之評量 | 共變結構分析 | 1. 驗證「服務整體性評量之觀念性模式」的解釋能力高且配置恰當。 2. 銀行的特質對消費者認知及期望的服務，有直接的影響。 3. 消費者對於銀行所提供服務的期望受個人特質的直接影響。 4. 消費者在進行服務價值評量時，會考量為獲得該項服務所必須付出的非貨幣性價格。 |
| 張仁忠 (1995) | 國內新舊銀行 服務品質之探 討 | 集群分析法 因素分析法 | 一般客戶選擇主要往來銀行影響因素最高為「服務效率因素」，選擇舊有銀行最主要原因為「銀行與住家或服務公司(機關)距離近」選擇新銀行為服務態度良好。 |
| 李易諭 (1995) | 多準則服務品 質評估方法 | 模糊集合理論 | 發展一套結合模糊理論與多準則決策方法之研究架構，其評估架構分為兩個階段，第一階段為將決策者之評估值轉為模糊數，第二階段為應用多準則決策方法評估服務品質。 |
| 李樑堅 (1998) | 銀行業服務品 質測系統建 立之研究 | 因素分析法 模糊AHP法 | 1. 消費者與銀行從業人員對服務品質的重要性認知及藉由因素分析法所建立的評估項目與構面，兩者之間的看法並無太大差異。 2. 藉由T 檢定分析比較消費者與銀行從業人員對服務品質重要性認知差異性，尚有部分的認知具有顯著的差異。 |

表 2.9 金融業服務品質之相關研究(續)

| 作者 | 研究目的 | 研究方法 | 研究結果 |
|---------------|-----------------|-----------------|---|
| 李樑堅 (1998) | 銀行業服務品質測系統建立之研究 | 因素分析法 模糊AHP法 | 3.消費者在服務品質的重要性認知缺口的重視程度大於銀行從業人員。 4.人員與效率是目前銀行業服務品質的兩大重心。 5.人員、效率、業務、便利、利率、信用卡、形象是銀行業提升服務品質的努力方向。 |
| 周泰華 (1999) | 服務品質與顧客滿意評量模 | 文獻比較研究 | 1.服務品質與顧客滿意是兩個非常近似的觀念，其基本概念都源自「期望—失驗模式」，二者之間存在相當大的重疊性，導致二者在觀念上的混淆。 2.彙整不同學者的觀點，提出一個商品整合的服務業顧客滿意評量觀念模式。 |
| 葉凱莉 (2001) | 顧客滿意評量之再探討 | 因素分析法 | 顧客滿意的衡量，並非為等距順序尺度；服務品質、價格、年齡及工作狀態，均為影響銀行顧客滿意的重要因素。 |
| 楊宗明 (2002) | 顧客滿意度實証分析 | 因素分析法 | 顧客最滿意的是營業廳的潔淨程度，其次是室內裝潢及職員服裝儀容；最不满意的是停車便利程度、電腦系統及電話語音查詢系統。 |

資料來源：郭炳宏(2003)，金額控股公司合併後顧客滿意度之研究—以日盛國際商業銀行為例，義守大學管理研究所碩士論文。

2.4 顧客滿意度

本節共分為五小節，主要探討的內容為第一小節：顧客滿意度的定義，第二小節：顧客滿意度理論，第三小節：顧客滿意度之衡量構面，第四小節：顧客滿意度的重要性，第五小節：影響銀行業顧客滿意度的因子。

2.4.1 顧客滿意度的定義

隨著消費者意識高漲及市場競爭激烈，顧客滿意度已成為現今企業

經營時的主要衡量指標。因此，關於顧客滿意度之探討，對企業而言是越來越重要。1965年Cardozo最早致力於消費者滿意與不滿意之研究，之後，陸續有許多學者提出相關的理論。茲就有關於顧客滿意定義的相關文獻，依學者研究年代敘述如下：

Cardozo(1965)認為顧客滿意會增加顧客再次購買的行為，並且會接受其他的產品。Howard and Sheth(1969)認為顧客滿意度是買方對其購買商品所付出之犧牲與所得到補償是否適當的一種認知狀態。Hempel(1977)認為顧客滿意度決定於顧客所預期的產品或服務之實現程度，它反應出預期和實際結果一致的程度。Oliver(1981)認為顧客滿意度是一種短暫的情緒性反應，這種反應主要來自於顧客在產品取得或購買經驗中所獲得的驚喜。Churchill and Suetrenant(1982)認為顧客滿意度為一種購買與使用產品的結果，是由買方比較其預期報酬與投入成本所產生。Engel、Blackwell and Miniard(1984)認為顧客滿意度的定義為顧客在使用產品之後，會對產品績效與購買前信念二者之間的一致性加以評估，當二者間的一致性相當時，顧客將獲得滿足；反之，將產生不滿意的結果。Cardotte, Woodruff and Jenkins(1987)認為顧客在購買商品前，會根據其購買經驗，建立一套比較的標準，購買之後，顧客會以其使用後的知覺來與其建立之標準比較，而產生正向或負向的失驗，進而影響顧客的滿意度。Tes(1988)認為顧客滿意度可看作是顧客對於事前預期與所認知績效的差異評估反應。Bolton and Drew (1991)則認為顧客滿意是顧客購後經驗所產生的情感性因素，這個因素可能會影響顧客對服務品質、購後意願和行為的評估，從過去文獻中也可以發現，對績效水準的期望和知覺到的差異會直接影響顧客滿意度。Kotler(1991)認為顧客的整體滿意是情緒上的一種感覺狀況，其評價程度之高低，則受使用效果的影響。Fornell(1992)認為顧客

滿意是一種以經驗為基礎的整體性態度。石滋宜(1992)年引述美國ACM公司(Atlanta Complaint Monitoring Company)，所做的調查認為，顧客滿意的關鍵乃在於業者是否可以有效的處理顧客抱怨。Engle, Blackwall and Miniard(1993)提出滿意度是顧客在使用產品後，會對於產品的績效及購買前信念之間的一致性加以評估，當兩者之間具有相當一致性時，顧客會感到滿足；反之，當兩者之間不一致時，顧客會有不滿意的反應。Kotler(1993)認為顧客滿意度是顧客所知覺的產品績效和個人期望的差異程度，同時也是知覺期望和績效的函數，其與Selnes(1993)所提出滿意度是對特定交易之事後評估及判斷之看法相近。Oliver(1993)認為評量顧客滿意度的構面，除了認知之外還涉及情感因素。因此，顧客滿意度是認知與情感因素的綜合評量。Mano and Oliver(1993)認為顧客滿意度是一種情感性的反應過程。Anderson, Fornell and Lehman (1994)從過去學者的看法中歸納出兩種不同的觀點來解釋顧客滿意度，特定交易觀點(Transaction-Specific Perspective)認為顧客滿意度是顧客對某一特定購買場合的購後評估；累積交易觀點(Cumulative)則認為顧客滿意度是顧客對商品或服務之所有購買經驗的整體性評估；特定交易觀點可以提供特定產品或服務的診斷資訊，累積交易觀點則是公司過去、現在和未來績效的重要指標。Heskett et al. (1994) 認為顧客具有很強的價值導向，而價值就是指他們比較所得到的和所花費的成本（包括價格和其他獲取服務時所發生的成本）的結果。Kotler(1996)歸納上述各學者的意見，提出滿意度是消費者所知覺的產品功能和期望兩者之間差異函數，所以顧客滿意度是來自於其對產品的功能特性或結果的知覺，以及與個人對於產品的期望，經由兩者比較後新形成的感覺愉悅或失望的程度。亦即若功能特性遠不如期望者，則顧客將感到不滿意；反之，若功能特性符合期望，

則顧客將感到滿意。Nyer(1997)認為顧客滿意和快樂之間具有高度相關性。衛南陽(1997)認為高滿意是顧客在接受了所提供的服務後，實際知覺的服務水準高於事前期望的服務水準；低滿意是顧客在接受了所提供的服務後，實際知覺的服務水準低於事前期望服務水準。陳耀茂(1998)認為當顧客在使用商品或服務時，會具有某種形式之期望，在實際使用它時，會以某種形式來評價自己的期望獲得了多少滿足。從顧客面來看，對期望的充足感即為滿意，它的程度即為顧客滿意度；從企業面來看，因應顧客的期望以及因應的程度分別為顧客滿意與顧客滿意度。Wong(2000)認為顧客滿意是一種購前期望下對產品品質的購後評價。

若將各學者之見解，以成本效益觀點、認知觀點、情感觀點、綜合觀點等四種觀點來區分，則整理如表2.10。

表2.10 學者對顧客滿意度定義之觀點

| 觀 點 | 學 者 |
|--------|--|
| 成本效益觀點 | Cardozo(1965)、Howard and Sheth(1969)、Churchill and Suetprenant(1982)、Heskett et al. (1994)、Nyer(1997) |
| 情感觀點 | Oliver(1981)、Bolton and Drew (1991)、Mano and Oliver (1993)、石滋宜(1992)、Nyer(1997) |
| 認知觀點 | Hempel(1977)、Cardotte, Woodruff and Jenkins(1987)、Tes(1988)、Fornell(1992)、Engle, Blackwall and Miniard(1993)、Anderson, Fornell and Lehman (1994)、陳耀茂(1998) |
| 綜合觀點 | Oliver(1993)、Kolter(1996)、Selnes(1993)、衛南陽(1997) |

資料來源：1.許俊雄(2001)，金融機構顧客滿意度評量模式之研究，銘傳大學金融研究所碩士論文
2.本研究整理

綜合而言，顧客滿意度是顧客的預期認知與實際認知之間一種相互的關係，雖然上述諸多學者對滿意度的定義眾說紛云，但仔細剖析各學者的看法卻是殊途同歸。不管是以成本效益觀點、認知觀點、情感觀點、綜合觀點，如果預期程度得到滿足，則消費者就感到滿意；若產品未能

合乎其事先所預期，則消費者將會感到不滿意。簡單來說，顧客滿意是指顧客在接受服務後，心裡因服務的過程感到快樂、舒適。

顧客滿意應被視為根據消費經驗，配合情感因素所產生的一種心理知覺。目前關於顧客滿意度的研究，仍是以Oliver(1980)提出的預期不確認模型為基礎；Oliver(1993)整合兩個學派的觀點認為傳統的顧客滿意評量模式主要以「期望—失驗」典範為基礎，但是滿意或不滿意除了「知覺」的構面之外，尚涉及情感因素。因此，「顧客滿意」是一種結合了「知覺」與「情感」的綜合評量。

本研究亦認為，所謂的顧客滿意即顧客對某一服務的期望(Expectation)與服務提供者實際提供出的知覺績效(Perceived Performance)相比較之結果，也就是顧客在對服務或產品的績效認知與自身的期望比較之後，所產生的一種愉快或失望的感知狀態。若知覺績效達到或超過顧客的期望時，顧客會產生滿足的感覺，此時即達到了顧客滿意，反之則否。

2.4.2 顧客滿意度理論

Aiello and Rosenberg(1976)認為顧客的滿意程度，可被視為一種整體性的反應，該學者指出顧客滿意度代表顧客對產品不同屬性的總和評價；Day(1977)提出「滿意度」是一種整體性、概括式的表現，只需單純地評量整體滿意度即可。

Oliver and Desarbo(1988)認為，顧客滿意度可分為三大領域—期望失驗理論、利益觀點、補償過程理論：

一、期望失驗理論(Expectancy Disconfirmation)

Oliver(1980)以 Howards and Sheth(1969)的態度行為模式為基礎，

進行研究，認為購買前的態度會影響消費者的期望與購買傾向，而購買後產品的績效與期望是否一致，會影響購買後的滿意度。如果產品的績效與期望不一致，便會產生失驗（Disconfirmation）的情況。Swan and Trawick(1981)在檢驗知覺的產品績效與失驗對顧客滿意度的影響時發現，失驗對產品績效與顧客滿意有高度相關。Churchill and Surprenant (1982)歸納影響「顧客滿意」的四個概念為：

1.顧客期望(Customer Expectation)

顧客期望即對產品產生的預期反應，Cadotte, Woodruff and Jenkins(1987)認為顧客會以購買前的所有消費經驗，建立一個比較標準，而與購買後的實際績效來做比較，用以評量滿意程度。

2.產品績效(Product Performance)

Churchill and Surprenant(1982)認為，產品績效被視為一種比較標準，用以評量與購買前期望之失驗的程度。

3.失驗(Disconfirmation)

Oliver(1981)認為，失驗為一中間變數，當產品的績效與預期一樣時，將被確認；當產品的績效超過預期時，將產生正向失驗；當產品的績效低於預期時，將產生負向失驗。

4.顧客滿意度(Customer Satisfaction)

當預期程度得到滿足時，消費者就感到很滿意；若產品未能合乎其事先所預期，則消費者將會感到很滿意。

研究者以預期與實際表現的差異（Disconfirmation，或稱預期失驗的程度）觀念來作為滿意與否的衡量因素，其滿意程度，與差異之大小及方向有關，差異之大小及方向，受消費者對產品或服務，事前預期與實際表現之間差距來決定，如圖2.3 所示：

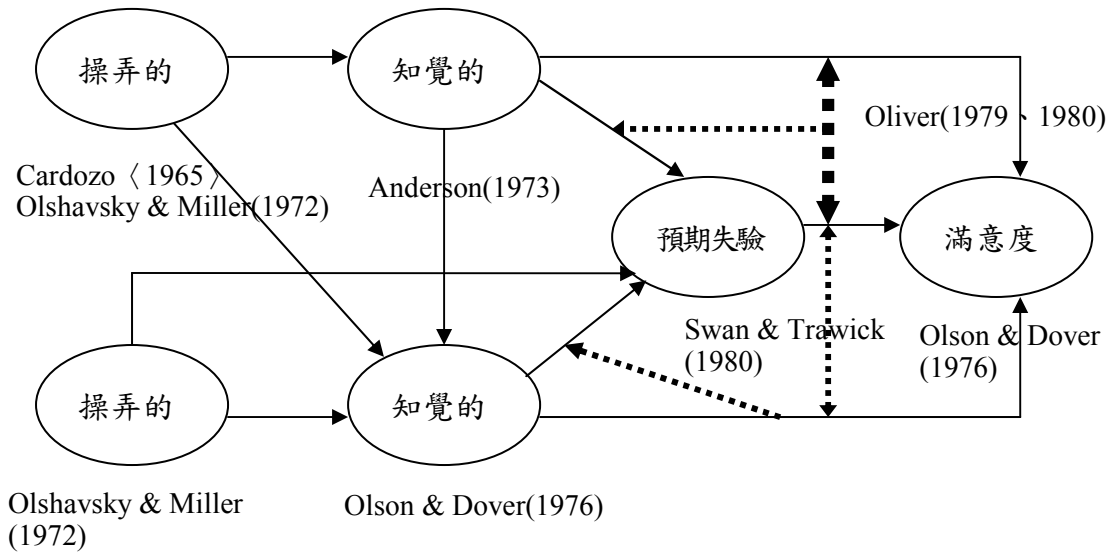


圖2.3 滿意度結構模式建立之回顧

資料來源：Churchill G.A., Jr and Surprenant C. (1982), "An Investigation into Determinants of Customer Satisfaction", Journal of Marketing Research, p.p.491-504 .

Fornell (1992)也認同「滿意度」代表可直接評量的整體感覺，消費者會將產品與理想標準作比較。以瑞典全國滿意度調查為例，建立了一套有系統且長期的「全國性顧客滿意指標(National Customer Satisfaction Barometer, CSB)」，又稱「瑞典模式」。模式中捨棄不確認的失驗，加入了抱怨及忠誠度的衡量，作為對滿意度的檢驗，為往後多數研究者所沿用。其模式如圖2-4 所示。

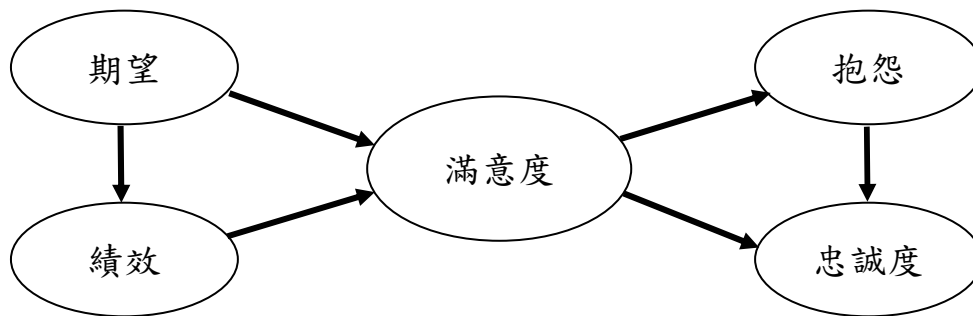


圖2.4 CBS 瑞典模式

資料來源：謝孟祥(1997)，顧客滿意度模式之實證研究—以台北市本國商業銀行為例，台灣大學商學研究所碩士論文。

期望失驗理論包含兩部分：期望的形成及期望與績效相比所產生的失驗。主要有下列四種：

1.類化理論(Assimilation Theory)

Hovland(1957)首先提出類化理論，此理論的主要觀點認為，當顧客預期與產品表現有差距時，即產生認知失調現象，於是顧客會調整對產品的知覺，以縮減這個差距，來消除心理的失調狀態。

2.對比理論(Contrast Theory)

Dawes, Singer and Lemons(1972)首先提出對比理論，此理論的主要觀點認為，當顧客預期與產品表現有差距時，顧客會藉由他對產品的知覺來誇大這差距。Churchill and Surprenant(1982)認為，當產品的績效低於期望時，消費者對產品評價將較實際情形更差；當產品的績效高於期望時，消費者對產品評價將較實際情形更佳。

3.類化-對比理論(Assimilation- Contrast Theory)

Hovland and Sherif(1957)結合類化、對比理論，認為顧客在心理存在接受區域與拒絕區域，當顧客對產品的期望與績效有差距產生時，如果差距落在接受區域，顧客會縮小期望與認知的差距，使得期望與認知趨向一致；差距落於拒絕區域時，顧客會誇大期望與認知的差距而形成明顯對比，而使得期望與認知的差距增加。

4.適應水準理論(Adaptation Level Theory)

Helson(1964)認為，個人只有在某層面的適應水準下才會受到刺激。適應水準為刺激本身、刺激內容的知覺、有機體心理及生理特徵之函數。個人只要建立了這函數，以後只要發生在原始狀態的刺激，便以這適應水準作為評估的標準。只有在適應水準發生重大衝擊時，才會改變個體的最後評價。

Oliver(1981)將此觀念運用於顧客滿意度的探討上，認為購買前的預期、產品績效及其兩者間的差距程度，是影響顧客滿意之決定因素。差距程度即失驗程度，失驗可分為正向失驗與負向失驗。正向失驗為績效超過預期，負向則反之。失驗為引起適應水準變動的主因，最後造成滿意的改變。如下圖2-5 所示：

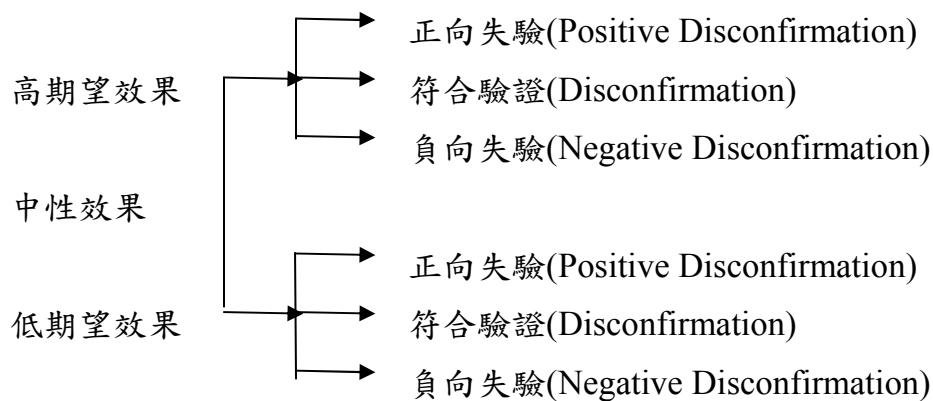


圖2.5 適應水準理論

資料來源：Richard L Oliver, (Fall 1981), "Measurement and Evaluation of Satisfaction Processes in Retailing Setting", *Journal of Retailing*, Vol. 57, Iss.3, pp. 25-48.

二、利益觀點(Perspective of Interest)

以利益觀點出發的理論，主要有下列兩種：

1. 公平理論(Equity Theory)

Huppertz, Arenson and Even(1978)首先將組織行為學領域的公平理論運用於行銷領域。公平理論的主要觀點認為，顧客會試著去比較投入與產出之間的關係，如果投入與產出的比率相當，那麼顧客就會覺得受到公平待遇而感到滿意；反之顧客會覺得不滿意。

2. 歸因理論(Attribution Theory)

Weiner(1978)認為，導致產出結果成功或失敗的原因可以歸納為三大

構面：(1)因果的焦點（內部對外部因果來源）、(2)產出的穩定性（變動性）、(3)可控制性。產出結果內部因素可歸因於能力或努力等；外部因素可歸因於任務的困難度或運氣等。

Weiner, Russell and Lerman (1979)將歸因理論運用於顧客滿意度的探討，認為滿意是某些特定因素的函數，並且證明具內部歸因傾向的人滿意程度較具外部傾向的人顯著為高。

Oliver(1993)整合了上述理論，認為完整的顧客滿意度模式，除了包含「認知」因素外，尚須考慮「情感」、「公平」及「歸因」等因素。

三、補償過程理論(Redress Process)

Day and Landon(1977)指出，一般的顧客滿意度研究，主要集中在探討影響顧客滿意的前因與過程，但是最近的顧客滿意研究卻有朝向購後行為來分析，從不滿意的角度出發，探討顧客購買產品後產生不滿意時會採取何種行動來獲得補償之過程。

2.4.3 顧客滿意度之衡量構面

在滿意度的衡量構面上，學者們的看法相當分歧，大致可分為「總體滿意程度」(Overall Satisfaction)與「多重項目衡量」(Multiple Item)兩衡量面向，茲將相關內涵分述如下：

(1) 總體滿意程度

即認為滿意程度是一整體、總括的現象，故主張顧客滿意度應該用整體滿意度來衡量，例如學者Day(1977)即認為衡量消費者對產品的整體使用結果(outcome)並無困難；另有學者如Czepiel(1974)亦同意消費者滿意程度可被視為一整體性的評估反應，而此一整體性的反應即代表了消費者對產品不同屬性的主觀反應的總和；Fornell(1991)認為滿意度是可以直接評估的整體感覺，消費者會將產品及服務和自己心中理想的標準

做比較。

(2) 多重項目衡量

即分別針對產品各屬性績效的滿意程度加以衡量，爾後再予以加總求得整體的滿意度。例如學者Pfaff(1977)認為單一整體滿意度不是衡量顧客滿意度的最佳方式，因為這種衡量方式會使得顧客在面臨複雜的情況下會做出立即、粗糙的反應；Singh(1991)從服務行銷、社會心理學和組織理論中發現，滿意是一種多重客體以及多重構面，也就是以多重項目針對產品各屬性績效之滿意程度加以衡量，同時顧客滿意的衡量，會因產業或研究對象的不同而有所差異。

本研究採用顧客滿意度為整體性、概括性的看法，用整體的滿意度來衡量顧客滿意度。

一般而言，針對滿意度的分析方法一般有以下兩種方式（杜更新，民88）：

- (a) 將產品屬性的滿意程度依消費者知覺的重要性為權數再加以線性組合(Linear Combination)，以探討消費者滿意程度的關係。
- (b) 以產品整體滿意程度為應變數，而以各產品屬性的滿意程度為自變數來建立迴歸模式，以了解整體滿意程度和產品屬性間的關係，即產品各屬性的滿意程度對產品整體滿意程度的邊際貢獻。

2.4.4 顧客滿意的重要性

Oliver(1980)和Muller(1991)指出，顧客滿意有助於企業優勢的達成。Woodside and Daly(1989)認為顧客滿意為影響消費者行為的主要因素。Kotler(1991)亦指出，顧客滿意為企業獲利的競爭利器。Fornell(1992)認為滿意的顧客是公司的資產，因為滿意的顧客會帶來重複的購買行為，而顧客滿意也是經濟福利的指標。Peterson and Wilson(1992)並認為顧客滿

意是企業政策與策略的重要情境因素。上述學者的論述，讓企業將顧客滿意的因素視為是獲利的最佳途徑。前麥當勞副總裁Rensi(1991)認為經過調查，只要品質、服務、衛生與價值(QSCV)提升一個等級，單店的年營業額就會提升美金13萬6,000元。台灣連鎖店協會(1999)針對速食業等七種服務業進行顧客滿意度的績效水準調查，獲得三個結論：

- 1、顧客滿意度的績效水準是零售業生存的命脈。
- 2、激烈競爭的零售業，高品質的服務可以抗衡價格競爭的衝擊。
- 3、企業要提供高品質的服務，必須定期衡量服務品質

銀行是相當典型的服務性產業，Porter(1990)在國家競爭優勢中談到服務業，他認為服務業在產業群聚形成的過程，是創造國家競爭優勢的核心，能對所有產業提供技能、技術和支援；國家若是欠缺具有實力的服務業，國民所得將會逐漸受到侵蝕，而其他產業的競爭地位也會節節落後。許士軍(1996)也提到「在實際的競爭中，每一個企業必須擁有獨到的競爭優勢，在一個產業中，個別企業必須為自己選擇適當的環節位置，並且主動地去搜尋和利用與本身競爭力有關的重要關鍵因素」。

我國在金融政策開放及加入WTO之後，外商銀行在台灣的發展，替台灣帶來不同的消費型態及服務模式，使得本土銀行為了提高本身競爭力，開啟了另一種新的服務觀念及態度。

在自由經濟的體系下，市場競爭日趨激烈，更隨著民眾經濟生活的改善、教育水準的提高和傳播媒體的發達，消費者意識也逐漸抬頭。在1960年以前的消費趨勢，顧客只知道要求產品的理性功能，生產者也僅需致力於大量生產及技術的改良；到了1970年代，顧客開始注重產品的品質；至1980年代，顧客開始注重產品的形象及內心感性的滿足；自1990年代至今，消費者無法僅以好商品來滿足需求，而要的是更高的服務品

質，除了追求心靈上的滿足外，更重視產品本身以外的特質，如：服務、口碑、企業形象及商品的附加價值。

消費者對銀行服務品質的要求除日益提高外，更祈望與銀行建立良性的互動關係。由於資訊進步，客戶資料已不再獨享，當客戶知覺到銀行所提供的服務已無法滿足需求時，會找尋更合適的銀行。銀行若想維持顧客忠誠度，最需要重視的就是顧客滿意度，而服務品質又是影響顧客滿意度的最重要因素。因此，銀行業者必須重視消費者的需求與感受，尋求與本身競爭力有關的重要關鍵因素，以提升服務品質，增加顧客滿意度的績效水準，使在市場競爭、開發新市場及尋找新客源中能贏得優勢。

2.4.5 影響銀行業顧客滿意度的因子

銀行屬服務業，根據PZB(1988)所提五構面及一般調查及專業機構（例如哈里士國際調查機構）所採用的衡量指標因素，影響銀行顧客滿意度之主要因素有：行員服務態度、是否為客戶主動設想、業務處理彈性、服務速度、收費是否合理、業務錯誤發生率、服務據點便利性、週邊服務便利性、櫃檯與營業大廳設計等九項（表2.11）。

表2.11 服務品質構面與影響顧客滿意度因子關係

| 銀行業顧客滿意度 九大因子 | 服務品質五構面 | | | | |
|------------------|---------|-----|-----|-----|-----|
| | 有形性 | 可靠性 | 反應性 | 保證性 | 專注性 |
| 行員服務態度 | √ | √ | √ | √ | √ |
| 是否為客戶主動設想 | √ | √ | √ | √ | √ |
| 業務處理彈性 | | | √ | | √ |
| 服務速度 | | √ | √ | √ | √ |
| 收費是否合理 | | | | | √ |
| 業務錯誤發生率 | | √ | √ | √ | |
| 服務據點便利性 | √ | | | | |
| 週邊服務便利性 | √ | | | | √ |
| 營業大廳及櫃檯設計 | √ | | | | √ |

資料來源：陳訓燦(2003)，應用灰色關聯分析探討影響銀行顧客滿意度因素之研究—以中國國際商業銀行高雄地區分行為例，國立高雄第一科技大學財務管理系碩士論文。

在SERVQUAL量表的五項服務品質構面中，有形性構面衡量的是銀行的實體設施及提供服務設備等硬體方面，衡量的問項則包括了「行員的服務態度」、「銀行為客戶主動設想」、「服務據點便利性」、「週邊服務便利性」、「營業大廳及櫃檯設計」等項。可靠性構面衡量的是正確且可靠地執行服務承諾之能力，衡量問項則包括了「行員的服務態度」、「銀行為客戶主動設想」、「服務速度」、「業務錯誤發生率」。反應性構面衡量的是服務人員幫助顧客的意願及提供快速服務的能力，其衡量問項則包括了「行員的服務態度」、「銀行為客戶主動設想」、「業務處理有彈性」、「服務速度」、「業務錯誤發生率」。保證性構面衡量的是服務人員所具備的知識、禮貌以及服務執行結果獲得顧客信賴的能力。其衡量問項則包括了「行員的服務態度」、「銀行為客戶主動設想」、「服務速度」、「業務錯誤發生次數」等項。專注性構面衡量的是提供客戶關心及個人化的服務，其衡量問項則包括了「行員的服務態度」、「銀行為客戶主動設想」、「業務處理有彈性」、「服務速度」、「銀行收取費用合理」、「週邊服務便利性」、「營業大廳及櫃檯設計」等項。影響銀行顧客滿意度之九項因子與PZB(1988)所提的五構面的意涵是一致的。

2.5 服務品質與顧客滿意度

在Parasuraman, Zeithaml and Berry(1990)的研究中，強調了解「顧客期望」在組織傳遞的服務品質中的重要性。當公司提供的服務低於顧客的期望時，顧客會產生不滿意的知覺，主要原因乃是知覺服務品質及滿意度均為顧客知覺服務水準與期望服務水準之間的差距函數。而上述三位學者亦曾對服務品質與顧客滿意間的關係做了進一步的探討，其主要

內容如表2.12所示：

表2.12 PZB三位學者對服務品質與顧客滿意度之看法

| 時 間 | 論 述 |
|-------|--|
| 1985b | 認為服務品質及滿意度均為認知績效與期望水準的差距的結果，但顧客滿意的期望為預測(Predicted)，而服務品質的期望則為渴望(Desired)。 |
| 1988a | 認為期望為消費者接近交易時對可能發生事物的預測(Predicted)，而服務品質的期望則為欲望(Wants)，他們認為服務業者應該(Should)提供而非將會(Would)提供的。也就是說，顧客滿意的預測為would be，以過去平均績效為基準。而服務品質的欲望則為should be，以感情成分為基準。 |
| 1994 | 認為兩者的差異主要在於採用的比較標準不同，顧客滿意係預測的(Predicted)與知覺的服務之比較，而服務品質則來自期望(Expected)與認知的比較，亦即PZB模式中之缺口5(gap 5)。 |

資料來源：周惠珍(2001)，GPS認證店服務品質與顧客滿意度之研究-以台南都會區與高雄都會區為例，長榮管理學院經營管理研究所碩士論文。

服務品質與顧客滿意間的關係非常密切，但各學者進一步探討其因果關係的研究，其結果卻相當分歧：一派以Oliver為代表的學者主張顧客滿意是服務品質的前因變項；一派以Cronin and Taylor為代表的學者則主張服務品質是顧客滿意的前因變項，此兩派之主要的論點如下：

1、以顧客滿意度為服務品質的前因變項之論點

Oliver(1980)認為第一期的態度是期望的函數(EXP)，第二期的態度為前一期的態度與本期的滿意水準的函數，亦即顧客形成對某一標的物的第一期態度是以期望為基礎，而後則根據消費經驗的滿意或不滿意程度

來調整其態度，由此可知Oliver認為滿意度為態度的先行變數，而服務品質是對服務一種長期整體的評估，將它可視之為態度(Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1985a)，因此滿意程度與態度的關係即滿意度與服務品質的關係，也因此長期的滿足將產生品質的知覺(Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1988b)。

此外Oliver(1981)亦認為滿意度乃是當浮現之情緒與期望不一致時，所形成的一種綜合心理狀態，而期望則是顧客有關消費經驗的預先感覺，此定義中隱含著滿意度是針對某特定的交易，且會很快的影響消費者的整體態度。

2、以服務品質為顧客滿意度的前因變項之論點

Cronin and Taylor(1992)針對銀行、害蟲防治、乾洗及速食店進行服務品質之實證研究，其結論中指出：

- (1) 顧客滿意對顧客的購買意願有顯著性的影響。
- (2) 服務品質為顧客滿意的前因變數。
- (3) 服務品質對購買意願的影響程度較顧客滿意為低。

Taylor and Baker(1994)針對遊樂場、航空業、健康照顧及長途電話公司進行實證研究，其研究結果顯示服務品質會影響顧客之滿意度，且顧客滿意度會影響其購買意願。

以下將國外各學者對服務品質與滿意度關係之研究歸納整理於表2.13中。

表2.13 服務品質與滿意度關係之相關研究

| 學者 | 衡量方法 | 結論 |
|---|----------|-----------|
| Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985a) | SERVQUAL | 滿意度影響服務品質 |

表2.13 服務品質與滿意度關係之相關研究(續)

| 學者 | 衡量方法 | 結論 |
|---|----------------------|-----------|
| Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988a) | SERVQUAL | 滿意度影響服務品質 |
| Bolton and Drew (1991) | Multiple item scales | 滿意度影響服務品質 |
| Cronin and Taylor (1992) | SERVQUAL SERVPERF | 服務品質影響滿意度 |
| Oliver (1993) | Multiple item scales | 服務品質影響滿意度 |
| Bitner and Hubbert(1994) | Multiple item scales | 滿意度影響服務品質 |
| Parasuraman, Zeithaml and Berry (1994) | SERVQUAL | 服務品質影響滿意度 |
| Rust and Oliver (1994) | SERVQUAL | 服務品質影響滿意度 |
| Strandvik and Liljinder (1994) | Multiple item scales | 服務品質影響滿意度 |
| Taylor and Baker(1994) | SERVQUAL | 無先後迴歸關係 |

資料來源：1.Ruyter, Jose and Pascal (1997) “Merging Service Quality and Service Satisfaction an Empirical Test of an Integrative Model”, *Journal Economic Psychology*, Vol. 18, pp.387-406 .

2.本研究整理

雖然服務品質與顧客滿意度之間存在許多的爭議，但Zeithaml and Bitner(1996)認為服務品質與滿意度兩者的差異在於其背後的成因與結果。此兩位學者認為服務品質只著重於服務的因素，而滿意度所著重的範圍要比服務品質評估的範圍廣，它會受到產品品質、價格、情境因素、個人因素及服務品質等因素的影響，因此服務品質乃是影響顧客滿意度的重要因素之一（參見圖2.6）。國內近年來服務品質與滿意度相關的文獻，在影響顧客滿意度的衡量構面上，亦歸納出五項主要因素，包括：服務、產品、價格、情境因素及個人因素五項，這五項因素與Zeithaml and Bitner(1996)的顧客所知覺的服務品質與顧客滿意度相同。

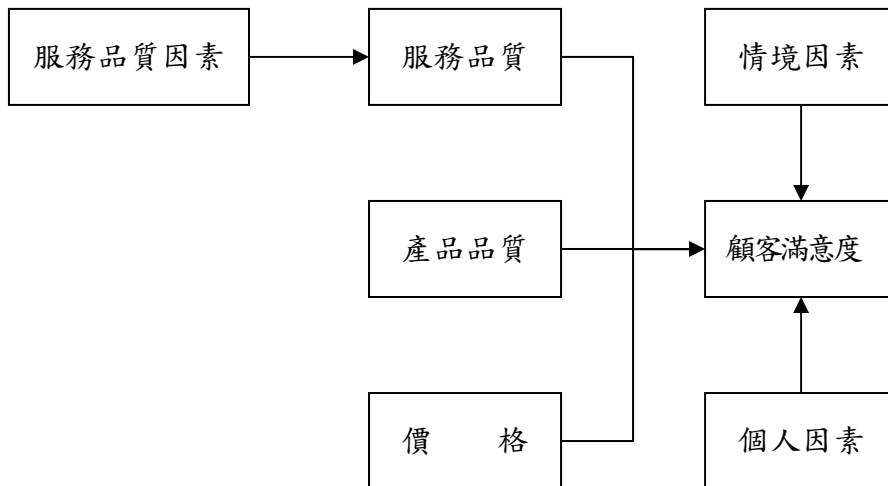


圖2.6 影響顧客滿意度之因素

資料來源：1、Zeithaml, V. A. and M. Jo Bitner (1996), Service Marketing, McGraw-Hill, p. 123.

2、李永年(1998)，產品品質與服務品質對顧客滿意度及顧客忠誠度之影響—以加油站為例，國立政治大學企業管理學系碩士論文。

Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988b)等學者曾將服務業中有形產品的品質歸入服務品質衡量因素中，但李永年(1998)的研究結果發現：對於同時提供實體產品及無形服務的產業，其顧客在衡量服務品質時會分別評估產品品質及服務品質。從需求理論的觀點來看，顧客對服務產生需求因而導致購買行為的發生，當業者所提供之服務能符合顧客的需求，則顧客的滿意度將會愈高。黃宏鈞(2001)亦支持服務品質影響顧客滿意度之觀點。本研究亦採用此一觀點，即銀行業服務品質乃是影響顧客滿意度的重要因素。

綜合上述的論述，消費者可藉由其對事先服務品質之期望及對事後服務品質知覺間的差距，來評定其對於服務品質的滿意度。另一方面，可依據服務品質缺口模式，來探討影響服務品質水準高低之原因，進而研擬改善對策，期使能更符合消費者的需求，進而提高消費者的滿

意度。

第三章 研究方法

本章將分別就研究架構、研究假設、研究變數與操作性定義、抽樣設計、問卷設計與調查及資料分析方法等六方面做進一步分析。

3.1 研究架構

學者Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985)認為顧客對於服務品質滿意與否，是由事前的期望與事後的實際感受來評量，而消費者在服務品質認知（觀念性模式缺口五）的重視程度大於銀行從業人員（李樑堅，1998），消費者對於銀行所提供服務的期望受個人特質的直接影響（翁崇雄，1993）。故本研究以PZB服務品質概念性架構為觀念，針對缺口五，並考慮銀行業服務品質之特性，建立本研究之觀念性與分析性研究架構如圖3-1。

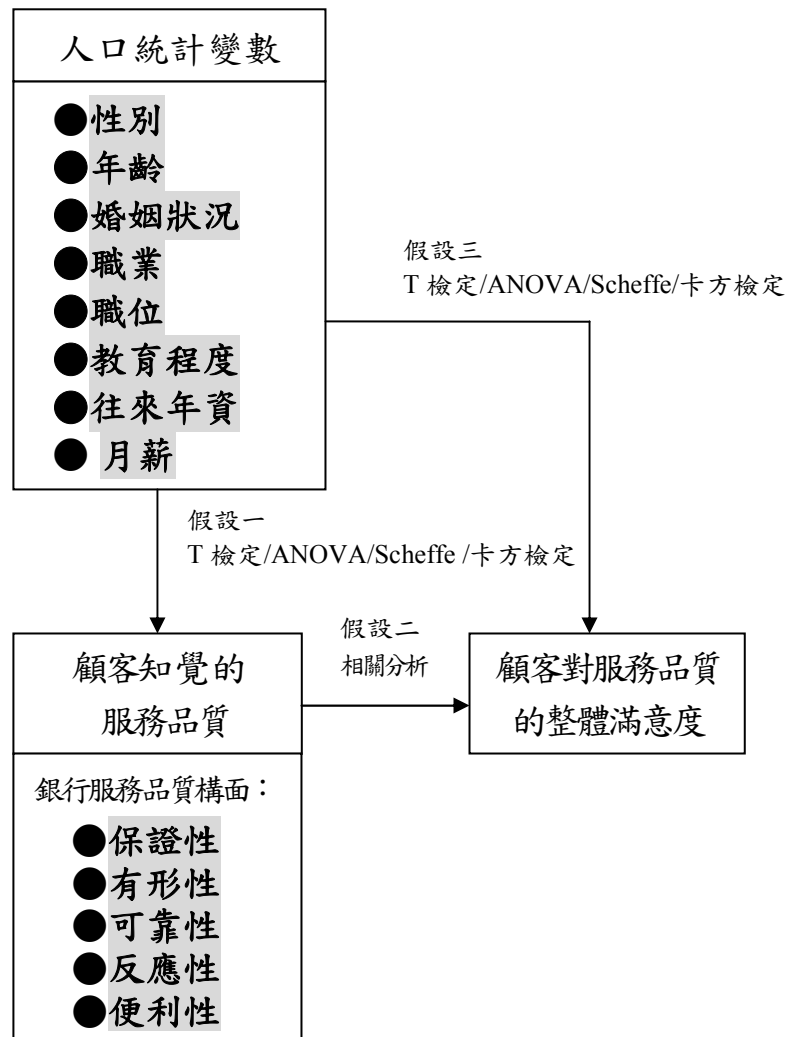


圖3.1 研究架構

資料來源：本研究整理

本研究將以 T 檢定與單因子變異數分析方法來探討不同背景之受訪者對中國信託服務品質的認知；再以相關分析方法瞭解顧客知覺的中國信託服務品質與整體滿意度之間的關係；另以 T 檢定與單因子變異數分析方法來探討不同背景之受訪者其與中國信託服務品質整體滿意度之間的變化。

3.2 研究假設

根據研究目的，本研究提出三項假設，以作進一步驗證：

假設一：不同個人背景之顧客對中國信託服務品質的知覺無顯著性差異。

1-1：不同性別之顧客對中國信託服務品質的知覺無顯著性差異。

1-2：不同年齡之顧客對中國信託服務品質的知覺無顯著性差異。

1-3：不同婚姻狀況之顧客對中國信託服務品質的知覺無顯著性差異。

1-4：不同職業之顧客對中國信託服務品質的知覺無顯著性差異。

1-5：不同職位之顧客對中國信託服務品質的知覺無顯著性差異。

1-6：不同教育程度之顧客對中國信託服務品質的知覺無顯著性差異。

1-7：不同往來年資之顧客對中國信託服務品質的知覺無顯著性差異。

1-8：不同月薪之顧客對中國信託服務品質的知覺無顯著性差異。

1-9：以中國信託為主要往來銀行之顧客對中國信託服務品質的知覺無顯著性差異。

1-10：接受服務頻率與顧客對中國信託服務品質的知覺無顯著性差異。

1-11：接受服務時間長短與顧客對中國信託服務品質的知覺無顯著性差異。

假設二：顧客知覺的中國信託服務品質與整體滿意度無顯著性相關。

2-1：顧客知覺的中國信託服務品質保證性與整體滿意度無顯著性相關。

2-2：顧客知覺的中國信託服務品質有形性與整體滿意度無顯著性相關。

2-3：顧客知覺的中國信託服務品質可靠性與整體滿意度無顯著性相關。

2-4：顧客知覺的中國信託服務品質反應性與整體滿意度無顯著性相關。

2-5：顧客知覺的中國信託服務品質便利性與整體滿意度無顯著性相關。

假設三：不同個人背景之顧客對中國信託整體滿意度無顯著性差異。

3-1：不同性別之顧客對中國信託整體滿意度無顯著性差異。

- 3-2：不同年齡狀況之顧客對中國信託整體滿意度無顯著性差異。
- 3-3：不同婚姻狀況之顧客對中國信託整體滿意度無顯著性差異。
- 3-4：不同職業之顧客對中國信託整體滿意度無顯著性差異。
- 3-5：不同職位之顧客對中國信託整體滿意度無顯著性差異。
- 3-6：不同教育程度之顧客對中國信託整體滿意度無顯著性差異。
- 3-7：不同來往年資之顧客對中國信託整體滿意度無顯著性差異。
- 3-8：不同月薪之顧客對中國信託整體滿意度無顯著性差異。
- 3-9：以中國信託為主要往來銀行之顧客對中國信託整體滿意度無顯著性差異。
- 3-10：接受服務頻率與中國信託整體滿意度無顯著性差異。
- 3-11：接受服務時間長短與中國信託整體滿意度無顯著性差異。

3.3 變數之操作性定義

有關中國信託銀行服務品質構面、顧客知覺的服務品質、顧客的整體滿意度之涵義，本研究將其操作性定義如下：

- 1、中國信託銀行服務品質構面：依據PZB在1988年所提出的服務品質SERVQUAL量表五個構面並結合PZB(1985)十個品質構面，設計為評量國信託銀行服務品質之向度。
- 2、顧客知覺的中國信託服務品質：依據PZB在1988年所提出之服務品質概念性模式中之缺口五，本研究受訪者知覺的服務品質，係指從中國信託人員所提供之各項服務所獲得的實際感受程度與期望間的落差。
- 3、顧客的整體滿意度：本研究依據 Cronin and Taylor(1992)主張服務品質為顧客滿意度的前因變數，作為受訪者對於中國信託服務品質整體滿意評價之水準。

3.4 問卷設計

本問卷設計分成二大部份：

第一部份：服務品質構面之設計，係依據Parasuraman, Zeithaml and Berry (1991)修正之SERVQUAL量表所設計之服務品質衡量構面為基礎，並依前測做適當的修正後，依保證性、有形性、可靠性、反應性與便利性等五構面設計29個題項及1題整體滿意度評量問項(如表3.1中第一部份所示)。

第二部份：除包含一般個人基本資料，除包括性別、年齡、婚姻狀況、職位、職業、教育程度、往來年資、月薪八項外，另根據國內外學者所提出消費者在選擇銀行時可能會重視的相關原因，篩選出受訪者與中國信託銀行間相關連情境狀況問題做分析，包括：是否為主力銀行、選擇中國信託銀行的原因、曾接受過哪些服務項目、平均多久時間會到中國信託1次、平均每次接受服務的時間多長。(如表3.1中第二部份所示)。

表 3.1 問卷構面及評量項目

| 項 目 | 內 容 |
|------|-----------------------------|
| 第一部分 | 01. 行員的禮貌及親和力良好 |
| | 02. 行員會主動詢問並滿足客戶的需求 |
| | 03. 行員會主動聯繫客戶並提供銀行新產品及最新資訊 |
| | 04. 接受服務等候時間不長 |
| | 05. 行員能夠正確記錄交易內容 |
| | 06. 行員具有足夠的專業知識能立即且迅速處理客戶問題 |
| | 07. 行員能針對不同需求提供適當的諮詢服務 |
| | 08. 行員具備豐富的服務經驗並會告知客戶正確服務內容 |
| | 09. 行員能夠迅速且妥善的處理客戶抱怨問題 |
| | 10. 行員會儘量安撫客戶不滿的情緒並提供滿意的解決 |
| | 11. 服務台都有服務人員可進行詢問 |
| | 12. 銀行有提供通暢的申訴管道 |
| | 13. 銀行擁有嚴密的保全警衛系統 |
| | 14. 銀行注重客戶的隱私權及客戶資料的保密 |
| | 15. 自動櫃員提款機通常設置在適當且安全的場所 |
| | 16. 銀行過去沒有舞弊的情事發生 |

表 3.1 問卷構面及評量項目(續)

| 項 目 | 內 容 | | |
|--------------|---|--------|----------|
| 第一部分 | 17. 銀行設置的地點交通便利 | | |
| | 18. 銀行備有良好的停車場地 | | |
| | 19. 銀行設置的分行據點足夠 | | |
| | 20. 對於銀行設立的自動化銀行服務使用感到滿意 | | |
| | 21. 瞭解且放心使用銀行服務通路。ex:網路銀行、電話銀行 | | |
| | 22. 銀行內部的設備完善且具現代化 | | |
| | 23. 銀行整體的動線規劃良好 | | |
| | 24. 對銀行內部的陳設感到舒適、輕鬆 | | |
| | 25. 銀行自動化的設備操作簡單、服務完整 | | |
| | 26. 銀行本身熱心參與公益活動 | | |
| | 27. 行員服裝儀容整齊清潔 | | |
| | 28. 銀行具有良好的聲譽及知名度 | | |
| | 29. 銀行擁有良好的企業識別標章 (Ex. : We are family) | | |
| 30. 銀行的服務滿意度 | | | |
| 第二部分 | 01. 性別 | 02. 年齡 | 03. 婚姻狀況 |
| | 04. 職業 | 05. 職位 | 06. 教育程度 |
| | 07. 往來年資 | 08. 月薪 | |
| | 01. 請問中國信託銀行是否為您本身最常往來的銀行？ | | |
| | 02. 請問您在中國信託銀行有接受過那些服務項目？ (可複選) | | |
| | 03. 請問您當初選擇中國信託銀行的原因？ (可複選) | | |
| | 04. 請問您平均多久時間會到中國信託銀行辦理服務項目一次？ | | |
| | 05. 請問您在中國信託銀行平均接受服務的時間多長？ | | |

資料來源：本研究整理

在服務品質與滿意度之衡量方面，係採李克特(Likert)的五尺度量表，依各問項答案「非常滿意」、「滿意」、「普通」、「不滿意」、「非常不滿意」分別給予5、4、3、2、1分。

就問卷效度(Validity)而言，本研究問卷內容依據 Parasuraman, Zeithaml and Berry 三人於 1988 年修正之 PZB 模式因素的五項構面為主，除已具備相當的理論基礎外，為增加問卷有效性，於問卷設計時，除訪談相關銀行業者外，並於問卷初稿完成時，先以高雄民族及十全二分行各 20 位顧客進行前測，經修正後定稿。

3.5 研究對象與抽樣方法

本研究分別對中國信託台灣北、中、南、東區共10家分行之顧客進行取樣。為決定有效樣本之數目，本研究以前測小樣本(N=40)之樣本標準差S=0.4743來代替母體標準差 σ ，於不確定母體大小之情況下，以平均數來計算所需樣本數目，計算公式如下：

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 \times \sigma^2}{e^2}$$

在95%信賴區間下 ($\alpha=0.05$)，容忍誤差為 $\pm 5\%$ ($e=0.05$)，計算所需樣本數為346份，故本研究發放500份問卷。

因受限於時間、人力、物力、財力等各種主、客觀條件，本研究以便利抽樣法分別對全國北、中、南、東4區共10家分行進行取樣。問卷係委請學校工讀生於民國94年1月下旬學期結束至2月上旬農曆春節前將近一個月時間進行實地發放與回收，共發放問卷500份，回收問卷294份，剔除無效問卷11份後，有效問卷數為283份，有效回收率為56.6%。

表3.2 問卷調查與回收情況

| 地 點 | 樣本數 | 回收數 | 回收率 | 有效問卷 | 無效問卷 | 有效回收率 |
|--------|-----|-----|-----|------|------|-------|
| 基隆分行 | 50 | 32 | 64% | 31 | 1 | 62% |
| 台北忠孝分行 | 50 | 35 | 70% | 35 | 0 | 70% |
| 台北板橋分行 | 50 | 34 | 68% | 34 | 0 | 68% |
| 台中文心分行 | 50 | 31 | 62% | 31 | 0 | 62% |
| 台中中港分行 | 50 | 31 | 62% | 29 | 2 | 58% |
| 西台南分行 | 50 | 25 | 50% | 23 | 2 | 46% |
| 北高雄分行 | 50 | 32 | 64% | 30 | 2 | 60% |
| 屏東分行 | 50 | 27 | 54% | 27 | 0 | 54% |
| 花蓮分行 | 50 | 25 | 50% | 23 | 2 | 46% |
| 宜蘭分行 | 50 | 22 | 44% | 20 | 2 | 40% |

資料來源：本研究整理

3.6 資料分析與統計方法

本研究於問卷回收後，先剔除填答不完全之無效問卷，然後進行編碼及登錄工作。為驗證本研究之假設，以 SPSS for Windows 統計套裝軟體進行以下之統計分析：

1.敘述分析 (Descriptive Statistics Analysis)

以次數分配及百分比來描述有效樣本之基本特性，並以平均數、標準差陳述樣本的分佈情形。

2.信度分析 (Reliability Analysis)

信度分析是用來了解量表的可靠程度，為量表一致性或穩定性的指標，本研究以 Cronbach's α 係數來檢測量表之內部一致性，以確保量表之信度。

3.因素分析

為簡化29題之銀行服務品質問項，本研究用主成份分析法(Principal Component Analysis) 進行驗證性因素分析，以KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)值與球形檢定(Bartlett)檢視進行驗證。經萃取五個因素，再以最大變異數法(Varimax Method)進行正交轉軸，檢查其特徵值(Eigenvalue)是否大於1.00，取其中因素負荷量大於0.4者成一構面，以做進一步分析。

4. T檢定 (T-test Analysis) 與單因子變異數分析 (One-Way ANOVA)

本研究以 T 檢定與單因子變異數分析來檢視不同個人變項 (性別、婚姻狀況、年齡、職業、職位、教育程度、往來年資、月薪.....) 與各研究變項間之差異性，即檢驗假設一、假設三之差異性假設。若有顯著性差異存在者，則進一步以卡方檢定進行各問項之差異性比較。

5.相關分析 (Correlation Analysis)

本研究以皮爾森(Pearson)積差相關分析來檢定兩個變項間之關係強

度，以檢驗假設二之相關性假設。

第四章 研究結果與分析

本章將根據第三章之研究假設，利用敘述統計及推論統計分析方法來分析處理有效樣本資料，並對各分析結果加以解釋與推論，以驗證各項假設。

4.1 敘述統計

針對個別變數進行敘述統計分析，以求得變數之平均值、有效百分比、次數分配、反應值及觀察值，並就樣本填寫之個人基本資料，以次數分配、百分比統計方式來描述其特性與了解分布情形，並分別作進一步分析。

4.1.1 樣本特性分析

本研究回收問卷總計294份，剔除無效問卷11份後，有效樣本為283份，其樣本特性如表4.1、表4.2。

- (1) 性別：男性受訪者有126位，佔44.52%，而女性受訪者有157位，佔55%。
- (2) 年齡：受訪者的年齡主要集中在29歲以下，有167位，約佔59%，除50歲以上人數較少僅有23位約佔8%外，其餘30~39歲有55位，約佔19%，40~49歲有38位，約佔13%。
- (3) 婚姻狀況：以未婚者居多，計180位，佔63.6%，而已婚者有103位，佔36.4%。
- (4) 職位：受訪者中擔任技術工職位者較少僅有12位，佔4.2%外，其餘擔任主管職務者有49位，佔17.3%，總務人員有42位，佔14.8%，技

術人員有44位，佔15.5%，助理人員有23位，佔8.1%，擔任各種職位之人數比率大致接近。而填答其他者有81位，佔28.6%。

- (5) 職業：受訪者中以學生最多，有69位，佔24.38%，從事工商服務業及社會、個人服務業者次多，各有51、40位，各佔18%、14.13%，而以從事運輸業及其他者最少，各僅佔3位及2位，各佔1.06%及0.71%。
- (6) 教育程度：受訪者以大學學歷者最多，有129位，約佔45%，專科者其次，有75位，佔26%，以小學以下者最少，僅3位，佔1.06%。
- (7) 月薪：受訪者的月薪主要在54,000元以下，其中在18,000元以下有60位，約佔21.20%，18,000元以上~36,000元有82位，約佔28.98%，36,000元以上~54,000元有58位，約佔20.49%；72,000元以上人數較少，僅有8位，約佔2.83%，其餘拒答及回答不一定者各有21及16位，各佔7.4%及5.65%。
- (8) 往來年資：65%受訪者的往來年資在3年以內，共184位約佔65%，其中半年以下有39人，佔13.8%，半年至1年有51人，佔18%，1年以上至2年有58人，佔20.5%，2年以上至3年有36人，佔12.7%，雖然有68人答案是3年以上，但其顧客之往來年資應屬短淺型。
- (9) 主要往來銀行：受訪者中，中國信託為其主要往來銀行者有127位，約佔45%，而中國信託非為其主要來往銀行者有156位，約佔55%。
- (10) 接受服務項目：在283位受訪者中，接受信用卡服務者最多有212位，佔38.0%，其次為接受存款服務者有135位，佔24.2%，而接受自動化銀行服務者有72位，佔12.9%。
- (11) 選擇因素：受訪者多半因親友的介紹(17.8%)、電視廣告(16.4%)、鄰近居住地(17.5%)、促銷活動(18.2%)而選擇與中國信託往

來，各為52、48、51、53位，除報章雜誌一項百分比較低外，其他各項之百分比趨於平均。

- (12) 服務次數：在 283 位受訪者中，平均半個月到中國信託 1 次者最多有 109 位，佔 38.52%，其次為一個月 1 次者有 76 位，佔 26.86%，而一星期 1 次以上者有 49 位，佔 17.31%，
- (13) 服務時間：在 283 位受訪者中，以每次服務時間在 5~10 分鐘者最多有 96 位，佔 33.92%，其次為 5 分鐘以內者有 66 位，佔 23.32%，而 10~20 分鐘 20~30 分鐘 30 分鐘以上者各有 58、35、28 位，約佔 40%。

表4.1 受訪者人口統計變項之次數分配表

| 人口變項 | 類別 | 人數 | 有效百分比% |
|------|----------|------|--------|
| 性別 | 男 | 126 | 44.52 |
| | 女 | 157 | 55.48 |
| 年齡 | 20歲以下 | 167 | 59.01 |
| | 21~30歲 | 55 | 19.43 |
| | 31~40歲 | 38 | 13.43 |
| | 41~50歲 | 23 | 8.13 |
| 婚姻狀況 | 已婚 | 103 | 36.40 |
| | 未婚 | 180 | 63.60 |
| 職業 | 軍公教 | 24 | 8.50 |
| | 製造業 | 17 | 6.01 |
| | 工業 | 6 | 2.12 |
| | 營造業 | 9 | 3.18 |
| | 商業 | 32 | 11.31 |
| | 運輸業 | 3 | 1.06 |
| | 金融業 | 15 | 5.3 |
| | 工商服務業 | 51 | 18.02 |
| | 社會及個人服務業 | 40 | 14.13 |
| | 自由業 | 15 | 5.30 |
| | 學生 | 69 | 24.38 |
| 其他 | 2 | 0.71 | |

表4.1 受訪者人口統計變項之次數分配表(續)

| 人口變項 | 類別 | 人數 | 有效百分比% |
|------------|-----------------|------|--------|
| 職位 | 主管人員 | 49 | 17.3 |
| | 總務人員 | 42 | 14.8 |
| | 技術人員 | 44 | 15.5 |
| | 助理人員 | 23 | 8.1 |
| | 服務工作及送貨員 | 32 | 11.3 |
| | 技術工 | 12 | 4.2 |
| | 其他 | 81 | 28.6 |
| 教育程度 | 小學以下 | 3 | 1.06 |
| | 國中 | 10 | 3.53 |
| | 高中職 | 37 | 13.07 |
| | 專科 | 75 | 26.5 |
| | 大學 | 129 | 45.58 |
| | 碩士以上 | 29 | 10.25 |
| 月薪 | 18,000 元以下 | 60 | 21.20 |
| | 18,000~36,000 元 | 82 | 28.98 |
| | 36,000~54,000 元 | 58 | 20.49 |
| | 54,000~72,000 元 | 29 | 10.25 |
| | 72,000 元以上 | 8 | 2.83 |
| | 不知道 | 6 | 2.12 |
| | 不一定 | 16 | 5.65 |
| | 拒答 | 21 | 7.42 |
| | 其他 | 3 | 1.06 |
| | 往來年資 | 半年以下 | 39 |
| 半年至 1 年 | | 51 | 18.0 |
| 1 年以上至 2 年 | | 58 | 20.5 |
| 2 年以上至 3 年 | | 36 | 12.7 |
| 3 年以上 | | 68 | 24.0 |
| 不知道 | | 18 | 6.4 |
| 拒答 | | 3 | 1.1 |
| 其他 | | 10 | 3.5 |
| 主要銀行 | 是 | 127 | 44.87 |
| | 否 | 156 | 55.12 |
| 接受服務次數 | 一星期 1 次 | 49 | 17.31 |
| | 半個月 1 次 | 109 | 38.52 |
| | 一個月 1 次 | 76 | 26.86 |
| | 一星期 1 次以上 | 49 | 17.31 |

表4.1 受訪者人口統計變項之次數分配表(續)

| 人口變項 | 類別 | 人數 | 有效百分比% |
|------|----------|-----|--------|
| 服務時間 | 5 分鐘以內 | 66 | 23.32 |
| | 5~10 分鐘 | 96 | 33.92 |
| | 10~20 分鐘 | 58 | 20.49 |
| | 20~30 分鐘 | 35 | 12.37 |
| | 30 分鐘以上 | 28 | 9.89 |
| 選擇因素 | 親友介紹 | 52 | 17.8 |
| | 家人習慣 | 41 | 14.0 |
| | 報章雜誌 | 12 | 4.1 |
| | 電視廣告 | 48 | 16.4 |
| | 促銷活動 | 53 | 18.2 |
| | 鄰近居住地 | 51 | 17.5 |
| | 其他 | 35 | 12.0 |
| 服務項目 | 存款服務 | 135 | 24.2 |
| | 貸款服務 | 25 | 4.5 |
| | 基金理財 | 16 | 2.9 |
| | 信用卡服務 | 212 | 38.0 |
| | 保險 | 11 | 2.0 |
| | 貴賓理財 | 15 | 2.7 |
| | 證券服務 | 13 | 2.3 |
| | 自動化銀行 | 72 | 12.9 |
| | 網路銀行 | 26 | 4.7 |
| | 現金卡 | 23 | 4.1 |
| | 其他 | 10 | 1.8 |

資料來源：本研究整理

4.2 問卷區間尺度分析、因素分析與信度分析

本節將以區間尺度分析來了解樣本對各問項的反應情形，以驗證性因素分析來縮減問項以簡化分析及以信度指標 Cronbach's α 值之信度分析來衡量量表構面內容之一致性以確保樣本可靠程度。

2.1 區間尺度分析

區間尺度分數為“5”者，表示對該選項的滿意度感到「非常滿意」；“4”表示「滿意」；“3”表示「普通」；“2”表示「不滿意」；“1”表示

「非常不滿意」，所以平均數愈大，表示對該項目愈滿意，而平均數愈小，則對該項目愈不滿意。由表 4.2，可知滿意度平均數高低的排列結果。

表 4.2 區間尺度分析表

| 問 項 | 平均數 | 排序 |
|------------------------------|------|----|
| 27.行員服裝儀容整齊且清潔 | 4.02 | 1 |
| 29.銀行擁有良好的企業識別標章 | 4.02 | 2 |
| 28.銀行具有良好的聲譽及知名度 | 3.84 | 3 |
| 01.行員具有禮貌及親和力 | 3.83 | 4 |
| 25.銀行自動化的設備操作簡單、服務完整 | 3.83 | 5 |
| 05.行員能夠正確記錄交易內容 | 3.82 | 6 |
| 22.銀行內部的設備完善且具現代化 | 3.81 | 7 |
| 06.行員具有足夠的專業知識立即且迅速處理客戶問題 | 3.79 | 8 |
| 11.服務台都有行員可進行詢問 | 3.79 | 9 |
| 24.對銀行內部的陳設感到舒適、輕鬆 | 3.79 | 10 |
| 08.行員具備豐富的服務經驗並且會告知客戶正確的服務內容 | 3.75 | 11 |
| 20.對於銀行設立的自動化銀行服務使用感到滿意 | 3.74 | 12 |
| 02.行員會主動詢問並滿足客戶的需求 | 3.72 | 13 |
| 07.行員能針對不同需求提供適當的諮詢服務 | 3.72 | 14 |
| 23.銀行整體的動線規劃良好 | 3.70 | 15 |
| 13.銀行擁有嚴密的保全警衛系統 | 3.61 | 16 |
| 26.銀行本身熱身參與公益活動 | 3.61 | 17 |
| 09.行員能夠迅速且妥善的處理客戶抱怨問題 | 3.60 | 18 |
| 10.行員會儘量安撫客戶不滿的情緒並提供滿意的解決 | 3.57 | 19 |
| 15.自動櫃員提款機通常設置在適當且安全的場所 | 3.56 | 20 |
| 12.銀行有提供通暢的申訴管道 | 3.52 | 21 |
| 17.銀行設置的地點交通便利 | 3.51 | 22 |
| 03.行員會主動聯繫客戶並提供銀行新產品及最新資訊 | 3.44 | 23 |
| 04.接受服務等候時間不長 | 3.42 | 24 |
| 21.瞭解且放心的使用銀行所提供的各項服務通路 | 3.40 | 25 |
| 14.銀行注重客戶的隱私權及客戶資料的保密 | 3.32 | 26 |
| 16.銀行過去沒有舞弊的情事發生 | 3.27 | 27 |
| 19.銀行本身設置分行的據點足夠 | 3.18 | 28 |
| 18.銀行備有良好的停車場地 | 2.75 | 29 |

資料來源：本研究整理

結果發現，最滿意的前五項為：1.行員服裝儀容整齊清潔（4.02）；2.銀行擁有良好企業識別標章（4.02）；3.銀行具有良好聲譽及知名度（3.84）；4.行員禮貌及親和力良好（3.83）；5.銀行自動化設備操作簡單、服務完整（3.82），其平均數均高於中間值 3，平均滿意程度為接近

滿意。最不滿意的前五項為：1.銀行備有良好停車場地(2.75)；2.銀行本身設置分行據點足夠(3.18)；3.銀行過去沒有舞弊情事發生(3.27)；4.銀行注重客戶隱私權及客戶資料保密(3.32)；5.瞭解且放心使用銀行所提供的各項服務通路(3.40)，其中雖有四項其平均數均高於中間值3，但最不滿意一項平均數低於中間值3，平均滿意程度為普通偏向不滿意。

4.2.2 因素分析

本研究對服務品質問項進行驗證性因素分析，其中KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)值為0.926，球形檢定(Bartlett)亦達高度顯著水準(0.000)，表示適合進行因素分析。經萃取五個因素，再以最大變異數法進行直交轉軸，取因素負荷量大於0.4者，其特徵值均大於1，累積解釋變異量為59.749，所得之五構面如下：

- 1.「中國信託服務保證性」構面：包括第26題「銀行本身熱心參與公益活動」、第16題「銀行過去沒有舞弊情事發生」、第6題「行員具有足夠專業知識能立即且迅速處理客戶問題」、第1題「行員禮貌及親和力良好」、第3題「行員會主動聯繫客戶並提供銀行新產品及最新資訊」、第28題「銀行具有良好的聲譽及知名度」、第29題「銀行擁有良好企業識別標章」。
- 2.「中國信託服務有形性」構面：包括第27題「銀行內部設備完善且具現代化」、第22題「銀行設立的自動化銀行服務使用感到滿意」、第24題「銀行內部陳設感到舒適、輕鬆」、第23題「銀行整體動線規劃良好」、第32題「行員服裝儀容整齊清潔」、第11題「服務台都有服務人員可進行詢問」、第21題「瞭解且放心使用銀行服務通路」。
- 3.「中國信託反應性」構面：包括第2題「行員會主動詢問並滿足客戶需求」、第7題「行員能針對不同需求提供適當的諮詢服務」、第10題「行

- 員會儘量安撫客戶不滿情緒並提供滿意解決」、第9題「行員能夠迅速且妥善的處理客戶抱怨問題」、第12題「銀行提供通暢的申訴管道」。
4. 「中國信託服務便利性」構面：包括第18題「銀行備有良好停車場地」、第19題「銀行設置分行據點足夠」、第25題「銀行自動化的設備操作簡單、服務完整」、第17題「銀行設置地點交通便利」、第4題「接受服務等候時間不長」。
5. 「中國信託服務可靠性」構面：包括第14題「銀行注重客戶隱私權及客戶資料保密」、第8題「行員具備豐富服務經驗並告知客戶正確服務內容」、第13題「銀行擁有嚴密的保全警衛系統」、第15題「自動櫃員提款機通常設置在適當且安全的場所」、第5題「行員能夠正確記錄交易內容」。

茲將各構面問項、因素負荷量、特徵值、解釋變異量及累積解釋變異量等整理如表4.3：

4.3 服務品質問項之因素分析

| 構面 | 題目內容 | 因素負荷量 | | | | |
|-----|--------------------------|-------|-------|-----|-----|-----|
| | | 因素一 | 因素二 | 因素三 | 因素四 | 因素五 |
| 保證性 | 26.銀行熱心參與公益活動 | 0.810 | | | | |
| | 16.銀行過去沒有舞弊情事發生 | 0.717 | | | | |
| | 06.行員具足夠專業知識能立即且迅速處理客戶問題 | 0.683 | | | | |
| | 01.行員禮貌及親和力良好 | 0.673 | | | | |
| | 03.行員提供新產品及新資訊 | 0.621 | | | | |
| | 33.銀行具有良好聲譽及知名度 | 0.620 | | | | |
| | 29.銀行擁有良好企業識別標章 | 0.576 | | | | |
| 有形性 | 22.銀行內部設備完善且現代化 | | 0.712 | | | |
| | 20.銀行設立自動化銀行服務滿意 | | 0.687 | | | |
| | 24.銀行內部陳設感到舒適輕鬆 | | 0.642 | | | |
| | 23.銀行整體動線規劃良好 | | 0.620 | | | |
| | 28.行員服裝儀容整齊清潔 | | 0.570 | | | |
| | 11.服務台有服務人員可進行詢問 | | 0.551 | | | |
| | 21.瞭解且放心使用銀行服務通路 | | 0.470 | | | |

4.3 服務品質問項之因素分析(續)

| 構面 | 題目內容 | 因素負荷量 | | | | |
|----------|--------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | 因素一 | 因素二 | 因素三 | 因素四 | 因素五 |
| 反應性 | 02.行員會主動詢問並滿足需求 | | | 0.755 | | |
| | 07.行員能針對不同需求提供適當諮詢服務 | | | 0.735 | | |
| | 10.行員會儘量安撫客戶不滿情緒並提供滿意的解決 | | | 0.658 | | |
| | 09.行員能迅速妥善處理客戶問題 | | | 0.611 | | |
| | 12.銀行有提供通暢的申訴管道 | | | 0.582 | | |
| 便利性 | 18.銀行備有良好停車場地 | | | | 0.772 | |
| | 19.銀行設置分行據點足夠 | | | | 0.664 | |
| | 25.銀行自動化設備操作簡單 | | | | 0.612 | |
| | 17.銀行設置地點交通便利 | | | | 0.550 | |
| | 04.接受服務等候時間不長 | | | | 0.554 | |
| 可靠性 | 14.銀行注重客戶隱私及資料保密 | | | | | 0.700 |
| | 08.行員告知正確服務內容 | | | | | 0.702 |
| | 13.銀行擁有嚴密保全警衛系統 | | | | | 0.685 |
| | 15.自動櫃員提款機通常設置在適當且安全的場所 | | | | | 0.639 |
| | 05.行員能夠正確記錄交易內容 | | | | | 0.597 |
| 特徵值 | | 5.947 | 3.718 | 2.942 | 2.572 | 2.148 |
| 解釋變異量% | | 15.508 | 13.820 | 12.145 | 10.868 | 7.408 |
| 累積解釋變異量% | | 15.508 | 29.328 | 41.473 | 52.341 | 59.749 |

資料來源：本研究整理

4.2.3 信度分析

信度分析是用來了解量表的可靠程度，為量表的一致性或穩定性的指標。Guilfordn認為（謝玉粟，2002）Cronbach's α 值若小於0.4則為低信度；介於0.4與0.7之間表示尚可；若大於0.7則表示具有高信度。本問卷除便利性構面之 Cronbach's α 值為0.68屬尚可外，其他各構面之 Cronbach's α 值皆高於0.7屬高信度（參表4.4）。

表4.4 服務品質構面之信度分析

| 構面名稱 | 指標名稱 | 顧客知覺的銀行服務品質 Cronbach's α 值 |
|------|--------|--------------------------------------|
| | 保證性 | 0.87 |
| | 有形性 | 0.83 |
| | 反應性 | 0.86 |
| | 可靠性 | 0.76 |
| | 便利性 | 0.68 |
| | 整體服務品質 | 0.94 |

資料來源：本研究整理

4.3 分析顧客對中國信託服務品質與整體滿意度之看法

為瞭解不同背景之受訪者知覺的中國信託服務品質及差異，以 T 檢定及單因子變異數分析來探討，再針對有差異存在之問項進行 Scheffe 多重比較及卡方檢定，將回答比例較低之「非常滿意」、「滿意」及「非常不滿意」、「不滿意」部分合併為「滿意」及「不滿意」，另對人口統計變數中職業、教育程度樣本次數過少 ($n < 5$) 之項目，適度進行合併；再以相關分析方法瞭解顧客知覺的中國信託服務品質各構面與整體滿意度彼此之間的關係；另以 T 檢定與單因子變異數分析方法針對不同背景之顧客來探討其與中國信託整體滿意度之間的差異性。

4.3.1 中國信託服務品質構面敘述分析

表4.5顯示，各受訪者對中國信託服務品質各構面之平均數以保證性構面最高，便利性構面較低，但均高於中間值3，顯示各受訪者對中國信託服務品質整體知覺趨於認同。

表 4.5 服務品質各構面分析表

| 構面 | 題目內容 | 平均數 | 標準差 | 平均數 | 標準差 |
|-----|--------------------------|------|------|------|------|
| 保證性 | 26.銀行熱心參與公益活動 | 3.61 | 0.79 | 3.69 | 0.54 |
| | 16.銀行過去沒有舞弊情事發生 | 3.27 | 0.91 | | |
| | 06.行員具足夠專業知識能立即且迅速處理客戶問題 | 3.79 | 0.82 | | |
| | 01.行員禮貌及親和力良好 | 3.83 | 0.76 | | |
| | 03.行員提供新產品及新資訊 | 3.44 | 0.86 | | |
| | 33.銀行具有良好聲譽及知名度 | 3.84 | 0.82 | | |
| | 29.銀行擁有良好企業識別標章 | 4.02 | 0.81 | | |
| 有形性 | 22.銀行內部設備完善且現代化 | 3.81 | 0.74 | 3.75 | 0.55 |
| | 20.銀行設立的自動化銀行服務使用感到滿意 | 3.74 | 0.84 | | |
| | 24.銀行內部陳設感到舒適輕鬆 | 3.79 | 0.75 | | |
| | 23.銀行整體動線規劃良好 | 3.70 | 0.68 | | |
| | 28.行員服裝儀容整齊清潔 | 4.02 | 0.67 | | |
| | 11.服務台都有服務人員可進行詢問 | 3.79 | 0.83 | | |
| | 21.瞭解且放心使用銀行服務通路 | 3.40 | 0.91 | | |
| 反應性 | 02.行員會主動詢問並滿足客戶需求 | 3.72 | 0.84 | 3.63 | 0.64 |
| | 07.行員能針對不同需求提供適當諮詢服務 | 3.72 | 0.79 | | |
| | 10.行員會儘量安撫客戶不滿情緒並提供滿意的解決 | 3.57 | 0.78 | | |
| | 09.行員能夠迅速且妥善處理客戶抱怨問題 | 3.60 | 0.76 | | |
| | 12.銀行有提供通暢的申訴管道 | 3.52 | 0.83 | | |
| 便利性 | 18.銀行備有良好停車場地 | 2.75 | 1.04 | 3.34 | 0.61 |
| | 19.銀行設置分行據點足夠 | 3.18 | 0.96 | | |
| | 25.銀行自動化設備操作簡單 | 3.83 | 0.79 | | |
| | 17.銀行設置地點交通便利 | 3.51 | 0.99 | | |
| | 04.接受服務等候時間不長 | 3.42 | 0.82 | | |
| 可靠性 | 14.銀行注重客戶隱私權及資料保密 | 3.32 | 0.96 | 3.61 | 0.59 |
| | 08.行員告知正確服務內容 | 3.75 | 0.79 | | |
| | 13.銀行擁有嚴密保全警衛系統 | 3.61 | 0.81 | | |
| | 15.自動櫃員提款機通常設置在適當且安全的場所 | 3.56 | 0.82 | | |
| | 05.行員能夠正確記錄交易內容 | 3.82 | 0.72 | | |

資料來源：本研究整理

4.3.2 中國信託服務品質構面推論分析

為瞭解不同性別、年齡、婚姻狀況、職位、職業、教育程度、往來年資、月薪之顧客對知覺的中國信託服務品質各構面是否有差異性存在，分別以 T 檢定、單因子變異數分析與卡方檢定做進一步分析。

在性別方面，由表4.6得知，女性在中國信託服務品質各構面知覺程度之平均數均高於男性，但認同度之差異未達顯著水準。

表 4.6 性別與服務品質構面之差異分析表

| 構面 | 性別 | 平均數 | 標準差 | T 值 | P 值 |
|-----|----|------|------|-------|-------|
| 保證性 | 男 | 3.66 | 0.81 | 0.810 | 0.419 |
| | 女 | 3.71 | 0.83 | | |
| 有形性 | 男 | 3.70 | 0.75 | 1.420 | 0.157 |
| | 女 | 3.79 | 0.79 | | |
| 反應性 | 男 | 3.61 | 0.79 | 0.267 | 0.790 |
| | 女 | 3.64 | 0.82 | | |
| 便利性 | 男 | 3.31 | 0.89 | 0.780 | 0.436 |
| | 女 | 3.36 | 0.94 | | |
| 可靠性 | 男 | 3.58 | 0.80 | 0.922 | 0.358 |
| | 女 | 3.64 | 0.84 | | |

資料來源：本研究整理

由表4.78得知，男性與女性在「銀行內部設備完善且現代化」、「銀行自動化設備操作簡單」問項之差異達顯著水準。

表 4.7 性別與服務品質問項之差異表

| 構面 | 問項 | 男 | | 女 | | P 值 |
|-----|-----------------|------|------|------|------|-------|
| | | 平均數 | 標準差 | 平均數 | 標準差 | |
| 保證性 | 26.銀行熱心參與公益活動 | 3.62 | 0.76 | 3.61 | 0.81 | 0.936 |
| | 16.銀行過去沒有舞弊情事發生 | 3.25 | 0.94 | 3.29 | 0.89 | 0.667 |
| | 06.行員能立即處理客戶問題 | 3.72 | 0.84 | 3.85 | 0.81 | 0.205 |
| | 01.行員禮貌及親和力良好 | 3.79 | 0.78 | 3.85 | 0.74 | 0.511 |
| | 03.行員提供新產品及新資訊 | 3.46 | 0.85 | 3.42 | 0.87 | 0.699 |
| | 33.銀行有良好聲譽、知名度 | 3.79 | 0.74 | 3.88 | 0.88 | 0.344 |
| | 29.銀行擁有良好企業識別標章 | 3.98 | 0.77 | 4.06 | 0.83 | 0.364 |

表 4.7 性別與服務品質問項之差異表(續)

| 構面 | 問項 | 男 | | 女 | | P 值 |
|-----|--------------------------|------|------|------|------|--------|
| | | 平均數 | 標準差 | 平均數 | 標準差 | |
| 有形性 | 22.銀行內部設備完善且現代化 | 3.70 | 0.72 | 3.89 | 0.75 | 0.029* |
| | 20.銀行設立的自動化銀行服務使用感到滿意 | 3.66 | 0.78 | 3.80 | 0.89 | 0.154 |
| | 24.銀行內部陳設感到舒適輕鬆 | 3.74 | 0.74 | 3.83 | 0.75 | 0.315 |
| | 23.銀行整體動線規劃良好 | 3.66 | 0.63 | 3.73 | 0.72 | 0.367 |
| | 28.行員服裝儀容整齊清潔 | 3.99 | 0.66 | 4.05 | 0.68 | 0.464 |
| | 11.服務台都有服務人員可詢問 | 3.73 | 0.80 | 3.84 | 0.84 | 0.264 |
| | 21.瞭解放心使用銀行服務通路 | 3.41 | 0.90 | 3.39 | 0.93 | 0.871 |
| 反應性 | 02.行員會主動詢問並滿足客戶需求 | 3.71 | 0.76 | 3.73 | 0.90 | 0.845 |
| | 07.行員能針對不同需求提供適當諮詢服務 | 3.66 | 0.77 | 3.77 | 0.81 | 0.238 |
| | 10.行員會儘量安撫客戶不滿情緒並提供滿意的解決 | 3.63 | 0.77 | 3.53 | 0.80 | 0.295 |
| | 09.行員能夠迅速且妥善處理客戶抱怨問題 | 3.59 | 0.78 | 3.62 | 0.74 | 0.737 |
| | 12.銀行有提供通暢的申訴管道 | 3.47 | 0.84 | 3.55 | 0.83 | 0.701 |
| 便利性 | 18.銀行備有良好停車場地 | 2.72 | 1.01 | 2.78 | 1.07 | 0.660 |
| | 19.銀行設置分行據點足夠 | 3.25 | 0.94 | 3.12 | 0.98 | 0.278 |
| | 25.銀行自動化設備操作簡單 | 3.71 | 0.76 | 3.93 | 0.79 | 0.017* |
| | 17.銀行設置地點交通便利 | 3.42 | 0.97 | 3.57 | 1.01 | 0.198 |
| | 04.接受服務等候時間不長 | 3.44 | 0.77 | 3.41 | 0.86 | 0.820 |
| 可靠性 | 14.銀行注重客戶隱私權及客戶資料保密 | 3.35 | 0.94 | 3.30 | 0.98 | 0.666 |
| | 08.行員告知正確服務內容 | 3.72 | 0.81 | 3.77 | 0.78 | 0.610 |
| | 13.銀行擁有嚴密保全警衛系統 | 3.60 | 0.74 | 3.63 | 0.87 | 0.717 |
| | 15.自動櫃員提款機通常設置在適當且安全的場所 | 3.48 | 0.77 | 3.63 | 0.86 | 0.116 |
| | 05.行員能夠正確記錄交易內容 | 3.75 | 0.74 | 3.89 | 0.71 | 0.107 |

註：*表P值<0.05達顯著水準

資料來源：本研究整理

由表4.8中得知，在「銀行內部設備完善且現代化」、「銀行自動化設備操作簡單」問項，男性與女性平均數均為普通以上，女性平均數(3.89、3.93)高於男性平均數(3.70、3.71)，女性較男性更趨於滿意，而差異達顯著水準(0.029、0.017)。

表4.8 性別與服務品質問項之差異分析表

| 問項 | 性別 | 平均數 | P 值 |
|----------------------|----|------|--------|
| 20.銀行內部的設備完善且具現代化 | 男 | 3.70 | 0.029* |
| | 女 | 3.89 | |
| 25.銀行自動化的設備操作簡單、服務完整 | 男 | 3.71 | 0.017* |
| | 女 | 3.93 | |

註：*表P值<0.05達顯著水準

資料來源：本研究整理

進一步以卡方檢定分析後得知，在「行員會主動詢問並滿足客戶需求」、「對於銀行設立的自動化銀行服務使用感到滿意」問項之差異性達顯著水準。由表 4.9 顯示，填答比率集中於「滿意」及「普通」，可見不同性別之受訪者，大多數持正面看法。在「行員會主動詢問並滿足客戶需求」問項，女性回答集中於「滿意」、「普通」者，各佔 60.5%及 33.1%；對「對於銀行設立的自動化銀行服務使用感到滿意」回答「滿意」、「普通」者，各佔 61.1%、33.8%。而女性滿意個數（95、96）均低於期望值（99.9、98.2），可能因女性較需要行員的主動關懷，又因個性上較保守，經常使用自動化銀行服務，對此項服務要求較高。故對女性顧客應多主動付出關懷並增加自動化銀行之服務。

表 4.9 性別與服務品質問項之交叉表

| 問項 | 填答 | 項目 | 男 | 女 | 總和 | 卡方值 | P 值 |
|----------------|-----|------|-------|-------|-------|--------|--------|
| 行員會主動詢問並滿足客戶需求 | 不滿意 | 個數 | 8 | 10 | 18 | 10.601 | 0.031* |
| | | 期望個數 | 8.01 | 9.99 | 18 | | |
| | | % | 6.3 | 6.4 | 6.4 | | |
| | 普通 | 個數 | 33 | 52 | 85 | | |
| | | 期望個數 | 37.84 | 47.16 | 85 | | |
| | | % | 26.2 | 33.1 | 30.0 | | |
| | 滿意 | 個數 | 85 | 95 | 180 | | |
| | | 期望個數 | 80.1 | 99.9 | 180.0 | | |
| | | % | 67.5 | 60.5 | 63.6 | | |

表 4.9 性別與服務品質問項之交叉表(續)

| 問項 | 填答 | 項目 | 男 | 女 | 總和 | 卡方值 | P 值 |
|----------------------|-----|------|-------|-------|-------|--------|---------|
| 對於銀行設立的自動化銀行服務使用感到滿意 | 不滿意 | 個數 | 8 | 8 | 16 | 15.482 | 0.004** |
| | | 期望個數 | 7.12 | 8.88 | 16 | | |
| | | % | 6.3 | 5.1 | 5.7 | | |
| | 普通 | 個數 | 37 | 53 | 90 | | |
| | | 期望個數 | 40.07 | 49.93 | 90 | | |
| | | % | 29.4 | 33.8 | 31.8 | | |
| | 滿意 | 個數 | 81 | 96 | 177 | | |
| | | 期望個數 | 78.8 | 98.2 | 177.0 | | |
| | | % | 64.3 | 61.1 | 62.5 | | |
| 總和 | | 個數 | 126 | 157 | 283 | | |

註：*表P值<0.05達顯著水準 **表P值<0.01達非常顯著水準

資料來源：本研究整理

在年齡方面，由表4.10得知，以20歲以下之受訪者在中國信託服務品質反應性構面之平均數最高；21~30歲之受訪者在中國信託服務品質有形性構面之平均數最高；31~40歲之受訪者在中國信託服務品質保證性、可靠性構面之平均數最高；41~50歲之受訪者在中國信託服務品質便利性構面之平均數最高，但認同度之差異並未達顯著水準。

表 4.10 年齡與服務品質構面之差異分析表

| 構面 | 年齡 | 平均數 | 標準差 | F 值 | P 值 |
|-----|--------|------|------|-------|-------|
| 保證性 | 20歲以下 | 3.67 | 0.86 | 1.479 | 0.220 |
| | 21~30歲 | 3.57 | 0.79 | | |
| | 31~40歲 | 3.75 | 0.69 | | |
| | 41~50歲 | 3.61 | 0.69 | | |
| | 合計 | 3.77 | 0.81 | | |
| 有形性 | 20歲以下 | 3.59 | 0.85 | 1.996 | 0.115 |
| | 21~30歲 | 3.84 | 0.77 | | |
| | 31~40歲 | 3.80 | 0.69 | | |
| | 41~50歲 | 3.51 | 0.68 | | |
| | 合計 | 3.35 | 0.81 | | |
| 反應性 | 20歲以下 | 3.51 | 1.18 | 1.040 | 0.375 |
| | 21~30歲 | 3.40 | 1.09 | | |
| | 31~40歲 | 3.41 | 0.93 | | |
| | 41~50歲 | 3.19 | 0.91 | | |
| | 合計 | 3.29 | 1.12 | | |

表 4.10 年齡與服務品質構面之差異分析表(續)

| 構面 | 年齡 | 平均數 | 標準差 | F 值 | P 值 |
|-----|---------|------|------|-------|-------|
| 便利性 | 20 歲以下 | 3.25 | 1.18 | 2.220 | 0.086 |
| | 21~30 歲 | 3.62 | 1.09 | | |
| | 31~40 歲 | 3.56 | 0.94 | | |
| | 41~50 歲 | 3.70 | 0.88 | | |
| | 合計 | 3.54 | 1.12 | | |
| 可靠性 | 20 歲以下 | 3.67 | 1.16 | 0.572 | 0.634 |
| | 21~30 歲 | 3.57 | 1.08 | | |
| | 31~40 歲 | 3.75 | 0.96 | | |
| | 41~50 歲 | 3.61 | 0.87 | | |
| | 合計 | 3.77 | 1.10 | | |

資料來源：本研究整理

由表4.11得知，不同年齡受訪者在「行員禮貌及親和力良好」、「行員服裝儀容整齊清潔」、「銀行設置分行據點足夠」、「銀行自動化設備操作簡單」問項之差異達顯著水準。

表 4.11 年齡與服務品質問項之差異表

| 構面 | 題目內容 | P 值 |
|-----|-----------------------|---------|
| 保證性 | 26.銀行熱心參與公益活動 | 0.350 |
| | 16.銀行過去沒有舞弊情事發生 | 0.572 |
| | 06.行員具足夠專業知識能立即處理客戶問題 | 0.161 |
| | 01.行員禮貌及親和力良好 | 0.049 * |
| | 03.行員提供新產品及新資訊 | 0.098 |
| | 33.銀行具有良好聲譽及知名度 | 0.505 |
| | 29.銀行擁有良好企業識別標章 | 0.543 |
| 有形性 | 22.銀行內部設備完善且現代化 | 0.235 |
| | 20.銀行設立的自動化銀行服務使用感到滿意 | 0.357 |
| | 24.銀行內部陳設感到舒適輕鬆 | 0.380 |
| | 23.銀行整體動線規劃良好 | 0.306 |
| | 28.行員服裝儀容整齊清潔 | 0.031 * |
| | 11.服務台都有服務人員可進行詢問 | 0.062 |
| | 21.瞭解且放心使用銀行服務通路 | 0.065 |
| 反應性 | 02.行員會主動詢問並滿足客戶需求 | 0.174 |
| | 07.行員能針對不同需求提供適當諮詢服務 | 0.277 |
| | 10.行員會安撫客戶不滿情緒並提供滿意解決 | 0.523 |
| | 09.行員能夠迅速且妥善處理客戶抱怨問題 | 0.696 |
| | 12.銀行有提供通暢的申訴管道 | 0.431 |

表 4.11 年齡與服務品質問項之差異表(續)

| 構面 | 題目內容 | P 值 |
|-----|-----------------------|---------|
| 便利性 | 18.銀行備有良好停車場地 | 0.275 |
| | 19.銀行設置分行據點足夠 | 0.047 * |
| | 25.銀行自動化設備操作簡單 | 0.044 * |
| | 17.銀行設置地點交通便利 | 0.214 |
| | 04.接受服務等候時間不長 | 0.439 |
| 可靠性 | 14.銀行注重客戶隱私權及客戶資料保密 | 0.294 |
| | 08.行員告知正確服務內容 | 0.240 |
| | 13.銀行擁有嚴密保全警衛系統 | 0.809 |
| | 15.自動櫃員提款機通常設置在適當安全場所 | 0.404 |
| | 05.行員能夠正確記錄交易內容 | 0.891 |

註：*表P值<0.05達顯著水準

資料來源：本研究整理表

由表4.12中得知，在「行員禮貌及親和力良好」、「銀行本身設置分行的據點足夠」問項，以31~40歲受訪者之平均數最高(3.97、3.39)，顯示其在所有年齡層中最滿意且程度接近滿意，21~30歲、41~50歲受訪者之平均數最低(3.62、3.17)；在「行員服裝儀容整齊清潔」問項，以41~50歲受訪者之平均數最高(4.17)，顯示其在所有年齡層中最滿意且程度為滿意以上，21~30歲受訪者之平均數最低(3.84)；在「銀行自動化設備操作簡單」問項，以20歲以下受訪者之平均數最高(3.93)，顯示其在所有年齡層中最滿意且程度接近滿意，41~50歲受訪者之平均數最低(3.57)；各年齡層之受訪者對上述問項滿意程度均為普通以上，而差異均達顯著水準(0.049、0.031、0.047、0.044)。再以Scheffe多重比較發現，41~50歲者相對於20歲以下者對「行員服裝儀容整齊且清潔」有極高的認同度。

表 4.12 年齡與服務品質問項之差異分析表

| 問項 | 年齡 | 平均數 | P 值 | Scheffe |
|---------------|-----------|------|--------|---------|
| 01.行員俱有禮貌及親和力 | 1.20 歲以下 | 3.89 | 0.049* | |
| | 2.21~30 歲 | 3.62 | | |
| | 3.31~40 歲 | 3.97 | | |
| | 4.41~50 歲 | 3.65 | | |

表 4.12 年齡與服務品質問項之差異分析表(續)

| 問項 | 年齡 | 平均數 | P 值 | Scheffe |
|----------------------|-----------|------|--------|---------|
| 28.行員服裝儀容整齊且清潔 | 1.20 歲以下 | 4.10 | 0.031* | 1>4 |
| | 2.21~30 歲 | 3.84 | | |
| | 3.31~40 歲 | 3.89 | | |
| | 4.41~50 歲 | 4.17 | | |
| 19.銀行本身設置分行的據點足夠 | 1.20 歲以下 | 3.23 | 0.047* | |
| | 2.21~30 歲 | 2.87 | | |
| | 3.31~40 歲 | 3.39 | | |
| | 4.41~50 歲 | 3.17 | | |
| 25.銀行自動化的設備操作簡單、服務完整 | 1.20 歲以下 | 3.93 | 0.044* | |
| | 2.21~30 歲 | 3.67 | | |
| | 3.31~40 歲 | 3.76 | | |
| | 4.41~50 歲 | 3.57 | | |

註：*表P值<0.05達顯著水準
資料來源：本研究整理表

進一步以卡方檢定分析後得知，不同年齡受訪者在「設置分行據點足夠」、「對銀行內部的陳設感到舒適輕鬆」問項之差異性達顯著水準。由表 4.13 中顯示，受訪者填答大部分集中於「滿意」及「普通」，可見不同年齡之受訪者，大多數持正面看法。在「設置分行據點足夠」問項中，以 41~50 歲回答「普通」之比率最高，而 30 歲以下受訪者填答「不滿意」之比率值得重視，其中 21~30 歲之受訪者填答「不滿意」之個數 (23) 高於期望值 (11.86)，可能該集群之受訪者希望往來的銀行能離家更近些；在「對銀行內部的陳設感到舒適輕鬆」問項，以 31~40 歲回答「滿意」比率最高，但 20 歲以下受訪者填答「不滿意」之個數 (8) 亦高於期望值 (4.72)，可能因 20 歲以下屬年輕族群，喜好新事物且品味與年長者有差異，會對此要求較高；綜合以上各項，業者應對內部設計、陳設及未來服務據點之設立上，能兼顧各年齡層，以便能讓所有顧客之需求都得到滿足。

表 4.13 年齡與服務品質問項之交叉表

| 問項 | 填答 | 項目 | 20歲以下 | 21~30歲 | 31~40歲 | 41~50歲 | 總和 | 卡方值 | P 值 |
|----------------|-----|------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 銀行本身設置分行的據點足夠 | 不滿意 | 個數 | 31 | 23 | 4 | 3 | 61 | 22.631 | 0.031* |
| | | 期望個數 | 36.00 | 11.86 | 8.19 | 4.96 | 61.00 | | |
| | | % | 18.6 | 41.8 | 10.5 | 13.0 | 21.6 | | |
| | 普通 | 個數 | 76 | 17 | 18 | 13 | 124 | | |
| | | 期望個數 | 73.17 | 24.10 | 16.65 | 10.08 | 124.00 | | |
| | | % | 45.5 | 30.9 | 47.4 | 56.5 | 43.8 | | |
| | 滿意 | 個數 | 60 | 15 | 16 | 7 | 98 | | |
| | | 期望個數 | 57.8 | 19.0 | 13.2 | 8.0 | 98.0 | | |
| | | % | 35.9 | 27.3 | 42.1 | 30.4 | 34.6 | | |
| 對銀行內部的陳設感到舒適輕鬆 | 不滿意 | 個數 | 8 | 0 | 0 | 0 | 8 | 17.898 | 0.036* |
| | | 期望個數 | 4.72 | 1.55 | 1.07 | 0.65 | 8.00 | | |
| | | % | 4.8 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 2.8 | | |
| | 普通 | 個數 | 50 | 26 | 7 | 8 | 91 | | |
| | | 期望個數 | 53.70 | 17.69 | 12.22 | 7.40 | 91.00 | | |
| | | % | 29.9 | 47.3 | 18.4 | 34.8 | 32.2 | | |
| | 滿意 | 個數 | 109 | 29 | 31 | 15 | 184 | | |
| | | 期望個數 | 108.6 | 35.8 | 24.7 | 15.0 | 184.0 | | |
| | | % | 65.3 | 52.7 | 81.6 | 65.2 | 65.0 | | |
| | 總和 | 個數 | 167 | 55 | 38 | 23 | 283 | | |

註：*表P值<0.05達顯著水準 **表P值<0.01達非常顯著水準

資料來源：本研究整理

在婚姻狀況方面，由表4.14得知，未婚者在中國信託服務品質各構面知覺程度之平均數多高於已婚者，僅在有形性構面不同，但認同度之差異未達顯著水準。

表 4.14 姻狀況與服務品質構面之差異分析表

| 構面 | 婚姻狀況 | 平均數 | 標準差 | T 值 | P 值 |
|-----|------|------|------|--------|-------|
| 保證性 | 已婚 | 3.65 | 0.81 | 1.017 | 0.310 |
| | 未婚 | 3.71 | 0.83 | | |
| 有形性 | 已婚 | 3.77 | 0.75 | -0.358 | 0.721 |
| | 未婚 | 3.74 | 0.79 | | |
| 反應性 | 已婚 | 3.59 | 0.82 | 0.720 | 0.472 |
| | 未婚 | 3.64 | 0.80 | | |
| 便利性 | 已婚 | 3.28 | 0.91 | 1.221 | 0.223 |
| | 未婚 | 3.37 | 0.92 | | |
| 可靠性 | 已婚 | 3.55 | 0.81 | 1.386 | 0.167 |
| | 未婚 | 3.65 | 0.82 | | |

資料來源：本研究整理

由表 4.15 得知，已婚者與未婚者在「銀行過去沒有舞弊情事發生」、「銀行備有良好停車場地」、「銀行自動化設備操作簡單」、「自動櫃員提款機通常設置在適當且安全的場所」各問項之差異達顯著或非常顯著水準。

表 4.15 婚姻狀況與服務品質問項之差異表

| 構面 | 問項 | 已婚 | | 未婚 | | P 值 | |
|-----|--------------------------|------|------|------|------|--------|-------|
| | | 平均數 | 標準差 | 平均數 | 標準差 | | |
| 保證性 | 26.銀行熱心參與公益活動 | 3.68 | 0.77 | 3.58 | 0.80 | 0.296 | 0.310 |
| | 16.銀行過去沒有舞弊情事 | 3.10 | 0.93 | 3.37 | 0.88 | 0.014* | |
| | 06.行員具足夠專業知識能立即且迅速處理客戶問題 | 3.70 | 0.79 | 3.84 | 0.84 | 0.153 | |
| | 01.行員禮貌及親和力良好 | 3.78 | 0.79 | 3.86 | 0.74 | 0.401 | |
| | 03.行員提供新產品新資訊 | 3.44 | 0.90 | 3.44 | 0.84 | 0.985 | |
| | 33.銀行具有良好聲譽及知名度 | 3.77 | 0.78 | 3.88 | 0.84 | 0.276 | |
| | 29.銀行擁有良好識別標章 | 4.05 | 0.73 | 4.01 | 0.85 | 0.707 | |
| 有形性 | 22.銀行內部設備完善且現代化 | 3.82 | 0.67 | 3.80 | 0.78 | 0.865 | 0.721 |
| | 20.銀行設立的自動化銀行服務使用感到滿意 | 3.74 | 0.78 | 3.74 | 0.88 | 0.992 | |
| | 24.銀行內部陳設舒適輕鬆 | 3.83 | 0.72 | 3.76 | 0.76 | 0.425 | |
| | 23.銀行整體動線規劃良好 | 3.72 | 0.66 | 3.69 | 0.70 | 0.727 | |
| | 28.行員服裝儀容整齊清潔 | 3.99 | 0.68 | 4.04 | 0.67 | 0.514 | |
| | 11.服務台有服務人員可進行詢問 | 3.81 | 0.86 | 3.78 | 0.81 | 0.826 | |
| | 21.瞭解且放心使用銀行服務通路 | 3.46 | 0.87 | 3.37 | 0.94 | 0.458 | |
| 反應性 | 02.行員會主動詢問並滿足客戶需求 | 3.66 | 0.86 | 3.75 | 0.83 | 0.388 | 0.472 |
| | 07.行員能針對不同需求提供適當諮詢服務 | 3.61 | 0.82 | 3.78 | 0.77 | 0.079 | |
| | 10.行員會儘量安撫客戶不滿情緒並提供滿意的解決 | 3.56 | 0.80 | 3.58 | 0.78 | 0.880 | |
| | 09.行員能夠迅速且妥善處理客戶抱怨問題 | 3.62 | 0.76 | 3.59 | 0.76 | 0.774 | |
| | 12.銀行提供通暢申訴管道 | 3.51 | 0.85 | 3.52 | 0.82 | 0.730 | |

表 4.15 婚姻狀況與服務品質問項之差異表(續)

| 構面 | 問項 | 已婚 | | 未婚 | | P 值 | |
|-------------|-------------------------|------|------|------|------|---------|-------|
| | | 平均數 | 標準差 | 平均數 | 標準差 | | |
| 便 利 性 | 18.銀行備有良好停車場地 | 2.55 | 1.02 | 2.87 | 1.04 | 0.014* | 0.167 |
| | 19.銀行設置分行據點足夠 | 3.24 | 0.92 | 3.14 | 0.98 | 0.383 | |
| | 25.銀行自動化設備操作簡單 | 3.71 | 0.79 | 3.90 | 0.78 | 0.048* | |
| | 17.銀行設置地點交通便利 | 3.46 | 1.00 | 3.53 | 0.99 | 0.530 | |
| | 04.接受服務等候時間不長 | 3.44 | 0.82 | 3.42 | 0.82 | 0.843 | |
| 可 靠 性 | 14.銀行注重客戶隱私權及客戶資料保密 | 3.22 | 1.01 | 3.38 | 0.93 | 0.195 | 0.223 |
| | 08.行員告知正確服務內容 | 3.70 | 0.85 | 3.78 | 0.76 | 0.422 | |
| | 13.銀行擁有嚴密保全系統 | 3.63 | 0.71 | 3.61 | 0.87 | 0.800 | |
| | 15.自動櫃員提款機通常設置在適當且安全的場所 | 3.39 | 0.79 | 3.66 | 0.82 | 0.007** | |
| | 05.行員能夠正確記錄交易內容 | 3.81 | 0.69 | 3.83 | 0.74 | 0.759 | |

註：*表P值<0.05達顯著水準 **表P值<0.01達非常顯著水準
資料來源：本研究整理

由表4.16中得知，在「銀行過去沒有舞弊情事發生」、「銀行備有良好停車場地」、「銀行自動化設備操作簡單」、「自動櫃員提款機通常設置在適當且安全的場所」各問項，未婚者之平均數(3.37、2.87、3.90、3.66)均較已婚者高(3.10、2.55、3.71、3.39)，顯示未婚者比已婚者滿意；不同婚姻狀況之受訪者，除在「銀行備有良好停車場地」問項，平均滿意程度為不滿意接近滿意且差異達非常顯著水準(0.007)外，其他各問項滿意程度均達普通以上，而差異達顯著水準(0.014、0.014、0.048)。

表4.16 婚姻與服務品質問項之差異分析表

| 問項 | 婚姻狀況 | 平均數 | P 值 | 備註 |
|-----------------|------|------|--------|-----|
| 16.銀行過去沒有舞弊情事發生 | 1.已婚 | 3.10 | 0.014* | 2>1 |
| | 2.未婚 | 3.37 | | |
| 18.銀行備有良好的停車場地 | 1.已婚 | 2.55 | 0.014* | |
| | 2.未婚 | 2.87 | | |

表4.16 婚姻與服務品質問項之差異分析表(續)

| 問項 | 婚姻狀況 | 平均數 | P 值 | 備註 |
|------------------------|------|------|---------|-----|
| 25.銀行自動化的設備操作簡單、服務完整 | 1.已婚 | 3.71 | 0.048* | |
| | 2.未婚 | 3.90 | | |
| 15.自動櫃員款機通常設置在適當且安全的場所 | 1.已婚 | 3.39 | 0.007** | 2>1 |
| | 2.未婚 | 3.66 | | |

註：*表P值<0.05達顯著水準 **表P值<0.01達非常顯著水準

資料來源：本研究整理

進一步以卡方檢定分析後，由表4.17中顯示，在「銀行注重客戶的隱私權及客戶資料的保密」問項中，差異達顯著水準，其填答比率集中於「滿意」及「普通」，其中已婚者回答「滿意」者最高佔46.6%，回答「不滿意」個數（19）亦高於期望值（15.29），可能因已婚，相對責任也較重，對隱私權及資料保密之要求隨之提高，故針對此項，業者應建立完整、有效機制，以考核員工操守及監管客戶資料，使顧客能產生信任感與安全感。

表 4.17 婚姻狀況與服務品質問項之交叉表

| 問項 | 填答 | 項目 | 已婚 | 未婚 | 總和 | 卡方值 | P 值 | | |
|--------------------|-----|------|-------|-------|--------|--------|--------|--|--|
| 銀行注重客戶的隱私權及客戶資料的保密 | 不滿意 | 個數 | 19 | 23 | 42 | 11.021 | 0.026* | | |
| | | 期望個數 | 15.29 | 26.71 | 42.00 | | | | |
| | | % | 18.4 | 12.8 | 14.8 | | | | |
| | 普通 | 個數 | 36 | 79 | 115 | | | | |
| | | 期望個數 | 41.86 | 73.14 | 115.00 | | | | |
| | | % | 35.0 | 43.9 | 40.6 | | | | |
| | 滿意 | 個數 | 48 | 78 | 126 | | | | |
| | | 期望個數 | 45.9 | 80.1 | 126.0 | | | | |
| | | % | 46.6 | 43.3 | 44.5 | | | | |
| | 總和 | 個數 | 103 | 180 | 283 | | | | |

註：*表P值<0.05達顯著水準 **表p值<0.01達非常顯著水準

資料來源：本研究整理

在職業方面，由表4.18、表4.19得知，從事其他行業者在中國信託服

務品質各構面知覺程度之平均數最高（4.07、4.00、4.10、3.90、4.20），而在中國信託服務品質保證性構面以從事社會、個人服務業者為次高（3.73）；有形性、反應性、便利性構面以學生為次高（3.86、3.86、3.76）、可靠性構面以從事自由業者為次高（3.60），但認同度之差異均未達顯著水準。

表 4.18 職業與服務品質構面之差異分析表

| 構面 | 職業別 | 平均數 | 標準差 | F 值 | P 值 |
|-----|----------|------|------|-------|-------|
| 保證性 | 軍公教 | 3.65 | 0.82 | 0.948 | 0.495 |
| | 製造業 | 3.51 | 0.91 | | |
| | 工業 | 3.49 | 0.59 | | |
| | 營造業 | 3.68 | 0.77 | | |
| | 商業 | 3.33 | 0.66 | | |
| | 運輸業 | 3.60 | 0.86 | | |
| | 金融業 | 3.53 | 0.78 | | |
| | 工商服務業 | 3.73 | 0.74 | | |
| | 社會及個人服務業 | 3.71 | 0.92 | | |
| | 自由業 | 3.75 | 0.85 | | |
| | 學生 | 4.07 | 0.51 | | |
| | 其他 | 3.66 | 0.81 | | |
| 有形性 | 軍公教 | 3.63 | 0.78 | 0.710 | 0.729 |
| | 製造業 | 3.76 | 0.81 | | |
| | 工業 | 3.71 | 0.59 | | |
| | 營造業 | 3.77 | 0.72 | | |
| | 商業 | 3.76 | 0.70 | | |
| | 運輸業 | 3.57 | 0.85 | | |
| | 金融業 | 3.69 | 0.78 | | |
| | 工商服務業 | 3.72 | 0.73 | | |
| | 社會及個人服務業 | 3.74 | 0.94 | | |
| | 自由業 | 3.86 | 0.80 | | |
| | 學生 | 4.00 | 0.71 | | |
| | 其他 | 3.75 | 0.20 | | |

表 4.18 職業與服務品質構面之差異分析表(續)

| 構面 | 職業別 | 平均數 | 標準差 | F 值 | P 值 |
|----------|----------|------|------|-------|-------|
| 反應性 | 軍公教 | 3.63 | 0.76 | 1.747 | 0.063 |
| | 製造業 | 3.66 | 0.93 | | |
| | 工業 | 3.69 | 0.57 | | |
| | 營造業 | 3.59 | 0.75 | | |
| | 商業 | 3.80 | 0.23 | | |
| | 運輸業 | 3.40 | 0.82 | | |
| | 金融業 | 3.48 | 0.81 | | |
| | 工商服務業 | 3.71 | 0.79 | | |
| | 社會及個人服務業 | 3.59 | 1.06 | | |
| | 自由業 | 3.83 | 0.79 | | |
| | 學生 | 4.10 | 0.42 | | |
| | 其他 | 3.66 | 0.82 | | |
| | 可靠性 | 軍公教 | 3.20 | | |
| 製造業 | | 3.29 | 0.87 | | |
| 工業 | | 3.38 | 0.60 | | |
| 營造業 | | 3.28 | 0.90 | | |
| 商業 | | 2.80 | 0.46 | | |
| 運輸業 | | 3.19 | 0.90 | | |
| 金融業 | | 3.30 | 0.93 | | |
| 工商服務業 | | 3.40 | 0.87 | | |
| 社會及個人服務業 | | 3.60 | 0.97 | | |
| 自由業 | | 3.37 | 0.96 | | |
| 學生 | | 3.90 | 0.90 | | |
| 其他 | | 3.34 | 0.42 | | |
| 便利性 | | 軍公教 | 3.49 | 0.85 | 1.267 |
| | 製造業 | 3.58 | 0.98 | | |
| | 工業 | 3.56 | 0.63 | | |
| | 營造業 | 3.64 | 0.75 | | |
| | 商業 | 3.27 | 0.63 | | |
| | 運輸業 | 3.44 | 0.81 | | |
| | 金融業 | 3.49 | 0.80 | | |
| | 工商服務業 | 3.65 | 0.75 | | |
| | 社會及個人服務業 | 3.56 | 1.11 | | |
| | 自由業 | 3.76 | 0.79 | | |
| | 學生 | 4.20 | 0.28 | | |
| | 其他 | 3.61 | 0.82 | | |

資料來源：本研究整理

表 4.19 職業與服務品質問項之差異表

| 構面 | 題目內容 | P 值 |
|-----|------------------------|-------|
| 保證性 | 26.銀行熱心參與公益活動 | 0.810 |
| | 16.銀行過去沒有舞弊情事發生 | 0.505 |
| | 06.行員具足夠專業知識能立即處理客戶問題 | 0.487 |
| | 01.行員禮貌及親和力良好 | 0.360 |
| | 03.行員提供新產品及新資訊 | 0.923 |
| | 33.銀行具有良好聲譽及知名度 | 0.332 |
| | 29.銀行擁有良好企業識別標章 | 0.774 |
| 有形性 | 22.銀行內部設備完善且現代化 | 0.316 |
| | 20.銀行設立的自動化銀行服務使用感到滿意 | 0.848 |
| | 24.銀行內部陳設感到舒適輕鬆 | 0.660 |
| | 23.銀行整體動線規劃良好 | 0.143 |
| | 28.行員服裝儀容整齊清潔 | 0.627 |
| | 11.服務台都有服務人員可進行詢問 | 0.679 |
| | 21.瞭解且放心使用銀行服務通路 | 0.644 |
| 反應性 | 02.行員會主動詢問並滿足客戶需求 | 0.185 |
| | 07.行員能針對不同需求提供適當諮詢服務 | 0.124 |
| | 10.行員會安撫客戶不滿情緒並提供滿意的解決 | 0.061 |
| | 09.行員能夠迅速且妥善處理客戶抱怨問題 | 0.139 |
| | 12.銀行有提供通暢的申訴管道 | 0.168 |
| 便利性 | 18.銀行備有良好停車場地 | 0.850 |
| | 19.銀行設置分行據點足夠 | 0.146 |
| | 25.銀行自動化設備操作簡單 | 0.386 |
| | 17.銀行設置地點交通便利 | 0.680 |
| | 04.接受服務等候時間不長 | 0.320 |
| 可靠性 | 14.銀行注重客戶隱私權及客戶資料保密 | 0.075 |
| | 08.行員告知正確服務內容 | 0.070 |
| | 13.銀行擁有嚴密保全警衛系統 | 0.373 |
| | 15.自動櫃員提款機通常設置在適當安全的場所 | 0.545 |
| | 05.行員能夠正確記錄交易內容 | 0.137 |

資料來源：本研究整理

在職位方面，由表4.20顯示，在中國信託服務品質各構面知覺程度之平均數，在保證性、有形性、便利性、可靠性構面，以助理人員最高(3.97、3.90、3.69、3.94)；在反應性構面以技術工最高(4.10)，而在反應性及

可靠性二構面認同度之差異達非常顯著水準（0.005、0.002）。

表 4.20 職位與服務品質構面之差異分析表

| 構面 | 職位 | 平均數 | 標準差 | F 值 | P 值 |
|-----|----------|------|------|-------|---------|
| 保證性 | 主管人員 | 3.61 | 0.77 | 2.093 | 0.054 |
| | 總務人員 | 3.67 | 0.82 | | |
| | 技術人員 | 3.75 | 0.70 | | |
| | 助理人員 | 3.97 | 0.70 | | |
| | 服務工作及送貨員 | 3.59 | 0.90 | | |
| | 技術工 | 3.65 | 0.69 | | |
| | 其他 | 3.76 | 0.81 | | |
| | 合計 | 3.71 | 0.80 | | |
| 有形性 | 主管人員 | 3.66 | 0.74 | 0.812 | 0.561 |
| | 總務人員 | 3.67 | 0.78 | | |
| | 技術人員 | 3.82 | 0.71 | | |
| | 助理人員 | 3.90 | 0.71 | | |
| | 服務工作及送貨員 | 3.75 | 0.87 | | |
| | 技術工 | 3.82 | 0.67 | | |
| | 其他 | 3.75 | 0.81 | | |
| | 合計 | 3.75 | 0.78 | | |
| 反應性 | 主管人員 | 3.53 | 0.79 | 3.152 | 0.005** |
| | 總務人員 | 3.61 | 0.84 | | |
| | 技術人員 | 3.67 | 0.74 | | |
| | 助理人員 | 3.92 | 0.73 | | |
| | 服務工作及送貨員 | 3.38 | 0.95 | | |
| | 技術工 | 4.10 | 0.54 | | |
| | 其他 | 3.74 | 0.81 | | |
| | 合計 | 3.66 | 0.82 | | |
| 便利性 | 主管人員 | 3.23 | 0.89 | 1.750 | 0.110 |
| | 總務人員 | 3.35 | 0.89 | | |
| | 技術人員 | 3.33 | 0.82 | | |
| | 助理人員 | 3.69 | 0.84 | | |
| | 服務工作及送貨員 | 3.29 | 1.06 | | |
| | 技術工 | 3.48 | 0.83 | | |
| | 其他 | 3.30 | 0.96 | | |
| | 合計 | 3.34 | 0.92 | | |
| 可靠性 | 主管人員 | 3.47 | 0.81 | 3.546 | 0.002** |
| | 總務人員 | 3.60 | 0.88 | | |
| | 技術人員 | 3.70 | 0.69 | | |
| | 助理人員 | 3.94 | 0.69 | | |
| | 服務工作及送貨員 | 3.32 | 0.96 | | |
| | 技術工 | 3.82 | 0.66 | | |
| | 其他 | 3.66 | 0.82 | | |
| | 合計 | 3.61 | 0.82 | | |

註：**表P值<0.01達非常顯著水準
資料來源：本研究整理

由表4.21顯示，不同職位受訪者在「銀行過去沒有舞弊情事發生」、「行員具足夠專業知識能立即且迅速處理客戶問題」、「行員能針對不同需求提供適當諮詢服務」、「行員會儘量安撫客戶不滿情緒並提供滿意的解決」、「銀行有提供通暢的申訴管道」、「銀行設置地點交通便利」、「銀行注重客戶隱私權及客戶資料保密」各問項之差異達顯著或非常顯著水準。

表 4.1 職位與服務品質問項之差異表

| 構面 | 題目內容 | P 值 |
|-----|-----------------------|---------|
| 保證性 | 26.銀行熱心參與公益活動 | 0.341 |
| | 16.銀行過去沒有舞弊情事發生 | 0.015* |
| | 06.行員具足夠專業知識能立即處理客戶問題 | 0.039* |
| | 01.行員禮貌及親和力良好 | 0.191 |
| | 03.行員提供新產品及新資訊 | 0.088 |
| | 33.銀行具有良好聲譽及知名度 | 0.069 |
| | 29.銀行擁有良好企業識別標章 | 0.191 |
| 有形性 | 22.銀行內部設備完善且現代化 | 0.369 |
| | 20.銀行設立的自動化銀行服務使用感到滿意 | 0.844 |
| | 24.銀行內部陳設感到舒適輕鬆 | 0.726 |
| | 23.銀行整體動線規劃良好 | 0.824 |
| | 28.行員服裝儀容整齊清潔 | 0.530 |
| | 11.服務台都有服務人員可進行詢問 | 0.238 |
| | 21.瞭解且放心使用銀行服務通路 | 0.468 |
| 反應性 | 02.行員會主動詢問並滿足客戶需求 | 0.086 |
| | 07.行員能針對不同需求提供適當諮詢服務 | 0.007** |
| | 10.行員會安撫客戶不滿情緒並提供滿意解決 | 0.023* |
| | 09.行員能夠迅速且妥善處理客戶抱怨問題 | 0.079 |
| | 12.銀行有提供通暢的申訴管道 | 0.025* |
| 便利性 | 18.銀行備有良好停車場地 | 0.482 |
| | 19.銀行設置分行據點足夠 | 0.167 |
| | 25.銀行自動化設備操作簡單 | 0.188 |
| | 17.銀行設置地點交通便利 | 0.037* |
| | 04.接受服務等候時間不長 | 0.354 |

表 4.21 職位與服務品質問項之差異表(續)

| 構面 | 題目內容 | P 值 |
|-----|-----------------------|--------|
| 可靠性 | 14.銀行注重客戶隱私權及客戶資料保密 | 0.028* |
| | 08.行員告知正確服務內容 | 0.069 |
| | 13.銀行擁有嚴密保全警衛系統 | 0.060 |
| | 15.自動櫃員提款機通常設置在適當安全場所 | 0.080 |
| | 05.行員能夠正確記錄交易內容 | 0.101 |

註：*表P值<0.05達顯著水準 **表P值<0.01達非常顯著水準
資料來源：本研究整理

由表4.22顯示，在「銀行過去沒有舞弊情事發生」、「行員具足夠專業知識能立即且迅速處理客戶問題」、「銀行設置地點交通便利」問項，以助理人員之平均數最高(3.78、4.04、4.13)，滿意程度為接近滿意或滿意以上，以服務工作及送貨員、主管人員、技術工之平均數最低(2.84、3.53、3.33)，滿意程度為不滿意接近普通或普通以上，而差異達顯著水準(0.015、0.039、0.037)；在「行員能針對不同需求提供適當諮詢服務」、「行員會儘量安撫客戶不滿情緒並提供滿意的解決」、「銀行有提供通暢的申訴管道」、「銀行注重客戶隱私權及客戶資料保密」問項，以技術工之平均數最高(4.17、4.17、3.92、3.67)，滿意程度為滿意以上或接近滿意，以服務工作及送貨員之平均數最低(3.34、3.31、3.25、2.97)，滿意程度為普通以上或接近普通，而差異達非常顯著或顯著水準(0.007、0.023、0.025、0.028)。再以Scheffe多重比較發現，助理人員相對於主管人員對「銀行過去沒有舞弊的情事發生」有極高的認同度；技術工相對於主管人員、服務工作及送貨員對「行員能針對不同需求提供適當的諮詢服務」、「行員會儘量安撫客戶不滿的情緒並提供滿意的解決」有極高的認同度。

表4.22 職位與服務品質問項之差異分析表

| 問項 | 職位 | 平均數 | P值 | Scheffe |
|----------------------------|------------|------|---------|---------|
| 16.銀行過去沒有舞弊的情事發生 | 1.主管人員 | 3.31 | 0.015* | 4>1 |
| | 2.總務人員 | 3.21 | | |
| | 3.技術人員 | 3.18 | | |
| | 4.助理人員 | 3.78 | | |
| | 5.服務工作及送貨員 | 2.84 | | |
| | 6.技術工 | 3.42 | | |
| | 7.其他 | 3.33 | | |
| 06.行員具有足夠的專業知識能立即且迅速處理客戶問題 | 1.主管人員 | 3.53 | 0.039* | |
| | 2.總務人員 | 3.71 | | |
| | 3.技術人員 | 3.84 | | |
| | 4.助理人員 | 4.04 | | |
| | 5.服務工作及送貨員 | 3.59 | | |
| | 6.技術工 | 4.08 | | |
| | 7.其他 | 3.93 | | |
| 07.行員能針對不同需求提供適當的諮詢服務 | 1.主管人員 | 3.55 | 0.007** | 6>1 |
| | 2.總務人員 | 3.69 | | |
| | 3.技術人員 | 3.77 | | |
| | 4.助理人員 | 4.00 | | |
| | 5.服務工作及送貨員 | 3.34 | | |
| | 6.技術工 | 4.17 | | |
| | 7.其他 | 3.81 | | |
| 10.行員會儘量安撫客戶不滿的情緒並提供滿意的解決 | 1.主管人員 | 3.53 | 0.023* | 6>5 |
| | 2.總務人員 | 3.48 | | |
| | 3.技術人員 | 3.59 | | |
| | 4.助理人員 | 3.87 | | |
| | 5.服務工作及送貨員 | 3.31 | | |
| | 6.技術工 | 4.17 | | |
| | 7.其他 | 3.57 | | |
| 12.銀行有提供通暢的申訴管道 | 1.主管人員 | 3.35 | 0.025* | |
| | 2.總務人員 | 3.48 | | |
| | 3.技術人員 | 3.55 | | |
| | 4.助理人員 | 3.87 | | |
| | 5.服務工作及送貨員 | 3.25 | | |
| | 6.技術工 | 3.92 | | |
| | 7.其他 | 3.57 | | |
| 17.銀行設置的地點交通便利 | 1.主管人員 | 3.35 | 0.037* | |
| | 2.總務人員 | 3.62 | | |
| | 3.技術人員 | 3.59 | | |
| | 4.助理人員 | 4.13 | | |
| | 5.服務工作及送貨員 | 3.44 | | |
| | 6.技術工 | 3.33 | | |
| | 7.其他 | 3.37 | | |
| 14.銀行注重客戶的隱私權及客戶資料的保密 | 1.主管人員 | 3.10 | 0.028* | |
| | 2.總務人員 | 3.26 | | |
| | 3.技術人員 | 3.52 | | |
| | 4.助理人員 | 3.70 | | |
| | 5.服務工作及送貨員 | 2.97 | | |
| | 6.技術工 | 3.67 | | |
| | 7.其他 | 3.36 | | |

註：*表P值<0.05達顯著水準 **表P值<0.01達非常顯著水準

資料來源：本研究整理

進一步以卡方檢定分析後得知，不同職位受訪者在「沒有舞弊情事發生」、「行員會儘量安撫客戶不滿情緒並提供滿意解決」、「銀行注重客戶的隱私權及客戶資料的保密」、「銀行擁有嚴密的保全警衛系統」問項之差異達顯著水準。由表4.23得知，在「沒有舞弊情事發生」問項，其填答比率集中於「滿意」及「普通」，其中以助理人員填答「滿意」比率最高（69.57%），但專技人員回答「不滿意」個數（11）亦高於期望值（7.15）；在「行員會儘量安撫客戶不滿情緒並提供滿意解決」問項，其填答比率集中於「滿意」及「普通」，其中以技術工填答「滿意」比率最高（100%），但服務人員回答「不滿意」個數（6）亦高於期望值（2.04）；在「銀行注重客戶的隱私權及客戶資料的保密」上，填答比率雖亦集中於「滿意」及「普通」，其中以技術工填答「滿意」比率最高（75%），但服務人員回答「不滿意」個數（10）亦高於期望值（4.75），可能因為此階層本身即為服務工作者，認為保護客戶隱私是基本的職業道德，故對客戶資料的保密要求較高；在「銀行擁有嚴密的保全警衛系統」上，填答比率亦集中於「滿意」及「普通」，其中以技術工填答「滿意」比率最高（75%），但服務人員回答「不滿意」個數（7）亦高於期望值（2.04）。綜合以上各項，業者除加強員工操守訓練外，並應建立有效防弊與考核機制，以杜絕舞弊及洩密事件發生，並定期舉辦優良服務人員競賽，給予獎勵以增加員工榮譽感，藉以提升員工服務態度及禮貌。

表 4.23 職位與服務品質問項之交叉表

| 問項 | 填答 | 項目 | 主管人員 | 總務人員 | 專技人員 | 助理人員 | 服務人員 | 技術工 | 其他 | 總和 | 卡方值 | P 值 |
|---------------|-----|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|
| 銀行過去沒有舞弊的情事發生 | 不滿意 | 個數 | 8 | 8 | 11 | 0 | 10 | 1 | 8 | 46 | 24.483 | 0.017* |
| | | 期望個數 | 7.96 | 6.83 | 7.15 | 3.74 | 5.20 | 1.95 | 13.17 | 46 | | |
| | | % | 16.33 | 19.05 | 25.00 | 0.00 | 31.25 | 8.33 | 9.88 | 16.25 | | |
| | 普通 | 個數 | 19 | 18 | 15 | 7 | 15 | 5 | 42 | 121 | | |
| | | 期望個數 | 20.95 | 17.96 | 18.81 | 9.83 | 13.68 | 5.13 | 34.63 | 121 | | |
| | | % | 38.78 | 42.86 | 34.09 | 30.43 | 46.88 | 41.67 | 51.85 | 42.76 | | |
| | 滿意 | 個數 | 22 | 16 | 18 | 16 | 7 | 6 | 31 | 116 | | |
| | | 期望個數 | 20.08 | 17.22 | 18.04 | 9.43 | 13.12 | 4.92 | 33.20 | 116 | | |
| | | % | 44.90 | 38.10 | 40.91 | 69.57 | 21.88 | 50.00 | 38.27 | 40.99 | | |

表 4.23 職位與服務品質問項之交叉表(續)

| 問項 | 填答 | 項目 | 主管人員 | 總務人員 | 專技人員 | 助理人員 | 服務人員 | 技術工 | 其他 | 總和 | 卡方值 | P 值 |
|--------------------|-----|------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|--------|--------|--------|
| 行員會儘量安撫客戶不滿並提供滿意解決 | 不滿意 | 個數 | 3 | 2 | 2 | 1 | 6 | 0 | 4 | 3 | 22.875 | 0.029* |
| | | 期望個數 | 3.12 | 2.67 | 2.80 | 1.46 | 2.04 | 0.76 | 5.15 | 3.12 | | |
| | | % | 6.12 | 4.76 | 4.55 | 4.35 | 18.75 | 0.00 | 4.94 | 6.12 | | |
| | 普通 | 個數 | 18 | 18 | 16 | 6 | 13 | 0 | 36 | 18 | | |
| | | 期望個數 | 18.53 | 15.88 | 16.64 | 8.70 | 12.10 | 4.54 | 30.63 | 18.53 | | |
| | | % | 36.73 | 42.86 | 36.36 | 26.09 | 40.63 | 0.00 | 44.44 | 36.73 | | |
| | 滿意 | 個數 | 28 | 22 | 26 | 16 | 13 | 12 | 41 | 28 | | |
| | | 期望個數 | 27.36 | 23.45 | 24.57 | 12.84 | 17.87 | 6.70 | 45.22 | 27.36 | | |
| | | % | 57.14 | 52.38 | 59.09 | 69.57 | 40.63 | 100.00 | 50.62 | 57.14 | | |
| 銀行注重客戶的隱私權及客戶資料的保密 | 不滿意 | 個數 | 9 | 7 | 4 | 0 | 10 | 2 | 10 | 42 | 25.115 | 0.014* |
| | | 期望個數 | 7.27 | 6.23 | 6.53 | 3.41 | 4.75 | 1.78 | 12.02 | 42.00 | | |
| | | % | 18.37 | 16.67 | 9.09 | 0.00 | 31.25 | 16.67 | 12.35 | 14.84 | | |
| | 普通 | 個數 | 22 | 19 | 14 | 9 | 11 | 1 | 39 | 115 | | |
| | | 期望個數 | 19.91 | 17.07 | 17.88 | 9.35 | 13.00 | 4.88 | 32.92 | 115.00 | | |
| | | % | 44.90 | 45.24 | 31.82 | 39.13 | 34.38 | 8.33 | 48.15 | 40.64 | | |
| | 滿意 | 個數 | 18 | 16 | 26 | 14 | 11 | 9 | 32 | 126 | | |
| | | 期望個數 | 21.82 | 18.70 | 19.59 | 10.24 | 14.25 | 5.34 | 36.06 | 126.00 | | |
| | | % | 36.73 | 38.10 | 59.09 | 60.87 | 34.38 | 75.00 | 39.51 | 44.52 | | |
| 銀行擁有嚴密的保全警衛系統 | 不滿意 | 個數 | 4 | 2 | 1 | 0 | 7 | 0 | 4 | 18 | 23.928 | 0.021* |
| | | 期望個數 | 3.12 | 2.67 | 2.80 | 1.46 | 2.04 | 0.76 | 5.15 | 18.00 | | |
| | | % | 8.16 | 4.76 | 2.27 | 0.00 | 21.88 | 0.00 | 4.94 | 6.36 | | |
| | 普通 | 個數 | 16 | 21 | 15 | 6 | 10 | 3 | 32 | 103 | | |
| | | 期望個數 | 17.83 | 15.29 | 16.01 | 8.37 | 11.65 | 4.37 | 29.48 | 103.00 | | |
| | | % | 32.65 | 50.00 | 34.09 | 26.09 | 31.25 | 25.00 | 39.51 | 36.40 | | |
| | 滿意 | 個數 | 29 | 19 | 28 | 17 | 15 | 9 | 45 | 162 | | |
| | | 期望個數 | 28.05 | 24.04 | 25.19 | 13.17 | 18.32 | 6.87 | 46.37 | 162.00 | | |
| | | % | 59.18 | 45.24 | 63.64 | 73.91 | 46.88 | 75.00 | 55.56 | 57.24 | | |
| 總和 | 個數 | 49 | 42 | 44 | 23 | 32 | 12 | 81 | 283 | | | |

註：*表P值<0.05達顯著水準

資料來源：本研究整理

在教育程度方面，由表4.24顯示，在保證性構面以碩士以上學歷者之平均數最高（3.74）、有形性構面以專科學歷者之平均數最高（3.90）、反應性構面以國中以下學歷者之平均數最高（3.78）、便利性構面以高中職學歷者之平均數最高（3.73）、可靠性構面以碩士以上學歷者之平均數最高（3.47），但不同教育程度受訪者在中國信託服務品質各構面認同度之差異未達顯著水準。

表 4.24 教育程度與服務品質構面之差異分析表

| 構面 | 職位 | 平均數 | 標準差 | F 值 | P 值 |
|-----|------|------|------|-------|-------|
| 保證性 | 國中以下 | 3.71 | 0.90 | 1.913 | 0.092 |
| | 高中職 | 3.60 | 0.82 | | |
| | 專科 | 3.60 | 0.74 | | |
| | 大學 | 3.52 | 0.85 | | |
| | 碩士以上 | 3.74 | 0.78 | | |
| | 總和 | 3.78 | 0.87 | | |
| 有形性 | 國中以下 | 3.66 | 0.81 | 2.137 | 0.061 |
| | 高中職 | 3.90 | 1.04 | | |
| | 專科 | 4.00 | 0.59 | | |
| | 大學 | 3.73 | 0.74 | | |
| | 碩士以上 | 3.59 | 0.79 | | |
| | 總和 | 3.82 | 0.76 | | |
| 反應性 | 國中以下 | 3.78 | 0.83 | 0.658 | 0.653 |
| | 高中職 | 3.75 | 0.78 | | |
| | 專科 | 3.60 | 0.94 | | |
| | 大學 | 3.58 | 0.90 | | |
| | 碩士以上 | 3.62 | 0.78 | | |
| | 總和 | 3.58 | 0.89 | | |
| 便利性 | 國中以下 | 3.72 | 0.77 | 1.753 | 0.123 |
| | 高中職 | 3.73 | 0.85 | | |
| | 專科 | 3.66 | 0.82 | | |
| | 大學 | 2.93 | 1.17 | | |
| | 碩士以上 | 3.46 | 1.08 | | |
| | 總和 | 3.31 | 0.91 | | |
| 可靠性 | 國中以下 | 3.23 | 0.97 | 1.494 | 0.192 |
| | 高中職 | 3.44 | 0.85 | | |
| | 專科 | 3.22 | 0.94 | | |
| | 大學 | 3.34 | 0.92 | | |
| | 碩士以上 | 3.47 | 0.97 | | |
| | 總和 | 3.74 | 0.83 | | |

資料來源：本研究整理

由表4.25顯示，不同教育程度受訪者在「銀行具有良好聲譽及知名度」、「銀行擁有良好企業識別標章」、「銀行設立的自動化銀行服務使用感到滿意」、「銀行自動化設備操作簡單」、「銀行擁有嚴密保全警衛系統」、「自動櫃員提款機通常設置在適當且安全的場所」問項認

同度之差異達顯著或非常顯著水準。

表4.25 教育程度與服務品質問項之差異表

| 構面 | 題目內容 | P 值 |
|-----|------------------------|---------|
| 保證性 | 26.銀行熱心參與公益活動 | 0.053 |
| | 16.銀行過去沒有舞弊情事發生 | 0.423 |
| | 06.行員具足夠專業知識能立即處理客戶問題 | 0.585 |
| | 01.行員禮貌及親和力良好 | 0.915 |
| | 03.行員提供新產品及新資訊 | 0.352 |
| | 33.銀行具有良好聲譽及知名度 | 0.003** |
| | 29.銀行擁有良好企業識別標章 | 0.031* |
| 有形性 | 22.銀行內部設備完善且現代化 | 0.234 |
| | 20.銀行設立的自動化銀行服務使用感到滿意 | 0.049* |
| | 24.銀行內部陳設感到舒適輕鬆 | 0.464 |
| | 23.銀行整體動線規劃良好 | 0.464 |
| | 28.行員服裝儀容整齊清潔 | 0.390 |
| | 11.服務台都有服務人員可進行詢問 | 0.186 |
| | 21.瞭解且放心使用銀行服務通路 | 0.131 |
| 反應性 | 02.行員會主動詢問並滿足客戶需求 | 0.508 |
| | 07.行員能針對不同需求提供適當諮詢服務 | 0.604 |
| | 10.行員會安撫客戶不滿情緒並提供滿意的解決 | 0.643 |
| | 09.行員能夠迅速且妥善處理客戶抱怨問題 | 0.520 |
| 便利性 | 12.銀行有提供通暢的申訴管道 | 0.473 |
| | 18.銀行備有良好停車場地 | 0.082 |
| | 19.銀行設置分行據點足夠 | 0.383 |
| | 25.銀行自動化設備操作簡單 | 0.010** |
| | 17.銀行設置地點交通便利 | 0.118 |
| 可靠性 | 04.接受服務等候時間不長 | 0.076 |
| | 14.銀行注重客戶隱私權及客戶資料保密 | 0.903 |
| | 08.行員告知正確服務內容 | 0.660 |
| | 13.銀行擁有嚴密保全警衛系統 | 0.047* |
| | 15.自動櫃員提款機通常設置在適當安全的場所 | 0.030* |
| | 05.行員能夠正確記錄交易內容 | 0.141 |

註：*表P值<0.05達顯著水準 **表P值<0.01達非常顯著水準

資料來源：本研究整理

由表4.26顯示，在「銀行具有良好聲譽及知名度」、「銀行擁有良好企業識別標章」、「銀行自動化設備操作簡單」問項，以碩士以上學歷受訪者之平均數最高(4.03、4.45、4.07)，滿意程度為滿意以上、以國中、高中職、國小以下學歷受訪者之平均數最低(3.50、3.86、2.67)，滿意程

度為普通以上或不滿意接近普通，而差異達非常顯著或顯著水準(0.003、0.031、0.010)；在「銀行設立的自動化銀行服務使用感到滿意」、「銀行擁有嚴密保全警衛系統」、「自動櫃員提款機通常設置在適當且安全的場所」問項，以國中學歷受訪者之平均數最高(3.90、3.80、3.80)，滿意程度為接近滿意、以小學以下學歷受訪者之平均數最低(3.33、3.00、2.67)，滿意程度為普通或不滿意接近普通，而差異達顯著水準(0.049、0.047、0.030)。再以Scheffe多重比較發現，教育程度碩士以上者相對於國中程度者對「銀行具有良好的聲譽及知名度」有極高的認同度。

表 4.26 教育程度與服務品質問項之差異分析表

| 問項 | 教育程度 | 平均數 | P值 | Scheffe |
|-------------------------|--------|------|---------|---------|
| 33.銀行具有良好的聲譽及知名度 | 1.小學以下 | 4.00 | 0.003** | 6>2 |
| | 2.國中 | 3.50 | | |
| | 3.高中職 | 3.70 | | |
| | 4.專科 | 3.57 | | |
| | 5.大學 | 4.01 | | |
| | 6.碩士以上 | 4.03 | | |
| 29.銀行擁有良好的企業識別標章 | 1.小學以下 | 4.00 | 0.031* | |
| | 2.國中 | 4.00 | | |
| | 3.高中職 | 3.86 | | |
| | 4.專科 | 3.88 | | |
| | 5.大學 | 4.06 | | |
| | 6.碩士以上 | 4.45 | | |
| 20.對於銀行設立的自動化銀行服務使用感到滿意 | 1.小學以下 | 3.33 | 0.049* | |
| | 2.國中 | 3.90 | | |
| | 3.高中職 | 3.78 | | |
| | 4.專科 | 3.48 | | |
| | 5.大學 | 3.86 | | |
| | 6.碩士以上 | 3.79 | | |
| 25.銀行自動化的設備操作簡單、服務完整 | 1.小學以下 | 2.67 | 0.010** | |
| | 2.國中 | 3.90 | | |
| | 3.高中職 | 3.70 | | |
| | 4.專科 | 3.68 | | |
| | 5.大學 | 3.92 | | |
| | 6.碩士以上 | 4.07 | | |
| 13.銀行擁有嚴密的保全警衛系統 | 1.小學以下 | 3.00 | 0.047* | |
| | 2.國中 | 3.80 | | |
| | 3.高中職 | 3.76 | | |
| | 4.專科 | 3.39 | | |
| | 5.大學 | 3.71 | | |
| | 6.碩士以上 | 3.59 | | |

表 4.26 教育程度與服務品質問項之差異分析表(續)

| 問項 | 教育程度 | 平均數 | P值 | Scheffe |
|------------------------|--------|------|--------|---------|
| 15.自動櫃員款機通常設置在適當且安全的場所 | 1.小學以下 | 2.67 | 0.030* | |
| | 2.國中 | 3.80 | | |
| | 3.高中職 | 3.49 | | |
| | 4.專科 | 3.37 | | |
| | 5.大學 | 3.70 | | |
| | 6.碩士以上 | 3.55 | | |

註：*表P值<0.05達顯著水準 **表P值<0.01達非常顯著水準

資料來源：本研究整理

進一步以卡方檢定分析後得知，不同教育程度受訪者在「銀行具有良好聲譽及知名度」、「銀行設立的自動化銀行服務使用感到滿意」、「銀行整體的動線規劃良好」、「銀行自動化設備操作簡單」問項之差異達顯著水準。由表 4.27 得知，受訪者填答大部分集中於「滿意」及「普通」，可見不同教育程度之受訪者，大多數持正面看法。在「銀行具有良好聲譽及知名度」問項，以碩士以上學歷者填答「滿意」比率最高(82.76%)，可能因學歷較高，利用各種管道蒐集相關資訊，經多方驗證後，證實銀行確實具有良好聲譽，並認為其知名度亦為滿意度之重要參考指標之一；在「銀行設立的自動化銀行服務使用感到滿意」上，以國中以下教育程度受訪者填答「滿意」比率最高(76.92%)，但專科學歷者回答「不滿意」個數(7)亦高於期望值(4.24)；在「銀行整體的動線規劃良好」上，以國中以下學教育程度的受訪者填答「滿意」比率最高(76.92%)，可能是其整體動線規劃簡潔順暢，讓該集群使用者感到滿意；在「銀行自動化設備操作簡單」上，以碩士以上教育程度的受訪者填答「滿意」比率最高(79.31%)。綜觀上述各點，業者除藉各類媒體多加宣揚自身優勢外，並應對各項軟硬體設施，朝向多元化設計，兼顧簡單操作與功能完備，使各階層對自動化服務使用都能得心應手並得到滿意結果。

表 4.27 教育程度與服務品質問項之交叉表

| 問項 | 填答 | 項目 | 國中以下 | 高中職 | 專科 | 大學 | 碩士以上 | 總和 | 卡方值 | P 值 |
|------------------|-----|------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|
| 銀行具有好的聲譽及知名度 | 不滿意 | 個數 | 0 | 1 | 3 | 4 | 1 | 9 | 20.795 | 0.028* |
| | | 期望個數 | 0.41 | 1.18 | 2.39 | 4.10 | 0.92 | 9.00 | | |
| | | % | 0 | 2.70 | 4.00 | 3.10 | 3.45 | 3.18 | | |
| | 普通 | 個數 | 6 | 12 | 33 | 25 | 4 | 80 | | |
| | | 期望個數 | 3.67 | 10.46 | 21.20 | 36.47 | 8.20 | 80.00 | | |
| | | % | 46.15 | 32.43 | 44.00 | 19.38 | 13.79 | 28.27 | | |
| | 滿意 | 個數 | 7 | 24 | 39 | 100 | 24 | 194 | | |
| | | 期望個數 | 8.91 | 25.36 | 51.41 | 88.43 | 19.88 | 194.00 | | |
| | | % | 53.85 | 64.86 | 52.00 | 77.52 | 82.76 | 68.55 | | |
| 銀行設立的自動化銀行服務感到滿意 | 不滿意 | 個數 | 1 | 1 | 7 | 4 | 3 | 16 | 20.091 | 0.028* |
| | | 期望個數 | 0.73 | 2.09 | 4.24 | 7.29 | 1.64 | 16.00 | | |
| | | % | 7.69 | 2.70 | 9.33 | 3.10 | 10.34 | 5.65 | | |
| | 普通 | 個數 | 2 | 14 | 32 | 36 | 6 | 90 | | |
| | | 期望個數 | 4.13 | 11.77 | 23.85 | 41.02 | 9.22 | 90.00 | | |
| | | % | 15.38 | 37.84 | 42.67 | 27.91 | 20.69 | 31.80 | | |
| | 滿意 | 個數 | 10 | 22 | 36 | 89 | 20 | 177 | | |
| | | 期望個數 | 8.13 | 23.14 | 46.91 | 80.68 | 18.14 | 177.00 | | |
| | | % | 76.92 | 59.46 | 48.00 | 68.99 | 68.97 | 62.54 | | |
| 銀行整體的線劃良好 | 不滿意 | 個數 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 6 | 20.074 | 0.023* |
| | | 期望個數 | 0.28 | 0.78 | 1.59 | 2.73 | 0.61 | 6.00 | | |
| | | % | 7.69 | 2.70 | 2.67 | 0.78 | 3.45 | 2.12 | | |
| | 普通 | 個數 | 2 | 16 | 29 | 43 | 13 | 103 | | |
| | | 期望個數 | 4.73 | 13.47 | 27.30 | 46.95 | 10.55 | 103.00 | | |
| | | % | 15.38 | 43.24 | 38.67 | 33.33 | 44.83 | 36.40 | | |
| | 滿意 | 個數 | 10 | 20 | 44 | 85 | 15 | 174 | | |
| | | 期望個數 | 7.99 | 22.75 | 46.11 | 79.31 | 17.83 | 174.00 | | |
| | | % | 76.92 | 54.05 | 58.67 | 65.89 | 51.72 | 61.48 | | |
| 銀行自動化的設備操作簡單服務完整 | 不滿意 | 個數 | 2 | 1 | 4 | 1 | 1 | 9 | 23.928 | 0.021* |
| | | 期望個數 | 0.41 | 1.18 | 2.39 | 4.10 | 0.92 | 9.00 | | |
| | | % | 15.38 | 2.70 | 5.33 | 0.78 | 3.45 | 3.18 | | |
| | 普通 | 個數 | 4 | 15 | 26 | 35 | 5 | 85 | | |
| | | 期望個數 | 3.90 | 11.11 | 22.53 | 38.75 | 8.71 | 85.00 | | |
| | | % | 30.77 | 40.54 | 34.67 | 27.13 | 17.24 | 30.04 | | |
| | 滿意 | 個數 | 7 | 21 | 45 | 93 | 23 | 189 | | |
| | | 期望個數 | 8.68 | 24.71 | 50.09 | 86.15 | 19.37 | 189.00 | | |
| | | % | 53.85 | 56.76 | 60.00 | 72.09 | 79.31 | 66.78 | | |
| 總和 | 個數 | 13 | 37 | 75 | 129 | 29 | 283 | | | |

註：*表P值<0.05達顯著水準

資料來源：本研究整理

在月薪方面，由表4.28顯示，在中國信託服務品質保證性構面，以月薪54000~72000元者之平均數最高（3.74），有形性構面，以月薪72000元以上者之平均數最高（3.95），反應性、可靠性、便利性構面，以月薪18000元以下者之平均數最高（3.83、3.45、3.74），在中國信託服務品質反應性、可靠性、便利性三構面，不同月薪受訪者認同度之差異達非常

顯著水準 (0.039、0.23、0.50)。

表 4.28 月薪與服務品質構面之差異分析表

| 構面 | 月薪 | 平均數 | 標準差 | F 值 | P 值 |
|-----|---------------|------|------|-------|--------|
| 保證性 | 18000 元以下 | 3.71 | 0.83 | 0.678 | 0.711 |
| | 18000~36000 元 | 3.62 | 0.86 | | |
| | 36000~54000 元 | 3.67 | 0.73 | | |
| | 54000~72000 元 | 3.74 | 0.76 | | |
| | 72000 元以上 | 3.66 | 0.85 | | |
| | 總和 | 3.66 | 0.81 | | |
| 有形性 | 18000 元以下 | 3.83 | 0.79 | 1.512 | 0.153 |
| | 18000~36000 元 | 3.73 | 0.81 | | |
| | 36000~54000 元 | 3.75 | 0.73 | | |
| | 54000~72000 元 | 3.80 | 0.66 | | |
| | 72000 元以上 | 3.95 | 0.62 | | |
| | 總和 | 3.75 | 0.78 | | |
| 反應性 | 18000 元以下 | 3.83 | 0.80 | 2.068 | 0.039* |
| | 18000~36000 元 | 3.60 | 0.87 | | |
| | 36000~54000 元 | 3.67 | 0.77 | | |
| | 54000~72000 元 | 3.70 | 0.67 | | |
| | 72000 元以上 | 3.73 | 0.89 | | |
| | 總和 | 3.66 | 0.82 | | |
| 可靠性 | 18000 元以下 | 3.45 | 0.95 | 2.262 | 0.023* |
| | 18000~36000 元 | 3.39 | 0.93 | | |
| | 36000~54000 元 | 3.27 | 0.89 | | |
| | 54000~72000 元 | 3.33 | 0.82 | | |
| | 72000 元以上 | 3.08 | 0.77 | | |
| | 總和 | 3.34 | 0.92 | | |
| 便利性 | 18000 元以下 | 3.74 | 0.82 | 1.972 | 0.050* |
| | 18000~36000 元 | 3.58 | 0.90 | | |
| | 36000~54000 元 | 3.64 | 0.72 | | |
| | 54000~72000 元 | 3.60 | 0.68 | | |
| | 72000 元以上 | 3.55 | 0.82 | | |
| | 總和 | 3.61 | 0.82 | | |

註：*表P值<0.05達顯著水準

資料來源：本研究整理

由表4.29顯示，不同月薪受訪者在「銀行內部設備完善且現代化」、

「銀行設立的自動化銀行服務使用感到滿意」、「服務台都有服務人員可進行詢問」、「行員會主動詢問並滿足客戶需求」、「銀行備有良好停車場地」、「銀行自動化設備操作簡單」、「銀行擁有嚴密保全警衛系統」、「自動櫃員提款機通常設置在適當且安全的場所」問項差異達顯著或非常顯著水準。

表 4.29 月薪與服務品質問項之差異表

| 構面 | 題目內容 | P 值 |
|-----|------------------------|---------|
| 保證性 | 26.銀行熱心參與公益活動 | 0.114 |
| | 16.銀行過去沒有舞弊情事發生 | 0.193 |
| | 06.行員具足夠專業知識能立即處理客戶問題 | 0.743 |
| | 01.行員禮貌及親和力良好 | 0.934 |
| | 03.行員提供新產品及新資訊 | 0.190 |
| | 33.銀行具有良好聲譽及知名度 | 0.899 |
| | 29.銀行擁有良好企業識別標章 | 0.289 |
| 有形性 | 22.銀行內部設備完善且現代化 | 0.041* |
| | 20.銀行設立的自動化銀行服務使用感到滿意 | 0.008** |
| | 24.銀行內部陳設感到舒適輕鬆 | 0.742 |
| | 23.銀行整體動線規劃良好 | 0.153 |
| | 28.行員服裝儀容整齊清潔 | 0.991 |
| | 11.服務台都有服務人員可進行詢問 | 0.004** |
| | 21.瞭解且放心使用銀行服務通路 | 0.642 |
| 反應性 | 02.行員會主動詢問並滿足客戶需求 | 0.013* |
| | 07.行員能針對不同需求提供適當諮詢服務 | 0.670 |
| | 10.行員會安撫客戶不滿情緒並提供滿意的解決 | 0.069 |
| | 09.行員能夠迅速且妥善處理客戶抱怨問題 | 0.163 |
| 便利性 | 12.銀行有提供通暢的申訴管道 | 0.112 |
| | 18.銀行備有良好停車場地 | 0.002** |
| | 19.銀行設置分行據點足夠 | 0.452 |
| | 25.銀行自動化設備操作簡單 | 0.022* |
| | 17.銀行設置地點交通便利 | 0.188 |
| 可靠性 | 04.接受服務等候時間不長 | 0.179 |
| | 14.銀行注重客戶隱私權及客戶資料保密 | 0.386 |
| | 08.行員告知正確服務內容 | 0.962 |
| | 13.銀行擁有嚴密保全警衛系統 | 0.001** |
| | 15.自動櫃員提款機通常設置在適當安全的場所 | 0.036* |
| | 05.行員能夠正確記錄交易內容 | 0.313 |

註：*表P值<0.05達顯著水準 **表P值<0.01達非常顯著水準
資料來源：本研究整理

由表 4.30 顯示，在「銀行內部設備完善且現代化」問項，以月薪 18000~36000 元受訪者之平均數最高(3.89)，滿意程度為普通接近滿意，以其他月薪受訪者之平均數最低(2.33)，滿意程度為不滿意，而差異達顯著水準(0.041)；在「銀行設立的自動化銀行服務使用感到滿意」、「服務台都有服務人員可進行詢問」問項，以月薪 72000 元以上者之平均數最高(4.00、4.00)，滿意程度為滿意，以其他月薪受訪者之平均數最低(2.00、2.00)，滿意程度為不滿意，而差異達非常顯著水準(0.008、0.004)；在「行員會主動詢問並滿足客戶需求」、「銀行自動化設備操作簡單」、「自動櫃員提款機通常設置在適當且安全的場所」問項，以月薪 18000 元以下者之平均數最高(3.93、4.05、3.80)，滿意程度為接近滿意或滿意，以其他月薪受訪者之平均數最低(2.00、2.33、2.33)，滿意程度為不滿意，而差異達非常顯著水準(0.013、0.22、0.036)；在「銀行備有良好停車場地」、「銀行擁有嚴密保全警衛系統」問項，以填答不一定者之平均數最高(3.38、4.00)，滿意程度為普通以上，以月薪 72000 元以上、其他受訪者之平均數最低(2.00、2.33)，滿意程度為不滿意，而差異達非常顯著水準(0.002、0.001)。再以 Scheffe 多重比較發現，月薪 18000 元以下者相對於其他、72000 元以上者對「服務台都有服務人員可進行詢問」、「銀行備有良好的停車場地」有極高的認同度；月薪 18000~36000 元、36000~54000 元者相對於 72000 元以上者對「銀行擁有嚴密的保全警衛系統」有極高的認同度。

表 4.30 月薪與服務品質問項之差異分析表

| 問項 | 月薪 | 平均數 | P 值 | Scheffe |
|-------------------|-----------------|------|--------|---------|
| 22.銀行內部的設備完善且具現代化 | 1.18000 元以下 | 3.87 | 0.041* | |
| | 2.18000~36000 元 | 3.89 | | |
| | 3.36000~54000 元 | 3.69 | | |
| | 4.54000~72000 元 | 3.83 | | |
| | 5.72000 元以上 | 3.88 | | |
| | 6.不知道 | 3.67 | | |
| | 7.不一定 | 3.94 | | |
| | 8.其他 | 2.33 | | |

表 4.30 月薪與服務品質問項之差異分析表

| 問項 | 月薪 | 平均數 | P 值 | Scheffe |
|-------------------------|-----------------|------|---------|---------|
| 20.對於銀行設立的自動化銀行服務使用感到滿意 | 1.18000 元以下 | 3.82 | 0.008** | |
| | 2.18000~36000 元 | 3.74 | | |
| | 3.36000~54000 元 | 3.83 | | |
| | 4.54000~72000 元 | 3.76 | | |
| | 5.72000 元以上 | 4.00 | | |
| | 6.不知道 | 3.50 | | |
| | 7.不一定 | 3.88 | | |
| | 8.其他 | 2.00 | | |
| 11.服務台都有服務人員可進行詢問 | 1.18000 元以下 | 3.98 | 0.004* | 1>8 |
| | 2.18000~36000 元 | 3.67 | | |
| | 3.36000~54000 元 | 3.83 | | |
| | 4.54000~72000 元 | 3.86 | | |
| | 5.72000 元以上 | 4.00 | | |
| | 6.不知道 | 4.17 | | |
| | 7.不一定 | 3.63 | | |
| | 8.其他 | 2.00 | | |
| 02.行員會主動詢問並滿足客戶需求 | 1.18000 元以下 | 3.93 | 0.013* | |
| | 2.18000~36000 元 | 3.68 | | |
| | 3.36000~54000 元 | 3.64 | | |
| | 4.54000~72000 元 | 3.79 | | |
| | 5.72000 元以上 | 3.75 | | |
| | 6.不知道 | 3.50 | | |
| | 7.不一定 | 3.50 | | |
| | 8.其他 | 2.00 | | |
| 18.銀行備有良好的停車場地 | 1.18000 元以下 | 2.93 | 0.002** | 1>5 |
| | 2.18000~36000 元 | 2.93 | | |
| | 3.36000~54000 元 | 2.57 | | |
| | 4.54000~72000 元 | 2.52 | | |
| | 5.72000 元以上 | 2.00 | | |
| | 6.不知道 | 2.00 | | |
| | 7.不一定 | 3.38 | | |
| | 8.其他 | 3.00 | | |
| 25.銀行自動化的設備操作簡單、服務完整 | 1.18000 元以下 | 4.05 | 0.022* | |
| | 2.18000~36000 元 | 3.84 | | |
| | 3.36000~54000 元 | 3.76 | | |
| | 4.54000~72000 元 | 3.79 | | |
| | 5.72000 元以上 | 3.75 | | |
| | 6.不知道 | 4.00 | | |
| | 7.不一定 | 3.75 | | |
| | 8.其他 | 2.33 | | |
| 13.銀行擁有嚴密的保全警衛系統 | 1.18000 元以下 | 3.80 | 0.001** | 2,3>5 |
| | 2.18000~36000 元 | 3.57 | | |
| | 3.36000~54000 元 | 3.69 | | |
| | 4.54000~72000 元 | 3.62 | | |
| | 5.72000 元以上 | 3.63 | | |
| | 6.不知道 | 3.00 | | |
| | 7.不一定 | 4.00 | | |
| | 8.其他 | 2.33 | | |
| 15.自動櫃員款機通常設置在適當且安全的場所 | 1.18000 元以下 | 3.80 | 0.036* | |
| | 2.18000~36000 元 | 3.52 | | |
| | 3.36000~54000 元 | 3.59 | | |
| | 4.54000~72000 元 | 3.62 | | |
| | 5.72000 元以上 | 3.38 | | |
| | 6.不知道 | 3.50 | | |
| | 7.不一定 | 3.44 | | |
| | 8.其他 | 2.33 | | |

註：*表P值<0.05達顯著水準 **表P值<0.01達非常顯著水準

資料來源：本研究整理

進一步以卡方檢定分析後得知，不同月薪受訪者在「銀行擁有良好的企業識別標章」、「銀行內部設備完善且現代化」、「銀行設立的自動化銀行服務使用感到滿意」、「銀行整體的動線規劃良好」、「服務台都有服務人員可進行詢問」、「行員會主動詢問並滿足客戶需求」、「銀行備有良好停車場地」、「銀行設置的地點交通便利」、「銀行擁有嚴密保全警衛系統」、「自動櫃員提款機通常設置在適當且安全的場所」問項差異達顯著或非常顯著水準。由表4.31顯示，除「銀行備有良好停車場地」問項外，其他題項受訪者填答大部分集中於「滿意」及「普通」，可見不同月薪之受訪者，大多數仍持正面看法。在「銀行擁有良好的企業識別標章」問項，以月薪三萬六～五萬四的受訪者填答「滿意」比率最高（84.48%）；在「銀行內部設備完善且現代化」，以月薪七萬二以上的受訪者填答「滿意」比率最高（75%）；在「銀行設立的自動化銀行服務使用感到滿意」上，以月薪七萬二以上的受訪者填答「滿意」比率最高（87.5%）；在「銀行整體的動線規劃良好」上，以月薪七萬二以上的受訪者填答「滿意」比率最高（75%）；在「服務台都有服務人員可進行詢問」上，以月薪五萬四～七萬二的受訪者填答「滿意」比率最高（79.31%），但月薪一萬八～三萬六者回答「不滿意」個數（7）亦高於期望值（3.77）；在「行員會主動詢問並滿足客戶需求」上，以月薪五萬四～七萬二的受訪者填答「滿意」比率最高（75.86%）；在「銀行備有良好停車場地」上，受訪者填答大致平均分布於「不滿意」、「普通」及「滿意」，而其填答「不滿意」總比率（75%）為所有問項中最高，其中以月薪七萬二以上的受訪者填答「不滿意」比率最高（75%），可能由於此階層人員，大多以汽車為交通工具，比較需要有良好的停車場地，而其中月薪三萬六～五萬四者回答「不滿意」個數（28）亦高於

期望值 (22.34)；在「銀行設置的地點交通便利」上，以月薪七萬二以上的受訪者填答「滿意」比率最高(75%)；在「銀行擁有嚴密保全警衛系統」上，以月薪一萬八以下受訪者填答「滿意」比率最高 (65.00%)，可能因為月收入較低，對保全警衛系統要求不高，但其中月薪一萬八～三萬六者回答「不滿意」個數 (9) 亦高於期望值 (5.22)；在「自動櫃員提款機通常設置在適當且安全的場所」，以月薪一萬八以下受訪者填答「滿意」比率最高 (66.67%)，可能因為月收入較低，較少使用自動櫃員提款機，所以對自動化銀行設置地點的安全性較不注重，但其中月薪一萬八～三萬六者回答「不滿意」個數 (11) 亦高於期望值 (5.8)，社會上此集群者為數不少，因所得有限，故會對提款機安全性特別重視；綜合以上各點，業者除未來在分行設立地點應考慮周全外，目前應對停車與全全性問題積極改善，並繼續加強服務人員訓練，使顧客能感到意見受重視與得到善意回應，對顧客滿意度及忠誠度之提升都有相當大助益。

表 4.31 月薪與服務品質問項之交叉表

| 問項 | 填答 | 項目 | 18萬以下 | 18-36萬 | 36-54萬 | 54-72萬 | 72萬以上 | 卡方值 | P 值 |
|----------------|-----|------|-------|--------|--------|--------|-------|--------|---------|
| 銀行擁有良好的企業識別標章 | 不滿意 | 個數 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 20.795 | 0.026* |
| | | 期望個數 | 1.06 | 1.45 | 1.02 | 0.51 | 0.14 | | |
| | | % | 3.33 | 2.44 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | | |
| | 普通 | 個數 | 13 | 23 | 9 | 6 | 2 | | |
| | | 期望個數 | 14.20 | 19.41 | 13.73 | 6.87 | 1.89 | | |
| | | % | 21.67 | 28.05 | 15.52 | 20.69 | 25.00 | | |
| | 滿意 | 個數 | 45 | 57 | 49 | 23 | 6 | | |
| | | 期望個數 | 44.73 | 61.14 | 43.24 | 21.62 | 5.96 | | |
| | | % | 75.00 | 69.51 | 84.48 | 79.31 | 75.00 | | |
| 銀行內部的設備完善且具現代化 | 不滿意 | 個數 | 2 | 0 | 1 | 0 | 0 | 35.092 | 0.004** |
| | | 期望個數 | 0.85 | 1.16 | 0.82 | 0.41 | 0.11 | | |
| | | % | 3.33 | 0.00 | 1.72 | 0.00 | 0.00 | | |
| | 普通 | 個數 | 18 | 23 | 22 | 9 | 2 | | |
| | | 期望個數 | 19.51 | 26.66 | 18.86 | 9.43 | 2.60 | | |
| | | % | 30.00 | 28.05 | 37.93 | 31.03 | 25.00 | | |
| | 滿意 | 個數 | 40 | 59 | 35 | 20 | 6 | | |
| | | 期望個數 | 39.65 | 54.18 | 38.33 | 19.16 | 5.29 | | |
| | | % | 66.67 | 71.95 | 60.34 | 68.97 | 75.00 | | |

表 4.31 月薪與服務品質問項之交叉表(續)

| 問項 | 填答 | 項目 | 18萬以下 | 18-36萬 | 36-54萬 | 54-72萬 | 72萬以上 | 卡方值 | P 值 |
|---|-----|------|-------|--------|--------|--------|-------|--------|---------|
| 銀行 自動化 銀行 服務 使用 感到 滿意 | 不滿意 | 個數 | 4 | 4 | 2 | 1 | 0 | 34.682 | 0.004** |
| | | 期望個數 | 3.39 | 4.64 | 3.28 | 1.64 | 0.45 | | |
| | | % | 6.67 | 4.88 | 3.45 | 3.45 | 0.00 | | |
| | 普通 | 個數 | 17 | 30 | 16 | 8 | 1 | | |
| | | 期望個數 | 19.08 | 26.08 | 18.45 | 9.22 | 2.54 | | |
| | | % | 28.33 | 36.59 | 27.59 | 27.59 | 12.50 | | |
| | 滿意 | 個數 | 39 | 48 | 40 | 20 | 7 | | |
| | | 期望個數 | 37.53 | 51.29 | 36.28 | 18.14 | 5.00 | | |
| | | % | 65.00 | 58.54 | 68.97 | 68.97 | 87.50 | | |
| 銀行 整體 的 線 劃 良 好 | 不滿意 | 個數 | 0 | 2 | 1 | 0 | 0 | 25.730 | 0.050* |
| | | 期望個數 | 1.27 | 1.74 | 1.23 | 0.61 | 0.17 | | |
| | | % | 0.00 | 2.44 | 1.72 | 0.00 | 0.00 | | |
| | 普通 | 個數 | 18 | 32 | 20 | 10 | 2 | | |
| | | 期望個數 | 21.84 | 29.84 | 21.11 | 10.55 | 2.91 | | |
| | | % | 30.00 | 39.02 | 34.48 | 34.48 | 25.00 | | |
| | 滿意 | 個數 | 42 | 48 | 37 | 19 | 6 | | |
| | | 期望個數 | 36.89 | 50.42 | 35.66 | 17.83 | 4.92 | | |
| | | % | 70.00 | 58.54 | 63.79 | 65.52 | 75.00 | | |
| 服務 台 都 有 服 務 人 可 進 行 詢 問 | 不滿意 | 個數 | 1 | 7 | 2 | 1 | 0 | 39.830 | 0.001** |
| | | 期望個數 | 2.76 | 3.77 | 2.66 | 1.33 | 0.37 | | |
| | | % | 1.67 | 8.54 | 3.45 | 3.45 | 0.00 | | |
| | 普通 | 個數 | 14 | 25 | 17 | 5 | 2 | | |
| | | 期望個數 | 17.17 | 23.47 | 16.60 | 8.30 | 2.29 | | |
| | | % | 23.33 | 30.49 | 29.31 | 17.24 | 25.00 | | |
| | 滿意 | 個數 | 45 | 50 | 39 | 23 | 6 | | |
| | | 期望個數 | 40.07 | 54.76 | 38.73 | 19.37 | 5.34 | | |
| | | % | 75.00 | 60.98 | 67.24 | 79.31 | 75.00 | | |
| 行 員 主 動 詢 問 並 足 滿 客 戶 需 求 | 不滿意 | 個數 | 1 | 7 | 5 | 1 | 0 | 30.214 | 0.017* |
| | | 期望個數 | 3.82 | 5.22 | 3.69 | 1.84 | 0.51 | | |
| | | % | 1.67 | 8.54 | 8.62 | 3.45 | 0.00 | | |
| | 普通 | 個數 | 17 | 24 | 17 | 6 | 3 | | |
| | | 期望個數 | 18.02 | 24.63 | 17.42 | 8.71 | 2.40 | | |
| | | % | 28.33 | 29.27 | 29.31 | 20.69 | 37.50 | | |
| | 滿意 | 個數 | 42 | 51 | 36 | 22 | 5 | | |
| | | 期望個數 | 38.16 | 52.16 | 36.89 | 18.45 | 5.09 | | |
| | | % | 70.00 | 62.20 | 62.07 | 75.86 | 62.50 | | |
| 銀行 備 有 良 好 的 停 車 場 地 | 不滿意 | 個數 | 17 | 28 | 28 | 13 | 6 | 36.414 | 0.003** |
| | | 期望個數 | 23.11 | 31.58 | 22.34 | 11.17 | 3.08 | | |
| | | % | 28.33 | 34.15 | 48.28 | 44.83 | 75.00 | | |
| | 普通 | 個數 | 25 | 34 | 19 | 13 | 2 | | |
| | | 期望個數 | 23.53 | 32.16 | 22.75 | 11.37 | 3.14 | | |
| | | % | 41.67 | 41.46 | 32.76 | 44.83 | 25.00 | | |
| | 滿意 | 個數 | 18 | 20 | 11 | 3 | 0 | | |
| | | 期望個數 | 13.36 | 18.25 | 12.91 | 6.46 | 1.78 | | |
| | | % | 30.00 | 24.39 | 18.97 | 10.34 | 0.00 | | |

表 4.31 月薪與服務品質問項之交叉表(續)

| 問項 | 填答 | 項目 | 18萬以下 | 18-36萬 | 36-54萬 | 54-72萬 | 72萬以上 | 卡方值 | P 值 |
|----------------|-----|------|-------|--------|--------|--------|-------|--------|---------|
| 銀行設置的地點交通便利 | 不滿意 | 個數 | 7 | 9 | 5 | 4 | 0 | 25.638 | 0.050* |
| | | 期望個數 | 7.63 | 10.43 | 7.38 | 3.69 | 1.02 | | |
| | | % | 11.67 | 10.98 | 8.62 | 13.79 | 0.00 | | |
| | 普通 | 個數 | 19 | 32 | 25 | 8 | 2 | | |
| | | 期望個數 | 20.35 | 27.82 | 19.67 | 9.84 | 2.71 | | |
| | | % | 31.67 | 39.02 | 43.10 | 27.59 | 25.00 | | |
| | 滿意 | 個數 | 34 | 41 | 28 | 17 | 6 | | |
| | | 期望個數 | 32.01 | 43.75 | 30.95 | 15.47 | 4.27 | | |
| | | % | 56.67 | 50.00 | 48.28 | 58.62 | 75.00 | | |
| 銀行擁有嚴密的保全警衛系統 | 不滿意 | 個數 | 3 | 9 | 0 | 0 | 0 | 40.003 | 0.001** |
| | | 期望個數 | 3.82 | 5.22 | 3.69 | 1.84 | 0.51 | | |
| | | % | 5.00 | 10.98 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | | |
| | 普通 | 個數 | 18 | 26 | 23 | 12 | 3 | | |
| | | 期望個數 | 21.84 | 29.84 | 21.11 | 10.55 | 2.91 | | |
| | | % | 30.00 | 31.71 | 39.66 | 41.38 | 37.50 | | |
| | 滿意 | 個數 | 39 | 47 | 35 | 17 | 5 | | |
| | | 期望個數 | 34.35 | 46.94 | 33.20 | 16.60 | 4.58 | | |
| | | % | 65.00 | 57.32 | 60.34 | 58.62 | 62.50 | | |
| 自動櫃款機通常設置在適當場所 | 不滿意 | 個數 | 1 | 11 | 2 | 0 | 1 | 28.098 | 0.031* |
| | | 期望個數 | 4.24 | 5.80 | 4.10 | 2.05 | 0.57 | | |
| | | % | 1.67 | 13.41 | 3.45 | 0.00 | 12.50 | | |
| | 普通 | 個數 | 19 | 26 | 24 | 12 | 3 | | |
| | | 期望個數 | 23.11 | 31.58 | 22.34 | 11.17 | 3.08 | | |
| | | % | 31.67 | 31.71 | 41.38 | 41.38 | 37.50 | | |
| | 滿意 | 個數 | 40 | 45 | 32 | 17 | 4 | | |
| | | 期望個數 | 32.65 | 44.62 | 31.56 | 15.78 | 4.35 | | |
| | | % | 66.67 | 54.88 | 55.17 | 58.62 | 50.00 | | |
| 總和 | 個數 | 60 | 82 | 58 | 29 | 8 | | | |

註：*表P值<0.05達顯著水準 **表P值<0.01達非常顯著水準

資料來源：本研究整理

在往來年資方面，由表4.32顯示，在中國信託服務品質保證性、有形性構面，以往來年資3年以上者之平均數最高（3.79、3.88），反應性、可靠性構面以往來年資半年以上者之平均數最高（3.78、3.46），便利性構面，以往來年資3年以上者之平均數最高（3.71）；在中國信託服務品質保證性構面，不同月薪受訪者認同度之差異達非常顯著水準（0.015）。

表4.32 往來年資與服務品質構面之差異分析表

| 構面 | 往來年資 | 平均數 | 標準差 | F 值 | P 值 |
|-----|------------|------|------|-------|--------|
| 保證性 | 半年以下 | 3.66 | 0.83 | 2.540 | 0.015* |
| | 半年至 1 年 | 3.64 | 0.75 | | |
| | 1 年以上至 2 年 | 3.61 | 0.89 | | |
| | 2 年以上至 3 年 | 3.74 | 0.75 | | |
| | 3 年以上 | 3.79 | 0.77 | | |
| | 總和 | 3.66 | 0.81 | | |
| 有形性 | 半年以下 | 3.73 | 0.79 | 1.669 | 0.117 |
| | 半年至 1 年 | 3.68 | 0.77 | | |
| | 1 年以上至 2 年 | 3.74 | 0.79 | | |
| | 2 年以上至 3 年 | 3.79 | 0.68 | | |
| | 3 年以上 | 3.88 | 0.78 | | |
| | 總和 | 3.75 | 0.78 | | |
| 反應性 | 半年以下 | 3.78 | 0.76 | 1.087 | 0.372 |
| | 半年至 1 年 | 3.67 | 0.78 | | |
| | 1 年以上至 2 年 | 3.56 | 0.96 | | |
| | 2 年以上至 3 年 | 3.76 | 0.66 | | |
| | 3 年以上 | 3.70 | 0.80 | | |
| | 總和 | 3.66 | 0.82 | | |
| 可靠性 | 半年以下 | 3.46 | 0.96 | 0.631 | 0.730 |
| | 半年至 1 年 | 3.38 | 0.83 | | |
| | 1 年以上至 2 年 | 3.22 | 0.99 | | |
| | 2 年以上至 3 年 | 3.36 | 0.81 | | |
| | 3 年以上 | 3.36 | 0.92 | | |
| | 總和 | 3.34 | 0.92 | | |
| 便利性 | 半年以下 | 3.63 | 0.80 | 0.926 | 0.487 |
| | 半年至 1 年 | 3.64 | 0.76 | | |
| | 1 年以上至 2 年 | 3.51 | 0.89 | | |
| | 2 年以上至 3 年 | 3.68 | 0.72 | | |
| | 3 年以上 | 3.71 | 0.84 | | |
| | 總和 | 3.61 | 0.82 | | |

註：*表P值<0.05達顯著水準

資料來源：本研究整理

由表4.33顯示，不同往來年資受訪者在「銀行熱心參與公益活動」、「銀行具有良好聲譽及知名度」、「銀行擁有良好企業識別標章」、「銀行整體動線規劃良好」、「行員服裝儀容整齊清潔」、「服務台都有服

務人員可進行詢問」、「行員能針對不同需求提供適當諮詢服務」、「銀行自動化設備操作簡單」、「行員能夠正確記錄交易內容」問項差異達顯著或非常顯著水準。

表 4.33 往來年資與服務品質問項之差異表

| 構面 | 題目內容 | P 值 |
|-----|------------------------|---------|
| 保證性 | 26.銀行熱心參與公益活動 | 0.039* |
| | 16.銀行過去沒有舞弊情事發生 | 0.961 |
| | 06.行員具足夠專業知識能立即處理客戶問題 | 0.109 |
| | 01.行員禮貌及親和力良好 | 0.084 |
| | 03.行員提供新產品及新資訊 | 0.458 |
| | 33.銀行具有良好聲譽及知名度 | 0.003** |
| | 29.銀行擁有良好企業識別標章 | 0.007** |
| 有形性 | 22.銀行內部設備完善且現代化 | 0.188 |
| | 20.銀行設立的自動化銀行服務使用感到滿意 | 0.833 |
| | 24.銀行內部陳設感到舒適輕鬆 | 0.135 |
| | 23.銀行整體動線規劃良好 | 0.002** |
| | 28.行員服裝儀容整齊清潔 | 0.016* |
| | 11.服務台都有服務人員可進行詢問 | 0.018* |
| | 21.瞭解且放心使用銀行服務通路 | 0.976 |
| 反應性 | 02.行員會主動詢問並滿足客戶需求 | 0.452 |
| | 07.行員能針對不同需求提供適當諮詢服務 | 0.021* |
| | 10.行員會安撫客戶不滿情緒並提供滿意的解決 | 0.547 |
| | 09.行員能夠迅速且妥善處理客戶抱怨問題 | 0.530 |
| | 12.銀行有提供通暢的申訴管道 | 0.605 |
| 便利性 | 18.銀行備有良好停車場地 | 0.097 |
| | 19.銀行設置分行據點足夠 | 0.836 |
| | 25.銀行自動化設備操作簡單 | 0.005** |
| | 17.銀行設置地點交通便利 | 0.499 |
| | 04.接受服務等候時間不長 | 0.263 |
| 可靠性 | 14.銀行注重客戶隱私權及客戶資料保密 | 0.949 |
| | 08.行員告知正確服務內容 | 0.566 |
| | 13.銀行擁有嚴密保全警衛系統 | 0.330 |
| | 15.自動櫃員提款機通常設置在適當安全的場所 | 0.234 |
| | 05.行員能夠正確記錄交易內容 | 0.027* |

註：*表P值<0.05達顯著水準 **表P值<0.01達非常顯著水準
資料來源：本研究整理

由表 4.34 顯示，在「銀行熱心參與公益活動」、「銀行具有良好聲

譽及知名度」、「銀行擁有良好企業識別標章」、「銀行整體動線規劃良好」、「行員服裝儀容整齊清潔」、「銀行自動化設備操作簡單」問項，以往來年資3年以上受訪者之平均數最高(3.85、4.06、4.24、3.85、4.18、4.07)，滿意程度為普通接近滿意或滿意以上，以半年至1年、1年以上至2年、半年以下者之平均數最低(3.49、3.69、3.94、3.67、3.90、3.69)，滿意程度均為普通以上，而差異達顯著或非常顯著水準(0.039、0.003、0.007、0.002、0.016、0.005)；在「服務台都有服務人員可進行詢問」、「行員能夠正確記錄交易內容」問項，以往來年資2年以上至3年受訪者之平均數最高(4.03、4.06)，滿意程度為滿意以上，以半年至1年、1年以上至2年者之平均數最低(3.67、3.71)，滿意程度均為普通以上，而差異達顯著水準(0.018、0.027)；在「行員能針對不同需求提供適當諮詢服務」問項，以往來年資半年以下受訪者之平均數最高(3.92)，滿意程度為普通接近滿意、以1年以上至2年者之平均數最低(3.55)，滿意程度為普通以上，而差異達顯著水準(0.021)。再以 Scheffe 多重比較發現，往來年資3年以上者相對於半年以下、半年至1年者對「銀行具有良好的聲譽及知名度」、「銀行擁有良好的企業識別標章」有極高的認同度；往來年資2年以上至3年者相對於半年以下者對「銀行整體的動線規劃良好」有極高的認同度。

表 4.34 往來年資與服務品質問項之差異分析表

| 問項 | 往來年資 | 平均數 | P 值 | Scheffe |
|------------------|-----------|------|---------|---------|
| 26.銀行熱身參與公益活動 | 1.半年以下 | 3.54 | 0.039* | |
| | 2.半年至1年 | 3.49 | | |
| | 3.1年以上至2年 | 3.64 | | |
| | 4.2年以上至3年 | 3.67 | | |
| | 5.3年以上 | 3.85 | | |
| 33.銀行具有良好的聲譽及知名度 | 1.半年以下 | 3.74 | 0.003** | 5>1,2 |
| | 2.半年至1年 | 3.84 | | |
| | 3.1年以上至2年 | 3.69 | | |
| | 4.2年以上至3年 | 3.92 | | |
| | 5.3年以上 | 4.06 | | |

表 4.34 往來年資與服務品質問項之差異分析表(續)

| 問項 | 往來年資 | 平均數 | P 值 | Scheffe |
|-----------------------|-----------|------|---------|---------|
| 29.銀行擁有良好的企業識別標章 | 1.半年以下 | 4.05 | 0.007** | 5>2 |
| | 2.半年至1年 | 3.94 | | |
| | 3.1年以上至2年 | 4.02 | | |
| | 4.2年以上至3年 | 4.06 | | |
| | 5.3年以上 | 4.24 | | |
| 23.銀行整體的動線規劃良好 | 1.半年以下 | 3.67 | 0.002** | 4>1 |
| | 2.半年至1年 | 3.47 | | |
| | 3.1年以上至2年 | 3.71 | | |
| | 4.2年以上至3年 | 3.83 | | |
| | 5.3年以上 | 3.85 | | |
| 28.行員服裝儀容整齊且清潔 | 1.半年以下 | 3.90 | 0.016* | |
| | 2.半年至1年 | 4.04 | | |
| | 3.1年以上至2年 | 4.02 | | |
| | 4.2年以上至3年 | 4.00 | | |
| | 5.3年以上 | 4.18 | | |
| 11.服務台都有服務人員可進行詢問 | 1.半年以下 | 3.79 | 0.018* | |
| | 2.半年至1年 | 3.67 | | |
| | 3.1年以上至2年 | 3.84 | | |
| | 4.2年以上至3年 | 4.03 | | |
| | 5.3年以上 | 3.93 | | |
| 07.行員能針對不同需求提供適當的諮詢服務 | 1.半年以下 | 3.92 | 0.021* | |
| | 2.半年至1年 | 3.71 | | |
| | 3.1年以上至2年 | 3.55 | | |
| | 4.2年以上至3年 | 3.75 | | |
| | 5.3年以上 | 3.85 | | |
| 25.銀行自動化的設備操作簡單、服務完整 | 1.半年以下 | 3.69 | 0.005** | |
| | 2.半年至1年 | 3.92 | | |
| | 3.1年以上至2年 | 3.72 | | |
| | 4.2年以上至3年 | 3.92 | | |
| | 5.3年以上 | 4.07 | | |
| 05.行員能夠正確紀錄交易內容 | 1.半年以下 | 3.85 | 0.027* | |
| | 2.半年至1年 | 3.82 | | |
| | 3.1年以上至2年 | 3.71 | | |
| | 4.2年以上至3年 | 4.06 | | |
| | 5.3年以上 | 3.94 | | |

註：*表P值<0.05達顯著水準 **表P值<0.01達非常顯著水準

資料來源：本研究整理

進一步以卡方檢定分析後得知，不同往來年資受訪者在「銀行熱心參與公益活動」、「銀行具有良好聲譽及知名度」、「銀行擁有良好的企業識別標章」、「銀行內部設備完善且現代化」、「銀行整體的動線規劃良好」、「行員服裝儀容整齊清潔」、「服務台都有服務人員可進行詢問」、「行員能針對不同需求提供適當諮詢服務」、「銀行備有良

好停車場地」、「銀行自動化設備操作簡單」、「接受服務等候時間不長」、「銀行擁有嚴密保全警衛系統」、「行員能夠正確記錄交易內容」問項差異達顯著、非常顯著或極顯著水準。由表4.35得知，在「銀行熱心參與公益活動」、「銀行擁有良好企業識別標章」、「銀行內部設備完善且現代化」、「行員服裝儀容整齊清潔」、「行員能夠正確記錄交易內容」上，受訪者填答比率集中於「滿意」及「普通」，其中以年資3年以上的受訪者填答「滿意」比率最高；在「銀行擁有良好的企業識別標章」、「銀行整體的動線規劃良好」、「服務台都有服務人員可進行詢問」、「銀行備有良好停車場地」、「銀行自動化設備操作簡單」、「接受服務等候時間不長」上，受訪者填答比率集中於「滿意」及「普通」，其中以年資2-3年的受訪者填答「滿意」比率最高，但「服務台都有服務人員可進行詢問」、「行員能針對不同需求提供適當諮詢服務」上，其中年資1至2年者回答「不滿意」個數亦高於期望值；在「接受服務等候時間不長」上，其中年資3年以上者回答「不滿意」個數（9）亦高於期望值（6.49）；在「行員能針對不同需求提供適當諮詢服務」，受訪者填答比率集中於「滿意」及「普通」，其中以受訪者往來年資在半年以下者填答「滿意」比率最高（74.36%）；在「銀行備有良好停車場地」上，受訪者填答比率偏向於「不滿意」及「普通」，其中除以半年以下年資受訪者填答「不滿意」比率較「滿意」比率低外，其餘年資之受訪者填答「不滿意」比率較「滿意」比率高，其中年資3年以上者回答「不滿意」個數（34）比率最高，亦高於期望值（50.00%）；綜合以上所述，業者不可因其為老客戶而鬆懈服務態度外，對各階層之顧客，都應提供相同高水準之服務，使所有顧客都覺得同樣受重視。

表 4.35 往來年資與服務品質問項之交叉表

| 問項 | 填答 | 項目 | 半年以下 | 半至1年 | 1至2年 | 2至3年 | 3年以上 | 卡方值 | P 值 |
|-----------------|-----|------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|----------|
| 銀行熱心參與公益活動 | 不滿意 | 個數 | 2 | 3 | 4 | 1 | 1 | 29.855 | 0.008** |
| | | 期望個數 | 2.20 | 2.88 | 3.28 | 2.04 | 3.84 | | |
| | | % | 5.13 | 5.88 | 6.90 | 2.78 | 1.47 | | |
| | 普通 | 個數 | 20 | 21 | 22 | 15 | 21 | | |
| | | 期望個數 | 15.43 | 20.18 | 22.95 | 14.25 | 26.91 | | |
| | | % | 51.28 | 41.18 | 37.93 | 41.67 | 30.88 | | |
| | 滿意 | 個數 | 17 | 27 | 32 | 20 | 46 | | |
| | | 期望個數 | 21.36 | 27.93 | 31.77 | 19.72 | 37.24 | | |
| | | % | 43.59 | 52.94 | 55.17 | 55.56 | 67.65 | | |
| 銀行具有好聲及名譽良好的聲知度 | 不滿意 | 個數 | 2 | 0 | 4 | 1 | 1 | 28.756 | 0.011* |
| | | 期望個數 | 1.24 | 1.62 | 1.84 | 1.14 | 2.16 | | |
| | | % | 5.13 | 0.00 | 6.90 | 2.78 | 1.47 | | |
| | 普通 | 個數 | 14 | 16 | 17 | 7 | 11 | | |
| | | 期望個數 | 11.02 | 14.42 | 16.40 | 10.18 | 19.22 | | |
| | | % | 35.90 | 31.37 | 29.31 | 19.44 | 16.18 | | |
| | 滿意 | 個數 | 23 | 35 | 37 | 28 | 56 | | |
| | | 期望個數 | 26.73 | 34.96 | 39.76 | 24.68 | 46.61 | | |
| | | % | 58.97 | 68.63 | 63.79 | 77.78 | 82.35 | | |
| 銀行有好企識標章 | 不滿意 | 個數 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 45.975 | 0.000*** |
| | | 期望個數 | 0.69 | 0.90 | 1.02 | 0.64 | 1.20 | | |
| | | % | 0.00 | 1.96 | 0.00 | 0.00 | 1.47 | | |
| | 普通 | 個數 | 9 | 15 | 17 | 5 | 10 | | |
| | | 期望個數 | 9.23 | 12.07 | 13.73 | 8.52 | 16.10 | | |
| | | % | 23.08 | 29.41 | 29.31 | 13.89 | 14.71 | | |
| | 滿意 | 個數 | 30 | 35 | 41 | 31 | 57 | | |
| | | 期望個數 | 29.08 | 38.02 | 43.24 | 26.84 | 50.70 | | |
| | | % | 76.92 | 68.63 | 70.69 | 86.11 | 83.82 | | |
| 銀行內的備善且現代化 | 不滿意 | 個數 | 0 | 0 | 0 | 1 | 2 | 28.381 | 0.013* |
| | | 期望個數 | 0.55 | 0.72 | 0.82 | 0.51 | 0.96 | | |
| | | % | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 2.78 | 2.94 | | |
| | 普通 | 個數 | 13 | 23 | 21 | 7 | 12 | | |
| | | 期望個數 | 12.68 | 16.58 | 18.86 | 11.70 | 22.11 | | |
| | | % | 33.33 | 45.10 | 36.21 | 19.44 | 17.65 | | |
| | 滿意 | 個數 | 26 | 28 | 37 | 28 | 54 | | |
| | | 期望個數 | 25.77 | 33.70 | 38.33 | 23.79 | 44.93 | | |
| | | % | 66.67 | 54.90 | 63.79 | 77.78 | 79.41 | | |
| 銀行體動線劃良好 | 不滿意 | 個數 | 1 | 3 | 0 | 0 | 1 | 24.730 | 0.002** |
| | | 期望個數 | 0.83 | 1.08 | 1.23 | 0.76 | 1.44 | | |
| | | % | 2.56 | 5.88 | 0.00 | 0.00 | 1.47 | | |
| | 普通 | 個數 | 15 | 23 | 23 | 10 | 19 | | |
| | | 期望個數 | 14.19 | 18.56 | 21.11 | 13.10 | 24.75 | | |
| | | % | 38.46 | 45.10 | 39.66 | 27.78 | 27.94 | | |
| | 滿意 | 個數 | 23 | 25 | 35 | 26 | 48 | | |
| | | 期望個數 | 23.98 | 31.36 | 35.66 | 22.13 | 41.81 | | |
| | | % | 58.97 | 49.02 | 60.34 | 72.22 | 70.59 | | |
| 行員裝容齊潔 | 不滿意 | 個數 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 24.328 | 0.042* |
| | | 期望個數 | 0.14 | 0.18 | 0.20 | 0.13 | 0.24 | | |
| | | % | 2.56 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | | |
| | 普通 | 個數 | 12 | 8 | 11 | 6 | 10 | | |
| | | 期望個數 | 7.86 | 10.27 | 11.68 | 7.25 | 13.70 | | |
| | | % | 30.77 | 15.69 | 18.97 | 16.67 | 14.71 | | |
| | 滿意 | 個數 | 26 | 43 | 47 | 30 | 58 | | |
| | | 期望個數 | 31.01 | 40.55 | 46.11 | 28.62 | 54.06 | | |
| | | % | 66.67 | 84.31 | 81.03 | 83.33 | 85.29 | | |

表 4.35 往來年資與服務品質問項之交叉表(續)

| 問項 | 填答 | 項目 | 半年以下 | 半至1年 | 1至2年 | 2至3年 | 3年以上 | 卡方值 | P 值 |
|------------------------|-----|------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|----------|
| 服務都服人可行問 台有務員進詢 | 不滿意 | 個數 | 0 | 4 | 6 | 0 | 1 | 46.086 | 0.000*** |
| | | 期望個數 | 1.79 | 2.34 | 2.66 | 1.65 | 3.12 | | |
| | | % | 0.00 | 7.84 | 10.34 | 0.00 | 1.47 | | |
| | 普通 | 個數 | 15 | 16 | 10 | 5 | 18 | | |
| | | 期望個數 | 11.16 | 14.60 | 16.60 | 10.30 | 19.46 | | |
| | | % | 38.46 | 31.37 | 17.24 | 13.89 | 26.47 | | |
| | 滿意 | 個數 | 24 | 31 | 42 | 31 | 49 | | |
| | | 期望個數 | 26.05 | 34.06 | 38.73 | 24.04 | 45.41 | | |
| | | % | 61.54 | 60.78 | 72.41 | 86.11 | 72.06 | | |
| 行能對同求供當諮服 員針不需提適的詢務 | 不滿意 | 個數 | 0 | 1 | 6 | 0 | 3 | 30.851 | 0.006** |
| | | 期望個數 | 1.65 | 2.16 | 2.46 | 1.53 | 2.88 | | |
| | | % | 0.00 | 1.96 | 10.34 | 0.00 | 4.41 | | |
| | 普通 | 個數 | 10 | 19 | 22 | 13 | 18 | | |
| | | 期望個數 | 13.37 | 17.48 | 19.88 | 12.34 | 23.31 | | |
| | | % | 25.64 | 37.25 | 37.93 | 36.11 | 26.47 | | |
| | 滿意 | 個數 | 29 | 31 | 30 | 23 | 47 | | |
| | | 期望個數 | 23.98 | 31.36 | 35.66 | 22.13 | 41.81 | | |
| | | % | 74.36 | 60.78 | 51.72 | 63.89 | 69.12 | | |
| 銀行有好停場 備良的車地 | 不滿意 | 個數 | 10 | 17 | 28 | 13 | 34 | 24.386 | 0.041* |
| | | 期望個數 | 15.02 | 19.64 | 22.34 | 13.87 | 26.19 | | |
| | | % | 25.64 | 33.33 | 48.28 | 36.11 | 50.00 | | |
| | 普通 | 個數 | 16 | 23 | 20 | 18 | 20 | | |
| | | 期望個數 | 15.30 | 20.00 | 22.75 | 14.12 | 26.67 | | |
| | | % | 41.03 | 45.10 | 34.48 | 50.00 | 29.41 | | |
| | 滿意 | 個數 | 13 | 11 | 10 | 5 | 14 | | |
| | | 期望個數 | 8.68 | 11.35 | 12.91 | 8.01 | 15.14 | | |
| | | % | 33.33 | 21.57 | 17.24 | 13.89 | 20.59 | | |
| 銀行動的備作單務服完 自化設操簡服完 | 不滿意 | 個數 | 2 | 1 | 2 | 1 | 0 | 27.281 | 0.018* |
| | | 期望個數 | 1.24 | 1.62 | 1.84 | 1.14 | 2.16 | | |
| | | % | 5.13 | 1.96 | 3.45 | 2.78 | 0.00 | | |
| | 普通 | 個數 | 15 | 13 | 21 | 7 | 16 | | |
| | | 期望個數 | 11.71 | 15.32 | 17.42 | 10.81 | 20.42 | | |
| | | % | 38.46 | 25.49 | 36.21 | 19.44 | 23.53 | | |
| | 滿意 | 個數 | 22 | 37 | 35 | 28 | 52 | | |
| | | 期望個數 | 26.05 | 34.06 | 38.73 | 24.04 | 45.41 | | |
| | | % | 56.41 | 72.55 | 60.34 | 77.78 | 76.47 | | |
| 接受服務候時間不 長 | 不滿意 | 個數 | 2 | 4 | 8 | 1 | 9 | 25.135 | 0.033* |
| | | 期望個數 | 3.72 | 4.87 | 5.53 | 3.43 | 6.49 | | |
| | | % | 5.13 | 7.84 | 13.79 | 2.78 | 13.24 | | |
| | 普通 | 個數 | 14 | 25 | 24 | 18 | 29 | | |
| | | 期望個數 | 17.64 | 23.07 | 26.23 | 16.28 | 30.76 | | |
| | | % | 35.90 | 49.02 | 41.38 | 50.00 | 42.65 | | |
| | 滿意 | 個數 | 23 | 22 | 26 | 17 | 30 | | |
| | | 期望個數 | 17.64 | 23.07 | 26.23 | 16.28 | 30.76 | | |
| | | % | 58.97 | 43.14 | 44.83 | 47.22 | 44.12 | | |

表 4.35 往來年資與服務品質問項之交叉表(續)

| 問項 | 填答 | 項目 | 半年以下 | 半至1年 | 1至2年 | 2至3年 | 3年以上 | 卡方值 | P 值 |
|---------------|-----|------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|
| 自動櫃員機設在適且安全場所 | 不滿意 | 個數 | 3 | 2 | 5 | 3 | 5 | 23.302 | 0.050* |
| | | 期望個數 | 2.76 | 3.60 | 4.10 | 2.54 | 4.81 | | |
| | | % | 7.69 | 3.92 | 8.62 | 8.33 | 7.35 | | |
| | 普通 | 個數 | 11 | 17 | 25 | 16 | 22 | | |
| | | 期望個數 | 15.02 | 19.64 | 22.34 | 13.87 | 26.19 | | |
| | | % | 28.21 | 33.33 | 43.10 | 44.44 | 32.35 | | |
| | 滿意 | 個數 | 25 | 32 | 28 | 17 | 41 | | |
| | | 期望個數 | 21.22 | 27.75 | 31.56 | 19.59 | 37.00 | | |
| | | % | 64.10 | 62.75 | 48.28 | 47.22 | 60.29 | | |
| 行員能夠正確記錄交易內容 | 不滿意 | 個數 | 1 | 0 | 4 | 0 | 2 | 23.714 | 0.050* |
| | | 期望個數 | 1.24 | 1.62 | 1.84 | 1.14 | 2.16 | | |
| | | % | 2.56 | 0.00 | 6.90 | 0.00 | 2.94 | | |
| | 普通 | 個數 | 10 | 14 | 14 | 3 | 12 | | |
| | | 期望個數 | 9.23 | 12.07 | 13.73 | 8.52 | 16.10 | | |
| | | % | 25.64 | 27.45 | 24.14 | 8.33 | 17.65 | | |
| | 滿意 | 個數 | 28 | 37 | 40 | 33 | 54 | | |
| | | 期望個數 | 28.53 | 37.30 | 42.42 | 26.33 | 49.74 | | |
| | | % | 71.79 | 72.55 | 68.97 | 91.67 | 79.41 | | |
| 總和 | 個數 | 39 | 51 | 58 | 36 | 68 | | | |

註：*表P值<0.05達顯著水準 **表P值<0.01達非常顯著水準 ***表P值<0.001達極顯著水準
資料來源：本研究整理

由表4.36顯示，在中國信託服務品質各構面之平均數均為以中國信託為主要往來銀行顧客高於不是以中國信託為其主要往來銀行之顧客，並在認同度上，除便利性構面差異未達顯著水準（P=0.085）外，其餘在可靠性構面之差異達顯著水準（0.013），在反應性構面之差異達非常顯著水準（0.001），在保證性與有形性二構面之差異達極顯著水準（0.000）。

表 4.36 主要往來銀行與服務品質構面之差異分析表

| 構面 | 主要往來銀行 | 平均數 | 標準差 | T 值 | P 值 |
|-----|--------|------|------|-------|----------|
| 保證性 | 是 | 3.83 | 0.83 | 0.459 | 0.000*** |
| | 否 | 3.57 | 0.80 | | |
| 有形性 | 是 | 3.89 | 0.78 | 0.545 | 0.000*** |
| | 否 | 3.64 | 0.75 | | |

表 4.36 主要往來銀行與服務品質構面之差異分析表(續)

| 構面 | 主要往來銀行 | 平均數 | 標準差 | T 值 | P 值 |
|-----|--------|------|------|-------|---------|
| 反應性 | 是 | 3.77 | 0.82 | 0.638 | 0.001** |
| | 否 | 3.50 | 0.76 | | |
| 便利性 | 是 | 3.41 | 0.96 | 0.401 | 0.085 |
| | 否 | 3.28 | 0.88 | | |
| 可靠性 | 是 | 3.71 | 0.84 | 0.498 | 0.013* |
| | 否 | 3.53 | 0.79 | | |

註：*表P值<0.05達顯著水準 **表P值<0.01達非常顯著水準 ***表P值<0.001達極顯著水準
資料來源：本研究整理

表4.37顯示，以中國信託為其主要銀行之受訪者在「行員具足夠專業知識能立即且迅速處理客戶問題」、「行員禮貌及親和力良好」、「行員提供新產品及新資訊」、「銀行具有良好聲譽及知名度」、「銀行擁有良好企業識別標章」、「銀行內部設備完善且現代化」、「銀行內部陳設感到舒適輕鬆」、「行員服裝儀容整齊清潔」、「服務台都有服務人員可進行詢問」、「瞭解且放心使用銀行服務通路」、「行員會主動詢問並滿足客戶需求」、「行員能針對不同需求提供適當諮詢服務」、「行員能夠迅速且妥善處理客戶抱怨問題」、「銀行自動化設備操作簡單」、「行員告知正確服務內容」、「行員能夠正確記錄交易內容」問項都較滿意，而滿意程度與非以中國信託為主要往來銀行受訪者之差異達顯著、非常顯著或極顯著水準。

表 4.37 主要往來銀行與服務品質問項之差異分析

| 構面 | 問項 | 是 | | 否 | | P 值 |
|-----|--------------------------|------|------|------|------|--------|
| | | 平均數 | 標準差 | 平均數 | 標準差 | |
| 保證性 | 26.銀行熱心參與公益活動 | 3.67 | 0.80 | 3.57 | 0.77 | 0.269 |
| | 16.銀行過去沒有舞弊情事發生 | 3.38 | 1.00 | 3.19 | 0.82 | 0.084 |
| | 06.行員具足夠專業知識能立即且迅速處理客戶問題 | 3.92 | 0.84 | 3.68 | 0.80 | 0.015* |

表 4.37 主要往來銀行與服務品質問項之差異分析(續)

| 構面 | 問項 | 是 | | 否 | | P 值 |
|-----|--------------------------|------|------|------|------|----------|
| | | 平均數 | 標準差 | 平均數 | 標準差 | |
| | 01.行員禮貌及親和力良好 | 4.02 | 0.72 | 3.66 | 0.76 | 0.000*** |
| 保證性 | 03.行員提供新產品新資訊 | 3.59 | 0.87 | 3.31 | 0.83 | 0.006** |
| | 33.銀行具有良好聲譽及知名度 | 4.00 | 0.83 | 3.70 | 0.79 | 0.002** |
| | 29.銀行有良好企業識別標章 | 4.24 | 0.74 | 3.85 | 0.81 | 0.000*** |
| 有形性 | 22.銀行內部設備完善現代化 | 3.95 | 0.73 | 3.68 | 0.73 | 0.002** |
| | 20.銀行設立的自動化銀行服務使用感到滿意 | 3.87 | 0.85 | 3.63 | 0.83 | 0.019 |
| | 24.銀行內部陳設感到舒適輕鬆 | 3.94 | 0.73 | 3.66 | 0.74 | 0.002** |
| 有形性 | 23.銀行整體動線規劃良好 | 3.78 | 0.65 | 3.63 | 0.70 | 0.068 |
| | 28.行員服裝儀容整齊清潔 | 4.17 | 0.64 | 3.90 | 0.67 | 0.001** |
| | 11.服務台都有服務人員可進行詢問 | 3.95 | 0.87 | 3.66 | 0.77 | 0.004** |
| | 21.瞭解且放心使用銀行服務通路 | 3.54 | 0.98 | 3.29 | 0.84 | 0.023* |
| 反應性 | 02.行員會主動詢問並滿足客戶需求 | 3.94 | 0.80 | 3.54 | 0.83 | 0.000*** |
| | 07.行員能針對不同需求提供適當諮詢服務 | 3.91 | 0.85 | 3.57 | 0.71 | 0.000*** |
| | 10.行員會儘量安撫客戶不滿情緒並提供滿意的解決 | 3.67 | 0.80 | 3.49 | 0.76 | 0.052 |
| | 09.行員能夠迅速且妥善處理客戶抱怨問題 | 3.72 | 0.81 | 3.51 | 0.70 | 0.021* |
| | 12.銀行有提供通暢的申訴管道 | 3.63 | 0.86 | 3.42 | 0.80 | 0.078 |
| 便利性 | 18.銀行備有良好停車場地 | 2.68 | 1.07 | 2.81 | 1.01 | 0.284 |
| | 19.銀行設置分行據點足夠 | 3.19 | 1.04 | 3.17 | 0.90 | 0.864 |
| | 25.銀行自動化設備操作簡單 | 4.03 | 0.73 | 3.66 | 0.79 | 0.000*** |
| | 17.銀行設置地點交通便利 | 3.62 | 1.04 | 3.41 | 0.95 | 0.084 |
| | 04.接受服務等候時間不長 | 3.52 | 0.90 | 3.35 | 0.75 | 0.089 |
| 可靠性 | 14.銀行注重客戶隱私權及客戶資料保密 | 3.34 | 1.02 | 3.30 | 0.92 | 0.725 |
| | 08.行員告知正確服務內容 | 3.92 | 0.84 | 3.61 | 0.73 | 0.001** |
| | 13.銀行擁有嚴密保全警衛系統 | 3.68 | 0.82 | 3.56 | 0.81 | 0.224 |
| 可靠性 | 15.自動櫃員提款機通常設置在適當且安全的場所 | 3.66 | 0.81 | 3.48 | 0.82 | 0.078 |
| | 05.行員能夠正確記錄交易內容 | 3.95 | 0.74 | 3.72 | 0.69 | 0.006** |

註：*表P值<0.05達顯著水準 **表P值<0.01達非常顯著水準 ***表P值<0.001達極顯著水準
資料來源：本研究整理

進一步以卡方檢定分析後得知，受訪者之主要往來銀行不同在「銀行過去沒有舞弊的情事發生」、「行員有足夠專業知識能立即處理客戶問題」、「行員俱有禮貌及親和力」、「銀行具有良好聲譽及知名度」、「銀行擁有良好的企業識別標章」、「銀行內部設備完善且現代化」、「銀行內部陳設感到舒適輕鬆」、「行員服裝儀容整齊清潔」、「瞭解且放心使用銀行提供服務通路」、「行員會主動詢問並滿足客戶需求」、「行員能針對不同需求提供適當的諮詢服務」、「行員會安撫客戶的不滿並提供滿意的解決」、「行員能迅速處理客戶抱怨問題」、「銀行備有良好停車場地」、「銀行自動化設備操作簡單」、「行員能夠正確記錄交易內容」問項之差異達顯著、非常顯著或極顯著水準。由表4.38得知，受訪者在上列各問項填答比率集中於「滿意」及「普通」，其中以中國信託為主力銀行之受訪者填答「滿意」比率較高；但在「銀行備有良好停車場地」問項，以中國信託為主力銀行之受訪者填答「不滿意」比率較高（45.31%）；由以上可知，以中國信託為主要往來銀行的受訪者，會對銀行不論在硬體設施或人員服務態度等各方面，有較高要求標準外，相對也對銀行釋出的善意與改進措施，比較容易感受到並感到滿意；故業者除了繼續保持對主要客戶應有的各種服務外，對不是以中國信託為主要往來銀行的顧客，更應特別針對各項缺失加強服務與改進，使其能感受到業者的用心，進而改變關係，使中國信託成為其主要往來銀行。

表 4.38 主要往來銀行與服務品質問項之交叉表

| 問項 | 填答 | 項目 | 是 | 否 | 總和 | 卡方值 | P 值 |
|---------------|-----|------|-------|-------|--------|--------|---------|
| 銀行過去沒有舞弊的情事發生 | 不滿意 | 個數 | 22 | 24 | 46 | 10.159 | 0.006** |
| | | 期望個數 | 20.81 | 25.19 | 46.00 | | |
| | | % | 17.19 | 15.48 | 16.25 | | |
| | 普通 | 個數 | 42 | 79 | 121 | | |
| | | 期望個數 | 54.73 | 66.27 | 121.00 | | |
| | | % | 32.81 | 50.97 | 42.76 | | |
| | 滿意 | 個數 | 64 | 52 | 116 | | |
| | | 期望個數 | 52.47 | 63.53 | 116.00 | | |
| | | % | 50.00 | 33.55 | 40.99 | | |

表 4.38 主要往來銀行與服務品質問項之交叉表(續)

| 問項 | 填答 | 項目 | 是 | 否 | 總和 | 卡方值 | P 值 |
|---------------|-----|------|-------|--------|--------|--------|----------|
| 行員足專知處客理戶題 | 不滿意 | 個數 | 7 | 10 | 17 | 6.823 | 0.033* |
| | | 期望個數 | 7.69 | 9.31 | 17.00 | | |
| | | % | 5.47 | 6.45 | 6.01 | | |
| | 普通 | 個數 | 23 | 48 | 71 | | |
| | | 期望個數 | 32.11 | 38.89 | 71.00 | | |
| | | % | 17.97 | 30.97 | 25.09 | | |
| | 滿意 | 個數 | 98 | 97 | 195 | | |
| | | 期望個數 | 88.20 | 106.80 | 195.00 | | |
| | | % | 76.56 | 62.58 | 68.90 | | |
| 行員有禮貌及親和力 | 不滿意 | 個數 | 3 | 6 | 9 | 14.291 | 0.001** |
| | | 期望個數 | 4.07 | 4.93 | 9.00 | | |
| | | % | 2.34 | 3.87 | 3.18 | | |
| | 普通 | 個數 | 19 | 52 | 71 | | |
| | | 期望個數 | 32.11 | 38.89 | 71.00 | | |
| | | % | 14.84 | 33.55 | 25.09 | | |
| | 滿意 | 個數 | 106 | 97 | 203 | | |
| | | 期望個數 | 91.82 | 111.18 | 203.00 | | |
| | | % | 82.81 | 62.58 | 71.73 | | |
| 銀行具有好聲及名譽知名度 | 不滿意 | 個數 | 4 | 5 | 9 | 12.428 | 0.002** |
| | | 期望個數 | 4.07 | 4.93 | 9.00 | | |
| | | % | 3.13 | 3.23 | 3.18 | | |
| | 普通 | 個數 | 23 | 57 | 80 | | |
| | | 期望個數 | 36.18 | 43.82 | 80.00 | | |
| | | % | 17.97 | 36.77 | 28.27 | | |
| | 滿意 | 個數 | 101 | 93 | 194 | | |
| | | 期望個數 | 87.75 | 106.25 | 194.00 | | |
| | | % | 78.91 | 60.00 | 68.55 | | |
| 銀行良好的業別標章 | 不滿意 | 個數 | 1 | 4 | 5 | 16.007 | 0.000*** |
| | | 期望個數 | 2.26 | 2.74 | 5.00 | | |
| | | % | 0.78 | 2.58 | 1.77 | | |
| | 普通 | 個數 | 17 | 50 | 67 | | |
| | | 期望個數 | 30.30 | 36.70 | 67.00 | | |
| | | % | 13.28 | 32.26 | 23.67 | | |
| | 滿意 | 個數 | 110 | 101 | 211 | | |
| | | 期望個數 | 95.43 | 115.57 | 211.00 | | |
| | | % | 85.94 | 65.16 | 74.56 | | |
| 銀行內的設備完善且具現代化 | 不滿意 | 個數 | 1 | 3 | 4 | 8.417 | 0.015* |
| | | 期望個數 | 1.81 | 2.19 | 4.00 | | |
| | | % | 0.78 | 1.94 | 1.41 | | |
| | 普通 | 個數 | 31 | 61 | 92 | | |
| | | 期望個數 | 41.61 | 50.39 | 92.00 | | |
| | | % | 24.22 | 39.35 | 32.51 | | |
| | 滿意 | 個數 | 96 | 91 | 187 | | |
| | | 期望個數 | 84.58 | 102.42 | 187.00 | | |
| | | % | 75.00 | 58.71 | 66.08 | | |
| 對銀行內的設感到舒適輕鬆 | 不滿意 | 個數 | 2 | 6 | 8 | 7.591 | 0.022* |
| | | 期望個數 | 3.62 | 4.38 | 8.00 | | |
| | | % | 1.56 | 3.87 | 2.83 | | |
| | 普通 | 個數 | 32 | 59 | 91 | | |
| | | 期望個數 | 41.16 | 49.84 | 91.00 | | |
| | | % | 25.00 | 38.06 | 32.16 | | |
| | 滿意 | 個數 | 94 | 90 | 184 | | |
| | | 期望個數 | 83.22 | 100.78 | 184.00 | | |
| | | % | 73.44 | 58.06 | 65.02 | | |

表 4.38 主要往來銀行與服務品質問項之交叉表(續)

| 問項 | 填答 | 項目 | 是 | 否 | 總和 | 卡方值 | P 值 |
|--|-----|------|--------|--------|--------|--------|---------|
| 行員 服裝容 整齊且 清潔 | 不滿意 | 個數 | 0 | 1 | 1 | 7.816 | 0.020* |
| | | 期望個數 | 0.45 | 0.55 | 1.00 | | |
| | | % | 0.00 | 0.65 | 0.35 | | |
| | 普通 | 個數 | 17 | 40 | 57 | | |
| | | 期望個數 | 25.78 | 31.22 | 57.00 | | |
| | | % | 13.28 | 25.81 | 20.14 | | |
| | 滿意 | 個數 | 111 | 114 | 225 | | |
| | | 期望個數 | 101.77 | 123.23 | 225.00 | | |
| | | % | 86.72 | 73.55 | 79.51 | | |
| 瞭 解 且 心 使 用 銀 行 提 供 服 務 通 路 | 不滿意 | 個數 | 20 | 22 | 42 | 10.740 | 0.005** |
| | | 期望個數 | 19.00 | 23.00 | 42.00 | | |
| | | % | 15.63 | 14.19 | 14.84 | | |
| | 普通 | 個數 | 35 | 71 | 106 | | |
| | | 期望個數 | 47.94 | 58.06 | 106.00 | | |
| | | % | 27.34 | 45.81 | 37.46 | | |
| | 滿意 | 個數 | 73 | 62 | 135 | | |
| | | 期望個數 | 61.06 | 73.94 | 135.00 | | |
| | | % | 57.03 | 40.00 | 47.70 | | |
| 行 會 動 詢 並 足 滿 客 需 求 | 不滿意 | 個數 | 6 | 12 | 18 | 17.108 | 0.005** |
| | | 期望個數 | 8.14 | 9.86 | 18.00 | | |
| | | % | 4.69 | 7.74 | 6.36 | | |
| | 普通 | 個數 | 24 | 61 | 85 | | |
| | | 期望個數 | 38.45 | 46.55 | 85.00 | | |
| | | % | 18.75 | 39.35 | 30.04 | | |
| | 滿意 | 個數 | 98 | 82 | 180 | | |
| | | 期望個數 | 81.41 | 98.59 | 180.00 | | |
| | | % | 76.56 | 52.90 | 63.60 | | |
| 行 員 針 對 不 需 提 供 適 當 諮 詢 服 務 | 不滿意 | 個數 | 6 | 6 | 12 | 10.516 | 0.005** |
| | | 期望個數 | 5.43 | 6.57 | 12.00 | | |
| | | % | 4.69 | 3.87 | 4.24 | | |
| | 普通 | 個數 | 31 | 66 | 97 | | |
| | | 期望個數 | 43.87 | 53.13 | 97.00 | | |
| | | % | 24.22 | 42.58 | 34.28 | | |
| | 滿意 | 個數 | 91 | 83 | 174 | | |
| | | 期望個數 | 78.70 | 95.30 | 174.00 | | |
| | | % | 71.09 | 53.55 | 61.48 | | |
| 行 會 安 撫 客 戶 不 滿 並 提 供 滿 意 的 解 決 | 不滿意 | 個數 | 9 | 9 | 18 | 9.363 | 0.009* |
| | | 期望個數 | 8.14 | 9.86 | 18.00 | | |
| | | % | 7.03 | 5.81 | 6.36 | | |
| | 普通 | 個數 | 36 | 71 | 107 | | |
| | | 期望個數 | 48.40 | 58.60 | 107.00 | | |
| | | % | 28.13 | 45.81 | 37.81 | | |
| | 滿意 | 個數 | 83 | 75 | 158 | | |
| | | 期望個數 | 71.46 | 86.54 | 158.00 | | |
| | | % | 64.84 | 48.39 | 55.83 | | |
| 行 員 迅 速 處 理 客 戶 抱 怨 問 題 | 不滿意 | 個數 | 7 | 6 | 13 | 7.146 | 0.028* |
| | | 期望個數 | 5.88 | 7.12 | 13.00 | | |
| | | % | 5.47 | 3.87 | 4.59 | | |
| | 普通 | 個數 | 38 | 70 | 108 | | |
| | | 期望個數 | 48.85 | 59.15 | 108.00 | | |
| | | % | 29.69 | 45.16 | 38.16 | | |
| | 滿意 | 個數 | 83 | 79 | 162 | | |
| | | 期望個數 | 73.27 | 88.73 | 162.00 | | |
| | | % | 64.84 | 50.97 | 57.24 | | |

表 4.38 主要往來銀行與服務品質問項之交叉表(續)

| 問項 | 填答 | 項目 | 是 | 否 | 總和 | 卡方值 | P 值 |
|------------------|-----|------|-------|--------|--------|--------|---------|
| 銀行有良好停車場 | 不滿意 | 個數 | 58 | 51 | 109 | 5.901 | 0.050* |
| | | 期望個數 | 49.30 | 59.70 | 109.00 | | |
| | | % | 45.31 | 32.90 | 38.52 | | |
| | 普通 | 個數 | 41 | 70 | 111 | | |
| | | 期望個數 | 50.20 | 60.80 | 111.00 | | |
| | | % | 32.03 | 45.16 | 39.22 | | |
| | 滿意 | 個數 | 29 | 34 | 63 | | |
| | | 期望個數 | 28.49 | 34.51 | 63.00 | | |
| | | % | 22.66 | 21.94 | 22.26 | | |
| 銀行自動化的設備操作簡單服務完整 | 不滿意 | 個數 | 1 | 8 | 9 | 11.812 | 0.003** |
| | | 期望個數 | 4.07 | 4.93 | 9.00 | | |
| | | % | 0.78 | 5.16 | 3.18 | | |
| | 普通 | 個數 | 29 | 56 | 85 | | |
| | | 期望個數 | 38.45 | 46.55 | 85.00 | | |
| | | % | 22.66 | 36.13 | 30.04 | | |
| | 滿意 | 個數 | 98 | 91 | 189 | | |
| | | 期望個數 | 85.48 | 103.52 | 189.00 | | |
| | | % | 76.56 | 58.71 | 66.78 | | |
| 行員具備經驗會告知正確的服務內容 | 不滿意 | 個數 | 5 | 7 | 12 | 8.196 | 0.017* |
| | | 期望個數 | 5.43 | 6.57 | 12.00 | | |
| | | % | 3.91 | 4.52 | 4.24 | | |
| | 普通 | 個數 | 29 | 59 | 88 | | |
| | | 期望個數 | 39.80 | 48.20 | 88.00 | | |
| | | % | 22.66 | 38.06 | 31.10 | | |
| | 滿意 | 個數 | 94 | 89 | 183 | | |
| | | 期望個數 | 82.77 | 100.23 | 183.00 | | |
| | | % | 73.44 | 57.42 | 64.66 | | |
| 總和 | 個數 | 128 | 155 | 283 | | | |

註：*表P值<0.05達顯著水準 **表P值<0.01達非常顯著水準 ***表P值<0.00達極顯著水準
資料來源：本研究整理

表4.39、表4.40顯示，受訪者之接受服務次數，在服務品質保證性構面以一星期1次者之平均數最高(3.71)、有形性構面以一星期1次以上者之平均數最高(3.78)、反應性構面以一星期1次者之平均數最高(3.45)、便利性構面以一星期1次以上者之平均數最高(3.36)、可靠性構面以一個月1次者之平均數最高(3.78)；而在中國信託接受服務時間長短與服務品質構面之差異，均未達顯著水準。

表 4.39 服務次數與服務品質構面之差異分析

| 構面 | 次數 | 平均數 | 標準差 | F 值 | P 值 |
|-----|-----------|------|------|-------|-------|
| 保證性 | 一星期 1 次 | 3.71 | 0.81 | 0.530 | 0.662 |
| | 半個月 1 次 | 3.70 | 0.86 | | |
| | 一個月 1 次 | 3.62 | 0.82 | | |
| | 一星期 1 次以上 | 3.73 | 0.75 | | |
| | 總和 | 3.69 | 0.82 | | |
| 有形性 | 一星期 1 次 | 3.73 | 0.80 | 0.092 | 0.964 |
| | 半個月 1 次 | 3.74 | 0.86 | | |
| | 一個月 1 次 | 3.77 | 0.81 | | |
| | 一星期 1 次以上 | 3.78 | 0.74 | | |
| | 總和 | 3.75 | 0.82 | | |
| 反應性 | 一星期 1 次 | 3.45 | 1.09 | 0.007 | 0.999 |
| | 半個月 1 次 | 3.43 | 1.19 | | |
| | 一個月 1 次 | 3.44 | 1.14 | | |
| | 一星期 1 次以上 | 3.42 | 1.02 | | |
| | 總和 | 3.43 | 1.13 | | |
| 便利性 | 一星期 1 次 | 3.34 | 1.06 | 0.031 | 0.993 |
| | 半個月 1 次 | 3.33 | 1.17 | | |
| | 一個月 1 次 | 3.33 | 1.14 | | |
| | 一星期 1 次以上 | 3.36 | 1.00 | | |
| | 總和 | 3.34 | 1.12 | | |
| 可靠性 | 一星期 1 次 | 3.73 | 1.05 | 0.914 | 0.435 |
| | 半個月 1 次 | 3.58 | 1.16 | | |
| | 一個月 1 次 | 3.57 | 1.11 | | |
| | 一星期 1 次以上 | 3.64 | 1.00 | | |
| | 總和 | 3.61 | 1.10 | | |

資料來源：本研究整理表

表 4.40 服務次數與服務品質問項之差異分析表

| 構面 | 題目內容 | P 值 |
|-----|-----------------------|-------|
| 保證性 | 26.銀行熱心參與公益活動 | 0.977 |
| | 16.銀行過去沒有舞弊情事發生 | 0.718 |
| | 06.行員具足夠專業知識能立即處理客戶問題 | 0.715 |
| | 01.行員禮貌及親和力良好 | 0.590 |
| | 03.行員提供新產品及新資訊 | 0.175 |
| | 33.銀行具有良好聲譽及知名度 | 0.631 |
| | 29.銀行擁有良好企業識別標章 | 0.290 |

表 4.40 服務次數與服務品質問項之差異分析表(續)

| 構面 | 題目內容 | P 值 |
|-----|-----------------------|-------|
| 有形性 | 22.銀行內部設備完善且現代化 | 0.973 |
| | 20.銀行設立的自動化銀行服務使用感到滿意 | 0.419 |
| | 24.銀行內部陳設感到舒適輕鬆 | 0.971 |
| | 23.銀行整體動線規劃良好 | 0.942 |
| | 28.行員服裝儀容整齊清潔 | 0.197 |
| | 11.服務台都有服務人員可進行詢問 | 0.959 |
| | 21.瞭解且放心使用銀行服務通路 | 0.834 |
| 反應性 | 02.行員會主動詢問並滿足客戶需求 | 0.702 |
| | 07.行員能針對不同需求提供適當諮詢服務 | 0.839 |
| | 10.行員會安撫客戶不滿情緒並提供滿意解決 | 0.706 |
| | 09.行員能夠迅速且妥善處理客戶抱怨問題 | 0.979 |
| | 12.銀行有提供通暢的申訴管道 | 0.581 |
| 便利性 | 18.銀行備有良好停車場地 | 0.542 |
| | 19.銀行設置分行據點足夠 | 0.757 |
| | 25.銀行自動化設備操作簡單 | 0.830 |
| | 17.銀行設置地點交通便利 | 0.694 |
| | 04.接受服務等候時間不長 | 0.854 |
| 可靠性 | 14.銀行注重客戶隱私權及客戶資料保密 | 0.678 |
| | 08.行員告知正確服務內容 | 0.757 |
| | 13.銀行擁有嚴密保全警衛系統 | 0.247 |
| | 15.自動櫃員提款機通常設置在適當安全場所 | 0.186 |
| | 05.行員能夠正確記錄交易內容 | 0.467 |

資料來源：本研究整理表

由表4.41、表4.42中顯示，受訪者在中國信託接受服務時間長短，在服務品質保證性、有形性、便利性三構面，以10~20分鐘者之平均數最高（3.74、3.77、3.70），在服務品質反應性構面以5~10分鐘、10~20分鐘者之平均數最高（3.85），在服務品質可靠性構面以5~10分鐘者之平均數最高（3.38）；然其認同度之差異，均未達顯著水準。

表 4.41 服務時間與服務品質構面之差異分析

| 構面 | 次數 | 平均數 | 標準差 | F 值 | P 值 |
|-----|----------|------|------|-------|-------|
| 保證性 | 5 分鐘以內 | 3.64 | 0.81 | 0.452 | 0.771 |
| | 5~10 分鐘 | 3.71 | 0.81 | | |
| | 10~20 分鐘 | 3.74 | 0.85 | | |
| | 20~30 分鐘 | 3.63 | 0.87 | | |
| | 30 分鐘以上 | 3.66 | 0.82 | | |
| | 總和 | 3.69 | 0.82 | | |
| 有形性 | 5 分鐘以內 | 3.66 | 0.81 | 0.708 | 0.587 |
| | 5~10 分鐘 | 3.74 | 0.80 | | |
| | 10~20 分鐘 | 3.77 | 0.84 | | |
| | 20~30 分鐘 | 3.65 | 0.86 | | |
| | 30 分鐘以上 | 3.70 | 0.81 | | |
| | 總和 | 3.71 | 0.82 | | |
| 反應性 | 5 分鐘以內 | 3.72 | 0.74 | 0.958 | 0.431 |
| | 5~10 分鐘 | 3.85 | 0.73 | | |
| | 10~20 分鐘 | 3.85 | 0.77 | | |
| | 20~30 分鐘 | 3.84 | 0.79 | | |
| | 30 分鐘以上 | 3.76 | 0.75 | | |
| | 總和 | 3.72 | 0.74 | | |
| 便利性 | 5 分鐘以內 | 3.52 | 0.75 | 0.256 | 0.906 |
| | 5~10 分鐘 | 3.64 | 0.80 | | |
| | 10~20 分鐘 | 3.70 | 0.82 | | |
| | 20~30 分鐘 | 3.60 | 0.86 | | |
| | 30 分鐘以上 | 3.49 | 0.94 | | |
| | 總和 | 3.60 | 0.82 | | |
| 可靠性 | 5 分鐘以內 | 3.35 | 0.82 | 0.717 | 0.581 |
| | 5~10 分鐘 | 3.38 | 0.93 | | |
| | 10~20 分鐘 | 3.36 | 0.93 | | |
| | 20~30 分鐘 | 3.36 | 0.99 | | |
| | 30 分鐘以上 | 3.29 | 1.04 | | |
| | 總和 | 3.36 | 0.92 | | |

資料來源：本研究整理表

表 4.42 服務時間與服務品質問項之差異表

| 構面 | 題目內容 | P 值 |
|-----|-----------------------|-------|
| 保證性 | 26.銀行熱心參與公益活動 | 0.820 |
| | 16.銀行過去沒有舞弊情事發生 | 0.326 |
| | 06.行員具足夠專業知識能立即處理客戶問題 | 0.238 |

表 4.42 服務時間與服務品質問項之差異表(續)

| 構面 | 題目內容 | P 值 |
|-----|-----------------------|-------|
| 保證性 | 01.行員禮貌及親和力良好 | 0.877 |
| | 03.行員提供新產品及新資訊 | 0.830 |
| | 33.銀行具有良好聲譽及知名度 | 0.869 |
| | 29.銀行擁有良好企業識別標章 | 0.675 |
| 有形性 | 22.銀行內部設備完善且現代化 | 0.850 |
| | 20.銀行設立的自動化銀行服務使用感到滿意 | 0.856 |
| | 24.銀行內部陳設感到舒適輕鬆 | 0.139 |
| | 23.銀行整體動線規劃良好 | 0.302 |
| | 28.行員服裝儀容整齊清潔 | 0.955 |
| | 11.服務台都有服務人員可進行詢問 | 0.216 |
| | 21.瞭解且放心使用銀行服務通路 | 0.800 |
| 反應性 | 02.行員會主動詢問並滿足客戶需求 | 0.831 |
| | 07.行員能針對不同需求提供適當諮詢服務 | 0.467 |
| | 10.行員會安撫客戶不滿情緒並提供滿意解決 | 0.259 |
| | 09.行員能夠迅速且妥善處理客戶抱怨問題 | 0.326 |
| | 12.銀行有提供通暢的申訴管道 | 0.576 |
| 便利性 | 18.銀行備有良好停車場地 | 0.822 |
| | 19.銀行設置分行據點足夠 | 0.908 |
| | 25.銀行自動化設備操作簡單 | 0.352 |
| | 17.銀行設置地點交通便利 | 0.974 |
| | 04.接受服務等候時間不長 | 0.668 |
| 可靠性 | 14.銀行注重客戶隱私權及客戶資料保密 | 0.082 |
| | 08.行員告知正確服務內容 | 0.956 |
| | 13.銀行擁有嚴密保全警衛系統 | 0.305 |
| | 15.自動櫃員提款機通常設在適當安全的場所 | 0.563 |
| | 05.行員能夠正確記錄交易內容 | 0.570 |

資料來源：本研究整理表

進一步以卡方檢定分析後得知，受訪者在「銀行本身設置分行的據點足夠」問項之差異達非常顯著水準。由表4.43得知，受訪者填答比率集中於「滿意」及「普通」，其中以10~20分者填答「滿意」比率較高(63.79%)；但20~30分者填答「不滿意」個數(5)高於期望值(2.23)；業者在現況改善困難之情形下，唯有加強其他服務以彌補此點對顧客所造成的不滿，並於未來規畫新分行時能兼顧各區域需求，儘量使所有顧客都

能滿意。

表 4.43 服務時間與服務品質問項之交叉表

| 問項 | 填答 | 項目 | 5分以內 | 5~10分 | 10~20分 | 20~30分 | 30分以上 | 總和 | 卡方值 | P 值 |
|---------------------------------------|-----|------|-------|-------|--------|--------|-------|--------|--------|---------|
| 銀行 本身 設置 分行的 據 點足 夠 | 不滿意 | 個數 | 2 | 6 | 3 | 5 | 2 | 18 | 16.286 | 0.003** |
| | | 期望個數 | 4.20 | 6.11 | 3.69 | 2.23 | 1.78 | 18.00 | | |
| | | % | 3.03 | 6.25 | 5.17 | 14.29 | 7.14 | 6.36 | | |
| | 普通 | 個數 | 37 | 32 | 18 | 10 | 10 | 107 | | |
| | | 期望個數 | 24.95 | 36.30 | 21.93 | 13.23 | 10.59 | 107.00 | | |
| | | % | 56.06 | 33.33 | 31.03 | 28.57 | 35.71 | 37.81 | | |
| | 滿意 | 個數 | 27 | 58 | 37 | 20 | 16 | 158 | | |
| | | 期望個數 | 36.85 | 53.60 | 32.38 | 19.54 | 15.63 | 158.00 | | |
| | | % | 40.91 | 60.42 | 63.79 | 57.14 | 57.14 | 55.83 | | |
| 總和 | 個數 | 66 | 96 | 58 | 35 | 28 | 283 | | | |

資料來源：本研究整理表

4.3.3 顧客知覺的中國信託服務品質與整體滿意度之相關分析

本節以Pearson相關分析來進一步分析顧客知覺的中國信託服務品質與整體滿意度之相關性。由表4.44中可知，顧客知覺的服務品質保證性、有形性、反應性、便利性、可靠性五構面與整體滿意度間彼此之關連性，各構面間以保證性構面與反應性構面間相關度最高（0.764），保證性構面與便利性構面間相關度最低（0.538）；在構面與整體滿意度間，以保證性構面與整體滿意度間之相關度最高（0.895），以便利性與整體滿意度間之相關度最低（0.750），而顧客知覺的服務品質保證性、有形性、反應性、便利性、可靠性五構面與整體滿意度間彼此之關連性，均呈現顯著正相關，亦即服務品質保證性、有形性、反應性、便利性、可靠性五構面的滿意度愈高，整體滿意度也愈高。故本研究假設二：顧客知覺的中國信託服務品質與整體滿意度無顯著性相關，驗證後不成立。

表 4.44 中國信託服務品質構面與整體滿意度之 Pearson 相關係數表

| 研究構面 | 保證性 | 有形性 | 反應性 | 便利性 | 可靠性 | 整體滿意度 |
|-------|---------|---------|---------|---------|---------|-------|
| 保證性 | | | | | | |
| 有形性 | 0.725** | | | | | |
| 反應性 | 0.764** | 0.653** | | | | |
| 便利性 | 0.538** | 0.595** | 0.544** | | | |
| 可靠性 | 0.738** | 0.661** | 0.744** | 0.556** | | |
| 整體滿意度 | 0.895** | 0.868** | 0.869** | 0.750** | 0.863** | |

註：**在顯著水準為0.01時（雙尾），相關顯著
資料來源：本研究整理

4.3.4 不同背景之顧客與中國信託整體滿意度差異分析

不同個人背景顧客對中國信託整體滿意度是否有差異存在，將以T檢定及單因子變異數分析來檢定（參表4.45）。

（1）在性別方面，女性受訪者對中國信託整體滿意度平均數（78.74）雖高於男性（78.08），然認同度之差異未達顯著水準，亦即中國信託整體滿意度不因受訪者性別不同而有差異。

（2）在年齡方面，31~40歲受訪者對中國信託整體滿意度平均數（80.84）最高，整體滿意度最低之41~50歲受訪者，雖平均數略低於整體滿意度平均數，但亦達77.39，而不同年齡受訪者認同度之差異未達顯著水準，亦即中國信託整體滿意度不因受訪者年齡不同而達差異水準。

（3）在婚姻狀況方面，未婚受訪者對中國信託整體滿意度平均數（78.46）雖高於已婚者（78.36），然認同度之差異未達顯著水準，亦即中國信託整體滿意度不因受訪者婚姻狀況不同而有差異。

（4）在職業方面，從事工業者滿意度最高（84.67），社會及個人服務業、自由業及軍公教人員滿意度次高，而工商服務業人員滿意度最低

(76.31)，但其認同度之差異並未達顯著水準，亦即中國信託整體滿意度不會因受訪者職業不同而有差異。

(5) 在職位方面，以技術人員滿意度最高(81.48)，主管人員滿意度最低(75.80)，但不同職位受訪者對中國信託整體滿意度認同之差異未達顯著水準，亦即中國信託整體滿意度不會因受訪者職位不同而有差異。

(6) 在教育程度方面，以小學以下學歷者滿意度最高(85.67)，國中學歷者滿意度最低(74.20)，然不同教育程度受訪者對中國信託整體滿意度認同之差異未達顯著水準，亦即中國信託整體滿意度不會因受訪者教育程度不同而有差異。

(7) 在月薪方面，以36000~54000元者滿意度最高(79.48)，72000元以上者滿意度最低(77.50)，然不同月薪受訪者對中國信託整體滿意度差異未達顯著水準，亦即中國信託整體滿意度不會因受訪者月薪不同而有差異。

(8) 在往來年資方面，在中國信託整體滿意度認同上有差異水準(0.003)，亦即中國信託整體滿意度會因受訪者之往來年資不同而有差異。其中以往來年資1~2年者滿意度平均數(76.16)較低，往來年資2年以上者滿意度平均數(81.00, 80.90)較高。

(9) 受訪者是否以中國信託為主要往來銀行對整體滿意度，其差異達非常顯著水準(0.008)，其中以中國信託為主要往來銀行受訪者之整體滿意度平均數(80.28)高於不是以中國信託為主要往來銀行受訪者之整體滿意度平均數(76.90)，也就是說中國信託整體滿意度因受訪者是否以中國信託為主要往來銀行不同而有差異。

(10) 接受服務次數不同之受訪者，以一星期1次以上者滿意度平均

數 (79.49) 最高，一星期1次者滿意度平均數 (77.45) 最低，但對中國信託整體滿意度認同之差異未達顯著水準，亦即中國信託整體滿意度不會因受訪者接受服務次數不同而有差異。。

(11) 接受服務時間，以5~10分鐘之受訪者滿意度平均數 (79.54) 最高，10~20分鐘之受訪者滿意度平均數 (76.71) 最低，但對中國信託整體滿意度差異未達顯著水準，亦即中國信託整體滿意度不會因受訪者接受服務時間不同而有差異。

表 4.45 人口統計變項不同群組與整體滿意度之差異分析表

| 人口統計變項 | 項目 | 個數 | 平均數 | 標準差 | P 值 | Scheffe |
|--------|------------|-----|-------|-------|-------|---------|
| 性別 | 男 | 126 | 78.08 | 10.19 | 0.587 | |
| | 女 | 157 | 78.74 | 10.98 | | |
| 婚姻狀況 | 已婚 | 103 | 78.36 | 12.25 | 0.941 | |
| | 未婚 | 180 | 78.46 | 9.59 | | |
| 年齡 | 1.18~20 歲 | 167 | 78.20 | 10.89 | 0.497 | |
| | 2.21~30 歲 | 55 | 77.91 | 12.59 | | |
| | 3.31~40 歲 | 38 | 80.84 | 7.55 | | |
| | 4.41~50 歲 | 23 | 77.39 | 7.37 | | |
| 職業 | 1.軍公教 | 2 | 82.50 | 10.61 | 0.787 | |
| | 2.製造業 | 17 | 76.41 | 18.63 | | |
| | 3.工業 | 6 | 84.67 | 5.16 | | |
| | 4.營造業 | 9 | 76.89 | 5.99 | | |
| | 5.商業 | 32 | 77.72 | 9.76 | | |
| | 6.運輸業 | 3 | 78.33 | 2.89 | | |
| | 7.金融業 | 15 | 78.47 | 8.68 | | |
| | 8.工商服務業 | 51 | 76.31 | 11.82 | | |
| | 9.社會及個人服務業 | 40 | 79.83 | 7.86 | | |
| | 10.自由業 | 15 | 79.40 | 11.52 | | |
| | 11.學生 | 69 | 78.57 | 11.11 | | |
| | 12.其他 | 24 | 80.67 | 7.30 | | |
| 教育程度 | 1.小學以下 | 3 | 85.67 | 1.15 | 0.422 | |
| | 2.國中 | 10 | 74.20 | 7.13 | | |
| | 3.高中職 | 37 | 80.11 | 8.80 | | |
| | 4.專科 | 75 | 77.25 | 12.17 | | |
| | 5.大學 | 129 | 78.67 | 9.51 | | |
| | 6.碩士以上 | 29 | 78.97 | 13.97 | | |

表 4.45 不同集群與整體滿意度之差異分析表

| 人口統計變項 | 項目 | 個數 | 平均數 | 標準差 | P 值 | Scheffe |
|--------|-----------------|-----|-------|-------|---------|---------|
| 職位 | 1.主管人員 | 49 | 75.80 | 11.72 | 0.078 | |
| | 2.總務人員 | 42 | 77.12 | 13.37 | | |
| | 3.技術人員 | 44 | 81.84 | 6.73 | | |
| | 4.助理人員 | 23 | 78.39 | 9.12 | | |
| | 5.服務工作及送貨員 | 32 | 75.91 | 11.58 | | |
| | 6.技術工 | 12 | 79.83 | 9.77 | | |
| | 7.其他 | 81 | 79.65 | 9.76 | | |
| 月薪 | 4.18000 元以下 | 60 | 79.17 | 10.98 | 0.948 | |
| | 2.18000~36000 元 | 82 | 77.85 | 11.92 | | |
| | 3.36000~54000 元 | 58 | 79.48 | 8.82 | | |
| | 4.54000~72000 元 | 29 | 78.45 | 13.14 | | |
| | 5.72000 元以上 | 8 | 77.50 | 9.59 | | |
| | 6.不知道 | 6 | 78.83 | 12.02 | | |
| | 7.不一定 | 16 | 75.75 | 7.68 | | |
| | 8.拒答 | 21 | 78.62 | 7.11 | | |
| | 9.其他 | 3 | 73.67 | 13.05 | | |
| 主要往來銀行 | 1.是 | 128 | 80.28 | 10.49 | 0.008** | |
| | 2.否 | 155 | 76.90 | 10.52 | | |
| 接受服務次數 | 1.一星期 1 次 | 49 | 77.45 | 10.12 | 0.720 | |
| | 2.半個月 1 次 | 109 | 78.84 | 11.33 | | |
| | 3.一個月 1 次 | 76 | 77.79 | 11.27 | | |
| | 4.一星期 1 次以上 | 49 | 79.49 | 8.38 | | |
| 往來年資 | 1.半年以下 | 39 | 78.18 | 9.73 | 0.003* | 5>1 |
| | 2.半年至 1 年 | 51 | 78.25 | 9.01 | | |
| | 3.1 年以上至 2 年 | 58 | 76.16 | 13.79 | | |
| | 4.2 年以上至 3 年 | 36 | 81.00 | 8.30 | | |
| | 5.3 年以上 | 68 | 80.90 | 9.13 | | |
| | 6.不知道 | 18 | 70.22 | 11.94 | | |
| | 7.拒答 | 3 | 76.67 | 10.41 | | |
| | 8.其他 | 10 | 82.80 | 5.94 | | |
| 服務時間 | 1.5 分鐘以內 | 66 | 78.73 | 8.30 | 0.589 | |
| | 2.5~10 分鐘 | 96 | 79.54 | 10.44 | | |
| | 3.10~20 分鐘 | 58 | 76.71 | 13.48 | | |
| | 4.20~30 分鐘 | 35 | 77.63 | 10.34 | | |
| | 5.30 分鐘以上 | 28 | 78.50 | 9.96 | | |

資料來源：本研究整理

4.4 驗證假設

本研究各項假設，經上述各分析後，驗證結果如表4.46。

表 4.46 研究假設驗證彙整表

| 項目 | 子假設 | 分析結果 | 驗證結果 |
|-----|--|------------------------------------|------|
| 假設一 | 1-1：不同性別之顧客對中國信託服務品質的知覺無顯著性差異。 | 不同性別之顧客在服務品質五構面中無顯著性差異。 | 成立 |
| | 1-2：不同年齡之顧客對中國信託服務品質的知覺無顯著性差異。 | 不同年齡之顧客在服務品質五構面中無顯著性差異。 | 成立 |
| | 1-3：不同婚姻狀況之顧客對中國信託服務品質的知覺無顯著性差異。 | 不同婚姻狀況之顧客在服務品質五構面中無顯著性差異。 | 成立 |
| | 1-4：不同職業之顧客對中國信託服務品質的知覺無顯著性差異。 | 不同職業之顧客在服務品質五構面中無顯著性差異。 | 成立 |
| | 1-5：不同職位之顧客對中國信託服務品質的知覺無顯著性差異。 | 不同職位之顧客在服務品質反應性、可靠性構面中呈現顯著性差異。 | 不成立 |
| | 1-6：不同教育程度之顧客對中國信託服務品質的知覺無顯著性差異。 | 不同教育程度之顧客在服務品質五構面中無顯著性差異。 | 成立 |
| | 1-7：不同往來年資之顧客對中國信託服務品質的知覺無顯著性差異。 | 不同往來年資之顧客在服務品質五構面中無顯著性差異。 | 成立 |
| | 1-8：不同月薪之顧客對中國信託服務品質的知覺無顯著性差異。 | 不同月薪之顧客在服務品質反應性、可靠性、便利性構面中呈現顯著性差異。 | 不成立 |
| | 1-9：以中國信託為主要往來銀行之顧客對中國信託服務品質的知覺無顯著性差異。 | 以中國信託為主要往來銀行之顧客在服務品質便利性構面中呈現顯著性差異。 | 成立 |
| | 1-10：接受服務次數與顧客對中國信託服務品質的知覺無顯著性差異。 | 接受服務次數與顧客對中國信託服務品質的知覺無顯著性差異。 | 成立 |
| | 1-11：接受服務時間長短與顧客對中國信託服務品質的知覺無顯著性差異。 | 接受服務時間長短顧客對中國信託服務品質的知覺無顯著性差異。 | 成立 |
| 假設二 | 2-1：顧客知覺的中國信託服務品質保證性與整體滿意度無顯著性相關。 | 顧客知覺的中國信託服務品質保證性與整體滿意度有顯著性相關。 | 不成立 |
| | 2-2：顧客知覺的中國信託服務品質有形性與整體滿意度無顯著性相關。 | 顧客知覺的中國信託服務品質有形性與整體滿意度有顯著性相關。 | 不成立 |
| | 2-3：顧客知覺的中國信託服務品質可靠性與整體滿意度無顯著性相關。 | 顧客知覺的中國信託服務品質可靠性與整體滿意度有顯著性相關。 | 不成立 |
| | 2-4：顧客知覺的中國信託服務品質反應性與整體滿意度無顯著性相關。 | 顧客知覺的中國信託服務品質反應性與整體滿意度有顯著性相關。 | 不成立 |

表 4.46 研究假設驗證彙整表

| 項目 | 子假設 | 分析結果 | 驗證結果 |
|-----|--------------------------------------|----------------------------------|------|
| 假設二 | 2-5:顧客知覺的中國信託服務品質便利性與整體滿意度無顯著性相關。 | 顧客知覺的中國信託服務品質便利性與整體滿意度有顯著性相關。 | 不成立 |
| 假設三 | 3-1:不同性別之顧客對中國信託服體滿意度無顯著性差異。 | 不同性別之顧客對中國信託服體滿意度無顯著性差異。 | 成立 |
| | 3-2:不同年齡狀況之顧客對中國信託整體滿意度無顯著性差異。 | 不同年齡狀況之顧客對中國信託整體滿意度無顯著性差異。 | 成立 |
| | 3-3:不同婚姻狀況之顧客對中國信託整體滿意度無顯著性差異。 | 不同婚姻狀況之顧客對中國信託整體滿意度無顯著性差異。 | 成立 |
| | 3-4:不同職業之顧客對中國信託整體滿意度無顯著性差異。 | 不同職業之顧客對中國信託整體滿意度無顯著性差異。 | 成立 |
| | 3-5:不同職位之顧客對中國信託整體滿意度無顯著性差異。 | 不同職位之顧客對中國信託整體滿意度無顯著性差異。 | 成立 |
| | 3-6:不同教育程度之顧客對中國信託整體滿意度無顯著性差異。 | 不同教育程度之顧客對中國信託整體滿意度無顯著性差異。 | 成立 |
| 假設三 | 3-7:不同來往年資之顧客對中國信託整體滿意度無顯著性差異 | 不同來往年資之顧客對中國信託整體滿意度有顯著性差異 | 不成立 |
| | 3-8:不同月薪之顧客對中國信託整體滿意度無顯著性差異。 | 不同月薪之顧客對中國信託整體滿意度無顯著性差異。 | 成立 |
| | 3-9:以中國信託為主要往來銀行之顧客對中國信託整體滿意度無顯著性差異。 | 以中國信託為主要往來銀行之顧客對中國信託整體滿意度有顯著性差異。 | 不成立 |
| | 3-10:接受服務次數與中國信託整體滿意度無顯著性差異。 | 接受服務次數與中國信託整體滿意度無顯著性差異。 | 成立 |
| | 3-11:接受服務時間長短與中國信託整體滿意度無顯著性差異 | 接受服務時間長短與中國信託整體滿意度無顯著性差異 | 成立 |

資料來源：本研究整理

第五章 結論與建議

我國加入WTO後，金融業隨著民營銀行的開放、金融業務的整合，使本土銀行業者面臨著來自國內新銀行與國外外商銀行的雙重壓力。本研究旨在於分析中國信託顧客對於服務品質與顧客滿意度的現況以及影響關係，提出結論及建議供業者參考。使其能在競爭激烈的環境中，提高服務品質進而提升顧客滿意度，達到企業永續經營之目標。

5.1 結論

本研究依據研究目的提出三項假設，現將驗證結果歸納如下：

1.不同人口特性對服務品質的差異性。

本研究發現，不同月薪之顧客在服務品質反應性、可靠性、便利性構面中呈現顯著性差異、不同職位之顧客在服務品質反應性、可靠性構面中呈現顯著性差異及以中國信託為主要往來銀行之顧客在服務品質便利性構面中呈現顯著性差異。其中差異性較大之五項為：

- (1) 銀行備有良好停車場地
- (2) 銀行本身設置分行據點足夠
- (3) 銀行過去沒有舞弊情事發生
- (4) 銀行注重客戶隱私權及客戶資料保密
- (5) 瞭解且放心使用銀行所提供的各項服務通路。

2.服務品質與顧客滿意度兩者的關聯性。

本研究發現，服務品質保證性、有形性、反應性、便利性、可靠性五構面與整體滿意度間彼此之關聯性，達到顯著相關水準（參表4.32），顯示受訪者知覺的服務品質高度影響顧客滿意度，也就是服務品質的認

知程度愈高，整體滿意度也愈高；其中以保證性與反應性間相關度高於反應性與可靠性及保證性與反應性，而以便利性與整體滿意度間之相關度稍低。所以想要提高顧客滿意度必須先探討如何提升服務品質。

3.顧客對中國信託整體的滿意度看法

依據本研究結果顯示，大部份受訪者對中國信託整體滿意度均屬普通以上，但仍有顧客對中國信託整體滿意度感到不滿意，所以必須針對問題提出有效改善對策，才能提升服務品質與滿意度。

5.2 建議

根據前述研究結果發現，本研究針對中國信託服務品質與顧客滿意度之研究，提出下列建議供參考：

1.由本研究的結果顯示，在服務品質構面和整體滿意度上，顧客在職位、月薪、往來年資及是否以中國信託為主要往來銀行方面有顯著差異存在。因此，銀行服務人員對主管職位者、高所得者、往來年資短及非以中國信託為主要往來銀行之顧客，應更加強服務，使受訪者有受重視之感。

2.服務據點的設立，在土地有限的都市，的確很難改善，唯有嗣後在設立服務據點時，能夠更縝密規劃，使所有顧客都能感到便利；或有機會進行企業合併時，此問題自然可部分解決；至於對停車場地不便問題，應儘速以租用土地或與停車場合作等方式解決。

3.隱私權是所有顧客都非常重視的服務項目，業者除於平時多注重員工操守外，並應建立有效監督與嚴密維護制度，才能確實防止客戶資料外洩，增加客戶的信任。

4.繳款業務與超商結合，是便利的好方案，宜繼續擴展，並增加其他服

務項目。

5.為了減少顧客使用自動化銀行之恐懼，應增派保全人員留守與巡邏，也可向警察機關申請設置巡邏箱或加裝警民連線系統，以增加顧客之安全感。

5.3 對後續研究之建議

1.本研究範圍主要僅針對台灣地區中國信託商業銀行部份分行與顧客進行便利抽樣與問卷調查，未能普及於台灣所有之中國信託商業銀行與顧客，致使抽樣的客觀性及研究結果受到限制，建議後續研究者針對所有分行進行研究則較客觀，所得之結果也較能作整體推論。

2.本研究僅針對顧客個人樣本進行調查，建議後續研究者，考量加入企業主或銀行從業人員等樣本，讓選樣方式能更平均分配，使樣本能更周全，則分析結果將更客觀。

3.本研究採問卷調查法，對研究的結果恐失之偏頗，未來研究或可採用其他質化或量化研究及分析方法進行，俾使研究結論更具有公信力。

4.本研究之問項，由於論文篇幅有限，只簡單敘述對中國信託商業銀行的服務品質，恐無法涵蓋全部服務項目，建議後續研究者考量加入細分服務項目，則分析結果將更客觀。

5.本研究只針對顧客滿意度之重要外在變數—服務品質來進行研究，建議後續研究者，能納入其他變數，使研究結果更臻周延。

參考文獻

一、 中文部份

1. 王雅雪(2002)，銀行業市場競爭定位之研究，國立成功大學統計學碩士班碩士論文。
2. 石滋宜 (1992)，總裁六大學習，台北：希化書報。
3. 台灣連鎖暨加盟協會(1999)，1999 連鎖店年鑑，台北：台灣連鎖暨加盟協會。
4. 李賢(1997)，我國新商業銀行經營競爭能力與行銷策略之研究，大葉大學事業經營研究所碩士論文。
5. 李永年(1997)，產品品質與服務品質對顧客滿意度及顧客忠誠度之影響—以加油站為例，國立政治大學企業管理學系碩士論文。
6. 杜更新(1998)，國內電信事業服務品質與顧客滿意度之研究—以中華電信公司為例，元智大學管理研究所碩士論文。
7. 杉本辰夫(1986)，事務、營業、服務的品質管制，盧淵源譯，中興管理顧問公司
8. 林敬生(1993)，臺灣地區銀行市場的演進，自由中國之工業，79卷3期，31-48頁。
9. 周惠珍(2001)，GPS 認證店服務品質與顧客滿意度之研究—以台南都會區與高雄都會區為例，長榮管理學院經營管理研究所碩士論文。
10. 翁崇雄(1993)，評量服務品質與服務價值之研究—以銀行業為實證，國立台灣大學研究所博士論文。
11. 翁崇雄(1996)，顧客對銀行期望服務品質水準之研究，企銀季刊，第19卷，第3期，24-41頁
12. 許士軍(1990)，管理學，臺北：東華。

13. 許俊雄(2001), 金融機構顧客滿意度評量模式之研究, 銘傳大學金融研究所碩士論文。
 14. 張裕淵(2000), 以生活型態觀點探討台灣地區銀行網路金融服務市場區隔之研究, 國立中央大學資訊管理研究所碩士論文。
 15. 陳耀茂(1998), CS (顧客滿意) 會改變您的公司, 品質管制月刊, 第34卷, 第6期, 47-52頁。
 16. 郭炳宏(2003), 金融控股公司合併後顧客滿意度之研究—以日盛國際商業銀行為例, 義守大學管理研究所碩士論文。
 17. 黃宏鈞(2001), 企業形象與服務品質對消費者再購行為之影響：顧客關係的中介效果, 國立台灣大學心理學研究所碩士論文。
 18. 葉光傑(2001), 壽險行銷服務品質滿意度之研究—以國華人壽保險公司為例, 國立中山大學企業管理研究所碩士論文。
 19. 楊錦洲(2001), 顧客服務創新價值, 台北：中衛。
 20. 鄭皓文(2001), 台灣地區本國銀行網站之服務品質衡量研究, 國立中山大學企業管理研究所碩士論文
 21. 盧淵源(1995), 以品質機能展開提昇顧客滿意度, 第一屆全國品質管理研討會論文集, 89-94頁。
 22. 謝玉粟(2002), 虛擬政府的服務品質探討, 國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文。
 23. 謝孟祥(1997), 顧客滿意度模式之實證研究—以台北市本國商業銀行為例, 台灣大學商學研究所碩士論文。
 24. 衛南陽(1997), 顧客滿意學, 台北：牛頓。
- 二、 英文部份
25. Anderson, E. W., Fornell, C. & Lehmann, D. R. (1994), "Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings From Sweden",

- Journal of Marketing, July, Vol. 58, pp. 53-66.
26. Bolton, R. N. & Drew, J. H. (1991), A Multistage Model of Customers' Assessments of Service Quality and Value. Journal of Consumer Research, Vol. 17, pp. 375-384.
 27. Buell, H.D. (1984), Marketing Management: A Strategic Planning Approach, McGraw-Hill, New York: 62
 28. Cadotte, W. & Jenkins(1987), "Expectations and Norms in Models of Consumer Satisfaction", Journal of Marketing Research of Marketing, July, Vol. 56, pp. 55-68.
 29. Cardotte, R. E., Woodruff R. B. & Jenkins R. L.(1987), "Modeling Consumer Satisfaction Processes Using Experience-Based Norms", Journal of Marketing Research, Vol. 20, Iss.3, pp.296-304
 30. Cardozo, R. N. (1965), "An Experimental Study of Consumer Effort, Expectations and Satisfaction", Journal of Marketing Research, Vol. 2, Iss.3, pp. 244-249.
 31. Carman, J. M. (1990), "Consumer Perceptions of Service Quality: An Assessment of the SERVQUAL Dimensions", Journal of Retailing Vol. 66, Iss.1, pp. 33-35.
 32. Churchill, G. A. & Jr. & Surprenant, C.(1982), "An Investigation into Determinants of Customer Satisfaction", Journal of Marketing Research, Vol. 19, Iss.4, pp. 491-504.
 33. Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992), "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension", Journal of Marketing, Vol. 56, Iss. 3, pp. 55-68.
 34. Dawes, R. M., Singer, D. & Lemons, F. (1972), "An Experimental Analysis of the Contrast Effect and its Implications for Inter-group Communication and the Indirect Assessment of Attitude", Journal of

Personality and Social Psychology, Vol. 21, pp. 281-295.

35. Day, R. L. & Landon, Jr. E. L. (1977), "Toward a Theory of Consumer Complaining Behavior in A Woodside", Consumer and Industrial Buying Behavior, Amsterdam: North Holland Publishing Company, pp. 425-437.
36. Deming, W. E. (1986), Out of the Crisis, Cambridge, MA: MIT Centre For Advanced Engineering Study .
37. Devlin, S. J. & Dong, H. K. (1994), "Service Quality From Customer's Perspective", Marketing Research. Vol. 6, No. 1, pp. 5-13.
38. Engel, J. F., Blackwell, R. D. & Kollat, D. T. (1984), Consumer Behavior, 4thed, Chicago: The Dryden Press.
39. Engel, J. F., Blackwell, R. D. & Miniard, P. W. (1993), Consumer behavior, 7thed, Chicago: The Dryden Press.
40. Fornell, C. (1992), "A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience", Journal of Marketing. Vol. 56, Iss.1, pp. 6-21.
41. Gronroos, C. (1983), "Innovative Marketing Strategies and Organization Structures for Service Firm", Emerging Perspectives on Services Marketing, AMA, pp. 9-12.
42. Helson, H. (1964), Adaptation-Level Theory, New York, NY: Harper and Row.
43. Hempel, D. J. (1977), "Consumer Satisfaction with the Home Buying Process Conceptualization and Measurement", In The Conceptualization of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction, H. Keith Hunt, ed., Cambridge, Mass Market Science Institute.
44. Hovland, C. I. (1957), The Order of Presentation in Persuasion, Yale University Press, New Haven.
45. Hovland, C. I., Harvey, O. J. & Sherif, M. (1957), "Assimilation and

- Contrast Effects in Reaction to Communication and Attitude Change”, Journal of Abnormal and Social Psychology. Vol. 55, July, pp. 244-252.
46. Howard, J. A. & Sheth, J. N., (1969), The Theory of Buyer Behavior, New York, NY: Wiley and Sons Inc.
 47. Huppertz, J. W., Arenson, S. J. & Richard, H. E. (1978), “An Application of Equity Theory to Buyer-Seller Exchange Situations”, Journal of Marketing Research, Vol. 15, May, pp. 250-260.
 48. Juran, J. M. (1986), “Universal Approach to Managing for Quality” Quality Process , Vol. 19, pp. 10-24.
 49. Juran, J. M., Cryna, F. M. & Bingham, R. S. (1974). Quality Control Handbook, New York: McGraw-Hill.
 50. Kotler, P. (1996), “Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control”, 9thed, Englewood Cliffs : Prentice-Hall Inc.
 51. Mano, & Oliver, R. L. (1993), “Cognitive Affective and Attributes Bases of Satisfaction Response”, Journal of Consumer Research, Vol. 20, Iss. 3, pp. 419-422
 52. Muller, W. (1991), “Gaining Competitive Advantage Through Customer Satisfaction”, European Management Journal, pp.201-221.
 53. Nyer, P. U. (1997), “A Study of the Relationship between Cognitive Appraisals and Consumption Emotions”, Journal of Academy of Marketing Science, Vol. 25, No .4, pp. 296-304.
 54. Oliver, R. L. (1981a), “A Catastrophe Model for Developing Service Satisfaction Strategies”, Journal of Marketing, Vol. 56, Iss.3, pp. 83-95.
 55. Oliver, R. L. (1981), “Measurement and Evaluation of Satisfaction Processes in Retailing Setting”, Journal of retailing , Vol. 57, Iss.3, pp. 25-48.

56. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985), "A Conception Model of Service Quality and Its Implications for Future Research", Journal of Marketing, Vol. 49, No.3, pp. 41-50.
57. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1985), "Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale", Journal of Retailing, Vol. 67, Vol. 4, pp. 420-450.
58. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1988a), "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", Journal of Retailing, Vol. 61, Iss.1, pp. 12-40.
59. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1990), "Quality Counts in Service, Too.", Business Horizons, Vol. 28, Iss.3, pp. 44-53.
60. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1991), "Reassessment of the SERVQUAL Scale", Journal of Retailing, Vol. 67, Iss.4, pp. 420-450.
61. Peterson, R. A. & Wilson, W. R. (1992), "Measuring Satisfaction: Fact and Artifact", Journal of The Academy my Marketing Science, Vol. 20, No 1, pp. 61-71.
62. Porter, M. E. (1990), Competitive Advantage of Nations, London : Macmillan.
63. Rensi, E. D. (1991), Text Book of Taiwan McDonalds
64. Roboff, G. & Charles, C. (1998), "Primacy of Financial Information in Cyberspace: Banks Addressing What Consumers Want", Journal of Retail Banking Services, Vol. 49, pp 48.
65. Ruyter, K. D. Bloemer, J. & Peeters, P. (1997), "Merging Service Quality and Service Satisfaction an Empirical Test of an Integrative

- Model” , Journal Economic Psychology, Vol. 18, pp.387-406 .
66. Selnes, F. (1993) “An Examination of Effect of Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty”, European Journal of Marketing, Vol.27, pp.19-35.
 67. Stanton, M. L. (1987), “Reproductive Biology of Petal Color Variants in Wild Populations of Raphine Sativa”, Journal of Botany, Vol. 74, pp. 178-187.
 68. Swan, J. E. & Trawick, I. F. (1981), “A Model of Industrial Satisfaction/ Complaining Behavior” , Industrial Marketing Management, Vol.10, pp.23-30.
 69. Taylor, S. A. & Baker, T. L. (1994), “An Assessment of the Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction in the Formation of Consumers’ Purchase Intentions”, Journal of Retailing, Vol. 70, Iss.2, pp. 163-178.
 70. Teas, R. K. (1993), “Expectations, Performance Evaluation, and Consumer's Perception of Quality”. Journal of Marketing, Vol. 57, Iss.4, (October), pp. 18-34.
 71. Tse, D. K. & Wilson, P. C. (1988), “Models of Consumer Satisfaction Formation: An Extension,” Journal of Marketing Research, Vol.25, May, pp. 204-212.
 72. Weiner, Bemard, Dan, Russell, & Leman, D. (1978), “The Cognition-Emotion Process in Achievement-Related Contexts.” Journal of Personality and Social Psychology, Vol. 97, No.1, pp.74-84 .
 73. Wong, A.(2000), “Integrating Supplier Satisfaction with Customer Satisfaction”, Total Quality Management. Vol.11, No.4-6, pp. 826-829.
 74. Woodside, A. G. F. & Daly, R. T. (1989), “Linking Service Quality,

Customer Satisfaction, and Behavioral Intention”, Journal of Care Marketing, Dec. pp. 5-17.

75. Zeithaml, V. A. & Bitner, M. J. (1996), Services Marketing, New York; McGraw-Hill.

附錄一 問卷

各位中國信託銀行顧客您好：

感謝您撥冗填寫這份有關「中國信託銀行服務品質與顧客滿意度」的研究問卷，希望能藉由您的寶貴意見，來瞭解目前中國信託銀行服務品質與顧客滿意度之關係。

本問卷係供學術研究分析之用，並採無記名方式填寫，您所提供之資料將會嚴加保密，請安心作答，衷心感謝您的協助與支持！

敬祝您

身體健康、萬事如意

南華大學管理科學研究所

指導教授 藍俊雄 博士

戴萬平 博士

研究生 楊文敏 敬上

第一部分：針對中國信託銀行服務品質，請依您的滿意程度，在適當的□中打✓。

| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | 非 | 滿 | 普 | 不 | 非 |
| | 常 | | | 滿 | 常 |
| | 的 | | | 滿 | 不 |
| | 滿 | | | 滿 | 滿 |
| | 意 | 意 | 通 | 意 | 意 |
| 01. 行員具有禮貌及親和力 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 02. 行員會主動詢問並滿足客戶的需求 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 03. 行員會主動聯繫客戶並提供銀行新產品及最新資訊 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 04. 接受服務等候時間不長 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 05. 行員能夠正確記錄交易內容 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 06. 行員具有足夠的專業知識能立即且迅速處理客戶問題 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 07. 行員能針對不同需求提供適當的諮詢服務 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 08. 行員具備豐富的服務經驗並且會告知客戶正確服務內容 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 09. 行員能夠迅速且妥善的處理客戶抱怨問題 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

10. 行員會儘量安撫客戶不滿的情緒並提供滿意的解決
11. 服務台都有服務人員可進行詢問
12. 銀行有提供通暢的申訴管道
13. 銀行擁有嚴密的保全警衛系統
14. 銀行注重客戶的隱私權及客戶資料的保密
15. 自動櫃員款機通常設置在適當且安全的場所
16. 銀行過去沒有舞弊的情事發生
17. 銀行設置的地點交通便利
18. 銀行備有良好的停車場地
19. 銀行本身設置分行的據點足夠
20. 對於銀行設立的自動化銀行服務使用感到滿意
21. 瞭解且放心的使用銀行所提供的各項服務通路
(EX:網路銀行、電話銀行..)
22. 銀行內部的設備完善且具現代化
23. 銀行整體的動線規劃良好
24. 對銀行內部的陳設感到舒適、輕鬆
25. 銀行自動化的設備操作簡單、服務完整
26. 銀行熱身參與公益活動
27. 行員服裝儀容整齊且清潔
28. 銀行具有良好的聲譽及知名度
29. 銀行擁有良好的企業識別標章 (Ex. : We are family)
30. 您給中國信託銀行的整體滿意度打_____分

第二部分：※個人基本資料

- 1.性別：1. 男 2. 女
- 2.年齡：1. 20歲以下 2. 21~30歲 3. 31~40歲 4. 41~50歲
5. 51歲以上
- 3.婚姻狀況：1. 已婚 2. 未婚
- 4.職業別：1. 軍公教 2. 製造業 3. 工業 4. 營造業 5. 商業
6. 運輸業 7. 金融業 8. 工商服務業 9. 社會及個人服務業

10. 自由業 11. 學生 12. 其他
5. 職位別：1. 主管人員 2. 總務人員 3. 專技人員 4. 助理人員
5. 服務工作及送貨員 6. 技術工 7. 其他
6. 教育程度：1. 小學以下 2. 國中 3. 高中職 4. 專科 5. 大學
6. 碩士以上
7. 月薪：1. 18,000 元以下 2. 18,000~36,000 元 3. 36,000~54,000 元
4. 54,000~72,000 元 5. 72,000 元以上 6. 不知道
7. 不一定 8. 拒答 9. 其他
8. 往來年資：1. 半年以下 2. 半年至 1 年 3. 1 年以上至 2 年
4. 2 年以上至 3 年 5. 3 年以上

※針對下列問題（部份可複選），請依您個人情形，在適當的中打√。

01. 請問中國信託銀行為您本身最常往來的銀行？ 1. 是 2. 否
02. 請問您在中國信託銀行有接受過哪些服務項目？（可複選）
1. 存款服務 2. 貸款服務 3. 基金理財 4. 信用卡服務
5. 保險 6. 貴賓理財 7. 證券服務 8. 自動化銀行
9. 網路銀行 10. 現金卡 11. 其他
03. 請問您當初選擇中國信託銀行的原因？（可複選）
1. 親友的介紹 2. 家人的習慣 3. 報章雜誌的介紹
4. 電視的廣告 5. 活動的促銷 6. 鄰近居住地
7. 其他
04. 請問您平均多久時間會到中國信託銀行辦理服務項目一次？
1. 一星期 1 次 2. 半個月 1 次 3. 一個月 1 次 4. 一星期 1 次以上
05. 請問您在中國信託銀行平均接受服務的時間多長？
1. 5 分鐘以內 2. 5~10 分鐘 3. 10~20 分鐘 4. 20~30 分鐘
5. 30 分鐘以上

感謝您撥冗填寫問卷