

南華大學企業管理學系非營利事業管理碩士班碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER BUSINESS ADMINISTRATION

MASTER PROGRAM IN NONPROFIT ORGANIZATION MANAGEMENT

DEPARTMENT OF BUSINESS ADMINISTRATION

NANHUA UNIVERSITY

公部門服務品質與民眾滿意度之研究－以雲林縣口湖鄉戶政事

務所為例

A STUDY ON THE RELATIONSHIP BETWEEN SERVICE QUALITY OF

PUBLIC SECTORS AND CUSTOMERS' SATISFACTION－A

CASE OF THE HOUSEHOLD REGISTRATION OFFICE OF KOHU, YUNLIN

COUNTY

指導教授：蔣念祖博士

ADVISOR: NIEN-TSUCHIANG PH.D.

研究生：曾錦芳

GRADUATE STUDENT: CHIN-FANG TSENG

中 華 民 國 1 0 5 年 6 月

南 華 大 學

企業管理學系非營利事業管理碩士班

碩 士 學 位 論 文

公部門服務品質與民眾滿意度之研究—以雲林縣口湖鄉戶
政事務所為例

研究生：曾錦芳

經考試合格特此證明

口試委員：李志宏

蔣念祖

紀信光

指導教授：蔣念祖

系主任：褚麗娟

口試日期：中華民國 105 年 06 月 14 日

準碩士推薦函

本校企業管理學系非營利事業管理碩士班研究生曾錦芳君
在本系修業2年，已經完成本系碩士班規定之修業課程及論文研究之
訓練。

1、在修業課程方面：曾錦芳君已修滿30學分，其中必修科目：
非營利事業管理專題、非營利組織募款專題、研究方法、非
營利事業會計專題等科目，成績及格(請查閱碩士班歷年成績)。

2、在論文研究方面：曾錦芳君在學期間已完成下列論文：

(1)碩士論文：公部門服務品質與民眾滿意度之研究-以雲林縣口
湖鄉戶政事務所為例

(2)學術期刊：

本人認為曾錦芳君已完成南華大學企業管理學系非營利事業
管理碩士班之碩士養成教育，符合訓練水準，並具備本校碩士學位考試
之申請資格，特向碩士資格審查小組推薦其初稿，名稱：
公部門服務品質與民眾滿意度之研究-以雲林縣口湖鄉戶政事務所為
例，以參加碩士論文口試。

指導教授：蔣念祖 簽章

中華民國105年5月7日

謝誌

二十餘年的公務生涯中，在平日為民服務當中沒有吸收新知識，日子久了便感到少了些什麼，就想回到學校回味當學生的感覺，好好充電吸收新知識，為未來為民服務工作補充能量，這是當初報考南華大學的動力之一，很幸運且如願搭上了這班學習的列車，進入知識的殿堂，內心的喜悅與激動非筆墨所能形容。

能完成這份論文，首先要感謝的人是我的指導教授蔣念祖博士，由於她的耐心、細心指正與教導才使得論文得以完成，特別感謝她用鼓勵、循循善誘的方式，讓我發揮學習的精神，在此誠摯的致上個人十二萬分的敬意與謝意。另外；也要感謝口湖鄉戶政事務所王昆明主任的鼓勵暨同事美秀、明華、佩瓊、憶婷、心又、秋怡等六位小姐的支援與協助下，使得問卷能順利發放並大幅回收，讓本問卷能順利得到填答的目的，並得以完成論文之實證研究，萬分感謝！

論文撰寫期間，首要感謝我的父母、婆婆的鼓勵與支持，其次感謝我的先生隆德陪伴我完成這兩年研究所，從旁教學相長、互相學習並指導。同時也感謝我二位乖巧懂事、勤勉勵學的兒子：振榮、重屹，由於你們的貼心與上進，順利考上自己理想中的學校，讓我無後顧之憂，使得我的碩士論文能順利完成，衷心的感謝你們，願將這份榮耀與大家分享。最後，在一次感謝此學習過程中所有鼓勵我、支持我、指導我的師長與親朋好友們，沒有您們的指導與幫助，就沒有我的進步與成長，謝謝您們、感激大家。

曾錦芳謹識

于南華大學企業管理學系

一〇五年六月

南華大學企業管理學系非營利事業管理碩士在職專班

104 學年度第 2 學期碩士論文摘要

論文題目：公部門服務品質與民眾滿意度之研究－以雲林縣口湖鄉戶政事務所為例

研究生：曾錦芳

指導教授：蔣念祖博士

論文摘要內容：

本研究旨在瞭解雲林縣口湖鄉戶政事務所服務品質與民眾滿意度之現況、差異與相關情形。本研究以調查研究法來進行研究，以口湖鄉洽公民眾為研究對象，發出 300 份問卷，回收問卷 290 份，其中有效問卷共 279 份，問卷有效率達 93%。調查所得資料以描述性統計、t 檢定、單因子變異數分析及皮爾森積差相關分析等統計方法，獲致以下研究結論：(1)民眾對戶政事務所「期望服務品質」與「實際感受服務品質」間保證性、反應性、有形性、可靠性及關懷性等五個構面有顯著的差異。(2)不同人口統計變項對戶政事務所知覺服務品質構面的認知不會因婚姻狀況、年齡、職業及教育程度的不同有所差異，會因性別不同有所差異。(3)不同人口統計變項對戶政事務所服務品質滿意度不會因性別、婚姻狀況、年齡、職業及教育程度的不同有所差異。(4)知覺服務品質的構面對民眾滿意度有顯著正相關。

從上述研究結果，本研究提出以下五點建議，作為各戶政事務所提昇服務品質之參酌(1)簡化行政流程：為達簡政便民，應檢討修改不合時宜法令。(2)落實稽核制度、正確戶籍登記：建立內部稽核制度嚴謹監督，並藉由外部評鑑督導，確保戶籍資料無疏漏，方可保障民眾權益。(3)推動終身學習、加強員工專業素養：藉由數位學習或建立工作學習圈研討

戶政法令，解決戶政各項問題。(4)提供優質洽公環境、提昇服務品質：依業務流程規劃調整動線，增加洽公空間並設計明顯申辦業務流程標示及推動走動式服務。(5)傾聽民情輿論聲音、建立申訴管道溝通協調：為滿足民眾需求應多傾聽民意，服務過程當中難免因人員的疏失或法規制度不完善，建立申訴管道溝通協調，才能有效解決民怨。

關鍵詞：服務品質、知覺服務品質、顧客滿意度



**Title of Thesis: A Study on the Relationship Between Service Quality of
Public Sectors and Customers' Satisfaction - A Case of
the Household Registration Office of Kohu, Yunlin County**

**Department: Master Program in Non-profit, Department of Business
Administration, Nanhua University**

Graduate Date: June 2016

Degree Conferred: M. B. A.

Name of Student: Chin-Fang Tseng

Advisor: Nien-Tsu Chiang Ph.D.

Abstract

The purpose of this study is to understand the current situation, differences and correlation between service quality and customer satisfaction of household registration office in Kohu Township, Yunlin County.

Questionnaire survey method was conducted. 300 questionnaires were distributed, and 279 of them were valid in the statistical analysis. The effective response rate is 93%. Data were analyzed by the methods of descriptive statistics, independent t-test, one-way ANOVA, and Pearson correlation. The conclusions are as follows:

1. There are significant differences in constructs of guarantee, response, tangibles, reliability and warmth between the expected and actual service quality.
2. The demographic variables didn't influence the perceived service quality of household registration office.
3. The demographic variables didn't influence the satisfaction of service quality of household registration office, except marital status.
4. The perceived service quality significantly influenced the customers satisfaction.

This study also made some suggestions to the household registration

offices:

- 5.To simplify the procedures and to review inappropriate laws.
- 6.To implement the auditing systems to make sure the household registrations are made correctly.
- 7.To promote the lifelong learning in order to strengthen staff's professional abilities.
- 8.To create a high-quality environment and to enhance the service quality, such as to bring in the walk-around service.
- 9.To listen to public opinions and to set up an access for complaints.

Key Word: Service Quality, Perceived Service Quality, Customer Satisfaction



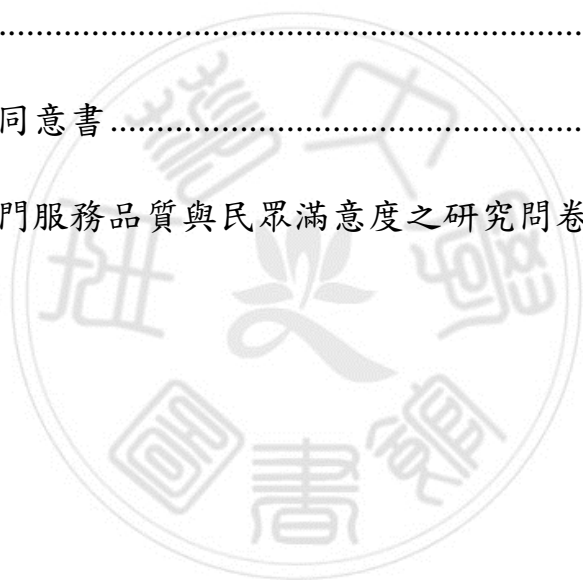
目錄

論文摘要內容.....	ii
英文摘要.....	iv
目錄.....	vi
表目錄.....	x
圖目錄.....	xiii
第一章緒論.....	1
1.1 研究背景.....	1
1.2 研究動機與目的.....	2
1.2.1 研究動機.....	2
1.2.2 研究目的.....	4
1.3 研究問題.....	4
1.4 研究範圍與限制.....	5
1.4.1 研究範圍.....	5
1.4.2 研究限制.....	5
1.5 研究方法與流程.....	6
1.5.1 研究方法.....	6
1.5.2 研究流程.....	8

第二章 文獻探討.....	10
2.1 服務品質之定義、理論與相關研究.....	10
2.1.1 服務的定義.....	10
2.1.2 服務特性.....	12
2.1.3 品質的定義.....	14
2.1.4 服務品質的定義.....	16
2.1.5 服務品質的構面.....	18
2.1.6 服務品質模式.....	23
2.2 顧客滿意度之定義、理論與相關研究.....	27
2.2.1 顧客滿意度之定義.....	27
2.2.2 顧客滿意度的相關理論.....	29
2.2.3 顧客滿意度的模式.....	31
2.2.4 顧客滿意度衡量.....	32
2.3 服務品質與顧客滿意度之關係.....	33
第三章 研究設計與實施.....	38
3.1 研究架構.....	38
3.2 研究假設.....	39
3.3 研究變項定義.....	42

3.4 研究對象.....	43
3.5 研究工具.....	44
3.5.1 問卷內容.....	44
3.5.2 問卷之編製、實施與回收.....	47
3.6 資料處理與分析.....	48
第四章研究結果與討論.....	51
4.1 基本資料分析.....	51
4.1.1 分析.....	51
4.1.2 討論.....	52
4.2 期望與實際感受服務品質分析.....	54
4.2.1 期望服務品質現況分析.....	54
4.2.2 實際感受服務品質現況分析.....	55
4.3 「期望服務品質」與「實際感受服務品質」差異分析.....	56
4.4 人口統計變項與知覺服務品質構面之分析.....	66
4.5 人口統計變項與服務品質滿意度之分析.....	77
4.6 服務品質與滿意度關係之分析.....	88
4.7 研究假設檢定結果.....	93
第五章結論與建議.....	96

5.1 研究發現.....	96
5.2 研究結論.....	99
5.3 建議.....	101
參考文獻.....	103
一、中文部分.....	103
二、英文部分.....	106
附錄.....	110
附錄一問卷同意書.....	110
附錄二公部門服務品質與民眾滿意度之研究問卷.....	111



表目錄

表 2.1 國內外學者對於服務的定義.....	11
表 2.2 品質相關文獻整理.....	14
表 2.3 國內外學者對服務品質的定義.....	17
表 2.4 服務品質的構面分類表.....	18
表 2.5 SERVQUAL 量表十個構面與五個構面之關係意義：.....	21
表 2.6 國內外學者顧客滿意度的定義.....	28
表 2.7 顧客滿意度的相關理論.....	30
表 2.8 服務品質與顧客滿意度之關係.....	34
表 2.9 服務品質與顧客滿意度因果關係之相關研究.....	36
表 3.1 口湖鄉戶政事務所施測對象抽樣人數分配表.....	43
表 3.2 本研究服務品質問項.....	45
表 3.3 問卷回收狀況表.....	48
表 4.1 問卷樣本資料分配情形一覽表.....	53
表 4.2 受測民眾期望服務品質之現況分析摘要表.....	55
表 4.3 受測民眾實際感受服務品質之現況分析摘要表.....	56
表 4.4 民眾期望的服務品質民眾實際感受的服務品質之差異分析.....	57
表 4.5 民眾期望與實際感受服務品質各題之差異分析.....	60

表 4.6 不同性別民眾對知覺服務品質構面認知的平均數、標準差及 T 檢定 摘要表	67
表 4.7 不同婚姻狀況民眾對知覺服務品質構面認知的平均數、標準差及 T 檢定摘要表	69
表 4.8 不同年齡民眾對知覺服務品質構面認知的變異數分析摘要表	71
表 4.9 不同職業之民眾對知覺服務品質構面認知的變異數分析摘要表	73
表 4.10 不同教育程度民眾對知覺服務品質構面認知的變異數分析摘要表	75
表 4.11 不同性別民眾對服務品質構面滿意度的平均數、標準差及 T 檢定 摘要表	78
表 4.12 不同婚姻狀況民眾對服務品質構面滿意度的平均數、標準差及 T 檢定摘要表	80
表 4.13 不同年齡民眾對服務品質構面滿意度的變異數分析摘要表	82
表 4.14 不同職業民眾對服務品質構面滿意度的變異數分析摘要表	84
表 4.15 不同教育程度民眾對服務品質構面滿意度的變異數分析摘要表	86
表 4.16 不同背景變項民眾對於服務品質各構面滿意度的差異摘要表	88
表 4.17 戶政事務所服務品質構面與整體滿意度之 PEARSON 相關係數表	89
表 4.18 預測變項的共線性診斷摘要表	90

表 4.19 知覺的服務品質對民眾滿意度之預測分析..... 90

表 4.20 研究假設檢定結果彙整總表..... 93



圖目錄

圖 1.1 研究流程圖.....	8
圖 2.1 PZB 模式.....	25
圖 3.1 本研究之研究架構圖.....	39
圖 3.2 資料分析架構圖.....	50



第一章 緒論

戶政機關的服務品質，在政府施政的評比中，其滿意度常位居公部門之首，一直以來為民眾所稱許，爰此，本研究旨在瞭解戶政機關的服務品質與民眾滿意度之間的關係。本章共分五節，第一節研究背景；第二節研究動機與目的；第三節研究問題；第四節研究範圍與限制；第五節研究方法與流程，進行歸納敘述。

1.1 研究背景

政府機關通常給民眾的感覺是效率不彰且服務態度不好，但由於時代的變遷，民眾要求公部門不斷提升服務品質。1980 年代「政府再造」的風潮，源起於 1978 年美國的稅制改革與柴契爾夫人(Margaret Thatcher)推動的國營企業民營化。此一風潮致使傳統的公共行政管理發生根本性典範移轉，或有稱之為新右派、企業型政府，皆可被統稱為「新公共管理」(引自孫本初，民 98)。其核心內容係將傳統公共行政管理，導入企業管理方法，藉以提升服務效率，服務品質與整體效能，並強調顧客導向及鼓勵創新的作法(廖麗娟、呂雅雯，民 99)。我國自民 90 年所推動的政府改造方案亦是循此原則發展。行政院研究發展考核委員會(以下簡稱研考會)，為了落實考核各單位執行效能之責、提升服務品質與顧客滿意度，亦設立「服務品質獎」提供各單位積極作為的獎勵。(廖麗娟、呂雅雯，民 98、民 99)則提出，「政府效能」與「服務品質」息息相關，而顧客滿意度則是各國政府提升服務品質的首要關鍵。準此，透過量測並改善公部門服務品質及滿意度，有助於政府效能的提升(溫源鳳、陳清憲，民 96)。

根據瑞士國際管理學院(IMD)於 2011 年 5 月 18 日發布的 2011 年世界競爭力排名，我國在 59 個受評國家中排名第 6；雖是 1994 年 IDM 更新排名結構以來最佳的成績。然而「政府效能」構面卻由第 6 名降至第 10 名，官僚行政影響企業活動更是由第 8 名降至第 20 名。由此可知，提升政府效能乃刻不容緩。且提升政府效能的方法之一，即在有效地測量公部門服務品質與顧客(民眾)滿意度。

為展現政府服務品質全面躍昇，行政院於民國 82 年 7 月起全國分三階段推廣戶役政資訊系統電腦化作業，於民國 86 年 9 月完成全國連線作業，藉以提升整體服務效能，提供民眾需求的服務品質。繼於民國 101 年行政院再次建構戶役政單一簽入系統；為使戶政業務發揮更高服務水準於民國 103 年全國正式上線。提供真正符合民眾需求的服務。希望藉由此研究進一步了解戶政服務缺口？引進企業創新精神，便於提高戶政組織的效能與效率。

1.2 研究動機與目的

本節就雲林縣口湖鄉戶政事務所研究動機及研究目的，茲說明如下：

1.2.1 研究動機

口湖鄉位於雲林縣最西南部的一鄉，西邊濱臨臺灣海峽，全鄉面積 80.46 平方公里，由北到南涵蓋下崙、崙中、崙東、後厝、水井村等 21 村，全鄉人口數截至 104 年 12 月底計 28,489 人。由口湖鄉戶政事務所管理戶籍行政，然戶籍行政的目的是確定人的權利義務關係，以作為人口統計之依據。在政府的各部門中戶政業務與民眾接觸最頻繁，舉凡個人

從出生到死亡所經歷有關自然、法律、社會等身分事項及其動態事件，如出生、認領、收養、終止收養、結婚、死亡、遷徙、原住民身分及民族別、初設戶籍與分(合)戶等，均須向戶政機關申請戶籍登記；同時政府一切施政必須以完整翔實的戶籍資料作為根據，才能落實各項施政決策。爰此，戶政之良窳，關係個人權益及國家社會經濟發展至鉅。口湖鄉戶政事務所員工編制 10 人，屬於乙級戶所，由於本所位於偏鄉，在資源軟、硬體設備上較其他都會型甲級的戶所差，以往研究者大部份均以都會型甲級戶所為研究對象，鮮少研究偏鄉的戶所，因此本研究者才有此想法，以口湖鄉戶政事務所為研究對象。該如何提升其「服務品質」，滿足民眾需求提供民眾更優質的服務，是從事本研究的動機之一。

自民國 87 年頒訂實施「全面提升服務品質方案」及「行政院服務品質獎評獎實施計畫」，以樹立效能革新標竿，獎勵為民服務品質管理績效卓著機關，逐步邁向服務性政府。雲林縣有 20 個鄉(鎮、市)，共設立 20 個戶政事務所，口湖鄉戶政事務所於民國 101 年雲林縣政府參加內政部戶政業務評鑑，本鄉獲得 20 鄉鎮優等成績。本項研究希望藉由民眾的角度來評量口湖鄉戶政事務所的服務品質及民眾滿意度，並發掘探討口湖鄉戶政事務所服務品質的優點推廣至其他戶政事務所，不斷提昇服務品質提供更滿足、符合民眾期望的服務是本研究動機之二。

為使戶政業務服務品質蒸蒸日上，民國 101 年行政院建構戶役政單一簽入系統；民國 103 年全國正式上線。並輔以戶籍資料異動跨機關通報服務，舉凡從出生到死亡，這一切的權利與義務，皆與戶政的業務脫不了關聯。本研究為探討公務部門服務品質與民眾之間的問題。本研究採問卷方式，針對雲林縣口湖鄉戶政機關的戶政事務所洽公的民眾進行調查，並分析民眾至戶政事務所洽公之後的感受與態度，藉此探討公部

門服務品質與民眾滿意度之間關聯問題是本研究動機之三。

1.2.2 研究目的

本研究旨在探討口湖鄉戶政事務所之服務品質現況與民眾對於服務品質滿意度，期能根據研究結果，提出結論與建議，供各戶政事務所之參酌。使戶政事務所更能提升服務品質以滿足民眾之需求。本研究目的茲分述如下：

- 1.藉由問卷調查之統計分析，來探討影響民眾滿意度的因素。
- 2.瞭解民眾對戶政事務所服務品質的重視與滿意度為何？
- 3.探討民眾「期望服務品質」與「實際感受服務品質」是否有顯著差異。
- 4.探討不同背景變項民眾，對戶政機關服務品質與民眾滿意度有何異同。
- 5.藉由相關文獻之整理，探討戶政機關與民眾在服務品質認知之差異，縮小服務缺口。
- 6.針對研究結果提出相關建議，作為各戶政事務所提昇服務品質之參考。

1.3 研究問題

根據上述研究背景與動機，戶政為庶政之母，對人的權益影響重大，本研究以口湖鄉戶政事務所服務品質為探討對象；如何使民眾滿意。本研究問題茲分述如下：

- 1.探討影響民眾對戶政事務所滿意度因素為何？
- 2.探討民眾對戶政事務所服務品質的重視與滿意度為何？
- 3.探討民眾對戶政事務所「期望服務品質」與「實際感受服務品質」差異為何？
- 4.探討不同背景變項民眾對戶政事務所服務品質與滿意度之差異為何？

5.探討改善戶政事務所服務品質具體作法為何？

1.4 研究範圍與限制

本節研究範圍僅以雲林縣口湖鄉戶政事務所為單一研究對象，並以前往口湖鄉戶政事務所洽公之民眾為對象，本研究進行力求嚴謹，但因限於時間、人力、物力、財力等因素，仍有些之限制。說明如下：

1.4.1 研究範圍

本研究便利取樣僅以雲林縣口湖鄉戶政事務所為單一研究對象，並以前往口湖鄉戶政事務所洽公之民眾為對象，瞭解口湖鄉戶政事務所服務品質之情形，以民眾滿意度做為衡量服務品質的指標，對於民眾滿意度之評估採多項目衡量，並以服務品質構面的實際感受來衡量民眾滿意度。

1.4.2 研究限制

本研究進行力求嚴謹，但因限於時間、人力、物力、財力等因素，仍有些之限制。

1.樣本數方面

本研究以口湖鄉戶政事務所轄區之民眾為母群體，取樣之範圍僅於民104年11月16日至民104年12月15日至口湖鄉戶政事務所洽公之民眾，在研究結果、解釋與推論方面，仍有研究限制。僅由抽樣的樣本數目及五個變數(性別、婚姻狀況、年齡、職業及教育程度)。無法代表全體鄉民之意見，爰此，可能導致分析結果之偏差。

2.研究推論方面

由於城鄉差距，本研究以口湖鄉戶政事務所為研究對象(戶政事務所

中屬於乙級所¹⁾，因此研究推論可否推論至其他都市化之戶政機關(甲級戶政事務所)，仍有疑義，因此不能作過度推論。

3.研究方法方面

本研究僅採問卷調查蒐集資料，由於問卷調查是以量表為主，填答者自由心證，可能受到主觀意識、文字理解、當下情緒影響等因素，而產生不客觀且不符實際的填答。因研究結論不可作過度推論。

4.變數衡量方面

本研究對各變數的衡量採取普通變數法，即假定各個變數之權數均為一未予加權，但對於變數的衡量而言，仍是一種限制。

1.5 研究方法與流程

本研究係採用文獻分析及問卷調查二種途徑；研究流程先確定研究主題，在整理相關資料期刊、論文等文獻加以探討，進行問卷調查，就調查結果提出結論及建議，說明如下：

1.5.1 研究方法

本研究採用Parasuraman, Zeithaml and Berry(1985)三位學者所提出服務品質模式，以服務品質SERVQUAL量表，五個服務品質構面及22個題項問卷為基礎，發展出有關戶政服務品質22個問項進行研究，探討戶政業務PZB五個缺口服務品質之差異性。在進行本研究係採用文獻分析及問卷調查二種途徑。首先以文獻分析獲得相關資訊，確定研究架構及內容，設計問卷取得(李素貞，民97)授權，再以調查法進行分析，獲得完整資料，進而提出本研究之結論及建議。本研究之研究方法說明如下：

¹資料來源：台灣省縣(市)戶政事務所組織規程。戶政事務所分為甲、乙、丙三級所，甲級所為編制20人以上，乙級所為編制10至19人，丙級所為10人以下。

1.文獻分析

針對本研究目的，蒐集國內外有關文獻，進行閱讀與整理，作為本研究之理論基礎及問卷之依據。

2.問卷調查

問卷編製後，再以口湖鄉戶政事務所洽公之民眾為進行調查對象，最後根據問卷調查結果，加以分析、比較，提出結論及建議。



1.5.2 研究流程

本研究流程先確定研究主題，在整理相關資料期刊、論文等文獻加以探討。並依各變項編製問卷再針對對象進行問卷調查，就調查結果提出結論及建議。研究流程如圖1.1

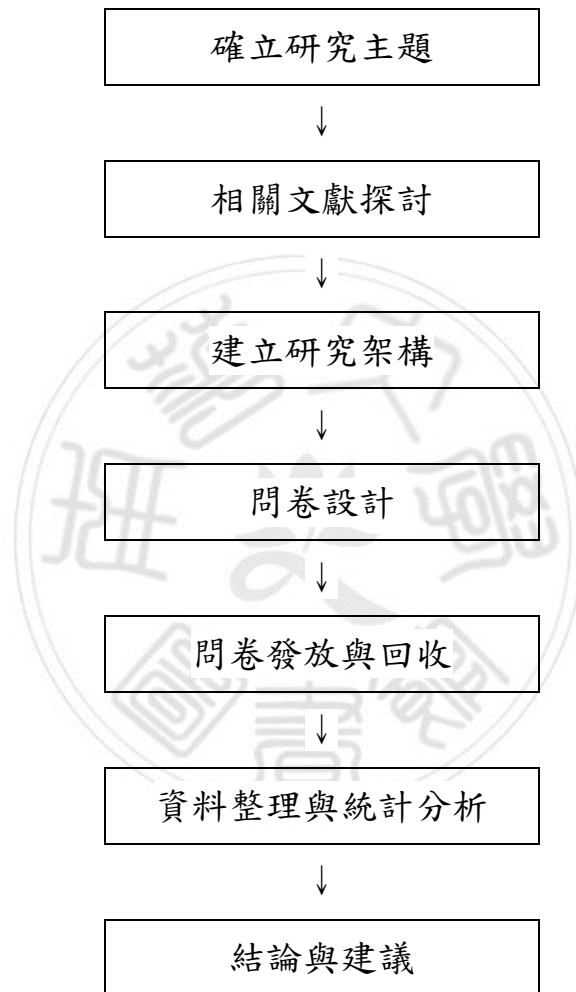


圖1.1 研究流程圖

1. 確立研究主題

近年來我國政府機關雖不斷推動行政革新、組織改造，但其他機關仍推行緩慢。然近年來戶政事務所一直不斷集思廣義的創新如何作好便民服務。在公部門服務方面受到社會大眾的肯定，爰此基於個人職場及

興趣，依研究動機及目的對研究主題進行探討，便進行相關實證研究，作為戶政機關改善服務品質的基礎與方針。

2. 相關文獻探討

透過網路系統、書局及圖書館蒐集國內外相關之文獻資料，予於研讀、探討與整理，藉以對本研究能深入了解與運用。

3. 建立研究架構

透過研究目的的建立、蒐集相關文獻並研讀、探討與整理，並與指導教授討論後，正式擬定本研究架構。

4. 問卷設計

當建立研究架構之後，在針對所要探討問題，透過相關文獻之研讀，並經(李素真，民97)授權之問卷題目編製問卷。

5. 問卷之發放與回收

針對104年11月16日至104年12月15日前往口湖鄉戶政事務所洽公之民眾，進行抽樣方式發放問卷於填寫後收回。

6. 資料整理與統計分析

將收回問卷經過有效、無效分類、編碼後，並於問卷回收登錄完畢後，採用SPSS20.0 for Windows 電腦統計套裝軟體程式進行資料分析，再對輸出之報表資料作判讀，提出相關之數據。

7. 結論與建議

依據資料分析結果，用於驗證假設是否成立，依據假設作成結論，提出可行、實務性的建議，供戶政事務所改善並提升服務品質之基礎與方針。

第二章 文獻探討

本章旨在探討戶政服務品質與民眾滿意度，並針對國內外學者有關服務品質與民眾滿意度等相關理論與研究實證加以探討，針對其意涵加以整理，以作為本研究的理論基礎；第一節為服務品質之探討，第二節為顧客(民眾)滿意度之探討，第三節為服務品質與顧客(民眾)滿意度之探討。

2.1 服務品質之定義、理論與相關研究

服務品質是一種無法直接與一般商品作出明顯比較的東西，服務品質會隨著顧客主觀意識決定好與壞，也是由顧客端去衡量服務品質之優與劣。

2.1.1 服務的定義

服務(Service)一字來自於拉丁語Servitium，指「奴隸奉待」的意思。後來隨著時代演變，其意思也隨之改變為較通俗的定義是「幫別人的忙」，就是一方代替另一方做事。服務包含了有形的實體和無形的態度和感受，因此服務沒有固定的標準模式且範圍極廣。許多國內外學者對服務定義見解不同，茲將定義整理如表2.1國內外學者對於服務的定義所示。

表2.1國內外學者對於服務的定義

年代	學者	定義
1987	Stanton & Fuprell	服務是一種可以被區分以滿足需求的活動或行為，而這些行為不一定與銷售實體產品或其他服務有所關聯，且伴隨實體產品的服務並不會移轉服務所有權。
1989	淺井慶三 郎、清水滋	服務是經由人類勞動所生產，它依存在人類行為而非物質之實體。
1990	Gronroos	服務是一個或一系列活動，多少具有無形特性(Intangible)，通常發生於雙方互動中：一方為顧客，而另一方則是服務人員、實體資源或商品，以及(或)服務方為顧客提供問題解決的系統。
1996	Zeithaml & Bitner	服務是一種行為、過程和表現。
民87	翁崇雄	服務是有代價地為他人提供-對方所需求的行為。
2000	近藤隆雄	服務是一種藉由支付代價去獲取目的的活動。
民93	陳耀茂	服務不單只是指產品的供給而以，它還涵蓋價格和形象等要素在內，亦即提供顧客所提供內容整體行為。
2004	Lovelock	(一)服務是由一方對另一方所提供的行為表現或是績效。雖然在過程中會關係到實體的產品，但是其本質基本上為無形的，且不會導致任何生產因素的所有權問題。 (二)服務是一種經濟活動，可以為顧客於特定地點或時間提供其利益與創造價值。對於服務的接受者能夠帶來其所需要的改變。

表2.2國內外學者對於服務的定義(續)

年代	學者	定義
2007	Lovelock & Wright	服務是由一方提供給另一方的經濟活動，大多普遍應用於以「時間-基礎」的績效，以帶給接受者所想要的結果，或者提供物品或其他資產讓購買者有支配權，以交換顧客所付出的金錢、時間，及努力。接受服務的顧客期望從接觸到的商品、勞力、專業技術、設施、網路(Networks)及系統運作中獲得價值，但他們通常無法取得服務流程中所提供的任何實體設施或專業技術等的所有權。
民98	楊錦洲	服務是服務提供者提供物品、勞力、技術、專業、知識、資訊、設施、時間或空間之中的某些項給顧客的一系列活動所購成的流程(Process)，以產生顧客所需之價值，如為顧客辦理事務，解決顧客問題，或者娛樂顧客、服侍顧客、讓顧客愉悅、舒暢等等。

資料來源：本研究整理

綜合國內外學者對服務之闡釋，可將服務具體定義為：「有代價地為他人提供一對方所需求的服務行為」。簡言之，服務就是：必須發自內心、表現於外的具體呈現。「服務」對服務人員而言，是一種態度、精神的表現，是站在顧客(民眾)立場為顧客(民眾)著想，並即時滿足顧客(民眾)的需要。因此戶政機關如何提供良好服務品質以滿足顧客(民眾)需求，成為公部門首要課題。

2.1.2 服務特性

服務是一項無形的活動和流程，且服務之提供與顧客的消費是同時的，亦即服務之提供與消費是不可分割的(Fitzsimmons & Fitzsimmons, 2008)。此外，也有些學者提到服務本身也具有異質性的(Heterogeneous)

及易逝性的(Perishable)等性質。Parasurramam, Zeithaml and Berry三位學者綜合一般學者的觀點，服務有下列四個特性分述如下：

1.無形性(Intangibility)

服務通常是無形的，它在購買之前是看不見、聽不到、品嚐不到、聞不到、甚至感覺不到的，這是服務與實體產品很大的差異點。因此顧客無法事前感受服務的好壞。如同民眾至戶政機關申請戶籍登記時無法事前感受到服務的內容。

2.不可分割性(Inseparability)

一般的實體產品可經過生產、儲存、運送、銷售、最終的消費者使用等不同的程序。但服務一般則是生產與消費同時產生，同時存在而不可分割，服務的提供者與消費具有同時性，因此很多時候，服務提供者與消費者同時介入服務的提供過程，兩者互動關係相當密切。

3.異質性(Heterogeneity)

服務基本上是一種活動或流程，是各種條件所共同組成。它是要滿足不同顧客的需求，故所提供之服務會有所差異，再者，也會隨著服務提供者的不同、提供時間的差異、地點的不一樣都會使所提供之服務效果不一樣。在戶政機關即使同一位服務提供者，也會因為不同時間、地點、心情、對像等，造成不一樣的服務內容與品質。

4.易逝性(Perishability)

服務的不可分割性造成服務具有不可儲存的性質，服務的產能也缺乏彈性，但卻無法如實體產品一般其採用預先生產及存貨控制的方式加以調整。

綜上所述，服務是服務人員提供物品、勞力、技術、專業、知識、資訊、設施、時間、空間等給顧客一系列活動，來滿足顧客期望之服務

品質。戶政機關雖具有以上服務四個特性，但服務人員可以良好服務態度使顧客獲得最大滿足，亦是戶政機關當前重要課題。

2.1.3 品質的定義

品質係指產品或服務之特性能達成顧客期望的水準。美國品質管制學會對品質的定義為：「產品或服務的特徵與特性之整體，以滿足穩含於內或宣稱於外的需要」，本研究整理相關文獻，如表2.2。

表2.2品質相關文獻整理

年代	學者	定義
1984	Garvin	將品質定義分為以下五種觀點： <ol style="list-style-type: none"> 1. 哲學上的觀點：品質無法加以明確的定義，只有靠體會才能感受到。 2. 產品為基礎的觀點：品質是精確且可以衡量的，產品的差異來源在產品的本身屬性和要素上。 3. 使用者為基礎的觀點：使用者可以決定品質的好壞，能滿足使用者需求的產品或服務，則被視為好的品質。 4. 製造為基礎的觀點：品質要能符合製造規格，當產品與製造規格的標準差距越小，表示品質愈好。 5. 價值為基礎的觀點：以價格和成本的概念來探討品質，即品質是在可以接受的價格或成本範圍之內，提供績效利益與滿足消費。

表2.2 品質相關文獻整理(續)

年代	學者	定義
1990	Crosby	品質就是符合要求的標準，強調第一次就把工作做好，對品質的看法主要有以下四點： 1.品質的定義是符合需求標準，而不是好。 2.品質是由預防而來的，而不是經由鑑定而來的。 3.品質要求的標準是零缺點，而不是「可接受的品質水準」。 4.以產品「不合標準」的代價衡量品質，而非品質指數。
1992	Feigenbaum	品質為「產品的品質乃工程及製造的綜和特性，此特性決定產品使用時能滿足顧客期望的程度」。
民88	陳耀茂	認為品質是： 1.指公司內部管理的提升。 2.是提升外部顧客之滿意度。 3.需顧及承擔地球環保之責任。 4.是追求真、善、美。 5.是世代相傳。 6.能掌握未來顧客之需求。
民90	洪順慶	顧客的實際感受和顧客期望之間的差距，而服務品質最重要的關鍵在於提供服務的業者與顧客之間值街的互動，因為在接受服務之前，顧客只有某種程度之預期，而服務提供者和顧客之間的互動，則是「關鍵時刻(Moment of Truth)發生的所在。」
民91	楊錦洲	認為應從四個思考角度來定義品質 1.品質是符合規格的 2.品質是適合於使用的 3.品質是在能負擔的價格下的可接受性。 4.品質是顧客滿意。

資料來源：本研究整理

綜合各學者的觀點及論述，品質很難加以評論它的好與壞，尤其服務業更是難以定義，只有靠親自去接觸體驗才能瞭解。因此戶政機關如何提升服務品質以滿足民眾之需求，是當今公部門不可推卸之責任，本研究認為「品質」是要滿足顧客的需求，讓顧客滿意的。

2.1.4 服務品質的定義

根據美國行銷科學研究所(Marketing Science Institute)的調查，將服務品質的定義作一個較完整的陳述，其結論為：顧客使用服務之前，會有一個主觀的「事前期待」：接受服務後得到的感受產出一個「實際評價」，而「事前期待」與「實際評價」兩者之間的差距則決定「服務品質」。實際評價高於事前期待時就可能成就一個服務滿意度較高的顧客；「實際評價低於事前期待時可能流失一個顧客；實際評價等於事前期待實則是一種服務(崔立新，民95；陳思倫，民97；楊錦洲，民98)。

服務品質是一種無法直接與一般商品作出明顯比較的東西，服務品質會隨著顧客主觀意識決定好與壞，也是由顧客端去衡量服務品質之優與劣。不同學者對服務品質有不同看法，整理列舉數位學者對服務品質的定義如表2.3：

表2.3國內外學者對服務品質的定義

年代	學者	定義
1982	Gronroos	認為服務品質是消費者對服務之事前期望與接受服務後的認知間之比較。如果認知的品質達到期望的品質水準，則可定義服務品質是好的，反之則是低劣的。
1983	Lewis & Booms	認為服務品質係指服務是消費者對服務之結果能符合所設定的標準，決定於所提供的服務是否滿足消費者期望。
1985	Parasuraman, Zeithaml & Berry	服務品質 = 實際感受服務品質 - 期望的服務品質。
1991	Kolter	服務是指一項活動或一項表現由一方提供給另一方，但本質上是無形的，不牽涉到物權，也不一定要附屬於實質的產品。
民93	陳進丁	服務品質是服務業經營的重要課題，服務業經營主要在於如何提供高滿意度的服務品質顧客，以提昇在市場上的競爭力，所以服務品質扮演著企業能否永續經營的重要關鍵因素。
2010	宮下洋一	服務品質是一種無法直接與一般商品作出明顯比較的東西，服務品質會隨著顧客的主觀意識決定好與壞，也是由顧客端去衡量服務品質之優與劣。

資料來源：本研究整理

綜上所述，服務品質係指一種事物或經驗符合某人之需求或增加價值的程度。顧客對服務品質之滿意程度是由顧客所期望的服務與所感覺到的服務之間的相對關係來評價，感覺到的服務高於期望的服務，則服務品質的滿意程度就高；反之，若感覺到的服務低於期望的服務，則服務品質的滿意程度就低。

2.1.5 服務品質的構面

服務品質的構面是指顧客衡量公司或機關所使用的標準，即顧客評估服務品質決定的因素，從文獻的研究當中學者對服務品質的構面看法如表2.4：

表2.4服務品質的構面分類表

年代	學者	服務品質的構面
1982	Lehtinen & Lehtinen	將服務品質區分為實體品質、企業品質和互動品質等三個構面。
1985	Parasuraman, Zeithaml & Berry	三位學者對十二位消費者所組成的焦點群體進行深度訪談，研究歸納出消費者在評估服務品質之十項決定性因素：可靠性、回應性、勝任力、接近性、禮貌、溝通、信用、安全、了解和熟知顧客和有形性。
1986	Juran	將服務品質區分為內部品質、硬體品質、軟體品質、即時反應和心理品質等五個構面。

表2.4服務品質的構面分類表(續)

年代	學者	服務品質的構面
1988	Haywood-Fanner	<p>認為服務具有三個基本要項，稱之為「服務品質3P」。可作為檢視的構面集要素，如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.實體設備、過程與程序。 2.服務人員的表現與愉悅 3.專業的判斷
1989	Rosander	<p>將服務品質分成八個構面，如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.管理：包括服務政策、措施的擬定、管理者的領導風格等。 2.監督：包括服務政策執行確實性、人員的訓練等。 3.心理：包括服務人員的態度、行為、團隊合作等。 4.統計：包括顧客資料之收集與分析等。 5.經濟：包括服務成本之掌控、價格估算、市場佔有率之評估等。 6.過程：包括服務過程之品質、安全性等掌控。 7.時間：包括服務提供之時間、人員處理顧客問題的速度等。 8.解答：包括處理顧客問題所需之技術及政策等。

表2.4服務品質的構面分類表(續)

年代	學者	服務品質的構面
1993	Mitra	將服務品質分成四個構面，如下： 1.服務人員之行為及態度。 2.時效性。 3.服務不合格點。 4.設施有關之特性。

資料來源：本研究整理

綜上所述，由於服務具有易逝性，無法在事先予以儲存，因此服務品質之好壞決定於服務當時之過程。由於服務品質具有多樣性的特性，各學者所提出服務品質構面也不全然相同。其中以PZB(1985)發展以顧客認知與期望的服務水準的差異作為服務品質的SERVQAL量表，該量表共有十項構面，又PZB(1988)認為品質是符合或超越期望，將知覺服務品質定義為消費者比較知覺服務或經驗品質與期望服務的差距，稱為「差距分析」或「缺口分析」，發展出有形、反應、可靠、保證及關懷等五個因素構面及22個題項之客觀衡量服務品質SERVQAL量表。本研究即採用Parasuraman、Zeithaml and Berry五個構面衡量戶政事務所的服務品質，如表2.5所示：

表2.5 SERVQUAL量表十個構面與五個構面之關係意義

十個構面	說明	五個構面	說明
1.可靠性 (Reliability)	指服務過程中具有可信賴性、穩定性、一致性。戶政人員能正確的執行各項戶籍登記並獲得人民的信賴。	1.可靠性 (Reliability)	提供允諾服務的能力，戶政人員在服務的過程中皆能讓民眾感受到信賴與滿意。
2.有形性 (Tangibles)	指服務的實體，服務過程中之有形設備及服務人員之儀表等，包括提供服務的工具與設備。	2.有形性 (Tangibles)	服務中的實體部分，包括建築、設備、設施、裝潢、布置以及戶政人員的儀容等。
3.反應性 (Responsiveness)	指戶政人員提供服務的意願和即時性。例如立即回答民眾的問題、提供快速的服務、積極協助民眾解決問題服務熱忱。	3.反應性 (Responsiveness)	指戶政人員樂於幫助民眾與提供即時性服務(如馬上撥打電話)，迅速解決即回應民眾之問題，提供滿意服務。
4.勝任性 (Competence)	指戶政人員具有執行戶籍登記所需之專業知識。	4.保證性 (Assurance)	以本身的知識與禮貌，讓顧客安心與信任，相信戶政人員可以提供顧客專業與滿意的服務。
5.禮貌性 (Courtesy)	指戶政人員對民眾的禮儀、友善、體貼和尊重。		

表2.5 SERVQUAL量表十個構面與五個構面之關係意義(續)

十個構面	說明	五個構面	說明
6.信用性 (Credibility)	指誠實、信任、值得信賴，並以民眾的權益為優先考量。	4.保證性 (Assurance)	以本身的知識與禮貌，讓顧客安心與信任，相信戶政人員可以提供顧客專業與滿意的服務。
7.安全性 (Safety)	指讓顧客免於危險、風險、不確定性和懷疑的自由。		
8.接近性 (Access)	指容易連繫服務業者，顧客很容易使用服務設施，包括時間、地點及服務鐘的便利，也就是要使顧客容易接觸到服務。	5.關懷性 (Empathy)	對顧客關心與個別照顧、傾聽顧客的需求，讓顧客受到關懷與尊重，將心比心的提供顧客滿意的服務。
9.溝通性 (Communication)	指善用顧客語言和樂於傾聽顧客意見，並以顧備能聽得懂的話來交談。		
10.瞭解性 (Understand)	指全體服務人員努力的去瞭解顧客真正的需求，認顧客及瞭解客的需求。		

資料來源：吳勤勉(民103)，服務品質管理提升服務品質的思維與作法，台北：松根，81-82頁。

PZB三位學者發展的服務品質SERVQUAL量表，具相當多樣的應用潛力，可被廣泛協助服務業評估顧客對於服務品質的期望，亦可協助管理者注意實際產生改善服務品質的行動。本研究即採用22個題項之客觀衡

量服務品質SERVQUAL量表來衡量民眾對有形、反應、可靠、保證及關懷等五個服務品質構面認知與期望，每個構面都有4或5個衡量項目。受試者首先對此22個衡量項目提出對服務提供者的期望服務水準，評估對每一項服務項目的期望程度；再者，受試者依實際所認知到的服務品質水準，對此22個衡量項目，提出對於每一項服務項目的實際認知程度。將這22個衡量項目中的認知評量中的認知評價減去期望評量，就可以得到服務品質的評價，即服務品質=認知-期望($Q=P-E$)。(張文湘，民91，27頁)

2.1.6 服務品質模式

許多學者提出服務品質模式，其中以英國劍橋大學Parasuraman、Zeithaml and Berry(1985)3位教授所提出的服務品質模式最為完整，發展出一套完整的「服務品質概念模式」，一般簡稱為「PZB模式」，如圖2.1所示。PZB模式中，服務品質有五個缺口，這五個缺口就是服務品質無法滿足顧客的原因。若業者要讓顧客的需求達到滿意水準，就必須縮小這五個缺口的差距，在這五個缺口中，前四個缺口是業者傳遞出服務品質的主要障礙，而第五個缺口是由顧客認知服務與期望服務的落差所形成，通常缺口五是由缺口一至四所造成的。說明如下：

- (一) 缺口一：顧客的期望與管理者認知的差距(Consumer Expectation Management Perception Gap)。
- (二) 缺口二：管理者認知與服務品質規模的差距(Management Perception-Service Quality Specification Gap)。
- (三) 缺口三：服務品質規模與服務傳遞間的認知的差距(Service Quality Specification-Service Delivery Gap)。
- (四) 缺口四：服務傳遞與外部溝通間的差距(Delivery-External

Communiation Gap)。

(五) 缺口五：消費者對服務的事前期望與事後認知的差距(Expected Service Perceived Service Gap)。



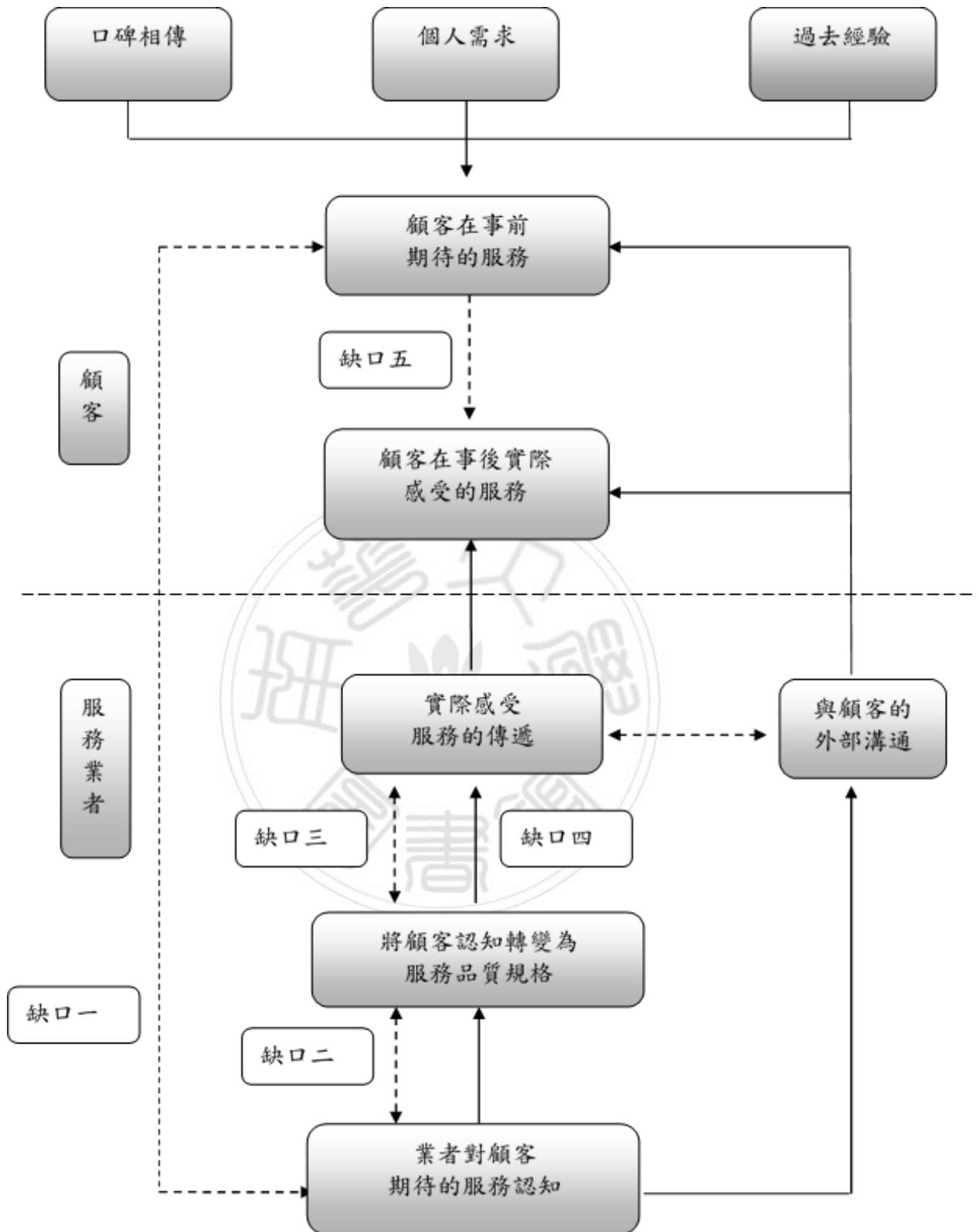


圖2.1PZB模式

資料來源：Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985), A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, Journal of Marketing, Vol.49, p.44.

本研究以PZB服務品質模式為理論基礎，並將服務品質的五大缺口，轉換為戶政事務所服務品質缺口的定義：

1.缺口一：民眾的期望與戶政事務所對民眾認知的落差。

此缺口發生在戶政事務所人員對於民眾需求與期望的認知與民眾真正的需求與期望有所差距。戶政事務所人員沒有完全理解民眾所有期望的高品質服務中所涵蓋的特質，以及必須怎樣的服務態度才能符合民眾的需求，也不完全瞭解哪些民眾在意的品質特性上具備怎樣服務水準才是提供了高品質服務。爰此，要縮短此缺口，須深入的去了解民眾的需求，可透過戶政臨櫃人員把民眾真正需求與期望反映給主管加以改善。

2.缺口二：戶政事務所認知與服務品質規格之間的落差。

戶政事務所理解了民眾需求與期望之後，戶政事務所所提供之服務項目、內容可能無法符合民眾的需求或期望。此種情形的造成由於戶政事務所的戶籍登記常礙於法令限制，民眾的需求戶政事務所無法服務，爰此，要縮短此缺口，戶政事務所可以制定工作手冊，對民眾加以法令宣導。

3.缺口三：戶政事務所服務品質規模的與服務傳遞間的落差。

此缺口之原因，當主管者設定了服務品質，無法依照原計畫實行，如戶政窗口臨櫃人員服務態度及尖峰時段的服務過程，無法提供高品質的服務。要縮短此缺口，可透過人員訓練、人員適度調配並發揮團隊合作精神，並事先作好服務規劃。

4.缺口四：服務傳遞與外部溝通間的差距的落差。

此缺口形成原因，由於戶政臨櫃人員的表現不符合戶政事務所預期對民眾服務的承諾，未能承諾的情形，如對案件處理內部人員間缺乏溝通、協調，常導致服務不一致。要縮短此缺口，戶政事務所主管與服務

人員對於所提供的服務以及對民眾的承諾能取得共識，一定要事先作好內部溝通。

5. 缺口五：民眾對服務的事前期望與事後認知的落差

此缺口是民眾對服務的事前期望與事後認知的差距，當民眾對於事後認知服務大於事前期望服務時，民眾對戶政事務所的服務品質感到滿意，然民眾對於事後認知服務小於事前期望服務時，民眾對戶政事務所的服務品質感到不滿意。

從各項文獻當中要提升服務品質的水準，須從這四道缺口當中去消除服務品質的缺口，才能使顧客獲得滿意。缺口一至缺口四有關戶政事務所內部向上溝通、制定工作標準化、團隊合作、橫向溝通等組織層面。然缺口五是民眾被服務的層面，是民眾對服務的事前期望與事後認知差距來決定服務品質。缺口五為缺口一至缺口四的合計，因此要提升服務品質的認知使民眾感到滿意，必須消除前四個服務品質的缺口。

2.2 顧客滿意度之定義、理論與相關研究

滿意度是事前知期望與事後感受的比較過程；顧客滿意度則是顧客在使用產品或接受服務前後實際經驗的感受。

2.2.1 顧客滿意度之定義

所謂顧客的滿意度，其各學者定義不一，自Cardozo於1965年對於顧客滿意度(Customer Satisfaction)進行研究以來，各種定義與模式的研究相繼出現不同理論。侯錦雄(民79)指出滿意度是拿來測量人們對工作、產品、生活品質或各項服務品質等方面看法，是一項相當有用的衡量行為指標，爰此，茲將國內外學者對於顧客滿意度的定義整理如表2.6：

表2.6國內外學者顧客滿意度的定義

年代	學者	顧客滿意度的定義
1965	Cardozo	顧客滿意會增加顧客再次購買的行為，且會購買其他的產品。
1977	Hunt	顧客滿意度是一種經由評估和經驗所產生的過程，滿意度被認為是一種情感上的衡量(an evaluation of an emotion)，反映出消費者在購買一種產品或使用一種服務後，所獲得的正面感覺，也就是將滿意度定義為「評估所經驗的產品至少應該和其原先所預期的一樣好」。
1980	Westbrook	滿意是顧客從購買商品所獲得的績效與先前期望的一種認知過程評價，若實際績效超過或等於先前期望，顧客會產生滿意。
1984	Day	顧客滿意度是顧客在購買產之後，經由知覺的評估他所購買前預期和購買後，產品實際表現所產生缺口時的一種反應。認為「顧客滿意度」之定義是對一特定的交易行為，在交易後所作的評價。
1988	Oliver & Desaarbo	滿意度會影響消費者的態度與購買意願。
1989	Cina	顧客滿意是因為預期與真實經驗後產生的缺口所造成，若實際經驗比原先預期好，會產生正面的態度；若實際經驗未達預期，則會產生認知失調，進而影響消費者對於下一次購買商品或使用服務的意願。
1992	Fornell	顧客滿意度是指顧客在購買產品或使用服務後的整體衡量，經由經驗而產生的一種態度。滿意度是指可以直接評估的整體感覺，而消費者會將產品或服務及其理想標準做比較，所以消費者可能原本對產品或服務滿意，但和原先預期比較之後，又認為產品是普通的。

表2.6國內外學者顧客滿意度的定義(續)

年代	學者	顧客滿意度的定義
1993	Engel, Blackwill & Miniard	滿意度是顧客在使用產品之後，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。
1996	Zeithaml & Bitner	服務品質與顧客滿意度可視為單獨的服務接觸傳輸水準，亦可視為一整體性的水準，且滿意度通常被視為比服務品質評量更寬廣的概念，故知覺服務品質應是顧客滿意度的組成成分之一。
民89	葉凱莉、喬友慶	顧客滿意是「消費者對某一服務的事前期望與服務提供者實際所提供的事後知覺績效」的比較過程，然而滿意度是顧客對接受此服務過程評估後，來判定產品(服務)的表現是否如他們所期望及所想像中的那麼好，進而形成對產品(服務)的整體態度。
民91	楊錦洲	顧客滿意指的是顧客在接受某一特定交易或服務時，所感受到的一種合乎我一的愉悅態度。

資料來源：陳思倫(民100)，服務品質管理，新北市：前程，156-158頁。

由上面文獻得知，可以得知滿意度是事前知期望與事後感受的比較過程；顧客滿意度則是顧客在使用產品或接受服務前後實際經驗的感受。戶政事務所於民國86年實施戶役政資訊系統電腦後，服務品質提升，所以顧客的滿意度是戶政事務所永續經營的目標。

2.2.2 顧客滿意度的相關理論

Cardozo (1965)首先開始顧客滿意度的研究，之後許多學者也提出不同理論。有關顧客滿意度理論，各學者所探討不一，本研究歸納如表2.7：

表2.7顧客滿意度的相關理論

年代	學者	顧客滿意度理論
1973	Lawler	「期望理論」認為人們從事行動所能獲得的表現，是可能存有預期的心理，因此當在採取行動時跟當時的期望與偏好有關，且人們的動機驅力和對事情努力、表現、成果的期望與其價值皆有關聯。
1978	Schreyer & Roggenbuck	「差異理論」認為遊客事前的期望與事後的實際知覺之間的差距可以決定滿意度的高低，在任何的情況下，整體滿意度會因各層面的差異組合所決定。
1964	Helson	「調適理論」認為產品績效若高於調適水準，則會產生正面的評價，反之則產生負面評價。心中的期望越高，心理判斷滿意的標準越高。但往往無法配合，正面的不配合會增加心中滿意的判斷，反之，負面的不配合則減低其滿意度。
1988	Oliverand Desarbo	「公平理論」認為滿意是比較投入和產出是否公平為基礎。對消費者而言，若經歷不公平時，則產生不滿意的態度，反之，當感覺公平時即感到滿足。
1979	Latour & Peat	「滿意理論」認為消費者可以明確的瞭解產品所隱藏的屬性，並對屬性造成期望節，滿意水準是屬性的附加本質。消費者對屬性的判斷會形成一種態度，並將滿意和態度結合在一起。
1985	Weiner	「歸因理論」認為從三個構面可以導出因果。即內在或外在原因、原因的穩定性和變動性和可控制性。內在的原因包含個人努力和能力，而外在原因則有工作的困難度和運氣。

資料來源：吳勤勉(民103)，服務品質管理提升服務品質的思維與作法，台北：松根，322-323頁。

綜合上述學者的看法與意見，顧客滿意度可以說是一種比較的態度，當消費者感到服務比期望差時，消費者在心中會產生不平，則對服務會

感到不滿意；反之，當消費者感受到的服務比期望好時，消費者對服務會感到滿意。

2.2.3 顧客滿意度的模式

Parasurama, Zeithamlru and Berry發展了服務品質的衡量模式SERVQUAL之後，受到了學術界，以及企業界很大的重視與應用，而另一方面，Fornell及其研究團隊也陸續的發展了瑞典顧客滿意指標模式(SCSB)及美國顧客滿意指標模式(ACSI)而在歐洲，也相繼的發展出歐洲顧客滿意指數模式(ECSI)。(楊錦洲，民98)

1. 瑞典模式

Fornell (1992)以1989至1991年的瑞典全國滿意度調查為例，建立了一套有系統且長期性的「全國性顧客滿意度指標」(A Nation Customer Satisfaction: The Swedish Experience)，又簡稱為瑞典模式。在模式中顧客滿意包含兩項前因因素以及兩個後因因果，即顧客對產品或服務的「知覺價值」與「顧客期望」、公司對「顧客抱怨」的處理和對公司「顧客忠誠」。(李素真，民97)

2. 顧客滿意指數模式

Fornell (1992)及其研究團隊所發展出來的美國顧客滿意指數(ACSI)，是以顧客為基礎。其模式包含認知的品質、顧客期望、認知的價值、整體顧客滿意、顧客抱怨、顧客忠誠度等六個變項。(楊錦洲，民98)

3. 顧客忠誠度模式

而在歐洲，也相繼的發展出歐洲顧客滿意指數模式(ECSI)，「公司形象是認知價值的決定因子，其模式包含顧客認知的品質、顧客期望、顧客認知的價值、公司形象、認知價值、顧客滿意、顧客忠誠度等七個變項。(楊錦洲，民98)

2.2.4 顧客滿意度衡量

顧客滿意涉及許多不同的構面與因素，不同意單一整體滿意度衡量的方法，此種方法將強迫消費者在面臨一個複雜情況下，做一種立即而且粗糙的反應。

1. 顧客滿意度的尺度

在顧客滿意度的相關研究中，較為研究者常使用的衡量尺度，大致歸納如下：

- (1) 簡單滿意尺度：從「完全滿意」、「非常滿意」到「很少滿意」、「不滿意」等分為三至七個尺度。此一尺度隱含「很少滿意」或「沒有滿意」，及代表不滿意。
- (2) 混合尺度：從「非常滿意」、「滿意」到「不滿意」、「非常不滿意」等分為三至七個尺度。此一尺度隱含「滿意」和「不滿意」是一條連續帶的兩端。
- (3) 期望尺度：衡量產品的績效是比消費者的期望好或壞。此一尺度隱含若產品的績效是比消費者的期望好，則消費者會感到滿意；反之，則消費者會感到不滿意。
- (4) 態度尺度：衡量消費者對於產品的態度與信念。從「非常喜歡」、「喜歡」到「不喜歡」、「非常不喜歡」等分為三至七個尺度。此一尺度隱含消費者越喜歡某一產品，代表他對此一產品的滿意度越高。
- (5) 情感尺度：衡量消費者對於產品的情感反應。正面的情感反應象徵消費者對產品的滿意，而負面的情感反應象徵消費者對產品的不滿意。

綜合上述衡量尺度之說明，混合尺度仍被大多數學者所採用。國內相關研究如李素真(民97)、葉俞亨(民101)、國峻豪(民103)等人均採用此

衡量方法。爰此本研究在衡量民眾對戶政事務所服務品質滿意度的尺度上，係參照混合尺度並配合PZB模式之用詞，故採用「非常同意」、「同意」、「普通」、「不同意」、「非常不同意」等五個尺度。(詹偉傑，民94)

2.顧客滿意度的衡量因素

(1)整體滿意度衡量

影響顧客滿意的主要因素為何？「滿意」是一項整體概括的現象，只要衡量單一的整體滿意度即可(Day, 1977)。消費者的滿意程度可被視為是一種整體性的反應，代表消費者對產品不同屬性主觀衡量之總和。

(2)各項滿意度衡量

Aiello and Rosenberg(1976)認為顧客滿意涉及許多不同的構面與因素，不同意單一整體滿意度衡量的方法，此種方法將強迫消費者在面臨一個複雜情況下，做一種立即而且粗糙的反應。本研究採用顧客滿意度為整體性、概括性的看法，用整體滿意度來衡量顧客滿意度。(孫志敏，民96)

2.3 服務品質與顧客滿意度之關係

「服務品質」與「顧客滿意度」之關係首見於Parasuraman et al.(1985)之研究，認為兩者概念相同，都是衡量顧客「事前期待」與「實際感受」的差異，通常兩者未能嚴格區分，而是交互使用。茲將學者對兩者關係之看法整理如表2.8：

表2.8服務品質與顧客滿意度之關係

年代	學者	主要論點
1981	Oliver	認為顧客滿意度可被視為顧客對某一特定交易的評價，此反映了顧客的期望和公司所提供績效是否一致的程度，而此期望可視為顧客對即將發生的交易所做的預測。
1985	Parasuraman, Zeithaml & Berry	認為服務品質是一種有關服務優越性的整體性或態度，是長期形成的整體評量，所以被視為顧客的期望，業者應該提供，使得顧客滿意度和服務品質有逐漸模糊的趨勢。
1988	Zeithaml	認為服務品質與顧客滿意度間具有高度相關性，高水準的知覺性服務品質會導致顧客滿意度的增加，但並不是完全相等。其間的差異是因為服務品質是一種態度，為長期性且全面的評估，而顧客滿意度是對一特定交易的衡量，評估時間範圍較短，所以PZB的觀念是承襲Oliver的說法。
1988	Parasuraman, Zeithaml & Beery	認為知覺服務品質(Perceived Service Quality)是態度的一種形式，是一種長期性、整體性的評估，而顧客滿意度是某種特定交易的衡量，評估時間範圍較短，由此可知服務品質與顧客滿意度的主要差異是在於時間定位長短的不同。

表2.8服務品質與顧客滿意度之關係(續)

年代	學者	主要論點
1990	Bitner	服務品質對顧客滿意有正向影響，且服務品質與顧客滿意在結構性方程式中具有顯著的正向因果關係，即服務品質 = q(顧客滿意/不滿意、不配合)，最後認知服務品質將影響顧客購買意願。
1994	Anderson, Fornel l& Lehmann	認為顧客滿意度需有消費經驗發生，服務品質不需先有，顧客滿意度是價值的函數，價值則是服務品質和價值的比值，服務品質只對目前的服務認知，顧客滿意度則包含過去和未來的消費經驗。
1996	Zeithaml & Bitner	認為顧客滿意度所涵蓋的範圍比服務品質的範圍來的廣泛，滿意度會受服務品質、價格、情境、產品品質與個人因素的影響，而服務品質的評估則比較專注於服務品質的構面，包括有形性、可靠性、反應性、確實性及同感心，因此，服務品質是影響顧客滿意度的因素之一。
民85	蘇雲華	認為顧客滿意度與服務品質兩者皆建立在對比的基礎上，顧客滿意度乃對比消費者預期與業者績效，而服務品質乃對比消費者預期與消費者對業者績效的認知。

資料來源：李素真(民97)，戶政機關之服務品質與民眾滿意度，國立高雄師範大學成人教育研究所碩士論文，37-38頁。

服務品質與顧客滿意間的關係密切，但各學者進一步探討其因果關係的研究，其結果不一：一派以Oliver為代表的學者主張顧客滿意是服務品質前因變項；一派以Cronin and Taylor為代表的學者主張服務品質是顧客滿意前因變項，以下將國外各學者對服務品質與顧客滿意度關係之研究歸納整理如表2.9

表2.9服務品質與顧客滿意度因果關係之相關研究

年代	學者	衡量方法	結論
1985a	Parasuraman, Zeithaml & Berry	SERVQUAL	滿意度影響 服務品質
1988a	Parasuraman, Zeithaml & Berry	SERVQUAL	滿意度影響 服務品質
1991	Bolton & Drew	Multiple Item Scales	滿意度影響 服務品質
1992	Cronin & Taylor	SERVQUAL SERVPERF	服務品質影 響滿意度
1993	Oliver	Multiple Item Scales	服務品質影 響滿意度
1994	Bitner & Hubbert	Multiple Item Scales	滿意度影響 服務品質
1994	Parasuraman, Zeithaml & Berry	SERVQUAL	服務品質影 響滿意度
1994	Rust & Oliver	SERVQUAL	服務品質影 響滿意度

表2.9服務品質與顧客滿意度因果關係之相關研究(續)

年代	學者	衡量方法	結論
1994	Strandvik & Liljander	Multiple Item Scales	服務品質影響滿意度
1994	Taylor & Baker	SERVQUAL	無先後迴歸關係

資料來源：楊文敏(民94)，中國信託商業銀行服務品質之研究-顧客滿意度的觀點，南華大學管理科學研究所碩士論文，45-46頁。

綜合前述學者的觀點，學者對服務品質與滿意度的關係看法不一，服務品質與顧客滿意度是兩個不同概念，但兩者之間是相輔相成之正向因果關係，多數學者傾向於服務品質是為滿意度的前因變項，因此本研究建立服務品質會直接正向影響民眾滿意度之假設架構。認為「戶政事務所服務品質」會影響「民眾滿意度」，所以戶政事務所必須透過服務品質之改善，才能有提升民眾滿意度。

第三章 研究設計與實施

本研究旨在探討口湖鄉戶政事務所服務品質與民眾滿意度之關聯性，並瞭解此兩者間的關聯性是否隨著不同的民眾背景變項而有所改變。本章將綜和文獻資料與相關理論，採用問卷調查研究法，並據以引用「戶政機關之服務品質與民眾滿意度」(李素真，民97)之服務品質問項並取得問卷使用授權書(附錄一)此正式問卷服務品質計22項，以進行調查分析，最後提出研究結論與建議。本章茲就研究架構與假設、變項操作性定義、研究對象、研究工具、資料處理與統計方法等分別說明如下。

3.1 研究架構

本研究欲探討戶政事務所服務品質與顧客滿意度之關係。服務品質方面，主要依據Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L. (1988)所提出服務品質觀念性模式修改而得，就此模式來針對戶政事務所品質缺口五作檢定與分析。首先依據Parasuraman et al.(1988)所提出服務品質缺口模式與知覺品質模式 $Q(\text{Perceived Quality})=P$ ：知覺的服務(Perception)-E期望的服務(Expectation)，求得知覺品質，因此先衡量出民眾對戶政事務所期望的服務品質與實際感受的服務品質，以求出民眾在服務品質上期望與實際的差距，得到民眾所知覺的服務品質，並探討民眾知覺服務品質與滿意度對民眾本身特性之關係，再依據Cronin and Taylor (1992)的觀點，驗證知覺服務品質為民眾滿意度的前因要素，根據前述之研究目的，並經由文獻上的探討與整理，提出本研究研究架構如圖3.1所示：

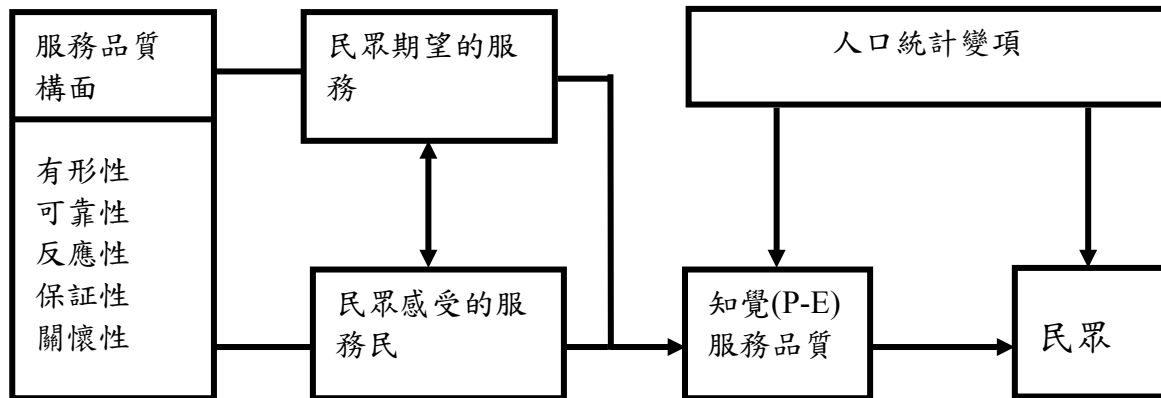


圖3.1 本研究之研究架構圖

資料來源：本研究整理

3.2 研究假設

在第二章有關服務品質與顧客滿意度關係之文獻探討中，Anderson(1993)與Zeithaml and Bitner(1996)等學者均認為關服務品質與顧客滿意度之間有顯著正向關係，且服務品質是影響顧客滿意度最主要的因素，而Conin and Taylor(1992)在其研究中也證實服務品質是顧客滿意度的前因變項，依據前述的研究目的、研究架構，本研究欲驗證之假設如下：

一、民眾對戶政事務所「期望服務品質」與「實際感受服務品質」間有顯著差異。

H1: 民眾對戶政事務所「期望服務品質」與「實際感受服務品質」間有顯著差異。

假設1.1：民眾對戶政事務所服務品質構面中「保證性」的期望與實際感受認知有顯著差異。

假設1.2：民眾對戶政事務所服務品質構面中「反應性」的期望與實際感

受認知有顯著差異。

假設1.3：民眾對戶政事務所服務品質構面中「有形性」的期望與實際感受認知有顯著差異。

假設1.4：民眾對戶政事務所服務品質構面中「可靠性」的期望與實際感受認知有顯著差異。

假設1.5：民眾對戶政事務所服務品質構面中「關懷性」的期望與實際感受認知有顯著差異。

二、不同人口統計變項之民眾對戶政事務所知覺服務品質構面有顯著差異。

H2: 不同人口統計變項之民眾對戶政事務所知覺服務品質構面有顯著差異。

假設2.1：不同性別民眾對知覺服務品質構面認知有顯著差異。

假設2.2：不同婚姻狀況民眾對知覺服務品質構面認知有顯著差異。

假設2.3：不同年齡民眾對知覺服務品質構面認知有顯著差異。

假設2.4：不同職業民眾對知覺服務品質構面認知有顯著差異。

假設2.5：不同教育程度民眾對知覺服務品質構面認知有顯著差異。

三、不同人口統計變項之民眾對戶政事務所服務品質滿意度有顯著差異。

H3: 不同人口統計變項之民眾對戶政事務所服務品質滿意度有顯著差異。

假設3.1：不同性別民眾對戶政事務所服務品質各構面之滿意度有顯著差異。

假設3.2：不同婚姻狀況民眾對戶政事務所服務品質各構面之滿意度有顯著差異。

著差異。

假設3.3：不同年齡民眾對戶政事務所服務品質各構面之滿意度有顯著差異。

假設3.4：不同職業民眾對戶政事務所服務品質各構面之滿意度有顯著差異。

假設3.5：不同教育程度民眾對戶政事務所服務品質各構面之滿意有顯著差異。

四、知覺的服務品質對民眾滿意度有正向的顯著影響。

H4. 知覺的服務品質對民眾滿意度有正向的顯著影響。

假設4.1：民眾知覺的戶政事務所服務品質保證性與整體滿意度有正向顯著差異。

假設4.2：民眾知覺的戶政事務所服務品質反應性與整體滿意度有正向顯著差異。

假設4.3：民眾知覺的戶政事務所服務品質有形性與整體滿意度有正向顯著差異。

假設4.4：民眾知覺的戶政事務所服務品質可靠性與整體滿意度有正向顯著差異。

假設4.5：民眾知覺的戶政事務所服務品質關懷性與整體滿意度有正向顯著差異。

3.3 研究變項定義

本研究之架構主要是由四個操作性變數所組成，包含「期望服務品質」、「實際感受服務品質」、「知覺服務品質」以及「顧客滿意」等四個部分說明如下：

一、 期望服務品質

本研究將「期望服務水準」定義為：受訪者期望戶政事務所應該提供的服務水準。即民眾在未接受戶政事務所提供服務之前，因保證性、反應性、有形性、可靠性及關懷性對戶政事務所所產生期望。此變數衡量的方式，則是針對每個問項來詢問受訪者對此問項之「重視程度」，以李克特五點尺度(非常不重要、不重要、普通、重要、非常重要)來衡量受訪者的期望服務水準。

二、 實際感受服務品質

Parsuraman et al. (1985)認為使消費者主觀性認知的品質即為實際感受的服務品質。因此本研究將「實際感受服務水準」定義為：受訪者對戶政服務績效之認知。此變數衡量的方式，則是針對每個問項來詢問受訪者對此問項之「滿意程度」，以李克特五點尺度(非常不滿意、不滿意、普通、滿意、非常滿意)來衡量受訪者的實際感受的績效水準。

三、 知覺服務品質

Parsuraman et al. (1985)認為顧客對服務品質好壞的認知，通常來自於顧客本身期望(Expected)所應得到的服務，與其實際上所感受(Perceived)到的服務，兩者比較的結果而得知。因此本研究將「知覺服務品質」定義為：受訪者對戶政服務實際感受與期望服務水準兩者間的差距。此變數的衡量方式，以前兩項變數為基礎來衡量，以「實際感受服務品質」減去「期望服務品質」而得。

一、 顧客滿意

Woodside, Frey and Daly(1989)指出顧客滿意是一種消費態度的特定形式，反應出消費者在經驗後喜歡或不喜歡程度。因此本研究將「顧客滿意」定義為：洽公民眾在透過戶政事務所提供的服務後，對戶政事務所的整體性反應或整體感覺。

3.4 研究對象

本研究係以民104年11月16日至民104年12月15日前往口湖鄉戶政事務所洽公民眾為問卷取樣對象，進行調查研究。問卷取樣300人，如表3.4：

表3.1口湖鄉戶政事務所施測對象抽樣人數分配表

日期	抽樣人數	日期	抽樣人數
11/16	15	12/01	18
11/17	13	12/02	13
11/18	12	12/03	11
11/19	14	12/04	14
11/20	16	12/07	15
11/23	15	12/08	17
11/24	13	12/09	11
11/25	14	12/10	13
11/26	11	12/11	10
11/27	14	12/14	12
11/30	14	12/15	15
小計	151	小計	149
總計	300		

資料來源：本研究整理

3.5 研究工具

研究者係引用「戶政機關之服務品質與民眾滿意度」(李素真，民97)之服務品質問項並取得問卷使用授權書，本問卷採用李克特五點量表作為衡量尺度。

3.5.1 問卷內容

本研究問卷其內容共分二部分，第一部分為服務品質問項，採Parasuraman et al.(1988)提出服務品質五構面與SERVQUAL量表中的22個問項為依據，研究者係引用「戶政機關之服務品質與民眾滿意度」(李素真，民97)之服務品質問項並取得問卷使用授權書(附錄一)此正式問卷服務品質計22項，本研究服務品質問項內容如表3.5.1。其中保證性構面的Cronbachs係數為0.852；反應性構面的Cronbachs係數為0.839；有形性構面的Cronbachs係數為0.808；可靠性的Cronbachs係數為0.820；關懷性構面的Cronbachs係數為0.862；而整份問卷的Cronbachs係數為0.936。此份問除了本身信度良好之外，另有七位專家學者(五位大學教授、二位實務工作者)審查並提供修正意見後，方才定稿，足見本問卷信度與效度都俱佳。

本問卷採用李克特五點量表作為衡量尺度，將期望程度分為(非常不重要、不重要、普通、重要、非常重要)，給分方式依序為(1、2、3、4、5)；然實際感受程度也分為五級(非常不滿意、不滿意、普通、滿意、非常滿意)給分方式依序為(1、2、3、4、5)。

表3.2本研究服務品質問項

構 面	本研究問卷之問項	問項設計之依據
保 證 性	1.戶政事務所員工能提供完整的戶政資訊及各項申請流程和作業流程。 2.戶政事務所提供各項戶籍資料正確無誤。 3.戶政事務所均能依標準作業時程提供完善服務。 4.戶政事務所員工具有解決民眾疑惑的專業知能。 5.戶政事務所員工充滿熱忱、親切有禮貌。	Parasuraman et al.(1988)
反 應 性	1.戶政事務所員工樂於協助民眾解決戶政相關問題。 2.戶政事務所員工對民眾不同的需求，提供個別服務或協助。 3.戶政事務所員工對反映意見均有圓滿的處理。 4.戶政業務資訊化，申請各項戶籍登記手續相當簡易。	Parasuraman et al.(1988)
有 形 性	1.戶政事務所的服裝儀容整潔得體大方。 2.戶政事務所辦公環境整潔、有足夠空間服務民眾。 3.戶政事務所走動式服務，態度有禮親切誠懇。 4.戶政事務所提供民眾安心、滿意的服務。 5.戶政事務所提供完善的服務平台與資訊(網路預約、到府服務、提供電腦設備...)。	Parasuraman et al.(1988)

表3.2本研究服務品質問項(續)

構 面	本研究問卷之問項	問項設計之依據
可 靠 性	1.戶政事務所員工辦理有關戶政業務總是正確無誤。 2.戶政事務所提供彈性時間(如：中午不休息、例假日受理預約申請)以方便民眾洽公。 3.戶政事務所員工具備執行職務的專業知識並能遵守戶政相關法令執行職務。 4.戶政事務所堅持好還要更好的服務品質目標。 5.無論民眾遭遇到任何問題，戶政事務所員工會熱忱地提供協助。	Parasuraman et al.(1988)
關 懷 性	1. 戶政事務所積極蒐集與採納民眾建言。 2. 戶政事務所員工會耐心傾聽民眾的問題，瞭解其需求並主動協助解決。 3. 戶政事務所員工受理申請案件態度親切，遇民眾有困難會主動協助解決。	Parasuraman et al.(1988)

資料來源：本研究整理

問卷第二部分為個人基本資料，此部分共有五個問項，包括性別、婚姻狀況、年齡、職業、教育程度等。

3.5.2 問卷之編製、實施與回收

本研究限於人力及經驗，因此整個問卷採用便利抽樣方式進行，發出300份問卷回收290份回收率達96%，去除填答不完整無效問卷，有效問卷為279份，可用率達93%。

1. 問卷編製

研究者係引用「戶政機關之服務品質與民眾滿意度」(李素真，民97)之服務品質問項並取得問卷使用授權書(附錄一)此正式問卷服務品質計22項，其中保證性構面的Cronbach's α 為0.852；反應性構面的Cronbach's α 為0.839；有形性構面的Cronbach's α 為0.808；可靠性的Cronbach's α 為0.820；關懷性構面的Cronbach's α 為0.862；而整份問卷的Cronbach's α 為0.936。此份問卷除了本身信度良好之外，另有七位專家學者(五位大學教授、二位實務工作者)審查並提供修正意見後，方才定稿，足見本問卷信度與效度都俱佳。

2. 問卷實施與回收

本研究限於人力及經驗，因此整個問卷採用便利抽樣方式進行，並以民國104年11月16日至104年12月15日早上9：00~12：00及下午14：00及17：00，前往口湖鄉戶政事務所洽公民眾為問卷取樣對象，發出300份問卷回收290份回收率達96%，去除填答不完整無效問卷，有效問卷為279份，可用率達93%，如表3.3。

表3.3問卷回收狀況表

日期	樣本數	回收數	回收率	有效問卷	無效問卷	有效問卷回收率
104.11.16	15	14	93.3%	13	1	92.9%
104.11.17	13	13	100%	13	0	100%
104.11.18	12	12	100%	12	0	100%
104.11.19	14	13	92.9%	13	0	100%
104.11.20	16	14	87.5%	13	1	92.9%
104.11.23	15	14	93.3%	14	0	100%
104.11.24	13	13	100%	13	0	100%
104.11.25	14	14	100%	12	2	85.7%
104.11.26	11	11	100%	11	0	100%
104.11.27	14	14	100%	14	0	100%
104.11.30	14	14	100%	14	0	100%
104.12.01	18	17	94.4%	14	3	82.4%
104.12.02	13	13	100%	13	0	100%
104.12.03	11	11	100%	11	0	100%
104.12.04	14	13	92.9%	13	0	100%
104.12.07	15	15	100%	14	1	93.3%
104.12.08	17	15	88.2%	15	0	100%
104.12.09	11	11	100%	11	0	100%
104.12.10	13	13	100%	12	1	92.3%
104.12.11	10	10	100%	10	0	100%
104.12.14	12	12	100%	11	1	91.2%
104.12.15	15	14	93.3%	13	1	92.9%
合計	300	290	97.1%	279	11	96.5%

資料來源：本研究整理

3.6 資料處理與分析

為了將初級資料轉換成有效之資訊，本研究將回收之有效問卷編碼後，資料分析方法是變數衡量尺度及欲檢定的研究假設性質而定，本研

究資料處理，係採用SPSS for Windows統計軟體進行統計分析，使用資料分析方法如下：

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

本研究針對樣本之性別、婚姻狀況、年齡、職業、教育程度等基本資料變數，以樣本數、百分比、累計百分比等呈現樣本特性。另外亦以民眾期望服務、民眾實際感受服務、知覺服務品質、顧客滿意度四構面题目的平均數、標準差來顯現整體樣本在各研究變數中的集中趨勢或離散情形。

2.t檢定(T-test Analysis)

採用t-test 以檢定民眾期望服務與實際認知服務間是否有差異。

3.單因子變異數分析(One-way ANOVA Analysis)

採用One-way ANOVA以不同背景變項之年齡、職業、教育程度等為自變項，服務品質各構面為依變項，探討隨著樣本特徵值的不同，是否會對於依變項之知覺產生差異，若自變項與依變項之間達顯著水準，則進一步以雪費法進行事後比較，確定樣本在那幾組間所表現差異達顯著情形。

4.多元迴歸分析(Multiple Regression Analysis)

本研究採用迴歸分析以檢定知覺服務品質構面對於顧客(民眾)滿意度以及顧客(民眾)顧客滿意度對於知覺服務品質構面的影響程度。

本研究第四章將利用以上統計方法，配合SPSS20.0版進行資料分析，本研究之資料分析流程如圖3.6所示：

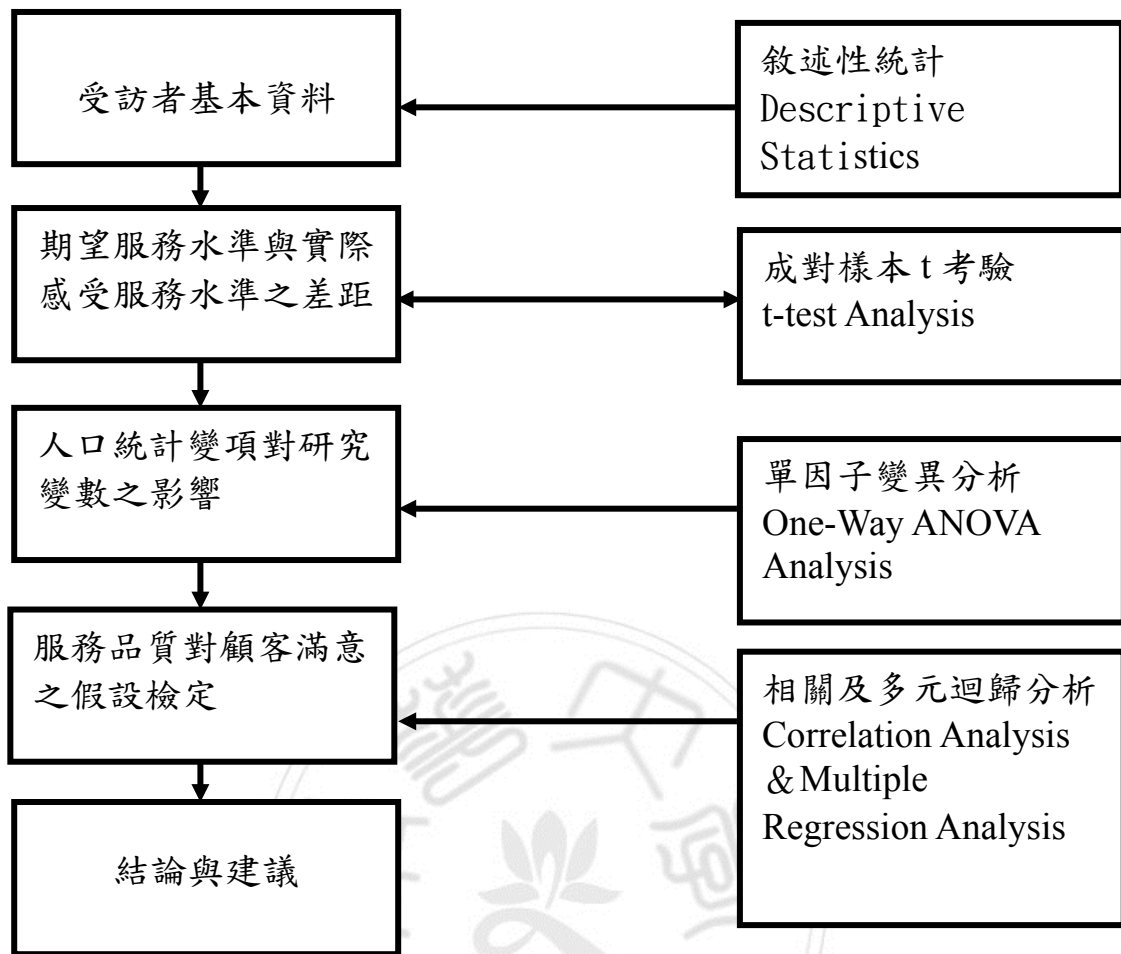


圖3.2資料分析架構圖

資料來源：本研究整理

第四章 研究結果與討論

本章針對問卷調查所得之資料進行統計分析與討論，以瞭解口湖鄉戶政事務所服務品質與民眾滿意度之關係。內容共分為七節，第一節基本資料分析；第二節期望服務品質與實際感受服務品質之現況分析；第三節期望服務品質與實際感受服務品質差異分析；第四節人口統計變項與知覺服務品質構面分析；第五節人口統計變項與服務滿意度構面分析；第六節服務品質與民眾滿意度關係之分析；第七節研究假設檢定結果彙整。

4.1 基本資料分析

本研究問卷所獲得279份有效回收問卷中，運用SPSS20.0統計套裝軟體，進行資料的整理與分析如表4.1.1所示，本研究樣本之個人背景基本資料包括性別、婚姻狀況、年齡、職業、教育程度共五項，以次數分配及百分比對受測民眾之基本資料進行統計分析。

4.1.1 分析

本研究樣本之個人背景基本資料包括性別、婚姻狀況、年齡、職業、教育程度共五項，以次數分配及百分比對受測民眾之基本資料進行統計分析。

1. 性別次數分配

於表4.1得知，本研究之有效樣本中，男性和女性分別佔總樣本數之50.9%和49.1%，可知受測民眾在性別比率上無一定的差距。

2. 婚姻狀況次數分配

於表4.1得知，本研究之有效樣本中，受測民眾已婚者佔總樣本數之65.6%，較未婚者佔總樣本數34.4%多。

3.年齡次數分配

於表 4.1 得知，在有效樣本中，年齡變項共分為六組，其中年齡 30-39 歲、40-49 歲、50-59 歲、20-29 歲、民眾最多，分別佔總樣本數 28%、22.9%、20.8%及 19%。14-19 歲及 60 歲(含)以上之民眾較少，各佔總樣本數 1.1%及 8.2%。

4.職業次數分配

於表 4.1 得知，本研究之有效樣本中，職業變項共分為七組，其中以工商服務業民眾最多，佔總樣本數之 32.3%。以退休人員及學生之民眾最少，分別佔總樣本數 1.4%及 2.9%。

5.教育程度次數分配

於表 4.1 得知，在有效樣本中，教育程度變項共分為六組，其中以大學及高中(職)民眾最多，分別佔總樣本數 29.4%及 22.9%較多。以國小(含)以下、國中及研究所(含)以上學歷之民眾最少，分別佔總樣本數 8.2%、11.5%及 11.5%。

4.1.2 討論

受測民眾男性人數為女性人數 1.04 倍；婚姻狀況以已婚者居多佔 65.6%；年齡在 30-49 歲者佔 50.9%，以青壯年居多；職業以工商服務業及軍公教二者佔 59.9%；教育程度以大學畢業者佔 29.4%，學歷普遍良好。

表 4.1 問卷樣本資料分配情形一覽表(n=279)

背景變項	分組	次數	百分比	累積百分比
性別	男	142	50.9	50.9
	女	137	49.1	100
婚姻狀況	已婚	183	65.6	65.6
	未婚	96	34.4	100
年齡	14-19 歲	3	1.1	1.1
	20-29 歲	53	19.0	20.1
	30-39 歲	78	28.0	48
	40-49 歲	64	22.9	71
	50-59 歲	58	20.8	91.8
	60 歲(含)以上	23	8.2	100
職業	學生	8	2.9	2.9
	軍公教	77	27.6	30.5
	退休人員	4	1.4	31.9
	農林漁牧	55	19.7	51.6
	家管	31	11.1	62.7
	工商服務業	90	32.3	95
	無業	14	5	100
教育程度	國小(含)以下	23	8.2	8.2
	國中	32	11.5	19.7
	高中(職)	64	22.9	42.7
	大專	46	16.5	59.1
	大學	82	29.4	88.5
	研究所(含)以上	32	11.5	100

資料來源：本研究整理

4.2 期望與實際感受服務品質分析

本研究利用各研究變數之平均值與標準差，探討受測民眾對各變數之反應情形。以期望服務品質現況、實際感受服務品質現況分析結果如下：

4.2.1 期望服務品質現況分析

本研究首先衡量樣本在期望服務品質構面上的平均值與標準差。於表4.2資料得知：

1.受施測民眾對戶政事務所期望服務品質的個構面與整體上，每題得分皆大於4.18，顯示民眾對於個構面服務項目非常重視。

2.民眾對戶政事務所服務品質的重視程度各構面平均得分從高到低依序為保證性(4.36)>反應性(4.31)>可靠性(4.274)>關懷性(4.273)>有形性(4.18)。由以上資料顯示民眾對於戶政事務所服務品質(保證性)構面的各問項服務項目包括申請和作業流程、戶籍資料正確性無誤、及戶政人員專業知能等最為重視。

3.民眾對戶政事務所期望服務品質的重視程度在各構面平均得分為4.18與4.36之間，彼此的差異不大，由數字資料表示民眾對服務品質各構面重視程度應屬中上程度，且各構面與總構面間的重視程度應有所關聯。

表4.2受測民眾期望服務品質之現況分析摘要表

量表(構面)名稱	平均數	標準差	題數	每題平均得分	排序
保證性	21.80	3.70	5	4.36	1
反應性	17.22	2.82	4	4.31	2
有形性	20.91	3.85	5	4.18	5
可靠性	21.37	3.63	5	4.274	3
關懷性	12.82	2.08	3	4.273	4
總構面	94.12	16.08	22	4.28	

資料來源：本研究整理

4.2.2 實際感受服務品質現況分析

本研究首先衡量樣本在實際感受服務品質構面上的平均值與標準差。於表4.3資料得知：

1. 民眾對戶政事務所實際感受服務品質的各構面平均得分從高到低依序為保證性(4.01)>反應性(3.98)>可靠性(3.958)>關懷性(3.956)>有形性(3.86)。以保證性構面問項的平均數最高達4.01，顯示民眾對戶政機關提供戶籍申請流程、戶籍資料正確性及戶政人員的專業能力等最為滿意；五個構面各問項的平均得分數分別3.86與4.01之間，彼此差異不大，由數字資料可知民眾對戶政事務所整體實際感受服務品質與戶政機關在各構面的表現均有所關聯。

2. 受施測民眾對戶政事務所實際感受服務品質的各構面與整體上，每題得分皆大於3.86顯示民眾對於各構面服務項目的實際感受滿意度屬於中上程度，民眾皆能感受戶政人員對戶政事務所服務品質的用心經營。

表4.3受測民眾實際感受服務品質之現況分析摘要表

量表(構面)名稱	平均數	標準差	題數	每題平均得分	排序
保證性	20.07	3.79	5	4.01	1
反應性	15.93	2.88	4	3.98	2
有形性	19.28	3.80	5	3.86	5
可靠性	19.79	3.75	5	3.958	3
關懷性	11.87	2.34	3	3.956	4
總構面	86.94	16.56	22	3.95	

資料來源：本研究整理

4.3 「期望服務品質」與「實際感受服務品質」差異分析

本節係對於假設3.2.1.進行驗證，民眾對戶政事務所「期望服務品質」與「實際感受服務品質」有顯著差異。

表 4.4 民眾期望的服務品質民眾實際感受的服務品質之差異分析

構面名稱	民眾期望的服務品質		民眾實際感受的服務品質		自由度 (n-1)	t值
	平均數	標準差	平均數	標準差		
保證性	4.36	0.62	4.01	0.62	278	9.444***
反應性	4.31	0.57	3.98	0.60	278	8.543***
有形性	4.18	0.62	3.85	0.60	278	9.527***
可靠性	4.27	0.57	3.95	0.60	278	9.222***
關懷性	4.27	0.60	3.95	0.68	278	7.902***
總構面	21.39	2.98	19.74	3.10	278	11.224***

註：***P<0.001，兩者有顯著差異

資料來源：本研究整理

1. 驗證假設3.2.1：民眾「期望服務品質」與「實際感受服務品質」有顯著差異。

本節對每個構面進行成對相依樣本t考驗工作，檢定民眾期望服務與實際感受服務水準之間是否有差異性，依據t檢定結果，如表4.3.1所示。結果顯示所有檢定結果皆達顯著(P-value 皆小於0.001)表示民眾對口湖鄉戶政事務所的期望與實際感受有顯著差異，顯示口湖鄉戶政事務所存在服務缺口，民眾對於五個構面感受服務品質之平均數，均低於期望服務品質，分析結果得知其中平均數較有顯著的二項，就「保證性」構面，情形可能是戶政事務所員工解決民眾疑惑專業能力有待加強以及提供戶籍登記作業流程不夠明確，導致民眾期望與實際感受有所差異。另「有

形性」構面中，民眾對於戶政事務所提供服務空間、設備、人員走動式服務及相關法令等未感受到舒適、滿意、協助，因此民眾的實際認知不如期望。顯示出民眾對口湖鄉戶政事務所提供之服務品質並非很滿意。所以口湖鄉戶政事務所在服務品質各構面仍有改善空間，因此假設3.2.1 民眾「期望服務品質與實際感受服務品質有顯著差異」獲得驗證。發現有缺口五的存在。

(1) 驗證假設1.1：民眾對戶政事務所服務品質構面中「保證性」期望與實際感受有顯著差異。

利用t檢定後發現(如表4.4)在服務品質構面的「保證性」中，民眾實際感受的服務品質(平均數為4.01)低於期望的服務品質(平均數為4.36)，且兩者檢定之(t值為9.444， $P < 0.001$)，達到顯著性，表示民眾對戶政事務所服務品質(保證性)構面實際感受不如期望的服務品質，亦兩者間有顯著缺口存在，民眾對戶政事務所(保證性)構面尚有不滿意之處，綜合上述分析結果，假設1.1獲得支持。

(2) 驗證假設1.2：民眾對戶政事務所服務品質構面中「反應性」期望與實際感受有顯著差異。

利用t檢定後發現(如表4.4)在服務品質構面的「反應性」中，民眾實際感受的服務品質(平均數為3.98)低於期望的服務品質(平均數為4.31)，且兩者檢定之(t值為8.543， $P < 0.001$)，達到顯著性，表示民眾對戶政事務所服務品質(反應性)構面實際感受不如期望的服務品質，亦兩者間有顯著缺口存在，民眾對戶政事務所(反應性)構面亦有不滿意之處，綜合上述分析結果，假設1.2獲得支持。

(3) 驗證假設1.3：民眾對戶政事務所服務品質構面中「有形性」期望與實際感受有顯著差異。

利用t檢定後發現(如表4.4)在服務品質構面的「有形性」中，民眾實際感受的服務品質(平均數為3.85)低於期望的服務品質(平均數為4.18)，且兩者檢定之(t值為9.527， $P < 0.001$)，達到顯著性，表示民眾對戶政事務所服務品質(有形性)構面實際感受不如期望的服務品質，亦兩者間有顯著缺口存在，民眾對戶政事務所(有形性)構面仍有不滿意之處，綜合上述分析結果，假設1.3獲得支持。

(4) 驗證假設1.4：民眾對戶政事務所服務品質構面中「可靠性」期望與實際感受有顯著差異。

利用t檢定後發現(如表4.4)在服務品質構面的「可靠性」中，民眾實際感受的服務品質(平均數為3.95)低於期望的服務品質(平均數為4.27)，且兩者檢定之(t值為9.222， $P < 0.001$)，達到顯著性，表示民眾對戶政事務所服務品質(可靠性)構面實際感受不如期望的服務品質，亦兩者間有顯著缺口存在，民眾對戶政事務所(可靠性)構面仍有不滿意之處，綜合上述分析結果，假設1.4獲得支持。

(5) 驗證假設1.5：民眾對戶政事務所服務品質構面中「關懷性」期望與實際感受有顯著差異。

利用t檢定後發現(如表4.4)在服務品質構面的「關懷性」中，民眾實際感受的服務品質(平均數為3.95)低於期望的服務品質(平均數為4.27)，且兩者檢定之(t值為7.902， $P < 0.001$)，達到顯著性，表示民眾對戶政事務所服務品質(關懷性)構面實際感受不如期望的服務品質，亦兩者間有顯著缺口存在，民眾對戶政事務所(關懷性)構面仍有不滿意之處，綜合上述分析結果，假設1.5獲得支持。

2.綜合討論

就上述研究結果，分析民眾對戶政事務所服務品質期望與實際感受

的情況民眾對戶政事務所期望與實際感受服務品質的五個構面皆存在顯著差異，所以假設1.1、1.2、1.3、1.4、1.5皆獲得支持。其中以「保證性」「有形性」二個構面的缺口較大。以上各項結果假設3.2.1民眾對戶政事務所「期望服務品質」與「實際感受服務品質」有顯著差異獲得支持。

本研究進一步檢驗服務品質的每一題是否存在期望與實際感受服務品質的差異，其驗證結果說明如下：

表4.5民眾期望與實際感受服務品質各題之差異分析

項目	內容	期望服務品質		感受服務品質		t值	p值
		平均數	標準差	平均數	標準差		
1	戶政事務所員工能提供完整的戶政資訊及各項申請流程和作業流程。	4.37	0.751	4.03	0.761	6.762***	0.000
2	戶政事務所提供各項戶籍資料正確無誤。	4.40	0.741	4.02	0.742	7.764***	0.000
3	戶政事務所均能依標準作業時程提供完善服務。	4.36	0.735	4.05	0.716	6.370***	0.000

表4.5民眾期望與實際感受服務品質各題之差異分析(續)

項目	內容	期望服務品質		感受服務品質		t值	p值
		平均數	標準差	平均數	標準差		
4	戶政事務所員工具有解決民眾疑惑的專業知能。	4.36	0.735	4.00	0.775	7.306***	0.000
5	戶政事務所員工充滿熱忱、親切有禮貌。	4.34	0.736	3.97	0.793	7.211***	0.000
6	戶政事務所員工樂於協助民眾解決戶政相關問題。	4.34	0.686	4.02	0.699	6.911***	0.000
7	戶政事務所員工對民眾不同的需求，提供各別服務或協助。	4.24	0.666	3.99	0.678	5.522***	0.000
8	戶政事務所員工對反映意見均會有圓滿的處理。	4.27	0.764	3.96	0.693	5.860***	0.000

表 4.5 民眾期望與實際感受服務品質各題之差異分析(續)

9	戶政業務資訊化，申請各項戶籍登記手續相當簡易。	4.37	0.703	3.96	0.813	7.205***	0.000
10	戶政事務所的服裝儀容整潔得體大方。	4.05	0.801	3.77	0.758	5.747***	0.000
11	戶政事務所辦公環境整潔、有足夠空間服務民眾。	4.15	0.729	3.80	0.728	7.538***	0.000
12	戶政事務所員工走動式服務，態度有禮親切誠懇。	4.21	0.800	3.85	0.786	6.697***	0.000
13	戶政事務所提供民眾安心、滿意的服務。	4.28	0.758	3.96	0.731	6.772***	0.000

表 4.5 民眾期望與實際感受服務品質各題之差異分析(續)

14	戶政事務所提供完善的服務平台與資訊(網路預約、到府服務、提供電腦設備…)	4.22	0.766	3.90	0.796	6.211 ^{***}	0.000
15	戶政事務所員工辦理有關戶政業務總是正確無誤。	4.31	0.733	3.97	0.749	7.553 ^{***}	0.000
16	戶政事務所提供彈性時間(如：中午不休息、例假日受理預約申請)以方便民眾洽公。	4.20	0.723	3.94	0.729	5.403 ^{***}	0.000

表 4.5 民眾期望與實際感受服務品質各題之差異分析(續)

17	戶政事務所員工具備執行職務的專業知識並能遵守戶政相關法令執行職務。	4.32	0.692	3.96	0.753	7.316 ^{***}	0.000
18	戶政事務所堅持好還要更好的服務品質目標。	4.28	0.729	3.96	0.753	6.064 ^{***}	0.000
19	無論民眾遭遇到任何問題，戶政事務所員工會熱忱地提供協助。	4.26	0.757	3.96	0.772	5.670 ^{***}	0.000
20	戶政事務所積極蒐集與採納民眾建言。	4.24	0.672	3.96	0.739	5.899 ^{***}	0.000

表 4.5 民眾期望與實際感受服務品質各題之差異分析(續)

21	戶政事務所員工會耐心傾聽民眾的問題，瞭解其需求並主動協助解決。	4.25	0.676	3.89	0.776	7.260***	0.000
22	戶政事務所員工受理申請案件態度親切，遇民眾有困難會主動協助解決。	4.33	0.729	4.02	0.824	5.938***	0.000

***P<0.001，兩者有顯著差異
資料來源：本研究整理

由4.5分析結果得知，民眾對整個服務品質的期望與感受有顯著的差異，在22個項目中民眾對服務品質的感受低於期望程度，其中平均數具有顯著的前五項如下：

- 1.「保證性」構面中「戶政事務所提供各項戶籍資料正確無誤」項目(4.40、4.02)，這原因可能日據時期及光復後戶籍資料是以人工繕寫，然以電腦化上線後誤錄，稽核制度未臻完善，因此造成戶籍資料不正確，讓民眾的實際感受不如預期。
- 2.「保證性」構面中「戶政事務所員工充滿熱忱、親切有禮貌」項目(4.34、3.97)，此原因可能是尖峰時間業務繁忙疏於招呼而使民眾的感受不如

預期，造成民眾無法感受到員工的熱忱。

3. 「反應性」構面中「戶政業務資訊化，申請各項戶籍登記手續相當簡易」項目中(4.37、3.96)，此原因就是礙於戶政法令的限制，於辦理戶籍登記案件需附繳證件，造成民眾諸多不便，使民眾實際感受不如預期。
4. 「可靠性」構面中「戶政事務所員工具備執行職務的專業知識並能遵守戶政相關法令執行職務」項目中(4.32、3.96)，形成原因可能是戶政事務所員工殆於研讀法令，遇到法令問題無法即時解決，造成民眾感受戶政員工專業知識的不足。
5. 「關懷性」構面中「戶政事務所員工會耐心傾聽民眾的問題，瞭解其需求並主動協助解決。」項目中(4.25、3.89)，可能戶政員工為求迅速處理民眾戶籍登記案件避免民眾等候時間過長，對於民眾的問題只截取關鍵問題，造成民眾的感受不如期望。

4.4 人口統計變項與知覺服務品質構面之分析

本節利用t檢定與單因子變異數分析，對不同背景變項的民眾對戶政事務所知覺服務品質各構面認知差異之分析，並針對假設3.2.2提出驗證，其中個人背景變項包含性別、婚姻狀況、年齡、職業、教育程度等五種為自變項。統計結果分析如下：

1. 驗證假設3.2.2：不同人口統計變項對戶政事務所知覺服務品質構面認知有顯著差異。

- (1) 驗證假設2.1：不同性別民眾對戶政事務所知覺服務品質構面認知有顯著差異。

本部份以受訪民眾的性別為自變項，以服務品質五個構面為依變項，進行t檢定，其分析結果整理如表4.6表所示：

表4.6不同性別民眾對知覺服務品質構面認知的平均數、標準差及t檢定摘要表

構面	性別	N	平均數	標準差	t 值	P 值
保證性	男	142	4.01	0.62	2.354*	0.019
	女	137	3.92	0.61		
反應性	男	142	4.08	0.57	2.878**	0.004
	女	137	3.88	0.62		
有形性	男	142	3.93	0.62	2.121*	0.035
	女	137	3.78	0.58		
可靠性	男	142	4.06	0.58	2.803**	0.005
	女	137	3.86	0.61		
關懷性	男	142	4.00	0.64	1.137	0.257
	女	137	3.91	0.71		

註：*P<0.05，**P<0.01

資料來源：本研究整理

(a)在「保證性」構面：不同性別民眾對戶政事務所知覺服務品質構面認知有顯著差異(t值為2.354，P<0.05)，顯示民眾因性別不同，而在保證性構面看法上有所差異。

- (b)在「反應性」構面：不同性別民眾對戶政事務所知覺服務品質構面認知有顯著差異(t值為2.878, $P < 0.01$)，顯示民眾因性別不同，而在反應性構面看法上有所差異。
- (c)在「有形性」構面：不同性別民眾對戶政事務所知覺服務品質構面認知有顯著差異(t值為2.121, $P < 0.05$)，顯示民眾因性別不同，而在有形性構面看法上有所差異。
- (d)在「可靠性」構面：不同性別民眾對戶政事務所知覺服務品質構面認知有顯著差異(t值為2.803, $P < 0.01$)，顯示民眾因性別不同，而在可靠性構面看法上有所差異。
- (e)在「關懷性」構面：不同性別民眾對戶政事務所實知覺服務品質構面認知並無顯著差異(t值為1.137, $P > 0.05$)，顯示民眾並非因性別不同，而在關懷性構面看法上有所差異。

綜合上述，不同性別的民眾對戶政事務所知覺服務品質保證性、反應性、有形性、可靠性四個構面認知有顯著差異，但認知之差異僅有關懷性未達顯著水準，因此假設3.2.2、2.1「不同性別民眾對戶政事務所知覺服務品質構面有顯著差異」之假設大部分成立。

(2) 驗證假設2.2：不同婚姻狀況民眾對戶政事務所知覺服務品質構面認知有顯著差異。

本部份以受訪民眾婚姻狀況為自變項，而以服務品質五個構面為依變項，進行t檢定，其分析結果整理如表4.7所示：

表4.7不同婚姻狀況民眾對知覺服務品質構面認知的平均數、標準差及t
檢定摘要表

構面	婚姻	N	平均數	標準差	T 值	P 值
保證性	a. 已婚	183	4.04	0.61	1.051	0.295
	b. 未婚	96	3.96	0.64		
反應性	a. 已婚	183	3.99	0.60	0.354	0.724
	b. 未婚	96	3.97	0.61		
有形性	a. 已婚	183	3.88	0.58	0.928	0.355
	b. 未婚	96	3.80	0.64		
可靠性	a. 已婚	183	3.98	0.61	0.769	0.443
	b. 未婚	96	3.92	0.58		
關懷性	a. 已婚	183	4.01	0.66	1.687	0.093
	b. 未婚	96	3.86	0.70		

資料來源：本研究整理

- (A). 在「保證性」構面：不同婚姻狀況民眾對戶政事務所知覺服務品質構面認知並無顯著差異(t值為1.051, $P>0.05$)，顯示民眾並非因婚姻狀況不同，而在保證性構面看法上有所差異。

- (B). 在「反應性」構面：不同婚姻狀況民眾對戶政事務所知覺服務品質構面認知並無顯著差異(T值為0.354, $P>0.05$)，顯示民眾並非因婚姻狀況不同，而在反應性構面看法上有所差異。
- (C). 在「有形性」構面：不同婚姻狀況民眾對戶政事務所知覺服務品質構面認知並無顯著差異(T值為0.928, $P>0.05$)，顯示民眾並非因婚姻狀況不同，而在有形性構面看法上有所差異。
- (D). 在「可靠性」構面：不同婚姻狀況民眾對戶政事務所知覺服務品質構面認知並無顯著差異(T值為0.769, $P>0.05$)，顯示民眾並非因婚姻狀況不同，而在可靠性構面看法上有所差異。
- (E). 在「關懷性」構面：不同婚姻狀況民眾對戶政事務所知覺服務品質構面認知並無顯著差異(t值為1.687, $P>0.05$)，顯示民眾並非因婚姻狀況不同，而在關懷性構面看法上有所差異。

綜合上述，已婚在戶政事務所知覺服務品質各構面之平均數都高於未婚，但認同度之差異未達顯著水準，因此假設3.2.2、2.2「不同婚姻狀況民眾對戶政事務所知覺服務品質構面有顯著差異」之假設不成立。

(3) 驗證假設2.3：不同年齡民眾對戶政事務所知覺服務品質構面認知有顯著差異。

本部份以受訪民眾的年齡為自變項，而以服務品質五個構面為依變項，進行單因子變異數分析及事後比較，其分析結果整理如表4.4.3所示：

表4.8不同年齡民眾對知覺服務品質構面認知的變異數分析摘要表

構面 平均數 年齡	保證性	反應性	有形性	可靠性	關懷性
14-19歲	4.27	4.17	4.00	4.27	4.33
20-29歲	3.87	3.83	3.91	3.82	3.77
30-39歲	4.03	3.94	3.83	3.91	3.92
40-49歲	4.03	4.25	3.87	4.04	4.02
50-59歲	4.11	4.03	3.92	4.22	4.04
60歲以上	4.01	4.13	4.04	4.02	4.09
F值	0.843	1.301	1.265	1.244	1.508
P值	0.520	0.264	0.279	0.289	0.189
Scheffe	N	N	N	N	N

註：* $P < 0.05$ ，N：Scheffe法未發現有任兩組間的平均數差異值達到顯著

資料來源：本研究整理

- (A)在「保證性」構面：不同年齡民眾對戶政事務所知覺服務品質構面認知並無顯著差異(F值為0.843， $P > 0.05$)，顯示民眾並非因年齡不同，而在保證性構面看法上有所差異，不再進行事後比較。
- (B)在「反應性」構面：不同年齡民眾對戶政事務所知覺服務品質構面認知並無顯著差異(F值為1.301， $P > 0.05$)，顯示民眾並非因年齡不同，而在反應性構面看法上有所差異，不再進行事後比較。
- (C)在「有形性」構面：不同年齡民眾對戶政事務所知覺服務品質構面認知並無顯著差異(F值為1.265， $P > 0.05$)，顯示民眾並非因年齡不同，而在有形性構面看法上有所差異，不再進行事後比較。

(D)在「可靠性」構面：不同年齡民眾對戶政事務所知覺服務品質構面認知並無顯著差異(F值為1.244, $P>0.05$)，顯示民眾並非因年齡不同，而在可靠性構面看法上有所差異，不再進行事後比較。

(E)在「關懷性」構面：不同年齡民眾對戶政事務所知覺服務品質構面認知並無顯著差異(F值為1.508, $P>0.05$)，顯示民眾並非因年齡不同，而在關懷性構面看法上有所差異，不再進行事後比較。

綜合上述，不同年齡民眾對於戶政事務所知覺服務品質各構面之認知並無顯著差異，因此假設3.2.2、2.3「不同年齡民眾對戶政事務所知覺服務品質構面認知有顯著差異」之假設不成立。

(4) 驗證假設2.4: 不同職業民眾對戶政事務所知覺服務品質構面認知有顯著差異。

本部份以受訪民眾的職業為自變項，而以服務品質五個構面為依變項，進行單因子變異數分析及事後比較，其分析結果整理如表4.9所示：

表4.9不同職業之民眾對知覺服務品質構面認知的變異數分析摘要表

構面	保證性	反應性	有形性	可靠性	關懷性
平均數					
職業					
學生	4.10	4.19	4.05	4.18	3.92
軍公教	3.97	3.94	3.83	3.88	3.90
退休人員	4.25	4.19	4.20	4.35	4.50
農林漁牧	3.99	4.07	3.85	4.04	3.95
家管	4.05	3.82	3.86	3.95	4.08
工商業	4.01	4.03	3.85	3.97	4.00
無業	3.93	3.80	3.81	3.80	3.67
F值	0.299	1.148	0.396	1.056	1.190
P值	0.937	0.335	0.881	0.312	0.707
Scheffe	N	N	N	N	N

註：* $P < 0.05$ ，N：Scheffe法未發現有任兩組間的平均數差異值達到顯著

資料來源：本研究整理

- (A)在「保證性」構面：不同職業民眾對戶政事務所知覺服務品質構面認知並無顯著差異(F值為0.299， $P > 0.05$)，顯示民眾並非因職業不同，而在保證性構面看法上有所差異，不再進行事後比較。
- (B)在「反應性」構面：不同職業民眾對戶政事務所知覺服務品質構面認知並無顯著差異(F值為1.148， $P > 0.05$)，顯示民眾並非因職業不同，而在反應性構面看法上有所差異，不再進行事後比較。
- (C)在「有形性」構面：不同職業民眾對戶政事務所知覺服務品質構面認知並無顯著差異(F值為0.396， $P > 0.05$)，顯示民眾並非因職業不同，

而在有形性構面看法上有所差異，不再進行事後比較。

(D)在「可靠性」構面：不同職業民眾對戶政事務所知覺服務品質構面認知並無顯著差異(F值為1.056, $P>0.05$)，顯示民眾並非因職業不同，而在可靠性構面看法上有所差異，不再進行事後比較。

(E)在「關懷性」構面：不同職業民眾對戶政事務所知覺服務品質構面認知並無顯著差異(F值為1.190, $P>0.05$)，顯示民眾並非因職業不同，而在關懷性構面看法上有所差異，不再進行事後比較。

綜合上述，不同職業民眾對於戶政事務所知覺服務品質各構面之認知並無顯著差異，因此假設3.2.2、2.4「不同年齡民眾對戶政事務所知覺服務品質構面認知有顯著差異」之假設不成立。

(5) 驗證假設2.5：不同教育程度民眾對戶政事務所知覺服務品質構面認知有顯著差異。

本部份以受訪民眾的教育程度為自變項，而以服務品質五個構面為依變項，進行單因子變異數分析及事後比較，其分析結果整理如表4.9所示：

表4.10不同教育程度民眾對知覺服務品質構面認知的變異數分析摘要表

構面	保證性	反應性	有形性	可靠性	關懷性
平均數					
教育程度					
國小(含)以下	3.91	4.01	3.89	3.83	3.91
國中	3.94	3.89	3.79	3.94	3.99
高中(職)	4.12	4.11	3.98	4.12	4.06
大專	3.99	3.94	3.83	3.94	3.99
大學	4.07	4.02	3.86	3.99	3.93
研究所(含)以上	3.80	3.79	3.66	3.71	3.77
F值	1.580	1.472	1.315	2.298	0.883
P值	0.166	0.199	0.258	0.045	0.493
Scheffe	N.A	N.A	N.A	N.A	N.A

註：* $P < 0.05$ ，N：Scheffe法未發現有任兩組間的平均數差異值達到顯著

資料來源：本研究整理

(A)在「保證性」構面：不同教育程度民眾對戶政事務所知覺服務品質構面認知並無顯著差異(F值為1.580， $P > 0.05$)，顯示民眾並非因教育程度不同，而在保證性構面看法上有所差異，不再進行事後比較。

(B)在「反應性」構面：不同教育程度民眾對戶政事務所知覺服務品質構面認知並無顯著差異(F值為1.472， $P > 0.05$)，顯示民眾並非因教育程度不同，而在反應性構面看法上有所差異，不再進行事後比較。

(C)在「有形性」構面：不同教育程度民眾對戶政事務所知覺服務品質構

面認知並無顯著差異(F值為1.315, $P>0.05$), 顯示民眾並非因教育程度不同, 而在有形性構面看法上有所差異, 不再進行事後比較。

(D)在「可靠性」構面: 不同教育程度民眾對戶政事務所知覺服務品質構面認知並無顯著差異(F值為2.298, $P>0.05$), 顯示民眾並非因教育程度不同, 而在可靠性構面看法上有所差異, 不再進行事後比較。

(E)在「關懷性」構面: 不同教育程度民眾對戶政事務所知覺服務品質構面認知並無顯著差異(F值為0.883, $P>0.05$), 顯示民眾並非因教育程度不同, 而在關懷性構面看法上有所差異, 不再進行事後比較。

綜合上述, 不同職業民眾對於戶政事務所知覺服務品質各構面之認知並無顯著差異, 因此假設3.2.2、2.5「不同教育程度民眾對戶政事務所知覺服務品質構面認知有顯著差異」之假設不成立。

2.綜合討論

綜合上述研究結果發現, 不同背景變項之婚姻狀況、年齡、職業、教育程度等對戶政事務所知覺服務品質構面認知並無顯著差異, 其中性別對戶政事務所知覺服務品質構面認知有顯著差異, 如表4.10所示:

4.5 人口統計變項與服務品質滿意度之分析

本節利用t檢定及單因子變異數分析，對不同背景變項之民眾對戶政事務所服務品質各構面滿意度之分析，並針對假設3.2.3提出驗證，個人背景變項包含性別、婚姻狀況、年齡、職業、教育程度等五種自變項，分析結果如下：

1. 驗證假設3.2.3：不同人口統計變項之民眾對戶政事務所服務品質滿意度有顯著差異。

檢定結果從表4.5.1、4.5.2、4.5.3、4.5.4、4.5.5中可以瞭解不同背景變項民眾對戶政事務所服務品質滿意度有顯著差異，大部分未達顯著水準，茲分析如下：

(1) 驗證假設3.1：不同性別民眾對戶政事務所服務品質各構面之滿意度有顯著差異。

本部份以受訪民眾的性別為自變項，而以服務品質五個構面為依變項，進行t檢定，其分析結果整理如表4.11所示：

表 4.11 不同性別民眾對服務品質構面滿意度的平均數、標準差及 t 檢定

摘要表

構面	性別	N	平均數	標準差	T 值	P 值
保證性	男	142	4.38	0.60	0.640	0.523
	女	137	4.33	0.63		
反應性	男	142	4.36	0.53	1.518	0.130
	女	137	4.25	0.61		
有形性	男	142	4.24	0.58	1.504	0.134
	女	137	4.12	0.65		
可靠性	男	142	4.32	0.55	1.243	0.215
	女	137	4.23	0.59		
關懷性	男	142	4.31	0.57	1.023	0.307
	女	137	4.24	0.63		

資料來源：本研究整理

(A)在「保證性」構面：不同性別的民眾對戶政事務所服務品質構面滿意度並無顯著差異(T值為0.640, $P>0.05$)，顯示民眾並非因性別不同，而在保證性構面滿意度有所差異。

- (B)在「反應性」構面：不同性別的民眾對戶政事務所服務品質構面滿意度並無顯著差異(T值為1.518, $P>0.05$)，顯示民眾並非因性別不同，而在反應性構面滿意度有所差異。
- (C)在「有形性」構面：不同性別民眾對戶政事務所服務品質構面滿意度並無顯著差異(T值為1.504, $P>0.05$)，顯示民眾並非因性別不同，而在有形性構面滿意度有所差異。
- (D)在「可靠性」構面：不同性別民眾對戶政事務所服務品質構面滿意度並無顯著差異(T值為1.243, $P>0.05$)，顯示民眾並非因性別不同，而在可靠性構面滿意度有所差異。
- (E)在「關懷性」構面：不同性別民眾對戶政事務所服務品質構面滿意度並無顯著差異(T值為1.023, $P>0.05$)，顯示民眾並非因性別不同，而在關懷性構面滿意度有所差異。

綜合上述，不同性別民眾對戶政事務所服務品質於保證性、反應性、有形性、可靠性、關懷性等5個構面滿意度並無顯著差異，因此假設3.2.3、3.1「不同性別民眾對戶政事務所服務品質構面滿意度有顯著差異」之假設不成立。

(2) 驗證假設3.2：不同婚姻狀況民眾對戶政事務所服務品質各構面之滿意度有顯著差異。

本部份以受訪民眾的婚姻狀況為自變項，而以服務品質五個構面為依變項，進行t檢定，其分析結果整理如表4.12所示：

表4.12不同婚姻狀況民眾對服務品質構面滿意度的平均數、標準差及t檢定摘要表

構面	婚姻	N	平均數	標準差	T 值	P 值
保證性	a.已婚	183	4.39	0.56	1.023	0.307
	b.未婚	96	4.31	0.71		
反應性	a.已婚	183	4.31	0.52	0.258	0.797
	b.未婚	96	4.29	0.66		
有形性	a.已婚	183	4.20	0.56	0.774	0.458
	b.未婚	96	4.14	0.72		
可靠性	a.已婚	183	4.30	0.55	0.957	0.340
	b.未婚	96	4.23	0.61		
關懷性	a.已婚	183	4.29	0.57	0.637	0.525
	b.未婚	96	4.24	0.65		

資料來源：本研究整理

(A)在「保證性」構面：不同婚姻狀況的受訪民眾對戶政事務所服務品質構面滿意度有顯著差異(T值為1.023， $P>0.05$)，顯示民眾並非因婚姻狀況不同，而在保證性構面滿意度有所差異。

(B)在「反應性」構面：不同婚姻狀況的受訪民眾對戶政事務所服務品質構面滿意度無顯著差異(T值為0.258， $P>0.05$)，顯示民眾並非因婚姻狀況不同，而在反應性構面滿意度有所差異。

(C)在「有形性」構面：不同婚姻狀況的受訪民眾對戶政事務所服務品質構面滿意度無顯著差異(T值為0.744， $P>0.05$)，顯示民眾並非因婚姻狀況不同，而在有形性構面滿意度有所差異。

(D)在「可靠性」構面：不同婚姻狀況的受訪民眾對戶政事務所服務品質構面滿意度無顯著差異(T值為0.957， $P>0.05$)，顯示民眾並非因婚姻狀況不同，而在可靠性構面滿意度有所差異。

(E)在「關懷性」構面：不同婚姻狀況的受訪民眾對戶政事務所服務品質構面滿意度無顯著差異(T值為0.637， $P>0.05$)，顯示民眾並非因婚姻狀況不同，而在關懷性構面滿意度有所差異。

綜合上述，不同婚姻狀況的受訪民眾對戶政事務所服務品質於保證性、反應性、有形性、可靠性、關懷性等5個構面皆無顯著差異，因此假設3.2.3、3.2「不同婚姻狀況民眾對戶政事務所服務品質構面滿意度有顯著差異」之假設不成立。

(3) 驗證假設3.3：不同年齡民眾對戶政事務所服務品質各構面之滿意度有顯著差異。

本部份以受訪民眾的年齡為自變項，而以服務品質五個構面為依變項，進行單因子變異數分析及事後比較，其分析結果整理如表4.13所示：

表4.13不同年齡民眾對服務品質構面滿意度的變異數分析摘要表

構面					
平均數	保證性	反應性	有形性	可靠性	關懷性
年齡					
14-19歲	3.80	4.42	4.47	4.40	4.22
20-29歲	4.34	4.27	4.13	4.15	4.22
30-39歲	4.31	4.25	4.02	4.26	4.26
40-49歲	4.31	4.27	4.27	4.30	4.27
50-59歲	4.48	4.41	4.24	4.33	4.32
60歲以上	4.48	4.39	4.41	4.38	4.39
F值	1.271	0.780	2.311*	0.893	0.327
P值	0.277	0.565	0.044	0.486	0.896
Scheffe	N	N	N	N	N

註：* $P < 0.05$ ，N：Scheffe法未發現有任兩組間的平均數差異值達到顯著

資料來源：本研究整理

- (A)在「保證性」構面：不同年齡的受訪民眾對戶政事務所服務品質構面之滿意度無顯著差異(F值為1.271， $P > 0.05$)，顯示民眾並非因年齡不同，而在保證性構面滿意度上有所差異。
- (B)在「反應性」構面：不同年齡的受訪民眾對戶政事務所服務品質構面之滿意度無顯著差異(F值為0.780， $P > 0.05$)，顯示民眾並非因年齡不同，而在反應性構面滿意度上有所差異。
- (C)在「有形性」構面：不同年齡的受訪民眾對戶政事務所服務品質構面之滿意度有顯著差異(F值為2.311， $P < 0.05$)，顯示民眾因年齡不同，而在有形性構面滿意度感受上有所差異，但經採雪費法(Scheffe's

Method), 則未發現有兩組間之平均數差異值達到顯著, 不再進行事後比較。

(D)在「可靠性」構面：不同年齡的受訪民眾對戶政事務所服務品質構面滿意度無顯著差異(F值為0.896, $P>0.05$), 顯示民眾並非因年齡不同, 而在可靠性構面滿意度上有所差異。

(E)在「關懷性」構面：不同年齡的受訪民眾對戶政事務所服務品質構面之滿意度無顯著差異(F值為0.327, $P>0.05$), 顯示民眾並非因年齡不同, 而在關懷性構面滿意度上有所差異。

綜合上述, 不同年齡的受訪民眾對戶政事務所服務品質於保證性、反應性、有形性、可靠性、關懷性等5個構面滿意度除「有形性」有顯著差異, 但經採雪費法(Scheffe's Method), 則未發現有兩組間之平均數差異值達到顯著, 不再進行事後比較。其餘4個構面無顯著差異, 因此假設3.2.3、3.3「不同年齡民眾對戶政事務所服務品質構面滿意度有顯著差異」之假設不成立。

(4) 驗證假設3.4: 不同職業民眾對戶政事務所服務品質各構面之滿意度有顯著差異。

本部份以受訪民眾的職業為自變項, 而以服務品質五個構面為依變項, 進行單因子變異數分析及事後比較, 其分析結果整理如表4.14所示：

表4.14不同職業民眾對服務品質構面滿意度的變異數分析摘要表

構面	平均數	保證性	反應性	有形性	可靠性	關懷性
職業						
學生		4.30	4.66	4.48	4.40	4.54
軍公教		4.14	4.08	4.01	4.11	4.10
退休人員		4.80	4.63	4.50	4.65	4.67
農林漁牧		4.41	4.34	4.24	4.31	4.35
家管		4.50	4.51	4.28	4.44	4.49
工商業		4.46	4.37	4.20	4.29	4.26
無業		4.30	4.27	4.30	4.36	4.31
F值		2.876	3.805	1.808	1.976	2.528*
P值		0.010	0.001	0.098	0.069	0.021
Scheffe		N	N	N	N	N

註：* $P < 0.05$ ，N：Scheffe法未發現有任兩組間的平均數差異值達到顯著

資料來源：本研究整理

- (A)在「保證性」構面：不同職業的受訪民眾對戶政事務所服務品質構面之滿意度無顯著差異(F值為2.876， $P > 0.05$)，顯示民眾並非因職業的不同，而在保證性構面有所差異。
- (B)在「反應性」構面：不同職業的受訪民眾對戶政事務所服務品質構面之滿意度無顯著差異(F值為3.805， $P > 0.05$)，顯示民眾並非因職業的不同，而在反應性構面有所差異。
- (C)在「有形性」構面：不同職業的受訪民眾對戶政事務所服務品質構面之滿意度無顯著差異(F值為1.808， $P > 0.05$)，顯示民眾並非因職業的

不同，而在有形性構面有所差異。

(D)在「可靠性」構面：不同職業的受訪民眾對戶政事務所服務品質構面之滿意度無顯著差異(F值為1.976， $P>0.05$)，顯示民眾並非因職業的不同，而在可靠性構面有所差異。

(E)在「關懷性」構面：不同職業的受訪民眾對戶政事務所服務品質構面之滿意度有顯著差異(F值為2.528^{*}， $P<0.05$)，顯示民眾因職業的不同，而在關懷性構面滿意度感受上有所差異，但經採雪費法(Scheffe's Method)，則未發現有兩組間之平均數差異值達到顯著，不再進行事後比較。

綜合上述，不同職業的受訪民眾對戶政事務所服務品質的保證性、反應性、有形性、可靠性、關懷性等5個構面之滿意度除「關懷性」有顯著差異，但經採雪費法(Scheffe's Method)，則未發現有兩組間之平均數差異值達到顯著，不再進行事後比較。其餘四個構面無顯著差異，因此假設3.2.3、3.4「不同職業民眾對戶政事務所服務品質構面滿意度有顯著差異」之假設不成立。

(5) 驗證假設3.5:不同教育程度民眾對戶政事務所服務品質各構面之滿意度有顯著差異。

本部份以受訪民眾的教育程度為自變項，而以服務品質五個構面為依變項，進行單因子變異數分析及事後比較，其分析結果整理如表4.15所示：

表4.15不同教育程度民眾對服務品質構面滿意度的變異數分析摘要表

構面					
平均數	保證性	反應性	有形性	可靠性	關懷性
教育程度					
國小(含)以下	4.44	4.33	4.31	4.34	4.38
國中	4.42	4.38	4.26	4.29	4.31
高中(職)	4.53	4.47	4.32	4.43	4.37
大專	4.27	4.30	4.09	4.24	4.20
大學	4.37	4.28	4.22	4.27	4.31
研究所(含)以上	4.04	3.97	3.76	3.94	4.01
F值	3.032	3.591	4.417	3.488	1.982
P值	0.011	0.004	0.001	0.005	0.085
Scheffe	N	N	N	N	N

註：* $P < 0.05$ ，N：Scheffe法未發現有任兩組間的平均數差異值達到顯著

資料來源：本研究整理

(A)在「保證性」構面：不同教育程度的受訪民眾對戶政事務所服務品質構面之滿意度無顯著差異(F值為3.032， $P > 0.05$)，顯示民眾並非因教育程度的不同，而在保證性構面滿意度感受上有所差異。

(B)在「反應性」構面：不同教育程度的受訪民眾對戶政事務所服務品質構面之滿意度無顯著差異(F值為3.951， $P > 0.05$)，顯示民眾並非因教育程度的不同，而在反應性構面滿意度感受上有所差異。

(C)在「有形性」構面：不同教育程度的受訪民眾對戶政事務所服務品質

構面之滿意度無顯著差異(F值為4.417, $P>0.05$), 顯示民眾並非因教育程度的不同, 而在有形性構面滿意度感受上有所差異。

(D)在「可靠性」構面：不同教育程度的受訪民眾對戶政事務所服務品質構面之滿意度無顯著差異(F值為3.488, $P>0.05$), 顯示民眾並非因教育程度的不同, 而在可靠性構面滿意度感受上有所差異。

(E)在「關懷性」構面：不同教育程度的受訪民眾對戶政事務所服務品質構面之滿意度無顯著差異(F值為1.982, $P>0.05$), 顯示民眾並非因教育程度的不同, 而在關懷性構面滿意度感受上有所差異。

綜合上述, 不同教育程度的受訪民眾對戶政事務所服務品質的保證性、反應性、有形性、可靠性、關懷性等5個構面滿意度無顯著差異, 因此假設3.2.3、3.5「不同教育程度民眾對戶政事務所服務品質構面滿意度有顯著差異」之假設不成立。

2.綜合討論

綜合上述研究結果發現, 不同背景變項之性別、婚姻狀況、年齡、職業、教育程度等五個構面皆對戶政事務所服務品質構面滿意度無顯著差異。如表4.16所示：

表4.16不同背景變項民眾對於服務品質各構面滿意度的差異摘要表

比較 背景變項 \ 依變項	保證性	反應性	有形性	可靠性	關懷性
性別	0.640	1.518	1.504	1.243	1.023
婚姻	1.023	0.258	0.744	0.957	0.637
年齡	1.271	0.780	2.311*	0.893	0.327
職業	2.876	3.805	1.808	1.976	2.528*
教育程度	3.032	3.591	4.417	3.488	1.982

註：*P<0.05

資料來源：本研究整理

4.6 服務品質與滿意度關係之分析

依據Cronin and Taylor(1992)、Zeithaml and Bitner(1996)的觀點，認為服務品質是顧客滿意度的前因變數，服務品質會影響顧客滿意度。本研究以皮爾遜積差相關分析方法(Pearson's Correlation)、共線性診斷、多元迴歸分析法(Multiple Regression)檢定服務品質與民眾滿意度關聯性，如表4.17、4.18、4.19分析結果驗證知覺服務品質對民眾滿意度有正向的顯著影響。

1. 皮爾森相關分析方法(Pearson's Correlation)

本節以Pearson積差相關分析方法，來分析民眾知覺的戶政服務品質與民眾滿意度各構面間之相關與顯著情形，由表4.6.1瞭解民眾知覺服務品質保證性、反應性、有形性、可靠性、關懷性五個構面與整體滿意度之關聯性，以保證性與可靠性構面間相關度最高(0.802)，反應性與關懷性構面間相關度最低(0.656)，在構面與整體滿意度間，以可靠性構面與整

體滿意度之相關度最高(0.931),以關懷性構面與整體滿意度之相關度最低(0.831),民眾知覺服務品質保證性、反應性、有形性、可靠性、關懷性五個構面與整體滿意度各層面間相關數值均很高,亦皆達(**P<0.01)呈現顯著正相關,因此本研究假設3.2.4:民眾知覺服務品質與民眾滿意度有正向的顯著影響。驗證後成立。

表4.17戶政事務所服務品質構面與整體滿意度之Pearson相關係數表

服務品質構面	保證性	反應性	有形性	可靠性	關懷性	整體滿意度
保證性	1					
反應性	0.766**	1				
有形性	0.750**	0.792**	1			
可靠性	0.802**	0.787**	0.799**	1		
關懷性	0.671**	0.656**	0.711**	0.760**	1	
整體滿意度	0.902**	0.892**	0.911**	0.931**	0.831**	1

註：**P<0.01

資料來源：本研究整理

2.共線性診斷

所謂「共線性」指的是由於自變項間的相關太高，造成迴歸分析之情境干擾。自變項間是否有共線性問題,可由容忍度、變異數膨脹因素等數據加以判別,容忍度(TOL(允差))1-R,容忍度的值應界於0至1之間,TOL值大才好,不要小於0.01,然變異數膨脹因素VIF要小才好,最好不要大於10;倘VIF值越大，表示自變項的容忍度愈小愈有共線性問題存在。

表4.18預測變項的共線性診斷摘要表

預測變項	TOL(容忍度)	VIF(變異數膨脹因子)
保證性	0.298	3.360
反應性	0.285	3.515
有形性	0.271	3.697
可靠性	0.218	4.588
關懷性	0.390	2.567

資料來源：本研究整理

由表4.18結果發現五個預測變項的TOL(容忍度)值介於0.218至0.390之間，然VIF(變異數膨脹因素)值介於2.567至4.588之間，顯示TOL值介於0至1之間，而VIF值小於10，表示預測變項的共線性程度不高，可以避免預測變項間具有高度相關而影響其正確性。

3. 多元迴歸分析法(Multiple Regression)

為瞭解實知覺服務品質對民眾滿意度有正向的顯著影響，本節以受訪民眾知覺服務品質的五個構面為預測變項，以民眾滿意度為效標變項，進行多元迴歸分析，以明瞭其預測力如何。

表4.19知覺的服務品質對民眾滿意度之預測分析

預測變項	常數	保證性	反應性	有形性	可靠性	關懷性
Beta		0.417	0.045	0.250	-0.014	-0.042
標準誤差	0.181	0.074	0.078	0.080	0.089	0.059
t	11.144	4.801	0.508	2.746	-0.140	-0.555
顯著性	0.000	0.000	0.612	0.006	0.889	0.579

註：**P<0.01，***P<0.001

資料來源：本研究整理

- (1)由表4.17所示民眾知覺服務品質保證性、反應性、有形性、可靠性、關懷性五個構面與整體滿意度各層面間相關數值都很高，皆達 (**P<0.01)顯著水準。知覺服務品質五個構面與整體滿意度兩者間之關聯性，均呈現顯著正相關。
- (2)由表4.18所示五個預測變項的TOL值介於0.218至0.390之間符合0至1之間，而VIF值皆小於10，表示預測變項的共線性程度不高，可以避免預測變項間具有高度相關而影響其正確性。
- (3)由表4.19所示僅「保證性」、「有形性」達0.001及0.01顯著，因此戶政事務所要達成整體滿意度的目標，應從「保證性」、「有形性」兩構面的各項服務措施去加強比較有成效。

4.驗證假設3.3.4：知覺服務品質對民眾滿意度有正向的顯著影響。

檢定結果從表4.6.1中所示：知覺服務品質五個構面與整體滿意度間之關連性均呈現顯著正相關，分析詳述如下：

- (1) 驗證假設4.1：民眾知覺的戶政事務所服務品質「保證性」與整體滿意度有正向的顯著影響。

依相關分析表4.17中發現民眾對服務品質「保證性」構面認知程度與整體滿意度呈現正相關，兩者相關係數達0.902，(P值<0.01)達到顯著，表示民眾對服務品質認知程度越高，則整體滿意度就越高。因此假設4.1獲得支持。

- (2) 驗證假設4.2：民眾知覺的戶政事務所服務品質「反應性」與整滿意度有正向的顯著影響。

依相關分析表4.17中發現民眾對服務品質「反應性」構面認知程度與整體滿意度呈現正相關，兩者相關係數達0.892，(P值<0.01)達到顯著，表示民眾對服務品質認知程度越高，則整體滿意度就越高。因此假設4.2獲

得支持。

(3) 驗證假設4.3：民眾知覺的戶政事務所服務品質「有形性」與整體滿意度有正向的顯著影響。

依相關分析表4.17中發現民眾對服務品質「有形性」構面認知程度與整體滿意度呈現正相關，兩者相關係數達0.911，(P值<0.01)達到顯著，表示民眾對服務品質認知程度越高，則整體滿意度就越高。因此假設4.3獲得支持。

(4) 驗證假設4.4：民眾知覺的戶政事務所服務品質「可靠性」與整體滿意度有正向的顯著影響。

依相關分析表4.17中發現民眾對服務品質「可靠性」構面認知程度與整體滿意度有呈現正相關，兩者相關係數達0.931，(P值<0.01)達到顯著，表示民眾對服務品質認知程度越高，則整體滿意度就越高。因此假設4.4獲得支持。

(5) 驗證假設4.5：民眾知覺的戶政事務所服務品質「關懷性」與整體滿意度有正向的顯著影響。

依相關分析表4.17中發現民眾對服務品質「關懷性」構面認知程度與整體滿意度有正向的相關，兩者相關係數達0.831，(P值<0.01)達到顯著，表示民眾對服務品質認知程度越高，則整體滿意度就越高。因此假設4.5獲得支持。

5.綜合討論

綜上所述分析民眾知覺的服務品質各構面與整體滿意度之相關性，在構面與整體滿意度間，以可靠性構面與整體滿意度間之相關度最高(0.931)，以關懷性構面與整體滿意度間之相關度最低(0.831)，然民眾知覺服務品質五個構面與整體滿意度間之關連性，均呈現顯著正相關，亦即

服務品質五個構面的滿意度愈高，整體滿意度也愈高。故本研究假設四：民眾知覺的服務品質與整體滿意度有顯著性相關，驗證後獲得支持。

4.7 研究假設檢定結果

本研究各項假設經上述分析後，驗證結果如表4.20所示：

表4.20研究假設檢定結果彙整總表

研究假設		檢定結果
假設1	民眾「期望服務品質」與「實際感受服務品質」有顯著差異。	支持
假設1.1	民眾對戶政事務所服務品質構面中「保證性」的期望與認知感受有顯著差異。	支持
假設1.2	民眾對戶政事務所服務品質構面中「反應性」的期望與認知感受有顯著差異。	支持
假設1.3	民眾對戶政事務所服務品質構面中「有形性」的期望與認知感受有顯著差異。	支持
假設1.4	民眾對戶政事務所服務品質構面中「可靠性」的期望與認知感受有顯著差異。	支持
假設1.5	民眾對戶政事務所服務品質構面中「關懷性」的期望與認知感受有顯著差異。	支持
假設2	不同人口統計變項之民眾對戶政事務所知覺服務品質構面認知有顯著差異。	少部分支持，大部分不受支持。

表4.20研究假設檢定結果彙整總表(續)

研究假設		檢定結果
假設2.1	不同性別民眾對戶政事務所知覺服務品質構面認知有顯著差異。	大部份支持 (僅關懷性 不支持)
假設2.2	不同婚姻民眾對戶政事務所知覺服務品質構面認知有顯著差異。	不受支持
假設2.3	不同年齡民眾對戶政事務所知覺服務品質構面認知有顯著差異。	不受支持
假設2.4	不同職業民眾對戶政事務所知覺服務品質構面認知有顯著差異。	不受支持
假設2.5	不同教育程度民眾對戶政事務所知覺服務品質構面認知有顯著差異。	不受支持
假設3	不同人口統計變項之民眾對戶政事務所服務品質滿意度有顯著差異。	不受支持
假設3.1	不同性別民眾對戶政事務所服務品質各構面之滿意度有顯著差異。	不受支持
假設3.2	不同婚姻民眾對戶政事務所服務品質各構面之滿意度有顯著差異。	不受支持
假設3.3	不同年齡民眾對戶政事務所服務品質各構面之滿意度有顯著差異。	不受支持
假設3.4	不同職業民眾對戶政事務所服務品質各構面之滿意度有顯著差異。	不受支持

表4.20研究假設檢定結果彙整總表

研究假設		檢定結果
假設3.5	不同教育程度民眾對戶政事務所服務品質各構面之滿意度有顯著差異。	不受支持
假設4	知覺服務品質對民眾滿意度有正向的顯著影響。	支持
假設4.1	民眾知覺的戶政事務所服務品質「保證性」與整體滿意度有正向的顯著影響。	支持
假設4.2	民眾知覺的戶政事務所服務品質「反應性」與整體滿意度有正向的顯著影響。	支持
假設4.3	民眾知覺的戶政事務所服務品質「有形性」與整體滿意度有正向的顯著影響。	支持
假設4.4	民眾知覺的戶政事務所服務品質「可靠性」與整體滿意度有正向的顯著影響。	支持
假設4.5	民眾知覺的戶政事務所服務品質「關懷性」與整體滿意度有正向的顯著影響。	支持

資料來源：本研究整理

第五章結論與建議

本研究旨在探討戶政事務所服務品質與民眾滿意度之現況及關係，並瞭解不同背景變項之洽公民眾對知覺服務品質及戶政事務所服務品質之影響。為達成研究目的及解釋研究問題，經由蒐集、整理和歸納相關文獻，再建立研究架構，設計研究方法與流程，據以編制問卷進行調查(問卷取自李素貞授權，民97)，完成後將所調查之資料轉換為數值，經統計軟體運算後製成表，以利分析與討論，最後歸納出主要之研究發現，並作成結論及提出建議，供有關機關參酌以利爾後戶政事務所管理政策的擬定與未來後續研究者之參考。本章共分三節，第一節說明主要研究發現，第二節為本論文之結論，第三節為建議。

5.1 研究發現

本研究除由受訪者樣本填答資料之平均數、標準差來描述戶政事務所服務品質與民眾滿意度外，還利用t檢定(T-test)或單因子變異數分析(One-Way ANOVA)來檢定分析不同背景變相之受訪者對戶政事務所滿意情形之差異，再採用皮爾森(Pearson)積差相關係數分析法來探討民眾滿意各構面間的相關性，最後為瞭解民眾的知覺服務品質與民眾滿意度之關係，以服務品質五個構面為預測變項，而整體滿意度為效標變項，進行多元迴歸分析法，來分析民眾在服務品質與滿意度間之預測力。綜合第四章的研究與分析後，歸納本研究主要發現如下：

1. 受訪者「期望服務品質」之現況

(1) 服務品質總構面

受訪者期望服務品質總構面平均分數為4.28分(總分為5分，最低分為

1分)，顯示民眾對戶政事務所服務品質非常重視。

(2)服務品質各構面

受訪者對戶政事務所服務品質各構面的重視程度平均得分由高至低排列，依序為「保證性」(4.36)、「反應性」(4.31)、「可靠性」(4.274)、關懷性(4.273)、有形性(4.18)。綜觀各構面的平均得分均大於4.18，且最高與最低之間僅差距0.18，顯示民眾對戶政事務所服務品質各構面很重視且重視程度差異性微小。

2. 受訪者「實際感受服務品質」之現況

(1)服務品質總構面

受訪者實際感受服務品質總構面平均分數為4.01分，顯示民眾對戶政事務所服務品質滿意度屬非常滿意；然與期望服務品質總構面(4.28分)相較，仍有0.27分之差距。

(2)服務品質各構面

受訪者對戶政事務所服務品質各構面的實際感受程度平均得分由高至低排列，依序為「保證性」(4.01)「反應性」(3.98)「可靠性」(3.958)關懷性(3.956)有形性(3.85)。然彼此差異不大，從數字資料所示民眾對戶政事務所實際感受服務品質的滿意程度，除保證性構面屬於非常滿意程度外，其餘四構面均屬滿意程度，且各構面與整體性間的實際感受滿意程度應有所關聯。

3. 「民眾期望服務品質」與「實際感受服務品質」有顯著差異

本研究以成對樣本t檢定來檢定並驗證民眾對戶政事務所服務品質的期望與實際感受的差異，在五個構面22問項之問卷中，發現民眾之實際感受服務品質的平均數均小於期望服務品質的平均數，顯示民眾在戶政事務所服務品質上感受到有缺口之存在，實際感受程度除保證性構面各

項平均數達4.01分外，其餘四個構面各問項平均得分皆低於4分，顯示民眾對戶政事務所服務品質仍有部份尚不很滿意，表示戶政事務所服務品質仍有待改善加強。且兩者之間的檢定亦呈現顯著水準($p < 0.001$)，故假設3.2.1是成立的。

4.不同背景變項之民眾對戶政事務所「知覺服務品質」的差異情形

不同人口統計變項之民眾對戶政事務所知覺服務品質構面，自變項包括婚姻狀況、年齡、職業、教育程度等對知覺服務品質各構面認知上均無顯著差異，僅性別對知覺服務品質各構面認知上有顯著差異。

5.不同背景變項之民眾對戶政事務所「服務品質滿意度」的差異情形

不同人口統計變項之民眾對戶政事務所服務品質滿意度，就自變項「年齡」「職業」對依變項「有形性」「關懷性」構面達顯著差異(F 值2.311， $P < 0.05$)(F 值2.528， $P < 0.05$)，所以不同年齡、職業的洽公民眾對戶政事務所所有形性、關懷性構面中之各項服務會有不同認知，惟未發現有兩組間的平均數差異有達到顯著水準；其餘自變項「婚姻狀況」、「性別」、「教育程度」等對戶政事務所服務品質滿意度各構面均無顯著差異。

6.知覺服務品質與民眾滿意度之相關情形

民眾對戶政事務所的知覺服務品質各構面與其整體滿意度間成正相關，茲分述如下：

- (1) 民眾知覺服務品質(包括保證性、反應性、有形性、可靠性、關懷性等五構面)與整體滿意度均呈現顯著正相關。
- (2) 民眾知覺服務品質與整體滿意度相關高低依序為：保證性(相關係數0.902， $P < 0.01$)、反應性(相關係數0.892， $P < 0.01$)、有形性(相關係數0.911， $P < 0.01$)、可靠性(相關係數0.931， $P < 0.01$)、關懷性(相關係數0.831， $P < 0.01$)。

5.2 研究結論

綜合以上研究分析發現之結果，獲致以下結論，茲分述如下：

1. 民眾對戶政事務所的服務品質非常重視

從本研究結果顯示，民眾對戶政事務所的服務品質非常重視，其服務品質各構面重視程度平均得分達4.18分以上，且總體性平均得數為4.28分，五個構面間最高與最低僅差距0.18分之間，顯示民眾對戶政事務所的服務品質各構面都非常重視且各構面重視程度差異非常微小。表示現今民眾知識水準提高，對政府機關的服務不僅要求效率高，也要品質好，戶政事務所為政府最基層行政機關，直接面對民眾解決問題，故戶政機關服務品質的良窳都直接影響民眾對政府機關施政的觀感與向心力，因此如何強化戶政服務品質與效率，為戶政事務所當前首要之務。

2. 民眾對戶政事務所的服務品質各構面項目滿意度屬中上程度

從本研究結果顯示，民眾對戶政事務所的實際感受總體性服務品質平均得分為3.95分，其實際感受服務品質各構面程度平均得分，以保證性構面達4.01分屬滿意程度，其餘四個構面均達3.85分以上也接近滿意程度，且五個構面間最高與最低分僅差距0.16分之間，顯示民眾對戶政事務所服務品質的實際感受達到中上程度以上，可知近年來戶政事務所對於提升服務品質用心經營付出相當心力，受到民眾的肯定與讚賞。

3. 「民眾期望服務品質」與「實際感受服務品質」有顯著差異

從本研究結果顯示，民眾對戶政事務所服務品質的實際感受皆低於期望程度，但是實際感受程度保證性構面各問項平均達4.01分以上(滿意程度)，其餘四個構面各問項平均達3.95分以上(接近滿意)，顯示民眾對戶政事務所服務品質仍感受到缺口的存在然並不嚴重。戶政事務所只要能

秉持以客為尊、熱忱的服務理念、規劃適合洽公民眾環境空間、著重員工服裝儀容並持續不斷簡化行政流程等，應可縮小服務品質的缺口。

4.性別是影響民眾對戶政事務所知覺服務品質認知的重要因素。

從本研究結果得知，男性在戶政事務所知覺服務品質各構面之平均數都高於女性，顯示性別是影響民眾對戶政事務所知覺服務品質的重要因素，以男性較女性容易滿足戶政事務所的服務。

5.知覺服務品質與民眾滿意度有顯著相關

從本研究結果顯示，以有形性構面與整體滿意度間之相關度最高(0.931)，以關懷性構面與整體滿意度間之相關度最低(0.831)，而民眾知覺服務品質保證性、反應性、有形性、可靠性、關懷性等五個構面與民眾滿意度呈現正相關，顯示政府服務品質對民眾滿意度是有顯著關係。

小結

研究結論而言，民眾對戶政事務所的服務品質非常重視、服務品質各構面項目滿意度屬中上程度及知覺服務品質與民眾滿意度有顯著相關等研究相同；然性別是影響民眾對戶政事務所知覺服務品質認知的重要因素與李素真(民97)職業、婚姻狀況及教育程度研究不同；不同背景變項不是影響民眾對戶政事務所服務品質滿意度的重要因素，亦與李素真(民97)年齡、婚姻狀況是影響滿意度重要因素研究不同。另外，本研究樣本數較都會型少，未來研究者似可以二個以上不同戶政事務所為對象，較能凸顯其顯著性。

5.3 建議

依前述之研究發現及結論，本節據以提出建議俾利戶政事務所參考。首先瞭解民眾對戶政事務所的實際感受與期望間之缺口，於缺口內分析不足之處加以改善，從本研究表4.3.2中可以發現民眾對戶政事務所所提供服務品質於實際感受與期望之間確實有所差距；總言之，洽公民眾對戶政事務所的服務品質並非滿意，而有改善空間。以下藉由本研究對問題的發現，希望能供戶政事務所在提升政府服務品質業務上之參考。

1. 「保證性、反應性」：簡化行政流程

政府機關繁瑣的行政程序經常是民眾抱怨的問題，戶政法令多如牛毛，對民眾申辦戶籍登記事項經常加以設限。為達簡政便民、避免浪費人力、物力、舟車勞累，戶政機關應檢討修改不合時宜法令，另因應政府再造、組織再造等政策，戶政機關整合合併，並擴大開放戶籍登記案件異地申辦。落實簡政便民之服務措施。

2. 「保證性、可靠性」：落實稽核制度、正確戶籍登記

基於個人資料保護法避免個人資料外洩，供不法集團犯罪影響個人權利。惟有建立內部稽核制度，嚴謹監督各項行政作業流程，並且藉由外部評鑑督導以維服務品質的水準，確保戶籍資料無疏漏，方可保障民眾權益。

3. 「保證性、反應性、可靠性」：推動終身學習、加強員工專業素養

從研究發現，民眾對於戶政事務所人員具有解決民眾疑惑專業知能、樂於協助民眾解決戶政相關問題、具備執行職務的專業知識並能遵守戶政相關法令執行職務等均在實際感度與期望的差距較大，顯示戶政人員員工在專業素養方面尚待提升，為有效解決此一缺口，本研究建議推動

終身學習措施，內部建立工作學習圈研讀戶政法令，藉由精進本職學能，方可提供民眾正確、一致的服務品質，並解決戶政各項有關的問題。

4. 「有形性」：提供優質洽公環境、提升服務品質

從研究發現，民眾對於戶政事務所辦公環境、足夠空間、走動式服務之期望與實際感受呈現顯著差異，檢討依業務流程規劃調整動線，增加洽公空間並設計明顯申辦業務流程標示，打造綠美化環境，推動走動式服務，使民眾感受到戶所舒適、優雅的洽公環境，改善員工服裝儀容加強服務態度給予民眾良好的印象。

5. 「關懷性」：傾聽民情輿論聲音，建立申訴管道溝通協調

從研究發現，民眾對於戶政事務所員工會耐心傾聽民眾問題，瞭解並主動協助解決感到不足。戶政為最基層服務機關與民眾接觸頻繁，為滿足民眾需求戶政機關應傾聽民意且虛心接受，在規劃各項政策如(全面換發國民身分證、門牌整編)等服務事項時，應以民眾的需求為導向、蒐集民意瞭解民眾真正需求檢討現有為民服務工作，應能提升服務效率及品質。在為民服務過程當中難免因服務人員的疏失或法規制度的不完善而引起民怨，因此；本研究建議戶政事務所不僅只是建立人民申訴管道(例如：電子申訴信箱、網路意見留言區、列管人民陳情案件等)，更重要是戶政機關應確實處理陳情案件，重視陳情內容，找出兩全其美的解決方案，方能有效解決民怨，提升政府的服務品質。

參考文獻

一、中文部分

1. 蔡永常(民101)，口湖鄉志一序(上冊)，雲林縣口湖鄉公所編印。
2. 李素真(民97)，戶政機關之服務品質與民眾滿意度，國立高雄師範大學成人教育研究所碩士論文，未出版，高雄市。
3. 近藤隆雄(民89)，服務管理，書泉出版社。
4. 吳勤勉(民103)，服務品質管理提升服務品質的思維與作法，台北：松根。
5. 林聖薇、林煜超、陳窗期(民97)，連大學報，第五卷，第二期，上卷，149頁。
6. 吳松樺(民102)，政府服務品質滿意度之研究-以嘉義縣朴子市地政事務所為例，國立中正大學政治學系碩士在職專班論文，未出版，嘉義市。
7. 侯錦雄(民79)，遊憩區遊憩動機與遊憩認知間關係之研究，未出版，國立台灣大學園藝研究所博士論文，台北。
8. 洪順慶(民90)，管理服務品質，台北市，突破雜誌，14-17頁
9. 孫本初(民98)，新公共管理，台北：一品文化。
10. 孫志敏(民96)，電業服務品質與顧客滿意度之探討-以台電公司科學園區用戶為例，國立中山大學企業管理學系碩士論文，未出版，高雄市。
11. 翁崇雄(民82)，評量服務品質與服務價值之研究-以銀行業為實證對象，國立台灣大學商學研究所博士論文，未出版，台北市。
12. 翁崇雄(民87)，期望服務與服務績效影響服務品質評量之研究，台大管理論叢，第九期，第一卷，153-175頁。

13. 宮下洋一 (2010), 失敗事例と成功事例から学ぶIT サービス品質イノベーションの定石, SqiP, 第C3期, 第一卷, ワクコンサルティング株式会社。
14. 國峻豪(民103), 政府機關服務品質之研究-以臺中市某區公所為例, 逢甲大學經營管理碩士在職專班碩士論, 未出版, 台中市。
15. 崔立新(民93), 服務業品質評量, 臺北: 五南出版社。
16. 陳思倫(民97), 服務品質管理, 台北: 前程。
17. 陳思倫(民100), 服務品質管理, 新北市: 前程。
18. 陳耀茂(民88), 多變量解析方法與應用, 台北: 五南出版社。
19. 陳耀茂(民93), 現代經營改善方法, 台北: 鼎茂出版社。
20. 陳澤義(民104), 服務管理, 台北: 華泰。
21. 陳進丁(民93), 固網通信服務品質之顧客滿意度、後續行為研究-以中華電信高雄市市內電話用戶為例, 義守大學工業工程管理學系研究所博士論文, 未出版, 高雄市。
22. 陳窗期(民92), 商業行政機關服務品質、顧客滿意度與員工認知之研究-以臺北市商業管理處為例, 國立臺北科技大學商業自動化與管理研究所碩士論文, 未出版, 台北市。
23. 張文湘(民91), 稅務行政機關服務品質及顧客滿意度之研究-以苗栗稅捐處為例, 靜宜大學企業管理研究所碩士論文, 未出版, 台中市。
24. 葉俞亨(民101), 屏東縣地政事務所服務品質與顧客滿意度感善策略, 國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文, 未出版, 高雄市。
25. 葉凱莉、喬友慶(民89), 影響顧客滿意的關鍵性時刻, 中衛簡訊, 第一百四十八期, 82-89頁。
26. 楊錦洲(民91), 服務業品質管理, 台北: 品質學會。

27. 楊錦洲(民98)，服務品質從學理到應用，台北：華泰。
28. 楊文敏(民94)，中國信託商業銀行服務品質之研究－顧客滿意度的觀點，南華大學管理科學研究所論文，未出版，嘉義縣。
29. 溫源鳳、陳清憲(民96)，地方行政機關服務品質因素之探討－以台南市政府為例，品質學報，第十四期，第二卷，149-159頁。
30. 詹偉傑(民94)，液化石油氣分裝場服務品質與顧客滿意度關係之研究－高高屏地區為例，國立高雄師範大學成人教育研究所在職專班碩士論文，未出版，高雄市。
31. 廖麗娟、呂雅雯(民98)，政府服務品質獎評獎機制之探討，研考雙月刊，第三十三期，第五卷，94-100頁。
32. 廖麗娟、呂雅雯(民99)，提升政府服務品質策略之探討，研考雙月刊，第三十四期，第五卷，12-23頁。
33. 蘇雲華(民85)，服務品質衡量方法之比較研究，國立中山大學企業管理研究所博士論文，未出版，高雄市。

二、英文部分

1. Aiello, C. & Rosenberg, J. L. (1976), Consumer Satisfaction: Toward and Integrative Framework, Proceedings of the Southern Marketing Association, pp. 169-171.
2. Anderson, E. W., Fornell, C. & Lehmann, D. R.(1994), Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings from Sweden, Journal of Marketing, Vol.58, No. 3, pp.53-66.
3. Anderson, E. W. & Mary, S. (1993), The Antecedents and Consequences of Customer Satisfaction for Firm, Marketing Science, Vol. 12, pp.104-119.
4. Buell, V. P. (1984), Marketing Management: A Strategic Planning Approach, New York: McGraw-Hill, p. 62.
5. Bitner, V. P. (1990), Evaluating Service Encounters: The Effects of Physical Surroundings and Employee Responses, Journal of Marketing, Vol. 54, pp. 69-82.
6. Crosby, L. A., Evans, K. R., & Crowels, D.(1990), Quality in Service Selling: An Interpersonal Influence Perspective, Journal of Marketing, Vol.54, pp. 68-81.
7. Cronin, J. J. & Tayol, S. A. (1992), Measuring Service Quality: Areexamination and Extension, Journal of Marketing, Vol.57, pp. 58-70.
8. Day (1977), Extending the Concept of Consumer Satisfaction, Indiana University, pp. 149-154.
9. Fitzsimmons, J. A., & Fitzsimmons, M. J. (2008), Service Management: Operations, Strategy, and Information Technology, Edition, New York: McGraw-Hill.
10. Fornell, C. (1992), A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedis Experience, Journal of Marketing, pp. 1-21.

11. Feigenbaum, A. V. O. (1992), Total Quality Control, New York: McGraw-Hill.
12. Garvin, D. A. (1984), A Service Quality Model and Its Marketing Implication, European Journal of Marketing, Vol.18, pp. 25-43.
13. Gronroos, C.(1982), Strategic Management and Marketing in the Service Sector, Helsingfors: Swedish School of Economics and Business Administration.
14. Gronroos, C. (1990), Christian Service Management and Marketing, Lexington, MA: Lexington Books.
15. Haywood, F. (1988), A Conceptual Model of Service Quality, Journal of Operations & Production Management, Vol.8, No. 6, pp. 19-29.
16. Helson, H. (1964), Adaptation-level Theory, New York: Harper and Row.
17. Juran, J. M. (1986), The Quality Trilogy: A Universal Approach to Managing for Quality, Quality Progress, Vol.19, No.8, pp. 10-24.
18. Kotler, P. (1991), Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control, 7th ed., Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ., pp.246-249.
19. Kotler, P. (2000), Marketing Management, Tenth Edition, Prentice-Hall, pp.36-37.
20. Letinen, U. & Lehtinen, J. R. (1982), Service Quality: A Study of Quality Dimensions, Unpublished Working Paper, Helsinki: Service Management Institute Finland OY.
21. Lewis, R. C. & Booms, B. H.(1983), The Marketing Aspects of Service Quality, in Emerging Perspectives on Services Marketing, L.Berry, G. Shostack & G.Upah, eds., Chicago: American Marketing, pp.99-107.
22. Latour, S. A. & Peat N.C.(1979), Conceptual and Methodological Issue in Consumer Satisfaction Research, (6th ed.,) William Wilkie, Ann Arbor, MI: Association for Consumer Research, pp431-437.

23. Lawler, E. E (1973), Motivation in Work Organizations, California: Brooks/Cole Publishing Co.
24. Lovelock, C. H. (1992), Classifying Services to Gain Strategic Marketing Insights, Journal of Marketing, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
25. Lovelock, C. & Lauren, W. (2007), Service Marketing: People, Technology, and Strategy (6th ed.), Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
26. Lovelock, C. & Wirtz, J. (2004), Service Marketing: People, Technology, and Strategy (5th ed.), Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
27. Lovelock, H.C. (1996), Service Quality, NJ: Prentice Hall.
28. Mitra, A. (1993), Fundamentals of Quality Control and Improvement, Macmillan: NY.
29. Oliver, R. L. (1981), Measurement and Evaluation of Satisfaction Process in Retail Settings, Journal of Retailing, Vol.57, p.25-48.
30. Oliver & Desarbo, W. S. (1988), Response Determinants in Satisfaction Judgments, Journal of Consumer Research, Vol. 14, No. 4, pp. 495-507.
31. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L.(1985), A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, Journal of Marketing, Vol.49, pp41-50.
32. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1988), SERVQUAL: a Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, Journal of Retailing, Vol.64, No.1, pp.12-40.
33. Stanton, W. J. & Futrell, C. (1987), Fundamentals of Marketing, McGraw-Hill, pp.496.
34. Schreyer, R. & Roggenbuck, J.W. (1978), The Influence of Experience Expectation on Crowding Perceptions and Social Psychological Carrying Capacities, Leisure Science, Vol.1, No.4, pp. 373-394.
35. Weiner (1985), An Attributional Theory of Achievement Motivation and

- Emotion, Psychological Review, Vol.92, No.4, pp. 548-573.
36. Woodside, A.G., Frey, L.L.& Daly, R.T.(1989), Linking Service Quality, Customer Satisfaction and Behavioral Intention, Journal of Health Care Marketing, Vol.9, pp.5-17.
37. Zeithaml, V. A. (1988), Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence, Jornal of Marketing, Vol.64, No.2, pp.3-17.
38. Zeithaml, V. A. & Bitner, M.J. (1996), Service Marketing, McGraw-Hill.




附錄

附錄一問卷同意書

問卷同意書

茲同意 曾錦芳 君使用本人著作「戶政事務所服務品質與民眾滿意度關係之研究」碩士論文，所編製之鳳山市第一戶政事務所服務品質調查問卷，以撰寫其「公部門服務品質與民眾滿意度之研究-以雲林縣口湖鄉戶政事務所為例」碩士論文。

同意人： 李素真 

中華民國 一〇四 年 十一 月

附錄二公部門服務品質與民眾滿意度之研究問卷

親愛的受訪者您好：

這是一份研究有關民眾對戶政業務之服務品質與民眾滿意度的問卷，本問卷旨在瞭解戶政事務所提供的各項服務品質，對民眾滿意度感受程度，您的意見可作為業務改進的依據。

本項問卷採不記名方式，所填資料絕對保密，請放心填答！問卷的答案代表您個人的看法，無關對錯，您寶貴的意見將對本研究有很大的貢獻，最後，由衷的感謝您在百忙之中撥冗填答。

敬祝

身體健康萬事如意

南華大學非營利事業管理研究所

指導教授：蔣念祖博士 研究生：

曾錦芳 敬上

◎第壹部分：服務品質期望程度問項

填答說明：依您對雲林縣口湖鄉戶政事務所服務品質的「期望程度」，請您在下列各題的右方所呈現之期望程度(1至5)適切位置□中打“V”。

1=非常不重要 2=不重要 3=普通 4=重要 5=非常重要

一、保證性：指戶政人員具有專業智能、正確時效及解決問題等能力。

	1	2	3	4	5
1.戶政事務所員工能提供完整的戶政資訊及各項申請流程和作業流程。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.戶政事務所提供各項戶籍資料正確無誤。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.戶政事務所均能依標準作業時程提供完善服務。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.戶政事務所員工具有解決民眾疑惑的專業知能。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.戶政事務所員工充滿熱忱、親切有禮貌。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

二、反應性：指戶政事務所能提供迅速、及時與個別的服務。

	1	2	3	4	5
1.戶政事務所員工樂於協助民眾解決戶政相關問題。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.戶政事務所員工對民眾不同的需求，提供個別服務或協助。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.戶政事務所員工對反映意見均會有圓滿的處理。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.戶政業務資訊化，申請各項戶籍登記手續相當簡易。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

～問卷未完，請繼續下一頁，謝謝！～

三、有形性：指戶政事務所提供服務所需的空間、設備、人員及相關法令規章等。

	1	2	3	4	5
1.戶政事務所的服裝儀容整潔得體大方。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.戶政事務所辦公環境整潔、有足夠空間服務民眾。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.戶政事務所員工走動式服務，態度有禮親切誠懇。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.戶政事務所提供民眾安心、滿意的服務。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.戶政事務所提供完善的服務平台與資訊(網路預約、到府服務、提供電腦設備…)。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

四、可靠性：指可靠地與正確地執行已承諾的服務，可信賴的服務績效是民眾對戶政的期望。

	1	2	3	4	5
1.戶政事務所員工辦理有關戶政業務總是正確無誤。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.戶政事務所提供彈性時間(如：中午不休息、例假日受理預約申請)以方便民眾洽公。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.戶政事務所員工具備執行職務的專業知識並能遵守戶政相關法令執行職務。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.戶政事務所堅持好還要更好的服務品質目標。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.無論民眾遭遇到任何問題，戶政事務所員工會熱忱地提供協助。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

五、關懷性：指戶政人員以顧客導向的服務理念提供民眾所需的信賴、禮貌、耐心及主動協助民眾解決問題的態度。

	1	2	3	4	5

1.戶政事務所積極蒐集與採納民眾建言。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.戶政事務所員工會耐心傾聽民眾的問題，瞭解其需求並主動協助解決。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.戶政事務所員工受理申請案件態度親切，遇民眾有困難會主動協助解決。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

◎第貳部分：服務品質實際感受問項

填答說明：依您對雲林縣口湖鄉戶政事務所服務品質的「實際感受」，請您在下列各題的右方所呈現之實際感受(1至5)適切位置中打“V”。

1=非常不滿意 2=不滿意 3=普通 4=滿意 5=非常滿意

一、保證性：指戶政人員具有專業智能、正確時效及解決問題等能力。

	1	2	3	4	5
1.戶政事務所員工能提供完整的戶政資訊及各項申請流程和作業流程。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.戶政事務所提供各項戶籍資料正確無誤。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.戶政事務所均能依標準作業時程提供完善服務。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.戶政事務所員工具有解決民眾疑惑的專業知能。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.戶政事務所員工充滿熱忱、親切有禮貌。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

二、反應性：指戶政事務所能提供迅速、及時與個別的服務。

	1	2	3	4	5
1.戶政事務所員工樂於協助民眾解決戶政相關問題。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.戶政事務所員工對民眾不同的需求，提供個別服務或協助。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.戶政事務所員工對反映意見均會有圓滿的處理。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.戶政業務資訊化，申請各項戶籍登記手續相當簡易。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

三、有形性：指戶政事務所提供服務所需的空間、設備、人員及相關法令規章等。

	1	2	3	4	5
1.戶政事務所的服裝儀容整潔得體大方。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.戶政事務所辦公環境整潔、有足夠空間服務民眾。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.戶政事務所員工走動式服務，態度有禮親切誠懇。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.戶政事務所提供民眾安心、滿意的服務。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.戶政事務所提供完善的服務平台與資訊(網路預約、到府服務、提供電腦設備…)。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

四、可靠性：指可靠地與正確地執行已承諾的服務，可信賴的服務績效是民眾對戶政的期望。

	1	2	3	4	5
1.戶政事務所員工辦理有關戶政業務總是正確無誤。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.戶政事務所提供彈性時間(如：中午不休息、例假日受理預約申請)以方便民眾洽公。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.戶政事務所員工具備執行職務的專業知識並能遵守戶政相關法	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

令執行職務。					
4.戶政事務所堅持好還要更好的服務品質目標。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.無論民眾遭遇到任何問題，戶政事務所員工會熱忱地提供協助。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

～問卷未完，請繼續下一頁，謝謝！～



五、關懷性：指戶政人員以顧客導向的服務理念提供民眾所需的信賴、禮貌、耐心及主動協助民眾解決問題的態度。

	1	2	3	4	5
1.戶政事務所積極蒐集與採納民眾建言。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.戶政事務所員工會耐心傾聽民眾的問題，瞭解其需求並主動協助解決。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.戶政事務所員工受理申請案件態度親切，遇民眾有困難會主動協助解決。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

◎第參部分：基本資料

以下題目為有關您個人的基本資料，每題請您選出一個最適合的選項，並在該選項前面的內打“V”。

一、性別：1.男 2.女

二、婚姻狀況：1.已婚 2.未婚

三、年齡：1.14~19 歲 2.20~29 歲 3.30~39 歲 4.40~49 歲 5.
50~59 歲 6.60 歲(含)以上

四、職業：1.學生 2.軍公教 3.退休人員 4.農林漁牧 5.
家管 6.工商服務業 7.無業

五、教育程度：1. 國小(含)以下 2. 國中 3. 高中(職) 4. 大專 5. 大學
6. 研究所(含)以上

～本問卷到此全部結束，請確認所有題目已答填，謝謝您的協助。～

