

The Service Quality and Service Satisfaction on the Parents of Elementary School Children to After-School Day-Care Servi

蔡美淑、鄭華清

E-mail: 317680@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

The purpose of this research is to study the correlation between service quality, in-ternal/ external environment, and the service satisfaction of parents on after-school pro-gram. The research methodology is inquiry survey. The sample space includes the seven primary schools of Shalu. Three hundred pieces of inquiries was sent to the parents who had the will to participate after-school program. 290 pieces were col-lected. Excluding the 18 pieces of ineffective inquiries without completing, the effec-tive inquiries are of 272 pieces. The collection rate is 93%. After data analysis, we come to below conclusion as, 1.As the schools enhance the service quality of after-school program, parents will hold higher service satisfaction at schools. 2.As the schools enhance the external environment, parents will hold higher service satisfaction at schools. 3. As the schools enhance the internal environment, parents will hold higher service satisfaction at schools. 中文摘要 iii 英文摘要

. iv 誌謝辭	v 內容目錄
. vi 表目錄	viii 圖目錄
. ix 第一章 緒論	1 第一節 研究背景與動機
. 1 第二節 研究目的	2 第三節 研究流程
. 3 第二章 文獻探討	4 第一節 課托育之意義
. 4 第二節 服務品質	7 第三節 家長對服務滿意度
. 11 第四節 環境分析	17 第三章 研究方法
. 19 第一節 研究架構	19 第二節 研究假設
. 20 第三節 研究變數之操作定義與衡量	21 第四節 問卷設計
25 第五節 資料分析方法	25 第六節 抽樣設計
29 第一節 樣本統計量分析	29 第二節 描述性統計分析
31 第三節 相關分析	36 第四節 迴歸分析
39 第五節 研究實證結果彙整	41 第五章 研究結論與建議
43 第一節 研究結論	43 第二節 研究限制
45 第三節 建議	45 參考文獻
63 附錄A 研究問卷	78 表目錄 表 2- 1滿意度的定義
12 表 2- 2服務品質與滿意度差異的因果關係	14 表 2- 3一般教育服務品質期望與滿意度相關學者之研究
15 表 3- 1本研究構面及各變項之操作性定義	21 表 3- 2調查對象之基本資料
23 表 3- 3服務品質衡量題項	23 表 3- 4外部環境和內部環境衡量題項
24 表 3- 5家長服務滿意度的衡量題項	25 表 3- 6正式問卷之信度分析表
28 表 3- 7各變數檢驗效度表	28 表 4- 1研究對象之人口統計變項次數分佈表
29 表 4- 2可靠性變項統計資料分析表	32 表 4- 3反應性變項統計資料分析表
33 表 4- 4保證性變項統計資料分析表	33 表 4- 5關懷性變項統計資料分析表
34 表 4- 6有形性變項統計資料分析表	34 表 4- 7外部環境變項統計資料分析表
35 表 4- 8內部環境變項統計資料分析	36 表 4- 9服務滿意度變項統計資料分析表
36 表 4-10各變數間相關係數表係數表	39 表 4-11服務品質與外部環境和內部環境對服務滿意度迴歸 係數表
41 圖目錄 圖 1-1研究流程	3 圖 3-1研究架構
19 一、中文部份 內政部統計處(1996), 中華民國八十五年臺灣地區兒童生活狀況調查報告, 台北: 內政部。 王俊貴(2001), 國民小學教師對理想服務品質與實際服務品質知覺差異之調查研究, 國立臺南師範學院國民教育研究所未出版之碩士論文。 吳清山(2004), 學校行政, 台北: 心理出版社。 李新民(2001), 課後托育理論與實務, 台北: 麗文書局。 李新民(2002), 美國課後輔導方案對我國課後托育服務的啟示, 高雄師範大學學報, 13, 235-256。 翁崇雄(1998), 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, 9(1), 153-176。 陳秀江(2004), 家長期望學校服務品質與滿意度之調查研究-以桃園縣國民小學為例, 元智大學管理研究所未出版之碩士論文。 陳育君(2002), 應用PZB服務品質模式在國小資優班獨立研究教學品質評鑑研究, 國立台東師範學院教育研究所未出版之碩士論文。 陳雅萍(2004), 台中縣市國小實施課後照顧服務之調查, 朝陽科技大學學幼保所未出版之碩士論文。 陳滄江(2003), 政府服務品質	

、民眾滿意度與民眾續行為意圖之相關研究，南華大學管理科學所未出版之碩士論文。湯宗泰，劉文良(2004)，顧客關係管理 - 導論與應用，台北：全華科技圖書股份有限公司。項順珠(2009)，幼稚園服務品質與家長幼稚園態度相關之研究，大葉大學事業經營所未出版之碩士論文。馮燕(2004)，托育服務-生態觀點的分析(二版)，台北：巨流出版社。黃薈樺(2004)，國小學童與家長對課後托育服務之看法，朝陽科技大學幼保所未出版之碩士論文。衛南陽(2001)，新顧客滿意學，台北：商兆文化。鄭望崢(1987)，都市兒童課後托育服務之研究，中國文化大學兒童福利研究所未出版之碩士論文。鄭華清(2004)，行銷與管理，台北：全華科技圖書股份有限公司。蘇秀枝(2001)，台灣課後托育中心與國小兒童在校成績、行為與情緒適應的關係，九十學年度朝陽科技大學幼兒保育系「教育學術專題講座」會議手冊，台中縣：朝陽科技大學幼兒保育系。蘇秀枝(2002)，課後托育品質與兒童適應，朝陽科技大學人文暨社會學術研究與創作成果彙集本，台中縣：朝陽科技大學幼兒保育系。

二、英文部份 Andrew, F. M., & Withey, S. B. (1976). Social indicators of well-being: America's perception of life quality. New York: Plenum. Assael, H. (1990). Marketing: principles and strategy. Chicago: Dryden Press. Assael, H., & Marvin, R. J. (1976). Approaches to market segmentation analysis. *Journal of Marketing*, 40(10), 67-77. Athanassopoulos, A. (2000). Behavioural responses to customer satisfaction: an empirical study. *European Journal of Marketing*, 35, 687 – 707. Bateson A. & Hoffman J. (2002). *Essential of Services Marketing: Concept, Strategies and Cases*. Academic Internet Publisher. Bitner, Mary Jo (1992). Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees. *Journal of Marketing*, 57(April), 57-71. Blumberg, D. F.(1991). Improving Productivity in Service Operations on an International Basis. *National Productivity Review*, 11(Spring), 167-179. Bolton, R. N., & Drew, J. H.(1991). A longitudinal analysis of the impact of service changes on consumer attitudes. *Journal of Marketing*, 55(1), 1- 9. Cardozo,1965, An Experimental Study of Customer Effort, Expectation and Satisfaction. *Journal of Marketing Research* 2, 244-249. Churchill, G. A., & Surprenant, C. (1982). An Investigation into the Determinants of Customer Satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 19(November), 491-504. Dods, W. B., & Monroe, K. B.(1984). The effect of brand and price information on subjective product evaluations. *Advance in Consumer Research*, 12, 85-90. Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1986). *Consumer behavior*. New York: The Dryden Press Engel, J. F., Blackwell, R. D., James, F., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer behavior*(8th ed). New York: Harcourt Broce Jorranovich College Publishers: The Dryden Press. Formell, C., & M. D. Johnson(1992). A Framework for Comparing Customer Satisfaction Across Individual and Product Categories. *Journal of Economic Psychology*, 12, 267-286 Garvin, D.A. (1984). What Does Product Quality Really Mean. *Sloan Management Review*, Fall, 25-43. Gronroos (1984). A Service Quality Model and Its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, 18, 36-44. Hallowell, R., Schlesinger, L. A., & Zornitsky, J. (1996). Internal service quality, customer and job satisfaction: Linkages and implications for management. *Human Resource Planning*, 19(2), 20-31. Haywood-Farmer, J.(1988). A Conceptual Model of Service Quality. *Journal of Operations & Production Management*, 8(6), 19-29. Herson, Nitecki, and Danuta A., and Altman, Ellen. (1999). Service Quality and Customer Satisfaction: an assessment and future directions. *The Journal of Academic Librarianship*, 25(1), 9-17. Holbrook, M. B., & Corfman, K. P.(1985). Quality and value in the Efficiency of Markets for Consumer Products. *Journal of Consumer Research*, 11(2), 708-718. Howard, J.A., & Sheth, J. N.(1969). *The Theory of Buyer Behavior*. New York: John Wiley & Sons Inc. Hunt, H. K.(1977). CS/D: Bits and Pieces, in *Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, Ralph L. Day(Eds), Bloomington(pp.40). Indiana: School of Business, Indiana University. Kerin, R. A., Hartley, S. W., & Rudelius, W.(2000). *Marketing : The Core*. New Jersey: McGraw-Hill Inc. Kotler, P.(2000). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*(10th ed). New Jersey: Prentice-Hall Inc. Lehtinen, Uolevi, & Jarmo, R. Lehtinen(1991). Two Approaches to Service Quality Dimensions. *Service Industries Journal*, 25, 737-766. Lewis, B. R., & Vincent, W. M.(1990). Defining and Measuring the Quality of Customer Service. *Marketing Intelligence & Planning*, 18, 11-17. Lewis, R. C., & Booms, B. H. (1983). The marketing aspects of service quality, in L. Berry, G. Shostack, and G. Upah(Eds), *Emerging Perspectives on Services Marketing*(pp. 99-107), Chicago: American Marketing. Lovelock, C. H. (1996). *Service Marketing*. New Jersey: Prentice Hall. Mahajan, V., E. Muller, & Bass, F. M. (1990). New Products Diffusion Models in Marketing: A Review and Direction for Research. *Journal of Marketing*, 54, -26. Oliver, R. L.(1981). Measurement and Evaluation of Satisfaction Process in Retail Settings. *Journal of Retailing*, 57(3), 25-48. Oliver, R. L., & Desarbo, W. S. (1988). Resonse Determinants in Satisfaction Judgement. *Journal of Customer Research*, 14(March), 495-507 Ostrom & Iacobucci (1995). Consumer Trade-Offs and the Evaluation of Service. Ostrom, Amy, Iacobucci, Dawn. *Journal of Marketing*, 59, 17-29. Parasuraman, A., V. A. Zeithaml & L. L. Berry (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49, 44. Sasser, W. E., Olsen, R. P., & Wyckoff, D. D. (1978). *Management of serviceoperations*. Boston: Allyn and Bacon. Taylor, Steven A., & Baker, T. L. (1994). An Assessment of Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction in the Formation of Consumer's Purchase Intention. *Journal of Retail Banking*, 70, 163-178. Woodruff, R. B., Ernest R.C., & Jenkins, R. L.(1983). Modeling Consumer Satisfaction Processes Using Experience-Based Norms. *Journal of Marketing Research*, 20, 296-304. Woodside, A. G. F., & Daly, R. T. (1989). Linking Service Quality, Customer Satisfaction, and Behavioral Intention. *Journal of Care Marketing*, 4, 5-7. Zeithaml, V., Berry, L., & Parasuraman, A.(1988). Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality, *Journal of Marketing*, 52(April), 35-48. Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (1996). *Service Marketing*, New Jersey: McGraw-Hill.

Table of Contents

中文摘要	iii	英文摘要	iv
誌謝辭	v	內容目錄	vi
目錄	viii	圖目錄	ix
第一章 緒論	1	第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	2	第三節 研究流程	3
第二章 文獻探討	4	第一節 課托育之意義	4
服務品質	7	第三節 家長對服務滿意度	11
分析	17	第四節 環境	
第三章 研究方法	19	第一節 研究架構	
第一節 研究架構	19	第二節 研究變數之操作定義與衡量	
第二節 研究假設	20	第三節 資料分析方法	
第三節 問卷設計	21	第四節 抽樣設計	25
第四節 樣本統計量分析	29	第五節 描述性統計分析	31
第五節 相關分析	36	第六節 迴歸分析	39
第六節 迴歸分析	36	第七節 研究實證結果彙整	41
第四章 研究結論與建議	43	第一節 研究結論	43
第一節 研究結論	43	第二節 研究限制	45
第二節 研究限制	45	第三節 建議	45
第三節 建議	45	參考文獻	63
參考文獻	63	附錄A 研究問卷	78
附錄A 研究問卷	78	表目錄	
表目錄		表 2-1 滿意度的定義	12
表 2-1 滿意度的定義	12	表 2-2 服務品質與滿意度差異的因果關係	14
表 2-2 服務品質與滿意度差異的因果關係	14	表 2-3 一般教育服務品質期望與滿意度相關學者之研究	15
表 2-3 一般教育服務品質期望與滿意度相關學者之研究	15	表 3-1 本研究構面及各變項之操作性定義	21
表 3-1 本研究構面及各變項之操作性定義	21	表 3-2 調查對象之基本資料	23
表 3-2 調查對象之基本資料	23	表 3-3 服務品質衡量題項	23
表 3-3 服務品質衡量題項	23	表 3-4 外部環境和內部環境衡量題項	24
表 3-4 外部環境和內部環境衡量題項	24	表 3-5 家長服務滿意度的衡量題項	25
表 3-5 家長服務滿意度的衡量題項	25	表 3-6 正式問卷之信度分析表	28
表 3-6 正式問卷之信度分析表	28	表 3-7 各變數檢驗效度表	28
表 3-7 各變數檢驗效度表	28	表 4-1 研究對象之人口統計變項次數分佈表	29
表 4-1 研究對象之人口統計變項次數分佈表	29	表 4-2 可靠性變項統計資料分析表	32
表 4-2 可靠性變項統計資料分析表	32	表 4-3 反應性變項統計資料分析表	33
表 4-3 反應性變項統計資料分析表	33	表 4-4 保證性變項統計資料分析表	33
表 4-4 保證性變項統計資料分析表	33	表 4-5 關懷性變項統計資料分析表	34
表 4-5 關懷性變項統計資料分析表	34	表 4-6 有形性變項統計資料分析表	34
表 4-6 有形性變項統計資料分析表	34	表 4-7 外部環境變項統計資料分析表	35
表 4-7 外部環境變項統計資料分析表	35	表 4-8 內部環境變項統計資料分析	36
表 4-8 內部環境變項統計資料分析	36	表 4-9 服務滿意度變項統計資料分析表	36
表 4-9 服務滿意度變項統計資料分析表	36	表 4-10 各變數間相關係數表係數表	39
表 4-10 各變數間相關係數表係數表	39	表 4-11 服務品質與外部環境和內部環境對服務滿意度迴歸係數表	40
表 4-11 服務品質與外部環境和內部環境對服務滿意度迴歸係數表	40	表 4-12 研究實證結果彙整表	41
表 4-12 研究實證結果彙整表	41	圖目錄	
圖目錄		圖 1-1 研究流程	3
圖 1-1 研究流程	3	圖 3-1 研究架構	19
圖 3-1 研究架構	19		

REFERENCES

一、中文部份 內政部統計處(1996)，中華民國八十五年臺灣地區兒童生活狀況調查報告，台北:內政部。王俊貴(2001)，國民小學教師對理想服務品質與實際服務品質知覺差異之調查研究，國立臺南師範學院國民教育研究所未出版之碩士論文。吳清山(2004)，學校行政，台北:心理出版社。李新民(2001)，課後托育理論與實務，台北:麗文書局。李新民(2002)，美國課後輔導方案對我國課後托育服務的啟示，高雄師範大學學報，13，235-256。翁崇雄(1998)，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，9(1)，153-176。陳秀江(2004)，家長期望學校服務品質與滿意度之調查研究-以桃園縣國民小學為例，元智大學管理研究所未出版之碩士論文。陳育君(2002)，應用PZB服務品質模式在國小資優班獨立研究教學品質評鑑研究，國立台東師範學院教育研究所未出版之碩士論文。陳雅萍(2004)，台中縣市國小實施課後照顧服務之調查，朝陽科技大學幼保所未出版之碩士論文。陳滄江(2003)，政府服務品質、民眾滿意度與民眾續行為意圖之相關研究，南華大學管理科學所未出版之碩士論文。湯宗泰，劉文良(2004)，顧客關係管理 - 導論與應用，台北:全華科技圖書股份有限公司。項順珠(2009)，幼稚園服務品質與家長幼稚園態度相關之研究，大葉大學事業經營所未出版之碩士論文。馮燕(2004)，托育服務-生態觀點的分析(二版)，台北:巨流出版社。黃薔樺(2004)，國小學童與家長對課後托育服務之看法，朝陽科技大學幼保所未出版之碩士論文。衛南陽(2001)，新顧客滿意學，台北:商兆文化。鄭望暉(1987)，都市兒童課後托育服務之研究，中國文化大學兒童福利研究所未出版之碩士論文。鄭華清(2004)，行銷與管理，台北:全華科技圖書股份有限公司。蘇秀枝(2001)，台灣課後托育中心與國小兒童在校成績、行為與情緒適應的關係，九十學年度朝陽科技大學幼兒保育系「教育學術專題講座」會議手冊，台中縣:朝陽科技大學幼兒保育系。蘇秀枝(2002)，課後托育品質與兒童適應，朝陽科技大學人文暨社會學術研究與創作成果彙集本，台中縣:朝陽科技大學幼兒保育系。

二、英文部份 Andrew, F. M., & Withey, S. B. (1976). Social indicators of well-being: America's perception of life quality. New York: Plenum. Assael, H. (1990). Marketing: principles and strategy. Chicago: Dryden Press. Assael, H., & Marvin, R. J. (1976). Approaches

to market segmenta-tion analysis. *Journal of Marketing*, 40(10), 67-77. Athanassopoulos, A. (2000). Behavioural responses to customer satis-faction: an empirical study. *European Journal of Marketing*, 35, 687 – 707. Bateson A. & Hoffman J. (2002). *Essential of Services Marketing: Concept, Strategies and Cases*. Academic Internet Publisher. Bitner, Mary Jo (1992). Servciescapes: The Impact of Physical Sur-roundings on Customers and Employees. *Journal of Marketing*, 57(April), 57-71. Blumberg, D. F.(1991). Improving Productivity in Service Operations on an International Basis. *National Productivity Review*, 11(Spring), 167-179. Bolton, R. N., & Drew, J. H.(1991). A longitudinal analysis of the impact of service changes on consumer attitudes. *Journal of Marketing*, 55(1), 1- 9. Cardozo,1965, An Experimental Study of Customer Effort, Expecta-tion and Satisfaction. *Journal of Marketing Research* 2, 244-249. Churchill, G. A., & Surprenant, C. (1982). An Investigation into the Determinants of Customer Satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 19(November), 491-504. Dods, W. B., & Monroe, K. B(1984). The effect of brand and price information on subjective product evaluations. *Advance in Consumer Research*, 12, 85-90. Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1986). *Consumer behavior*. New York: The Dryden Press Engel, J. F., Blackwell, R. D., James, F., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer behavior*(8th ed). New York: Harcourt Broce Jo-ranovich College Publishers: The Dryden Press. Formell, C., & M. D. Johnson(1992). A Framework for Comparing Customer Satisfaction Across Individual and Product Categories. *Journal of Economic Psychology*, 12, 267-286 Garvin, D.A. (1984). What Does Product Quality Realy Mean. *Sloan Management Review*, Fall, 25-43. Gronroos (1984). A Service Quality Model and Its Marketing Implica-tions. *European Journal of Marketing*, 18, 36-44. Hallowell, R., Schlesinger, L. A., & Zornitsky, J. (1996). Internal ser-vice quality, customer and job satisfaction: Linkages and impli-cations for management. *Human Resource Planning*, 19(2), 20-31. Haywood-Farmer, J.(1988). A Conecptual Model of Service Quality. *Journal of Operations & Production Management*, 8(6), 19-29. Herson , Nitecki , and Danuta A., and Altman, Ellen. (1999). Service Quality and Customer Satisfaction: an assessment and future directions. *The Journal of Academic Librarianship*, 25(1), 9-17. Holbrook, M. B., & Corfman, K. P.(1985). Quality and value in the Efficiency of Markets for Consumer Products. *Journal of Con-sumer Research*, 11(2), 708-718. Howard, J.A., & Sheth, J. N.(1969). *The Theory of Buyer Behavior*. New York: John Wiley & Sons Inc. Hunt, H. K.(1977). CS/D: Bits and Pieces, in *Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, Ralph L. Day(Eds), Bloomington(pp.40). Indiana: School of Business, Indiana Uni-versity. Kerin, R. A., Hartley, S. W., & Rudelius, W.(2000). *Marketing:The Core*. New Jersey: McGraw-Hill Inc. Kotler, P.(2000). *Marketing Management: Analysis, Planning, Im-plementation, and Control*(10th ed). New Jersey: Prentice-Hall Inc. Lehtinen, Uolevi, & Jarmo, R. Lehtinen(1991). Two Approaches to Service Quality Dimensions. *Service Industries Journal*, 25, 737-766. Lewis, B. R., & Vincent, W. M.(1990). Defining and Measuring the Quality of Customer Service. *Marketing Intelligence & Plan-ning*, 18, 11-17. Lewis, R. C., & Booms, B. H. (1983). The marketing aspects of ser-vice quality, in L. Berry, G. Shostack, and G. Upah(Eds), *Emerging Perspectives on Services Marketing*(pp. 99-107), Chicago: American Marketing. Lovelock, C. H. (1996). *Service Marketing*. New Jersey: Prentice Hall. Mahajan, V., E. Muller, & Bass, F. M. (1990). New Products Diffusion Models in Marketing: A Review and Direction for Research. *Journal of Marketing*, 54, -26. Oliver, R. L.(1981). Measurement and Evaluation of Satisfaction Process in Retail Settings. *Journal of Retailing*, 57(3), 25-48. Oliver, R. L., & Desarbo, W. S. (1988). Resonse Determinants in Sat-isdiction Judgement. *Journal of Customer Research*, 14(March), 495-507 Ostrom & Iacobucci (1995). Consumer Trade-Offs and the Evaluation of Service. Ostrom, Amy, Iacobucci, Dawn. *Journal of Market-ing*, 59, 17-29. Parasuraman, A., V. A. Zeithaml & L. L. Berry (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Re-search. *Journal of Marketing*, 49, 44. Sasser, W. E., Olsen, R. P., & Wyckoff, D. D. (1978). *Management of serviceoperations*. Boston: Allyn and Bacon. Taylor, Steven A., & Baker, T. L. (1994). An Assessment of Relation-ship Between Service Quality and Customer Satisfaction in the Formation of Consumer ' s Purchase Intention. *Journal of Retail Banking*, 70, 163-178. Woodruff, R. B., Ernest R.C., & Jenkins, R. L.(1983). Modeling Con-sumer Satisfaction Processes Using Experience-Based Norms. *Journal of Marketing Research*, 20, 296-304. Woodside, A. G. F., & Daly, R. T. (1989). Linking Service Quality, Customer Satisfaction, and Behavioral Intention. *Journal of Care Marketing*, 4, 5-7. Zeithaml, V., Berry, L., & Parasuraman, A.(1988). Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality, *Jour-nal of Marketing*, 52(April), 35-48. Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (1996). *Service Marketing*, New Jer-sey: Mcgraw-Hill.