

# A Study of the Relationships among Service Innovation, Satisfaction and Brand Identity

馬玉華、鍾育明、蔡孟娟

E-mail: 382062@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

This study is aimed to investigate relationships among service innovation, parents' satisfaction and brand identity. The methods of questionnaires were conducted in this researching investigation. The target respondents in the investigation are categorized as the research samples. They are elementary school students' parents in Taichung City. Data were analyzed with descriptive statistic, Pearson correlation, regression analysis modeling. The major findings are as follows. 1. School service innovation, help to improve the parents' satisfaction. 2. Parents' satisfaction with the brand recognition and significant positive impact. 3. School service innovation has a positive brand identity and significant impact. Finally, some suggestions based on the findings were put forth to education authorities, schools administrations, parents, and future researchers.

Keywords : service innovation

## Table of Contents

內容目錄.....	i	圖目錄.....	iii	表目.....	iii
錄.....	iv	第一章 緒論 第一節 研究背景與動機.....	1	第二節 研究目的.....	3
圖.....	5	第三節 名詞釋義.....	4	第四節 研究範圍.....	5
新.....	7	第五節 研究流程.....	5	第二章 文獻探討 第一節 服務創新.....	7
同.....	15	第二節 滿意度.....	12	第三節 品牌認同.....	15
設.....	21	第三章 研究方法 第一節 研究架構.....	20	第二節 研究假設.....	21
計.....	26	第三節 變項的定義與測量.....	22	第四節 抽樣設計.....	26
基本資料.....	30	第五節 資料處理與分析方法.....	28	第四章 研究結果 第一節 基本資料與服務創新、家長滿意度與品牌認同之關係.....	30
服務創新、家長滿意度與品牌認同之關係.....	39	第二節 服務創新、滿意度及品牌認同現況分析.....	34	第三節 基本資料與服務創新、家長滿意度與品牌認同之關係.....	39
析.....	49	第四節 各研究變項之相關分析.....	49	第四節 各研究變項之相關分析.....	49
研究結論.....	61	第五節 相關研究變項之迴歸分析.....	53	第五章 結論與建議 第一節 研究結論.....	61
獻.....	66	第二節 研究建議.....	63	第二節 研究建議.....	63
		附錄.....	72	參考文獻.....	66

## REFERENCES

- 一、中文部份 方正宜(2007)。管理雜誌。第392期。方寶儀(2004)。《主題樂園之遊憩滿意與品牌認同感、品牌權益關係之研究》。朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。王世維(2008)。國小外部行銷對家長滿意度之影響:互動行銷的干擾效應。國立台南大學碩士論文,未出版,台南市。王秀鳳(2004)。國立台中師範學院行銷策略與形象定位之相關研究。臺中師範學院國民教育研究所碩士論文,未出版,台中。王惠冠(2009)。大學院校品牌聲譽、服務人員與學生互動關係對口碑傳播行為之影響—以品牌認同、品牌忠誠為中介變項。國立台南大學,台南市。行政院主計處(2006)。台閩地區歷年人口增加率。台北:行政院主計處。線上檢索日期:2012年8月16日。網址: [http://www.edu.tw/files/site\\_content/B0013/101basicstudent.pdf](http://www.edu.tw/files/site_content/B0013/101basicstudent.pdf) 李大偉(2007)。企業組織因素對組織創新氣候死組織創新影響之研究。國立台灣師範大學工業科技教育學系博士論文,台北市。巫康菱(2005)。大學品牌知名度與品牌形象評估指標建構之研究。國立暨南國際大學教育政策與行政學系碩士論文,未出版,台灣省南投縣。吳清山、林天祐(2007)。教育名詞-品牌管理。教育資料與研究,75,163-164。林玉婷(2006)。《即時通訊軟體MSN Messenger 暱稱之呈現與溝通策略》。政治大學新聞研究所碩士論文。林志成、董鳳嬌(2006)。少子化挑戰下的學校文化經營策略。載於國立中正大學之「2006年學校行政論壇第一次研討會」(27-42)。林陽助、林秀貞、李宜致(2007)。體驗行銷、顧客滿意度與顧客忠誠度關係之研究-以大台北地區連鎖咖啡店為例。顧客滿意學刊。林瓊惠(2006)。台東縣國民小學家長對學校行銷策略與學校滿意度之研究。國立臺東大學教育研究所碩士論文,未出版,台東縣。胡政源(2006)。品牌管理:品牌價值的創造與經營。台北:新文京。莊立民、段起祥(2006)。臺灣服務業組織創新量表發展之研究。產業論壇,8(2),65-83。曹忠成(2007)。嘉義縣國民小學學校行銷策略運作與家長學校滿意度關係之研究。國立嘉義大學國民教育研究所碩士論文,未出版,嘉義市。許惠芬(2003)。消費者認知服務創新、經驗情緒與再購意圖關係之探討-以休閒服務產業為利。國立高雄第一科技大學行銷與流通管理研究所碩士論文,高雄。郭麗君、許巧蕓、游惠君(2010)服務創新對服務品質之影響關係探討-以某百貨公司為例華南科技大學企管系專題報告。黃義良(2002)。學校推動形象管理與關係行銷的具體做法。國教新知

, 4, (48), 71-79。黃靖惠(2004)。科技大學學生對公共關係傳播媒介與學校形象認知之相關研究。國立台北科技大學技術及職業教育研究所碩士論文, 未出版, 台北市。童鳳嬌、林志成(2007)。學校經營管理與品牌創新策略。中國文化大學「學校行政論壇第十八次學術研討會」(頁 103-126)。楊錦洲(2001)。顧客服務創新價值。台北市:財團法人中衛發展中心發行。葉連祺(2006)。品牌管理。教育學科教室, 148, 107-109。葉連祺(2007)。增進品質和品牌之教育經營策略分析。教育資料與研究雙月刊, 79, 19-40。趙新銘(2007)。服務創新、規範性評估、服務品質與顧客滿意度關係之研究-以小客車租賃業為例。國立成功大學高階管理碩士在職專班碩士論文, 未出版, 台南。饒雪梅(2005)。關於服務企業服務創新的研究。番禺職業技術學院學報, 4(2), 25-28。

二、英文部分

Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands*, New York: The Free Press. Betz, F. (1987). *Strategic Technology Management*. Mather, California: McGraw Hill. Cardozo, R. N. (1965). An experimental study of customer effort expectation and satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 2(3), 244-249. Den Hertog, P. (2000). Knowledge-Intensive Business Services as Co-Producers of Innovation. *International Journal of Innovation Management*, 4(4), 491-528. Djellal, F. and Gallouj, F. (1999). Services and the Search for Relevant Innovation Indicators: A Review of National and International Surveys, *Science and Public Policy*, 26(2), 218-232. Drejer, I., (2004). Identifying innovation in surveys of services: a schumpeterian perspective, *Research Policy*, 33(3), 551-562. Freud, S. (1899). Letter from Freud to Fliess, January 3, 1899. Gallouj, F. (2002). Innovation in service and the attendant old and new myths. *Journal of Socio-Economics*, 31, 137-154. Hill, S., McGrath, J., Dayal, S. (1998), "How to brand sand", *Business and Strategy*, Second Quarter, 22-34. Hipp C. & Grupp, H. (2005). Innovation in the service sector: The demand for service-specific innovation measurement concepts and typologies. *Research policy*, 34(4), 517-535. Johnson, S., R. La Porta, F. Lopez-de-Silanes, and A. Shleifer. 2000. Tunneling. *American Economic Review* 90(2): 22-27. Kepferer, J. N. (1992). *Strategic brand management*. New York: The Free Press. Kotler, P. (2003), *Marketing Management*, Prentice Hall, USA, 2003. Leeuw, S. E. vander & Torrence, R. (1989). Introduction: What's new about innovation? In S.E. van der Leeuw & R. Torrence (Eds.), *What's new?* (pp.1-15). Boston: Unwin Hyman PC WEEK (2003, January). Building brand. PC Week. Retrieved January 20, 2007 from the World Wide Web: <http://pcw.infopro.com/rep/brand.html> Schumpeter, J. A. (1932). *The Theory of Economic Development*, Harvard Business School, Boston. Thompson, V. A. (1965). Bureaucracy and Innovation. *Administrative Science Quarterly*, 10(6), 1-20. Tidd, J., J. Bessant, and K. Pavitt. (2001). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*. New York, NY: John Wiley & Sons. Voss, C. A. (1992). Measurement of innovation and design performance in services. *Design Management Journal*, 3(1), 40-46. Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2000). *Service marketing: Integrating customer focus across the firm*. New York, NY: McGraw-Hall.