

會計師事務所服務品質與服務價值之實證研究

方靜慧、翁景民

E-mail: 8301256@mail.dyu.edu.tw

摘要

Parasuraman, Zeithaml 和 Berry 等三位學者，分別於1985年及1988年提出了服務品質模型、十大服務品質構面及衡量服務品質的量表 SERVQUAL, 激起了國內外對服務品質研究之熱潮, 而與服務品質極相似的服務價值, 於近兩年始有學者研究。Drew & Bolton 於1987年, 提出多階段服務價值模型, 認為消費者評估服務可分為兩階段: 服務品質評估及服務價值評估, 以作為往來意願之基礎, 並實證得出服務品質不同於服務價值, 而服務價值更能解釋消費行為。有感於服務品質與服務價值概念對服務業之影響, 且尚無人以會計師專業為研究範圍, 探討其服務品質及價值, 因而興起以會計師事務所客戶為研究對象進行研究。經由實證得到下列結論: 1. 服務價值不是服務品質與犧牲兩者之間的抵換。2. 服務品質與服務價值為高度正相關的概念。3. 服務品質比服務價值更與客戶意圖有關。4. 會計師事務所服務品質模型與多階段服務價值模型之構面無顯著差異。5. 三服務品質區隔群在企業統計變數、往來行為、環境認知、犧牲及會計師事務所服務品質認知上均有顯著差異。

關鍵詞: 服務品質; 服務價值; 多階段服務價值模型

目錄

表次	圖次	第一章 緒論.....	1	第一節 研究動機.....	1	第二節 研究目的.....	3	第三節 實證研究對象及抽樣範圍.....	3	第四節 研究程序.....	4
討	質	證研究	6	第一節 服務與服務業.....	6	第二節 服務品質.....	13	第三節 服務價值.....	31	第四節 國內相關實證研究.....	39
法	具	分析	45	第一節 研究假設.....	45	第二節 研究工具.....	45	第三節 抽樣與資料蒐集.....	48	第四節 資料分析與分析架構.....	49
第一節	第二節	第三節	49	第一節 服務品質與服務價值受各構面影響情況分析.....	51	第二節 服務品質與服務價值概念釋義.....	61	第五章 會計事務所服務品質模型及構面之建立.....	66	第一節 會計師事務所服務品質模型.....	66
第二節	第三節	第四節	68	第二節 模型中變數與服務品質關係分析.....	68	第三節 會計事務所服務品質構面之建立.....	70	第六章 服務品質區隔分析.....	74	第一節 各服務品質區隔群企業統計變數之差異分析.....	74
第二節	第三節	第四節	74	第二節 各服務品質區隔群往來行為變數之差異分析.....	75	第三節 各服務品質區隔群對環境改變認知之差異分析.....	75	第四節 各服務品質區隔群在犧牲程度上之差異分析.....	76	第五節 各服務品質區隔群對會計師事務所服務品質五大構面認知之差異分析.....	76
第五節	第六節	第七節	77	第六節 服務品質區隔群之區別分析.....	77	第七章 研究結論、行銷涵義與爾後研究建議.....	81	第一節 研究結論.....	81	第二節 行銷涵義.....	84
第三節	第四節	第五節	81	第三節 爾後研究建議.....	86	參考文獻.....	88	附錄一 本研究樣本之分布情形.....	103	附錄二 服務品質區隔分析.....	106
第六節	第七節	第八節	103	附錄三 問卷.....	114						

參考文獻

1. 謝淑惠、江金蓮, 「專業知識行銷, 廣告戰可行乎」會計研究月刊, 第44期, 民國七十八年五月, 頁21-35。
2. 黃瑞展, 「我國大型會計師事務所市場區隔與定位之研究」, 未出版碩士論文, 東吳大學會計研究所, 民國八十年六月。
3. 謝淑惠、許阿粉, 「預測馬年-會計界有那些馬上要做的事」, 會計研究月刊, 第44期, 民國七十九年二月, 頁29-39。
4. 江金蓮、朱麗珍, 「全球會計師業邁入戰國時代」, 會計研究月刊, 第48期, 民國七十八年九月, 頁22-34。
5. 戴永久, 「服務業品質經營之研究(上)」, 品質管理月刊, 民國七十八年, 第25卷, 第2期, 頁13-30。
6. 黃文棗, 「台北市旅行業者對經台國際航空客運服務品質評估之分析」, 未出版碩士論文, 國立交通大學管理科學研究所, 民國八十年六月。
7. 黃俊英, 「台灣服務業的發展與未來展望」, 服務業論文集, 中華民國管

理科學學會，民國七十七年。8.蕭培儒，「高科技服務品質策略之研究-企管顧問業之證實」，未出版碩士論文，國立台灣大學商學研究所，民國七十八年。9.謝長宏、宗堯，「服務業基本特性的概念分析」，服務業管理，中華民國管理科學學會，民國七十七年六月，頁2-1~2-9。10.曾麗蓉，「醫院門診服務品質之實證研究」未出版碩士論文，國立政治大學企業管理研究所，民國七十七年六月。11.山芳雄著，黃已城譯，服務業的經營革新，台北：台華工商圖書出版公司，民國八十年一月初版。12.王苓勤，「銀行服務品質服務價值之實證研究」，未出版碩士論文，國立台灣大學商學研究所，民國八十一年六月。13.梁瓊如，「消費者評估服務品質與價值之多階段模型-以銀行業為實證研究對象」，未出版碩士論文，國立台灣大學商學研究所，民國八十一年六月。14.朱金斌，「我國企業選任會計師事務所考慮因素之重要性等級排列之研究」，未出版碩士論文，國立政治大學會計研究所，民國七十九年六月。15.黃俊英，行銷研究-管理正技術，華泰書局出版，民國八十年二月。16.余淑芳，「影響台灣地區會計師事務所決定專業服務費用因素之研究」，未出版碩士論文，國立政治大學會計研究所，民國七十七年六月。17.邱鑄山，「會計師公費來源對超然獨立之影響」，會計研究月刊，第72期，頁88-89。18.陳晏如，「銀行服務品質之實證研究」，未出版碩士論文，國立政治大學企業管理研究所，民國七十七年。19.洪千惠，「證券經紀商服務品質之實證研究」，未出版碩士論文，國立政治大學管業管理研究所，民國七十八年。20.林山豐，「服務業服務品質之研究-以台北市之本國銀行業、外來速食業及百貨業為例」，未出版碩士論文，淡江大學管理科學研究所，民國七十八年。21.曾義明，「台北市房屋仲介業服務品質之實證研究」，未出版碩士論文，淡江大學管理科學研究所，民國七十九年。22.王照明，「我國會計師事務所查帳人員離職行為之研究」，未出版碩士論文，國立政治大學會計研究所，民國七十八年。23.黃健平，「會計師事務所查帳人員工作壓力相關因素與因應方法之研究」，未出版碩士論文，國立政治大學會計研究所，民國八十七年。24.張任琦，「會計師事務所查帳人員組織承諾與專業承諾衝突之研究」，未出版碩士論文，國立政治大學會計研究所，民國七十八年。25.李滿春，「以行銷觀點論會計師業務之發展」，未出版碩士論文，國立政治大學會計研究所，民國七十一年。26.藍克銘，「會計師從事業務廣告可行性之研究」，未出版碩士論文，國立政治大學會計研究所，民國七十一年。27.雷秀英，「影響會計師財務簽證公費決定因素之研究」，未出版碩士論文，東吳大學會計研究所，民國七十九年。28.王立璋，「會計師事務所品質控制與同業評鑑之研究」，未出版碩士論文，國立政治大學會計研究所，民國七十年。29.黃穎新，「現階段我國會計師事務所品質控制之研究」，未出版碩士論文，東吳大學會計研究所，民國七十五年。30.張嘉信，「我國會計師事務所實施品質管制現況之研究」，未出版碩士論文，東吳大學會計研究所，民國七十五年。

二、英文部分

1. Armstrong, G. & P. Kotler, "Principle of Marketing" 4th ed. Prentice-Hall, 1989, p.p.576.
2. Berry, Leonard L. Zeithaml, Varlarie A. & Parasurama A., "Quality Counts in Services, Too", Business Horizons, (May - June), 1985, p.p.44-52.
3. Bishop, Willard R., Jr., "Competitive Intelligence", Progressive Grocer - Value, March 1984, p.p.19 - 20.
4. Bowen, John, "using Surveys to Gain Insights Into Service Value", in Add Value To Your Service, Carol Surprenant, eds., New York University : AMA, 1987, p.p.45-48.
5. Bonner, P. Grep and Richard Nelson, "Product Attributes and Perceived Quality : Ffoods", in Perceived Quality, J. Jacoby and J. Olson, eds. Lexington, MA : Lexington Books, 1985, p.p.64-79.
6. Chain Store Age, "Consumers Say Value is More Than Quality Divided By Price" May, 1985, p.p.13.
7. Cohen, Joel B., "The Structure of Product Attributes : Defining Attribute Dimensions for Planning and Evaluation" in Analytic Approaches to Product and Marketing Science Institute, 1979.
8. Grosby, P.B., "Quality Is Free", NY: McGraw-Hill, 1979, p.p.17.
9. David J. Reibstein, "Marketing : Concepts, Strategies and Decisions." Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc. 1985, p.p.607.
10. Diprimio, A., "Quality Assurance in Service Organization", 1987, p.p.7.
11. Dodds, William B. and Kent B. Monroe, "The Effect of Brand and Price Information on Subjective Product Evaluations", in Advances in Consumer Research, Vol.12, Elizabeth C. Hirschman and Morris B. Holbrook, eds. Provo, UT : Association for Consumer Research, 1985, p.p.85-90.
12. Doyle, Mona, "NEW Ways of Measuring Value", Progressive Grocer - Value, Executive Report, 1984, p.p.15-19.
13. Drew, James H. and Roth N. Bolton, "Service Value and Its Measurement : Local Telephone Service", in Add Value To Your Service, Carol Surprenant, eds., New York University : AMA, 1987, p.p.49-54.
14. Enrick, N.L., "Quality in the Service Industry" Ch47 in Quality Management Handbook, Leren Wolshete Marcel Rokker, 1986.
15. Garvin, David A., "Quality on the line", Harvard Business Review, Vol.61 (September - October) 1983, p.p.65-73.
16. Garvin, D.A., "What Does Product Quality Really Means" Sloan Management Review, Fall 1979, p.p.65-73.
17. Gronroos, C., "Strategic Management and Marketing in the Service Sector" Ch4, Boston : Marketing Science Institute, 1983.
18. Hauser, J.R. and Glen Urban, "The Value Priority Hypotheses for Consumer Budget Plans", Journal of Consumer Research, 12(March), 1986, p.p.446-462.
19. Hauser, J.R. and P. Simmie, "Profit - Maximizing Perceptual Positions : An Integrated Theory for the Selection of Product Features and Price", Management Science, 27(January), 1981, p.p.33-56.
20. Hauser, J.R. and S.M. Shugan, "Defensive Marketing Strategies", Marketing Science, 2(Fall), 1983, p.p.319-360.
21. Haywood - Farmer, John, "A Conceptual Model of Service Quality", INDUSTRIAL Journal of production management, Vol.8, No.6, 1988, p.p.19-29.
22. Hoffman, Gene D., "Our Competitor Is our Environment" Progressive Grocer - Value, Executive Report, 1984, p.p.28-30.
23. Holbrook, Morris B. and Kim P. Corfman, "quality and Value in the Consumption Experience : Phaedrus Rides Value in the Consumption experience : Phaedrus Rides Again", in Perceived Quality, ed. J. Jacoby and J. Olson. Lexington, MA : Lexington. 1985, p.p.31-57.
24. Jacoby, J. and Jerry C. Olson eds., Perceived Quality. Lexington, MA : Lexington Books, 1985.
25. Juran, J.M. & F.M. Gryan, "Quality Planning and Analysis: From PRODUCT Development Throught Use", 2nd ed. McGraw-Hill Book Co. 1980, p.p.1-3.
26. Klaus, Peter G., "Quality Epiphenomenon : The Conceptual Understanding of Quality in Face-to-face Service Encounters", The Service Encounter - Managing Employee/ customer Interaction in Service Business, 1985.
27. Kotler, Philip and R. A. Connor Jr, "Marketing Professional Services", Journal of Marketing, January 1977, p.p.71-76.
28. Levitt, Theodore, "Production - line Approach to Service", Harvard Business Review, Sept. - Oct. 1972.
29. Lindqvist, Lars J. "Quality and Service Vlaue in Consumption of Services", in Add Value To Your Service, Carol Surprenant, eds., New York : AMA, 1987, p.p.17-20.
30. Lovelock, Christopher H., Services Marketing, New Jersey: Prentice-Hall, Inc., 1991.
31. Martin L. Bell, "Marketing : Concepts and Strategy" (3rd. ed). Boston, MA: Houghton Mifflin Co., 1979, p.p.554 - 557.
32. Martin, W. B., "Defining What

Quality Service Is for You" Cornell HRA Quality, Feb. 1896, p.p.32-38. 33. Maynes, E. Scott, "The Concept and Measurement of Product Quality", *Household Production and Consumption*, 40(5), 1976, p.p.529-559. 34. Myers, James H. and Allan D. Shocker, "The Nature of Product-Related Attributes" *Research in Marketing*, Vol.5 Greenwich, CT : JAI Press, inc., 1981, p.p.211-236. 35. Olshavsky, Richard W., "Perceived Quality in Consumer Decision Making : An Intergrated Theoretical Perspective", in *Perceived Quality*, J. Jacoby and J. Olson, eds. Lexington, MA : Lexington Books, 1985, p.p.3-29. 36. Olson, Jerry C., "Price as an Informational Cue : Effects in Product Evaluation", in *Consumer and Industrial Buying Behavior*, Arch G. Woodside, Jagdish N. Sheth, and Peter D. Bennet, eds. New York : North Holland Publishing Company, 1977, p.p.267-286. 37. Olson, Jerry C. and Jacob Jacoby, "Cue Utilization in the Quality Perception Process", in *Proceedings of the Thrid Annual Conference of the Association for Consumer Research*, 1972, p.p.167-179. 38. Olson, Jerry C. and Thomas J. Reynolds, "Understanding Consumers' Cognitive Structures : Implications for Advertising Strategy" *Advertising and Consumer Psychology*, L. Percy and A. Woodside, eds. Lexington, MA : Lexington Books, 1983. 39. Parasuraman, A., Zeithaml, Varlarie A., & Berry Leonard L., "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research", *Journal of Marketing*, Vol.49,(Fall), 1985, p.p.11-50. 40. Parasuraman, A., Zeithaml, Valarie A., & Berry Leonard L., "SERVQUAL : A Multiple - Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", *Journal of Retailing*, Vol.64, No.1 (Spring, 1988), p.p.12-40. 41. Kolter, Philip, "Marketing Management : Analysis, Planning, and Control." New Jersey : Prentice - Hall, Inc., 1988, p.p.477. 42. Pisharodi, R. Mohan, "Consensus in Service Level Perception : ITs Role in Creating Service Value", in *Add Value To Your Service*, Carol Surprenant, eds., New York University : AMA, 1987, p.p.41-44. 43. Roger W. Schmenner, "How Can Service Business Survive and Prosper?", *Sloan Management Review*, Spring 1986, p.p.21-32. 44. Ruston Angela M. and David J. Carson, "The Marketing of Services : Managing the Intangibles", *European Journal of Marketing*, Vol.23, No.8, 1989 p.p.23-43. 45. Sasser, W. Earl. R. Paul Olsen, & D. Daryl Wyckoff, "Management of Service Operations - Text, Cases, and Readings", Allyn and Bacon Inc., 1978. 46. Schechter, Len, "A Normative Conception of Value", *Progressive Grocer - Value, Zxecutive Report*, 1984, p.p.12-14. 47. Shapiro and Associates, "Value is a Complex Equation" *Chain Store Age*, May, 1985, p.p.14-59. 48. Townsend, P.L., "Insurance Firm Shows That Quality Has Value" *Quality Progress*, June 1985, p.p.41-45. 49. Victor P. Buell, "Marketing Management: A Strategic Planning Approach" New York, NY: McGraw-Hill Book Co., 1984, p.p.62. 50. William J. Regan, "The Service Revolution", *Journal of Marketing*, July 1963, p.p.57-62. 51. Wortzel, Robert, "New Life Style Determinants of Woman's Food Shopping Behavior", *J. of Marketing* Vol.43, Summer, 1979, p.p.28-29. 52. Zeithaml, Valarie A., "Consumer Perception of Price Quality, and Value : A Means - End Model and Systhesis of Evidence", *Journal of Marketing*, Vol.52(April), 1988, p.p.2-22. 47.