

企業員工對於組織文化之認同與服務品質關係之研究-以國內某大型百貨公司為例

蔡國文、嚴祖弘

E-mail: 8407515@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究運用 Irons (1994) 提出之組織文化架構與 Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985) 之服務品質評估模式，以中部某大型百貨公司之員工及顧客為研究對象，探討企業員工對於組織文化的認同差異與服務品質間的關係。本研究主要探討之問題為：(一) 管理人員與服務人員對於公司組織文化之認同程度如何？(二) 管理人員與服務人員對組織文化認同之差異是否會對服務品質的認知造成影響？(三) 管理人員、服務人員及顧客，三者之間對於服務品質的認知是否一致？本研究結果發現：該企業員工對於組織文化中的服務結構及服務管理方面均具有共識。而對於服務目的及服務價值兩方面的自我意見及對公司重要性的認知間並沒有太大的差異。其次，在組織文化的認同差異與服務品質間的關係上，管理人員在服務目的方面的認同差異與服務品質任之中的有形、可靠及反應三個構面有關連。公司服務人員則是在服務價值的認同差異上與服務品質中的反應、確實及關懷等構面有關連。而在專櫃人員方面，則是其對於服務目的及服務價值的認同程度與服務品質的認知程度間均沒有顯著的關係存在。最後，在比較企業員工與顧客對於服務品質的認知程度時發現：企業員工在除了關懷構面以外的四個構面與顧客間均存在著顯著的差異，而其中又以公司服務人員與顧客之間所存在的差異最大，同時在分析結果中並未發現企業員工之間對於服務品質的認知程度有不同的看法，其差異大部分都是發生在企業員工與顧客之間。

關鍵詞：組織文化；服務品質；百貨公司管理

目錄

摘要 目錄 表目錄 圖目錄 第一章 緒論 第一節 研究背景 第二節 研究目的 第三節 研究步驟 第四節 研究範圍 第二章 文獻探討 第一節 組織文化之定義及功能 第二節 服務品質之定義及構面 第三節 服務品質評估模式與SERVQUAL衡量量表 第四節 我國百貨業的特性以及發展沿革與趨勢 第三章 研究方法 第一節 研究架構 第二節 研究對象 第三節 研究工具 第四節 調查實施 第五節 統計分析方法 第四章 研究結果 第一節 基本資料分析 第二節 企業員工對組織文化的認知差異 第三節 組織文化認同之差異與服務品質認知間的關連 第四節 企業員工及顧客對於服務品質的認知程度 第五章 結論與建議 第一節 研究結論 第二節 研究限制及後續研究之建議 參考文獻 附錄一 公司員工問卷 附錄二 顧客問卷

參考文獻

- 中文部份 1. 王克捷 李慧菊 1993 服務業的經營策略 台北:天下文化出版社 譯自 James,H.L. 1986 Management in the service economy . Boston : Harvard Business School. 2. 江玲 1994 塑造企業文化 台北:經濟與生活出版社 譯自 Deal,T.E., & Kennedy,A.A. 1984 Corporate Cultures . New York : Commonwealth Publishing. 3. 江永森 1995 組織文化與工作滿足及工作績效之關係 私立文化大學企業管以研究所未出版之碩士論文 4. 產業發展白皮書 1994 經濟部產業發展諮詢委員會 民83/11 5. 行政院公佈之中小企業輔導準則條例 民68/02 6. 林英峰 黃德舜 1992 醫院的成本管理-護理人員成本觀念與醫院服務品質配合之研究 台北:服務業產業經營管理與發展策略研討會 7. 林建山 1993 服務業新解 服務業經營解囊 中華民國管理科學學會 8. 吳思華 1989 專業經理人與企業發展關係之研究 國科會專題研究技會成果報告 NSC780301-H004-04K 9. 郭振鶴 1992 市場調查實務與應用 台北:尖端出版社 10. 臺灣地區百貨公司調查報告 1990年台灣地區流通市場年報 中華徵信所 民80 11. 曾義明 1989 台北市房屋服務仲介業服務品質之實證研究 私立淡江大學管理科學研究所未出版之碩士論文 12. 賴貞治 1993 台北市五朵梅花及國際觀光旅館服務品質之實證研究 國立中央大學企業管理研究所未出版碩士論文 13. 劉水深 1989 臺灣地區零售經營方式演變之研究 國科會專題研究計畫成果報告 14. 劉丁芳 1990 便利商店服務品質之研究 國立政治大學企業管理研究所未出版之碩士論文 15. 譚潔芝 1989 組織文化對組織運作之影響 國立台灣大學政治研究所未出版之碩士論文 16. 魏正元 1993 服務核心、服務傳送系統與績效關係之研究-以台北市服飾零售業為實證對象 國立政治大學企業管理研究所未出版之碩士論文 17. 魏啟林 1992 台灣百貨零售產業之最是經營與發展趨向-兼論社區型百貨公司之市場潮流 台灣經濟研究月刊 第15卷第8期 90-93頁 18. 繆敏志 1993 組織文化之探討 國立政治大學學報 第67卷下期 133-162頁 英文部分 1. Babakus,E., & Boller,G.W. 1992 An empirical assessment of the SERVQUAL scale. Journal of Business Research,24,253-268. 2. Bateson,J.E.G. 1992 Managing Service Marketing (2nd ed.). Fort Worth,TX:Harcourt Brace. 3. Berkowitz,E.N.,Kerin,R.A.,Hartley,S.W., & Redelius,W. 1992 Marketing (3rd ed.).Homewood,IL:Irwin. 4. Carman,J.M., & Langeard,E. 1980 Growth strategies for service firm.Strategic Management Journal (January-March),21-32. 5. Carman,J.M., & Langeard,E. 1980 Growth strategies for service firm.Strategic Management Journal (January-March),33-55. 6. Fick,G.R., & Ritchie,J.B. 1991 Measuring service quality in the travel and tourism industry. Journal of Travel Research,30,2-9. 7. Fitzsimmons,J.A., & Fitzsimmons,M.J. 1994 Service management for competitive

advantage. New York : McGraw-Hill. 8. Garfield,G. 1994 Service imperative.Executive Excellence,11,1-19. 9. Gibson,J.L.,Ivancevich,J.M., & Donnelly,J.H.,jr. 1994 Organizations : Behavior,structure,process(8th ed.).Burr Ridge,IL:Irwin. 10. Gronroos,C. 1982 Strategic management and marketing in the service sector.Boston:Marketing Science Institute. 11. Grosby,P.B. 1979 Quality is free.New York : McGraw-Hill 12. Hellriegel,D.,Slocum,J.W., & Woodman,R.W. 1992 Organization behavior (2nd ed.)New York : West Publishing. 13. Irons,K. 1994 Management service companies : Strategies for success.London : The Economist Intelligence Unit. 14. Jacques,E. 1951 The changing culture of a factory.London : Tavistock Institute. 15. Juran,J.M.,Gryna F.M., & Brigham R.S. 1974 Quality control handbook.New York : McGraw-Hill. 16. Juran,J.M.,Gryna F.M., & Brigham R.S. 1974 Quality control handbook.New York : McGraw-Hill.19-24. 17. Kotler,P. 1991 Marketing management : Anzlysis,planning,and control (8th ed.)Englewood Cliffs,NJ : Prentice-Hall. 18. Kotler,P. 1991 Marketing management : Anzlysis,planning,and control (8th ed.)Englewood Cliffs,NJ : Prentice-Hall. 19. Lawler,E.E.,jr. 1971 Pay and organizational effectiveness : A psychological review.New York : McGraw-Hill. 20. Lehtinen,U., & Lehtinen,J.R. 1982 Service quality : A study of quality dimension.Working paper.Helsinki,Finland : Service Management Institute. 21. Lehtinen,U., & Lehtinen,J.R. 1982 Service quality : A study of quality dimension.Working paper.Helsinki,Finland : Service Management Institute. 22. Parasuraman,A.,Zeithaml,V.A., & Berry,L.L. 1985 A conceptual model of service quality and its implications for future research. Journal of marketing ,49,41-50. 23. Parasuraman,A.,Zeithaml,V.A., & Berry,L.L. 1985 A conceptual model of service quality and its implications for future research. Journal of marketing ,64, 12-40. 24. Parasuraman,A.,Zeithaml,V.A., & Berry,L.L. 1985 A conceptual model of service quality and its implications for future research. Journal of marketing ,30,335-364. 25. Regan,W.J. 1963 The service revolution.Journal of marketing,47,57-62. 26. Robbins,S.P. 1992 Essentials of organizational behavior.Englewood Cliffs,NJ : Prentice-Hall. 27. Robbins,S.P. 1992 Essentials of organizational behavior.Englewood Cliffs,NJ : Prentice-Hall. 28. Stern,L.W., & El-Ansary,A.I. 1992 Marketing channels (4th ed.)Englewood Cliffs,NJ : Prentice-Hall. 29. Yamane,T. 1967 Elementary sampling theory. Englewood Cliffs,NJ : Prentice-Hall. 30. Zeithaml,V.A.,Parasuraman,A., & Berry,L.L. 1985 Problem and strategies in service marketing.Journal of Marketing,49,33-46.