

# 台中20號倉庫服務品質與參觀者滿意度之研究

林育璋、黃世明

E-mail: 9226625@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

台中20號倉庫是「鐵道藝術網絡計畫」的第一站，其經營成功與否，將成為往後鐵道藝術網絡規畫的重要參考指標。台中20號倉庫屬於文化服務業，如何做好服務工作，達到參觀者期望的服務品質，讓參觀者得到滿意以上的水準，應該視為迫切且重要的課題。本研究以台中20號倉庫現場參觀者為研究對象，以有形性、可靠性、反應性、信賴性及關懷性作為服務品質衡量的五個構面，來探討參觀者對台中20號倉庫的期望服務和實際知覺服務。並從期望服務和實際知覺服務的差距，和運用重視度 - 表現程度分析(I.P.A.)法，探討台中20號倉庫服務品質與參觀者滿意度。本研究採用便利抽樣法，讓參觀完後的參觀者填答問卷，總計回收有效問卷194份。茲將分析結果摘述如下：1. 參觀者滿意度方面 整體滿意度介於有點滿意至滿意之間，最滿意的服務構面為「信賴性」與「關懷性」。2. 台中20號倉庫服務品質方面 「有形性」是參觀者認為品質較差的構面，運用I.P.A法分析發現，必須加強改善的服務項目有三項，分別為「展場環境」、「服務人員能夠保持服務參觀者的熱誠」與「服務人員所提供的服務是令人信賴的」。

關鍵詞：服務品質、滿意度、台中20號倉庫

## 目錄

|              |    |                        |    |                        |    |
|--------------|----|------------------------|----|------------------------|----|
| 第一章 緒論 ..... | 1  | 第一節 研究背景與動機 .....      | 1  | 第二節 研究目的 .....         | 1  |
| .....        | 3  | 第三節 研究問題 .....         | 4  | 第二章 文獻探討 .....         | 5  |
| .....        | 5  | 第一節 閒置空間之發展背景與現況 ..... | 5  | 第二節 服務品質相關理論 .....     | 11 |
| .....        | 11 | 第三節 滿意度相關理論 .....      | 22 | 第四節 服務品質與滿意度關係 .....   | 26 |
| .....        | 26 | 第三章 研究方法 .....         | 34 | 第一節 研究架構與假設 .....      | 34 |
| .....        | 34 | 第二節 問卷設計與操作性定義 .....   | 36 | 第三節 抽樣設計 .....         | 39 |
| .....        | 39 | 第四節 資料分析方法 .....       | 39 | 第五節 研究限制 .....         | 42 |
| .....        | 42 | 第四章 研究結果 .....         | 43 | 第一節 樣本資料分析 .....       | 43 |
| .....        | 43 | 第二節 假設檢定 .....         | 48 | 第三節 重視度 - 表現程度分析 ..... | 62 |
| .....        | 62 | 第五章 討論與建議 .....        | 67 | 第一節 研究結果摘述與討論 .....    | 67 |
| .....        | 67 | 第二節 滿意度與服務品質討論 .....   | 76 | 第三節 建議 .....           | 79 |
| .....        | 79 | 參考文獻 .....             | 82 | 一、中文部分 .....           | 82 |
| .....        | 82 | 二、英文部分 .....           | 85 | 三、網路資料 .....           | 90 |
| .....        | 90 | 附錄一 .....              | 91 |                        |    |

## 參考文獻

1. 王志湧。(2002)。遊客從事鄉野觀光之動機、期望與滿意度研究 - 以新竹縣為例。私立世新大學觀光研究所未出版碩士論文。
2. 余幸娟。(2000)。宗教觀光客旅遊動機與其滿意度之研究 - 以台南南鯤鯓代天府為例。私立中國文化大學觀光事業研究所未出版碩士論文。
3. 林怡安。(2001)。以遊客滿意度探討博物館服務品質之研究 - 以國立自然科學博物館。私立南華大學旅遊事業管理研究所未出版碩士論文。
4. 林美惠。(2002)。地區醫院服務品質與滿意度之研究 - 以屏東育生醫院為例。私立義守大學管理研究所未出版碩士論文。
5. 林晏洲、陳惠美、顏家芝。(1998)。高雄都會公園遊客滿意度及相關因素之研究。戶外遊憩研究，第11期，頁59-71。
6. 高大剛。(1999)。非營利組織行銷溝通，顧客特質，服務品質與顧客態度關係之研究 - 以國立自然科學博物館為例。私立逢甲大學企業管理研究所未出版碩士論文。
7. 陳家駒。(2002)。服務品質、顧客滿意度與顧客後續行為意圖關係之探討 - 以海軍某修護工廠為例。國防大學後勤管理研究所未出版碩士論文。
8. 陳智德。(2002)。管理顧問業服務品質、顧客滿意度與顧客忠誠度研究。國立成功大學企業管理研究所未出版碩士論文。
9. 陳嘉萍。(2002)。華山藝文特區營運管理之研究。私立南華大學藝術管理研究所未出版碩士論文。
10. 陳覺惠。(2000)。歷史景觀保育與都市發展變遷的系統觀。歷史建物保存與再生研討會 - 留下我們的記憶空間。
11. 游宗仁。(2002)。全國YMCA運動休閒課程知覺服務品質與滿意度之研究。私立朝陽科技大學休閒事業管理研究所未出版碩士論文。
12. 黃海鳴。(2001)。空間重塑簡訊 - 第二輯。台北:藝術文化環境改造協會。
13. 楊世馨。(2003)。化舊場所為新藝術的20號倉庫。康百視雜誌，第12期，頁64。
14. 葉光傑。(2002)。壽險行銷服務品質滿意度之研究以國華人壽保險公司為例。國立中山大學企業管理研究所未出版碩士論文。
15. 劉學文。(2001)。國軍福利品供應站之服務品質與顧客滿意度實證研究-以台北市各福利品供應站為例。私立銘傳大學公共管理與社區發展研究

所未出版碩士論文。 16. 蔡正哲。(1996)。非營利機構服務品質之研究 - 以高雄市立美術館義工運用為例。國立中山大學公共事務管理研究所出版碩士論文。 17. 蔡耀鴻。(2000)。學生對便利商店服務品質與顧客滿意之實證研究 - 以台南市都會區連鎖體系便利商店為例。私立長榮大學管理研究所出版碩士論文。 18. 蕭富峰。(1996)。影響服務品質關鍵因素之研究-服務要素服務力之觀點。國立政治大學企業管理研究所出版博士論文。 19. 薛飛源。(2001)。以品質機能展開法探討博物館服務品質 - 以國立故宮博物院為例。國立台北科技大學商業與自動化管理研究所出版碩士論文。 20. 謝明峰、盧耀正、姜樂靜、閻嘉義、曾能汀與楊綠茵(2000)。從20號倉庫開始的鐵道藝術網絡。中華民國建築師雜誌，第26期，頁114-136。 21. 謝慶達譯。(1997)。(R. Trancik 原著)。找尋失落的空間。台北:田園城市。 22. 蘇武龍。(2000)。住院服務品質與病患滿意度之探討 - 以成大、奇美醫院為例。國立成功大學工業管理研究所出版碩士論文。

二、英文部分 1. Alexander, C. (1975). *The Oregon experiment*. New York: Oxford University Press. 2. Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56(4), 57-71. 3. Bolton, R. N., & Drew, J. H. (1991). A multistage model of customer assessments of service quality and value. *Journal of Customer Research*, 17(4), 375-384. 4. Christian, G. (1990). *Service management and marketing*. Lexington, MA: Lexington Books. 5. Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(1), 55-68. 6. Czepiel, J. A. (1974). Perspective on customer satisfaction. *AMA Conference Proceedings*, 8, 119-123. 7. Day, R. L. (1984). Modeling choices among alternative responses to dissatisfaction. *MI: Association for Consumer Research*, 11, 460. 8. Day, R. L. (1988). Extending the concept of consumer satisfaction. *Atlanta Association of Consumer Research*, 4(2), 149-154. 9. Dorfman, P. W. (1979). Measurement and meaning of recreation satisfaction: A case study in camping. *Environment and Behavior*, 11(4), 483-510. 10. Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1986). *Consumer Behavior* (5th ed.). New York: Plenum Press. 11. Evans, J. R., & Lindsay, W. (1996). The management and control of quality. *Journal of Academy Marketing Sciences*, 34(2), 125-148. 12. Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer: The Swedish experience. *Journal of Marketing*, 56(1), 6-21. 13. Garvin, D. A. (1984). What does product really mean? *Sloan Management Review*, 26(1), 25-43. 14. Hemple, D. J. (1977). Consumer satisfaction with the home buying process: conceptualization and measurement. *Marketing Science Institute*, 6, 7-21. 15. Heskett, J. L., John, T. O., Loveman, G. W., Sasser, W. E., & Schlesinger, L. A. (1994). Putting the service-profit chain to work. *Harvard Business Review*, 15, 164-174. 16. Howard, J. A., & Sheth, J. N. (1969). *The theory of buyer behavior*. New York: John Wiley and Sons. 17. Hunt, H. K. (1977). Conceptualization and measurement of consumer satisfaction and dissatisfaction. Lexington, MA: Marketing Science Institute. 18. Juran, J. M. (1986). *Juran's quality control handbook*. New York: Mc Graw-Hill. 19. Kotler, P. (1997). *Marketing management: Analysis, planning, implementation and control*. (9th ed). NJ: Prentice-Hall. 20. Lehtine, U. (1991). Two approaches to service quality. *Journal of Customer Research*, 17(4), 321-342. 21. Lewis, P. (1991). *The role of marketing: Its fundamental planning function; devising a strategy*. London: Museums and Galleries Commission and Routledge. 22. Martin, W. B. (1986). Defining what quality service is for you. *Cornell Hotel & Restaurant Administration Quarterly*, 16, 22-38. 23. Miller, J. A. (1997). Exploring satisfaction, modifying models, eliciting expectations, posing problems and making meaningful measurement. MA: Marketing Science Institute, 5, 72-91. 24. Mitra, A. (1993). *Fundamentals of quality control and improvement*. New York: Macmillan. 25. Monroe, K. B., & Joseph, P. G. (1975). A path-analysis exploration of retail patronage influences. *Journal of Customer Research*, 2(1), 19-28. 26. Oliver, R. L. (1981). Measurement and evaluation of satisfaction process in retail setting. *Journal of Retailing*, 57(3), 18-48. 27. Oliver, R. L., & Desarbo, W. S. (1988). Response determination in satisfaction judgment. *Journal of Customer Research*, 14(4), 495-507. 28. Oliver, R. L. (1993). Cognitive, affective, and attribute bases of the satisfaction. *Journal of Customer Research*, 20(4), 418-430. 29. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). Conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(1), 41-50. 30. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perception of service quality. *Journal of Marketing*, 52(1), 12-40. 31. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1994). Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: implications for further research. *Journal of Marketing*, 58(2), 111-124. 32. Sasser, W. E., Olsen, R., & Wyckoff, D. D. (1978). *Management of service operations*. MI: Allyn and Bacon. 33. Singh, J. (1991). Understanding the structure of consumer satisfaction evaluation of service delivery. *Journal of Academy Marketing Sciences*, 19(3), 223-234. 34. Teas, R. K. (1993). Expectations, performance evaluation, and consumers' perception of quality. *Journal of Marketing*, 57(1), 18-34. 35. Trancik, R. (1986). *Finding lost space-Theories of urban design*. New York: Van Nostrand Reinhold. 36. Zeithaml, V. (1987). Defining and relating price, perceived quality, and perceived value. MA: Marketing Science Institute, 3, 87-101. 37. Zeithaml, V. A., & Mary, J. B. (1990). *Service marketing*. New York: Mc Graw-Hill.

三、網路資料 1. 自由時報電子新聞網。(2003, 3, 20)。藝文新聞。 <http://www.libertytimes.com.tw/>。