

民眾與行政機關服務人員對服務品質的認知差異探討-以彰化縣稅捐稽徵處為例

楊文德、管秋雄；張景旭

E-mail: 9425441@mail.dyu.edu.tw

摘要

「以客為尊」的服務理念，早已被各公、私部門奉為普世典範，並視為理所當然的作為，但是否充分落實，就要由「服務品質」是否獲得民眾滿意來認定。因稅務機關是政府的課稅機關，其服務品質較諸一般行政機關，更不易獲得民眾的認同，為提昇稅務機關服務品質，需要瞭解民眾與稅務人員對服務品質的認知差異。本研究以Parasuraman, Zeithaml, Berry三位學者所提出的服務品質觀念模式及「SERVQUAL」量表為理論依據，以彰化縣稅捐稽徵處為研究實證對象，探討民眾與稅務人員對稅捐處服務品質的認知差異，同時透過研究所得的實證結果，建議該處及其他縣市稅捐處作為提昇服務品質滿意度的參考。本研究以問卷調查為研究工具，調查對象包括民眾與稅務人員，民眾部分是以赴彰化縣稅捐稽徵處（包括彰化總處及員林、北斗分處）洽辦業務之民眾為對象，作便利抽樣；另稅務人員部分是以服務於稅捐處之現職人員為對象。本研究計發出問卷，民眾部分350份，回收315份，扣除無效問卷35份，有效問卷280份，有效回收率89%；另外稅務人員部分250份，回收228份，扣除無效問卷12份，有效問卷216份，有效回收率94.7%。研究結果發現一、民眾對稅捐處服務品質的期望，除「職業」、「每月收入」二項身分變項有差異外，其餘身分變項並無顯著性差異。二、民眾對稅捐處服務品質的實際感受，不因身分變項之不同而有差異。三、稅務人員對稅捐處服務品質的期望，不因身分變項之不同而有差異。四、稅務人員對稅捐處服務品質的實際感受，不因身分變項之不同而有差異。五、民眾對稅捐處服務品質的期望與實際感受有差異存在，即民眾對稅捐處服務品質有不滿意的情形。六、稅務人員對稅捐處服務品質的期望與實際感受有差異存在。七、民眾與稅務人員對稅捐處服務品質的期望沒有明顯差異。八、民眾與稅務人員對稅捐處服務品質的實際感受有明顯差異。九、民眾對稅捐處服務品質的實際感受與稅務人員的期望有明顯差異存在。十、民眾對稅捐處服務品質的期望與稅務人員的實際感受有明顯差異存在。十一、在現況下民眾與稅務人員對稅捐處服務品質的整體表現、滿意度及口碑宣傳方面表現尚可，但在口碑宣傳方面民眾與稅務人員有明顯差異。

關鍵詞：服務品質；顧客滿意度；期望；認知；稅務機關

目錄

封面內頁 簽名頁 授權書.....	iii	中文摘要.....	v	英文摘	
要.....	vii	誌謝.....	x	目錄.....	xi
圖目					
錄.....	xiii	表目錄.....	xi	第一章 緒論.....	1
第一節 研究動				第一節 研究動	
機.....	1	第二節 研究目的.....	3	第三節 研究問題.....	4
第四節 重要名詞				第四節 重要名詞	
詮釋.....	5	第二章 相關之文獻探討.....	7	第一節 服務定義與特性.....	7
第二節 品				第二節 品	
質與服務品質之定義.....	10	第三節 服務品質之模式.....	17	第四節 服務品質之衡量模	
式.....	24	第五節 滿意度與服務品質.....	35	第六節 有關服務品質之相關研究之探討.....	38
第三章 研究方法.....	47	第一節 研究流程.....	47	第二節 研究對象.....	48
第三				第三	
節 研究架構.....	48	第四節 研究假設.....	51	第五節 研究工具.....	53
第六				第六	
節 資料蒐集與分析方法.....	57	第七節 研究限制.....	58	第四章 研究結果.....	59
第一節 研究樣本結構分析.....	59	第二節 民眾對稅捐處服務品質的期望與實際感受分.....	72	第三節 稅務人員	
對稅捐處服務品質的期望與實際感受分析.....	83	第四節 民眾與稅務人員對稅捐處服務品質的整體表現.....	92	第五節 服務品質	
期望與實際感受的構面分析.....	99	第五章 結論與建議.....	111	第一節 研究結論.....	111
第二節 建議.....	117	參考文獻.....	121	附錄一 民眾問卷.....	129
附錄				附錄	
二 稅務人員問卷.....	133	附錄三 彰化縣稅捐稽徵處辦理為民服務工作概況.....	136	附錄四 九十年行政院服	
務品質?評獎實施計畫.....	142	圖目錄 圖2-3-1 PZB服務品質模式.....	19	圖2-3-2 服務接觸過程評估	
式.....	24	圖2-4-1 PZB服務品質衡量式.....	25	圖2-4-2 服務品質延伸模式之構面.....	31
圖3-1-1 研究流程.....	47	圖3-3-1 研究架構.....	50	圖4-1-1 民眾性別次數分配	
圖.....	60	圖4-1-2 民眾年齡次數分配圖.....	61	圖4-1-3 民眾學歷次數分配圖.....	62
圖4-1-4				圖4-1-4	
民眾職業次數分配圖.....	63	圖4-1-5 民眾婚姻狀況次數分配圖.....	64	圖4-1-6 民眾所得情形次數分配	
圖.....	65	圖4-1-7 民眾居住地區次數分配圖.....	66	圖4-1-8 稅務人員性別次數分配圖.....	67
圖4-1-9				圖4-1-9	
稅務人員年齡次數分配圖.....	68	圖4-1-10 稅務人員學歷次數分配圖.....	69	圖4-1-11 稅務人員年資	
次數分配圖.....	70	圖4-1-12 稅務人員職稱次數分配圖.....	71	圖4-4-1 民眾對稅捐處整體表現的看法次數	

圖.....92 圖4-4-2 民眾對稅捐處所提供服務品質的看法次數圖.....93 圖4-4-3 民眾對稅捐處服務品質口碑宣傳次數
圖.....94 圖4-4-4 稅務人員對稅捐處整體表現的看法次數圖.....95 圖4-4-5 稅務人員對稅捐處所提供服務品質滿意度次數
圖.....96 圖4-4-6 稅務人員對稅捐處服務品質口碑宣傳次數圖.....98

參考文獻

一、中文部分 于筱平（1997），服務用心、顧客歡心，台北市立圖書館訊，第14卷、第3期，頁24-26。中國租稅研究會（2001），中華民國現行租稅制度。王志剛（1988），行銷學，台北：空中大學。王瑗（1990），貨櫃海運服務品質之研究 - 以某國內貨櫃海運公司為研究對象，國立台北大學企業管理研究所碩士論文。江岷欽(1999)，政府再造與顧客導向的服務理念，人力發展月刊，第六十五期，頁37-38，42-43。江岷欽、林鐘（2000），公共組織理論，台北：空中大學。江建良（1998），服務業服務品質觀念與策略作法之探討，高學學報，第6卷。吳煌源（1999），政府再造後稅務機關服務品質之實證研究 - 以台南縣市納稅人為實證對象，國立成功大學企業管理學系碩士論文。杉本辰夫（1986），事業、營業、服務的品質管制（盧淵源譯），台北：中興管理顧問公司。林陽助（1996），顧客滿意度決定模型與效果之研究 - 台灣自用小客車之實證，國立台灣大學商學院研究所博士論文。林公孚（1995），追求卓越品質 - 邁向TQM之道，台北：中華敏民國品質管制學會。林建山（1987），服務業義際界限及其定義之探討，中華民國管理科學會，服務業管理學術研討會發表論文。金津孝（1999），營業的TQM營業人員的品管入門，桃園：和昌出版社，頁107-111。洪東興（2001），民眾對地政業務服務品質認知差異探討-以高雄縣為例，國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文。周泰華、黃俊英、郭德賓等（1999），服務品質與顧客滿意度之比較研究，輔仁管理評論，第六卷第一期，頁37-68。陳清祥（1996），顧客滿意必需內外兼修，管理雜誌，263期。陳育全(2001)，以民眾的觀點與公務人員的觀點對彰化縣政府服務品質之探討，大葉大學工業關係研究所碩士論文。陳耀茂（1995），品質管理，台北：五南出版社。陳旭明（2004），民眾對文化局服務品質滿意度之研究 - 以彰化縣為例，國立彰化師範大學商業教育學系行政管理碩士班碩士論文。黃志文、戴媛坪、蔡志榮等（2001），服務業品質滿意度衡量模式之應用 - 以北高大大都會區百貨公司為例。產業金融季刊，台北：交通銀行。張文湘（2001），稅務行政機關服務品質及顧客滿意度之研究 - 以苗栗縣稅捐稽徵處為例。翁崇雄（1996），評量服務整體性品質之觀念性模建構，品質學報，236期。孫本初(2000)，英、美政府再造經驗對我國的啟示，人事月刊，第30卷，第2期174，頁14。彰化縣稅捐稽徵處（2004），財政部九十二年度稽徵業務考核績效報告。戴永久（1987），品質管理，台北：三民書局。簡禎富、林則孟與彭金堂等（2000），「服務系統服務品質滿意度之研究 - 以某大學圖書館為實證研究」，中國工業工程學會期刊，第17卷，第1期，頁1-13。蔡伯勳（1986），遊憩需求與滿意度分析之研究 - 以獅頭山風景區遊憩區實例調查，台灣大學園藝研究所碩士論文。蘇雲華（1996），服務品質衡量方法之比較研究，國立中山大學企業管理研究所博士論文。蘇瑞蓮（2001），學生餐廳顧客滿意度之探討，聯合學報，18期。顧志遠（1991），服務系統設計與管理模式之研究 - 以醫療服務系統驗證。國立清華大學工業工程研究所博士論文。龔佩蓉（2002），台鹽公司高雄營業處服務品質之探討，國立中山大學企業管理學系碩士論文。二、英文部分 Armisted, C.G.（1985），Design of Service Operations Management in Service Industries and the public Sector. New York：Wiley. Bolton, R. N., & Drew, J. H.（1980），A Longitudinal analysis of the Impact of Service Changes on Customer Attitudws. Journal of Marketing,55（January）. Bolton, R. N., & Drew, J. H.（1991），A Longitudinal analysis of Impact of Service Changes on Customer Attitudes. Journal of Marketing,55（January）. Biter, M.j.（1990）Evaluating Service Ecounter:The Efects of Physical Surroundings and Employee Responses, Journal of Marketing,（April 1990）pp69-82. Crosby, P. B.,（1979），Quality Is Free:The Art of Maketing Quality Creation. New York:American Library. Crawford and Getty,（1991）Consume Satisfaction / Dissatisfaction with Professional Services, Journal of Professional Services Marketing, Vol. 7, No.2, pp. 19-25. Croin, J. J., Jr. and S. A. Taylor（1992），“Measuring Service Quility:A Re-Examination and Extension,” Journal of Marketing, Vol.56（July）,pp.56-68. Engel, James F. Roger D. Blackewll & Paul W. Minard（1986），Consumer Behavior. 7th ed, Harcourt Broce Joranovich College publishers, Th Dryden press. Garvin,D.A.,（1984），A Competing on the Eight Dimensions of Quality. Haruard Business Review, fall. Gronroos, C.（1983），Strategic Management and Marketing in the Service Sector, Boston:Marketing Science Instruct.（May）:63. Gordon, P. J.（1993），Customer Satisfaction Research Reaps Reward. Quality,32. Gronroos, C.（1983），“Strategic Management and Marketing in the Service Sector”，Cambridge,Mass:Marketing Science Institute. Howard, J. A., & Sheth, J. N.,（1969），The Theory Bayer Behavior. John Wiley and Inc. New York. Haywood-Farmer J.（1988），“A Conceptual Model of Service Quality,” Internation Journal of Operation & Production Management, 8（7）,pp.19-29. Juran , J.M.（1989），Universal Approach to Managing for Quality：The Quality Trilogy. Executive Excellence. May.（1989）。Kolter, P., Swee, H. A., Siew, Meng, L., & Chin Tiong Tan.,（1996），Marketing Management-An Asian Perspective. Prentice-Hall. Koehler,J. and Pankowski,J.（1996），Quality Government:Dsigning,Development and Implementing TQM, FL:Lucie Press. Kolter, P., Swee, H. A., Siew, Meng, L., & Chin Tiong Tan.,（1996），Marketing Management-An Asian Perspective. Prentice-Hall. Martin, W. B.（1986），Defining What Quality Service Is For You. Cornell HRB Quality.PP.32-38. Miller, J. A.（1977），Studying Satisfaction Modifying Model, Eliciting Expectation, and P0sing problem. Marketing Science Institute. Miller,JohnA,（1964），“Exploring Satisfaction, Models, Elicing Expectations, Posing Problems and Making Meaningful Measurements”，in Conceptualization and Measurement of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction, H.Keith,ed., Cambridge, MA:Marketing Science Institute（May）.pp.72-91., Miller, J. A.（1977），Studying Satisfaction Modifying Model, Eliciting Expectation, and P0sing problem. Marketing Science Institute. Ostrom, A., & Iacobucci, D.（1995），Consumer Trade-offs and the Evaluation of Service. Journal of Marketing, 59. Oliver, R. L.（1981），Measurement and Evaluation of Satisfaction Process in Retail Seettings. Journal of Retailing, Vol.57. 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,pp.41-50. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry,L.L. (1988) , A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. Journal of Marketing, Vol. 19,. Fall, p.44. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry,L.L. (1985) , A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, Journal of Marketing, Vol.89,. Fall, p.42. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry,L.L. (1990) , Delivering Service Quality Balanceing Customers Perceptions and Expectation, p.23. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry,L.L. (1988) , ERVQUAL:A Multiple Acale for Measuring Consumer Perception of Service Quality, J Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality ournal of Retailing, Vol.64 (1) , Spring, pp.12-40. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry,L.L. (1988) , , Journal of Marketing Vol.52 (April) , pp.35-48. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry,L.L. (1988) , A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, Journal of Marketing, Vol.152, No.3, p.46. Rosander, A. C. (1980) , Service Industry Oc-IS the challenge Being Met. Quality progress, 13. Sasser, W. B., Olsen, R. P., & Whchoff, D. D. (1978) , Management of Service Operations, Allyn and Bacon. Saseer, W.E., Olsen, R.P. and Wyckoff, D.D., (1978) “ Management of Service Operation:Text and Cases ” , ALLyn and Bacon Inc. V.H.Vroom,(1964) , Work and Motivation , New York:John Wiley. Woodside, A.G.F. and R.T. Daly. (1989) ,Linking Service Quility,Customer Satisfaction,and BehavioralIntention, Journal of Care Marketing, Dec:5-17.