

顧客滿意度與服務品質關聯性之研究-以台電公司台北區營業處為例

王憲章、王學銘

E-mail: 9500909@mail.dyu.edu.tw

摘要

電力與國家經濟發展和全民生活息息相關，因此社會大眾對台電公司服務品質的要求，亦日益嚴格，如何提供服務品質，以提昇顧客滿意度及企業形象是影響企業發展的重要課題。本研究以台電公司台北區營業處之用戶為研究對象，以問卷調查方式，依據PZB服務品質模式來探討，經由調查、統計及分析結果發現以下結論：1.用戶認知的服務品質與用戶期望的服務品質皆呈顯著差異。2.用戶期望的服務品質與台電主管認知的用戶期望服務品質有顯著差異。3.用戶人口統計變數，除教育程度外，對服務品質的認知、期望及整體滿意度無顯著差異。4.服務品質構面與整體顧客滿意度呈正相關。

關鍵詞：PZB模式；服務品質；顧客滿意度

目錄

目錄 授權書.....	iii	中文摘要.....	
.....iv		英文摘要.....	v
.....v		誌謝.....	
.....vi		目錄.....	vii
.....x		表目錄.....	xi
動機.....	1	第一章 緒論 第一節 研究背景與	3
.....3		第二節 研究目的.....	3
.....3		第三節 研究範圍與對象.....	3
.....7		第四節 研究流程.....	4
.....7		第二章 文獻回顧 第一節 服務與品質.....	11
.....14		第二節 服務品質的探討.....	11
.....31		第三節 PZB 服務品質模式與衡量構	14
.....31		面.....	14
.....31		第四節 電力事業特性、概況及服務品質模式建立.....	22
.....31		第五節 顧客滿意度的探討.....	31
.....38		第三章 研究方法 第一節 研究架構與設計.....	37
.....38		第二節 研究限制與假設.....	37
.....38		第三節 研究變數與操作定義.....	41
.....38		第四節 問卷設計與內容.....	42
.....38		第五節 抽樣設計與樣本結構.....	44
.....38		第六節 資料分析方法.....	47
.....38		第四章 實證	
.....38		分析 第一節 用戶認知之台電服務品質構面之分析.....	50
.....38		第二節 「用戶期望的電力服務品質」與「用戶認知的電力服	61
.....38		務品質」之差異分析.....	61
.....38		第三節 「用戶期望的電力服務品質」與「管理者認知的用戶期望服務品質」之差	73
.....38		異分析.....	73
.....38		第四節 人口統計變項對服務品質認知之差異分析.....	77
.....38		第五節 人口統計變項對服務品質期望之差異分析	79
.....38	79	79
.....38		第六節 人口統計變項對電業主管認知的用戶期望（重視程度）之差異分析.....	81
.....38		第七節 人口統計變	
.....38		項對整體滿意之差異分析.....	83
.....38		第八節 用戶認知服務品質與電業服務整體服務滿意 度之相關分析.....	85
.....38		第九節 電業服務品質概況分析.....	86
.....38		第五章 結論與建議 第一節 研究結果與發現.....	94
.....38		第二節 台電公司的建議.....	95
.....38		參考文獻.....	99
.....38		附錄.....	105
.....38		圖目錄 圖1-1 研究流程.....	6
.....38		圖2-1 服務品質觀念架構圖.....	14
.....38		圖2-2 PZB服務品質的觀念性模式	16
.....38	16	16
.....38		圖2-3 PZB服務品質缺口及其衡量因素.....	19
.....38		圖3-1 服務品質架構圖.....	37
.....38		表目錄 表 2-1 Garvin(1984)提出五種品質定義.....	10
.....38		表 2-2 PZB之服務品質的	20
.....38		五個構面及意義.....	20
.....38		表 2-3 SERVQUAL量表之構面與認知項目.....	21
.....38		表 2-4 台電公司總裝置容	23
.....38		量.....	23
.....38		表 2-5 台電公司總發購電量.....	24
.....38		表 2-6 售電量.....	26
.....38		表 2-7 電燈表用電電價.....	27
.....38		表 2-8 電業服務品質	27
.....38		之組成項目.....	27
.....38		表 2-9 服務品質與顧客滿意度關聯性.....	28
.....38		表 2-10 電業服務品質	30
.....38		之組成項目.....	30
.....38		表 2-11 服務品質與顧客滿意度關聯性.....	35
.....38		表 3-1 電業用戶人口	45
.....38		特性結構.....	45
.....38		表 3-2 電業主管人口特性結構.....	47
.....38		表 4-1 KMO	50
.....38		與Bartlett檢定.....	50
.....38		表 4-2 第一次因素分析摘要表.....	51
.....38		表 4-3	53
.....38		表KMO 與Bartlett檢定.....	53
.....38		表 4-4 第二次因素分析摘要表.....	54
.....38		表 4-5	58
.....38		服務程序因素信度分析.....	58
.....38		表 4-6 安全便利性因素信度分析.....	59
.....38		表 4-7	60
.....38		反應性因素信度分析.....	60
.....38		表 4-8 服務感知性因素信度分析.....	61
.....38		表 4-9	62
.....38		用戶期望的服務品質（重視程度）與認知（滿意程度）t檢定表.....	62
.....38		表 4-10 用戶認知的	67
.....38		服務品質（滿意程度）平均數得分表.....	67
.....38		表 4-11 用戶期望的服務品質（重視程度）平均數得分.....	69
.....38		表 4-12 用戶	73
.....38		期望的服務品質（重視程度）與認知（滿意程度）之前五項及後五項表.....	73
.....38		表 4-13 用戶期	

望的服務品質與臺電主管認知的用戶期望之差異分析表.....	73	表4-14 用戶期望的服務品質與臺電主管認知的用戶期望t 檢定表.....	73	表 4-15 人口統計變項與服務品質認知之差異分析.....	78	表 4-16 人口統計變項對服務品質期望之差異分析.....	80	表 4-17 人口統計變項對臺電主管認知的用戶期望之分析.....	83	表 4-18 人口統計變項對整體滿意度之差異分析.....	84	表 4-19 台電現行服務品質構面與整體滿意度之相關分析.....	86	表 4-20 用戶與台電主管之整體滿意度.....	86	表 4-21 台電在報章等媒体溝通情形.....	87	表 4-22 台電最需加強的服務項目.....	88	表 4-23 台電在改善服務品質上最需加強的職位.....	89	表 4-24 台電提升服務品質面臨的主要問題.....	90	表 4-25 台電是否有對服務品質加以衡量.....	91	表 4-26 台電是否有舉辦改善服務品質的訓練研討會.....	91	表 4-27 台電對服務品質之成效是否有獎勵措施.....	92	表 4-28 台電對服務品質績效的衡量技巧.....	93	表 4-29 台電是否有對委外廠商服務品質之督導與協商.....	93
-------------------------------	----	---------------------------------------	----	--------------------------------	----	--------------------------------	----	-----------------------------------	----	-------------------------------	----	-----------------------------------	----	---------------------------	----	--------------------------	----	-------------------------	----	-------------------------------	----	-----------------------------	----	----------------------------	----	---------------------------------	----	-------------------------------	----	----------------------------	----	----------------------------------	----

參考文獻

- 一、中文部分
- 1.九十二年中小企業白皮書。
 - 2.台灣電力公司(2005), 顧客服務白皮書。
 - 3.台灣電力公司(2005), 電力事業經營現況及展望。
 - 4.行政院主計處編部(2004), 中華民國台灣地區人力資源統計。
 - 5.李森峰(2004), 服務品質、服務價值、顧客滿意度與行為意向關聯性之研究-以統一超商物流服務為實證, 成功大學高階管理碩士在職專班碩士論文。
 - 6.林能白(2003), 各單位業務聯合檢討會, 董事長總結致詞。
 - 7.林素鈺(2004), 服務品質模式之演變, 品質月刊, 7月。
 - 8.金玉珍(2000), 洽公民眾對台北市區公所服務品質看法之研究, 國立政治大學公共政策研究碩士論文。
 - 9.洪順慶(1999), 行銷管理:新陸書局。
 - 10.陳木聯(2004), 電業服務品質、社會責任、企業形象與顧客滿意度之相關性研究, 南華大學管理科學研究所碩士論文。
 - 11.崔立新著, 方世榮審訂(2004), 服務業品質評量: 五南書局。
 - 12.黃奇達(2001) 電業服務品質改善之實證研究 - 以台電台南縣市用戶為實證對象, 國立成功大學企業管理研究所碩士論文。
 - 13.張建川(1995) 電業服務品質之實證研究 - 以台電台北縣市用戶為實證對象, 國立成功大學企業管理研究所碩士論文。
 - 14.楊錦洲(2002), 服務品質管理, 品質學會發行 初版。
 - 15.張賜福(2003), 運用類神經網路於台電服務品質滿意度之探討 - 以宜蘭縣住宅用戶為例, 東華大學企業管理研究所碩士在職專班論文。
 - 16.衛南陽(2001), 新顧客滿意學, 商兆文化股份有限公司。
 - 17.蔡慶薰(2004), 休閒旅館服務品質之顧客滿意度之研究, 中山大學企業管理研究所碩士論文。
 - 18.盧淵源譯(1986), 杉本辰夫著, 事業、經營、服務的品質管制中興管理顧問公司年。
 - 19.賴惠芳(2003), 中華電信股份有限公司企業客戶滿意度調查之實證 - 以北中區分公司為例, 東華大學企業管理研究所碩士論文
 - 20.謝榮顯(2000), 電業服務品質之實證研究 - 以台電台南縣市用戶為實證對象, 國立成功大學企業管理研究所碩士論文。
 - 21.龔佩蓉(2002), 台鹽公司高雄營業處服務品質之探討, 國立中山大學企圖管理研究所碩士論文。
 - 22.蘇元含(2003), 運用線性結構模式探討服務品質對顧客滿意度與顧客忠誠度之影響 - 以中油加油站為例, 東華大學企業管理研究所碩士論文。
- 二、英文部分
- 1.Anderson. (1995), High touch v. high touch; A case study of TQM Implementation in higher education. *Managing Service Quality*, 5(2), pp.48-57.
 - 2.Cardozo, R. N.(1965), " An Experimental Study of Customer Effort, Expectation and Satisfaction ", *Journal of Marketing Research* Vol.2, pp.244-249.
 - 3.Cronin, J. Joseph, Jr., and Ateven A. Taylor. (1992), " Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension " *Journal of Marketing*, Vol.56, pp.55-68.
 - 4.Churchill, G.A. and Suprenant C.(1982), " An Investigation into Determinants of Customer Satisfaction, " *Journal of Marketing Research* Vol.2, pp.491-504.
 - 5.Czepiel, J. A.(1974), " Perspective on Consumer Satisfaction, " *AMA Conference Proceedings*, pp.119-123.
 - 6.Day, R. L.(1977), " Extending the Concept of Consumer Satisfaction in Advance in Consumer Research ", *Association for Consumer Research*, 10 (4), pp.149-154.
 - 7.Garvin, David A.(1984), " What Does ' Product Quality ' Really Mean? " *Sloan Management Review*, pp.25-43, Fall.
 - 8.Gronroos, C.(1982), " Strategic Management and Marketing in the Service Sector " , Swedish School of Economic and Business Administration.
 - 9.Haywood-Farmer, J.(1988), A conceptual model of service quality. *International Journal of Operations and Production Management*. 8(6), 19-29.
 - 10.Hermon, P. & Niteck, D.A.(2001) Service Quality; A Concept not fully explored. *Library Trends*, 49(4), 687-708.
 - 11.Holbrook, M.B. & Carfman, K.P.(1985), Quality and Value in the Consumption Experience: Phaedrus rides again. In J. Jacoby & J. Olson (Eds.) *Perceived Quality*. MA: Lexington Books, pp.31-57.
 - 12.Howard & Sheth, J.N.(1969), *The theory of Buyer Behavior*, New York, John Wiley & Sons Inc.
 - 13.Hsieh, Y.M., & Hsieh, A.T. (2001), Enhancement of service quality with job standardization. *The Service Industries Journal*, 21(3), pp.147-166.
 - 14.Hunt, K.H.(1977), " Customer Satisfaction Dissatisfaction Overview and Future Directions " , in Hunt, K.H. ed., *Conceptualization and Measurement of Customer Satisfaction and Dissatisfaction*, Marketing Science Institute, Cambridge, MA. pp.455-489.
 - 15.Juran, J.M. (1988), *Juran on Leadership for Quality: An Executive Hand Book*. New York: The Free Press.
 16. *Marketing Definitions, A Glossary of Marketing Association* Chicago: American Marketing Association 1960, pp.21.
 - 17.Ninichuck, B. (2001) Service quality is key to good business. *pest Control*, 69(9), 12-13.
 - 18.Oliver, Richard L.(1981), " What is Customer Satisfaction? Wharton Magazine " , Vol.5, pp.36-41.
 - 19.Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1985), " Problems and Strategies in Services Marketing " *Journal of Marketing*, Vol.49, Spring, pp.33-46.
 - 20.Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1988), " SERVQUALA Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, " *Journal of Retailing*, Vol.64, pp.12-40.
 - 21.Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1988), " Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality " , *Journal of Marketing*, Vol.52, pp.35-48.
 - 22.Pfaff, Martin. (1977), " The Index of Consumer Satisfaction Measurement Problem and Opportunity, The Conceptualization of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction " , in Hunt, K. H. ed., *Conceptualization and Measurement of Customer Satisfaction and Dissatisfaction*, Marketing Science Institute, Cambridge, MA. pp.24-27.
 - 23.Philip Kotler, *Marketing Management: A Strategic Planning Approach*. New York, NY: McGraw-Hill

Book Co., 1984, p.62. 24.Sasser, W.E, Olsen,R.Paul and Wychoff,D.Dayr(1978) , Management of Service Operations, Allyn and Bacon Inc.

25.Singh,Jagdip (1991), " Understanding the Structure Consumers Satisfaction Evaluation of Serevice Delivery " , Jurnal of Academy of Marketing Science 19(3), pp223-234. 26.Ueltschy,L.C.,&Krampf, R.F.(2001),Cultural sensitivity to satisfaction and service quality measures. Journal of Marketing Theory and Practice, 9(3),pp.14-31. 27.Wakefield,R.L. (2001), Service Quality, The Cpa Journal,71 (8), pp.58-60.

28.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(4) ,Retrieved February 12,2002, from OSS database, pp.41-50. 29.Parasuraman, A.,Zeithaml,V.A., & Berry,L.L., (1988), " Communication and control process in the Delivery of service quality " : Journal of Marketing ,52. Retrieved February 12,2002, from OSS database, pp.46.