

The System Dynamics Model of Long Term Customers' Satisfaction in Museum

廖宛瑜、蕭志同

E-mail: 9509797@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

Modern museum usually offered highly quality service to promote customers' satisfaction and revisited intention. Earning customers' satisfaction is an important issue to the museum. This research use a case study of National Museum of Natural Science to proposed a system dynamics model to demonstrate the effect of long-term customers' satisfaction with an inter-reaction of other factors. In fact, the customers' satisfaction is a dynamics and complex issue, which contains the government policy, museum service quality, hardware, customers' expectation, education group, competitor and social environment. The result shows that customers' satisfaction of National Museum of Natural Science is affected by the following 4 roles: government, museum manager, customer and competitor, and how effects to system behavior through system structure. This provides a reference not only for other researchers in related study, but also for other museum managers.

Keywords : Long-term customers' satisfaction, Museum, National Museum of Natural Science, Service quality, System Dynamics

Table of Contents

封面內頁 簽名頁 授權書.....	iii	中文摘要.....	iv	英文摘要.....	v
誌謝.....	vi	目錄.....	vii	圖目錄.....	ix
表目錄.....	xi	符號說明.....	xii	第一章 緒論 1.1 研究背景與動機.....	1 1.2
研究目的.....	4	1.3 研究流程.....	5	1.4 研究對象.....	6
1.5 論文架構.....	6	第二章 文獻探討 2.1 滿意度相關文獻.....	8	2.2 服務品質相關文獻.....	10
2.3 認知價值之相關文獻.....	13	2.4 忠誠度之相關文獻.....	14	2.5 博物館相關文獻.....	14
第三章 自然科學博物館系統描述與特性 3.1 國立自然科學博物館.....	17	3.2 全球博物館特性.....	21	3.3 台灣博物館特性.....	23
3.4 科博館系統特色.....	25	第四章 研究方法 4.1 系統動態學方法.....	27	4.2 系統動態學的特性.....	28
4.3 系統動態學研究的基本步驟.....	29	4.4 系統動態學的應用.....	31	第五章 模式建構 5.1 質性模式.....	34
5.2 量化模式.....	40	第六章 結果模擬與政策分析 6.1 結果模擬.....	48	6.2 政策模擬.....	52
第七章 結論與建議 7.1 結論.....	58	7.2 建議.....	59	參考文獻.....	62
附錄.....	65				

REFERENCES

- 一.中文部份 王淮真(2000)。旅客對導覽解說滿意度之研究 以國立故宮博物院為例，中國文化大學觀光事業研究所碩士論文，未出版，台北市。交通部觀光局(2004)。2004年台閩地區主要觀光遊憩區遊客人數月別統計。2005年1月20日，取自 <http://admin.taiwan.net.tw/index.asp> 林若慧、陳永賓(2004)。博物館服務品質對觀眾忠誠度之影響研究:以鶯歌陶瓷博物館為例，博物館季刊，18(1)，81-92。林政弘、張沛華(1995)。我國博物館經營管理之探討，台北:教育部社會教育司。胡蕙霞(1993)。博物館觀光遊憩功能評估之研究 中國文化大學觀光事業研究所碩士論文，未出版，台北市。高大剛(2000)。博物館服務品質與顧客滿意度之研究:以國立自然科學博物館為例，博物館學季刊，14(4)，105-129。陳鈞坤(2001)。國立海洋生物博物館觀眾參觀行為之研究，朝陽科技大學休閒事業管理研究所碩士論文，未出版，台中。陳建宏(2004)。從互動觀點探討台灣半導體產業之發展，國立交通大學經營管理研究所博士論文，未出版，新竹市。陳勁甫、林怡安(1993)。博物館遊客滿意度與服務品質之研究:以國立自然科學博物館為例，博物館學季刊，17(3)，113-131。陳國寧(1997)。1997博物館巡禮:台閩地區公私立博物館專輯，台北:文建會。許元和(2002)。二維品質模式於非營利機構服務品質之探討 - 以台北縣立鶯歌陶瓷博物館為例，台北科技大學生產系統工程與管理研究所碩士論文，未出版，台北市。張譽騰(1994)。全球村中博物館的未來，台北:稻鄉出版社。陶在樸(1999)。系統動態學，台北:五南出版社。溫嘉榮、楊錦潭、蕭淳豐(2000)。從網路文化活動談博物館數位化，國立科學工藝，5(6):18-29。趙月萍(1999)。國內海洋相關博物館教育活動績效評估之研究。國立中山大學海洋環境及工程學系研究所碩士論文，未出版，高雄市。詹秋貴(2000)。我國主要武器系統發展的政策探討。國立交通大學經營管理研究所博士論文，未出版，新竹市。蕭志同(2004)。台灣汽車產業發展之研究。國立交通大學管理科學研究所博士論文，未出版，新竹市。蕭志同、廖宛瑜、陳建文(2006)。博物館服務品質、認知價值、滿意度、忠誠度關係之研究:以國立自然科學博物館為例。博物館學季刊，20(2)，81-96。謝長宏(1980)。系統動態學 - 理論、方法與應用。台北:中興管理顧問公司。謝慧菁(2003)。台中古根館

在弦上。2004年11月9日，取自 <http://www.tccgc.gov.tw/report/2003-guggenheim/index.php?main=news-0310b1> 羅世輝(1999)。以系統動力學探討競爭性技術主流突現之動態過程。國立中山大學企業管理所博士論文，未出版，高雄市。蘇懋康(1988)。系統動力學原理及應用，上海市：上海交通大學出版社。二.英文部份 Backman, S. J. & Veldkamp, C. (1995). Examination of Relationship between Service Quality and User Loyalty. *Journal of Park and Recreation Administration*, 13(2),29-41. Bowen, J.T. & Shoemaker, S. (1998). Loyalty: a strategic commitment. *Cornell hotel and restaurant administration quarterly*, 39(1), 12-25. Churchill, G. A. Jr. & Surprenant, C. (1982). An Investigation into the Determinants of Customer Satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 19, 491 - 504. Forrester J. W., (1961). *Industrial Dynamics*, The MIT Press (Wright-Allen Series in SD). Gronroos, C., F. Heinonen, and K.Isoniemi, and M.Lindholm, (2000). The NetOffer Model: a Case Example from the Virtual Marketspace, *Management Decision*, 38(4), 243-252 Jaume C. M., Eduard C. F. and Ann T. J. (2004). Marketing Management in Cultural Organizations: A Case Study of Catalan Museums. *International Journal of Arts Management*, 6(2),11~22 Jones, T.O., Earl, W. & Sasser, J.R. (1995). Why satisfied customer defect. *Harvard Business Review*, 73(6), 88~99. Kotler, P. (2000). *Marketing management*. 10th Edition. New Jersey: Prentice-Hall. Paulus, O. (2003). Measuring Museum Performance: A Study of Museums in France and the United States. *International Journal of Arts Management*, 6(1), 50-63 Oliver, R.L. (1981). Measurement and evaluation of satisfaction processes in retailing setting. *Journal of Retailing*, 57(3), 25-48. Oliver, R.L. (1997). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. Boston: McGraw-Hill 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), 41~50. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. (1988). SERVQUAL:A Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1):12~40. Harrison, P., R. Shaw. (2004). Consumer Satisfaction and Post-purchase Intentions: An Exploratory Study of Museum Visitors. *International Journal of Arts Management*. 6(2), 23-32. Senge, P. M. (1990). *The Fifth Discipline: The Art and Practice of the Learning Organization*. New York: Doubleday. Strauss, J. Frost, R. (2001). *E-Marketing*. New Jersey: Prentice Hall. Woodside, A.G., Frey, L.L., & Daly, R.T. (1989). Linking service quality, customer satisfaction, and behavioral intentions. *Journal of Health Care Marketing*, 9(4), 5-17.