

兩岸資訊廠商組織學習、六標準差活動與服務品質關係之研究

王長興、封德台

E-mail: 9510961@mail.dyu.edu.tw

摘要

在現今多元化的社會中，為了面對新時代的挑戰，使得各個企業都不斷的求新、求變，以客戶的滿意與否列為優先考慮，並要求更好的服務品質是時代必然走向，也是企業追求之目標，企業藉由組織的學習、六標準差活動，進而影響到組織的創新行為，提高服務品質與滿足內外部顧客需求，幫助企業獲取顧客信任而獲得利潤。本論文根據組織學習、六標準差活動與服務品質之相關文獻探討，提出觀念性之研究架構與欲驗證之研究假設，並說明研究變數之定義與衡量指標；同時對於問卷調查之實施加以敘述，再依資料之性質，決定資料分析方法，及進行效度與信度之檢定。最後，藉由理論之探討及實證分析，確立組織學習、六標準差活動能力與服務品質存在高度相關性，並更進一步瞭解，組織學習配合六標準差活動能力的發揮，的確有助於兩岸資訊廠商提升其服務品質；因此，對一個永續成長的企業來說，推動組織學習是刻不容緩的事，厚植六標準差活動之基礎建設能力及程序建構能力，更是提升企業服務品質與發展的核心競爭優勢。

關鍵詞：六標準差、組織學習、六標準差活動、服務品質

目錄

封面內頁 簽名頁 授權書.....	iii	中文摘要.....	iv	英文摘要.....	v
要.....	v	誌謝.....	vi	目錄.....	vii
圖目錄.....	xi	表目錄.....	xii	第一章 緒論.....	1
第一節 研究動機.....	1	第二節 研究目的.....	4	第三節 研究流程.....	4
第四節 研究限制.....	7	第二章 文獻探討.....	8	第一節 組織學習.....	8
第二節 服務品質.....	13	第三節 六標準差.....	23	第三章 研究方法.....	43
第一節 研究架構.....	43	第二節 研究推論與假設.....	44	第三節 研究變項之操作定義與衡量.....	47
第四節 研究設計.....	48	第五節 資料分析方法.....	54	第六節 效度及信度.....	56
第四章 資料分析與結果.....	68	第一節 樣本結構及基本資料交叉分析.....	68	第二節 研究構面基本特性資料分析.....	72
第三節 變異數分析.....	84	第四節 組織學習與六標準差活動基礎之關係.....	87	第五節 組織學習與六標準差活動程序之關係.....	93
第六節 服務品質與六標準差活動基礎之關係.....	99	第七節 服務品質與六標準差活動程序之關係.....	105	第五章 結論.....	111
第一節 研究結果.....	111	第二節 研究意涵.....	116	第三節 研究建議.....	117
參考文獻.....	117	附錄.....	121		129

參考文獻

- 1.游常山，「微軟 - 轉動團隊學習」(2003年11月)，遠見雜誌(特刊)，pp.52-53。
- 2.林文寶(2001)，技術知識特性、整合、知識能力與組織學習對核心競爭力及創新績效關係性之研究，成功大學企業管理研究所之博士論文。
- 3.黃仁祈(2003)，企業文化、組織學習、組織創新與企業核心能力間之關係研究，成功大學高階管理碩士在職專班之碩士論文。
- 4.封德台(2000)，技術學習與技術能力關係之研究-國內資訊軟體產業之實證，國立政治大學企業管理學系博士論文。
- 5.杉本辰夫著(1986)，事務、營業、服務的品質管制，台北：中華顧問公司，(盧淵源譯)。
- 6.近藤隆雄(2000)，服務管理(第一版)，台北：書泉出版社，(陳耀茂譯)。
- 7.曹木針(2000)，寬頻社區網路服務品質與顧客滿意度之研究-以中華電信公司大台北地區顧客為例，國立交通大學經營管理研究所碩士論文。
- 8.楊錦洲(2001)，顧客服務創新價值，台北：中衛發展中心。
- 9.詹昭雄(2001)，從TQM轉換至6σ之要點。品質管制月刊38(2):頁86~88。
- 10.劉典嚴(2000)，六個標準差的品質管制月刊。
- 11.王晃三(2002)，六標準差問題管理。提昇競爭優勢6σ研討會。中原大學工業工程系。
- 12.胡瑋珊譯(2002)六標準差設計。經濟新潮社出版：城邦文化發行。
- 13.李國璧(2003)，產品研發、六標準差活動能力與顧客滿意度之研究。長榮大學經管所碩士論文。
- 14.陳憲章(2004)，解析六標準差經營管理之真諦。中華六標準差應用學會。
- 15.莊訓樊(2001)，六標準差個案討論。提昇競爭優勢6σ研討會。中原大學工業工程系。
- 16.陳順宇(2000)，多變量分析 - 二版。台北：華泰。
- 17.江正信(2000)，高階經營團隊與企業決策模式、組織學習傾向、創新能力及經營績效之關係研究，成功大學企業管理研究所之碩士論文。
- 18.蔡啟通(1997)，組織因素、組織成員整體創造性與組織創新之關係，台大商學研究所之博士論文。
- 19.曾信超、徐郁茹(2002)，增進高科技人才對組織認同感之招募與甄選策略之研究-以高科技產業為例。國科會計畫成果報告。
- 20.鄭寶清(2003)，點鹽成金-企業變革之道。高雄市：民眾日報社。
- 21.

袁世珮譯(2001), 複製奇異。美商麥格羅·希爾國際股份有限公司。 22.呂文鐘(2002), ADSL 寬頻網路服務品質與客戶滿意度之研究-以中華電信大高雄地區ADSL顧客為例, 國立中山大學資訊管理研究所碩士論文。 23.吳仁捷(2001), 大學行政服務品質內部行銷滿意度之研究, 義守大學管理研究所碩士論文。 24.李士陞(2000), 台灣固定網路開放對中華電信競爭之探討, 國立交通大學經營管理研究所碩士論文。 25.林錦煌(2001), 國內有線通信服務品質之實證研究, 義守大學管理研究所碩士論文。 26.林琬儒(2000), 電話服務中心之服務品質分析-以中華電信 障礙服務為例, 國立中山大學企業管理研究所碩士論文。 27.林美惠(2001), 地區醫院服務品質與滿意度之研究-以屏東 育生醫院為例, 義守大學管理科學研究所碩士論文。 28.林偉修(2003), 產品品質、服務品質與顧客購後行為關係之研究-以辦公家具個案公司為例, 國立台灣大學國際企業學 研究所碩士論文。 29.曾正文(2001), 消費者對服務品質的期待程度與滿意程度之研究-以電腦門市為例, 國立中正大學企業管理研究所碩士 論文。 30.邱皓政(2004), 量化研究與統計分析(第二版), 台北:五南圖書出版有限公司。

二、英文部份 1.Calantone, R. J., S. T. Cavusgil and Y. Zhao (2002). Learning orientation, firm innovation capability, and firm performance. *Industrial Marketing Management*, 31(6): 515-524. 2.Baker, W. E. and J. M. Sinkula (1999). Learning orientation, market orientation, and innovation: Integrating and extending models of organizational performance. *Journal of Market Focused Management*, 4(4): 295-308. 3.Baker, W. E. and J. M. Sinkula (1999). The synergistic effect of market orientation and learning orientation on organizational performance. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27(4): 411-427. 4.Greg Brue (2002). *Six Sigma for Managers* McGraw-Hill. pp. 29-93. 5.Molleman, E. and M. Broekhuis (2001). Sociotechnical systems: Towards an organizational learning approach. *Journal of Engineering and Technology Management*, 18(3, 4): 271-294. 6.Sinkula, J. M., W. E. Baker and T. Noordewier (1997). A framework for makerbased organizational learning: Linking values, knowledge, and behavior. *Academy of Marketing Science. Journal*, 25(4): 305-317. 7.Fiol, C. Marlene and Marjorie A. Lyles (1985). Organizational learning. *Academy of Management The Academy of Management Review*, 10(4): 803-813. 8.Ouksel, A. M., K. Mihavics and P. Chalos (1997). Accounting information systems and organization learning: A simulation. *Accounting, Management and Information Technologies*, 7(1): 1-19. 9.Klimecki, R. and H. Lassleben (1998). Modes of organizational learning: Indications from an empirical study. *Management Learning*, 29(4):405-430. 10.Hunt, S. D. and R. M. Morgan (1996). The resource-advantage theory of competition: Dynamics, path dependencies, and evolutionary dimensions.*Journal of Marketing*, 60(4): 107-114. 11.Hult, G. T. M., O. C. Ferrell and R. F. Hurley (2001). Global organizational learning effects on cycle time performance. *Journal of Business Research*, 55(5): 377-387. 12.Nystrom, P. C. and W. H. Starbuck(1984). To avoid organizational crises, unlearn. *Organizational Dynamics*, 12(4): 53-65. 13.Lovelock, Christopher H.(1983). Classifying services to gain strategic marketing insights, *Journal of Marketing*, 47, 9-20. 14.Kotler, P.(1998). *Marketing management: Analysis, planning, implementation and control*(7th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. 15.Sasser, W.E., Jr., & Arbeit, S.F. (1976). Selling jobs in the service sector. *Business Horizons*,19(3), 61-65. 16.Reeves, C.A., & Bednar, D.A. (1994). Defining quality: Alternatives and implications.*Academy of Management Review*, 19, 419-445. 17.Deming, W.E. (1982). Improve of quality & productivity, through action by management,*National Productivity Review*, 14(4), 12-22. 18.Juran, J.M., & Gryna, F.M. (1986). *Quality planning and analysis* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill. 19.Mitra, A. (1993). *Fundamentals of quality control and improvement*. New York: Macmillan. Oliver, Richard L. (1981). Measurment and evaluation of satisfaction process in retailing setting. *Journal of Retailing*, 57, 25-48. 20.Parasuraman, A., Zeithaml, Valarie A., & Berry, Leonard L. (1985). Quality counts in service. *Journal of Marketing*, 28, 44-53. 21.Parasuraman, A., Zeithaml, Valarie A., & Berry, Leonard L. (1988). Communication and control processes in delivert of service quality. *Journal of Marketing*, 52(4), 35-48. 22.Parasuraman, A., Zeithaml, Valarie A., & Berry, Leonard L. (1991). Refinement and reassessment of the SERVQUAL Scale. *Journal of Retailing*, 67(4), 420-450. 23.Ronald D. Snee (1999). Why Should Statisticians Pay Attention to Six Sigma?. *Quality Progress*, 32 (9), pp.100-103. 24.Peter S. Pande, Robert P. Neuman & Roland R. Cavanagh (2000). *TheSix Sigma Way*. McGraw-Hill. pp.32-86. 25.Peter S. Pande & Patrick Connolly (2000). Turning Quality into a Management System. *ASQ's 54th Annual Quality Congress Proceedings*. pp.161-167. 26.Jean Cherry & Sridhar Seshadri (2000). Six Sigma: Using Statistics to Reduce Process Variability and Costs in Radiology. *Radiology Management* November / December. pp. 42-45. 27.Roger W. Hoerl (1998). Six Sigma and The Future of The Quality Progression. *Quality Progress*, 31 (6), pp.35-42. 28.Ronald D. Snee (2000). Six Sigma Improves Both Statistical Training and Processes. *Quality Progress*, 33 (10), pp. 68-72. 29.Gerald J. Hahn, Necip Doganaksoy & Roger Hoerl (2000).The Evolution of Six Sigma. *Quality Engineering* 12 (3), pp. 317-326. 30.Jerome A. Blakeslee (1999). Implementing the Six Sigma Solution. *Quality Progress*, 32 (7), pp.77-85. 31.Yamin, S., A. Gunasekaran and F. T. Mavondo, (1999). Innovation index and its implications on organizational performance: A study of Australian manufacturing companies. *International Journal of Technology Management*, 17(5): 495-503. 32.Subramanian, A. and S. Nilakanta, (1996). Organizational innovativeness: Exploring the relationship between organizational determinants of innovation, types of innovations, and measures of organizational performance. *Omega*, 24(6): 631-647. 33.Baer, M. and M. Frese, 2003. Innovation is not enough: Climates for initiative and psychological safety, process innovations, and firm performance. *Journal of Organizational Behavior*, 24(1): 45-68. 34.Sandholm, L., and Sorqvist, L., " 12 requirements for Six Sigma successes, " *ASQ Six Sigma Forum Magazine*, Milwaukee, Vol.2, No.Nov, 2002, pp.17-22. 35.Hoerl, R. W., " Six Sigma and the Future of the Quality Profession, " *IEEE Engineering Management Review*, Vol.26, No.3, 1998, pp.87-94. 36.Gorsuch, R.L., *Factor Analysis*, Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, (1983). 37.Daft, R. L. (1978). A dual-core model of organizational innovation. *Academy of Management Journal*, 21(2): 193-210. 38.Damanpour, F. and W. M. Evan (1984). Organizational innovation and performance: The problem of " Organizational lag " . *Administrative Science Quarterly*, 29(3): 392-409. 39.Damanpour, F. (1991). Organizational innovation: A meta-analysis of effects of determinants and moderators. *Academy of Management Journal*, 34(3): 555-590. 40.Hurley, R. F. and G. T. M. Hult (1998). Innovation, market orientation, and organizational learning: An integration and empirical examination. *Journal of Marketing*, 62(3): 42-54. 41.Huselid M. A., S. E. Jackson and R. S. Schuler (1997). Technical and strategic human resource management effectiveness as determinants of

firm performance. *Academy of Management Journal*, 40(1): 171-188. 42. Leavy, B. (1998). The concept of learning in the strategy field: Review and outlook. *Management Learning*, 29(4): 447-466. 43. Lukas, B. A., G. T. M. Hult and O. C. Ferrell (1996). A theoretical perspective of the antecedents and consequences of organizational learning in marketing channels. *Journal of Business Research*, 36(3): 233-244. 44. Lyon, D. W. and W. J. Ferrier (2002). Enhancing performance with product-market innovation: The influence of the top management team. *Journal of Managerial Issues*, 14(4): 452-469. 45. Sellani, R. J. (1994). Organizational lag and its effects on financial performance. *Production and Inventory Management Journal*, 35(3): 77-81. 46. Gerald J. Hahn, William J. Hill, Roger W. Horel & Stephen A. Zinkgraf (1999). The Impact of Six Sigma Improvement: A Glimpse into the Future of Statistics. *The American Statistician*, 53 (3), pp.208-215.. 47. Ronald D. Snee (2000). Using Six Sigma In Improving Health Care System. *ASQ ' s 54th Annual Quality Congress Proceedings*: p p. 571-572. 48. Jones, T.O., & Sasser, W.E., Jr. (1995). Why satisfied customer defect. *Harvard Business Review*, 73 (6), 88-99. 49. Marr, J. W. (1986). Letting the customer be the judge of quality, *Quality Progress*, 19 (10), 46-49. 50. Oliver, Richard L., & Desarbo, W.S. (1988). Response determinants in satisfaction judgements. *Journal of Consumer Research*, 14(5), 495-507. 51. Oliver, Richard L., & MacMillian, I.C. (1992). A catastrophe model for developing service satisfaction strategies. *Journal of Marketing*, 56, 83-95. 52. Parasuraman, A., Zeithaml, Valarie A., & Berry, Leonard L. (1993). The nature and determinants of customer expectations of service. *Journal of the Academy of Marketing Service*, 21(1), 1-12. 53. Rosander, A.C. (1980). Service industry QC: Is the challenge being met, *Quality Progress*, September, 34-35. 54. Rust, Roland, Anthony, T., Zahorik, J., & Keiningham, Timothy L. (1995). Return on quality (ROQ): Marketing service quality financially accountable. *Journal of Marketing*, 58, 58-70.