

軍人撫卹制度的滿意度、信任與行為意圖探討之研究-以台灣、在台新加坡軍人為例

許達、陳美玲、陳君達

E-mail: 9511512@mail.dyu.edu.tw

摘要

建立軍人撫卹制度的精神內涵，即在於國軍官兵發生傷亡事 故時，得依其對國家之貢獻，給與遺族適當的照護，以達安生慰死之目的。有鑑於此，如何使撫卹制度在軍人、軍人家屬心目中獲得認同、肯定與滿意，是為本制度推動與執行上重要趨勢。本研究藉由問卷調查與皮爾森相關係數分析，來探討軍人撫卹制度與滿意度、信任、行為意圖之間的相關性。經研究後歸納 幾項結論：一、在信任方面：信任程度越高，撫卹制度的期望與認知程度也 越高。二、在行為意圖方面：行為意圖的程度高低，對撫卹制度的期望 與認知程度有顯著的影響程度。三、信任與行為意圖方面：兩者之間具有極大相關性，一方成效 高同樣另一方成效也相對為高。四、滿意度、信任與行為意圖，三者之間成效高低互相影響，也 同時對撫卹制度的成效高低具有直接的影響。

關鍵詞：軍人撫卹制度，滿意度，信任，行為意圖

目錄

封面內頁 簽名頁 授權書.....	iii	中文摘要.....	iv	英文摘要.....	v
謝.....	vi	目錄.....	vii	圖目錄.....	ix
錄.....	x	第一章 緒論 1.1 研究背景與動機.....	1	1.2 研究目的.....	2
方法與步驟：.....	3	第二章 文獻探討 2.1 新加坡軍人與台灣軍人現況.....	5	2.2 台灣軍人撫卹制	
度.....	6	2.3 新加坡軍人撫卹制度.....	10	2.4 新加坡軍人、台灣軍人撫卹制度之差別.....	13
討.....	14	2.6 信任之探討.....	22	2.7 行為意圖之探討.....	27
之關聯性.....	31	3. 第三章 研究方法 3.1 研究架構.....	33	3.2 研究假設.....	34
量.....	38	3.4 研究設計.....	43	3.5 統計分析方法.....	46
回收與樣本特性.....	47	4.2 信度分析.....	51	4.3 效度分析.....	52
析.....	53	4.5 研究假設實證結果.....	66	4.6 新加坡與台灣差異分析.....	69
結論.....	71	5.2 建議.....	74	5.3 研究限制與未來研究方向.....	75
獻.....	78	附錄一.....	89		

參考文獻

- 一、中文部分 1. 方世榮 (1994) , 「行銷管理學」, 台北:東華書局出版。 2. 王英櫻 (2001) , 服務補救之顧客滿意度 - 以公平理論來探討 , 文化大學國際企業管理研究所碩士論文。 3. 安家鈺 (1997) , 安生慰死 - 談軍人撫卹 , 彙政特刊 , 第7卷 , 41 - 45 頁。 4. 呂鴻德 , 賴宏誌 , 謝憶文 (2000) , 「顧客滿意構面、品牌忠誠度與顧客終身價值關係之研究 - LISREL 模式之實證」, 中原學報28卷第4期 , 25 - 36 頁。 5. 呂明泰 (2002) , 公務員撫卹制度之研究 - 正義的觀點 , 政治大學行政管理碩士學程論文。 6. 呂水欽 (2003) , 公務機關提升服務品質與民眾滿意度之研究 - 以入出境管理局服務為例 , 樹德科技大學經營管理研究所碩士論文。 7. 江寬容 (2003) , 探討顧客人格特質對信任、承諾與行為意圖 間的影響 - 以大台中銀行業為例 , 逢甲大學經營管理碩士在職專班碩士論文。 8. 李正文、陳煜霖 (2005) , 服務品質、顧客知覺與忠誠度間關係之研究 - 以行動通訊系統業為例 , 顧客滿意學刊 , 第1卷第1期 , 51 - 84 頁。 9. 邱皓正 (2005) , 社會與行為科學的量化研究與統計分析 , 台北:五南圖書出版股份有限公司。 10. 吳鴻顯 (2000) , 新加坡、馬來西亞、香港公基金制度考察報告 , 考試院 , 14 - 15 頁。 11. 吳政霖 (2001) , 「有形國力比較 - 台灣、南韓、馬來西亞、新加坡、澳洲」, 南華大學亞洲太平洋研究所碩士論文。 12. 林燈燦 (2003) , 服務品質管理 , 台北:品度出版。 13. 林家弘 (2004) , 服務品質、顧客滿意度與行為意圖間關係之 研究 - 以台北市牙醫診所為例 , 大同大學事業經營研究所碩士 論文。 14. 林洋助 (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 , 台灣大學商學研究所博士論文。 15. 楊志恆 (1998) , 新加坡國防政策之研析 , 東南亞季刊 , 第566 期 , 49 - 50 頁。 16. 施淳瑄 (2001) , 台灣網路書店經營型態對服務品質、知覺風險、顧客行為意圖影響之探討 , 國立政治大學企業管理學系碩士論文。 17. 洪慈鎂 (2003) , 顧客與金融產業之企業形象、關係行銷 , 對 信任、滿意度與後續使用意願 的影響 , 東吳大學心理學系碩士 論文。 18. 徐堅白 (2000) , 「俱樂部的經營管理」, 揚智文化。 19. 陳窗期 (2004) , 商業行政機關服務品質、顧客滿意度與員工 認知之研究 - 以台北商業管理處為例 , 台北科技大學商業自動化與管理研究所碩論文。 20. 黏南亮 (1997) , 簡介新加坡中央公基金制度 , 公務人員月刊 , 第13期 , 22、26 - 27 頁。 21. 郭德賓 (1999) , 服務業顧客滿意評量模式之研究 , 中山大學 企業管理研究所博士論文。 22. 黃怡姿 (1999) , 員工之組織信任的形成與影響 , 台灣大學心理學系研究所碩士論文

。 23. 黃子庭（2004），志願性福利組織和政府的互動模式 - 以新加坡為例，非營利組織管理學刊，第3期，01 - 24頁。 24. 國防部人力司（2004），赴韓國、新加坡、日本考察兵役制度案返國報告，行政院研考會公務出國報告。 25. 國軍旌表撫卹暨軍墓勤務法令彙編（1992），聯合勤務總司令部留守業務署編印，3 - 22頁。 26. 國防部（2004），行政院研考會 - 國防施政滿意度調查報告。 27. 喬友慶（1998），從管理機會方格看顧客滿意度 - 以銀行業為例，彰化師範大學商業教育學系碩士論文。 28. 張東江、聶和興（2000），當代軍人社會保障制度，北京：法律出版社，210、230 - 231頁。 29. 張伊嫻（2003），服務品質、顧客滿意度、信任、承諾與行為意圖間關係之研究，大同大學企業管理系碩士論文。 30. 張雲祥（1995），零售業顧客滿意與顧客忠誠度相關性之研究，淡江大學科學研究所碩士論文。 31. 張淑青（2004），顧客滿意度與信任對忠誠度影響之研究，管理學報，第21卷第5期，612 - 614頁。 32. 翁崇雄（1993），評量服務品質與服務價值之研究 - 以銀行業為實證對象，台灣大學商學研究所博士論文。 33. 鄭清文（2002），台灣壽險業顧客滿意度、信任、承諾及購後意願的關聯行研究，東吳商學院企管系碩士班碩士論文。 34. 程進升（2004），國軍遺族對撫卹服務滿意度之研究，國防大學管理學院碩士論文。 35. 楊錦洲（2001），顧客服務創新價值 - 如何做好服務品質，台北：中衛出版。 36. 楊世瑩（2005），SPSS統計分析實務，台北：旗標出版股份有限公司，11.2 - 11.14頁。 37. 蔡志昇（2000），軍人撫卹暨慰助策進之研究 - 兼與警察撫卹暨慰助之比較，國防雜誌，第15卷第8期，36 - 61頁。 38. 鄭清文（2002），台灣壽險業顧客滿意度、信任、承諾及購後意願的關聯行研究，東吳商學院企管系碩士班碩士論文。 39. 謝憶文（1999），顧客滿意、品牌權益與顧客終身價值關係之研究 - 以服務過程為服務業分類之實證，中原大學企業管理學系碩士論文。 40. 簡益謙（2003），我國公務員退休撫卹基金改採確定提撥致可行性之研究，文化大學政治學研究所碩士論文。 41. 鍾瑄容（2001），涉入程度、顧客滿意度與忠誠度關係之研究 - 以網路商店類型及顧客關係結合類型分析，中原大學企業管理學系碩士論文。 英文部分、 1. Aiello, C. and Rosenberg, L. ?i1976?j, Consumer Satisfaction: Toward an Integrative.?HProceedings of Southern Marketing Association, pp. 169-171. 3. Anderson, J.C. and Narus, J.A. ?i1990?j, Model of Distributor Firm and Manufacturer Firm Working Partnerships.?HJournal of Marketing, Vol.54, pp.42-58. 4. Anderson, E. W., Fornell, C. and Lehmann, D. R. ?i1994?j, Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings from Sweden. ?HJournal of Marketing, Vol.58, pp. 53-66. 5. Barber, B. ?i1983?j, The Logic and Limits of Trust. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press. 6. Beatty, S.E., Mayer, M., Coleman, J.E., Reynolds, and Lee, J. ?i1996?j, ?HCustomer-Sales Associate Retail Relationships.?HJournal of Retailing, 72?i3?j, pp.223-247. 7. Bearden, W.O. and Teel, J.E. ?i1983?j, ?HSelected Determinants of Consumer Satisfaction and Complaint Reports.?HJournal of Marketing Research, Vol.20, pp.21-28. 8. Berry, L.L. ?i1995?j, Relationship Marketing of Services Growing Interest, Emerging Perspectives.?HJournal of the Academy of Marketing Science, 23 ?i4?j, pp.236-245. 9. Boles, J. S., J. T. Johnson, and Jr. H. C. Barksdale ?i2000?j, Low Salespeople Build Quality Relationships: A Replication and Extension.?HJournal of Business Research, 48?i1?j, pp. 75-81. 10. Boulding, William, Aiay Karla, Richard Staelin, and Valarie A. Zeithaml ?i1993?j, ?gA Dynamic Process Model of Service Quality: From Expectations to Behavioral Intentions.?HJournal of Marketing Research, 30 ?iFebruary?j, pp.7-27. 11. Brock, S.J. ?i1997?j, Telling Alliances: Issues and Insights.?HIndustrial Marketing Management, Vol.26, pp.1491-61. 12. Bradach, J. L., Eccles, R. G. ?i1989?j, ?gPrice, Authority, and Trust?h From Ideal Types to Plural Forms?hAnnual Review of Sociology, 15, 97-118. 13. Cadotte, E.R., Woodruff, R.B. and Roger, L.J. ?i1987?j, Expectations and Norms in Models of Consumer Satisfaction?HJournal of Marketing Research, Vol.24, pp. 305-314. 14. Cardozo, R. N. ?i1965?j, n Experimental Study of Customer Effort, Expectation, and Satisfaction. Journal of Marketing Research, Vol. 24, pp.244-249. 15. Cronin, J. Joseph Jr., and Stenen A. Taylor ?i1992?j, ?gMeasuring Service Quality: A Reexamination and Extension.?HJournal of Marketing, 56?iJuly?j, pp.55-68. 16. Cronin, J. Joseph, Michael K. Brady, and Tomas M. Hult ?i2000?j, Assessing the Effects of Quality, Value, and Customer Satisfaction on Consumer Behavioral Intentions in Service Environments. Journal of Retailing, 76, 193-218. 17. Crosby, L. A. and Stephens, N. ?i1987?j, ?HEffects of Relationship Marketing on Satisfaction, Retention, and Prices in the Life Insurance Industry.?HJournal of Marketing Research, Vol.24, pp.404-411. 18. Crosby, L.A., K.R. Evans and D. Cowels ?i1990?j, Elation ship Quality in Services Selling: An Interpersonal Influence Perspective.?HJournal of Marketing, 54, pp. 68-81. 19. Daft, Richard L. and Raymond A. Noel ?i2001?j, Organizational Behavior, Orlando: Harcourt, ?HMarketing Association, pp.40-45. 20. Day, R.L. ?i1977?j, ?HAlternative Definitions and Designs for Measuring Consumer Satisfaction and Dissatisfaction.?HH. K. Kieth, Cambridge, MA: Marketing Science Institute. 21. Doney, P. M. and Cannon, J. P. ?i1997?j, n Examination of the Nature of Trust in Buyer-Seller Relationships.?HJournal of Marketing, Vol.61, pp.35-51. 22. Dupont, R. ?i1998?j, ?HRelationship Marketing: A Strategy for Customer-owned Utilities in a Restructured Industry.?HJournal of Marketing, pp.11-16. 23. Dwyer, F. R. and Lagace, R.R. ?i1986?j, n the Nature and Role of Buyer-Seller Trust.?HChicago: American Marketing Association, pp.40-45. 24. Dwyer, F. R., P. H. Schurr and S. Oh ?i1987?j, ?eve Loping Buyer-Seller Relationships.?HJournal of Marketing, 51 ?iApril?j, pp.11-27. 25. Engel, J. F., R. D. Blackwell and P. W. Miniard ?i1995?j, ConsumerBehavior, Florida: The Dryden Press. 26. Folkes, Valerie S. ?i1984?j, ?gConsumer Reactions to Product Failure: An Attributional Approach.?hJournal of Consumer Research, Vol.10, March, pp. 398-409. 27. Gabarro, J. ?i1978?j, the Development of Trust, Influence, and Expectations. In A. G. Athos and J.J. Gabarro ?iEds.?j, International Behavior: Communication and Understanding in Relationships: 290-303. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall. 28. Ganesan, S. ?i1994?j, ?HDeterminants of Long-Term Orientation in Buyer-Seller Relationships.?HJournal of Marketing, Vol.58, pp.1-19. 29. Ganesan, Shankar and Ron Hess ?i1997?j, Dimensions and Levels of Trust: Implications for Commitment to a Relationship.? Marketing Letters, 8, no. 4, pp. 439-448. 30. Garbarino, E. and Johnson, S. M. ?i1999?j, ?Hthe Different Roles of Satisfaction, Trust, and Commitment in Customer Relationships.?HJournal of Marketing, Vol. 63, pp.70-87. 31. Geyskens, I., Steenkamp, J. E. M. and Kumar, N. ?i1999?j, Meta-Analysis of Satisfaction in Marketing Channel Relationships.?Hof Marketing Research, Chicago, Vol.36, pp.223-238. 32. Golembiewski, R. T. and McConkie, M. ?i1975?j, ?HThe Centrality of Interpersonal Trust in Group Processes.?HC. L. Cooper, Theories of Group Process, New York: Wiley, pp.131-185. 33. Handy, C. R. and Pfaff, M. ?i1975?j, Consumer

Satisfaction with Food Products and Marketing Service.?HEconomic Research Service, U. S.Department of Agriculture, Agricultural Economic Report, pp.281. 34. Hempel, D. J.?i1977?j,?HConsumer Satisfaction with the Home. Buying Process: Conceptualization and Dissatisfaction, Cambridge, Mass: Marketing Science Institute. 35. Hunt, H.K.?i1977?j,Conceptualization and Measurement of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction, Cambridge, Mass.: Marketing Science Institute Hosmer, L. T. (1995). Trust: the Connecting Link Between Organizational Theory and Philosophical Ethics. Academy of Management Review, 20(2), 379-403. 36. Howard, J. A. and Sheth, J. N.?i1969?j,?Hthe Theory of Buyer Behavior.?HNew York: John Wiley and Sons. 37. Kotler, P.?i1991?j,Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control.?H7th ed, Prentice-Hall. 38. Kotler, P.?i1991?j, Presentation at the Trustees Meeting of the Marketing Science In Institute in November 1990, Boston. 39. Kotler, P.?i1994?j, Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control, New Jersey: Prentice-Hall, Englewood Cliffs, Mar.,pp.60-62. 40. Kristensen, K., Martensen A. and Gronholdt, L.?i2000?j, Customer Satisfaction Measurement at post Denmark: Results of Application of the European Customer Satisfaction Index Methodology.?HTotal Quality Management,11?i7?j. 41. Latour, S. A.and Peat, N. C?i. 1979?j,he Role Situationally producedExpectations, Others?HExperiences and Prior Experience in Determining Consumer Satisfaction?HAdvances in Consumer Research, Vol.7,pp.586-592. 42. Liu, Annie, H. and Leach, M. P.?i2001?j,Eveloping Loyal Customers with a Value-adding sales force: Examining Customer Satisfaction and Perceived Credibility of Consultative Salespeople.?HJournal of Personal Selling ? Sales Management, Vol. XXI, pp.147-156. 43. Mcknight,D.H.and Cummings,L.L.?i1998?j,Nitial Trust Formation in New Organizational,Relationships.?HAcademy of Management Review,Vol.23, pp.47 3-490. 44. Mittal,V., Kumar,P. and Lassar?i1996?j,Attribute-level Performance,Satisfaction and Behavioral Intentions over time: A Consumption-system Approach.?H Journal of Marketing, Vol.63, pp.88-101. 45. Moorman, C., R. Deshpande and G. Zaltman?i1993?j, Actors Affecting Trust in Market Relationships.?HJournal of Marketing,57?iJanuary?j,81-101. 46. Morgan, R. M. and Hunt, S. D.?i1994?j,He Commitment- Trust Theory of Relationship Marketing.?HJournal of Marketing,Vol.58,pp.20-38. 47. Oliver, R. L.?i1980?j,Cognitive Model of Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions.?HJournal of Marketing, pp.460-469. 48. Oliver, R. L.?i1981?j,?HMeasurement and Evaluation of Satisfaction Processes in Retail Settings.?HJournal of Retailing,pp57. 49. Oliver, R. L. and Desardo, W. S?i. 1988?j, Response Determinants in Satisfaction Judgements.?HJournal of Consumer Research, Vol.14,pp.495-507. 50. Oliver, R. L.?i1993?j, Cognitive, Affective, and Attribute Bases of the Satisfaction Response.?HJournal of Consumer Research, Vol.20, pp.418-430. 51. Parasuraman A., Zeithaml, V.A.and Berry, L.L.?i1988?j,Ervqual: A multipleitem scale for Measuring Consumet Perceptions of Service Quality.?HJournal of Retailing, Vol.64, pp.12-40. 52. Parasuraman A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L.?i1996?j, He Behavioral Consequences of Service Quality,?h Journal of Marketing,Vol.60,pp.31-46. 53. Peyrot,C.and Schnapf?i1993?j,Consumer Satisfaction and Perceived Quality of Outpatient Health Services.?HJournal Of Health Card Marketing,pp.24-33. 54. Reichheld, Frederick F. and Phil Schefter?i2000?j,Loyalty Your Secret Weapon on the Web.?HHarvard Business Review,78?iJuly / August?j,pp.105-113. 55. Rousseau, Denise, Sim B. Sitkin, Ronald Burt, and Colin Camerer?i1998?j,oat so Different After All:A Cross-Discipline View OfTrust.?Hthe Academy of Management Review 23?i4?j,pp.393-404. 56. Singh, J. and Sirdeshmukh, D.?i2000?j,Agency and Trust Mechanisms in Consumer Satisfaction and Loyalty Judgments?HJournal of the Academy of Marketing Science,Vol.28, pp.150-167. 57. Sirdeshmukh, D.,Singh,J.and Sabol, B.?i2002?j, Consumer Trust, Value, and Loyalty in Relational Exchanges.?HJournal of Marketing, 66,pp.15-37. 58. Smith, Robert E. and William R. Swinyard?i1982?j, Information Response Models: An Integrated Approach,?HJournal of Marketing, 46 ?i1?j,winter,pp.81-94. 58.Spreng, R.A. and Mackoy, R.D.?i1996?j,n Empirical Examination for a Model Perceived Quality and Satisfaction.?HJournal of Retailing,Vol.72, pp.201-214. 59. Thorsten, Henning-Thurau, Kevin P. Gwinner, and Dwayne D.Gremler, ?i2002?j, Understanding Relationship Marketing Outcomes: An Integration of Relational Benefits and Relationship Quality, Journal Of Service Research,4 ?i3?j,pp.230-247. 60. Rban, Glen L., Fareens Sultan, and William J. Qualls?i2000?jLacing Trust at the Center of Your Intemet Strategy.?HSloan Management Review 42 ?ifall?j,pp.39-49. 61. Westbrook,R.A.,Cadotte,E.R. and Jenkins?i1980?j,Rating Scale for Measuring Product/Service Satisfaction.?HJournal of Marketing, pp.68-72. 62. Wetzel, M., K. D. Ruyter, and M. V. Birgelen?i1998?j,Arketing Service Relationships: The Role of Commitment,? Journal of Business and Industrial Marketing, 13?i4.5?j, pp.406-423. 63. Wirtz, Jochen and John E.G. Bateson,?i1995?j,An Experimental Investigating of Halo Effects in Satisfaction Measures of Service Attributes, International Journal of Service Industry Management, Vol.6,pp.84-102. 64. Woodside,A.G.,Frey,L.and Daly,R.T.?i1989?j,Inking Service Quality, Customer Satisfaction and Behavioral Intention.?HJournal of Care Marketing, pp.5-17. 65. Zeithaml,V.,Parasuraman A.,and Berry L. L., ?i1985?j,Problems and Strategies in Services Marketing, Journal of Marketing, Vol.49:33-46.