

提昇眼鏡業服務品質之研究

陳錫評、曾清枝

E-mail: 9611460@mail.dyu.edu.tw

摘要

就一般消費者而言，追求高品質的服務，已是最重要的消費需求趨勢，對於眼鏡業而言，可能因為服務人員與消費者在服務品質的期望與實際服務表現上，由於在其消費者與眼鏡業者之間認知的不一致，而產生了服務品質的差距，造成消費者對服務品質的不滿意以致流失顧客。因此，本研究擬以Parasuraman, Zeithmal and Berry 等三位學者所提出之「服務品質模式」為基礎，經由對眼鏡業所提供之服務品質的研究，期望其研究結果對眼鏡業在改善及提昇服務品質上有所助益，並提供未來眼鏡業業者欲進行服務品質分析時的應用依據。本研究方式採質性研究的深度訪談方式，眼鏡業者部份共獲得10份有效訪談、眼鏡消費者部份共獲得10份有效訪談、並運用本研究主要研究動機，確認研究問題與研究目的，其次進行相關文獻的探討，包括學術文獻的蒐集與眼鏡業界相關次級資料的整理。藉由文獻整理，及眼鏡業界資料發展出本研究之觀念性架構，進行關鍵就P.Z.B服務品質五大構面對眼鏡業者及消費者之間服務品質之差距找出其差異？進行深度訪談以作為個案訪談分析之用。最後，配合觀念性架構的基礎，統整分析結果，發展出重要命題、獲致結論並提出建議。研究結果如下所述：1. 受訪樣本敘述資料發現業者及消費者學歷提昇，消費的服務品質需求有越來越高的趨勢。2. 眼鏡業訪談發現服務品質的看法的確有差異化及一致性。3. 消費者訪談發現服務品質的看法的確有差異化及一致性。4. 將眼鏡業（傳統店與連鎖店）與消費者之間服務品質看法的差距。本研究針對門市店的經營者提出建議，經營者必須經常回過頭來，檢驗及查看自身是否仍具備競爭能力及條件，有無經營理念上或執行上的偏差，導致於消費者不滿或競爭力減弱？隨時反省，隨時調整修正，確保能繼續經營，讓自己立於不被淘汰的利基環境中。

關鍵詞：服務品質；P.B.Z服務品質模式；眼鏡業

目錄

| | | | | | |
|------------------------------------|------|-------------------------|----|----------------------------|-----|
| 目錄封面內頁 簽名頁 授權書..... | iii | 中文摘要..... | iv | 英文摘要..... | |
| vi 誌謝..... | viii | 目錄..... | x | 圖目錄..... | xii |
| 表目..... | | | | | |
| 錄..... | xiii | 第一章 緒論 1.1 研究背景與動機..... | 1 | 1.2 研究範圍與對象..... | 4 |
| 研究目的..... | 4 | 1.4 研究流程..... | 5 | 第二章 文獻探討 2.1 服務的定義及特性..... | 7 |
| 品質的定義..... | 10 | 2.3 服務品質的定義及特性..... | 13 | 2.4 服務品質之模式..... | 18 |
| 服務品質的構面..... | 24 | 第三章 研究方法 3.1 研究架構..... | 29 | 3.2 資料蒐集..... | 30 |
| 3.3 研究流程..... | 35 | 3.4 訪談設計..... | 36 | 3.5 研究方法之信效度..... | 37 |
| 第四章 結果與討論 4.1 受訪樣本敘述資料整理..... | 41 | 4.2 受訪之眼鏡業訪談內容總結整理..... | 43 | 4.3 受訪之消費者訪談內容總結整理..... | 54 |
| 4.4 眼鏡業（傳統店與連鎖店）與消費者之間服務品質的差距..... | 64 | 第五章 結論 5.1 結論..... | 73 | 5.2 建議..... | 75 |
| 參考文獻..... | 75 | | | | 80 |

參考文獻

1. 林英? (2085)，現代生產與作業管理。商略印書館。頁1203-1204。
2. 杉本辰夫 (1986)，盧淵源譯，事物、營業、服務的品質管制，中興管理顧問公司，台北。
3. 吳芝儀、李幸儒 編譯 (1995)。質的評鑑與研究 (Michel Quinn Patton原著)。台北:桂冠圖書股份有限公司。
4. 段樵，現代生產管理理論在服務行業品質管制上的應用。(台灣經濟研究月刊，第七卷，第五期)，頁45。
5. 胡幼慧 (1997)。質性研究的分析和寫成。台北:巨流圖書公司。
6. 淺井慶三郎、清水滋著，謝森展譯，(1989)。服務行銷管理，創意力文化事業。
7. 李建隆 (1997)，資訊服務功能之服務品質實證研究 - 以台電公司為例，國立交通大學管理科學研究所碩士論文。
8. 曾麗蓉 (1988):醫院門診服務品質之實證研究，國立政治大學企業管理研究所碩士學位論文。
9. 陳萬淇 (1985)。個案研究法。台北:華泰書局。
10. 陳耀茂 (1997)。品質保證 - 理論與實務，五南圖書出版公司出版。
11. 陳晏如 (1988)，服務業服務品質之實證研究，政治大學企研所碩士論文。
12. 陳淑惠 (1988):速食業服務品質之實證研究，國立政治大學企業管理研究所碩士學位論文。
13. 葉貞惠(1998)，「服務品質與消費者購後行為相關性之研究 - 以台中國際觀光旅館為例」，碩士論文，私立大葉大學事業經營管理研究所，彰化。
14. 楊錦洲 (2002)。服務業品質管理，初版，台北:品質學會，3頁，9-10頁。
15. 楊淑涓(2001)，「價格、品質與價值鍊之實證研究 - 以國際觀光旅館為例」，碩士論文，私立朝陽科技大學休閒事業管理研究所，台中。
16. 簡君蓉 (2002)，「國民中學學校服務品質缺口模式問卷發展與應用之研究」，碩士論文，國立暨南國際大學教育政策與行政研究所，台中。
17. 劉丁芳 (1990):便利商店服務品質之實證研究，國立政治大學企業管理研究所碩士學位論文。
18. 劉湘娥 (1997):貨櫃船公司服務品質之實證研究，國立政

治大學統計系研究所碩士論文。19. 薄喬萍、黃經編著 (2001)。服務業管理，初版，台北:永大，第1章1-11頁、第12章1-17頁、第13章1-30頁。20. 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未出版博士論文。21. 鄭玉惠(1993)，「國際觀光旅館服務品質之研究」，碩士論文，國立中山大學企業管理研究所，高雄。22. 蕭富豐 (1996) :影響服務品質關鍵因素之研究 - 服務要素服務力之觀點，國立政治大學企業管理研究所博士學位論文。

二、英文部份

1. Deming,W.E., (1982) . Improvement of Quality and Productivity Through Action by138Management ,National Productivity Review. pp12-22.
2. Juran, J. M., Frond, M. C., & Bingham, R. S. (1974). Quality controlhandbook. New York:McGraw-Hill Book Company.
3. Juran ,J. M., (1988) . Quality Control Handbook, New York : McGraw-hill Book.Co,4thed, P33.2
4. Kotler, P., (1973) . The Major Tasks of Marketing Management.Journalof Marketing, pp. 42-49.
5. Kotler, P.(1998), Marketing Management : Analysis, Planning Implementation and Control, 8 ed.
6. Parasuraman, A., Zeithaml. V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implication for future research. Journal of Marketing, 49(3), 44.
7. Parasuraman, A., Zeithaml. V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implication for future research. Journal of Marketing, 49(3), 48.
8. Parasuraman, Zeithaml and Berry “ A Conceptual Model of Service and its implication for future Research ” Journal of Marketing Vol.28,1995 p.4.
9. Patton, D. (1995) .Applied Social Research:Tool for the HumanServices. PA:Venture Publishing, Inc.
10. Polor, R. K. (1989) . Case Study Research:Design and Methods.Revised Ed.. Beverly Hills, CA:Sage.
11. Regan, W. J. (1963). The service revolution. Journal of Marketing,47(July), 57-62.