

WTO政府採購協定招標期限與決標品質關係之研究

楊振龍、洪朝陽

E-mail: 9700991@mail.dyu.edu.tw

摘要

國防軍事單位採購預算龐大，政府採購招標期限增加，致決標作業相對延後，並影響戰訓任務；針對此問題國防部和國內、外相關學者目前無深刻研究和調查。本論文旨在測量招標至決標執行過程中執行面與服務面品質滿意程度。就使用單位滿意度關聯性，考驗不同「招標期限長、中、短」時間的購案是否存在顯著差異。運用描述性統計及單因子變異數分析進行統計分析。一、使用單位對於採購單位辦理招標至決標(服務)的品質：(一)在有形性執行面感受是「滿意」的。(二)在無形性服務面感受是「不滿意」的。(三)在招標至決標整體面感受「不滿意情形高於滿意」。(四)招標期限短的購案滿意度，普遍高於招標期限長的購案。二、不同招標期限長、中、短的購案，使用單位對決標(服務)品質的滿意度在「執行面、服務面與整體面」均存在顯著差異：(一)執行面具顯著差異3個層面，不具顯著差異2個層面。(二)服務面具顯著差異4個層面，不具顯著差異1個層面。(三)招標至決標整體面(執行面及服務面)具顯著差異7個層面，不具顯著差異3個層面。(四)服務面最具顯著差異，整體面次之，執行面再次之。

關鍵詞：政府採購法；招標期限；決標(服務)品質

目錄

中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭		vi 內容目錄	vi
vii 表目錄		ix 圖目錄	ix
x 第一章 緒論	1	1 第一節 研究背景	1
1 第二節 研究動機	3	3 第三節 研究目的	3
4 第二章 文獻回顧	6	6 第一節 相關文獻檢閱	6
6 第二節 WTO政府採購協定	6	6 第三節 招標期限相關文獻	6
10 第四節 決標品質相關文獻	14	14 第五節 軍事採購制度	14
19 第六節 小結	22	22 第三章 研究方法	22
23 第一節 研究架構	23	23 第二節 研究假設	23
24 第三節 研究範圍	25	25 第四節 研究限制	25
27 第五節 資料蒐集方法與研究樣本	28	28 第六節 變項操作性定義	29
30 第七節 內容分析及發現	30	30 第八節 問卷設計及衡量方法	32
33 第九節 訪談調查方法	33	33 第十節 統計分析工具及方法	33
35 第四章 結果分析	35	35 第一節 樣本蒐集結果	35
35 第二節 樣本結構次數分析	35	35 第三節 樣本結構次數分析	36
40 第四節 單因子變異數分析	40	40 第五節 執行面與服務面滿意度單因子變異數分析	42
49 第六節 整體樣本單因子變異數分析	49	49 第五章 結論與建議	51
51 第一節 研究結論	51	51 第二節 對實務界的建議	60
64 第三節 研究限制與後續研究建議	64	64 參考文獻	
66 附錄A 訪談調查問卷	66	66 附錄B 95年度公開招標購案樣本統計表	72
73			

參考文獻

一、中文部分 王文祥(2001)，我國武器獲得方式影響因素之研究 - 國防科技預測與評估模式的應用，國防管理學院資料管理研究所，未出版之碩士論文。何雍慶，蘇雲華(1995)，「服務行銷領域顧客滿意模式及服務品質模式之比較研究」，輔仁管理評論，第2卷第2期，第37-64頁。池福灶(2002)，物料管理，台北縣，前程文化事業有限公司。行政院公共工程委員會(2005)，政府採購法令彙編。行政院公共工程委員會(2001)，簽署世界貿易組織(WTO)政府採購協定相關資料彙編。行政院公共工程委員會(2005)，政府採購申訴案例彙編。行政院公共工程委員會(2000)，簽署世界貿易組織(WTO)政府採購協定相關資料彙編。行政院公共工程委員會(2006)，政府採購錯誤行為態樣。李德璋，陶家維(1995)，健全政府採購作業規定之研究，台北市，行政院公共工程委員會專題研究報告。杉本辰夫(1996)，盧淵

源譯, 事業、營業、服務的品質管制, 中興管理顧問公司。林鴻銘(2003), 政府採購法之實用權益, 台北市, 永然文化出版有限公司。林家弘(2004), 服務品質、顧客滿意度與行為意圖間關係之研究, 大同大學事業經營學系, 未出版之碩士論文。唐國盛(1999), 政府採購法律應用篇, 台北市, 永然文化出版有限公司。國防部(2005), 中華民國國防報告書。台北市, 國防部。陳耀茂(1997), 服務品質管理手冊, 台北市, 遠流出版事業股份有限公司。翁崇雄(1997), 影響消費者評量服務品質與服務價值之研究, 品質學報, 第四卷, 第二期, 第67-103頁。郭德寶(1999), 服務業顧客滿意衡量模式之研究, 國立中山大學企企業管理研究所, 未出版之博士論文。黃鈺華等合著(1999), 政府採購法解讀-逐條釋義, 台北市, 元照出版社。趙文穎, 林恒(1997), 論WTO政府採購協定之適用範圍與相關原則, 經社法制論叢, 第二十期。第1-20頁。羅昌發(2001), 政府採購法與政府採購協定論析, 台北市, 元照出版社。蘇明通, 游麗慧(2002), 政府採購法實務Q&A, 台北市, 元照出版社。張國雄(2006), 行銷管理, 台北市, 雙葉書廊有限公司, 第431-438頁。楊錦洲(2005), 服務業品質管理, 台北市, 中華民國品質學會。楊錦洲(2001), 顧客服務創新價值 - 如何做好服務品質, 台北市, 中衛出版。Christopher Lovelock Lauren Wright著, 楊東震, 羅鈺瑜合譯(2005), 服務行銷與管理, 台北市, 台灣培生教育出版股份有限公司。二、英文部分

Bearden, W. O. & Teel, J. E. (1983). Selected Determinants of Consumer Satisfaction and Complaint Reports. *Journal of Marketing Research*, 20, 20-29. Beckwith, Harry, *Selling the Invisible*. (1997). NY: Warner Books, Inc. Bolton, R. N. and J. H. Drew (1991), "A Longitudinal Analysis of the Impact of Service Changes on Customer Attitudes," *Journal of Marketing*, 55 (January), pp.1-9. Cardozo, R. N. (1965). An Experimental Study of Customer Effort, Expectation and Satisfaction, *Journal of Marketing Research*, 2, 245-250. Cleveland, Brad. (2002). Understanding what your customers want, *Call Center Magazine*, Vol.16, No.2. Cronin, J. J., Jr. and S. A. Taylor(1992), "Measuring Service Quality: A Re-Examination and Extension," *Journal of Marketing*, Vol.56(July), pp.56-68 Garver, Michael S. (2001). Seven Keys to improving customer satisfaction program, *Business Horizons, Europea Journal of Operational Research*, 135(1). No.1. Gronroos, C. (1988), Service Quality: The Six Criteria of Good Perceived Service Quality, *Review of Business*, Vol. 9(Winter), pp.10-13. Gronroos (1990). *Christian Service Management and Marketing*, Lexington, MA: Lexington Books. Juran, J. M. (1974). *Quality Control Handbook*, New York: McGraw-Hill Book Co, 3rd ed. Kettinger, W. J., & Lee, C. C. (1994), Perceived service quality and user satisfaction with the information services function. *Decision Science*, 25(5):737-766. Latour, S. A. & Peat, N. C. (1979). The Role Situationally Produced Expectations, and Prior Experience in Determining Consumer Satisfaction. *Advances in Consumer Research*, 7, 587-593. Murdick, R. G., & Russel, R. S. (1990). *Service Operations Management*, Allyn & Bacon, New York. Oliver, Richard L., (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decision, *Journal of Marketing Research*, 17, 459-469. 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(3): 41-50. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1994), Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: implication for further research. *Journal of Marketing*, 58(1): 111-124. Pitt, L. F., Watson, R. T., & Kavan, C. B. (1995), Service quality: a measure of information systems effectiveness. *MIS Quarterly*, 19(2): 173-187. Tse, D. K. & P. C. Wilton. (1988). Model of Consumer Satisfaction Formation: An Extension. *Journal of Marketing Research*, 25(May), 204-213. Vikas Mittal & Wagner A. Kamakura. (2001). Satisfaction, Repurchase Intent, and Repurchase Behavior: Investigating the Moderating Effect of Customer Characteristics, *Journal of Marketing Research*, Vol. 38, Feb. Woodruff, R. B., D. Scott Clemons, David W. Schumann, Sarah F. Gardial, and Woodruff, R. B., R. C. Ernest, and R. L. Jenkins(1983), "Modeling Consumer Satisfaction Processes Using Experience-Based Norms," *Journal of Marketing Research*, 20(August), pp.296-304. Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Berry L. L. (1985). Problems and Strategies in Services Marketing, *Journal of Marketing*, 49, 33-46. Zeithaml, Valarie A. & Mary Jo Bitner. (2000). *Service Marketing*, New York, NY: McGraw-Hill.