

課後安親才藝班服務品質之滿意因素研究

洪健二、施能仁

E-mail: 9706734@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究主要是以家長的角度切入觀察，探討教學服務品質與家長滿意度和家長忠誠度之間的關係及影響；並考量家長個人特質與安親班類型不同，因而檢驗是否有顯著影響教學品質的認知差異，以及家長滿意度的高低。本研究以彰化縣員林鎮都會區的國小課後才藝安親班家長為研究對象，採問卷調查方式進行實證資料的收集，總計發出400份問卷，統計回收數量為341份，有效問卷數是331份，佔全數的82.75%。使用的統計方法包含敘述性統計、因素分析、信度檢定、t-test單因子變異數分析、pearson相關、scheffe多重比較、多元迴歸...等逐一分析，茲將結果歸納說明如下：本研究發現教學服務品質與家長滿意度、家長忠誠度有顯著正相關的關係，家長大致認為教學服務品質越好，家長滿意度、家長忠誠度相對提高。結論：1. 私立的課後才藝安親機構，本研究就佔86.7%的高比例。2. 課後才藝安親班附設美語教學佔57.1%，亦顯示家長對於美語的教學十分注重。3. 高達52.9%的家長頗重視該機構是否政府合法立案。4. 家長滿意的重要因素，以教師專業熱忱、環境設備及對孩子的關懷度是家長認同的主要指標。

關鍵詞：課後才藝安親班，因素分析；服務品質；顧客滿意度

目錄

| | | | |
|-------------------|-----|--------------------|-----|
| 中文摘要 | iii | 英文摘要 | iv |
| 誌謝辭 | vi | 內容目錄 | vii |
| 目錄 | ix | 圖目錄 | xii |
| 第一章 緒論 | 1 | 第一節 研究背景與動機 | 1 |
| 第二節 研究目的 | 3 | 第三節 研究限制 | 5 |
| 第四節 研究步驟與流程 | 6 | 第二章 相關理論與文獻探討 | 7 |
| 第一節 國內課後安親才藝班服務市場 | 7 | 第二節 市場區隔與行銷策略 | 10 |
| 第二節 服務品質相關文獻 | 12 | 第三節 顧客滿意度與忠誠度的相關研究 | 19 |
| 第三章 研究方法 | 24 | 第一節 研究架構與研究假設 | 24 |
| 第一節 操作性定義與問卷設計 | 27 | 第二節 抽樣與問卷發放 | 30 |
| 第二節 資料分析方法 | 33 | 第三節 問卷之信、效度分析 | 35 |
| 第三節 修正後的研究架構 | 42 | 第四章 實證分析 | 47 |
| 第四節 敘述性統計分析 | 47 | 第一節 總量問卷再測信度 | 51 |
| 第五節 各構面之差異分析 | 52 | 第二節 各研究變項之相關分析 | 64 |
| 第六節 各研究結果與發現 | 67 | 第五章 結論與建議 | 74 |
| 第七節 研究結論 | 74 | 第一節 研究建議 | 76 |
| 附錄A 問卷 | 78 | 第二節 研究建議 | 76 |
| 附錄B 主成分分析理論 | 88 | 參考文獻 | |

參考文獻

一、中文部分 永田靖，棟近雅彥(2003)，多變量解析法入門(陳耀茂譯)，台北:全華科技圖書股份有限公司。江佳樺(2005)，彰化地區家長對其國小子女選擇安親才藝班消費決策傾向之探討，私立大葉大學事業經營研究所未出版之碩士論文。吳明隆(2003)，SPSS統計應用學習實務-問卷分析與應用統計，台北市:知城數位科技股份有限公司。李秉穎(2005)，家長選擇幼稚園之決策行為研究，國立成功大學管理學院高階管理碩士班未出版之碩士論文。林洧宏(2006)，台灣課後安親業未來經營發展之研究，私立逢甲大學經營管理研究所未出版之碩士論文。邱定雄(2001)，國小學生課後安親班服務市場消費行為之研究，私立大葉大學事業經營研究所未出版之碩士論文。邱慧芳(2004)，北高兩市幼兒園家長消費決策行為之研究，國立屏東科技大學幼兒保育系碩士班未出版之碩士學位論文。施豐坤(2006)，服務品質與顧客滿意之研究-以補習班為例，逢甲大學經營管理碩士在職專班未出版之碩士論文。袁一如(2003)，兒童補教產業之市場區隔與購買行為，國立成功大學企業管理學系在職專班未出版之碩士論文。張寶源(2006)，運用結構方程模式探討服務品質、顧客滿意度、品牌權益、關係品質與顧客忠誠度之關係—以桃園縣幼教為例，國立東華大學企業管理研究所未出版之碩士論文。陳淑芳(2002)，顧客關係、服務品質、品牌形象、顧客滿意度與再購意願關係之研究—以銀行業為例，大同大學事業經營研究所未出版之碩士論文。黃志

誠(2004), 國民小學教師政治行為與組織承諾關係之研究, 國立臺南大學教育經營與管理研究所未出版之碩士論文。黃映瑀(2005), 體驗行銷、體驗價值、顧客滿意、品牌形象與行為意向關係之研究, 私立大葉大學事業經營研究所未出版之碩士論文。黃薈樺(2004), 國小學童與家長對課後托育服務之看法, 朝陽科技大學幼兒保育系未出版之碩士論文。楊孟娟(2004), 大台南都會區幼教服務業服務品質滿意度研究, 國立成功大學企業管理學系(EMBA)專班未出版之碩士論文。廖明豐(2003), 東豐自行車綠廊之遊憩吸引力、服務品質與遊客滿意度及忠誠度之研究, 南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文。劉信助(2005), 幼稚教育事業核心競爭能力、多角化經營與市場導向對經營績效之研究, 南華大學管理科學研究所未出版之碩士論文。蕭文龍(2007), 多變量分析最佳入門實用書—SPSS+LISREAL(SEM), 台北市:碁峰資訊股份有限公司。謝三寶(2002), 國中小補習班學生家長之市場區隔差異分析, 國立高雄第一科技大學行銷與流通管理學系研究所未出版之碩士論文。鍾榮中(2003), 幼教服務市場消費者行為之研究, 私立大葉大學事業經營研究所未出版之碩士論文。闕芝穎(2004), 百貨公司服務品質、顧客滿意度、顧客忠誠度與消費者生活型態關係之研究 - 以台北市地區為例, 國立東華大學企業管理研究所未出版之碩士論文。劉瑞美(2006), 從教師的觀點看安親班, 台灣教育, 640, 29-31。

二、英文部分

Alfred, S. B. (1981). Marketing segmentation by personal value and salient product attributes. *Journal of Advertising Research*, 21(1), 29-35.

Anderson, E.W. & Sullivan, M. (1993). The antecedents and consequences of customer satisfaction for firms. *Marketing Science*, 12, 125-143.

Blumberg, Donald F. (Spring 1991). Improving Productivity in Service Operations on an International Basis. *National Productivity Review* 11,167-179.

Booms, B. H. and Bitner, M. J.(1981). Marketing Strategies and Organization Structures for Service Firms, *Marketing of Service*, American Marketing Association, Chicago, 47-49.

Churchill, G. A. Jr., & Surprenant, C. (1982). An investigation into the determinants of consumer satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 19(11), 491-504.

Cronin, J. J., and Taylor, S. A., (1992), " Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension ", *Journal of Marketing*, 56, 55-68.

Dick, A. S. & Basu, K. (1994). Customer loyalty:Toward an integrated conceptual framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22, 99-113.

Garvin, David A.(1988). *Managing Quality*. New York: The Free Press.

Gronhold, L., Martensen, A., & Kristensen, K.(2000). The relationship between customer satisfaction and loyalty: Cross-industry differences. *Total Quality Management*, 11, 509-516.

Harvey, J. (1998). *Service Quality: a Tutorial*. *Journal of Operations Management:implementation, and control* (9th ed). Taipei: Dong Hua, 583-597.

Jone, O. & Sasser, E(1995). Why satisfied customers defect, *Harvard Business Review*, Nov./Dec., 88-99.

Kotler, P., Swee, A. H., Siew, L. M., and Chin, T. T.(1996). *Marketing Management -An Asian Perspective*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.

Kotler, P. and Armstrong, G.(2000), *Principles of Marketing*, 8thed., New Jersey, Prentice-Hall.

Lele & Jagdish, N. S (1988). The four fundamentals of customer satisfaction. *Business Marketing*, 80-94.

Lewis, R. C. and B. H. Booms. (1983). *The Marketing Aspects of Service Quality*. Quoted in: L. Berry et al. *Emerging Perspectives on Service Marketing* New York: American Marketing Association.

Locke, E. A. (1969). What is job satisfaction? *Organizational Behavior and Human Performance*, 4(11), 309-336.

McCarthy, E. J. (1981). *Basic marketing: a managerial approach* (7th ed).Homewood Illinois: Richard D. Irwin. Inc.

Mittal, V. and Kamakura, W. A. (2001), " Satisfaction, Repurchase Intert, and Reperchase Behavior:Invesrigating the Moderating Effect of Customer Characteristics ", *Journal of Marketing Research*, 19, 131-142.

Parasuraman, A. Zeithamal, V. A. Berry, L. L.(1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research *Journal of Marketing* Fall, 42-46.

Parasuraman, A., Zeithmal, V. A., and Berry, L. L.(1988), " SERVQUAL:A multiple-Item Scale for Measuring Consumer perceptions of Service ", *Jou--rnal of Retailing* ,64(spring), 12-40.

Parasuraman, A., Zeithaml V. A., & Berry L. L. (1991). Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale. *Journal of Retailing*, 67(Winter), 420-450.

Selens, F. (1993). An examination of the effect of product performance on brand reputation satisfaction and loyalty. *Journal European of Marketing*, 27. 19-35.

Sirgy, M. J. & Samli, A. C. (1985). A path analytic model of store loyalty involving self-concept, store image, geographic loyalty, and socioeconomic status. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 13, 265-291.

Wakefield, Robin L. (August 2001). *Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension*. *The CPA Journal*, 55-68.