

應用PZB缺口理論探討工業區處服務品質之研究 = The investigation of industrial park service quality using PZB gap theory

陳科榕、黃開義、葉子明

E-mail: 9706867@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究分別從服務中心及工業區廠商角度，運用PZB服務品質模式，探討工業區管理處與服務中心服務品質現況，根據問卷調查分析結果，瞭解工業區服務中心及工業區內廠商對於期望與感受服務品質之缺口並應用IPA分析法比對找出急切改善項目。研究發現區管理處與服務中心服務品質其最大缺口構面差距均落於同理性，區管理處服務品質，整體待改善項目共計8項，位於同理性構面者佔5項，服務中心服務品質，整體待改善項目計有5項，位於同理性構面者佔4項。根據區管理處及服務中心服務品質現況其分析結果及發現提出四項建議，分別就強化顧客關係管理藉由走動式服務傾聽顧客聲音、落實內部行銷培養員工服務意識及顧客導向之觀點、推動知識分享平台增加人員溝通管道與知識及資源分享以及建立服務品質回饋機制透過系統快速取得服務感受並立即反映回饋加以改善，藉以提昇並改善現有服務品質，期能達到以顧客為導向之行政服務終極目標。關鍵字：工業區、顧客導向、PZB服務品質缺口理論、重要表現程度分析法

關鍵詞：工業區;顧客導向;PZB服務品質缺口理論;重要表現程度分析法

目錄

封面內頁 簽名頁 博碩士論文暨電子檔案上網授權書 iii 中文摘要 iv ABSTRACT v 誌謝 vi 目錄 vii 圖目錄 ix 表目錄 x 第一章 緒論 1 1.1 研究背景及動機 1 1.2 研究目的 6 1.3 研究範圍及限制 6 1.4 研究流程 7 1.5 論文架構 9 第二章 文獻探討 10 2.1 工業區管理現況 10 2.2 顧客導向 17 2.3 服務品質 24 2.4 重要表現程度分析法 39 2.5 政府服務品質 42 第三章 研究方法 44 3.1 研究架構 44 3.2 研究假設 46 3.3 研究對象 47 3.4 問卷設計與量表計分方式 47 3.5 資料處理與分析方法 49 3.6 期望與感受分析評估 51 第四章 研究分析與結果 53 4.1 區管理處服務品質研究分析 53 4.2 服務中心服務品質研究分析 81 4.3 研究結果 109 第五章 結論 115 5.1 研究結論與發現 115 5.2 研究建議 123 參考文獻 127 附錄一 經濟部工業局所屬工業區管理機構設置規程 133 附錄二 區管理處服務品質問卷 136 附錄三 服務中心服務品質問卷 140 附錄四 區管理處服務品質期望感受缺口比較 144 附錄五 服務中心服務品質期望感受缺口比較 145

參考文獻

中文部份 1.工業區開發管理年報，(2007)，經濟部工業局。 2.江岷欽、林鐘沂，(1996)，公共組織理論，國立空中大學。 3.林信義，(2000)，從企業創新談政府再造，國立中央圖書館台灣分館館刊。 4.吳忠吉，(1995)，台灣產業結構的缺失，國策期刊No.124。 5.金玉珍，(2000)，提升公共服務品質與民眾滿意度 - 品質運動之反省與展望，研習論壇月刊，4月。 6.促進產業升級條例，(1990)，總統公佈施行。 7.洪秀鑾，(2002)，顧客，你的名字是老闆，台北:平安文化。 8.柯龍光，(2004)，組織定位與工作滿意度離職傾向之關聯性研究，中原大學企業管理研究所碩士論文，未出版論文，桃園縣。 9.孫本初、劉坤億、范祥偉，(2000)，英、紐、澳、美四國政府再造經驗對我國的啟示，考銓季刊，第二十四期。 10.黃雅榜，(1983)，工業區開發營運論，台灣省政府建設廳林園工業區管理中心叢書。 11.黃俊英與巫喜瑞，(2000)，內部行銷概念及其與人力資源管理的比較，企銀季刊，第三期，第23卷。 12.黃靜雲，(2002)，影響工業區經營管理績效之關鍵因素探討-平衡計分卡之應用，中原大學會計研究所碩士論文，未出版論文，桃園縣。 13.張秋紅，(2002)，提昇政府機關主計人員服務品質之調查研究，元智大學管理研究所碩士論文，未出版論文，桃園縣。 14.提昇為民服務品質改進措施之探討，(2005)，澎湖縣政府。 15.楊錦洲，(1997)，品質是競爭最佳策略，華宇企管顧問股份有限公司。 16.經濟部工業局網站，<http://www.moeaidb.gov.tw> 17.獎勵投資條例，(1960)，公佈施行，於1991年廢止。 18.陳育峰，(2002)，工業區管理制度與滿意度之研究，政治大學地政研究所碩士論文，未出版論文，台北市。 英文部份 1.Babakus, E., & Boller, G.W. (1992), " An Empirical Assessment of the SERVQUAL Scale ", Journal of Business Research. Vol.24, pp.253-268. 2.Berdie, D.R. (1994), " Reassessing the Value of High Response Rates to Mail Surveys ", Marketing Research, Vol.1, No.3, pp.52-64. 3.Berry, L.L. (1981) " The Employee as Customer ", Journal of Retail Banking, Vol.3, pp.25-28. 4.Berry, F.E., & Parasuraman, J.E. (1991), " General Systems Theory: Applications for Organizations and Management ", Academy of Management Journal, pp.447-465. 5.Bolton, R.N., & Drew, JH. (1991), " A Multistage Model of Customer ' s Assessments of Service Quality and Value ", Consumer Res Vol.17, No.4, pp.375-384. 6.Cahill, D.J. (1995), " The Managerial Implication of The Learning Organization: A New Tool for Internal Marketing ", Journal of Services Marketing, Vol.9, No.4, pp.43-51. 7.Carman, J.M. (1990), " Consumer Perceptions of Service Quality: An Assessment of the SERVQUAL Dimensions ", Journal of Retail Vol.66, pp.33-55. 8.Collins, B. (1991), " Internal Marketing: A New Perspective for HRM ", European Management Journal, Vol.9, No.3, pp.261-269.

9.Cronbach, L.J. (1951), "Coefficient Alpha and Internal Structure of Tests", *Psychometrika*, Vol.16, pp.297-334. 10.Cuieford, J.P. (1965), *Fundamental Statistics in Psychology and Education*. 4th Edition, McGraw Hill. 11.Davis, D., & Cosenza, R.M. (1993), "Business Research for Decision Making", 3rd edition, p.39. 12.Devellis, R.F. (1991), *Scale development: Theory and application*. Newbury Park, CA: Sage. 13.Dubinsky, A.J., & Staples, W.A. (1981), "Are Industrial Salespeople Buyer Oriented", *Journal of Purchasing and Material Management*, Vol.17, pp.12-19. 14.Dunlap, B.J., Doston, M.J., & Chambers, T.M. (1988), "Perceptions of Real Estate Brokers and Buyers: A Sales Orientation, Customer Orientation Approach", *Journal of Business Research*, Vol.17, pp.175-187. 15.Gronroos, C. (1981), "Internal Marketing-Theory and Practices", in *American Marketing Association Services Marketing Conference Proceedings*, pp.41-47. 16.Hallowel, R., Schlesinger, L. A., & Zornitsdy, J. (1996), "Internal Service Quality, Customer and Job Satisfaction: Linkages and Implications for Management", *Human Resource Planning*, Vol.19, No.2, pp.20-31. 17.Hammasi, M., Strong, K.C., & Taylor S.A. (1994), "Measuring Service Quality for Strategies Planning and Analysis in Service Firms", *Journal of Applied Business Research*, Vol.10, No.4, pp.24-34. 18.Haywood-Farmer, J. (1988), "A Conceptual Model of Service Quality", *International Journal of Operations and Production Management*, Vol.8, pp.19-29. 19.Hollenhorst, S., Olson, D., & Fortney, R. (1992), "Use of Importance Performance Analysis to Evaluate State Park Cabins: The Case of the West Virginia State Park System", *Journal of Park and Recreation Administration*, Vol.10, No.1, pp.1-11. 20.Juran, J.M. (1989), "Universal Approach to Managing for Quality: The Quality Trilogy", *Executive Excellence*, May, p.35. 21.Kohli, A.L., & Jaworski, B.J. (1990), "Market Orientation: The Construct, Research Propositions, and Management Implications", *Journal of Marketing*. Vol.54, pp.1-18. 22.Kotler, P. (1980), *Marketing Management: Analysis, Planning and Control*, 4th ed., Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall, Inc. 23.Kolter, P. (1987), *The Principle of Marketing*, N.J.: Prentice Hall Ltd. 24.Kotler, P. (1997), *Marketing Introduction*, N.J.: Prentice Hall Ltd. 25.Kurtz, D.L., Dodge, H.R., & Klompmaker, J.E. (1976). *Professional Selling*, Dallas: Business Publicans Inc. 26.Lovelock, C.H. (1983), "Classifying Services to Gain Strategic Marketing Insight", *Journal of Marketing*, Vol.47, summer, pp.11-14. 27.Lovelock, C.H. (1996), "Developing Global Strategic for Service Business", *California Management Review*, Vol.38, No.2, pp.64-86. 28.Martilla, J.A., & James, J.C. (1977), "Importance-Performance Analysis", *Journal of Marketing*, Vol. 41., pp77-79. 29.Martin, W.B., (1986), "Defining what service quality is for you", *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Feb., pp.32-38. 30.McDermott, L.C., & Emerson, M. (1991), "Quality and Service for Internal Customer", *Training & Development Journal*, Vol.45, No.1, pp.61-64. 31.Mohr-Jackson, I. (1991). "Broadening the Market Orientation: An added Focus on Internal Customer", *Human Resource Management*. Vol.30, No.4, pp.455-467. 32.Nunnally, J.C. & Berstein, I.H., (1994), *Psychometric theory*, NY: McGraw-Hill 33.O'Sullivan, R.L. (1991). *Marketing for parks, recreation, and leisure*. State College, PA: Venture. 34.Parasuraman, A., Zeithmal, V.A., & Berry, L.L. (1988), "SERVQUAL:A Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", *Jornal of Retailing*, Vol.64, pp.13-40. 35.Sampson, S.E., & Showalter, M.J. (1999), "The Performance-Importance Response Function: Observations and Implications", *The Service Industries Journal*, Vol.19, pp,1-25. 36.Sasser, E.W., Olsen, P.R., & Wyckoff, D.D. (1978), "Management of Service Operation", p.178. 37.Sasser, W.E., & Arbeit, S.P. (1976), "Selling Jobs in the Service Sector", *Business Horizons*, June, pp.61-65. 38.Saxe, R. (1980), "The Customer Orientation of Salespeople", *Doctoral Dissertation, UCLA Graguade School Abstracts International*, Vol.40, No.10. 39.Saxe, R., & Barton A.W. (1982), "The SOCO Scale:A Measure of the Customer Orientation of Salespeople", *Journal of Marketing Research*, Vol.19, August, pp.343-351. 40.Sethna, B.N. (1982), "Extensions and testing of Importance - Performance Analysis", *Business Economics*, September, pp.28-31. 41.Schlesinger, L.A., & Zornitsky, J. (1991), "Job Satisfaction, Service Capability, and Customer Satisfaction: An Examination of Linkages and Management Implications", *Human Resource Planning*, Vol.14, No.2, pp.41-149. 42.Van Dyke, T.P., Kappelman, L.A., & Prybutok, V.R. (1997), "Measuring Information Systems Service Quality: Concerns on the Use of the SERVQUAL Questionnaire", *MIS Quarterly*, Vol.21, No.2, pp.195-208.