

Research on the Correlation among Organizational Reform, Service Quality and Customer Satisfaction-Take a Fuel Management

蕭樹忠、洪朝陽

E-mail: 9707425@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

The study expects to discuss the fuel crops' related study results of service quality, organizational change, and customer's satisfaction for the national military and according the above results to propose the suggestions for the fuel crops to promote the above mentioned issues for the references and improvements. 1. For aiming at five dimensions of service quality elements, there are differences of actual feeling between the expectations of pre-work and post-organizational change work for the fuel crops. Typically, there are significantly differences among volunteer or obligator, service experiences, and chief or non-chief, whereas service experiences exhibit for very significantly different. 2. For service experiences, three dimensions of each and totally related supply support feeling in the post organizational change both have shown very significantly different. The chief or non-chief is next, volunteer or obligator ranks third. As to sexes, ages, and educational background all exhibit for insignificantly different. 3. For volunteer or obligator, service experiences, and chief or non-chief, there have shown very significantly different the dimensions of service and generality, and totally satisfactions in the post organizational change. As to sexes, ages, and educational background all exhibit for insignificantly different. 4. Experienced of the post organizational change, all dimensions of service quality and customer's satisfaction exhibit the positively correlated, even we can say there is quite extents of change. Consequently, the study suggests that the national fuel crops should be devoted to promote their service quality particularly in the post-organizational change.

Keywords : fuel crops, service quality, organizational change) , ; related supply support, customer satisfaction

Table of Contents

內容目錄 中文摘要	iii	英文摘要	
v 誌謝辭		vi 內容目錄	
vii 表目錄		ix 圖目錄	
xiii 第一章 緒論	1	1 第一節 研究背景與動機	
1 第二節 研究目的	4	4 第三節 研究流程	
5 第二章 文獻探討	6	6 第一節 組織變革	
6 第二節 服務品質	9	9 第三節 顧客滿意度	
21 第四節 組織變革、服務品質及顧客滿意度間之相互關係	26		
第三章 研究設計	28	28 第一節 研究方法	
28 第二節 研究範圍	28	28 第三節 研究架構與假設	
29 第四節 操作性定義與測量方法	32	32 第五節 資料分析方法	38
第四章 研究結果與分析	42	42 第一節 研究樣本的基本特性分析	
43 第二節 作業前服務品質要素的期待(重要程度)分析	49	49 第三節 在組織變革後, 作業後服務品質要素的實際感受(滿意程度)分析	59
68 第四節 在組織變革後對各項相關補給支援的感受分析			
68 第五節 在組織變革後的顧客滿意度分析	76	76 第六節 服務品質、組織變革與顧客滿意度之間的相關分析	82
82 第五章 結論與建議	87	87 第一節 結論	88
88 第二節 建議			
89 參考文獻	93	93 附錄 研究問卷	
100 表目錄		8 表 2- 2 SERVQUAL 量表構面及意義	
17 表 2- 1 觸發組織變革之三個組織元素		20 表 3- 1 組織變革量表	
33 表 2- 3 服務品質量表之比較		35 表 3- 2 服務品質量表	
37 表 3- 2 服務品質量表		43 表 3- 3 顧客滿意度量表	
43 表 4- 1 問卷回收統計表		43 表 4- 2 服務品質構面與作業前的(重要程度)之Cronbach's 係數表	
44 表 4- 2 服務品質構面與作業後的實際感受(重要程度)之Cronbach's 係數表		44 表 4- 3 服務品質構面與補給支援的感受之Cronbach's 係數表	
44 表 4- 3 服務品質構面與補給支援的感受之Cronbach's 係數表		44 表 4- 4 組織變革構面與補給支援的感受之Cronbach's 係數表	
44 表 4- 4 組織變革構面與補給支援的感受之Cronbach's 係數表		44 表 4- 5 服務性、概括性構面與顧客滿意度之Cronbach's 係數表	
44 表 4- 5 服務性、概括性構面與顧客滿意度之Cronbach's 係數表		44 表 4- 6 性別比例表	
44 表 4- 6 性別比例表			

45 表 4-7 年齡別比例表	46 表 4-8 學歷比例表
46 表 4-9 役別比例表	47 表 4-10 服務年資別比例表
47 表 4-11 職務別比例表	48 表 4-12 受訪樣本國軍部隊官兵基本資料變項次數分配百分比表
49 表 4-13 國軍油料部隊官兵在作業前服務品質的感受程度結果分析表(N=234)	51 表 4-14 不同性別在作業前服務品質感受的獨立樣本t檢定分析表
53 表 4-15 不同年齡別在作業前服務品質感受的變異數分析表	54 表 4-16 不同學歷別在作業前服務品質感受的變異數分析表
55 表 4-17 不同役別在作業前服務品質感受的獨立樣本t檢定分析表	56 表 4-18 不同服務年資別在作業前服務品質感受的變異數分析表
57 表 4-19 不同職務別在作業前服務品質感受的獨立樣本t檢定分析表	58 表 4-20 不同背景在作業前服務品質感受的差異分析
59 表 4-21 國軍油料部隊官兵在組織變革後國軍油料部隊作業後的實際感受程度結果分析表(N=234)	61 表 4-22 不同性別在組織變革後服務品質感受的獨立樣本t檢定分析表
63 表 4-23 不同年齡別在組織變革後服務品質感受的變異數分析表	63 表 4-24 不同學歷別在組織變革後服務品質感受的變異數分析表
64 表 4-25 不同役別在組織變革後服務品質感受的獨立樣本t檢定分析表	65 表 4-26 不同服務年資別在組織變革後服務品質感受的變異數分析表
66 表 4-27 不同職務別在組織變革後服務品質感受的獨立樣本t檢定分析表	67 表 4-28 不同背景在作業前服務品質感受的差異分析
68 表 4-29 在組織變革後，國軍油料部隊對各項相關補給支援的感受程度結果分析表(N=234)	70 表 4-30 不同性別在組織變革後對各項相關補給支援感受的獨立樣本t檢定分析表
71 表 4-31 不同年齡別在組織變革後對各項相關補給支援感受的變異數分析表	71 表 4-32 不同學歷別在組織變革後對各項相關補給支援感受的變異數分析表
72 表 4-33 不同役別在組織變革後對各項相關補給支援感受的獨立樣本t檢定分析表	73 表 4-34 不同服務年資別在組織變革後對各項相關補給支援感受的變異數分析表
74 表 4-35 不同職務別在組織變革後對各項相關補給支援感受的獨立樣本t檢定分析表	75 表 4-36 不同背景在組織變革後對各項相關補給支援感受的差異分析
75 表 4-37 在組織變革後，國軍油料部隊的顧客滿意度分析表	77 表 4-38 不同性別在組織變革後，國軍油料部隊的顧客滿意度的獨立樣本t檢定分析表
78 表 4-39 不同年齡別在組織變革後，國軍油料部隊的顧客滿意度的變異數分析表	78 表 4-40 不同學歷別在組織變革後，國軍油料部隊的顧客滿意度的變異數分析表
79 表 4-41 不同役別在組織變革後，國軍油料部隊的顧客滿意度的獨立樣本t檢定分析表	79 表 4-42 不同服務年資別在組織變革後，國軍油料部隊的顧客滿意度的變異數分析表
80 表 4-43 不同職務別在組織變革後，國軍油料部隊的顧客滿意度的獨立樣本t檢定分析表	81 表 4-44 不同背景在組織變革後顧客滿意度的差異分析
82 表 4-45 作業前服務品質感受各大構面與組織變革觀感的相關性矩陣表	83 表 4-46 作業後服務品質感受各大構面與組織變革觀感的相關性矩陣表
84 表 4-47 作業前服務品質感受各大構面與顧客滿意度的相關性矩陣表	85 表 4-48 作業後服務品質感受各大構面與顧客滿意度的相關性矩陣表
86 圖目錄 圖 1-1 研究流程	5 圖 2-1 服務品質觀念性模式
15 圖 2-2 服務品質決定因素	16 圖 2-3 顧客知覺服務品質與顧客滿意度
23 圖 3-1 研究架構圖	30 圖 3-2 資料分析架構圖
	41

REFERENCES

- 一、中文部分 王憲章(2006)，顧客滿意度與服務品質關聯性之研究 - 以台電公司台北營業處為例，大葉大學事業經營研究所碩士在職專班未出版之碩士論文。江岷欽(1999)，政府再造與顧客導向的服務理念，人力發展，65(6)，34-54。何沙崙(1997)，全面品質理論與為民服務，研考雙月刊，19(2)，3-4。李永年(1998)，產品品質與服務品質對顧客滿意度及忠誠度之影響-以加油站為例，國立政治大學企業管理學系未出版之碩士論文。杜歧旺(2001)，國民小學學校組織變革與學校效能相關之研究，國立台中師範學院國民教育研究所未出版之碩士論文。沙俊豪(1998)，綜合證券商服務品質與業績績效關係之研究，靜宜大學企業管理研究所未出版之碩士論文。周泰華，黃俊英，郭德寶(1999)，服務品質與顧客滿意評量模式之比較研究，輔仁管理評論，6(1)，37-68。林美惠(2002)，地區醫院服務品質與滿意度之比較研究 - 以屏東育生醫院為例，義守大學管理科學研究所未出版之碩士論文。林燈燦(2003)，服務品質管理，台北:品度公司。姜秀玲，王齡瑩(2008)，淺論國軍油料補給精進作為[線上資料]，來源:軍事新聞網，<http://news.gpwb.gov.tw/news.php?css=2&rtype=2&nid=40304>[2008, April 2]。持本志行(1995)，顧客滿意戰略與運用(陳鐘文譯)，台北:超越企管顧問公司。洪慶順(2001)，管理服務品質，萬通銀行季刊，10(3)，9-13。孫本初(1995)，『顧客導向』對當前行政管理之意涵，人事月刊，21(2)，41-51。張水興(2003)，我國郵政組織變革與服務品質之研究，國立政治大學行政管理碩士學程未出版之碩士論文。張紹勳，張紹評，林秀

娟(2000), SPSS for Windows 統計分析, 台北:松崗書局。張潤書(1998), 行政學, 台北:三民書局。許士軍(1995), 管理學, 台北:東華書局。陳木聯(2004), 電業服務品質、社會責任、企業形象與顧客滿意度之相關性研究, 南華大學管理科學研究所未出版之碩士論文。陳玄愷(2001a), TQM團隊成員的自我品質管理—掌握個人強處順勢成長, 橋接隊友啟動團隊匯談, 品質月刊, 37(6), 61-64。陳玄愷(2001b), 以TQM顧客服務策略、創造企業競爭優勢的顧客關係管理CRM—動悉顧客之心、落實溫暖行動方案, 品質月刊, 37(3), 27-31。陳義勝(1989), 組織行為, 台北:華泰文化。陳耀茂(1997), 服務品質管理手冊, 台北:遠流出版事業股份有限公司。黃奇達(2001), 電業服務品質改善之實證研究—以台電台南縣市用戶為實證對象, 國立成功大學企業管理研究所未出版之碩士論文。黃明勳(2006), 國軍後勤政策研究 - 以「國軍消耗性物料供售協定」下量販業之服務品質與顧客滿意度之關係, 大葉大學事業經營研究所碩士在職專班未出版之碩士論文。管康彥(2000a), 建構顧客導向之企業組織, 財金資訊, 10(6)。管康彥(2000b), 顧客導向企業再造之關鍵性成功因素, 財金資訊, 9(4)。賴惠芳(2003), 中華電信股份有限公司企業客戶滿意度調查之實證—以北中區分公司為例, 國立東華大學企業管理研究所未出版之碩士論文。謝榮顯(2000), 電業服務品質之實證研究—以台電台南縣市用戶為實證對象, 國立成功大學企業管理研究所未出版之碩士論文。簡妤玲(2001), 探討證券業網路下單服務品質之顧客滿意度, 國立東華大學企業管理研究所未出版之碩士論文。蘇元含(2003), 運用線性結構模式探討服務品質對顧客滿意度與顧客忠誠度之影響—以中油加油站為例, 國立東華大學企業管理研究所未出版之碩士論文。蘇明政(2003), 大高雄地區非金控證券商服務品質、顧客滿意度, 義守大學管理科學研究所未出版之碩士論文。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之博士論文。龔佩蓉(2002), 台鹽公司高雄營業處服務品質之探討, 國立中山大學企業管理研究所未出版之碩士論文。二、英文部分: Brown, T. J., Churchill, G. A. Jr., & Peter, J. P. (1993). Research note: Improving the measurement of service quality. *Journal of Re-tailing*, 69(1), 127-139. Carman, J. M. (1990). Consumer perceptions of service quality: An assessment of the SERVQUAL dimensions. *Journal of Retailing*, 66(1), 33-55. Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of test. *Psychometrika*, 16(3), 297-334. Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992) Measuring service quality: A re-examination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68. Donnelly, J. H., Gibson, J. L., & Ivancevich, J. M. (1987). *Fundamental of management* (7th ed.). Illinois: Homeware. French, W. L., & Bell, C. H. Jr. (1999). *Organization development: Behavioral science interpretations for organization improve-ment*(6th ed.). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall. Guieford, J. P. (1965). *Fundamental statistics in psychology and edu-cation*(4th ed.). New York: McGraw-Hill. Harvey, D. F., & Brown, D. R. (1988). *An experimental approach to organization development*. San Francisco: Prentice Hall. Hermon, P., Nitecki, D., Danuta, A., & Altman, E. (1999). Service quality and customer satisfaction: An assessment and future di-rections. *Journal of Academic Librarianship*, 25(1), 9-17. Koltler, P. (1996). *Marketing management*. Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice Hall. Leavitt, H. J. (1976). *Applied organization change in industry*, In J. G. March (ed.), *Handbook of Organization*, Chicago: Rand McNally. Lewin, B. R. (1991). Service quality: An international comparison of bank customers ' expectations and perceptions. *Journal of Mar-keting Management*, 7, 47-62. Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Ar-chives of Psychology*, 22(140), 1-55. Lippit, G. L. (1973). *Visualizing change: Model building and the change process*. USA: University Associates. Michael, S. R. (1981). *Techniques of organizational change*. New York: McGraw-Hill. Osborne, D., & Gaebler, T. (1992). *Reinventing government*. Addison Wesley, Reading. 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(4), 41-50. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Communica-tion and control process in the delivery of service quality. *Jour-nal of Marketing*, 52(1), 35-48. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1991). Understand-ing consumer expectations of service. *Sloan Management Re-view*, 32(3), 39-48. Rosander, A. C. (1980). Service industry QC-Is the challenge being met. *Quality Progress*, 13(9), 34-35. Sasser, W. E., Olsen, R. P., & Wyckoff, D. D. (1978). *Management of service operation: Text and case*. Allyn and Bacon, Massachu-sets: Boston. Szilagy, A. D., & Wallace, M. J. (1983). *Organizational behavior and performance*. Scott, Foreman and Company. Webber, R. A. (1979). *Management: Basic elements of managing or-ganization*. Richard D. Irwin, Inc., Homewood, Illinois. Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (1996). *Service marketing*. New York: McGraw-Hill.