

A Study of the Relationships among Service Quality, Competitive Advantages and Customer Satisfaction in a Preschool

莊易倫、鄭華清博士

E-mail: 9800764@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

This study is about the relationships among service quality, competitive advantages and customer satisfaction, but mainly investigates how preschool students' parents of one certain preschool are satisfied with the services offered by preschool staff. Based on the service quality model proposed by Parasuraman, Zeithaml, and Berry(1988), competitive advantage theory suggested by Hill, and Jones(2007), and customer satisfaction model posted by Fornell(1992), this study proposed a conceptual framework to investigate the relationships among service quality, competitive advantages and customer satisfaction.. The subjects of the study target at the students' parents of one certain preschool. The data was collected through questionnaires. Total 130 questionnaires were sent out, 126 of them were collected, and only 122 were useable. The data surveyed from questionnaires was further analyzed by using SPSS14.0 statistic software package to test the hypothesis of this study. The statistic procedures employed by this study include descriptive statistic analyses, reliability and validity analyses, correlation analyses and regression analyses. The results show that service quality has a significant and positive influence on customer satisfaction, and competitive advantages also have the same influence on customer satisfaction. Further, service quality was found to be positively correlated with competitive advantages. The results also reveal that there is a distinguished and positive correlation between customer satisfaction and visibility, assurance, effectiveness or tuition; but there is no distinguished correlation between customer satisfaction and empathy, responsiveness, reliability or innovation. The reason may be that the factors mentioned above are classified as hygiene factors, not motivating factors according to Herzberg's two-factor theory.

Keywords : service quality ; competitive advantages ; customer satisfaction

Table of Contents

內容目錄 中文摘要	iv	iii 英文摘要	iii
. iv 誌謝辭 vi 內容目錄	
. vii 表目錄 iv 圖目錄	
. xi 第一章 緒論	1 1 第一節 研究背景與動機	1
. 1 第二節 研究目的	3 3 第三節 研究流程	3
. 4 第二章 文獻探討	6 6 第一節 服務品質	6
. 6 第二節 競爭優勢	14 14 第三節 顧客滿意	14
. 25 第四節 幼兒園	31 31 第五節 服務品	31
質與顧客滿意之關係探討	33 37 第六節 競爭優勢與顧客滿意之關係探討	37
服務品質與競爭優勢之關係探討	39 39 第三章 研究方法	40
研究架構	40 40 第二節 研究假設	40
第一節 操作性定義	41 42 第四節 問卷設計	42
第五節 樣本設計和資料收集	45 46 第四章 研究結果與分析	46
第一節 樣本統計量分析	46 46 第二節 資料信度、效度分析	46
. 51 第三節 服務品質、競爭優勢與顧客滿意之分析	53 53 第四節 假設檢定結果	53
. 57 第五章 結論與建議	59 59 第一節 研究結論	59
. 59 第二節 研究限制	61 61 第三節 研究建議	61
. 61 參考文獻	65 65 附錄 研究問卷	65
. 80			

REFERENCES

一、中文部份 Hill, C. W. L., & Jones, G. R. (2007). 策略管理(七版)(朱文儀, 陳建男, 黃豪臣譯), 台北:華泰文化事業股份有限公司,(原文於2006年出版)。 Nesheim, J. L. (2006). 絕對競爭優勢—邁向世界級企業的教戰手冊(朱灼文譯), 台北:天下雜誌(原文於2005年出版)。 中華

民國統計資訊網(2006), 中華民國行業分類第八修訂版 [線上資料], http://www.stat.gov.tw/public/Attachment/65181435557_1.pdf [2008, May] 內政部(2008a), 96年6月底托育機構概況 [線上資料], 資料來源: <http://www.moi.gov.tw/stat/week.aspx>[2008, May] 內政部(2008b), 人口出生數、死亡數、出生率、死亡率 [線上資料], 來源: <http://sowf.moi.gov.tw/stat/month/m1-02.xls> [2008, May] 主計處(2008), 國情統計通報(第42號) [線上資料], 來源: <http://www.stat.gov.tw/public/Data/83616342171.pdf>[2008, May] 內政部兒童局(2008), 84-95年度托育機構概況 [線上資料], 來源: <http://www.cbi.gov.tw/CBI%5F2/>[2008, May] 王憲章(2006), 顧客滿意度與服務品質關連性之研究—以台電公司台北區營業處為例, 大葉大學事業經營研究所未出版之碩士論文, 35。王保進(2003), 私幼創新競爭優勢之策略, 幼教簡訊, 6, 14-16。方至民(2000), 企業競爭優勢, 台北:前程企業。司徒達賢(2001), 策略管理新論, 台北:智勝文化出版社。白德和(2004), 報關業經營關鍵成功因素之探討, 國立中興大學企業管理研究所未出版之碩士論文。吳武忠(1999), 餐旅服務品質之管理與控制, 高雄餐旅學報, 2, 21。杜壯, 邱垂昱, 翁佳麟(2000), 服務品質衡量模式—以北市補教業為例, 2000年科技學術研討會論文集(pp.627-635), 台北:國立台北科技大學管理學院。李泉盛(2006), 國中文教機構領導特質與競爭優勢關係之探討—以台灣中部地區三家區域型國中文教機構為例, 亞洲大學經營管理研究所未出版之碩士論文。林惠娟(1998), 高品質的幼兒園環境, 幼教資訊, 88, 46-49。林素鈺(2003), 全面品質管理、ISO9000與服務品質關係之研究, 品質月刊, 39(12), 50-55。林文彬(2003), 台灣製鞋機械產業競爭優勢之實證研究, 朝陽科技工業工程與管理研究所未出版之碩士論文。林鴻章(2003), 台商投資大陸幼兒園經營策略之個案探討, 朝陽科技大學幼兒保育系研究所未出版之碩士論文。林庭玉(2007), 幼兒教育演進之軌跡, 社會變遷下的幼兒教育與照顧學術研討會論文集(pp. 5-14), 高雄:正修科技大學幼兒保育系。吳思華(1988), 產業政策與企業策略-台灣地區產業發展歷程, 台北:中國經濟企業研究所。吳泓怡(2008), 應用SERVQUAL與品質機能展開於文教產業服務品質之提昇, 顧客滿意學刊, 4(1), 163-202。吳思華(1998), 知識流通對產業創新的影響, 產業科技研討會論文集(pp. 2-42), 台北:政治大學。邱永富(2002), 補習班之服務品質—以屏東縣某立案補習班為例, 國立中山大學人力資源管理研究所未出版之碩士論文。邱皓政(2008), 量化研究法(一), 台北:雙葉書廊有限公司。邱素薇(2003), 北高兩市幼兒園家長消費決策行為之研究, 屏東科技大學幼兒保育研究所未出版之碩士論文。洪福財(1998), 變遷中的幼兒教育, 國民教育, 38(3), 63-75。洪健二(2008), 課後安親才藝班服務品質之滿意研究, 大葉大學事業經營研究所未出版之碩士論文。洪巧音(2003), 幼托園所家長托育服務品質需求與滿意度之研究, 朝陽科技大學幼兒保育系研究所未出版之碩士論文。施振榮(2004), 宏碁的世紀變革, 臺北市:天下遠見出版股份有限公司。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。翁崇雄(1998), 期望服務與服務績效影響服務品質評量之研究, 台大管理論叢, 9(1), 153-176。孫立薇(2001), 幼兒園的品質把關者需要什麼?, 國教世紀, 196, 47-50。徐千惠(2004), 我國幼兒教育相關法規發展探討, 馬偕學報, 4, 153-176。陳銘達(2002), 園所對SWOT分析的基本認識, 成長幼教季刊, 49, 4-6。陳俊升(2003), 幼兒教育市場消費行為之研究—以台中地區家長選擇幼兒教育機構的歷程為例, 南華大學教育社會學研究所未出版之碩士論文。陳榕娥(2004), 領導者人格特質對工作績效影響之研究—以補習教育事業為例, 大葉大學國際企業管理研究所未出版之碩士論文。尚艾偉(2003), 文教機構經營管理之研究, 國立台北大學合作經濟研究所未出版之碩士論文。張明輝(2002), 學校經營與管理研究, 台北:學富文化事業股份有限公司。張弘勳, 蔡淑苓(2005), 策略管理對幼托園所經營者的?示, 幼兒保育論壇, 1, 250-262。董振仁(2004), 台灣建材五金外銷業對中東主要市場之競爭優勢與經營策略之分析, 大葉大學國際企業管理研究所未出版之碩士論文。張美香(2006), 大專院校學生教育服務品質、顧客滿意度與忠誠度關連分析, 中華管理學報, 7(1), 125-142。張淑青(2000), 價格知覺對顧客滿意影響之研究, 國立台北大學企業管理研究所未出版之博士論文。教育部統計處(2008), 教育部統計處各級學校概況表(幼稚園部分) [線上資料], 來源: http://www.edu.tw/files/site_content/b0013/b.xls [2008, May] 許長田(2005), 策略管理, 台北:新文京開發出版股份有限公司。許玉齡(2001), 幼教品質繫於幼兒園團長, 國教世紀, 196, 41-46。粘勝傑(2005), 探討兒童教育連鎖體系赴大陸投資之競爭優勢與行銷策略, 大葉大學國際企業管理研究所未出版之碩士論文。郭德寬, 周泰華, 黃俊英(2000), 服務業顧客滿意評量之重新檢驗與驗證, 中山管理評論, 8(1), 153-200。許士軍(1995), 掌握競爭優勢的策略策略思考, 台北:天下出版股份有限公司。黃士嘉(2000), 學校產業經營策略之可行模式, 師友, 397, 86-89。黃富崇(1988), 報關業經營關鍵成功因素之探討, 國立中興大學企業管理研究所未出版之碩士論文。湯玲郎(2007), 大學院校學生事務處服務品質與滿意度之研究-以元智大學為例, 品質學報, 14, 377-388。曾廣誼(2007), 運用加值理論提升公務部門服務品質滿意度-以花蓮縣稅捐稽徵處為例, 品質學報, 2, 61-66。湯堯(2001), 論述高等教育經營策略-以SWOT為例, 高學師範大學教育學刊, 17, 147-161。葉天相(2007), 家長對幼兒園的選擇行為與幼兒園整體服務品質之研究, 亞洲大學經營管理研究所未出版之碩士論文。雅虎新聞網站(2007), 中央通訊社新聞 [新聞資料], 來源: <http://tw.news.yahoo.com/article/url/d/a/071012/5/m8i4.html> [2008, May] 莊世潔(2004), 私立托兒所經營關鍵成功因素之個案研究, 國立台中教育大學幼兒教育研究所未出版之碩士論文。莊荏惠(2006), 學校推動ISO品保認證對行政服務品質影響之個案研究, 學校行政, 46, 115-134。楊錦洲(1996), 影響服務品質的特性, 品質月刊, 29(2), 25-29。楊秀娟(2004), 我國行政機關服務品質的發展, 品質月刊, 4, 46-53。楊國賜(2002), 全國幼兒教育普查計畫, 台北:教育部。蓋浙生(2002), 教育經營與管理, 台北:師大書苑。鄧維兆, 李友錚(2007), 高等教育關鍵服務品質屬性之研究, 中華管理評論學報, 10(3), 1-23。鄭博宇(2003), 台北市連鎖咖啡店服務品質管理與顧客滿意度之個案研究, 文化大學企業管理研究所未出版之碩士論文。劉若蘭(2003), 從學生滿意度談大學教學成果的提昇之研究, 學生事務, 42, 22-33。劉宗哲(2006), 大學形象與服務品質對學生滿意度之影響:以東吳大學商學院為例, 東吳經濟商學學報, 52, 213-234。劉育吟(2006), 台北市公私立幼稚園家長對教育服務品質需求與滿意度之調查研究, 國立台北市立教育大學兒童發展研究所未出版之碩士論文。蔡春美(2003), 幼教機構行政管理-幼稚園與托兒所實務, 台北, 心理出版社。蔡瑜文(2003), 台北市幼稚園家長對學前教育選擇之認知與實踐研究, 國立台北教育大學國民教育研究所未出版之碩士論文。盧美貴(2002), 幼兒教育卷:理論與實務, 台北, 師大書苑。衛南陽(2001), 服務競爭優勢:探索永續經營的奧秘, 台北, 商兆文化。鍾榮中(2003), 幼教服務市場消費者行為之研究, 大葉大學事業經營研究所未出版之碩士論文。鍾任琴(2003), 大陸台商幼兒園經營策略之探討, 兩岸民辦幼兒教育發展論壇, 1, 68-100。關芝穎(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形態關係之研究-以台北市地區為例, 大葉大學事

業經營研究所未出版之碩士論文。 羅美萍(2004), 智慧資本與企業競爭優勢關聯性之研究, 國立中山大學人力資源管理研究所未出版之碩士論文。 簡楚瑛(2002), 一個台北市私立幼稚園的改變:生態系統理論的應用, 教育與心理研究, 25, 279-306。 蕭育芬(2008), 以資源基礎理論探討少子化趨勢下國民小學之競爭優勢, 大葉大學事業經營研究所未出版之碩士論文。 二、英文部分 Aaker, D. A. (1989). *Strategic Marketing Management*. New York: John Wiley and Sons Incorporation. American Marketing Association (1960). *Marketing Definition: A Glossary of Marketing Terms*. Chicago: Author. Anderson, E. W., & Sullivan, M. (1993). The Antecedents and Consequences of Customer Satisfaction for Firm. *Marketing Science*, 12, 125-143. Andrew, J. D., Faubion, C. W., & Palmer, C. D. (2002). The Relationship Between Counselor Satisfaction and Extrinsic Job Factors in State Rehabilitation Agencies. *Rehabilitation Counseling Bulletin*, 45, 223-232. Ansoff, H. I. (1965). *Corporate Strategy*. New York: McGraw-Hill. Ansoff, H. I., & McDonnell, E. (1990). *Implanting Strategic Management* (2nd ed). United States: Prentice Hall, 52-54. Bitner, M. J. (1990). Evaluating Service Encounters: The Effects of Physical Surroundings and Employee Responses. *Journal of Marketing*, 54(4), 69-82. Brady, M. K., & Cronin, Jr., J. J. (2001). Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach. *Journal of Marketing*, 65(3), 34-49. Barney, J. B. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120. Berry, L. L. & Parasuraman, A. (1991). *Marketing Service: Competing through Quality*. New York: Free Press. Cardozo, R. N. (1965). A Experimental Study of Consumer: Effort, Expectation and Satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 2(8), 244-249. Cronin, Jr., J. J. & Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality: Are Examination and Extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68. Czepiel, J. A., & Rosenberg, L. J. (1977). Consumer Satisfaction: Concept and Measurement. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 5(4), 403-411. Day, G. S., & Wensley, R. (1988). Assessing Advantage: A Framework for Diagnosing Competitive. *Journal of Marketing*, 52(2), 1-20. Dabholkar, P. A., & Rentz, J. O. (1996). A Measure of Service Quality for Retail Store: Scale Development and Validation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 24(1), 3-16. D' Aveni, R. (1994). *Hypercompetition: Managing the Dynamics of Strategic Maneuvering*. New York: Free Press. Fornell, C. (1992). A National Consumer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. *Journal of Marketing*, 56(11), 6-21. Grant, R. M. (1991). *Contemporary Strategy Analysis - Concepts, Techniques, Applications*, Cambridge. Massachusetts: Blackwell Publishers Ltd. Garvin, D. A. (1984). A Competing on the Eight Dimensions of Quality. *Harvard Business Review*, 32(3), 23-41. Gronroos, C. (1983). *Strategic Management and Marketing in Service Sector*. Massachusetts: Marketing Science Institute. Juran, J. M. (1988). *Management for Quality*. The Journal of Quality and Participation, 11(1), 8-13. Kotler, P. (2008). *Principles of Marketing* (5th Ed.). United States: Prentice-Hall Inc. Lehtinen, U., & Lehtinen, R. (1991). Two Approaches to Service Quality Dimensions. *Service Industries Journal*, 11, 287-303. Lewis, B. R., & Vincent, W. M. (1990) Defining and Measuring the Quality of Customer Service. *Marketing Intelligence Planning*, 18, 11-17. Miller, J. G., & Roth, A. (1994). A taxonomy of manufacturing strategies. *Management Science*, 40(3), 285-304. Muller, W. (1991). Gaining Competitive Advantage through Customer Satisfaction. *European Management Journal*, 34(3), 201-221. Murdick, R. G., Render, B., & Russel, R. S. (1989). *Service Operations Management*. Boston: Allyn and Bacon. Oliver, R. L. (1981). Measurement and Evaluation of Satisfaction Process in Retail Settings. *Journal of Retailing*, 57 (1), 56-72. Oliver, R. L. (1993). Cognitive Affective and Attributes Bases of Satisfaction Response. *Journal of Consumer Research*, 20(3), 419-422. Oster, S. M. (1999). *Modern competitive analysis*. (3th Ed.). Oxford university press, 119-140. Ostrom, A., & Iacobucci, D. (1995). Consumer Trade-offs and the Evaluation of Services. *Journal of Marketing*, 59(1), 17-28. Peteraf, M. A. (1993). The Cornerstones of Model of Competitive Advantage: A Resource-based View. *Strategic Management of Journal*, 14(3), 186. 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. (1988). SERVQUAL: A Multiple Acale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40. Prahalad, C. K., & Hamel, G. (1990). The core competence of the corporation. *Harvard Business Review*, 68(3), 79-92. Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy, Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press. Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: creating and sustaining superior performance*. New York: Free Press. Regan, W. J. (1963). The Service Revolution. *Journal of Marketing*, 27(2), 32-36. Robinson, W. T. (1963). Sources of Market Pioneer Advantages: The Case of Goods Industries. *Journal of Marketing Research* 25(2), 87-94. Reed, R. & Defillippi, R. J. (1990). Causal Ambiguity, Barriers to Imitation, and Sustainable Competitive Advantage. *Academy of Management Review*, 46(2), 88-102. Sasser, W. E. Jr., Olsen, R. P. & Wyckoff, D. D. (1978). *Management of Service Operations: Text and Cases*. Boston: Allyn & Bacon, 33-54. Singh, J. (1991). Understanding the Structure of Consumers, Satisfaction Evaluation of Service Delivery. *Journal of Marketing Science*, 19(3), 223-234. Solomon, M. R., Surprenant, C., Czepiel, J. A., & Gutman, E. G. (1998). A Role Theory Perspective on Dyadic Interactions: The Service Encounter. *Journal of Retailing*, 49(5), 99-111. Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic Capabilities and Strategic Management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509-534. Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Services: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: Free Press. Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2000). *Services Marketing*. New York: McGraw- Hill.