

服務品質、家長涉入程度與滿意度關係之研究：以臺中縣公私立幼稚園為例

洪美玉、鍾育明

E-mail: 9805874@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究旨在探究面對少子化及幼教產業競爭的趨勢下，藉由家長涉入程度了解家長對服務品質之需求及涉入程度多寡是否影響滿意度。藉此瞭解台中縣幼兒家長之涉入因素，對幼稚園服務品質滿意度之間所產生影響。期能提供公私立幼教領域相關從業人員，作為提昇幼稚園服務品質之參考。

本研究採用問卷調查方式，針對就讀台中縣公私立幼稚園幼兒之家長進行問卷調查，共回收有效問卷400份，佔總回收率為97.07%。研究結果顯示，家長涉入程度，對服務品質與滿意度產生顯著影響。所得資料將問卷結果以敘述性統計分析、因素分析與信度檢定、集群分析、相關分析以及迴歸分析做比較研究，研究結果發現：

- 一、幼兒家長在服務品質的認知和滿意度之間有顯著影響。
- 二、家長涉入程度對幼稚園「服務品質」與「滿意度」之間有顯著之干擾效果。
- 三、家長涉入之決策考量因素因家長職業、家庭月收入、教育程度、家長年齡及家庭結構等因素，確實存在有顯著差異性。

關鍵詞：涉入程度、服務品質、滿意度

目錄

中文摘要	iii
英文摘要	iv
誌謝辭	vi
內容目錄	vii
表目錄	ix
圖目錄	xi
第一章 緒論	1
第一節 研究背景	1
第二節 研究動機	6
第三節 研究目的	9
第四節 研究對象與範圍	9
第五節 研究流程	10
第二章 文獻探討	11
第一節 服務品質	11
第二節 顧客滿意	19
第三節 服務品質與滿意度相關性	26
第四節 涉入程度	28
第五節 服務品質、滿意度與涉入程度相關性	34
第六節 本章小結	39
第三章 研究方法	40
第一節 研究架構	40
第二節 研究假設	41
第三節 操作性變數定義	43
第四節 資料蒐集方法	46
第五節 資料分析方法	54
第四章 資料分析	58
第一節 基本資料分析	58
第二節 各構面衡量模式分析	64
第三節 幼稚園服務品質與滿意度關係分析	69
第四節 服務品質、家長涉入程度與滿意度關係之相關分析	

第五節	服務品質、家長涉入程度與滿意度之差異分析	86
第五章	結論與建議	89
第一節	結論	89
第二節	研究限制與建議	96
參考文獻	100
附錄A	服務品質、家長涉入程度與滿意度關係之研究—以台中縣公私立幼稚園為例問卷	117

參考文獻

- 一、中文部分Edward, S. (2001), 全面品質教育(何瑞薇譯), 台北:雙葉出版社, (原文於2002年出版)。內政部統計處(2007), 國中小外籍配偶子女調查, 臺閩地區各縣市外籍與大陸配偶人數[線上資料], 來源: <http://sowf.moi.gov.tw/stat/week/week9703.doc> [2008, October 17]。內政部統計處(2008), 歷年人口總數、年增加、自然增加、出生、死亡數及其比率[線上資料], 來源: <http://sowf.moi.gov.tw/stat/index.asp> [2008, October 17]。王順民(2008), 少子化與幼兒圓生存危機, 國政評論, 1, 56-97。王財慶(2006), 消費者涉入程?對關係品質形成之研究 - 以壽險業為?, 私立逢甲大學保險研究所未出版之碩士論文。王馨苓(2005), 臺北市政府教育局服務品質之研究, 臺北市立師範學院國民教育研究所未出版之碩士論文。方採勤(2006), 中部地區幼稚園促銷策略之研究, 私立亞洲大學經營管理研究所未出版之碩士論文。皮世明(1999), 影響資訊系統服務品質的因素研究, 國立中央大學資訊管理研究所未出版之博士論文。行政院主計處(2005), 人力運用調查報告[線上資料], 來源: <http://www.dgbas.gov.tw/dgbas03/bs2/92chy/table/s017.xls> [2008, December 20]。行政院主計處(2006), 兒童福利聯名文教基金會, 台灣地區幼兒媽媽托育現況調查報[線上資料], 來源: <http://www.dgbas.gov.tw/dgbas03/bs2/92chy/table/s017.xls> [2008, December 20]。吳書儀(2004), 消費者產品涉入與購買決策應用於?鎖??商店鮮食產品之研究, 國立屏東科技大學農企業管系未出版之碩士論文。李麗珍(2003), 臺北市政府教育局服務品質之研究, 臺北市立師範學院國民教育研究所未出版之碩士論文。?劫翰(2006), 餐廳消費者購買涉入程?與購買決策關係之研究, 私立銘傳大學觀光研究所未出版之碩士論文。李秉穎(2005), 家長選擇幼稚園之決策行為研究, 國立成功大學高階管理碩士班碩士論文。杉本辰夫(1986), 事業、營業、服務的品質管制(盧淵源譯), 台北:中興管理顧問公司, (原文於2001年出版)。何士隆(2003), 以合作社模式提供托育服務滿意度之研究 - 以台灣消費合作社附設托兒所為例, 國立台北大學合作經濟學系未出版之碩士論文。周新富(2003), 提高家長參與子女學習的有效途徑, 人文及社會學科教育通訊, 51, 162-172。邱志鵬(1987), 從世界幼教理論簡史及各國幼教發展現況論我國幼教的問題與改進建議, 中華民國比較教育學會主編, 台北:台灣書店。邱志鵬, 巫永森(2001), 台灣地區幼兒教育券政策之歷史研究, 兒童福利期刊, 1, 1-40。邱華慧(2005), 談幼兒園的家長參與, 學前教育, 12, 64-66。邱子玲(2003), 我國高等教育服務品質差距分析之研究 - 以淡江大學為例, 私立淡江大學教育政策與領導研究所未出版之碩士論文。邱素薇(2003), 公私立幼稚園整體服務品質之比較研究 - 以桃園縣為例, 私立長榮大學經營管理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碩士論文未出版。林永宗(2000), 零售業顧客滿意度之研究 - 以台北市百貨公司為例, 私立淡江大學管理科學系未出版之碩士論文。林陽助(2003), 服務行銷, 台北:鼎易。林新富(2001), 轉換成本在顧客滿意度與顧客忠誠度關係之干涉效果 - 以台北市私立幼教產業為例, 私立實踐大學企業管理研究所未出版之碩士論文。姚素蓮(2000), 台北市家長學苑網站, 台北:家長學苑。洪巧音(2004), 幼托園所家長托育服務品質需求與滿意度之研究, 私立朝陽科技大學幼兒保育系未出版之碩士論文。教育部(2006), 外籍配偶子女?就?國中小人?分布概況統計, [線上資料], 來源: http://www.edu.tw/EDU_WEB/EDU_MGT/STATISTICS/EDU7220001/report/son_of_foreign/95/son_of_foreign_95.doc?open12 [2008, December 17]。侯嘉政, 傅柏霖(2008), 行銷評論第五卷第一期產品涉入與品牌涉入對品牌忠誠度之影響—以數位像機為例, 行銷評論, 5(1), 27-56。郭美欣(2002), 筆記型電腦消費涉入與購買決策 - 以全球網?使用者為研究對象, 私立銘傳大學傳播管研究所未出版之碩士論文。康淑雲(2002), 台北市幼稚園家長教育選擇之調查研究, 國立台北師範學院幼兒教育學系未出版之碩士論文。陳建翰(2003), 產品涉入程度、品牌形象、品牌權益與顧客回應間之關係探討, 國立東華大學企業管理學系未出版之碩士論文。黃俊英, 賴文彬(1980), 涉入的理論發展與實務應用, 管理科學學報, 7(1), 15-29。黃俊英(1995), 行銷研究個案(五版), 台北:華泰書局。黃珮婷(2000), 顧客滿意度與顧客忠誠度之關係 - 交易成本理論觀點, 國立政治大學國際貿易學系研究所未出版之碩士論文。黃家蔚(2004), 促銷方式、產品涉入程度與促銷情境對消費者品牌評價與購買意願之影響, 國立成功大學企業管理研究所未出版之碩士論文。陳耀茂(2003), 服務行銷與管理, 台北:高立圖書。張敏慧(2005), 提升學生就讀意願之教育服務品質競爭優勢強化研究 - 以七所私立大學為例, 私立中華大學科技管理研究所未出版之碩士論文。張美麗(1985), 幼兒家長老師專家對幼兒教育的意見與期望比較研究, 國立臺灣師範大學家政教育研究所未出版之碩士論文。楊文壽(2000), ?動電話手機消費者之涉入程?及購買決策相關因素之關?性研究, 國立交通大學經營管?研究所未出版之碩士論文。楊錦洲(1997), 品質是競爭的最佳策略, 高雄:華宇企管顧問股份有限公司。葉凱莉, 喬友慶(2001), 顧客滿意評量之再探討, 管理評論, 20(2), 87-111。衛南陽(2002), 顧客滿意經營的六大觀點, 台北:商兆文化。漆梅君(2001), 透視消費者, 台北:學富文化事業有限公司。管志明(1981), 台北市幼教活動的空間組織, 國立台灣師範大學地理學系研究所未出版之碩士論文。劉崇義(2001), 顧客滿意之研究, 私立中原大學企業管理研究所未出版之碩士論文。榮泰生(1999), 消費者行為(二版), 台北市:五南出版社。劉明哲(2004), 消費者生活型態、消費者購買涉入程度與廣告訴求對廣告效果之影響 - 以行動電話為例, 私立中國文化大學國際企業管?

研究所未出版之碩士論文。賴清標(1983), 國民小學附設幼稚園之調查研究, 台中師專學報, 9, 55-98。盧美貴, 吳清山(1988), 幼兒教育法規彙編, 台北市:五南出版社。鄭皓文(2001), 台灣地區本國銀行網站之服務品質衡量研究, 國立中山大學企業管理學系研究所未出版之碩士論文。鄭華清(2003), 行銷管理, 台北:全華科技圖書股份有限公司。鄭佳玲(2000), 台南市幼稚園教育「家長參與」之研究, 國立台南師範學院國民教育研究所未出版之碩士論文。蔡春美(1990), 幼稚園教學評量之研究, 發表於台灣省第一屆教育學術論文發表會論文集(pp.571-578), 台北市:台北師範學院。蔡瑜文(2003), 台北市幼稚園家長對學前教育選擇權之認知與實踐研究, 國立台北師範學院國民教育研究所未出版之碩士論文。謝寶媛(1997), 公共圖書館讀者服務涉入之研究, 中國圖書館學會學報, 58, 107-132。蕭奕志(2004), 校外實習學生專業社會化歷程之研究 - 以某一所技術學院餐飲系為例, 國立臺灣師範大學工業教育學系研究所未出版之碩士論文。薛承甫(2000), 消費性產品涉入程度與造形選擇關係之研究 - 以行動電話為例, 國立成功大學工業設計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。蘇武龍(2000), 住院服務品質與病患滿意度之探討 - 以成大、奇美醫院為例, 國立成功大學工業管理學系研究所未出版之碩士論文。蘇馨容(2005)幼稚園組織學習、教師效能感與家長之研究, 國?政治大學幼兒教育研究所未出版之碩士論文。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學系研究所未出版之碩士論文。

二、英文部份Arova, R. (1982). Validation of an S-O-R model for situation, enduring, and response components of involvement. *Journal of Marketing Research*, 19, 505-516. Anderson, E. W., & Sullivan, M. W. (1993). The antecedents and consequences of customer satisfaction for firms. *Marketing Science*, 12(2), 125-143. Bastian (1990). School choice: Unwrapping the package. In W. L. Boyd & H. J. Walberg (Eds.), *Choice in education*(pp. 177-186). California: McCutchan. Bateson, J. E., & Hoffman, K. D. (2001). *Essentials of Services Marketing: Concepts, Strategies and Cases*. Australia: South-Western College Pub. Becker, H. J., & Epstein, J. L. (1982). Parent involvement: A survey of teacher practices. *The Elementary School Journal*, 83(2), 85-102. Bloch, P. H., & Marsha L. R. (1983). Exploration into the scaling of consumers involvement with a product class. *Advances in Consumer Research*, 1(8), 61-65. Bitner, M. J. (1990). Evaluating service encounters: The effects of physical surrounding and employee responses. *Journal of Marketing*, 54, 69-82. Boulding, W., Kalra, A., Staelin, R., & Zeithaml, V. A. (1993). A dynamic process model of service quality: From expectations to behavior intention. *Journal of Marketing Research*, 30(February), 7-27. Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2001). *Consumer Behavior*(9th ed.). Ft. Worth, Tex: Harcourt College Publishers. Carlsmith, J. M., & Elliot, A. (1963). Some hedonic consequences of the confirmation and disconfirmation of expectancies. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 66, 151-156. Celsi, R. L., & Olson, J. C. (1988). The role of involvement in attention and comprehension processes. *Journal of Consumer Research*, 15(September), 210-224. Comfort, M. H. (1985). Factors that contribute to parent satisfaction with day care. *Dissertation Abstracts International*, 46(10-A), 2914. Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: Are -examination and extension. *Journal of Marketing*, 56, 55-68. Cost, Quality & Child Outcomes Study Team. (1995). *Cost, quality and child outcomes in child care centers*. Technical report. Denver: University of Colorado at Denver. Czepiel, J. A., (1974). *Perspective on Consumer satisfaction*. AMA Conference Proceedings, 119-123. Day, R. L. (1977). Alternative Definitions and Designs for Measuring Consumer Satisfaction. In H. K. Kieth(Eds.), *The conceptualization for Consumer Satisfaction and Dissatisfaction*(pp.77-79). Cambridge, Mass:Marketing Science Institute. De Vellis, R. F. (1991). *Scale Development Theory and Applications*. London: SAGE. Engel, J. F., Kollat, D., & Blackwell, R. D. (1982). *Consumer Behavior* (4th ed.). Taipei: Hwa-Tai Co. Frigenbaum, A. V. (1983). *Total Quality Control*(3rd ed.). New York: McGraw-Hill. Festinger, L. A. (1957). *Theory of cognitive dissonance*. Illinois: Harper & Row, Inc. Frigenbaum, A. V. (1961). *Total Quality Control* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill. Fredericks, J. O. (1993). Improving company performance through customer-satisfaction. *National Productivity Review*, 2, 239-258. Garvin, D. A. (1983). What does “ produce quality ” really Mean. *Sloan Management Review*, 65, 75. Gronroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implication. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44. Horner, W. (1974). Day care and the primary care provider: An exploratory study based on parent responses to their day care program. Doctoral Dissertation, University of California at Berkley, Berkley CA. Hovland, C. I., Harvey, O. J., & Sherif, M. (1957). Assimilation and contrast effects in reactions to communication and attitude change. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 55, 244-252. Hunt, H. K. (1977). CS/D Overview and Future Research Direction. The conceptualization and measurement of consumer satisfactions and dissatisfaction. *Marketing Science Institute*, 20, 60-75. Hempel, J. D. (1977). *Consumer Satisfaction with the Home Buying Process: Conceptualization and Measurement*. New York: Marketing Science Institute. Houston, M. J., & Rothchild, M. L. (1978). Conceptual and methodological perspectives. In S. Jain (Eds.), *Involvement. Research Frontiers in Marketing: Dialogues and Direction*(pp. 184-187.). Chicago American Marketing Association, Chicago. Hung, S. C., & Goo, Y. J. (2004). A causal model of customer loyalty in professional service firms: An empirical study. *International Journal of Management*, 21(4), 531-540. Juran, J. M. (1986). A universal approach to managing for quality. *Quality Progress*, 19(8), 19-24. Kagan, S. L. (1984). Parent involvement research: A field in search of itself (IRE Report No. 8). (ERIC Document Reproduction Service No. ED 257 569) Kotler, P. (1991). *Marketing Management: Analysis Planning, Implementation and Control* (7th ed.). New Jersey: Prentice-Hall. Kotler, P. (1996). *Marketing Management: An Asian Perspective*. New Jersey: Prentice- Hall. Kotler, P. (1999). *Marketing Management: Analysis, Planning and Control*(9th ed.). New Jersey: Prentice-Hall. Kotler, P. (2000) *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and control* (10th ed.). New Jersey: Prentice Hall Inc. Kotler, P. (2003). *Marketing management* (11th ed.). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall. Laurent, G., & Kapferer, J. N. (1985). Measuring consumer involvement profiles. *Journal of Marketing Research*, 22(1), 41-53. Lamb, M. (1998). Non-parental child care: Context, quality, correlates, In W. Damon, I. Sigel, & K. Renninger (Eds.), *Handbook of Child Psychology* (pp. 783-915). New York: Wiley. Lovelock, C. H. (1996). *Service marketing* (3rd ed.). New Jersey: Prentice-Hall. Miller, J. A. (1977). Studying satisfaction, modifying models, eliciting expectations, posing problems, and making meaningful measurements. Cambridge, Mass: Marketing Science Institute, 72-91. Mittal, B., & Myung - soo, L. (1989). A casual model of consumer

involvement. *Journal of Economics Psychology*, 10(November), 363-389.

Muller, W. (1991). Gaining competitive advantage through customer satisfaction. *European Management Journal*, June, 201-221.

Murdick, R. G., Render, B., & Russel, R. S. (1991). *Service Operations Management* (2nd ed.). New York: Allyn & Bacon Inc.

NAEYC(1991). *Guide to accreditation by the national academy of early childhood programs*. District of Columbia: National Association for the Education of Young Children.

Novak, E. (2002). Does satisfaction pay? *Public Utilities Fortnightly*, Arlington, 76(7), 34-39.

Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.

Oliver, R. L. (1993). Cognitive, affective, and attribute base of the satisfaction response. *Journal of Consumer Research*, 20, 418-430.

Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedent and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(Nov), 460-469.

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(Fall), 41-50.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1990). Delivering quality service: Balancing Customer Perceptions and Expectations. New York: Free Press.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1993). The nature and determinants of customer expectations of service. *Journal of the Academy of Marketing Service*, 21(1), 1-12.

Peter, J. P., & Olson, J. C. (1999). *Consumer behavior and marketing strategy* (5th ed.). New York: McGraw-Hill.

Parker, C., & Brian, P. M. (2001). *Marketing intelligence and planning*. Bradford, 19(1), 38.

Ruopp, R., J., Traver, F. G., & Coelen, C. (1979). *Children at the Center*. Cambridge, MA: Abt Books.

Roberson, Z. W. (1984). *Consumer behavior*. Scott Foresman and Company.

Suelzle, M. (1978). *Child Care: Family Support, Welfare and Education* (pp.167-259). New York: ERIC.

Schlesinger, L. A., & Heskett, J. L. (1991). Breaking the cycle of failure in services. *Sloan Management Review*, 32(3), 17-28.

Schoell, W. F., & Gultinan, J. P. (1993). *Marketing essentials*. Kluwer Academic: Publisher Press.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer Behavior* (7th ed.). Chicago, Illinois: Prentice Hall.

Tes, D. K., & Wilton, P. C. (1988). Models of consumer satisfaction formation: An extension. *Journal of Marketing Research*, 25(2), 204-212.

Thibaut, J. W., & Kelly, H. (1959). *The social psychology of groups*. New York: Wiley.

Warrington, P., & Shim, S. (2000). An empirical investigation of the relationship between product involvement and brand commitment. *Psychology & Marketing*, 17(9), 761-782.

Westbrook, R. A. (1980). Consumer satisfaction as a function of personal competence/efficacy. *Journal of the academy of marketing science*, 8(4), 427-437.

Zaichkowsky, J. L. (1985). Measuring the involvement construct. *Journal of Consumer Research*, 12, 341-352.

Zaichkowsky, J. L. (1986). Conceptualizing involvement. *Journal of Advertising*, 15(2), 4-14.

Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (1996). *Service Marketing*. New York: McGraw-Hill.

Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2000). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.

Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2002). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (3rd ed.). New York: McGraw-Hill Inc.