

南華大學管理科學研究所碩士論文

A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

GRADUATE INSTITUTE IN MANAGEMENT SCIENCES

NAN HUA UNIVERSITY

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

A STUDY ON THE RELATIONSHIPS OF SERVICE QUALITY, CUSTOMER  
SATISFACTION, COPORATE IMAGE AND SOCIAL RESPONSIBILITY  
OF POWER INDUSTRY

指導教授：林水順 博士

ADVISOR : PH.D. SHUI-SHUN LIN

研究生：陳木聯

GRADUATE STUDENT : MU-LIEN CHEN

中 華 民 國 九 十 三 年 六 月

南 華 大 學

管理科學研究所

碩 士 學 位 論 文

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

研究生：陳木聯

經考試合格特此證明

口試委員：陳燕宜

林水昭

賴其鈞

指導教授：林水昭

所 長：陳春聲

口試日期：中華民國 九十三年 五月 二十八 日

## 南華大學管理科學研究所九十二學年度第二學期碩士論文摘要

論文題目：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

研究生：陳木聯

指導教授：林水順 博士

論文摘要內容：

近年來，電業為因應未來國營事業民營化、自由化之衝擊，正積極推動經營管理企業化。台電公司為國營事業之首，如何提供更優質的服務品質，善盡社會責任，並提升顧客滿意度及企業形象，以達成「具有卓越聲望的世界級電力集團」的目標，是影響企業持續發展的重要課題。

本研究之目的在於探討電業：(1) 服務品質各缺口差異性，(2) 服務品質、企業形象與顧客滿意度三者間彼此之相關性，以及 (3) 善盡社會責任對企業形象之影響。本研究以台電嘉義、雲林二個區營業處之一般用戶、電器承裝業及台電員工為研究對象，並以修改後之 PZB 缺口模式為架構，以問卷調查的方式，並進行統計分析。

經過本研究的調查、統計、分析結果發現以下結論：(1) 電業服務品質缺口一至三無顯著差異。(2) 服務品質缺口四至七有顯著差異。(3) 「用戶認知的電業服務品質」與「電業服務的整體滿意度」及「電業企業形象」彼此間呈顯著正相關。(4) 電業「社會責任」對「企業形象」有顯著影響；(5) 不同屬性用戶，除教育程度外，對電業服務品質整體滿意程度無顯著差異。

**關鍵字：**服務品質、社會責任、企業形象、顧客滿意度

**Title of Thesis :** A Study on the Relationships of Service Quality, Social Responsibility, Corporate Image and Customer Satisfaction of Power Industry

**Name of Institute :** Graduate Institute in Management Sciences, Nan Hua University

**Graduate date :** June 2004

**Degree Conferred :** M.B.A.

**Name of student :** Mu-Lien Chen

**Advisor :** Ph.D. Shui-Shun Lin

## **Abstract**

In recent years, in order to cope with the impacts on the future privatization and liberalization of government owned enterprise, power industries are implementing actively with business management concepts and techniques. Taipower is one of the largest government owned enterprises. Therefore, Taipower is working on providing for better service quality, taking social responsibility, and promoting customer satisfaction and enhanced corporate image. It attempts to reach the target of “the remarkably prestigious world-class power utility group.” That is the most important issue to keep the enterprise working.

The objective of study is to probe : Firstly, the difference among gaps of the service quality of the power industries. Secondly, the relationships among service quality, corporate image, and customers’ satisfaction. Thirdly, the influence which social responsibility has on the corporate image. This study is based on the survey on general users, contractors of electrical equipment, and Taipower’s staff, from two district business offices of Taipower, Jia-yi and Yun-lin, by the use of questionnaire. The conceptual framework complies with PZB model and the SPSS statistics software are utilized to analyze the data.

After the investigation, statistical analysis, the conclusions are as follows.

1. There is no significant difference from Gap 1 to Gap 3.
2. There is significant difference from Gap 4 to Gap 7.
3. There is a positive correlation among “the service quality which users recognized,” “the whole satisfaction with power industry service,” and “the power industry corporate images.”
4. The “social responsibility” of power industries has significant influence on “corporate image.”
5. There is no significant difference between the users of different attributions, except for their education degree, on the whole satisfaction of service quality.

**Keywords :**Service Quality, Social Responsibility, Customer Satisfaction,  
Corporate Image

# 目 錄

中文摘要.....	i
英文摘要.....	ii
表 目 錄.....	vi
圖 目 錄.....	ix
第一章 緒論.....	1
1.1 研究背景與動機.....	1
1.2 研究目的.....	4
1.3 研究方法.....	6
1.4 研究範圍及對象.....	6
1.5 研究流程.....	8
第二章 文獻探討.....	10
2.1 電力事業特性.....	10
2.2 企業形象.....	14
2.3 服務品質.....	21
2.4 顧客滿意度.....	36
2.5 社會責任.....	44
第三章 研究方法.....	49
3.1 研究架構與設計.....	49
3.2 問卷設計與內容.....	50
3.3 抽樣設計及資料收集.....	53
3.4 資料分析方法與架構圖.....	54
3.5 研究假設.....	57

第四章 實證研究結果.....	58
4.1 服務品質構面分析.....	58
4.2 樣本結構.....	63
4.3 假設檢定.....	72
4.4 電業服務品質概況分析.....	87
第五章 結論與建議.....	97
5.1 結論.....	97
5.2 建議.....	100
5.3 研究限制及未來研究方向.....	103
參考文獻 .....	105
附錄一 .....	112
附錄二 .....	115
附錄三 .....	119
附錄四 .....	123
個人簡歷 .....	127

## 表 目 錄

表 1.1 嘉義區營業處所轄服務中心及服務所一覽表.....	7
表 1.2 雲林區營業處所轄服務中心及服務所一覽表.....	7
表 2.1 企業形象的相關研究.....	19
表 2.2 五項可能導致服務品質不佳的缺口分析表.....	23
表 2.3 服務品質構面相關文獻.....	26
表 2.4 SERVQUAL 量表構面及意義.....	29
表 2.5 SERVQUAL 量表之構面與認知項目.....	30
表 2.6 本研究與其他學者之電業服務品質缺口比較表.....	33
表 2.7 電業服務品質之組成構面.....	35
表 3.1 電業服務屬性一覽表.....	51
表 3.2 台電整體服務滿意度問項一覽表.....	52
表 3.3 社會責任問項一覽表.....	52
表 3.4 企業形象構面及問項一覽表.....	53
表 3.5 問卷發放回收統計表.....	54
表 4.1 KMO 與 Bartlett 檢定.....	58
表 4.2 電業服務品質屬性萃取之代表因素分析表.....	59
表 4.3 本研究各類量表信度分析摘要表.....	61
表 4.4 用戶服務品質的因素分析因素摘要表.....	61
表 4.5 電業用戶樣本結構表.....	64
表 4.6 用戶年齡與職業交叉表.....	65
表 4.7 用戶教育與職業交叉表.....	66
表 4.8 用戶教育程度與申請用電方式交叉表.....	67
表 4.9 用戶教育程度與年齡交叉表.....	67



表 4.10 電業管理階層人員樣本結構.....	68
表 4.11 電業營業廳櫃台服務人員樣本結構表.....	70
表 4.12 電業行銷企劃人員樣本結構表.....	71
表 4.13 電業用戶對電業服務品質認知差異分析表（缺口五） .....	72
表 4.14 用戶所期望的與管理階層對用戶所期望的服務品質間之差異分析 表（缺口一） .....	73
表 4.15 管理階層對用戶所期望的與所制定的整體服務品質間之差異分析 表（缺口二） .....	73
表 4.16 管理階層認為用戶所期望的及所制定服務品質間之差異分析表 .....	76
表 4.17 電業內部所制定的與第一線服務人員所遞送的服務水準之差異分 析表（缺口三） .....	78
表 4.18 櫃台人員提供與行銷企劃人員向外界宣傳之整體服務品質間之差 異分析表（缺口四） .....	78
表 4.19 櫃台人員提供與行銷企劃人員向外界宣傳之服務品質間之差異分 析表.....	82
表 4.20 電業服務品質各缺口檢定分析表.....	83
表 4.21 服務品質與整體滿意度及企業形象三者之相關分析 .....	84
表 4.22 電業「社會責任」對「企業形象」迴歸分析表.....	85
表 4.23 用戶人口變數對電業服務整體滿意程度的變異數分析表 .....	87
表 4.24 不同教育程度用戶對用電服務整體滿意程度之雪費檢定表 .....	87
表 4.25 電業在報章電視等媒體有關的宣傳情形.....	88
表 4.26 改善服務品質上最需加強的職位（人員） .....	89
表 4.27 電業最需要加強那些服務項目 .....	90
表 4.28 台電在提昇服務品質所面臨的主要問題.....	90

表 4.29 電業服務品質衡量方式調查表.....	91
表 4.30 電業舉辦改善服務品質訓練或研討會統計表.....	91
表 4.31 電業服務品質衡量標準認知統計表.....	92
表 4.32 電業服務品質績效的衡量技巧統計表.....	92
表 4.33 用戶對台電「社會責任」的表現分析表.....	93
表 4.34 用戶對台電「企業形象」的表現分析表.....	94
表 4.35 本研究假設驗證彙整表.....	95

## 圖目錄

圖 1.1 研究架構圖 (1)	5
圖 1.2 研究架構圖 (2)	5
圖 1.3 研究流程	9
圖 2.1 用戶申請用電服務流程圖	13
圖 2.2 電業供電前後服務項目流程圖	14
圖 2.3 企業形象的形成與消費者之關係	18
圖 2.4 PZB 服務品質觀念性模式之延伸	25
圖 2.5 預期-不確認模型	40
圖 3.1 研究架構圖 (1)	49
圖 3.2 研究架構圖 (2)	50
圖 3.3 資料分析架構圖 (1)	56
圖 3.4 資料分析架構圖 (2)	56

# 第一章 緒論

## 1.1 研究背景與動機

服務大師阿爾布萊特(Albrecht,K)曾說「全球企業無論是製造業或服務業都在體驗典範的轉移--包括無形與有形所組合而成的整體顧客價值」,由此可知,要在新的世紀裡贏得先機、創造利潤,顧客價值管理的良窳是決勝的重要關鍵,它關係著能否「持續地」達成顧客滿意的目標,而非「階段性」完成顧客滿意的目標。

二十世紀末,品質講的是「顧客滿意」,就是要滿足顧客需求,讓顧客滿意。但到了二十一世紀,不但要追求顧客滿意,更要創造顧客的價值。而提供溫馨、貼心、超越顧客期望,以客為尊之優質服務給顧客,才能進一步讓顧客感到很有價值,能做到讓顧客滿意且能創造顧客價值的服務,不但能提高他們再次購買的意願,且能贏得他們長期性的忠誠度,所以『優質服務』遂成了企業競爭的最佳利器之一(楊錦洲,民90),例如台電制定對顧客要提供超出預期的貼心服務之經營理念(台電月刊,民92)。

電力是民生必需品,因為電力與民眾的生活息息相關,電力亦為工業之母,是經濟發展的原動力。因為電力事業涉及國計民生,故自政府遷台以來便將其定位為國營事業,其目的在以提供可靠電力,滿足用戶需求,促進國家經濟發展。近年來,政府為提升國營事業的績效與競爭力,及順應國際開放國營事業的潮流,著手規劃國內各國營事業民營化的計畫與目標。

台電公司成立於民國35年,為台灣地區唯一的綜合電力事業,負有供電業務的公用事業,在過去50餘年提供給良質廉價的電力,對國家經

濟發展功不可沒，但解嚴以來政治民主化，經濟自由化，加快市場自由開放的競爭機能，國營事業的政府保護傘逐漸褪化、消失，一方面因私人企業集團不斷地透過民意代表或立法，要求政府釋出國營事業來擴大其營業範圍，另一方面又遭逢全球經濟不景氣，政府財政赤字日漸擴大，也無力再提供保障，因此國營事業民營化遂為大勢之所趨。

台電公司長久以來負有政策任務與社會責任（Social Responsibility）的經營方針，也將隨民營化的壓力而必須調整以往的經營策略，例如陸續推動各單位 ISO9002 品質認證制度、ISO14000 環境管理系統認證制度、責任中心及 TQM 全面品質管理系統，以有效地改善企業經營體質（黃奇達，民 90），甚至於民國九十二年七月份重新發表「台電公司使命、願景、經營理念說明書」，在其「新願景說帖」提到；(一)台電公司的願景是一個可實現的夢想，是值得全體員工長期努力追求的目標，也是一個企業追求卓越經營的基石，因此，公司的願景如同公司目標，必須不定期審視環境變化與願景完成度，而進行調整或提升或降低；依 2002 年統計數據顯示，以裝置容量計算，台電公司世界排名為第 14 位，且台電公司自成立迄今，一直是國內唯一的綜合電業，由此可知台電公司實際已是電力事業領導者之一。由於前願景中，電力事業的領導者已是既成事實，所以不須再強調電力事業領導者，需檢視台電公司經營條件與環境變化，檢討提升願景層次。(二)由於台電公司已成電力事業領導者，且是具有國內聲望的企業，在衡量台電公司尚有能確保已有的經營優勢下，而提升公司願景目標，不僅要從單一電力事業，漸次發展成為電力事業集團，也要從國家級的企業，提升至世界級企業，更要積極提升台電公司的企業價值及企業形象，讓公司在最短的時間內擁有卓越的聲望，達到成為「具有卓越聲望的世界級電力事業集團」的目標。

而在「新經營理念說帖」亦提出：(一)過去，由於國家經濟高度成長及國民生活水準大幅提升，國內電力需求量增加快速，台電公司的經營重點著重於電源開發與電廠興建，以追求充裕的電力來滿足市場的需求；而現在，由於經歷多年的努力及政府開放民間經營發電業的政策，電力的供給已不虞匱乏，而隨著高科技產業發展及精緻家電用品的普及，國人對電力需求，已轉為『質』『量』並重，並且逐步要求提高品質服務。再不久的將來，電業市場即將自由化，競爭的機制一但納入，對企業的經營勢必又是一項重大的考驗。如今台電面臨的，不僅是現實競爭，同時更要追求永續經營的企業經營競爭力。由於嶄新科技技術、資訊爆炸、法令規章演變、新興市場群起等因素，使得以往成功的龐大企業在經營模式、競爭策略上，不得不積極加速迎上新的競爭。(二)台電公司從事的是公用事業，關係著全體國民的基本生活需求的滿足，也肩負著工商發展的基礎建設。從供給面到需求面的管理，從致力於電力「量」的充足到電力「質」的提升，也從「生產導向」轉為「服務導向」，今天台電公司應該追求的是—穩定、效率及服務的供電，也就是應該是一個以顧客滿意為前提的電力服務企業，而不再只是一個生產及銷售電力企業。(三)長久以來，台電公司被社會定位為具有強烈「工程師文化」的企業，突顯出工程師務實、勤奮及堅持品質的特質，也是台電所引以為傲的。未來因應電力市場自由化的環境變化，除了必須在既有的基礎上繼續推動各項業務，也必須利用優勢，開創新的多角化事業，這些均須腳踏實地、按部就班才能逐步完成。

對於台電經營的檢討與調整，除考量內、外部環境的變化外，尚希望要有挑戰性，對現行不足的部分多一點著墨，多一點提醒，讓全體員工有共同的方向來凝聚共識、達成願景。因此將原經營理念『誠信、品

質、服務』提升到『誠信、關懷、創新、服務』。

從以上台電公司的新願景、經營理念說帖中，可知台電公司自成立以來，即以提供可靠電力及滿足用戶需求為己任，並持續以促進國家競爭力的提供與維護股東及員工合理權益自許。由於長久以來，台電公司企業文化被外界定位為「工程師文化」，雖然突顯出該企業從業人員務實、勤奮的特質，然而從另一角度而言，亦顯示出其員工行事風格保守、固執、不擅行銷、制度僵化，因此台電公司如欲成為「具有卓越聲望的世界級電力事業集團」則必須主動滿足用戶電力需求與提供物超所值的服務外，尚須擔負企業社會責任，讓台電成為社會大眾心目中的好公民，以提升台電企業形象，爭取卓越聲譽。因此，如何評估電力服務品質，以滿足用戶需求，提升顧客滿意度，來善盡社會責任及開創卓越企業形象，是影響企業持續發展的重要課題，殊值得深入探討了解，此乃本研究動機之一。

電業服務品質，前有謝榮顯及黃奇達二位分別於民國八十九年及九十年，提出實證研究，其中謝榮顯探討 PZB 服務品質缺口一及缺口五，而黃奇達則探討缺口三，二位學者均以台南縣市之一般用戶、電氣承裝業為研究對象，為使電業服務品質實證更為完整，本研究遂將 PZB 服務品質各缺口列為探討目標，並將研究對象擴大至雲林、嘉義二縣市之一般用戶、電氣承裝業，期使結果更能反應實際情況，以提升其參考價值，此引發本研究另一動機。

## 1.2 研究目的

基於以上研究背景與動機，本研究以圖 1.1 及圖 1.2 之架構進行探討。從圖 1.1 可以看出，服務品質與企業形象及整體滿意度間之關係，及社會責任對企業形象之影響性。圖 1.2 則顯示服務品質各缺口間之關係係。

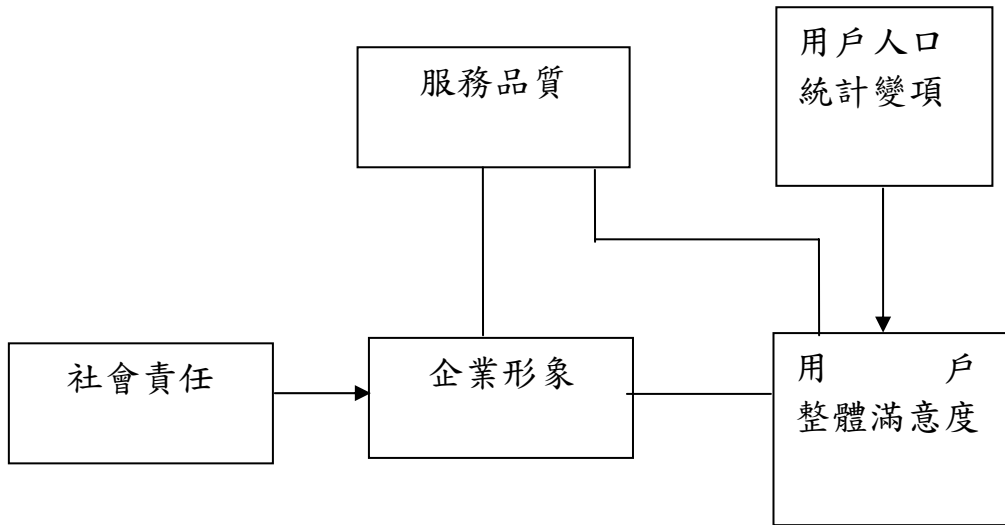


圖1.1研究架構圖 (1)

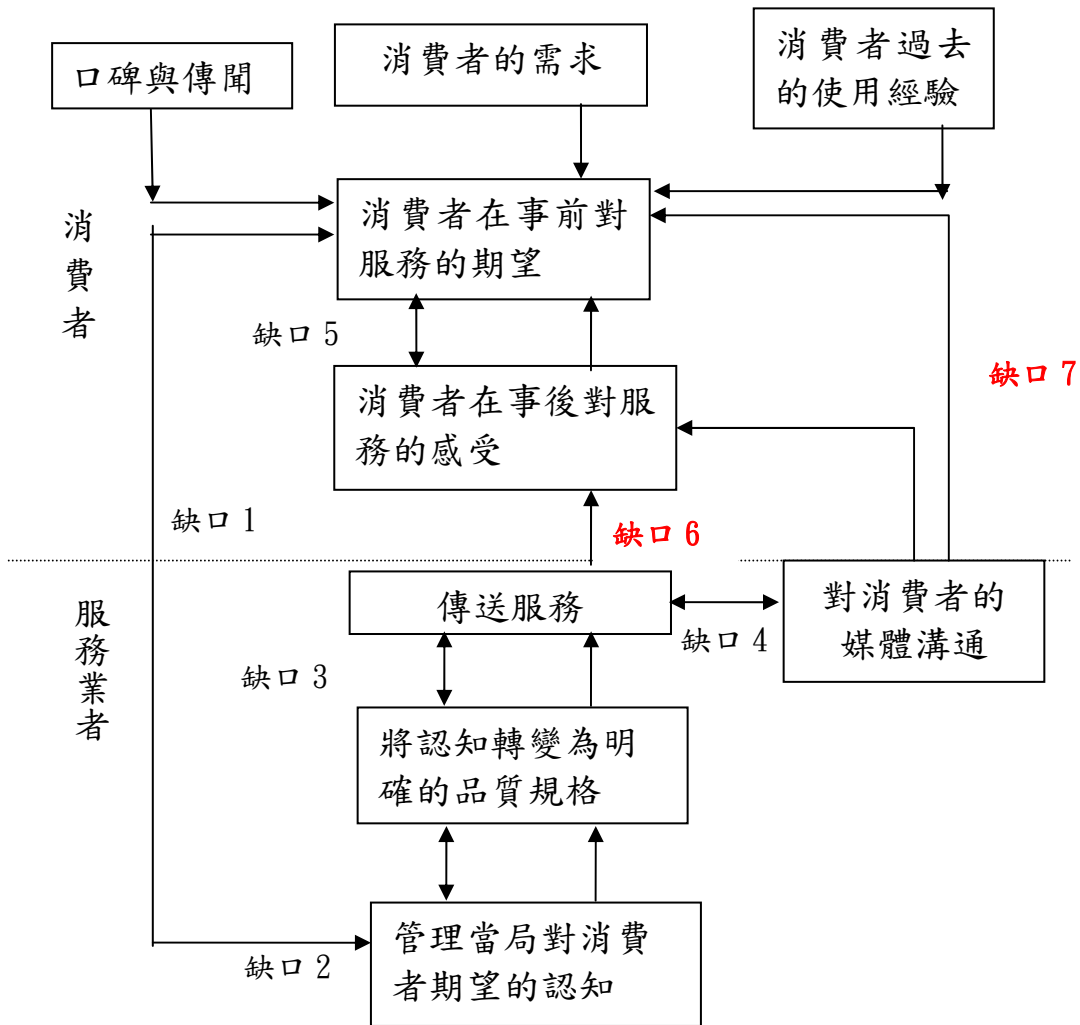


圖1.2研究架構圖 (2)



具體而言，本研究的目的是有下列三項：

- 1、探討電業服務品質各缺口間的差距。
- 2、探討「企業形象」與「用戶整體滿意度」、「服務品質」彼此間之相關性。
- 3、探討「社會責任」對「企業形象」之影響性

### **1.3 研究方法**

為了達到上述目的，本研究使用研究方法計有：

- 1.信度：對問卷本身加以檢測其信度，以確信問卷之可靠性。
- 2.敘述性統計分析：對樣本基本資料之敘述性統計量加以說明，以呈現樣本基本資料與研究主題之相關性。
- 3.t檢定：分析服務品質各缺口顯著差異性
- 4.因素分析：對服務品質各因素進行因素分析、歸類、命名
- 5.變異數分析：分析用戶人口統計變項對整體電業服務滿意度是否有顯著差異。
- 6.相關分析：分析電業「企業形象」與「服務品質」及「整體服務滿意度」彼此間是否有相關性。
- 7.迴歸分析：分析電業「社會責任」對「企業形象」之影響性。

### **1.4 研究範圍及對象**

#### **1.4.1 研究範圍**

本研究主題為電業服務品質、社會責任、企業形象與顧客滿意度之相關性研究，因電業服務以台電區營業處為首要，因此針對研究對象之服務品質、顧客滿意度及台電整體社會責任、企業形象為研究範圍。

### 1.4.2 研究對象

本研究以台電嘉義、雲林二個區營業處之一般用戶、電器承裝業及管理階層、第一線櫃台服務人員、行銷企劃人員為研究對象，定義說明如下：

1. 本研究所稱電業管理階層問卷對象，係指任職於台電區營業單位內，從事售電相關業務運作，股長（含服務所主任）以上之主管級人員。第一線櫃台服務人員；係指任職於台電區營業單位內，從事售電相關業務，與用戶直接接觸之人員。行銷企劃人員；係指任職於台電總管理處內，從事行銷、企劃、公服等相關業務之人員。
2. 本研究所稱電器承裝業(即電氣行)係指經省(市)建設廳(局)審查合格取得登記營業執照者，由於一般用戶經常透過其辦理各項用電申請，且承裝業因其業務關係，對電力事業服務品質的認識較一般社會大眾來得深且廣，因此納入為研究對象。
3. 本研究所稱一般用戶係指用電場所之電燈、小型器具及動力用電，其合計容量不足 100 仟瓦者，受電電壓為 110 伏，220 伏或 380 伏，此類用戶諸如住家、公司、小型工廠及一般服務業等。

表1.1 嘉義區營業處所轄服務中心及服務所一覽表

服務中心	民雄服務所	大林服務所	竹崎服務所
梅山服務所	奮起服務所	阿里山服務所	中埔服務所
大埔服務所	溪口服務所	新港服務所	蒜頭服務所
水上服務所	太保服務所	朴子服務所	東石服務所
栗子崙服務所	布袋服務所	義竹服務所	新塢服務所
鹿草服務所	松梅服務所		

表1.2 雲林區營業處所轄服務中心及服務所一覽表

服務中心	斗南服務所	大埤服務所	土庫服務所
元長服務所	褒忠服務所	北港服務所	水林服務所
口湖服務所	四湖服務所	台西服務所	麥寮服務所
橋村服務所	油車服務所	二崙服務所	西螺服務所
蔴桐服務所	林內服務所	崙背服務所	虎尾服務所
古坑服務所			

資料來源：本研究整理

## 1.5 研究流程

本研究之流程如圖 1.2 所示：

### 1. 主題確定

首先就研究者個人工作背景相關之問題，依研究目的、對象與範圍，評估研究主題之可行性，並確定研究方法，擬定研究計畫。

### 2. 文獻探討

在國家圖書館、政治大學社資中心、中山大學圖書館、中正大學圖書資料中心、成功大學圖書館等處，以及利用網路系統蒐集有關之理論及資料，包括書籍、期刊、論文、法令規章等。在蒐集相關的文獻過程中，逐漸對研究主題有更深的認識，經與指導教授多次研討與修正後，終於建立研究主要內容架構。

### 3. 研究設計

依據研究架構，決定研究對象與研究變項，以調查問卷作為研究工具，包括量表之選用，選定問卷內容，並決定資料分析的方法。

### 4. 問卷調查

問卷編製完成後，即先行預試，並經預試修正後，完成問卷定稿。再以台電一般用戶、電氣承裝業，並以至嘉義及雲林縣市電力營業場所

接受服務的用戶為調查對象，依區處用戶數比例分配問卷，採便利抽樣法透過台電服務人員的協助進行問卷調查，另電業各級人員問卷則採普查方式進行問卷調查。

## 5. 整理與分析

問卷回收後，剔除無效問卷，即進行問卷編碼及資料登錄，再以 SPSS 軟體進行電腦統計分析，並對各項統計結果進行整理與探討。

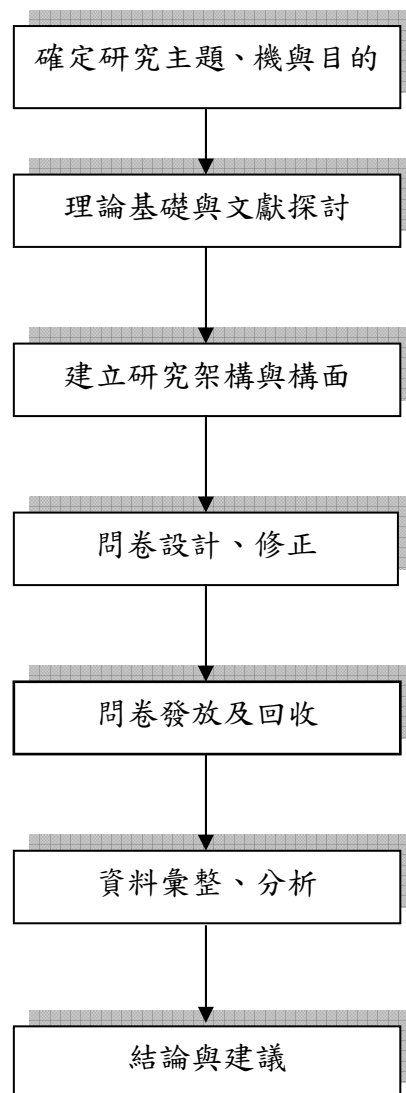


圖1.3 研究流程

## 第二章 文獻探討

本章將針對本研究之主題的相關文獻進行探討與整理，這些主題包括電業特性、企業形象、服務品質、顧客滿意度、社會責任等項目。

### 2.1 電力事業特性

#### 2.1.1 產業

##### (一) 產業特性

黃奇達（民 90）指出電力產業與一般企業不同，具有以下之各項特性：

##### 1. 所提供之電力事業產品具有不可儲藏性

電力產業所提供是一種無形、無臭的產品，在目前的技術水準下，不能預作大量而經濟的儲存，以為供應市場之準備，而用戶的用電需求又因季節或時間的不同而有所變動，因此，電力產業設備之利用率，自然受到很大的影響。

##### 2. 投資龐大且資本週轉率低

電業較具其他企業需要更大的投資資本，其固定資產佔資產總額的比率非常高，約為 93% 左右。除此之外，電廠之建造不是一蹴可及，其建造時間亦長，在火力發電廠方面約需四、五年，在水力及核能電廠方面則需七、八年，資本週轉率又較具他事業來得低，因此固定資產之回收，需時較長，因此電業是一種資本投入大且資本回收慢的產業。

##### 3. 具有地區獨佔性

由於電力產業需要龐大的投資，為避免此種巨額投資之重覆及浪

費，政府常限制同一區域內由一家電力事業來經營，如此電力事業多形成自然獨佔之局面。

#### 4.產銷一致性

電力一旦生產，須馬上消費，不易經濟有效的儲存。因此，電力事業必須在瞬間滿足用戶任何時段負載的需求，即產銷一致。

#### 5.具有公用性

電業所提供之電能係供應國民大眾使用，與社會公共利益有關，故屬於公用事業。

#### 6.市場具有持續成長性

電力由於用途廣泛，無論利用電能為照明、動力、或熱源，使用能量一直不斷的增加，在可預見的將來，仍為人類最高級的消耗能源。因此，電力需求成長與經濟發展的關係甚為密切。

### (二) 產業發展趨勢

電力產業之基本使命，在於提供國民生活及經濟發展所需之電力能源，以滿足現在及未來用戶之負載需要，謀求能源供應地區之經濟發展，台電公司未來發展趨勢如下：

- 1.持續開發電源，合理調整電源結構，推動負載管理，縮短系統尖離差距。
- 2.加強輸、變、配電工程建設，實施電力最佳調度，強化電力系統運轉與維護，俾提升供電品質。
- 3.加強電廠之安全運轉、燃料運儲及廢料處理之安全管理，加強工業安全衛生工作，妥訂事故應變措施，追求要安全的電力供應。
- 4.強化環保措施，紓解環保抗爭，追求更佳的环境品質。
- 5.加強用戶服務，推行顧客導向之全面品質經營，追求更滿意的用戶服務。
- 6.健全財務結構，培養專業人才，加強研究發展，建立全面資訊化，推行

責任中心制度，以追求更完善的經營管理。

- 7.在未來經營上，將走上自由化與民營化，迎接經營環境之變遷及衝擊；朝向多角化經營，以擴大企業發展空間；邁入國際化事業領域，加強國際技術合作，拓展海外電力能源投資，參與國際電業營運活動。

### 2.1.2 售電服務傳遞系統

台電售電業務係依據電業法第四章營業各款規定及經濟部核定營業規則第四條規定辦理，申請用電按其性質分為新增設用電、廢止用電、變更改用電及其他等共四大類；因此目前電業服務的傳遞流程圖如下圖 2.1 及圖 2.2 所示：

台電雖為電力專營權之國營公司，但仍須以服務用戶為取向，事實上，電力供應即是提供服務的整個過程，從提供用戶可靠穩定之電力直到教導用戶如何節約能源，節省電費等都包括在服務的範圍內，不僅如同一般產品強調售後服務，對供電前服務亦須同等重視。而用戶對服務的期望是一動態過程，隨著社會環境與用戶期望不斷變化，要取得用戶對電業的認同，電業展現的服務品質一定要滿足或超過民眾的期望。

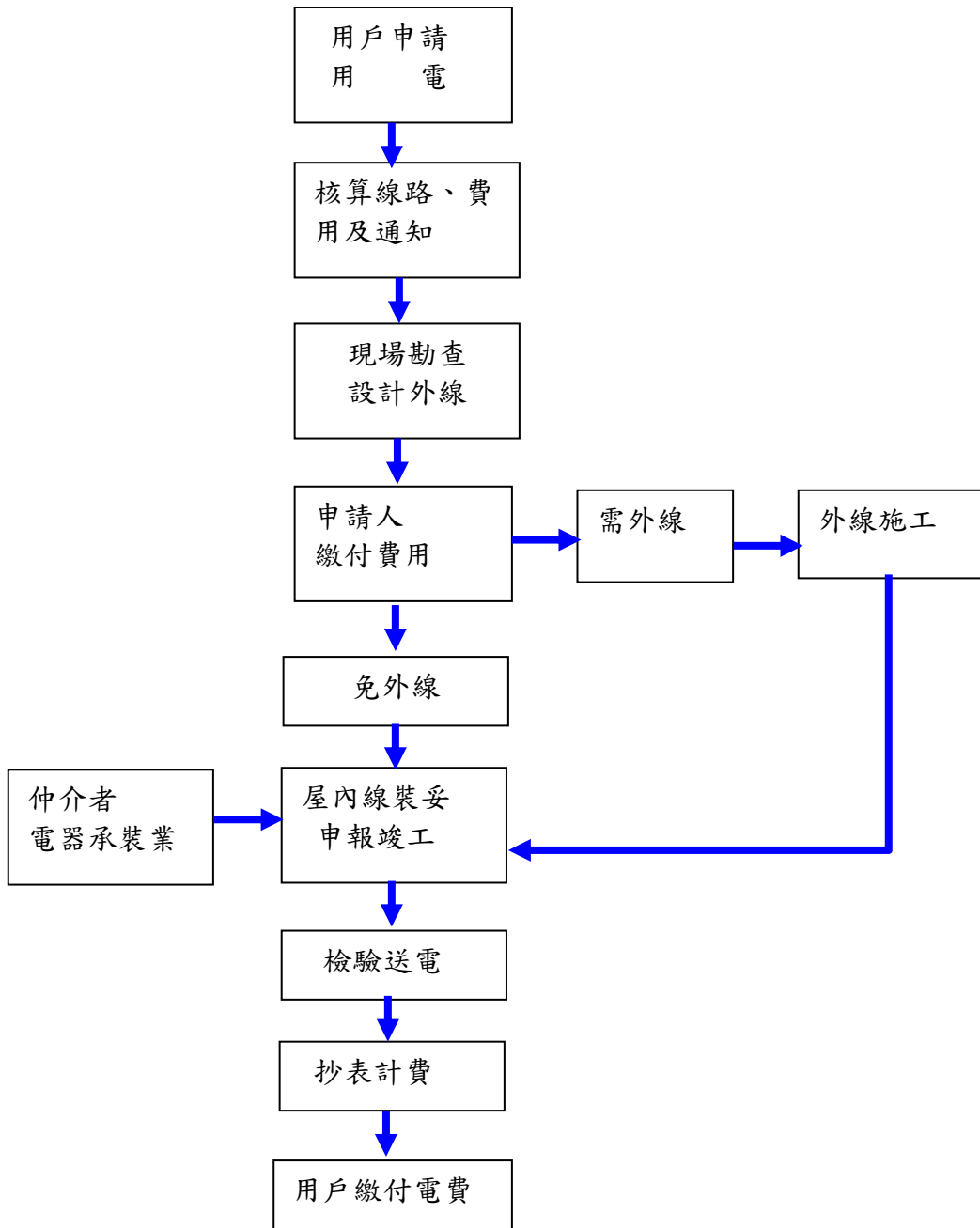


圖2.1 用戶申請用電服務流程圖

資料來源：謝榮顯(民 89)，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碩士論文，p.37.



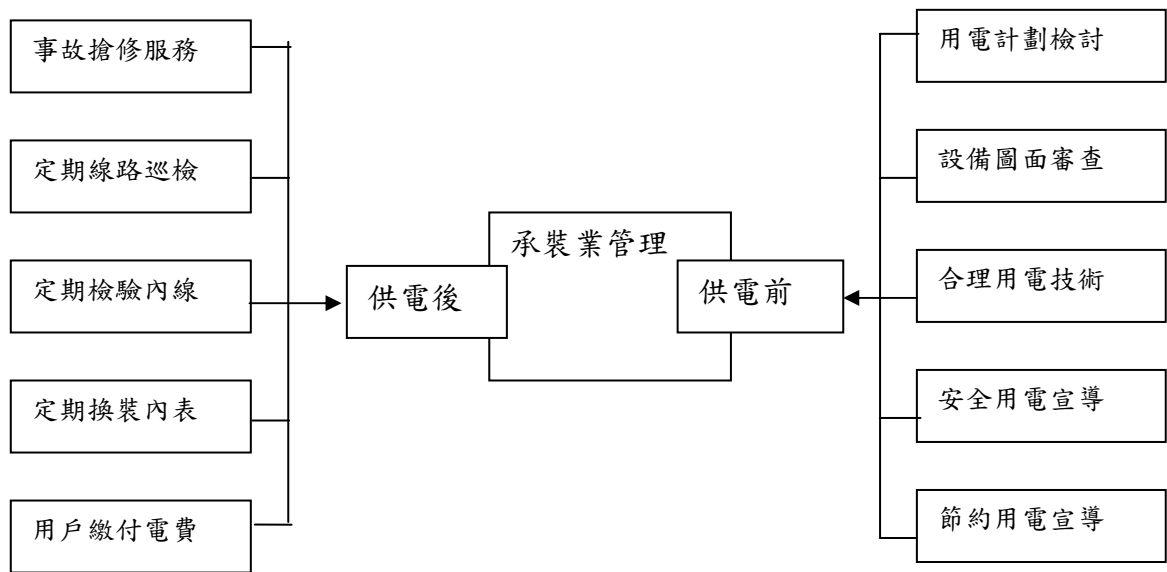


圖2.2 電業供電前後服務項目流程圖

資料來源：謝榮顯（民 89），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碩士論文，p.38.

## 2.2 企業形象

### 2.2.1 企業形象的定義

企業形象是一種抽象的概念，但往往可以真實地反映出社會大眾對此一企業評價。然而，因其概念相當廣泛，一直缺乏為大眾所普遍認同的定義，各學者的定義也皆有所不同。

Walton (1966) 就認為人是不可能完全理性的，而是理性與感性交織的，因此將「企業形象」的組成分為兩大元素：「理性分析」與「感性態度」。「理性分析」包括「訊息」與「分析架構」，即消費者透過嚴謹的分析架構對接收到的企業相關訊息做理性的分析，形成對企業的整體形象；「感性態度」則是消費者對企業的一般性感受或態度評價，轉變成為對企業的整體形象，其將受到文化、政治、經濟、個人與企業

本身等因素的影響。(黃宏鈞, 民90)

蘇森榮(民79)提出,企業形象在消費者行為上扮演極重要的角色,一企業若能建立良好且具有特色的企業形象,必定能加強消費者對其產品或服務的購買意願,從而使行銷策略與活動有效進行,達成企業經營的目標。

白先智(民80)綜合 Martineau 及 Luck 等學者看法,對企業形象定義為:消費者從企業的各種活動中,所得到的印象,並指出企業形象是消費者對企業的一切經驗、想法、感覺、信仰、知識間交互影響的結果。

鄭惠文(民80)在「企業贊助公益活動與企業形象之研究」中所定義的企業形象則是主觀的,且是一種態度或感覺,也就是是會大眾對某一企業或企業機構的行為所產生的主觀態度或感覺。高希鈞(民74)認為,有三個不同的層面會影響企業形象,包括1.「社會面」:分擔社會責任(如環境保護、公益活動);2.「經濟面」:追求利潤(產品、服務、管理、創新)3「人性面」:滿足員工與消費者。

趙永智(民91)綜合吳佩真、高希均、Martineau、Walters 等學者說法將企業形象定義為:企業形象是一種主觀的認知,必須要有主體(大眾)及客體(企業)才能形成,企業透過各種方式來塑造並傳達其企業形象,當消費者對企業形象的認知符合其需求與觀點時,便會產生消費行為。

陳鈺達(民91)綜合 Bayton、Walters、Dowling 等學者的看法將企業形象定義為:企業形象乃是消費者從企業提供的產品、服務或從事有關社會性活動獲得的相關訊息及經驗,而形成一種主觀的整體態度與印象,亦即人們對企業的主觀感想及看法。

綜合以上各學者的論述，本研究對企業形象定義為：企業形象為企業從事各種活動，而被社會大眾所主觀認知的情感或印象，並會進而影響消費者的消費意願與行為。

### 2.2.2 企業形象的構面

從前面所提到的內容，企業形象雖然是消費者對企業主觀喜惡的一種知覺。然而，企業形象的衡量卻有許多的層面，從這些構面一層一層去剖析企業形象，學者們對企業形象的構面分析如下：

Spector(1961)提出企業形象有六個獨立構面：（李嘉悅，民91）

- 1.動態性(dynamic)：諸如領導地位、主動性、彈性以及目標導向等變數。
- 2.協力性(cooperation)：包含企業所表現之友善的、服務親切等變數。
- 3.企業智慧(business-wise)：包括具有洞察力、敏銳性與說服力等變數。
- 4.企業特性(character)：企業常會重視其所具有公正的名聲，包括商譽、道德責任等變數。
- 5.成功性(success)：是指企業具有受肯定之成就、財務或是業績表現等變數。
- 6.孤立性(withdrawn)：包括不具競爭性、保守等特性。

Walters（1978）則從企業本身所提供之產品及服務來區分企業形象之構面；（陳鈺達，民91）

- 1.機構形象（Institution Image）：係社會大眾對整個企業所抱持的消費者態度。包括：

(1)企業形象(Corporate Image)：社會大眾視企業為社會之一成員，因此極注重企業從事之公益活動，而非僅注意其所銷售的產品而

已。

(2)商店形象 (Store Image)：為企業經店面所帶給消費大眾的觀感，包括產品陳列、佈置格調、服務人員的得體與否等項目。

2.功能形象 (Functional Image)：係指從企業營運的作業性活動上所產生的形象。包括：

- (1) 服務形象 (Service Image)：指企業所提供之服務，所帶給消費者之印象。
- (2) 價格形象 (Price Image)：指消費者對該企業各種產品價格、價格定位、折扣等諸因素之態度。
- (3) 促銷形象 (Promotion Image)：指消費者對企業之推廣活動所抱持的態度。

3.商品形象 (Commodity Image)：係指消費大眾對企業所提供之產品的印象。包括：

- (1) 產品形象 (Product Image)：包括對產品品質、合適性、產品組合等印象。
- (2) 品牌形象 (Brand Image)：為對該公司之品牌設計、包裝、產品屬性等之態度。
- (3) 品牌線形象 (Brand-Line Image)：對企業所有產品之設計、包裝、產品屬性之態度。

根據以上學者在企業形象構面之論述，發現影響企業形象之因素也相當廣泛，從企業的產品、服務到與外界互動皆屬之。而企業則必須透過研究社會大眾對企業現有形象之感覺，來評估其其自身的企業形象。有了企業形象的評估，企業才能採取適當的因應及修正措施。所以經由

對企業形象構面的了解，進行企業形象的評估，對企業的永續經營與發展而言，是有其必要性的。

本研究將參用Walters（1978）所提的企業形象三構面，因其從企業本身所提供之產品及服務來區分企業形象，對顧客而言，較具實際衡量標準，故較易評量。

### 2.2.3 企業形象的形成與消費者的關係

企業形象的形成從消費者的角度來看，必須要有一個標的物（企業），經由其活動傳達其訊息給一個主體（消費者），消費者透過個人主觀的感受，產生對企業的態度和印象，進而形成對該企業的企業形象。消費者對該企業的形象態度，會透過消費者行為表現出來，並將訊息回饋給企業，做為擬定未來行動方案的參考。其圖示如下：

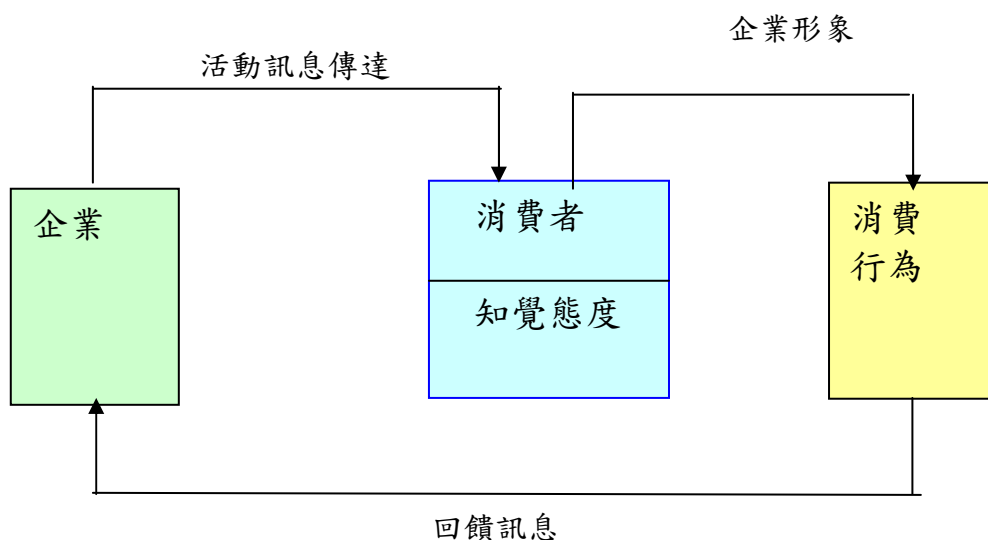


圖2.3 企業形象的形成與消費者之關係

資料來源：蘇森榮（民79），速食連鎖市場區隔與企業形象定為之研究，交通大學管理科學研究所碩士論文，p.28

企業總是希望自己公司的形象對消費者而言是良好的，而良好的形象所應具備的要素根據蘇森榮(民79)所提出的有：

1. 清晰明確且能為消費者所理解。
2. 與消費者的觀點一致。
3. 合乎消費者所要求的重點。
4. 合乎消費者之參考群體的價值等條件。

企業形象在消費者購買行為上扮演著相當重要的角色，當消費者在找尋資訊以滿足其需求時，企業形象即是一個重要的考量。在選擇所要惠顧的企業或商店時，消費者心中會設定標準，若一企業的形象能提供與其標準相符合的形象，就可以被消費者接受而前來消費。而消費者使用經驗的滿足程度可能會產生強化形象或產生不利形象，而影響下次的消費行為。

台電為了塑造新的企業形象，積極地從產品、流程、技術、服務等各方面去創新，例如推動櫃台一元化的流程創新、彩繪電廠煙囪、配電設備等形象創新。

#### 2.2.4 企業形象之文獻

各學者對企業形象之不同看法，依其提出時間先後，整理如下表2.1；

以上各學者對企業形象的看法，因其切入角度不同而有所差異，如從消費者接收到企業相關訊息做理性分析，或從對企業的一般性感受來做主觀（感性）判斷，其結果均會影響消費者對該企業之「企業形象」。

表2.1企業形象的相關研究

年代	學者	觀 點 內 容
1961	Spector	提出 45 個描述人格特質之變數讓受測者評估企業形象，再藉由因素分析法得到六個構面：積極性、合作性、企業智慧、企業特質、成功性、退縮性。
1964	Kirkpa-trick	企業形象是消費者依據企業活動提供的訊息，而產生情感上的反應。
1969	Chritopher and Pitts	企業形象是在對公司聲譽、產品與行銷組合接觸之後對公司所產生的信念。
1971	Crissy	企業印象是個人或團體對公司、商店、品牌或產品所感受到的整體評價。
1972	Worcester	企業形象可以說是社會大眾對於企業所有一切的經驗、感覺、信仰、想法與知識之間交互影響的結果。
1974	Glenn	個人會經由其個人因素與公司因素，來描述與記憶企業形象。且公司不只有一種形象，而是具有多重的形象。
1977	Kennedy	個人會經由其個人因素與公司因素，來描述與記憶企業形象。且公司不只有一種形象，而是具有多重的形象。
1978	Walters	企業形象具有主觀性、滲透性、擬想性及易變性等特質。其構面主要有三，包含機構形象、功能形象、商品形象
1984	Gronroos	企業形象主要是建立在品質技術(如顧客的服務經驗、功能性品質、服務傳遞)上，可決定顧客對他們
1998	Gray and Balmer	企業形象是大眾對該企業在腦中所立即呈現出的印象。
1998	Nguyen & LeBlanc	企業形象對顧客忠誠度有極顯著的影響，在顧客維持中扮演相當關鍵的角色。

資料來源：綜合李家悅（民91），航空業服務品質與企業形象之研究，淡江大學管理科學研究所碩士論文系碩士論文及陳鈺達（民91），企業形象、服務補救期望與補救後滿意度關係之研究，中國文化大學企業管理研究所碩士論文，編製成本表。

## 2.3 服務品質

### 2.3.1 服務品質的定義

由於服務品質是一個比較複雜的主題，因此在一般服務業的行銷管理中，服務品質可以說是最重要的觀念（洪順慶，民88）。服務因其特質，無形性、異質性、不可分割性及易逝性而使得服務品質不易評量。

各學者對「服務品質」的看法不一，茲將各學者的觀點依時間順序整理如下：

1. Levitt (1972) 認為「服務品質」是指服務結果能夠符合所設定之標準。
2. Sasser (1978) 認為「服務品質」不僅包含最後的結果，而且還包括提供服務的方式，由於服務業產出的無形性、不可儲存性、顧客參與服務過程程度高等特性，會影響服務產出的品質。
3. Oliver(1981)認為服務品質不同於滿意水準，服務品質是消費者對事物之一種延續性的評價，而滿意水準則是消費者對於事物一種暫時性的反應而已。
4. Churchill & Suprenant (1982) 認為「服務品質」是消費者對於服務的滿意程度，其決定於實際的服務與原來期望之差異。
5. Lewis and Booms(1983)認為服務品質是傳送的服務和期望的服務吻合之程度，也就是兩者間須具有一致性。
6. Gronroos (1984) 年認為「服務品質」是顧客對於服務的期望及接受服務後實際的認知。
7. Garvin (1984) 認為「服務品質」是一種主觀的認知品質，亦即服務品質的好壞是由消費者主觀認定，並不是一種客觀的評估。
8. Parasuraman, Zeithaml and Berry(1985)將服務品質定義為顧客對服務的期望與顧客接受服務後實際知覺到服務間之差距。



9. Teas (1993) 認為顧客的期望與績效認知的差距是服務品質缺口模式的核心及問題核心。
10. 楊宗明、周怡君 (民86) 認為，若要提升服務品質就必須以顧客滿意為基礎，亦即所謂的顧客導向。
11. 黃偉松 (民90) 認為，服務品質不僅是一種結果，還包括提供服務的過程和方式。而服務品質主要是由期望的服務與認知的服務所組成，而兩者間之差距則代表了服務品質的好壞。
12. 方國荷 (民92) 認為服務品質是服務接受者經由實際接受服務的整個過程中，與事前心裡預期的服務水準兩相比較後，內心所產生的整體評價。

綜合以上各學者之見解，本研究認為；服務品質是一種消費者（顧客）主觀的意識，亦即消費者本身對接受服務的過程、結果的認知與對服務的期待之間的差距。

### 2.3.2 服務品質的觀念模型

在瞭解服務品質的定義後，再針對服務品質的觀念性模型加以探討：

#### PZB 模型（方國荷，民92）

Parasuraman, Zeithaml and Berry(1985)提出了服務品質模型(簡稱PZB 模型)，認為服務品質的產生是由消費者本身對服務的預期以及其對服務實際感受的二種知覺之比較而來，並發展出服務品質觀念模式，如圖2.5 依據此模式，服務品質的發生，主要是由於服務產生與傳遞的各環節中有缺口(Gap)的存在。而服務提供者為了滿足顧客的需求必須強化正向缺口、消弭負向缺口。（參見表2.2）

其中缺口一到缺口四與服務業組織的管理相關，缺口五則由顧客的

期望與實際認知來決定。缺口五是缺口一、二、三、四的函數；即 $Gap5 = f(Gap1, Gap2, Gap3, Gap4)$ 。無論何種服務業，想要提升服務品質就必須突破模式中的五個缺口。

表2.2 五項可能導致服務品質不佳的缺口分析表

缺 口	意 義	影響各缺口的原因
缺口一	顧客所期望的服務，與管理者對顧客期望之認知，兩者之間的差距。	由於服務業者不瞭解顧客真正的期望，因而影響了服務品質。
缺口二	管理者對顧客期望之認知，與公司的服務品質標準，兩者之間的差距。	1. 管理者未訂定公司的服務品質標準或標準不夠明確。 2. 標準過高不易達成。 3. 資源的限制。
缺口三	公司的服務品質標準，與服務傳遞的過程間，兩者所形成的差距。	1. 無標準作業程序。 2. 人員訓練或專業知識不足。 3. 機器設備故障。
缺口四	服務傳遞的過程，與顧客的外部溝通之間形成的差距。	1. 服務業誇大的宣傳，使顧客有過度的期待。 2. 實際服務無法達到。
缺口五	顧客所期望的服務，與實際感受到的服務，兩者之間的差距。	1. 顧客的個人需要、過去消費經驗、口碑。 2. 顧客的要求太高。

資料來源：Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L.(1985), "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research," Journal of Marketing, Vol.49, p.42.

前述服務品質文獻中，Teas (1993) 指出，顧客的期望與績效認知的差距正是服務品質缺口模式的核心以及問題核心。由於服務接受者

(顧客)對服務品質的預期不同，且服務提供者會因受其個人心境等因素的影響，無法提供相同品質的服務；或同一服務卻因不同的服務提供者，所產生的服務品質也會因人而異。因此，造成了服務品質的差異，學者顧志遠(1998)在「服務業系統設計與作業管理」書中明確指出「缺口模式」正是詮釋品質異質性的最好模式。

本研究認為 PZB 服務品質模式中的五個缺口，並不能完全詮釋品質異質性，從該模式(圖 2.4)可看出，除五個缺口外，另外尚有(1)第一線服務人員所傳送的服務品質與消費者(顧客)所實際感受到的服務品質間缺口(本研究將其定義為缺口六)(2)企業對外界宣導的服務品質與消費者所預期的服務品質間缺口(本研究將其定義為缺口七)等二缺口，這二個缺口也會影響顧客對服務品質之認知(缺口五)，有關這部份實證，本研究將於第四章加以探討。

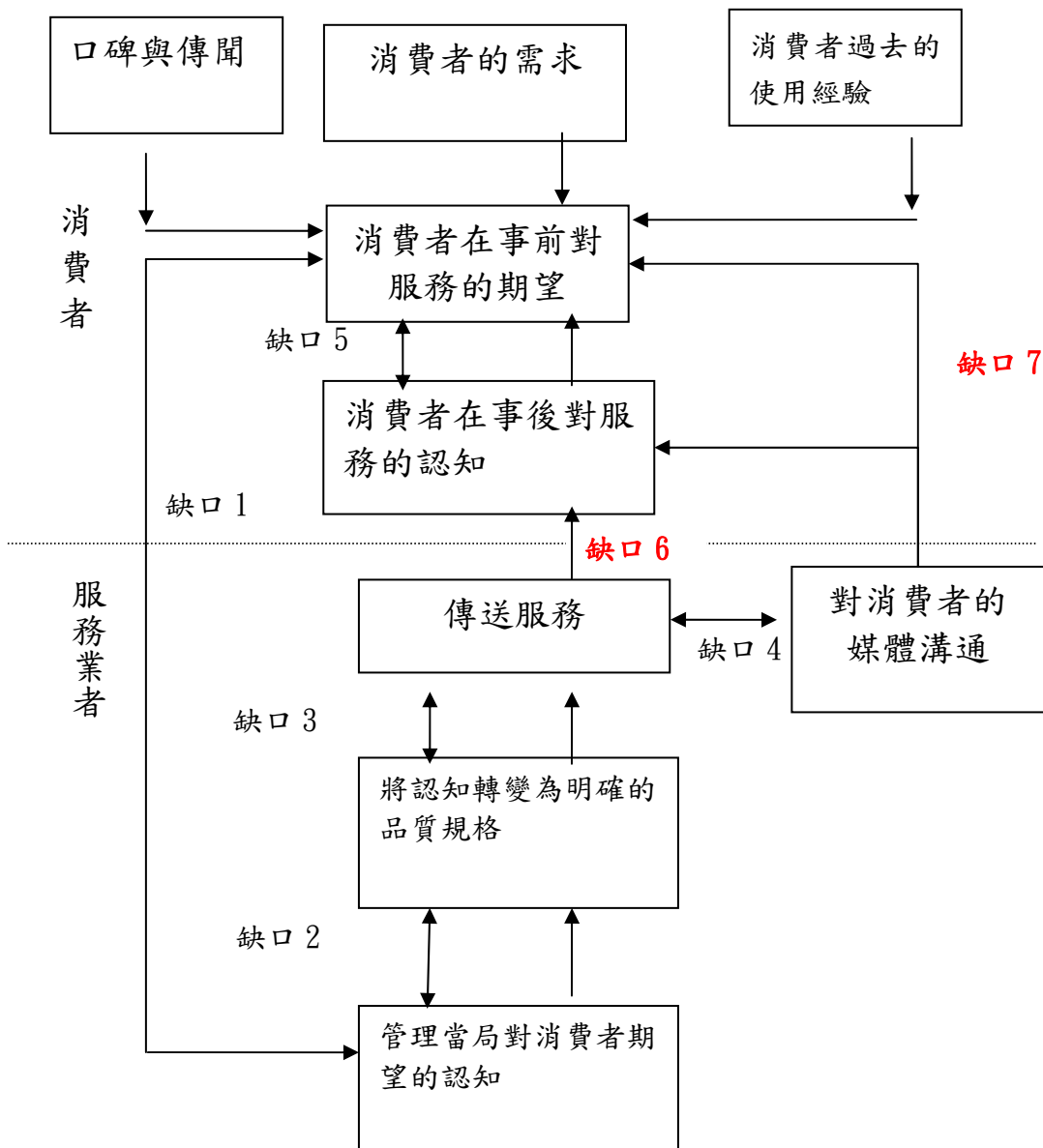


圖2.4 服務品質觀念性延伸模式

資料來源：修改自Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml & Leonard L. Berry(1985)“A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research,”. *Journal of Marketing*, Vol.49, p.44

### 2.3.3 服務品質的評量構面

雖然不同學者之間對於「服務品質」的定義多有差異，但是其大致上都認為「服務品質」並非單一構面的概念，不應由單一的整體概念來

衡量。根據文獻研究，整理出下列學者對「服務品質」不同構面的分類：

表2.3 服務品質構面相關文獻

學者（年代）	服務品質構面
Sasser, Olsen and Wyckoff (1978)	服務品質七個構面： 1. 安全性.2. 一致性.3. 態度.4. 完整性.5. 調節性 6.即 用性.7.及時性
Rohrbaugh (1981)	服務品質與三個層次的構面有關 1. 結構：包括實體的設施與人員，是塑造服務實際的有形部份。 2. 過程：即服務提供者與顧客的互動過程以及所作所為。 3. 結果：即顧客是否得到其所要求之利益。
Gronroos (1982)	從顧客與企業互動中，服務品質分為兩構面： 1. 技術性品質：實際所傳送內容的品質水準。 2. 功能性品質：服務傳遞的過程與方式。
Armistead (1985)	服務品質五項因素 1. 組織：提供服務的範圍，包括組織形象、位置。 2. 人員：服務提供者的外觀、服務態度、應對等。 3. 流程：對顧客的接待、服務時間長短及服務時，能否為顧客著想。 4. 設備：提供服務所配置的設施，如等候室設置的沙發是否舒適。 5. 物質：為滿足顧客需要所提供的有形器具。

表2.3 服務品質構面相關文獻（續1）

學者（年代）	服務品質構面
Zimmerman（1985）	<p>好的服務品質應具備：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 適用性：服務業者所提供的服務應能切合顧客的需要。</li> <li>2. 複製能力：服務業者應能提供水準一致的服務。</li> <li>3. 及時性：儘快完成服務。</li> <li>4. 最終使用者的滿意：業者應讓顧客覺得為了得到服務所付出的代價是值得的。</li> <li>5. 符合既定的規格：業者應有能力維持先前所設。</li> </ol>
杉本辰夫（1986）	<p>服務品質分為以下五個層面：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 內部品質：指顧客看不到的品質。</li> <li>2. 硬體品質：指顧客看得見的有形品質。</li> <li>3. 軟體品質：指顧客看得見的軟體品質。</li> <li>4. 即時反應：指服務的時間與迅速性。</li> <li>5. 心理品質：指服務人員具有禮貌的應對、親切款待等。</li> </ol>
Martin（1986）	<p>服務品質可分兩大部分：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 程序構面：指技術面傳遞系統應有的屬性。</li> <li>2. 友善構面：指服務人員與顧客建立關係的能力。</li> </ol>
Hayword-Farmer（1988）	<p>提出「服務品質3P」的構想，將服務品質的構面與成份分為實體設備、過程及程序、服務人員的行為及專業性的判斷。</p>
Zeithaml, Parasuraman and Berry（1985-1988）	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 決定服務品質的十項因素：有形性（機關外觀）、可靠性、回應性、勝任性、禮貌、信用性、安全感、接近性、溝通、瞭解力（善體人意）（1985）</li> <li>2. PZB 將十項構面合併為五項：有形性、可靠性、回應性、保障性、同理心（1988）</li> </ol>
Schvaneveldt, Enkawa and Miyakawa（1991）	<p>服務品質依其屬性可分為五大構面：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 績效. 2. 保證. 3. 完整性. 4. 便於使用. 5. 情緒/環境。</li> </ol>

表2.3 服務品質構面相關文獻（續2）

學者（年代）	服務品質構面
美國聯邦品質協會（1991）	品質標準設定的七項原則：1.績效2.特定特色3.可信度4.持久性5.一致性6.及時性7.變動性。
我國全面提升服務品質方案（民85）	八項服務品質要求： 1.標準化.2.公開化.3.正確性.4.多樣性.5.公平性.6.便利性.7.回應性.8.親和性 整體服務績效評審項目：（民91） 1.落實品質研發.2.便捷服務程序3.重視民情輿情.4.善用社會資源
楊錦洲（1992）	將影響服務品質的屬性分為五大類，這五個構面為時間、服務人員、服務方式、服務本身、設施與位置

資料來源：參考金玉珍（民89），洽公民眾對台北市區公所服務品質看法之研究，政治大學公共行政研究所碩士論文，pp.25-27，加以補充整理。

服務品質因具有無形性、不可分割性、異質性、易逝性等特性，很難加以明確衡量，Parasuraman, Zeithaml 及 Berry 等學者在 1985 年以廣泛且深入的消費者行為調查，發覺了十項決定服務品質的因素構成顧客對服務品質的知覺系統，PZB 並以上述 10 個服務品質構面為基礎，發展出 97 項問題，並採用顧客的期望與顧客對服務結果知覺的「差距」用來定義服務品質。在挑選了五種服務產業進行調查分析後，他們利用因素分析的方式，整理出具有良好信度、效度且重覆度低的五個因素結構構面（參見表 2.4）。分別是有形性〈tangibles〉、可靠性〈reliability〉、反應性〈responsiveness〉、確實〈assurance〉以及關懷性（empathy）。此服務品質衡量量表即為著名的 SERVQUAL。經過了數度的修正後，最新版的 SERVQUAL 為 PZB 〈1994b〉所提出之 9 點尺度、包含 22 項

問項之量表。至今，SERVQUAL 已成為目前廣受學界及實務界人士使用之服務品質分類模式 (Quinn, 1992; Mittal and Lassar, 1996)。這組由五個知覺因素構面、二十二個項目所組成的服務品質量表--SERVQUAL 如表 2.5 所示，是第一個有系統發展出來的服務品質衡量尺度。提供了學者增補及改良服務品質之衡量尺度的重要基礎。

表2.4 SERVQUAL 量表構面及意義

原始 PZB 因素 (1985)	修正後 PZB 因素 (1988)	意 義
1. 有形性	1. 實體性	1.指提供服務的場所、設備及人員。
2. 可靠性	2. 可靠性	2.能正確、可靠的提供所承諾服務之能力。
3. 反應性	3. 反應性	3.服務人員快速服務與幫助顧客的意願。
4. 溝通性	4. 保證性	4.服務人員具有專業素養與禮貌，且為顧客所信任。
5. 可信度	5. 關懷性	5.能提供給顧客貼心、個別關懷的服務。
6. 安全性		
7. 勝任力		
8. 禮貌		
9. 瞭解顧客		
10. 接近性		

資料來源：Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L.(1988a), “SERVQUAL A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality,” Journal of Retailing, Vo1.64, pp.12-40.



表2.5 SERVQUAL量表之構面與認知項目

構面	認 知 項 目
有形性	P1.這家公司有現代化設備。 P2.這家公司的設施外觀吸引人。 P3.這家公司的員工穿著整齊並有亮麗的外表。 P4.這家公司的各項設施與所提供的服務相符合。
可靠性	P5.這家公司對所做的承諾，均會即時完成。 P6.當遭遇問題時，這家公司會熱忱的保證解決。 P7.這家公司很可靠。 P8.這家會於承諾的時間內提供適當的服務。 P9.這家公司的記錄正確無誤。
反應性	P10.這家公司不會於提供服務時告知。 P11.這家公司的員工無法提供適當的服務。 P12.這家公司的員工並不總是樂於協助顧客。 P13.這家公司的員工因太忙而無法提供顧客適當的服務。
保證性	P14.您能信任這家公司的員工。 P15.您在與這家公司的員工接觸時覺得安全。 P16.這家公司的員工很有禮貌。 P17.這家公司的員工能自公司處獲得適當支援，以做好他們的工作。
同理心	P18.這家公司未能給您個別關照。 P19.這家公司的員工未能給您個別性的關照。 P20.這家公司的員工並不知道您的需要為何。 P21.這家公司並未將您的最佳利益放在心上。 P22.這家公司的經營時間未能符合顧客需求。

資料來源：PZB(1988),“Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality,” Journal of Marketing, Vol.52 ( April ) , pp.35-48,.

本研究即以本量表之構面為基礎，再依電業特性，略加修正作為研究架構中服務品質之構面。

#### 2.3.4 服務品質實證之相關文獻

綜觀以上分析，發現國內外對於服務品質之研究，大部份仍以 PZB 模式作為架構，進行實證性之探討，而本研究亦以其為研究架構，有關的國內外相關文獻整理如下：(黃奇達，民 90)

(一) Carman (1990) 為了驗證 PZB 五大服務品質構面的一般性，乃選擇了四個不同的服務業--牙醫學院附設診所、商學院附設職業介紹所、輪胎行、急症救助醫院再進行實證，得到下列重要之結論：

1. 應用 SERVQUAL 時，若所要衡量的服務業並非 PZB (1988) 原使用之服務業 (銀行、信用卡公司、長途電話公司、維修廠)，則最好使用 PZB (1985) 所提出的十大服務品質知覺構面，並針對該服務業的特性調整問卷的語句。

2. 若要衡量具有多重服務功能之服務業的認知品質時，應先依功能別分開，再逐一衡量該功能的服務認知品質。

3. PZB 對服務的認知品質定義為消費者的期望服務與認知服務之間的差距，並將期望數值 (E) 與知覺數值 (P) 分開詢問，再取兩者間之差距 ( $Q=P-E$ )。如此，Carman 認為 PZB (1988) 的處理方式有以下缺點：PZB 所訪問的期望資料及知覺資料皆為事後資料，即消費者在使用過該服務之後才被詢問對服務的期望，此時所得的資料並未經過時間前後的控制，消費者在實際使用該服務之後可能會不自覺地修改原先之期望，因此，Carman 建議下列兩種處理方式：

(1) 直接詢問消費者在期望服務與認知服務之間的差距，此種技巧會迫使消費者努力思索他們的期望為何。例如：XYZ 公司服務人員的服飾比我期望的 (好很多、好、一樣差、

差很多)。

(2) 將所有消費者的期望資料平均，以此平均值取代個別消費者的期望資料，仍維持  $Q=P-E$  (mean) 的模式。

4.SERVQUAL 是由 5 個知覺構面、22 個變項加總而成，每個知覺構面的權數都相同。但不同性質的服務業中，知覺因素構面具有相對之重要性。

(二) 謝榮顯 (民國 89)，在其「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」一文中，利用張保隆 (1994) 參考 PZB 量表—SERVQUAL 再精緻所得量表，以台電台南縣市之用戶 (包括一般用戶、高壓用戶及電氣承裝業) 為研究對象，以問卷調查的方式利用 PZB 模式的 34 項服務屬性量表，探討電業用戶對於電力公司在服務品質的感受服務及期望服務之間的差異狀況 (即缺口五)，以及電業主管認知用戶的期望與用戶的期望之間的差異狀況 (即缺口一)，另外對於用戶各項人口統計數對於電力服務品質知覺程度及整體滿意度做差異分析，最後在針對電業服務品質現況加以分析。

(三) 本研究與其他學者相關研究之比較

本研究將最近幾年，探討電業服務品質缺口的相關文獻整理，如表 2.6，從表中顯示；本研究與謝榮顯對缺口一的檢定結果不同，而對缺口五的檢定結果卻是一致的，另外與黃其達在缺口三的檢定結果亦是相同的；綜合以上分析，發現近年來，電業管理階層已較能對用戶所期望的服務品質有所認知，而且第一線服務人員也一直自認將企業內部所制定的服務標準傳遞給用戶，然而，用戶多年來，卻一直不滿意台電的服務品質 (缺口五有顯著差異)，因此，

改善服務品質應是台電推動企業化，很重要的課題之一。

表2.6本研究與其他學者之電業服務品質缺口比較表

缺口別	作者	平均值		T 值	P 值	比較結果
		A	B			
一	謝榮顯	4.34	4.58	2.85	0.036*	二者不一致，謝君檢定達顯著，本研究檢定未達顯著
	本文	4.21	4.20	0.097	0.923	
三	黃其達	4.03	4.07	1.270	0.329	二者一致，均未達顯著
	本文	4.24	4.23	0.710	0.479	
五	謝榮顯	4.34	3.91	15.00	0.000*	二者一致，均未達顯著
	本文	4.21	3.94	9.604	0.000*	

### 2.3.5 電力事業服務品質評估模式之建立

電力事業屬於公共服務業，因電業本身事業特性，其產出--電價，供電品質及停限電時間與次數等，係為社會各階層所關注，在服務品質評量扮演相當重要的角色，有鑑於此，本研究除了考慮 PZB 等學者所提服務品質五個構面外，另外參考謝榮顯（民 89）所增加上「產出標的」構面。為要深入了解用戶在評估服務品質是由那些屬性構面衡量，並利用其所關切的屬性構面對用戶做滿意度調查，如此才能真正瞭解服務品質狀況。

依 PZB 等學者認為，由於服務業之無形性，不可分割性，異質性及易消失性等特質，使得服務品質的評估，不祇是依據服務的結果，尚包括服務傳遞過程的評估。故在評估電業服務品質時，如僅以其服務過程為對象，往往由於過程的資訊不是無法取得，便是不夠完整，於是要將其評估主體向前與向後沿伸，經由服務結構與服務產出的評估來彌補其資訊的不足。因此必須要將電業服務的結構，服務的過程及服務產出加以定義：

- 1.服務結構是指用來提供電力服務的實體與工具。包括各類服務人員的數目、組合及素質，電廠與變電所配置及運轉效率、服務處所空間、設備、材料及其他設施等，其未涉及與用戶的互動，較易控制。
- 2.服務過程是指電業前後場各類服務人員均以服務顧客的立場充分供應其需求。包括人員服務態度、服務工具方便性與完備性，及人員根據用戶的需要，正確的按標準服務程序把工作做好，對用戶抱怨加以處理，取得用戶信任，因與用戶互動頻繁，服務品質的一致性受到服務提供者的影響甚鉅，須依據售電作業特性，才能切合用戶需要。
- 3.服務產出是指提供電力服務後所產生後續配合狀況。包括合理電價、長期供電質與量滿足需求、計費記錄精確可信、停限電降至最低、提供符合需要的抄表收費方式，屋內線路檢查及節約用電資訊。

電業之服務實於規劃用電需求即以開始，直至用戶取得供電服務後長期用電期間之感受。其間每一過程均為電力事業服務之環節，各環節均息息相關，互為因果。故僅以服務結構、過程或產出其中任一者來評估整體服務品質，均有不足，應是三者合併評估考慮，才能瞭解電業真正電業服務品質全貌。

本研究係以電力事業售電業務為實證研究對象，因此服務品質部份之問卷設計，其相關變數之操作性定義乃參考謝榮顯（民 89）以服務結構、服務過程及服務產出，作為調整問卷內容依據，並參酌我國電力事業之現況特性及輔以 PZB 學者之服務品質理論為基礎，與電業資深現場主管意見，將電業服務品質屬性訂定為六個構面與 34 個服務品質要素如表 2.7：

表2.7 電業服務品質之組成構面

構 面	組 成 項 目
(1) 有形性 (Tangibility)	1.擁有現代化發電及供電設備。 2.營業處所設置地點，交通很方便。 3.營業處所內外環境相當整潔。 4.營業處所的各项標示很清楚。 5.營業處所相當寬敞舒適，沒有擁擠情形。 6.營業處所服務人員服裝整齊。
(2) 可靠性 (Reliability)	7.營業處所設有陳情申訴部門及免費諮詢電話。 8.服務的聲譽很好。 9.對任何申請用電都能及時完成。 10.服務人員能為用戶提供適時及適當之服務。 11.計費及抄表記錄一向是精確可信的。 12.用戶的抱怨均會有圓滿的處理。
(3) 反應性 (Responsiveness)	13.營業服務處有足夠人員提供服務。 14.服務人員會自動追蹤申請案件進度並告知申請人。 15.服務人員會針對個別用戶各項申請說明流程和手續。
(4) 確實性 (Assurance)	16.發電廠及變電所運轉相當安全。 17.具有充足的外線設計及施工能力。 18.營業處所供應的材料設備齊全。 19.營業處所服務人員著重工作安全。 20.服務人員態度親切有禮。 21.服務人員受過良好訓練，了解本身業務。
(5) 關懷性 (Empathy)	22.繳費或申請手續相當簡易。 23.營業服務的時間符合民眾需要。 24.提供的服務項目或業務種類滿足各類用戶需要。 25.當民眾有用電問題時，服務人員會耐心聽取並提供諮詢服務。 26.服務人員對所有用戶均一視同仁無差別待遇。 27.服務人員定期到用戶場所檢查屋內線路。 28.民眾事先均可獲知台電施工停電消息。 29.提供符合用戶需要的抄表及收費方式。 30.節約用電的常識用戶可由宣導方式獲知。
(6) 產出標的 (Outcome)	31.電價均維持合理價位。 32.長期維持供電電壓穩定及良好的供電品質。 33.將停限電情形減至最低程度。 34.以高效率處理停電事故。

資料來源：謝榮顯（民 89），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碩士論文，p.41

## 2.4 顧客滿意度

一般而言，學術界定義目前的「顧客滿意度」大多以「服務品質」為基礎，這個觀念可由Parasuraman (1985) 等學者所提出的理論得到證明，但事實上，「服務品質」與「顧客滿意度」並不一樣，Bolton & Drew(1991) 及Parasuraman, Zeithaml & Berry (1990) 研究指出，造成這樣混淆不清的原因，主要是兩者皆是由「期望績效」與「認知績效」相互比較的結果。Cronin & Taylor (1992) 證明較高的「服務品質」水準將導致「顧客滿意度」增加，甚至Bolton & Drew (1991) 指出「顧客滿意度」是以「服務品質」為前置反應。(闕山晴，民91)

### 2.4.1.顧客滿意度的定義

自從Cardozo (1965) 對「顧客滿意」進行研究後，許多學者開始投入此一領域的相關研究，但在Spreng (1993) 整理以往有關「顧客滿意」的文獻當中，對「顧客滿意」的定義仍缺乏一個整體一致的共識。本研究參考曾正文 (民91) 等人之論文，將相關文獻加以整理如下：

- (1) Howard & Sheth(1969) 認為滿意度是消費者對於犧牲所獲得的適當與不適當報酬之認知狀態，此滿意的定義包括評價與比較兩種成份。
- (2) Czepiel(1974)認為顧客滿意度，可視為一整體性的評估，代表產品不同屬性，主觀反應的總和。
- (3) Hunt (1977) 顧客滿意度為綜合需求的一種滿足，是否快樂、期望是與績效的交互作用，是消費經驗的評估，消費利益的評價，實際與理想之比較。

- (4) Westbrook( 1980 )認為滿意度可從感性的觀點來定義，其認為消費者所接受的服務或產品主要是主觀的覺得好，便產生滿意；反之則不滿意。
- (5) Oliver( 1981 )認為滿意是一種針對特定交易( transactionspecific )情緒性反應，亦即對於使用的產品或服務所獲得的價值程度所做的一種立即性的情緒反應。
- (6) Churchill & Surprenant( 1982 )認為滿意是由購買與使用的結果，其源自於買者的購買報酬與預測結果。
- (7) Woodruff ( 1983 ) 在其研究指出，消費者會使用情緒性的語句表達出對產品的感覺，以代表產生「顧客滿意」時所感覺的情緒。
- (8) Day (1984) 顧客滿意度是顧客在購買後，知覺的評估他購買前的預期與購買後產品實際表現產生差距時的一種反應。
- (9) Fornell( 1992 )認為滿意為一種整體性的感覺，亦即消費者滿意是一種消費的態度形式，其反映出消費者在接受服務(使用產品)後，產生喜歡或不喜歡的整體感覺。
- (10) Kotler( 1994 )認為滿意乃是消費者比較購買行為之前，對產品或服務的預期( expectation )與購買服務或產品後所感覺的績效表現(perceived performance)之間的差異(又稱為不確認 disconfirmation)。
- (11) Kotler (1997)歸納多位學者之看法，而提出滿意度乃是「知覺與



期望兩者間差異的函數」。亦即消費者對產品或服務期望的程度會直接影響到顧客滿意度

綜合以上各學者對顧客滿意度定義顯示，大部分學者較偏向「認知觀點」。本研究認為，「顧客滿意度」可解釋為；消費者消費行為或活動中的「比較過程」，是消費付出與所獲代價之比較，亦是消費前預期與實際獲得的比較，如能滿足消費者則獲得「顧客滿意」，反之，則不滿意。故本研究認為「顧客滿意」是消費者之需求有否被滿足、消費是否愉快？以及接受服務的實際與理想狀況的差異比較。

#### 2.4.2 顧客滿意度之理論背景

由於學者們所探討的重心不同，因此對於滿意的理論基礎尚未有一致的結論，以下分別將Oliver& Desarbo(1988)、Cole(1991)等學者對顧客滿意相關理論分述如下：

一、以Cole(1991)對顧客滿意相關理論的分類為基礎，將各理論說明如下

(蘇恆毅，民90)：

(一)早期觀點：

首位研究者Cardozo(1965)認為滿意為期望之果，而期望部份來自於先前之經驗，因此期望經由經驗而來，而以消費者努力來調整此種關係。

(二)類化理論( assimilation theory )：

由學者Festinger( 1957 )提出的認知失調( cognitive dissonance )理論發展而來，認知失調之所以發生是因為消費者的決策和其先前評價兩者之間有差距而產生的。

(三)對比理論( contrast theory )：

學者Hovland( 1957 )提出，這理論與上述類化理論呈相反的現象，當消費者對產品的期望與產品的績效表現有差距產生時，消費者會藉由調整對產品的知覺來誇大這個差距。

(四)一般否定理論( generalized negativity theory )：

學者Carismith與Aronson( 1963 )提出，其主要的論點是當消費者對產品的期望與其表現績效有差距產生時，不論這個差距的大小與正負方向，消費者對此產品一律採取否定的態度，都會去調降他對產品績效表現的知覺。

(五)調適水準理論( adaptation level theory )：

學者Helson( 1964 )提出，個人感受到的刺激與某一調整標準有關，此標準是對刺激的感受和有機體( organism )在心理和生理的特徵等有關。標準建立以後，調適水準就用來做為產品表現評估的基準。

(六)比較水準理論( comparison level theory )：

學者Latour( 1979 )的比較水準理論，認為消費者滿意是產品表現的各項特性與消費者的比較水準的函數，當產品表現高於比較水準時會覺得滿意，反之則不滿意。

(七)歸因理論( attribution theory )：

此理論引自社會心理學的研究，根據Heider(1958)的歸因理論，其目的在說明觀察者以何種原則推測行為者的原因，若觀察者將行為的原因歸因於於外在環境，則稱為外在歸因或情境歸因;若歸因於行為者本身，則稱為內在歸因或個人歸因，另外也可能歸因於二者之交互影響。

(八)滿意理論( satisfaction theory )：

學者Latour & Peat( 1979 )引用比較水準發展出滿意理論，此理論認為消費者能確認隱藏的產品屬性，並形成對每一屬性之期望，所有滿意

水準均為屬性的附加本質，而這些比較結果可能是正向(績效超過期望)，抑或負向(績效低於期望)。

二、Oliver& Desarbo(1988)將顧客滿意過程的理論歸納為三大類：(龔佩蓉，民91)

(一) 期望—不確認理論(expectancy-disconfirmation)

所謂顧客滿意為購前期望表現與購後認知表現的函數。亦即顧客最初期望與產品績效一致時，即產生確認；產品績效比期望差時，則產生負的不確認；產品績效比期望好時，則產生正的不確認。

茲將顧客滿意之預期-不確認模型整體觀念性架構，整理如圖：

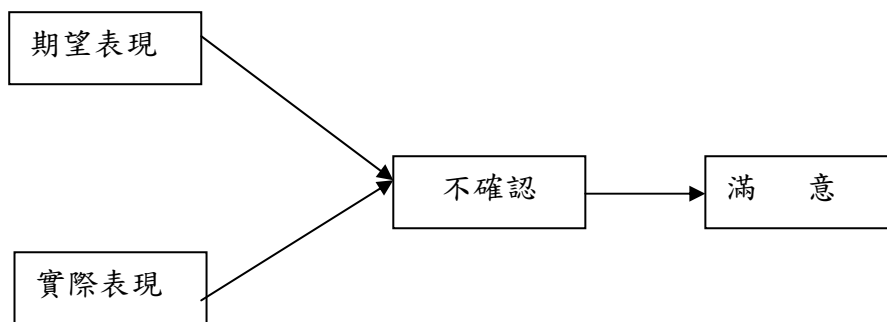


圖2.5 預期-不確認模型

資料來源：李佳璋（民84），消費者滿意度模型之探討：以汽車產業實證，國立臺灣大學國際企業研究所碩士論文，P. 9

(二) 利益觀點(Perspectives of Interest)：

以利益觀點為思考主軸的顧客滿意理論，主要有下兩種。

1. 公平(Equity)理論：認為顧客的滿意取決於顧客所知覺的公平程度大小。

2. 歸因(Attribution)理論：參閱上述role觀點（七）。

(三) 補償過程(Redress Process)模型：

主要是在探討顧客不滿意產生時，他們是否會採取行動或採取何

種行動來獲得補償的過程，也間接探討了顧客滿意對購後行為的影響過程。

由上述幾個滿意度理論中可以發現，大多數的理論基礎都是建立於「期望表現」與「績效表現」兩者之比較結果上，亦即消費者對於一個產品/服務的滿意程度，是透過上述兩元素之比較而得，而「期望表現」可視為一個「消費經驗前(pre-experience)的比較標準」，該比較標準之形式與對滿意度之影響強度，則與消費者的過去消費經驗、個人偏好或需求、社會評價(口碑)與對廣告之印象等因素有關。

### 2.4.3 顧客滿意度模式之衡量

衡量顧客滿意度時，有些學者認為顧客滿意度是一整體性、概括性的概念，因此僅用單一項目，即整體滿意程度(Overall Satisfaction)來衡量。

Czepiel(1974)認為顧客滿意度可視為一整體性的評估，代表顧客對產品不同屬性主觀反應之總合。Day(1977)也指出可透過衡量單一整體產品滿意度，進而了解顧客對產品的使用結果。另外有些學者則認為顧客滿意度是一多重項目的衡量，即綜合性尺度，先衡量產品各屬性的滿意程度，再加總求得整體的滿意程度。Praff(1977)並不同意單一整體滿意程度是衡量顧客滿意度的最佳方式，因為此種衡量方式會使得顧客在面臨一複雜的情況下，作一立即且粗糙的反應。

本研究對顧客滿意度較認同Czepiel及Day的觀點，故採單一問項來衡量整體顧客滿意度。

### 2.4.4 服務品質與顧客滿意度之關係（曾正文，民 91）

「服務品質乃由顧客的認知決定，而顧客是由服務產品的整體來決定其滿意程度」（陳欽榮，民85），Larsen（1979）認為：「若顧客的意

見未被考慮或採納，服務品質的評價是不完整，甚至是有所偏差的」，Muller (1991) 亦認為顧客滿意將成為未來企業成功的關鍵因素，因為顧客滿意與否將直接影響品牌忠誠度、口碑、市場佔有率，以及企業形象，進而影響競爭態勢，最後將對企業之獲利率及其生存造成直接的影響和衝擊（陳倩妮，民88）。由上述可知，服務品質乃由顧客決定概無疑義，然服務品質與顧客滿意度之概念非常相似，學者們對兩者的定義、衡量方法至今仍有爭議，茲將學者對兩者關係之看法擇要說明如下。

Oliver (1981) 認為，服務品質是顧客對於事務較具延續的評價；而滿意水準則是對事務一種暫時性的情緒反應而已（張弘宗，民81）。他同時認為認知服務品質是一種整體性的判斷或態度，且與服務優越性有關；然而消費者滿意度卻與特定的交易有關。

學者Zeithaml et.al (1988) 認為服務品質與顧客滿意間具有高度相關性，高水準的知覺性服務品質會導致顧客滿意度的增加，但並不是完全相等。其間的差異是因為服務品質是一種態度，為長期性且全面的評估，而顧客滿意度是對一特定交易的衡量，評估時間範圍較短，所以PZB 的觀念是承襲Oliver 的說法。

由上述可知，多數學者認為服務品質與顧客滿意是兩個不同的概念，但兩者間有前後之因果關係，本研究較認同服務品質會影響顧客滿意度，因服務品質是消費者對企業長期且整體的評估所產生的主觀看法，而顧客滿意度則是消費者對特定交易或單一產品衡量，其評估的時間、範圍較小。

#### **2.4.5 顧客滿意對企業的重要性（龔佩蓉，民91）**

顧客滿意對企業經營的重要影響，因學者研究重心不同而有差異，

大致將其重要性歸納如下：

(一) 顧客滿意對顧客的消費行為有正面影響

Cardozo (1965) 首次將顧客滿意的觀點引進行銷領域時，就提出顧客滿意會帶動再購買行為，及會有較好口碑相傳的假設。

Woodside & Daly (1989) 認為顧客滿意為影響消費者行為的主要因素。Muller (1991) 認為顧客滿意將成為未來企業成功關鍵因素，因為顧客滿意直接影響品質忠誠度、口碑、以及將減少抱怨。綜合上述，顧客滿意與重複購買（忠誠度）、正面口碑、少抱怨等消費行為間，存在正向關係。

(二) 顧客滿意可增加企業獲利力

Kotler (1994) 認為一個顧客導向的企業，有必要定期衡量顧客對企業的滿意程度，並且定期檢討顧客的滿意水準與設定改進目標，因為「顧客滿意程度是企業未來利潤的最佳指標」。

(三) 顧客滿意是企業競爭的優勢

Muller (1991) 認為傳統上強調產品價格的優勢已不顯著，顧客滿意將是唯一有意義的競爭利器，擁有最多顧客滿意的企業將會獲得持久的競爭優勢。

(四) 顧客滿意是企業重要的競爭策略

Richeld & Desasser (1991) 提出顧客滿意是保有顧客的重要因素，而保有顧客為市場佔有率最重要的要素 (Rust & Zahorik, 1993)。同時顧客滿意在市場策略與政策形成上均扮演非常重要的角色 (Fornell & Wernerfelt, 1987; 1988; Simon, 1974)。

Jones (1995) 的產業比較調查顯示，各服務業中企業顧客滿意度被顧客評價為前三名與後三名的廠商，其顧客滿意較高的廠商相對在企業

成長與獲利率的貢獻較高。因為有較高的顧客滿意度，必定有較高的忠誠度和銷售率；因此顧客滿意對企業經營者是重要的，並且也是努力追求的目標。（闕山晴，民91）

綜合以上各學者論述得知，顧客滿意是企業永續經營的最佳指標，顧客是企業的衣食父母，惟有顧客滿意才會願意再去消費或接受、使用該企業產品或服務。台電公司為成為世界級電力集團，於民國92年推動加強顧客服務，強調將消極的「顧客滿意」提升至積極的「顧客感動」之服務品質，做為該公司的「新經營理念」（台電月刊，民93）。

## 2.5 社會責任

Petit (1967) 指出，社會責任就經營者滿足社會期待而言，需要因應社會的變化加以觀察。過去以獲取最大利潤為經營者唯一的社會責任，而今則以達到廣泛的企業目標間的平衡以為經營者的社會責任」（陳為華，民84）。像早期，企業的所有權與經營權合而為一，所謂企業社會責任係指企業主因個人對社會的公理正義、同情心與同理心而有的捐款、救助弱勢團體等作為，但當企業規模逐漸擴大所有權與經營權分離後社會對企業的社會責任期待已由企業個人的責任轉為整體企業的責任（吳勇猛、余坤東、陳松柏，民88）。因此企業要盡社會責任，最初往往不是企業本身主動行動，而是企業在外環境的壓力下，所不得不做出的一種「他律性」行為，然後逐漸形成企業本身「自律性」與「自發性」行為，最後再演變至目前的「必然性」行為（吳勇猛、余坤東、陳松柏，民88）。

陳為華（民84）指出，在今日的社會環境中，權力的擴散使得社會漸趨多元化，各種對抗團體相繼出現，如工會、消費者團體、環保團體

等，企業面對不同利益團體的壓力，為求社會表現受到認可，必須在諸多權力與利益團體間求動態的平衡。故企業是否應擔負社會責任至今仍受到質疑，但面對社會整體的發展趨勢，許多企業已願意化被動為主動，積極參與社會活動，亦即由「消極性的禁止」，趨向「消極性的鼓勵」。(鄧貴卉，民88)

徐木蘭(民91)指出，新的企業公民是要內外兼修；既要做好公司治理，也要善盡社會責任(天下雜誌260期)。2002年全球企業顧問公司適華庫寶(Pricewaterhouse Coupers)針對全球33個國家、1161位CEO所做的「企業社會責任」調查報告顯示，社會責任將成為二十一世紀中，經營企業的重要思維與策略。依該調查報告中，有68%認為縱使在不景氣中，重視社會責任仍有助於公司獲利，也有超過五成的不同意把社會責任看成企業的公關議題(天下雜誌260期)；此亦符合以上陳為華所提的「企業對於社會責任已願意化被動(公關議題)為主動(關懷)，來積極參與」目前世界各國企業，無分國籍、產業別或規模大小，在強化競爭力，及為股東獲利同時，也關注從所在社區到全球發展的各種問題，並且不遺餘力地參與公益事業活動，努力讓自己成為社會大眾心目中的好公民形象。台電本身既是國營事業又欲成為「具有卓越聲望的世界級電力事業集團」，顯然尤須比其他企業更重視社會責任，方能達到預期目標。

### 2.5.1 社會責任定義

企業社會責任之父，Bowen(1953)他將企業主的社會責任定義為『企業主的義務是追求所有符合社會價值觀與滿足社會的所有活動』。

Carroll(1981)曾為企業社會責任下過最簡單的定義：「社會責任就是認真地考慮企業行動對社會的影響」。



Morf, Schumacher, and Vitell (1999) 將社會責任定義為是指企業追求其最大利益的同時，也將對社會的負面衝擊減低到最小程度的義務。Rue & Byars (2000) 指出；社會責任是企業在法律規定以外，解決社會問題所扮演的角色 (鄧貴卉，民 88)。

翁望回 (民 76) 則定義社會責任為「在特定的期間內，企業自動顧及社會對企業寄予的四個期望，即經濟的、法律的、倫理的及自發的期望，即使因此降低經濟利益也可接受」。

綜合以上各學者論述，得知企業不僅要對股東、員工負經濟性責任，亦要負法令所規定的法律責任，而且要善對社會大眾、環境，關懷保護之責。

## 2.5.2 社會責任的分類

針對社會責任，過去不同學者曾提出不同的分類，如 Frederick (1983) 將社會責任分為政府法令規定的強制責任，如污染防治，與企業主動提出的志願性責任，如慈善捐款。Edwin M. Epstein (1991) 將企業的社會政策程序分為企業行為必須符合的企業道德、符合社會規範、價值和期望的社會責任，即針對社會變遷所需行動的社會回應。然而，最常被引用的是 Carroll (1981) 就以下四種層次將社會責任所提出的分類：

1. 經濟責任：企業生存符合社會需求的商品與勞務，並以公平合理的價格銷售，藉以獲得適當的利潤，並使企業得以生存、成長，再以利潤回報投資者。
2. 法律責任：即指企業在合法情形下達成經濟責任。然而，法律與規章並無法涵蓋所有的企業活動
3. 倫理責任：社會希望企業能以良心擔當，而社會體系尚未能以法律規範的責任。對社會共識而言，只要一般社會大眾認為是「對」的，

在法律未有明文規定之前，以倫理的標準判定。

4. 自發責任：不在法律與社會所要求的範圍內，企業願意自動承擔的責任。所以此層次的社會責任是完全出於自願，並且加入企業領導者的個人抉擇與判定。

法律與經濟責任是一種「利己」的行為，倫理與自發責任是一種「利他」的行為。就 Carroll 對社會責任的看法，其不僅期盼企業消極地不能違背社會規範、價值之合法性義務，更要積極地從事利人利己的社會活動。(鄧貴卉，民 88)

張志育(民 87)指出；一般而言，在法律責任方面毫無爭議，在經濟責任層面則有優先順序的爭議，在倫理與自發責任層面才出現「有或無」的問題。Robbins (1994) 綜合多位學者的主張，對企業社會責任予以擴張性解釋，並提出社會責任具有「長期自利」觀點，因民眾對企業的期許提高，善盡社會責任者可以獲得各種直接或間接的支持，長期而言可提升績效。

許菁菁(民 89)則以「保障投資者利益」、「重視員工教育與發展」、「提供安全可靠的產品」、「重視環保」、「誠信經營依法納稅」、「熱心參與社會公益活動」等六個企業社會責任的項目來衡量企業社會責任。

由以上論述得知，各學者對企業的社會責任看法有很大的差異性，因此企業應就本身經營理念、價值觀來對社會責任有所抉擇。不過依許菁菁(民 89)對 80 家企業實證研究發現；企業的社會責任與企業的財務績效有顯著的正向關係，而王泰豐(民 90)對慈善團體及中小企業實證分析發現；慈善團體在營運表現上，有顯著的優於非慈善團體，且中小企業對於社會責任表現方面較傾向於積極主動。因此企業要常保競

爭優勢及永續經營，則必須要與社會保持良性互動，並善盡企業公民的社會責任。本研究認為許菁菁（民 89）對企業所提社會責任六項衡量指標，較為明確、實際，故參考採用作為問卷衡量項目。

## 第三章 研究方法

### 3.1 研究架構與設計

綜合以上之國內外文獻探討發現；PZB 模式是學者專家最常使用來衡量服務品質各因素的模式，其所含蓋的衡量構面最為詳盡、周延。因此，本文除對服務品質的理論作業系統的探討外，根據事實及研究需要將 PZB 等學者的模式加以修正，用以作為評估電業的服務品質，實證分析（1）電業服務品質各缺口（2）探討台電「企業形象」與「用戶整體滿意度」、「服務品質」之相關性，及（3）「社會責任」對「企業形象」之影響性，其研究架構如圖 3.1 及圖 3.2 所示。

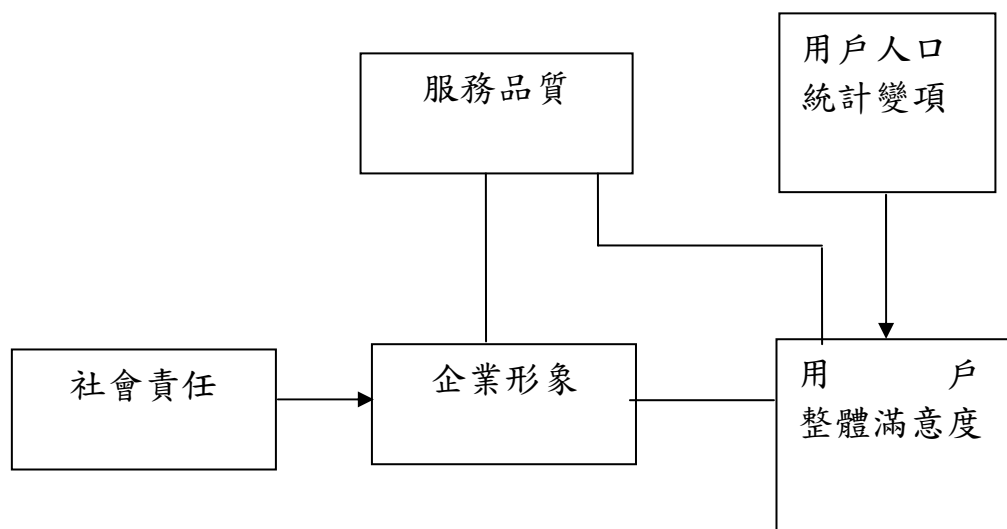


圖3.1研究架構圖（1）

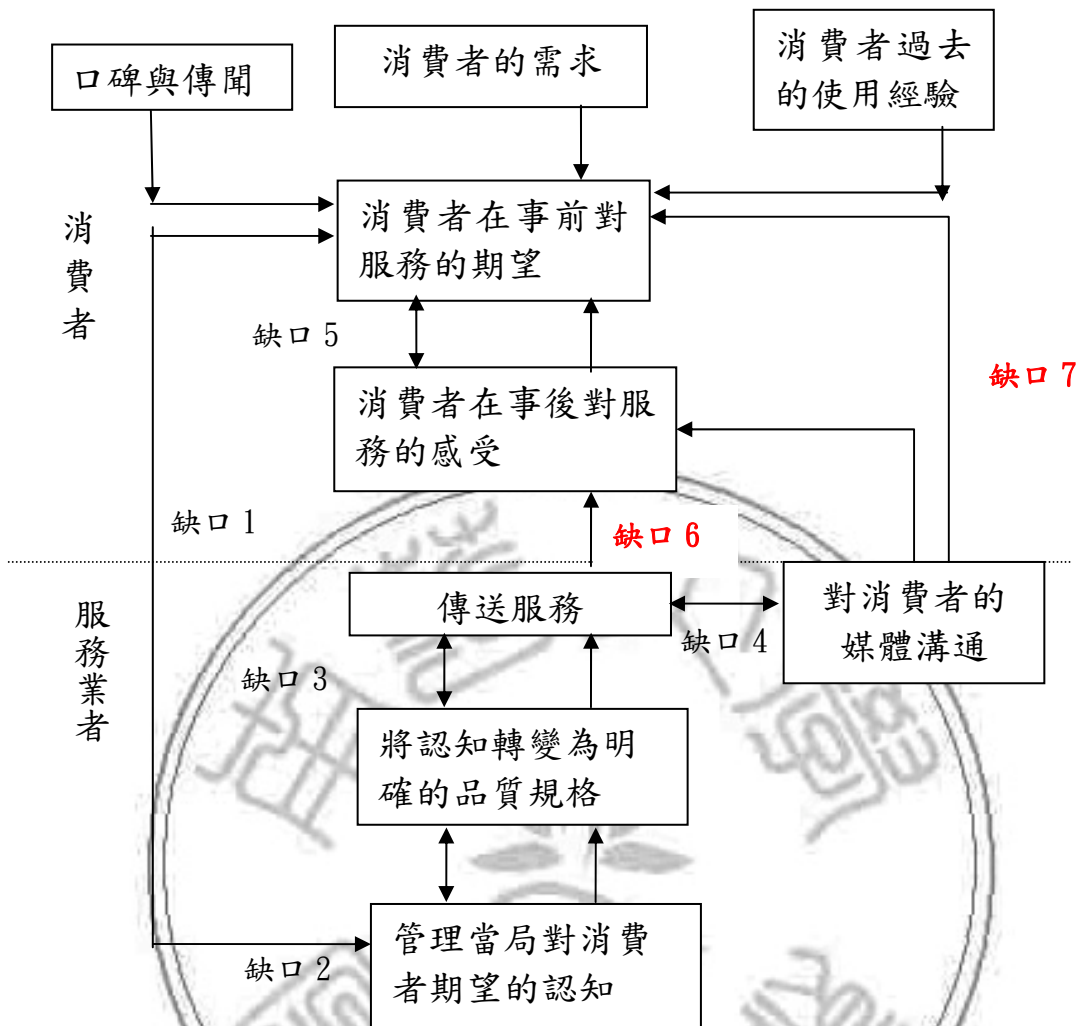


圖3.2研究架構圖 (2)

### 3.2 問卷設計與內容

本研究因探討四主題五個構面，故其問卷亦分成五部份，服務品質部分主要是利用張建川（1995）根據 PZB（1988）精緻化所得的 34 個評量項目及 6 個評量構面為基礎，並參考謝榮顯（民 89）論文之問卷修訂而得，其所提出之電業服務屬性共有 34 項，如下表 3.1：

表3.1 電業服務屬性一覽表

構 面	組 成 項 目
(1) 有形性 (Tangibility)	1.擁有現代化發電及供電設備。 2.營業處所設置地點，交通很方便。 3.營業處所內外環境相當整潔。 4.營業處所的各项標示很清楚。 5.營業處所相當寬敞舒適，沒有擁擠情形。 6.營業處所服務人員服裝整齊。
(2) 可靠性 (Reliability)	7.營業處所設有陳情申訴部門及免費諮詢電話。 8.服務的聲譽很好。 9.對任何申請用電都能及時完成。 10.服務人員能為用戶提供適時及適當之服務。 11.計費及抄表記錄一向是精確可信的。 12.用戶的抱怨均會有圓滿的處理。
(3) 反應性 (Responsiveness)	13.營業服務處有足夠人員提供服務。 14.服務人員會自動追蹤申請案件進度並告知申請人。 15.服務人員會針對個別用戶各項申請說明流程和手續。
(4) 確實性 (Assurance)	16.發電廠及變電所運轉相當安全。 17.具有充足的外線設計及施工能力。 18.營業處所供應的材料設備齊全。 19.營業處所服務人員著重工作安全。 20.服務人員態度親切有禮。 21.服務人員受過良好訓練，了解本身業務。
(5) 關懷性 (Empathy)	22.繳費或申請手續相當簡易。 23.營業服務的時間符合民眾需要。 24.提供的服務項目或業務種類滿足各類用戶需要。 25.當民眾有用電問題時，服務人員會耐心聽取並提供諮詢服務。 26.服務人員對所有用戶均一視同仁無差別待遇。 27.服務人員定期到用戶場所檢查屋內線路。 28.民眾事先均可獲知台電施工停電消息。 29.提供符合用戶需要的抄表及收費方式。 30.節約用電的常識用戶可由宣導方式獲知。
(6) 產出標的 (Outcome)	31.電價均維持合理價位。 32.長期維持供電電壓穩定及良好的供電品質。 33.將停限電情形減至最低程度。 34.以高效率處理停電事故。

資料來源：謝榮顯（民89），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碩士論文，p.41

根據這 34 項服務品質屬性，利用 Likert 五點尺度量表，分別直接詢問用戶對電業管理階層、第一線服務（櫃台）人員、行銷企劃人員，以問卷調查其對服務品質之相關認知。

第二部份：「台電整體服務滿意度」問卷；參考謝榮顯（民 89）問卷而成，計有九項，如下表 3.2：

表3.2台電整體服務滿意度問項一覽表

項次	問項內容
1	整體而言，台電所提供的服務品質，您認為如何？
2	就您曾經看到台電在報章電視等媒體有關的宣傳，您認為台電實際所能提供的服務。
3	您認為在以下的各職位中，在改善服務品質上最需要加強的為何？
4	您認為台電最需要加強那些服務項目？
5	您認為台電在提昇服務品質，所面臨的主要問題為何？
6	您認為台電目前是否有對服務品質加以衡量？
7	就您所知台電是否舉辦“改善服務品質”的訓練或研討會？
8	您認為台電對對服務品質是否設有衡量標準？
9	台電對服務品質績效的衡量技巧有那些？

1.資料來源：謝榮顯（民 89），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碩士論文之附錄

2.其中消費者問卷僅 1-5 題，電業人員問卷則包含 1-9 題。

第三部份：「社會責任」問卷；參考許菁菁（民 89）論文問卷，計有五項，如下表 3.3：

表3.3社會責任問項一覽表

項次	問項內容
1	台電是家重視員工教育與發展之公司。
2	台電是家提供安全可靠的產品之公司。
3	台電是家重視環保之公司。
4	台電是家誠信經營，依法納稅之公司。
5	台電是家熱心參與社會公益活動之公司。

資料來源：許菁菁（民89），模擬社會責任投資組合績效之探討，中原大學企業管理學系碩士論文，附錄問卷。

第四部份：「企業形象」問卷；參考Walters（1978）所提的企業形象三構面及陳鈺達（民91）論文問卷而成，計有三構面九問項，如下表3.4：

表3.4 企業形象構面及問項一覽表

構面	組成項目
公司形象	1. 台電公司熱心參與或贊助社會公益活動。
	2. 台電公司重視聲譽與道德。
	3. 台電公司具有相當之知名度。
	4. 台電公司重視消費者之權益。
商店形象	5. 台電公司之外觀設計能夠吸引您的注意。
	6. 台電公司具有完善之設備與服務。
	7. 台電公司之陳列擺設相當整潔舒適。
	8. 台電公司之服務人員之服務態度良好。
商品形象	9. 台電公司具品質保證，令人感到信任。

資料來源：陳鈺達（民91），消費者對服務品質期待程度—以電腦門市部為例，國立中正大學企業管理研究所碩士論文，附錄問卷。

### 3.3 抽樣設計及資料收集

為了瞭解電業服務品質，因此本研究以嘉義縣（市）、雲林縣為範圍，也就是嘉義區營業處及雲林區營業處等二個區營業處所轄之服務中心及服務所為研究樣本。

#### 3.3.1 抽樣設計

本研究對象消費者部份有一般用戶、電器承裝業；並以嘉義縣市及雲林縣至電業營業場所接受服務的用戶為調查對象，依據各區處用戶數比例分配問卷，採便利抽樣法（Convenience Sampling）。業者部分計有管理階層（直接接觸用戶之主管）、行銷企劃人員、第一線服務（櫃台）



人員等三類人員；問卷發放，因人數有限，故採普查方式。承調查對象之配合，此次問卷回收狀況如表 3.5 所示。

表3.5問卷發放回收統計表

發放對象	問卷地區	發出份數	回收份數	回收率	有效份數	有效回收率
用戶問卷	嘉義區處	297	240	80.8%	212	71.4%
	雲林區處	303	204	67.3%	199	65.7%
	合計	600	443	73.8%	411	68.5%
管理者問卷	嘉義區處	50	49	98.0%	47	94.0%
	雲林區處	33	31	93.9%	29	87.9%
	合計	83	80	96.4%	76	91.6%
櫃台人員問卷	嘉義區處	41	35	85.4%	34	82.9%
	雲林區處	43	32	74.4%	31	72.1%
	合計	84	67	79.8%	65	77.4%
行銷企劃人員問卷	企劃處	25	25	100.0%	25	100.0%
	秘書處	10	9	90.0%	9	90.0%
	合計	35	34	97.1%	34	97.1%

資料來源：本研究整理。

### 3.4 資料分析方法與架構圖

#### 3.4.1 資料分析方法

本研究採用套裝軟體 SPSS 為分析工具，所應用的統計方法如次數分配分析、平均值、t 檢定、因素分析、變異數分析及典型相關分析、迴歸分析進行資料之分析檢定，茲說明如下：

- 1、次數分配分析 (Frequency Distribution Analysis)：次數分配是將蒐集的資料經過整理歸類以後的結果，即將資料依類別及數量的大小

- 分成若干組，以顯示資料分佈的狀況，經常以統計表（即次數表）或統計圖（即次數圖）的形式存在。本問卷的個人基本資料部份即採用以統計技術，用以量測某變項出現的次數，若是出現次數愈多，表示受重視的程度愈高。
- 2、平均值 (Mean)：即以變項或各因素的平均值，作一統計分析以便瞭解某項因素之滿足度或相對影響程度大小。本研究用以檢定用戶、電業從業人員對電力服務品質之滿意度。
  - 3、T 檢定 (t-Test)：以「成對 t 檢定」來檢定、分析電業服務品質缺口二、五，其他缺口則以「獨立 t 檢定」來檢定、分析。
  - 4、因素分析 (Factor Analysis)：為簡化各項服務措施的構面，並找出代表性因素，作為品質缺口驗證與分析缺口形成原因之依據，本研究採用因素分析抽取服務因素，並以最大變異數法 (Varimax Method) 簡化因素結構，再根據因素內容予以命名。
  - 5、單因子變異數分析 (Analysis of Variance ; ANOVA)：用以檢定用戶人口統計變項，對電力服務的整體滿意度，有無顯著差異。
  - 6、相關分析 (Correlation Analysis)：檢定企業形象與用戶整體滿意度及整體電力服務品質三者間彼此之相關性。
  - 7、迴歸分析 (Regression Analysis)：分析社會責任對企業形象之影響性。
  - 8、雪費檢定 (Scheffe)：檢定人口統計變數不同級距間之整體滿意度之顯著性。

### 3.4.2 資料分析架構圖

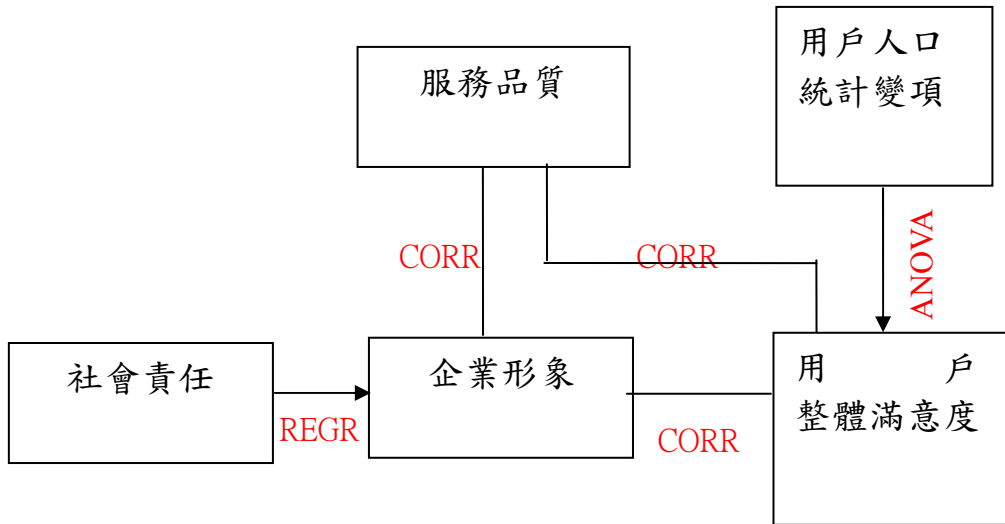


圖3.3 資料分析架構圖 (1)

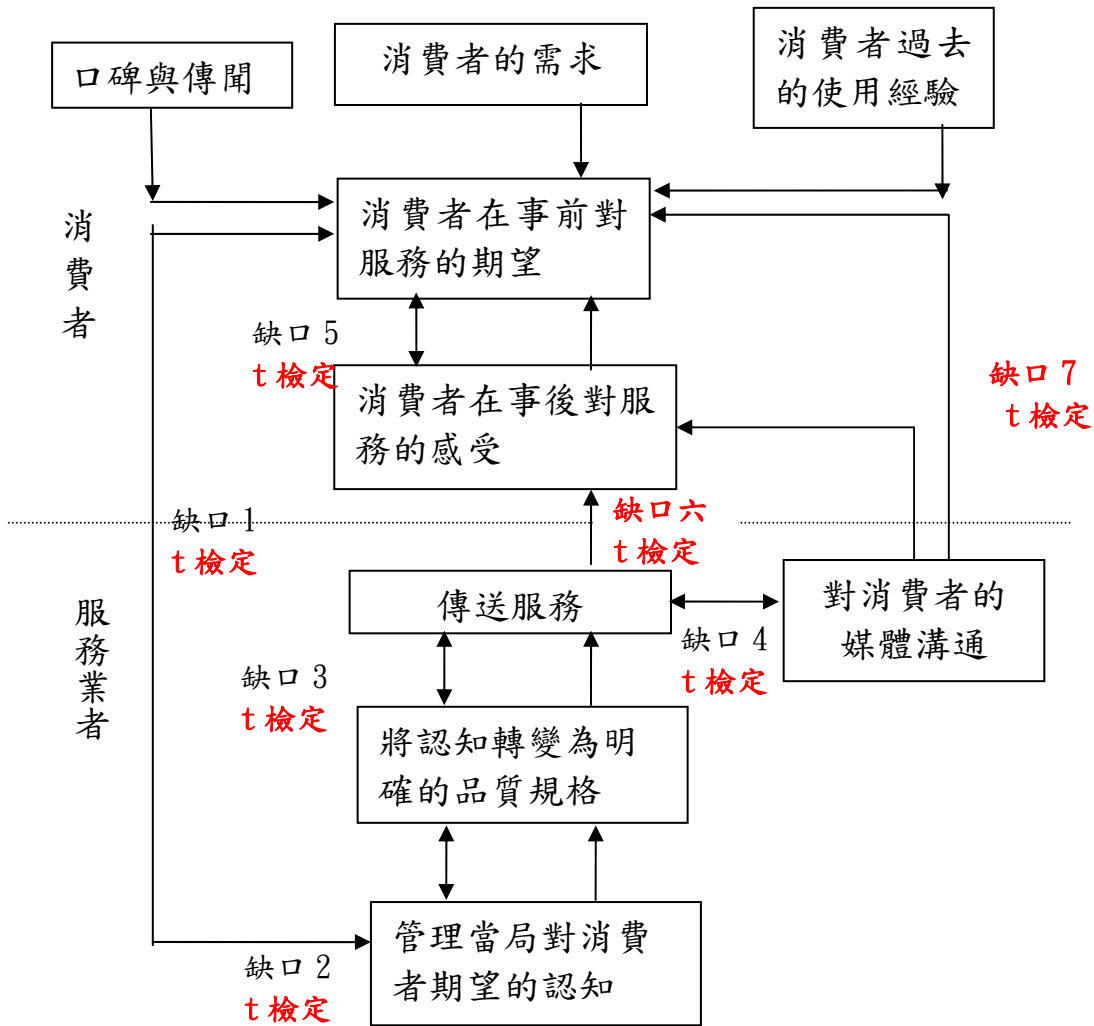


圖3.4 資料分析架構圖 (2)

### 3.5 研究假設

由於目前國內電業係以台電公司為獨占市場，有別於一般產業，但也由於獨占地位，故其一般員工對公司服務品質並未特別重視，也不太關心顧客（用戶）滿意度，因此為了解電業服務品質及依第一章所敘述之研究目的，因而建立以下的研究假設。

假設 1：電業服務品質各缺口無顯著差異。

假設 2：「用戶對電力服務品質的整體知覺程度」與「電業服務的整體滿意度」及「電業企業形象」三者彼此間無關。

假設 3：電業「社會責任」對「企業形象」無顯著影響。

假設 4：用戶人口統計變項，對電業服務品質整體滿意程度，無顯著差異。

假設 4-1：不同年齡的用戶，對電業服務品質整體滿意程度，無顯著差異。

假設 4-2：不同教育程度的用戶，對電業服務品質整體滿意程度，無顯著差異。

假設 4-3：不同職業的用戶，對電業服務品質整體滿意程度，無顯著差異。

假設 4-4：不同用電場所的用戶，對電業服務品質整體滿意程度，無顯著差異。

假設 4-5：不同申請用電方式的用戶，對電業服務品質整體滿意程度，無顯著差異。

假設 4-6：不同從業時間電氣承裝業，對電業服務品質整體滿意程度，無顯著差異。

## 第四章 實證研究結果

### 4.1 服務品質構面分析

#### 4.1.1 因素分析 (Factor Analysis)

本研究問卷內容中「服務品質」係利用張建川(民 84)根據 PZB(1988)精緻化所得的 34 個評量項目及 6 個評量構面為基礎，並參考謝榮顯(民 89)「電業服務品質之實證研究」論文之問卷修訂而得；問卷中「社會責任」乃參考許菁菁(民 89)「模擬社會責任投資組合績效之探討」論文問卷；「企業形象」則參考陳鈺達(民 91)「企業形象、服務補救期望與服務補救後滿意度關係之研究」論文問卷。本研究之各類問卷均經過資深電業主管及專家學者預試、修訂、精簡之嚴謹過程而得。首先將 34 題電業服務品質之問項用主軸法 (Method of Principal Axes) 中的主成份分析法 (Principal Component Analysis) 進行因素分析，並以直交轉軸 (Orthogonal Rotation) 的變異數最大法 (Varimax) 進行轉軸，以萃取因素。根據 Kaiser (1960) 的標準，保留特徵值大於一的因素，同時因素負荷量 (Factor Loading) 絕對值要大於 0.5 以上。以下為問卷因素分析結果：

表 4.1 KMO 與 Bartlett 檢定

Kaiser-Meyer-Olkin 取樣適切性量數		0.950
Bartlett 球形檢定	近似卡方分配	8866.067
	自由度	561
	顯著性	0.000

資料來源：本研究整理。

KMO 是 Kaiser-Meyer-Olkin 的取樣適切性量數，當 KMO 愈大時，表示變項間的共同因素愈多，愈適合進行因素分析，根據學者 Kaiser (1974) 觀點，如果 KMO 的值小於 0.5 時，較不宜進行因素

分析，此處 KMO 值為 0.950，表示適合進行因素分析。

此外，從 Bartlett 球形檢定的  $\chi^2$  值為 8866.067（自由度為 561）達顯著，代表母群體的相關矩陣間有共同因素存在，適合進行因素分析。依據此一準則，將各因素萃取結果列於表 4.2：

表4.2電業服務品質屬性萃取之代表因素分析表

因素名稱	特徵值	解釋變異量 %	累積解釋變異量 %
1.服務感知性構面	14.643	43.067	43.067
2.反應性構面	2.355	6.926	49.993
3.可靠性構面	1.733	5.089	55.082
4.保證性構面	1.293	3.804	58.886
5.安全便利性構面	1.14	3.277	62.163

資料來源：本研究整理

在萃取五項特徵值大於 1 之共同因素後，再以最大變異數法（Varimax）進行直交轉軸，以求出各服務品質構面下各衡量變項之因素負荷量（Factor Loading），並取因素負荷量之絕對值大於 0.5 的變數作為該構面之組成因素。若該衡量變項之因素負荷量的絕對值大於 0.5 的數多於一個，則取絕對值較大者。茲將五項服務品質構面所包含之組成因素內容說明如下：

#### 1.構面一：服務感知性構面

在此一構面中，因素負荷量大於 0.5 者包括營業處所內外環境相當整潔、服務人員態度親切有禮、能為用戶提供適時及適當之服務、耐心聽取用戶的意見並迅予解決、對所有用戶均一視同仁無差別待遇等，計有十一項，由於這些組成因素均與用戶的服務感受知覺程度有關，故命名「服務感知性構面」，其解釋變異量為 43.067% 詳如表 4.4 所示。

## 2.構面二：反應性構面

在此一構面中，因素負荷量大於 0.5 者包括停 / 限電降至最低並迅速處理、用戶抱怨的處理等計八項，由於這些組成因素與提供服務時之積極性與迅速性有關，故命名為「反應性構面」，解釋變異量為 2.355% 詳如表 4.4 所示。

## 3.構面三：可靠性構面

在此一構面中，因素負荷量大於 0.5 者包括提供的服務項目及業務種類滿足個別用戶需要、設有陳情申訴部門及免費諮詢電話、營業處所的各项櫃台標示很清楚等計五項，由於這些組成因素可讓用戶覺得台電所提供之服務是相當可信賴的，故命名為「可靠性構面」，解釋變異量為 5.098 % 詳如表 4.4 所示。

## 4.構面四：保證性構面

在此一構面中因素負荷量大於 0.5 者，包括具有充足的外線施工設計與施工能力、有足夠人員提供服務、申請手續簡易、對任何申請用電都能及時完成、高效率處理停電事故等，計有六項，由於這些組成因素可令用戶在服務過程中感覺到其權益有所保障，故命名為「保證性構面」，解釋變異量為 3.804% 詳如表 4.4 所示。

## 5.構面五：安全便利性構面

在此一構面中，因素負荷量大於 0.5 者，包括現代化發電及供電設備、發電廠及變電所運轉安全，與提供服務時之便利性與安全性，故命名為「安全便利性構面」解釋變異量為 3.277% ，詳如表 4.4，所示。

### 4.1.2 信度分析

信度分析 (Reliability Analysis) 是用來測量量表是否具有內部一致性

(Internal Consistency)，本研究以 Cronbach's  $\alpha$  值來評量。根據 J.P. Cuieford (1965) 所提出，Cronbach's  $\alpha$  值若小於 0.35 則為低信度；介於 0.35 與 0.7 間表示尚可；若大於 0.7 表示具有高信度。本研究各類問項之信度均已高過 0.8，顯見本研究之量表信度已達高信度標準(參見表 4.3)。

表4.3 本研究各類量表信度分析摘要表

問卷對象	電業用戶	電業主管	櫃台人員	行銷人員
構面名稱	$\alpha$ 值	$\alpha$ 值	$\alpha$ 值	$\alpha$ 值
服務品質	0.9728 (1)	0.9528 (1)	0.9560	0.9495
	0.9588 (2)	0.9635 (2)		
企業形象	0.8992	0.8828	0.8876	0.8932
社會責任	0.8499	0.8405	0.8580	0.8019

資料來源：本研究整理

註：1.電業用戶服務品質 (1) 係指：電業用戶所期望的服務品質。

(2) 係指：電業用戶所感受的服務品質。

2.電業主管服務品質(1)係指：電業管理階層認為用戶所期望的服務品質。

(2)係指：電業管理階層認為電業所制定的服務水準。

綜合以上電業用戶服務品質的因素分析、信度，整理成表 4.9。

表4.4 用戶服務品質的因素分析因素摘要表

變數及因素	特徵值	累積解釋變異量(%)	因素負荷量	信度 Alpha	單項對總項相關係數
總量表				0.9588	
<b>F1 (服務感知性)</b>	14.643	43.067		0.9097	
A06.營業處所內外環境相當整潔。			0.544		0.665
A12.營業處所相當寬敞舒適，沒有擁擠情形。			0.502		0.600
A13.營業處所服務人員服裝整齊。			0.593		0.697
A14.營業處所服務人員著重工作安全。			0.689		0.551
A15.服務的聲譽良好。			0.652		0.658



表4.4用戶服務品質的因素分析因素摘要表（續）

變數及因素	特徵值	累積解釋變異量(%)	因素負荷量	信度Alpha	單項對總項相關係數
A16.服務人員態度親切有禮。			0.688		0.657
A19.服務人員有專業知識、能力。			0.609		0.698
A20.服務人員能為用戶提供適時及適當之服務。			0.534		0.707
A21.服務人員會耐心聽取用戶的意見並迅予解決。			0.480		0.715
A22.服務人員會針對用戶各項申請說明流程和手續			0.524		0.699
A23.服務人員對所有用戶均一視同仁無差別待遇。			0.635		0.573
<b>F2（反應性）</b>	2.355	6.926		0.8962	
A25.電價均維持合理價位			0.744		0.622
A26.長期維持供電電壓穩定及良好的供電品質			0.693		0.701
A27.將停限電情形減至最低程度			0.568		0.626
A29.民眾事先均可獲知台電施工停電消息。			0.650		0.600
A30.計費及抄表記錄精確可信。			0.733		0.658
A31.服務人員定期到用戶場所檢查屋內線路。			0.527		0.693
A32.提供符合用戶需要的抄表及收費方式。			0.553		0.704
A33.用戶的抱怨均會有圓滿的處理。			0.513		0.755
<b>F3（可靠性）</b>	1.733	5.098		0.8499	
A05.提供的服務項目及業務種類滿足個別用戶需要。			0.584		0.594
A07.營業處所設有陳情申訴部門及免費諮詢電話。			0.688		0.682
A08.營業處所的各项櫃台標示很清楚。			0.699		0.712
A10.營業處所供應的材料設備齊全。			0.534		0.723
A24.服務人員主動追蹤申請案件進度並告知申請人。			0.573		0.708
<b>F4（保證性）</b>	1.293	3.804		0.8559	
A09.具有充足的外線設計及施工能力			0.584		0.662
A11.營業服務處有足夠人員提供服務			0.525		0.676
A17.對任何申請用電都能及時完成			0.536		0.707
A18.繳費或申請手續相當簡易。			0.643		0.681
A28.高效率處理停電事故			0.608		0.647
A34.可從台電宣導方式獲知節約用電常識			.0481		0.667
<b>F5（安全便利性）</b>	1.114	3.277		0.7557	
A1.擁有現代化發電及供電設備。			0.517		0.550
A2.發電廠及變電所運轉相當安全。			0.603		0.569
A3.服務處所設置地點，交通很方便。			0.727		0.445
A4.營業服務的時間符合民眾需要。			0.650		0.594

資料來源：本研究整理

## 4.2 樣本結構

回收之受測各類有效樣本，在附錄一用戶方面包括年齡、教育程度、職業、用電場所、申請用電、電器承裝業從業時間等。在附錄二至四，電業管理、行銷企劃、第一線櫃台人員方面包含：年齡、教育程度、性別、工作年資等項。

### 4.2.1 民眾資料

本研究附錄一電業用戶部份有效樣本共 411 份，個人基本資料的次數分配與百分比情形如表 4.5 所示。資料中顯示：

1. 年齡：以 41 至 50 歲居多，計有 147 位，佔 35.8%；31 至 40 歲次之，計有 108 位，佔 26.3%；61 歲以上最少僅有 20 位，佔 4.9%。
2. 教育程度：由於調查對象為雲嘉地區，屬農業用戶居多，一般民眾教育水準尚不高，受訪用戶以高中職較多，計有 150 位，佔 36.5%；專科次之，計有 149 位，佔 36.3%；國中以下最少，僅有 57 位，佔 13.9%。
3. 職業：以電器承裝業居多，計有 89 位，佔 21.7%；受雇職員次之，有 75 位，佔 18.2%；由於台電已推行便利商代繳電費，一般學生較喜歡到便利商繳電費，因而到台電服務處洽公或繳電費的學生偏低，僅有 5 位佔 1.2%，比率最低。
4. 用電場所：以一般用戶最多，計有 333 位，佔 81.0%，電器承裝業次之，計有 72 位，佔 17.5%。
5. 申請用電：以委託電器承裝業居多，計有 272 位，佔 66.2%，自己辦理次之，計有 110 位，佔 26.8%，此乃因部分較複雜用電申請，須先由承裝業設計再提出申請有關。

表4.5電業用戶樣本結構表

	人數	百分比
1.年齡		
.20歲~30歲	35	8.5%
.31歲~40歲	108	26.3%
.41歲~50歲	147	35.8% *
.51歲~60歲	101	24.6%
.61歲以上	20	4.9%
2.教育程度		
.研究所以上	4	1.0%
.大學	51	12.4%
.專科	149	36.3%
.高中職	150	36.5% *
.國中以下	57	13.9%
3.職業		
.電器承裝業	89	21.7% *
.自由業	63	15.3%
.軍公教	52	12.7%
.公司主管	19	4.6%
.受雇職員	75	18.2%
.勞務工作	34	8.3%
.農林漁牧	49	11.9%
.學生	5	1.2%
.家管	25	6.0%
4.用電場所		
.一般用戶	333	81.0% *
.高壓用戶	6	1.5%
.電氣承裝業	72	17.5%
5.申請用電		
.委託電器承裝業（電器行）	272	66.2% *
.自己辦理	110	26.8%
.委託親友辦理	8	1.9%
.從未辦理	21	5.1%
6.電器承裝業從業時間		
.5年以下	0	0%
.6年~10年	7	8.1%
.11年~20年	27	31.0%
.21年~30年	42	48.3% *
.31年以上	11	12.6%

資料來源：本研究整理

6. 電器承裝業從業時間：以 21-30 年最多，計有 42 位，佔 48.3%，11-20 年次之，計有 27 位，佔 31.0%，以上二者已佔 79.3%，10 年以下最少，僅 7 位，佔 8.1%，顯然從事電器承裝業者多屬工作經驗豐富之年長者，年輕人似乎不太願意從事此類高危險低報酬的職業。

進一步將用戶基本資料作交叉分析（Pearson 卡方），如表 4.6~4.7 所示。用戶年齡與職業交叉分析由表 4.6 得知，調查對象年齡以 41-50 歲居多，計有 147 人，61 歲以上，計 20 人最少，顯示前往台電營業處所洽公者，年老者較少，就職業別中，電器承裝業以 41-60 歲居多，計 73 人，表示從事電器承裝業者，亦有年齡老化趨勢，又由於本研究調查區域限制，其對象有部分農林漁牧業者，經統計以 41 歲以上居多。

表4.6用戶年齡與職業交叉表

職業別		年齡					合計
		30 以下	31-40	41-50	51-60	61 以上	
電器承裝業	樣本數	2	12	44	29	2	89
	百分比	2.2%	13.5%	49.4%	32.6%	23.2%	100%
自由業	樣本數	5	29	20	7	2	63
	百分比	7.9%	46.0%	31.7%	11.1%	3.2%	100%
軍公教	樣本數	3	13	20	15	1	52
	百分比	5.8%	25.0%	38.5%	28.8%	1.9%	100%
公司主管	樣本數	2	4	9	2	2	19
	百分比	10.5%	21.1%	47.4%	10.5%	10.5%	100%
受雇職員	樣本數	10	27	25	11	2	75
	百分比	13.3%	36.0%	33.3%	14.7%	2.7%	100%
勞務工作	樣本數	1	9	10	14	0	34
	百分比	2.9%	26.5%	29.4%	41.2%	0	100%
農林漁牧	樣本數	3	7	16	15	8	49
	百分比	6.1%	14.3%	32.7%	30.6%	16.3%	100%
學生	樣本數	5	0	0	0	0	5
	百分比	100.0%	0	0	0	0	100%
家管	樣本數	4	7	3	8	3	25
	百分比	16.7%	25.0%	12.5%	33.3%	12.5%	100%
合計	樣本數	35	108	147	101	20	411
	百分比	8.5%	26.3%	35.8%	24.6%	4.9%	100%

資料來源：本研究整理

用戶職業與教育程度經交叉分析由表 4.7 得知，各行業以高中職、專科居多，計有 259 人，研究所最少，僅 4 人，其中電器承裝業、自由業、農林漁牧以高中職居多，分別為 39、26、23 人，軍公教、受雇職員、家管以專科居多，分別為 24、42、11 人。

表4.7用戶教育與職業交叉表

職業 \ 年齡		研究所以上	大學	專科	高中職	國中以下	合計
電器承裝業	樣本數	0	1	24	39	25	89
	百分比	0	1.1%	27.0%	43.8%	28.1%	100%
自由業	樣本數	1	15	20	26	1	63
	百分比	1.6%	23.8%	31.7%	41.3%	1.6%	100%
軍公教	樣本數	2	14	24	12	0	52
	百分比	3.8%	26.9%	46.2%	23.1%	0	100%
公司主管	樣本數	1	7	7	3	1	19
	百分比	5.3%	36.8%	36.8%	15.8%	5.3%	100%
受雇職員	樣本數	0	9	42	22	2	75
	百分比	0	12.0%	56.0%	29.3%	2.7%	100%
勞務工作	樣本數	0	0	14	15	5	34
	百分比	0	0	41.2%	44.1%	14.7%	100%
農林漁牧	樣本數	0	1	5	23	20	49
	百分比	0	2.0%	10.2%	46.9%	40.8%	100%
學生	樣本數	0	3	2	0	0	5
	百分比	0	60.0%	40.0%	0	0	100%
家管	樣本數	0	1	11	10	3	25
	百分比	0	4.0%	44.0%	40.0%	12.0%	100%
合計	樣本數	4	51	149	150	57	411
	百分比	1.0%	12.4%	36.3%	36.5%	13.9%	100%

資料來源：本研究整理

用戶教育程度與申請用電方式經交叉分析由表 4.8 得知，大部分用戶以委託電器承裝業申請居多，高中職以下有 30% (70 人) 以上由自己辦理，此乃因電器承裝業者即計有 64 人之故。

表4.8 用戶教育程度與申請用電方式交叉表

申請方式 教育程度		委託電器 承裝業	自 己 辦 理	委託親 友辦理	從 未 辦 理	合計
研究所以上	樣本數	3	0	1	0	4
	百分比	75.0%	0	25.0%	0	100%
大 學	樣本數	34	8	2	7	51
	百分比	66.7%	15.7%	3.9%	13.7%	100%
專 科	樣本數	104	32	2	11	149
	百分比	69.8%	21.5%	1.3%	7.4%	100%
高 中 職	樣本數	99	45	3	3	150
	百分比	66.0%	30.0%	2.0%	2.0%	100%
國中以下	樣本數	32	25	0	0	57
	百分比	56.1%	43.9%	0	0	100%
合 計	樣本數	272	110	8	21	441
	百分比	66.2%	26.8%	1.9%	5.1%	100%

資料來源：本研究整理

用戶教育程度與年齡經交叉分析由表4.9得知，30歲以下，以專科11人居多，31-40歲亦以專科48人居多，41-50歲以高中職居多，51歲以上，則以國中以下居多，由此顯示年齡越大，教育程度則越低。

表4.9 用戶教育程度與年齡交叉表

年 齡		30以下	31-40	41-50	51-60	61 以上	合計
研究所以上	樣本數	0	2	1	1	0	4
	百分比	0	50.0%	25.0%	25.0%	0	100%
大 學	樣本數	15	20	14	1	1	51
	百分比	29.4%	39.2%	27.5%	2.0%	2.0%	100%
專 科	樣本數	11	48	60	28	2	149
	百分比	7.4%	32.2%	40.3%	18.8%	1.3%	100%
高 中 職	樣本數	9	36	66	35	4	150
	百分比	6.0%	24.0%	44.0%	23.3%	2.7%	100%

表4.9 用戶教育程度與年齡交叉表（續）

國中以下	樣本數	0	2	6	36	13	57
	百分比	0	3.5%	10.5%	63.2%	22.8%	100%
合計	樣本數	35	108	147	101	20	411
	百分比	8.5%	26.3%	35.8%	24.6%	4.9%	100%

資料來源：本研究整理

#### 4.2.2 電業管理人員資料

本研究問卷附錄二電業管理階層部分，有效樣本76份，其樣本結構如表4.10所示。

表 4.10 電業管理階層人員樣本結構

n=76

	人數	百分比
1.年齡		
.20歲~30歲	0	0.0%
.31歲~40歲	5	6.6%
.41歲~50歲	20	26.3%
.51歲~60歲	38	50.0% *
.61歲以上	13	17.1%
2.教育程度		
.研究所以上	4	5.3%
.大學	17	22.4%
.專科	46	60.5% *
.高中職	8	10.5%
.國中以下	1	1.3%
3.性別		
.男	72	94.7% *
.女	4	5.3%
4.工作資歷		
.5年以下	1	1.3%
.6年~10年	1	1.3%
.11年~20年	11	14.9%
.21年~30年	28	36.8%
.31年以上	35	46.1% *

資料來源：本研究整理；\*代表本次樣本結構佔該屬性最多次數分配

由以上資料中顯示

1. 年齡：以 51-60 歲計 38 人佔 50.0%居多，足見台電管理階層人員有年齡老化現象，亟待補充新血，來注入活力，塑造具有朝氣的管理團隊。
2. 教育程度：以專科 46 人佔 60.5%居多，大學以上 21 人佔 27.7%，高中職 8 人佔 10.8%最少，足見其學歷多為專科以上。
3. 性別：男 72 人，女 4 人，顯然女性主管在台電的比例不高，可能與台電較偏重專業技術有關。
4. 工作資歷：以工作 31 年以上，計 35 人佔 46.1%居多，10 年以下，僅 2 人最少。

#### 4.2.3 電業營業廳櫃台服務人員資料

本研究問卷附錄三電業營業廳櫃台服務人員部分，有效樣本 65 份，其樣本結構如表 4.11 所示。

由資料中顯示：

1. 年齡：以 51-60 歲計 30 人佔 46.2%居多，足見台電營業廳櫃台服務人員有年齡老化現象，這對經常需面對用戶是一劣勢，因為年紀大，難免反應較不敏捷，可能會因而影響服務品質。
2. 教育程度：以專科 40 人佔 61.5%居多，大學以上 7 人佔 10.8%，此乃因本處櫃台服務人員包含多數服務所人員，一般而言其大多數為現場工作技術人員兼任，故其學歷偏低，多為專科以下。
3. 性別：男 70 人，女 4 人，女性櫃台服務人員比例偏低，經訪查此乃因台電各服務所大多為男性技術員，故遂以男性為櫃台服務人員。



表 4.11 電業營業廳櫃台服務人員樣本結構表

n=65

	人數	百分比
1.年齡		
.20 歲~30 歲	5	7.7%
.31 歲~40 歲	8	12.3%
.41 歲~50 歲	22	33.8%
.51 歲~60 歲	30	46.2% *
.61 歲以上	0	0%
2.教育程度		
.研究所以上	2	3.1%
.大學	5	7.7%
.專科	40	61.5% *
.高中職	18	27.7%
.國中以下	0	0%
3.性別		
.男	61	93.8% *
.女	4	6.2%
4.工作資歷		
.5 年以下	5	7.7%
.6 年~10 年	3	4.6%
.11 年~20 年	8	12.3%
.21 年~30 年	27	41.5% *
.31 年以上	22	33.8%

資料來源：本研究整理

4.工作資歷：以工作 21-30 年，計 27 人佔 41.5% 居多，6-10 年，3 人佔 4.6% 最少，其中工作 21 年以上計 49 人佔 75.3%，顯示台電相當重視櫃台服務人員的工作資歷。

#### 4.2.4 電業行銷企劃人員資料

本研究問卷附錄四電業行銷企劃人員部分，有效樣本 34 份，其樣本結構如表 4.12 所示。

表 4.12 電業行銷企劃人員樣本結構表

n=34

	人數	百分比
1.年齡		
.20 歲~30 歲	0	0%
.31 歲~40 歲	6	17.6%
.41 歲~50 歲	14	41.2% *
.51 歲~60 歲	12	35.3% *
.61 歲以上	2	5.9%
2.教育程度		
.研究所以上	10	29.4%
.大學	13	38.2% *
.專科	9	26.5%
.高中職	2	5.9%
.國中以下	0	0%
3.性別		
.男	16	47.1%
.女	18	52.9%
4.工作資歷		
.5 年以下	0	0%
.6 年~10 年	1	2.9%
.11 年~20 年	14	41.2% *
.21 年~30 年	14	41.2% *
.31 年以上	5	14.7%

資料來源：本研究整理

由資料中顯示

- 1.年齡：以 41-50 歲計 14 人佔 41.2%居多，61 歲以上 2 人佔 5.9%最少，似乎有較其他階層人員年輕化。
- 2.教育程度：以大學 13 人佔 38.2%居多，研究所以上 10 人佔 29.4%，高中職以下僅 2 人佔 5.9%，顯示本組人員學歷相當高，此乃因本組人員均服務於台電總管理處，負責台電整體業務規劃與政策推動，因此教育程度較高。
- 3.性別：男 16 人，女 18 人，女性比男性多二人。
- 4.工作資歷：以工作 11-20 及 21-30 年，均為 14 人佔 82.4%，6-10 年，計 1 人佔 2.9%最少。

### 4.3 假設檢定

本節針對研究假設進行檢定，以探討分析：(1) 電業服務品質各缺口有無顯著性差異。(2) 用戶對電力服務品質的整體知覺程度與「電力服務的整體滿意度」與「電業企業形象」三者間是否有顯著性相關。(3) 電業「社會責任」對「企業形象」是否有顯著性影響。(4) 不同用戶人口統計變項，對電力服務品質整體滿意程度，有無顯著性差異。

#### 電業服務品質各缺口之差異分析（各缺口檢定）

本研究係承續前學者謝榮顯、黃其達對電業的服務品質缺口之探討，故雖然各缺口均作檢定，但重點仍著重於前二位學者未探討的缺口二及缺口四。

##### 4.3.1.1 電業服務品質缺口五檢定

首先探討用戶對電業的服務品質的認知，進行成對樣本 t 檢定，如表 4.13 分析顯示結果，用戶對電業所期待的整體服務品質與實際感受的服務品質有顯著差異。

表4.13電業用戶對電業服務品質認知差異分析表（缺口五）

認知服務品質	用戶對台電服務品質的期待		用戶對台電所感受的服務品質		t 值	P 值
	平均值	標準差	平均值	標準差		
	4.21	0.52	3.94	0.47	-9.604	0.000***

資料來源：本研究整理

註：\*表 p 值 < 0.05 顯著差異；\*\*表 p 值 < 0.01 非常顯著差異；\*\*\*表 p 值 < 0.001 極顯著差異

##### 4.3.1.2 電業服務品質缺口一檢定

本檢定主要在探討用戶所期望的與管理階層對用戶所期望的服務品質間是否有存在差異。因二個受測對象不同，故採「獨立樣本 t 檢定」，

檢定發現二者之間並無顯著差異，亦即二者對服務品質之認知是一致的，(參見表 4.14)。

表4.14用戶所期望的與管理階層對用戶所期望的服務品質間之差異分析表（缺口一）

管理階層對用戶所期望的服務品質之認知		用戶所期望的服務品質		t 值	P 值
平均值	標準差	平均值	標準差		
4.20	041	4.21	0.52	0.097	0.923

資料來源：本研究整理

#### 4.3.1.3 電業服務品質缺口二檢定

在電業管理階層對服務品質之認知方面，本研究再利用「成對樣本t檢定」（信賴期間95%）進行分析，此一檢定主要在探討電業管理階層對用戶所期待服務品質之認知與企業內部所制定的服務標準是否存有差異。經檢定發現電業管理階層對用戶所期望的整體服務品質與電業內部所制定的服務品質並無顯著的差異。(參見表4.15)

表4.15管理階層對用戶所期望的與所制定的服務品質間之差異分析表（缺口二）

用戶對台電所期望的服務品質		台電所制定服務品質標準		t 值	P 值
平均值	標準差	平均值	標準差		
4.20	041	4.24	0.46	-0.991	0.325

資料來源：本研究整理

註：\*表 p 值 < 0.05 顯著差異; \*\*表 p 值 < 0.01 非常顯著差異; \*\*\*表 p 值 < 0.001 極顯著差異

本研究另以平均數作排序（參見表 4.16），發現電業管理階層對用戶所期望的整體服務品質與所制定服務品質標準在 34 題測量項目中，僅有五題達顯著水準。在呈現顯著水準的問項中其差異性如下：

- (1) 第 2、9、34 題達顯著性差異 ( $p < 0.05$ )。
- (2) 第 15 題達非常顯著差異 ( $p < 0.01$ )。

(3) 第 14 題則達極顯著差異 ( $p < 0.001$ )。

由表 4.16 排序中得知電業管理階層對用戶所期望的整體服務品質與所制定服務品質標準彼此間落差較大之前五項依序如下：

(1) 營業處所服務人員著重工作安全。(第 14 題, P-E 之平均數 = 0.22)。

(2) 發電廠及變電所運轉相當安全 (第 2 題, P-E 之平均數 = 0.16)。

(3) 可從台電宣導方式獲知節約用電常識 (第 34 題, P-E 之平均數 = 0.15)。

(4) 具有充足的外線設計及施工能力 (第 09 題, P-E 之平均數 = 0.14)。

(5) 服務的聲譽良好 (第 15 題, P-E 之平均數 = 0.14)。

由資料中顯示，台電營業處所服務人員著重工作安全；發電廠及變電所運轉相當安全；用戶可從台電宣導方式獲知節約用電常識；台電本身具有充足的外線設計及施工能力；台電服務的聲譽良好等項，是管理階層認為用戶所期望服務品質及台電所制定服務品質標準間相差較大的項目。

台電係屬國營事業，整體企業營運狀況須受立法院監督，企業負責人亦應至立法院備詢，一旦發生重大職災，不但影響企業形象，企業負責人可能會因政治責任而遭立法委員逼迫下台，因此管理階層人員相當重視員工及承攬商的工作安全，但其員工工作安全對用戶（民眾）而言，可能就不會太在乎。發變電所運轉，涉及電業的供電能力外，更常因其排放廢氣、廢水、廢燃料，污染環保或附近居民健康，而備受民眾指責，尤其核四廠的興建，更是引發朝野立委爭議不休，因此，台電本身對發變電所運轉的安全性比一般民眾要重視，所制定的服務標準也就日趨嚴格。台電由於往昔發電廠興建受到民眾抗議，致備載能量一度降到個位數，同時為配合政府節約能源政策，遂推行節約用電宣導，因此台電管

理階層仍然很重視且會定期辦理節約用電的常識宣導，然而最近幾年，由於受到國內產業外移及民間獨立電廠（IPP）興建，國內電力需求，已趨於緩和，沒有限電危機，故一般民眾並不太重視節約用電，因此台電的節約用電政策有必要再重新檢討，以符社會實際現況。台電外線工程經費，每年約有二、三百億元，目前仍由公司員工自行設計，但絕大部分採外包施工方式，為了確保施工品質，制定很多相關檢驗標準，但受制於承攬商良莠不齊及競標所致，尤其管路工程施工後，常造成路面不平，更為民眾所詬病。因此，台電主管自認已具有充足的外線設計及施工能力，但卻未獲得民眾普遍的認同，是以台電在外線承攬商的管理面，尚有很大的努力空間。企業的服務聲譽是項主觀的評價，但會影響企業的形象，而民眾所需要的是實質的服務品質，非無形的理念，因而造成二者之間的落差。

本檢定結果顯示另一問題，管理階層對整體服務品質的認知是與用戶所期待的服務品質是一致的，而且缺口三檢定結果亦是無差異的，代表電業內部所制定的服務水準與櫃台人員所傳遞的服務水準是一致的，如果管理階層與櫃台服務人員均依事實填寫問卷，則缺口五應無差異，然而由以上缺口五檢定結果並非如此（缺口五有顯著差異），由此研判管理階層與櫃台服務人員對問卷的填寫均有所保留，櫃台服務人員部分將於4.3.1.5再加以討論。此處要討論的是管理階層對電業服務品質的認知；因本文所提「管理階層」係指從事售電相關業務運作之主管，並非策略或管理制度之主管，因此該「管理階層」可能會將上級所制定的服務品質標準提高，來符合用戶所期望的服務品質，如果確是如此，那麼反而會誤導實際制定服務標準的管理人員，而錯失檢討改進的時機，致未能及時制定或修訂用戶所期望的服務品質，這都會影響缺口五的檢定，建

議電業能重視此問題，並多了解現場主管對服務品質認知，以提升企業服務品質。

缺口二落差較小的前五項依序如下：

- (1) 提供符合用戶需要的抄表及收費方式（第 32 題，P-E 之平均數=0.00）。
- (2) 服務人員有專業知識、能力（第 19 題，P-E 之平均數=0.00）。
- (3) 營業處所相當寬敞舒適，沒有擁擠情形（第 12 題，P-E 之平均數=0.00）。
- (4) 服務人員定期到用戶場所檢查屋內路線路（第 31 題，P-E 之平均數=0.01）。
- (5) 服務人員主動追蹤申請案件進度並告知申請人（第 24 題，P-E 之平均數=-0.01）。

由以上資料顯示，台電提供符合用戶需要的抄表及收費方式、服務人員具有專業知識與能力、營業處所相當寬敞舒適，沒有擁擠情形等三項，台電主管認為其所提供給用戶的服務標準與用戶所期望的服務品質是一致的，台電服務人員會定期到用戶場所檢查屋內路線路與主動追蹤申請案件進度並告知申請人等二項，台電主管亦認為此二者，台電的服務品質是符合用戶所期望的。

表4.16 管理階層認為用戶所期望的及所制定服務品質間之差異分析表

服務品質問項	用戶對台電服務品質的期待 (E)		台電所制定服務品質標準 (P)		t 值	P 值	排序
	平均值	標準差	平均值	標準差			
A1.	4.31	0.70	4.42	0.66	1.424	0.159	7
A2.	4.22	0.73	4.38	0.57	2.105	0.039*	2

表4.16 管理階層認為用戶所期望的及所制定服務品質間之差異分析表（續）

服務品質問項	用戶對台電服務品質的期待 (E)	台電所制定服務品質標準 (P)	t 值	P 值	排序	服務品質問項	用戶對台電服務品質的期待 (E)
A3.	4.31	0.64	4.24	0.70	-1.297	0.199	16
A4.	4.05	0.59	4.18	0.63	1.692	0.095	6
A5.	4.04	0.58	4.05	0.64	1.999	0.843	29
A6.	4.12	0.60	4.21	0.60	1.756	0.083	8
A7.	4.14	0.67	4.22	0.63	1.229	0.223	10
A8.	4.27	0.60	4.19	0.63	-1.349	0.181	13
A9.	4.08	0.72	4.22	0.65	2.001	0.049*	4
A10.	4.07	0.58	4.15	0.61	1.180	0.242	11
A11.	4.04	0.69	4.09	0.72	0.664	0.509	16
A12.	4.03	0.76	4.03	0.91	0.000	1.000	32
A13.	4.00	0.66	4.04	0.69	0.554	0.581	19
A14.	4.26	0.60	4.47	0.60	3.347	0.001***	1
A15.	4.24	0.59	4.38	0.63	2.595	0.010**	5
A16.	4.31	0.62	4.27	0.71	-0.575	0.567	22
A17.	4.22	0.69	4.18	0.69	-0.478	0.634	21
A18.	4.36	0.61	4.27	0.63	-1.355	0.180	9
A19.	4.22	0.63	4.22	0.69	0.000	1.000	33
A20.	4.31	0.62	4.32	0.64	0.241	0.810	28
A21.	4.30	0.64	4.28	0.61	-0.199	0.843	27
A22.	4.26	0.57	4.24	0.64	-0.173	0.863	26
A23.	4.30	0.61	4.35	0.67	0.815	0.418	17
A24.	4.08	0.72	4.07	0.76	-0.159	0.874	30
A25.	4.08	0.77	4.15	0.96	0.844	0.402	14
A26.	4.38	0.59	4.42	0.57	0.725	0.471	20
A27.	4.39	0.64	4.41	0.64	0.191	0.849	24
A28.	4.42	0.64	4.34	0.69	-1.285	0.203	12
A29.	4.26	0.57	4.31	0.62	0.754	0.453	18
A30.	4.32	0.64	4.35	0.69	0.424	0.673	23
A31.	3.99	0.71	4.00	0.88	0.155	0.877	31
A32.	4.26	0.66	4.26	0.68	0.000	1.000	34
A33.	4.24	0.72	4.22	0.69	-0.390	0.698	25
A34.	3.97	0.64	4.12	0.72	2.260	0.027*	3

資料來源：本研究整理

註：\*表 p 值 < 0.05 顯著差異；\*\*表 p 值 < 0.01 非常顯著差異；\*\*\*表 p 值 < 0.001 極顯著差異



#### 4.3.1.4 電業服務品質缺口三檢定

本檢定主要在探討電業內部所制定的與第一線服務人員所遞送的服務水準是否有存在差異。因二個受測對象不同，故採「獨立樣本 t 檢定」，檢定發現二者之間並無顯著差異，亦即電業內部所制定的與第一線服務人員所遞送的服務水準是一致的（參見表 4.17）。

表4.17電業內部所制定的與第一線服務人員所遞送的服務水準之差異分析表

電業內部所制定之服務品質		櫃台人員提供之服務品質		T 值	P 值
平均值	標準差	平均值	標準差		
4.24	0.46	4.23	0.42	-0.710	0.479

資料來源：本研究整理

#### 4.3.1.5 電業服務品質缺口四檢定

本檢定主要在探討電業第一線櫃台人員實際傳遞給用戶與行銷策劃人員對外界所宣導的服務水準是否有存在差異。因二個受測對象不同，故採「獨立樣本 t 檢定」，檢定發現二者之間有顯著差異，第一線櫃台人員自認傳遞給用戶較行銷策劃人員對外界所宣導的服務水準有偏高現象（參見表 4.18）。

表4.18櫃台人員提供與行銷人員向外界宣傳之整體服務品質間之差異分析表（缺口四）

櫃台人員提供之服務品質 (n1=65)		行銷企劃人員向外界宣傳之服務品質 (n2=34)		T 值	P 值
平均值	標準差	平均值	標準差		
4.23	0.42	3.94	0.40	3.366	0.001***

資料來源：本研究整理

註：\*表 p 值 < 0.05 顯著差異；\*\*表 p 值 < 0.01 非常顯著差異；\*\*\*表 p 值 < 0.001 極顯著差異

再對 34 題測量項目進行「獨立 t 檢定」，且以平均數作排序（參見

表 4.19)。發現第一線櫃台人員傳遞給用戶較行銷策劃人員對外界所宣導的服務水準在 34 題測量項目中，有三分之一未達顯著水準，三分之二達顯著水準。在呈現顯著水準的問項中其差異性如下：

- (1) 第 1、11、13、19、30 題達顯著性差異 ( $p < 0.05$ )。
- (2) 第 4、14、24、27、28、32 題達非常顯著性差異 ( $p < 0.01$ )。
- (3) 第 15、16、17、18、20、21、23、26、29、31、33 題達極顯著性差異 ( $p < 0.001$ )。

由表 4.19 排序中得知電業第一線櫃台人員傳遞給用戶較行銷策劃人員對外界所宣導的服務水準彼此間落差較大之前五項依序如下：

- (1) 營業處所服務人員服裝整齊 (第 13 題, P1-P2 之平均數 = 1.24)。
- (2) 服務人員定期到用戶場所檢查屋內路線路 (第 31 題, P1-P2 之平均數 = 0.67)。
- (3) 對任何申請用電都能及時完成 (第 17 題, P1-P2 之平均數 = 0.61)。
- (4) 服務的聲譽良好 (第 15 題, P1-P2 之平均數 = 0.55) 之
- (5) 長期維持供電電壓穩定及良好的供電品質 (第 26 題, P1-P2 之平均數 = 0.53)。

由資料中顯示，營業處所服務人員服裝整齊、對任何申請用電都能及時完成、服務的聲譽良好、長期維持供電電壓穩定及良好的供電品質等項，是電業第一線櫃台人員傳遞給用戶與行銷策劃人員對外界所宣導的服務水準相差較大的項目。

其中電業第一線櫃台人員平均對自身的服裝整齊非常同意 (平均值 = 4.28)，而行銷策劃人員僅認為達普通程度 (平均值 = 3.04)，後經訪查得知，其原因為台電對其櫃台人員並未強制須穿制服上班，尤其服務所櫃台人員，在職員人員缺少情況下，更是常以工人代替職員，身著不平整

的現場工作服來服務用戶，因此要求服裝整齊並不易達到，櫃台人員顯然有言過其實之嫌。其次台電公司依電業法之規定訂定「用戶用電裝置定期檢驗實施辦法」，其中規定檢驗期限為每三年至少檢驗一次。雖第一線櫃台服務人員【大部分為服務所人員】，認為已照公司規定定期到用戶場所檢查屋內路線路（平均值=3.91），但行銷策劃人員對本項措施對外界宣導僅達普通程度（平均值=3.24），然而用戶也同意電業服務品質（平均值=3.80），因此應可再將本項服務，加強向用戶宣導，以提高台電聲譽。另外櫃台人員接受用戶用電申請，同意都能及時完成，用戶也勉強同意（平均值=3.90），然行銷策劃人員認為台電可能受到路政單位對道路禁挖、需配合道路施工、民眾反對建桿、施設配電設備等原因，而無法及時完成民眾用電申請，故對外界宣傳略為保守。台電服務的聲譽良好，行銷策劃人員（平均值=3.91）與用戶（平均值=4.08）均同意，而櫃台人員自認很滿意（平均值=4.46），似有高估的現象。最後台電為提高用戶用電品質，維持長期且穩定的供電電壓並減少線路損失，逐年編列預算進行改善，對本項服務品質用戶尚能同意（平均值=4.05），然櫃台人員卻自認很滿意（平均值=4.38），而行銷策劃人員僅勉強同意（平均值=3.85），二者均有再檢討改進的空間。

電業第一線櫃台人員傳遞給用戶較行銷策劃人員對外界所宣導的服務水準彼此間落差較小之前五項依序如下：

- (1) 營業處所設有陳情申訴部門及免費諮詢電話（第 7 題，P1-P2 之平均數=0.02）。
- (2) 具有充足的外線設計及施工能力（第 9 題，P1-P2 之平均數=0.02）。
- (3) 營業處所的各项櫃台標示很清楚（第 8 題，P1-P2 之平均數=0.03）。
- (4) 服務處所設置地點，交通很方便。（第 3 題，【P1-P2】平均數=0.07）

(5) 電價均維持合理價位 (第 25 題, P1-P2 之平均數=0.12)。

由資料中顯示, 電業營業處所設有陳情申訴 (政風) 部門及免費諮詢電話、各項櫃台標示很清楚、具有充足的外線設計及施工能力、服務處所設置地點, 交通很方便等項, 是電業第一線櫃台人員與行銷策劃人員所認知的服務水準較相近的項目。

以往學者在實證 PZB 缺口四時, 往往因行銷部門人員太少 (未超過 30 人), 致在執行問卷調查時, 其樣本數太少常遭到懷疑 (不符中央極限定理), 而不得不改為質化 (訪談方式) 探討, 然而本研究對象台電公司, 因其公司組織龐大, 員工人數約 2 萬 7 千人, 並有專門行銷策劃部門, 因此本研究得以量化方式來探討分析缺口四, 為本研究重要成果。

#### **4.3.1.6. 電業服務品質缺口六及缺口七檢定**

從以上各節資料分析得知, 缺口一至缺口三均無顯著差異, 但現缺口四有顯著性差異, 為了探討缺口四的原因, 再以「獨立樣本 t 檢定」分別檢定缺口六及缺口七, 發現二缺口均有顯著差異, 分析結果參見表 4.20 所示。

表4.19櫃台人員提供與行銷企劃人員向外界宣傳之服務品質間之差異分析表

服務品質問項	櫃台人員提供之服務品質 (P1)		行銷企劃人員向外界宣傳之服務品質 (P2)		t 值	P 值	排序
	平均值	標準差	平均值	標準差			
A01.	4.37	0.60	4.06	0.60	2.441	0.016*	14
A02.	4.28	0.63	4.12	0.48	1.412	0.162	7
A03.	4.22	0.74	4.15	0.61	0.463	0.645	4
A04.	4.18	0.81	3.74	0.67	2.784	0.006**	24
A05.	4.12	0.65	3.85	0.66	1.460	0.053	11
A06.	4.29	0.55	4.12	0.59	1.460	0.147	8
A07.	4.31	0.56	4.29	0.46	0.122	0.903	1
A08.	4.22	0.62	4.18	0.58	0.302	0.763	3
A09.	4.20	0.69	4.18	0.58	0.578	0.564	2
A10.	4.03	0.66	3.88	0.64	1.072	0.286	6
A11.	3.63	0.98	3.97	0.63	-2.907	0.039*	17
A12.	4.05	0.74	4.24	0.61	-1.284	0.202	10
A13.	4.28	0.63	3.04	0.60	2.443	0.016*	34
A14.	4.52	0.53	4.24	0.50	2.620	0.009**	12
A15.	4.46	0.64	3.91	0.62	4.102	0.000***	31
A16.	4.38	0.60	3.88	0.69	3.747	0.000***	28
A17.	4.14	0.68	3.53	0.71	4.169	0.000***	32
A18.	4.31	0.56	4.03	0.52	2.463	0.000***	13
A19.	4.20	0.64	3.88	0.54	2.466	0.015*	16
A20.	4.31	0.56	3.91	0.57	3.332	0.001***	21
A21.	4.37	0.49	4.00	0.60	3.298	0.001***	20
A22.	4.25	0.59	3.94	0.74	2.245	0.027*	15
A23.	4.42	0.58	3.94	0.74	3.504	0.001***	27
A24.	4.17	0.80	3.71	0.76	2.779	0.007**	25
A25.	4.12	0.82	4.00	0.70	0.746	0.458	5
A26.	4.38	0.60	3.85	0.74	3.834	0.000***	30
A27.	4.35	0.62	3.94	0.69	3.008	0.003**	22
A28.	4.40	0.63	3.97	0.63	3.226	0.002**	28
A29.	4.29	0.55	3.79	0.73	3.811	0.000***	29
A30.	4.25	0.73	3.91	0.62	2.275	0.025*	18
A31.	3.91	0.74	3.24	0.99	3.489	0.001***	33
A32.	4.22	0.52	3.88	0.73	2.638	0.010	19
A33.	4.18	0.63	3.71	0.63	3.574	0.001***	26
A34.	4.06	0.81	3.88	0.84	1.032	0.305	9

資料來源：本研究整理

註：\*表 p 值 < 0.05 顯著差異；\*\*表 p 值 < 0.01 非常顯著差異；\*\*\*表 p 值 < 0.001 極顯著差異

表4.20 電業服務品質各缺口檢定分析表

受測對象	品質類別	缺口別	平均值	標準差	t 值	P 值	備註
用 戶	AA	缺口五	4.21	0.52	-9.604	0.000***	
	AB		3.94	0.47			
用 戶 管理階層	AA	缺口一	4.21	0.52	0.097	0.923	
	BA		4.20	0.41			
管理階層	BA	缺口二	4.20	0.41	-0.991	0.325	
	BB		4.24	0.46			
管理階層 櫃台人員	BB	缺口三	4.24	0.46	-0.710	0.479	
	CA		4.23	0.42			
櫃台人員 行銷人員	CA	缺口四	4.23	0.42	3.366	0.001***	
	DA		3.94	0.40			
用 戶 櫃台人員	AB	缺口六	3.94	0.47	20.101	0.000***	
	CA		4.23	0.42			
用 戶 行銷人員	AA	缺口七	4.21	0.52	4.737	0.009**	
	DA		3.94	0.40			

資料來源：本研究整理

註：1. \*\*表 p 值 < 0.005 非常顯著差異；\*\*\*表 p 值 < 0.001 極顯著差異

2. AA：用戶對台電所期望的服務品質； AB：用戶對台電所感受的服務品質

BA：管理階層認為用戶所期望服務品質； BB：台電所制定服務品質標準

CA：櫃台人員提供之服務品質； DA：行銷企劃人員向外界宣傳之服務品質

#### 4.3.2 「用戶認知的電業服務品質」與「電業服務的整體滿意度」及「電業企業形象」彼此間之相關分析。

利用 Pearson 積差相關進行服務品質、整體滿意度、企業形象三構面相關分析，如表 4.21，由該表顯示三構面均有顯著正相關性，其中整體滿意度與服務品質的相關係數（0.618）大於服務品質與企業形象（0.575）的係數；而整體滿意度與服務品質的係數（0.618）大於整體滿意度與企業形象的係數（0.374）；企業形象與服務品質的係數（0.575）大於企業形象與整體滿意度的係數（0.374）。整體而言，以服務品質與整體滿意度的正相關性最大，企業形象與服務品質的正相關性次之，整體滿意度與



企業形象的正相關性最小，亦即電業如愈提昇服務品質，則愈能獲得顧客的滿意。

由以上分析得知，電業如欲提高顧客滿意度，應以改善服務品質為首要目標，其次才是提昇電業企業形象。

表4.21 服務品質與整體滿意度及企業形象三者之相關分析

構面		服務品質	整體滿意度	企業形象
服務品質	相關係數	1.000		
	顯著性 (P 值)	.		
整體滿意度	相關係數	0.618***	1.000	
	顯著性 (P 值)	0.000	.	
企業形象	相關係數	0.575***	0.374***	1.000
	顯著性 (P 值)	0.000	0.000	.

資料來源：本研究整理

註：\*\*\*表 p 值 < 0.001 極顯著相關

### 4.3.3 電業「社會責任」對「企業形象」的影響

為了探討企業有無善盡社會責任，是否會影響其企業形象，本節以社會責任對企業形象進行迴歸分析。由表 4.22 所示，各級人員的「社會責任」對「企業形象」變項均已達極顯著的正影響。表示電業如愈善盡社會責任，則其企業形象將會愈提昇。

為了提昇企業形象，有越來越多的企業投入公益活動，來重視社會責任；例如天下雜誌第 260 期就列出國內外幾家知名企業對社會責任的付出，包括：

1. 微軟公司每年平均捐出十億美元做善事，包括送電腦給學校和圖書館，並與醫生、科學家及慈善界合作，在貧窮國家推動降低婦女死亡率、普及兒童疫苗注射，關心愛滋病的防治等公益活動。
2. 7-elevn 曾多次贊助「飢餓三十」援助非洲地區、「把愛找回來」、「給

雛菊新生命」等公益活動。

3. 宏碁、台積電等企業協助台北市政府，參與當代美術館營運工作。
4. 奇美實業每年撥 10%稅後盈餘到奇美文化基金，協助擴充奇美博物館館藏，並開放民眾免費參觀。
5. 中華汽車用馬拉松賽帶動企業與社會一起成長。

台電是國營事業，也是政府機構之一，重視社會責任是責任亦是義務，經訪查台電成立「促進電力開發協助金獎助學金」來獎勵品學兼優、清寒及殘障學生，各區營業處設置 K 書中心，供民眾免費使用，利用假日拜訪育幼院，安養院，教養院等亟需救助之低收入戶及殘障人士等，並致贈急難救助金，可惜因其企業文化較為保守，未對社會大眾廣為宣傳，因此外界並不太瞭解，這是台電想要提昇企業形象應該再努力的方針。

表4.22 電業「社會責任」對「企業形象」迴歸分析表

依變數		企 業 形 象			
		用 戶 (n=411)	電業主管 (n=76)	櫃台人員 (n=65)	行銷人員 (n=34)
社 會 責 任	R	0.851	0.762	0.781	0.827
	R <sup>2</sup>	0.724	0.580	0.610	0.684
	F 值	107.537	99.579	98.343	69.383
	P 值	0.000***	0.000***	0.000***	0.000***

資料來源：本研究整理

註：\*表 p 值 < 0.05 顯著影響；\*\*表 p 值 < 0.01 非常顯著影響；\*\*\*表 p 值 < 0.001 極顯著影響

#### 4.3.4 不同屬性用戶對電業服務品質整體滿意程度之差異分析

本節主要以單因子變異數分析，來檢驗：

假設 4-1：不同年齡的用戶，對電業服務品質整體滿意度，無顯著差異。

假設 4-2：不同教育程度的用戶，對電業服務品質整體滿意度，無顯著差異。



假設 4-3：不同職業的用戶，對電業服務品質整體滿意度，無顯著差異。

假設 4-4：不同用電場所的用戶，對電業服務品質整體滿意度，無顯著差異。

假設 4-5：不同申請用電方式的用戶，對電業服務品質整體滿意程度，無顯著差異。

假設 4-6：不同從業時間承裝業用戶，對電業服務品質整體滿意度，無顯著差異。

經單因子變異數分析結果，如表 4.23：

- (1) 接受假設 5.1 ( $P > 0.05$ )：亦即不同年齡的用戶，對電業服務的整體滿意度，無顯著差異。
- (2) 拒絕假設 5.2 ( $P < 0.05$ )：亦即不同教育程度的用戶，對電業服務的整體滿意度，有顯著差異。
- (3) 接受假設 5.3 ( $P > 0.05$ )：亦即不同職業的用戶，對電業服務的整體滿意度，無顯著差異。
- (4) 接受假設 5.4 ( $P > 0.05$ )：亦即不同用電場所的用戶，對電業服務的整體滿意度，無顯著差異。
- (5) 接受假設 5.5 ( $P > 0.05$ )：亦即不同申請用電方式的用戶，對電業服務的整體滿意度，無顯著差異。
- (6) 接受假設 5.6 ( $P > 0.05$ )：亦即不同從業時間承裝業用戶，對電業服務的整體滿意度，無顯著差異。

表4.23 用戶人口變數對電業服務整體滿意程度的變異數分析表

變數	F	P 值
年齡	2.104	0.080
教育程度	3.845	0.004*
職業	1.390	0.199
用電場所	1.395	0.249
申請用電方式	1.857	0.136
承裝業從業時間	1.023	0.395

資料來源：本研究整理

註：\*表 p 值 < 0.05 顯著差異；\*\*表 p 值 < 0.01 非常顯著差異；\*\*\*表 p 值 < 0.001 極顯著差異

由上表顯示教育程度人口統計變數呈顯著性差異，再經 Scheffe 多重比較結果，發現整體滿意度，高中職程度大於大學程度，可見高中職程度的用戶對台電的服務品質較為滿意。結果如表 4.24：

表4.24不同教育程度用戶對用電服務整體滿意程度之雪費檢定表

整體滿意度	學歷	樣本數	平均數	標準差	F 值	顯著性	多重檢定
	研究所以上	4	4.05	0.50	3.845	0.004*	高中職>大學
	大學	51	3.35	0.87			
	專科	149	3.72	0.80			
	高中職	150	3.80	0.75			
	國中以下	57	3.63	0.67			
	合計	411	3.70	0.78			

資料來源：本研究整理

註：\*表 p 值 < 0.05 顯著差異；\*\*表 p 值 < 0.01 非常顯著差異；\*\*\*表 p 值 < 0.001 極顯著差異

## 4.4 電業服務品質概況分析

針對問卷第二部份從電業主管、櫃台人員、行銷策畫人員與用戶的觀點，對電業服務品質現況進行次數分配分析：

### 4.4.1 電業與外界在報章電視等媒體宣傳溝通情形

由表 4.25 可看出用戶與電業從業人員都認為，電業對外界媒體溝通

與實際情形相同者占大多數，稍有保留者居次，顯示與外界媒體宣傳仍有加強溝通的需要。

表4.25 電業在報章電視等媒體有關的宣傳情形

項目	用戶 n=411			電業主管 n=76			櫃台人員 n=65			行銷人員 n=34		
	次數	百分比	順序	次數	百分比	順序	次數	百分比	順序	次數	百分比	順序
保留很多	11	2.7	4	6	7.9	4	7	10.6	3	1	2.9	3
稍有保留	62	15.1	2	14	18.4	2	8	12.1	2	11	32.4	2
相同	285	69.3	1	48	63.2	1	49	74.2	1	21	61.8	1
稍有誇大	50	12.2	3	8	10.5	3	2	3.0	4	1	2.9	3
誇大很多	3	0.7	5	0	0	5	0	0	5	0	0	5

資料來源：本研究整理

#### 4.4.2 在改善服務品質上最需加強的職位

由表 4.26 可看出用戶與電業從業人員均認為，電業「施工人員」為最需求加強改善服務的職位，這類人員目前電業絕大部份採發包方式，顯見電業應加強對其承攬商之管理。另外「櫃台人員」除櫃台人員自身外，在其餘人員的感受中均高居二位，故為提高電業服務品質，電業亟需加強櫃台人員之服務進修訓練。

表4.26 改善服務品質上最需加強的職位（人員）

項目	用戶 n=411			電業主管 n=76			櫃台人員 n=65			行銷人員 n=34		
	次數	百分比	順序	次數	百分比	順序	次數	百分比	順序	次數	百分比	順序
櫃台	65	15.8	2	12	15.8	2	6	9.1	3	6	17.6	2
設計	25	6.1	6	1	1.3	8	1	1.5	8	5	14.7	3
施工	128	31.1	1	34	44.7	1	32	48.5	1	15	44.1	1
檢驗	50	12.2	4	5	6.6	5	1	1.5	7	3	8.8	4
內勤	25	6.1	7	6	7.9	4	16	24.2	2	2	5.9	5
抄表收費	58	14.1	3	11	14.5	3	4	6.1	4	1	2.9	6
現場主管	3	0.7	9	3	3.9	7	2	3.0	6	1	2.9	6
高階主管	47	11.4	5	4	5.3	6	4	6.1	4	1	2.9	6
其他	10	2.4	8	0	0	9	0	0	9	0	0	9

資料來源：本研究整理（註：本題為複選）

#### 4.4.3 電業最需加強那些服務項目

由表 4.27 可看出用戶及櫃台人員認為最需要加強改善的服務項目，第一為避免停限電情形，其次則為簡化申請手續；在家庭用品、設備電氣化的社會，停限電對民眾是極大的夢魘，因會造成相當大的不便，而櫃台人員也會因停限電而接不完用戶的投訴電話或抱怨，因此電業應將其列為經營目標之一，另由於電氣承裝業計 89 人，佔本問卷用戶對象中首位，其經常為用戶辦理用電申請，因而期盼台電簡化申請手續，以提高其工作效率，降低經營成本為其次要之訴求。主管及行銷人員則以加強供電品質為首要，避免停限電次之。事實上，二者則是一體兩面，停限電情形增加，必會影響供電品質，故電業主管應著力於負載管理，使限電可能性降至最低，提高供電品質，以取得用戶信任。

表4.27 電業最需要加強那些服務項目

項目	用戶 n=411			電業主管 n=76			櫃台人員 n=65			行銷人員 n=34		
	次數	百分比	順序	次數	百分比	順序	次數	百分比	順序	次數	百分比	順序
1	93	22.6	6	36	47.4	1	12	18.2	5	17	50.0	1
2	45	10.9	9	9	11.8	9	10	15.2	8	5	14.7	7
3	203	49.4	1	35	46.1	2	29	43.9	1	14	41.2	2
4	120	29.2	5	25	32.9	3	11	16.7	6	11	32.4	3
5	130	31.6	4	13	17.1	6	11	16.7	6	4	11.8	9
6	67	16.3	8	12	15.8	8	5	7.6	9	5	14.7	7
7	143	34.8	3	19	25.0	5	14	21.2	4	8	23.5	4
8	149	36.3	2	23	30.3	4	26	39.4	2	7	20.6	6
9	82	20.0	7	13	17.1	6	21	31.8	3	8	23.5	4
10	0	0	10	2	2.6	10	0	0	10	1	2.9	10

資料來源：本研究整理（本題為複選）

註：服務項目：1.加強供電品質 2.開發電源增建電廠 3.避免停電/限電 4.加強搶救維修速度 5.停電須事先通知 6.員工服務態度 7.電價合理化 8.簡化申請手續 9.設備現代化 10.其它

#### 4.4.4 台電在提昇服務品質所面臨的主要問題

由表 4.28 可看出電業從業人員及用戶均認為，法規對台電的束縛及民眾誤認台電為公權力執行機構，是在提昇服務品質時所面臨二項最主要的問題，不過這二項將可隨著台電於 94 年底實施民營化而獲得改善。然而「缺乏有效的執行計劃」分別佔居行銷策劃人員及用戶第二、三位，顯示電業從業人員的工作效率，仍有待提昇、改善。

表4.28台電在提昇服務品質所面臨的主要問題

項目	用戶 n=411			電業主管 n=76			櫃台人員 n=65			行銷人員 n=34		
	次數	百分比	順序	次數	百分比	順序	次數	百分比	順序	次數	百分比	順序
1	51	12.4	5	5	6.6	7	2	3.0	7	2	5.9	7
2	70	17.0	4	18	23.7	4	6	9.1	5	5	14.7	5
3	45	10.9	7	20	26.3	3	14	21.2	3	5	14.7	5
4	46	11.2	6	7	9.2	6	12	18.2	4	8	23.5	4
5	105	25.5	3	15	19.7	5	5	7.6	6	15	44.1	2
6	270	65.7	1	55	72.4	1	52	78.8	1	22	64.7	1
7	117	28.5	2	30	39.5	2	33	50.0	2	13	38.2	3
8	2	0.5	8	4	5.2	8	2	3.0	7	1	2.9	8

資料來源：本研究整理（本題為複選）

主要問題：1.員工支持意願不高 2.缺乏人才及專業知識 3.經費不足 4.缺乏高階管理者的支持與承諾 5.缺乏有效的執行計劃 6.法規對台電的束縛 7.用戶誤認台電公司為公權力執行機關 8.其它

接著以電業從業人員的看法，分析對電力事業服務品質管理的現況：

#### 4.4.5 是否有對服務品質加以衡量

由表 4.29 可知，電業從業人員均相當重視服務品質，目前已有對服務品質衡量者占大多數（83.3% 以上）。

表4.29電業服務品質衡量方式調查表

項目	電業主管 n=76			櫃台人員 n=65			行銷人員 n=34		
	次數	百分比	順序	次數	百分比	順序	次數	百分比	順序
是	69	90.8	1	55	83.3	1	29	85.3	1
否	1	1.3	3	4	6.1	3	2	5.9	3
不知道	4	7.9	2	7	10.6	2	3	8.8	2

資料來源：本研究整理（本題為單選）

#### 4.4.6 有否舉辦“改善服務品質”的訓練或研討會

由表 4.30 可知，本題結果與前項相當一致，有舉辦“改善服務品質”研討會的占大多數（70.6% 以上），惟行銷策劃人員仍有 26.5%不知道，這可能會影響其對外界宣傳服務品質之策略，應是值得台電再深入探討其原因的。

表4.30 電業舉辦改善服務品質訓練或研討會統計表

項目	電業主管 n=76			櫃台人員 n=65			行銷人員 n=34		
	次數	百分比	順序	次數	百分比	順序	次數	百分比	順序
是	66	86.8	1	52	78.8	1	24	70.6	1
否	1	1.3	3	1	1.5	3	1	2.9	3
不知道	9	11.8	2	13	19.7	2	9	26.5	2

資料來源：本研究整理（本題為單選）

#### 4.4.7 對服務品質是否設有衡量標準

由表 4.31 可知，電業相當重視服務品質，目前已有對服務品質設立衡量標準占大多數（73.58% 以上）。惟身在台電總管理處行銷策劃人員仍有 23.5% 不知道，顯然台電對內部人員的宣導，仍然不夠，有待加強。

表4.31 電業服務品質衡量標準認知統計表

項目	電業主管 n=76			櫃台人員 n=65			行銷人員 n=34		
	次數	百分比	順序	次數	百分比	順序	次數	百分比	順序
是	70	92.1	1	58	87.9	1	25	73.5	1
否	1	1.3	2	1	1.5	3	1	2.9	3
不知道	5	6.6	3	7	10.6	2	8	23.5	2

資料來源：本研究整理（本題為單選）

#### 4.4.8 對服務品質績效的衡量技巧

由表 4.32 顯示，分析用戶抱怨及調查用戶滿意程度為其最經常使用服務品質績效的衡量技巧。

表4.32電業服務品質績效的衡量技巧統計表

項目	電業主管 n=76			櫃台人員 n=65			行銷人員 n=34		
	次數	百分比	順序	次數	百分比	順序	次數	百分比	順序
1	17	22.4	2	12	18.2	2	9	26.5	2
2	0	0	6	1	1.5	5	0	0	5
3	1	1.3	5	2	3.0	4	0	0	5
4	47	61.8	1	44	66.7	1	12	35.3	1
5	3	3.9	3	1	1.5	5	5	14.7	4
6	2	2.6	4	6	9.1	3	8	23.5	3

資料來源：本研究整理（本題為單選）

註：衡量技巧項目：

- 1.分析用戶的抱歉
- 2.分析排隊等候情形
- 3.計算作業錯誤比例
- 4.調查用戶的滿意程度
- 5.派遣專人巡視抽查
- 6.其他



#### 4.4.9 對台電「社會責任」的表現分析

由表 4.33 可知，用戶大部分同意（85.0%）台電是家誠信經營，依法納稅的公司，這是符合台電的經營理念「誠信、關懷、創新、服務」，而且台電是家國營事業，依法每年須將盈餘繳納國庫，這是責任也是義務。第五項「熱心參與社會公益活動」這是企業最常採行用來善盡「社會責任」的具體表現方式之一，但本項僅 77.0%用戶同意，顯然台電熱心參與社會公益活動仍嫌不夠，有待加強。

表4.33用戶對台電「社會責任」的表現分析表

項 目	平均值	同 意 程 度				
		非常 不同意	不同意	普通	同意	非常 同意
1	3.81	0	10	118	218	64
2	4.03	0	5	61	263	82
3	3.97	1	5	77	252	76
4	4.25	0	6	49	191	165
5	3.83	0	18	99	229	65

資料來源：本研究整理

註：項目 1. 台電是家重視員工教育與發展之公司 2. 台電是家提供安全可靠的產品之公司。3. 台電是家重視環保之公司 4. 台電是家誠信經營，依法納稅之公司 5. 台電是家熱心參與社會公益活動之公司。

#### 4.4.10 對台電「企業形象」的表現分析

由表 4.34 得知，87.4%用戶同意台電公司是具有相當之知名度，台電是經濟部模範生，經營績效每年均名列前茅，另依天下雜誌 298 期（2004 年 5 月份）調查「2003 年台灣服務業 500 大」資料顯示；台電公司總資產（12689 億）排名第一，營收（3354 億）排名第一，稅後純益（241 億）排名第二，由此可見台電的經營績效是相當值得肯定的。而且台電在國內電業是獨占事業，因此具有相當知名度，但台電並不以



此滿足，並於 2003 年提出台電要「成為具有卓越聲望的世界級電力集團」為其新的企業願景。第五項「台電公司之外觀設計能夠吸引您的注意」為本構面排名末位，有 13.6%用戶不同意，顯示台電公司的營業處所外觀不夠宏偉，不能吸引用戶的注意。台電以往全省各區營業處、服務所大樓建築物外觀，長期以來大都採相同造型設計，一般人對其印象是很樸素、保守的，因為台電很少委託外界建築師設計，大都由專門負責營建事務的營建處設計，為了方便就取以往的設計圖面來蓋新建築物，所以其外觀便很少有變化、創意，這是台電公司在提昇企業形象要再加強的項目。

表4.34用戶對台電「企業形象」的表現分析表

項目	平均值	排序	同意程度				
			非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1	3.79	8	0	18	108	227	58
2	4.04	4	0	11	60	240	100
3	4.37	1	0	3	34	182	192
4	3.85	7	1	18	94	228	70
5	3.45	9	1	55	160	147	48
6	3.92	6	0	7	90	244	70
7	4.05	3	0	6	65	242	98
8	4.06	2	0	3	65	249	94
9	3.99	5	0	8	70	251	82

資料來源：本研究整理

註：項目：1 台電公司熱心參與或贊助社會公益活動。2. 台電公司重視聲譽與道德。  
 3. 台電公司具有相當之知名度4. 台電公司重視消費者之權益5.台電公司之外觀設計能夠吸引您的注意。6.台電公司具有完善之設備與服務。7.台電公司之陳列擺設相當整潔舒適。8.台電公司之服務人員之服務態度良好  
 9.台電公司具品質保證，令人感到信任。

本研究各項研究已逐一檢定、驗證完成，茲將其彙整如表 4.35 所示。

表4.35本研究假設驗證彙整表

研究假設	驗證方法	研究結果	驗證結果
假設 1：〈缺口五〉用戶所期待服務品質與實際感受的服務品質無顯著差異。	成對樣本 t 檢定	整體構面已達顯著水準。	不成立 P=0.000***
假設 1：〈缺口一〉電業管理階層對用戶所期待服務品質之認知與用戶所期待服務品質無顯著差異。	獨立樣本 t 檢定	整體構面未達顯著水準。	成立 P=0.923
假設 1：〈缺口二〉電業管理階層對用戶所期待服務品質之認知與企業內部所制定的服務標準無顯著差異。	成對樣本 t 檢定	1. 整體構面未達顯著水準。 2. 其中僅五題項達顯著水準。	成立 P=0.325
假設 1：〈缺口三〉電業內部所制定的服務標準與第一線櫃台服務人員所遞送的服務水準無顯著差異。	獨立樣本 t 檢定	整體構面未達顯著水準。	成立 P=0.479
假設 1：〈缺口四〉電業第一線櫃台服務人員所遞送的服務水準與電業對外溝通的服務水準無顯著差異。	獨立樣本 t 檢定	34 題問項中有 2/3 達顯著水準。	不成立 P=0.001***
假設 1：〈缺口六〉第一線櫃台服務人員所遞送的服務水準與用戶實際感受的服務品質無顯著差異。	獨立樣本 t 檢定	整體構面已達顯著水準。	不成立 P=0.000***
假設 1：〈缺口七〉用戶所期待服務品質與電業對外溝通的服務水準無顯著差異。	獨立樣本 t 檢定	整體構面已達顯著水準。	不成立 P=0.009**
假設 2：「用戶對電力服務品質的整體認知程度」與「電力服務的整體滿意度」及「電業企業形象」彼此間無顯著性相關。	Pearson 積差相關分析	三構面均有顯著正相關，其中以整體滿意度與服務品質正相關最大。	不成立 (P=0.000)
假設 3：電業社會責任對企業形象無顯著性影響	線性迴歸分析	二者之間已達極顯著性影響	不成立 (P=0.000)
假設 4-1：不同年齡的用戶，對電業服務品質整體滿意程度，無顯著差異。	One-Way ANOVA	不同年齡用戶均未達顯著水準	成立 (P=0.08)

表4.35本研究假設驗證彙整表（續）

研究假設	驗證方法	研究結果	驗證結果
假設 4-2: 不同教育程度的用戶，對電業服務品質整體滿意程度，無顯著差異。	One-Way ANOVA	不同教育程度的用戶程顯著性差異	不成立 (P=0.04)
假設 4-3: 不同職業的用戶，對電業服務品質整體滿意程度，無顯著差異。	One-Way ANOVA	不同職業用戶均未達顯著水準	成立 (P=0.199)
假設 4-4: 不同用電場所的用戶，對電業服務品質整體滿意程度，無顯著差異。	One-Way ANOVA	不同用電場所用戶均未達顯著水準	成立 (P=0.249)
假設 4-5: 不同申請用電方式的用戶，對電業服務品質整體滿意程度，無顯著差異。	One-Way ANOVA	不同申請用電方式的用戶均未達顯著水準	成立 (P=0.136)
假設 4-6: 不同從業時間承裝業用戶，對電業服務品質整體滿意程度，無顯著差異。	One-Way ANOVA	不同從業時間承裝業均未達顯著水準	成立 (P=0.395)

資料來源：本研究整理

## 第五章 結論與建議

本章將對第四章資料分析的結果作一歸納，得到本研究之結論，並根據結論對電業在服務管理方面提出建議，最後則對後續研究提供幾點建議。

### 5.1 結論

本研究依據 PZB 服務品質模式之延伸及 SERVQUAL 量表，來探討分析電業服務品質各缺口之差距，尤其加強缺口二及缺口四差距原因之檢定並探討「用戶對電力服務品質的整體知覺程度」與「電業服務的整體滿意度」與「電業企業形象」三者間之相關性，及電業「社會責任」對「企業形象」之影響、「用戶人口統計變項對電業服務品質整體滿意度之影響」，而得以下結論，分別敘述如下：

1. 「用戶所期望的服務品質」與「電業管理階層對用戶所期待服務品質之認知」（缺口一）無顯著差異，亦即電業管理階層對用戶所期待服務品質之認知與用戶所期望的服務品質是一致的。
2. 「電業管理階層對用戶所期待服務品質之認知」與「電業內部服務標準」（缺口二）無顯著差異；
  - (1) 整體而言，「電業內部所制定的服務標準」接近於「管理階層對用戶所期待的服務品質」，亦即服務標準符合用戶的期待。
  - (2) 電業管理階層對用戶所期望的整體服務品質與所制定服務品質標準彼此間差距較大之前五項依序如下：
    - (a) 營業處所服務人員著重工作安全。
    - (b) 發電廠及變電所運轉相當安全。
    - (c) 可從台電宣導方式獲知節約用電常識。

- (d) 具有充足的外線設計及施工能力。
  - (e) 服務的聲譽良好。
3. 「電業所制定服務品質標準」與「第一線櫃台服務人員所遞送的服務水準」(缺口三)無顯著差異，亦即遞送給用戶的服務水準與企業的服務標準一致；
4. 「第一線櫃台服務人員所遞送的服務水準」與「電業對外溝通的服務水準」(缺口四)有顯著性差異；
- (1) 整體而言，「第一線櫃台服務人員所遞送的服務水準」高於「電業對外溝通的服務水準」，亦即電業對外所宣傳的服務品質並無誇大。
  - (2) 「電業第一線櫃台人員傳遞給用戶的服務品質」與「行銷策劃人員對外界所宣導的服務水準」差距較大之前五項依序如下：
    - (a) 營業處所服務人員服裝整齊。
    - (b) 服務人員定期到用戶場所檢查屋內路線路。
    - (c) 對任何申請用電都能及時完成。
    - (d) 服務的聲譽良好。
    - (e) 長期維持供電電壓穩定及良好的供電品質。
5. 用戶所期望的服務品質與用戶所感受的服務品質之差距(缺口五)，經檢定有顯著差距，亦即用戶對電業的服務品質不滿意。
6. 第一線櫃台服務人員所遞送的服務水準與用戶所實際感受的服務品質(缺口六)，經檢定有顯著差距，研判可能為；第一線櫃台服務人員自認所遞送給用戶的服務水準有高估現象。
7. 用戶所期望的服務品質與行銷策劃人員對外界所宣傳的服務水準(缺口七)，經檢定有顯著差距，研判可能係用戶對電業服務品質期望過高所致。

8. 「用戶認知的電業服務品質」與「電業服務的整體滿意度」及「電業企業形象」彼此間呈正相關。

(a) 「用戶認知的電業服務品質」與「電業服務的整體滿意度」達極顯著正相關。

(b) 「用戶認知的電業服務品質」與「電業企業形象」達極顯著正相關。

(c) 「電業服務的整體滿意度」與「電業企業形象」達極顯著正相關。

(d) 三者中以「用戶認知的電業服務品質」與「電業服務的整體滿意度」正相關性最大，顯見用戶認知的電業服務品質，會深深的影響其對整體滿意度的評價。

9. 電業「社會責任」對「企業形象」有顯著影響；顯示電業如能善盡「社會責任」，則必能有效提昇其「企業形象」。

10. 不同屬性用戶對電業服務品質整體滿意程度之差異分析

(a) 不同年齡的用戶，對電業服務的整體滿意度，無顯著差異。

(b) 不同教育程度的用戶，對電業服務的整體滿意度，有顯著差異。

(c) 不同職業的用戶，對電業服務的整體滿意度，無顯著差異。

(d) 不同用電場所的用戶，對電業服務的整體滿意度，無顯著差異。

(e) 不同申請用電方式的用戶，對電業服務的整體滿意度，無顯著差異。

(f) 不同從業時間承裝業用戶，對電業服務的整體滿意度，無顯著差異。

11. 電業服務品質現況分析

(a) 用戶與電業從業人員大都認為，電業對外界媒體溝通與實際情

形相同。

- (b) 電業在改善服務品質上最需加強的是外線施工人員，其次則為櫃台服務人員。
- (c) 電業最需加強的服務項目是第一避免停限電情形，其次則為簡化申請手續。
- (d) 台電在提昇服務品質所面臨的主要問題：法規對台電的束縛及民眾誤認台電為公權力機構。
- (e) 在「社會責任」上，一般用戶大都認為台電公司是家誠信經營，依法納稅的公司。
- (f) 一般用戶認為台電公司具有相當知名度的「企業形象」。

## 5.2 建議

本研究依 PZB 缺口理論，已驗證出電業服務品質各缺口之差距情況，及提昇電業企業形象因應之道，期能從服務管理的角度，提出以下幾點建議，深盼能提供電業決策高層在改進現有的服務情況，制訂提升顧客滿意度及企業形象具體方案時有所助益。

### 1. 提高第一線櫃台服務人員素質

櫃台服務人員是企業的尖兵，每天要面對用戶，解決用戶用電相關問題。目前因台電公司仍是國營事業，故台電人員自應「依法行政」，然而由於社會環境變遷快速，有些法令、規章，無法及時反應民情，難免引起用戶抱怨。因此櫃台服務人員，不僅要具有專業性知識，更需具有處理用戶情緒的能力，這樣才能提高顧客滿意度。

### 2. 加強外線施工品質管控

台電公司為因應未來民營化，已逐步推動人力精簡政策，且為降低

經營成本，逐漸將外線工程發包給承攬商施作，然因受經濟不景氣影響，在包商嚴重競標下，標比逐年下降，而台電又受制於政府採購法，須採公開招標方式，無法任意自行評選適合的承攬商，或採合理標，致造成施工品質、進度不易掌控，有時無法適時完成用戶用電需求；或管路工程開挖後，造成路面不平，引起附近居民不便。台電公司在未民營化之前，仍會受制於法令束縛，無法自由選擇屬意承攬商下，為確保工程施工品質，應提高工程檢驗員檢驗能力，來加強施工品質管控，以降低民怨。

### 3. 重新檢討節約用電宣導

用戶的用電需求，常隨社會經濟景氣、外界環境等因素而改變，過去台電興建電廠，常遭環保團體或附近居民反對，以致供電能力無法與用電需求呈比例成長，每逢夏季尖峰負載，往往會有限電危機，造成用戶相當不便。但自從民國八十五年以後，因國內產業外移及最近民間獨立電廠陸續加入營運，國內用電需求，已日趨緩和，然電業係以售電為主要收入項目，站在企業經營立場，電業應積極宣導「合理用電」來替代以往的「節約用電」。

### 4. 塑立營業處所櫃台人員的清新外表

台電公司的營業處所（含服務所）遍佈全省各地，然對其櫃台服務人員卻未規定須穿著制服，區營業處服務中心櫃台因設置於營業廳內，大致櫃台人員的服裝還算整齊，但服務所櫃台人員，以男性居多，常見其身著深色外勤工作服，且談吐不夠高雅，讓人有服裝不夠整齊、外表輕率印象，有不夠尊重用戶的感覺。因此建議台電公司招考年輕女性，加以專業及客服訓練，規定穿著清新、有活力的制服至營業處所擔任櫃台服務，相信可以讓民眾耳目一新，很樂意常到台電營業處所洽辦用電



事宜，亦可提高企業形象。

#### 5. 設法降低線路停電，提高供電品質

台電去年（92）平均每戶停電 39.736 分鐘，與鄰國日本、韓國均管控在個位數相比較，仍有偏高現象；或許各國供電方式不同，但民眾期盼電業應儘量避免線路停電，不管停電的原因是線路事故或正常工作需要，因此建議台電公司引進高科技檢測儀器，以期能儘速發覺線路事故原因，縮短停電範圍與期間；或積極規劃將配電線路由放射方式變更為環路系統，以利實施不停電轉供作業，來確保用戶權益。

#### 6. 熱心參與社會公益活動，善盡社會責任

隨著貧富差距愈拉愈大的兩極化社會，貧者越貧富者越富，最後必定造成貧富對立、社會不安，因此有愈來愈多有良知的企業家，開始擔當起「企業公民」的責任，要讓資本主義大發慈悲，亦即企業要重視社會責任，不只要為股東的利益著想，也要為員工、社區、國家、全球的利益著想。而根據天下雜誌第 294 期調查顯示；將近九成（89.7%）的企業都曾以「金額捐贈、贊助或實際行動」投入社會公益，可見投入公益活動是企業最常採行盡社會責任的方式之一。台電過去仍有投入公益活動（如設置社區 K 書中心），但似乎較偏重於敦親睦鄰活動，沒有長期贊助的方向和議題或沒有固定的方針、願景和目標，例如；教育、藝術文化、社會福利、急難救助、社區發展、環保、醫療保健、學術研究、國際交流等項目。台電公司為提升企業形象，建議宜善盡社會責任，擬訂固定公益活動方針，長期贊助以收成效。

#### 7. 美化營業處所外觀

台電以往全省各區營業處、服務所大樓建築物外觀，長期以來大都採相同造型設計，一般人對其印象是很樸素、保守的，故建議營業處所

外觀宜委託外界建築師設計，使其較具有變化、創意，才能吸引用戶注意，達到提升企業形象的目的。

#### 8.加強實際售電管理階層對服務品質之認知

實際售電管理階層經常接觸用戶，最了解用戶對服務品質之期待，故應適時反應不符用戶需求之服務標準給制定服務標準的上級單位，來修訂更合宜的服務標準，不可有上級所制定的服務標準必定符合用戶需求之官僚心態，而錯失及時反應民意的良機。

### 5.3 研究限制及未來研究方向

#### 5.3.1 研究限制

本研究雖力求嚴謹，但限於時間、人力、財力等因素仍有下列限制：

- 1.在服務品質各項變數的選取上，係參考國內外相關文獻，實地訪談業者及用戶，作業流程及相關工作經驗而定，共有 34 項可能無法涵蓋所有電業服務品質的項目，對本研究的結果不無影響。
- 2.本研究變項之衡量係採李克特尺度分為 5 個等級，並假設各個等級間差距相等，同時每個人的級距亦無差異，雖此假定利於資料分析，但對於變數的衡量而言與實際情況略有差異。
- 3.本研究之抽樣理論上應依照統計學上的抽樣方法進行，但在於實際對用戶做問卷調查時，是委請櫃台服務人員當場發放並當場收回的方式進行，故當用戶在填答問卷時難免會因趕時間或其他人為因素，對問卷內容無法全而瞭解，致匆忙作答之情形產生，進而產生人為之誤差，另外電業管理階層、行銷企劃、第一線人員涉及企業形象的資料，受訪者恐有所隱瞞，此亦為限制之一。
- 4.本研究所討論的服務品質，係以電業售電服務傳遞系統的前場為主，

即以用戶所能見到或接觸到而能評估的部分為範圍，不考慮後場發電及輸電的服務品質。

5. 管理階層對用戶所期待的服務標準不易衡量，因而可能造成無法及時修訂更合宜的服務品質。

### 5.3.2 未來研究方向

本研究已達成原預期之研究目的，並提出相關改進建議，最後僅對往後對此議題有興趣之研究者，提出建議如下：

1. 本研究已利用 PZB 服務品質模式探討分析電業服務品質缺口一至缺口五，後續研究者如欲再探討電業服務品質，可參考 Parasuraman 等人所提「服務品質延伸模式」，實證電業服務品質各缺口，必能提供電業極具改善服務品質之參考。
2. 本研究係以嘉義、雲林二縣市為範圍來探討分析電業服務品質、顧客整體滿意度、社會責任與企業形象，因雲嘉地區均屬農業縣市，用戶對電業服務需求亦與大都會地區不同，後續研究者如能對大都會地區用戶深入調查研究，並綜合本研究結論，則對電業服務品質將能獲得更周延的結論。

## 參考文獻

### 一、中文部分

1. 台電公司為民服務白皮書（民 92），民國八十七年至九十一年。
2. 台電月刊（民 92），489 期，11-14 頁。
3. 台電月刊（民 92），491 期，29-31 頁。
4. 台電月刊（民 93），493 期，5-8 頁。
5. 台電月刊（民 93），495 期，5-7 頁。
6. 方國荷（民 92），貨物通關服務品質之研究—以高雄關稅局為例，南華大學管理研究所碩士論文。
7. 王忠信（民 83），西式速食業與消費者對企業形象認知之研究，文化大學國際企管所碩士論文。
8. 任永貞（民 90），企業網站首頁之公共關係目標公眾、企業形象與功能分析研究以國內前五百大企業為例，國立中山大學傳播管理研究所
9. 吳勇猛、余坤東、陳松柏（民 88），企業倫理，國立空中大學印行。
10. 呂堂榮（民 91），國道客運業服務品質、顧客滿意度與移轉障礙對消費者行為意向之影響，交通大學運輸科技與管理學系碩士論文。
11. 李佳璋（民 84），消費者滿意度模型之探討：以汽車產業實證，國立臺灣大學國際企業研究所碩士論文。
12. 李明軒（民 91），財富愈多，責任愈大，天下雜誌，260 期 pp.150-172
13. 李昭男（民 91），服務品質及價格對滿意度、忠誠度之影響—以汽車業為例，大業大學事業經營研究所碩士論文。
14. 李家悅（民 91），航空業服務品質與企業形象之研究，淡江大學管理科學研究所碩士論文系碩士論文。
15. 林軒正（民 90），改善國道客運業服務品質缺口之研究-以 A 公司為

- 例，國立交通大學運輸科技與管理學系碩士論文。
- 16.金玉珍（民 89），洽公民眾對台北市區公所服務品質看法之研究，政治大學公共行政研究所碩士論文。
  - 17.徐英倫（民 91），高雄市民營固網電信顧客滿意度之研究，高雄第一科技大學行銷與流通管理學系碩士論文。
  - 18.翁望回（民 76），企業正當性之實證研究：社會責任的觀點，政治大學企業管理研究所博士論文。
  - 19.張志育（民 87），管理學：新觀念、本土化、世界觀，台北，前程企業管理公司。
  - 20.張建川（民 84），電業服務品質之實證研究—以台電台北縣市用戶為實證對象，國立交通大學管理科學研究所碩士論文。
  - 21.許菁菁（民 89），模擬社會責任投資組合績效之探討，中原大學企業管理學系碩士論文。
  - 22.陳為華（民 84），企業社會責任的本質，國立中興大學企業管理研究所碩士論文。
  - 23.陳智德（民 91），管理顧問業服務品質、顧客滿意度與顧客忠誠度研究，國立成功大學企業管理研究所碩士論文。
  - 24.陳鈺達（民 91），企業形象、服務補救期望與補救後滿意度關係之研究，中國文化大學企業管理研究所碩士論文。
  - 25.曾正文（民 91），消費者對服務品質期待程度—以電腦門市部為例，國立中正大學企業管理研究所碩士論文。
  - 26.黃宏鈞（民 90），企業形象與服務品質對消費者再購行為之影響：顧客關係的中介效果，國立臺灣大學心理學研究所。
  - 27.黃奇達（民 90），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碩士論文。
- 28.黃偉松（民90），服務品質、顧客滿意度與顧客忠誠度關係之研究-以證券商為例，淡江大學管理科學研究所碩士論文。
- 29.楊錦洲（民90），顧客服務創新價值，台北，中衛發展中心出版。
- 30.楊錦洲（民91），「影響服務品質的特性」，品質管理月刊，12月份，頁99-103。
- 31.趙永智（民91），台北市立動物園企業識別系統對企業形象影響之研究，世新大學觀光研究所碩士論文。
- 32.鄭惠文（民80），企業贊助公益活動與企業形象之研究，中興大學企業管理研究所碩士論文。
- 33.鄧貴卉（民88），社會責任、公司形象、服務品質與顧客忠誠度之相關性研究：以壽險業為例，國立中正大學企業管理研究所碩士論文。
- 34.盧淵源編譯（民75），杉本辰夫原編著，事務營業服務的品質管制，台北：中興經營管理叢書。
- 35.謝榮顯（民89），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碩士論文。
- 36.闕山晴（民91），顧客滿意度與忠誠度之研究—以西式速食業為例，國立臺灣科技大學管理研究所碩士論文。
- 37.蘇恆毅（民90），大台北都會區高運量大眾捷運系統服務品、顧客滿意度與購後行為之研究，國立海洋大學航運管理學系碩士論文。
- 38.蘇榮森（民79），速食連鎖市場區隔與企業形象定為之研究，交通大學管理科學研究所碩士論文。
- 39.龔佩蓉（民91），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碩士論文。

## 二、英文部分

1. Anderson, Jr., Eli P. Coxlll & D.G. Fulcher (1976), Bank Selection Decision and Market Segmentation,” Journal of Marketing, Vol.40. Jan., pp.40-45.
2. Armistead, C. G. (1985), Design of Service Operations: Operations Management in Service Industries and the Public Sector, New York : John Wiley & Sons, Inc.
3. Carman, J. M. (1990), Consumer Perceptions of Service Quality:An Assessment of the Servqual Dimensions, Journal of Retailing, Vol.66 , pp.33-55.
4. Carismith, J. Merrill and Elliot Aronson (1963), “Some Hedonic Consequences of the Confirmation and Disconfirmation of Expectations,” Journal of Abnormal and Social Psychology, Vol.66, pp.151-156.
5. Caroll (1982), “An Investigation into the Determinants of Consumer Satisfaction , ” Journal of Marketing Research, Vol.19, pp.491-504.
6. Cardozo, R. N. (1965), “An Experimental Study of Customer Effort, Expection and Satisfaction, ” Journal of Marketing Research, Vol.2, pp.244-249.
7. Churchill, G.. A. and Suprenant C. (1982), “An Investigation into Determinants of Customer Satisfaction,” Journal of Marketing Research, pp.491-504.
8. Cronin, J. Joseph, Jr., and Steven A. Taylor (1992), “Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension,” Journal of Marketing, Vol.56, pp.55-68.
9. Czepiel, J.A.(1974), “Perspective on Consumer Satisfaction,” AMA Conference Proceedings, pp .119-123 ◦

10. Dabholkar, Pratibha A., Dayle I. Thorpe and Joseph O. Rentz ( 1996 ), “A Measure of Service Quality for Retail Stores : Scale Development and Validation,” Journal of Travel Research, Vol.24, pp.3-16.
11. Day, R.L.(1977), Extending the Concept of Consumer Satisfaction in Advance in Consumer Research, Association for Consumer Research, 10(4), pp.149-154
12. Fornell, C. (1992), A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience, Journal of Marketing, Vol.55, pp.1-21.
13. Gronroos, C. (1984), “A Service Quality Model and Its Marketing Implications,” European Journal of Marketing, Vol.18(4), pp.36-44,
14. Holbrook, M. B., & Corfman, K. P. (1985), Quality and Value in the Consumption Experience: Phaedrus rides again. In J. Jacoby & J. Olson (Eds.), Perceived Quality. MA: Lexington Books, pp.31-57.
15. Hovland, C. I., Harvey, O. J. and Sherif, M., (1992), “Assimilation and Contrast Effects in Reactions to Communication and Attitude Change,” Journal of Abnormal and Social Psychology, Vol.55, pp.244~252.
16. Howard & Sheth, J. N. (1992), The Theory of Buyer Behavior, New York, John Wiley & Sons Inc.
17. Hunt, K. H. (1977), Customers Satisfaction Dissatisfaction-Overview and Future Directions, in Hunt, K. H. ed., Conceptualization and Measurement of Customer Satisfaction and Dissatisfaction, Marketing Science Institute, Cambridge, MA. pp.455-489.
18. Jones, T. O. and W. Earl Sasser (1995), Why Satisfied Customer Defect, Harvard Business Review, pp.88-99.
19. Kotler, Philip (1991), “Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control,” 7th ed., Prentice-Hall, Englewood Cliffs,



- NJ., pp.246-249.
20. Lewis, R. C. (1983), The Positioning Statement for Hotels, The Cornell Hospitality and Restaurant Administration Quarterly. pp.51-61.
  21. Martin, W.B. (1986), Defining What Quality Service Is for You, Cornell HRB Quality, pp32-38
  22. Morf, Duffy A, Michael G. Schumacher, and Scott J. Vitell (1999), A Survey of Ethics Officers in Organization 5, Journal of Business Ethics, Vol.20, pp.265-271.
  23. Muller, W. (1991), Gaining Competitive Advantage Through Customer Satisfaction, European Management Journal, pp.201-221.
  24. Oliver, Richard L. (1981), What is Customer Satisfaction? Wharton Magazine, Vol.5, pp.36-41.
  25. Oliver, Richard L. and W. S. Desarbo (1988), Responses Determinants in Satisfaction Judgment, Journal of Consumer Research, Vol.14, pp.495-507.
  26. Oliver, Richard L., R. T. Rust and S. Varki (1997), Customer Delight: Foundations, Findings and Managerial Insight, Journal of Retailing, Vol.73, pp.311-336.
  27. Oliver, Richard L. (1999), Whence Consumer Loyalty, Journal of Marketing, Vol.63, pp.33-34.
  28. Parasuraman, A., Valarie A., Zeithaml & Leonard L. Berry (1985), A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research, Journal of Marketing, Vol.49, pp.44-48.
  29. Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml and Leonard L. Berry (1993), The Nature and Determinants of Customer Expectations of Service, Journal of the Academy of Marketing Service, Vol.21, pp.1-12.

30. Pfaff, Martin (1977), The Index of Consumer Satisfaction Measurement Problem and Opportunity, The Conceptualization of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction, in Hunt, K. H. ed., Conceptualization and Measurement of Customer Satisfaction and Dissatisfaction, Marketing Science Institute, Cambridge, MA. pp.24-27.
31. Rosander, A. C. (1980), Service Industry QC-Is the Challenge being Met, Quality Progress, pp.34-35.
32. Schvaneveldt, S.J., T. Enkawa and Miyakawa (1991), Consumer Evaluation, Perspectives of Service Quality: Evaluation Factors and Two-way Model of Quality, Total Quality Management, pp.149-161.
33. Spreng, Richard A. (1993), A Desires Congruency Model of Customer Satisfaction, Journal of Marketing Science, pp.21.
34. Weiner, B(1985), An Attributonal Theory of Achievement Motivation and Emotion, Psychological Review, pp.548-573.
35. Westbrook, R.A. (1992), A Rating Scale for Measuring Product Service Satisfaction, Journal of Marketing, pp.68-72.
36. Woodside, A. G. F. and R. T. Daly (1989), Linking Service Quality, Customer Satisfaction, and Behavioral Intention, Journal of Care Marketing, Dec., pp.5-7.
37. Zeithaml, Berry, and Parasurman (1988), Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality, Journal of Marketing, Vol.52, pp.35-48.

# 附錄一

## 電業顧客及電氣承裝業之問卷

敬愛女士/先生：您好！

這是一份碩士論文的研究問卷，主要目的在於分析台電公司的**服務品質**、該公司對**社會責任**的表現以及**整體企業形象**，希望透過此項研究使得台電公司能夠更瞭解用戶，進而提供更佳的服務品質及提升企業形象。

本問卷採不記名勾答方式，所有資料僅供學術研究整體分析之用，回答內容不會個別發表，請您安心作答。您的意見對本研究而言極為寶貴，懇請您的協助。並敬祝您

南華大學管理科學研究所

指導教授：林水順博士

研究生：陳木聯敬上

地址：嘉義市垂楊路 642 號

TEL:05-2226711-3101

**健康愉快 萬事如意**

(填妥後，請繳回或請儘速寄回，謝謝)

### 第一部份

說明：這部分 (1) 根據您接受台灣電力公司 (以下簡稱**台電**) 服務的經驗，請教您理想中“**優質的電業服務**”對下列各問項重視的程度如何？(2) 依您個人對**台電**所實際提供服務的感受程度，請於下列適當的“”打“”。以下問題皆是獨立的。

服務品質項目	(1) aa 您對左列問題的 重視程度為何？					(2) ab 您對左列問題的 感受程度為何？				
	非常 不重 重要	不 重 要	普 通	重 要	非常 重 要	很 差	差	普 通	好	很 好
1.擁有現代化發電及供電設備.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.發電廠及變電所運轉相當安全.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.服務處所設置地點，交通很方便.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.營業服務的時間符合民眾需要.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.提供的服務項目及業務種類滿足個別用戶需要	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.營業處所內外環境相當整潔.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.營業處所設有陳情申訴部門及免費諮詢電話	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.營業處所的各项櫃台標示很清楚.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.具有充足的外線設計及施工能力.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.營業處所供應的材料設備齊全.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.營業服務處有足夠人員提供服務.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.營業處所相當寬敞舒適，沒有擁擠情形.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.營業處所服務人員服裝整齊.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.營業處所服務人員著重工作安全.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.服務的聲譽很好.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16.服務人員態度親切有禮.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.對任何申請用電都能及時完成.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

服務品質項目	(1) 您對左列問題的 重視程度為何？					(2) 您對左列問題的 感受程度為何？				
	非常 不重 要	不 重 要	普 通	重 要	非 常 重 要	很 差	差	普 通	好	很 好
18.繳費或申請手續相當簡易.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19.服務人員有專業知識、能力.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20.服務人員能為用戶提供適時及適當之服務...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20.服務人員能為用戶提供適時及適當之服務.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21.服務人員會耐心聽取用戶的意見並迅予解決...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22.服務人員會針對用戶各項申請說明流程、手續	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23.服務人員對所有用戶均一視同仁無差別待遇...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24.服務人員主動追蹤申請案件進度並告知申請人	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.電價均維持合理價位.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26.長期維持供電電壓穩定及良好的供電品質	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27.將停限電情形減至最低程度.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28.高效率處理停電事故.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29.民眾事先均可獲知台電施工停電消息.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30.計費及抄表記錄精確可信.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31.服務人員定期到用戶場所檢查屋內線路.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32.提供符合用戶需要的抄表及收費方式.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33.用戶的抱怨均會有圓滿的處理.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34.可從台電宣導方式獲知節約用電的常識.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 第二部份 (ac)

說明：這部分是請教您對台電整體服務的表現，請於下列"打"V"。以下問題皆是獨立的，未註明可複選者，為單選題。

1. 整體而言，台電所提供的服務品質：

(1) 非常不滿意 (2) 不滿意 (3) 普通 (4) 滿意 (5) 非常滿意

2. 就您曾經看到台電在報章電視等媒體有關的宣傳，您認為台電實際所能提供的服務

(1) 保留很多 (2) 稍有保留 (3) 相同 (4) 稍有誇大 (5) 誇大很多

3. 您認為在以下的各職位中，在改善服務品質上最需要加強的為何？

(1) 櫃台人員 (2) 設計人員 (3) 施工人員

(4) 檢驗人員 (5) 內勤服務人員 (6) 抄表收費人員

(7) 現場主管人員 (8) 高階層主管 (g) 其它 (請註明)

4. 您認為台電需要加強那些服務項目？(可複選)

(1) 加強供電品質 (2) 開發電源增建電廠 (3) 避免限電/停電

(4) 加強搶救維修速度 (5) 停電須事先通知 (6) 員工服務態度

(7) 電價合理性 (8) 簡化申請手續 (9) 設備現代化 10) 其它 (請註明)

5. 您認為台電在提昇服務品質，所面臨的問題有哪些？(可複選)

(1) 員工支持意願不高 (2) 缺乏人才及專業知識 (3) 經費不足

(4) 缺乏高階管理者的支持與承諾 (5) 缺乏有效的執行計劃 (6) 法規對台電

束縛

(7) 用戶誤認台電公司為公權力執行機關 (8) 其它 (請註明)

第三部份：請您依主觀感受來評量台電對以下五項「社會責任」的表現，勾選一適當的同意程度。以下問題皆是獨立的。

社會責任的項目 (ad)	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1.台電是家重視員工教育與發展之公司。...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.台電是家提供安全可靠的產品之公司。...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.台電是家重視環保之公司。.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.台電是家誠信經營依法納稅之公司。.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.台電是家熱心參與社會公益活動之公司...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第四部份：請您依主觀感受來評量台電對以下九項「企業形象」之表現，勾選一適當的同意程度，以下問題皆是獨立的。

企業形象項目 (ae)	非常不同意	不同意	普通	普通	非常同意
1.台電熱心參與或贊助社會公益活動。.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.台電重視聲譽與道德。.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.台電具有相當之知名度。.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.台電重視消費者之權益。.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.台電之營業大樓外觀設計能夠吸引您的注意。...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.台電整體具有完善之設備與服務。.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.台電營業廳之陳列擺設相當整潔舒適。.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.台電之服務人員之服務態度良好。.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.台電產品或服務具品質保證，令人感到信任。...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第五部份

受訪者基本資料：(af)

1.年齡(1)20-30(2)31-40 (3).41-50(4)51-60 (5)61 以上

2.教育(1)研究所以上(2).大學(3).專科(4)高中職(5)國中及以下

3.職業(1)電氣承裝業 (2). 自由業 (3). 軍公教 (4). 公司主管 (5). 受僱職員  
(6). 勞務工作 (7). 農林漁牧 (8). 學生 (9). 家管 (10). 其它 (請註明)

4.您用電場所係屬 (1) 一般用戶 (2) 高壓用戶 (3) 電氣承裝業

5.您申請用電是 (1) 委託電氣承裝業 (電氣行) (2) 自己辦理 (3) 委託親友辦理 4) 從未辦理

6.如果您是電氣承裝業，從事該行業時間 (1) 5 年以下 (2) 5-10 年 (3) 10-20 年 (4) 20-30 年 (5) 30 年以上

\* 本問卷到此全部結束，感謝您的協助\*\*

## 附錄二

電業服務管理階層人員之問卷

主題：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

敬愛的台電長官：您好！

這是一份碩士論文的研究問卷，主要目的在於分析 貴公司的**服務品質**、對**社會責任**的貢獻以及**整體企業形象**，希望透過此項研究，使得貴公司能夠更瞭解用戶，進而提供更佳的服務品質來提升企業形象及顧客滿意度。

本問卷採不記名勾答方式，所有資料僅供學術研究整體分析之用，問卷內容不會個別發表，請您安心作答。您的意見對本研究而言，極為寶貴，懇請您的協助，並敬祝您

**健康愉快 萬事如意**

南華大學管理科學研究所

指導教授：林水順博士

研究生：陳木聯敬上

地址：嘉義市垂楊路 642 號

TEL：05-2226711-3101

(填妥後，請繳回或請儘速寄回，謝謝您)

第一部份

說明：這部分 (1) 請教您認為**用戶所期望台電提供之服務品質**，就以下敘述，勾選一適當的同意程度。(2) 請依您個人認為**台電目前所制定的服務品質標準**，勾選一適當的同意程度，以下問題皆是獨立的。

服務品質項目	(1) ba 您認為用戶對左列問題的重視程度為何？					(2) bb 您對左列問題的同意程度為何？				
	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1.擁有現代化發電及供電設備.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.發電廠及變電所運轉相當安全.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.服務處所設置地點，交通很方便.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.營業服務的時間符合民眾需要.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.提供的服務項目及業務種類滿足個別用戶需要.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.營業處所內外環境相當整潔.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.營業處所設有陳情申訴部門及免費諮詢電話.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.營業處所的各项櫃台標示很清楚.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.具有充足的外線設計及施工能力.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.營業處所供應的材料設備齊全.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.營業服務處有足夠人員提供服務.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.營業處所相當寬敞舒適，沒有擁擠情形.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.營業處所服務人員服裝整齊.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.營業處所服務人員著重工作安全.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

服務品質項目	(1) 您認為用戶對左列 問題的重視程度為 何？					(2) 您對左列問題的 同意程度為何？				
	非 常 不 同 意	不 同 意	普 通	同 意	非 常 同 意	非 常 不 同 意	不 同 意	普 通	同 意	非 常 同 意
15.服務的聲譽很好.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16.服務人員態度親切有禮.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.對任何申請用電都能及時完成.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.繳費或申請手續相當簡易.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19.服務人員有專業知識、能力.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20.服務人員能為用戶提供適時及適當之服務	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21.服務人員會耐心聽取用戶的意見並迅予解決	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22.服務人員會對用戶各項申請說明流程、手續	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23.服務人員對所有用戶均一視同仁無差別待遇...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24.服務人員主動追蹤申請案件進度並告知申請人	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.電價均維持合理價位.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26.長期維持供電電壓穩定及良好的供電品質.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27.將停限電情形減至最低程度.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28.高效率處理停電事故.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29.民眾事先均可獲知台電施工停電消息.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30.計費及抄表記錄精確可信.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31.服務人員定期到用戶場所檢查屋內線路.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32.提供符合用戶需要的抄表及收費方式.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33.用戶的抱怨均會有圓滿的處理.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34.可從台電宣導方式獲知節約用電的常識.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 第二部份 (bc)

說明：這部分是請教您對台電整體服務的表現，請於下列“”打“”。以下問題皆是 獨立的，未註明可複選者，為單選題。

1. 整體而言，您認為台電所提供的服務品質：

(1) 非常不滿意 (2) 不滿意 (3) 普通 (4) 滿意 (5) 非常滿意

2. 就您曾經看到台電在報章電視等媒體有關的宣傳，您認為台電實際所能提供的服務：

(1) 保留很多 (2) 稍有保留 (3) 相同 (4) 稍有誇大 (5) 誇大很多

3. 您認為在以下的各職位中，在改善服務品質上最需要加強的為何？

(1) 櫃台人員 (2) 設計人員 (3) 施工人員

(4) 檢驗人員 (6) 內勤服務人員 (6) 抄表收費人員

(7) 基層主管人員 (8) 高階層主管 (9) 其它\_\_\_\_\_ (請註明)

4. 您認為台電需要加強那些服務項目？(可複選)

(1) 加強供電品質 (2) 開發電源增建電廠 (3) 避免限電/停電

(4) 加強搶救維修速度 (5) 停電須事先通知 (6) 員工服務態度

- (7) 電價合理性 (8) 簡化申請手續 (9) 設備現代化 (10) 其它 (請註明)
5. 您認為台電在提昇服務品質，所面臨的問題有哪些？(可複選)
- (1) 員工支持意願不高 (2) 缺乏人才及專業知識 (3) 經費不足
- (4) 缺乏高階管理者的支持與承諾 (5) 缺乏有效的執行計劃 (6) 法規對台電束縛 (7) 用戶誤認台電公司為公權力執行機關 (8) 其它 (請註明)
6. 您認為台電目前是否有對服務品質加以衡量？
- (1) 是 (2) 否 (3) 不知道
7. 就您所知台電是否有舉辦“改善服務品質”的訓練或研討會？
- (1) 是 (2) 否 (3) 不知道
8. 您認為台電對服務品質是否設有衡量標準？
- (1) 是 (2) 否 (3) 不知道
9. 台電對服務品質績效的衡量技巧有那些？(未對服務品質加以衡量者，請跳過本題)
- (1) 分析用戶的抱怨 (2) 分析排隊等候情形 (3) 計算作業錯誤比率 (4) 調查用戶的滿意程度 (5) 派遣專人巡視抽查 (6) 其它\_\_\_\_\_ (請註明)

第三部份：請您依主觀感受來評量台電對以下五項「社會責任」的表現，勾選一適當的同意程度。以下問題皆是獨立的。

社會責任的項目 (bd)	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1. 台電是家重視員工教育與發展之公司。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 台電是家提供安全可靠的產品之公司。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 台電是家重視環保之公司。(	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 台電是家誠信經營依法納稅之公司。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 台電是家熱心參與社會公益活動之公司。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第四部份：請您依主觀感受來評量台電對以下九項「企業形象」之表現，勾選一適當的同意程度，以下問題皆是獨立的。

企業形象項目 (be)	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1. 台電熱心參與或贊助社會公益活動。……………	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 台電重視聲譽與道德。……………	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 台電具有相當之知名度。……………	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 台電重視消費者之權益。……………	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 台電之營業大樓外觀設計能夠吸引您的注意。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 台電整體具有完善之設備與服務。……………	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 台電營業廳之陳列擺設相當整潔舒適。……………	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 台電服務人員之服務態度良好。……………	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 台電產品或服務具品質保證，令人感到信任。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



第五部份：個人資料 (bf)

這一部份是有關您的個人資料，這些資料純是用作統計分析，採不記名方式作答，請放心填寫。

1. 年齡 (1) 20-30 (2) 30-40 (3) 40-50 (4) 51-60 (5) 61 以上
2. 教育 (1) 研究所以上 (2) 大學 (3) 專科 (4) 高中職 (5) 國中及以下
3. 性別 (1) 男 (2) 女
4. 您在台電服務期間已達 (1) 5 年以下 (2) 5 年 - 10 年 (3) 10 年 - 20 年 (4) 20 年 - 30 年 (5) 30 年以上
5. 請問您的職稱是：\_\_\_\_\_

註：如您希望取得本論文之光碟，請留下連絡資料：

( )

\* \*\*本問卷到此全部結束，感謝您的協助\*\*\*\*\*

### 附錄三

電業營業廳櫃台服務人員之問卷  
敬愛的台電人員：您好！

這是一份碩士論文的研究問卷，主要目的在於分析 貴公司的**服務品質**、**對社會責任**的表現以及**整體企業形象**，希望透過此項研究使得貴公司能夠更瞭解用戶，進而提供更佳的服務品質來提升企業形象及顧客滿意度。

本問卷採不記名勾答方式，所有資料僅供學術研究整體分析之用，問卷內容不會個別發表，請您安心作答。您的意見對本研究而言，極為寶貴，懇請您的協助，並敬祝您

健康愉快 萬事如意

(填妥後，請繳回或請儘速寄回，謝謝您)

南華大學管理科學研究所  
指導教授：林水順博士  
研究生：陳木聯敬上  
地址：嘉義市垂楊路 642 號  
TEL：05-2226711-3101

#### 第一部份 (ca)

說明：請依您過去的經驗與認知，就台電**實際提供**給用戶的**服務品質**，勾選一適當的同意程度，以下問題皆是獨立的。

服務品質項目	您對左列問題的 同意程度為何？				
	非常 不同 意	不 同 意	普 通	同 意	非 常 同 意
1.擁有現代化發電及供電設備.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.發電廠及變電所運轉相當安全.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.服務處所設置地點，交通很方便.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.營業服務的時間符合民眾需要.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.提供的服務項目及業務種類滿足個別用戶需要	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.營業處所內外環境相當整潔.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.營業處所設有陳情申訴部門及免費諮詢電話.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.營業處所的各项櫃台標示很清楚.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.具有充足的外線設計及施工能力.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.營業處所供應的材料設備齊全.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.營業服務處有足夠人員提供服務.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.營業處所相當寬敞舒適，沒有擁擠情形	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.營業處所服務人員服裝整齊.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.營業處所服務人員著重工作安全.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.服務的聲譽很好.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16.服務人員態度親切有禮.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

您對左列問題的  
同意程度為何？

服務品質項目	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
17.對任何申請用電都能及時完成……………	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.繳費或申請手續相當簡易……………	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19.服務人員有專業知識、能力……………	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20.服務人員能為用戶提供適時及適當之服務……	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21.服務人員會耐心聽取用戶的意見並迅予解決…	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22.服務人員會針對用戶各項申請說明流程和手續	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23.服務人員對所有用戶均一視同仁無差別待遇…	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24.服務人員主動追蹤申請案件進度並告知申請人	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.電價均維持合理價位……………	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26.長期維持供電電壓穩定及良好的供電品質……	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27.將停限電情形減至最低程度……………	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28.高效率處理停電事故……………	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29.民眾事先均可獲知台電施工停電消息……………	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30.計費及抄表記錄精確可信……………	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31.服務人員定期到用戶場所檢查屋內線路……………	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32.提供符合用戶需要的抄表及收費方式……………	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33.用戶的抱怨均會有圓滿的處理……………	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34.可從台電宣導方式獲知節約用電的常識……………	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 第二部份 (cb)

說明：這部分是請教您對台電整體服務的表現，請於下列“”打“”，以下問題皆是獨立的，未註明可複選者，為單選題。

1.整體而言，您認為台電所提供的服務品質：

(1) 非常不滿意 (2) 不滿意 (3) 普通 (4) 滿意 (5) 非常滿意

2.就您曾經看到台電在報章電視等媒體有關的宣傳，您認為台電實際所能提供的服務：

(1) 保留很多 (2) 稍有保留 (3) 相同 (4) 稍有誇大 (5) 誇大很多

3.您認為在以下的各職位中，在改善服務品質上最需要加強的為何？

(1) 櫃台人員 (2) 設計人員 (3) 施工人員

(4) 檢驗人員 (6) 內勤服務人員 (6) 抄表收費人員

(7) 基層主管人員 (8) 高階層主管 (9) 其它\_\_\_\_\_ (請註明)

4.您認為台電需要加強那些服務項目？(可複選)

(1) 加強供電品質 (2) 開發電源增建電廠 (3) 避免限電/停電

(4) 加強搶救維修速度 (5) 停電須事先通知 (6) 員工服務態度

(7) 電價合理性 (8) 簡化申請手續 (9) 設備現代化

(10) 其它 (請註明)

5.您認為台電在提昇服務品質，所面臨的問題有哪些？（可複選）

- (1) 員工支持意願不高 (2) 缺乏人才及專業知識 (3) 經費不足 (4) 缺乏高階管理者的支持與承諾 (5) 缺乏有效的執行計劃 (6) 法規對台電束縛 (7) 用戶誤認台電公司為公權力執行機關 (8) 其它（請註明）

6.您認為台電目前是否有對服務品質加以衡量？

- (1) 是 (2) 否 (3) 不知道

7.就您所知台電是否有舉辦”改善服務品質”的訓練或研討會？

- (1) 是 (2) 否 (3) 不知道

8.您認為台電對服務品質是否設有衡量標準？

- (1) 是 (2) 否 (3) 不知道

9.台電對服務品質績效的衡量技巧有那些？（未對服務品質加以衡量者，請跳過本題）

- (1) 分析用戶的抱怨 (2) 分析排隊等候情形 (3) 計算作業錯誤比率 (4) 調查用戶的滿意程度 (5) 派遣專人巡視抽查 (6) 其它\_\_\_\_\_（請註明）

第三部份：請您依主觀感受來評量台電對以下五項「社會責任」的表現，勾選一適當的同意程度，以下問題皆是獨立的。

社會責任的項目 (cc)	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1.台電是家重視員工教育與發展之公司。……	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.台電是家提供安全可靠的產品之公司。……	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.台電是家重視環保之公司。……	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.台電是家誠信經營依法納稅之公司。……	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.台電是家熱心參與社會公益活動之公司。…	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第四部份：請您依主觀感受來評量台電對以下九項「企業形象」之表現，勾選一適當的同意程度，以下問題皆是獨立的。

企業形象項目 (cd)	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1.台電熱心參與或贊助社會公益活動。……	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.台電重視聲譽與道德。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.台電具有相當之知名度。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.台電重視消費者之權益。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.台電之營業大樓外觀設計能夠吸引您的注意。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.台電整體具有完善之設備與服務。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.台電營業廳之陳列擺設相當整潔舒適。……	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.台電之服務人員之服務態度良好。……	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.台電之產品或服務具品質保證，令人感到信任。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第五部份：個人資料 (ce)

這一部份是有關您的個人資料，這些資料純是用作統計分析，採不記名方式作答，請放心填寫。

- 1.年齡 (1) 20-30 (2) 30-40 (3) 40-50 (4) 51-60 (5) 61 以上
- 2.教育 (1) 研究所以上 (2) 大學 (3) 專科 (4) 高中職 (5) 國中及以下
- 3.性別 (1) 男 (2) 女
- 4.您在台電服務期間已達 (1) 5 年以下 (2) 5 年 - 10 年 (3) 10 年 - 20 年 (4) 20 年 - 30 年 (5) 30 年以上
- 5.請問您的職稱是：\_\_\_\_\_

\* \*本問卷到此全部結束，感謝您的協助\*\*\*\*\*

## 附錄四

電業服務行銷企劃人員之問卷

主題：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

敬愛的台電人員：您好！

這是一份碩士論文的研究問卷，主要目的在於分析 貴公司的**服務品質**、對**社會責任**的表現以及**整體企業形象**，希望透過此項研究使得貴公司能夠更瞭解內部服務品質管理情形，進而提供更佳的服務品質來提升企業形象及顧客滿意度。

本問卷採不記名勾答方式，所有資料僅供學術研究整體分析之用，問卷內容不會個別發表，請您安心作答。您的意見對本研究而言，極為寶貴，懇請您的協助，並敬祝您

**健康愉快 萬事如意**

南華大學管理科學研究所

指導教授：林水順博士

研究生：陳木聯敬上

地址：嘉義市垂楊路 642 號

TEL：05-2226711-3101

(填妥後，請擲回業務處蘇主管華宗，謝謝您)

第一部份 (da)

說明：請依您過去的經驗，就台電**服務品質標準**中向社會大眾溝通與宣傳的實際情形，勾選一適當的同意程度。以下問題皆是獨立的。

服務品質項目	您對左列問題的 同意程度為何？				
	非常 不同 意	不 同 意	普 通	同 意	非 常 同 意
1.擁有現代化發電及供電設備.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.發電廠及變電所運轉相當安全.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.服務處所設置地點，交通很方便.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.營業服務的時間符合民眾需要.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.提供的服務項目及業務種類滿足個別用戶需要	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.營業處所內外環境相當整潔.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.營業處所設有陳情申訴部門及免費諮詢電話...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.營業處所的各项櫃台標示很清楚.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.具有充足的外線設計及施工能力.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.營業處所供應的材料設備齊全.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.營業服務處有足夠人員提供服務.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.營業處所相當寬敞舒適，沒有擁擠情形.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.營業處所服務人員服裝整齊.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.營業處所服務人員著重工作安全.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.服務的聲譽很好.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16.服務人員態度親切有禮.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

您對左列問題的  
同意程度為何？

服務品質項目	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
17.對任何申請用電都能及時完成	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.繳費或申請手續相當簡易	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19.服務人員有專業知識、能力	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20.服務人員能為用戶提供適時及適當之服務	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21.服務人員會耐心聽取用戶的意見並迅予解決	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22.服務人員會針對用戶各項申請說明流程和手續	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23.服務人員對所有用戶均一視同仁無差別待遇	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24.服務人員主動追蹤申請案件進度並告知申請人	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25.電價均維持合理價位	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26.長期維持供電電壓穩定及良好的供電品質	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27.將停限電情形減至最低程度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28.高效率處理停電事故	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29.民眾事先均可獲知台電施工停電消息	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30.計費及抄表記錄精確可信	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31.服務人員定期到用戶場所檢查屋內線路	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32.提供符合用戶需要的抄表及收費方式	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33.用戶的抱怨均會有圓滿的處理	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34.可從台電宣導方式獲知節約用電的常識	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 第二部份 (db)

說明：這部分是請教您對台電整體服務的表現，請於下列“”打“”。以下問題皆是獨立的，未註明可複選者，為單選題。

1. 整體而言，您認為台電所提供的服務品質：

(1) 非常不滿意 (2) 不滿意 (3) 普通 (4) 滿意 (5) 非常滿意

2. 就您曾經看到台電在報章電視等媒體有關的宣傳，您認為台電實際所能提供的服務：

(1) 保留很多 (2) 稍有保留 (3) 相同 (4) 稍有誇大 (5) 誇大很多

3. 您認為在以下的各職位中，在改善服務品質上最需要加強的為何？

(1) 櫃台人員 (2) 設計人員 (3) 施工人員

(4) 檢驗人員 (6) 內勤服務人員 (6) 抄表收費人員

(7) 基層主管人員 (8) 高階層主管 (9) 其它 \_\_\_\_\_ (請註明)

4. 您認為台電需要加強那些服務項目？(可複選)

(1) 加強供電品質 (2) 開發電源增建電廠 (3) 避免限電/停電

(4) 加強搶救維修速度 (5) 停電須事先通知 (6) 員工服務態度

(7) 電價合理性 (8) 簡化申請手續 (9) 設備現代化

(10) 其它 (請註明)

- 5.您認為台電在提昇服務品質，所面臨的問題有哪些？（可複選）
- (1) 員工支持意願不高 (2) 缺乏人才及專業知識 (3) 經費不足  
 (4) 缺乏高階管理者的支持與承諾 (5) 缺乏有效的執行計劃 (6) 法規對台電束縛 (7) 用戶誤認台電公司為公權力執行機關 (8) 其它（請註明）
- 6.您認為台電目前是否有對服務品質加以衡量？
- (1) 是 (2) 否 (3) 不知道
- 7.就您所知台電是否有舉辦”改善服務品質”的訓練或研討會？
- (1) 是 (2) 否 (3) 不知道
- 8.您認為台電對服務品質是否設有衡量標準？
- (1) 是 (2) 否 (3) 不知道
- 9.台電對服務品質績效的衡量技巧有那些？（未對服務品質加以衡量者，請跳過本題）
- (1) 分析用戶的抱怨 (2) 分析排隊等候情形 (3) 計算作業錯誤比率  
 (4) 調查用戶的滿意程度 (5) 派遣專人巡視抽查 (6) 其它\_\_\_\_\_（請註明）

第三部份：請您依主觀感受來評量台電對以下五項「社會責任」的表現，勾選一適當的同意程度，以下問題皆是獨立的。

社會責任的項目 (dc)	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1.台電是家重視員工教育與發展之公司。……	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.台電是家提供安全可靠的產品之公司。……	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.台電是家重視環保之公司。……	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.台電是家誠信經營依法納稅之公司。……	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.台電是家熱心參與社會公益活動之公司。……	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第四部份：請您依主觀感受來評量台電對以下九項「企業形象」之表現，勾選一適當的同意程度。以下問題皆是獨立的。

企業形象項目 (dd)	非常不同意	不同意	普通	同意	非常同意
1.台電熱心參與或贊助社會公益活動。……	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.台電重視聲譽與道德。……	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.台電具有相當之知名度。……	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.台電重視消費者之權益。……	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.台電之營業大樓外觀設計能夠吸引您的注意。……	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.台電整體具有完善之設備與服務。……	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.台電營業廳之陳列擺設相當整潔舒適。……	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.台電之服務人員之服務態度良好。……	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.台電之產品或服務具品質保證，令人感到信任。……	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



第五部份：個人資料 (de)

這一部份是有關您的個人資料，這些資料純是用作統計分析，採不記名方式作答，請放心填寫。

1. 年齡 (1) 20-30 (2) 30-40 (3) 40-50 (4) 51-60 (5) 61 以上
2. 教育 (1) 研究所以上 (2) 大學 (3) 專科 (4) 高中職 (5) 國中及以下
3. 性別 (1) 男 (2) 女
4. 您在台電服務期間已達 (1) 5 年以下 (2) 5 年 - 10 年 (3) 10 年 - 20 年 (4) 20 年 - 30 年 (5) 30 年以上
5. 請問您的職稱是：\_\_\_\_\_

註：如您希望取得本論文之光碟，請留下連絡資料：

( )

\* \*\*本問卷到此全部結束，感謝您的協助\*\*\*\*\*

## 個人簡歷

姓 名：陳木聯

出生年月日：45.5.24

籍 貫：台灣省嘉義縣

考試資格或證照：

- 1.民國 69 年經濟部乙等特考及格
- 2.民國 73 年內政部勞工衛生管理師訓練結業合格
- 3.民國 75 年職業災害急救人員訓練結業合格

學 歷：國立高雄工專電機科

私立南華大學管理科學研究所

經 歷：

台灣電力工會 42 分會秘書

台電嘉義區營業處 1.勞工輔導員

2.工務股長

3.工程管理股長

現 任：台電嘉義區營業處工安環保股長

聯絡地址：嘉義縣水上鄉三界村 145 號

E-mail：chencml2002@yahoo.com.tw