

南華大學企業管理學系非營利事業管理碩士班碩士論文

**A THESIS FOR THE DEGREE OF MASTER  
BUSINESS ADMINISTRATION MASTER PROGRAM IN NONPROFIT  
ORGANIZATION MANAGEMENT DEPARTMENT OF BUSINESS  
ADMINISTRATION NANHUA UNIVERSITY**

戶政機關服務品質與服務創新之研究－以雲林縣口湖鄉為例

**THE RELATIONSHIP BETWEEN SERVICE QUALITY AND SERVICE  
INNOVATION- A CASE STUDY OF HOUSEHOLD REGISTRATION OFFICE IN  
KOHU TOWNSHIP, YUNLIN COUNTY**

指導教授：涂瑞德博士

**ADVISOR: RUEY-DER TWU Ph.D.**

研究生：陳隆德

**GRADUATE STUDENT: LONG-DER CHEN**

中 華 民 國 1 0 5 年 6 月

# 南 華 大 學

企業管理學系非營利事業管理碩士班

## 碩 士 學 位 論 文

戶政機關服務品質與服務創新之研究-以雲林縣口湖鄉為例

研究生： 陳隆德

經考試合格特此證明

口試委員： 涂瑞德

褚麗娟

呂朝賢

指導教授： 涂瑞德

系主任： 褚麗娟

口試日期：中華民國 105 年 06 月 27 日

## 準碩士推薦函

本校企業管理學系非營利事業管理碩士班研究生陳隆德君在本系修業一年，已經完成本系碩士班規定之修業課程及論文研究之訓練。

1、在修業課程方面：陳隆德君已修滿33學分，其中必修科目：非營利管理專題、非營利會計專題、研究方法、非營利募款專題、等科目，成績及格(請查閱碩士班歷年成績)。

2、在論文研究方面：陳隆德君在學期間已完成下列論文：

(1)碩士論文：戶政機關服務品質與服務創新之研究-以雲林縣口湖鄉為例

(2)學術期刊：

本人認為陳隆德君已完成南華大學企業管理學系非營利事業管理碩士班之碩士養成教育，符合訓練水準，並具備本校碩士學位考試之申請資格，特向碩士資格審查小組推薦其初稿，名稱：戶政機關服務品質與服務創新之研究-以雲林縣口湖鄉為例，以參加碩士論文口試。

指導教授：陳瑞德 簽章

中華民國105年6月4日

## 謝誌

「讀書使天性更加完美，而經驗則可以改善從書本得來的學問。」，這也是當初報考南華大學在職專班的動力，很幸運如願搭上了這班學習的列車，進入知識的殿堂，內心的喜悅與激動非筆墨所能形容。

這份論文，首先要感謝是我的指導教授涂瑞德博士，由於他的耐心指導方使論文得以順利完成，特別是他以清晰的架構、深刻的分析和生動的溝通方式，帶領學生從大處看趨勢，由小處看現象，讓我在工作與課業上皆能獲得學習的成效，在此除了感謝還是感謝。另外，口湖鄉戶政事務所王昆明主任的鼓勵、支援與協助下，使得問卷能順利發放並回收，讓本問卷能得到填答所需之目的，並得以完成論文之實證研究，萬分感謝！

論文撰寫期間，首要感謝我太太的鼓勵與支持，其次感謝碩專班同學這兩年研究所的陪伴，教學相長、互相學習。

最後，再一次感謝此學習過程中所有鼓勵我、支持我、指導我的師長與親朋好友們，沒有您們的指導與幫助，就沒有我的進步與成長，謝謝您們、感謝大家。

陳隆德 謹誌

105 年 06 月

南華大學企業管理學系非營利事業管理碩士班

104 學年度第 2 學期碩士論文摘要

論文題目：戶政機關服務品質與服務創新之研究—以雲林縣口湖鄉為例

研究生：陳隆德

指導教授：涂瑞德 博士

論文摘要內容：

本研究旨在瞭解戶政機關服務品質與服務創新之相關情形。本研究以調查研究法來進行研究，以雲林縣口湖鄉戶政事務所洽公之民眾為研究對象，發出 150 份問卷，回收問卷 150 份，其中有效問卷共 113 份，問卷有效率達 75.33%。調查所得資料以描述性統計、t 檢定、單因子變異數分析及皮爾森積差相關分析等統計方法，獲致以下研究結論：(1)不同性別及不同每月收入之民眾對服務品質可靠性構面，接近顯著差異。(2)不同每月收入之民眾與服務創新構面，在類別 2 與類別 3 有顯著差異。(3)雲林縣戶政事務所服務品質與服務創新有顯著正相關。

本研究針對上述研究結果，提出若干建議，以供雲林縣戶政事務所及未來研究之參考。(1)因應政府組織再造，戶政機關整併，落實簡政便民之服務措施。(2)落實稽核制度，確保戶籍資料無疏漏，方可保障民眾權益。(3)加強員工專業素養，提升服務品質。(4)增加洽公空間並設計明顯申辦業務流程標示，提供優質洽公環境。(5)傾聽民情輿論聲音，建立申訴管道，重視陳情內容，找出兩全其美的解決方案，方能有效解決民怨，提升政府的服務品質。

關鍵詞：服務品質、戶政事務所、服務創新

Title of Thesis: The Relationship between Service Quality and Service Innovation – A Case Study of Household Registration Office in Kohu Township, Yunlin County

Department: Master Program in Non-profit, Department of Business Administration, Nanhua University

Graduate Date: June 2016

Degree Conferred: M. B. A.

Name of Student: Long-Der Chen

Advisor: Ruey-Der Twu Ph.D.

### **Abstract**

The study was trying to understand the relationship between service quality and service innovation of household registration office. Questionnaire survey method was adopted. A survey was conducted with 150 subjects who went to the household registration office for business. 113 of them were valid for the statistical analysis and the effective response rate was 75.33%. Data was analyzed by the methods of descriptive statistics, independent t-test, one way ANOVA and Pearson correlation. The conclusions were as follows:

1. The relationship among demographic variables and service quality were closely significant.
2. The relationship among demographic variables and service innovation were closely significant.
3. The relationship between service quality and service innovation was significantly correlated.

This study also made some suggestions to the household registration offices of Yunlin County and future research:

1. Household registration offices should simplify the procedures of service in order to accommodate the merge and organization restructuring.
2. The auditing systems should be implemented to make sure the household registrations were made correctly.
3. Personnel should strengthen their professional literacy to raise the service quality.
4. Offices should provide

clear indications and create a high-quality environment for the people who went for business.<sup>5</sup> Personnel should listen to customers' opinions and set up an access for complaints in order to improve service quality of government agencies.

**Keyword: Service Quality, Household Registration Office, Service Innovation**



# 目錄

|                                     |      |
|-------------------------------------|------|
| 謝誌.....                             | i    |
| 中文摘要 .....                          | ii   |
| 英文摘要 .....                          | iii  |
| 目錄.....                             | v    |
| 表目錄 .....                           | viii |
| 圖目錄 .....                           | x    |
| 第一章緒論 .....                         | 1    |
| 1.1 研究背景.....                       | 1    |
| 1.2 研究動機.....                       | 3    |
| 1.3 研究目的.....                       | 4    |
| 1.4 章節架構.....                       | 5    |
| 第二章文獻探討 .....                       | 6    |
| 2.1 服務品質.....                       | 6    |
| 2.1.1 服務的定義與特性.....                 | 6    |
| 2.1.2 品質的定義及種類.....                 | 8    |
| 2.2 服務品質的衡量與 SERVQUAL 量表之相關研究 ..... | 11   |
| 2.3 服務創新的定義及種類.....                 | 14   |
| 2.3.1 服務創新的定義.....                  | 14   |
| 2.3.2 服務創新的種類.....                  | 15   |
| 2.4 服務品質與服務創新之相關研究.....             | 18   |
| 第三章研究方法 .....                       | 19   |
| 3.1 研究架構.....                       | 19   |

|                           |    |
|---------------------------|----|
| 3.1.1 個人背景統計變項.....       | 20 |
| 3.1.2 服務品質.....           | 21 |
| 3.1.3 服務創新.....           | 21 |
| 3.2 研究假設.....             | 21 |
| 3.3 研究對象.....             | 23 |
| 3.4 研究工具.....             | 24 |
| 3.4.1 問卷之編製、實施與回收.....    | 27 |
| 3.4.2 資料處理與分析.....        | 28 |
| 第四章研究結果與討論.....           | 30 |
| 4.1 有效樣本統計分析與整體表現情形.....  | 30 |
| 4.1.1 問卷樣本回收情形.....       | 30 |
| 4.1.2 不同背景變項統計分析.....     | 30 |
| 4.2 不同背景變項與服務品質構面之分析..... | 34 |
| 4.3 不同背景變項與服務創新構面之分析..... | 44 |
| 4.4 服務品質與服務創新關係之分析.....   | 48 |
| 第五章結論與建議.....             | 52 |
| 5.1 研究假設之驗證.....          | 52 |
| 5.2 研究結論.....             | 54 |
| 5.3 研究建議.....             | 56 |
| 5.4 研究限制.....             | 58 |
| 參考文獻.....                 | 60 |
| 一、 中文文獻.....              | 60 |
| 二、 英文文獻.....              | 63 |
| 附錄一使用問卷同意書.....           | 66 |

附錄二研究問卷.....67



## 表目錄

|  |    |
|--|----|
| 表 2.1 服務品質的定義.....                                 | 10 |
| 表 2-2 SERVQUAL 量表構面 .....                          | 13 |
| 表 3.1 雲林縣口湖鄉戶政事務洽公民眾抽樣分配表.....                     | 23 |
| 表 3.2 本研究服務品質問項.....                               | 24 |
| 表 3.3 本研究服務創新問項.....                               | 27 |
| 表 4.1 有效問卷樣本之統計分析表.....                            | 33 |
| 表 4.2 不同性別民眾對服務品質構面的平均數、標準差及 t 檢定 ...              | 34 |
| 表 4.3 不同婚姻狀況民眾對服務品質構面認知的平均數、標準差及<br>t 檢定.....      | 36 |
| 表 4.4 不同年齡民眾對服務品質構面認知的變異分析 .....                   | 37 |
| 表 4.5 不同職業民眾對服務品質構面滿意度的變異數分析摘要表 ...                | 39 |
| 表 4.6 不同教育程度民眾對服務品質構面認知的變異數分析摘要表                   | 40 |
| 表 4.7 不同每月收入民眾對服務品質構面的變異數分析摘要表 .....               | 42 |
| 表 4.8 使用科技用品民眾對服務品質構面認知滿意度的變異數分析<br>摘要表.....       | 43 |
| 表 4.9 不同性別民眾對服務創新構面認知的平均數、標準差及 t 檢<br>定摘要表.....    | 45 |
| 表 4.10 不同婚姻狀況民眾對服務創新構面認知的平均數、標準差及<br>t 檢定摘要表 ..... | 45 |
| 表 4.11 不同年齡民眾對服務創新構面認知的變異數分析摘要表.....               | 46 |
| 表 4.12 不同職業之民眾對服務創新構面認知的變異數分析摘要表 .                 | 46 |
| 表 4.13 不同教育程度民眾對服務創新構面認知的變異數分析摘要<br>表.....         | 47 |

|   |    |
|---|----|
| 表 4.14 不同每月收入民眾對服務創新構面認知的變異數分析摘要<br>表.....      | 47 |
| 表 4.15 不同使用科技用品民眾對服務創新構面認知的變異數分析<br>摘要表.....    | 48 |
| 表 4.16 戶政事務所服務品質構面與服務創新之 Pearson 相關係數表<br>..... | 49 |
| 表 5.1 研究假設分析結果彙整表.....                          | 52 |



## 圖目錄

|                   |    |
|-------------------|----|
| 圖 1.1 研究流程圖 ..... | 5  |
| 圖 3.1 研究架構圖 ..... | 20 |



# 第一章 緒論

戶政為庶政之母，舉凡選舉、兵役、警政、稅務、司法、教育等行政業務及國家施政之規劃釐訂，均有賴戶政機關提供詳實戶籍資料，方能順利推行。戶政機關的服務品質，在政府施政的評比中，其滿意度常位居公部門之首，一直以來為洽公民眾所稱許，為此，本研究旨在瞭解戶政機關的服務品質與服務創新之間的關聯。本章共分為三小節，第一節是研究背景；第二節是研究動機；第三節是研究問題；第四節是章節架構，進行歸納敘述。

## 1.1 研究背景

人民是政府的頭家，政府要為人民做好施政目標，才能得到人民的信賴，穩固執政權。由於一個人自出生、結婚、遷徙、乃至死亡，都與戶政機關息息相關。戶政機關所提供的服務，其品質之良窳關係國家社會經濟發展及人民權利義務至鉅，因此推動戶政業務，落實簡政便民，為政府重要的施政目標，服務品質及服務創新乃成為績效評估的項目。1970 年代以來，世界各國多以擴張政府組織規模與職能的方式來提供民眾更多、更好的公共服務，隨著經濟社會發展水平的提高，人民對公共服務的要求也越來越高。1980 年代起，世界各國掀起了「政府再造」的風潮，許多國家紛紛推動新公共管理的企業型改造運動，引進市場機制與強調顧客至上的觀念，鼓勵各級政府對現行的公共服務進行必要的調整與創新。

戶政機關乃是最接近民眾之基層單位，其改革的成效最容易檢驗與凸顯(鍾金玉，民 92)。惠普總裁奧菲莉娜(Chairman and CEO - Carleton S.

Fiorina)說：這是一個快速變動的時代，任何企業都必須創新再創新。(劉蘊芳譯，民 89)為了建立整體行政機關創新服務的推動機制、提升服務品質，我國行政院研究發展委員會，遂參考英國 1991 年之「公民憲章」(Citizen's Charter)、美國 1993 年「國家績效評鑑」(National Performance Review, NPR)與日本戴明獎等各先進國家作法，於民國 85 年引進企業界「全面品質管理」(Total Quality Management, TQM)的理念，規劃出「全面提升服務品質方案」，民國 87 年並據以訂頒「行政院服務品質獎評獎實施計畫」透過行政院服務品質獎的機制，除鼓勵公部門研發創新，提供民眾量多優質的服務外，另一方面也成功帶領政府機關進行品質管理與服務改造運動(廖麗娟、魏秋宜，民 98)。

其次，行政院研考會復於民國 97 年起推動「政府服務創新精進方案」作為全面提升服務品質方案的續階計畫，並辦理第一屆「政府服務品質獎」，期能透過為民服務業務的重大變革，讓政府服務再次轉型，成為數位服務、創新服務、整合服務的全方位服務型政府，締造另一波「為民服務黃金十年」的新時代，以展現政府公共服務品質的全面躍升(行政院研究發展考核委員會，民 102)。

「政府服務品質獎」是政府機關推動服務品質的最高榮譽，參獎對象包括行政院所屬各級機關、直轄市、縣(市)政府暨所屬各級機關，自民國 97 年起至民國 102 年止已經辦理五屆評獎，共計 794 個機關參獎，並從中評選出 143 個優質服務機關，獲獎率為 17%，充分展現出政府服務品質嚴選之精神。

為展現政府服務品質全面躍昇，行政院繼於民國 73 年 7 月行政院規劃戶役政資訊系統；第一代戶役政資訊系統推廣工作於民國 86 年 9 月完成各戶政作業單位得以全國連線作業方式處理戶政業務，提供完整、即

時及加值之資訊機制，藉以提升整體服務效能，提供民眾需求的服務品質。另因應時代變遷，配合資訊、網路科技發展電子化政府之推動，提供完整、即時及加值之資訊機制，並配合其他機關對戶役政資料需求之持續增加，於民國 88 年起著手進行第二代戶役政資訊系統規劃，民國 101 年行政院建構戶役政單一簽入系統；民國 103 年完成戶政 e 網通建置工作，建構戶役政資訊系統為電子化政府的基礎建設，以提昇社會安全感、強化生活便利感為願景。以創新來整合地政、稅務、監理、電信及自來水公司跨機關服務，提供真正符合民眾需求的服務。

## 1.2 研究動機

戶籍行政的目的是確定人的權利義務關係，以作為人口統計之依據。在政府的各部門中戶政業務與民眾接觸最頻繁，舉凡個人從出生到死亡所經歷有關自然、法律、社會等身分事項及其動態事件，諸如出生、認領、收養、終止收養、結婚、死亡、遷徙、原住民身分及民族別、初設戶籍與分(合)戶等等，均須向戶政機關申請戶籍登記；同時，政府一切施政必須以完整翔實的戶籍資料作為根據才能落實各項施政決策。因此，戶政之良窳，關係個人權益及國家社會經濟發展至鉅。戶政事務所是政府最基層的為民服務機關，目標以「為民服務」而非以「營利」為目的，戶政機關雖屢獲政府服務品質獎之表揚，但其服務品質是否完美無缺，究係該如何提升與繼續維持其「服務品質」，提供民眾更優質的服務，此為從事本研究的動機之一。

自民國 98 年起規劃辦理「強化戶役政資訊系統與應用推廣計劃」，民國 98 年至民國 99 年建置完成電腦硬體及軟體環境，民國 100 年至民國 103 年全面更新應用系統軟體，以期加速既有系統流程、完善政府服

務機制，樹立效能革新標竿，獎勵為民服務品質管理績效卓著機關，逐步邁向服務性政府。雲林縣口湖鄉戶政事務所為落實專業、效率、服務、創新的服務願景，本項研究希望藉由民眾的角度來評量雲林縣口湖鄉戶政事務所的服務品質及服務創新的構面，並發掘探討雲林縣口湖鄉戶政事務所服務品質及服務創新的優點推廣至其他戶政事務所，不斷提昇服務品質提供更滿足、符合民眾期望的服務，此為本研究動機之二。

### 1.3 研究目的

根據上述研究動機，本研究欲探討及研究之問題如下：

- 1.不同個人背景統計變項之民眾對戶政事務所服務品質構面是否有顯著差異。
- 2.不同個人背景統計變項之民眾對戶政事務所服務創新是否有顯著差異。
- 3.戶政事務所之服務品質對服務創新是否有正向的顯著影響。

## 1.4 章節架構

本研究第一章為緒論，說明研究動機與研究問題；第二章為文獻探討，藉由探討服務品質、服務創新過去學者的研究，以建立本研究的理論基礎及研究架構；第三章為研究方法，說明研究架構、研究假說，最後說明資料分析方法；第四章為研究結果與討論，根據統計軟體來分析回收之資料，並檢定假說的成立與否；第五章為結論與研究限制及未來研究方向。

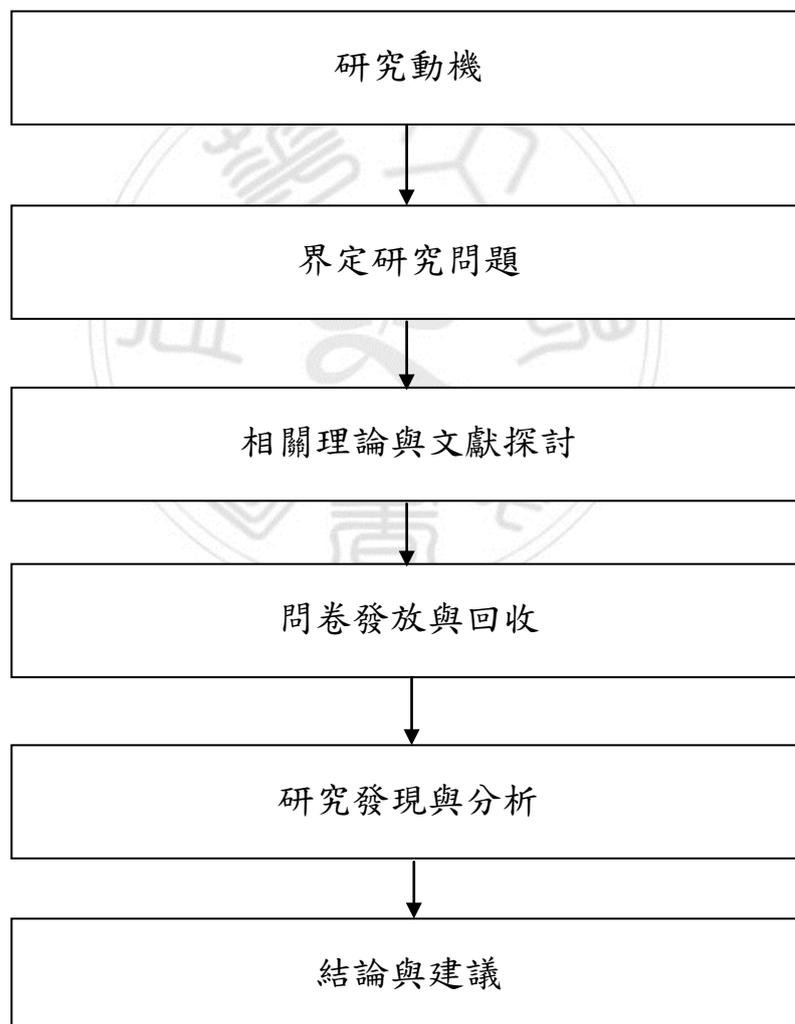


圖 1.1 研究流程圖

## 第二章文獻探討

本章旨在探討服務品質與服務創新特性，並針對國內外學者有關服務品質與服務創新等相關理論與研究實證加以探討，針對其意涵加以整理，以作為本研究的理論基礎；第一節為探討服務品質意涵，第二節探討服務品質的衡量與 SERVQUAL 量表之相關研究，第三節為服務創新定義及種類，第四節為服務品質與服務創新之相關研究

### 2.1 服務品質

服務品質(Service Quality)是服務的實際績效表現情形，乃是消費者事前預期與實際感受之間相互比較的結果。Parauraman, Zeithmal and Berry(1985)則認為服務品質為消費者對服務長期性、整體性的評估結果。

#### 2.1.1 服務的定義與特性

隨著服務業的逐漸蓬勃發展，帶動另一波的全球經濟大躍進，美國行銷學會(1960)首度將服務定義為「經由銷售或伴隨貨品銷售所提供的活動、效益或滿足感」，之後相繼有許多學者也提出其各自對服務的定義。Berry(1980)將服務描述為事實、行動或績效。Philip Kotler(1991)則闡述「一項服務是某一方可以提供給他方的任何行動或績效，並且此項行動或績效本質上是無形與無法產生任何事物的所有權；此項行動或績效的產生可能與一項實體產品有關或無關」。因此，服務基本上是无形的；服務的產生也不一定要依賴實體商品才能傳遞與完成。由上述定義，學者們(Parasuraman, Zeithman & Berry, 1985; Kotler, 1991)認為服務有四大特

性：

#### 一、無形性(Intangibility)

服務所銷售的是無形的產品，服務通常是一種行為，要設定一致性的品質規格是相常困難的。顧客在購買一項服務之前，看不見、嚐不到、摸不著、聽不見、也嗅不出服務的內涵與價值，亦即消費者在「購買」這項「產品」前，不易評估此「產品」的內涵與價值。

#### 二、不可分割性(Inseparability)

服務與其提供的來源密不可分，通常服務的生產和消費是同時進行的，這與實體產品必須經由製造、儲存、銷售、消費的程序並不相同。大多數服務的接受者與提供者必須同時在場，且彼此間互動程度會對服務產生的結果具有決定性的影響。

#### 三、變異性(Variability)

服務提供者無法確保前後所提供的服務具有相同的水準和品質，因服務是人執行的活動，所以無法保持服務品質的均質性。異質的來源包括服務人員的心境與心理狀況無法保持一致性；不同顧客的期望與認知各有不同；服務的環境條件也無法保持一致性。

#### 四、易逝性(Perishability)

服務無法預先生產、儲存、轉送。換句話說，服務無法如實體商品用存貨的調節方式來應付需求的波動。由於服務業的資源無法時時完全被使用，因此「服務」被視為一種低生產力，高單位成本的生產型態。

### 2.1.2 品質的定義及種類

品質的概念源於工業界與國防的應用（王美惠、唐資文、曾秋蘭，民 96），而後發揚於服務業（趙家民、盧建昇，民 99），最後則在新公共管理的浪潮推動下，逐漸為政府體系（公部門）所應用（廖麗娟、呂雅雯，民 99）。Garvin(1984)綜合各學者們看法，由五種角度來定義一項產出的品質：

#### 一、哲學的超凡觀點(the Transcendent Approach of Philosophy)

品質是與生俱來的優越性，無法明確定義，只有接觸時才能真正感受到，它是高度成就的象徵，此種概念源自於柏拉圖對完美的討論，多半被運用在視覺、藝術與表演上。

#### 二、產品導向法(the Product-Based Approach)

品質是一種確實的、可衡量的變數，品質的差異源自可衡量屬性的差異。亦即擁有最多的產品屬性或成分者即為最高品質者。

#### 三、使用者導向法(the User-Based Approach)

品質乃取決於使用者滿意的程度，最能符合消費者需求的產品或服務即是高品質，也就是「適合使用」的觀念，以滿足使用者的需求來界定品質之概念。

#### 四、製造導向法(the Manufacturing-Based Approach)

品質是符合規格的程度，越能符合設計與製造程序者，越具有較高的品質。此觀點與使用者導向法完全相反，屬客觀品質的看法，但其強調第一次就做對的觀念。

#### 五、價值導向法(the Value-Based Approach)

品質表示的概念在於可接受的價格內，產出所能提供的績效利益，或是在可接受的成本內，產出能符合規格的程度。此觀點逐漸

盛行，因為在消費者認知上，品質與價格有很大的關係。

由品質的分類可分為和演進，可見其擴展與包容性愈來愈大，也更難以衡量，這與服務特性受到廣泛學者的研究有密切關係。但從其發展的系絡可看出，已由過去從製造業的角度切入，到如今完全採用顧客需求導向的觀點看待之(陳耀茂，民 86)。

品質的分類可分為客觀性品質與主觀性品質，所謂客觀性品質是指產品技術的優良性或卓越性，而此優越性與卓越性是可證明的，亦即預先設立理想標準，再衡量產品技術的實際優越性。因此，客觀性品質通常被用來作為工業性或有形性產品品質衡量工具。主觀性品質係由顧客主觀認知來評斷產品或服務的優越性(Hampton, 1993)。

以品質界面觀點區分品質者，分為對事物與事件之外觀或特徵的「機械品質」及對標的物主觀反應的「人性品質」；其中客觀品質與機械品質相近，而主觀品質與人性品質相類似。品質分類的爭議在於部分學者認為客觀品質是不存在的，因為預先設定理想標準及事後評斷是否超越標準，在本質上均屬主觀判斷，亦即「品質」係取決於顧客主觀意識的認定(Zeithaml, 1988; Collier, 1991)。由以上文獻得知服務品質是一個既複雜又抽象的名詞，不同學者對它的解釋也不盡相同，茲整理下列數位學者們對服務品質的不同看法如表 2.1 所示：

表2.1服務品質的定義

| 學者/年代                                | 服務品質的定義  |
|--------------------------------------|--|
| Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985) | 服務品質=實際感受服務品質-期望的服務品質  |
| Lewis & Vincent (1990)               | 服務品質必須是符合消費者需求的程度。   |
| Lovelock (1991)                      | 是顧客在享受消費過程中所得到的一種經驗。   |
| 翁崇雄 (民80)                            | 顧客對服務品質滿意的程度，來自於顧客事前期望的服務水準，與公司全體人員所提供而顧客實際感受到的服務品質水準。                           |
| Anderson & Fornall (1994)            | 關於企業服務傳送系統的整體衡量。   |
| 王仲三 (民91)                            | 1.了解客戶想要什麼。<br>2.滿足顧客所要的東西，甚至超過要求之水準。  |
| Bateson & Hoffman (2002)             | 服務品質是顧客對服務提供者的表現所作之長期及整體性之評估而形成的態度。  |
| 楊錦洲 (民91)                            | 服務是服務提供者提供其技術、專業、知識、資訊、設施、時間或空間等給顧客，以期為顧客辦理某些事情或解決某些問題，或者娛樂顧客，服侍顧客，讓顧客心情愉悅，身心舒暢。 |
| 陳建文、洪嘉蓉 (2005)                       | 服務品質是顧客對於企業所提供各項服務整體的評價，包括對服務人員態度與產品品質的評價。                                       |
| 宮下洋一 (2010)                          | 服務品質是一種無法直接與一般商品作出明顯比較的東西，服務品質會隨著顧客的主觀意識決定好與壞，也是由顧客端去衡量服務品質之優與劣。                 |

資料來源：本研究整理

時至今日，公部門已較能體認民眾即是顧客，服務品質也必須由民眾來決定（金玉珍，民100），並積極地滿足顧客需求，以符合公共服務的價值（林聖薇、林煜超、陳窗期，民97）。

## 2.2 服務品質的衡量與 SERVQUAL 量表之相關研究

過去已有許多學者對服務品質的決定因素提出不同的看法，Sasser, Olsen and Wyckoff(1978)指出服務應由以下構面來衡量：

- 1.安全性：指服務系統值得顧客信任的程度。
- 2.一致性：指好的服務應是一致且標準化的，不應隨人、地、時之不同而有差異。
- 3.態度：指服務人員的態度應有禮貌且親切。
- 4.過程完整性：指服務設施應周全。
- 5.調整性：指根據不同顧客的需求而調整服務品質。
- 6.可接近性：指顧客接受服務方便的程度。
- 7.及時性：指在顧客期望的時間內提供並完成服務。

Gronroos (1984)依服務傳遞的內容與方式將服務品質區分為技術品質、功能品質及態度形象，分別是指實際傳送的服務品質、服務傳遞的方式及顧客對公司或形象之評價

Parasuraman, Zeithaml and Berry(1985)則在研究顧客衡量服務品質的決定因素，分別針對銀行業、信用卡、證券商及商品維修等四種行業，以深入訪談方式進行探索性研究，而歸納出十個決定性因素：

### 1.有形性(Tangible)

指對於所提供服務過程中的有形設備及服務人員態度、儀表等感受。

### 2.可靠性(Reliability)

指公司一次就將服務做好的表現，也表示公司能維護其承諾。

### 3.反應性(Responsiveness)

指服務人員提供服務之意願或準備程度。

### 4.專業性(Competence)

係指表現服務所需持有的技術及專業知識。

#### 5.禮貌性(Courtesy)

指接觸人員的禮貌、態度、尊重、體貼及友善程度。

#### 6.信賴性(Credibility)

指服務人員能否為公司創造良好的形象值得信賴且誠實等等，讓顧客對公司深具信心。

#### 7.安全性(Security)

指服務人員能使顧客不受威脅、有安全維護措施。

#### 8.接近性(Access)

指服務的可接近性及取得的容易程度。

#### 9.溝通性(Communication)

指服務人員能使用顧客可了解的語言告知並傾聽，針對不同的消費者調整溝通訊息，並詳細解說。

#### 10.理解性(Understanding)

試圖以各種不同的管道了解顧客之需求，進而提供個別服務。

Parasuraman et al.(1985)所提出評量服務品質的十個構面，又在 1988 年精簡與修正為五個服務品質構面「SERVQUAL」量表，該量表包括五大構面(有形性、信賴性、回應性、確實性、關懷性)及 22 個服務屬性問項，每個構面都有 4 或 5 個衡量項目。在實際衡量上，「SERVQUAL」是以顧客對此 22 個衡量項目提出對服務提供者的期望水準，評估對每一項服務項目的期望程度；再者，顧客依實際所認知到的服務品質水準，對此 22 個衡量項目，提出對於每一項服務項目的實際知程度。將這 22 個衡量項目中的認知評價減去期望評價，就可得到服務品質的評價，即服務品質=認知-期望(Q=P-E)。SERVQUAL 資料的分析評分方式可分為：項

目減項目、構面減構面、計算服務品質的單一衡量或者依據特定目的個別使用，亦可將這 22 個衡量項目以構面的重要性予以加權平均以求得整體服務品質之分數。

有關「SERVQUAL」量表構面及意義，整理如表 2.2。

表2.2 SERVQUAL量表構面

| 十個構面(1985) |                             | 五個構面(1988) |                                  |
|------------|-----------------------------|------------|----------------------------------|
| 構面         | 說明                          | 構面         | 說明                               |
| 可靠性        | 指服務執行的一致性和可依賴性。             | 可靠性        | 指可靠且正確提供服務承諾及執行的能力。              |
| 反應性        | 指服務人員提供服務的意願及速度。包括服務的即時性。   | 反應性        | 指服務人員提供服務的意願及幫助顧客即時服務的能力。        |
| 勝任性        | 指服務人員必須具備的技術與專業知識。          | 確實性        | 指服務人員具有專業表現(知識/禮貌)，能夠使顧客感到信賴與安心。 |
| 禮貌性        | 指服務人員有禮貌、尊重、體貼、友善地對待顧客。     |            |                                  |
| 信用性        | 能讓顧客信任該公司服務人員是誠實的。          |            |                                  |
| 安全性        | 讓顧客在接受服務時免於危險和疑慮。           |            |                                  |
| 溝通性        | 指以顧客能瞭解的訊息傳達並傾聽其意見。         | 關懷性        | 指對顧客提供的關心注意及個別服務，尊重顧客的權益。        |
| 接近性        | 指時間、地點的方便性，使顧客容易於接近且易於獲得服務。 |            |                                  |
| 瞭解性        | 對於顧客的需求能充分的知道與瞭解。           |            |                                  |
| 有形性        | 指服務的實體設備，人員儀表及提供服務的工具與設備。   | 有形性        | 指服務的實體設備，人員儀表及提供服務的工具與設備。        |

資料來源：Parasuraman Zeithaml & Berry (1988), Communication and Control Process in the Delivery of Service Quality, Journal of Marketing, Vol.52, pp35-48.

## 2.3 服務創新的定義及種類

關於創新的研究相當多，最早是由古典學派的經濟大師熊彼德 Schumpeter (1934)將創新定義為：將發明的事務，發展為社會可以接受可以具有商業交易價值之活動。他並認為創新是驅動經濟成長的主要動力，並且主張創新可以產生創造性破壞的效果，並因此驅動產業技術的更新，其亦指出創新並不是獨立事件，亦不會隨時間而平均分散，並認為創新會集中於某一些產業及環境，並非均勻地分散於整個經濟體系。

### 2.3.1 服務創新的定義

Betz(1993)指出，創造產品的新概念或新程序方法只能被視為「發明」，因為「創新」是必須要將新產品、程序或服務帶到市場上，並進而產生利益。Rogers、Allbritton(1995)主張凡是被個人或其他單位看作是新的思想、作法或事務都是算創新。Tidd, Bessant and Pavitt(2001)認為創新是企業將其所提供的產品、服務及方法予以重新設計或改良，使企業得以生存或成長的核心程序；企業透過產品創新、製程創新與服務創新可使企業獲得競爭優勢。廖偉伶(民 102)表示創新不只是新服務或新產品的開發成功，同時包含從小幅度到大幅度都能夠修正和改善現有的產品、服務和傳遞的系統的所有創新活動。Gadreey, Gllouj and Weinstein(1995)認為服務創新乃是提供顧客新的解決方案，它包括兩種主要的形式，首先是結合新問題或構想以形成新的問題解決方案，這些問題及解決方案因對市場及公司的新奇程度不同，可分為改良式創新與激進式創新；其次是解決同樣的問題，但以更有效率的方式解決，可能包括生產力、適當性或品質的提升。Bolton (1998)指出企業若擴增新的服務相關能力與技術，雖不一定使企業成功，但若使用得當，將可傳遞較高

的附加價值給消費者。Johne and Storey(1998)將服務創新定義為：服務產品之新發展，亦或組織及其相關環境之新概念、新工作、新目標。Kotler (2000)認為要不斷的創新，領導者不可足於現狀，必須時時在產品上創新，以達到降低成本或增加消費者服務。Gillouj (2002)將服務創新定義為：消費者在某些場所取得與原來認知之不同形式服務，亦即組織提供出與消費者以往消費經驗不同的服務就算達到服務創新。Gillouj (2002)也認為服務創新實際上是存在的，並且每一個人都曾經體驗過，例如：當旅行搭飛機時、在麥當勞吃東西時，或在某餐廳消費時等，只要在這些場所可以取得一些與原來不同形式的服務就算達到服務創新。因為服務業本身的定義就採取較為廣泛性的種類，所以服務新的方式有很多種。透過科技的進步可以帶動服務的創新，使服務的範圍更具彈性，或是使服務的成本降低，甚至是服務的提供更貼近顧客的個別需求或喜愛。例如：銀行提供的自動提款機(ATM)從原本只提供提款和轉帳匯款的服務到附設存錢、補存摺機等全方位的理財服務，這些服務創新增加顧客的便利性，創造出更多的潛在價值，使顧客更忠誠。林逸甄(民 93)表示服務創新實際上是來自產品創新的概念，和製造業最大的不同，在於其乃是以新方式提供服務，並非實體商品。

### 2.3.2 服務創新的種類

趙新銘(民 97)在針對服務創新、規範性評估、服務品質與顧客滿意度關係之研究中，認為服務創新除了新服務與新產品的成功開發，亦包括能夠修正和改善現有的產品、服務和傳遞的系統之所有創新活動，並對服務創新的衡量構面分為新服務的創新、新服務的效益兩大構面。

Voss (1992)表示衡量服務創新可以分為三類，包括：品質衡量、財務衡量以及競爭力衡量，說明如下：

品質衡量：是指服務的結果優於競爭對手、服務的經驗比競爭對手好等；財務衡量：是指降低成本、到達成本效率、獲得更高利潤等；競爭力衡量：是指帶給企業關鍵的競爭優勢、超越預估的市場佔有率目標、超出預定的顧客成長率等。廖偉伶(民 92)表示服務創新可以替組織帶來多重的利益，認為企業管理階層應該以財務準則予以衡量新服務和新產品開發，其他相關的量化衡量則包括銷售量和市場佔有率。

Hertog and Bilderbeek (1999)將服務創新區分為七大類型：其中不同類型之創新，組織所扮演的角色亦隨之不同，茲將說明如下：

#### 第一類：技術供應者驅動創新( Supplier-Dominated Innovation )

指服務業者的供應商/上游，扮演技術創新之角色，因此主要為硬體面創新。供應商提供新技術給服務業者，藉此實施及擴散創新技術，同時滿足顧客需求。

#### 第二類：服務本身創新( Innovatino Within Servece )

指服務業者提供的服務，因組織內部改革，進而發展新的服務內容，此類型服務創新可以包含技術面或非技術面，也有合併兩者所進行的創新。例如：餐廳以套餐方式提供給顧客選擇。

#### 第三類：顧客驅動創新( Client-Led Innovatino )

顧客驅動創新相較於其他創新類型是較具有多樣性的；服務者以顧客導向為中心，提供顧客需要的服務。在顧客方面可以區分為大眾市場( Mass Market )和個人化服務( Single Client )。大眾市場是指針對大部分顧客需求，提供合適的服務，而個人化服務是市場區隔中之最高層級。例如：大眾市場—顧客認為下車至餐廳購買餐點，有停車方面的困難與不便，因此餐廳提供免費停車服務( Drive Through )，加速顧客購買。個人化服務—餐廳對每個顧客的需求，提供不同的餐點，譬如：為糖尿病顧

客提供無糖飲食等。

#### 第四類：知識引導創新( Innovatino Through Services )

知識引導創新是服務提供者藉由投入知識資源至顧客組織中，多方面支持顧客組織創新，也就是所謂知識密集服務( Knowledge-Intensive Business Service, KIBS ) 的創新，譬如說管理顧問公司、法律顧問公司及資訊服務公司等均屬此類之創新。再者，餐廳提供企業營養諮詢服務，並且規劃企業員工健康餐點，亦屬知識引導創新。

#### 第五類：典範創新( Paradigmatic Innovatino)

此類型之創新是將外在環境之典範移轉至組織本身，最常見的是新技術轉移。例如餐廳加盟成為連鎖系統。

#### 第六類：內在功能面創新( Innovation in a Firm's Functino )

所有的服務業者必然有主要服務的項目，有時候也會包含此服務項目的創新。在製造業中，除了對主七的產品有一定的品質要求之外，也會進一步有創新計劃，例如售後服務以及顧客化服務的訓練課程；有越來越多的商品，藉著「服務」與競爭對手產生差異化，且提供顧客服務所產生的價值往往大過於售後商品。例如：有許多汽車業者，以永久保固服務吸引購車者，或是免費道路救援等，販售不再限於汽車本身，而是售後服務所帶來的價值。

#### 第七類：外包服務創新( Innovation in an Outsourced Service Function )

此類型之創新是將某些單位之工作外包給其他業者，使其服務更加專業、精緻及細膩。例如清潔人員之訓練及設備。

參考各學者過往之研究，本研究採用趙新銘(民 97)對於服務創新的見解，將服務創新定義為除了新服務與新產品的成功開發，亦包括能夠修正改善現有的產品、服務和傳遞的系統之所有創新活動。

## 2.4 服務品質與服務創新之相關研究

擁有良好的服務品質能提高顧客滿意度，服務品質對服務業而言，是吸引顧客上門消費的主要因素之一，而多數的研究均是針對運用在新產品開發的製造業上，時至今日，公部門已較能體認民眾即是顧客，服務品質也必須由民眾來決定(金玉珍，民 100)，並積極地滿足顧客需求，以符合公共服務的價值(林聖薇、林煜超、陳窗期，民 97)。

多數研究者大體上認為服務創新就是因應市場競爭者的增加，利潤的降低等窘境，而以新技術導向為基礎，發展出新創意與概念，並整合市場的需求，進而針對既有的實體產品與無形勞務進行改善與修訂(莊立民、段起祥，民 95)。

Lievens and Moenaert (2000)認為創新的特性亦可能是導致工作遂行不確定性的來源，創新的程度愈高，則對新服務開發能否成功的影響愈大。Parasurman et al. (1985)認為藉由實體產品品質引導出服務品質的概念，其認為顧客對服務的期望與實際接觸服務後的知覺，二者之間的差距，換言之，服務品質乃是顧客對服務預期心理與實際感受服務程度間比較而來的。廖偉伶(民 92)表示服務創新可以替組織帶來多重的利益，認為企業管理階層應該以財務準則予以衡量新服務和新產品開發，其他相關的量化衡量則包括銷售量和市場佔有率。

因此，服務創新的作為必須仰賴穩定優質的服務品質，才能實現「服務結果」的認知，顧客對「服務品質」才會呈現滿意的現象，如此，「服務品質」與「服務創新」的關係才可以為組織帶來多重利益。

## 第三章研究方法

本章共分為六小節，第一節是研究架構，第二節是研究假設，第三節是研究對象，第四節是研究工具，第五節研究方法與步驟以及第六節資料處理與分析。

本研究採用問卷調查方式進行，以口湖鄉戶政事務所洽公民眾為研究對象，以「服務品質」與「服務創新」問卷作為本研究之研究工具，進行蒐集資料工作且進一步分析處理，藉以瞭解口湖鄉戶政事務所服務品質與服務創新之關聯性，以及探討此兩者間是否隨著不同的民眾背景變項而有所改變，最後提出研究結論與建議。

### 3.1 研究架構

依第一章之研究動機與目的及第二章之參考文獻建構出本研究之理論架構及概念，主要是在探討口湖鄉戶政事務所服務品質與服務創新之關係。並結合研究問題及綜合文獻探討與分析，擬定本研究之研究架構如圖 3.1 所示。

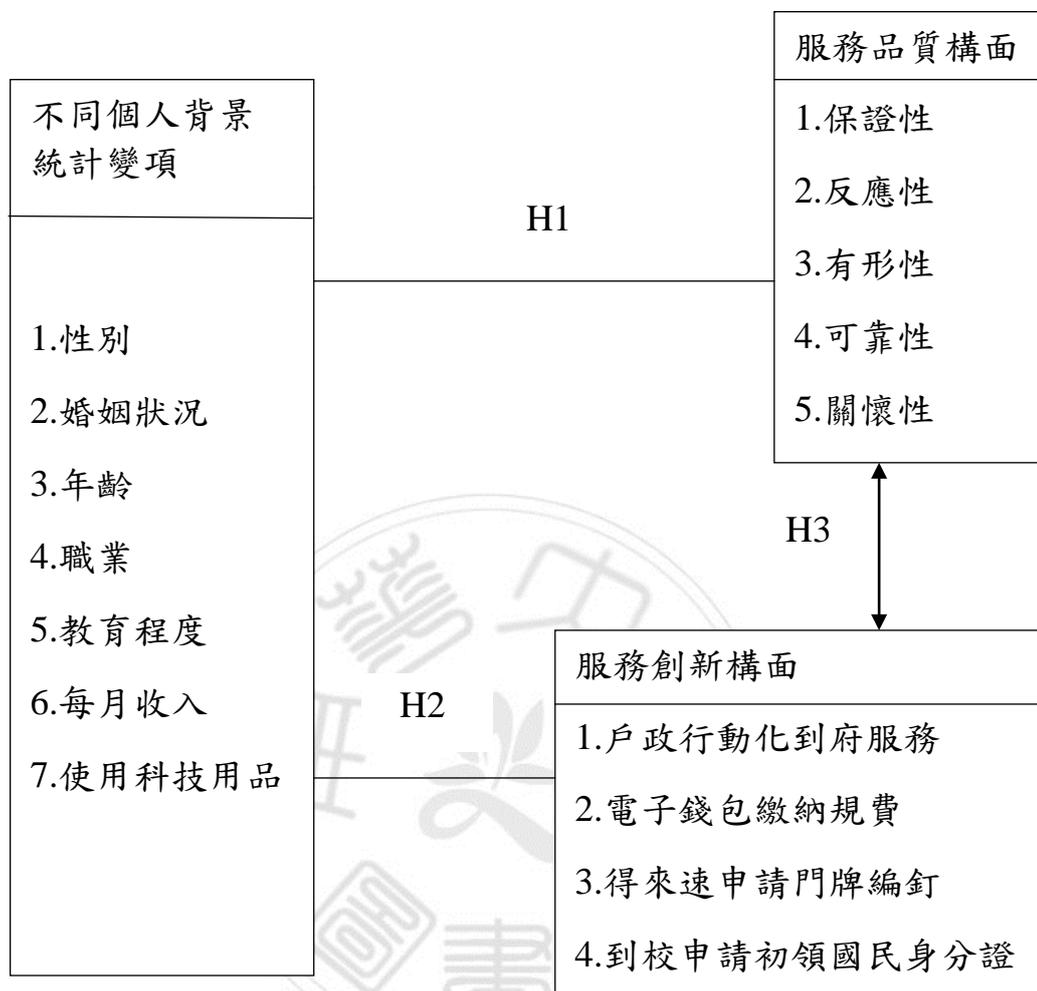


圖 3.1 研究架構圖

### 3.1.1 個人背景統計變項

本研究之個人背景資料包括：「性別」、「婚姻狀況」、「年齡」、「職業」、「教育程度」、「每月收入」及「使用科技用品」7 個題項。本研究擬探討以上 7 項個人背景統計變項與依變項「服務品質」及「服務創新」間是否有顯著差異。

### 3.1.2 服務品質

本研究服務品質之評量層面係主要依據 Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988) 三位學者所定義服務品質模式及 SERVQUAL 量表，針對戶政事務所服務品質的五個構面，分別為「保證性」、「反應性」、「有形性」、「可靠性」及「關懷性」等構面，其問卷項目共 22 題，並以李克特五點尺度量表衡量予以評分衡量作檢定與分析。本研究擬探討這些變數與依變項「服務品質」間是否有顯著之關係。

### 3.1.3 服務創新

本研究參考趙新銘(民 97)對於服務創新的見解，將創新服務新定義為除了新服務與新產品的成功開發，亦包括能夠修正及改善現有的產品、服務及傳遞的系統之所有創新活動。本問卷項目共 4 題並以李克特五點尺度量表衡量予以評分衡量。

## 3.2 研究假設

研究根據上述研究動機與目的，提出研究假設如下：

假設 1：不同背景變項之民眾對戶政事務所服務品質有顯著差異。

假設【1-1】：不同「性別」民眾對戶政事務所服務品質有顯著差異。

假設【1-2】：不同「婚姻狀況」民眾對戶政事務所服務品質有顯著差異。

假設【1-3】：不同「年齡」民眾對戶政事務所服務品質有顯著差異。

假設【1-4】：不同「職業」民眾對戶政事務所服務品質有顯著差異。

假設【1-5】：不同「教育程度」民眾對戶政事務所服務品質有顯著差異。

假設【1-6】：不同「每月收入」民眾對戶政事務所服務品質有顯著差異。

異。

假設【1-7】：不同「使用科技用品」民眾對戶政事務所服務品質有顯著差異。

假設 2：不同背景變項之民眾對戶政事務所服務創新有顯著差異。

假設【2-1】：不同「性別」民眾對戶政事務所服務創新有顯著差異。

假設【2-2】：不同「婚姻狀況」民眾對戶政事務所服務創新有顯著差異。

假設【2-3】：不同「年齡」民眾對戶政事務所服務創新有顯著差異。

假設【2-4】：不同「職業」民眾對戶政事務所服務創新有顯著差異。

假設【2-5】：不同「教育程度」民眾對戶政事務所服務創新有顯著差異。

假設【2-6】：不同「每月收入」民眾對戶政事務所服務創新有顯著差異。

假設【2-7】：不同「使用科技用品」民眾對戶政事務所服務創新有顯著差異。

假設 3：服務品質與服務創新有顯著相關。

假設【3-1】：服務品質的「保證性」與服務創新有顯著相關。

假設【3-2】：服務品質的「反應性」與服務創新有顯著相關。

假設【3-3】：服務品質的「有形性」與服務創新有顯著相關。

假設【3-4】：服務品質的「可靠性」與服務創新有顯著相關。

假設【3-5】：服務品質的「關懷性」與服務創新有顯著相關。

假設【3-6】：整體服務品質與服務創新有顯著相關。

### 3.3 研究對象

本研究係以民國 104 年 11 月 1 日至民 104 年 11 月 30 日前往雲林縣口湖鄉戶政事務所洽公民眾為問卷取樣對象，進行調查研究。惟因戶政事務所位處偏鄉，每日洽公民眾有限，採便利抽樣方式取樣，問卷取樣 150 人，如表 3.1 所示。

表3.1 雲林縣口湖鄉戶政事務所洽公民眾抽樣分配表

| 日期    | 抽樣人數 | 日期    | 抽樣人數 |
|-------|------|-------|------|
| 11/2  | 7    | 11/17 | 5    |
| 11/3  | 6    | 11/18 | 8    |
| 11/4  | 5    | 11/19 | 7    |
| 11/5  | 8    | 11/20 | 6    |
| 11/6  | 6    | 11/23 | 5    |
| 11/9  | 5    | 11/24 | 6    |
| 11/10 | 7    | 11/25 | 9    |
| 11/11 | 11   | 11/26 | 6    |
| 11/12 | 7    | 11/27 | 7    |
| 11/13 | 9    | 11/28 | 6    |
| 11/16 | 6    | 11/30 | 8    |
| 小計    | 77   | 小計    | 73   |
| 總計    | 150  |       |      |

資料來源：本研究整理

### 3.4 研究工具

本研究問卷其內容共分三部分，第一部分為服務品質問項，採 Parasuraman et al. (1988) 提出服務品質五構面與 SERVQUAL 量表中的 22 個問項為依據，研究者係引用「戶政機關之服務品質與民眾滿意度」(李素真，民 97) 之服務品質問項並取得問卷使用授權書(附錄一)此正式問卷服務品質計 22 項，本研究服務品質問項內容如表 3.2。其中保證性構面的 Cronbach's  $\alpha$  係數為 0.852；反應性構面的 Cronbach's  $\alpha$  係數為 0.839；有形性構面的 Cronbach's  $\alpha$  係數為 0.808；可靠性的 Cronbach's  $\alpha$  係數為 0.820；關懷性構面的 Cronbach's  $\alpha$  係數為 0.862；而整份問卷的 Cronbach's  $\alpha$  係數為 0.936。此份問除了本身信度良好之外，另有七位專家學者(五位大學教授、二位實務工作者)審查並提供修正意見後，方才定稿，足見本問卷信度與效度都俱佳。

本問卷採用李克特五點量表作為衡量尺度，將期望程度分為(非常不重要、不重要、普通、重要、非常重要)，給分方式依序為(1、2、3、4、5)；然實際感受程度也分為五級(非常不滿意、不滿意、普通、滿意、非常滿意)給分方式依序為(1、2、3、4、5)。

量表編修與制定過程與內容分別敘述如下：

表3.2本研究服務品質問項

| 衡量構面 | 本研究問卷之問項   | 問項設計之依據                   |
|------|--|---------------------------|
| 保證性  | 1.戶政事務所員工能提供完整的戶政資訊及各項申請流程和作業流程。<br>2.戶政事務所提供各項戶籍資料正確無誤。<br>3.戶政事務所均能依標準作業時程提供完善 | Parasuraman et al. (1988) |

表 3.2 本研究服務品質問項(續)

| 衡量構面 | 本研究問卷之問項  | 問項設計之依據                   |
|------|---|---------------------------|
|      | <p>服務。</p> <p>4.戶政事務所員工具有解決民眾疑惑的專業知能。</p> <p>5.戶政事務所員工充滿熱忱、親切有禮貌。</p>   |                           |
| 反應性  | <p>1.戶政事務所員工樂於協助民眾解決戶政相關問題。</p> <p>2.戶政事務所員工對民眾不同的需求，提供個別服務或協助。</p> <p>3.戶政事務所員工對反映意見均有圓滿的處理。</p> <p>4.戶政業務資訊化，申請各項戶籍登記手續相當簡易。</p>                                    | Parasuraman et al. (1988) |
| 有形性  | <p>1.戶政事務所的服裝儀容整潔得體大方。</p> <p>2.戶政事務所辦公環境整潔、有足夠空間服務民眾。</p> <p>3.戶政事務所走動式服務，態度有禮親切誠懇。</p> <p>4.戶政事務所提供民眾安心、滿意的服務。</p> <p>5.戶政事務所提供完善的服務平台與資訊(網路預約、到府服務、提供電腦設備...)。</p> | Parasuraman et al. (1988) |

表 3.2 本研究服務品質問項(續)

| 衡量構面 | 本研究問卷之問項  | 問項設計之依據                   |
|------|---|---------------------------|
| 可靠性  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1.戶政事務所員工辦理有關戶政業務總是正確無誤。</li> <li>2.戶政事務所提供彈性時間（如：中午不休息、例假日受理預約申請）以方便民眾洽公。</li> <li>3.戶政事務所員工具備執行職務的專業知識並能遵守戶政相關法令執行職務。</li> <li>4.戶政事務所堅持好還要更好的服務品質目標。</li> <li>5.無論民眾遭遇到任何問題，戶政事務所員工會熱忱地提供協助。</li> </ol> | Parasuraman et al. (1988) |
| 關懷性  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1.戶政事務所積極蒐集與採納民眾建言。</li> <li>2.戶政事務所員工會耐心傾聽民眾的問題，瞭解其需求並主動協助解決。</li> <li>3.戶政事務所員工受理申請案件態度親切，遇民眾有困難會主動協助解決。</li> </ol>  | Parasuraman et al. (1988) |

資料來源：本研究整理

第二部分為服務創新問項，本研究服務品質問項內容如表 3.3。首先對於戶政事務所提供行動化到府受理案件問項的 Cronbach's  $\alpha$  係數為

0.852；其次對於戶政事務所提供以電子錢包繳納規費方式問項的 Cronbach's  $\alpha$  係數為 0.839；再其次對於戶政事務所提供得來速電話申請門牌編釘問項的 Cronbach's  $\alpha$  係數為 0.808；最後對於戶政事務所提供到校申請初領國民身分證問項的 Cronbach's  $\alpha$  係數為 0.820。

表3.3本研究服務創新問項

| 各項服務創新的問項                   |
|-----------------------------|
| 1.對於戶政事務所提供行動化到府受理案件是否滿意。   |
| 2.對於戶政事務所提供以電子錢包繳納規費方式是否滿意。 |
| 3.對於戶政事務所提供得來速電話申請門牌編釘是否滿意。 |
| 4.對於戶政事務所提供到校申請初領國民身分證是否滿意。 |

資料來源：本研究整理

問卷第三部分為個人基本資料，此部分共有七個問項，包括性別、婚姻狀況、年齡、職業、教育程度、每月收入及使用科技用品等。

### 3.4.1 問卷之編製、實施與回收

#### 1.問卷編製

研究者係引用「戶政機關之服務品質與民眾滿意度」(李素真,民97)之服務品質問項並取得問卷使用授權書(附錄一)此正式問卷服務品質計22項,其中保證性構面的 Cronbach's  $\alpha$  係數為 0.852;反應性構面的 Cronbach's  $\alpha$  係數為 0.839;有形性構面的 Cronbach's  $\alpha$  係數為 0.808;可靠性的 Cronbach's  $\alpha$  係數為 0.820;關懷性構面的 Cronbach's  $\alpha$  係數為 0.862;而整份問卷的 Cronbach's  $\alpha$  係數為 0.936。此份問卷除了本身信度良好之外,另有七位專家學者(五位大學教授、二位實務工作者)審查並提供修正意見後,方才定稿,足見本問卷信度與效度都俱佳。

## 2.問卷實施與回收

本研究限於人力及經驗，因此整個問卷採用便利抽樣方式進行，並以民國 104 年 11 月 1 日至 104 年 11 月 30 日早上 9：00~12：00 及下午 14：00 及 17：00，前往口湖鄉戶政事務所洽公民眾為問卷取樣對象，發出 150 份問卷回收 150 份回收率達 100%，去除填答不完整無效問卷，於有效問卷 113 份，可用率達 75.33%。

### 3.4.2 資料處理與分析

為了將初級資料轉換成有效之資訊，本研究將回收之有效問卷編碼後，資料分析方法是變數衡量尺度及欲檢定的研究假設性質而定，本研究資料處理，係採用 IBM 公司 SPSS20.0 版統計軟體進行統計分析，使用資料分析方法如下：

#### 1.描述性統計分析 (Descriptive Statistics Analysis)

本研究針對樣本之性別、婚姻、年齡、職業、教育程度、每月收入及使用科技用品等基本資料變數，以樣本數、百分比、累計百分比等呈現樣本特性。

#### 2. t 檢定 (t-Test Analysis)

本研究針對人口統計變項中之性別、婚姻不同背景變項，採用 t-test 以檢定服務品質與服務創新間是否有顯著差異。

#### 3.單因子變異數分析 (One-way ANOVA Analysis)

採用 One-way ANOVA 單因子變異數分析，以不同背景變項之年齡、職業、教育程度、每月收入及使用科技用品等為自變項，服務品質與服務創新間各構面為依變項，探討隨著樣本特徵值的不同，是否會對於依變項之產生差異，若自變項與依變項之間達顯著水準，則進一步以雪費法(Scheffe)進行事後比較，確定樣本在那幾組間所表現

差異達顯著情形。

#### 4.皮爾森積差分析 (Pearson's Correlation)

本研究採用皮爾森積差分析以檢定服務品質構面對於雲林縣口湖鄉戶政事務所服務品質與服務創新構面間的相關與顯著情形。

本研究第四章將利用以上統計方法，配合 IBM 公司 SPSS 統計軟體 20.0 版進行資料分析。



## 第四章 研究結果與討論

本章針對問卷調查所得之資料進行統計分析與討論，以瞭解雲林縣口湖鄉戶政事務所服務品質與服務創新之關係。內容共分為四節，第一節樣本統計分析與整體表現情形；第二節不同背景變項與服務品質構面之分析；第三節不同背景變項與服務創新構面之分析；第四節服務品質與服務創新關係之分析。茲依各部份內容分述說明如下：

### 4.1 有效樣本統計分析與整體表現情形

#### 4.1.1 問卷樣本回收情形

本研究問卷所獲得 113 份有效回收問卷中，運用 SPSS20.0 統計套裝軟體，進行資料的整理與分析如表 4.1 所示，本研究樣本之個人背景基本資料包括性別、婚姻狀況、年齡、職業、教育程度、每月收入及使用科技用品等共七項，以次數分配及百分比對受測民眾之基本資料進行統計分析。

#### 4.1.2 不同背景變項統計分析

為瞭解本研究回收問卷樣本之個人基本資料特性，以下就有效受試樣本之「性別」、「婚姻狀況」、「年齡」、「職業」、「教育程度」、「每月收入」及「使用科技用品」等基本資料，以次數分配法加以歸納如下，以利說明研究對象樣本之分佈情形，以下整理如表 4.1。

##### 1.性別

依回收樣本之性別進行統計，「男性」之洽公民眾計有 63 人，佔總樣本數 55.8%；「女性」計有 50 人，佔 44.2%，顯示雲林縣口湖鄉戶政事

務所洽公民眾中以「男性」居多。

## 2.婚姻狀況

依回收樣本之婚姻狀況別進行統計，以婚姻狀況為「已婚」之雲林縣口湖鄉戶政事務所洽公民眾人數最多，計有 69 人，占總樣本數 61.1 %；婚姻狀況為「未婚」者，計有 44 人，占 38.9 %，顯示雲林縣口湖鄉戶政事務所洽公民眾以婚姻狀況為「已婚」者占大多數。

## 3.年齡

依回收樣本之年齡別進行統計，以年齡為「30~39 歲」之洽公民眾人數最多，計 36 人，占總樣本數 31.9 %；年齡為「20~29 歲」者次之，計有 28 人，占 24.8 %；年齡為「40~49 歲」者再次之，計有 22 人，占 19.5 %。顯示雲林縣口湖鄉戶政事務所洽公民眾中以之年齡以「30~39 歲」者居多。

## 4.職業

依回收樣本之職業別進行統計，以職業為「軍公教」之洽公民眾人數最多，計 40 人，占總樣本數 35.4 %；職業為「工商服務業」者次之，計有 35 人，占 31.0 %；職業為「其他」者再次之，計有 23 人，占 20.4 %；職業為「農林漁牧業」者最少，僅有 15 人，佔 13.3 %。顯示雲林縣口湖鄉戶政事務所洽公民眾中之職業以「軍公教」者居多。

## 5.教育程度

依回收樣本之教育程度別進行統計，其中以教育程度為「大學」之洽公民眾人數最多，計有 35 人，占總樣本數 31.0 %；教育程度為「高中(職)」者次之，計有 35 人，占 31.0 %；教育程度為「國中(含)以下」者再次之，計有 14 人，占 12.4 %。顯示雲林縣口湖鄉戶政事務所洽公民眾中之職業以，以教育程度為「大學」者占大多數。

## 6.每月收入

依回收樣本之每月收入況別進行統計，以每月收入為「20,001~40,000元」之洽公民眾人數最多，計有 55 人，占總樣本數 48.7 %；「40,001~70,000 元以上」者次之，計有 37 人，占 32.7 %；「20,000 元以下」者最少，僅有 21 人，占 18.6 %。顯示雲林縣口湖鄉戶政事務所洽公民眾中，每月收收入以「20,001~40,000 元」以占大多數。

## 7.使用科技用品

依回收樣本之使用科技用品別進行統計，以使用「智慧型手機」之洽公民眾人數最多，計有 74 人，佔總樣本數 65.5 %；使用「(平板)電腦」計有 21 人，佔 18.6 %，顯示雲林縣口湖鄉戶政事務所洽公民眾中，以使用「智慧型手機」占大多數。

表4.1 有效問卷樣本之統計分析表

| 背景變項   | 選項別               | 樣本數 | 百分比(%) |
|--------|-------------------|-----|--------|
| 性別     | 男性                | 63  | 55.8   |
|        | 女性                | 50  | 44.2   |
| 婚姻狀況   | 已婚                | 69  | 61.1   |
|        | 未婚                | 44  | 38.9   |
| 年齡     | 29歲以下             | 28  | 24.8   |
|        | 30-39歲            | 36  | 31.9   |
|        | 40-49歲            | 22  | 19.5   |
|        | 50-59歲            | 19  | 16.8   |
|        | 60歲(含)以上          | 8   | 7.1    |
| 職業     | 軍公教               | 40  | 35.4   |
|        | 農林漁牧              | 15  | 13.3   |
|        | 工商服務業             | 35  | 31.0   |
|        | 其他                | 23  | 20.4   |
| 教育程度   | 國中(含)以下           | 14  | 12.4   |
|        | 高中(職)             | 35  | 31.0   |
|        | 大專                | 18  | 15.9   |
|        | 大學                | 35  | 31.0   |
|        | 研究所(含)以上          | 11  | 9.7    |
| 每月收入   | 20,000元(含)以下      | 21  | 18.6   |
|        | 20,001元~40,000元   | 55  | 48.7   |
|        | 40,001元~70,000元以上 | 37  | 32.7   |
|        | 無                 | 11  | 9.7    |
| 使用科技用品 | 智慧型手機             | 74  | 65.5   |
|        | (平板)電腦            | 21  | 18.6   |
|        | 雲端服務              | 7   | 6.2    |

資料來源：本研究整理

## 4.2 不同背景變項與服務品質構面之分析

本節利用 t 檢定與單因子變異數分析，對不同背景變項的民眾對戶政事務所服務品質各構面差異之分析，並針對假設 1 提出驗證，其中個人背景變項包含性別、婚姻狀況、年齡、職業、教育程度、每月收入及使用科技用品等七種為自變項。服務品質各構面為依變項，統計結果分析如下：

H1：不同個人背景統計變項對戶政事務所服務品質構面有顯著差異。

(1) 驗證假設 1-1：不同「性別」民眾對戶政事務所服務品質有顯著差異。

本部份以受訪民眾的性別為自變項，以服務品質五個構面為依變項，進行 t 檢定，其分析結果整理如表 4.2 所示：

表4.2 不同性別民眾對服務品質構面的平均數、標準差及t檢定

| 構面  | 性別 | 題數 | 平均數   | 標準差   | t 值   | P 值                |
|-----|----|----|-------|-------|-------|--------------------|
| 保證性 | 男  | 5  | 4.146 | 0.576 | 0.495 | 0.622              |
|     | 女  |    | 4.092 | 0.577 |       |                    |
| 反應性 | 男  | 4  | 4.142 | 0.603 | 0.755 | 0.452              |
|     | 女  |    | 4.060 | 0.559 |       |                    |
| 有形性 | 男  | 5  | 4.098 | 0.635 | 1.286 | 0.201              |
|     | 女  |    | 3.948 | 0.603 |       |                    |
| 可靠性 | 男  | 5  | 4.209 | 0.539 | 1.724 | 0.088 <sup>+</sup> |
|     | 女  |    | 4.028 | 0.568 |       |                    |
| 關懷性 | 男  | 3  | 4.227 | 0.624 | 1.410 | 0.162              |
|     | 女  |    | 4.046 | 0.715 |       |                    |

註：P 值>0.05，但小於 0.1；P<sup>+</sup><0.1 接近顯著。

資料來源：本研究整理

- (a) 在「保證性」構面：不同性別民眾對戶政事務所服務品質構面認知並無顯著差異（t 值為 0.495，P>0.05），顯示民眾並非因性別不同，而在保證性構面看法上有所差異。

- (b) 在「反應性」構面：不同性別民眾對戶政事務所服務品質構面認知並無顯著差異（t 值為 0.755， $P>0.05$ ），顯示民眾並非因性別不同，而在反應性構面看法上有所差異。
- (c) 在「有形性」構面：不同性別民眾對戶政事務所服務品質構面認知並無顯著差異（t 值為 1.286， $P>0.05$ ），顯示民眾並非因性別不同，而在有形性構面看法上有所差異。
- (d) 在「可靠性」構面：不同性別民眾對戶政事務所服務品質構面並無顯著差異（t 值為 1.724， $P>0.05$ ，但小於 0.1 接近顯著），顯示民眾因性別不同，而在可靠性構面看法上接近顯著。
- (e) 在「關懷性」構面：不同性別民眾對戶政事務所服務品質構面認知並無顯著差異（t 值為 1.410， $P>0.05$ ），顯示民眾並非因性別不同，而在關懷性構面看法上有所差異。

綜合上述，男性在戶政事務所服務品質各構面之平均數都高於女性，但保證性、反應性、有形性、關懷性認同度之差異未達顯著水準，然可靠性認同度之差異接近顯著，因此驗證假設 1：假設 1-1「不同性別民眾對戶政事務所服務品質構面有顯著差異」，男性在可靠性構面接近假設。

(2) 驗證假設 1-2：不同婚姻狀況民眾對戶政事務所服務品質構面有顯著差異。

本部份以受訪民眾婚姻狀況為自變項，而以服務品質五個構面為依變項，進行 t 檢定，其分析結果整理如表 4.3 所示：

表4.3不同婚姻狀況民眾對服務品質構面認知的平均數、標準差及t檢定

| 構面  | 婚姻   | 題數 | 平均數   | 標準差   | t 值    | P 值   |
|-----|------|----|-------|-------|--------|-------|
| 保證性 | a.已婚 | 5  | 4.136 | 0.574 | 0.325  | 0.746 |
|     | b.未婚 |    | 4.100 | 0.581 |        |       |
| 反應性 | a.已婚 | 4  | 4.078 | 0.578 | -0.598 | 0.511 |
|     | b.未婚 |    | 4.148 | 0.596 |        |       |
| 有形性 | a.已婚 | 5  | 4.055 | 0.562 | 0.494  | 0.622 |
|     | b.未婚 |    | 4.000 | 0.713 |        |       |
| 可靠性 | a.已婚 | 5  | 4.139 | 0.547 | 0.233  | 0.816 |
|     | b.未婚 |    | 4.114 | 0.579 |        |       |
| 關懷性 | a.已婚 | 3  | 4.155 | 0.663 | 0.139  | 0.889 |
|     | b.未婚 |    | 4.136 | 0.687 |        |       |

註：P 值>0.05，但小於 0.1；P<sup>+</sup><0.1 接近顯著。

資料來源：本研究整理

- (a) 在「保證性」構面：不同婚姻狀況民眾對戶政事務所服務品質構面認知並無顯著差異（t 值為 0.450，P>0.05），顯示民眾並非因婚姻狀況不同，而在保證性構面看法上有所差異。
- (b) 在「反應性」構面：不同婚姻狀況民眾對戶政事務所服務品質構面認知並無顯著差異（t 值為-0.300，P>0.05），顯示民眾並非因婚姻狀況不同，而在反應性構面看法上有所差異。
- (c) 在「有形性」構面：不同婚姻狀況民眾對戶政事務所服務品質構面認知並無顯著差異（t 值為 0.700，P>0.05），顯示民眾並非因婚姻狀況不同，而在有形性構面看法上有所差異。
- (d) 在「可靠性」構面：不同婚姻狀況民眾對戶政事務所服務品質構面認知並無顯著差異（t 值為 0.578，P>0.05），顯示民眾並非因婚姻狀況不同，而在可靠性構面看法上有所差異。
- (e) 在「關懷性」構面：不同婚姻狀況民眾對戶政事務所服務品質構

面認知並無顯著差異 (t 值為 0.423,  $P>0.05$ )，顯示民眾並非因婚姻狀況不同，而在關懷性構面看法上有所差異。

綜合上述，已婚在戶政事務所服務品質各構面之平均數都高於未婚，但認同度之差異未達顯著水準，因此驗證假設 1：假設 1-2「不同婚姻狀況民眾對戶政事務所服務品質構面有顯著差異」之假設不成立。

(3) 驗證假設 1-3：不同年齡民眾對戶政事務所服務品質構面認知有顯著差異。

本部份以受訪民眾的年齡為自變項，而以服務品質五個構面為依變項，進行單因子變異數分析及事後比較，其分析結果整理如表 4.4 所示：

表4.4不同年齡民眾對服務品質構面認知的變異分析

| 類別<br>\<br>平均數<br>\<br>構面 | 1<br>29歲以<br>下<br>N=28 | 2<br>30-39<br>歲<br>N=36 | 3<br>40-49<br>歲<br>N=22 | 4<br>50-59<br>歲<br>N=19 | 5<br>60歲以<br>上 N=8 | F 值   | P 值   |
|---------------------------|------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|--------------------|-------|-------|
| 保證性                       | 4.007                  | 4.172                   | 4.163                   | 4.157                   | 4.100              | 0.390 | 0.815 |
| 反應性                       | 3.946                  | 4.284                   | 4.056                   | 4.078                   | 4.062              | 1.453 | 0.222 |
| 有形性                       | 3.935                  | 4.105                   | 3.990                   | 4.031                   | 4.150              | 0.380 | 0.823 |
| 可靠性                       | 3.971                  | 4.216                   | 4.127                   | 4.105                   | 4.350              | 1.110 | 0.356 |
| 關懷性                       | 4.178                  | 4.203                   | 4.121                   | 4.035                   | 4.125              | 0.217 | 0.929 |

註：P 值 $>0.05$ ，但小於 0.1； $P^+<0.1$  接近顯著。

資料來源：本研究整理

(a) 在「保證性」構面：不同年齡的受訪民眾對戶政事務所服務品質構面之滿意度無顯著差異 (F 值為 0.390,  $P>0.05$ )，顯示民眾並非因年齡不同，而在保證性構面上有所差異。

(b) 在「反應性」構面：不同年齡的受訪民眾對戶政事務所服務品質

構面無顯著差異 (F 值為 1.453,  $P>0.05$ )，顯示民眾並非因年齡不同，而在反應性構面上有所差異。

- (c) 在「有形性」構面：不同年齡的受訪民眾對戶政事務所服務品質構面無顯著差異 (F 值為 0.380,  $P>0.05$ )，顯示民眾並非因年齡不同，而在有形性構面上有所差異。
- (d) 在「可靠性」構面：不同年齡的受訪民眾對戶政事務所服務品質構面無顯著差異 (F 值為 1.110,  $P>0.05$ )，顯示民眾並非因年齡不同，而在可靠性構面上有所差異。
- (e) 在「關懷性」構面：不同年齡的受訪民眾對戶政事務所服務品質構面無顯著差異 (F 值為 0.217,  $P>0.05$ )，顯示民眾並非因年齡不同，而在關懷性構面上有所差異。

綜合上述，不同年齡的受訪民眾對戶政事務所服務品質於保證性、反應性、有形性、可靠性、關懷性等 5 個構面滿意度無顯著差異，因此驗證假設 1：假設 1-3「不同年齡民眾對戶政事務所服務品質構面有顯著差異」之假設不成立。

- (4) 驗證假設 1-4：不同職業民眾對戶政事務所服務品質各構面之有顯著差異。

表4.5不同職業民眾對服務品質構面滿意度的變異數分析摘要表

| 類別<br>\<br>平均數<br>\<br>構面 | 1           | 2                | 3                 | 4          | F 值   | P 值   |
|---------------------------|-------------|------------------|-------------------|------------|-------|-------|
|                           | 軍公教<br>N=40 | 農林漁<br>牧<br>N=15 | 工商服<br>務業<br>N=35 | 其他<br>N=23 |       |       |
| 保證性                       | 4.175       | 4.120            | 3.977             | 4.252      | 1.256 | 0.293 |
| 反應性                       | 4.138       | 4.083            | 4.093             | 4.087      | 0.059 | 0.981 |
| 有形性                       | 4.110       | 3.973            | 3.920             | 4.104      | 0.728 | 0.537 |
| 可靠性                       | 4.235       | 4.067            | 4.000             | 4.183      | 1.249 | 0.296 |
| 關懷性                       | 4.175       | 4.178            | 4.048             | 4.232      | 0.408 | 0.748 |

註：P 值 $>0.05$ ，但小於 0.1； $P^+<0.1$  接近顯著。

資料來源：本研究整理

- (a) 在「保證性」構面：不同職業的受訪民眾對戶政事務所服務品質構面無顯著差異（F 值為 1.256， $P>0.05$ ），顯示民眾並非因職業不同，而在保證性構面服務品質上有所差異。
- (b) 在「反應性」構面：不同職業的受訪民眾對戶政事務所服務品質構面無顯著差異（F 值為 0.059， $P>0.05$ ），顯示民眾並非因職業不同，而在反應性構面滿意度上有所差異。
- (c) 在「有形性」構面：不同職業的受訪民眾對戶政事務所服務品質構面有顯著差異（F 值為 0.728， $P>0.05$ ），顯示民眾並非因職業不同，而在有形性構面上有所差異。
- (d) 在「可靠性」構面：不同職業的受訪民眾對戶政事務所服務品質構面無顯著差異（F 值為 1.249， $P>0.05$ ），顯示民眾並非因職業不同，而在可靠性構面上有所差異。
- (e) 在「關懷性」構面：不同職業的受訪民眾對戶政事務所服務品質構面無顯著差異（F 值為 0.408， $P>0.05$ ），顯示民眾並非因職業不同，而在關懷性構面上有所差異。

綜合上述，不同職業的受訪民眾對戶政事務所服務品質於保證性、反應性、有形性、可靠性、關懷性等 5 個構面無顯著差異，因此驗證假設 1：假設 1-4「不同職業民眾對戶政事務所服務品質構面有顯著差異」之假設不成立。

(5) 驗證假設 1-5：不同教育程度民眾對戶政事務所服務品質各構面有顯著差異。

本部份以受訪民眾的教育程度為自變項，而以服務品質五個構面為依變項，進行單因子變異數分析及事後比較，其分析結果整理如表 4.6 所示：

表4.6不同教育程度民眾對服務品質構面認知的變異數分析摘要表

| 類別<br>\<br>平均數<br>\<br>構面 | 1          | 2           | 3          | 4          | 5                  | F 值   | P 值   |
|---------------------------|------------|-------------|------------|------------|--------------------|-------|-------|
|                           | 國中<br>N=14 | 高中職<br>N=35 | 大專<br>N=18 | 大學<br>N=35 | 研究所<br>含以上<br>N=11 |       |       |
| 保證性                       | 3.929      | 4.069       | 4.189      | 4.200      | 4.182              | 0.717 | 0.582 |
| 反應性                       | 3.857      | 4.086       | 4.306      | 4.079      | 4.250              | 1.380 | 0.246 |
| 有形性                       | 4.000      | 3.851       | 4.144      | 4.149      | 4.091              | 1.232 | 0.302 |
| 可靠性                       | 4.029      | 4.029       | 4.144      | 4.194      | 4.346              | 0.934 | 0.447 |
| 關懷性                       | 3.881      | 4.067       | 4.167      | 4.324      | 4.152              | 1.307 | 0.272 |

註：P 值 $>0.05$ ，但小於 0.1；P $^+<0.1$  接近顯著。

資料來源：本研究整理

(a) 在「保證性」構面：不同教育程度民眾對戶政事務所服務品質構面認知並無顯著差異 (F 值為 0.717,  $P>0.05$ )，顯示民眾並非因教育程度不同，而在保證性構面看法上有所差異。

(b) 在「反應性」構面：不同教育程度民眾對戶政事務所服務品質構

面認知並無顯著差異 (F 值為 1.380,  $P>0.05$ )，顯示民眾並非因教育程度不同，而在反應性構面看法上有所差異。

- (c) 在「有形性」構面：不同教育程度民眾對戶政事務所服務品質構面認知並無顯著差異 (F 值為 1.232,  $P>0.05$ )，顯示民眾並非因教育程度不同，而在有形性構面看法上有所差異。
- (d) 在「可靠性」構面：不同教育程度民眾對戶政事務所服務品質構面認知並無顯著差異 (F 值為 0.934,  $P>0.05$ )，顯示民眾並非因教育程度不同，而在可靠性構面看法上有所差異。
- (e) 在「關懷性」構面：不同教育程度民眾對戶政事務所服務品質構面認知並無顯著差異 (F 值為 1.307,  $P>0.05$ )，顯示民眾並非因教育程度不同，而在關懷性構面看法上有所差異。

綜合上述，不同教育程度民眾對於戶政事務所服務品質各構面之認知並無顯著差異，因此驗證假設 1：假設 1-5「不同教育程度民眾對戶政事務所服務品質構面認知有顯著差異」之假設不成立。

- (6) 驗證假設 1-6：不同每月收入民眾對戶政事務所服務品質各構面有顯著差異。

本部份以受訪民眾的每月收入為自變項，而以服務品質五個構面為依變項，進行單因子變異數分析及事後比較，其分析結果整理如表 4.7 所示：

表4.7不同每月收入民眾對服務品質構面的變異數分析摘要表

| 類別<br>\<br>平均數<br>\<br>構面 | 1                     | 2                         | 3                         | F 值   | P 值                |
|---------------------------|-----------------------|---------------------------|---------------------------|-------|--------------------|
|                           | 20,000 以<br>下<br>N=21 | 20,000-40,<br>000<br>N=55 | 40,001-70,<br>000<br>N=37 |       |                    |
| 保證性                       | 4.133                 | 4.029                     | 4.254                     | 1.721 | 0.184              |
| 反應性                       | 4.060                 | 4.059                     | 4.203                     | 0.750 | 0.475              |
| 有形性                       | 4.000                 | 3.960                     | 4.157                     | 1.139 | 0.324              |
| 可靠性                       | 4.105                 | 4.026                     | 4.297                     | 2.738 | 0.069 <sup>+</sup> |
| 關懷性                       | 4.111                 | 4.164                     | 4.144                     | 0.047 | 0.954              |

註： P 值>0.05，但小於 0.1；P<sup>+</sup><0.1 接近顯著。

資料來源：本研究整理

- (a) 在「保證性」構面：不同每月收入民眾對戶政事務所服務品質構面認知並無顯著差異（F 值為 0.805，P>0.05），顯示民眾並非因每月收入不同，而在保證性構面看法上有所差異。
- (b) 在「反應性」構面：不同每月收入民眾對戶政事務所服務品質構面認知並無顯著差異（F 值為 0.542，P>0.05），顯示民眾並非因每月收入不同，而在反應性構面看法上有所差異。
- (c) 在「有形性」構面：不同每月收入民眾對戶政事務所服務品質構面認知並無顯著差異（F 值為 0.405，P>0.05），顯示民眾並非因每月收入不同，而在有形性構面看法上有所差異。
- (d) 在「可靠性」構面：不同每月收入民眾對戶政事務所服務品質構面認知並無顯著差異（F 值為 1.426，P>0.05 但小於 0.1 接近顯著），顯示民眾因每月收入不同，而在可靠性構面看法上接近顯著。
- (e) 在「關懷性」構面：不同每月收入民眾對戶政事務所服務品質構面認知並無顯著差異（F 值為 0.222，P>0.05），顯示民眾並非因每月收入不同，而在關懷性構面看法上有所差異。

綜合上述，不同每月收入民眾對於戶政事務所服務品質的保證性、反應性、有形性及關懷性等構面之認知並無顯著差異，然可靠性認同度之差異接近顯著，因此驗證假設 1：假設 1-6「不同每月收入民眾對戶政事務所服務品質構面認知有顯著差異」之假設，不同每月收入民眾在可靠性構面接近顯著。

(7) 驗證假設 1-7：不同使用科技用品民眾對戶政事務所服務品質各構面有顯著差異。

本部份以受訪民眾使用科技用品民眾為自變項，而以服務品質五個構面為依變項，進行單因子變異數分析及事後比較，其分析結果整理如表 4.8 所示：

表4.8使用科技用品民眾對服務品質構面認知滿意度的變異數分析摘要表

| 類別<br>\<br>平均數<br>\<br>構面 | 1<br><br>無<br>N=11 | 2<br><br>智慧型<br>手機<br>N=74 | 3<br><br>(平板)電<br>腦 N=21 | 4<br><br>雲端服<br>務<br>N=7 | F 值   | P 值   |
|---------------------------|--------------------|----------------------------|--------------------------|--------------------------|-------|-------|
| 保證性                       | 4.055              | 4.065                      | 4.286                    | 4.343                    | 1.214 | 0.308 |
| 反應性                       | 3.932              | 4.149                      | 4.048                    | 4.107                    | 0.522 | 0.668 |
| 有形性                       | 3.982              | 4.030                      | 4.067                    | 4.029                    | 0.045 | 0.987 |
| 可靠性                       | 4.164              | 4.111                      | 4.219                    | 4.000                    | 0.342 | 0.795 |
| 關懷性                       | 4.000              | 4.189                      | 4.191                    | 3.810                    | 0.894 | 0.447 |

註：P 值>0.05，但小於 0.1；P<sup>+</sup><0.1 接近顯著。

- (a) 在「保證性」構面：不同使用科技用品民眾對戶政事務所服務品質構面認知並無顯著差異（F 值為 1.214，P>0.05），顯示民眾並非因使用科技不同，而在保證性構面看法上有所差異。
- (b) 在「反應性」構面：不同使用科技用品民眾對戶政事務所服務品

質構面認知並無顯著差異 (F 值為 0.522,  $P>0.05$ )，顯示民眾並非因使用科技不同，而在反應性構面看法上有所差異。

- (c) 在「有形性」構面：不同使用科技用品民眾對戶政事務所服務品質構面認知並無顯著差異 (F 值為 0.045,  $P>0.05$ )，顯示民眾並非因使用科技不同，而在有形性構面看法上有所差異。
- (d) 在「可靠性」構面：不同使用科技用品民眾對戶政事務所服務品質構面認知並無顯著差異 (F 值為 0.342,  $P>0.05$ )，顯示民眾並非因使用科技不同，而在可靠性構面看法上有所差異。
- (e) 在「關懷性」構面：不同使用科技用品民眾對戶政事務所服務品質構面認知並無顯著差異 (F 值為 0.894,  $P>0.05$ )，顯示民眾並非因使用科技不同，而在關懷性構面看法上有所差異。

綜合上述，不同使用科技用品民眾對於戶政事務所服務品質各構面之認知並無顯著差異，因此驗證假設 1：假設 1-7「不同每月收入民眾對戶政事務所服務品質構面認知有顯著差異」之假設不成立。

#### 4.3 不同背景變項與服務創新構面之分析

本節利用 t 檢定與單因子變異數分析，對不同背景變項的民眾對戶政事務所服務創新各構面認知差異之分析，並針對假設 2 提出驗證，其中個人背景變項包含性別、婚姻狀況、年齡、職業、教育程度、每月收入及使用科技用品等七種為自變項。統計結果分析如下：

H2：不同背景變項之民眾對戶政事務所服務創新有顯著差異。

- (1) 驗證假設 2-1：不同「性別」民眾對戶政事務所服務創新有顯著差異。

本部份以受訪民眾的性別為自變項，以服務創新五個構面為依變項，進行 t 檢定，其分析結果整理如表 4.9 表所示：

表4.9不同性別民眾對服務創新構面認知的平均數、標準差及t檢定摘要表

| 量表(層<br>面)名稱 | 性別 | 題數 | 平均數   | 標準差   | t 值   | P 值   |
|--------------|----|----|-------|-------|-------|-------|
| 服務創新         | 男  | 5  | 4.056 | 0.600 | 0.141 | 1.483 |
|              | 女  |    | 3.885 | 0.613 |       |       |

資料來源：本研究整理

在服務創新構面：不同性別民眾對戶政事務所服務創新構面認知並無顯著差異（t 值為 0.141， $P>0.05$ ），顯示民眾並非因性別不同，而在創新構面看法上有所差異。

（2）驗證假設 2-2：不同「婚姻狀況」民眾對戶政事務所服務創新有顯著差異。

表4.10不同婚姻狀況民眾對服務創新構面認知的平均數、標準差及t檢定摘要表

| 構面   | 婚姻    | 題數 | 平均數   | 標準差   | t 值   | P 值   |
|------|-------|----|-------|-------|-------|-------|
| 服務創新 | a. 已婚 | 5  | 4.015 | 0.591 | 0.738 | 0.738 |
|      | b. 未婚 |    | 3.926 | 0.639 |       |       |

資料來源：本研究整理

在服務創新構面：不同婚姻狀況民眾對戶政事務所服務創新構面認知並無顯著差異（t 值為 0.738， $P>0.05$ ），顯示民眾並非因婚姻狀況不同，而在服務創新構面看法上有所差異。

（3）驗證假設 2-3：不同「年齡」民眾對戶政事務所服務創新有顯著差異。

表4.11不同年齡民眾對服務創新構面認知的變異數分析摘要表

| 類別<br>平均數<br>構面 | 1                  | 2                  | 3                  | 4                  | 5                 | F 值   | P 值   |
|-----------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|-------------------|-------|-------|
| 服務<br>創新        | 29 歲以<br>下<br>N=28 | 30-39<br>歲<br>N=36 | 40-49<br>歲<br>N=22 | 50-59<br>歲<br>N=19 | 60 歲<br>以上<br>N=8 | 1.376 | 0.247 |

資料來源：本研究整理

在服務創新構面：不同年齡狀況民眾對戶政事務所服務創新構面認知並無顯著差異(F 值為 1.376,  $P>0.05$ )，顯示民眾並非因年齡狀況不同，而在服務創新構面看法上有所差異。

(4) 驗證假設 2-4：不同「職業」民眾對戶政事務所服務創新有顯著差異。

表4.12不同職業之民眾對服務創新構面認知的變異數分析摘要表

| 類別<br>平均數<br>構面 | 1           | 2                | 3                 | 4          | F 值   | P 值   |
|-----------------|-------------|------------------|-------------------|------------|-------|-------|
| 服務<br>創新        | 軍公教<br>N=40 | 農林漁<br>牧<br>N=15 | 工商服<br>務業<br>N=35 | 其他<br>N=23 | 1.564 | 0.202 |

資料來源：本研究整理

在服務創新構面：不同職業狀況民眾對戶政事務所服務創新構面認知並無顯著差異(F 值為 1.564,  $P>0.05$ )，顯示民眾並非因職業狀況不同，而在服務創新構面看法上有所差異。

(5) 驗證假設 2-5：不同「教育程度」民眾對戶政事務所服務創新有顯

著差異。

表4.13不同教育程度民眾對服務創新構面認知的變異數分析摘要表

| 類別<br>\<br>平均數<br>\<br>構面 | 1          | 2               | 3          | 4          | 5                      | F 值   | P 值   |
|---------------------------|------------|-----------------|------------|------------|------------------------|-------|-------|
|                           | 國中<br>N=14 | 高中<br>職<br>N=35 | 大專<br>N=18 | 大學<br>N=35 | 研究<br>所含<br>以上<br>N=11 |       |       |
| 服務<br>創新                  | 3.804      | 3.879           | 4.125      | 4.014      | 4.182                  | 1.127 | 0.348 |

資料來源：本研究整理

在服務創新構面：不同教育程度民眾對戶政事務所服務創新構面認知並無顯著差異(F 值為 1.127,  $P>0.05$ )，顯示民眾並非因教育程度不同，而在服務創新構面看法上有所差異。

(6) 驗證假設 2-6：不同「每月收入」民眾對戶政事務所服務創新有顯著差異。

表4.14不同每月收入民眾對服務創新構面認知的變異數分析摘要表

| 類別<br>\<br>平均數<br>\<br>構面 | 1                    | 2                         | 3                         | F 值    | P 值   | Scheffe |
|---------------------------|----------------------|---------------------------|---------------------------|--------|-------|---------|
|                           | 20,000<br>以下<br>N=21 | 20,001-4<br>0,000<br>N=55 | 40,001-7<br>0,000<br>N=37 |        |       |         |
| 服務<br>創新                  | 3.881                | 3.873                     | 4.196                     | 3.621* | 0.030 | 3>2     |

資料來源：本研究整理

在服務創新構面：不同每月收入民眾對戶政事務所服務創新構面認知有顯著差異 (t 值為 3.621,  $P<0.05$ )，顯示民眾因每月收入不同，而在服務創新構面看法上有所差異，經採雪費法 (Scheffe's Method)，發現類

別 2：40,001 元-70,000 元和類別 3：40,001-70,000 元以上有兩組間之平均數差異值達到顯著，因此本研究認為收入較高的民眾對於戶政事務所提供的服務項新服務（行動化到府服務、電子錢包繳納規費、得來速電話申請門牌編釘、到校申請初領國民身分證）有較高的滿意度，可能是那些服務有助於更快速的解決他們的需求。

(7) 驗證假設 2-7：不同「使用科技用品」民眾對戶政事務所服務創新有顯著差異。

表 4.15 不同使用科技用品民眾對服務創新構面認知的變異數分析摘要表

| 類別<br>\<br>平均數<br>\<br>構面 | 1         | 2                     | 3                  | 4               | F 值   | P 值   |
|---------------------------|-----------|-----------------------|--------------------|-----------------|-------|-------|
| 服務<br>創新                  | 無<br>N=11 | 智慧<br>型手<br>機<br>N=74 | (平板)<br>電腦<br>N=21 | 雲端<br>服務<br>N=7 | 0.688 | 0.561 |

資料來源：本研究整理

在服務創新構面：不同使用科技用品民眾對戶政事務所服務創新構面認知並無顯著差異（F 值為 0.688， $P>0.05$ ），顯示民眾並非因使用科技用品不同，而在服務創新構面看法上有所差異。

#### 4.4 服務品質與服務創新關係之分析

本研究以皮爾森積差相關分析方法（Pearson's Correlation），檢定服務品質與服務創新之關聯性，如表 4.16 分析結果驗證服務品質對服務創新有正向的顯著影響。

##### 一、皮爾森積差相關分析方法（Pearson's Correlation）

本節以 Pearson 積差相關分析方法，來分析戶政事務所服務品質與服務創新各構面間之相關與顯著情形，由表 4.16 瞭解民眾服務品質保證性、反應性、有形性、可靠性、關懷性五個構面與服務創新之關聯性，在構面與服務創新間，以關懷性構面與服務創新之相關度最高 (0.662)，以保證性和有形性構面與服務創新之相關度最低 (0.444)，民眾知覺服務品質保證性、反應性、有形性、可靠性、關懷性五個構面與整體滿意度各層面間相關數值均很高，亦皆達 (\*\*P<0.01) 呈現顯著正相關，因此本研究假設 3：服務品質與服務創新有正向的顯著影響，驗證後成立。

表 4.16 戶政事務所服務品質構面與服務創新之 Pearson 相關係數表

|              | 服務創新    | 保證性<br>(有形性) | 反應性     | 可靠性     | 關懷性     | 整體服務<br>品質 |
|--------------|---------|--------------|---------|---------|---------|------------|
| 服務創新         | 1       |              |         |         |         |            |
| 保證性<br>(有形性) | 0.444** | 1            |         |         |         |            |
| 反應性          | 0.523** | 0.627**      | 1       |         |         |            |
| 可靠性          | 0.593** | 0.654**      | 0.644** | 1       |         |            |
| 關懷性          | 0.622** | 0.465**      | 0.503** | 0.574** | 1       |            |
| 整體服<br>務品質   | 0.663** | 0.766**      | 0.763** | 0.813** | 0.697** | 1          |

註：\*\*表 P<0.01

資料來源：本研究整理

由表 4.16 所示戶政事務所服務品質保證性、反應性、有形性、可靠性、關懷性五個構面與服務創新各層面間相關數值都很高，(\*\*P<0.01) 顯著水準。服務品質五個構面與服務創新兩者間之關聯性，均呈現顯著正相關。

## 二、 驗證假設 3：服務品質對服務創新有正向的顯著影響。

檢定結果從表 4.16 中所示：服務品質五個構面與服務創新間之關連性均呈現顯著正相關，分析詳述如下：

(1) 驗證假設 3-1：戶政事務所服務品質「保證性」與服務創新有正向的顯著影響。

依相關分析表 4.16 中發現服務品質「保證性」構面認知程度與服務創新呈現正相關，兩者相關係數達 0.444，(P 值 $<0.01$ ) 達到顯著，表示民眾對服務品質認知程度越高，則服務創新程度就越高。因此假設 3-1 獲得支持。

(2) 驗證假設 3-2：戶政事務所服務品質「反應性」與服務創新有正向的顯著影響。

依相關分析表 4.16 中發現服務品質「反應性」構面認知程度與服務創新呈現正相關，兩者相關係數達 0.523，(P 值 $<0.01$ ) 達到顯著，表示民眾對服務品質認知程度越高，則服務創新程度就越高。因此假設 3-2 獲得支持。

(3) 驗證假設 3-3：戶政事務所服務品質「有形性」與服務創新有正向的顯著影響。

依相關分析表 4.16 中發現服務品質「有形性」構面認知程度與服務創新呈現正相關，兩者相關係數達 0.444，(P 值 $<0.01$ ) 達到顯著，表示民眾對服務品質認知程度越高，則服務創新程度就越高。因此假設 3-3 獲得支持。

(4) 驗證假設 3-4：戶政事務所服務品質「可靠性」與服務創新有正向的顯著影響。

依相關分析表 4.16 中發現服務品質「可靠性」構面認知程度與服務

創新有呈現正相關，兩者相關係數達 0.593，(P 值<0.01) 達到顯著，表示民眾對服務品質認知程度越高，則服務創新程度就越高。因此假設 3-4 獲得支持。

(5) 驗證假設 3-5：戶政事務所服務品質「關懷性」與服務創新有正向的顯著影響。

依相關分析表 4.16 中發現服務品質「關懷性」構面認知程度與服務創新有正向的相關，兩者相關係數達 0.622，(P 值<0.01) 達到顯著，表示民眾對服務品質認知程度越高，則服務創新程度就越高。因此假設 3-5 獲得支持。

(6) 驗證假設 3-6：整體服務品質與服務創新有顯著相關。

依相關分析表 4.16 中發現民眾對整體服務品質與服務創新有正向的相關，兩者相關係數達 0.663，(P 值<0.01) 達到顯著，表示民眾對服務品質認知程度越高，則服務創新程度就越高。因此假設 3-6 獲得支持。

### 三、 綜合討論

綜上所述分析戶政事務所的服務品質各構面與服務創新之相關性，在構面與服務創新間，以關懷性構面與服務創新間之相關度最高(0.622)，以保證性、有形性構面與服務創新間之相關度最低(0.444)，然民眾服務品質五個構面與服務創新間之關連性，均呈現顯著正相關，亦即服務品質五個構面的滿意度愈高，服務創新也愈高。故本研究假設 3：服務品質與服務創新有顯著性相關，驗證後獲得支持。

## 第五章 結論與建議

本研究針對雲林縣口湖鄉戶政事務所服務品質與服務創新進行相關性研究，透過問卷對前往雲林縣口湖鄉民眾洽公之民眾實施調查，以瞭解其服務品質與服務創新之相關性。並根據第二章文獻探討、第三章研究設計及第四章研究結果與討論，將研究結果進行研究假設之驗證，並提出建議供相關單位與未來研究者之參考，以下分別詳述研究假設之驗證結論與研究建議兩部份如下：

### 5.1 研究假設之驗證

本研究針對雲林縣口湖鄉戶政事務所洽公民眾個人不同背景變項與服務品質、服務創新的差異性分析結果，再依據戶政事務所服務品質與服務創新之相關分析結果，進行研究假設之驗證分析，其結果整理如表 5.1

表5.1研究假設分析結果彙整表

| 研究假設    |                              | 分析結果     |
|---------|------------------------------|----------|
| 假設 1-1： | 不同「性別」民眾對戶政事務所服務品質有顯著差異。     | 可靠性接近假設。 |
| 假設 1-2： | 不同「婚姻狀況」民眾對戶政事務所服務品質有顯著差異。   | 不成立      |
| 假設 1-3： | 不同「年齡」民眾對戶政事務所服務品質有顯著差異。     | 不成立      |
| 假設 1-4： | 不同「職業」民眾對戶政事務所服務品質有顯著差異。     | 不成立      |
| 假設 1-5： | 不同「教育程度」民眾對戶政事務所服務品質有顯著差異。   | 不成立      |
| 假設 1-6： | 不同「每月收入」民眾對戶政事務所服務品質有顯著差異。   | 可靠性接近假設。 |
| 假設 1-7： | 不同「使用科技用品」民眾對戶政事務所服務品質有顯著差異。 | 不成立      |

表5.1研究假設分析結果彙整表(續)

| 研究假設     |                              | 分析結果 |
|----------|------------------------------|------|
| 假設 2-1 : | 不同「性別」民眾對戶政事務所服務創新有顯著差異。     | 不成立  |
| 假設 2-2 : | 不同「婚姻狀況」民眾對戶政事務所服務創新有顯著差異。   | 不成立  |
| 假設 2-3 : | 不同「年齡」民眾對戶政事務所服務創新有顯著差異。     | 不成立  |
| 假設 2-4 : | 不同「職業」民眾對戶政事務所服務創新有顯著差異。     | 不成立  |
| 假設 2-5 : | 不同「教育程度」民眾對戶政事務所服務品質有顯著差異。   | 不成立  |
| 假設 2-6 : | 不同「每月收入」民眾對戶政事務所服務創新有顯著差異。   | 成立   |
| 假設 2-7 : | 不同「使用科技用品」民眾對戶政事務所服務創新有顯著差異。 | 不成立  |
| 假設 3-1 : | 服務品質的「保證性」與服務創新有顯著相關。        | 成立   |
| 假設 3-2 : | 服務品質的「反應性」與服務創新有顯著相關。        | 成立   |
| 假設 3-3 : | 服務品質的「有形性」與服務創新有顯著相關。        | 成立   |
| 假設 3-4 : | 服務品質的「可靠性」與服務創新有顯著相關。        | 成立   |
| 假設 3-5 : | 服務品質的「關懷性」與服務創新有顯著相關。        | 成立   |
| 假設 3-6 : | 整體服務品質與服務創新有顯著相關。            | 成立   |

資料來源：本研究整理

## 5.2 研究結論

綜合以上研究分析之結果，獲致以下結論，茲分述如下：

- 一、不同背景變項之民眾與服務品質構面的關係，在部分樣本中接近顯著不同背景變項之民眾對服務品質的影響，因樣本而有所差異，只在部分樣本呈接近顯著關係。

茲依性別、婚姻狀況、年齡、職業、教育程度、每月收入、使用科技用品等因素分述如下：

(1) 就性別而言：

在服務品質各構面上，發現五個構面中 P 值；保證性( $P>0.05$ )、反應性( $P>0.05$ )、有形性( $P>0.05$ )、可靠性( $P<0.1$ )、關懷性( $P>0.05$ )顯示在可靠性構面中受測民眾接近顯著差異。

(2) 就婚姻狀況而言：

在服務品質各構面上，受測民眾並無顯著差異。

(3) 就年齡而言：

在服務品質各構面上，受測民眾並無顯著差異。

(4) 就職業而言：

在服務品質各構面上，受測民眾並無顯著差異。

(5) 就教育程度而言：

在服務品質各構面上，受測民眾並無顯著差異。

(6) 就每月收入而言：

在服務品質各構面上，發現五個構面 P 值；保證性( $P>0.05$ )、反應性( $P>0.05$ )、有形性( $P>0.05$ )、可靠性( $P<0.1$ )、關懷性( $P>0.05$ )顯示在可靠性構面中受測民眾接近顯著差異。

(7) 就使用科技用品而言：

在服務品質各構面上，受測民眾並無顯著差異。

二、不同背景變項之民眾與服務創新構面的關係，在部分樣本有顯著不同背景變項之民眾對服務創新的影響，因樣本而有所差異，只在部分樣本呈顯著關係。

茲依性別、婚姻狀況、年齡、職業、教育程度、每月收入、使用科技用品等因素分述如下：

(1) 就性別而言：

在服務創新構面上，受測民眾並無顯著差異。

(2) 就婚姻狀況而言：

在服務創新構面上，受測民眾並無顯著差異。

(3) 就年齡而言：

在服務創新構面上，受測民眾並無顯著差異。

(4) 就職業而言：

在服務創新構面上，受測民眾並無顯著差異。

(5) 就教育程度而言：

在服務創新構面上，受測民眾並無顯著差異。

(6) 每月收入而言：

在服務創新構面上，發現服務創新構面 P 值；保證性( $P>0.05$ )、反應性( $P>0.05$ )、有形性( $P>0.05$ )、可靠性( $P<0.05$ )、關懷性( $P>0.05$ )顯示在服務創新構面中受測民眾有顯著差異，但再經採用雪費法(Scheffe)比較發現受施測民眾中每月收入「40,001 元-70,000 元以上」之民眾服務創新認知高於每月收入「20,001 元-40,000 元」之民眾。

(7) 就使用科技用品而言：

在服務品質各構面上，受測民眾並無顯著差異。

### 三、 服務品質與服務創新有顯著相關

從本研究結果顯示，以關懷性構面與服務創新間之相關度最高(0.622)，以保證性構面與服務創新間之相關度最低(0.444)，而服務品質保證性、反應性、有形性、可靠性、關懷性等五個構面與服務創新呈現正相關，顯示服務品質對服務創新是有顯著關係。

## 5.3 研究建議

本節研究重點，乃以雲林縣口湖戶政事務所服務品質與服務創新之關係，進行實證性研究，整理研究之結果分別對實務上及後續研究提出建議，以下分述：

依前述之研究發現及結論，本節據以提出建議俾利戶政事務所參考。首先瞭解民眾對戶政事務所的服務品質不足之處加以改善，從本研究表5.1中可以發現民眾對戶政事務所所提供服務品質與服務創新之間確實有所差距；總言之，洽公民眾對戶政事務所的服務品質並非滿意，而有改善空間。以下藉由本研究對問題的發現，希望能供戶政事務所在提升政府服務品質業務上之參考。

#### 一、對服務品質之建議

##### (1) 建構戶政網路體系，戶籍資料庫可供分享：

政府機關繁瑣的行政程序經常是民眾抱怨的問題，戶政法令多如牛毛，對民眾申辦戶籍登記事項經常加以設限，戶政機關應檢討修改不合時宜法令，提供其他機關分享戶政機關資料庫，並擴大開放戶籍登記案件異地申辦以達簡政便民。

##### (2) 以「顧客至上」為原則，提供優質服務品質

從研究發現，民眾對於戶政事務所辦公環境、足夠空間、走動式服

務，不同背景變項與服務品質呈現無顯著差異，檢討依業務流程規劃調整動線，增加洽公空間並設計明顯申辦業務流程標示，打造綠美化環境，推動走動式服務，使民眾感受到戶所舒適、優雅的洽公環境，改善員工服裝儀容加強服務態度給予民眾良好的印象。

### (3) 推動終身學習、加強員工專業素養

戶所應落實稽核制度，正確戶籍登記、嚴謹監督各項行政作業流程確保戶籍資料無疏漏等，來保障民眾權益。但是經研究結果顯示不同性別、每月收入民眾對服務品質的感受接近顯著差異，為提升民眾對戶政事務的信賴，推動終身學習、並加強員工專業素養，及內部建立工作學習圈研讀戶政法令，藉由精進本職學能，方可提供民眾正確、一致的服務品質，並解決戶政各項的問題。

### (4) 傾聽民情輿論聲音，建立申訴管道溝通協調

從研究結論發現，民眾對於戶政事務所員工會耐心傾聽民眾問題，瞭解並主動協助解決感到不足。戶政為最基層服務機關與民眾接觸頻繁，為滿足民眾需求戶政機關應傾聽民意且虛心接受，在規劃各項政策如(全面換發國民身分證、門牌整編)等服務事項時，應以民眾的需求為導向、蒐集民意瞭解民眾真正需求檢討現有為民服務工作，應能提升服務效率及品質。在為民服務過程當中難免因服務人員的疏失或法規制度的不完善而引起民怨，因此，本研究建議戶政事務所不僅只是建立人民申訴管道(例如：電子申訴信箱、網路意見留言區、列管人民陳情案件等)，更重要是戶政機關應確實處理陳情案件，重視陳情內容，找出兩全其美的解決方案，方能有效解決民怨，提升政府的服務品質。

## 二、對服務創新之建議

### (1) 創新服務需求，重視顧客需求

從研究結果發現，整體而言受訪者對服務創新的認同度低，仍有很大的努力空間。故建議口湖鄉戶政事務所在服務創新的項目，做一些調整並能注意到民眾的最大需求，這樣才能發揮創新的意涵，達到便民的目的。

### (2) 主動並加強對民眾宣導及關懷

從研究結果發現，整體而言受訪者對服務創新的認同度低，可能是民眾對於戶政事務所所提供的項目認知不足，如行動化到府受理案件、以電子錢包繳納規費、得來速電話申請門牌編釘、到校申請初領國民身分證，因此戶政事務所對於洽公民眾適時宣導，並主動關懷是否有需求。

### (3) 持續改善服務創新，以提升不同民眾的需求

從研究結果顯示服務創新與不同背景民眾中，僅有每月收入不同民眾有顯著正向的影響，因此戶政機關在設定創新服務方向時，應以解決民眾的需求為目標，整合政府機關或跨機關，建立雙向溝通的管道，共同改善創新服務，創造政府與人民雙贏的局面。

## 5.4 研究限制

經過此次研究獲得許多寶貴的經驗，其研究結果對於戶政機關認具正面的價值，值得後續修正並深入或延伸探討政府機關服務品質，以下是此研究上的限制：

- 一、本研究在經費、物力、人力及時間等的限制下，研究對象只能針對雲林縣口湖鄉戶政事務所洽公民眾所做的調查，所研究的結果能否推論到其他政府機關，仍待更多實證結果來驗證。
- 二、本研究問卷中各問項填答中，易受受試者能力、主觀認定、合作意願、填答時間及情緒等的影響，此乃本研究所無法控制的部分。
- 三、此研究問卷係商請事務所職員協助洽公民眾填寫問卷，可能礙於情

面等因素的影響，所作問卷的真實性，亦為本研究無法控制的部分。

四、填寫問卷時原始資料內容相同性高，可能因現場填寫時間有限，導致分析初期，問卷填答評分同質性高，因此分析結果不太顯著，故從中刪除一些同質性高之樣本，以確保分析的準確性。



## 參考文獻

### 一、中文文獻

1. 王仲三(民 91)，家電門市服務品質之顧客滿意度研究，義守大學工業工程管理學系碩士論文，未出版，高雄市。
2. 王美惠、唐資文、曾秋蘭(民 96)，公部門組織文化、員工工作滿足、全面品質管理與服務品質滿意度之研究，品質學報，第 14 卷，第 1 期，1-15 頁。
3. 李素真(民 97)，戶政機關之服務品質與民眾滿意度，國立高雄師範大學成人教育研究所碩士論文，未出版，高雄市。
4. 行政院研究發展考核委員會(民 102)，各國行政革新策略及措施比較分析。
5. 林聖薇、林煜超、陳窗期(民 97)，連大學報，第 5 卷，第 2 期，上卷，第 149 頁。
6. 沙俊豪(民 88)，綜合證券商服務品質與業績績效關係之研究，靜宜大學企業管理研究所碩士論文，第 27 頁。
7. 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，國立政治大學公共行政學系碩士論文，未出版，台北市。
8. 宮下洋一(民 89)，失敗事例と成功事例から学ぶ IT サービス品質イノベーションの定石，SQiP2010。
9. 孫本初(民 98)，新公共管理，台北：一品文化。
10. 翁崇雄(民 82)，評量服務品質與服務價值之研究—以銀行業為實證對象，國立台灣大學商學研究所博士論文，未出版，台北市。
11. 翁崇雄(民 87)，期望服務與服務績效影響服務品質評量之研究，台大管理論叢，第 9 卷，第 1 期，153-175 頁。

12. 陳進丁(民 93)，固網通信服務品質之顧客滿意度、後續行為研究—以中華電信高雄市市內電話用戶為例，義守大學工業工程管理學系研究所博士論文，未出版，高雄市。
13. 陳窗期(民 92)，商業行政機關服務品質、顧客滿意度與員工認知—以臺北市商業管理處為例，國立臺北科技大學商業自動化與管理研究所碩士論文，未出版，台北市。
14. 陳耀茂(民 86)，服務品質管理手冊，台北：遠流出版社。
15. 張文湘(民 91)，稅務行政機關服務品質及顧客滿意度之研究—以苗栗稅捐處為例，靜宜大學企業管理研究所碩士論文，未出版，台中市。
16. 葉俞亨(民 101)，屏東縣地政事務所服務品質及顧客滿意度改善策略，國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文，未出版，高雄市。
17. 楊錦洲(民 91)，服務業品質管理，台北：品質學會。
18. 楊錦洲(民 98)，服務品質從學理到應用，台北：華泰書局。
19. 廖麗娟、呂雅雯(民 98)，政府服務品質獎評獎機制之探討，研考雙月刊，第 33 卷，第 5 期，94-100 頁。
20. 廖麗娟、呂雅雯(民 98)，提升政府服務品質策略之探討，研考雙月刊，第 34 卷，第 5 期，12-23 頁。
21. 趙新銘(民 96)，服務創新、規範性評估、服務品質與顧客滿意度關係之研究—以小客車租賃業為例，國立成功大學高階管理碩士在職專班論文，未出版，台南市。
22. 盧建昇(民 98)，服務品質、滿意度與忠誠度之相關性研究—以雲林古坑蜜蜂故事館為例，私立南華大學出版與文化事業管理碩士論文，未出版，嘉義縣。
23. 鍾金玉(民 92)，臺北市戶政機關實施便民措施成本效能分析—以臺北

市文山區戶政事務所為例，世新大學行政管理學系碩士論文，未出版，台北市。

24. 劉蘊芳譯(民 89)，創新 K 理論，湯馬斯.庫茲馬斯基，經典傳訊文化股份有限公司，台北市。



## 二、英文文獻

1. Anderson, E. W., Claes, F. & Donald, R. L. (1994), Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings From Sweden, Journal of Marketing, Vol.58, pp53-66.
2. Bateson, J. E., & Hoffman K. G. (1994), Essential of Service Marketing: Concepts, Strategy and Cases, Harcourt, Inc.
3. Berry, Leonard L. (1980), Services Marketing Is Different, Business, Vol.30, pp.24-29.
4. Bolton, Ruth N. & James, H. Drew (1991), A Multistage Model of Consumer' Assessments of Service Quality and Value, Journal of Consumer Research, Vol.17, pp.8-32.
5. Collier, D. A. (1991), A Service Quality Process Map for Credit Card Processing, Decision Science, Vol.22, No.2, pp.406-420.
6. Cardozo (1965), An Experimental Study of Customer Effort, Expectation and Satisfaction, Journal of Marketing Research, pp. 224-249.
7. Day, R. L. (1977), Toward a Process Model of Consumer Satisfaction, In Conceptualization and Measurement of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction, H. Keith Hunt, ed. Cambridge, MA: Marketing Science Institute, May, pp.153-186.
8. Engel, J. F., Blackwell, R. D. & Miniard, P. W. (2001), Consumer Behavior, I. L.: Dryden Press.
9. Garvin, D. A. (1984), What Does Product Quality Really Mean? Sloan Management Review, Vol.26, No.1, pp.25-43.
10. Gronroos (1984), A Service Quality Model and its Marketing Implications, European Journal of Marketing, Vol.18, No.4, pp.36-44.
11. Herzberg, G., Mausner, B. & Synrman, B. (1959), The Motivation to Work (2<sup>nd</sup> ed.), New York: Wiley.

12. Hampton (1993), Salesperson Employment Status as a Moderator in the Job Satisfaction Model: A Frame of Reference Perspective, The Journal of Personal Selling & Sales Management, Summer, Vol.13, No.3, pp.1-15.
13. Jessup, D. K. (1988), Teacher, Unions and Change: A Comparative Study, New York: Praeger.
14. Kotler, Philip (1991), Marketing Management-Analysis, Planning, Implementation and Control, 7<sup>th</sup> ed. Prentice-Hall
15. Kotler, Philip (2000), Marketing Management, The Millennium Edition, Prentice Hall International, Inc.
16. Lewis, R.C. & B. H. Booms, The Marketing Aspects of Service Quality, in L. Berry, G. S. & G. Upah (eds), Emerging Perspectives on Service Marketing, Chicago: American Marketing, pp.97-107.
17. McCrae, R. R. & John, O. P. (1992), An Introduction to the Five Factor Model and Its Applications, Journal of Personality, No. 60, pp.175-215.
18. Norman, W. T. (1963), Toward an Adequate Taxonomy of Personality Attributes: Replicated Factor Structure, Journal of Abnormal and Social Psychology, No. 66, pp.574-583.
19. Parasuraman, A., Valarie, A. Z. & Leonard L. B. (1985), A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, Journal of Marketing, Vol.49 , pp.41-50.
20. Parasuraman, A., Valarie A. Z. & Leonard L. B. (1988), Understanding Customer Expectations of Service, Sloan Management Review, Vol.25, No.1, pp.4-17.
21. Pim Den Hertog & Rob Bilderbeek (1991), Conceptualising Service Innovation and Service Innovation Patterns, Research Program On Innovation in Service (SIID) for the Ministry of Economic Affairs, Dialogic, Utrecht.
22. Philip Kotler (1991), Marketing Management: Analysis, Planning,

- Implementation and Control, Englewood Cliffs, N. J. Prentice-Hall, Inc.
23. Reyes, P. (1990), Teachers and Their Workplace: Commitment, Performance and Productivity, Newbury Park: Sage Publications.
  24. Robbins, S. P. (1993), Organizational Behavior: Concepts, Controversies, Applications, 6th ed., Englewood, Cliffs, NJ: Prentice Hall.
  25. Sasser, W. E., Olsen, R. P. & Wyckoff, D. D. (1978), Management of Service Operations: Text, Cases and Readings, Allyn & Bacon.
  26. Schumpeter, J. (1942), Capital, Socialism and Democracy, New York: Harper.
  27. Roberts, D. R., & Davenport, T. O. (2002), Job Engagement: Why it's Important and how to Improve it, Employment Relations Today, Vol.29, No.3, pp.21-50.
  28. Oliver, R. L. (1981), Measurement and Evaluation of Satisfaction Process in Retail Settings, Journal of Marketing Research, Vol.57, pp.25-47.
  29. Zeithaml Valarie A. (1988), Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-end Model and Synthesis of Evidence, Journal of Marketing, Vol.52, July, pp.2-22.

## 附錄一使用問卷同意書

### 問卷同意書

茲同意 陳隆德 君使用本人著作「戶政事務所服務品質與民眾滿意度關係之研究」碩士論文，所編製之鳳山市第一戶政事務所服務品質調查問卷，以撰寫其「戶政機關服務品質與服務創新之研究-以雲林縣口湖鄉為例」碩士論文。

同意人：李素真 

中華民國 一〇四 年 十一 月

## 附錄二研究問卷

親愛的受訪者您好：

這是一份研究有關民眾對戶政業務之**服務品質與服務創新**的問卷，本問卷旨在瞭解戶政事務所提供的各項服務品質及服務創新，對民眾滿意度感受程度，您的意見可作為業務改進的依據。

本項問卷採不記名方式，所填資料絕對保密，請放心填答！問卷的答案代表您個人的看法，無關對錯，您寶貴的意見將對本研究有很大的貢獻，最後，由衷的感謝您在百忙之中撥冗填答。

敬祝

身體健康 萬事如意

南華大學非營利事業管理研究所

指導教授：涂瑞德 博士

研究生：陳隆德 敬上

### ◎第壹部分：服務品質期望程度問項

填答說明：依您對雲林縣口湖鄉戶政事務所服務品質的「期望程度」，請您在下列各題的右方所呈現之期望程度(1至5)適切位置□中打“V”。

1=非常不重要 2=不重要 3=普通 4=重要 5=非常重要

一、保證性：指戶政人員具有專業智能、正確時效及解決問題等能力。

|                                  |  |  |  |  |  |
|----------------------------------|--|--|--|--|--|
|                                  |  |  |  |  |  |
| 1.戶政事務所員工能提供完整的戶政資訊及各項申請流程和作業流程。 |  |  |  |  |  |
| 2.戶政事務所提供各項戶籍資料正確無誤。             |  |  |  |  |  |
| 3.戶政事務所均能依標準作業時程提供完善服務。          |  |  |  |  |  |
| 4.戶政事務所員工具有解決民眾疑惑的專業知能。          |  |  |  |  |  |

|                      |  |  |  |  |  |
|----------------------|--|--|--|--|--|
| 5.戶政事務所員工充滿熱忱、親切有禮貌。 |  |  |  |  |  |
|----------------------|--|--|--|--|--|

二、反應性：指戶政事務所能提供迅速、及時與個別的服務。

|                              |  |  |  |  |  |
|------------------------------|--|--|--|--|--|
|                              |  |  |  |  |  |
| 1.戶政事務所員工樂於協助民眾解決戶政相關問題。     |  |  |  |  |  |
| 2.戶政事務所員工對民眾不同的需求，提供個別服務或協助。 |  |  |  |  |  |
| 3.戶政事務所員工對反映意見均會有圓滿的處理。      |  |  |  |  |  |
| 4.戶政業務資訊化，申請各項戶籍登記手續相當簡易。    |  |  |  |  |  |

～問卷未完，請繼續下一頁，謝謝！～

三、有形性：指戶政事務所提供服務所需的空間、設備、人員及相關法令規章等。

|  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  |  |
| 1.戶政事務所的服裝儀容整潔得體大方。                    |  |  |  |  |  |
| 2.戶政事務所辦公環境整潔、有足夠空間服務民眾。               |  |  |  |  |  |
| 3.戶政事務所員工走動式服務，態度有禮親切誠懇。               |  |  |  |  |  |
| 4.戶政事務所提供民眾安心、滿意的服務。                   |  |  |  |  |  |
| 5.戶政事務所提供完善的服務平台與資訊(網路預約、到府服務、提供電腦設備…) |  |  |  |  |  |

四、可靠性：指可靠地與正確地執行已承諾的服務，可信賴的服務績效是民眾對戶政的期望。

|  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  |  |
| 1.戶政事務所員工辦理有關戶政業務總是正確無誤。                 |  |  |  |  |  |
| 2.戶政事務所提供彈性時間(如：中午不休息、例假日受理預約申請)以方便民眾洽公。 |  |  |  |  |  |
| 3.戶政事務所員工具備執行職務的專業知識並能遵守戶政相關法令執行職務。      |  |  |  |  |  |
| 4.戶政事務所堅持好還要更好的服務品質目標。                   |  |  |  |  |  |
| 5.無論民眾遭遇到任何問題，戶政事務所員工會熱忱地提供協助。           |  |  |  |  |  |

五、關懷性：指戶政人員以顧客導向的服務理念提供民眾所需的信賴、禮貌、耐心及

主動協助民眾解決問題的態度。

|                                    |  |  |  |  |  |
|------------------------------------|--|--|--|--|--|
|                                    |  |  |  |  |  |
| 1.戶政事務所積極蒐集與採納民眾建言。                |  |  |  |  |  |
| 2.戶政事務所員工會耐心傾聽民眾的問題，瞭解其需求並主動協助解決。  |  |  |  |  |  |
| 3.戶政事務所員工受理申請案件態度親切，遇民眾有困難會主動協助解決。 |  |  |  |  |  |

◎第貳部分：服務品質實際感受問項

填答說明：依您對雲林縣口湖鄉戶政事務所服務品質的「實際感受」，請您在下列各題的右方所呈現之實際感受(1至5)適切位置□中打“V”。

1=非常不滿意 2=不滿意 3=普通 4=滿意 5=非常滿意

一、保證性：指戶政人員具有專業智能、正確時效及解決問題等能力。

|                                  |  |  |  |  |  |
|----------------------------------|--|--|--|--|--|
|                                  |  |  |  |  |  |
| 1.戶政事務所員工能提供完整的戶政資訊及各項申請流程和作業流程。 |  |  |  |  |  |
| 2.戶政事務所提供各項戶籍資料正確無誤。             |  |  |  |  |  |
| 3.戶政事務所均能依標準作業時程提供完善服務。          |  |  |  |  |  |
| 4.戶政事務所員工具有解決民眾疑惑的專業知能。          |  |  |  |  |  |
| 5.戶政事務所員工充滿熱忱、親切有禮貌。             |  |  |  |  |  |

二、反應性：指戶政事務所能提供迅速、及時與個別的服務。

|                          |  |  |  |  |  |
|--------------------------|--|--|--|--|--|
|                          |  |  |  |  |  |
| 1.戶政事務所員工樂於協助民眾解決戶政相關問題。 |  |  |  |  |  |

|                              |  |  |  |  |  |
|------------------------------|--|--|--|--|--|
| 2.戶政事務所員工對民眾不同的需求，提供個別服務或協助。 |  |  |  |  |  |
| 3.戶政事務所員工對反映意見均會有圓滿的處理。      |  |  |  |  |  |
| 4.戶政業務資訊化，申請各項戶籍登記手續相當簡易。    |  |  |  |  |  |

三、有形性：指戶政事務所提供服務所需的空間、設備、人員及相關法令規章等。

|   |  |  |  |  |  |
|---|--|--|--|--|--|
|   |  |  |  |  |  |
| 1.戶政事務所的服裝儀容整潔得體大方。                     |  |  |  |  |  |
| 2.戶政事務所辦公環境整潔、有足夠空間服務民眾。                |  |  |  |  |  |
| 3.戶政事務所員工走動式服務，態度有禮親切誠懇。                |  |  |  |  |  |
| 4.戶政事務所提供民眾安心、滿意的服務。                    |  |  |  |  |  |
| 5.戶政事務所提供完善的服務平台與資訊(網路預約、到府服務、提供電腦設備…)。 |  |  |  |  |  |

四、可靠性：指可靠地與正確地執行已承諾的服務，可信賴的服務績效是民眾對戶政的期望。

|  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  |  |
| 1.戶政事務所員工辦理有關戶政業務總是正確無誤。                 |  |  |  |  |  |
| 2.戶政事務所提供彈性時間(如：中午不休息、例假日受理預約申請)以方便民眾洽公。 |  |  |  |  |  |
| 3.戶政事務所員工具備執行職務的專業知識並能遵守戶政相關法令執行職務。      |  |  |  |  |  |
| 4.戶政事務所堅持好還要更好的服務品質目標。                   |  |  |  |  |  |
| 5.無論民眾遭遇到任何問題，戶政事務所員工會熱忱地提供協助。           |  |  |  |  |  |

～問卷未完，請繼續下一頁，謝謝！～

五、關懷性：指戶政人員以顧客導向的服務理念提供民眾所需的信賴、禮貌、耐心及主動協助民眾解決問題的態度。

|                     |  |  |  |  |  |
|---------------------|--|--|--|--|--|
|                     |  |  |  |  |  |
| 1.戶政事務所積極蒐集與採納民眾建言。 |  |  |  |  |  |

|                                    |  |  |  |  |  |
|------------------------------------|--|--|--|--|--|
| 2.戶政事務所員工會耐心傾聽民眾的問題，瞭解其需求並主動協助解決。  |  |  |  |  |  |
| 3.戶政事務所員工受理申請案件態度親切，遇民眾有困難會主動協助解決。 |  |  |  |  |  |

◎第參部分：各項服務創新滿意度

填答說明：依您對雲林縣口湖鄉戶政事務所服務創新的滿意度，請您在下列各題的右方所呈現之滿意度(1至5)適切位置□中打“V”。

1=非常不滿意 2=不滿意 3=普通 4=滿意 5=非常滿意

|                             |  |  |  |  |  |
|-----------------------------|--|--|--|--|--|
|                             |  |  |  |  |  |
| 1.您對於戶政事務所提供戶政行動化到府受理案件滿意嗎？ |  |  |  |  |  |
| 2.您對於戶政事務所提供以電子錢包繳納規費方式滿意嗎？ |  |  |  |  |  |
| 3.您對於戶政事務所提供得來速電話申請門牌編釘滿意嗎？ |  |  |  |  |  |
| 4.您對於戶政事務所提供到校申請初領國民身分證滿意嗎？ |  |  |  |  |  |

◎第肆部分：基本資料

以下題目為有關您個人的基本資料，每題請您選出一個最適合的選項，並在該選項前面的□內打“V”。

- 一、性別：1. 男 2. 女
- 二、婚姻狀況：1. 已婚 2. 未婚
- 三、年齡：1. 14~19歲 2. 20~29歲 3. 30~39歲 4. 40~49歲 5. 50~59歲 6. 60歲(含)以上
- 四、職業：1. 學生 2. 軍公教 3. 退休人員 4. 家管 5. 工 6. 商 7. 自由業 8. 農林漁牧 9. 服務業 10. 無業
- 五、教育程度：1. 國小(含)以下 2. 國中 3. 高中(職) 4. 大專 5. 大

學 6. 研究所(含)以上

六、每月收入：1. 20,000 以下 2. 20,001~40,000 3. 40,001~70,000

4. 70,001 以上

七、使用科技用品：1. 無 2. 智慧型手機 3.  (平板)電腦 4. 雲端服務

～本問卷到此全部結束，請確認所有題目已答填，謝謝您的協助。～

