

服務涉入對於民眾滿意度之影響-服務行為及清廉度認知的角色

The impact of service involvement on citizen satisfaction -the role of service behavior and integrity perception.

王崇昱¹

國立高雄科技大學 企業管理系 教授

wcuwcu@nkust.edu.tw

謝瑞萍²

國立高雄科技大學 企業管理系碩士在職專班 研究生

j107257102@nkust.edu.tw

摘要

很少研究以矯正機關接見者來探討影響顧客滿意度之前因，本研究主要以服務行為和清廉度認知作為中介變數，探討服務涉入對於民眾滿意度的影響。在選擇實證樣本時，以 2022 年 1 月至 2 月到高雄第二監獄接見為研究對象。本研究共收回有效問卷 185 份，利用迴歸分析，研究之結果分述如下：(1) 服務涉入透過服務行為影響民眾滿意度；(2) 服務涉入透過清廉度認知影響民眾滿意度。並依據本研究之結果，提出相關建議給矯正機關管理者。關鍵字：服務涉入、民眾滿意度、服務行為、清廉度認知

第一章 前言

公務人員清廉形象是矯正機關歷年持續努力之目標，透過勤前、常年教育及回訓等制度，來辦理在職專業教育訓練，加強矯正人員專業技能及法制觀念，避免矯正人員涉及貪瀆不法。表 1-1 為法務部廉政署於 2016 年委託台灣透明組織協會執行的最近一次廉政民意調查，由該調查中看出，民眾對監所管理人員之清廉程度評價的平均數，從 103 年的 4.8 及 104 年的 4.6 提升至 105 年的 4.9(陳俊明, 2016)。由此顯示出矯正機關推動廉政工作，對清廉評價有提升之趨勢。

表 1-1 民眾對監所管理人員之清廉程度評價

人員類別	105 年 10 月		104 年 10 月		103 年 10 月	
	平均數	標準差	平均數	標準差	平均數	標準差
監獄管理人員	4.9	2.30	4.6*	2.29	4.8	2.31

註：*表示該年度平均數與本年度調查結果有顯著差異 ($p \leq 0.05$)。

資料來源：陳俊明(2016)

統計 2021 年 7 月底，矯正機關收容人總數為 50,560 人(法務部矯正署網站 b)，為了矯正及服務全國收容人，法務部矯正署暨所屬機關人員秉持專業熱忱、追求卓越、公義關懷、創新價值的核心工作價值，提升矯正專業能力，展現人權公義新形象(法務部矯正署網站 a)，矯正機關持續透過收容人家庭的支持，積極辦理收容人與其親友之接見業務，期望能讓受刑人能改善遷善。

近年來人權意識抬頭，矯正機關大力提升在監收容人之人權，並爭取收容人親友安心及認同矯正政策，共同促使讓在監收容人反省、悔悟向上。因此持續提升戒護人員及服務人員之廉能觀念，加強民眾清廉度認知，並提升為民服務行為，期盼能提升接見收容人之親友的滿意度，為本研究的方向。

雖然過去探討「滿意度」(Repurchase Intention) 影響前因的研究很多，但對於影響滿意度的重要前因或中介變數尚有欠缺，致於如何提升滿意度之作法，仍不甚明確。Gabbott and Hogg (1999)研究發現顧客對服務涉入程度，有助於了解顧客對服務性之消費行為的影響程度。因此本研究指出影響民眾滿意度的要素，可能是民眾能否感受矯正機關積極推動服務及要求公務員清廉，因此從此角度切入，探討服務涉入是否可能透過服務行為及清廉度認知，進而提升民眾滿意度。

過去大多數研究證實涉入影響民眾滿意度，亦有將推動「廉政」作為研究的主題，但廉政之研究多僅針國家整體廉政議題進行單一性理論性分析，且研究目的之核心皆指向於廉政署成立的「目標」有無達成，如廉政機構組織

設計(廖雯玲, 2003)、政府推動廉政機構(羅志成, 2003)、廉政機制整合(陳康生, 2006)等學者。卻較少見有研究民眾對清廉度認知是否有助於提升的民眾之滿意度相關研究; 宋筱元(1989)認為廉政是政府官員在履行其職務時所展現出來的公正廉潔, 而孫錦雲(2014)證實服務品質會對廉潔度的評價認知有影響, 民眾對服務品質的滿意度愈高, 則各項廉潔負面評價會降低。本研究認為, 若收容人親友至監獄探望收容人時, 收容人親友對於相關服務涉入程度愈高, 應能增強及肯定服務人員的清廉度認知, 進而影響民眾之滿意度, 所以本研究欲探討服務涉入是否可透過清廉度認知影響民眾滿意度。

承上, 本研究目的係為探討收容人親友於矯正機關辦理接見過程中, 關於接見業務對其重要程度與滿意程度之看法, 進而瞭解收容人親友真正的需求, 作為提供矯正機關相關資源投入之建議。及探討收容人親友於矯正機關辦理接見業務的過程中, 接見家屬對矯正機關之服務的滿意度程度。

因此透研究來分析探討服務涉入、服務行為及清廉度認知對於民眾滿意度間之關係-以矯正機關之接見服務為例。此外, 本研究將進一步以服務行為、清廉度認知作為中介變數, 來探討分析服務涉入對於民眾滿意度是否會產生中介效果。依上述各項論點, 本研究歸納下列各點:

- 一、 探討服務行為在服務涉入與民眾滿意度間之關係的中介效果。
- 二、 探討清廉度認知在服務涉入與民眾滿意度間之關係的中介效果。

第二章 文獻探討

第一節 矯正機關及接見業務

楊士隆(2001)認為「監獄」為犯罪矯正機關環境, 為監禁受到人的處所, 擔負有嚇阻、應報、隔離與矯正之功能, 在高聳的圍牆, 受刑人無法隨意進出, 故仍保留其神秘面紗。為了揭開神秘面紗, 矯正機關積極辦理矯正博物館, 開放民眾登記參觀監獄, 推動自營作業產品等。黃徵男(2010)認為矯正是指監獄矯正或監獄行刑, 即國家設有公營造物為監獄, 將觸犯刑法法令而受判決確定者, 透過國家公權力, 讓其強制監禁在此處所, 促使反省悔悟, 以達刑罰處罰及嚇阻之目的, 使其日後能不再犯罪。

法務部矯正署所屬 51 個矯正機關, 依性質分為七類如下: (法務部矯正署網站 c)

- (一) 監獄: 收容經刑事判決確定之受刑人。
- (二) 技能訓練所: 收容強制作工作受處分人及受感訓處分人。
- (三) 看守所: 收容羈押或審判中之刑事被告。
- (四) 少年觀護所: 收容調查、偵查及審判中未滿十八歲之少年。
- (五) 戒治所: 收容心理輔導、階段性處遇之受戒治人。
- (六) 矯正學校: 收容徒刑、拘役及感化教育受處分人之少年。

矯正機關為高度管理性質的機關, 其內部各項事務的運行, 早期伴隨著軍式化的管理方式, 機關內的事務推動係遵循制度在運作。收容人每日起床、三餐、運動、作業、接見、購物等等, 這些都是矯正機關管理之事項。其中接見及收到寄入物品(含會客菜)是在監收容人最期盼之事。而接見種類如下(法務部高雄第二監獄網站):

- (一) 一般接見: 符合各類矯正法規所訂之接見對象、每週接見次數及每次接見時間之申辦者。
- (二) 增加接見: 依各類矯正法規所訂之予以增加接見之獎勵, 或受限於收容人每週接見次數或接見對象而無法辦理接見者, 如有必要增加接見次數或接見對象時, 得提出事由逕向矯正機關申辦, 由矯正機關核准。
- (三) 彈性調整接見: 申請人依可申請彈性調整接見各款情形時, 例如申請人身心障礙、罹病或行動不便者, 填寫具體申請理由, 經矯正機關核准後, 始得辦理。
- (四) 延長接見: 辦理一般、增加或彈性調整接見者, 受限於每次接見時間, 如有延長時間之必要時, 依適用之法規提出申請, 由矯正機關核准; 接見過程中如有必要時, 亦同。

本研究對象僅針對至矯正機關接見室辦理一般接見的收容親友, 不包含行動接見、LINE 接見及電話接見等申請者。亦即只要是至矯正機關接見室現場面對面接見之民眾, 均為本次研究對象。

第二節 民眾滿意度

Cardozo(1965)最早提出顧客滿意,其認為客戶對於某一產品滿意,就有可能再次重複購買,進而認同該家產品的其他產品。Oliver(1981)認為顧客滿意度係指顧客對商品及服務進行評估,而產生出短暫性的情緒反應或評價,即購買產品前與購買後之期望是否一致,其評價結果會影響顧客滿意度。Pfaff(1997)亦認為顧客滿意是產品屬性組合理想與實際間之差異。

Churchill 與 Surprenant (1982)指出顧客滿意度是一種購買且使用產品的結果,而由購買者比較投入成本與預期結果所產生的期望程度。購買產品使用後,經由比較購買前後,對產品實際使用狀況差距之感受。亦即顧客在比較購買報酬、成本與期望後的結果。Day (1980)亦認為顧客於購買後,知覺的評估其購買前後產品實際表現而產生差距時的一種反應。Caruana (2002)同樣也認為顧客滿意度為顧客購買後,評價服務提供者的一種情感反應,而反應強度取決於其心中的評價。

私部門研究顧客滿意度已有許多相關研究,而公部門研究民眾滿意度相對較少。Akinloye, Chanceline 與 Putuma (2012)在研究南非的市民滿意度與公共服務中,分析結果顯示因該市提供完善的服務,會使得民眾的信心上升。Samkar 與 Alpu (2013)對公共服務和影響民眾整體滿意度的所有因素作研究,並建立了相關數學公式,計算出誰需要那些服務,那些服務是必要的,研究亦發現提高公共服務的品質與數量,民眾滿意度會提升。

Lovelock (1996)指出政府服務滿意度係民眾對政府的作為或服務的效能,與民眾期望作比較。而 Kotler (1997)認為政府服務滿意度是指民眾對政府所提供的服務,其感覺愉悅或失望的程度。王耀弘(2020)認為滿意度係洽公民眾接受區公所各項服務後的滿意度總和,經整體評估後所形成一種主觀的態度或認知;李奕炘(2021)亦指出滿意度是民眾實際體驗蘇花改公共建設後整體滿意的同意程度。

綜合上述,學者對滿意度的看法,有學者認為民眾滿意度是「預期」與「實際感受」兩者間服務水準之比較,亦有學者認為滿意度,係以經驗來評估整體性態度,本研究民眾滿意度即採用後者觀點。亦即參考 Woodside, Frey and Daly(1989),來定義接見之民眾滿意度是親友在接見收容人後,對整體接見服務所產生的表現態度,能夠反映出親友在被服務後,滿意或不滿意的程度。由於現代接見制度參考企業服務精神,朝向為民服務的理念,並將每一位與矯正機關接觸的收容人親友,不論是面對面的接見或遠距接見的收容人親友,都視之為「民眾」,提供可以讓民眾滿意的服務。本研究限於人力,研究對象僅限於申請面對面的接見過程之民眾的滿意度。

第三節 服務行為

Carelzon(1987)指出能否成功之關鍵要素,決定在關鍵時刻員工服務之表現。Kelley 與 Hoffman (1997)指出服務行為能以顧客導向,若員工能落實,顧客會對服務品質給予較高的評價,員工所提供之服務行為若能滿足顧客需求,則能展現出服務行為之價值。Bettencourt 與 Brown (1997)認為服務行為之定義係指員工在提供服務行為後,讓顧客感到愉快。Lance & Stephen (1997)認為服務行為是員工提供服務給顧客的行為,使顧客感到愉悅,並認為服務行為分為角色內服務行為及角色外服務行為。George (1991)認為第一線員工服務行為可分為,對顧客利他的服務行為、對同事利他的服務行為;另外 Bettencourt 與 Brown (1997)亦將服務行為分成互助合作、角色內服務行為及角色外服務行為等三種。

Keaveney (1995)發現員工的服務行為是影響顧客滿意與顧客忠誠度的重要因素。Kelley & Hoffman (1997)認為若顧客認知到服務行為是以顧客為導向,則顧客對服務品質會有較高的評價。Borucki & Burke (1999)證實若員工能提供高品質的服務行為,那麼顧客能夠體驗到更高的滿意度,進而會給予更高的正面評價,而且購買意願及未來的再購意願也會隨之提高。Tsaur 與 Lin (2004)證實員工的服務行為對顧客服務品質具有正向影響顧客,也就是顧客認為服務品質水準之重要程度愈高,就會愈重視服務行為。所以服務行為若能做得好,顧客就會愈滿意。洪婉娟(2013)及林佩諭(2013)均證實警察或護理人員角色內外的服務行為,對民眾或顧客之滿意度及支持度具有顯著正向影響。李翠員(2021)及陳進明(2020)均研究證實服務行為明顯影響會員的滿意度。因此就收容人親友於辦理接見時,若服務人員能有較佳的服務行為,將會提升民眾滿意度,因此假設如下:

H1: 服務行為正向影響民眾滿意度。

第四節 清廉度認知

民眾對於政府之清廉度認知，也就是民眾對政府施政過程中之貪腐印象，即民眾對於政府貪腐情況之認知與看法。清廉度認知分析模型架構可思考從民意形成的觀點角度切入點（黃東益等人，2011）。因此民眾對行政機關施政績效之評價，受到公務人員的清廉度之影響，因此行政機關施政績效的品質，也會影響民眾對政府清廉程度的評價。

林怡青(2020)將清廉度定義為廉潔或清廉之程度，衡量清廉度的變化指標，常會使用公平性、品德操守等衡量指標，也有用貪腐印象或清廉程度之滿意度等評價方式。廉潔主要的是為了維護公共利益，採取公開透明機制，使人民能無障礙地獲取、交換與解讀資訊，間接參與公共政策，進而督促公務人員合法、合理使用政府資源（陳俊明，2018）。政府的廉潔程度，會影響民主及經濟發展，因此廉潔被作為評估國家競爭力的指標之一(Caiden, 2001)。

廉政是政府官員在履行其職務時所展現出來的公正廉潔，不假藉公權力謀取個人利益，統稱為「為政清廉」、「廉潔政府」（宋筱元，1989）。廉政反面概念為貪污，因此廉政是受人民委託政府行使公權力，以公共利益為考量，而所從事各種有助於杜絕貪污不法之作為(陳俊明，2017)。政府除了禁止公務人員接受金錢與物質的賄賂外，政府組織及施政中亦會納入防制貪腐之廉政的環節，因此在設置及制定過程均會影響政府廉政程度的重要關鍵因素，因此衡量政府廉政的表現，常為政府治理品質的重要衡量指標之一(陳俊明，2018)。因此政府組織及施政中納入廉政的環節，有政府組織設置政風單位、政治權力分配設有五權分立、公共政策的制定與執行納入監督考核機制等。民眾的廉政認知與反貪意識，是國家建立廉能政治與民主政治的重要基礎，而民主政治的運作含有委託與代理的關係；人民手握主權，政府為治理行為，二者間實際尚存在很大的認知距離(莊文忠、陳俊明、胡龍騰、余致力，2007)。

楊華興(2009)證實廉政政策順服對政治信任感有顯著相關，在廉政政策順服構面中「環境壓力」、「行為傾向」、「滿意度」等較具相關程度。梁慧如(2015)證實理財專員的道德行為、關係銷售行為愈高，則顧客的滿意度會愈高。林聖芸(2014)研究發現警察廉能評價、警政信任度、警察貪污容忍程度及治安滿意度，皆對警察整體形象有顯著相關。

綜合以上文獻，於陳俊明(2017)調查報告中對監所管理人員清廉程度評價方面，證實民眾對監所管理人員清廉程度評價，從 104 年的平均數為 4.6 進步至 106 年的 4.9，由此可知監所管理人員的清廉形象有回升的趨勢。又於黃東益等人(2011)認為民眾對於政府清廉評價，相對於整體施政，民眾對於清廉推動較為有感。因此提升清廉度將可以提升民眾之滿意度。所以假設如下：

H2：清廉度認知正向影響民眾滿意度。

第五節 服務涉入

涉入的概念，最早開始於社會心理學領域，Krugman (1965)是將涉入的概念導入行銷領域的第一位學者，逐漸有學者將涉入觀念之應用在行銷上、顧客行為問題上的探討，亦有導入「涉入」來研究個人的態度與行為，如顧客行為之研究，以低涉入的消費行為概念來解釋電視廣告的效果。此涉入的概念，後來對以「消費者行為理論」為中心的行銷研究影響很大。逐漸地探討「涉入」成為顧客行為研究的潮流。

林宗甫(2016)指出涉入是一種在於顧客個人對欲消費產品或服務，所產自身攸關性的知覺程度。王裕平(2002)認為顧客涉入是個人對於特定產品或服務於消費中之自我認知，或是從消費中所賦予的重要性和所產生的興趣，因此不同的涉入程度，顧客就會有不同的消費行為。謝寶媛(1997)指出服務涉入為顧客參與服務時，對參與該項服務之「認知」程度。

Good (1990)對服務市場之使用者涉入的研究中指出，使用者涉入才是服務與產品的最主要區別；且表示使用者參與服務涉入之內在需求，可出現在特殊服務中參與程度之狀態；且從行銷的觀點中認為服務涉入定義為顧客參與某活動或某服務時，感覺對該事項的參與程度，依參與程度而予以區分服務涉入程度後，研擬可執行之行銷策略。Arora (1993)研究發現「涉入理論」(Involve Theory)確實可應用於服務之行銷領域，並認為如能深入了解涉入對「期望」的服務品質與「認知」的服務品質間的相關性，應有助於服務之行銷策略之研擬與執行。

服務涉入會影響服務過程及結果之認知，如劉嘉麟(2013)發現服務涉入對於服務價值知覺對於使用意願有顯著的影響關係。方世榮、陳連勝及張雅婷(2008)證實服務涉入愈高，具人員或公司傾向的顧客，會對公司的服務愈滿意。田文良(2000)研究發現使用者涉入對於認知服務、期望服務、整體服務品質有顯著的正向影響。Varki 與 Wong (2003)研究證實高涉入的顧客，較會想從提供服務者身上得到更多的成果及收穫；顧客的服務涉入愈高，就會對服務

程度愈重視，顧客會透過彼此的互動來滿足所需要的服務，進而對服務的滿意度也會提升。黃馨儀(2017)研究認為服務涉入、顧客知覺價值對顧客滿意度有顯著正向影響。陳淑美(2013)發現涉入度會正向影響知覺價值及滿意度，且涉入度藉由知覺價值與滿意度來影響行為意圖。綜合相關文獻，就矯正機關而言，若收容人親友對於接見服務涉入愈高，收容人親友將會投入較多的時間及心力，來關心並評估接見服務，對於所提供的服務也會較認同和肯定，因而正向增強對監獄的接見服務行為之認知，進而增加滿意度，所以本研究提出之假設如下：

H3: 服務涉入正向影響服務行為

H4: 服務涉入透過服務行為正向影響民眾滿意度

服務涉入影響服務過程及結果之認知，如 Goodman et al. (1995) 提出涉入較高的顧客，較願意對公司投入時間和精力。因為顧客願意投入時間與公司互動並建立關係，所以對服務公司之服務內容或流程會比較熟悉，進而對於整體服務也較會予以信任和肯定，有助於提升滿意度。Good (1990) 研究發現服務涉入是顧客參與的內在需求，在參與服務狀況中所呈現的需求程度。就政府機構而言，宋筱元(1989)認為廉政是政府官員在執行職務時所展現出公正廉潔，不假藉權力謀取個人私益，可稱為「廉潔政府」、「廉能政治」或「為政清廉」。梁慧如(2015)證實道德行為愈高，愈能讓顧客的愈滿意。而孫錦雲(2014)也證實廉潔度的評價與服務品質認知間有顯著正向關係，顧客對服務品質認知之滿意度高時，會降低廉潔度負面評價。綜合以上之論點，本研究認為若收容人親友至監獄探望受刑人時，對於相關接見服務涉入程度愈高，則越能瞭解服務人員清廉及公平公正辦理服務工作，亦即增強及肯定服務人員的清廉度認知，進而影響民眾之滿意度，所以本研究提出下列假設：

H5: 服務涉入正向影響清廉度認知。

H6: 服務涉入透過清廉度認知影響民眾滿意度。

第三章 研究方法

第一節 研究架構

本研究主要探討服務涉入透過服務行為及清廉度認知對於滿意度之影響，目的在於了解服務涉入透過服務行為及清廉度認知對於滿意度有無存在顯著效果，並將服務行為及清廉度認知作為服務涉入對民眾滿意度之影響的中介變數。本研究架之構圖，如下列圖 3-1 所示：

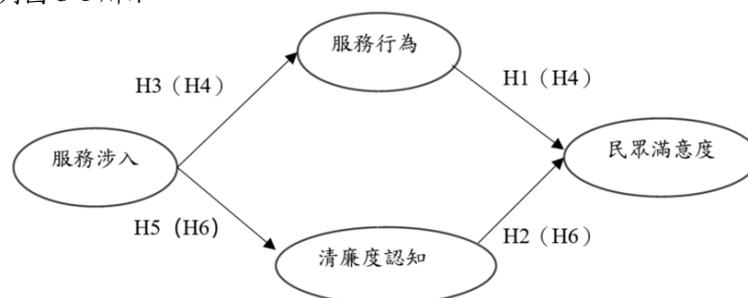


圖 3-1 研究架構圖

第二節 研究變項之操作性定義

本研究的變數有服務涉入、服務行為、清廉度認知、民眾滿意度等四項，各個變數之操作性定義，詳細說明如下：

表 3-1

研究變項	定義	文獻參考來源
民眾滿意度	滿意程度是種整體性的、概括的現象，因此可以直接以「整體滿意程度(overall satisfaction)」來予以衡量。	參考 Fornell (1992)
服務行為	1. 服務行為是在於傳遞服務中，所表現來超越角色要求的自發性行為。 2. 將服務行為定義為員工提供服務給民眾的行為(含動作、聲音和態度等)，讓人感到愉快。	參考 Bitner, Booms 與 Tetreault(1990) Bettencourt 與 Brown (1997)
清廉度認知	1. 清廉度認知定義為民眾對於政府施政過程中所形成之貪腐印象，因為是民眾的一種態度，也是民眾對於政府貪腐情況之認知與意見。 2. 清廉度顧名思義係指廉潔或清廉之程度。	參考黃東益等人(2011) 林怡青(2020)
服務涉入	涉入為內心的一種狀態，為顧客對產品重視的程度，也是顧客對產品的主觀意義。	Varki & Wong (2003)

第三節 問卷設計與研究過程

本研究之問卷設計主要可分為二大部份，第一大部份為各變數的衡量(服務涉入、服務行為、清廉度認知、滿意度)，第二大部份為人口統計變數，另增加「興革建議」之開放題計 1 題，讓受訪者提供建言，作為矯正機關未來施政政策擬定或改善方向之參考。本研究各變數採用 Likert 7 點量表來量測計分，從非常不同意到非常同意，分數愈高表示該題項之描述愈符合受訪者的實際狀況。

本研究對象係以 111 年 1 月至 2 月到法務部矯正署高雄第二監獄洽辦接見業務之收容人親友，以採用發放紙本問卷方式，先洽詢受訪者作答之意願，如有意願者，再提供問卷給予作答。

檢測各問卷題項用辭是否適當易懂及良好的效度，又本研究所用之衡量問項是彙整多位學者之衡量問項後，再依本研究對象於其文字上略作修飾，以適合本研究目的。為了避免題項表達內容有差異或語意不清，而導致受訪者誤解衡量問項內容的意思而產生誤答，因此對問卷施作前測，來實際對衡量問項內容做測試，並依作答者之回應內容，再修正或調整本問卷之語意，以提高本研究問卷內容之效度。

本研究以便利抽樣的方式來進行來進行問卷調查，即在矯正機關接見室內發放本問卷給受訪者作答。學者吳萬益(2005)建議樣本數大小最好是問項與受測者二者間之比例為 1:5，並且總樣本數要超過 100 份，樣本數目一般原則要求至少必須為 5 倍的變項個數，最適者為 1:10 的比例以上；本研究之問卷項數為 26 項(不包含興革建議開放題及人口統計變數)，因此有效問卷回收超過 130 份以上就符合，本研究最後回收有效問卷 185 份。

第四章 研究分析與結果

本研究以收容人親友為受訪對象，於 2022 年 1 月 8 日開始發放問卷，截至同年 2 月 29 日止共發放 250 份問卷，回收 216 份，剔除填寫不完整的無效問卷 31 份，有效問卷 185 份(回收有效問卷率為 85.64%)。

第一節 敘述性統計分析

本節為敘述性統計，統計各基本背景資料之次數和其分配之百分比，統計結果，可以作為後續之研究人員在背景變項中之研究參考。本研究分析結果如下表 4-1 所示，在 185 份之有效問卷中，針對於 111 年 1 至 2 月到法務部矯正署高雄第二監獄洽辦接見業務之收容人親友為研究對象，依所抽樣的樣本分析結果，在性別方面，以女性(57.3%)所佔比率高於男性(42.7%)；在年齡方面，以 18(含)-40 歲佔(49.7%)最多；在教育程度方面，以高中職(含)以下佔(61.6%)最多。

表 4-1 基本背景資料之次數百分比分配表

背景變項	分項	人數	百分比
性別	男	79	42.7%
	女	106	57.3%
年齡	未滿 18 歲	4	2.2%
	18(含)-40 歲	92	49.7%
	41(含)-64 歲	79	42.7%
	65 歲(含)以上	10	5.4%
教育程度	高中職(含)以下	114	61.6%
	大專	60	32.4%
	研究所(含)以上	11	5.9%

第二節 效度與信度分析

關於效度的部份，本研究所採用的衡量問項是彙整多位學者之衡量問項後而來，再根據接見業務的特性來對衡量問項的語句進行調整，在問卷正式發放前，經矯正機關及政風機構等多位專家學者之修訂，因此本衡量問項應具有一定的效度。

本研究用 Cronbach's alpha 來檢視信度，信度檢視結果如下列表 4-2 所示，「民眾滿意度」之 Cronbach's α 值為 0.973；「服務行為」之 Cronbach's α 值為 0.939；「清廉度認知」之 Cronbach's α 值為 0.981；「服務涉入」之 Cronbach's α 值為 0.983。上述各變數值之信度皆大於 0.9，及其各衡量問項之「修正的項目總相關」值均大於 0.7，均符合高信度之標準，因此信度分析結果，本問卷內容具有良好的內部一致性。

表 4-2 信度分析表

衡量構念	衡量問項	修正的項目總相關	項目刪除時的 Cronbach's α 值	平均數
民眾滿意度	1. 對本監服務人員之服務態度感到滿意。	0.919	0.966	6.413
	2. 你對本監服務人員之專業知識及能力感到滿意。	0.918	0.966	6.416
	3. 你對本監服務人員之處理效率感到滿意。	0.933	0.965	6.427
	4. 整體而言，辦理接見所提供的服務可以符合你的需求。	0.867	0.972	6.337
	5. 整體而言，你對辦理接見的流程感到滿意。	0.917	0.967	6.359
服務行為	6. 本監服務人員對民眾問題總會耐心說明。	0.886	0.910	6.402
	7. 本監服務人員能主動關懷民眾需求。	0.797	0.939	6.250
	8. 本監服務人員能以敬業的態度來對待民眾。	0.905	0.904	6.386
	9. 本監服務人員能針對民眾不同接見種類，提供不同的申請流程服務。	0.835	0.926	6.337
清廉度認知	10. 你不曾被本監人員「藉故刁難」。	0.845	0.981	6.363
	11. 你不會對本監人員有「請託關說」的行為。	0.925	0.979	6.390
	12. 你不會「贈送財物」給本監人員。	0.908	0.979	6.388
	13. 你不會與本監人員「飲宴應酬」。	0.911	0.979	6.361
	14. 你不會送紅包給本監人員。	0.931	0.978	6.393
	15. 你不曾聽聞本監人員有貪瀆索賄情事。	0.907	0.979	6.339
	16. 你對於本監人員廉潔度觀感佳。	0.886	0.980	6.446
	17. 你洽辦業務時，對本監人員品德操守印象佳。	0.937	0.978	6.416
	18. 你對本監人員遵守規範情形感到良好。	0.897	0.980	6.422
	19. 你對本監人員在清廉方面的印象感到良好。	0.885	0.980	6.411
服務涉入	20. 你對本監落實清廉施政的努力感到良好。	0.895	0.979	6.411
	21. 你認為接見服務能讓收容人感受親情、友情的溫暖與支持，對收容人而言是重要的。	0.945	0.979	6.562
	22. 你認為接見服務對維繫親情或友情是有用的。	0.958	0.977	6.568
	23. 你認為接見服務對收容人改過遷善是有意義的。	0.976	0.974	6.551
	24. 你認為接見服務對你而言是需要的。	0.957	0.977	6.551
	25. 你會事前關心及瞭解如何申請接見服務。	0.907	0.985	6.465

本研究採用 Likert 七點尺度量表來衡量，4 分為中間值。如下列表 4-3 所示，本研究之民眾滿意度、服務行為、清廉度認知與服務涉入等變數，上述各變數之平均數皆超過 6 分，代表受訪者對於各變數之同意方面是給予非常高的正面評價。

表 4-3 各變數平均數與標準差

變數	平均數	標準差
民眾滿意度	6.3947	0.96172
服務行為	6.3438	0.96581
清廉度認知	6.3944	1.04296
服務涉入	6.5395	0.93402

第三節 各變數間之相關係數分析

本研究各變數間之相關係數分析，係採用 SPSS Pearson 相關分析法，用此分析法來檢驗兩個量化變數間之線性相關程度有無顯著相關性，各變數間分析結果如表 4-4，依該表所示各構面相關係數皆達顯著水準，而且皆為正向相關性。

表 4-4 各變數之相關係數

	民眾滿意度	服務行為	清廉度認知	服務涉入
民眾滿意度	1			
服務行為	0.943**	1		
清廉度認知	0.880**	0.882**	1	
服務涉入	0.858**	0.820**	0.862**	1

註： **表 $p < 0.01$

第四節 各變數與人口統計變項之差異性分析

一、不同性別對各變數之差異性分析

在性別方面，採用 t 檢定，來分析不同之「性別」在民眾滿意度、服務行為、清廉度認知與服務涉入等變數中，是否有顯著性差異。經分析結果發現，不同性別對於民眾滿意度、服務行為、清廉度認知與服務涉入等變數，皆無顯著性差異 ($p>0.05$)，因上不列出表格。

二、不同年齡及教育程度對各變數之差異性分析

在年齡及教育程度方面，採用 ANOVA 來檢定，來分析不同之「年齡」及「教育程度」在民眾滿意度、服務行為、清廉度認知與服務涉入等四個變數，是否有顯著性差異。經分析結果發現，不同年齡及教育程度對於民眾滿意度、服務行為、清廉度認知與服務涉入等變數，皆無顯著性差異 ($p>0.05$)，因上不列出表格。

第五節 中介效果之驗證

本研究採取使用 PROCESS 統計軟體 (Hayes, 2013) 執行資料之檢驗與分析，來驗證本研究之假設。在該軟體中於 Bootstrap Samples 選擇 5000 次及於 Model Number 選擇 4 後進行檢測驗證，以瞭解各變數對其依變數效果與影響。

依圖 4-1，服務行為顯著正向影響民眾滿意度 ($\beta=0.73$, $p<0.05$)，支持 H1：服務行為對民眾滿意度有顯著的正向影響。又服務涉入顯著正向影響服務行為 ($\beta=0.85$, $p<0.05$)，因此支持 H3：服務涉入對服務行為具有正向影響。透過中介效果檢定 (0.62, BootLLCI =0.49; BootULCI=0.75)，該信賴區間因未包含到 0，所以證實中介效果的存在，支持 H4：服務涉入透過服務行為影響民眾滿意度。

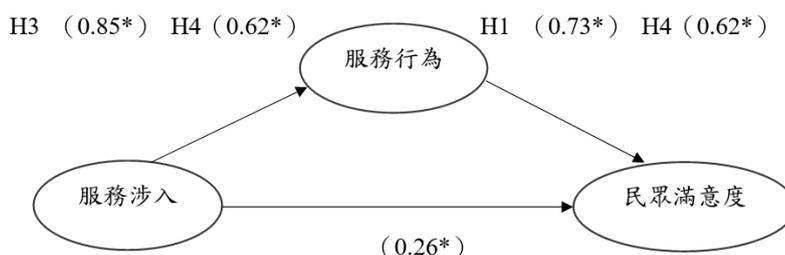


圖 4-1 服務涉入透過服務行為對民眾滿意度的影響

依圖 4-2，清廉度認知對於民眾滿意度之影響性呈現顯著水準 ($\beta=0.50$; $p<0.05$)，因此支持 H2：清廉度認知對民眾滿意度有正向影響。服務涉入對清廉度認知之影響性呈現顯著水準 ($\beta=0.96$, $p<0.05$)，由此證實支持 H5：服務涉入對清廉度認知有正向影響。透過中介效果檢定 (0.49, BootLLCI=0.29; BootULCI=0.65)，該信賴區間因未包含到 0，代表具中介效果，因此支持 H6：服務涉入透過清廉度認知影響民眾滿意度。

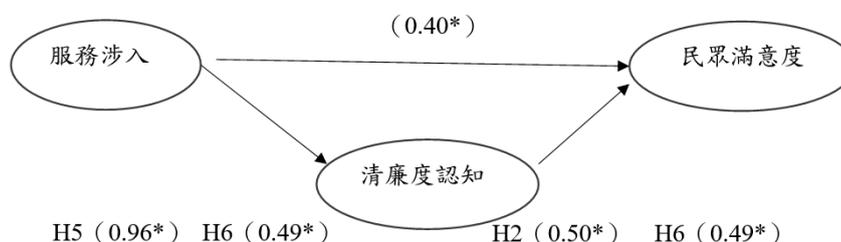


圖 4-2 服務涉入透過清廉度認知對民眾滿意度的影響

第六節 假設結果檢定

將本研究之各變數假設之驗證分析結果彙整如下表 4-5：

表 4-5 研究假設分析驗證結果彙整表

假設內容	結果
H1 服務行為對民眾滿意度有顯著的正向影響	支持
H2 清廉度認知對民眾滿意度具有正向影響	支持
H3 服務涉入對服務行為具有正向影響	支持
H4 服務涉入透過服務行為影響民眾滿意度	支持
H5 服務涉入對清廉度認知具有正向影響	支持
H6 服務涉入透過清廉度認知影響民眾滿意度	支持

第五章 結論與建議

上述研究結果的相關意涵說明如下：

第一節 研究結論

一、基本資料對各變數間之差異性分析

基本資料與各變數間之差異性分析中，本研究證實發現性別、年齡、教育程度等人口統計變項，在民眾滿意度、服務行為、清廉度認知與服務涉入各變數間皆無顯著差異性。

二、服務行為對民眾滿意度有正向影響

本研究發現服務行為對民眾滿意度之有顯著的影響性，其結果證實了兩者間存在著顯著之正向影響關係，亦即若矯正機關之服務人員，如能提升服務行為，民眾會因該服務行為而與增加滿意感產生連結，進而提升民眾滿意度，本研究實證結果與先前學者如洪婉娟(2013)之研究結論相符。

三、清廉度認知對民眾滿意度有正向影響

本研究證實清廉度認知對民眾滿意度之影響性呈現顯著水準，證實了兩者間具有顯著性的正向影響，也就是若民眾透過與接見業務服務人員有良好的清廉認知，可產生更好更清楚的溝通品質，除了能得到更高的服務內容，也將會對接見業務服務人員產生較強的滿意度，本研究實證結果與先前學者如黃東益等人(2011)之研究結果相符。

四、服務涉入對服務行為有正向影響

經迴歸分析後證實，服務涉入對服務行為之影響性達顯著水準，故證實了兩者間具有顯著性的正向影響，也就是如接見親友對服務涉入程度愈高，則愈能接受及肯定服務人員之服務行為，為本研究之創見。

五、服務行為在服務涉入與民眾滿意度中具中介效果

經實證發現，服務涉入對服務行為之影響達顯著，服務行為對於民眾滿意度之影響性亦呈現顯著，因此服務行為在服務涉入與民眾滿意度中具有中介效果，即服務涉入會透過服務行為而對民眾滿意度產生影響，為本研究之創見。

六、服務涉入對清廉度認知有正向的影響

將服務涉入與清廉度認知進行迴歸分析檢定，以服務涉入為自變數，清廉度認知為依變數，經迴歸分析後證實，服務涉入對清廉度認知之影響達到顯著水準，故證實了兩者間存在著正向之顯著性影響，也就是若接見親友對服務涉入愈高，愈有助於提升對清廉度認知，為本研究之創見。

七、清廉度認知在服務涉入與民眾滿意度中具中介效果

本研究發現，服務涉入顯著影響清廉度認知，清廉度認知對於民眾滿意度之影響性亦呈現顯著，因此清廉度認知在服務涉入與民眾滿意度中具有中介效果，即服務涉入會透過清廉度認知對民眾滿意度產生影響，為本研究之創見。

第二節 研究理論貢獻與實務管理意涵

一、研究理論貢獻

過去研究「滿意度」(Repurchase Intention) 影響前因的探討很多，如服務行為 (李翠員, 2021; 陳進明, 2020)、清廉度認知(許億先, 2019)、服務涉入(黃馨儀, 2017)等。研究生任職於矯正機關，透過文獻探討，本研究推論影響民眾滿意度的要素，可能為民眾能否感受矯正機關積極推動服務及要求公務員清廉，因此探討服務涉入是否可能透過服務行為及清廉度認知，進而提升民眾滿意度。本研究證實，服務涉入透過服務行為影響民眾滿意度；服務涉入亦透過清廉度認知影響民眾滿意度。

二、管理實務之意涵與建議

(一) 強化服務涉入及提升服務行為

依本研究證實結果，矯正機關可以精進民眾之服務涉入及服務人員之服務行為來提升民眾滿意度。因此可讓民眾深入瞭解接見服務政策目標或其服務流程，來提升民眾滿意度。為強化服務涉入及服務行為等方面，建議矯正機關的做法如下：

1. 加強宣導不同接見需求之申請流程服務：從本研究中發現，服務行為之衡量題項排名最後為「服務人員能主動關懷民眾需求」及「服務人員能針對民眾不同接見種類，提供不同的申請流程服務。」，二者雖評價很高，但此部分如能再提升可提升民眾滿意度。
2. 透過接見讓民眾知悉親(友)情對教化之重要性：從本研究中發現服務涉入之衡量問項，受訪者最同意的前3名以「接見服務對維繫親情或友情是有用的」最同意、其次分別為「接見服務能讓收容人感受親情、友情的溫暖與支持，對收容人而言是重要的」、「接見服務對收容人改過遷善是有意義的」。因此善用民眾對接見之重視及認同，相信有助於在監收容人的精神支持，並有助教化避免收容人再犯。例如製作宣導短片或短語讓接見民眾知悉如何正面鼓勵在監者，宣導範圍包含不協助夾帶違禁品、鼓勵在監期間服從規定避免違規受罰等，在接見等待時機播放，讓民眾感受到矯正機關教化受刑人的用心，進而認同矯正政策，共同鼓勵在監收容人改悔向上，對矯正機關的教化業務是非常重要的。透過親(友)情之感化，鼓勵收容人積極正向行為，以獲得提早假釋出監，讓民眾與矯正機關有共同的想法，進而提升民眾之滿意度。
3. 建立各類接見申辦流程之共通性網頁及新收通知單：因現今網路發達，民眾常透過網路取得資訊，且注重人權及自我權益意識抬頭。各項申辦流程除了可從各矯正機關所提供之新收通知單或使用電話詢問方獲得資訊外，查詢網路獲取資訊或透過網路申請是現代年輕人及中年人常用的方式，縱然有些年長者不會使用網路，但亦會請年輕人協助查詢。因此除服務人員需全盤深入瞭解各類接見申辦(含網路)流程外，新收通知單及矯正機關網頁如何簡單說明、提供快速查詢，讓民眾選擇最佳、最適性的接見方式，對提升滿意度理應是有助益的。但現今各矯正機關依接見相關規定，基於機關文化、業務特性、服務作法及地理位置等特殊性的，各自規劃接見申辦方式，又因案各相關地檢署借訊或移監等因素，讓民眾難以透過不同矯正機關之新收通知單或網路查詢獲得所需的接見方式，而常需再透過電話查詢確認而增加承辦接見者之工作量，或誤解申辦資訊產生不必要的抱怨案件，例如甲機關可以，為何乙機關不可以，追根原因係因網路或通知單說明方式略有差異性。基於本研究發現，民眾申請前會關心及瞭解申請方式，且各類矯正機關之接見業務在法規規範下，仍具有共通性，從民眾之興革建議中(參附錄三)，發現有一位受訪者誤認問卷調查機關之接見相關規範與法務部規定不符而造成其困擾，並舉例送入毛巾之長度顏色或內衣褲之品牌問題，該機關表示一般毛巾可送入但長度過長則無法送入(係因有危害戒護安全之疑慮)、內衣褲無品牌限制但價格過高奢侈品則不宜送入(係因奢侈有礙收容人改過遷善之疑慮)，該機關作法與法務部相關規定及矯正之目的未有抵觸。所以除各矯正機關之特殊性外建議矯正署可建立各類共通性之接見，供矯正機關網路連結，以達作法期齊一性，讓民眾不會因收容人移監或首次辦理，難以瞭解如何申請，亦可減少服務人員電話回應各類接見問題之工作量並可減少抱怨案件；另可利用各種管道加強宣導各項接見方式，尤其是線上申請、網路接見及電話接見，降低申請面對面接見方式，對防範疫情是非常重要的，亦可減少受理接見窗口之工作量，且此種便民之作法可提升民眾之滿意度。
4. 主動關懷民眾需求：民眾至上，滿足民眾接見需求，為現今矯正機關之為民服務是優先考量。因此，除了服務人員要具備專業知能外，還要滿足民眾之服務需求，更要隨時有解決各項接見問題及臨機應變的能力，例如當寄送物品不符規定時等，站在民眾的立場為民眾著想，透過敏銳的觀察力，觀察民眾心中真實的需求，以民眾所需來改善接見服務流程，必會有助於服務行為的提升，讓民眾更加滿意度接見制度。

5. 提升矯正機關服務人員之溝通能力：民眾在評價矯正機關之服務行為時，除了會將服務人員之專業納入評估外，服務人員本身語氣及解說方式、互動過程之流暢度、服務人員之肢體語言線索是否符合民眾之期待等因素，亦會影響民眾對服務行為之滿意度。從民眾之興革建議中(參附錄三)，可以看出，不佳的表達方式會影響民眾滿意度。相對的，民眾能明確表達出接見的需求，使矯正機關能夠充分了解其需求，有助彼此之溝通。從本研究中發現民眾願意主動瞭解接見相關資訊，有助於民眾與矯正機關服務人員之溝通，有利於民眾瞭解並順利完成接見流程，以達到接見政策之目標。因此如何讓民眾能瞭解如何申請接見及接見政策，有助於民眾與機關間之溝通。
6. 訂定完善的接見為民服務教育訓練：現今矯正署雖訂有接見 Q&A，但未定期對服務人員專業能力訓練，定期訓練有助於提升服務人員對民眾的問題解答能力，及熟悉接見規定和處理方式等，透過清楚地解說，讓民眾快速完成接見流程，有助於讓民眾更願意再次申請接見服務。因此服務人員除了應展現出專業的態度外，應耐心與民眾進行溝通，提供符合民眾需求的接見服務，才能讓民眾透過服務互動行為的過程，滿足其申請接見需求，有助於提高的民眾滿意度評價，進而讓民眾願意再次辦理接見。因此教育訓練內容應包含接見及廉政相關規定、溝通能力、互動技巧等。

(二) 強化清廉度認知方面

本研究結果發現，服務涉入正向影響清廉度認；又清廉度認知正向影響民眾滿意度；清廉度認知具中介效果，亦即服務涉入可透過清廉度認知來影響民眾滿意度。因此矯正機關可以提升民眾對接見服務及清廉度之認知，進而提升民眾滿意度；因可透過如何讓民眾瞭解廉政政策目標，來提升民眾滿意度。在強化清廉度認知方面，建議矯正機關的做法如下：

1. 收容人生活規範透明化：民眾為了讓在監收容人能享有特殊的權力或較輕鬆的工作，而透過他人請託關說照顧在監收容人。殊不知矯正機關為公平公正對待每位在監收容人，訂有相關規範，例如訂有收容人生活手冊讓在監收容人共同遵守。因此防止他人有機可趁詐欺民眾，收容人生活規範應予以透明化，可提升民眾矯正規定之認知，有助於防範請託關說案件，進而提升民眾對清廉度之認知並共同督促收容人守法，且有助於滿意廉政工作之推動。
2. 降低貪腐印象：雖矯正機關常透過媒體報導矯正積極的教化輔導的一面，但好事不出門，壞事傳千里，只要媒體一報導矯正機關負面消息，很容易讓民眾印象深刻。矯正積極的作為如何讓數據說話作為最佳的代言，讓民眾瞭解，難免有百漏一疏，正因有一疏，預防重於查處，需民眾及矯正機關共同監督，發現不法之虞或不合時宜之規定踴躍提出，讓矯正機關再教育及改革之機會，對提升民眾滿意度之感受必是有助益的。

第三節 研究限制與建議

研究過程中，受限於研究之時間、人力、主客觀條件與發放現場等內外各種因素影響，有可能會影響本研究，並使本研究受到限制，因此意謂著本研究有可以改進的空間。

一、抽樣母體受限

本次研究的抽樣母體，僅限定為 111 年 1 至 2 月到法務部矯正署高雄第二監獄申請接見之收容人親友，係因研究生在蒐集問卷時，受限於人力、物力、工作時間及地緣關係，才將抽樣對象僅限於至法務部矯正署高雄第二監獄申請接見之收容人親友，又此期間適逢 COVID-19 疫情，使得較危險族群之年長者較無法親自到現場面對面接見，及本次填問卷時服務人員不能在旁協助，受訪者填畢後投問卷箱，此種作法較易忽略不識字或年長者，故使樣本略有不夠普及化，結果可能將因此遭受到限制。

二、研究方向及建議

本研究探討服務涉入、服務行為、清廉度認知對民眾滿意度之影響，然而影響民眾滿意度之因素中，還有些可再深入探討之議題或研究之方向，因此提出下列建議，提供給後續研究者作為未來研究之參考。

(一) 擴大各類接見族群樣本範圍

本研究之對象，僅限到法務部矯正署高雄第二監獄接見之收容人親友，因此受訪者易受地區性及紙本問卷限制，而造成樣本母體數量受限及因漏題使得無效問卷略多。

因矯正機關已有線上申請功能及各種接見方式，若時間允許亦可納入不同種類接見之民眾，例如收容人親友使用 LINE 接見、行動接見、電話接見及律師接見等，亦可採面訪不視字及年長者，並可納入線上問卷蒐集資料避免漏題。從各方面發掘未來潛在性申辦接見需求者，瞭解其需求、想法、使用感受與再使用意願，來提高接見整體業務之分析研究可信度，才能夠全面反應接見需求者之真實現況，並藉此作為未來接見政策之規劃，提高再申辦接見之意願及其滿意度。

(二) 增加其他量化變數

本次之研究只以服務涉入等自變數及清廉度認知、服務行為為中介變數來探討收容人親友滿意度之影響，將來可以加入不同的變數，或將變數互調為自變數、中介變數或干擾變數等，例如將態度(王偉樺, 2021)、互動品質(李俊毅, 2020)或認知價值(謝宜芬, 2020)任一變數納入本研究之論文架構，又如將服務涉入調為干擾變數；亦可以將問卷對象改為服務人員，再增加其他相關變項，例如組織認同(李翠員, 2021)，增補變項後再增補相關文獻。比較其與本研究中各項變數間對民眾滿意度之影響性、收容人親友與服務人員研究結果之差異性，期望對本研究架構中各項變數間之影響，會有更深入的探討及研究。

(三) 增加其他類別變數

本次之研究只用性別、年齡、教育程度等三項類別變數，往後亦可將納入洽辦業務類別(如申請在監證明、在監委託證明、保管品領回、送藥申請、返家探視、律師接見、補發出監證明)、接見類別(如一般接見、增加接見、彈性調整接見及延長接見)或洽辦次數等，來探討對服務涉入、清廉度認知、服務行為及民眾滿意度間之影響。

參考文獻

一、中文部分

- 方世榮、陳連勝、張雅婷(2008)，民眾關係傾向與關係品質之探討—以科技介入與涉入程度為干擾變項，東吳經濟商學學報，60，1-38。
- 王裕平(2002)，消費者涉入程度與推薦式廣告之溝通效果研究—以休閒運動類產品為例，大專體育學術專刊，38-49。
- 王偉樺(2021)，心像對於網路商店再購意願之影響-商店形象與態度的角色，國立高雄科技大學企業管理系碩士論文。
- 王耀弘(2020)，從服務品質的角度，探討影響洽公民眾滿意度因素之研究-以高雄市鳥松區及鄰近區公所為例，國立高雄科技大學智慧商務系碩士論文。
- 田文良(2000)，使用者涉入對網際網路線上服務服務品質的影響，國立臺灣大學資訊管理研究所碩士論文。
- 吳萬益(2005)，企業研究方法，台北市：華泰出版。
- 宋筱元(1989)，肅貪機構與貪污之防制，台北：五南書局。
- 李奕忻(2021)，公共建設服務品質與行銷推廣對民眾滿意度之影響-以台9線蘇花公路山區路段改善計畫(簡稱：蘇花改)為例，國立臺北大學企業管理學系碩士論文。
- 李俊毅(2020)，民眾導向及互動品質對於民眾滿意度之影響-以信任為中介變數，國立高雄科技大學企業管理系碩士論文。
- 李翠員(2021)，服務行為、組織認同與會員滿意度之研究—以記帳報稅公會為例，國立高雄科技大學企業管理系碩士論文。
- 林宗甫(2016)，內門宋江文化季參與者涉入程度、消費體驗及其滿意度相關之研究，東方設計學院文化創意設計研究所碩士論文。
- 林佩諭(2013)，護理人員之服務行為對服務滿意影響之研究，國立高雄科技大學財富與稅務管理系碩士論文。

- 林怡青(2020)，公務人員對廉政署推動肅貪倡廉認知之研究，臺北市立大學社會暨公共事務學系碩士論文。
- 林聖芸(2014)，民眾對警察形象主觀認知調查與警察形象經營策略之研究-以高雄市為例，國立中正大學犯罪防治研究所碩士論文。
- 法務部高雄第二監獄網站，各類接見申辦方式與說明，檢索日期：2021年7月17日，取自 <https://www.ksd.moj.gov.tw/310144/310192/310201/466869/>。
- 法務部矯正署網站 a，矯正署之沿革，檢索日期：2021年10月15日，取自 <https://www.mjac.moj.gov.tw/4786/4788/4790/92471/post>。
- 法務部矯正署網站 b，矯正機關收容人數，檢索日期：2021年8月2日，取自 https://www.rjsd.moj.gov.tw/RJSDWeb/common/WebList3_Report.aspx?list_id=1216。
- 法務部矯正署網站 c，所屬機關介紹，檢索日期：2021年8月6日，取自 <https://www.mjac.moj.gov.tw/4786/4788/4810/92492/post>。
- 洪婉娟(2013)，警察人員之服務行為對服務滿意影響之研究，國立高雄科技大學管理學院財富與稅務管理系碩士論文。
- 孫錦雲(2014)，民眾對公營銀行行員服務品質與廉潔度認知之調查研究—以臺灣銀行為例，淡江大學公共行政學系碩士論文。
- 梁慧如(2015)，理財專員行為對顧客信任、滿意度及忠誠度之影響，逢甲大學經營管理碩士在職專班碩士論文。
- 莊文忠、陳俊明、胡龍騰、余致力(2007)，公民的廉政認知與民主治理：組織、成員與制度的實證分析，全球化時代的公民與國家暨台灣社會變遷基本調查第十次研討會，3-4，2007年11月10日，台北市：中央研究院。
- 許億先(2019)，民眾對彰化縣政府及其所屬機關清廉度認知分析，環球科技大學公共事務管理研究所碩士論文。
- 陳俊明(2016)，105年廉政民意調查第二階段調查報告：各類公務員廉潔評價，法務部廉政署委託研究案。
- 陳俊明(2017)，106年廉政民意調查第一階段調查報告：民眾對廉政認知評價與訊息來源。法務部廉政署委託研究案。
- 陳俊明(2018)，107年度廉政民意調查報告，法務部廉政署委託研究案。
- 陳康生(2006)，我國廉政機制整合之研究，國立臺北大學公共行政暨政策學系碩士論文。
- 陳淑美(2013)，雲端儲存服務涉入度對行為意圖的影響，義守大學資訊管理學系碩士論文。
- 陳進明(2020)，服務行為、關係價值與會員滿意度之研究—以五金商業同業公會為例，國立高雄科技大學管理學院企業管理高階經營管理碩士在職專班碩士論文。
- 黃東益、莊文忠、李仲彬、徐明莉、彭婉柔、黃筱芸、吳耀竹(2011)，民眾對於政府清廉感受之成因分析，行政院研究發展考核委員會委託研究案。
- 黃徵男(2010)，21世紀監獄學，台北市：保成。
- 黃馨儀(2017)，兒童美語機構品牌聯想、服務涉入、民眾知覺價值與民眾滿意度關聯性之研究，國立高雄師範大學事業經營學系碩士論文。
- 楊士隆(2001)，犯罪心理學，台北市：五南。
- 楊華興(2009)，政策利害關係人對廉政政策順服與政治信任感關聯性之研究-以環保署業務往來之廠商為例，國立政治大學行政管理碩士學程碩士論文。
- 廖雯玲(2003)，廉政機構組織設計之研究：結構功能觀點，國立政治大學公共行政研究所碩士論文。

- 劉嘉麟(2013)，影響使用者行為對於 APP 應用軟體服務之因素探討—以服務涉入與廣告涉入為干擾變數，國立成功大學工學院工程管理碩士在職專班碩士論文。
- 謝宜芬(2020)，認知價值、民眾滿意度與再購意願之關係研究—以美容SPA業為例，南華大學企業管理學系碩士論文。
- 謝寶媛(1997)，我國台灣地區公共圖書館讀者服務涉入之研究，國立交通大學管理科學研究所博士論文。
- 羅志成(2003)，我國政府推動廉政機構之研究，世新大學行政管理學研究所碩士論文。

二、英文部分

- Akinloye Akinboade, O., Chanceline Kinfack, E., & Putuma Mokwena, M. (2012), An analysis of citizen satisfaction with public service delivery in the Sedibeng district municipality of South Africa. *International Journal of Social Economics*, 39(3), 182-199.
- Arora, Raj (1993), Consumer Involvement in Service Decisions, *Journal of Professional Service Marketing*, 9(1), 50.
- Bettencourt, L. A., & Brown, S. W. (1997), Contact employees: Relationships among workplace fairness, job satisfaction and prosocial service behaviors. *Journal of retailing*, 73 (1), 39-61.
- Bitner, M. J., Booms, B. H., & Tetreault, M. S. (1990), The service encounter: Diagnosing favorable and unfavorable incidents. *Journal of Marketing*, 54, 71-84.
- Borucki, C. C., & Burke, M. J. (1999), An examination of service-related antecedents to retail store performance. *Journal of Organizational Behavior*, 20 (6), 943-962.
- Caiden, Gerald E. (2001), Dealing with Administrative Corruption, In Terry L. Cooper (ed.), *Handbook of Administrative Ethics* (pp. 429-55). New York: Marcel Dekker.
- Cardozo, R. N. (1965), An experimental study of customer effort, expectation, and satisfaction, *Journal of Marketing Research*, 2(3), 244-249.
- Carelzon, J. (1987), *Moments of truth, ballinger*. New York: McGraw-Hill.
- Caruana, A. (2002), Service loyalty: The effects of service quality and the mediating role of customer satisfaction. *European journal of marketing*, 36(7/8), 811-828
- Churchill Jr, G. A., & Surprenant, C. (1982), An investigation into the determinants of customer satisfaction. *Journal of marketing research*, 19(4), 491-504.
- Day, R. L. (1980), Research perspectives on consumer complaining behavior. *Theoretical developments in marketing*, 211-215.
- Fornell, C. (1992), A national customer satisfaction barometer: The Swedish experience. *Journal of marketing*, 56(1), 6-21.
- Gabbott, M. & G. Hogg (1999), Consumer Involvement in Service: A Replication and Extension. *Journal of Business Research*, 46(2), 159-66.
- George, J. M. (1991), State or trait: Effects of positive mood on prosocial behaviors at work. *Journal of applied Psychology*, 76(2), 299.
- Good, D. J. (1990), Utilizing Consumer Involvement to Market Service. *Review of Business*, 11(4), 3-6.
- Goodman, P. S., M. Fichman, F. J. Lerch, & P. R. Snyder (1995), Customer-Firm Relationships, Involvement, and Customer Satisfaction. *Academy of Management Journal*, 38(5), 1310-24.
- Hayes, A. F. (2013), *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-Based Approach*, New York: Guilford Press.
- Keaveney, S. J. (1995), Customer switching behavior in service industries: An exploratory study. *Journal of Marketing theory and Practice*, 59(2), 71-82.

- Kelley, S. W., & Hoffman, K. D. (1997), An investigation of positive affect, prosocial behaviors and service quality, *Journal of Retailing*, 73(3), 407-427.
- Kotler, P. (1997), *Marketing Introduction*, N.J. Prentice Hall.
- Krugman, H. E. (1965), The Impact of Television Advertising: Learning without Involvement, *Public Opinion Quarterly*, 29(3), 349-356.
- Lance, A. B., and Stephen, W. B. (1997), Contact employees: Relationships among workplace fairness, job satisfaction and prosocial service behaviors, *Journal of Retailing*, 73(1), 39-61.
- Lovelock, C. H. (1996), Developing Global Strategic for Service Business, *California Management Review*, 38(2), 64-86.
- Oliver, R. L. (1981), Measurement and evaluation of satisfaction processes in retail settings, *Journal of Retailing*, 57(3), 25-48.
- Pfaff (1977), Consumer satisfaction with food products and marketing services, economic research service, US Department of Agriculture, Agricultural Economic Report, No. 281, 1975.
- Samkar, H. & Alpu, O. (2013), Mregression approach for satisfaction of municipality services: the case of Eskisehir. *Quality & Quantity*, 47(3), 1629-1637.
- Tsaur, S. H. & Lin, Y. C. (2004), Promoting service quality in tourist hotels: The role of HRM practices and service behavior, *Tourism Management*, 25, 583-601.
- Varki, S. & S. Wong (2003), Consumer Involvement in Relationship Marketing of Service. *Journal of Service Research*, 6(1), 83-91.
- Woodside, A. G., Frey, L. L., & Daly, R. T. (1989), Linking sort/ice anility, customer satisfaction, and behavioral intention. *Journal of health care marketing*, 9(4), 5-17.

附錄

您好：
這是一份學術性問卷，目的在於瞭解「服務涉入、服務行為、清廉度認知與民眾滿意度之關係」。本問卷採無記名方式進行，問卷調查之資料僅供學術及法務部矯正署高雄第二監獄參考，絕不對外公開，請安心填答。
敬祝 順心如意
國立高雄科技大學企業管理研究所及法務部矯正署高雄第二監獄聯合辦理
指導教授：王崇昱 博士
研究生：謝瑞萍 敬上

附錄一：問卷調查表

第一部分：請在閱讀題目後，依照直覺，在適當的□中打「✓」

	非常不同意	不同意	有點不同意	無意見	有點同意	同意	非常同意
1. 你對本監服務人員之服務態度感到滿意。	<input type="checkbox"/>						
2. 你對本監服務人員之專業知識及能力感到滿意。	<input type="checkbox"/>						
3. 你對本監服務人員之處理效率感到滿意。	<input type="checkbox"/>						
4. 整體而言，辦理接見所提供的服務可以符合你的需求。	<input type="checkbox"/>						
5. 整體而言，你對辦理接見的流程感到滿意。	<input type="checkbox"/>						
6. 整體而言，你對辦理接見的服務感到滿意。	<input type="checkbox"/>						

	非常不同意	不同意	有點不同意	無意見	有點同意	同意	非常同意
7. 本監服務人員對民眾問題總會耐心說明。	<input type="checkbox"/>						
8. 本監服務人員能主動關懷民眾需求。	<input type="checkbox"/>						
9. 本監服務人員能以敬業的態度來對待民眾。	<input type="checkbox"/>						
10. 本監服務人員能針對民眾不同接見種類，提供不同的申請流程服務。	<input type="checkbox"/>						
11. 你不曾被本監人員「藉故刁難」。	<input type="checkbox"/>						
12. 你不會對本監人員有「請託關說」的行為。	<input type="checkbox"/>						
13. 你不會「贈送財物」給本監人員。	<input type="checkbox"/>						
14. 你不會與本監人員「飲宴應酬」。	<input type="checkbox"/>						
15. 你不會送紅包給本監人員。	<input type="checkbox"/>						
16. 你不曾聽聞本監人員有貪瀆索賄情事。	<input type="checkbox"/>						
17. 你對於本監人員廉潔度觀感佳。	<input type="checkbox"/>						
18. 你洽辦業務時，對本監人員品德操守印象佳。	<input type="checkbox"/>						
19. 你對本監人員遵守規範情形感到良好。	<input type="checkbox"/>						
20. 你對本監人員在清廉方面的印象感到良好。	<input type="checkbox"/>						
21. 你對本監落實清廉施政的努力感到良好。	<input type="checkbox"/>						
22. 你認為接見服務能讓收容人感受親情、友情的溫暖與支持，對收容人而言是重要的。	<input type="checkbox"/>						
23. 你認為接見服務對維繫親情或友情是有用的。	<input type="checkbox"/>						
24. 你認為接見服務對收容人改過遷善是有意義的。	<input type="checkbox"/>						
25. 你認為接見服務對你而言是需要的。	<input type="checkbox"/>						
26. 你會事前關心及瞭解如何申請接見服務。	<input type="checkbox"/>						

第二部分：興革建議

27. 關於提升本監員工服務行為及整體清廉度方面，請提供您的寶貴意見以供矯正機關未來施政政策擬定或改善方向之參考？ _____

第三部份：基本資料

28. 性別：男 女
29. 年齡：未滿18歲 18-40歲 41-64歲 65歲(含)以上
30. 教育程度：高中職(含)以下 大專 研究所(含)以上

<感謝您的耐心填答，請再次檢查一次是否有遺漏填寫之處。謝謝您!>