

基層服務民眾機關服務滿意度模式之研究

—以高雄市里長服務滿意度為例

研究生：陳瓊璋

指導教授：李文智 博士

國立高雄應用科技大學企業管理系高階經營管理研究所

摘要

里長扮演著地方自治當中最基層的行政編組的角色，也是傳達政府政令或執行最重要的一個基層單位長官，里長之辛苦程度絕對是有目共睹，以往對於里長角色、里政機關的探討，著重於對於村里制度面或改革面的探討，而本研究則以企業管理的角度出發，把里長服務里民以企業化角度來看，到底里長服務里民，里民的服務滿意度為何，本研究試著設計出基層服務民眾機關的評量模式，故產生欲建立屬於里民滿意度評量模式之構想，另外藉由里民對於里長服務品質的看法，再找出里長的服務品質關鍵因素，以提升服里長服務品質、行政效率提升，來改變民眾對於里長的看法，本研究資料蒐集時間為民國2012年2月1日至2012年3月29日，共發出問卷800份，回收問卷共752份，回收有效問卷406份，有效問卷回收率為53.98%。本研究利用統計分析發現：

- 1.里民期望服務品質與里民認知服務品質有顯著差異。
- 2.里民基本人口統計變項與里民整體認知服務品質有顯著差異。
- 3.里民整體認知服務品質與里民滿意度有顯著差異。

關鍵詞：里長、服務品質、里民滿意度

The study of service satisfaction in basic-service administrations- A case study of
sub-ward(Li) chiefs in Kaohsiung city

Student : CHEN -CYONG JHANG

Advisors : LI-WEN ZHI

Institute of Executive Master of Business Administration
National Kaohsiung University of Applied Sciences

Abstract

As the fundamental officer in Taiwan's local self-governance, Li chief acts as important role for the propaganda or implementation of government decree. Compared to the discussion on the role of Li chief and Li administration in previous literatures, this research mainly focuses on the village/Li institution or reform perspective. Therefore, the research aims to study Li resident's service satisfaction through business management.

The research first designed evaluation model of basic-service administrations to establish Li resident's evaluation model of satisfaction. Second, it discovered the key factor from survey to improve Li chief's service quality and efficiency. After 800 questionnaires were distributed to Li resident, there were 406 valid questionnaires from 752 retrieved ones, namely 53.98% valid response rate. The research results were thus found:(1)There are significant differences between Li resident's expected and perceived service quality.(2)There are significant differences between Li resident's demographic variables and overall perceived service quality.(3)There are significant differences between Li resident's overall perceived service quality and satisfaction

Keywords: Li chief, service quality, Li residents' satisfaction

第壹章 緒論

本章將針對本研究之研究背景與動機、目的、問題及流程加以闡述，做為本研究之開端。

第一節 研究背景與動機

「里」不是近代文明的產物，其最早起源於距今兩千多年周朝的春秋時期，而後到秦、漢，到末代清朝皆有村、里制度。而清代的保甲制度更是為現今村里制度的起源，其具有警政與行政的雙重功能，除了防範盜匪，維護治安外，亦負有政令傳達與社會監控之任務，是朝廷控管地方之基層樞紐。

而里長一詞，於春秋時代稱之為里正（也稱為里君、里尹、里宰、里有司），負責掌管戶口、賦役之事。《公羊傳·宣公十五年》何休就提到：「一里八十戶……其有辯護伉健者，為里正。」，秦、漢兩朝沿用之，漢代開國皇帝漢高祖劉邦早年即是於沛縣做了泗水亭長(相當於里長)，而後揭竿起義。到了唐朝亦有里正一職，以百戶為一里，五里為一鄉，每里置里正一人，而到了宋朝初以里正與戶長、共同督稅，再以里正為衙前，故又稱「里正衙前」。最後到了明代乃改名為里長，並以110戶為一里。

綜合以上所述，就里長的角色而言，里長扮演著地方自治當中最基層的行政編組的角色，也是傳達政府政令或執行最重要的一個基層單位長官，里長之辛苦程度絕對是有目共睹，但是近年來部分媒體渲染不實的報導或是部分里長貪瀆的影響，而改變民眾對里長的觀點，彭滄雯(1997)認為民眾會對村里長福利制度有所質疑，民眾認村里長一年有三節慰問金、

出國考察補助費.....，在經濟不景氣的情況下，似乎村里長可以輕鬆做事而坐領高薪；蔡良文(2004)認為村里長不佳的印象中，村里長民選的方式，深受各方的討論，甚至有人批評是「黑金政治」肇端，民眾認為村里長擔任選舉樁腳的功能大於服務村里民的任務，對於地方發展、基層建設有限；或許這是一些民眾的偏見，另外加上服務性社團的組成（例如：慈濟功德會）、鄉鎮市調解委員會的設立，各級民意代表服務處的廣佈，服務資訊化的發達與意見反映管道的多元化（例如：各級政府都有投訴電子信箱與專線），使得村里長的功能不再如以前，但是雖然如此，村里長畢竟還是地方事務最了解的一群人，對於縣市合併的直轄市來說，里長更是推行市政與市民溝通最好的基石，所以儘管民眾對於村里長不同的聲音，他們還是扮演推行政府政策的中要角色之一。

以往對於里長角色、里政機關的探討，著重於對於村里制度面或改革面的探討，例如：王啟東(2002)對於台灣地區村里功能與角色之研究，而陳盈秀(2006)、林峻儀(2006)、王耀慶(2007)則以里長角色之研究為主，而本研究則以企業管理的角度出發，把里長服務里民以企業化角度來看，到底里長服務里民，里民的服務滿意度為何，本研究試著設計出基層服務民眾機關的評量模式，故產生欲建立屬於里民滿意度評量模式之構想，此為研究動機之一。

藉由里民對於里長服務品質的看法，再找出里長的服務品質關鍵因素，以提升服里長服務品質、行政效率提升，來改變民眾對於里長的看法，此為研究動機之二。

第二節 研究目的

本研究之目的乃在建構出適合的里民評鑑里政滿意度評量模式，並探討高雄市里長服務品質與民眾滿意度，藉由文獻之探討分析瞭解影響里政服務品質的關鍵因素，使基層服務民眾機關獲得提升服務品質的有效方法，對提高民眾滿意度及提升行政效率有實質助益，本研究之研究目的如下：

- 一、探討不同背景變項里民，對該里長服務品質與滿意度有何看法。
- 二、瞭解里民對里長服務品質的重視度與滿意度有何差異。
- 三、藉由本研究找出探討里長與里民間在服務品質認知之差異，以縮小服務品質缺口。
- 四、建立里民服務滿意度綜合指標，讓服務的里長瞭解服務品質改善情形。
- 五、透過本研究成果提供地方政府參考，以提升里長服務品質、行政效率。

第三節 研究流程

根據研究動機與目的，本研究將研究流程說明如下所示：

一、研究動機與目的

由於從事里長服務多年經驗，也看見了許多問題，所以收集許多里政資料後，產生了對本研究的研究動機，並確立研究目的，並找出本研究的貢獻度。

二、文獻資料蒐集與分析

本研究依研究動機來收集村里歷史沿革、制度相關文獻，另外再找出服務品質、滿意度相關文獻，以期可以在文獻上可以得到非常充裕的佐證並透過各專家學者所提出的相關研究議題加以探討分析。

三、確立研究方法與範圍

本研究依目的與所收集文獻來設定研究假設，並利用所收集的資料與分析資料方法與過程來建構出研究設計，並且界定研究區域與研究對象。

四、實施問卷資料收集與彙整

本研究利用文獻與專家學者的建議、並本身工作經驗的累積設計出實地觀察及發放問卷調查方式收集研究資料，並將所收集資料彙整予以統計。

五、統計資料分析

將統計的敘述性統計分析與推論性統計分析方法，說明本研究經實際問卷調查與分析後所發現的結果。

六、結論與建議

針對研究分析的結果，最後提出結論與建議供相關政策參考與運用。

本研究流程如下圖1-1所示：

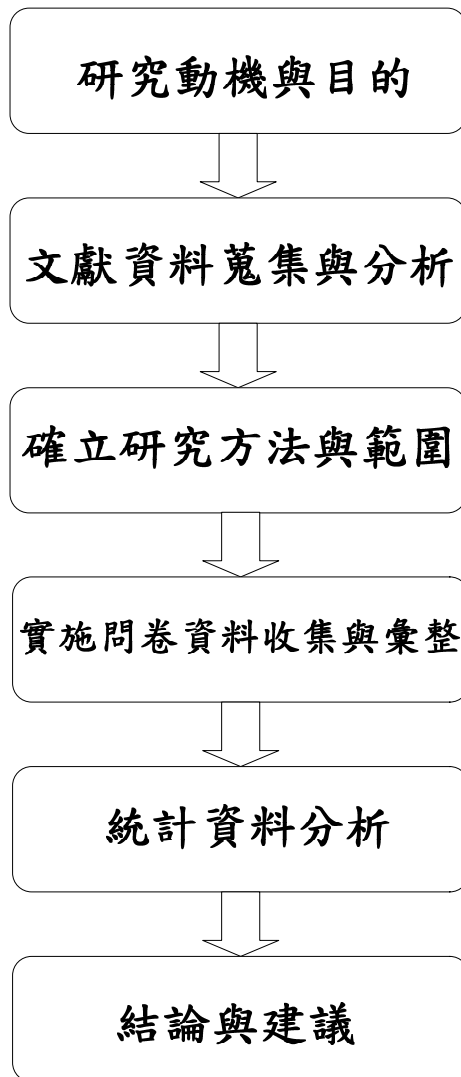


圖1-1 研究流程

參考文獻

一、中文部份

- 1.王啟東(2002)，台灣地區村里功能與角色之研究。中國文化大學政治學研究所碩士在職專班碩士論文。
- 2.王耀慶(2007)，村里長角色之研究。佛光大學公共事務學系碩士論文。
- 3.民政局網址:<http://cabu.kcg.gov.tw/Main/index.aspx>
- 4.邱月霞(2009)，內部服務品質對顧客滿意度影響之探討—以東部地區地方稅務機關為例，國立東華大學公共行政研究所碩士論文。
- 5.金玉珍(2001)，提升公共服務品質與民眾滿意度，研習論壇，第4期，南投：研習論壇月刊社，26-32。
- 6.吳正治(2005)，稅務行政機關服務品質之研究—以財政部台灣省南區國稅局屏東縣分局為例。國立高雄應用科技大學商務經營研究所碩士論文。
- 7.林陽助(2003)，服務行銷，台北市：福懋。
- 8.林偉專(2005)，涉入程度、服務品質與滿意度之研究-以台中市政府為例，碩士論文，中興大學在職專班碩士論文。
- 9.林峻儀(2006)，從地方治理論里長功能與角色之研究—以台北縣中和市為例，國立政治大學行政管理碩士論文。
- 10.洪嘉蓉(2004)，服務品質、滿意度與忠誠度關係之研究—以中華電信公司 ADSL 顧客為例，大葉大學資訊管理研究所碩士論文。
- 11.黃俊英(1996)，行銷研究，台北：華泰書局
- 12.陳滄江(2004)，政府服務品質、民眾滿意度與民眾後續行為意圖之相關研究—以金門小三通為例，南華大學管理科學研究所碩士論文。

- 13.陳盈秀 (2006)，里長的角色定位與服務態度之相關研究，高雄師範大學成人教育研究所碩士論文。
- 14.彭滄雯(1997)，基層社區女性的參政與賦權：臺北市現任女里長的參政經驗研究，台大城鄉所碩士論文。
- 15.董保城(2005)，里長法律定位及其支給費用之研究，月旦法學雜誌，第118期。
- 16.蔡良文(2004)，我國村里長納入文官體系相關措施之探討。台北市民政局委託政大台灣研究中心舉辦「台北市里及里長功能定位」學術研討會，頁 13-33。

二、英文部分

1. Anderson, E. W., Fornell, C. and Lehmann, D.R. (1994). Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Finding from Sweden. *Journal of Marketing*, 58, 53-66.
2. Bateson, J.E.G.and Hoffman K. G.(2002).*Essential of Service Marketing: Concepts, Strategy and Cases*, Harcourt, Inc.
3. Bitner, M. J. (1990). Evaluating Service Encounters: the Effects of Physical Surroundings and Employee Rresponses. *Journal of Marketing*, 54(2), 69-82.
- 4.Cardozo, R.M.(1965).An Experimental Study of Consumer Effort, Expectation and Satisfaction , *Journal of Marketing Research*, 24,305-341.
5. Cochran,W. G. (1977).*Sampling Techniques*, Third Edition, John Wiley&Sons, Inc, 18-27
6. Cronin, J. J. J. and Taylor, S. A. (1992).*Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension*, *Journal of Marketing* , 56, 55-68.

7. Czepiel, J. A. (1974). Perspective on Customer Satisfaction, American Management Association. New York, NY. John Wiley & Sons, Inc.
8. Daly, M. B. and Hulka, B. S.(1975).Media and Medicinetalking with the doctor, 2, Journal of Communication, 25(3).148-152.
9. Day, R. L. (1977). Extending the Concept of Consumer Satisfaction. Atlanta: Association for consumer research, 4.149-154.
10. Fornell, C.(1992).A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience, Journal of Marketing, 56(1), 6-21.
11. Oliver, R.L. (1981). Measurement and Evaluation of Satisfaction Processes in Retail Settings,Journal of Retailing,57(3).
12. Oliver, R. L.(1993).Cognitive, Affective, and Attribute Base of the Satisfaction Response, Journal of Consumer Research, 20, 418-430
13. Parker, C. and Mathews, B. P. (2001). Marketing Intelligence and Planning bradford. 19(1), 38.
14. Parasuraman , A., Zeithaml ,V. A. and Berry L.L. (1985),Quality Counts in Service, Too, Business Horizons ,47.
15. Parasuraman , A., Zeithaml ,V. A. and Berry L.L.(1988).Ommunication and Control Processes in the Delivery of Service Quality ,Journal of Marketing, 52, 35-48.
16. Parasuraman , A., Zeithaml ,V. A. and Berry L.L. (1991),Refinement and Reassessment of SERVQUAL Scale ,Journal of Retailing,67(4),420-450.
17. Parasuraman , A., Zeithaml ,V. A. and Berry L.L. (1993). Research note: More on Improving Service Quality Measurement. Journal of Retailing, 69, 140-147.

18. Parasuraman , A., Zeithaml ,V. A. and Berry L.L. (1994).Alternative Scales for Measuring Service Quality: A comparative Assessment Based on Psychometric and Diagnostic Criteria, *Journal of Retailing*, 70(3), 201-230
- 19.Pfaff, M. (1977). The Index of Consumer Satisfaction: Measurement Problems and Opportunities. In: H. K. Hunt (Eds.), *Conceptualization and Measurement of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction*, Cambridge, MA: Marketing Science Institute.36–71.
20. Rust, R. T.and Oliver R. L. (1994). Service Quality: Insights and Managerial Implications from the Frontier. In *Service Quality: New Directions in Theory and Practice*, ed. R. Rust and R. Oliver (Thousand Oaks, California: Sage Publications).
21. Williams, R. H.and Zigli, R. M.(1987).Ambiguity Impedes Quality in the Service Industries,” *Quality Progress*, 20(7): 14-17.
22. Zeithaml V.A.and Bitner M.J (1996), *Services Marketing*.New York,NY:The McGraw-Hill.
23. Zeithaml and Bitner (2002).*Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* , McGraw-Hill,2rd edition.