

服務品質、關係品質與顧客滿意度關係之研究-以高雄農田水利會為例

The Study of the Relationship among Service Quality, Relationship Quality and Customer Satisfaction -an Example of Kaohsiung

Irrigation Association

研究生：曾思騏

指導教授：葉惠忠

摘要

農田水利會雖為一人民團體，但因具有公法人身分，在執勤時視為一公務機關，面對經濟文化快速變遷，民眾知識水準提升，民眾要求公務機關的服務品質日益升高，以往僵制化，機械化的服務已難被接受，因此提供服務的員工，不僅要知道如何做好為民服務工作，還要從觀念上知道為何要做好為民服務工作，而理想的公務機關應該以人民的需求為導向，因此依其存在的重要性探討其與農民會員的服務品質、關係品質、與滿意度之關聯，達到便民、視民如親、以客為尊為導向，激發積極、創新、活力，使水利會業務順利推廣得以永續經營，開創一個更璀璨之農業及農田水利新氣象。

本研究旨在透過相關文獻的整理與相關研究資料的分析，以問卷調查方式，檢視水利會外部顧客(農民、會員、一般民眾)所重視的服務品質及滿意度，以高雄農田水利會服務的轄區範圍內的民眾為對象，採用問卷設計方式進行，利用 SEM 統計方法來解釋顧客對服務品質的重視程度，對關係品質及顧客滿意程度的影響。

研究結果顯示，民眾感受的服務品質愈好，其與顧客的關係品質就愈緊密，而關係品質愈緊密對顧客的滿意度亦能提升，此三者有密不可分之關係。

關鍵字：顧客滿意度,關係品質,服務品質

Abstract

The Irrigation Association is made up of the people, but it is a kind of public corporation. Therefore, it is regarded as the behalf of the government. As the economy and culture change rapidly, the knowledge standard of people has been promoted. People require higher and higher service quality from public organizations, and the rigid and mechanical service has become hard to be accepted nowadays. As a result, employees of the Irrigation Association should not only give perfect service to people, but also understand the meaning of service. Also, an ideal public organization should be oriented towards people's needs. With a view to achieving the goal of offering greater convenience to the people and esteeming the people, this research will study the importance of the Irrigation Association and its relation with the service quality, relationship quality, and satisfaction.

Furthermore, activity, innovation and vigor should be aroused to facilitate the operation, and initiate a whole new atmosphere of agriculture and irrigation.

This research focuses on satisfaction of the external customers (such as farmers, members and the general public) of the Irrigation Association, which is conducted by documentary analysis and questionnaires. Those questionnaires are given to the public living in the service area of Kaohsiung Irrigation Association. With the SEM statistical methods, the result explains that the customers' thinking about the service quality can influence the relationship quality and the customer satisfaction.

The research indicates that the better the public's feelings for the service quality, the denser the relationship quality will be. Moreover, the dense relationship quality also promotes the customer satisfaction. That is, the three factors are closely linked.

Keywords: Customer Satisfaction, Relationship Quality, Service Quality



第五章 結論與建議

第一節 研究結果

本研究主要以高雄農田水利會服務的對象，作為探討服務品質、關係品質與顧客滿意度之間關係，藉由文獻的探討發展出概念性的研究架構，以結構方程式分析得知，各項配適度指標都達到判斷標準，顯示本研究所提出的模型可被接受，也就是說民眾感受的服務品質愈好，其與顧客的關係品質就愈緊密；而關係品質愈緊密對顧客的滿意度亦能提升，此三者有密不可分之關係。

本研究之結果總結如下：

假設 1：服務品質對關係品質有顯著影響

假設 2：關係品質對顧客滿意度有顯著影響

假設 3：服務品質對顧客滿意度無直接影響

第二節 研究發現

一、在學術方面

- 1.研究發現服務品質、關係品質及顧客滿意度行為等三大構面之互動關係有顯著影響。證明其「研究架構」整體模式的配適度是可被接受的。
- 2.在整體模式中發現服務品質對顧客滿意度直接影響較不顯著，但透過關係品質對顧客滿意度有非常顯著影響，顯示在水利會會務的推行及政策的推導，必須藉由與農民、地方人士及小組長之間的互動與配合，方能達到最好之效果。

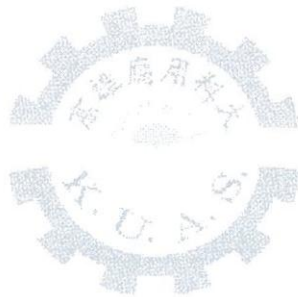
二、在實務方面

- 1.在人口統計變數方面得知，受訪民眾為男性居多，表示農村社會還是以父系社會為主；而會前往水利會洽公人士平均年齡在30歲以上，尤以平均年齡50歲以上佔了50%以上，顯示高雄農田水利會雖為一都市型水利會，但從事農務工作人口有高齡化現象，青年都不願留在農村從事農業工作，而洽公次數方面5~10次以上高達79.2%，顯示水利會與農民、地方人士互動頻繁密切。
- 2.在服務品質量表裡，問項 11.「員工可從公司得到適當的支持，提供更好的服務。」及問項 12、「水利會服務人員關心並主動協助顧客。」得分最低，顯示受訪者並不認為水利會員工有得到內部的支持，致使影響到工作士氣，因而無法提供民眾更好的服務，並主動關心協助顧客，因此水利會可針對內部服務品質部份加強改善。
- 3.在關係品質量表裡，問項3、「我相信農田水利會關心我的農田灌溉用水需要」及問項10、部分「我會努力地支持農田水利會。」得分皆很高，表示農田水利會還是會以農民權益為優先，關心農田灌溉用水需要；且農民與水利會長久以來建立密不可分之關係，大部分的受訪者仍表示會支持水利會，配合各項政策。但在問項6、「我相信農田水利會的工程能兼具綠化維護環境衛生。」得分最低，顯示水利會雖能以農民灌溉用水為優先，但在工程部分對於環境綠化及環境衛生部份各方觀感卻不好，可做為將來



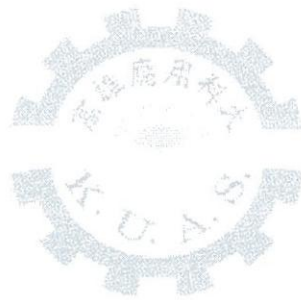
水利會在推動工程維護部分可以兼顧綠化與環境衛生。

4. 在顧客滿意度量表裡，問項 12、「服務人員態度謙卑有禮。」，問項 1、「服務 管道多元且方便，例如可透過網路、電子郵件、傳真、電話。」，問項 8「服務人員能及時處理突發事件，例如：淹水、缺水、圳路阻塞。」，顯示大多數受訪者對於水利會員工態度、突發緊急事件處理及服務管道多元皆感到滿意，但對於水利會各項業務公文往返冗長感到不滿，顯示水利會對於案件的處理時間仍有改善空間。
5. 本研究主要受訪者分為農民及一般民眾，研究發現農民大都與水利會保持良好及密切關係，但一般民眾對於水利會許多看法差異較大，顯示水利會應對於一般洽公民眾的服務品質及關係品質部份需再加強與改善。



第三節 研究建議

1. 本研究結果發現水利會服務品質，經由透過與農民及地方人士互動，進而提升顧客滿意度。因此建議水利會在推行農田水利事業時，可以加強關係品質部份，以期達到社會大眾的支持，以利會務推動及永續發展。
2. 後續研究者可針對內部服務品質部份及利用本研究的架構及其結果，加以擴充相關議題之研究，補足本研究的限制。



第四節 研究限制

本研究僅以高雄農田水利會三大灌區民眾作為研究的對象，藉由文獻探討及研究分析結果所作成之結論，僅適用於該單位而不適用全省農田水利會。因此，結論所能解釋的範圍僅限於高雄農田水利會，可提供同質性高的研究機構參考。但如要延伸到其他企業廣泛的應用及推廣將有所限制。

