

海關之服務品質、顧客價值與關係品質之探討-以新竹科學工業園區為例

賀力行, 陳任文

科技管理學系

管理學院

ho@chu.edu.tw

摘要

海關一直以來扮演的角色，主要是以財政性為主—即課徵關稅等稅捐以及管控保稅貨物的進出。隨著競爭態勢的日新月異，也漸漸轉變為所謂的經濟性的角色，試圖透過「建構無障礙的通關環境」，成為企業的助力。角色的轉移，意味著海關不再是被動角色，而成為針對企業需要，提供相關服務的主動角色。在這樣的關係下，海關對於目標顧客—即科學園區內各廠商—的關係品質亦相對重視。服務品質是企業成功吸引顧客和維繫顧客關係的重要因素；顧客價值是顧客對於供應者提供的產品或服務，或其他無形因素所衍生出的感受。服務品質以及顧客價值如何影響關係品質的發展，是本研究欲探討的主題。

本研究利用問卷調查法，並以新竹科學工業園區管理局截至2008年12月止所統計的入區廠商461家中，經海關公告監管的303家廠商為研究對象，並於其中隨機抽取250家的進出口、保稅負責人員為研究樣本進行施測。實得有效樣本為129份，有效回收率達51.6%。統計分析採因素分析、信度分析、階層迴歸以及區段迴歸進行驗證。

進行統計後，結果顯示如下：1. 服務品質中的專業程度和設施可靠程度，對於顧客價值會有正向的影響力；2. 服務品質中的服務態度以及專業程度，對於關係品質中的顧客滿意會有正向的影響力；服務態度同時也會對關係品質中的顧客信任有正向影響；3. 顧客價值對於顧客滿意有正向的影響力4. 顧客價值對服務品質與關係品質間具有中介效果。

根據研究結果可知，要滿足新竹科學園區廠商的價值，需要強化海關專業人員的專業能力，並強化

相關設施的可靠度。欲提昇園區廠商的滿意程度，應透過服務態度和專業程度的提昇來達成；若要博得
園區廠商的信任，則應強化海關人員的服務態度；欲提昇關係品質中的顧客滿意，提昇顧客價值是重要的因素之一；欲透過服務品質的建立強化組織的關係品質，同時亦須累積充足的顧客價值。

關鍵字：服務品質、顧客價值、關係品質