

戶政創意服務與城市行銷結合之 可行性探討－以豐原區戶政事務所 為例

研究機關：臺中市豐原區戶政事務所 單位：行政課

研究人員：鐘惠芳

研究期間：102年7月1日至103年6月30日

中華民國 103 年 8 月 28 日

壹、研究緣起與目的

戶政為庶政之母，舉凡出生、結婚、離婚、死亡，站在第一線的戶政人員，總是默默記錄著民眾一生的大小事，由於戶政與民眾的生活息息相關，政府各項措施推行常須以各項戶籍資料作為施政參考的重要依據；如今戶政的功能亦隨著時代的演變，從早期靜態刻板的窗口受理，進而改變成多元服務導向，不僅受理戶籍登記、進而核發生育津貼、人別確認、自然人憑證、到府服務等跨機關便民服務面面俱到。政府部門要做好為民服務，讓顧客（民眾）滿意，最先要做的就是改變公務人員一些不當的想法跟觀念，進而灌輸良好的服務品質觀念。觀念、想法改變之後，做法也要跟著改變，因為唯有具體的行動，才能產生實際的功效(楊錦洲，2001)。由於科技發展迅速，民眾對於服務品質的要求日益提高，如何積極主動的滿足民眾多元的需求，是戶政所近年來持續不斷追求的目標，且依行銷演進歷程，目前已進入「關係行銷導向」觀點時代，亦即需與顧客建立長期關係。而國內戶政機關在政府再造、電子化政府、知識經濟及顧客導向服務等潮流之下，早已跳脫過去以供給行政為主的支援性功能，取而代之的是不斷以創新、科技及人性化服務方式發展各項戶政機關便民措施(蔣國全，2012)。為達簡政便民目的，應積極研究發展各項創新、貼心、加值服務，建置完善的服務理念及制度，研擬各項標準作業流程，發揮工作團隊的向心力及凝聚力，以創新提升為民服務品質。透過戶政業務的創意行銷，進而有效推廣本市市政理念及業務，讓民眾覺得「滿意」到「有感」，更瞭解政府機關的積極作為，增進對市府團隊的認同。

在民眾需求不斷增加及上級機關提升服務品質方案的要求下，戶政除法令規定應執行的業務外，又創設多項服務措施，額外增加許多業務工作，在資源有限的情形下，戶政事務所應如何因應及創新作為，方能有效運用有限資源提供最優質的服務，實為各戶政事務所應研究與注重的焦點，藉由了解豐原戶政如何關注外界環境的變化，將戶政服務視為商品，透過創意的方式，達到行銷的效果。

貳、問題之背景與現況

21 世紀是以科技創新為主導的世紀。以通訊技術、生物技術、奈米科技為代表的新科技革命，正在深刻地改變傳統的經濟結構、生產組織和經營模式。臺灣產業的發展，也逐漸轉化為創新驅動的經營，他們所依附的不再是土地資產和勤奮的勞動力，而是憑藉著無法取代的知識資本如智慧、腦力以及創新能力。換言之，這一切成功的經驗，皆源自於他們善用人類珍貴的「創新能力」，將其轉化為組織中一切有價值事物的原動力，甚至讓「創新能力」取代傳統的土地、勞力、金融資本，成為企業追求創新與挑戰的力量。創新不僅僅是組織發展的原動力，更是建立組織競爭優勢的重要因素(李信螢，2002)。策略大師 Porter (1990)認為：理論上繁榮來自於競爭力，而創新能力就是提升競爭力的不二法門。為增加臺中市的競爭力，身為為民服務第一線的戶政機關，其服務品質之良窳，因影響政府形象至鉅。吳沛峰(2004)認為，政府機關是為服務民眾而設立，其中行政的運作，關係全民的權利與義務。因此，行政機關的任何作為都需要符合民眾的需求，所提供的服務需以顧客為導向，如此才能有效提高民眾對政府機關服務品質滿意度的觀感，因而以豐原區戶政所為例，針對戶政機關的創新作法予以了解探討。

豐原區位於臺中市北方，舊稱「葫蘆墩」，臺中縣市合併前原係臺中縣治所在，為臺中山線地區的發展中心，又位於交通之樞紐位置，以前人稱豐原是水清(葫蘆墩水圳)、白米(葫蘆墩米)、餅香(糕餅街)、材乾(曾經是木材集散地)的好地方。總面積 41.1845 平方公里，行政區域劃分為 36 個里，共 800 鄰，豐原區 90 年的人口數為 161589 人，逐年遞增至 102 年的 166,111 人，而豐原區戶所員額從 90 年的 45 人逐年遞減至 102 年的 39 人，在人口數與員額數相對增減的情形下，仍需不斷的改善、精進戶所的服務品質，且近年「政府服務品質」邁向「服務品質創造」階段(2008 年起)，研考會導入更友善資訊流通運用，深化創新整合服務的積極作為，體現出政府公共服務品質的全面躍升，達到「持續推動民眾滿意服務，塑造專業、便民、高效率的公共服務形象與聲譽」、「促使政府資訊透明化，提供友善網路服務，確保民眾知的權利與資訊使用權」及「鼓勵機關積極進行多面向整合各級政府服務功能，統合運用資源，開

發創新服務措施，提升卓越服務品質」等目標(陳振坤，2008)。因此為達簡政便民目的，豐原區戶政所更逐年增加各項創新、貼心、加值服務項目，且為面對各項接踵而來的工作挑戰，戶所積極建置更完善的服務理念及制度，制定各項標準作業流程，發揮工作團隊的向心力及凝聚力，以奠定穩固的服務準則與方向。

參、研究方法與內容

一、研究方法

針對豐原戶政各項創新作為及業務改進提升做法進行資料收集並予以探討了解其實施模式與民眾滿意度效益分析，研究戶政基層機關如何發揮創意及配合行銷理論，進而與城市行銷結合之可行性：

(一) 推動全員參與創新機制

人力資源是組織達成目標最重要的資源，組織裡支持創意、鼓勵冒險、提供適當資源，有助創意策略的湧現(何美秀，2011)。豐原戶政所透過訂定「推動戶政創新服務及改進建議實施計畫」，鼓勵戶所同仁針對「創新服務措施」、「業務改進建議」、「內政部戶政電腦化作業建議」及「民政局自行研發電腦化作業建議」等四方面業務提出研究創新與具體革興之建議，以提升戶政服務品質與行政效率。

(二) 審核制度 SOP

戶所對於所提之創新服務及改進建議，設立審查小組，由秘書召集各課長、總務、研考、主計四至六人組成，審查各同仁提案之內容，若經初審通過並簽請主任核可後，戶所自行實施或函報民政局審查。

二、研究內容

(一) ios 與 Android 雙系統共用之豐原戶政 APP

鑑於各機關、代書、公司行號對於豐原戶政所發行「日治時期戶籍登記法律及用語編譯」查詢需求增加、民眾線上查詢相關戶政資料未完整，及考量用戶手機之 ios 與 Android 系統不同，故研發全國戶所首創之二者系統通用之「豐戶 APP」，民眾可於本功能獲得所需資訊，俾提供更多元及便捷服務，透過資訊科技的便利，讓

民眾不出門也能辦大小事，快速掌握戶所最新資訊。分別就其便民功能茲說明如下：

1. 戶籍歷史資料

- (1) 日治時期戶籍登記法律及用語查詢：可查詢地名、日據法律用語、職業別及行政區劃等。
- (2) 戶籍沿革：有關國民身分證、戶口名簿、門牌、戶籍登記申請書及機關銜牌等歷史沿革說明。

2. 登記須知查詢

凡身分登記、遷徙登記、文件核發及其它變更(正)案件等，提供申請人、申辦期限、計算罰鍰及應檢附文件等查詢功能。

3. 國籍歸化測驗

戶所將「歸化取得我國國籍者基本語言能力及國民權利義務基本常識測驗口試及筆試題庫」作成考題，提供外籍配偶考題模擬測試，並計算分數。

4. 稱謂親等查詢

為便利民眾快速計算親等，當點選稱謂時，即可產生親等關係(例如點選【父親】，即出現【直系血親一親等】)。

5. 線上互動登記檢核表單

民眾於申辦案件前，可利用本功能以勾選方式立即檢示應備文件是否齊全，如未齊全將以畫面警示，以提醒民眾避免再次往返奔波。

6. 戶政資訊

戶所將最新戶政宣導資訊，登載於 APP 上，提供民眾利用，廣為周知。

7. 線上等待人數查詢

透過 APP 立即查詢本所等待人數及目前叫號號碼，借以提供民眾避開擁塞時段，以減少民眾申辦案件等候時間。

(二) 『戶政便利貼』～多樣化服務

1. 多據點服務

為擴展延伸服務據點，每位同仁家中為一個服務據點，豐原戶所同仁於下班時間收取家中附近無法利用上班時間辦理之民眾

案件，隔日同仁申辦完竣時再交給當事人，提供民眾下班不打烊的便利服務。

2. 視訊方式核補發房屋稅單

- (1) 戶所與臺中市地方稅務局合作，提供民眾可利用視訊方式申辦下列業務，以提供更便捷服務。
- (2) 核發房屋稅稅籍證明及核、補發地價稅、房屋稅、使用牌照稅繳款書、繳納證明單及課稅明細表。
- (3) 身心障礙者免徵使用牌照稅申請。
- (4) 低收入戶免徵房屋稅申請。
- (5) 其他各項稅務服務申請案件。

3. 廢棄物清理服務

戶所於哀悼往生者與親屬關懷致意時，洽請清潔隊提供喪家廢棄物清理通報服務。

4. 門牌整編換證(狀)

為配合門牌整編換證工作，戶所與本區豐原地政事務所合作，協同至各村里辦公處所收(發)民眾身分證及建物權狀等業務。

5. 跨機關設點服務:

為便利學生申辦助學貸款及民眾報稅所需，於臺灣銀行及國稅局豐原分局派員駐點協助民眾申辦戶籍謄本及自然人憑證，避免民眾來回奔波之苦，感受戶所的貼心服務。

(三)滿意度分析

行政院於 86 年函頒實施「全面提升服務品質方案」，其精神乃是將企業界普遍採行的全面品質管理觀念及顧客滿意的管理作法融入其中，推動各機關行政人員以顧客至上的思考模式作業，以革新的作法提升為民服務品質（呂鴻德，1997）。

為了解民眾對戶所提供之辦公環境、各項服務措施及服務人員的評價，針對戶所同仁、洽公民眾，就各項服務及施政措施，戶所員工滿意度等進行調查，以做為改善之參考，期能使戶所各項措施以最貼近民意的作法來使戶所服務品質滿意度提升。

1. 民眾滿意度調查策略及管道

(1)滿意認知模式

Zeithaml 和 Bitner (2000)提出滿意認知模式，是指顧客對於產品或服務的滿意與顧客對產品或服務特性的評價有顯著影響。從服務品質的認知來探討顧客滿意度並考量可靠性、回應性、關懷性、確實性及有形物五個構面。

- (2)戶所民眾滿意度調查管道可分為定期性、網路意見等 2 項，定期性民意調查為豐原戶所主要民意調查管道，按綜合受理、彈性上班、辦事效率、洽公環境、服務態度等五大面向，作為分析檢討之依據。
- (3)民眾滿意度調查管道可由以下途徑取得：主管定期拜訪及電訪民意代表、里長等地方人士，參加公所業務聯繫會報、里鄰長會議，聽取民意代表、里鄰長建言，適時辦理滿意度調查、各種說明會、協調會，定期檢討、追蹤改善抱怨案件及陳情案。

2. 豐原戶所 102 年民眾滿意度分析:

- (1)外部顧客: 調查採以紙本問卷方式進行資料蒐集，102 年 1 月至 12 月每月第三周星期三之至戶所洽公民眾為對象，並區分四季，每季為三個月比較分析。統計 102 年 1 月至 12 月之洽公民眾共計 2,400 人次，每日到所民眾約為 200 人次，每月應發放問卷數為 200 份，總回收問卷數為 908 份。各面向滿意度結果分析達 99% 以上，依據數據顯示民眾對戶所服務人員服務態度、辦事效率、洽公環境及整體服務滿意度均有正面的看法。
- (2)內部顧客:針對內部同仁每半年進行問卷調查，102 年度問卷調查內部顧客部分整體滿意度達 96.071%，依據數據顯示內部對服務態度有正面的看法。

3. 戶所針對民眾意見提出具體改善措施與積極改進作為：

- (1)加強同仁的服務禮儀及專業知能訓練：所務會議進行法令宣導外，每月所務會議研討法令或案例，期能提升同仁法令專業度的同時，更持續進行服務態度的禮儀訓練。
- (2)加強到府服務措施，滿足行動不便者的需求。達到令人感動的關懷貼心服務，101 年度前年度案件數增加 23%。
- (3)於臺中市政府陽明大樓增設服務據點，受理戶籍謄本等項目，

提供民眾更便捷的戶政服務。

- (4)鼓勵同仁針對業務改進及便民立場提供創新提案並評估實施可能性，以提升辦公效率，節省民眾時間，感受戶所求新求變的用心。

(四)戶政創意服務與城市行銷之結合:

1. 戶政葫蘆小天使，守“戶”您身邊：一對戶政葫蘆小天使「胡太郎、盧小妹」，每天左右開弓由本所 20 個服務櫃台「左胡、右盧」不停舉牌招呼迎賓，以效率、專業、創新、便民的核心價值來提升民眾的滿意度，因民眾時間值千金，故提供「零錯誤、零等待」是豐原戶政的服務願景，深化戶政同仁以「廣結善緣」的服務態度，心造福田來經營屬於自己的戶政園地，不斷創新提升為民服務品質。
2. 贈送出生、結婚、喬遷貼心卡、身後叮嚀卡、溫馨關懷卡，發送結婚及出生簡訊，贈送成家福袋、育兒袋及育兒手冊，並於相關卡片、手冊上融入代表地方文化、節慶、特產或手工藝之圖像或圖騰，以推廣、行銷在地文化。

(五)E化服務

為符合現今處處皆網路，處處可作業的 E 化潮流，故戶所開放許多線上服務功能及電子參與，擴展線上服務量能，提升便民服務效率，增進民眾使用滿意度，透過持續性的創新，將既有的服務改良升級，亦透過這些電子參與管道，散布最即時且正確的資訊提供民眾，達到機關形象行銷及宣傳效果，豐原戶政所實施相關內容如下:

1. 結合全省四大超商，辦理自然人憑證結合超商申辦戶籍謄本送件服務，提供民眾多元及便利謄本申辦管道，貼近民眾生活。
2. 網站全面改版，提高線上參與力，擴充電子線上服務，提供網站書表下載、線上預約登記、線上申請、線上進度查詢，成立臉書，提供 APP 下載戶政資訊。
3. N 加 e 跨機關便民服務：101 年前採用四合一跨機關便民服務，成效顯著，102 年全國首創-N 加 e 跨機關便民服務，e 化服務跨機關數全國最多，包含戶政、地稅、地政、監理、勞保、健保、

國稅、台電、自來水、瓦斯、社福等 11 大類，涉及 71 個單位，民眾至本所完成戶籍登記後，由戶所將異動資料傳送至相關機關完成資料變更，跨機關策略合作提升為民服務品質，正確各項資料，兼具環保及快捷性。

4. 申請書附件線上查詢：掃描戶籍登記申請書相關重要附件，傳至戶役政資訊系統主機，俾使櫃台同仁在受理案件時可直接連線查詢，減少作業時間甚多，有效增加其正確性及服務效率，大幅縮短民眾等候時間。
5. 印鑑比對系統：採用印鑑比對系統，提供印鑑快拍、印鑑比對、簽名掃描…等功能，於受理印鑑相關案件時，可於線上直接比對印鑑、簽名是否相同，有效降低因人工比對所生錯誤並節省抽取原登記印鑑條的服務時間。
6. 貼心小叮嚀：於戶役政系統及戶所網站中新增「貼心小叮嚀」，民眾辦理完登記案件後，由戶所同仁直接於系統列印相關資訊，提醒民眾辦理登記後可利用的相關社會福利、補助項目、保險給付、財產民生、公務證照、關懷資訊、歸化流程、人別確認流程…等資訊，俾供民眾參考，亦可於戶所網站查詢。
7. 規費系統：於戶役政系統安裝戶政規費系統，對於開立規費收據及查詢報表，增加其效益及正確性，大大減少人工作業流程及時間。
8. 網站設置民眾信箱及主任信箱，建立與民互動機制，由專人負責信件回覆與處理。

(六) 提升在地志工服務友善性與專業性：

政府部門要做好為民服務，讓顧客（民眾）滿意，最先要做的就是改變公務人員一些不當的想法跟觀念，進而灌輸良好的服務品質觀念。觀念、想法改變之後，做法也要跟著改變，因為唯有具體的行動，才能產生實際的功效，隨著戶政業務的複雜化與資訊化，民眾的需求日益繁多，難以現有編制人力再有效提升服務品質，善用在地志工，融入在地的親切服務為本所致志的方向，相關內容如下：

1. 善用志工人力，招募在地志工，培訓提升服務親和力，可引導洽公民眾抽號、指引導至等候叫號區，倍感親切的乳牛沙發座椅供民眾舒適等候。
2. 輪值志工協助引導、諮詢、拍照、協助身障人士安排至愛心櫃台辦理及滿意度調查；走動式服務人員均提供親切的服務。
3. 辦理禮貌志工人員票選活動與考核：
 - (A) 配合市府辦理隱匿性稽核服務禮儀百分百，建立一套標準作業流程「起立、微笑、請教民眾貴姓並請坐、朋友式的互動」，鼓勵志工伙伴發自內心為民服務。
 - (B) 提升為民服務品質，秉持「服務第一，民眾優先」之服務態度，由戶所製作選票，海報看板，請民眾踴躍選拔禮貌最優志工人員。
 - (C) 走動式考核：由各主管輪流走動式考核，引導、解疑義或協助解決糾紛，提升民眾對志工之滿意度。

肆、研究發現與結論

由於目前全球都是在一個世界經濟的競爭環境當中，因此，在某種意義上，城市也可以看做是一個「企業」或產品，可以像行銷企業和行銷產品一樣運用市場行銷的方法來行銷(汪明生、馬群傑，1998)，而新的經濟觀點就是每一個地方必須將自己視為一個產品及服務的銷售者，是產品與地方價值的積極行銷者，目的自然是吸引產業。其產品可能是設施與活動，可以是一個直接有幫助的實體(周秀容，2014)，因此豐原戶政制定內部制度，激發員工發揮創意，建立專屬機關品牌形象，善用資訊潮流趨勢，了解民眾需求，實施各項創新便民服務，將戶政業務予以提升改善，也因公務部門接受行銷思維，採用「顧客關係管理」和「全面品質管理」系統等行銷理念和工具來推動政府施政，大幅提升了民眾的滿意度(黃俊英，2009)。針對豐原戶政創新作為有以下發現：

一、研究發現

(一)於豐原區戶政所研發「豐戶 APP」中，除整合戶政相關資料及提供最新戶政資訊外，有關『查詢戶籍歷史資料』功能單元，薪傳民國 90 年及民國 94 年由本所研發臺中縣政府編印之「日治時期戶籍登記法律

及用語編譯」暨「日治時期戶籍登記法律及用語編譯〈增修版〉」，提供日治時期戶籍登記之地名、法律用語、職業別及行政區等相關資料，但民眾查詢不便且相關戶政資料未完整，而 Google 於 2013 年手機行為調查報告中發現臺灣智慧型手機使用比例持續提昇，手機普及率從 101 年的 32% 提高到 102 年的 51%，相當於每兩人就有一人使用。而國人對智慧型手機的依賴度更高達 81%，至於使用 App 的情形，研究更指出智慧型手機用戶平均安裝 30 個 App，所以不僅私人企業，各公務機關也跟隨資訊時代腳步，製成專屬 APP 以協助民眾順利解決很多戶政疑難問題，此舉也嘉惠其他許多戶政事務所方便查詢，並獲得民眾、各機關讚賞及學習，因而再創服務便民新境界。

(二)對於「多據點服務」，更獲得民眾一致好評；「廢棄物清理服務」以「體貼」服務民眾的心，讓服務「揪感心」。因此，在經費允許下，各戶所應設置「戶政服務巡迴車」，定時下鄉服務感動民心。

二、結論

服務態度和善積極、服務功能要與時俱進、服務品質要正確迅速、服務能力要多方強化、服務結果要滿足需求（黃煥榮，2006）。站在為民服務的第一線，「便民」一直是當今戶所追求的目標，也因戶所同仁的努力，戶政的持續進步有目共睹，戶政的服務品質有口皆碑，但如何創造出令民眾滿意、感動和幸福的服務，是戶所現今追求的目標與願景。

為讓服務不單侷限在本所辦公廳舍內，戶所希能延伸至各處，故戶所積極提供多項管道服務，無論從硬體至軟體，皆不斷研究發展，鼓勵同仁賡續針對戶政業務及便民服務進行研發、創新，安排相關學習成長課程，結合現代化科技妥善運用，打破傳統窠臼，提出各項創新便民措施，及時蒐集輿情，掌握民眾需求與民意，積極檢討改進，俾使服務增值又加乘。

顧客導向是以顧客價值作為行政措施的重要基礎，直接與顧客互動，蒐集顧客的相關資訊，改善行政機關的服務與品質。（江岷欽、林鍾沂，1999）。戶政人員緊守戶政家園，正確戶籍資料，開創更新穎、

更用心的服務，戶政為政府施政的基礎，基礎穩固，定能提升政府競爭力，達到行銷城市的效果。

伍、建議事項

民眾滿意度結合了全面品質管理之顧客滿意度概念，再加上簡單的評量方式，目前已成為大部分政府檢視服務品質是否提升的主要方法。一個成功的政策或服務的改善，可以讓民眾對整個政府的印象改觀，民眾的回饋立即而顯見，民眾滿意度就成為公共服務的核心要素(廖麗娟、呂雅雯，2010)。為提升服務滿意度，除本研究之創新研究外，另有四項建議事項如下：

- 一、面對快速變遷的國內外環境與人民多元化需求，政府機關的角色與職能應該反映當代環境的需求，且本市有許多基層單位，因與民眾有著第一線的接觸，其每個創新服務都可使民眾立即感受並口耳相傳，進而達到行銷本市的最佳效果。
- 二、為建立機關良好形象，儲存競爭力，機關除應關注外部顧客的需求，服務團隊抱持「以客為尊，鄉親第一」的服務理念外，更應注重同仁及志工的感受，因為服務的求新求變，來自內部的同仁集思廣益，所以應注重同仁及志工的感受，提供適當的服務及協助，營造舒適、滿足、互助的快樂環境。
- 三、鼓勵同仁賡續針對戶政業務及便民服務進行研發、創新，安排相關學習成長課程，結合現代化科技妥善運用，打破傳統窠臼，提出各項創新便民措施，及時蒐集輿情，掌握民眾需求與民意，積極檢討改進。
- 四、本市戶政所應透過整合政府資源，為提升行政效能，提供便捷與快速的服務，尤其為站在為民服務的第一線機關，更應加強機關的橫向連結，運用科技擴大網路連結，應用電子閘門進行單位間的資訊交換與連結，破除機關間的障礙，善用戶政e化系統，提供民眾各項跨機關及電子服務，更達便捷、環保之效能，創造出使洽公民眾滿意、感動和幸福的服務，進而營造幸福宜居城市的意象，因此各項戶政業務以各種創意的形式方法表現，將是未來行銷本市的一種重要方式。

陸、參考文獻

1. 呂鴻德，1997，顧客滿意與為民服務觀念之探討，研考雙月刊 21 (6):19-25。
2. 楊錦洲，2001，顧客服務創新價值，中衛發展中心。
3. 蔣國全，2012，便民措施是否已過度取悅?以戶政機關實施便民措施為例，亞洲大學經營管理學系碩士班論文。
4. 李信螢，2002，個人創造力、組織創新氣候與創新績效相關之研究，國立中央大學企業管理研究所碩士論文。
5. 吳沛峰，2004，台南市政府服務品質滿意度之研究—以勞工局為例，國立成功大學政治經濟研究所碩士論文。
6. 汪明生、馬群傑，1998，地方經濟發展與地區行銷-以高雄為例，臺灣土地金融季刊，第 35 卷，第 3 其，第 97~110 頁。
7. 周秀容，2014，地景藝術黃色小鴨展出對城市行銷效益之研究-以市民的地方依附為中介變項。
8. 黃俊英，2009，政府行銷的理念與實踐，文官制度季刊，第 1 卷，第 4 期，第 1~24 頁。
9. 黃煥榮，2006，淺談行政機關之顧客導向與優質服務，銘傳校刊 65:46-48。
10. 江岷欽、林鍾沂，1999，公共組織理論。
11. 陳振坤，2008，戶政資訊化後民眾對戶政事務所服務品質之研究，高雄師範大學成人教育研究所碩士論文。
12. 何美秀，2011，補習教育產業創意行銷策略之研究，國立臺北教育大學教育學院教育學系碩士論文。
13. 廖麗娟、呂雅雯，2010，提升政府服務品質策略之探討，研考雙月刊 34(5):12-23。
14. Porter, M. E. (1990), "Competitive Advantage of Nations", New York: The Free Press.
15. Zeithaml, V. A. & Bitner, M. J. (2000). Services marketing: integrating customer focus across the firm (2rd. ed). London :McGraw-Hill.