

台灣顧客滿意指標中有關抽樣群體之決定

李友錚, 賀力行, 姜吉生, 連秋月

工業工程與系統管理學系

管理學院

ycl@chu.edu.tw

摘要

顧客滿意(Customer Satisfaction, CS)是指顧客需求被滿足的程度，依據Kaplan and Norton平衡積分卡的策略地圖的概念，顧客關係被視為是財務績效的領先指標之一，而且此一指標比起其他企業績效指標對於季節變動、成本變化、會計實務與物價波動等因素而言，最不敏感，因此，近年來顧客滿意受到了許多學者專家、組織、產業甚至國家的重視，國際標準組織更將顧客滿意列入組織推動品質管理系統ISO 9001：2000時必備的要項之一。至於如何建立公正客觀的顧客滿意衡量方式，就更成了學術與實務界所共同關心的課題了。

關鍵字：