

探討物業管理公司之E化管理策略與顧客滿意度

陳筠昀¹、莊樹禮²、吳宗展³、江育真⁴

¹義守大學資訊管理學系

²義守大學管理學院在職碩士班

³義守大學管理碩士班

⁴義守大學休閒事業管理學系

摘要

由於2004年國家發展委員會訂定了物業管理服務業發展綱領及行動方案，將物業管理服務業定義為對建築物與環境提供專業之使用管理維護、生活、商業支援及資產管理等服務之產業，因此造就了物業管理產業的蓬勃發展。本研究主要探討物業管理公司之E化管理策略與顧客滿意度。透過文獻回顧以此作為訪談課題的設計基礎並針對物業管理相關人員進行訪談，作為後續問卷設計之依據。本研究問卷針對兩處社區住戶進行問卷發放，藉以瞭解其顧客滿意度，問卷共發放320份，有效問卷共有260份。根據統計分析結果顯示，職業與物業顧客滿意度有顯著差異，而個人月收入與物業收費及運作也呈現顯著差異。研究結果進一步發現，由於人力成本的問題，許多物業管理逐漸導向電子化管理。此外研究結果顯示：成本也是民眾接受物業管理公司的主要考量因素；住戶希望物業管理公司能有更多對社區營造的方案以活化社區。因此本研究建議，對於相關物業管理部分除了應儘早導入智慧化管理模式外，也應強化物業管理的深度及內容，如此才能掌握整體物業管理的競爭利基。

關鍵詞：物業管理，E化管理策略，顧客滿意度

一、緒論

1. 研究背景與目的

隨著時代的進步，機器自動化取代了人力，而過去以大量人力為服務的物業管理服務業又將面臨什麼樣的衝擊？科技對於物業管理公司又將會帶來怎麼樣的影響？物業管理公司所要面對的第一項問題是服務人員的人力素質，不僅是對於服務人員之學經歷、專業證照資格有所要求，舉凡談吐應對、品格操守，乃至於身材外表均有一定的要求或期待。再加上物業管理的

服務時間多要求以24小時不間斷服務為主，營運人力十分吃緊，面對突發狀況時，常會造成組織運轉困難。人員經常調度支援他案，導致業務交接產生空窗期或疏漏，以至於衍生出更多問題造成物業管理業者人事成本提升。因此如何降低營運時可預期與不可預期問題的發生頻率以及保障案場契約的有效獲利便成為物業管理公司亟需正視之重大課題。本研究將回顧相關文獻彙整，並進行物業管理服務業專家學者的深度訪談以客戶滿意度問卷調查，並

針對於物業管理公司的 E 化管理策略與客戶滿意度進一步探討，以分析其影響程度，希望能提供給物業管理服務業作為管理策略的建議，以及產業未來發展的參考。

二、文獻探討

1. 物業管理的定義

台灣的物業管理已逐步邁向正軌，在2004年國家發展委員會訂定了物業管理服務業發展綱領及行動方案，將物業管理服務業定義為對建築物與環境提供專業之使用管理維護、生活、商業支援及資產管理等服務之產業 [1]，因此社會大眾對於居住環境的管理維護品質有著清楚而正確的認知，並對居住品質有更高的要求標準，便能刺激物業管理業者往專業化的方向進行變革，讓業者始能擺脫低價競爭與一再降低管理維護品質的惡性循環，區分所有權人和住戶們方能體認到高品質的物業管理服務能對房屋增值之貢獻和對居住品質之提升所帶來的效益，遠遠高過每月所支付的服務費用 [2]。近年來台灣的物業管理已不再侷限於派駐保全人員、或是負責建築物清潔維護等勞力密集的工作項目，進而轉型為講求服務品質、專業知識和細緻服務之精緻型物業管理，如圖1所示，許多中高端建案的物業管理已將物業管理列為建物標準與售屋時的市場區塊訴求，其中又以「飯店式管理」更是許多高級社區必備服務項目 [3]。

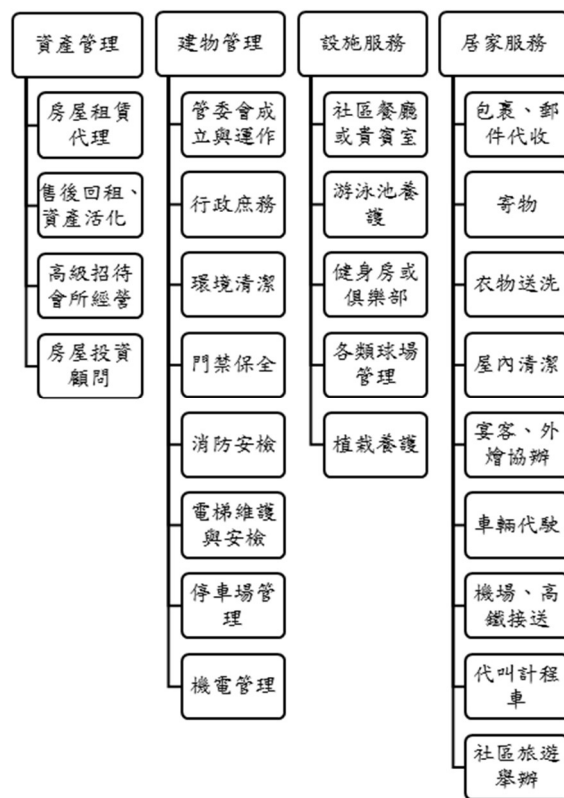


圖1. 精緻型物業管理服務內容

2. 台灣物業管理的發展歷程

物業管理最早出現在19世紀60年代的英國。當時英國正值工業化時期，大量人口往城市遷移，使得房屋租賃需求大增。為了維護租賃雙方的權利，於是導入了物業管理的概念，之後再由英國傳入世界各地，在其他國家興起發展。李冠億[4]說明「物業管理」是「針對建築物及社區人、事、物作維護、管理、經營和營造的服務工作」，其前端工作包括有：建築物功能導向、空間造景、生活功能系數等設計的參與，其後段服務包括有：食、衣、住、行、育、樂、生、老、病、死等許多生活所需，以至於資產管理及物業金融服務是一種多元化、科學化、全方位、數位化、多功能化的永續服務，所以說：「物業管理是服務業中的服務業」。

顏世禮[5]指出我國物業管理的發展可分為三個階段：(1) 物業管理社會化:我在1995年以前，政府尚未訂定建築物使用期間的專有法規，與建物管理相關的法令是以警政、消防、民政、政府開發的國民住宅、以及營造建設為目的之建築等各單行法或相關法令為依歸，此階段屬於公共管理維護及大樓管理的觀念，物業管理的概念仍處於孕育期。(2) 物業管理法制化:1995年6月28日政府頒佈實施公寓大廈管理條例，宣告區分所有權建築物管理正式進入法制規範，惟法規與實務面在執行效果上產生了落差，也才有日後的修法。(3) 物業管理產業化:行政院經濟建設委員會在2004年10月核定的服務業發展綱領及行動方案中，將「物業管理」列為策略輔導的產業，給予物業管理服務業明確的定義，建構出物業管理產業在我國的法律、經濟及社會之定位。

陳麒中[6]之研究完整記錄一段具代表性的商業大樓由沒落到回歸正常運作的物業管理經驗，為未來台灣物業管理歷程留下彌足珍貴之紀錄，同時也見證了台北市的都市發展，並且做為實務與理論的相互印證。此研究個案分析以3樓商場的售價變化為例，1989年預售屋每坪單價為60萬元，至2005年12月管委會成立前的每坪單價21.46萬元，2017年7月售屋網刊登每坪售價達到58.88萬元，此研究結果提出實際數據來支持物業管理理論，充分顯示出成立管理委員會及委由管理服務人員經營治理之商業型不動產確實能有效提升建築物的經濟效益。

金文森[7]的研究認為物業管理業是建

築業從規劃、設計、施工的後的一項綜合性服務，工作範圍包括建築維護、使用管理與服務，並延伸到物業經營。從國外物業管理服務建構完整的案例來看，物業管理可以達到延長建築物生命週期的目的，並且增加建築物使用效率，以及確保建築物使用人的安全與健康等多項功能，更進一步能做到社區服務、銀髮照料的社會服務，或是與投資相關的租賃、不動產投資等服務項目。

以我國物業管理產業規模而言，與英美或其他鄰近的亞洲國家相比仍有不小的差距，但顯而易見地物業管理從業人員的證照化是未來之趨勢，政府輔導的介入有其必要性與正當性，唯有在設置物業管理從業人員的門檻後，逐步建立起該行業的專有領域與職能範圍，方能打造出物業管理業之業界標準，讓物業管理業適者生存、不適者改善。

3. 物業管理客戶的需求變化

鄭志宏[8]藉由顧客的觀點，探究其需求，並建立顧客滿意度評量指標，作為物業管理公司提供服務時之規劃與改善目標之參考，此研究將顧客滿意度分為四個構面，依序為「公司觀感」、「服務人員專業性」、「服務品質與溝通」與「問題處理能力」等，利用統計方法與「重要-表現程度」分析法，結合 SWOT 分析模式，作為改善服務品質的依據。此研究建議物業管理公司遴選服務人員時，除專業知識為基本條件外，另需觀察應徵者是否具備獨立思考處理解決問題的能力，以及問題解說的技巧，並發展相關的性向測驗，以利

評估應徵者是否具備此種人格特質。另外，由於物業管理公司在提供某些服務項目時，可能需要較長的作業時間，因此必須提供即時回報的機制，並且透過教育訓練，培養服務人員專業能力與服務熱誠，方能讓顧客感知到將物業管理委外處理後，顧客所能獲得的高品質、高價值與高滿意度之回饋，因而願意繼續使用或推薦他人使用。同時，建立緊急應變標準流程、全面性服務品質策略計劃與整合優質下游廠商亦是提高服務品質的重點方向。

陳璽元[9]針對物業管理服務品質、顧客需求與顧客滿意度三者之間關係進行研究，此研究發現受訪者背景變項對各構面之差異分析結果顯示，教育程度為專科的住戶較教育程度為國中（含）以下、高中（職）與大學的住戶表現出較高的服務品質「有形性」重視程度；住宅所有權為自有的住戶較住宅所有權為租賃的住戶表現出較高的服務品質「有形性」重視程度，並推測住宅所有權為租賃的住戶本身並無打算長期居住的打算，但是所有權為自有的住戶有長期居住的打算，所以在針對物業管理公司所提供的服務品質「有形性」的重視程度，住宅所有權為自有的住戶相對會比住宅所有權為租賃的住戶多加重視。另外研究發現，不同性別、年齡、平均月收入、居住此社區年份、共同居住人數及參與社區舉辦活動頻率的住戶，在針對物業管理公司所提供的服務品質、顧客需求與顧客滿意度的重視程度並無顯著差異存在，顯示社區住戶並不會因為性別、年齡、平均月收入、居住此社區年份、共同居住人數及參與社區舉辦活動頻

率的不同，而對服務品質、顧客需求與顧客滿意度的重視程度有所變動。此研究之結果有助益本研究住戶之背景設定，並藉由探討長期居住、度假型與租賃型之住戶對客戶滿意度之差異，來推論是否存在顯著差異。

黃崑璵[10]以問卷方式探討物業管理公司服務品質與住戶幸福感之關係，使用SERVQUAL量表來衡量物業管理公司人員之服務品質，並且使用牛津幸福感量表(OHI)，探討住戶幸福感與物業管理公司服務品質的關係。此研究結論認為若住戶感受物業管理公司提供服務的舒適性越高，住戶幸福感越高；若住戶感受物業管理公司服務人員的服務品質越好，住戶幸福感越高；若住戶感受物業管理公司服務人員的服務品質越好，其感受服務的安全性越高；若住戶感受物業管理公司服務人員的服務品質越好，其感受服務的健康性越高；若住戶感受物業管理公司服務人員的服務品質越好，其感受服務的舒適性越高。

彭冠勳[11]研究物業管理公司住戶對居住環境感受認知、服務品質與行為意向等相關構面，了解各構面間之相關性探討影響住戶選擇物業管理公司意願的關鍵因素，此研究結論提出服務品質會透過居住環境感受認知的「部分中介」效果，進而提昇住戶的行為意向，也就是說當物業管理服務品質提高，會使得住戶對於物業管理公司服務人員之服務態度及對整體居住環境之感受有高度的滿意度，然而住戶居住環境之感受認知若提高，則會進而提升住戶優先選擇並推薦親友該物業管理公司及再次續約之行為意向。

佟光英[12]以開放式服務創新探討豪宅高端物業管理服務品質，採用品質特性排序評量法評定豪宅高端物業管理服務品質創價要素之權重。此研究結論提出顧客對於服務品質的重視程度依序分別為：「有形性」、「可靠性」、「保證（確實）性」、「關懷（體貼）性」以及「反應（回應）性」。而有關服務品質要素之優先順序為「門禁管理森嚴，注意維護住戶安全與隱私」、「迅速妥善處理並回覆住戶反映」、「注重有品舒適及永續宜居環境營造」、「物業及保全人員任用標準高、編制足額，且受定期教育訓練」、「物業管理公司異動與人員流動率低」、「積極協助建築物延壽，並落實建築物及消防定期安全檢查」及「社區防災應變妥善與緊急事故處理良好」。此研究之五大構面分析出豪宅高端物業管理服務品質創價要素權重排序最高，即被認為最重要項目，係屬於有形性構面之「門禁管理森嚴，注意維護住戶安全與隱私」。此說明豪宅高端服務品質首要重視的物業管理服務，是提供讓住戶能充分放心的嚴密安全門禁，並且能確實保護好住戶隱私，不受干擾。

4. E化對物業管理服務業帶來的改變

黃國書[13]隨著智慧產業因應時代的需求而產生，智慧交通、智慧手機、智慧電器、智慧建築等新名詞隨之在人們的日常生活中興起。劉月秋[14]應用創新密集服務分析 (IIS)模式之架構，研究分析物業管理業者在提供建物與環境維護與生活與商業服務時，以物聯網為基礎而發展出物業管理在各層間連結所需之要素、應用服

務。此研究結果顯示，應用物聯網的物業管理業者目前所擬定之策略目標：根據流程創新 (Process Innovation)提供特定服務 (Restricted Service)，達成難度較高；並建議廠商可考慮投入較多資源於服務價值活動與外部資源之補強建構上，或重新尋找新的策略定位，如根據流程創新 (Process Innovation) 提供專屬服務 (Unique Service) 或結構創新 (Structural Innovation)提供專屬服務 (Unique Service)，較易完成策略與營運模式之轉型。然而透過物聯網收集資訊與分析工具，可以迅速掌握市場需求概況、提高客戶之滿意程度，並且發掘潛在客戶。

康漢基[15]提出移動應用裝置(智慧型手機、平板)為目前多數使用者日常生活的主要使用裝置，物業管理公司若能設計專屬之物業管理 APP 提供給住戶使用，可為未來智慧社區之發展打好基礎，同時為物業管理產業帶來的新商業獲利模式。此研究發現創新科技的導入，由於研發及訓練成本較高，公司或許暫時無法有明顯獲利，但對於物業管理公司及社區大樓之形象與價值皆有提升。

黃正德[16]以創新結合網路科技與資料庫技術，將 U-Need 及 Web-Based 系統架構應用於收繳帳款和催繳管理，針對公寓大廈管理費收支催繳管理提出一套自動收費及催繳架構系統，來協助改善傳統管理費收費及催繳作業之效率與成本問題。透過自動化的收費催繳機制加上電梯及公共設施使用權的鎖定，來降低管理費之收費催繳成本，並提升催繳成功率及增加管理費的收繳率。此研究提出以下五項論點：

一、財務管理系統發展是時代趨勢，社區管理費可透過超商代收、銀行自動扣繳、ATM 轉帳等方式處理，同時具有自動銷帳並自動編列其手續費等功能。

二、財務管理系統便於社區掌握財務最新收繳情況，社區管理委員會可以隨時產生對帳報表、財務報表及管理報表。

三、財務管理系統導入使社區財務透明化，社區收費自動結帳，未具備會計背景的使用者亦可輕易上手。

四、財務管理系統導入提升作業效能。

五、製作易懂之財務報表，根據前台北縣公寓大廈管理的維護與優良社區評選報告，評選委員認為社區並非營利事業，故財務報表不適合以損益表的方式來製作，應以收支平衡的模式處理。

楊謹華[17]研究智慧科技運用於終身住宅居住環境因素時，提出老年人較為重視的「便利」、「舒適」及「安全」等三項因素。研究結果發現智慧科技運用在不同年齡層有不同的需求。當過往人工服務密集的物業管理模式轉換成科技取代大量人工作業的時代，客戶需求由基本的居家保全與環境清潔服務轉換成更多加值服務時，物業管理之服務人員的質量產生了變化，以前24小時的保全員巡邏需求被全年無休的監視器所取代，公共設施的例行性清潔維護被掃地機器人所替代，但物業管理服務人員的編制需求卻從未減少過，只是從重量變成了重質，以社區管理委員會總幹事一職之專業法規知識的需求為例，絕非冰冷的機器或是電腦文書軟體可取代，但是對物業管理公司而言，科技是否正影響著公司管理策略之變革與修正，客戶

滿意度是否會隨著科技的改良而提升，即為本研究欲探討之核心問題所在。

三、研究方法

1. 研究架構

本研究將探討導入 E 化之物業管理服務對之經營策略與客戶滿意度影響，透過專家深度訪談了解物業管理相關人員的實務案例，以及該實務案例運用科技執行業務的情形，並發展出本研究問卷之問項，發放問卷調查兩處社區住戶對於管理服務人之滿意度。本研究架構如圖2:

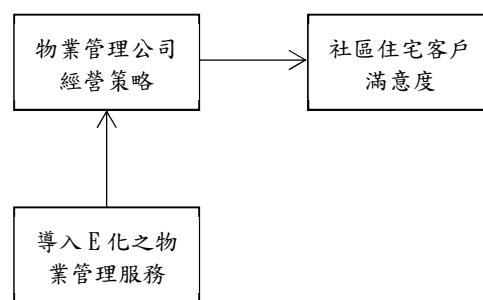


圖2.本研究架構

本研究將針對物業管理公司經營策略與導入 E 化之物業管理服務兩個研究構面分別進行物業管理公司高階經理人之專家深度訪談法，透過訪談了解物業管理公司經營策略之案例，同時以問卷調查法調查居住在社區的住戶滿意度等，收集本研究資料進行分析，並歸納結論。

2. 研究對象

本研究以住在高雄 C 社區與高雄 R 社區之住宅人員進行前測問卷調查，在正式問卷制定後，於108年3月1日發放正式問卷，108年3月25日完成正式問卷回收。在訪談部分，則以 BJ 物業管理公司前董事長龔○○、RY 社區管理委員會委員李○○、CE 社區管理委員會主任委員林○○、ZS 保全

探討物業管理公司之 E 化管理策略與顧客滿意度

處長李○○、BJ 物業管理公司課長藍○○、FA 公司協理李○○、CH 社區管理委員會委員陳○○、CH 社區管理委員會總幹事王○○等、M 電梯高雄營業處主任王○○、J 環保公司主任許○○等10人為訪談對象。將獲得的資料進行整合與分析，推論本研究之結論。

3. 資料分析方法

本研究以套裝統計軟體 SPSS 進行問卷統計資料的分析，以 Cronbach's α 係數來檢定各因素衡量問項之內部的一致性。Cronbach's α 係數介於 0.7 至 0.9 之間，即為高信度，反之若低於 0.3，則必須予以刪除。透過因素分析來保證量測工具是否能測量某種特質或構面之程度，以達到內容效度與建構效度。將問卷回收後之基本資料，進行次數分配與百分比分析，彙整受測者分布情形。再以變異數分析探討人口統計變數、物業管理公司之管理策略、客戶滿意度是否有顯著之差異。若 ANOVA 差異性達顯著水準時，利用 Scheffe's method 事後檢定差異之情形，以檢視組群間存在顯著差異性。

四、研究分析結果

本研究主要針對物業管理公司之 E 化管理策略與客戶滿意度情況進行探討，主要以了解民眾在物業管理公司服務時，對於相關服務過程的滿意情況，然而為強化本研究對於研究議題的深入探討。本研究首先透過深度訪談方式先針對部分物業管理公司的各階主管、從業人員、管理部門人員進行訪談，藉以瞭解探討議題面向彙

整方向，並且從中確立本研究問卷設計之主要依據，而後透過問卷設計的初稿，再經由前測來調整問卷之內容及問項之表達方式，最終在經由兩處豪宅社區住戶進行問卷之發放，以確立並驗證本研究之主要研究觀點，以下將先透過訪談結果之綜整及問卷調查資料之統計分析，以作為本研究主要論證的重要依據。

1. 深度訪談資料整理分析

為使得本研究在研究過程能更深入及達到完整性，本研究針對物業管理公司高階主管、從業人員、管理人員進行深度訪談，相關受訪人員介紹如下表4-1所示。本研究為了解物業管理公司之管理策略以及導入 E 化管理的影響，設計出訪談內容綱要以及受訪者的訪談內容歸納：

- (1) 對於物業管理公司經營管理策略之見解: 受訪者認為物業管理正面臨一段無聲的變革，最後終將汰弱留強。故應該朝向客製化與專業化的方面繼續發展，台灣物業管理產業的發展未來會如同歐美國家朝建物管理人、建物經理人的方向發展且需要增加更多的物業管理服務面向的功能，導向服務內容的細緻度。因此物業管理未來應朝向全面性生活服務進行發展，以人的需求為出發，並搭配科技使物業管理公司透過有系統且 E 化管理來提供更多的服務效能。
- (2) 對於導入 E 化物業管理服務影響客戶滿意度之看法: 受訪者認為 E 化系統的輔助及遠端操控的技術，大大提升物業管理公司的管理效能，並且改變原有透過人力管理的方式，有別於傳統人力，E 化系統可提

升管理公司對於歷史資料的查詢及住戶偏好的掌控，E 化程度會強化公司的管理效能以及節省成本且 E 化也將會使得物業管理的服務面向達到更多元但人力有極大的部分也將會被機器取代。

(3) 對於物業管理公司可提供差異化服務之看法: 受訪者認為差異化服務要視社區的性質而定，例如 E 化的物業管理 APP 與服務，搭配 E 化簽名，可減少原有的造冊及查找時間，客戶只要接收到信件訊息，然後到管理室就能直接查詢到信件位置，並進行簽名，若物業管理服務導向 E 化管理，勢必會提升其服務面向及效能，也會影響其顧客的滿意度。

(4) 對於物業管理產業的未來發展趨勢之看法: 受訪者認為物業管理產業的未來發展是個資源整合公司，主要整合環保、電梯、工程、保全等等相關產業的服務效能，並依照社區的需求提供不一樣的服務，因此物業公司的整合能力，及所屬團隊業者，也將會影響其專業服務的效能。

2. 問卷調查資料統計分析

本研究主要針對兩處社區住戶進行問卷發放，問卷發放於108年3月1日至108年3月25日，本次問卷共發放320份，共回收280份，其中將資料缺漏以及填寫不明確之問卷剔除共有20份無效問卷，有效問卷共有260份，整體有效回收率為81.25%。本研究主要問項的調查方式主要採取李克特量表（Likert scale）的五等級距之滿意度調查方式，分別為非常同意、同意、普通、不同意及非常不同意共五個級距，其分數分配方式各為5分、4分、3分、2分及1分。

。

3. 敘述性統計分析

本研究依據回收之260份有效問卷，依照其問卷填答之個人資料進行整理及分析如下: 受訪者以女性居多占53.46%，其次為男性46.54%，受訪者年齡以51歲以上居多占56.15%，其次為41至50歲占17.31%，在以學歷方面以大學居多占40.38%，其次為高中（職）占30.38%，而受訪者職業以工商業居多占35.38%，其次為服務業占23.08%，在月收入方面，受訪者月收入以80,001元至150,000元居多占31.15%，其次為200,001元至300,000元占23.08%，而受訪者平均每月每個月使用物業服務的次數以1~3次居多占61.15%，其次為4~6次占25.00%。

4. 信效度分析

本研究主要運用內在效度進行問卷效度之檢測，而初步設計之問卷除先透過專家者，運用其專業背景進行審閱後，再進行問卷之試調，以找出語意及表達方式的盲點，並再次進行內容的修正，最終成為主要訪談的問卷內容，並以Cronbach α 係數做為資料信度的檢驗方法，採用 α 係數大於0.7之題項作為接續研究分析之使用樣本。針對物業管理公司之管理策略與客戶滿意度研究相關題項透過信度分析後，本研究之Cronbach α 係數介於0.847~0.925，各問項之項目Cronbach α 係數皆大於0.7，因此顯示物業管理公司之管理策略與客戶滿意度研究題項之信度為高度信度，也顯示受訪者填答結果較趨於一

5. 因素分析

本研究再針對問卷結果進行因素分析，而在進行因素分析之前，為確保研究樣本是否合適採用因素分析，首先採取KMO（Kaiser-Meyer-Olkin）檢定以及Bartlett球形檢定兩種檢定方式來了解樣本是否適合進行因素分析。根據KMO及Bartlett球形檢定的結果，在對於物業管理策略與客戶滿意問項其KMO取樣適切性量為0.874，且Bartlett球形檢定之顯著水準為0.000呈現非常顯著，顯示對於物業管理策略與客戶滿意問項適合進行因素分析。其因素分析結果(如表1)對於物業管理策略與客戶滿意問項之因素分析歸納為3個構面，其中各構面之題項依據題項相關及內容，因此分別將構面命名為「物業滿意度」、「物業收費及運作」、「科技化物業管理」，以利於後續進行變異數分析之需要。

表1.物業管理策略與客戶滿意問項之知覺價值影響

構面	特徵值	解釋變異	累積解釋變異
構面1:物業滿意度	5.918	65.752%	65.752%
構面2:物業收費及運作	1.018	11.308%	77.060%
構面3:科技化物業管理	7.012	10.654%	87.714%

由表2顯示構面一依據因素負荷量數值之大小進行排序後，分別為題項6、7、9及10共4題項，因相關題項偏向滿意度，因此命名為物業滿意度；構面二依據因素負荷量數值之大小進行排序後，分別為13、14、15共3題項，此構面之題項多為收費及運作相關題項，因此命名為物業收費及運作；

構面三依據因素負荷量數值之大小進行排序後，分別為題項32、35、34、33共4題項，然而此構面之題項多為以科技物業管理類項，因此命名為科技化物業管理。

表2.物業管理策略與客戶滿意問項之知覺價值影響之因素負荷量

問項題號	因素負荷量
構面1：物業滿意度	
6	0.941
7	0.780
9	0.874
10	0.854
構面2：物業收費及運作	
13	0.894
14	0.891
15	0.876
構面3：科技化物業管理	
32	0.880
35	0.878
34	0.878
33	0.875

6. 單因子變異數分析

由於問卷調查之對象為不同的樣本，可能會因為不同的年齡、職業或是收入等而導致不同的填答結果，因此本研究透過變異數分析愈了解不同的社經變數是否對於填答的結果會有不同的影響。透過年齡與「物業滿意度」、「物業收費及運作」及「科技化物業管理」三項構面進行差異檢定分析（如表3所示），結果發現年齡與「物業滿意度」、「物業收費及運作」及「科技化物業管理」三構面並無顯著差異，表示不同年齡之受訪者對於物業管理之看法上不具統計上的差異性。

表3.年齡對不同構面之變異數分析表

構面名稱	年齡	樣本	平均數	標準差	F 值
構面一： 物業滿意度	20歲以下	12	4.121	0.555	0.142
	21~30歲	22	4.204	0.519	
	31~40歲	35	4.114	0.541	
	41~50歲	45	4.194	0.611	
	51歲以上	146	4.146	0.544	
構面二： 物業收費及運作	20歲以下	12	3.410	0.612	0.211
	21~30歲	22	4.044	0.452	
	31~40歲	35	3.918	0.521	
	41~50歲	45	4.011	0.454	
	51歲以上	146	4.212	0.554	
構面三： 科技化物業管理	20歲以下	12	4.210	0.641	0.274
	21~30歲	22	4.101	0.510	
	31~40歲	35	4.210	0.650	
	41~50歲	45	4.051	0.514	
	51歲以上	146	4.110	0.524	

註：* $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$

透過職業與「物業滿意度」、「物業收費及運作」及「科技化物業管理」三項構面進行差異檢定分析（如表4所示），結果發現職業與「物業收費及運作」及「科技化物業管理」二項構面並無顯著差異，表示不同教育程度之受訪者對於「物業收費及運作」及「科技化物業管理」二項構面的認同不具統計上的差異性，但「物業滿意度」則有顯著差異其中以工商業>軍公教>服務業>家管>自由業>農林漁牧礦>學生，其中推測對於滿意度之差異推測其差異可能因職業的不同會有不同的服務需求，因此造成其結果出現顯著差異。

表4.職業對不同構面之變異數分析表

構面名稱	職業	樣本	平均數	標準差	F 值
構面一： 物業滿意度	軍公教	15	4.510	0.641	0.005**
	服務業	60	4.501	0.510	
	工商業	89	4.410	0.640	
	學生	3	4.151	0.544	
	家管	20	4.110	0.514	
	農林漁牧礦	45	4.158	0.551	
	自由業	27	4.163	0.563	
	事後比較（Scheffe）：3>1>2>5>7>6>4				
構面二： 物業收費及運作	軍公教	15	4.520	0.571	0.124
	服務業	60	4.411	0.573	
	工商業	89	4.423	0.656	
	學生	3	4.421	0.572	
	家管	20	4.451	0.547	
	農林漁牧礦	45	4.526	0.551	
	自由業	27	4.254	0.501	
	構面三： 科技化物業管理	軍公教	15	4.115	
服務業		60	4.152	0.510	
工商業		89	4.147	0.548	
學生		3	4.111	0.551	
家管		20	4.115	0.493	
農林漁牧礦		45	4.214	0.541	
自由業		27	4.261	0.562	

註：* $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$

透過個人月收入與「物業滿意度」、「物業收費及運作」及「科技化物業管理」三項構面進行差異檢定分析（如表5所示），結果發現個人月收入與「物業收費及運作」構面呈現顯著差異，顯示不同的個人月收入在「物業收費及運作」構面是具有認同差異的。為了瞭解不同個人月收入之間的差異性，透過事後比較發現在「物業收費及運作」構面之結果呈現300,001元以上>200,001~300,000元>150,001~200,000元>80,001~150,000元>30,001~80,000元>30,000元或以下的結果，表示300,001元以上收入之受訪者其對於「物業收費及運作」之認同大於30,000元

或以下之受訪者，顯示可能因為收費的不同對於物業的收費及運作方式有不同樣的想法。

表5.居住地區對不同構面之變異數分析表

構面名稱	月收入	樣本	平均數	標準差	F 值
構面一： 物業滿意度	30,000或以下	5	4.121	0.525	0.262
	30,001～80,000	50	4.244	0.569	
	80,001～150,000	81	4.148	0.561	
	150,001～200,000	34	4.158	0.551	
	200,001～300,000	60	4.146	0.524	
	300,001以上	30	4.263	0.554	
構面二： 物業收費及運作	30,000或以下	5	4.254	0.612	0.000***
	30,001～80,000	50	3.835	0.551	
	80,001～150,000	81	3.874	0.554	
	150,001～200,000	34	4.135	0.599	
	200,001～300,000	60	4.037	0.567	
	300,001以上	30	3.957	0.558	
	事後比較(Scheffe): 6>5>4>3>2>1				
構面三： 科技化物業管理	30,000或以下	5	4.221	0.524	0.245
	30,001～80,000	50	3.833	0.544	
	80,001～150,000	81	3.773	0.569	
	150,001～200,000	34	4.125	0.621	
	200,001～300,000	60	3.957	0.527	
	300,001以上	30	3.897	0.601	

註：* $p<0.05$ ，** $p<0.01$ ，*** $p<0.001$

五、結論與建議

本研究以物業管理公司之管理策略與客戶滿意度進行研究，主要針對目前國內物業管理相關的現階段的發展以及其收費及未來發展方向進行分析，為進一步提升本研究之貢獻本研究在研究設計上主要先依據相關文獻探討及訪談過程獲取相關看法及建議，以作為本研究問卷設計之主要依據，最後透過相關統計分析結果，提出本研究主要的研究結論與建議如下：

1. 結論

本研究問卷發放於108年3月1日至108年3月25日，主要針對兩處社區住戶進行問卷調查，共回收260份有效問卷，根據問卷回收結果本研究再依照敘述性統計分析、信效度分析、因素分析、變異數分析等相關統計方式，針對回收問卷結果進行分析，以下針對本研究主要研究結果進行論述。

(1)本研究的敘述性統計分析結果發現，大多數受訪者對於目前物業管理的服務項目、其他特殊性的社區營造及物業管理的服務等相關項目都有一定程度的認同度，並且根據訪談結果也發現，大多數的受訪者也傾向將物業管理能夠導入科技化管理的面向，以強化物業管理的深度及廣度，並且隨著目前科技的發達，智慧型手機及行動網路的普及，未來物業的發展也將會漸漸朝向手機智慧化管理的方向延伸，人力需求也將陸續降低。

(2)管理的服務面向的結果顯示，大多數的受訪者也同意物業管理能夠包含其他多角化的服務，例如代為訂餐、外燴、送洗衣物、包裹收送、繳費等等服務項目，並且針對收費方式也能隨著服務的性質及內容酌予收取相關費用或是提升管理費等項目多表示認同，其中對於其他額外的收費項目，填答者也贊同此看法。

(3)管理的社區營造面向結果也顯示，受訪者也多同意可依照特殊節慶來營造社區的氛圍，以提高社區的年節氣氛，此外對於相關費用的餘額可建立相關急難救助或是其他有助於社區營造的項目中，受訪者也多表贊同，因此透過上述的研究結果可發現，以目前物業管理的發展除了傳統的管理員外，還可投入更多不一樣

的服務，並且酌收較高的費用都是可以接受的，也可將相關費用用於發展其他有利社區的營造措施，以利整體社區的發展。

(4)為進一步分析不同社經變數的認知差異，透過變異數分析進行差異檢定，其中發現職業別在受訪者對於「物業滿意度」有顯著差異，其中推測可能是受訪者的職業性質不同，因此對於住家之物業管理就會有不一樣的需求，進而影響其物業的滿意度；其次再針對收入與各項目進行差異分析也發現「物業收費及運作」同樣有顯著差異，其中越高所得之受訪者對於物業管理的收費及運作情況仍有不同的看法，顯示當收入達到一定門檻時，受訪者也較不會注重物業管理的收費，僅會針對其運作方式有不同的需求及看法。

(5)研究也透過訪談部分社區及物業管理公司也發現，現階段的物業管理的方式除了要求原本的管理員素質外，更會針對物業管理公司所提供的服務及社區管理的深度較為重視，這也顯示目前台灣逐漸能夠接受物業管理的相關內容，並且隨著市場的競爭，物業管理業也勢必需朝向數位化或電子化的管理模式，這樣才能強化物業管理的細緻度，也提升社區使用住戶的滿意度，進而提升物業管理公司的競爭力。

2. 建議

本研究根據研究目的、相關限制以及研究成果，對於未來的研究方向提出建議做為提升物業管理的成效與研究建議如下：

(1)究的廣度除了本研究已有針對物業管理相關從業人員或是合作企業進行訪談外，未來研究尚可融入其他住戶的想法

，以能提升多面向角度來看待此一研究議題的深度及廣度。

(2)在問卷發放上，礙於問卷發放的限制及時間，主要是以兩處豪宅社區的住戶進行問卷發放，因此也建議未來能夠加強問卷發放的對象及多樣性，此外對於部分的研究項目及內容也可納入部分量化指標，例如物業管理的收費標準、物業管理的服務項目等研究的範疇當中，藉以了解相關收費方式及其他量化指標，對於本議題的影響程度。

(3)鑑於目前科技的發達，在未來研究上亦可針對已導入科技化管理的物業公司或未導入的物業公司分別進行研究，藉以明顯區隔不同面向的物業公司對其研究結果的發現及落差，以完善此一議題的研究面向。

參考文獻

- [1] 國家發展委員會，物業管理服務業發展綱領與行動方案 (2004)，上網日期：2018 年 10 月 30 日，檢自：<https://www.ndc.gov.tw/cp.aspx?n=D98ECF36D3C55266&s=3EA60BA0B2A3AF8B>
- [2] 高永昆，台灣物業管理現況與未來發展趨勢，閩粵港澳兩岸五地物業管理行業交流會 (2014)。
- [3] iBT 數位建築雜誌，周楓：不只是社區維護，物業管理更講究細膩服務與長期規劃 (2015)，上網日期：2018 年 10 月 30 日，檢自：http://www.ibtmag.com.tw/new_article.asp?ar_id=24859
- [4] 李冠億，物業管理是服物業中的服物業 (2006)，上網日期：2019 年 12 月 30 日，檢自：http://www.chpma.org/big5/topic_view.asp?chpma_id=2topic_id=50
- [5] 顏世禮，法社會學觀點~探討台灣物業管理產業化之建構。亞洲大學經營

- [6] 陳麒中，應用物業管理提升不動產價值個案分析-以英雄廣場為例，景文科技大學環境科技與物業管理系碩士在職專班碩士論文(2017)。
- [7] 金文森，營建業拓展至物業管理業之探究，土木工程與物業管理研討會，台中市朝陽科技大學(2011)。
- [8] 鄭志宏，物業管理之客戶滿意度研究，萬能科技大學經營管理研究所在職專班碩士論文(2007)。
- [9] 陳璽元，物業管理服務品質、顧客需求與顧客滿意度之研究，逢甲大學國際經營管理碩士論文(2010)。
- [10] 黃歲璉，探討物業管理公司服務品質與住戶幸福感之關係，雲林科技大學營建與物業管理研究所碩士論文(2011)。
- [11] 彭冠勳，物業管理公司服務品質對居住環境感受認知與行為意向之研究-以高雄地區為例，正修科技大學經營管理學系研究所論文(2015)。
- [12] 佟光英，以開放式服務創新探討豪宅高端物業管理服務品質-以雙北地區為例，華夏科技大學資產與物業管理研究所論文(2016)。
- [13] 黃國書，物業設施管理服務在智慧建築之新思維，智慧化居住空間(2014)。
- [14] 劉月秋，物聯網於物業管理的應用與分析，國立交通大學管理學院科技管理學程碩士論文(2013)。
- [15] 康漢基，科技創新對物業管理公司商業模式影響之研究-以 T 物業管理公司為例，正修科技大學資訊管理研究所論文(2016)。
- [16] 黃正德，財務 E 化系統於物業管理之應用-以公寓大廈管理費為例，嶺東科技大學高階主管企管碩士在職專班碩士論文(2011)。
- [17] 楊謹華，智慧科技應用於終身住宅居住環境因素之研究，中國科技大學建築研究所碩士學位論文(2017)。

Exploring the E-management Strategy and Customer Satisfaction of Property Management Companies

Lisa Y. Chen¹、Shu-Li Chuang²、Tsung Chan Wang³、Yu Chen Chiang⁴

¹ Department of Information Management, I-Shou University, Taiwan

²EMBA Program, I-Shou University, Taiwan

³ MBA Program, I-Shou University, Taiwan

⁴Department of Leisure Management, I-Shou University, Taiwan

Abstract

Since the National Development Council formulated the development management plan and action plan of the property management service industry in 2004, the industry of the property management service industry is defined as the industry that provides professional services such as use management and maintenances, living, business support and asset management for buildings and the environment. As a result, the property management industry has flourished. This study mainly explores the E-management strategy and customer satisfaction of property management companies. A total of 320 questionnaire were distributed to two community residents to understand their customer satisfaction. A total of 280 questionnaires are collected and a total of 260 valid questionnaires is analyzed. According to the results of statistical analysis, there is a significant difference between career and property customer satisfaction. There is also a significant difference between personal monthly income and property charges and operations. The study results further found that due to the problem of manpower costs, many property managements gradually turned to E-management. In addition, the study results show that management fee is the major consideration in selecting a property management company; residents also hope to have more community-building activities organized by property management to activate the community. Finally, this research suggests that in addition to introducing e-management models as early as possible, offering diversified services would be the competitive niche of overall property management.

Keywords: Property management, E-management strategy, customer satisfaction