

以認知服務品質理論探討旅行社服務品質之研究

徐承毅^{1*} 段宜祥¹ 蔡進祥² 陳昭宇³

¹開南大學國際企業研究所助理 教授

²開南大學觀光與餐飲旅館學系 講師

³開南大學國際企業研究所 研究生

摘 要

近年因休閒旅遊日益受到重視，各旅行社業者無不力求爭取廣大消費客群，提升市場佔有率。準此，企業所關心之重點為如何提升其競爭力，其中「服務品質」就是旅行業競爭力之關鍵。本研究以認知服務品質模式為理論基礎，運用層級程序分析法探討影響服務品質因素之重要性評估，找出關鍵重要因素指標以提供企業進行改善其服務品質之參考依據。本研究以旅行社為例。在構面層專家學者之排序為互動品質、結果品質、實體環境品質，代表專家學者認為互動品質構面最為重要，其次是結果品質構面，最後是實體環境品質構面。在準則層最受重視的前三個準則為態度、專業、社交因素。在因素層中最重要三項因素為服務人員對於工作所抱持的工作態度、服務人員對工作狀態的主觀反應、服務人員對其目前工作感到滿足的程度，顯示互動與態度應為旅行業者提升服務品質之首要考量。

關鍵字：服務品質、認知服務品質、層級分析法、關鍵重要因素指標、旅行社。

*聯繫作者：國際企業學系暨研究所 33857 桃園縣蘆竹鄉開南路一號

Tel: + 886.3341.2500 #6217

E-mail: lawrence@mail.knu.edu.tw