

探討提升教科書業者的服務品質之關鍵因素

田效文, 謝家祥, 王惠珍

企業管理學系

管理學院

swt@chu.edu.tw

摘要

服務品質長久以來一直是服務業的重要課題，從事服務業的宗旨在提供服務以滿足顧客的需求（楊倩芳, 2007）。為了因應社會變遷和教育改革之需要，中小學教科書制度在政策上已決定全面調整為審定本制度，教科書多元化政策已是當前重要教育政策。在台灣的教科書市場開放後，教科書更像商品了（周淑卿, 2010）。隨著教科書商品化之後，教科書業者與教師互動情形上也起了很大的變化，教科書產業轉型成服務業，台灣的出版社開始從商務立場考慮要如何為教師服務；而所謂”服務”的項目包括提供備課用書、電子書、教學示範影片等有形的教材教具，甚至有其他額外服務。本研究為探討提升教科書服務品質之關鍵因素，透過文獻探討與專家篩選，以有形性、可靠性、反應性、保證性、關懷性五大服務品質構面，利用決策實驗室分析法（Decision Making and Trial Evaluation Laboratory, DEMATEL）來建構評估模式，找出在教師的認知中影響教科書業者服務品質之關鍵因素，並評估要素與其間之因果關係，期盼可作為往後出版業者在銷售上採用的問題處理與提供出版業者能提升服務品質的關鍵因子。

關鍵字：服務品質、決策實驗室法、教科書業者