

行動通信服務鏈品質與顧客忠誠度模式之建立-以關係品質為中介變數

楊振隆, 詹雅慧

科技管理學系

管理學院

clyang@chu.edu.tw

摘要

隨著行動通信市場競爭的白熱化，眾多服務業者逐漸體認與供應鏈夥伴合作之重要性，並期望藉由良好的合作關係為顧客創造價值。然而綜觀相關文獻，尚未有研究進一步探討行動通信服務業者與上下游廠商合作下所形成之服務鏈對於消費者忠誠度之影響。因此本研究之主要目的在於探討行動電信服務業者所推動之服務鏈對於顧客忠誠度之影響，藉此本研究結合決策分析實驗室法(DEMATTEL)以及結構方程模式(structural equation modeling, SEM)建立服務鏈品質 - 顧客忠誠度之關係模式，並進而探討消費者所認知之關係品質於此關係模式中所扮演之中介角色。本研究首先根據實務專家建議進行DEMATEL分析，並證實關係品質中信任、承諾以及滿意三項指標間存在相依關係，因此本研究進一步將此相依模式導入SEM架構中。藉此本研究針對各行動通訊營業門市進行便利抽樣，實收有效樣本數共計307份。根據SEM分析結果顯示，行動通信業者之服務品質已無法滿足消費者之需求，反之，與上、下游廠商合作下所產生之服務綜效不僅有助於建立與顧客之信任關係，亦能有效提升顧客滿意度。由此顯示透過服務鏈觀點探討提升顧客忠誠度之決策方案實有其必要性，而本研究根據實證結果所彙整之結論均可提供給管理者以及未來研究作為參考。

關鍵字：服務供應鏈、關係品質、結構方程模式、行動通信產業、決策分析實驗室法(DEMATTEL)