

品質意識、服務行為與經營績效之關係研究—以綜合旅行社為例

鄧維兆, 杜佳蓉

休閒遊憩規劃與管理學系

觀光學院

simond@chu.edu.tw

摘要

人的態度或行為是深受其內心意識之影響。有研究指出，品質意識高之員工族群是具備較高工作意願來擔負責任並做好服務工作表現，進而將最終影響企業經營績效。本研究使用郵寄問卷調查法、敘述統計分析、信度分析、因素分析和結構方程模式等方法，進行品質意識、服務行為與經營績效之關係研究，且以台灣綜合旅行社為研究範圍。最終有效問卷涵蓋了21家綜合旅行社且數量為157份。品質意識、服務行為與經營績效問卷之整體信度皆達0.91以上。結構方程模式分析結果顯示，關係模式的配適度相當良好且獲得下述關係結果：
(1)品質意識顯著正向影響服務行為；(2)服務行為顯著正向影響經營績效；(3)品質意識透過服務行為為中介變數間接正向影響經營績效。

關鍵字：品質意識、服務行為、經營績效、結構方程模式