

員工服務品質意識對顧客知覺服務品質之影響探討—以新竹陶板屋為例

鄧維兆, 林芷郁

餐旅管理學系

觀光學院

simond@chu.edu.tw

摘要

現今國內產業結構在面臨國際競爭壓力下，製造產業已逐漸外移或轉型，以維繫企業之競爭力。然而國內服務業卻在此時迅速蓬勃地發展，直至94年底，服務業佔國內生產毛額的比重已逼近70%。另外，現今消費者意識已強烈抬頭，因此良好服務品質與高度顧客滿意之競爭優勢儼然成為企業的核心價值之一。而良好服務品質與高度顧客滿意是需要服務員工藉由服務傳遞過程來達成的，故基於源頭管理概念，「員工服務品質意識」的管理將深遠影響著服務員工之工作態度與服務傳遞後的顧客感受品質評價。基於上述因素，本研究目的為員工服務品質意識對顧客知覺服務品質之影響探討。首先，以文獻探討法與專家訪談法建制出量測員工服務品質意識之量表，同時以SERVPERF 量表為基礎，設計出顧客知覺品質之問卷。經對回收有效問卷進行信效度確認與相關分析後，得知員工服務品質意識對於整體顧客知覺服務品質有正向影響關係，且對顧客知覺服務品質三構面亦有正向影響關係。由此可知，服務事業經營者應極度重視員工服務品質意識的教育與強化，以便達成良好服務品質與高度顧客滿意之競爭優勢建立。此外本研究所提之員工服務品質意識量表將可供服務事業經營者做為員工服務品質意識教育之方向參考與評量員工服務品質意識程度之工具。

關鍵字：服務品質、品質意識、知覺服務品質