

服務補救策略與顧客行為模式之建構：服務缺失情境之干擾效果

楊振隆, 鄭好軒, 吳宛靜, 劉佩怡, 林育玄

科技管理學系

管理學院

clyang@chu.edu.tw

摘要

就目前航空服務業之發展來看，市場版圖已趨於穩定，且每家航空公司提供的服務都相差不遠，此現象亦為一般邁入成熟期服務產業通常會面臨到的問題。一般來說，服務缺失預防對於服務業穩定經營來說相當重要，但是在實際營運上，做到零缺失的困難性相當高，所以服務業者如何在顧客提出抱怨後提供有效的服務補救策略是個重點。根據相關研究彙整，服務缺失的本質(包含嚴重性、歸因)及乘客屬性(涉入程度、抱怨行為偏好)為近年來最被重視的兩項關鍵因素。

本研究透過路徑分析進行關係模式之驗證，而根據177份有效樣本之分析結果顯示，當乘客認為缺失的責任歸屬為航空公司但是卻無法被有效控制時，不論對於信任或承諾都具有顯著之負向影響，若乘客認為服務缺失的嚴重性很高時，則影響效果將更加顯著。本研究所獲得之研究結果以及發現，均有助於協助航空服務業者擬定有效的服務補救措施，藉此增進顧客關係品質並減少顧客抱怨，並進而提升企業營運績效。

關鍵字：關鍵詞：服務補救、缺失嚴重性、服務缺失歸因、涉入程度、顧客抱怨。