

應用kano模式對宜蘭國際童玩藝術節之服務品質策略建議
王麗幸, 陳慧芬, 陳麗如, 宋豐均, 藍宇錡, 彭凱琳, 田中由美
餐旅管理學系
觀光學院
doris@chu.edu.tw

摘要

會議展覽產業近年來為舉辦之國家及城市帶來可觀的經濟效益，而會議展覽中還包含了有大型的的盛會活動。全國各地在推動地方觀光或產業的同時，經常將「節慶」，做為行銷宣傳觀光活動的策略。童玩節為宜蘭每年暑假之盛事，舉辦規模逐年擴大，是最具代表性的活動。本文將以考慮服務品質，進而帶動顧客忠誠度，達到口碑效應為主要的研究目的。運用Kano二維品質模式為主要之研究方法，歸類服務品質的屬性，並運用Matzler and Hinterhuber(1998)對於提升滿意及降低不滿意的Kano修正模式，針對童玩節提出服務品質之策略改善建議。

關鍵字：宜蘭國際童玩藝術節、服務策略、服務品質、顧客滿意度、Kano二維品質模式