

顧客需求滿意度與品牌形象影響價格制定之研究-以台灣休閒產業為例

王麗幸, 黃聖斐, 謝漢柔, 吳怡秀, 徐鈺仙, 謝宜軒

餐旅管理學系

觀光學院

doris@chu.edu.tw

摘要

服務業管理首重服務的滿意度，目前許多文獻闡述了顧客滿意度與顧客忠誠度間的正向關聯。較少有文獻述及服務業在提昇顧客滿意度時，兼顧企業利潤之鏈結。價格制定在行銷活動中涉及價值的交換，而價格用來表示為爭取某項有價值的產品，消費者所必須支付的金額。在服務業中顧客願意支付之價格，反映了企業主要利潤來源。本文由績效評估的觀點著手，以休閒型度假飯店為主要研究對象，探討飯店經營的關鍵成功因素。藉由多準則決策方法(Multiple Criteria Decision Making Method)找出顧客滿意度、企業形象、關鍵因素與價格間的關聯。

藉由文獻探討，找出休閒型度假飯店之關鍵成功因素對消費族群認知、態度與購買行為之影響。同時瞭解飯店業者價格定位因素與經營管理之制定規劃。本文採用多準則決策方法：資料包絡法(Data Envelopment Analysis; DEA)，藉由三階段DEA方法評量各階段中的效率值及改善量，提供業者對飯店經營之改善依據。在DEA模式中，第一階段為評量休閒型飯店基本投入、顧客滿意度與企業形象間之效率；第二階段為評量顧客滿意度、企業形象與價格間之效率；最後為評量企業基本投入與價格間之效率。經由此三階段之評估，將可提供休閒型飯店業者在制定價格時，提昇經營效率之改善依據。

關鍵字：價格制定、休閒型度假飯店、資料包絡法(Data Envelopment Analysis; DEA)、