

# 運用服務科學觀點探討飯店業系統化服務創新與服務品質之關係

楊國鋒、邱創鈞

E-mail: 321857@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

台灣製造業逐漸移轉他國，產業結構被迫轉型，服務業就逐漸成為台灣重點產業之一。由於服務業環境競爭激烈，創新便成為獨創和維繫永續發展之重要途徑。為了提升服務，IBM公司於2004年發展服務科學 (Service Science)，目的是將人力和科技有效地結合，同時提出創新服務與透過服務整合顧客需求以達到共創價值。近年來，國人所得增加，加上政府的相關法規，國人開始重視觀光休閒之需求，與觀光休閒習習相關的飯店產業，為了搶攻市場，形成品牌形象和服務獨創性，紛紛推出資訊科技以進行服務創新。回顧過去有關服務文獻，大多在服務品質與顧客滿意度上，然以服務科學和服務創新觀點的飯店產業和飯店業導入系統化服務創新後是否有效提升服務品質的研究仍相當缺乏。因此，本研究先整理服務科學和服務創新文獻，選出具有服務創新的飯店產業 - 雲品酒店，再利用統計分析的方式探討個案導入系統化服務創新 - 虛擬管家後與服務品質之關係，也探討出是否會因受訪者之社經背景不同、過去住宿經驗影響其服務創新的接受程度和服務品質的認知。研究結果得到以下三點結論：1. 受訪者之社經背景不同皆會影響個案系統化服務創新的接受程度，社經背景中除性別外皆會影響對服務品質的認知。服務創新的接受程度上，年輕化族群是不可忽略的，年長者和不善使用資訊設備者在使用時則需要服務人員多一些協助，而服務品質的認知上需多注意高學歷者的感受、家庭出遊的旅客和旅遊天數較長者。2. 住宿經驗，皆為有住宿過者會影響個案系統化服務創新的接受程度和對服務品質的認知。因此，對沒住宿過的顧客能透過宣傳方式來使其了解，進而吸引前來住宿，本研究認為業者整理住宿旅客經驗談的宣傳方式會蠻有效的。3. 個案的系統化服務創新與服務品質之關係，可看出服務創新構面中的服務提供、顧客資訊、輔助支援和創新效率皆會影響服務品質的各項構面且影響程度相當，其中以顧客資訊影響層面最大。研究發現，飯店業服務創新的提供方式透過資訊科技確實能提升服務品質和應落實顧客資料建置，確實掌握每一位消費者的個人資料和其住宿的相關習性與需求，兩者相互配合，將可提高消費者的住宿滿意度，來為業者創造更佳的業績與市場。

關鍵詞：服務科學、飯店產業、服務創新、服務品質

## 目錄

目錄	封面內頁	簽名頁	授權書iii	中文摘要iv	ABSTRACTvi	誌謝viii	目錄ix	圖目錄xii	表目錄xiii	第一章 緒論	1.1 研究背景	1.2 研究動機	3	1.3 研究目的	5	1.4 研究流程	6	1.5 研究架構	7	第二章 文獻探討	2.1 國際觀光飯店	8	2.1.1 飯店之定義	8	2.1.2 飯店之分類	9	2.1.3 國際觀光飯店的特性	11	2.1.4 小結	12	2.2 服務科學	13	2.2.1 服務科學的定義	13	2.2.2 服務科學特性	16	2.2.3 服務科學與服務創新的關係	17	2.2.4 小結	19	2.3 服務創新	19	2.3.1 服務的定義與特性	19	2.3.2 服務創新的定義與構面	24	2.3.3 服務創新的特性與測量構面	26	2.3.4 小結	28	2.4 服務品質	29	2.4.1 服務品質的定義	29	2.4.2 服務品質之模式	32	2.4.3 服務品質的測量構面	34	2.4.4 小結	37	第三章 研究方法與設計	38	3.1 研究架構與研究假設	38	3.2 研究對象及抽樣	39	3.3 測量工具	40	3.4 資料分析方法	42	第四章 資料討論與分析	45	4.1 個案選擇、雲朗觀光、雲品酒店和虛擬管家計畫建置	45	4.1.1 個案選擇	45	4.1.2 雲朗觀光	48	4.1.3 雲品酒店	50	4.1.4 虛擬管家計畫建置內容	58	4.2 資料分析	61	4.2.1 受訪者社經背景描述	62	4.2.2 住宿經驗描述	64	4.2.3 變項測量結果	67	4.2.4 項目分析、信度和因素分析	76	4.2.5 假設檢定	84	第五章 結論與建議	102	5.1 研究結論	102	5.2 研究建議與後續研究方向	107	參考文獻	109	附錄一 飯店業系統化服務創新與服務品質關係研究問卷	116	附錄二 雲品酒店 - 虛擬管家圖片	128	附錄三 服務創新項目分析摘要表	130	圖目錄	圖1-1 研究流程圖	6	圖2-1 SSME特性是跨學科的課程體系	16	圖2-2 服務科學與創新服務關係圖	18	圖2-3 服務創新四構面模型	25	圖2-4 PZB服務品質模式	33	圖3-1 研究架構圖	39	圖3-2 資料分析流程圖	44	圖4-1 雲朗觀光旗下-商務型飯店	49	圖4-2 雲朗觀光旗下-精品型飯店	49	圖4-3 雲朗觀光旗下-國際觀光型飯店	49	圖4-4 IP通訊產品功能介面	51	圖4-5 Thin Client多媒體平台的遙控器	53	圖4-6 Thin Client多媒體平台的客房娛樂	54	圖4-7 Thin Client網際網路服務	54	圖4-8 Thin Client多媒體平台中的e管家服務	54	圖4-9 Thin Client多媒體平台的精品購物	55	圖4-10 Thin Client女性服務員的解說	55	圖4-11 Thin Client的雲品酒店介紹	56	圖4-12 數位飯店及虛擬管家建置計畫主要內容	59	圖4-13 服務創新因素分析陡坡圖	79	圖4-14 服務創新與服務品質之典型相關第一組變量圖	101	圖4-15 服務創新與服務品質之典型相關第二組變量圖	101	表目錄	表2-1 服務科學之定義	14	表2-2 服務之定義	21	表2-3 服務創新各構面及測量題項	27	表2-4 服務品質之定義	30	表2-5 PZB服務品質構面與問項	35	表3-1 問卷服務創新構面與測量題項	41	表3-2 問卷服務品質構面與測量題項	41	表4-1 飯店業服務創新案例	45	表4-2 整合項目	46	表4-3 IP通訊產品功能整理表	52	表4-4 IP通訊產品和Thin Client功能差異	56	表4-5 虛擬管家對顧客產生的價值	60	表4-6 受訪者社經背景描述表	63	表4-7 過去一年住宿飯店次數表	65	表4-8 是否住宿過國際觀光飯店次數表	65	表4-9 是否住宿過導入服務創新設施之國際觀光飯店次數表	66	表4-10 是否滿意住宿飯店的服務創新設施	67	表4-11 服務創新問項測量描述表	68	表4-12 雲品酒店提供系統化服務創新問項測量描述表	73
----	------	-----	--------	--------	------------	--------	------	--------	---------	--------	----------	----------	---	----------	---	----------	---	----------	---	----------	------------	---	-------------	---	-------------	---	-----------------	----	----------	----	----------	----	---------------	----	--------------	----	--------------------	----	----------	----	----------	----	----------------	----	------------------	----	--------------------	----	----------	----	----------	----	---------------	----	---------------	----	-----------------	----	----------	----	-------------	----	---------------	----	-------------	----	----------	----	------------	----	-------------	----	-----------------------------	----	------------	----	------------	----	------------	----	------------------	----	----------	----	-----------------	----	--------------	----	--------------	----	--------------------	----	------------	----	-----------	-----	----------	-----	-----------------	-----	------	-----	---------------------------	-----	-------------------	-----	-----------------	-----	-----	------------	---	----------------------	----	-------------------	----	----------------	----	----------------	----	------------	----	--------------	----	-------------------	----	-------------------	----	---------------------	----	-----------------	----	---------------------------	----	----------------------------	----	------------------------	----	------------------------------	----	----------------------------	----	---------------------------	----	--------------------------	----	-------------------------	----	-------------------	----	----------------------------	-----	----------------------------	-----	-----	--------------	----	------------	----	-------------------	----	--------------	----	-------------------	----	--------------------	----	--------------------	----	----------------	----	-----------	----	------------------	----	-----------------------------	----	-------------------	----	-----------------	----	------------------	----	---------------------	----	------------------------------	----	-----------------------	----	-------------------	----	----------------------------	----

表4-13 服務品質問項測量描述表74 表4-14 服務品質構面信度分析表77 表4-15 交叉負荷量(cross-loading)的題項78 表4-16 因素命名與說明80 表4-17 服務創新因素分析摘要表81 表4-18 社經背景與服務創新接受程度檢定摘要表86 表4-19 住宿經驗與系統化服務創新接受程度檢定摘要表190 表4-20 住宿經驗與系統化服務創新接受程度檢定摘要表291 表4-21 社經背景與服務品質認知程度接受度檢定摘要表93 表4-22 住宿經驗與服務品質認知程度檢定摘要表197 表4-23 住宿經驗與服務品質認知程度檢定摘要表298 表4-24 服務創新與服務品質之典型相關分析表100

## 參考文獻

- 一、中文部份 1.王伯揚(1996), 中國一流飯店, 淑馨, 台北。 2.王怡茵(2007), 建構服務創新衡量模式之研究:以台灣國際觀光旅館業為例, 中小企業發展季刊, 14,177-206。 3.王晶(2007), 知識管理與圖書館服務創新, 山西青年管理幹部學院學報, 20(1),87-88。 4.王樹良、曾一昕和袁漢寧(2009), 服務科學導論, 武漢大學出版社, 武昌。 5.丘宏昌、謝依靜(2007), 服務行銷與管理, 雙葉書廊, 台北。 6.李素馨(1994), 典型相關分析-專業程度、遊憩動機和基地屬性認知關係之探討, 戶外遊憩研究, 7(3),39-62。 7.何紹華(2008), 服務科學背景下圖書情報機構的服務創新, 教育資料與圖書館學季刊, 45(3),357-370。 8.沈華榮、黃深勳、陳光榮、李正文(2002), 服務業行銷, 國立空中大學, 台北。 9.林震岩(2010), 多變量分析:SPSS操作與應用, 智勝文化, 台北。 10.胡凱傑、呂明穎、黃美婕(2010), 航空貨運站服務品質、創新能力與企業形象對顧客滿意度與忠誠度之影響, 商略學報, 2(1),37-54。 11.洪順慶(2001), 行銷管理, 新陸書局, 台北。 12.徐琪(2008), 基於服務科學的物流服務創新模式, 科技進步與對策, 25(4),55-58。 13.吳信宏(2009), 服務科學的最近發展, 品質月刊, 45(3),29-32。 14.吳武忠(1999), 餐旅服務品質之管理與控制, 高雄餐旅學報, (2),21-27。 15.吳偉文(2009), 服務金鑰匙與服務科學, 東亞論壇季刊465,49-58。 16.陳怡君(1995), 提升顧客對旅館服務品質滿意之探討, 觀光教育, 13(3),24-30。 17.陳澤義(2005), 服務管理, 華泰文化, 台北。 18.梁載平(2005), 21世紀的新興科學-服務科學, 中國信息導報, (5),11-14。 19.許明德(2008), 服務科學, 科學發展, (424),68-72。 20.許立群(2006), 遊客利益追求、服務品質對整體滿意度及重遊意願關聯之研究 - 以台灣地區國際觀光旅館為例, 遠東學報, 23(2),177-200。 21.許慶瑞、陳勁、鄭剛(2003), 21世紀的技術創新與技術管理, 國際學術動態, (3),11-14。 22.孫昱倫(2009), 線上遊戲玩家遊憩專門化與認真性休閒關係之研究, 私立靜宜大學觀光事業學系研究所碩士論文。 23.張宦民、吳宗正、溫敏杰(2005), 組織文化對創新能力之影響 - 以台灣地區電線電纜上市公司為例, 經營管理論叢, 1(2),59-74。 24.張莉青(2003), 網站呈現與網站信任感之關係-以服飾網站為例, 國立政治大學資訊管理研究所碩士論文。 25.張國雄(2007), 行銷管理, 雙葉書廊, 台北。 26.鈕先鉞(2002), 旅館營運管理與實務, 揚智文化, 台北。 27.曾鳳秋(2008), 飯店產業服務創新專案開發模式-以日月潭雲品酒店為例, 國立政治大學科技管理研究所碩士論文。 28.楊允祚(1983), 觀光辭典, 國際觀光中心, 台北。 29.楊東震、羅珏瑜譯(2003), Christopher Lovelock & Lauren Wright著, 服務行銷與管理, 雙葉書廊, 台北。 30.楊慧華(2001), 企業文化、企業願景、經營策略與經營績效之關係研究-以台灣國際觀光旅館為實證, 國立成功大學企業管理研究所碩士論文。 31.楊耀偉(2009), 探討資訊科技、創新與企業經營績效之關係-以中小型商業服務業為例, 國立成功大學工業與資訊管理研究所碩士論文。 32.鄭敏玉(2000), 國際觀光旅館服務品質與效率評估之研究 - 以台北地區國際觀光旅館為例, 私立銘傳大學管理科學研究所碩士論文。 33.謝明成、吳健祥(1995), 旅館管理學, 眾文圖書, 台北。 34.謝森展(1996), 服務行銷管理, 創意力文化, 台北。 35.蘇雲華(1996), 服務品質衡量方法之比較研究, 國立中山大學企業管理研究所博士論文。
- 二、英文部分 1.American Marketing Association. (1960), "Marketing definitions: a glossary of marketing terms," AMA: Chicago. 2.Avlonitis, G.J., Papastathopoulou, P.G. and Gounaris, S.P. (2001), "An empirically-based typology of product innovativeness for new financial services: success and failure scenarios," Journal of Product Innovation Management, Vol. 18, No. 5, pp. 324-342. 3.Bessom, R. (1973), "Unique Aspects of Marketing of Service," Arizona Business Bulletin, pp. 23-27. 4.Brown, T.J., Churchill, G.A. and Peter, J.P. (1993), "Research note: Improving the measurement of service quality," Journal of Retailing, Vol. 69, No. 1, pp. 127-139. 5.Blois, K.J. (1974), "The Marketing of Service: An Approach," European Journal of Marketing, Vol. 8, No. 2, pp. 137-135. 6.Bilderbeek, R., Hertog, P. and Marklund, G. (1998), "Services in Innovation: Knowledge Intensive Business Services (KIBS) as Co-Producers of Innovation," STEP group, S14S report, No. 3. 7.Cronin, J.J. and Taylor, S.A. (1992), "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension," Journal of Marketing, Vol. 56, No. 3, pp. 55-68. 8.Frolovicheva, K. (2006), "The emergence of service science: Towards systematic service innovations to accelerate the coproduction of value," Journal of Global Business and Technology, Vol. 2, No. 2, pp. 39-55. 9.Etzel, M.J., Walker, B.J. and Stanton, W.J. (2001), "Marketing Management," 12th Edition, McGraw. Hill, Irwin. 10.Gronroos, C. (1984), "A Service Quality Model and its Marketing Implications," European Journal of Marketing, Vol. 18, No. 4, pp. 36-44. 11.Gummeson, E. (1987), "Lip Service-A Neglected Area in Service Marketing," Journal of Service Marketing, Vol. 1, No. 1, pp. 19-23. 12.Law, R., Leung, R. and Buhalis, D.(2009), "Information Technology Applications in Hospitality and Tourism: A Review of Publications form 2005 to 2007," Journal of Travel & Tourism Marketing, Vol. 26, No. 5 & 6, pp. 599-623. 13.Levitt, T. (1972), "Product-Line Approach to Service," Harvard Business Review, Vol. 50, No. 4, pp. 41-52. 14.Nunnally, J.C. (1978), "Psychometric Theory," 2nd Edition, NY: McGraw-Hill. 15.Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1985), "A conceptual model of service quality and its implication for future research," Journal of marketing, Vol. 49, No. 4, pp. 41-50. 16.Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1988), "SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality," Journal of retailing, Vol. 64, No. 1, pp. 12-40. 17.Sheehan, J. (2006), "Understanding Service Sector Innovation. Spohrer J and Riecken D (Eds) Services Science," Communications of the ACM, Vol. 49, No. 7, pp. 43-53. 18.Spohrer, J. (2007), "Service science: The Next Frontier in Service Innovation-IBM Interview with Jim Spohrer," Singapore: IBM Singapore Pet Ltd. 19.Spohrer, J., Maglio, P.P., Bailey, J. and Gruhl, D. (2007), "Steps toward a science of service systems," Computer, Vol. 40, No. 1, pp. 71-77. 20.Spohrer, J. and Maglio, P.P. (2008), "Fundamentals of service science,"

Journal of the Academy of Marketing Science, Vol. 36, No. 1, pp. 18-20. 21.Kotler, P. (2003), " Marketing Management, " 11th Edition Prentice-Hall, Inc. 22.Kim, M.K., Park, M.C. and Jeong, D.H. (2004), " The Effects of Customer satisfaction and Switching barrier on customer loyalty in Korean mobile telecommunication services, " Telecommunication Policy, Vol. 28, No. 2, pp. 145-159. 23.Wakefield, R.L. (2001), " Measuring service quality: A Reexamination and Extension, " The CPA Journal, Vol. 71, No. 8, pp. 55-68. 24.Walters, C.G. (1974), " Consumer Behavior: Theory and Practice, " NY: Richard D, Irwin Inc. 25.Walters, C.G. (1978), " Consumer Behavior: An Integrated Framework, " NY: Richard D, Irwin Inc. 26.Wilkins, H., Merrilees, B. and Chian, C. (2007), " Towards an understanding of Total service quality in hotels, " International Journal of Hospitality Management, Vol. 26, No. 4, pp. 840-853. 27.Wolff, J.A. and Pett, T.L. (2006), " Small-firm performance: Modeling the role of product and process improvements, " Journal of Small Business Management, Vol. 44, No. 2, pp. 268-284. 28.Worcester, R.M. (1972), " Consumer Market Research Handbook, " NY: McGraw-Hill Book Company. 29.Zeithaml, V.A. and Bitner, M.J. (1996), " Service Marketing, " NY: McGraw-Hill. 三、網站與雜誌資料 1IT home電腦報 , <http://www.ithome.com.tw/itadm/article.php?c=54532>。 2日月潭雲品酒店網站 , <http://www.fleurdechinehotel.com/>。 3交通部觀光局網站 , 99年4月觀光市場概況概要 , [http://admin.taiwan.net.tw/statistics/release\\_show.asp?selno=2495](http://admin.taiwan.net.tw/statistics/release_show.asp?selno=2495)。 4交通部觀光局網站 , 97年星級旅館評鑑計劃 , [http://admin.taiwan.net.tw/law/law\\_show.asp?selno=306](http://admin.taiwan.net.tw/law/law_show.asp?selno=306)。 5行政院主計處 , 99年5月發布國民所得統計及國內經濟情勢展望 , 表3 國內生產毛額-依行業分 , <http://www.dgbas.gov.tw/public/data/dgbas03/bs4/ninews/9905/newtotal9905.pdf>。 6黃彥棻(2009) , 提供超乎客人預期的服務-遠東飯店用IT提升顧客滿意度 , IT home 電腦報 , <http://www.ithome.com.tw/itadm/article.php?c=58459>。 7雲朗觀光網站 , <http://www.hotelsdechine.com/?Psn=6085>。 8陳建豪、高怡帆(2010) , 八大服務創新出爐 , 遠見雜誌 , 283 , <http://www.gvm.com.tw/Board/content.aspx?go=cover&ser=15730>。 9曠文琪、彭瑋琳(2006) , 服務科學將推動下一波經濟浪潮? , 商業週刊 , 966 , <http://www.businessweekly.com.tw/article.php?id=23954>。