

# The Relationships among Service Innovation , Service Quality , Customer Satisfaction , and Business Performance - A case

王培恩、王學銘

E-mail: 365028@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

Two of the greatest problems that the world is facing today are climate change around the world and environmental pollution, increasing with each and every passing year and causing irreparable damage to the earth. A concern for the environment from people gives rise to new economic opportunities and green industries. Green tourism (nature tourism, low impact tourism, ecotourism, bio-tourism, or ecologically responsible tourism), as one of green industries, typically involves travel to places where flora and cultural heritage are the primary attractions and focuses on socially responsible travel and sustainability. Taiwan nurtures a wide array of ecological resources and is suitable for the development of green tourism. The purpose of this study, therefore, is to investigate the development of green tourism in Taiwan with a focus on the relationships among service innovation, service quality, customer satisfaction, and business performance. A total of 154 usable samples were collected in this study. The results of the study indicated that a positive relationship was found between some parts of service innovation and customer satisfaction and between some parts of service quality and customer satisfaction. Further, a positive relationship was also found between customer satisfaction and business performance and between service innovation and business performance. Some parts of service quality are also positively related to business performance. Finally, no moderate effects of customer satisfaction on other variables were found.

Keywords : service innovation, service quality, customer satisfaction, business performance, green tourism

## Table of Contents

內容目錄 中文摘要 . . . . .	ii	內容目錄 . . . . .	i
. . . . .	ii	圖目錄 . . . . .	iv
. . . . .	vi	第一章 緒論 . . . . .	1
. . . . .	1	第一節 研究背景與動機 . . . . .	1
. . . . .	1	第二節 研究目的 . . . . .	2
. . . . .	3	第三節 研究流程 . . . . .	2
. . . . .	6	第二章 文獻探討 . . . . .	6
. . . . .	6	第一節 綠色旅遊的定義 . . . . .	6
. . . . .	20	第二節 服務創新 . . . . .	9
. . . . .	20	第三節 服務品質 . . . . .	9
. . . . .	35	第四節 顧客滿意度 . . . . .	27
. . . . .	35	第五節 經營績效 . . . . .	31
. . . . .	39	第六章 研究方法 . . . . .	39
. . . . .	39	第一節 研究架構 . . . . .	39
. . . . .	42	第二節 研究假設 . . . . .	40
. . . . .	52	第三節 研究變數定義與衡量 . . . . .	40
. . . . .	52	第四節 問卷設計 . . . . .	52
. . . . .	52	第五節 研究對象與抽樣方法 . . . . .	52
. . . . .	55	第六節 問卷前側分析 . . . . .	53
. . . . .	57	第七章 資料分析與結果 . . . . .	57
. . . . .	57	第一節 敘述性統計分析 . . . . .	57
. . . . .	64	第二節 信效度分析 . . . . .	61
. . . . .	78	第三節 相關分析 . . . . .	61
. . . . .	88	第四節 迴歸分析 . . . . .	71
. . . . .	88	第五節 研究假設實證結果彙整 . . . . .	71
. . . . .	93	第八章 結論與建議 . . . . .	88
. . . . .	93	第一節 研究結果與分析 . . . . .	88
. . . . .	104	第二節 管理意涵 . . . . .	92
. . . . .	9	第三節 研究限制與對未來研究者之建議 . . . . .	92
. . . . .	14	附錄 研究問卷 . . . . .	95
. . . . .	18	表目錄 表1-1 研究範圍 . . . . .	3
. . . . .	24	表2-1 我國產業結構變動 . . . . .	3
. . . . .	28	表2-2 專家學者對創新的定義 . . . . .	11
. . . . .	31	表2-3 專家學者對服務創新的定義 . . . . .	11
. . . . .	42	表2-4 Avlonitis et al.服務創新的衡量模式 . . . . .	17
. . . . .	45	表2-5 許惠芬服務創新構面 . . . . .	17
. . . . .	48	表2-6 專家學者對服務品質的定義 . . . . .	21
. . . . .	49	表2-7 SERVQUAL量表組成的構面與定義 . . . . .	21
. . . . .	49	表2-8 專家學者對服務品質的衡量構面 . . . . .	25
. . . . .	49	表2-9 專家學者對顧客滿意度的定義 . . . . .	25
. . . . .	49	表2-10 專家學者對顧客滿意度的衡量構面 . . . . .	30
. . . . .	49	表2-11 專家學者對經營績效的定義 . . . . .	30
. . . . .	49	表2-12 專家學者對經營績效的衡量構面 . . . . .	33
. . . . .	49	表3-1 服務創新各構面之操作性定義 . . . . .	33
. . . . .	49	表3-2 服務創新問卷題項 . . . . .	43
. . . . .	49	表3-3 服務品質各構面之操作性定義 . . . . .	43
. . . . .	49	表3-4 服務品質問卷題項 . . . . .	46
. . . . .	49	表3-5 顧客滿意度各構面之操作性定義 . . . . .	46
. . . . .	49	表3-6 顧客滿意度問卷題項 . . . . .	49
. . . . .	49	表3-7 經營績效問卷題項 . . . . .	49

50 表3-8 前測問卷受測者教育程度 . . . . .	54 表3-9 前測問卷受測者年齡 . . . . .	54
表3-10 前測問卷各構面信度Cronbach's 值 . . . . .	55 表4-1 研究對象基本資料整理 . . . . .	58
表4-2 研究對象旅遊特性與經驗整理 . . . . .	59 表4-3 研究變數之敘述性統計 . . . . .	60
表4-4 本研究信效度彙整 . . . . .	62 表4-5 服務創新、服務品質、顧客滿意度與經營績效之相關分析 . . . . .	65
66 表4-7 服務品質各構面與顧客滿意度各構面之相關分析 . . . . .	67 表4-8 顧客滿意度各構面與經營績效之相關分析 . . . . .	68
表4-9 服務創新各構面與經營績效之相關分析 . . . . .	69 表4-10 服務品質各構面與經營績效之相關分析 . . . . .	70
表4-11 服務創新與顧客滿意度之迴歸分析 . . . . .	71 表4-12 服務創新與顧客滿意度之專業水準的滿意迴歸分析 . . . . .	72
74 表4-13 服務創新對顧客滿意度之與顧客互動的滿意迴歸分析 . . . . .	75 表4-14 服務品質與顧客滿意度之迴歸分析 . . . . .	75
76 表4-16 服務品質對顧客滿意度之與顧客互動的滿意迴歸分析 . . . . .	77 表4-17 顧客滿意度與經營績效之迴歸分析 . . . . .	78
79 表4-19 服務創新與經營績效之迴歸分析 . . . . .	80 表4-18 顧客滿意度各構面對經營績效的迴歸分析 . . . . .	80
81 表4-21 服務品質與經營績效之迴歸分析 . . . . .	82 表4-20 服務創新各構面對經營績效的迴歸分析 . . . . .	81
83 表4-23 顧客滿意度在服務創新及經營績效之中介分析 . . . . .	84 表4-22 服務品質各構面對經營績效的迴歸分析 . . . . .	82
85 表4-25 本研究假設實證結果彙整 . . . . .	85 表4-24 顧客滿意度在服務品質及經營績效之中介分析 . . . . .	84
5 圖 2-1 服務創新的流程圖 . . . . .	13 圖 2-2 服務創新四構面模型圖 . . . . .	13
17 圖 3-1 研究架構圖 . . . . .	39	39

## REFERENCES

- 一、中文部分 方靜月(2010), 台灣銀行業市場導向、環境干擾、銀行創新與經營績效關係之研究, 台北大學企業管理學系碩士論文。古秋雲(2005), 服務品質、服務價值、顧客滿意度與顧客忠誠度關係之研究 - 以台灣南部某醫學中心健康檢查中心為例, 國立成功大學高階管理碩士在職專班碩士論文。朱淑貞(2008), 服務創新、創新力、服務品質與顧客滿意度關係模式之研究 - 以加油站產業為例, 長榮大學高階管理碩士在職專班碩士論文。何亞蘋(2001), 連鎖經營體系管理控制與協調機制之研究 - 以咖啡連鎖店為例, 中國文化大學國際企業管理研究所碩士論文。吳萬益、吳志正(1996), 台美日企業在台灣及大陸企業經營環境及競爭策略之研究, 台大管理論叢, 第七卷第一期, pp.49-83。李大偉 (2007), 企業組織因素對組織創新氣候與組織創新影響之研究, 國立臺灣師範大學工業科技教育學系博士論文。李怡君(2011), 服務創新對傳統物流網站平台機制影響之研究, 國立澎湖科技大學服務業經營管理研究所碩士論文。沈進成與張延蓉(2002), 內部行銷、組織承諾、工作滿足與顧客導向服務關係之研究—以主題遊樂園為例, 旅遊管理研究, 第2卷第2期, P.79-99。周春芳(2006), 創新服務行銷開拓藍海商機, 五南圖書出版股份有限公司。林延昇 (2004), 遊客對推行休閒林業地區民宿服務品質意見之研究 - 以奮起湖地區民宿為例, 國立嘉義大學農學院林業暨自然資源研究所碩士論文。林陽助(1996), 顧客滿意度決定模型與效果之研究 - 台灣自用小客車之實證, 國立台灣大學商學研究所碩士論文。高惠君(2007), 台灣工研院三各價值導向管理的創新, 國立交通大學科技管理研究所未出版之碩士論文。張恩慈(2010), 服務創新策略 - 以房仲業為例, 東海國際貿易研究所碩士論文。張偉斌(2011), 服務品質、體驗行銷、體驗價值對顧客滿意度之影響 - 以2010台北國際花卉博覽會為例, 國立中正大學企業管理學系碩士班碩士論文。張鈴朱(2008), 應用軟體產業服務品質、顧客滿意度與經營績效之研究 - 以A個案公司為例, 逢甲大學經營管理碩士在職專班碩士論文。張瑩(2005), 組織創新前置因素、組織創新與組織績效之相關性研究 - 以台灣製藥業為例, 國立成功大學高階管理碩士在職專班碩士論文。許惠芬 (2003)。消費者認知服務創新、經驗情緒與再購意圖關係之探討 - 以休閒服務產業為例, 國立高雄第一科技大學行銷與流通管理研究所碩士論文。許銘俊(2011), 公司化後中華郵政的內部行銷、員工工作滿意度與服務品質認知之關係研究, 淡江大學全球華商經營管理數位學習碩士在職專班碩士論文。郭德賓(1999), 服務業顧客滿意評量模式之研究, 國立中山大學企業管理研究所博士論文。郭潔(2011), 服務創新、服務品質與顧客滿意度關聯性之研究 - 以澎湖觀光產業為例, 大葉大學企業管理學系碩士班碩士論文。陳定國(1998), 行銷管理導論, 台北五南圖書出版公司。陳怡安(2007), 以服務利潤鏈觀點探討顧客忠誠度之建立 - 以本國銀行為例, 顧客滿意學刊, 第三卷第二期P95~P120。陳冠璋(2007), 銀行業服務創新脈絡模式之研究 - 兼論對組織績效之影響, 長榮大學經營管理研究所碩士論文。陳建文、洪嘉榮(2005), 服務品質、顧客滿意度與忠誠度關係之研究-以ISP為例, 電子商務研究, 3(2), 153-172。陳國源(2004), 市場導向、製造策略、顧客滿意度對經營績效影響之研究 - 以台灣汽車零配件產業為例, 國立成功大學高階管理碩士在職專班碩士論文。陳詩雅(2010), 吸收能力、組織氣候、社會資本對知識分享行為與服務創新的影響-以金融業為例, 國立成功大學管理學院EMBA碩士在職班碩士論文。陶翼煌、吳怡彥、任培義(2010), 綠色旅遊之定義、原則、與作法, 台灣綠色旅遊協會。曾光華(2006), 行銷管理:裡亂解析與實務應用, 台北縣:前程文化。游情連(2005), 服務品質對顧客忠誠度與經營績效之關聯度研究 - 以台灣行動通訊市場為例, 朝陽科技大學企業管理系碩士論文。黃文?(2008), 市場導向、產品創新與經營績效關聯性之研究 - 以台灣汽車零配件產業為例, 國立成功大學管理學院高階管理碩士在職專班碩士論文。黃榮鵬(2002), 旅遊銷售技巧, 揚智文化事業股份有限公司。楊錦洲(2001), 顧客服務創新價值 - 如何做好服務品質, 臺北市:中衛發展中心。楊耀緯(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學系碩士班碩士論文。葉美玲(2006), 體驗行銷、體驗價值、顧客滿意度與忠誠度關係探討 - 以台北市立北投區運動中心為例, 國立台南大學運動與健康研究所碩士論文。廖偉伶(2003), 知識管理在服務創新之應用, 國立成功大學工業管理科學研究所碩士論文。劉常勇(1991)服務品質的觀念模式, 台北市銀月刊, pp.2-16。蔡啟通(1997), 組織因素、組

織成員整體創造性與組織創新之關係，國立台灣大學商學研究所未出版之博士論文。蔡淑美(2010)，綠色民宿內涵與效益，2010第12屆休閒、遊憩、觀光國際論壇議程 鄭華清(2003)，行銷管理，台北全華科技圖書股份有限公司。龔榮津(2001)，行動通訊部門主管領導型態對員工工作績效影響之研究，國立交通大學經營管理研究所碩士論文。

二、英文部分 Anderson, E. W., C. Fornell, and R. L. Donald (1994). Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings From Sweden. *Journal of Marketing*, 58, 53-66. Anderson, E., and M. W. Sullivan (1993). The Antecedents and Consequences of Customer Satisfaction for Firms. *Marketing Science*, 125-143. Avlonitis, G. J., Papastathopoulou, P. G., & Gounaris, S. P. (2001). An empirically based typology of product innovativeness for new financial services: Success and failure scenarios. *Journal of Product Innovation Management*, 18(5), 324-342. Brady, M. K., and Cronin, Jr. J. (2001). Customer orientation: Effects on customer service perceptions and outcome behaviors. *Journal of Service Research*, 3(3), 241-251. Churchill, Gilbert A., Jr. and Carol Surprenant (1982). An Investigation Into the Determinants of Customer Satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 19 (November), 491-504. Cronin(2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of Retailing*, 76(2), 193-216. Czepiel, J. L., J. Rosenberg, and A. Adebayo. (1974). Perspective on Consumer Satisfaction, in *AMA Educator Proceedings*. Chicago: American Marketing Association, 119-123. Damanpour, F. (1991). Organizational innovation: A meta-analysis of effects of determinants and moderators. *Academy of Management Journal*, 34(3), 555-590. Damanpour, F., & W. M. Evan.(1984). Organizational innovation and Performance: The problem of organizational Lag. *Administrative Science Quarterly*, 29, 392-409. Dann, G. M. (1977). Anomie ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(4), 184-194. Drucker, P. (1985). *Innovation and entrepreneurship*. New York: Harper and Row. Edvardsson, B., Gustafsson, A., Kristensson, P. and Witell, L. (2008). Service innovation and customer co-development. In J. Sphorer (Ed.). *The handbook of Service Science – a research perspective*. French, C, and Seward, F. (1983). Impetus for action: a cultural analysis of justice and organizational citizenship behavior in society. *Administrative Science Quarterly*. 421-434 Gronroos (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing* 18(4): 38. Julie, H. Hertenstein, 2000. Performance measures and management control in new product development. *Accounting Horizons* 14(3), 303-324. Kotler.P. (1996). *Marketing Management: An Asian Perspective*. Prentice- Hall, 128-135. Lehtinen, U. and J. R. Lehtinen (1991). Two Approaches to Service Quality Dimensions. *The Service Industries Journal*, 11(3), 287-303. Lievens, A. & Moenaert, R. K. (2000). New Service Teams as Information-Processing Systems: Reducing Innovative Uncertainty. *Journal of Service Research*, 3(1), 46-65. Lusch, Robert F. and James R. Brown(1996). Interdependency, Contracting, and Relational Behavior in Marketing Channels. *Journal of Marketing*, 60 (10), 19-38. McGraw-Hill Inc., New York, 4, 85. Crosby, L. A., and N. Stephens. (1987). Effects of Relationship Marketing on Satisfaction, Retention, and Prices in the Life Insurance Industry. *Journal of Marketing Research*, 24(11), 404-411. Menor, L. J., Tatikonda M. V. & Sampson S. E (2002). New service development: areas for exploitation and exploration. *Journal of Operations Management*, 20, 135-157. Nunnally, J. C(1978). *Psychometric Theory*, 2nd ed. New York: McGraw-Hill. Oliver, R. L., R. T. Rust and S. Varki. (1997). Customer Delight: Foundations, Findings, Managerial Insight. *Journal of Retailing*, 73, 311-336. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L. L. (1985). Quality Counts in Service, Too. *Business Horizons*, 28, 44-53. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L. L.(1988). A conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(3), 41-50. Parker. C, and B. P. Mathews. (2001). *Marketing Intelligence & Planning* Bradford. Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach. *Journal of Marketing*, 65(3), 34-49. Rohrbaugh, J. (1981). Operationalizing the Competing Value Approach: Measuring Performance in Employment Service. *Public Productivity Review*, 5(2), 141-159. Rosander. A. C. (1980). Service Industry QC-Is the Challenge Being Met. *Quality Progress*, 9, 34-35. Saren, M. A., (1984). A Classification and Review of Models of the Intra-Firm Innovation Press. *R&D Management*, 14, 11-24. Sasser, R., Olsen, P., and Wyckoff, D.D. (1978). *Management of Service Operations-Text, Cases, and Reading*. Allyn and Bacon, New York. Singh, J. (1991). Understanding the Structure of Consumers' Satisfaction Evaluation of Service Delivery. *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 19, No. 3, 223-234. Takeuchi, H., & Quelch, J.A. (1983). Quality Is More Than Making A Good Product. *Academy of Management Review*, 17, 455-466. Tidd, J., Bessant, J., & Pavitt, K. (1997). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market, and Organizational Change*. New York: John Wiley. Vang, J., and C. Zellner, (2005). Introduction: Innovation in Services. *Industry and Innovation*, 12 (2), 147-152. Voss, C. A. (1992). Measurement of innovation and design performance in services. *Design Management Journal*, 40-46. Wagar, K. (2008). Exploring tools for learning about customers in a service setting. *International Journal of Service Industry Management* 19 (5), 596-620. Wakefield, R. L. (2001). Service quality. *The Cpa Journal*, 71(8), 58-60. Wolff, J. A., & Pett, T. L. (2006). Small-firm performance: Modeling the role of product and process improvements. *Journal of Small Business Management*, 44(2), 268-284. Zeithaml, V. A. and Bitner, M. J. (2000). *Service Marketing*. New York: McGraw-Hall, 123. Zeithaml, Valarie A and Mary Jo Bitner(2000). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*(2ed.). New York: McGraw-Hill Companies, Inc.