

## 以新服務發展歷程(NSD)觀點探討台灣禮品業服務創新之研究

\*莊立民 \*\*謝煒頻 \*\*\*陳育萍 \*\*\*\*林仲緯

\*長榮大學經營管理研究所副教授

\*\*嘉南藥理科技大學餐旅管理系講師

\*\*\*長榮大學管理學院 EMBA 碩士

\*\*\*\*長榮大學經管所碩士生

### 摘要

本研究以當前批發產業禮品業為範疇，禮品是與其它一系列禮儀活動一同產生和發展出來的，人們對於交換的過程，越來越重視禮品對於個人本身的意義以及送禮的涵義，禮品業的傳統固有批發模式相對的受到了嚴重衝擊；為了因應這些迎面來的挑戰，企業的轉變與成長，取決於是否能創造出新服務，新創意運用在禮品業的發展上。

本研究經由文獻探討及統計分析，編製出具有良好信度與效度之『新服務發展歷程量表』、『服務創新量表』與『服務創新績效量表』，並以台灣禮品業從業人員為施測對象，一共發出 250 份問卷，共計回收 157 份，有效回收率為 62.8%，並應用敘述性統計、因素分析、信效度分析、迴歸分析等統計方式進行驗證本研究之假設，根據統計分析結果歸納出研究結論如下：

- 1、「服務創新」對「新服務發展歷程」呈現顯著正向影響。
- 2、「新服務發展歷程」對「服務創新績效」呈現顯著正向影響。
- 3、「服務創新」推出愈貼近顧客需求，對「服務創新績效」愈有正向影響。
- 4、「服務創新」推出完善再加上企業對「新服務發展歷程」的重視，對「服務創新績效」愈有正向影響。

關鍵詞：新服務發展(NSD)、服務創新、服務創新績效，禮品業