

<<旅游业服务实务归因与补救研究>>

图书基本信息

书名：<<旅游业服务实务归因与补救研究>>

13位ISBN编号：9787514102581

10位ISBN编号：7514102582

出版时间：2010-12

出版时间：经济科学出版社

作者：彭艳君

页数：224

字数：230000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<旅游业服务实务归因与补救研究>>

内容概要

《旅游业服务实务归因与补救研究——基于顾客参与视角》由彭艳君等人著，随着我国社会经济的发展和生活水平的提高，旅游已经成为人们消费中不可或缺的组成部分。

然而，随着旅游业的蓬勃发展，也出现了旅游业中的顾客不满意的现象。

当消费者不满意时，也就意味着发生了服务失误，根据心理学理论，消费者会进行服务失误的归因，归因又会显著地影响消费者的行为意向。

在旅游业竞争日益激烈的今天，这种归因及行为意向不仅会影响旅游企业的经济效益，更有可能对旅游企业的形象和口碑造成影响。

其次，顾客参与会对失误归因产生显著的影响。

由于服务的生产和消费的同时性，在服务过程中一定程度的顾客参与是不可避免的(Gronroos, 2000)，因而，在旅游过程中，顾客参与对服务失误归因的影响不容忽视。

因而，《旅游业服务实务归因与补救研究——基于顾客参与视角》旨在研究旅游业中顾客参与对服务失误归因及其行为意向的影响，以期为旅游企业、消费者提供建议和启示。

<<旅游业服务实务归因与补救研究>>

作者简介

彭艳君，1975年7月生，甘肃正宁人，北京工商大学商学院讲师，管理学博士。
从事市场营销领域的教学和研究工作，研究方向：服务营销、消费者行为。

<<旅游业服务实务归因与补救研究>>

书籍目录

第1章 绪论

- 1.1 研究的背景和意义
- 1.2 本研究的主要内容和相关概念界定
- 1.3 研究方法和技术路线
- 1.4 研究思路和框架及可能创新之处

第2章 文献综述

- 2.1 顾客参与
- 2.2 旅游者在旅游活动中的参与和体验
- 2.3 随团游和自助游的基础理论
- 2.4 服务失误
- 2.5 旅游业服务失误分类研究
- 2.6 服务失误归因研究
- 2.7 顾客对服务失误的反应

第3章 研究设计

- 3.1 概念模型及相关假设
- 3.2 调研设计
- 3.3 访谈研究
- 3.4 量表设计与预测
- 3.5 数据收集和样本概况
- 3.6 数据分析方法

第4章 数据分析与结果

- 4.1 描述性统计分析
- 4.2 信度与效度分析
- 4.3 顾客参与和旅游形式对服务失误归因的关系的实证研究
- 4.4 服务失误归因与顾客行为反应的关系的实证研究

第5章 结论与建议

- 5.1 实证研究结果讨论
- 5.2 理论贡献
- 5.3 管理建议
- 5.4 研究局限性与未来研究方向

第6章 旅游服务失误归因与补救措施研究

- 6.1 旅游服务失误分类及归因
- 6.2 服务失误归因的影响因素
- 6.3 随团游服务失误的补救措施研究
- 6.4 自助游服务失误的补救措施研究

附录1 本研究访谈问卷

附录2 本研究调查问卷

参考文献

后记

<<旅游业服务实务归因与补救研究>>

章节摘录

2.3.2 随团游和自助游的界定 1.随团游的界定 对于随团旅游的概念，一般是较为明确和统一的。

在这种旅游活动中，旅行社事先设计好旅游线路（这些旅游线路及景点往往都是常规的线路及满足大众需求的景点）、编排好旅游活动项目，将旅游过程中行、游、住、食、娱等要素打包，以总价格的形式一次性地提前卖给旅游者。

参加随团旅游的旅游者必须组成一定规模的旅游团实施旅游活动，在规定的日程中，按照规定的时间地点、服务等级、内容完成旅游活动。

随团旅游的旅游者一般能获得比较优惠的旅游价格，具有安全感，但不得不放弃自己的个性化需求。

实际上，随着大众旅游模式的衰退和新旅游模式的崛起，随团游和自助游的边界逐渐模糊起来。

随团旅游有了自助旅游的影子，而自助旅游也利用旅行社已有的一些产品，如许多旅行社为了满足旅游者对旅游产品的个性化需要，推出了“小包价”、“自由行”产品，深受自助游客的喜爱。

鉴于此，作者对我国旅游市场上存在的旅游形式进行了总结，如下：（1）纯自助旅游：自己选择旅游目的地，事先通过网络或旅游指南做好有关旅游目的地的交通、住宿、景点等攻略，自主安排旅游线路；通过交通运输部门、饭店销售部门或旅游中介组织，事先预定或旅游途中视需要购买相关旅游产品；或者事先不做攻略，完全随遇而安。

可以单人，也可多人，如驴友们组织的徒步。

完全由自助游爱好者牵头，自发组织形成的自助游团体。

（2）半自助旅游：购买旅行社现成的“自由行”产品，即“机票+酒店”，在这种产品中也会顺带购买接送、一日游或一日游等单项产品。

（3）公务旅游、亲友互助游：由公务活动所在机构或由亲朋好友协助或陪同下完成旅游活动。

（4）一日游参与者：指旅游者在旅游目的地的活动中，部分地选择自助旅游，部分旅游活动在旅行社等机构的支持下完成。

“一日游”盛行的旅游目的地，往往拥有一些比较丰富的旅游资源而且有些旅游景点离中心地区比较远，一般的公共交通设施不能够达到这些旅游景点，客观上为专门从事于中心地区和旅游景点之间交通运输的机构创造了条件。

这些旅游者在游览中心地区的其他旅游景点的时候，一般都是采取自己安排旅游活动，自己选择旅游路线的。

（5）半包价或小包价旅游：旅行社推出的产品类型之一。

在团体全包价旅游的基础上，扣除了行、游、住、食、娱等的某些费用，比全包价更灵活些。

（6）团体全包价旅游：旅行社推出的产品类型之一。

两层含义：一是团体的含义。

10人、15人或30人以上，视旅行社的规定而定。

二是全包价的含义。

交通、住宿、接送、餐饮、景点门票、娱乐活动等旅游途中发生的费用全部包括，旅游者在旅游出发前需提前购买。

因此，旅游线路由旅行社等中介机构事先安排好。

旅游活动过程中，旅游者需统一行动，缺乏个性化，有导游全程陪同并提供生活照顾和风景讲解服务。

单位不通过旅行社组织的旅游也属于此类旅游。

在以上分类中，有两个主要的变量。

一个变量为“自主程度”或“依赖专业商业旅游机构的程度”，包括信息依赖、线路设计依赖、产品购买依赖、对导游的依赖；另一个变量为个性化程度，属于心理变量。

……

<<旅游业服务实务归因与补救研究>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>