

# NOTKUN CQL LÍKANS TIL AÐ GREINA HELSTU ÞÆTTI Í ÞJÓNUSTUMENNINGU SEM GETA HAFT JÁKVÆÐ ÁHRIF Á ÁNÆGJU OG TRYGGÐ VIÐSKIPTAVINA

Magnús Haukur Ásgeirsson, aðjúnkt, Háskóli Íslands

Þessi grein lítur að fræðilegu yfirliti þjónustumælinga og þjónustustjórnunar farfuglaheimila og álíka fyrirtækja í ferðaþjónustu. Þessi grein markar upphaf doktorsverkefnis míns þar sem markmiðið er að greina hvaða lykilþættir, sem ýta undir þjónustumenningu, geta útskýrt ánægju viðskiptavina og tryggð þeirra við þjónustuveitendur. Notast verður við megindlegar og eigindlegar aðferðir í tilfellarannsókn (*case study*), þar sem fyrirtækið Farfuglar og tengdir aðilar verða teknir fyrir en fyrirtækið er sérleyfishafi vörumerkisins *Hostelling International (HI)* á Íslandi. Tilgátur rannsóknarinnar eru byggðar á CQL líkani (*Culture, Quality, Loyalty*) en líkanið byggir á rannsóknum sem sýna að tengsl séu á milli þjónustumenningar og þjónustugæða annars vegar og þjónustugæða við tryggð viðskiptavina hins vegar. Vörumerkið HI hefur verið rannsakað alþjóðlega með tilliti til ánægju viðskiptavina og tryggðar og á það einnig við um aðra þjónustuveitendur innan ferðaþjónustu. Fyrri rannsóknir byggja þó lítið ef eitthvað á forsendum CQL líkansins, þ.e. að tengja þjónustumenningu sem áhrifaþátt til að fá betri skilning á því hvað ýtir undir ánægju viðskiptavina og tryggð þeirra. Það verður því að teljast til sérstöðu þessarar rannsóknar og þekkingarsköpun hennar. Það er áhugavert að skoða ferðaþjónustu á Íslandi þar sem árlegur vöxtur greinarinnar er fordæmalaus. Þá er tilfellið farfuglar ekki síður áhugavert þar sem rekstraráherslur eru ólíkar miðað við alþjóðlega sérleyfishafa sem og á milli eininga og ekki síður vegna staðsetninga farfuglaheimila á Íslandi, þ.e. í þéttbýli, í dreifbýli og afskekktum stöðum.