

產業國際化之組織文化對服務品質影響之系統動態分析

陳苓君、魏文欽

E-mail: 321452@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究是以組織文化、服務品質與標準作業程序為三大主要構面，藉由相關文獻的蒐集與回顧，輔以西式速食產業之經營者、員工和消費者作為訪談對象進行訪談，以瞭解組織文化、服務品質和標準作業程序之關係。經由蒐集整理並歸納相關研究文獻，和整理訪談內容之後，將速食產業之服務品質範圍界定為組織文化、服務品質、標準作業程序的實施三大構面。再利用質性分析與系統動態學的方法，建構出一套兼具前因後果合理的因果回饋環路圖，並透過因果回饋環路的分析，找出影響服務品質之相關因子，並進一步瞭解各因子相互間之關聯性。結果本研究發現，因果回饋環路皆為正向回饋，透過因果回饋環路圖找出關鍵因素並實施改善措施。在建模的過程中，惟因各個回饋環路中之變數彼此相關，故在建構模組時，考量整體各能力構面間因子相互之關聯性，並求兩個構面能緊密結合，以符合現實的狀況。因此，若企業能有效的掌握住各構面之關鍵因素，克服限制條件所產生的負面影響，將可提高速食產業服務品質之市場競爭優勢。

關鍵詞：系統動力學、速食產業、組織文化、服務品質、標準作業程序

目錄

內容目錄 中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭		vi 內容目錄	
vii 表目錄		viii 圖目錄	
ix 第一章 緒論	1	第一節 研究背景與動機	1
1 第二節 研究目的	2	第二節 研究範圍與研究限制	2
3 第四節 研究流程	5	第二章 文獻探討	5
7 第一節 速食產業的定義及分類	7	第一節 組織文化	7
11 第三節 服務品質	22	第二節 組織文化	7
35 第五節 系統動力學	40	第三節 標準作業程序	22
50 第一節 訪談法	50	第三章 研究方法	40
52 第三節 個案公司簡介	56	第一節 研究工具 系統動力學	50
61 第五章 研究結論與建議	73	第二節 研究工具 系統動力學	50
77 附錄 訪談記錄	86	第四章 模型建構與分析	73
9 表 2-1速食業之定義彙整	13	參考文獻	86
25 表 2-2組織文化之定義彙整	13	表目錄 表 2-1速食業之定義彙整	86
29 表 2-4PZB (1985)服務品質的十個衡量構面	27	表 2-2組織文化之定義彙整	13
29 表 2-6服務品質構面之相關文獻彙整	30	表 2-3服務品質之定義彙整	13
32 表 2-8標準作業程序之定義彙整	38	表 2-5PZB (1988)服務品質構面與衡量變項	27
47 表 3-1訪談法之三種形式與執行方法	50	表 2-7服務品質與顧客滿意度之相關研究	30
51 表 3-3企業問題的動態複雜特性	52	表 2-9系統動力學符號說明	38
58 圖目錄 圖 1-1研究步驟流程	6	表 3-2受訪對象與受訪日期	50
35 圖 2-2因果關聯鍵示意圖	45	表 3-4台灣麥當勞大事紀	52
47 圖 3-1研究架構圖	55	圖 2-1服務品質的概念性模式	6
65 圖 4-2服務品質之因果環路	68	圖 2-3基本的因果回饋環路	45
70 圖 4-4標準作業程序之因果環路	71	圖 3-1研究架構圖	47
因果回饋環路	72	圖 4-1服務品質之因果關係	55
		圖 4-3標準作業程序之因果關係	68
		圖 4-5速食產業國際化之組織文化對服務品質影響之整體因果回饋環路	71

參考文獻

一、中文部分 Hisrich, R. D., & Peters, M. P. (1986), 新產品行銷策略, (林隆儀, 羅文坤, 鄭英傑譯), 清華管理科學圖書中心, (原文於1988年出版)。王裕生(2003), 西式漢堡速食連鎖店在食品品質顧客滿意度調查研究, 國立中正大學企業管理研究所出版之碩士論文。田中掃六(1992), 服務業品質管理, 大展出版股份有限公司。司徒達賢(1995), 策略管理(三版), 台北:遠流出版有限公司。林貞吟(2004), 兩岸大學生對連鎖西式速食品牌個性認知及顧客忠誠度之研究, 私立東海大學食品科學研究所出版之碩士論文。林朝

夫(2000), 縣市政府教育局組織文化與組織效能關係之研究, 國立台灣師範大學教育研究所未出版之博士論文。 河野豐弘(1992), 改造企業文化, (彭德中譯), 台北:遠流出版社, (原文於1990年出版)。 胡雅斌(2006), 產品品質/附加價值、顧客滿意度與顧客忠誠度對再購意願影響之研究, 私立中原大學企業管理學系研究所未出版之碩士論文。 洪茂森(2003), 領導行為、學習型組織、知識管理、企業文化對組織績效之實證研究, 國立成功大學企業管理研究所未出版之碩士論文。 班若瑋(2008), 國際觀光旅館服務品質與顧客滿意度之研究, 國立交通大學經營管理研究所未出版之碩士論文。 翁秀芬(2004), 領導風格及組織文化與企業內部控制制度執行成效關聯性之研究, 國立東吳大學會計學系研究所未出版之碩士論文。 高秋英, 林玥秀(2004), 餐飲管理(四版), 台北:揚智文化事業股份有限公司。 員敬宗(2000), 台灣西式速食餐廳新產品開發流程之探討, 私立東海大學食品科學研究所未出版之碩士論文。 麥當勞台灣官方網站(2010), 企業情報 [線上資料], 來源: <http://www.mcdonalds.com.tw/> [2010, June 10]。 陶在樸(1999), 系統動態學, 台北:五南出版社。 陳明業(2002), 淡水河水資源系統動力模式與永續管理策略之研究, 國立台灣大學生物環境系統工程學系暨研究所未出版之碩士論文。 陳映婷(2008), 以系統動力學探討廣告印刷公司之經營模式, 國立中山大學企業管理研究所未出版之碩士論文。 陳貴芬(2000), 西式速食連鎖店行銷組合與服務品質滿意度對顧客滿意度之影響, 私立中國文化大學生活科學應用研究所未出版之碩士論文。 陳富祥(2005), 組織文化、ISO 品質制度對內部服務品質與組織績效影響之研究 - 以台灣區各縣市警察局為例, 私立南華大學管理科學研究所未出版之碩士論文。 屠益民, 張良政(2010), 系統動力學理論與應用(初版), 台北:智勝文化事業股份有限公司。 黃秋香, 簡相堂(2005), 連鎖餐飲業之現況與趨勢(一版), 新竹:食品工業發展研究所。 新加坡華新世紀企業管理研究學院(2005), 麥當勞:溫情征服世界(初版), 台北:亞鉞初版有限公司。 楊文敏(2005), 中國信託商業銀行服務品質之研究 - 顧客滿意度的觀點, 私立南華大學管理研究所未出版之碩士論文。 楊金福(1999), 品質組織與標準化, 台北市:品質管制學會發行, 三民總經銷。 楊淑惠(1997), 電腦資訊服務品質之研究-以台中區域工業區為例, 私立靜宜大學管理科學研究所未出版之碩士論文。 黃如足, 梅士杰(2000), 標準作業程序(SOP)於數位典藏建置之初探, 台北:第二屆數位典藏技術研討會。 蔡志建(2006), 依據劇場理論探討西餐廳標準服務作業程序對顧客滿意度之影響 - 以高雄市Pasadena西餐廳為例, 國立高雄餐旅學院餐旅管理研究所未出版之碩士論文。 蔡曉娟(1999), 消費者對國際連鎖速食餐廳意向認知之研究, 私立中國文化大學觀光事業研究所未出版之碩士論文。 謝長宏(1980), 系統動態學 - 理論、方法與應用, 台北:中興管理顧問公司。 闕山晴(2001), 顧客滿意度與忠誠度之研究 - 以T連鎖餐廳為例, 國立高雄第一科技大學行銷與流通管理研究所未出版之碩士論文。 羅世輝(1999), 以系統動力學探討競爭性主流突現之動態過程, 國立中山大學企業管理研究所未出版之博士論文。

二、英文部分 Ball, S. D., Black, A. D., & West, A. (1988). Britain ' s fast food industry. Bristol: Jordan and Sons (Surveys) Limited. Bateson, E. G. (1977). " Do we need service marketing? " In marketing consumer service: new insights. Marketing Science Institute Report (pp. 77-115). Cambridge, Massachusetts. Bendapudi, N., & Berry, L. L. (1997). Customer ' s motivations for maintaining relationship with service provider. Journal of Retailing, 73(1), 15-73. Berry, L. L. (1983). Relationship marketing. In L. L. Berry, G. L. Shostack, & G. D. Upah (Eds.). Emerging Perspectives on Service Marketing (pp. 25-28). American Marketing Association, Chicago, Illinois. Churchill, G. A., & Suprenant, C. (1982). An investigation into the determinants of customer satisfaction. Journal of Marketing Research, 19(4), 491-504. Coner, A. (2003). Personalization and customization in financial portals. Journal of American Academy of Business, 2(2), 498-504. Cambridge, Hollywood. Deal, T. E., & Kennedy, A. A. (1982). Corporate cultures: the rites and rituals of corporate life, Reading. Addison-Wesley, Massachusetts. EIU Retail Business (1996). Fast food. Retail Business Market Surveys, 456, 63-97. Forrester, J. W. (1961). Industrial Dynamics. The M.I.T. Press, Cambridge, Massachusetts, U.S.A.. Forrester, J. W. (1971). World dynamics. Cambridge, Massachusetts: Wright-Allen Press. Forrester, J. W. (1991, August 27). Greetings to the 1991 System dynamics conference in Bangkok, Thailand. System Dynamics ' 91 Supplement: Supplemental Proceedings of the 1991 International System Dynamics Conference (pp. 1-3). The M.I.T. Press, Cambridge, Massachusetts, U.S.A.. Gronroos, C. (1982). Strategic management and marketing in service sector. Swedish School of Economics and Business Administration, Helsingfors, Sweden. Harvey, J. (1998). Service quality: A tutorial. Journal of Operations Management, 16(5), 583-597. Juran, J. M. (1974). Quality control handbook (3rd ed.). New York McGraw-Hill. Lawire, J. (1998). Difference between training, education and development. Personal Journal, 69(10), 44-50. Lehtinen, U., & Lenhitnien, J. R. (1982). Service quality: a study of quality dimensions. Unpolished working paper, service management institute, Helsinki. Journal of Marketing Research, 2(8), 244-249. Lehtinen, U., & Lenhitnien, J. R. (1991). Two approaches to service quality dimensions. Service Industries Journal, 11(3), 287-303. Levitt, T. (1972). Production-line approach to service. Harvard Business Review, 50(4), 41-52. Lewis, R. C., & Booms, B. H. (1983). The marketing aspects of service quality, in emerging perspectives on service marketing. Chicago: American Marketing, 99-107. Lovelock, C. H. (1981). Why marketing management needs to be different for service. In J. H. Donnelly & W. George (Eds.). Marketing of Service (pp. 5-9). American Marketing Association, Chicago, Illinois. Lynn, W. R., & Thomas, P. H. (1981). Simulated behavior of fast food restaurants under alternative cost/volume condition. American Journal of Agricultural Economics, 9(3), 140-146. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implication for future research. Journal of Marketing, 49(3), 41-50. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Marketing, 64(1), 12-40. Philip, B. D. (1976). Foreign and domestic prospects for the U.S. fast food franchise industry. Agricultural Economic Report, 358(11), 11-14. Red, R. D. (1983). Food service and restaurant marketing. CBI Publishing Co., Massachusetts, U.S.A., 168. Richard, D. (2001). Organization theory and design. South-Western College Publishing, 314-325. Robbins, S. P. (1990). Organization theory: Structure designs and applications (3rd ed.). New Jersey: Prentice-Hall, Inc. Robbins, S. P. (2003). " Organization behavior " international edition. Upper Saddle River. New Jersey: Prentice-Hall. Robbins, L. W., & Thomas, P. H. (1981). Simulate behavior of fast food restaurant under/volume conditions. American Journal of Agricultural Economics, 63(1), 146-152. Sasser, W. E., Olsen, R. P., & Wyckoff, D. D. (1978). Management of Service Operations: Text, Cases and Readings, 19-72. Boston: Allyn and Bacon, New York. Schein, E. H. (1992). Organizational culture and leadership (2nd. ed.). San Francisco: Jossey-Bass .

Senge, P. M. (1990). *The fifth discipline: The art and practice of the learning organization*. New York: Doubleday. Senge, P. M., & Sterman, J. D. (1992). System thinking and organizational learning: Acting locally and thinking globally in the organization of future. *European Journal of Operational Research*, 59(1), 137-150. Senge, P. M. (1994). *The fifth discipline fieldbook: Strategies and tools for building a learning organization*. New York: Doubleday. Shostack, G. L. (1977). Breaking free from product marketing. *Journal of Marketing*, 41(2), 73-80. Sterman, J. D. (2000). *Business dynamics – system thinking and modeling for a complex world*. Chicago, Illinois: Irwin McGraw-Hill. Vensim, S. (2003). *Vensim 5 Reference Manual*. Ventana Systems, Inc., Harvard, Massachusetts, U.S.A.. Vensim, S. (2003). *Vensim 5 Modeling Guide*. Ventana Systems Inc., Harvard, Massachusetts, U.S.A.. Vensim, S. (2003). *Ventana Simulation Environment. User's Guide Version 5*. Ventana Systems Inc., Harvard, Massachusetts, U.S.A.. Wakefield, R. L. (2001). Measuring service quality: a reexamination and extension. *The CPA*, 71(8), 55-68. Zeithaml, V. A. (1981). How consumer evaluation processes differ between goods and service, " In J. H. Donnelly and W. George (Eds.). *Marketing of Service* (pp. 186-190). American Marketing Association, Chicago, Illinois.