

餐飲業之服務失誤與服務缺口

余俊儀、張景旭

E-mail: 323759@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究主要系針對PZB「服務品質概念性模型」之期望缺口(GAP1)部分進行探討，研究對象以餐飲業為主，透過消費者負面消費經驗的分析與訪談管理者之認知觀點，藉由主觀事件順序技術法(SSIT)的分層探討，從中發現顧客端與服務端兩者間對於服務失誤的認知落差缺口，並提出四大認知缺口類型與定義，並對於第二類型認知缺口部分細分八個形態，藉此進行分析與歸納以彌補PZB「服務品質概念性模型」對於消費者過去經驗不足之部分。

關鍵詞：服務失誤、顧客經驗管理、體驗經濟、主觀順序事件技術、主觀服務遞送藍圖、餐飲業

目錄

中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 致謝詞		v 內容目錄	
vi 表目錄		viii 圖目錄	
ix 第一章 緒論	1	第一節 研究背景	1
1 第二節 研究動機	2	第三節 研究目的	2
3 第二章 文獻探討	5	第一節 顧客經驗管理	5
5 第二節 服務失誤	6	第三節 餐飲業服務失誤	6
7 第四節 PZB服務品質概念性模型	8	第三章 研究方法	8
12 第一節 研究對象與背景	12	第二節 資料分析	12
16 第四章 研究分析與發現	21	第一節 階段定義與氣點類型	21
21 第二節 主觀服務遞送藍圖	23	第三節 氣點數對比與階段缺口	24
24 第四節 認知缺口類型定義	28	第五節 服務端階段認知缺口	32
32 第五章 結論與建議	39	第一節 理論意涵	39
39 第二節 管理意涵	40	第三節 研究限制與建議	41
41 參考文獻	43	附錄A 顧客端負面故事資料分析	48
48 附錄B 服務端訪談資料分析	50	附錄C 餐飲業 主觀服務遞送藍圖合併表	52
52 附錄D 服務端認知缺口模組 接待階段	91	附錄E 服務端認知缺口模組 帶位與入座階段	94
94 附錄F 服務端認知缺口模組 點餐階段	98	附錄G 服務端認知缺口模組 送餐階段	104
104 附錄H 服務端認知缺口模組 用餐階段	109	附錄I 服務端認知缺口模組 結帳階段	120

參考文獻

參考文獻 一、中文部份 中華民國統計資訊網(2010, March 10), 社會指標就業資訊統計表, [線上資料], 來源:

<http://www.stat.gov.tw/ct.asp?xItem=24811&ctNode=538> [2010, March 10]。王石番(1992), 傳播內容分析法:理論與實證, 台北:幼獅書局。王美瑀(2009), 餐餐飲業服務遞送藍圖之建構:不斷比較方法之應用, 私立大葉大學人力資源暨公共關係管理研究所未出版之碩士論文。行政院經濟部中小企業處統計資料(2009, February 25), 97年中小企業重要統計表, [線上資料], 來源:

<http://www.moeasmea.gov.tw/lp.asp?ctNode=220&CtUnit=140&BaseDSD=7&mp=1> [2009, February 25]。吳家聲, 吳惠林(1988), 臺灣的服務業與經濟發展 - 總體面的分析, 發表於我國服務業現代化問題探討研討會論文集(pp. 1-24), 台北:中國經濟學會。林珣秀, 黃文翰, 黃毓伶(2003), 服務失誤及服務補救之類型分析 - 以台灣地區之餐廳為例, 觀光研究學報, 9(1), 3-11。范垂爐(2007), 餐飲業員工不當行為特徵之研究, 私立大葉大學管理研究所博士班未出版之博士論文。洪舒玟(2009), 餐飲業服務失誤與服務補救:管理者觀點與消費者觀點之比較, 私立大葉大學人力資源暨公共關係管理研究所未出版之碩士論文。洪彰鴻, 徐欽賢(2005), 論PZB服務品質概念之演進及國內運動休閒研究之應用, 勤益學報, 23(1), 167-179。張景旭, 朱寶青, 范垂爐, 張馨華(2006), 服誤失誤之引發事件與員工回應不當行為之研究 - 以顧客經驗管理為取向, 關係管理學報, 4, 111-139。張景旭, 朱寶青, 陳佳欣(2007), 化妝品零售業的服務失誤之研究 - 以顧客經驗管理觀點探討, 關係管理研究, 5, 33-54。張景旭, 姚惠忠(2009), 網路購物服務失誤之探討 - 顧客經驗管理觀點, 電子商務學報, 11(3), 519-550。張馨華(2006), 餐飲業服務疏失關鍵因素之探討 - 紮根理論主軸轉譯方法之探討, 私立大葉大學人力資源

暨公共關係管理研究所未出版之碩士論文。郭德賓(2003), 自助式西餐廳服務接觸互動過程之研究: 認知腳本方法, 高雄餐旅學報, 6, 117-133。蔣順盛(2007), 餐飲業服務失誤與服務補救 - 期望失驗論與戲劇論觀點之比較, 私立大葉大學人力資源暨公共關係學系碩士在職專班未出版之碩士論文。賴明政(2007), 服務失誤、服務補救、工作滿意、組織承諾與處理反應關係之研究 - 服務端觀點, 東吳經紀商學學報, 60, 105-130。二、英文部份 Bell, C. R., & Zemke, R. E. (1987). Service breakdown: The road to recovery. *Management Review*, 76(10), 32-35. Berry, L. L., Carbone, L. P., & Haeckel, S. H. (2002). MIT Sloan. *Management Review*, 43, 85-89. Bitner, M. J., Booms, B. H., & Tetreault, M. S. (1990). The service encounter: Diagnosing favorable and unfavorable incidents. *Journal of Marketing*, 54(1), 71-84. Carlos, J. F. C., & Morris, D. S. (2000). Charting service quality gaps. *Total Quality Management*, 11, 463-472. Goodwin, C., & Ross, I. (1992). Consumer responses to service failures: Influence of procedural and interactional fairness perceptions. *Journal of Business Research*, 5(2), 149-153. Hart, C. W. L., Heskett, J. L., & Sasser, W. E. (1990). The profitable art of service recovery. *Harvard Business Review*, 68, 148-156. Higie, R. A., & Feick, L. F. (1989). Enduring involvement: Conceptual and measurement issue. *Advances in Consumer Research*, 3(16), 690-696. Holbrook, M. B. (1999). Customer value-A framework for analysis and research. London and New York: Routledge. Kelley, S. W., & Davis, M. A. (1994). Antecedents to consumer expectation for service recovery. *Journal of the Academy Marketing Science*, 22(1), 52-61. Maister, D. H., & Lovelock, C. H. (1982). Managing facilitator services. *Sloan Management Review*, 23(4), 19-31. Mick, D. G., & Fournier, S. (2000). I can't get no satisfaction (without really knowing customers experiences). American Marketing Association Conference. Oliver, R. L. (1981). Measurement and evaluation of satisfaction processes in retail settings. *Journal of Retailing*, 57(3), 25-48. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and Its Implications 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 measure consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1991). Refinement and reassessment of the Servqual scale. *Journal of Retailing*, 67(4), 420-450. Regan, W. J. (1963). The service revolution. *Journal of Marketing*, 27, 32-36. Schmitt, B. H. (2003). Customer experience management: A revolutionary approach to connecting with your customers. New York: Wiley. Schmitt, B. H., & Kiska, J. (2003). Customer care: Managing the experience, strengthening the business customer experience management. *Journal of Retailing*, 77(3), 6. Sherriff, T. K. L., & Roger, L. (2002). Perception gaps in customer expectations: Managers versus service providers and customers. *The Service Industries Journal*, 22(2), 109-128. Streeter, B., Bielski, L., & Valentine, L. (2005). Amid all the glitter, it still comes back to customer experience. *American Bankers Association Journal*, 97(1), 49-52.