

# The Service Encounters of the Hotel Industry: Comparison of the Viewpoint among Manager, Employee and Customer

邱金蓮、賴其勳；郝傑民

E-mail: 9416099@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

In service encounter settings, many viewpoints frequently involve including customer, employee and manager. This study explores and compares with differences of these three perceptions. Previous researches had completely defined the groups and categories of customer and employee. The collected data of this study in the hotel industries of Taiwan added to the categorization scheme as new definitions and new categories. Using the critical incident technique, the authors collected 281 incidents from customers of hotels, 215 incidents from employees of hotels and deeply interviewed 10 managers about the sources of customer's satisfaction and dissatisfaction. These incidents could be distinguished very satisfactory service encounters from very dissatisfactory ones, and the results would compare with managers' view. Except for exploring the new definitions in the culture of Taiwan "student" and "customer of requesting price cutting", we could consider the role of nonhuman elements to gain the new category "multifunction" because new facilitating goods have entered the hotel industries. Drawing on insights from role and attribution theories, these incidents are analyzed and explained. Therefore we find implications for managing and researchers.

Keywords : service encounter ; role theory ; attribution theory ; critical incident technique

## Table of Contents

封面內頁 簽名頁 授權書.....	iii	中文摘要.....	v	英文摘要.....	v
要 錄.....	vi	誌謝.....	vii	目錄.....	viii
圖目 錄.....	x	表目 錄.....	xi	第一章 緒論.....	1
第一節 研究背景與動機.....	1	第二節 研究目的.....	5	第二章 文獻探 討.....	6
第一節 服務接觸的定義.....	6	第二節 服務接觸的相關研 究.....	8	第三節 服務接觸之相關理論說明.....	11
第四節 服務滿意(Service Satisfaction).....	18	第五節 CIT關鍵服務技術.....	21	第三章 研究方法.....	25
第一節 研究架構.....	25	第二節 研究範圍.....	26	第三節 研究設 計.....	27
第四節 事件分類方法.....	32	第四章 分析結果與討論.....	34	第一節 顧客事件的分類.....	34
第二節 顧客滿意事件與不滿意事件的分析.....	39	第三節 員工滿意事 件與不滿意事件的分析.....	46	第四節 員工觀點與顧客觀點的差異.....	49
第五節 管理者的觀 點.....	54	第六節 管理者與員工及顧客的差異.....	57	第五章 結論與建 議.....	61
第一節 結論.....	61	第二節 研究的意涵.....	64	第三節 管理的意涵.....	67
第四節 未來研究與建議.....	70	參考文 獻.....	73	附錄A 原始量表之編碼者的工具.....	81
附錄B CIT分類系統之定 義.....	84	附錄C 修正之編碼者的工具.....	87		

## REFERENCES

封面內頁 簽名頁 授權書.....	iii	中文摘要.....	v	英文摘要.....	vi
誌謝.....	vii	目錄.....	viii	圖目 錄.....	x
表目 錄.....	xi	第一章 緒論.....	1	第一節 研究背景與動機.....	1
第二節 研究 目的.....	5	第二章 文獻探討.....	6	第一節 服務接觸的定義.....	6
第二節 服務接 觸的相關研究.....	8	第三節 服務接觸之相關理論說明.....	11	第四節 服務滿意(Service Satisfaction).....	18
第五節 CIT關鍵服務技術.....	21	第三章 研究方法.....	25	第一節 研究架 構.....	25
第二節 研究範圍.....	26	第三節 研究設 計.....	27	第四節 事件分類方法.....	32
第四章 分析結果與討論.....	34	第一節 顧客事件的分類.....	34	第二節 顧客滿意事件與不滿意事件的分 析.....	39
第三節 員工滿意事件與不滿意事件的分析.....	46	第四節 員工觀點與顧客觀點的差異.....	49	第五節 管 理者的觀點.....	54
第六節 管理者與員工及顧客的差異.....	57	第五章 結論與建議.....	61		

第一節 結論.....	61	第二節 研究的意涵.....	64	第三節 管理的意涵.....	67	第四節 未來研究與建議.....	70
參考文獻.....	73	附錄A 原始量表之編碼者的工具.....	81	附錄B CIT分類系統之定義.....	84	附錄C 修正之編碼者的工具.....	87