

Research of the Critical Factors of Service Failures in the Restaurant Industry : A Study with the Axial Coding of ...

張馨華、張景旭

E-mail: 9511375@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

The purpose of this study is for research the problems of the Critical Incident Technique (CIT) method that is used in the service failures of restaurant industry. And deeply, we try to analysis the processing models of service failures in the restaurant industry with the Grounded theory. At last, we will discuss the management meaning that each models represented.

Keywords : restaurant industry, service failures, Critical Incident Technique, Grounded theory

Table of Contents

封面內頁 簽名頁 授權書.....	iii	中文摘要.....	iv	英文摘要.....	v
誌謝.....	v	目錄.....	vi	圖目錄.....	vii
表目錄.....	x	第一章 緒論 第一節 研究背景與動機.....	xi		
1 第二節 研究目的.....	6	第二章 文獻探討 第一節 服務疏失相關文獻.....	7		
7 第二節 餐飲業服務疏失相關文獻.....	14	第三節 CIT 關鍵事件技術.....	21		
第四節 紮根理論之主軸轉譯說明.....	22	第三章 研究方法 第一節 研究架構與流程.....	28		
研究範圍與對象.....	34	第二節 研究設計.....	36		
第一節 文字量蒐集分析.....	45	第二節 服務疏失重要訊息量分析.....	46		
第二節 解決對策之分析.....	47	第三節 研究困擾的分析.....	47		
第四節 解決對策之分析.....	51	第五章 以紮根理論主軸轉譯方式之分析 第一節 旺季的疑神疑鬼模式分析.....	54		
第二節 爭議管理的服務疏失模式分析.....	58	第二節 外顯對比性的服務疏失模式分析.....	60		
第三節 敷衍衛生問題之服務疏失模式分析.....	62	第六章 結論 第一節 服務疏失模型的管理意涵.....	64		
第二節 研究方法上的省思.....	72	第二節 後續研究建議.....	73		
第三節 參考文獻.....	75	附錄1 以CIT方式直覺研究配對個案分析表(A組).....	80		
附錄2 以CIT方式直覺研究配對個案分析表(B組).....	89	附錄3 以CIT方式直覺研究配對個案分析表(C組).....	99		
附錄4 以CIT方式直覺研究配對個案分析表(D組).....	109	附錄5 以CIT方式直覺研究配對個案分析表(E組).....	117		
附錄6 以CIT方式直覺研究配對個案分析表(F組).....	130	附錄7 以CIT方式直覺研究配對個案分析表(G組).....	142		
附錄8 直覺分析各組評判之差異比較(A組).....	151	附錄9 直覺分析各組評判之差異比較(B組).....	152		
附錄10 直覺分析各組評判之差異比較(C組).....	153	附錄11 直覺分析各組評判之差異比較(D組).....	154		
附錄12 直覺分析各組評判之差異比較(E組).....	155	附錄13 直覺分析各組評判之差異比較(F組).....	156		
附錄14 直覺分析各組評判之差異比較(G組).....	157	附錄15 主軸轉譯之事件序列分析表(A1組).....	158		
附錄16 主軸轉譯之事件序列分析表(A2組).....	162	附錄17 主軸轉譯之事件序列分析表(B1組).....	172		
附錄18 主軸轉譯之事件序列分析表(B2組).....	176	附錄19 主軸轉譯之事件序列分析表(C1組).....	179		
附錄20 主軸轉譯之事件序列分析表(C2組).....	182	附錄21 主軸轉譯之事件序列分析表(D2組).....	188		
附錄22 主軸轉譯之事件序列分析表(E1組).....	192	附錄23 主軸轉譯之事件序列分析表(E2組).....	195		
附錄24 主軸轉譯之事件序列分析表(F1組).....	203	附錄25 主軸轉譯之事件序列分析表(F2組).....	208		
附錄26 主軸轉譯之事件序列分析表(G1組).....	213	附錄27 主軸轉譯之事件序列分析表(G2組).....	217		
圖目錄 圖1. 服務疏失研究流程圖 33 圖2. 旺季的疑神疑鬼模型分析圖 65 圖3. 爭議管理的服務疏失模型分析圖 67 圖4. 外顯對比性的服務疏失模型分析圖 69 圖5. 敷衍衛生問題之服務疏失模式分析圖 71 表目錄 表1. 主要國家2002年服務業占GDP及就業比重 2 表2. 商業營業額 3 表3. 服務疏失之國外相關文獻整理 9 表4. Bitner, Booms & Tetreault (1990)服務疏失之類別 11 表5. Bitner, Booms & Mohr (1994)服務疏失之類別 12 表6. 餐飲業服務疏失分類表 13 表7. 國內學者對餐飲業服務疏失主要研究成果與管理意涵 16 表8. CIT 分析之研究架構 29 表9. 紮根理論主軸轉譯之事件序列架構表 30 表10. 紮根理論主軸轉譯之模型建構表 31 表11. 餐飲業服務疏失研究之受訪者人口特性配對分組表 35 表12. 以CIT方式研究配對個案分析表 41 表13. CQ-C與CQ-Q分析評判之差異比較 42 表14. CQ-C與QC-Q分析評判之差異比較表 43 表15. CQ-C與QC-C分析評判之差異比較表 43 表16. CIT固定題型問卷與深度訪問文字量與訊息量比較表 46 表17. 研究困擾問題分析比較表 50 表18. 研究困擾解決對策分析分析表 52 表19. 旺季疑神疑鬼模式之主軸轉譯分析表 55 表20. 爭議管理的服務疏失模式之主軸轉譯分析表 59 表21. 外顯對比性的服務疏失模式之主軸轉譯分析表 61 表22. 敷衍衛生問題之服務疏失模式之主軸轉譯分析表 63 表23. 餐飲業服務疏失之CIT 與主					

REFERENCES

- 1.王敏順 (1995)。紮根理論研究法之評述。規畫學報,第22期,頁27-43。
 - 2.行政院主計處(2006)。國內外經濟情勢分析。2006年2月18日,取自網站 <http://www.moea.gov.tw/>
 - 3.行政院經濟建設委員會(2004)。服務業發展綱領及行動方案。2006年2月18日,取自網站 <http://www.knowledge.nat.gov.tw/>
 - 4.李佳玲(2004)。主題餐廳顧客之商店印象、綜合態度與忠誠度關係研究。國立高雄應用科技大學觀光管理系碩士論文,未出版,高雄市。
 - 5.周逸衡、趙韶丰(2000)。服務接觸滿意關鍵因素之研究--餐飲業之例。國立中山大學/企業管理學系碩士論文,未出版,高雄市。
 - 6.胡幼慧、姚美華(1996)。一些質性方法上的思考:信度與效度?如何抽樣?如何收集資料、登錄與分析?載於胡幼慧編:質性研究:理論、方法及本土女性研究實例。台北市:巨流。
 - 7.徐宗國(1994)。紮根理論研究法:淵源、原則、技術與涵義。香港社會科學學報,第四期,頁194-221。
 - 8.徐宗國譯(1997)。質性研究概論。台北市:巨流。
 - 9.財政部(2006)。工商及服務業調查總報告新聞稿。2006年2月18日,取自網站 <http://www.mof.gov.tw/>
 - 10.陳佳吟、陳美宇(2001)。自助式餐廳(buffet)服務品質之實證研究。第一屆觀光休閒暨餐旅產業永續經營研討會,頁239-248,國立高雄餐旅學院餐飲管理系,高雄市。
 - 11.陳向明(2002)。社會科學質的研究。台北市:五南。
 - 12.陳光榮(2006)。策略聯盟-創造新競爭優勢-清涼飲料產業突破傳統的策略。2006年2月18日,取自網站 <http://www.moea.gov.tw/~ecobook/season/sag3-b1.htm>
 - 13.黃日莉(1996)。中國人的人際和諧與衝突:理論建構及實徵研究。國立台灣大學心理學研究所博士論文,未出版,台北市。
 - 14.黃秋香、簡相堂(2005)。連鎖餐飲業之現況與趨勢。台北市:財團法人食品工業發展研究所。
 - 15.郭德賓(2003)。餐飲業顧客滿意、服務失誤、服務補救與行為傾向之研究。觀光休閒暨餐旅產業永續經營學術研討會,國立高雄餐旅學院餐飲管理系,高雄市。
 - 16.經建會綜合計畫處新聞稿(2005)。我國經濟體質廣續朝健康台灣方向邁進。2006年2月18日,取自網站 <http://www.cepd.gov.tw/>
 - 17.經濟部商業司(2005)。近五年台灣地區餐飲業登記營利事業家數。2006年2月18日,取自網站 <http://gcis.nat.gov.tw/>
 - 18.廖森貴、施柏均(1990)。服務失誤、服務補救、顧客滿意與購買意願之探討以北部地區行動電話服務業為例。國立臺北科技大學商業自動化與管理研究所碩士論文,未出版,台北市。
 - 19.鄭紹成(1997)。服務業服務失誤、挽回服務與顧客反應之研究。中國文化大學國際企業管理研究所博士論文,未出版,台北市。
 - 20.鄭紹成(2002)。二次服務不滿意構面之研究:由服務補救不滿意事件探索。中山管理評論,秋季號,第十卷,第三期,頁397-419。
 - 21.鄭紹成、黃敏惠(2002)。服務失誤之歸因理論與服務補救後滿意度關係之研究。觀光休閒暨餐旅產業永續經營學術研討會,頁409-419,國立高雄餐旅學院餐飲管理系,高雄市。
- 二、英文部分
- 1.Bitner, M. J., Booms, B.M., & Tetreault, M.S.(1990), The Service Encounter. Diagnosing Favorable and Unfavorable Incident, *Journal of Marketing*. Vol.54,78-84.
 - 2.Bitner, M.J., & Mohr, L.A.,(1994), Critical Service Encounters: The Employee's Viewpoint, *Journal of Marketing*, Vol. 58,95-106.
 - 3.Day, R. L., & Landon, E. L., (1977), Towards a Theory of Consumer Complaining Behavior, in *Consumer and Industrial Buying Behavior*, Arch Woodside, Jagdish Sheth, and Peter, eds. Amsterdam North-Holland Publishing Company Press, 425-437.
 - 4.Day, R. L.,(1980), Research perspectives on consumer complaining behavior. *Theoretical Developments in Marketing*, Charles Lamb and Patrick Dunne, Chicago: American Marketing Association Press,211-215.
 - 5.Flanagan, John C.,(1954), The Critical Incident Technique, *Psychological Bulletin*, Vol. 51,327-358.
 - 6.Glaser, B. & Strauss, A.,(1967).The discovery of grounded theory, Chicago: Aldine.
 - 7.Strauss, A., (1987). *Qualitative analysis for social scientists*. Cambridge: Cambridge University Press.
 - 8.Goodwin, C. & Ross, I.,(1992). Customer responses to service failures: Influence of procedural and interactional fairness perceptions. *Journal of Business Research*, 25, 149-163.
 - 9.Hart, C. W. L., J. L. Heskett & W. E. Sasser Jr., (1990), " The Profitable Art of Service Recovery, " *Harvard Business Review*, 148-156.
 - 10.Kotler, P., (1991). *Market Management Analysis, Planning and Control*, Prentice-Hall, Englewood Cliff, New Jersey.
 - 11.Parasuraman, A., Zeithaml, V.A, & Berry, L.L.,(1986), SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality, *Research Report*. Marketing Institute, 86-108.
 - 12.Richins, M.L., (1983). " An Analysis of Consumer Interaction Styles in the Marketplace, " *Journal of Consumer Research*, Vol. 10, 73-82.
 - 13.Schlersinger, L. A., & Heskett, J.I., (1991) ' ' The Service-Driven Service Company, " *Harvard Business Review*, 17-28.
 - 14.Singh, J.,(1988). Consumer complaint intentions and behavior: Definitional and taxonomical issues. 52(1), 93-107.
 - 15.Strauss, A., (1987). *Qualitative analysis for social scientists*. Cambridge: Cambridge University Press.
 - 16.Strauss, A. & Corbin, J.,(1990). *Basic of Qualitation Research: Grounded theory procedures & techniques*. Thous & s Oaks, CA: Sage.
 - 17.Westbrook, R. A., (1981) " Sources of Consumer Satisfaction with Retail Outlets, " *Journal of Retailing*, Vol.57, No.3, 68-85.