

Research of Process Mode of B TO C Service Failures in the 3C Industry-the Comparison of the C.I.T Analysis and Qualitat

林珮如、張景旭

E-mail: 9511699@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

ABSTRACT Not only the information of critical incident study but also traditional qualitative open study are analysed in this study of scanty information; more, we can find those information and data were researched by the former one of which displayed not only scanty data but short of information here evidently. Whereas the meticulous approach, i.e. narrative analysis is applied the mode of BTOC service failures in 3C industry of acquiring five modes from it. Those are as follows 1. The high degree of professional and consumptive mode; 2. The low degree of professional and consuming mode; 3. The mode of expectant consumer; 4. The mode of maintainable consumer and the final one is the mode of secretive information from service port. Key Words : BTOC, service failures

Keywords : BTOC,Service Failures

Table of Contents

目錄 封面內頁 簽名頁 授權書	iii 中文摘要	iv 英文摘要	v 誌謝	vi 目錄
vii 圖目錄	viii 表目錄	ix 第一章 緒論 第一節 研究背景與動機	1 第二節 研究目的	
3 第三節 名詞解釋	3 第二章 文獻探討 第一節 3C產業的相關研究	5 第二節 服務疏失的相關研究	7 第三節 關鍵事件分析法的相關研究	9 第四節 敘說分析法的相關研究
15 第二節 關鍵事件分析方法之運用	17 第三節 敘說分析方法之運用	20 第四章 關鍵事件分析方法之運用 第一節 樣本結構	22 第二節 無框架式直覺判斷分析	23 第三節 Bitner框架式判斷分析
27 第四節 交叉分析	33 第五節 小結	36 第五章 敘說分析方法之運用 第一節 歷程模式之建立	38 第二節 發展服務疏失模型	43 第三節 小結
53 第六章 結論 第一節 高專業消費端模型	54 第二節 低專業消費端模型	56 第三節 消費端等待模型	57 第四節 消費端維修模型	59 第五節 服務端穩藏訊息模型
61 第六節 綜合說明	63 參考文獻	65 附錄一	70 附錄二	81 附錄三
93 附錄四	107			

REFERENCES

- 參考文獻 中文部分 1. 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5月8日取自網站 <http://www.knowledge.nat.gov.tw/> 2. Catherine Kohler Riessman 著；王勇智、鄧明宇合譯（2003）。敘說分析。台北市:五南。3. 黃俊英(2002)。行銷學的世界。台北:天下文化。4. 朱柔若(2002)。社會研究方法-質化與量化取向。台北:揚智。5. 龔聖雄(2002)，國際觀光旅館業服務疏失關鍵影響因素之研究，碩士論文，朝陽科技大學休閒系。6. 趙韶丰(2000)，服務接觸滿意關鍵因素之研究--餐飲業之例，碩士論文，企業管理學系研究所。7. 鄭紹成(1997)，服務業服務失誤、挽回服務與顧客反應之研究，博士論文，中國文化大學國際企業管理研究所。8. 賴其勛(1997)，消費者抱怨行為、抱怨後行為及其影響因素之研究，博士論文，台灣大學商學研究所。9. 藍政偉(1997)，消費者抱怨行為、抱怨處理方式及其抱怨處理後行為之研究，碩士論文，國立雲林科技大學企業管理研究所。10. 楊筱雯(2004)，服務接觸中人員科技準備度與顧客滿意之關係 以非同步網路教學為例，碩士論文，國立嘉義大學管理研究所。11. 簡明慧(2004)，醫院顧客抱怨處理機制之研究--以台北市某醫學中心檔案為例，碩士論文，國立陽明大學醫務管理研究所。12. 蔣麗君(1999)。「國內百貨公司顧客抱怨原因之實証研究」，靜宜大學企業管理學系碩士論文。13. 趙韶丰(2000)，「服務接觸滿意關鍵因素之研究 - 餐飲業之例」，碩士論文，國立中山大學企業管理研究所。14. 曹瓊文(2000)，「專業服務接觸、實體環境線索、性別刻板印象與顧客反應關係之研究 - 以牙科醫病互動性服務為例」，碩士論文，國立成功大學國際企業研究所。15. 施柏均(2000)，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，碩士論文，國立台北科技大學商業自動化與管理研究所。16. 藍鴻文(2002)，服務接觸中科技介入之影響-以網路教學為例，碩士論文，國立中山大學企業管理學系研究所。17. 周志謙(2005)服務接觸要素與顧客滿意度之研究，碩士論文，銘傳大學管理研究所。18. 曹瓊文(2000)，專業服務接觸、實體環境線索、性別刻板印象與顧客反應關係之研究-以牙科醫病互動性服務為例，碩士論文，國立成功大學國際企業研究所。18.黃麗惠(2003)，高雄市緊急救護服務接觸體驗與口碑反應，碩士論文，國立中山大學公共事務管理研究所。英文部分 1.Bitner,M.J.,Booms, B.M.,and Tetreault,M.S,(1990),The Service Encounter. Diagnosing Favorable and Unfavorable Incident, Journal of Marketing. Vol.54(January),pp.78-84 2.Bitner,M.J.,and Mohr,L.A.,(1994),Critical Service Encounters:The Employee's Viewpoint, Journal of Marketing,Vol. 58(October),pp.95-106. 3.Day, R. L.,& Landon, E. L., " 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, pp.425-437(1977). 4.Day, R. L. (1980), Research perspectives on consumer complaining behavior. Theoretical Developments in Marketing, Charles Lamb and Patrick Dunne, Chiccano: American Marketing Association Press. 5.Flanagan, John C.,(1954),The Critical Incident Technique,Psychological Bulletin, Vol. 51(July),pp.327-358 6.Glaser, B., & Strauss, A(1967).The discovery of grounded theory, Chiccano: Aldine. Strauss, A. & (1987). Qualitative analysis for social scientists. Cambridge: Cambridge University Press. 7.Goodwin, C. and Ross, I.(1992). Customer responses to service failures: Influence of procedural and interactional fairness perceptions. Journal of Business Research, 25(September), 149-163. 8.Hart, C. W. L., J. L. Heskett and W. E. Sasser Jr., " The Profitable Art of Service Recovery, " Harvard Business Review, 1990, 148-156 9.Kotler, P., Market Management Analysis, Planning and Control, Prentice-Hall, Englewood Cliff, New Jersey, 1991. 10.Parasuraman,A,Zeithaml,V.A,and Berry,L.L.,(1986), SERVQUAL:A Multiple-Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality, 11.Richins,M.L., " An Analysis of Consumer Interaction Styles in the Marketplace, " Journal of Consumer Research,Vol. 10,pp.73-82(June,1983a). 12.Schlersinger, L. A.,and Heskett,J.I., ' ' The Service-Driven Service Company, " Harvard Business Review,pp.17-28(Sep.-Oct.,1991) 13.Singh, J. (1988). Consumer complaint intentions and behavior: Definitional and taxonomical issues. 52(1), 93-107. 14.Strauss, A. & Corbin,J.(1990). Basic of Qualitation Research: Grounded theory procedures & techniques. Thous &s Oaks, CA: Sage. 15.Westbrook, R. A., " Sources of Consumer Satisfaction with Retail Outlets, " Journal of Retailing, Vol.57, No.3, 1981, 68-85.