

兩岸美容美髮連鎖加盟業組織公平與服務行為對服務品質影響之研究

羅尉豪、封德台

E-mail: 9800839@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究主要探討兩岸美容美髮連鎖加盟業組織公平與服務行為對服務品質影響之研究，期望能幫助美容美髮連鎖加盟業增進其組織公平、服務行為與服務品質。

本研究針對兩岸美容美髮連鎖加盟業之員工，進行問卷之實地發放與回收，共發放600份問卷，共回收346份，回收率為57.66%。

本研究之結果如下：一、美容美髮連鎖加盟業員工組織公平對角色內服務行為具有正向之影響(部份成立)。二、美容美髮連鎖加盟業員工組織公平對角色外服務行為具有正向之影響(部份成立)。三、美容美髮連鎖加盟業員工角色內服務行為對服務品質具有正向之影響(成立)。四、美容美髮連鎖加盟業員工角色外服務行為對服務品質具有正向之影響(成立)。五、美容美髮連鎖加盟業員工組織公平對服務品質具有正向之影響(部份成立)。

關鍵詞：組織公平、服務行為、服務品質

目錄

中文摘要	iii
英文摘要	iv
誌謝辭	v
內容目錄	vi
表目錄	viii
圖目錄	x
第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究範圍	2
第三節 研究目的	2
第四節 研究流程	3
第二章 文獻探討	5
第一節 美容美髮連鎖加盟業概況	5
第二節 組織公平	5
第三節 服務行為	7
第四節 服務品質	8
第三章 研究方法	13
第一節 研究架構	13
第二節 研究假設	14
第三節 變數衡量與問卷設計	15
第四節 資料蒐集及分析方法	18
第四章 資料研究與分析	21
第一節 樣本資料之敘述性分析	21
第二節 各構面衡量之信效度分析	27
第三節 相關係數分析	45
第四節 迴歸分析	51
第五節 假設檢定	59
第五章 結論與建議	62
第一節 研究結論	62
第二節 實務意函與建議	63

第三節	研究限制	64
第四節	後續研究之建議	65

表目錄

表 2-1	服務品質定義表	9
表 2-2	服務品質?表	12
表 3-1	組織公平量表	16
表 3-2	服務行為量表	17
表 3-3	服務品質量表	17
表 4-1	樣本回收狀況	21
表 4-2	台灣地區基本資料分析	24
表 4-3	大陸地區基本資料分析表	25
表 4-4	台灣地區構面描述性統計	27
表 4-5	大陸地區構面描述性統	27
表 4-6	兩岸地區構面描述性統計	27
表 4-7	Cronbach ' s 值標準	28
表 4-8	台灣地區「組織公平」檢驗信度表	29
表 4-9	大陸地區「組織公平」檢驗信度表	29
表 4-10	台灣地區「服務行為」檢驗信度表	30
表 4-11	大陸地區「服務行為」檢驗信度表	31
表 4-12	台灣地區「服務品質」檢驗信度表	32
表 4-13	大陸地區「服務品質」檢驗信度表	33
表 4-14	各構念衡量之信度分析	33
表 4-15	K M O統計量的判斷原理	35
表 4-16	台灣地區「組織公平」效度表	36
表 4-17	大陸地區「組織公平」效度表	37
表 4-18	台灣地區「服務行為」效度表	38
表 4-19	大陸地區「服務行為」效度表	39
表 4-20	台灣地區「服務品質」效度表	41
表 4-21	大陸地區「服務品質」效度表	42
表 4-22	各構面衡量之效度分析	44
表 4-23	台灣地區組織公平對服務行為之相關	45
表 4-24	大陸地區組織公平對服務行為之相關	46
表 4-25	兩岸地區組織公平對服務行為之相關	46
表 4-26	台灣地區服務行為對服務品質之相關	47
表 4-27	大陸地區服務行為對服務品質之相關	48
表 4-28	兩岸地區服務行為對服務品質之相關	48
表 4-29	台灣地區組織公平對服務品質之相關	49
表 4-30	大陸地區組織公平對服務品質之相關	50
表 4-31	兩岸地區組織公平對服務品質之相關	51
表 4-32	台灣地區組織公平對角色內服務行為之迴歸分析	52
表 4-33	大陸地區組織公平對角色內服務行為之迴歸分析	52
表 4-34	台灣地區組織公平對角色外服務行為之迴歸分析	53
表 4-35	大陸地區組織公平對角色外服務行為之迴歸分析	53
表 4-36	台灣地區角色內服務行為對服務品質之迴歸分析	54
表 4-37	大陸地區角色內服務行為對服務品質之迴歸分析	55
表 4-38	台灣地區角色外服務行為對服務品質之迴歸分析	56
表 4-39	大陸地區角色外服務行為對服務品質之迴歸分析	57
表 4-40	台灣地區組織公平對服務品質之迴歸分析	58
表 4-41	大陸地區組織公平對服務品質之迴歸分析	59
表 4-42	兩岸地區組織公平與服務行為對服務品質之假設 檢定	59

圖目錄

圖 1-1	研究步驟	4
-------	----------------	---

參考文獻

- 一、中文部份池文海, 鄭益興(2006)探討加油站服務品質對顧客滿意度與忠誠度之影響 - 以台塑加盟站為例, 品質學報, 13, 99-119。邱淑芬, 韓志翔, 林盈君(2002), 員工參與制度與組織公民行為之關係, 以台灣電子產業為例, 管理學報, 19(6), 1009-1043林淑姬, 樊景立, 吳靜吉, 司徒達賢(1994), 薪酬公平、程序公正與組織承諾、組織公民行為關係之研究, 管理評論, 13, 87-108。林鈺琴, 陳心怡(2006), 組織公正對動機與信任及組織公民行為之影響, 亞太經濟管理評論, 9(2), 23-42。馮正民, 鄭光遠(2006)探討航空公司員工滿意度與顧客忠誠度關係之研究:由服務行為之觀點探討, 運輸計畫季刊, 35(2), 191-232。陳筱華, 池文海, 黃靜芳(2006), 運用結構方程模式探討咖啡連鎖店服務品質、感受價值、品牌權益、顧客滿意度、顧客忠誠度關係之研究 - 以台北市咖啡連鎖店為例, 東華大學企業管理研究所未出版之碩士論文, 19。張瑞當, 徐漢祥, 倪豐裕(2001), 公平性認知對組織成員工作滿意度與組織承諾影響實證研究, 中山管理評論, 9(1), 135-163彭玉樹, 林家五, 郭玉芳(2004), 購併公司命名決策、組織公平和組織認同之研究—主、被併公司員工之觀點, 人力資源管理學報, 4(1), 49-70。鄭仁偉, 黎士群(2001), 組織公平、信任與知識分享行為之關係性研究, 人力資源管理學報, 1(2), 69-93。蔡維奇、吳恒憶(2001)組織服務氣候對服務品質的影響:以員工正面情緒表達為中介變項, 台大管理論叢, 12(1), 149-169。
- 二、英文部份 Adams, J. S. (1963). Toward an understanding of inequity. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 67, 422-436. Adams, J. S. (1965). Inequity in social exchange. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology*, (2; pp. 267-299). New York: Academic press. Hilton hits the heights of hotel service with HR initiative. (2004). *Human Resource Management International Digest*, 12(6), 24. Budhwar, K. (2004). Understanding the success factors for independent restaurants in Delhi/Gurgaon region: An analysis of the gap between management perceptions and customer expectations. *Journal of Services Research*, 4(2), 7-37. Bitner, M. J., Booms, B. H., & Tetreault, M. S. (1990). The Service Encounter: Diagnosing Favorable and Unfavorable Incidents. *Journal of Marketing*, 54, 71-84. Bowen, D. E., & Schneider, B. (1985). Boundary-Spanning-Role Employees and the Service Encounter: Some Guidelines for Future Management and Research (pp.127-147). New York: Lexington Books. Brief, A. P., & Motowidlo, S. J. (1986). Prosocial Organizational Behaviors. *Academy of Management Review*, 11(1), 710-725. Colquitt, J., Conlon, D. E., Wesson, M. J., Porter, O. L., & Ng, K. Y. (2001). Justice at the millennium: A meta-analytic review of 25 years of organizational justice research. *American Psychological Association*, 86, 425-444. Dawkins, P., & Reichheld, F. (1990). Customer Retention as a Competitive Weapon. *Directors and Boards*, 14(4), 42-47. Davidson, C. G. (2003). Does organizational climate add to service quality in hotels. *Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15(4), 206-214. Etzel, M. J., Walker, B. J., & Stanton, W. J. (2001). *Marketing of Management* (12th Eds.). New York: McGraw-Hill. Gronroos, C. (1984). A Service Quality Model and Its Marketing Implications. *Journal of Marketing*, 18(4), 36-44. Greenberg, J. (1990). Organizational justice: Yesterday, today, and tomorrow. *Journal of Management*, 16(2), 399-432. Gummesson, E. (1994). Service management: An evaluation and the future. *Journal of Service Industry Management*, 5(1), 77-96. Homans, G. C. (1961). *Social Behavior: Its Elementary Forms*. New York: Harcourt, Brace and World. Homans, G. C. (1974). *Social Behavior: Its Elementary Forms*. New York: Harcourt, Brace, Jovanovich. Kelley, S. W., & Hoffman, K. D. (1997). An Investigation of Positive Affect, Prosocial Behaviors and Service Quality. *Journal of Retailing*, 73(3), 407-427. Katz, D., & Kahn, R. L. (1978). *The Social Psychology of Organizations*. New York: Wiley. Kotler, P., Swee, A. H., Siew, L. M., & Chin, T. T. (1996). *Marketing, Management - An Asian Perspective*. New Jersey: Prentice-Hall, Englewood Cliffs. Kotler, P. (2003). *Marketing Management* (11th eds.). New Jersey: Prentice-Hall, Upper Saddle River. Moorman, R. H. (1991). Relationships between Organizational Justice and Organizational Citizenship Behaviors: Do Fairness Perceptions Influence Employee Citizenship. *Journal of Applied Psychology*, 76, 845-855. Niehoff, B. P. & Moorman, R. H. (1993). Justice as a mediator of the relationship between methods of monitoring and organizational citizenship behavior. *Academy of Management Journal*, 36(3), 527-56. 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, 41-50. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64 (1), 12-40. 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. Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46. Puffer, S. M. (1987). Pro-social Behavior, Noncompliant Behavior, and Work Performance among Commission Salespeople. *Journal of Applied Psychology*, 72(4), 615-621. Tsaor, S. H., & Lin, Y. C. (2004). Promoting service quality in tourist hotels: the role of HRM practices and service behavior. *Tourism Management*, 25(4), 471-481. Zerbe, W. J., Dobni, D., & Harel, G. H. (1998) Promoting Employee Service Behavior: The Role of Perceptions of Human Resource Management Practices and Service Culture. *Canada Journal of Administrative Sciences*, 15(2), 165-179.