

# 行政院國家科學委員會補助專題研究計畫成果報告

## 國際觀光飯店餐飲部員工工作生涯品質、 服務態度、與顧客滿意之研究

計畫類別： 個別型計畫          整合型計畫  
計畫編號：NSC 89 - 2416 - H - 034 - 005 -  
執行期間： 88年 08月 01日至 89年 07月 31日

計畫主持人：劉元安  
共同主持人：

本成果報告包括以下應繳交之附件：  
赴國外出差或研習心得報告一份  
赴大陸地區出差或研習心得報告一份  
出席國際學術會議心得報告及發表之論文各一份  
國際合作研究計畫國外研究報告書一份

執行單位：中國文化大學觀光事業學系

中 華 民 國 89 年 10 月 10 日

# 行政院國家科學委員會專題研究計畫成果報告

## 國科會專題研究計畫成果報告撰寫格式說明

### Preparation of NSC Project Reports

計畫編號：NSC 89-2416-H-034-005

執行期限：88年8月1日至89年7月31日

主持人：劉元安 中國文化大學觀光事業學系

#### 一、中文摘要

本研究之目的在探討餐飲服務人員的工作生涯品質、服務態度、以及顧客對於他們服務的滿意程度，並進一步分析工作生涯品質如何影響服務態度的表現，以及員工的服務態度如何影響顧客的滿意度與其再次光臨的意願。研究範圍是我國國際觀光飯店；研究對象包括了餐飲部前場服務人員，和在該飯店用餐的顧客。本研究根據文獻回顧來進行問卷設計。資料分析方法利用了敘述性統計、迴歸分析、及變異數分析，以達預期目的。

研究結果顯示，員工對於自己工作生涯品質的認同度會顯著影響其工作生涯品質的滿意度，特別是「工作品質」與「關係品質」的影響最大。在服務態度方面，服務人員的「友善親切」及「抱怨處理」最會影響顧客對服務人員的滿意度。其中，「友善親切」的服務態度不會受到員工對工作生涯品質認同度的影響，但其他的態度構面，如「專業技術」、「周全貼心」、「抱怨處理」和「外在形象」等，皆與工作生涯中的「個人品質」、「工作品質」、「組織品質」、「關係品質」有顯著正相關存在。最後，顧客對於服務人員態度的滿意度會影響其用餐的整體滿意度，進而影響其忠誠度。

**關鍵詞：**工作生涯品質、服務態度、顧客滿意、餐飲服務

#### Abstract

The purposes of the study were: 1) to investigate the perceptions of service personnel toward their quality of work life (QWL) in the food and beverage (F&B)

department of international hotels; 2) to examine the service attitude perceived by both the service employees and their customers; 3) to analyze the impact of QWL on employees' service attitude; and 4) to find out the association between service attitude and customer satisfaction. Questionnaires were sent to 1620 service employees working in the hotel F&B department, and to 1200 customers consuming in F&B, too. The response rate of employees was 41%, and that of customers was 30%. Frequencies, percentages, ANOVA, and linear regression were used in data analysis.

"Quality of job" and "Quality of work relations" had a significant impact on employees' satisfaction of total QWL. Employees' "friendliness and kindness" and "dealing with complaints" positively influence the customer satisfaction toward service attitude. The four aspects of QWL had a significant impact on all of the employees' service attitudes, but "friendliness and kindness". Finally, the customer's satisfaction toward service attitude would determine his/her total satisfaction, which increased the customer loyalty.

**Keywords:** QWL, Service Attitudes, Customer Satisfaction, Foodservice Personnel

#### 二、緣由與目的

致力研究「服務品質」的學者 Heskett, Sasser, and Schlesinger (1994) 提出「服務價值鏈」學說，強調要到達公司獲利率高、員工工作滿意、顧客也滿意，其首要之道在於提昇員工工作生活品質(Quality of Work Life, 簡稱 QWL)。員工對工作生活品

質普遍感到滿意之後，其服務顧客的心態會隨之調整，服務態度與工作績效都將隨之改善和提昇，進而造成顧客滿意度提高，企業經營之本便不易受動搖(蔡蕙如，民 83；潘士明，民 87)。可見，二十一世紀的企業要能永續經營，其最重要的使命之一乃在於留住既有的顧客，並使顧客產生忠誠度，才能穩固利潤之來源。

台灣地區的國際觀光旅館共計 51 家，其中有 30 家旅館(60%)的餐飲收入大於客房收入(交通部觀光局，民 85)；多家業者將餐飲部門視為主要的行銷利器。而每年大約有 70% 的來華旅客住宿於國際觀光飯店。他們在旅館內的消費支出及餐飲支出共佔了 61%；『菜餚』為吸引國際來華旅客主要因素之第二位，『品嚐中華美食』為來華旅客參加活動情形之首，顯示中華餐飲受到國際來華旅客之偏好與喜愛。值得注意的是，中華餐飲最為人詬病的項目為『人員服務品質』及『餐廳清潔』(吳正雄，民 87)。

### 三、研究設計

(一) 研究對象：研究範圍為台灣地區 54 家國際觀光飯店之餐飲部門，研究對象是前場服務人員。員工方面資料之取得是以郵寄問卷方式，分別向每家飯店各發出 30 份問卷給前場服務人員填答，共計 1620 份，而有 30 家飯店寄回問卷共 512 份(31.6%)，有效問卷 453 份

(28.0%)。顧客部份，針對回收的 30 家飯店發放顧客問卷 1200 份，回收 512 份(42.7%)，有效問卷 500 份(41.7%)。

(二) 問卷設計：員工部份之問卷包括了：員工個人與工作屬性、員工對工作生涯品質-- 個人品質、工作品質、組織品質、和關係品質 --之認同度與滿意度。顧客方面之問卷主要有：顧客個人屬性、顧客對餐飲服務人員服務態度-- 專業與技術、友善親切、周全貼心、抱怨處理、和外在外形象 -- 的滿意程度、整體滿意度、與其忠誠度。

### 四、結果與討論

(一) 員工對工作生涯品質的認同度與滿

意度二者之相關性分析：對員工整體工作生涯品質滿意度具有顯著性影響為工作品質及關係品質。

(二) 服務態度、顧客滿意度、顧客忠誠度之相關性分析：本研究也發現，顧客感受到服務人員的服務態度愈好，則對旅館整體滿意度會愈高，顧客忠誠度也相對的提高。這一點與 Solmon, Surprenant, Czepiel, and Gutman (1985) 的論點相同。顧客與服務人員間之人際接觸品質，是顧客滿意及再度惠顧的主要決定因素，顧客對服務品質的知覺情形，與第一線服務人員的態度與表現有相當強的關係。

(三) 員工工作生涯品質、服務態度、顧客滿意度、顧客忠誠度之相關性分析：員工工作生涯品質對服務態度有顯著的正面影響，表示員工對工作生涯品質的認同度愈高，顧客對所感受到的服務態度愈滿足，進而增強對旅館整體的滿意度，成為忠實顧客。這四者之間的關係亦符合 Heskett 等人(1994)所提出的服務價值鏈 (the Service Profit Chain) 中，員工工作生涯品質、服務價值、顧客滿意度和顧客忠誠度的正向關係。

有鑑於此，管理者要有稱職的員工，至少須使員工具備優秀服務人員的三大要件：服務熱忱、服務能力及服務權力。服務熱忱代表「願不願意」的態度性問題，服務能力牽涉到「能不能」的技術問題，而服務權力則代表服務人員落實服務意願的客觀實力。管理者若能提供良好的工作生涯品質，充實員工的服務權力及服務能力，則員工便會抱以極高的服務熱忱，達到顧客滿意，進而擁有忠誠的顧客，達到三贏的理想目標。

在對後續研究的建議上，除了本研究的發現外，應該針對員工工作生涯品質，做一時間縱面的研究，意即以某一政策或管理制度的改變，為研究核心，比較改變前後之影響情況。此外，還可以比較顧客對服務態度的重視度及實際的滿意度，以建立服務態度的品質。

## 五、參考文獻

交通部觀光局編製，中華民國八十五年台灣地區國際觀光旅館營運分析報告，台北：編製者發行，民國85年6月。

吳正雄，「國際來華旅客對中華餐飲消費行為之研究」，私立中國文化大學觀光事業研究所未出版之碩士論文，民國87年6月。

蔡蕙如，「員工工作生涯品質與服務態度之研究 - 以百貨公司、便利商店、速食店、餐廳之服務人員為例」，國立中山大學企業管理研究所未出版之碩士論文，民國82年6月。

潘士銘，「工作生活品質之核心構面與影響因素之關聯性研究」，私立中原大學企業管理研究所未出版之碩士論文，民國87年6月。

Blodgett, K. L., Wakefield, A. and Barnes, J. H. (1995). "The Effects of Customer Service on Consumer Complaining Behavior," Journal of Service Marketing, Vol. 9, No. 4, 31-42.

Crosby, L. A., Evans, K. R. and Cowles, D. (1990). "Relationship Quality in Services Selling: An Interpersonal Influence Perspective," Journal of Marketing, Vol. 54, No.3,

Michael, D. J., Anderson, E. W. and Fornell, C. (1995). "Rational and adaptive Performance expectations in a Customer Satisfaction Framework," Journal of Consumer Research, Vol. 21, No. 3, 695-707.

Heskett, J. L., Jones, T. O., Loveman, G.W. Sasser, W.E. and Schlesinger, L. A. (1994). "Putting the Service-Profit Chain to Work," Harvard Business Review, Vol. 72, No. 3, 164-174.

Soloman, M. R., Surprenant, C. J., Czepiel, A. and Gutman, E.G.. (1985). "A Role Theory Perspective on Dyadic Interaction: The Service Encounter," Journal of Marketing, Vol. 49, No. 1, 99-111.

Spreng, R. A., Harrell G. D., and Mackoy R. D., (1995). "Service Recovery: Impact on Satisfaction and Intentions," Journal of Service Marketing, Vol. 9, No. 1, 15-23.

Tompkins, N. C., (1992). "Employee Satisfaction Leads to Customer Service," Human Resource Magazine, Vol. 37, No. 11, 93-95.

Ulrich, D., Halbrook. D., Meder, M., and Thorpe, S. (1996). "Employee and Customer Attachment: Synergies for Competitive Advantage," Human Resource Planning, Vol. 14, No. 2,

Westbrook, R. A., and Oliver, R. L. (1991). "The Dimensionality of Consumption Patterns and Consumer Satisfaction," Journal of Consumer Research, Vol. 18, No. 1, 84-91.

Zeithaml, Z.A., (1988). "Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence", Journal of Marketing, Vol. 52, No. 3, 2-22.