

題目	從服務人員工作負荷之觀點探討顧客參與行為之影響
作者	顏昌華（國立臺中技術學院休閒事業經營系副教授） 林英顏（中台科技大學管理學院助理教授） 謝庭華（大葉大學管理學院博士班／中台科技大學管理學院副教授） 洪麗美（大葉大學管理學院博士班／弘光科技大學安全衛生暨環境保護室主任／餐旅系講師）
摘要	過去十幾年來服務行銷理論的發展，引發許多學者從服務交易的觀點探討顧客參與服務傳遞的角色。參與的顧客在服務創造的過程中可提供勞力和知識，因此被視為部分員工，就如同一般的企業員工，然而，顧客參與對於服務人員工作負荷之影響，過去研究卻有不一致的解釋。本研究以餐飲業、銀行業與美髮美容業之第一線服務人員為研究對象，探討顧客參與對於服務人員實體工作負荷及情緒勞務之影響。研究結果發現，顧客參與對服務人員實體工作負荷及情緒勞務皆呈現顯著的正向影響。最後，根據本研究結果，提出管理顧客參與之實務意涵。
關鍵字	服務管理、顧客參與、工作負荷、情緒勞務
Title	Customer Participation in the Service Production and Delivery Process – The Perspective Service Providers' Workload
Author(s)	Yen, C. H., Lin, Y. Y., Hsieh, T. H., Hung, L. M
Abstract	The development over the last decade of services marketing theory prompts an exploration of the role customer participation in service-based transactions. Customers are viewed as partial employees due to their participation in supplying labor and knowledge to the service creation process, just like the firm's employees. However, the effect of customer participation on service providers' workload is a subject that has been receiving conflicting explanations. In this study, we use foodservice industry, banking industry and hairdressing industry as the samples to examine the effect of customer participation on service providers' physical workload and emotional labor. The results indicate that customer participation is positively related to service providers' physical workload and emotional labor. Finally, implications of these findings for managing customer participation are subsequently discussed.
Key Words	Service Management, Customer Participation, Workload, Emotional Labor