

第三章 研究方法

本研究採 OCAPs 的方法來分析中小型餐館創業人的專業能力。茲就研究架構、研究方法、研究步驟及分析方法和研究進度來說明。

第一節 研究架構

為了探討中小型餐館創業人之專業能力，本研究藉著產學合作的觀點，運用質性與量化研究法，包含 OCAPs 法、DACUM 專家會議、專家審核、問卷調查及檢核小組審查與現場觀察法，發展並確認能力分析概述，以作為餐飲業潛在創業人之參考，亦期待所發展之專業能力結果提供未來課程規劃或評鑑之參考，使專業能力能與課程發展相輔相成，以使餐飲科系之學生具備創業的能力。其研究架構如圖 3-1 所示。

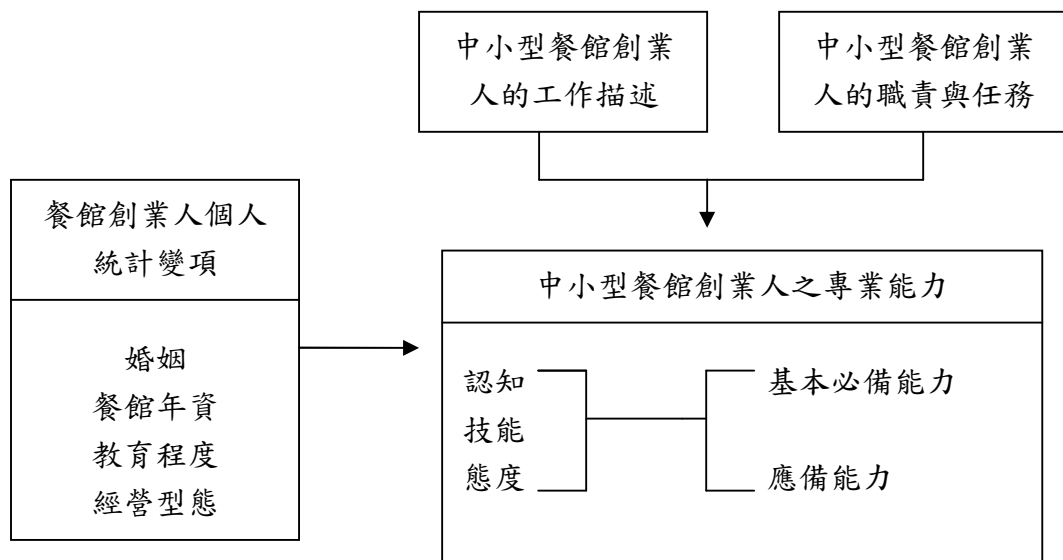


圖 3-1 研究架構

第二節 研究方法與步驟

為達成研究目的，增進對中小型餐館創業人專業能力的了解，本研究主要以 Occupational Competency Analysis Profiles (OCAPs) 法為主，包括資料蒐集、評估、訪談、Developing a Curriculum (DACUM) 會議發展能力目錄草案、從業者問卷確認、專家檢核等過程。此外，為提高專家取向的廣度，研究方法並輔以「餐廳現場觀察」與「餐廳創業者訪談」，以使研究資料得以相互印證而更臻完整。

針對餐飲業創業家之專業能力分析，本研究將結合質化及量化的方法來作一應用研究。質化的部份係透過文件分析與 OCAPs (Occupational Competency Analysis Profiles) 法發展餐飲業創業者之工作任務及專業能力，據以發展問卷；而後再進行量化之調查，分析確認餐飲業創業者之專業能力項目。OCAPs 法係於 1992 年由美國俄亥俄州立大學教育與職業訓練中心職業教材中心職業教材實驗室 (Ohio's vocational instructional material laboratory) 為因應俄州推動加速職業教育現代化方案所提出，在國內經洪久賢、王麗菱、吳碧華等曾運用於針對國際觀光旅館餐飲外場工作人員應具備之專業能力及餐飲連鎖店經理專業能力之分析，成效良好 (洪久賢，2003；Horng，2004；Horng & Wang，2003；Horng & Wu，2002)。

本研究將採此方法來作餐飲業創業人之專業能力之分析的原因，是因為 OCAPs 不僅強調 DACUM 的精神，重視直接分析職場實際工作，而分析出職場應具備的能力，更進一步地分析所發展出的能力是否可以作為發展潛在員工之未來能力，因此，其具有即時性，專精性，進修性及未來性等特質，是一種比 DACUM 更為審慎的方法，針對本研究所欲探討的主題與目的，本方法可說是相當適合的方法。

OCAPs 中所採用的各種方法敘述如下：

一、文件分析

蒐集國內外與餐飲創業管理有關之理論與實務方面書籍、期刊、論文報告、工作手冊，及政府與民間之相關調查及統計資料，透過理論面與現況的探討及評析，以了解中小型餐館創業者的職務及所需具備的能力。

二、餐廳現場觀察及創業者訪談

依照本研究定義之中小型餐館之標準，係屬於行政院所分類中的第一項餐館業者，包含中式餐館業、西式餐館業、日式餐館業、素食餐館業及其他餐館業。為使觀察能夠涵蓋不同型態之餐館，本研究選定的餐館為一中式餐館；一法式餐館；一英式茶餐廳。這三位餐館的負責人，都符合了本研究選擇創業人餐廳的規準：(1)所經營的餐館為中小型的餐館；(2)負責人在餐館的創業年資都多於三年的資歷；(3)餐館的營運都已趨向穩定，並有固定的獲利情況。針對每家餐館，本研究各觀察二日，並於觀察後輔以二小時之深度訪談，以歸納餐廳創業者的工作內容，據以作成創業者的職務及所需具備的能力。觀察的資料以筆記記錄為主，訪談的資料則按質性研究的流程，訪談時全程錄音，錄音之內容轉騰成文字稿，作為資料分析的依據。

研究者在 DACUM 會議之前，為能瞭解餐館創業人每日實際工作情形，於 95 年 7 月至 8 月間，親赴餐館現場作實地的觀察。為使觀察能夠涵蓋不同型態之餐館，又由於觀察的活動貼近創業人，因此必需取得餐館創業人同意，且與創業人有相當的熟識度，較易進行。因此餐館的選定一共三家，包含中式餐館一家（珠江酒樓）、法式餐館一家（橄欖樹小館）、英式茶餐廳（玫瑰夫人茶餐廳）一家。

為使現場的觀察能夠包含各個面向，研究者在出發前先行擬定觀察重點，包含三大現場的觀察：廚房內場、餐廳外場以及創業人辦公

室三個地點。觀察的時段分為：現場營業時段、準備時段以及打烊時段。針對每家餐館各維持二日的觀察，配合餐廳的營業週期，選擇一日為平日，一日為週末時段作觀察，並於觀察後另安排時段訪談餐館創業人。訪談次數為每位創業人各一次，共三次，每次訪談約為二小時。觀察後及訪談後，並馬上整理觀察筆記以及訪談稿，以便作分析。

三、DACUM 會議發展特定職業的任作務項目

邀請不同類型中小型餐館創業者代表八人，參與此會議，以腦力激盪的方式，針對創業者應具備的各項能力進行討論。其細節如下：

(一) 研究對象：針對專家會議的創業人之資格，本研究篩選的標準為其所經營的餐館為屬本研究所定義的範疇之中小型餐館，並且親自參與創業與經營之餐館負責人，其餐館的經營至少有五年以上的資歷。由於研究者在本論文進行之前，曾進行餐飲業創業人創業歷程之研究(陳郁翔, 2005)，針對中小型餐館訪談 30 位創業人，因此，從此 30 位創業人中挑選適合之人選並詢問其意願，一共 8 人參與會議。與會人員名冊如表 3-1。

表 3-1 DACUM 專家會議名冊

姓名及職稱	擔任負責人之餐廳名	餐廳設立年資	餐飲業年資
吳麗敏董事長	玫瑰夫人	5	15
吳麗華董事長	珠江酒樓	20	25
何昇勳負責人	希臘左巴	8	10
沈正富董事長	大四喜餐飲股份有限公司	10	25
徐茂鑫負責人	布佬廚房	7	8
許堂仁總經理	三蠹食府	6	30
廖玉儀負責人	橄欖樹小館	8	10
鄭麗雪負責人	胡桃木香肋排	10	15

(依姓氏筆劃順序排列)

(二) 時間及地點：會議的時間定於 2006 年 12 月，自早上 9:00 到下午 5:00，地點選擇台北的玫瑰夫人英式茶餐廳之會議室進行，除

了考慮交通的便利性之外，所有必需的茶點及餐點由餐廳提供，以減少非研究相關的庶務工作，使與會者能有舒適的環境，以專心於專業能力的腦力激盪。

(三)DACUM 會議流程：本研究依 6 個步驟來執行 DACUM 會議，這 6 個步驟分別為：主持人引言、工作說明、提出職責、決定職責、將每一職責分析成任務，最後並逐一檢討任務。各步驟詳述如下：

1. 主持人引言：由本論文的研究者擔任主持人並引言，使與會人員知道座談的目的與能力分析的一些基本要項。由於研究者在會議之前已進行餐館負責人的貼身觀察，並針對每日工作內容已有詳盡的訪談，因此，對餐館負責人的工作內容已有大部份的了解，且研究者與會議參與者在會議之前皆有過訪談的接觸，有相當的熟悉度，因此，對會議的進行有相當的助益。
2. 工作說明：主持人引導與會人員開始對特定工作的內涵進行敘述，讓不同餐館的負責人能針對每日或例行的工作作說明。
3. 提出職責：在說明了工作的內容之後，引導與會者將工作內容化為職責。職責係指個人成功履行工作時之主要責任與活動。
4. 決定職責：主持人引導與會人員將所列舉出之職責予以組合、刪除與修正，成為最後定論的職責。
5. 將每一職責分析成任務：任務係指個人工作中的最小單元，其含有固定之目的，並可將其分析成若干邏輯的步驟。
6. 對任務逐一檢討：主持人對每一職責所分解成之任務逐

一予以檢討、重組、刪除與修正，直到完成為止。

(四) 資料確認：配合現場參與者之意見，與會議的全程錄音，針對工作描述的部份作為輔佐記錄及確認的工具。資料經整理後製作成目錄表格，接下來以傳真的方式請所有出席過 DACUM 會議的創業人，以當事人的身份針對能力目錄整理資料予以核對與再一次確認，以減少文字整理過程中的失誤。

四、檢核小組審定能力目錄

為了使本研究的專業能力目錄根基於 DACUM 的理念，重視職場本位，再融入產業界的代表，使 OCAPs 具有職場本位之實務性和前瞻性。在確認餐飲業創業者之專業能力項目後，據以形成問卷草稿。隨後邀請餐飲界相關之產學專家，針對中小型餐館創業人專業能力目錄進行效度考驗，檢核小組的最大目的是為了確認能力項目來進行工作關鍵學術能力需求水準評估，而且能考量未來的前瞻性使發展出的能力目錄具有即時性、專精性、進修性和未來性等特質。最後根據專家的意見，進行問卷的修改或增刪，將各項能力目錄作最後的確認。檢核小組的選擇，以商譽卓著之業界代表四位及餐旅管理學界專家 5 位，作為檢核小組的成員，其名冊如表 3-2。

表 3-2 專家檢核名單

姓名	職稱	機構
李銘輝	校長	台灣觀光學院
李鴻鈞	總經理	欣葉餐廳集團
洪久賢	學務長	國立台灣師範大學人類發展與家庭學系
徐木蘭	院長	世新大學管理學院
高士瑋	協理	泰平餐聯股份有限公司
劉元安	副教授	國立台灣師範大學人類發展與家庭學系
孫瑜華	副教授	國立台灣師範大學人類發展與家庭學系
廖玉儀	負責人	橄欖樹小館法式餐廳
蕭文傑	總經理	王品集團台塑牛排餐廳

五、問卷調查

根據 DACUM 會議所得之專業能力結果以及檢核小組檢審之能

力目錄形成問卷並發放問卷。調查餐飲業創業者對各項能力的認知與態度，以分析其應具備及必備的專業能力。

第三節 研究工具

一、問卷設計

本研究內涵為確認中小型餐館創業人專業能力目錄，故研究工具參考 DACUM 與現場觀察所發展出的能力目錄編成問卷草案，以了解餐飲業所共同認同的創業人應具備之專業能力。問卷內容包括工作內容、專業知能與基本資料等三部份。問卷架構如表 3-3 及 3-4。工作內容係依照 DACUM 會議發展的項目及 OCAPs 專家檢核小組確認後而定，一共分為 8 大項職責，82 項任務，按照任務的重要性排列；專業知能也是一樣經過二個步驟的確認後按照三大項目排列：認知、技能、態度。問卷的衡量尺度一共有三大區塊；一為重要性、一為使用頻率、最後為未來的需求性。重要性及使用頻率的部份為避免國人填選問卷習慣填中間選項的部份，因此，在專家的建議下，選用了六點尺度；重要性的衡量尺度依序為：非常重要、很重要、重要、不重要、很不重要、極不重要等六個尺度。使用頻率的六個尺度則分別為：極高、很高、高、中、低、極低六項。未來的需求性則分為三個尺度，依序為：增加、不變、減少三項。

表 3-3 工作內容調查架構表	非常重要	很重要	重要	不重要	很不重要	極不重要	極高	很高	高	中	低	極低	增加	不變	減少	
程度			重要性		要	要		每用使用頻率						未來需求		
項目一	6	5	4	3	2	1	6	5	4	3	2	1	3	2	1	

項目二	6	5	4	3	2	1	6	5	4	3	2	1	3	2	1
項目三	6	5	4	3	2	1	6	5	4	3	2	1	3	2	1

表 3-4 專業知能調查架構表

程度 項目	重要性						每月使用頻率						未來需求		
	非常 重要	很 重要	重 要	不 重 要	很 不 重 要	極 不 重 要	極 高	很 高	高	中	低	極 低	增 加	不 變	減 少
認知項目	6	5	4	3	2	1	6	5	4	3	2	1	3	2	1
技能項目	6	5	4	3	2	1	6	5	4	3	2	1	3	2	1
態度項目	6	5	4	3	2	1	6	5	4	3	2	1	3	2	1

二、問卷預試

問卷經 9 位產學專家審查並根據意見修改，以建立內容效度；另經由 10 位餐館創業人預試。本研究根據預試反應修改語意不清與題目涵義重疊處，始成為正式問卷。

三、問卷對象

樣本對象以國內有營業登記之餐館負責人為主，根據行政院經濟部之名單有 1000 名，不足之處，則以中黃電信之網路黃頁分類為餐館之資料 600 筆資料，以分層抽樣方式，選取不同類別之餐館之餐館負責人作為研究之樣本。

四、施測方式

本研究於 96 年 3 月初以郵寄的方式針對餐館創業人作問卷調查，並於 3 月底進行催收，於 4 月初完成問卷的回收。在行政院的名單部份在發放問卷前先以電話詢問其意願，有意願回答者共有 100 人，再寄上問卷請受試者作答。為增加填答率，隨問卷將寄上禮品乙份，以提高作答率。此部份的回收有效問卷 99 份，回收率為 99%。而針對中華黃頁的資料部份，發出 500 份問卷，為提高問卷回收率，一樣隨問卷附上禮品乙份。最後回收有效問卷 193 份，回收率為 38.6%。統計本研究一共發出問卷 600 份，實際回收有效問卷 292 份，總回收率為 49%。

五、問卷信效度分析

在信度方面，Gay (1992) 主張，信度的可接受水準可看其信度係數，一般而言，Cronbach α 值大於 .9 以上，便是可以接受的。本研究餐館創業人專業知能的總量表信度 Cronbach α 值為 0.981；認知分量表信度 Cronbach α 值為 0.917；技能分量表信度 Cronbach α 值為 0.969；態度分量表之信度 Cronbach α 值為 0.965。各量表的之信度均高於 .9 的水準。

而在效度的部份，問卷形成之後，藉由八位專家預試，以測試問卷內容是否達到效度，並針對專業知能部份的 92 項知能作因素分析。Cavana, Delahaye & Sekaran (2005) 提出，因素分析有助於分析問卷的建構效度是否良好。本研究在專業知能的部份分成認知、技能及態度三大部份，在認知的部份經因素分析共分成四大構面；在技能的部份分成五大構面；而在態度的部份則分成三大構面。

六、資料分析

問卷調查資料以統計軟體 SPSS 進行分析。每份問卷包括「工作內容」、「應具備之專業知能」與「基本資料」三部份。

(一) 填答者的基本資料：以次數分配及百分比來進行分析。

(二) 工作內容與應具備之專業知能項目：針對三個不同項目的

計分方式說明如下。

- 1.工作內容與專業知能項目重要程度，係指該項目對餐館創業人之工作內容或專業知能的重要程度。計分的方式為：非常重要：6分；很重要：5分；重要：4分；不重要：3分；很不重要：2分；極不重要：1分。
- 2.工作內容與專業知能項目使用頻率，係指餐館創業人執行該項目之次數，依每月使用程度多寡而給予不同的計分。計分的方式為極高：6分；很高：5分；高：4分；中：3分；低：2分；極低：1分。
- 3.工作內容與專業知能項目未來需求係指對餐館創業人而言，該項目在未來三到五年後的需求評估。計分的方式為：增加：3分；不變：2分；減少：1分。

(三)統計方法

- 1.計算平均數：含重要程度（採六等量表）、使用頻率（採六等量表）與未來需求（採三等量表），以顯示各項目意見集中之情形。
- 2.區間判定：乃採用 95 信賴區間估計值之上限為其區間判定之準則，以顯示餐館創業人各能力項目之平均數落差位於各種不同區間的那一區間，其區間的劃分如下。重要程度：依序分為極重要、很重要、重要、不重要、極不重要等五個區間。平均使用率：依序分為極高、高、中、低、極低等五個區間。未來需求性：依序分為增加、不變、減少等三個區間。
- 3.區別判定分界點：由於平均數的抽樣分配接近常態，因此，轉換成 Z 為標準常態（張紹勳，2000）。本研究區間判定之分界點，基本上先假定餐館負責人的意見乃呈一常態分配，據此將之作三等或五等區間分界，茲以圖 3-2 及圖 3-3 作為說明的依據。

(1)圖 3-2 為將常態分配曲線三等分，經查 Z 分配表之概率（面積）為 0.17 時之 Z 值為 0.44，依填答加權分數 1，2，3 之平均數 \bar{X} 為 2，標準差為 0.82，所以分界點 $X = \bar{X} + Z * SD$ ，經計算分界點如下：

$$\text{分界點 } X_1 = 2 + 0.44 * .82 = 2.36$$

$$\text{分界點 } X_2 = 2 - 0.44 * .82 = 1.64$$

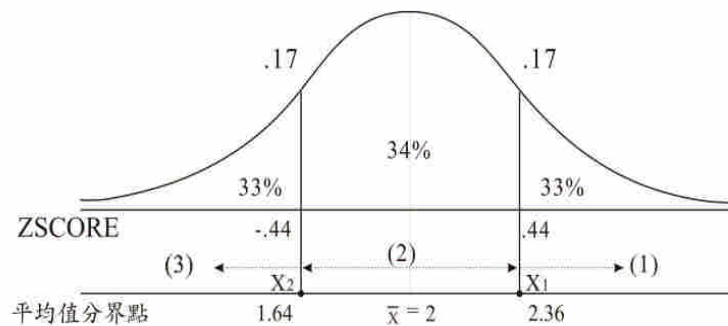


圖 3-2 三等分區間判定圖

(2)圖 3-3 為將常態分配曲線五等分，經查 Z 分配表之概率(面積)為 0.10 時之 Z 值為 0.25；概率(面積)為 0.30 時之 Z 值為 0.84，依填答加權分數 1，2，3，4，5，6 之平均數為 $\bar{X} = 3.5$ ，標準差 $SD = 1.88$ ，所以分界點 $X = \bar{X} + Z * SD$ ，經計算五等區分之分界點如下：

$$\text{分界點 } X_1 = 3.5 + 0.84 * 1.88 = 5.08$$

$$\text{分界點 } X_2 = 3.5 + 0.25 * 1.88 = 3.97$$

$$\text{分界點 } X_3 = 3.5 - 0.25 * 1.88 = 3.03$$

$$\text{分界點 } X_4 = 3.5 - 0.84 * 1.88 = 1.92$$

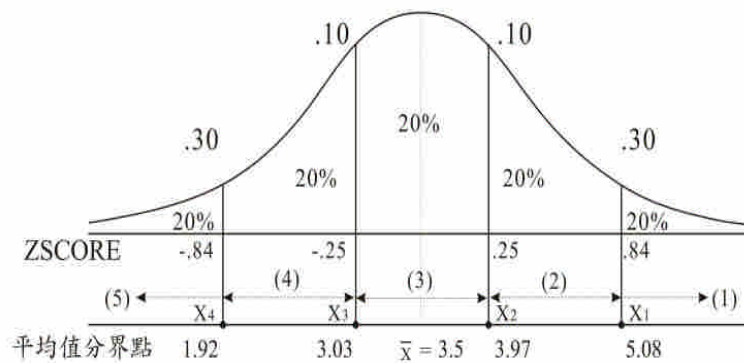


圖 3-3 五等分區間判定圖

4.能力項目「必備性」之歸屬：本研究將餐館創業人專業能力項目進行必備能力（must have competency）及應備能力（should have competency）。歸屬的方式以重要性及出現頻率兩者的平均數來判斷：區分的原則主要根據重要性及出現頻率兩指標之調查所得數據再加以平均處理。由於本研究問卷之重要性及使用頻率係六等量表，為使區間判定依慣例來分界，故依公式換算成五等分區間。故必備性之區間歸屬按五等分區間判定分界點來判定，依每個項目重要程度與使用頻率之得分加以平均分析其必備性。判定之原則如下：(張紹勳，2000；張菽萱、康自立、費業勳，2002；王麗菱,2001；黃宜純、洪久賢、詹慧珊，2003)

(1)若該項目之「重要性」與「使用頻率」所得之平均數大於或等於 3.97 者，列為「必備項目能力」。

(2)若該項目之「重要性」與「使用頻率」所得之平均數等於 3.03 或介於 3.03 和 3.96 之間者，列為「應備項目能力」。

(3)若該項目之「重要性」與「使用頻率」所得之平均數等於或小於 3.03 者，列為「非必要項目能力」。

5.簡化專業知能項目：將問卷調查中專業知能部份（知識、

技能與情意三部份)，透過因素分析（Factor Analysis）以簡化並發展知能因子構面，即以少數的共同因子解釋眾多的專業知能內涵。

6.工作內容之差異分析：以 t 檢定及 ANOVA 檢定來檢驗不同類型餐館創業人在專業項目職責項目，與專業知能認知、技能、態度項目之看法上是否達顯著差異。

茲以圖 3-5，將上述研究方法及步驟作一整理。

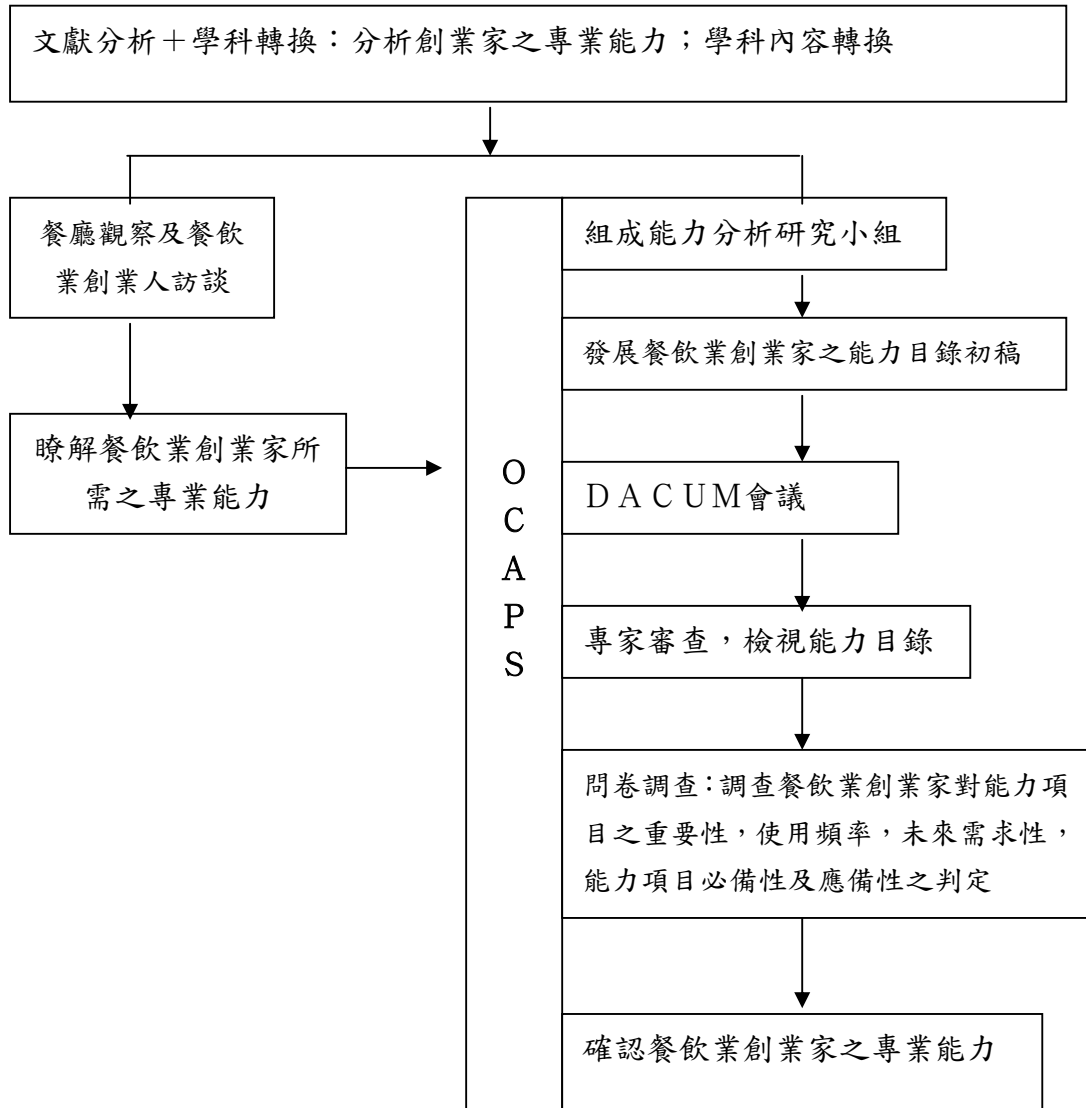


圖 3-5 研究步驟

第四節 研究限制

一、研究對象的限制

本研究的對象，只針對獨立的中小餐館創業人作研究，未將集團的創業投資部門的專業人作為研究對象，實因集團的管理範疇大，且決策者所涵蓋的層面較廣，本研究限於項目及時間，恐有不殆。

二、樣本母體的限制

針對中小型餐館的樣本來源，本次的研究母體經付費向經濟部取得餐廳的登記資料，取得 1000 份，但經打電話求證，實際可用的樣本數只有 300 份左右，原因為登記者，多為會計師掛名，因此難以得到全面性的餐飲業創業人的名單。故本研究因母體來源不健全，因此無法以隨機抽樣的方式進行，就研究者與不同的餐飲業者訪談，縣市政府或財稅局的登記資料會較正確，但由於保護業者隱私的問題，上述二單位都不願意提供資料給研究者，因此只好再以網頁上刊登的餐館資料作為樣本來源之一。

