

第三章 研究設計與實施

本章節包含研究設計、研究方法、研究對象與研究者角色、資料蒐集，與資料分析等五節。

第一節 研究設計

為了解創意餐廳經營者創意策略技巧之運用，本研究先進行一試驗性研究(pilot study)，以利於後續正式研究之進行。此試驗性研究，從訪談經營者的設計理念中，了解經營者的設計理念和構成創意餐廳之內涵，以利於後續本研究對象—創意餐廳之搜集，並發展後續正式研究之訪談大綱。

根據文獻分析整理近年來國內外相關餐飲經營管理的相關研究，歸納出餐廳經營規劃可在餐廳的主題概念、品牌命名與設計、氣氛營造、餐廳佈局、服務方式、食物特色、菜單設計、週邊商品、行銷推廣、創意體驗等十個構面展現創意。據此，選定本研究之研究對象。

為探究創意餐廳經營者的設計理念和創意餐廳的內涵，本研究採用質性研究法，進行深度訪談及文件分析，深入了解創意餐廳經營者設計理念、來源和歷程，以及如何將理念展現在創意餐廳之經營及管理上，並探索創意餐廳經營之行銷策略和技術之內容。

根據上述研究設計，本研究之設計流程圖如圖 3-1.1。

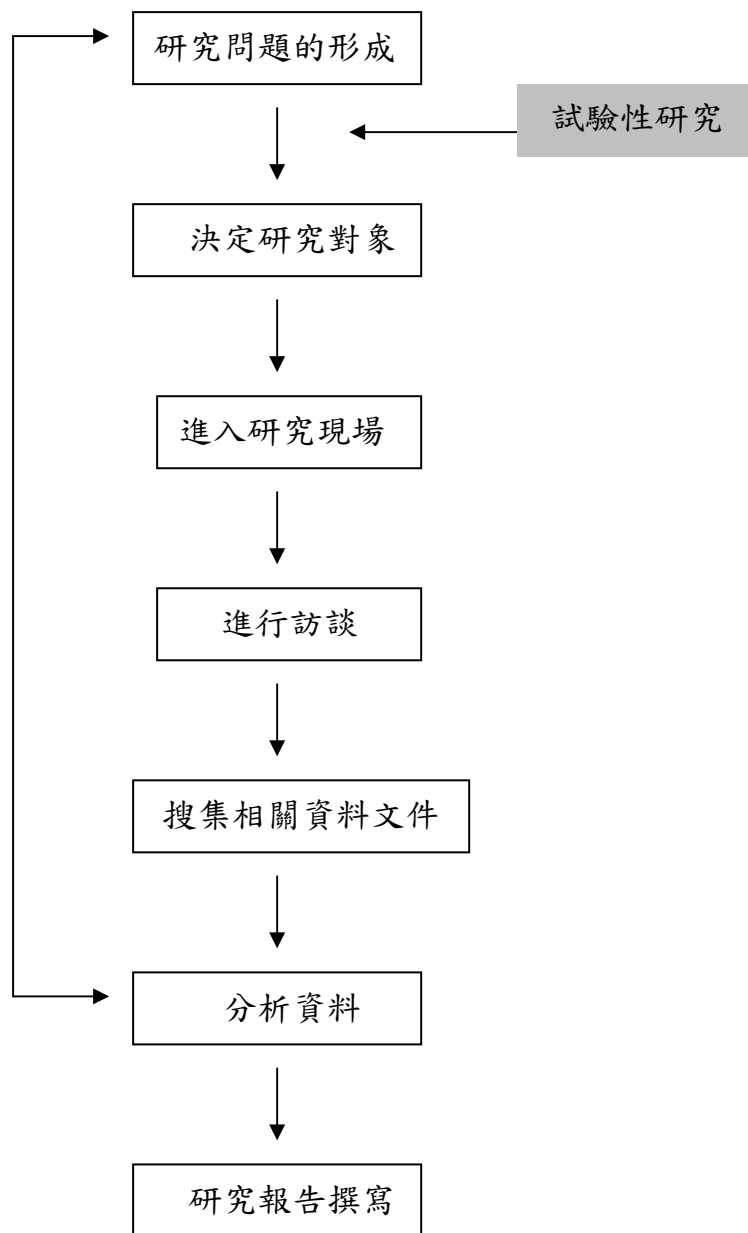


圖 3-1.1 研究設計流程圖

本研究分析創意經營者如何形成及建構創意設計理念，及創意理念付諸實踐的歷程。分析影響餐廳經營者的個人及環境因素，包括人格特質、學習背景、思考模式、專業知能、成長環境、組織環境等，創意餐廳內涵包含創意主題概念、品牌命名與設計、氣氛營造、餐廳佈局、服務方式、食物特色、菜單設計、週邊商品、行銷推廣、創意體驗等層面；探討創意經營者運用社會文化、自然環境、創意技術和策略的運用等情境脈絡之因素，以運作規劃經營創意餐廳，並分析創意和經營理念之間的交互作用。

第二節 研究方法

本節內容主要敘述本研究方法與設計，分為試驗性研究、深度訪談法與文件分析法，分別詳述如下：

一、試驗性研究

試驗性研究又稱為前趨性研究(pilot study)，本研究先對台中月光森林餐廳作一試驗性研究，以增進研究者對創意餐廳內涵與創意經營者之設計理念之了解，作為後續研究發展之依據。

二、深度訪談法

本研究採用質性研究法中的深度訪談法進行資料蒐集，所謂深度訪談法，是研究者透過談話過程，進一步了解受訪者對問題或事件的認知、看法、感受與意見。

在進行深度訪談之前，研究者先以電話聯絡徵求創意餐廳之經營者的同意，再將訪談大綱寄給創意餐廳之經營者；在訪談對話當中，研究者(或訪談者)與創意餐廳經營者是一種夥伴的關係，透過語言和非語言的溝通與情感交流，達到對話目的，並在整個訪談對話過程中藉由雙向的互動，了解經營者創意設計理念之歷程，經營者如何將創意點子展現在餐廳經營中，以及了解經營者如何利用社會文化及自然環境等情境脈絡，影響經營者的創意展現之個人特質與環境因素，以及建構創意餐廳之定義與內涵。

當研究者透過訪談的方式來進行資料蒐集的過程，聽就比說重要，研究者積極的融入受訪者的經驗中，傾聽並同理受訪者的感覺。

三、文件分析法

為了解創意餐廳內涵、創意餐廳的經營歷程、創意人背景及運用的創

意經營技巧，本研究除採深度訪談法外，並蒐集研究對象(訪談對象及研究的創意餐廳)相關的文件及網路資料，包含餐廳裝潢設備、主題概念、品牌命名與設計、氣氛營造、餐廳佈局、菜單設計、食物、週邊商品、服務、報章、雜誌、媒體等，加以彙整分析。

第三節 研究對象與研究者角色

本節內容主要敘述本研究之研究對象介紹及研究者的角色，分別詳述如下：

一、研究對象的選擇

本研究對象之選取方式包括透過政府研究機構評選以及報導資料文件交叉分析，分別詳述如下：

(一) 透過政府研究機構推薦評選產生

1. 月光森林餐廳

由九十三年度委託經濟部財團法人中心與中衛發展中心所推動之「創意生活產業發展計畫」所推薦之餐廳-台中月光森林餐廳進行深度訪談，藉由此研究對象的訪談及文件資料，以增進研究者對創意餐廳內涵與創意經營者之設計理念之了解，作為後續研究發展之依據。

2. 天仁喫茶趣新複合茶館

在此研究機構評選中，「天仁喫茶趣新複合茶館」於民國九十三年經創意生活產業評選榮獲為具有創意之生活產業，喫茶趣新複合餐廳之經營屬於餐飲業之範疇，其符合本研究之創意餐廳之定義，因此本研究將喫茶趣新複合餐廳列為為本研究對象之一。

(二) 報導資料文件交叉分析

由政府網站、新聞媒體、報章雜誌、美食網站、美食展覽活動等蒐集相關資料，經由相關報導交叉分析後，取近兩年內多次由電視報章媒體、美食雜誌、美食網站、相關活動報導具有創意特色之餐廳為本研究之研究對象。

表 3-3.1 報導資料表

相關報導	內 容
政府部門網站	中華民國交通部觀光局、台北市政府網站
民間學術單位	中國文化飲食基金會、三商行飲食文化基金會
新聞媒體	台視、中視、華視、TVBS、東森、民視、東風衛視
雜誌	天下雜誌、遠見雜誌、美食天下雜誌、Taipei Walker
網站	咕嚕美食網、英卓美食網
相關活動	2004 台北打牙祭、台灣美食節、台灣美食展

經由上述相關報導內容分析後，挑選出經過報導公認為具創意之餐廳主要研究對象，本研究經由報導資料交叉分析後，確認伍角船板餐廳符合本研究所要探討之創意餐廳。

二、研究者角色

研究者曾修習過質性研究法，研讀有關質性研究、創意經營策略或餐飲相關書籍文獻，並於 2003 年九月至 2004 年六月參加洪久賢教授主持之「創意教學工作坊」、「廚藝創意讀書會」，接受創造力相關理論及實務研習，受益良多。在進入研究現場之前，研究者與受訪者溝通意見或情感，以建立合諧關係的技巧。研究者力求情境裡抽離出來，批判性的地分析情境，以期搜集到真實並且可靠的資料。

第四節 研究工具與資料蒐集資料

一、研究工具

(一) 訪談大綱

本研究採用質性研究之深度訪談法，進行深度訪談時配合訪談大綱進行訪談，以便研究者蒐集有利於研究之相關資料。訪談大綱的編制是由研究者和指導教授共同擬定。(如附錄)

(二) 相關文件

本研究多方蒐集研究對象之相關文件，包含訪談對象之個人背景資料、研究對象創意餐廳相關文件或報導資料，以利於研究者進行後續的分析。

(三) 研究者

研究者本身也是研究工具，訪談完畢的逐字稿、創意餐廳的相關報導，研究者將歸納整理文字內容之概念，抽離其中主軸概念，並嘗試建構有關創意餐廳經營者設計理念之歷程、人格特質、創意餐廳的內涵等，再進行後續詮釋分析。

二、蒐集資料

(一) 準備階段

1. 編制訪談大綱與相關研究蒐集

(1) 編制訪談大綱

研究者在研究初期的主要工作就是多方搜集有關創造力、餐廳經營內涵等的相關文獻，針對研究對象進行相關資料的蒐集，以利於訪談之進行。在進行訪談之前，先以電話聯絡徵求創意餐廳經營者或主管的同意，再進行訪談工作，並準備錄音帶以全程錄音之方式搜集資料。

編製訪談大綱共分為兩階段：

第一階段 — 預訪：依本研究目的、參考資料、相關文獻等，發展訪談大綱。以月光森林餐廳為試驗性研究對象，依所編制之訪談大綱進行預訪，藉此了解訪談可能面臨的問題，而後據以修正，已完成正式的訪談大綱。

第二階段 — 正式訪談：依據預訪之後所面臨之問題作修正，成為本研究正式之訪談大綱。(附錄)

2. 相關文件資料的蒐集

在進行訪談時，蒐集研究對象之各種軟硬體設施等資料，以餐廳外場為主要資料蒐集的部分，包含餐廳裝潢設備的照片或圖片、主題概念之呈現方式、菜單設計內容及元素、相關週邊商品的介紹、創意服務方式，以語意分析法彙整分析，藉以了解經營者如何呈現創意餐廳之內涵和餐廳經營之創意策略和技巧。

(二)訪談階段

1.預訪

本研究先以月光森林餐廳為試驗性研究對象，訪談後以回憶法紀錄訪談內容；此外，搜集餐廳相關創意產品資料，包含菜單設計、氣氛佈置、留言及活動看板、週邊相關商品等，之後將以語意分析法進行文件分析，分析其中經營者的設計理念和設計餐廳的創意元素、創意行銷策略等。

(1)訪談對象：月光森林餐廳

(2)訪談日期：2004/10/16

(3)訪談時間：兩小時

2.正式訪談

經過試驗性研究之後，接著針對本研究對象進行訪談，包含喫茶趣新複合餐廳、伍角船板餐廳、月光森林餐廳，表 3-4.1 為本研究對象負責人之訪談日期及時間。

表 3-4.1 訪談對象時間表

餐廳名稱	受訪對象	職稱	訪談日期	訪談時間
天仁喫茶趣新複合餐廳	陳良遠	協理	2004/12/30	兩小時
伍角船板餐廳	謝麗香	負責人	2005/4/19	兩小時
月光森林餐廳	何月琴	負責人	2005/4/21	兩小時

訪談前先徵得受訪者同意對訪談內容進行全程錄音，再將錄音之錄音帶以轉譯機逐一整理成逐字稿，再分析並意義化。此外，搜集餐廳相關創意產品資料，包含菜單設計、氣氛佈置、留言及活動看板、週邊相關商品等，之後將以語意分析法進行文件分析，分析其中經營者的設計理念和設計餐廳的創意元素、創意行銷策略等。

第五節 資料分析與整理

本研究之資料分析分為兩個部分，第一部份訪談分析；另一部份以蒐集訪談對象之創意產品資料進行內容分析與檢證。

一、訪談內容分析

取得受訪者的同意之後，研究者將深度訪談之內容進行全程錄音。訪談完畢之後，研究者將訪談的錄音帶，轉譯成逐字稿，並將逐字稿進行編碼，以利後續研究分析詮釋進行。

逐字稿編碼完成後，研究者將歸納整理文字內容之概念，抽離其中主軸概念，並嘗試建構有關創意餐廳經營者設計理念之歷程、人格特質、創意餐廳的內涵等，再進行後續詮釋分析。

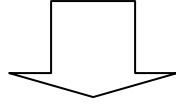
二、相關文件、產品分析

創意文件、產品資料的分析則以語意分析法的方式進行，語意分析法主要是針對符號性資料進行分析的方式，在創意餐廳中創意的符號性資料包括：創意主題概念、氣氛營造、服務方式、食物特色、菜單設計、週邊商品、行銷廣告等。根據本研究目的，相關文件、產品分析主要是分析其新奇性或獨特性、適當性或實際性，並加以文字描述。

根據本研究目的、文獻探討和本研究架構，研究者整理出本研究資料分析方式如下表 3-5.1 資料分析表

表 3-5.1 資料分析結構表

分析構面	分析取向	分析內容	理論根據	分析方法
餐廳經營者	個人因素	<ul style="list-style-type: none"> ● 創意的人格特質 ● 動機 ● 思考模式 ● 學習歷程與背景 	<ul style="list-style-type: none"> ● Sternberg & Lubert(1995)認為構成創意的人格特質包括面對障礙時的堅持、願意冒風險、願意成長、對曖昧不明的容忍、接受新經驗 ● 洪榮昭(1998)指出有創造力的人通常是具有較廣泛的興趣、具幽默感、自信心較強、反應敏捷、對生涯中的障礙具有挑戰的勇氣、待人處世的態度直率坦然 	<ul style="list-style-type: none"> ● 訪談，逐字稿，編碼，概念抽離，詮釋
創意餐廳	產品	創意主題概念 品牌命名與設計 餐廳佈局 氣氛營造 服務方式 食物特色 菜單設計 週邊商品 行銷推廣	<ul style="list-style-type: none"> ● Sternberg & Lubart (1995)指出有創意的產品必須具備新奇、適當與有品質產品的能力。 ● 詹秀美(1990)綜合多位研究者定義，指出有創意的產品必須具備：新奇性或獨特性、適當性或實際性 	<ul style="list-style-type: none"> ● 根據訪談內容分析 ● 輔以文件分析 1. 新奇性或獨特性 2. 適當性或實際性 以文字說明並描述創意產品的新奇性及適當性
環境 (文化+環境)	環境/ 壓力	社會文化 自然環境 組織環境	Oldham & Cummings(1996)發現處於複雜及挑戰性的工作環境，以及組織支持，最能產生富有創意的產品	了解壓力或環境對創造力表現的影響
創意設計理念	歷程	設計緣由 創意歷程 調整及改變	<ul style="list-style-type: none"> ● Wallas 創意歷程階段： <ol style="list-style-type: none"> 1. 準備期 2. 醞釀期 3. 豁朗期 4. 驗證期 	<ul style="list-style-type: none"> ● 訪談，逐字稿，編碼，概念抽離，詮釋



經營者+餐飲相關技能+動機

經營者+創意餐廳+餐飲知識+環境

深度文化意涵