

图书基本信息

书名：<<服务员工组织承诺、工作满意与服务质量>>

13位ISBN编号：9787505873063

10位ISBN编号：7505873067

出版时间：2008-7

出版时间：经济科学出版社

作者：江永众

页数：179

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## 内容概要

管理学文献中充斥着大量关于服务卓越和相关问题的未经证实的断言，但是关于服务员工态度与服务质量之间关系的理论与实证研究非常少。

本书根据自我调节态度理论构建了管理层服务质量承诺、顾客导向、组织承诺、工作满意、服务努力与服务质量之间关系的概念框架；通过对我国一线服务员工的实证研究，发现服务员工顾客导向与管理层服务质量承诺共同影响工作满意和组织承诺，进而影响服务努力和服务质量，组织承诺和工作满意对服务质量的影响机理不同。

## 书籍目录

1. 绪论1.1 问题的提出1.1.1 研究动机1.1.2 研究背景1.1.3 研究问题1.2 研究思路与目的1.2.1 研究思路1.2.2 研究目的1.2.3 研究范围1.3 研究意义1.3.1 理论意义1.3.2 现实意义1.4 理论基础与研究方法1.4.1 理论基础1.4.2 研究方法1.5 研究路线与主要创新1.5.1 研究路线1.5.2 研究框架1.5.3 本书的创新之处2. 文献综述2.1 组织承诺研究综述2.1.1 组织承诺的定义2.1.2 组织承诺的维度与测量2.1.3 组织承诺的前因后果2.1.4 组织承诺与工作满意2.1.5 组织承诺与服务质量2.1.6 组织承诺研究简评2.2 工作满意研究综述2.2.1 工作满意定义2.2.2 工作满意测量方法2.2.3 工作满意与绩效2.2.4 工作满意与顾客感知2.2.5 工作满意理论简评2.3 服务质量研究综述2.3.1 服务质量2.3.2 一线服务员工所传递的服务质量与测量2.3.3 服务质量研究简评2.4 管理层服务质量承诺研究综述2.4.1 管理层服务质量承诺定义2.4.2 管理层服务质量承诺测量方法2.4.3 管理层服务质量承诺与服务氛围2.4.4 管理层服务质量承诺与服务质量的相关研究2.4.5 管理层服务质量承诺研究简评2.5 顾客导向研究综述2.5.1 顾客导向研究演进2.5.2 顾客导向定义2.5.3 顾客导向测量方法2.5.4 顾客导向相关经验研究2.5.5 顾客导向研究简评2.6 服务努力研究综述2.6.1 服务努力定义2.6.2 服务努力测量方法2.6.3 服务努力相关经验研究2.6.4 服务努力研究简评2.7 自我调节态度理论相关研究2.7.1 传统态度理论2.7.2 自我调节态度理论2.7.3 自我调节态度理论相关经验研究与评析2.8 文献研究小结2.8.1 以往研究的局限2.8.2 本书的探索方向3. 概念模型与研究假设3.1 概念模型3.1.1 基本概念模型3.1.2 基本概念模型的拓展3.2 研究假设3.2.1 管理层服务质量承诺与员工情绪反应3.2.2 一线服务员工顾客导向与情绪反应3.2.3 一线服务员工情绪反应与服务努力3.2.4 一线服务员工服务努力与服务质量3.2.5 管理层服务质量承诺与服务质量3.2.6 一线服务员工情绪反应与服务质量4. 研究设计与方法4.1 变量的操作性定义与测量4.1.1 各潜在变量的操作型定义4.1.2 各潜在变量的测量工具4.1.3 控制变量4.2 问卷设计4.2.1 初步题项形成4.2.2 预试问卷形成4.2.3 正式调查问卷编制4.3 数据收集与样本选择4.3.1 数据来源4.3.2 抽样方式4.3.3 预试问卷调查4.3.4 正式问卷调查4.4 数据分析方法4.4.1 描述统计4.4.2 因子分析4.4.3 结构方程模型 (sEM) 4.4.4 分层回归分析5. 研究结果分析5.1 信度与效度分析5.1.1 信度与效度分析概述5.1.2 预试调查结果分析5.1.3 正式调查结果分析5.1.4 小结5.2 结构方程模型的结果分析5.2.1 结构方程概念模型5.2.2 结构方程模型检验5.2.3 结构方程模型总效果与间接效果5.2.4 各潜在内生变量被解释的程度5.2.5 竞争模型比较分析5.2.6 结构方程模型分析小结5.3 分层回归分析5.3.1 各变量的描述统计分析5.3.2 组织承诺的影响因素5.3.3 工作满意的影响因素5.3.4 服务努力的影响因素5.3.5 服务质量的影响因素5.3.6 工作满意和组织承诺对服务努力的影响作用比较5.3.7 工作满意和组织承诺对服务质量的影响作用比较5.3.8 分层回归分析小结6. 讨论、结论与建议6.1 讨论6.1.1 各潜在变量的结构分析6.1.2 管理层服务质量承诺的影响作用6.1.3 顾客导向的影响作用6.1.4 工作满意的影响作用6.1.5 组织承诺的影响作用6.1.6 服务努力对服务质量的影响作用6.2 主要结论6.3 理论和管理启示6.3.1 理论启示6.3.2 管理启示6.4 研究局限与未来研究建议6.4.1 研究局限6.4.2 未来研究建议附录1: 顾客导向各题项的协方差矩阵附录2: 管理层服务质量承诺各题项的协方差矩阵附录3: 正式调查问卷各题项的协方差矩阵附录4: 正式研究结构方程模型协方差矩阵附录5: 调查问卷参考文献后记

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>