

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>