A study of the relationships among transnational corporation's customer participation, employee emotional labor and job involvement.

趙麗枝、楊豐華、鍾育明
E-mail: 352422@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

The purpose of this study is to investigate whether emotion labor has intermediary effect to customer participation and job involvement. The sample was made up of 101 full-time employees and 303 customers of national cosmetic industry. We analyzed the data by using hierarchical regression analysis. We conclude 4 major results of this study as follows:

1. Customer participation is significant positively related to employee emotional labor.
2. Employee emotional labor is significant positively related to job involvement.
3. Customer participation is significant positively related to job involvement.
4. Employee emotional labor has intermediary effect to customer participation and job involvement.

Discussion and suggestions for future research are provided. We hope that the findings will be valued for human resource managers.

Keywords: customer participation, emotional labor, job involvement

Table of Contents

中文摘要: iii
英文摘要: iv
誌謝辞: v
內容目錄: vi
表目錄: viii
圖目錄: ix

第一章  緒論

第一節  研究背景與動機

第二節  研究問題與目的

第二章  文獻探討與研究假說

第一節  顧客參與

第二節  情緒勞務

第三節  工作投入

第四節  其他控制變數

第五節  各變數之間的關係與研究假說

第三章  研究方法

第一節  研究架構

第二節  變數操作型定義與衡量工具

第三節  研究對象與抽樣方法

第四節  資料分析方法

第四章  資料分析

第一節  信度分析

第二節  效度分析

第三節  相關分析

第四節  階層迴歸分析

第五章  結論與建議

第一節  結論

第二節  管理實務建議

第三節  研究限制

第四節  後續研究的建議


