

旅

游

学

术

从

书

旅游管理 硕士论文文库

——2004

杜江/主编

LÜYOU GUANLI
SHUOSHI LUNWEN WENKU
——2004



旅游教育出版社

旅

游

学

术

从

书

旅游管理 硕士论文文库 ——2004

LÜYOU GUANLI
SHUOSHI LUNWEN WENKU
——2004

杜江/主编

旅游教育出版社

· 北 京 ·

责任编辑:孙延旭

图书在版编目(CIP)数据

旅游管理硕士论文文库. 2004/杜江主编. - 北京:旅游教育出版社, 2005. 8
ISBN 7-5637-1291-7

I. 旅… II. 杜… III. 旅游业—经济管理—文集 IV. F59-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 084638 号

旅游管理硕士论文文库——2004

杜江 主编

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010)65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www.tepcb.com
E-mail	tepx@163.com
排版单位	首都经济贸易大学出版社激光照排部
印刷单位	三河市灵山红旗印刷厂
经销单位	新华书店
开 本	787 × 1092 1/16
印 张	26.25
字 数	531 千字
版 次	2005 年 9 月第 1 版
印 次	2005 年 9 月第 1 次印刷
定 价	38.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

前言

旅游业是世界上发展最为迅速的产业之一。改革开放之后,我国旅游业也迅速地发展壮大起来。特别是1998年11月召开的中央经济工作会议,做出了把旅游业列为国民经济新的增长点的决策之后,我国旅游业的发展环境发生了根本性的变化,我国旅游业进入了蓬勃发展的新时期,产业规模不断扩大,产业地位不断提升。与旅游业的蓬勃发展相适应,我国旅游教育事业也经历了一个从创建到发展的过程。据统计,1990年我国仅拥有旅游院校215所,在校生49 022人;到1995年,院校数和在校生数都增长了近两倍,分别达到622所、139 260人;截止到2004年,院校数和在校生数则分别达到了1 313所(其中高等院校574所、中等职业学校739所)、578 622人(其中高等院校274 701人、中等职业学校303 921人),分别是1990年的6.1倍和11.2倍。总体来看,我国旅游院校的数量已相当可观,旅游院校层次结构总体趋于合理。但我们也应当清醒地认识到,我国硕士研究生以上的高层次旅游教育的实力不强,旅游科学研究的学术传统有待建立。

为提高我国旅游管理专业硕士研究生教育的水平,为该专业博士研究生的培养奠定坚实的基础,同时为旅游这一新兴学科学术传统的构建做准备,我们试图通过对当年全国范围内旅游管理专业硕士研究生学术成果的展示,促进校际间、地区间的交流,倡导学术规范,促进学术繁荣。基于这样的初衷,我们在设有旅游管理专业硕士点的高等院校中每年精选一些有代表性的学位论文结集出版,并将其命名为《旅游管理硕士论文文库》。

《旅游管理硕士论文文库》的收录标准主要有:选题的前沿性、研究方法的创新性、论文整体的内恰性、论述过程的逻辑一致性和院校的代表性。需要说明的是,除错别字和个别存在明显的语法错误的句子,我们对收录的论文基本上不作技术编辑以外的加工,以期比较客观地反映当年旅游管理硕士学位论文的真实水平。为提高本套丛书的质量,使其更具代表性,我们也衷心地希望有关院校能够向我们推荐优秀的旅游管理硕士学位论文。

本书的出版是编委会全体专家努力的结果。在此,编委会全体同仁特别向支持本书出版的旅游教育出版社致以谢意。同时,也让我们把深深的敬意献给中国所有的旅游管理专业的硕士研究生导师们。在市场化已经成为主流价值观的今天,正是以他们为代表的一大批学者们恪守了教书育人的学术道德,传承着中国旅游高等教育和科学研究的昨天、今天和明天。

谨以此书献给中国旅游高等教育和所有关心、支持其发展的人们!

杜江
2005年5月

目 录

第一篇 员工心理授权与酒店服务质量 关系的实证研究

作者及论文简介.....	2
第1章 论文概述.....	4
第2章 文献述评.....	6
第3章 概念模型与假设	15
第4章 调研设计与数据收集	18
第5章 数据分析	21
第6章 讨论和结论	29
参考文献	34
附录:问卷.....	38

第二篇 对饭店服务补救管理系统的研究

作者及论文简介	41
第1章 导论	43
第2章 饭店的产品特性与服务补救管理系统	49
第3章 饭店服务补救管理的运作系统	54
第4章 饭店服务补救管理的支持系统	69
第5章 结语	81
参考文献	83

第三篇 公共旅游资源经营模式研究

作者及论文简介	87
第1章 绪论	89
第2章 我国公共旅游资源经营管理现状及其评述	97
第3章 国外公共旅游资源的经营模式及其评述.....	110

第4章 公共旅游资源经营的相关理论探讨·····	117
第5章 公共旅游资源经营的基本模式·····	127
参考文献·····	138

第四篇 云南边境旅游发展研究

作者及论文简介·····	143
第1章 导言·····	145
第2章 云南边境旅游发展的优势分析·····	153
第3章 云南边境旅游发展的背景分析·····	156
第4章 云南边境旅游发展的现状分析·····	164
第5章 云南边境旅游发展的战略思路·····	170
第6章 云南边境旅游发展的趋势分析·····	178
第7章 结语·····	181
参考文献·····	182

第五篇 基于利益主体理论的京津区域 旅游合作系统研究

作者及论文简介·····	186
第1章 引言·····	188
第2章 研究方法·····	194
第3章 利益主体角度的区域旅游合作系统模型构建·····	198
第4章 京津区域旅游合作系统研究·····	204
第5章 结论与讨论·····	219
参考文献·····	221
附录·····	224

第六篇 基于动态战略规划的旅游上市公司 “战略盈利能力模型”

作者及论文简介·····	229
第1部分 方法研究:旅游企业动态战略规划的路径和模式·····	231
第1章 文献评论·····	231
第2章 确定动态边界·····	237
第3章 评价战略承诺·····	244
第4章 分析战略相互性进行战略定位及其动态调整·····	247

第2部分 数据与模型:旅游上市公司战略盈利能力模型	252
第5章 方法概述:研究范式与数据库	252
第6章 构建模型结构:变量库和数据库的形成	254
第7章 模型构建:SKSF模型的确立过程	258
第8章 模型运用:指标化、最优化和聚类分析	262
第9章 总结与结论	265
参考文献	266

第七篇 旅游线路设计与优化中的运筹学问题

作者及论文简介	269
第1章 旅游线路基本范畴的界定	272
第2章 旅游线路设计及其与旅游线路优化的关系	284
第3章 旅游线路的优化	290
第4章 进一步的讨论	300
参考文献	305

第八篇 文物古迹保护与开发的博弈分析

作者及论文简介	308
导言	311
第1章 相关概念准备	314
第2章 文物古迹保护与开发战略选择	317
第3章 文物古迹旅游区经营权选择博弈	320
第4章 文物古迹开发方式选择博弈	328
第5章 开发后管理科学性博弈分析	334
第6章 结论	343
参考文献	344

第九篇 影响饭店选择餐饮经营方式的因素研究

作者及论文简介	347
第1章 研究背景	349
第2章 文献综述	351
第3章 对以往研究的总结和研究设计	358
第4章 案例分析	361

第5章 问卷研究与分析	367
第6章 结论	374
参考文献	379

第十篇 我国旅游业突发性危机影响、 诱因及预警机制建构研究

作者及论文简介	383
第1章 导论	385
第2章 旅游危机理论综述	387
第3章 旅游危机影响效应评估	391
第4章 旅游危机预警机制建构	397
第5章 结束语	407
参考文献	409

第一篇

员工心理授权与酒店 服务质量关系的实证研究^①

关颖娟 丁志斌 关颖娟

① 本文是广东省自然科学基金项目“服务性企业员工心理授权影响因素及其作用实证研究”(04009756)的研究成果。

作者及论文简介

作者:杨莹

学校:中山大学

指导教师:谢礼珊 副教授

摘 要

服务质量是服务性企业经营管理的核心内容。授权管理措施是服务性企业提高服务质量的有效方法,而授权管理措施在企业内部的成功实施最终还要取决于服务人员的授权心态,即员工心理授权。在本次研究中,笔者在文献研究的基础上,提出了一个探讨员工心理授权与服务质量关系的概念模型,并在广州的两家四星级酒店进行了问卷调查,最后,笔者采用规范、科学的实证研究方法,利用 SPSS 11.5 和 LISREL 8.54 统计软件对概念模型进行了检验。

数据分析的结果表明:(1)员工心理授权包括工作意义、工作能力和个人影响力三个组成成分;(2)员工心理授权的三个组成成分之间存在相互影响的关系;(3)员工感知的个人影响力和工作能力分别对服务质量产生不同的影响;(4)培训和奖励措施不仅影响员工心理授权,还对服务质量产生积极的影响。笔者根据数据分析的结果提出,我国酒店管理人员应在酒店中建立起完善的培训和奖励体系,以便更有效地增强员工的心理授权感,进而实现本企业提高服务质量的目标。

关键词:员工心理授权 培训 奖励 服务质量

Abstract

Service quality is the core of the business of service companies. Empowerment is the effective method of improving service quality, and the success of empowerment depends on the psychological empowerment. Based on literature review, the author proposes a causal model of the relationship between psychological empowerment and perceived service quality, surveys the service employees of two four-star hotels of Guangzhou city, and tests the model in a empirical study by using the statistic software of SPSS 11.5 and LISREL 8.54.

The results of this study indicate that: (1) Psychological empowerment has three components, they are meaningfulness, competence and influence; (2) There are relationships exist in the three components of psychological empowerment; (3) Influence has a direct impact on perceived service quality; (4) Training and reward are all the important antecedents of psychological

empowerment, and have impact on perceived service quality. The study can give the valuable suggestions to both the theorists and managers of hotels about how to build the sound training, and extrinsic reward system in a hotel and how to reinforce psychological empowerment for the goal of improving hotel's service quality.

Key words: psychological empowerment; training; reward; perceived service quality

前 言

全球化竞争的加剧和信息化技术革命的影响,使得许多企业的管理人员意识到,传统的管理方式并不总是那么有效,它们已经不能适应时代发展的要求。企业的管理人员一直在不断地寻求新的管理方法,使企业能更好地应对未来的挑战。在这种管理思想的推动下,授权管理理论应运而生。许多国际知名企业都相继在企业内部实施了授权管理措施。随着“以人为本”的管理思想在企业内部的推行,企业的管理人员在实施各项管理措施的同时,也将越来越多的注意力放在了员工的心理认知和个人发展上。

授权管理措施在企业内部的成功实施最终还要取决于员工的授权心态。员工的心理授权感会直接影响员工的行为,心理授权程度较高的员工在工作中更有可能取得较好的工作绩效。因此,企业的管理人员应采取有效的措施,增强员工的心理授权感。

我国的酒店业面临着巨大的竞争压力,酒店的管理人员如何有效地激励服务人员,促使服务人员创造优质服务,为本企业赢得满意和忠诚的顾客,无疑是酒店获取可持续竞争优势的关键因素之一。酒店的管理人员应授予员工更大的工作自主决策权,使员工在服务过程中能更灵活地为顾客服务,更主动地解决服务中出现的各种问题,以提高服务质量。

笔者希望通过本次实证研究,为酒店的管理人员如何增强员工的心理授权感,进而提高服务质量,提供可资借鉴的参考。

第1章 论文概述

本章介绍本次研究的研究目的、研究意义和研究范围。

1.1 研究目的

在本次研究中,笔者应用员工心理授权理论,探讨了员工心理授权对服务质量的影响,以及企业人力资源管理措施中的培训与奖励措施对员工心理授权的影响。笔者希望通过本次实证研究,对酒店的管理人员如何增强服务人员的心理授权感、提高服务质量等问题提出实际的操作建议。本次研究的具体目的如下:

1. 探讨员工心理授权的含义。
2. 探讨员工心理授权是否会影响服务质量。
3. 探讨在酒店的人力资源管理措施中,培训和奖励这两方面措施是否会影响员工心理授权。
4. 加深酒店管理人员对影响员工心理授权的因素和员工心理授权的结果的认识。

1.2 研究意义

1.2.1 实践意义

早在20世纪六七十年代,一些生产性企业,如宝洁公司、通用电器公司等就开始在企业内部实施授权管理(Edward E. Lawler, 1990)。授权的具体措施表现在很多方面:企业授权给机器操作人员,当发现产品出现质量问题时及时停止生产,并对机器进行必要的调整;工厂的技术人员可以根据自己的能力来选择用何种方法解决相应的技术问题;企业给予员工监督和支配自己所需花销的权力等。授权可以增加员工的决策权力,扩大员工对组织的影响力,进而增强员工对企业的满意感和忠诚感。

随着授权管理措施在生产性企业的成功实施,欧美的一些服务性企业,如麦当劳集团、斯堪的纳维亚航空集团、玛里奥特酒店集团等也相继采用了授权管理措施。由于服务具有区别于产品的特殊属性,因此,服务性企业的员工需要在工作中有更大的灵活性,拥有更多的决策权和资源支配权。美国学者伦道夫(A. Randolph)指出:在服务性企业中,管理人员授予员工权力可以使员工感觉自己的工作更有意义,员工会有更高的工作热情、更大的工作灵活性,更愿意提出改善服务质量的建议(Randolph, 1995)。服务性企业的服务人员直接和顾客接触,他们的态度和行为直接影响对顾客的服务质量,因此,受权的员工不仅可以更好地满足顾客的需要,为顾客提供可靠的服务,而且在服务差错出现之后,能为不满意的顾客提供更快的补救性服务。学者卡特(R. Carter)对澳大利亚悉尼机场的喜来登大酒店和里兹卡尔顿酒店的案例分析也表明,授权对酒店降低劳动成本、提高服务质量有很大的促进作用。

用(Carter,1997)。

酒店业是我国最早开放的行业,行业竞争日益激烈。酒店的管理人员一直在不断地寻找提高服务质量、创造满意顾客的有效方法。管理人员在酒店中实施授权管理措施,有助于增强服务人员的自信心和责任感,促使他们在服务工作中更加投入。在本次研究中,笔者主要探讨员工心理授权与酒店服务质量之间的关系,并从企业人力资源管理措施的角度出发,探讨酒店的培训和奖励两方面人力资源管理措施对员工心理授权的影响。笔者希望通过本次研究,为酒店管理人员提出有价值的建议,使他们更合理地运用人力资源管理措施,在酒店中建立起完善的培训和奖励体系,增强员工的心理授权感,提高酒店的服务质量。

1.2.2 理论意义

欧美企业管理理论界对授权的讨论较多地集中在授权的定义、影响授权的因素和授权所产生的结果的研究上。一些学者的实证研究的结果表明,个体个性和社会结构特征等因素对企业的授权管理措施有直接影响,企业的授权管理措施会影响员工的心态和行为(Melissa Koerner,1993;Gretchan M. Spreitzer,1995a)。因此,从员工心理的角度来研究授权的员工心理授权理论应运而生。美国南加州大学丝普蕾查教授(Gretchan M. Spreitzer)的实证研究表明:员工心理授权在组织结构和员工的行为结果之间起中介的作用(Spreitzer,1995b)。

笔者在文献研究中发现,许多学者对影响员工心理授权的因素进行了探讨。丝普蕾查教授指出:工作角色的明晰度、信息和资源的提供情况、社交性支持、企业文化等因素会影响员工心理授权(Spreitzer,1995a)。学者史密斯和穆里(Amelia C. Smith and V. Suchitra Mouly)指出:有些因素对员工心理授权有促进作用,如有效的领导、开放的企业文化、良好的内部沟通以及适当的培训;而有些因素则会妨碍员工的授权感觉,如管理者的担忧、员工的担忧以及官僚化的组织结构(Smith and Mouly,1998)。学者卡森和恩兹(David L. Corsun and Cathy A. Enz)的研究表明:组织内部的关系(如同事之间相互帮助、支持性的企业环境)和员工与顾客之间的关系都会影响员工心理授权(Corsun and Enz,1999)。有些学者从员工心理授权可能产生的结果的角度进行了研究,丝普蕾查教授的研究发现:员工心理授权对企业管理的效率和员工的变革行为有直接影响(Spreitzer,1995a)。学者克雷默等人(Maria L. Kraimer, Scott Eisebert and Robert C. Liden)的研究表明:员工心理授权影响员工对其职业发展方向的选择过程,以及员工对企业的忠诚(Kraimer, Eisebert and Liden,1999)。很多欧美学者认为,员工心理授权和服务质量之间似乎存在着非常明显的关系。但这方面的实证研究却很少,这种现象的出现或许是因为员工心理授权概念和服务质量的概念都较为复杂(A. Parasuraman, Leonard L. Berry and Valarie A. Zeithaml,1991;Gretchan M. Spreitzer,1995a)。

笔者希望借助本次实证研究,加深理论研究者对员工心理授权的概念、影响员工心理授权的因素和员工心理授权的结果的认识。

1.3 研究范围

在本次研究中,笔者在广州的两家高星级酒店对一线服务员工进行了问卷调查。笔者希望通过本次实证研究,探讨员工心理授权与服务质量之间的关系,以及人力资源管理措施中培训和奖励这两方面措施对员工心理授权是否有直接的影响。

第2章 文献述评

在本章中,笔者回顾学术界对员工心理授权的研究,并对服务质量、培训和奖励的相关文献进行述评。

2.1 授权理论与员工心理授权理论

2.1.1 授权理论

授权是在激烈竞争的市场环境下,企业所采用的新的管理方式,这种管理方式自20世纪90年代以来已经受到了理论研究者和企业管理者们的广泛关注。授权理论源于参与式管理理论和员工工作参与理论(Gretchan M. Spreitzer, Mark A. Kizilos and Stephen W. Nason, 1997)。参与式管理理论提倡管理人员与员工分享决策权,以便更有效地提高员工的工作满意感和工作绩效;员工工作参与理论是参与式管理理论的进一步发展,它强调管理人员通过与员工分享权力、信息、知识、奖励,以及增加培训、减少管理层次等措施,来提高员工的工作技能和增加员工的工作自由选择权,促使员工为企业做出更大的贡献(David E. Bowen and Edward E. Lawler, 1992)。

大多数授权管理理论的研究者认为,授权是企业的管理人员与其下属员工分享权力的过程。此类研究的重点在于企业的管理人员如何通过改变组织结构、组织文化和管理方式等措施,更好地分配权力、减少员工的依赖性、增大员工的控制权,使企业的管理人员能更顺利地实施授权管理措施,进而实现提高企业绩效的目的。管理人员是授权管理实施过程中的主体,他们采用适当的授权管理措施来影响员工的行为,激励员工更好地完成企业目标。

授权管理理论的研究者对授权的含义往往有不同的理解。美国亚利桑那州立大学的教授鲍恩和南加利福尼亚州立大学的教授劳勒(David E. Bowen and Edward E. Lawler)在员工工作参与理论的基础上,提出了授权概念:授权指管理人员除了给予员工决策制定权之外,还基于个人绩效对员工进行奖励、为员工提供组织绩效的信息,以及采用不同的方式扩大员工的知识面,以此来提高组织绩效(Bowen and Lawler, 1992)。这一定义的操作性较强,是学术界广泛引用的一个定义。美国学者默雷尔和梅雷迪斯(Kenneth L. Murrell and Mimi Meredith)指出:授权是企业的管理人员与员工之间的一种相互影响,是对权力的一种创造性分配,是对责任的分担(Murrell and Meredith, 1999)。学者埃克丽思(T. Eccles)指出:授权是企业鼓励员工的过程。在这个过程中,企业为员工提供充足的权力和资源,以便帮助和鼓励他们的工作中更好地运用自己的技能和经验,提高工作效率(Eccles, 1993)。

从企业管理的角度研究授权理论的学者,往往把授权看成是一种分享和下放权力的管理方法。但这些学者所提出的授权方法只是针对管理者的授权行为,并不总能够表明员工的受权感觉和心态(Jay A. Conger and Rabidnra A. Kanungo, 1988)。授权不仅包括管理人员“授予员工权力”这个客观事实,还包括员工对其所拥有的权力和所具备的能力的感觉发生

变化的主观反应(Conrad Lashley,1998)。企业为员工提供机会和权力,但是企业的授权管理措施能否顺利实施最终取决于员工是否愿意运用这些权力,承担更多的责任。

2.1.2 员工心理授权理论

1988年,加拿大学者孔戈和康纳果(Jay A. Conger and Rabidnra A. Kanungo)指出,授权会影响员工的心理感觉,授权可以增强员工的自我效能感(Conger and Kanungo,1988)。大多数学者对授权概念的定义更为广泛,在这些学者的文献中,授权并不只强调管理者习惯上所认为的如何增加员工的权力,而且也强调授权管理措施对员工心理状态的影响。这些学者把授权描述为个人的心理认知过程,这个过程是企业在实施授权管理措施的过程中,个体对此经历所产生的主观感受,是一个内在激励过程。因此,理论界还必须从员工心理的角度研究授权。

2.1.2.1 孔戈和康纳果的授权过程理论

孔戈和康纳果认为授权不仅仅是简单的管理技巧,授权还是“企业通过改变特定的工作环境来增强员工自我效能感的过程”。自我效能感是员工对自己所具备的工作能力的信心。一个人的自我效能感越高,他对自己在工作中获得成功的能力就越有信心(A. Bandura,1982)。企业采取授权管理措施会增加员工的工作自由选择权,员工可以选择最佳的工作方式,因此他们的自我效能感也得到增强(Marylin E. Gist and Terence N. Mitchell,1992)。自我效能感越高的员工越相信自己具备了完成具体任务或应对挑战的能力,他们相信自己有能力提高工作绩效,而不仅仅是希望自己的工作绩效能够得到提高。企业采取授权管理措施不仅可以影响员工的工作行为,而且可以增强员工的工作信心。

孔戈和康纳果指出,授权过程包括5个阶段:

第一阶段:管理人员识别员工产生无权感的4个方面的原因。

① 组织因素:如组织结构的变化、竞争压力、官僚主义、资源高度集中、缺乏有效沟通的组织结构等。

② 管理人员的管理方式:如高度控制的管理方式等。

③ 不完善的薪酬制度:如薪酬制度对员工缺乏激励作用、薪酬分配不公平、薪酬设计不能体现员工在工作能力上的差异等。

④ 职务设计的缺陷:如工作角色模糊、员工没有得到适当的培训、企业为员工设定的工作目标不明确、员工缺少工作自主决策权、员工与高层管理人员的沟通较少等。

第二阶段:管理人员运用一系列正式的管理措施和非正式的沟通方式。

企业的管理人员可以通过诸如参与式管理、工作丰富化、建立信息反馈制度、实施基于员工才能的薪酬制度和目标管理等方法,消除员工的无权感,提高他们的自我效能感。

第三阶段:管理人员从4个方面为员工提供增强其自我效能感的信息。

① 设定目标:管理人员可以通过为员工设定最基本的、可达到的目标,并且对员工进行新技能培训,使员工感到自己有能力完成工作目标。

② 成功经验:管理人员的成功经验对于员工来说有很好的示范作用。员工可以借鉴管理人员的经验,模仿管理人员的工作方式。员工可以根据这些成功经验改善自己的工作。

③ 语言鼓励:管理人员需要不断地给予员工鼓励。管理人员要鼓励员工敢于创新,敢于冒险,敢于主动地承担责任,对员工的失误不多加责备,而是帮助其分析失败的原因。同

时,管理人员也应对员工出色的工作多加赞扬,增强员工的信心。

④ 情感激励:员工在工作中产生的焦虑和压力,会极大地削弱他们的自我效能感。管理人员需要对员工的情感有深入地了解,设身处地为员工着想,为员工提供必要的情感上的激励,在企业内部创造一个支持和信任的团队气氛。

第四阶段:员工受权心态的变化。

企业所采取的一系列有针对性的授权管理策略,可以极大地满足员工自我肯定和自我实现的需要,增强员工的自我效能感,改变员工的受权心态。

第五阶段:员工受权后的行为结果。

受权员工在工作中会更加积极和主动,更愿意接受挑战、更能坚持不懈地完成工作目标。受权员工的自我效能感得到了极大的增强,他们有能力 and 信心取得更高的工作绩效。

2.1.2.2 托马斯和范尔索丝的授权认知理论

美国学者托马斯和范尔索丝(Kenneth W. Thomas and Betty A. Velthouse)不完全赞同孔戈和康纳果对授权的定义,他们认为授权不仅仅指员工自我效能感的增强,还包括授权对员工感知的工作意义、选择权和影响力的影响。在此基础上,他们提出了一个比较完整的授权认知模型。授权认知模型从员工的心理状态出发,把授权看成一种内在的工作动力(Thomas and Velthouse, 1990)。

托马斯和范尔索丝认为授权是:“员工个人从能产生激励和满意感的工作中获得的积极的、有价值的经历,是一个内在激励的过程。”他们从员工心理的角度提出了一个更为复杂的授权认知模型,这个模型的核心是由“环境事件”、“员工对工作任务的评价”和“员工的行为”这三部分组成的一个持续性的循环过程。上级管理人员、同事、下属对员工行为的意见和建议等可以为员工提供他们持续性工作行为结果的信息,以及与他们今后行为相关的环境信息。这些信息会影响员工对工作任务的评价,包括员工对工作意义、能力、影响力和选择权的评价。员工对工作任务的评价会激发或强化员工富有创造性、能动性、灵活性等方面的行为,同时,员工的行为又会影响外部环境事件。

托马斯和范尔索丝指出,自我效能感不能充分解释员工的受权心态。他们认为员工的受权心态应该包括工作意义、能力、影响力和选择权这4个组成成分:

“工作意义”指员工根据自己的理想和价值观念,评估工作任务与工作目标。当员工认为工作角色的要求和他们的信仰、价值观以及行为方式一致时,他们就认为工作是有意义的。

“能力”指员工个人对自己是否具有熟练地完成工作任务所具备的能力的信心。能力和自我效能感的定义相似,自我效能感的本质即是对能力的一种自我信任(A. Bandura, 1982)。

“选择权”指员工对自己工作的控制程度。具体来说,选择权指员工在安排工作内容、确定工作程序时,感到自己有多大的自由度。员工如果在工作中获得自由选择权,他们就能选择在不同的工作条件下采用不同的工作方式。

“影响力”指员工对企业战略、行政管理或经营管理结果的影响程度。员工通过自己的某些行为来影响他人和组织的工作绩效。工作选择权是个体感觉中对其自身行为的控制能力,而工作影响力则是个体感觉中对其所处环境的控制能力。

托马斯和范尔索丝的授权认知理论模型深化了员工心理受权理论,并为员工心理受权

的学术研究奠定了理论基础。

2.1.2.3 丝普蕾查的员工心理授权计量尺度

欧美的一些企业研究者在孔戈和康纳果、托马斯和范尔索丝的理论基础上,对员工心理授权的计量方法进行了不少研究。其中,美国南加州大学的丝普蕾查教授从“工作意义”、“工作能力”、“工作自主决策权”(定义与选择权相似)和“工作影响力”4个方面计量员工心理授权,并设计了12个员工心理授权的计量尺度(Spreitzer, 1995a)。丝普蕾查提出的员工心理授权计量尺度得到了理论界的广泛认同,是理论界最常用的一个计量量表。

2.1.2.4 富尔福特和恩兹的员工心理授权研究

美国学者富尔福特和恩兹(Mark D. Fulford and Cathy A. Enz)对美国东部地区的13个私人俱乐部的297名服务人员进行了员工心理授权的实证研究,他们采用了丝普蕾查的员工心理授权定义和计量尺度。这两位学者在对数据进行主成分分析的过程中,因子旋转的结果表明:员工心理授权由3个主成分组成,其中工作意义和工作能力是两个独立的主成分,而工作自主决策权和工作影响力高度相关,合为一个主成分。富尔福特和恩兹认为,他们的研究是在劳动密集型的服务性企业中进行,服务性企业所具备的特性和企业的规模可能是员工心理授权4个组成成分合成为3个组成成分的原因。因此,他们将工作自主决策权和工作影响力合为一个成分,命名为“个人影响力”(Personal Influence)。这两位学者将“个人影响力”定义为:员工通过运用他们所拥有自主决策权,来影响自己的工作绩效、组织经营成果的能力。个人影响力是员工对自己的工作和所处环境的综合控制能力^①。

学者卡尔森和恩兹(David L. Cousun and Cathy A. Enz)在1999年对21个私人俱乐部的服务人员所进行的服务性企业的员工心理授权实证研究中,采用了富尔福特和恩兹所提出的员工心理授权是由工作意义、工作能力和个人影响力3个成分组成的理论观点(Cousun and Enz, 1999)。此外,学者韩萨和乔治(Murat Hancer and R. Thomas George)在2003年对多家大型的连锁餐厅进行的员工心理授权实证研究中,也采用了富尔福特和恩兹所提出的员工心理授权3个组成成分的理论观点(Hancer and George, 2003)。上述学者的研究都支持了员工心理授权3个组成成分的理论观点在服务性企业中应用的合理性。

由于本次实证研究是在大型的高星级酒店中进行,因此笔者决定采用富尔福特和恩兹所提出的员工心理授权3个组成成分的理论观点。

2.2 员工心理授权与服务质量

2.2.1 员工心理授权与服务质量之间的关系

学者帕西和罗森奈尔指出(Riccardo Peccei and Patrice Rosentel):在服务性企业中,授权员工认为企业重视自己的工作,自己的工作是有价值、有意义的,他们能了解服务工作在服务性企业经营中的重要性,他们有为顾客提供优质服务的强烈愿望,能设身处地为顾客着想;授权员工相信自己具备了顺利完成服务工作和应对复杂服务情况的能力;授权员工获得

^① Fulford Mark D. and Enz Cathy A. The Impact of Empowerment on Service Employees. Journal of Managerial Issues, 1995, 7(2): 161~175.