

DT  
400.2  
2302  
100  
225170

# 國立勤益科技大學

工業工程與管理系

碩士學位論文

郵局員工的組織承諾對知覺服務品質之影響

The influence of organizational commitment  
of post staff to perceived service quality



指導教授：李國義博士

研究生：傅文俊

中華民國一〇〇年七月

國立勤益科技大學圖書館



225170

郵局員工的組織承諾對知覺服務品質之影響

The influence of organizational commitment of post staff to  
perceived service quality

研究生：傅文俊

Student : Wun-Chun Fu

指導教授：李國義

Advisor : Kuo-Yi Lee

國立勤益科技大學

工業工程與管理系

碩士論文

A Thesis

Submitted to Industrial Engineering and Management

College of Management

National Chin-Yi University of Technology

in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master

in

Management

July 2011

Taichung, Taiwan, Republic of China

中華民國一〇〇年七月

# 國立勤益科技大學

## 博碩士論文全文上網授權書

(提供授權人裝訂於紙本論文書名頁之次頁用)

本授權書所授權之論文為授權人在國立勤益科技大學  
工業工程與管理系 \_\_\_\_\_ 組 99 學年度第 二 學期取得碩士  
學位之論文。

論文題目：郵局員工的組織承諾對知覺服務品質之影響  
指導教授：李國義

### ■ 同意

本人具有著作權之論文全文資料，非專屬、無償授予本人畢業學校圖書館，不限地域、時間與次數，以微縮、光碟或數位化等各種方式重製與利用，提供讀者基於著作權法合理使用範圍內之線上檢索、閱覽、下載及列印。

論文全文上載網路公開之範圍及時間：

校內區域網路	■ 中華民國 101 年 7 月 29 日公開
校外網際網路	■ 中華民國 101 年 7 月 29 日公開

授權人：傅文俊

簽名：\_\_\_\_\_

傅文俊

中 華 民 國 100 年 7 月 29 日

國立勤益科技大學  
工業工程與管理系碩士班

論文口試委員會審定書

本校 工業工程與管理系 碩士班 傅文俊 君

所提論文 郵局員工的組織承諾對知覺服務品質之影響

合於碩士資格水準，業經本委員會評審認可。

口試委員：

李國義

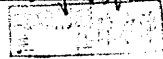
陳貴林

吳聰銘

指導教授：

李國義

系主任：



中華民國 一〇〇 年 七 月



## 摘要

本研究旨在探討組織承諾對員工知覺服務品質之影響，使用的研究方法包括文獻分析法和問卷調查法進行分析，研究對象為中部地區的郵局。運用立意抽樣法，抽取 500 位對象進行施測，有效樣本 421 份，採用 SPSS18.0 和 AMOS17.0 等軟體進行統計分析。本研究各潛在變項的組成信度(CR)及 Cronbach  $\alpha$  值都在 0.7 以上，各構面的 AVE 值都大於相關構面系數的平方，所以本研究具有不錯的信度及效度。在整體配適度方面， $\chi^2/df=2.593$ ，CFI=0.917，IFI=0.918，GFI=0.855，AGFI=0.881，RMSEA=0.063，所以本研究模式具有不錯的配適度，以下為本研究所得到的結論：

- 1、組織承諾對知覺服務品質的徑路分析方面，整體直接效果及中介效果達到顯著水準，所以郵局機關在提昇郵局員工的服務品質水準時，除了注重員工的組織承諾之外，尚需注意員工的工作滿足，才能有效提昇郵局員工的服務品質水準。
- 2、人格特質對知覺服務品質的徑路分析方面，工作滿足的中介效果成立，但整體直接效果未達顯著水準，所以郵局機關要特別注意個別員工的工作滿足，才能有效提昇員工的服務品質水準。
- 3、組織支持對工作滿足及知覺服務品質之干擾效果分析中，P 值沒有顯著差異，可得知組織支持對工作滿足及知覺服務品質沒有干擾。
- 4、組織承諾對知覺服務品質之評估模式，經由多群組分析之後未達顯著水準，得知郵局員工知覺服務品質不會因為職位之差異而有所影響。
- 5、本研究模式的潛在變項包括組織承諾、人格特質、工作滿足、組織支持及知覺服務品質，可以完整且多方面探討郵局員工的組織承諾對知覺服務品質的影響，此為本研究的學術貢獻之一。

關鍵字：組織承諾、工作滿足、知覺服務品質、郵局員工、結構方程模式。

## Abstract

This study aimed to explore influence of organizational commitment of post staff to perceived service quality. We used two research methods including document analysis and questionnaires, subjects including the central post office. By using the purposive sampling method, we collected 500 observed data. After removing the invalid questionnaires, 421 valid samples remaineg, using SPSS and AMOS for data analysis. In this study, the values of composite reliability and Cronbach  $\alpha$  of latent variable are above 0.7. The dimensions of the AVE values are greater than the square of correlation coefficient of dimensions, this study has a good reliability and validity. In terms of overall fitness,  $\chi^2/df = 2.593$ , CFI = 0.917, IFI = 0.918, RMSEA = 0.063, GFI=0.855, AGFI=0.881, so that the model has goodness of model fit, the institute concluded the following based :

1. Organizational commitment to the service quality of perceived path analysis, the direct effect of overall and mediation has reached to significant level. So, when the post office improving service quality standards of the Post staff, they should pay more attention in not only the organizational commitment, but also the employee job satisfaction. Therefore, they can effectively enhance the standard of the staff's service quality.
2. Personality traits to the perceived quality of service path analysis, the mediating effect of job satisfaction the establishment of an intermediary, but the direct effect of the overall does not reaches the significant level, so the post office authorities to pay special attention to individual employees of job satisfaction in order to effectively enhance the staff's service quality standards.
3. In the interference effect analysis of the job satisfaction and service quality toward organizational support, the P value has no significantly difference. So we can know that there's no interference in organizational support in job satisfaction and service quality.
4. In the perceived service quality assessment model of organizational commitment through the multi-group analysis, we know that it is not reach the significant level. So we can know that there is no difference in perceived service quality of the post staff because of the job level.
5. The potential variables in this model including organizational commitment, personality traits, job satisfaction, organizational support, and service quality of perceived. You can completely investigate the Post staff organizational commitment of on service quality of perceived any aspects. And this is one of the academic contributions of this study.

**Keywords** : Organizational commitment, job satisfaction, perceived service quality, post staff, SEM.

## 謝 誌

終於，令人期待的時刻來臨，論文終於完成了!!!回首這一路以來的學習過程，雖然倍感艱辛與挫折，但在老師的指導與同學的協助與相互勉勵之下，才能結出甜美的果實。

首先，要感謝我的指導老師李國義教授對我的指導，使得論文得以順利完成；另論文口試期間，承蒙吳聰智老師、陳貴琳老師，撥冗對本論文的細心審閱，並提供諸多寶貴的意見與建議，使論文內容能更臻完善，在此亦致上誠摯的謝意。

在論文撰寫過程中，感謝珮廷、彥希、世旻、宜軒及莉婷提供許多寶貴的意見，並給予指導及幫助，讓論文結構更趨扎實。感謝張先生及盧先生兩位郵局專員協助發放問卷，使論文得以快速完成，感謝你們不管在學習、課業或是生活上的打氣與幫忙，有你們的支持與陪伴，讓我在研究生涯更加充實。

最後，感謝家人一路的相互扶持，爸爸、媽媽的鼓勵，大哥文煜、二姊瑜芳的督促及分憂解勞，適時地給予我論文方面的建議，讓我能更勇往直前專注於課業，謝謝您們。最後誠摯的將這份論文成果獻予您們，以表達我最深切的謝意。

傅文俊 謹誌

中華民國一〇〇年七月

# 目錄

摘要.....	I
謝 誌.....	VI
目錄.....	I
表目錄.....	III
圖目錄.....	V
一、緒論.....	7
1-1 研究背景動機.....	7
1-2 研究目的.....	9
1-3 研究範圍與限制.....	10
1-4 研究方法與步驟.....	11
1-5 名詞解釋.....	14
二、理論基礎及文獻探討.....	16
2-1 組織承諾之相關文獻.....	16
2-2 服務品質之相關文獻.....	20
2-3 人格特質之相關文獻.....	29
2-4 工作滿足之相關文獻.....	33
2-5 組織支持之相關文獻.....	35
2-6 各構面相關性研究.....	37
三、研究設計.....	45
3-1 研究架構.....	45
3-2 研究模式.....	46
3-3 研究假設.....	46
3-4 問卷發展與施測.....	47

3-5 預試 .....	55
3-6 抽樣設計 .....	56
四、資料分析與討論 .....	60
4-1 基本資料檢視 .....	60
4-2 個別測量模式配適評鑑 .....	63
4-3 信度與效度分析 .....	70
4-4 檢定力分析 .....	74
4-5 研究模式之整體性分析 .....	75
4-6 交叉效度分析 .....	82
4-7 整體模式直接與間接效果分析 .....	84
4-8 干擾變數分析 .....	87
4-9 多群組分析 .....	89
4-10 研究假設分析 .....	90
五、結論與建議 .....	96
5-1 結論 .....	96
5-2 建議 .....	98
5-3 後續研究與建議 .....	98
參考文獻 .....	100
附件一 調查問卷 .....	118
附件二 共變異數矩陣 .....	121
附件三 相關係數矩陣 .....	122

## 表目錄

表 1 組織承諾定義表 .....	17
表 2 SERVQUAL 量表之構面與評量項目 .....	26
表 3 修正後的 SERVQUAL 量表之構面與評量項目 .....	28
表 4 人格特質定義表 .....	30
表 5 組織支持定義表 .....	37
表 6 問卷題項內容發展來源彙整表 .....	50
表 7 郵局員工問卷題項內容彙整表 .....	52
表 8 織承諾對知覺服務品質為量表之預試分析 .....	57
表 9 郵局員工基本資料(N=421) .....	61
表 10 全距、平均數、標準差、偏態及峰度摘要表 .....	62
表 11 組織承諾構面測量模式驗證性因素分析結果摘要表 .....	64
表 12 知覺服務品質構面測量模式驗證性因素分析結果摘要表 .....	65
表 13 人格特質構面測量模式驗證性因素分析結果摘要表 .....	67
表 14 工作滿足構面測量模式驗證性因素分析結果摘要表 .....	68
表 15 組織支持構面測量模式驗證性因素分析結果摘要表 .....	69
表 16 SMC、組成信度及平均變異數抽取量摘要表 .....	71
表 17 Bootstrap 法區別效度 .....	73
表 18 AVE 法區別效度 .....	73
表 19 迴歸係數參數估計摘要表 .....	80
表 20 變異數參數估計摘要表 .....	81
表 21 整體模式配適度各評鑑項目總結 .....	82
表 22 模型穩定性使用寬鬆策略之交叉效度分析 .....	83
表 23 模型穩定性使用溫和策略之交叉效度分析 .....	84

表 24 整體模式直接與間接效果分析.....	86
表 25 組織支持對工作滿足、服務品質干擾效果分析.....	87
表 26 整體模式使用溫和策略之多群組分析.....	90



## 圖目錄

圖 1 研究步驟.....	13
圖 2 整體認知服務品質模式.....	22
圖 3 PZB 模式.....	24
圖 4 SERVQUAL 五構面的服務品質量表圖.....	26
圖 5 本研究之 SEM 模式架構.....	44
圖 6 研究架構.....	45
圖 7 本研究之 SEM 模式.....	46
圖 8 問卷發展的步驟.....	49
圖 9 組織承諾構面假設性 CFA 測量模式.....	64
圖 10 組織承諾構面修正後 CFA 測量模式.....	64
圖 11 知覺服務品質構面假設性 CFA 測量模式.....	66
圖 12 知覺服務品質構面修正後 CFA 測量模式.....	66
圖 13 人格特質構面假設性 CFA 測量模式.....	67
圖 14 人格特質構面修正後 CFA 測量模式.....	67
圖 15 工作滿足構面假設性 CFA 測量模式.....	68
圖 16 工作滿足構面修正後 CFA 測量模式.....	68
圖 17 組織支持構面假設性 CFA 測量模式.....	69
圖 18 組織支持構面修正後 CFA 測量模式.....	70
圖 19 組織承諾對知覺服務品質模式一階五因子斜交測量模式.....	74
圖 20 模式之整體架構.....	76
圖 21 關聯模式結果徑路圖.....	79
圖 22 干擾效果考驗模型(前 27%組群).....	88
圖 23 干擾效果考驗模型(以 73%組群).....	88





## 一、緒論

本研究旨在探討郵局員工的組織承諾對知覺服務品質之影響，運用 SEM 方法進行統計分析，並提出解決改善對策。本章主要內容包括研究背景與動機、研究目的、研究範圍與限制、研究方法與步驟、名詞解釋等，詳細說明如下。

### 1-1 研究背景動機

我國郵政創辦於 1896 年，迄今已有百餘年歷史，然郵政之法制化實則肇基於 1935 年 3 月 1 日「郵政總局組織法」之頒布。其後，郵政機關拳拳服膺政府施政理念，長期執行政府所賦予之政策性任務，為國人提供迅速、安全、便利之郵件遞送服務；又其經營目標除善盡社會責任外，並依照「國營事業管理法」規定，以事業養事業，以事業發展事業，兼顧服務、營運及支援國家財政需求，利用廣佈全國各地之營業據點，辦理郵政儲金業務，匯集民間游資，支援公共建設，造福桑梓、繁榮社會，其作為我國財經部門推動國家整體建設之後盾者，已歷時七十餘載(林德穎，2008；曾吉延，2006)。

由於早期郵局是屬於國營事業，是屬於寡占市場民眾的選擇只有一種，所以郵局對其服務品質並不注重，但隨著 2003 年 1 月 1 日的到來，百餘年來官辦公營的郵政事業轉變成民營事業，「郵政總局」正式邁入歷史(林德穎，2008)，郵局自從改制為公司組織，採郵務、儲匯、壽險三業合一的經營型態(黃榮賢，2010)，在面對全球通訊科技突飛猛進與其它公民營事業體激烈競爭，造成經營困境及顧客流失率升高。當面臨如此產業環境生態下，郵局開始重視服務品質維持與顧客之間良好的關係，在這競爭激烈的環境中，顧客是我們的衣食父母，沒有顧客就沒有企業，顧客永遠是企業最重要的資源。能夠維持和顧客間長期的關係並提高顧客滿意度跟忠誠度，是企業獲利生存最主要的關鍵。故提高郵局員工的服務品質，進而提升顧客的滿意度跟忠誠度是重要的課題(黃榮賢，2010；吳瓊恩，2001)。

在服務和消費同時存在的中華郵政公司中，服務品質是左右消費者行為的重要關鍵性因素，在服務品質的衡量構面中，除有形性較屬於實體環境外，其餘四個構面（可靠性、確實性、回應性、同理心）均與人有直接的關係，亦即郵政公司中與顧客直接接觸的第一線服務人員，具有顧客成為會員的重要角色，故企業如何激勵員工工作士氣，創造卓越的服務績效，以達顧客滿意之目的，是個重要課題。現在許多組織有員工即是顧客的概念，深知滿意的員工對於其服務品質有相當大的影響，這不只是影響到顧客的滿意還會影響到公司本身的利益。這種員工滿意進而對組織忠誠，會直接影響顧客的滿意度與忠誠度，最後衝擊到公司利潤的基本邏輯關係，被稱為服務利潤鏈(service-profit chain)(Heskett et al.,1994)。Heskett 等人(1994)在服務利潤鏈中指出，內部的服務品質、員工滿意度與生產力、提供給顧客的服務價值，對顧客的滿意度、顧客保留及組織利潤間，存在著極為重要的關係。

從組織面來看，企業的經營當然須依賴人來運作，所以該如何選擇適當的人使其達成組織目標，進而鼓勵其留任意願，是組織必須關心的議題。人格是一種個體有別於他人思想行為的持久特性，這種特性不但是一種具有特定成分的組織結構，並且具有一種隨環境的不同而產生不同反應的動態特性(李淑蘭，2009)。當相同的工作，由不同的工作者來做時，由於工作者個別的人格特質有所差異，因此會導致對於這項工作的滿足程度、成效有所不同。組織承諾代表員工對於組織之投入及認同之相對強度，可用來有效地預測離職行為、員工績效等。個人對組織的投入越多(即組織承諾越高)，越有可能得到組織的賞酬，因此組織承諾對個人而言是重要的;同樣地，對組織而言，高的離職率、缺勤率及員工低投入的態度，亦會增加組織的成本並影響其效能，而當自我效能提昇，員工自然會盡全力、更有耐心、學習克服工作相關的障礙，因此組織需要忠誠與投入的員工(雷千金，2003；林德穎，2008)。

研究指稱，具有高度承諾的員工比低度承諾的員工較會從事角色外行為，

如創造性或創新性行為，這有助於提升組織的競爭力，降低員工流動率，提高生產力及工作品質(林秋慧，2007)。由此可知，員工組織承諾與工作滿意程度愈高，愈可能產生卓越之服務品質(Luthans et al., 1987；鄭復源，2010；段賢揚，2010)。因此如何提高員工的組織承諾，進而提升員工的知覺服務品質是本研究的動機之一。

國內外的學者對組織承諾的研究甚多，例如組織承諾與工作壓力之間的關係、組織承諾與顧客導向服務之間的關係、組織承諾與工作滿足之間的關係、組織承諾與人格特質之間的關係與組織承諾與服務品質之間關係等(潘錫君，2008；張廷蓉，2002；Porter et al., 1974；段賢揚，2010)，而依據 Parasuraman et al. 於 1985 年所提出服務品質五缺口之 PZB 模式可知，在缺口三傳遞服務的過程中，因為顧客會將服務人員的態度及行為表現視為整個服務過程的一部份，服務人員因此成為顧客評價服務品質良窳的因素之一(雷千金，2003)。

根據研究顯示組織承諾與服務品質間具有顯著的相關性(Meyer and Allen, 1991)，所以組織承諾越高的員工，越能產生卓越的服務品質(Shore and Wayne, 1993；林秋慧，2006)。因此，藉此調查員工組織承諾對員工知覺服務品質之影響，有助於公司即早發現員工潛在問題及想法，如此才能加以防範及改進。而組織承諾是否會透過人格特質及工作滿足對員工知覺服務品質來產生影響，組織支持在工作滿足和員工知覺服務品質之間是否有干擾效果，為本研究另一動機，研究的結果作為中華郵政參考之依據，藉此提高員工知覺服務品質。

## 1-2 研究目的

基於上述的研究背景與動機，本研究旨探討組織承諾對員工知覺服務品質之影響，本研究之具體目的說明如下：

1. 探討組織承諾對員工知覺服務品質之影響。
2. 探討人格特質對員工知覺服務品質之影響。

3. 探討研究模型中工作滿足之中介效果。
4. 探討組織支持在工作滿足和員工知覺服務品質間之干擾效果。
5. 建構組織承諾對員工知覺服務品質影響之評估模式。
6. 探討不同人口變項對員工知覺服務品質的差異性。

### 1-3 研究範圍與限制

基於上述之研究背景動機及目的，本計劃的研究範圍依研究對象、研究內容等兩項，加以說明如下：

#### 1-3-1 研究範圍

- 1、就研究對象而言：本研究對象為中部地區的郵局，主要包括苗栗縣市、台中市、彰化縣市、南投縣市等郵局，其他郵局則不在本研究範圍之內。
- 2、就研究內容而言：有關服務品質之研究內容，主要包括 SERVQUAL 模式為研究範圍，其他有關服務品質等項目則不在本研究範圍之內。組織承諾則參考 Meyer and Allen (1991)之主張，其他學者所提的之組織諾承諾之定義，不在本研究範圍之內。

#### 1-3-2 研究限制

本研究在研究過程中，總期望以謹慎、客觀的研究態度與方法來進行研究，但研究者因受限於時間與財力，再加上研究過程中存有一些非研究者本身所能控制的其他因素，故本研究限制包括研究對象及研究內容，說明如下。

- 1、就研究對象而言：由於中部地區郵局分佈中部各地，基於時間、發放問卷不易及經費之限制，以2011年任職於中部地區郵局之員工為本研究的研究對象。
- 2、就研究內容而言：由於服務品質認知各學者主張的內容略有差異，但是 Parasuraman et al. (1985)所提出之SERVQUAL量表已為甚多的研究所採用，具有一定之價值，為方便後續問卷之設計及統計資料分析之評論，應而採用此模式，此為文獻之限制。

## 1-4 研究方法與步驟

### 1-4-1 研究方法

本研究透過文獻分析法、問卷調查法等研究方法進行分析，相關研究方法敘述如下：

#### 1、文獻分析法：

蒐集國內外組織承諾、工作滿足、組織支持、人格特質及服務品質之相關期刊、雜誌、研究報告、碩博士論文等資料，藉由相關文獻的探討，以及中華郵政相關文獻，以作為本研究問卷設計參考的理論依據。本研究文獻分析內容主要包括國內有關郵局員工之人格特質、組織承諾、工作滿足及組織支持的相關研究，及其對服務品質之影響和組織支持對服務品質之干擾。此外，文獻分析的結果，在問卷資料統計分析結果與服務品質的理論是否一致，可作為參考依據。

#### 2、問卷調查法：

本研究問卷之設計，乃依據前述研究背景與動機與研究目的，再參考文獻分析相關的論文，進而發展問卷題目，問卷回收整理之後，將資料適度編碼，再運用 SPSS18.0 及 AMOS 17.0 統計軟體進行資料分析，所使用的統計方法，包括信度分析、效度分析、測量模式分析、驗證性因素分析及結構模式分析。分析過程中參考前述的理論基礎與相關文獻，進行比較分析，並回答本研究的研

究目的相關問題。

### 1-4-2 研究步驟

研究將藉由國內外文獻回顧來確認研究主題，並建立研究模式，再運用 SEM 統計分析方法，探討組織承諾對員工知覺服務品質之影響，詳細的研究步驟如圖 1 所示，說明如下：

1、確定研究主題：本研究的主題為探討組織承諾對員工知覺服務品質影響評估模式之研究，參考相關文獻，並了解國內中部地區郵局現況之後，確定此研

究主題。

- 2、文獻探討：歸納整理成為本研究問卷設計及資料分析的參考依據。
- 3、問卷編製：對研究架構內的各項變數做操作性定義，並依據文獻發展問卷，採用符合 SEM 要求的李克特七點量表進行設計各項題目內容，為了能夠提升研究的嚴謹度，每大項問卷題目約七大題。
- 4、問卷預試及修正：依研究目的及架構進行問卷設計，請教學者專家，提供問卷修改寶貴意見。再增刪修改題目並作語句的修正後，編製形成預試用問卷，並針對研究對象進行問卷預試，以 SPSS 18.0 統計軟體分析問卷資料，先行刪除極端值，再進行資料常態性檢定，資料符合多元常態之後再進行信度分析和效度分析，根據統計分析結果、專家意見和問卷填答者的反應意見，進行修改並且建立完整的問卷。
- 5、發展正式問卷：將問卷預試結果加以分析討論，並參考專家學者意見，依本研究目的內容順序及研究模式發展出問卷。
- 6、實地施測與問卷回收：以國內中部地區郵局為研究母群體，立意抽樣適當樣本，透過郵局主管協助問卷發放，並視問卷回收情形，適時加以跟催和二度施測，直到回收足夠的有效樣本數；顧客的問卷是透過郵局服務的員工協助問卷發放，由於顧客問卷題目只有基本資料和服務品質兩方面，所以只進行 SPSS 分析跟員工的服務品質進行比較。
- 7、資料處理與統計分析：問卷資料回收後，以 SPSS 18.0 及 AMOS 17.0 統計軟體進行描述統計分析，並針對問卷資料加以校正，將無效問卷剔除後，把剩餘之問卷加以編碼登錄，進行多元常態分析、信度分析、效度分析、違犯估計分析、問卷整體適配度分析，建構信度分析、建構效度分析、結構模式之徑路分析、中介效果分析、多群組分析、統計檢定力分析及交叉效度分析，最後探討各項適合度指標，並根據指標標準加以解釋論文內容。
- 8、撰寫研究報告：根據統計分析之結果，並參考相關的文獻理論基礎，以及研

究目的，提出本研究結論與發現，最後提出後續研究相關建議方向。

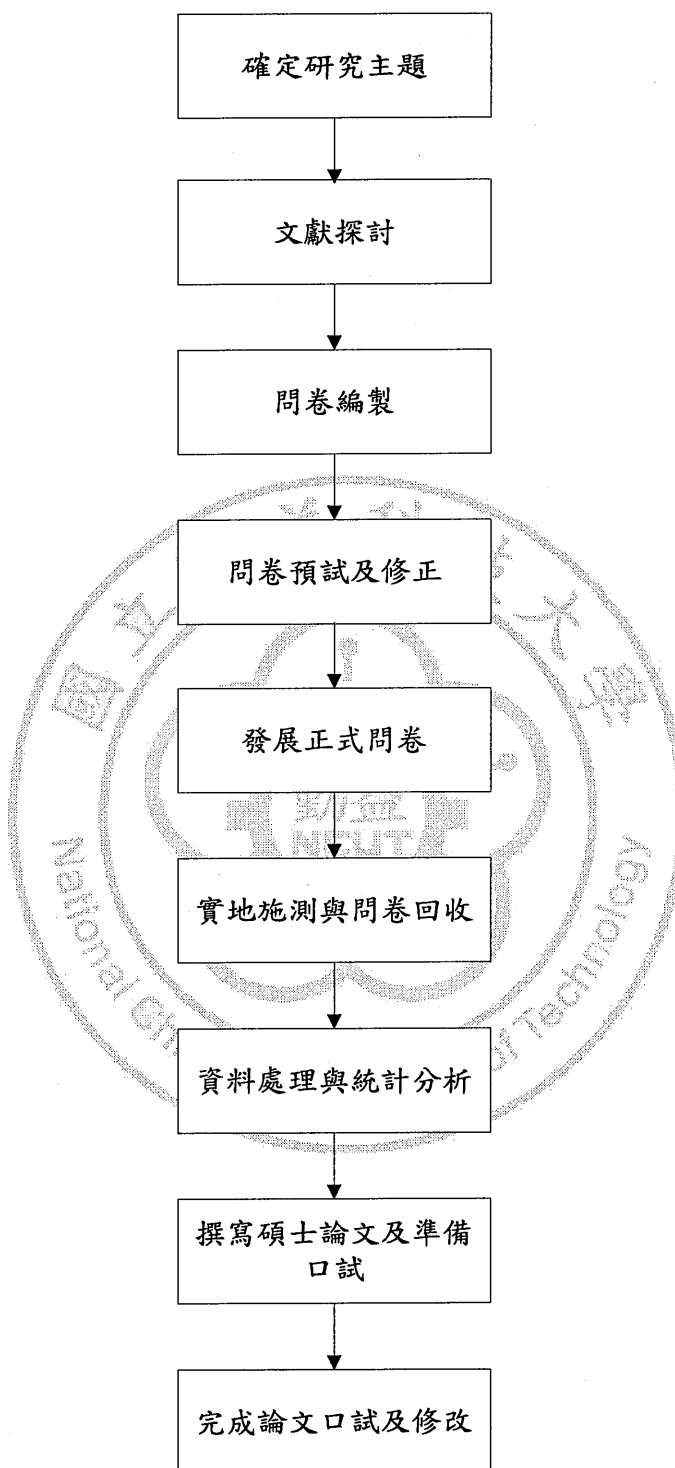


圖 1 研究步驟



## 1-5 名詞解釋

### 1-5-1 組織承諾

組織承諾一直受到管理學者的重視，是組織中一種員工內心認同組織的態度或心理傾向，他們認為高度的組織承諾可以提高生產力、工作品質，強化員工的向心力，降低離職率，有助於組織發展；反之，則代表組織成員不認同組織目標，對組織毫無忠誠度可言，離職傾向油然而生，績效自然不彰(Whyte, 1956；段賢揚，2010；李淑蘭，2009)。本研究將以 Meyer and Allen (1991)所提出的組織承諾三種類型，分別為情感性承諾(Affective Commitment)、持續性承諾(Continuance Commitment)及規範性承諾(Normative Commitment)，作為本研究組織承諾構面。

### 1-5-2 服務品質

服務品質是消費者事先對服務期待與接受服務後所認知服務間之差異。主要是由消費者期望與實際服務績效兩者間比較後而得的，進而形成服務品質的架構，顧客經比較並透過口頭溝通、個人需求及過去經驗所形成事先對服務的期望，以及接受服務之後對服務的認知，由兩者之間的差距來評定服務品質之高低，因此又被稱為服務品質缺口模型(Quality Gap Method)。三位學者所提出 SERVQUAL 量表以來，期間雖受到不少學者的質疑，但截至目前為止，有關服務品質的討論與應用，還是以 SERVQUAL 量表為主要依據，其地位仍然屹立不搖；因此本研究將以 Parasuraman et al. (1991)年修正後的 SERVQUAL 量表分別為：實體性、反應性、可靠性、保障性及同理心等五大構面，作為本研究服務品質的構面。

### 1-5-3 人格特質

人格是個人在不同時間、不同情境時所表現出來的獨特心理特質，其決定個人適應環境的行為模式及思考方式，使個人在需要、動機及外型等各方面均具有與他人相異之處(Zimbardo and Johnson, 2000；段賢揚，2010)。本研究採取

McCrae and Costa(1986)的五大人格特質分別為情緒敏感性、外向性、經驗開放性、親和性和勤勉正直性，作為本研究人格特質構面。

#### 1-5-4 工作滿足

工作滿足對組織成員來說是必然存在的現象，當組織成員的工作滿足程度愈高，可能反應出成員對組織承諾愈高，也進而可能提升組織的工作績效；反之，工作滿足程度愈低，可能反應出組織的困境，包括生產力降低、員工對組織承諾降低、以及員工的離職率升高等負面現象，可見工作滿足對一個組織的生存與發展，扮演著相當重要的衡量指標(Porter and Lawler, 1965；段賢揚，2010；雷千金，2003)。本研究採用 Weiss and England (1967)明尼蘇達量表(Minnesota Satisfaction Questionnaire)來測量工作者的工作滿足。

#### 1-5-5 組織支持

組織支持是建立在員工參與工作的前提之上，是一種感受到組織對其承諾的個人知覺感受，高層次的知覺組織支持會讓員工產生責任義務，不只是組織對員工有承諾，員工也相對地會對組織產生同等的責任義務，因而要更加努力工作以達成組織的目標(Eisenberger et al., 2001)。本研究採用 Eisenberger et al. (1997)之組織支持概念，本研究將組織支持定義為組織支持會使同仁善盡應有之工作職責、表現對組織之情感性及計算性投入，即使缺乏個人所期待的直接酬賞或表揚的情況下，仍會有所創新以利組織。

## 二、理論基礎及文獻探討

本研究旨在探討郵局員工組織承諾對知覺服務品質影響模式之研究，所蒐集的相關文獻為組織承諾、人格特質、工作滿足、組織支持及服務品質之相關理論，詳細內容說明如下。

### 2-1 組織承諾之相關文獻

#### 2-1-1 組織承諾的定義

組織承諾(organizational commitment)之概念，最早起源於 1956 年，Whyte 所發表的組織人(organizational man)的文章標題之中，他認為組織人不只是一個在組織中工作的人，同時也是屬於組織的人(Whyte, 1956；段賢揚，2010；李淑蘭，2009)。Kushman(1992)認為組織承諾是個人將組織的價值和目標內化，並表現出對組織的忠誠。Robbins(2001)認為工作態度的一種，員工認同特定組織及其目標並且希望維持組織內成員關係程度。李淑蘭(2009)認為為個人認同組織的目標，願為組織奉獻心力，並且希望持續成為組織一份子的態度與行為。傅彥凱、張朝欽(2009)認為工作者對工作結果中的各個構面的回饋，加總後所得到一種主觀的心理反應。段賢揚(2010)認為組織承諾可視為個人對組織的付出程度以及對組織價值的認同感，而各人與組織的關係密不可分，唇齒相依。

長久以來，組織承諾一直受到管理學者的重視，是組織中一種員工內心認同組織的態度或心理傾向，他們認為高度的組織承諾可以提高生產力、工作品質，強化員工的向心力，降低離職率，有助於組織發展；反之，則代表組織成員不認同組織目標，對組織毫無忠誠度可言，離職傾向油然而生，績效自然不彰。

各學者對其定義眾說紛紜，也因不同的研究目的產生不同的理論模式，故針對組織承諾的定義整理如表 1 所示：

表 1 組織承諾定義表

學者	年份	定義
Kanter	1968	組織承諾是指個人對組織奉獻心力及對組織忠誠的程度。
Potter and Smith	1970	組織承諾是指個人對某特定組織的認同及投入。
Angle and Perry	1981	組織承諾是個人對組織的關心與忠誠的程度，具有組織承諾程度較高的人，會比較願意為組織奉獻心力。
Mowday et al.	1982	指出高度組織承諾有下列幾個特色： 1.強烈的信仰與接受組織的目標與價值。 2.願意為組織利益而努力。 3.明確的希望繼續成為組織中的一份子。
Blau and Boal	1987	組織承諾是個人認同組織目標與組織整體，並希望維持為該組織一份子的強度。
Kushman	1992	組織承諾是個人將組織的價值和目標內化，並表現出對組織的忠誠。
Robbins	2001	工作態度的一種，員工認同特定組織及其目標並且希望維持組織內成員關係程度。
Jaramillo et al.	2005	表示組織承諾代表員工對於組織的態度。
王美惠	2005	組織中的成員對於組織的目標、價值及理念有積極的認同情感，進而產生強烈的留職意願，願意持續為組織的存續及成長付出個人心力，且以身為組織一份子為榮的態度傾向。
林俊傑	2007	指成員認同組織的目標與共享核心價值，願意為組織工作付出更多的心力、奉獻自我，以及希望繼續留在原組織服務等內涵。就操作性定義而言，本研究所界定之「組織承諾」，乃是指組織成員在「組織認同」、「奉獻意願」及「留任傾向」三個向度的覺知和反應情形。
傅彥凱、張朝欽	2009	工作者對工作結果中的各個構面的回饋，加總後所得到一種主觀的心理反應。
李淑蘭	2009	為個人認同組織的目標，願為組織奉獻心力，並且希望持續成為組織一份子的態度與行為。
陳政邦	2010	組織承諾是一種心理層面的反映效果。員工對組織、組織目標與組織價值觀的認同感，是一種抽象而無法具體衡量的概念。
段賢揚	2010	組織承諾可視為個人對組織的付出程度以及對組織價值的認同感，而各人與組織的關係密不可分，唇齒相依。

資料來源：本研究整理

綜合上述學者，本研究中的組織承諾是指郵局員工認同組織目標，願意為組織盡忠及奉獻心力，並且希望持續成為郵局一份子的態度與行為。

## 2-1-2 組織承諾的構面

國內外的學者對於有關組織承諾的研究，所使用的測量工具或組織承諾量表，會因研究不同的重點、學派或理論觀點，以致於有各種不同的構面，整理如下：

Porter et al. (1974)所編的組織承諾量表(Organizational Commitment Questionnaire, OCQ)歸併的構面，可分為情感性承諾(value commitment)、努力承諾(effort commitment)、持續性承諾(continuance commitment)等三個構面，情感承諾是認同組織的目標及價值，希望留任組織協助完成目標；持續承諾是因機會成本高(年資、保障、福利)而不願離去；規範承諾則是因為他人(主管、同事等)不希望他離去或怕離職引來負面觀感(雷千金，2003；蕭幸妙，2010)，說明如下。

- (1)情感性承諾(value commitment)：對組織目標與價值有強烈接受度，也就是認同的承諾，心理上認同組織而在未來採取達成組織使命的行動，員工自願為組織付出心力並對其忠誠(雷千金，2003)。
- (2)努力承諾(effort commitment)：指員工願意為組織付出額外的努力，協助組織發展獲得績效，為組織奉獻心力，然而，規範性承諾是員工願意在組織中貢獻心力，並非經過利益評估，而是自認有義務如此之態度(段賢揚，2010)。
- (3)持續性承諾(continuance commitment)：指組織成員基於功利性考量而願意繼續留在組織中。即承諾之存在，乃是認知到離開組織時的成本考量。員工擁有強烈的留職承諾乃基於他們需要留在組織中(蕭幸妙，2010)。

學者基於研究方向的不同，有的學者將組織承諾以「行為」視之，認為組織承諾是一種行為的表現；有的學者則以「態度」視之，認為組織承諾是一種個人與組織目標趨向一致的過程；有人則把重點置於「價值」之上，認為組織承諾是認同組織的價值(何如玉，2005)。

其他學者的組織承諾相關理論構面及見解，說明如下。

Kanter(1968)認為組織承諾可分為三類：

- (1)永續承諾：奉獻於組織的存續，乃是基於個人對組織的投資與犧牲，以致於離開組織的成本是昂貴或不可能的。
- (2)凝聚承諾：依附於組織中的社會關係，其產生乃是公開的放棄以前的社會關係或致力於能提昇組織凝聚力的儀式。
- (3)控制承諾：依附於組織的規範並且塑造其行為往欲往的方向，要求組織成員否決以前的規範，並依據組織的價值觀重新制訂其自我概念。

Porter et al., (1974)將組織承諾視為一種態度傾向，指「個人對於某一特定組織的認同即投入的態度傾向的相對強度」。而組織承諾至少包含三個要素：

- (1)努力承諾：指願意為組織投注高度努力。
- (2)價值承諾：深信並接受組織的目標與價值。
- (3)留職承諾：具有強烈的慾望維持組織成員的身分。

Meyer and Allen (1991)，將組織承諾分為三種類型：

- (1)情感性承諾(Affective Commitment)：員工內心認同於組織的一種心理上的承諾程度。
- (2)持續性承諾(Continuance Commitment)：源於離開組織的成本考量，而想要保有或擁有其在組織中的身分或地位的一種承諾程度。
- (3)規範性承諾(Normative Commitment)：基於組織給予員工的一些利益(benefits)，使員工認為有義務留在組織內的承諾程度。

參考上述組織承諾的研究結果，本研究將以 Meyer and Allen (1991)所提出的組織承諾三種類型，分別為情感性承諾(Affective Commitment)、持續性承諾(Continuance Commitment)及規範性承諾(Normative Commitment)，作為本研究組織承諾構面。

## 2-2 服務品質之相關文獻

### 2-2-1 服務品質的定義

服務因具有無形性、異質性、易逝性以及不可分割等特性，所以消費者很難具體描述服務品質，僅能藉由一些形容詞來加以描述。服務品質也因為服務的這些特性增加了其定義和衡量上的困難。探討服務品質的學者專家對於服務品質有許多不同的定義：

Parasuraman et al. (1994)視服務品質為一種態度，即顧客對服務的期望和接受服務後知覺的服務績效兩者錠間的差距，若知覺服務水準高於期望服務水準，則顧客對服務品質會有較高的評價；若期望服務水準高於知覺服務水準，則顧客對服務品質給予低的評價。陳耀茂(1994)提到不論是工業、商業甚至是公家性的組織，幾乎所有的企業、事業單位都了解自己所生產的產品或品質，必須以滿足使用者的需求、要求事項為前提才行。吳肖琪(1999)將品質定義為：(1)品質可由生產者與消費者的角度來分析，對於生產者而言是生產出符合當初設計所要求規格的產品，而對於消費者而言是能夠得到心目中所想像甚至是超越心中所期待的產品；(2)品質不僅是用在最終產品的表現上，也適用於產品的生產過程；(3)通常高品質就是意味著高成本。林公孚(2008)就基本品質理念在高等教育上的應用提及全面品質管理，指出美國大型企業，由於在企業內推動全面品質管理成功，產生強烈的顧客導向、過程導向與建立供應商合夥關係的意識，紛紛要求具有合作關係的大專院校運用相同的全面品質管理理念治校與教學。楊錦洲(1996)認為早期對產品的定義多圍繞於產品的品質，如符合規格、應具備某種功能等，逐漸偏重於顧客的需求或滿意度上。Gronroos(1984)認為品質可分為實際品質和知覺品質。實際品質指能符合所有作業規格的程度；知覺品質則是顧客對經驗和知覺的看法，與期望間配合的程度。

綜合上述學者對品質的看法，可知品質多圍繞在產品的品質與顧客的需求，試將品質的定義分別從生產者與顧客兩個角度思考：從生產者角度觀之，

品質須符合規格，評量標準為事前訂定之規格，強調以數字呈現，較不會因為品管人員之不同而有差異；從顧客角度觀之，品質是一種適用性，評量品質的標準多由消費者的感受而決定，因此一項產品或服務即有多種品質表現。

### 2-2-2 知覺服務品質

服務品質是由顧客的主觀知覺所決定的，具有持續性且有一相穩定程度的水準，不會因某次的微量差異而產生最大變化。知覺服務品質(perceived service quality)則視為顧客對客觀服務品質知覺評估的結果，會因每次的消費感受不同而產生變化(鄧維兆等人，2008；康正男、胡林煥，2009；蔡坤泰，2006)。Zeithaml(1988)將「知覺服務品質」定義為顧客對服務整體(overall)優勢的判斷。認為要建立與顧客長期良好的關係，最重要的就是知覺服務品質，他主張以顧客對公司期望的服務(expected service)與顧客本身所知覺到的服務(perceived service)作為比較衡量的基準。

Gronroos(1984)學者的知覺服務品質模式對往後服務品質的研究方向是一項非常重要的參考，例如最著名的 PZB 模式(Parasuraman et al., 1985)也是延續這個概念而發展的。因此知覺服務品質是服務品質概念中的關鍵要素，其知覺服務品質特性包含：(1) 不同於實體或真實的品質，為一種主觀反應；(2) 較高的抽象性；(3) 整體的評估(例如態度)；(4) 消費者判斷通常來自於其內在。

Gronroos(1984) 提出企業形象、技術品質與功能品質會影響服務品質，認為消費者透過知覺服務與期望服務的比較，以獲得整體認知的服務品質，如圖 2 所示。

1. 期望服務：主要受到行銷活動中對顧客的承諾及口語傳播與以往經驗所影響。

2. 知覺服務：會受到技術品質、功能品質和企業形象三個構面所影響。以下將三個構面分別說明：

(1) 技術品質：顧客與提供服務的業者互動的結果，通常透過顧客客觀性的評量得知。包括技術性服務、知識、技術能力、電腦設備。



- (2)功能品質：顧客對服務的知覺品質，除了服務結果以外亦受到服務過程的影響，亦即服務如何被提供。功能品質屬於較主觀性的評量，包含接近性、服務人員態度、行為表現、服務意願和內部關係。
- (3)企業形象：顧客對企業知覺的結果，而企業的形象是透過服務的技術品質及功能品質。

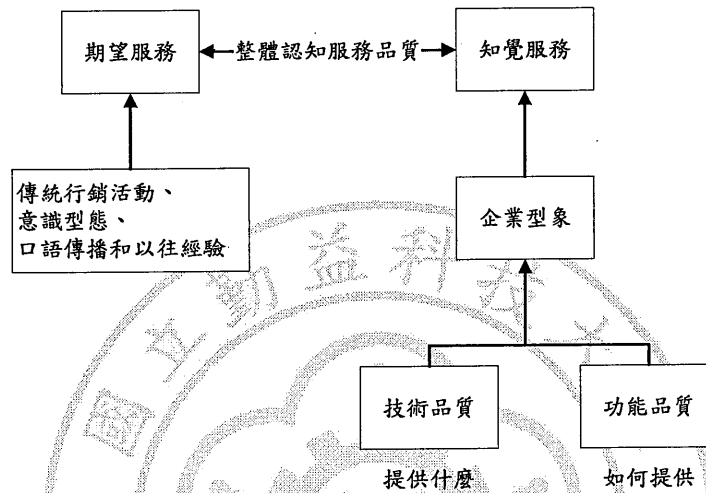


圖 2 整體認知服務品質模式

### 2-2-3 服務品質的模式

在服務品質的衡量上，Parasuraman et al. 三位學者有許多的貢獻，配合服務品質衡量之分析，他們發展了一些重要的研究模式。Parasuraman et al. (1985)認為消費者對服務品質的知覺，主要來自於消費者期待與實際接受到的服務的比較而來，且品質的評估包括了服務的結果及服務的傳送過程，要評估服務品質最適當的方法就是以評量消費者期待的服務品質與實際接受到的服務之間的差距來判定服務品質的高低(即簡稱 PZB 模式)；而根據 Parasuraman et al. (1985)研究指出服務品質模式中有五個缺口(Gaps)，每一個缺口的大小都影響了顧客對服務品質的認知，要滿足顧客的需求及提升服務品質水準，就必須盡可能地將缺口縮減至最小(Parasuraman et al. 1985；葉書芳，2002；盧安琪，2002)，PZB 模式如下圖 3 示。

1. 缺口一：消費者期望與管理者認知缺口

管理者所認知的消費者所期望的與實際上消費者所期望的有所差距。

2. 缺口二：管理者認知缺口與品質規格缺口

管理者依照所認知的消費者期望設計的規格與消費者所需並不一致。

3. 缺口三：品質規格與傳送服務的缺口

縱使業者所設計的作業程序及品質規格符合消費者所需，但在服務傳遞的過程中，服務人員卻不一定完全遵守作業規範。

4. 缺口四：服務傳遞與外部溝通的缺口

業者與外部的溝通如廣告給予消費者非業者所預期的期待，造成消費者對服務品質認知的影響。

5. 缺口五：期望服務與知覺服務的缺口

此缺口來自於顧客對服務期望與認知服務間的差距，當顧客認知的服務超過期望時，他的感受就是服務品質良好，反之則是服務品質不佳；亦即服務品質高低的判斷乃是依靠顧客對真正服務的感受超過其期望的程度。

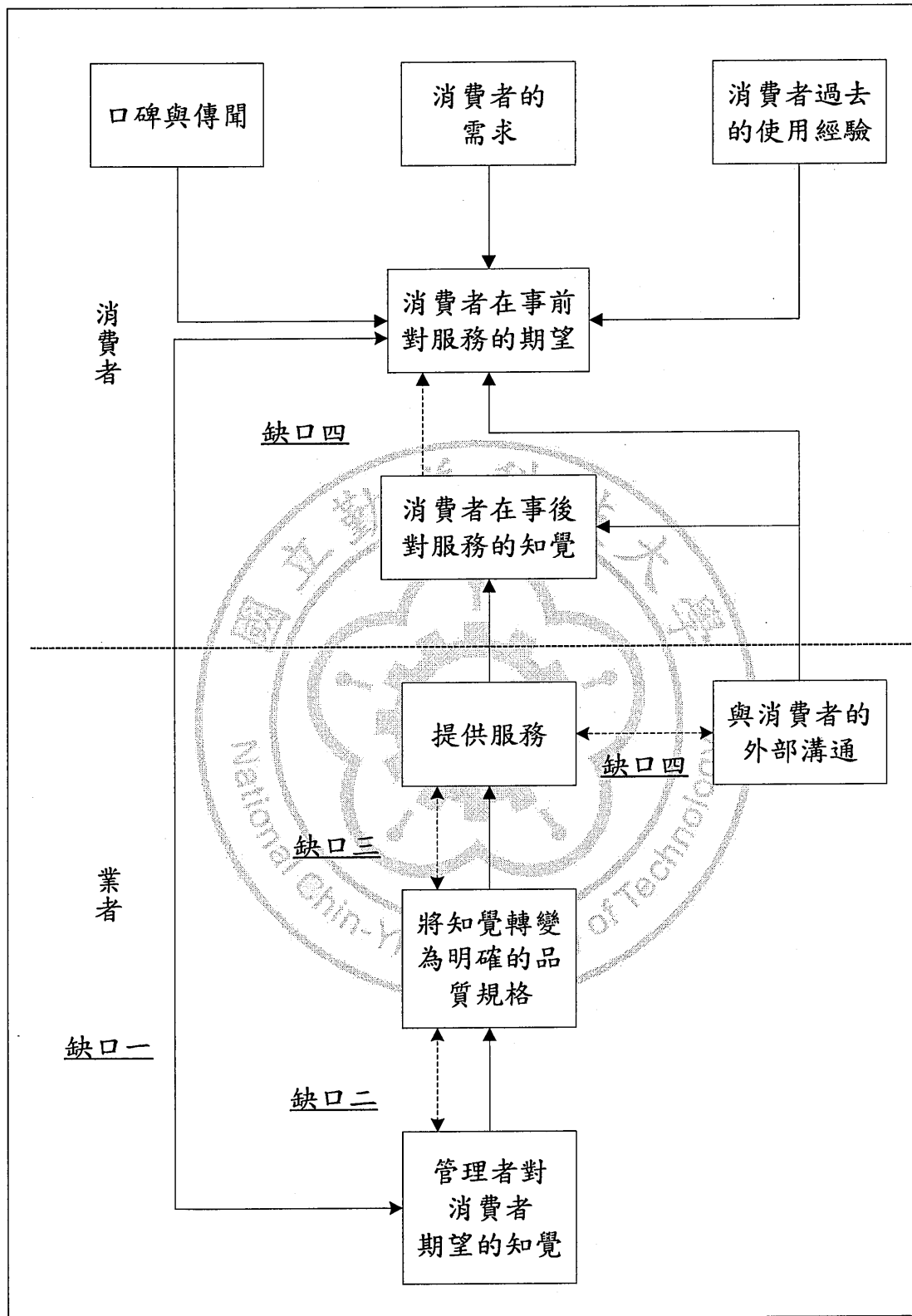


圖 3 PZB 模式

資料來源：Parasuraman et al. 1985。

#### 2-2-4 服務品質構面量表

由於服務及服務品質的一些特性，造成服務品質難以衡量，不過經過許多學者專家的努力，提出了不少服務品質衡量上的精闢見解，也發展了一些衡量模式與方法，以下將介紹幾種服務品質衡量的方式(雷千金，2003；王志明，2006)。

##### 2-2-4-1 SERVQUAL 量表

Parasuraman et al. 等三位學者對於服務品質的定義“顧客的認知品質與期望品質之差”受到許多學者專家的認同，因此他們以 1985 年所提出的 10 個服務品質構面為基礎，發展出 97 項問題，在挑選了美國的電器維修業、銀行業、長途電話公司、證券經紀商以及信用卡中心等五種服務業進行調查分析後，利用因素分析的方式，整理出具有好信度、效度，且重複性低的五個因性結構面(雷千金，2003；葉華容，2001)。分別為實體性(tangibles)、可靠性(reliability)、反應性(responsiveness)、保障性(assurance)以及同理性(empathy)。

Parasuraman, et al., (1988)等人將十個構面予以修正，簡化為五個構面即為 SERVQUAL 量表，如圖 4。這五個因素構面乃由 22 個項目所組成的評估量表，乃第一個有系統之評量服務品質之量表。此五項構面描述如下：

- (1). 實體性：包括實體設施、提供服務的工具設備以及服務人員的儀表等。
- (2). 可靠性：可正確且可靠地執行服務承諾之能力。
- (3). 反應性：服務人員幫助顧客的意願及提供快速服務的能力。
- (4). 保障性：服務人員所具備的知識、禮貌以及服務執行結果獲得顧客信賴的能力。
- (5). 同理心：提供顧客關心及個人化的服務。

五個因素構面的問項參考如表 2 所示，在實際進行服務品質衡量時，SERVQUAL 先衡量顧客對此五項構面的期望，再衡量顧客對服務結果的知覺，其間的差異即構成服務品質水準(Parasuraman, et al., 1988)。

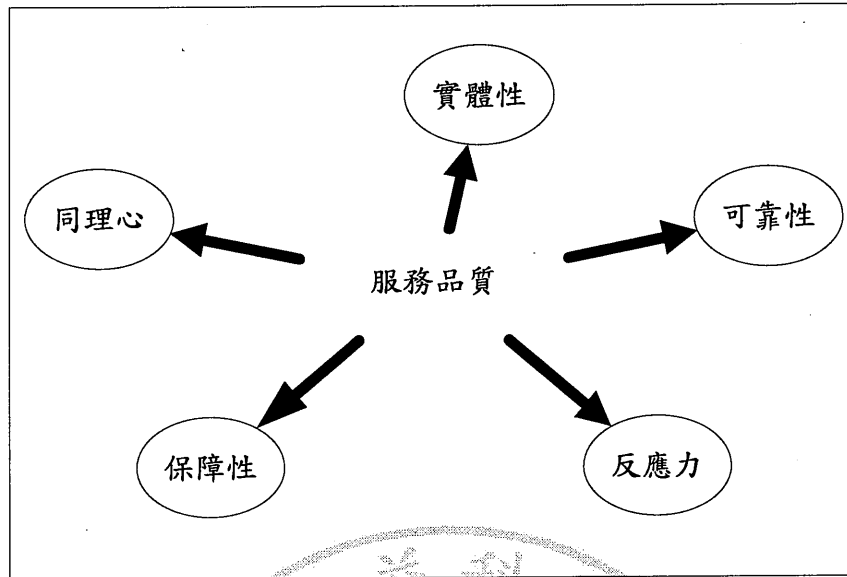


圖 4 SERVQUAL 五構面的服務品質量表圖

資料來源：Parasuraman et al. (1988)

表 2 SERVQUAL 量表之構面與評量項目

構面	評量項目
實體性	1. 這家公司有現代化的設備 2. 這家公司的設施外觀吸引人 3. 這家公司的員工穿著整潔 4. 這家公司與服務有關的附屬物吸引人
可靠性	5. 這家公司做出的承諾，均會及時完成 6. 當遭遇問題時，這家公司會熱誠地加以解決 7. 這家公司第一次就能提供完善的服務 8. 這家公司會於答應完成的時間內提供服務 9. 這公司的記錄正確無誤
反應性	10. 這家公司不會提醒顧客，服務何時開始 11. 這家公司的員工無法提供您適當的服務 12. 這家公司的員工並不太願意協助顧客 13. 這家公司的員工常因太忙而無法提供顧客適當服務
保障性	14. 這家公司的員工行為能讓顧客信任 15. 您覺得與這家公司接觸很安全 16. 這家公司的員工對您很有禮貌 17. 這家公司的員工能獲得公司適當的支援，以做好他們的工作
同理心	18. 這家公司不能給您個別關照 19. 這家公司的員工不能給您個別性的關照 20. 這家公司的員工不知道您的需求為何 21. 這家公司的並未能將您最關切的放在心上 22. 這家公司的營業時間未能符合顧客需求

資料來源：Parasuraman et al. (1988)

#### 2-2-4-2 SERVPERF 量表

許多學者對 Parasuraman et al., 以認知服務與期望服務間的差距來衡量服務品質的方法提出質疑，Carman(1990)認為無論在理論上或實務上均少見此種以差距來定義服務品質的方式。Carman 在對SERVQUAL 進行實證研究後發現，對於應用SERVQUAL 於其他服務業時，必須再提出更多的證據，意即SERVQUAL 的22個問項並不能完全包含所有服務業所應顯現的服務品質，且其認為SERVQUAL 量表的期望與認知資料皆屬事後資料，消費者在使用服務之後可能不自覺的修改原有的期望，他建議在SERVQUAL 問項中的問句用字應隨不同服務業而調整。

Cronin and Taylor(1992)採取消費者的認知服務來衡量品質的高低。他們提出的SERVPERF 量表所涵蓋的五項構面、22 項問題均與SERVQUAL 類似，只是選擇四個與Parasuraman et al., 不同的服務產業，分別是銀行 (banking)、疾病控制 (pest control)、乾洗店 (dry cleaning) 及速食店 (fast food) 進行實證研究，其研究結果顯示SERVPERF 較佳。

#### 2-2-4-3 非差異 (Non-difference) 衡量量表

Brown et al., (1993)也不同意 SERVQUAL 中以認知服務與期望服務間的差距來做為衡量服務品質的方法，他們認為如此將使服務品質成為原來就難以衡量的兩項變數 (認知服務與期望服務) 外的第三項變數。因此他們建議直接衡量顧客心目中認知服務與期望服務兩者之差距來做為服務品質，此即非差異之服務品質衡量方法。

非差異的服務品質衡量方法亦是以 SERVQUAL 五項構面、22 項問題做為衡量的依據，由於是由顧客在心中直接衡量服務品質，因此與 SERVPERF 一樣僅需 22 項問題即可。

#### 2-2-4-4 修正後 SERVQUAL 量表

面對眾多學者的質疑與挑戰，Parasuraman et al. (1991)則重新檢視 SERVQUAL 量表；透過大規模的實證研究，一方面檢驗 SERVQUAL 量表的有

效性，另一方面也開始修改原始的 SERVQUAL 量表。而修改的重點主要是在於把原始 SERVQUAL 量表中令受測者感到困惑的「反向問句」全部改成「正向問句」。Parasuraman et al. (1991)表示，修正後的 SERVQUAL 量表無論在信度或效度上均優於原始的 SERVQUAL 量表，修正後的五個因素構面的問項參考如表 3 所示。

表 3 修正後的 SERVQUAL 量表之構面與評量項目

構面	評量項目
實體性	1.這家公司具有現代化的設備 2.這家公司實體設施的外觀很吸引人 3.這家公司的員工穿著整潔 4.這家公司與服務有關的附屬物具有吸引力
可靠性	5.這家公司對於承諾的事，能在時限內完成 6.當顧客發生問題時，這家公司有解決的熱忱 7.這家公司在第一次就能提供完善的服務 8.這家公司會在約定的時間內完成服務 9.這家公司堅持沒有錯誤的紀錄
反應性	10.這家公司的員工會告知顧客服務開始的時間 11.這家公司的員工會提供顧客適當的服務 12.這家公司的員工總是願意幫助顧客 13.這家公司的員工不會因為太忙而忽略了顧客的要求
保障性	14.這家公司員工的行為讓顧客感到信任 15.顧客對於與這家公司的交易感到安全 16.這家公司的員工對待顧客一向有禮貌 17.這家公司的員工在回答問題時具有專業知識
同理心	18.這家公司會給予顧客個別的注意 19.這家公司提供顧客彈性的交易時間 20.這家公司僱有給予顧客個別注意的員工 21.這家公司對顧客所在意的事非常重視 22.這家公司的員工知道顧客個別的需求

資料來源：Parasuraman et al. (1991)

Parasuraman et al., 三位學者所提出 SERVQUAL 量表以來，期間雖雖受到不少學者的質疑，但截至目前為止，有關服務品質的討論與應用，還是以 SERVQUAL 量表為主要依據，其地位仍然屹立不搖；因此本文也將以 1991 年修正後的 SERVQUAL 量表作為問卷題目設計的根據。

## 2-3 人格特質之相關文獻

### 2-3-1 人格特質的定義

人格(Personality)是我們在描述自己及他人時經常使用到的詞彙，而我們都自認為了解它的意思。人格一詞源自拉丁語「Per-sona」，其意思是面具(mask)，是指舞台上戲子表現的戲劇中，演員藉由戴面具扮演不同的角色，藉由不同角色的扮演，個人對有不同的思想、習慣、說話方式與表情動作，都可以看作是人格的表現，許多研究者從不同角度切入來分析個體的人格特質，目的是為了深入了解人們內在思考模式以及外在的行為表現，最終再依原則加以分類(李政誠，2010；段賢揚，2010)。Zimbardo and Johnson (2000)認為人格是個人在不同時間、不同情境時所表現出來的獨特心理特質，其決定個人適應環境的行為模式及思考方式，使個人在需要、動機及外型等各方面均具有與他人相異之處。Cavanaugh and Blanchard (2002)認為人格特質所形成的群組類型可辨識區分個體與他人的不同，不同的時間和情況且具有持久性。段賢揚(2010)認為人格特質是個人持久性的特徵，是一種整體的表現，具有獨特性，在遺傳與環境等因素交互作用下，展現為具有特徵的思維模式。鄭復源(2010)認為人格是由多種特質所構成，並不是只有單一特質，是個人可以與他人區別的一種持久性的特徵與屬性，而這些屬性統稱為人格特質 (personality traits)。陳良旭(2010)認為認為人格特質是個人獨特屬性及特性的組合，是個人整體心理體系成長與發展的動態觀念，以及個人的行為特性會因為人格特質的不同而有不同的表現。林秀瑋(2010)認為從結構面來看，人格是多方的結合，並且每個個體的人格是獨特的。

各學者對其定義眾說紛紜，也因不同的研究目的產生不同的理論模式，故針對人格特質的定義各有不一，整理如表 4。



表 4 人格特質定義表

學者	年份	定義
Cavanaugh and Blanchard	2002	提到人格特質所形成的群組類型可辨識區分個體與他人的不同，不同的時間和情況且具有持久性。
Zimbardo and Johnson	2000	認為人格是個人在不同時間、不同情境時所表現出來的獨特心理特質，其決定個人適應環境的行為模式及思考方式，使個人在需要、動機及外型等各方面均具有與他人相異之處。
段賢揚	2010	指出人格特質是個人持久性的特徵，是一種整體的表現，具有獨特性，在遺傳與環境等因素交互作用下，展現為具有特徵的思維模式。
黃金鳳	2010	認為人格特質是用來表示一個人的思考模式、情感表達、和行為特性之一般總和，用來區別自己與他人的一種獨特性質。
鄭復源	2010	指出人格是由多種特質所構成，並不是只有單一特質，是個人可以與他人區別的一種持久性的特徵與屬性，而這些屬性統稱為人格特質 (personality traits)。
王宏華	2009	指出人格特質可用來表示個人思考模式、表達情感、行為差異等特性，反應個人特別的人格特徵，區分與他人差異的一種特性。
陳良旭	2010	認為人格特質是個人獨特屬性及特性的組合，是個人整體心理體系成長與發展的動態觀念，以及個人的行為特性會因為人格特質的不同而有不同的表現。
呂國維	2009	指出人格是個人在不同時間、不同情境時所表現出來的獨特心理特質，其決定個人適應環境的行為模式及思考方式，使個人在需要、動機、興趣、氣質、生理、性向、態度及外型等各方面均具有與他人相異之處。
林秀璋	2010	認為從結構面來看，人格是多方的結合，並且每個個體的人格是獨特的。

資料來源：本研究整理。

綜合上述學者，人格特質是個人獨特屬性及特性的組合，並不是只有單一特質，可用來表示個人思考模式、表達情感、行為差異等特性等。

### 2-3-2 人格特質構面

人格特質有許多的分類方式，其中五大人格特質理論最常被提及，如下：  
五大人格特質理論是將人格特質予以分類，早期是由 Allport and Odbert(1936)從韋氏新國際辭典所選出一萬七千多個用以描述不同特質和個人行為的詞彙開始

(陳春希等, 2007)。Cattell(1943)也曾經重新區分及縮減將特徵描述詞彙 171 個, 並將結果設計濃縮為包括樂群性、聰慧性、穩定性、興奮性、有恆心、敢為性、敏感性、懷疑性、幻想性、世故性、憂慮性、實驗性、獨立性、自律性、緊張性...等構面(劉盈鈺, 2010)。

其中分類方式, 是由 Norman(1963)首先提出, 他透過同儕間互評之方式進行研究, 後來 McCrae and Costa(1986)明確分出五種人格特質構面: 情緒敏感性 (Emotional Stability; Neuroticism)、外向性(extraversion Extraversion)、經驗開放性 (openness to experience)、親和性 (agreeableness) 及勤勉正直性 (conscientiousness), 大五人格特質的結構至此發展完成, 且被後續研究廣泛採納與運用, 其各向說明如下(陳春希等, 2007; 蕭幸妙, 2010; 劉盈鈺, 2010; 段賢揚 2010; 陳良旭, 2010), 說明如下:

(1)情緒敏感性(Emotional Stability; Neuroticism): 係指當一個人面對負向情感刺激時所能忍受程度的高低, 當可忍受程度越高時, 即是情緒穩定度越高, 當個人較能承受負面情感的刺激, 仍能妥善控制自己脾氣, 也不易緊張, 表現出情緒也較穩定。此面向也包含著一些敵意、衝動、憂慮、自我意識及脆弱的情緒在內。情緒穩定性較低(即常稱神經質)的人格特質主要應該是因為受到過去負面經驗的影響, 如恐懼、難堪、生氣、憂傷等, 此類型個體通常較難控制自己的情緒與衝動, 對壓力的處理能力也較差。此因素包括有焦慮 (Anxiety)、憤怒敵意(Angry Hostility)、沮喪(Depression)、衝動(Impulsiveness)、自我知覺(Self-consciousness)、易受責難(Vulnerability)。

(2)外向性(Extraversion): 係指一個人在與他人接觸時所感覺到舒適程度的高低, 如果此種舒適程度越高, 則表示越外向, 個性外向性較強的人通常善於社交、喜歡追求感官刺激、較武斷且支配欲較強、做事是積極且表現出興高采烈而且快樂, 易成為團體中的領袖人物, 同時也和公司內同事相處良好。此面向則含有自信、親切、合群、活躍的和正面情緒的概念, 因此具此類外

向特質的人既使在較緊張的環境中依然能夠表現出自信與精力十足。此因素包含的特性有尋找刺激(Excitement Seeking)、積極(Assertiveness)、合群(Gregariousness)、正面情緒(Positive Emotion)、親切(Warmth)。

(3)經驗開放性(openness to experience)：係指一個人興趣之多寡及高低程度，當此程度越高，則其開放性也越高，具高經驗開放性性格者的想像力豐富，會注重內心的感覺，喜歡多樣化事物，能獨立思考且不具偏見，具此開放性人格特質的個體是有有豐富的內在人生、富好奇心、經常會思考產生新的點子、可以接受新的經驗甚至於不太合乎常規的價值觀、且對正面及負面的情緒都十分敏感。此面向具有喜好美感的事物以及對行動、概念、感性和價值觀等意義。此因素表現出有具行動力(Actions)、具美感(Aesthetics)、幻想(Fantasy)、感性(Feelings)、有點子(Ideas)、具價值觀(Values)。

(4)親和性(agreeableness)：或稱友善性，係指一個人遵守大眾社會或同儕之間所定之規範的程度，如果此遵循程度越高，則表示其友善性也越高，高友善性人格特質者易於與人相處、溝通與合作、容易和別人建立友誼，他們相信別人的意圖都如自己一樣都是良好的，因此會傾向替別人著想，幫助別人。此種面向的人容易信任別人，坦率面對他人，不善隱藏自己，也始終維持著謙虛順從的態度，具此個性的個體也富有同情心的，對人際之間的事務常以較樂觀的一面來看待。此因素所顯示的有利他主義(Altruism)、順從(Compliance)、謙虛(Modesty)、信任(Trust)、坦率(Straightforwardness)、有體貼心(Tender-mindedness)。

(5)勤勉正直性(conscientiousness)：或稱勤勉審慎性，係指一個人對自己所追求目標的投入程度而言，當此投入程度越高，則稱其勤勉審慎性(或稱嚴謹性)也較高，具高嚴謹性者責任心很重，做事有條不紊，且多會堅守嚴以律己的原則，稟持深思熟慮的態度，盡力達成所設定的目標。具此嚴謹性人格特質的個體是努力追求卓越的人，做事較有規劃，有組織且自我控制的能力較強，

具進取、堅持的個性也通常是果斷的、守紀律的、有堅強意志的、可信賴的。此面向包含著理性、有教養的概念在其中。此因素代表有為成對而努力(Achievement Striving)、具有能力(Competence)、深思熟慮的(Deliberation)、盡本分的(Dutifulness)、有條理的(Order)以及自律的(Self-discipline)。

人格特質的構面，目前較為人知的五大模型構面，強調其藉大量資料研究分析所得之共通人格特質因素(factors)，這五種特質是不分區域性的，即使跨文化的區域與人種也能適用，因之本研究採取 McCrae and Costa(1986)的五大人格特質理論作為本研究之基礎。

## 2-4 工作滿足之相關文獻

### 2-4-1 工作滿足的定義

工作滿足(job satisfaction)一詞，亦有學者譯為工作滿意度，Hoppock (1935)是最早提出「工作滿足」概念的國外學者，他指出工作滿足是指員工在心理與生理兩方面對環境因素的滿足感，亦即員工對工作情境的主觀反應。再者，工作滿足，是一種個人對工作的態度展現，是個體評價其工作或由工作經驗產生正向或愉悅的情緒反應程度，一般認為此因素會使員工努力工作，進而提升組織績效(段賢揚，2010；彭意維、葉怡矜，2006；Robbins，2001；Eisenberger et al., 1997)，因此當員工內在對其職務或工作環境持有越多的正向情緒時，其工作滿意程度也會隨之影響而上升。Porter and Lawler (1968)認為工作滿足是員工對於工作特性、同侪關係及工作環境等方面，其所認知的報酬與實際所獲得的報酬之差距，進而所產生的情感知覺之反應。段賢揚(2010)認為工作環境的預期報酬(或價值)與實際所得報酬(或價值)間的差距大小，兩者間的差距越小，滿足感越高，差距越大，滿足感越低。Kalleberg(1977)認為工作滿足為一個單一的概念(An Unitary Concept)，工作者能將其不同工作構面上的滿意與不滿意，而形成整體滿意度。雷千金(2003)認為工作者對其工作特性加以解釋後的情感反應，僅

是對特殊構面的滿足而言。

綜合上述各學者對工作滿足的定義，可瞭解到工作滿足是一種知覺或感覺，可以視為一種單一的概念。因此，工作滿足對組織成員來說是必然存在的現象，當組織成員的工作滿足程度愈高，可能反應出成員對組織承諾愈高，也進而可能提升組織的工作績效；反之，工作滿足程度愈低，可能反應出組織的困境，包括生產力降低、員工對組織承諾降低、以及員工的離職率升高等負面現象，可見工作滿足對一個組織的生存與發展，扮演著相當重要的衡量指標。

#### 2-4-2 工作滿足的測量

工作滿足之程度，以不同的工作滿意度理論製作的量表進行測量，經由所測分數歸納後得出結論，常用的工作量表在此歸納說明如下：

##### 1. 明尼蘇達量表(Minnesota Satisfaction Questionnaire)

明尼蘇達量表(Minnesota Satisfaction Questionnaire)是由 Weiss and England(1967)所製作，此問卷是用於調查組織中個別及團體成員工作滿意度的計量工具，問卷分為長式問卷和短式問卷兩種，採用李克特尺度的五點量表。長式問卷共有 100 道題目，測量結果可以提供 20 種分數及一種滿意性分數，短式問卷則共有 20 道題目，測量結果可以提供包括內在滿足、外在滿足及一般滿足等三種分數。

##### 2. 工作敘述量表(Job Descriptive Index)

工作敘述量表(Job Descriptive Index)是由 Smith (1969)所製作，他將滿意度分為薪資、升遷、督導、工作夥伴及工作本身等五個構面，並據此五個構面分別列出形容詞，受測者依據此形容詞針對實際的工作情況，以是、否及不能決定等三種答案予以回答，來測量受測者的工作滿意度。

##### 3. 工作診斷量表(Job Diagnostic Survey)

工作診斷量表(Job Diagnostic Survey)由 Hackman and Lawrence (1965)所編制，該量表可用於工作特性及個人成長需求強度的測量外，亦可用於測量工作

者的一般滿意及特殊滿意。

由於工作滿意度的內涵與外延很寬泛，沒有任何一種工作滿意度量表可以用於測量所有的變數，故在選擇有關工作滿意度的問卷時，應該考慮其是否能測出研究者最感興趣的層面，及對工作滿足是否能提供信度及效度的評估，因此本研究採用 Weiss and England (1967)明尼蘇達量表(Minnesota Satisfaction Questionnaire)來測量工作者的工作滿足。

## 2-5 組織支持之相關文獻

### 2-5-1 組織支持的定義

組織支持係由 Eisenberger 於 1986 年依據社會交換理論(social exchange theory)來解釋員工對組織的承諾與員工所認知組織對員工的承諾間的關係後所提出的一個概念，他們認為組織支持是員工認為組織是否尊重他們的貢獻及關心他們福祉的一個全面性的信念。Eisenberger et al. (1990) 認為組織支持是員工知覺組織如何評價員工的貢獻及關照他們的福祉一種一般性的認知。Levinson (1965)認為員工會將組織視同一個有生命的個體，組織雖然是透過成員執行組織的政策或決策，但員工對組織中的資源掌控者也會產生看法，員工不會單獨地將這些政策或決策歸因為某個特定成員的行為，而是認為組織就如同人一樣具有行為的能力，這些政策或決策就是組織本身所展現的行為，這樣的行為是否符合員工的讚賞及肯定的需求，員工會發展出整體的信念，以衡量組織重視員工貢獻及關懷員工福祉的程度，員工對組織的此種知覺稱之為組織支持(張育領，2010)。組織支持會建立員工對組織的信任感，使員工認為組織會長期地公平回饋及報償員工角色的工作表現(Organ and Konovsky, 1989)。組織與員工之間也存在著一種「互惠原則」及「利益交換原則」，員工自工作環境中得到或感受到組織對他們善意的對待時，也將使員工覺得有義務回報組織更多有利於組織的事或行為(Rousseau, 1989; Wayne et al. 1997)。不同的對待方式，會讓員工感覺

到組織是否支持他們，進而產生一種必須去關心組織利益及協助組織達成目標的一種交換或回報的心理(Eisenberger et al., 2001)。當組織提供員工好的酬賞，且重視員工的付出，員工即願更努力去協助組織達成目標。員工心裡認為自己受到組織良好的對待，將會願意表現出有利於組織的行為以作交換。組織支持雖是一種忠誠度的概念，但所指的為雇主對員工的忠誠度或承諾，而非員工對組織之承諾(Shore and Wayne,1993)。有學者則認為，組織支持的定義應該為員工所感受到組織對其福利與認同員工價值的知覺(Eisenberger et al., 2001)，也可以認為是組織管理者或決策者在執行組織的恩惠時，是否以員工喜歡之方式對待(Rhoades and Eisenberger, 2002)。組織支持為員工對組織貢獻與組織是否關心員工福利之信念，此信念越高工作效率及滿意的程度就會越高(Farh et al., 2007)。

Eisenberger et al. (1990) 認為組織支持是員工知覺組織如何評價員工的貢獻及關照他們的福祉一種一般性的認知。高度的組織支持將使員工產生一種必需回報組織的義務(Van et al., 1994)。從以上研究得知，當員工知覺組織支持時，員工會以努力與忠誠和組織交換實質的報酬或社會情緒需求，進而對組織產生情感依附，激發員工更加努力以達到組織目標。由上述可得知，許多學者對於組織支持的看法不盡相同，所呈現出不同之詮釋意義，因此將相關學者對組織支持定義做個整理，如表 5 所示。

### 2-5-2 組織支持的量測

Eisenberger et al.於 1986 年編寫了 36 個題目，表示組織對員工各種工作行為為可能會有的評價，以及組織在不同情況下，為激勵或制止其員工所可能採取的各種作法，以七點量表的計分方式，以個人對各題項的同意之程度作答(吳雅萍，2010；黃雯菁，2010)。

本研究所涉及的組織支持是由郵局員工所感受到組織給與的支持，因此根據 Eisenberger et al. (1997)之組織支持概念，本研究將組織支持定義為組織支持會使同仁善盡應有之工作職責、表現對織之情感性及計算性投入，即使缺乏個

人所期待的直接酬賞或表揚的情況下，仍會有所創新以利組織。

表 5 組織支持定義表

學者	年份	定義
Levinson	1965	員工會發展出整體的信念，以衡量組織重視員工貢獻及關懷員工福祉的程度，員工對組織的此種知覺稱之為組織支持
Organ and Konovsky	1989	組織支持會建立員工對組織的信任感，使員工認為組織會長期地公平回饋及報償員工角色的工作表現。
Eisenberger et al.	1990	組織支持是員工知覺組織如何評價員工的貢獻及關照他們的福祉一種一般性的認知
Shore and Wayne	1993	組織支持雖是一種忠誠度的概念，但所指的為雇主對員工的忠誠度或承諾，而非員工對組織之承諾。
Eisenberger et al.	2001	組織支持的定義應是員工所感受到組織對其福利與認同員工價值的知覺
Rhoades and Eisenberger	2002	組織支持是組織管理者或決策者在執行組織的恩惠時，是否以員工喜歡之方式對待
Farh et al.	2007	組織支持為員工對組織貢獻與組織是否關係員工福利之信念，此信念越高工作效率及滿意程度越高。
李志遠	2010	組織支持是員工覺察到組織評價成員對組織的重要貢獻，以及組織是否真實關心員工福利的整體知覺總合

資料來源：本研究自行整理。

## 2-6 各構面相關性研究

### 2-6-1 組織承諾與知覺服務品質相關研究

有關組織承諾與服務品質相關研究，許多學者研究結果均證實兩者間具有顯著的相關性。林秋慧(2006)在探討組織承諾與工作滿意對員工知覺服務品質影響之研究時，發現僅情感性承諾對員工知覺服務品質具顯著之影響效果，而規範性承諾與持續性承諾對員工知覺之服務品質達負相關，但不具顯著水準，其原因為：情感性承諾主要是員工對組織具情感上之依附，且樂於接受與支持組織目標，故情感性承諾較高之員工在支持組織目標之前提下，易執行出較高之服務品質，該結果亦支持部分文獻，員工情感性承諾與服務品質間具有正向之影響；Meyer et al. (1993)研究發現，規範性承諾與服務品質間具有顯著的正相



關，而持續性承諾與服務品質間具有顯著的負相關；Zeithaml and Bitner (2000) 研究指出員工經工作經驗後對組織自然產生的承諾對自我知覺之服務品質具有影響；林冠奇(2005)在探討航空公司客服中心服務品質與顧客滿意度之研究時，發現航空公司客服人員的工作滿意度、組織承諾會正向影響其所傳遞的服務品質；Tsai and Wu (2006)研究發現，組織承諾會對服務品質具有正向影響；Meyer and Allen (1991)研究指出員工的情感性承諾與服務品質間具有顯著的正相關。故本研究提出第一個假設為：

H1：組織承諾會顯著的影響知覺服務品質。

#### 2-6-2 組織承諾與工作滿足相關研究

有關組織承諾與工作滿足之相關研究，許多學者研究結果均證實兩者間具有顯著的相關性(Porter et al., 1974；黃英忠等，2002)。Porter et al. (1974)研究指出工作滿足是組織承諾的成份之一，工作滿足與特定的工作環境有密切關聯，組織承諾對工作滿足具有正向影響；林儀真(2002)探討不同僱用別之護理人員其組織承諾、專業承諾與工作表現行為之探討時，發現組織承諾與工作滿足互相會影響，組織承諾正向影響工作滿足；沈進成等(2006)在探討內部行銷、組織承諾、工作滿意與學校效能影響關係之研究時，發現組織承諾對工作滿意有顯著正向影響關係；陳國彬(2009)在探討修護人員之人格特質、工作-家庭衝突、組織承諾與工作滿意度的相關研究-以屏東機場航電修護人員為例時，發現組織承諾對工作滿意度有正向影響；孫子翔(2011)在探討員工授權賦能、組織承諾與工作滿足感關係之研究-以台灣電力公司高雄區營業處為例時，發現台電高雄區處員工的組織承諾與工作滿足感間有顯著正向影響關係；Laschinger et al. (2001)研究發現組織承諾正向影響工作滿足感，個人組織承諾越高，越願意表現出堅守本分行為，工作滿足感也越高；Chiu and Chen (2005) 研究發現組織承諾越高，有助於固守職位，也有較佳的工作滿足感，表示組織承諾對工作滿足具有正向的影響。故本研究提出第二個假設為：

H2：組織承諾會顯著的影響工作滿足。

### 2-6-3 工作滿足與知覺服務品質相關研究

雷千金(2003)探討工作滿足與組織承諾、服務品質關係之研究，發現工作滿足對服務品質之間具有顯著正向影響；Zimbardo and Johnson (2000)指出讓第一線服務人員擁有高工作滿意度是創造卓越服務品質的先決條件；Rafaeli and Sutton(1989)指出員工工作滿意對服務品質有正向的影響；林秋慧(2007)探討休閒健身產業員工組織承諾、工作滿意對服務品質影響之研究，發現工作滿意對員工服務品質之影響亦具有顯著之影響效果，但顯著性較低；高瑞新(2007)探討工作滿意度、服務行為與警察服務品質關聯性之研究-以高雄港務警察局為例，發現工作滿意對服務品質有正向直接影響；Hoffman and Ingram (1992) 研究發現當人們在心理上具有正面的心境時，比較容易有利他主義、幫助他人、關懷他人的傾向，工作滿意對服務品質具有正向的影響；毛筱艷(2010)探討國際觀光飯店員工工作滿意度與服務品質關係之研究-以員工性別為干擾變數，發現工作滿意度與服務品質為正向關係，亦即當員工工作滿意度愈高時，愈會提供好的服務品質。故本研究提出第三個假設為：

H3：工作滿足會影響知覺服務品質。

### 2-6-4 組織承諾、工作滿足和知覺服務品質相關研究

Malhotra and Mukherjee(2004) 研究發現，組織承諾與工作滿意對員工在傳遞高服務品質間具有重要的關聯性，尤其是情感性承諾與服務品質間具有顯著相關，情感性承諾顯示出員工對組織情感上的依附，因此願意接受並支持組織的目標。假如員工不願接受公司的任務、目標與願景，任何成功的組織都將受到嚴重考驗，惟有當員工願意接受並支持組織的目標並採取適當態度來回應時，才能提昇服務品質。本研究提出第四個假設為：

H4：組織承諾會透過工作滿足影響知覺服務品質。

### 2-6-5 組織承諾與人格特質之相關研究

魏均翰(2006)在跨國企業人員之人格特質、組織承諾及組織公民行為之研究中研究發現，人格特質與組織承諾具有顯著關係；呂靜茹(2006)在探討人格特質、心理契約對組織承諾之影響研究中發現，親合性人格特質與組織承諾最為顯著，神經質的人格特質與組織承諾不顯著外還有負向的組織承諾趨勢；Robbins(2001) 研究指出不同人格特質與組織承諾表現上有相關，其中嚴謹性較高的員工其組織承諾程度也較高；林淑芬(2002)在女性保健志工人格特質、組織承諾與神馳經驗關係之研究中發現，愈傾向 B 型人格者，其「留任承諾」、「努力承諾」的承諾程度也愈高。賴玉珠(2004)在壽險業業務人員核心職能、人格特質與組織承諾關聯性之研究中研究發現，人格特質正面傾向愈高，組織承諾程度其強度就愈高。

由上述研究發現，人格特質與組織承諾有顯著相關，雖然研究對象並不相同，但結果均一致。故本研究提出第五個假設為：

H5：組織承諾與人格特質有正相關。

### 2-6-6 人格特質與知覺服務品質相關研究

陳信岳(2002)探討行銷人員人格特質對服務品質影響之研究，發現至少有一人格特質構面對服務品質構面的影響達顯著之水準；湯玲郎等人(2007)探討大學院校學生事務處服務品質與滿意度之研究-以元智大學為例，發現人格特質與服務品質之重視程度及滿意程度有顯著差異；Salgado(1997) 研究指出開放性人格特質，對服務品質具有正向影響；蘇冠年(2008)探討計程車駕駛員人格特質對服務品質、顧客滿意度與再購行為之研究-以北市某品牌車隊為例，發現駕駛員的不同人格特質確實可能影響乘客所知覺的服務品質；Mattila and Patterson (2004) 研究指出服務品質的滿意度，會受消費者人格特質所影響。故本研究提出第六個假設為：

H6：人格特質會顯著的影響知覺服務品質。

## 2-6-7 人格特質與工作滿足相關研究

有關人格特質與工作滿足相關研究，許多學者研究結果均證實兩者間具有顯著的相關性。Morrison(1996)調查 307 位美國的加盟商店業者的工作的滿意情形，提出互動式的模式，即五大人格個人特質與工作特性(加盟條件的公平、加盟公司的支持及預期加盟的營運三個因素)都會影響到工作滿意度；李再長等人(2005)在大型企業組織生涯管理、個人生涯規劃、個人人格特質、工作滿意度之關連研究中發現，在五大人格特質中，「盡心性」及「外向性」對工作滿意度有顯著的影響。亦即表示，一個人若具有成就導向、堅持、健談、喜愛社交等正向的人格特質，則其對於工作的感受，滿意程度則愈高；段賢揚(2010)探討人格特質、工作滿足與組織承諾之關聯性研究，發現五大人格特質均對工作滿足有顯著相關影響，其中，具神經質性格之人員對工作滿足呈現負相關影響，也就是說此類型人員較易產生非理性的念頭，不易控制自身的衝動、面臨壓力時也拙於處理，所以無論對內、外在的環境均無法達到滿足；林國華(2005)探討國內高階主管之人格特質對管理能力及工作滿足之影響，發現工作滿意度隨受教育背景而有差異，理工背景者比設計背景者顯然有較高工作滿足感，且人格特質對工作滿意度有正面顯著影響，五大特質的項目表現越強，工作能力及工作滿意度越高；陳國彬(2009)在探討修護人員之人格特質、工作-家庭衝突、組織承諾與工作滿意度的相關研究-以屏東機場航電修護人員為例，發現不同人格特質會影響工作滿足；余鑑等人(2008)探討連鎖餐飲業員工人格特質、工作特性、工作滿意度之研究-以美式星期五餐廳為例時，發現人格特質對工作滿意度有顯著影響；Cavanaugh and Blanchard (2002) 研究發現在五大人格特質對工作滿意度有顯著的影響。亦即表示，一個人若具有成就導向、堅持、健談、喜愛社交等正向的人格特質，則其對於工作的感受，滿意程度則愈高。故本研究提出第七個假設為：

H7：人格特質會顯著的影響工作滿足。

### 2-6-8 人格特質、工作滿足和知覺服務品質相關研究

朱建平(2003)探討組織成員的政治知覺對離職傾向之影響：工作滿足的中介效果，發現工作滿足對組織政治知覺與離職傾向間之關係具有部分中介效果；吳建財(2008)探討轉型領導與組織公民行為：組織承諾與工作滿意之中介效果，發現校長轉型領導透過教師工作滿意具有中介效果；邱晏麟(2008)探討團隊賦權氣候與自我領導能力對服務績效與醫療服務滿意度影響研究-工作滿意度之中介角色，發現工作滿意度對自我領導能力與服務績效具有中介效果。故本研究提出第八個假設為：

H8：人格特質會透過工作滿足影響知覺服務品質。

### 2-6-9 組織支持與工作滿足與知覺服務品質影響相關研究

Eisenberger et al. (1986) 組織支持也是對組織的一種態度上的回應，而組織支持是與組織承諾相關的；Eisenberger et al. (1990)提出情感性承諾、永續性承諾與組織支持間有相當高的關聯；雷千金(2003) 探討工作滿足與組織承諾、服務品質關係之研究，發現組織支持對工作滿足與服務品質之關係具有干擾作用，且無論是員工認知組織支持組高或低，都會隨著工作滿足的提高，其服務品質亦隨之提高。故本研究提出第九個假設為：

H9：組織支持會干擾工作滿足對知覺服務品質之效果。

### 2-6-10 不同人口變項對服務品質相關文獻

王勇勝(2009)以高屏地區高爾夫練習場消費者為例，對人員個人變項在服務品質之差別做分析，研究結果發現，若以性別、年齡、婚姻狀況上並無顯著差，以教育程度的人口特徵分組的人員在服務品質上有顯著差異，其差異來自教育程度愈高者愈重視場館的安全衛生條件、設備的現代化與器材的保養維護以及對本身權益的爭取及維護等方面，其中研究所的顯著高於高中與大學，可能的原因為較高教育程度會員對事物觀察思考更為周詳細緻。

王志明(2006)以高雄棒球場為例，對人員個人變項在服務品質之差別做分

析，研究結果發現，不同性別現場觀眾在服務品質「化妝室」因素構面上，達到顯著差異，其中男性現場觀眾在服務品質「化妝室」因素構面上，較女性現場觀眾滿意；不同婚姻狀況現場觀眾對服務品質，不會因為已婚或未婚而有所顯著差異；不同年齡層的現場觀眾在服務品質「球員與啦啦隊表現」因素構面上達到顯著差異，其中，15 歲以下的現場觀眾滿意度高於 16-25 歲的現場觀眾；15 歲以下的現場觀眾滿意度高於 26-35 歲的現場觀眾；不同職業身份的現場觀眾在服務品質「聲光控制」因素構面上，達到顯著差異，其中學生身份高於軍公教身份；其他類別身份高於軍公教身份；不同教育程度現場觀眾在「球員與啦啦隊表現」服務品質因素構面上達到顯著差異，其中國中程度高於國小程度；國中程度高於高中（職）；國中程度高於專科程度；國中程度高於大學以上；不同平均收入現場觀眾在「門票」、「聲光控制」、「紀錄台」等服務品質因素構面上，達到顯著水準。

黃郁玲、陳優華、許政斌(2006)以職棒球迷為例，對人員個人變項在服務品質之差別做分析，研究結果發現男性在感受職棒服務品質、滿意度都較女性高；不同婚姻狀況及不同年齡層在服務品質、滿意度感受程度沒有差異；不同教育程度在職棒球隊與球隊之服務品質、滿意度因素有顯著差異，而且教育程度為研究所者顯著低於其他各個教育程度；不同職業類別在服務品質、滿意度因素有顯著差異，服務業者的滿意度高於製造業者；不同個人月收入在職棒服務品質、滿意度也有顯著差異，收入愈少或無收入者所感受的服務品質都比其他收入者來的低。故本研究提出第十個假設為：

H10：郵局不同的人口變項對組織公民行為具有顯著差異。

#### 2-6-11 組織承諾對知覺服務品質架構探討

本研究的 SEM 的研究模式架構是參考 Tsai and Wu(2006)所提的研究模式，本研究參考其中組織承諾對服務品質的架構模式，並加入及工作滿意為中介變項，最後以組織支持當作工作滿意與服務品質之間的干擾項目，形成了本研究

的 SEM 模式架構如下圖 5。

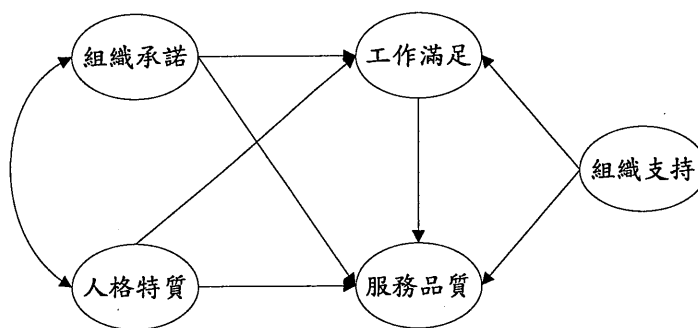


圖 5 本研究之 SEM 模式架構



### 三、研究設計

#### 3-1 研究架構

本研究架構根據文獻探討和研究目的，首先針對組織承諾對員工知覺服務品質之影響，接下來探討概念，包括情感性、持續性及認知性等三大構面，並探討服務品質 SERVQUAL 五大構面，這五構面分別為實體性、可靠性、保障性、反應力及同理性，將評估情形用來建構組織承諾對員工知覺服務品質之影響之模式，最後針對組織承諾對員工知覺服務品質之影響提出因應對策，其研究架構如圖 6 所示。

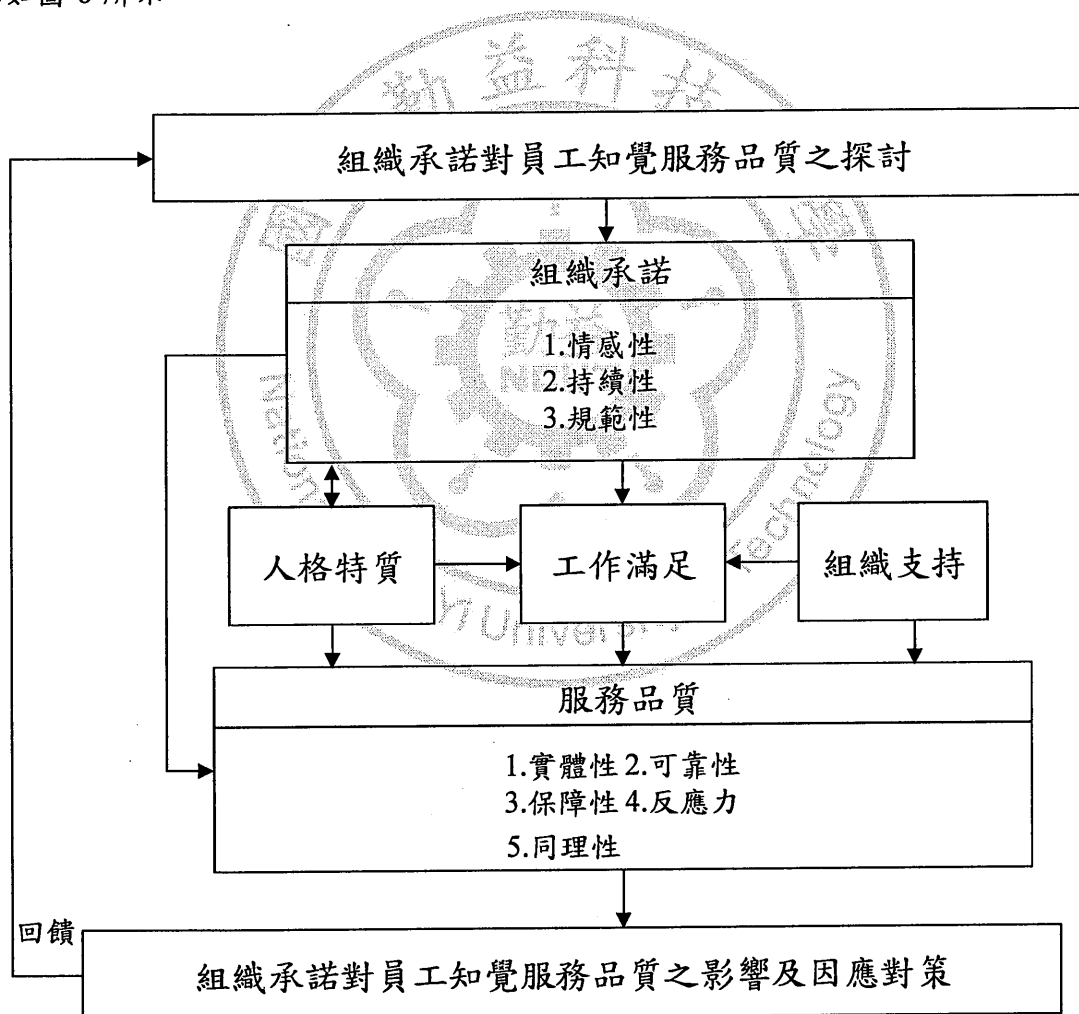


圖 6 研究架構



### 3-2 研究模式

依據研究目的及文獻探討結果，本研究模式是以郵局員工組織承諾對知覺服務品質為主要內容，包括組織承諾、人格特質、工作滿足、組織支持及服務品質為主要的架構，所形成的研究假設共有 10 個，如前面之研究假設所示，而本研究的 SEM 模式詳細如圖 7 所示。

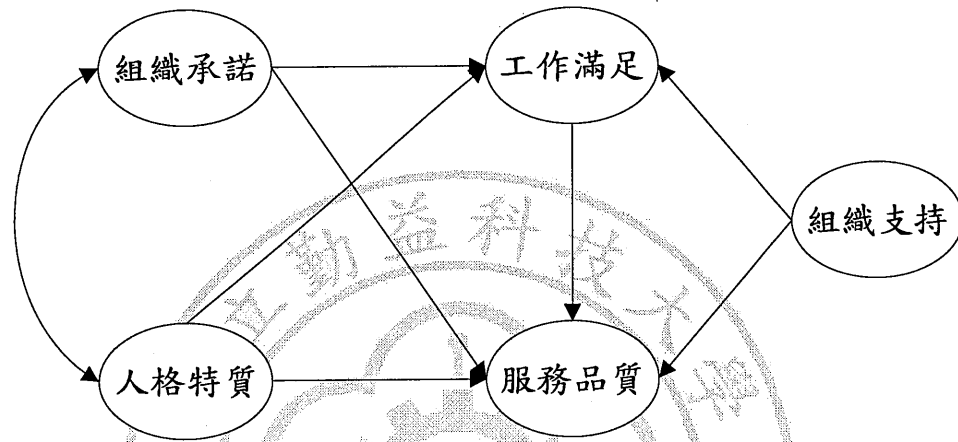


圖 7 本研究之 SEM 模式

### 3-3 研究假設

依據圖 7 郵局員工組織承諾對知覺服務品質之研究模式，以及研究目的，本論文之研究假設有下列幾項，分別說明如下：

- 假設 1：組織承諾會影響知覺服務品質。
- 假設 2：組織承諾會影響工作滿足。
- 假設 3：工作滿足會影響知覺服務品質。
- 假設 4：組織承諾會透過工作滿足影響知覺服務品質。
- 假設 5：組織承諾與人格特質有正相關。
- 假設 6：人格特質會影響知覺服務品質。
- 假設 7：人格特質會影響工作滿足。
- 假設 8：人格特質會透過工作滿足影響知覺服務品質。

假設 9：組織支持會干擾工作滿足對知覺服務品質之效果。

假設 10：不同人口變項對知覺服務品質認知具有顯著差異。

### 3-4 問卷發展與施測

「問卷調查」由於具有不影響正常作業、低成本、實施容易、真實性高等優點，因此本研究以問卷調查方式蒐集資料，以探討組織承諾對員工知覺服務品質之影響。

#### 3-4-1 問卷發展的步驟

編製一份良好的問卷，需要經過許多繁雜的程序，如確定研究目的、決定問卷的型式、實際撰擬題目、修正問卷、預試、編輯問卷和考驗問卷之性能等。這些過程，若能嚴格遵行，所編製完成的問卷將具有更高的適切性，其誤差因而較小(張紹勳，2005；郭生玉，2001)。尤其第一個步驟在確定問卷資料時，要先了解問卷所收集的資料，依照 Steven 所提出之概念，由最弱到最強分成名義尺度(nominal scale)、順序尺度(ordinal scale)、等距尺度(interval scale)和比率尺度(ratio scale)四種不同性質的尺度。在本研究問卷的基本資料類別包括名義尺度及順序尺度，而在問卷的專業題項中，為了要執行結構方程模式(SEM)分析，所以題項資料類型包括等距尺度和比率尺度。本問卷為封閉式問卷方式，採用李克氏七點量表方式，在問卷實施時線上、郵寄問卷填寫和現場實地調查方式以收集資料。

本研究之問卷設計的過程包括兩大部份：

##### 一. 預試部分

預先測試的目的是為了測試問卷內容與語法是否為受測者所瞭解。因此在問卷設計完成後，經由隨機抽取任職於台中市郵局之所轄屬員工共 150 位員工作為測試，完成問卷調查後，詢問受測者之意見與建議，並且與教授和相關從業人員討論修正後，問卷才予以確定。

問卷草稿編製完成後，請教相關的專家學者，針對問卷的內容表示意見，

並參考問卷編製的學術理論，將不好或不良的題項加以修改，最後完成所需的測試用問卷。在問卷修正完成之後，針對郵局員工進行預試，問卷回收之後，將預試過程中填答者的意見加以修正，以編製正確且完整的問卷。為了能夠順利實施問卷調查，將預試回來的問卷，按照研究目的的順序，將問卷分成組織承諾、人格特質、工作滿足、組織支持及服務品質等五大項。

二.正式問卷：主要任職於中部地區郵局之所轄屬員工。

問卷設計：問卷施測對象為員工，問卷分為三個部份：

第一部分：受測者的基本資料，即人口統計變數(性別、年齡、教育程度、婚姻狀況、在目前服務單位任職之年資、官階等)。

第二部份：組織承諾之構面，衡量尺度採用李克特量表七點計分方式。

第三部份：人格特質之構面，衡量尺度採用李克特量表七點計分方式。

第四部份：工作滿足之構面，衡量尺度採用李克特量表七點計分方式。

第五部份：組織支持之構面，衡量尺度採用李克特量表七點計分方式。

第六部份：服務品質之構面，衡量尺度採用李克特量表七點計分方式。

問卷最重要的部分為信度和效度檢驗，本研究採用 AMOS17.0 軟體進行分析，信度方面，本研究採用 Cronbach  $\alpha$  係數作為問卷信度之評鑑標準，藉以檢測衡量問卷題項間的穩定性和一致性，其  $\alpha$  值越高表示量表越穩定、各題項間的關聯性越大，亦即一致性越高。根據學者 Nunnally(1978)認為 Cronbach  $\alpha$  值應大於 0.7 以上為佳；在效度方面，本研究採用收斂效度和區別效度，收斂效度是指來自相同構面之項目，彼此之間相關要高，就是以不同的方法測量同一特質，相關性要高；區別效度是指來自不同構面之項目，彼此之間相關應較低，就是以相同方法測不同的特質，二者的相關性要很低。經過信度及效度檢驗之後，各題項都符合標準，開始進行印製問卷並準備施測，詳細流程如圖 8 所示。

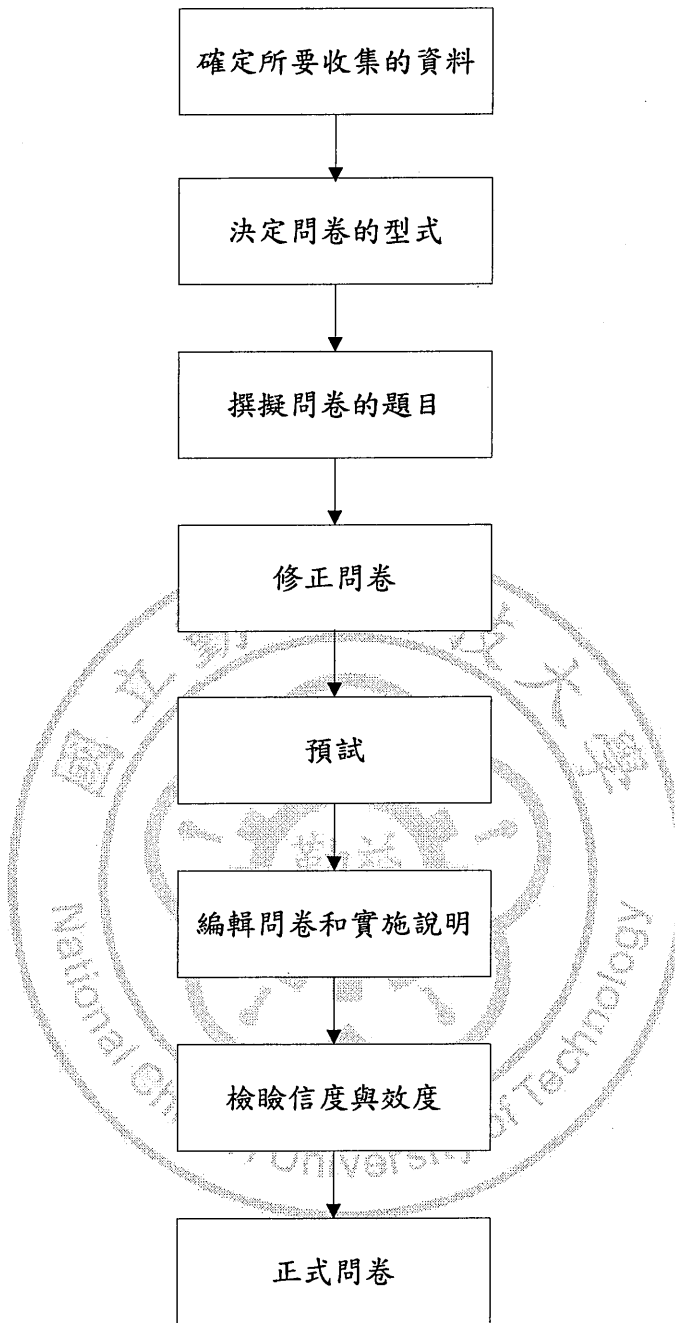


圖 8 問卷發展的步驟

### 3-4-2 問卷發展來源

根據本研究目的，以及第二章的文獻資料，收集組織承諾、人格特質、工作滿足、組織支持及員工知覺服務品質等文獻，發展本研究完整的問卷題項；本研究的外生變數為組織承諾；中介變數為人格特質及工作滿足；干擾變數為

組織支持；內生變數則為員工知覺服務品質，所以相關研究構面有 5 個。以李克特七點量表(Likert Scale)將程度分為七個尺度衡量。本研究量表由接郵局的員工及郵局員工之服務顧客其實際情形填答，為避免填答者產生困擾，乃採結構式的封閉型問題，題目型式採用的評價尺度為加總尺度法的七點式量表，以不計名方式由受測者從「非常不同(滿意)」、「不同(滿意)」、「有點不同(滿意)」、「無意見」、「有點同(滿意)」、「同(滿意)」、「非常同(滿意)」七項選擇中，計分方式係按 1、2、3、4、5、6、7 依序計分，1 為非常不同(滿意)，7 為非常同(滿意)；最後計算各向度得分與總量表得分，量表上的分數高低，則表示受測者態度的強弱，問卷另附個人基本資料及目標取向題項以利瞭解樣本特性。以下將本研究的潛在變項、變項名稱、操作型定義和潛在變數參考文獻來源等，整理如表 6 問卷發展來源彙整表。

表 6 問卷題項內容發展來源彙整表

潛在變項	構面	操作型定義	文獻來源
組織承諾	組織承諾 1. 情感性承諾 2. 持續性承諾 3. 規範性承諾	組織承諾不單只是態度或行為的層面，而是應該同時包含這兩層面，內容包含情感性承諾、持續性承諾、規範性承諾。	葉健宗(2006)； 羅樹平(2004)； 雷千金(2003)； 黃忠孝(2007)； 曾惠君(2010)； 李淑蘭(2009)； 段賢揚(2010)； 林德穎(2008)； Meyer and Allen (1991)

表 6 問卷題項內容發展來源彙整表(續上頁)

潛在變項	構面	操作型定義	文獻來源
人格特質	人格的特質 1.情緒敏感性 2.外向性 3.開放性 4.親和性 5.勤勉正直性	個體的行為反映個體獨特的人格特徵，如害羞、富攻擊性、順從、懶惰、忠誠或膽怯等，這些特徵若持續出現在許多不同的情境中，我們則稱之為「人格特質」，因此人格特質是人一生中最穩定且重要的組成因素。	陳建陽(2005)； 葉育秀(2008)； 李淑蘭(2009)； 蕭幸妙(2010)； 洪德華(2010)； 劉盈鈺(2010)； 段賢揚(2010)； 陳良旭(2010)； McCrae and Costa(1986)
工作滿足	工作的滿足 1. 內在滿足 2. 外在滿足	員工其工作所具有的情意性反應、態度及價值判斷，亦即郵局對工作各構面的評價與感受情況。	潘錫君(2008)； 黃雯菁(2010)； 李志遠(2010)； 蔡曉薇(2006)； 段賢揚(2010)； 溫雪蓉(2008)； Weiss and England (1967)
組織支持		不同的對待方式，會讓員工感覺到組織是否支持他們，進而產生一種必須去關心組織利益及協助組織達成目標的一種交換或回報的心理	吳雅萍(2010)； 黃鼎晏(2008)； 雷千金(2003)； 黃雯菁(2010)； Eisenberger et al. (1997)； Shanock and Eisenberger (2006)
員工知覺服務品質	服務品質 1. 實體性 2. 可靠性 3. 反應性 4. 保證性 5. 同理性	1. 實體性：包括實體設施、提供服務的工具設備以及服務人員的儀表等。 2. 可靠性：可正確且可靠地執行服務承諾之能力。 3. 反應性：服務人員幫助顧客的意願及提供快速服務的能力。 4. 保障性：服務人員所具備的知識、禮貌以及服務執行結果獲得顧客信賴的能力。 5. 同理性：提供顧客關心及個人化的服務。	葉華容(2001)； 詹偉傑(2006)； 雷千金(2003)； 王志明(2006)； 葉書芳(2002)； 盧安琪(2002)； 曾吉延(2006)； Parasuraman et al. (1991)

資料來源：本研究整理。

### 3-4-3 研究變數之衡量

郵局員工問卷參考文獻來源及研究目的，問卷的第一大題為情感性承諾構面、持續性承諾構面、規範性承諾構面，擬定完成的題目合計 9 題；問卷的第二大題為人格的特質構面，擬定完成的題目合計 10 題；問卷的第三大題為工作的滿足構面，擬定完成的題目合計 8 題；問卷的第四大題為組織的支持構面，擬定完成的題目合計 8 題；問卷的第五大題為實體性構面、可靠性構面、反應性構面、保證性構面、同理性構面，擬定完成的題目合計 10 題，共計 45 個問項，每個構面的詳細題目內容如表 7 所示。

表 7 郵局員工問卷題項內容彙整表

潛在變項	構面	問卷題項內容	參考資料
組織承諾	情感性承諾	1.我以能進入郵局工作而感到光榮	葉健宗(2006)； 羅樹平(2004)； 曾惠君(2010)； Meyer and Allen(1991)
		2.我對於郵局有很深的感情	
		3.我在郵局裡有一種「身為這家庭一份子」的感覺。	
	持續性承諾	4.我為郵局付出甚多心力所以不會考慮換工作	
		5.離開郵局會中斷我的生涯規劃所以不會考慮離職	
		6.我離開郵局會造成很大的犧牲所以不會考慮離職	
	規範性承諾	7.在工作上我答應同事的事項會盡力做	
		8.我對郵局有義務與責任所以不會考慮離職。	
		9.如果現在離開我務單位我會有虧欠感。	

表 7 郵局員工問卷題項內容彙整表(續上頁)

潛在變項	構面	問卷題項	參考資料
服務品質	實體性	1.我認為郵局和服務有關的資料(如手冊)看起來都很吸引人。	詹偉傑(2006)； 王志明(2006)； 曾吉延(2006)； Parasuraman et al. (1991)
		2.我認為郵局的硬體設施(外觀)看起來很吸引人。	
	可靠性	3.當顧客遇到問題時，我會很熱誠地為顧客決解。	
		4.我能一次就能完成，郵局所提供給顧客的服務。	
	反應性	5.我認為郵局的窗口人員能夠快速地提供給顧客服務。	
		6.郵局窗口人員從未因為太忙碌而沒有回應顧客的要求。	
	保障性	7.我認為郵局窗口人員的行為值得顧客信任。	
		8.我認為和郵局的交易很安全。	
	同理心	9.我認為郵局對顧客所在意的事情非常重視。	
		10.我認為郵局會注意顧客個別的需求。	
人格特質的特性	情緒敏感性	1.我是個能舒解壓力的人。	段賢揚(2010)； 李淑蘭(2009)； 洪德華(2010)； 鄭復源(2010)； McCrae and Costa(1986)
		2.我是個對事情抱持樂觀的人。	
	外向性	3.我是個具適應力的人。	
		4.我是個能接受挑戰的人。	
	開放性	5.我對於未曾接觸過的事物具有想像力。	
		6.我是個常提出新方法的人。	
	親和性	7.我與他人互動時很謙虛。	
		8.我是會盡所能幫助他人的人。	
	勤勉正直性	9.我是做事盡心負責的人。	
		10.我對於所做的每件事都努力成為最優秀的。	



表 7 郵局員工問卷題項內容彙整表(續上表)

潛在變項	構面	問卷題項	參考資料
工作滿足	內在滿足	1.我對於在工作中所取得的成就感到滿意。	蔡曉薇(2006)； 段賢揚(2010)； 李志遠(2010)； Weiss and England (1967)
		2.對於我工作忙碌的程度，我感到滿意。	
		3.我所擔任的工作會使同仁或朋友對我刮目相看，我感到滿意。	
		4.對於這個工作所提供的工作穩定性，我感到滿意。	
	外在滿足	5.我對公司所執行的政策普遍感到滿意。	
		6.對在工作中能自由運用自己的判斷力，我感到滿意。	
		7.對現任工作給予我升遷的機會，我感到滿意。	
		8.我對主管對待下屬的方式感到滿意。	
組織支持	1.我服務的單位會重視我的意見。	吳雅萍(2010)； 黃鼎晏(2008)； 黃雯菁(2010)； Eisenberger et al. (1997)	
	2.我服務的單位真的關心我的福祉。		
	3.我服務的單位相當重視我個人的目標和價值觀。		
	4.當我有問題時可以從我服務的單位得到幫助。		
	5.我服務的單位會原諒我的無心之過。		
	6.如果我需要特別協助，我服務的單位會願意幫忙。		
	7.我服務的單位不會佔我便宜。		
	8.我服務的單位很關心我的權益。		

資料來源：本研究整理。

### 3-4-4 問卷施測

本研究委託郵局任職員工協助現場紙本發放、網路電子郵件及網路線上填寫方式進行問卷調查，為避免廢卷的產生，提升問卷施測的信度及效度，本研究以電話和電子郵件預先對協助發放問卷人員針對施測問卷的用意，確認施測過程沒有問題的情況下，委託請這些協助人員展開問卷施測。

### 3-5 預試

本研究依據相關文獻所發展而成的問卷題目，由台中市郵局相關部門的員工進行填答，根據填答者填答時認為題意不清或容易使人混淆之處進行修正，針對量表細部題項之適切性及可閱讀性加以修改，使問卷內容在正式施測時，能讓受試者明瞭問卷內容進而正確填答，加強表面效度及內容效度，以增進施測品質。本研究預試共發放 150 份問卷，回收 129 份問卷，回收率 86%，並進行信度分析與效度分析，表 8 為本研究組織承諾對知覺服務品質為量表的信度及效度分析，說明如下。

#### 3-5-1 內容效度(content validity)

內容效度主要是檢驗問卷內容對於研究主題所能涵蓋的程度。本研究的目的在於探討組織承諾對郵局員工知覺服務品質的影響，問卷中所採用的組織承諾、人格特質、工作滿足、組織支持及知覺服務品質等構面，並經過多次討論修正並參考專家之意見，才完成問卷設計的流程，因此本研究問卷所使用之衡量量表符合內容效度之要求。

#### 3-5-2 收斂效度(Convergent Validity)

收斂效度是指操作的層面，其表示用兩種不同衡量方式去衡量同一構面的內容時，其相關程度都很高(吳明隆，2007)。本研究是利用因素分析獲得因素負荷量及各分項對總項的相關數作為判斷，依據一般判斷標準因素負荷量及分項對總項相關係數均需達 0.6 以上水準，並且配合一次刪除一項因素(係數最小)後重新分析的方法進行。

在組織承諾對知覺服務品質為問卷量表中，其各構面指標之因素荷量大部分皆大於 0.6，分項對總項相關係數亦大部分大於 0.6，可知各項構面在各項係數上符合標準，表示組織承諾對知覺服務品質問卷具有一定收斂效度，經預試後，本量表內容則經與指導教授充分的討論，以實際特性作為依據，以擷取近實務範圍的題意做為問卷的題項，並依原來 45 題的題項加以修正做為正式問卷。

### 3-6 抽樣設計

為了使本研究的研究對象具有代表性，本研究是以國內中部地區郵局，規模較大且較具代表性的七間郵局進行抽樣，採用立意抽樣方式，抽取足夠且具有代表性的樣本進行分析，Comery(1973)指出要進行因素分析時，以求其建構效度，則樣本數最好在 300 份以上，如果樣本少於 100 則不宜進行因素分析；Gorsuch(1983)建議樣本數最少為變數的 5 倍，並大於 100 以上，方能得到較穩定的結果；Bentler and Chou(1987)認為若資料符合常態分配，樣本數大小為變數總數目的 5 倍即可，但若為其他分配時，需為變數總數的 10 倍；Anderson and Gerbing(1988)認為 100-150 是樣本數大小的最低底限；Hair et al., (2006)建議樣本數最少是估計參數(變數間關係之個數)的 5 倍以上，最好是估計參數的 10 倍；Marsh et al., 等學者(1988)認為若以最大概似估計法(Maximum Likelihood Estimation, MLE)進行參數估計時，樣本數至少大於 100 以上，因為樣本數太少可能導致不能收斂或得到不當解。但是如果樣本數太大(超過 400)，則最大概似估計法會變得太敏感，以致於所有的適配度指標都變得很差。所以在使用驗證性因素分析時樣本大小以 200 至 400 之間最為恰當；Boomsma and Hoogland(2001)認為小於 200 之樣本數，將產生無法聚合性與不適當的解，而 400 是最恰當的數目；黃芳銘(2006)依據大拇指定律(rules of thumb)，建議樣本數為題項總數 10 倍或 20 倍。依此原則，本研究足夠的 SEM 樣本為 300-400 份，考量無效問卷問題及問卷回收問題，本次發放問卷總數為 500 份。

表 8 織承諾對知覺服務品質為量表之預試分析

潛在變項	測量變項	分項對總項相關係數	修正的項目總相關	因素負荷量	特徵值	累積解釋變異量(%)	$\alpha$ 信度
組織承諾	承諾 1	0.755	0.715	0.758	5.380	59.78%	0.913
	承諾 2	0.783	0.713	0.779			
	承諾 3	0.854	0.806	0.857			
	承諾 4	0.858	0.808	0.869			
	承諾 5	0.813	0.753	0.824			
	承諾 6	0.836	0.780	0.845			
	承諾 7	0.426	0.332	0.397			
	承諾 8	0.817	0.758	0.814			
	承諾 9	0.694	0.593	0.673			
支覺服務品質	品質 1	0.606	0.482	0.562	4.227	42.27%	0.841
	品質 2	0.557	0.425	0.511			
	品質 3	0.620	0.522	0.645			
	品質 4	0.700	0.617	0.729			
	品質 5	0.716	0.620	0.717			
	品質 6	0.651	0.539	0.644			
	品質 7	0.638	0.542	0.661			
	品質 8	0.644	0.543	0.660			
	品質 9	0.741	0.665	0.758			
	品質 10	0.587	0.454	0.571			

表 8 織承諾對知覺服務品質為量表之預試分析(續上頁)

潛在變項	測量變項	分項對 總項相 關係數	修正的 項目總 相關	因素負 荷量	特徵值	累積解 釋變異 量(%)	$\alpha$ 信度
工作滿足	滿足 1	0.736	0.639	0.757	3.802	47.53%	0.836
	滿足 2	0.737	0.636	0.760			
	滿足 3	0.702	0.597	0.728			
	滿足 4	0.642	0.532	0.659			
	滿足 5	0.752	0.635	0.718			
	滿足 6	0.652	0.540	0.689			
	滿足 7	0.647	0.502	0.602			
	滿足 8	0.632	0.479	0.581			
組織支持	支持 1	0.801	0.722	0.815	4.588	56.98%	0.886
	支持 2	0.854	0.798	0.872			
	支持 3	0.813	0.741	0.837			
	支持 4	0.771	0.696	0.792			
	支持 5	0.558	0.412	0.493			
	支持 6	0.656	0.563	0.623			
	支持 7	0.753	0.636	0.725			
	支持 8	0.792	0.713	0.806			

表 8 織承諾對知覺服務品質為量表之預試分析(續上頁)

潛在變項	測量變項	分項對總項相關係數	修正的項目總相關	因素負荷量	特徵值	累積解釋變異量(%)	$\alpha$ 信度
人格特質	人格 1	0.595	0.443	0.533	4.709	47.09%	0.872
	人格 2	0.753	0.676	0.747			
	人格 3	0.767	0.699	0.777			
	人格 4	0.747	0.665	0.754			
	人格 5	0.698	0.603	0.696			
	人格 6	0.718	0.616	0.704			
	人格 7	0.624	0.528	0.627			
	人格 8	0.672	0.590	0.681			
	人格 9	0.615	0.525	0.624			
	人格 10	0.674	0.586	0.683			

資料來源：研究者自己整理

## 四、資料分析與討論

本研究旨在探討郵局員工的組織承諾對知覺服務品質影響之模式，研究對象為中部地區之郵局員工作為受測對象，模式的潛在變項包括組織承諾、人格特質、工作滿足、組織支持及員工知覺服務品質等，運用 SEM 模式進行分析以建構員工的組織承諾對知覺服務品質影響之模式。本章分析之資料包括郵局員工基本資料分析、個別測量模式配適度評鑑、整體模式信度與效度分析、研究架構之整體性分析、檢定力分析、交叉效度分析、干擾分析、整體架構直接與間效果分析、研究假設分析、多群組分析等，詳細說明如下。

### 4-1 基本資料檢視

#### 4-1-1 問卷回收

本次研究發放了 500 份的問卷，回收回來一共 467 份回收率達 93.4%，經篩選後無效問卷為 46 份，有效問卷為 421 份，將有效問卷進行基本資料分析，說明如下。

#### 4-1-2 樣本資料分析

為瞭解整體樣本的結構，進行樣本資料之敘述性統計分析，其次數分在性別方面，男性約佔 74.3%(313 人)，女性約佔 25.7%(108 人)；就年齡方面以 36 歲到 45 歲佔的比例最高，約佔 37.5%(158 人)，其次為 46 歲到 55 歲約佔 33.0%(139 人)；所屬教育程度方面，專科學歷人數較多佔 40.9%(172 人)，其次高中(職)學歷佔 33.0%(139 人)；婚姻狀況方面，未婚佔 23.3%(98 人)，已婚佔 76.7%(323 人)；工作年資以 20 年以上者佔的比例較多，約佔 26.8%(113 人)，其次為 10-15 年者約佔 25.4%(107 人)；職位方面以專業職 2(士級)佔的比例最多，約佔 44.4%(187 人)，其次為專業職 1(佐級、員級)約佔 39.0%(164 人)；職階方面以其他職階佔的比例最多，約佔 42.0%(177 人)，其次為窗口經辦約佔 42.0%(177 人)，詳細資料如表 9 所示。

表 9 郵局員工基本資料(N=421)

		人數	百分比
性 別	男	313	74.3
	女	108	25.7
年 齡	25 歲以下	6	1.4
	26-35 歲	93	22.1
	36-45 歲	158	37.5
	46-55 歲	139	33.0
	56 歲以上	25	5.9
學 歷	國(初)中	10	2.4
	高中(職)	139	33.0
	專科	172	40.9
	大學	97	23.0
	研究所(含)以上	3	0.7
婚姻狀況	未婚	98	23.3
	已婚	323	76.7
工作年資	5 年以下	59	14.0
	5-10 年	80	19.0
	10-15 年	107	25.4
	15-20 年	62	14.7
	20 年以上	113	26.8
職 位	專業職 2(士級)	187	44.4
	專業職 1(佐級、員級)	164	39.0
	營運職(高員級)	20	4.8
	經理職	4	1.0
	其他	46	10.9
職 階	窗口經辦	177	42.0
	專員	34	8.1
	股長	7	1.7
	經理以上	6	1.4
	其他	197	49.8

資料來源：本研究整理。



#### 4-1-3 常態資料檢視

接著利用回收回來的資料，進行了簡易的統計分析，如表 10 所示，平均數在全距內、標準差與變異數均不為 0 且 Cronbach  $\alpha$  大於 0.7，因此可進行下一步的分析。

表 10 全距、平均數、標準差、偏態及峰度摘要表

	個數	全距	最小值	最大值	平均數	標準差	偏態	峰度	Cronbach $\alpha$
承諾 1	421	6	1	7	5.36	1.342	-0.801	0.489	0.905
承諾 2	421	6	1	7	5.32	1.463	-0.633	-0.286	
承諾 3	421	6	1	7	5.42	1.495	-0.889	0.452	
承諾 4	421	6	1	7	5.55	1.428	-0.952	0.560	
承諾 5	421	6	1	7	5.55	1.471	-0.904	0.134	
承諾 6	421	6	1	7	5.32	1.654	-0.858	-0.026	
承諾 7	421	6	1	7	5.24	1.685	-0.750	-0.398	
承諾 8	421	6	1	7	5.47	1.384	-0.610	-0.355	
承諾 9	421	6	1	7	4.89	1.715	-0.602	-0.425	
人格 1	421	6	1	7	5.24	1.191	-0.391	-0.122	0.887
人格 2	421	6	1	7	5.34	1.240	-0.669	0.330	
人格 3	421	6	1	7	5.47	1.180	-0.738	0.914	
人格 4	421	6	1	7	5.34	1.257	-0.520	0.186	
人格 5	421	6	1	7	5.11	1.313	-0.706	0.511	
人格 6	421	6	1	7	4.98	1.397	-0.547	0.000	
人格 7	421	6	1	7	5.36	1.139	-0.363	-0.237	
人格 8	421	5	2	7	5.60	1.116	-0.496	-0.391	
人格 9	421	5	2	7	5.65	1.195	-0.825	0.582	
人格 10	421	6	1	7	5.51	1.192	-0.567	-0.010	
滿足 1	421	6	1	7	5.27	1.376	-0.788	0.569	0.880
滿足 2	421	6	1	7	4.71	1.639	-0.676	-0.170	
滿足 3	421	6	1	7	4.96	1.373	-0.631	0.479	
滿足 4	421	6	1	7	5.49	1.281	-0.877	0.865	
滿足 5	421	6	1	7	4.47	1.650	-0.396	-0.548	
滿足 6	421	6	1	7	5.11	1.382	-0.706	0.326	
滿足 7	421	6	1	7	4.60	1.613	-0.526	-0.321	
滿足 8	421	6	1	7	4.71	1.708	-0.471	-0.589	

表 10 全距、平均數、標準差、偏態及峰度摘要表(續上頁)

	個數	全距	最小值	最大值	平均數	標準差	偏態	峰度	Cronbach $\alpha$
支持 1	421	6	1	7	4.39	1.580	-0.459	-0.464	0.906
支持 2	421	6	1	7	4.51	1.565	-0.465	-0.293	
支持 3	421	6	1	7	4.45	1.568	-0.464	-0.318	
支持 4	421	6	1	7	4.57	1.497	-0.557	-0.124	
支持 5	421	6	1	7	3.98	1.738	-0.122	-0.989	
支持 6	421	6	1	7	4.50	1.419	-0.335	-0.203	
支持 7	421	6	1	7	4.62	1.582	-0.522	-0.340	
支持 8	421	6	1	7	4.54	1.617	-0.425	-0.403	
品質 1	421	6	1	7	4.82	1.519	-0.486	-0.351	0.872
品質 2	421	6	1	7	4.70	1.392	-0.507	-0.144	
品質 3	421	6	1	7	5.33	1.239	-0.625	0.587	
品質 4	421	5	2	7	5.35	1.146	-0.389	-0.122	
品質 5	421	6	1	7	5.11	1.376	-0.694	0.323	
品質 6	421	6	1	7	4.96	1.398	-0.480	-0.202	
品質 7	421	6	1	7	5.43	1.218	-0.607	0.194	
品質 8	421	6	1	7	5.58	1.265	-0.878	0.737	
品質 9	421	6	1	7	5.39	1.236	-0.617	0.213	
品質 10	421	6	1	7	5.23	1.368	-0.843	0.531	

資料來源：本研究整理。

## 4-2 個別測量模式配適評鑑

### 4-2-1 組織承諾構面之測量模式

本研究將樣本數 421 份中 3 份異常樣本刪除，剩餘樣本數 418 份，經由驗證性因素分析結果如表 11 及圖 9，由表 11 得知，起始模式的適配度不佳。M.I.(modification index)為修正指標，探討觀察變項殘差之間的共變關係，經由 M.I.值的修正可以有效降低卡方值。本研究為例，發現刪除承諾 2 (我對於郵局有很深的感情) 可以減少卡方值 106.355；第二次刪除承諾 3 (我在郵局裡有一種「身為這家庭一份子」的感覺) 可以減少卡方值 88.455，第三次刪除承諾 6 (我離開郵局會造成很大的犧牲所以不會考慮離職) 可以減少卡方值 36.647；第四次刪除承諾 9(如果現在離開我服務的單位我會有虧欠感)可以減少卡方值

16.115，經由四次 M.I.值修正後，本模式的整體配適度達到不錯的水準，結果如圖 10 所示。

表 11 組織承諾構面測量模式驗證性因素分析結果摘要表

指標 模式	$\chi^2/df$	RMR	RMSEA	GFI	AGFI	NFI	IFI	CFI
假設性模式	9.582	0.052	0.143	0.856	0.760	0.891	0.902	0.901
修正模式 1	7.618	0.043	0.126	0.911	0.840	0.921	0.931	0.931
修正模式 2	6.017	0.038	0.109	0.942	0.884	0.941	0.951	0.950
修正模式 3	3.029	0.028	0.070	0.978	0.949	0.976	0.984	0.984
修正模式 4	2.229	0.020	0.054	0.990	0.969	0.989	0.994	0.994

資料來源：本研究整理。

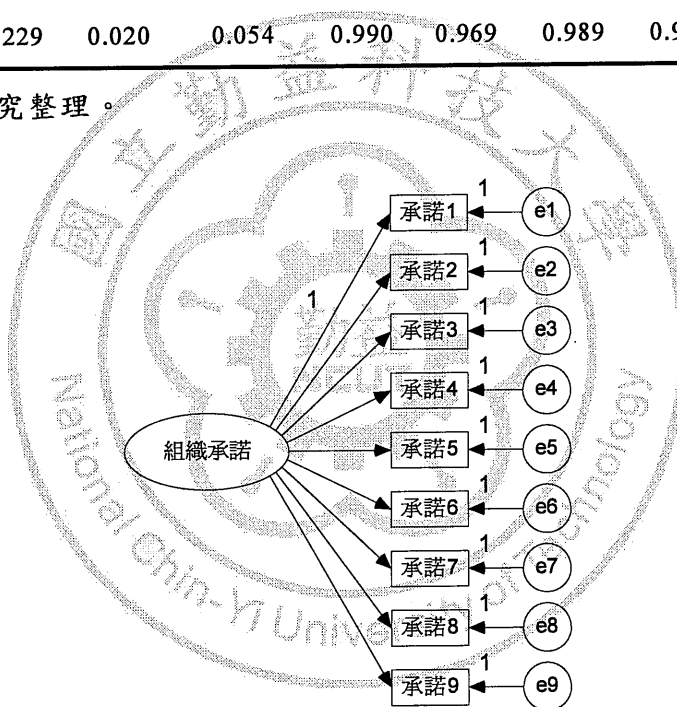


圖 9 組織承諾構面假設性 CFA 測量模式

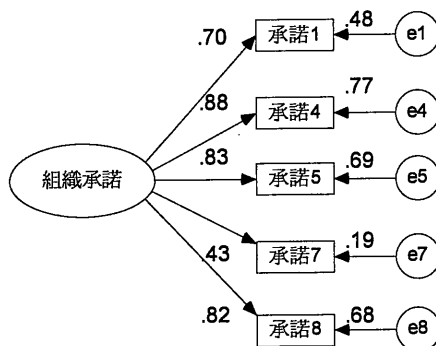


圖 10 組織承諾構面修正後 CFA 測量模式

#### 4-2-2 服務品質構面之測量模式

本研究將樣本數 418 份中 5 份異常樣本刪除，剩餘樣本數 413 份，經由驗證性因素分析結果如表 12 及圖 11 所示，由表 12 得知，起始模式的適配度不佳。本研究發現刪除品質 2(我認為郵局的硬體設施(外觀)看起來很吸引人)可以減少卡方值 306.063；第二次刪除品質 9(我認為郵局對顧客所在意的事情非常重視)可以減少卡方值 78.894；第三次刪除品質 4(我能一次就能完成，郵局所提供給顧客的服務)可以減少卡方值 45.565；第四次刪除品質 8(我認為顧客和郵局的交易很安全)可以減少卡方值 31.775。經由四次 M.I.值修正後，本模式的整體配適度達到不錯的水準，結果如圖 12 所示。由於服務品質模式的配適度達已達不錯的水準，但在放到整體配適度上時發現品質 1 會受到其他構面的影響，所以把品質 1(我認為郵局和服務有關的資料(如手冊)看起來都很吸引人)刪除，可以減少卡方值 0.413。

表 12 知覺服務品質構面測量模式驗證性因素分析結果摘要表

指標 模式	$\chi^2/df$	RMR	RMSEA	GFI	AGFI	NFI	IFI	CFI
假設性模式	13.780	0.090	0.179	0.822	0.720	0.729	0.744	0.742
修正模式 1	6.527	0.058	0.118	0.907	0.845	0.971	0.888	0.888
修正模式 2	4.886	0.046	0.098	0.942	0.895	0.912	0.928	0.928
修正模式 3	3.697	0.038	0.082	0.964	0.929	0.940	0.956	0.955
修正模式 4	2.221	0.029	0.055	0.984	0.963	0.971	0.984	0.984
修正模式 5	1.708	0.019	0.042	0.992	0.976	0.986	0.994	0.994

資料來源：本研究整理。

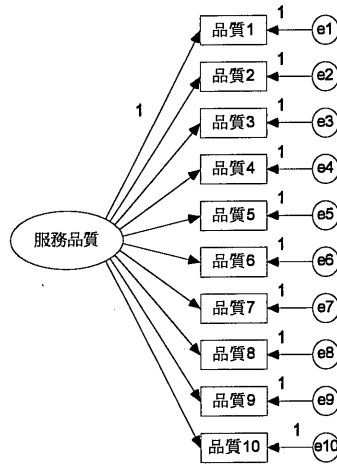


圖 11 知覺服務品質構面假設性 CFA 測量模式

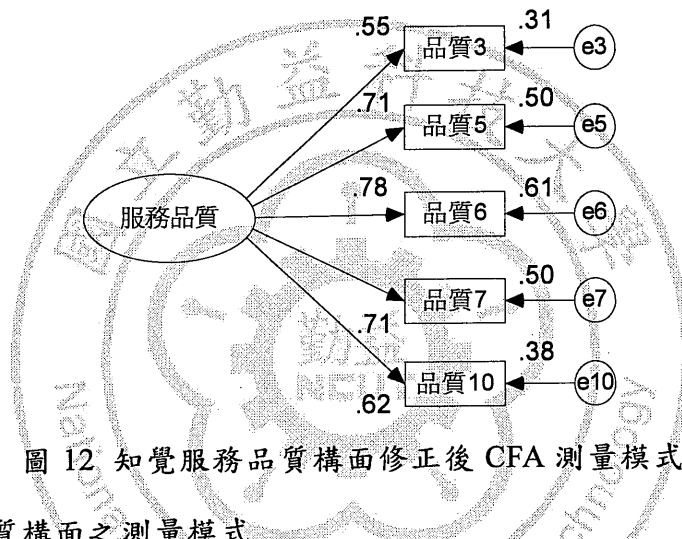


圖 12 知覺服務品質構面修正後 CFA 測量模式

#### 4-2-3 人格特質構面之測量模式

本研究將樣本數 413 份中 3 份異常樣本刪除，剩餘樣本數 410 份，經由驗證性因素分析結果如表 13 及圖 13 所示。由表 13 得知，起始模式的適配度不佳，本研究發現刪除人格 1(我是一個能夠舒解壓力的人)，可減少卡方值 108.305；第二次刪除人格 8(我是會竭盡所能幫助他人的人)可減少卡方值 67.037；第三次刪除人格 5(我對於未曾接觸過的事物具有想像力)可減少卡方值 37.204；第四次刪除人格 7(我與他人互動時很謙虛)可以減少卡方值 33.721。經由四次 M.I.值修正後，本模式的整體配適度達到不錯的水準，結果如圖 14 所示。由於人格特質模式的配適度達已達不錯的水準，但在放到整體配適度上時發現人格 10 會受到其他構面的影響，所以把人格 10(我對於所做的每件事都努力成為最優秀的)刪除，

可以減少卡方值 1.028。

表 13 人格特質構面測量模式驗證性因素分析結果摘要表

指標 模式	$\chi^2/df$	RMR	RMSEA	GFI	AGFI	NFI	IFI	CFI
假設性模式	7.711	0.064	0.127	0.875	0.804	0.858	0.874	0.873
修正模式 1	5.985	0.057	0.110	0.910	0.850	0.895	0.911	0.910
修正模式 2	4.727	0.048	0.095	0.943	0.897	0.928	0.942	0.942
修正模式 3	4.096	0.042	0.086	0.960	0.919	0.947	0.959	0.959
修正模式 4	2.624	0.028	0.063	0.982	0.958	0.975	0.984	0.984
修正模式 5	1.596	0.019	0.038	0.992	0.977	0.990	0.996	0.996

資料來源：本研究整理。

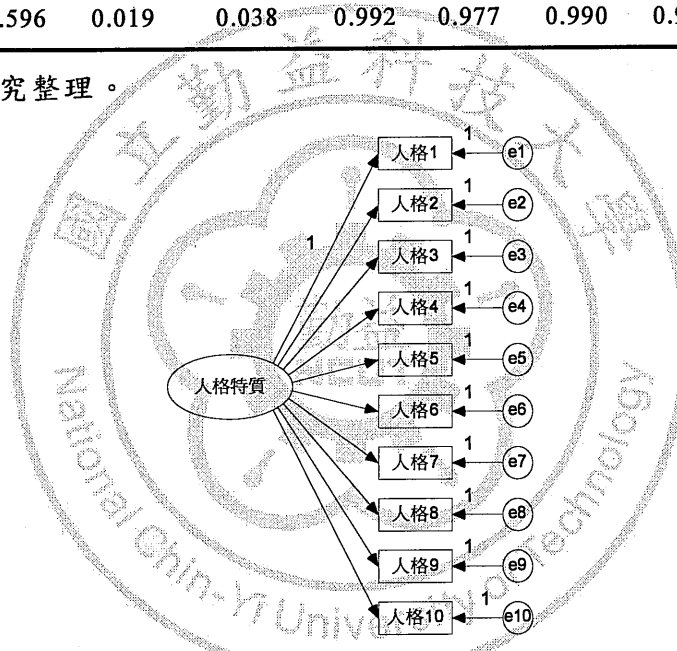


圖 13 人格特質構面假設性 CFA 測量模式

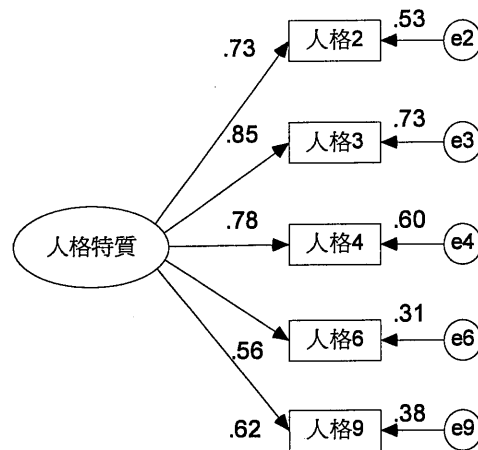


圖 14 人格特質構面修正後 CFA 測量模式

#### 4-2-4 工作滿足構面之測量模式

本研究將樣本數 410 份中 6 份異常樣本刪除，剩餘樣本數 404 份，經由驗證性因素分析結果如表 14 及圖 15 所示。由表 14 得知，起始模式的適配度不佳。本研究發現刪除滿足 5(我對公司所執行的政策普遍感到滿意)可以減少卡方值 105.997；第二次刪除滿足 7(對現任工作給予我升遷的機會，我感到滿意)可以減少卡方值 40.193。經由二次 M.I.值修正後，本模式的整體配適度達到不錯的水準，結果如圖 16 所示。

表 14 工作滿足構面測量模式驗證性因素分析結果摘要表

指標 模式	$\chi^2/df$	RMR	RMSEA	GFI	AGFI	NFI	IFI	CFI
假設性模式	7.716	0.056	0.128	0.901	0.822	0.902	0.914	0.913
修正模式 1	3.452	0.039	0.078	0.967	0.934	0.960	0.971	0.971
修正模式 2	0.979	0.017	0.000	0.993	0.983	0.991	1.000	1.000

資料來源：本研究整理。

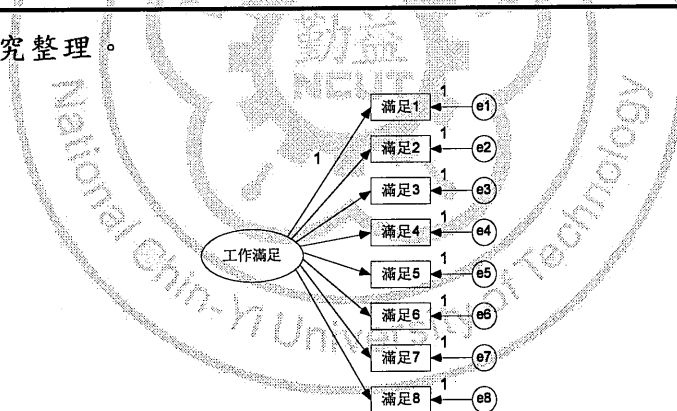


圖 15 工作滿足構面假設性 CFA 測量模式

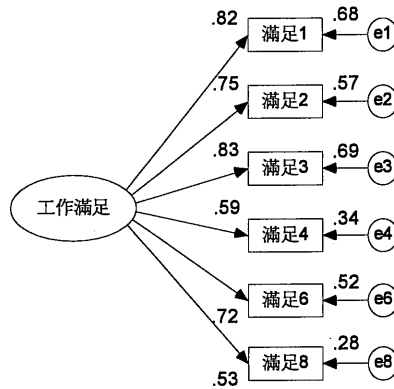


圖 16 工作滿足構面修正後 CFA 測量模式

#### 4-2-5 組織支持構面之測量模式

本研究將樣本數 404 份中 3 份異常樣本刪除，剩餘樣本數 401 份，經由驗證性因素分析結果如表 15 及圖 17 所示，由表 15 得知，起始模式的適配度不佳。本研究發現刪除支持 6(如果我需要特別協助，我服務的單位會願意幫忙)可以減少卡方值 165.733；第二次刪除支持 7(我服務的單位不會佔我便宜)可以減少卡方值 77.505；第三次刪除支持 4(當我有問題時可以從我服務的單位得到幫助)可以減少卡方值 56.41；第四次刪除支持 8(我服務的單位很關心我的權益)可以減少卡方值 22.064。經由四次 M.I.值修正後，本模式的整體配適度達到不錯的水準，結果如圖 18 所示。

表 15 組織支持構面測量模式驗證性因素分析結果摘要表

指標 模式	$\chi^2/df$	RMR	RMSEA	GFI	AGFI	NFI	IFI	CFI
假設性模式	16.097	0.077	0.193	0.813	0.663	0.859	0.866	0.866
修正模式 1	11.157	0.057	0.158	0.891	0.781	0.915	0.922	0.922
修正模式 2	8.744	0.046	0.138	0.937	0.853	0.948	0.954	0.953
修正模式 3	4.457	0.026	0.092	0.980	0.940	0.981	0.985	0.985
修正模式 4	0.111	0.003	0.000	1.000	0.999	1.000	1.002	1.000

資料來源：本研究整理。

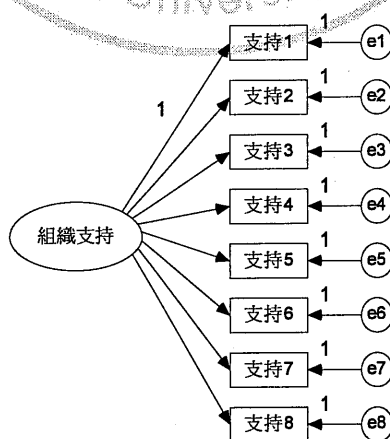


圖 17 組織支持構面假設性 CFA 測量模式



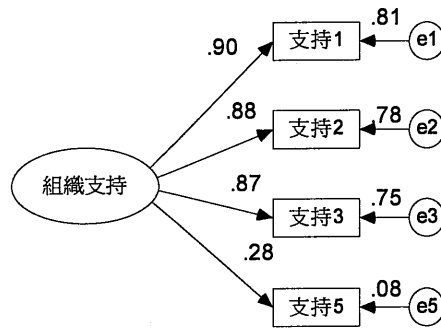


圖 18 組織支持構面修正後 CFA 測量模式

### 4-3 信度與效度分析

組成信度(CR)為所有測量變項信度的組成，表示構面指標內部變數的一致性，若潛在變項的 CR 值越高，其測量變項是高度相關的，表示他們都在衡量相同的潛在變項，越能測出該潛在變項，須大於 0.70 以上 (Bagozzi, R. P. and Yi, Y.,1988); 由表 16 顯示潛在構面組成信度(CR)介於 0.8081 至 0.8599 之間，均大於可接受的建議值 0.70 以上，表示各構面具有良好的信度。

效度分析分為測量變項、潛在變項及測量誤差作為初始效度之判別，接著判斷收斂效度及區別效度，依序說明如下：

#### 一、收斂效度：

依據 Kline, R.B. (1998) 及 Bagozzi, R. P. and Yi, Y. (1988) 針對 SEM 收斂效度的評估標準包含五大項，分別是  $SMC \geq 0.5$ 、組型係數(factor loading) $\geq 0.7$ 、組成信度(CR) $>0.7$ 、 $AVE > 0.5$ 、Cronbach  $\alpha > 0.6$ ，符合上述標準者模式具有收斂效度。以下根據前述標準，逐項說明如下。

1、SMC：本研究觀察變項的 SMC 值介於 0.08 至 0.81 之間，其值大多在 0.5 以上，只有少數幾項在 0.5 以下，但不影響整體效度。

2、組型係數：本研究觀察變項的組型係數介於 0.28 至 0.9 之間，其值大多在 0.7 以上，只有少數幾項在 0.7 以下，但不影響整體效度。

3、組成信度：本研究的潛在變項共有五個構面，其組成信度分別為 0.8595、

0.8371、0.8599、0.8445、0.8081，其值均達到 0.7 以上，如表 17 所示，顯示各構面具有良好的組成信度。

4、AVE: 本研究的潛在變項共有五個構面，其 AVE 值分別為 0.5621、0.5124、0.5119、0.6049、0.4607，其值大部分達到可接受的建議值 0.50 以上，如表 17 所示，顯示各構面具有良好的 AVE 值。

5、Cronbach  $\alpha$ : 本研究的潛在變項共有五個構面，其 Cronbach  $\alpha$  分別為 0.809、0.833、0.841、0.895、0.782，其值均達到 0.7 以上，如表 18 所示，顯示各構面具有良好的 Cronbach  $\alpha$  值。

表 16 SMC、組成信度及平均變異數抽取量摘要表

潛在變項	測量變項	Factor loading	SMC	CR	AVE	Cronbach $\alpha$
組織承諾	承諾1	0.70	0.48	0.8595	0.5621	0.847
	承諾4	0.88	0.77			
	承諾5	0.83	0.69			
	承諾7	0.43	0.19			
	承諾8	0.82	0.68			
服務品質	品質3	0.55	0.31	0.8081	0.4607	0.806
	品質5	0.71	0.50			
	品質6	0.78	0.61			
	品質7	0.71	0.50			
	品質10	0.62	0.38			
工作滿足	滿足1	0.82	0.68	0.8599	0.5119	0.852
	滿足2	0.75	0.57			
	滿足3	0.83	0.69			
	滿足4	0.59	0.34			
	滿足6	0.72	0.52			
	滿足8	0.53	0.28			
組織支持	支持1	0.90	0.81	0.8445	0.6049	0.793
	支持2	0.88	0.78			
	支持3	0.87	0.75			
	支持5	0.28	0.08			
人格特質	人格2	0.73	0.54	0.8371	0.5124	0.832
	人格3	0.85	0.70			
	人格4	0.78	0.61			
	人格6	0.56	0.32			
	人格9	0.62	0.40			

資料來源：本研究整理。

#### 4-3-1 區別效度

根據前述標準，整理成表 17 及表 18 及圖 19 所示，逐項說明如下。由表 19 顯示 Bootstrap 計算構面之間的相關係數值，組織承諾對人格特質的估計值為 0.521、組織承諾對工作滿足的估計值為 0.683、組織承諾對組織支持的估計值為 0.512、組織承諾對服務品質的估計值為 0.514、人格特質對工作滿足的估計值為 0.584、人格特質對服務品質的估計值為 0.447、工作滿足對組織支持的估計值為 0.641、工作滿足對服務品質的估計值為 0.637、組織支持對服務品質的估計值為 0.591、人格特質對組織支持的估計值為 0.327，以上相關係數的估計值均落在 Bias-corrected percentile method 與 Percentile method 兩種信賴區間法的上下限中，且兩種信賴區間法的上下限均未包含 1，則表示每個構面間具有區別效度；由表 20 矩陣顯示，組織承諾與服務品質的 AVE 值 0.5621、0.4607 均大於構面相關係數的平方 0.2061；組織承諾與人格特質的 AVE 值 0.5621、0.5124 均大於構面相關係數的平方 0.2704；組織承諾與工作滿足的 AVE 值 0.5621、0.5119 均大於構面相關係數的平方 0.4624；組織承諾與組織支持的 AVE 值 0.5621、0.6049 均大於構面相關係數的平方 0.2061；服務品質與人格特質的 AVE 值 0.4223、0.5124 均大於構面相關係數的平方 0.2025；服務品質與工作滿足的 AVE 值 0.4607、0.5119 均大於構面相關係數的平方 0.4069；服務品質與組織支持的 AVE 值 0.4607、0.6049 均大於構面相關係數的平方 0.3481；人格特質與工作滿足的 AVE 值 0.5124、0.5119 均大於構面相關係數的平方 0.3364；人格特質與組織支持的 AVE 值 0.5124、0.6049 均大於構面相關係數的平方 0.1089；工作滿足與組織支持的 AVE 值 0.5119、0.6049 均大於構面相關係數的平方 0.4096，表示構面間具有區別效度。

表 17 Bootstrap 法區別效度

潛在變項	Estimate	Bias-corrected		Percentile method	
		percentile method		Lower	Upper
		Lower	Upper		
組織承諾<—>人格特質	0.521	0.411	0.635	0.406	0.629
組織承諾<—>工作滿足	0.683	0.597	0.76	0.598	0.761
組織承諾<—>組織支持	0.512	0.405	0.599	0.408	0.602
組織承諾<—>服務品質	0.514	0.394	0.624	0.399	0.624
人格特質<—>工作滿足	0.584	0.472	0.682	0.481	0.685
人格特質<—>服務品質	0.447	0.311	0.565	0.311	0.565
工作滿足<—>組織支持	0.641	0.532	0.729	0.535	0.731
工作滿足<—>服務品質	0.637	0.531	0.728	0.537	0.738
組織支持<—>服務品質	0.591	0.461	0.686	0.479	0.695
人格特質<—>組織支持	0.327	0.211	0.435	0.211	0.435

資料來源：本研究整理。

表 18 AVE 法區別效度

	組織承諾	服務品質	人格特質	工作滿足	組織支持
組織承諾	0.5621				
服務品質	0.2061	0.4607			
人格特質	0.2704	0.2025	0.5124		
工作滿足	0.4624	0.4069	0.3364	0.5119	
組織支持	0.2601	0.3841	0.1089	0.4069	0.6049

資料來源：本研究整理。

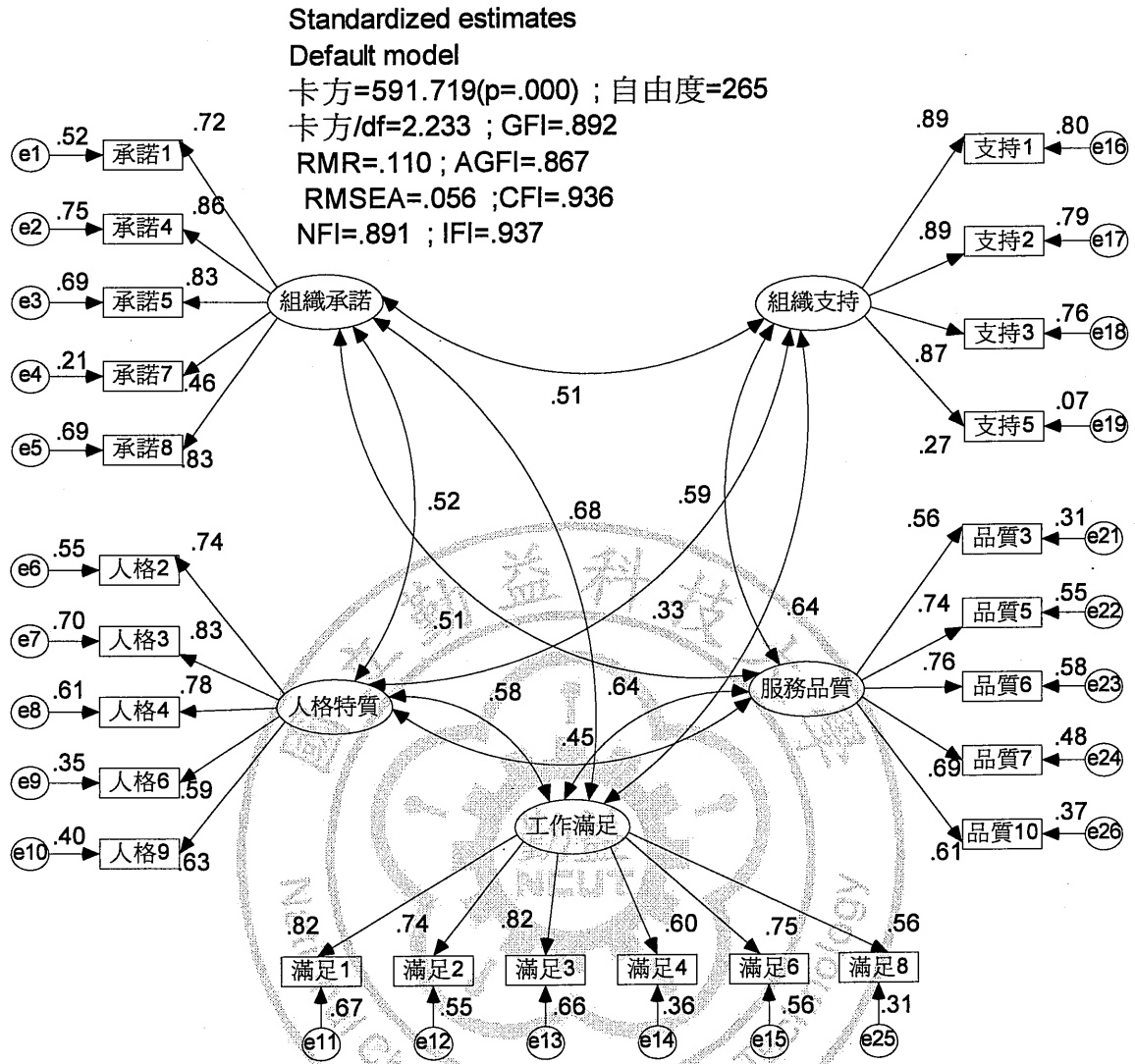


圖 19 組織承諾對知覺服務品質模式一階五因子斜交測量模式

#### 4-4 檢定力分析

假設統計考驗有兩大錯誤類型，第一類型又稱為型 I 錯誤( $\alpha$  錯誤)，第二類型錯誤又稱為型 II 錯誤( $\beta$  錯誤)。型 I 錯誤( $\alpha$  錯誤)的檢定係指虛無假設被拒絕，而此虛無假設是正確時，所犯的錯誤機率。型 II 錯誤( $\beta$  錯誤)係指虛無假設被接受，而此虛無假設是不正確時，所犯的錯誤機率，而  $1-\beta$  就是統計檢定力，也就是統計決策能正確拒絕錯誤虛無假設的能力。

多學者認為評鑑統計檢定力是一件相當重要的檢定，而在檢定模式時樣本

數扮演著相當重要的角色(Kaplan, 1995 ; MacCallum et al., 1996)。樣本大小對配適度指所計算的檢定值產生很大的影響，特別是那些建基於卡方值的配適度量測，所以一個顯著的卡方值，根本就是樣本的一個主效果。

依據 MacCallum et al.(1996)的研究顯示，SEM 的統計檢定力牽涉到  $\alpha$  值、樣本數、自由度和 RMSEA 值等幾個要素。本研究利用 R 語言進行檢定力分析，檢定時須輸入整體模型的自由度為 267、樣本數為 401、RMSEA 為 0.063 等，當中利用  $\alpha$  值 0.05 和 RMSEA 值 0.08 為標準進行分析，分析結果顯示出 power 值為 99.95%，顯示本研究模型具有良好的統計力。

接著為了要確認本研究樣本數是否足夠來判斷 power 值，同樣利用 R 語言進行分析，分析時須輸入整體模型的自由度為 267 及 RMSEA 為 0.063，當中利用  $\alpha$  值 0.05 和 RMSEA 0.08 為標準進行分析，分析結果顯示樣本數為 230.47，表示本研究模型只要達 231 份樣本就不易發生型 II 錯誤。本研究樣本數為 401 份，可大大降低犯型 II 錯誤的機率，結果顯示此模型具有良好的檢定力。

#### 4-5 研究模式之整體性分析

本研究為了進一步瞭解各構面之間的影响效果，以下即就組織承諾對服務品質之關係模式，以線性結構分析法(AMOS)來驗證其因果關係，並根據文獻理論及上述分析修正，建立此因果模式徑路圖，模式整體架構如圖 20 所示。

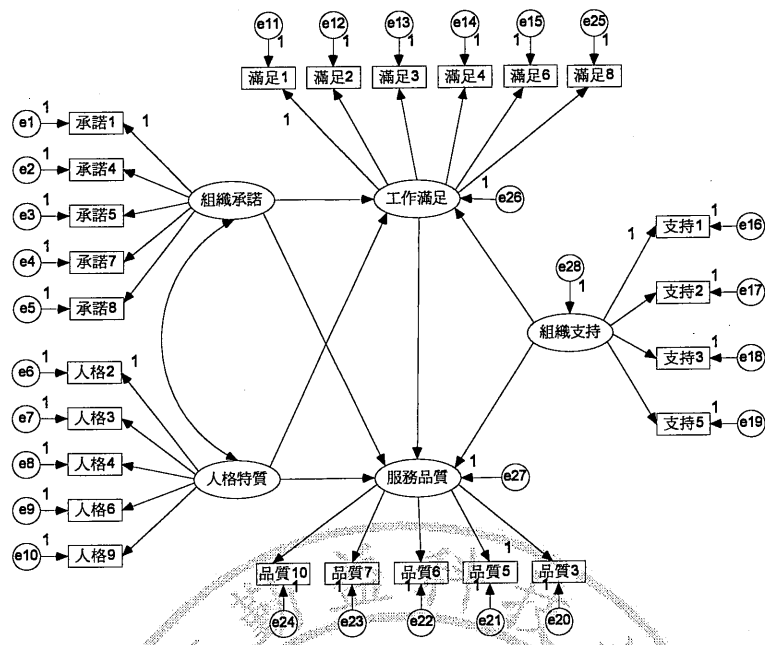


圖 20 模式之整體架構

#### 4-5-1 違犯估計

整體模式配適度指標是否達到配適標準可以從幾個指標來檢視，而在考驗整體模式配適度指標時，學者 Hair et al. (1998)建議，應先檢核模式參數是否有違犯估計現象，此方面可從下列三方面著手：1.有無負的誤差變異數存在；2.標準化參數係數是否 $\geq 1$ ；3.是否有太大的標準誤存在。當違反這幾項標準時，表示模式可能有敘列誤差、辨識問題或資料建檔輸入有誤，此時研究者最好重檢核模式參數的敘列是否有意義，同時檢查語法程式是否與假設模式徑路圖一致 (Bagozzi and Yi, 1988)。

研究模式內每個估計參數是否都達到顯著水準是檢核模式內在品質的一項重要指標，在表 19 本研究估計的 33 個非標準化參數估計值當中，其值並未出現負的誤差變異數。在表 20 本研究估計的 30 個估計參數的標準誤介於 0.043 至 0.194 之間，顯示並未有太大的標準誤，從上述基本配適指標標準而言，本研究具有不錯的模式內在品質，因此可進一步進行下一階段的整體模式配適度分析。

#### 4-5-1 整體模式配適度分析

整體模式適配度用來評估整個模式與觀察資料的適配程度，可以說是模式的外在品質，以瞭解實證結果是否與理論模式相符。本研究模式配適指標分成三大類，在絕對配適指標方面包括  $\chi^2$ 、RMR、RMSEA、GFI 和 AGFI 等五項；在增值配適指標方面包括 NFI、IFI 和 CFI 等三項；在簡約配適指標方面只有  $\chi^2/df$  一項，整體模式評估結果整理如表 21 所示，並將各配適指標的標準簡述如下。

##### 1. $\chi^2$ 配適指標

$\chi^2$  為卡方值(chi-square)愈小表示整體模式之因果徑路圖與實際資料愈配適，一個不顯著( $p > 0.05$ )的卡方值表示模式之因果徑路圖模式與實際資料相配適，二者不一致的情形愈小，但卡方值對受試樣本的大小非常敏感，如果樣本數愈大，則卡方值愈容易達到顯著，導致理論模式遭到拒絕的機率愈大。Rigdon(1995)認為，使用真實世界的數據資料來評鑑理論模式時， $\chi^2$  統計通常實質的助益不大，因為卡方值受到估計參數及樣本數影響很大，本研究的卡方值為 692.278，對本研究的助益不大，所以要進一步參考其他的配適指標。

##### 2、RMR

RMR 為殘差均方和平方根(root mean square residual)，即從配適殘差的概念而來，所謂配適殘差矩陣是指資料樣本所得之變異數共變數矩陣與理論模式隱含之變異數共變數矩陣的差異值，矩陣中的參數即是配適殘差。當差異值愈小時，表示樣本資料與假設模式配適度良好，一般 RMR 值以小於 0.05 為標準，本研究的 RMR 值為 0.270，代表此模式的配適度佳。

##### 3、RMSEA

RMSEA 為漸進殘差均方和平方根(root mean square error of approximation)，其值等於  $\chi^2 - df$ ，其意義是每個自由度之平均與間差異值，由於考慮到自由度，因此可將模式的複雜度也列入考量，RMSEA 值通常被視為是



最重要配適指標訊息。當 RMSEA 的數值高於 0.10 以上時，則模式的配適度欠佳；其數值 0.08 至 0.10 之間則是模式尚可，具有普通配適；在 0.05 至 0.08 之間表示模式良好，即有合理配適；若數值小於 0.05，表示模式配適度非常良好 (Browene and Cudeck, 1993)。本研究的 RMSEA 值為 0.063，表示模式配適度佳。

#### 4、GFI

GFI 為良性配適度指標(goodness-of-fit index)，用來顯示觀察矩陣中的變異數與共變數可被複製矩陣預測得到的量。GFI 數值介於 0 至 1 間，其數值愈接近 1，表示模式的配適度愈佳；GFI 值愈小，表示模式的配適度愈差，一般的判別標準為 GFI 值如大於 0.90，表示模式徑路圖與實際資料有良好的配適度。本研究的 GFI 值為 0.881，在尚可接受範圍之內。

#### 5、AGFI

AGFI 為調整後契合度指標(Adjusted goodness of fit index)，其目的在於利用自由度和變項個數之比率來調整 GFI。AGFI 介於 0 至 1 之間，其值大於 0.90 可視為具有良好的適配度，大於 0.80 可視為可接受的範圍 (Bagozzi and Yi, 1988)。本研究的 AGFI 值為 0.855，在尚可接受範圍之內。

#### 6、NFI、IFI 及 CFI

NFI 為非規範配適指標(non-normed fit index)，其原始名稱為 Tucker-Lewis index(TLI)，IFI 為增值配適指標(incremental fit index)，CFI 為比較配適指標(comparative fit index)。NFI 與 NNFI 二種指標是一種相對性指標值，反應了假設模式與一個觀察變項間沒有任何共變假設的獨立模式的差異程度。其中 NFI 值、RFI 值、IFI 值、CFI 值、TLI 值大多介於 0 與 1 之間，愈接近 1 表示模式配適度愈佳，指標值愈小表示模式配適度愈差。Bentler(1995)研究發現：即使在小樣本情況下，CFI 值對假設模式配適度的估計仍然十分穩定，CFI 指標值愈接近 1，表示能夠有效改善非集中性的程度。NFI 值為 0.873，IFI 值為 0.918，CFI 值為 0.917，顯示本研究模式具有良好的解釋能力。

7、 $\chi^2/df$

卡方自由度比也稱為規範卡方(Normed chi-square, NC), 當假設模式的估計參數愈多, 自由度會變得愈大; 而當樣本數愈多, 卡方值也會隨之擴大, 若同時考量到卡方值與自由度大小, 則二者的比值也可以作為模式配適度是否契合的指標。卡方自由度比值( $\chi^2/df$ )愈小, 表示假設模式的共變異數矩陣與觀察資料間愈適配, 相對的, 卡方自由度比值愈大, 表示模式的配適度愈差, 一般而言, 卡方自由度比值小於 2 時, 表示假設模式的配適度較佳(Carmines and McIver, 1981)。此值小於 1 表示模式過度配適, 若是大於 3 表示模式配適度不佳, 其值若介於 1 至 3 之間表示模式的配適良好(吳明隆, 2007b)。本研究的  $\chi^2/df$  值為 2.593, 表示模式具有良好的解能力。

綜合以上所述的各項指標, 本研究整體模式的配適情況十分良好, 因此可知本研究所提出之關聯模式為一個可被接受之模式, 本研究關聯模式結果徑路圖如圖 21 所示。

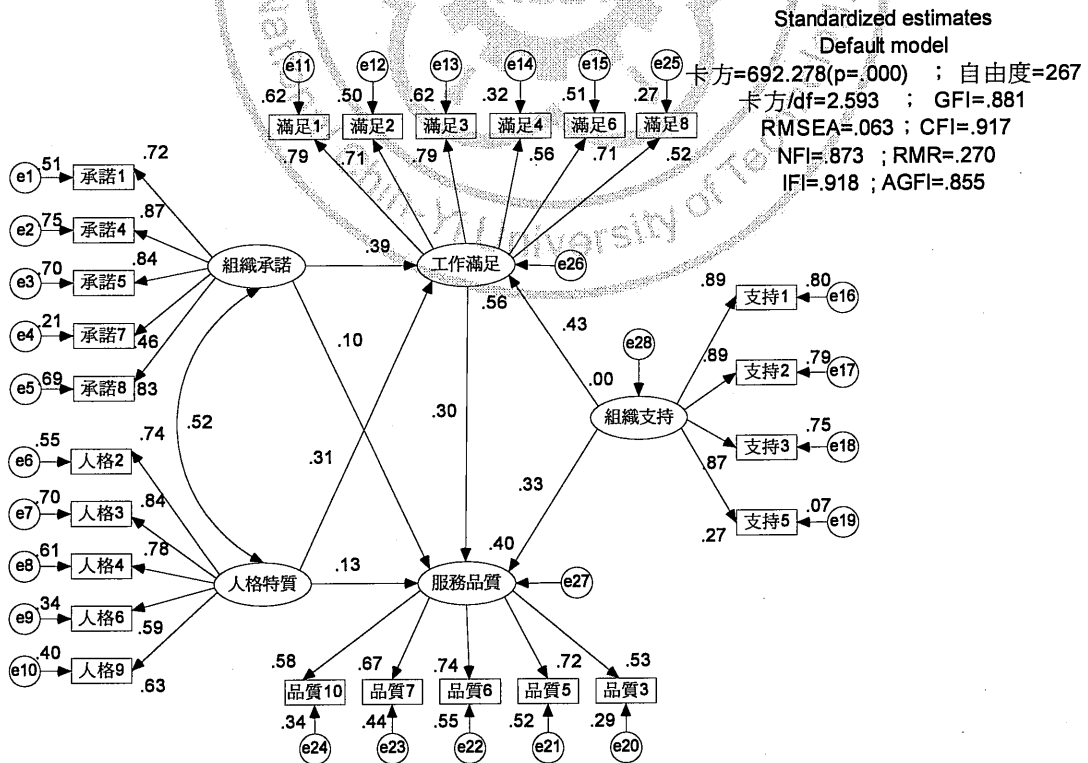


圖 21 關聯模式結果徑路圖

表 19 迴歸係數參數估計摘要表

		非標準化參數 估計值	標準誤	CR 值	P 值	標準化參 數估計值
工作滿足	<--- 組織承諾	0.399	0.059	6.802	***	0.389
工作滿足	<--- 人格特質	0.342	0.061	5.612	***	0.315
工作滿足	<--- 組織支持	0.31	0.033	9.279	***	0.428
服務品質	<--- 組織承諾	0.064	0.047	1.373	0.17	0.096
服務品質	<--- 工作滿足	0.198	0.059	3.35	***	0.304
服務品質	<--- 人格特質	0.094	0.049	1.928	0.054	0.133
服務品質	<--- 組織支持	0.156	0.033	4.795	***	0.331
承諾 1	<--- 組織承諾	1				
承諾 4	<--- 組織承諾	1.249	0.076	16.358	***	0.866
承諾 5	<--- 組織承諾	1.259	0.079	15.9	***	0.839
承諾 7	<--- 組織承諾	0.788	0.091	8.703	***	0.457
承諾 8	<--- 組織承諾	1.174	0.075	15.708	***	0.828
人格 2	<--- 人格特質	1				
人格 3	<--- 人格特質	1.057	0.067	15.794	***	0.836
人格 4	<--- 人格特質	1.029	0.069	14.912	***	0.782
人格 6	<--- 人格特質	0.899	0.081	11.143	***	0.587
人格 9	<--- 人格特質	0.806	0.067	12.013	***	0.632
滿足 2	<--- 工作滿足	1.071	0.075	14.326	***	0.707
滿足 3	<--- 工作滿足	0.985	0.061	16.17	***	0.787
滿足 4	<--- 工作滿足	0.672	0.061	11.105	***	0.564
支持 2	<--- 組織支持	0.995	0.041	24.444	***	0.887
支持 3	<--- 組織支持	0.978	0.041	23.602	***	0.867
支持 5	<--- 組織支持	0.336	0.064	5.257	***	0.867
品質 5	<--- 服務品質	1.417	0.149	9.479	***	0.719
品質 6	<--- 服務品質	1.517	0.158	9.621	***	0.743
品質 7	<--- 服務品質	1.208	0.133	9.114	***	0.666
滿足 1	<--- 工作滿足	1				
品質 3	<--- 服務品質	1				0.535
品質 10	<--- 服務品質	1.139	0.135	8.445	***	0.585
滿足 6	<--- 工作滿足	0.924	0.064	14.431	***	0.712
滿足 8	<--- 工作滿足	0.85	0.084	10.182	***	0.521
支持 1	<--- 組織支持	1				0.894
組織承諾	<--> 人格特質	0.453	0.062	7.275	***	0.518

資料來源：本研究整理。

表 20 變異數參數估計摘要表

	非標準化 參數估計值	標準誤	CR 值	P 值
組織承諾	0.927	0.116	7.988	***
人格特質	0.824	0.1	8.23	***
e28	1.865	0.167	11.156	***
e26	0.428	0.056	7.694	***
e27	0.247	0.049	5.052	***
e1	0.876	0.07	12.528	***
e2	0.482	0.051	9.454	***
e3	0.62	0.059	10.433	***
e4	2.181	0.159	13.746	***
e5	0.587	0.055	10.746	***
e6	0.667	0.058	11.499	***
e7	0.397	0.043	9.176	***
e8	0.554	0.052	10.741	***
e9	1.266	0.097	13.041	***
e10	0.806	0.063	12.747	***
e11	0.598	0.055	10.921	***
e12	1.117	0.092	12.179	***
e13	0.582	0.053	10.933	***
e14	0.945	0.071	13.237	***
e15	0.81	0.067	12.127	***
e16	0.468	0.054	8.667	***
e17	0.501	0.055	9.063	***
e18	0.587	0.059	10.004	***
e19	2.73	0.194	14.045	***
e20	1.033	0.08	12.901	***
e21	0.776	0.072	10.771	***
e22	0.773	0.075	10.261	***
e23	0.757	0.065	11.644	***
e24	1.033	0.083	12.527	***
e25	1.896	0.141	13.42	***

資料來源：本研究整理。

表 21 整體模式配適度各評鑑項目總結

配適度指標	配適度評估			配適結果	
	理想值	可接受值	本研究數值	良好	可接受
$\chi^2/df$	<3	--	2.593	★	
RMR值	<0.05	--	0.270		★
RMSEA	<0.05	0.05~0.1	0.063	★	
GFI	>0.9	0.8~0.9	0.881		★
AGFI	>0.9	0.8~0.9	0.855		★
NFI	>0.9	0.8~0.9	0.873		★
IFI	>0.9	0.8~0.9	0.918	★	
CFI	>0.9	0.8~0.9	0.917	★	

資料來源：本研究整理。

#### 4-6 交叉效度分析

交叉效度(cross-validation)又稱為「複核效化」，是指一個模式在許多不同群樣本下，而非只是在其所衍生的樣本下，能夠複製的程度。交叉效度的主要目的在檢驗模式的預測效度，當研究者採用模式發展以及模式競爭策略時，更需要檢定交叉效度，因為一個模式在某一樣本下配適得很好，並不表示在其他的樣本下會如此(MacCallum et al., 1994)。

進行交叉效度分析時有三種不同的實施策略，第一種為寬鬆策略(loose replication strategy)，效度樣本僅需維持與測定模型相同的因素結構設定，參數無須進行任何等同設定；第二種為溫和策略(moderate replication strategy)，指效度樣本的部分參數必須套用測定樣本的參數數據，也就是說效度模型中的部分參數必須設定為樣本間等同，一般慣用的等同參數為因素負荷量；第三種為嚴謹策略(tight replication strategy)，是指兩個樣本之間具有完全相等的模型設定，同時參數的數值也完全相等。雖然交叉效度分析有三種策略，但嚴謹策略符合條

件相當嚴苛，所以實務上大多採用寬鬆及溫和策略兩種，針對本研究的模型穩定性之交叉效度分析說明如下。

#### 4-6-1 模型穩定性之交叉效度分析

本研究的總樣本數為 401 份，利用 SPSS 軟體隨機分成兩群，第一群為 Group1 樣本數為 191 份，第二群為 Group2 樣本數為 210 份，分群完成之後，運用 AMOS 軟體進行多群組比較。群組之間的比較項目，包括測量係數(因素負荷量)、結構共變異數(結構模型中的變異數及共變異數)、測量殘差(測量模型中殘差的變異數及共變異數)。以下就這些分析項目進行寬鬆策略及溫和策略分析其交叉效度，寬鬆策略之交叉效度分析如表 22 所示，溫和策略之交叉效度分析如表 23 所示。

在表 22 中，Group1 與 Group2 的測量係數兩者皆無差距，且兩群的模型配適度，不論是 RMSEA 或是 CFI、GFI、AGFI、RMR、 $\chi^2$ 、df、 $\chi^2/df$  等指標值皆很接近，顯示兩群之間的模型差異皆不大，所以顯示本研究模型在寬鬆策略下穩定性良好。

表 22 模型穩定性使用寬鬆策略之交叉效度分析

Group	$\chi^2$	df	$\chi^2/df$	GFI	AGFI	CFI	RMR	RMSEA
Group1	503.606	267	1.886	0.839	0.804	0.912	0.278	0.068
Group2	556.601	267	2.085	0.826	0.788	0.888	0.283	0.072

資料來源：本研究整理。

表 23 為溫和策略的交叉效度分析項目彙整表，要通過溫和策略的檢驗，必須利用 AMOS 軟體將分群後的 df、 $\chi^2$ 、P、NFI、IFI、RFI、TLI、CFI 列出，然後加以比較。在表 23 中的第一列為 Unconstrained (預設模型) 之相關資料，溫和策略的檢驗步驟依序為(一) Measurement weights(測量係數)分析：其 P 值為

0.026，小於 0.05，表示在此模型下兩群的測量係數有顯著差異；(二) Structural weights (結構係數)分析：其 P 值為 0.95，大於 0.05，表示在此模型下兩群的結構共變數沒有顯著差異；(三) Structural covariances (結構共變異數)分析：其 P 值為 0.413，大於 0.05，表示在此模型下的測量殘差沒有顯著差異，但 P 值顯著時，在統計上可能會受到樣本數大小的影響而造成失真，所以實務上要再看模型的 CFI 值加以比較，Unconstrained 的 CFI 值為 0.900，Measurement weights 的 CFI 值為 0.989，兩者相減的 $\Delta$ CFI 絕對值為 0.002，未達顯著水所以 Group1 及 Group2 在溫和策略的交叉效度檢驗水準之下，兩者並未有差異性，顯示本研究模型具有良好的穩定性，如表 23 所示。

表 23 模型穩定性使用溫和策略之交叉效度分析

Model	df	$\chi^2$	P	NFI Delta-1	IFI Delta-2	RFI Rho-1	TLI Rho-2	CFI
Unconstrained	534	1060.206	0.000	0.820	0.901	0.797	0.888	0.900
Measurement weights	20	34.038	0.026	0.006	0.006	-0.001	-0.001	0.898
Structural weights	7	12.168	0.095	0.002	0.002	0.000	0.000	0.897
Structural covariances	3	2.868	0.413	0.000	0.001	-0.001	-0.001	0.897

資料來源：本研究整理。

#### 4-7 整體模式直接與間接效果分析

結構方程模式的徑路分析，結合傳統的徑路分析與驗證性因素分析之測量模式，分析模式中除觀察變項外，也包含潛在變項，因而同時具備測量模式與結構模式，模式中若以觀察變項為因變項、潛在變項為果變項，則成為「形成性指標」，此種包含潛在變項的徑路分析，稱為「潛在變項徑路分析」。徑路分析中，變項間的影響效果包含「直接效果」與「間接效果」，二者的效果分總量和稱為外因變項對內因變項影響的總效果值(吳明隆，2007b)。

在徑路分析中有關直接間接效果的計算方式，目前有兩種方法為學術研究

者所採用，一種是利用徑路係數乘積方法(Product of coefficients)，另一種為信賴區間方法(Bootstrap Distribution of Effects)，本研究採用信賴區間方法分析研究模式的直接與間接效果。由圖 22 的關聯模式結果徑路中，將分析徑路歸納為二，分別組織承諾對知覺服務品質的間接直接效果分析、人格特質對知覺服務品質的間接直接效果分析；包括兩種直接效果徑路分析關係和兩種間接效果路徑分析關係，直接效果分別是 1.組織承諾-服務品質；2.人格特質-服務品質。間接效果為 1.組織承諾-工作滿足-服務品質；2.人格特質-工作滿足-服務品質。

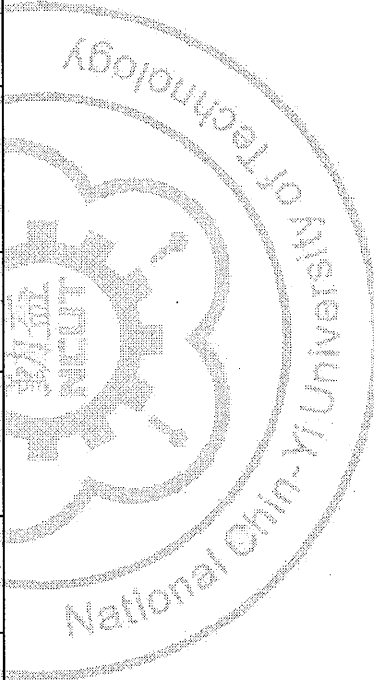
由表 24 整體模式直接與間接效果分析中，可以得知本研究模式的效果分析，在組織承諾-服務品質的徑路分析方面，整體效果 Z 值為 3.04 大於 1.96，顯示整體效果成立，直接效果 Z 值為 2 大於 1.96，顯示直接效果成立；在人格特質-服務品質的徑路分析方面，整體直接效果 Z 值為 1.69 小於 1.96，顯示直接效果不成立。兩條徑路分析之 Z 值分別說明如下 1.組織承諾-工作滿足-服務品質：間接效果的 Z 值為 6.15 大於 1.96，顯示中介效果成立；2.人格特質-工作滿足-服務品質：間接效果的 Z 值為 5.907 大於 1.96，顯示中介效果成立，由於人格特質-服務品質路徑的直接效果不成立，代表人格特質-工作滿足-服務品質路徑具有完全中介效果。經由直接與間接效果分析後發現，工作滿足是組織承諾與人格特質的共同中介效果。



表 24 整體模式直接與間接效果分析

整體效果			直接效果			間接效果			
	Estimate	S.E.	z值	Estimate	S.E.	z值	Estimate	S.E.	z值
組織承諾-服務品質	0.143	0.047	3.04***	0.106	0.053	2.0***	0.289	0.047	6.15***
人格特質-服務品質	0.162	0.049	3.306***	0.088	0.052	1.69	0.254	0.043	5.907***

資料來源：本研究整理。



#### 4-8 干擾變數分析

Rosenberg(1968)提出的「偽零關係」是指二個變數看似無關係性，實際上兩個變數中的每一個變數與第三個變數有關，而第三個變數稱為抑制變數 (suppressor) 又稱干擾變數 (distorter)，干擾了原先二個變數之間的關係。干擾變數與二個變數中的其中一個有正向關係，但與另一個有負向關係，因此壓抑了二個變數之間的關係(蔡泰生，2007)。因此採用 Amos 作群組分析，檢定兩群之間的結構係數、共變異數及衡量負荷量是否有所差異，結果若達顯著，表示有差異，則干擾效果存在。Kelley (1938)認為將資料以 27%及 73%分為兩組作群組分析最有顯著差異，因此本研究透過 SPSS 軟體將資料分成兩群，分群完成之後，運用 AMOS 軟體進行干擾變項分析。

由下列圖 22 及圖 23 表 25 組織支持對工作滿足、服務品質干擾效果分析中，可以得知本研究模式的效果分析，在表 25 中的第一列為 Unconstrained (預設模型) 之相關資料，其 P 值為 0.685，大於 0.05，表示兩群之間的結構係數、共變異數及衡量負荷量未達顯著差異，因此組織支持對工作滿足、服務品質沒有干擾效果存在。

表 25 組織支持對工作滿足、服務品質干擾效果分析

Model	df	$\chi^2$	P	NFI Delta-1	IFI Delta-2	RFI rho-1	TLI rho2
moderater	1	0.165	0.685	0.000	0.000	-0.001	-0.002

資料來源：本研究整理。

Standardized estimates

Model Number 2

卡方=124.322(p=.032) ; 自由度=97

卡方/df=1.282

GFI=.921 ; AGFI=.883

RMSEA=.034 ; RMR=.098

CFI=.967 ; NFI=.871 ; IFI=.968

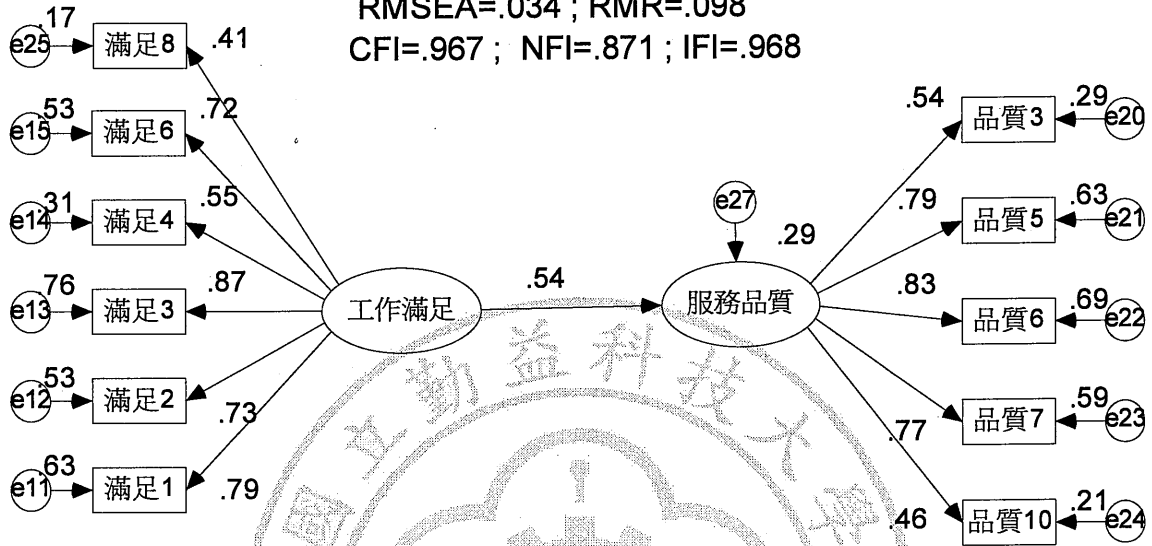


圖 22 干擾效果考驗模型(前 27% 組群)

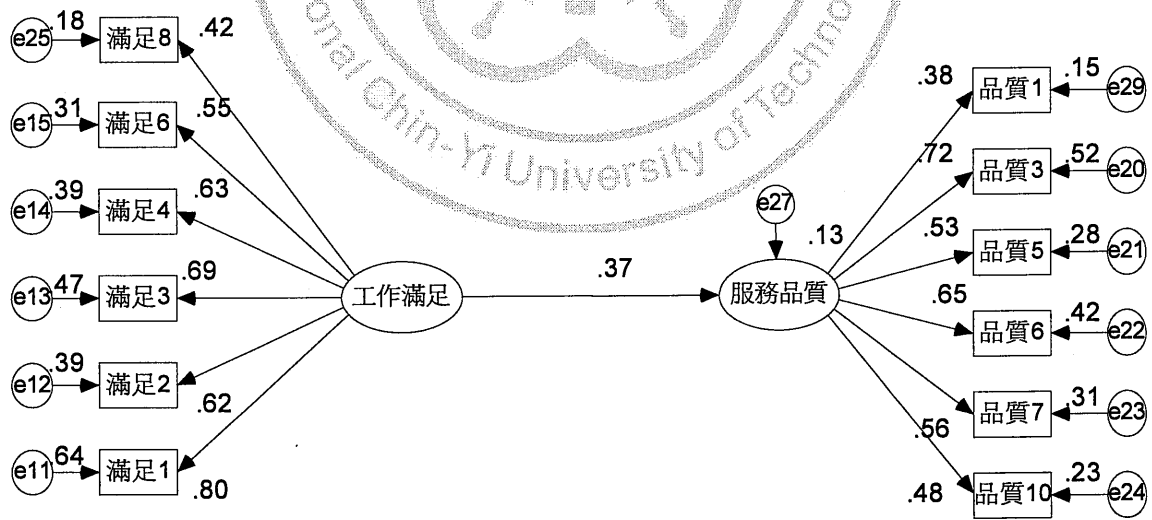


圖 23 干擾效果考驗模型(以 73% 組群)

#### 4-9 多群組分析

多群組分析(simultaneous analysis of several groups)的目的在於探究適配於某一個群體的徑路模式圖，相對應的參數是否也適配於其它群體。在多群組的參數設定中，若是多個群體在徑路模式圖的所有相對應的參數均設定為相等，稱為全部恆等性檢驗(test for full invariance)或全部不變性檢定，此種檢定是一種最為嚴格的模式(嚴謹策略)；如果多個群體在徑路模式圖的部份相對應的參數設定為相等，稱為部份恆等性檢驗(test for partial invariance)或部分不變性檢定(溫和策略)；如果多個群體在徑路模式圖的參數均未加以限制，則此種多群組分析為最寬鬆模式。

多群組的 SEM 分析檢定在於評估一個適配於某一樣本群體的模型，是否也適配於其他不同樣本的群體，即評估研究者所提的理論模型在不同樣本群體間是否相等(equivalent)或參數具有不變性(invariant)，不同樣本群體變項屬性通常為間斷變項(名義變數或次序變數)，若是多群組的 SEM 分析檢定結果，假設模型是合適而可以被接受，表示此間斷變項對研究者所提的假模型具有調節作用，在選替模式或競爭模式(competing models)中，研究者也可以從不同群組之限制參數模式中挑選一個最簡約而最適配的模式。多群組的 SEM 分析原理乃是將原先在單一樣本之單一共變結構關係分割成數個平行共變結構，進而評估這些共變結構的等同關係(吳明隆，2007；Byrne, 2001)。針對本研究的模型多群組分析說明如下。

表 26 為整體模式使用溫和策略之多群組分析，溫和策略的檢驗步驟依序為(一) Measurement weights(測量係數)分析：其 P 值為 0.018，小於 0.05 表示在此模型下職位的測量係數有顯著差異，但 P 值顯著時，在統計上可能會受到樣本數大小的影響而造成失真，所以實務上要再看模型的 TLI 值，其 TLI 值為-0.001 小於 0.05 未達顯著，表示在此模型下性別的測量係數沒有顯著差異；(二) Structural weights (結構係數)分析：其 P 值為 0.006，小於 0.05 表示在此模型下

職位的測量係數有顯著差異，但 P 值顯著時，在統計上可能會受到樣本數大小的影響而造成失真，所以實務上要再看模型的 TLI 值，其 TLI 值為 0.001 小於 0.05 未達顯著，表示在此模型下職位的測量係數沒有顯著差異；(三) Structural covariances(結構共變異數)分析：其 P 值為 0.912，大於 0.05 表示在此模型下職位的測量係數沒有顯著差異，P 值在統計上可能會受到樣本數大小的影響而造成失真，所以實務上要再看模型的 TLI 值，其 TLI 值為-0.001 小於 0.05 未達顯著，表示在此模型下職位的測量係數沒有顯著差異。由上述可知，在溫和策略的檢驗水準之下，整體模式不會因為不同的職位之差別而有所影響。

表 26 整體模式使用溫和策略之多群組分析

Model	df	$\chi^2$	P	NFI Delta-1	IFI Delta-2	RFI Rho-1	TLI Rho-2
Measurement weights	20	35.395	0.018	0.006	0.007	-0.001	-0.001
Structural weights	7	19.896	0.006	0.003	0.004	0.001	0.001
Structural covariances	3	0.530	0.912	0.000	0.000	-0.001	-0.001

資料來源：本研究整理。

#### 4-10 研究假設分析

由圖 23 顯示出有關本研究的分析結果如下：

1. 研究假設 1：郵局員工組織承諾會影響員工的知覺服務品質。

研究結果拒絕研究假設 1，如圖 24 所示，組織承諾不會直接影響知覺服務品質 (標準化參數估計值為 0.096, P 值為 0.170, 大於 0.05 的水準)。林秋慧(2006)研究結果指出情感性承諾對員工知覺服務品質具顯著之影響效果；Meyer et al.(1993)研究發現，規範性承諾與服務品質間具有顯著的正相關；林冠奇(2005)以航空公司客服人員為研究對象，發現組織承諾會正向影響其所傳遞的服務品質；Tsai and Wu (2006)研究發現，組織承諾會對服務品質具有正向影響；Zeithaml

and Biuner (2000)研究指出員工經工作經驗後對組織自然產生的承諾對自我知覺之服務品質具有影響；Meyer and Allen (1991)研究指出員工的情感性承諾與服務品質間具有顯著的正相關。所以從問卷調查的實證研究及文獻分析的結論，都顯示組織承諾會影響知覺服務品質，與本研究結果不同，其因素尚未經查證，但有可能是因為研究對象的不同等的因素所影響，可作為之後的研究項目。

### 2.研究假設 2：郵局員工組織承諾會影響員工的工作滿足。

研究結果接受研究假設 2，如圖 24 所示，組織承諾對工作滿足具有非常正向的影響(標準化參數估計值為 0.89，P 值達 0.001 的水準)。Porter et al. (1974)指出工作滿足是組織承諾的成份之一，工作滿足與特定的工作環境有密切關聯，組織承諾對工作滿足具有正向影響；林儀真(2002)以護理人員作為研究對象，發現組織承諾與工作滿足互相會影響，組織承諾正向影響工作滿足；沈進成等(2006)以台南地區的國民小學教師作為研究對象，發現組織承諾對工作滿意有顯著正向影響關係；陳國彬(2009)以屏東機場航電修護人員作為研究對象，發現組織承諾對工作滿意度有正向影響；孫子翔(2011)以台灣電力公司高雄區營業處員工作為研究對象，發現台電高雄區處員工的組織承諾與工作滿足有顯著正向影響關係；Laschinger et al. (2001) 研究發現組織承諾正向影響工作滿足感，個人組織承諾越高，越願意表現出堅守本分行為，工作滿足感也越高；Chiu and Chen (2005) 研究發現組織諾承越高，有助於固守職位，也有較佳的工作滿足感，表示組織承諾對工作滿足具有正向的影響。所以從問卷調查的實證研究及文獻分析的結論，都顯示郵局員工的組織承諾都會影響到工作滿足的水準高低。

### 3.研究假設 3：郵局員工工作滿足會影響知覺服務品質。

研究結果接受研究假設 3，如圖 24 所示，工作滿足對知覺服務品質具有非常正向的影響(標準化參數估計值為 0.304，P 值達 0.001 的水準)。雷千金(2003)研究結果指出工作滿足對服務品質之間具有顯著正向影響；Zimbardo and

Johnson (2000)指出讓第一線服務人員擁有高工作滿意度是創造卓越服務品質的先決條件；Rafaeli and Sutton(1989)指出員工工作滿意對服務品質有正向的影響；Hoffman and Ingram(1992)研究結果指出讓第一線服務人員擁有高工作滿意度是創造卓越服務品質的先決條件林秋慧(2007)研究結果指出工作滿意對員工服務品質之影響亦具有顯著之影響效果，但顯著性較低；高瑞新(2007)研究結果指出工作滿意對服務品質有正向直接影響；毛筱艷(2010)研究結果指出發現示工作滿意度與服務品質為正向關係。所以從問卷調查的實證研究及文獻分析的結論，都顯示郵局員工的工作滿足會影響知覺服務品質的水準高低。

4.研究假設 4：郵局員工組織承諾會透過工作滿足影響知覺服務品質。

經由直接與間接效果分析顯示，如表 24 所示，接受研究假設 4，組織承諾會透過工作滿足影響知覺服務品質。這樣的結果與 Malhotra and Mukherjee(2004)有類似的結論。Malhotra and Mukherjee(2004)研究發現，組織承諾與工作滿意對員工在傳遞高服務品質間具有重要的關聯性，尤其是情感性承諾與服務品質間具有顯著相關，情感性承諾顯示出員工對組織情感上的依附，因此願意接受並支持組織的目標。假如員工不願接受公司的任務、目標與願景，任何成功的組織都將受到嚴重考驗，惟有當員工願意接受並支持組織的目標並採取適當態度來回應時，才能提昇服務品質。所以從問卷調查的實證研究及文獻分析的結論，都顯示出工作滿足是組織承諾與知覺服務品質的中介效果。

5.研究假設 5：組織承諾與人格特質有正相關。

研究結果接受研究假設 5，如圖 24 所示，組織承諾與人格特質具有非常顯著相關(標準化參數估計值為 0.518，P 值達 0.001 的水準)。魏均翰(2006)研究結果指出人格特質與組織承諾具有顯著關係；呂靜茹(2006)在探討人格特質、心理契約對組織承諾之影響研究中發現，親合性人格特質與組織承諾最為顯著，神經質的人格特質與組織承諾不顯著外還有負向的組織承諾趨勢；Robbins(2001)研究指出不同人格特質與組織承諾表現上有相關，其中嚴謹性較高的員工其組

組織承諾程度也較高；林淑芬(2002)研究結果指出，愈傾向 B 型人格者，其「留任承諾」、「努力承諾」的承諾程度也愈高；賴玉珠(2004)研究結果指出人格特質正面傾向愈高，組織承諾程度其強度就愈高。所以從問卷調查的實證研究及文獻分析的結論，都顯示郵局員工的組織承諾與人格特質。

#### 6.研究假設 6：郵局員工人格特質會影響員工的知覺服務品質。

研究結果拒絕研究假設 6，如圖 24 所示，人格特質對知覺服務品質具有非常正向的影響(標準化參數估計值為 0.133，P 值為 0.054，小於 0.05 的水準)。陳信岳(2002)研究結果指出至少有一人格特質構面對服務品質構面的影響達顯著之水準；湯玲郎等人(2007)研究結果指出人格特質與服務品質之重視程度及滿意程度有顯著差異；Salgado(1997) 研究指出開放性人格特質，對服務品質具有正向影響；蘇冠年(2008)研究結果指出駕駛員的不同人格特質確實可能影響乘客所知覺的服務品質；Mattila and Patterson (2004) 研究指出服務品質的滿意度，會受消費者人格特質所影響。所以從問卷調查的實證研究及文獻分析的結論，都顯示人格特質會影響知覺服務品質，與本研究結果不同，其因素尚未經查證，但有可能是因為研究對象的不同等的因素所影響，可作為之後的研究項目。

#### 7.研究假設 7：郵局員工人格特質會影響員工的工作滿足。

研究結果接受研究假設 7，如圖 24 所示，人格特質對工作滿足具有非常正向的影響(標準化參數估計值為 0.315，P 值達 0.001 的水準)。Morrison(1996)調查 307 位美國的加盟商店業者，發現即五大人格個人特質會影響到工作滿意度；李再長等人(2005)研究結果發現五大人格特質中，「盡心性」及「外向性」對工作滿意度有顯著的影響；段賢揚(2010)研究結果發現五大人格特質均對工作滿足有顯著相關影響；林國華(2005)研究結果發現人格特質對工作滿意度有正面顯著影響；陳國彬(2009)研究結果發現不同人格特質會影響工作滿足；余鑑等人(2008)研究結果發現人格特質對工作滿意度有顯著影響；Cavanaugh and



Blanchard (2002) 研究發現在五大人格特質對工作滿意度有顯著的影響。亦即表示，一個人若具有成討導向、堅持、健談、喜愛社交等正向的人格特質，則其對於工作的感受，滿意程度則愈高

。所以從問卷調查的實證研究及文獻分析的結論，都顯示郵局員工的人格特質會影響的工作滿足的水準高低。

8.研究假設 8：郵局員工人格特質會透過工作滿足影響知覺服務品質。

經由直接與間接效果分析顯示，如表 24 所示，接受研究假設 8，人格特質會透過工作滿足影響知覺服務品質。朱建平(2003)研究結果指出工作滿足對組織政治知覺與離職傾向間之關係具有部分中介效果；吳建財(2008)研究結果指出組織承諾與工作滿意之中介效果，發現校長轉型領導透過教師工作滿意具有中介效果；邱晏麟(2008)研究結果指出工作滿意度對自我領導能力與服務績效具有中介效果。所以從問卷調查的實證研究及文獻分析的結論，都顯示出工作滿足是人格特質與知覺服務品質的中介效果。

9.研究假設 9：組織支持會干擾工作滿足對知覺服務品質之效果。

經由干擾變數分析，如表 25 所示，拒絕研究假設 9，組織支持不會干擾工作滿足對知覺服務品質之效果。Eisenberger et al. (1986) 組織支持也是對組織的一種態度上的回應，而組織支持是與組織承諾相關的；Eisenberger et al. (1990) 提出情感性承諾、永續性承諾與組織支持間有相當高的關聯；雷千金(2003)研究結果指出組織支持對工作滿足與服務品質之關係具有干擾作用。所以從問卷調查的實證研究及文獻分析的結論，顯示的結果與本研究不同，其因素尚未經查證，但有可能是因為研究對象的不同等的因素所影響，可作為之後的研究項目。

10 研究假設 10：不同人口變項對知覺服務品質認知具有顯著差異。

經由多群組分析，如表 26 所示，拒絕研究假設 10，整體模式不會因為不同的職位之差別而有所影響。王勇勝(2009)以高屏地區高爾夫練習場消費者為例，對人員個人變項在服務品質之差別做分析，研究結果發現若以性別、年齡、婚

姻狀況上並無顯著差，以教育程度的人口特徵分組的人員在服務品質上有顯著差異；王志明(2006)以高雄棒球場為例，研究結果發現，以不同性別、年齡、職業身份狀況上達到顯著差異，若以不同婚姻狀況現場觀眾對服務品質，不會有顯著差異；黃郁玲等人(2006)以職棒球迷為例，對人員個人變項在服務品質之差別做分析，研究結果發現以性別、教育程度、職業類別、月收入狀況上有顯著差異，若以不同年齡層在服務品質、滿意度感受程度上，並沒有顯著差異。所以從問卷調查的實證研究及文獻分析的結論，顯示的結果與本研究部份不相同，其因素尚未經查證，但有可能是因為研究對象的不同等的因素所影響，可作為之後的研究項目。

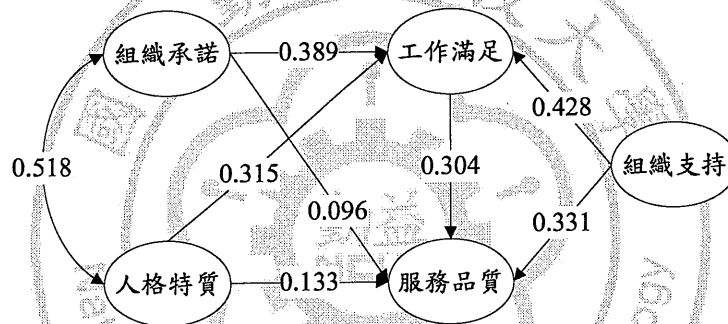


圖 24 研究模式之徑路分析結果

## 五、結論與建議

本章旨在探討郵局員工組織承諾對知覺服務品質影響之模式，運用 AMOS 軟體進行 SEM 分析，探討本研究模型的配適度之外，也進行直接效果、間接效果和總效果分析，另外為了提升研究模式的嚴謹性，也進行模型交叉效度分析、統計檢定力分析、干擾分析及多群組分析。以下將第四章資料分析的結果，將重要的發現及結果，以及有關的研究與建議加以說明，提供郵局有關當局與後續研究之參考。

### 5-1 結論

#### 5-1-1 探討組織承諾對員工知覺服務品質之影響。

本研究顯示郵局員工組織承諾對員工知覺服務品質之路徑分析中，直接效果達到顯著水準。間接效果路徑分析中，「組織承諾-工作滿足-服務品質」之間接效果達到顯著水準，顯示組織承諾會透過工作滿足對員工知覺服務品質造成影響。

#### 5-1-2 探討人格特質對員工知覺服務品質之影響。

本研究顯示郵局員工組織承諾對員工知覺服務品質之路徑分析，直接效果  $z$  值為未達到顯著水準。間接效果徑路分析中，「人格特質-工作滿足-服務品質」之間接效果達到顯著水準，顯示人格特質會完全透過工作滿足對員工知覺服務品質造成影響。

#### 5-1-3 探討研究模型中工作滿足之中介效果。

在整體模式間接效果分析中，可以得知本研究模式的效果分析分為兩條徑路，其分析分別說明如下 1.組織承諾-工作滿足-服務品質：顯示中介效果成立； 2.人格特質-工作滿足-服務品質：顯示中介效果成立。因此表示工作滿足對人格特質與服務品質之間具有中介效果；由於人格特質-服務品質的直接效果不成

立，表示工作滿足對於人格特質與服務品質之間具有完全中介效果。

#### 5-1-4 探討組織支持在工作滿足和員工知覺服務品質間之干擾效果。

本研究顯示組織支持對工作滿足及員工知覺服務品質之干擾效果分析中，可以得知本研究模式的效果分析，組織支持在此模型下干擾效果沒有顯著差異，因此組織支持對工作滿足及員工知覺服務品質沒有干擾效果存在。

#### 5-1-5 建構組織承諾對知覺服務品質影響之評估模式。

本研究組織承諾對知覺服務品質影響評估模式之路徑分析結果如圖 23 所示，經實務資料驗證分析後，發現「組織承諾-知覺服務品質」之標準化參數估計值未達顯著水準；「人格特質-知覺服務品質」之標準化參數估計值未達顯著，在不同職位的多群組比較，也未達顯著水準。

#### 5-1-6 探討人口變項對郵局員工的知覺服務品質之差異性。

由於郵局員工工作性質與其他職業相異，性別、年齡、教育程度、婚姻狀況及工作性質比例差異大，因此分析不同人口變項對知覺服務品質的差異性，僅針對職位的部分作郵局員工知覺服務品質之多群組比較，以觀察其中之差異性，可以得知在整體模式作溫和策略之多群組比較，使用職侷，未達顯著水準，表示在此模型下，郵局員工知覺服務品質不會因職位之差異而有影響。

#### 5-1-7 本研究對學術上的貢獻。

一般郵局有關的論文大多採用 SPSS 軟體，進行因素分析、相關分析和迴歸分析等，針對郵局的服務品質相關議題進行分析，並提出因應的解決對策，但郵局相關議題為社會科學領域，一個問題的發生往往與數個變項同時產生關係，而前述的研究方法大多只局限單一的變項關係，因而提出的解決對策在實務上貢獻有限。本研究所提出的研究模型，相關的潛在變項包括組織承諾、人格特質、工作滿足、組織支持和服務品質等，由於透過多徑路的分析、中介效

果分析和干擾分析，可以針對郵局員工在工作上服務品質同時進行多個變項的分析，由於考量的構面多且完成，因此所提出的解決對策對實務上的貢獻較大。

## 5-2 建議

郵局員工知覺服務品質的結論與相關建議，除可提供相關研究及應用外亦可作為未來學術、實證研究發展的參考。

1. 本研究所研擬的問卷無法有效分別填答者是否確實回答問卷的問題，也較不易區別填答者對哪些問題與項目是在認知上的困難，這會進而影響到問卷本身的可信度，若將其他資料來源或實際訪談紀錄加以配合，會使研究的可信度提升。
2. 建議郵局要提升服務品質除了要注意員工個人的組織承諾與人格特質之外，還需注意員工個人的工作滿足感，而員工的工作滿足程度愈高，可能反應出員工對組織承諾愈高，也進而可能提升郵局的服務品質，所以要如何提升員工的工作滿足是郵局所需注意的問題。
3. 本研究假定組織支持為干擾變項，進而影響工作滿足及服務品質，經由本研究可得知組織支持未對於工作滿足及服務品質兩者產生干擾，因此應將本模式分析的干擾變項加以調整，重新界定研究模式。

## 5-3 後續研究與建議

郵局員工服務品質的結論與相關建議，除可提供相關研究及應用外；亦可做為未來學術、實徵研究發展的參考。

1. 建議爾後的研究者可進行其他地區比較研究。本研究礙於時間及財力之限制，僅針對局部郵局進行員工的組織承諾對服務品質之研究，如果能夠再考慮

城鄉之差距，將各地區郵局員工進行服務品質的模型研究，將更具有實用性。

2. 本研究採用文獻探討與問卷調查的方式，瞭解郵局員工之組織承諾、人格特質、工作滿足、組織支持及服務品質之相關性。後續研究可兼採多種研究方式，例如深入訪談、觀察法等，從多個角度來蒐集資料，相互檢證，所探討結果會趨向客觀性，對於郵局公司相關單位安全管理將會有進一步提昇。
3. 本研究包含之內容有：組織承諾、人格特質、工作滿足、組織支持及服務品質。由於影響郵局員工服務品質的相關變數相當的多，交互關係複雜。本研究僅選擇較為重要的因素予以探討。後續研究可考慮增加其他情境變項的量測，以安全管理之模式更趨周延性與最佳化。



## 參考文獻

### 一、中文部份：

1. 王志明(2006)。 中華職棒大聯盟現場觀眾對服務品質滿意度之研究-以高雄縣立棒球場為例。國立台東大學體育學系體育教學碩士論文。
2. 王勇勝(2009)。高爾夫練習場之服務品質之探討。嘉大體育健康休閒期刊。8(1)。63-71。
3. 王宏華(2009)。 探討不同人格特質對服務品質與滿意度關係之研究-以線上遊戲為例。義守大學資訊管理研究所碩士論文。
4. 朱開成(2002)。 銀行服務品質之實證研究-以亞洲信託投資公司為例。台灣科技大學管理研究所碩士論文。
5. 朱建平(2003)。 組織成員的政治知覺對離職傾向之影響：工作滿足的中介效果。國立中山大學人力資源管理研究所碩士論文。
6. 毛筱艷(2010)。 國際觀光飯店員工工作滿意度與服務品質關係之研究-以員工性別為干擾變數。多國籍企業管理評論。4(1)。1-12。
7. 余鑑、于俊傑、廖珮姣(2008)。 連鎖餐飲業員工人格特質、工作特性、工作滿意度之研究-以美式星期五餐廳為例。台北科技大學學報。41(2)。83-110。
8. 吳瓊恩(2001)。行政學，台北：三民。
9. 李再長、李俊杰、曾雅芬(2005)。 大型企業組織生涯管理、個人生涯規劃、個人人格特質、工作滿意度之關連研究。人力資源管理學報。5(1)。53-76。
10. 吳明隆(2007a)。 SPSS操作與應用問卷統計分析實務。台北：五南圖書出版。
11. 吳明隆(2007b)。 結構方程模式AMOS的操作與應用。台北：五南圖書出版。
12. 吳建財(2008)。 轉型領導與組織公民行為：組織承諾與工作滿意之中介效果。大葉大學人力資源暨公共關係學系碩士班碩士論文。
13. 呂國維(2009)。 營建業技術工人格特質、工作滿意度與工作績效關係之研究。國立雲林科技大學營建與物業管理研究所碩士班碩士論文。

14. 呂靜茹(2007)。探討人格特質、心理契約對組織承諾之影響。大葉大學事業經營研究所碩士論文。
15. 吳肖琪(1999)。評估醫院醫療品質指標。行政院研究發展考核委員會。
16. 李淑蘭(2009)。澎湖地區住宿業從業人員人格特質、組織承諾及自我效能關係之研究。國立澎湖科技大學觀光休閒事業管理研究所碩士論文。
17. 何如玉(2005)。人力資源彈性與組織績效、組織承諾之研究-以國內鋼鐵業為例。中原大學企業管理學系碩士論文。
18. 吳雅萍(2010)。輪班人員的情緒智力、工作家庭雙衝突與工作投入之研究-以知覺組織支持為調節變項。國立中正大學勞工關係研究所碩士論文。
19. 李政誠(2010)。人格特質、認知風格、工作特性對工作滿意度之影響-以台灣中油公司研究單位不同職員工為例。國立成功大學高階管理碩士在職專班碩士論文。
20. 沈進成、張延蓉(2002)。內部行銷、組織承諾、工作滿足與顧客導向服務關係之研究-以主題遊樂園為例。南華大學旅遊事業管理學研究所碩士論文。
21. 沈進成、楊琬斯、郭振生(2006)。內部行銷、組織承諾、工作滿意與學校效能影響關係之研究-以台南地區國民小學為例。人力資源管理學報。6(1)。47-74。
22. 林國華(2005)。國內高階主管之人格特質對管理能力及工作滿足之影響-以國內五星級度假旅館為例。朝陽科技大學企業管理學系碩士班碩士論文。
23. 林公孚(2008)。六標準差演進的回顧與展望。品質月刊。43(3)。27-37。
24. 林秋慧(2006)。組織承諾與工作滿意對員工知覺服務品質影響之研究-以休閒健身俱樂部為例。南亞學報。26。305-320。
25. 林秋慧(2007)。休閒健身產業員工組織承諾、工作滿意對顧客知覺服務品質之影響。運動管理季刊。11。65-73。
26. 林德穎(2008)。組織變革認知與組織承諾之研究-以臺灣郵政股份有限公司臺東郵局為例。國立台東大學區域政策與發展研究所公共事務管理在職專班碩



士論文。

27. 林曉芳(2008)。 統計學SPSS之應用。台北：鼎茂圖書出版。
28. 林秀瑋(2010)。 國小特殊教育教師人格特質與工作滿意度之研究。國立台灣師範大學特殊教育學系碩士論文。
29. 林俊傑(2007)。 組織承諾的理論與相關研究之探討。學校行政雙月刊。51。35-53。
30. 林淑芬(2003)。 女性保健志工人格特質、組織承諾與神馳經驗關係之探討。大葉大學休閒事業管理學系碩士論文。
31. 林儀真(2002)。 不同僱用別之護理人員其組織承諾、專業承諾與工作表現行為之探討。國立中山大學人力資源管理研究所碩士論文。
32. 林冠奇(2005)。 航空公司客服中心服務品質與顧客滿意度之研究。成功大學交通管理學系碩士論文。
33. 邱晏麟(2008)。 團隊賦權氣候與自我領導能力對服務績效與醫療服務滿意度影響研究-工作滿意度之中介角色。國立彰化師範大學工業教育與技術學系博士論文。
34. 姜慧蘭(2005)。 健身產業人力運用現況與管理趨勢。國民體育季刊。34(2)。76-82。
35. 段賢揚(2010)。 人格特質、工作滿足與組織承諾之關聯性研究-以國軍聯勤南部地區彈藥單位為例。國防大學政治作戰學院政治學系碩士論文。
36. 高瑞新(2007)。 工作滿意度、服務行為與警察服務品質關聯性之研究-以高雄港務警察局為例。朝陽商管評論。6(1)。99-132。
37. 高瑞新(2007)。 工作滿意度、服務行為與警察服務品質關聯性之研究-以高雄港務警察局為例。朝陽商管評論。6(1)。99-132。
38. 孫子翔(2011)。 員工授權賦能、組織承諾與工作滿足感關係之研究-以台灣電力公司高雄區營業處為例。成功大學企業管理學系專班碩士論文。

39. 張紹勳(2005)。研究方法。台中：滄海書局。
40. 康正男、胡林煥(2009)。顧客知覺服務品質、滿意度與忠誠度：臺灣大學運動休閒館之研究。臺灣體育運動管理學報。9。101-116。
41. 陳建陽(2005)。人格特質、知識管理認知、專業能力對工作績效影響之研究-以警察機關交通事故處理為例。南華大學管理科學研究所碩士論文。
42. 陳美雲(2010)。組織氣候、人格特質對組織承諾之影響-人力資源管理機制之中介效果。成功大學高階管理碩士在職專班碩士論文。
43. 陳國彬(2009)。修護人員之人格特質、工作-家庭衝突、組織承諾與工作滿意度的相關研究-以屏東機場航電修護人員為例。成功大學工業與資訊管理學系專班碩士論文。
44. 陳春希、湯雅雲、何秉真、鄭晉昌(2007)。工作壓力、人格特質與工作投入對警察人員的組織公民行為之研究。公共行政學報。25。67-93。
45. 陳良旭(2010)。中階主管人格特質對員工績效的影響：以領導風格為中介。國立中央大學人力資源管理研究所碩士論文。黃芳銘(2006)。結構方程模式理論與應用。台北：五南圖書出版。
46. 陳耀茂(1994)。品質管理。五南圖書出版公司。
47. 曾吉廷(2006)。郵局窗口服務品質之研究-以宜蘭責任中心局為例。佛光人文社會學院管理學研究所碩士在職專班碩士論文。
48. 曾靚雯(2009)。員工人格特質對組織承諾及忠誠度之影響-以醫院非正式員工為例。崑山科技大學企業管理研究所碩士論文。
49. 曾惠君(2010)。農會員工教育訓練績效評估模式之研究。國立勤益科技大學企業管理學系碩士在職專班碩士論文。
50. 彭意維、葉怡矜(2006)。旅遊業領隊之人格特質與其工作滿意度關係之研究。提昇觀光餐旅休憩人力及行銷競爭力國際學術研討會。29-44。
51. 傅彥凱、張朝欽(2009)。工作壓力、工作滿意與組織承諾之研究：以苗栗縣國

- 小總務主任為例。中華技術學院學報。40。139-164。
52. 湯玲郎、蔡瑋真、陳玫燕(2007)。大學院校學生事務處服務品質與滿意度之研究-以元智大學為例。品質學報。14(4)。377-388。
53. 黃英忠、張肇松、杜佩蘭(2002)。組織承諾與工作滿足關係之研究-以公辦民營與公立醫院為例。醫院管理。35(1)。10-24。
54. 黃郁玲、陳優華、許政斌(2006)。不同背景球迷感受職棒聯盟服務品質、滿意度、忠誠度與再購意願之研究。興國學報。5。p313-325。
55. 黃鼎晏(2008)。從福利觀點看員工協助方案：福利滿意度、知覺組織支持與組織承諾的關係。國立中山大學人力資源管理研究所碩士論文。
56. 黃金鳳(2010)。人格特質、工作壓力與工作績效之相關研究-以台灣織布業為例。逢甲大學紡織工程研究所碩士論文。
57. 黃雯菁(2010)。內部行銷對組織公民行為影響之研究-以知覺組織支持作為干擾變數之探討。經國管理暨健康學院健康產業管理研究所碩士論文。
58. 黃榮賢(2010)。服務失誤、服務補救與顧客滿意度及忠誠度之關係研究-以台南郵局為例。南台科技大學高階主管企管碩士班碩士論文。
59. 黃珊、王秀紅(2008)。臨床護理人員組織承諾與工作滿足感之相關性探討。長庚護理。19(4)。472-481。
60. 黃忠孝(2007)。組織承諾與工作滿意關係之研究-以傳統產業為例。長榮大學經營管理研究所碩士論文。
61. 溫雪蓉(2008)。半導體業員工之工作動機、工作壓力、工作滿意度與組織承諾之研究。中華大學科技管理研究所碩士論文。
62. 郭生玉(2001)。心理與教育研究法。台北：精華書局。
63. 葉華容(2001)。顧客關係、服務品質與顧客忠誠度之研究-以網路購物為例。東吳大學企業管理學系碩士論文。
64. 葉育秀(2008)。非營利組織員工人格特質、組織承諾與工作投入之相關研究。

- 國立中山大學人力資源管理研究所碩士在職專班碩士論文。
65. 葉書芳(2002)。服務品質、關係品質以及服務補救與顧客行為意向關係之實證研究-以國內航空業為例。國立成功大學工業管理研究所碩士論文。
66. 葉健宗(2006)。組織承諾對工作壓力與工作滿足間之干擾效應。大葉大學國際企業管理學系碩士論文。
67. 詹偉傑(2006)。液化石油氣分裝場服務品質與顧客滿意度關係之研究-以高屏地區為例。國立高雄師範大學成人教育研究所碩士論文。
68. 楊錦洲(2006)。管理雜誌。381。129-131。
69. 雷千金(2003)。工作滿足與組織承諾、服務品質關係之研究-以銀行業個案為例。國立中央大學人力資源管理研究所碩士論文。
70. 蔡泰生(2007)。AMOS與研究方法。台北：五南圖書出版。
71. 劉盈鈺(2010)。高績效工作系統和工作績效之研究-以人格特質為干擾因素。國立暨南國際大學國際企業學系碩士論文。
72. 劉淑真(2009)。組織文化、組織變革認知及人格特質對員工組織承諾影響之研究-以中華郵政總公司為例。淡江大學企業管理學系碩士在職專班碩士論文。
73. 盧安琪(2002)。國立成功大學醫學中心門診醫療服務品質之實證研究。國立成功大學企業管理研究所碩士論文。
74. 潘錫君(2008)。工作壓力對工作滿意度之影響：以組織承諾為調節變項。國立中央大學人力資源管理研究所碩士論文。
75. 蔡坤宏(2000)。組織承諾、工作滿足與離職意圖的關係-Meta分析。中華管理評論。3(4)。33-49。
76. 蔡曉薇(2006)。實際工作預覽與工作滿意、離職傾向之關係研究。國立台灣科技大學企業管理系碩士論文。
77. 蔡秋月(2001)。護理人員組織承諾、工作滿足與組織公民行為之研究-以臺灣南部醫療機構為例。國立中山大學人力資源管理研究所碩士論文。

78. 謝光俊(2004)。人格特質、工作特性與情緒勞務負荷、工作滿意及顧客服務品質感受之關聯性研究-以中華電信為例。國立台灣海洋大學航運管理學系碩士論文。
79. 蔡明田、謝煒頻(2006)。人格特質、服務態度與組織承諾相關性之研究-以醫療服務人員為例。第五屆兩岸產業發展與經營管理研討會。中國海南大學。
80. 蔡坤泰(2006)。休閒農場知覺服務品質、遊客滿意度與行為意向關係之研究-以屏東熱帶農業博覽會為例。國立中山大學企業管理學系碩士論文。
81. 蕭幸妙 (2010)。人格特質對組織承諾之影響研究。育達商業科技大學企業管理研究所碩士論文。
82. 魏均翰(2007)。跨國企業人員之人格特質、組織承諾及組織公民行為之研究-以自行車相關產業為例。大葉大學國際企業管理學系碩士論文。
83. 鄭復源(2010)。人格特質、自我導向學習、組織承諾與工作績效之相關性研究。東海大學管理碩士在職專班研究所碩士論文。
84. 鄧維兆、林芷郁、蔡志弘、蔡世傑(2008)。員工服務品質意識對顧客知覺服務品質之影響探討。品質月刊。44(5)。36-44。
85. 羅樹平(2004)。組織承諾、工作滿意與組織公民行為間之實證研究-屏東縣警察為例。義守大學管理研究所碩士論文。
86. 蘇冠年(2008)。計程車駕駛員人格特質對服務品質、顧客滿意度與再購行為之研究-以北市某品牌車隊為例。中原大學企業管理系碩士論文。

## 二、英文文獻：

1. Anderson, J. C., and Gerbing, D. W., (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103, 411-423.
2. Angle, H. L. and Perry, J. L., (1981). An empirical assessment of organizational commitment and organizational effectiveness. *Administrative Science Quarterly*,

- 26, pp.1-14.
3. Bagozzi, R. P. and Yi, Y., (1988). On the evaluation of structural equation models. *Academy of Marketing Science*, 16, 74-94.
  4. Bentler, P. M. and Chou, C. P., (1987). Practical issues in structural modeling. *Sociological Methods and Research*, 16, 78-117.
  5. Bollen, K. A., (1989). *Structural equations with latent variables*. New York: Wiley.
  6. Blau, G. J. and Boal, K. B. (1987). Conceptualizing how job involvement and organizational commitment affect turnover and absenteeism. *Academy of Management Review*, 12(2), pp.288-300.
  7. Boomsma, A. and Hoogland, J. J., (2001). the robustness of LISREL modeling revisited. *Psychometrika*, 51, 313-325.
  8. Boshoff, C. and Mels, G., (1995). A causal model to evaluate the relationships among supervision, role stress, organizational commitment and internal service quality. *The European Journal of Marketing*, 29(2), 23-42.
  9. Brown, T.J., G.A. Churchill and J.P. Peter, (1993). Improving the Measurement of Service quality. *Journal of Retailing*, 69(1), 127-139.
  10. Brown, T.J., G.A. Churchill and J.P. Peter, (1993). Improving the Measurement of Service quality. *Journal of Retailing*, 69(1), 127-139.
  11. Bryman, A. and Duncan, C., (1997). *Quantitative data analysis with SPSS for Windows: a guide for social scientists*. London; New York: Routledge.
  12. Blake, R.P. and Mounton, J.S., (1964). The Managerial Grid. Houston: Government Manager, Business Executive, and Organizational Commitment. *Public Administration Review*, 34, 339-347.
  13. Burgers, A., de Ruyter, K., Keen, C. and Streukens, S., (2000). Customer

- expectation dimensions of voice-to-voice service encounters: a scale-development study. *International Journal of Service Industry Management*, 11(2), 142-61.
14. Byrne, B. M., (2001). *structural equation modeling with Amos : Basic concepts, applications and programming*. New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates.
  15. Chiu, S. F., and Chen, H. L., (2005). Relationship between job characteristics and organizational citizenship behavior: The mediational role of job satisfaction. *Social Behavior and Personality*, 33(6), 523-540.
  16. Comery, A. L., (1973). *a first course in factor analysis*. N. Y.: Academic Press.
  17. Cuieford, J. P., (1965). *Fundamental statistics in psychology and education*. 4th ed., N.Y.:McGraw-Hill.
  18. Carman, J. M., (1990). Consumer Perceptions of Service Quality: An Assessment of the SERVQUAL Dimensions. *Journal of Retail*, 66, 33-55.
  19. Cronin, J. J. and S. A. Taylor, (1992). "Measuring service quality : a re-examination and extension", *Journal of marketing*, 56, 55-68.
  20. Cavanaugh, J. C., and Blanchard-Fields, F., (2002) *Adult development and aging (4ed.)*, Belmont, CA: Wadsworth/Thomson Learning.
  21. Costa, P.T. Jr., and McCare R.R., (1986). Evaluating Comprehensiveness in personality systems: The California Q-set and the Five-Factor Model. *Journal of Personality*, 54, 430-446.
  22. Cronin, J. J. Jr. and Taylor, S. A., (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56, 55-68.
  23. David P. M., Chondra M. L., Jeanne M. H., Stephen G. W., and Virgil S., (2002), A Comparison of Methods to Test Mediation and Other Intervening Variable Effects. *Psychological Methods*, 7(1), 83-104.

24. DAY, D. V. and SILVERMAN, S. B., (1989). Personality and Job Performance: Evidence of Incremental Validity. *Personnel Psychology*, 42, 25-36.
25. Diamantopoulos, A. and Siguaw J. A., (2000). *Introducing LISREL: A Guide for the uninitiated*. Thousand Oaks: Sage.
26. Randall, D. M., (1987). Commitment and Organization: The Organization Man Revisited. *Academy of Management Review*, 12(3), 460-471.
27. Dreher, G. F., (1982). The impact of extra-work variables on behavior in work environments. *Academy of Management. The Academy of Management Review*, 7(2), 300-305.
28. Eisenberger, R., Fasolo, P., and Davis-LaMastro, V., (1990). Perceived organizational support and employee diligence, commitment, and innovation. *Journal of Applied Psychology*, 75, 51-59.
29. Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S., and Sowa, D., (1986). Perceived organizational support. *Journal of Applied Psychology*, 71(3), 500-507.
30. Eisenberger, R., Cummings, J., Armeli, S., and Lynch, P. (1997). Perceived organizational Support, Discretionary Treatment, and Job Satisfaction. *Journal of Applied Psychology*, 82, 812-820.
31. Esienberger, R., Armeli, S., Rexwinkel, B., Lynch, P. D., and Rhoades, L., (2001). Reciprocation of perceived organizational support. *Applied Psychology*, 86(1), pp.42-51.
32. Farh, J.L., Hackett, R.D., and Liang, J. (2007). Individual-level cultural values as moderators of perceived organizational support-employee outcome relationship in china: Comparing the effects of power distance and traditionality. *Academy of Management*, 50(3), pp.715-729.
33. Fornell, C. and Larcker, D. F., (1981). Evaluating Structural Equation Models



- with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18, 39-50.
34. Fu, Y. K., AND Chang, C. C., (2009). A Study of the Job Stress, Job Satisfaction and Organizational Commitment for General Affairs Directors in Elementary School of Miaoli County. *Journal of China Institute of Technology*, 40, 139-163.
35. Gorsuch, R. L., (1983). *Factor analysis Hillsdale*. N.J.: Lawrence Erlbaum.
36. Gronroos, C., (1993). From Scientific Management to Service Management: A Management Perspective for the Age of Service Competition. *International Journal of Service Industry Management*, 5, 15-28.
37. Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., and Black, W. C., (1998). *Multivariate Data Analysis, 5th Ed., Prentice Hall, Englewood Cliffs*. NJ: Prentice-Hall.
38. Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., and Tatham, R. L., (2006). *Multivariate data analysis*. N. J.: Prentice-Hall International.
39. Hartline, M. D. and Ferrell, O. C., (1996). The management of customer-contact service employees: An empirical investigation. *Journal of Marketing*, 60(4), 52-71.
40. Heskett, J.L., Jones, T.O., Loveman, G. W., Sasser, Jr W.E., and Schlesinger, L.A., (1994). Putting the service profit chain to work. *Harvard Business Review*, 72(2), 164-174.
41. Hoffman, K.D. and Ingram, T.N., (1992). Service provider job satisfaction and customer-oriented performance. *Journal of Services Marketing*, 6(2), 68-78.
42. Hoppock, R., (1935). *Job Satisfaction*. New York: Harper and Brothers.
43. Hoyle, R. H., and Panter, A. T., (1995). *Writing about structural equation models*. In R. H. Hoyle, *Structural equation models: Concepts, issues, and*

applications.

44. Hrebiniak, L.G. and Alutto, J. A., (1972). Personal and Role-Related Factors in the Development of Organizational Commitment. *Administrative Science Quarterly*, 17, 555-573.
45. Hackman, J. R., and Oldham, G. R., (1975). Development of the job diagnostic survey. *Journal of Applied Psychology*, 60, 159-170.
46. Joreskog, K. G. and Sorbom, D., (2000). *LISREL VI, Analysis of Linear Structural Relationships by Maximum Likelihood, Instrumental Variables, and Least Squares Methods (7th ed)*. Mooresville, IN Scientific Software.
47. Jaramillo, F., Mulki, J. P. and Marshall, G. W., (2005). A Meta-Analysis of the Relationship between Organizational Commitment and Salesperson Job Performance: 25 Years of Research. *Journal of Business Research*, 58, pp.705-714.
48. Mattila, A. S., and Patterson, P. G., (2004), Service recovery and fairness perceptions in collectivist and individualist context, *Journal of Service Research*, 6(4), pp 336-346.
49. Malhotra, N. and Mukherjee, A., (2004). The relative influence of organisational commitment and job satisfaction and job satisfaction on service quality of customercontact employees in banking call centres, *Journal of Services Marketing*, 8(2/3), 62.
50. Kelley, T. L. (1938). The selection of upper and lower groups for the validation of test items. *Educational Psychology*, 29, pp.17-24.
51. Kalleberg, A. L., (1977), Work value and job rewards, a theory of job satisfaction. *American Sociological Review*, 42, 124-143.
52. Kanter, R.M., (1968). Commitment and Social Organization: A Study of

- Commitment Mechanisms in Utopian Communities. *American Sociological Review*, 33, 499-517.
53. Kaplan, D., (1995). Statistical power in structural equation modeling. In R. H. Hoyle (Ed.), *Structural Equation Modeling: Concepts, Issues, and Applications*, 100-117. Thousand Oaks, Park, CA: Sage.
54. Kushman, J. W., (1992). The Organizational Dynamics of Teacher Workplace Commitment: A Study of Urban Elementary and Middle School. *Educational Administration Quarterly*, 28, pp.5-42.
55. Levinson, H., (1965). Reciprocation: the relationship between man and organization. *Administrative Science Quarterly*, 9, 370-390.
56. Luthans, F., Baack, D., and Taylor, L., (1987). Organizational commitment: Analysis of Antecedents. *Human Relations*, 40, 219-235.
57. Laschinger, H. K. S., Finegan, J., and Shamian, J., (2001). The impact of workplace empowerment, organizational trust on staff nurse work satisfaction and organizational commitment. *Health Care Management Review*, 26(5), 7-23.
58. MacCallum, R. C., Browne, M. W., and Sugawara, H., (1996). Power analysis and determination of sample size for covariance structure modeling. *Psychological Method*, 1, 130-149.
59. MacCallum, R. C., Roznowski, M., Mar, C. M., and Reith, J. V., (1994). Alternative strategies for cross-validation of covariance structure models. *Multivariate Behavioral Research*, 29, 1-32.
60. Marsh, H.W., Balla, J. R. and McDonald, R.P., (1988). Goodness-of-fit indices in confirmatory factor analysis: The effect of sample size. *Psychological Bulletin*, 103.
61. Mathieu, J.E. and Zajac, D.M., (1990). A review and meta-analysis of the

- antecedents, correlates, and consequences of organizational commitment. *Journal of Applied Psychology*, 108, 171-194.
62. Mowday, R. T., Steers, R. M., and Porter, L. M., (1982). *Employee-organization linkage*. New York: Academic Press.
  63. Meyer, J.P., and Allen, N.J., (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management review*, 1(1), 61-89.
  64. Meyer, J.P., Allen, N. J., and Smith, C. A., (1993). Commitment to organizations and occupations: Extension and test of a three-component conceptualization. *Journal of Applied Psychology*, 78, 538-551.
  65. Morrison, K. A., (1996). An Empirical Test of a Model of Franchisee Job Satisfaction. *Journal of Small Business Management*, 34(3), 27-41.
  66. Motowidlo, S.J., (1984). Does job satisfaction lead to consideration and personal sensitivity? *Academy of Management Journal*, 27(4), 910-15.
  67. Nunnally, J., (1978). *Psychometric Theory, 2nd ed.* New York: McGraw-Hill.
  68. Organ, D. W., and Konovsky, M., (1989). Cognitive versus affective determinants of organizational citizenship behavior. *Applied Psychology*, 74, pp.157-164.
  69. Parasuraman A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L., (1991). Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale. *Journal of Retailing*, 67, 448-449.
  70. Parasuraman A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L., (1994). Alternative scale for measuring service quality: A comparative assessment based on psychometric and diagnostic criteria. *Journal of Retailing*, 70, 201-203.
  71. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L., (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49, 44.

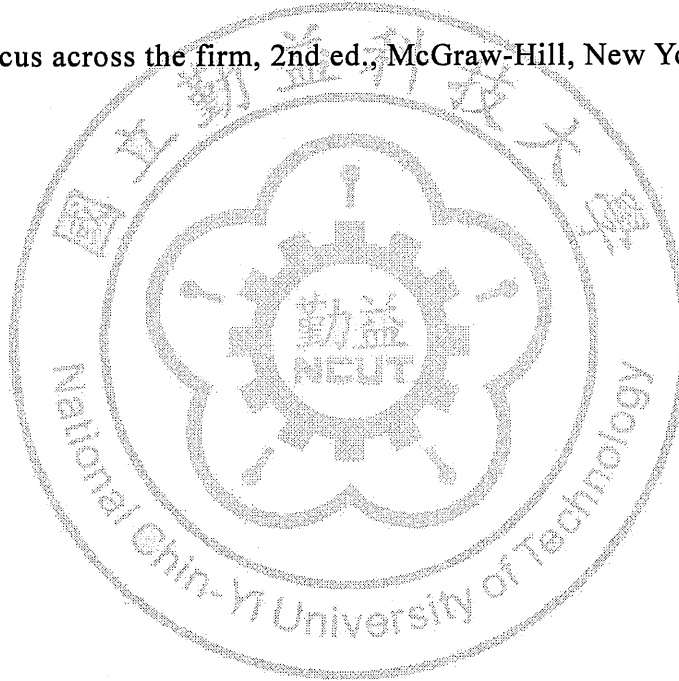
72. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L., (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
73. Porter, L.W. and Lawler, E. E., (1968). *Management Attitude and Performance*, Homewood. IL: Dorsey Press.
74. Porter, L. W., Steers, R. M., Mowday, R. T., and Boulian, P. V., (1974). Organizational Commitment, Job Satisfaction, and Turnover Among Psychiatric Technicians. *Journal of Applied Psychology*, 59(5), 603-609.
75. Porter, L. W., Steers, R. M., Mowday, R. T., and Boulian, P. V., (1973). Organizational commitment, job satisfaction and turnover among psychiatric technicians. *Journal of Applied Psychology*, 59, 603-609.
76. Potter, L. W., and Smith, F. J., (1970). The Etiology of Organization Commitment. Unpublished Paper, *University of California, Irvine*, 17, 556-560.
77. Rosenberg, M. J., (1968). *The logic of survey analysis*, New York: Basic Book.
78. Robbins, S. P., (2005). *Organizational Behavior*, Upper Saddle River. NJ: Prentice Hall.
79. Rafaeli, A., and Sutton, R. I., (1987). Expression of emotion as part of the work role, *Academy of Management Journal*, 32(2), 245-273
80. Roberts, J. H., and Lattin J. M., (2000). *Disaggregate-Level Diffusion Models*, in Mahajan, V., Muller, E., Wind, Y. eds. *New Product Diffusion Models*, Kluwer Academic Publishers, New York.
81. Robbins, S. P., (2001), *Organizational behavior. (9th ed.)*, Englewood Cliffs, NJ : Prentice-Hall.
82. Rhoades, L., and Eisenberger, R., (2002). Perceived Organizational Support: A Review of the Literature. *Applied Psychology*, 87(4), pp.698-714.

83. Shore, L. M., and Wayne, S. J., (1993), Commitment and employee behavior: comparison of affective commitment and continuance commitment with perceived organizational support. *Applied psychology*, 78(5), pp.774-780.
84. Salgado, J.F., (1997) The 5 - factor Model of Personality and Job - Performance in the European Community, *Journal of Applied Psychology*, 82(1) · 30-43.
85. Schneider, B., and Bowen, D., (1985). Employee and customer perceptions of service in bank: replication and extension. *Journal of Applied Psychology*, 70 (3), 423-433.
86. Schneider, B., and Bowen, D., (1995). *Winning the Service Game*, Harvard Business School Press. Boston, MA.
87. Sergeant, A., and Frenkel, S., (2000). When do customer contact employees satisfy customers? *Journal of Service Research*, 3(1), 18-34.
88. Shanock, L. R., and Eisenberger, S., (2006). When supervisors feel supported: Relationships with subordinates' perceived supervisor support, perceived organizational support, and performance. *Journal of Applied Psychology*, 91(3), 689-695.
89. Shore, L. M., and Wayne, S. J., (1993). Commitment and employee behavior: Comparison of affective c. *Journal of Applied Psychology*. 78(5), 774-781.
90. Bell, S. J., and Menguc, B., (2002). The employee-organization relationship, organizational citizenship behaviors, and superior service. *Journal of Retailing*, 78, 131-146.
91. Stevens, J. M., Beyer, J. M., and Trice, H. M., (1978). Assessing personal, role and organization predictors of management commitment. *Academy of Management Journal*, 21, 380-396.
92. Smith, P. C., Kendall, L., and Hulin, C.L., (1969). *the measurement of*

- satisfaction in work and retirement*. Chicago:Rand McNally.
93. Tett, R. P., and Meyer, J. P., (1993). Job Satisfaction, Organizational Commitment, Turnover Intention, and Turnover: Path Analyses Based on Meta-Analytic Findings. *Personnel Psychology*, 46, 180-259.
  94. Torkzadeh, Koufteros, and Pflughoeft, (2003). Confirmatory analysis of computer self-efficacy. *Structural Equation Modeling*, 10(2), 263-275.
  95. Tsai, Y., and Wu, S. W., (2006). Internal Marketing, Organizational Commitment and Service Quality. *Service Systems and Service Management*, 2, 1292-1298.
  96. Dyne. L. V., Graham, J. W., and Dienesch, R. M., (1994). Organizational citizenship behavior: Construct redefinition, measurement, and validation. *Academy of Management Journal*. 37, 765-802.
  97. Wiener, Y., (1982). Commitment in organizations: A normative view. *Academy of Management Review*, 7, 418-428.
  98. Weiss, D., Dawis, R., England, G., and Lofquist, L., (1967). *Manual of the Minnesota Satisfaction Questionnaire Minneapolis*, Minn : University of Minnesota Industrial Relations Center
  99. Zeithaml, V. A., and Bitner, M. J., (2000). *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the firm, 2nd ed.*, McGraw-Hill, New York, NY.
  100. Zeithaml, V. A., Berry, L. L., and Parasuraman, A., (1996). The behavioural consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60, 31-46.
  101. Zimbardo, P. G. W., and Johnson, R. L., (2000). *Psychology*, Boston: MA Allyn and Bacon.
  102. Zeithaml, V. A., (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, Vol. 52, pp.

4-17.

103. Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. and Berry, L.L., (1990), *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*, New York: Macmillan, London: Collier Macmillan.
104. Zeithaml, V. A., Berry, L. L., and Parasuraman, A., (1988), Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality. *Journal of Marketing*, 52(2), 35-48.
105. Zeithaml, V.A. and Bitner, M.J., (2000). *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the firm*, 2nd ed., McGraw-Hill, New York, NY.





## 附件一 調查問卷

### 郵局員工的組織承諾對知覺服務品質之影響調查問卷

敬愛的女士、先生您好：

這是一份學術性的研究問卷。目的在瞭解郵局員工的組織承諾對知覺服務品質之影響。本研究採不記名方式。您所填寫的資料。僅供學術研究分析之用。絕對保密。敬請放心作答。謝謝您的協助與支持。並祝您健康、快樂！

國立勤益科技大學工管系 指導教授：李國義 博士 研究生：傅文俊 敬上

#### 一、個人基本資料

1. 您的性別： (1) 男  (2) 女
2. 您的年齡： (1) 25歲以下  (2) 26~35歲  (3) 36~45歲  (4) 46歲~55歲  
 (5) 56歲以上
3. 教育程度： (1) 國(初)中  (2) 高中(職)  (3) 專科  (4) 大學  
 (5) 研究所(含)以上
4. 婚姻狀況： (1) 未婚  (2) 已婚
5. 工作年資： (1) 5年以下  (2) 5~10年  (3) 11~15年  (4) 16~20年  
 (5) 21年以上
6. 您的職位： (1) 專業職2(士級)  (2) 專業職1(佐級、員級)  (3) 營運職(高員級)  
 (4) 經理職  (5) 其他\_\_\_\_\_
7. 您的職階： (1) 窗口經辦  (2) 專員  (3) 股長  (4) 經理以上  
 (5) 其他\_\_\_\_\_

#### 二、組織承諾

請您在每題適當的□中打一個「V」。(計分方式為非常不同意 1 分。依序至非常同意 7 分)

題目	計分方式						
	1	2	3	4	5	6	7
1. 我以能進入郵局工作而感到光榮。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 我對於郵局有很深的感情。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 我在郵局裡有一種「身為這家庭一份子」的感覺。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 我為郵局付出甚多心力所以不會考慮換工作。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 離開郵局會中斷我的生涯規劃所以不會考慮離職。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 我離開郵局會造成很大的犧牲所以不會考慮離職。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 在工作上我答應同事的事情會盡力去做。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 我對郵局有義務與責任所以不會考慮離職。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 如果現在離開我服務的單位我會有虧欠感。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

【接下頁】

### 三、知覺服務品質

請您在每題適當的□中打一個「√」。(計分方式為非常不同意 1 分。依序至非常同意 7 分)

題目	計分方式						
	1	2	3	4	5	6	7
1. 我認為郵局和服務有關的資料(如手冊)看起來都很吸引人。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 我認為郵局的硬體設施(外觀)看起來很吸引人。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 當郵局的顧客遇到問題時，我會很熱誠地為顧客決解。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 我能一次就能完成，郵局所提供給顧客的服務。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 我認為郵局的窗口人員能夠快速地提供給顧客服務。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 我認為郵局窗口人員從未因為太忙碌而沒有回應顧客的要求。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 我認為郵局窗口人員的行為值得顧客信任。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 我認為顧客和郵局的交易很安全。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 我認為郵局對顧客所在意的事情非常重視。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 我認為郵局會注意顧客個別的需求。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 四、人格特質

請您在每題適當的□中打一個「√」。(計分方式為非常不同意 1 分。依序至非常同意 7 分)

題目	計分方式						
	1	2	3	4	5	6	7
1. 我是一個能夠舒解壓力的人。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 我是一個對事情抱持樂觀的人。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 我是一個具適應力的人。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 我是一個能接受挑戰的人。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 我對於未曾接觸過的事物具有想像力。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 我是一個常提出新方法的人。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 我與他人互動時很謙虛。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 我是會竭盡所能幫助他人的人。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. 我是做事盡心負責的人。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. 我對於所做的每件事都努力成為最優秀的。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

【接下頁】

五、工作滿足

請您在每題適當的□中打一個「√」。(計分方式為非常不同意 1 分。依序至非常同意 7 分)

題目	計分方式						
	1	2	3	4	5	6	7
1. 我對於在工作中所取得的成就感到滿意。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 對於我工作忙碌的程度，我感到滿意。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 我所擔任的工作會使同仁或朋友對我刮目相看，我感到滿意。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 對於這個工作所提供的工作穩定性。我感到滿意。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 我對公司所執行的政策普遍感到滿意。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 對在工作中能自由運用自己的判斷力，我感到滿意。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 對現任工作給予我升遷的機會，我感到滿意。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 我對主管對待下屬的方式感到滿意。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

六、組織支持

請您在每題適當的□中打一個「√」。(計分方式為非常不同意 1 分。依序至非常同意 7 分)

題目	計分方式						
	1	2	3	4	5	6	7
1. 我服務的單位會重視我的意見。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 我服務的單位真的關心我的福祉。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 我服務的單位相當重視我個人的目標和價值觀。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 當我有問題時可以從我服務的單位得到幫助。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 我服務的單位會原諒我的無心之過。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 如果我需要特別協助。我服務的單位會願意幫忙。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 我服務的單位不會佔我便宜。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 我服務的單位很關心我的權益。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

本問卷到此結束。

請您檢查是否有遺漏之處。最後謝謝您能在百忙之中抽空填寫此問卷



