

学校编码: 10384  
学号: 20051301279

分类号\_\_密级\_\_  
UDC\_\_

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

旅行社员工满意度与心理契约的关系研究  
—— 兼析员工满意度评价体系

Study on Relationship between Staff Satisfaction and  
Psychological Contract in Travel Agencies  
—— Concurrent Analysis of Staff Satisfaction Evaluation  
System

马 珂

指导教师姓名: 黄福才 教授  
专业名称: 旅游管理  
论文提交日期: 2008年4月  
论文答辩时间: 2008年 月  
学位授予日期: 2008年 月

答辩委员会主席: \_\_  
评 阅 人: \_\_

2008 年 4 月

## 厦门大学学位论文原创性声明

兹呈交的学位论文，是本人在导师指导下独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考的其他个人或集体的研究成果，均在文中以明确方式标明。本人依法享有和承担由此论文产生的权利和责任。

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学博硕士学位论文摘要库

## 厦门大学学位论文著作权使用声明

本人完全了解厦门大学有关保留、使用学位论文的规定。厦门大学有权保留并向国家主管部门或其指定机构送交论文的纸质版和电子版，有权将学位论文用于非赢利目的的少量复制并允许论文进入学校图书馆被查阅，有权将学位论文的内容编入有关数据库进行检索，有权将学位论文的标题和摘要汇编出版。保密的学位论文在解密后适用本规定。

本学位论文属于

1. 保密（ ），在年解密后适用本授权书。
2. 不保密（ ）

（请在以上相应括号内打“√”）

作者签名：                    日期：        年        月        日

导师签名：                    日期：        年        月        日

厦门大学博硕士学位论文摘要库

## 内容摘要

随着我国旅行社行业的对外和对内开放，旅行社之间的竞争愈演愈烈。目前我国旅行社业的高人才流失率和流动率给旅行社的经营管理带来很大的压力。如何吸引、挽留优秀人才并使其能力更好地发挥成为每一个旅行社亟需面对和解决的问题。通过构建良好的心理契约来提高员工满意度是留住人才的有效方法之一，但目前国内研究者对于旅行社员工满意度及心理契约的关系、旅行社员工满意度的评价等问题的研究还比较薄弱，因此对这些问题进行研究对于旅行社管理的理论和实践都具有重要的意义。

论文首先通过综述研究和理论分析指出在旅行社员工满意度与心理契约之间存在着相关关系，再通过分析实证调查的数据验证了这一观点，并确定了对旅行社员工满意度影响最大的三个因素为：工作回报、人际环境和工作本身。在此基础上，笔者构建了针对旅行社员工的心理契约——满意度互动模型，并运用二级模糊综合评价法得出了旅行社员工满意度评价指标体系等结论。论文的结尾还就如何在旅行社内构建良好的心理契约以提高员工满意度提出了若干对策。

本文的创新点在于将心理契约理论引入了旅行社的管理范畴，结合理论分析与实证调查充分论证了旅行社员工满意度与心理契约之间的关系，并对构建针对旅行社员工的心理契约——满意度互动模型及旅行社员工满意度评价指标体系等问题进行了创新性地探索。希望通过本文的研究可以丰富旅行社的管理理论并对旅行社的管理实践有所启示。有关旅行社员工满意度的评价及心理契约构建等问题还有很广阔的研究空间。

**关键词：**心理契约；员工满意度；评价体系

厦门大学博硕士学位论文摘要库

## ABSTRACT

With the opening of travel agencies trade in our country to both abroad and home, the competitions among travel agencies are increasing. At present, the high rate of the brain-drain in the travel agencies brings about high pressure to the operation and management of the travel agencies in China. How to attract and persuade excellent talents to stay on and bring their abilities into full play is a problem for travel agencies to solve urgently. To establish good psychological contract so as to increase the staff satisfaction is one of the effective method to persuade talents to stay on. At present, the researches concerning problem of the staff satisfaction and the psychological contract and evaluation of staff satisfaction in the travel agencies at home are not sufficient, thus, there is an important sense to research the problem both in theory and practice for the management in travel agencies.

First, through comprehensive researches and theoretical analysis, the author thinks that there is a relevant relationship between staff satisfaction and psychological contract. Then, the viewpoint has been verified with the result of practical analysis and investigation data. Thus, three important effective factors concerning the staff satisfaction are singled out: work reward, interpersonal environment and the work itself. On basis of this, the author establishes the mutual motion mode of the psychological contract---staff satisfaction, and uses Secondary Fuzzy Comprehensive Evaluation to establish the evaluating quota system for staff satisfaction in travel Agencies. Last, in conclusion, the author sums up some solutions to how to establish good psychological contract so as to increase the staff satisfaction.

The creative ideas in this thesis are to introduce the theory of psychological contract into travel agencies management. The author expounded in a convincing way the relationship between staff satisfaction and psychological contract in travel agencies with theoretical analysis and practical investigation and also creatively explores how to establish the mutual motion mode of the psychological contract---staff satisfaction and the evaluating quota system for staff satisfaction in



travel agencies. The author hopes to rich the theory of management and also offers some enlightenment for the practice of management in the travel agencies in China through the research of this thesis. There is a vast space for the research of evaluation of staff satisfaction and construction of psychological contract in travel agencies.

**Key words:** Psychological Contract; Staff Satisfaction; Evaluation System

厦门大学博硕士学位论文摘要库

# 目 录

<b>第一章</b>	<b>导论</b>	<b>1</b>
第一节	选题背景与研究目的	1
第二节	研究方法思路与预期创新	2
一、	研究方法	2
二、	研究思路	3
三、	本文的预期创新	3
<b>第二章</b>	<b>研究综述</b>	<b>5</b>
第一节	国内外心理契约研究综述	5
一、	国外研究情况	5
二、	国内研究情况	9
第二节	国内外员工满意度研究综述	11
一、	国外研究情况	11
二、	国内研究情况	12
三、	综合评述	19
<b>第三章</b>	<b>旅行社员工满意度与心理契约的理论分析</b>	<b>22</b>
第一节	旅行社员工心理契约理论分析	22
一、	旅行社员工心理契约的概念界定	22
二、	旅行社员工心理契约的维度分析	23
三、	旅行社员工心理契约的特点分析	29
第二节	旅行社员工满意度理论分析	31
一、	旅行社员工满意度的概念界定	31
二、	旅行社员工满意度的维度分析	32
三、	旅行社员工满意度的特点分析	37
<b>第四章</b>	<b>旅行社员工满意度与心理契约的相关性分析</b>	<b>39</b>
第一节	旅行社员工满意度与心理契约的概念维度对比分析	39
一、	旅行社员工满意度与心理契约的概念比较	39
二、	旅行社员工满意度与心理契约在维度上的相关性	39
第二节	旅行社员工满意度与心理契约在特点上的相关性	42
一、	二者都具有主观性	42
二、	二者都具有动态性	42
三、	二者都具有内隐性	42
四、	二者都具有模糊性	43
五、	旅行社员工心理契约的双向性与员工满意度的互动性	43
第三节	旅行社员工满意度与心理契约的动态发展的相关性	44

一、旅行社员工心理契约的形成和维持与员工满意度的相关性分析.....	44
二、旅行社员工心理契约的违背和破裂与员工满意度的相关性分析.....	45
<b>第五章    实证研究 .....</b>	<b>47</b>
<b>第一节    问卷设计及预试.....</b>	<b>47</b>
一、问卷设计.....	47
二、问卷预试.....	47
<b>第二节    研究假设与数据分析.....</b>	<b>48</b>
一、研究假设.....	48
二、数据分析.....	48
<b>第六章    结果分析与模型构建 .....</b>	<b>57</b>
<b>第一节    结果分析.....</b>	<b>57</b>
一、显著性与相关性分析结果.....	57
二、回归模型.....	58
<b>第二节    模型构建.....</b>	<b>58</b>
一、旅行社员工满意度——心理契约互动模型的构建.....	58
二、旅行社员工满意度评价指标体系构建.....	60
<b>第三节    基于心理契约提高旅行社员工满意度的对策 .....</b>	<b>66</b>
一、营造良好的人际环境.....	66
二、提高工作的吸引力.....	68
三、给员工合理的工作回报.....	69
<b>第七章    结论 .....</b>	<b>71</b>
一、结论.....	71
二、不足之处与展望.....	71
<b>附    录.....</b>	<b>74</b>
<b>参考文献 .....</b>	<b>115</b>
<b>致    谢.....</b>	<b>122</b>

# Content

<b>Chapter 1 Introduction.....</b>	<b>1</b>
<b>Section 1 Background of the Title and Purpose of Study .....</b>	<b>1</b>
<b>Section 2 Research Method Line of Thinking and Expecting Creative Ideas ....</b>	<b>2</b>
1. Research Method .....	2
2. Line of Thinking in Researches .....	3
3. Expecting Creative Ideas in this Thesis .....	3
<b>Chapter 2 Literature Review .....</b>	<b>5</b>
<b>Section 1 Summary on Researches of Psychological Contract.....</b>	<b>5</b>
1. Foreign Study Situation .....	5
2. Domestic Study Situation .....	9
<b>Section 2 Summary on Researches of Staff Satisfaction .....</b>	<b>11</b>
1. Foreign Study Situation .....	11
2. Domestic Study Situation .....	12
3. Comprehensive Comments .....	19
<b>Chapter 3 Theoretical Analysis of Staff Satisfaction and Psychological Contract in Travel Agencies.....</b>	<b>22</b>
<b>Section 1 Theoretical Analysis of Psychological Contract .....</b>	<b>22</b>
1. Conception Definition of Psychological Contract of Staff in Travel Agencies.....	22
2. Dimensions Analysis of Psychological Contract of Staff in Travel Agencies ..	23
3. Characteristic Analysis of Psychological Contract of Staff in Travel Agencies .....	29
<b>Section 2 Theoretical Analysis of Staff Satisfaction.....</b>	<b>31</b>
1. Conception Definition of Staff Satisfaction in Travel Agencies.....	31
2. Dimensions Analysis of Staff Satisfaction in Travel Agencies.....	32
3. Characteristic Analysis of Staff Satisfaction in Travel Agencies.....	37
<b>Chapter 4 Correlation Analysis of Staff Satisfaction and Psychological Contract in Travel Agencies.....</b>	<b>39</b>
<b>Section 1 Comparative Analysis of Conception &amp; Dimensions of Staff Satisfaction and Psychological Contract in Travel Agencies .....</b>	<b>39</b>
1. Conception Comparison of Staff Satisfaction and Psychological Contract in Travel Agencies.....	39
2. Correlation in Dimensions of Staff Satisfaction and Psychological Contract in Travel Agencies.....	39
<b>Section 2 Correlation in Characteristics of Staff Satisfaction and Psychological Contract in Travel Agencies.....</b>	<b>42</b>
1. Both Have Subjectivity .....	42

2. Both Have Dynamic Character .....	42
3. Both Have Inner Concealment Character .....	42
4. Both Have Fuzzy Character .....	43
5. Two-Way Character of Psychological Contract and Mutual Motion Character of Staff Satisfaction in Travel Agencies.....	43
.....	
<b>Section 3 Correlation of Development of Staff Satisfaction and Psychological Contract in Travel Agencies .....</b>	<b>44</b>
1. Form and Maintain of Psychological Contract and Analysis of Correlation of Staff Satisfaction in Travel Agencies .....	44
2. Violating and Breaking of Psychological Contract and Analysis of Correlation of Staff Satisfaction in Travel Agencies.....	45
<b>Chapter 5 Actual Cases Research.....</b>	<b>47</b>
<b>Section 1 Design of Investigation Questions and pretest .....</b>	<b>47</b>
1. Design of Investigation Questions .....	47
2. Pretest.....	48
<b>Section 2 Research Hypothesis and Data Analysis .....</b>	<b>48</b>
1. Research Hypothesis .....	48
2. Data Analysis .....	48
<b>Chapter 6 Result Analysis and Model Construction .....</b>	<b>57</b>
<b>Section 1 Result Analysis .....</b>	<b>57</b>
1. Analysis Result of Prominence and Correlation .....	57
2. Regression Analysis Result.....	58
<b>Section 2 Model Construction .....</b>	<b>58</b>
1. Construction of Dynamic Model of Staff Satisfaction - Psychological Contract in Travel Agencies.....	58
2. Construction of Evaluating Quota System for Staff Satisfaction in Travel Agencies.....	60
<b>Section 3 Solutions to Promote Staff Satisfaction Based on Psychological     Contract in Travel Agencies.....</b>	<b>66</b>
1. Building a good Interpersonal Environment.....	66
2. Heightening Working Attraction.....	68
3. Sensible Reward to the Staff .....	69
<b>Chapter 7 Conclusion and Prospects .....</b>	<b>71</b>
1. Conclusion .....	71
2. Weakness and prospects.....	71
<b>Appendix.....</b>	<b>74</b>
<b>References .....</b>	<b>115</b>
<b>Acknowledgements .....</b>	<b>122</b>

厦门大学博硕士学位论文摘要库

## 第一章 导论

### 第一节 选题背景与研究目的

中国加入世界贸易组织之后，我国旅行社面临着全球性的竞争态势，这向旅行社人力资源管理提出了严峻的挑战。旅行社是劳动密集型和智力密集型企业，旅行社之间的竞争，实际上是人才之间的竞争，在知识经济时代，作为知识载体的人才，已经成为旅行社的第一资源以及旅行社竞争力的决定性因素。

在当今社会中，信息技术的迅速发展和网络媒体的大量运用，大大减少了旅游者对旅行社的依赖，实力雄厚的外资旅行社会带走大量的优秀人才，给国内旅行社造成巨大的人才流失，面对这种不利的外部环境，旅行社比以往任何时候都更依赖于企业的人力资源。如何吸引人才、留住人才成为国内旅行社不得不面对和解决的问题。<sup>[1]</sup>

近二十年来，我国人民的物质生活水平得到了极大提高，人们有了更多的出游欲望和资本，旅行社的数量也有大幅提高。据官方统计，到 2006 年末，全国纳入统计范围的旅行社共有 17957 家，比上年末增加 1712 家。其中：国际旅行社 1654 家，比上年末增加 98 家；国内旅行社 16303 家，比上年末增加 1614 家<sup>①</sup>。但是，由于行业壁垒较低，旅行社之间又纷纷采用“削价竞争”的方式来应对竞争，导致旅行社全体进入微利时代，旅行社提供的服务也因此有所打折，旅行社业的整体形象受到了严重损害。

在旅行社与其员工之间，除了签字画押的纸质合同之外，还从招聘工作伊始，就形成了一份看不见摸不着甚至不为双方感知的心理契约。简单地说，心理契约就是企业与员工双方对相互权利义务的期望或理解。心理契约随时在改变，不易察觉不好度量，然而却可能对员工的满意度产生重要的影响。

旅行社的业务是一项复杂的组织工作，生产的产品实质上是为顾客提供的面对面的“服务”。因此，员工的工作态度和服务技能会直接影响到顾客的满意程度，从而影响旅行社的形象和绩效。有关心理契约和员工满意度的研究是国外企

<sup>①</sup> 2006 年中国旅游业统计公报（二）[EB/OL]. 中国旅游网  
[http://www.cnta.gov.cn/news\\_detail/newsshow.asp?id=A200710231114524049252,2007-10-23](http://www.cnta.gov.cn/news_detail/newsshow.asp?id=A200710231114524049252,2007-10-23)

业界近二十年来的热门研究课题之一，国内对该课题的关注和研究则起步较晚，其中关于旅游企业心理契约和员工满意度的研究不多，针对旅行社员工的研究更是寥寥无几。因此，本文将心理契约理论引入旅行社管理的范畴，并对西安市若干旅行社的员工进行了实证调查，理论结合实际进行分析，希望能构建出针对旅行社员工的心理契约——满意度关系模型并构建旅行社员工满意度评价指标体系，为旅行社管理理论的发展尽一份绵薄之力，也为旅行社的管理实践做出一定的贡献。

## 第二节 研究方法思路与预期创新

### 一、研究方法

#### （一）文献综述法

笔者在阅读大量文献的基础上，对国内外研究者有关心理契约和员工满意度的研究做了综述分析，综述的重点涉及心理契约及员工满意度的概念、维度、形成过程等相关问题。

#### （二）定性与定量分析相结合

本文采取定性与定量相结合的研究方法，首先通过回顾与分析以往研究者对心理契约及员工满意度的研究成果对心理契约和员工满意度进行理论分析，提出有关旅行社员工满意度与心理契约的概念、维度及二者关系假设，再通过实证分析验证假设是否正确，并得出相应结论。

#### （三）理论联系实际

理论研究的目的是为了能够更好地指导实践。笔者基于这样的目的，从关注旅行社员工满意度问题入手，在旅行社管理中引入心理契约理论，通过对心理契约及员工满意度的相关理论分析，得出了旅行社员工心理契约与满意度间的相关关系，并构建出针对旅行社员工的心理契约——满意度相关模型及旅行社员工满意度评价指标体系。



Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to [etd@xmu.edu.cn](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库