

主題：航空公司內部行銷、空服員情緒勞務、組織承諾與顧客導向之
行為

指導老師：傅彥凱 老師

組員：陳儀娟、林于婷、石宗翰、黃筱涵、劉佩伶、朱儀靜

一、摘要

本研究將針對空服員的情緒勞務、工作壓力、職業倦怠進行深入探討，主要以國內六家航空公司之空服員為採樣母體，欲探討空服員對於航公司的內部行銷作為、空服員的情緒勞務、組織承諾和顧客導向行為之間的關係。

二、研究動機

因科技的進步使得經濟活動盛行，使得航空業已從過去傳統的交通運輸功能轉型為重視顧客價值的服務產業。民眾對航空公司所提供的服務中，除了飛航安全、班機準點、班機時刻便利選擇之外，空服員的服務態度也是讓民眾對航空公司感到滿意得得因素之一。

三、研究目的

1. 探討不同空服員的個人特徵與航空公司之內部行銷作為、空服員的情緒勞務、組織承諾與空服員顧客導向行為的差異。
2. 探討航空公司之內部行銷作為、空服員的情緒勞務、組織承諾與空服員顧客導向行為之間的關係。
3. 針對研究之結果發表結論與建議，以供航空產業與後續研究之參考。

四、研究方法

本研究旨在探討航空公司內部行銷、空服員之情緒勞務、組織承諾與員工顧客導向行為之間的關係，每個變數的構面皆依照產業特性尋求合適之參考文獻，同時進行因素分析後得來之構面，如圖



五、研究流程

1. 研究構思階段
2. 理論探討階段
3. 問卷編制階段
 - (1) 蒐集合適量表及修訂
 - (2) 專家審核問卷及預試問卷的擬稿
 - (3) 修正、編制正式問卷
4. 問卷施測階段
5. 研究結果分析階段

六、結論與建議

1. 致力提升內部行銷作為

良好的內部行銷作為，有助於培養出具有顧客導向服務意識的員工。

2. 重視員工的情緒勞務

員工的情緒狀態，影響著員工對顧客進行服務時的服務表現，繼而影響顧客的滿意程度。

3. 激勵員工的組織承諾

管理者皆應該激勵並善用員工的組織承諾，以獲得員工的向心力，讓員工能透過彼此的努力來增加公司的營運效能。

4. 培養具有顧客導向的員工

空服員面對顧客服務時的行為準則，展現最佳的服務品質，將是航空公司獲取忠實顧客的關鍵因素。