

组织公平性、组织公民行为 与服务公平性的关系

邓桂枝 著



中山大学出版社

组织公平性、组织公民行为 与服务公平性的关系

邓桂枝 著

中山大学出版社

· 广州 ·

版权所有 翻印必究

图书在版编目 (CIP) 数据

组织公平性、组织公民行为与服务公平性的关系/邓桂枝著. —
广州: 中山大学出版社, 2009. 5
ISBN 978 - 7 - 306 - 03319 - 2

I. 组… II. 邓… III. 宾馆—企业管理 IV. F719.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 062602 号

出 版 人: 叶侨健

策划编辑: 钟永源

责任编辑: 钟永源

封面设计: 林绵华

责任校对: 张礼凤

责任技编: 黄少伟

出版发行: 中山大学出版社

电 话: 编辑部 020 - 84111996, 84113349

发行部 020 - 84111998, 84111981, 84111160

地 址: 广州市新港西路 135 号

邮 编: 510275 传 真: 020 - 84036565

网 址: <http://www.zsup.com.cn> E-mail: zdcbs@mail.sysu.edu.cn

印 刷 者: 佛山市南海印刷厂有限公司

规 格: 635mm × 960mm 1/16 19.25印张 282 千字

版次印次: 2009 年 5 月第 1 版 2009 年 5 月第 1 次印刷

定 价: 39.80 元

本书如发现因印装质量问题影响阅读, 请与出版社发行部联系调换

目 录

第一章 研究概述	(1)
第一节 研究目的	(1)
第二节 研究意义	(5)
第三节 研究范围	(9)
第二章 文献综述	(10)
第一节 顾客感知的服务质量	(10)
第二节 组织公平性	(12)
第三节 员工的组织公民行为	(20)
第四节 管理人员的印象管理行为	(50)
第三章 概念模型和立论依据	(64)
第一节 概念模型	(64)
第二节 立论依据与假设	(66)
第四章 调研设计与数据收集	(90)
第一节 调研设计	(90)
第二节 变量的计量	(92)
第三节 数据收集与样本概况	(96)
第五章 数据分析	(100)
第一节 组织公民行为的组成成分	(101)
第二节 总样本的数据质量分析	(108)
第三节 二阶因子分析	(118)

第四节	检验样本和核实样本的数据质量 分析	(123)
第五节	检验样本和核实样本的结构方程 模型分析	(132)
第六节	总样本结构方程模型分析	(151)
第七节	模型比较分析	(164)
第八节	中介分析	(166)
第九节	分层回归模型分析	(183)
第六章	讨论与结论	(206)
第一节	概念模型的推理法则有效性	(206)
第二节	数据分析结果讨论	(209)
第三节	贡献、局限性与今后研究方向	(231)
参考文献		(239)
附录		(282)
员工问卷		(282)
主管问卷		(285)
顾客问卷		(287)
后记		(289)

第一章 研究概述

在本章中，笔者简述本项研究的背景、目的、意义和调研范围。

第一节 研究目的

要在激烈的市场竞争中取得长期优势，宾馆必须为顾客提供优质的服务。服务是无形的，顾客在购买服务之前很难评估服务质量。因此，顾客往往非常重视宾馆是否公平待客。宾馆公平地对待顾客，不仅可提高顾客的满意程度，增强顾客信任感，而且可通过满意顾客的口头宣传，吸引新顾客。因此，宾馆为顾客提供公平的服务，是宾馆增强竞争实力，提高经济效益的一项极为重要的措施。

宾馆管理人员要求员工公平对待顾客，就必须首先公平对待广大员工。员工对宾馆是否公平对待自己的看法会直接影响他们的服务态度和服务行为，进而影响顾客感知的服务公平性。

美国著名企业管理学者鲍恩（David E. Bowen）、吉伦德（Stephen W. Gilliland）和福尔格（Robert Folger）指出，组织公平性对服务公平性有“外溢效应”（Bowen, Gilliland and Folger, 1999）。但是，在现有文献中，除美国学者麦克汉姆（James G. Maxham III）和尼特梅叶（Richard G. Netemeyer）在补救性服务环境中对这一“外溢效应”做过实证检验（Maxham and Netemeyer, 2003）之外，国内外学者都从未对鲍恩等人的观点做过实证检验，更没有在正常的服务环境中对组织公平性与服务公平性之间的关系做过实证研究。

鲍恩等人指出,组织公平性并不直接影响服务公平性,而是通过员工的组织公民行为,影响服务公平性。员工的组织公民行为是组织公平性与服务公平性之间的一个重要的中介变量。虽然欧美许多学者已对员工的组织公民行为(角色外行为)的组成成分进行大量研究,但他们的研究成果对我国企业却可能并不完全适用。笔者认为,我国旅游管理学术界应根据我国文化与宾馆业的特点,研究组织公民行为的内涵,探讨宾馆服务人员感知的组织公平性如何通过他们的组织公民行为,影响顾客感知的服务公平性和服务质量。在本项研究中,笔者在正常的服务环境中对宾馆员工感知的服务公平性对顾客感知的服务公平性的外溢效应进行一次实证研究。笔者希望,通过本项研究可以填补我国旅游管理学术界在这个学术研究领域的空白。

在本项研究中,笔者探讨宾馆员工感知的组织公平性、员工的组织公民行为与顾客感知的服务公平性之间的关系。本项研究的具体目的包括:

1. 探讨宾馆员工组织公民行为的内涵和维度

欧美组织行为学者对组织公民行为概念已经进行了大量的研究。但是,他们的研究成果对我国宾馆却并不一定适用。香港科技大学教授樊景立(Jing-Lih Farh)等人指出,不同国家的文化和国情有很大的差异。各国企业管理人员对组织公民行为含义的理解也不完全相同(Farh, *et al.*, 1997)。樊景立等人在我国海峡两岸企业的研究结果表明,中外企业管理人员对员工的组织公民行为组成成分的看法并不完全相同,大陆和台湾企业管理人员对员工的组织公民行为的含义也有一些不同的理解。他们根据定性研究结果,指出大陆企业员工的组织公民行为包括主动工作、帮助同事、发表意见等10个组成成分(Farh, *et al.*, 2004)。

樊景立等人首先研究我国企业员工的组织公民行为的组成成分,填补了我国企业管理学术界在这个理论研究领域的空白。然而,樊景立等人的研究结论对我国宾馆可能并不适用。笔者试图通过本项研究,对我国宾馆员工的组织公民行为的内涵和维度进行一次比较深入、系统的探讨,以便填补我国宾馆员工

组织公民行为理论研究和实证研究的空白。

2. 在正常的服务环境中, 探讨宾馆员工感知的组织公平性对顾客感知的服务公平性的外溢效应

鲍恩等人指出: 员工对企业是否公平对待他们的看法会决定员工是否接受企业的人力资源管理决策。员工感知的组织公平性会极大地影响员工对企业人力资源管理决策的满意程度, 进而影响员工的工作业绩。^① 根据鲍恩等人的论述, 笔者认为, 宾馆服务人员对企业的人力资源管理决策的满意程度也会直接影响他们的服务态度和服务行为, 进而影响顾客感知的服务公平性。

在本项研究中, 笔者在正常的服务环境中, 检验宾馆员工感知的组织公平性对顾客感知的服务公平性的外溢效应, 以便为鲍恩等人的观点提供新的实证依据。

3. 探讨管理人员的印象管理行为对员工感知的组织公平性、信任感和组织公民行为的影响

美国学者琼斯 (Edward E. Jones) 于 1964 年提出“印象管理”概念之后, 许多欧美组织行为学者对员工印象管理行为的重要性进行了一些理论探讨和实证研究。然而, 至今为止, 学术界较少研究管理人员印象管理行为的重要性。

笔者认为, 管理人员的印象管理行为不仅会影响员工的公平感与他们对管理人员的信任感, 而且会影响他们的组织公民行为。笔者试图通过本项研究, 明确管理人员的印象管理行为、员工的公平感、工作满意感、对管理人员的信任感、对企业的归属感与员工的组织公民行为之间的关系。

4. 探讨三类组织公平性对员工组织公民行为的影响

企业管理学术界对员工感知的组织公平性对员工组织公民行为的影响进行了大量的研究, 得出了许多不同的研究结论。有些学者的研究结果表明, 三类组织公平性对员工的组织公民

^① Bowen, David E., Stephen W. Gilliland, and Robert Folger. HRM and Service Fairness: How being Fair with Employees Spills over to Customers. *Organizational Dynamics*, 1999, 27 (3): 19.

行为都没有显著的直接影响 (Konovsky, 1994; Aryee, Budiiwar and Chen, 2002); 有些学者发现, 在三类组织公平性中, 只有交往公平性直接影响员工的组织公民行为 (Moorman, 1991); 有些学者的研究结果表明, 程序公平性和交往公平性都直接影响员工的组织公民行为 (Moorman and Niehoff, 1993; Moorman and Organ, 1993); 另一些学者并未区分程序公平性和交往公平性, 而是把这两类公平性统称为程序公平性, 他们发现, 程序公平性 (包括程序公平性和交往公平性) 直接影响员工的组织公民行为 (Moorman, Niehoff and Organ, 1993; Menguc, 2000)。因此, 笔者认为, 企业管理学术界仍应进一步探讨三类组织公平性对员工组织公民行为的影响。笔者希望通过本项研究, 明确三类组织公平性对我国宾馆员工组织公民行为的影响, 以便对学术界争论不休的这个学术问题提出自己的看法。

5. 探讨三类组织公平性对员工组织公民行为的间接影响以及主要中介变量之间的关系

国内外许多学者认为, 组织公平性不仅会直接影响员工的组织公民行为, 而且会通过某些中介变量, 间接影响员工的组织公民行为。他们对组织公平性与员工的组织公民行为之间的中介变量进行了一些实证研究。他们发现, 员工的工作满意感 (Moorman, 1991; Netemeyer, Boles, McKee and McMurrian, 1997)、员工对企业的归属感 (Moorman, Niehoff and Organ, 1993)、员工对管理人员的信任感 (Konovsky, 1994; Pillai, Schriesheim and Williams, 1999; Menguc, 2000; Aryee, Budiiwar and Chen, 2002) 是组织公平性与员工的组织公民行为之间的重要中介变量。

此外, 许多学者认为, 这些中介变量之间也存在因果关系。他们对员工工作满意感与员工对管理人员信任感之间的关系 (Rich, 1997; Wech, 2002; Aryee, Budiiwar and Chen, 2002)、员工工作满意感与员工对企业的归属感之间的关系 (Brooke, Russell and Price, 1988; Williams and Anderson, 1991)、员工对管理人员的信任感与员工对企业的归属感之间的关系 (Whitener, 2001; Laschinger, Finegan and Shamian, 2001) 也进行了一些

研究。但是,至今为止,国内外学者都没有在同一次实证研究中同时检验员工的工作满意感、员工对企业的归属感、员工对管理人员的信任感、对员工感知的三类组织公平性和员工的组织公民行为的中介作用,以及这些中介变量之间的关系。在本项研究中,笔者同时检验这些变量的中介作用与这些变量之间的关系,以便更全面地揭示这些中介变量的作用。

第二节 研究意义

本节重点论述本项研究的研究意义。

1. 明确我国宾馆员工组织公民行为的内涵

美国学者奥根(Dennis W. Organ)和贝特曼(Thomas S. Bateman)于1983年提出“组织公民行为”概念以后,企业管理学术界对“组织公民行为”理论进行了大量的研究。许多学者对“组织公民行为”的组成成分提出了自己的看法(Smith, Organ and Near, 1983; Organ, 1988; Graham, 1989; Moorman and Blakely, 1995; Graham, 1991; Williams and Anderson, 1991; George and Brief, 1992; George and Jones, 1997; Borman and Motowidlo, 1993, 1997; Scotter and Motowidlo, 1996)。但是,在现有的文献中,企业管理学术界在这个领域的研究成果基本上都是在欧美企业完成的,我国企业管理学术界在这个学术研究领域的实证研究成果极为少见。

由于文化背景不同,欧美企业与我国企业员工的组织公民行为既可能有某些相同的维度,也可能会有有一些不同的维度(Farh, Early and Lin, 1997; Farh, Zhong and Organ, 2004; Hui, Law and Chen, 1999; Hui, Lee and Rosseau, 2004; Lam, Hui and Law, 1999; Tjosvold and Yu, 2004)。

美国学者乔治(Jennifer M. George)和琼斯(Gareth R. Jones)指出,员工是在团队或企业环境中表现组织公民行为的。他们认为,员工的组织公民行为会受以下四类因素的影响:①个人因素:指员工的知识和技能、员工的自我效能感、员工对

工作角色的定义、员工在组织内部的人际关系、同事的求助行为。②团队因素：指团队的行为准则、团队成员相互依赖程度、团队的目标。③企业因素：指企业的组织结构、文化、政策、报酬制度。④企业的社会环境：指其他企业的行为（George and Jones, 1997）。

在不同的文化背景中，上述四类因素对员工的组织公民行为可能会有不同的影响。

第一，与西方文化相比较，我国文化更强调和谐的人际关系。与欧美企业员工相比较，我国企业员工更重视人际关系（张秀娟、汪纯孝，2005）。因此，我国员工的组织公民行为不仅包括他们帮助同事做好职务工作的行为，而且包括他们与同事保持和谐人际关系的行为。

第二，我国企业与欧美企业对员工工作表现的内涵有一些不同的理解。我国企业不仅会根据员工职务工作情况，而且会根据员工的政治思想、道德品质、工作主动性、人际关系，评估员工的表现。因此，我国企业与欧美企业员工组织公民行为的组成成分也会有一些差异。香港科技大学林明瀚（Simon S. K. Lam）、许浚（Chun Hui）和罗胜强（Kenneth S. Law）对美国、澳大利亚、日本和中国香港地区企业员工组织公民行为的含义进行比较分析。他们发现，与美国和澳大利亚企业员工相比，日本和中国香港企业的大部分员工认为“文明礼貌”和“运动员精神”是自己的角色内行为，而不是组织公民行为（Lam, Hui and Law, 1999）。此外，樊景立等人根据他们在北京、上海和深圳的调研结果，指出我国企业员工的组织公民行为包括主动工作、帮助同事、发表意见、参加集体活动、宣传企业形象、自学、参与社会公益活动、节省企业资源、保持工作场所整洁、维护和谐的人际关系等 10 类行为。他们发现，欧美学者论述的运动员风度、礼貌待人、参与争论等行为并不是我国企业员工的组织公民行为。但是，我国企业员工认为，自学、参与社会公益活动、节省企业资源、保持工作场所整洁、维护和谐的人际关系等行为也是组织公民行为（Farh, Zhong and Organ, 2004）。

第三,在西方个人主义文化背景下,欧美企业员工更追求个人成就。企业主要根据员工的个人贡献,确定员工的报酬。在我国集体主义文化背景下,员工更重视团队内部和谐的人际关系,而不是突出个人的作用和贡献。企业不仅会根据员工的职务工作表现,而且会根据员工的政治表现、思想品质和人际关系,确定员工的报酬。因此,与欧美企业相比较,我国企业员工表现组织公民行为的内在动力较大。

在现有的文献中,香港科技大学教授樊景立等人(Farh, Zhong and Organ, 2004)、香港科技大学林明瀚等人(Lam, Hui and Law, 1999)、香港浸会大学陈镇雄等人(Chen, Tsui and Farh, 2002)、香港中文大学许浚等人(Hui, Lee and Rousseau, 2004)、香港岭南大学谢霍坚(Dean Tjosvold)和俞自由(Zi-you Yu)(Tjosvold and Yu, 2004)、美国华盛顿大学陈晓萍等人(Chen, Kam, Naumann and Schanbroeck, 2005)、北京大学王辉等人(Wang, Law, Hackett, Wang and Chen, 2005)、中山大学张秀娟和姚一雯、广东外贸外语大学吴清津等人(吴清津、汪纯孝和胡石凡, 2004)都对我国企业员工的组织公民行为做过一些实证研究。但是,除樊景立等人之外,我国企业管理学术界都没有探讨过我国企业员工组织公民行为的组成成分。除吴清津等人之外,我国企业管理学术界尚未在旅游企业探讨过员工组织公民行为的作用。笔者试图通过本项研究,丰富我国企业员工组织公民行为理论研究成果。

2. 揭示组织公民行为与服务公平性之间的关系

美国著名营销学家贝里(Leonard L. Berry)、潘拉索拉曼(A. Parasuraman)和隋塞莫尔(Valarie A. Zeithaml)指出,员工是企业的内部顾客,企业为员工提供的内部服务质量会直接影响员工为外部顾客提供的服务质量。在服务性企业里,员工的工作体验会直接影响顾客的消费体验,进而影响顾客感知的服务质量。

笔者同意贝里等人的观点,并且认为:①宾馆服务人员与顾客高度交往。服务人员的一言一行都可能会影响顾客感知的服务质量。如果服务人员对企业的人力资源管理决策不满意,

就不会尽力为顾客提供优质服务。②如果服务人员觉得宾馆管理人员不能对员工一视同仁,亲疏有别,偏袒某些员工,就可能对这些同事产生嫉恨情绪,不愿意与他们合作,不愿意帮助他们解决工作中的问题。这必然会降低企业的经营效率和服务质量。③对企业人力资源管理决策不满的服务人员可能会“跳槽”。宾馆必须不断招聘新的员工取代老员工,从老员工“跳槽”至新员工胜任服务工作这一段时间里,企业的劳动生产率和服务质量必然会下降。①

许多企业管理理论研究人员认为,管理人员公平对待员工是企业人力资源管理工作的一个重要原则 (Schneider and Bowen, 1993; Bowen, Gilliland and Folger, 1999)。美国学者鲍恩、吉伦德和福尔格论述了组织公平性对服务公平性的“外溢效应”。他们指出,员工的组织公民行为是组织公平性与服务公平性之间的一个重要中介变量。企业公平地对待员工,可提高员工对企业人力资源管理工作的满意程度,进而激励员工表现出组织公民行为,为顾客提供公平的服务 (Bowen, Gilliland and Folger, 1999)。然而,至今为止,国内外学者都没有在正常服务环境中对组织公平性对服务公平性的“外溢效应”做过实证检验。在本项研究中,笔者试图揭示宾馆员工感知的组织公平性对顾客感知的服务公平性和服务质量的影响,以便宾馆管理人员深入理解宾馆的人力资源管理工作对顾客感知的服务质量的重要影响。

3. 揭示管理人员印象管理行为的重要性

笔者认为,除企业的人力资源管理活动之外,管理人员的行为也会影响员工的组织公民行为。在本项研究中,探讨管理人员的印象管理行为对员工的组织公民行为的影响。笔者认为,管理人员的印象管理行为会影响员工感知的组织公平性、工作满意感、对管理人员的信任感、对企业的归属感,进而影响员工的组织公民行为。笔者希望通过本项研究,揭示管理人员的

① 汪纯孝、岑成德、谢礼珊等:《服务性企业整体质量管理(第二版)》,中山大学出版社2001年版,第415页。

印象管理行为的作用，以便他们深入理解印象管理的重要性。

第三节 研究范围

本节着重介绍本项研究的调研范围。

1. 调研范围

在本项研究中，笔者在宾馆进行调研工作，调研对象是广州地区宾馆的客房、餐厅和前厅服务人员。上述三个部门的管理人员、在宾馆住宿或就餐的顾客。

2. 本书结构

本项研究包括文献研究、定性研究与实证（定量）研究三部分。

第一章简述本项研究的目的、意义和研究范围。第二章简要回顾组织公民行为理论的发展过程和基本理论，并对相关文献进行评述。第三章介绍笔者提出的概念模型，简述这个模型的立论依据，提出在实证研究中检验的假设。第四章介绍调研设计、概念的操作定义与计量和样本的概况。第五章介绍数据分析结果，包括数据质量分析、结构方程模型分析、中介影响分析和分层回归分析。第六章对本项研究的研究结果进行讨论，总结本项研究的结论，概述本项研究的贡献，指出本项研究的局限性以及今后的研究方向。全书结构见图 1-1。

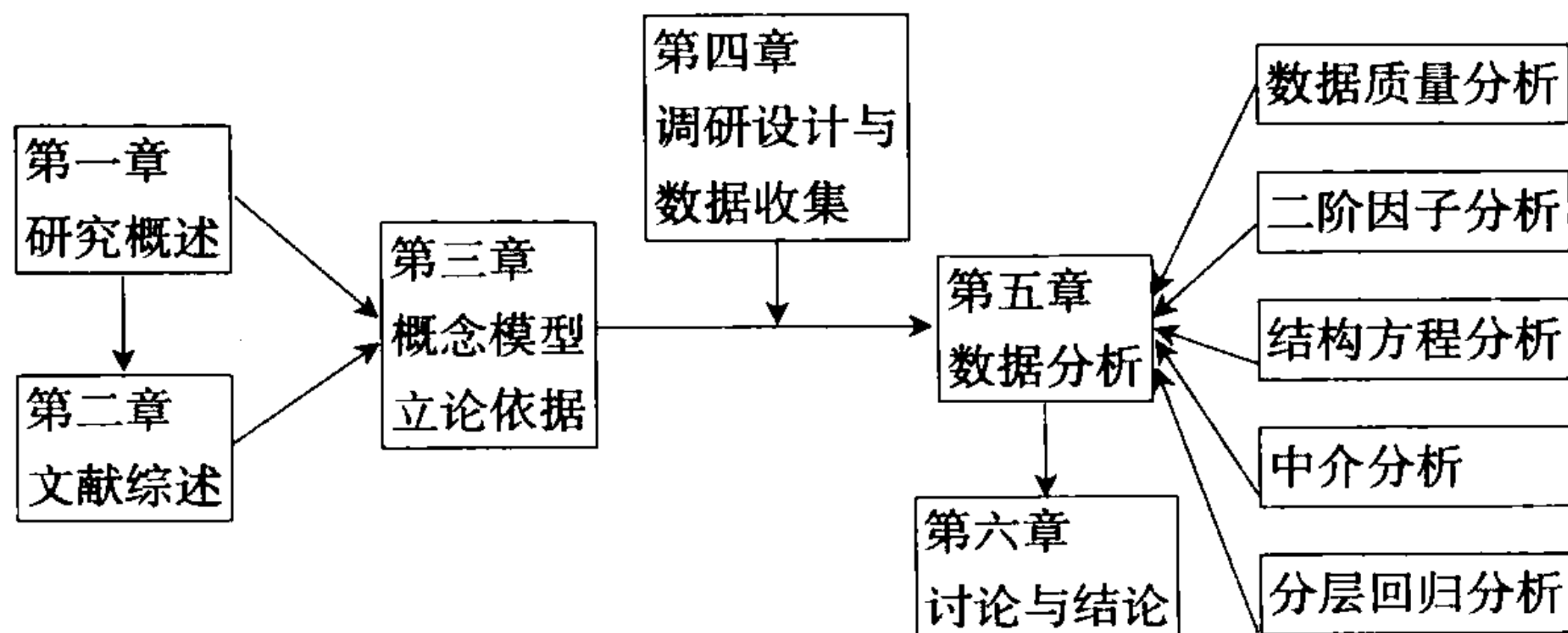


图 1-1 本书结构框架

第二章 文献综述

本章概述了企业管理学术界对组织公民行为、组织公平性和服务公平性的研究概况，并对相关的文献进行评述。

第一节 顾客感知的服务质量

要在竞争日益激烈的市场环境中赢得竞争优势，宾馆必须为顾客提供优质服务。宾馆为顾客提供优质服务，才能吸引新顾客，留住老顾客，提高社会效益与经济效益。国内外许多学者的研究结果都表明：服务质量是影响顾客的满意感，对企业的信任感、归属感和忠诚感的一个极为重要的因素。

为了指导企业管理人员做好服务质量管理工作，国外许多学者对服务质量属性进行大量研究，提出了一系列服务属性分类方法。

芬兰著名营销学家格鲁努斯（Christian Grönroos, 1990）认为，顾客实际经历的服务质量是由技术性质量和功能性质量组成的。

（1）技术性质量：指服务结果质量。宾馆为顾客服务的结果会影响顾客对服务质量的评估。餐厅的菜肴质量，宾馆的客房质量都是顾客评估服务质量的重要依据。通常，顾客能比较客观地评估服务结果质量。

（2）功能性质量：指服务过程质量。服务过程质量不仅与服务时间、服务地点、服务人员的仪态仪表、服务态度、服务方法、服务程序有关，而且与顾客的个性、态度、知识、行为方式有关。此外，顾客对功能性质量的看法，也会受其他顾客

消费行为的影响。因此,顾客对服务过程质量的评估是一种比较主观的评估。

美国学者赛塞(W. Earl Sasser, Jr.)、瑞士学者奥尔逊(R. Paul Olson)和美国学者华科夫(Daryl D. Wyckoff)认为:顾客会根据以下几类服务属性,评估服务质量。①安全:指人身安全和财产安全;②一致:指服务的规范化和可靠性;③态度:指服务人员的服务态度;④完整:指服务项目是否完整;⑤环境:指服务环境和服务气氛;⑥方便:指服务时间和地点是否方便顾客;⑦时间:指服务所需的时间和服务速度(Sasser, Olsen and Wyckoff, 1978)①。

美国著名营销学家贝里(Leonard L. Berry)、潘拉索拉曼(A. Parasuraman)和隋塞莫尔(Valarie A. Zeithaml)对服务质量属性进行了大量研究。他们认为,顾客感知的服务质量是由以下五类属性的质量决定的:①可靠:指服务性企业为顾客提供正确、安全、可靠的服务;②敏感:指服务人员愿意帮助顾客,及时地为顾客服务;③可信:指服务人员的知识、技能和礼节能够使顾客产生信任感;④移情:指服务人员设身处地地为顾客着想,关心顾客,为顾客提供个性化服务;⑤有形证据(服务场景):指服务人员的服装和仪表、服务设施、服务设备、促销资料等有形证据②。除上述五类属性之外,芬兰著名服务管理学家格鲁努斯(Christian Grönroos)认为补救性服务也是一个重要的服务属性。服务工作出现差错或发生无法预见的问题之后,企业应尽快采取补救性措施,纠正服务差错,降低顾客的不满意程度。

中山大学管理学院朱沆等人于1999年在医院对服务质量的属性进行了一次实证研究,他们认为,服务质量包括技术质量、感情质量、关系质量、环境质量和沟通质量。技术质量指服务结果的质量,即格鲁努斯提出的技术性质量;感情质量指服务

① Sasser, W. Earl, R. Paul Olsen, and D. Daryl Wyckoff. *Management of Service Operations: Text, Cases, and Readings*. Boston, MA: Allyn and Bacon, Inc., 1978, 180.

② 汪纯孝、蔡浩然编著:《服务营销与服务质量管理》,中山大学出版社1996年版,第175页。

人员在服务过程中，设身处地为顾客着想，关心顾客，以热情友好的服务态度，殷勤礼貌的服务行为，为顾客提供充满爱心的服务；关系质量指顾客对服务性企业和服务人员的信任感与顾客对双方关系的满意程度；环境质量指服务性企业为顾客提供良好的消费环境；沟通质量指服务人员详细了解顾客的需要，主动征求顾客的意见，及时地改进服务操作体系，并为顾客提供精确、易懂的信息，帮助顾客购买和消费服务（朱沆、汪纯孝、岑成德和谢礼珊，1999）。

上述学者都认为服务人员的服务态度和服务行为是影响顾客感知的服务质量的重要因素。因此，宾馆要提高服务质量，就必须理解哪些因素会影响服务人员的态度和行为，进而影响顾客感知的服务质量。国内外许多学者都认为，组织公平性是影响员工的工作态度和行为的重要因素。

第二节 组织公平性

1. 组织公平性理论

组织公平性指工作场所的公平性（Greenberg, 1990），特别是指员工感知的公平性。自从美国学者亚当斯（J. Stacy Adams）于1965年提出衡平理论以来，社会科学理论工作者对公平性理论进行了大量的研究。美国学者泰艾勒（Tom R. Tyler）等人在《多样化社会中的社会公平性》一书中指出，公平性理论研究经历了以下四个发展阶段（Tyler, Boeckman, Smith and Huo, 1997）。

（1）“相对匮乏”理论。美国社会学学者克罗斯比（Faye Crosby）认为，“相对匮乏”有两个含义：第一个含义是人们对自已获得的结果与自已应该获得的结果进行比较之后产生的负面情绪。第二个含义是学术界解释人们如何产生这些负面情绪