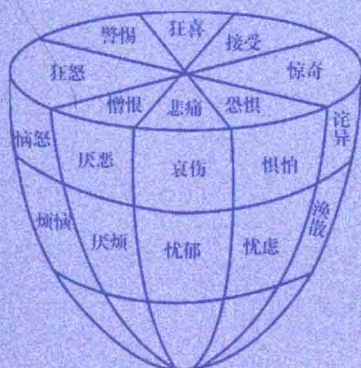


杨勇 马钦海 刘喆 马媛媛◎著

情绪劳动效应及 影响因素研究

THE CONSEQUENCE AND
ANTECEDENT RESEARCH OF
EMOTIONAL LABOR

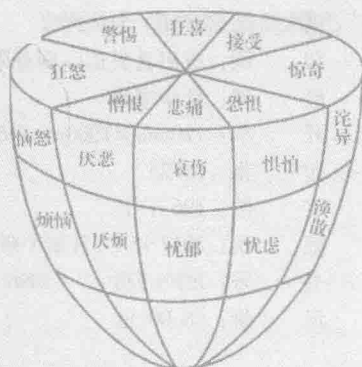


经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

情绪劳动效应及影响因素研究

THE CONSEQUENCE AND
ANTECEDENT RESEARCH OF
EMOTIONAL LABOR

杨勇 马钦海 刘喆 马媛媛◎著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

情绪劳动效应及影响因素研究/杨勇, 马钦海, 刘喆, 马媛媛著. —北京: 经济管理出版社, 2017. 7

ISBN 978 - 7 - 5096 - 5145 - 2

I. ①情… II. ①杨…②马…③刘…④马… III. ①情绪因素—影响—劳动效率—研究 IV. ①F241

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 140773 号

组稿编辑: 张 艳

责任编辑: 张 艳 张莉琼

责任印制: 司东翔

责任校对: 王淑卿

出版发行: 经济管理出版社

(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址: www.E-mp.com.cn

电 话: (010) 51915602

印 刷: 玉田县昊达印刷有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 720mm × 1000mm/16

印 张: 13.25

字 数: 196 千字

版 次: 2017 年 11 月第 1 版 2017 年 11 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 5096 - 5145 - 2

定 价: 46.00 元

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部负责调换。

联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

本专著获得的基金项目资助：

- (1) 东北大学秦皇岛分校教材（专著）建设基金
- (2) 辽宁社会科学规划基金一般项目“辽宁省中小企业创造力的多层次影响机制：基于本土领导力视角”，项目编号：L15BGL036
- (3) 中央高校基本科研业务费专项基金项目“服务导向对情绪劳动、主动服务行为的多层次影响机制”，项目编号：N142303005
- (4) 河北省高等学校人文社会科学研究青年拔尖项目“情绪劳动与服务创新行为的多层次影响机理研究”，项目编号：BJ201607
- (5) 东北大学秦皇岛分校校内博士基金项目“服务导向对情绪劳动、顾客价值共创行为的影响机制：一项多数据源、多阶段研究”，项目编号：XNB201519
- (6) 国家自然科学基金面上项目“情绪劳动、服务导向、组织公民行为的多观点多层次集成研究”，项目编号：71272162
- (7) 国家社会科学基金项目“基于执行意向的网购行为关联演化模型与个性化推荐策略研究”，项目编号：17BGL089

序 言

美国社会学家 Hochschild 通过对比墙纸工厂小男孩与空乘小姐之间工作的异同，阐释情绪劳动的这种特殊性——“墙纸工厂小男孩的工作是需要大脑和肩膀、手臂、手指之间的协调，称之为体力劳动。空乘小姐除了推着沉重的餐车通过中间的过道付出体力劳动以外，她还需付出智力劳动（如当有紧急空降着陆时，组织和疏散旅客），与此同时她还需要激发或者压抑自己的感受来维持外部的面部表情以创造他人适当的意识状态，这种劳动要求的是感受和意识的协调，称之为情绪劳动”。

自 Hochschild 提出情绪劳动的概念之后，服务领域的学者与管理者已经深深地认识到服务业一线服务员工从事情绪劳动工作的重要性。情绪劳动的重要性不仅体现在企业服务质量的提升方面，还体现在社会对服务员工的人性关怀方面。因为服务员工面向消费者表达出的热情洋溢的情绪，不仅影响着顾客接受服务时的心情，而且对自身的身心健康，如心脑血管、血压以及精神状态有着重要的影响。在现有的理论研究中，纷纷探讨情绪劳动对服务员工生理、情绪枯竭以及工作满意度等的影响，验证服务员工从事情绪劳动对个人身心健康的影响。虽然时至今日，国际和国内的情绪劳动理论研究较为丰富和充分，但仍有一些重要的研究没有得到回答与揭示，这也阻碍了该理论对服务企业员工管理实践的理论指导。例如，情绪劳动包括的不同表演策略对员工身心健康和工作态度的影响存在显著差异，其中深层表演促进员工的工作成就感、工作满意度，表层表演却能导致员工的情绪枯竭和工作满意度等。那么何种因素能够促进情绪劳动中的深层表演，抑制表层表演呢？同样，情绪劳动中的表层表演和深层表演对员工的身心健康产生截然不同的

影响,那么两者对顾客满意度、顾客忠诚的影响是否存在差异?这些研究问题的揭示与探讨,可以在更大程度上促进服务企业提升员工绩效和顾客绩效的水平,具有理论和实践的双重意义。

基于此,本书从这两个研究问题的视角出发,分别聚焦情绪智力(员工特征)、组织公平(组织氛围)与顾客负面行为(顾客非理性行为、负面互动事件),探讨它们对情绪劳动(表层表演和深层表演)的影响机理;揭示情绪劳动对顾客满意、忠诚以及价值共创行为的作用机制。希望本书探讨与揭示的研究问题能够给予服务领域的学者和管理者一定的启迪。

前 言

情绪劳动是服务领域普遍存在的现象，无论对服务员工个人还是服务组织都有着重要的影响。自 Hochschild（1983）提出情绪劳动的概念之后，服务管理学者对其关注很少，直到最近 10 年情绪劳动成为服务管理研究者的热点话题之一。目前情绪劳动研究者的目光主要聚焦于情绪劳动的员工效应领域，许多研究已证实情绪劳动维度中的表层表演对员工的身心健康、情绪枯竭、工作满意度具有负面影响，而深层表演的员工效用却与之相反。于是识别抑制表层表演，促进深层表演的情绪劳动前因研究变得相对重要。虽然已有一些研究涉及了情绪劳动前因的研究，却偏重于人际交互员工的个体因素和情境因素的影响，但其间的作用机理还没有得到研究者的重视，此外，从组织视角探讨情绪劳动的影响因素也亟待深入。此外，情绪劳动顾客效应的研究在现有研究中也鲜有涉及，而且情绪劳动理论研究基本聚焦于国外文化情境，聚焦我国服务业情境研究情绪劳动现象对于扩展已有理论边界和有效指导我国服务企业管理实践都是非常有意义的。为此针对上述情绪劳动研究的不足和局限，本书在以下七个方面展开具体研究，以期丰富情绪劳动理论认识，使情绪劳动理论更加完整、准确。

（1）以归因理论为基础，从人际交互员工视角揭示负面互动事件与情绪劳动策略之间的作用机制。选取 222 名旅游业人均工作经验约 2.1 年的导游人员为调查样本，运用多元回归方法进行检验，结果表明：人际交互员工将负面互动事件归因顾客时，倾向于表层表演，愤怒情绪起部分中介作用；人际交互员工将负面互动事件归因自己时，倾向于真实表达，内疚起完全中介作用；人际交互员工将负面互动事件归因第三方时，倾向于深层表演，情绪

感染起部分中介作用。

(2) 以应激源—紧张理论为基础,在获取 270 名服务员工调查数据的基础上,分析了顾客非理性行为对情绪劳动的作用机理。研究结果表明:顾客非理性行为显著正向影响人际交互员工的工作压力;工作压力显著正向影响表层表演、负向影响深层表演,工作压力在顾客非理性行为与情绪劳动策略之间起部分中介作用。

(3) 将组织公平理论引入到情绪劳动研究领域中,探讨四维结构的组织公平感对情绪劳动三种表演策略产生何种影响。通过对多个服务行业的 260 名员工进行调查和数据分析,结果发现:程序公平可以抑制一线服务员工的表层表演,促进深层表演和真实表达;分配公平对真实表达有显著的促进作用;领导公平对深层表演有显著的促进作用。

(4) 情绪智力在员工特质方面有着其独特的地位。然而,在服务领域中,却较少有人将情绪智力与情绪劳动、组织公民行为进行结合,探讨三者之间的关系以及中介作用机制。通过对多个服务行业的服务员工调查,结果发现:情绪智力积极影响服务员工的组织公民行为和情绪劳动策略;深层表演在两者之间起部分中介作用。

(5) 以关系营销理论为基础,试图揭示三种情绪劳动策略与顾客忠诚之间的作用机制。通过对美容、保险、餐饮等企业的 321 份顾客信息进行调研,研究结果表明:深层表演显著正向影响顾客忠诚;真实表达显著正向影响顾客忠诚;顾客认同在深层表演与顾客忠诚之间起完全中介作用;顾客认同在真实表达与顾客忠诚间起完全中介作用;情绪价值在深层表演与顾客忠诚间起完全中介作用;情绪价值在真实表达与顾客忠诚间起完全中介作用。

(6) 整合情绪劳动两个观点,探讨与顾客价值共创行为之间的作用机理。本书通过对 321 份顾客样本的调研与数据分析,运用 SPSS 和 AMOS 结构方程分析工具,研究结果表明:情绪劳动通过顾客忠诚意向显著正向影响顾客价值共创行为,即顾客参与行为和顾客公民行为。研究结论揭示了情绪劳动与顾客价值共创行为的作用路径,深化了情绪劳动理论认识。

(7) 将情绪劳动对顾客价值共创行为的作用路径。通过对 321 份员工一

顾客样本的调研与数据分析,运用 AOMS 结构方程分析工具,研究结果表明:情绪失调正向影响表层表演;表层表演正向影响伪装情绪表达;表层表演正向影响抑制情绪表达;深层表演正向影响真实情绪表达;伪装情绪表达正向影响顾客忠诚意向;真实情绪表达正向影响顾客忠诚意向;顾客忠诚意向正向影响顾客价值共创行为,包括顾客参与行为和顾客公民行为。

关键词:情绪劳动;组织公平感;负面互动事件;服务导向;顾客价值共创行为

目 录

第 1 章 绪论	1
1.1 研究背景	1
1.2 问题提出	3
1.3 研究目的与意义	6
1.3.1 研究目的	6
1.3.2 研究意义	7
1.4 研究思路与方法	9
1.4.1 研究方法	9
1.4.2 研究基本思路和技术路线	9
1.5 本书结构	11
第 2 章 文献综述	13
2.1 组织公平	13
2.1.1 组织公平的含义	13
2.1.2 组织公平的维度与测量	14
2.1.3 组织公平的效应	17
2.2 情绪劳动研究现状	19
2.2.1 情绪劳动的含义	19
2.2.2 情绪劳动的三种观点	21
2.2.3 情绪劳动的前因	22

2.2.4 情绪劳动的结果	24
2.3 顾客价值共创行为研究现状	25
2.4 工作动机研究现状	26
2.5 本书的理论基础	30
2.5.1 组织文化	30
2.5.2 社会交换理论	32
2.5.3 顾客认同理论	34
2.5.4 情绪感染理论	35
2.5.5 归因理论	37
2.5.6 资源保存理论	38
2.6 文献评述	39
第3章 负面互动事件对情绪劳动的作用机制	41
3.1 研究假设提出	43
3.1.1 归因顾客、愤怒和表层表演	43
3.1.2 归因自己、内疚和真实表达	44
3.1.3 归因第三方、情绪感染和情绪劳动策略	45
3.2 研究方法	46
3.2.1 情景模拟	46
3.2.2 研究样本与数据收集	47
3.2.3 变量选取和测量	49
3.2.4 共同方法偏差检验	50
3.3 数据检验	50
3.3.1 归因顾客情景变量间关系的检验	50
3.3.2 归因自己情景变量间关系的检验	54
3.3.3 归因第三方情景变量间关系的检验	57
3.4 主要研究结果与讨论	60

第4章 顾客非理性行为对情绪劳动的影响	63
4.1 研究假设	64
4.1.1 顾客非理性行为与工作压力	64
4.1.2 工作压力与情绪劳动	65
4.1.3 工作压力的中介作用	65
4.2 研究方法	66
4.2.1 研究样本	66
4.2.2 变量测量	67
4.2.3 信度和效度分析	68
4.2.4 相关分析	68
4.2.5 结构模型估计和假设检验	69
4.2.6 讨论	71
第5章 组织公平感对情绪劳动的影响	73
5.1 研究假设提出	74
5.1.1 程序公平对情绪劳动策略的影响	74
5.1.2 分配公平对情绪劳动策略的影响	75
5.1.3 领导公平对情绪劳动策略的影响	75
5.1.4 信息公平对情绪劳动策略的影响	76
5.2 研究方法	76
5.2.1 研究样本与数据收集	76
5.2.2 变量选取和测量工具	77
5.3 数据结果分析	78
5.3.1 共同方法偏差检验	78
5.3.2 信度和效度检验	78
5.3.3 相关分析	80
5.3.4 组织公平感与情绪劳动策略的回归分析	80

5.4 主要结果以及讨论	81
第6章 情绪智力对情绪劳动、组织公民行为的影响机理	83
6.1 研究假设	84
6.1.1 情绪智力与组织公民行为	84
6.1.2 情绪智力与情绪劳动	85
6.1.3 情绪劳动的中介作用	86
6.2 研究方法	87
6.2.1 研究样本与数据收集	87
6.2.2 变量选取和测量工具	88
6.3 数据分析及结果	89
6.3.1 共同方法偏差检验	89
6.3.2 信度和效度分析	90
6.3.3 相关分析	90
6.3.4 回归分析	91
6.3.5 情绪劳动策略的中介效用检验	92
6.4 研究结果讨论	93
第7章 情绪劳动对顾客忠诚意向的作用机制	95
7.1 研究假设	96
7.1.1 情绪劳动策略与顾客忠诚	96
7.1.2 顾客认同的中介作用	97
7.1.3 情绪价值的中介作用	98
7.2 研究设计	100
7.2.1 研究样本与数据收集	100
7.2.2 变量选取和测量	101
7.2.3 变量测量	102
7.3 假设验证	105

7.3.1	相关分析	105
7.3.2	路径分析	106
7.4	分析和讨论	109
第8章	多观点情绪劳动对顾客价值共创行为的作用路径	111
8.1	研究假设	111
8.2	研究设计	115
8.2.1	研究样本与数据收集	115
8.2.2	变量测量	117
8.3	变量测量检验	118
8.3.1	共同方法偏差检验	118
8.3.2	信度和效度检验	119
8.4	假设验证	120
8.4.1	相关分析	120
8.4.2	路径分析	121
8.5	研究结论与讨论	123
第9章	情绪劳动对顾客价值共创行为的影响	125
9.1	理论基础与假设	126
9.2	研究设计	129
9.2.1	研究样本与数据收集	129
9.2.2	变量选取和测量	131
9.3	变量测量	132
9.3.1	共同方法偏差检验	132
9.3.2	信度和效度检验	132
9.4	假设验证	135
9.4.1	相关分析	135
9.4.2	路径分析	136

9.4.3 分析和讨论	137
第 10 章 研究结论与展望	139
10.1 研究结论	139
10.2 研究贡献	141
10.3 管理启示	142
10.4 研究局限性与未来研究方向	143
附 录	145
附录 1 负面互动事件对情绪劳动的影响机理	145
附录 2 顾客非理性行为对情绪劳动的作用机理调查问卷	151
附录 3 组织公平感对情绪劳动影响的调查问卷	154
附录 4 情绪智力对情绪劳动作用机理的调查问卷	157
附录 5 情绪劳动对顾客忠诚意向的作用机理调查问卷	161
附录 6 情绪劳动对价值共创行为的作用机理调查问卷	164
附录 7 多种观点情绪劳动对顾客价值共创行为作用路径的 调查问卷	169
参考文献	175
后 记	195

第1章 绪论

1.1 研究背景

据统计,到“十二五”时期末,我国服务业的增加值占国民经济的48%,就业人口数占全部从业人口数的41%,我国很可能进入服务经济时代。在服务经济时代,服务业居于经济发展的主导地位,服务代表了经济活动的本质,有形产品只是服务提供的一种载体。服务通常被理解为顾客经历,即顾客从进入到离开服务系统所经历的、与服务组织发生交互作用的总和。顾客根据其经历来评价所购买服务的效用,对服务质量形成认知,产生正向或负向的价值判断,表现满意或不满意。在顾客经历形成的过程中,人际交互员工占据着重要位置,扮演着不可或缺的角色,对顾客服务质量的感知、顾客满意度和忠诚度起着重要作用。换句话说,人际交互员工所采取的每项行动影响着顾客经历、企业感知以及企业最终绩效。其中,人际交互员工的一种“特殊行动”对顾客的影响尤为关键,即无论人际交互员工内心有何种感受,都要以微笑面对顾客以完成服务组织的目标。这种通过调节内心不适合组织要求的感受,表达适宜情绪行为称之为情绪劳动。情绪劳动作为人际交互员工特有的劳动形式,是服务领域普遍现象。情绪劳动这一概念的提出者,美国社会学家 Hochschild 通过对比墙纸工厂小男孩与空乘小姐之间工作的异同,生动、细致地描述了情绪劳动的这种特殊性,“墙纸工厂小男孩的

工作是需要大脑和肩膀、手臂、手指之间的协调，称之为体力劳动。空乘小姐除了推着沉重的餐车通过中间的过道付出体力劳动以外，她还需付出智力劳动（如当有紧急空降着陆时，组织和疏散旅客），与此同时她还需要激发或者压抑自己的感受来维持外部的面部表情以创造他人适当的意识状态，这种劳动要求的是感受和意识的协调，称之为情绪劳动”。

自 Hochschild 首次关注情绪劳动这一现象之后，它并没有引起服务管理学者的过多关注。直到 1993 年，Ashforth 从社会身份理论视角系统阐述情绪劳动对于服务组织和员工个人的作用机制后，研究者才对情绪劳动现象投入大量的兴趣，其中以 Grandey（2000）和 Diefendorff（2005）的研究成果对后续相关研究的启迪作用最为关键。Grandey（2000）基于情绪调节理论明晰界定情绪劳动的定义和结构，他认为情绪劳动的核心是情绪调节，是“个体为达到组织要求而进行必要的内心感受调节和外在表达加工的过程”，包括两种心理调节方式：表层表演是指个体按照组织要求仅改变外部表情，而内心感受并不发生改变的一种情绪表达行为；深层表演是指个体为了按照组织要求进入工作角色，尽力去体验工作中应当产生的情绪，使内心感受和外部表达一致的情绪行为。Grandey（2000）以这两种表演方式为基础建立情绪劳动理论框架，认为表层表演负向影响员工的身心健康和工作态度，而深层表演的员工效应与之相反；同时，表层表演和深层表演受个体（如正负情感性、性别）、情境（服务互动事件）和组织（工作自主性）三个层次因素的影响。Diefendorff（2005）证实真实表达（个体发自内心表达自己的情绪）与表层表演、深层表演一样是情绪劳动的核心维度。在上述两位学者的研究成果发表之后，定量方式研究情绪劳动现象才逐渐增多，成为服务管理领域热点课题之一。

目前，情绪劳动研究者的目光主要探讨情绪劳动对人际交互员工身心健康、工作态度和行为的影响。例如，Brotheridge 等（2003）发现：深层表演正向影响个人成就感，负向影响失去个性；表层表演负向影响失去个性。Totterdell 等（2003）证实：表层表演会产生情绪麻木和情绪疲倦；深层表演对组织绩效质量和员工积极情绪表达有正面影响。Liu 等（2004）证实情绪