

顾客不公平对服务人员情绪劳动的影响： 人际虐待敏感性的角度

唐秀丽¹, 辜应康²

(1. 上海对外经贸大学 会展与旅游学院, 上海 201620; 2. 上海第二工业大学 经济与管理学院, 上海 201209)

摘要: 服务中的顾客不公平是近年的研究热点之一, 从员工角度考察顾客不公平与情绪劳动之间的“关系黑箱”是一个重点。以情感事件理论和资源保存理论为基础, 通过对服务型企业一线服务人员的问卷调研探讨服务型企业员工在遭遇顾客不公平时对其情绪劳动的影响。层级回归分析表明, 顾客不公平确实会对服务人员情绪劳动产生负面效应, 使员工增加表面表演, 减少深层表演, 并且这种负面效应是通过员工遵守情绪表达守则难度进行传递的; 同时还发现人际虐待敏感性在顾客不公平对员工表面表演的影响中具有调节作用, 印证了工作场所不公平对员工产生的影响是因人而异的观点。

关键词: 顾客不公平; 情绪劳动; 情绪守则难度; 人际虐待敏感性

中图分类号: F590.6

文献标志码: A

Influence of Customer Injustice on Service Employee's Emotional Labor: A Perspective from the Sensitivity to Interpersonal Mistreatment

TANG Xiuli¹, GU Yingkang²

(1. School of Exhibition and Tourism Management, Shanghai University of International Business and Economics, Shanghai 201620, China; 2. School of Economics and Management, Shanghai Polytechnic University, Shanghai 201209, China)

Abstract: Customer injustice is one of research hotspots in recent years, and it is key point to explore the “relationship black box” between customer injustice and emotional labor from employee's perspective. Based on affective events theory and conservation of resource theory, this research explored the influencing mechanism of customer injustice on service employees' emotional labor when they encountered injustice behaviors from customers through a survey on the front-line service employees in various service enterprises. Results by hierarchical linear model show that the customer injustice has negative effects on employees' emotional labor, which cause the employees to increase surface acting and reduce deep acting. And this negative effect is delivered by the difficulty of emotional display rules that employees must obey in workplace. Meanwhile, the sensitivity to interpersonal mistreatment has mediating effect on the influence of customer injustice on employees' surface acting, which verifies the viewpoint that the influence of injustice behaviors in workplace on employees is different from person to person.

Keywords: customer injustice, emotional labor, difficulty of emotional display rules, sensitivity to interpersonal mistreatment

收稿日期: 2021-01-05

通信作者: 辜应康 (1979-), 男, 四川广汉人, 副教授, 博士, 主要研究方向为会展经济与节事管理。

E-mail: gykcx@163.com

基金项目: 教育部人文社会科学研究青年基金项目 (18YJC190019) 资助

0 引言

在高顾客接触服务行业中, 服务人员在与顾客交流互动过程中遭遇顾客的不友好或侵犯(如言语侵犯、行为不尊重等)现象比较普遍, 有些甚至还较为严重(如醉酒打人), 这些都可以归为顾客不公平^[1]。在服务情境中, 相对来自同事及上级的不公平, 顾客不公平可以被看作是指向员工的更为普遍的消极行为的来源^[2]。因此, 关注顾客不公平及其对员工的影响对服务型企业来说具有重要的现实意义。

已有研究表明工作场所不公平对员工产生的影响是因人而异的^[3]。员工的个性特征(如人际虐待敏感性)会影响其对顾客不公平的看法, 进而影响其在对客服务过程中情绪劳动策略的选择, 因为在是否将顾客的某种行为知觉为顾客不公平时, 个体的个性特征有着非常重要的影响。人际敏感性反映了不同个体对工作情境中各种各样人际互动反应的敏感程度, 是一种相对稳定的人格特质^[4], 其中人际虐待敏感性是指个体对来自他人的消极对待时所表现出在认知与情感上的反应程度。因此, 人际虐待敏感性作为这样一种个性特征是否会使得顾客不公平的影响变得更加严重, 使得其对组织情绪表达规则的遵守变得更加困难、减少在工作中的投入, 正是本研究将要探讨的问题。为此, 本文以情感事件理论(affective events theory)和资源保存理论(conservation of resource theory)为基础, 从员工的视角探讨顾客不公平对服务人员情绪劳动的影响, 同时检验情绪守则难度和人际虐待敏感性在顾客不公平和员工情绪劳动之间的中介与调节关系。

1 文献综述与研究假设

1.1 顾客不公平

由于对顾客不公平的研究起步晚, 在概念上尚未达成一致, 代表性的观点有: Berry等^[1]认为顾客不公平是指顾客缺少礼貌、无理、不尊重他人的权利, 制造不公平, 对员工甚至其他顾客造成伤害的行为。这些行为通常是不合理的, 但不一定是不合法的。谢礼珊等^[5]基于关键事件法提出顾客不公平是指在服务过程中顾客在言语、行为、态度等方面对服务人员的不尊重, 甚至是伤害。Rupp等^[6]认为顾客不公平主要是指交往不公平, 即顾客与员

工在交往过程中对员工表现出的各种不公平。Van Jaarsveld等^[2]延续了Rupp等的思路, 从员工角度指出顾客不公平指的是来自顾客的不公正的行为, 是顾客交往不公平和顾客信息不公平的综合体。其实, 顾客不公平存在于广泛的、指向员工的顾客消极行为中, 如顾客言语侵犯、顾客不文明行为、顾客偏差行为、顾客虐待等。

对于顾客不公平的构成和测量也存在同样的问题, 不同学者有不同研究角度和研究结果。Berry等^[1]的研究并未指出顾客不公平的构成, 而是将做出不公平行为的顾客分为言语侵犯者、求全责备者、破坏规则者、投机取巧者和退货狂人等5种类型。谢礼珊等^[5]通过对星级酒店员工的深度访谈, 根据扎根理论得出顾客不公平包括顾客的过分自我、行为侵犯和言语侵犯等3个属性, 其中顾客的过分自我最为常见, 主要体现为不理解员工、误解员工、推卸责任、较低的移情能力和提出特殊对待的要求等。Rupp等^[6]将顾客不公平的构成分为人际交往不公平和信息不公平两个维度, 但在实证研究中发现这两个维度并不能很好地区分, 因此建议将顾客不公平看作一个整体概念。本研究即沿用这一思路, 将顾客不公平作为一个整体概念, 重点关注顾客在与员工交往过程中对员工做出的各种不公平行为。

1.2 顾客不公平对情绪守则难度和员工情绪劳动的影响

根据情感事件理论, 工作情境中的事件会引发员工产生相应的情绪反应^[7]。员工在遭遇顾客不公平行为后会产生一系列的负面情感体验如委屈、生气恼火、厌烦顾客、担心害怕等^[5]。服务型企业通常会要求员工在与顾客互动过程中展现积极情绪如微笑服务, 以提高服务质量, 提升顾客满意度。在这样一对矛盾关系下, 员工将感受到明显的情绪失调, 需要付出更多的努力调整、控制自己的情绪, 以遵守企业的情绪表达规则。根据资源保存理论, 个体有维持、保护和获得资源的动机, 同时会把实际或潜在的有价值资源的流失视作威胁^[8]。顾客不公平带来的负面效应显然增加了员工情绪资源的流失, 同时受到顾客不公平的员工由于厌烦情绪可能会倾向于减少与顾客的接触, 从而也降低了从顾客那里获得诸如积极反馈等新的情绪资源的机会^[9]。因此, 在情绪资源流失严重的情形下, 员工在对客服务中

继续遵守情绪表达规则变得十分吃力, 已有研究发现, 员工消极情绪感受正向影响其所感受到的遵守情绪守则的难度^[10]。这里的情绪守则难度是指员工在服务过程中保持积极情绪表达的困难程度^[11]。因此, 本研究提出如下假设:

H1 顾客不公平会增加员工的情绪守则难度。

情绪劳动是指员工对自己情绪的管理以符合企业的情绪表达规则, 包括表面表演和深层表演。因此, 在服务工作情境中, 员工缺乏展现情绪的自主权, 即使内心感受到顾客不公平带来的负面情绪却不能直接表现出来, 需要通过表面表演或者深层表演的情绪调节策略来展现符合顾客要求的情绪。但当员工遭遇顾客不公平时会倾向于减少提高顾客满意度的努力, 而真情实意的深层表演比表面表演更能获得顾客的认可^[12]。由于深层表演需要员工调动更多的认知和心理上的资源以实现内心感受与外在情绪展现统一的目的, 根据资源保存理论, 面对资源损失带来的心理压力, 人们会产生保护现有资源的动机, 以避免情绪耗竭的出现。因此, 在这种情形下, 员工会放弃深层表演, 采用不改变内心感受、可即时操作的表面表演完成对客服务。已有研究证实, 顾客不公平会改变员工的情绪劳动选择, 从而在服务中更多地采用表面表演^[13]。因此, 本研究提出如下假设:

H2a 顾客不公平会正向影响员工的表面表演;

H2b 顾客不公平会负向影响员工的深层表演。

1.3 情绪守则难度的中介作用

如前所述, 顾客不公平会增加员工遵守企业情绪表达规则的难度, 但在服务过程中又不得不遵守企业的规定, 在这种情形下, 尽管工会尝试按照企业要求展现积极情绪, 但无法在短时间内调整好内心感受进行深层表演。因此, 不需要调动更多情绪资源改变内心感受的表面表演成为当下有效的选择。在对旅游企业员工深度访谈时发现, 经历过顾客不公平行为的员工都表示无法做到真情实意的微笑, 迫于对企业规则的遵守只能选择强颜欢笑。这一情感过程意味着顾客不公平可能是通过情绪守则难度影响员工的情绪劳动。已有研究发现顾客不公平会使得员工难以遵守情绪守则, 从而增加员工的情绪劳动^[6]。因此, 本研究提出如下假设:

H3a 情绪守则难度正向影响员工的表面表演;

H3b 情绪守则难度负向影响员工的深层表演。

H4a 情绪守则难度在顾客不公平与员工表面表演之间具有中介作用;

H4b 情绪守则难度在顾客不公平与员工深层表演之间具有中介作用。

1.4 情绪守则难度的中介作用

工作场所不公平对员工产生的影响是因人而异的^[3]。人际敏感性反映了不同个体对工作情境中各种各样人际互动反应的敏感程度^[4]。不同于对分配不公平和过程不公平的敏感, 这种敏感性代表着一个人对人际交往在认知和情感上的反应强度, 关注范围更加广泛, 包括在工作环境中与上级、同事和顾客的人际交往^[14]。人际敏感度高的个体会对来自他人友好或者消极的对待表现出更强烈的意识和反应。本研究中只关注个体对人际虐待在认知和情感上的反应强度。

人际虐待敏感性高的员工更容易受到工作中顾客不公平所带来负面效应的感染, 这种困扰有可能会发展出更强烈的负面情绪, 遵守企业情绪表达守则开始变得困难。根据资源保存理论, 由于感受到情绪资源损失的增加, 他们会减少在对客服务中精力的投入、降低专注度和情感卷入^[14], 更有可能采用表面表演的方式应对顾客。而人际虐待敏感性低的员工可能会认为顾客做出不公平行为不是故意的, 或者有其他原因, 这样富有弹性的思考会使得他们受到顾客不公平负面效应的影响较小, 能够较好地遵守企业的情绪表达守则, 从而可能做到继续以深层表演的方式向顾客传递真实的积极情绪。因此, 本研究提出如下假设:

H5a 人际虐待敏感性在顾客不公平与员工表面表演之间具有调节作用, 并且这种作用是通过情绪守则难度发生的, 即人际虐待敏感性越高, 这种效应就越强;

H5b 人际虐待敏感性在顾客不公平与员工深层表演之间具有调节作用, 并且这种作用是通过情绪守则难度发生的, 即人际虐待敏感性越高, 这种效应就越强。

综上所述, 本研究将理论研究模型绘制如图1所示, 人际虐待敏感性在顾客不公平与员工情绪劳动之间具有调节作用, 且这种作用是通过情绪守则难度发生的, 即人际虐待敏感性越高, 这种效应就越强。

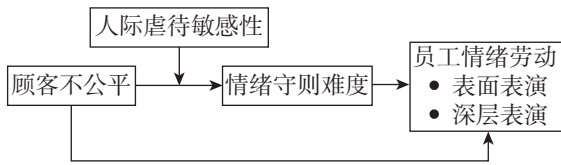


图1 研究模型图

Fig. 1 Theoretical research model

2 调查设计与数据获取

2.1 调查设计

本研究选取上海服务型企业(包括酒店、餐饮、旅行社、景区、航空等)的一线服务员工为研究对象进行问卷调查设计,主要采用国外比较成熟的量表进行各变量的测量。为保证问卷题项表述的清晰性和可理解性,本研究对所采用量表均进行了英语-汉语-英语的翻译处理。所有量表均采用Likert-7点式量表,1表示极其不符合(极其不赞同),7表示极其符合(极其赞同)。

(1) 顾客不公平。采用Shao等^[15]的顾客不公平量表的中文版本进行测量,共8个题项,如“提出过分或不合理的要求”“使用不恰当的手势或者身体语言”“向其他顾客抱怨你的服务”等。本研究中,该变量信度为0.938。

(2) 情绪守则难度。采用Beal等^[11]的两题项量表的中文版本进行测量,并将题项描述调整为“在整个服务过程中做到精力充沛和充满热情很困难”“在整个服务过程中保持积极的态度很困难”。本研究中,该变量信度为0.890。

(3) 人际虐待敏感性。采用Bunk等^[4]人际交往敏感性量表的分量表进行测量,并将分量表中的“上级”替换为“顾客”,如“我能够记得顾客对我的尊重”“如果顾客对我撒谎这会让我生气”等。本研究中,该变量信度为0.878。

(4) 员工情绪劳动。采用邬佩君^[16]的情绪劳动策略量表,该量表是在对Grandey^[17]所开发量表进行翻译修订的基础上形成的。该量表共11题,其中5道题测量表面表演,如“面对顾客,我会假装心情好的样子,即使内心并不是如此”,6道题测量深层表演,如“当我面对顾客时,不只外表上看来愉快,内心也会感受愉快”。本研究中,员工情绪劳动信度为0.828,其中表面表演信度为0.859,深层表演信度为0.902。

(5) 控制变量。受访者的性别、年龄、学历、月

均收入和所从事行业作为控制变量。

2.2 数据获取

为了保证被试能够认真填写问卷,调研之前先征得各企业人力资源部及相关部门经理同意,在自愿的前提下将问卷发放到被试手中。共发放问卷560份,实际回收有效问卷496份,有效率88.6%。其中,性别方面,男员工占41.9%,女员工占58.1%;年龄主要集中在25岁以下(占31.3%)、26~35岁(占34.9%)、36~50(占21.6%)3个年龄段;学历主要集中在高中及中专(占21.6%)、大专及本科(占66.1%)两个阶段;月收入方面,2000元以下的占27.0%,2001~4000元的占37.9%,4001~6000元的占25.2%,6001~8000元的占9.1%,8001元以上的占0.8%;所从事行业中,酒店员工占38.1%,旅行社员工占31.3%,餐饮店员工占16.5%,景区服务员工10.9%,航空服务及其他占3.2%。

3 研究过程与假设检验

3.1 描述性统计分析

本研究中各变量的信度都大于0.7,表明各变量内部一致性较好、信度较高,能够满足进行单一化处理要求。为简化运算分析过程,对这些变量进行了单一化处理,即取变量所有题项的均值作为该变量的值。最终,各变量的均值、标准差和相关系数如表1所示。其中,顾客不公平与情绪守则难度和员工表面表演显著正相关、与人际虐待敏感性和员工深层表演显著负相关;情绪守则难度与人际虐待敏感性不相关、与员工表面表演显著正相关、与员工深层表演显著负相关;人际虐待敏感性与员工表面表演不相关、与员工深层表演显著负相关;员工表面表演与员工深层表演不相关。

3.2 假设检验

3.2.1 主效应及中介效应检验

对于主效应及中介效应的检验,本研究按照Baron等^[18]建议的方法分以下4个步骤进行分析:

(1) 在引入控制变量的基础上,将自变量(顾客不公平)放入回归方程,分析自变量对结果变量(员工表面表演、员工深层表演)的影响;

(2) 在引入控制变量的基础上,将自变量(顾客不公平)放入回归方程,分析自变量对中介变量(情绪守则难度)的影响;

表 1 变量的均值、标准差和相关系数
Tab. 1 Mean, standard deviation and correlation coefficient of variables

主要变量	均值	标准差	主要变量					
			顾客不公平	情绪守则难度	人际虐待敏感性	表面表演	深层表演	
顾客不公平	3.607	1.477	(0.938)					
情绪守则难度	4.490	1.397	0.290**	(0.890)				
人际虐待敏感性	3.282	0.984	-0.144**	-0.075	(0.878)			
表面表演	3.885	1.207	0.575**	0.260**	-0.029	(0.859)		
深层表演	4.746	0.979	-0.146**	-0.254**	-0.098*	-0.052	(0.912)	

注: 样本数 $n = 496$; ** 表示显著性 $p < 0.01$, * 表示 $p < 0.05$; 括号内加粗的数字为信度。

(3) 在引入控制变量的基础上, 将中介变量 (情绪守则难度) 放入回归方程, 分析中介变量对结果变量 (员工表面表演、员工深层表演) 的影响;

(4) 在引入控制变量和自变量的基础上, 再将中介变量 (情绪守则难度) 引入回归方程, 分析自变量 (顾客不公平) 和中介变量 (情绪守则难度) 对结果变

量 (员工表面表演、员工深层表演) 的影响。

为避免变量间多重共线性问题, 本研究参照国际通行做法, 在分析之前先对各变量做了去中心化处理, M1~M10 为回归分析模型的编号, 分析结果如表 2 所示。

表 2 主效应及中介效应检验的层级回归分析结果
Tab. 2 Main effects and mediating effects test by hierarchical linear model

		情绪守则难度		表面表演				深层表演			
		M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10
控制变量	性别	-0.073	-0.071	0.047	0.051	0.066	0.058	0.033	0.032	0.014	0.015
	年龄	0.015	-0.008	0.034	-0.012	0.030	-0.011	-0.041	-0.029	-0.037	-0.031
	学历	0.027	0.025	-0.006	-0.010	-0.013	-0.013	0.014	0.015	0.021	0.021
	月均收入	0.014	-0.012	0.071	0.066	0.067	0.065	0.046	0.047	0.049	0.050
	从事行业	0.044	-0.041	0.004	-0.001	-0.007	-0.005	0.027	0.028	0.038	0.037
自变量	顾客不公平		0.288**		0.573**		0.543**		-0.148**		-0.081
中介变量	情绪守则难度					0.261**	0.104**			-0.256**	-0.232**
	R^2	0.009	0.091	0.010	0.336	0.077	0.345	0.004	0.026	0.069	0.075
	ΔR^2	0.009	0.082	0.010	0.326	0.068	0.010	0.004	0.022	0.065	0.049
	F	0.893	8.204**	0.972	41.163**	6.834**	36.798**	0.388	2.148*	6.013**	5.627**
	ΔF	0.893	44.365**	0.972	239.751**	35.798**	7.383**	0.388	10.907**	34.007**	25.847**

注: 样本数 $n = 496$; ** 表示 $p < 0.01$, * 表示 $p < 0.05$; 回归系数为标准化系数。

从表 2 可以看出, 顾客不公平对员工表面表演有显著正向影响 (M4), H2a 得到了数据的支持; 顾客不公平对员工深层表演 (M8) 有显著负向影响, H2b 得到了数据的支持。顾客不公平对情绪守则难度 (中介变量) 有显著正向影响 (M2), H1 得到了数

据的支持。情绪守则难度显著正向影响员工表面表演 (M5), H3a 得到了数据的支持; 而且, 当顾客不公平与情绪守则难度同时引入对员工表面表演的回归方程时, 顾客不公平对员工表面表演的影响系数 β 变小, 但仍为高度显著 (M6), 且情绪守则难度对员

工表面表演仍有显著正向影响 (M6)。因此, 本文得出结论, 员工情绪守则难度在顾客不公平与员工表面表演之间起到部分中介作用。同时, 本文还采用 Preacer 等 [19] 改进的 Sobel 分析法来检验中介效应的显著性, 并利用 bootstrap 方法构造 1 000 个样本来检验该中介效应的稳健性 [20]。结果表明, 情绪守则难度在顾客不公平与员工表面表演之间所起的中介效应是显著的 ($Z = 2.441, p = 0.015$), 其中, Z 是中介变量检验方法的统计量, 对应的 bootstrap 检验结果显示该中介效应也是稳健的, 其 95% 的置信区间 (CIs) 不包含 0 (95% CIs [0.004, 0.050]), 假设 H4a 部分得到了数据的支持。

另外, 情绪守则难度对员工深层表演有显著负向影响 (M9), H3b 得到了数据的支持。但是, 当顾客不公平与情绪守则难度同时引入对员工深层表演的回归方程时, 本研究发现顾客不公平对员工深层表演的影响系数 β 变为不显著 (M10), 且情绪守则难度对员工深层表演仍有显著正向影响 (M10)。由此本文得出结论, 员工情绪守则难度在顾客不公平与员工深层表演之间起到完全中介作用。同理, 本文

采用 Preacer 等 [19] 改进的 Sobel 分析法来检验该中介效应的显著性, 并利用 bootstrap 方法构造 1 000 个样本来检验该中介效应的稳健性 [20]。结果表明情绪守则难度在顾客不公平与员工表面表演之间所起的中介效应是显著的 ($Z = -4.027, p = 0.000$), 对应的 bootstrap 检验结果显示该中介效应也是稳健的, 其 95% 的置信区间不包含 0 (95% CIs [-0.073, -0.019]), 假设 H4b 得到了数据的支持。

3.2.2 调节效应检验

关于人际虐待敏感性的调节效应, 本文采用 Cohen 等 [21] 推荐的方法分以下 4 步进行验证:

- (1) 引入控制变量对结果变量 (员工表面表演、员工深层表演) 进行回归分析;
- (2) 引入自变量 (顾客不公平);
- (3) 引入调节变量 (人际虐待敏感性);
- (4) 引入自变量和调节变量的交互项。为避免变量间多重共线性问题, 本研究按照国际通行做法, 在分析前先对各变量做了去中心化处理, M11~M20 为回归分析模型的编号, 分析结果如表 3 所示。

表 3 调节效应检验的层级回归分析结果
Tab. 3 Moderating effects test by hierarchical linear model

		表面表演					深层表演				
		M11	M12	M13	M14	M15	M16	M17	M18	M19	M20
控制变量	性别	0.047	0.051	0.049	0.044	0.051	0.033	0.032	0.028	0.026	0.011
	年龄	0.034	-0.012	-0.011	0.003	0.005	-0.041	-0.029	-0.028	-0.021	-0.026
	学历	-0.006	-0.010	-0.013	-0.010	-0.012	0.014	0.015	0.010	0.011	0.017
	月均收入	0.071	0.066	0.064	0.053	0.051	0.046	0.047	0.044	0.039	0.044
	从事行业	0.004	-0.001	0.006	0.005	0.001	0.027	0.028	0.038	0.038	0.047
自变量	顾客不公平		0.573**	0.581**	0.584**	0.552**		-0.148**	-0.136**	-0.135*	-0.071
调节变量	人际虐待敏感性			0.052	0.066	0.071			0.080	0.087	0.077
交互效应	顾客不公平 × 人际虐待敏感性				0.093*	0.102**				0.046	0.028
中介变量	情绪守则难度					0.115*					-0.228**
	R^2	0.010	0.336	0.338	0.347	0.358	0.004	0.026	0.032	0.034	0.081
	ΔR^2	0.010	0.326	0.003	0.008	0.012	0.004	0.022	0.006	0.002	0.047
	F	0.972	41.163**	35.628**	32.291**	30.177**	0.388	2.148*	2.291*	2.134*	4.730**
	ΔF	0.972	239.751**	1.942	6.248*	9.012**	0.388	10.907**	3.097	1.029	24.674**

注: 样本数 $n = 496$; ** 表示 $p < 0.01$, * 表示 $p < 0.05$; 回归系数为标准化系数。

从表3可以看出, 顾客不公平(自变量)与人际虐待敏感性(调节变量)的交互项对员工表面表演有显著正向影响(M14), 且在继续加入中介变量情绪守则难度后(M15)这种调节作用仍然存在, 表明人际虐待敏感性在顾客不公平对员工表面表演的作用关系中具有调节作用, 且员工人际虐待敏感性越强, 顾客不公平对员工表面表演的正向作用关系越强, 假设H5a得到了数据的支持。但是, 顾客不公平(自变量)与人际虐待敏感性(调节变量)的交互项对员工深层表演没有显著影响(M19), 且继续加入中介变量情绪守则难度后(M20)这种调节作用仍然存在, 表明人际虐待敏感性在顾客不公平对员工深层表演的作用关系中没有调节作用, 假设H5b没有得到数据的支持。

为直观体现人际虐待敏感性的调节作用, 横坐标分别以高于均值一个标准差和低于均值一个标准差为基准^[21], 纵坐标为根据Lidert-7点式量表, 表述“表面表演”指标的赞同程度(1~7), 绘制了不同人际虐待敏感性的员工在顾客不公平对员工表面表演作用关系中的差别, 如图2所示。

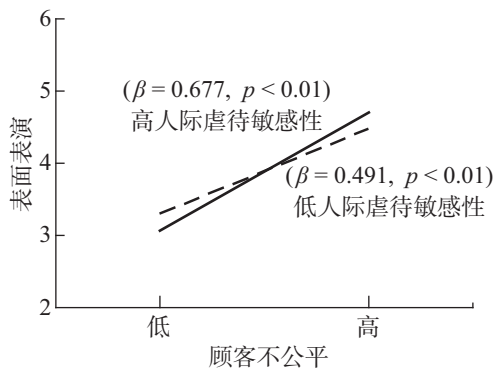


图2 顾客不公平对员工表面表演的影响: 人际虐待敏感性的调节

Fig. 2 Influence of customer injustice on employee's surface acting: Moderated by sensitivity to interpersonal mistreatment

4 研究结论与讨论

4.1 研究结论

(1) 本研究证实了顾客不公平会对员工产生负面效应, 使员工增加表面表演, 减少深层表演, 与已有研究结果基本一致^[5-6]。根据情感事件理论和资源保存理论, 顾客不公平作为工作情境中的消极情感事件, 会增加员工对心理资源流失的感受, 为了避免资源的进一步流失, 员工会更倾向于选择表面表

演, 一方面避免了因需要调动更多情绪资源的深层表演所带来的资源不平衡程度的加剧, 另一方面也做到了对企业积极情绪表达守则的遵守, 即便表面表演并不利于顾客对良好服务质量的感受以及企业绩效的提高。

(2) 考察了情绪守则难度在两者关系中的中介机制。结果表明, 顾客不公平会增加员工对遵守企业的积极情绪表达守则的难度, 从而使其表现出更多的表面表演。具体来说, 情绪表达守则在顾客不公平和员工深层表演之间具有完全中介作用, 但在顾客不公平和员工表面表演之间只有部分中介作用, 这可能是因为员工深层表演时外在情绪展现与内心真实感受相一致, 遭遇顾客不公平使得这一真情实感的展现遇到了困难, 从而无法做到既遵守企业的积极情绪表达守则, 又展现由衷的微笑; 而员工表面表演时并没有改变内心的真实感受, 只是在外在情绪表达上是积极的, 当遭遇顾客不公平时, 员工无法对其做出回击, 只能压抑内心愤怒、委屈等不良情绪, 以表面表演的微笑来遵守企业的情绪表达守则。

(3) 考察了人际虐待敏感性的调节作用。结果表明, 人际虐待敏感性并没有通过情绪守则难度在顾客不公平和员工深层表演之间起到调节作用, 这可能是因为顾客不公平对员工深层表演的影响被情绪守则难度完全中介了的缘故; 但人际虐待敏感性在顾客不公平与员工表面表演之间具有调节作用, 且这种作用是通过情绪守则难度发生的, 即人际虐待敏感性越强的员工越容易能够感受到顾客不公平, 并发展出更强烈的反应, 从而放大顾客不公平对情绪守则难度和员工表面表演两者的负面效应。这一研究揭示了人际虐待敏感性这一重要的边界条件, 印证了工作场所不公平行为对员工产生的影响是因人而异的观点^[3]。

4.2 管理启示

服务型企业管理者在观念上应意识到顾客不公平及其影响是不容忽视的。相对来自同事及上级的不公平, 顾客不公平可以被看作是指向服务人员更为普遍的消极行为来源^[2]。根据已有研究, 顾客不公平确实会增加员工的情绪劳动负担、离职倾向, 降低工作绩效, 同时对管理者也造成一种管理困境, 即在需要顾客带来的收益的同时, 这种顾客对员工的不公平行为却又会损害服务质量^[22]。因此, 管理

者在管理员工行为的同时,还应该重视对顾客行为的管理,明确顾客权力以及对顾客不公平行为的最大容忍度,避免顾客-员工关系的过分失衡,并将其纳入企业的正式管理制度,保护员工的工作积极性,营造良好的服务氛围。

对客户服务过程就是情感传递过程,因此员工的服务行为本质上来说就是一种情绪驱动的行为,顾客对服务质量的感受及员工的服务绩效都与员工的积极情绪密切相关,但顾客不公平却扰乱了这一关系的实现,因此管理者还应积极帮助员工做好情绪管理工作,为员工提供必要的物质和精神支持。比如:① 提供针对顾客不公平的培训,可通过定期开展员工经验交流或者专项培训的形式,提高员工尤其是工作经验较少的年轻员工应对顾客不公平的人际技能,缓冲其所带来的心理压力;② 建立员工援助计划(EAP),关注员工情绪变化,一旦发生顾客不公平,尤其是程度严重、性质恶劣的顾客不公平(如性骚扰)时,企业应及时做出反应以防止类似行为再次发生;工作过程中对员工进行一定的授权也是非常有效的应对措施;③ 招聘员工时可对人际虐待敏感性进行一定的测试,选用更适合服务工作情境的员工。

5 研究不足与未来展望

本研究还存在一些不足:一是样本来源只选择了旅游企业一线服务人员,研究结论对其他行业的适用性还有待进一步检验;二是收据收集均采用自我报告方式,尽管在问卷设计和调研过程中做了一定控制,但仍无法消除社会称许行为和同源偏差可能导致的变量间表面高相关问题。未来可从以下方面继续深入研究:一是补充研究模型,关注对后续结果变量的探讨,尤其是增加其对服务绩效影响的验证。二是注意数据收集的多层次性,尤其是组织层面数据的收集,通过跨层分析可以实现对员工的情绪劳动更好的理解,不仅有利于降低数据收集中社会称许行为和同源偏差的影响,还能从多个层面为企业管理实践提供更有价值的参考。

参考文献:

- [1] BERRY L L, SEIDERS K. Serving unfair customer [J]. *Business Horizons*, 2008, 51(1): 29-37.
- [2] VAN JAARSVELD D D, RESTUBOG S L D, WALKER D

- D, et al. Misbehaving customers: Understanding and managing customer injustice in service organizations [J]. *Organizational Dynamics*, 2015, 44(4): 273-280.
- [3] HOOBLER J M, BRASS D J. Abusive supervision and family undermining as displaced aggression [J]. *Journal of Applied Psychology*, 2006, 91(5): 1125-1133.
- [4] BUNK J A, MAGLEY V J. Sensitivity to interpersonal treatment in the workplace: Scale development and initial validation [J]. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 2011, 84(2): 395-402.
- [5] 谢礼珊, 龚金红, 梁艳. 顾客不公平与员工情感性劳动关系研究: 换位思考能力和负面情感的作用 [J]. *管理学报*, 2011, 8(5): 720-726.
- [6] RUPP D E, SPENCER S. When customers lash out: The effects of customer interactional injustice on emotional labor and the mediating role of discrete emotions [J]. *Journal of Applied Psychology*, 2006, 91(4): 971-978.
- [7] WEISS H M, CROPANZANO R. Affective events theory: A theoretical discussion of the structure, causes and consequences of affective experiences at work [J]. *Research in Organizational Behavior*, 1996, 18(3): 1-74.
- [8] HOBFOLL S E. Conservation of resources: A new attempt at conceptualizing stress [J]. *American Psychologist*, 1989, 44(3): 513-524.
- [9] ROTHBARD N P, WILK S L. Waking up on the right or wrong side of the bed: Start-of-workday mood, work events, employee affect, and performance [J]. *Academy of Management Journal*, 2011, 54(5): 959-980.
- [10] 刘小禹, 刘军, 关浩光. 顾客性骚扰对员工服务绩效影响机制的追踪研究: 员工传统性与团队情绪氛围的调节作用 [J]. *管理世界*, 2012(10): 107-118.
- [11] BEAL D J, TROUGAKOS J P, WEISS H M, et al. Episodic processes in emotional labor: Perceptions of affective delivery and regulation strategies [J]. *Journal of Applied Psychology*, 2006, 91(5): 1053-1065.
- [12] 唐秀丽, 辜应康. 强颜欢笑还是真情实意: 组织认同、基于组织的自尊对服务人员情绪劳动的影响 [J]. *旅游学刊*, 2016, 31(1): 68-80.
- [13] 张若勇, 牛琬婕. 顾客不公平与员工反生产行为: 情绪耗竭的中介效应与认同的调节效应 [J]. *预测*, 2015, 34(1): 15-21.
- [14] LI Y, CHEN M, LYU Y, et al. Sexual harassment and proactive customer service performance: The roles of job engagement and sensitivity to interpersonal mistreatment [J]. *International Journal of Hospitality Management*, 2016(54): 116-126.
- [15] SHAO R, SKARLICKI D P. Service employees' reactions

- to mistreatment by customers: A comparison between North America and East Asia [J]. *Personnel Psychology*, 2014, 67(1): 23-59.
- [16] 郭佩君. 第一线服务人员之情绪劳动的影响因素与其结果之关系: 以银行行员为例 [D]. 中国台北: 台湾政治大学, 2002.
- [17] GRANDEY A A. When the show must go on: Surface acting and deep acting as determinants of emotional exhaustion and peer rated service delivery [J]. *Academy of Management Journal*, 2003, 46(1): 86-96.
- [18] BARON R M, KENNY D A. The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations [J]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1986, 51(6): 1173-1182.
- [19] PREACHER K J, HAYES A F. Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models [J]. *Behavior Research Methods*, 2008, 40(3): 879-891.
- [20] 辜应康, 唐秀丽. 情绪影响因素对员工工作倦怠影响机制研究 [J]. *华东经济管理*, 2013, 27(10): 122-129.
- [21] COHEN J, COHEN P, WEST S G, et al. *Applied multiple regression/correlation analysis for the behavioral sciences* [M]. 3rd ed. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2003.
- [22] PARK J, KIM H J. Customer mistreatment and service performance: A self-consistency perspective [J]. *International Journal of Hospitality Management*, 2020, 86:102367.

简 讯

我校与南桥镇人民政府签署合作框架协议

3月12日下午, 我校赴奉贤区与南桥镇人民政府开展交流活动并举行了合作签约仪式。校领导谢华清, 教务处、科研处、招生就业处、文理学部相关负责人和教师代表, 以及奉贤区科委党组书记刘伟, 南桥镇党委书记王震, 镇党委副书记、镇长瞿磊等出席了活动。

签约仪式上, 文理学部主任郑佩芸和南桥镇党委副书记、镇长瞿磊共同签署了奉贤区南桥镇人民政府与上海第二工业大学合作框架协议。

签约仪式后, 双方进行了互动交流。谢华清表示, 此次签约标志着上海第二工业大学与南桥镇人民政府全面合作共建的起点。未来, 双方将在实践教学与思政教育、社会实践与志愿服务、决策咨询与课题研究等方面紧密合作、深入交流, 共同努力推动校地成果落地落实, 推进校地合作取得更大成效。郑佩芸介绍了我校文理学部的基本情况, 并希望双方能在学生实践、实习, 企业研发、乡村治理等方面加强合作, 共同为人民城市建设做出贡献。

南桥镇党委书记王震对上海第二工业大学领导和老师一行的到来表示热烈欢迎, 希望双方共同打造智库, 携手为南桥镇的城市建设、基层党建和社会治理献计献策。南桥镇党委副书记、镇长瞿磊介绍了南桥镇历史发展、区域面积等基本情况和乡村振兴、社区管理等工作推进情况。

交流中, 双方均希望通过优势互补, 不断深化合作关系, 实现发展共赢。本次签约拉开了南桥镇和我校合作的序幕, 搭建了新的育人平台, 迎来了新的发展期望。相信未来双方会充分发挥各自资源优势, 产生协同效应, 共创高校与政府战略合作的新模式。