

壹、緒論

員工在工作場所中的情緒表現一直是組織行為研究的焦點之一，學者們大多探討員工如何管理情緒以提升個人表現以及組織績效。一些研究顯示，員工在服務互動的過程中，其情緒表達會影響消費者再購意願、向他人推薦意願、顧客對服務人員的滿意度、服務品質的知覺以及忠誠度意向（Groth, Hennig-Thurau, & Walsh, 2009; Pugh, 2001; Tan, Foo, & Kwek, 2004; Tsai, 2001），因此第一線員工在服務互動的過程中如何表現適當的情緒，傳遞正面的情感給顧客，成為學者以及企業日益強調的重要議題。

情緒勞動（emotional labor）是探討此一議題的重要概念，情緒勞動是指為了組織目標，對於內在感覺與外在表現加以調節的過程（Grandey, 2000）。基本上，員工經由表層演出（surface acting）以及深層演出（deep acting）兩種形式從事情緒勞動，在服務的互動過程中，將組織期望的情感傳遞給顧客。其中，表層演出是指人們只從事外在表現的改變，但是未改變內在感覺，是一種「不真誠的偽裝」表現（fake in bad faith）；深層演出則是指人們經由內在感覺的改變，以呈現出組織期望的外在表現，是一種「真誠的偽裝」表現（fake in good faith）（Diefendorff, Croyle, & Gosserand, 2005; Hochschild, 1983; Zapf, 2002）。

在情緒勞動領域中，學者們持續探討人格特質與情緒勞動的關係，影響情緒勞動的主要影響因素則包含五大人格特質、情緒表達性、自我警覺（self-monitoring）、正面及負面情感性等（Austin, Dore, & O'Donovan, 2008; Brotheridge & Lee, 2003; Diefendorff et al., 2005），雖然這些研究對於人格特質與情緒勞動關係的瞭解有所貢獻，然而，Diefendorff等人（2005）發現大多數人格特質與表層演出有關而與深層演出無關，似乎意味著這些較一般性的人格特質對於情緒勞動的預測力有所不足。Brown、Mowen、Donavan與Licata（2002）之人格特質層級模式指出，依據抽象程度的不同，人格特質可分為基礎特質與表層特質，基礎特質包含五大人格特質以及情緒穩定性等，而表層特質是指在特定情境網絡（context）下，一種傾向某特定行為之持久性特質

(Mowen & Spears, 1999)。由於表層特質較接近特定行爲，因此對於這些行爲及績效具有較佳的預測能力。情緒勞動是在人際互動的服務工作網絡中的特定行爲，因此某種表層特質可能對它們具有較佳的影響力。然而，先前的研究都聚焦在基礎以及影響演出技巧的一般性人格特質，未探討表層特質的可能影響。Brown等人（2002）針對服務工作網絡，發展了顧客導向的表層特質，將其定義為在人際互動的服務工作網絡中，在滿足顧客需求之前提下，試圖協助顧客的人格傾向或特質。情緒勞動是服務過程中的情緒表現（Grandey, 2000; Hochschild, 1983），適當的情緒表現是顧客的重要需求，由於高顧客導向特質的員工較願意滿足顧客需求，因此在服務的過程中較可能表現顧客滿意的情緒勞動。基於此，依人格特質層級模式，本研究聚焦在探討服務網絡中具有正向及較佳預測力的員工顧客導向特質如何影響員工情緒勞動，以擴展先前研究的成果。

情緒勞動的研究中，較少探討主管的角色，Diefendorff與Richard（2003）以及Wilk與Moynihan（2005）可能是少數例外，他們主要聚焦在主管對於情緒表現規則的重視在員工情緒勞動所扮演的角色，對於其他可能影響情緒勞動的主管因素則較缺少探討。本研究依據社會訊息處理（social-information-processing）理論、工作要求—資源（job demands-resources）模式以及特質激動理論（trait activation theory, TAT），導入主管顧客導向特質以探討其可能的干擾效果，補充過往研究的不足，期許對於現有文獻做出貢獻。社會訊息處理理論主張客觀的工作情境、工作中的社會訊息以及個人特質會影響工作知覺（Salancik & Pfeffer, 1978）。高顧客導向特質的主管重視顧客需求的滿足，而情緒勞動是滿足顧客需求的重要活動，因此這類主管會在工作上運用各種方法強化情緒勞動的重要性並加以廣泛傳達，以構成主管對員工的社會影響力，亦即主管可能經由社會影響力影響員工調整情緒勞動。工作要求—資源模式主張工作環境中的資源能夠協助員工達成目標（Demerouti, Bakker, Nachreiner, & Schaufeli, 2001），主管是資源的主要來源之一，因此主管可以經由資源的提供協助員工達成其目標。基於此，高顧客導向特質的主管可以居中給予員工資源，使其更能調整情緒勞動，以達成滿足顧客的需求的目標。最後，TAT曾被引用來解釋個人特質如何與環境特質產生交互作用以預測個人行爲（Andrews,