

城市居民家政服务消费需求及依赖性研究——以长沙市为例

THE CONSUMPTION DEMAND AND DEPENDENCE OF URBAN RESIDENTS' HOUSEKEEPING SERVICES—AN EMPIRICAL STUDY OF CHANGSHA CITY

梁辉煌¹, 罗教讲²

Huihuang Liang¹, Jiaojiao Luo²

^{1,2}泰国正大管理学院中国研究生院

^{1,2} Chinese Graduate School, Panyapiwat Institute of Management, Thailand

Received: April 26, 2021 / Revised: September 23, 2021 / Accepted: September 29, 2021

摘要

中国城市家政服务消费呈现出日益增长的趋势,城市居民家政服务消费已从单一性消费演变成多样性消费,原有的家政服务体系远不能满足家政市场的需求。本文通过分析消费者家政依靠感与家政认同感的影响因素来探讨构建良好主雇关系的发展路径。家政服务消费的多重属性决定了家政服务消费研究视角的多元性,从心理契约理论、心理帐户理论视角构建了家政依赖理论模型,并选择长沙市城市居民消费者进行家政服务需求及家政服务依赖调查。通过结构方程模型对模型假设进行检验,结果表明心理契约对心理帐户、家政依赖产生显著影响,心理帐户对家政依赖产生显著影响,心理帐户的中介效应成立。研究拓展了依赖理论在家政服务领域的应用,也验证了心理契约、心理帐户与家政服务依赖之间的关系。对城市居民消费者家政服务消费需求及依赖性的研究,有利于合理使用家政服务资源,构建良好的主雇关系,促进家政服务质量的提高,使家政服务规范化、标准化和社会化。

关键词: 家政服务消费 心理契约 心理帐户 家政依赖

Abstract

The utilization of housekeeping services in cities in China is showing an increasing trend. The employment of housekeeping services among urban residents has evolved from single consumption to

diversified consumption. Thus, the original housekeeping service system cannot meet the needs of the expanding housekeeping service market. This paper discusses the development path for building a good employer-employee relationship by analyzing the influencing factors of consumers' sense of housekeeping dependence and housekeeping identity. The multiple attributes of housekeeping service consumption determine the diversity of the research perspective of housekeeping service consumption. The theoretical model of housekeeping service dependence was constructed from the perspectives of the psychological contract theory and psychological account theory. Urban consumers in Changsha were selected to investigate the demand and dependence on housekeeping services. The hypothesis of the model was tested by using the structural equation model.

The results showed that the psychological contract had a significant effect on the psychological account and dependence on housekeeping services, while the psychological account had a significant effect on the dependence on housekeeping services; the mediating effect of the psychological account was established. This study not only expands the application of the dependence theory in the field of housekeeping services but also verifies the relationship between psychological contract, psychological account and housekeeping service dependence. Research concerning consumption demand and dependence on housekeeping services among urban residents is conducive to the rational use of housekeeping service resources by building a good boss-employee relationship, improving the quality of housekeeping service, and standardizing as well as socializing housekeeping services.

Keywords: Housekeeping Service Consumption, Psychological Contract, Psychological Account, Dependence on Housekeeping Services

引言

近年来,随着中国政府、社会、企业各层面对家政服务的关注,家政服务业在中国经济发展过程中,越来越受到重视。家庭养老与育小等需求的产生,使家政服务成为了实践领域关注的新焦点。

目前,城市居民家政服务消费已从单一性消费的简单个体行为,演变成一种多样性消费的社会现象。家政服务消费既体现了社会交换层面的买卖关系,消费者支付货币购买家政服务产品;又体现了劳动市场层面的雇佣关系,服务提供者是在雇主家庭场所提供家政服务劳动。买卖关系与雇佣关系的共生性决定了家政服务消费的特殊性。家政服务消费不同于其他服务产品的消费,家政消费过程折射出极其复杂的消费心理。在雇主家庭这种特定场所开展的家政服务融入了家政消费者与家政服务人员双方的心理契约,这种契约影响着彼此之间的信任与承诺的实现。建立在信任与承诺基础上的家政服务一定程度上影响着消费者的家政依靠与家政认同。本文主要研究消费者家政依靠感与家政认同感的影响因素,在此基础上为构建良好主雇关系提供相关建议。目前,家政服务依赖的研究尚未有清晰一致的界定,也没有对家政服务依赖影响因素的相关研究。

2018年,中国家政服务业经营规模达到5762亿元,同比增长27.9%,家政从业人员总量已经超过3000万人。从现有的家政服务来看,家政行业缺乏高素质人才,家政人员流动性非常高。在中国养老问题还未得到充分解决的情况下,母婴市场的需求及其他因素的叠加使家政服务市场供需失衡的现象日趋严重,原有的家政服务体系远不能满足家政服务市场的需求。在复杂的形势面前,中国政府发布“家政36条”,将家政服务的“扩容提质”作为增进民生福祉的重要举措。

在此背景下,分析城市居民家政服务消费需求的整体情况,切实关注家政服务产品的双重属性,既要考虑家政服务的消费买卖交易属性,又要考虑家政劳务过程的雇佣关系属性。家政消费过程既经历了服务交换买卖阶段,也经历了主雇依赖关系构建阶段。因此,从家政消费过程分析家政服务依赖,了解家政服务依赖的前因变量,可以促进中国家政服务质量的提高,使家政服务规范化、标准化与社会化,真正做好家政服务这个民生工程与爱心工程。

研究目的

中国家政意识与家政人才都明显缺乏,城市家庭事物社会化过程中家政需求质量得不到很好的保障。消费者与从业人员之间关系处理缺乏指导,消费者频繁更换家政从业人员,家政从业人员不断更换雇主。这些问题的存在使得本就紧张的家政供给资源得不到合理充分运用。为了更好地营造家政服务体验感,提高消费者的家政依靠度与家政认同感,通过分析消费者家政服务需求及家政服务依赖的影响因素,寻找家政服务扩容提质的对策。

1. 了解城市居民家政服务需求内容

以长沙市为例,了解城市居民家政服务的需求结构。通过构建需求分析框架,确立城市居民家政服务需求内容的分析视角。一方面促使政府在政策制定过程中考虑家政服务业“需要”层面的优先发展策略。另一方面基于多元主体的服务供给与参与,为企业家政服务需求定位提供差异化策略,提出兼顾“需要”与“想要”层面的需求满足实施策略。

2. 分析城市居民家政服务依赖行为

通过调查了解城市居民家政服务存在的问题,重点针对家政服务的短板,从社会学、心理学、行为学、营销学的视角去解读家政服务问题产生的原因,并提出解决的措施。在了解城市家政服务整体需求的基础上,构建城市居民家政服务依赖模型,分析家政服务消费过程中家政依赖行为产生的前因变量。

文献综述

1. 家政服务消费需求的相关研究

因家政服务在中国发展历程不久,受传统文化影响,该领域的研究起步相对较晚。从现有文献来看,家庭服务业中的关于养老服务的研究最多,很多学者探讨了社区养老、居家养老、

社会机构养老服务的相关问题。Li (2012) 从福利多元主义的视角以南京市为例探讨了城市社区养老服务模式。

Zhu (2015) 从需要理论、公共产品供给理论、市场营销理论作了“城市社区养老服务的递送机制研究——以杭州市为例”的相关研究。Zheng (2017) 对辽宁省农村居家养老服务供给进行了研究, 认为农村居家养老服务供给主体是由政府、企业、非营利组织、社区及家庭多元构成。Hou (2018) 对城市老年人社区居家养老服务需求层次及其满足策略开展了研究。

2. 家政工从业状况及与消费者的主雇关系研究

中国的家政服务从业人群数量无法满足市场的需求, 供需结构性矛盾较大。一方面, 中国人口红利消退, 劳动年龄人口供给有限; 另一方面家政从业人群总体素质亟待提高, 当前家政服务人员受教育水平较低, 初中及以下学历占到 85% 以上。中国家政服务业市场仍然不够规范, 规范管理主体不健全。Sa 和 Zhang (2020) 以农村和城乡流动女性为主体的家政工群体为主要研究对象, 分析家政工所处的工作条件、劳动保障与权益、劳动过程、工作与家庭责任冲突, 了解其身心健康等状态, 分析结果表明家政工群体的工作与身心状态不容乐观。Li (2018) 认为大众媒体传播了家政工不文明的负面信息, 造成了都市大众对家政工群体的刻板印象, 阻碍了家政工在城市社会生活中获得认同和尊重的过程。传统的雇佣关系已不能保证女性农民工与企业间的稳定, 长期稳定的雇佣关系更依赖于心理契约的建立和维系。在家政市场供需失衡的状态下, 社会更需要关爱家政女工, 更要倡导消费者与家政女工之间构建良好的心理契约。由于个体价值的崛起, 人们不再愿意陷入雇佣关系中, 组织与成员之间的关系变得非常微妙, Chen (2019) 年提出了“雇佣关系可能正在消失, 组织与个体如何共生共荣?” 的思考。同样, 家政消费者如何与家政从业人员共生共荣, 提高家政消费者的家政依赖行为值得学术界去探讨。

心理契约是雇佣关系的基础 (Rousseau, 1989; Schein, 1965)。通过以往相关文献的回顾, 家政服务交换关系产生的过程中伴随着心理契约的产生, 心理契约对雇佣关系的构建有着显著的作用。Rousseau (1990) 认为心理契约是“员工以个人与组织关系为背景, 以许诺、信任和知觉为基础而形成的关于个人和组织之间的相互责任的信念”。心理帐户对消费者决策行为产生一定的影响。诺贝尔经济学奖获得者 Kahneman 和 Tversky (1984) 认为心理帐户对人们决策行为产生影响。1981 年他俩在《Science》杂志发表了一篇关于研究人们决策判断过程的认知心理规律的论文。1984 年他俩又在《American Psychologist》杂志上发表了论文, 首次使用了“心理帐户”概念来解释人们在心理上对结果 (尤其是经济结果) 的分类记帐、编码和估价, 以及心理帐户对人们决策行为的影响。依赖理论是交易双方或关系双方获得控制权的理论基础。Emerson (1962) 认为 A 对 B 的权力等于 B 对 A 的依赖, 并且以这种依赖为基础。Williams 和 Roggenbuck (1989) 首次提出了场所依赖概念, 即场所依赖是联系人和他们所处环境之间的纽带, 它至少有两个来源: 一种是资源的依赖, 指的是行为活动所需的资源, 即功能的依赖。另一个方面是资源的认同,

指的是所处环境中个人或群体所赋予的社会情感。场所依赖包含场所依靠与场所认同这两个不同的维度。家政依赖借助了渠道依赖理论与场所依赖理论的概念和维度来界定家政依赖的含义及维度。由于家政服务具有多重属性,本研究拟从家政需求内容及家政需求层次较全面地去分析家政服务的整体需求,同时在此基础上构建“心理契约—心理帐户—家政依赖”理论模型,分析家政服务消费“交换关系—雇佣关系—依赖关系”的复杂路径。

研究方法

1. 文献研究法。通过对文献的研究与梳理,构建理论研究模型。有较多研究表明,家政服务交易关系、雇佣关系是社会比较关注的内容。心理契约理论是雇佣关系研究的基础。中国家政服务的专业化、社会化与市场化为消费者提供了更好的选择,城市家政服务消费已经成为一种趋势。心理帐户对家政服务消费行为会产生一定的影响,已有相关研究将心理帐户作为中介变量分析购买决策的影响因素。家政服务雇佣关系与服务买卖关系并存,使消费者与家政服务人员之间的依赖关系更加微妙。因此,通过文献研究,构建“心理契约—心理帐户—家政服务依赖”理论模型有一定的理论基础。

2. 问卷调查研究。对城市居民家政服务消费需求及依赖性研究的问卷调查分两个部分。第一部分是对家政服务消费需求的问卷调查,共设计问题 29 项。第二部分是对城市居民家政服务依赖性研究的问卷调查,分三个阶段完成:第一阶段,编制量表。各量表的设计均采用比较成熟的量表,并结合家政服务消费情境编制而成,量表具有足够的信度与效度。心理契约量表以 Luo (2005) 提出的量表为依据,将交易心理契约设计 6 个问项,关系心理契约设计 6 个问项。心理帐户量表是以李爱梅等人提出的量表为依据,将经济帐户设计了 3 个问项,情感帐户设计了 5 个问项。家政依赖量表是以 Lu (2019) 提出的量表为依据,将家政认同设计了 7 个问项,家政依靠设计了 3 个问项。第二阶段,进行小样本测试,完善调查问卷,进一步提高量表的信度。第三阶段,进行大样本调查,收集数据。因家政服务调查难度系数比较大,本次调查主要采取了方便抽样原则,共计收到有效样本 215 份。

3. 数据分析方法。主要采用描述性统计分析、验证性因子分析、结构方程模型分析等方法对模型进行验证。

研究概念模型与理论假设

1. 研究概念模型

交换关系、雇佣关系与场域家庭文化属性并存的家政服务业极具复杂性,受到社会、经济、文化、人口等众多因素的影响,为心理契约理论、心理帐户理论、依赖理论的结合提供了理论依据。家政服务依赖是核心构念,它是外部变量、内部变量及人口统计变量等因素综合作用的结果,是消费者内在性需求与外生性需求的统一体。从心理契约理论、心理帐户理论视角,

探讨消费者家政服务依赖性，据此构建理论模型研究框架，如图 1。

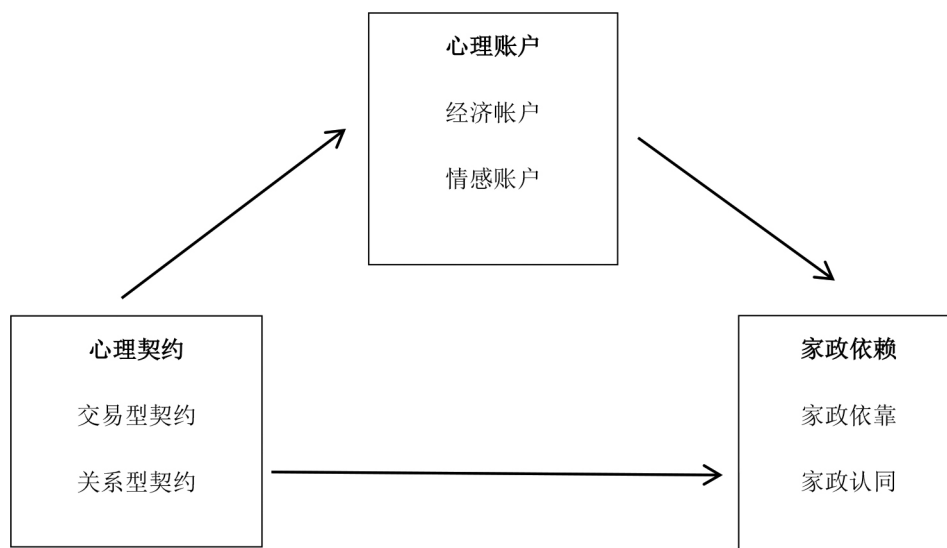


图 1 研究模型

2. 研究假设

根据以上模型，提出心理契约与心理帐户、心理账户与家政依赖之间的假设。如表 1 所示。

表 1 研究假设汇总表

序列	具体假设	序列	具体假设
H1	交易性心理契约对经济帐户有显著正相关关系	H11	关系型契约对家政认同有显著正相关关系
H2	交易性心理契约对情感帐户有显著正相关关系	H12	关系型契约对家政依靠有显著正相关关系
H3	关系性心理契约对经济帐户有显著正相关关系	H13	经济帐户将中介交易型心理契约与家政认同的关系
H4	关系性心理契约对情感帐户有显著正相关关系	H14	情感帐户将中介交易型心理契约与家政认同的关系
H5	经济帐户对家政认同有显著正相关关系	H15	经济帐户将中介交易型心理契约与家政依靠的关系
H6	经济帐户对家政依靠有显著正相关关系	H16	情感帐户将中介交易型心理契约与家政依靠的关系
H7	情感帐户对家政认同有显著正相关关系	H17	经济帐户将中介关系型心理契约与家政认同的关系
H8	情感帐户对家政依靠有显著正相关关系	H18	情感帐户将中介关系型心理契约与家政认同的关系
H9	交易型心理契约对家政认同有显著正相关关系	H19	经济帐户将中介关系型心理契约与家政依靠的关系
H10	交易型心理契约对家政依靠有显著正相关关系	H20	情感帐户将中介关系型心理契约与家政依靠的关系

研究结果

数据分析与研究结果

本次城市家政服务消费需求及依赖性调查，获取有效样本 215 份，其中男性消费者 105 人，占比 48.86%；女性消费者 110 人，占比 51.14%。25 岁以下 28 人，占比 13%；25 岁至 35 岁 28 人，占比 13%；36 岁至 45 岁 96 人，占比 44.7%；46 岁至 55 岁 61 人，占比 28.4%；55 岁以上 2 人，占比 0.9%。从消费者性别结构与年龄结构来看，样本具有一定的代表性。

通过变量描述性统计分析（表 2），对经济帐户、情感帐户、交易心理契约、关系心理契约、家政依靠、家政认同的均值进行统计，分别为 3.631、3.100、3.385、3.463、3.365、3.226、均大于 3，说明被调查对象在这些变量上的均值较高。

表 2 变量描述性分析

变量	参数			
	最小值	最大值	平均值	标准偏差
经济帐户	1	5	3.631	0.786
情感帐户	1.5	5	3.100	0.547
交易心理契约	1	5	3.385	0.659
关系心理契约	1	5	3.463	0.673
家政依靠	2	5	3.365	0.642
家政认同	2	5	3.226	0.592

通过相关性分析（表 3），使用 Person 系数分析变量间的关系。经济帐户、情感帐户与家政依靠的相关系数显著为正，其相关系数的大小分别为 0.443、0.328。经济帐户、情感帐户与家政认同的相关系数显著为正，其相关系数的大小分别为 0.454、0.448。经济帐户、情感帐户与交易心理契约的相关系数显著为正，其相关系数的大小分别为 0.548、0.475。经济帐户、情感帐户与关系心理契约的相关系数显著为正，其相关系数的大小分别为 0.399、0.387。交易心理契约、关系心理契约与家政依靠的相关系数显著为正，其相关系数的大小分别为 0.495、0.379。交易心理契约、关系心理契约与家政认同的相关系数显著为正，其相关系数的大小分别为 0.444、0.443。

表 3 相关性分析

变量	经济帐户	情感帐户	交易心理契约	关系心理契约	家政依靠	家政认同
经济帐户	1					
情感帐户	0.345**	1				
交易心理契约	0.548**	0.475**	1			
关系心理契约	0.399**	0.387**	0.526**	1		
家政依靠	0.443**	0.328**	0.495**	0.379**	1	
家政认同	0.454**	0.448**	0.444**	0.443**	0.433**	1

注：***、**、*分别代表 p<0.001、p<0.01、p<0.05

本研究采用 AMOS 23.0 验证各个路径，同时还能用 bootstrap 方法来验证中介，该方法是目前主流研究方法，能验证自变量到因变量、自变量到中介、中介到因变量三条因果关系，如图 2 所示。

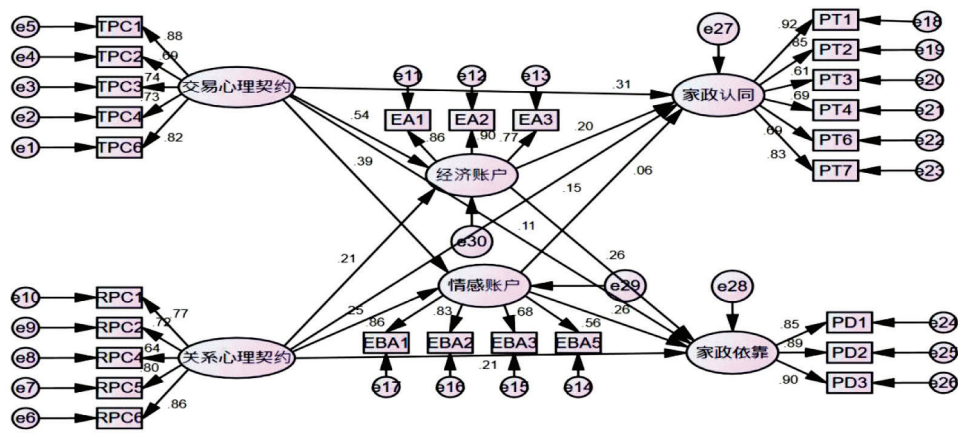


图 2 中介模型图

表 4 中介模型的拟合指标结果

指标	绝对拟合指标		增值拟合指标			简约拟合指标	
具体分类	χ^2/df	RMSEA	IFI	TLI	CFI	PGFI	PNFI
判断标准	<5	<0.08	>0.9	>0.9	>0.9	>0.5	>0.5
拟合效果	1.683	0.056	0.944	0.936	0.944	0.703	0.771

资料来源：根据 AMOS 方程输出结果整理。

表 4 是中介模型的适配度表，根据前文阐述的模型适配度各指标的测量标准，本模型中绝对拟合指标, X^2/df 值为 1.726, 小于 5。RMSEA 的值为 0.077, 小于 0.08。绝对拟合指标适配理想。增值拟合指标与简约拟合指标适配理想。

表 5 路径系数表

	路径		Estimate	S.E.	C.R.	P
经济账户	<---	交易心理契约	0.541	0.083	7.361	***
情感账户	<---	交易心理契约	0.386	0.049	4.595	***
经济账户	<---	关系心理契约	0.210	0.067	3.150	0.002
情感账户	<---	关系心理契约	0.252	0.040	3.272	0.001
家政认同	<---	经济账户	0.202	0.068	2.353	0.019
家政认同	<---	交易心理契约	0.308	0.082	3.374	***
家政认同	<---	情感账户	0.058	0.122	0.734	0.463
家政依靠	<---	经济账户	0.256	0.061	3.038	0.002
家政依靠	<---	交易心理契约	0.110	0.072	1.255	0.209
家政依靠	<---	情感账户	0.258	0.115	3.165	0.002
家政认同	<---	关系心理契约	0.150	0.058	2.057	0.040
家政依靠	<---	关系心理契约	0.215	0.052	3.000	0.003

资料来源：根据 AMOS 方程输出结果整理。

表 5 是路径系数表，由表可知，交易心理契约对经济帐户的路径系数显著为正，其路径系数的大小为 0.541，在其他因素不变的条件下，交易心理契约每增加 1 个单位，经济帐户的值将增加 0.541 个单位。验证假设 1：交易心理契约对经济帐户有显著正向影响成立。

交易心理契约对情感帐户的路径系数显著为正，其路径系数的大小为 0.386，在其他因素不变的条件下，交易心理契约每增加 1 个单位，情感帐户的值将增加 0.386 个单位。验证假设 2：交易心理契约对情感帐户有显著正向影响成立。

关系心理契约对经济帐户的路径系数显著为正，其路径系数的大小为 0.210，在其他因素不变的条件下，关系心理契约每增加 1 个单位，经济帐户的值将增加 0.210 个单位。验证假设 3：关系心理契约对经济帐户有显著正向影响成立。

关系心理契约对情感帐户的路径系数显著为正，其路径系数的大小为 0.252，在其他因素不变的条件下，关系心理契约每增加 1 个单位，情感帐户的值将增加 0.252 个单位。验证假设 4：关系心理契约对情感帐户有显著正向影响成立。

经济账户对家政认同的路径系数显著为正，其路径系数的大小为 0.202，在其他因素不变的条件下，经济账户每增加 1 个单位，家政认同的值将增加 0.202 个单位。验证假设 5：经济账户对家政认同有显著正向影响成立。

经济账户对家政依靠的路径系数显著为正，其路径系数的大小为 0.256，在其他因素不变的条件下，经济账户每增加 1 个单位，家政依靠的值将增加 0.256 个单位。验证假设 6：经济账户对家政依靠有显著正向影响成立。

情感账户对家政认同的路径系数为正，其路径系数的大小为 0.058，但不显著。验证假设 7: 情感账户对家政认同有显著正向影响不成立。

情感账户对家政依靠的路径系数显著为正，其路径系数的大小为 0.258，在其他因素不变的条件下，情感账户每增加 1 个单位，家政依靠的值将增加 0.258 个单位。验证假设 8: 情感账户对家政依靠有显著正向影响成立。

交易心理契约对家政认同的路径系数显著为正，其路径系数的大小为 0.308，在其他因素不变的条件下，交易心理契约每增加 1 个单位，家政认同的值将增加 0.308 个单位。验证假设 9: 交易心理契约对家政认同有显著正向影响成立。

交易心理契约对家政依靠的路径系数为正，其路径系数的大小为 0.110，但不显著。验证假设 10: 交易心理契约对家政依靠有显著正向影响不成立。

关系心理契约对家政认同的路径系数显著为正，其路径系数的大小为 0.150，在其他因素不变的条件下，关系心理契约每增加 1 个单位，家政认同的值将增加 0.150 个单位。验证假设 11: 关系心理契约对家政认同有显著正向影响成立。

关系心理契约对家政依靠的路径系数显著为正，其路径系数的大小为 0.215，在其他因素不变的条件下，关系心理契约每增加 1 个单位，家政依靠的值将增加 0.215 个单位。验证假设 12: 关系心理契约对家政依靠有显著正向影响成立。

表 6 经济帐户、情感账户在交易心理契约与家政认同关系中的中介效应检验

路径	标准化估计系数	标准误	下限	上限
交易心理契约 → 经济帐户 → 家政认同	0.109	0.052	0.023	0.238
交易心理契约 → 情感帐户 → 家政认同	0.022	0.037	-0.043	0.104
总间接效应	0.131	0.062	0.017	0.268
直接效应	0.308	0.112	0.096	0.534
总效应	0.440	0.088	0.259	0.608

资料来源：根据 AMOS 方程输出结果整理。

表 6 是经济帐户、情感账户在交易心理契约与家政认同关系中的中介效应检验表，为了更准确地验证中介效应，采用 Bootstrap 方法，Bootstrap 重复抽样次数为 2000 次，置信区间水平设定为 95%，取样方法采用偏差校正的非参数百分位法。

由表可知，交易心理契约 → 经济帐户 → 家政认同这条路径的间接效应为 0.109，其置信区间为 [0.023, 0.238]，不包含 0，说明间接效应存在。证明假设 13: 经济帐户在交易心理契约与家政认同关系中起中介效应成立。假设 14: 情感帐户在交易心理契约与家政认同关系中起中介效应不成立。

表 7 经济帐户、情感账户在交易心理契约与家政依靠关系中的中介效应检验

路径	标准化估计系数	标准误	下限	上限
交易心理契约 → 经济帐户 → 家政依靠	0.138	0.050	0.062	0.279
交易心理契约 → 情感帐户 → 家政依靠	0.100	0.042	0.033	0.206
总间接效应	0.238	0.065	0.134	0.405
直接效应	0.110	0.095	-0.073	0.293
总效应	0.348	0.082	0.181	0.503

资料来源：根据 AMOS 方程输出结果整理。

表 7 是经济帐户、情感账户在交易心理契约与家政依靠关系中的中介效应检验表。由表可知，交易心理契约→经济帐户→家政依靠这条路径的间接效应为 0.138，其置信区间为 [0.062, 0.279]，不包含 0，说明间接效应存在。证明假设 15：经济帐户在交易心理契约与家政依靠关系中起中介效应成立。假设 16：情感帐户在交易心理契约与家政依靠关系中起中介效应成立。

表 8 经济帐户、情感账户在关系心理契约与家政认同关系中的中介效应检验

路径	标准化估计系数	标准误	下限	上限
关系心理契约 → 经济帐户 → 家政认同	0.042	0.026	0.007	0.118
关系心理契约 → 情感帐户 → 家政认同	0.014	0.025	-0.028	0.074
总间接效应	0.057	0.037	-0.004	0.145
直接效应	0.150	0.074	0.001	0.291
总效应	0.207	0.082	0.048	0.361

表 8 是经济帐户、情感账户在关系心理契约与家政认同关系中的中介效应检验表。由表可知，关系心理契约 → 经济帐户 → 家政认同路径间接效应为 0.042，其置信区间为 [0.007, 0.118]，不包含 0，说明间接效应存在。关系心理契约 → 情感帐户 → 家政认同路径间接效应为 0.014，其置信区间为 [-0.028, 0.074]，包含 0，说明间接效应不存在。证明假设 17：经济帐户在关系心理契约与家政认同关系中起中介效应成立。假设 18：情感帐户在关系心理契约与家政认同关系中起中介效应不成立。

表 9 经济帐户、情感账户在关系心理契约与家政依靠关系中的中介效应检验

路径	标准化估计系数	标准误	下限	上限
关系心理契约 → 经济帐户 → 家政依靠	0.054	0.027	0.014	0.126
关系心理契约 → 情感帐户 → 家政依靠	0.065	0.030	0.018	0.144
总间接效应	0.118	0.043	0.047	0.220
直接效应	0.215	0.068	0.075	0.351
总效应	0.333	0.072	0.191	0.467

资料来源：根据 AMOS 方程输出结果整理。

表 9 是经济帐户、情感账户在关系心理契约与家政依靠关系中的中介效应检验表。由表可知关系心理契约 → 经济帐户 → 家政依靠路径的间接效应为 0.054，其置信区间为 [0.014, 0.126]，不包含 0，说明间接效应存在。关系心理契约 → 情感帐户 → 家政依靠路径的间接效应为 0.065，其置信区间为 [0.018, 0.144]，不包含 0，说明间接效应存在。证明假设 19：经济帐户在关系心理契约与家政依靠关系中起中介效应成立。假设 20：情感帐户在关系心理契约与家政依靠关系中起中介效应成立。

讨论

城市家政服务需求状况从调研的信息来看，有 76.7% 的家政服务消费者非常在意家政服务从业人员的身份信息，家政服务消费者不能接受身份难以确认，查验困难的家政服务人员。有 98.6% 的消费者在意家政人员有不正行为。有 98.6% 的消费者在意家政从业人员泄露家庭隐私。说明家政消费者对家政服务人员的人员价值要求高。有 80% 的家政服务消费者在意家政服务人员文化素质或生活方式。有 99.6% 的消费者在意家政从业人员的服务质量水平。有 97.2% 的消费者在意家政从业人员与家庭其他成员发生争吵。有 60% 的家政服务消费者希望家政从业人员有较强的语言表达能力，可以与家庭成员更好地沟通。说明家政消费者对家政服务人员的服务价值要求高。有 55.3% 的消费者对于居家型家政服务人员的外貌特征有要求，大部分家政消费者要求居家型家政服务人员面相要慈善，要有亲和力；穿着打扮不能太花俏；身体不能太瘦弱，身体素质要好。说明家政消费者对家政服务从业者的形象价值要求高。

从模型验证的结果来看，雇主心理契约会对家政消费决策与行为产生一定的影响。在家政服务的消费者过程中，消费者也同样会通过心理帐户来记录消费互动过程中彼此基于交换与关系的经济收支与情感收支状况。验证结果与其他场景对心理契约与心理帐户的分析基本一致。

1. 心理契约对心理帐户、家政依赖产生显著影响

从研究结果来看，心理契约对心理帐户、家政依赖等具有显著影响作用。其中，交易

心理契约与关系心理契约对经济帐户与情感帐户都会产生显著影响。调研发现,消费者对家政服务支出的费用并不敏感,有 12.1% 的消费者愿意高于市场平均水平支付家政服务人员的工资。86.5% 的消费者会愿意按市场平均水平支付家政服务人员的工资。只有 1.4% 的消费者希望低于市场平均水平支付家政服务人员的工资。交易心理契约与关系心理契约对家政认同都会产生显著影响,关系心理契约对家政依靠的影响显著,但交易心理契约对家政依靠的影响不显著。在家政服务消费者是否继续聘用过家政服务员(包括钟点工)协助完成家务的问项调查中发现,有 63.3% 的消费者正在聘用并且继续聘用。聘用过,但现在不打算聘请的占比为 25.6%。说明家政服务消费者并不会因为购买了家政服务,就会对家政服务产生依靠,还受到其他因素的影响与制约。

2. 心理帐户对家政依赖产生显著影响

从研究结果来看,经济帐户对家政依靠与家政认同的影响显著成立,情感帐户对家政依靠的影响显著成立,但情感帐户对家政认同有显著影响不成立。调研发现,93.5% 家政服务消费者购买家政服务是为了真正减轻家庭人员的负担,45.1% 的消费者是因为经济条件不允许,不打算再请家政服务人员。这个说明家政服务消费者产生家政依靠是由于在消费者心目中开设了经济帐户与情感帐户。在家政服务消费过程中,家政服务消费者虽有情感帐户支出,家政服务消费者购买并继续使用相关家政服务,但并不表明消费者对家政服务有很高的认同感,如有 11.2% 的消费者正打算调换,目前正在物色、考虑、接触别的家政服务人员,就很好地说明了家政服务消费者虽没对现有家政服务产生家政认同,但其仍然对家政服务产生了家政依靠。

3. 心理帐户的中介效应成立

经济帐户在交易心理契约与家政认同关系、经济帐户在交易心理契约与家政依靠关系、经济帐户在关系心理契约与家政认同关系、经济帐户在关系心理契约与家政依靠关系中起中介作用都成立,情感帐户在交易心理契约与家政依靠关系、情感帐户在关系心理契约与家政依靠关系中起中介作用都成立,但情感帐户在交易心理契约与家政认同关系、情感帐户在关系心理契约与家政认同关系中起中介作用都不成立。这个表明在家政服务购买与消费的过程中,即使消费者将家政服务支出界定为情感帐户,家政消费者倾注更多情感因素来维系或持续这种家政服务,都说明家政服务并没有被消费者完全认同,意味着家政服务还有更多需要努力的空间。在调查中我们发现,有 18.3% 的家政服务消费者会在经济条件允许的情况下,凭着为社会提供就业岗位的想法聘请家政服务人员,带有很强的情感因素维系主雇关系,但并没有真正意义上对家政服务产生家政认同。

研究结果表明家政服务消费过程中,消费者与家政从业人员之间的情感相对脆弱。尽管家政从业人员在家政服务过程中需要通过一定的情感劳动获得家政消费者的认同,但是家政从业人员却不能要求家政服务消费者有对等的情感支出。

总结与建议

1. 拓展了依赖理论在家政服务领域的应用

依赖理论较多地出现在渠道关系中, 渠道关系中双方成员之间涉及的权力与依赖关系是学者们经常研究的一个领域。家政服务市场的多重属性决定了家政服务的复杂性与特殊性。本研究将依赖理论用于家政服务领域, 一定程度上拓展了依赖理论的应用范围。

2. 验证了心理契约、心理帐户与家政服务依赖之间的关系

家政服务消费者在购买与使用家政服务的过程中, 涵盖了交换关系、雇佣关系与依赖关系。心理契约理论是组织行为领域研究雇佣关系的一个典型理论, 心理帐户理论早已被国内营销学者用于服务市场营销领域的研究, 依赖理论是研究渠道关系的经典理论。考虑家政服务购买的交换关系、家政使用过程的雇佣关系、家政服务场所封闭性带来的权力与依赖关系, 构建了心理契约、心理帐户与家政服务依赖之间变量模型, 并验证了自变量、中介变量与因变量之间的关系。

3. 打开了心理契约对家政服务依赖作用机制的黑箱

本研究以心理契约与家政服务依赖之间的作用关系为核心路径, 借助心理帐户中介变量, 成功地搭建了“心理契约—心理帐户—家政服务依赖”的作用路径, 从而打开了心理契约对家政服务依赖作用机制的黑箱。这不仅丰富了家政服务依赖等相关理论的研究成果, 并为未来的研究提供了经验依据。

4. 为家政消费者构建良好的主雇关系提供实践建议

雇主要淡化家政从业人员虚拟家庭成员的角色意识, 提高家政从业人员的职业化思维。由于家政消费者心理帐户中的情感帐户对家政认同有显著影响并不成立, 情感帐户在心理契约对家政认同关系的中介作用都不成立。验证结果表明在家政消费过程中, 家政消费者与家政从业人员之间的情感比较脆弱, 能否产生家政依赖取决于心理契约与经济帐户。一方面, 家政消费者可与家政从业人员签订个性化的家政服务合同, 明确家政职责, 双方建立心理契约基础。另一方面, 雇主需要培养家政服务从业人员的职业化思维。家政从业人员只有具备较强的职业化思维才能够平衡自己的情感, 在家政服务过程中自己付出了情感劳动获得认可, 并不能对等期待雇主付出相应的情感支持。如果雇主有意识将家政服务人员当作家庭成员, 容易给家政从业人员带来情感支持的期待, 这样反而不利于家政从业人员职业生涯的发展。

虽然在研究过程中, 尽量保持研究的科研性和研究结论的严谨性, 但本研究仍然存在很多不足。1) 对于家政服务依赖的测量。主要是依据场所依赖理论与渠道依赖理论进行测量。通过家政认同与家政依靠两个维度, 基本上能够反映家政服务消费者的家政依赖行为。依赖成瘾的消费行为并未在本研究范围内, 对于家政服务消费依赖成瘾的因素还有待于进一步验证。2) 实证数据收集的局限性。根据便利性原则, 根据配合程度获取调查样本, 最终得到有效问卷共

215 份。由于问项数比较多, 没有结合现场访谈, 数据质量受到一定的影响。3) 本研究所选取的数据属于横断面数据。家政服务依赖研究属于一种过程性的研究, 还是需要时间来验证的。由于时间、精力和资源的限制, 本研究仍然只选取了横断面数据作为实证检验的数据。

本研究引入了心理帐户作为中介变量, 论证并检验了这两个变量所构建的中介路径。根据对家政服务依赖结果变量以及心理契约前因变量的了解, 还有其他变量如服务信任感、获得感等也可用来解释心理契约与家政服务依赖之间的作用机制。本研究没有考虑理论模型成立的边界条件, 缺少了调节变量考虑。在调研中对家政服务消费者的工作年限、家庭收入有相应的数据采集, 但并没有将其作为控制变量进行处理, 在以后的研究中, 都可以将这些变量作为理论模型边界条件进行考量。

References

- Chen, C. H. (2019). *The employment relationship may be disappearing, how can organizations and individuals coexist and prosper?* CCH_chunnuanhuakai. [in Chinese]
- Emerson, R. M. (1962). Power-dependence relations. *American Sociological Review*, 27, 31-41.
- Hou, B. (2018). *Research on the demand level and satisfaction strategy of community home-based care service for urban elderly* [Doctoral dissertation]. East China Normal University. [in Chinese]
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1984). Choices, values, and frames. *American Psychologist*, 39(4), 341-350.
- Li, X. B. (2012). *Research on urban community-based service models for the elderly from perspective of welfare pluralism* [Doctoral dissertation]. Nanjing University. [in Chinese]
- Li, Y. (2018). *Research on news construction of "Nanny" from the perspective of framework theory* [Master's thesis]. Guangxi University. [in Chinese]
- Lu, F. F. (2019). *Research on exhibitor's loyalty of exhibition based on place attachment theory* [Master's thesis]. Zhejiang Gongshang University. [in Chinese]
- Luo, H. C. (2005). *An empirical study on the determinants of service loyalty: A psychological contract perspective* [Doctoral dissertation]. Nankai University. [in Chinese]
- Rousseau, D. M. (1989). Psychological and implied contracts in organizations. *Journal of Employee Rights and Responsibilities*, 2(2), 121-129.
- Rousseau, D. M. (1990). New hire perception of their own and their employer's obligations: A study of psychological contracts. *Journal of Organizational Behavior*, 11(5), 389-400.
- Sa, Z. H., & Zhang, M. J. (2020). Research on the living and working conditions of domestic workers in Beijing and Jinan: Finding from respondent-driven sampling surveys. *Journal of Chinese Women Studies*, (4), 56-72. [in Chinese]
- Schein, E. H. (1965). *Organizational psychology*. Prentice-Hall.
- Williams, D. R., & Roggenbuck, J. W. (1989). *Measuring place attachment: Some Preliminary Results*. USDA. <http://www.fs.usda.gov/rm/value/docs/nrpa89.pdf>

- Zheng, Y. (2017). *Research on the supply of the rural home-based care services for the elderly in Liaoning Province* [Doctoral dissertation]. Northeastern University. [in Chinese]
- Zhu, H. (2015). *The delivery mechanism of urban community services for the elderly-taking Hangzhou as an example* [Doctoral dissertation]. Zhejiang University. [in Chinese]



Name and Surname: Huihuang Liang

Highest Education: Doctoral Degree

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Business Administration



Name and Surname: Jiaojiang Luo

Highest Education: Doctoral Degree

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Social Psychology and Economic Sociology