

新员工社会化、 社会资本、 组织承诺关系研究

XIN YUANGONG SHEHUIHUA
SHEHUI ZIBEN
ZUZHI CHENGNUO GUANXI YANJIU

邢小明◎著

新员工社会化、社会资本、 组织承诺关系研究

邢小明 著



 **北京理工大学出版社**
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

版权专有 侵权必究

图书在版编目 (CIP) 数据

新员工社会化、社会资本、组织承诺关系研究/邢小明著. —北京: 北京理工大学出版社, 2012. 9

ISBN 978 - 7 - 5640 - 7023 - 6

I. ①新… II. ①邢… III. ①组织管理学 IV. ①C936

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 280875 号

出版发行 / 北京理工大学出版社

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (办公室) 68944990 (批销中心) 68911084 (读者服务部)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 保定市中华美凯印刷有限公司

开 本 / 710 毫米 × 1000 毫米 1/16

印 张 / 11

字 数 / 200 千字

版 次 / 2012 年 9 月第 1 版 2012 年 9 月第 1 次印刷

责任编辑 / 葛仕钧

印 数 / 1 ~ 1500 册

责任校对 / 周瑞红

定 价 / 32.00 元

责任印制 / 吴皓云

图书出现印装质量问题, 本社负责调换

前 言

2005年，我由于偶然的机会有幸担任了一个班的班主任，自此与学生毕业、就业、择业的事情联系得越来越多，尤其是在这个对就业工作高度重视的宏观环境下，每一个在学生工作岗位上的老师都很关注学生的就业择业问题。当一届又一届的学生走出校门之后，我们总是会听到学生更换工作的消息，对此心情十分复杂。一方面，在市场环境下，人才的流动是十分正常的事情；另一方面，这种高频率的流动对于毕业生来说无疑是一种成本和代价。那么，这种现象的背后到底有什么原因呢？

正是基于长期以来对此问题的关注和思考，后来在写论文的时候就确定了从大学毕业生的视角来研究组织承诺的问题。

显然，30多年的改革开放使我国企业的管理取得了明显的进步。尤其是在经济全球化的今天，在与国外企业的交流与互动之中，我们企业管理的规范化水平在日益提升。但是，在这个过程中，一些企业对员工的关心可能并未增加，一些活动平台不仅未增加，反而是逐渐被形式化，甚至被取消了，企业与员工的关系更多的是一种契约关系，而员工进入组织之后的主人翁责任感和归属感在逐步消解。

从世界范围来看，这个问题并非一个新问题。那么，从哪一个视角进行切入呢？首先，我感觉到文化是一个重要的因素。中国企业与国外企业存在的问题虽然有着相似性，但是在具有集体主义文化倾向的社会环境中，人们显然期待得到更多的关怀，期望更多地扮演被组织管理和支持的角色。其次，社会学的观点可能具有重要的借鉴意义。我们每一个人都不是独立存在的，都有被信任的需要，而且所处的社会位置不同，认知也会有所差异。再次，我们在考虑员工组织承诺的问题时，可能要综合考虑组织和员工个人行为的交互影响。组织所采取的管理方式和方法可能对有些员工是有效的，而对另外一些员工可能是无效的；而个人行为对组织管理策略到底有怎么样的作用也是值得考察和探索的。

经过一年多的思考和研究，有了一些初步的成果。我很愿意将这些微不足道的成果和关心此问题的人一起分享，哪怕只是引起人们的一点注意也可。

目前的这些研究尚处在新员工尤其是大学毕业生组织承诺研究的第一步，我

会继续关注毕业生的组织承诺问题，我也期待未来大学毕业生能够少走弯路，在自己人生的每一个阶段走得顺心顺意。

邢小明

目 录

1	绪论	(001)
1.1	研究背景和意义	(001)
1.1.1	研究背景	(001)
1.1.2	研究意义	(004)
1.2	研究内容与目的	(005)
1.2.1	研究内容	(005)
1.2.2	研究目的	(006)
1.3	研究思路	(006)
2	文献综述	(008)
2.1	组织承诺研究	(008)
2.1.1	组织承诺的内涵与维度	(008)
2.1.2	组织承诺的前因、结果及相关变量	(010)
2.1.3	组织承诺的测量	(014)
2.2	员工社会化研究	(015)
2.2.1	员工社会化的内涵与维度	(015)
2.2.2	组织社会化策略及其影响	(018)
2.2.3	员工主动社会化行为及其影响	(019)
2.2.4	组织社会化策略与员工主动社会化 行为的关系	(025)
2.2.5	组织社会化的测量	(027)
2.3	社会资本研究	(028)
2.3.1	社会资本的内涵与维度	(028)
2.3.2	社会资本的产生与影响	(031)
2.3.3	社会资本的测量	(036)

2.4 员工社会化、社会资本、组织承诺关系研究	(038)
2.4.1 员工社会化与组织承诺关系研究	(038)
2.4.2 社会资本与组织承诺关系研究	(041)
2.4.3 员工社会化与社会资本关系研究	(044)
2.5 现有研究的不足	(044)
3 研究设计与实施	(046)
3.1 主要概念界定	(046)
3.1.1 组织承诺	(046)
3.1.2 组织社会化策略	(046)
3.1.3 主动社会化行为	(047)
3.1.4 社会资本	(047)
3.2 概念模型	(048)
3.3 研究假设	(049)
3.3.1 初职大学毕业生社会资本与其 组织承诺的关系	(049)
3.3.2 组织社会化策略与初职大学毕业生社会资本、 组织承诺的关系	(051)
3.3.3 初职大学毕业生主动社会化行为与其社会资本、 组织承诺的关系	(055)
3.4 研究方法	(060)
3.4.1 问卷设计	(060)
3.4.2 变量测度	(062)
3.4.3 数据收集	(063)
3.4.4 分析方法	(063)
4 研究结果分析与讨论	(064)
4.1 样本特征分析	(064)
4.2 量表的信度分析	(065)
4.2.1 组织社会化策略量表信度分析	(065)
4.2.2 员工主动社会化行为量表信度分析	(068)
4.2.3 组织承诺量表信度分析	(069)
4.2.4 社会资本量表信度分析	(071)
4.3 量表的效度分析	(072)
4.3.1 组织社会化策略量表因子分析	(072)

4.3.2	员工主动社会化行为量表因子分析	(074)
4.3.3	组织承诺量表因子分析	(075)
4.3.4	社会资本量表因子分析	(076)
4.4	简单相关性分析	(077)
4.5	结构模型分析	(080)
4.5.1	初始模型构建	(080)
4.5.2	模型初步拟合	(081)
4.5.3	模型修正	(082)
4.5.4	模型效应分析	(088)
4.6	不同人口学组织学特征变量的差异研究	(089)
4.6.1	不同人口学组织学特征变量在组织社会 化策略的差异	(089)
4.6.2	不同人口学组织学特征变量在主动社会 化行为的差异	(091)
4.6.3	不同人口学组织学特征变量在社会资 本的差异	(096)
4.6.4	不同人口学组织学特征变量在组织承 诺的差异	(100)
5	中介效应分析	(107)
5.1	组织社会化策略与社会资本各维度关系检验	(107)
5.2	主动社会化行为各维度与社会资本各维度 关系检验	(109)
5.3	组织社会化策略与组织承诺各维度关系检验	(110)
5.4	主动社会化行为与组织承诺各维度关系检验	(111)
5.5	社会资本与组织承诺各维度关系检验	(112)
5.6	社会资本在组织社会化策略与组织承诺关系中中 介效应检验	(113)
5.7	社会资本在主动社会化行为与组织承诺关系中中 介效应检验	(118)
6	结论与展望	(121)
6.1	主要结论	(121)
6.2	对于企业组织的建议	(128)
6.3	创新之处	(132)

6.4 本研究的局限和未来展望	(132)
参考文献	(134)
附录 1	(151)
附录 2	(157)
致谢	(162)

新员工社会化、社会资本、组织承诺关系研究——以初职大学毕业生为例

1

绪论

1.1 研究背景和意义

1.1.1 研究背景

1.1.1.1 现实背景

在经济全球化愈益深入的新形势下，各国的经济联系更加频繁，企业与企业之间的竞争日益复杂和激烈。与技术、成本和新产品开发相比，人力资源具有难以模仿性，因而成为企业竞争优势的重要基础。在知识经济时代，知识和技术成为推动经济发展的主要力量，掌握知识和技术的人才在企业中地位日益突出，人力资源管理工作在企业管理活动中的地位和作用也日益突出，企业管理由科学主义进入人本主义时代。

在现代企业管理中，人才被视为具有内在建设性的潜力因素，是使企业生存与发展、始终充满生机和活力的特殊资源。企业不再把人置于严格的监督和控制之下，而是为他们提供创造各种条件，使其主观能动性和自身劳动潜能得以充分发挥。由于人才是生产力诸要素中的特殊要素，不仅是再生性资源、可持续资源，而且是资本性资源，因此人力资源管理的作用已被企业界提升到企业战略的高度，人力资源管理部门逐渐由原来的非主流的功能性部门，转而成为企业经营业务部门的战略伙伴。

由于人才成为企业生存和发展的决定性资源，如何保留员工并使之为企业努力工作成为建立人力资源优势的重要基础。一个企业的员工如果总是想着跳槽，或者

在企业里不愿努力工作，不去贡献他的智慧和力量，那企业人力资源优势就只能是水中月，镜中花。实践证明，那些追求高投入、高绩效和高承诺人力资源管理实践的公司，已经在长期内获得了较高经济回报。员工的忠诚为公司创造了重要价值，成为公司成长、利润和竞争优势的重要来源。只有员工与组织和同事具有良好的关系，拥有健康的工作态度，才能发挥最佳的工作状态，为组织提供最高的工作绩效；同时，只有组织保留住优秀的员工，才能激励他们在组织中继续发展、为组织持续地做出贡献。企业人力资源管理必须设法为员工创造一个适合他们所需要的劳动环境，使他们敬业爱岗，安于工作，乐于工作，忠于工作，并能积极主动地把个人劳动潜力和全部智慧发挥出来，为企业创造出更有效的生产经营成果。

新员工是企业的新生力量，是企业可持续发展的重要资源，其能力、技能和知识将是企业未来核心竞争力的重要组成要素。为了满足企业持续发展和新陈代谢的需要，为了创造和维持企业的人力资源竞争优势，许多企业时常招聘新员工。但是往往事与愿违，新员工的离职率普遍较高。因此，留住新员工是一个值得管理者 and 研究者重视的问题。据美世咨询《员工吸引和保留调研》发现，中国企业正在为如何留住人才困扰，都面临着或支付高薪、或招聘成本过高的难题，2005 年全行业离职率为 12.8%。分行业来看：制造业为 8.8%，化工业为 9.0%，消费品行业为 11%，高科技行业为 13.2%，医药行业达到 17.6%。前程无忧薪酬调查部在其发布的《中国企业员工离职率调查报告》（选取全国 26 个城市的 200 万个样本，同时对全国 300 多家企业的人力资源经理进行征询）中指出，2007 年、2008 年 19 个行业的平均离职率分别 22.3% 和 23.1%，在 2009 年员工离职率也达到 15.9%。而根据前程无忧所做的“个人跳槽意愿”调查结果来看，求职者的跳槽意愿并未减弱。2009 年 3 月份有 70% 的受访者表明有意愿跳槽，6 月份这个比例上升到 77%，而到了年底这个比例再次上升，高达 85% 的受访者表示会在 2010 年尝试跳槽。^① 调查也显示，尽管主动离职人数减少，但是员工对雇主的满意率却没有相应提高，而雇主对员工的满意度也呈现下降趋势。员工离职在几个特定工作年限里更容易出现。第一个离职高发期出现在初涉职场未满 2 年的时间段，主要受尝试性就业心理影响，当他们发现办公环境、人际关系、工作责任等不能适应时，便选择了离职。

大学毕业生是我国就业大军的重要组成部分。从个人观察来看，即便是在 2008 年下半年到 2009 年上半年这段时间，受国际金融危机影响中国经济形势和就业形势异常严峻，仍然有不少毕业生刚进入单位实习不久便主动离职。这也从另一个方面证实了新员工离职的多发性和易发性。自我国高等教育实施扩招制度以来，我国高等教育逐步步入大众化教育阶段，每年的大学毕业生人数众多。2008 年，全国应

① 蒋南桥：人才市场回暖 但最好的时机仍没来到。来自 <http://arts.51job.com/arts/05/372340.html>, 2009-10-15.

届毕业生达到 559 万人, 2009 年, 应届大学毕业生更是达到 611 万之众。^① 他们成为每年新增就业大军中的重要组成部分。大学毕业生是诸多企业员工招聘的主要对象, 是企业提升员工整体素质水平、提升人力资源质量的重要依靠力量, 他们对于企业而言具有现实和长期的双重意义。大学毕业生组织承诺状况会对企业的人力资源工作及长期发展战略具有一定的影响。大学毕业生的组织承诺状况会影响到他们的离职行为, 较高的离职率会使企业对招聘应届大学毕业生失去兴趣和信心, 会对新一届的大学毕业生就业工作造成负面的影响。因此, 以初职大学毕业生为研究对象, 具有较高的现实意义。

对于企业而言, 如果员工流失率过高, 企业将蒙受直接损失 (包括离职成本、替换成本、培训成本等), 新进员工的无效率及与其共同工作伙伴的无效率、将要离职员工工作上也降低效率及与其共同工作的伙伴也降低工作效率, 这影响到企业工作的连续性、工作质量和其他人员的稳定性。对于员工而言, 进入到一个企业是其职业生涯的一个起点, 这是所有的企业员工必须经历的一个重要阶段, 普遍的离职率偏高表明他们必须重新寻找新的工作岗位和工作机会, 必须努力适应新的工作环境。对任何企业来说, 过高的离职率都是一种危险的信号。要降低整个企业的离职率, 关键是控制新员工的离职率 (于然, 2007)。因此, 如何留住新员工, 发挥并提高他们的绩效, 已经成为企业管理和组织行为研究的重要课题。

1.1.1.2 理论背景

20 世纪 60 年代, 美国社会学家 Becker (1960) 在研究员工离职问题时, 首次提出了组织承诺的概念。Becker 认为, 随着对组织投入的增加, 员工将更可能继续留在该组织。组织成员常会比较自己对组织的贡献, 与从组织所获得报酬的关系。如果成员经过计算评估, 认为这种交换过程对自己有利, 那么个人对组织的承诺就会提高; 反之, 则对组织的承诺就会降低。此后, 组织承诺得到许多学者的重视, 成为企业管理研究领域的重要课题之一。Allen、Meyer、O'Reilly、Porter、Mowday 等众多学者从不同的角度对组织承诺理论进行了探索性研究。虽然学者们在“组织承诺”的定义上未完全形成一致的意见, 但在组织承诺对员工离职和缺勤的预测效果上则达成了共识 (Mowday, 1998)。在国内外研究中, 学者对于组织承诺对员工离职意图或离职行为的影响还进行了一些实证检验, 结果表明具有良好的预测效果。

影响员工组织承诺的因素众多, 如人口统计变量、个体差异、工作经历、选择与投资、领导风格等 (Meyer, Allen, 1991)。而对于新员工而言, 其组织承

^① 周济. 深入学习实践科学发展观, 全力以赴做好 2009 年高校毕业生就业工作. 来自 <http://www.moe.edu.cn/edoas/website18/15/info1228282811502315.htm>. 2009-10-15.

诺有着自身的特点。由于新员工进入企业后要经历一个组织社会化的过程,组织社会化常常对新员工的组织承诺具有重要影响。国内外一些学者对新员工组织社会化与组织承诺之间的关系进行了探索性和实证性研究。研究表明,不充分的社会化是新员工离职的主要动因之一(Fisher, 1986)。在研究组织社会化对组织承诺影响机制的过程中,研究者通常考虑组织适应或“员工—组织”匹配的中介作用。组织适应、员工—组织匹配主要是反映了新员工对工作任务、工作技能、自身角色的认识、理解和掌握。Bauer(2007)认为,在集体主义文化之中,组织社会化的成功可能是新员工融入团队或组织重要因素。中国是一个具有悠久文化传统的文明古国,以儒家文化为代表的民族文化仍然深刻地影响着中国人的思维方式与行为习惯。根据Hofstede的民族文化理论,中国的文化具有明显的集体主义特征。Chao(1990)的研究也表明,儒家思想价值观念在中国现代组织中仍然盛行。因此,从社会学和管理学的复合角度出发,以社会资本为中介变量,对中国文化背景下的企业新员工组织社会化对组织承诺的影响进行研究,具有一定的创新性和理论价值。对于企业管理者而言,本研究为他们留住新员工提供了另一种思路。

1.1.2 研究意义

1.1.2.1 理论意义

第一,进一步深化组织承诺理论。自20世纪60年代Becker提出组织承诺概念以来,国外学者对组织承诺理论进行了深入的研究。20世纪90年代中期以来,我国学者对组织承诺也进行了较为深入的研究。其中,有的学者发现组织承诺形成过程可以分为不同的发展阶段,也发现个人职业生涯发展阶段与组织承诺之间存在着一定的联系。因此,对初职大学毕业生组织承诺进行研究,有利于进一步明晰职业生涯初期(离职率最高的阶段之一)员工组织承诺的特点和规律,进一步丰富和发展组织承诺理论。

第二,进一步深化组织社会化理论。组织社会化是员工从“组织外的人”发展为“组织内的人”的过程,这个过程的成功程度对于员工的组织承诺而言具有十分重要的意义。现有研究注重的是员工组织社会化对员工在组织内的学习、组织适应、员工—组织匹配的影响,并进而对组织承诺的影响。对于员工在组织社会化过程中与组织内部原有员工的关系及其对组织承诺的影响缺乏研究。因此,从社会资本的视角出发,探索和研究新员工组织社会化的过程,有利于进一步明确组织社会化策略、员工主动社会化行为与新员工社会资本、企业社会资本的关系,进一步加深人们对于组织社会化过程的理解和把握,进一步丰富组织社会化理论。本研究也可以在中国文化背景下,对西方的组织社会化理论及测量工具的可靠性和有效性进行检验,这在一定程度上也将丰富组织社会化理论。

第三,进一步探索中国文化背景下组织社会化与组织承诺的关系。国外现有研究多关注新员工组织社会化对员工在组织内的学习、组织适应、员工—组织匹配的影响,并进而对组织承诺的影响。国内学者多对此进行实证研究和模型改良。但是重视组织社会化策略与组织社会化结果(如工作绩效、工作满意度、组织承诺等)之间关系的研究,而忽视对产生这些结果的过程进行探讨(李强,姚琦,乐国安,2006)。Bauer(2007)认为,在集体主义文化之中,组织社会化的成功可能是新员工融入团队或组织。中国是一个具有悠久文化传统的文明古国,以儒家文化为代表的民族文化仍然深刻地影响着中国人的思维方式与行为习惯。根据 Hofstede 的民族文化理论,中国的文化具有明显的集体主义特征。因此,从社会学和管理学的复合角度出发,以社会资本为中介变量,对中国文化背景下的企业新员工组织社会化对组织承诺的影响进行研究,具有一定的创新性和理论价值。这对于国内外学者进一步深入了解中国知识型新员工的组织社会化、社会资本和组织承诺都具有一定的价值。

1.1.2.2 实践意义

通过对中国企业中初职大学毕业生组织社会化和组织承诺关系的研究,可以为企业管理者提高初职大学毕业生组织承诺水平,降低他们的离职率,提高他们的贡献,提供一定的借鉴。从员工群体特征来看,目前我国大部分大学毕业的新员工都出生于 20 世纪 80 年代,他们具有独立价值观、富有创造性、情绪变化大等特质。他们的传统职业道德观念很淡薄,强调自我实现,流动性很强。因此,如何从组织社会化的视角帮助企业新员工和改制后的企业员工更好地适应组织,充分调动员工的工作积极性,稳定员工队伍以提升企业竞争力,是摆在我国企业管理者面前的一项重要任务。通过对新员工组织社会化、社会资本和组织承诺关系的研究,可以发现有利于增进员工社会资本、提升员工组织承诺水平的组织社会化策略和员工主动社会化行为,可以为企业进一步做好人力资源管理工作提供借鉴,这是本研究的实践意义之所在。

1.2 研究内容与目的

1.2.1 研究内容

Bauer 等(1998)在其组织社会化相关研究之中指出,在不同的文化背景下,组织社会化的成功标准可能有所不同,在一个高度集体主义的文化环境中,融入团队或组织可能是成功的标志,而在一个个体主义的文化环境中,任务绩效

可能是一个更加合适的指标。本研究围绕新员工组织社会化、社会资本、组织承诺的关系展开，着力解决以下几个问题：

- (1) 企业采取的组织社会化策略与初职大学毕业生组织承诺之间是何关系？
- (2) 初职大学毕业生主动社会化行为与组织承诺之间是何关系？
- (3) 初职大学毕业生社会资本与组织承诺之间是何关系？
- (4) 初职大学毕业生社会资本在企业组织社会化策略与新员工组织承诺之间有何作用？
- (5) 初职大学毕业生社会资本在其主动社会化行为与组织承诺之间有何作用？
- (6) 在初职大学毕业生组织社会化的过程中，如何进一步提高其组织承诺水平？

1.2.2 研究目的

在中国文化背景下，开展初职大学毕业生（大学毕业一年以内的在岗职工）组织社会化、社会资本与组织承诺关系的研究。通过研究，探索企业组织和初职大学毕业生在组织社会化过程中如何相互作用，并通过社会资本的中介作用，影响初职大学毕业生的承诺水平和离职倾向，建立以社会资本为中介变量的组织社会化与组织承诺关系模型；同时，根据这个理论模型的启示，从社会资本的视角提出改进初职大学毕业生组织社会化策略，促进个人社会化行为，提高承诺水平，降低其离职倾向的对策化建议。

1.3 研究思路

本研究共分六部分，结构具体如下：

第1章：绪论。在这一部分将主要介绍本研究的背景和意义，研究的问题和目的，本研究主要概念的界定，本研究的基本程序。

第2章：文献综述。在这一部分笔者对于组织承诺、组织社会化、社会资本及其之间相互关系的相关文献进行评述，为下一章的研究设计打下基础。

第3章：研究设计与实施。在文献综述的基础上，确定本研究的研究框架、研究假设、研究对象、研究方法及实施程序。本研究将通过深入研读文献，编制开放式问卷调查，确定我国企业初职大学毕业生组织承诺、组织社会化策略、主动社会化行为、社会资本的预试问卷，并在统计分析的基础上，通过因子分析确定正式量表。本研究将以江西财经大学、南昌航空航天大学、九江学院的部分2009届大学毕业生及其同事为主要施测对象，主要考虑的人口

特征变量包括性别、职位、学历、在现工作单位工作时间、月收入、工作岗位，组织特征变量包括工作单位性质、工作单位规模。

第4章：研究结果分析与讨论。本章将在文献综述和研究假设的基础上，利用统计分析软件，进行样表特征分析、量表信度检验、效度检验、简单相关性分析和结构方程建模分析，对整体模型进行检验和修正。

第5章：中介效应分析。对前文提出的社会资本各维度中介效应进行检验。探索初职大学毕业生组织社会化与组织承诺关系的影响路径。

第6章：结论与展望。总结研究结论，分析研究发现。同时，对本研究的创新之处予以总结，对不足进行剖析，为后续研究提供建议借鉴。

本研究基本框架图，见图1.1。

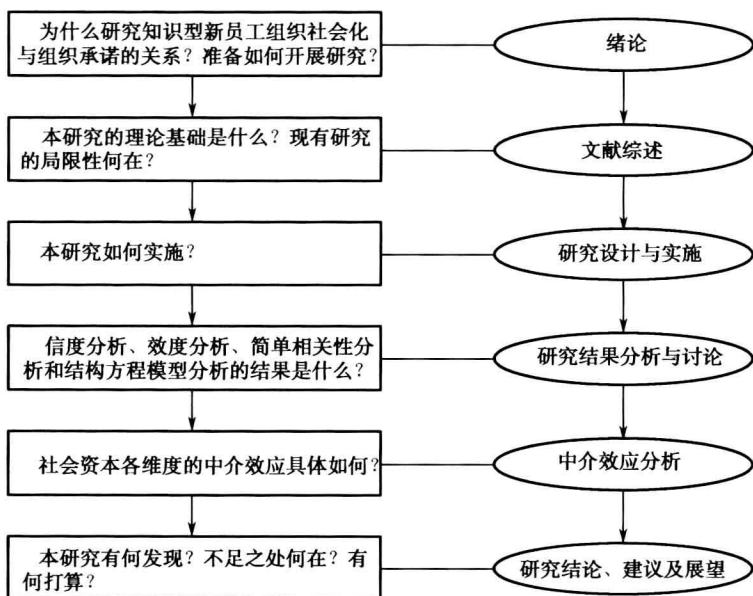


图 1.1 本研究基本框架

2

文献综述

2.1 组织承诺研究

本节将从组织承诺的内涵与维度，组织承诺的前因、结果变量以及组织承诺的测量三个方面对组织承诺研究进行回顾。

2.1.1 组织承诺的内涵与维度

对于“组织承诺”的定义及其内容，学者之间的看法不一致，不同的学者基于不同理论学派与本身的研究需求给予组织承诺不同的定义，作出了不同的分类。Morrow（1983）声称至少有 25 种以上关于组织承诺的概念。

在组织承诺研究早期发展中，逐步形成了两种基本观点，一是行为说，一是态度说。行为说的代表人物是 Becker、Salancik、O'Reilly 等，其思想源于 Becker 提出的组织承诺思想。Becker（1960）认为，随着对组织投入的增加，员工将更可能继续留在该组织。组织成员常会比较自己对组织的贡献，与从组织所获得报酬的关系。如果成员经过计算评估，认为这种交换过程对自己有利，那么个人对组织的承诺就会提高；反之，则对组织的承诺就会降低。这种交换性观点的理论基础是社会交换理论与公平理论。O'Reilly 等（1986）认为：组织承诺反映了员工与企业的“心理契约”，是顺从、认同、内化 3 种成分不同程度的混合。顺从反映了用来得到奖赏（回报）的一种应付性的行为；认同反映了雇员被组织的价值和目标所吸引，而想保持与组织的关系；内化反映了雇员因为自己的价值观和目标与组织的保持一致时而表现出的行为。行为说关注的是员工被某一组织锁定的过程，研究的重点是识别同一行为模式得以重复的条件，以及这种行为对态度变化的效应（Meyer 和 Allen，1991）。

态度说的代表人物主要有 Buchanan、Porter、Wiener 等。Buchanan（1974）、Porter（1974）、Wiener（1982）等对组织承诺进行了重新定义。他们认为“承诺”是个人对组织的一种态度或肯定性的内心倾向，它是个人对某一特定组织感