

朱少英 / 著

双向承诺视角下 知识型员工管理

——理论与实证研究



SHUANGXIANG CHENGNUO SHIJIAO XIA
ZHISHIXINGYUANGONG GUANLI
LILUN YU SHIZHENG YANJIU



经济科学出版社

本著作得到山西大同大学出版基金资助

双向承诺视角下 知识型员工管理

——理论与实证研究

朱少英 著

经济科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

双向承诺视角下知识型员工管理——理论与实证研究 /
朱少英著. —北京:经济科学出版社,2009.3

ISBN 978 - 7 - 5058 - 7959 - 1

I. 双… II. 朱… III. 企业管理:人事管理 - 研究
IV. F272.92

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 020821 号

责任编辑:龚 勋 吴鹏昊

责任校对:徐领柱

版式设计:代小卫

技术编辑:王世伟

双向承诺视角下知识型员工管理

——理论与实证研究

朱少英 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址:北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编:100142

总编室电话:88191217 发行部电话:88191540

网址:www.esp.com.cn

电子邮件:esp@esp.com.cn

北京中科印刷有限公司印刷

华丰装订厂装订

787×1092 16 开 19 印张 260000 字

2009 年 3 月第 1 版 2009 年 3 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5058 - 7959 - 1 定价:36.00 元

(图书出现印装问题,本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

目 录



第1章 引 言 / 1

- 1.1 研究背景 / 1
- 1.2 研究意义与主要创新点 / 7
- 1.3 基本概念界定 / 11
- 1.4 本书的主要内容 / 17

第2章 知识型员工及其管理问题 / 19

- 2.1 知识型员工的主要特征 / 19
- 2.2 知识型员工的价值及其形成 / 25
- 2.3 知识型员工管理面临的主要问题 / 31

第3章 知识型员工管理变革 / 45

- 3.1 知识型员工管理的思想变革 / 45
- 3.2 基于心理契约的知识型员工管理 / 50
- 3.3 基于组织承诺的知识型员工管理 / 53
- 3.4 基于雇主承诺的知识型员工管理 / 55
- 3.5 基于双向承诺的知识型员工管理 / 58

第4章 知识型员工雇主承诺形成机制

- 知识型员工组织支持感形成 / 61
- 4.1 组织支持的理论基础 / 61

- 4.2 组织支持的相关研究 / 66
- 4.3 知识型员工组织支持感的形成 / 70
- 4.4 研究设计 / 81
- 4.5 结果分析 / 86
- 4.6 结论 / 90

第5章 知识型员工组织承诺形成机制 / 92

- 5.1 迈耶和艾伦的三维度组织承诺评介 / 92
- 5.2 尹恩的组织承诺形成机制研究 / 98
- 5.3 不同背景下组织承诺量表的有效性 / 102
- 5.4 组织承诺测量量表的修订 / 111
- 5.5 知识型员工组织承诺的形成机制 / 120
- 5.6 结论 / 139

第6章 知识型员工雇主承诺与组织承诺的关系 / 142

- 6.1 知识型员工双向承诺的提出 / 142
- 6.2 知识型员工双向承诺间关系的理论模型与假设 / 143
- 6.3 研究设计 / 151
- 6.4 研究结果 / 155
- 6.5 结论 / 163

第7章 组织支持对知识型员工流失的影响 / 166

- 7.1 知识型员工流失问题的提出 / 166
- 7.2 研究设计 / 169
- 7.3 组织支持对流失倾向的预测结果 / 171
- 7.4 组织支持与其他相关变量对流失倾向预测的比较 / 172
- 7.5 组织支持影响知识型员工流失的作用机制 / 178
- 7.6 研究结果分析 / 182
- 7.7 结论 / 185

第 8 章 组织承诺对知识型员工流失的影响 / 186

8.1 员工流失研究现状 / 186

8.2 理论模型构建 / 189

8.3 研究设计 / 197

8.4 研究结果与讨论 / 199

8.5 结论 / 209

第 9 章 双向承诺对知识型员工工作绩效的影响 / 211

9.1 双向承诺对知识型员工工作绩效影响的理论模型 / 211

9.2 研究设计 / 221

9.3 组织支持对知识型员工工作绩效的预测作用 / 225

9.4 组织承诺对知识型员工工作绩效的预测作用 / 228

9.5 双向承诺影响工作绩效的具体机制及模型检验 / 233

第 10 章 知识型员工有效管理对策 / 244

10.1 知识型员工管理的总原则 / 244

10.2 基于组织承诺的知识型员工流失控制 / 247

10.3 基于组织支持的知识型员工工作绩效管理 / 258

附 录 / 267**参考文献 / 274****后 记 / 294**

第1章 引言

1.1 研究背景

21 世纪人类进入了一个以知识为主宰的全新经济时代,随着知识经济的发展,富有创造性的知识型工作将成为新经济时代主要的工作形式,知识型员工成为企业创造和保持核心竞争能力的关键要素。企业之间的竞争,知识的创造、利用与增值,等等,最终都要依靠知识的载体——知识型员工来实现。由于知识技术等智力资本在组织中的重要性迅速提高,而知识技术等智力资本相当程度上被掌握在知识型员工手中,尤其是对于高科技企业而言,知识型员工的去留和工作态度会直接影响到企业的绩效,甚至是生死存亡。所以,加强知识型员工管理成为组织面临的重要现实问题,也是现代企业可持续发展的一个核心问题。

1.1.1 社会背景

随着经济全球化、一体化步伐的加快和科学技术的飞速发展,企业竞争由传统的物质资源和低级市场竞争转化为以知识型员工为基础的核心能力竞争。以知识型员工为载体的人力资本正在成为决定企业保持竞争优势和促进持续发展的关键生产要素。在知识经济时代,由于物质资本在生产过程中的作用逐渐下降,以知识型员工为载体的人力资本的重要性不断提升,传统的员工——组织关系也随之发生了显著变化,员工不再像工业社会那样依附资本,其地位不断提高。无论是管理实践还是学术研究,对员工的地位认识已由简单的人力转变为人力资本。

在机器大工业时代,企业的竞争主要表现为生产技术和机器设备的竞争。当时只要有先进的技术和设备,企业就可以获得高额的利

润,而人只是机器设备的附属品,于是员工被称为人力,其地位较为低下。企业为了降低成本,千方百计地降低人力成本,这在当时的历史条件下还是有一定的合理性的。但随着经济社会的不断进步,随着企业外部竞争环境的不确定性增加,员工的专业能力、积极性和创造性在企业竞争中的决定性日益突出,人才逐渐取代机器成了获得竞争优势的首要因素,企业之间的竞争最终演变成了人才的竞争。那些把员工当成人力、看做成本的企业很快便被竞争所淘汰,而那些真正把员工当成资源来进行投资开发的企业则因为人力资源的高增值性而获得了远大于投资其他资源所能带来的高回报。于是,员工不再被看做人力而是被看成人力资源,而且是第一资源,“以人为本”成为企业的共识。

员工地位的变化,使得企业不得不重新审视员工的管理,因而,知识型员工管理就成为人力资源管理实践面临的新课题。

首先,知识型员工以脑力劳动为主,脑力劳动具有内隐性、复杂性、创造性和自主性等特点。由于知识型员工劳动的特殊性,他们的工作过程往往难于监控,工作结果也很难衡量。知识型员工的工作过程是复杂的大脑思维过程,不受时间和空间的限制,也不具备确定的步骤和流程,内隐性、复杂性和创造性很强,局外人很难窥视和监控。其劳动成果大都是智力成果,它的成本和价值具有很大的模糊性,难以用货币手段进行准确合理的衡量。所以,知识型员工的工作绩效难以监督。

其次,知识型员工劳动具有自主性,这一特点决定了知识型员工的心理和行为具有其独特性,其个性特点之一就是较强的自主意识。他们每个人都具有独立自主的要求,能力越强自主意识越强。他们往往拥有某种生产手段意义上的技能,他们不愿意接受上司严格的程序化指示和控制,而是希望得到充分的信任,自我引导、自我尝试,单纯依靠权力来控制这样的群体显示出效率低下。

最后,随着我国经济体制改革进一步深化,劳动人事制度改革的不不断推进,传统的刚性用工体制被打破,再加上区域经济发展不平衡,

知识型员工的流动性增强,知识型员工的流失成为当前和今后一种普遍现象。所以,从管理实践的角度看,知识型员工流失也已成为阻碍许多企业进一步发展的重要因素,是企业直接面临的一个严重现实问题。对于一个企业而言,知识型员工流失不仅与改革开放这一历史大背景作用下就业观念变化有关,也与企业自身内部管理有关(谢晋宇,1999)。知识型员工的流失会给企业带来许多不利影响,突出表现在流失带来的成本上,这些成本包括显性成本(招聘、培训、流失前后生产效率的损失等)和隐性成本(低落的士气、企业声望的降低、职位链的损害、丧失的机会等)。尤其是核心技术和商业机密的流失成本会非常大,企业会因流失的员工将核心知识转移到竞争对手那里而丧失竞争优势。因此,如何防止知识型员工流失并提高工作绩效成为企业人力资源管理的重点和难点。

对于被高知识型员工流失所困扰的组织来说,渴望找到解决问题的方法,建立起有效的知识型员工保持策略,并且不断提高知识型员工的工作绩效水平,这两方面的现实需要显得非常重要。知识型员工保持策略与绩效水平提高的基础是准确把握其流失原因的内在规律性,以及工作效率的促进因素。

1.1.2 理论背景

面对知识型员工流失和工作绩效等管理问题,学术界从各个角度作了较为广泛的理论研究,取得了不少有价值的成果。然而,面对纷繁复杂的可能因素,如何准确把握知识型员工流失原因的内在规律性,深入刻画影响知识型员工流失的决定因素以及流失的形成过程,揭示知识型员工流失倾向,以及转换思想,寻找知识型员工工作绩效水平提高的促进因素及其作用机制,仍然是学术研究的一个重要课题。

由于时代大背景和知识型员工的特殊性,传统的以经济契约为基础的管理方式和行为激励方式已经不能适应知识型员工的新特点。完全通过具有法律约束力的经济契约管理知识型员工,既不可能也不现实,因为知识型员工不仅具有人的属性,而且有其独特的心理和行

为特征,促使他们实现自我约束和自主管理就显得非常必要。所以,重新审视组织的各项管理措施对员工心理、行为所产生的影响,研究知识型员工的非经济契约管理,培养知识型员工对于组织的忠诚,以便让他们提高对组织忠诚度和组织承诺度,留在组织内工作,并自觉、自愿、自发地投入自己的身心和智慧,展现自己的才能,创造理想的工作绩效一直是理论研究关注的重要问题。

事实上,组织与员工的关系问题一直是众多管理学者所关注的重要方面,早期较具代表性的理论主要有泰勒、巴纳德、麦格雷戈等人的相关理论。泰勒主要从利益方面阐述了企业与员工的关系。他认为,“资方和工人的紧密亲切和个人之间的协作,是现代科学或责任管理的精髓”。二者关系的真正基础在于相信两者的利益是一致的,企业获利的大小与员工获利的大小成正相关。除非员工也一样富起来,否则雇主的富裕就不会长久。巴纳德认为,组织是有意识地协调两个以上的人的活动或力量的一个体系。组织由人组成,组织中每个人都有其个人的需求。如果要求成员对组织作出贡献,组织必须对他们提供诱因以满足个人需求。诱因不仅包括金钱等物质的因素,而且包括威望、权力、参与管理等社会因素,这些诱因和贡献必须保持某种程度的平衡,才能使组织中的成员有相应的合作意愿,组织目标才能实现。否则成员的贡献就会减少,甚至会退出组织。

目前,基于社会交换理论的员工—组织关系研究是学术界的一个趋势,相关研究主要集中于员工的心理契约、组织承诺和组织支持方面。从可查阅的文献上看,学术界的理论研究主要从心理契约和组织承诺研究逐渐向领导—成员变换和组织支持感方面逐步深入演进。

心理契约是较早探索员工—组织关系的心理、行为理论。由于心理契约研究对组织维护与改善心理契约的实践活动具有重要现实意义,所以,国内外学者从心理契约视角研究员工心理契约的形成过程及违背。鲁索(Rousseau, 2003)提出,心理契约贯穿于员工招聘、培训、绩效考核等人力资源管理活动的全过程,提高和维持员工技能以

及激励他们努力工作,都需要建立合适的心理契约。

组织承诺研究在 20 世纪 90 年代成为组织行为学、工业心理学领域研究的热点之一,大量的研究表明,组织承诺在预测一些重要的个体结果和组织结果方面(如员工流失倾向、工作绩效、组织公民行为)是非常重要的和有效的[迈耶·艾伦(Meyer&Allen,1997)]。莫戴(Mowday,1998)指出,对组织承诺的形成机制、行为结果等进行系统的研究对于个人、组织和社会都有重要的意义。如员工高的组织承诺将使他们更易于接受与工作相关的内在激励(如工作满意度、与同事的关系)和外在激励(如工资和福利),对于组织来说,高承诺度的员工,更愿意为组织的目标和利益投入自己的精力和时间。从更宏观的角度看,社会也将因高承诺的员工带来的更高的生产率和更低的员工流动率而受益。

随着组织中的人变得越来越重要,组织愈发要求组织中的成员具有多方面的能力以及对工作的投入和对组织的责任心。随着组织的扁平化和决策权的下移,员工承担了更多的决策责任以及管理自己行为的权利,在这种情况下,员工的忠诚变得更加重要。随着技术的发展,许多简单的工作由电脑和机器来完成,而由人来完成的工作是那些需要更高的知识和技能的。对人进行培训需要大量的投资,而受过培训的员工变得更加的具有市场价值,这也更加需要员工的忠诚,所以,组织更加需要员工的承诺。因此,研究知识型员工个体对于组织的态度,对于在自身与组织之间关系的认识也发生了根本性的变化的情况下,员工是如何认识自身与组织的关系的,这种关系是如何发展起来的,以及对于组织和个体的影响如何,不仅会深化组织承诺领域的研究,而且无论对于组织还是员工也是非常有价值。

组织支持是链接心理契约和组织承诺的纽带,组织支持和组织承诺分别会影响到员工的工作态度和工作效率。其中,对于员工组织支持感(雇主承诺)的研究,有助于克服以前那种单方面强调员工对组织的承诺而忽视或很少关注组织对员工承诺的局限性。其重要意义在于,强调组织对员工的关心和支持是导致员工愿意留在组

织并为其努力工作的重要原因。也就是说,先有组织对于员工的雇主承诺,然后才有员工对组织的组织承诺。组织承诺是传统组织行为学和人力资源管理中较为重视的一个状态变量,其形成有着复杂的内在心理和行为机制。员工组织支持感(即雇主承诺)概念的引入,以及与工作绩效、流失倾向等行为效果变量的关系研究,正是组织行为研究不断走向深入的具体体现。基于人本和情感管理的思想和理念,包括创造良好工作环境,以正确的目的引导人,进行个性化管理,帮助员工实现理想、目标和愿望的达成,善待员工,关心和尊重员工,用人所长,发挥员工潜能等具体要素,正是组织支持研究的重要内容。

但是,最新的研究表明,大多数文献只是从单一视角研究知识型员工与组织的关系,鲜见从雇主承诺和组织承诺双重视角全面深入研究知识型员工与组织的关系,而从单一角度进行的员工—组织关系研究没有同时考虑社会交换双方的感受,难免有失偏颇。由于受到自身的立场、角度和其他社会心理因素的影响,员工对双方责任及其履行的看法必然与组织代理人不同,双方在这方面很可能存在认知差异。事实上,莱斯特(Lester, 2002)和波特(Porter, 1998)已研究发现员工—组织关系认知差异的确存在,而且对员工的绩效和组织承诺有消极的影响。组织承诺研究忽略了员工对组织的看法,因此,员工—组织关系研究发展的方向是进行双向视角的研究。

综合上述分析可以发现,学术界对员工—组织关系的研究起步较早,取得了丰硕的成果,但仍有一些问题需进一步研究,主要是缺乏较成熟的双向视角研究。同时,相对于中国企业员工—组织关系的深刻变化,国内理论界的相关研究比较滞后。因此,基于双向承诺视角(即雇主承诺和组织承诺),通过对大量理论和实证文献的深入剖析,结合员工视角和组织视角的相关研究,提出双向视角下的员工—组织关系理论模型,并通过实证研究对理论模型加以验证,必将进一步丰富和发展员工—组织关系理论。

1.2 研究意义与主要创新点

1.2.1 研究意义

从理论上看,此项研究以知识型员工为对象,从雇主承诺(组织支持)和组织承诺双重角度切入,一方面,将进一步加深对组织承诺形成机制、行为结果的认识和理解;另一方面,克服了传统的研究大多着眼于员工对组织的付出,即单纯地研究组织承诺的片面性,考虑雇主承诺,从而为理论研究提供了一个新的视角,即双重视角。也就是说,有效地管理知识型员工,不仅要考虑员工的组织承诺,还要考虑组织对员工的组织支持,即雇主承诺,二者是紧密相关的。

具体而言,进一步深化和拓展了组织承诺的相关研究。首先,本研究从总体上来说,是一个跨文化的验证研究,这会进一步深化不同文化背景下的组织承诺的研究。组织承诺的研究是在北美的文化背景下发起的,它的测量工具也是在这个背景下开发出来的,大多数研究也是在英语语系的国家进行的。但是,组织承诺是一种心理现象,有着很强的文化背景依赖性,相同的行为和现象在不同的文化和背景下往往会有相当不同的个体反应与认识。中国一向被认为是东亚儒家文化的代表,几千年的文化源远流长,这种潜移默化的文化滋润和熏陶必然对人们的行为和思想产生极大的影响。同时,中国特殊的改革开放背景又参与进来,一方面打破传统的影响,另一方面又夹带着外来的文化融入这个大文化之中,因此,在中国进行员工心理和行为的研究必然会进一步加深对相关概念的理解和认识,对于组织承诺概念以及测量工具的跨文化的普适性、对于文化对组织承诺的形成以及员工行为的影响,都是一个检验和发展。其次,本研究又是在中国特定的文化背景下展开,在组织承诺的测量、生成机制以及结果影响三个方面都做积极的探索,不但力图辨析出中国文化背景下的特殊因素,而且对概念的界定、组织承诺生成的中间机制以及组织承诺对组织和个人的影响都做了延伸和深化,这是对组织承诺整体研究的一个发展。

同时,考虑组织支持,是将基于社会变换理论的员工关系和内在激励研究的进一步深化。因为,基于社会变换理论的员工——组织关系和内在激励研究是目前学术界的一个研究热点,但是,相关研究主要局限在心理契约和组织承诺方面,对组织支持的研究有助于相关研究的进一步深化和推进,有利于克服片面强调员工的组织承诺而忽视雇主承诺的局限性。另外,在中国文化背景下,探讨知识型员工组织支持结构维度,研究中国企业知识型员工组织支持感的心理特点,必将进一步丰富和发展组织支持理论。

从实践上看,组织承诺和雇主承诺的研究无论对于组织还是个人都是非常有意义的,从企业的角度,低的组织承诺和雇主承诺会导致高的流失率,对企业的效益和效率造成损失,高的组织承诺和雇主承诺不仅会直接导致员工忠于组织,而且直接导致知识型员工工作绩效提高,从而为企业的发展作出积极的贡献,提高企业的核心能力;从知识型员工个人角度,高的组织承诺和雇主承诺会对个人的生活和工作产生积极影响。

从一些高科技企业的实际看,高的组织承诺会导致直接的绩效,为企业塑造和保持核心能力。赖克斯(Reichers,1990)研究了很多企业关于员工的战略,他发现,那些力求吸引、发展和保持员工的企业确实通过对员工的承诺而获得了竞争的优势。同样,佩弗(Pfeffer,1998)认为,追求高投入、高绩效、高承诺管理的企业更能获得长远的经济回报,因为以人为中心的战略是竞争优势的重要来源。一些研究者在实证研究中也确实发现了一些特定的以人为中心的人力资源管理手段与组织承诺之间的关系。

此外,低的组织承诺会导致高的流失率,高员工流失率会降低企业的运行效率和生产率。高新技术行业的特点决定了高新技术企业主要的目标是如何快速响应客户的需求,并高质量地将客户的需求转化为产品或服务。高新技术企业对员工基本技能上的要求相对传统行业一般要高,新员工加入企业后,往往需要经过某种形式的培训,掌握岗位必需的技能后才能胜任工作。由于这种工作上的技能壁垒,使

得企业在劳动力市场上找到合适的员工变得困难,尤其是知识型员工更是如此。如果在高新技术企业存在高的员工流失率,那么正常的开发或其他工作流程会因为员工流失而不断被打断,会带来一系列的问题:有经验的员工变得稀缺,而新加入的员工需要经过一段时间的磨合才能融入到已有的工作小组中,等等,这使得高新技术企业在当今竞争激烈的市场上赖以存活的生命线——提供快速响应和高质量的产品以及服务变得难以实现。总之,员工流失会对高新技术企业的运行效率造成很大的威胁,高员工流失率不仅会使高新技术企业的目标难以实现,而且会带来直接的成本损失。假如高新技术企业可以减少员工流失的发生,那么企业的生产率无疑会明显得到改善。

同时,研究组织支持有助于管理人员观念转变和服务意识的提高。因为,传统的大量组织行为研究基本上均着眼于员工对组织的付出,即单纯地研究组织承诺。而雇主承诺的研究为我们提供了一个新的视角,它提醒管理者,员工的付出与组织和管理人员的付出是密切相关的,要想提高员工的工作绩效,管理人员首先要提高自己的服务意识,为员工提供尽可能的协助和支持。研究组织支持也有助于增进知识型员工的工作绩效。因为,研究知识型员工不同维度的组织支持对工作绩效的预测作用与效果,能够找出主要问题,有助于采取有针对性的应对策略,提高工作绩效。有助于员工离职行为的控制和预防,减少消极怠工和离职率。深入探讨组织支持影响工作绩效、离职倾向等因素的具体机制和心理模型,对于揭示知识型员工组织行为的内在心理规律,提高管理科学性具有重要指导作用。

总之,从双向视角研究知识型员工组织支持和组织承诺的相关规律,不仅对于进一步深化学术研究具有重要意义,而且能为实际人力资源管理提供参考。

1.2.2 主要创新点

本书主要取得了以下创新性成果:

1. 深入研究了知识型员工组织支持形成的影响因素。通过文献

探讨,构建了组织支持感形成的影响因素模型以及上级支持和同事支持的影响因素模型,并且通过问卷调查获取数据,对所构建的理论模型加以实证检验,得到了中国文化背景下实际影响知识型员工组织支持感形成的三类主要因素:社会支持(上级支持和同事支持),组织因素(组织公平、职业成长度和晋升机会),工作氛围(工作自主性和工作参与度)。

2. 在中国文化背景下,系统验证了迈耶和艾伦(1997)的三维度组织承诺量表,对一些因子负荷值偏低的量表进行了修订和改进,结合内容精确度分析和定性研究,对三维度组织承诺量表进行了筛选,增加了10个新的测量项目。以尹恩(Yoon,2002)的模型为基础,结合实地访谈,引入了职业成长度、上司忠实度和工作参与度三个在中国知识型员工组织承诺中表现出来的变量,构建了知识型员工组织承诺形成机制模型,并且以我国高科技企业员工为样本,对模型进行实证检验,较好地解释了知识型员工组织承诺的形成机制。

3. 通过相关分析和回归分析,研究了组织支持与组织承诺及其三个维度之间的相关关系和组织支持对组织承诺及其三个维度的解释力。通过引入工作满意度作为中介变量,构建了组织支持对组织承诺的作用机制,并验证了作用路径的有效性。

4. 探讨了组织支持对知识型员工流失的影响及其作用机制。根据理论分析、相关实证研究的结论和实际个案访谈,选择了组织支持、工作满意度、组织承诺等因素,对这些因素与知识型员工流失倾向进行相关分析和回归分析,发现了组织支持的四个维度均与知识型员工流失倾向存在显著负相关关系。当四个维度的组织支持作为自变量同时进入回归模型时,情感性支持对于流失倾向具有显著的预测作用。同时,建立了组织支持影响知识型员工流失的结构方程模型,并对模型进行了实证检验,研究结果表明,组织支持对知识型员工流失倾向的作用机制是通过组织承诺实现的。

5. 以普赖斯(Price,2000)模型为基础,选择第5章中具有显著预测效果的变量,并引入工作满意度、工作寻找行为作为中介变量,构建

了基于组织承诺的知识型员工流失动因模型,对模型进行了实证检验。结果表明,理论模型中所有的决定量对中介变量和因变量的正负影响以及中介变量对因变量的正负影响和模型的假设是相符的,模型对于数据具有可接受的拟合度。对于模型中的因变量和中介变量来说,足够大的方差变异在模型中得到了解释,尤其是流失倾向,可解释的方差变异达到了58%。

6. 以组织承诺为中介变量,构建了关于组织支持、工作满意度、组织承诺与工作绩效4个变量之间相互作用的结构方程模型。通过问卷调查获取数据,对所构建的结构方程模型进行了实证检验。结果表明,结构方程模型整体上具有较好的拟合度,除了假设4不显著以外,其余路径关系与理论假设是一致的。说明了组织支持对于知识型员工的工作绩效的影响是存在的,但直接影响并不显著,必须通过工作满意度和组织承诺来发挥作用。

1.3 基本概念界定

1.3.1 知识型员工

知识型员工的概念最早由美国管理学家彼得·德鲁克(Peter Drucker,1999)提出,主要是指“那些掌握和运用符号和概念,利用知识或信息工作的人”,“他们生产的不是物质产品,而是知识和思想”,“他们是一种全新意义上的资源”。加拿大著名咨询师弗朗西斯·赫瑞比(Francis Horibe,2000)认为,“知识型员工就是指他们的智慧所创造的价值要高于其动手所创造的价值”,知识型员工和非知识型员工的主要区别在于知识型员工可以通过自己的智慧使价值得以实现。国内有学者认为,知识型员工的界定存在广义和狭义的区别。广义的知识型员工或知识工作者是与体力工作者相对应的概念,它泛指那些以脑力劳动为主的企事业单位员工。狭义的知识型员工是指具有较高文化程度,进行信息收集、信息加工和信息处理,劳动过程和劳动成果具有一定创造性的员工。按照这种理解,一般事务性脑力劳动者,