

中国情境下的 员工组织承诺研究

The Study on Organizational Commitment
under Chinese Cultural Context

刘小平 / 著



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

中国情境下的 员工组织承诺研究

The Study on Organizational Commitment
under Chinese Cultural Context

刘小平 / 著

图书在版编目(CIP)数据

中国情境下的员工组织承诺研究/刘小平著. —北京:
社会科学文献出版社, 2012. 6

ISBN 978 - 7 - 5097 - 3325 - 7

I. ①中… II. ①刘… III. ①企业管理: 人事管理 -
研究 - 中国 IV. ①F279.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 076315 号

中国情境下的员工组织承诺研究

著 者 / 刘小平

出 版 人 / 谢寿光

出 版 者 / 社会科学文献出版社

地 址 / 北京市西城区北三环中路甲 29 号院 3 号楼华龙大厦

邮政编码 / 100029

责任部门 / 财经与管理图书事业部 (010) 59367226

责任编辑 / 冯咏梅 蔡莎莎

电子信箱 / caijingbu@ssap.cn

责任校对 / 杨楠

项目统筹 / 恽薇

责任印制 / 岳阳

总 经 销 / 社会科学文献出版社发行部 (010) 59367081 59367089

读者服务 / 读者服务中心 (010) 59367028

印 装 / 北京季峰印刷有限公司

开 本 / 787mm × 1092mm 1/16

印 张 / 12

版 次 / 2012 年 6 月第 1 版

字 数 / 156 千字

印 次 / 2012 年 6 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 3325 - 7

定 价 / 39.00 元

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社读者服务中心联系更换

 版权所有 翻印必究

前 言

组织承诺研究之所以引起了人们的极大关注，与它对离职率和缺勤率具有较好的预测能力有关。在经济发达国家中，一个显著的特征是员工的离职率很高。如美国每年大约有 $1/10$ 的人变动工作，其中 $1/3$ 的人变动工作还不止一次（谢晋宇等，1999）。劳动力的流动对于劳动者个人和整个国家经济来说都是不可缺少的，但是离职率过高，企业不得不花大量的时间、精力和金钱进行员工的招聘、选拔、培训等工作。同时，员工离职也带来技术流失和商业秘密的问题。因此，离职就成为理论和实践都非常重视的问题。

为了准确地预测员工的离职行为，人们对可能造成离职的原因进行探讨，于是，工作满意感、离职意向和组织承诺就开始引起人们的注意。从这三个领域的研究文献可以看到，在它们的因果模型中，各前因变量和结果变量都很相似。所以，最初对组织承诺的研究是与离职问题密切联系在一起的。

尽管人们对组织承诺进行了大量的研究，但对组织承诺的定义及其测量意见各不相同。Becker 最初提出这个概念时，把组织承诺看成是员工随着对组织投入的增加而不得不继续留在该组织的一种

心理现象 (Becker, 1960)。后来有学者认为,当个体认同企业的目标和价值观并付出额外的努力时,承诺就产生了 (Porter, Steers, Mowday & Boulian, 1974)。也有研究者认为,员工对企业承诺是不断被灌输和强调某种观念或规范的结果,是由于长期社会影响下形成的社会责任而对企业承诺 (Wiener, 1982)。

对于组织承诺这种心理现象的形成发展,研究者们从不同的角度提出了各种各样的模型来对它进行说明。例如,员工—组织匹配模型、期望满足模型、组织公平模型等。虽然目前还没有完整的理论能够解释这种现象,但这些研究为人们理解它,并据此采取相应的措施增强员工对企业的心理认同,提高他们对企业的责任感和义务感起到重要的作用。

随着我国改革的不断深化,企业人员流动的幅度逐年增大。如何留住人才,使他们能够与企业同心同德,发挥自己的才干,也就成为我国企业管理者迫切希望解决的实际问题。以往西方国家在这方面进行的大量研究,为我们提供了很好的研究基础。但由于不同国家管理体制、文化传统等方面的差异,员工对自己与企业关系的认识是否相同,以往西方组织承诺的研究成果在多大程度上适用于我国当前的实情呢?

基于上述考虑,本项研究对以往组织承诺研究结果在我国文化情境下进行检验,以加深人们对组织承诺的理解。同时,结合我国实际情况,探讨影响员工组织承诺的因素,以及提升员工组织承诺的途径,以便为采取更为有效的措施提供依据。

目 录

前 言	1
第一章 以往研究回顾与本研究构思	1
第一节 以往研究回顾	1
第二节 本研究的总体构思	22
第三节 本研究的总体设计	33
第二章 中国情境下的组织承诺概念	35
第一节 研究目的与方法	35
第二节 访谈结果分析	36
第三节 问卷调查结果分析	41
第四节 结果讨论	46
第三章 交叉文化下组织承诺的验证研究	50
第一节 研究目的与方法	50
第二节 量表的信度分析和效度分析	52
第三节 组织承诺与其他因素的相关分析	57
第四节 各因素对组织承诺的作用分析	61
第五节 结果讨论	68

第四章 中国情境下组织承诺问卷的开发	71
第一节 新开发量表的验证	71
第二节 情景行为问卷的编制	77
第三节 结果讨论	82
第五章 组织承诺情景模拟实验研究	84
第一节 研究目的与方法	84
第二节 结果分析	86
第三节 结果讨论	93
第六章 基于社会交换法则的组织承诺形成机制研究	96
第一节 研究目的与方法	96
第二节 各因素与承诺关系的初步分析	98
第三节 各因素对组织承诺的协同作用分析	102
第四节 归因对组织承诺的影响	106
第五节 结果讨论	111
第七章 基于社会交换过程的组织承诺形成机制研究	115
第一节 研究目的	115
第二节 研究假设	117
第三节 研究方法	124
第四节 结果分析	127
第五节 结果讨论	134
第八章 总论	137
第一节 西方侧重经济性交换与离职倾向的研究思路	137

第二节 中国情境下侧重社会性交换与留职倾向的 研究思路·····	141
第三节 基于社会交换的组织承诺形成机制讨论·····	144
参考文献·····	149
附录一 组织承诺经典量表项目·····	169
附录二 组织承诺修订量表项目·····	171
附录三 组织承诺情景行为问卷·····	173
附录四 模拟实验情景材料·····	176
后 记·····	180

Contents

Preface	/ 1
Chapter 1 Literature Review and Research Framework	/ 1
1.1 Literature Review	/ 1
1.2 Research Framework	/ 22
1.3 The Arrangement of the Study	/ 33
Chapter 2 The Concept of Organizational Commitment under Chinese Cultural Context	/ 35
2.1 Research Objective and Method	/ 35
2.2 Interview's Result Analysis	/ 36
2.3 Questionnaire Survey's Result Analysis	/ 41
2.4 Discussion of Results	/ 46
Chapter 3 The Validation of Organizational Commitment under Cross-cultural Context	/ 50
3.1 Research Objective and Method	/ 50
3.2 Reliability and Validity Analysis of Scale	/ 52
3.3 The Correlation Analysis among Organizational Commitment and Other Variables	/ 57

3.4	The Effects Analysis among Organizational Commitment and Other Variables	/ 61
3.5	Discussion of Results	/ 68
 Chapter 4 The Development of Organizational Commitment Questionnaire under Chinese Cultural Context		
4.1	The Validation of New Developmental Scale	/ 71
4.2	The Development of Episodic Behavior Questionnaire	/ 77
4.3	Discussion of Results	/ 82
 Chapter 5 The Episodic-simulated Experiment among Organizational Commitment		
5.1	Research Objective and Method	/ 84
5.2	Analysis of Results	/ 86
5.3	Discussion of Results	/ 93
 Chapter 6 The Developmental Mechanism of Organizational Commitment Based on Social Exchange Theory		
6.1	Research Objective and Method	/ 96
6.2	The Primary Analysis among Organizational Commitment and Other Variables	/ 98
6.3	The Synergetic Analysis among Organizational Commitment and Other Variables	/ 102
6.4	The Attribution Effects on Organizational Commitment	/ 106
6.5	Discussion of Results	/ 111

Chapter 7	The Developmental Mechanism of Organizational Commitment Based on Social Exchange Process	/ 115
7.1	Research Objective	/ 115
7.2	Research Hypotheses	/ 117
7.3	Research Methods	/ 124
7.4	Analysis of Results	/ 127
7.5	Discussion of Results	/ 134
Chapter 8	Discussion and Conclusion	/ 137
8.1	The Research Perspective Focus on Economic Exchange and Turnover under Western Cultural Context	/ 137
8.2	The Research Perspective Focus on Social Exchange and Tend to Stay under Chinese Cultural Context	/ 141
8.3	The Developmental Mechanism of Organizational Commitment Based on Social Exchange Perspective	/ 144
Reference		/ 149
Appendix 1	The Classic Scales of Organizational Commitment	/ 169
Appendix 2	The Revised Scales of Organizational Commitment	/ 171
Appendix 3	The Episodic Behavior Questionnaire of Organizational Commitment	/ 173
Appendix 4	The Materials of Episodic-simulated Experiment	/ 176
Postscript		/ 180

第一章

以往研究回顾与本研究构思

第一节 以往研究回顾

一 组织承诺的含义

组织承诺（Organizational Commitment, OC）指员工对自己所在企业在思想上、感情上和心理上的认同和投入，愿意承担作为企业的一员所涉及的各项责任和义务，并以主人翁的责任感和事业心努力工作。对于组织承诺的认识，有两种较为流行的观点：一是行为说，一是态度说（Porter, Steers, Mowday & Boulian, 1974）。行为说主要集中于与承诺相关的行为，关心个人是怎样认同某种特定行为的，是哪些情景性的因素使行为难于改变，它们又是怎样影响与行为一致的态度形成的。例如，当我们谈到某人“对自己的行为很负责任，超出了正常期望的行为”，我们实际注意到的是承诺的外在表现。这种行为代表了对企业的投入成本，个体放弃了其他的行为选择，把自己与企业联系在一起。如 Salacik（1977）认为，组织承诺是“个人对某一特定企业的依赖并依此表现出来的相应的行为”。他进一步指出了组织承诺的四条行为标准：①行为

的清晰性，这些行为是否明确、可见；②行为的持久性，这些行为是持久的还是短暂的；③行为的自愿性，这些行为是发自内心的还是由于外界诱惑或其他外在压力被迫而为之；④行为的公开性，别人是否知道该行为以及谁知道该行为。这种承诺反映了行为的意志性、公开性以及不可逆转性。

态度说主要关心个人是怎样培养对企业价值观的坚定信念，是怎样产生为了企业利益而努力的意愿，以及如何培养个人形成想留在企业而不愿离开的意愿等。现在大部分研究都是从态度这个角度来进行阐述的。“当个人的身份与企业联系在一起”或当“个体目标与企业目标越来越整合和匹配”（Hall, 1970）时，态度承诺就产生了。态度说代表了一种状态，即个体认同某个特定的企业及其目标，并希望维持企业的成员身份以帮助实现企业的目标。这种承诺体现了个体与企业的一种交换关系，个体依附于某个企业以换取奖励和报酬（March & Simon, 1958）。

虽然人们从态度的角度对组织承诺进行了大量的研究，但对它的定义却不尽相同。Becker（1960）最初提出组织承诺这个概念时，他把它看成员工随着对企业投入的增加而不得不继续留在该企业的一种心理现象。Porter等（1974）将组织承诺定义为个人对企业的一种态度或肯定性的心理倾向，它是个人对某一特定企业的认同，以及参与该企业的相对程度。它包含三个成分：一是对企业目标和价值的接受和信仰；二是愿意为企业付出额外的努力；三是维持企业成员身份的强烈愿望。Wiener（1982）认为，员工对企业承诺是由于个体社会化过程中，不断地被灌输和强调某种观念或规范的结果。

1990年，Allen和Meyer对以往的各种组织承诺量表进行了一次综合性研究。认为组织承诺至少存在三种成分：①情感承诺（Affective Commitment, AC）；②持续承诺（Continuance Commitment, CC）；

③规范承诺 (Normative Commitment, NC)。研究依据为:探索性和验证性因素分析表明它们是不同的构思;三个成分与各种影响因素和结果变量的关系不同。

情感承诺指企业成员对企业的投入和参与的程度。它包括价值目标认同、员工自豪感以及为了企业的利益自愿对企业作出牺牲和贡献等成分。员工对企业所表现的忠诚并努力工作,主要是由于对企业有深厚的感情,而非物质利益 (Buchanan, 1974; Mowday, 1979)。

持续承诺是员工为了不失去已有位置和多年投入所换来的福利待遇而不得不继续留在该企业内的一种承诺 (Becker, 1960; Farrell & Rusbult, 1981; Rusbult & Farrell, 1983)。它建立在经济原则基础上,具有浓厚的交易色彩。员工进入一家企业,都有一个期望,这种期望反映了员工三个方面的需要:维持生活、发展自我和承担社会责任。企业尽力满足员工的需要,同时也希望员工忠于企业,努力工作。这种相互作用的关系,造成员工既得利益的累积。这里既得利益指一切有价值的东西,比如退休金、精力、已掌握的特定于该企业的技术和技巧、在企业中形成的人际关系和所具有的资历地位等。如果员工离职,既得利益就会受到损失。

规范承诺是指由于受长期社会影响形成的社会责任而留在企业内的承诺。个体在社会化的过程中,不断地被灌输和强调这样一种观念或规范:忠诚于企业是会得到赞赏和鼓励的一种恰当行为,从而产生顺从这种规范的倾向,同时使员工内心形成一种要回报的义务感。

也有研究者从其他角度对组织承诺进行阐述。O'Reilly & Chatman (1986) 认为,组织承诺反映了员工与企业的“心理契约”,它是顺从、认同、内化三种成分不同程度的混合。Reichers (1985) 认为,企业是由不同的“联盟和对象”组成的,每个对象

都有自己的目标和价值观，组织承诺是多种目标承诺的集合，各种承诺彼此之间有可能冲突。与企业目标和价值观认同并不是说只有一种目标或价值观，员工对不同的目标和价值观具有不同程度的承诺，有必要找出特定群体认同的特定目标。Cohen（1993）在上述思想的基础上测量了员工对企业、职业、工会和工作的承诺，发现某种承诺不但和某种特定的行为相关（如预测离职意向最好的指标是组织承诺），而且相关的承诺可以更好地一起预测某种行为（如组织承诺、职业承诺对工作离职意向都有积极的预测作用），说明各种承诺间相容性和冲突并存。

近十几年来，国内学者也针对组织承诺进行了不少研究。例如，有研究者认为，组织承诺有五个内容层次，由低到高分分别为：功利性承诺、参与性承诺、亲属性承诺、目标性承诺、精神性承诺。这五个层次的形成和发展不完全是连续渐进的过程，不是低层次的承诺完全形成后，才会产生更高层次的承诺，而是既可能呈现跳跃性发展，也可能呈现几个内容层次的承诺共存于一个行为主体之中（余凯成，1985）。

也有研究者认为，组织承诺包含感情承诺、规范承诺、理想承诺、经济承诺、机会承诺五个基本承诺类型。由五个基本承诺类型又可以组合出感规承诺、感理承诺、感经承诺、规理承诺、机经承诺五种组合承诺类型（张治灿等，1997）。

研究还发现，组织承诺随着其服务年限的增长表现出周期性变化，可以划分为震荡期、认同期、稳定期、反当期和固化期五个阶段（韩翼、廖建桥，2005）。上述几个关于组织承诺发展程度以及发展阶段的理论主要是从组织承诺的形成过程角度提出来的。这些理论说明，组织承诺的形成要经过一个比较长的发展过程，是有规律可循的，这为从社会交换过程探讨组织承诺提供了依据。

二 组织承诺的测量

组织承诺的测量经常使用的是量表法。由于各个研究对于组织承诺的定义不同,各个量表在内容上有很大的差异。20世纪60~70年代,大部分测量量表由2~5个项目组成。比如,Grusky(1966)量表使用了4个项目,内容包括在企业中的资历、对企业的认同、对企业管理者的态度以及对企业的总体态度。Ritzer和Harrison(1969)的R-TS量表有5个因素,分别是报酬、地位、责任性、工作自由度和发展机会。每个因素采用高、中、低三种强度水平的提问方式,这样就得到15种组合。测量时由被调查者根据提问内容及其高低水平,利用3点反应形式确定离职的可能性。Hrebiniak和Alutto(1972)在R-TS量表的基础上开发了四项目的H-AS量表,该量表删去了责任性和发展机会两个因素,增加了与同事关系因素。测量时问员工,如果离开企业,对各问题持何种态度。

Mowday等在1979年开发的OCQ(Organizational Commitment Questionnaire)是目前使用较多的一个量表,共有15个项目,其中有6个反向记分项目,以降低被调查者的反应偏差。量表采用从非常同意到非常不同意的利克特7点记分形式,以项目总分代表承诺强度。在一项综合性研究中,他们通过对8个企业、学校和政府部门等机构的2563名被调查者的调查,对问卷的信度和效度进行了分析。结果表明,该问卷的内部一致性介于0.82~0.93,项目与量表总分间的相关介于0.36~0.72。另外,他们还提供了效度等方面的数据(Mowday, Steers & Porter, 1979)。但后来有些研究者认为该问卷存在一些问题,主要表现在:①概念重叠,组织承诺作为对预测离职的一种态度,该量表本身一些项目就包含了离职倾向成分(Morrow, 1983);②反向项目缺乏稳定性,不能与其他项目很好地聚合成一个因素。后来,他们推出了9个项目的简易版,即

在原量表的基础上删除了反向记分项目。

1990年, Allen 和 Meyer 根据组织承诺三因素模型, 开发了对应于三种成分的三个量表。每个量表各有 8 个项目, 采用了从非常同意到非常不同意的利克特 7 点记分方式。其中情感承诺量表 (Affective Commitment Scale, ACS) 有 4 个反向记分项目, 持续承诺量表 (Continuance Commitment Scale, CCS) 有 2 个反向记分项目, 规范承诺量表 (Normative Commitment Scale, NCS) 有 3 个反向记分项目。三个量表的信度系数分别为 0.87、0.75、0.79, 各量表间相关分别为 0.51、0.06、0.14, 其中情感承诺量表与规范承诺量表的相关最高, 情感承诺量表与持续承诺量表之间的相关最低。它们与 OCQ 间的相关分别是 0.83、-0.02、0.51, 其中情感承诺量表与 OCQ 间的相关很高 (0.83), 与持续承诺量表间的相关很低 (0.06), 说明情感承诺量表与 OCQ 测的是同一种承诺成分, 而持续承诺量表测的是另一种成分 (Allen & Meyer, 1990)。

1993年, Allen 和 Meyer 提出, 组织承诺三因素模型同样适用于职业承诺, 为此, 他们开发了职业承诺量表。在这项研究中, 他们对原组织承诺量表的部分项目进行了修改, 每个量表只包含 6 个项目, 其中情感承诺量表在原量表的基础上删除了 2 个项目; 持续承诺量表删除了 3 个项目 (其中包括 2 个反向记分项目), 新增加了 1 个项目; 规范承诺量表的所有项目都进行了重写, 项目内容更加清晰地强调了对企业的义务感, 记分方式仍采用利克特 7 点量表法。修改后量表的信度系数分别为 0.82、0.74、0.83, 其中情感承诺量表与规范承诺量表之间的相关最高 (0.737), 情感承诺量表与持续承诺量表之间的相关最低 (-0.062) (Allen & Meyer, 1993)。

在以往的一些研究中, 也有些研究者采用了除量表以外的其他形式, 如 Wiener 和 Vardi (1980) 要求员工记录在业余时间与工作相关的自愿行为, 通过对行为进行编码来评估组织承诺。这种方法