



C2012008179



# 知识型新员工 组织社会化研究

Study on Organization Socialization  
of the Knowledge Newcomer

— 李从容 / 著 —





本书受教育部人文社会科学规划基金项目“知识型新员工组织社会化问题研究(08JA630066)”资助

# 知识型新员工 组织社会化研究

Study on Organization Socialization of the  
Knowledge Newcomer

李从容 著



C2012008179



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

**图书在版编目 (CIP) 数据**

知识型新员工组织社会化研究/李从容著. —北京: 经济管理出版社, 2011. 9

ISBN 978 - 7 - 5096 - 1619 - 2

I. ①知… II. ①李… III. ①企业管理: 人事管理—研究 IV. ①F272. 92

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 193604 号

出版发行: **经济管理出版社**

北京市海淀区北蜂窝8号中雅大厦11层

电话: (010) 51915602 邮编: 100038

印刷: 北京银祥印刷厂

经销: 新华书店

组稿编辑: 张 马

责任编辑: 张 马

责任印制: 黄 铄

责任校对: 超 凡

720mm × 1000mm/16

14 印张

220 千字

2011 年 9 月第 1 版

2011 年 9 月第 1 次印刷

定价: 38.00 元

书号: ISBN 978 - 7 - 5096 - 1619 - 2

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部  
负责调换。联系地址: 北京阜外月坛北小街2号

电话: (010) 68022974

邮编: 100836

# 序

知识经济时代，知识型员工是一个组织的核心资产、核心竞争力。知识型员工的“生产工具”，就是已经内化于自身而又不能复制、不能与载体分离的知识和技能，而时代对知识的需求又使其具有很强的流动性，这就决定了知识型员工也具有较高的流动性。因而成功的组织社会化，一方面能使员工遵从和分享组织的共同价值观与规范，确保组织实现对新员工的良好管理；另一方面可以增强员工个人与环境、工作的匹配，从而提升新员工的工作绩效和组织承诺等。随着越来越多的大学生新员工进入组织，新入职大学生如果不能很好地胜任工作，离职率居高不下，结果受损的不仅是组织一方，也会对大学生自身的职业生涯产生负面影响，甚至还会影响到高校就业工作，以及其他大学生的求职。留住未来的核心资产——大学生新员工，使之逐渐成长为组织内部人，关系到企业的生存和可持续发展。

影响离职（倾向）的因素中组织承诺是一个很强的动因，许多组织和学者已逐渐开始关注员工的组织承诺问题。然而对新员工组织承诺的形成机理，知识型新员工组织社会化对组织承诺的影响路径，不同形式的信息搜寻行为，对知识型新员工组织社会化及组织承诺影响路径等问题，企业还没有找到良好的应对措施，学术界虽有一些研究，但仍然给不出较为合理或权威性的解释。

本书从主动社会化的视角，探讨了知识型新员工信息搜寻行

为、组织社会化和组织承诺关系问题，具有很重要的理论意义和对人力资本管理指导的实践价值。

知识型新员工对组织的适应，是一个主动社会化的过程。刚刚步入工作岗位的新员工，必然经历着由学生向职场人角色的转变，由学习的校园环境向工作的组织环境的转变。面对多种不确定性，往往会产生种种阵痛或不适应。为了减少不确定和不适应性，组织在获得新员工后，通常会采取一些社会化策略帮助新员工适应组织要求。对于普通意义上的新员工而言，组织主导的社会化策略往往具有决定性的意义。然而，知识型新员工由于其一般具有积极的人格特性和特殊的价值取向，往往会主动地采取一些积极适应组织的策略，以使自己尽快融入组织。组织只有对知识型新员工的主动社会化行为充分了解，才能将其与组织主导的社会化策略更有效地结合起来，更好地提升新员工组织社会化。理论界对员工组织社会化的研究，经历了由组织视角——员工视角——交互作用视角的转变。从20世纪70年代末到90年代初，学者们从组织视角对社会化问题进行了较为充分的研究，其后，不管是从员工视角还是交互作用视角的研究，都必须以对员工的主动社会化研究为基础。然而，已有的研究虽然意识到了新员工组织社会化过程所表现出来的主动性，但对其主动性进行深层次的发掘很不充分。已有的研究肯定，信息搜寻行为是新员工主动社会化最基本的方式，组织承诺是组织社会化的一个重要结果变量。本书创造性地构建了知识型新员工信息搜寻行为、组织社会化、组织承诺三者有机结合的研究框架，特别是通过追踪对理论模型的实证研究和分析，找到了信息搜寻行为、组织社会化对组织承诺影响的差异化路径，挖掘了三个要素之间的相互作用、相互依赖的深层联系，揭示了信息搜寻行为——组织社会化——组织承诺的逻辑结构。

还应当指出的是，现有的研究结果多为国外学者提出，他们的研究是基于欧美文化及其情境。中国学者在这方面研究时，除了要印证在中国情境下各个变量的异同，在发掘结果的差异时，还应当充分关注中国文化与情境下的特殊性，才能够实现对于人力资本管理实践的科学指导。本书的作者以新员工主动社会化为视角，基于不确定性理论、社会学习理论、归因理论等，构建了中国文化与情境下知识型新员工信息搜寻行为、组织社会化对组织承诺影响的理

论框架，研究了不同的信息搜寻行为对组织社会化及组织承诺的影响机理和路径，并且对提出的假设进行了大样本的实证验证。且基于研究结果对中国环境下知识型新员工的管理实践，做了进一步的探讨。研究紧密结合主题和对象特点，对现有组织社会化内容结构进行了中国文化情境下的拓展，形成了包括工作胜任、人际融洽、文化融合的三因素内容结构，并且开发了测量量表，为以后的同类研究提供了理论和实证基础。组织社会化内容结构是组织社会化研究的基础，然而由于对组织社会化概念理解的不同和理论解释的基础不同，其内容结构的研究还不甚完善。

同时，值得一提的是本书在研究方法上，采用理论和实证相结合的规范研究方法，实证研究采取了两时点的追踪研究方法。追踪研究在社会科学研究中处于特殊地位，其最大的特点在于可以合理地推论变量之间存在的因果关系，因而相比目前国内该领域的横剖研究而言，具有不可比拟的优势。

总之，本书不仅对知识型新员工组织社会化过程中的相关问题，做了较为深入的理论和实证研究，为该领域进一步研究提供了较好的理论基础，而且将学术研究和管理实践联系起来，为解决我国大学生新员工顺利适应组织、成功社会化问题提供了有益借鉴和指导。

**段兴民**

2011年9月于西安交通大学

# 内容摘要

在企业管理实践中，知识型新员工不能很好地胜任工作，离职率居高不下，给企业带来了许多负面作用。影响离职（倾向）的因素中组织承诺是一个很强的动因，现有许多企业和学者开始关注员工组织承诺问题。然而，对如何培养员工的组织承诺，如何通过提高组织社会化程度提高知识型新员工的组织承诺，不同形式的信息搜寻行为如何对知识型新员工的组织承诺产生影响等问题，现有企业还没有很好的应对措施，现有学术研究也不能对此给予较为合理和权威的解释，这正是本书进行深入探索的基本动因。

本书从新员工的主动社会化视角，以知识型新员工为研究对象，构建了知识型新员工信息搜寻行为、组织社会化对组织承诺影响的理论模型，并对该模型中所涉及的假设关系进行了理论论证，通过追踪研究方法对其进行了科学的实证研究。书中根据研究目的将知识型新员工信息搜寻行为在中国文化情境下分为直接询问和观察寻找两种形式；将组织社会化分为工作胜任、人际融洽、文化融合三个方面；将组织承诺分为情感承诺和持续承诺两种类型。对各

因素的操作性变量进行了定义,设计了实证研究的量表,并对同一群样本在两个时点做了大样本的追踪调研。实证检验结果表明:本书提出的理论模型在整体上得到了验证。在本书所提出的16个理论假设中,有13个得到了验证。通过对各假设意义的深入讨论,表明本书不仅对以往研究中的一些观点从不同角度进行了实证,而且提出了一些新观点。

全书的研究包括三个部分:

第一部分,知识型新员工组织社会化理论研究。从现实背景出发,针对企业在实践中遇到的问题,寻求现有理论中的解释,针对现有研究中存在的不足,归纳出本书的研究目标和研究内容,提出“信息搜寻行为—组织社会化—组织承诺”这一结构性关系的必要性和研究意义;对这一结构关系所涉及的要素内容及相互关系的相关研究文献进行分析和总结,明确已有研究存在的问题及借鉴意义;基于所要解决的问题和文献综述,归纳要素分类之间的相互联系,在此基础上提出理论研究模型,并论述各假设所表示的含义。

第二部分,知识型新员工组织社会化实证研究。在实证研究中采用了对同一样本进行不同时点采集数据,在数据处理时选用不同期数据的追踪研究方法,采用结构方程模型对数据进行统计分析,使用SPSS14.0对数据进行项目分析、探索性因素分析及配对T检验和相关统计,使用LISREL8.54对数据进行验证性因素分析和因果模型的验证。

第三部分,知识型新员工组织社会化管理实践研究。从影响初入职场的知识型新员工适应组织的三个方面——组织人力资源管理、高校实践性教育和知识型新员工主动性分别进行研究,继而提出相应的管理实践建议。

本书的主要创新点表现在以下四个方面:

第一,将知识型新员工信息搜寻行为、组织社会化与组织承诺



统一于一个结构框架进行理论研究,通过两个时点的追踪调研对理论模型进行了实证研究,并利用结构方程对理论模型进行了验证。结构模型显示了信息搜寻行为、组织社会化对组织承诺影响的差异化路径,差异化的路径揭示了三个要素之间的深层关系以及它们之间的相互依赖性。该结论弥补了以往单纯对组织社会化与组织承诺关系,或信息搜寻行为对组织社会化以及信息搜寻行为对组织承诺关系的孤立研究或片断研究的不足,并且实证研究采取追踪研究方法使得因果关系的研究更具有说服力。

第二,对知识型新员工的组织社会化内容结构进行了适合中国文化情境的构建。在前人的研究基础上,本书提出并论证了知识型新员工组织社会化内容包括工作胜任、人际融洽、文化融合三个因素,共11个题项,测量员工组织社会化过程中的学习内容和调试内容。这一测量量表弥补了以往相关研究中忽视知识型新员工这一特定群体组织社会化内容结构的不足,而且便于进行相关的实证研究。

第三,提出并验证了知识型新员工主动社会化过程中信息搜寻行为对情感承诺和持续承诺的影响。论述了企业要提高知识型新员工的情感承诺,需要充分考虑员工公开询问的特点,企业要提高员工的持续承诺,需要为员工提供有利于公开询问和观察寻找的信息条件和环境。这一研究领域在以往的研究中鲜见有涉足,尤其是信息搜寻行为对持续承诺的影响,在以往的研究中非常少见。这使得本研究弥补和填补了现有研究的不足。

第四,提出并验证了知识型新员工工作胜任、人际融洽、文化融合对于情感承诺和持续承诺的差异化影响。论述了企业要提高知识型新员工情感承诺和持续承诺,需要提高他们的人际、文化的社会化程度,同时,采取有效措施处理工作社会化对持续承诺的负向作用。以往研究关于社会化对情感承诺有所关注,但有关社会化对

持续承诺的研究较少涉足。本研究是对以往研究的一种深化和拓展，同时，实证研究的运用也弥补了以往对员工组织社会化与组织承诺关系研究的不足。

总之，本书的研究弥补了现有研究的疏漏和不足，一定程度上丰富和拓展了现有理论。为现实的管理实践提供了科学的理论依据。但是，组织社会化问题无论在理论基础还是在实证验证上仍存在很大的研究空间，有待于做进一步的研究。

# Abstract

Now, human society has entered information economic age, which dissemination and use all depend on the carrier knowledge workers to achieve. Knowledge worker becomes the most valuable assets of the enterprise; but the inefficiency of Chinese enterprises knowledge newcomers and high turnover rate lead to enterprises and academics concern over new knowledge workers' organizational commitment. However, the existing research on these factors which influence the organizational commitment to the staff has neglected the information seeking tactics and organizational socialization. Hence, the objective of this research was to develop in-depth exploration.

Underlying the proactive socialization of the newcomers, the book is to highlight the relationships among information seeking behavior, organizational socialization and organizational commitment. Knowledge newcomers were selected as the object of study, a structural model including the three factors were constructed, and assumptions involve were clarified. Information seeking behavior were categorized into overt tactic and observing tactic; Organization socialization were divided as job competency, interpersonal harmony and cultural integration; As while as knowledge newcomer's organizational commitment were classed as affective commitment and continuance commitment. Empirical study was longitudinal. Measurement variables and questionnaire of various factors were designed and initiated. Data gathering was at two point of time. The survey data was used to verify the structure and the relationship between certification as-

sumptions. Empirical test results showed that theoretical model proposed by the certification as a whole, and achieved the expectation, through in-depth discussion on the significance of studies contentions, but also proposed some new perspectives.

The book is divided into three parts. The first part is the theoretical research on knowledge newcomer's organizational socialization. Starting from the realistic background, the book focus on the research purpose and concluded the content of the book by questing the explanation of practical problems most enterprise faced currently from the existing theory and finding the shortage of them. A logic structure is put forward to state the importance and necessity of the study then, that is "information seeking behavior-organizational socialization-organizational commitment". Through the literature review of the three factors' content and their correlation in the structure, the author point out the weakness and reference value of the past studys. Relationships among the three factors were analysed in-depth oriented by the practice problem and based on the relevance theory. Following the result of the analysis, the book constructed the theoretical model involving in the three factors and discussed the implication of the hypothesis in it.

The second part is the empirical study of the knowledge newcomer. A longitudinal study was designed to investigate relationships among information seeking behavior, organizational socialization and organizational commitment associated with proactive socialization. Scales assessing the three factors with knowledge newcomer were completed by 231 new organizational members graduated from university freshly across a variety of organizations, after an average of 3 months on the job and again about 6 months on the job. The book takes advantage of Structural Equation Modeling (SEM) to analyse the data. Spss14.0 is used to statistics analysis, item analysis, exploratory factor analysis, paired-samples T test, meanwhile LISREL8.54 serves as confirmatory factor analysis and model tes-

ting. With that the result of the empirical study is discussed intensively, and conclusion of the study is drawn.

The contributions of the book are summarized as follows:

Firstly, integrates information seeking behavior, organizational socialization and organizational commitment of the knowledge newcomers into one theoretical model, which was analyzed through structural equation model. The model analyzed different types of influence trails of information seeking behavior on organizational socialization and organizational commitment of new knowledge workers differences. Trails differences revealed deep relationships among the three tiers of elements and the impact direction. The conclusion remedy the inadequacy of the existing work on relationship between organizational socialization and organizational commitment, or the relationship of information seeking tactic and organizational socialization on the fragmentary. Moreover longitudinal study makes the research more scientific.

Secondly, underlying on the feature of knowledge newcomers, constructs a content structure of organizational socialization of the knowledge newcomers which is suited to Chinese cultural circumstances. Based on the previous research, organizational socialization of the knowledge newcomer was divided into three categories: interpersonal harmony, cultural integration and job competency. The scale of organizational socialization based on knowledge newcomers were constructed. It makes good the ignorance of deficiency of content structure of organizational socialization in a certain group—knowledge newcomer in the previous research, and is very helpful in positive research.

Thirdly, divides the information seeking behavior of knowledge newcomers into overt and observing and it proves and tests the diverse influence of different information seeking tactic on the degree of newcomer socialization. It discusses that during the improvement of organizational socialization, the enterprise should apply diversely, combined with informa-

tion seeking behavior of the newcomer. This conclusion makes good the general and unilateral conclusion drawn from the past research which ignored the influence of different information seeking tactic on those factors of content structure of organizational socialization, and makes up the deficiency of positive research in the past study.

Fourthly, contribution differences influence of performance proficiency, people harmonization, cultural Acculturation to knowledge newcomer's affective commitment and continuance commitment. It was identified that enterprise need to improve socialization of the people, and culture along with enhancing knowledge newcomers' affective commitment and continuance commitment. The previous research usually focused on the study of three factors of socialization to the affective commitment, but seldom covered those to the continuance commitment. This paper deepens and expands the previous research and makes good the deficiencies of researching on the relation of organizational socialization and the organizational commitment by applying the positive research as well.

To sum up, from the research the paper makes good the omissions and inadequacies exist in the present study and on a certain extent it enriches and expands the present theories. It provides the scientific theoretical foundation for the management practice.

# 目 录

第一章 绪论	1
第一节 现实背景	2
一、企业遭遇知识型新员工组织适应问题	2
二、知识型新员工组织承诺低、离职率高	3
三、知识型新员工组织社会化过程中主动行为越来越重要	7
第二节 理论背景	9
一、知识型新员工组织社会化内容的结构度量缺乏	9
二、组织社会化影响新员工组织承诺的研究不够深入	12
三、新员工信息搜寻行为、组织社会化和组织承诺关系研究不够深入	13
四、知识型新员工主动社会化研究不足	14
五、组织社会化理论和实证研究发展不平衡	15
六、研究的逻辑线索	16
第三节 研究对象及基本概念界定	18
一、研究对象	18
二、基本概念的界定	21
第四节 主要研究内容	24
第五节 研究思路及方法	25

<b>第二章 文献综述</b> .....	28
第一节 组织社会化研究 .....	28
一、对组织社会化自身的研究 .....	30
二、组织社会化策略 .....	35
三、组织社会化绩效研究 .....	40
四、组织社会化交互作用研究 .....	42
第二节 信息搜寻研究 .....	47
一、信息搜寻行为 .....	47
二、信息搜寻内容 .....	48
三、信息搜寻来源 .....	50
第三节 组织承诺研究 .....	52
一、组织承诺的内涵 .....	52
二、组织承诺的结构 .....	56
三、组织承诺的相关研究 .....	59
第四节 信息搜寻、组织社会化与组织承诺关系 研究述评 .....	63
一、组织社会化与组织承诺关系研究述评 .....	63
二、信息搜寻与组织社会化关系研究述评 .....	66
三、信息搜寻与组织承诺关系研究述评 .....	68
本章小结 .....	69
<b>第三章 理论模型及假设</b> .....	70
第一节 主要理论基础 .....	70
一、不确定性减少理论 .....	70
二、社会学习理论 .....	73
三、社会认同理论 .....	75
四、归因理论 .....	77
五、社会交换理论 .....	80
第二节 模型要素 .....	82
一、公开询问和观察寻找 .....	82



二、工作胜任、文化融合和人际融洽 .....	84
三、情感承诺和持续承诺 .....	88
第三节 要素之间的逻辑关系 .....	89
一、信息搜寻行为与组织社会化之间的关系 .....	89
二、信息搜寻行为与组织承诺之间的关系 .....	90
三、组织社会化与组织承诺之间的关系 .....	91
四、理论模型构建 .....	93
第五节 提出假设 .....	94
一、信息搜寻行为对组织社会化的影响 .....	95
二、信息搜寻行为对组织承诺的影响 .....	97
三、组织社会化对组织承诺的影响 .....	98
本章小结 .....	102
 第四章 实证研究设计 .....	103
第一节 因素测量 .....	104
一、信息搜寻行为的测量 .....	105
二、组织社会化内容的测量 .....	106
三、组织承诺的测量 .....	109
第二节 样本及数据收集 .....	112
一、样本的选择 .....	113
二、调查的实施 .....	113
三、样本的基本信息 .....	114
第三节 数据特征描述 .....	115
一、数据的频数统计分析 .....	115
二、数据的描述性统计分析 .....	120
三、平均数差异的显著性检验——成对相依 样本 T 检验 .....	123
第四节 项目分析 .....	126
第五节 探索性因素分析 .....	128
一、球形检验 .....	128
二、因素结构分析 .....	129
三、信度检验 .....	130