

中国职工组织承诺的结构模型研究^①凌文轮¹, 张治灿², 方俐洛²

(1.暨南大学人力资源管理研究所, 广州 510632; 2.中国科学院心理研究所, 北京 100101)

摘要:在访谈、项目收集、多次预试和科学检验的基础上, 研制了一套“中国职工组织承诺问卷”, 采用多元统计解析方法中的因素分析, 探讨了中国企业职工组织承诺的心理结构, 提出了五因素模型, 这五种基本的承诺类型是: 感情承诺、规范承诺、理想承诺、经济承诺和机会承诺。

关键词:组织承诺; 心理契约; 承诺类型; 心理结构

中图分类号: F406

文献标识码: A

文章编号: 1007-9807(2000)02-0076-06

0 引言

0.1 问题的提出

存在决定意识, 为了适应国际国内的环境变化, 组织的结构、体制和管理措施也应随之改变, 这些必然会引起人们观念、心理和行为上的变化, 这是本研究的出发点。

当今世界竞争激烈, 落后就会挨打, 就会失去生存的空间, 中国要摆脱落后, 改革开放是必然的, 改革开放给中国企业带来了巨大的变化, 首先是各种不同所有制性质的企业形式并存, 而且非国有企业发展迅速, 第二, 不同企业内部分配制度千差万别, 第三, 企业内部在用工制度、医疗和退休制度、住房制度等改革措施出台, 以及下岗失业现象的出现, 这些都给员工旧有观念带来了巨大冲击, 并对员工本人及其家庭产生了巨大影响, 表现为:

(1) 企业合同制的推行, 一方面使员工有了择业的自由, 另一方面又体会到择业难与职业不稳定性所带来的挫折感。

(2) 员工对企业的依赖性减少, 企业提供给员工的只是工资, 不再承担其它各项福利, 从而使员工对自己所属组织的归属感、忠诚度等方面的态度发生了极大的变化。

(3) 员工在企业的地位发生了变化, 在许多企业中员工实际上丧失了主人翁地位, 而变成了被雇佣者。

上述变化使员工在心理上产生了不稳定性、不安全感、失落感, 特别是下岗失业造成的挫折感和不安感, 严重地影响了国有企业员工对企业的态度, 从而使员工与企业的关系发生了重大变化, 这正是组织行为学中“组织承诺”所要探讨的课题。

0.2 组织承诺与心理契约

最早研究组织中员工承诺行为的是贝克(Becker, H. S. 1960)^[1], 与此同时, 组织行为学家阿吉里斯(Argyris, C)在其《理解组织行为》(1960)^[2]一书中, 用“心理契约”来说明雇员与监工之间的关系, 莱温松(Levinson, H., et al, 1960)^[3]和薛恩(Schein, E. M. 1980)^[4]将“心理契约”界定为雇员与组织之间内隐的彼此对对方不成文的各种期望的总合, 科特(Kotter, J. P. 1973)^[5]指出, “心理契约”就是个人与其组织间的一份内隐的协议, 协议中指明在彼此关系中一方希望另一方付出什么, 同时又得到什么。

在此之后, 组织行为学的研究中就出现了一派采用“组织承诺”概念的学者, 一派使用“心理契约”(心理合同)概念的学者, 两者之间的区别在

① 收稿日期: 1999-06-06; 修订日期: 2000-04-11。

基金项目: 国家自然科学基金资助项目(79670106), 国家自然科学基金重点资助项目(79930200)。

作者简介: 凌文轮(1941-), 男(汉族), 安徽人, 教授、博士生导师。

于:“心理契约”指的是组织(雇主)与成员(雇员)双方对对方的不成文的期望和承诺。而“组织承诺”侧重于探讨除了“雇佣合同”所规定的条款外,员工为什么愿意留在该企业?这也是一种不成文的员工对企业的心理承诺或心理契约,它们的共同点都是探讨员工与企业的关系问题。

1 理论假设与研究目的

1.1 理论假设

组织承诺是员工心中“记录”着的自己对企业的一种态度,也是检验职工对企业忠诚程度的一种指标。它除了受到契约法规的制约和工资福利待遇等经济因素的影响外,更多的是受到价值观念、道德规范、理想追求、感情因素、个人能力、兴趣和人格特点的影响。它们作为文化心理因素对职工的承诺行为起着决定作用。由于决定因素的多样性,所以组织承诺的心理结构应是多维的。

1.2 研究目的

不同国家因国情、制度和文化的不同,其职工的组织承诺行为既有共性成分,也存在差异性或特殊性。所以,我们不能照搬西方的理论模式和方法来指导中国的管理实践。为此,本项研究的目的,就是试图揭示我国职工的组织承诺行为究竟由哪些成分构成,以建立一个中国职工组织承诺行为的理论模型;并在此基础上,研制一套适用于我国企业的组织承诺行为的测量工具,从而为我国的员工行为管理提供科学理论和方法,以增强职工对企业的忠诚和凝聚力。

2 方法

2.1 组织承诺结构的维度资料收集

2.1.1 半开放式问卷调查

在文献调研和专家、企管人员座谈的基础上,设计出一种半开放式问卷,让被调查者列出其愿意和不愿意留在某个单位的原因是什么,并将其排序。调查样本为不同职业的职工142人。

2.1.2 结果分析

对半开放式问卷调查的结果进行整理,获得40个方面的内容,并归纳为4个因素(见表1)

表1 问卷调查的整理结果

因素命名	项目内容	列出者%
经济承诺	报酬、福利等经济条件较好	100
理想承诺	实现自己目标、发挥自己专长	70
前途承诺	晋升易、进修机会多	60
关系承诺	与领导、同事关系融洽,工作环境好	60

半开放式问卷调查所得的因素内容,并不能保证将组织承诺的内容都收集完全。为了尽可能地收集组织承诺所包含的内容,将国外不同学派观点的组织承诺项目内容也吸收进来,构成一个初始的承诺问卷。

2.2 预试性研究

2.2.1 问卷测试

使用初始承诺问卷(48个项目)施测于企业职工300人,获得有效测试样本226份。

2.2.2 预试结果

采用因素分析中的主成分分析法和正交因子旋转方法对测试数据进行解析,抽取5个可解释的有效因子,分别命名为感情承诺、理想承诺、经济承诺、规范承诺、机会承诺。由于这5个因素的条目分布不太合理,而且每个项目在各自因素上载荷也比较低,五因素模型所能解释的总变异量只有42.3%,不够理想。所以,组织承诺问卷需要进一步修订,其理论模型尚需检验。

2.3 问卷的修订与组织承诺结构解析

2.3.1 问卷修订过程

预研究结果初步证实了组织承诺的结构是多维的,并获得了五因子结构模型。但由于5个因子的项目分布不平衡,含义也不够清晰,所以对问卷进行修订,并重新分析承诺结构。在本研究中,这种修订—试测—结果解析—再修订的过程共经历了7次,直到第8次,问卷修订才算完成。经过修订的组织承诺的条目改为25个,每个因素5个项目,以使项目分布均衡。

2.3.2 正式测试样本

承诺问卷经历了7次修订都属于预研究,被试者样本前后共达到5000人。第8次是正式测试,共抽取样本2000人,经过筛选得到有效问卷1563份。

2.3.3 组织承诺结构解析

采用因素分析中的PC法(主成分分析法)抽取因子,并对因子矩阵作方差四次幂极大正交旋

转,获得五因子结构模型,总方差解释量达到66.1%,结果比较理想。(见表2)

表2 五因子承诺模型旋转后的因子结构表(N=1563)

项 目	感情承诺	规范承诺	理想承诺	经济承诺	机会承诺
效益差也不离开	.75709				
对单位感情深	.74628				
愿做任何贡献	.72654				
愿贡献全部心血	.68907				
愿贡献业余努力	.54431				
对单位负有义务		.75111			
跳槽不道德		.72861			
对单位都应忠诚		.67127			
对单位全身心投入		.63514			
象爱家那样爱单位		.61801			
学有所用			.76957		
进修机会多			.73772		
晋升机会多			.73059		
挑战与困难			.67206		
条件利于实现理想			.66417		
失去福利				.73506	
损失太大				.71661	
即便想也很难离开				.67090	
花费一生				.59458	
家庭损失				.54983	
技术低					.76092
别的单位工资不好					.73140
找适合工作不易					.67306
找不到别的单位					.56349
条件好的不易找					.32837
方差解释量	18.3%	15.7%	12.8%	10.1%	9.20%

3 承诺问卷的信度、效度检验

根据心理测量学要求,所使用的测试工具(调查问卷或测验量表)要经过科学性检验,其测试结果才是可靠、可信和有效的。这种科学性检验称作信度检验和效度检验。因此,本项研究所研制的组织承诺问卷的结构是否合理,其测试的结果是否有效、可靠,需作信度、效度检验。

3.1 信度检验

信度是指问卷测试结果的一致性和稳定性。一个问卷的调查结果不会因调查者和调查时间不同而产生显著误差,则其调查结果就是稳定的和可靠的。本项研究采用再测信度和同质信度两种方法来检验承诺问卷的信度。

“再测信度”,即用同一问卷对同一群样本在进行第一次调查后,间隔一段时间再进行第二次调查,求两次调查结果的相关系数,即为再测信度。“同质信度”,即指问卷项目之间的同质性,或内部一致性。使用 Cronbach α 系数来表示。本项研究所研制的组织承诺问卷的信度检验结果列于表3。

表3 组织承诺问卷的信度(N=171)

	再测信度	同质信度(α 系数)
承诺问卷(总体)	0.87	0.67
感情承诺因子	0.83	0.85
理想承诺因子	0.81	0.79
规范承诺因子	0.72	0.69
经济承诺因子	0.89	0.81
机会承诺因子	0.89	0.82

一般而言,信度系数达到0.70以上即符合心理测量学的要求。表3显示,组织承诺问卷及各因子的再测信度均在0.70以上,而且除个别因子外,都达到0.80以上,这一结果是理想的。从内部一致性指标看,各因子的同质信度基本上也在0.70以上(规范承诺因子为0.69,接近0.70)。而承诺问卷的总体信度为0.67,略低于0.70,属可接受范围。由于承诺问卷是由五个不同因子构成,它们之间的同质性不应过高。否则,就不是五个不同因子,而是一个因子了。因此,承诺问卷总体的同质信度不是太高,这一结果应该是合理的。

3.2 效度检验

效度是指问卷测试结果的有效性,即问卷项目是否测的就是研究者所要测的东西。假如我们采用身高和体重作为指标来测试员工对企业是否忠诚,得出矮胖的人对企业更忠诚,显然这种问卷是无效的。因为它没有抓住反映员工忠诚的有效指标。所以,效度是检验问卷的更重要指标。

3.2.1 结构效度

根据研究目的的不同,效度有多种检验方法。本项研究的主要目的在于探讨组织承诺的心理结构,因此,采用因素分析方法来检验问卷的结构效度是最常用的方法。表2的结果表明,中国职工的组织承诺结构很清晰地由五个因素组成,其总方差解释量达66.1%。因此,该问卷的结构效度是良好的。

3.2.2 效标关连效度

在有外部指标(效标)情况下,可以求问卷测试的得分与外在独立效标之间的相关来作为效度指标。由于国内尚没有关于职工组织承诺的研究成果,故难以找到现存的效标。所以,我们在问卷调查时设计了5道问题:你留在本单位并为其努力工作的原因是:(1)你对其感情较深;(2)你觉得每个人对自己单位必须尽责;(3)是为了更好地实现自己的理想;(4)如果能够找到一份好一点的工作,你肯定会调走;(5)现在单位提供给你的生活、福利是阻止你离开它的主要原因。每道题按四级打分:1——完全不是这样;2——很少是这样;3——基本是这样;4——完全是这样。

以上5道问题分别作为感情承诺、规范承诺、理想承诺、机会承诺和经济承诺的效标。尽管这种效标并不是理想的,但在没有更好的效标的情况

下,也可说明一些问题。(见表4)

表4 五个效度指标与各承诺因素的相关(N=171)

因素	效标问题				
	1	2	3	4	5
感情承诺	0.38**	0.30**	0.21*	-0.24*	-0.10
规范承诺	0.22*	0.32**	0.15	0.03	0.06
理想承诺	0.24*	0.11	0.48**	0.26*	0.13
机会承诺	0.14	0.09	0.04	0.49**	0.27*
经济承诺	0.22*	0.23*	0.12	0.21*	0.49**

**代表 $P < 0.01$, *代表 $P < 0.05$ 显著性水平

从表4可以看出,感情承诺与效标1的相关最高,规范承诺与效标2的相关最高,理想承诺与效标3的相关最高,机会承诺与效标4的相关最高,经济承诺与效标5的相关最高,而且它们的相关均达到了非常显著的水平($P < 0.01$)。这一结果表明,五个承诺因子所测的内容确实是其所要测的内容,因此是有效的。它们的效标关连效度是良好的。

4 讨论

4.1 国外关于组织承诺结构的研究结果

贝克在1960年研究组织承诺时首先提出了“单方投入理论”,认为员工对该组织投入越多,就越不愿离开该组织。因为一旦离开,就会损失各种福利。从而不得不呆在该组织里,继续为组织服务。随后,布坎南(Buchanan, B., 1974)、波特(Porter, L. W., 1976)^[7]的研究,认为“组织承诺”绝非是经济上的原因,而是员工对组织的一种感情依赖。社会学家威纳(Wiener, Y., 1982)^[8]通过自己的调查研究认为,员工对组织的承诺完全是由于个人对组织的责任感,这是“内化了的行为规范”。这些研究尽管对组织承诺的定义不同,但都是单维度结构理论。

1984年加拿大学者梅耶(Meyer, J. P.)与阿伦(Allen, N. J.)^[9]对以前诸多研究者关于“组织承诺”的研究结果进行全面的分析,提出了“感情承诺”和“继续承诺”的两因素论。1990年,阿伦与梅耶^[10]将各种不同的“组织承诺量表”(问卷)综合成一种测试量表,在部分企业进行了测试,对测试结果进行因素分析后,获得了感情承诺、继续承诺、规范承诺三个因素结构模型。由于他们对组织

承诺概念的定义不同,所以关于组织承诺的结构尚无统一的结论。

4.2 中国的研究结果

本研究从项目资料的信息收集,问卷编制,测试样本等都是对中国企业,中国职工为对象而研制了“中国职工组织承诺问卷”。通过因素分析获得了五因素模型。根据组成各因素的项目内容,对因素命名和定义如下:

感情承诺:对单位认同,感情深厚;愿意为单位的生存与发展作出奉献,甚至不计较报酬;在任何诱惑下都不会离职跳槽。

理想承诺:重视个人的成长,追求理想的实现。因此,非常关注个人的专长在该单位能否得到发挥,单位能否提供各项工作条件、学习提高和晋升的机会,以利实现理想。

规范承诺:对企业的态度和行为表现均依社

会规范、职业道德为准则;对组织有责任感、工作应全身投入,对单位应忠诚热爱。

经济承诺:因担心离开单位会蒙受经济损失,所以才留在该单位。

机会承诺:呆在这个单位的根本原因是找不到别的满意单位;或因自己技术水平低,没有另找工作的机会。

从以上结果来看,组织承诺结构是多维的,而不是单维的。中国职工组织承诺的五因素模型,包括了西方学者的三因素模型的内容(感情承诺、规范承诺和投入承诺),这反映不同文化圈组织承诺的共性成分。另外,中国模型又比西方三因素模型多了“理想承诺”和“机会承诺”两个因素。这究竟是国情文化差异造成的,还是由于西方学者的研究不够系统全面而造成的?尚待进一步探讨。

参 考 文 献:

- [1] Becker H S. Notes on the Concept of Commitment[J]. American Journal of Sociology, 1960, 66:32~42
- [2] Argyris C. Understanding organizational behavior[M]. London: Tavistock Publications, 1960
- [3] Levinson H, Price C R, Munden K J, et al. Men, management and mental health[M]. Cambridge: Harvard University Press, 1962
- [4] Schein E H. Organizational psychology[M]. 3rded. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1980
- [5] Kotter J P. The Psychological contract[M]. California Management Review, 1973, 15:91~99
- [6] 凌文铨,滨治世.心理测验法[M].北京:科学出版社,1988,15~17
- [7] Porter L W, Strees R M, Mowday R T, Boulian P V. Organizational commitment, job satisfaction, and turnover among psychiatric technicians[J]. Journal of Psychology, 1976, 59(5):603~609
- [8] Wiener Y. Commitment in organizations: a normative view[J]. Academy of Management Review, 1982, 7:418~428
- [9] Meyer J P, Allen N J. Testing the “side-bets theory” of organizational commitment: some methodological considerations[J]. Journal of Applied Psychology, 1984, 69:372~378
- [10] Allen N J, Meyer J P. The measurement and antecedents of affective, continuance, and normative commitment to the organization[J]. Journal of Occupational Psychology, 1990, 63:1~18

The research on the structure model of Chinese employee's organizational commitment

LING Wen-quan¹, ZHANG Zhi-can², FANG Li-luo²

1. Jinan University, Guangzhou 510632, China;

2. Institute of Psychology, Chinese Academy of Science, Beijing 100101, China

Abstract: The Questionnaire of Chinese employee's organizational commitment was made on the basis of interviews, items collecting, pilot-tests, and scientific examining. The psychological structure of Chinese employee's organizational commitments was explored by the factor analysis. The five factors model includes affective commitment, normative commitment, ideal commitment, economic commitment, and choice commitment.

Key words: organizational commitment; psychological contracts; commitment pattern; psychological structure

.....
(上接第20页)

A study on several basic problems of management pattern suitable to product innovation process

ZHAO Zhi, CHEN Bang-she, SUN Lin-yan, WANG Ying-luo

School of Management, Xi'an Jiaotong University, Xi'an 710049, China

Abstract: On the basis of synthetic utilization of product innovation and BPR, this paper analyzes the intention of knowledge resources integrated and the characteristics of product innovation process. These characteristics includes venture, available deployment of natural resources, reinforcement of learn and communion, strengthen of enterprise competition advantage in the product innovation process. The management pattern based on knowledge networking suitable to product innovation process is studied. It discusses some principle problems about organization of innovation process, utilization of knowledge resources, communication and communion, learn skill, harmony mechanism, encourage and performance in the new management pattern. The new management pattern makes a break through at such aspects as information communion, authorization, leadership, and coordination in comparison with the functional ordinal management pattern.

Key words: product innovation; business process reengineering; knowledge; integrated; networking; management pattern