

组织承诺影响因素的模拟实验研究

刘小平¹, 王重鸣², Brigitte Charle- Pauvers³

(1. 中山大学管理学院, 广州 510275; 2. 浙江大学管理学院, 杭州 310028;
3. 法国南特大学企业管理学院)

摘要: 与传统问卷调查的研究方法不同, 本研究采用情景模拟实验的方法来探讨影响组织承诺的各种因素, 以及组织承诺对离职等各种结果变量的影响。本研究的结果和方法进一步加深了人们对组织承诺以及情景模拟实验的理解。

关键词: 组织承诺; 组织支持; 情景模拟实验

中图分类号: C932 **文献标识码:** A

1 研究目的

组织承诺是指员工对企业的承诺。对于“organizational commitment”一词, 也有中国学者把它译为:“组织归属感”、“组织认同”、“组织奉献精神”等。组织承诺大体可以分为三类: 情感承诺、规范承诺、持续承诺。情感承诺指员工对企业的投入、参与的程度; 规范承诺指由于受长期社会影响形成的社会责任而继续留在企业内的承诺; 持续承诺指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^[1]。组织承诺之所以引起了人们的极大关注, 与它对工作绩效、离职率和缺勤率具有较好的预测能力有关^[2]。在以往研究中, 都是采用问卷调查的方法来探讨组织承诺与各前因变量和结果变量之间的关系^[3], 但这种方法难以控制其他干扰因素的影响。本研究尝试采用情景模拟实验的方法来探讨组织支持、工作选择机会等因素对组织承诺的影响, 以及组织承诺对离职等结果变量的影响。

2 研究方法

2.1 实验设计

实验采用 2×2 的被试内设计, 即组织支持(高、低) \times 选择机会(多、少)。这样产生四种组合: ①组织支持高、选择机会多; ②组织支持高、选择机会少;

③组织支持低、选择机会多; ④组织支持低、选择机会少。

其中组织支持高低的控制是通过两个企业情景来实现。企业 A 是高组织支持的情景, 企业 B 是低组织支持的情景。用来体现组织支持高低的信息主要包括目标认同、企业发展前景、福利待遇、人际关系等。在每个企业情景的基础上, 又分别提供了两个个体员工的小情景(分别为 A_1 、 A_2 和 B_1 、 B_2), 两个小情景分别编为选择机会多或选择机会少。选择机会多少是通过直接在情景中提供是否有其它可供选择的工作机会来控制。

本研究中组织支持高低的评价采用 Eisenberger 等人于 1997 年提出的组织支持感问卷(SPOS, Survey of Perceived Organizational Support)来测量^[4]。组织承诺的高低采用我们修订后的组织承诺问卷来测量, 它共有三种成分, 即情感承诺、持续承诺、规范承诺。对其它变量采用单个项目进行测量。例如对人际关系变量的评价是:“您对自己在企业中的人际关系的满意度 ①很低, ②低, ③中, ④高, ⑤很高”。

结果变量主要有三个: 留职意向、工作业绩、离职倾向。例如对离职倾向的评价是:“您估计自己近期离职的可能性。①很大, ②大, ③中, ④小, ⑤很小”。以上各种变量的评价均采用 5 点量表法。

2.2 实验程度与被试

实验程序: 在实验开始之前, 先向被试说明, 在接下来的时间里将会给他们提供两个企业的情况介绍, 以及每个企业两名员工的情况介绍。在熟悉了该企业的情况以及其中某员工的情况后, 假设自己就是该员工的话, 会怎么想, 怎么做。实验过程是先

收稿日期: 2002-04-08

基金项目: 国家自然科学基金资助项目(70201012)

作者简介: 刘小平(1969-), 男(汉族), 江西人, 中山大学管理学院讲师, 研究方向: 组织管理、人力资源管理。

给被试提供一个企业情景并让被试单独对该企业的情况进行评价,完成以后提供在该企业工作的一名员工的情况,并让被试假定自己就是该员工,对自己有关方面的情况进行评价;然后是另一名员工的情况介绍,再评价。做完一个企业及两名员工的评价后,把情况介绍和问卷收回,再提供第二个企业的情况介绍,程序与前部分相同。为了控制顺序效应,有一半被试先呈现企业 A,再企业 B;另一半被试先呈现企业 B,再企业 A。

被试:被试为某高校高职班的学员,均有两年以上的工作经历,主要来自企业和党政机关等单位,共 96 名。其中文秘班学员 48 名;企业管理班学员 48 名。每个班分两批进行,每次 24 人。

3 研究结果

表 1 是两个企业情景组织支持感高低的控制效果检验。被试对企业 A 的评价 ($M = 3.58$) 显著高于企业 B($M = 2.67$)。表 2 是四个个体情景差异性检验,可以看到,各个情景在选择机会多少等评价变量上也存在显著性差异。以上结果表明,在本研究中对于组织支持和选择机会多少两个变量的控制是成功的。

表 1 两个企业情景组织支持感高低的显著性检验

	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
企业 A	3.58	.51	125.98	.00
企业 B	2.67	.60		

注: $n = 96$

表 2 四个个体情景差异的显著性检验

	情景 A ₁		情景 A ₂		情景 B ₁		情景 B ₂		<i>F</i>	<i>P</i>
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>		
岗位认同	3.66	.66	3.76	.77	1.91	.80	2.13	1.02	134.52	.00
前景吸引	3.93	.76	3.82	.81	2.39	.94	2.28	.94	100.20	.00
人际满意	3.99	.72	3.74	.74	2.41	.83	2.33	.86	116.16	.00
待遇满意	3.46	.60	4.02	.78	2.20	.83	2.24	.92	123.90	.00
发展前景	3.99	.69	3.41	.76	2.41	.86	2.44	.92	86.73	.00
损失大小	2.92	.97	3.69	.91	2.94	1.09	2.13	.90	40.58	.00
舆论压力	2.78	1.00	2.72	.94	2.99	1.16	2.15	1.00	11.69	.00
期望比较	3.27	.59	3.30	.75	1.99	.66	2.07	.73	106.11	.00
机会多少	3.28	.68	3.30	.92	2.48	.73	2.40	.88	35.23	.00

表 3 是组织支持感与组织承诺的平均数、标准差及其相关矩阵。从组织承诺三个成分间的相关看,都比较高。组织支持感与组织承诺的相关也较高,但承诺内部的相关高于与组织支持感的相关,说明组织承诺与组织支持感既是两个不同的构思,同时又是关系比较密切的两个构思。

表 3 组织支持感与组织承诺的平均数、标准差及相关矩阵

	<i>M</i>	<i>SD</i>	情感承诺	持续承诺	规范承诺
情感承诺	3.05	.89			
持续承诺	3.00	.94	.83**		
规范承诺	2.81	.87	.75**	.75**	
组织支持感	3.13	.72	.71**	.64**	.63**

注: ** $P < .01$

表 4 组织支持感高低与选择机会对组织承诺的方差分析结果

	组织支持		选择机会		组织支持×选择机会	
	<i>F</i>	<i>P</i>	<i>F</i>	<i>P</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
情感承诺	208.90	.000	12.63	.000	5.01	.007
持续承诺	143.27	.000	12.89	.000	1.19	.304
规范承诺	67.84	.000	6.07	.003	2.61	.075

表 4 是组织支持感、选择机会多少对组织承诺影响的分析。其中企业 A、企业 B 分别代表组织支持感高和low的情景;目前现状不如可供选择的机会(即评价结果为“更差”和“差”)编为选择机会多,目前现状优于各种选择机会(即评价结果为“好”和“更好”)编为选择机会少。结果说明,组织支持感(高、低)和选择机会(多、少)对组织承诺都存在极其显著的主效应。即组织支持感越高,组织承诺越高;选择机会越少,组织承诺越高。组织支持感的主效应要强于选择机会的主效应,因为组织支持感的 F 值远远高于选择机会的 F 值;同时,组织支持感高时,组织承诺的平均值无论是选择机会多少,都要远远高于组织支持感低时。但组织支持感与选择机会在情感承诺上存在交互作用。也就是说,高组织支持感下只对机会少敏感,机会越少承诺越高;低组织情景下只对机会多敏感,机会越多承诺越低。组织支持感与选择机会四种组合情景下,组织承诺的高低依次为:①支持感高、选择机会少;②支持感高、选择机会多;③支持感低、选择机会少;④支持感低、选择机会多。

①本研究为一项中法合作科研项目的部分内容。

表 5 是各种因素对组织承诺的影响分析。结果说明, 影响情感承诺的因素有岗位认同、企业发展前景、人际关系、福利待遇、个人发展前景、离职时需要承受的舆论压力、现状与期望的比较、现状与机会的比较等。在所列的九个因素中只有离职损失对情感承诺没有显著影响。

表 5 各因素对组织承诺的回归分析

因素名称	情感承诺		持续承诺		规范承诺	
	BETA	t	BETA	t	BETA	t
S1	. 19	3. 61* *	. 07	1. 14	. 04	. 57
S2	. 24	4. 93* *	. 26	4. 48* *	. 13	1. 97*
S3	. 10	2. 45* *	. 09	1. 84*	. 07	1. 11
S4	. 10	2. 04*	. 06	1. 10	. 04	. 55
S5	. 10	2. 46* *	. 13	2. 59* *	. 10	1. 59
S6	. 04	1. 06	. 08	1. 90	-. 10	- 1. 97*
S7	. 06	2. 01*	. 04	1. 00	. 19	4. 16* *
S8	. 17	3. 76* *	. 16	2. 93* *	. 27	4. 24* *
S9	. 07	2. 14*	. 11	2. 52* *	. 11	2. 13*
R = . 85 R ² = . 72 R = . 78 R ² = . 60 R = . 65 R ² = . 43						

注: S1 岗位认同, S2 企业发展前景, S3 人际关系, S4 福利待遇, S5 个人发展前景, S6 离职损失, S7 离职时的舆论压力, S8 现状与期望的比较, S9 现状与机会的比较。
P< . 05, * * P< . 01。

影响持续承诺的主要因素有企业发展前景、人际关系、个人发展前景、现状与期望的比较、现状与机会的比较。这里值得注意的是福利待遇和离职损失对持续承诺没有显著影响。福利待遇和离职损失对持续承诺为什么没有显著影响? 我们认为这是员工特别重视企业发展前景和个人发展前景所致。发展前景好差有一部分内容就是将来福利待遇的好差, 也就是说影响员工持续承诺不是眼前的福利待遇, 而可能是将来的福利待遇。

影响规范承诺的主要因素有企业发展前景、离职损失、舆论压力、现状与期望的比较、现状与机会的比较。其中离职损失对规范承诺有显著的负面影响, 也就是说, 如果员工在离职时感到的损失越大, 他(她)对原企业的规范承诺(回报感和义务感)就越低; 损失越小, 规范承诺就越高。也许员工认为离职损失是企业有意造成的, 企业越是想通过离职损失来留住员工, 员工对企业的承诺就越低。

另外, 我们也可以看到各个因素对承诺影响力的大小是不同的。影响情感承诺的前三个因素是: 企业发展前景、现状与期望的比较、岗位认同; 影响持续承诺的前三个因素是: 企业发展前景、现状与期望的比较、个人发展前景; 影响规范承诺的前三个因素是: 现状与期望的比较、舆论压力、现状与机会的

比较。其中目前的现状与期望的比较对三种承诺都有重要影响。

表 6 为组织承诺对结果变量的回归分析。结果表明情感承诺、持续承诺对留职意向、工作业绩、离职意向均有显著影响, 而规范承诺对三种结果变量都没有显著影响。

表 6 组织承诺对结果变量的回归分析

	留职意向		工作业绩		离职意向	
	BETA	t	BETA	t	BETA	t
常数项		- 3. 29* *		2. 69* *		- 1. 56
情感承诺	. 45	7. 07* *	. 50	7. 33*	. 35	5. 31* *
持续承诺	. 44	6. 94* *	. 31	4. 59* *	. 41	6. 31* *
规范承诺	-. 09	- 1. 78	-. 05	-. 88	. 03	. 51
R = . 78 R ² = . 60 R = . 74 R ² = . 54 R = . 75 R ² = . 57						

注: * * P< . 01

4 结论

本研究通过提供组织支持程度不同的两家企业情景, 探讨了组织支持高低对员工组织承诺的影响; 同时还通过四个不同的个体员工情景, 探讨了在特定企业情景下(组织支持高或低), 可供选择机会的多少、员工期望、岗位认同、企业发展前景等因素对组织承诺的影响, 以及组织承诺对留职倾向、工作业绩、离职倾向等结果变量的影响。根据本部分结果, 可以得到以下几个结论:

首先, 组织承诺与组织支持感间有密切的关系, 两者间的相关高达 63- 71, 总体相关趋势呈明显的线性关系。组织支持低的企业, 其员工的组织承诺也低; 组织支持高的企业, 其员工的组织承诺也高。因此可以说组织承诺是在组织支持高低感知的基础上产生, 反应了员工与企业间存在的交换关系与心理契约。

其次, 员工可供选择机会的多少也对其组织承诺有影响。可供选择的机会越多, 其承诺越低; 可供选择的机会越少, 其承诺越高。根据社会交换理论的观点, 人们总是追求最大的效益, 寻求最有利的交换对象和活动。企业与员工间也是一种交换关系, 在交换过程中, 如果员工有更佳的工作机会, 对原企业的依赖性就会降低。因为他(她)可以终止这种交换关系, 与新的对象建立更为有利的交换关系^[5]。

第三, 组织支持与选择机会对组织承诺的影响存在相互作用关系, 四种情形下组织承诺的高低依次为: ①支持感高、选择机会少; ②支持感高、选择机会多; ③支持感低、选择机会少; ④支持感低、选择机会多。这表明, 如果组织支持程度高, 员工感到自己

与企业的交换关系公平合理,选择机会此时对组织承诺的影响不大,员工倾向于维持现有的公平交换关系。如果组织支持低,员工感到自己与企业的关系不合理,员工为了恢复公平的交换关系,就可能降低自己的输入,如对企业漠不关心,与企业离心离德,甚至完全终止这种关系,此时可供选择的机会对组织承诺就有重要的影响。换句话说,企业为员工提供的支持越有力,员工对企业的承诺就越高,这是一种公认的公平交换法则,如果员工认为这种法则没有得到保障,员工才会利用其它的工作机会建立起新的公平交换关系。

第四,在组织承诺因果关系模型中,影响组织承诺各成分的因素不同。影响情感承诺的因素按重要程度依次为:企业发展前景、现状与期望的比较、岗位认同、个人发展前景、人际关系、现状与选择机会的比较、福利待遇、离职的舆论压力等。影响持续承诺的因素依次为:企业发展前景、现状与期望的比较、个人发展前景、现状与机会的比较、人际关系等;影响规范承诺的因素依次是:现状与期望的比较、舆论压力、现状与机会的比较、企业发展前景等。

第五,在组织承诺因果关系模型中,组织承诺各成分对结果变量的影响程度不同,情感承诺、持续承诺对留职倾向、工业业绩、离职倾向都有显著影响。规范承诺对留职倾向有负面影响,但没有达到 .05 的显著性水平。

第六,采用情景模拟实验的方法来研究某些态

度变量(如本研究中的组织承诺)与传统的问卷调查相比,有以下一些优点:首先是能够对情景变量进行有效的控制,能够产生在实际生活中很难获取的各种工作情景;其次,能够避免其他因素的干扰,有利于实验假设的验证。在本研究得到的结果与相关实际问卷调查结果相似,但各种相关及因果关系更为明确。

参考文献:

- [1] 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.
- [2] Cohen, A. & Hudecek, N. Organizational Commitment - Turnover Relationship across Occupational Groups: A Meta - analysis [J]. *Group and Organization Management*, 1993, (18): 188- 213.
- [3] Randall, D. M. The Consequences of Organizational Commitment: Methodological Investigation[J]. *Journal of Organizational behavior*, 1990, (11): 361- 378.
- [4] Lynch, P. D. , Eisenberger, R. & Armeli, S. Perceived Organizational Support: Inferior versus Superior Performance by Wary Employees[J]. *Journal of Applied Psychology*, 1999, (84): 467- 483.
- [5] Hofmann, D. A. & Morgeson, F. P. Safety- Related Behavior as a Social Exchange: The Role of Perceived Organizational Support and Leader- Member Exchange[J]. *Journal of Applied Psychology*, 1999, (84): 286- 296.

The Study of Organizational Commitment with Scenario- Simulated Method

LIU Xiao- ping¹, WANG Zhong- ming², Brigitte Charle- Pauvers³

(1. School of Business, Zhongshan University Guangzhou 510275, China;

2. School of Management, Zhejiang University Hangzhou 310028, China;

3. Institute of Entreprises Administration, University of Nantes, France)

Abstract: In this study the antecedents and outcomes of organizational commitment were examined with the scenario- simulated method, which differentiated from traditional survey research method. The results of this study attributed not only to our understanding of organizational commitment, but also to the scenario- simulated method.

Key words: organizational commitment; organizational support; scenario- simulated method