

组织支持感对新入职员工工作投入的影响:心理契约的中介作用

邢 敏

(信阳师范学院 教育科学学院,河南 信阳 464000)

摘 要:为了考察新入职员工组织支持感、心理契约和工作投入之间的关系,采用组织支持感问卷、心理契约问卷和工作投入问卷,对 471 名新入职员工进行随机调查。结果发现:组织支持感对新入职员工的心理契约和工作投入均有显著影响;关系型心理契约在组织支持感对新入职员工工作投入的作用中起到了部分中介作用;心理契约的不同成分在组织支持感对工作投入影响中的作用存在差异。研究认为,在新入职员工管理实践中提升个人与组织良性互动,加强组织支持感及心理契约,对挽留人才和提升组织绩效意义重大。

关键词:新入职员工;组织支持感;心理契约;工作投入;离职意向;组织关系
中图分类号:F272.92;B849 **文献标志码:**A **文章编号:**1003-0964(2017)06-0023-04

一、问题提出

前程无忧是国内领先的人力资源服务商,在其《2017 年离职与调薪调研报告》中显示,2016 年企业员工平均离职率为 20.1%,其中应届生离职率高达 26.5%,而以上两个数据在 2015 年分别为 17.7% 和 23.1%。快速变化的经济环境使得以往由组织和企业主导的传统职业生涯模式受到冲击,个体职业生涯的自我概念不断强化,以“适应”为主题的职业生涯模式成为主导,个体与组织的互动成为个体职业生涯尤其是职业生涯初期的重要活动内容^[1]。组织支持感、心理契约和工作投入是衡量新入职员工工作“适应”及其与组织关系必不可少的 3 个变量。

新入职员工在工作内容上正处于熟悉和学习阶段,在与组织和管理者的互动过程中,个体对组织支持的感知在很大程度上影响着其工作表现和离职意向。组织支持感(Perceived Organizational Support,简称 POS)最初是由美国社会心理学家 Eisenberger 在社会交换理论和互惠原则的基础之上提出的,他将组织支持感定义为“员工感受到的组织珍视自己、关心自己幸福的程度”^[2]。组织支持感理论认为,组织支持能使员工产生一种关心集体利益的责任感以及情感需求的满足,并会增加员工对企业的情感承诺。Coyle 等人的研究认为组织支持感除了可以帮助提高员工的工作绩效外,更多的是使员工

感受到个人与员工、个人与组织间的情感联系,增强员工的工作适应。

雇佣关系归根结底为一种契约关系,而心理契约一直作为这种契约关系的心智模型被关注。心理契约(Psychological Contract)最早由 Argyris 在 20 世纪 60 年代提出,近些年该领域研究聚焦在个体信念上,即其本质为个体对雇佣双方关系的感知。根据 Rousseau 的观点^[3],心理契约主要包括两种成分:关系型成分(relation)和交易型成分(transactional),并且这一观点被许多学者验证。关系型成分主要关注广泛的、长期的、社会情感性的交互关系,在中国更注重人际关系的集体主义文化背景之下,员工更加注重关系型成分的心理契约。交易型成分更加关注于具体、短期的和积极性的交换关系,因此具体的经济利益成为员工工作的主要动力。在入职初期新入职员工与组织间的雇佣关系并不稳定,而这一阶段双方的心理契约也处于短期波动的状态^[4]。此外,相较于老员工,新员工对组织和自身的认知不够成熟,其心理契约呈现出一定的特殊性^[5]。作为联系员工与组织关系的纽带,心理契约影响着员工认知、态度和行为,对员工的工作满意度、工作绩效、工作投入和离职意向等都起到关键作用^[6]。本研究将从“关系型心理契约”和“交易型心理契约”入手聚焦新入职员工心理契约,考察它在新入职员工工作

收稿日期:2017-08-15
基金项目:国家社科基金项目(14CSH040);河南省教育厅人文社科项目(2015-QN-361)
作者简介:邢 敏(1983—),男,山东淄博人,讲师,研究方向为应用心理学、人力资源管理。

中的具体作用机制。

Rousseau认为,心理契约受到各种内外部因素的影响。内部因素包括个人的认知特点、对雇佣双方关系的理解等,外部因素包括外部信息和社会线索等。组织支持感作为一种外在的激励信息,对员工的心理契约产生影响^[7]。在国内,刘小禹等人研究也发现组织支持感对增强员工心理契约,尤其是关系型契约作用显著^[8]。凌文铨认为组织支持感应包括对工作支持、员工价值认同和关心员工利益,其中,关心员工的利益是满足员工生存的需要,价值认同是满足员工自尊的需要,工作支持是满足员工成长的需要^[9]。组织支持感作为员工的一种主观心理感受,对心理契约的影响研究也更多地注重关系型契约的成分。

随着积极心理学的兴起和发展,积极的主观体验、个人特质和组织成为人们关注的焦点,工作投入作为一种重要的个人特质而备受关注^[10]。工作投入是指一种与工作相关的积极、完满的情绪与认知状态,具有持久性和弥散性的特点。工作投入的影响因素包括与个体特征相关的因素、与工作相关的因素以及与家人相关的因素等3个方面。Eisenberger等人的研究表明,组织支持感与工作投入有高度的正相关^[3]。根据互惠原则,组织支持感使员工产生一种关心集体利益的责任感以及情感需求的满足,并会增强与企业的情感联系,增强员工的心理契约,尤其是关系性心理契约。心理契约是建立在社会交换理论和公平理论基础上的^[10]。当员工的心理契约对个人责任认知较高,员工便会按照所认知的个体责任而增加自己的工作投入,心理契约的满足使得员工更加努力工作以换取组织的高回报。但如果员工的心理契约受到破坏,员工的工作兴趣和积极性将受到影响,使得工作投入降低。因此我们认为组织支持感与工作投入的关系受到心理契约的影响。

综上所述,本研究将探讨组织支持感、心理契约对新入职员工工作投入的具体作用机制,并检验心理契约在组织支持感上对新入职员工工作投入中的中介效应。本研究假设,H1:组织支持感、心理契约影响新入职员工的工作投入;H2:组织支持感通过心理契约影响新入职员工的工作投入,即心理契约起到了中介作用;H3:心理契约的不同成分,即关系型心理契约和交易型心理契约,在组织支持感对工作投入的影响中具体作用存在差异。

二、研究方法

(一)被试

本研究的被试来自河南、山东、天津等地生产制

造型企业的员工,工作年限均在1年半以内。本研究共发放问卷650份,回收574份,回收率为88.31%,经初步整理剔除无效问卷之后得到有效问卷471份,有效率为72.46%。其中,男性228人,女性243人;年龄在25岁以下的有108人,在25—30岁的有200人,在30岁以上的有163人;受教育水平:中专29人,大专178人,本科243人,研究生及以上21人。

(二)研究工具

1. 心理契约

心理契约问卷是在Rousseau等人^[3]编制的心理契约问卷基础上修订而成,采用自陈式问卷调查收集新入职员工对雇佣双方契约关系的感知。最终问卷分为“关系型心理契约”和“交易型心理契约”两个维度,共13个题目,其中“关系型心理契约”题目主要考察员工追求长期工作保障、职业发展以及培训机会等与社会情感交换相关的契约项目;“交易型心理契约”题目主要考察追求高额劳动报酬、绩效奖励以及其他的一些与物质交换相关的契约项目。该量表的Cronbach α 系数处于0.66~0.83之间。该次测试的模型拟合优度指数: $X^2/df=2.395$, $RMSEA=0.075$, $NFI=0.92$, $NNFI=0.92$, $CFI=0.93$ 。从拟合指数来看,各项拟合指标均符合测量学要求。

2. 组织支持感

选用凌文铨等^[9]编制的适合中国企业员工特色的组织支持感问卷,该问卷包含24个题目,分为工作支持因素、员工价值因素和关心利益因素3个维度。该量表的Cronbach α 系数处于0.85~0.96之间。该次测试的模型拟合优度指数: $X^2/df=2.78$, $RMSEA=0.084$, $NNFI=0.92$, $CFI=0.93$ 。从拟合指数来看,各项拟合指数符合测量学要求。

3. 工作投入

选用Schaufeli等人于2002年开发的Utrecht工作投入量表(The Utrecht Work Engagement Scale,简称UWES)^[11],该量表分为活力、奉献和专注3个维度,共17题,3个维度分别有6题、5题、6题。该量表的Cronbach α 系数处于0.82~0.94之间,信度较好,而且各分量表之间相关显著,与国内外研究相符。本次测量按照常规将总分作为工作投入的分数,而不采用单维计分,以避免多元共线性问题。

(三)程序及数据处理

问卷调查使用统一指导语,由心理学专业人员集体或者单独施测。在指导语中强调调查结果将进行严格保密,仅限于科研使用。问卷采用编码录入,使用SPSS17.0进行数据处理,包括共同方法偏差检

验、描述统计、相关分析及中介效应检验等^[12]。

三、结果

(一)共同方法偏差的控制和检验

由于本研究采用自陈问卷方式收集数据,因此存在共同方法偏差的可能。为了控制共同方法偏差对数据结果的影响,除采用平衡测验项目顺序效应并改进量表项目的程序控制外,本研究还采用 Harman 单

因子模型法对数据进行检验^[13]。结果显示,特征值大于 1 的因子数有 8 个,单个因子对方差的最大解释率为 28.8%,所有因子的总解释率为 63.7%。因此可以判定本研究不存在严重的共同方法偏差。

(二)各变量描述统计结果及相关矩阵

表 1 列出了新入职员工组织支持感、心理契约和工作投入等变量的平均数、标准差及相关系数。

表 1 各变量的描述统计及相关系数统计

变量	<i>M</i>	<i>SD</i>	1	2	3	4
1 组织支持感	3.424	0.599	(0.929)			
2 关系型心理契约	3.971	0.644	0.507**	(0.826)		
3 交易型心理契约	3.085	0.655	0.382**	-0.006	(0.662)	
4 工作投入	3.628	0.622	0.646**	0.597**	0.265**	(0.914)

注:(1)***表示 $p < 0.001$, **表示 $p < 0.01$, *表示 $p < 0.05$, $N = 471$,下同

(2)对角线上括号中的数值为 Cronbach's α 信度系数

结果显示,关系型心理契约与交易型心理契约相关不显著($r = -0.01, p > 0.05$),进一步对数据分析发现新入职员工关系型心理契约的影响显著高于交易型心理契约($t = 20.789, p < 0.01$),组织支持感与关系型心理契约和交易型心理契约相关显著(r 为 0.51和 0.38, $ps < 0.01$),组织支持感、关系型心理契约和交易型心理契约与工作投入相关显著(r 为 0.27

~0.65, $ps < 0.01$)。

(三)中介效应的检验

为了进一步检验心理契约在组织支持感对新入职员工工作投入影响中的具体作用机制,本研究根据 Born 和 Kenny 中介效应检验方法对数据进行处理,层次回归结果见表 2。

表 2 心理契约在组织支持感与工作投入关系的中介效应检验($N = 471$)

步骤	因变量	自变量	β	<i>SE</i>	<i>t</i>	R^2	ΔR^2	<i>F</i>
第一步	工作投入	组织支持感	0.646	0.037	18.236***	0.417	0.416	332.561***
第二步	关系型心理契约	组织支持感	0.507	0.043	12.622***	0.257	0.252	159.322***
第三步	工作投入	组织支持感	0.460	0.039	12.158***	0.511	0.509	240.774***
		关系型心理契约	0.362	0.032	9.587***			

层次回归结果显示,在以组织支持感为自变量,以工作投入为因变量时,组织支持感对工作投入有显著的预测作用($\beta = 0.646, p < 0.001$);以组织支持感为自变量,以心理契约为因变量,发现组织支持感对关系型心理契约和交易型心理契约的预测作用分别为 50.7%和 26.5%,均达到显著水平;以组织支持感和关系型心理契约为自变量,以工作投入为因变量,结果发现组织支持感($\beta = 0.460, p < 0.001$)和关系型心理契约($\beta = 0.362, p < 0.001$)都可以显著预测工作投入,而且由于引入关系型心理契约,组织支持感对工作投入的预测作用由原来的 64.6%变为 46.0%,说明关系型心理契约对工作投入也有预测作用。因此,可以得出关系型心理契约在组织支持感对工作投入的影响中起到了部分中介作用,中介效应为 18.6% ($ab = c - c' = 0.646 - 0.460$),总效应为 64.6%,中介

效应占总效应的比值(ab/c)为 28.8%^[14]。在交易型心理契约的分析中发现,交易型心理契约对工作投入预测作用显著($\beta = 0.265, p < 0.001$),将组织支持感和交易型心理契约作为自变量,工作投入作为因变量后发现,组织支持感对员工工作投入预测作用变化不大,但依然显著($\beta = 0.635, p < 0.001$),而交易型心理契约对工作投入的预测作用不显著($\beta = 0.028, p > 0.05$)。因此,在表 2 中心理契约在组织支持感与工作投入关系的中介效应检验中并未呈现交易型心理契约的相关数据。

四、讨论

本研究以新入职 1 年半以内的员工为调查对象,借助实证研究分析新入职员工工作投入的影响因素及具体的影响机制。相关分析结果显示,新入职员工除关系型心理契约与交易型心理契约相关不

显著以外,组织支持感、关系型心理契约、交易型心理契约与工作投入之间均呈显著正相关。该结果与刘小禹、凌文铨等研究结果一致^[8,9],说明组织支持感良好的个体具有较高的心理契约,进而产生高的工作投入。进一步检验发现,组织支持感对心理契约(关系型心理契约和交易型心理契约)、工作投入都有显著的预测作用,验证了假设1内容,并与已有研究结果一致^[2,8,9]。西方研究普遍认为新入职员工的组织适应及社会化过程完成于早期的几个月甚至是几周的时间内,入职前对工作的期望都会在这短短的时间内重新塑造,个体与个体之间、个体与组织之间的互动都影响着新入职员工的“适应”及职业发展^[14]。良好的组织支持感容易使新入职员工产生一种关心集体利益的责任感以及情感需求的满足,并会增加与企业的情感联系,增加员工的心理契约,尤其是关系型心理契约。当新入职员工的心理契约对个人责任认知较高,员工便会按照心理所认知的个体责任而增加自己的工作投入,心理契约的满足使得员工更加努力投入工作以换取组织的高回报^[4,5]。

此外,本研究还发现新入职员工关系型心理契约显著高于其交易型心理契约。作为新入职员工,其工作正处于熟悉和学习阶段,对未来的职业发展并没有清晰的认识,更多地在与组织和其他成员的互动中进行职场适应。此时的“互动”尚没有具体目的,关系型心理契约更多地关注于广泛的、长期的和社会情感性的交流。研究发现,组织支持感和心理契约在新入职员工的工作投入中都起到了显著影响,但作为具体的工作环境,个体与组织的互动很难只受单一因素影响,环境的复杂性使得考察组织支持感和心理契约在工作投入中的具体作用机制极为重要。

中介效应检验显示,关系型心理契约和交易型心理契约在组织支持感对新入职员工工作投入的影响中作用机制不一样,验证了假设3。关系型心理契约在组织支持感对新入职员工工作投入的关系中起到了部分中介作用,即组织支持感通过关系型心理契约作用于工作投入;而交易型心理契约的引入,并未引起组织支持感对新入职员工工作投入的显著变化,且交易型心理契约对工作投入的影响作用不再显著。社会交换和互惠理论认为,组织支持感代表着个体与组织之间的社会交换,组织支持感的提高增加了个体对组织的认同,个体更愿意将未来的职业发展与组织发展相结合,换言之,组织支持感的提升降低了新入职员工对于短期的、具体的社会交

换目标,即降低了交易型心理契约对工作投入的影响。实验结果验证了本研究的研究假设,心理契约的不同成分在组织支持感对新入职员工的工作投入影响方面的作用机制存在差异。

本研究对现实的人力资源管理具有重要意义。西方研究普遍认为个体的组织适应和组织社会化形成于入职初期的几周到几个月间,新员工对组织的态度也在早期已经形成,但存在一个短期波动的过程,这个过程存在“趋中趋势”^[11]。本研究的员工入职在1年半以内,其对组织的“关系连接”相对平衡,此时考察个体的组织支持感、心理契约以及工作投入较有实践意义。研究发现处于新入职阶段的员工,其工作投入的表现在很大程度上受到了其与组织关系的影响,组织支持感及关系型心理契约的提升,在很大程度上意味着较高的工作投入。从积极心理学的角度看,较高的工作投入对于个体和组织意义重大,个体在生理、认知和情感方面的积极融入以及良好的组织绩效,有利于个体形成良好的职业习惯及职业发展规划。另外组织支持感在一定程度上影响着交易型心理契约对工作投入的影响,这也在一定程度上解释了目前新入职员工职业兴趣多元化、注重个人感受和发展、离职率持续攀升等问题。作为组织,尤其是传统的制造业和服务性行业,增加培训成本投入,提升新入职员工的组织支持感及心理契约,对挽留人才及提升组织绩效意义重大。

本研究的局限在于采用横断研究考察入职时间在1年半以内员工的情况,而对于随着工作时间推进和工作经验增长所带来的组织支持感、心理契约及工作投入的发展性变化考虑不足,未来研究可以考虑追踪设计来弥补这一不足。此外本研究重点考察了生产制造型企业的新入职员工,因此在注重内在效度的同时限制了外在效度,未来应进一步扩大样本量,扩大不同行业的研究及对比,以提升研究的外在效度。

五、结论

本研究结果显示:(1)组织支持感、心理契约对新入职员工的工作投入均有显著的预测作用;(2)组织支持感通过增强关系型心理契约进而提升新入职员工的工作投入,关系型心理契约起到了部分中介作用,但交易型心理契约中介作用不明显。研究认为,新入职员工在职业适应初期受到多种因素共同作用,单纯地考虑某一因素对其工作投入的影响并不能全面地发现问题,多变量的组合研究更加符合新入职员工工作实际,能成为丰富该领域研究的方法,并为企业管理者在新入职员工的管理策略上提供借鉴。

(下转第32页)