

DOI 编码: 10.3969/j.issn.1672-884x.2016.06.006

基于多理论视角的个人-环境匹配、 自我决定感与情感承诺研究

赵慧娟¹ 龙立荣²

(1. 中南财经政法大学公共管理学院; 2. 华中科技大学管理学院)

摘要: 在已有相关研究的基础上,通过 3 种不同的匹配理论,分别构建了自我决定感在 PO 匹配、PG 匹配和 DA 匹配影响情感承诺时发生中介作用的假设模型。采用追踪研究方法,基于对 335 名员工先后 3 次的问卷调查,着重辨析了 3 种匹配在影响情感承诺时的作用机制是否存在差异。研究发现,这 3 种匹配对情感承诺都有显著的正向预测作用,PO 匹配的标准化回归系数最高;PO 匹配对自我决定感各维度具有显著预测作用,PG 匹配对关系需要维度具有显著预测作用,DA 匹配对胜任需要维度具有显著预测作用;PO 匹配主要直接影响情感承诺,DA 匹配不仅直接影响情感承诺,也会通过自我决定感的胜任需要维度间接影响情感承诺,PG 匹配完全通过关系需要维度间接影响情感承诺。

关键词: PE 匹配; PO 匹配; PG 匹配; DA 匹配; 自我决定理论; 心理需要; 情感承诺
中图分类号: C93 **文献标志码:** A **文章编号:** 1672-884X(2016)06-0836-11

Person-Environment Fit, Feeling of Self-Determination and Affective Organizational Commitment: A Study Based on Multiple Theory

ZHAO Huijuan LONG Lirong

(1. Zhongnan University of Economics and Law, Wuhan, China;

2. Huazhong University of Science and Technology, Wuhan, China)

Abstract: This article hypothesized and tested a model in which the satisfaction of the psychological needs for autonomy, relatedness, and competence partially mediated the relations between different types of perceived PE fit and employee affective organizational commitment. Data from 335 full-time working employees were collected across 3 time periods. The main conclusions are as followed: (1) PO fit, PG fit and DA fit all had significant effect on affective organizational commitment. The influence of PO fit was even bigger. (2) PO fit had significant effect on psychological needs for autonomy. Both PO fit and PG fit had significant effect on psychological needs for relatedness. And both PO fit and DA fit had significant effect on psychological needs for competence. (3) PO fit mainly influenced employee affective organizational commitment directly. PG fit influenced employee affective organizational commitment indirectly through the satisfaction of psychological needs for relatedness, totally. DA fit influenced employee affective organizational commitment directly and indirectly through the satisfaction of psychological needs for competence.

Key words: person-environment fit; person-organization fit; person-group fit; demands-abilities fit; self-determination theory; psychological need; affective organizational commitment

1 研究背景

进入互联网时代,组织与员工之间的关系

变得相对微妙,越来越多的理论及实践者认识到,基于工业时代背景的雇佣型管理,已不太适应当下组织的变革和发展。人们不会再轻易地

收稿日期: 2015-09-17

基金项目: 国家自然科学基金资助重大项目(71232001);国家自然科学基金资助项目(71202176)

把自己固化在一个组织内,要提高员工的情感承诺,只能提升组织作为个人发展平台的吸引力。鉴于此,组织必须要了解员工的需求,了解员工的希望,尊重个体的目标、能力及价值观,并促使其实现。由此,实现个人-环境匹配(简称PE匹配)可能是一种有效的途径^[1]。依据PE匹配理论,组织环境特征与员工个人特征的符合程度,能够显著预测员工的组织行为及工作态度^[2]。尽管不同研究者所关注的组织环境特征与员工个体特征各不相同,但还是有比较多的研究集中于个人-组织匹配(简称PO匹配)、个人-群体匹配(简称PG匹配),以及个人-工作要求匹配(简称DA匹配)^[1],分别对应了组织、群体以及工作3个不同的环境层面。对于企业管理者而言,组织的资源有限,尤其在激烈的市场竞争条件下,管理手段必须直指对于员工情感承诺影响最大、作用最直接的管理目标。从现有关于PE匹配的研究文献来看,多种匹配理论的综合以及比较研究日益丰富^[3,4],但同时将上述3类匹配纳入同一研究框架的文献在西方尚不是特别丰富,在国内也是比较缺乏。此外,PE匹配的潜在作用在于可能强化员工与组织之间的情感联系,但并不能由此断定只要实现了匹配员工就必然会对组织投入情感并产生情感依恋。人们追求PE匹配的深层心理动机需要进一步得到验证。

在相关研究中,一种比较有代表性的观点认为,匹配通过满足个体的需求来影响个体行为^[5]。PE匹配之所以能够预测个体的行为,是因为与个体特征相匹配的环境为满足个体需要提供了机会^[6]。基于这种理解,GREGURAS等^[7]提出,自我决定理论主要强调的是心理需要的满足对积极的个体结果的影响,可以解释PE匹配对员工态度和行为的影响。此外,他们还基于自我决定理论构建了PO匹配、PG匹配与DA匹配对情感承诺的作用机制,并进行了一些有意义的探索研究。本研究认为,文献^[7]的研究还需要从以下几个方面进行深入探讨:①该研究只建立了变量间的两两关系,并没有针对中介作用建立假设并予以论证。究其原因,可能是由于没有从理论上对3类匹配予以区分。由此,本研究将基于多理论比较的视角对上述理论模型进行重新推导,以期对该模型进行更加严格的理论论证。②在不同的国家及社会文化背景下,员工与组织对PO匹配、PG匹配、DA匹配的偏好、实现度本身就存在差异,这在以往的研究中已经有所体现^[8]。针

对文献^[7]的研究模型和研究结论在我国企业文化情境下进行比较研究,也具有一定意义。③在研究方法上,文献^[7]采用的是结构方程模型,该方法可以验证所提的模型是否与数据拟合。鉴于结构方程模型和分布回归都是目前流行的中介作用分析方法,本研究将采用分布回归的方法,一方面,从方法多样性的考虑,对上述研究模型进行检验;另一方面,回归的方法也更易于比较PO匹配、PG匹配与DA匹配在直接效应及间接效应上的差异,突出各种匹配在作用路径以及管理价值方面的差异性。

2 理论基础与研究假设

2.1 PE匹配对情感承诺的影响

PO匹配关注组织价值观与个人价值观的契合程度^[9];PG匹配强调个体同所处工作团队成员之间的相容性^[10];DA匹配则立足于组织及工作的要求,主要考察员工能力的适配性^[11]。在西方相关文献中,许多研究证据表明,上述3类匹配都对员工的态度和行为有显著的积极影响^[12]。虽然国内学者对于PE匹配的研究起步较晚,但是相关结论也在中国企业情境下证实了员工的组织行为和工作态度会受到上述3类匹配的影响^[13]。由此,PE匹配作为情感承诺的预测指标是有依据的。

情感承诺是个体在情感上认同和卷入一个特定组织的强度。刘小平等^[14]提出了一个基于社会交换理论的组织承诺(包括情感承诺)形成过程模型,认为员工是首先将组织现状同自己的期望进行比较,再对比较的结果进行归因之后,才能确定承诺的高低。组织是否关注员工的个人价值、是否重视员工的薪酬福利、是否为员工营造公平的工作氛围及生活环境,从而使员工的目标、信念、能力与组织的需要一致,均对员工的情感承诺具有影响^[14]。员工感知的这3类匹配正是员工对于组织所提供的上述物质和精神资源是否与自己期望相匹配的一种判断。具体而言,有些员工致力于搜寻拥有某种独特文化特征的组织(如提倡团队工作或创新等),PO匹配对这类员工情感承诺的形成发挥主要作用;有些员工会更关注自己与其他成员间的互动,对群体氛围的支持性要求较高,PG匹配会是此类员工形成情感承诺的主要原因;还有一些员工对于具有结构化特征或工作安排的组织有着强烈的偏好,这类组织可以通过提供基于绩效的报酬系统满足相关员工的心理需要,相应地DA匹配的现状会是这类员工

对组织产生情感依附的主要判断依据^[15]。由此,提出以下假设:

假设 1 PE 匹配对情感承诺有显著正向影响。

假设 1a PO 匹配对情感承诺有显著正向影响。

假设 1b PG 匹配对情感承诺有显著正向影响。

假设 1c DA 匹配对情感承诺有显著正向影响。

2.2 自我决定感对情感承诺的影响

动机是促使个体从事某种活动的内在原因,对个体的行为活动具有始动、导引、维持和调节功能^[16]。能否识别并解析员工的行为动机直接影响到设计相关管理措施进而干预员工行为的效果。探讨员工的情感承诺,也应从情感承诺的深层动力机制入手。DECI 等^[17]指出,个体有两种行为动机:①自主动机,指个体基于自己的意愿而自由地选择要采取某种行为的动机(如出于兴趣而产生的行为动机);②受控动机,指个体出于内部或外部压力而要采取某种行为的动机(如由于内疚或上级要求而产生的行为动机)。自主动机和受控动机是对“人们为什么会产生这种行为”的回答^[18]。相对于动机的“量”而言,动机的“质”对结果变量的影响更大。由此,关注动机在“质”上的差异非常重要,激发自主动机对于激发个体的积极行为具有举足轻重的作用。

如何激发自主动机,自我决定理论的基本假设为:所有人本质上都是积极的,都在寻找学习和发展的机会以提升自身潜能。然而,个体能够在多大程度上发展自己的潜能、实现各项机能最佳。对此,DECI 等^[17]认为,这取决于个体的自我决定感。个体有 3 种基本心理需要:①自主需要,即个体需要对自己的行为实施控制;②关系需要,即个体需要感觉到与他人的联系;③胜任需要,即个体需要对个人的产出和周围事物产生影响^[17]。个体基于这 3 种心理需要的满足程度,形成自我决定感。当所处的工作、生活或环境支持 3 种基本心理需要的满足并产生较强的自我决定感时,个体就会形成较强的自主动机,更倾向于选择有利于自我或他人发展的行为。

情感承诺反映了员工因为想留在当前组织而对组织产生的嵌入与认同。GREGURAS 等^[7]认为,自我决定感会影响员工认同并嵌入组织的意愿。当员工在某个组织中体验到自我

决定感时,就会对该组织产生较高水平的认同感和嵌入感。这是因为个体具有满足内在心理需要和成长的固有倾向,如果离开这个能够体验到自我决定感的组织,就意味着满足自己需要的能力可能会减弱,不利于自身发展。正是基于这种内在动力机制,西方学者曾经建立自我决定感同幸福感^[19]、活力^[20]等个体机能的关系假设,并通过实证检验。也有研究者根据已有理论与实证分析指出,自我决定感与情感承诺应该也存在较为密切的关系^[21]。由此,本研究提出以下假设:

假设 2 自我决定感对情感承诺有显著正向影响。

假设 2a 自主需要的满足程度对情感承诺有显著正向影响。

假设 2b 关系需要的满足程度对情感承诺有显著正向影响。

假设 2c 胜任需要的满足程度对情感承诺有显著正向影响。

2.3 自我决定感的中介作用

确定自我决定感的中介作用,还需要论证 3 类匹配与个体深层心理需求之间的联系。综观已有的匹配理论,“吸引-选拔-摩擦”模型揭示了 PO 匹配与自我决定感之间的联系;相似-吸引范式阐述了 PG 匹配对自我决定感的作用;工作调节理论则解释了 DA 匹配对自我决定感的影响^[22]。

(1)PO 匹配从组织层面为员工营造了增加自我决定感的环境 一个人认为什么是最重要的,这是由个体价值观所决定的。组织中员工的行动、态度和判断都会受到其个体价值观的指导^[23]。组织作为由一群拥有不同价值观的个体聚合的整体,也会以内隐或外显的方式形成其独特的价值取向;组织价值观是一套内化的规范信念,影响到组织资源的分配规则、组织的行为方式乃至组织成员的行动准则^[8]。不同的个体可能会通过不同方式来满足自己的心理需要^[17],不同的组织因其独特的价值观对不同个体也具有不同的吸引力^[15]。“吸引-选拔-摩擦”模型指出,能够吸引人们的往往是那些同其在价值观或偏好方面比较相似的组织,人们愿意留在这样的组织中,这样比较有利于实现自己的目标^[24]。自我决定理论指出,个体的基本目标是满足 3 种基本心理需要,从而实现自我决定感,自我决定感将给个体带来“活力、同一性和健康”^[17]。基于此,个体会选择加入并愿意留在一个与自己价值观相“匹配”的组织里。由

此,本研究提出以下假设:

假设 3 PO 匹配对心理需要的满足程度有显著正向影响。

假设 3a PO 匹配对自主需要的满足程度有显著正向影响。

假设 3b PO 匹配对关系需要的满足程度有显著正向影响。

假设 3c PO 匹配对胜任需要的满足程度有显著正向影响。

(2)PG 匹配从群体层面为员工提供了增加自我决定感的机会 相似-吸引范式认为,人们会被与自己相似的个体所吸引^[25],在人口学特征、个性、价值观、态度上的相似性都可以增加这种吸引力^[26]。除了个体层面,相似性吸引还会发生在群体层面,团队内成员之间越相似,成员之间也越容易相互吸引。当感觉自己和团队成员比较相似(即 PG 匹配较高)时,成员间会产生人际吸引,这可能意味着员工有更多机会满足自己与他人联系的关系需要。SEONG 等^[10]指出,同事之间在价值观上的相似性,会通过一种关系导向的机制来影响群体的社会凝聚力。国内也有研究发现,团队成员间的相似性会影响成员间的人际吸引,从而激发成员间的社会融合,影响成员的互动程度^[27]。员工会觉得与价值观相似的工作伙伴共事起来更加容易,价值观相似的同事间也更容易形成稳定牢固的关系^[7]。鉴于此,在能够实现 PG 匹配的组织环境中,员工会更容易同团队互动、交流、建立联系,通过满足关系需要而产生较强的自我决定感。由此,提出以下假设:

假设 4 PG 匹配对关系需要的满足程度有显著正向影响。

(3)DA 匹配从工作层面为员工创造了增加自我决定感的可能性 工作调节理论认为,员工与组织工作环境之间的匹配有两种形式:①“合格”,即员工的知识、技能和能力能够满足工作的要求;②“满足”,即工作提供的各种物质或精神资源能够满足员工的需求^[28]。员工总是期望体验到高水平的 DA 匹配,如果由于员工或组织的需求未被满足而导致 DA 匹配水平较低,员工就会进行自我调整以改变“合格”或“满足”程度^[28]。正如自我决定理论指出的,所有个体都致力于满足自己的心理需要,并且偏好能够体验到自我决定感的环境。这也是员工之所以会主动提高 DA 匹配的原因。在组织情境中,个体在满足自身控制需要和自尊需要方面的信心主要源于对 DA 匹配的自我评估,这种

基于 DA 匹配的自我评估,会影响员工对自身能力的评价,进而影响到员工的组织自尊(觉得自己可以满足组织需求的程度)^[22]。基于此,如果组织环境让员工实现了较高的 DA 匹配或者员工通过自我调整改善了 DA 匹配,其便会更多地体验到自己有能力、有选择、有价值的胜任感。由此,提出如下假设:

假设 5 DA 匹配对胜任需要的满足程度有显著正向影响。

无论是“吸引-选拔-摩擦”模型对于 PO 匹配、相似-吸引范式对于 PG 匹配,还是工作调节理论对于 DA 匹配的解释,都是基于同样的前提假设,即如果员工的个人特征与组织的环境特征相匹配,将使得个体更容易获得满足基本心理需要的机会^[15],从而可以增强自我决定感、产生自主动机,员工也会对组织产生认同感与嵌入感。从互惠原则的角度来说,情感承诺既是对组织的回报,也是为了保证自己能够持续的获得自我决定感。由此,自我决定感可以说明 PO 匹配、PG 匹配、DA 匹配与员工情感承诺之间的动力机制。辨析 PO 匹配、PG 匹配和 DA 匹配在影响情感承诺时的作用路径是否存在差异,这是本研究拟解决的核心问题之一。前述的假设 3~假设 5 分别针对 3 类 PE 匹配同 3 种心理需要的内在逻辑联系提出了设想。由此,进一步提出以下假设:

假设 6 自我决定感在 PO 匹配与情感承诺的关系中起中介作用。

假设 6a 自主需要的满足程度在 PO 匹配与情感承诺的关系中起中介作用。

假设 6b 关系需要的满足程度在 PO 匹配与情感承诺的关系中起中介作用。

假设 6c 胜任需要的满足程度在 PO 匹配与情感承诺的关系中起中介作用。

假设 7 关系需要的满足程度在 PG 匹配与情感承诺的关系中起中介作用。

假设 8 胜任需要的满足程度在 DA 匹配与情感承诺的关系中起中介作用。

3 研究方法

3.1 研究对象与程序

追踪研究方法是目前组织行为学研究的重要思路,能够更加严格地验证变量间存在的因果关系,避免共同方法偏差的影响。本研究的数据来自华中地区一家大型生产制造企业,这样既可以保证对追踪研究实施过程的有效控制,也可以剔除企业类型、经营效益、行业背景

等无关变量的影响。为了保证数据质量,事先同该企业管理层进行了充分沟通,所有调查分为3个阶段完成,每次都由调查企业召集相对固定的员工参加,当场完成问卷并回收。

为了实现匿名而又保证3个阶段问卷能够成功匹配,本研究请被试提供手机号码、身份证号码后6位数字或其他便于记忆的6位编码,用以匹配前后3次问卷。各阶段具体情况如下:①第一阶段,主要采集PE匹配和人口学变量的相关数据,共发放550份问卷,回收了528份;②第二阶段,在第一阶段工作完成4周后进行,主要采集自我决定感的数据,回收了463份问卷;③第三阶段,在第二阶段工作完成4周后进行,主要采集情感承诺的数据,回收了404份问卷。经逐一核对匹配,最终共有335名员工前后3次问卷通过编码匹配成功,问卷有效回收率为60.910%。

调查样本的平均年龄为32.445岁(标准差为8.378);在当前企业的平均年资为9.784年(标准差为8.908)。其中,性别方面,男性占61.493%、女性占37.910%、情况缺失值占0.597%;教育水平方面,高中及以下占11.045%、中专占23.284%、大专占23.881%、本科占40.597%、硕士及以上占1.194%;工作职位方面,行政人员占4.776%、生产人员占42.388%、技术人员占40.896%、营销人员占6.269%、后勤人员占5.672%。

3.2 变量测量

参考已有文献获取了主要研究变量的测量问卷。首先,对英文题项进行翻译,然后请英语专业人员将翻译后的题项回译为英文,调整明显存在翻译偏差的题项,以保证中文版量表题项准确有效地反映了英文版的测量内容。其次,邀请5名人力资源专业博士研究生针对题项的适当性和问卷的科学性进行了语义分析。最后,从拟调查的企业中抽取了10位本科文化程度技术人员和2位初中文化程度的生产人员对问卷进行试答,考察并调整问卷的可读性。编译后的PO匹配问卷、PG匹配问卷、DA匹配问卷、情感承诺问卷均采用Likert 5级量表(从1~5表示从“非常不符合”到“非常符合”);自我决定感问卷采用Likert 7级量表(从1~7表示从“非常不符合”到“非常符合”)。

(1)PE匹配 PO匹配和DA匹配的测量使用CABLE等^[23]开发的量表。其中:①PO匹配,包括3个题项,如“我的个人价值观与这家公司(单位)的价值观及文化是一致的”;②DA

匹配,包括3个题项,如“我的个人技能与当前工作的要求非常匹配”;③PG匹配则采用文献^[7]的测量方法,即使用CABLE等^[23]测评PO匹配的3个项目来测量PG匹配,事先将每个项目中的“组织”都用“同事”来替代^[7],如“我的个人技能与当前工作的要求非常匹配”。验证性因素分析的结果显示,三因子结构对样本数据拟合最佳($\chi^2 = 35.801, df = 24, \chi^2/df = 1.492, RMSEA = 0.038, SRMR = 0.031, GFI = 0.976, NNFI = 0.984, CFI = 0.990$),从而说明PE匹配量表具有较高的结构效度。

(2)自我决定感 该变量的测量采用VAN DEN BROECK等^[29]开发的量表,包括自主、关系、胜任3个维度,每个维度各有6个题项,共18个题项。例如,“我感觉这份工作让我比较有自主性”(自主需要)、“工作中我确实没有和其他人打成一片”(关系需要)、“我觉得自己能胜任这份工作”(胜任需要)等。验证性因素分析的结果显示,三因子结构对样本数据拟合最佳($\chi^2 = 216.924, df = 132, \chi^2/df = 1.643, RMSEA = 0.044, SRMR = 0.049, GFI = 0.932, NNFI = 0.967, CFI = 0.972$),从而说明自我决定感量表具有较高的结构效度。

(3)情感承诺 该变量的测量参考ALLE等^[30]开发的组织承诺量表中的情感承诺分量表,共6个题项(包括两个反向计分题项)。例如,“我对这家公司(单位)有着深厚的感情”。验证性因素分析的结果显示,单因子结构对样本数据拟合最佳($\chi^2 = 27.962, df = 9, \chi^2/df = 3.107, RMSEA = 0.079, SRMR = 0.043, GFI = 0.971, NNFI = 0.913, CFI = 0.948$),从而说明情感承诺量表具有较高的结构效度。

(4)控制变量 为准确分析主要研究问题、排除无关变量的干扰,本研究的控制变量包括被试的性别、年龄、教育水平、年资及职位等人口统计学变量。

3.3 分析方法

对于研究获取的335个有效样本,主要使用SPSS 20.0软件进行描述统计、相关分析、信度分析及假设检验,使用AMOS 20.0软件进行区分效度检验和验证性因素分析。

4 数据分析与结果

4.1 量表信效度与变量的描述性统计分析

在本研究中,所有数据都来源于被试自我报告,可能产生共同方法偏差,降低研究效度。本研究采取验证性因子分析考察PO匹配、PG

匹配、DA 匹配、自我决定感、情感承诺的区分效度,进行同源误差检验(见表 1)。由表 1 可知,七因子模型对于数据的拟合效果比较好,各项指标均达到模型拟合的评价标准($\chi^2 = 660.160, df = 474, \chi^2/df = 1.393, RMSEA = 0.034, SRMR = 0.045, GFI = 0.893, NNFI =$

$0.961, CFI = 0.965$),其拟合优度显著高于其他备选模型,表明本研究的各变量间不存在严重的同源误差,PO 匹配、PG 匹配、DA 匹配、自我决定感和情感承诺具有良好的区分效度,确实是几个不同的概念。

表 1 概念区分性的验证性因素分析结果(N=335)

模型	χ^2	df	χ^2/df	RMSEA	SRMR	GFI	NNFI	CFI	IFI
虚模型	5 861.284	528							
七因子模型(PO 匹配、PG 匹配、DA 匹配、 A_{NS} 、 R_{NS} 、 C_{NS} 、 A_{OC})	660.160	474	1.393	0.034	0.045	0.893	0.961	0.965	0.965
五因子模型 a(PO 匹配+PG 匹配+DA 匹配、 A_{NS} 、 R_{NS} 、 C_{NS} 、 A_{OC})	927.701	485	1.913	0.052	0.055	0.844	0.910	0.917	0.918
五因子模型 b(PO 匹配、PG 匹配、DA 匹配、 A_{NS} + R_{NS} + C_{NS} 、 A_{OC})	1 396.119	485	2.879	0.075	0.069	0.744	0.814	0.829	0.831
三因子模型(PO 匹配+ PG 匹配+ DA 匹配、 A_{NS} + R_{NS} + C_{NS} 、 A_{OC})	1 616.762	492	3.286	0.083	0.074	0.707	0.774	0.789	0.791
两因子模型 a(PO 匹配+ PG 匹配+ DA 匹配、 A_{NS} + R_{NS} + C_{NS} + A_{OC})	1 681.185	494	3.403	0.085	0.076	0.692	0.762	0.777	0.779
两因子模型 b(PO 匹配+ PG 匹配+ DA 匹配+ A_{NS} + R_{NS} + C_{NS} 、 A_{OC})	1 740.988	494	3.524	0.087	0.077	0.695	0.750	0.766	0.768
单因子模型(PO 匹配、PG 匹配+ DA 匹配+ A_{NS} + R_{NS} + C_{NS} + A_{OC})	1 764.973	495	3.566	0.088	0.077	0.685	0.746	0.762	0.763

注:表中自主需要、关系需要、胜任需要的满足程度分别简写为 A_{NS} 、 R_{NS} 、 C_{NS} ,情感承诺简写为 A_{OC} ,下同。

变量的平均值、标准差、相关系数见表 2。由表 2 可知,PO 匹配、PG 匹配、DA 匹配、自我决定感与情感承诺等主要研究变量相互之间都存在显著相关,其相关系数均在 $p < 0.001$ 水平上达到了显著,从而为本研究的相关假设提供

了初步支持。此外,本研究也具有较高的信度,各测量问卷的内部一致性信度系数在 $0.746 \sim 0.878$ 之间,符合进一步统计分析对于问卷质量的要求。

表 2 描述性统计、相关系数和信度(N=335)

类别	1	2	3	4	5	6	7
1 PO 匹配	(0.804)						
2 PG 匹配	0.534***	(0.757)					
3 DA 匹配	0.568***	0.494***	(0.791)				
4 A_{NS}	0.424***	0.471***	0.392***	(0.878)			
5 R_{NS}	0.513***	0.751***	0.572***	0.540***	(0.872)		
6 C_{NS}	0.596***	0.562***	0.602***	0.495***	0.719***	(0.864)	
7 A_{OC}	0.673***	0.522***	0.626***	0.398***	0.597***	0.780***	(0.746)
平均值	3.748	3.750	3.609	4.817	5.123	5.055	3.699
标准差	0.681	0.673	0.678	1.052	0.928	0.965	0.640

注:***表示 $p < 0.001$,下同;括号内为各测量问卷的内部一致性信度系数。

4.2 假设检验

本研究采用温忠麟等^[31]的方法进行中介作用的检验假设(见表 3 和表 4)。在表 3 中,由模型 2 可知,以 PE 匹配为自变量、情感承诺为因变量进行层级回归分析时,PE 匹配对情感承诺有显著的正向预测作用。控制了无关变量的影响之后,因变量的方差解释量增加了 $0.331 (p < 0.001)$ 。PO 匹配对情感承诺有显著的正向预测作用($\beta = 0.376, p < 0.001$)。由此,假设 1a 得到支持。PG 匹配对情感承诺有显著正向

影响($\beta = 0.129, p < 0.01$)。由此,假设 1b 得到支持。DA 匹配对情感承诺有显著正向影响($\beta = 0.296, p < 0.001$)。由此,假设 1c 得到支持。

由表 4 可知,以自我决定感为自变量、情感承诺为因变量进行层级回归分析时,自我决定感的各维度对情感承诺有显著的正向影响(见模型 9~模型 11)。由模型 9 可知,控制了无关变量的影响之后,自主需要对情感承诺有显著的正向预测作用($\beta = 0.318, p < 0.001$);情感承

诺的方差解释量增加了 0.090 ($p < 0.001$)。由此,假设 2a 得到支持。由模型 10 可知,控制了无关变量的影响之后,关系需要对情感承诺有显著的正向预测作用 ($\beta = 0.504, p < 0.001$),情感承诺的方差解释量增加了 0.217 ($p < 0.001$)。由此,假设 2b 得到支持。由模型 11 可知,控制了无关变量的影响之后,胜任需要对情感承诺有显著的正向预测作用 ($\beta = 0.711, p < 0.001$),情感承诺的方差解释量增加了 0.388 ($p < 0.001$)。由此,假设 2c 得到支持。

以 PE 匹配为自变量、自我决定感为因变量的层级回归结果见表 3。在表 3 中,由模型 4 可知,控制了无关变量的作用之后,只有 PO 匹配显著正向影响自主需要的满足程度 ($\beta = 0.437, p < 0.001$),因变量的方差解释量增加了 0.141 ($p < 0.001$)。由此,假设 3a 得到支持。

由模型 6 可知,控制了无关变量的作用后,PO 匹配和 PG 匹配都正向影响关系需要,在二者共同作用下因变量的方差解释量增加了 0.451 ($p < 0.001$)。其中,PO 匹配显著正向影响关系需要的满足程度 ($\beta = 0.109, p < 0.05$)。由此,假设 3b 得到支持;PG 匹配显著正向影响关系需要的满足程度 ($\beta = 0.666, p < 0.001$)。由此,假设 4 得到支持。由模型 8 可知,控制了无关变量的作用之后,PO 匹配和 DA 匹配都正向影响胜任需要,在二者共同作用下因变量的方差解释量增加了 0.257 ($p < 0.001$)。其中,PO 匹配显著正向影响胜任需要的满足程度 ($\beta = 0.329, p < 0.001$)。由此,假设 3c 得到支持。DA 匹配显著正向影响胜任需要的满足程度 ($\beta = 0.353, p < 0.001$)。由此,假设 5 得到支持。

表 3 PE 匹配对情感承诺、PE 匹配对自我决定感的回归结果 ($N = 335$)

类别	A _{OC}		A _{NS}		R _{NS}		C _{NS}		
	模型 1	模型 2	模型 3	模型 4	模型 5	模型 6	模型 7	模型 8	
控制变量	性别	-0.072	-0.081	-0.032	-0.037	-0.030	-0.048	-0.074	-0.079
	年龄	0.238***	-0.021	0.130**	-0.080	0.321***	0.150**	0.243***	0.018
	教育水平	0.023	-0.001	0.006	-0.015	-0.003	-0.018	-0.026	-0.047
	年资	0.225***	0.137**	-0.001	-0.011	-0.023	-0.072	0.154**	0.062
	职位类型	0.193***	0.051	0.297***	0.226***	0.220***	0.033	0.239***	0.128*
自变量	PO 匹配		0.376***		0.437***		0.109*		0.329***
	PG 匹配		0.129**		-		0.666***		-
	DA 匹配		0.296***		-		-		0.353***
	R ²	0.242	0.573	0.109	0.250	0.146	0.597	0.233	0.491
	ΔR ²	0.242***	0.331***	0.109***	0.141***	0.146***	0.451***	0.233***	0.257***

注: *、**、*** 分别表示 $p < 0.05$ 、 $p < 0.01$ 、下同。

表 4 自我决定感在 PE 匹配和情感承诺间中介效应的回归结果 ($N = 335$)

类别	A _{OC}									
	模型 9	模型 10	模型 11	模型 12	模型 13	模型 14	模型 15	模型 16	模型 17	
控制变量	性别	-0.062	-0.057	-0.020	-0.078	-0.073	-0.082	-0.066	-0.078	-0.038
	年龄	0.197**	0.077	0.065	-0.040	-0.030	-0.022	-0.072	-0.030	-0.039
	教育水平	0.021	0.024	0.042	-0.006	-0.004	-0.003	0.003	-0.002	0.022
	年资	0.225***	0.236***	0.115*	0.211**	0.213**	0.199**	0.223**	0.135	0.103*
	职位	0.099*	0.082	0.023	0.099	0.069	0.061	0.050	0.069	0.004
自变量	PO 匹配			0.580***	0.524***	0.461***	0.424***	0.426***	0.258***	
	PG 匹配			-	-	0.223***	0.002	-	-	
	DA 匹配			-	-	-	-	0.338***	0.158***	
中介变量	A _{NS}	0.318***				0.129**				
	R _{NS}		0.504***				0.332***			
	C _{NS}			0.711***					0.509***	
	R ²	0.332	0.459	0.630	0.490	0.503	0.523	0.567	0.563	
	ΔR ²	0.090***	0.217***	0.388***	0.248***	0.012**	0.281***	0.044***	0.321***	

假设 1~假设 5 的确立,证实了自我决定感在 PO 匹配、PG 匹配、DA 匹配影响情感承诺

时会发生中介作用。在表 4 中,模型 12~模型 17 呈现了对中介作用的性质做出进一步检验的结果。具体如下:①对比模型 12 和模型 13 可知,当同时考察 PO 匹配和自主需要对情感承诺的影响时,自主需要具有显著的正向作用($\beta=0.129, p<0.01$),PO 匹配的影响有所减弱但仍然显著,其标准化回归系数值由 0.580 ($p<0.001$)下降为 0.524 ($p<0.001$),表明在 PO 匹配影响情感承诺时,自主需要发挥的是部分中介作用。②对比模型 14 和模型 15 可知,当同时考察 PO 匹配、PG 匹配和关系需要对情感承诺的影响时,关系需要具有显著的正向作用($\beta=0.332, p<0.001$),PO 匹配的影响有所减弱但仍然显著,其标准化回归系数值由 0.461 ($p<0.001$)下降为 0.424 ($p<0.001$);PG 匹配的影响变得不显著,其标准化回归系数值由 0.223 ($p<0.001$)下降为 0.002 ($p>0.05$)。这表明在 PO 匹配影响情感承诺时,关系需要发挥的是部分中介作用;在 PG 匹配影响情感承诺时,关系需要起到了完全中介作用。③对比模型 16 和模型 17 可知,当同时考察 PO 匹配、DA 匹配和胜任需要对情感承诺的影响时,胜任需要具有显著的正向作用($\beta=0.509, p<0.001$),PO 匹配的影响明显减弱但仍然显著,其标准化回归系数值由 0.426 ($p<0.001$)下降为 0.258 ($p<0.001$);DA 匹配的影响也明显减弱但仍然显著,其标准化回归系数值由 0.338 ($p<0.001$)下降为 0.158 ($p<0.001$)。这表明在 PO 匹配影响情感承诺时,胜任需要发挥的是部分中介作用;在 DA 匹配影响情感承诺时,胜任需要也起着部分中介作用。

综上可知,假设 6 和假设 8 均得到了部分支持,假设 7 得到了完全支持。为了比较直观地显示部分中介作用的显著程度,文献[31]介绍了中介效应占总效应比例的计算方法。依据该方法将本研究中各中介作用占总效应的比例计算予以汇总(见表 5)。

表 5 中介效应占总效应的比例

自变量因子	中介变量因子	因变量:Aoc
PO 匹配	A _{NS}	0.437×0.129/0.580=9.72%
	R _{NS}	0.109×0.332/0.461=7.85%
	C _{NS}	0.329×0.509/0.426=39.31%
PG 匹配	R _{NS}	完全中介
DA 匹配	C _{NS}	0.353×0.509/0.338=53.16%

注:中介效应占总效应的比例 = $X \times Y / Z$,其中: X 为自变量单独预测中介变量的标准化回归系数, Y 为中介变量、自变量同时预测因变量时中介变量的标准化回归系数, Z 为自变量单独预测因变量的标准化回归系数。

5 结果与讨论

5.1 研究结论

本研究主要得到以下结论。

(1)PO 匹配、PG 匹配和 DA 匹配都能显著预测员工的情感承诺 情感承诺体现了一种交换过程^[14]。员工在确定自己同企业的密切程度时,会以自己同工作环境是否匹配为标准。员工感知到的组织价值观同个人价值观越一致,越会觉得自己与团队成员越相似,感觉到自己的能力越接近组织的要求,对组织在情感上的认同和卷入程度越高。当然,不同类型的 PE 匹配对情感承诺的预测力也有一定的差别。当 3 种匹配同时作为自变量进入回归方程时,PO 匹配的标准化回归系数最大,DA 匹配次之,PG 匹配最小。在本研究中,“吸引-选拔-摩擦”模型在直接效应方面具有明显的解释优势。

(2)PO 匹配、PG 匹配和 DA 匹配都能够显著地预测员工的自我决定感 研究结论分别证实了基于“吸引-选拔-摩擦”模型、相似-吸引范式和工作调节理论所构建的研究假设,这 3 种理论可以分别从不同视角对 PE 匹配与自我决定感的潜在关系做出解释。首先,PO 匹配有利于自我决定感的满足。当员工和组织的价值观一致时,组织更有可能提供能让员工 3 种基本心理需要得到满足的环境,进而产生良好的态度与行为^[32]。其次,PG 匹配能够促进关系需要的满足。人们都更喜欢拥有相似态度和价值观的人,也更容易被这样的人吸引,这是因为在这些相似的人身上更容易实现对自我特征的一致性认同^[10]。团队成员间的价值观相似性会影响成员间的人际吸引,从而影响成员的互动程度^[27],满足个体与他人联系的需要。再次,DA 匹配往往意味着胜任需要的满足。当员工感到自己的技能和能力与工作要求相匹配时,会觉得更有能力完成自己的工作,会感知到自己能对工作以及他人产生影响。良好的 PO 匹配、PG 匹配或 DA 匹配,将使员工感到在工作中有自主权,觉得自己在工作中建立了良好的社会关系,认为自己很能干,从而意识到稳定在当前的环境中会让自己始终有能力满足上述心理需要,有利于自身发展。

(3)PO 匹配、PG 匹配和 DA 匹配在影响情感承诺时的作用机制存在明显差异 研究结果证实,自我决定感在本研究探讨的“匹配-情感承诺”关系中发生了不同程度的中介作用。PO 匹配、PG 匹配和 DA 匹配不仅直接作用于员工

的情感承诺,还会通过员工的自我决定感这一路径来产生影响。由前文表5可知,在PO匹配影响情感承诺时,自我决定感的3个维度发生的中介作用都比较小,尤其是自主需要和关系需要的中介效应占总效应的比例分别只有9.72%和7.85%。DA匹配影响员工的情感承诺时,主要由自我决定感的胜任需要维度发生中介作用,中介效应占总效应的比例达到了53.16%,中介作用比较明显。PG匹配则完全通过关系需要的满足程度来间接影响员工的情感承诺。在本研究中,相似-吸引范式在间接效应方面具有明显的解释优势。同时,上述结论与文献[7]的研究存在明显差别:对于西方员工的情感承诺,DA匹配以直接影响为主,胜任需要的满足程度发生中介作用非常小;而对于我国企业员工而言,胜任需要维度发生的中介作用非常明显。胜任需要主要表现为个体需要对个人的产出和周围事物产生影响。受儒家重阶层、重权力思想的影响,中国人对于权威和影响力更为敏感,高水平的DA匹配容易引发员工体验到自身有价值、有担当、有能力的胜任感,能使员工觉得自己取得了很大成就以及获得他人认可。对于西方企业员工而言,枯燥以及难以胜任的工作是难以忍受的,DA匹配可能更多地让员工感觉到目前的岗位或工作适合自己,直接决定其对组织的情感依附程度。

5.2 理论贡献

(1)丰富了PE匹配理论 基于自我决定理论的视角,采用“吸引-选拔-摩擦”模型、相似-吸引范式和工作调节理论3种不同的理论范式,分别构建了自我决定感在PO匹配、PG匹配及DA匹配影响情感承诺时的中介作用模型,并通过实证研究检验了3种理论范式的有效性,比较了3种匹配的作用机制及管理价值。这对PE匹配理论的发展及其管理效能研究起着推动作用,该研究思路对于丰富PE匹配理论、深入探讨匹配结果关系做出了一定贡献,也有效地拓展了本土化的PE匹配研究。

(2)拓展了自我决定理论 自我决定感的研究目前在国内外学界尚不特别充分,文献[17]提出的理论模型是否能在我国企业情境下得到验证还需进一步研究,这也是本研究的意义所在。此外,由于自我决定理论已经充分而又明确地阐述了自我决定感对于个体行为动机的重要作用,也许能解释PO匹配、PG匹配及DA匹配对情感承诺产生影响的内部动力机制。本研究所做的工作,将在互联时代和中国转型经

济背景下对自我决定理论做出进一步的检验和完善,也将为解决自我决定感的形成及作用路径的关键理论问题做出一定贡献。

(3)深化了PE匹配研究 对于理解PE匹配影响情感承诺的作用机制,文献[7]做出了很大贡献,但该研究的理论推导也存在一定欠缺,对于PO匹配、PG匹配与DA匹配在直接效应及间接效应上的差异及其管理价值讨论尚不够深入。本研究针对这些问题进行了一些有意义的深化及探索。此外,由于PE匹配研究历来受到文化因素影响^[15],文献[7]的研究模型和研究结论在我国文化背景下的验证也是非常必要的。研究结果显示,在通过工作调节理论构建的假设模型中,中西方员工表现出了较为明显的差异,DA匹配对西方员工的情感承诺以直接作用为主,对我国员工则以间接作用为主。上述研究工作具有一定的创新性与开拓性。

5.3 管理启示

(1)针对员工的PE匹配水平采取一定的管理措施予以干预,是提升员工情感承诺的有效手段 具体而言,PO匹配主要涉及员工个人价值观与组织价值观的一致性,组织可以通过提炼组织内在规范信念中积极的价值因子,塑造优秀的强势文化价值观,并通过组织社会化及培训等方式,提升员工对于组织价值观的广泛接受度与认同度,增强员工对于PO匹配的体验。PG匹配主要强调员工与团队成员的相容性,组织可以充分利用绩效考核和薪酬分配的导向作用,鼓励员工积极建立工作关系以及开展团队合作,进而体验到更高水平的PG匹配。DA匹配主要关注员工能力与工作要求的符合程度,一方面,组织可在人员招聘和配置环节建立基于岗位胜任特征的选拔机制;另一方面,也可以修正组织的薪酬、晋升及培训体系,通过与个人利益、职业发展相结合使员工有意愿提高自身能力,从而提高其DA匹配水平。

(2)基本心理需要得到满足而体验到的自我决定感是员工情感承诺得以提高的心理动因 这也是本研究建立并验证的主要理论假设。在互联网时代背景下,满足员工需要,为员工“搭好台”,让员工“唱好戏”,也是有效提升员工情感承诺的关键所在。就满足员工的自主需要而言,可以提倡领导者采用非控制的管理方式,支持员工对自己的工作和生活具有一定的掌控性,鼓励员工用新的方式工作、用自己的方式解决问题,重视员工的自我管理能力和从满足员工关系需要的角度来说,组织可以致力于在内部

建立积极的社会关系,营造组织内的上级支持氛围和同事支持氛围,创造各种机会和条件激励群体内部的有效沟通、良性互动以及人际间的信赖、帮助;如果以满足员工胜任需要为出发点,则可以鼓励员工培养关键技能和核心竞争力,对于员工的工作过程及结果给予及时的反馈,帮助员工看到自身的成长和进步,同时也可以设立清晰的晋升通道并提供职业规划指导等,让员工从业务和专业角度认可自己的价值与能力。

(3)PO 匹配、PG 匹配与 DA 匹配在直接效应及间接效应上的差异,需要组织在完善员工管理和人力资源政策时特别斟酌。PO 匹配对员工情感承诺以直接作用为主,中介效应的作用比较小;PG 匹配完全通过关系需要的满足程度间接影响情感承诺;DA 匹配对员工情感承诺既存在直接作用也通过自我决定感产生间接影响,尤其是胜任需要的满足程度产生的中介作用特别明显。对于现阶段我国企业而言,片面地关注员工能为企业做什么或过度强调构建和谐一致的工作团队,可能未见得是提升员工情感承诺的有效做法。这是因为无论是 DA 匹配还是 PG 匹配对情感承诺的直接作用都比较小。要想从匹配的角度实现较好的管理效果,可以从考虑培养优秀的强势文化入手,并且想方设法实现员工对组织核心文化价值的广泛认同感,从情感上挽留住员工。如果企业的管理策略是以 PG 匹配和 DA 匹配为匹配管理的重点,就需要对于自我决定感的中介作用有足够的重视,创设有助于满足员工关系需要和胜任需要的组织环境会对匹配管理的最终效果产生较大影响。尤其是胜任需要的满足程度,是现阶段我国企业员工独有特征的体现,需要得到企业的关注。

5.4 研究局限性及未来研究方向

本研究也存在一定的局限性需要在未来的研究中逐一深化解决:①主要研究变量的测量都由被试自我报告,可能存在共同方法偏差问题。由此,本研究采用 Harman 单因子检验法,通过概念区分性的验证性因素分析考察共同方法偏差。结果表明,共同方法偏差在本研究中未造成严重影响。②采用追踪研究方法,分 3 个时间点采集研究数据。但考虑到追踪研究的过程控制难度高且样本回收率低,本研究采取了便利抽样方式,选择了一家大型生产制造企业进行调研。研究结论在更为广泛的企业类型、行业背景或者组织发展阶段下可能存在一

定的情境局限。未来的研究可以针对本研究的结果进行跨层面、跨情境的检验,使变量间的因果联系变得更加清晰。

PE 匹配在过去 20 多年里已经得到较多关注和较为深入的探讨。不少学者认为应该在研究中综合考虑不同匹配的作用及关系,尝试构建更为综合的匹配模型^[1, 2, 4]。本研究在这方面做出了一些尝试,未来的研究可尝试将更多的组织及个人特征同时纳入研究模型,探讨其他类型的匹配对员工态度及行为的影响机制有何区别与联系。

此外,尽管大多数研究都表明自我决定感对结果变量存在直接作用^[20],但也有学者认为在自我决定感和结果变量之间还存在中介机制。这一点需要以后通过有效的研究设计进一步澄清。

参 考 文 献

- [1] KRISTOF-BROWN A L, ZIMMERMAN R D, JOHNSON E C. Consequences of Individuals' Fit at Work: A Meta-Analysis of Person-Job, Person-Organization, Person-Group, and Person-Supervisor Fit [J]. *Personnel Psychology*, 2005, 58(2): 281~342
- [2] 赵慧娟. 个人-组织匹配对新生代员工敬业度的作用机理——基于职业延迟满足的视角[J]. *经济管理*, 2013, 35(12): 65~77
- [3] KRISTOF-BROWN A L, SEONG J Y, DEGEEST D S, et al. Collective Fit Perceptions: A Multilevel Investigation of Person-Group Fit with Individual-Level and Team-Level Outcomes[J]. *Journal of Organizational Behavior*, 2014, 35(7): 969~989
- [4] 陈卫旗, 王重鸣. 人-职务匹配、人-组织匹配对员工工作态度的效应机制研究[J]. *心理科学*, 2007, 30(4): 979~981
- [5] CABLE D M, EDWARDS J R. Complementary and Plementary Fit: A Theoretical and Empirical Integration [J]. *Journal of Applied Psychology*, 2004, 89(5): 822~834
- [6] ARTHUR W, JR BELL S T, VILLADO A J, et al. The Use of Person-Organization Fit in Employment Decision Making: An Assessment of Its Criterion-Related Validity [J]. *Journal of Applied Psychology*, 2006, 91(4): 786~801
- [7] GREGURAS G J, DIEFENDORFF J M. Different Fits Satisfy Different Needs: Linking Person-Environment Fit to Employee Commitment and Performance Using Self-Determination Theory [J]. *Journal of Applied Psychology*, 2009, 94(2): 465~477
- [8] 龙立荣, 赵慧娟. 个人-组织价值观匹配研究: 绩效

- 和社会责任的优势效应[J]. 管理学报, 2009, 6(6): 767~775
- [9] SOUSA J M D, PORTO J B. Happiness at Work: Organizational Values and Person-Organization Fit Impact[J]. Paidéia Graduate Program in Psychology, 2015, 25(61): 211~220
- [10] SEONG J Y, KRISTOF-BROWN A L, PARK W W, et al. Person-Group Fit Diversity Antecedents, Proximal Outcomes, and Performance at the Group Level[J]. Journal of Management, 2015, 41(4): 1 184~1 213
- [11] WARR P, INCEOGLU I. Job Engagement, Job Satisfaction, and Contrasting Associations With Person-Job Fit[J]. Journal of Occupational Health Psychology, 2012, 17(2): 129~138
- [12] HOFFMAN B J, WOHR D J A. Quantitative Review of the Relationship between Person-Organization Fit and Behavioral Outcomes[J]. Journal of Vocational Behavior, 2006, 68(3): 389~399
- [13] 赵慧娟, 龙立荣. 企业员工 PO 匹配偏好的对偶比较研究——基于员工职业发展水平与组织文化强度的视角[J]. 浙江工商大学学报, 2013(5): 68~78
- [14] 刘小平, 王重鸣. 组织承诺及其形成过程研究[J]. 南开管理评论, 2001, 4(6): 58~62
- [15] KRISTOF-BROWN A L, BILLSBERRY J. Organizational Fit: Key Issues and New Directions[M]. Chichester: John Wiley & Sons, 2013
- [16] 刘玉新, 张建卫, 黄国华. 组织公正对反生产行为的影响机制——自我决定理论视角[J]. 科学学与科学技术管理, 2011, 32(8): 162~172
- [17] DECI E L, RYAN R M. The “What” and “Why” of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior [J]. Psychological Inquiry, 2000, 11(4): 227~268
- [18] 胡小勇, 郭永玉. 自主-受控动机效应及应用[J]. 心理科学进展, 2009, 17(1): 197~203
- [19] SHELDON K M, ELLIOT A J. Goal Striving, Need Satisfaction, and Longitudinal Well-Being: The Self-Concordance Model[J]. Journal of Personality and Social Psychology, 1999, 76(3): 482~497
- [20] REIS H T, SHELDON K M, GABLE S L, et al. Daily Well-Being: The Role of Autonomy, Competence, and Relatedness[J]. Personality and Social Psychology Bulletin, 2000, 26(4): 419~435
- [21] CROSSLEY C D, BENNETT R J, JEX S M, et al. Development of a Global Measure of Job Embeddedness and Integration into a Traditional Model of Voluntary Turnover [J]. Journal of Applied Psychology, 2007, 92(4): 1 031~1 042
- [22] KRISTOF-BROWN A L, GUAY R P. Person-Environment Fit[R]//ZEDECK S. APA Handbook of Industrial and Organizational Psychology, Washington: American Psychological Association, 2011: 3~50
- [23] CABLE D M, DERUE D S. The Convergent and Discriminant Validity of Subjective Fit Perceptions [J]. Journal of Applied Psychology, 2002, 87(5): 875~884
- [24] SCHNEIDER B. Fits about Fit [J]. Applied Psychology: An International Review, 2001, 50(1): 141~152
- [25] BYRNE D. The Attraction Paradigm [M]. New York: Academic Press, 1971
- [26] RIORDAN C. Relational Demography within Groups: Past Developments, Contradictions, and New Directions[J]. Research in Personnel and Human Resources Management, 2000, 19: 131~174
- [27] 叶笛, 林东清. 信息系统开发团队知识整合的影响因素分析——基于相似性理论与社会融合的研究视角[J]. 科学学研究, 2013, 31(5): 711~720
- [28] DAWIS R V, LOFQUIST L H. A Psychological Theory of Work Adjustment[M]. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1984
- [29] VAN DEN BROECK A, VANSTEENKISTE M, DE WITTE H, et al. Capturing Autonomy, Competence, and Relatedness at Work: Construction and Initial Validation of the Work-Related Basic Need Satisfaction Scale [J]. Journal of Occupational and Organizational Psychology, 2010, 83(4): 981~1 002
- [30] ALLEN N J, MEYER J P. The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance, and Normative Commitment to the Organization [J]. Journal of Occupational and Organizational Psychology, 1990, 63(1): 1~18
- [31] 温忠麟, 张雷, 侯杰泰, 等. 中介效应检验程序及其应用[J]. 心理学报, 2004, 36(5): 614~620
- [32] GAGNÉ M, DECI E L. Self-Determination Theory and Work Motivation [J]. Journal of Organizational Behavior, 2005, 26(4): 331~362

(编辑 郭恺)

通讯作者: 赵慧娟(1979~), 女, 湖北武汉人。中南财经政法大学(武汉市 430073)公共管理学院副教授, 博士。研究方向为组织行为学、人力资源管理。E-mail: huijuanzhao@163.com