文章编号:1006-8309(2009)04-0009-05

人际相似性对员工态度和行为的预测作用

陈雪峰[1,2] 时勘[2]
(1.中国科学院 心理研究所,北京 100101;
2.中国科学院 研究生院,北京 100049)

摘要:使用问卷法对 297对商场女营业员进行调查,用线性回归分析方法考察人口学变量和个性特征相似性对员工工作态度和行为的预测作用。结果显示,工作年限相似性对离职意向有显著负向预测作用,积极情绪相似性对角色内、角色外行为、同事和工作满意度、组织承诺有显著正向预测作用,对离职意向有显著负向预测作用;成长需求相似性对工作满意度和组织承诺有显著正向预测作用。组织管理实践中可以通过人员选拔和培训等措施对人际相似性进行控制,从而改善工作绩效。

关键词:人际相似性;满意度;组织承诺;离职意向
中图分类号:B849; C93 **文献标识码**:A

The Effect of Coworker Similarity on Their Work Attitudes and Behaviors

CHEN Xue-feng[1,2] SHI Kan[2]
(1. Institute of Psychology, Chinese Academy of Sciences, Beijing, 100101, China;
2. Graduated University of Chinese Academy of Sciences, Beijing, 100049, China)

Abstract: Hierarchical analysis of the data from 297 pairs of sales women in a shopping mall showed that co-workers demographic and personality similarity has the positive effect on their work attitudes and behaviors in chinese organization. The more similar co-workers job tenure was, the lower turn over intention they reported. Same results were found for the relationship between positive affection similarity and turn over intention. And, the more similar of their positive affection, the higher in-role performance, organization citizenship behavior, work satisfaction, co-worker satisfaction, and organization commitment they reported. Same relationship was showed also to growth need strength similarity and work satisfaction, organization commitment. It would be helpful for managers to selecting, setting and training participants for teamwork based on the results.

Key words: interpersonal similarity; satisfaction; organizational commitment; turnover intention

1 前言

对组织中人际关系进行研究是为了更加有效地激励员工,从而提高组织绩效。组织中的人际关系可以分为垂直人际关系(领导—部属关系)和水平人际关系(同事关系)。前者以 Leader Member Exchange(LMX)为代表的研究结果汗牛充栋,而且相关研究大多会提及同事关系对 LMX 有影响[1],但由于同事关系受太多变量的影响,如领导行为、任务类型、团队规模、员工个体特性等,因此相关研究并未获得很多青睐。随着社会经济环境和技术、任务类型的变迁,组织中越来越强调管理层级的扁平化,科学技术的复杂化也导致同事间对工作任务和技术的沟通更甚于直接上司的指导,员工之间能否进行有效的信息交换变得更加重要[2],可以设想同事关系将成为影响员工绩效的主要的人际关系因素。

对同事关系进行研究有一个基本范式,即人际相似性范式。相关研究以组织人口统计学

基金项目:本项目得到了国家自然科学基金的资助(70471060)

作者简介:陈雪峰(1978-),女,山西吕梁人,博士,助理研究员,研究方向:组织行为学,(电话)010-64872071(电子信箱)chenxf@psych.ac.cn

© 1994-2010 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

(Organizational Demography)或叫关系人口统计学 (Relational Demography)的研究为代表,主要考察员工之间人口统计学特征、态度、价值观、个性特征等的相似或相异性对员工工作结果的影响[3]。人口统计学特征 (浅层次变量)主要包括性别、年龄、受教育程度、工作年限、本单位工作年限等。在态度、价值观、个性特征等变量 (深层次变量)中,积极情绪 (Positive Affectivity)是一个较为稳定的人格特质[4]。积极情绪较高的人通常充满热情、主动[5]。Lies等人比较了大五人格和积极情绪对员工工作满意度的解释力,发现积极情绪的预测力更强[6]。成长需求 (Growth Need Strength, GNS)是关于工作内在动机的一个稳定的人格特性[7],最早由 Hackman等人提出来,用于测量个体的学习和自我发展的需求[8]。通常认为 GNS得分较高的人更愿意提高和发展自己,进而有更高的工作动机、绩效更好。成长需求意味着员工对资源的渴望,而组织中资源有限,两个成长需求都比较高的同事在争取有限资源的过程中,可能会影响相互之间的人际关系。

2　研究方法

2.1　样本

积极情绪和成长需求问卷的预试被试:发放问卷 197份,回收 163份,回收率为 82.7%。剔除无效问卷后最终进入分析的有效问卷为 158份。被试为女性营业员,平均年龄 25.86岁 (SD = 3.21),平均工作年限 5.77年 (SD = 3.04),在本单位的平均工作年限 2.64年 (SD = 2.11),高中 49人,占 31.0%,中专 62人,占 39.2%,大专 40人,占 25.3%,大学 4人,占 2.5%,未注明 3人,占 1.9%。

正式调查是被试也是女营业员。本研究是对等取样,样本筛选标准有三条: (1)同一专柜的女同事; (2)同一时间当班的女同事; (3)都不是该专柜的店长。共发放 367对问卷,实际回收 323对,回收率为 88.01%。剔除空白过多以及不匹配的样本,最后进入分析的匹配样本为 297对。样本 A平均年龄 24.99岁 (SD = 2.97),平均工作年限 5.29年 (SD = 2.65),在本单位的平均工作年限 2.49年 (SD = 1.89),其中高中 106人,占 35.7%,中专 113人,占 38.0%,大专 65人,占 21.9%,大学 8人,占 2.7%,未注明 5人,占 1.7%。样本 B平均年龄 25.05岁 (SD = 3.22),平均工作年限 5.60年 (SD = 2.81),在本单位的平均工作年限 2.42年 (SD = 1.82),初中 1人,占 0.3%,高中 94人,占 31.6%,中专 115人,占 38.7%,大专 77人,占 25.9%,大学 7人,占 2.4%,未注明 3人,占 1.0%。

2.2　测量工具

积极情绪:选自经 Turkum修订后的 Scheier等人开发的生活倾向性问卷 (Life Orientation Test, LOT)。成长需求:采用 Hackman等人开发的成长需求问卷。角色内行为:采用 Farh等人修订的问卷。组织公民行为:采用 Lee等人修订的问卷。组织承诺:采用 Allen等人编制的问卷。离职意向:采用梁开广修订的离职意向问卷[8~10]。上述问卷均采用 Likert七点量表计分,从 1至 7分别是:非常不同意、不同意、有点不同意、不清楚、有点同意、同意、非常同意。

3　结果

3.1　积极情绪和成长需求测量工具的因素分析结果

首先使用预试样本对两份问卷进行探索性因素分析,采用主成份分析方法,以特征根大于等于 1为因子抽取原则,结合碎石图确定抽取因子的有效数目。积极情绪问卷包括五个题目。该问卷在国外编制和施测时是一个单维结构,而本研究进行探索性因素分析得到的是两个维度,I5的描述为“如果事情有机会出错的话,我是会遇到失败的”,是一个反向计分题。Devellis曾专门对反向计分题进行分析,认为“题项极性 (积极或消极)的逆转可能会对被试造成混淆,特别是在完成态度测量的问卷或问卷条目较多时”[14]。研究者删除了该题目,重新进行探索性因素分析,在删除该条目后,各条目聚为一个维度,且解释量仍然达到了 53.02%,各条目的因子负荷在 0.67 - 0.80之间,故本研究采用的积极情绪问卷为四个条目的问卷。成长需求问卷包括六道题目,探索性因素分析结果显示各条目聚为一个维度,解释量为 48.33%,各条目的因子负荷在 0.59 - 0.80之间。

使用正式样本对两份问卷进行验证性因素分析分析,采用 AMOS4.0进行验证性因素分析。选择 2/df、GFI、NFI、IFI、TLI、CFI和 RMSEA来说明模型的拟合情况[15]。验证性因素分析结果见表 1。各项指标均符合推荐界值的要求,因此可以认为本研究使用的积极情绪和成长需求问卷是可靠的工具。

© 1994-2010 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

表 1　积极情绪和成长需求问卷的验证性因素分析结果

	模型	χ^2	df	GFI	NFI	CFI	IFI	TLI	RSMEA
积极情绪	独立模型	376.937	6						
	一因素模型	11.499	2	0.99	0.97	0.97	0.98	0.92	0.09
成长需求	独立模型	983.500	15						
	一因素模型	86.605	9	0.95	0.91	0.92	0.92	0.91	0.10

3.2　主要变量的描述性统计分析结果

采用 PSIs(Profile Similarity Indices)中的几何差作为测量指标,考察两组被试在人口学和个性特征变量上的差异程度。对两组样本在结果变量上进行独立样本 T检验,没有发现显著差异,因此结果变量使用两组样本在该变量上的平均数。相关分析结果显示(见表 2),四个浅层次变量中,只有工作年限相似性与离职意向有显著负相关;积极情绪相似性与所有结果变量都有显著相关;成长需求相似性只与工作满意度和组织承诺有显著正相关。

表 2　匹配样本相关分析结果

变量	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.年龄	1.00											
2.教育年限	0.10											
3.工作年限	0.70**	-0.06										
4.本单位工作年限	0.30**	-0.06	0.30**									
5.积极情绪	-0.03	0.03	0.01	-0.03	0.74							
6.成长需求	-0.05	0.03	0.05	-0.05	0.20**	0.79						
7.角色内行为	-0.04	-0.02	-0.05	-0.03	0.13*	0.01	0.85					
8.组织公民行为	-0.05	0.03	-0.04	-0.04	0.23**	0.11	0.63**	0.88				
9.同事满意度	0.06	0.03	0.06	-0.02	0.24**	0.06	0.42**	0.36**	0.69			
10.工作满意度	0.01	-0.03	0.04	-0.05	0.39**	0.25**	0.13*	0.13*	0.17**	0.64		
11.组织承诺	0.00	-0.01	-0.01	-0.02	0.36**	0.23**	0.16**	0.16**	0.21**	0.65**	0.79	
12.离职意向	-0.02	0.11	-0.13*	0.01	-0.21**	-0.10	-0.15**	-0.10	-0.21**	-0.47**	-0.53**	0.85

1、* $P<0.05$;　* * $P<0.01$;　* * * $P<0.001$.

2、对角线上的数值是该变量测量工具的内部一致性系数。

3.3　人际相似性对员工态度和行为的预测作用分析结果

基于相关分析的结果,使用 SPSS11.5进行回归分析,第一步先将人口学变量相似性放入回归方程,第二步分别考察积极情绪相似性和成长需求相似性的预测作用。结果显示:所有人口学变量中只有工作年限相似性在进入回归方程后对离职意向有显著预测作用($\beta_1=-0.22$, $\beta_2=-0.20$, $P<0.05$)。假设 1得到部分验证。积极情绪相似性对所有结果变量都有显著预测作用,且对工作满意度的预测力最强($\beta=0.38$, $P<0.001$),其次是组织承诺($\beta=0.35$, $P<0.001$),

© 1994-2010 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

对离职意向有负向预测作用 (β = - 0. 19, P < 0. 01)。假设 2得到验证 (见表 3)。

表 3　积极情绪相似性对员工态度和行为的回归分析结果

	角色内行为	组织公民行为	同事满意度	工作满意度	组织承诺	离职意向
人口学变量相似性						
年龄	- 0. 01	- 0. 02	0. 04	- 0. 00	0. 02	0. 12
教育年限	- 0. 03	0. 01	0. 02	- 0. 03	- 0. 01	0. 09
工作年限	- 0. 03	- 0. 00	0. 05	0. 06	- 0. 04	- 0. 19*
本单位工作年限	- 0. 01	- 0. 02	- 0. 03	- 0. 05	0. 02	0. 02
个性特征相似性						
积极情绪	0. 14*	0. 24***	0. 24***	0. 38***	0. 35***	- 0. 19**
F	5. 18*	16. 20***	16. 80***	46. 61***	38. 38***	10. 04**
R^2	0. 21	0. 06	0. 06	0. 15	0. 12	0. 07
$\triangle R^2$	0. 02*	0. 06***	0. 06***	0. 14***	0. 12***	0. 03***

* P < 0. 05;　** P < 0. 01;　*** P < 0. 001

成长需求相似性对工作满意度和组织承诺有显著预测作用,但并非负向预测作用,且对工作满意度的预测作用较强 (β = 0. 25, P < 0. 001; β = 0. 23, P < 0. 001) (见表 4),假设 3没有得到验证。

表 4　成长需求相似性对员工态度和行为的回归分析结果

	工作满意度	组织承诺
人口学变量相似性		
年龄	0. 01	0. 03
教育年限	- 0. 02	- 0. 01
工作年限	0. 04	- 0. 06
本单位工作年限	- 0. 04	0. 03
个性特征相似性		
成长需求	0. 25***	0. 23***
F	18. 26***	15. 16***
R_2	0. 07	0. 05
$\triangle R_2$	0. 06***	0. 05***

*** P < 0. 001.

4　讨论

4. 1　人口学变量相似性的预测作用

四个人口学变量中,只有工作年限相似性对离职意向有负向预测作用。其他变量相似性没有显著预测作用的原因可能与两组样本工作年限和本单位工作年限都较长有关。样本 A平均工作年限 5. 29年 (SD = 2. 65),在本单位的平均工作年限 2. 49年 (SD = 1. 89),样本 B平均工作年限 5. 60年 (SD = 2. 81),在本单位的平均工作年限 2. 42年 (SD = 1. 82)。当两个员工本单位工作年限时间超过半年时,影响他们关系的因素可能会从浅层次的人口学变量的相似性转变为人格、价值观等深层次的相似性 [16]。工作年限相似性对员工态度的影响很复杂,建议在以后的研究中采取追踪研究设计,从团队 (或合作)建立初期开始考察,追踪人口学变量相似性对绩效的动态影响过程。

本研究未考虑"性别"这一人口学变量的原因有两点。首先,在文献综述的过程中发现性别相似性对结果变量的影响没有一致结果 [3,17]。近期研究中, Sias等人有针对性地分析了同事之间关系发展的不同阶段中性别相似性的影响,最终结论是性别差异并不是同事关系质量提高或降低的原因 [18]。其次,以商场营业员作为样本可以很好地控制组织、领导行为、任务类型的影响,但该行业大部分从业人员是女性,因此本研究就需要在"取样代表性"和"研究的外部效度"之间做出取舍。在对性别相似性的影响作用进行上述文献综述后,决定选择"取样代表性",故本研究在分析人口学变量相似性对同事关系的影响时,未考虑性别相似性的影响。

4. 2　个性特征相似性的预测作用

积极情绪相似性的预测作用得到验证,这说明积极情绪相似性是一个敏感的预测同事关系和工作结果的员工个性特征变量。积极情绪指体验快乐情绪状态的个人倾向性,包括体验生活中及工作中的各项经历。积极情绪倾向较强的员工会选择性地感知工作中及生活中美好的一面,可能因此提高工作的满意度与组织承诺,降低离职意向。对于商场营业员这种情绪劳动需求较高的职业,员工是否具有积极情绪的倾向,

© 1994-2010 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

或者积极情绪程度的高低对于同事之间的合作及组织绩效有显著影响。本研究中两组匹配样本报告的积极情绪倾向性都较高,样本 A七点量表上评分的平均数为 5.73(SD=0.82),样本 B为 5.71(SD=0.86)。可以假设,积极情绪倾向性都较高、都较低或一高一低的同事搭配,会对绩效有不同影响。这一假设呼唤后续研究的验证,特别是当任务类型要求同事之间加强合作或竞争时,可以在人员选拔或安置时对积极情绪等个性特征的相似或相异程度加以测量和筛选。同时,积极情绪可以通过培训等方法加以提高,这也为组织改善同事关系质量提供了可操作的管理措施。

成长需求相似性对工作满意度和组织承诺有显著的正向预测作用,这一结果与假设不相符。选取成长需求相似性作为前因变量之一,主要从其"对资源的争夺"这个特性入手,期望发现同事间某些个性特征可能并非"相似",而应当是"相异",才可能促进良好人际关系的建立。但是成长需求这一概念还有一个重要假设,即成员有"成长"的动机,并且职业特征有"发展"的空间。本研究得到这个数据分析结果后,对营业员进行了追访,发现该商场只有表现非常优秀的专柜营业员才可能成长为商场的片区领班,这是一条非常狭窄的独木桥,对专柜营业员并不能形成很有效的激励。许多商场规定超过 28岁的营业员,除非业绩特别好,厂家愿意留下来,否则只能离开工作岗位。因此,要么营业员表现为"认命",做好本职工作即可,要么学习其他技能,谋求其他职业道路,而很少就本职业产生较高的成长需求。已有的成长需求研究的实证结果都来自于上下级关系[20],被试的职业特性、职位和职业发展空间与本研究的被试有很大差异,因此本研究将其引入到同事关系研究,虽然未得到验证,但后续研究中可以根据样本的职业特性及发展空间,对成长需求这一变量进行考虑。

5 结论

本研究通过实证分析论证了工作年限、积极情绪和成长需求相似性对员工态度和行为的显著预测作用。从人际相似性的角度对此类同事关系进行分析,由于相似性的判断是一种认知行为,可以根据知识、情境或人的注意力的变更加以改变或操作。可以在招聘和选拔时对人际相似性相关变量加以控制,或者通过培训和干预等方式,调整同事间人口统计学指标和积极情绪等个性特征的匹配情况,或者调整员工的相似性判断标准,从而改善员工关系、提高绩效。

参考文献

[1] Sherony K M, Green S G. Coworker Exchange: Relationships Between Coworkers, Leader - Member Exchange, and Work Attitudes [J]. Journal of Applied Psychology, 2002, 87(3): 542 - 548.

[2] Sias P M. Workplace Relationship Quality and Employee Information Experiences [J]. Communication Studies, 2005, 56(4): 379 - 395.

[3] Tsui A S, O'Reilly C A. Beyond Simple Demographic Effects: The Importance of Relational Demography in Supervisor - subordinate Dyads [J]. Academy of Management Journal, 1989, 32(2): 402 - 423.

[4] Morgeson F P, Reider M H, Campion M A. Selecting Individuals in Team Settings: the Importance of Social Skills, Personality Characteristics, and Teamwork Knowledge [J]. Personnel Psychology, 2005, 58(3): 583 - 611.

[5] Watson D, Clark L A, Tellegen A. Development and Validation of Brief Measures of Positive and Negative Affect: The PANAS Scales [J]. Journal of Personality and Social Psychology. 1988, 54(6): 1063 - 1070.

[6] Llies R, Judge T A. On the Habitability of Job Satisfaction: The Mediating Role of Personality [J]. Journal of Applied Psychology, 2003, 88(4): 750 - 759.

[7] Phillips A S, Bedeian A G. Leader - follower Exchange Quality: The Role of Personal and Interpersonal Attributes [J]. Academy of Management Journal, 1994, 37(4): 990 - 1001.

[8] Hackman J R, Oldhan G R. Work Redesign [M]. Reading, MA: Addison - Wesley, 1980.

[9] Lee K, Allen N J. Organizational Citizenship Behavior and Workplace Deviance; The Role of Affect and Cognitions [J]. Journal of Applied Psychology, 2002, 87(1): 131 - 142.

[10] Liang K - G. Fairness in Chinese Organizations [M]. Old Dominion University, 1999.

[11] Devellis R F. Scale Development: Theory and Applications [M]. Sage Publications, 2nd ed. Inc. 2003.

[12] Medsker G J, Williams L J, Holahan P J. A Review of Current Practices for Evaluating Causal Models of Organizational Behavior and Human Resources Management Research [J]. Journal of Management, 1994, 20(2): 429 - 464.

(下转封三)

© 1994-2010 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

(上接第 53页)

[3] Ajzen I. Theory of Planned Behavior [J]. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 1991, 50(2): 179 – 211.

[4] Krueger NF, Dickson P. How Believing in Ourselves Increases Risk Taking: Self - efficacy and Perceptions of Opportunity and Threat [J]. Decision Sciences 1994, 25(3): 385 – 400.

[5] Krueger NF, Reilly MD, Carsrud AL. Competing Models of Entrepreneurial Intentions [J]. Journal of Business Venturing, 2000, 15(5 - 6): 411 – 432.

[6] Krueger NF. The Impact of Entrepreneurship Exposure on Perceptions of New Venture Feasibility and Desirability [J]. Entrepreneurship Theory and Practice, 1993, 18(1): 5 - 21.

[7] Brockner J, Higgins ET, Low MB. Regulatory Focus Theory and the Entrepreneurial Process [J]. Journal of Business Venturing, 2004, 19(3): 203 - 220.

[8] Baron RA, Markman GD. Person Entrepreneurship fit: the Role of Individual Difference Factors in New Venture Formation [J]. Journal of Business Venturing, 2003, 18(1): 41 – 60.

[收稿日期]2008 - 09 - 12
[修回日期]2008 - 10 - 17

(上接第 61页)

导功能,有助于儿童使用和操作产品,增强动手能力,增添兴趣,满足心理体验,提高产品的情趣和使用效率,对其深入研究将推动儿童产品设计的进一步发展。

参考文献

[1] 张凌浩,刘钢. 产品形象的视觉设计 [M]. 南京:东南大学出版社, 2005.

[2] 陈伟鸿. 儿童用品的仿生造型设计方法研究 [D]. 西安:西北工业大学, 2007.

[3] 朱智贤. 儿童心理学 [M]. 北京:人民教育出版社, 2003.

[4] 姚屏,杨永. 约束法则下易用性设计的实现 [J]. 包装工程, 2004, 25(6): 124 - 125.

[5] 凯瑟琳 费希尔. 儿童产品设计攻略 [M]. 王冬玲, 王慧敏,译. 上海:上海人民美术出版社, 2003.

[收稿日期]2008 - 06 - 11
[修回日期]2008 - 09 - 05

(上接第 13页)

[13] 陈雪峰, 黄旭, 时勘. 任职期限对员工合作行为和工作倦怠的影响 [J]. 人类工效学, 2006, 12(4): 14 - 17.

[14] Mobley W H. Supervisor and Employee Race and Sex Effects on Performance Appraisals: A Field Study of Adverse Impact and Generalizability [J]. Academy of Management Journal, 1982, 25(3): 598 - 606.

[15] Sias P M, Smith G, Avdeyeva T. Sex and Sex - composition Differences and Similarities in Peer Workplace Friendship Development [J]. Communication Studies 2003, 54(3): 322 - 340.

[16] Bauer T N, Green S G. Development of Leader - member Exchange: A Longitudinal Test [J]. Academy of Management Journal, 1996, 39(6): 1538 - 1567.

[17] Phillips A S, Bedeian A G. Leader - follower Exchange Quality: The Role of Personal and Interpersonal Attributes [J]. Academy of Management Journal, 1994, 37(4): 990 - 1001.

[收稿日期]2008 - 09 - 11
[修回日期]2008 - 10 - 30

© 1994-2010 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net