

# 类亲情交换关系对组织承诺的影响研究

谭春平,高会平

(兰州理工大学 经济管理学院,甘肃 兰州 730050)

**摘要:**在企业管理中,员工和公司之间的关系主要有经济交换和社会交换,本文中引入类亲情交换。主要探讨了类亲情交换关系对组织承诺的影响,采用调查问卷的形式进行数据搜集,采用SPSS软件进行描述性统计分析和回归分析。研究结果表明类亲情交换关系对感情承诺、规范承诺有正向影响作用,对经济承诺有负向影响作用。

**关键词:**类亲情交换关系;组织承诺;影响研究

**中图分类号:**F279.23 **文献标识码:**A

DOI:10.13395/j.cnki.issn.1009-0061.2018.01.027

## 一、引言

随着信息化的发展,中国人口红利的消失,人才资源的流动性增强,企业面临着如何将人才留在企业的问题。企业为了解决问题,不断地想办法留下员工。最初企业不断地加大对员工的物质激励,还让员工持有企业股票,这些方法已经不能满足时代的发展。员工已经不再像以前工作只是为了追求物质,现在的员工更加追求一种品质性的生活。员工的管理应该紧跟时代的步伐,研究者更应该紧跟时代的潮流为企业的管理者提供明确的方向。将人才留在企业需要构建员工的组织忠诚又称组织承诺。尽管对组织承诺的研究已经遍地开花,但研究应紧跟时代的步伐,时代的特性,结合新的角度进行研究。之前关于组织承诺的研究主要结合社会交换关系和经济交换关系。例如,徐燕、赵曙(2011)以社会交换理论为研究基础,研究了员工在组织中社会交换以及经济交换对员工的情感承诺和离职意向的影响,结果表明,社会交换与情感承诺正相关,与离职意向负相关;相反,经济交换与情感承诺负相关,与离职意向正相关<sup>①</sup>。马凌、王瑜、邢芸(2013)主要对组织承诺及工作满意度与工作绩效的关系研究,得出组织拥有良好的员工工作满意度对工作绩效有显著的影响,组织承诺在工作满意度影响工作绩效中起到有效的中介作用<sup>②</sup>。聂林(2014)主要对学习型企业文化、工作满意度对组织承诺的影响进行研究,得

出工作满意度正向影响组织承诺,学习型组织文化通过影响工作满意度影响组织承诺<sup>③</sup>。朱丽苏、龙立荣、贺伟、王忠军(2015)在《超越工具性交换,中国企业员工——组织类亲情交换关系的理论建构》中提出了高于社会交换的类亲情交换关系,这是紧紧结合中国本土文化背景的研究<sup>④</sup>。

本文主要将以类亲情交换关系为研究的切入点,对组织承诺的影响方面做进一步的探讨。本文主要探讨类亲情交换关系对组织承诺的影响程度,进而构建员工与组织之间的类亲情交换关系,从而为企业在防止员工流失方面提供策略。

## 二、理论基础

### (一)类亲情交换关系

类亲情交换关系是由朱丽苏、龙立荣、贺伟、王忠军(2015)提出的。文中对类亲情交换从不同的方面进行了界定。文中主要采取与社会交换关系和经济交换关系的概念比较来对类亲情关系进行界定。首先从交换的原则上不同,经济交换着重公平等价,社会交换遵循公平、等效,类亲情交换是根据需求法则;其次,交换的核心内容不同,经济交换是有形的物质利益,社会交换主要以信任为基础,类亲情交换根据对方的需求,各种不求回报、不计得失的付出;达到的目的不同,经济交换是为了满足员工的物质追求,社会交换是为了各种利益的满足,类亲情交换是为了形成相互交融的一体化关系。最

收稿日期:2017-11-12

基金项目:国家自然科学基金项目(项目编号:71640026);甘肃省哲学社会科学规划项目(项目编号:14YB050)作者简介:谭春平(1979—),男,兰州理工大学经济管理学院副教授,硕士生导师,主要研究人力资源开发与管理。高会平(1991—),女,兰州理工大学经济管理学院硕士研究生,研究方向人力资源开发与管理。

终形成的关系结果状态不同,经济交换形成不稳定的互惠式关系,社会交换形成稳定的互惠式关系,类亲情交换则形成交融式关系。通过以上分析及界定,类亲情交换的定义为在员工和组织之间,根据对方的需求不计回报和不计得失的付出,之间形成稳定的相互交融的一体化关系。员工与组织之间情感嵌入度高,从工作延伸到整个生活。

## (二)组织承诺

组织承诺在研究组织行为过程中是一个重要的概念,1960年由美国社会学家贝克提出。他对组织承诺的观点是员工对组织投入的不断增加,从而产生的一种甘心情愿为组织服务的感情<sup>⑤</sup>。这一概念的提出并未受到当时研究的关注和重视。到了20世纪70年代,布坎南、波特等著名的组织行为学家在自己研究的基础上,对组织承诺重新做了定义。认为“承诺”并非为贝克强调的经济工具,而是员工对组织产生的一种情感的依赖<sup>⑥</sup>。90年代,国外学者对组织承诺的定义进行了探索,我们可以根据国外学者的研究,对组织承诺做如下概括:即组织承诺是员工对组织的一种态度,它可以解释员工为什么要留在某企业,因而也是检验职工对企业忠诚程度的一种指标<sup>⑦</sup>。

凌文铨、张治灿、方俐洛(2000)对我国企业员工的组织忠诚进行了系统的研究,在研究的过程中运用多种调查方法,编制了“中国员工组织承诺问卷”,探索中国企业员工的承诺结构。研究的结果发现中国的员工对企业的组织承诺包含了5个因子。中国企业员工的组织承诺结构与西方的既有相同的因子,分别是感情承诺因子和规范承诺因子,其中包含的意思与Meyer和Allen的模型中一致。对于经济承诺和机会承诺的意义与继续承诺因子具有不谋而合的相同。然而,研究结果中的理想承诺因子是西方的模型中没有体现的<sup>⑧</sup>。

## 三、研究假设

由于本次的研究背景为中国背景,调查对象又是中国企业,所以组织承诺维度选取的是我国学者凌文铨的观点。在当今的社会,员工在追逐利益时,相应的需要感情的依赖,员工愿意为公司的未来奋斗。类亲情交换关系概念中包含那种不计回报不计得失的情感因素,而感情承诺也是从情感角度对企业产生的一种不离不弃。

假设 H1: 类亲情交换关系对感情承诺具有正向影响作用。

规范承诺,在中国人民受儒家文化的影响,应该始终忠于自己所做的事业以及工作。员工会为了这样

一份坚守,继续为公司奋斗,实现对公司的义务感。在亲情关系中,大家有相应的义务为这个家庭或亲密关系付出,类亲情关系又是从亲情角度延伸而来,所以类亲情交换关系对员工的规范承诺有影响作用。

假设 H2: 类亲情交换关系对规范承诺具有正向影响作用。

理想承诺,希望自己能够在公司中有所发展,能够得到好的晋升机会等。在公司中,员工会认为在公司久了,慢慢地会有工作经验,成为公司的老员工,得到上司的认可,除此之外,在公司具有良好的晋升空间和渠道,大家更愿意留在公司,为公司的发展贡献自己的力量。类亲情交换关系含有一种不计得失的付出,而在理想承诺中包含有为了晋升而留在企业。所以,关于类亲情交换关系对理想承诺的影响得到以下假设:

假设 H3: 类亲情交换关系对理想承诺具有负向影响作用。

经济承诺,主要来源于员工感觉离开单位会损失相应的收入,并且不能很好的弥补。在社会中,每一个人都在追求自己的需求,经济是一大部分,由此可以认为,经济承诺与机会承诺类似,为能得到好的收益,员工全方位的考虑,会继续留在公司,为公司的未来贡献自己的一分力量。

假设 H4: 类亲情交换关系对经济承诺呈现负向影响作用。

机会承诺,离开工作岗位,不容易找到其他合适的工作。在这样一个经济发展的时代,失业率攀升的阶段,每一个职工都有机会失业,失去一份工作,将会带来巨大的损失。员工会为了生活和工作的稳定,为公司更加的努力的工作。所以,认为机会承诺在员工心中占有巨大的地位,这也是影响员工流失的重要影响因素。

假设 H5: 类亲情交换关系对机会承诺呈现负向影响作用。

在上述承诺的基础上,提出以下假设:

假设 H6: 类亲情交换关系对组织承诺呈现正向影响。

综上,本研究的假设如图所示:

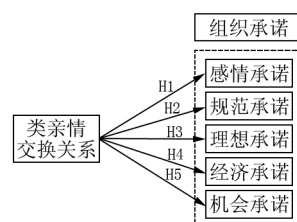


图1 类亲情交换关系图

四、研究设计

(一)研究样本

本文主要通过问卷调查收集所需数据。样本的采集主要是来自甘肃、河南、山西、陕西、湖北等 15 个省份。调查对象的获得方式主要是老师的帮忙、同学的协助等,在取样的过程中尽量保持样本对象具有代表性。调查问卷在 2016 年的 12 月份开始进行发放,一直持续到 2017 年的春节假期结束。本次发放问卷 300 份,回收 238 份,问卷的回收率为 79.33%,其中有效问卷为 205,问卷有效率 86.13%。

(二)研究工具

1.测量量表。本研究主要有两个待测概念,因此运用了两个测量量表,计分的过程中遵循 Likert 五点测度,由“极不同意”到“非常同意”依次为 1~5 分。类亲情交换关系的主要研究者是朱丽苏等人,所以本研究主要采用朱丽苏等人的观点。所以对于类亲情交换关系的测量主要采用朱丽苏、龙立荣等在对类亲情关系界定时的测量量表,一共 5 道题目。在以上阐述中已经表明本研究关于组织承诺采用凌文铨的观点,所以对于组织承诺的测量采用凌文铨探索中国员工组织承诺的结构模型是构建的测量量表。

2.数据分析工具。收回调查问卷后,需要对数据进行描述性统计分析及相关回归分析。对于这样的分析主要使用 SPSS 软件进行。所以对于本研究的运用的是 SPSS20.0 软件。运用 SPSS 软件进行描述性统计分析和回归分析。

五、数据分析与研究结果

(一)描述性统计分析

对数据进行分析。如表 1 所示,被调查的对象中男性占 54.63%,女性占 45.37%,男女的比例接近一半,说明被调查的对象中性别比例合适,在性别上具有合理性。调查对象的年龄在 21~30 岁的占比为 63.83%,在 31~50 岁的占比为 36.17%;工作年限在 3~7 年的占比为 44.68%,工作年限在 7 年以上的占比为 34.04%,工作一年以下的占比为 2.13%,调查对象中年龄阶段和工作年限占比的结合可以看出被调查的员工对企业的工作及生活都有一定的了解,说明被调查的对象对企业的评价是合理的,能够代表本次的调查。被调查对象的岗位在财务类、技术类、生产类、营销类的占比较均匀,一共占比为 48.94%,行政类人员占比为 51.06%,说明在调查的过程中,每个岗位都涉及了;通过表内数据可以看出每个层次、文化程度、工作单位的性质都有涉及,并且调查较全面,能够为本次调查的继续进

行提供基础。

表 1 描述性统计表

| 类别     | 项目      | 频数  | 频率/%   | 有效频率/% |
|--------|---------|-----|--------|--------|
| 性别     | 男       | 112 | 54.63  | 54.63  |
|        | 女       | 93  | 45.37  | 45.37  |
|        | 合计      | 205 | 100.00 | 100.00 |
| 年龄     | 21~30 岁 | 131 | 63.83  | 63.83  |
|        | 31~40 岁 | 70  | 34.04  | 34.04  |
|        | 41~50 岁 | 4   | 2.13   | 2.13   |
|        | 合计      | 205 | 100.00 | 100.00 |
| 岗位     | 财务类     | 44  | 21.28  | 21.28  |
|        | 技术类     | 22  | 10.64  | 10.64  |
|        | 生产类     | 13  | 6.38   | 6.38   |
|        | 行政类     | 105 | 51.06  | 51.06  |
|        | 营销类     | 22  | 10.64  | 10.64  |
|        | 合计      | 205 | 100.00 | 100.00 |
| 工作年限   | 1~3 年   | 39  | 19.15  | 19.15  |
|        | 10 年以上  | 39  | 19.15  | 19.15  |
|        | 1 年以下   | 4   | 2.13   | 2.13   |
|        | 3~7 年   | 92  | 44.68  | 44.68  |
|        | 7~10 年  | 31  | 14.89  | 14.89  |
|        | 合计      | 205 | 100.00 | 100.00 |
| 婚姻状况   | 未婚      | 70  | 34.04  | 34.04  |
|        | 已婚      | 135 | 65.96  | 65.96  |
|        | 合计      | 205 | 100.00 | 100.00 |
| 工作单位性质 | 国有企业    | 65  | 31.91  | 31.91  |
|        | 事业单位    | 35  | 17.02  | 17.02  |
|        | 私企      | 74  | 36.17  | 36.17  |
|        | 行政单位    | 30  | 14.63  | 14.63  |
|        | 合计      | 205 | 100.00 | 100.00 |
| 文化程度   | 本科      | 153 | 74.47  | 74.47  |
|        | 研究生及以上  | 39  | 19.15  | 19.15  |
|        | 专科      | 13  | 6.38   | 6.38   |
|        | 合计      | 205 | 100.00 | 100.00 |
| 层次     | 高层管理者   | 22  | 10.64  | 10.64  |
|        | 基础管理者   | 48  | 23.40  | 23.40  |
|        | 一般员工    | 87  | 42.55  | 42.55  |
|        | 中层管理者   | 48  | 23.40  | 23.40  |
|        | 合计      | 205 | 100.00 | 100.00 |

(二)信度检验

运用 SPSS 软件对各个量表进行了信度检验,如表 5.1 所示。类亲情交换关系测量表的 Cronbach's Alpha 为 0.874,说明类亲情交换关系测量整体比较可信。感情承诺的 Cronbach's Alpha 为 0.923、规范承诺的 Cronbach's Alpha 为 0.723、经济承诺的 Cronbach's Alpha 为 0.742,这几项 Cron-

bach's Alpha 都大于标准的 0.7,说明比较可信。理想承诺的 Cronbach's Alpha 为 0.699 和机会承诺的 Cronbach's Alpha 为 0.693, 尽管都小于标准的 0.7, 但是标准化项的 Cronbachs Alpha 都大于 0.7,说明测量的结果也比较可信。

表 2 可靠性统计量

| 测量项     | Cronbach's Alpha | 基于标准化项的 Cronbachs Alpha | 项数 |
|---------|------------------|-------------------------|----|
| 类亲情交换关系 | 0.874            | 0.898                   | 5  |
| 感情承诺    | 0.923            | 0.932                   | 5  |
| 规范承诺    | 0.723            | 0.729                   | 5  |
| 理想承诺    | 0.699            | 0.717                   | 5  |
| 经济承诺    | 0.742            | 0.751                   | 5  |
| 机会承诺    | 0.693            | 0.708                   | 5  |

(三)回归分析

上面的信度分析显示,调查样本及样本数据都是可信的。根据前面的 6 个假设,将类亲情交换关系作为自变量,组织承诺及组织承诺的各个因子作为因变量,对样本数据进行回归分析,回归分析结果见表 3 和表 4。类亲情交换关系对组织承诺的各个维度进行回归的结果可以看出,类亲情交换关系对感情承诺影响系数的 P 值为 0.000, 其影响较为显著。回归结果中的 F 值为 96.788,调整后的可决系数为 0.676,其回归显著。其回归方程为:感情承诺=2.142+0.931 类亲情交换关系。所以假设 H1 成立。类亲情交换关系对规范承诺影响系数的 P 值为 0.016, 其影响较为显著。回归结果中的 F 值为 54.138,调整后的可决系数为 0.536,其回归显著。其回归方程为:规范承诺=10.939+0.358 类亲情交换关系。所以假设 H2 成立。

类亲情交换关系对理想承诺影响系数的 P 值为 0.052,其影响较为不显著。回归结果中的 F 值为 3.944,调整后的可决系数为 0.061,其回归不显著。

表 3 模型汇总

| 模型              | R      | R 方   | 调整 R 方 | 标准估计的误差 | 更改统计量 |        |          | Durbin-Watson |
|-----------------|--------|-------|--------|---------|-------|--------|----------|---------------|
|                 |        |       |        |         | R 方更改 | F 更改   | Sig.F 更改 |               |
| 类亲情交换关系对感情承诺的回归 | 0.826a | 0.683 | 0.676  | 2.558   | 0.683 | 96.778 | 0        | 1.686         |
| 类亲情交换关系对规范承诺的回归 | 0.739  | 0.546 | 0.536  | 3.249   | 0.546 | 54.138 | 0.016    | 2.719         |
| 类亲情交换关系对理想承诺的回归 | 0.286a | 0.082 | 0.061  | 3.202   | 0.082 | 3.994  | 0.052    | 1.738         |
| 类亲情交换关系对经济承诺的回归 | 0.828a | 0.686 | 0.679  | 1.864   | 0.679 | 98.302 | 0        | 2.193         |
| 类亲情交换关系对机会承诺的回归 | 0.077a | 0.006 | 0.016  | 1.834   | 0.006 | 0.266  | 0.608    | 2.001         |

所以假设 H3 不成立。

类亲情交换关系对经济承诺影响系数的 P 值为 0.000, 其影响较为显著。回归结果中的 F 值为 98.302,调整后的可决系数为 0.679,其回归显著。其回归方程为:规范承诺=8.474-0.297 类亲情交换关系。所以假设 H4 成立。

类亲情交换关系对机会承诺影响系数的 P 值为 0.608,其 P 值大于 0.5,影响不显著。回归结果中的 F 值为 0.266,调整后的可决系数为 0.016,其回归不显著。所以假设 H5 不成立。

六、结论与对策

在上述分析中,类亲情交换关系对感情承诺具有较高的正向影响,通过提升员工与组织之间的类亲情交换关系,提升员工对组织的感情承诺具有更加明显的作用。类亲情交换关系对规范承诺具有正向影响作用,尽管回归的系数不大,但在一定程度上有影响,类亲情交换关系是一种高度交融的一体化关系,换句话说,类亲情交换关系类似于亲情关系,在亲情关系中存在高度的规范作用,所以类亲情交换关系能够高度提升员工对组织的规范承诺。

类亲情交换关系对员工的经济承诺有显著性负向影响,相比感情承诺、规范承诺来说,类亲情交换关系对经济承诺的影响程度较弱,但也正说明类亲情交换关系存在的本质。类亲情交换关系的存在可以降低员工对组织的经济承诺,并不会为了高度的利益而留在企业,仅仅是因为内心存在的情感使员工留在了企业。类亲情交换关系对机会承诺和理想承诺没有明显的影响作用,首先低于假设都没有成立,所以以后需要进行探讨类亲情交换关系是怎样影响机会承诺和理想承诺的。

为了提升员工对企业的承诺,应该加强员工与企业之间的类亲情交换关系。通过增强关系进而加强员工与企业之间的类亲情交换的关系。增强员工

与企业之间的类亲交换关系,将会增强员工的组织承诺,进而减少员工的流失。

注释:  
①徐燕,赵署明. 社会交换和经济交换对员工情感承诺和离职意向

表 4 类亲情交换关系对组织承诺各维度的回归系数表

| 类目              | 模型      | 非标准化系数 |       | 标准化系数  | t      | Sig.  | 支持与否   |
|-----------------|---------|--------|-------|--------|--------|-------|--------|
|                 |         | B      | 标准误差  |        |        |       |        |
| 类亲情交换关系对感情承诺的回归 | 常数项     | 2.142  | 1.409 |        | 1.520  | 0.136 |        |
|                 | 类亲情交换关系 | 0.931  | 0.095 | 0.826  | 9.838  | 0.000 | 支持 H1  |
| 类亲情交换关系对规范承诺的回归 | 常数项     | 10.939 | 1.790 |        | 6.112  | 0.000 |        |
|                 | 类亲情交换关系 | 0.358  | 0.120 | 0.349  | 2.501  | 0.016 | 支持 H2  |
| 类亲情交换关系对理想承诺的回归 | 常数项     | 8.834  | 1.764 |        | 5.008  | 0.000 |        |
|                 | 类亲情交换关系 | 0.237  | 0.118 | 0.286  | 1.999  | 0.052 | 不支持 H3 |
| 类亲情交换关系对经济承诺的回归 | 常数项     | 8.474  | 1.027 |        | 8.253  | 0.000 |        |
|                 | 类亲情交换关系 | -0.297 | 0.069 | -0.235 | 45.314 | 0.000 | 支持 H4  |
| 类亲情交换关系对机会承诺的回归 | 常数项     | 12.817 | 1.010 |        | 12.687 | 0.000 |        |
|                 | 类亲情交换关系 | 0.035  | 0.068 | 0.077  | 0.516  | 0.608 | 不支持 H5 |

的影响研究—领导—成员交换关系的调节作用[J].科学学与科学技术管理,2001,11(11):159—160.

②马凌,王瑜,邢芸. 企业员工工作满意度?组织承诺与工作绩效关系[J].企业经济,2013,(5):68-71.

③聂林.学习型组织文化?工作满意度对组织承诺的影响研究[D].山东大学,2014.

among psychiatric technicians [J]. Journal of Applied Psychology,1974,(59):603 -609.

⑦樊耘,张旭,颜静.基于理论演进角度的组织承诺研究综述[J].管理评论,2013,(01):101-113.

⑧凌文铨,张治灿,方俐洛.中国职工组织承诺的结构方程模型研究[J].管理科学学报,2000,(2):76-81.

④朱丽苏,龙立荣,贺伟,王忠军.超越工具性交换:中国企业员工—组织类亲情交换关系的理论建构与实证研究[J].管理世界,2015,(11):119-134.

⑤Becker HS. Notes on the Concept of Commitment[J]. American Journal of Sociology, 1960, 66: 32-42.

⑥PORTER L M,STEERS R M,MOWDAY R T, BOU-LIAN P V. Organizational commitment,job satisfactionand turnover

Effect of the Family-like Exchange Relationship on Organizational Commitment

Tan Chun-ping, Gao Hui-ping

(School of Economics and Management, Lanzhou University of Technology, Lanzhou 730050, China)

**Abstract:** In the enterprise management, the relationship between employees and the company mainly has the economic exchange and the social exchange, this paper introduces the family-like exchange relationship. It analyzes the impact of exchange class family relationship on organizational commitment, adopting the method of questionnaire to collect data and using SPSS software to perform descriptive statistics analysis and regression analysis. The results show that the relationship between the family-like exchange relationship have a positive impact on emotional commitment and?normative commitment, a negative impact on economic commitment.

**Key words:** the family-like exchange relationship organizational commitment impact study

投稿须知

- 一、请作者遵守出版法规,请勿一稿多投,并在稿件上注明。稿件请从网上邮箱发送到编辑部。凡投稿者视同同意中国知网无偿转载、优先出版,不愿请注明。本刊投稿邮箱:jsslwb@163.com
- 二、编辑部在接到稿件后将在 1 个月内向作者发出用稿通知。若逾期不联系,作者可自行处理。
- 三、来稿请注明作者全部信息,并请放在稿件中。
- 四、来稿请统一用 word 默认形式以 5 号宋体打印、排版(请勿自行排版),标明总字数和具体联系地址、电话。
- 五、来稿中的内容、图片均须符合国家著作权法,责任自负。本刊不负连(联)带责任。
- 六、对文稿和图片,本刊有权审改。
- 七、本刊已经加入“中国知网学术不端审查系统”和“一稿多投查询平台”,请投稿者互相转告。

本刊编辑部