

承诺型人力资源管理实践对知识分享的影响

桑雨, 赵继新*

北方工业大学, 北京

收稿日期: 2022年3月15日; 录用日期: 2022年4月21日; 发布日期: 2022年4月29日

摘要

知识分享对提升组织核心竞争力至关重要, 因此如何激励员工分享知识成为当下人力资源管理的现实问题。针对以上问题, 本研究在社会交换理论研究的基础上构建了承诺型人力资源管理实践、组织地位感知、知识自我效能感与知识分享之间关系的假设模型。本研究采用问卷调查方式收集398份数据, 得出以下结论: 承诺型人力资源管理实践对员工知识分享行为有显著的积极影响; 组织地位感知在承诺型人力资源管理实践与知识分享之间起中介作用; 员工基于知识的自我效能感调节组织地位感知对知识分享的影响。由此, 本文从实施承诺型人力资源管理实践、维护组织地位感知和提升知识自我效能感三个方面给企业管理实践提出可行性建议。

关键词

承诺型人力资源管理实践, 知识分享, 组织地位感知, 知识自我效能感

The Impact of Commitment-Based Human Resource Management Practices on Knowledge Sharing

Yu Sang, Jixin Zhao*

North China University of Technology, Beijing

Received: Mar. 15th, 2022; accepted: Apr. 21st, 2022; published: Apr. 29th, 2022

Abstract

Knowledge sharing is crucial to enhance the core competitiveness of an organization, so how to motivate employees to share their knowledge and skills has become a real issue in human resource man-

*通讯作者。

agement nowadays. In view of the above problems, based on the research of social exchange theory, this paper constructs a hypothetical model of the relationship between commitment-based human resource management practices, organizational status, knowledge self-efficacy and knowledge sharing. We collected data from 398 employees by questionnaire. The results are as followed: commitment-based human resource management practice has a significant positive impact on employees' knowledge sharing behavior; Organizational status plays a mediated role between commitment-based human resource management practices and knowledge sharing; Employees' knowledge-based self-efficacy moderates the impact of organizational status perception on knowledge sharing. Therefore, this study puts forward corresponding suggestions on enterprise management practice, such as constructing commitment-based human resource management practices, maintaining organizational status and improving knowledge self-efficacy.

Keywords

Commitment-Based Human Resource Management Practices, Knowledge Sharing, Organizational Status, Knowledge Self-Efficacy

Copyright © 2022 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

知识作为具有战略意义的重要资源, 对组织的发展至关重要, 组织内部的知识一般以人为载体。知识分享提取储存在员工头脑中的知识, 进一步进行整合和开发, 从而产生新的更具有经济价值的新知识。这一过程帮助提升企业可持续发展的竞争力和创新能力, 应对日新月异的市场环境。正因如此, 国内外很多优秀企业都十分重视知识分享, 比如一些小型公司会定期组织内部交流会, 邀请优秀员工分享自己的成功经验, 同样地, 类似百度等大型公司会设置支持多人创作的超文本系统, 由员工个人记录项目相关的信息并探讨。基于这一现实背景, 如何促进员工知识分享成为企业管理的目标之一。本研究将基于社会交换理论分析知识分享行为的影响机制, 探究承诺型人力资源管理实践对员工知识分享的影响, 最后提出建议。

2. 理论基础

2.1. 社会交换理论

社会交换理论最早由 Homans (1958)提出, 兴起于 20 世纪 50 年代。要想认识社会交换理论, 就要清楚以下两点: 第一, 用来交换的载体不仅仅局限于物质、商品, 还包括非物质, 比如信任、支持; 第二, 社会交换的一方辛苦付出, 想要得到更多, 在这种压力之下, 另一方也会给予更多[1], 这是社会交换理论的核心——互惠原则。不同于“一手交钱, 一手交货”的物质交换, 非物质交换往往是一个过程, 双方在这个过程中形成稳定的社会交换关系, 达到稳定的平衡。

2.2. 承诺型人力资源管理实践

承诺型人力资源管理实践。Walton (1985)提出将员工管理理念分为基于承诺和基于控制, 指出基于承诺的管理方式为员工创造条件, 使员工从内部表现出自我驱动的主动性, 并在监控自己的行为方面承担更多的责任[2]。换句话说, 承诺型人力资源实践通过在组织目标和员工目标之间建立心理联系来塑造

期望的员工行为和态度,重点是培养优秀的员工[3]。承诺型人力资源管理实践这一概念被提出以来,被认为对企业绩效产生积极的影响,其作用机制引起学者广泛研究,总体来看,可以分为个体和组织两个方面。从员工个人角度来看,Allen等人(2003)认为承诺型人力资源管理实践有助于员工形成组织支持感,而组织支持感调节其与组织承诺和工作满意度的关系,并进一步抑制员工的离职倾向[4]。从组织层面来看,Easa等人(2020)通过梳理2010到2018年人力资源管理实践与创新的实证研究文献,结果发现人力资源管理实践与产品创新正相关[5]。陈小平,肖鸣政(2020)以我国京津冀地区高科技企业为研究对象,发现高承诺工作实践正向影响企业绩效,员工离职部分中介这一效应。另外,企业所有制调节了自愿离职在高承诺工作实践和企业绩效之间的中介作用,质疑承诺型人力资源实践的普遍主义理论[6]。

2.3. 组织地位感知

地位最先被应用在社会学、心理学等领域,通常是指组织内一个个体受其他成员尊重或钦佩的程度,近年来在管理学领域备受关注。地位一般分为正式地位和非正式地位,正式地位是指组织正式授予个体的头衔或权力,非正式地位又称社会地位,是指通过教育、年龄、性别、经验、技能等特征而非正式获得的一种地位,是其他组织成员给予某个体的地位。本研究的研究对象是组织地位感知,关注员工心理感受,更多的是对非正式地位的研究。Seeman等人(1988)认为组织地位感知是个体的一种主观感受,是员工主观判断自身在组织中所处的位置,这种组织地位感知同样也是主要是对非正式地位的感知[7]。Eisenberger(2002)认为组织地位感知是指个体对自己组织威望、影响力和组织支持的认知[8]。在本研究中,承诺型人力资源管理实践对员工地位产生影响,更多的是影响员工对自身在组织中受重视程度的感知,因此依然采用Eisenberger对组织地位感知的定义。

2.4. 知识自我效能感

知识自我效能感来源于自我效能感,是个体对所拥有的知识能否为组织做出贡献的一种积极认知的程度[9]。Bandura(1977)认为,自我效能感是个体从主观的角度对于自己所具有的能力的心理估计,当个体认为自己具有这种能力时,他相信自己可以完成相应领域的某种对应行为[10]。知识自我效能感最初是由Brock等人(2005)共同提出的,定义为:在员工的知识共享行为中,感知到的该行为对组织做出多大贡献的积极认知的程度。也就是说员工感知到自己的知识共享对组织的贡献较大,则其知识自我效能感就会越强[11]。

2.5. 知识分享

Grant等人(1996)提出知识基础观,即企业的角色是将囤积在个人身上的专业知识整合到产品和服务中,管理的首要任务是建立这种知识整合所必须的协调机制。知识管理举措的成功取决于知识分享[12]。Bart等人(2004)关注知识分享的过程,提出知识分享是个体之间相互交换知识并共同创造新知识的过程,是个人知识转化为组织知识的必要过程[13]。不少学者从组织因素、个人因素、技术特征三个角度研究知识分享的影响因素,形成整合模型。Karagoz(2020)确定了五个有利于知识分享的因素:容错率、支持灵活的项目、对项目组的信任、敏捷的方法、员工掌握信息技术的熟练程度[14]。Irfan等人(2020)基于计划行为理论,研究发现人际信任、知识技术和文化多样性管理这三种前因变量分别从个体水平、技术水平和组织水平三个方面降低知识分享障碍。此外,知识分享态度在文化多样性管理、人际信任和知识分享行为之间具有完全的中介作用,而知识分享态度在知识技术与知识分享行为之间具有部分中介作用[15]。Abdelwhab等人(2019)指出,个人因素(包括个体的分享意愿、相互关系、个体之间的信任和分享知识的动机)、组织因素(管理支持、奖励、分散的组织结构和支持性的组织文化)和技术因素(知识分享系统和

WEB2.0 技术)都对组织中的知识分享实践有很强的正向影响[16]。

3. 研究假设

3.1. 承诺型人力资源管理实践与知识分享

承诺型人力资源管理实践为那些技术熟练的、努力实现公司目标的员工提供一系列有助于增加员工组织承诺的人力资源管理实践,以吸引、激励和留住优秀的员工,即承诺型人力资源管理实践通过在组织目标和员工目标之间建立心理联系来塑造期望的行为和态度[3]。因此,对于员工来说,承诺型人力资源管理实践可以满足员工基本心理期待,提升公共服务动机,将这些心理机制转化为具体的行为及产出。

知识分享是员工在组织内部通过多种渠道,进行知识的交流及讨论,扩大知识的利用价值并产生新知识的效应[9]。很多学者从不同的角度对承诺型人力资源管理实践与知识分享的关系进行研究。Collins 和 Smith (2006)对美国 136 家技术企业进行研究,发现基于承诺的人力资源管理实践与组织氛围(信任、合作、共享编码和语言)正相关,这些组织氛围有利于企业内知识交换和整合[17]。Nielsen (2011)研究发现承诺型人力资源管理实践通过组织支持感和组织承诺对知识分享行为有积极影响[18]。我国学者袁勇志,何会涛,彭纪生(2010)从组织社会资本的视角,对 72 家企业的 632 名员工进行实证研究,基于社会交换原则,阐释了采用承诺型人力资源管理实践的企业,员工会表现出更多的知识分享行为[19]。本研究认为承诺型人力资源管理实践正向影响知识分享,原因有以下几个方面:第一,承诺型人力资源管理实践强调信息分享和团队合作,在此过程中员工之间交流观点、知识,知识的价值被扩大并有可能产生新的知识;第二,承诺型人力资源管理实践采取广泛的培训和发展性的绩效评估,员工个人的知识储备更加丰富,更容易为组织发展输出有价值观点;第三,承诺型人力资源管理实践鼓励员工参与组织活动与决策,扩大员工知识分享途径。总之,基于社会交换理论,承诺型人力资源管理实践通过一系列举措让员工物质或精神上得到满足,员工以分享自己的知识等行为作为对组织的回报。由此,提出以下假设:

H1: 承诺型人力资源管理实践正向影响员工知识分享行为。

3.2. 组织地位感知的中介作用

组织地位感知是个体对自己所处组织或群体中位置的认识。本研究认为企业实行承诺型人力资源管理实践会增强员工的组织地位感知,原因有以下三个方面:首先,基于承诺的人力资源管理实践活动在业绩考核时强调员工的行为,对员工贡献有积极的评价,福利报酬好,员工容易体会到来自组织的关心;其次,员工通过参与建言和申诉活动,积极为组织建言献策,参与组织重大问题决策,员工感受在自己的发言被企业重视;最后,承诺型人力资源管理实践不轻易解雇员工,为员工提供工作保障,且工作范围广泛,内部实行轮岗,这些举措使员工感受到在组织内被尊重。基于以上论述,提出以下研究假设:

H2: 承诺型人力资源管理实践正向影响员工组织地位感知。

个体对其在群体中地位的判断影响个体在组织中的行为。当员工组织地位提升时,感受到组织对自己释放的积极信号,与组织形成稳定的社会交换关系。在这种情况下,员工对组织也会给予回报,主动参加组织活动,积极落实组织的规章制度,做出有利于组织的行为。相比于低地位成员,在组织地位差异稳定时,高地位成员更愿意分享知识。在中国传统价值观中,能力越高,责任越大,高地位员工认为自己有责任让组织发展的更好,他们愿意将自己的知识传递给其他同事,共同发展,共同进步。因此本研究预测组织地位感知影响员工知识分享行为,提出如下假设:

H3: 组织地位感知正向影响员工知识分享行为。

学术界已经普遍达成共识,承诺型人力资源管理实践会影响员工的知识分享行为,但通过何种路径来影响员工知识分享行为,不同的学者有不同的观点。刘宗华(2017)等人运用多元回归分析方法,通过引

入内部人身份感知为中间变量研究高承诺工作系统与员工知识分享行为之间的关系得出, 基于社会交换理论, 具有高内部人身份感知的员工由于感知到了组织对他们的承诺、信任和认可, 作为对组织的积极回应和回报他们愿意付出额外努力, 自愿地为组织贡献更多的角色外行为(如知识分享) [20]。李燕萍等人(2015)以组织信任为中间量, 通过实证研究得出结论, 高承诺人力资源管理实践给员工传递了信任和投资的信号, 可以改变员工的动机、意愿和态度, 增强员工的自主性努力工作, 进而影响员工的知识分享行为[21]。丁道韧(2020)认为组织地位感知对员工前摄行为具有正向影响。员工在组织中地位感知良好, 其工作自主性越强, 员工就会在工作中表现出更多的积极的组织公民行为, 这种积极的组织公民行为对于员工打破常规具有重要作用, 进而有利于员工在工作中表现出前摄行为[22]。

组织地位感知是员工对自身在组织中地位的认知, 更高的地位往往对应着更高的责任, 员工的主人翁意识更强, 更加积极主动地进行知识分享。仅根据社会交换理论的互惠原则, 当员工从组织中获得培训机会、薪酬、声誉、被尊重感等物质或精神上的好处时, 员工作为接收方更愿意做出反应, 为组织发展得更好付出更多努力。承诺型人力资源管理实践提升了员工的组织地位感, 而组织地位感是员工对组织认同判断的重要表现, 这会促进员工参与组织的发展, 员工会通过主动分享自己的知识来更好的促进组织发展, 以保持并增强自己的组织地位。因此, 知识分享行为可以理解为组织承诺型人力资源管理实践通过提升员工组织地位感知后, 员工进一步的行为反应。为此, 本研究提出如下假设:

H4: 组织地位感知在承诺型人力资源管理实践与员工知识分享行为之间起部分中介作用。

3.3. 知识自我效能感的调节作用

在以往的研究中, 自我效能感大多作为中介变量进行研究, 仅有少量的研究将其作为调节变量。王辉等人(2021)认为, 员工创新自我效能感越高, 那么员工信任对员工创新行为影响越强, 即创新自我效能感在员工信任与员工创新行为之间起调节作用[23]。许晓东等人(2021)基于社会学习理论视角探讨研究生知识共享对其科研成绩的影响, 在此过程中, 自我效能感发挥正向调节作用, 即当研究生自我效能水平较高时, 知识共享对科研绩效的促进作用更强[24]。这些学者的结论均表明自我效能感作为调节变量来拓展现有模型的可能性。

焦乐(2015)的研究认为, 自我效能感高的员工在面临具有一定难度和挑战性的工作任务时, 由于相信自己有信心, 有能力完成这项工作, 不会产生过度的心理压力, 反而能将压力控制在良性范围内, 从而增强工作本身压力对任务绩效的正向作用[25]。当员工的知识自我效能感较高时, 对自身能够为组织提供有价值知识的能力充满信心, 并且能够处理知识分享带来的时间成本、情绪耗竭问题, 员工感受到的组织地位得到进一步强化, 更愿意以积极的心态对待知识分享。相反, 当员工知识自我效能感较低时, 他们对自身的能力有怀疑的态度, 不相信自己分享的知识对组织有价值, 即使组织地位感知较高, 仍难以激发员工的知识分享意愿。由此, 提出以下假设:

H5: 知识自我效能感对组织地位感知与知识分享之间的关系起调节作用, 当知识自我效能感越强, 组织地位感知对知识分享的影响越强。

4. 研究设计

4.1. 样本和程序

本研究在问卷网站上设计好问卷后, 发放给目标群里。调查问卷共分为五个部分。第一部分是调查者的基本信息, 包括性别、年龄、学历、工作年限、职位层级; 第二部分是承诺型人力资源管理实践量表; 第三部分是组织地位感知量表; 第四部分是知识自我效能感量表; 第五部分是知识分享量表。量表的测量均采用 Likert 六点计分法, 从 1 到 6 分别表示“完全不符合”“基本不符合”“有点不符合”“有

点符合”“基本符合”“完全符合”。

正式调查中在同一个时间点总共回收了 505 份电子问卷, 在对存在数据缺失和明显作答规律的问卷进行筛选和剔除后, 剩余有效问卷 398 份, 问卷有效率为 78.81%。对 398 份问卷进行描述性统计分析, 得出以下结论: 男、女有着较为均衡的比例分布, 分别为 45.7%、54.3%; 被调查者主要集中在 40 岁以下, 其中 21~30 岁占 57%; 大部分被调查者都具备本科及以上学历, 拥有本科学历人占 41.7%; 在工作年限分布上, 有 21.9% 的员工都有 6~10 年的工作年限; 在职位等级分布上, 普通员工占比最高, 占总样本的 77.4%, 其次就是基层管理者, 占 13.3%。

4.2. 测量

本研究使用的测量题项均为成熟量表, 这些量表有较高的信度和效度。

1) 承诺型人力资源管理实践。承诺型人力资源管理实践量表采用的是阎海峰等人(2010)改编的承诺型人力资源管理实践量表, 共 10 个题项, 代表性题项如“公司从内部提拔高层, 而不是外部招聘”“公司不轻易解雇员工”“公司高层坦率沟通, 与员工分享各种信息”, 量表的内部一致性系数 α 为 0.931 [26]。

2) 组织地位感知。本研究采用周建涛和廖建桥(2012)改编自 Eisenberger 等的组织地位感知量表, 共 3 个题项, 包括“我在组织内受到尊重”“组织给了我做出重要决策的机会”“组织决策制定会征询我的意见和建议”, 量表的一致性系数 α 为 0.895 [27]。

3) 知识自我效能感。由于本研究探讨的效能感不是员工的一般自我效能感, 而是针对知识共享这个特殊任务领域下的自我效能感, 所以量表采用的是 Lin 等人(2006)针对中国员工开发的知识自我效能感量表, 代表题项如“我相信我和同事分享的知识对他们来说是有用的”“我相信我的知识分享将有助于提高组织的生产力”, 量表的一致性系数 α 为 0.942 [28]。

4) 知识分享。知识分享采用的是 Bock 和 Kim(2002)编制的知识分享量表, 共 3 个题项, 包括“我愿意和同事分享我工作中的经验”、“在对同事分享知识时, 我愿意做出详细的解释”“我会主动告诉同事, 他们需要掌握哪些知识”, 量表的一致性系数 α 为 0.929 [9]。

5) 控制变量。本研究将员工的人口统计学信息作为控制变量, 包括性别、年龄、教育背景、工作年限、职位层级。

4.3. 统计分析方法

本研究主要使用 SPSS25.0、Mplus8.0 和 Stata14.0 对有效问卷进行数据分析, 包括描述性统计分析、共同方法偏差检验、信效度分析和假设检验。其中, 共同方法偏差检验主要采用 Harman 单因素方法, 样本信度主要采用克隆巴赫 α 系数, 样本效度主要采用验证性因子分析对四个主要变量构成的单因子、二因子、三因子、四因子的所有可能备择模型进行分析和比较。假设检验中, 主效应、中介效应和调节效应均采用层次回归分析的方法, 中介效应还使用 Bootstrap 的方法进一步验证。

5. 数据分析与假设检验

5.1. 共同方法偏差检验

由于本研究中承诺型人力资源管理实践、知识分享、组织地位感知和知识自我效能感这四个变量来自于同一个问卷, 并且同时收集, 因此本研究比较容易受到共同方法偏差的影响。为了较为准确的判断受共同方法偏差影响的程度, 本研究采用 Harman 单因素检验方法, 将所有题项进行未旋转的因子分析。结果表明, 第一个因子的累计方差解释率为 37.734%, 未超过累计方差的 40%。基于此, 本研究并不存在严重的共同方法偏差问题。

5.2. 验证性因子分析

效度检验通过 Mplus8.0 软件对变量进行验证性因子分析。由表 1 看出, 四因子模型的拟合结果指标 ($\chi^2/df = 2.362$, RMSEA = 0.059, CFI = 0.959, TLI = 0.954, SRMR = 0.035) 最佳。由此说明, 变量之间具有较好的区分效度。

Table 1. Confirmatory factor analysis results

表 1. 验证性因子分析结果

	χ^2	df	χ^2/df	RMSEA	CFI	TLI
四因子模型(CHRMP, OS, KS, KSE)	479.573	203	2.362	0.059	0.959	0.954
三因子模型(CHRMP, OS + KS, KSE)	1040.442	206	5.051	0.101	0.878	0.863
两因子模型(CHRMP, OS + KS + KSE)	2042.885	208	9.821	0.149	0.731	0.702
单因子模型(CHRMP + OS + KS + KSE)	2809.231	209	13.441	0.177	0.619	0.579

注: N = 398, CHRMP = 承诺型人力资源管理实践, OS = 组织地位感知, KSE = 知识自我效能感, KS = 知识分享。

5.3. 描述性统计分析及相关分析

本研究涉及的各项均值、标准差、相关系数如表 2 所示。结果显示, 承诺型人力资源管理实践与知识分享在 0.01 水平上呈正向相关性($r = 0.646$), 与组织地位感知也在呈 0.01 水平上呈正向相关性($r = 0.481$); 组织地位感知与知识分享在呈 0.01 水平上呈正向相关性($r = 0.467$); 知识自我效能感与知识分享在呈 0.01 水平上呈正相关性($r = 0.419$)。相关分析的结果与理论假设相一致, 为后面的假设检验提供了支持。接下来可以进一步对理论假设进行验证。

Table 2. Descriptive analysis results

表 2. 描述性分析结果

	M	SD	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. 性别	1.540	0.499	1.000								
2. 年龄	2.730	0.981	-0.049	1.000							
3. 教育程度	2.630	0.874	0.019	-0.160**	1.000						
4. 工作年限	3.160	1.281	-0.038	0.207**	-0.131**	1.000					
5. 职位类型	1.340	0.701	0.092	0.084	-0.090	0.155**	1.000				
6. 承诺型人力资源管理实践	4.177	1.158	-0.017	0.131**	-0.005	0.186**	0.039	1.000			
7. 组织地位感知	4.196	1.407	0.055	0.115*	-0.070	0.218**	0.194**	0.481**	1.000		
8. 知识分享	3.869	1.553	0.054	0.047	0.204**	0.090	0.028	0.646**	0.467**	1.000	
9. 知识自我效能感	4.530	1.248	0.062	0.116*	-0.036	0.168**	0.132**	0.567**	0.388**	0.419**	1.000

注: N = 398; * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$ 。

5.4. 假设检验

在相关分析中已经检验了变量之间的相关关系, 接下来运用 Stata14.0 对数据进行分析, 通过层次回归进一步确定变量之间具体的数量关系, 结果如表 3 所示。模型 4 显示, 承诺型人力资源管理实践对员工知识分享有显著的正向影响($\beta = 0.870$, $p < 0.001$), 假设 H1 得到支持; 模型 2 显示, 承诺型人力资源管

理实践对员工组织地位感知正向影响显著($\beta = 0.552, p < 0.001$), 假设 H2 得到支持。模型 7 显示, 员工组织地位感知对员工知识分享的正向影响显著($\beta = 0.535, p < 0.001$), 假设 H3 得到支持; 模型 8 显示, 因变量知识分享同时对自变量承诺型人力资源管理实践和中介变量员工组织地位感知回归, 承诺型人力资源管理实践系数显著($\beta = 0.731, p < 0.001$), 员工组织地位感知系数显著($\beta = 0.251, p < 0.001$)。根据 Baron 和 Kenny (1986)的中介分析方法, 员工组织地位感知在承诺型人力资源管理实践和员工知识分享之间起部分中介作用, 假设 H4 得到支持。此外, 本文运用 Stata14.0 检验中介作用, bootstrap 重复抽样次数为 5000。结果显示, 承诺型人力资源管理实践对员工知识分享的直接效应为 0.731, SE = 0.630, 95%置信区间 CI = [0.607, 0.855] (不包含 0); 未将知识自我效能感纳入模型分析是, 承诺型人力资源管理实践对员工知识分享的间接效应是 0.138, SE = 0.043, 95%的置信区间 CI = [0.053, 0.223] (不包含 0)。结果显示, 员工组织地位感知在承诺型人力资源管理实践与员工知识分享之间起中介作用。

Table 3. Hierarchical regression analysis
表 3. 分层回归分析

变量	因变量							
	组织地位感知				知识分享			
	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	0.145	0.154	0.170	0.184	0.054	0.078	0.092	0.145
年龄	0.092	0.026	0.098	-0.006	0.022	-0.005	0.049	-0.012
教育程度	-0.037	-0.062	0.406***	0.367***	0.420***	0.409***	0.426***	0.382***
工作年限	0.197***	0.114**	0.129**	-0.003	-0.003	0.001	0.023	-0.032
职位类型	0.308***	0.301***	-0.048	0.036	-0.145	-0.201**	-0.117	-0.040
自变量								
承诺型人力资源管理实践		0.552***		0.870***				0.731***
知识自我效能感					0.355***	0.531***		
交互作用								
组织地位感知*知识自我效能感						0.177***		
中介变量								
组织地位感知					0.423***	0.441***	0.535***	0.251***
R^2	0.081	0.277	0.063	0.465	0.346	0.395	0.278	0.502
ΔR^2	-	0.196	-	0.402	0.283	0.332	0.215	0.439
F 值	6.876	25.03	5.230	56.56	29.54	31.80	25.15	56.15
ΔF	-	18.154	-	51.33	24.31	26.57	19.92	50.92

注: N = 398; * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$ 。

为检验知识自我效能感对员工组织地位感知与知识分享之间关系的调节作用, 首先对自变量和调节变量做中心化处理, 将中心化后的自变量与调节变量相乘得到交互项, 然后进行分层回归检验, 结果如表 3 模型 6 所示, 在控制了知识自我效能感和组织地位感知的交互作用对员工知识分享的影响显著($\beta = 0.177, p < 0.001, \Delta R^2 = 0.332$), 表明知识自我效能感对组织地位感知与知识分享之间关系的调节作用显著,

进一步做简单斜率分析, 将调节变量知识自我效能感的均值加减一个标准差分为高、低水平, 绘制交互关系图(见图 1)。由图 1 可知, 在知识自我效能感高的情况下, 组织地位感知对知识分享的影响更强, 支持假设 H5。

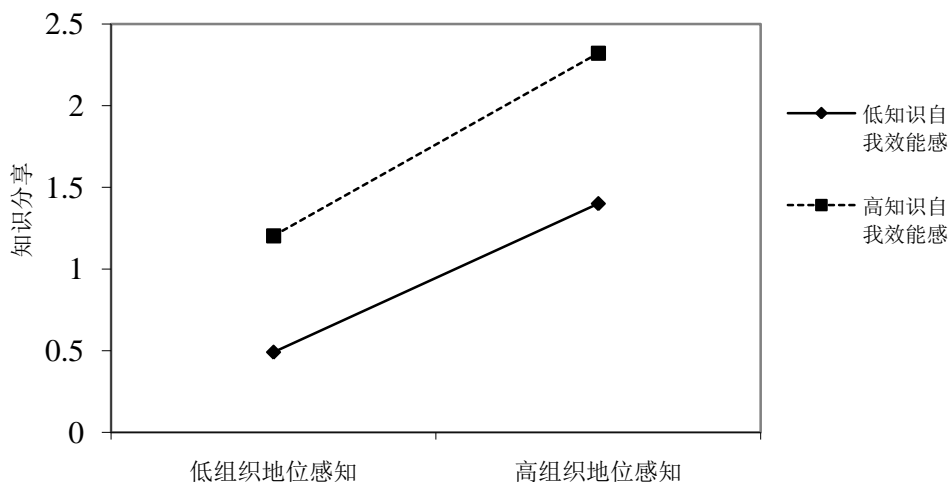


Figure 1. Moderating effect diagram
图 1. 调节效应图

6. 结论与启示

基于社会交换理论, 本研究探讨了承诺型人力资源管理实践通过组织地位感知对员工知识分享行为的影响以及知识自我效能感对以上关系的调节作用。首先, 研究结果表明承诺型人力资源管理实践对员工知识分享行为有显著的积极影响, 实施承诺型人力资源管理实践的组织内员工通常会感受到组织积极的、正向的付出, 愿意以同样正向的反馈回报组织, 主动在组织内分享自己的知识、技能等信息。其次, 组织地位感知在承诺型人力资源管理实践与知识分享之间起中介作用, 承诺型人力资源管理实践通过参与决策、工作保障、构建平等的沟通氛围等方式使员工感受到在组织中被尊重、有地位, 自然会更多地愿意分享自己拥有的知识。最后, 员工的知识自我效能感调节了组织地位感知对知识分享的影响, 即由于员工相信自己拥有的知识对他人和组织整体有用, 处于高知识自我效能感下, 员工感知到的组织地位更有可能转化为实际行动, 将知识分享给他人。

本研究对组织管理实践有一定的启示:

第一, 实施承诺型人力资源管理实践举措。传统的人力资源管理模式将员工视为螺丝钉、“打工人”, 组织内部的人事工作通常围绕招聘和员工的入职、离职、交社保等基础事务性工作, 而忽视了员工个人的职业发展和对员工的情感投入。本研究的结果显示承诺型人力资源管理实践通过工作分析、工作安全、让员工参与决策等方式提升组织地位感知, 进而促使知识分享行为。由此, 建议组织实施承诺型人力资源管理实践, 强调组织对员工的情感投入, 更加注重员工的个人价值和长远发展, 将传统的劳资关系管理转变为调整组织资源从而对员工各方面产生影响的新型人力资源管理模式。

第二, 有效维护和提高员工组织地位感知, 增强员工对自己在组织中的认知感与归属感。上述研究证明, 承诺型人力资源管理实践对员工知识分享的影响可通过增强员工心理满足感这一路径实现。当承诺型人力资源管理实践不断提升员工组织地位感知时, 员工对组织积极行为给予同样积极的回应, 愿意为组织做贡献, 愿意主动分享知识帮助组织发展得更好。

第三, 提升和着力培养员工的知识自我效能感, 塑造一支知识自信的员工队伍。本研究的结果也表

明, 只有当员工同时有较高的知识自我效能感时, 组织地位感知才能有效促进知识分享行为的增加。如果员工对自己知识分享的效果没有足够的信心, 认为自己的知识对他人和组织带来的价值有限, 即便组织激发出员工的地位感知, 也可能最终不会提升员工的知识分享。基于此, 对于企业和领导而言, 要特别关心那些知识自我效能感相对较低的员工。通过给予这类员工较多的心理支持和人际关怀, 帮助他们增强对知识分享价值的信心, 给予其更多的尊重和鼓励, 这对员工个人发展和组织知识体系建设都具有重要的实践意义。

参考文献

- [1] Homans, G.C. (1958) Social Behavior as Exchange. *American Journal of Sociology*, **63**, 597-606. <https://doi.org/10.1086/222355>
- [2] Walton, R.E. (1985) From Control to Commitment in the Workplace. *Harvard Business Review*, **1**, 15-29.
- [3] Arthur, J.B. (1994) Effects of Human Resource Systems on Manufacturing Performance and Turnover. *Academy of Management Journal*, **37**, 670-687.
- [4] Allen, D.G., Shore, L.M. and Griffeth, R.W. (2003) The Role of Perceived Organizational Support and Supportive Human Resource Practices in the Turnover Process. *Journal of Management*, **29**, 99-118. <https://doi.org/10.1177/014920630302900107>
- [5] Easa, N.F. and Orra, H.E. (2020) HRM Practices and Innovation: An Empirical Systematic Review. *International Journal of Disruptive Innovation in Government*, **1**, 15-35.
- [6] 陈小平, 肖鸣政. 高承诺人力资源实践与科技企业绩效——有调节的中介模型[J]. 科技管理研究, 2020, 40(8): 156-165.
- [7] Seeman, T.E. and Berkman, L.F. (1988) Structural Characteristics of Social Networks and Their Relationship with Social Support in the Elderly: Who Provides Support. *Social Science & Medicine*, **26**, 737-749. [https://doi.org/10.1016/0277-9536\(88\)90065-2](https://doi.org/10.1016/0277-9536(88)90065-2)
- [8] Eisenberger, R., Stinglhamber, F., Vandenberghe, C., Sucharski, I.L. and Rhoades, L. (2002) Perceived Supervisor Support: Contributions to Perceived Organizational Support and Employee Retention. *Journal of Applied Psychology*, **87**, 565-573. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.87.3.565>
- [9] Bock, G.W. and Kim, Y.G. (2002) Breaking the Myths of Rewards: An Exploratory Study of Attitudes about Knowledge Sharing. *Information Resources Management Journal*, **15**, 14-21. <https://doi.org/10.4018/irmj.2002040102>
- [10] Bandura, A. (1977) Self-Efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change. *Advances in Behaviour Research & Therapy*, **1**, 139-161. [https://doi.org/10.1016/0146-6402\(78\)90002-4](https://doi.org/10.1016/0146-6402(78)90002-4)
- [11] Bock, G.W., Zmud, R.W., Kim, Y.G. and Lee, J.-N. (2005) Behavioral Intention Formation in Knowledge Sharing: Examining the Roles of Extrinsic Motivators, Social-Psychological Forces, and Organizational Climate. *MIS Quarterly*, **29**, 87-111. <https://doi.org/10.2307/25148669>
- [12] Grant, R.M. (1996) Toward a Knowledge-Based Theory of the Firm. *Strategic Management Journal*, **17**, 109-122. <https://doi.org/10.1002/smj.4250171110>
- [13] Bart, V.D.H. and De Ridder, J.A. (2004) Knowledge Sharing in Context: The Influence of Organizational Commitment, Communication Climate and CMC Use on Knowledge Sharing. *Journal of Knowledge Management*, **8**, 117-130. <https://doi.org/10.1108/13673270410567675>
- [14] Karagoz, Y., Whiteside, N. and Korthaus, A. (2020) Context Matters: Enablers and Barriers to Knowledge Sharing in Australian Public Sector ICT Projects. *Journal of Knowledge Management*, **24**, 1921-1941. <https://doi.org/10.1108/JKM-12-2019-0691>
- [15] Raza, I. and Awang, Z. (2020) Knowledge Sharing Practices in Higher Educational Institutes of Islamabad, Pakistan: An Empirical Study Based on Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Research in Higher Education*, **20**, 1809-1842.
- [16] Abdelwhab Ali, A., Panneer Selvam, D.D.D., Paris, L. and Gunasekaran, A. (2019) Key Factors Influencing Knowledge Sharing Practices and Its Relationship with Organizational Performance within the Oil and Gas Industry. *Journal of Knowledge Management*, **23**, 1806-1837. <https://doi.org/10.1108/JKM-06-2018-0394>
- [17] Collins, C.J. and Smith, K.G. (2006) Knowledge Exchange and Combination: The Role of Human Resource Practices in the Performance of High-Technology Firms. *Academy of Management Journal*, **49**, 544-560. <https://doi.org/10.5465/amj.2006.21794671>
- [18] Chiang, H.-H., Han, T.-S. and Nielsen, P. (2011) The Relationship between High-Commitment HRM and Know-

ledge-Sharing Behavior and Its Mediators. *International Journal of Manpower*, **32**, 604-622.

<https://doi.org/10.1108/01437721111158224>

- [19] 袁勇志, 何会涛, 彭纪生. 承诺型人力资源实践与知识共享的作用机制研究——组织内社会资本中介作用的实证检验[J]. *科学学与科学技术管理*, 2010, 31(1): 171-177.
- [20] 刘宗华, 李燕萍, 郑馨怡. 高承诺工作系统与知识分享的关系:内部人身份感知和工作嵌入的作用[J]. *当代经济管理*, 2017, 39(7): 62-68.
- [21] 李燕萍, 刘宗华. 高承诺人力资源管理实践对知识分享的影响机制[J]. *南京大学学报(哲学·人文科学·社会科学)*, 2015, 52(4): 140-149+160.
- [22] 丁道韧. 组织地位感知对创新性前摄行为的作用——基于心理资本的中介作用与变革型领导的调节作用[J]. *系统管理学报*, 2020, 29(2): 326-334.
- [23] 王辉, 聂巧媛. 包容性领导对员工创新行为的影响——员工信任和创新自我效能感的作用[J]. *重庆工商大学学报(社会科学版)*, 2021, 15(2): 1-12.
- [24] 许晓东, 魏志轩, 郑君怡. 研究生知识共享对其科研绩效的影响研究[J]. *管理学报*, 2021, 18(3): 434-440.
- [25] 焦乐. 职业女性工作压力与工作绩效关系研究[D]: [硕士学位论文]. 石家庄: 河北经贸大学, 2015.
- [26] 阎海峰, 陈灵燕. 承诺型人力资源管理实践、知识分享和组织创新的关系研究[J]. *南开管理评论*, 2010(5): 92-98+106.
- [27] 周建涛, 廖建桥. 权力距离导向与员工建言: 组织地位感知的影响[J]. *管理科学*, 2012, 25(1): 35-44.
- [28] Lin, L., Leung, K. and Koch, P.T. (2006) Managerial Knowledge Sharing: The Role of Individual, Interpersonal, and Organizational Factors. *Management and Organization Review*, **2**, 15-41.
<https://doi.org/10.1111/j.1740-8784.2006.00029.x>