

企业核心员工生态位构建行为的探索性研究

颜爱民 胡 斌 齐 兰

(中南大学商学院,长沙 410083)

摘要 本研究通过文献评述,分析了目前核心员工相关研究视角的先天缺陷,并首次将生态位构建理论导入核心员工的研究中;通过开放式和封闭式问卷调查,采用关键事件法、探索性分析和验证性分析方法,建构了7维度的核心员工生态位构建行为测量工具:职业忠诚行为、自我发展行为、创新行为、进谏行为、协调沟通行为、助人行为和组织忠诚行为;进一步研究发现,核心员工生态位构建行为与工作绩效和组织承诺呈现不同强弱的正相关。

关键词 核心员工;生态位构建行为;探索性研究

美国管理评论杂志(Management Review)报道指出,当今企业的两大挑战:一个是吸纳稳定性高的员工,另一个则是留住能力强、位居关键的员工。在人才争夺战日趋激烈的知识经济时代,争取和留住企业的核心员工已成为经营战略的第一项重要任务。如何从根本上解决核心员工频繁离职,又能保持企业效率,达到核心员工与企业和谐共生,已经成为企业界和理论界共同关注的焦点。

由于核心员工的重要性和不稳定性,理论界一直把核心员工作为一个研究热点。Lee等通过其提出的“系统性震撼”来解说核心员工的离职,并在此基础上提出“展开路径模型”(The Unfolding Model Paths)^[1]。Terence在研究工作离职复杂性的基础上,提出了基于工作嵌入(Job Embeddedness)的核心员工保留方法,并且指出工作嵌入包括人际关系(links)、工作匹配(fit)、工作献身(sacrifice)三因素^[2]。Anonymous研究指出企业为核心员工发展技能需要提供具有挑战性的有利环境,能够成功吸引、发展和留住核心员工^[3]。Kitces研究指出股权激励并非是留住核心员工的最有效方法,而为核心员工建立起职业途径和工作奖金可能是吸引和留住核心员工更为有效的方法^[4]。大量学者从P-E匹配(Person-Environment fit)的角度也进行了研究:Dunnette提出了态度与工作匹配模型;Hackman和Oldham提出了个性特质与工作特征匹配模型;Holland提出了个性特质与职业匹配模型等^[5]。Schneider提出了动态性的吸引-选择-磨合模型(ASA模型)^[6]。Jansen和Kristof构建了由P-O匹配(Person-Organization fit)、P-J匹配(Person-Job fit)、P-G匹配(Person-Group fit)构成的P-E匹配多维度模型^[7],而同时代的许多其他匹配研究者基本都是从P-E匹配的某些构面与工作满意度、工作绩效和离职倾向等结果变量开展的关系研究。

国内的相关研究主要始于本世纪初。孔志强、邢以群从博弈的角度提出了针对核心员工的激励模型^[8]。梁小威、廖建桥从现代组织社会资本视角结合人力资本竞争的新态势,分析了组织核心员工自愿离职与组织绩效的关系^[9]。郭云贵等提出了针对核心员工管理的四P模型(Performance(绩效)、Passion(情感)、Profit(利益)和Profession(职业)),并主张对核心员工的有效管理应从绩效管理、情感经营、利益共享、职业发展这四个方面来实现^[10]。梁小威、廖建桥又将社会资本及“工作嵌入”观念引入组织员工离职/保持研究模型,提出了基于

收稿日期 2010-01-08

基金项目 教育部人文社会科学项目(07JA630047);湖南省社会科学基金重点委托项目(11WTB13)。

作者简介 颜爱民,中南大学商学院教授,博士生导师,博士;胡斌,中南大学商学院硕士研究生;齐兰,中南大学商学院硕士研究生。

组织社会资本的“工作嵌入”模式对我国文化背景下组织核心员工保持问题研究的适用性,并论证了传统保持策略失效的原因^[11]。施康等在研究核心员工管理失效的基础上,指出提高企业核心员工的工作满意度和组织承诺水平是这些失效现象的最佳规避策略^[12]。刘平等通过对主动离职进行研究,构建了组织核心人才主动离职危机预警系统^[13]。杨浩分析了知识型企业核心员工流失的原因,提出了知识型企业留住核心员工的具体对策^[14]。

实际上,人都是自利的,行为的出发点实质上来讲都是利于个人的生存与发展,满足自身需求,而任何行为都是个体和环境的函数(Lewin,1953),一个人的生存与发展能力不仅在于个体的自身原因,还有环境原因,自身所具备的一些特质和能力与环境所赋予的资源共同作用决定人的生存与发展,人要使自己生存与发展其行为必须考虑到环境的反馈才能达到所要的结果,也就是说,行为的结果由环境和个体因素共同主宰。综合文献研究发现,目前对核心员工的相关研究明显有悖于此。

核心员工生态位构建的意义就是核心员工通过生态位构建改变自身所受环境的影响,从而形成不断发展的生态位。在此过程中,个人与组织从核心员工生态位构建中得到了利益,核心员工自己得到了发展,提高了工作绩效,组织环境得到改善,企业业绩得以提升;最终的结果是,核心员工愿意留在企业并为企业效力,而企业也形成了一种良好的环境氛围,员工在成就自己的同时也推动了企业的发展^[15]。这是一种双赢的局面,也是当代企业管理所追求的目标。基于学术界相关研究在视角上的先天缺陷,本研究导入生态位构建理论,正好弥补了以上目前相关研究的缺陷,丰富了学术界对核心员工的研究框架。

理论与研究命题建立

企业核心员工生态位是指核心员工在特定企业中的特定位置^[15,16]。这一特定位置(地位和角色)有两个方面的含义:首先,核心员工自身所拥有的一些特质将为其在一定的环境中获得特定位置奠定基础;其次,核心员工所归属的企业等环境一些特质同样为其获得特定位置提供支持^[17]。生态学中的生态位构建实质是有机体对其环境上自然选择源的改变,进而达到适应性的目的^[18],因此我们把核心员工生态位构建界定为:核心员工生态位构建是核心员工通过自身的活动和选择,改变自身和环境,从而改变自身生态位的一种能力。生态位构建可以看作是核心员工行为的具有目的性的整体描述,体现了核心员工主动响应环境变化。核心员工进行生态位构建贯穿核心员工职业生涯的整个过程,本研究不在于探讨核心员工生态位构建的机理,而在于构建行为表现,核心员工生态位构建在工作过程中的典型行为表现是可观测的,了解核心员工生态位构建行为是可行的,这种典型行为表现的研究为我们提供了了解核心员工生态位构建的研究的立足点。从广义上讲,核心员工任何具有目的性的行为都可以看成是生态位构建行为,如果基于这种范围来研究核心员工的生态位构建行为就失去了研究意义。抓住关键行为来表征核心员工生态位构建,既能基本体现核心员工生态位构建行为,同时也能评价核心员工生态位构建的强度。因此,本文认为:核心员工生态位构建行为是核心员工在工作过程中的典型行为表现,这些行为能够在工作中表现出来,并能被管理者和其他员工观察到。

由于生态学导入人力资源管理研究领域还处于初探期,对核心员工生态位构建行为的研究属于开创性研究,因此,本文建立了以下研究命题:

- (1) 探索中国文化背景下企业核心员工生态位构建行为的结构维度。
- (2) 探讨企业核心员工生态位构建行为各维度与工作绩效和组织承诺的关系。

核心员工生态位构建行为的结果是其生态位的改变,而生态位的改变又体现在个体能力的提高、工作氛围的改善、企业形象的提升等方面。同时,核心员工的这些生态位构建行为发生在工作过程中,目的在于提高自己和改善环境,但这也间接的促成了工作绩效的提高和组织承诺的加强。这些构成了核心员工个人和企业共同关注的焦点,也是促成核心员工保留的关键。本文认为,工作绩效(“任务绩效-关系绩效”^[19,20]二维模型)最能体现核心员工生态位构建行为的效果,而组织承诺强调的是员工愿意继续呆在目前所在企业的一种心理。据此,我们提出以下假设:

假设 1 生态位构建行为对工作绩效具有显著的预测作用。

假设 1a 生态位构建行为对任务绩效具有显著的预测作用。

假设 1b 生态位构建行为对关系绩效具有显著的预测作用。

假设 2 生态位构建行为对组织承诺具有显著的预测作用。

研究工具

由于核心员工生态位构建行为还没有量表可以参考,在此笔者采用自编开放式问卷进行调查。工作绩效问卷参考韩翼等^[21]任务绩效分别考察完成工作的效率、质量、目标达成度三个方面,这三个指标既有对个人工作效果的评价,也有工作群体中他人对个人工作效果的认同度;关系绩效就帮助他人、工作意愿和承担本职外工作三个指标进行考察;工作绩效量表共包含任务绩效的 3 个条目和关系绩效的 3 个条目共 6 个条目。组织承诺问卷参考刘耀中^[22],共包含 4 个条目。

为方便取样,本研究问卷采用他评方式。采用 Likert 七点法计分。1-7 代表“完全不同意”-“完全同意”。

研究过程

1、核心员工生态位构建行为的量表开发和结构检验

(1) 开放式问卷编码

在中南大学 MBA 班和长沙本地 7 家企业发放问卷 245 份,回收有效问卷 179 份。开放式问卷编码采用关键事件法(critical incidents)归纳的方法。经过两轮编码,核心员工生态位构建行为的 8 个类别被确定下来,分别是:自我发展、责任意识、创新行为、职业忠诚、助人行为、协调沟通、进谏行为、组织忠诚。从编码所得的 8 个类别中选出 5 个最经常被提到的条目来代表该类别。为了提高问卷表面效度和内容效度,问卷各个项目由 3 位人力资源方面的专家共同审核。

(2) 探索性分析和验证性分析。

本次调查一起发放核心员工生态位构建行为问卷、工作绩效问卷和组织承诺问卷。调查样本主要来自于 MBA 班学员和长沙、株洲、深圳、广州四个城市的 14 家企业。发放问卷 450 份,回收问卷 377 份,其中有效问卷 352 份,有效回收率为 83.7%。为了避免共同方法偏差(common method bias),我们首先将数据随机分成两组,分别进行探索性分析和验证性分析。

对第一组 176 组样本数据进行探索性分析。问卷的 KMO 值为 0.793, Bartlett 球度检验达到显著性水平,说明问卷适合进行因素分析。探索性因子分析按照因子载荷小于 0.5、特征值大于 1、不同因素间交叉删除的原则进行探索分析,采用斜交转轴法(oblimin)旋转,经过几次探索,最终保留了 27 个条目,7 个维度(累计方差贡献率为 67.469%),分别命名为职业忠诚(F1)、自我发展(F2)、创新行为(F3)、进谏行为(F4)、协调沟通(F5)、助人行为(F6)、组织忠诚(F7)。总问卷的 Cronbach's α 系数为 0.942,分半信度为 0.868,说明问卷具有很好的内部一致性。如表 1 所示。

表 1 各分量表及总量表的 Cronbach's α 系数 (N=176)

	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	总量表
条目数	5	5	4	4	3	3	3	27
内部一致性系数	0.906	0.853	0.829	0.847	0.753	0.807	0.747	0.942

为了对 7 维结构进行验证和探索,采用 CFA (LISREL8.80) 对第二组数据进行分析。

A. 模型设定

模型 1 (一阶单因子模型) 假设 27 个条目由潜变量“核心员工生态位构建行为”直接主宰。

模型 2 (一阶七因子模型) 假设存在因子“职业忠诚”、“自我发展”、“创新行为”、“进谏行为”、“协调沟通”、“助人行为”、“组织忠诚”分别主宰 27 个条目的表现。

模型 3 (二阶模型) 在模型 2 的基础上,假设存在高阶因子“核心员工生态位构建行为”主宰七个一阶因子。也就是说,七个一阶因子被聚合成一个二阶因子。

B. 验证性因子分析结果

使用 LISREL8.80 软件进行计算,表 1 给出上述三个模型的拟合结果。以一阶单因子模型为基础模型,进行多方位的比较,表明各模型的“优劣”程度。关于拟合指数的论述很丰富,一般把 $\chi^2/df<3$ 、RMSEA<0.08、CFI、NNFI、GFI、IFI>0.90 以及 PGFI>0.5 作为理想拟合指数的建议值。表 1 显示,模型 2 和模型 3 的所有指标均达到或接近建议值,且 χ^2/df 明显低于模型 1,据此我们拟取二阶模型^[17]。另一方面,一阶模型与二阶模型的优劣比较可参考它们的目标系数(Target Coefficient),如果目标系数接近 1,则隐含二阶因子模型可以充分地表达一阶因子间的关系,且使模型表达更加简洁^[18]。模型 2 与模型 3 的目标系数值为 0.893,说明模型 2 的一阶因子关系可由模型 3 的二阶因子的线性关系描述。据此,模型 3 既简约又准确描述数据中各变量的关系,是理想模型,适合进一步研究。模型 3 的运行结果如图 1 所示。从图 1 和表 1 反映的信息看,结构方程模型检验的结果较好,各条路径都达到显著,而且各主要拟合指标都达到门槛要求。

表 2 核心员工生态位构建行为假设模型的各种拟合指标 (N=176)

模型	χ^2	df	χ^2/df	RMSEA	CFI	NNFI	GFI	IFI	PGFI
模型 1	1486.65	265	5.61	0.14	0.87	0.86	0.64	0.87	0.55
模型 2	533.14	244	2.185	0.065	0.98	0.97	0.86	0.98	0.69
模型 3	586.692	258	2.274	0.069	0.97	0.97	0.85	0.98	0.71

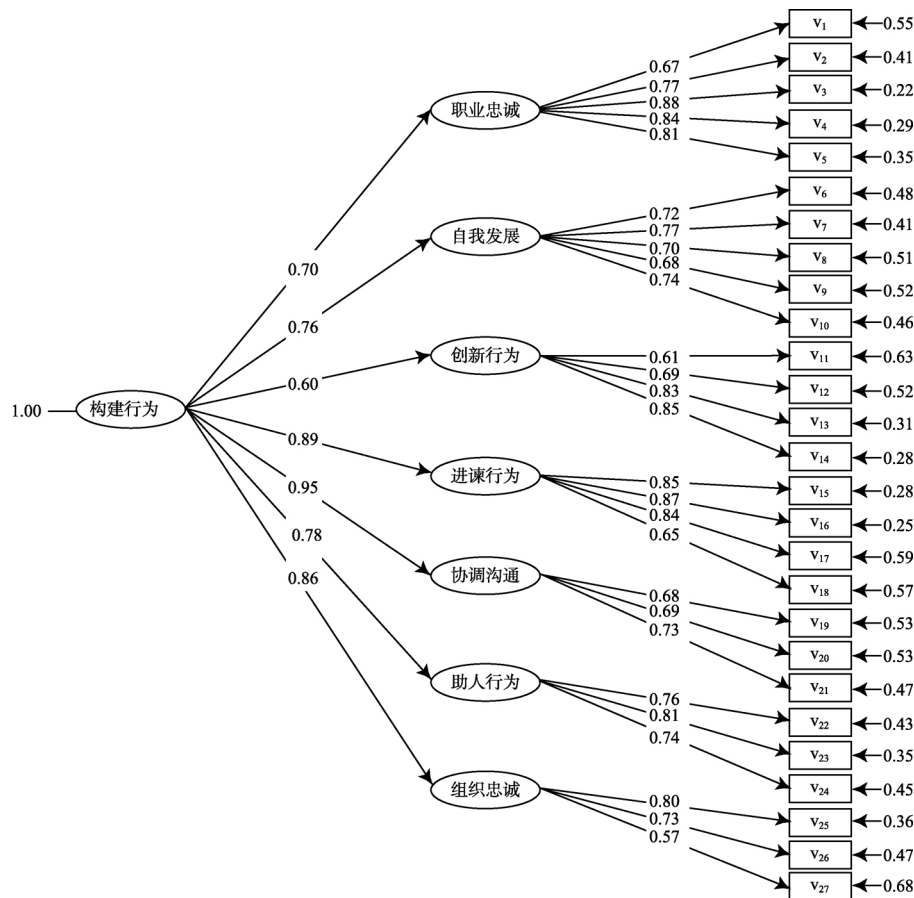


图 1 核心员工生态位构建行为的二阶模型 (N=176)

从验证性因子分析结果表明,二阶模型具有较高的拟合度和稳定型。因此我们选用此二阶模型作为核心员工生态位构建行为为结构维度的最终模型,这一模型也符合了本研究的原始构想。

2、生态位构建与工作绩效、组织承诺的关系研究

以正式调查获得的有效被试 352 人为研究对象,对回收问卷的工作绩效部分和组织承诺部分数据进行因子分析和信效度检验表明,适合做下一步研究。

(1) 相关分析

首先探讨生态位构建行为与工作绩效、组织承诺之间的相关关系,结果如表3所示,表明生态位构建行为与工作绩效、组织承诺之间存在极其显著的相关。生态位构建行为越突出,工作绩效和组织承诺越高。

然后,我们具体分析生态位构建的各个维度对工作绩效的各维度以及组织承诺之间的相关关系。对其所包含的各维度之间进行 Pearson 相关分析,结果如表4所示,表明组织公民行为的各维度与任务绩效、关系绩效以及组织承诺之间,存在显著的正相关关系,各相关系数均在 0.01 的水平下显著。

(2) 回归分析

本研究进一步探讨生态位构建行为整体及其各个维度对工作绩效整体及其各维度(即任务绩效和关系绩效)以及组织承诺的影响及其预测作用。自变量的相关分析结果显示,各个自变量间的相关度较低,避免了多元共线性可能引起的回归误差。采用逐步回归法(Stepwise)进行回归。如表5所示。

从表5可知,生态位构建行为对于工作绩效、组织承诺确实存在着正向的促进作用,并且回归分析的结果也为作用机制的构建提供了量化的基础。总体来说,生态位构建行为对工作绩效、任务绩效、关系绩效以及组织承诺的解释变异量分别为 26.9%、23.7%、31.4%、25.2%,各路径系数(Beta 值)均达到显著性水平,表明生态位构建行为对工作绩效、任务绩效、关系绩效以及组织承诺具有显著的预测作用,假设1、假设1a、假设1b以及假设2均得到支持。

另外,进一步的研究发现,生态位构建行为的七个维度共同解释工作绩效 55.4% 的变异量,生态位构建行为的七个维度共同解释任务绩效 53.7% 的变异量,生态位构建行为的七个维度共同解释关系绩效 58.9% 的变异量,生态位构建行为的七个维度共同解释组织承诺 56.6% 的变异量,这些结果也表明生态位构建行为能够对工作绩效、组织承诺进行预测。另外,对工作绩效而言,生态位构建行为的各维度均有显著的正向影响。职业承诺、自我发展、进谏行为、创新行为、协调沟通以及组织忠诚对任务绩效预测力达到显著性水平。创新行为、进谏行为、协调沟通、助人行为以及组织忠诚对关系绩效的预测力达到显著性水平。而对组织承诺而言,职业承诺、进谏行为、协调沟通、助人行为以及组织忠诚均有显著正向影响。

表3 生态位构建行为与工作绩效、组织承诺之间的相关关系表(N=538)

	工作绩效	组织承诺
生态位构建行为	.713 (**)	.649 (**)

注:**表示在 0.01 的水平下显著,*表示在 0.05 的水平下显著。

表4 生态位构建行为各维度与任务绩效、关系绩效和组织承诺之间的相关关系表(N=538)

	任务绩效	关系绩效	组织承诺
职业承诺	.414 (**)	.211 (**)	.185 (**)
自我发展	.548 (**)	.338 (**)	.349 (**)
创新行为	.526 (**)	.345 (**)	.280 (**)
进谏行为	.283 (**)	.413 (**)	.432 (**)
协调沟通	.267 (**)	.375 (**)	.391 (**)
助人行为	.199 (**)	.405 (**)	.343 (**)
组织忠诚	.553 (**)	.442 (**)	.617 (**)

注:**表示在 0.01 的水平下显著,*表示在 0.05 的水平下显著。

表5 生态位构建对工作绩效及其各维度以及组织承诺的回归分析表(N=538)

因变量	工作绩效	任务绩效	关系绩效	组织承诺
自变量	Beta 值	Beta 值	Beta 值	Beta 值
生态位构建行为	.471**	.425**	.507**	.438**
R ²	.278	.249	.325	.266
调整后的 R ²	.269	.237	.314	.252
F 值	72.509**	52.311**	86.947**	69.258**
职业承诺	.163*	.334**	.031	.175*
自我发展	.215**	.315**	.048	.015
创新行为	.112*	.203*	.119*	.007
进谏行为	.123*	.154*	.143*	.232**
协调沟通	.128*	.127*	.187*	.191*
助人行为	.121*	.044	.306**	.193*
组织忠诚	.107*	.108*	.202**	.306**
R ²	0.588	0.562	0.620	0.593
调整后的 R ²	0.554	0.537	0.589	0.566
F 值	20.761**	14.509**	31.146**	23.139**

注:*表示 $p < 0.05$; **表示 $p < 0.01$ (双尾检验)。

研究结果讨论

1、核心员工生态位构建行为的结构维度

通过严格的探索性和验证性分析,本研究发现中国文化背景下企业核心员工生态位构建行为由七个维度构成,即职业忠诚、自我发展、创新行为、进谏行为、协调沟通、助人行为以及组织忠诚。各维度的具体分析

如下：

(1) 职业忠诚。职业忠诚行为维度指的是热爱和忠于自己专业并且积极投入工作、对工作认真负责的行为。职业忠诚行为体现了一种对于自己所从事职业的认真负责态度及愿意为此献身的精神。

(2) 自我发展。自我发展指的是主动积极寻找学习和提高的机会增加个人知识和工作技能的行为。核心员工在展现此种行为时,表现出极大的求知欲望和自主性,最终既实现了自我发展的目标又扩大了为组织贡献的领域。自我发展行为对于提高核心员工的生态位具有极其重要的意义,反映了核心员工对自身和企业长远发展的考虑,从而使得其生态位具备更强的发展势能。

(3) 创新行为。创新行为指的是富有创新意识并且创造性地从事与工作相关的行为,这样做目的在于提高工作绩效或是改善工作效率,对组织和个体自身持续发展和成长来说都是非常有效的,这是一种主动扩充生态位的行为,同时也体现了个人富有冒险与创新精神。员工个人创新性本身就是一种积极的工作动机和工作态度,当这种行为取得创新成果时,那些成果都将直接对员工的工作绩效发挥积极作用。

(4) 进谏行为。进谏行为指的是向上级提出意见以及劝说同事进行工作改进等行为,其目的在于改进,所以它不等同于简单的批评行为^[23]。这种行为表现为核心员工把自己和组织紧密联系起来,具体如敢于表达个人意见,提出合理化建议等。在中国中庸之道的文化背景下,核心员工主动以主人翁责任感表达自己的观点,提出建议等,是有勇气和负责任的行为。进谏行为的目的在于改善环境,是典型的核心员工生态位构建行为。

(5) 协调沟通。协调沟通维度指的是同事间合作与沟通以及维护人际和谐而实施的行为,这种行为也体现了一种团队意识。包括积极协助解决误会纠纷、积极主动与同事合作并交流、主动维护部门团结与和谐。协调沟通有助于维护组织人际关系的和谐以及更好地合作与沟通,创造了一种良好的工作氛围。同时,这也反映了中国文化背景下,人际和谐的重要性。

(6) 助人行为。助人行为维度指的是自发表现的积极帮助同事的行为。互相帮助、扶持一直是中华文化的优良传统,并且核心员工赋予帮助以更广泛的含义,不仅是工作中帮助,更在生活中帮助,共同创建团结的团队。在中国文化背景下,和谐是很重要的,一个好的工作氛围能够使人产生更大的动力,更愿意留下来继续工作,核心员工帮助他人建立了自己在别人心目中的良好形象,有助于关系的构建,从而对其工作更好地实施奠定了基础。

(7) 组织忠诚。组织忠诚维度指核心员工对企业外部组织或人员实施的一切有利于维护企业自身利益、宣传企业形象从而建立和提升组织形象以及在组织逆境时仍保持对企业的忠诚的行为。这是一种维持公众关系以及与企业同进退的行为。核心员工把自己视同为组织的一部分,表现出忠诚的言行,这是把个体利益与组织利益结合起来的行爲,体现了生态位构建的全局性和互动性。

从核心员工生态位构建行为结构维度的研究中发现,核心员工生态位构建在工作过程中的典型行为表现都是一些积极的、有利于核心员工与企业生存与发展的行为。核心员工进行生态位构建,主动塑造环境,使得自己与企业互动匹配,从而实现自身的生存与发展,最终为自己在企业找到了自己的特定位置——适合核心员工发展态势的生态位。

2、生态位构建与工作绩效、组织承诺

工作绩效与组织承诺作为人力资源管理中的重要概念,是企业非常关注的问题。生态位构建行为是核心员工自发的行为,这种行为对工作绩效或是组织承诺有显著的预测力。如果生态位构建行为强度越大,说明核心员工的投入程度越大,最直接的体现就是工作绩效的提高,同时,由于生态位构建行为产生的后果会对环境产生影响,如员工的进谏行为来改善工作环境等或是通过协调沟通行为使得工作环境中的人际和谐度得以提高,这样核心员工在良好的工作氛围下工作,自然会提高工作效率。另一方面,生态位构建行为是核心员工的努力投入行为,这种投入越大,其离开企业的成本也越大,因此离开企业的可能性越小,这说明生态位构建行为的实施能够使得核心员工更加愿意为组织效力,也就是说核心员工生态位构建行为有助于提高核心员工的组织承诺。总之,核心员工生态位构建行为实施有助于工作绩效和组织承诺的提高,这是企业所乐见的。

企业管理者应该因势利导,不断帮助核心员工加强自己的生态位构建强度,达到企业和核心员工的良性互动,最终形成双赢局面。

研究局限与未来研究展望

本研究通过定性与定量方法相结合,最后得出了清晰明确的结论,但由于受各方面条件的限制,本研究仍然存在一些局限性,希望后续的研究能够进一步的完善。

(1) 受研究条件限制,本研究取样只是取自少数几个城市的数个企业,因此用于实证的样本可能存在地域偏差,理想的情况应该是从全国范围内采集数据,使研究结果具有更好的外部效度。

(2) 根据生态位构建理论,不同的环境(企业性质)会迫使核心员工产生不同的行为,对结果变量的预测作用也就可能大不相同。本研究样本在数量上满足研究需要,但是并没有根据企业的民营、国有、外资等性质进行细分研究,这在一定程度上削弱了研究的信度和效度,这也是未来研究需要改进之处。

(3) 本研究对核心员工生态位构建行为的各个维度对企业核心员工离职率的影响作用仍无法回答,本文认为这正是未来极有价值的研究课题。

参考文献:

- [1] Lee T. W., Mitchell T. R. An Alternative Approach: The Unfolding Model of Voluntary Employer Turnover[J]. Academy of Management Review, 1994,19(1):51-89
- [2] Terence R. Mitchell et al. How to Keep Your Best Employees: Developing an Effective Retention Policy[J]. Academy of Management Executive, 2001,15(4):96-110
- [3] Anonymous. The Software Coapproach to Retaining Key Workers[J]. Human Resource Management International Digest, 2002,10(6):15-17
- [4] Michael E. Kitces. Partnership Problem: Is the Promise of a Partnership the Only Way to Adequately Reward Key Employees?[J]. Financial Planning, 2006,4(1):1-12
- [5] J. A. Chatman. Improving Interactional Organizational Research: A Model of Person-organization Fit[J]. Academy of Management Review, 1989,14(3):333-349
- [6] B. Schneider. The People Make the Place[J]. Personnel Psychology, 1987,40(3):437-453
- [7] K. J. Jansen, A. L. Kristof. Toward a Multidimetsional Theory of Person-Environment Fit[J]. Journal of Managerial Issues, 2006,18(2):193-212
- [8] 孔志强,邢以群.基于博弈论的核心员工激励模型的探讨[J]. 技术经济与管理研究, 2003,(6):98-99
- [9] 梁小威,廖建桥.简论基于现代组织社会资本核心员工流失的组织绩效观[J]. 科学学与科学技术管理, 2003,(7):119-122
- [10] 郭云贵,周晓冬,刘晓峰.基于核心员工管理的四 P 模型研究[J]. 科技创业月刊, 2004,(8):64-65
- [11] 梁小威,廖建桥.“工作嵌入”模式与组织核心员工保持[J]. 科技进步与对策, 2005,(1):119-121
- [12] 施康,叶依广,秦毅峰.企业核心员工管理机制的失效现象及规避策略[J]. 南京社会科学, 2006,(1):44-48
- [13] 刘平,张春瀛.组织核心人才主动离职危机预警系统的构建[J]. 科技管理研究, 2007,(4):207-209
- [14] 杨浩.知识型企业留住核心员工的对策[J]. 经济管理, 2007,29(19):65-69
- [15] 颜爱民等.人力资源管理理论与实务[M]. 长沙:中南大学出版社, 2004
- [16] 颜爱民,刘媛.人力资源生态位概念界定及因子测算[J]. 生态经济(学术版), 2006,(2):49-52
- [17] Yan Aimin. An Empirical Study on Niche Structure of Senior Managers[C]. The 2008th International Conference on Management Science & Engineering, 2008
- [18] Laland K. N., Odling-Smee F. J., Feldman M. W. Evolutionary Consequences of Niche Construction: A Theoretical Investigation Using Two-locus Theory[J]. Journal of Evolutionary Biology, 1996,9(3):293-316
- [19] Brumbrach. Performance Management[M]. London: The Cronwell Press, 1988
- [20] Borman W. C., Motowidlo S. J. Expanding the Criterion Domain to Include Elements of Contextual Performance[M]. San Francisco: Jossey-Bass, 1993
- [21] 韩翼,廖建桥,龙立荣.雇员工作绩效结构模型构建与实证研究[J]. 管理科学学报, 2007,10(5):62-77
- [22] 刘耀中.成功实施绩效管理的关键行为因素结构及其与组织承诺和组织绩效的相关研究[J]. 心理科学, 2007,30(4):967-970
- [23] Linn V. D., Jeffrey A. L. Helping and Voice Extra-role Behavior: Evidence of Construct and Predictive Validity[J]. Academy of Management Journal, 1998,41(1):108-119

An Exploratory Study on Niche Construction Behaviors of Core Staff in Enterprises

Yan Aimin, Hu Bin and Qi Lan

(College of Business, Central South University, Changsha 410083)

Abstract Based on literature review, this study analyzes the inherent shortage of current studies related to core staff and introduces the theory of niche construction into the issue for the first time. Applying critical incident method, exploratory analysis and confirmatory analysis, it develops a questionnaire measuring core staff's niche construction behaviors after an open and a close investigation. The destination behaviors are testified to have seven dimensions, including professional loyalty, self-development, innovation, admonition, coordination and communication, helping and organizational loyalty. A further study shows that the core staff's niche construction behaviors have different strength of positive correlation with both job performance and organizational commitment.

Key words core staff, niche construction behaviors, exploratory research

(上接第 74 页)

An Empirical Study Based on Improved TAM to the Adoption of IOT Services

Wu Liang^{1,2}, Shao Peiji¹, Sheng Xudong¹ and Ye Quanfu¹

(1.School of Management and Economics, University of Electronic Science and Technology of China, Chengdu 610051;

2.School of Management and Economics, Guizhou Normal University, Guiyang 550002)

Abstract: Internet of Things technology applications have largely appeared in our daily lives and business activities, but still are relatively confined to the independent ranges. Network interconnection and information sharing are still not realized. This paper provides an empirical examination of the Internet of Things through questionnaire survey, and then according to the methodology of technology acceptance model, we make a SEM statistical analysis from the perspective of behavioral science. The results show that the bottleneck of development of Internet of Things is the core technology and network interconnection standards. The key to advancing their application is to provide products and services which are useful and easy to use. Consumers have begun to pay attention to privacy protection and security on the Internet of Things environment.

Key words: technology acceptable model, Internet of things, radio frequency identification, service adoptable