

分类号 \_\_\_\_\_  
UDC \_\_\_\_\_

密级 \_\_\_\_\_  
编号 10741



## 硕士学位论文

论文题目 个人-组织匹配对员工知识共享行为影响机制的研究

研究生姓名: 蒋俏

指导教师姓名、职称: 赵玉田 副教授

学科、专业名称: 工商管理、企业管理

研究方向: 人力资源管理

提交日期: 2023年5月30日

## 独创性声明

本人声明所呈交的论文是我个人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。尽我所知，除了文中特别加以标注和致谢的地方外，论文中不包含其他人已经发表或撰写过的研究成果。与我一同工作的同志对本研究所做的任何贡献均已在论文中作了明确的说明并表示了谢意。

学位论文作者签名： 蒋倚 签字日期： 2023年5月30日

导师签名： 王玉田 签字日期： 2023年5月30日

## 关于论文使用授权的说明

本人完全了解学校关于保留、使用学位论文的各项规定，同意（选择“同意”/“不同意”）以下事项：

- 1.学校有权保留本论文的复印件和磁盘，允许论文被查阅和借阅，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存、汇编学位论文；
- 2.学校有权将本人的学位论文提交至清华大学“中国学术期刊(光盘版)电子杂志社”用于出版和编入CNKI《中国知识资源总库》或其他同类数据库，传播本学位论文的全部或部分内容。

学位论文作者签名： 蒋倚 签字日期： 2023年5月30日

导师签名： 王玉田 签字日期： 2023年5月30日

# **A study on the mechanism of individual-organisational matching on employees' knowledge sharing behaviour**

**Candidate :Qiao Jiang**

**Supervisor:Yutian Zhao**

## 摘要

在快速变化的商业环境中，知识管理已经成为知识经济背景下企业管理的一个越来越重要的问题。知识共享是实施知识管理的一个重要举措，员工作为企业发展的核心力量应当促进个人知识流入组织，并通过组织内的知识共享迅速增加组织的知识资源库，提升组织绩效。然而往往人们会受到思想局限性的影响，不愿主动在组织中进行知识共享，所以对企业进行引导，使员工在知识共享活动中展现出更多的积极性，对于企业向更正确、更好的方向发展至关重要。个人-组织匹配已被多数学者证明可以影响员工的行为，本文在此学术基础上研究了个人-组织匹配是否会影响员工的知识共享行为，以及这种影响机制将会怎样发挥作用。

本文在全面阅读国内和国外文献的基础上梳理了个人-组织匹配、角色宽度自我效能感、内部人身份感知、员工知识共享行为四个相关变量的文献综述，结合社会认知理论和社会交换理论，分析影响员工知识共享行为不同维度的因素，建立理论模型、提出研究假设，选用成熟量表进行问卷调查，采用 SPSS 和 AMOS 软件检验与分析变量之间的假设。实证结果表明：(1) 个人-组织匹配正向影响员工知识共享行为；(2) 个人-组织匹配正向影响角色宽度自我效能感；(3) 角色宽度自我效能感正向影响员工知识共享行为；(4) 角色宽度自我效能感在个人-组织匹配与员工知识共享行为之间起中介作用；(5) 内部人身份感知正向调节个人-组织匹配与员工知识共享行为之间的关系；(6) 内部人身份感知正向调节了角色宽度自我效能感与员工知识共享行为之间的关系。

最后本文根据研究结果提出了相关方面的建议：管理者要提高个人-组织匹配的意识、重视角色宽度自我效能感的培育、提升员工内部人身份感知的认知水平等，为提升员工知识共享行为提供了合理指导。

**关键词：**个人-组织匹配 角色宽度自我效能感 内部人身份感知 知识共享行为

## Abstract

In a rapidly changing business environment, knowledge management has become an increasingly important issue in enterprise management in the context of the knowledge economy. Knowledge sharing is an important initiative in the implementation of knowledge management. Employees, as the core force of enterprise development should facilitate the flow of personal knowledge into the organisation and rapidly increase the organisation's knowledge resource base and enhance organisational performance through knowledge sharing within the organisation. Often, however, people are influenced by ideological limitations and are reluctant to take the initiative to share knowledge in the organisation, so it is vital to guide the organisation so that employees show more initiative in knowledge sharing activities in order to develop the organisation in a more correct and better direction. This paper builds on the academic foundation of individual-organisational matching, which has been shown by most scholars to influence employee behaviour, to examine whether individual-organisational matching affects employees' knowledge sharing behaviour and how this influence mechanism will work.

Based on a comprehensive reading of domestic and foreign literature, this paper composes a literature review of four relevant variables: individual-organisational match, role breadth self-efficacy, insider identity perception, and employee knowledge sharing behaviour, combines social cognitive theory and social exchange theory, analyses the factors affecting different dimensions of employee knowledge sharing behaviour, develops a

theoretical model, proposes research hypotheses, and selects a mature scale for questionnaire research. SPSS and AMOS software were used to test and analyse the hypotheses between the variables. The empirical results showed that: (1) personal-organisational matching positively influenced employees' knowledge sharing behaviour; (2) personal-organisational matching positively influenced role width self-efficacy; (3) role width self-efficacy positively influenced employees' knowledge sharing behaviour; (4) role width self-efficacy mediated between personal-organisational matching and employees' knowledge sharing behaviour; (5) insider identity perception positively moderated (5) insider identity perception positively moderates the relationship between individual-organizational matching and employee knowledge sharing behavior; (6) insider identity perception positively moderates the relationship between role breadth self-efficacy and employee knowledge sharing behavior.

Finally, based on the findings of the study, the paper proposes recommendations in related aspects: managers should raise awareness of personal-organisational matching, attach importance to the cultivation of role-width self-efficacy, and enhance the cognitive level of employees' insider identity perception, which provide reasonable guidance for enhancing employees' knowledge-sharing behaviour.

**Keywords :** Person-organization matching; Role-width self-efficacy; Insider identity perception; Knowledge sharing behavior

# 目录

<b>1 绪论</b> .....	1
1.1 研究背景.....	1
1.2 研究目的及意义.....	2
1.2.1 研究目的.....	2
1.2.2 研究意义.....	2
1.3 国内外研究综述.....	4
1.3.1 个人-组织匹配.....	4
1.3.2 员工知识共享行为.....	6
1.3.3 角色宽度自我效能感.....	8
1.3.4 内部人身份感知.....	10
1.3.5 研究综述.....	12
1.4 研究方法与技术路线.....	13
1.4.1 研究方法.....	13
1.4.2 研究内容.....	14
1.4.3 技术路线.....	15
<b>2 核心概念界定与理论基础</b> .....	16
2.1 核心概念界定.....	16
2.1.1 个人-组织匹配.....	16
2.1.2 员工知识共享行为.....	16
2.1.3 角色宽度自我效能感.....	16
2.1.4 内部人身份感知.....	17
2.2 理论基础.....	17
2.2.1 社会认知理论.....	17
2.2.2 社会交换理论.....	18
<b>3 研究假设与理论模型</b> .....	19
3.1 研究假设.....	19
3.1.1 个人-组织匹配与员工知识共享行为.....	19

3.1.2 个人-组织匹配与角色宽度自我效能感 .....	19
3.1.3 角色宽度自我效能感与员工知识共享行为 .....	20
3.1.4 角色宽度自我效能感的中介作用 .....	20
3.1.5 内部人身份感知的调节作用 .....	21
3.2 理论模型 .....	22
<b>4 实证研究 .....</b>	<b>23</b>
4.1 问卷设计与发放 .....	23
4.2 样本描述性分析 .....	23
4.3 信度分析 .....	25
4.4 效度分析 .....	25
4.5 相关性分析 .....	26
4.6 假设检验 .....	27
4.6.1 个人-组织匹配对员工知识共享行为的检验 .....	27
4.6.2 个人-组织匹配对角色宽度自我效能感的影响 .....	28
4.6.3 角色宽度自我效能感对员工知识共享行为的检验 .....	30
4.6.4 角色宽度自我效能感的中介效应检验 .....	30
4.6.5 内部人身份感知的调节效应检验 .....	34
4.7 本章小结 .....	36
<b>5 研究结论与管理启示 .....</b>	<b>37</b>
5.1 研究结论 .....	37
5.2 管理启示 .....	38
<b>6 研究展望 .....</b>	<b>40</b>
<b>参考文献 .....</b>	<b>40</b>
<b>附录 .....</b>	<b>47</b>
<b>攻读学位期间承担的科研任务与主要成果 .....</b>	<b>50</b>
<b>致谢 .....</b>	<b>51</b>



# 1 绪论

## 1.1 研究背景

伴随着知识经济时代的来临,信息技术以迅猛的速度发展,物质资源也变得越来越丰富,企业之间的竞争不仅仅停留在物质资源层面,知识资源也逐渐成为企业取得竞争优势的一项重要法宝<sup>[1]</sup>,是企业实现可持续竞争优势的必要基础<sup>[2]</sup>。特别是在党的十九大之后,人们将更加强调创建一个学习型社会和知识型员工队伍。因此,在今天的市场环境中,许多公司开始配置知识资源和规划知识运用,以实现组织可持续发展的目标,而知识共享在这过程中处于核心地位<sup>[3]</sup>。知识共享多发生在企业员工之间,对于整个公司来说,组织内部的知识共享可以有效地促进提高组织的学习能力,从而对组织的经营业绩产生积极影响;对于员工个人来说,知识共享为员工提供了学习和获取组织知识的机会,帮助他们提高竞争力,获得先进的知识和技能,并紧跟行业发展的步伐,同时也将知识从员工个人所有转变成组织整体所有,这反映出员工个人对组织的价值贡献。综上,如何有效促进员工知识共享的实施开展,成为了企业界和学术界关注的问题。

随着知识经济的兴起,来自不同学科专业领域的研究人员和不同企业的管理人员都非常重视组织中的知识管理整体水平,分别从资本层面<sup>[4]</sup>、领导层面<sup>[5]</sup>、个体层面<sup>[6]</sup>和环境层面<sup>[7]</sup>等不同角度探究提升个体知识共享行为的前因因素。个人-组织匹配会影响个人的行为和态度,但到目前为止,对于个人-组织匹配与员工知识共享行为之间的关系,以及影响这种关系的具体机制,还没有明确的研究,因此分析个人-组织匹配与员工知识共享行为之间的机制具有重要意义。

大量文献表明,个人-组织匹配与员工行为之间还存在着其他介导变量,因此除了探讨个人-组织匹配与员工知识共享行为之间的直接关系外,还需要探讨两者之间存在的内在机制。员工个体在进行知识共享的过程中难免会出现自身与组织价值观、组织要求与自身能力、组织供给与自身需求是否匹配相关的问题,这些问题是否能够引发员工个体心理感知水平,如角色宽度自我效能感的变化,这将对员工知识共享行为具有重要影响<sup>[8]</sup>。而当个人与组织相匹配或匹配程度较高时,员工是否更能感受到自身价值感的实现,对完成工作有更高的能力感知和自信程度,将对后续知识共享的开展具有重要影响。因此凭借角色宽度自我效能感的角度探究个人-组织匹配对员工知识共享行为的影响是值得去深思的。

不仅仅受到角色宽度自我效能感的影响,员工知识共享行为也会受到其他心理感知状态的影响,这使得探讨个人-组织匹配发挥作用的边界条件变得十分重要。内部人身份感知的高低所导致的员工认知和行为的不同<sup>[9]</sup>,也会影响个体承担共享型活动的主动性的变化。所以选择员工内部人身份感知作为调节变量探讨其在个人-组织匹配、角色宽度自我效能感、员工知识共享行为之间的调节作用符合现实情况。

## 1.2 研究目的及意义

### 1.2.1 研究目的

结合中国自身情境探讨个人-组织匹配对员工知识共享行为的影响,以及在这个过程中角色宽度自我效能感的中介作用和内部人身份感知的调节作用,以达到以下三个目的:

(1) 系统梳理个人-组织匹配、员工知识共享行为、角色宽度自我效能感和内部人身份感知的相关文献,在此基础上探讨个人-组织匹配对员工知识共享行为的影响,以及在影响过程中角色宽度自我效能感的中介作用和内部人身份感知的调节作用,基于理论基础提出假设。

(2) 利用微观调查数据,构建回归模型,实证研究个人-组织匹配对员工知识共享行为的影响、角色宽度自我效能感发挥的中介效应和内部人身份感知的调节效应。

(3) 基于实证结论,为企业管理者了解当前员工个人-组织匹配程度提供依据,进而为有效合理引导与管理员工知识共享行为提供理论支撑与实践指导。

### 1.2.2 研究意义

#### (1) 理论意义

首先,本研究把角色宽度自我效能感作为中介变量,把内部人身份感知设定为调节变量,以此来探讨个人-组织匹配对员工知识共享行为的影响。以往关于员工知识共享行为的研究主要集中在人格特质、组织氛围和领导管理风格等方面,目前为止未有研究者研究过个人-组织匹配对员工知识共享行为的影响。因此本文选择个人-组织匹配、角色宽度自我效能感、内部人身份感知和员工知识共享行为四个变量,然后搭建员工知识共享行为的影响因素模型,在一定程度上能够对员工知识共享行为有关的领域的研究进

行丰富和发展。

其次，国内和国外学者正在进行许多关于自我效能感的研究，虽然角色宽度自我效能感被证实是具有中介作用的一个变量，但学术界对其的研究还比较缺乏，本文从个人与组织交互的角度考察在管理实践中其对于企业员工知识共享行为的促进作用，丰富并有效拓展了国内关于角色宽度自我效能感的研究。

最后，本文丰富了个人-组织匹配的作用过程研究。目前为止，已经有研究者得出结论：个人-组织匹配对员工的态度和行为产生诸多的积极影响，但是研究主要集中在理论和概念的研究上，在实证方面还比较欠缺。在这个基础上，本文采用实证研究对个人-组织匹配与员工知识共享行为的关系展开深入分析，并探讨角色宽度自我效能感、内部人身份感知在上述关系间可能起到的作用，是对个人-组织匹配作用机制研究的丰富。

## （2）实践意义

首先，激发了企业和管理者对个人-组织匹配的关注。本研究发现，个人-组织匹配能够正向影响员工的知识共享行为，因此要想促进知识共享行为就需要企业管理者重视个人与组织的匹配情况，从人力资源的测评、招聘与配置、晋升等各个方面，来考察员工的各方面和企业存在的相同和不同之处，以此寻找合适的方法使员工和企业达成最佳的匹配，做到了这些能够使员工在组织中做出较多的知识共享行为。

其次，引入角色宽度自我效能感作为中介，为个人-组织匹配激发员工积极工作行为提供了一个心理路径。个人与组织的匹配能够加强员工对于组织的归属感与对胜任工作任务的自信感，以此提升员工的角色宽度自我效能感，激励员工积极参与知识共享行为，为实现团队目标贡献一份力量。因此，组织可以考虑提升员工的角色宽度自我效能感从而提升员工的知识共享行为。

最后，本文在对个人-组织匹配、角色宽度自我效能感和员工知识共享行为三者进行研究的过程中，引入了内部人身份感知这一概念，将之作为三者关系中的调节变量，将个人与组织的匹配程度、员工个体心理特征和知识共享行为之间受到内部人身份感知调节的机制进行归纳总结，采取有效措施以期将内部人身份感知往良性的方向进行引导，在组织内采取合理的员工管理和引导方法，最大限度地提高员工的积极性，促进员工的共享行为，最终实现组织的学习和创新能力的提升，在推动组织的业务绩效方面发挥积极作用，在知识经济市场竞争中占据更多的优势。

## 1.3 国内外研究综述

### 1.3.1 个人-组织匹配

#### (1) 个人-组织匹配的概念内涵

对于个人-组织匹配的概念国内外专家学者目前还没有达成共识、规范为统一的含义标准，按照维度的多少，归纳为三种理解个人-组织匹配的方法：单维、二维和三维。

个人-组织匹配的概念源于个体-环境匹配，它最早由 Levin（1951）提出，通常被大体地定义为组织成员特质与组织的特质之间的相容性。单维度定义的重点是个人价值和组织价值之间的匹配程度<sup>[10]</sup>。后来，Muchinsky 和 Monahan（1987）提出了个人-组织匹配的二维度定义，区分了一致性匹配和互补性匹配：一致性匹配反映了个人特征（如人生观、价值观、态度和目标等）与组织特征（价值观、组织目标、文化和氛围等）之间的相似程度，而互补性匹配则强调个人特征来弥补组织的不足<sup>[11]</sup>。在此基础上，Kristof（1996）进一步总结和整合了个人-组织匹配的不同分类，并在以往研究的基础上提出了一个匹配整合模型。该匹配整合模型一共有三个维度，分别为价值观匹配、需求-供给匹配和要求-能力匹配<sup>[13]</sup>。随后，Cable 等（1997）在 Kristof 模型的基础上，又提出了一个三维度的观点，将个人-组织匹配分为一致性匹配、组织要求与个体能力匹配和组织供给与个体需求匹配，其中一致性匹配指的是个体价值观与组织价值观的匹配；组织要求与个体能力匹配指的是个人自身工作能力表现和组织对个人的工作要求之间的匹配，组织供给与个体需求的匹配是指个人工作所需的物质或精神资源与组织供给的物质或精神资源的匹配<sup>[14]</sup>。

总的来说，Kristof 的个人-组织匹配的整合模型更加全面、系统和综合。因此，本研究采用了 Kristof（1996）对个人-组织匹配的定义。

#### (2) 个人-组织匹配的结构与测量

有三种主要的方法来测量个人和组织之间的匹配度：

第一种是直接测量。直接测量主要是让员工对自身与组织之间的一致性进行评价，以此得到员工主观感知到的双方匹配程度。直接测量的方法获取方式较为便捷，从直接测量法中测量出的感知匹配将会对其结果变量产生比较明显的作用，但是测量的答案是来自于个体主观认知的，主观性较强<sup>[16]</sup>，导致结果容易出现偏差<sup>[17]</sup>。

第二种是间接的跨层次测量，每个回答者通过一些较为开放性的问题来描述自身，

并且把个人对组织的评估整合在一起以作为组织的变量。第三种是间接的个体层次测量,从员工对自身的喜好与组织价值观的看法来评估个人与组织的匹配,再通过多元回归法计算双方的相似性,以此为员工对个人-组织匹配的测量结果<sup>[18]</sup>,这种方法的实施过程比较繁琐。

这两种方法各有优缺点,但考虑到实施的实际可行性,本文采用直接测量法来测量个人与组织的匹配性。在中国最广泛使用的直接测量方法是由 Cable 等(2002)开发的个人-组织匹配量表,信度和效度良好,其中要求-能力匹配、需求-供给匹配与价值观匹配分别含有 3 个题项<sup>[19]</sup>。

### (3) 个人-组织匹配的相关研究

关于个人-组织匹配的研究主要集中在结果变量上,而对前因变量的研究较少。

#### 第一, 前因变量的相关研究

个体选择组织的过程和组织选择员工的过程都会影响个人-组织的匹配的程度。研究表明,应聘者在申请工作之前会寻找有关组织的信息,并在决定申请之前对自己是否适合该组织做出判断,进而作出申请决定。Burke 和 Deszca(1982)认为高成就需要与强竞争意识的个体倾向于选择具有高业绩要求的组织<sup>[19]</sup>。此外, Brian(2015)研究验证任职时间会对个人-组织匹配产生影响,一般来说员工在一个组织中任职的时间越长,员工与组织的一致性程度就越高<sup>[21]</sup>。

#### 第二, 结果变量的研究

个人-组织匹配的结果变量相关研究主要表现在离职倾向、工作满意度、创新行为等。蒋凤娟等(2018)研究得出组织承诺在个人-组织价值观匹配与离职倾向之间起到了正向调节作用<sup>[22]</sup>。大量实证研究表明,个人-组织匹配可以影响个体工作满意度,Westerman & Cyr(2004)提出当个人和组织在价值观上形成匹配时,个人能够表现出较高的工作满意度<sup>[23]</sup>;龙立荣等(2009)证明个人-组织匹配中对工作满意度影响最大到最小的三种类型是需求-供给匹配、一致性匹配、要求-能力匹配,即员工在思考自身是否与组织的匹配时,最关注的是组织是否能满足自己的发展需求,其次是对组织价值观的认同和个人的能力要求的匹配方面<sup>[24]</sup>;王辉等(2017)在对新生代员工的研究中,个人-组织匹配对离职意愿的影响是通过工作满意度的中介效应进行的,说明新生代员工在经历离职意愿之前,会根据自己的工作满意度来评估当前的工作,而这种工作满意度会受到员工个人与组织的匹配程度的影响<sup>[25]</sup>。个人-组织匹配与创新行为的相关研究在近年来逐渐兴起,王震等(2010)研究发现,要求-能力的匹配程度对员工新兴想法的

提出有较明显的影响，而价值观的匹配程度也与员工新兴想法的产生有关<sup>[26]</sup>；此外，Jin(2004)验证员工创新行为受到一致性匹配与互补匹配的影响<sup>[100]</sup>；杨英等（2012）研究表明心理授权在个人-组织匹配与员工创新行为间起中介作用<sup>[27]</sup>。

### 1.3.2 员工知识共享行为

#### （1）员工知识共享行为的内涵

由于各个学者对企业内部知识共享的关注程度不尽相同，目前对于企业知识共享的界定尚无统一的认识。国内外学者提出了多种有关知识共享行为的概念，包括两个方面，一个强调知识共享的过程，一个强调知识共享的效果：

##### 第一，强调知识共享的过程

Nonaka 等（1994）认为知识共享指的是将知识从显性知识转变为隐性知识的过程，这一过程可能发生在在在不同的个体之间，也可能发生在个体与组织之间，甚至是组织与组织之间<sup>[30]</sup>；Dixon（2004）认为知识共享是指从个体中获取的知识，被其他人所共享，并被组织所拥有的过程<sup>[31]</sup>；Bartol 等（2002）认为员工知识共享是个体与他人分享组织相关的信息、观点和意见，或与别人分享自己的技能和经验<sup>[32]</sup>；Ridder（2004）认为知识共享是个人之间互相交换他们所持有的显性和隐性知识，并共同创建新知识的过程<sup>[34]</sup>；Ipe 等（2003）提出基于个体层次，知识共享是指个体的知识可以被其他个体理解、接受和使用的过程<sup>[33]</sup>；Leposava 等（2015）提出知识共享的含义是知识输出的个体将自己的内隐知识转化为可以使他人理解并受益的特定知识的一个动态的知识转移过程<sup>[35]</sup>。

##### 第二，强调知识共享的效果

Senge（1997）是最具代表性的学者，他将其界定为将个体、团队和组织三个不同主体间知识进行融合的学习行为，可以对组织的学习发展产生积极影响，组织需要推动共享学习行为的继续开展<sup>[35]</sup>；Hendriks（1999）指出知识共享的本质是交流，知识共享者用讲座、交流等方式向组织传递知识，增加组织的知识资源，知识的学习与分享本质上是一种双向的互动行为，以知识主体为基础，以沟通为方式，沟通产生的结果将最终对知识共享的结果产生影响<sup>[37]</sup>。

总结来说，本研究对员工知识共享行为的概念设定为个体主动将自有的知识传授给他人，并帮助对方理解及使用的过程，这一次所探讨的主要是指员工个体间的知识共享行为。

#### （2）员工知识共享行为的结构与测量

在实证研究中，学者们根据对各维度划分的认识，开发出不同的测量量表。

#### 第一，单维度量表

Bock 和 Kim (2002) 编制了知识共享行为量表和知识共享意愿量表，分别由 5 题项和 6 题项组成<sup>[38]</sup>；Connelly 和 Kelloway (2003) 编制了 6 题项的知识共享文化量表<sup>[39]</sup>；Lu (2006) 将知识共享行为视为单维度变量，并编制出了与之相适应的 8 题项测量量表，在我国学者中得到了大量的应用，并经过多次验证证实其信效度良好<sup>[40]</sup>。

#### 第二，二维度量表

Ridder 等 (2004) 提出员工知识共享过程是由知识收集和知识贡献两部分构成的，根据这两部分的构成开发出知识共享行为的二维度测量量表，共计 10 题项，知识收集主要用来衡量当组织内的员工向组织其他同事请教关于专业知识或技能时，同事们的分享程度和分享意愿度，知识贡献则衡量的是当组织内员工掌握了新的资讯和学习到新的技能后，他们与组织内其他同事进行主动分享的程度与意愿度<sup>[34]</sup>。

#### 第三，三维度量表

杨玉浩等 (2008) 基于中国的企业基本情况，把知识共享行为划分为共享质量、躬行表现及协同精神三部分，共计 15 个题项，共享质量主要衡量的是共享行为的准确性、时效性和共享知识的有效性、正确性，躬行表现主要衡量的是员工之间相互学习、交流的积极性和自觉，协同精神主要衡量的是员工与他人共享知识的意愿程度<sup>[41]</sup>。

在本研究中选取了 Lu 等 (2006) 在国外相关量表基础上综合了中国的组织特点和文化情境后编制的一套具有良好信效度、适用于我国公司员工知识共享行为的测量量表，它能够更好地从员工个体的视角来理解他们实际的知识共享情况。

### (3) 员工知识共享行为的相关研究

员工知识共享行为的有关研究主要集中在前因变量，结果变量较少。

#### 第一，前因变量的相关研究

个体层面的影响因素主要体现在信任水平、人格特质、表达与接收能力等方面。Ardichvili (2019) 的研究表明，信任对知识共享行为具有明显的正向影响，如果信任感较低，则被试者对于知识共享行为投入的水平也会比较低<sup>[42]</sup>；张爽等 (2008) 研究表明，共享者表达知识的能力与被共享者对知识的接受和消化能力，都会对共享人的知识共享行为产生一定影响，共享者表达知识的能力与被共享者接受与消化知识的能力越大，就越容易促成知识共享行为的发生<sup>[44]</sup>。

组织层面的影响要素主要包括组织文化、氛围以及领导风格等方面。Taylor (2004)

提出组织对员工的高包容度和鼓励创新的氛围将可能更有利于员工知识共享行为的产生<sup>[45]</sup>；薛云建等（2021）认为领导风格与知识共享行为之间具有显著的相关关系，变革型领导风格可以让组织个体对组织拥有心理所有权，在此基础上推动组织中知识共享行为的产生<sup>[47]</sup>；仇洁等（2019）认为服务型领导的管理理念一向注重激励员工的自我发展，因此服务型领导风格可以提升团队成员的建言行为、知识共享行为<sup>[48]</sup>；另一方面，王丽平等（2013）研究表面领导支持和组织支持同样能够给员工知识共享行为带来心理上的支持，因此两种支持都会对知识共享行为产生正向的影响<sup>[49]</sup>。

## 第二，结果变量的相关研究

员工知识共享行为的结果变量研究主要表现在企业创新能力、组织竞争力、员工工作效率等。Spencer（2003）对知识共享展开了研究，结果表明，知识共享可以通过知识的流动有效地提高企业的创新能力<sup>[50]</sup>；于建政等（2010）在对项目管理中的知识共享活动进行的研究中发现，鼓励进行知识共享活动可以促进团队成员的协作性工作，从而提升团队的创新能力<sup>[50]</sup>；Matzler（2015）等学者认为主动开展知识共享行为，有利于员工对个人技能和能力的掌握和学习，可以提高员工的创造力、实现个人的价值，从而对企业的整体竞争力进行提升，员工知识共享行为也能使员工实现获得技能和能力上更好的提升，从而使员工创造和增强价值的能力得到发展，让企业维持其竞争力<sup>[52]</sup>；Prottas（2013）在调查研究中发现知识共享能够激发员工工作效率的提升<sup>[53]</sup>。

### 1.3.3 角色宽度自我效能感

#### （1）角色宽度自我效能感的概念内涵

角色宽度自我效能感这一概念最早起源于自我效能感这一概念,它是由心理学家 Bandura 在 1978 年提出的,在 Bandura 的研究中,自我效能感指的是人们对完成某个特定行动或达到某种结果所需行为的能力信念,它表现为具体的能力感知<sup>[54]</sup>；随后 Parker（1998）提出角色宽度自我效能感这一概念,认为角色宽度自我效能感是员工对其执行一系列的超出规定技术要求外更宽泛和更为主动的工作任务的能力感知或自信程度<sup>[55]</sup>；Strauss 等（2010）认为角色宽度自我效能感是员工对他们承担诸如执行新工作流程之类的主动性、综合性与人际关系任务相关能力的信心<sup>[57]</sup>；Griffin 等（2007）认为角色宽度自我效能感是指员工所认识到的能够完成一组更宽泛的、更积极的工作任务的能力<sup>[56]</sup>；Galperin（2012）认为角色宽度自我效能感作为自我效能感的一种特定形式,指的是员工对他们实施更广的角色外行为的信心<sup>[58]</sup>；国内学者钟建安等（2013）在学术



会议上同样沿用了角色宽度自我效能感这一定义<sup>[59]</sup>；肖金岑等（2019）把它界定为员工对他们在设定的要求之外，执行更宽泛、更积极主动的工作任务能力的评估<sup>[60]</sup>。

综上所述，在国内外的研究中，关于角色宽度自我效能感的定义没有显著的差别。本研究中同样采用 Parker（1998）对角色宽度自我效能感概念的界定，即“员工对其执行一系列的超出规定技术要求外更宽泛和更为主动的工作任务的感知能力和自信程度”<sup>[55]</sup>。

## （2）角色宽度自我效能感的结构与测量

测量角色宽度自我效能感的测量方法仅有两种，且都以量表形式存在，一种是 Parker（1998）开发出的角色宽度自我效能感量表，它可以在多个场合中广泛运用，现在国内研究者对角色宽度自我效能感的测量大多采用此量表；另一种是专门为某一领域设计的角色宽度自我效能感量表。

Parker（1998）制定了一种角色宽度自我效能感量表，包括 10 个题项，Parker 明确地指出该角色宽度自我效能感量表与自我效能感量表在题目与提问方式上完全不同<sup>[55]</sup>；Sharon 等（2006）在 Parker（1998）制定的量表基础上选取了载荷因子较高的 7 个题项，这 7 个题项组成的量表与前瞻性人格和自尊以及工作满意度的情境反应变量不一致<sup>[61]</sup>；Strauss 等在 Parker（1998）的基础上选取了载荷因子较高的 3 个题项，这 3 个题项组成的量表的信效度还需要进一步进行验证<sup>[57]</sup>。

在这项研究中，使用了 Sharon 等（2006）设计的 7 个题项量表，是由组织中的员工来完成的，其中分数越高角色宽度自我效能感就会越高，分数越低角色宽度自我效能感则会越低。

## （4）角色宽度自我效能感的相关研究

角色宽度自我效能感主要涉及前因变量和结果变量两个方面的研究。

### 第一，前因变量的相关研究

个体层面的影响因素主要表现在个人特质、个体自尊水平以及心理感知水平等。Parker（1998）的研究显示，员工的自尊水平会对其角色宽度自我效能感产生明显的正面影响，自尊水平越高，则角色宽度自我效能感就会越高<sup>[55]</sup>；王艳子等（2020）认为组织支持感知反映了员工从组织、领导或同事处得到足够的资源，这会让员工对自己的能力产生更多自信，因此促进其角色宽度自我效能感的产生<sup>[63]</sup>。

组织情景层面的影响因素主要表现在组织信任、组织氛围等。黄勇等（2015）通过研究发现组织信任水平正向影响员工角色宽度自我效能感水平<sup>[64]</sup>；Chen 等（2013）提出员工如果处于支持创新的组织氛围中，他们更加容易得到组织支持，降低了完成规定

任务外的心理风险进而对角色宽度自我效能感做出正向的预测<sup>[65]</sup>。

## 第二，结果变量的相关研究

角色宽度自我效能感对主动性行为、创新行为等具有显著的影响。Parker（1998）表明角色宽度自我效能感与主动性行为呈现正相关关系,具有较高角色宽度自我效能感的个体会在同一时间拥有更多的主动性行为<sup>[55]</sup>；Axtell 等（2000）表明拥有较高角色宽度自我效能感的员工更有可能取得良好的成果，这是由于他们通常不会受到角色边界的限制，在解决富有挑战性的整合问题方面更加擅长，这也有助于员工创新行为的产生<sup>[66]</sup>；王艳子等（2020）认为角色宽度自我效能感是一个有效的工作激励变量，使员工勇于做出突破，更具创造性的处理客户要求与现有规定之间的冲突，呈现出更多的建设性越轨行为<sup>[63]</sup>；赵慧军等（2020）基于社会认知理论认为拥有具备较高的角色宽度自我效能感可以使员工明白通过知识的共享活动是能够帮助他们解决工作中面临的各式各样问题的，从而产生积极的改变，促进员工之间的知识共享，最终使他们自己的价值得到体现<sup>[67]</sup>。

### 1.3.4 内部人身份感知

#### （1）内部人身份感知的概念内涵

Stamper 和 Masterson（2002）首次提出了内部人身份感知的概念：员工认为自己是组织的内部人员的程度。以此为基础，两位学者在 2003 年对内部人身份感知进行了进一步深入的界定，即员工对作为组织成员所获得的个人空间与接受程度的认知<sup>[69]</sup>；汪林等（2009）表明，中国公司中的员工内部人身份感知更多表现为员工对“自己人”的认知<sup>[71]</sup>；林新奇和丁贺（2017）提出内部人身份感知不仅是指员工对于他们在企业中的内部人地位的看法，还包括他或她对组织是否为他提供成长和发展机会的看法<sup>[73]</sup>。

总的来说，本文对内部人身份感知的界定是：员工对自己在组织中所能得到的个人空间与接受程度的认知，即员工对其“内部人”身份认同的程度，是一种自我概念的维度。

#### （2）内部人身份感知的结构与测量

关于内部人身份认知的测量量表，Stamper 和 Masterson（2002）开发了一种内部人身份认知量表，比较具有典型意义，它由 6 个项目组成，三题正向计分、三题反向计分，可以一定程度上降低回答的误差。

与此同时，这一量表在中国的组织背景下的适用性也在被众多学者进行检验<sup>[69]</sup>，Chen 等(2007)更精确地将这一量表的具体内容进行翻译，验证了其在中国企业背景下的

可靠性和有效性,结果显示,这一量表在中国的组织背景下也可以应用<sup>[70]</sup>;汪林等(2009)对家族企业的相关研究中也证实了这一观点<sup>[71]</sup>;丁道韧等(2017)也采用了这一量表用于进行内部人身份感知对员工前摄行为的影响研究,被证实符合研究要求<sup>[74]</sup>。

因此本研究将采用 Chen 等(2007)进行翻译的6题项内部人身份感知量表。

### (3) 内部人身份感知的相关研究

内部人身份感知主要在前因变量和结果变量两个方面有相关研究。

#### 第一, 前因变量的相关研究

个体层面的影响因素主要表现在员工创造力、主动性行为等。Kim 等(2009)利用问卷调查的方式对员工的创造力对内部人身份感知的正向作用进行了进一步的验证<sup>[76]</sup>;Wang 等(2013)表明,在一个企业中,新员工采取积极的亲社会行为有利于员工更好地融入该企业,同时其所得到的信息和反馈也能提高员工的内部人身份感知,从而激发在工作中做出更好的表现、有更佳的工作产出<sup>[77]</sup>。

组织层面的影响因素主要表现在组织公平、职场排斥、领导风格等。Armstrong-Stassen 等(2011)将老年员工作为调查研究对象,研究得出组织公平中的程序公平和人际公平对员工内部人身份感知会起到正向的推动作用<sup>[79]</sup>;方淳(2020)研究表明职场排斥会降低个体的内部人身份感知,内部人身份感知在职场排斥与新生代农民工的反生产行为之间会起到中介作用<sup>[81]</sup>;宫树梅等(2022)提出情感型领导有助于通过工作中的情感关怀和支持,提高员工的内部人身份感知<sup>[80]</sup>;于吉萍等(2019)认为,授权型领导经常通过与员工交流与共享信息,缩短与员工之间的心理距离,让员工了解到自己工作任务的价值并认识到自己在公司中的地位,强化内部人身份感知<sup>[83]</sup>;康宛竹等(2019)认为威权领导让员工无法意识到自己对组织的贡献,从而很难得到更高的组织自尊,造成员工对自己的怀疑,削弱了员工的内部人身份感知<sup>[82]</sup>。

#### 第二, 结果变量的相关研究

内部人身份感知的影响结果包含工作态度、工作行为、工作绩效等。关于工作态度,内部人身份感知会对员工的工作满意度、离职倾向和忠诚度产生影响。李巧灵(2012)调查结果表明,内部人身份感知能够在一定程度上提高个体对学校辅导员的工作满意度,这是由于具有较高内部人身份感知的个体会对自己所在的组织产生更强烈的认同感和更强烈的组织承诺<sup>[84]</sup>;马文聪等(2021)认为内部人身份感知有利于使员工与组织的关系得到强化,从而员工的离职倾向得到一定的减缓<sup>[85]</sup>;陈明淑等(2018)通过对公司新生代员工的进行调研发现内部人身份感知对于新生代员工忠诚度有正向预测作用<sup>[86]</sup>。关

于工作行为，内部人身份感知的结果变量主要涉及到创新行为、帮助行为、建言行为。刘宗华等（2018）认为具有较高内部人身份感知的员工在组织中更容易感受到组织带来的资源能够帮助自身更好的成长，从而促进员工主动进行更多的创新行为<sup>[87]</sup>；郑馨怡等（2017）通过实证研究得出内部人身份感知对员工建言行为产生正向预测作用<sup>[88]</sup>。关于工作绩效，国内外专家学者主要探究了内部人身份感知对创新绩效、关系绩效、任务绩效的影响。楼旭明等（2021）认为新生代员工的内部人身份感知程度较高时，会激发较高责任意识，从而有更多有利于组织发展变革的想法，通过行动促进创新想法转化为创新成果，促进创新绩效的产生<sup>[89]</sup>；宫树梅等（2022）提出内部人身份感知较高者，更加理解、认同和支持组织的目标，大局观念较强，热衷于在组织中贡献个人才能，从而减少了高离职率和员工流失率，从而提高员工关系绩效<sup>[80]</sup>；Wang 和 Kim（2013）在研究中发现员工个体如果能将自己视作组织团体中的内部人，就能够迅速适应组织，与组织融合，并在组织中展现更好的工作成果，促进任务绩效的提高<sup>[90]</sup>。

### 第三，调节变量的相关研究

林新奇等（2017）在研究中得出结论：内部人身份感知在一定程度上会削减人岗匹配对员工创新自我效能感和创新行为的反向作用<sup>[73]</sup>；张璇等（2017）认为具备较高内部人身份感知的员工，能够提高他们的心理能量，降低由于心理契约破裂而造成的对他们自控资源的损失，从而降低破坏性的建言行为的产生<sup>[92]</sup>；Kim 等（2019）发现内部人身份感知对程序公正和组织正面八卦的正向影响有明显的提高，对信息公正和主管正面八卦的正向影响也有明显提高，但是，本研究并没有发现发现内部人身份感知对公平感知与负面八卦之间的关系具有明显的调节作用<sup>[74]</sup>。

## 1.3.5 研究综述

学者对于个人-组织匹配、员工知识共享行为、角色宽度自我效能感、内部人身份感知的研究讨论较为丰富，并且对他们各自的概念、维度、结构也进行了一定的分析。不过在阅读了大量的文献并进行整理后，可以看出国内对员工知识共享行为的研究仍然存在很大的研究空间，学者们的研究主要集中在个体层面或组织层面对知识共享行为的影响，很少有学者从个体-组织交互的角度研究，由此来说，对个人-组织匹配对知识共享行为的影响机制的研究是一个重要的议题。

学者们对自我效能感的研究已经非常成熟，角色宽度自我效能感在各种研究背景下常常被作为一个前因变量或中介变量来研究。目前有研究发现，角色宽度自我效能感

是员工知识共享行为的一个重要的正向前因变量，以及角色宽度自我效能感在组织变量与员工知识共享行为的关系中能够发挥一定的中介作用，这对关于角色宽度自我效能感在个人-组织匹配与员工知识共享行为之间发挥中介作用的研究提供了一定的启示。

内部人身份感知可以起到积极的调节作用，这一结论已经得到验证，这为本文进一步研究提供了坚实的基础。除此之外，角色宽度自我效能感已经被验证能够正向影响员工知识共享行为，但是个人的行为还会受到其他感知程度的影响，如内部人身份感知，因此本文引入了内部人身份感知，认为将其作为调节变量，能够更好了解个人-组织匹配对于员工知识共享行为的影响。内部人身份感知调节了角色宽度自我效能感对于员工主动变革行为的影响已经得到验证，那么内部人身份感知能否同样在角色宽度自我效能感与知识共享行为之间起到调节作用，进而调节个人-组织匹配与知识共享行为的关系，这一问题有待进一步探究。

因此，自此基础之上，本文不仅探讨个人-组织匹配对员工知识共享行为的影响，而且深入探究角色宽度自我效能感的中介作用和内部人身份感知的调节作用，以期在一定程度上丰富关于员工知识共享行为的研究。

## 1.4 研究方法与技术路线

### 1.4.1 研究方法

#### (1) 文献分析法

文献研究通过中国知网、WOS 等学术平台，对国内外文献的相关研究进行了整理和归纳分析，对研究成果进行总结和探讨，在提炼国内外相关研究的基础上，为进一步制定研究假设提供了理论依据。本文梳理了个人-组织匹配、员工知识共享行为、角色宽度自我效能感、内部人身份感知的相关研究，汇总和整理了每个变量的基本概念、测量方法与相关研究，分析了现有文献的进展和局限性，然后提出有效的假设，构建理论模型，为实证研究铺平道路。

#### (2) 问卷调查表

问卷调查法是一种收集和了解某个群体的特征、态度及行为快速有效的方法。本研究对主要变量的量表进行了实际分析，而后进行大范围问卷的发放、测量，对所得出的数据进行分析处理。

### (3) 统计分析方法

通过 SPSS26.0 和 Amos26.0 统计分析软件对原始问卷数据进行分析, 主要涉及到描述性统计分析、信度效度分析、验证性因子分析、相关分析、回归分析等。

## 1.4.2 研究内容

第一章, 绪论。这一部分主要涵盖本文研究背景、理论与现实意义、研究方法, 以及研究的技术路线等内容。

第二章, 理论基础与文献综述。首先概述了本文的理论基础, 然后对个人-组织匹配、角色宽度自我效能感、员工知识共享行为、内部人身份感知这四个变量的相关文献进行研究。

第三章, 研究假设与理论模型。通过社会认知理论、社会交换理论, 深入分析现有关于个人-组织匹配与员工知识共享行为的研究不足, 构建个人-组织匹配影响员工知识共享行为的研究模型, 添加进角色宽度自我效能感的中介变量和内部人身份感知的调节变量, 在此基础上提出相关研究假设。

第四章, 实证研究。首先对样本数据进行描述性统计分析, 其次用 SPSS26.0 和 Amos26.0 进行信度效度分析、验证性因子分析、相关性分析、回归分析验证个人-组织匹配对员工知识共享行为的影响; 其次, 对角色宽度自我效能感的中介效应和内部人身份感知的调节效应进行分析检验;

第五章, 研究结论与管理建议。对实证研究得出的结论进行总结与探讨, 并根据研究中的各种变量来制定针对性的措施。

第六章, 研究展望。主要指出本文贡献之处、研究的不足以及该领域未来的研究展望。

### 1.4.3 技术路线

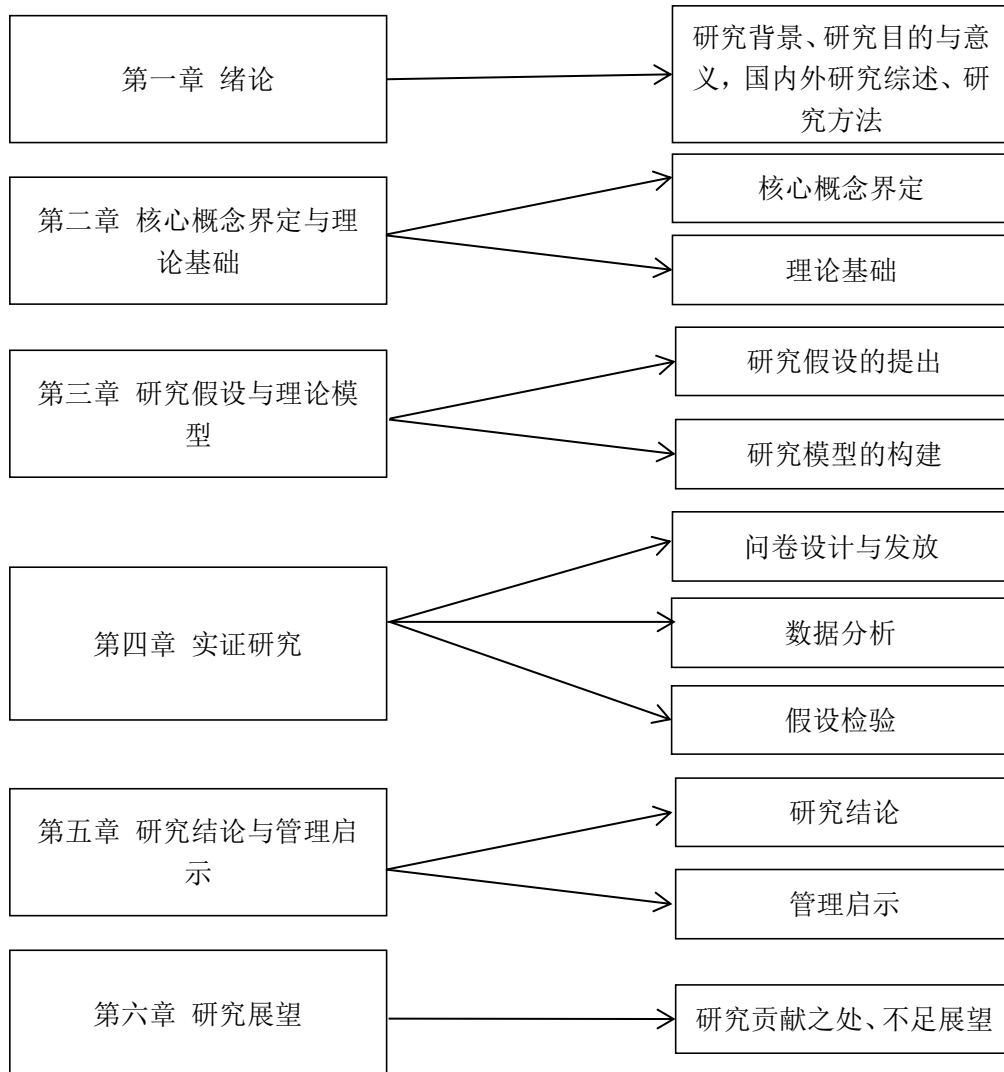


图 1.1 技术路线图

## 2 核心概念界定与理论基础

### 2.1 核心概念界定

#### 2.1.1 个人-组织匹配

个人-组织匹配是在个人-环境匹配这一理论的基础上，研究人员为了适应组织研究领域的特殊性对该理论进行完善而产生的。本文认为当个体对所在组织的目标、文化等认可时，双方就形成了价值观匹配；当一个组织能够满足员工的物质和精神发展需求时，就会出现需求—供给匹配；当员工的能力满足组织对其在各方面的要求或期望时，双方就形成了要求—能力匹配。基于此，本文参考 Kristof（1996）关于个人-组织匹配的三维度定义，将个人-组织匹配界定为当个人和组织双方在价值观、需求与供给、要求与能力形成一致时，个人和组织实现一定的匹配与契合<sup>[13]</sup>。

#### 2.1.2 员工知识共享行为

在组织内部员工可以通过知识共享的形式，将自有的好的方法和工具通过反馈系统扩散到组织系统里让更多员工来使用，从而提高组织的效率。本文借鉴 Leposava 等（2015）关于员工知识共享行为的定义，认为员工知识共享行为是强调了共享的过程，是一个动态的知识转移过程，员工积极地将自有的知识输送传播给他人，并帮助他们理解与运用这些知识，从而使从个人层面的知识在组织层面得以传播<sup>[35]</sup>。

#### 2.1.3 角色宽度自我效能感

角色宽度自我效能感是由自我效能感的概念发展而来的，它并不局限于对一个人执行某种行为的能力的猜测和判断，也会将情景拓展到执行更广泛、更主动的工作任务。本文采用 Parker（1998）对于角色宽度自我效能感概念的界定，认为角色宽度自我效能感是员工对其执行一系列的超出规定技术要求外更宽泛和更为主动的工作任务的感知能力和自信程度<sup>[55]</sup>。



## 2.1.4 内部人身份感知

内部人身份感知的概念为企业探索员工与组织之间的关系指引了一个新的方向，同时也在一定程度上对员工的工作态度与行为方式产生影响。本文借鉴林新奇和丁贺（2017）定义的内部人身份感知，将内部人身份感知界定为员工对自己在组织中所得到的个人空间与接受程度的认知，即员工对其“内部人”身份认同的程度<sup>[73]</sup>。

## 2.2 理论基础

### 2.2.1 社会认知理论

本研究的理论基础是依托 Bandura（1978）提出的社会认知理论，社会认知理论是综合社会学习理论和行为主义理论发展而来的，它基本的中心思想是环境因素、个体认知、行为模式之间存在着动态的互动，并且三者之间相互关联和相互依存，它们形成了一个三元交互模型，在这个模式的运转中，个体结合他们所认知到的事物，在不同的环境中展现不同的行为结果<sup>[95]</sup>。

社会认知理论说明了这三个因素之间的关系：第一，个体的认知与行为模式相互决定或影响。认知因素例如人的信念、目标和期望，作为个体行为表现的近端预测因素，能够强有力地调节和指导行为，而行为又会影响到以及决定个体的认知思维和情绪反应；第二，个体认知与环境因素相互决定或影响。外部环境会对个体的认知产生影响并使其认知发生变化，但由于生理和心理的不同特征，也同样能够促进个体因外界环境的变化而产生不同的反应；第三，个体的行为模式会与个体当下所在的环境形成互相影响和相互决定的关系。环境因素作为行为模式的远端预测因子，能够基于现实中实际存在的条件限制行为的发生，另外个体也可以发挥主观能动性，采取相应的行动对外部环境产生影响，从而使环境能够满足自己的需求；第四，三因素交互作用的结果形成个体的行为模式。环境因素会对个体认知产生作用，而个体的认知也会对自身的行为产生作用，不仅如此，环境因素不仅可以对个体行为模式产生直接的影响，而且也可以借助影响个体的认知方面，从而对行为表现的结果产生间接性作用<sup>[95]</sup>。

社会认知理论强调认知主体与认知对象相互影响，相互作用的过程。当个人与组织匹配时，员工更能真正进入到该组织群体中去，个体会对整体的发展有更多的关注，他们会因为对组织的付出而拥有更多的荣誉感，他们将整个团队的目标设置成自己的目标，

进而做出更多对组织有利的行为。

### 2.2.2 社会交换理论

社会学家 Homans 最早提出社会交换理论，在此之后 Blau 和 Emerson 等也在这一理论的基础上展开研究，如今社会交换理论在社会心理学、管理学、社会学等学科研究中已经得到了广泛的应用。该理论的中心思想是社会交换包括由他人的有利反应决定的行动，在做出行动的整个时间进程中，这些行动会导致互利性的交易和关系<sup>[93]</sup>，为研究人员们提供了研究员工工作行为的理论基础。

在社会交换过程中提及的有关资源方面的内容，这些资源不仅包含了物质资源例如服务、信息和金钱等，也包含了社会情感资源例如赞赏、尊重等<sup>[94]</sup>，而互惠性是社会交换的核心，个体应该对再过往经历中对自己实施帮助行为的人们做出回报。社会交换本质上是基于互惠原则开展的，交换的一方往往会对另一方积极的行为做出反馈<sup>[93]</sup>。从这一点可以看出，在社会活动中，当一方向另一方提供了有价值的物质或精神资源时，受益的那方也会向付出的另一方做出相应的回报，这一系列的互动让交换双方之间产生了积极而有效的行为。

因此本文认为当个人与组织匹配时，员工在组织中不仅能够获得更多有利的资源，同时也能在组织中体现更多的价值，那么员工更加倾向于以自身行动回馈组织，在组织中进行知识共享，提升组织学习和知识水平。

### 3 研究假设与理论模型

#### 3.1 研究假设

##### 3.1.1 个人-组织匹配与员工知识共享行为

国内外专家学者提出个人-组织匹配会对员工的工作态度与行为如工作满意度、组织公民行为、创新行为等产生影响，另外根据社会交换理论，当个人与组织越匹配时，员工对组织的目标的感受就会越强烈，并以正向的行为回馈组织，尽可能符合其各方面需求<sup>[24]</sup>。故推断个人-组织匹配会对员工知识共享行为产生影响。

价值观匹配指的是个体和组织在价值观、文化和目标上的契合度。个人价值观与组织价值观逐渐趋向一致，会让员工对组织的目标有更好的认知和认同，从而凭借更积极的心态做出更多有益于组织发展的活动，促使员工更多地在组织中进行知识共享<sup>[4]</sup>。需求-供给匹配则表现的是员工具有与组织所分配和布置的工作任务相匹配的知识和技能，并且符合组织的需求。要求-能力匹配程度更高的个体能够更好地胜任工作任务，在工作中获得更多的满足感和成就感，拥有更多时间和精力将自身的知识与见解与他人共享，最终实现组织知识的富足<sup>[4]</sup>。

根据社会交换理论的观点，当组织能够给员工提供对他们有益的资源时，他们会用自己的行为来回报组织。当个人-组织匹配时，员工和组织之间的互动就会增加，从组织中所获资源就会增加，员工会认为更加有必要去回报组织，从而主动在员工之间进行知识共享，能够有效促进组织学习能力与知识水平，对组织经营绩效起到积极的推动作用<sup>[26]</sup>。基于此，本研究认为个人-组织匹配有助于促进员工知识共享行为，并提出如下假设：

H1:个人-组织匹配对员工知识共享行为具有正向的影响。

H1a:价值观匹配对员工知识共享行为具有正向的影响；

H1b:需求-供给匹配对员工知识共享行为具有正向的影响；

H1c:要求-能力匹配对员工知识共享行为具有正向的影响。

##### 3.1.2 个人-组织匹配与角色宽度自我效能感

多数学者指出个人-组织匹配有利于员工在组织内的积极性心理感知的产生。根据

社会认知理论，人们往往更加愿意与自身相似的个体发生相互作用与互动活动，从而使他们的行为得到进一步的加强<sup>[29]</sup>。个人与组织价值观匹配度程度越高时，员工会认为自身努力的方向应当和组织保持一致，所做出的贡献与努力是有意义的，因此会增强对于自身胜任更宽泛更主动工作任务的感知和自信，即角色宽度自我效能感的高低与个人与组织的价值观匹配程度有很大的相关性。

需求-供给匹配和要求能力匹配是将重心放在了员工自身上，当组织可以很好地满足员工的各种需求时，根据社会交换理论，他们对组织的认同度会发生积极的变化，因此会以更加积极的心态对待更宽泛的工作任务；而当员工自身的知识、技能水平能够满足组织要求或者完成组织安排的工作任务要求时，员工能在工作中可以更加轻松自如，同时更快找到提升效率的方法，效率更高地完成任务，从而得到更多的工作成就感和价值感，激发员工去胜任组织中更宽泛更主动工作任务的感知和自信，促使员工的角色宽度自我效能感增加。基于此，本研究提出如下假设：

H2:个人-组织匹配对角色宽度自我效能感具有正向的影响。

H2a:价值观匹配对角色宽度自我效能感具有正向的影响；

H2b:需求-供给匹配对角色宽度自我效能感具有正向的影响；

H2c:要求-能力匹配对角色宽度自我效能感具有正向的影响

### 3.1.3 角色宽度自我效能感与员工知识共享行为

现有研究结果显示，角色宽度自我效能感是员工进行主动性积极行为的直接因素<sup>[96]</sup>。Parker（1998）通过调查研究得出,角色宽度自我效能感与主动行为呈正相关，角色宽度自我效能感较高的个体也有更多的主动行为<sup>[55]</sup>。角色宽度自我效能感的发展可能为员工提供一些心理支持，使他们对自己的工作表现更有信心，这种主观评价也可能鼓励员工在工作环境中进行积极主动的共享性行为，去回报组织，促进员工的知识共享行为，为组织绩效的进一步提高提供了重要的基石。基于此，本研究提出如下假设：

H3: 角色宽度自我效能感对员工知识共享行为具有正向的影响。

### 3.1.4 角色宽度自我效能感的中介作用

Axtell 等认为具备较高角色宽度自我效能感的员工会更加希望突破传统模式并进行主动行为<sup>[66]</sup>。在社会认知理论中，自我效能感作为一个最直观的认知变量，能够在组织

环境与个体行为之间发挥中介作用。国内外研究者经过研究发现，自我效能感可以在组织变量与员工知识共享行为之间发挥中介作用<sup>[97]</sup>。

在组织中，组织文化的差异、员工价值观及和个体能力的差异、工作资源上分配的差异以及对上级支持的认知的差异，往往都会对角色宽度自我效能感产生直接或间接的影响。当个人-组织匹配时，员工在实现组织目标的过程中和组织前进的步调保持一致，收获更多来源于组织的资源，促使员工更有动力和激情投入到工作氛围中，产生承担更宽泛工作职责的积极想法，有利于角色宽度自我效能感的产生。社会认知理论认为自我效能感是一种正向的、积极的心理状态，能够对人的态度和行为产生鼓励性作用，促使员工产生一系列的行为，当对自己所做的事情有足够的信心时，就会触发行为<sup>[64]</sup>。角色宽度自我效能感较高的员工有更高的信心认为自己有能力去完成某项工作，并且对自己顺利地胜任一系列广泛的工作任务充满信心，从而表现出更加广泛的积极行为，促进知识共享行为的产生。基于此，本研究提出如下假设：

H4：角色宽度自我效能感在个人-组织匹配与员工知识共享行为之间具有中介效应。

H4a：角色宽度自我效能感在价值观匹配与员工知识共享行为之间具有中介效应。

H4b：角色宽度自我效能感在需求-供给匹配与员工知识共享行为之间具有中介效应。

H4c：角色宽度自我效能感在要求-能力匹配与员工知识共享行为之间具有中介效应。

### 3.1.5 内部人身份感知的调节作用

根据社会认知理论，个人-组织匹配能够让员工意识到自身是和组织相似的个体，使员工对组织形成高质量的情感关系，在这个基础上内部人身份感知能通过影响员工的自我认知获得更多的心理安全感，从而实施更具主动性的知识共享行为<sup>[98]</sup>。同时内部人身份感知在一定程度上也加强了个人-组织匹配，特别在心理认知上，这将对员工的态度和行为产生引导作用，提升员工满意度，促使员工主动进行知识共享行为。当员工内部人身份感知较高时，员工乐于以组织中一员的身份展开系列工作，在为组织效力的同时也实现了自己的工作价值感，个人-组织匹配的积极效应将会增强，促使员工做出更多有益于组织的行为，如知识共享。

另外，内部人身份感知高的员工愿意真正融入组织，把自己当做组织的一员，与组织的互动会更加顺利，认为组织承担更多更宽泛的工作内容是应当的而非无用功，角色宽度自我效能感的积极效应会随之增强，从而进一步促进员工进行主动的知识共享行

为：内部人身份感知水平低的员工会缺乏归属感与工作安全感，产生对组织环境的失控感，失去为组织承担更广泛工作内容的动力，引发失落和焦虑的消极情绪，降低角色宽度自我效能感对知识共享行为的正向影响。基于此，本研究提出如下假设：

H5：个人-组织匹配与员工知识共享行为之间的关系受内部人身份感知的调节。

H6：内部人身份感知调节了角色宽度自我效能感与员工知识共享行为之间的关系。

### 3.2 理论模型

个人-组织匹配作为影响员工行为的一种要素，往往在组织中发挥着引导和推动的作用。本文从个体-组织交互的角度进行研究探索，从个人因素和情境因素角度同时出发，探究个人-组织匹配对员工知识共享行为的影响。基于社会认知的理论基础，环境因素、个体认知、行为模式之间存在相互影响相互作用的关系，当个人与组织实现匹配的时候，员工产生的角色宽度自我效能感、内部人身份感知的心理感知会影响员工在进行知识共享时的行为方式<sup>[98]</sup>。社会交换理论认为当一方向另一方提供了有价值的物质或精神资源时，受益的那方也会向付出的一方做出相应的回报，当个人-组织匹配带给员工更多资源时，则会促使员工对组织进行回报行为，而知识共享行为属于具有代表性的有益于组织的回报行为<sup>[93][94]</sup>。

基于此，构建如下的理论模型来研究个人-组织匹配对员工知识共享行为的影响及其作用机制。

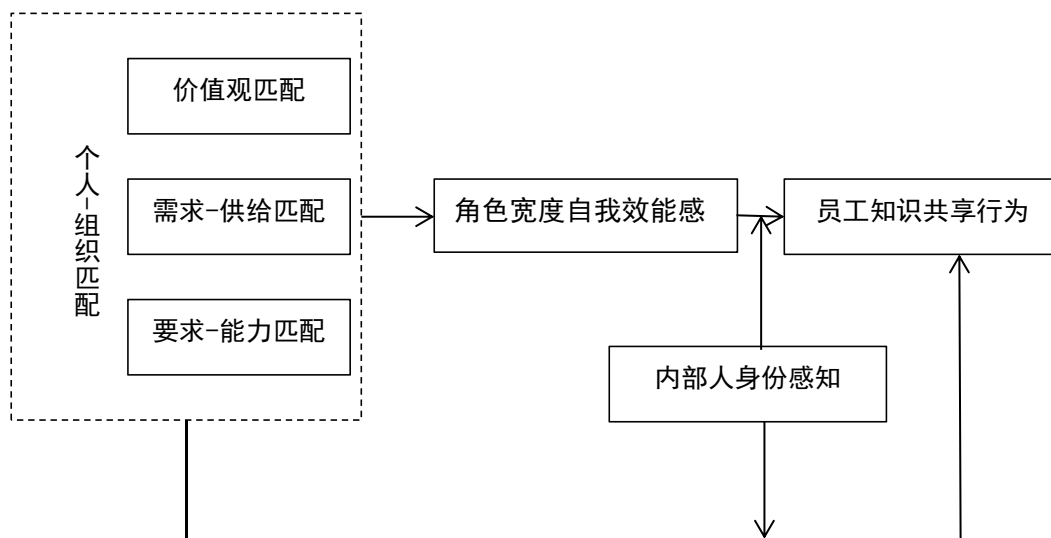


图 3.1 理论模型

## 4 实证研究

### 4.1 问卷设计与发放

本研究涉及的变量主要有自变量个人-组织匹配、中介变量角色宽度自我效能感、调节变量内部人身份感知、因变量员工知识共享行为，以及控制变量性别、年龄、学历、单位性质、工作年限。另外借鉴了已证明具有良好信效度的量表，除了控制变量进行单独测量外，其他量表均采用李克特 5 点量表，从“非常不符合”到“非常符合”，同时标记为“1”到“5”。

本研究采用 Cable 等（2002）开发的个人-组织匹配量表对个人-组织匹配这一变量进行测量，共计 9 题项，具有良好的信效度，其中要求-能力匹配、需求-供给匹配与价值观匹配分别含有 3 个题项。员工知识共享行为的测量选择国内学者 Lu 等（2006）结合中国的组织特征和文化背景制定的具有良好信效度的知识共享行为量表，该量表已经被证明能够应用于我国企业的员工身上，能够较为准确地以员工个体共享者的视角，更好地理解他们实际的知识共享情况。角色宽度自我效能感采用 Sharon 等（2006）开发的 7 个题项量表。内部人身份感知采用 Chen 等（2007）对 Stamper 和 Masterson（2002）开发的单维度 6 条目内部人身份感知英文量表的中文翻译版本。

在实证研究过程中，使用了 SPSS26.0、AMOS26.0 统计分析工具，对原始数据进行样本描述性统计、信度与效度分析、相关性分析、回归分析、中介效应检验、调节效应检验等，以此检验对前文所提出的假设。

本文调研数据的收集使用问卷调查法，通过调查软件问卷星，以电子问卷的形式进行调研和收集，通过对 340 人进行调研，将“答题时间少于 1 分钟”和“答题项明显前后矛盾”作为选择条件，对其中无效的问卷进行甄别和排除。经过初步的筛选后，最终得到了 307 份有效问卷，其效率率为 90%。

### 4.2 样本描述性分析

本研究进行的描述性统计分析如表 4.1 所示，控制变量包括性别、年龄、学历、公司性质、工作年限：

表 4.1 样本描述性统计分析 (N=307)

项目	类别	样本数	百分比 (%)
性别	男	158	51.5
	女	149	48.5
年龄	20-25 岁	68	22.1
	25-30 岁	100	32.6
	30-35 岁	93	30.3
	35-40 岁	46	15
学历	高中及以下	24	7.8
	大专	94	30.6
	本科	138	45
	硕士及以上	51	16.6
公司性质	国有或国有控股企业	59	19.2
	私营企业	87	28.3
	外资或外资控股企业	28	9.1
	政府机构或事业单位	42	13.7
	非盈利社会组织	33	10.7
	合伙企业	58	18.9
工作年限	其他	0	0
	1-3 年	80	26.1
	3-5 年	112	36.5
	5-10 年	63	20.5
	10 年以上	52	16.9

从男女的性别占比情况来看, 男性占比为 51.5%, 女性占比为 48.5%, 男女占比较为平均。从各年龄阶段的占比情况看, 20~25 岁占比为 22.1%, 25~30 岁占比为 32.6%, 30~35 岁占比为 30.3%, 35 岁以上占比为 15%, 35 岁以下样本占比为 85%, 调研对象比较年轻。从各学历占比情况来看, 本科的人数最多, 占比为 45%, 硕士占比为 16.6%, 大专及以下占比为 38.4%, 这个数据占比和目前国内学历分布现状比较符合。从不同工作年限占比来看, 3-5 年的占比最高, 占比为 36.5%, 其次为 1-3 年占比为 26.1%, 5-10



年占比为 20.5%，10 年以上占比最少，仅占 16.9%。从不同的公司性质占比来看，私营企业占最高，占比为 28.3%，其次为国有或国有控股企业占比为 19.2%、合伙企业占比为 18.9%、政府机构或事业单位占比为 13.7%。

### 4.3 信度分析

Cronbach  $\alpha$ 系数是一种衡量项目之间一致性的信度指标。Cronbach  $\alpha$ 系数为 0.7 时，信度处于可以接受的水平；当  $0.7 \leq \text{Cronbach } \alpha < 0.8$  时，处于有可信度的水平；当  $0.8 \leq \text{Cronbach } \alpha < 0.9$  时，信度处于较好的水平；当  $\text{Cronbach } \alpha > 0.9$  时，信度处于良好的水平。如下表 4.2 所示，可以看到量表整体 Cronbach  $\alpha$ 系数为 0.943，其中四个变量 Cronbach  $\alpha$ 系数分别为 0.954、0.951、0.941、0.815，均大于 0.8，说明各变量的测量量表具有良好的信度。

表 4.2 量表的信度检验表 (N=307)

	量表题项数	Cronbach $\alpha$	整体 Cronbach $\alpha$
个人-组织匹配	9	0.954	0.943
员工知识共享行为	8	0.951	
角色宽度自我效能感	7	0.941	
内部人身份感知	6	0.815	

### 4.4 效度分析

效度是一种用来衡量检测结果的有效性程度的工具。本研究中使用的量表都是成熟量表，测量个人-组织匹配时使用的量表是 Cable 等（2002）开发的 9 题项量表；测量员工知识共享行为时采用的量表是 Lu 等（2006）修订的 8 题项量表；测量角色宽度自我效能感时采用的量表是 Sharon 等（2006）修订的 7 题项量表；测量内部人身份感知时采用的量表是 Chen 等（2007）修订的 6 题项量表。本研究运用 Amos26.0 软件进行验证性因子分析以检验效度，结果显示（表 4.3）：与三因子、二因子和单因子模型相比，四因子模型拟合效果最好（ $X^2=462.484, df=399$ ， $X^2/df=1.159, IFI=0.991$ ， $TLI=0.99$ ， $CFI=0.991$ ， $GFI=0.91, RMSEA=0.023$ ）。

本文采用 Harman 单因素检验法以此来解决共同方法偏差的问题，检验结果表明未

旋转时得到的第一个主成分占因子总载荷的 38.17%，不超过 50%，说明本研究存在的共同方法偏差问题并不严重。在这之后，本研究运用加入共同方法因子的方法进行检验，各项拟合指标的变化均小于 0.03，模型拟合度没有明显变化 ( $X^2=361.473$ ,  $df=369$ ,  $X^2/df=0.98$ ,  $IFI=1.001$ ,  $TLI=1.001$ ,  $CFI=1.00$ ,  $GFI=0.93$ ,  $RMSEA=0.000$ )，再次说明了本研究所涉及各变量的共同方法偏差问题不严重。

表 4.3 验证性因子分析

模型	$x^2$	$df$	$x^2/df$	IFI	TLI	CFI	GFI	RMSEA
四因子模型	462.484	399	1.159	0.991	0.99	0.991	0.91	0.023
三因子模型	1993.143	402	4.958	0.772	0.752	0.771	0.544	0.114
二因子模型	2259.033	404	5.592	0.734	0.712	0.733	0.421	0.122
单因子模型	4091.463	405	10.102	0.471	0.429	0.469	0.308	0.172

注：四因子模型 = 个人-组织匹配、员工知识共享行为、角色宽度自我效能感、内部人身份感知  
 三因子模型 = 个人-组织匹配+角色宽度自我效能感、内部人身份感知、员工知识共享行为  
 二因子模型 = 个人-组织匹配+角色宽度自我效能感+内部人身份感知、员工知识共享行为  
 单因子模型 = 个人-组织匹配+角色宽度自我效能感+内部人身份感知+员工知识共享行为

## 4.5 相关性分析

本研究将采用 SPSS26.0 软件分析个人-组织匹配及其三个维度、内部人身份感知、角色宽度自我效能感以及员工知识共享行为的相关关系，控制变量则会另外考虑与分析。

当相关系数  $r$  值大于 0 的时候，变量之间呈现正相关关系；当相关系数  $r$  值小于 0 的时候，变量之间呈现负相关关系。如表 4.4 所示，个人-组织匹配与知识共享行为相关系数为 0.256，则表明二者之间呈现显著正相关关系，其中个人-组织匹配的三个子维度均与知识共享行为均呈现显著正相关关系，相关系数分别为 0.240、0.238、0.258；个人-组织匹配与角色宽度自我效能感相关系数为 0.361，表明二者之间呈现显著正相关关系，其中个人-组织匹配的三个子维度均与角色宽度自我效能感均呈现正相关关系，相关系数分别为 0.341、0.331、0.366；个人-组织匹配与内部人身份感知相关系数为 0.511，则表明二者之间呈现显著正相关关系，其中个人-组织匹配的三个子维度均与内部人身份感知呈现显著正相关关系，相关系数分别为 0.477、0.481、0.510；角色宽度自我效能感与知识共享行为间呈现显著正相关关系，相关系数为 0.407。

表 4.4 各变量间相关性分析 (N=307)

	个人-组织 匹配	价值观匹 配	需求-供给 匹配	要求-能力 匹配	角色宽度自 我效能感	员工知识 共享行为	内部人身 份感知
个人-组织 匹配	1						
价值观匹 配	0.956***	1					
需求-供给 匹配	0.959***	0.875***	1				
要求-能力 匹配	0.957***	0.869***	0.878***	1			
角色宽度 自我效能 感	0.361***	0.341***	0.331***	0.366***	1		
员工知识 共享行为	0.256***	0.240***	0.238***	0.258***	0.407***	1	
内部人身 份感知	0.511***	0.477***	0.481***	0.510***	0.556***	0.379***	1
均值	3.780	3.779	3.824	3.796	3.780	3.785	3.371
标准差	1.068	1.112	1.104	1.131	1.078	1.087	0.958

注：\*\*\*表示  $p < 0.001$ ，\*\*表示  $p < 0.01$ ，\*表示  $p < 0.05$

## 4.6 假设检验

### 4.6.1 个人-组织匹配对员工知识共享行为的检验

第一，将员工知识共享行为当做因变量，随后添加控制变量，第二，把个人-组织匹配作为自变量放到回归方程当中，观察自变量个人-组织匹配对因变量知识共享行为的回归系数的结果，倘若回归系数呈现的结果为显著，就表示个人-组织匹配、会对员工知识共享行为产生显著的影响。如表 4.5 所示，个人-组织匹配对知识共享行为的回归系数是 0.264， $P < 0.001$ ，从结果可以看出总体的回归效果呈现显著状态，假设 H1 得到验证：个人-组织匹配会对员工知识共享行为产生正向影响。

表 4.5 个人-组织匹配对员工知识共享行为的回归分析

类型	变量	因变量：员工知识共享行为	
		模型 1 ( $\beta$ )	模型 2 ( $\beta$ )
控制变量	性别	0.048	0.036
	年龄	0.016	0.014

续表 4.5 个人-组织匹配对员工知识共享行为的回归分析

类型	变量	因变量：员工知识共享行为	
		模型 1	模型 2
控制变量	学历	-0.086	-0.072
	企业性质	0.031	0.031
	工作年限	0.075	0.094
自变量	个人-组织匹配		0.264***
回归模型摘要	F 值	0.783	21.795***
	R <sup>2</sup>	0.013	0.080

注：\*\*\*表示 p<0.001，\*\*表示 p<0.01，\*表示 p<0.05

为了更加进一步检验价值观匹配、需求-供给匹配、要求-能力匹配对知识共享行为的影响，本研究将这三个维度对应的三个变量添加进回归方程当中，如表 4.6 所示，可以得出个人-组织匹配三个子维度对知识共享行为的回归系数分别为 0.236、0.241、0.249，P<0.001，假设 H1a、H1b、H1c 得到验证：价值观匹配、需求-供给匹配、要求-能力匹配均会对员工知识共享行为产生正向影响。

表 4.6 个人-组织匹配三个维度对知识共享行为的回归分析

类型	变量	因变量：员工知识共享行为			
		模型 1	模型 3	模型 4	模型 5
控制变量	性别	0.048	0.036	0.029	0.046
	年龄	0.016	0.015	0.006	0.021
	学历	-0.086	-0.077	-0.070	-0.071
	企业性质	0.031	0.032	0.033	0.029
	工作年限	0.075	0.088	0.100	0.090
	价值观匹配		0.236***		
自变量	需求-供给匹配			0.241***	
	要求-能力匹配				0.249***
回归模型摘要	F 值	0.783	18.812***	18.975***	21.842***
	R <sup>2</sup>	0.013	0.071	0.072	0.080

注：\*\*\*表示 p<0.001，\*\*表示 p<0.01，\*表示 p<0.05

### 4.6.2 个人-组织匹配对角色宽度自我效能感的影响

首先，把角色宽度自我效能感当做因变量，并添加进控制变量进行研究，然后把个人-组织匹配作为自变量放到回归方程当中，考察自变量个人-组织匹配对因变量角色宽

度自我效能感的回归系数的结果，倘若回归系数呈现显著状态，就能看出个人-组织匹配对角色宽度自我效能感是会产生显著影响的。如表 4.7 所示，模型 6 展现的是控制变量和角色宽度自我效能感之间的关系，本研究将个人-组织匹配视为自变量后，个人-组织匹配对角色宽度自我效能感的回归系数为 0.363， $p < 0.001$ ，那么说明 H2 得到验证：个人-组织匹配会对角色宽度自我效能感产生正向影响。

表 4.7 个人-组织匹配对角色宽度自我效能感的回归分析

类型	变量	因变量：角色宽度自我效能感	
		模型 6	模型 7
控制变量	性别	0.160	0.142
	年龄	0.089	0.086
	学历	0.009	0.029
	企业性质	0.014	0.014
	工作年限	-0.041	-0.015
自变量	个人-组织匹配		0.363***
回归模型摘要	F 值	0.804	44.754***
	R <sup>2</sup>	0.013	0.141

注：\*\*\*表示  $p < 0.001$ ，\*\*表示  $p < 0.01$ ，\*表示  $p < 0.05$

本研究将价值观匹配、需求-供给匹配和要求-能力匹配这三个个人-组织匹配的子维度添加进回归方程，如表 4.8 所示，价值观匹配、需求-供给匹配、要求-能力匹配对角色宽度自我效能感的回归系数分别为 0.328、0.320、0.349， $P < 0.001$ ，假设 H2a、H2b、H2c 得到验证：个人-组织匹配的三个维度：价值观匹配、需求-供给匹配、要求-能力匹配能够对角色宽度自我效能感产生正向影响。

表 4.8 个人-组织匹配三个维度对角色宽度自我效能感的回归分析

类型	变量	因变量：角色宽度自我效能感			
		模型 6	模型 8	模型 9	模型 10
控制变量	性别	0.160	0.142	0.134	0.156
	年龄	0.089	0.088	0.076	0.095
	学历	0.009	0.021	0.030	0.030
	企业性质	0.014	0.015	0.016	0.011
	工作年限	-0.041	-0.024	-0.008	-0.020
自变量	价值观匹配		0.328***		
	需求-供给匹配			0.320***	
	要求-能力匹配				0.349***
回归模型摘要	F 值	0.804	39.239***	35.914***	46.785***
	R <sup>2</sup>	0.013	0.127	0.119	0.146

注：\*\*\*表示  $p < 0.001$ ，\*\*表示  $p < 0.01$ ，\*表示  $p < 0.05$

### 4.6.3 角色宽度自我效能感对员工知识共享行为的检验

本研究将员工知识共享行为当作因变量，并添加控制变量进行分析，接着将角色宽度自我效能感作为自变量添加进回归方程当中，考察角色宽度自我效能感对员工知识共享行为回归系数是否显著，以此来判断角色宽度自我效能感是否能够显著影响员工知识共享行为。如表 4.9 所示，角色宽度自我效能感与员工知识共享行为的回归系数为 0.415， $p < 0.001$ ，该数据表示假设 H3 得到验证：角色宽度自我效能感能够对知识共享行为产生正向影响。

表 4.9 角色宽度自我效能感对员工知识共享行为的回归分析

类型	变量	因变量：员工知识共享行为	
		模型 1	模型 11
控制变量	性别	0.048	-0.018
	年龄	0.016	-0.021
	学历	-0.086	-0.090
	企业性质	0.031	0.026
	工作年限	0.075	0.092
自变量	角色宽度自我效能感		0.415***
回归模型摘要	F 值	0.783	61.197***
	R <sup>2</sup>	0.013	0.180

注：\*\*\*表示  $p < 0.001$ ，\*\*表示  $p < 0.01$ ，\*表示  $p < 0.05$

### 4.6.4 角色宽度自我效能感的中介效应检验

本研究进行中介效应的检验采用的是 SPSS 软件中的 Process 插件，在对控制变量进行控制之后对角色宽度自我效能感在个人-组织匹配与员工知识共享行为间的中介效应进行检验。如表 4.10 所示，个人-组织匹配对员工知识共享行为的影响呈现显著状态 ( $\beta = 0.264$ ,  $t = 4.669$ ,  $p < 0.001$ )，在添加进中介变量后，个人-组织匹配对员工知识共享行为的影响依然呈现显著状态 ( $\beta = 0.131$ ,  $t = 2.297$ ,  $p < 0.05$ )。个人-组织匹配对角色宽度自我效能感正向影响显著 ( $\beta = 0.363$ ,  $t = 6.690$ ,  $p < 0.001$ )，角色宽度自我效能感对员工知识共享行为也存在正向影响 ( $\beta = 0.368$ ,  $t = 6.522$ ,  $p < 0.001$ )。与此同时，角色宽度自我效能感的中介效应在 95% 的置信区间不含 0 (如表 4.11 所示)，因此得出个人-组织匹配不仅能在整体上直接对员工知识共享行为产生影响，而且能够凭借角色宽度自我效能感的中介作用对知识共享行为产生影响，因此说明假设 H4 得到验证：角色宽度自我效能感能够在个人-组织匹配与员工知识共享行为之间起到中介效应。

表 4.10 角色宽度自我效能感在个人-组织匹配与知识共享行为间的中介效应检验

类型	变量	员工知识共享行为		角色宽度自我效能感		员工知识共享行为	
		$\beta$	t	$\beta$	t	$\beta$	t
控制变量	性别	0.036	0.296	0.142	1.231	-0.017	-0.147
	年龄	0.014	0.227	0.086	1.462	-0.018	-0.308
	学历	-0.072	-0.986	0.029	0.415	-0.082	-1.208
	企业性质	0.031	1.031	0.014	0.481	0.026	0.918
	工作年限	0.094	1.608	-0.015	-0.259	0.100	1.813
自变量	个人-组织匹配	0.264***	4.669	0.363***	6.690	0.131*	2.297
中介变量	角色宽度自我效能感					0.368***	6.522
拟合指标	F 值	4.330***		8.227***		10.301	
	R <sup>2</sup>	0.080		0.141		0.194	

注：\*\*\*表示  $p < 0.001$ ，\*\*表示  $p < 0.01$ ，\*表示  $p < 0.05$

表 4.11 总效应、直接效应及中介效应分解表

	效应值	BootSE	BootLLCI	BootULCI	效应占比
总效应	0.26	0.057	0.153	0.376	
直接效应	0.13	0.057	0.019	0.243	50%
中介效应	0.13	0.035	0.072	0.210	50%

如表 4.12 所示, 检验角色宽度自我效能感在价值观匹配与员工知识共享行为之间的中介效应: 价值观匹配对员工知识共享行为的影响呈现显著状态 ( $\beta=0.237$ ,  $t=4.337$ ,  $p < 0.001$ ), 在添加进中介变量后, 价值观匹配对员工知识共享行为的影响仍然呈现显著状态 ( $\beta=0.113$ ,  $t=2.092$ ,  $p < 0.05$ )。价值观匹配对角色宽度自我效能感正向影响显著 ( $\beta=0.328$ ,  $t=6.264$ ,  $p < 0.001$ ), 角色宽度自我效能感对员工知识共享行为也存在正向影响 ( $\beta=0.375$ ,  $t=6.686$ ,  $p < 0.001$ )。与此同时, 角色宽度自我效能感的中介效应值在 95% 的置信区间不含 0 (如表 4.13 所示), 因此说明假设 H4a 得到验证: 角色宽度自我效能感在价值观匹配与员工知识共享行为间起到中介作用。

表 4.12 角色宽度自我效能感在价值观匹配与知识共享行为间的中介效应检验

类型	变量	员工知识共享行为		角色宽度自我效能感		员工知识共享行为	
		$\beta$	t	$\beta$	t	$\beta$	t
控制变量	性别	0.036	0.295	0.142	1.220	-0.018	-0.155
	年龄	0.015	0.251	0.088	1.486	-0.018	-0.304
	学历	-0.077	-1.059	0.021	0.303	-0.085	-1.251
	企业性质	0.032	1.043	0.015	0.502	0.026	0.922
	工作年限	0.088	1.488	-0.024	-0.416	0.097	1.753
自变量	价值观匹配	0.237***	4.337	0.328***	6.264	0.113*	2.092

续表 4.12 角色宽度自我效能感在价值观匹配与知识共享行为间的中介效应检验

类型	变量	员工知识共享行为		角色宽度自我效能感		员工知识共享行为	
		$\beta$	t	$\beta$	t	$\beta$	t
中介变量	角色宽度自我效能感					0.375***	6.686
拟合指标	F 值	3.826**		7.295***		10.144***	
	R <sup>2</sup>	0.071		0.127		0.192	

注：\*\*\*表示  $p < 0.001$ ，\*\*表示  $p < 0.01$ ，\*表示  $p < 0.05$

表 4.13 总效应、直接效应及中介效应分解表

	效应值	BootSE	BootLLCI	BootULCI	效应占比
总效应	0.237	0.055	0.129	0.344	
直接效应	0.113	0.054	0.007	0.220	47.9%
中介效应	0.123	0.033	0.065	0.194	52.1%

如表 4.14 所示，检验角色宽度自我效能感在需求-供给匹配与员工知识共享行为之间的中介效应：需求-供给匹配对员工知识共享行为的影响呈现显著状态 ( $\beta=0.241$ ,  $t=4.356$ ,  $p < 0.001$ )，在添加进中介变量后，需求-供给匹配对员工知识共享行为的影响仍然呈现显著状态 ( $\beta=0.121$ ,  $t=2.213$ ,  $p < 0.05$ )。需求-供给匹配对角色宽度自我效能感正向影响显著 ( $\beta=0.320$ ,  $t=5.993$ ,  $p < 0.001$ )，角色宽度自我效能感对员工知识共享行为也存在正向影响 ( $\beta=0.375$ ,  $t=6.717$ ,  $p < 0.001$ )。与此同时，角色宽度自我效能感的中介效应值在 95% 的置信区间不含 0 (如表 4.15 所示)，假设 H4b 通过验证，角色宽度自我效能感在需求-供给匹配与员工知识共享行为间起中介作用。

表 4.14 角色宽度自我效能感在需求-供给匹配与知识共享行为间的中介效应检验

类型	变量	员工知识共享行为		角色宽度自我效能感		员工知识共享行为	
		$\beta$	t	$\beta$	t	$\beta$	t
控制变量	性别	0.029	0.241	0.134	1.145	-0.021	-0.186
	年龄	0.006	0.105	0.076	1.277	-0.022	-0.382
	学历	-0.070	-0.961	0.030	0.429	-0.082	-1.195
	企业性质	0.033	1.080	0.016	0.548	0.027	0.943
	工作年限	0.100	1.695	-0.008	-0.134	0.103	1.868
自变量	需求-供给匹配	0.240***	4.356	0.320***	5.993	0.121*	2.213
中介变量	角色宽度自我效能感					0.3746***	6.7172
拟合指标	F 值	3.854**		6.734***		10.235***	
	R <sup>2</sup>	0.072		0.119		0.193	

注：\*\*\*表示  $p < 0.001$ ，\*\*表示  $p < 0.01$ ，\*表示  $p < 0.05$



表 4.15 总效应、直接效应及中介效应分解表

	效应值	BootSE	BootLLCI	BootULCI	效应占比
总效应	0.241	0.055	0.132	0.349	
直接效应	0.121	0.055	0.013	0.228	50.2%
中介效应	0.120	0.034	0.062	0.194	49.8%

如表 4.16 所示，检验角色宽度自我效能感在要求-能力匹配与员工知识共享行为之间的中介效应：要求-能力匹配对员工知识共享行为的影响呈现显著状态 ( $\beta=0.250$ ,  $t=4.674$ ,  $p<0.001$ )，在添加进中介变量后，要求-能力匹配对员工知识共享行为的影响仍然呈现显著状态 ( $\beta=0.121$ ,  $t=2.249$ ,  $p<0.05$ )。要求-能力匹配对角色宽度自我效能感正向影响显著 ( $\beta=0.349$ ,  $t=6.840$ ,  $p<0.001$ )，角色宽度自我效能感对员工知识共享行为也存在正向影响 ( $\beta=0.368$ ,  $t=6.499$ ,  $p<0.001$ )。与此同时，角色宽度自我效能感的中介效应值在 95%的置信区间不含 0 (如表 4.17 所示)，因此说明假设 H4c 得到验证：角色宽度自我效能感在要求-能力匹配与员工知识共享行为间之间起到中介作用。

表 4.16 角色宽度自我效能感在要求-能力匹配与知识共享行为间的中介效应检验

类型	变量	员工知识共享行为		角色宽度自我效能感		员工知识共享行为	
		$\beta$	t	$\beta$	t	$\beta$	t
控制变量	性别	0.046	0.379	0.156	1.353	-0.012	-0.103
	年龄	0.021	0.335	0.095	1.624	-0.015	-0.251
	学历	-0.071	-0.977	0.030	0.434	-0.082	-1.205
	企业性质	0.029	0.956	0.011	0.374	0.025	0.879
	工作年限	0.090	1.542	-0.020	-0.350	0.098	1.775
自变量	要求-能力匹配	0.250***	4.674	0.349***	6.840	0.121*	2.249
中介变量	角色宽度自我效能感					0.368***	6.499
拟合指标	F 值	4.338***		8.570***		10.263***	
	R <sup>2</sup>	0.080		0.1463		0.194	

注：\*\*\*表示  $p<0.001$ ，\*\*表示  $p<0.01$ ，\*表示  $p<0.05$

表 4.17 总效应、直接效应及中介效应分解表

	效应值	BootSE	BootLLCI	BootULCI	效应占比
总效应	0.250	0.053	0.144	0.355	
直接效应	0.121	0.054	0.015	0.227	48.5%
中介效应	0.129	0.034	0.069	0.200	51.5%

#### 4.6.5 内部人身份感知的调节效应检验

采用 process 插件中的 Model 15 检验调节效应，抽样次数为 5000 次。角色宽度自我效能感与内部人身份感知的乘积项能够显著正向影响员工知识共享行为 ( $r = 0.126$ ,  $p < 0.05$ ), 95%置信区间为[0.019, 0.232], 不包含 0, 内部人身份感知在角色宽度自我效能感与员工知识共享行为之间的调节作用得到验证。按照均值加减一个标准差, 计算内部人身份感知低、中、高三种水平下角色宽度自我效能感对员工知识共享行为的影响效应, 检验结果如表 4.18 所示。低内部人身份感知下, 角色宽度自我效能感对员工知识共享行为的影响效应为 0.1754, 95%的置信区间为[0.04, 0.31], 不包含 0, 显著, 高内部人身份感知下, 角色宽度自我效能感对员工知识共享行为的影响较高为 0.375, 95%的置信区间为[0.219,0.531], 不包含 0, H6 得到验证。绘制调节效应图, 如图 4.1 所示。

表 4.18 调节效应的 Bootstrap 检验结果

调节变量	b	BootSE	95%置信区间	
			下限	上限
低内部人身份感知	0.175	0.069	0.04	0.31
中内部人身份感知	0.296	0.063	0.173	0.419
高内部人身份感知	0.375	0.079	0.219	0.531

其次, 内部人身份感知与个人-组织匹配的乘积项对员工知识共享行为具有显著正向影响 ( $r = 0.241$ ,  $p < 0.001$ ), 95%置信区间为[0.142, 0.341], 不包含 0, 内部人身份感知在个人-组织匹配与员工知识共享行为之间的调节作用得到验证。按照均值加减一个标准差, 计算内部人身份感知低、中、高三种水平下个人-组织匹配对员工知识共享行为的影响效应, 如表 4.19 所示。低内部人身份感知下, 个人-组织匹配对员工知识共享行为的影响效应为-0.084, 95%的置信区间为[-0.209, 0.040]; 高内部人身份感知下, 个人-组织匹配对员工知识共享行为的影响效应变为正的: 0.299, 95%的置信区间为[0.135, 0.463], 不含 0, H5 得到验证。绘制调节效应图, 如图 4.2 所示。

表 4.19 调节效应的 Bootstrap 检验结果

调节变量	b	BootSE	95%置信区间	
			下限	上限
低内部人身份感知	-0.084	0.063	-0.209	0.040

续表 4.19 调节效应的 Bootstrap 检验结果

调节变量	b	BootSE	95%置信区间	
			下限	上限
中内部人身份感知	0.147	0.065	0.020	0.275
高内部人身份感知	0.299	0.083	0.135	0.463

注：\*\*\*表示  $p < 0.001$ ，\*\*表示  $p < 0.01$ ，\*表示  $p < 0.05$

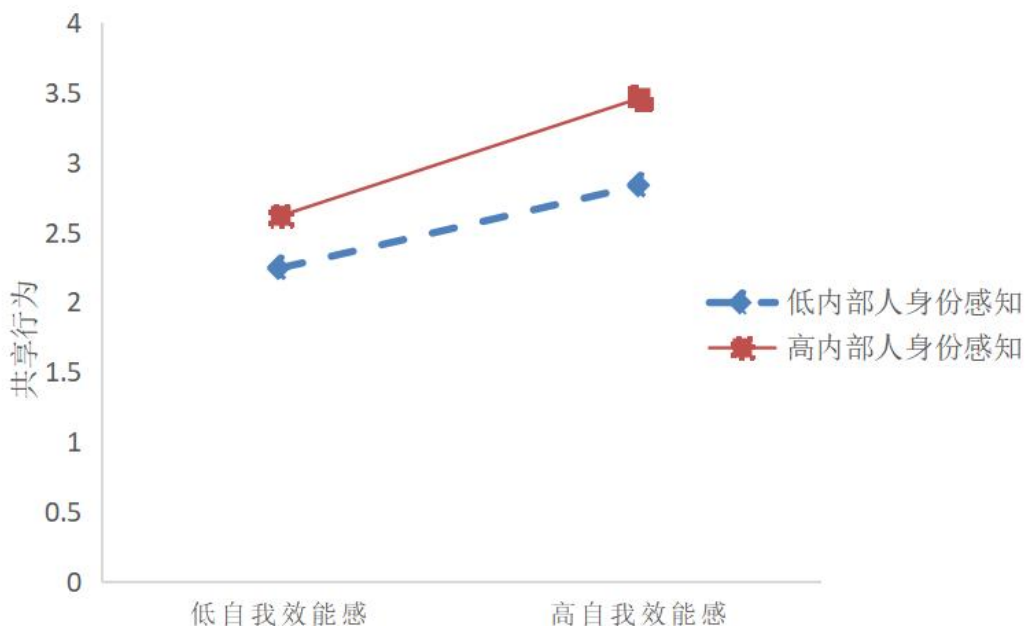


图 4.1 调节作用图

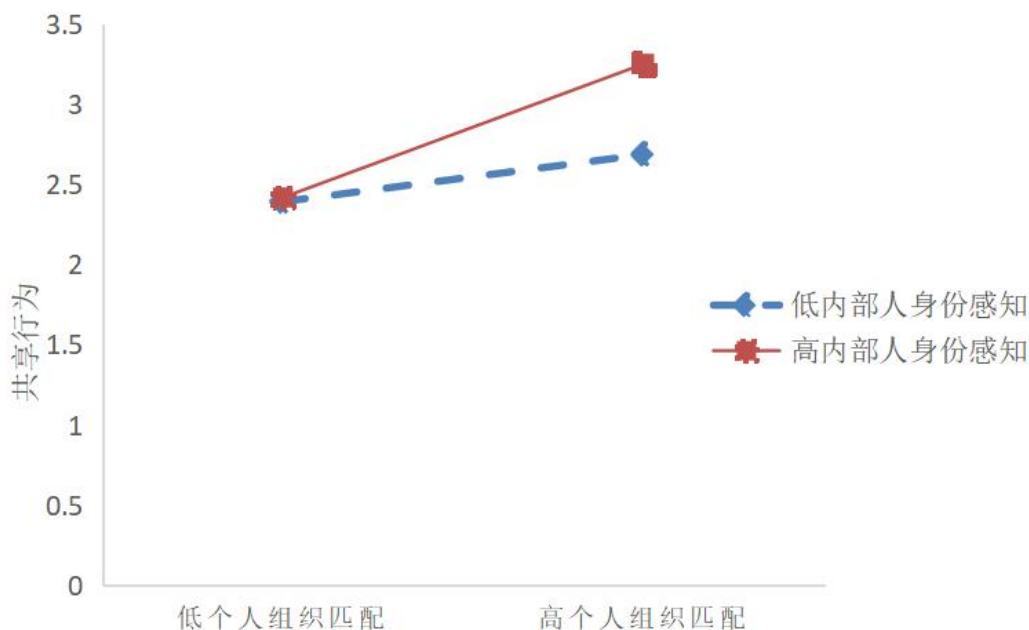


图 4.2 调节作用图

## 4.7 本章小结

本章通过回归分析，得出个人-组织匹配与员工知识共享行为之间呈现正相关，角色宽度自我效能感能够对员工知识共享行为产生正向影响，个人-组织匹配对角色宽度自我效能感产生正相关关系，角色宽度自我效能感部分中介个人-组织匹配对员工知识共享行为的关系，内部人身份感知不仅能够正向调节个人-组织匹配与员工知识共享行为之间的关系，也能够正向调节角色宽度自我效能感与员工知识共享行为之间的关系。

## 5 研究结论与管理启示

### 5.1 研究结论

本研究以社会认知理论和社会交换理论两大理论作为理论基础，解析了员工个人-组织匹配对知识共享行为的作用机理，以及角色宽度自我效能感在其中所发挥的中介作用，以及内部人身份感知的调节作用。本研究所采用的量表均为已经经过众多学者检验的，信效度良好的成熟量表。经过相关统计分析后，本研究所提出的研究假设均已得到证实。具体如下：

#### (1) 员工个人-组织匹配对员工知识共享行为具有正向影响

个人-组织匹配与其三个子维度：价值观匹配、需求-供给匹配、要求-能力匹配均对员工知识共享行为具有正向影响。在这其中当员工个体与组织的价值观匹配时，两者的价值观保持一致，员工会趋向于对组织的目标表示认同，而对组织目标的认同会促使员工主动向组织目标看齐<sup>[35]</sup>。因而，员工会在从而在实际工作中更加积极地贡献于组织，期待与组织共同进步，从而产生知识共享行为；从个体需求-供给匹配的角度来看，当员工在对于组织的心理需求、物质需求等得到满足后，员工会积极的用行动和努力回馈组织，因而，他们亦会表现出知识共享行为；从要求-能力匹配度的角度来看，这一匹配较高的员工能在工作中更得心应手，在工作中获得更多的满足感和成就感，拥有更多时间和精力将自身的知识与见解与他人共享，促进知识共享行为的产生与实现，最终实现组织知识的富足。

#### (2) 角色宽度自我效能感的中介作用

本研究发现，角色宽度自我效能感不仅从整体的角度上中介了个人-组织匹配与员工知识共享行为之间的关系，且在个人-组织价值观匹配、组织需求-供给匹配、组织要求-能力匹配与员工知识共享行为之间也发挥了中介作用。当个人与组织的价值观接近和匹配时，表明员工对企业价值观十分认可，从而员工认为自己能够胜任岗位的职责和要求，即角色宽度自我效能感越强，员工将会更加主动投入到有益于企业发展的知识共享行为中。而当员工的需求-供给匹配较高时，这代表组织能够为员工提供相应的与工作相关的支持，而这则能够感染员工提高自身的知识共享行为。要求-能力匹配程度高的员工能游刃有余的处理日常工作，促使他们会呈现出更强心理感知，更能激发胜任组织中更宽泛更主动工作任务的感知和自信，即角色宽度自我效能感越高，进而展现出更

多有益于组织的行为。

### (3)内部人身份感知的调节作用

本研究发现，员工的内部人身份感知在个人-组织匹配对员工知识共享行为、角色宽度自我效能感对员工知识共享行为之间起到了调节作用。即高内部人身份感知的员工，会使个人-组织匹配的积极效应增强，产生更强的工作动机并主动进行更多有益于组织的行为，促进知识共享行为的实现；高内部人身份感知的员工，已经将自己作为了组织的一份子，与领导或同事的互动会更为顺利，从而会强化自我效能感与员工知识共享行为之间的关系。

## 5.2 管理启示

基于上文所阐述的研究结论，本文提出以下管理启示：

- (1) 企业管理者要提高个人-组织匹配的意识，积极发挥其促进员工知识共享行为的作用。

本研究从个人-组织匹配的三个维度分析企业应当如何从人才招聘、员工培训、员工发展这三个角度提高员工个人-组织匹配的意识并促进员工的知识共享行为。第一，在前期的人才招聘环节，企业应当为员工提供一定的“感受期”，让员工感受组织的价值观和企业文化，对于和组织价值观匹配度较弱的员工，可在后期的管理培训阶段强化他们对组织价值观的理解和认可；第二，从需求-供给匹配的角度来看，企业不应将员工只作为“打工人”，而应该把人力资源作为一项长期的战略投资，企业不单单要“选人”和“用人”，更要“育人”。因而，企业应考虑员工的需求，并提供与规划适合他们发展成长的机会与道路；第三，从要求-能力匹配的角度来看，管理者应加强员工的业务培训和专业技能的训练，因为，知识共享行为和员工自身能力息息相关，当员工综合能力达到了富足的程度，员工才会具备一定的能力和精力与组织成员共享知识，主动作出更多有益于组织的行为。

- (2) 企业要重视员工角色宽度自我效能感的培育。

企业管理者需增加对员工的认可与肯定，减少否定与不认可的频率。当员工获得良好工作结果时企业管理者要及时对员工进行肯定，增强员工的角色宽度自我效能感，从而促进知识共享行为；当员工遇到失误或呈现不好的工作状况时企业管理者应当把重点放在协助员工分析原因、总结经验教训上，而非责备与追究责任，逐渐提升员工对岗位职能的认识与理解，这样才能提升员工的角色宽度自我效能感。此外，企业须更加积极

营造和谐乐观的工作氛围。企业管理者可以给予组织员工更多机会展现他们的个性化特征和个人专业技能，以此提升其工作自信，为员工创造一个舒适、包容度强的工作环境，比如增加更加多元的员工学习渠道、培训活动，尽可能调动员工的积极情绪，从而帮助他们树立良好的角色宽度自我效能感。

### （3）建设高角色宽度自我效能感的人才队伍。

企业应当注重培育角色宽度自我效能感素质，在组织的岗位任职资格体系等建设中添加角色宽度自我效能感的相关内容，并将角色宽度自我效能感纳入员工胜任力素质模型。企业还应当在选拔人才的过程中重视候选人角色宽度自我效能感程度，比如根据候选人简历信息中的工作业绩、获奖证书、在校成绩等方面综合评估其角色宽度自我效能感水平；或者在面试时运用关键事件法配合评分表再次判断候选人的角色宽度自我效能感水平。

### （4）提升组织内员工的内部人身份感知。

内部人身份感知是衡量涉及员工对组织的归属感以及对组织认同程度的概念，只有员工感受到组织已经接纳了自己，自己就是这个组织的成员，才会对组织产生认同，并为之努力，并做出更有利于组织的行为。因此，如何提高员工对组织的内部人身份感知，就成为了每个管理者所必须回应的必答之问。本研究认为，对于在组织中任职时间较长的员工而言，他们更容易对组织和岗位产生倦怠与压力。因此，企业应该多关注这类人群的心理健康，或是多从工作域外的角度为他们提供帮助；而对于组织中的新人来说，由于他们刚刚加入组织，对于环境并不熟悉。因此，企业管理者需要采用各类方式帮助他们尽快融入组织，增加对组织的认同感和归属感，比如举行团建、导师沟通交流会等，这样不仅能够提升员工内部人身份的感知水平，更能激发他们的主动行为（例如，知识共享行为）。

## 6 研究展望

### 6.1 本文贡献之处

本文聚焦于个人与组织匹配这一较新角度，创新性地考察个人-组织匹配对于员工知识共享行为的影响，拓展了个人-组织匹配的相关研究范围。以社会认知和社会交换理论为理论基础，梳理了个人-组织匹配对员工知识共享行为的作用机制。同时，发现了角色宽度自我效能感在个人-组织匹配和知识共享行为之间的中介作用。此外，也明晰了内部人身份感知在本研究当中所发挥的调节作用，并为如何从提高个人-组织匹配的角度促进员工知识共享行为提出了行之有效的建议。

### 6.2 不足与研究展望

事实上，本研究还存在着以下不足之处：

(1) 研究使用的研究数据仍属于截面数据，且在单一时点收集，这就导致了本研究在因果推断的有效性上还稍显不足。在未来的研究当中，可采集纵向数据，进行追踪调查，例如经验取样法等。另外，还可以采用情景实验的方法，来弥补本研究中内部效度不足的缺陷。

(2) 目前来看，学者们多将个人-组织匹配划分为价值观匹配、需求-供给匹配、要求-能力匹配这三个维度。因而，本研究也采取了这一划分方法。但亦有学者提出，个人-组织匹配可能还存在着其他维度或其他划分方式，因此在今后进行学术研究时还可以基于不同的视角剖析个人-组织匹配的差异。

(3) 出于保证外部效度的考虑，本研究采用了 Derue 和 Cable 这两位学者所开发的量表，该量表已被学者们所广泛使用，具有较高的外部效度。但由于文化差异的存在，因而由外国学者所开发的量表并不能完全和中国的管理情景相匹配。因此，未来的研究可围绕开发有中国情景的个人-组织匹配量表展开。



## 参考文献

- [1] 徐国军, 杨建君, 孙庆刚. 联结强度、组织学习与知识转移效果[J]. 科研管理, 2018, 39(7): 97-105.
- [2] 陈岩, 张红霞, 王琦. 知识资源对企业创新影响的实证研究[J]. 科研管理, 2018, 39(11): 61-68.
- [3] 李佳宾, 朱秀梅, 汤淑琴. 知识共享研究述评与未来展望[J]. 情报科学, 2019, 37(5): 66-172.
- [4] 章帆, 任若楠. 不同场景微信群的知识共享影响差异研究——基于 ERGMs 模型[J]. 科技管理研究, 2019, 39(12): 181-189.
- [5] Sonmez, C. F, Adiguzel, Z. Analysis of leader effectiveness in organization and knowledge sharing behavior on employees and organization[J]. Sage Open, 2020, 10(1): 21-28.
- [6] 吴勇, 夏文娟, 朱卫东. 审计人员知识共享行为影响因素研究——基于 TPB 理论与 SET 理论融合的视角[J]. 会计之友, 2019, 24(11): 123-130.
- [7] 胡健, 刘佳杰, 孙金花. 基于 SD 模型的虚拟社区中个体隐性知识共享行为研究[J]. 情报理论与实践, 2019, 42(5): 73-81.
- [8] 史青, 王慧, 郭营营. 双元领导对员工知识共享行为的多重中介效应研究[J]. 海南师范大学学报(社会科学版), 2022, 35(1): 112-120.
- [9] 贾艳玲, 李好, 王宁. 发展性反馈对大学生新员工创新行为的影响——学习目标导向和内部人身份感知的作用[J]. 华东经济管理, 2020, 34(7): 118-128.
- [10] Lewin, K. Field Theory in Social Science [M]. New York: Harper, 1951, 12(2): 103.
- [11] Muchinsky, P. M., Monahan, C. J. What is person-environment congruence? Supplementary versus complementary models of fit[J]. Journal of Vocational Behavior, 1987, 31(5): 268-272.
- [12] Caplan, R. D. Person-environment fit theory and organizations: Commensurate dimensions, the perspectives and mechanisms[J]. Journal of Vocational Behavior, 1987, 31(3): 169-185.
- [13] Kristof, A. L. Person-organization fit: An integrative review of its conceptualizations measurement and implications[J]. Personnel Psychology, 1996, 49(1): 1-49.
- [14] Cable, D. M., Judge T. A. Interviewers' perceptions of persons-organization fit and organizational selection decisions[J]. The Journal of applied psychology, 1997, 82(4), 546-561.
- [15] 赵慧娟, 龙立荣. 个人-组织符合度的测量[J]. 人类工效学, 2003(4): 54-56.
- [16] Edwards, J., Reiley, P., Morris, A. M., Doody, J. An analysis of the quality and effectiveness of the discharge planning process[J]. Journal of nursing quality assurance, 1991, 5(4), 17-27.
- [17] 金杨华, 王重鸣. 人与组织匹配研究进展及其意义[J]. 人类工效学, 2001(2): 36-39.
- [18] 江丽英, 唐春燕. 个人与组织匹配研究的新进展及在人力资源管理实践中的运用[J]. 中国商界, 2008(8): 1.
- [19] 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.
- [20] Burke, R. J. Deszca, E. Preferred organizational climates of Type A individuals[J]. Journal of Vocational Behavior, 1982, 21(1): 50-59.
- [21] Brian, W. S. Searching for the right fit: development of applicant person-organization fit

- perceptions during the recruitment process[J].*The Journal of applied psychology*, 2015, 3(100): 880-893
- [22] 罗宣, 蒋凤娟. 新生代员工个人-组织价值观匹配对离职倾向的影响研究[C]//第十三届(2018)中国管理学年会论文集, 2018,354-360.
- [23] Westerman, J. W., Cyr, L. A. An integrative analysis of person-organization fit theories[J]. *International Journal of selection and assessment*, 2004, 12(3): 252-261.
- [24] 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.
- [25] 王辉, 彭倩. 新生代员工个人—组织匹配与离职倾向的关系研究——基于工作满意度的中介作用[J].*兰州财经大学学报*, (2017), 33(2): 109-116.
- [26] 王震, 孙健敏. 人-组织匹配与个体创新行为的关系-三元匹配模型的视觉[J].*经济管理*, 2010(10): 82-87.
- [27] 杨英, 李伟. 人—组织匹配对员工创新行为的影响——心理授权的中介作用[J].*中国流通经济*, 2012, 26(6): 72-75.
- [28] 程春. 个人—组织匹配对企业员工工作幸福感影响机理[J]. *西南石油大学学报(社会科学版)*, 2019, 21(03): 11-19.
- [29] 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.
- [30] Nonaka, I. A. dynamic theory of organizational knowledge creation[J]. *Organization Science*, 1994, 5(1): 14-37.
- [31] Nancy, M. Dixon. Common knowledge (book excerpt): How companies thrive by sharing what they know[J]. *Aorn Journal*, 2004, 79(4): 872.
- [32] Bartol, K. M., Srivastava, A. Encouraging Knowledge Sharing: The Role of Organizational Reward Systems[J]. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 2002, 9(1): 64-76.
- [33] Ipe, Minu. Knowledge Sharing in Organizations: A Conceptual Framework[J]. *Human Resource Development Review*, 2003, 2(4): 337-359.
- [34] Bart, V., Ridder, J. D. Knowledge sharing in context: The influence of organizational commitment, communication climate and CMC use on knowledge sharing[J]. *Journal of Knowledge Management*, 2004, 8(6): 117-130.
- [35] Grubić Nešić, L. The influence of demographic and organizational factors on knowledge sharing among employees in organizations[J]. *Tehnicki vjesnik-Technical Gazette*, 2015, 22(4): 272-280.
- [36] Senge, P. Sharing knowledge: The leader's role is key to a learning culture[J]. *Executive excellence*, 1997, 14: 17.
- [37] Paul, H. Why share knowledge? The influence of ICT on the motivation for knowledge sharing[J]. *Knowledge and Process Management*, 1999, 6(2): 91-100.
- [38] Bock, G. W., Kim, Y. G. Breaking the myths of rewards: An exploratory study of attitudes about knowledge sharing. *Information Resources Management Journal*, 2002, 15(2): 14-21.
- [39] Connelly, C. E., Kelloway, E. K. Predictors of employees' perceptions of knowledge sharing cultures[J]. *Leadership & Organization Development Journal*, 2003, 24(5): 294-301.
- [40] Lu, L, Leung, K, Koch, P. T. Managerial Knowledge Sharing: The Role of Individual, Interpersonal, and Organizational Factors[J]. *Management&Organization Review*, 2006, 2(1): 15-41.

- [41] 杨玉浩, 龙君伟. 企业员工知识分享行为的结构与测量[J]. 心理学报, 2008(3): 350-357.
- [42] Christesen, D, Ardichvili, A, Collins, J, et al. Human resource development at the University of Minnesota-Twin Cities: Origins and international growth[J]. *Human Resource Development International*, 2019, 22(2): 200-209.
- [43] 袁凌, 曹洪启, 张磊磊. 资质过高感对员工知识共享行为的影响: 一个被调节的中介模型[J]. *科技进步与对策*, 2018, 35(22): 131-137.
- [44] 张爽, 乔坤, 汪克夷. 知识共享及其影响因素的实证研究[J]. *情报理论与实践*, 2008(4): 502-506..
- [45] Taylor, W. A, Wright G H. Organizational readiness for successful knowledge sharing: Challenges for public sector managers[J]. *Information Resources Management Journal*, 2004, 17(2): 22-37.
- [46] 张昊民, 康娜, 马迎霜. 职场负面八卦对员工知识共享行为的影响机制研究[J]. *上海管理科学*, 2020, 42(1): 89-95.
- [47] 薛云建, 赵小建. 变革型领导、组织心理所有权对知识共享行为的影响研究[J]. *经营与管理*, 2021, 20(12): 99-106.
- [48] 仇洁, 王浩丁, 杜娟. 服务型领导对医院一线员工工作绩效影响的实证研究[J]. *上海管理科学*, 2019, 41(6): 103-109.
- [49] 王丽平, 于志川, 王淑华. 心理距离对知识共享行为的影响研究——基于组织支持感的中介作用[J]. *科学学与科学技术管理*, 2013, 34(9): 37-45.
- [50] Jennifer, W. S. Firms' Knowledge-Sharing Strategies in the Global Innovation System: Empirical Evidence from the Flat Panel Display Industry[J]. *Strategic Management Journal*, 2003, 24(3): 217-233.
- [51] 于建政, 汪克夷. 知识共享与项目绩效关系的实证研究[J]. *技术经济*, 2010, 29(10): 19-23.
- [52] Von den Eichen, S. F., Freiling, J., Matzler, K. Why business model innovations fail[J]. *Journal of Business Strategy*, 2015, 36(6),29-38.
- [53] Prottas, D. J. Relationships among employee perception of their manager's behavioral integrity, moral distress, and employee attitudes and well-being[J]. *Journal of Business Ethics*, 2013, 113(5): 51-60.
- [54] Bandura, A. Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change[J]. *Advances in Behaviour Research and Therapy*, 1978, 1(4): 139-161.
- [55] Parker, S. K. Enhancing role breadth self-efficacy: The roles of job enrichment and other organizational interventions.[J].*Journal of Applied Psychology*. 1998, 83(6): 835-852.
- [56] Griffin, M. A., Neal, A., Parker, S. K. A new model of work role performance: Positive behavior in uncertain and interdependent contexts.[J]. *Academy of Management Journal*. 2007, 50(2): 327-347.
- [57] Strauss, K., Griffin, M.A., Rafferty, A. E. Proactivity Directed Toward the Team and Organization: The Role of Leadership, Commitment and Role-breadth Self-efficacy[J]. *British Journal of Management*. 2010, 20(3): 279-291.
- [58] Galperin, Bella, L. Exploring the Nomological Network of Workplace Deviance: Developing and Validating a Measure of Constructive Deviance[J]. *Journal of Applied Social Psychology*. 2012, 42(12): 2988-3025.
- [59] 俞州, 娄玮瑜, 钟建安. 角色宽度自我效能对主动性行为的影响[C]//. *心理学与创新能力提升——第十六届全国心理学学术会议论文集*, 2013: 2035-2036.

- [60] 肖金岑, 赵修文, 张友欣等. 知识型员工向同事横向学习的机制研究: 自我效能与社会交换的作用[J]. 科学学与科学技术管理. 2019, 40(8): 109-125.
- [61] Parker, S. K., Williams, H. M., Turner, N. Modeling the Antecedents of Proactive Behavior at Work [J]. *Journal of Applied Psychology*, 2006, 91(3): 636-652.
- [62] Sonnentag, S., Spychala, A. Job control and job stressors as predictors of proactive work behavior: Is role breadth self-efficacy the link?[J]. *Human Performance*, 2012, 25(5): 412-431.
- [63] 王艳子, 赵靖宇. 组织支持感知对员工建设性越轨行为的影响机理[J]. 湖北经济学院学报, 2020, 18(1): 74-81.
- [64] 黄勇, 彭纪生. 主管—下属关系对员工负责行为的影响机制研究[J]. 西北师范大学学报 (社会科学版). 2015(5): 129-136.
- [65] Chen, G., Farh, J. L., Campbell-Bush, E. M, et al. Teams as Innovative Systems: Multilevel Motivational Antecedents of Innovation in R&D Teams[J]. *Journal of Applied Psychology*. 2013, 98(6): 1018-1027.
- [66] Axtell, C. M., Holman, D. J., Unsworth, K. L, et al. Shopfloor innovation: Facilitating the suggestion and implementation of ideas[J]. *Journal of Occupational & Organizational Psychology*. 2000, 73(3): 265-285.
- [67] 赵慧军, 刘西真, 李岩. 新冠疫情下过度胜任教师会进行知识共享吗?角色宽度自我效能感和知识共享意愿的链式中介作用[J]. 心理学探新. 2020, 40(2): 117-125.
- [68] 黄勇, 彭纪生. 组织内信任对员工负责行为的影响——角色宽度自我效能感的中介作用[J]. 软科学, 2015, 29(1): 74-77.
- [69] Masterson, S. S., Stamper, C, L. Perceived organizational membership: An aggregate framework representing the employee—organization relationship[J]. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 2003, 24(5): 473-490.
- [70] Xiong, C. Z., Aryee, S. Delegation and employee work outcomes: An examination of the cultural context of mediating processes in China[J]. *Academy of Management Journal*, 2007, 50(1): 226-238.
- [71] 汪林, 储小平, 倪婧. 领导——部属交换、内部人身份认知与组织公民行为——基于本土家族企业视角的经验研究[J]. 管理世界, 2009 (1): 97-107.
- [72] 尹俊, 王辉, 黄鸣鹏. 授权赋能领导行为对员工内部人身份感知的影响: 基于组织的自尊的调节作用[J]. 心理学报, 2012, 44(10): 1371-1382.
- [73] 林新奇, 丁贺. 人岗匹配对员工创新行为的影响机制研究——内部人身份感知和创新自我效能感的作用[J]. 商业经济与管理, 2017,21(7): 37-44.
- [74] 丁道韧, 陈万明, 蔡瑞林. 内部人身份认知对员工前摄行为的影响研究——基于心理资本的中介作用与包容型领导的调节作用[J]. 中央财经大学学报, 2017,14(4): 81-89.
- [75] Kim, A., Moon, J., Shin, J. Justice perceptions, perceived insider status, and gossip at work: A social exchange perspective[J]. *Journal of Business Research*, 2019, 97(34): 30-42.
- [76] Kim, T. Y., Hon, A. H. Y., Crant, J. M. Proactive personality, employee creativity, and newcomer outcomes: A longitudinal study[J]. *Journal of Business and Psychology*, 2009, 24(3): 93-103.
- [77] Wang, J., Kim, T. Proactive Socialization Behavior in China: The Mediating Role of Perceived Insider Status and the Moderating Role of Supervisors' Traditionality[J]. *Journal of Organizational Behavior*, 2013, 34(3): 389-406.
- [78] 毛锐, 周蕾蕾. 资质过剩感对组织公民疲劳的影响研究——基于内部人感知的中介

- 作用[J]. 现代商贸工业, 2022, 43(14): 80-81.
- [79] Armstrong-Stassen, M, Schlosser, F. Perceived organizational membership and the retention of older workers[J]. *Journal of Organizational Behavior*, 2011, 32(2): 319-344.
- [80] 晁小景, 宫树梅. 情感型领导对员工关系绩效的影响: 内部人身份感知的作用[J]. *领导科学*, 2022, 23(4): 86-89.
- [81] 方淳. 职场排斥对新生代农民工反生产行为的影响: 内部人身份感知的中介作用[J]. *经营与管理*, 2020, 2(10): 102-106.
- [82] 康宛竹, 芮林义, 张军成, 张吉昌. 威权领导对员工帮助行为的影响——内部人身份感知与情感承诺的链式中介作用[J]. *技术经济*, 2019, 38(11): 57-63.
- [83] 王伟, 于吉萍, 张善良. 授权型领导对员工隐性知识分享的影响机制——内部人身份感知的中介作用与职场友谊的调节作用[J]. *科技进步与对策*, 2019, 36(7): 123-130.
- [84] 李宗波, 李巧灵. 高校辅导员心理契约违背的作用机制——基于社会交换理论的实证研究[J]. *中南大学学报(社会科学版)*, 2012, 18(6): 53-61.
- [85] 马文聪, 颜坤, 陈修德. 新生代产业工人职业成长和内部人身份感知对离职倾向的影响: 一个有调节的中介模型[J]. *工会理论研究*, 2021, 16(4): 47-60.
- [86] 陈明淑, 周帅. 参与式管理对新生代员工忠诚度的影响研究——一个被调节的中介效应模型[J]. *工业技术经济*, 2018, 37(10): 12-18.
- [87] 刘宗华, 李燕萍, 郑馨怡. 工作嵌入对员工创新行为的影响: 内部人身份感知和主管支持的作用[J]. *中国人力资源开发*, 2018, 35(7): 146-156.
- [88] 李燕萍, 郑馨怡, 刘宗华. 基于资源保存理论的内部人身份感知对员工建言行为的影响机制研究[J]. *管理学报*, 2017, 14(2): 196-204.
- [89] 楼旭明, 董影, 赵亚楠, 杨婧瑶. 新生代员工内部人身份感知对创新绩效的影响——基于建言行为的中介作用[J]. *华东经济管理*, 2021, 35(1): 45-53.
- [90] Wang, J., Kim, T. Proactive Socialization Behavior in China: The Mediating Role of Perceived Insider Status and the Moderating Role of Supervisors' Traditionality[J]. *Journal of Organizational Behavior*, 2013, 34(3): 389-406.
- [91] 徐杨, 罗帆. 马基雅维利主义人格对机场员工安全绩效的影响机制研究[J]. *安全与环境工程*, 2018, 25(2): 180-186.
- [92] 张璇, 龙立荣, 夏冉. 理契约破裂与破坏性建言行为: 自我损耗的视角[J]. *管理科学*, 2017, 30(3): 3-13.
- [93] Cropanzano, R., Mitchell, M. S. Social exchange theory: An interdisciplinary review[J]. *Journal of management*, 2005, 31(6): 874-900.
- [94] Eisenberger, R., Armelis, S., Rexwinkel. B., Lynch, P. D, Rhoades, L. Reciprocation of perceived organizational support [J]. *Journal of Applied Psychology*, 2001, 86(1): 42-51.
- [95] Bandura, A. Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change[J]. *Advances in Behaviour Research and Therapy*, 1978, 20(5): 411.
- [96] 廖辉尧, 梁建. 自我牺牲型领导与员工主动行为: 一个整合模型[J]. *中国人力资源开发*, 2015, 7(23): 28-37.
- [97] 史青, 王慧, 郭营营. 双元领导对员工知识共享行为的多重中介效应研究[J]. *海南师范大学学报(社会科学版)*, 2022, 35(1): 112-120.
- [98] 钟皓, 田青, 白敬伊. 基于社会认知理论的员工帮助行为对伦理型领导的作用机制研究[J]. *管理学报*, 2019, 16(1): 64-71.
- [99] 张光磊, 程欢, 李铭泽. 非工作时间电子沟通对员工主动性行为影响研究[J]. *管理评论*, 2019, 31(3): 154-165.
- [100] Jin, N. C. Person-Environment Fit and Creative Behavior: Differential Impacts of

- Supplies-Values and Demands-Abilities Versions of Fit[J]. *Human Relations*, 2004, 57(5): 531-552.
- [101] Kim, T. Y., Aryee, S, Loi, R, et al. Person-organization fit and employee outcomes: Test of a social exchange model[J]. *International Journal of Human Resource Management*, 2013, 24(19): 3719-3737.

## 附录

### 个人-组织匹配对员工知识共享行为影响机制研究的问卷

尊敬的先生/女士:

您好!我是兰州财经大学企业管理专业的研究生,我们正在进行一项学术研究,您的回答将作为我们研究的重要参考。您的答案没有对错之分,请您根据您的真实感受填写问卷。本次调查采用匿名填写,1 代表完全不符合,5 则代表非常符合,您的所有信息我们将严格保密,衷心感谢您的合作!请您勾选下列个人情况(这些问题对于问卷统计分析很重要,请您一定填写)

#### 第一部分 个人信息(请在符合您实际情况的选项上打“√”)

1. 您的性别: A 男 B 女
2. 您的年龄: A20-25 B25-30 C30-35 D35-40
3. 您的学历: A 高中及以下 B 大专 C 本科 D 硕士或以上
4. 您所在的单位属于: A 国有或国有控股企业 B 私营企业 C 外资或外资控股企业  
D 政府机构或事业单位 E 非盈利社会组织 F 合伙企业 G 其他
5. 您的工作年限: A1-3 年 B3-5 年 C5-10 年 D10 年以上

#### 第二部分 个人-组织匹配(请在符合您实际情况的选项上打“√”)

1=非常不符合, 2=不符合, 3=一般, 4=符合, 5=非常符合

序号	题目	非常不符合	比较不符合	一般	比较符合	非常符合
1	我生命中珍视的东西和公司重视的东西很相似。	1	2	3	4	5
2	我个人的价值观能够与公司的价值观和文化相匹配。	1	2	3	4	5
3	公司的价值观和文化能够很好的契合我生命中珍视的东西。	1	2	3	4	5
4	我的工作岗位提供给我的正是我所寻求的。	1	2	3	4	5
5	我在一份工作中追求的,能通过我现在的工作很好地实现。	1	2	3	4	5
6	我目前的工作,几乎能给予我从一份工作中想要获得的一切。	1	2	3	4	5
7	我的能力符合这项工作的要求。	1	2	3	4	5

8	我有正确的技能和能力做这项工作。	1	2	3	4	5
9	这项工作的要求和我的技能之间有很好的匹配。	1	2	3	4	5

### 第三部分 员工知识共享行为（请在符合您实际情况的选项上打“✓”）

1=非常不符合, 2=不符合, 3=一般, 4=符合, 5=非常符合

序号	题目	非常不符合	比较不符合	一般	比较符合	非常符合
1	在工作中, 我会主动向同事传授业务经验。	1	2	3	4	5
2	我保留自己的工作经验, 从不轻易拿出来让别人享用。	1	2	3	4	5
3	我把有用的工作经验和心得与大家共享。	1	2	3	4	5
4	在学到对工作有用的新知识后, 我进行宣传, 让更多的人学到它。	1	2	3	4	5
5	除非公司要求, 我一般不会把自己的工作经验技巧告诉别人。	1	2	3	4	5
6	在工作岗位上, 我拿出自己的知识与更多的人共享。	1	2	3	4	5
7	我积极利用公司现有的信息技术手段把自己的知识拿出来分享。	1	2	3	4	5
8	只要公司其他同事需要, 我总是知无不言, 言无不尽。	1	2	3	4	5

### 第四部分 角色宽度自我效能感（请在符合您实际情况的选项上打“✓”）

1=非常不符合, 2=不符合, 3=一般, 4=符合, 5=非常符合

序号	题目	非常不符合	比较不符合	一般	比较符合	非常符合
1	我能对公司长期存在的问题主动进行分析并找到解决方案。	1	2	3	4	5
2	我在参与高层管理者的会议时, 能展示我的专业水平, 陈述我的工作内容及职责。	1	2	3	4	5
3	我能为我的工作设计新的工作流程以增加效率。	1	2	3	4	5
4	我能与公司外部的人员比如供应商、顾客交谈来探讨公司存在的问题。	1	2	3	4	5
5	能积极帮助团队制定工作目标。	1	2	3	4	5
6	我能积极为同事提供信息。	1	2	3	4	5
7	我能拜访其他部门同事, 并能为他们的工作提出不同的建议。	1	2	3	4	5



### 第五部分 内部人身份感知（请在符合您实际情况的选项上打“✓”）

1=非常不符合，2=不符合，3=一般，4=符合，5=非常符合

序号	题目	非常不符合	比较不符合	一般	比较符合	非常符合
1	我感受到我是公司组织的一员。	1	2	3	4	5
2	我的工作组织使我感受到有归属感。	1	2	3	4	5
3	我感到我在这个组织中是个“局外人”。	1	2	3	4	5
4	我对这个组织没有归属感。	1	2	3	4	5
5	我觉得我在这个组织中是“自己人/内部人”。	1	2	3	4	5
6	我的工作组织使我经常感到自己被忽视。	1	2	3	4	5

## 攻读学位期间承担的科研任务与主要成果

蒋俏.PDCA 循环在改进魅族品牌公司研发人员激励机制中的作用[J].品牌与标准化,2023(01):160-162.

## 致谢

读研的三年匆匆而过，这三年的时光里，我收获了太多，知识的增加，认知的提高，思维的开阔，都会是伴随我一生的财富。时至今日，读研的时光即将结束，但我想无论自己今后的生活状态如何转变，我会一直走在学习和践行的道路上，也始终铭记自己最后的学生时光。

感谢赵老师在三年生涯中学术方面悉心指导，在生活中更是教会我用积极的心态面对困难。在这里我也感恩读研期间所有的授课老师与本次论文的评审老师，有幸受到诸位优秀老师的指点，祝愿各位老师工作顺利，健康幸福。赵老师不仅是我学术上的导师，在学术之余也常常对我的生活和工作关爱有加，给予我许多经验教训和鼓励。

感谢相伴三年的同学们，以及优秀的舍友们、亲切的同门兄弟姐妹，我们都彼此照亮着三年的路，我们一同度过了很多有意义的日子，感谢在学习和生帮助与关心。我还想感谢曾经的老友们，他们是时光为我留下的朋友，在以前的求学生涯当中，从没有机会真诚地道一句谢谢。爱我的和我爱的人，我也心存感激，感谢相遇、感谢陪伴。

感谢工商管理学院三年来对我的培养，学院领导和老师们的信任和教导！感谢家人对我无怨无悔的爱与付出，一直以来默默的支持与鼓励。何其幸运今生能够拥有这样的家人，我必须努力前行，不枉他们的养育与支持。

以梦为马，不负韶华。最后感恩自己的不放弃，一路磕磕绊绊终于走到了这里，希望自己能够怀揣期待与赤忱去迎接未来的人生，相信我和我的日子都会发光。