

doi:10.3969/j.issn.1672-626x.2023.04.006

证明目标导向对酒店员工隐性知识 共享意愿的影响

——越轨创新与心理契约履行的链式中介作用

贾彩霞, 罗霖, 冯艳丽, 戎阳

(贵州师范大学 国际旅游文化学院, 贵阳 550025)

摘要:以心理契约理论和社会认知理论为基础,越轨创新和心理契约履行为中介,采用问卷调查法实证分析证明目标导向对酒店员工隐性知识共享意愿的影响机制。结果表明:证明目标导向对隐性知识共享意愿有显著正向影响;越轨创新和心理契约履行在证明目标导向与隐性知识共享意愿间分别发挥部分中介作用;越轨创新和心理契约履行在证明目标导向与隐性知识共享意愿间具有链式中介作用。

关键词:证明目标导向;隐性知识共享意愿;越轨创新;心理契约履行

中图分类号:F272.92

文献标志码:A

文章编号:1672-626X(2023)04-0070-10

一、引言

据有关数据显示,2021年酒店行业的离职率高达24.7%,居各行业之首,且呈逐年上升趋势^[1],酒店行业从业人员数量不断下降,人力成本占比逐渐升高^[2],面临着严重的人才短缺困境。随着酒店行业的迅速扩张,多数一线员工培训时间较短、匆忙上岗,对客服务和事务处理缺乏得当的经验技巧与必要的灵活性,加之高负荷的工作压力使该群体的服务稳定性降低,进而导致酒店整体服务质量下降^[3]。如何提升员工对客服务的技能和技巧,促使其主动创造性地解决问题,提升顾客满意度和企业绩效,成为亟需解决的问题。对客服务能力属于隐性知识范畴^[4],在提高酒店一线员工的工作技巧、工作创造性和处理突发问题的能力方面具有显著作用,对提升顾客体验和酒店绩效尤为重要^[5]。同事间的沟通与分享是一线员工隐性知识获取的重要渠道。有关数据显示,80%的组织知识隐藏在员工的头脑或行为中,无法通过强制手段获取,且大部分不愿将隐性知识共享^[6]。因此,区分何种类型的员工愿意分享自己的隐性知识,探讨如何增强员工的隐性知识共享意愿,成为酒店管理者应当重视的重要课题。

收稿日期:2023-03-20

基金项目:贵州省教育规划课题(2021B215);贵州省普通本科高校课程思政教学改革研究项目(2021SJGSZ01)

作者简介:贾彩霞(1996-),女,山东烟台人,贵州师范大学硕士研究生,研究方向为酒店人力资源管理、旅游职业教育;罗霖(1993-),女,贵州贵阳人,贵州师范大学硕士研究生,研究方向为旅游人力资源管理、组织行为学;冯艳丽(1989-),女,贵州贵阳人,贵州师范大学硕士研究生,研究方向为低碳旅游;通讯作者戎阳(1982-),女,贵州贵阳人,贵州师范大学副教授,管理学博士,研究方向为旅游投融资管理。

当前研究关于隐性知识共享意愿的影响因素可概括为个体因素、人际因素和组织因素三个方面。个体因素包括个体动机(如内外部动机^[7]、成就目标导向^[8]等)、心理契约类型^[9]、面子导向和人情导向^[10]等,人际因素包括人际信任^[11]、社会资本^[12]、内部关系强度^[13]和辱虐管理^[14]等,组织因素包括领导风格(如责任型领导^[5]、变革型领导^[15]等)、组织氛围^[6]和工作压力^[17]等。但仍存在一些不足:第一,研究主体聚焦于知识型员工,对劳动密集型行业关注不足。与其他行业相比,酒店业员工与顾客沟通交流所花费的时间和精力远大于与同事和领导的交流^[18]。除常规培训外,同事间的隐性知识分享对员工服务技能和沟通技巧的提升具有重要作用,是保障员工服务质量的有效前提之一^[3]。第二,近年来学者们对员工成就动机和心理需求的研究增多,发现包括成就目标导向、绩效目标导向等在内的目标导向已成为影响员工工作态度和行为的重要前因变量^[19-20],但关于证明目标导向对员工隐性知识共享意愿的研究较为有限,目前仅关注到证明目标导向和知识隐藏之间的关系^[21]。证明目标导向是个体成就动机和心理需求的重要部分^[22]。与对客户服务经验和技巧较为缺乏的员工相比,具有证明目标导向的个体证明自我能力的动机和需求较为强烈,更愿意通过信息输出展现自身的能力和價值。但现有研究尚未针对证明目标导向对隐性知识共享意愿的影响机制展开探讨。

国内外学者关于隐性知识共享意愿中介变量的研究,主要通过感知内部动机和外部条件两条路径,涉及的变量有感知成本^[23]、自我效能感^[24-25]、互惠(关系)^[26]、助人愉悦感和感知优势丧失^[27]等。然而,从越轨创新和心理契约履行的角度剖析证明目标导向是否能够对隐性知识共享意愿产生影响的研究尚未见诸文献。越轨创新指个体未经领导许可做出有益组织的创新行为^[28],能够提升企业创新绩效,以往研究发现证明目标导向对越轨创新具有显著正向影响^[29]。证明目标导向的个体希望比别人更加出色并获得认可和赞赏。从资源保存视角看,为获得竞争优势、避免资源损失,他们倾向于先进行越轨创新,再将工作经验和技巧等知识与他人分享。证明目标导向不仅是预测员工表现的动机趋向,也是影响组织反馈和回报的重要因素^[30]。心理契约履行表示契约双方一方对另一方义务履行的程度^[31],员工的越轨行为和高创新绩效能够促进企业义务的履行,进而促进员工产生主动行为如知识分享等。此外,证明目标导向个体具备积极的心理图式,能够通过实现更多成就和目标促进组织心理契约的履行,进而通过经验等知识的分享来寻求领导和同事的认可。因此,本文认为越轨创新和心理契约履行在证明目标导向和隐性知识共享意愿间发挥链式中介作用。

综上所述,本研究以社会认知理论和心理契约理论为基础,通过关注酒店员工的越轨创新行为和酒店及员工双方的心理契约履行,探讨证明目标导向对酒店员工隐性知识共享意愿影响过程的内部机制,即越轨创新和心理契约履行的中介作用,以期为酒店管理者在工作中及时发现和引导证明目标导向员工产生隐性知识共享意愿提供指导。

二、理论基础与研究假设

(一)证明目标导向与隐性知识共享意愿

知识共享意愿指的是知识拥有者将自身知识分享给他人的一种主观意愿^[32]。隐性知识是通过个体经验获得的技巧,其形成过程与个体的思维模式紧密相关,难以被编码、模仿和利用^[3]。如酒店员工观察并及时发现顾客的用餐需求、铺床技巧、对客户服务过程中应对突发事件的能力等均属于隐性知识的范畴。此类知识均为员工在长期对客户服务过程中积累的难以言明的个人独有的经验技巧,对成功完成工作任务、提升顾客满意度和企业绩效具有重要作用。

目标导向作为一种稳定的个人特质,代表个体选择、寻找和实现目标的过程,并影响个体对成就的追求、行为方式和结果^[33],驱动和调节个体的行为^[34-35]。目标导向与个体的内在动机紧密相关,证明目标导向型个体旨在向他人证明自身的能力和價值,从而获得他人的认同和赞扬,能够促进个体在工作中的情感和知

识投入^[36]。其工作动力为他人的正面积评价,也会根据组织传递的信号选择合适的行为来获得有利的评价^[21]。社会认知理论认为个体不仅受外界环境的影响,还会根据自身需求主动改善外界环境^[37],并通过对自身和环境的评价来不断调整自身的行动方案^[38]。酒店员工流动率高,很多经短暂培训后匆忙上岗,缺乏对客服务的经验和技巧。当其他员工工作遇到困难时,受目标驱动,证明目标导向型员工能够依据自我能力评价与认知,利用自身经验和知识主动帮助他们完成工作任务,以证明自身更为优秀,并得到他人的认同和赞赏。因此,本文提出如下假设:

H1:证明目标导向正向影响隐性知识共享意愿。

(二)越轨创新的中介作用

越轨创新指的是未经领导许可私自做出的有利组织的创新行为^[39],是一种亲组织的角色外行为。已有研究发现,证明目标导向的个体通常愿意挑战复杂的工作任务,通过积极的认知图式帮助其实现越轨创新,以此来获得较高的地位和回报等^[28]。已有研究证明隐性知识共享能够激活越轨创新^[40],但本研究认为该结果不适用于证明目标导向群体,他们在意自身是否比他人更为优秀,会尽力获取知识和技能以强化自身优势^[21]。他们虽然愿意进行隐性知识分享,但更懂得合理选择隐藏的内容,知识隐藏策略更高,不易被知识寻求者识别^[41];并且不愿意承担可能给自身带来消极影响的工作任务。根据社会认知理论,个体在以往经验和观察他人经历的基础上形成自我效能感^[37],因而证明目标导向个体的越轨创新行为往往能够产生积极效应,例如获得领导和他人认同等。但隐性知识共享势必会弱化自身优势,证明目标导向个体倾向于先进行越轨创新以获得竞争优势,然后主动改善外界环境等。对在解决突发事件能力和工作灵活性、创造性等方面要求较高的酒店员工来讲,通过越轨创新强化自身优势然后分享隐性知识以获得领导与他人的认可成为最佳选择。因此,本文提出如下假设:

H2:越轨创新在证明目标导向和隐性知识共享意愿间发挥中介作用。

(三)心理契约履行的中介作用

心理契约履行指的是个体和组织对双方是否履行契约责任义务情况的主观认知和判断,表达了契约一方对另一方的义务履行程度^[30]。证明目标导向个体具有高水平的成就动机和主观能动性,会试图通过实现更多的成就目标证明自己的能力和价值并获得领导和同事的认可^[42],促进组织承诺的兑现。以往研究发现心理契约履行与酒店员工的知识交流呈显著正相关^[43],但关于心理契约履行能否促进隐性知识共享意愿的研究尚未见诸文献。个人知识往往受到个体心理认知和雇主态度的影响^[44],根据心理契约理论,当感知到组织履行了心理契约中的组织责任,需求得到满足,员工对组织和工作的依附性就会增强,也会不断地根据履约情况来调整工作态度和行为,进而更有可能对组织表达出更大的承诺^[45],例如隐性知识共享等。因此,本文提出如下假设:

H3:心理契约履行在证明目标导向和隐性知识共享意愿之间发挥中介作用。

(四)越轨创新与心理契约履行的链式中介作用

本研究认为在酒店组织情境中,越轨创新能够正向预测心理契约履行。契约本质上是一种对责任与义务的主观认知,是员工基于潜在雇员贡献和组织义务承诺之间的关系产生的对组织的一种主观期许^[46]。研究证明,酒店员工通常会在证明目标导向的驱动下做出特殊行为,以获得赞扬与认同等心理补偿,或者晋升和薪酬等物质补偿^[47]。证明目标导向的个体往往具备较高的成就动机和积极的自我图式,愿意挑战复杂性的工作任务,以期实现目标方式上的非常规和突破性,并获得较高的特权、地位和回报等^[28]。根据社会认知理论和心理契约理论,证明目标导向的员工能够通过主动变革赢得领导和同事的关注和认同,进而推动酒店心理契约的履行,例如提供晋升、加薪等激励。进一步,当洞察到组织义务的履行,能够增强对组织的认同感,从而产生更多的积极组织行为作为回报,例如隐性知识共享等。因此,本文提出如下假设:

H4: 越轨创新和心理契约履行在证明目标导向与隐性知识共享意愿间发挥链式中介作用。

综上, 本文建立理论模型如图1。

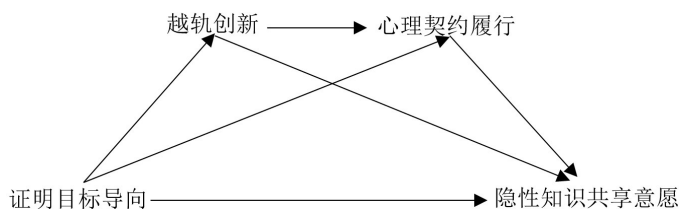


图1 理论模型

三、研究方法

(一) 数据收集

本问卷调查采取滚雪球的方法, 从2022年8月到11月, 对山东、贵州、广州、北京、江苏等不同地区的国际和本土酒店、高星级和经济型酒店等, 通过老师、同事、朋友以及酒店集团的HR等途径进行问卷发放, 共发放546份, 剔除答案完全一致、作答时间过长或过短的答卷130份, 最终获得有效问卷416份, 有效回收率为76.2%。其中, 性别方面, 男性184人, 占比44.3%, 女性232人, 占比55.7%; 年龄方面, 20岁以下的员工40人, 占比9.6%, 21~25岁的员工149人, 占比35.9%, 26~30岁的员工125人, 占比30.1%, 31岁及以上的员工91人, 占比24.4%; 学历方面, 主要集中在本科及以下, 累计占比89.9%; 职位方面, 普通员工197人, 占比47.5%, 基层管理者123人, 占比29.6%, 中层管理者71人, 占比17.1%, 高层管理者仅占5.8%; 工龄方面, 1年以内81人, 占比19.5%, 1~3年134人, 占比32.3%, 4~6年123人, 占比29.6%, 7年及以上共77人, 占比18.6%。本次调研访问的酒店类型, 国际高端品牌酒店占比41.5%, 本土高端品牌酒店占比32.5%, 经济型酒店占比14.2%, 其他类型占比11.8%。

(二) 测量工具

本研究的测量工具均取自国内外高水平的管理学期刊, 量表均经过国内学者的本土化验证, 具有较高的信度。同时采用反向翻译的模式进行题项翻译, 并邀请酒店管理资深专家和业界人士(2位人力资源部经理与10位一线员工)对问卷的项目、措辞以及题项的顺序进行认真审核与修改, 由此生成正式量表。本文所有题项均采用Likert5级量表。

采用的量表包括由Vandewalle(1997)编制的4题项证明目标导向量表, 代表性题项有“当同事认为我工作出色时, 我会很开心”等^[30], 本文证明目标导向的Cronbach α 系数为0.876; 由Crisuolo等(2014)编制的5题项越轨创新量表, 代表性题项有“在完成工作任务后, 我会挖掘隐藏的商业机会”等^[48]; 由Robinsons等(1994)开发的7题项心理契约履行量表, 代表性题项包括“单位会给我提供足够的资源支持”等^[49]; 由马晓雅(2018)结合中国本土实际修改的6题项隐性知识共享意愿量表, 代表性题项包括“我经常会将自己的工作心得分享给同事”等^[50]。

四、实证分析

(一) 共同方法偏差检验

本研究采用Herman单因子检验法检验可能存在的共同方法偏差的影响^[51], 结果显示特征根大于1的因子有6个, 最大因子方差解释度为39.87% (小于40%)。因此, 本研究不存在严重的共同方法偏差问题。

(二)信效度分析

首先,通过SPSS 26.0进行信度检验,四个变量的Cronbach's α 介于0.833和0.943,均大于阈值0.7,表明该研究数据信度良好。其次,各主要变量的平均方差提取值的算术平方根(\sqrt{AVE})均大于该变量与其他变量间的相关系数(如表1),表明本研究主要变量均具有较好的判别效度。此外,四个变量的平均方差析出量(AVE)均大于0.69,组合信度(CR)均大于0.9,证明各主要变量的聚合效度较好。

本研究运用Mplus8.3检验模型中各变量的区分效度。由验证性因子分析结果(见表2)可知,四因子模型的适配指数最优($\chi^2=60.823$, $\chi^2/df=1.267$, $RMSER=0.025$, $CFI=0.997$, $TLI=0.996$, $SRMR=0.015$),再次表明该研究不存在严重的同源方法偏差问题。

表1 主要变量信效度检验

变量	Cronbach's α	KMO值	Bartlett球形度检验	CR	AVE	\sqrt{AVE}
证明目标导向	0.876	0.833	0.000	0.915	0.729	0.854
越轨创新	0.909	0.894	0.000	0.933	0.734	0.857
心理契约履行	0.925	0.943	0.000	0.940	0.691	0.831
隐性知识共享意愿	0.921	0.923	0.000	0.939	0.718	0.847

表2 验证性因子分析结果

模型	χ^2	df	χ^2/df	RMSER	TLI	CFI	SRMR
四因子模型:X, M1, M2, Y	60.823	48	1.267	0.025	0.996	0.997	0.015
三因子模型:X, M1+M2, Y	346.477	51	6.794	0.118	0.910	0.930	0.037
三因子模型:X+Y, M1, M2	279.035	51	5.471	0.104	0.930	0.946	0.041
三因子模型:X+M1, M2, Y	361.119	51	7.081	0.121	0.905	0.927	0.051
双因子模型:X+Y, M1+M2	563.496	53	10.632	0.152	0.850	0.880	0.053
单因子模型:X+M1+M2+Y	785.900	54	14.554	0.181	0.789	0.827	0.063

注:N=416;在进行因子分析之前,研究根据Mathieu和Farr(1991)^[52]的方法将所有构念简化为3个题项,X为证明目标导向,M1代表越轨创新,M2代表心理契约履行,Y表示隐性知识共享意愿。

(三)描述性统计分析

如表3所示,证明目标导向与越轨创新($r=0.62$, $P<0.01$)、心理契约履行($r=0.65$, $P<0.01$)、隐性知识共享意愿($r=0.69$, $P<0.01$)均呈现显著正向关系,越轨创新与心理契约履行($r=0.72$, $P<0.01$)、隐性知识共享意愿($r=0.69$, $P<0.01$)均存在显著正向关系,心理契约履行与隐性知识共享意愿($r=0.75$, $P<0.01$)具有显著正向关系。

表3 各变量的描述性分析与各变量间相关系数

变量	均值	标准差	性别	年龄	学历	职位	工龄	酒店类型	证明目标导向	越轨创新	心理契约履行	隐性知识共享意愿
性别	1.56	0.50										
年龄	2.80	1.15	0.11*									
学历	2.14	0.97	0.23**	0.18**								
职位	1.81	0.92	-0.09	0.47**	0.28**							
工龄	2.54	1.13	0.05	0.63**	0.14**	0.58**						
酒店类型	1.96	1.01	0.17**	0.19**	0.18**	0.06	0.09					
证明目标导向	3.78	0.98	0.06	0.19**	0.29**	0.29**	0.19**	0.05	0.85			
越轨创新	3.71	0.92	0.13**	0.20**	0.23**	0.33**	0.22**	0.06	0.62**	0.86		
心理契约履行	3.61	0.96	0.07	0.13**	0.25**	0.29**	0.20**	0.06	0.65**	0.72**	0.83	
隐性知识共享意愿	3.70	0.94	0.10	0.18**	0.28**	0.32**	0.17**	0.07	0.69**	0.69**	0.75**	0.85

注:*代表 $P<0.05$,**代表 $P<0.01$,下同,对角线上的黑体数字为平均方差提取值的算术平方根(\sqrt{AVE})。

(四) 假设检验

1. 主效应检验

运用 Mplus8.3 软件对模型整体的拟合情况进行检验, 结果显示拟合程度较好 ($\chi^2=1.636, \chi^2/df=0.409$, $RMSER=0.000, CFI=1.007, TLI=1.000, SRMR=0.008$)。层级回归结果 (见表 4) 显示, 酒店员工证明目标导向对隐性知识共享意愿具有显著的正向影响 ($M7, \beta=0.611, p<0.01$), 且能够解释 34.9% 的变异量 ($\Delta R^2=0.349, p<0.01$), 假设 1 得到支持。

2. 中介效应检验

进一步检验越轨创新和心理契约履行在证明目标导向和隐性知识共享意愿间的中介作用。如表 4 所示, 首先, 证明目标导向对越轨创新具有显著的正向影响 ($M2, \beta=0.589, p<0.01$), 且可以解释额外 28.2% 的越轨创新变异 ($\Delta R^2=0.282, p<0.01$), 越轨创新能够正向影响隐性知识共享意愿 ($M8, \beta=0.602, p<0.01$)。证明目标导向正向影响隐性知识共享意愿 ($M7, \beta=0.611, p<0.01$), 在加入越轨创新 (中介变量) 后, 正向影响仍然显著 ($M10, \beta=0.383, p<0.01$), 但回归系数减小, 说明越轨创新在证明目标导向和隐性知识共享意愿间发挥部分中介作用, 假设 2 成立。

其次, 证明目标导向对心理契约履行具有显著正向影响 ($M4, \beta=0.598, p<0.01$), 心理契约履行对隐性知识共享意愿具有显著正向影响 ($M9, \beta=0.695, p<0.01$), 在加入心理契约履行后, 证明目标导向对隐性知识共享意愿的正向影响仍然显著 ($M12, \beta=0.505, p<0.01$), 但回归系数减小, 说明心理契约履行在证明目标导向和隐性知识共享意愿间发挥部分中介作用, 假设 3 成立。

表 4 层级回归结果

模型		越轨创新		心理契约履行			隐性知识共享意愿						
		M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12
控制变量	性别	0.267** (0.099)	0.241** (0.081)	0.101 (0.095)	0.075 (0.076)	-0.043 (0.065)	0.146 (0.092)	0.119 (0.071)	-0.015 (0.071)	0.076 (0.065)	0.026 (0.065)	0.043 (0.059)	0.081 (0.060)
	年龄	0.017 (0.053)	-0.001 (0.044)	-0.063 (0.051)	-0.082* (0.041)	-0.081* (0.035)	0.016 (0.050)	-0.003 (0.038)	0.006 (0.038)	0.060 (0.035)	-0.002 (0.034)	0.030 (0.032)	0.039 (0.033)
	学历	0.113* (0.052)	-0.018 (0.043)	0.166** (0.050)	0.033 (0.041)	0.042 (0.035)	0.175** (0.048)	0.039 (0.038)	0.107** (0.037)	0.060 (0.034)	0.046 (0.034)	0.030 (0.031)	0.022 (0.032)
	职位	0.323** (0.066)	0.202** (0.055)	0.248** (0.064)	0.125* (0.051)	0.026 (0.044)	0.291** (0.062)	0.165** (0.048)	0.097* (0.049)	0.119 (0.044)	0.087* (0.044)	0.077 (0.040)	0.102* (0.041)
	工作年限	0.010 (0.058)	-0.004 (0.047)	0.071 (0.056)	0.056 (0.044)	0.058 (0.038)	-0.030 (0.054)	-0.045 (0.042)	-0.036 (0.041)	-0.079 (0.038)	-0.043 (0.037)	-0.066 (0.034)	-0.073* (0.035)
	酒店类型	-0.001 (0.047)	0.009 (0.039)	0.015 (0.046)	0.025 (0.036)	0.021 (0.031)	0.008 (0.044)	0.017 (0.034)	0.008 (0.034)	-0.003 (0.031)	0.014 (0.031)	0.006 (0.028)	0.005 (0.029)
自变量	证明目标导向		0.589** (0.042)		0.598** (0.039)	0.310** (0.040)		0.611** (0.036)			0.383** (0.040)	0.260** (0.039)	0.309** (0.039)
中介变量	越轨创新					0.489** (0.039)			0.602** (0.035)		0.388** (0.039)	0.194** (0.042)	
	心理契约履行									0.695** (0.033)		0.396** (0.045)	0.505** (0.050)
常数项系数		2.399 (0.202)	0.782 (0.201)	2.615 (0.195)	0.974 (0.188)	0.591 (0.164)	2.582 (0.189)	0.905 (0.176)	1.138 (0.167)	0.766 (0.065)	0.602 (0.161)	0.0367 (0.150)	0.413 (0.154)
R ²		0.144	0.426	0.122	0.445	0.597	0.145	0.494	0.501	0.584	0.585	0.658	0.641
ΔR^2		0.144**	0.282**	0.122**	0.322**	0.152**	0.145**	0.349**	0.356**	0.439	0.099**	0.066**	0.147**
F		11.461	43.300	9.498	46.649	75.274	11.525	56.858	58.502	81.800	74.060	86.982	90.661

3. 链式中介效应检验

本研究采用Mplus8.3 Bootstrap法验证越轨创新和心理契约履行的链式中介作用,结果如表5所示。总效应值等于间接效应值与直接效应之和,95%CI为[0.592,0.728],不包含0,表明总效应显著,假设1进一步得到支持;路径1-3的间接效应均显著,置信区间均不包括0,表明越轨创新和心理契约履行的单独中介作用以及二者的链式中介效应均显著,且越轨创新($\beta=0.141, p<0.01$)比心理契约履行($\beta=0.131, p<0.01$)对隐性知识共享意愿的预测作用更大,假设2和假设3进一步得到支持,假设4成立。在越轨创新和心理契约履行的链式中介下,证明目标导向对隐性知识共享意愿的直接效应仍较显著($\beta=0.272, p<0.01$),因而越轨创新和心理契约履行在证明目标导向对隐性知识共享意愿间发挥部分中介作用。

表5 链式中介效应检验

路径	效应估计	95%置信区间	
		下限	上限
总效应	0.660** (0.035)	0.592	0.728
直接效应	0.272** (0.039)	0.196	0.348
总间接效应	0.388** (0.044)	0.304	0.474
路径1:证明目标导向→越轨创新→隐性知识共享意愿	0.141** (0.042)	0.062	0.230
路径2:证明目标导向→心理契约履行→隐性知识共享意愿	0.131** (0.031)	0.076	0.198
路径3:证明目标导向→越轨创新→心理契约履行→隐性知识共享意愿	0.130** (0.025)	0.085	0.181

五、研究结论与讨论

(一)研究结论

本文以416名酒店员工为研究对象,以社会认知理论和心理契约理论为基础,探讨了证明目标导向与隐性知识共享意愿间的作用机制,并检验了越轨创新和心理契约履行的中介作用。结果发现:(1)酒店员工的证明目标导向对隐性知识共享意愿具有显著的正向预测效果;(2)越轨创新和心理契约履行在酒店员工的证明目标导向与隐性知识共享意愿之间分别发挥部分中介作用;(3)越轨创新和心理契约履行在酒店员工的证明目标导向与隐性知识共享意愿之间具有链式中介作用。

(二)理论贡献

首先,从证明目标导向视角对社会认知理论和心理契约理论做出边际贡献。以往研究以资源保存理论、计划行为理论、个体-环境匹配理论和社会交换理论等为基础对隐性知识共享意愿进行探讨,将个体视为经济动物,机械地强化自身的竞争优势,这为理解“即便有管理者推动,很多员工仍然不太愿意与他人分享知识”^[9]等结果提供了充足的支撑,但在解释如何有效地激发员工的隐性知识共享意愿、何类群体愿意分享自己的隐性知识等方面缺乏解释。本研究基于社会认知理论和心理契约理论搭建了成就动机和心理需求向知识和经验分享意愿转化的理论框架,关注到了个体证明目标导向主动获取资源及他人认可的需求与动机,以及表现出利组织的创新行为、获得组织赞赏和激励的行为,拓宽了心理契约理论和社会认知理论的研究领域,为后续研究者对证明目标导向员工实现自我和获得能力证明等的探讨提供了一条理论路径。

其次,拓展了证明目标导向在知识分享行为领域的研究视角。本研究创造性地为证明目标导向的隐性

知识共享意愿的转化提供了理论支撑,回应了积极行为学界呼吁关注如何激发个体隐性知识共享意愿的研究建议。不同于陈耘等(2022)证明目标导向与知识隐藏呈显著正相关、证明目标导向能够对知识隐藏及其结果变量产生调节的理论框架^[1],本研究在社会认知理论和心理契约理论的框架下验证了证明目标导向向隐性知识共享意愿的直接转化,关注到了证明目标导向个体更多的关注是能否证明自身能力、获得领导和他人的认可与赞扬,丰富了隐性知识共享意愿的研究视角,为组织对员工知识分享的触发探索出了一条新路径。

最后,关注了越轨创新和心理契约履行两个变量对证明目标导向个体隐性知识共享意愿的作用机制。与以往研究中知识分享推动越轨创新不同,本研究关注到了证明目标导向个体的成就动机和心理需求,该群体具有特殊性,其个人认知决定其先发生越轨创新行为以确保其能力优势,然后产生隐性知识共享意愿。并且本研究注意到了个体和组织双方心理契约履行的中介作用,在个体隐性知识分享研究中引入了心理契约相关内容,且提供了一个越轨创新和心理契约履行的链式作用机制,为企业对员工的创新行为和知识管理提供了新思路。

(三)管理启示

第一,辨识证明目标导向群体,通过精细化管理提高并满足员工的证明目标导向。证明目标导向个体更倾向于尽力获取知识和技能,为证明自身能力、获得赞同和欣赏而挑战更复杂的工作任务,从而做出更多创新行为,如越轨创新等,其证明导向是催生角色外创新和其他亲组织行为的重要条件。考虑到目前酒店行业人才短缺与高流失率的现状,挖掘企业中的证明目标导向人员及其潜力,通过设置丰富的和具有挑战性的工作任务,为其提供具有竞争力的薪酬、培训机会和优质资源、长期的工作保障以及良好的职业发展机会等,促进其产生更多创新绩效和亲组织行为,是值得企业不断探索的课题。

第二,重视并促进员工的越轨创新行为和员工-企业双方的心理契约履行,促进牢固心理契约机制的建立。一方面,要相信每位员工都有证明自己的心理需求和成就动机,应给予每位员工施展自身才华的舞台,并给予证明目标导向个体更多的认可和鼓励,满足其获得晋升、鼓励或赞许等情感,从而促进其超越自我、突破创新。另一方面,企业招聘和日常运营中,与员工订立合理的心理期望,并尽可能依据员工实际的工作表现履行相应的承诺,促进双方更好的互信机制的建立,引导员工做出更多的创新行为和其他亲组织行为,实现人生价值和组织繁荣。

(四)局限与展望

第一,本研究对各主要变量的测量均采取自我报告的方式,与客观测量所得到的水平可能会存在一定的差异,后续研究可以结合他评方式。第二,本研究采用滚雪球调查方法,为减少同源方差将时间跨度拉大,后续可以结合多阶段数据采集方法。第三,研究样本仅涵盖了酒店行业,所得结论可能并不具有普适性,未来可深入探讨多种行业情景下的证明目标导向与隐性知识共享意愿间的作用差异。第四,尚未有研究探讨如何在实践中辨别何为证明目标导向的个体,其证明导向的水平或程度如何衡量,本研究同样也未做这方面的工作。第五,本研究关注到了证明目标导向个体实现自我、博得认可的成就动机和心理需求带来的越轨创新、心理契约履行和隐性知识共享意愿,当个体的心理需求不被满足的情况下,该类群体又会做出哪些具体行为,还需进一步探索。

参考文献:

- [1] 前程无忧培训.前程无忧《2022 离职与调薪调研报告》[ER/OL].[2022-01-13].https://mp.weixin.qq.com/s/3npS9cWjb9X8-s0-cu_PnGQ.
- [2] 善世服务外包.2022 酒店业现状调查报告:抗住亏损,探索求变[EB/OL].[2022-10-27].<https://mp.weixin.qq.com/s/AvbLYgt-GTGCMvvZZxeK2EQ>.

- [3] 时昭,林德荣,丁玲.职场负面八卦对酒店员工隐性知识共享意愿的影响[J].旅游学刊,2022,37(3):108-120.
- [4] POLANYI M. The Tacit Dimension[M]. London:Routledge and Kegan Paul,1966:1-25.
- [5] 李昕冉,刘飞燕.责任型领导对隐性知识共享意愿的影响研究——员工组织承诺和主动性人格的作用[J].管理工程师,2022,27(1):42-49.
- [6] 张红梅.组织支持感对员工隐性知识共享意愿的影响研究[D].开封:河南大学,2019.
- [7] 蔡杨,石文典,陈晓惠.员工内外部动机对隐性知识共享意愿和创新行为的影响[J].心理研究,2019,12(1):56-66.
- [8] 周小兰,李贞,张体勤.绩效考核干预下个体成就目标导向对知识共享意愿的影响研究[J].科研管理,2018,39(3):90-100.
- [9] 冯鑫,武永霞.知识员工心理契约类型与隐性知识共享意愿的关系研究[J].兰州交通大学学报,2013,32(5):51-54.
- [10] 金辉,段光,李辉.面子、人情与知识共享意愿间关系的实证研究:基于知识隐性程度的调节效应[J].管理评论,2019,31(5):147-162.
- [11] 张春阳,梁启华.动态视角下人际信任对隐性知识共享意愿的影响研究——基于认知幸福感的中介效应[J].知识管理论坛,2018,3(6):345-352.
- [12] 孙道银,宋维翔.社会资本对知识共享意愿影响的实证研究[J].情报杂志,2012,31(6):125-128+134.
- [13] 孙艳华,李鹏.内部关系强度、知识共享与合作社绩效研究——基于湖南省合作社的调研数据[J].世界农业,2021,(6):52-61.
- [14] 李云梅,张见欢,刘巧.辱虐管理对员工隐性知识共享影响研究——以心理资本为中介[J].财会通讯,2018(21):125-128.
- [15] 苍爽,王菲,刘静,等.变革型领导行为对护理人员隐性知识共享意愿影响的研究[J].护理研究,2013,27(32):3620-3621.
- [16] 宋德玲,山文倩.组织氛围对员工创新行为的影响——隐性知识共享意愿的中介作用[J].北华大学学报(社会科学版),2019,20(6):105-111.
- [17] 孙道银,李桂娟,巩见刚.工作压力对知识共享意愿影响的实证研究[J].经济管理,2012,34(9):91-100.
- [18] LIAO H, CUANG A. A Multilevel Investigation of Factors Influencing Employee Service Performance and Customer Outcomes[J]. Academy of Management Journal, 2004, 47(1):41-58.
- [19] 曹洲涛,李语嫣.员工创新行为缘何不同:成就目标导向对员工创新行为影响的双路径研究[J].科技进步与对策,2021,38(1):140-148.
- [20] 马跃如,梁璟鑫,郭小闻.领导-员工目标导向匹配对员工越轨创新行为与创新绩效的影响[J].科技进步与对策,2022,39(17):132-141.
- [21] 陈耘,张心培,赵富强,胡伟.合作共赢发展与个体工作绩效:知识隐藏与证明目标导向的作用[J].长安大学学报(社会科学版),2022,24(4):53-65.
- [22] 李传佳,赵亚普,李立.成就目标导向对咨询网络给予中心度的影响:团队认同的调节作用[J].科学学与科学技术管理,2018(10):112-124.
- [23] BINDU G, KAREN Y W, WENJUAN C. Interactional Justice and Willingness to Share Tacit Knowledge: Perceived Cost as a Mediator, and Respectful Engagement as Moderator[J]. Personnel Review, 2020(4):1-54.
- [24] 孙金花,刘芫,胡健.感知知识个人所有权与隐性知识共享意愿——知识付费调节作用下的中介效应[J].现代情报,2019,39(5):80-88.
- [25] ZHANG L, HE J. Critical Factors Affecting Tacit-knowledge Sharing Within the Integrated Project Team[J].Journal of Management in Engineering, 2016, 32(2):04015045.
- [26] HAU Y S, KIM B., LEE H, KIM Y G. The Effects of Individual Motivations and Social Capital on Employees' Tacit and Explicit Knowledge Sharing Intentions[J].International Journal of Information Management, 2013, 33(2):356-366.
- [27] 张敏,唐国庆,张艳.高校科研团队隐性知识共享意愿影响因素研究——中国文化情境下基于使能和抑制的双重视角[J].情报理论与实践,2017,40(6):82-86+103.
- [28] AUFSDORFER P. Forbidden Fruit: An Analysis of Bootlegging, Uncertainty, and Learning in Corporate R & D[M]. Aldershot: Avebury, 1996.
- [29] 王弘钰,万鹏宇,张振铎.资质过剩感、证明目标导向与越轨创新:未来关注的视角[J].商业经济与管理,2020(2):45-55.
- [30] VANDEWALLE D. Development and Validation of a Work Domain Goal Orientation Instrument[J]. Educational and Psychological Measurement, 1997, 57(6):995-1015.
- [31] ROUSSEAU D M. Psychological Contract Inventory: Technical Report[R].Carnegie Mellon University, 2000.
- [32] 杨陈,唐明凤,景熠.关系型人力资源管理实践对员工主动变革行为的影响机制研究[J].管理评论,2019,31(12):207-218.

- [33] WOOD D. Self-theories: Their Role in Motivation, Personality and Development[J]. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 2000, 41(8): 1077-1084.
- [34] VANDEWALLE D. A Goal Orientation Model of Feedback-seeking Behavior[J]. *Human Resource Management Review*, 2004, 13(4): 581-604.
- [35] 黄艳, 黄勇, 彭纪生. 目标取向对创造力的影响: 基于自我调节的视角[J]. *商业经济与管理*, 2017(3): 20-28.
- [36] ELLIOT A J. Approach and Avoidance Motivation and Achievement Goals[J]. *Educational Psychologist*, 1999, 34(3): 169-189.
- [37] BANDURE A. On the Functional Properties of Perceived Self-efficacy Revisited[J]. *Journal of Management*, 2012, 38(1): 9-44
- [38] BANDURA A. Social Cognitive Theory: An Agentic Perspective[J]. *Annual Review of Psychology*, 2001, 52(1): 1-26
- [39] AUGSDORFER P. A Diagnostic Personality Test to Identify Likely Corporate Bootleg Researchers[J]. *International Journal of Innovation Management*, 2012, 16(1): 139-159.
- [40] 孙颖. 科创企业与制造企业越轨创新的触发路径选择——一项模糊集定性比较分析研究[J]. *财经论丛*, 2021(2): 92-102.
- [41] HIRST G, VAN KNIPPENBERG D V, ZHOU J. A Cross-level Perspective on Employee Creativity: Goal-orientation, Team Learning Behavior, and Individual Creativity[J]. *Academy of Management Journal*, 2009, 52(2): 280-293.
- [42] DESHON R P, GILLESPIE J Z. A Motivated Action Theory Account of Goal Orientation[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2005, 90(6): 1096-1127.
- [43] CHI-MIN W, TSO-JEN C. Psychological Contract Fulfillment in the Hotel Workplace: Empowering Leadership, Knowledge Exchange, and Service Performance[J]. *International Journal of Hospitality Management*, 2015(48): 27-38.
- [44] BONNIE S O, MONICA A. Knowledge Sharing and the Psychological Contract[J]. *Journal of Managerial Psychology*, 2007, 22(4): 411-436.
- [45] SCOTT W L, JILL R K, THOMOS J B. Managing Employee Perceptions of the Psychological Contract over Time: The Role of Employer Social Accounts and Contract Fulfillment[J]. *Journal of Organizational Behavior*, 2007, 28(2): 191-208.
- [46] 李原, 郭德俊. 员工心理契约的结构及其内部关系研究[J]. *社会学研究*, 2006(5): 151-168.
- [47] 宋志刚, 顾琴轩. 创造性人格与员工创造力: 一个被调节的中介模型研究[J]. *心理科学*, 2015(3): 700-707.
- [48] CRISCUOLO P, SALTER A, WAL J T. Going Underground: Bootlegging and Individual Innovative Performance[J]. *Organization Science*, 2014, 25(5): 1287-1305.
- [49] ROBINSONS S L, KRAATZM M S, ROUSSEAU D M. Changing Obligations and the Psychological Contract: A Longitudinal Study [J]. *Academy of Management Journal*, 1994, 37(1): 137-152.
- [50] 马晓雅. 组织氛围、隐性知识共享意愿和员工创新行为的关系研究[D]. 保定: 河北大学, 2018.
- [51] PODSAKOFF P M, MACKENZIE S B, LEE J Y. Common Method Bias in Behavioral Research: A Critical Review of the Literature and Recommended Remedies[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2013, 88(5): 879-903.
- [52] MATHIEU J E, FARR J L. Further Evidence for the Discriminant Validity of Measures of Organizational Commitment, Job Involvement, and Job Satisfaction[J]. *Journal of Applied Psychology*, 1991, 76(1): 127-133.

(责任编辑: 卢 君)