

<<员工精神激励感知与组织公民行>>

图书基本信息

书名：<<员工精神激励感知与组织公民行为关系研究>>

13位ISBN编号：9787516119150

10位ISBN编号：7516119156

出版时间：2012-12

出版时间：伍利民 中国社会科学出版社 (2012-12出版)

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<员工精神激励感知与组织公民行>>

作者简介

伍利民，男，四川仁寿人，四川师范大学法学学士，中央党校研究生院经济管理专业毕业，西南石油大学油气田开发工程专业博士研究生毕业，工学博士。

曾做过师范学校教师，从事过海关工作，担任过县政干部，现从事公安交通管理工作，任四川省眉山市交警大队政委。

有科研成果获四川省哲学社会科学优秀成果三等奖，有多篇论文发表于《天府新论》等刊物。

另出版有诗歌散文集《生命之歌》，工作之余爱好书法和山水画创作，为市书法家协会、美术家协会理事。

<<员工精神激励感知与组织公民行>>

书籍目录

第一章绪论 一研究背景 二研究目的及意义 (一) 研究目的 (二) 研究意义 三研究方法与技术路线 (一) 研究方法 (二) 研究的技术路线 四研究内容 五研究的重点、难点 第二章国内外研究现状 一精神激励研究综述 (一) 精神激励的含义 (二) 精神激励的方式 二组织公民行为研究综述 (一) 组织公民行为的含义 (二) 组织公民行为的维度 (三) 组织公民行为的前因变量 三研究评述 第三章员工精神激励感知研究 一员工精神激励感知研究的理论依据 (一) 内容型激励理论 (二) 过程型激励理论 (三) 综合型激励理论 二石油企业精神激励的特殊性 三员工精神激励感知量表的编制 (一) 量表编制的原则 (二) 员工精神激励感知量表的初步确定 四员工精神激励感知量表的预测试 (一) 员工精神激励感知量表的预测试结果分析 (二) 员工精神激励感知量表的修订 五员工精神激励感知的维度研究 (一) 数据的收集与整理 (二) 探索性因素分析 (三) 信度分析 (四) 验证性因素分析 六员工个性特征与精神激励感知关系研究 (一) 性别的员工精神激励感知差异比较 (二) 婚姻状况的员工精神激励感知差异比较 (三) 年龄的员工精神激励感知差异比较 (四) 文化程度的员工精神激励感知差异比较 (五) 工作年限的员工精神激励感知差异比较 (六) 年收入的员工精神激励感知差异比较 (七) 职务的员工精神激励感知差异比较 七小结 第四章员工组织公民行为研究 一员工组织公民行为研究的理论基础 (一) 社会交换理论 (二) 心理契约理论 (三) 组织气候论 二员工组织公民行为量表的编制 (一) 员工组织公民行为量表的初步确定 (二) 员工组织公民行为量表的预测试 (三) 员工组织公民行为量表的修订 三员工组织公民行为维度研究 (一) 数据的收集与整理 (二) 探索性因素分析 (三) 信度分析 (四) 验证性因素分析 四员工个性特征与组织公民行为关系研究 (一) 性别的员工组织公民行为差异比较 (二) 婚姻状况的员工组织公民行为差异比较 (三) 年龄的员工组织公民行为差异比较 (四) 文化程度的员工组织公民行为差异比较 (五) 工作年限的员工组织公民行为差异比较 (六) 年收入的员工组织公民行为差异比较 (七) 职务的员工组织公民行为差异比较 五小结 第五章员工精神激励感知与组织公民行为相关度研究 一研究假设 二员工精神激励感知与组织公民行为关系探索 (一) 数据的收集与整理 (二) 员工精神激励感知与组织公民行为的相关分析 (三) 员工精神激励感知与组织公民行为的回归分析 三员工精神激励感知与组织公民行为关系模型 四小结 第六章员工精神激励的建议 一员工精神激励的原则 二员工精神激励的策略 第七章研究结论与展望 一研究结论与创新点 (一) 研究结论 (二) 研究的创新点 二研究不足与展望 附录 参考文献 后记

<<员工精神激励感知与组织公民行>>

章节摘录

版权页：插图：组织公民行为是员工与组织之间社会交换关系变化的指示器，相对于职责范围内的工作绩效而言，组织公民行为对员工与组织之间的社会交换关系更为敏感，在这种社会交换关系中，员工通过组织公民行为回报组织提供的良好的工作条件或待遇，或者期望组织能够履行对工作条件或待遇的承诺。

组织公民行为作为一种员工可以自由选择、酌情增减的行为，非常适合在社会交换关系中与组织进行博弈的需要。

根据社会交换理论，员工与组织的社会交换关系可以划分为两类：（1）员工与组织之间的社会交换，即组织支持；（2）员工与直接主管之间的社会交换，即领导——成员交换。

从组织支持的层面看，管理者与员工会通过彼此的交换获得所需的利益。

如果管理者能够为员工提供工作上的支持与货币形式的报酬，让员工感受到来自组织的支持与关怀，员工将通过提高自身的工作绩效来回报组织；如果员工觉得自己对组织的贡献和从组织获取的收益是平衡的，其会认为受到了组织公平的待遇，这时就会表现出有利于组织的公民行为。

从领导——成员交换层面看，如果主管人员与下属之间建立了相互尊重、相互信任的关系，员工就会产生“圈内人”的感觉，这种情况下员工愿意为主管付出额外的努力。

如果客观条件限制了员工不能持续地改进绩效，员工就会寻找其他途径来回报组织，比如表现出组织公民行为。

正如奥根（1988）所指出的那样，正式的工作职责内的行为由于受到职位说明书和组织中的规章制度的限制，员工无法对这类行为进行自由删减，即员工无论得到满意的待遇还是不满意的待遇，其都可能保持相同水平的职业内的行为。

因此，通过观察员工的组织公民行为，特别是组织公民行为的变化，更能够清楚地反映出员工与组织的社会交换关系的变化。

由此可见。

组织公民行为是一种基于社会交换的意愿性回报行动，其行为动机可能是利于组织的，也可能是利于自己的，因为组织公民行为的主要动机之一就是心理契约中包含的员工对未来回报的预期。

另外，尽管组织公民行为不会得到正式或明确的报酬，然而管理者可以借助其他间接的或隐性的回报来鼓励员工表现出组织公民行为，如管理者在对员工进行加薪或晋升时会优先考虑表现出更多组织公民行为的员工。

员工对未来可能获得的回报的期待激励其采取事前主动式的回报，以增加组织未来履行责任的可能性，而履行组织公民行为正是员工回报的行为表现。

<<员工精神激励感知与组织公民行>>

编辑推荐

《员工精神激励感知与组织公民行为关系研究:以石油企业为例》以石油企业员工为研究对象,以心理学理论、心理契约理论、社会交换理论、组织行为理论、人力资源管理理论为理论依据,对石油企业员工的精神激励感知和组织公民行为展开研究,重点探讨石油企业员工精神激励感知对组织公民行为的影响。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>