

文章编号:1005-9679(2019)02-0075-06

决策参与机会如何以及为何影响员工服务绩效： 一个基于自我概念理论的过程模型

李欣珂¹ 梁建²

(1. 上海交通大学 安泰经济与管理学院, 上海 200030; 2. 同济大学 管理高等研究院, 上海 200092)

摘要: 员工的决策参与机会与服务绩效对企业越来越重要,但二者的关系及影响机制并没有得到有效的实证检验。通过对某一电信营业厅 215 名员工的两阶段调查,分析了决策参与机会对员工服务绩效的影响机制。研究表明,决策参与机会对员工服务绩效的正向关系受到员工建言以及员工心理所有权的连续中介。此外,下属感知到的领导支持不仅正向调节了决策参与机会对员工建言的影响,同时还对整个间接效应模型起到了正向调节的作用。

关键词: 决策参与机会;员工建言;领导支持;心理所有权;服务绩效

中图分类号: C 93 **文献标志码:** A

How and Why Will PDM Influence Employee Service Performance: Examining a Process Model Based on Self-concept Theory

LI Xinke¹ LIANG Jian²(1. Antai College of Economic & Management, Shanghai Jiao Tong University, Shanghai 200030, China;
2. Advanced Institute of Business Research, Tongji University, Shanghai 200092, China)

Abstract: Employees' participative decision making and service performance are more and more important to enterprises, but the relationship between them and the impact mechanism have not been empirically tested yet. Based on a two phase survey of 215 employees in a telecommunications business hall, this study analyzed the impact mechanism of participative decision making on employee's service performance. The results show that the positive relationship between participative decision making and employee's service performance is mediated successively by the voice and psychological ownership of employees. In addition, the leader support perceived by subordinates not only regulates the impact of participative decision making on employee's voice, but also plays a positive role on the overall indirect effect model.

Key words: participative decision making; voice; perceived leader support; psychological ownership; service performance

随着经济全球化和多元化进程日益深入,企业所面临的外部环境变得更加复杂多变,企业必须从战略规划、组织结构以及资源配置各方面做出相应改变。员工是企业最重要的资源,越来越多的学者

将员工的主动性(initiative)视为组织获得竞争优势乃至成功的源泉。为了提高员工的主动性,单纯的物质激励已无法满足员工日益多样化的需求,更重要的是提高员工对组织的归属感和融入感,通过

收稿日期:2018-07-15

作者简介:李欣珂(1994—),女,湖南长沙人,上海交通大学硕士研究生,主要研究方向为组织行为学与人力资源管理,E-mail:lixinke519@163.com;梁建(1975—),男,河北邢台人,教授,博导,主要研究方向为组织中的社会交换关系、员工主动性等。

满足员工对基于使命和成员身份的精神存在感来激励他们提升工作绩效,这是当今企业所面临的一个重要问题。其中,一个重要的激励手段便是赋予员工决策参与机会。决策参与机会(participative decision making)是指,在改变或影响员工的工作时,企业为员工提供了控制权和话语权。基于其在组织中的核心地位,决策参与机会自 20 世纪 70 年代以来持续成为管理学一大研究热点。当员工被赋予决策参与机会的时候,他们会更加意识到自身价值,并且感知到组织对他们的信任和自身对于组织的责任。因此,向员工提供决策参与机会能促进员工工作的积极性,有助于提高工作绩效。也因此,越来越多的企业试图通过给予员工决策参与的机会来提高员工的积极性,而不是单纯采取物质激励手段。

然而,决策参与机会与员工工作结果如服务绩效、工作满意度、离职率等之间的关系至今比较模糊。研究者们认为这可能是因为缺乏对其情境因素或边界条件的研究导致的。在以往研究的基础上,本文的主要目的在于探讨决策参与机会对服务绩效的影响及其中介机制,并在此基础上进一步探究这一机制的边界条件。本文的理论贡献主要有三点:首先,在自我概念理论的基础上,本研究提出决策参与机会对服务绩效的影响受到两个变量的连续中介——员工建言(voice)和心理所有权(psychological ownership)。鉴于目前对决策参与机会及服务绩效关系的研究还比较模棱两可,对其作用机制的厘清意义重大。其次,契合近来学者提出检验决策参与机会边界的呼吁,本研究将下属感知的领导支持作为调节变量,增强了本研究的情境化特征。最后,本文整合了本研究中提出的中介变量和调节变量,通过检验一个调节-中介模型(moderated-mediation model),帮助我们更加全面而系统地了解决策参与机会如何以及为何影响员工服务绩效的心理机制,以期能促进企业有效地管理决策参与机会,并最终提高管理与员工的绩效水平。本文的研究模型如图 1 所示。

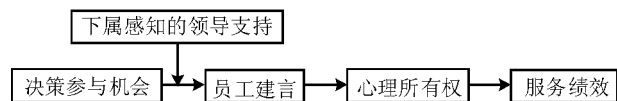


图 1 本文研究模型

1 理论基础与研究假设

本文认为可以从自我概念理论的角度来研究决策参与机会对服务绩效的影响。自我概念可以被视

为一个人关于他或她自己的知识,自我概念是可变的,不同的情境使得其不同方面突出,通过暴露于外界刺激而发生变化。本文认为员工在受到被给予决策参与机会这种刺激后,会更积极地建言,并且建言行为又会反过来改变员工的自我概念,从而提高其在组织当中的心理所有权,并最终提高服务绩效。

1.1 决策参与机会与心理所有权

心理所有权(psychological ownership)是指个体感觉目标物是“我的”或“我们的”的一种心理状态。Pierce 等人进一步指出,心理所有权意味着权利如知情权、发言权,也伴随着对组织的责任和负担共担。Liu 等人提出决策参与有利于员工建立心理所有权。本文从自我概念理论角度来看,自我概念是可变的,当组织中的员工被赋予决策参与机会时,其自我概念会发生相应的变化。心理所有权作为员工自我概念的一个方面,其产生主要有三条路径。

首先,是对目标物的控制感。Pierce 等人指出,员工对组织要素的控制程度与心理所有权正相关。当员工被赋予决策参与机会的时候,意味着他们在能更好地发挥自主性,对工作拥有更高水平的控制,从而增强员工对组织的心理所有权。其次,对目标物的亲密了解。Pierce 等人认为,员工对特定组织要素的了解程度,与员工对该组织要素产生的所有感程度有正向的因果关系。给予员工参与决策的机会,也使得员工有更多机会充分了解他们所在的组织,从而可能加强对组织的心理所有权。最后,是个体对目标物的投入。Pierce 等人认为,员工对目标物的投入程度,与产生心理所有权的程度正相关。因此,当员工被赋予参与决策的机会时,会在本职工作以外付出额外的时间、精力、体力等到组织当中,从而更有利于产生心理所有权。综上所述,我们提出假设 1:

假设 1: 决策参与机会正向影响心理所有权。

1.2 员工建言的中介作用

首先,从决策参与机会对员工建言的影响入手。员工建言是指员工以合作为目的,对工作相关的建议、想法和观点的表达,是一种创新导向的组织公民行为,属于主动性角色外行为。然而,由于建言行为往往伴随着风险性,员工常常选择“知而不言”。自我概念理论(Self-concept theory)表明,为了保持态度和行为之间的认知一致性,个人被激励进行与他们的整体自我观相一致的行为,个体的行为被与自我概念保持一致的渴望所强烈影响。因此,当我们在一个领域中的自我概念发生变化时,我们的行为也会跟着变

化。也就是说,当员工被给予决策参与机会的时候,员工已经认为自己是拥有发言权的人,因此会受到这种想法的激励,更积极地进行建言。

其次,从员工建言对心理所有权的影响来看。员工建言是员工为了提高组织效率而主动承担责任的一种角色外行为。作为一种“主动的、挑战性”组织公民行为,建言行为可以提高员工的主人翁意识。根据自我概念理论,自我概念是高度动态化的,并且会随着不同情境做出改变。人们改变行为以适应自己的自我概念,同时又加强了对自我的这种概念。因此,员工为了适应决策参与机会改变自我概念,会更积极地采取建言,从而发生与其他人的互动,又加强了其属于集体一分子的这种自我概念,从而对组织产生更强的亲密感和熟悉感,加强对组织的心理所有权。综上,本文提出假设 2:

假设 2: 员工建言行为在决策参与机会和心理所有权中起中介作用。

1.3 下属感知到的领导支持的调节作用

下属感知的领导支持被定义为,当员工需要时,领导的体贴关心以及能够提供感情上和方法上的帮助的程度。并且,Karami 等报告了不同学者的研究,其中陈述了巴西专业人士的成就,发现下属感知的领导支持与员工绩效有相关关系。同时,员工建言行为的发生是员工内心权衡利弊后的结果,在此过程中,当员工感知到这种“挑战性”行为是安全的,认为建言行为带来的潜在收益足以弥补由此带来的风险时,员工才可能提出自己的想法和建议。Saunders 等人发现,当管理者平易近人并且会积极回应员工投入时,员工建言的可能性增大。所以,在面临给予的决策参与机会时,当下属感知到更高的领导支持水平的时候,会更倾向于采取建言行为。并且根据自我概念理论,集体层面的自我概念意味着自我与团队的融合,致使个体认为自己与团队其他成员类似,把团队特征归因于自我,并且把团队利益放在心上。因此,当领导对员工的决策参与机会进行支持时,员工会把这种支持决策的团队特征归为自我概念的一部分,进而更积极地把握参与决策的机会,并且通过建言行为进行实施。因此本研究提出假设 3:

假设 3: 决策参与机会对员工建言的影响受到下属感知的领导支持的正向调节。下属感知到的领导支持水平越高,这一关系更强,反之则越弱。

1.4 决策参与机会与服务绩效的整合模型

首先,心理所有权有助于塑造身份并影响行为,也就是说它的产生会带来员工自我概念和行为的一

系列改变。根据自我概念理论,在组织中,当员工的心理所有权产生时,将会增强员工对组织的心理依赖感、附属感与责任感,进而促使员工积极心理与行为的产生。当员工在组织和工作中感受到所有权时,他会产生自己是集体中的一分子的这种自我概念,并且他们会努力让自己的行为与这种自我概念保持一致,就有动力促进业绩提升。也就是说,心理所有权影响了员工的自我概念,这反过来又对员工的绩效动机以及他们的绩效行为产生积极影响。于是,我们得出假设 4a:

假设 4a: 决策参与机会依次通过员工建言和员工心理所有权的中介作用,最终正向影响服务绩效。

根据 Cropanzano 等人的研究,下属感知的领导支持会促进员工绩效水平提升。根据自我概念理论,当下属感知到领导支持程度高时,员工会认为自己与团队特点更为融合,减少员工对个人利益与团队利益的区别感,主动地采取有利于团队利益的角色外行为,例如员工建言。正如前所述,员工建言会对员工心理所有权具有提升作用,会让员工对组织产生更强的亲密感和熟悉感,进一步对员工的绩效动机及绩效行为产生积极影响,从而最终提升服务绩效。反过来说,当下属感知到的领导支持程度低时,员工对得到的决策参与机会并不一定真正去参加,他们的员工建言行为不会因此得到显著提升,最终,他们也不会像具有高心理所有权水平的员工一样,有更高的服务绩效。综合以上分析,我们得到假设 4b:

假设 4b: 决策参与机会对服务绩效的间接影响,受到下属感知的领导支持的正向调节作用:下属感知的领导支持越强,这一关系越强,反之越弱。

2 研究方法

2.1 研究样本和调查流程

本研究的数据来自一家电信营业厅。为了应对电信营业厅市场中激烈的竞争、提高服务水平,该营业厅一直鼓励员工提出各种提高客户满意度和运营效率的建设性意见。为了保证数据质量,课题组在两个时间点发放了两种不同版本的问卷。在第一份员工问卷中,我们在人力资源经理的帮助下,向被分为 42 组的 215 名员工分发了问卷,每个组有 3~9 人。调查包含的信息包括决策参与机会、领导支持等。一个月后,我们发放了第二份员工问卷,评价了心理所有权和服务绩效。所有的英文量表都遵循标准的翻译和回译(translation and back-translation)程序翻译成中文。参与者当场完成了问卷并直接交

回研究者,参与调查者都收到了一份小礼物作为回报。

在删除了不合格的问卷之后,最终成功匹配员工-主管版本的问卷数量为 192 份,问卷回收率为 89%。其中,53.6%的被调查者为男性,46.4%的被调查者为女性。

2.2 测量工具

本研究采用了李克特五点量表法来对变量进行测量,答题者需要从 1(“非常不赞同”)到 5(“非常赞同”)之间选择符合自身感受的选项。具体的测量工具及测量情况如下:

1. 决策参与机会:采用 Siegel 等编制的 5 条目量表。这些条目主要是在询问个体影响到他们工作的决策参与程度。例如,“在这个组织当中,我对公司决策有着高度影响力”“在这个组织当中,我经常参与到我工作相关的决策中”等。最终量表的 alpha 信度为 0.95。

2. 下属感知的领导支持:在 Eisenberger 等人测量下属感知的组织支持量表的基础上,修改成下属感知的领导支持量表,并从中选择出 8 个高载荷的条目(第 4、8、9、13、20、22、23 条,以及第 25 条,载荷从 0.66 到 0.84),从“1=强烈反对”到“5=强烈赞同”。

3. 员工建言:使用 Van 等人(1998)编制的建言行为量表,共 6 个项目,5 点量表,从“1=从不”到“5=非常频繁”。该量表由国内学者段锦云等进行中文项目翻译。如“当他/她的观点可能对部门有帮助时,他/她会讲出来”。本研究中的内部一致性系数为 0.84。

4. 心理所有权:采用 Van Dyne 等编制的 5 条目量表,例如“这是我的组织”“我认为这就是我的公司”,等等。最终量表的 alpha 信度为 0.93。

5. 服务绩效:采用了 Borucki 和 Liao 相关连锁零售店的员工服务绩效量表。为了保证中英文量表的一致性,采取了标准的翻译-回译方法。该量表的内部一致性信度系数 Cronbach's Alpha 为 0.878。对该量表进行验证性因素分析,各类适配度指标理想,卡方值为 15.677($df=6$), $RMSEA=0.031<0.08$;TLI 与 CFI 值均大于 0.99,服务绩效-因子结构具有很高的拟合度。因此,该量表有很好的效度与信度。

控制变量:在数据分析当中我们控制了员工的年龄、性别、受教育程度、职位、工龄,因为这几项变量可能会直接影响员工的建言行为和心理所有权。

其中,性别采取一组虚拟变量进行测量,1 代表男性,0 代表女性。

2.3 分析方法和思路

本研究的变量全部都在个体层面进行测量和分析,但数据之间的嵌套性质使得数据缺乏独立性,本文采用 Mplus 软件来进行多层结构方程模型分析。这一方法能够解决数据相互嵌套、缺乏独立性的问题,并且能够对被调节的中介模型进行分析,为模型提供更为精确可信的估计。不过需要注意的是,对中介效应和被调节的中介效应的估计需要把各分段效应的系数进行相乘,而系数乘积是不服从正态分布的,从而无法进行参数检验。为此,我们需要运用蒙特卡罗方法(Monte Carlo Simulation),在 R 程序上通过 20000 次重新抽样来计算间接效应的偏差校正后的置信区间,得到更为准确的分析结果。

3 实证结果

3.1 验证性因子分析

本研究一共包含了 5 个变量:决策参与机会、员工建言、领导支持、心理所有权、工作绩效。在验证假设之前,我们首先执行了一系列的验证性因子分析,以检验本研究的变量是否有良好的构念效度。我们一共对四个竞争模型(模型 2 至模型 5)进行了分析,来跟假设模型(模型 1)进行对比。如表 1 所示,在所有模型当中,五因子模型即假设模型对数据的拟合效果最佳($\chi^2=480.02$, $d.f.=340$, $RMSEA=0.05$, $CFI=0.95$, $TLI=0.94$)。由卡方变化值和各种模型拟合指标都可以看出,所有竞争模型的数据拟合效果都不如假设模型理想。

3.2 描述性统计分析

表 2 呈现了本研究所涉及各个变量的平均值、标准差、alpha 信度系数以及变量之间的相关系数。由表 2 可以看出,决策参与机会与员工建言行为显著正相关($r=0.31$, $p<0.01$),员工建言行为则与心理所有权($r=0.35$, $p<0.01$)、服务绩效($r=0.35$, $p<0.01$)均显著正相关。此外,心理所有权跟服务绩效($r=0.40$, $p<0.01$)也都成显著正相关关系。

3.3 假设检验

假设 1 提出决策参与机会正向影响心理所有权。由表 3 可知,两者的关系正向并且显著($\beta=0.22$, $p<0.01$);偏差校正后的 95% 置信区间(Confidence Interval, 简称 CI, 下同)为 [0.11, 0.33],不包含零点,因此假设 1 得到支持。

表 1 测量模型的比较

模型	因子	χ^2	<i>d.f.</i>	$\Delta\chi^2$	<i>RMSEA</i>	<i>CFI</i>	<i>TLI</i>
1	五因子模型: 决策参与机会、员工建言、领导支持、心理所有权、服务绩效	480.02	340		.05	.95	.94
2	四因子模型: 决策参与机会与员工建言合并为一个因子	855.22	344	375.20***	.09	.80	.78
3	三因子模型: 决策参与机会、员工建言与领导支持合并为一个因子	1366.96	347	886.94***	.12	.60	.57
4	二因子模型: 决策参与机会、员工建言与领导支持合并为一个因子, 心理所有权、服务绩效合并为一个因子	1570.39	349	1090.37***	.14	.53	.49
5	一因子模型: 所有变量合并为一个因子	1908.31	350	1428.29***	.15	.39	.35

注: * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.01$ (双侧检验)

表 2 平均值、标准差、信度系数与相关系数表

变量	均值	标准差	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1 决策参与机会	3.33	0.79	0.87)								
2 员工建言	3.39	0.70	0.31*	0.89)							
3 心理所有权	2.73	0.60	0.28*	0.35*	0.85)						
4 服务绩效	3.53	0.59	0.30*	0.35*	0.40*	0.83)					
5 领导支持	3.23	0.61	0.30*	0.25*	0.16*	0.10	0.89)				
6 年龄	2.34	0.65	-0.06	-0.05	-0.08	0.07	-0.11				
7 性别	0.46	0.50	0.20*	0.03	-0.02	0.04	0.11	-0.36			
8 学历	2.20	0.76	0.19*	0.07	0.15*	-0.11	0.07	-0.53	0.39**		
9 职位	1.28	0.60	0.11	0.20*	0.13	-0.01	0.03	0.14	-0.11	0.13	
10 工龄	1.89	1.84	-0.10	0.01	0.04	-0.05	-0.14	0.15*	-0.05	0.01	0.21**

注: 性别由虚拟变量表示: 1=男性, 0=女性, $N=192$, * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, 双侧检验。对角线上括号内的数字代表 alphas 信度系数

假设 2 认为员工建言在决策参与机会与心理所有权当中起中介作用。由表 3 可知, 中介关系存在并且显著 ($\beta=0.08, p < 0.01$); 偏差校正后的 95% 置信区间为 [0.03, 0.12], 不包含零点, 因此假设 2 得到支持。

假设 3 认为决策参与机会对员工建言的影响受到下属感知到的领导支持的影响。数据分析结果表明, 决策参与机会与下属感知到的领导支持交互项显著 ($\beta=0.28, p < 0.01$), 与我们预期的一样, 员工的集体主义价值观较高时, 自我牺牲型领导对领导代表性的正向影响更强 ($\beta=0.37, p < 0.01$); 反之则更弱 ($\beta=0.06, p < 0.10$), 两者的差距显著 ($\beta_{diff}=0.32$, 偏差校正后的 95% $CI=[0.09, 0.54]$), 不包含零点)。图 2 显示了这一调节关系。概而言之, 上述结果支持假设 3。

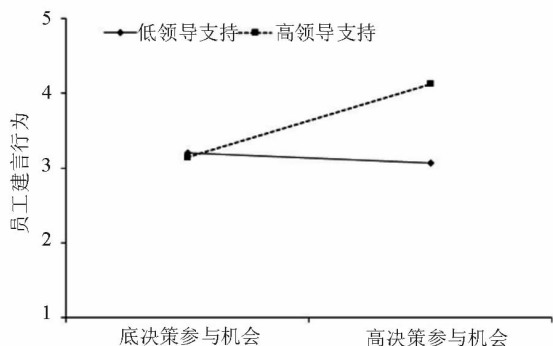


图 2 决策参与机会与领导支持对员工建言行为的交互关系

假设 4a 提出, 决策参与机会通过建言行为和心理学所有权的连续中介作用, 最终正向作用于服务绩效, 即决策参与机会→员工建言→心理所有权→服务绩效。本文对该间接效应模型进行了验证, 数据分析结果也支持我们的假设 (对服务绩效: $\beta=0.04$, 偏差校正后的 95% $CI=[0.02, 0.06]$, 不包含零点)。因此, 假设 4a 得到支持。

表 3 直接效应、中介效应和调节作用分析

决策参与机会→心理所有权 (H_1)	
直接效应	.22**[.11,.33]
决策参与机会→员工建言→心理所有权 (H_2)	
中介效应	.08**[.03,.12]
决策参与机会→员工建言 (H_3)	
直接效应	.26**[.14,.40]
高领导支持	.37**
低领导支持	.06
组间差别	.32**[.09,.54]
决策参与机会→员工建言→心理所有权→服务绩效 (H_4)	
中介效应	.04**[.02,.06]
高领导支持	.05**
低领导支持	.01
组间差别	.04**[.01,.08]

注: 间接效应和调节作用根据 20000 次重新抽样后估计得到。* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, 方括号内的数值表示 95% 水平下的偏差校正后的置信区间

假设 4b 提出, 下属感知到的领导支持会对整个间接效应模型即决策参与机会→员工建言→心理所有权→服务绩效进行调节。本文通过 R 软件上的 20000 次重新抽样, 发现决策参与机会对服务绩效

的间接效应在下属感知到的领导支持得分高时更为显著($\beta=0.05, p<0.01$),而在下属感知到的领导支持得分低时较弱($\beta=0.01, p<0.10$),并且两组的差距显著($\beta_{diff}=0.04$,偏差校正后的 95%CI=[0.01,0.08],不包含零点)。由此可见,假设 4b 得到支持。

2.4 结果与讨论

本研究探讨了决策参与机会对员工服务绩效的影响机制,研究表明决策参与机会通过员工建言和心理所有权的连续中介,最终正向作用于员工服务绩效。此外,下属感知到的领导支持不仅正向调节了决策参与机会对员工建言的影响,同时还对整个间接效应模型起到正向调节的作用。

本研究也不可避免地存在一些局限。第一,本研究采用的是横截面数据,无法做出准确的因果推断。未来的研究可以采用纵向设计或者实验法来对变量进行测量。其次,我们选择了下属感知的领导支持作为调节变量,未来的研究可以对其他可能的边界条件进行考察。除了团队情境变量,个人特征也可能对自我牺牲型领导有调节作用。最后,我们的数据全部来源于某一电信营业厅。因此,我们的研究结论是否具有普遍适用性也值得讨论。

参考文献:

- [1] CRANT J M. Proactive behavior in organizations [J]. *Journal of Management*, 2000, 26(3):435-462.
- [2] FRY L W. Toward a theory of spiritual leadership [J]. *Leadership Quarterly*, 2003, 14(6): 693-727.
- [3] RIORDAN C M, VANDENBERG R J, RICHARDSON H A. Employee involvement climate and organizational effectiveness[J]. *Human Resource Management*, 2010, 44(4): 471-488.
- [4] WAGNER S H, PARKER C P, CHRISTIANSEN N D. Employees that think and act like owners: Effects of ownership beliefs and behaviors on organizational effectiveness [J]. *Personnel Psychology*, 2010, 56(4): 847-871.
- [5] MATHIEU J, AHEARNE M, TAYLOR S R. A longitudinal cross-level model of leader and salesperson influences on sales force technology use and performance[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2007, 92(2): 528-37.
- [6] VAN KNIPPENBERG D, VAN-KNIPPENBERG B, CREMER D D, et al. Leadership, self, and identity: A review and research agenda[J]. *The Leadership Quarterly*, 2004,15(6): 825-856.
- [7] PIERCE J L, RUBENFELD S A, MORGAN S. Employee ownership: A conceptual model of process and effects[J]. *Academy of Management Review*, 1991(16): 121-144.
- [8] PIERCE JL, KOSTOVAT, DIRKSKT. Toward a theory of psychological ownership in organizations [J]. *Academy of Management Review*, 2001, 26(2): 298-310.
- [9] JUN LIU, HUI WANG, CHUN HUI, et al. Psychological ownership: How having control matters [J]. *Journal of Management Studies*, 2012, 49(5): 870-895.
- [10] VAN-DYNE L, ANG S, BOTERO I C. Conceptualizing employee silence and employee voice as multidimensional constructs [J]. *Journal of Management Studies*, 2003, 40(6): 1359-1392.
- [11] FERRIS D L, LIAN H, PANG F X J, et al. Self-esteem and job performance: The moderating role of self-esteem contingencies[J]. *Personnel Psychology*, 2010, 63: 561-593.
- [12] 段锦云. 组织中的进谏行为[J]. *心理科学*, 2005?, 28(1):69-71.
- [13] BACHARACH S B, BAMBERGER P A. 9/11 and New York City firefighters' post hoc unit support and control climates: A context theory of the consequences of involvement in traumatic work-related events[J]. *Academy of Management Journal*, 2007, 50(4): 849-868.
- [14] KARAMI R, ISMAIL M. Perceived supervisor supports: Contribution to aspiration, mastery and salience as three dimensions of achievement motivation [J]. *Middle East Journal of Scientific Research*, 2013, 13(10): 1302-1311.
- [15] SAUNDERS D M, SHEPPARD B H, KNIGHT V, et al. Employee voice to supervisors[J]. *Employee Responsibilities & Rights Journal*, 1992, 5(3): 241-259.
- [16] SEDIKIDES C, GREGG A. Portraits of the self. In M. A. Hogg, & J. Cooper (Eds.), *The Sage handbook of social psychology*. London: Sage, 2003: 110-138.
- [17] DITTMAR H. The social psychology of material possessions: To have is to be[J]. *Journal of Economic Psychology*, 1994, 14(2): 453-454.
- [18] PIERCE J L, O'DRISCOLL M P, COGHLAN A M. Work environment structure and psychological ownership: The mediating effects of control[J]. *The Journal of Social Psychology*, 2004,144(5): 507-534.
- [19] CROPANZANO R, RUPP D E, BYRNE Z S. The relationship of emotional exhaustion to work attitudes, job performance, and organizational citizenship behaviors[J]. *Journal of Applied Psychology*, 2003, 88(1): 160.