

组织氛围感知对“00 后”员工 离职倾向的影响研究

姜英琦 边展

摘要：以 2000 年以后出生的员工为研究对象，从员工对组织的友好关系氛围感知、创新氛围感知、公平氛围感知三个维度出发，研究组织氛围感知如何影响“00 后”员工的离职倾向。对 276 份有效问卷的实证分析结果表明“00 后”员工对组织氛围三个维度的感知均能够显著抑制他们想要离开本单位的倾向，并且员工的组织认同感起到了部分中介的作用。

关键词：“00 后”员工；组织氛围；组织氛围感知；离职倾向；组织认同感

一、问题提出

众达朴信管理咨询有限公司和前程无忧网在调查 2019—2020 年员工的离职率时均指出，员工主动离职在离职中占很大的比重，员工主动离职率的变动是造成员工离职率上升或下降的一个重要因素。因此，在大数据背景下，企业在对员工离职情况进行调查时，员工的离职倾向是一个重要的关注点。在组织行为学理论中，与员工相关的研究理论十分丰富，其中对员工离职倾向的研究更是不胜枚举。国内外学者针对员工离职倾向的影响因素做了大量有价值的研究。从组织内部来看，员工对组织氛围的感知、所属单位的类型、组织承诺、领导风格以及员工的个人特质等都会影响员工的离职倾向；从组织外部来看，就业市场的变化对员工的离职倾向产生一定的影响。

目前，“00 后”已经开始进入职场，他们作为人才市场上最年轻的力量，通常具有更强的创新能力、更加灵活多变的想法以及更自由的职业观念。工作对他们的束缚能力较小，他们往往更加关注工作的环境。现有文献对“00 后”员工的研究多侧重于对其特点的探讨。学者们普遍认为，相较于事业发展，“00 后”员工更加关注自己工作的环境，例如同事是否友好、领导是否开明、工作环境是否整洁有序等，因而组织氛围变得尤其重要。

基金项目：国家自然科学基金青年科学基金项目“基于移动互联的多式联运网络下甩挂运输组织优化研究”（71602130）

作者简介：姜英琦，首都经济贸易大学；边展，首都经济贸易大学。

“00后”员工作为企业的新生力量和未来发展的基石,其人员变动情况同样也会影响管理者管理决策的制定以及管理方式的选择。所以,本文研究新的时代背景中的“00后”员工,综合“00后”员工自身的特点,从组织氛围的角度出发,探讨员工对组织友好关系、创新以及公平氛围的感知如何影响其离职倾向,以及员工组织认同感的中介作用。本文旨在丰富“00后”员工的理论研究体系,充实员工组织管理的理论基础,为管理者对本单位员工的组织管理提供一定的参考。

二、研究假设与理论模型

(一) 假设提出

1. “00后”员工对组织氛围的感知与其离职倾向之间的关系

在组织氛围对员工的影响研究中,现有学者从多个维度做了大量研究。王成军和谢婉赢(2021)从组织的掌控和绩效氛围的角度出发,收集来自珠海、西安、郑州的276份有效问卷并进行实证研究,认为员工的知识隐藏行为受组织的掌控和绩效氛围的影响。王站杰等(2017)验证了组织公平氛围与员工离职意愿之间的关系,指出员工个人离职意愿受组织公平氛围的影响,组织凝聚力起到了明显的中介作用。陈静和林凤(2017)从组织氛围的不同维度出发,通过实证分析也得出了相似的结论。

由此可见,组织氛围或者员工对组织氛围的感知情况会对员工在组织内的表现产生一定的影响,并且现有研究显示,组织氛围的某些维度会对员工的离职倾向产生正向或负向的影响。本文从员工对组织氛围的感知情况入手,结合“00后”员工更加注重工作环境的职场特点,使用王士红等(2013)关于组织氛围的划分,从友好关系、公平以及创新氛围的角度出发,提出以下假设:

假设1:“00后”员工对组织友好关系、公平、创新氛围的感知能够显著降低其离职倾向。

2. “00后”员工对组织氛围的感知与其组织认同感之间的关系

在组织氛围与员工的组织认同感的关系研究中,现有研究普遍验证了二者之间的显著相关关系。例如,勃姆等(Boehms et al., 2015)从组织领导氛围的角度出发,对150家德国企业的20639名员工的数据进行研究后得出魅力型CEO能够显著提升组织内部的变革型领导氛围和企业组织认同强度的结论。他们并指出,通过提升高层领导者的领导魅力进而提升变革型领导氛围,以此来增加员工的组织认同强度。彭清华等(2022)考察组织的绿色氛围即亲环境氛围对员工的影响,研究发现组织的亲环境氛围能够显著影响员工对组织的绿色认同,进而促进员工的绿色行为。

由此可见,组织氛围也能够对员工的组织认同感产生显著的影响。“00后”员工作为初入职场的新生力量,更加关注工作环境是否能为自己带来愉悦顺利的工作体验,更加在意领导同事以及整个工作场所的整体氛围,从中感知组织与自己的匹配程度,以此产生相应的组织认同感。因此,本文提出如下假设:

假设2:“00后”员工对组织友好关系、公平、创新氛围的感知能够显著提升其组织认同感。

3. “00后”员工的组织认同感与其离职倾向之间的关系

大量的研究成果已经验证员工的组织认同感能对其在职场中的表现产生重要的影响。蒋明华和帅建华(2018)通过对动漫企业员工进行研究发现,当员工感受到来自组织的支持感越强,他们对组织的认同感也就越强,并且表现为更低的离职意愿。王巧芸等(2020)基于404份网络问卷,验证了员工的组织认同感与其主动离职意愿之间的负向关系。王筱桐和闫思清(2022)通过大样本的实证研究也得出了相同的结论。

由此可见,员工的组织认同感会对其离职倾向产生负向影响。有研究指出,“00后”员工较“80后”“90后”员工有更加灵活的职业观念,其职业的流动性也更强。“00后”员工还处在职业成长初期,与工作伙伴之间进行交流的需求更大,也更渴望得到组织的信任和肯定。一旦组织发展与自身的发展相悖,“00后”员工就很有可能离开本组织另谋发展(沈晓茹,2019)。因此,本文提出以下假设:

假设3:“00后”员工的组织认同感能够显著抑制其离职倾向。

4. “00后”员工组织认同感的中介作用

员工的组织认同感往往会受到多种因素的影响,组织氛围等因素能够间接地通过员工的组织认同感来影响其在组织中的行为表现,此时组织认同感常常作为中介变量出现。曾阿林(2017)对新生代员工的离职问题进行实证研究发现,变量心理契约及其三个维度的破裂都能够显著负向影响员工的组织认同,进而正向影响其离职倾向。组织认同在心理契约与离职倾向的影响关系中起部分中介作用。余柳仪和何叶(2017)在对287个具有大学或以上学历的知识型员工的实证研究中发现,员工对组织的薪酬满意度能够通过负向调节他们的组织认同进而对员工的离职意愿产生影响。此外,很多研究证实了组织认同感在组织氛围与离职意愿方面的中介作用(吴晓燕,2019;Öztoprak & Öktem,2019)。因此,本文提出关于中介作用的假设:

假设4:“00后”员工的组织认同感在其对组织氛围的感知影响其离职倾向的过程中起到中介作用。

(二) 理论模型

本文的理论模型如图1所示。

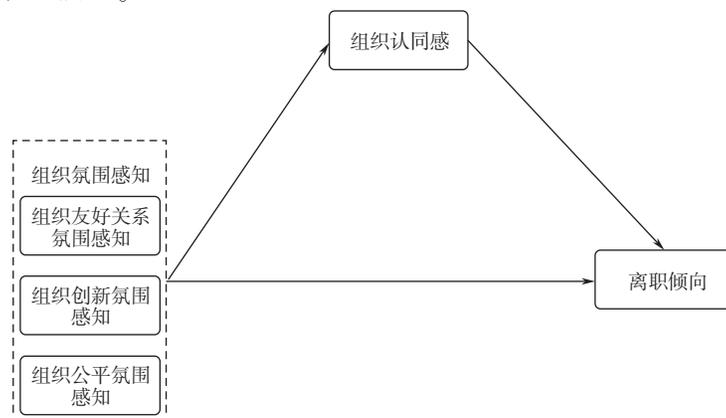


图1 理论模型

三、研究设计与数据处理

(一) 变量设计和量表选择

1. 自变量

本文的自变量为员工对组织氛围的感知。近年来,国内外对组织氛围的划分维度有很多种,并且据此设计修订了多种组织氛围测量量表。本文将从友好关系感知、创新氛围感知以及公平氛围感知这三个维度出发,探究组织氛围的这三个维度是如何影响“00后”员工的离职倾向的。本研究采用的是博克等(Bock et al., 2005)开发的问卷量表,采用李克特(Likert)5点计分法。

2. 因变量

本文的因变量为“00后”员工的离职倾向。本文在李永鑫和李艺敏(2007)编制的量表的基础上根据实际情况增加了相应的题项,并进行了信效度检验,采用李克特7点计分法。

3. 中介变量

本文的中介变量为员工的组织认同感。组织认同感的测量量表参考马以尔和阿什福思(Mael & Ashforth, 1992)编制的问卷,结合本文的实际需要稍作修订,进行信效度的验证。

(二) 数据处理

本文共收集全国问卷309份。剔除年龄不满足要求的数据以及缺失值和无效个案之后,有效问卷为276份。本文使用SPSS统计分析软件对数据进行描述性统计分析、信效度检验、相关分析、回归分析、共线性诊断以及中介效应的检验等。

四、实证分析

(一) 对组织氛围感知、组织认同感、离职倾向变量的描述性统计分析

如表1所示,Q1—Q4是测量员工对组织友好关系氛围感知的题项,最小均值为4.04,超过了3.0的中位值水平。这说明从整体水平来看,参与问卷调查的新生代员工认为其组织有着良好的友好关系氛围。而标准差超过0.8,说明个体在感知组织友好关系氛围方面存在较大的差异。Q5—Q7是测量员工对组织创新氛围感知的题项,均值处于中上水平,说明总体上,参与问卷调查的新生代员工认为其所处的单位是比较鼓励创新的,标准差超过0.8,说明个体之间也是存在差异的。Q8—Q10是测量员工对组织公平关系氛围感知的题项。从均值和标准差来看,员工总体认为自己所在的单位是比较公平的,但是不同的员工所处单位的公平氛围情况存在差异。

Q11—Q16是测量员工组织认同感的题项,均值在3.8~4.1之间,远超中位值水平,说明各个样本的

员工普遍对本公司有较高的组织认同感，标准差表明员工对其所在单位的组织认同有差异。

Q17—Q24 是测量员工离职倾向的题项，均值低于 3.0，与中位值 4.0 相比处于较低的水平，说明员工总体的离职倾向较低，标准差超过 1.3，说明各样本的个体离职倾向之间存在很大的差异。

表 1 对组织氛围感知、组织认同感、离职倾向变量的描述性统计

题项	样本数	最小值	最大值	均值	标准差
Q1	276	1	5	4.21	0.848
Q2	276	1	5	4.04	0.839
Q3	276	1	5	4.05	0.857
Q4	276	1	5	4.10	0.828
Q5	276	1	5	3.82	0.896
Q6	276	1	5	3.53	1.014
Q7	276	1	5	3.72	0.971
Q8	276	1	5	3.75	0.870
Q9	276	1	5	3.92	0.887
Q10	276	1	5	3.70	0.922
Q11	276	1	5	3.88	0.876
Q12	276	1	5	3.80	0.900
Q13	276	1	5	3.84	0.909
Q14	276	1	5	4.01	0.906
Q15	276	1	5	3.82	0.906
Q16	276	1	5	3.87	0.900
Q17	276	1	7	2.70	1.495
Q18	276	1	7	2.66	1.531
Q19	276	1	7	2.58	1.608
Q20	276	1	7	2.60	1.582
Q21	276	1	7	2.55	1.528
Q22	276	1	7	2.34	1.409
Q23	276	1	7	2.65	1.446
Q24	276	1	7	2.56	1.399

(二) 相关性分析

表2表示各变量之间的相关性情况。自变量的三个维度都与因变量之间存在负相关关系, 即当“00后”员工感知到其所处的工作单位关系氛围友好时, 他们的离职倾向就会处在一个较低的水平。同理, 当“00后”员工感知到其所处的工作单位创新氛围浓郁或者组织公平充分实现时, 他们的离职倾向同样呈较低的水平。反之, 当“00后”员工感知到其所处组织的友好关系氛围较差, 或者组织盛行守旧之风、创新氛围较差, 或者组织不公平的现象屡见不鲜, 那么他们的离职倾向就会处在一个较高的水平。

同样地, 自变量的三个维度都与员工的组织认同感存在正相关关系。即当“00后”员工所在单位鼓励创新或者创新氛围浓郁时, 他们对组织的认可度就会较高。同理, 当组织内同事之间能够友好合作、人际氛围融洽, 或者组织公平能够充分实现时, 他们对组织的认可度就会较高。反之, 如果“00后”员工所在的组织人员之间关系复杂、矛盾丛生, 或者领导不支持员工的新想法、新观点, 或者组织官僚之风盛行、组织公平被严重破坏, 那么员工对组织的认可度就会很低甚至是持不认可的态度。

组织认同感也能够负向影响员工的离职倾向。当“00后”员工对其所在单位的认可度较高时, 他们想要离开本单位的意愿就越弱, 其离职倾向就越小; 反之, 当“00后”员工对其所在单位的认可程度较低或者持不认可的态度时, 他们想要离开本单位的意愿就越强烈, 其离职倾向就越大。

表2 相关性分析

	友好关系氛围感知	创新氛围感知	公平氛围感知	组织认同感	离职倾向
友好关系氛围感知	1.000				
创新氛围感知	0.662**	1.000			
公平氛围感知	0.742**	0.769**	1.000		
组织认同感	0.778**	0.828**	0.853**	1.000	
离职倾向	-0.830**	-0.799**	-0.813**	-0.870**	1.000

注: **表示在0.01水平上显著。

(三) 信效度检验

如表3所示, 对组织氛围感知、组织认同感、离职倾向量表的克朗巴哈系数分别为0.935、0.909、0.963, 该问卷所包含的三个量表的一致性系数均高于0.8, 有较高的信度。

表3 各变量的信度分析

变量	克朗巴哈系数	基于标准化项的克朗巴哈系数	项数	样本数
组织氛围感知	0.934	0.935	10	276

表3(续)

变量	克隆巴哈系数	基于标准化项的克隆巴哈系数	项数	样本数
组织认同感	0.909	0.909	6	276
离职倾向	0.963	0.963	8	276

本文各量表的 KMO 值如表 4 所示, 对组织氛围感知、组织认同感、离职倾向量表的 KMO 值分别为 0.935、0.892、0.952, KMO 值普遍较高, 显著性水平 P 值均为 0, 说明本问卷具有较高的效度。

表 4 各个变量的效度分析

变量	KMO 值	P	项数	样本数
组织氛围感知	0.935	0.000	10	276
组织认同感	0.892	0.000	6	276
离职倾向	0.952	0.000	8	276

(四) 共线性检验

本文对各变量进行共线性检验, 结果如表 5 所示。数据显示员工组织友好关系氛围感知变量的容差值为 0.428, 创新氛围感知变量的容差值为 0.391, 公平氛围感知变量的容差值为 0.312, 员工组织认同感变量的容差值为 1.000。容差值均不大于 1.0, 并且右侧列数据显示四个变量的 VIF 值远小于 10。这说明本文所收集到的关于变量的数据是具有统计学意义的, 并且数据无失真的情况。

表 5 各变量的共线性统计分析

变量	共线性统计量	
	容差	VIF
友好关系氛围感知	0.428	2.334
创新氛围感知	0.391	2.560
公平氛围感知	0.312	3.202
组织认同感	1.000	1.000

(五) 回归分析

对相应的预测变量和结果变量进行回归, 结果见表 6。可以看到, 当结果变量为离职倾向、预测变量为员工对各组织氛围的感知时, 显著性水平 P 值均小于 0.05, 表明组织氛围的各个维度对员工离职倾向的

影响都是显著的, 回归系数 β 值为负, 可以得出各预测变量对结果变量的影响是起到负向阻碍作用的结论。回归数据说明当组织的友好关系氛围得到明显改善的时候, “00后”员工的离职倾向就会显著降低。同样地, 当管理者采取某种措施明显改善了组织的创新氛围或公平氛围时, 员工的离职倾向也会呈现显著降低的趋势。因此, 假设1得到验证。同时, 通过 β 值可以看出, 在组织氛围的三个维度中, “00后”员工对组织友好关系氛围的感知对其离职倾向的影响作用最大, 公平氛围感知次之, 最后是创新氛围感知。

当结果变量为组织认同感、预测变量为员工对各组织氛围的感知时, 显著性水平 P 值均小于0.05, 变量之间的相关性是显著的, β 值均为正值。数据说明当组织的友好关系氛围得到明显改善, “00后”员工的组织认同感就会显著上升。同样地, 当管理者采取某种措施明显改善了组织的创新氛围或公平氛围时, 员工的组织认同感也会呈现显著上升的趋势。因此, 假设2得到验证。

表6 回归分析

结果变量	预测变量	R^2	F	B	SE	β	t	P
离职倾向	友好关系氛围感知	0.689	607.768	-1.494	0.061	-0.830	-24.653	0.000
	创新氛围感知	0.639	484.279	-1.271	0.058	-0.799	-22.006	0.000
	公平氛围感知	0.662	536.11	-1.383	0.060	-0.813	-23.154	0.000
组织认同感	友好关系氛围感知	0.606	421.511	0.781	0.038	0.778	20.531	0.000
	创新氛围感知	0.685	596.237	0.734	0.030	0.828	24.418	0.000
	公平氛围感知	0.728	732.703	0.808	0.030	0.853	27.068	0.000
离职倾向	组织认同感	0.757	372.516	-1.561	0.053	-0.870	-29.228	0.000

当结果变量为离职倾向、预测变量为员工的组织认同感时, 显著性水平 P 值均小于0.05, 变量之间的相关性是显著的, β 值均为负值。数据说明当“00后”员工对组织的认同感上升时, 其想要离开本单位的意愿就会显著下降。因此, 假设3得到验证。

(六) 中介效应的检验

本研究使用三步回归法进行中介效应检验。同时对预测变量组织友好关系、创新、公平氛围的感知, 预测变量组织认同感和结果变量员工的离职倾向进行回归, 结果见表7。

从数据可以看出, 在加入变量组织认同感之后, 变量组织氛围各维度的感知对变量离职倾向的影响仍然是显著的, 且影响方向不变, 但是将表7与表6进行对比之后发现, 组织氛围各维度的感知对离职倾向的影响系数分别由-0.830、-0.799、-0.813变为-0.356、-0.208、-0.111, 绝对值均减少。这说明在加入变量组织认同感之后, 变量组织氛围各维度的感知对变量离职倾向的影响系数的绝对值变小。因此, 可

以证明变量组织认同感起到了部分中介的作用，假设4得到了验证。

表7 中介效应检验

结果变量	预测变量	<i>B</i>	<i>SE</i>	β	<i>t</i>	<i>P</i>
离职倾向	友好关系氛围感知	-0.641	0.073	-0.356	-8.830	0.000
	创新氛围感知	-0.332	0.071	-0.208	-4.645	0.000
	公平氛围感知	-0.189	0.084	-0.111	-2.242	0.026
	组织认同感知	-0.583	0.106	-0.325	-5.503	0.000

五、结论、启示与展望

（一）研究结论

“00后”员工对组织氛围的感知与其离职倾向之间的关系为：如果“00后”员工感知到组织具有良好的友好关系、创新以及公平氛围，就会产生较低的离职倾向；反之，“00后”员工的离职倾向就会较高。并且，“00后”员工对组织友好关系氛围的感知对其离职倾向的影响程度更深。对于“00后”员工来说，组织中良好的关系氛围、鼓励创新的氛围以及充分实现公平的氛围，都能够对其是否想要继续留在本单位产生显著的影响。并且，相较于其他两种氛围，“00后”员工更看重组织的友好关系氛围，期望与同事达成友好合作关系，促进工作效率的提高。

从理论意义上来看，本文验证了人力资源管理领域中关于员工对组织氛围的感知能够负向影响其离职倾向的结论，并且研究对象限定为2000年以后出生的员工，充实了组织行为学的相关理论。

从实践意义上来看，本文研究员工对组织氛围的感知与其离职倾向之间的关系，从友好关系、创新、公平三个维度分别探究员工对不同组织氛围的感知如何影响其离职倾向，对实际的组织管理工作具有借鉴意义。人力资源管理者可以参考本文的研究结论和相关研究数据对本组织内员工的组织氛围感知情况作出评估，并据此预测员工未来的离职情况。特别地，本文针对“00后”员工群体展开研究，可以帮助管理者更新员工管理的信息，从而有效加强对新生代员工的管理。

（二）研究启示

根据本文对“00后”员工离职倾向影响因素的实证研究结果可以得到以下管理启示。

第一，管理者要重视组织氛围的培养。

“00后”员工作为目前人才市场上最年轻的力量，较之“80后”“90后”员工对工作环境有着更高的

要求。从本文的实证研究结果来看,“00后”员工的组织氛围感知对其离职倾向有着较高的影响作用。因此,结合“00后”员工的职场特点,管理者应从友好关系、创新以及公平的角度出发,培养良好的组织氛围,适当干预,建立良好的组织环境,以此来有效控制“00后”员工的离职率。

一是要培养友好关系氛围。从本文的研究结果来看,对友好关系氛围的感知较其他两个维度对“00后”员工离职倾向的影响作用更强。因此,管理者要重视员工之间的合作伙伴关系。工作伙伴之间的高效合作是提高工作效率的一种极为有效的途径,也是留住人才、降低离职率的有效手段之一。

二是培养良好的创新氛围。管理者要鼓励创新。创新代表着巨大的潜在的生产力,任何组织的发展和变革都离不开创新。一个有朝气、蓬勃向上的组织应该是一个尊重并鼓励员工创新的组织。“00后”员工渴望取得自己专业领域内的成功,对他们来说尤其关心自身的创意是否得到支持。

三是培养公平的组织氛围。管理者要维护组织公平。公平不仅是用人单位所一直追求的价值观,而且也是整个社会所想要达到的一种理想的状态。“00后”员工非常重视公平。当他们感知到自己正在为一个公平公正的组织服务、贡献自己的青春和汗水的时候,他们会有极大的心理满足感,从而增强组织归属感,离职意愿也会相应地降低。

第二,管理者要重视“00后”员工的想法,自下而上地了解组织真实的状态。

组织认同感反映员工对现存组织的看法,也能够反映组织的真实状态。与其他员工相比,“00后”员工留在组织的时间较短,由于其自身的特点,主动离职率往往会呈现较大的波动。“00后”员工往往善于谏言,能够积极反映不利于组织发展的问题。当他们认为组织发展与个人发展相悖时,通常会作出离开组织的决定,即主动离职。

管理者要重视“00后”员工的想法。一是要加强与员工之间的交流沟通。管理者要了解员工的真实想法,最大可能地给予其施展能力的机会,实现自身的价值。“00后”员工往往不怯于表达自己的想法,与其交流可以帮助管理者找到组织存在的问题,实现组织的向好发展。例如可以定期开展匿名问卷调查,实时了解员工的想法,尤其是“00后”员工对组织的感知情况。二是要重视对员工的人文关怀。“00后”员工有着创新意识强、极其看重组织的公平公正以及注重工作环境等特点。管理者要依据不同员工的性格特点对其施以不同的人文关怀来增强员工的组织认同感,进而降低其离职倾向。

(三) 研究展望

第一,问卷收集到的数据显示参加调查的“00后”员工工作的城市大部分位于山东,因此该数据结果更能代表在山东的“00后”员工的离职倾向的情况。样本的代表性略显不足。

第二,单位性质、行业性质也可能影响“00后”员工的离职倾向。在未来的研究中,可增加异质性研究,提高研究的精度。

参考文献:

- BOCK G W, ZMUD R W, KIM Y G, et al., 2005. Behavioral intention formation in knowledge sharing: examining the roles of extrinsic motivators, social-psychological forces, and organizational climate[J]. MIS Quarterly, 29(1): 87-111.
- BOEHMS A, DWERTMANN D J G, BRUCH H, et al., 2015. The missing link? Investigating organizational identity strength and transformational leadership climate as mechanisms that connect CEO charisma with firm performance[J]. The Leadership Quarterly, 26(2): 156-171.
- MAEL F, ASHFORTH B E, 1992. Alumni and their alma mater: a partial test of the reformulated model of organizational identification[J]. Journal of Organizational Behavior, 13(2): 103-123.
- ÖZTOPRAK M, ÖKTEM M, 2019. Mediation role of organizational support in the effect of organizational climate on turnover intention in hotels[J]. Turkish Tourism Research, 1(8): 54-61.
- 陈静,林凤,2017. 组织氛围对员工创新行为的影响研究——以组织认同为中介变量[J]. 物流工程与管理, 39(7): 178-180, 117.
- 蒋明华, 帅建华, 2018. 知识型员工离职意愿消减行为研究——基于多变量视角下的模型构建与实证研究[J]. 技术经济与管理研究, (1): 46-53.
- 李永鑫, 李艺敏, 2007. 护士倦怠与自尊、健康和离职意向的相关性研究[J]. 中华护理杂志, (5): 392-395.
- 彭清华, 聂巧媛, 陈应龙, 2022. 亲环境组织氛围对员工绿色行为的影响及多步多重中介效应模型[J]. 河南理工大学学报(自然科学版), 41(1): 81-90.
- 沈晓茹, 2019. 新世代员工的管理细节——00后的管理难点、对策与启示[J]. 现代经济信息, (19): 66-67.
- 王成军, 谢婉赢, 2021. 组织动机氛围对员工知识隐藏行为的影响[J]. 科技进步与对策, 38(21): 101-107.
- 王巧芸, 2020. 员工组织认同感与离职倾向的关系分析[J]. 发展, (9): 98-100.
- 王士红, 徐彪, 彭纪生, 2013. 组织氛围感知对员工创新行为的影响——基于知识共享意愿的中介效应[J]. 科研管理, 34(5): 130-135.
- 王筱桐, 闫思清, 2022. 组织认同对员工离职倾向的影响: 工作绩效的中介效应[J]. 特区经济, (3): 102-109.
- 王站杰, 买生, 李万明, 2017. 组织公平氛围对员工离职意愿的影响——企业社会责任被中介的调节效应模型[J]. 科研管理, 38(8): 101-109.
- 吴晓燕, 2019. 组织氛围对新生代知识员工离职倾向的影响研究[D]. 保定: 河北大学.
- 余柳仪, 何叶, 2017. 知识型员工内在薪酬满意度、组织认同与离职倾向的关系——基于长株潭地区中小型高新技术企业的调查数据[J]. 湖南理工学院学报(自然科学版), 30(2): 70-76.
- 曾阿林, 2017. 心理契约破裂对新生代员工离职倾向影响研究[D]. 南京: 南京邮电大学.

Research on the Influence of Organizational Climate Perception on Turnover Intention of Employees After 00s

JIANG Yingqi, BIAN Zhan

Abstract: Taking the new generation of employees born after 2000 as the research object, this paper studies how the organizational climate perception affects the turnover intention of the employees after 00s from three dimensions: employees' perception of the friendly relationship climate, innovation climate, and fair climate. The empirical analysis of 276 valid questionnaires show that the post-00 employees' perceptions of the three dimensions of organ-

izational climate can significantly inhibit their desire to leave their unit, and the employees' organizational identity plays a partial intermediary role.

Keywords: employees after 00s; organizational climate; perception of organizational climate; turnover intention; organizational identification

(责任编辑: 宛恬伊)