

Influential Article Review - How Psychological Ownership and Work Relationships Affect Employee Turnover

Leland Bush

Woodrow Mccarthy

Tracy Blake

This paper examines employee turnover. We present insights from a highly influential paper. Here are the highlights from this paper: Drawing on a tripartite perspective on attitudes, this study examines the influence of psychological ownership and territoriality on turnover intention, as well as the moderating role of work relationship closeness on the relationship between territoriality and turnover intention. Analyses of longitudinal data collected from 341 employees in three Chinese automobile manufacturing companies demonstrate that employees' psychological ownership is negatively related to their turnover intention. As well, territoriality is negatively related to turnover intention and mediates the relationship between psychological ownership and turnover intention. Additionally, work relationship closeness moderates the relationship between territoriality and turnover intention such that the negative relationship is stronger when employees experience a higher level of work relationship closeness. Theoretical and practical implications are discussed. For our overseas readers, we then present the insights from this paper in Spanish, French, Portuguese, and German.

Keywords: Territoriality, psychological ownership, Turnover intention, Work relationship closeness

SUMMARY

- In this study, we draw on a tripartite perspective on attitude to develop and analyze a model of the relationships between employees' psychological ownership, territoriality, work relationship closeness and turnover intention. The results indicate that the degree of employees' experienced psychological ownership is negatively related to employees' intention to leave, and positively related to territorial behaviors; the more territorial behavior employees engaged in, the less turnover intention evolved. In addition, territorial behavior mediates the relationship between psychological ownership and turnover intention.
- Our study makes several valuable contributions to psychological ownership theory, territoriality theory as well as turnover research. First, previous studies have answered the question «why employees stay» from different relational perspectives, such as social capital theory , social exchange theory , and job embeddedness theory . Our present study provides new insight into the question by drawing on the tripartite view of attitude, and proposing that turnover intention as a

reflection of employees' overall attitude toward the organization can be affected by the interplay of the cognition, behavior, and affect associated with the organization.

- Second, we explicitly proposed and empirically tested a mechanism which answered the question «how psychological ownership reduces employee turnover intention». Although previous researchers have proposed that psychological ownership may reduce the likelihood of employees' intention to give up their organizational membership, empirical examination still remains limited.
- Turnover has long been a topic of organizational research with clear relevance to practice, given the costs that turnover imposes on organizations in terms of loss of key employees, and given increasing evidence that turnover is negatively related to organizational performance . Our findings provide practitioners with valuable insights on how to decrease employee turnover intentions. Territoriality is a common phenomenon in organizations, employees are motivated to establish and maintain territories toward which they psychologically feel ownership. Thus managers should understand it is inevitable and natural that employees engage in those territorial behaviors .
- Several limitations in this study remain for subsequent research to address. First, as an explorative study of the empirical examination of the theory of territoriality in organizations, our model is incomplete and underspecified. Future researchers can explore other possible consequences of territorial behaviors on individual level or organizational level outcomes. Questions such as whether employees' territoriality is positively related to their job satisfaction and organizational commitment still remain unanswered and lack validation. In addition, as Brown et al. propose, territoriality in organizations may bring not only positive influence but also may have negative effects on individuals and organizations. For example, investing one's time and energy into territorial behavior may distract employees from concentrating on his or her own work, thus undermining work performance. Likewise, too much territoriality may result in isolation among organizational members, and excessive territorial consciousness may lead to reluctance to share information and knowledge with other coworkers, which is important for cooperation. Thus, it is also necessary to examine situational factors that can determine under what circumstances territoriality has a positive or otherwise impact.
- Second, though our study highlights the significance of interpersonal relationships in affecting employees' territorial behavior, we only examined how the quality of coworker relationships influences employees' territorial behavior.

HIGHLY INFLUENTIAL ARTICLE

We used the following article as a basis of our evaluation:

Lu, L., Liu, J., & Zhao, N. (2017). Why employees stay: the roles of psychological ownership, territoriality and work relationship closeness in affecting employee turnover intention. *Frontiers of Business Research in China*, 11(1), 1–16.

This is the link to the publisher's website:

<https://fbr.springeropen.com/articles/10.1186/s11782-017-0010-x>

INTRODUCTION

Voluntary employee turnover has long been of interest to researchers and practitioners, mainly because of its potential to have a negative effect on organizational productivity and morale (Chen et al., 2011; Shaw et al., 2005). In response to this potential damage, organizational scholars keep trying to answer questions such as “Why do people leave?” and “Why do they stay?” For example, some researchers have suggested that employees stay if they are satisfied with their jobs or identify with the organization (Lambert et al., 2001; Tett & Meyer, 1993; Van Dick et al., 2004), and will leave if they are not; others have proposed more operational approaches to reduce intentions to quit, including various human resource management (HRM)

practices to improve workplace relations, such as recognizing employee efforts and contributions (Davies, 2001), providing sufficiently challenging and diversified work content (Kraut & Korman, 1999), empowering more job autonomy (Liu et al., 2011), and involving employees in decision processes (Allen et al., 2003).

Turnover intention, defined as ‘a conscious and deliberate willfulness to leave the organization’ (Tett & Meyer, 1993, p. 262), is the most significant attitudinal predictor of actual turnover behavior. Recently, researchers have suggested that when employees perceive and act like owners of the organization, they will feel that they have a greater responsibility to contribute to organizational functioning and success, will experience more commitment toward the organization, and thus will be less likely to quit their jobs (Pierce et al., 2001). Although a variety of researchers have suggested that psychological ownership is positively related to positive work-related attitudes (Avey et al., 2009; Van Dyne & Pierce, 2004; Vandewalle et al., 1995), such as job satisfaction, organizational commitment, and organizational identification, the mechanisms through which psychological ownership helps to reduce turnover intention remain under examined, and more research is needed to empirically demonstrate the nature of the relationship between psychological ownership and turnover intention.

To address this issue, we propose that turnover intention, as one type of job attitude, is an evaluation of one’s job that expresses one’s feelings toward, beliefs about, and attachment to one’s job (Judge & Kammeyer-Mueller, 2011). Early tripartite perspective on attitudes suggests that attitudes derive from three sources- cognitions, affects, and behaviors- and the interplay between cognitions, affects, and behaviors can influence attitudes and attitude change (Katz & Stotland, 1959; Millar & Tesser, 1986, 1989; Rosenberg & Hovland, 1960; Zanna & Rempel, 1988). More recently, researchers have proposed that attitudes are evaluative judgments that are constructed in the situation based on currently accessible information (Schwarz, 2007; Gawronski & Bodenhausen, 2006), that is, employees’ attitudes towards their jobs or organizations (such as turnover intention) are changeable rather than static.

Thus, drawing on the tripartite view of attitude, the present study develops and examines a model of the relationship between employees’ psychological ownership (cognitive component), territoriality (behavioral component), work relationship closeness (affective component) and turnover intention (attitude). First, we examine the link between cognition and attitude – the influence of psychological ownership on turnover intention. Psychological ownership is defined as a feeling of possessiveness and of psychological ties to an object, which reflects the cognition that a piece of that object is “theirs” (Pierce et al., 2001, 2003). Researchers have suggested that employees who experience feelings of psychological ownership toward the organization come to consider it as an extended self (Tian & Belk, 2005), and develop positive attitudes toward the organization (Pierce et al., 1991; Wagner et al., 2003; Van Dyne & Pierce, 2004).

Second, we propose territoriality as a mediator between psychological ownership and turnover intention to examine the cognition-behavior-attitude link. According to the tripartite perspective on attitudes, behavior also plays an important role in the understanding of attitudes (Jackson et al., 1996). Territoriality is defined as actions or behaviors that emanate from psychological ownership for the purpose of claiming, maintaining or protecting one’s possession (Brown et al., 2005). Thus, the feelings of psychologically owning an object can lead to corresponding territorial behaviors. In addition, engaging in territorial behaviors requires individuals to invest time and energy, to the extent that they can ensure control over the possessions and exclude others from accessing and using them (Brown, 2009). The more investment they have made, the more they are embedded in the organization (Meyer & Allan, 1984; Wallace, 1997).

Third, we take the affective component of attitude into consideration by examining the moderation effect of work relationship closeness on the relationship between territoriality and turnover intention. Work relationship as a key aspect of the social work environment has been proved to have a significant effect on employee work-related attitudes and behaviors (Settoon & Mossholder, 2002; Simon et al., 2010). In this study, we choose work relationship closeness as a moderator, because it describes the degree to which an individual experiences mutual support, trust and respect among coworkers and the degree of shared similarities, personalities, and interests (Chen & Peng, 2008). Figure 1 depicts our conceptual model.

Taken together, we attempt to extend the extant literature in two respects. First, we seek to reveal the mechanisms underlying the relationship between psychological ownership and turnover intention. Based on the tripartite perspective on attitudes and the recent constructionist view of attitudes, we intend to examine the mediation effect of territoriality in order to clarify how employees' psychological ownership leads to reduced turnover intention. Second, work relationship closeness is theorized as an affective component to investigate whether and how the cognitive component (psychological ownership) and affective component jointly influence attitude change. In doing so, we aim to delineate the boundary conditions of our hypothesized relations.

Theoretical Background and Hypotheses Development

The tripartite perspective on attitudes suggests that attitudes derive from three sources: cognitions, behavior, and affects. For example, Zanna and Rempel (1988) argue that attitudes can be based upon, or develop from, cognitive information, behavioral information, and affective information. Past researchers have revealed the utility of a tripartite perspective in understanding group attitudes, suggesting that cognition, behavior, and affect all contribute to the prediction of attitudes toward a number of social groups (Haddock et al., 1994). Also, Jackson et al.'s (1996) study demonstrates that group attitudes derive not only from stereotypes (cognitions) but also from affects and behavior associated with the group. In light of these findings, we adopt the tripartite view of attitude to demonstrate how employees' turnover intentions are affected by the interplay of psychological ownership, territoriality and work relationship closeness.

There are several reasons why a tripartite perspective is well suited to understanding the influence of psychological ownership, territoriality, and work relationship closeness on employees' intentions to quit. First, turnover intention is defined as a conscious and deliberate willingness to leave the organization (Tett & Meyer, 1993), which reflects employees' overall attitudes toward the organization. Second, employees' role definitions will determine the amount of job responsibilities, what kind of behavior they engage in, and their attitude toward the organization (Morrison, 1994). Third, previous researchers have suggested that employees' own behavior can lead to attitude change. For example, moderate levels of working overtime have been found to be positively associated with well-being (Beckers et al., 2004); and dedicated and engaged employees are more satisfied with their jobs and are more committed to the organization (Schaufeli et al., 2008). Last, employees' affective attachment to other organizational members takes center stage in understanding the employee-organization relationship (Meyer et al., 1993). Building on these reasons, we contend that the interplay of the feeling of psychological ownership, the corresponding territorial behavior, and the closeness with other organizational members may affect employees' turnover intention.

Psychological Ownership and Turnover Intention

Psychological ownership is defined as a state of mind in which individuals feel as though the target of ownership or a piece of that target is "theirs" (Pierce et al., 2001). The conceptual core of this definition is a sense of possession toward a particular target, and it reflects a close connection between an individual and the target. In the organizational context, organizational members can develop feelings of ownership through three routes: controlling the target, intimately knowing the target, and investing themselves in the target (Pierce et al., 2001, 2003). Those employees who have developed a sense of psychological ownership come to perceive themselves as "owners", and the possessions become part of his or her self-concept (Tian & Belk, 2005). Thus, employees are psychologically intertwined with their organizations, and the awareness of being owners is also accompanied by a feeling of responsibility and a sense of burden sharing for the functioning and success of the organization (Pierce et al., 2001).

Turnover intention is defined as one's behavioral attitude to withdraw from the organization, which has been proved to be the most direct predictor of actual turnover. Employees' reduced intentions to leave are often accompanied by some increased positive work-related attitudes. Employees' beliefs of being organizational owners may affect their turnover intention in two ways. First, individuals tend to consider that they have to be more valuable (Beggan, 1992; Nesselroade et al., 1999), thus employees who experience psychological ownership may think more highly of their organization when comparing it with other organizations. Second, some researchers (Pierce et al., 1991; Wagner et al., 2003; Van Dyne & Pierce, 2004) have suggested that psychological ownership can inspire positive attitudes toward the job and the organization, such as job satisfaction, organizational commitment, and organizational identification, which

in turn reduce intentions to leave (Avey et al., 2009; Van Dyne & Pierce, 2004; Vandewalle et al., 1995). Therefore, we hypothesize:

Hypothesis 1. Psychological ownership is negatively related to turnover intention.

The Mediating Role of Territoriality

Researchers have suggested that feelings of possession may exist even without any formal or legal claim of ownership (Rousseau & Shperling, 2003). However, some of the objects which they psychologically own are objectively valuable to members in the organization, such as information, resources, and innovative ideas or suggestions. In that case, there are risks that these objects may be taken, used or controlled by other members in the organization. Thus, building on the concept of psychological ownership, Brown et al. (2005) introduces the concept of territoriality which refers to actions or behaviors conducted to mark and defend those objects that one feels psychological ownership over and to help establish not only what is “mine” but also what is “not yours”.

As we discussed earlier, psychological ownership is negatively related to employees’ turnover intention. Further, we propose that the relationship is mediated by territoriality. According to the definition, territoriality is actions or behaviors emanating from psychological ownership for the purpose of claiming, maintaining or protecting one’s possession (Brown et al., 2005). Thus, the feelings of psychologically owning an object can lead to corresponding territorial behaviors. Indeed, people are innately motivated to mark and defend what they feel is theirs (Hall, 1966), especially when those possessions are valuable to them. This motivation may come mainly from the fear of losing one’s precious property. Researchers have demonstrated that people evaluate an object as more valuable when they own it (Beggan, 1992; Nesselrode et al., 1999). Territorial behavior, including marking and defending behavior, helps to reduce the potential infringement from other organizational members and to make sure it will not be taken away by others (Brown, 2009). Thus, the more psychological ownership an employee experiences, the more territorial behavior he or she will conduct to defend their territory.

In addition, by engaging in territorial behavior, employees become more “embedded” in the organization. First, creating and maintaining territories fulfil one’s need of having a place of one’s own, which in turn increases rootedness and belongingness (Brown et al., 2005). Second, employees engage in territorial behavior to ensure their control over objects (territories), and to exclude others from accessing or using them. Objects that can be controlled become regarded as part of the self (McClelland, 1951), and the greater the amount of control, the more the object is experienced as an important part of the self (Furby, 1978; Pierce et al., 2003). Third, both marking and defending behavior require an employee to keep investing his or her time and energy (Brown, 2009), and sometimes even include personal sacrifice. Those investments then turn into “sunk costs” and employees become more committed to the organization (Meyer & Allan, 1984; Wallace, 1997). Thus, territorial behavior will increase employees’ willingness to remain by enhancing their belongingness to the organization, by strengthening their attachment to the organization, and by increasing the cost of leaving the organization.

Taken all together, the feeling of psychological ownership enables employees to consider themselves as owners, then the cognition of “it is mine” drives them to engage in territorial behavior to mark and defend “what is mine”. Those efforts made to ensure “it is not yours” further strengthen their embeddedness in the organization, thus reducing intentions to give up organizational membership. Therefore, we hypothesize:

Hypothesis 2. Territoriality mediates the relationship between psychological ownership and turnover intention.

The Moderating Effect of Work Relationship Closeness

Work relationship as a key aspect of the social work environment has long been suggested to have a significant effect on employees’ decision to leave or stay in an organization (Dess & Shaw, 2001; Morrison, 2004). During the process of continual interaction, employees may develop feelings of trust, confidence, and dependence toward their supervisors and coworkers. At the same time, employees also perceive support, encouragement, and help from other organizational members. As a result, some other members become close, ones to whom employees are affective attached. Work relationship closeness indicates the degree of mutual support, trust, understanding, and perspective taking employees perceive from coworkers (Chen & Chen, 2004; Chen & Peng, 2008). A number of researchers have shown that the quality of

relationships with coworkers influences employees' behavior and work-related attitudes. For example, coworker relationship quality can affect interpersonal citizenship behavior (Setton & Mossholder, 2002), and support from coworkers can increase employees' affective attachment and identification with organizations (Rousseau & Aubé, 2010).

With regards to turnover intention, the quality of workplace relationships also affects an employee's intention to quit a job (Dess & Shaw, 2001; Morrison, 2004). This is because the demonstration of mutual trust, care, and consideration engenders emotional bonds between employees and other organizational members (Mossholder et al., 2005). Maertz and Griffeth (2004) propose that the affective attachment to others in an organization typically indicates the attachment to the organization. Thus, as individuals develop more extensive and high-quality relationships in the workplace, the increased affective attachment will lead to more embeddedness in the organization and less intention to leave (Mossholder et al., 2005).

Work relationships may also affect employees' territorial behavior. As Aron et al. (1991, 2004) propose, in a close relationship, each includes to some extent in his or her self the other's resources, material resources (e.g., possessions), knowledge resources (e.g., abilities, information), and social resources (e.g., friendship networks). In addition, one may feel he or she has access to those resources, as if, to some extent, the other's resources are one's own. Thus, the other's acquisition and loss of resources is experienced to some extent as one's own acquisition and loss. More recently, Pierce and Jussila (2010) propose that the feelings of ownership also exist as a collective sense among group members that the target of ownership (e.g., workspace, project, idea, product created) is collectively "ours". Therefore, there may exist a sharing of territories among closed organizational members.

Taken together, we posit that the negative relationship between territoriality and turnover intention will be more pronounced in the presence of high work relationship closeness. While employees develop a close relationship with coworkers, they share possessions, resources, information and even social networks with each other, thus the scope of one's territory would be expanded from "mine" to "ours". As a result, not only do they mark and defend their own territories, but they also protect close others' territories, because "helping others is helping self; interfering with others is interfering with self" (Aron et al., 2004). The expanded territory enables employees to have access to more job resources, enhances their attachment to the organization, and further increases their embeddedness in the organization. Thus, employees are more likely to maintain their organizational membership, and if not, they will suffer more financial or personal loss. Therefore, we hypothesize:

Hypothesis 3. Work relationship closeness moderates the relationship between territoriality and turnover intention such that the negative relationship is stronger when employees experience a higher level of work relationship closeness.

In sum, we propose a moderated mediation model of turnover intention: Employees' psychological ownership is related to turnover intention (partially) via conducting territorial behavior. Yet, a high level of work relationship closeness is proposed to be an effective component, which could also influence employees' attitude change. In contrast, under the boundary condition of a low level of work relationship closeness, employees' reduced turnover intention mainly comes from the cognitive component (psychological ownership) and behavioral component (territoriality).

Hypothesis 4. Work relationship closeness moderates the indirect effect of territoriality between psychological ownership and turnover intention, such that the indirect effect is stronger when work relationship closeness is low and weaker when it is high.

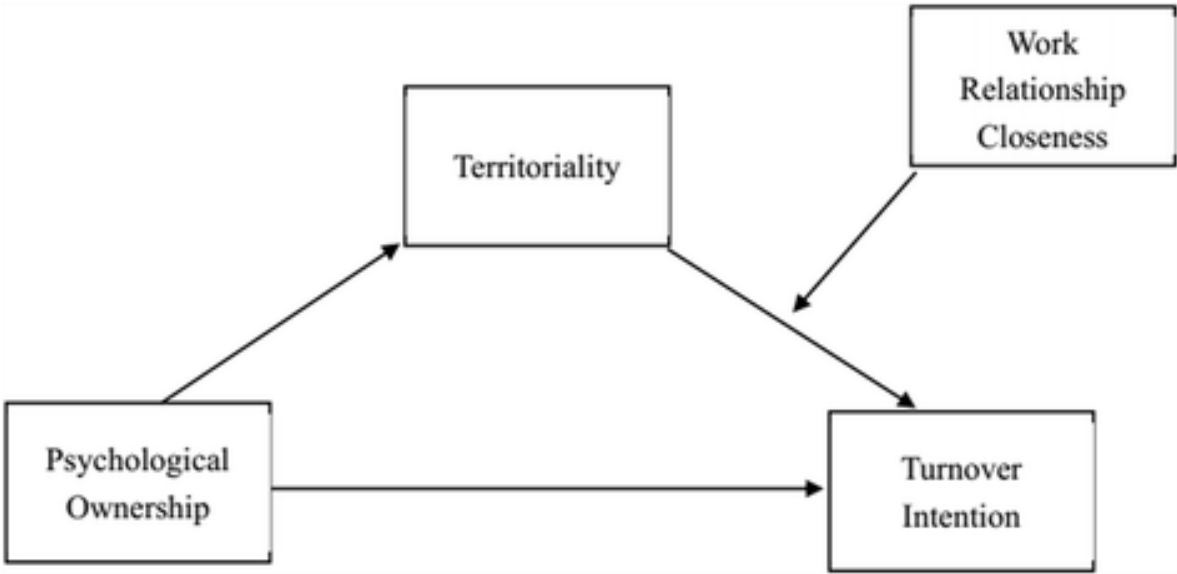
CONCLUSION

Despite these limitations, this study has taken an initial step to examine the mechanism through which psychological ownership is negatively related to turnover intention. Drawing on the tripartite view of attitude, we propose that the interplay between psychological ownership, territoriality, and work relationship closeness effect employees' turnover intention. Results of this study suggest that employees' feeling of psychological ownership leads to corresponding territoriality, and by engaging in territorial

behavior they become more embedded in the organization, which further reduces intentions to quit. In addition, when employees develop a close relationship with other coworkers, the negative relationship between territoriality and turnover intention is strengthened.

APPENDIX

**FIGURE 1
CONCEPTUAL MODEL OF HYPOTHESIZED RELATIONS**



**FIGURE 2
MODERATING EFFECT OF WORK RELATIONSHIP CLOSENESS**

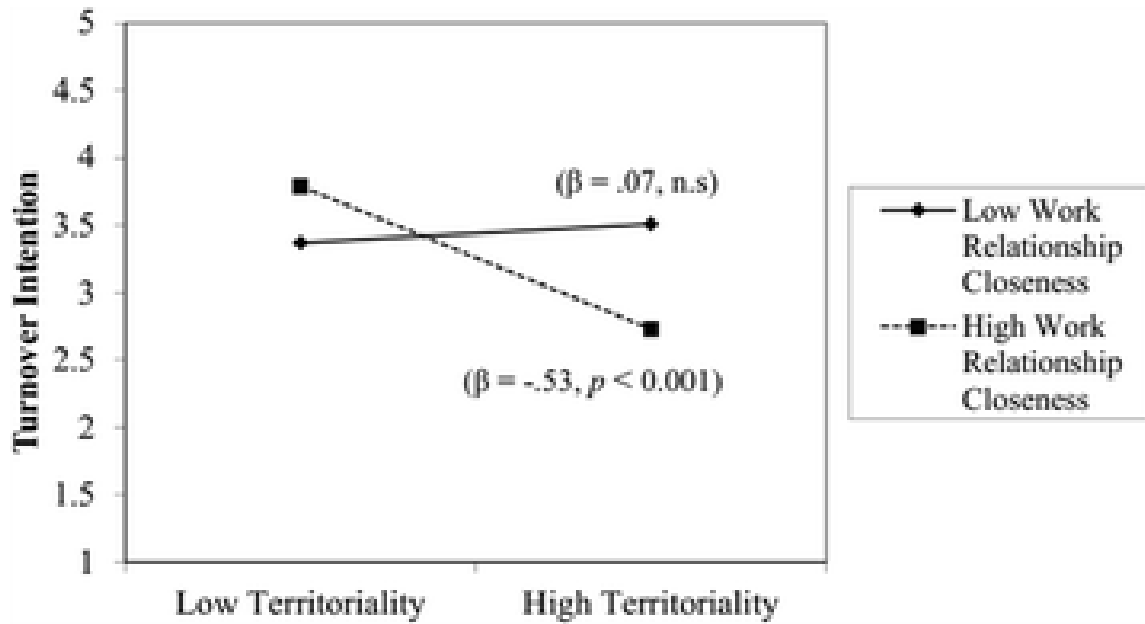


TABLE 1
CONFIRMATORY FACTOR ANALYSIS

Model	χ^2	df	CFI	GFI	IFI	RMSEA
Hypothesized four-factor model	178.9	59	0.91	0.92	0.91	0.08
Three-factor model: psychological ownership and territoriality combined	481.22	62	0.69	0.81	0.69	0.14
Three-factor model: psychological ownership and turnover intention combined	434.49	62	0.72	0.83	0.73	0.13
three-factor model: psychological ownership and relationship combined	306.24	62	0.82	0.87	0.82	0.11
Two-factor model: psychological ownership and territoriality combined; turnover intention and relationship combined	611.85	64	0.6	0.77	0.6	0.16
Single-factor model	772.53	65	0.48	0.73	0.48	0.18

Notes: N = 341. RMSEA root mean square error of approximation, CFI comparative fix index, GFI goodness of fit index, IFI incremental fit index

TABLE 2
MEANS, STANDARD DEVIATIONS, AND CORRELATIONS

Variables	Mean	SD	1	2	3	4	5	6	7	8
-----------	------	----	---	---	---	---	---	---	---	---

1. Age	2.05	.98								
2. Educational level	3.29	.88	.36**							
3. Gender	1.25	.41	.08	.06						
4. Job level	1.13	.35	.17**	.03	.05					
5. Psychological ownership (T ₁)	3.25	.83	-.07	-	-.27**	.12*	.15**	(.81)		
6. Territoriality (T ₂)	3.08	.59	-.10	-	.20**	.05	.15**	.27**	(.87)	
7. Work relationship closeness (T ₂)	3.60	.49	.09	-.01	.05	.17**	.13*	.27**	(.84)	
8. Turnover intention (T ₃)	2.59	.66	-.10	-.08	.08	-	.20**	-	.17**	-
									.25**	-.16**
										(.77)

Notes: N = 341. Age: “1” under 26, “2” between 26 and 30, “3” between 31 and 35, “4” between 36 and 40, “5” between 41 and 45, “6” between 46 and 50, “7” above 50. Educational level: Education was coded as “1” secondary education, “2” senior high school, “3” junior college education, “4” bachelor’s degree, “5” postgraduate degree, “6” PhD degree. Gender: “0” female, “1” male. Job level: “1” grassroots employee, “2” first-line manager, “3” middle manager

* $p < .05$, ** $P < .01$, Two-tailed tests

TABLE 3
MEDIATING EFFECT OF TERRITORIALITY ON THE PSYCHOLOGICAL OWNERSHIP AND TURNOVER INTENTION RELATIONSHIP

Variable	Territoriality				Turnover Intention			
	B	SE	t	p	B	SE	t	p
Constant	2.52	0.23	10.94	0.00	4.23	0.30	14.26	0.00
Age	-0.04	0.03	-1.10	0.27	-0.04	0.04	-1.13	0.26
Educational Level	-0.08	0.04	-2.10	0.04	-0.10	0.04	-2.44	0.02
Gender	0.11	0.08	1.50	0.14	0.17	0.08	2.05	0.04
Job Level	0.21	0.09	2.30	0.02	-0.26	0.10	-2.59	0.01
Psychological Ownership	0.16	0.04	4.14	0.00	-0.09	0.04	-1.99	0.05
Territoriality					-0.28	0.06	-4.56	0.00
R ²	R = 0.335, R ² =0.112, F = 8.413, $p < 0.001$				R = 0.370, R ² = 0.137, F = 8.755, $p < 0.001$			
Total effect, direct effect, indirect effect of psychological ownership on turnover intention								
	Effect		SE	t	p	LLCI	ULCI	

Total Effect	-0.13	0.04	-2.99	0.00	-0.22	-0.05
Direct Effect	-0.09	0.04	-1.99	0.05	-0.18	-0.00
Indirect Effect	Effect	Boot SE	LLCI	ULCI		
	-0.04	0.02	-0.08	-0.02		
Normal Theory Tests for Indirect Effect	Effect	se	z	p		
	-0.04	0.01	-3.02	0.00		

Notes: N = 341. Bootstrap sample size = 2000, 95% bias-corrected confidence interval

TABLE 4
MODERATING EFFECT OF WORK RELATIONSHIP CLOSENESS

Variable	Territoriality				Turnover Intention			
	B	SE	t	p	B	SE	t	p
Constant	-0.56	0.23	-2.41	0.02	3.35	0.26	13.08	0.00
Age	-0.04	0.03	-1.10	0.27	-0.04	0.04	-0.95	0.34
Educational Level	-0.08	0.04	-2.10	0.04	-0.11	0.04	-2.53	0.01
Gender	0.11	0.08	1.49	0.14	0.18	0.08	2.20	0.03
Job Level	0.21	0.09	2.30	0.02	-0.25	0.10	-2.49	0.13
Psychological Ownership	0.16	0.04	4.13	0.00	-0.08	0.04	-1.87	0.06
Territoriality					-0.23	0.06	-3.69	0.00
Work Relationship Closeness					-0.09	0.07	-1.18	0.24
T × WRC					-0.30	0.12	-2.59	0.01
R ²	R = 0.335, R ² = 0.112, F = 8.391, p < 0.001				R = 0.398, R ² = 0.158, F = 7.739, p < 0.001			
Conditional indirect relationship between psychological ownership and turnover intention								
Work Relationship Closeness	effect		boot SE		LLCI	ULCI		
High	-0.01		0.02		-0.06	0.02		
Mean	-0.04		0.01		-0.07	-0.01		
Low	-0.06		0.02		-0.11	-0.03		

Notes: N = 341. Bootstrap sample size = 2000, 95% bias-corrected confidence interval

REFERENCES

- Aiken, L. S., & West, S. G. (1991). *Multiple regression: Testing and interpreting interactions*. Newbury Park: Sage.
- Allen, D. G., Shore, L. M., & Griffeth, R. W. (2003). The role of perceived organizational support and supportive human resource practices in the turnover process. *Journal of Management*, 29(1), 99–118.
- Aron, A., Aron, E. N., Tudor, M., & Nelson, G. (1991). Close relationships as including other in the self. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60(2), 241–253.
- Aron, A., McLaughlin-Volpe, T., Mashek, D., Lewandowski, G., Wright, S. C., & Aron, E. N. (2004). Including others in the self. *European Review of Social Psychology*, 15(1), 101–132.
- Avey, J. B., Avolio, B. J., Crossley, C. D., & Luthans, F. (2009). Psychological ownership: Theoretical extensions, measurement and relation to work outcomes. *Journal of Organizational Behavior*, 30(2), 173–191.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182.
- Beckers, D. G. J., van der Linden, D., Smulders, P. G. W., Kompier, M. A. J., van Veldhoven, M. J. P. M., & van Yperen, N. W. (2004). Working overtime hours: Relations with fatigue, work motivation, and the quality of work. *Journal of Occupational and Environmental Medicine*, 46(12), 1282–1289.
- Beggan, J. K. (1992). On the social nature of nonsocial perception: The mere ownership effect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 62(2), 229.
- Bozeman, D. P., Hochwarier, W. A., Perrewe, P. L., & Brymer, R. A. (2001). Organizational politics, perceived control, and work outcomes: Boundary conditions on the effects of politics. *Journal of Applied Social Psychology*, 31(3), 486–503.
- Brislin, R. W. (1980). Translation and content analysis of oral and written material. In H. C. Triandis & J. W. Berry (Eds.), *Handbook of Cross Cultural Psychology: Vol 2, Methodology* (pp 389–394). Inc, Boston: Allyn and Bacon.
- Brown, G. (2009). Claiming a corner at work: Measuring employee territoriality in their workspaces. *Journal of Environmental Psychology*, 29(1), 44–52.
- Brown, G., Lawrence, T. B., & Robinson, S. L. (2005). Territoriality in organizations. *Academy of Management Review*, 30(3), 577–594.
- Chen, G., Ployhart, R. E., Thomas, H. C., Anderson, N., & Bliese, P. D. (2011). The power of momentum: A new model of dynamic relationships between job satisfaction change and turnover intentions. *Academy of Management Journal*, 54(1), 159–181.
- Chen, X.-P., & Chen, C. (2004). On the intricacies of the Chinese guanxi: A process model of guanxi development. *Asia Pacific Journal of Management*, 21(3), 305–324.
- Chen, X.-P., & Peng, S. (2008). Guanxi dynamics: Shifts in the closeness of ties between Chinese coworkers. *Management and Organization Review*, 4(1), 63–80.
- Chiaburu, D. S., & Harrison, D. A. (2008). Do peers make the place? Conceptual synthesis and meta-analysis of coworker effects on perceptions, attitudes, OCBs, and performance. *Journal of Applied Psychology*, 93(5), 1082–1103.
- Dan, S. C. (2010). The social context of training: Coworker, supervisor, or organizational support? *Industrial and Commercial Training*, 42(1), 53–56.
- Davies, R. (2001). How to boost staff retention. *People Management*, 7, 54–56.
- Dess, G. G., & Shaw, J. D. (2001). Voluntary turnover, social capital, and organizational performance. *Academy of Management Review*, 26(3), 446–456.

- Furby, L. (1978). Possession in humans: An exploratory study of its meaning and motivation. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 6(1), 49–65.
- Gawronski, B., & Bodenhausen, G. V. (2006). Associative and propositional processes in evaluation: An integrative review of implicit and explicit attitude change. *Psychological Bulletin*, 132(5), 692–731.
- Haddock, G., Zanna, M. P., & Esses, V. M. (1994). The (limited) role of trait-laden stereotypes in predicting attitudes toward native peoples. *British Journal of Social Psychology*, 33(1), 83–106.
- Hall, E. T. (1966). *The hidden dimension*. New York: Doubleday.
- Ilies, R., Nahrgang, J. D., & Morgeson, F. P. (2007). Leader-member exchange and citizenship behaviors: A meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 92(1), 269–277.
- Jackson, L. A., Hodge, C. N., Gerard, D. A., Ingram, J. M., Ervin, K. S., & Sheppard, L. A. (1996). Cognition, affect, and behavior in the prediction of group attitudes. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22(3), 306–316.
- Judge, T. A., & Kammeyer-Mueller, J. D. (2011). Job Attitudes. *Annual Review of Psychology*, 63, 341–367.
- Katz, D., & Stotland, E. (1959). A preliminary statement to a theory of attitude structure and change. In S. Koch (Ed.), *Psychology: A study of a science* (Vol. 3, pp. 423–475). New York: McGraw-Hill.
- Kilduff, M., & Brass, D. J. (2010). Organizational social network research: Core ideas and key debates. *The Academy of Management Annals*, 4(1), 317–357.
- Kraut, J., & Korman, P. (1999). *Evolving Practices in HRM*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Lambert, E. G., Lynne Hogan, N., & Barton, S. M. (2001). The impact of job satisfaction on turnover intent: A test of a structural measurement model using a national sample of workers. *The Social Science Journal*, 38(2), 233–250.
- Liu, D., Zhang, S., Wang, L., & Lee, T. W. (2011). The effects of autonomy and empowerment on employee turnover: Test of a multilevel model in teams. *Journal of Applied Psychology*, 96(6), 1305–1316.
- Maertz, C. P., & Griffeth, R. W. (2004). Eight motivational forces and voluntary turnover: A theoretical synthesis with implications for research. *Journal of Management*, 30(5), 667–683.
- Mathieu, J. E., & Farr, J. L. (1991). Further evidence for the discriminant validity of measures of organizational commitment, job involvement, and job satisfaction. *Journal of Applied Psychology*, 76(1), 127–133.
- McClelland, D. (1951). *Personality*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1984). Testing the "side-bet theory" of organizational commitment: Some methodological considerations. *Journal of Applied Psychology*, 69(3), 372.
- Meyer, J. P., Allen, N. J., & Smith, C. A. (1993). Commitment to organizations and occupations: Extension and test of a three-component conceptualization. *Journal of Applied Psychology*, 78(4), 538–551.
- Millar, M. G., & Tesser, A. (1986). Effects of affective and cognitive focus on the attitude–behavior relation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(2), 270–276.
- Millar, M. G., & Tesser, A. (1989). The effects of affective-cognitive consistency and thought on the attitude-behavior relation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 25(2), 189–202.
- Mitchell, T. R., Holtom, B. C., Lee, T. W., Sablinski, C. J., & Erez, M. (2001). Why people stay: Using job embeddedness to predict voluntary turnover. *Academy of Management Journal*, 44(6), 1102–1121.
- Morrison, E. W. (1994). Role definitions and organizational citizenship behavior: The importance of the employee's perspective. *Academy of Management Journal*, 37(6), 1543–1567.
- Morrison, R. (2004). Informal relationships in the workplace: Associations with job satisfaction, organizational commitment and turnover intentions. *New Zealand Journal of Psychology*, 33, 114–128.

- Mossholder, K. W., Settoon, R. P., & Henagan, S. C. (2005). A relational perspective on turnover: Examining structural, attitudinal, and behavioral predictors. *Academy of Management Journal*, 48(4), 607–618.
- Nesselroade, K. P., Beggan, J. K., & Allison, S. T. (1999). Possession enhancement in an interpersonal context: An extension of the mere ownership effect. *Psychology & Marketing*, 16(1), 21–34.
- Pierce, J. L., & Jussila, I. (2010). Collective psychological ownership within the work and organizational context: Construct introduction and elaboration. *Journal of Organizational Behavior*, 31(6), 810–834.
- Pierce, J. L., Kostova, T., & Dirks, K. T. (2001). Toward a theory of psychological ownership in organizations. *Academy of Management Review*, 26(2), 298–310.
- Pierce, J. L., Kostova, T., & Dirks, K. T. (2003). The state of psychological ownership: Integrating and extending a century of research. *Review of General Psychology*, 7(1), 84–107.
- Pierce, J. L., Rubenfeld, S. A., & Morgan, S. (1991). Employee ownership: A conceptual model of process and effects. *Academy of Management Review*, 16(1), 121–144.
- Podolny, J. M., & Baron, J. N. (1997). Resources and relationships: Social networks and mobility in the workplace. *American Sociological Review*, 62(5), 673–693.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J.-Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879–903.
- Preacher, K. J., Rucker, D. D., & Hayes, A. F. (2007). Addressing moderated mediation hypotheses: Theory, methods, and prescriptions. *Multivariate Behavioral Research*, 42(1), 185–227.
- Rosenberg, M. J., & Hovland, C. I. (1960). Cognitive, affective, and behavioral components of attitudes. In M. J. Rosenberg (Ed.), *Attitude organization and change: An analysis of consistency among attitude components* (pp. 1–14). New Haven, Connecticut: Yale University Press.
- Rousseau, D. M., & Shperling, Z. (2003). Pieces of the action: Ownership and the changing employment relationship. *Academy of Management Review*, 28(4), 553–570.
- Rousseau, V., & Aubé, C. (2010). Social support at work and affective commitment to the organization: The moderating effect of job resource adequacy and ambient conditions. *The Journal of Social Psychology*, 150(4), 321–340.
- Schaufeli, W. B., Taris, T. W., & Van Rhenen, W. (2008). Workaholism, burnout, and work engagement: Three of a kind or three different kinds of employee well-being? *Applied Psychology*, 57(2), 173–203.
- Schwarz, N. (2007). Attitude construction: Evaluation in context. *Social Cognition*, 25(5), 638–656.
- Settoon, R. P., & Mossholder, K. W. (2002). Relationship quality and relationship context as antecedents of person- and task-focused interpersonal citizenship behavior. *Journal of Applied Psychology*, 87(2), 255–267.
- Shaw, J. D., Dineen, B. R., Fang, R., & Vellella, R. F. (2009). Employee-organization exchange relationships, HRM practices, and quit rates of good and poor performers. *Academy of Management Journal*, 52(5), 1016–1033.
- Shaw, J. D., Gupta, N., & Delery, J. E. (2005). Alternative conceptualizations of the relationship between voluntary turnover and organizational performance. *Academy of Management Journal*, 48(1), 50–68.
- Simon, L. S., Judge, T. A., & Halvorsen-Ganepola, M. D. K. (2010). In good company? A multi-study, multi-level investigation of the effects of coworker relationships on employee well-being. *Journal of Vocational Behavior*, 76(3), 534–546.
- Tett, R. P., & Meyer, J. P. (1993). Job satisfaction, organizational commitment, turnover intention, and turnover: Path analyses based on meta-analytic findings. *Personnel Psychology*, 46(2), 259–293.
- Tian, K., & Belk, R. W. (2005). Extended self and possessions in the workplace. *Journal of Consumer Research*, 32(2), 297–310.
- Van Dick, R., Christ, O., Stellmacher, J., Wagner, U., Ahlswede, O., Grubba, C., Hauptmeier, M., Höhfeld, C., Moltzen, K., & Tissington, P. A. (2004). Should I stay or should I go? Explaining

- turnover intentions with organizational identification and job satisfaction. *British Journal of Management*, 15(4), 351–360.
- Van Dyne, L., & Pierce, J. L. (2004). Psychological ownership and feelings of possession: three field studies predicting employee attitudes and organizational citizenship behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 25(4), 439–459.
- Van Knippenberg, D., Van Dick, R., & Tavares, S. (2007). Social identity and social exchange: Identification, support, and withdrawal from the job. *Journal of Applied Social Psychology*, 37(3), 457–477.
- Vandewalle, D., Van Dyne, L., & Kostova, T. (1995). Psychological ownership: An empirical examination of its consequences. *Group & Organization Management*, 20(2), 210–226.
- Wagner, S. H., Parker, C. P., & Christiansen, N. D. (2003). Employees that think and act like owners: Effects of ownership beliefs and behaviors on organizational effectiveness. *Personnel Psychology*, 56(4), 847–871.
- Wallace, J. E. (1997). Becker's side-bet theory of commitment revisited: Is it time for a moratorium or a resurrection? *Human Relations*, 50(6), 727–749.
- Wang, H., Law, K. S., Hackett, R. D., Wang, D., & Chen, Z. X. (2005). Leader-member exchange as a mediator of the relationship between transformational leadership and followers' performance and organizational citizenship behavior. *Academy of Management Journal*, 48(3), 420–432.
- Zanna, M. P., & Rempel, J. K. (1988). Attitudes: A new look at an old concept. In D. B.-T. A. W. Kruglanski (Ed.), *The social psychology of knowledge* (pp. 315–334). Paris: Editions de la Maison des Sciences de l'Homme.

TRANSLATED VERSION: SPANISH

Below is a rough translation of the insights presented above. This was done to give a general understanding of the ideas presented in the paper. Please excuse any grammatical mistakes and do not hold the original authors responsible for these mistakes.

VERSION TRADUCIDA: ESPAÑOL

A continuación se muestra una traducción aproximada de las ideas presentadas anteriormente. Esto se hizo para dar una comprensión general de las ideas presentadas en el documento. Por favor, disculpe cualquier error gramatical y no responsabilite a los autores originales de estos errores.

INTRODUCCIÓN

La rotación voluntaria de empleados ha sido durante mucho tiempo de interés para los investigadores y profesionales, principalmente debido a su potencial para tener un efecto negativo en la productividad y la moral de la organización (Chen et al., 2011; Shaw et al., 2005). En respuesta a este daño potencial, los académicos de la organización siguen tratando de responder preguntas como "¿Por qué la gente se va?" y "¿Por qué se quedan?". Por ejemplo, algunos investigadores han sugerido que los empleados se queden satisfechos con sus trabajos o se identifiquen con la organización (Lambert et al., 2001; Tett & Meyer, 1993; Van Dick et al., 2004), y se irá si no lo son; otros han propuesto más enfoques operativos para reducir las intenciones de dejar de fumar, incluidas diversas prácticas de gestión de recursos humanos (HRM) para mejorar las relaciones laborales, como el reconocimiento de los esfuerzos y contribuciones de los empleados (Davies, 2001), proporcionar contenido de trabajo suficientemente desafiante y diversificado (Kraut & Korman, 1999), potenciar más autonomía laboral (Liu et al., 2011) e involucrar a los empleados en los procesos de decisión (Allen et al., 2003).

La intención del volumen de negocios, definida como «una voluntad consciente y deliberada de abandonar la organización» (Tett & Meyer, 1993, p. 262), es el predictor de actitud más significativo del comportamiento real de rotación. Recientemente, los investigadores han sugerido que cuando los empleados perciban y actúan como propietarios de la organización, sentirán que tienen una mayor

responsabilidad de contribuir al funcionamiento organizacional y el éxito, experimentarán más compromiso con la organización, y por lo tanto serán menos propensos a dejar sus trabajos (Pierce et al., 2001). Aunque una variedad de investigadores han sugerido que la propiedad psicológica está positivamente relacionada con actitudes positivas relacionadas con el trabajo (Avey et al., 2009; Van Dyne & Pierce, 2004; Vandewalle et al., 1995), como la satisfacción laboral, el compromiso organizativo y la identificación organizacional, los mecanismos a través de los cuales la propiedad psicológica ayuda a reducir la intención del volumen de negocios siguen siendo infraexaminados, y se necesita más investigación para demostrar empíricamente la naturaleza de la relación entre la propiedad psicológica y la intención de la rotación.

Para abordar este problema, proponemos que la intención del volumen de negocios, como un tipo de actitud laboral, es una evaluación del trabajo que expresa los sentimientos de uno hacia, las creencias y el apego al trabajo (Juez y Kammeyer-Mueller, 2011). La perspectiva tripartita temprana sobre las actitudes sugiere que las actitudes derivan de tres fuentes -cogniciones, afectos y comportamientos- y la interacción entre las cogniciones, los afectos y los comportamientos pueden influir en las actitudes y el cambio de actitud (Katz & Stotland, 1959; Millar & Tesser, 1986, 1989; Rosenberg & Hovland, 1960; Zanna & Rempel, 1988). Más recientemente, los investigadores han propuesto que las actitudes son juicios de evaluación que se construyen en la situación sobre la base de la información actualmente accesible (Schwarz, 2007; Gawronski & Bodenhausen, 2006), es decir, las actitudes de los empleados hacia sus puestos de trabajo u organizaciones (como la intención de la rotación) son cambiantes en lugar de estáticas.

Así, basándose en la visión tripartita de la actitud, el presente estudio desarrolla y examina un modelo de la relación entre la propiedad psicológica de los empleados (componente cognitivo), la territorialidad (componente conductual), la cercanía de las relaciones laborales (componente afectivo) y la intención de rotación (actitud). En primer lugar, examinamos el vínculo entre la cognición y la actitud: la influencia de la propiedad psicológica en la intención del volumen de negocios. La propiedad psicológica se define como un sentimiento de posesividad y de vínculos psicológicos con un objeto, que refleja la cognición de que una pieza de ese objeto es "suya" (Pierce et al., 2001, 2003). Los investigadores han sugerido que los empleados que experimentan sentimientos de propiedad psicológica hacia la organización llegan a considerarla como un yo extendido (Tian & Belk, 2005), y desarrollan actitudes positivas hacia la organización (Pierce et al., 1991; Wagner et al., 2003; Van Dyne & Pierce, 2004).

En segundo lugar, proponemos la territorialidad como mediador entre la propiedad psicológica y la intención de la rotación para examinar el vínculo de cognición-comportamiento-actitud. De acuerdo con la perspectiva tripartita sobre las actitudes, el comportamiento también desempeña un papel importante en la comprensión de las actitudes (Jackson et al., 1996). La territorialidad se define como acciones o comportamientos que emanan de la propiedad psicológica con el propósito de reclamar, mantener o proteger su posesión (Brown et al., 2005). Por lo tanto, los sentimientos de poseer psicológicamente un objeto pueden conducir a comportamientos territoriales correspondientes. Además, participar en comportamientos territoriales requiere que los individuos inviertan tiempo y energía, en la medida en que puedan garantizar el control sobre las posesiones y excluir a otros de acceder a ellas y usarlas (Brown, 2009). Cuanta más inversión hayan realizado, más se integran en la organización (Meyer & Allan, 1984; Wallace, 1997).

En tercer lugar, tenemos en cuenta el componente afectivo de la actitud examinando el efecto moderador de la cercanía de las relaciones laborales en la relación entre la territorialidad y la intención del volumen de negocios. Se ha demostrado que la relación laboral como un aspecto clave del entorno de trabajo social tiene un efecto significativo en las actitudes y comportamientos relacionados con el trabajo de los empleados (Settoon & Mossholder, 2002; Simon et al., 2010). En este estudio, elegimos la cercanía de las relaciones laborales como moderador, porque describe el grado en que una persona experimenta apoyo mutuo, confianza y respeto entre los compañeros de trabajo y el grado de similitudes, personalidades e intereses compartidos (Chen & Peng, 2008). La Figura 1 representa nuestro modelo conceptual.

En conjunto, intentamos extender la literatura existente en dos aspectos. En primer lugar, buscamos revelar los mecanismos subyacentes a la relación entre la propiedad psicológica y la intención del volumen de negocios. Sobre la base de la perspectiva tripartita sobre las actitudes y la reciente visión constructista de las actitudes, tenemos la intención de examinar el efecto de la mediación de la territorialidad para aclarar cómo la propiedad psicológica de los empleados conduce a una menor intención de rotación. En segundo

lugar, la cercanía de las relaciones de trabajo se teoriza como un componente afectivo para investigar si el componente cognitivo (propiedad psicológica) y el componente afectivo influyen conjuntamente en el cambio. Al hacerlo, nuestro objetivo es delinear las condiciones límite de nuestras relaciones hipotéticas.

Antecedentes teóricos y desarrollo de hipótesis

La perspectiva tripartita sobre las actitudes sugiere que las actitudes derivan de tres fuentes: cogniciones, comportamiento y afectos. Por ejemplo, Zanna y Rempel (1988) argumentan que las actitudes pueden basarse en, o desarrollarse a partir de, información cognitiva, información conductual e información afectiva. Investigadores anteriores han revelado la utilidad de una perspectiva tripartita para entender las actitudes de los grupos, sugiriendo que la cognición, el comportamiento y el efecto todos contribuyen a la predicción de actitudes hacia una serie de grupos sociales (Haddock et al., 1994). Además, el estudio de Jackson et al. (1996) demuestra que las actitudes grupales derivan no sólo de estereotipos (cogniciones), sino también de los afectos y el comportamiento asociados con el grupo. A la luz de estas conclusiones, adoptamos la visión tripartita de la actitud para demostrar cómo las intenciones de rotación de los empleados se ven afectadas por la interacción entre la propiedad psicológica, la territorialidad y la cercanía de las relaciones laborales.

Hay varias razones por las que una perspectiva tripartita es adecuada para entender la influencia de la propiedad psicológica, la territorialidad y la cercanía de las relaciones laborales en las intenciones de los empleados de renunciar. En primer lugar, la intención de rotación se define como una voluntad consciente y deliberada de abandonar la organización (Tett & Meyer, 1993), que refleja las actitudes generales de los empleados hacia la organización. En segundo lugar, las definiciones de roles de los empleados determinarán la cantidad de responsabilidades laborales, el tipo de comportamiento en el que se involucran y su actitud hacia la organización (Morrison, 1994). En tercer lugar, investigadores anteriores han sugerido que el propio comportamiento de los empleados puede conducir a un cambio de actitud. Por ejemplo, se ha encontrado que los niveles moderados de horas extras de trabajo están asociados positivamente con el bienestar (Beckers et al., 2004); y los empleados dedicados y comprometidos están más satisfechos con sus puestos de trabajo y están más comprometidos con la organización (Schaufeli et al., 2008). Por último, el apego afectivo de los empleados a otros miembros de la organización toma el centro de la atención en la comprensión de la relación empleado-organización (Meyer et al., 1993). Basándonos en estas razones, sostenemos que la interacción de la sensación de propiedad psicológica, el comportamiento territorial correspondiente y la cercanía con otros miembros de la organización pueden afectar la intención de rotación de los empleados.

Propiedad psicológica unaintención de volumen de negocios

La propiedad psicológica se define como un estado de ánimo en el que los individuos sienten que el objetivo de propiedad o una parte de ese objetivo es "suyo" (Pierce et al., 2001). El núcleo conceptual de esta definición es un sentido de posesión hacia un objetivo en particular, y refleja una estrecha conexión entre un individuo y el objetivo. En el contexto organizacional, los miembros de la organización pueden desarrollar sentimientos de propiedad a través de tres rutas: controlar el objetivo, conocer íntimamente el objetivo e invertirse en el objetivo (Pierce et al., 2001, 2003). Aquellos empleados que han desarrollado un sentido de propiedad psicológica llegan a percibirse a sí mismos como "dueños", y las posesiones se convierten en parte de su autoconcepto (Tian & Belk, 2005). Por lo tanto, los empleados están psicológicamente entrelazados con sus organizaciones, y la conciencia de ser propietarios también va acompañada de un sentimiento de responsabilidad y un sentido de reparto de la carga para el funcionamiento y el éxito de la organización (Pierce et al., 2001).

La intención del volumen de negocios se define como la actitud conductual de retirarse de la organización, que ha demostrado ser el predictor más directo del volumen de negocios real. Las intenciones reducidas de los empleados de irse a menudo van acompañadas de algunas actitudes positivas de mayor resistencia al trabajo. Las creencias de los empleados de ser propietarios de organizaciones pueden afectar su intención de rotación de dos maneras. En primer lugar, los individuos tienden a considerar que tienen que ser más valiosos (Beggan, 1992; Nesselroade et al., 1999), por lo tanto, los empleados que experimentan la propiedad psicológica pueden pensar más en su organización al compararlo con otras organizaciones. En segundo lugar, algunos investigadores (Pierce et al., 1991; Wagner et al., 2003; Van Dyne & Pierce, 2004)

han sugerido que la propiedad psicológica puede inspirar actitudes positivas hacia el trabajo y la organización, como la satisfacción laboral, el compromiso organizacional y la identificación organizacional, que a su vez reducen las intenciones de irse (Avey et al., 2009; Van Dyne & Pierce, 2004; Vandewalle et al., 1995). Por lo tanto, hipotetizar:

Hipótesis 1. La propiedad psicológica está relacionada negativamente con la intención del volumen de negocios.

El papel mediador de la territorialidad

Los investigadores han sugerido que los sentimientos de posesión pueden existir incluso sin ninguna reclamación formal o legal de propiedad (Rousseau & Shperling, 2003). Sin embargo, algunos de los objetos que poseen psicológicamente son objetivamente valiosos para los miembros de la organización, como información, recursos e ideas o sugerencias innovadoras. En ese caso, existen riesgos de que estos objetos puedan ser tomados, utilizados o controlados por otros miembros de la organización. Por lo tanto, sobre la base del concepto de propiedad psicológica, Brown et al. (2005) introducen el concepto de territorialidad que se refiere a acciones o comportamientos llevados a cabo para marcar y defender aquellos objetos sobre los que se siente la propiedad psicológica y para ayudar a establecer no sólo lo que es "mío", sino también lo que "no es el suyo".

Como hemos discutido anteriormente, la propiedad psicológica está relacionada negativamente con la intención de rotación de los empleados. Además, proponemos que la relación esté mediada por la territorialidad. Según la definición, la territorialidad son acciones o comportamientos que emanan de la propiedad psicológica con el propósito de reclamar, mantener o proteger su posesión (Brown et al., 2005). Por lo tanto, los sentimientos de poseer psicológicamente un objeto pueden conducir a comportamientos territoriales correspondientes. De hecho, las personas están innatamente motivadas para marcar y defender lo que sienten que es suyo (Hall, 1966), especialmente cuando esas posesiones son valiosas para ellos. Esta motivación puede provenir principalmente del miedo a perder la propiedad preciosa. Los investigadores han demostrado que las personas evalúan un objeto como más valioso cuando lo poseen (Beggan, 1992; Nesselroade et al., 1999). El comportamiento territorial, incluido el comportamiento de marcado y defensa, ayuda a reducir la posible infracción de otros miembros de la organización y a asegurarse de que otros no lo quiten (Brown, 2009). Por lo tanto, cuanto más propiedad psicológica experimente un empleado, más comportamiento territorial llevará a cabo para defender su territorio.

Además, al participar en el comportamiento territorial, los empleados se vuelven más "incrustados" en la organización. En primer lugar, la creación y el mantenimiento de territorios satisface la necesidad de tener un lugar propio, lo que a su vez aumenta el arraigamiento y la pertenencia (Brown et al., 2005). En segundo lugar, los empleados se dedican a un comportamiento territorial para garantizar su control sobre los objetos (territorios) y para excluir a otros de acceder a ellos o utilizarlos. Los objetos que se pueden controlar se consideran como parte del yo (McClelland, 1951), y cuanto mayor sea la cantidad de control, más se experimenta el objeto como una parte importante del yo (Furby, 1978; Pierce et al., 2003). En tercer lugar, tanto el comportamiento de marcado como el de defensa requieren que un empleado siga invirtiendo su tiempo y energía (Brown, 2009), y a veces incluso incluya sacrificios personales. Esas inversiones se convierten entonces en "costos hundidos" y los empleados se comprometen más con la organización (Meyer & Allan, 1984; Wallace, 1997). Por lo tanto, el comportamiento territorial aumentará la voluntad de los empleados de retener mejorando su pertenencia a la organización, fortaleciendo su apego a la organización y aumentando el costo de abandonar la organización.

En conjunto, la sensación de propiedad psicológica permite a los empleados considerarse a sí mismos como propietarios, entonces la cognición de "es mío" los impulsa a participar en un comportamiento territorial para marcar y defender "lo que es mío". Esos esfuerzos realizados para asegurar que "no es suyo" fortalecen aún más su integración en la organización, reduciendo así las intenciones de renunciar a la membresía de la organización. Por lo tanto, hipotetizar:

Hipótesis 2. Territorialidad media la relación entre la propiedad psicológica y la intención de la rotación.

El efecto moderador de Cercanía de la relación de trabajo

Durante mucho tiempo se ha sugerido que la relación laboral como un aspecto clave del entorno de trabajo social tiene un efecto significativo en la decisión de los empleados de irse o permanecer en una organización (Dess & Shaw, 2001; Morrison, 2004). Durante el proceso de interacción continua, los empleados pueden desarrollar sentimientos de confianza, confianza y dependencia hacia sus supervisores y compañeros de trabajo. Al mismo tiempo, los empleados también perciben el apoyo, el aliento y la ayuda de otros miembros de la organización. Como resultado, algunos otros miembros se vuelven cercanos, a los que los empleados están conectados. La cercanía de las relaciones laborales indica el grado de apoyo mutuo, confianza, comprensión y perspectiva que los empleados perciben de los compañeros de trabajo (Chen & Chen, 2004; Chen & Peng, 2008). Varios investigadores han demostrado que la calidad de las relaciones con los compañeros de trabajo influye en el comportamiento de los empleados y en las actitudes relacionadas con el trabajo. Por ejemplo, la calidad de las relaciones con los compañeros de trabajo puede afectar el comportamiento de la ciudadanía interpersonal (Setton & Mossholder, 2002), y el apoyo de los compañeros de trabajo puede aumentar el apego afectivo y la identificación de los empleados con las organizaciones (Rousseau & Aubé, 2010).

Con respecto a la intención de la rotación, la calidad de las relaciones laborales también afecta la intención de un empleado de dejar un trabajo (Dess & Shaw, 2001; Morrison, 2004). Esto se debe a que la demostración de confianza, cuidado y consideración mutuos genera lazos emocionales entre los empleados y otros miembros de la organización (Mossholder et al., 2005). Maertz y Griffeth (2004) proponen que el apego afectivo a otros miembros de una organización normalmente indique el anexo a la organización. Por lo tanto, a medida que los individuos desarrollen relaciones más amplias y de alta calidad en el lugar de trabajo, el aumento del apego afectivo conducirá a una mayor incrustación en la organización y menos intención de irse (Mossholder et al., 2005).

Las relaciones laborales también pueden afectar el comportamiento territorial de los empleados. Como Aron y otros (1991, 2004) proponen, en una relación cercana, cada uno incluye en cierta medida en sí mismo los recursos del otro, los recursos materiales (por ejemplo, posesiones), los recursos de conocimiento (por ejemplo, habilidades, información) y los recursos sociales (por ejemplo, las redes de amistad). Además, uno puede sentir que tiene acceso a esos recursos, como si, en cierta medida, los recursos del otro fueran propios. Por lo tanto, la adquisición y pérdida de recursos del otro se experimenta en cierta medida como la propia adquisición y pérdida. Más recientemente, Pierce y Jussila (2010) proponen que los sentimientos de propiedad también existen como un sentido colectivo entre los miembros del grupo de que el objetivo de la propiedad (por ejemplo, espacio de trabajo, proyecto, idea, producto creado) es colectivamente "nuestro". Por lo tanto, puede haber un intercambio de territorios entre los miembros de la organización cerrados.

En conjunto, planteamos que la relación negativa entre territorialidad e intención de volumen de negocios será más pronunciada en presencia de una alta cercanía en las relaciones laborales. Mientras que los empleados desarrollan una estrecha relación con los compañeros de trabajo, comparten posesiones, recursos, información e incluso redes sociales entre sí, por lo tanto, el alcance de su territorio se ampliaría de "mío" a "nuestro". Como resultado, no sólo marcan y defienden sus propios territorios, sino que también protegen los territorios cercanos de los demás, porque "ayudar a los demás es ayudarse a sí mismo; interferir con otros está interfiriendo con sí mismo" (Aron et al., 2004). El territorio ampliado permite a los empleados tener acceso a más recursos de trabajo, mejora su vinculación a la organización y aumenta aún más su incrustación en la organización. Por lo tanto, los empleados son más propensos a mantener su membresía de la organización, y si no, sufrirán más pérdidas financieras o personales. Por lo tanto, hipotetizar:

Hipótesis 3. La cercanía de la relación laboral modera la relación entre la territorialidad y la intención de rotación de tal manera que la relación negativa es más fuerte cuando los empleados experimentan un mayor nivel de cercanía de la relación laboral.

En resumen, proponemos un modelo de mediación moderado de la intención de rotación: La propiedad psicológica de los empleados está relacionada con la intención de rotación (parcialmente) a través de la realización de comportamiento territorial. Sin embargo, se propone un alto nivel de cercanía de la relación laboral como un componente afectivo, que también podría influir en el cambio de actitud de los empleados. En cambio, bajo la condición límite de un bajo nivel de cercanía de la relación laboral, la intención de

rotación reducida de los empleados proviene principalmente del componente cognitivo (propiedad psicológica) y del componente conductual (territorialidad).

Hipótesis 4. La cercanía de las relaciones laborales modera el efecto indirecto de la territorialidad entre la propiedad psicológica y la intención de la rotación, de modo que el efecto indirecto es más fuerte cuando la cercanía de la relación laboral es baja y más débil cuando es alta.

CONCLUSIÓN

A pesar de estas limitaciones, este estudio ha dado un primer paso para examinar el mecanismo a través del cual la propiedad psicológica está relacionada negativamente con la intención del volumen de negocios. Basándose en la visión tripartita de la actitud, proponemos que la interacción entre la propiedad psicológica, la territorialidad y la cercanía de las relaciones laborales e efecte la intención de rotación de los empleados. Los resultados de este estudio sugieren que la sensación de propiedad psicológica de los empleados conduce a la territorialidad correspondiente, y al participar en el comportamiento territorial se vuelven más incrustados en la organización, lo que reduce aún más las intenciones de dejar de fumar. Además, cuando los empleados desarrollan una estrecha relación con otros compañeros de trabajo, se fortalece la relación negativa entre la territorialidad y la intención de la rotación.

TRANSLATED VERSION: FRENCH

Below is a rough translation of the insights presented above. This was done to give a general understanding of the ideas presented in the paper. Please excuse any grammatical mistakes and do not hold the original authors responsible for these mistakes.

VERSION TRADUITE: FRANÇAIS

Voici une traduction approximative des idées présentées ci-dessus. Cela a été fait pour donner une compréhension générale des idées présentées dans le document. Veuillez excuser toutes les erreurs grammaticales et ne pas tenir les auteurs originaux responsables de ces erreurs.

INTRODUCTION

Le roulement volontaire des employés intéresse depuis longtemps les chercheurs et les praticiens, principalement en raison de son potentiel d'avoir un effet négatif sur la productivité et le moral organisationnels (Chen et coll., 2011; Shaw et coll., 2005). En réponse à ces dommages potentiels, les spécialistes de l'organisation continuent d'essayer de répondre à des questions telles que « Pourquoi les gens partent-ils? » et « Pourquoi restent-ils? » Par exemple, certains chercheurs ont suggéré que les employés restent s'ils sont satisfaits de leur emploi ou s'identifient à l'organisation (Lambert et coll., 2001; Tett et Meyer, 1993; Van Dick et coll., 2004), et partiront s'ils ne le sont pas; d'autres ont proposé des approches plus opérationnelles pour réduire les intentions de cesser de fumer, y compris diverses pratiques de gestion des ressources humaines (GRH) visant à améliorer les relations de travail, comme la reconnaissance des efforts et des contributions des employés (Davies, 2001), la prestation de contenu de travail suffisamment stimulant et diversifié (Kraut et Korman, 1999), l'autonomisation accrue de l'emploi (Liu et coll., 2011) et la participation des employés aux processus décisionnels (Allen et al., 2003).

L'intention de roulement, définie comme « une volonté consciente et délibérée de quitter l'organisation » (Tett et Meyer, 1993, p. 262), est le prédicteur comportemental le plus important du comportement réel en ce qui concerne le roulement. Récemment, les chercheurs ont laissé entendre que lorsque les employés perçoivent et agissent comme des propriétaires de l'organisation, ils auront l'impression qu'ils ont une plus grande responsabilité de contribuer au fonctionnement et au succès organisationnels, qu'ils feront l'expérience d'un plus grand engagement envers l'organisation et qu'ils seront donc moins susceptibles de quitter leur emploi (Pierce et coll., 2001). Bien qu'une variété de chercheurs aient suggéré que l'appropriation psychologique est positivement liée à des attitudes positives

liées au travail (Avey et coll., 2009; Van Dyne et Pierce, 2004; Vandewalle et coll., 1995), comme la satisfaction au travail, l'engagement organisationnel et l'identification organisationnelle, les mécanismes par lesquels la propriété psychologique contribue à réduire l'intention de roulement demeurent sous-étudiés, et davantage de recherches sont nécessaires pour démontrer empiriquement la nature de la relation entre la propriété psychologique et l'intention de roulement.

Pour résoudre ce problème, nous proposons que l'intention de roulement, comme un type d'attitude d'emploi, est une évaluation de son travail qui exprime ses sentiments envers, croyances et attachement à son travail (Judge & Kammeyer-Mueller, 2011). Les premières perspectives tripartites sur les attitudes suggèrent que les attitudes proviennent de trois sources - cognitions, affects et comportements - et l'interaction entre les cognitions, les affects et les comportements peut influencer les attitudes et le changement d'attitude (Katz et Stotland, 1959; Millar et Tesser, 1986, 1989; Rosenberg et Hovland, 1960; Zanna et Rempel, 1988). Plus récemment, les chercheurs ont proposé que les attitudes soient des jugements évaluatifs qui sont construits dans la situation sur la base d'informations actuellement accessibles (Schwarz, 2007; Gawronski et Bodenhausen, 2006), c'est-à-dire l'attitude des employés à l'égard de leur emploi ou de leur organisation (comme l'intention de roulement) sont changeables plutôt que statiques.

Ainsi, s'appuyant sur la vision tripartite de l'attitude, la présente étude développe et examine un modèle de la relation entre la propriété psychologique des employés (composante cognitive), la territorialité (composante comportementale), la proximité des relations de travail (composante affective) et l'intention de roulement (attitude). Tout d'abord, nous examinons le lien entre la cognition et l'attitude - l'influence de la propriété psychologique sur l'intention de chiffre d'affaires. La propriété psychologique est définie comme un sentiment de possessivité et de liens psychologiques avec un objet, ce qui reflète la cognition qu'un morceau de cet objet est « le leur » (Pierce et coll., 2001, 2003). Les chercheurs ont suggéré que les employés qui éprouvent des sentiments d'appartenance psychologique à l'égard de l'organisation en viennent à le considérer comme un moi étendu (Tian et Belk, 2005) et développent des attitudes positives à l'égard de l'organisation (Pierce et coll., 1991; Wagner et coll., 2003; Van Dyne et Pierce, 2004).

Deuxièmement, nous proposons la territorialité en tant que médiateur entre la propriété psychologique et l'intention de chiffre d'affaires d'examiner le lien cognition-comportement-attitude. Selon la perspective tripartite sur les attitudes, le comportement joue également un rôle important dans la compréhension des attitudes (Jackson et coll., 1996). La territorialité est définie comme des actions ou des comportements qui émanent de la propriété psychologique dans le but de revendiquer, de maintenir ou de protéger sa possession (Brown et coll., 2005). Ainsi, les sentiments de posséder psychologiquement un objet peuvent conduire à des comportements territoriaux correspondants. De plus, s'engager dans des comportements territoriaux exige des individus qu'ils investissent du temps et de l'énergie, dans la mesure où ils peuvent assurer le contrôle des biens et empêcher les autres d'y accéder et de les utiliser (Brown, 2009). Plus ils ont fait d'investissements, plus ils sont intégrés dans l'organisation (Meyer et Allan, 1984; Wallace, 1997).

Troisièmement, nous prenons en considération la composante affective de l'attitude en examinant l'effet de modération de la proximité des relations de travail sur la relation entre territorialité et intention de roulement. La relation de travail en tant qu'aspect clé de l'environnement de travail social s'est avérée avoir un effet significatif sur les attitudes et les comportements liés au travail des employés (Settoon et Mossholder, 2002; Simon et coll., 2010). Dans cette étude, nous choisissons la proximité des relations de travail en tant que modérateur, car elle décrit dans quelle mesure une personne éprouve un soutien mutuel, la confiance et le respect entre collègues et le degré de similitudes, de personnalités et d'intérêts partagés (Chen et Peng, 2008). La figure 1 représente notre modèle conceptuel.

Pris ensemble, nous essayons d'étendre la littérature existante à deux égards. Tout d'abord, nous cherchons à révéler les mécanismes sous-jacents à la relation entre la propriété psychologique et l'intention de chiffre d'affaires. Sur la base de la perspective tripartite sur les attitudes et de la vision constructionniste récente des attitudes, nous avons l'intention d'examiner l'effet de médiation de la territorialité afin de clarifier comment la propriété psychologique des employés conduit à une réduction de l'intention de roulement. Deuxièmement, la proximité des relations de travail est théorisée comme une composante affective pour déterminer si et comment la composante cognitive (propriété psychologique) et la

composante affective influencent conjointement le changement d'attitude. Ce faisant, nous visons à délimiter les conditions limites de nos relations supposées.

Contexte théorique et développement des hypothèses

La perspective tripartite sur les attitudes suggère que les attitudes proviennent de trois sources : les cognitions, le comportement et les affects. Par exemple, Zanna et Rempel (1988) soutiennent que les attitudes peuvent être fondées sur l'information cognitive, l'information comportementale et l'information affective ou se développer à partir de celle-ci. D'anciens chercheurs ont révélé l'utilité d'une perspective tripartite dans la compréhension des attitudes des groupes, suggérant que la cognition, le comportement et l'affect contribuent tous à la prédiction des attitudes à l'égard d'un certain nombre de groupes sociaux (Haddock et coll., 1994). De plus, l'étude de Jackson et coll. (1996) démontre que les attitudes du groupe découlent non seulement des stéréotypes (cognitions), mais aussi des effets et des comportements associés au groupe. À la lumière de ces résultats, nous adoptons la vision tripartite de l'attitude pour démontrer comment les intentions de roulement des employés sont affectées par l'interaction de la propriété psychologique, de la territorialité et de la proximité des relations de travail.

Il y a plusieurs raisons pour lesquelles une perspective tripartite est bien adaptée pour comprendre l'influence de la propriété psychologique, de la territorialité et de la proximité des relations de travail sur les intentions des employés de cesser de fumer. Premièrement, l'intention de roulement est définie comme une volonté consciente et délibérée de quitter l'organisation (Tett et Meyer, 1993), ce qui reflète l'attitude globale des employés à l'égard de l'organisation. Deuxièmement, les définitions des rôles des employés détermineront la quantité de responsabilités professionnelles, le type de comportement qu'ils adoptent et leur attitude à l'égard de l'organisation (Morrison, 1994). Troisièmement, d'anciens chercheurs ont suggéré que le comportement des employés peut entraîner un changement d'attitude. Par exemple, on a constaté que des niveaux modérés d'heures supplémentaires étaient positivement associés au bien-être (Beckers et coll., 2004); et les employés dévoués et engagés sont plus satisfaits de leur travail et sont plus engagés envers l'organisation (Schaufeli et coll., 2008). Enfin, l'attachement affectif des employés à d'autres membres de l'organisation occupe une place centrale dans la compréhension de la relation employé-organisation (Meyer et coll., 1993). S'en s'insurant de ces raisons, nous soutenons que l'interaction du sentiment de propriété psychologique, du comportement territorial correspondant et de la proximité avec les autres membres de l'organisation peut avoir une incidence sur l'intention de roulement des employés.

Propriété psychologique and Intention de chiffre d'affaires

La propriété psychologique est définie comme un état d'esprit dans lequel les individus ont l'impression que la cible de la propriété ou d'une partie de cette cible est « la leur » (Pierce et coll., 2001). Le noyau conceptuel de cette définition est un sentiment de possession envers une cible particulière, et elle reflète un lien étroit entre un individu et la cible. Dans le contexte organisationnel, les membres de l'organisation peuvent développer un sentiment de propriété par trois voies : contrôler la cible, connaître intimement la cible et s'investir dans la cible (Pierce et coll., 2001, 2003). Les employés qui ont développé un sentiment d'appartenance psychologique en viennent à se percevoir comme des « propriétaires », et les biens font partie de son concept de soi (Tian et Belk, 2005). Ainsi, les employés sont psychologiquement liés à leur organisation, et la conscience d'être propriétaires s'accompagne également d'un sentiment de responsabilité et d'un sentiment de partage du fardeau pour le fonctionnement et le succès de l'organisation (Pierce et coll., 2001).

L'intention de roulement est définie comme son attitude comportementale de se retirer de l'organisation, qui s'est avérée être le prédicteur le plus direct du chiffre d'affaires réel. Les intentions réduites des employés de partir s'accompagnent souvent d'une augmentation des attitudes positives liées au travail. Les croyances des employés d'être propriétaires d'organisation peuvent avoir une incidence de deux façons sur leur intention de roulement. Premièrement, les particuliers ont tendance à considérer qu'ils doivent être plus précieux (Beggan, 1992; Nesselroade et coll., 1999), ainsi, les employés qui sont propriétaires psychologiquement peuvent penser plus fortement à leur organisation lorsqu'ils la comparent à d'autres organisations. Deuxièmement, certains chercheurs (Pierce et coll., 1991; Wagner et coll., 2003; Van Dyne et Pierce, 2004) ont laissé entendre que l'appropriation psychologique peut inspirer des attitudes positives à l'égard du travail et de l'organisation, comme la satisfaction au travail, l'engagement

organisationnel et l'identification organisationnelle, ce qui réduit les intentions de quitter (Avey et coll., 2009; Van Dyne et Pierce, 2004; Vandewalle et coll., 1995). Par conséquent, nous émettons l'hypothèse suivante :

Hypothèse 1. La propriété psychologique est négativement liée à l'intention de chiffre d'affaires.

Le rôle de médiation of Territorialité

Les chercheurs ont laissé entendre que le sentiment de possession pourrait exister même sans aucune revendication officielle ou légale de propriété (Rousseau et Shperling, 2003). Cependant, certains des objets qu'ils possèdent psychologiquement sont objectivement précieux pour les membres de l'organisation, tels que l'information, les ressources et les idées ou suggestions novatrices. Dans ce cas, il existe des risques que ces objets soient pris, utilisés ou contrôlés par d'autres membres de l'organisation. Ainsi, s'en s'insuriant sur le concept de propriété psychologique, Brown et coll. (2005) introduisent le concept de territorialité qui fait référence aux actions ou aux comportements menés pour marquer et défendre les objets sur lesquels on se sent en propriété psychologique et pour aider à établir non seulement ce qui est « le mien », mais aussi ce qui n'est « pas le vôtre ».

Comme nous l'avons mentionné précédemment, la propriété psychologique est négativement liée à l'intention de roulement des employés. De plus, nous proposons que la relation soit médiatisée par la territorialité. Selon la définition, la territorialité est une action ou un comportement émanant de la propriété psychologique dans le but de revendiquer, de maintenir ou de protéger sa possession (Brown et coll., 2005). Ainsi, les sentiments de posséder psychologiquement un objet peuvent conduire à des comportements territoriaux correspondants. En effet, les gens sont innéement motivés pour marquer et défendre ce qu'ils pensent être le leur (Hall, 1966), surtout lorsque ces biens sont précieux pour eux. Cette motivation peut venir principalement de la peur de perdre sa précieuse propriété. Les chercheurs ont démontré que les gens évaluent un objet comme étant plus précieux lorsqu'ils en sont propriétaires (Beggan, 1992; Nesselroade et coll., 1999). Le comportement territorial, y compris le marquage et la défense du comportement, aide à réduire l'infraction potentielle des autres membres de l'organisation et à s'assurer qu'elle ne sera pas enlevée par d'autres (Brown, 2009). Ainsi, plus un employé est propriétaire psychologique, plus il aura de comportement territorial pour défendre son territoire.

De plus, en s'engageant dans un comportement territorial, les employés deviennent plus « intégrés » dans l'organisation. Premièrement, la création et le maintien de territoires répondent à son besoin d'avoir une place propre, ce qui, à son tour, accroît l'enracinement et l'appartenance (Brown et coll., 2005). Deuxièmement, les employés adoptent un comportement territorial pour assurer leur contrôle sur les objets (territoires) et pour empêcher les autres d'y accéder ou de les utiliser. Les objets qui peuvent être contrôlés deviennent considérés comme faisant partie du moi (McClelland, 1951), et plus la quantité de contrôle est grande, plus l'objet est vécu comme une partie importante de soi (Furby, 1978; Pierce et coll., 2003). Troisièmement, le marquage et la défense du comportement exigent qu'un employé continue d'investir son temps et son énergie (Brown, 2009), et parfois même d'inclure des sacrifices personnels. Ces investissements se transforment alors en « coûts somplères » et les employés s'engagent davantage envers l'organisation (Meyer et Allan, 1984; Wallace, 1997). Ainsi, le comportement territorial augmentera la volonté des employés de conserver en améliorant leur appartenance à l'organisation, en renforçant leur attachement à l'organisation, et en augmentant le coût de quitter l'organisation.

Pris dans leur ensemble, le sentiment de propriété psychologique permet aux salariés de se considérer comme propriétaires, puis la cognition de « c'est le mien » les pousse à s'engager dans un comportement territorial pour marquer et défendre « ce qui est à moi ». Les efforts déployés pour s'assurer que « ce n'est pas le vôtre » renforcent encore leur antécédent dans l'organisation, réduisant ainsi les intentions de renoncer à l'adhésion à l'organisation. Par conséquent, nous émettons l'hypothèse suivante :

Hypothèse 2. La territorialité médie la relation entre la propriété psychologique et l'intention de chiffre d'affaires.

L'effet modérateur of Proximité de la relation de travail

La relation de travail en tant qu'aspect clé de l'environnement de travail social a longtemps été suggérée pour avoir un effet significatif sur la décision des employés de quitter ou de rester dans une organisation (Dess et Shaw, 2001; Morrison, 2004). Au cours du processus d'interaction continue, les employés peuvent

développer des sentiments de confiance, de confiance et de dépendance à l'égard de leurs superviseurs et collègues. En même temps, les employés perçoivent également le soutien, l'encouragement et l'aide d'autres membres de l'organisation. Par conséquent, d'autres membres se rapprochent, ceux à qui les employés sont attachés affectifs. La proximité des relations de travail indique le degré de soutien mutuel, de confiance, de compréhension et de perspective que les employés perçoivent de la part de leurs collègues (Chen et Chen, 2004; Chen et Peng, 2008). Un certain nombre de chercheurs ont montré que la qualité des relations avec les collègues influence le comportement des employés et les attitudes liées au travail. Par exemple, la qualité des relations avec les collègues peut avoir une incidence sur le comportement de citoyenneté interpersonnelle (Setton et Mossholder, 2002), et le soutien de collègues peut accroître l'attachement affectif et l'identification des employés avec les organisations (Rousseau et Aubé, 2010).

En ce qui concerne l'intention de roulement, la qualité des relations de travail a également une incidence sur l'intention d'un employé de quitter son emploi (Dess et Shaw, 2001; Morrison, 2004). C'est parce que la démonstration de la confiance mutuelle, des soins et de la considération engendre des liens affectifs entre les employés et les autres membres de l'organisation (Mossholder et coll., 2005). Maertz et Griffeth (2004) proposent que l'attachement affectif aux autres membres d'une organisation indique généralement l'attachement à l'organisation. Ainsi, à mesure que les individus développeront des relations plus étendues et de haute qualité en milieu de travail, l'attachement affectif accru mènera à une plus grande intéressement dans l'organisation et à une moins grande intention de partir (Mossholder et coll., 2005).

Les relations de travail peuvent également affecter le comportement territorial des employés. Comme Aron et coll. (1991, 2004) proposent, dans une relation étroite, chacun inclut dans une certaine mesure dans ses propres ressources, ressources matérielles (p. Ex., biens), ressources de connaissances (p. Ex., capacités, information) et ressources sociales (p. Ex., réseaux d'amitié). De plus, on peut avoir l'impression d'avoir accès à ces ressources, comme si, dans une certaine mesure, les ressources de l'autre étaient les siens. Ainsi, l'acquisition et la perte de ressources de l'autre sont vécues dans une certaine mesure comme sa propre acquisition et perte. Plus récemment, Pierce et Jussila (2010) proposent que les sentiments de propriété existent également en tant que sentiment collectif parmi les membres du groupe que la cible de propriété (p. Ex., espace de travail, projet, idée, produit créé) est collectivement « la nôtre ». Par conséquent, il peut exister un partage des territoires entre les membres organisationnels fermés.

Dans l'ensemble, nous postulons que la relation négative entre territorialité et intention de roulement sera plus prononcée en présence d'une forte proximité des relations de travail. Alors que les employés développent une relation étroite avec leurs collègues, ils partagent les biens, les ressources, l'information et même les réseaux sociaux les uns avec les autres, de sorte que la portée de son territoire serait étendue de « la mienne » à « la nôtre ». En conséquence, non seulement marquent-ils et défendent-ils leurs propres territoires, mais ils protègent également les territoires proches des autres, parce que « aider les autres, c'est s'aider soi-même ; interférer avec les autres, c'est interférer avec soi-même » (Aron et coll., 2004). L'élargissement du territoire permet aux employés d'avoir accès à plus de ressources d'emploi, d'accroître leur attachement à l'organisation et d'accroître encore leur enchaînement dans l'organisation. Ainsi, les employés sont plus susceptibles de maintenir leur appartenance organisationnelle, et sinon, ils subiront plus de pertes financières ou personnelles. Par conséquent, nous émettons l'hypothèse suivante :

Hypothèse 3. La proximité des relations de travail modère la relation entre la territorialité et l'intention de roulement de sorte que la relation négative est plus forte lorsque les employés éprouvent un niveau plus élevé de proximité des relations de travail.

En résumé, nous proposons un modèle de médiation modéré de l'intention de chiffre d'affaires : la propriété psychologique des salariés est liée à l'intention de chiffre d'affaires (partiellement) par la conduite d'un comportement territorial. Pourtant, un niveau élevé de proximité des relations de travail est proposé comme une composante affective, ce qui pourrait également influencer le changement d'attitude des employés. En revanche, dans l'état limite d'un faible niveau de proximité des relations de travail, l'intention réduite de roulement des employés provient principalement de la composante cognitive (propriété psychologique) et de la composante comportementale (territorialité).

Hypothèse 4. La proximité des relations de travail modère l'effet indirect de la territorialité entre la propriété psychologique et l'intention de roulement, de sorte que l'effet indirect est plus fort lorsque la proximité des relations de travail est faible et plus faible lorsqu'elle est élevée.

CONCLUSION

Malgré ces limitations, cette étude a pris une première étape pour examiner le mécanisme par lequel la propriété psychologique est négativement liée à l'intention de chiffre d'affaires. S'appuyant sur le point de vue tripartite de l'attitude, nous proposons que l'interaction entre la propriété psychologique, la territorialité et la proximité des relations de travail a un effet sur l'intention de roulement des employés. Les résultats de cette étude suggèrent que le sentiment de propriété psychologique des employés conduit à une territorialité correspondante, et en s'engageant dans un comportement territorial, ils deviennent plus intégrés dans l'organisation, ce qui réduit encore les intentions de quitter. En outre, lorsque les employés développent une relation étroite avec d'autres collègues, la relation négative entre la territorialité et l'intention de roulement est renforcée.

TRANSLATED VERSION: GERMAN

Below is a rough translation of the insights presented above. This was done to give a general understanding of the ideas presented in the paper. Please excuse any grammatical mistakes and do not hold the original authors responsible for these mistakes.

ÜBERSETZTE VERSION: DEUTSCH

Hier ist eine ungefähre Übersetzung der oben vorgestellten Ideen. Dies wurde getan, um ein allgemeines Verständnis der in dem Dokument vorgestellten Ideen zu vermitteln. Bitte entschuldigen Sie alle grammatikalischen Fehler und machen Sie die ursprünglichen Autoren nicht für diese Fehler verantwortlich.

EINLEITUNG

Die freiwillige Mitarbeiterfluktuation ist seit langem für Forscher und Praktiker von Interesse, vor allem wegen ihres Potenzials, sich negativ auf die Produktivität und Moral der Organisation auszuwirken (Chen et al., 2011; Shaw et al., 2005). Als Reaktion auf diesen potenziellen Schaden versuchen Organisationswissenschaftler immer wieder, Fragen wie "Warum gehen die Leute weg?" und "Warum bleiben sie?" zu beantworten. Einige Forscher haben beispielsweise vorgeschlagen, dass Mitarbeiter bleiben, wenn sie mit ihrer Arbeit zufrieden sind oder sich mit der Organisation identifizieren (Lambert et al., 2001; Tett & Meyer, 1993; Van Dick et al., 2004) und wird gehen, wenn sie es nicht sind; Andere haben operativere Ansätze vorgeschlagen, um die Kündigungsabsichten zu verringern, darunter verschiedene Praktiken des Personalmanagements (HRM), um die Beziehungen zu den Arbeitsplätzen zu verbessern, wie z. B. Die Anerkennung von Mitarbeiterbemühungen und Beiträgen (Davies, 2001), die Bereitstellung ausreichend anspruchsvoller und diversifizierter Arbeitsinhalte (Kraut & Korman, 1999), die Stärkung von mehr Arbeitsplatzautonomie (Liu et al., 2011) und die Einbeziehung von Mitarbeitern in Entscheidungsprozesse (Allen et al., 2003).

Umsatzabsicht, definiert als "bewusste und bewusste Willkür, die Organisation zu verlassen" (Tett & Meyer, 1993, S. 262), ist der bedeutendste Attitudinalprädiktor des tatsächlichen Umsatzverhaltens. Kürzlich haben Forscher vorgeschlagen, dass, wenn Mitarbeiter wahrnehmen und handeln wie Eigentümer der Organisation, sie das Gefühl haben, dass sie eine größere Verantwortung haben, um zu organisatorischen Funktionen und Erfolg beizutragen, mehr Engagement für die Organisation erfahren und daher weniger wahrscheinlich ihre Arbeit aufgeben wird (Pierce et al., 2001). Obwohl eine Vielzahl von Forschern nahelegt, dass psychologisches Eigentum positiv mit positiven arbeitsbezogenen Einstellungen zusammenhängt (Avey et al., 2009; Van Dyne & Pierce, 2004; Vandewalle et al., 1995), wie

Arbeitszufriedenheit, organisatorisches Engagement und organisatorische Identifikation, die Mechanismen, durch die psychologisches Eigentum dazu beiträgt, die Umsatzabsicht zu reduzieren, bleiben unterbewertet, und es ist mehr Forschung erforderlich, um empirisch die Art der Beziehung zwischen psychologischem Eigentum und Umsatzabsicht aufzuzeigen.

Um dieses Problem anzugehen, schlagen wir vor, dass Umsatzabsicht, als eine Art von Job-Einstellung, eine Bewertung der eigenen Arbeit ist, die ihre Gefühle, Überzeugungen und die Bindung an den eigenen Job zum Ausdruck bringt (Judge & Kammeyer-Mueller, 2011). Frühe dreiseitige Sichtaufhaltungen auf Einstellungen legt nahe, dass Einstellungen aus drei Quellen herleiten - Kognitionen, Affekten und Verhaltensweisen - und das Zusammenspiel von Kognitionen, Affekten und Verhaltensweisen können Einstellungen und Handlungsänderungen beeinflussen (Katz & Stotland, 1959; Millar & Tesser, 1986, 1989; Rosenberg & Hovland, 1960; Zanna & Rempel, 1988). In jüngerer Zeit haben Forscher vorgeschlagen, dass Einstellungen evaluative Urteile sind, die in der Situation auf der Grundlage derzeit zugänglicher Informationen konstruiert werden (Schwarz, 2007; Gawronski & Bodenhausen, 2006), d.h. Die Einstellung der Mitarbeiter zu ihren Arbeitsplätzen oder Organisationen (z. B. Umsatzabsicht) ist eher veränderbar als statisch.

Auf der Grundlage der dreiseitigen Sicht der Einstellung entwickelt und untersucht die vorliegende Studie ein Modell der Beziehung zwischen dem psychologischen Eigentum der Mitarbeiter (kognitive Komponente), der Territorialität (Verhaltenskomponente), der Arbeitsbeziehungsnahe (affektive Komponente) und der Umsatzabsicht (Haltung). Zunächst untersuchen wir den Zusammenhang zwischen Kognition und Haltung – den Einfluss psychologischen Eigentums auf die Umsatzabsicht. Psychologisches Eigentum ist definiert als ein Gefühl der Besessenheit und der psychologischen Bindung an ein Objekt, das die Erkenntnis widerspiegelt, dass ein Teil dieses Objekts "ihr" ist (Pierce et al., 2001, 2003). Forscher haben vorgeschlagen, dass Mitarbeiter, die Gefühle der psychologischen Eigenverantwortung gegenüber der Organisation erleben, kommen, um es als ein erweitertes Selbst zu betrachten (Tian & Belk, 2005), und entwickeln positive Einstellungen gegenüber der Organisation (Pierce et al., 1991; Wagner et al., 2003; Van Dyne & Pierce, 2004).

Zweitens schlagen wir territorialität als Vermittler zwischen psychologischem Eigentum und Umsatzabsicht vor, um die Kognition-Verhaltens-Haltung-Verbindung zu untersuchen. Nach der dreiseitigen Sichtaufweise auf Einstellungen spielt Verhalten auch eine wichtige Rolle im Verständnis von Einstellungen (Jackson et al., 1996). Territorialität ist definiert als Handlungen oder Verhaltensweisen, die aus psychologischem Eigentum hervorgehen, um den eigenen Besitz zu beanspruchen, zu erhalten oder zu schützen (Brown et al., 2005). So können die Gefühle, ein Objekt psychologisch zu besitzen, zu entsprechenden territorialen Verhaltensweisen führen. Darüber hinaus erfordert die Ausübung territorialer Verhaltensweisen, dass Einzelpersonen Zeit und Energie investieren, soweit sie die Kontrolle über die Besitztümer gewährleisten und andere vom Zugang zu und ihrer Nutzung ausschließen können (Brown, 2009). Je mehr Investitionen sie getätigt haben, desto mehr sind sie in die Organisation eingebettet (Meyer & Allan, 1984; Wallace, 1997).

Drittens berücksichtigen wir die affektive Komponente der Haltung, indem wir die mäßigende Wirkung der Arbeitsbeziehungsnahe auf das Verhältnis zwischen Territorialität und Umsatzabsicht untersuchen. Die Arbeitsbeziehung als Schlüsselaspekt des Sozialen Arbeitsumfelds hat nachweisliche Auswirkungen auf die arbeitsbezogene Einstellung und das Verhalten der Mitarbeiter (Settoon & Mossholder, 2002; Simon et al., 2010). In dieser Studie wählen wir arbeitsbeziehungen als Moderator, weil sie beschreibt, inwieweit ein Individuum gegenseitige Unterstützung, Vertrauen und Respekt unter Kollegen erlebt und den Grad der gemeinsamen Gemeinsamkeiten, Persönlichkeiten und Interessen (Chen & Peng, 2008). Abbildung 1 zeigt unser konzeptionelles Modell.

Zusammengenommen versuchen wir, die bestehende Literatur in zweierlei Hinsicht zu erweitern. Erstens versuchen wir, die Mechanismen aufzudecken, die dem Zusammenhang zwischen psychologischem Eigentum und Umsatzabsicht zugrunde liegen. Ausgehend von der dreiseitigen Sichtaufweise auf Einstellungen und der jüngsten konstruktivistischen Einstellungsauffassung wollen wir den Vermittlungseffekt der Territorialität untersuchen, um zu klären, wie das psychologische Eigentum der Mitarbeiter zu einer geringeren Umsatzabsicht führt. Zweitens wird die Nähe der Arbeitsbeziehungen als

affektive Komponente theoretisiert, um zu untersuchen, ob und wie die kognitive Komponente (psychologisches Eigentum) und die affektive Komponente gemeinsam die Einstellungsänderung beeinflussen. Dabei wollen wir die Randbedingungen unserer hypothetischen Beziehungen abgrenzen.

Theoretischer Hintergrund und Hypothesenentwicklung

Die dreigliedrige Perspektive auf Einstellungen legt nahe, dass Einstellungen aus drei Quellen herleiten: Kognitionen, Verhalten und Affekte. Zanna und Rempel (1988) argumentieren beispielsweise, dass Einstellungen auf kognitiven Informationen, Verhaltensinformationen und affektiven Informationen basieren oder daraus entwickeln können. Frühere Forscher haben den Nutzen einer dreigliedrigen Perspektive beim Verständnis von Gruppenhaltungen aufgedeckt, was darauf hindeutet, dass Kognition, Verhalten und Einfluss alle zur Vorhersage von Einstellungen gegenüber einer Reihe von sozialen Gruppen beitragen (Haddock et al., 1994). Auch die Studie von Jackson et al. (1996) zeigt, dass Gruppenhaltungen nicht nur von Stereotypen (Kognitionen) herleiten, sondern auch von Affekten und Verhaltensweisen, die mit der Gruppe verbunden sind. Angesichts dieser Erkenntnisse nehmen wir die dreiseitige Sicht der Haltung an, um zu zeigen, wie die Umsatzabsichten der Mitarbeiter durch das Zusammenspiel von psychologischem Eigentum, Territorialität und Arbeitsbeziehungsnahe beeinflusst werden.

Es gibt mehrere Gründe, warum eine dreigliedrige Perspektive gut geeignet ist, den Einfluss von psychologischem Eigentum, Territorialität und Arbeitsbeziehungsnahe auf die Absichten der Mitarbeiter, aufzuhören, zu verstehen. Erstens ist Umsatzabsicht definiert als bewusste und bewusste Bereitschaft, die Organisation zu verlassen (Tett & Meyer, 1993), die die allgemeine Einstellung der Mitarbeiter gegenüber der Organisation widerspiegelt. Zweitens bestimmen die Rollendefinitionen der Mitarbeiter die Höhe der Verantwortlichkeiten, welche Art von Verhalten sie an den Arbeitsplätzen ausüben, und ihre Einstellung zur Organisation (Morrison, 1994). Drittens haben frühere Forscher vorgeschlagen, dass das Verhalten der Mitarbeiter zu einer Änderung der Einstellung führen kann. So wurde beispielsweise festgestellt, dass ein moderates Niveau der Überstunden positiv mit dem Wohlbefinden in Verbindung gebracht wird (Beckers et al., 2004); engagierte und engagierte Mitarbeiter sind mit ihrer Arbeit zufriedener und engagieren sich stärker für die Organisation (Schaufeli et al., 2008). Schließlich steht die affektive Bindung der Mitarbeiter an andere Organisationsmitglieder im Mittelpunkt des Verständnisses der Beziehung zwischen Mitarbeiter und Organisation (Meyer et al., 1993). Aufbauend auf diesen Gründen behaupten wir, dass das Zusammenspiel des Gefühls der psychologischen Eigenverantwortung, das entsprechende territoriale Verhalten und die Nähe zu anderen Organisationsmitgliedern die Umsatzabsicht der Mitarbeiter beeinflussen können.

Psychologisches Eigentum einend-Umsatzabsicht

Psychologisches Eigentum ist definiert als ein Geisteszustand, in dem Individuen das Gefühl haben, dass das Ziel des Eigentums oder ein Teil dieses Ziels "ihr" ist (Pierce et al., 2001). Der konzeptionelle Kern dieser Definition ist ein Gefühl des Besitzes gegenüber einem bestimmten Ziel, und es spiegelt eine enge Verbindung zwischen einer Person und dem Ziel wider. Im organisatorischen Kontext können Organisationsmitglieder über drei Wege Das Gefühl der Eigenverantwortung entwickeln: das Ziel steuern, das Ziel genau kennen und selbst in das Ziel investieren (Pierce et al., 2001, 2003). Jene Mitarbeiter, die ein Gefühl des psychologischen Eigentums entwickelt haben, verstehen sich als "Eigentümer", und die Besitztümer werden Teil ihres Selbstverständnisses (Tian & Belk, 2005). So sind die Mitarbeiter psychologisch mit ihren Organisationen verflochten, und das Bewusstsein, Eigentümer zu sein, geht auch ein Gefühl der Verantwortung und ein Gefühl der Lastenteilung für das Funktionieren und den Erfolg der Organisation einher (Pierce et al., 2001).

Umsatzabsicht ist definiert als die Verhaltenseinstellung, sich aus der Organisation zurückzuziehen, die sich als der direkteste Prädiktor des tatsächlichen Umsatzes erwiesen hat. Die eingeschränkten Urlaubsabsichten der Arbeitnehmer gehen oft mit einer verstärkten positiven arbeitsbedingten Einstellung einher. Die Überzeugungen der Mitarbeiter, Organisator zu sein, können ihre Umsatzabsicht auf zwei Arten beeinflussen. Erstens neigen Individuen dazu, zu denken, dass sie wertvoller sein müssen (Beggan, 1992; Nesselroade et al., 1999), also Mitarbeiter, die psychologisches Eigentum erfahren, denken vielleicht stärker an ihre Organisation, wenn sie sie mit anderen Organisationen vergleichen. Zweitens einige Forscher (Pierce et al., 1991; Wagner et al., 2003; Van Dyne & Pierce, 2004) haben vorgeschlagen, dass

psychologisches Eigentum positive Einstellungen gegenüber dem Job und der Organisation inspirieren kann, wie Arbeitszufriedenheit, organisatorisches Engagement und organisatorische Identifikation, was wiederum die Absichten, das Land zu verlassen, reduziert (Avey et al., 2009; Van Dyne & Pierce, 2004; Vandewalle et al., 1995). Daher gehen wir davon aus, dass:

Hypothese 1. Psychologisches Eigentum steht in negativem Zusammenhang mit der Umsatzabsicht.

Die vermittelnde Rolle der territorialität

Forscher haben vorgeschlagen, dass Gefühle des Besitzes auch ohne formellen oder rechtlichen Anspruch auf Eigentum existieren können (Rousseau & Shperling, 2003). Einige der Objekte, die sie psychologisch besitzen, sind jedoch für Mitglieder der Organisation objektiv wertvoll, wie Informationen, Ressourcen und innovative Ideen oder Vorschläge. In diesem Fall besteht die Gefahr, dass diese Objekte von anderen Mitgliedern in der Organisation eingenommen, verwendet oder kontrolliert werden können. So führen Brown et al. (2005) auf dem Konzept des psychologischen Eigentums das Konzept der Territorialität ein, das sich auf Handlungen oder Verhaltensweisen bezieht, die durchgeführt werden, um jene Objekte zu markieren und zu verteidigen, die man psychologisch erbesitzt und dabei hilft, nicht nur festzustellen, was "meine" ist, sondern auch, was "nicht dein" ist.

Wie wir bereits diskutiert haben, steht psychologisches Eigentum negativ mit der Umsatzabsicht der Mitarbeiter zusammen. Darüber hinaus schlagen wir vor, dass die Beziehung durch Territorialität vermittelt wird. Nach der Definition ist Territorialität Handlungen oder Verhaltensweisen, die aus psychologischem Eigentum zum Zwecke der Geltendmachung, Aufrechterhaltung oder zum Schutz des eigenen Besitzes hervorgehen (Brown et al., 2005). So können die Gefühle, ein Objekt psychologisch zu besitzen, zu entsprechenden territorialen Verhaltensweisen führen. Tatsächlich sind die Menschen von Natur aus motiviert, das zu markieren und zu verteidigen, was sie für ihr Halten halten (Halle, 1966), vor allem, wenn diese Besitztümer für sie wertvoll sind. Diese Motivation kann vor allem aus der Angst kommen, sein kostbares Eigentum zu verlieren. Forscher haben gezeigt, dass Menschen ein Objekt als wertvoller bewerten, wenn sie es besitzen (Beggan, 1992; Nesselroade et al., 1999). Territoriales Verhalten, einschließlich Markierungs- und Verteidigungsverhalten, trägt dazu bei, die potenzielle Verletzung durch andere Organisationsmitglieder zu reduzieren und sicherzustellen, dass sie nicht von anderen weggenommen wird (Brown, 2009). Je mehr psychologisches Eigentum ein Mitarbeiter erfährt, desto territorialer wird er oder sie sein Territorium verteidigen.

Darüber hinaus werden Mitarbeiter durch territoriales Verhalten stärker in die Organisation "eingebettet". Erstens erfüllt die Schaffung und Pflege von Territorien das Bedürfnis, einen eigenen Platz zu haben, was wiederum die Verwurzelung und Zugehörigkeit erhöht (Brown et al., 2005). Zweitens verhalten sich Mitarbeiter in territorialem Verhalten, um ihre Kontrolle über Objekte (Territorien) zu gewährleisten und andere vom Zugriff auf oder ihrer Verwendung auszuschließen. Objekte, die kontrolliert werden können, werden als Teil des Selbst betrachtet (McClelland, 1951), und je größer die Kontrolle, desto mehr wird das Objekt als ein wichtiger Teil des Selbst erlebt (Furby, 1978; Pierce et al., 2003). Drittens: Sowohl das Markieren als auch das Verteidigen erfordern, dass ein Mitarbeiter seine Zeit und Energie weiter investiert (Brown, 2009), und manchmal sogar persönliche Opfer mit einbezieht. Diese Investitionen werden dann zu "sunk Costs" und die Mitarbeiter engagieren sich stärker für die Organisation (Meyer & Allan, 1984; Wallace, 1997). So wird territoriales Verhalten die Bereitschaft der Mitarbeiter erhöhen, ihre Zugehörigkeit zur Organisation zu stärken, indem sie ihre Verbundenheit mit der Organisation stärken und die Kosten für den Austritt aus der Organisation erhöhen.

Zusammengenommen ermöglicht das Gefühl des psychologischen Eigentums den Mitarbeitern, sich als Eigentümer zu betrachten, dann treibt die Erkenntnis von "es ist meins" sie dazu, sich in territorialem Verhalten zu engagieren, um zu markieren und zu verteidigen, "was meins ist". Diese Bemühungen, um sicherzustellen, dass "es nicht Ihnen gehört", stärken ihre Einbettung in die Organisation weiter und reduzieren so die Absichten, die Mitgliedschaft in der Organisation aufzugeben. Daher gehen wir davon aus, dass:

Hypothese 2. Territorialität vermittelt die Beziehung zwischen psychologischem Eigentum und Umsatzabsicht.

Der moderierende Effekt of Arbeitsbeziehungsnahe

Die Arbeitsbeziehung als Schlüsselaspekt des sozialen Arbeitsumfelds wird seit langem als erheblicher Einfluss auf die Entscheidung der Mitarbeiter, eine Organisation zu verlassen oder zu bleiben, vorgeschlagen (Dess & Shaw, 2001; Morrison, 2004). Während des Prozesses der kontinuierlichen Interaktion können Mitarbeiter Gefühle des Vertrauens, des Vertrauens und der Abhängigkeit gegenüber ihren Vorgesetzten und Mitarbeitern entwickeln. Gleichzeitig nehmen die Mitarbeiter auch Unterstützung, Ermutigung und Hilfe von anderen Organisationsmitgliedern wahr. Infolgedessen werden sich einige andere Mitglieder nahe, denen Mitarbeiter affektiv verbunden sind. Die Nähe zwischen den Arbeitsbeziehungen zeigt den Grad an gegenseitiger Unterstützung, Vertrauen, Verständnis und Perspektive, die Mitarbeiter von Mitarbeitern wahrnehmen (Chen & Chen, 2004; Chen & Peng, 2008). Eine Reihe von Forschern hat gezeigt, dass die Qualität der Beziehungen zu Kollegen das Verhalten und die arbeitsbezogenen Einstellungen der Mitarbeiter beeinflusst. Beispielsweise kann sich die Qualität der Mitarbeiterbeziehung auf das Verhalten der zwischenmenschlichen Staatsbürgerschaft auswirken (Setton & Mossholder, 2002), und die Unterstützung durch Mitarbeiter kann die affektive Bindung und Identifikation der Mitarbeiter mit Organisationen erhöhen (Rousseau & Aubé, 2010).

Was die Umsatzabsicht betrifft, so wirkt sich die Qualität der Beziehungen am Arbeitsplatz auch auf die Absicht eines Mitarbeiters aus, einen Arbeitsplatz zu kündigen (Dess & Shaw, 2001; Morrison, 2004). Denn die Demonstration gegenseitigen Vertrauens, Fürsorge und Rücksichtnahme erzeugt emotionale Bindungen zwischen Mitarbeitern und anderen Organisationsmitgliedern (Mossholder et al., 2005). Maertz und Griffeth (2004) schlagen vor, dass die affektive Bindung an andere Personen in einer Organisation in der Regel die Bindung an die Organisation angibt. Da Individuen also umfangreichere und qualitativ hochwertige Beziehungen am Arbeitsplatz entwickelt, wird die erhöhte affektive Bindung zu mehr Einbettung in der Organisation und weniger Absicht führen, das Unternehmen zu verlassen (Mossholder et al., 2005).

Arbeitsbeziehungen können sich auch auf das territoriale Verhalten der Mitarbeiter auswirken. Wie Aron et al. (1991, 2004) vorschlagen, umfasst jeder in einer engen Beziehung in gewissem Maße die Ressourcen des anderen, materielle Ressourcen (z. B. Besitztümer), Wissensressourcen (z. B. Fähigkeiten, Informationen) und soziale Ressourcen (z. B. Freundschaftsnetzwerke). Darüber hinaus kann man das Gefühl haben, Zugang zu diesen Ressourcen zu haben, als ob die Ressourcen des anderen bis zu einem gewissen Grad die eigenen sind. So wird der Erwerb und Verlust von Ressourcen des anderen in gewissem Maße als eigener Erwerb und Verlust erlebt. In jüngerer Zeit schlagen Pierce und Jussila (2010) vor, dass die Gefühle des Eigentums auch als kollektives Gefühl unter den Gruppenmitgliedern existieren, dass das Ziel des Eigentums (z. B. Arbeitsplatz, Projekt, Idee, Produkt erstellt) kollektiv "unser" ist. Daher kann es eine Gemeinsame Nutzung von Territorien unter geschlossenen Organisationsmitgliedern geben.

Zusammengenommen gehen wir davon aus, dass das negative Verhältnis zwischen Territorialität und Umsatzabsicht in Gegenwart hoher Arbeitsbeziehungen stärker ausgeprägt sein wird. Während die Mitarbeiter eine enge Beziehung zu Kollegen aufbauen, teilen sie Besitztümer, Ressourcen, Informationen und sogar soziale Netzwerke miteinander, so dass der Umfang des eigenen Territoriums von "mine" auf "unser" erweitert würde. Infolgedessen markieren und verteidigen sie nicht nur ihre eigenen Territorien, sondern schützen auch die Gebiete anderer, denn "anderen zu helfen, hilft sich selbst; Eingriffe in andere stören das Selbst" (Aron et al., 2004). Das erweiterte Gebiet ermöglicht Mitarbeitern den Zugriff auf mehr Arbeitsressourcen, verbessert ihre Bindung an die Organisation und erhöht ihre Einbettung in die Organisation weiter. Daher ist es wahrscheinlicher, dass Mitarbeiter ihre Organisationsmitgliedschaft beibehalten, und wenn nicht, erleiden sie mehr finanzielle oder persönliche Verluste. Daher gehen wir davon aus, dass:

Hypothese 3. Die Nähe zwischen Arbeitsbeziehungen mäßigt das Verhältnis zwischen Territorialität und Umsatzabsicht so, dass die negative Beziehung stärker ist, wenn Die Arbeitnehmer eine höhere Beziehungsnähe erfahren.

Zusammenfassend schlagen wir ein moderiertes Vermittlungsmodell der Umsatzabsicht vor: Das psychologische Eigentum der Mitarbeiter hängt mit der Umsatzabsicht (teilweise) durch territoriales Verhalten zusammen. Dennoch wird eine hohe Beziehungsnähe als affektive Komponente vorgeschlagen, die auch die Einstellungsänderung der Arbeitnehmer beeinflussen könnte. Im Gegensatz dazu ergibt sich

unter der Randbedingung einer geringen Beziehungsnähe der Arbeitnehmer die reduzierte Umsatzabsicht der Mitarbeiter hauptsächlich aus der kognitiven Komponente (psychologisches Eigentum) und der Verhaltenskomponente (Territorialität).

Hypothese 4. Die Nähe zwischen Arbeitsbeziehungen mäßigt die indirekte Wirkung der Territorialität zwischen psychologischem Eigentum und Umsatzabsicht, so dass der indirekte Effekt stärker ist, wenn die Nähe zwischen den Arbeitsbeziehungen gering und schwächer ist, wenn sie hoch ist.

SCHLUSSFOLGERUNG

Trotz dieser Einschränkungen hat diese Studie einen ersten Schritt unternommen, um den Mechanismus zu untersuchen, durch den psychologisches Eigentum negativ mit der Umsatzabsicht zusammenhängt. Ausgehend von der dreiseitigen Sicht der Haltung schlagen wir vor, dass das Zusammenspiel von psychologischem Eigentum, Territorialität und Arbeitsbeziehungsnahe die Umsatzabsicht der Mitarbeiter bewirkt. Die Ergebnisse dieser Studie deuten darauf hin, dass das Gefühl der psychologischen Eigenverantwortung der Mitarbeiter zu einer entsprechenden Territorialität führt, und durch territoriales Verhalten werden sie stärker in die Organisation eingebettet, was die Absichten, aufzuhören, weiter reduziert. Wenn Arbeitnehmer eine enge Beziehung zu anderen Mitarbeitern entwickeln, wird zudem das negative Verhältnis zwischen Territorialität und Umsatzabsicht gestärkt.

TRANSLATED VERSION: PORTUGUESE

Below is a rough translation of the insights presented above. This was done to give a general understanding of the ideas presented in the paper. Please excuse any grammatical mistakes and do not hold the original authors responsible for these mistakes.

VERSÃO TRADUZIDA: PORTUGUÊS

Aqui está uma tradução aproximada das ideias acima apresentadas. Isto foi feito para dar uma compreensão geral das ideias apresentadas no documento. Por favor, desculpe todos os erros gramaticais e não responsabilize os autores originais responsáveis por estes erros.

INTRODUÇÃO

O volume de negócios voluntário dos colaboradores tem sido há muito do interesse dos investigadores e praticantes, principalmente devido ao seu potencial para ter um efeito negativo na produtividade organizacional e na moral (Chen et al., 2011; Shaw et al., 2005). Em resposta a este potencial dano, os estudiosos organizacionais continuam a tentar responder a perguntas como "Porque é que as pessoas vão embora?" e "Porque é que ficam?" Por exemplo, alguns investigadores sugeriram que os empregados ficassem se estivessem satisfeitos com os seus empregos ou se identificassem com a organização (Lambert et al., 2001; Tett & Meyer, 1993; Van Dick et al., 2004), e partirá se não estiverem; outros propuseram abordagens mais operacionais para reduzir as intenções de demissão, incluindo várias práticas de gestão de recursos humanos (HRM) para melhorar as relações no local de trabalho, tais como reconhecer os esforços e contribuições dos colaboradores (Davies, 2001), fornecer conteúdo de trabalho suficientemente desafiante e diversificado (Kraut & Korman, 1999), capacitar mais autonomia de emprego (Liu et al., 2011), e envolver funcionários em processos de decisão (Allen et al., 2003).

A intenção de volume de negócios, definida como "uma vontade consciente e deliberada de deixar a organização" (Tett & Meyer, 1993, p. 262), é o mais significativo preditor attitudinal do comportamento real do volume de negócios. Recentemente, os investigadores sugeriram que quando os colaboradores perceberem e agirem como proprietários da organização, sentirão que têm uma maior responsabilidade de

contribuir para o funcionamento organizacional e o sucesso, sentirão mais compromisso com a organização, e assim serão menos propensos a abandonar os seus empregos (Pierce et al., 2001). Embora uma variedade de investigadores tenham sugerido que a propriedade psicológica está positivamente relacionada com atitudes positivas relacionadas com o trabalho (Avey et al., 2009; Van Dyne & Pierce, 2004; Vandewalle et al., 1995), tais como a satisfação do trabalho, o compromisso organizacional e a identificação organizacional, os mecanismos através dos quais a propriedade psicológica ajuda a reduzir a intenção de volume de negócios permanecem subexaminados, e mais pesquisas são necessárias para demonstrar empiricamente a natureza da relação entre a propriedade psicológica e a intenção de volume de negócios.

Para abordar esta questão, propomos que a intenção de rotatividade, como um tipo de atitude de trabalho, é uma avaliação do seu trabalho que expressa os seus sentimentos, crenças e apego ao seu trabalho (Juiz & Kammeyer-Mueller, 2011). A perspectiva tripartida precoce sobre atitudes sugere que as atitudes derivam de três fontes- cognições, efeitos e comportamentos- e a interação entre cognições, efeitos e comportamentos pode influenciar atitudes e mudança de atitude (Katz & Stotland, 1959; Millar & Tesser, 1986, 1989; Rosenberg e Hovland, 1960; Zanna & Rempel, 1988). Mais recentemente, os investigadores propuseram que as atitudes são julgamentos avaliativos que são construídos na situação com base em informações atualmente acessíveis (Schwarz, 2007; Gawronski & Bodenhausen, 2006), isto é, as atitudes dos colaboradores em relação aos seus empregos ou organizações (como a intenção de volume de negócios) são mutáveis e não estáticas.

Assim, baseando-se na visão tripartida da atitude, o presente estudo desenvolve e examina um modelo da relação entre a propriedade psicológica dos colaboradores (componente cognitiva), a territorialidade (componente comportamental), a proximidade da relação de trabalho (componente afetiva) e a intenção de rotatividade (atitude). Em primeiro lugar, examinamos a ligação entre a cognição e a atitude – a influência da propriedade psicológica na intenção de rotatividade. A propriedade psicológica é definida como um sentimento de possessividade e de laços psicológicos com um objeto, que reflete a cognição de que um pedaço desse objeto é "deles" (Pierce et al., 2001, 2003). Os investigadores sugeriram que os colaboradores que experimentam sentimentos de propriedade psicológica em relação à organização vêm considerá-lo como um eu estendido (Tian & Belk, 2005), e desenvolver atitudes positivas em relação à organização (Pierce et al., 1991; Wagner et al., 2003; Van Dyne & Pierce, 2004).

Em segundo lugar, propomos a territorialidade como mediador entre a propriedade psicológica e a intenção de rotatividade para examinar a ligação cognição-comportamento-atitude. De acordo com a perspectiva tripartida sobre atitudes, o comportamento também desempenha um papel importante na compreensão de atitudes (Jackson et al., 1996). A territorialidade é definida como ações ou comportamentos que emanam da propriedade psicológica com o propósito de reivindicar, manter ou proteger a posse de alguém (Brown et al., 2005). Assim, os sentimentos de possuir psicologicamente um objeto podem levar a comportamentos territoriais correspondentes. Além disso, o envolvimento em comportamentos territoriais requer que os indivíduos invistam tempo e energia, na medida em que possam garantir o controlo sobre os bens e excluir outros de aceder e usá-los (Brown, 2009). Quanto mais investimento fizeram, mais estão integrados na organização (Meyer & Allan, 1984; Wallace, 1997).

Em terceiro lugar, tomamos em consideração a componente afetiva da atitude, examinando o efeito moderador da proximidade da relação de trabalho na relação entre a territorialidade e a intenção de volume de negócios. A relação de trabalho como aspecto-chave do ambiente de trabalho social tem-se revelado um efeito significativo nas atitudes e comportamentos relacionados com o trabalho dos trabalhadores (Settoon & Mossholder, 2002; Simon et al., 2010). Neste estudo, escolhemos a proximidade da relação de trabalho como moderador, porque descreve até que ponto um indivíduo experimenta apoio mútuo, confiança e respeito entre colegas de trabalho e o grau de semelhanças, personalidades e interesses partilhados (Chen & Peng, 2008). A figura 1 retrata o nosso modelo conceptual.

Juntos, tentamos alargar a literatura anterior em dois aspetos. Em primeiro lugar, procuramos revelar os mecanismos subjacentes à relação entre a propriedade psicológica e a intenção de volume de negócios. Com base na perspectiva tripartida sobre atitudes e na recente visão construtiva das atitudes, pretendemos examinar o efeito de mediação da territorialidade de forma a clarificar como a propriedade psicológica dos colaboradores leva à redução da intenção de volume de negócios. Em segundo lugar, a proximidade da

relação de trabalho é teorizada como um componente afetivo para investigar se e como a componente cognitiva (propriedade psicológica) e componente afetivo influenciam conjuntamente a mudança de atitude. Ao fazê-lo, pretendemos delinear as condições de fronteira das nossas relações hipotéticas.

Desenvolvimento teórico e de hipóteses

A perspectiva tripartida sobre atitudes sugere que as atitudes derivam de três fontes: cognições, comportamento e afeta. Por exemplo, Zanna e Rempel (1988) argumentam que as atitudes podem ser baseadas ou desenvolver-se a partir de informações cognitivas, informações comportamentais e informações afetivas. Investigadores anteriores revelaram a utilidade de uma perspectiva tripartida na compreensão das atitudes do grupo, sugerindo que a cognição, o comportamento e todos contribuem para a previsão de atitudes para com uma série de grupos sociais (Haddock et al., 1994). Além disso, o estudo de Jackson et al.'s (1996) demonstra que as atitudes de grupo derivam não só de estereótipos (cognições), mas também de efeitos e comportamentos associados ao grupo. À luz destas descobertas, adotamos a visão tripartida da atitude para demonstrar como as intenções de rotatividade dos colaboradores são afetadas pela interação da propriedade psicológica, territorialidade e proximidade da relação de trabalho.

Existem várias razões pelas quais uma perspectiva tripartida é adequada para entender a influência da propriedade psicológica, territorialidade e proximidade de relações de trabalho nas intenções de abandono dos colaboradores. Em primeiro lugar, a intenção de volume de negócios é definida como uma vontade consciente e deliberada de deixar a organização (Tett & Meyer, 1993), o que reflete as atitudes globais dos colaboradores em relação à organização. Em segundo lugar, as definições de papel dos colaboradores determinarão a quantidade de responsabilidades no trabalho, que tipo de comportamento se envolvem e a sua atitude em relação à organização (Morrison, 1994). Em terceiro lugar, investigadores anteriores sugeriram que o comportamento dos colaboradores pode levar a uma mudança de atitude. Por exemplo, verificou-se que os níveis moderados de horas extraordinárias de trabalho estão positivamente associados ao bem-estar (Beckers et al., 2004); e os colaboradores dedicados e contratados estão mais satisfeitos com os seus empregos e estão mais comprometidos com a organização (Schaufeli et al., 2008). Por último, o apego afetivo dos colaboradores a outros membros organizacionais assume o centro da relação entre funcionários e organização (Meyer et al., 1993). Com base nestas razões, defendemos que a interação do sentimento de propriedade psicológica, o comportamento territorial correspondente, e a proximidade com outros membros organizacionais podem afetar a intenção de rotatividade dos colaboradores.

Propriedade Psicológica and Intenção de Rotatividade

A propriedade psicológica é definida como um estado de espírito em que os indivíduos sentem que o alvo da propriedade ou um pedaço desse alvo é "deles" (Pierce et al., 2001). O núcleo conceptual desta definição é um sentimento de posse em relação a um determinado alvo, e reflete uma estreita ligação entre um indivíduo e o alvo. No contexto organizacional, os membros organizacionais podem desenvolver sentimentos de propriedade através de três rotas: controlar o alvo, conhecer intimamente o alvo, e investir-se no alvo (Pierce et al., 2001, 2003). Os empregados que desenvolveram um sentido de propriedade psicológica vêm a perceber-se como "proprietários", e os bens tornam-se parte do seu auto-conceito (Tian & Belk, 2005). Assim, os colaboradores estão psicologicamente interligados com as suas organizações, e a consciência de serem proprietários é também acompanhada por um sentimento de responsabilidade e um sentido de partilha de encargos pelo funcionamento e sucesso da organização (Pierce et al., 2001).

A intenção de volume de negócios é definida como a atitude comportamental de alguém para se retirar da organização, que provou ser o preditor mais direto do volume de negócios real. As intenções reduzidas dos trabalhadores de sair são frequentemente acompanhadas por algumas atitudes positivas de trabalho. As crenças dos colaboradores de serem proprietários organizacionais podem afetar a sua intenção de rotatividade de duas maneiras. Em primeiro lugar, os indivíduos tendem a considerar que têm de ser mais valiosos (Beggan, 1992; Nesselroade et al., 1999), assim os colaboradores que experimentam a propriedade psicológica podem pensar mais da sua organização ao compará-lo com outras organizações. Em segundo lugar, alguns investigadores (Pierce et al., 1991; Wagner et al., 2003; Van Dyne & Pierce, 2004) sugeriram que a propriedade psicológica pode inspirar atitudes positivas para com o trabalho e a organização, tais como a satisfação do trabalho, o compromisso organizacional e a identificação organizacional, que por sua

vez reduzem as intenções de sair (Avey et al., 2009; Van Dyne & Pierce, 2004; Vandewalle et al., 1995). Portanto, colocamos hipóteses:

Hipótese 1. A propriedade psicológica está negativamente relacionada com a intenção de volume de negócios.

O Papel Mediador of Territorialidade

Os investigadores sugeriram que os sentimentos de posse podem existir mesmo sem qualquer reivindicação formal ou legal de propriedade (Rousseau & Shperling, 2003). No entanto, alguns dos objetos que possuem psicologicamente são objectivamente valiosos para os membros da organização, tais como informação, recursos e ideias ou sugestões inovadoras. Nesse caso, existem riscos de que estes objetos possam ser tomados, usados ou controlados por outros membros da organização. Assim, baseando-se no conceito de propriedade psicológica, Brown et al. (2005) introduzem o conceito de territorialidade que se refere a ações ou comportamentos conduzidos para marcar e defender os objetos que se sentem de propriedade psicológica e ajudar a estabelecer não só o que é "meu" mas também o que "não é seu".

Como discutimos anteriormente, a propriedade psicológica está negativamente relacionada com a intenção de rotatividade dos colaboradores. Além disso, propomos que a relação seja mediada pela territorialidade. De acordo com a definição, territorialidade são ações ou comportamentos emanado da propriedade psicológica com o propósito de reivindicar, manter ou proteger a posse de alguém (Brown et al., 2005). Assim, os sentimentos de possuir psicologicamente um objeto podem levar a comportamentos territoriais correspondentes. Na verdade, as pessoas estão inatamente motivadas para marcar e defender o que sentem ser deles (Hall, 1966), especialmente quando essas posses são valiosas para eles. Esta motivação pode vir principalmente do medo de perder a preciosa propriedade. Os investigadores demonstraram que as pessoas avaliam um objeto como mais valioso quando o possuem (Beggan, 1992; Nesselroade et al., 1999). O comportamento territorial, incluindo a marcação e a defesa do comportamento, ajuda a reduzir a potencial infração de outros membros organizacionais e a garantir que não será levado por outros (Brown, 2009). Assim, quanto mais propriedade psicológica um empregado experimenta, mais comportamento territorial ele ou ela conduzirá para defender o seu território.

Além disso, ao envolverem-se em comportamentos territoriais, os colaboradores tornam-se mais "embutidos" na organização. Em primeiro lugar, a criação e manutenção de territórios satisfazem a necessidade de termos um lugar próprio, o que, por sua vez, aumenta a enraizamento e a pertença (Brown et al., 2005). Em segundo lugar, os colaboradores praticam comportamentos territoriais para garantir o seu controlo sobre objetos (territórios) e para excluir outros de aceder ou usar os mesmos. Os objetos que podem ser controlados tornam-se considerados como parte do eu (McClelland, 1951), e quanto maior a quantidade de controlo, mais o objeto é experimentado como uma parte importante do eu (Furby, 1978; Pierce et al., 2003). Em terceiro lugar, tanto a marcação como a defesa do comportamento exigem que um empregado continue a investir o seu tempo e energia (Brown, 2009), e por vezes até inclua sacrifício pessoal. Esses investimentos transformam-se então em "custos afundados" e os colaboradores tornam-se mais comprometidos com a organização (Meyer & Allan, 1984; Wallace, 1997). Assim, o comportamento territorial aumentará a vontade dos colaboradores de reter, potenciando a sua pertença à organização, reforçando a sua ligação à organização e aumentando o custo de saída da organização.

Tudo junto, o sentimento de propriedade psicológica permite que os colaboradores se considerem proprietários, depois a cognição do "é meu" leva-os a praticar comportamentos territoriais para marcar e defender "o que é meu". Esses esforços feitos para garantir que "não é vosso" reforçam ainda mais a sua incorporação na organização, reduzindo assim as intenções de abdicar da adesão organizacional. Portanto, colocamos hipóteses:

Hipótese 2. A territorialidade media a relação entre a propriedade psicológica e a intenção de rotatividade.

O Efeito Moderador of Proximidade da Relação de Trabalho

Há muito que se sugere que a relação de trabalho como aspecto-chave do ambiente de trabalho social tenha um efeito significativo na decisão dos colaboradores de abandonarem ou permanecerem numa organização (Dess & Shaw, 2001; Morrison, 2004). Durante o processo de interação contínua, os colaboradores podem desenvolver sentimentos de confiança, confiança e dependência para com os seus

superiores e colegas de trabalho. Ao mesmo tempo, os colaboradores também percebem apoio, encorajamento e ajuda de outros membros da organização. Como resultado, alguns outros membros tornam-se próximos, aos quais os empregados são afetivos ligados. A proximidade da relação de trabalho indica o grau de apoio mútuo, confiança, compreensão e perspectiva, levando os colaboradores a perceberem dos colegas de trabalho (Chen & Chen, 2004; Chen & Peng, 2008). Vários investigadores demonstraram que a qualidade das relações com os colegas de trabalho influencia o comportamento dos colaboradores e as atitudes relacionadas com o trabalho. Por exemplo, a qualidade da relação de co-worker pode afetar o comportamento de cidadania interpessoal (Setton & Mossholder, 2002), e o apoio dos colegas de trabalho pode aumentar o apego e identificação afetivos dos colaboradores com organizações (Rousseau & Aubé, 2010).

No que diz respeito à intenção de volume de negócios, a qualidade das relações no local de trabalho também afeta a intenção de um colaborador de abandonar um emprego (Dess & Shaw, 2001; Morrison, 2004). Isto porque a demonstração de confiança mútua, cuidado e consideração gera laços emocionais entre empregados e outros membros organizacionais (Mossholder et al., 2005). Maertz e Griffeth (2004) propõem que o apego afetivo a outros numa organização tipicamente indica o apego à organização. Assim, à medida que os indivíduos desenvolvem relações mais extensas e de alta qualidade no local de trabalho, o aumento do apego afetivo levará a uma maior incorporação na organização e menos intenção de sair (Mossholder et al., 2005).

As relações de trabalho também podem afetar o comportamento territorial dos colaboradores. Como Aron et al. (1991, 2004) propõem, numa relação estreita, cada um inclui, em certa medida, os recursos do outro, recursos materiais (por exemplo, posses), recursos do conhecimento (por exemplo, capacidades, informação) e recursos sociais (por exemplo, redes de amizade). Além disso, pode-se sentir que ele ou ela tem acesso a esses recursos, como se, em certa medida, os recursos do outro fossem próprios. Assim, a aquisição e perda de recursos do outro é experimentada, em certa medida, como aquisição e perda própria. Mais recentemente, Pierce e Jussila (2010) propõem que os sentimentos de propriedade também existam como um sentido coletivo entre os membros do grupo que o alvo da propriedade (por exemplo, espaço de trabalho, projeto, ideia, produto criado) é coletivamente "nosso". Portanto, pode existir uma partilha de territórios entre membros organizacionais fechados.

Em conjunto, afirmamos que a relação negativa entre a territorialidade e a intenção de rotatividade será mais acentuada na presença de uma relação de trabalho elevada. Enquanto os colaboradores desenvolvem uma relação próxima com os colegas de trabalho, partilham bens, recursos, informação e até redes sociais uns com os outros, pelo que o âmbito do território seria expandido de "meu" para "nosso". Como resultado, não só marcam e defendem os seus próprios territórios, como também protegem os territórios dos outros, porque "ajudar os outros é ajudar-se a si próprio; interferir com outros é interferir com si mesmo" (Aron et al., 2004). O território alargado permite aos colaboradores ter acesso a mais recursos de trabalho, potencia a sua ligação à organização e aumenta ainda mais a sua incorporação na organização. Assim, os colaboradores são mais propensos a manter a sua filiação organizacional, e se não, sofrerão mais perdas financeiras ou pessoais. Portanto, colocamos hipóteses:

Hipótese 3. A proximidade da relação de trabalho modera a relação entre a territorialidade e a intenção de rotatividade de tal forma que a relação negativa é mais forte quando os colaboradores experimentam um nível mais elevado de proximidade de relacionamento de trabalho.

Em suma, propomos um modelo moderado de mediação da intenção de volume de negócios: a propriedade psicológica dos colaboradores está relacionada com a intenção de volume de negócios (parcialmente) através da condução do comportamento territorial. No entanto, propõe-se um elevado nível de proximidade da relação de trabalho como uma componente afetiva, o que também pode influenciar a mudança de atitude dos colaboradores. Em contrapartida, sob a condição de limite de um baixo nível de proximidade de relações de trabalho, a intenção reduzida de volume de negócios dos colaboradores provém principalmente da componente cognitiva (propriedade psicológica) e da componente comportamental (territorialidade).

Hipótese 4. A proximidade da relação de trabalho modera o efeito indireto da territorialidade entre a propriedade psicológica e a intenção de rotatividade, de tal forma que o efeito indireto é mais forte quando a proximidade da relação de trabalho é baixa e mais fraca quando é alta.

CONCLUSÃO

Apesar destas limitações, este estudo deu um primeiro passo para examinar o mecanismo através do qual a propriedade psicológica está negativamente relacionada com a intenção de volume de negócios. Baseando-nos na visão tripartida da atitude, propomos que a interação entre a propriedade psicológica, a territorialidade e a proximidade da relação de trabalho tenha efeito a intenção de rotatividade dos colaboradores. Os resultados deste estudo sugerem que o sentimento de propriedade psicológica dos colaboradores leva à territorialidade correspondente, e ao se envolverem em comportamentos territoriais tornam-se mais incorporados na organização, o que reduz ainda mais as intenções de demissão. Além disso, quando os colaboradores desenvolvem uma relação estreita com outros colegas de trabalho, a relação negativa entre a territorialidade e a intenção de volume de negócios é reforçada.