

AI薪酬制定对求职者满意度的影响研究

蒋家俊, 杨明哲

中央民族大学管理学院, 北京

收稿日期: 2026年7月14日; 录用日期: 2026年7月30日; 发布日期: 2026年8月24日

摘要

随着人工智能(AI)技术在人力资源管理领域的不断应用, AI参与薪酬制定逐渐成为企业提升管理效率的重要方式。然而, 算法决策的复杂性和不透明性也使求职者对其公平性产生关注。基于组织公平理论, 以AI薪酬制定为研究情境, 探讨内容设计合理性和过程设计透明性对求职者满意度的影响机制, 并考察公平感知的中介作用以及市场薪酬水平的调节作用。通过问卷调查收集数据, 共获得128份有效样本, 运用Stata 17.0进行实证分析。研究结果表明: AI薪酬制定的内容设计合理性和过程设计透明性均能够显著提升求职者的公平感知; 公平感知能够显著提高求职者满意度, 并在内容设计合理性、过程设计透明性影响满意度的过程中发挥中介作用; 市场薪酬水平对公平感知与满意度之间的关系具有显著调节效应。进一步分析发现, 相较于内容设计合理性, 过程设计透明性对求职者满意度的影响更为突出。研究表明, 企业在推进AI薪酬管理实践过程中, 应兼顾薪酬方案设计的合理性与决策过程的透明性, 通过加强信息沟通和决策解释提升求职者的公平感知与满意度。研究结论可为企业优化AI薪酬管理实践提供参考。

关键词

人工智能, 薪酬制定, 公平感知, 求职者满意度, 市场薪酬水平

Study on the Impact of AI-Based Compensation Design on Job Applicant Satisfaction

Jiajun Jiang, Mingzhe Yang

School of Management, Minzu University of China, Beijing

Received: July 14, 2026; accepted: July 30, 2026; published: August 24, 2026

Abstract

With the increasing application of artificial intelligence (AI) technology in human resource

文章引用: 蒋家俊, 杨明哲. AI薪酬制定对求职者满意度的影响研究[J]. 现代管理, 2026, 16(8): 260-274.

DOI: 10.12677/mm.2026.168184

management, AI-involved compensation design has gradually become an important means for enterprises to improve management efficiency. However, the complexity and opacity of algorithmic decision-making have also raised job applicants' concerns about its fairness. Based on organizational justice theory, this study takes AI-based compensation design as the research context to explore the mechanisms through which content design rationality and process design transparency affect job applicant satisfaction, while examining the mediating role of perceived fairness and the moderating role of market salary levels. Data were collected through questionnaire surveys, yielding 128 valid responses, and empirical analyses were conducted using Stata 17.0. The results indicate that both content design rationality and process design transparency of AI-based compensation significantly enhance job applicants' perceived fairness; perceived fairness significantly improves job applicant satisfaction and mediates the effects of both content design rationality and process design transparency on satisfaction; market salary level significantly moderates the relationship between perceived fairness and satisfaction. Further analysis reveals that, compared with content design rationality, process design transparency exerts a more pronounced impact on job applicant satisfaction. The findings suggest that, in advancing AI-based compensation management practices, enterprises should balance the rationality of compensation scheme design with the transparency of decision-making processes, enhancing job applicants' perceived fairness and satisfaction through improved information communication and decision explanation. These conclusions provide practical implications for enterprises seeking to optimize AI-based compensation management practices.

Keywords

Artificial Intelligence, Compensation Design, Perceived Fairness, Job Applicant Satisfaction, Market Salary Level

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

近年来,随着大数据、云计算以及人工智能(Artificial Intelligence, AI)技术的快速发展,人工智能正逐渐渗透到企业经营管理的各个领域。在数字化转型背景下, AI 在人力资源管理中的应用不断深化,已广泛应用于招聘筛选、绩效评价、员工培训以及薪酬管理等多个环节[1]-[5]。Meijerink 等指出,随着算法技术不断嵌入人力资源管理活动,人力资源管理正在由传统的人力主导模式逐步向“人机协同决策”模式转变[6]。相较于传统人工决策方式, AI 能够依托海量数据进行分析与预测,提高决策效率并降低人为偏差,从而为企业提供更加科学和高效的管理支持[3]。

随着算法技术的发展,越来越多的企业开始尝试将 AI 应用于薪酬制定和福利管理,通过整合岗位价值、员工能力、市场薪酬水平等信息形成薪酬决策方案,以提升薪酬管理的科学性和一致性。然而, AI 决策并非总能获得个体的积极评价。由于算法模型具有较强的专业性和复杂性,其运行逻辑往往难以被普通个体完全理解,从而形成所谓的“黑箱效应”[7]。Shin 的研究表明,人工智能系统的可解释性会直接影响个体对 AI 决策的信任和接受程度[8]。当个体无法充分了解算法决策依据时,其对决策结果的认可程度和公平感知可能下降[9]。因此,在 AI 逐渐参与薪酬制定的背景下,求职者如何评价 AI 薪酬决策以及哪些因素影响其满意度,已成为值得关注的问题。

现有关于 AI 决策的研究主要集中于招聘筛选、绩效评价以及算法管理等领域。部分研究认为,算法决策能够减少人为偏见,提高决策的一致性和程序公平性[10];但也有研究发现,算法决策可能由于缺乏

情境判断能力而引发新的公平争议, 从而影响个体对组织决策的接受程度[11]。Logg 等提出“算法欣赏 (Algorithm Appreciation)”现象, 即在部分情境下, 人们更倾向于相信算法而非人工判断[12]。与此同时, 透明性、可解释性以及信任水平也被认为是影响个体接受算法决策的重要因素[13][14]。Lee 通过研究算法决策发现, 个体对于算法决策公平性的感知会进一步影响其情绪反应以及后续行为态度[15]。刘潇肖等在 AI 面试情境下的研究发现, 求职者对 AI 决策的满意度很大程度上受到公平感知的影响[16]。尽管相关研究已取得一定成果, 但目前学界对于 AI 薪酬制定情境的关注仍然有限, 特别是缺乏关于 AI 薪酬制定影响求职者满意度作用机制的系统研究。

从组织公平理论视角来看, 个体不仅关注决策结果本身, 还关注决策过程是否公开透明以及结果是否合理公正[17][18]。Colquitt 认为, 组织公平不仅包括分配公平, 还包括程序公平、互动公平以及信息公平等多个维度, 不同维度的公平感知都会影响个体的态度和行为反应[19]。Brockner 进一步指出, 当个体认为决策程序具有公平性时, 即使结果并非完全符合预期, 其对组织决策的接受程度仍可能提升[20]。对于 AI 薪酬制定而言, 一方面, 薪酬内容设计是否合理会影响个体对薪酬结果的评价; 另一方面, 决策过程是否透明以及决策依据是否能够被有效解释, 也会影响个体对决策公平性的判断。此外, 市场薪酬水平作为个体进行社会比较的重要外部参照标准, 同样可能影响其对 AI 薪酬决策结果的满意度评价[21][22]。

近年来, 算法管理研究逐渐受到学术界关注。Kellogg 等认为, 随着算法不断参与组织管理活动, 员工如何理解和评价算法决策过程已经成为组织行为研究的重要议题[23]。在这一背景下, 探索 AI 薪酬制定的接受机制不仅具有理论价值, 也具有重要的现实意义。

基于此, 本文以 AI 薪酬制定为研究情境, 探讨内容设计合理性和过程设计透明性对求职者满意度的影响机制, 并进一步考察公平感知的中介作用以及市场薪酬水平的调节作用。研究结论有助于深化对 AI 薪酬决策接受机制的理解, 也能够为企业优化 AI 薪酬管理实践提供理论参考和管理启示。

2. 理论分析与研究假设

2.1. 理论基础

2.1.1. 人工智能在人力资源管理中的应用

随着人工智能技术的快速发展, 其在人力资源管理领域的应用日益广泛。相关研究表明, 人工智能已经逐渐渗透到招聘甄选、绩效评价、员工培训以及薪酬管理等多个环节。相较于传统人力资源管理方式, 人工智能能够依托大数据分析、机器学习以及智能算法技术, 对海量信息进行快速处理和分析, 从而提高管理决策效率并降低人为偏差。

在招聘环节, 人工智能能够自动完成简历筛选、岗位匹配以及人才测评等工作; 在培训管理领域, 人工智能可以根据员工特点提供个性化学习方案; 在薪酬管理方面, 人工智能则能够综合岗位价值、员工能力、历史绩效以及市场薪酬水平等因素, 为企业提供更加科学的薪酬决策支持[3]。Meijerink 等指出, 人力资源管理正在由传统的人力主导模式逐步向“人机协同决策”模式转变[6]。

然而, 人工智能决策在提高效率的同时, 也面临透明性不足、可解释性较弱等问题。Leicht-Deobald 等认为, 算法决策可能引发个体对公平性和透明性的担忧[7]。因此, 在人工智能逐渐参与薪酬制定的背景下, 探索求职者对 AI 薪酬决策的认知与评价具有重要现实意义。

2.1.2. 组织公平理论

组织公平理论是解释个体如何感知和评价组织决策公平性的重要理论基础。亚当斯公平理论认为, 个体会通过比较自身投入与所得回报之间的关系来判断是否公平。当个体认为自身获得的回报与付出相匹配时, 会产生较高的公平感; 反之, 则会产生不公平感知。

在此基础上, Colquitt 进一步将组织公平划分为分配公平、程序公平、互动公平和信息公平四个维度[19]。其中, 分配公平强调结果是否合理; 程序公平关注决策过程是否公正; 互动公平反映个体在决策过程中受到的尊重程度; 信息公平则关注决策信息披露的充分性。

已有研究表明, 组织公平感知会显著影响员工的满意度、组织承诺以及行为表现[17][18]。Brockner 进一步指出, 即使决策结果未达到个体预期, 只要决策过程被认为是公平的, 个体仍可能接受最终结果[20]。因此, 组织公平理论能够为解释 AI 薪酬制定过程中求职者的态度形成机制提供重要理论依据。

2.2. 研究假设

2.2.1. AI 薪酬制定内容设计合理性与公平感知

AI 薪酬制定内容设计合理性是指人工智能在制定薪酬方案时, 能够充分考虑岗位价值、个人能力、工作绩效以及市场薪酬水平等因素, 使薪酬结果具有合理性和竞争性。根据组织公平理论, 个体对于薪酬决策公平性的判断不仅取决于最终获得的薪酬结果, 还取决于该结果是否与自身投入、能力贡献以及外部比较标准相匹配。其中, 分配公平强调个体对于收益分配是否合理的主观评价, 当薪酬结果能够体现个人价值和岗位贡献时, 个体更容易形成积极的公平感知。

在 AI 薪酬制定情境下, 由于求职者无法完全了解算法运行过程, 其对于薪酬方案公平性的判断更多依赖于薪酬结果本身是否合理。当 AI 系统能够综合考虑岗位价值、个人能力、工作绩效以及市场薪酬水平等因素时, 求职者更容易认为薪酬结果符合自身预期, 从而提高分配公平感知。Gerhart 和 Rynes 指出, 合理的薪酬设计能够增强个体对于薪酬制度公平性的认可[21]。此外, 相关研究表明, 在人工智能决策环境中, 个体会依据决策结果的合理程度形成公平评价[14]。

因此, 本文提出如下假设:

H1: AI 薪酬制定的内容设计合理性正向影响求职者感知的公平性。

2.2.2. AI 薪酬制定过程设计透明性与公平感知

过程设计透明性是指 AI 薪酬制定过程中相关规则、依据以及决策逻辑向求职者公开和解释的程度。根据组织公平理论, 个体对于公平性的判断不仅取决于最终获得的结果, 也受到决策过程是否公开、公正和可解释的影响。当个体能够了解决策依据以及形成过程时, 可以减少由于信息不对称产生的不确定感, 并增强对于决策程序公平性的认可。

与传统人工薪酬决策相比, AI 薪酬制定依赖算法模型和数据分析进行决策, 其技术复杂性和算法黑箱特征可能导致求职者难以理解薪酬结果的形成逻辑。因此, 提高 AI 薪酬制定过程透明性, 使求职者能够了解相关规则、数据依据以及决策逻辑, 有助于增强其对算法决策过程的理解和信任, 从而提升公平感知。

Grimmelikhuijse 等研究发现, 算法透明度和可解释性能够显著提升个体对算法决策公平性的评价[9]。Shin 进一步指出, 当个体能够理解人工智能系统的运行逻辑时, 其对 AI 决策的信任和接受程度将显著提高[8]。Yu 和 Li 的研究也表明, 人工智能决策透明性能够通过增强信任感提高个体对决策结果的认可程度[13]。

因此, 本文提出如下假设:

H2: AI 薪酬制定的过程设计透明性正向影响求职者感知的公平性。

2.2.3. 公平感知的中介作用

公平感知是个体对组织决策是否公正的主观评价, 也是影响个体态度和行为的重要心理变量。组织公平理论认为, 当个体感知到组织决策具有公平性时, 更容易形成积极的情绪体验和行为反应。

在 AI 薪酬制定情境下，求职者对于薪酬方案的评价并非完全基于最终薪酬水平，而是会进一步关注薪酬结果形成过程是否合理以及决策依据是否充分。由于 AI 决策具有一定程度的技术复杂性，求职者难以直接判断算法运行过程，因此公平感知成为连接 AI 薪酬制定特征与求职者态度评价的重要心理机制。当求职者认为 AI 薪酬制定过程公平、结果合理时，会降低对算法决策的不确定感，并提高对薪酬方案的认可程度，从而提升满意度。

裴嘉良等研究发现，程序公平感知会显著影响员工对 AI 决策的接受程度[10]。刘潇肖等针对 AI 面试的研究也表明，公平感知是影响求职者满意度的重要前因变量[16]。因此，无论是薪酬内容设计合理性还是过程设计透明性，最终都需要通过提升求职者公平感知来增强其满意度。

因此，本文提出如下假设：

H3：求职者感知的公平性正向影响求职者的薪酬满意度。

2.2.4. 市场薪酬水平的调节作用

市场薪酬水平是求职者评价薪酬合理性的重要参照标准。根据社会比较理论，个体会将自身获得的薪酬与市场同类岗位薪酬进行比较，并据此形成满意度评价。

然而，市场薪酬水平不仅会直接影响个体对于薪酬结果的评价，还可能改变公平感知对满意度的影响程度。当市场薪酬水平较低时，求职者缺少较高的外部比较标准，对于 AI 薪酬制定结果的评价更多依赖于其是否认为薪酬决策公平合理。因此，公平感知对于满意度的影响更加明显。相反，当市场薪酬水平较高时，求职者拥有更高的外部参照标准，其满意度评价可能更多受到实际薪酬水平影响，而公平感知的作用相对减弱。

Gerhart 和 Rynes 认为，市场薪酬水平会影响员工对薪酬公平性的认知[21]。王红芳等研究发现，薪酬水平与满意度之间存在显著关系，并且市场薪酬比较是影响满意度形成的重要因素[22]。当市场薪酬水平较高时，公平感知对满意度的促进作用可能有所减弱；而当市场薪酬水平较低时，公平感知对满意度的影响则更加明显。

因此，本文提出如下假设：

H4：市场薪酬水平调节求职者感知的公平性与求职者薪酬满意度之间的关系。

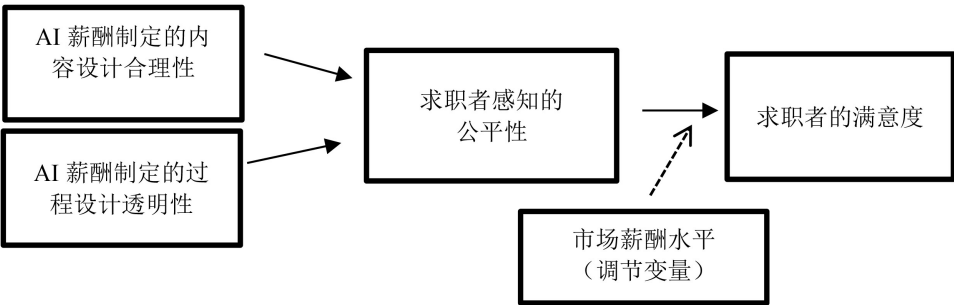


Figure 1. Research model
图 1. 研究模型

本文构建的理论模型如图 1 所示。

3. 求职者对 AI 制定的薪酬福利的满意度和影响因素研究

3.1. 被试

研究的目的是在 AI 制定薪酬福利的情景下，探究 AI 薪酬制定的内容设计合理性和 AI 薪酬制定的过

程设计透明性对求职者公平感的影响效果。AI 制定薪酬的实践应用比较丰富,但相关研究尚处于起步阶段,因而本文首先采用问卷调查的方式向特定人群发放调查问卷,既可以直接考察本文提出的理论构想在现实中的符合程度,同时也可以获取更加真实的 AI 制定薪酬的情景材料,为后续情境实验的设计提供支撑。

考虑到与应用 AI 薪酬制定的企业合作难度较高,并且由企业方发放问卷也容易引发求职者的警惕,本文选择借助问卷星平台线上招募被试开展调研。本研究通过问卷星平台面向具有求职经历的受访者发放问卷,并要求受访者阅读 AI 制定薪酬的情境描述后完成问卷填写。本次问卷为 136 份,回收有效问卷 128 份。所有被试均自愿参加本次问卷调研,被试通过审核后会获得相应的报酬。

3.2. 量表开发与预测试

本研究所涉及变量的测量主要参考已有成熟研究中的相关理论和量表,并结合人工智能薪酬制定的具体情境进行适应性调整。对于现有研究中缺乏直接测量工具的变量,本文依据相关理论基础进行题项设计,并通过信度和效度检验验证量表的可靠性。由于 AI 参与薪酬制定属于新兴研究情境,现有量表难以直接应用于本研究,因此本文在保持原量表核心测量维度不变的基础上,根据研究情境对部分题项表述进行了语义调整,使其更符合 AI 薪酬制定场景。正式调查前,对问卷进行了小范围预测试,重点考察受访者对题项表述的理解程度、填写流畅性及问卷整体可读性,并依据预测试反馈对个别措辞进行了修改和完善,最终形成正式问卷。

3.3. 变量测量

正式调研问卷共分为两个部分:第一部分测量控制变量和人口统计学变量。第二部分测量被试对 AI 制定薪酬福利的 AI 薪酬制定的内容设计合理性、AI 薪酬制定的过程设计透明性,以及对其的感知的公平性和市场薪酬水平;本研究所涉及的变量及测量方式如下:

AI 薪酬制定的内容设计合理性:内容设计合理性的测量主要基于组织公平理论中分配公平和薪酬合理性的相关研究,并结合 AI 薪酬制定情境进行题项设计,经过预调研检验后共包含 2 个题项,代表题项为“您认为 AI 制定的薪酬是否考虑了岗位的价值和市场竞争能力”,量表采用李克特五点评分(1 代表非常不同意,5 代表非常同意),该量表在本研究中的 Cronbach's α 系数为 0.848。

AI 薪酬制定的过程设计透明性:AI 薪酬制定过程设计透明性参考算法透明性相关研究[8][9],从决策过程可解释性、信息公开程度以及规则透明程度等方面进行测量,结合 AI 薪酬决策情境进行调整,量表采用李克特五点评分,共包含 2 个题项,代表题项内容为“我认为 AI 制定薪酬过程中的规则 and 标准是清晰的”,该量表在本研究中的 Cronbach's α 系数为 0.836。由于 AI 薪酬制定属于新兴研究情境,现有相关量表较少,因此本文在保证内容覆盖性的基础上采用核心代表性题项进行测量。

求职者感知的公平性:感知公平性采用组织公平量表,公平感知主要参考 Colquitt 开发的组织公平量表,从分配公平、程序公平、互动公平和信息公平等维度进行测量[19],并结合 AI 薪酬制定情境进行调整,共 3 个题项,代表题项为“您认为 AI 在薪酬制定中对所有求职者都一视同仁”,量表采用李克特五点评分(1 代表非常不同意,5 代表非常同意),该量表在本研究中的 Cronbach's α 系数为 0.862。

市场薪酬水平:市场薪酬水平参考外部薪酬公平理论,将其作为求职者进行薪酬比较的重要依据,并结合研究情境设计相关测量题项[21],并结合研究情境设计,共两个题项代表题项为“您认为当前市场薪酬水平与 AI 制定的薪酬相比如何”,量表采用李克特五点评分(1 代表非常不同意,5 代表非常同意),该量表在本研究中的 Cronbach's α 系数为 0.755。

求职者的满意度:求职者满意度采用总体满意度单题项进行测量,代表题项为“您对 AI 制定薪酬的整体满意度如何”,采用李克特 5 点评分。由于满意度属于整体评价性构念,单题项测量能够较好地反映

受访者对 AI 薪酬制定的总体评价，因此本文采用总体满意度单题项进行测量。

控制变量：本研究将人口统计学变量作为控制变量。包括被试的性别、年龄、受教育程度、AI 制定薪酬的经历。各变量的具体测量题项见表 1。

Table 1. Variable measurement items
表 1. 变量测量题项

AI 薪酬制定的内容设计合理性	请评价 AI 制定的薪酬结构是否合理
	您认为 AI 制定的薪酬是否考虑了岗位的价值和市场竞争能力
AI 薪酬制定的过程设计透明性	我认为 AI 制定薪酬过程中的规则 and 标准是清晰的
	我认为 AI 在薪酬制定过程中能够提供充分的信息和解释
求职者的满意度	您对 AI 制定薪酬的整体满意度如何
求职者感知的公平性	您认为 AI 制定的薪酬福利是否公平
	您认为 AI 在薪酬制定中对所有求职者都一视同仁
	您认为使用 AI 制定薪酬福利能体现公平性
市场薪酬水平	您认为当前市场薪酬水平与 AI 制定的薪酬相比如何
	您认为 AI 制定的薪酬福利与市场薪酬水平相匹配

3.4. 统计分析

本研究采用 Stata 17.0 对数据进行统计分析。首先，利用 Stata 17.0 对样本数据进行描述性统计分析，并检验各变量的基本特征。其次，采用多元线性回归模型检验 AI 薪酬制定内容设计合理性、过程设计透明性对满意度的影响。最后，运用 Bootstrap 方法检验感知公平性的中介效应，并通过构建交互项检验市场薪酬水平的调节效应及被调节中介效应。

4. 数据分析和假设检验

4.1. 描述性分析

Table 2. General information of the questionnaire
表 2. 问卷基本情况

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
变量	N	mean	sd	min	max
sex	128	1.492	0.502	1	2
age	128	3.250	1.542	1	6
edu	128	2.992	1.283	1	5
满意度	128	3.641	1.162	1	5
合理性	128	3.703	1.107	1	5
透明度	128	3.684	1.110	1	5
感知公平性	128	3.628	1.046	1	5
市场薪酬水平	128	3.680	1.150	1	5

表 2 报告了各变量的描述性统计结果。样本共包含 128 份有效问卷，其中男性约占 53%，女性约占

47%; 受访者年龄主要集中在 23~31 岁, 本科及以上学历占 78%, 样本具有一定代表性, 能够较好反映具有求职经历群体对 AI 薪酬制定的认知与评价。

从主要变量来看, 各变量均值均高于量表理论中值(3 分), 说明受访者整体上对 AI 薪酬制定持较为积极的态度。其中, 内容设计合理性(Mean = 3.703)和过程设计透明性(Mean = 3.684)均处于中等偏上水平, 表明多数受访者认可 AI 薪酬制定具有一定合理性, 但对其透明程度仍存在进一步提升空间。公平感知均值为 3.628, 满意度均值为 3.641, 说明 AI 薪酬制定总体能够获得较积极评价, 但不同受访者之间仍存在一定差异, 各变量标准差均约为 1, 具备进一步开展回归分析的统计基础。

4.2. 合理性和透明度对公平感知、满意度的基准回归

Table 3. Regression results of AI compensation determination characteristics on perceived fairness
表 3. AI 薪酬制定特征对公平感知的回归结果

变量	模型(1)	模型(2)
内容设计合理性	0.800***	
过程设计透明性		0.833***
控制变量		
R ²	0.708	0.779
调整 R ²	0.701	0.773

注: *表示在 10%水平上显著, **表示在 5%水平上显著, ***表示在 1%水平上显著, 下文同。

为检验 AI 薪酬制定特征对求职者公平感知的影响, 本文进一步进行回归分析, 结果如表 3 所示。模型 1 结果显示, 内容设计合理性对公平感知具有显著正向影响($\beta = 0.800, p < 0.001$), 说明 AI 薪酬制定在薪酬标准、岗位价值以及个体能力匹配方面的合理程度越高, 求职者越容易形成较高的公平感知, 因此 H1 得到支持。模型 2 结果显示, 过程设计透明性对公平感知同样具有显著正向影响($\beta = 0.833, p < 0.001$), 表明 AI 薪酬制定过程越透明, 求职者越能够理解算法决策依据, 从而提升其公平感知, 因此 H2 得到支持。

Table 4. Rationality and transparency in the baseline regression of satisfaction
表 4. 合理性和透明度对满意度的基准回归

	合理性	透明度	sex	age	edu	_cons	N	调整后 R 方	F
(1) 满意度	0.204** (2.06)	0.703*** (7.13)				0.295 (1.47)	128	0.709	156.1
(2) 满意度	0.216* (1.72)	0.692*** (5.63)	-0.097 (-0.91)	0.053 (1.36)	-0.054 (-1.10)	0.426 (1.32)	128	0.714	96.26

为检验 AI 薪酬制定内容设计合理性和过程设计透明性对求职者满意度的影响, 本文进行了多元线性回归分析, 结果如表 4 所示。

回归结果表明, 内容设计合理性对求职者满意度具有显著正向影响($\beta = 0.204, p < 0.05$), 说明 AI 制定薪酬时能够充分考虑岗位价值、能力水平及市场薪酬等因素, 有助于提高求职者对薪酬方案的认可程度, 从而提升满意度。同时, 过程设计透明性对满意度也呈现显著正向影响($\beta = 0.703, p < 0.01$), 且影响程度明显高于内容设计合理性。这说明, 相较于薪酬结果本身, 求职者更加关注 AI 薪酬制定过程是否公开透明、决策依据是否能够被理解与解释。

此外，控制变量(性别、年龄和教育程度)均未达到显著水平，表明人口统计学特征对求职者满意度影响有限，而内容设计合理性和过程设计透明性才是影响求职者满意度的关键因素。研究结果支持了组织公平理论关于程序公平和结果公平共同影响个体态度的观点，也为后续中介效应检验提供了依据。

4.3. 感知公平性在透明度影响满意度过程中的中介作用回归

Table 5. Mediation analysis results: perceived fairness as a mediator between transparency and satisfaction
表 5. 感知公平性在透明度影响满意度过程中的中介作用回归结果

	(1)
	满意度
感知公平性	0.283** (2.61)
透明度	0.640*** (5.92)
sex	-0.058 (-0.54)
age	0.045 (1.13)
edu	-0.048 (-1.00)
_cons	0.339 (1.05)
Bootstrap 检验 95%置信区间	[0.0411154, 0.4083513]
N	128
调整后 R 方	0.717
F	85.54

为进一步检验公平感知的中介作用，本文采用 Bootstrap 方法进行中介效应检验，结果如表 5 所示。在引入公平感知后，过程设计透明性对满意度的回归系数由 0.703 下降至 0.640，但仍保持显著($p < 0.01$)；与此同时，公平感知对满意度具有显著正向影响($\beta = 0.283, p < 0.05$)，说明公平感知在过程设计透明性影响满意度过程中发挥了部分中介作用。Bootstrap 检验所得 95%置信区间为[0.041, 0.408]，区间未包含 0，进一步验证了中介效应显著存在。

Table 6. Bootstrap mediation test results
表 6. Bootstrap 中介效应检验结果

效应类型	效应值	Bootstrap 标准误	95%置信区(Bias-corrected)	结论
间接效应	0.236	0.093	[0.056, 0.414]	显著
直接效应	0.640	0.110	[0.417, 0.859]	显著
总效应	0.876	0.048	[0.774, 0.965]	显著
中介效应占比	0.269	0.109	[0.068, 0.499]	—

Bootstrap 检验结果如表 6 所示, 过程设计透明性通过感知公平性影响求职者满意度的间接效应为 0.236, 其 95%置信区间不包含 0, 说明中介效应显著存在。同时, 间接效应占总效应比例为 26.9%, 表明感知公平性在过程设计透明性影响求职者满意度过程中发挥部分中介作用。

这一结果表明, 提高 AI 薪酬制定过程的透明性不仅能够直接提升求职者满意度, 还能够通过增强其公平感知进一步提高满意度, 说明公平感知是 AI 薪酬制定影响求职者满意度的重要心理机制。

4.4. 市场薪酬水平的调节作用

Table 7. Test results of indirect effects at different market salary levels
表 7. 不同市场薪酬水平下的间接效应检验结果

市场薪酬水平	间接效应	Bootstrap 标准误	95%置信区间
低市场薪酬水平	0.330	0.111	[0.129, 0.557]
平均薪酬水平	0.217	0.126	[-0.010, 0.474]
高市场薪酬水平	0.102	0.133	[-0.159, 0.364]
高低水平差异	-0.228	0.113	[-0.451, 0.008]

被调节的中介效应检验结果如表 7 所示。当市场薪酬水平较低时, 感知公平性的中介效应显著(效应值 = 0.330, 95% CI = [0.129, 0.557]); 随着市场薪酬水平提高, 中介效应逐渐减弱, 在高市场薪酬水平下不再显著, 说明市场薪酬水平对中介路径具有调节作用。

Table 8. Simple slope analysis of the moderating effect of market salary level
表 8. 市场薪酬水平调节效应简单斜率分析

市场薪酬水平	公平感知→满意度	标准误	p 值
低市场薪酬水平(M-1SD)	0.216	0.106	0.041
高市场薪酬水平(M+1SD)	0.102	0.133	0.443

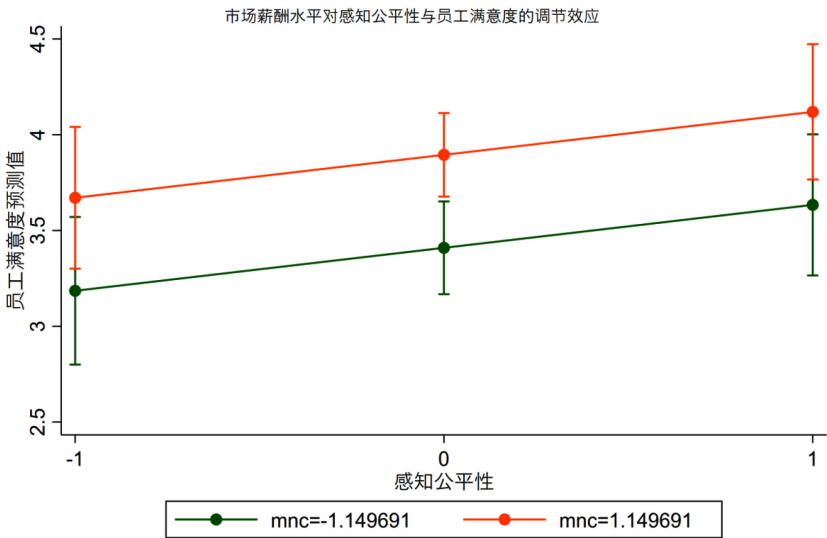


Figure 2. The moderating effect of market salary level on the relationship between perceived fairness and employee satisfaction
图 2. 市场薪酬水平对感知公平性与员工满意度关系的调节效应

进一步采用简单斜率分析检验市场薪酬水平的调节作用。结果如表 8 所示，在低市场薪酬水平下，感知公平性对满意度具有显著正向影响($\beta = 0.216, p < 0.05$)；而在高市场薪酬水平下，该影响不显著($\beta = 0.102, p > 0.05$)，表明随着市场薪酬水平提升，公平感知对满意度的影响逐渐减弱。

如图 2 所示，市场薪酬水平对感知公平性与员工满意度之间的关系具有调节作用。随着感知公平性的提升，低市场薪酬水平和高市场薪酬水平下员工满意度均呈现上升趋势，但高市场薪酬水平下员工满意度整体高于低市场薪酬水平，且两条线斜率存在差异，表明市场薪酬水平会影响感知公平性对员工满意度的作用强度。具体而言，在较低市场薪酬水平下，感知公平性对员工满意度的促进作用更为明显，而随着市场薪酬水平提高，该促进作用有所减弱。

4.5. 被调节的中介作用回归

Table 9. Regression results for moderated mediation
表 9. 被调节的中介作用回归结果

	(1)	(2)	(3)	(4)
	感知公平性	满意度	感知公平性	满意度
合理性	0.800*** (15.04)	0.292** (2.00)		
sex	-0.105 (-1.06)	-0.093 (-0.86)	-0.084 (-0.97)	-0.098 (-0.94)
age	0.029 (0.88)	0.063 (1.60)	0.006 (0.21)	0.052 (1.36)
edu	-0.035 (-0.84)	-0.042 (-0.83)	-0.040 (-1.09)	-0.049 (-1.06)
感知公平性		0.224 (1.54)		0.070 (0.55)
市场薪酬水平		0.211** (2.37)		0.176** (2.24)
交互项		-0.155*** (-2.81)		-0.110** (-2.03)
透明度			0.833*** (18.57)	0.538*** (4.42)
_cons	0.095 (0.47)	3.864*** (15.02)	0.169 (0.72)	3.878*** (16.72)
Bootstrap 95%置信区间	[-0.4626059, -0.0322712]		[-0.3835032, 0.0467041]	
N	128	128	128	128
调整后 R 方	0.708	0.699	0.779	0.731
F	60.62	59.34	92.64	69.07

为进一步检验市场薪酬水平的调节作用，本文构建交互项进行回归分析，结果如表 9 所示。

回归结果显示，市场薪酬水平显著调节公平感知与满意度之间的关系($\beta = 0.211, p < 0.05$)，交互项系数达到显著水平($\beta = -0.155, p < 0.01$)，表明市场薪酬水平会影响公平感知对满意度的作用强度，二阶调节效应成立。具体而言，当市场薪酬水平较低时，求职者更加关注 AI 薪酬制定是否公平合理，因此公平感知对满意度的促进作用更加明显；随着市场薪酬水平提高，这种作用有所减弱。

同时，合理性和透明性仍保持显著正向影响，说明 AI 薪酬制定只有兼顾内容设计合理性与决策过程透明性，才能有效提升求职者满意度。上述结果进一步验证了市场薪酬水平作为边界条件的重要作用，为理解 AI 薪酬制定的作用机制提供了新的实证支持。

Table 10. Results of research hypotheses
表 10. 研究假设结果

假设	内容	验证结论
H1	AI 薪酬制定的内容设计合理性正向影响求职者感知的公平性。	成立
H2	AI 薪酬制定的过程设计透明性正向影响求职者感知的公平性。	成立
H3	求职者感知的公平性正向影响求职者的薪酬满意度。	成立
H4	市场薪酬水平调节了求职者感知的公平性对求职者薪酬满意度的影响。	成立

综上所述，本文对求职者对 AI 制定的薪酬福利的满意度和影响因素数据运用统计学的方法进行了验证和分析，研究假设结果如表 10 所示。需要说明的是，表 5 中公平感知对求职者满意度具有显著正向影响，而在表 9 模型 2 中加入市场薪酬水平及其交互项后，该影响未达到显著水平。出现这一差异可能是由于被调节中介模型纳入了更多变量，模型复杂程度提高，公平感知与其他变量之间的相关性可能削弱其独立解释作用。同时，受限于本文样本量(128 份)，复杂模型中的统计检验效力可能有所降低，从而导致部分变量显著性发生变化。因此，该结果表明，在考虑市场薪酬水平的调节作用后，公平感知对满意度的影响受到其他因素共同作用。

5. 结论与讨论

5.1. 研究结论

本文以组织公平理论为基础，以 AI 薪酬制定为研究情境，构建了内容设计合理性、过程设计透明性、公平感知、求职者满意度以及市场薪酬水平之间的关系模型，并基于 128 份有效问卷进行了实证检验。研究结果表明：

第一，AI 薪酬制定的内容设计合理性能够显著提升求职者的公平感知，并进一步提高其薪酬满意度。这说明，当 AI 系统能够综合考虑岗位价值、个人能力、工作绩效及市场薪酬水平等因素制定薪酬方案时，求职者更容易认为薪酬结果公平合理，从而提高对组织薪酬决策的认可程度。

第二，AI 薪酬制定过程设计透明性对求职者满意度具有显著正向影响，且影响作用强于内容设计合理性。这表明，在算法参与薪酬决策的背景下，求职者不仅关注最终薪酬水平，更关注决策依据是否公开、算法逻辑是否能够被解释以及决策过程是否具有透明性。提高算法透明度有助于增强求职者对 AI 决策的信任，从而提升满意度。

第三，公平感知在 AI 薪酬制定影响求职者满意度过程中发挥部分中介作用。无论是提升薪酬方案设计的合理性，还是增强薪酬制定过程的透明性，最终都需要通过提高求职者对决策公平性的感知来改善其满意度。因此，公平感知是连接 AI 薪酬制定与求职者态度的重要心理机制。

第四, 市场薪酬水平显著调节公平感知与满意度之间的关系。当市场薪酬水平较低时, 公平感知对满意度的促进作用更加明显; 随着市场薪酬水平提高, 该作用有所减弱。这说明, 市场环境是影响 AI 薪酬制定效果的重要边界条件, 企业在应用 AI 开展薪酬管理时, 应充分结合市场薪酬状况制定差异化管理策略。

5.2. 理论意义

本研究具有以下三方面理论贡献。

第一, 拓展了组织公平理论在 AI 薪酬制定情境中的应用。现有组织公平研究主要围绕传统人工薪酬决策展开, 而本文将组织公平理论引入 AI 薪酬制定情境, 揭示了内容设计合理性、过程设计透明性、公平感知与求职者满意度之间的作用机制, 为理解算法决策背景下个体态度形成过程提供了新的研究视角。

第二, 丰富了人工智能在人力资源管理领域的相关研究。目前关于 AI 在人力资源管理中的研究主要集中于招聘甄选、绩效评价和算法管理, 而针对 AI 参与薪酬制定的研究仍相对有限。本文聚焦 AI 薪酬制定这一新兴应用场景, 为算法决策在人力资源管理领域的研究提供了新的经验证据。

第三, 揭示了市场薪酬水平的边界作用。本文将市场薪酬水平引入研究模型, 验证了其在公平感知与满意度关系中的调节作用, 进一步丰富了 AI 薪酬制定影响机制研究, 为后续研究探索更多情境变量提供了参考。

第四, 拓展了 AI 决策透明性的研究视角。本文发现, AI 薪酬制定过程透明性是影响求职者公平感知的重要因素, 进一步说明在算法参与组织决策的背景下, 透明性不仅是技术层面的信息公开问题, 也是涉及算法解释、公平治理和个体接受的重要管理问题。研究结果表明, 企业无需简单追求算法完全公开, 而应通过合理的信息解释机制降低算法决策的不确定性, 从而提升个体对 AI 决策的认可程度。

5.3. 管理启示

基于研究结论, 本文提出如下管理启示。

第一, 建立兼顾算法解释与公平治理的 AI 薪酬透明机制。企业在应用 AI 进行薪酬制定时, 应认识到透明性并不意味着简单公开算法模型, 而是在保护算法安全和商业信息的基础上, 提高决策过程的可理解性。具体而言, 企业可以向求职者披露薪酬评价指标、关键影响因素以及结果形成逻辑, 并建立算法审查和人工监督机制, 对可能存在的算法偏差进行识别和修正, 从而降低“黑箱效应”带来的不确定感, 提高求职者对 AI 薪酬决策的接受程度。

第二, 优化 AI 薪酬制定模型, 提高薪酬方案设计的科学性。企业应综合岗位价值、员工能力、工作绩效及市场薪酬水平等多维信息构建薪酬模型, 避免算法过度依赖单一指标, 提高薪酬决策的合理性和公平性。

第三, 坚持“AI 辅助、人机协同”的薪酬管理模式。对于关键岗位或特殊情形, 应结合人工审核机制, 对 AI 生成的薪酬方案进行必要修正, 充分发挥算法效率与管理者经验的互补优势, 进一步提高薪酬决策质量。

第四, 根据市场薪酬水平实施差异化薪酬管理。企业应动态关注行业薪酬变化, 及时调整 AI 薪酬模型参数, 提高薪酬竞争力, 并结合不同岗位特点设计具有针对性的薪酬策略, 增强企业人才吸引力和雇主品牌形象。

5.4. 研究局限和未来展望

尽管本文取得了一定研究成果, 但仍存在以下不足。

第一, 本文采用横截面问卷数据开展研究, 难以充分揭示 AI 薪酬制定影响求职者满意度的动态变化过程。未来可采用纵向追踪研究或情境实验进一步验证变量之间的因果关系。

第二, 研究样本数量相对有限, 且主要来源于具有求职经历的受访者, 不同地区、行业及职业群体之间可能存在一定差异。未来可扩大样本范围, 提高研究结论的普适性。

第三, 本文重点关注组织公平理论视角下的影响机制, 尚未纳入算法信任、AI 素养、算法厌恶、隐私关注等变量。未来可进一步结合可解释人工智能、算法公平性和负责任 AI 等研究视角, 探讨不同类型算法解释机制对个体接受 AI 决策的影响, 进一步完善 AI 薪酬制定影响机制模型, 为企业推进智能化人力资源管理提供更加丰富的理论支持。

第四, 测量工具仍存在进一步完善的空间。由于人工智能在薪酬管理领域的应用仍处于探索阶段, 针对 AI 薪酬制定相关变量的成熟测量工具相对有限。本文在借鉴组织公平理论、算法透明性研究以及薪酬管理相关研究的基础上, 结合 AI 薪酬制定情境对部分变量测量题项进行了适应性调整和设计。虽然本文通过信度和效度检验验证了量表具有较好的可靠性, 但部分变量的测量维度和题项数量仍有进一步丰富和优化的空间。未来研究可以基于更多样本和不同应用场景, 对 AI 薪酬制定相关测量工具进行进一步开发与验证, 以提高研究结论的稳定性和普适性。

第五, 本研究尚未区分不同类型的算法解释机制(如特征重要性解释 vs. 反事实解释)对求职者公平感知的差异化影响。未来研究可借鉴可解释人工智能(XAI)的技术框架, 实验性地比较不同解释类型在 AI 薪酬情境中的效果, 为企业设计更具针对性的沟通策略提供依据。

参考文献

- [1] Strohmeier, S. and Piazza, F. (2015) Artificial Intelligence Techniques in Human Resource Management—A Conceptual Exploration. In: Kahraman, C. and Çevik Onar, S., Eds., *Intelligent Systems Reference Library*, Springer, 149-172. https://doi.org/10.1007/978-3-319-17906-3_7
- [2] 肖兴政, 冉景亮, 龙承春. 人工智能对人力资源管理的影响研究[J]. 四川理工学院学报(社会科学版), 2018, 33(6): 37-51.
- [3] Davenport, T.H. and Ronanki, R. (2018) Artificial Intelligence for the Real World. *Harvard Business Review*, **96**, 108-116.
- [4] 毛宇飞, 胡文馨. 人工智能应用对人力资源从业者就业质量的影响[J]. 经济管理, 2020, 42(11): 92-108.
- [5] Huang, M. and Rust, R.T. (2020) A Strategic Framework for Artificial Intelligence in Marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, **49**, 30-50. <https://doi.org/10.1007/s11747-020-00749-9>
- [6] Meijerink, J.G., Bondarouk, T. and Lepak, D.P. (2016) Employees as Active Consumers of HRM: Linking Employees' HRM Competences with Their Perceptions of HRM Service Value. *Human Resource Management*, **55**, 219-240. <https://doi.org/10.1002/hrm.21719>
- [7] Leicht-Deobald, U., Busch, T., Schank, C., Weibel, A., Schafheitle, S., Wildhaber, I., et al. (2019) The Challenges of Algorithm-Based HR Decision-Making for Personal Integrity. *Journal of Business Ethics*, **160**, 377-392. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04204-w>
- [8] Shin, D. (2021) The Effects of Explainability and Causability on Perception, Trust, and Acceptance: Implications for Explainable AI. *International Journal of Human-Computer Studies*, **146**, Article ID: 102551. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2020.102551>
- [9] Grimmelikhuijsen, S. (2023) Explaining Why the Computer Says No: Algorithmic Transparency Affects the Perceived Trustworthiness of Automated Decision-Making. *Public Administration Review*, **83**, 241-262. <https://doi.org/10.1111/puar.13483>
- [10] 裴嘉良, 刘善仕, 钟楚燕, 等. AI 算法决策能提高员工的程序公平感知吗? [J]. 外国经济与管理, 2021, 43(11): 41-55.
- [11] Newman, D.T., Fast, N.J. and Harmon, D.J. (2020) When Eliminating Bias Isn't Fair: Algorithmic Reductionism and Procedural Justice in Human Resource Decisions. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, **160**, 149-167. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2020.03.008>
- [12] Logg, J.M., Minson, J.A. and Moore, D.A. (2019) Algorithm Appreciation: People Prefer Algorithmic to Human

- Judgment. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, **151**, 90-103. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2018.12.005>
- [13] Yu, L. and Li, Y. (2022) Artificial Intelligence Decision-Making Transparency and Employees' Trust: The Parallel Multiple Mediating Effect of Effectiveness and Discomfort. *Behavioral Sciences*, **12**, Article 127. <https://doi.org/10.3390/bs12050127>
- [14] 蒋路远, 曹李梅, 秦昕, 等. 人工智能决策的公平感知[J]. 心理科学进展, 2022, 30(5): 1078-1092.
- [15] Lee, M.K. (2018) Understanding Perception of Algorithmic Decisions: Fairness, Trust, and Emotion in Response to Algorithmic Management. *Big Data & Society*, **5**, 1-16. <https://doi.org/10.1177/2053951718756684>
- [16] 刘潇肖, 鲁辰扬, 薛贺. 求职者对 AI 面试的接受度及其影响因素: 基于公平视角的质性研究[J]. 中国人力资源开发, 2023, 40(3): 117-130.
- [17] 孙伟, 黄培伦. 公平理论研究评述[J]. 科技管理研究, 2004, 24(4): 102-104.
- [18] 马飞, 孔凡晶. 组织公平理论研究述评[J]. 经济纵横, 2010(11): 121-125.
- [19] Colquitt, J.A. (2001) On the Dimensionality of Organizational Justice: A Construct Validation of a Measure. *Journal of Applied Psychology*, **86**, 386-400. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.86.3.386>
- [20] Brockner, J. (2002) Making Sense of Procedural Fairness: How High Procedural Fairness Can Reduce or Heighten the Influence of Outcome Favorability. *The Academy of Management Review*, **27**, 58-76. <https://doi.org/10.2307/4134369>
- [21] Gerhart, B. and Rynes, S.L. (2003) Compensation: Theory, Evidence, and Strategic Implications. SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781452229256>
- [22] 王红芳, 杨俊青, 李野. 薪酬水平与工作满意度的曲线机制研究[J]. 经济管理, 2019, 41(7): 105-120.
- [23] Kellogg, K.C., Valentine, M.A. and Christin, A. (2020) Algorithms at Work: The New Contested Terrain of Control. *Academy of Management Annals*, **14**, 366-410. <https://doi.org/10.5465/annals.2018.0174>