

DOI:10.13216/j.cnki.upcjess.2019.05.0005

重要他人支持对新生代员工创新行为的影响机制研究

——基于职业韧性和企业文化的作用

任云霞

(福建商学院 工商管理学院,福建 福州 350012)

摘要:通过对216名新生代员工的问卷调查,运用相关分析以及层次回归等方法,基于社会生态理论探讨重要他人支持、职业韧性以及企业文化对新生代员工创新行为的影响机制。结果表明,重要他人支持对新生代员工创新行为存在显著正向影响;职业韧性在重要他人支持与新生代员工创新行为的关系中起中介作用;家庭型企业文化和活力型企业文化分别正向调节重要他人支持与新生代员工创新行为之间的关系,而市场型企业文化只正向调节来自工作关系的支持与新生代员工创新行为的关系。

关键词:重要他人支持;职业韧性;企业文化;创新行为

中图分类号:F272.92 **文献标识码:**A **文章编号:**1673-5595(2019)05-0033-07

一、引言

随着互联网时代的到来,企业间的经济竞争已经达到了白热化的状态。如何让企业在竞争中保持持续发展的劲头成为了企业界和学术界热议的问题。无论是学者还是企业家都普遍认为企业的创新和持续发展离不开员工自身的持续创新发展,他们是企业可持续发展的不可或缺的重要力量。随着“80后”“90后”的新生代员工逐渐成为职场的主力军,如何引领具有强烈自我意识和功利观念的新生代员工推动企业的持续发展已经成为人力资源管理的难题。^[1]

已有研究发现组织支持会对员工创新行为产生影响,心理授权或自我效能感等因素也会影响其创新行为。但是学术界关于重要他人支持与新生代员工创新行为关系的研究尚处于起步阶段,现有研究大多为重要他人支持的单一维度对创新行为的影响。重要他人支持是个体从拥有的关键社会关系资源中获得的客观支持和主观支持。客观支持和主观支持都有利于员工创新想法的萌生以及实施,这些支持既来源于工作环境中的领导和同事的支持,如工作环境和谐、资源提供等,也有来自非工作环境

的家人和朋友等的支持,如情感抚慰、家庭事务分担等。将重要他人支持视为多元维度更适合探明重要他人支持对新生代员工创新行为影响的内在机制,而以往恰恰鲜有这种多元影响的研究。

同时,职业韧性是个体应对外部挑战和挫折的内在能力,取决于个体因素、群体因素和组织内外因素,也会与重要他人支持具有相关关系。因此本研究认为职业韧性可能会在重要他人支持与新生代员工创新行为的关系中起到某种效应。另外,企业文化是企业员工共同遵循的价值观、行为和组织模式,在企业发展过程中逐渐形成,是企业发展的灵魂。企业通过企业文化可以影响员工的思想、行为和态度,最终左右企业的生存和发展。寻找与重要他人支持相匹配的企业文化,就成为解决新生代员工创新行为的思路之一。

基于此,本研究在社会生态理论框架下,运用多元纵向思维探析重要他人支持对新生代员工创新行为的影响机制,进而探究职业韧性和企业文化在这个影响路径中的作用以及企业文化影响下重要他人支持对新生代员工的创新行为交互效应,以期建

收稿日期:2018-10-15

基金项目:福建省教育厅中青年教师教育科研项目(JAS170980)

作者简介:任云霞(1979—),女,山西阳泉人,福建商学院工商管理学院讲师,研究方向为人力资源管理、管理心理学、组织行为学等。

立基于重要他人支持的新生代员工创新行为理论模型,并对相关管理实践有所借鉴。

二、文献回顾及研究假设

(一)重要他人支持与员工创新行为

关于社会关系支持的研究主要集中在领导方面的支持,大多数研究者发现变革型领导、包容型领导、共享型领导等对员工的创新行为都有显著的影响。只有少数学者关注到领导以外的社会关系支持,李贵卿等研究发现工作场所中来自上司和同事的工作支持和非工作场所中来自家人和朋友的非工作支持对员工创新行为都有显著作用。^[2]人是社会关系的产物,是无法离开社会关系而活动的,那么员工的创新行为自然也无法脱离社会关系。哪些社会关系支持可以左右员工的创新行为呢?社会支持理论认为社会支持的支持源就是社会支持的提供者,具体包括与个体有关的社会关系成员,尤其是关系亲密的重要他人等。重要他人是影响个体自我及行为活动的关键人物。在企业的工作环境中,领导和同事自然是员工创新行为的重要他人,但是仅仅研究企业范围内的重要他人远不足以说明问题,对于企业以外的重要他人如家人、朋友等也要考虑进去才能全面考察社会关系支持对新生代员工创新行为的影响。^[3]因此本研究以员工获得支持的不同渠道,将重要他人支持分为来自工作关系的支持和来自社会关系的支持。基于此提出以下假设:

假设1:重要他人支持对新生代员工的创新行为有显著作用。

假设1a:来自工作关系的支持对新生代员工的创新行为有显著作用。

假设1b:来自社会关系的支持对新生代员工的创新行为有显著作用。

(二)重要他人支持、职业韧性与员工创新行为

作为一种积极心理表现,职业韧性成为了企业员工面对压力和挑战的一种心理适应能力。根据职业韧性理论的观点,员工的职业韧性越高,工作绩效也会越高。以往研究也确实发现具有良好职业韧性的员工拥有一定的探索和创新精神,乐于接受新任务的挑战,尤其能适时将自己调整到工作状态。但是也有研究发现当员工面对挫折及压力时,如果有上司、同事、家人及朋友支持的话,员工能够获得更多的组织资源、情感资源以及社会资本,所有这些既可以帮助个体提高自我效能感和工作适应性,还可以进一步提高他们的工作积极性、工作绩效等。汤伟娜等的研究表明了职业韧性在新生代员工的社会支持感与工作绩效之间的关系中起了中介作用。^[4]

社会生态系统理论认为个体的发展是个体自身与外部环境相互作用的产物。一方面社会情景直接影响个体的发展,另一方面社会情景通过个体内在因素间接作用于个体的发展。^[5]综上所述,提出假设:

假设2:职业韧性在重要他人支持与员工创新行为之间起中介作用。

假设2a:职业韧性在来自工作关系的支持与员工的创新行为之间起中介作用。

假设2b:职业韧性在来自社会关系的支持与员工的创新行为之间起中介作用。

(三)企业文化与员工创新行为

20世纪80年代日本企业依靠先进的企业文化迅速崛起,反观仅仅依靠传统管理模式的企业却停步不前。21世纪以来,经济全球化及市场一体化使得企业发展成了一项艰苦卓绝的事业,创新是企业发展的关键,而企业文化恰恰与企业创新发展休戚相关。学者的研究结论也证明了这一点,彭红霞等研究发现创新型企业文化对企业发展创新活动有明显的提高。^[6]那么作为企业创新载体的员工的创新发展是否同样需要企业文化为其创造动力环境呢?很多实证研究也证明了企业文化与员工创新行为之间存在相关关系。朱苏丽等实证研究发现市场结果导向的企业文化与创新学习导向的企业文化都对员工创新行为有明显的正作用,而财务结果导向的企业文化对员工创新行为有显著的负作用。^[7]陈卫旗的研究则表明组织创新文化与员工创新行为有正向关联;而组织文化强度与员工创新行为有负向关联,但可以强化创新文化与员工创新行为的正向关系。^[8]张国梁等研究结果显示个体对组织学习型文化的感知程度能够影响个体创新行为。^[9]卫云等研究显示宗族型文化、创新型文化、市场型文化与员工创新行为有显著正相关关系,层级型文化和员工创新行为有显著负相关关系。^[10]

Cameron等依据组织的内外因素将企业文化划分为家庭型、活力型、官僚型和市场型四种类型。^[11]家庭型企业文化注重团队合作和员工的参与感,企业关心员工,并为他们创造一个人性化的工作环境。活力型企业文化主要特征就是没有明确的权力关系,代表着充满创新性和灵活性的工作环境。官僚型企业文化注重规章和秩序,表现出高度制度化和层级化的工作环境。市场型企业文化注重竞争力和生产力,企业就象征着一个市场。不同类型的企业文化为员工创造了完全不同的文化环境,无论是重要他人还是员工的创新行为都会置身于企业的文化环境之中,必然都会受到企业文化的影响^[12],基于

此提出了以下假设:

假设 3:重要他人支持与员工的创新行为的关系受到了企业文化的调节作用。

假设 3a:来自工作关系的支持与员工的创新行为的关系受到了企业文化的调节作用。

假设 3b:来自社会关系的支持与员工的创新行为的关系受到了企业文化的调节作用。

综上,本研究认为重要他人支持是个体获得成功的重要社会资源,职业韧性作为个体内在的心理能力,可能对新生代员工创新行为产生影响,而企业文化作为一种外部环境要素,也可能对创新行为产生直接影响或调节效应。本研究理论研究模型如图 1 所示。

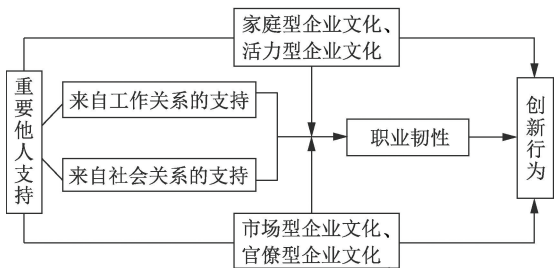


图 1 理论模型

三、研究方法

(一) 研究对象

研究对象是新生代员工,主要是指“80 后”“90 后”的员工。本次调查共发放 260 份问卷,回收问卷 216 份,问卷回收率达 83%。从年龄段看,25 岁以下占 25.9%,26~30 岁占 29.2%,31~35 岁占 20.4%,36~40 岁占 24.5%。从性别来看,男女比例分别为 53.2% 和 46.8%。从学历分布看,专科学历占 18.6%,本科学历占 56.9%,研究生学历占 24.5%,本科和研究生学历占绝大多数。从工作年限看,主要为工作 1~3 年和 4~6 年,共占 71.3%,工作 1 年以下、7~10 年以及 11~20 年的比例分别是 6.9%、12.5% 和 9.3%。就企业性质而言,被调查者主要分布在民营企业,占 63.0%,而国有企业、外资企

业及其他企业分别占 15.3%、20.4% 和 1.4%。本研究的调查对象分布合理,数据有一定的代表性,在一定程度可以反映本研究的问题。

(二) 研究工具

为保证研究工具的高信度和高效度,研究借鉴相关领域的成熟量表,根据本研究的需要适度修改,且所有量表的 Cronbach's α 值和 KMO 值都在 0.700 以上,表明所有量表信度和效度良好。同时通过不可测量的潜在因素分析方法得出平均方差抽取值为 0.35,低于标准阈值,表明本研究不存在严重的同源偏差问题。每个量表都采用 Likert 5 点计分测量,从 1 为非常不赞成到 5 为非常赞成。

问卷的主体包含五个部分。第一部分是个人基本资料,包含性别、年龄、学历、职位、工作年限、工作所在行业、行业性质等。据以往研究表明这些资料对员工的创新行为也可能会产生影响,因此为保证数据的有效性,这些资料就作为本研究的控制变量。第二部分是重要他人支持量表,包括来自工作关系的支持和来自社会关系的支持两个方面,共 12 个题项。第三部分是职业韧性量表,包含成就目标、探索精神和调整适应三个维度,共 12 个项目。第四部分是企业文化量表,该量表采用 Cameron 和 Quinn 编制的 OCAI 量表,共 24 个题项,主要包括企业主导特征、企业领导、员工管理、企业凝聚力、战略的重点和成功标准六个方面。第五部分是员工创新行为量表,借鉴台湾学者黄致凯的个体创新量表,把个体创新行为划分为创新构想产生和创新构想实施两个维度,共 12 个题目。

四、结果分析

(一) 描述性分析和相关分析

通过皮尔逊相关系数分析,研究发现重要他人支持(来自工作关系的支持以及来自社会关系的支持)、职业韧性、企业文化(家庭型文化、活力型文化、市场型文化、官僚型文化)与新生代员工的创新行为之间均存在显著的相关关系(见表 1)。

表 1 描述性分析和相关分析结果

变量	创新行为	职业韧性	家庭型文化	活力型文化	市场型文化	官僚型文化	来自工作关系的支持
创新行为	1						
职业韧性	0.775 **	1					
家庭型文化	0.423 **	0.272 **	1				
活力型文化	0.389 **	0.231 **	0.788 **	1			
市场型文化	0.417 **	0.282 **	0.533 **	0.613 **	1		
官僚型文化	0.355 **	0.225 **	0.548 **	0.646 **	0.487 *	1	
来自工作关系的支持	0.642 **	0.666 *	0.405 **	0.362 **	0.333 **	0.287 **	1
来自社会关系的支持	0.696 **	0.736 **	0.370 **	0.369 *	0.479 **	0.386 **	0.790 **

注:“*”为 $p<0.05$,”**”为 $p<0.01$,”***”为 $p<0.001$ 。

由表 1 可知,职业韧性与企业文化、重要他人支持以及创新行为存在显著相关关系,企业文化与重要他人支持以及创新行为存在显著相关关系,重要他人支持则与创新行为具有显著强相关关系,相关系数均在 0.5 以上。上述结果初步验证了本研究的理论模型和部分假设。

(二)主效应和中介效应

对重要他人支持主效应以及职业韧性中介效应进行检验。在控制了年龄、性别、学历、工作年限以及企业性质等变量后,以创新行为作为因变量,以重要他人支持作为自变量,以职业韧性作为中介变量作多元回归分析,检验结果如表 2 显示。模型 1 和模型 5 是控制变量分别对创新行为和职业韧性的影响。模型 2 在控制了人口统计学变量后,加入来自工作关系的支持和来自社会关系的支持对创新行为作回归分析,结果显示来自工作关系的支持以及来自社会关系的支持都对新生代员工创新行为有显著正向影响($\beta=0.435;\beta=0.608$)。假设 1a 和假设 1b 得到了验证。

模型 3 在模型 1 的基础上单独将职业韧性与创新行为做回归分析,结果显示职业韧性对新生代员

工创新行为存在显著正向作用($\beta=0.614$)。模型 4 同样控制了统计学变量后,引入来自工作关系的支持、来自社会关系的支持和职业韧性等变量对新生代员工创新行为做回归分析,发现来自工作关系的支持、来自社会关系的支持以及职业韧性都对新生代员工创新行为有显著正向作用($\beta=0.414;\beta=0.556;\beta=0.352$),且共同解释了新生代员工创新行为总变异的 29.2%,相比较模型 2 的结果,模型 4 得出的数据结果显示来自工作关系的支持、来自社会关系的支持和职业韧性对新生代员工创新行为预测的解释力更强,但是由于引入职业韧性这一变量使得重要他人支持与新生代员工创新行为的显著相关关系有所减弱。模型 6 在控制了人口统计学变量后,引入来自工作关系的支持、来自社会关系的支持为自变量,职业韧性为因变量进行回归分析,数据显示来自工作关系的支持、来自社会关系的支持对职业韧性同样也存在显著正向影响($\beta=0.219;\beta=0.564$)。假设 2a 和假设 2b 得到了验证。

综合上述分析得出的结论:职业韧性在重要他人支持与新生代员工创新行为的关系中起部分中介作用。假设 2 得到了支持。

表 2 主效应和中介效应分析

变量		创新行为				职业韧性	
		模型 1	模型 2	模型 3	模型 4	模型 5	模型 6
控制变量	年龄	-0.213 *	-0.011	0.121 *	-0.063	-0.491 *	-0.152
	性别	0.033	0.011	0.014	0.033	0.058	0.005
	学历	-0.528 *	0.011	0.296 *	0.035	-0.399 *	-0.112 *
	企业性质	0.014	0.006	0.013	-0.002	-0.002	0.008
	工作年限	-0.104	0.223	-0.133 *	0.092	0.474 *	0.152
自变量	来自工作关系的支持		0.435 **		0.414 **		0.219 *
	来自社会关系的支持		0.608 **		0.556 **		0.564 *
中介变量	职业韧性			0.614 **	0.352 **		
ΔR^2		0.108 ***	0.115 ***	0.185 ***	0.292 ***	0.252 ***	0.250 ***

注:“*”为 $p<0.05$,”**”为 $p<0.01$,”***”为 $p<0.001$ 。

(三)调节效应

在相关分析和中介效应分析中,虽然结果表明在来自工作关系的支持以及来自社会关系的支持下,具有越高职业韧性的新生代员工,其创新行为越多,但是这种因果关系是否会受到企业宏观环境因素的影响?基于此,本研究从企业文化入手,探究上述因果关系是否受企业文化的影响而加剧变化。对此,本研究控制了人口统计学变量,仍采用层次回归法,为避免多重共线性问题,先将变量做数据中心化处理,再将交互项代入回归方程分析。具体分析结果见表 3 和表 4。

表 3 和表 4 显示,模型 7、模型 8 和模型 9 检验家庭型企业文化在来自工作关系的支持与创新行为

之间的调节作用,模型 7、模型 10 和模型 11 检验活力型企业文化在来自工作关系的支持与创新行为之间的调节作用,模型 7、模型 12 和模型 13 检验市场型企业文化在来自工作关系的支持与创新行为之间的调节作用,模型 7、模型 14 和模型 15 检验官僚型企业文化在来自工作关系的支持与创新行为之间的调节作用,模型 16、模型 17 和模型 18 检验家庭型企业文化在来自社会关系的支持与创新行为之间的调节作用,模型 16、模型 19 和模型 20 检验活力型企业文化在来自社会关系的支持与创新行为之间的调节作用,模型 16、模型 21 和模型 22 检验市场型企业文化在来自社会关系的支持与创新行为之间的调节作用,模型 16、模型 23 和模型 24 检验官僚型

企业文化在来自社会关系的支持与创新行为之间的调节作用。

模型 8 在模型 7 的基础上加上家庭型企业文化,结果显示家庭型企业文化对新生代员工创新行为有显著影响($\beta=0.268, p<0.01$)。模型 9 在模型 8 的基础上加上来自工作关系的支持与家庭型企业文化的交互项,结果表明来自工作关系的支持与家庭型企业文化的交互项对新生代员工创新行为存在显著影响($\beta=0.207, p<0.01$)。由此表明家庭型企业文化在来

自工作关系的支持与新生代员工创新行为关系中存在调节效应。模型 11 显示来自工作关系的支持与活力型企业文化的交互项对新生代员工创新行为存在显著影响($\beta=0.231, p<0.01$)。模型 13 显示来自工作关系的支持与市场型企业文化的交互项对新生代员工创新行为存在显著影响($\beta=0.161, p<0.01$)。模型 15 显示来自工作关系的支持与官僚型企业文化的交互项对新生代员工创新行为不存在显著影响($\beta=0.032, p>0.05$)。假设 3a 得到部分验证。

表 3 来自工作关系的支持与创新行为:企业文化的调节效应分析

变量		创新行为								
		模型 7	模型 8	模型 9	模型 10	模型 11	模型 12	模型 13	模型 14	模型 15
控制变量	年龄	-0.11 *	-0.081	-0.058	-0.094	-0.063	-0.107	-0.080	-0.076	-0.046
	性别	-0.122	-0.078	-0.031	-0.112	-0.105	-0.122	-0.098	-0.104	-0.096
	学历	0.210	0.140	0.035	0.205	0.153	0.176	0.124	0.121	0.100
	企业性质	0.211 *	-0.124	-0.087	-0.154	-0.137	-0.134	-0.180	-0.113	-0.088
	工作年限	-0.142	-0.079	-0.029	-0.105	-0.100	-0.129	-0.114	-0.101	-0.084
自变量	工作关系支持	0.536 **	0.514 **	0.485 **	0.426 **	0.407 **	0.416 **	0.328 **	0.502 **	0.496 **
调节变量	家庭型文化		0.268 **	0.209 **						
	活力型文化				0.313 **	0.269 **				
	市场型文化						0.208 **	0.168 **		
	官僚型文化								0.074	0.064
调节效应	家庭型文化			0.207 **						
	活力型文化					0.231 **				
	市场型文化							0.161 **		
	官僚型文化									0.032
ΔR^2		0.243 **	0.204 **	0.215 ***	0.136 ***	0.208 ***	0.152 ***	0.213 **	0.04 **	0.14 **

注:“*”为 $p<0.05$,“**”为 $p<0.01$,“***”为 $p<0.001$ 。

表 4 来自社会关系支持与创新行为:企业文化调节效应分析

变量		创新行为								
		模型 16	模型 17	模型 18	模型 19	模型 20	模型 21	模型 22	模型 23	模型 24
控制变量	年龄	-0.214 *	-0.151	-0.128	-0.103	-0.084	-0.112	-0.103	-0.084	-0.053
	性别	-0.242	-0.138	-0.111	-0.124	-0.116	-0.135	-0.104	-0.111	-0.088
	学历	0.204	0.163	0.125	0.217	0.187	0.154	0.117	0.134	0.104
	企业性质	0.207	-0.172	-0.167	-0.164	-0.129	-0.127	-0.106	-0.121	-0.096
	工作年限	-0.165	-0.119	-0.199	-0.124	-0.101	-0.104	-0.102	-0.106	-0.078
自变量	社会关系支持	0.632 **	0.536 **	0.503 **	0.456 **	0.435 **	0.512 **	0.426 **	0.528 **	0.487 *
调节变量	家庭型文化		0.241 **	0.216 **						
	活力型文化				0.319 **	0.238 **				
	市场型文化						0.119	0.108		
	官僚型文化								0.065	0.053
调节效应	家庭型文化			0.212 **						
	活力型文化					0.226 **				
	市场型文化							0.101		
	官僚型文化									0.031
ΔR ²		0.251 **	0.235 **	0.285 ***	0.147 ***	0.246 ***	0.122 ***	0.117 **	0.067 **	0.063 *

注:“*”为 $p<0.05$,“**”为 $p<0.01$,“***”为 $p<0.001$ 。

模型 18 显示来自社会关系的支持与家庭型企业文化的交互项对新生代员工创新行为存在显著影响($\beta=0.212, p<0.01$)。模型 20 显示来自社会关系的支持与活力型企业文化的交互项对新生代员工创新行为具有预测作用($\beta=0.226, p<0.01$)。模型

22 显示来自社会关系的支持与市场型企业文化的交互项对新生代员工创新行为不具有预测作用($\beta=0.101, p>0.05$)。模型 24 显示来自社会关系的支持与官僚型企业文化的交互项对新生代员工创新行为不具有预测作用($\beta=0.031, p>0.05$)。假设

3b 得到部分验证。

综上所述,假设3得到支持。

五、结论及意义

(一) 结论

本研究以社会生态系统理论为依据,提出了重要他人支持、职业韧性、企业文化与新生代员工创新行为的关系理论模型,并展开了实证分析。研究结果主要包括:一是重要他人支持对新生代员工创新行为存在显著正向影响;二是职业韧性在重要他人支持与新生代员工创新行为的关系中起部分中介作用;三是家庭型企业文化和活力型企业文化对重要他人支持与新生代员工创新行为的关系起正向调节效应,而市场型企业文化只对来自工作关系的支持与新生代员工创新行为的关系起正向调节作用。

从研究结论可以看出,来自工作关系的支持与来自社会关系的支持水平越高,对新生代员工创新行为产生的正向影响就越大。这一结论和其他学者的观点基本一致,但是对影响程度的结论则不同以往研究结论。来自社会关系的支持,比如家人给予鼓励,朋友提供帮助资源对于新生代员工创新行为的影响力则显得更胜一筹。这可能源于本研究的研究对象是新生代员工。

以往研究在不区分员工的年龄层次基础上研究企业文化对员工创新行为的影响,其结论都表明四种类型的企业文化都对员工创新行为有不同的正向或负向影响。但是本研究针对“80后”“90后”新生代员工考察企业文化对他们的创新行为影响情况,结论表明只有活力型企业文化和家庭型企业文化具有调节效应。尤其在倡导创新和授权的活力型企业文化的调节下,无论是来自工作关系的支持还是来自社会关系的支持对新生代员工创新行为的影响都远远超过其他类型企业文化。这恰恰表明在活力型企业文化环境下,希望自由、无权威感的新生代员工在接受领导授权、同事合作、家人安慰、朋友出谋划策等支持时,他们更能创造出一些新想法或新思路,并使其实施。

(二) 理论意义

(1)以重要他人支持为切入点,探讨重要他人支持对新生代员工创新行为的作用机制,拓展了支持视角的新生代员工创新行为的研究。目前现有学者研究单一支持对员工创新行为的影响,如主管支持、组织支持。这些研究偏重于企业内部关系支持。但是创新行为的支持来源不仅要关注企业内部关系支持,还应扩展到企业外部社会关系支持。探讨企

业内外关系支持对新生代员工创新行为的影响机制更具有应用价值。

(2)研究以社会生态系统理论和职业韧性理论为基础,以职业韧性为中介,以企业文化为调节变量,揭示了重要他人支持、职业韧性、企业文化对新生代员工创新行为的影响路径。以往研究也有以主管支持、企业文化等作为前因分析,但是鲜有学者研究积极心理能力的职业韧性对创新行为的影响机制。职业韧性为解释企业员工遇到困难和挑战时表现出不同的行为提供理论依据。本研究立足个体、群体和组织层面的多维度证实了个体创新行为受重要他人支持、职业韧性和企业文化的作用,延伸了创新行为的研究视角。

(3)引入企业文化,验证了重要他人支持与新生代员工创新行为在不同类型企业文化情景下的调节效应,深化了影响创新行为的环境因素。把人力资源管理的相关问题引入中国情景,就必须要考虑贯穿于企业运行过程的本土企业文化。因此本研究发现活力型企业文化和家庭型企业文化更符合新生代员工对企业工作环境的要求,而注重权力感和等级制的官僚型企业文化会让新生代员工在工作中表现出不适感。

(三) 实践启示

(1)企业管理者和员工应充分重视来自工作关系的支持与来自社会关系的支持,企业管理者应具有人文关怀理念,不能只关注经济生产而忽视社会支持系统的建立。中国是一个注重“圈子”文化的社会,企业管理者要为员工建立工作支持和非工作支持圈子。此外,员工自身也要意识到个体行为也是会受到家人或朋友的影响,要妥善处理自己与家人和朋友的关系。

(2)企业管理应重视新生代员工的职业韧性。新生代员工职业韧性程度越高,他们的创新行为就越突出。因此,加强对企业员工职业韧性的培养,具体来说,企业管理者可以通过领导或同事给予员工关怀、提供工作方法和技巧,表达鼓励和期望等方式来提升员工的职业韧性。

(3)作为职场主力军的新生代员工因为不同于“60后”“70后”员工的个性特点和价值观念,企业管理者应为新生代员工塑造活力型企业文化。活力型企业文化对新生代员工创新行为的影响最为显著,这一结论为企业构建适合新生代员工工作的企业文化明确了方向。也就是说,企业要为员工建立一个充满活力,注重自由、参与、挑战与创造,领导勇于革新的文化环境。

六、研究不足和展望

本研究还存在一些局限。企业文化数据主要源于个体层次,今后还需从组织层次收集企业文化数据研究创新行为;在研究重要他人支持、职业韧性、企业文化与创新行为的关系时,没有考虑到产业的性质等统计学因素,在今后研究中要注重这些数据的分析;对重要他人支持的两个维度来自工作关系的支持以及来自社会关系的支持没有细分,因此无法比较两个维度对新生代员工创新行为的影响程度的差异;同一变量数据都是同一时间段收集,有可能会影响相关变量的因果关系的检验,后续研究可以采用纵向研究方法以提高变量间因果关系的科学性。

参考文献:

- [1] 肖焰,蔡晨.基于能力理论的人力资本研究综述[J].中国石油大学学报(社会科学版),2017,33(6):21-26.
- [2] 李贵卿,井润田,玛格瑞特·瑞德.人际间社会支持对创新行为与绩效的影响——中美传统工作伦理比较[J].贵州社会科学,2018(6):43-49.
- [3] 任云霞.重要他人支持、学科特定自我效能感与大学生生涯适应力[J].南昌航空大学学报(社会科学版),2018(3):45-49.
- [4] 汤伟娜,姜海云,刘迪.新生代员工社会支持感、职业韧性与工作绩效的关系研究[J].领导科学,2017(8):49-51.

- [5] 王海英.青少年心理健康发展的家庭生态系统研究[J].东北师范大学学报(哲学社会科学版),2012(6):210-213.
- [6] 彭红霞,达庆利.企业文化、组织学习、创新管理对组织创新能力影响的实证研究[J].管理学报,2008(1):144-149.
- [7] 朱苏丽,龙立荣.组织文化导向对研发人员创新行为影响的实证研究——以积极情感为中介变量[J].科技进步与对策,2010,27(18):141-144.
- [8] 陈卫旗.组织创新文化、组织文化强度与个体员工创新行为:多层线性模型的分析[J].心理科学,2013,36(5):1187-1193.
- [9] 张国梁,卢小君.组织的学习型文化对个体创新行为的影响——动机的中介作用分析[J].研究与发展管理,2010(4):16-23.
- [10] 卫云,许芳.组织文化、工作价值观与员工创新行为关系研究[J].企业人力资源管理,2016(3):65-70.
- [11] Cameron K S, Quinn R E, Booksx I. Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Values Framework, Third Edition [J]. Personnel Psychology, 2010,59(3):755-757.
- [12] 尹剑峰.基于动态能力的组织认定与企业多元化战略选择[J].中国石油大学学报(社会科学版),2018,34(1):22-27.

责任编辑:韩国良

On the Influence Mechanism of Support from Important Others on the Innovative Behaviors of New Generation Employees: Based on the Roles of Career Resilience and Corporate Culture

REN Yunxia

(School of Business Administration, Fujian Business University, Fuzhou, Fujian 350012, China)

Abstract: By using the theory of social ecology and the methods of correlation analysis and hierarchical regression, the influence mechanism of support from important others, career resilience and corporate culture on new generation employee's innovation behavior is studied through questionnaire of 216 new generation employees. The results show that: first, support from important others has a significant positive impact on the new generation employees' innovation behavior; second, career resilience plays an intermediary role in the relationship between support from important others and the new generation employees' innovation behavior; third, the family enterprise culture and the vitality enterprise culture positively regulate the relationship between support from the important others and the new generation employees' innovation behavior, while the market type corporate culture only positively adjusts the relationship between support from working relationships and the new generation employees' innovation behavior.

Key words: support from important others; career resilience; corporate culture; innovation behavior