职场排斥对员工创新行为的影响
——组织承诺与组织认同的双重中介作用

王庆金 魏玉凤 李翔龙[1]

(青岛大学 商学院,山东 青岛 266100)

【摘 要】:如何激发员工创新行为是企业关注的重点问题,职场排斥是员工在工作中经常面对的问题,也是影响创新行为的一个重要原因。以自我验证理论为基础,探讨职场排斥对员工创新行为的影响机制。采用多元回归模型对 193 份员工问卷进行分析,结果表明:职场排斥对组织承诺、组织认同和员工创新行为具有显著负向影响;组织承诺和组织认同在职场排斥与创新行为间起中介作用,职场排斥通过降低员工组织承诺和组织认同,进而抑制员工创新行为。

【关键词】:职场排斥 员工创新行为 组织承诺 组织认同

【中图分类号】:F272.91**【文献标识码】**:A**【文章编号】**:1001-7348(2020)22-0134-08

0 引言

在当前商业环境中,日益激烈的市场竞争以及不可预知的技术变革促使组织积极开展创新活动,创新成为企业生存与发展的重要推动力量。King[1]指出,组织创新最终来源于组织内部员工创新。员工行为是组织创新的关键[2]。如何激发员工创新行为成为理论界和实践界关注的重点。现有研究主要从 3 个层面对员工创新行为进行探讨:一是员工个体层面,如创新动机[3]和大五人格[4]对创新行为的影响;二是组织层面,如组织创新氛围[5]、领导风格[6]对创新行为的影响;三是社会层面,如社会网络[7]对创新行为的影响。然而,上述研究多是从积极因素出发进行分析,本文认为消极因素对员工态度或行为的影响不低于积极因素[7]。职场排斥作为职场中的一种普遍现象,会引起员工消极的心理和行为反应,进而影响组织绩效。鉴于此,本研究从自我验证理论角度,探讨职场排斥对员工创新行为的影响,可为企业创造良好的创新氛围提供理论借鉴。

本文贡献之处在于:首先,目前关于职场排斥对员工态度和行为影响的研究主要基于社会交换理论和社会认同理论视角,本研究基于自我验证理论对职场排斥诱发的“消极自我”机制进行验证,丰富了自我验证理论对研究职场排斥影响机制的理论应用;其次,目前关于创新行为消极前因变量的研究较少,本研究引入职场排斥这一消极因素,探索在中国企业背景下职场排斥对员工创新行为的影响机制,不仅可以正面激发员工创新行为,还可以从负面规避消极因素对员工创新行为的影响,验证了曲如杰等[6]提出的消极因素对员工态度或行为的影响不低于积极因素对员工影响的结论;最后,本研究从组织承诺和组织认同两个角度探讨职场排斥对员工创新行为的中介机制,在理论上呼应了 Ferris 等[8]关于多关注职场排斥中介作用的倡议,对决策者深刻理解职场排斥与创新行为间的“黑箱”具有理论构建意义。

[1]**作者简介**:王庆金(1972-),男,山东临沂人,博士,青岛大学商学院教授、博士生导师,研究方向为创新创业管理;
魏玉凤(1995-),女,山东潍坊人,青岛大学商学院硕士研究生,研究方向为创新创业管理;
李翔龙(1987—),男,山东青岛人,青岛大学商学院博士研究生,研究方向为创新创业管理。
基金项目:国家社会科学基金项目(18BGL048);山东省自然科学基金面上项目(ZR2018MG006);山东省重点研发计划(软科学)项目(2019RZB01095)

1 理论基础与研究假设

1.1 自我验证理论

20 世纪 80 年代,Swann[9]提出自我验证理论,即个体会不断寻求或引发与自我概念相一致的反馈,以获得对外界的控制感和预测感,从而保持并强化其原有的自我概念。Swann 提出个体进行自我验证的根本原因是个体增强对现实预测和控制的动机,自我验证增强个体预测感和控制感表现在认知方面和实用两个方面。其中,在认知方面,自我验证有助于形成稳定的自我概念,增强个体信心,促使个体更好地认识世界;在实用方面,自我验证促使个体寻找与自我概念相一致的外部评价,从而使个体自我认同身份得到普遍认可,使社会交往变得更加顺利和可预测。

1.2 职场排斥与员工创新行为

职场排斥是员工在组织中感受到的来自同事、领导甚至下属等主体的忽视、排挤、拒绝等现象,最早由 Ferris 等[8]根据社会排斥理论提出。关于职场排斥的概念虽有众多观点[10-11],但大部分学者都强调职场排斥是员工的一种主观感受,即员工可能会将他人的无意行为视为排斥而对他人有意的排斥行为毫无感受。常见的职场排斥形式包括拒绝与被排斥者沟通交流、避免与被排斥者眼神交流、对排斥者封锁消息等。

职场排斥作为员工的一种主观感受,其对员工创新行为的影响主要体现在以下 3 个方面:①职场排斥会削弱员工的互动公平知觉[8]。当员工感受到组织排斥时,将产生不公平感知,导致员工减少创新行为[12-13];②职场排斥会加重员工工作压力[8]。职场排斥会损害员工归属、自尊、控制、有意义的存在需求[14]以及员工在组织中正常的人际沟通,使员工产生巨大的心理压力和工作压力,阻碍员工产生创造性新想法、新思路;③根据互利互惠原则,当员工感知到组织关心帮助时,员工会自发从事组织规定之外且有利于组织绩效的行为。然而,当员工感到组织排斥时,员工将不愿意为提高组织绩效自发从事角色外行为[15]。根据以上分析,本文提出如下假设:

H_1:职场排斥对员工创新行为具有负向影响。

1.3 职场排斥与组织承诺、组织认同

组织承诺是指随着员工单方面投入增加而产生的一种心甘情愿为组织献身的心理现象。现有研究多采用 Allen&Meyer[16]提出的组织承诺三维度模型:①情感承诺,表示员工心理上愿意留在组织;②持续承诺,表示员工意识到离开组织会导致福利受损而需要留在组织;③规范承诺,表示员工出于责任,感觉有义务留在组织。因此,组织承诺表现为一定的留职意愿。

根据自我验证理论,个体总是会通过自身解释运用和修改事物对自己的意义,因而个体对身边事物的解释不在于事物本身所包含的世俗化内容和功用,而在于事物本身相对于个体的象征意义,这种象征意义来源于个体与他人的互动,包括言语、文化、制度等[8]。当员工感知到来自同事或者领导的排斥时,会产生自我怀疑,尤其是如果这种负反馈信息与员工自我概念相一致,员工会更加怀疑自己留在组织中的价值和意义,从而进行自我否定,动摇员工留职意愿,进而降低员工组织承诺。另外,从归属需求出发,职场排斥会拉大员工与组织间的心理距离,员工感受不到组织对个人的需要和重视,归属需求降低,进而对组织承诺产生影响[17-18]。根据以上分析,本文提出如下假设:

H_{2a}:职场排斥对组织承诺具有负向影响。

组织认同是社会认同的一种特殊形式,表明员工对组织的心理认可程度。Mael & Ashrorth[19]将组织认同定义为:员工基于组织内部人身份对组织产生的一种“一荣俱荣,一损俱损”的强烈归属感与责任感。

根据自我验证理论,如果员工在组织中感受到排斥,会认为自己不被组织接受,难以形成组织内部人身份感知,在自我一致性需求的驱动下,员工会寻求周围的评价来验证消极的自我概念,进而产生低组织认同。职场排斥对组织认同的影响主要集中在两个方面:一方面,职场排斥会削弱员工的 4 项基本需求[15]。首先,职场排斥会割裂员工与他人之间的社会关系,分离员工与组织,破坏员工归属需求[20];其次,职场排斥通常传递一种“该员工的能力未得到认可”的信息,使被排斥员工得不到应有尊重,从而伤害被排斥员工的自尊需求;再次,职场排斥会损害员工的控制需求,降低其对环境的控制感,损害员工控制需求[21];最后,组织中的“社会死亡”现象剥夺了被排斥员工在组织中存在的意义[22],腐蚀被排斥员工自我实现的需求。另一方面,职场排斥会削弱员工的人际沟通,而人际沟通又是组织认同的重要影响因素,从该角度可知职场排斥会削弱员工组织认同。根据以上分析,本文提出如下假设:

H_{2b}:职场排斥对组织认同具有负向影响。

1.4 组织承诺、组织认同与员工创新行为

自我验证理论指出,个体倾向于保持已有的自我概念,因此会做出与自我看法相一致的行为。具有较高组织承诺的员工觉得自己对组织有情感、有价值,会产生一种有利的工作态度,做出高产和有效的行为。组织承诺对员工创新行为的促进作用主要体现在以下 3 个方面:①情感承诺反映员工对组织文化、管理和战略目标的认同及情感依赖,高情感承诺员工对组织持有高度忠诚感,倾向于主动承担任务绩效之外的工作;②高持续承诺员工希望从企业获得与其投入相对应的回报。因此,在较高持续承诺的前提下,员工为获取物质和精神回报往往会加大投入,表现出较高的创新性。另外,鞠芳辉等[23]通过实证研究发现,即使员工对工作不满,但是员工较高的持续承诺也会产生积极效应,使其表现出对组织有益的较高的创新性;③高规范承诺员工以社会规范、职业道德要求自己对企业保持良好的态度和行为,基于自主性、成就动机[24]和责任感积极思考解决问题的方法。根据以上分析,本文提出如下假设:

H_{3a}:组织承诺对员工创新行为具有正向影响。

组织认同是员工对自我与组织一致性的心理感知。自我验证理论指出[25],有积极自我观的人都会寻求积极反馈,在这种一致性的驱动下,员工往往表现出更加高产的行为。因此,本研究认为,员工组织认同感对员工创新行为具有正向预测作用。首先,组织认同会促进员工积极建言,对组织高度认同的员工会将自我视为组织不可分割的一部分,将组织利益与自我福利相关联,通过积极的建言行为提出创新想法[26];其次,组织认同会强化员工内部动机,内部人身份使员工尽可能满足组织发展需要,激发员工为组织尽最大努力的动机基础,成为创新行为的关键[27]。因此,高组织认同感员工会将组织价值观内化于心,外显于行,表现出组织期望的创新行为。根据以上分析,本文提出如下假设:

H_{3b}:组织认同对员工创新行为具有正向影响。

综合假设 H_{2a}和假设 H_{3a},本研究认为,职场排斥降低了员工组织承诺,员工出于自我验证的目的不再从事展现其组织价值和意义的创新行为,即职场排斥会抑制员工组织承诺,进而对员工创新行为产生负向影响。根据以上分析,本文提出如下假设:

H_{4a}:组织承诺在职场排斥与员工创新行为间起中介作用,职场排斥会降低员工组织承诺,进而降低员工创新行为。

综合假设H_{2b}和假设H_{3b},本研究认为,职场排斥削弱了员工组织认同,员工受到自我一致性的驱动将不再从事高产和高效行为,即职场排斥会降低员工组织认同,进而对员工创新行为产生负向影响。根据上述分析,本文提出以下假设:

H_{4b}:组织认同在职场排斥与员工创新行为间起中介作用,职场排斥会降低员工组织认同,进而降低员工创新行为。

综上所述,本研究构建理论模型如图 1 所示。

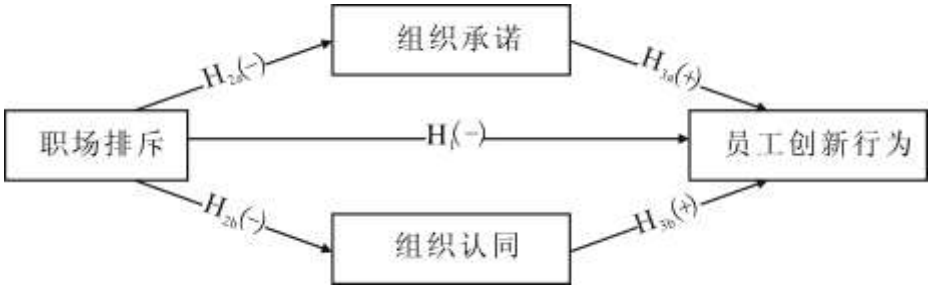

图 1 理论模型

2 研究方法

2.1 数据收集与选取

为保证信息和数据的丰富有效,本研究采用问卷调查法收集数据,问卷来源包括东部地区、中部地区以及西部地区的主要城市。调研时间为 2018 年 11 月至 2019 年 2 月的周末及寒假时间。问卷主要通过以下两个渠道收集:①青岛大学商学院本科生及研究生利用寒假时间在家乡商场、公园等地现场发放纸质问卷,由被调查者现场填写并收回;②对青岛大学 MBA 学员的调研利用其周末上课时间采取当场填写并收回的方式。另外,通过 MBA 学员的同事社会关系,采用邮件调研、邮寄调研等方式收集问卷。通过两种方式共发放问卷 300 份,剔除缺失率在 90%及以上的无效问卷,共回收有效问卷 193 份,问卷有效回收率为 64.3%。从性别看,男性 52 人,占 26.9%;女性 141 人,占 73.1%,女性员工居多;从年龄看,大部分受试者年龄集中于 25 岁及以下和 26～35 岁,分别为 136 人和 48 人,占总数的 70.5%、24.9%;46～55 岁 6 人,占 3.1%;55 岁以上 3 人,占 1.6%,样本总体以中青年人群为主;从学历层次看,高中(中专)及以下 46 人,占 23.8%;大专 12 人,占 6.2%;本科 116 人,占 60.1%;硕士 17 人,占 8.8%;博士 3 人,占 1.6%,本科学历居多。

2.2 变量与测量工具

本研究采用李克特 7 点量表,从“完全不符合”到“完全符合”分别赋值 1～7 分。由于使用的量表均为英文量表,为保证中文量表表达的准确性,严格遵循“翻译-回译”程序。

(1)自变量:

对职场排斥的测量借鉴 Ferris 等[8]编制的职场排斥量表,共包含 10 个测量题项。

(2)中介变量:

借鉴 Dhar[28]的研究成果,对组织承诺进行测量,共包含 6 个测量题项;借鉴 Mael & Ashforth[19]的研究成果,对组织认同进行测量,共包含 6 个测量题项。

(3)因变量:

借鉴 Hu 等[29]的研究成果,对员工创新行为进行测量,共包含 5 个测量题项。

(4)控制变量:

本研究选取员工人口统计学特征性别、年龄、受教育程度 3 个变量进行控制,以最大限度地排除这些变量对研究结果的影响。

3 数据分析与结果

3.1 信效度分析

通过 SPSS21.0 软件和计算工具对变量进行信效度分析。表 1 呈现了各变量题项、组合信度(CR)、平均方差萃取量(AVE)与 Cronbach's α 检验结果。表 2 呈现了相关系数分析结果,对角线粗体为 AVE 的平方根值。结果如下:

(1)信度分析。一般来说,Cronbach's α 值大于 0.7 即为检验结果良好。检验结果表明,所有变量的 Cronbach's α 值均大于 0.7(见表 1),说明变量具有很好的信度。

(2)效度分析。对题项进行因子分析,所得的 Bartlett 近似卡方为 5060.608,显著性概率 $p<0.001$,KMO 指数为 0.909,数据可进行因子分析。进而对各变量因子载荷单独测量 CR,所得结果均大于 0.7,AVE>0.5,收敛效度通过检验。结合表 1 和表 2,各变量 AVE 的平方根值均大于皮尔森相关系数,说明变量有较好的区别效度。为进一步确认区分效度,以 AMOS21.0 进行验证性因子分析,检验结果如表 3 所示。从中可见,四因子模型各项指标均符合标准($x^2(193)/Df=2.53$,RMSEA=0.08,CFI=0.90,IFI=0.91,SRMR=0.07),且明显优于其它类型因子建构,表明本研究具有良好的区分效度与结构效度。

3.2 描述性统计分析

各变量间的均值、标准差及相关系数结果如表 2 所示。本研究将员工性别、年龄、学历作为控制变量,发现职场排斥与员工创新行为($r=-0.32$,$p<0.01$)显著负相关;职场排斥与组织认同($r=-0.29$,$p<0.01$)和组织承诺($r=-0.32$,$p<0.01$)显著负相关;组织认同($r=0.54$,$p<0.01$)和组织承诺($r=0.41$,$p<0.01$)与员工创新行为显著正相关。这为本研究进一步进行假设检验提供了初步依据。

3.3 假设检验

由于本研究样本量较小且测量条目较多,直接用原始条目建模容易产生较大的参数估计偏差。因此,为检验图 1 的假设模型,通过单因子法对测量条目进行打包处理,最终使得每个变量包含 3 个条目。根据打包后的数据对假设模型进行拟合优度检验得到 $x^2(193)/Df=2.45$,RMSEA=0.08,CFI=0.96,IFI=0.97,SRMR=0.04,各项指标均符合标准。

表 1 信度与收敛效度

变量	题项	CR	AVE	Cronbach's α
	在工作场合,别人忽视我			
	在工作场合,别人躲避我			
	在工作场合,别人不太理会我的招呼			
	在工作场合,我受到别人冷落			

职场排斥	在工作场合,别人避免与我接触	0.970	0.763	0.965
	在工作场合,别人不愿搭理我			
	在工作场合,别人打断我的讲话			
	在工作场合,别人不愿和我谈话			
	在工作场合,别人对我视而不见			
	在工作场合,别人忽视我的需求和感受			
	我很依赖我的领导(主管或部门经理等)			
	我为与我的领导(主管或部门经理等)一起工作而感到自豪			
	我很尊重我的领导(主管或部门经理等)			
组织承诺	我的领导(主管或部门经理等)对我影响很大	0.939	0.729	0.909
	我感激我的领导(主管或部门经理等)			
	我钦佩我的领导(主管或部门经理等)			
	公司的成功就是我的成功			
	如果媒体批评我所在的公司,我会感到尴尬			
	当有人赞美我所在的公司,它感觉像个人恭维			
组织认同	当我谈论我所在的公司,我通常说“我们”,而不是“他们”	0.871	0.540	0.817
	当有人批评我所在的公司,感觉像对我个人的侮辱			
	别人对我所在公司的看法,我很感兴趣			
	在工作中,我经常提出创新想法			
员工创新行为	在工作中,我尝试提出自己的创意并说服别人	0.927	0.718	0.901
	在工作中,我积极寻求新技术或方法			
	在落实新创意时,我会制定适当的计划			
	在工作中,我努力争取实施创新所需的资金或资源			

表 2 各主要变量均值、标准差与变量间相关系数

变量	1	2	3	4	5	6	7
性别							

年龄	-0.06						
学历	-0.08	-0.45**					
员工创新行为	-0.05	-0.05	0.04	0.847			
组织认同	0.09	-0.04	-0.13	0.54**	0.735		
组织承诺	0.10	0.03	-0.19**	0.41**	0.68**	0.854	
职场排斥	0.03	-0.05	0.11	-0.32**	-0.29**	-0.32**	0.873
平均值(M)	1.73	1.37	2.57	4.56	5.09	5.00	2.72
标准差(SD)	0.45	0.70	0.98	1.23	1.13	1.18	1.24

表 3 验证性因子分析结果

变量	x^2	Df	x^2/Df	RMSEA	CFI	IFI	SRMR
四因子模型	790.58	512	2.53	0.08	0.90	0.91	0.07
三因子模型[a]	1177.56	521	3.67	0.12	0.83	0.81	0.08
两因子模型[b]	1613.28	523	5.00	0.14	0.74	0.74	0.11
单因子模型[c]	2954.69	524	9.12	0.21	0.47	0.48	0.22

在控制员工性别、年龄、学历的基础上进行假设验证,表 4 列出了各项输出结果,图 2 呈现了各研究变量间的主要路径系数。

(1)直接效应。

职场排斥对员工创新行为具有负向影响(M_6, β=-0.31, $p<0.001$),假设 H_1 得到支持。职场排斥对组织承诺(M_4, β=-0.29, $p<0.001$)和组织认同(M_2, β=-0.27, $p<0.001$)具有负向影响,假设 H_{2a}、H_{2b} 得到验证。组织承诺(M_8, β=0.42, $p<0.001$)和组织认同(M_7, β=0.55, $p<0.001$)对员工创新行为具有正向影响,假设 H_{3a}、H_{3b} 得到验证。

(2)中介效应。

由表 4 可知,职场排斥对员工创新行为具有负向影响(M_{10}, β=-0.31, $p<0.001$)。加入中介变量组织承诺后,职场排斥(M_{12}, β=-0.21, $p<0.01$)与组织承诺(M_{12}, β=0.36, $p<0.001$)对员工创新行为虽然依旧有显著影响但影响效应变弱,假设 H_{4a} 得到验证,即组织承诺在职场排斥与员工创新行为间有部分中介作用。同理,加入中介变量组织认同后,职场排斥(M_{11}, β=-0.18, $p<0.01$)与组织认同(M_{11}, β=0.50, $p<0.001$)对员工创新行为虽然依旧有显著影响但影响效应变弱,假设 H_{4b} 得到验证,即组织认同在职场排斥与员工创新行为间起部分中介作用。

表 4 间接效应检验结果

解释变量	因变量:员工创新行为			
	M_9	M_{10}	M_{11}	M_{12}
控制变量				
性别	-0.05	-0.03	-0.08	-0.07
年龄	-0.02	-0.02	-0.01	-0.01
学历	0.03	0.08	0.12	0.14
自变量				
职场排斥		-0.31***	-0.18**	-0.21**
中介变量				
组织认同			0.50***	
组织承诺				0.36***
R^2	0.004	0.10	0.33	0.21
ΔR^2	0.004	0.096	0.23	0.11
F	0.28	5.19***	17.98***	10.14***
ΔF	0.28	19.82***	62.40***	27.06***

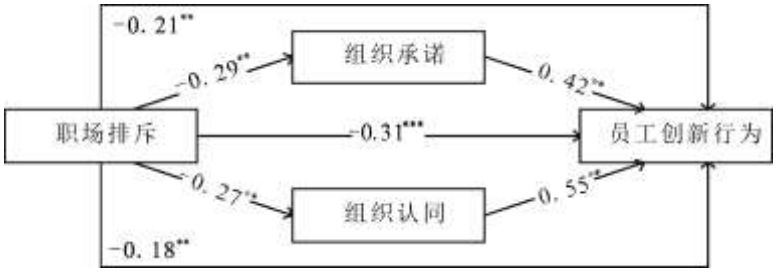

图 2 研究变量间主要路径系数

(3)稳健性检验。

本研究利用 bootstrap 再抽样技术对组织认同与组织承诺中介效应进行检验,以验证结果的可靠性。通过对 193 份问卷样本数据进行 1000 次 bootstrap 再抽样分析,得到特定间接效应分析路径系数、标准误、95%置信区间及其显著性水平。结果显示,组织认同和组织承诺中介效应系数 95%置信区间不包含 0,中介效应显著,与前文研究结果一致。综上所述,职场排斥对员工创新行为有显著负向影响,组织认同和组织承诺在二者间起显著中介作用,且本研究结果稳健性较好。

4 结论与讨论

4.1 研究结论

本研究基于自我验证理论,以组织认同和组织承诺为中介变量,探索性提出职场排斥对员工创新行为的影响机制模型,通过假设检验,考虑职场排斥对员工创新行为的作用和特点,最终得出以下结论:

(1)职场排斥对员工创新行为具有消极作用。员工感知到的排斥会削弱员工的互动公平知觉[8],使员工产生巨大的心理压力和工作压力[8],阻碍员工产生新想法,提出新思路。另外,付出与收获不对等也是限制员工创新行为的因素之一。

(2)组织认同、组织承诺对职场排斥和员工创新行为间关系具有中介作用。一方面,职场排斥会削弱员工归属需求[15]、自尊需求[21]、控制需求[22]以及自我实现需求[23],割裂组织成员间的人际沟通,降低员工组织认同感,员工受到自我一致性的驱动将不再从事高产和高效的行为;另一方面,排斥使得员工怀疑在组织中的自我价值和意义,产生离职倾向的可能性变大进而降低组织承诺,员工出于自我验证的目的不再从事展现其组织价值和意义的创新行为。综上可知,职场排斥通过降低员工组织认同和组织承诺进而减少员工创新行为。

4.2 理论意义

(1)本文引入自我验证理论解释职场排斥与员工创新行为间的关系。研究发现,目前关于职场排斥对员工态度及员工行为影响的研究主要从社会交换理论和社会认同理论视角进行探讨,较少基于自我验证理论。本研究以员工自我验证心理为线索,发现职场排斥对员工创新行为有消极作用。这一结论突破了当前对职场排斥影响员工态度和行为认知不足的理论局限,也是对组织行为研究提倡分析如社会经济发展水平、社会阶级等因素作用的重要补充[30]。另外,本研究拓展了自我验证理论应用范围,为该理论在研究员工创新行为领域的作用提供了新的、有价值的证据。

(2)本研究进一步明确了消极因素如何影响员工态度和行为,强化了职场排斥与员工创新行为间关系的理论认识,深化了职场排斥研究。员工创新行为对企业提升组织绩效日益重要,并且员工创新行为是一种角色外的主动性行为,既受到个体自身因素[3-4]的影响,也受到组织[5-6]、社会[7]等工作环境因素的影响,但是目前关于创新行为消极前因变量的研究仍然较少。基于此,本研究认为消极因素会加重员工情绪与行为控制负担[31],因而提出职场排斥会对员工创新行为产生消极作用。通过模型构建和假设验证,探索在中国企业背景下职场排斥对员工创新行为的影响机制,拓展了员工创新行为前因变量研究,呼应了曲如杰等[6]提出的消极因素对员工态度或行为的影响不低于积极因素对员工的影响,同时为企业有效对待职场排斥提供了新理论指导。

(3)本研究在已有研究的基础上深入挖掘职场排斥内部结构,弥补了当前职场排斥研究理论框架的不足,也丰富了该领域研究情景。职场排斥通过组织认同和组织承诺的中介作用实现对员工创新行为的影响,这在理论上呼应了 Ferris 等[8]关于多关注职场排斥中介作用的倡议。Muller 等[32]认为,中介效应探索有助于认识关系形成过程及干预机制,因此本研究对于深刻理解职场排斥和创新行为间的“黑箱”具有重要理论建构意义。

4.3 实践启示

职场排斥不仅是员工,也是企业面临的棘手问题。企业追求的是员工忠诚和企业利益最大化,反而容易忽视组织中的排斥现象,将员工置于“孤立无援”的境地,最终损害企业和员工的共同利益。职场排斥会削弱员工公平感,诱发员工离职倾向,甚至产生破坏行为。因此,应努力降低或者避免职场中的排斥现象,促进员工积极创新行为。据此,本研究得出以下实践启示:

(1)企业应围绕职场排斥对员工进行针对性培训。首先,企业应在培训之前对员工进行心理测试,了解员工心理感知情况,识别组织中的排斥敏感型员工;其次,由于职场排斥是员工的一种主观感受,员工可能会将他人无意的行为视为排斥而对他人有意的排斥行为毫无感受。因此,企业应在培训中帮助员工识别职场排斥,明确职场排斥边界;另外,企业应培训员工掌握应对职场排

斥的技巧,对员工施以组织关怀和心理辅导,减轻员工心理压力。如此不仅能够促使员工对企业产生归属感,还能够有效避免排斥对员工产生的个人绩效降低[33]、进谏行为受阻[34]或离职倾向等负面影响[18],以避免影响组织绩效[35]。

(2)由于职场排斥通过组织认同和组织承诺影响员工创新行为,因此应通过组织认同和组织承诺降低组织排斥对员工的负面影响。具体而言,企业应从组织理念、愿景和使命等入手。首先,企业应该深化“以人为本”的管理理念,实施人性化管理,关注员工感受和需求;其次,企业应建立职场排斥处理机制,当员工感受到排斥时,能保证员工及时有效地寻求到应对措施。另外,企业应培训管理者发现并正确处理组织排斥的知识和技巧,提高管理者的干预和应对能力;最后,企业应该注重组织宗旨、愿景及价值观宣传,如通过组织团建、户外拓展等活动,缩短员工将组织价值观内化为个人价值观的时间,并建立适当的奖惩机制,增强员工幸福感和满足感。通过以上 3 种方式提高员工组织认同和组织承诺,以缓解职场排斥的不良影响。

4.4 不足与展望

本研究局限性主要体现在以下几个方面:①本研究采取横截面数据,在验证职场排斥对员工创新行为以及组织承诺和组织认同的中介影响时可能没有纵向设计得出的结论可靠,未来研究可考虑采用纵向数据进行研究;②本研究对模型变量数据的获取均采用国外量表,在中国情境下缺乏一定的普适性。未来研究可根据国情开发出中国情境下的变量测量量表,验证职场排斥对员工创新行为影响模型的文化适应性;③本研究所涉及内容比较敏感和私密,数据代表性有待验证,未来研究可针对此进行完善;④本研究变量选取未考虑中国传统文化背景对职场排斥及员工创新行为的影响,对全面理解创新行为形成机制有一定影响,未来研究可以考虑加入组织文化和组织情境因素进行进一步探讨。

参考文献:

[1]KING N.Modelling the innovation process:an empirical comparison of approaches[J].Journal of Occupational & Organizational Psychology,2011,65(2):89-100.

[2]厉明.组织创新氛围对员工创新行为的影响机制研究[J].暨南大学学报(哲学社会科学版),2013,35(5):62-70.

[3]卢小君,张国梁.工作动机对个人创新行为的影响研究[J].软科学,2007(6):124-127.

[4]姚艳虹,韩树强.组织公平与人格特质对员工创新行为的交互影响研究[J].管理学报,2013,10(5):700-707.

[5]刘云,石金涛.组织创新气氛对员工创新行为的影响过程研究——基于心理授权的中介效应分析[J].中国软科学,2010(3):133-144.

[6]曲如杰,王林,尚洁,等.辱虐型领导与员工创新:员工自我概念的作用[J].管理评论,2015,27(8):90-101.

[7]吴湘繁,关浩光,等.与同事多打交道会增强员工创造力吗——一个被调节的中介模型[J].预测,2016,35(4):8-14+62.

[8]FERRIS D L,BROWN D J,BERRY J W,et al.The development and validation of the workplace Ostracism Scale[J].Journal of Applied Psychology,2008,93(6):1348-1366.

[9]SWANN W B.The trouble with change:self-verification and allegiance to the self[J].Psychological Science,1997,8(3):177-180.

[10]HITLAN R.The influence of workplace exclusion and personality on counterproductive work behaviours:an interactionist perspective[J].European Journal of Work & Organizational Psychology,2009,18(4):477-502.

[11]贾波.职场排斥对员工组织公民行为影响的实证研究[D].沈阳:辽宁大学,2014.

[12]BIES R J.Organizational citizenship behavior:the good soldier syndrome,by Dennis W.organ[J].Administrative Science Quarterly,1988,41(6):692-703.

[13]MOORMAN R H.Relationship between organizational justice and organizational citizenship behaviors:do fairness perceptions influence employee citizenship[J].Journal of Applied Psychology,1991,76(6):845-855.

[14]WILLIAMS K D.Ostracism:the power of silence[J].Improving College & University Teaching,2001,10(4):160.

[15]赵秀清,孙彦玲.职场排斥对员工创新行为的影响——知识共享和消极情绪的作用及互动[J].科技进步与对策,2017,34(20):147-153.

[16]ALLEN N J,MEYER J P.The measurement and antecedents of affective,continuance and normative commitment to the organization[J].Journal of Occupational & Organizational Psychology,2011,63(1):1-18.

[17]张宏如,李群,卢锐.职场排斥对新生代农民工离职倾向的影响:心理资本的调节效应[J].华东经济管理,2015(11):152-158.

[18]张旭,樊耘,朱婧.组织支持对情感承诺和员工创新行为的影响[J].华东经济管理,2014,28(9):125-130+171.

[19]MAEL F,ASHFORTH B E.Alumni and their alma mater:a partial test of the reformulated model of organizational identification[J].Journal of Organizational Behavior,1992,13(2):103-123.

[20]BAUMEISTER R F,LEARY M R.The need to belong:desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation[J].Psychological Bulletin,1995,117(3):497-529.

[21]FRIEDLAND N,KEIMAN G,REGEY Y.Controlling the uncontrollable:effects of stress on illusory perceptions of controllability[J].Journal of Personality & Social Psychology,1992,63(6):923.

[22]SOLOMON S,GREENBERG J,PYSZCZYNSKI T.A terror management theory of social behavior:the psychological functions of self-esteem and cultural worldviews[J].Advances in Experimental Social Psychology,1991,24(1):93-159.

[23]鞠芳辉,谢子远,季晓芬.善待员工的工作不满:工作不满与员工创新性的关系实证研究[J].中国工业经济,2008(6):108-117.

[24]吴文华.组织承诺与创新行为的关系——基于高科技企业知识型员工的实证研究[J].管理现代化,2011(6):50-52.

[25]辜美惜.Swann 自我验证理论及实证研究简介[J].心理科学进展,2004(3):423-428.

[26]FUJIMURO M,LIU J,ZHU J,et al.The interaction between values and organizational identification in predicting suggestion-making at work[J].Journal of Occupational & Organizational Psychology,2011,81(2):241-248.

[27]BERGAMI M,BAGOZZI R P.Self-categorization,affective commitment and group self-esteem as distinct aspects of social identity in the organization[J].British Journal of Social Psychology,2011,39(4):555-577.

[28]DHAR R L.Service quality and the training of employees:the mediating role of organizational commitment[J].Tourism Management,2015,46:419-430.

[29]HU M L M,HOMG J S,SUN Y H C.Hospitality teams:knowledge sharing and service innovation performance[J].Tourism Management,2009,30(1):41-50.

[30]LOIGNON,A C,WOEHR,D J.Social class in the organizational sciences:a conceptual integration and meta-analytic review[J].Journal of Management,2007,44(1):61-88.

[31]HU X,ZHAN Y,GARDEN R,WANG M,SHI J.Employees' reactions to customer mistreatment:the moderating role of human resource management practices[J].Work & Stress,2017,32(1):49-67.

[32]MULLER D,JUDD C M,YZERBYT V Y.When moderation is mediated and mediation is moderated[J].Journal of Personality and Social Psychology,2005,89(6):852-863.

[33]LEUNG A S M,Wu L Z,Chen Y Y,et al.The impact of workplace ostracism in service organizations[J].International Journal of Hospitality Management,2011,30(4):834-844.

[34]方志斌,林志扬.职场排斥与员工进谏行为:组织认同的作用[J].现代管理科学,2011(11):94-96.

[35]乐益民.团队中的职场排斥与团队效能关系的实证研究——以团队沟通为调节变量[D].济南:山东大学,2014.