

科技企业组织社会化策略对新生代 员工组织承诺的影响 ——一个有调节的中介模型

余璇¹ 袁月¹ 张印轩² 唐炎钊³¹

(1. 重庆工商大学 工商管理学院, 重庆 400067;

2. 上海交通大学 安泰经济与管理学院, 上海 200030;

3. 厦门大学 管理学院, 福建 厦门 361005)

【摘要】: 在易变性职业生涯环境下, 组织与员工间冲突日益凸显, 员工离职意愿明显升高, 组织承诺作为预测员工离职的重要因素, 受到组织高度重视。依据社会交换理论, 以 222 名科技企业“85 后”新生代员工为研究样本, 采用层次回归分析法, 打开易变性职业生涯视角下科技企业组织社会化策略影响新生代员工组织承诺的“黑箱”。结果表明: (1) 科技企业组织社会化策略显著正向影响新生代员工的组织承诺; (2) 组织支持感完全中介科技企业组织社会化策略与新生代员工组织承诺间的关系; (3) 易变性职业生涯态度(自我导向/价值驱动)显著正向调节组织支持感与新生代员工组织承诺间的关系; (4) 易变性职业生涯态度(自我导向/价值驱动)在科技企业组织社会化策略对新生代员工组织承诺的间接影响中起到被调节的中介作用。

【关键词】: 科技企业 组织社会化策略 组织承诺 组织支持感

【中图分类号】: F272.92 **【文献标识码】:** A **【文章编号】:** 1001-7348(2021)06-0147-08

0 引言

近年来, 新生代员工在企业中比例不断增大, 成为组织发展与变革的主要影响群体。而且, 由于所处时代背景和社会环境不同, 新生代员工职业生涯态度发生了巨大改变^[1,2], 给企业人力资源管理带来很大挑战。据前程无忧 2019 年第四季度报告, 2019

¹**作者简介:** 余璇(1986-), 男, 湖北天门人, 博士, 重庆工商大学工商管理学院副教授、硕士生导师, 研究方向为积极心理学和人力资源开发;

袁月(1996-), 女, 重庆永川人, 重庆工商大学工商管理学院硕士研究生, 研究方向为积极组织行为学与人力资源开发;

张印轩(1992-), 男, 河北衡水人, 上海交通大学安泰经济与管理学院博士研究生, 研究方向为人力资源管理、创新创业管理;

唐炎钊(1968-), 男, 湖北安陆人, 博士, 厦门大学管理学院教授、博士生导师, 研究方向为创新创业管理、科技管理。

基金项目: 国家自然科学基金青年项目(71802033); 福建省社会科学规划重大项目(FJ2018MGCZ010); 共青团中央“青少年发展研究”研究项目(19ZD028)

年员工整体离职率为 18.9%, 其中主动离职率为 13.4%。作为衡量离职的重要指标, 组织承诺与员工离职意向、实际离职行为紧密相关^[3-5]。其中, 2019 年 8 月, 科技部网站印发了《关于新时期支持科技型中小企业加快创新发展的若干政策措施》的通知, 该措施以提升科技型中小企业创新能力为主要着力点。科技型企业中的年轻员工是创新能力发挥的主体, 尤其是“85 后”(35 岁以下)新生代员工。例如, 麻省理工大学科技评论杂志专门针对 35 岁以下正在改变世界的杰出青年科技工作者和发明家设置了 MITTR35 奖项。由此可见, “35 岁以下”是一个人创新能力最旺盛的年龄段。与此同时, 由于科技型企业“85 后”新生代员工学历高、能力强, 使得这些员工流动也很频繁。因此, 如何提升科技型企业“85 后”新生代员工组织承诺, 是企业实践和学术界都很关心的热点话题。

赵宜萱等^[6]指出, 有效的组织社会化可使新生代员工较快完成从学生到职场人的身份转变, 掌握相应专业技能, 认同组织文化和价值观, 迅速融入组织环境。Klein 等^[7]的研究表明, 组织社会化策略显著正向影响员工组织承诺, 组织实施合适的社会化策略有助于增强员工对组织的承诺, 从而降低其离职倾向^[8-10]。同时, 越演越烈的人才争夺战使得科技型企业人才流动意愿强、流失率高^[11]。因此, 亟需深入探讨科技企业组织社会化策略对“85 后”新生代员工组织承诺的内在作用及边界机制。作为时代的产物, 不少新生代员工都是独生子女, 这就使得大多数新生代员工在工作生活中以自我为中心, 具有习惯于被关注、被重视等特征^[12]。随着人才队伍的年轻化, 科技型企业“85 后”新生代员工逐渐成为公司的人才主力。他们重视自身知识不断更新, 强调自主性, 富有创造性, 追求自我价值的实现^[11]。组织社会化策略作为一种人力资源实践, 能够让“85 后”新生代员工产生被重视的感觉, 认为组织有意识对其需求进行资源投入, 进而影响组织支持感^[13]。根据组织支持理论, 组织支持感连接组织管理与员工行为^[14]。组织支持感对员工组织承诺有显著正向影响^[15-17]。因此, 本研究认为, 组织社会化策略很可能通过组织支持感进一步提升“85 后”新生代员工的组织承诺。

传统职业生涯模式强调职业在组织中要按一定路径和方向发展。“85 后”新生代员工崇尚自由, 追求精神独立^[18], 其职业发展态度也更加多元、易变^[19], 在职业发展中表现为强调自身对职业生涯发展的主导作用, 自我导向职业管理和价值驱动职业导向两种易变性职业生涯模式逐渐取代传统单一职业生涯模式^[20]。易变性职业生涯模式强调由个人自主选择符合其价值标准的工作内容和方向而非雇佣者意志^[21]。可见, “85 后”新生代员工职业生涯态度发生了巨大改变。对于科技型企业“85 后”新生代员工而言, 其大多从事创造性活动, 不受时空限制, 且工作没有确定的流程和步骤, 自主性较强。他们更多是为迎合自我管理要求和自我价值观, 强化对自我职业生涯发展有利的知识和人际关系, 从而增强在组织不同部门间流动或在不同组织和不同专业间流动的意愿^[21]。由此可见, 科技型企业“85 后”新生代员工职业生涯态度改变会影响员工组织流动意向, 是组织承诺产生的边界条件。同时, 在疫情影响下, 员工感知到强烈的职场不确定性, 面对剧烈的外部环境变化, 员工易变性职业生涯态度对科技型企业“85 后”新生代员工组织承诺造成了一定的影响。因此, 易变性职业生涯态度在科技型企业组织社会化策略对“85 后”新生代员工组织承诺的作用边界也是组织需要关注的重点。

综上所述, 本研究聚焦于“85 后”新生代员工群体, 从易变性职业生涯视角(自我导向/价值驱动)探讨科技型企业组织社会化策略通过组织支持感对新生代员工组织承诺的影响, 探讨组织社会化策略影响新生代员工组织承诺的内在作用机制和边界条件, 可促进科技型企业组织针对“85 后”新生代员工易变性职业生涯态度权变实施社会化策略, 进而增强其组织承诺。

1 理论基础与研究假设

1.1 组织社会化策略与组织承诺

组织社会化策略是指组织实施的, 为帮助员工尽快适应和融入组织环境, 实现员工工作角色转变的策略或方法^[22, 23], 包含情景因素、内容因素和社会因素 3 个方面^[24, 25]。

已有研究发现, 组织社会化过程正向影响员工工作态度和产出^[26, 27]。学者通过对不同样本(企业员工、商学院毕业生、教师)的研究, 证实组织采取社会化策略对员工组织承诺具有正向影响^[28-31]。对于“85 后”新生代员工而言, 组织社会化策略对员工

组织承诺的正向影响更加明显。科技型企业具有高成长、高风险、高收益特征，技术创新是企业生存和发展的基础。企业成长主要依靠新技术、新理念的运用，而这些新技术、新理念都掌握在“85 后”新生代员工手中，这类年轻员工重视企业能否为自己提供持续的职业生涯发展，更加关注自身职业发展以及持续学习的机会，注重可雇佣能力提升和自我价值实现^[12]。这就要求组织为其提供学习和发​​展途径，而组织社会化策略的实施恰好满足了员工这一需求。根据社会交换理论，组织与员工之间是一个社会交换过程，组织社会化帮助员工融入组织，给员工提供学习机会和途径，帮助员工提高“可转移”和“可雇佣”能力。作为交换，员工对组织情感承诺增加，更加认同组织，提高组织承诺^[32]。因此，本文提出如下假设：

H₁:组织社会化策略显著正向影响新生代员工组织承诺。

1.2 组织支持感的中介作用

组织支持感是指员工感知到的组织对员工的支持程度，包括工作贡献、与员工相关的利益和价值观等方面^[33]。已有研究指出，组织通过主动提供支持措施可以提高员工组织支持感^[34-35]。其中，组织社会化策略作为一种人力资源实践，通过主动提供学习和社会支持，帮助员工快速适应变化的组织和社会环境，从而增强员工组织支持感，进一步影响员工工作态度和行为^[13]。同时，组织社会化策略提供了一种支持性组织环境，通过为员工提供情景、内容和社会等支持^[24, 25]，帮助员工学习行业知识，了解企业环境，满足员工组织社会需求，加强组织与员工互动，与员工建立良好的社会交换关系，增强组织支持感^[32, 36]。组织社会化策略在帮助员工提升组织支持感的同时，也帮助员工找到和融入所属群体，进而增强员工对组织的认同感^[37]，并对组织产生承诺。

根据组织支持理论，那些组织支持感高的“85 后”新生代员工认为组织积极满足员工需要并履行组织义务，为回报组织支持，员工会增加其角色外或角色内行为，从而强化对组织的依​​恋程度^[38]，进而提高组织承诺。同时，那些组织支持感高的“85 后”新生代员工即使认为组织策略未满足自身需要，也会做出有利于组织的归因，使得这些员工不容易对组织失去信任并产生负面情绪，从而影响组织承诺。相反，那些组织支持感低的“85 后”新生代员工即使面临相同的组织社会化策略，但由于不能从组织采取的社会化策略中感受到组织支持，难以对组织产生认同感，从而影响其组织承诺。因此，本文提出以下假设：

H₂:组织支持感在组织社会化策略与新生代员工组织承诺间发挥中介作用。

1.3 组织支持感与组织承诺：易变性职业生涯态度的调节作用

根据互惠原则，组织支持感高的新生代员工会感知到更多组织对其长远发展的支持和帮助，因此更愿意留在组织中发展，组织承诺更高^[39]。然而，组织支持感与组织承诺间关系受到新生代员工职业生涯态度的影响。上述分析指出科技型企业“85 后”新生代员工职业生涯态度正在向易变性职业生涯态度转变，强调由个人自主选择符合其价值标准的工作内容和方向而非雇佣者意志^[21]。可见，易变性职业生涯被概念化为个人驱动而非组织驱动的职业生​​涯^[40-41]。Briscoe 等^[42]指出，易变性职业生涯态度是指控制职业行为，充分满足职业需求的个人偏好，包括自我导向型职业管理和价值驱动的职业导向两个维度。因此，易变性职业生涯态度指导个体职业方向与自身价值​​观偏好一致^[13, 43]。

自我导向型职业生涯态度是指个体自己控制职业生涯发展方向，自己定义职业目标和管理自身行为^[43]，在作职业决定和采取职业行动时能够充分发挥自身能动性和意志力。自我导向型职业生涯态度员工在职业规划过程中强调独立管理职业方向，依靠自身进行职业管理^[44]。然而，没有组织支持，员工很难依靠自身目标进行管理^[45]。当感知到组织支持时，对于自我导向型职业生涯态度高的“85 后”新生代员工来说，他们对自己控制职业方向的要求较高。员工更能将目标付诸行动，提升心理满足感，并更愿意留在组织中^[46]，从而提升组织承诺。相反，对于自我导向型职业生涯态度低的“85 后”新生代员工来说，他们不愿意控制自身职业方向，即使组织支持感再强，这些员工也不愿意发挥自身能动性和意志力履行组织义务，更别说增加其角色外或角色内行为，从而降低了其对组织的依​​恋^[38]，进而影响组织承诺。

价值驱动型职业生涯态度是指持有易变性职业生涯态度的个体倾向于用自身价值观驱动职业发展，评估自我职业生涯目标^[41]。价值驱动型职业生涯态度以心理成就感为目标，注重用内在价值观作出职业决策、衡量职业成功^[43]。在组织中，拥有价值驱动型职业生涯态度的员工会将自身价值观与组织匹配，对与自己价值观一致的组织更加认同^[44]。因此，当感知到组织支持时，对高价值驱动型职业生涯态度的员工而言，因为个体价值观受到组织认可和支持，所以更愿意留在组织中发展^[45]，组织承诺也更高；对于价值驱动型职业生涯态度低的员工而言，由于自己与组织价值观不一致，往往会由于外部利益条件而产生离职倾向，从而降低组织承诺。

对于科技型企业“85 后”新生代员工而言，那些拥有易变性职业生涯态度的个体借助互联网等便捷方式能够快速获取工作信息，拥有更加多样化的工作选择和工作方式，相对于传统单一的长期雇佣关系，他们更重视自我职业生涯管理，注重终身可雇佣能力提升。为满足自我职业需求(自我导向型职业生涯态度)和匹配自我与组织价值观(价值驱动型职业生涯态度)，他们更容易强化对自我职业生涯发展有利的知识和人际关系，从而增强在组织不同部门间流动或在不同组织和不同专业间流动的意愿^[22]，进而提高组织承诺。

综上所述，本文提出如下假设：

H_{3a}:自我导向型职业生涯态度正向调节组织支持感与组织承诺间的关系。即新生代员工自我导向型职业生涯态度越明确，组织支持感对组织承诺的正向影响越显著；

H_{3b}:价值驱动型职业生涯态度正向调节组织支持感与组织承诺间的关系。即新生代员工价值驱动型职业生涯态度越明确，组织支持感对组织承诺的正向影响越显著。

综上所述，本文针对易变性职业生涯态度的特殊效应，构建一个有调节的中介作用模型。具体来说，组织社会化策略经由组织支持感影响组织承诺的间接效应取决于员工的易变性职业生涯态度。主要表现为：员工易变性职业生涯态度(自我导向/价值驱动)越明确，组织社会化策略对员工组织支持感的正向影响越大，进而导致组织支持感在组织社会化策略与组织承诺间的中介效应越强。因此，本研究进一步提出如下假设：

H_{4a}:自我导向型职业生涯态度调节组织社会化策略对组织承诺的间接效应，即自我导向型职业生涯态度越明确，组织社会化策略通过组织支持感影响组织承诺的间接效应越显著；

H_{4b}:价值驱动型职业生涯态度调节组织社会化策略对组织承诺的间接效应，即价值驱动型职业生涯态度越明确，组织社会化策略通过组织支持感影响组织承诺的间接效应越显著。

综上所述，本研究构建模型，如图 1 所示。

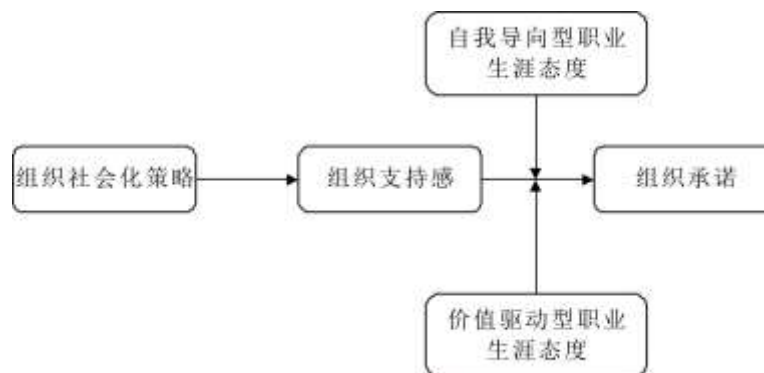


图 1 研究模型

2 研究设计

2.1 测量工具

(1) 组织社会化策略 (Cronbach's $\alpha = 0.884$)。

本文使用 Cable 等^[25]开发的 12 个题项三维度量表进行测量。其中, 前 4 个题项测量“情景组织社会化策略”, 中间 4 个题项测量“内容组织社会化策略”, 后 4 个题项测量“社会组织社会化策略”。

(2) 组织支持感 (Cronbach's $\alpha = 0.892$)。

本文使用 Eisenberger^[44]开发的 9 题项量表进行测量。

(3) 组织承诺 (Cronbach's $\alpha = 0.746$)。

本文使用 Allen 等^[46]开发的 15 题项量表进行测量。

(4) 易变性职业生涯态度 (Cronbach's $\alpha = 0.900$)。

本文使用 Briscoe 等^[43]开发的 14 题项量表进行测量。其中, 前 8 个题项测量自我导向型职业生涯态度 (Cronbach's $\alpha = 0.884$), 后 6 个题项测量价值驱动型职业生涯态度 (Cronbach's $\alpha = 0.787$)。

(5) 控制变量。

已有研究发现, 性别、年龄、学历、职位、受教育程度均会对员工组织承诺产生影响^[47-48]。同时, 在实施组织社会化策略过程中, 组织规模和性质也会对组织实施造成一定程度的影响^[49], 这些组织特征可能影响组织承诺, 从而对主效应产生影响。因此, 为检验关键变量间的关系, 增加研究外部效度, 本文选取员工性别、年龄、学历、工作年限、职位、企业规模和性质作为控制变量。

2.2 样本选取与数据收集

本文调查始于 2019 年 6 月, 以在科技型企业工作的 MBA 学员为研究对象, 并依托他们通过老师、同学、朋友等熟人关系随机向工作在北京、上海、深圳等创新指数较高城市的同事发放电子问卷。同时, 在问卷中让被试者填写所在地区区号和手机号后四位, 以避免出现重复问卷。本文共发放 350 份问卷, 回收 265 份完整问卷。

考虑到目前国内外学者将员工出生年月作为划分新生代员工的主要标准, 如张伶和连智华^[50]认为“80 后”是指 20 世纪 80 年代出生、步入社会不久的新生代群体, 他们正处于职业探索期。为此, 根据科技型企业的特点, 本研究将新生代员工界定为 1985 年以后出生的员工。这类员工的典型群体特性(如高创造力、注重自我价值)对科技型企业创新具有重要意义^[51]。最终, 本文剔除 1985 年之前出生的员工所填答问卷及无效问卷后, 最终得到 222 份有效问卷, 有效问卷回收率为 63.43%。被测试者基本情况如表 1 所示。

表 1 有效样本基本特征分布

项目	类别	数量	百分比(%)
性别	男	90	40.5
	女	132	59.5
年龄	25 岁以下	105	47.3
	25~30 岁	105	47.3
	30 岁以上	12	5.4
最高学历	专科及以下	15	6.8
	本科	92	41.4
	研究生	115	51.8
工作年限	1 年以下	46	20.7
	1~3 年	115	51.8
	3~5 年	45	20.3
	5 年及以上	16	7.2
职位	普通员工	158	71.2
	基层管理	47	21.2
	中高层管理	17	7.6
企业所有权性质	国有企业	60	27.0
	民营企业	104	46.8
	其它	58	26.2
企业规模	小于 20 人	11	5.0
	20~50 人	11	5.0
	51~100 人	22	9.9
	101~200 人	15	6.8
	200 人以上	163	73.4

3 数据分析结果

3.1 同源方差检验

本文根据 Harman 单因子检验法检验同源方差，采用未旋转的主成分分析法，最终得出 10 个因子，可以解释总变异量的 64.834%。其中，第 1 个因子解释变量占比 22.046%，低于 50%的临界值，没有达到解释总变量 64.834%的一半，由此可见该样本数据没有严重的同源方差问题。

3.2 验证性因子分析

本文采用验证性因子分析(CFA)法检验研究模型的整体适配度。由于变量测量题项较多且数据样本量未达到足够大的标准，强行使用初始题项数据执行运算容易造成估计参数偏差较大。因此，在执行 CFA 之前，对各变量分别进行打包处理^[52]。整体模型 CFA 结果显示，CMIN=201.678, DF=80, CMIN/DF=2.521, GFI=0.884, TLI=0.913, CFI=0.934, RMSEA=0.083, 各指标拟合良好，表明模型适配度较高。另外，如表 2 所示，基准模型拟合指标比其它竞争模型更优，说明各变量区分效度符合要求。

如表 3 所示，组织社会化策略($r=0.242, p<0.001$)、组织支持感($r=0.528, p<0.001$)与组织承诺显著正相关；组织社会化策略与组织支持感显著正相关($r=0.355, p<0.001$)。同时，变量间的相关系数均小于 0.700。可见，本文数据并不存在严重的多重共线性问题。

3.3 假设检验

3.3.1 直接效应与中介效应检验

为检验组织支持感在组织社会化策略与组织承诺间的中介作用，本研究使用 Baron & Kenny 提出的三步分析法进行检验，结果如表 4 所示。从中可见，组织社会化策略对组织承诺有显著正向影响($\beta=0.229, p<0.001$)，假设 H₁得到验证。模型 2 结果表明组织社会化策略对组织支持感具有显著正向影响($\beta=0.347, p<0.001$)。另外，用因变量同时对自变量和中介变量进行回归，在模型 5 中加入组织支持感。结果发现，组织支持感对组织承诺具有显著正向影响($\beta=0.518, p<0.001$)，但组织社会化策略对组织承诺的影响不显著，表明组织支持感起到完全中介作用，假设 H₂得到验证。此外，借助 Process 程序执行 5000 次重复抽样的 Bootstrapping 验证中介作用，结果发现组织社会化策略通过组织支持感对组织承诺的间接效应显著(95%CI[0.065, 0.205])，进一步验证了假设 H₂。

表 2 验证性因子分析结果

模型	因素	χ^2/Df	GFI	CFI	TLI	RMSEA
基准模型	组织社会化策略、组织支持感、组织承诺、自我导向型职业生涯态度、价值驱动型职业生涯态度	2.521	0.884	0.934	0.913	0.083
竞争模型 1	合并组织社会化策略和组织支持感	6.316	0.726	0.758	0.697	0.155
竞争模型 2	合并组织支持感和组织承诺	3.169	0.858	0.901	0.877	0.099
竞争模型 3	合并自我导向和价值驱动型职业生涯态度	3.048	0.851	0.907	0.883	0.096
竞争模型 4	合并自我导向型职业生涯态度和组织承诺	5.096	0.778	0.813	0.767	0.136
竞争模型 5	合并价值驱动型职业生涯态度和组织承诺	5.119	0.778	0.812	0.765	0.137
竞争模型 6	单因素	797.889	603.880	0.151	0.607	0.551

表 3 主要变量相关性分析、均值与标准差

变量	均值	标准差	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. 性别	0.410	0.492										
2. 年龄	1.580	0.594	0.088									
3. 最高学历	2.450	0.620	-0.067	0.183**								
4. 工作年限	2.800	1.413	0.149*	0.423**	-0.435**							
5. 职位	1.360	0.622	0.135*	0.195**	-0.240**	0.520**						
6. 企业规模	4.390	1.155	0.033	0.132*	0.337**	-0.116	-0.173*					
7. 组织社会化策略	3.761	0.571	-0.054	0.074	0.048	-0.026	-0.115	0.167*				
8. 组织支持感	3.417	0.506	0.032	-0.081	0.029	-0.024	-0.061	0.153*	0.355**			
9. 自我导向型职业生 涯态度	3.855	0.535	0.041	0.059	0.105	-0.093	-0.145*	0.126	0.454**	0.234**		
10. 价值驱动型职业生 涯态度	3.632	0.553	0.046	0.006	0.169*	-0.103	-0.132*	0.146*	0.380**	0.205**	0.668**	
11. 组织承诺	3.195	0.397	-0.042	-0.057	-0.008	-0.024	-0.028	0.042	0.242**	0.528**	0.108	-0.061

3.3.2 调节效应检验

首先，为避免多重共线性问题，分别对自我导向型职业生 涯态度、价值驱动型职业生 涯态度和组织支持感进行中心化处理并构造交互项；其次，以组织承诺为因变量，在方程中依次加入控制变量、组织支持感和交互项构建模型 3、模型 6、模型 7 和模型 8 并执行回归分析。从模型 7 结果可见，自我导向型职业生 涯态度和组织支持感的交互项对组织承诺具有显著正向影响 ($\beta = 0.210, p < 0.001$)；从模型 8 分析结果可见，价值驱动型职业生 涯态度和组织支持感的交互项对组织承诺具有显著正向影响 ($\beta = 0.164, p < 0.01$)，假设 H_{3a} 和 H_{3b} 得到验证，说明员工易变性职业生 涯态度(自我导向和价值驱动)越明确，组织支持感对组织承诺的正向影响越强。此外，进一步执行简单斜率分析，如图 2 所示，当自我导向型职业生 涯态度明确时，组织支持感正向影响组织承诺 ($b = 0.252, p < 0.001$)；当自我导向型职业生 涯态度模糊时，组织支持感同样正向影响组织承诺 ($b = 0.110, p < 0.01$)，但斜率值明显变小，说明自我导向型职业生 涯态度正向调节组织支持感和组织承诺的关系，进一步验证了假设 H_{3a} 。如图 3 所示，当价值驱动型职业生 涯态度明确时，组织支持感正向影响组织承诺 ($b = 0.253, p < 0.001$)；当价值驱动型职业生 涯态度模糊时，组织支持感同样正向影响组织承诺 ($b = 0.149, p < 0.001$)，但斜率值明显变小，说明价值驱动型职业生 涯态度正向调节组织支持感和组织承诺的关系，进一步验证了假设 H_{3b} 。

表 4 层次回归分析结果

变量	组织支持感	组组织承诺
----	-------	-------

	M ₁	M ₂	M ₃	M ₄	M ₅	M ₆	M ₇	M ₈
性别	0.037	0.063	-0.074	-0.057	-0.090	-0.094	-0.061	-0.073
年龄	-0.143 ⁺	-0.168 [*]	-0.086	-0.102	-0.015	-0.009	-0.022	-0.009
最高学历	0.048	0.057	-0.004	0.002	-0.028	-0.030	-0.039	-0.025
工作年限	0.082	0.084	0.016	0.017	-0.026	-0.028	0.002	-0.017
职位	-0.050	-0.013	-0.008	0.016	0.023	0.019	0.003	-0.004
企业规模	0.178 [*]	0.121 ⁺	0.048	0.011	-0.052	-0.047	-0.028	-0.028
企业性质 1	-0.018	-0.050	0.168 ⁺	0.147 ⁺	0.173 [*]	0.177 [*]	0.159 [*]	0.165 [*]
企业性质 2	0.094	0.022	0.186 [*]	0.139	0.127 ⁺	0.136 ⁺	0.100	0.111
组织社会化策略		0.347 ^{***}		0.229 ^{***}	0.049			
组织支持感					0.518 ^{***}	0.535 ^{***}	0.457 ^{***}	0.505 ^{**}
自我导向							0.049	-0.139 [*]
价值驱动								
组织支持感*自我导向							0.210 ^{***}	
组织支持感*价值驱动								0.164 ^{**}
拟合指标								
F	1.370	4.504 ^{***}	0.905	2.088 [*]	9.333 ^{***}	10.323 ^{***}	9.768 ^{***}	10.434 ^{***}
R ²	0.049	0.161	0.033	0.081	0.307	0.305	0.338	0.353
△R ²		0.112		0.049	0.225	0.272	0.034	0.022

3.3.3 被调节的中介效应检验

本研究借助 SPSS 中的 Process 插件，采用 Bootstrap 法对模型 14 进行检验，结果如表 5 所示。被调节的中介效应判断指标 Index 显示，自我导向型职业生涯态度显著调节了组织社会化策略通过组织支持感对组织承诺的间接影响 (Index=0.080, 95% 置信区间为[0.022, 0.157], 不包含零); 价值驱动型职业生涯态度显著调节了组织社会化策略通过组织支持感对组织承诺的间接影响 (Index=0.057, 95%置信区间为[0.006, 0.117], 不包含零), 假设 H_{4a} 和 H_{4b} 得到验证。

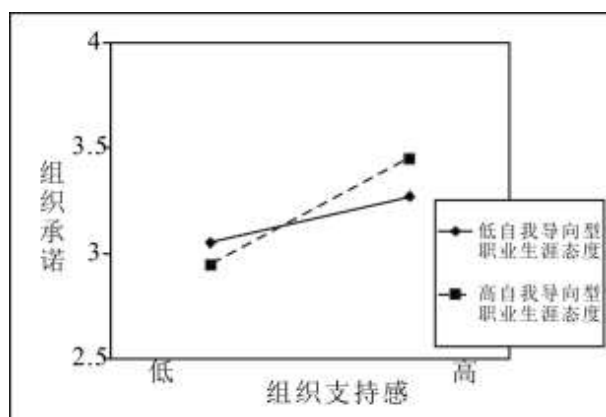


图 2 自我导向型职业生涯态度调节效应

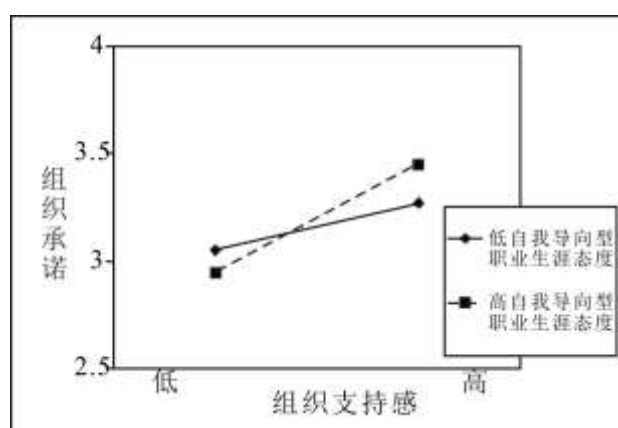


图 3 价值驱动型职业生涯态度调节效应

表 5 被调节的中介效应分析结果

调节变量	Index	误差	Boot 下限	Boot 上限
自我导向型职业生涯态度	0.080	0.034	0.022	0.157
价值驱动型职业生涯态度	0.057	0.029	0.006	0.117

4 结语

4.1 研究结论

综上所述，本研究得出如下结论：①科技企业组织社会化策略显著正向影响新生代员工组织承诺；②组织支持感完全中介科技企业组织社会化策略与新生代员工组织承诺间的关系；③易变性职业生涯态度(自我导向/价值驱动)显著正向调节组织支持感与新生代员工组织承诺间的关系；④易变性职业生涯态度(自我导向/价值驱动)正向调节科技企业组织社会化策略对新生代员工组织承诺的间接作用。

4.2 理论贡献

(1) 本研究扩展了科技企业组织社会化策略对新生代员工影响的相关研究成果。新生代员工组织社会化过程对其成长方式具有重要影响。在进入职场前, 新生代群体态度和行为方式更多被打上家庭教育和学校教育的烙印。但在进入工作场所之后, 则更多地受到组织环境的影响。科技企业组织社会化策略能够通过组织支持感很好地解决新生代员工的诉求, 从而提升新生代员工的组织承诺。

(2) 本研究探讨了易变性职业生涯态度(自我导向/价值驱动)作为主要边界条件影响组织新生代员工的工作行为和结果。目前, 随着“85 后”新生代员工陆续迈入职场, 成为企业主力军, 受经济转型、社会变革和信息发展社会大环境的影响, 他们具有更加鲜明的时代特征与个性追求。因此, 易变性职业生涯态度对年轻人的影响越来越显著。然而, 当前关于易变性职业生涯态度的研究当前还较少, 本研究聚焦“85 后”这一特殊的新生代员工群体, 探讨在组织支持感与组织承诺间以及组织社会化策略通过组织支持感影响组织承诺关系中, 易变性职业生涯态度发挥作用的边界条件, 从而对相关研究作出了有益补充。

4.3 管理建议

(1) 实施科技企业组织社会化策略, 提升组织支持感, 进而增强“85 后”新生代员工组织承诺。首先, 情景因素强调组织在何种情景下提供员工讯息, 针对员工不同需求和特征, 采取不同的社会化策略, 如集体、个别、正式和非正式的社会化策略情景, 提高员工环境适应性和组织承诺; 其次, 内容因素强调在社会化进程中组织给员工提供讯息内容, 帮助员工快速了解组织, 从而提升员工组织承诺; 最后, 重视员工社会需要, 从社会因素出发, 帮助员工适应新的人际环境, 加强团队和谐, 从而提高组织承诺。例如, 在疫情影响下, 有针对性地实施组织社会化策略, 可有效提高员工组织承诺。

(2) 针对“85 后”新生代员工不同的易变性职业生涯态度, 实施权变管理。研究发现, 易变性职业生涯态度正向调节组织支持感与组织承诺的关系。科技企业间的竞争实质上是人才的竞争, 科技企业通过提升人才组织承诺可留住人才并发挥其聪明才智、创新能力, 最终实现企业发展目标。其中, 最有效的举措莫过于关注员工职业生涯态度, 为其提供针对性的职业生涯规划。因此, 企业应注意员工易变性职业生涯态度在组织管理和员工心理倾向中所发挥的作用。首先, 识别易变性职业生涯态度。持有易变性职业生涯态度的员工更注重自我心理成就感, 故企业应有针对性地进行岗位招聘; 其次, 对不同易变性职业生涯态度进行分类管理。易变性职业生涯态度明确的员工更注重自我职业管理和自我价值的实现, 针对员工不同特点, 组织应采取不同的职业发展路线, 有效留住优秀员工。尤其是在疫情影响下, 员工感知到强烈的职场不确定性。对于高易变性职业生涯态度员工来说, 他们时刻做好了应对外部变化的准备, 并且以自我导向和价值驱动为职业生涯方向, 相信自己能适应变化, 因此压力相对较小; 而低易变性职业生涯态度员工却面临较高的环境压力, 这就要求组织有效识别员工职业生涯态度, 从而有针对性地进行员工管理。

4.4 不足与展望

本研究仍然存在一些不足: ①主要采用横向问卷收集方法, 同一时点进行变量收取, 但组织社会化策略要求的社会化是一个过程, 不同时间点员工社会化程度不同, 采用纵向数据采集更准确; ②组织社会化策略实施涉及组织层面管理, 在进行数据搜集和处理时, 组织社会化策略可以聚合到组织层面进行分析, 采用跨层次研究更能准确反映组织社会化策略实施情况; ③尽管本研究中组织社会化策略、组织支持感、自我导向型和价值驱动型职业生涯态度标准差系数均在 0.15 左右, 基本符合要求, 但距离标志变异指标标准差 0.5 尚有一定差距, 说明变量存在一定离散趋势。未来需要聚焦于某类特定科技企业, 增加变量集中趋势, 加大变量间作用机制的说服力。

参考文献:

-
- [1]SHRI C.Developing the next generation of leaders:how to engage millennial in the workplace[J].Leadership Advance Online,2011,1:1-6.
- [2]李燕萍,侯炬方.新生代员工工作价值观结构及其对工作行为的影响机理[J].经济管理,2012,34(5):88-97.
- [3]AJZEN I,FISHBEIN M.Attitude-behavior relations:a theoretical analysis and review of empirical research[J].Psychological Bulletin,1977,84 (5):888-918.
- [4]MATHIEU J E,ZAJAC D M.A review and meta-analysis of the antecedents,correlates,and consequences of organizational commitment[J].Psychological Bulletin,1990,108(2):171.
- [5]SOLINGER O N,VAN OLFFEN W,ROE R A.Beyond the three-component model of organizational commitment[J].Journal of Applied Psychology,2008,93(1):70.
- [6]赵宜萱,赵曙明,徐云飞.基于20年成就方式数据的中国员工代际差异研究[J].管理学报,2019,16(12):1751-1760.
- [7]KLEIN H J,WEAVER N A.The effectiveness of an organizational level orientation training program in the socialization of new hires[J].Personnel Psychology,2000,53:47-66.
- [8]VAZIFEHDUST H,KHOSROZADEH S.The effect of the organizational socialization on organizational commitment and turnover intention with regard to moderate effect of career aspirations intention[J].Management Science Letters,2014,4(2):277-294.
- [9]黄莉,曹国年.机构式社会化策略与态度绩效——员工—组织匹配的中介作用[J].经济管理,2008,30(Z2):93-100.
- [10]张光磊,彭娟,陈丝露.组织社会化策略对研发人员离职意愿的影响——团队导向人力资源实践的作用[J].科学学与科学技术管理,2016,37(1):142-151.
- [11]吴海燕,单国旗,陈灿强.科技型企业研发人员职业生涯规划研究[J].科技管理研究,2009,29(5):363-366.
- [12]伍晓奕.新生代员工的特点与管理对策[J].中国人力资源开发,2007,24(2):44-46.
- [13]徐向龙,黄玉文,伍致杭.组织社会化策略对新员工个人—组织匹配的影响——主动社会化行为的中介效应[J].华南师范大学学报(社会科学版),2018,63(3):65-73.
- [14]刘宗华,李燕萍,毛天平.高承诺人力资源实践与员工绩效——组织支持感的中介作用[J].软科学,2015,29(10):92-95,100.
- [15]MEYER J P,SMITH C A.Practices and organizational commitment:test of a mediation model[J].Canadian Journal of Administrative Sciences,2000,17(4):319-332.
- [16]WIDYA ANDINI,ENDANG PARAHYANTI.Relationship between perceived organizational support and organizational affective commitment:moderating role of psychological contract breach[P].Proceedings of the 2nd International

Conference on Intervention and Applied Psychology (ICIAP 2018), 2019.

[17] 戚玉觉, 杨东涛. 组织支持感、组织承诺与员工建言行为: 与上司关系的调节作用[J]. 财经理论与实践, 2016, 37(4): 99-104, 135.

[18] 张光磊, 周金帆. 新生代员工的定义与特征研究述评[J]. 武汉科技大学学报(社会科学版), 2015, 17(4): 449-454.

[19] A HERRMANN, A HIRSCHI, Y BARUCH. The protean career orientation as predictor of career outcomes: evaluation of incremental validity and mediation effects[J]. Journal of Vocational Behavior, 2015, 88: 205-214.

[20] HALL D T, MOSS J E. The new protean career contract: helping organizations and employees adapt[J]. Organizational Dynamics, 1998, 26(3): 22-37.

[21] HALL D T. Careers in and out of organizations[M]. CA: Sage Publications, 2002.

[22] VAN MAANEN J, SCHEIN E H. Toward a theory of socialization[J]. Research in Organizational Behavior, 1979, 1(c): 209-264.

[23] 王明辉, 凌文铨. 员工组织社会化研究的概况[J]. 心理科学进展, 2006, 14(5): 722-728.

[24] JONES G R. Socialization tactics, self-efficacy, and newcomers adjustments to organizations[J]. Academy of Management Journal, 1986, 29: 262-279.

[25] CABLE D M, PARSONS C K. Socialization tactics and person-organization fit[J]. Personnel Psychology, 2001, 54(1): 1-23.

[26] REICHERS A E, WANOUS J P, STEELE K. Design and implementation issues in socialization and (re-socialization) employees[J]. Human Resource Planning, 1995, 17(1): 17-25.

[27] GREENHAUS J H, PARASURAMAN S, WORMLEY W M. Effects of race on organizational experiences, job performance evolutions, and career outcomes[J]. Academy of Management Journal, 1990, 33(1): 64-68.

[28] ALLEN D G, SHORE L M, GRIFFETH R W. The role of perceived organizational support and supportive human resource practices in the turnover process[J]. Journal of Management, 2003, 29(2): 99-118.

[29] ASHFORTH B E, SAKS A M, LEE R T. Socialization and newcomer adjustment: the role of organizational context[J]. Human Relations, 1998, 51(7): 897-926.

[30] 马华维, 乐国安, 姚琦. 中学教师社会化过程: 交互作用视角[J]. 心理科学, 2011, 34(1): 145-150.

[31] 陈洋, 刘平青. “瓷饭碗”员工信息搜寻行为与组织社会化: 有调节的中介模型[J]. 预测, 2019, 38(2): 31-37.

[32] BLAU P M. Exchange and power in social life[M]. Piscataway: Transaction Publishers, 1964.

-
- [33]凌文铨, 杨海军, 方俐洛. 企业员工的组织支持感[J]. 心理学报, 2006, 28(1):130-132.
- [34]徐晓锋, 车宏生, 林绚晖, 等. 组织支持理论及其研究[J]. 心理科学, 2005, 42(1):130-132.
- [35]邵芳, 樊耘. 人力资源管理对组织支持动态作用机制模型的构建[J]. 管理学报, 2014, 11(10):1469-1476.
- [36]APPELBAUM S H, IACONI G D, MATOUSEK A. Positive and negative deviant workplace behaviors:causes, impacts, and solutions[J]. Journal of Business in Society, 2007, 7 (5):586-598.
- [37]VAN D L, CUMMINGS L L, PARKS J M L. Extra-role behaviors-in pursuit of construct and definitional clarity (a bridge over muddied waters) [C]. Research in Organizational Behavior:An Annual Series of Analytical Essays and Critical Reviews, 1995, 17:215-285.
- [38]EISENBERGER R, HUNTINGTON R, HUTCHISON S, et al. Perceived organizational support[J]. Journal of Applied Psychology, 1986, 71(3):500-507.
- [39]BLAU G J. The measurement and prediction of career commitment[J]. Journal of Occupational Psychology, 1985, 58(4):277-288.
- [40]HALL D T. Careers in organizations[M]. Pacific Palisades, CA:Goodyear, 1976.
- [41]HALL D T. The protean career:a quarter-century journey[J]. Journal of Vocational Behavior, 2004, 65(1):1-13.
- [42]BRISCOE J P, HALL D T. The interplay of boundaryless and protean careers:combinations and implications[J]. Journal of Vocational Behavior, 2006, 69:4-18.
- [43]BRISCOE J P, HALL D T, FRAUTSCHY DEMUTH R L. Protean and boundaryless careers:an empirical exploration[J]. Journal of Vocational Behavior, 2006, 69(1):30-47.
- [44]EISENBERGER R. Perceived organizational support[J]. Journal of Applied Psychology, 1986, 11:500-507.
- [45]吴能全, 黄河, 钟耀丹. 个人组织价值观匹配对组织承诺的影响——不同所有制企业的差异[J]. 商业经济与管理, 2006(12):22-27.
- [46]ALLEN N J, MEYER J P. Affective, continuance, and normative commitment to the organization:an examination of construct validity[J]. Journal of Vocational Behavior, 1996, 49(3):252-276.
- [47]ALLEN N J, MEYER J P. Organizational commitment:evidence of career stage effects[J]. Journal of Business Research, 1993, 26(1):49-61.
- [48]崔勋. 员工个人特性对组织承诺与离职意愿的影响研究[J]. 南开管理评论, 2003(4):4-11.
- [49]王明辉. 企业员工组织社会化内容结构及其相关研究[D]. 广州:暨南大学, 2006.

[50]张伶, 连智华. 基于组织公正调节中介模型的新生代员工自我效能和创新绩效研究[J]. 管理学报, 2017, 14(8): 1162-1171.

[51]PETROU P, BAKKER A, HEUVEL M. Weekly job crafting and leisure crafting: implications for meaning-making and work engagement[J]. Journal of Occupational & Organizational Psychology, 2017, 90(2): 129-152.

[52]LITTLE T D, CUNNINGHAM W A, SHAHAR G, et al. To parcel or not to parcel: exploring the question, weighing the merits[J]. Structural Equation Modeling, 2002, 9(2): 151-173.