

社会使命感知对社会企业员工组织认同的作用机理

——基于社会支持理论和资源保存理论视角

田雪莹, 于海婷

上海工程技术大学管理学院, 上海

收稿日期: 2022年11月21日; 录用日期: 2022年12月15日; 发布日期: 2022年12月23日

摘要

基于社会支持理论和资源保存理论, 实证检验218名社会企业员工感知的社会使命对其组织认同的影响。结果表明: 社会使命感知对员工组织认同正向作用显著; 社会支持正向调节以上二者间关系; 工作意义感在社会使命感知与员工组织认同关系间起中介作用; 社会支持对社会使命感知与员工组织认同的正向调节效应通过工作意义感的中介路径实现。研究成果对社会企业寻求可持续发展具有重要启示。研究不仅丰富了组织行为学在社会企业中的研究, 也拓展了社会支持的边界作用, 研究结论为社会企业更好地理解员工的心理行为机制, 采取高效的人才管理措施, 从而实现可持续发展提供了理论指导, 同时为员工寻求合适的社会企业提供了依据。

关键词

社会企业员工, 社会使命感知, 组织认同, 工作意义感, 社会支持

Mechanism of Social Mission Perception on Organizational Identity of Employees in Social Enterprises

—Based on Social Support Theory and Resource Preservation Theory

Xueying Tian, Haiting Yu

School of Management, Shanghai University of Engineering Science, Shanghai

Received: Nov. 21st, 2022; accepted: Dec. 15th, 2022; published: Dec. 23rd, 2022

Abstract

Based on social support theory and resource conservation theory, this paper empirically tested the impact of 218 social enterprise employees' perceived social mission on their organizational identity. The results show that social mission perception has a significant positive effect on employees' organizational identity; Social support positively regulates the relationship between the two; Meaning of work mediates the relationship between social mission perception and employee organizational identity; The positive moderating effect of social support on social mission perception and employee organizational identity is realized through the intermediary path of sense of work meaning. The research results have important implications for social enterprises to seek sustainable development. The research not only enriches the research of organizational behavior in social enterprises, but also expands the boundary role of social support. The research conclusions provide theoretical guidance for social enterprises to better understand the psychological behavior mechanism of employees, take effective talent management measures, and achieve sustainable development, as well as provide a basis for employees to seek suitable social enterprises.

Keywords

Social Enterprise Employees, Social Mission Perception, Organizational Identity, Meaning of Work, Social Support

Copyright © 2022 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

社会企业作为介于商业企业和非营利组织之间的新兴组织, 具有创造社会价值和经济价值的双重目标[1], 与企业和社会组织相比, 其在创新公共服务和活跃社会治理过程中更具优势, 与商业企业追求利润最大化不同, 社会企业追求社会价值, 关注社会需求, 解决社会问题, 完成其社会使命[2], 对社会的发展至关重要。目前, 社会企业发展过程中遇到的人才问题影响了其进一步发展, 社会企业对员工的职业素养、道德水平、服务和组织能力有更高的要求, 但由于薪酬水平低、社会认同度不高等, 很难吸引到兼具社会使命感和专业能力的高素质人才, 具体问题表现在员工的数量不足和员工的流动性过大等方面[3], 如何使员工认可社会企业价值观并保持社会企业的人才稳定是促使社会企业可持续发展的前提。组织认同是指: 个体根据其属于的特定的组织, 按照组织成员的身份对自己进行定义, 个体与组织在心理上是统一体, 并对组织产生归属和共命运的感知[4], 这种共命运感知已经超越契约关系, 成为组织不断创新与发展的关键因素。根据已有研究, 组织认同是离职倾向、工作绩效和敬业度的重要前因变量, 即组织认同对社会企业的人才稳定和可持续发展具有重要预测作用。员工对组织具有较高的认同度, 社会企业才能够拥有足够的力量去创造更多社会价值, 进而实现可持续发展。近几年, 社会企业和积极心理学在全球范围内迅猛发展, 在此背景下, 社会使命作为社会企业独特的组织特点, 感知社会使命对员工组织认同的影响逐渐成为研究新视点。

组织认同除了与组织的内部因素有关, 还取决于组织外部环境。尽管在探索组织认同行为形成机制的过程中, 学界已经开始重视组织内部因素(如组织形象、组织身份、组织附属性网络等)和组织外部环境因素(如雇佣状况、顾客认同等)对组织认同的影响, 但缺乏系统探索二者交互作用的研究, 对于社会企业

员工的组织认同机制的研究更是鲜有。如何从多维理论视角考察组织内外部因素对组织认同的交互作用机理, 成为学者们亟需破解的研究问题。社会支持理论和资源保存理论的整合性视角则为解决上述问题提供了独特性路径。社会支持理论认为, 个体从外界获得的精神支持或物质帮助能在一定程度上缓解生活与工作生活中的压力, 影响员工对待工作的态度与行为[5], Bartel 指出社会支持作为组织外部环境因素, 在激发员工组织认同方面具有关键作用[6]。高水平的社会支持能够为员工提供更多的资源, 保持良好的工作情绪, 挖掘个体和组织的潜能, 促进员工对工作意义的感知, 进而形成工作认同, 工作认同度越高, 越有利于激发社会使命感知对组织认同的促进作用。根据资源保存理论, 具有丰富资源的个体能够利用已有资源获取更多资源, 并促使员工产生积极的心理状态和工作行为[7]。社会使命感知和社会支持均能提升个体工作资源, 增进其工作热情与抗压能力[8], 使之体验到工作的获得感、归属感和意义感, 从而激发组织认同[9]。

基于上述, 本研究整合社会支持理论和资源保存理论, 将社会支持和工作意义感引入模型, 分别作为调节变量和为中介变量, 提出一个有中介的调节模型, 揭示在社会企业中社会使命感知是如何对员工组织认同产生作用的, 研究结论为社会企业的人才稳定和可持续成长提供了依据, 同时也丰富了组织认同理论的研究文献。

2. 理论基础与研究假设

2.1. 社会使命感知与组织认同

从社会使命的本质特征出发研究社会使命感知对组织认同的影响是必要的。组织使命是指组织追求的目标、宗旨和价值观[10], 组织的服务对象和服务方式也通过组织使命显现出来[11], 组织使命可以帮助员工感知并定义组织, 影响员工在工作场所中的态度及行为[12]。组织认同是个体以组织成员的身份定义自己, 个体与组织在心理上是一体的, 并对组织产生归属和命运的感知[4]。当组织对社会做出较大贡献时, 组织塑造了正面形象, 员工感知到个人从事的工作是有价值的, 那么他们易对组织产生好感, 就会更加努力工作[13], 还可能增强留在组织中的意愿[14]。对于社会企业而言, 社会使命是它的本质特征, 具体表现为积极解决社会问题和创造社会价值, 社会企业的员工被社会企业的特点吸引而加入, 他们追求精神上的满足, 关注能够为社会做出的贡献, 员工对其日常工作给世界带来的影响更加敏感[15], 因此社会企业的社会使命可以提高组织目标与员工价值观之间匹配的质量, 这有利于提高了员工的组织认同感[16], Bode 等学者通过研究员工参与公司组织的社会活动频率发现: 若员工对公司旨在解决社会问题活动的参与度较高, 那么他们对公司的使命认同度较高, 更能感知到组织的归属感[17]。综上, 本研究提出社会企业的员工感知的社会企业的社会使命会影响员工对组织的认同。由此, 提出以下假设:

H1: 社会使命感知与社会企业员工的组织认同正相关。

2.2. 社会支持的调节作用

除了社会企业本身的因素外, 员工感受到的社会支持也会影响员工对组织的认同。员工获得的社会支持涉及工作及生活两方面, 其来源比较广泛, 包括工作场所的主管、同事的支持, 来自家庭的父母、配偶的支持等[18]。如果员工拥有充足的社会支持, 那么他们可以更加轻松地面对来自工作与生活中的压力并保持良好的情绪[19], 这有利于增强组织认同。

根据社会支持理论, 社会资源附着于个体与他人、群体、组织的人际交往互动形成的支持节点上并影响着个体的心理及行为[20]。虽然社会使命感知能够增加组织认同, 但由于社会支持水平的不同, 员工仍会表现出不同的组织认同。社会支持水平高, 员工可获得足够的资源, 他们对自己最初的选择会更加

坚定, 在遇到挑战时更会敢于迎难而上[21], 这意味着员工会更加努力履行工作职责帮助组织更好地实现组织使命。员工意识到个人的努力将为更广泛的社会做出更成功的贡献, 这将给员工带来更高的组织认同。反之, 员工拥有的社会支持水平较低, 他就不能很好地面对各种来自外界的压力与挑战。Cho 等学者认为社会支持的缺乏使得社会企业中残疾员工经常与健康和社会心理问题作斗争, 产生较差的情绪体验, 无法专注工作, 这会降低员工的组织认同, 甚至会导致员工的流失[22]。综合以上论述, 本研究指出, 社会支持这一重要的外部资源, 可以增强员工的抗压能力, 是对员工个人选择的肯定, 是产生正面情绪的重要资源, 对员工的组织认同具有重要影响。由此, 提出如下假设:

H2: 社会支持在社会使命感知与组织认同之间具有正向调节作用, 即与低水平社会支持相比, 高水平社会支持下社会使命感知对组织认同的正向作用更强。

2.3. 工作意义感的中介作用

工作意义感被界定为员工对于工作能够使个人充实以及实现更广泛的服务目的的体验[23]。工作意义感包含积极意义、工作创造意义和更好的动机三个维度[24]。

社会使命感知与工作意义感的关系紧密。根据 Tajfel 对社会认同的定义: 个体认识到他(她)属于特定的社会群体, 可以从中获得情感和价值意义, 员工在社会企业中通过对社会使命的认识可以感受到在社会企业中工作的意义和价值[25]。资源保存理论认为, 具有丰富资源的个体不仅不易遭受资源耗损, 还有能力获取新资源, 他们的心理状态与行为体验更加积极[7], 从而体验到更高水平的工作意义感。就高水平社会使命感知而言, 员工积极参加组织创造社会价值的活动有助于个人形象的提升, 在社会企业追求社会使命的过程中感知到个人价值的实现, 这不仅使得内在心理资源更加丰富, 还有助于获取社会各界的支持和资源, 从而体验到高水平的工作意义感。Rosso 等认为组织使命是影响员工发现工作意义的可能性因素[26], Grant 和 Ashford 研究工作意义感时指出: 员工认为自己的工作有益于社会时, 他们的工作就会变得更加有意义[27]。因此, 在社会企业中, 当员工认为自己的组织追求社会使命时, 其工作意义要比他们认为组织追求其他类型的使命(如经济使命)时更高。此外, Thompson 等学者认为: 若员工的个人价值观与组织的价值观契合度较高, 那么他们会感受到更高的工作意义, 员工期望为解决社会问题做贡献是他们加入社会企业的驱动因素之一, 员工感受到组织对社会目标的重视程度越高, 那么他们的工作意义感也就越高[28]。

工作意义对组织认同有正向影响。员工认为自身的工作有意义, 对自身的工作充满热情, 通过从事该工作不断地完善自我、超越自我以及寻求自我价值的实现, 员工会增强对组织的认同感[29]。Clausen 和 Borg 研究指出: 工作意义感可以帮助员工应对工作场所的压力并维持他们的健康[30]。Pratt 等调查发现: 工作意义感越高的员工更容易对工作和组织产生良好的感觉, 这种心理体验有助于增强员工留在公司的意图[31]。近年来, 有关社会企业的研究中, 国外学者 Caringal-Go 和 Hechanova 发现社会企业员工的内在需求包括工作意义, 充足的工作意义感可以降低社会企业员工的离职意愿[32], 即员工在社会企业中对社会使命的感知越强烈, 越容易发现自身工作创造的社会价值, 越容易通过工作实现个人价值, 从而产生了强烈的工作意义感, 这将进一步增加员工对组织的认同, 员工更愿意为组织付出并创造更多的价值。由此, 提出如下假设:

H3: 工作意义感在社会使命感知和组织认同关系间起中介作用。

结合假设 H2 和 H3, 本研究提出有中介的调节模型, 即社会支持调节被工作意义感中介, 具体而言, 当社会支持水平较高时, 个体更易感知到公益、积极的组织氛围, 内心认同感更容易被激发, 此时社会使命感知能够通过表现出更高的工作意义感而产生更多的组织认同。当社会支持水平较低时, 员工的压力无法排解, 个体工作积极性降低, 即使具备较高的社会使命感知, 也难以产生良好的工作状态, 此时

员工的工作意义感降低, 表现出较低的组织认同。由此, 提出如下假设:

H4: 社会支持对社会使命感知与组织认同的正向调节效应通过工作意义感的中介路径实现, 即与低水平的社会支持相比, 高水平社会支持下社会使命感知通过工作意义感对组织认同产生的正向效应更强。

基于以上分析, 本文构建出一个有中介的调节模型, 揭示社会使命感知是如何对组织认同产生作用的, 理论模型如图 1 所示。

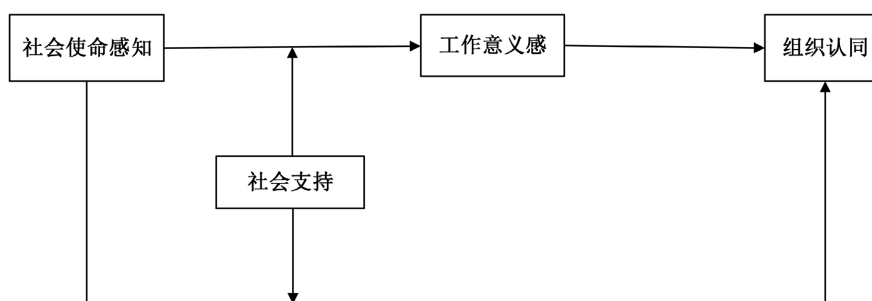


Figure 1. Theoretical model
图 1. 理论模型

3. 研究方法

3.1. 样本选取与数据来源

本研究的对象为社会企业的员工, 故样本应在社会企业中进行抽样, 但是中国尚未出台专门的社会企业法律法规, 社会企业的概念和类别尚未确定。尽管如此, 一些行业协会仍积极宣传和推广社会企业, 为社会企业的培育和发展做出贡献。本研究选取中国慈展会于 2015 年至 2019 年间认证的社会企业, 以这类社会企业的员工为调查对象, 通过线上线下相结合的方式进行调查来收集数据。

首先, 找出本研究相关变量的原始量表, 并提炼出信效度较高且应用广泛的量表。其次, 对于研究中涉及到的英文量表, 遵循 Brislin [33] 所提出的“回译法”步骤, 依次通过翻译、回译、预测验、修改确定量表最终题项内容, 以确保题项语意表达的清晰性和正确性。最后, 研究团队通过联系深圳市社创星社会企业发展促进中心以及参加藏地社会企业家分享交流等社会企业活动来收集数据, 具体的数据收集过程如下: 线上通过社创星微信公众号推文将问卷(二维码)发送给社会企业的创始人、中高层管理者, 线下则在活动现场发放纸质问卷; 无论线上还是线下, 都请他们将此问卷推送给各自的员工进行填写。

数据收集于 2021 年 6 月至 2021 年 10 月正式展开, 正式调研涵盖四川省、上海市、杭州市等地区多家社会企业, 最终, 线上线下合计发放 230 份问卷, 将无效问卷剔除后, 获得 218 份有效问卷, 问卷有效回收率为 94.78%。样本的描述性统计结果如表 1 所示。在收集到的有效调研样本中, 男性女性各占 50%; 年龄 25 岁以下占比 7.3%, 25~34 岁占比 44%, 35~44 岁占比 32.1%, 44 岁以上占比 16.5%, 说明社会企业的员工年轻人居多; 工龄 1 年以下占 6.9%, 工龄 1~3 年占 19.3%, 工龄 3~5 年占 27.1%, 工龄 5~7 年占 19.7%, 工龄 7~10 年占 16.1%, 工龄 10 年以上占 11%, 各个工龄段的人数分布较为合理符合我国社会企业的员工实际情况; 学历为专科及以下占 14.2%, 本科占 48.6%, 硕士研究生占 25.2%, 博士研究生占 11.9%, 其中超过 80% 的人拥有本科及以上学历, 这表明我国的社会企业员工普遍具有较高的教育水平; 从事生产经营的员工占比 16.1%, 从事技术研发的员工占比 29.8%, 从事经营支持的员工占比 36.2%, 从事决策管理的员工占比 9.6%; 中层及以下管理者占比 84.9%。

Table 1. Sample descriptive statistics
表 1. 样本描述性统计

	样本特征	样本量	所占比例
性别	男	109	50%
	女	109	50%
年龄	25 岁以下	16	7.3%
	25~34 岁	96	44%
	35~44 岁	70	32.1%
	44 岁以上	36	16.5%
工作时间	≤1 年	15	6.9%
	>1 年且≤3 年	42	19.3%
	>3 年且≤5 年	59	27.1%
	>5 年且≤7 年	43	19.7%
	>7 年且≤10 年	35	16.1%
	>10 年	24	11%
受教育程度	专科及以下	31	14.2%
	本科	106	48.6%
	硕士	55	25.2%
	博士	26	11.9%
岗位类别	生产经营类	35	16.1%
	技术研发类	65	29.8%
	经营支持类	79	36.2%
	决策管理类	21	9.6%
	其他	18	8.3%
职务	普通职员	47	21.6%
	基层管理者	82	37.6%
	中层管理者	56	25.7%
	高层管理者	28	12.8%
	其他	5	2.3%

3.2. 变量测量

各变量来自于在研究中被广泛应用的量表, 本研究所涉及变量的量表如下:

第一, 社会使命感知。借鉴 Aupperle 等人[34]和 Stevens 等人[10]的研究成果来测量员工感知的组织社会使命。典型条目如“我们可能参与解决社会问题的活动, 这对组织来说是重要的”、“定期考察能够为社会提升价值的新机会和项目, 这对组织而言是重要的”等。本研究中, 量表 Cronbach's α 值为 0.78。

第二, 社会支持。采用我国学者肖水源编制的社会支持量表(SSRS) [35], 该量表在中国情境下已经大量使用, 信度和效度均显示良好。由主观支持、客观支持和支持的利用度构成。主观支持表示支持的主观体验, 本文指社会企业员工在社会中被支持、理解的情感体验和满意程度; 客观支持表示需要时社

会企业员工能够依靠别人获取工具性支持, 如经济支持和信息支持的情况; 支持利用度是指个体愿意对支持资源的利用程度。原有的社会支持量表共 10 个题项, 本文根据调研需求将四级量表扩展为五级量表。典型条目如“您有多少关系密切, 可以得到支持和帮助的朋友”, 选项包括一个也没有、1~2 个、3~5 个、6~8 个和 8 个以上。本研究中, 量表 Cronbach's α 值为 0.76。

第三, 工作意义感。采用 Steger 等学者[24]开发的量表, 由 10 个题项构成, 典型条目如“我找了一份充满意义的工作”、“我的工作让我更好地认识自己”等。本研究中, 量表 Cronbach's α 值为 0.79。

第四, 组织认同。采用 Mael 和 Ashforth 学者[36]开发的量表, 由 5 个题项构成, 典型条目如“当有人批评本单位时, 我会觉得自己脸上无光”、“我对于别人如何看待本单位很感兴趣”等。本研究中, 量表 Cronbach's α 值为 0.85。

控制变量包括性别、年龄、任期、学历、岗位以及职务。除了社会支持量表, 其余量表均采用 Likert5 点量表, 1 表示“非常不同意”, 5 表示“非常同意”。本研究采用 SPSS23.0、PROCESS 宏程序和 AMOS24.0 统计分析软件对收集到的数据进行检验分析。

4. 数据分析

4.1. 效度与同源方差分析

采用 AMOS24.0 对数据进行验证性因子分析, 以检验各潜变量的效度。首先, 在收敛效度方面, 所有条目的标准化因子载荷值在 0.542~0.791 之间, 均大于 0.5 且显著; 组合信度(CR)的数值范围为 0.769~0.879, 均高于 0.7; 平均提取方差值(AVE)处于 0.508~0.616 之间, 均大于 0.5, 上述结果表明研究中各潜变量具有较好的收敛效度。其次, 在区分效度方面, 结果显示社会使命感知、工作意义感、社会支持及组织认同 4 个变量所构成的测量模型拟合效果最好($\chi^2/df = 2.425$, RMSEA = 0.071, CFI = 0.904, TLI = 0.898, IFI = 0.907), 且明显优于其他竞争模型, 说明模型中的各变量具有良好的区分效度。

研究采用自评方式收集多个变量数据, 可能导致同源偏差问题。因此, 在问卷设计过程中采取匿名填答、插入反向题目和题项随机编排等措施进行程序控制, 可以尽可能减少数据收集方式对研究结果的影响。本文对收集后的数据采用 Harman 单因子分析法检验共同方法偏差, 即进行探索性因子分析, 共析出 5 个因子, 且第一因子解释了变异量的 30.9% (低于临界值 40%)。因此, 本研究不存在严重的共同方法偏差。

4.2. 描述性统计与相关分析

本研究各变量均值、标准差及相关性如表 2 所示: 社会使命感知、社会支持、工作意义感和组织认同均呈显著正相关, 该结果与理论预期方向一致, 研究假设得到初步支持。社会使命感知与工作意义感($r = 0.765$, $p < 0.01$)和组织认同($r = 0.452$, $p < 0.01$)之间呈显著正相关; 工作意义感与组织认同之间呈显著的正相关关系($r = 0.627$, $p < 0.01$)。

Table 2. Mean value, standard deviation and correlation coefficient of each variable (N = 218)

表 2. 各变量的均值、标准差及相关系数(N = 218)

变量	均值	标准差	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
性别	1.50	0.50	—									
年龄	2.58	0.85	-0.01	—								
任期	3.52	1.43	0.10	0.643**	—							
学历	2.35	0.87	-0.01	0.319**	0.404**	—						

Continued

岗位	2.64	1.12	0.06	0.136*	0.03	0.10	—				
职务	2.37	1.03	0.00	0.429**	0.449**	0.505**	0.279**	—			
社会使命感知	4.14	0.64	0.141*	0.07	0.311**	0.175**	-0.10	0.05	—		
工作意义感	3.93	0.58	0.179**	0.09	0.361**	0.250**	0.06	0.08	0.765**	—	
社会支持	20.58	4.50	0.07	0.314**	0.406**	0.152*	0.163*	0.165*	0.203**	0.328**	—
组织认同	3.88	0.79	0.06	0.06	0.312**	0.218**	0.11	0.10	0.452**	0.627**	0.326** —

注: *表示 $p < 0.05$, **表示 $p < 0.01$, ***表示 $p < 0.001$, 下同。

4.3. 假设检验

本文的假设检验采用层次回归分析法, 将性别、年龄、工作任期、受教育程度、岗位类别、职务作为控制变量。为了避免多重共线性, 在假设检验前, 将社会使命感知、工作意义感、组织认同、社会支持数据均进行了标准化处理。

Table 3. Hierarchical regression results

表 3. 层级回归结果

变量	工作意义感				组织认同			
	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	
性别	0.125*	0.052	0.005	-0.034	-0.066	-0.037	-0.008	
年龄	-0.221**	-0.093	-0.257**	-0.189*	-0.132	-0.208**	-0.187*	
工作任期	0.483***	0.189**	0.462***	0.304***	0.190*	0.238**	0.232**	
学历	0.204**	0.115*	0.157*	0.109	0.039	0.112	0.109	
岗位	0.098	0.152***	0.149*	0.178**	0.085	0.144*	0.163**	
职务	-0.172*	-0.096	-0.116	-0.075	-0.017	-0.060	-0.072	
社会使命感知		0.706***		0.377***	-0.053	0.355***	0.413***	
工作意义感					0.609***			
社会支持						0.195**	0.128*	
社会使命感知× 社会支持							0.231***	
R ²	0.219	0.639	0.167	0.278	0.421	0.317	0.364	
ΔR ²	0.219	0.420	0.167	0.120	0.134	0.030	0.047	
F	9.869***	53.114***	7.075***	12.093***	19.018***	12.146***	13.223***	

表 3 中, 由模型 3、4 可知, 社会使命感知对组织认同的正向效应显著($\beta = 0.377, p < 0.001$)H1 得到支持。由模型 7 可知, 社会支持正向调节社会使命感知与组织认同间的关系($\beta = 0.231, p < 0.001$), H2 得到支持, 调节效应如图 2 所示。由模型 2、4、5 可知, 将社会使命感知与工作意义感同时纳入回归方程

时, 工作意义感对组织认同正向影响显著($\beta = 0.609, p < 0.001$), 社会使命感知对组织认同的回归系数值明显降低($\beta = -0.053$), 由此工作意义感完全中介了社会使命感知与组织认同之间的关系, 支持了 H3。

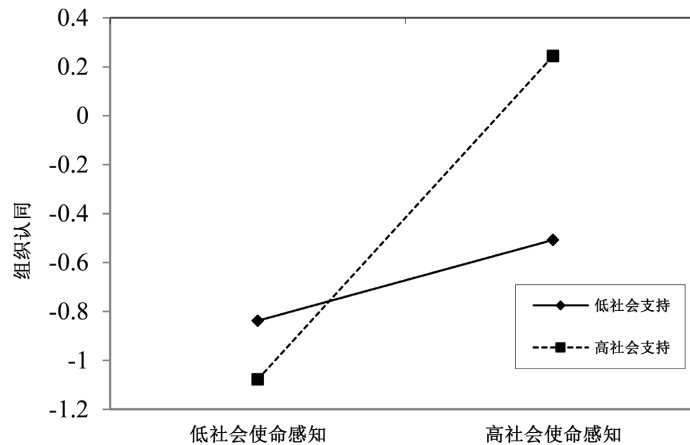


Figure 2. The moderating effect of social support on the relationship between social mission perception and organizational identity

图 2. 社会支持对社会使命感知与组织认同关系的调节效应

检验有调节的中介模型, 应用偏差校正非参数百分位法, 设定重复抽样次数为 5000, 置信区间水平为 95%。由于假设检验前各变量均已经过标准化处理, 因此用社会支持标准差的正值代表高水平社会支持, 负值代表低水平社会支持。结果如表 4 所示, 高水平社会支持的间接效应为 0.58 (SE = 0.108, 置信区间为[0.394, 0.823]), 低水平社会支持的间接效应为 0.442 (SE = 0.09, 置信区间为[0.289, 0.637])。社会支持处于高低水平时的置信区间均不包含 0, 间接效应均显著。由此说明有中介的调节效应显著, H4 得到支持。

Table 4. Bootstrap analysis results of mediated regulation effect

表 4. 有中介的调节效应 Bootstrap 分析结果

社会支持	社会使命感知→组织认同			社会使命感知→工作意义感→组织认同		
	直接效应			间接效应		
	系数	标准误	95%置信区间	系数	标准误	95%置信区间
高社会支持	0.702***	0.093	[0.519, 0.886]	0.58	0.108	[0.394, 0.823]
低社会支持	0.214*	0.098	[0.020, 0.407]	0.442	0.09	[0.289, 0.637]

5. 研究结论与讨论

5.1. 研究结论与理论贡献

已有的丰富文献挖掘了员工组织认同的前因及后果, 但多是基于商业企业情境下开展的研究, 对于社会企业员工的研究鲜有, 且未结合社会企业的组织特点, 更没有探讨内在机制, 难以体现社会企业员工的独特性。本研究在整合社会支持与资源保存理论的基础上, 重点关注社会企业的社会使命, 将员工对组织的社会使命感知纳入研究框架, 解释了社会使命感知影响社会企业员工组织认同的作用机制, 同时探讨了社会支持的调节效应和工作意义感的中介效应。研究结果显示: 社会使命感知能提高员工组织认同; 社会支持在社会使命感知与组织认同之间具有正向调节作用, 即社会支持水平越高, 社会使命感

知对组织认同的正向作用越显著; 工作意义感完全中介了社会使命感知与组织认同间的关系; 社会支持对社会使命感知与组织认同关系的正向调节效应通过工作意义感中介路径实现。上述结论具有如下理论贡献:

第一, 扩充了组织认同的影响因素。目前, 虽然有大量关于组织认同影响因素研究的文献, 但主要集中于商业企业, 缺乏对社会企业员工的探讨, 尚未从社会支持理论和资源保存理论的整合性视角揭示个体感知与组织外部环境因素的交互对员工组织认同的影响。组织使命对员工个人价值观具有影响, 与商业企业员工相比, 社会企业员工对创造社会价值更加敏感, 员工在感知到社会企业社会使命的基础上增加对组织的认同, 本文从社会支持和资源保存理论视角出发, 在研究范畴中引入社会使命感知和社会支持, 揭示社会使命感知对组织认同的影响机理, 这一结果丰富了组织认同的边界机制研究, 开拓了从组织行为学角度对社会企业的研究。

第二, 揭示了社会使命感知对组织认同的作用路径。从社会企业的组织特点出发, 依托工作意义理论, 本文挖掘出社会使命感知是如何对组织认同产生作用的, 即工作意义感解释了社会使命感知影响组织认同的作用机理。关注社会企业的特点及员工工作中的积极心理状态, 探讨社会企业员工组织认同是如何形成的, 最终发现员工感知社会使命可以通过工作意义感的中介形成组织认同, 社会企业员工以组织创造社会价值的活动为依托, 促使个人价值的实现, 有助于激发积极的情绪体验——工作意义感。这一研究结果不仅回应和推进了 Jonghun Sun [37]的观点, 还厘清了社会企业员工是如何产生组织认同的, 有助于从新视角探究社会使命感知对组织认同的促进作用, 使得工作意义感作为中介变量的研究资料更加丰富。

第三, 考察了社会使命感知对组织认同影响的边界条件。一方面, 本研究考虑了工作场所的心理变量; 另一方面, 基于资源保存理论, 研究发现不同的社会支持水平下, 社会使命感知对工作意义感和组织认同的促进作用强度不同。Hobfoll [38]根据资源保存理论, 指出社会支持作为外部环境中的重要资源, 是增强员工韧性的保护性因素, 当一个人得到的社会支持越多, 他就拥有更多的资源去抵抗压力。如果员工个人价值观与社会企业社会使命的契合度较高, 那么他们往往会被组织吸引而选择加入, 精神上的满足是他们的关注点, 故社会支持是他们继续工作的动力; 在无障碍领域和就业促进与技能领域的社会企业中, 弱势群体在员工中的占比很大, 例如喜憨儿洗车中心主要是由心智障碍人士和聋哑人士组成, 他们面临着较高的生活压力, 常常要和健康和社会心理问题作斗争, 故社会支持是他们应对各界压力的重要资源。从资源保存理论的视角出发, 解释社会支持为何可以调节社会使命感知与工作意义感和组织认同之间的关系, 不仅揭示了组织、社会及个体间的紧密关系, 也拓展了社会支持的边界作用。

5.2. 管理启示

本研究以社会企业为背景, 探讨员工组织认同的影响因素, 对组织管理实践具有一定的启示:

第一, 社会企业在我国蓬勃发展, 与政府、非营利组织一样, 其在解决社会问题方面发挥着重要作用, 是推进我国社会治理现代化的重要组成部分。社会企业的员工是参与解决社会问题的重要力量, 有必要从社会企业的组织特点出发探讨员工的心理状态。本研究揭示了社会企业员工的高社会使命感、高社会责任感以及高工作意义感的特征, 社会企业员工有着更高的职业素养和道德水平, 到社会企业工作对工作内容 and 实现自我价值有着较高的期待, 有着更强的社会责任意识, 渴望为解决社会问题做出贡献, 因此, 从研究中发现社会使命感知能够增加员工组织认同, 那么对于社会企业而言, 想使组织实现可持续发展, 就要提高员工的组织认同、增加员工的工作投入以及维护员工的稳定性。从管理者角度, 社会企业在发展中不仅要注重保持社会使命的稳定, 防止发生使命偏离, 即追求双重目标的时候守住“初心”, 还要关注员工的需求, 为员工提供参与解决社会问题活动的渠道, 加强社会使命的传达, 深化员工对社会使命的感知, 进而增强组织认同。

第二, 工作意义感是来源于工作场所的一种积极心理资源, 是员工产生组织认同的重要前因变量。随着组织环境越来越复杂, 员工处于多样和不确定环境中, 他们不同的心理状态会产生不同的工作态度及行为, 由于社会企业无法通过丰厚的报酬吸引人才, 只能通过社会企业的“内在”特点来召唤员工的加入。故管理者应重视员工的心理状态, 定期测试员工对工作的感受, 倾听员工的心声。同时, 组织要为员工提供职业支持, 为员工自身发展创造机会, 帮助其实现个人价值, 注重满足员工的心理需求和情感需要, 激发员工的工作活力, 提高员工的工作意义感。政府应当看到社会企业是在社会建设中发挥的重要作用, 虽然社会企业给予员工的物质奖励有待提升, 但政府可以从精神上加强社会企业员工的满足感。因此可以通过政策鼓励、经费支持等途径鼓励社会企业的员工, 可以为社会企业的员工提供专业知识、服务技能等方面的培训, 在高校和社会企业之间搭建桥梁, 更好地引导年轻人加入社会企业工作或是进行社会企业研究, 这不仅为社会企业提供了人力智力资源保障, 还有助于营造社会企业发展的良好氛围, 通过宣传推广的方式加强公众对社会企业的认同。

第三, 社会支持能够影响社会使命感知对工作意义感、组织认同的作用效果, 社会支持不仅包括工作场所领导、同事、组织的支持, 还包括非工作场所的, 例如家人、邻居、朋友甚至是陌生人的支持。因此, 管理者要重视社会支持在社会企业中的作用, 组织和管理者提供与工作相关的支持越多, 员工应对压力与突发事件的能力越强, 员工感受到来自组织的关怀与温暖, 加强了对组织的归属感, 会进一步促进组织认同, 从而不会轻易地受外界的影响而产生消极行为。此外, 针对工作场所外的支持, 应当健全社会支持体系, 无论是亲属还是非亲属的支持, 都应当鼓励社会企业员工高效利用以增强自身的资源, 在收到支持的良好情绪体验中, 员工的内心更加富足, 从而增强了员工在工作场所中产生的积极情绪, 提升了员工对组织产生正面心理的几率, 他们能够利用获取的支持资源来更好地进行工作, 并在工作中更好地满足自身的发展, 促进员工个人价值的实现, 体验在社会企业工作的意义, 维持健康的身心状态, 为组织的发展做出更大贡献。

5.3. 研究局限与展望

本研究仍存在一定的局限性, 主要体现在以下四个方面: 第一, 在研究对象方面, 选取社会企业员工为研究对象, 考察了社会使命感知的作用结果, 研究结论难以推广到一般企业员工中, 未来可考虑扩大研究对象范围, 如在商业企业中, 社会责任的履行是否会对员工组织认同等心理及行为产生影响, 增强研究结论的普适性。第二, 在研究设计方面, 采用横向研究设计, 较难推测变量间因果关系。未来可结合纵向研究设计, 探讨个变量间的深层次关系。第三, 在路径考察方面, 仅探讨了社会使命感知影响组织认同的作用机制, 分析了工作意义感的中介效应及社会支持的调节效应, 未来可引入领导、团队等因素, 从多层面多视角探讨社会企业员工组织认同的形成路径。第四, 在研究方法上, 未来可以结合案例研究, 采用定量定性相结合的方法, 更加深入地探究社会支持与工作意义感对社会企业员工组织认同的作用机制。

基金项目

国家社科基金一般项目“社会企业成长的多元演化路径及政策供给体系研究”(20BGL102)。

参考文献

- [1] Dees, J.G. (1998) Enterprising Nonprofits. *Harvard Business Review*, **76**, 54-67.
- [2] Thompson, J. and Doherty, B. (2006) The Diverse World of Social Enterprise: A Collection of Social Enterprise Stories. *International Journal of Social Economics*, **33**, 361-375. <https://doi.org/10.1108/03068290610660643>
- [3] 刘玉焕, 尹玉林, 李丹. 社会企业多元制度逻辑冲突的探索性分析[J]. 研究与发展管理, 2020, 32(3): 13-24.

- [4] Ashforth, B.E. and Mael, F. (1989) Social Identity Theory and the Organization. *The Academy of Management Review*, **14**, 20-39. <https://doi.org/10.2307/258189>
- [5] Moqbel, M., Nevo, S. and Kock, N. (2013) Organizational Members' Use of Social Networking Sites and Job Performance: An Exploratory Study. *Information Technology & People*, **26**, 240-264. <https://doi.org/10.1108/ITP-10-2012-0110>
- [6] Bartel, C.A. (2001) Social Comparisons in Boundary-Spanning Work: Effects of Community Outreach on Members' Organizational Identity and Identification. *Administrative Science Quarterly*, **46**, 379-413. <https://doi.org/10.2307/3094869>
- [7] Halbesleben, J.R.B. and Wheeler, A.R. (2008) The Relative Roles of Engagement and Embeddedness in Predicting Job Performance and Intention to Leave. *Work & Stress*, **22**, 242-256. <https://doi.org/10.1080/02678370802383962>
- [8] Hobfoll, S.E. (2001) The Influence of Culture, Community, and the Nested-Self in the Stress Process: Advancing Conservation of Resources Theory. *Applied Psychology*, **50**, 337-421. <https://doi.org/10.1111/1464-0597.00062>
- [9] 张彦, 李汉林. 治理视角下的组织工作环境: 一个分析性框架[J]. 中国社会科学, 2020(8): 87-107+206.
- [10] Stevens, R., Moray, N. and Bruneel, J. (2015) The Social and Economic Mission of Social Enterprises: Dimensions, Measurement, Validation, and Relation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, **39**, 1051-1082. <https://doi.org/10.1111/etap.12091>
- [11] Bart, C.K., Bontis, N. and Taggar, S. (2001) A Model of the Impact of Mission Statements on Firm Performance. *Management Decision*, **39**, 19-35.
- [12] 余璇, 陈维政. 组织伦理气候对组织情感承诺影响路径研究——组织信任和组织自尊的作用[J]. 现代财经(天津财经大学学报), 2015, 35(9): 92-101+113.
- [13] 张冉. 基于扎根理论的中国社会组织品牌内化结构维度研究[J]. 甘肃社会科学, 2018(4): 249-255.
- [14] 王哲, 张爱卿. 内部企业社会责任对员工反生产行为的影响——组织认同的中介和理想主义道德标准的调节[J]. 经济管理, 2019, 41(8): 130-146.
- [15] Wry, T. and York, J.G. (2017) An Identity-Based Approach to Social Enterprise. *Academy of Management Review*, **42**, 437-460. <https://doi.org/10.5465/amr.2013.0506>
- [16] Allen, D.G., Weeks, K.P. and Moffitt, K.R. (2005) Turnover Intentions and Voluntary Turnover: The Moderating Roles of Self-Monitoring, Locus of Control, Proactive Personality, and Risk Aversion. *Journal of Applied Psychology*, **90**, 980-990. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.5.980>
- [17] Bode, C., Singh, J. and Rogan M. (2015) Corporate Social Initiatives and Employee Retention. *Organization Science*, **26**, 1702-1720. <https://doi.org/10.1287/orsc.2015.1006>
- [18] Raschke, H.J. (1978) The Role of Social Participation in Postseparation and Postdivorce Adjustment. *Journal of Divorce*, **1**, 129-140. https://doi.org/10.1300/J279v01n02_04
- [19] 黄桂, 欧霞, 林鹏锦, 等. 组织中情绪耗竭问题研究[J]. 学术研究, 2021(5): 100-107.
- [20] Cobb, S. (1976) Social Support as a Moderator of Life Stress. *Psychosomatic Medicine*, **38**, 300-314. <https://doi.org/10.1097/00006842-197609000-00003>
- [21] Cooke, F.L., Wang, J. and Bartram, T. (2019) Can a Supportive Workplace Impact Employee Resilience in a High Pressure Performance Environment? An Investigation of the Chinese Banking Industry. *Applied Psychology*, **68**, 695-718. <https://doi.org/10.1111/apps.12184>
- [22] Cho, S., Kim, M.A. and Kwon, S.I. (2019) Using the Photovoice Method to Understand Experiences of People with Physical Disabilities Working in Social Enterprises. *Disability and Health Journal*, **12**, 685-693. <https://doi.org/10.1016/j.dhjo.2019.03.011>
- [23] Bailey, C., Yeoman, R., Madden, A., Thompson, M. and Kerridge, G. (2019) A Review of the Empirical Literature on Meaningful Work: Progress and Research Agenda. *Human Resource Development Review*, **18**, 83-113. <https://doi.org/10.1177/1534484318804653>
- [24] Steger, M.F., Dik, B.J. and Duffy, R.D. (2012) Measuring Meaningful Work: The Work and Meaning Inventory (WAMI). *Journal of Career Assessment*, **20**, 322-337. <https://doi.org/10.1177/1069072711436160>
- [25] Parcel, T.L. (1981) Review of Differentiation between Social Groups: Studies in the Social Psychology of Intergroup Relations. *American Journal of Sociology*, **86**, 1193-1194. <https://doi.org/10.1086/227378>
- [26] Rosso, B.D., Dekas, K.H. and Wrzesniewski, A. (2010) On the Meaning of Work: A Theoretical Integration and Review. *Research in Organizational Behavior*, **30**, 91-127. <https://doi.org/10.1016/j.riob.2010.09.001>
- [27] Grant, A.M. and Ashford, S.J. (2008) The Dynamics of Proactivity at Work. *Research in Organizational Behavior*, **28**, 3-34. <https://doi.org/10.1016/j.riob.2008.04.002>

-
- [28] Thompson, J.A. and Bunderson, J.S. (2003) Violations of Principle: Ideological Currency in the Psychological Contract. *Academy of Management Review*, **28**, 571-586. <https://doi.org/10.2307/30040748>
- [29] Hall, D.T. and Chandler, D.E. (2005) Psychological Success: When the Career Is a Calling. *Journal of Organizational Behavior*, **26**, 155-176. <https://doi.org/10.1002/job.301>
- [30] Clausen, T. and Borg, V. (2011) Job Demands, Job Resources and Meaning at Work. *Journal of Managerial Psychology*, **26**, 665-681. <https://doi.org/10.1108/02683941111181761>
- [31] Pratt, M.G., Rockmann, K.W. and Kaufmann, J.B. (2006) Constructing Professional Identity: The Role of Work and Identity Learning Cycles in the Customization of Identity among Medical Residents. *Academy of Management Journal*, **49**, 235-262. <https://doi.org/10.5465/amj.2006.20786060>
- [32] Caringal-Go, J.F. and Hechanova Ma, R.M. (2018) Motivational Needs and Intent to Stay of Social Enterprise Workers. *Journal of Social Entrepreneurship*, **9**, 200-214. <https://doi.org/10.1080/19420676.2018.1468352>
- [33] Brislin, R. (1980) Translation and Content Analysis of Oral and Written Material. In: Triandis, H.C. and Berry, J. W., Eds., *Handbook of Cross-Cultural Psychology: Methodology*, Allyn and Bacon, Boston, 389-444.
- [34] Aupperle, K.E., Carroll, A.B. and Hatfield, J.D. (1985) An Empirical Examination of the Relationship between Corporate Social Responsibility and Profitability. *Academy of Management Journal*, **28**, 446-463.
- [35] 肖水源. 《社会支持评定量表》的理论基础与研究应用[J]. 临床精神医学杂志, 1994(2): 98-100.
- [36] Mael, F. and Ashforth, B.E. (1992) Alumni and Their Alma Mater: A Partial Test of the Reformulated Model of Organizational Identification. *Journal of Organizational Behavior*, **13**, 103-123. <https://doi.org/10.1002/job.4030130202>
- [37] Sun, J., Lee, J.W. and Sohn, Y.W. (2019) Work Context and Turnover Intention in Social Enterprises: The Mediating Role of Meaning of Work. *Journal of Managerial Psychology*, **34**, 46-60. <https://doi.org/10.1108/JMP-11-2017-0412>
- [38] Hobfoll, S.E. (1989) Conservation of Resources: A New Attempt at Conceptualizing Stress. *American Psychologist*, **44**, 513-524. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.44.3.513>