

DOI 编码: 10.3969/j.issn.1672-884x.2022.11.008

员工感知到的企业社会责任对工作繁荣的影响机制研究

颜爱民 齐丽雅 谢菊兰 龚 紫
(中南大学商学院)

摘要: 基于工作繁荣的社会嵌入模型,通过 331 份两个时点的员工配对数据,对员工感知到的企业社会责任如何促进工作繁荣进行了实证分析,并解释了工作使命感的中介机制以及信任氛围的调节效应。研究结果表明:员工感知到的企业社会责任正向影响工作繁荣,工作使命感在两者之间发挥着中介作用;信任氛围则正向调节了员工感知到的企业社会责任对工作使命感的作用,即信任氛围越强,员工感知到的企业社会责任越影响工作使命感。另外,信任氛围也调节了员工感知到的企业社会责任对工作繁荣的间接影响,即信任氛围越强,工作使命感的中介作用越强。

关键词: 员工感知到的企业社会责任;工作繁荣;信任氛围;工作使命感

中图分类号: C93 **文献标志码:** A **文章编号:** 1672-884X(2022)11-1648-09

Research on the Effects of Employee Perceived Corporate Social Responsibility to Thriving at Work

YAN Aimin QI Liya XIE Julan GONG Zi
(Central South University, Changsha, China)

Abstract: Building upon the social embedding model of thriving at work, this study investigates the influence and mechanism of perceived corporate social responsibility (CSR) on thriving at work. We conducted a two-wave time-lagged survey gathering data from 331 employees to test our hypotheses. The findings indicate that perceived CSR has a significant positive impact on thriving at work and that job calling mediates the relationship between perceived CSR and thriving at work. Our study further shows that trust climate moderates the relationship between perceived CSR and job calling. Specifically, higher level of trust climate strengthen the positive effects of perceived CSR on job calling. What is more, trust climate moderates the indirect effect between perceived CSR and thriving at work via job calling. Specifically, the mediating role of job calling is stronger in the presence of higher levels of trust climate.

Key words: perceived corporate social responsibility; thriving at work; job calling; trust climate

1 研究背景

在当前快节奏的工作和生活情境下,职场压力给员工带来的冲击不仅会对员工高效工作产生影响,还会使员工在工作中丧失活力乃至产生离职行为。如何保持员工活力缓解员工职业倦怠,降低离职率,是目前企业重视并急求解决的问题。有研究指出,工作繁荣作为个体进步与成长的信号,描述了个体在工作中拥有的

学习和活力的主观体验,可有效缓解员工的倦怠感^[1]。当员工处在工作繁荣状态时,对自身及组织的发展都具有非常积极的影响,有助于个体削弱倦怠感,拥有积极情绪,提高工作效率,促进组织绩效等,并且高工作繁荣状态下的员工职场适应力更强,能在工作中游刃有余,具有低心理消耗,身体健康情况也比低工作繁荣状态下的员工更好^[2]。而未进入工作繁荣状态的员工更容易受到负面情绪及倦怠感的影响,

收稿日期: 2021-10-08

基金项目: 国家自然科学基金资助项目(71972185,71802195);湖南省哲学社会科学基金资助项目(20YBA255)

• 1648 •

进而导致企业的缺勤率高及医疗保障负担重等一系列问题^[3]。基于此,有关工作繁荣的研究无论对于员工还是其组织,都有重要的现实意义。

随着学界对工作繁荣的关注,有关工作繁荣的前因研究也逐步成为研究热点。梳理现有研究可知,工作繁荣的前因研究主要集中于领导风格(如服务型领导^[4])、个体因素(如心理资本^[5])等方面,对于组织情境因素的关注还不够充分。与短时间内不会轻易改变的个体因素与领导风格相比,组织情境因素则更适合调整变动,更具有实践价值。另外,组织情境因素是促进或者消耗工作繁荣的强大力量,个体只有嵌入到某种组织情境中时才更易实现繁荣状态^[6]。与其他因素对工作繁荣的影响作用机制和边界条件不同,组织情境因素能从组织角度加强对工作繁荣产生过程的全面认识。由此,影响员工工作繁荣的组织情境因素亟待探索。企业社会责任(corporate social responsibility, CSR)作为一种道德层面的组织情境因素,有关其对工作繁荣的影响作用研究目前还不多见。一般而言,CSR包括各种各样的实践,旨在改善利益相关者的福利(如员工、社会和环境等^[7])。当员工感知到企业为利益相关者实施相关措施时,便会更加了解自身工作的价值与意义,增强自身工作的活力与热情。同时,员工感知到的CSR也有利于员工表现出进行信息共享、参与决策等积极情境特征,激发员工活力与学习能力^[8,9]。另外,中国传统文化中的“义利观”和“天人合一”等思想也使员工认为,企业在获取经济利益的同时也应兼顾其他关联方的发展,践行“推己及人”的理念^[10]。这种道德层面的组织情境更符合中国传统文化背景下员工对于企业的期望。而这种情境因素对工作繁荣有何影响则是一个值得深入探讨的问题。

现有研究探索了组织情境如何影响工作繁荣的内在机制。例如,吴郁雯等^[11]基于自我决定理论探讨了员工参与目标设定这一工作情境与工作繁荣之间的关系。张柏楠等^[12]以员工工作成长模型探索了高参与人力资源实践对工作繁荣的影响。但刘玉新等^[2]指出,目前关于组织情境因素影响工作繁荣内在机制的研究还不够充分,多集中于从个体层面出发解释单一稳定情境特征对工作繁荣的影响,忽视了个体如何通过嵌入到社会环境中达到工作繁荣状态的全过程^[13]。工作繁荣的社会嵌入模型认为,情境特征或情境促发因素等均能影响工作繁荣,

并进一步指出员工的工作繁荣是植根于社会系统中,并在与他人的动态互动中产生^[1]。鉴于此,在对工作繁荣的产生原因的探索中,不仅要考虑组织情境因素,也要考虑相对动态的资源,分析个体如何与组织互动进而塑造工作情境和创造资源,从而以更完整的视角形成对工作繁荣的认识^[4]。依照工作繁荣的社会嵌入模型,员工在与组织互动过程中会获取到积极情感、意义等资源,会促进员工在工作中达到繁荣的状态。工作使命感作为一种积极的工作资源,是一种员工主观的心理知觉^[14],会通过让个体感知到工作的意义进而促进有利于工作态度的产生。换言之,当员工参与企业社会责任活动与他人互动时,会从中感知到自己所在的企业关注多方利益相关者,并在保障员工利益的同时也愿意对社区、消费者等承担责任。由此,员工可能会被企业积极奉献和负责的行为所打动,认为自己所处的工作环境是积极的,更有可能获取到工作的意义、活力与热情,促进个人成长与发展,进而产生工作繁荣。基于此,本研究推测,员工感知到的CSR对工作繁荣的激发是通过工作使命感的作用完成的。另外,随着人们从对物质文化的需要到美好生活的追求不断提升,内在的驱动力对个体的影响逐渐扩大。员工开始更多地关注如何在工作中实现自身价值,而不仅仅是停留在金钱物质层面。鉴于此,企业急需寻找一种内在的动力源来满足并留存员工,而增强员工的工作使命感则是有效方式之一。这是因为高工作使命感的个体倾向于在工作中以自发的方式寻求意义感与目的感,进而在工作中实现自我,体验价值与乐趣。由此,对工作使命感的探讨对于企业的经营管理具有必要性。此外,现有很多研究也已经明确信任氛围对工作繁荣的直接影响,即当员工感知到较强的组织信任氛围时,其工作繁荣会越高^[1,3]。由此,本研究尝试引入信任氛围以明晰员工感知到的CSR发挥影响效力的边界条件,以期增加有关信任氛围间接影响员工工作繁荣的认识。

综上所述,本研究引入工作使命感的中介作用与信任氛围的调节作用,并基于工作繁荣的社会嵌入模型,系统性地回答员工感知到的CSR是如何对工作繁荣产生影响的这一重要问题,旨在从道德情境视角丰富工作繁荣的前因研究,揭示工作繁荣产生的全过程,以期为企业通过实施CSR发展员工的工作繁荣有所裨益。

2 理论基础与研究假设

所谓工作繁荣指个体在工作过程中体验到的积极心理状态,主要有学习和活力两大类^[15]。工作繁荣的社会嵌入模型为理解个体如何产生工作繁荣提供了清晰视角,描述了个人如何发展能够促进自身成长的条件。该模型的核心内容是工作繁荣的产生同组织情境因素、情境促发因素和工作资源(积极情感、意义等)密切相关^[1]。另外,在个体的发展过程中,与他人的动态互动更容易产生学习与活力^[5]。根据这一理论,当员工感知到企业积极履行社会责任时,就有助于员工获取工作资源,进而有利于产生工作繁荣。

2.1 员工感知到的 CSR 与工作繁荣

企业履行社会责任时,需要考虑到多方利益主体,除了股东,还应兼顾员工、环境及社区等多个外部关联方^[7]。常见的 CSR 活动主要包括环境保护、员工援助计划、志愿活动等。企业的这些举措对于员工而言很重要,可以向员工传递出企业对各方利益相关者重视程度的信号^[16]。例如,企业积极参加社区或慈善捐赠等活动,会让员工感受到企业不仅仅只关注内部的运营,也愿意提供资源帮助社会,造福其他利益相关者,进一步展现了企业既有能力也能履责的正面形象。另外,CSR 的益处还在于可以促进员工对工作意义的体会^[17],从而提升员工的工作和学习的积极性。此外,CSR 活动和政策在满足员工薪酬福利、职业发展需求的同时,还会给员工提供提升自己能力的机会,而这也正是促进员工的工作繁荣的体现。

工作繁荣的社会嵌入模型指出,个体所处的工作情境或情境促发因素有利于员工达到繁荣状态(如组织中的信息共享、自由决策等^[1])。员工感知到的 CSR 是促进有利工作情境的积极因素,可为员工在工作过程中如何共享、如何决策,以及促进人际交往的信任程度等提供帮助。具体而言,当员工感知到企业履行对社区、环境等方面的责任时,会让员工感受到企业对利益相关者的责任与担当,有助于组织形成高度信任文化^[8]。这在一定程度上会强化团队合作及提升员工的活力与学习状态;同时,企业对员工的社会责任行为,会使员工在执行工作、纠正任务和目标等方面有一定自主权,便于员工参与决策,并贡献自身的想法及信息。除此之外,有关活动还包括公平对待员工、为员工提供志愿服务活动、确保和支持员工福利、关注员工

的个人需求及技能/职业发展等^[18]。这些举措给员工提供了自由发展空间,让员工感知到组织的关心支持,体会到来自组织的尊重与欣赏,进而会增强学习新事物的动力,并给人一种精力充沛的感觉^[19]。另外,企业履行社会责任还可促进组织信息共享氛围的产生^[20]。在这种情境下,员工在与他人信息共享的过程中不仅能够收获知识促进成长,也能在与他人互动的过程中拥有活力与热情。由此,提出以下假设:

假设 1 员工感知到的 CSR 对工作繁荣水平具有正向影响,即员工感知到的 CSR 越高,其工作繁荣水平越强。

2.2 工作使命感的中介作用

在探索员工感知到的 CSR 对工作繁荣的影响中,工作使命感在其中可能会有不可或缺的作用。工作使命感是个体对从事某一领域工作的强烈的、有意义的激情,是一种主观的心理知觉,具有强烈目的感、意义感和亲社会性,强调工作对社会的贡献^[14]。当员工感知到企业积极对有关外部利益相关者(社区、环境、消费者等)履行责任,便将工作的概念扩展到个人的特定工作和组织之外,使其更加愿意服务于社会,这便为个人提供了一个理想渠道,让其能够通过工作来寻求和发现有意义的事物,进而在一定程度上激发员工的工作使命感^[21]。另外,还可促使员工在为他人着想的工作氛围中更加认同亲社会的价值观,进而增加员工的亲社会动机^[22],而具有亲社会动机的员工更容易体验到工作使命感。不仅如此,长期在中国传统文化熏陶下的员工,更易具有“集体主义”倾向,会主动考虑集体的利益而非仅着眼于个人自身,进而会认真履行好自身工作兼顾对他人的责任,以及更乐于秉承“仁义为己任”的信念,关注对社会的贡献并积极以造福社会为自身使命。当员工感知到企业履行社会责任这种积极的信号时,会促进员工努力在工作中实现自己的价值,进而发展工作使命感^[23]。另外,当员工感知到企业在保障其内部利益相关者(员工)自身福利的同时,还考虑员工个人职业发展的诉求,并为员工提供相关发展机会时,将使员工在提升自己的同时也积极追求与体验工作的价值与意义,进而激发员工的工作使命感。由此,无论是从组织外还是组织内的角度,员工感知到的 CSR 都能对员工的工作使命感有着较为正面的影响。

工作繁荣的社会嵌入模型认为,个体在内部动机的作用下更能促进成长。换言之,只有

当人们自愿地采取行动时,才更有可能面向成长并体验活力^[1]。一般而言,个体只有清晰地认识到自身目标和使命时,才会更专注于自己的工作,更愿意付出更多的时间和努力,进而完成目标^[24]。此外,个体为了响应内心的工作使命感,会寻找多种途径获得同工作相关的信息以提升职业竞争力^[25]。除此之外,拥有工作使命感的员工由于具有亲社会动机的取向^[26],大都会乐于与同事分享知识并帮助有需要的人,以期在与他人分享知识的同时也得到自己所需的资源,并通过为他人提供帮助来激发自身活力。

工作繁荣的社会嵌入模型表明,组织中的情境特征及个体从工作情境中获取的积极资源会提升个体的专注力和探索积极性,进而进一步促进工作繁荣的产生^[1]。当企业履行社会责任时,不仅能保障内部员工的权益,而且对环境、社区、消费者等都有积极影响,并且由于这种行为具有亲社会性,可以让员工感受到工作的意义,促进工作使命感的产生。此外,工作使命感能驱动员工在工作中积极主动学习,愿意与他人密切交流,更好地展现工作活力。由此,提出以下假设:

假设 2 工作使命感在员工感知到的 CSR 与工作繁荣间存在着中介效应。

2.3 信任氛围的调节作用

COSTIGAN 等^[27]首次提出信任氛围的概念。该概念描述的是员工对组织信任环境的整体感知,主要包括对上级的信任知觉,对同事的信任知觉以及对高层管理者的信任知觉。需要强调的是,信任是指组织成员平均感知到的信任水平。本研究中,将信任这个变量放置在个体层面,具体是指个体感知到的信任氛围^[28]。在信任氛围高的组织中,个人水平的信任感知更有可能转化为与工作相关的积极结果^[29]。例如,企业在高信任氛围水平下的社会责任活动更易被员工信服,从而增加员工的回报行为^[30]。有研究表明,员工对 CSR 活动的关注也涉及到了了解 CSR 活动背后的动机^[31]。在高信任氛围的组织中,员工对他人的意图和行为有着较为正面的解读^[32]。同时,高信任氛围下的员工更愿意相信企业对利益相关者承担责任确为真诚表露,而非虚假的、由财务驱动的“表面上看起来不错”的计划^[33]。在这种感知下,员工的工作使命感将被更好地激发。同样地,高信任氛围下的员工也更会相信企业对自己是真情实意,这有助于员工在组织中通过积极学习提升能力

来实现自己对工作的追求,从而也会在一定程度上令员工更加具有强烈的工作使命感。反之,处于低信任氛围下的员工可能会认为企业履行社会责任的动机不纯,进而削弱了员工的工作使命感。

基于工作繁荣的社会嵌入模型可知,当个体处在信任和尊重的氛围中时,会进行主动探索和主动学习,以此来找寻工作的实际意义所在^[1]。就员工具体到感知的 CSR 而言,高信任氛围下的员工会更加信任企业的决策,并在企业履行社会责任过程中主动获取价值与意义,从而拥有更强的工作使命感。低信任氛围下的员工则可能会对企业履行社会责任存有怀疑,不太会感受来自于工作的积极体验,故反而会减少工作使命感。SPREITZER 等^[1]指出,积极的情境或者是情境促发因素会影响工作繁荣。信任氛围作为一种积极的情境特征,可以让在员工感知到的 CSR 对工作繁荣积极影响的过程中发挥促进作用。具体而言,对于高信任氛围下的员工而言,员工感知到的 CSR 带来的工作使命感越高,员工更易产生工作繁荣。反之,对于低信任氛围下的员工而言,员工感知到的 CSR 带来的工作使命感相对较低,此时员工并不易产生工作繁荣。由此,提出以下假设:

假设 3 信任氛围调节了员工感知到的 CSR 与工作使命感之间的关系,相较于低信任氛围水平,高信任氛围水平下,员工感知到的 CSR 对工作使命感的正向影响更强。另外,信任氛围也调节了工作使命感在员工感知到的 CSR 与工作繁荣间的中介效应。即信任氛围水平越高,员工感知到的 CSR 对工作使命感的中介效应越强,进而影响工作繁荣。

本研究的理论模型见图 1。

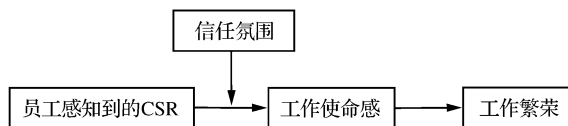


图 1 理论模型

3 研究方法

3.1 研究样本和程序

本研究主要通过湖南某高校人力资源中心的校友网络招募问卷调查对象,最终样本是来自于湖南、河南、苏州等地企业的一线员工,涉及医药、制造业、服务业等行业。为了保证调研的科学性,避免共同方法偏差的影响,本研究采用匿名的方式通过两时点在线问卷调查收集数

据,并且以“姓名首字母+手机号后 4 位”作为配对的准则。其中:第一轮问卷调研,由被试匿名填写人口统计学基本信息、员工感知到的 CSR、信任氛围以及工作使命感;第二轮问卷调研,在第一轮调研完成两个星期后对同一批员工进行,主要测量被试的工作繁荣状态。两次调研共计发放 600 份问卷,第一轮调研后回收问卷 580 份,问卷回收率为 96.67%;第二轮调研后回收问卷 390 份,问卷回收率为 65%。在去除无效问卷后,最终获得有效问卷 331 份,问卷总体有效回收率为 55%。在有效样本中,性别方面,男性占 40.8%、女性占 59.2%;学历方面,初中及以下占 10.5%、高中或中专占 11.2%、大专占 14.2%、本科占 50.8%、硕士及以上为 13.3%;年龄方面,平均年龄为 29 岁;工作年限方面,平均工作年限为 5.49 年。

3.2 变量测量

本研究的变量测量量表大都选取国内外权威期刊上常用的成熟量表,并严格按照翻译-回译程序,对英文量表进行了本土情境化处理。所有测量量表均采用 Likert 7 点评级法,1~7 表示从“非常不同意”到“非常同意”。

(1) 员工感知到的 CSR 该变量的测量采用 FAROOQ 等^[7]开发的量表,共 16 个题项,如“企业制定鼓励员工技能提升及职业发展的政策”等。本研究中,该量表的 Cronbach's α 值为 0.943。

(2) 工作繁荣 该变量的测量采用 PORATH 等^[15]开发的量表,共 10 个题项,如“工作时,我感到生机勃勃”等。本研究中,该量表的 Cronbach's α 值为 0.907。

(3) 工作使命感 该变量的测量采用 DOBROW 等^[14]开发的量表,共 12 个题项,如“我热衷于我的工作”等。本研究中,该量表的 Cronbach's α 值为 0.926。

(4) 信任氛围 该变量的测量是根据 COSTIGAN 等^[27]提出的信任氛围(对直接领导、同事、高层管理者的信任)模型,采用 MC ALLISTER^[34]的人际信任量表测量对同事和直接领导的信任,以及采用 GOULD-WILLIAMS^[35]开发的系统信任量表测量对高层领导的信任,共 18 个题项,如“我和同事保持分享的关系,会自由分享想法、感受和期望”等。本研究中,该量表的 Cronbach's α 值为 0.930。

(5) 控制变量 有研究表明,学历、性别、年龄等对员工的工作繁荣有影响^[36],因此,本研究将上述人口统计学变量作为控制变量,以避

免核心变量在检验关系时出现的虚假影响。

4 数据分析及结果

4.1 共同方法偏差分析

为防止因被试自己填写问卷可能导致的共同方法偏差,本研究利用 Harman 单因素对数据进行检验。结果显示:第一个因子累计解释变异是 30.42%,与 40%的阈值相比相距甚远,这意味着本研究受共同方法偏差的作用较小。为了进一步评估共同方法偏差,本研究还增加了非可测潜在方法因子方法(即在原有因子基础上加入方法因子作为全局因子)对共同方法偏差问题进行再次检验。有关结果表明,加入方法因子后,模型拟合指标并未明显提高($\Delta CFI=0.035$ 、 $\Delta TLI=0.031$ 、 $\Delta IFI=0.035$ 、 $\Delta RMSEA=0.005$),说明本研究没有严重的共同方法偏差问题。

4.2 概念区分效度的检验

本研究使用 AMOS 24.0 软件对员工感知到的 CSR、工作繁荣、信任氛围和工作使命感进行验证性因子分析,来检验变量的区分效度(见表 1)。由表 1 可知,四因子模型的拟合度($\chi^2/df=1.69$, $TLI=0.900$, $IFI=0.909$, $CFI=0.908$, $RMSEA=0.046$)优于三因子模型、两因子模型和单因子模型。这说明员工感知到的 CSR、工作使命感、信任氛围、工作繁荣这 4 个变量的区分效度较佳。

表 1 验证性因子分析结果(N=331)

模型	χ^2/df	IFI	CFI	TLI	RMSEA
单因子模型(P+C+T+W)	4.26	0.549	0.546	0.529	0.100
两因子模型(P+C+T,W)	3.98	0.587	0.585	0.568	0.095
三因子模型(P+C,T,W)	3.49	0.656	0.654	0.639	0.087
四因子模型(P,C,T,W)	1.69	0.909	0.908	0.900	0.046

注:P 代表员工感知到的 CSR、C 代表工作使命感、T 代表信任氛围、W 代表工作繁荣。

4.3 变量的描述性统计分析

本研究中,变量的描述性统计分析结果见表 2。由表 2 可知:员工感知到的 CSR 与工作繁荣显著正相关($r=0.48$, $p<0.001$);员工感知到的 CSR 与工作使命感显著正相关($r=0.51$, $p<0.001$);工作使命感与工作繁荣显著正相关($r=0.57$, $p<0.001$)。该结果为本研究后续的数据分析提供了初步支持。

4.4 假设检验

4.4.1 员工感知到的企业社会责任的主效应

本研究对主效应是否存在进行检验。其中,员工感知到的 CSR 对工作使命感、工作繁荣的回归分析结果见表 3。表 3 中,由模型 1 可

知,在控制人口学变量后,员工感知到的 CSR 的置信区间为[0.30, 0.47],不包含 0,即主效应显著。由此,假设 1 得到支持。

表 2 变量的描述性统计分析(N=331)

变量	平均值	标准差	1	2	3	4	5	6	7	8
1. 性别	1.59	0.50	—							
2. 年龄	29.25	7.99	0.01	—						
3. 教育水平	3.45	1.17	-0.11	-0.54***	—					
4. 工作年限	5.49	6.27	-0.02	0.78***	-0.39***	—				
5. 员工感知到的 CSR	5.55	0.75	0.03	0.35***	-0.31***	0.26***	—			
6. 工作使命感	5.03	0.84	-0.01	0.38***	-0.32***	0.23***	0.51***	—		
7. 工作繁荣	5.42	0.68	-0.05	0.28***	-0.20***	0.16***	0.48***	0.57***	—	
8. 信任氛围	5.46	0.66	0.05	0.25***	-0.28***	0.15***	0.64***	0.50***	0.51***	—

注:***表示 $p < 0.001$,下同;性别为虚拟变量,其中,男生=1,女生=2,均值表示男生所占比例;教育水平也为虚拟变量,其中,初中及以下=1、高中或中专=2、大专=3、本科=4、硕士及以上=5。

表 3 员工感知到的 CSR 对工作使命感、工作繁荣的回归分析(N=331)

类别	工作繁荣 模型 1		工作使命感 模型 2		工作繁荣 模型 3	
	B	SE	B	SE	B	SE
性别	-0.09	0.06	-0.05	0.08	-0.08	0.06
年龄	0.02**	0.01	0.03**	0.01	0.01	0.01
教育水平	0.01	0.03	-0.06	0.04	0.03	0.03
工作年限	-0.02**	0.01	-0.02	0.01	-0.01	0.01
员工感知到的 CSR	0.39***	0.05	0.46***	0.06	0.23***	0.04
工作使命感					0.33***	0.05
R^2	0.26		0.32		0.38	
中介效应	效应值	BootSE	BootLLCI	BootULCI		
工作使命感	0.15	0.03	0.10	0.21		

注:**表示 $p < 0.01$,下同。

4.4.2 工作使命感的中介效应

表 3 中,由模型 3 可知,控制人口统计学变量以及员工感知到的 CSR 后,工作使命感与工作繁荣间的回归系数显著($B = 0.33, p < 0.001$),说明工作使命感正向影响工作繁荣。而后,将人口统计学变量和工作使命感纳入控制后,员工感知的 CSR 对工作繁荣的路径回归系数显著($B = 0.23, p < 0.001$)。即员工感知的 CSR 仍然可以正向预测工作繁荣,且影响系数由 0.39 ($p < 0.001$)降低到了 0.23 ($p < 0.001$)。这表明工作使命感中介了员工感知的 CSR 与工作繁荣的关系。另外,本研究运用 HAYES^[37]开发的 PROCESS 程序继续进行检验。结果表明,在 95%的置信区间下[0.10, 0.21],不含 0,经过中介作用的路径回归系数为($B = 0.15, SE = 0.03$)。这进一步验证了工作使命感对员工感知到的 CSR 与工作繁荣间的中介作用显著。由此,假设 2 得到支持。

4.4.3 信任氛围的调节效应分析

本研究对调节效应进行分析,具体分析结果见表 4。由表 4 可知,将控制变量、员工感知

到的 CSR、信任氛围,以及员工感知到的 CSR 与信任氛围的交乘项放入模型,结果显示交乘项对工作使命感具有正向影响($B = 0.19, p < 0.01$)。即信任氛围水平越高,员工感知到的 CSR 对工作使命感的正向影响更强。在高信任氛围中工作的员工,将可能更愿意相信企业履行社会责任是利他的、具有亲社会动机。这种认知会使员工进一步找寻到工作的意义感,进而激发自身的工作使命感。

表 4 信任氛围的调节效应分析(N=331)

变量	工作使命感			
	B	SE	LLCI	ULCI
性别	-0.05	0.08	-0.20	0.10
年龄	0.03**	0.01	0.01	0.05
教育水平	-0.03	0.04	-0.11	0.04
工作年限	-0.01	0.01	-0.03	0.01
员工感知到的 CSR	0.28***	0.07	0.14	0.41
信任氛围	0.36***	0.07	0.22	0.50
员工感知到的 CSR × 信任氛围	0.19**	0.07	0.05	0.33

为清晰地看出信任氛围在员工感知到的 CSR 与工作使命感间的调节效应强度,本研究绘制了有关简单斜率图(见图 2)。由图 2 可知,当信任氛围高时,员工感知到的 CSR 与工作使命感的关系更强。为进一步考察调节效应,本研究进行了简单斜率分析。结果表明,当

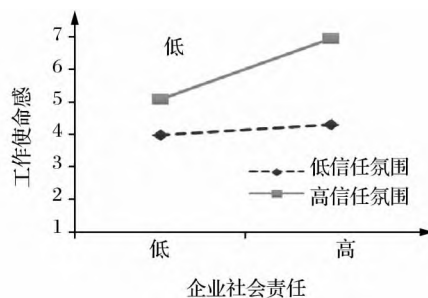


图 2 信任氛围在员工感知到的 CSR 与工作使命感间的调节作用

信任氛围水平高于 1 个标准差时,员工感知到的 CSR 和工作使命感的回归斜率为 0.41 ($p < 0.001$); 当信任氛围水平低于 1 个标准差时,回归斜率为 0.14 ($p > 0.05$)。由此,假设 3 得到支持。

另外,本研究进一步对假设 3 提出的有调节的中介效应进行了检验(见表 5)。由表 5 可知:在高信任氛围水平下,员工感知到的 CSR 通过工作使命感对工作繁荣、信任氛围的调节作用点,在员工感知到的 CSR 与工作使命感间的间接效应值为 0.13,95% 的置信区间 [0.08, 0.21], 不含 0, 表明该间接效应正向显著; 在低信任水平下,员工感知到的 CSR 对工作使命感的间接效应不显著,其中效应值为 0.05,95% 的置信区间 [-0.01, 0.11], 包含 0, 间接效应不显著。本研究运用系数乘法来判定有调节的中介效应是否存在。结果显示,两个间接效应的影响系数存在显著差异 ($B = 0.06, p < 0.001$), 置信区间为 [0.02, 0.11]。由此,假设 3 得到支持。

表 5 有调节的中介检验 (N=331)

前因变量	调节变量水平	间接效应		
		效应值	95% 置信区间	
			Boot LLCI	Boot ULCI
企业	高信任氛围	0.13	0.08	0.21
社会	低信任氛围	0.05	-0.01	0.11
责任	被调节的中介效应指数	0.06	0.02	0.11

5 结论和讨论

本研究主要得到以下结论:员工感知到的 CSR 越强,越能促进工作繁荣的产生。这是由于员工感知到的 CSR 可通过激发员工的工作使命感,来使员工表现出工作繁荣。即企业积极履责可为员工提供所在组织是负责以及关注社会的积极信号,这会促进员工在工作中追求自己的价值^[16],发展工作使命感,而拥有较高工作使命感的员工更易在工作中保持学习与精力,达到工作繁荣的状态。另外,信任氛围在员工感知到的 CSR 与工作使命感间起调节作用。具体而言,在高感知的信任氛围水平下,员工会从内心认为企业是一个真诚地、为他人考虑的组织,这样会更容易激发员工对工作的使命感,触发工作繁荣。

本研究的理论贡献主要在于:①现有研究较少从道德层面的组织情境因素探究对工作繁荣的影响。鉴于此,本研究立足于当前社会对于企业的新要求(即企业不仅要追求利润更需

负担起相关社会责任),从道德情境视角探讨了员工感知到的 CSR 对工作繁荣的动力机制,拓展了组织情境因素对工作繁荣的研究思路。这意味着 CSR 等道德情境因素是可赋予员工实现工作繁荣的积极力量,具有不容忽视的地位和作用。基于此,本研究的发现不仅回应了以往学者关于进一步探讨丰富员工工作繁荣前因研究的呼吁,而且从道德层面验证了组织情境因素对工作繁荣的促进研究,也为基于道德层面的其他组织情境(如伦理氛围等)对工作繁荣的激活提供了理论借鉴。②从组织情境探索工作繁荣产生机制的研究目前还不够深入^[2],现有研究主要基于自我决定理论、资源保存理论等^[4-11],从个体层面出发解释组织情境如何满足个体所需进而产生工作繁荣,但却忽视了个体如何嵌入到环境中达到繁荣状态的全过程。而本研究则积极响应学者们探索工作繁荣产生过程的建议,以工作繁荣的社会嵌入模型为基础,引入工作使命感,去探索个体嵌入组织情境并在情境中互动获取积极资源,进而促进工作繁荣的过程。这不仅验证了基于稳定的情境与相对动态的资源之间的双重互动对工作繁荣的积极影响,还以更完整的视角深化了对工作繁荣产生机制的了解,也为后续工作繁荣的相关研究提供了借鉴。③以往研究大多关注信任氛围对工作繁荣间的促进作用,较少有研究考虑信任氛围在工作繁荣产生发生过程中的调节作用。依照工作繁荣的社会嵌入模型,本研究进一步拓展和深化了组织情境因素促进员工工作繁荣的边界条件研究,将信任氛围纳入到员工感知到的 CSR 促进工作繁荣的研究框架中,发现信任氛围越高,可以加强员工感知到的 CSR 对工作繁荣的间接促进作用。这一研究发现不仅丰富了工作繁荣发生机制边界条件的研究,还为未来探索为何会出现这一结果拓宽了研究渠道。

本研究的管理启示主要在于:①管理者需要主动思考如何积极发展员工的工作繁荣,促进企业管理目标的实现。为此,可通过加强企业社会责任沟通的方式,利用各种渠道(如企业日报、宣传标语、定期召开分享会等)向员工传达 CSR 信息,让员工能更多、更直接地了解企业的社会责任举措,感知所在组织的积极活动与责任行为,从中意识到组织是值得信赖和令人骄傲的,进而激发工作中的成就感,保持工作活力状态。②企业积极承担社会责任会激发员工的工作使命感,进而影响员工的工作繁荣水

平。鉴于此,在管理实践过程中,企业可以积极组织 and 参与一些社会公益活动(如给社区送温暖或参与环保公益项目等),通过为员工提供参与志愿活动的方式来积极履行社会责任,并以此培养并提高员工的工作使命感。③组织中的信任氛围程度对工作使命感在 CSR 促进员工的工作繁荣的过程中发挥着重要作用。由此,组织应注重营造信任氛围,充分发挥 CSR 通过工作使命感对员工的工作繁荣的促进作用。例如,可通过沙盘活动、交流日等方式加强员工间、员工与领导间的人际信任,以及员工对高层领导、组织制度的信任,来塑造一种良好的信任氛围,以强化 CSR 对员工的工作繁荣所带来的积极影响。

6 研究局限与展望

本研究也存在一定的局限性:①仅针对于中国情境下员工感知到的 CSR 问题进行了分析探索。以往研究表明,不同国家和文化背景的人们对 CSR 的看法可能不同。中国企业文化下有着“顾大家”的集体主义色彩,会在一定程度上将 CSR 的氛围看得更重,这与“个人主义”文化背景下的西方国家存有差异性。未来研究中,可以进一步深入考虑不同文化背景下员工感知的差异性。②未进行跨层数据的收集,仅采用员工层面的数据,而员工的感知同企业实际活动和行为之间可能存在一定差异。未来研究中,可使用跨层数据探究组织情境对于工作繁荣的影响。③仅将员工感知到的 CSR 作为整体水平进行测量,主要探讨整体概念上的 CSR 对员工态度行为的影响,并未对其进行维度划分。未来研究可考虑对员工感知到的 CSR 进行维度划分,以分析不同维度之间的作用差异。

参 考 文 献

[1] SPREITZER G, SUTCLIFFE K, DUTTON J, et al. A socially embedded model of thriving at work [J]. *Organization Science*, 2005, 16(5):537-549.

[2] 刘玉新,朱楠,陈晨,等. 员工何以蓬勃旺盛? 影响工作旺盛感的组织情境与理论模型[J]. *心理科学进展*, 2019, 27(12):2122-2132.

[3] KOCAK O E. How to enable thriving at work through organizational trust[J]. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147-4478), 2016, 5(4):40-52.

[4] 李超平,毛凯贤. 服务型领导影响工作繁荣的动态双向机制[J]. *心理科学进展*, 2018, 26(10):1734-

1748.

[5] PATERSON T A, LUTHANS F, JEUNG W. Thriving at work: impact of psychological capital and supervisor support[J]. *Journal of Organizational Behavior*, 2014, 35(3):434-446.

[6] 郑晓明,卢舒野. 工作旺盛感:关注员工的健康与成长[J]. *心理科学进展*, 2013, 21(7):1283-1293.

[7] FAROOQ O, RUPP D E, FAROOQ M. The multiple pathways through which internal and external corporate social responsibility influence organizational identification and multifoci outcomes: the moderating role of cultural and social orientations[J]. *Academy of Management Journal*, 2017, 60(3):954-985.

[8] TOURIGNY L, HAN J, BABA V V, et al. Ethical leadership and corporate social responsibility in China: a multilevel study of their effects on trust and organizational citizenship behavior[J]. *Journal of Business Ethics*, 2019, 158(4):427-440.

[9] COLQUITT J A, LEPINE J A, PICCOLO R F, et al. Explaining the justice-performance relationship: trust as exchange deepener or trust as uncertainty reducer? [J]. *Journal of Applied Psychology*, 2012, 97(1):1-15.

[10] 辛杰. 非正式制度、文化传统与企业社会责任困境的隐性消解[J]. *商业经济与管理*, 2014, (9):25-33.

[11] 吴郁雯,华瑞,付景涛. 因参与而承诺:自我决定理论视角下的工作繁荣形成机制研究[J]. *中国人力资源开发*, 2019, 36(11):110-123.

[12] 张柏楠,徐世勇. 高参与人力资源实践对员工创新行为的影响:一个中介与调节模型[J]. *科技进步与对策*, 2021, 38(7):141-150.

[13] 韩翼,宗树伟,刘庚. 组态视角下工作繁荣的形成机制研究[J]. *管理学报*, 2022, 19(3):351-361.

[14] DOBROW S R, TOSTI K J. Calling: the development of a scale measure[J]. *Personnel Psychology*, 2011, 64(4):1001-1049.

[15] PORATH C, SPREITZER G, GIBSON C, et al. Thriving at work: toward its measurement, construct validation, and theoretical refinement [J]. *Journal of Organizational Behavior*, 2012, 33(2):250-275.

[16] EL AKREMI A, GOND J, SWAEN V, et al. How do employees perceive corporate responsibility? Development and validation of a multidimensional corporate stakeholder responsibility scale[J]. *Journal of Management*, 2018, 44(2):619-657.

[17] RUPP D E, SHAO R, SKARLICKI D P, et al. Corporate social responsibility and employee engagement: the moderating role of CSR-specific relative autonomy and individualism[J]. *Journal of Organizational Behavior*, 2014, 35(3):434-446.

- zational Behavior, 2018, 39(5):559-579.
- [18] TURKER D. How corporate social responsibility influences organizational commitment[J]. Journal of Business Ethics, 2009, 89(2):189-204.
- [19] WIESENFELD B M, RAGHURAM S, GARUD R. Organizational identification among virtual workers: the role of need for affiliation and perceived work-based social support[J]. Journal of Management, 2001, 27(2):213-229.
- [20] FAROOQ M, FAROOQ O, JASIMUDDIN S M. Employees response to corporate social responsibility: exploring the role of employees' collectivist orientation[J]. European Management Journal, 2014, 32(6):916-927.
- [21] AGUINIS H, GLAVAS A. On corporate social responsibility, sensemaking, and the search for meaningfulness through work[J]. Journal of Management, 2019, 45(3):1057-1086.
- [22] 王娟, 张喆, 贾明. 员工感知的企业社会责任与反生产行为: 基于亲社会动机和内在动机的视角[J]. 预测, 2017, 36(5):8-14.
- [23] HUR W, MOON T, LEE H. Employee engagement in CSR initiatives and customer-directed counterproductive work behavior(CWB): the mediating roles of organizational civility norms and job calling[J]. Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 2018, 25(6):1087-1098.
- [24] HALI D T, CHANDLER D E. Psychological success: when the career is a calling[J]. Journal of Organizational Behavior, 2005, 26(2):155-176.
- [25] HIRSCHI A, HERRMANN A. Calling and career preparation: investigating developmental patterns and temporal precedence[J]. Journal of Vocational Behavior, 2013, 83(1):51-60.
- [26] DIK B J, DUFFY R D. Calling and vocation at work definitions and prospects for research and practice[J]. Counseling Psychologist, 2009, 37(3):424-450.
- [27] COSTIGAN R D, IITER S S, BERMAN J J. A multi-dimensional study of trust in organizations[J]. Journal of Managerial Issues, 1998, 10(3):303-317.
- [28] 屠兴勇, 张琪, 王泽英, 等. 信任氛围、内部人身份认知与员工角色内绩效: 中介的调节效应[J]. 心理学报, 2017, 49(1):83-93.
- [29] JIANG L, PROBST T M. Do your employees(collectively) trust you? The importance of trust climate beyond individual trust[J]. Scandinavian Journal of Managements, 2015, 31(4):526-535.
- [30] 王文彬, 李辉. 员工社会责任对反生产行为的影响机制研究——来自心理契约理论的解释视角[J]. 管理现代化, 2013(3):63-65.
- [31] ELLEN P S, WEBB D J, MOHR L A. Building corporate associations: consumer attributions for corporate socially responsible programs[J]. Journal of the Academy of Marketing Science, 2006, 34(2): 147-157.
- [32] 沈伊默, 诸彦含, 周婉茹, 等. 团队差序氛围如何影响团队成员的工作表现? ——一个有调节的中介作用模型的构建与检验[J]. 管理世界, 2019, 35(12):104-115.
- [33] HANSEN S D, DUNFORD B B, ALGE B J, et al. Corporate social responsibility, ethical leadership, and trust propensity: a multi-experience model of perceived ethical climate[J]. Journal of Business Ethics, 2016, 137(4):649-662.
- [34] MCALLISTER D J. Affect-and cognition-based trust as foundations for interpersonal cooperation in organizations[J]. Academy of Management Journal, 1995, 38(1):24-59.
- [35] GOULD-WILLIAMS J. The importance of HR practices and workplace trust in achieving superior performance: a study of public-sector organizations [J]. International Journal of Human Resource Management, 2003, 14(1):28-54.
- [36] KLELNE A K, RUDOLPH C W, ZACHER H. Thriving at work: a meta-analysis[J]. Journal of Organizational Behavior, 2019, 40(9/10):973-999.
- [37] HAYES A F. Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: a regression-based approach. [J]. Journal of Educational Measurement, 2013, 51(3):335-337.

(编辑 郭恺)

通讯作者: 谢菊兰(1986~), 女, 湖南益阳人。中南大学(长沙市 410006)商学院副教授, 博士。研究方向为组织行为与人力资源管理、消费者心理学与行为等。E-mail:julia_xie@csu.edu.cn