

# 全情景支持对技能型员工创新行为的影响机制 ——创新效能感与工作投入的链式中介作用

马 灿<sup>1</sup>, 周文斌<sup>2</sup>

(1. 中国社会科学院大学研究生院, 北京 102488; 2. 中国社会科学院工业经济研究所, 北京 100836)

**摘 要:** 本文根据创造力成分理论, 构建了全情景支持对技能型员工创新行为影响的理论框架。通过使用 Bootstrap 法对 21 个单位的 253 份技能型员工的问卷分析发现: 全情景支持对技能型员工创新行为有显著的正向影响; 创新效能感与工作投入分别在全情景支持对技能型员工创新行为的正向影响中起部分中介作用; 创新效能感与工作投入在全情景支持对技能型员工创新行为的正向影响中起链式中介作用。

**关键词:** 全情景; 支持; 创新效能感; 工作投入; 创新行为

中图分类号: F272.92 文献标识码: A 文章编号: 1004-4892(2020)01-0095-09

DOI:10.13762/j.cnki.cjlc.2020.01.009

## 一、引 言

技术创新对于亟待突破中等收入国家陷阱的中国非常重要。国家和企业的创新离不开个人, 创新行为应当是产生于个体的独特性, 因此早期关于创新行为的研究偏重于从人格和认知风格等个体内在因素出发探讨创造力的前因变量<sup>[1]</sup>。但只从个人角度研究创新是狭隘的, Amabile 提出应充分认识情景因素在创新行为中所起的作用, 因而提出创造力成分理论, 开创了创新行为社会心理学研究的先河<sup>[2]</sup>。此后, 大量实证研究验证了工作情景因素对创新行为的影响, 其中支持性领导对创新行为的促进作用已形成共识, 同事支持的作用还存在争议<sup>[3]</sup>, 但家庭、朋友支持等非工作情景因素在创新行为中的作用则很少有人探讨<sup>[4]</sup>。

可见, 关于支持与创新行为的研究仍存在探索空间。首先, Amabile 强调创造力成分理论中的情景因素是一般的社会环境, 不仅包括工作情景, 还包括非工作情景<sup>[2]</sup>, 然而现有研究存在情景因素单一的问题, 因此本研究使用全情景支持的说法综合反映工作情景与非工作情景支持对创新行为的促进作用, 更适于验证创造力成分理论适用的完整边界。其次, 全情景支持对员工创新行为影响的研究数量不多且结论存在争议。有研究发现人际间支持对创新行为具有显著正向影响<sup>[5]</sup>, 另有研究则认为过于紧密的社会支持网络会阻碍员工与外界交流, 因而对员工创新行为有害<sup>[6]</sup>。因此, 本研究进一步探讨全情景支持对员工创新行为的影响机制以丰富相关研究。

创造力成分理论将支持归为外在因素, 认为外部支持通过影响创造力的内在成分从而发挥作

收稿日期: 2019-02-22

基金项目: 中国社会科学院大学拔尖人才项目(000719088)

作者简介: 马灿(1978-), 女, 湖南益阳人, 中国社会科学院大学研究生院讲师, 中国社会科学院大学研究生院博士生; 周文斌(1966-), 男, 河南固始人, 中国社会科学院大学工业经济研究所研究员, 博士。

用<sup>[2]</sup>。在这些内在成分中,创新效能感的作用日益受到重视。创新效能感源自 Bandura 一般效能感概念,是关于员工对自身创新能力判断的一种特殊效能感,可以推动员工在面对创新所带来的挑战时坚持不懈,从而给创新行为带来积极的影响<sup>[7]</sup>。因此,本研究认为创新效能感在全情景支持对员工创新行为的影响机制中具有中介作用。

工作要求-资源模型认为支持能为员工提供资源,从而预测员工的工作投入<sup>[8]</sup>。全情景支持所提供的物质资源使员工有充沛的体力,信息资源使员工获得积极开放的视角<sup>[9]</sup>,情感资源使员工保持愉悦的心情,保证员工有精力专注于工作,从而增进工作投入的活力、奉献与专注水平。工作投入是积极的工作状态,高水平的工作投入帮助员工克服工作中的各种困难<sup>[10]</sup>,包括知识积累的艰辛与创新过程的挫折。因此,本研究认为工作投入在全情景支持对员工创新行为的影响机制中具有中介作用。同时,社会认知理论认为,一般效能感对工作投入具有预测作用<sup>[11]</sup>,创新效能感是一般效能感在特定领域的体现,也会对工作投入产生影响。因此,本研究认为创新效能感与工作投入在全情景支持对技能型员工创新行为的影响中起链式中介作用。综上,本文基于国内外研究与相关理论,探讨全情景支持对员工创新行为的影响机制,通过构建链式中介模型,考察创新效能感和工作投入在其中的中介作用大小、作用方向以及相互间的联系。

## 二、理论基础与研究假设

### (一) 全情景支持与员工创新行为

#### 1. 全情景支持

全情景支持本质上是社会支持,其内容与社会支持相同,但在支持来源上,它强调必须同时考虑工作情景与非工作情景。从支持内容上看,不同学科的侧重点有差异。例如:心理学强调支持内容的主观感受性,将其限定为个体在社会中受尊重、被支持、被理解而产生的情感体验和满意程度;社会学强调支持内容的实体性,将其限定为可以满足个体社会、生理和心理需求的社会主体的汇总<sup>[12]</sup>;而在管理学中倾向于二元说,认为支持内容是个体感知到的或是实际的由社会主体提供的帮助<sup>[13]</sup>。从支持来源上看,全情景支持认为,员工所处环境由以领导、同事等为主体构成的工作情景和以家庭、朋友等为主体构成的非工作情景组成。员工在这两种情景间切换,因此两类情景中的支持都会对员工产生影响,这些影响的作用会随着员工身份的切换跨越工作和非工作情景的边界<sup>[14]</sup>。综上,本研究认为,全情景支持是领导、同事、家庭、朋友、社群等员工认为属于其近空间或近情感距离的全部社会主体对其提供的各种有利于其生存与发展的主观和客观的帮助,对支持来源完备性的强调使这一概念区别于一般意义上的社会支持以及工作情景支持。

#### 2. 全情景支持对员工创新行为的影响

创造力成分理论提出社会情景因素是创新行为的前因变量,刻画了情景通过影响内在动机最终影响创新行为的路径,是研究全情景支持影响员工创新行为的理论基础。全情景支持的作用机制大体上可分为缓冲和促进两类,而作用的情景又可分为逆境和顺境两种<sup>[9]</sup>。在顺境中,促进机制发挥作用,支持性环境可以为员工提供实质性的帮助,可减少创新行为中的障碍,降低精力损耗,唤起员工的积极情绪,激发创新活力<sup>[2]</sup>,同时提供交流机会,保证经验的传承和促进知识与思想的多元化,有助于产生需要广度知识的创新<sup>[6]</sup>。在逆境中,缓冲机制发挥作用,支持性环境帮助员工应对挫折带来的压力,因而可以增加创新行为的持久性。因此,本文提出如下假设:

H1: 全情景支持对员工创新行为有显著的正向影响。

### (二) 创新效能感的中介作用

创新效能感(以下简称 CSE)由 Tierney 和 Farmer 提出,他们将创新与班杜拉(self-efficacy)的自我效能感相结

合,认为 CSE 就是人们对为组织提供创造性成果的信心和信念<sup>[7]</sup>。社会认知理论认为,他人的引导、期望与支持会影响个体的自我效能感<sup>[11]</sup>。积极正向的支持性氛围有助于建设心理资本,CSE 作为一种心理资本,可以受益于良好的外部支持<sup>[15]</sup>。全情景支持对 CSE 的影响还可以从自我效能感的来源进行理解。CSE 有四种来源,即以往的成绩经验、模仿和替代、社会或他人鼓励以及生理和情绪状态<sup>[16]</sup>。从成绩经验来看,员工的支持者能够通过口头说服,向他们确认或是唤醒他们曾经创新行为的记忆。从模仿和替代来看,领导本身就是一个模仿对象,领导可以提供模仿对象的信息帮助员工找到模仿对象<sup>[7]</sup>。从鼓励来看,员工的支持者会听取他们的意见,对他们的担忧表示理解,当他们迷茫沮丧时给予鼓励。对企业家群体<sup>[15]</sup>的实证研究发现,外部支持的确能对 CSE 产生正向影响。

此外,社会认知理论还认为,自我效能感是动机和行为的前因<sup>[11]</sup>。创新意味着打破常规和原有平衡,因而给创新者带来麻烦和困难。创新效能感高的人对创新充满信心,才愿意主动寻找创新所需要的资源,愿意迎接创新带来的挑战和在困难面前坚持不懈<sup>[7]</sup>。根据创造力成分理论,内在动机、领域技能是创新行为的前因变量<sup>[2]</sup>,高创新效能带来的信心和知识技能资源分别对应于积极的内在动机和领域技能,因而可以促进创新行为。实证中,CSE 在领导支持、知识共享、组织支持氛围等多种支持因素影响创新行为过程的中介作用也被证实<sup>[18]</sup>。因此,本文提出如下假设:

H2: CSE 在全情景支持和员工创新行为之间起中介作用。

H2a: 全情景支持对 CSE 有显著的正向影响;

H2b: CSE 对员工创新行为有显著的正向影响。

### (三) 工作投入的中介作用

工作投入是伴随着工作参与行为的一种体验状态,包括活力、奉献和专注三个维度<sup>[17]</sup>。依据工作要求-资源模型,工作要求和资源是工作投入的主要预测因素<sup>[9]</sup>。全情景支持通过为员工提供必需或额外的资源而对工作投入产生影响。在逆境中全情景支持可以提供一个情感的避风港,避免人们持续经受不良情绪和身心疾病的侵袭,也能引导人们重新看待问题,增加对不利境遇的接纳程度,从而增强活力。在顺境中,全情景支持则起到安全基地的作用,使员工敢于尝试虽然有挑战性但有意义的工作。成就能给人们带来积极的体验,如果他们的亲朋好友对其成就做出积极和建设性回应能让人们体验到更大的幸福,这将对工作投入产生持续的正向影响<sup>[9]</sup>,从而感受到工作的意义与增加奉献水平。可见,全情景支持能提高员工将自己能力用于工作以及努力工作的意愿。从实证结果看,全情景支持对工作投入的积极作用也得到了验证<sup>[18]</sup>。

高投入员工更健康、更积极、乐观自信、适应力强,这些长处有助于他们控制和影响自己的工作环境<sup>[19]</sup>。从反面来看,工作投入的反向指标职业倦怠则会对创新产生抑制作用<sup>[20]</sup>,也间接证明了工作投入对创新的正向影响。但是,一些研究发现,专注与活力和奉献的作用有所不同,专注更多是工作投入的结果而不是工作投入的组成部分<sup>[21]</sup>。苏伟林等也发现,在中国情境中,专注的作用与活力和奉献维度的作用有区别,专注对核心自我评价与员工创新行为的中介作用不显著<sup>[22]</sup>,专注对创新行为的影响与活力和奉献可能有不同的机制。因此,本文提出如下假设:

H3: 工作投入在全情景支持和员工创新行为之间起中介作用。

H3a: 全情景支持对工作投入有显著的正向影响;

H3b: 工作投入的活力与奉献维度对员工创新行为有显著的正向影响。

### (四) CSE 和工作投入的链式中介作用

自我效能感是用于解释内生动机过程的主要个人资源<sup>[23]</sup>。研究发现,自我效能感不仅影响当期工作投入的所有子维度<sup>[24]</sup>,还可以正向预测员工未来的工作投入<sup>[18]</sup>,因此,自我效能感通常被

认为是工作投入的前因。一般效能感与特殊效能感是相关的，一般效能感的作用可以延伸到特殊情景<sup>[25]</sup>，据此可推测 CSE 对工作投入的正向影响。从作用机制看，CSE 是一种积极心理资本，高积极心理资本的员工精神状态更加健康，能够坚定热情地投入工作<sup>[7]</sup>。从实证结果看，创新效能感与其他效能感一同预测高新技术研发人员的工作投入，但创新效能感的预测力更加明显<sup>[26]</sup>。结合上文关于全情景支持对 CSE 以及工作投入对员工创新行为影响的论述可知，全情景支持首先影响创新效能感，继而通过创新效能感影响工作投入再促进员工创新行为的假设是合乎逻辑的。因此，本文提出如下假设：

H4: CSE 和工作投入在全情景支持和员工创新行为之间起链式中介作用。

综上，研究框架如图 1 所示。

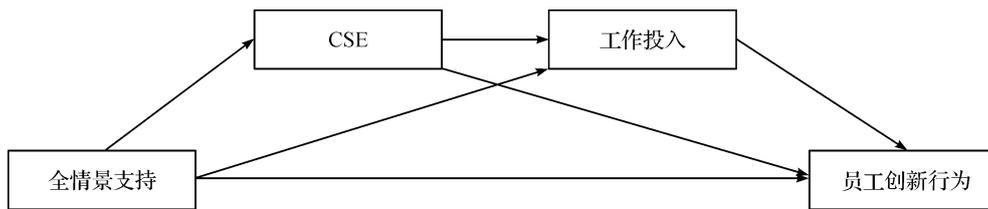


图 1 研究框架

### 三、研究设计

#### (一) 样本与数据收集

本研究采用问卷调查法，通过联系人力资源管理从业者，请他们将网络问卷链接转发给本单位定岗为技能类岗位的员工。最终获得来自华南地区 21 个单位的 317 份问卷。剔除无效问卷，最终保留 253 份问卷，问卷回收有效率为 79.8%。

样本来自公共事业、建筑工程、金融等多个行业。样本特征描述如下：男性占 85.8%，女性占 14.2%；未婚占 60.9%，已婚占 39.1%，无离异与丧偶的情况；硕士与博士占 12.4%，本科占 79.5%，大专占 7.1%；工龄分为 5 个梯度档次，36% 的技术人员工龄处于 1~3 年这个梯度，其次是 4~6 年的工龄，占 28.5%，7~9 年的占 18.2%，10 年及以上的占 13.8%，工龄在 1 年以内的员工仅为 3.6%。

#### (二) 变量测量

本研究采用成熟量表进行测量，均为李克特 5 点计分量表。(1) 全情景支持 (SUP) 采用的是卡普兰社会支持量表<sup>[27]</sup>，该量表包括 4 个题项，Cronbach's  $\alpha$  系数为 0.75。在支持来源上，为突出全情景性，特别强调支持者可以是配偶、父母、朋友、社群、同事、领导等身边的人。(2) 创新效能感 (CSE) 采用 Creative-Self-Efficacy 量表<sup>[28]</sup>，量表包括 4 个题项，Cronbach's  $\alpha$  系数为 0.77。(3) 工作投入 (TR) 依据 UWES 量表活力和奉献维度删减而成<sup>[17]</sup>，最终保留活力维度的 5 个题项，Cronbach's  $\alpha$  系数为 0.85，奉献维度的 4 个题项，Cronbach's  $\alpha$  系数为 0.85，总量表 Cronbach's  $\alpha$  系数为 0.91。(4) 员工创新行为 (CREA) 的测量依据 Scott 和 Bruce 的建议，从问题确认、寻求支持和想法产品化三个个人创新行为的先后阶段提出问题<sup>[29]</sup>，包括 3 个题项，Cronbach's  $\alpha$  系数为 0.71。

## 四、实证结果分析

### (一) 同源方差检验

本研究使用共同因子方法检验同源误差。通过 Mplus7.4 软件计算四因子模型及含共同方法因子模型的拟合优度,结果见表 1。含共同方法因子模型的  $\chi^2/df$  值与 SRMR 值略大,TLI 值略小,各项指标均不优于不包含共同方法因子的模型,因此,本研究的同源方差问题并不严重。

表 1 共同方法因子检验

模型	$\chi^2$	df	$\chi^2/df$	TLI	CFI	SRMR	RMSEA
四因子	347.42	146	2.38	0.90	0.91	0.05	0.07
共同方法因子	346.30	145	2.39	0.89	0.91	0.05	0.07

### (二) 区分效度检验

本研究使用 Mplus7.4 软件通过验证性因子和竞争模型比较分析对全情景支持、CSE、工作投入以及员工创新行为四个变量进行了区分效度检验。分析结果见表 2。其中,基准模型(四因子)的  $\chi^2/df$  为 2.34 小于 3; TLI 值为 0.90,CFI 值为 0.91,均大于等于 0.9; SRMR 值为 0.05, RMSEA 值为 0.07,均小于 0.08。本研究存在 14 种不同的竞争模型,他们的表现均弱于基准模型。将每类因子模型表现最好的情况整理为表 2。可见,四因子模型明显优于其他竞争模型,四个变量间有良好的区分效度。

表 2 区分效度分析

模型	$\chi^2$	df	$\chi^2/df$	TLI	CFI	SRMR	RMSEA
单因子(SUP + CSE + TR + CREA)	866.07	152	5.70	0.64	0.68	0.11	0.14
双因子(SUP + TR, CSE + CREA)	440.24	151	2.92	0.85	0.87	0.06	0.09
三因子(SUP, TR, CSE + CREA)	352.97	149	2.37	0.90	0.91	0.05	0.07
四因子(SUP, CSE, TR, CREA)	347.42	146	2.34	0.90	0.91	0.05	0.07

### (三) 描述性统计与相关分析

四个研究变量的均值在 3.5 ~ 3.8 之间,相关系数在 0.22 ~ 0.70 之间,且均在 0.01 水平上显著相关,说明变量两两之间显著正相关,与假设方向基本一致,为后续进一步研究员工创新行为、工作投入、CSE 以及全情景支持之间的关系提供了依据。

表 3 变量的描述性统计与相关系数

变量	均值	标准差	CREA	TR	CSE	SUP
CREA	3.54	0.59	1			
TR	3.68	0.54	0.39**	1		
CSE	3.52	0.51	0.70**	0.38**	1	
SUP	3.77	0.55	0.23**	0.56**	0.22**	1

注: N = 253; \* 表示在 0.05 水平上显著(双侧), \*\* 表示在 0.01 水平上显著(双侧)。

### (四) 假设检验

多重中介模型一般要使用结构方程模型进行分析,检验多重中介效应比较好的方法是 Bootstrap 法<sup>[30]</sup>。本研究使用 Mplus7.4 软件计算结构方程模型的各项参数,并采用 Bootstrap 方法检验中介效应,重复抽样次数为 2000 次,检验置信区间为 95%。因全情景支持问卷信度略高于接受水平,可

采取两步分析策略<sup>[30]</sup>，先用显变量建模检验中介效应是否存在，如果中介效应存在，再用潜变量建模估计中介效应的大小。

### 1. 中介效应检验

将变量各测量题项数值求平均数可得到这些变量的显变量，显变量间的关系见表 4，显变量间的中介效应见表 5。在模型 1 中，全情景支持对员工创新行为有显著的正向影响 ( $\beta = 0.28, p < 0.001$ )，因此，H1 得到验证。在模型 4 中，全情景支持对 CSE 有显著的正向作用 ( $\beta = 0.23, p < 0.001$ )，因此 H2a 得到验证。在模型 2 中，CSE 对员工创新行为有显著的正向作用，( $\beta = 0.73, p < 0.001$ )，因此 H2b 得到验证。在表 5 中，CSE 对全情景支持与员工创新行为的中介效应在第 2.5 百分位和第 97.5% 百分位间的置信度为 95% 的置信区间内不包括 0，因此系数乘积显著，H2 得到验证。从模型 3 可看出，全情景支持对工作投入有显著的正向作用 ( $\beta = 0.48, p < 0.001$ )，因此 H3a 得到验证。模型 2 中，工作投入对员工创新行为有显著的正向作用 ( $\beta = 0.16, p < 0.001$ )，因此 H3b 得到验证。在表 5 中，工作投入的中介效应在置信度为 95% 的置信区间中不包括 0，因此工作投入对全情景支持和员工创新行为的中介作用显著，H3 得到验证。本研究中的链式中介效应指全情景支持依次经由 CSE 和工作投入对员工创新行为产生的影响，在表 5 中，链式中介效应在置信度为 95% 的置信区间中不包含 0，因此链式中介效应显著，H4 得到验证。

表 4 显变量模型路径系数

CREA(模型 1)		CREA(模型 2)		TR(模型 3)		CSE(模型 4)	
自变量	$\beta$	自变量	$\beta$	自变量	$\beta$	自变量	$\beta$
SUP	0.28**	SUP	0.02	CSE	0.30**	SUP	0.23**
		CSE	0.73**	SUP	0.48**		
		TR	0.16**				

注：每个回归模型均包含性别、婚姻状况、学历与工龄四个控制变量； $\beta$  是标准化路径系数的估计值；\*\* 代表  $p < 0.001$ 。

### 2. 中介效应竞争模型检验

为了进一步证明链式中介效应的存在，本研究构造了并列中介效应的竞争模型与链式中介效应模型进行比较。两个模型的拟合优度指标见表 6。可见，并列中介的  $\chi^2/df$  值过大，TLI, CFI 值小于 0.9，RMSEA 值大于 0.1，均不符合要求，链式中介所有模型拟合优度指标均符合要求且好于并列中介竞争模型参数。因此，链式中介效应的确存在。此外，在链式中介模型中，CSE 的中介效应 95% 置信度的置信区间为 [0.06, 0.24]，工作投入的中介效应 95% 置信度的置信区间为 [0.02, 0.15]，两个区间均不包括 0，也进一步验证了假设 H2 和 H3。

### 3. 中介效应估计

本研究中，潜变量模型的  $\chi^2/df$  为 2.31，CFI 为 0.97，TLI 为 0.93，SRMR 为 0.04，RMSEA 为 0.07，拟合指标表现良好，可用于中介效应估计。本研究各中介变量的中介效应见表 5。可见，根据潜变量结构方程模型的估算，总中介效应显著存在，估计值为 0.25，占总效应的比值为 92.3%。第一个中介变量 CSE 对全情景支持与员工创新行为有显著的正向中介效应，效应大小为 0.18，占总效应的比值为 69.2%。第二个中介变量工作投入对全情景支持与员工创新行为有显著的正向中介效应，效应大小为 0.06，占总效应的比值为 23.0%。两个中介变量对全情景支持和员工创新行为的中介效应大小有区别，但方向一致，其中 CSE 的中介效应更大。CSE 经工作投入对全情景支持和员工创新行为有显著的正向链式中介作用，效应大小为 0.01，占总效应的比值为 3.8%。结合表 4 中模型 1 和模型 2 的参数可以看出，引入中介变量后，全情景支持对员工创新行为的作用从显著到不显著，因此，全情景支持直接效应不显著，只有中介效应，也即 CSE 和工作投入完全中介了全情景支持与员工创新行为的关系。

表 5 中介效应检验与估计结果

效应路径	显变量 估计值	标准误	置信区间		潜变量 估计值	效应 比例
			下限	上限		
全情景支持—CSE—员工创新行为	0.15 <sup>***</sup>	0.05	0.06	0.24	0.18	69.2%
全情景支持—工作投入—员工创新行为	0.08 <sup>***</sup>	0.03	0.02	0.15	0.06	23.0%
全情景支持—CSE—工作投入—员工创新行为	0.01 <sup>*</sup>	0.01	+0.00	0.02	0.01	3.8%
总中介效应	0.24 <sup>***</sup>	0.06	0.13	0.35	0.25	92.3%
总效应	0.26 <sup>***</sup>	0.06	0.13	0.38	0.26	100%

表 6 中介效应竞争模型检验结果

模型	$\chi^2$	df	$\chi^2/df$	TLI	CFI	SRMR	RMSEA
链式中介	18.51	8	2.31	0.93	0.97	0.04	0.07
并列中介(竞争模型)	45.23	9	5.03	0.77	0.89	0.07	0.13

## 五、结论与展望

### (一) 研究结论

本研究通过对 21 个单位 253 名技能型员工的调查,验证了全情景支持对员工创新行为的正向作用,CSE 与工作投入在这一过程中发挥了链式中介作用。具体结论如下:

第一,全情景支持对员工创新行为有显著的正向影响。员工获得并且感知到的支持程度越高,就会越多地表现出创新行为。全情景支持不仅包括情感上的支持也包括实质上的支持;不仅来自同事和领导也来自家庭和伙伴。总体而言,重视工作与非工作情景中员工受支持水平的提高,并使员工感知到这种支持,对于增进员工的创新行为都是有好处的。其次,CSE 在全情景支持和员工创新行为之间起显著的正向中介作用。全情景支持与 CSE 有显著的正向关系,增加对员工的支持可以增加员工的 CSE,而高水平的 CSE 可以带来高水平的创新行为,全情景支持正是通过 CSE 的中介得以激发员工创新行为。此外,在本研究的所有中介效应中,CSE 的中介效应是最强的,占到全部中介效应的 72%,是全情景支持促进员工创新行为最重要的中介变量。

第二,工作投入在全情景支持和员工创新行为之间起显著的正向中介作用。全情景支持能显著提升员工充满活力与奉献的工作状态,积极的工作投入状态能增加员工的创新行为,全情景支持可以通过优化员工的工作投入状态从而增加他们工作中的创新行为。工作投入是全情景支持与员工创新行为之间不可忽视的中介变量,在整个中介效应中占到了 24% 的比例,提高员工创新行为也需要重视监控员工工作投入的状态。

第三,CSE 和工作投入在全情景支持与员工创新行为之间存在显著的链式中介作用且效用为正。全情景支持能通过促进员工 CSE 的提升,使他们拥有更好的工作投入状态并进一步增加创新行为。虽然,相比独立的中介作用,链式中介的效用值并不大,仅占到整个中介效用值的 4%,但一方面链式中介效用真实存在;另一方面,正是有了链式中介效应,CSE 与工作投入才完全中介了全情景支持对员工创新行为的影响,使中介模型的结论更加饱满。

### (二) 理论贡献

本研究的理论贡献在于:第一,将全情景支持概念作为员工创新行为的前因变量,对员工获得支持来源的主体范围进行了拓展,超出了工作场所支持的局限。第二,打破了全情景支持作用的思维定势,将全情景支持的作用性质从负面效应抵御器拓展到积极效应发生器。第三,基于对现有文献的研究,将工作投入与 CSE 两项中介变量同时加入模型,不仅验证了 CSE 与工作投入对全情景支持与员工创新行为的并列中介作用,而且发现了 CSE 与工作投入的链式中介效应,使全情景支

持影响员工创新行为的机制更为清晰。第四,在中国情景下检验了CSE这一新概念对创新行为的中介作用,扩大了CSE的文化适用范围。

### (三) 实践意义

本研究的管理启示在于:以人为本的管理强调对人性的理解,人不仅是工作中的人,更是社会中的人。即使管理手段不能突破工作场景,也不能忽视非工作场景对员工潜在而深刻的影响力,要借用这一力量,使非工作场景的支持与工作场景的支持殊途同归。首先,要重视支持主体、支持内容与支持方式的多样性。除在工作场所提供领导与同事支持外,还要避免挤压技能型员工家庭生活的的时间和鼓励他们与企业外同行交流,为员工获得家庭支持和朋友、社群支持创造条件;情感和物质支持要齐头并进;不能简单地施与,而要鼓励员工主动争取,在获得支持的同时激发效能感与投入状态。其次,注意监测CSE和工作状态的变化,并通过经验传承、言语劝说等工作提高员工的创新效能感,使全情景支持发挥最大效力。最后,注意在进人和用人环节,将工作投入状态纳入选聘和培训的指标。

### (四) 研究局限与展望

本研究存在不足之处。首先,在研究深度上还存在探索空间。未来研究可以对比家庭、朋友、协会、同事、领导等不同来源支持作用的影响差异,以及探索全情景支持不同维度对创新的影响。第二,横截面研究没有考虑时间的影响,因而对因果关系的解释力不够。未来研究可以尝试阶段性收集问卷,构造跨期模型以更好地检验变量间的因果关系。最后,没有探讨CSE和工作投入中介作用的边界条件,未来研究可以尝试在模型中增加调节变量。

#### 参考文献:

- [1] Weisberg R. 如何理解创造力: 艺术、科学和发明中的创新 [M]. 金学勤, 胡敏霞, 译. 成都: 四川人民出版社, 2017.
- [2] Amabile T. 情景中的创造力 [M]. 刘艳, 付晗晓, 译. 成都: 四川人民出版社, 2016.
- [3] Shalley C. E., Zhou J., Oldham G. R. The Effects of Personal and Contextual Characteristics on Creativity: Where Should We Go from Here? [J]. *Journal of Management*, 2004, 30(6), pp. 933 - 958.
- [4] Tang Y., Huang X., Wang Y. Good Marriage at Home, Creativity at Work: Family-work Enrichment Effect on Workplace Creativity [J]. *Journal of Organizational Behavior*, 2017, 38(5), pp. 749 - 766.
- [5] 李贵卿, 井润田, Reid M. 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.
- [6] Zhou J., Shin S. J., Brass D. J., et al. Social Networks, Personal Values, and Creativity: Evidence for Curvilinear and Interaction Effects [J]. *Journal of Applied Psychology*, 2009, 94(6), pp. 1544 - 1552.
- [7] Tierney P., Farmer S. M. Creative Self-Efficacy: Its Potential Antecedents and Relationship to Creative Performance [J]. *Academy of Management Journal*, 2002, 45(6), pp. 1137 - 1148.
- [8] Bakker A. B., Demerouti E. Job Demands-resources Theory: Taking Stock and Looking Forward [J]. *Journal of Occupational Health Psychology*, 2017, 22(3), pp. 273 - 285.
- [9] Feeney B. C., Collins N. L. A New Look at Social Support: A Theoretical Perspective on Thriving Through Relationships [J]. *Personality and Social Psychology Review*, 2015, 19(2), pp. 113 - 147.
- [10] Mubarak F., Noor A. Effect of Authentic Leadership on Employee Creativity in Project-based Organizations with the Mediating Roles of Work Engagement and Psychological Empowerment [J]. *Cogent Business & Management*, 2018, 5(1), pp. 1 - 14.
- [11] Bandura A. Social Cognitive Theory: An Agentic Perspective [J]. *Annual Review of Psychology*, 2001, 52(1), pp. 1 - 26.
- [12] 肖水源, 杨德森. 社会支持对身心健康的影响 [J]. *中国心理卫生杂志*, 1987, (4): 183 - 187.
- [13] Lin N., Dean A., Ensel W. M. Social Support, Life Events, and Depression [M]. Orlando: Academic Press, 2013.
- [14] 费小兰, 唐汉瑛, 马红宇. 工作-生活平衡理念下的家庭支持: 概念、维度及作用 [J]. *心理科学*, 2017, 40(3): 708 - 713.
- [15] Setyawati S. M., Nurfaizal Y., Dwiatmadja C., et al. Creative Self-efficacy: A New Approach to Social Support and Creativity of SMEs' Owners [J]. *International Journal of Economics and Business Administration*, 2019, 7(1), pp. 64 - 75.
- [16] Richter A. W., Hirst G., Van K. D., et al. Creative Self-Efficacy and Individual Creativity in Team Contexts: Cross-Level Interactions

- with Team Informational Resources [J]. *Journal of Applied Psychology*, 2012, 97(6), pp. 1282 – 1290.
- [17] Schaufeli W. B., Bakker A. B., Van R. W. How Changes in Job Demands and Resources Predict Burnout, Work Engagement, and Sickness Absenteeism [J]. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 2009, 30(7), pp. 893 – 917.
- [18] Xanthopoulou D., Baker A. B., Heuven E., et al. Working in the Sky: A Diary Study on Work Engagement Among Flight Attendants [J]. *Journal of Occupational Health Psychology*, 2008, 13(4), pp. 345 – 356.
- [19] Luthans F., Norman S. M., Avolio B. J., et al. The Mediating Role of Psychological Capital in the Supportive Organizational Climate—Employee Performance Relationship [J]. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 2008, 29(2), pp. 219 – 238.
- [20] Ghanizadeh A., Jahedizadeh S. EFL Teachers' Teaching Style, Creativity, and Burnout: A Path Analysis Approach [J]. *Cogent Education*, 2016, 3(1), pp. 1 – 17.
- [21] Salanova M., Lorente L., Chambel M. J., et al. Linking Transformational Leadership to Nurses' Extra-role Performance: The Mediating Role of Self-Efficacy and Work Engagement [J]. *Journal of Advanced Nursing*, 2011, 67(10), pp. 2256 – 2266.
- [22] 苏伟琳, 林新奇, 丁贺. 核心自我评价对员工创新行为的影响机制——工作投入的中介作用 [J]. *软科学*, 2018, 32(7): 52 – 55.
- [23] Li M., Liu Y., Liu L., et al. Proactive Personality and Innovative Work Behavior: The Mediating Effects of Affective States and Creative Self-Efficacy in Teachers [J]. *Current Psychology*, 2017, 36(4), pp. 697 – 706.
- [24] Dagher G. K., Chapa O., Junaid N. The Historical Evolution of Employee Engagement and Self-Efficacy Constructs: An Empirical Examination in a Non-Western Country [J]. *Journal of Management History*, 2015, 21(2), pp. 232 – 256.
- [25] Yeo G. B., Neal A. An Examination of the Dynamic Relationship Between Self-Efficacy and Performance Across Levels of Analysis and Levels of Specificity [J]. *Journal of Applied Psychology*, 2006, 91(5), pp. 1088 – 1101.
- [26] 李永周, 王月, 阳静宁. 自我效能感, 工作投入对高新技术企业研发人员工作绩效的影响研究 [J]. *科学学与科学技术管理*, 2015, 36(2): 173 – 180.
- [27] Dail L. Fields. 工作评价: 组织诊断与研究实用量表 [M]. 阳志平, 等译. 北京: 中国轻工业出版社, 2004.
- [28] 杨晶照, 杨东涛, 赵顺娣, 等. 工作场所中员工创新的内驱力: 员工创造力自我效能感 [J]. *心理科学进展*, 2011, 19(9): 1363 – 1370.
- [29] Scott S. G., Bruce R. A. Determinants of Innovative Behavior: A Path Model of Individual Innovation in the Workplace [J]. *Academy of Management Journal*, 1994, 37(3), pp. 580 – 607.
- [30] 温忠麟, 叶宝娟. 中介效应分析: 方法和模型发展 [J]. *心理科学进展*, 2014, 22(5): 731 – 745.

## Impact of Whole Situational Support on Technical Staff' s Innovative Behavior ——Chain Mediating Effects of Creative-Self-Efficacy and Work Engagement

MA Can<sup>1</sup>, ZHOU Wenbin<sup>2</sup>

(1. University of Chinese Academy of Social Sciences, Beijing 102488, China;

2. Institute of Industrial Economics of Chinese Academy of Social Sciences, Beijing 100836, China)

**Abstract:** Based on the componential model of individual creativity, this paper proposes a theoretical framework of the impact of whole situational support on technical staff' s innovative behavior. The results of the Bootstrap test are as follows: whole situational support positively affects technical staff' s innovative behavior; whole situational support indirectly influences technical staff' s innovative behavior by creative-self-efficacy and work engagement respectively; creative-self-efficacy and work engagement play a chain mediating role in the relationship between whole situational support and technical staff' s innovative behavior.

**Key words:** Whole Situation; Support; Creative-self-efficacy; Work Engagement; Innovative Behavior

(责任编辑: 闻 毓)