

数字化时代市场营销员工未来 工作自我清晰度研究

——一个有调节的中介模型

向思凤

上海工程技术大学管理学院, 上海

收稿日期: 2024年4月15日; 录用日期: 2024年4月29日; 发布日期: 2024年7月26日

摘要

数字化时代正在开启巨大的市场机遇, 在技术进步的推动下, 市场营销员工的角色和工作都在发生根本性的改变。基于此, 如何加强市场营销员工的未来工作自我清晰度至关重要。本研究采用问卷调查法, 以391名企业市场营销员工作为研究样本, 基于有调节的中介模型, 分析了社会支持对员工未来工作自我清晰度的影响作用, 以及认知灵活性的中介作用和成长型思维的调节作用。研究结果表明: 1) 社会支持对员工的未来工作自我清晰度具有正向影响。2) 心理韧性在社会支持与未来工作自我清晰度之间起中介作用。3) 成长型思维正向调节了社会支持与心理韧性之间的关系。4) 成长型思维正向调节了心理韧性在社会支持与未来工作自我清晰度之间的中介作用。本研究揭示了社会支持与员工未来工作自我清晰度的内在机理, 并进一步探讨了其影响机制的边界条件, 也为企业促进市场营销员工未来工作自我清晰度提供了理论依据和实践启示。

关键词

市场营销员工, 社会支持, 心理韧性, 未来工作自我清晰度, 成长型思维

Research on Future Work Self-Clarity of Marketing Staff in the Digital Era

—A Moderated Mediation Model

Sifeng Xiang

School of Management, Shanghai University of Engineering Science, Shanghai

Received: Apr. 15th, 2024; accepted: Apr. 29th, 2024; published: Jul. 26th, 2024

Abstract

The digital age is opening up huge market opportunities, and the role and work of marketers is fundamentally changing, driven by technological advances. Based on this, it is crucial to enhance marketing staffs' self-clarity for their future work. This study used the questionnaire survey method to analyze the role of social support in influencing marketing staffs' future work self-clarity, as well as the mediating role of post-traumatic growth and the moderating role of growth mindset based on the moderated mediator model with 391 marketing staffs as the research sample. The results of the study show that 1) social support has a positive effect on staffs' future work self-clarity. 2) Psychological resilience mediates the relationship between social support and future work self-clarity. 3) Growth mindset positively moderated the relationship between social support and psychological resilience. 4) Growth mindset positively moderated the mediating role of psychological resilience between social support and future work self-clarity. This study reveals the intrinsic mechanism of social support and staffs' future work self-clarity and further explores the boundary conditions of its influence mechanism, and also provides theoretical basis and practical insights for enterprises to promote marketing staffs' future work self-clarity from a practical perspective.

Keywords

Marketing Staff, Social Support, Psychological Resilience, Future Work Self-Clarity, Growth Mindset

Copyright © 2024 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

随着互联网、大数据、人工智能等新兴技术的迅速崛起，营销的方式和手段日益多样化和复杂化。AI 应用于营销行业已经多年，以往决策式 AI 对营销投放格局的变化重塑，带来了行业的第一次颠覆，如今生成式 AI 进入创意领域，正为营销行业带来第二次颠覆。对于市场营销员工来说，这些趋势意味着什么呢？在此背景下，市场营销员工的角色和工作也发生了重大转变。他们需要不断适应新的市场环境和技术变化，提升自己的专业能力和素养，以更好地满足企业和市场的需求。随着数字化转型对决策过程的重塑，从认知到考虑再到购买的传统营销线性链条将会被逐渐打破。消费者更有可能以非线性的方式发现产品、与厂商进行互动并做出购买决策。要想在这个时代抢占先机，市场营销员工在未来工作中的自我清晰度成为了一个关键问题。他们需要明确自己的职业定位和发展方向，了解自身的优势和不足，以便更好地规划自己的职业生涯。而社会支持作为一种环境赋予给个体的关键资源[1]，能够补充员工在工作期间的资源匮乏，有助于员工挣脱消极情绪的束缚。在企业中，较高的社会支持水平会补充和增加员工的个体资源储备，能够以积极的心理状态处理快速变化的工作环境带来的工作焦虑和职业生涯迷茫等问题，从而促进未来工作自我清晰度。

资源保存理论认为，面临压力时，个体倾向于调动现有资源去应对压力所带来的资源消耗，并积极保护现有资源、获取新资源[2]。社会支持通过个体之间的互动，能够为需要帮助的员工提供精神上、物质上的资源，从而提升新员工应对困境、激发自身内在认知、积极获取正向目标的能力，进而提高其未来工作自我清晰度。已有研究侧重于探讨社会支持对员工行为的正向引导作用[3] [4]，但当前研究对于社

会支持如何影响企业员工的未来工作自我清晰度尚未完全明晰。因此,本文基于资源保存理论,将心理韧性和成长型思维纳入同一研究框架,旨在深入探讨社会支持是如何通过影响个体的心理韧性,进而提升员工对未来工作的自我认知的清晰度,剖析员工未来工作自我清晰度形成的深层原因。

2. 理论基础与研究假设

社会支持(Mindfulness)是指来自家庭、朋友和工作等社会关系的物质或精神方面的支持与帮助[5]。社会支持通过提供有形援助和情感支持,能够推动个体在充满风险和不确定性的环境中鼓足勇气,更好地应对和消除负面情绪。未来工作自我清晰度(Future work self-clarity)衡量的是个体对未来工作的自我预知的清晰程度[6]。基于资源保存理论,社会支持带来的功能性支持和无形关怀等情感性支持,能够帮助处于焦虑、迷茫的个体化压力为动力,借助获得的资源对未来工作形成更清晰的自我认知。因此,本研究提出如下假设:

H1: 社会支持对员工的未来工作自我清晰度具有正向影响。

心理韧性(Psychological resilience)是指个体面对挫折、困难或各方面压力时,依旧能够进行自我调节、积极应对的心理现象[7]。具有高心理韧性的员工通常能保持积极乐观的态度[8],即使面对数字化浪潮中职场的激烈竞争,也能随着环境的变化积极寻找其它资源进行反思、学习、提升,因此本研究初步认为心理韧性能对员工为工作自我清晰度产生积极影响。一方面,当员工感受到来自周围人的支持和鼓励时,他们会更加自信和安心,从而能拥有更多资源应对工作中的各种挑战和变化,使他们在面对复杂的工作情境时能够迅速调整自己的思维和行为方式。另一方面,具备较高心理韧性的员工,能够更快速地适应不断变化的工作要求和环境。他们能够即使从压力中恢复并敏锐地察觉到市场趋势和行业动态,能够更加全面、客观地认识自己的技能、优势和兴趣,从而更好地规划自己的职业发展方向。因此,本研究提出如下假设:

H2: 心理韧性在社会支持与未来工作自我清晰度之间起中介作用。

成长型思维(Growth Mindset)是指个体持与固定型思维相反的观点,认为通过后天的努力和坚持,个体能够克服困难、提高能力,并最终取得成功[9]。当个体面临障碍或挑战时,拥有成长型思维的员工,相信自己的能力可以通过努力和学习不断提升。他们能够在面对社会支持时,灵活地调整自己的思维和行为,更好地吸收和应用其中的有益部分,从而增加个体的认知资源,提升心理韧性。此外,具有成长型思维的个体倾向于采用导向性行为策略,保持对未来的积极期望,不断学习和成长,化压力为动力,进而正向预测未来工作自我清晰度。因此,本研究提出如下假设:

H3: 成长型思维正向调节了社会支持与心理韧性之间的关系。

H4: 成长型思维正向调节了心理韧性在社会支持与未来工作自我清晰度之间的中介作用。

综上,本文构建的研究模型如图1所示。

3. 研究设计与测量

3.1. 研究对象与问卷发放

研究的样本对象为上海等一线城市的中小型企业市场营销员工,以专业的问卷调查平台为依托收集样本数据,共回收399份问卷,剔除无效问卷后还剩391份问卷,有效率达97.99%。

3.2. 变量测量

为确保测量题项的信效度,本研究所采用的量表均来自国内外成熟量表。本研究均采用Likert五点计分法对各量表进行评价(根据实际情况给予各题项不同程度的分数,其中1分表示“完全不符合”,5

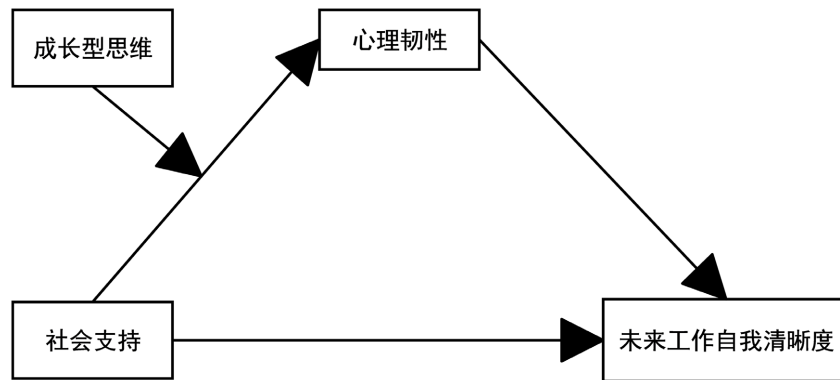


Figure 1. Research model
图 1. 研究模型

分表示“完全符合”)。其中, 社会支持量表采用肖水源[10]编制的量表进行测量; 心理韧性量表采用 Wang 等[11]编制的量表进行测量; 成长型思维量表采用的是 Dweck [12]编制的量表; 未来工作自我清晰度量表采用的是 Guan 等[13]编制的量表。此外, 根据已有研究结论, 本研究控制了性别、民族、是否为独生子女、成绩、健康状况、家庭收入等可能会影响结果的人口统计学变量以进行后续的数据分析。

4. 实证检验与结果分析

4.1. 信效度分析

首先, 运用 SPSS27.0 和 Mplus8.3 软件进行信度分析, 社会支持、心理韧性、未来工作自我清晰度和成长型思维的克隆巴赫 α 系数依次为 0.811、0.843、0.927、0.773; 组合信度 CR 分别为 0.873、0.889、0.712、0.853, 四个研究变量的信度系数均大于 0.7, 表明各量表均具有良好的信度水平[14]。

其次, 运用 Mplus8.3 软件进行效度分析, 结果如表 1 所示, 社会支持、心理韧性、未来工作自我清晰度和成长型思维的 AVE 值分别为 0.542、0.501、0.541、0.662, 均大于临界值 0.5 [15], 收敛效度良好。同时, 各变量的 AVE 的平方根均大于其皮尔森相关系数, 表明各量表之间的平均值差异较大, 在测量上具有良好的区别度。

Table 1. Results of convergent validity and differentiated validity analyses
表 1. 收敛效度和区别效度分析结果

变量	收敛效度		区别效度			
	CR	AVE	社会支持	心理韧性	未来工作自我清晰度	成长型思维
社会支持	0.873	0.542	0.736			
心理韧性	0.889	0.501	0.401	0.708		
未来工作自我清晰度	0.712	0.541	0.241	0.287	0.736	
成长型思维	0.853	0.662	0.197	0.316	0.377	0.814

4.2. 验证性因子分析

本文通过 Mplus8.3 软件对研究假设模型与备选模型进行比较, 进行验证性因子分析, 结果如表 2 所示。通过分析可知, 四因子结构模型($\chi^2 = 298.271$, 自由度 $df = 164$, $\chi^2/df = 1.819$, $RMSEA = 0.046$, $CFI = 0.964$, $TLI = 0.958$, $SRMR = 0.042$)的各项拟合指标均符合标准并优于备选模型。说明本文采用的四因

子模型拟合度最优且有良好的区分效度。

4.3. 描述性统计和相关性分析

结果由表 3 可知, 社会支持与未来工作自我清晰度($r = 0.241, P < 0.001$)显著正相关, 社会支持和心理韧性($r = 0.401, P < 0.001$)显著正相关, 成长型思维与社会支持正相关($r = 0.197, P < 0.001$)。由此可知, 各变量存在显著相关关系, 为进一步检验研究假设奠定基础。

Table 2. Validated factor analysis

表 2. 验证性因子分析

模型	χ^2	df	χ^2/df	CFI	TLI	RMSEA	SRMR
四因子模型(社会支持、心理韧性、成长型思维、未来工作自我清晰度)	298.271	164	1.819	0.964	0.958	0.046	0.042
三因子模型(社会支持 + 心理韧性、成长型思维、未来工作自我清晰度)	1096.734	167	6.567	0.749	0.714	0.119	0.097
二因子模型(社会支持 + 心理韧性 + 成长型思维、未来工作自我清晰度)	1582.789	169	9.366	0.618	0.571	0.146	0.119
单因子模型(社会支持 + 心理韧性 + 成长型思维 + 未来工作自我清晰度)	1952.291	170	0.114	0.519	0.462	0.164	0.125

Table 3. Mean, standard deviation and correlation coefficients

表 3. 平均值、标准差和相关系数

变量	平均值	标准差	社会支持	心理韧性	未来工作自我清晰度	成长型思维
社会支持	3.505	0.711	1			
心理韧性	3.422	0.604	0.401***	1		
未来工作自我清晰度	3.389	0.837	0.241***	0.287***	1	
成长型思维	3.055	0.868	0.197***	0.316***	0.377***	1

注: $N = 391$, ***表示 $P < 0.001$ 。

4.4. 主效应及中介效应

采用 SPSS27.0 软件对模型整体进行分析, 分析结果如表 4 所示。由模型 M2 的结果显示, 社会支持对未来工作自我清晰度具有显著正向影响($\beta = 0.183, P < 0.001$), 假设 H1 得到验证。由模型 M2、M3 和 M4 的结果显示, 心理韧性对未来工作自我清晰度具有显著正向影响($\beta = 0.230, P < 0.001$), 且加入心理韧性后社会支持对未来工作自我清晰度的影响作用依旧显著($\beta = 0.104, P < 0.05$), 且 β 系数从 0.183 减小为 0.104, 表明心理韧性在社会支持与未来工作自我清晰度之间发挥部分中介作用, 假设 H2 得到验证。

4.5. 调节效应

表 4 的逐步回归分析检验了成长型思维在社会支持和心理韧性之间的调节作用, 由模型 M8 分析结果显示: 成长型思维对社会支持与心理韧性之间的关系发挥正向调节($\beta = 0.164, P < 0.001$), 即随着成长型思维水平的增高, 社会支持对心理韧性的间接作用会增强, 假设 H3 得到验证。

4.6. 被调节的中介效应

本文运用 Bootstrap 方法检验心理韧性的中介作用在不同成长型思维水平的调节下的大小和差异, 结

果如表5所示。在成长型思维较弱时,社会支持通过心理韧性影响未来工作自我清晰度的间接效应为0.021, 95%置信区间[-0.021, 0.079]; 成长型思维较高时, 社会支持通过心理韧性影响未来工作自我清晰度的间接效应为0.165, 95%置信区间[0.074, 0.256]。可知成长型思维促进心理韧性在社会支持与员工未来工作自我清晰度之间的中介作用, 当个体具有高水平下成长型思维时, 心理韧性能发挥更强的中介作用。进一步地, 根据 Index 显示, 心理韧性的中介作用会随着成长型思维水平的变化而改变, 证明了被调节的中介效应存在(Index = 0.083, 95% CI [0.035, 0.133], 置信区间不含 0)。由此, 假设 H4 得到验证。

Table 4. Stepwise regression analysis results

表 4. 逐步回归分析结果

变量	未来工作自我清晰度					心理韧性			
	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	
控制变量	性别	0.227*	0.163	0.221*	0.185*	0.016	-0.071	-0.029	0.014
	民族	-0.111	-0.144	-0.117	-0.135	0.017	-0.029	-0.048	-0.019
	是否独生	-0.040	-0.032	-0.055	-0.048	0.040	0.052	0.033	0.017
	成绩	-0.193*	-0.165*	-0.150	-0.142	-0.112	-0.074	-0.055	-0.076
	健康状况	0.409	0.416	0.330	0.348	0.208	0.218	0.164	0.115
	家庭收入	0.035	0.012	0.039	0.025	-0.011	-0.043	-0.030	-0.018
自变量	社会支持		0.183***		0.104*		0.250***	0.219***	0.212***
中介变量	心理韧性			0.230***	0.189***				
调节变量	成长型思维						0.141***	0.104***	
交互项	社会支持 × 成长型思维								0.164***
	R^2	0.039	0.085	0.114	0.127	0.013	0.176	0.226	0.342
	ΔR^2	0.039	0.045	0.075	0.042	0.013	0.163	0.050	0.116
	F	2.630	5.067	7.067	6.930	0.857	11.701	13.968	22.029

注: *表示 $P < 0.05$, ***表示 $P < 0.001$ 。

Table 5. Moderated mediated effects analysis results

表 5. 被调节的中介效应分析结果

成长型思维水平	Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI
2.186	0.021	0.025	-0.021	0.079
3.055	0.093	0.030	0.039	0.157
3.923	0.165	0.046	0.074	0.256

5. 研究结论与实践启示

5.1. 研究结论

本研究从资源保存视角分析了社会支持对未来工作自我清晰的内在作用机制和边界条件, 得到如下结论: 首先, 社会支持对员工的未来工作自我清晰度具有正向影响。其次, 心理韧性在社会支持和未来工作自我清晰度之间发挥部分中介作用。最后, 成长型思维能够增强社会支持对心理韧性的影响, 并正

向调节心理韧性在社会支持与未来工作自我清晰度之间的中介作用。拥有高成长型思维水平的员工，在面对社会支持时，更能够保持积极看法和乐观预期，灵活地调整自己的思维和行为，提升心理韧性水平，由此进一步促进未来工作自我清晰度。

5.2. 实践启示

数字化时代，营销环境日益复杂多变，提高市场营销员工的未来工作自我清晰度成为应对挑战的关键之一。

首先，企业应为员工提供足够的社会支持，以提升员工心理韧性。一方面，通过线上培训课程和知识分享平台，不断提升市场营销员工的专业技能和知识储备，辅助员工掌握数字营销的新工具和新趋势，以适应数字化营销的发展需求；另一方面，营造开放和谐的氛围，加强内部沟通与协作，给予员工关怀和鼓励，缓解员工压力以保持积极稳定的心理状态。

其次，企业应创造一个鼓励学习和探索的环境，帮助员工逐渐形成成长型思维，更好地适应数字时代的变化和挑战。提供丰富的培训资源，帮助员工掌握新技能，同时鼓励他们勇于尝试新方法，从失败中汲取经验；领导者要给予员工积极的反馈和支持，强调成长和进步的重要性，激发员工的潜力。

最后，市场营销员工应与企业打好配合战，借助企业提供的资源，提升未来工作自我清晰度。关注行业动态与市场趋势，预测未来营销工作的发展方向，不断学习、提升自我，从而明确自身的职业发展路径。

基金项目

2023年度上海高校哲学社会科学研究专项“公共卫生事件背景下大学生心理危机预警与干预体系研究”(项目编号: 2023ZSD035)。

参考文献

- [1] 赵富强, 高依晨, 陈耘, 等. 心理韧性对再创业意愿的影响: 创业韧性、成功预期与社会支持的作用[J]. 科技进步与对策, 2022, 39(19): 1-11.
- [2] Hobfoll, S.E., Halbesleben, J., Neveu, J. and Westman, M. (2018) Conservation of Resources in the Organizational Context: The Reality of Resources and Their Consequences. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 5, 103-128. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-032117-104640>
- [3] 徐小凤, 李苗苗, 关浩光, 等. 家庭和谐对员工韧性的影响: 自我效能感与社会支持的作用[J]. 中国人力资源开发, 2021, 38(6): 68-78.
- [4] 陈丽芳, 付博, 于桂兰. 协同工作设计能缓解组织知识隐藏“困境”吗——基于防御型与促进型心理所有权视角[J]. 科技进步与对策, 2022, 39(15): 99-109.
- [5] Barrera, M. (1986) Distinctions between Social Support Concepts, Measures, and Models. *American Journal of Community Psychology*, 14, 413-445. <https://doi.org/10.1007/bf00922627>
- [6] Strauss, K., Griffin, M.A. and Parker, S.K. (2012) Future Work Selves: How Salient Hoped-For Identities Motivate Proactive Career Behaviors. *Journal of Applied Psychology*, 97, 580-598. <https://doi.org/10.1037/a0026423>
- [7] Corner, P.D., Singh, S. and Pavlovich, K. (2017) Entrepreneurial Resilience and Venture Failure. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 35, 687-708. <https://doi.org/10.1177/0266242616685604>
- [8] 乔朋华, 龙杨, 许为宾. 管理者心理韧性对企业创新绩效的影响机制研究[J]. 外国经济与管理, 2022, 44(7): 33-47.
- [9] Dweck, C.S. (2006) *Mindset: The New Psychology of Success*. Random House, New York.
- [10] 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, 4(2): 98-100.
- [11] Wang, L., Shi, Z., Zhang, Y. and Zhang, Z. (2010) Psychometric Properties of the 10-Item Connor-Davidson Resilience Scale in Chinese Earthquake Victims. *Psychiatry and Clinical Neurosciences*, 64, 499-504. <https://doi.org/10.1111/j.1440-1819.2010.02130.x>

-
- [12] Dweck, C.S. (2000) Self-Theories: Their Role in Motivation, Personality, and Development. *Nebraska Symposium on Motivation*, Vol. 38, 199-235.
- [13] Guan, Y., Guo, Y., Bond, M.H., Cai, Z., Zhou, X., Xu, J., *et al.* (2014) New Job Market Entrants' Future Work Self, Career Adaptability and Job Search Outcomes: Examining Mediating and Moderating Models. *Journal of Vocational Behavior*, **85**, 136-145. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2014.05.003>
- [14] LeBreton, J.M. and Senter, J.L. (2007) Answers to 20 Questions about Interrater Reliability and Interrater Agreement. *Organizational Research Methods*, **11**, 815-852. <https://doi.org/10.1177/1094428106296642>
- [15] Fornell, C. and Larcker, D.F. (1981) Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, **18**, 39-50. <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>