

私人环境导向对员工提升企业经济效益的建议影响研究

于松亭^{1,2}

(1. 中国海洋大学, 山东 青岛 266100; 2. 烟台工程职业技术学院, 山东 烟台 264006)

【摘要】本文重点研究员工的私人环境取向是否对公司的经济效益产生影响。研究认为, 员工的私人环境取向不仅影响他们在工作场所的亲环境和亲社会行为, 还影响他们针对企业发展提出改进建议的倾向。他们的建议行为不仅限于亲环境和亲社会行为层面的建议, 还包括除了有利于环境和社会的改进之外的有助于增加企业效益的改进建议。

【关键词】私人环境导向; 经济效益; 改进建议

一、引言

全球对环境和社会可持续性发展的关注在持续提高。越来越多的政治和社会利益相关者正在敦促公司提高其环境和社会绩效, 并将企业视为环境破坏的主要因素和社会发展的主要力量。因此, 公司需要找到在不削弱其经济竞争力的情况下变得更具可持续性的方法。他们的员工在应对这一挑战方面发挥着关键作用。一方面, 员工积极主动的改进建议使组织能够在动荡的环境中进行创新并保持竞争力。另一方面, 员工是社会的代表。因此, 员工的环保意识的提高, 可能会影响员工在工作场所的思考和行为。

解决这些影响的现有研究主要集中在资源保护行为上, 例如在纸的双面打印或节约电力和水等方面。这些资源节约行为在经济上是有益的, 因为它们提高了企业运营的效率。员工的环境导向与可以提高公司效率的行为之间的联系仍然没有得到充分的探索。有学者开始调查这种关联, 发现员工的环境导向可以在企业层面带来更环保的创新。然而, 尽管有利于环境的创新是调和企业环境 and 经济野心的有希望的手段, 但仅靠有利于环境改进可能不足以确保企业的经济竞争力。

本研究试图通过回答以下问题来深入探讨这一问题: (1) 员工的环境取向是否会影响他们提出经济上有吸引力的改进建议的倾向? (2) 如果存在积极的关系, 企业甚至能加强这种关系吗? 针对第(1)部分, 基本可以确定员工的私人环境取向与他们参与具有经济吸引力的声音行为呈正相关。因此, 具有强烈私人环境导向的员工提出了具有经济吸引力的改进建议, 这些建议不仅限于亲环境和亲社会的改进,

还包括其他具有经济吸引力改进的建议。最后, 作为对研究问题(2)部分的回应, 研究将调查企业如何利用员工环境导向的潜力, 并支持将这种导向转变为提升企业效益的建议。

二、研究假设

H1: 私人环境导向与工作场所的亲环境亲社会行为之间的关系

个人的环境取向反映了自我超越(个人超越自私关切以促进他人福利的倾向)、人的取向和道德发展等个人特征。由于这些特征也促进了个人参与亲社会行为, 我们提出亲环境取向不仅与亲环境行为有关, 还与亲社会行为有关。行为一致性理论表明, 在私下里以特定方式行事的人在工作中也倾向于以类似的方式行事。员工的私人环境取向可以强烈融入他们的自我认同。由于个人通常希望以自我决定和自我一致的方式行事, 具有强烈环境导向的员工在工作中可以按照这种导向行事。人们不仅可能进入适合自己行为偏好的情境, 而且可能试图以符合自己偏好的方式来塑造他们遇到的情境。

假设 1: 员工的私人环境取向越大, 他们在工作就越倾向于环保和社会行为。

H2: 私人环境导向与改进建议之间的关系

员工的私人环境取向已被发现反映了积极性、对经验的开放性、外向性、责任心和情绪稳定性等特性, 具有强烈环境取向的员工可能会寻求持续学习, 发展克服挑战的想法, 并有与同事分享自己见解和想法的冲动。

假设 2: 员工的私人环境取向越大, 他们在工作提出的改进建议就越多。

H3: 具备调节作用的亲环境和亲社会行为

我们现在将讨论, 员工的私人环境取向和他们的声音行为之间的关系部分但不是完全由他们参与亲环境和亲社会行为来调节。换言之, 我们将推断, 具有强烈环境导向的员工提出的建议不仅限于有利于环境和社会的改进建议, 还包括提供竞争优势并对企业具有经济吸引力的其他改进建议。

假设 3: 员工在工作中参与亲环境和亲社会的行为只会部分而不是完全地调节他们的私人环境取向与他们的工作改进建议之间的关系。换句话说, 员工的私人环境取向对他们的工作改进建议的影响超过了工作中亲环境和亲社会行为的影响。

H4: 作为参与者对公司可持续发展方向的看法

最后一个假设考虑了公司的可持续性发展对员工的私人环境取向和他们的声音行为之间关系的影响, 以阐明公司可以做什么来更大程度地利用员工的环境取向所提供的潜力。行为一致性理论表明, 个体会更频繁地表现出焦点行为, 情境线索就越清晰, 越符合他们的个人偏好。因此, 我们希望组织能够通过向这些员工阐明自己的环保姿态, 从“绿色”员工那里产生更多的声音行为。

假设 4: 一家公司在员工的认知中表现得越可持续, 这些员工的私人环境取向就越与工作改进建议相关。换句话说, 员工对公司可持续发展方向的感知与他们提出改进建议的倾向之间存在正向互动效应。

三、数据测量

(一) 行业选择

数据采集重点关注酒店业, 以考察员工的私人环境取向、他们对组织可持续发展取向的看法、他们的亲环境亲社会行为和建议之间的关系, 原因有三。首先, 这个行业是劳动密集型的。员工是该行业成功的关键来源, 因为他们的态度和行为会影响客户体验, 从而影响组织的绩效。其次, 由于其劳动强度、具有挑战性的工作条件和高度互动的性质, 酒店业可以将社会问题和关系凸显出来。第三, 酒店运营会对环境产生重大影响, 可能会对环境退化和温室气体排放产生负面影响。

(二) 测量量表

测量量表都是基于多项目、七点 Likert 量表。评分标准分别为“强烈不同意”到“强烈同意”七个等级。我们计算了每个多项目测量的综合得分, 方法是将其单个项目得分相加, 然后将总和除以测量中的

项目数量。收敛有效性通过计算项目与其所属测量之间的重叠校正相关性来验证。最后, 通过将项目及其度量之间共享的方差的平方根(即提取的平均方差)与度量之间的相关系数进行比较来检验判别有效性。

(三) 通用方法偏差(CMB)

根据 Chang 等人, 2010 年和 Podsakoff 等人, 2012 年的建议, 我们在调查的设计和评估阶段采用了多种程序和统计方法来排除 CMB。程序补救措施, 如采用既定工具来衡量我们的结构, 使用平衡问题顺序, 以及确保受访者的保密性和匿名性, 最大限度地减少了 CMB 事前的可能性。在统计补救措施方面, Podsakoff 等人(2012)建议使用通用方法因子技术来控制测量误差。根据这一建议, 我们将我们感兴趣的主要变量(员工的私人环境取向、他们对组织可持续性取向的感知、他们的 PEPSB 和他们的声音行为)输入到一个结构方程模型中, 并在该模型中添加了一个通用方法因子。添加这样一个 CMB 因子不会显著改变我们变量之间的路径, 这表明 CMB 不太可能对我们的结果产生重大偏差。

四、研究结论

(一) 调查结果

本研究的目的是探讨员工的私人环境取向与他们提出具有经济吸引力的工作改进建议的倾向之间的关系, 我们假设, 具有强烈环境导向的员工更广泛地参与声音行为, 因为提出具有经济吸引力的工作改进建议和关心环境保护本质上涉及类似的认知过程。反过来, 个人对环境保护的参与可以作为一个指标, 表明员工愿意并能够参与所需的认知过程, 为工作中具有经济吸引力的改进提出建议。我们的假设得到了来自国内酒店业 297 名员工样本的实证支持。根据实证结果, 在私人生活中具有强烈环境导向的员工确实倾向于在职业生活中表现出更大程度的声音行为, 他们提出的建议不仅限于有利于环境(和社会)的改进, 还包括其他具有经济吸引力的改进。这些发现表明, “绿色”员工可以提高公司的效率和效益。有利于环境改善的建议可能在经济上具有吸引力, 因为它们可以通过减少浪费来提高公司的效率。然而, 我们发现, “绿色”员工也提出了具有经济吸引力的建议, 这些建议超出了环保资源保护的范畴, 这意味着有可能提高效率。

此外, 进一步假设企业可以通过在工作中创造有利的环境来刺激员工的私人环境取向声音行为的转变。具体而言, 我们建议, 当具有强烈环境导向的员

工认为他们的公司本身具有强烈的环境导向时，他们会更广泛地参与建言行为。然而，应该注意的是，在公司中实施环境导向只是高层管理者必须采取的一步，才能创造如此有利的局面。一家公司的不同员工对公司环境导向的评估往往非常不同。因此，管理者必须积极让员工意识到公司的环保决心。无论如何，我们的假设也得到了支持，即具有强烈环境导向的员工会认为，经济上越有吸引力的改进，他们就越认为自己的公司具有强烈的环境导向。这些发现推动了学术文献的发展，并为管理实践提供了基于理论和实证的案例。

（二）管理实践的启示

首先，我们的研究结果表明，员工的私人环境取向确实可以作为亲环境和亲社会行为以及工作场所建言行为的指标。我们建议，公司可以通过积极寻找具有明显私人环境导向的员工，因为他们更有可能在工作中提出有利于环境和经济吸引力的改进建议。因此，公司在招聘和晋升过程中可能会关注员工的私人环境导向。选择具有强烈环境导向的员工意味着被选中的个人愿意并能够参与认知过程，这是提出具有经济吸引力的改进建议所必需的。通过选择“绿色”员工，而不是没有强烈环境导向的员工，公司可能不太需要投资于培养员工中显著发声行为的必要能力。此外，“绿色”员工不仅更有能力，而且更愿意发现有价值的改进机会，因为他们在业余时间关心（环境方面）的改进机会。

其次，我们鼓励管理者提高员工对公司可持续发展方向的认识。值得注意的是，我们观察到，在一个企业集团中，员工对公司可持续发展方向的看法存在显著差异。单个企业集团中的这种差异表明，公司并不总是能很好地向所有员工传达其可持续发展方向。因此，我们的研究表明，管理者不仅应该考虑加强公司的事实可持续性导向，还应该改善与员工的可持续发展沟通。

第三，我们的研究表明，员工的环境导向激发了具有经济吸引力的建议。鉴于这些建议可以成为竞争优势的来源，员工的私人环境导向对公司的经济绩效至关重要。因此，我们的研究表明，即使是对改善公司的环境绩效不感兴趣，只以利润最大化为目标的管理者，也可能关心员工的环境态度和价值观。这些管理者应该知道，员工的私人环境取向往往与员工的特征有关，这些特征从经济角度来看往往是可取的，

如积极性、对经验的开放性、外向性、尽责性和情绪稳定性。

五、未来研究方向

首先，目前对个人态度和行为中的经济、环境和社会维度之间的关系知之甚少。通过表明员工的环境取向与亲环境、亲社会的行为以及具有经济吸引力的改进建议有关，我们的研究朝着这个方向迈出了一步，但这三个维度之间的许多关系仍有待探索。

其次，未来的研究也可以解决我们研究的局限性。本文重点研究了员工对经济上有吸引力的改进提出建议的程度。但没有研究这些建议中有多少随后得到实施，也没有研究它们创造了多少经济价值。

第三，未来的研究可以通过调查可能影响员工亲环境和亲社会行为的其他个人和组织因素的相互作用以及他们对经济上有吸引力的改进的建议来补充本次的研究。本研究结果表明，个人的环境取向是一个值得管理学者关注的课题。需要进行更多的研究，以充分掌握其经济潜力以及如何利用这种潜力。本研究只是朝着这个方向迈出了一步。

参考文献：

- [1] 田虹,姜春源.社会责任型人力资源管理对旅游企业员工亲环境行为的影响研究[J].旅游学刊,2021,42(11):133-144.
- [2] 张兰.绿色人力资源管理的研究述评与展望[J].今日财富(中国知识产权),2022,404(11):142-144.
- [3] 唐贵瑶,陈琳,孙玮.如何让员工“爱司所爱,行司所行”?基于社会信息处理理论的绿色人力资源管理与员工绿色行为关系研究[J].南开管理评论,2021,24(05):185-193.
- [4] 潘持春,黄菲雨.责任型领导、绿色心理氛围与员工绿色行为——环境心理控制源的调节作用[J].南京工业大学学报(社会科学版),2021,20(01):99-112.
- [5] 彭坚,侯楠,付博.环保变革型领导对员工环保公民行为的影响——基于能力—动机—机会理论的视角[J].当代财经,2020,425(04):77-87.
- [6] 彭清华,聂巧媛,陈应龙.亲环境组织氛围对员工绿色行为的影响及多步多重中介效应模型[J].河南理工大学学报(自然科学版),2022,41(01):81-90.

作者简介：于松亭（1982—），男，教师，本科，研究方向：企业管理。