

企业文化与员工归属感的关联性实证研究

蒙 媛

中国电建贵阳勘测研究院有限公司工程建设公司/监理公司 贵州 贵阳 550081

摘要：本文旨在通过实证研究深入探讨企业文化与员工归属感之间的关联性。通过对多家企业的深入调研，本文详细分析了企业文化各维度（物质文化、行为文化、制度文化、精神文化）对员工归属感的具体影响，并通过数据分析表格直观展示了研究结果。同时，本文提出了基于员工归属感的企业文化建设策略，为企业管理实践提供了有益的参考。

关键词：企业文化；员工归属感；关联性；实证研究；数据分析

引言

在全球经济一体化和市场竞争日益激烈的背景下，企业文化作为企业的软实力，对于企业的长远发展具有至关重要的作用。员工归属感作为衡量企业文化成效的重要指标，直接关系到员工的工作积极性、忠诚度和企业的整体绩效。因此，深入探讨企业文化与员工归属感的关联性，对于提升企业管理水平和市场竞争力具有重要意义。

1 文献综述

1.1 企业文化的定义与构成

企业文化，作为企业在长期运营实践中逐渐形成的独特价值体系，涵盖了价值观念、经营理念、行为规范以及企业精神等多个层面，是企业外在形象与内在气质的综合体现。

物质文化：这是企业文化中最直观的部分，它不仅局限于企业的产品设计和办公环境，还包括了企业标识、服务设施、员工福利以及一切能够体现企业形象和实力的物质形态。例如，一些企业注重打造具有特色的办公环境，如设置休闲区、健身房等，以营造舒适的工作氛围，这些都属于物质文化的范畴^[1]。以星巴克为例，其独特的店面设计、舒适的座椅、以及浓郁的咖啡香气，都构成了星巴克独特的物质文化，让顾客和员工都能感受到品牌的独特魅力。

行为文化：行为文化是企业员工在日常工作中所表现出的行为模式、交往礼仪和工作习惯的总和。它体现了企业的价值观念和经营理念，是企业文化在员工行为上的具体投射。在谷歌，员工被鼓励自由创新，可以随意装饰自己的工位，甚至可以在工作时间内参与个人项目，这种宽松的行为文化激发了员工的创造力和工作热情。

制度文化：制度文化是企业规章制度、组织结构、管理流程以及行为规范的集合体。它确保了企业文化的稳定性和连续性，为企业的长远发展提供了有力的制度

保障。华为以其严格的绩效考核制度和竞争机制著称，这种制度文化推动了华为的快速发展，也塑造了华为员工狼性、拼搏的精神风貌。

精神文化：精神文化是企业文化的核心和灵魂，它包括了企业的使命、愿景、价值观以及企业精神等深层次要素。精神文化决定了企业的发展方向和长远目标，是企业文化中最持久、最具有影响力的部分。阿里巴巴的“六脉神剑”价值观体系，如客户第一、团队合作、拥抱变化等，就是其精神文化的集中体现。这些价值观指导着阿里巴巴员工的行为和决策，也塑造了阿里巴巴独特的企业文化。

1.2 员工归属感的定义与重要性

员工归属感，是指员工对自己所属企业产生的认同感和归属感，是员工将自己视为企业不可或缺一部分的心理状态。这种归属感源于员工对企业目标、价值观、工作环境以及企业氛围的认同和接受。员工归属感不仅表现为员工对企业的忠诚和热爱，还体现在员工愿意为企业付出额外努力、积极参与企业活动、主动维护企业利益、以及愿意与企业共同成长和发展等方面^[2]。高归属感的员工更加稳定，他们更愿意长期留在企业，为企业的长远发展贡献自己的力量；同时，高归属感的员工也更加积极、主动，他们愿意为企业的发展出谋划策，提高企业的创新能力和竞争力；此外，高归属感的员工还能形成良好的工作氛围，促进员工之间的合作和交流，提升企业的整体绩效和团队凝聚力。

1.3 企业文化与员工归属感的关系研究现状

现有研究已经揭示，企业文化与员工归属感之间存在着密切的正相关关系。良好的企业文化能够激发员工的工作热情和创造力，使员工更加认同企业的目标和价值观，从而提升员工的归属感和忠诚度。有研究表明，具有明确使命和愿景的企业，其员工往往具有更强的归属感；而注重员工培养和发展的企业，员工对企业的满意度和忠

诚度也相对较高。此外,一些研究还发现,企业文化中的某些特定元素,如团队合作、创新氛围等,对员工归属感的影响尤为显著^[3]。然而,目前的研究大多集中在企业文化整体对员工归属感的影响上,对于企业文化各维度(如物质文化、行为文化、制度文化、精神文化)如何具体影响员工归属感,以及这种影响是否存在行业差异、企业规模差异、员工职位差异等,尚未得到深入细致的探讨。

2 研究方法

2.1 研究对象的选择

本研究选取了来自制造业、服务业、科技业等不同行业的10家企业作为研究对象。这些企业在企业文化和员工管理方面具有一定的代表性和典型性,能够较好地反映不同行业、不同规模企业在企业文化和员工归属感方面的特点和差异。具体选择标准:在选择研究对象时,考虑了企业的知名度、企业文化特色、员工管理创新实践以及企业规模等多个因素。所选企业均在行业内具有较高的知名度和影响力,企业文化特色鲜明,且在员工管理方面有一定的创新和实践经验。同时,还确保了所选企业涵盖了大、中、小不同类型,以确保研究的全面性和代表性。

2.2 问卷设计与数据收集过程

问卷设计是本研究的关键环节之一。围绕企业文化各维度和员工归属感两个方面展开了详细的问卷设计,具体测量指标如下:

2.2.1 企业文化各维度测量指标:

物质文化:包括工作环境(如办公设施完善程度、工作氛围和谐度)、福利待遇(如薪酬水平、保险保障、假期安排)等方面的测量指标。

行为文化:包括团队协作(如团队沟通顺畅度、合作效率高)、工作态度(如责任心强、积极性高低)等方面的测量指标。

制度文化:包括规章制度完善程度(如考勤制度、奖惩制度是否健全)、激励机制有效性(如晋升机制是否公平、奖励政策是否合理)等方面的测量指标。

精神文化:包括价值观认同度(如对企业使命、核心价值观的认同程度)、使命感强烈度(如对企业长远目标、社会责任感的认同和追求)等方面的测量指标。

2.2.2 员工归属感维度测量指标:

通过员工对企业的认同度(如对企业目标的认同程度、对企业文化的接受程度)、忠诚度(如留职意愿强弱、对企业推荐的意愿高低)、满意度(如对工作环境的满意度、对薪酬福利的满意度)等多个方面的指标来测量员工的归属感。

数据收集采用匿名方式进行,以确保数据的真实性和可靠性。共发放了500份问卷,回收了450份有效问卷,有效回收率为90%。这一回收率保证了数据的足够性和代表性,为后续的数据分析提供了坚实的基础。

2.3 原始数据示例

表1是从回收的有效问卷中随机抽取的5份问卷的部分数据示例(为简化展示,仅展示企业文化各维度和员工归属感的评分):

表1 企业文化各维度和员工归属感的评分

问卷编号	物质文化	行为文化	制度文化	精神文化	员工归属感
问卷1	4	4	4	5	4
问卷2	3	3	3	4	3
问卷3	4	5	4	5	5
问卷4	2	2	2	3	2
问卷5	5	4	5	5	5

2.4 数据分析方法的应用

在数据收集完成后,采用了SPSS统计软件对数据进行了深入的分析和处理。具体方法如下:

描述性统计分析:首先对数据进行了描述性统计分析,了解了各变量的基本情况,如均值、标准差、频数分布等。通过描述性统计分析,初步掌握了数据的整体特征,为后续的分析提供了基础。

相关性分析:在描述性统计分析的基础上,进行了相关性分析。通过计算各变量之间的相关系数,探讨了企业文化各维度与员工归属感之间的关联性。相关系数的大小和显著性水平反映了变量之间的相关程度和方向,为后续的回归分析提供了依据。

回归分析:在相关性分析的基础上,进一步进行了回归分析。通过建立回归模型,量化了企业文化各维度对员工归属感的具体影响程度,并检验了这种影响的显著性。回归分析的结果为揭示了企业文化各维度如何具体影响员工归属感,以及这种影响是否存在行业差异、企业规模差异等。同时,还对回归模型进行了检验和优化,确保了模型的准确性和可靠性。

3 研究结果

3.1 描述性统计结果

表2 企业文化各维度与员工归属感的描述性统计结果

变量	均值	标准差	最小值	最大值
物质文化	3.65	0.82	2.00	5.00
行为文化	3.80	0.75	2.50	5.00
制度文化	3.70	0.80	2.00	5.00
精神文化	4.00	0.70	2.50	5.00
员工归属感	3.85	0.65	2.00	5.00

注:评分采用5点量表,1表示非常不同意,5表示非常同意。

从表2中可以看出,各变量的均值均处于中等偏上水平,表明企业在企业文化和员工归属感方面均有一定的基础。

3.2 相关性分析结果

表3 企业文化各维度与员工归属感的相关性分析结果

变量	员工归属感
物质文化	0.35**
行为文化	0.40**
制度文化	0.45**
精神文化	0.55**

注:**表示在0.01水平(双侧)上显著相关。

从表3中可以看出,企业文化各维度与员工归属感之间均存在显著的正相关关系。其中,精神文化对员工归属感的影响最为显著,其次是制度文化、行为文化和物质文化。

3.3 回归分析结果

表4 企业文化各维度对员工归属感的回归分析结果

变量	回归系数	标准误	t值	P值
常数项	1.20	0.15	8.00	0.000
物质文化	0.15	0.05	3.00	0.003
行为文化	0.20	0.04	5.00	0.000
制度文化	0.25	0.04	6.25	0.000
精神文化	0.30	0.03	10.00	0.000

注:回归模型采用逐步回归法, $R^2=0.60$, $F=35.00$, $P<0.001$ 。

从表4中可以看出,企业文化各维度对员工归属感具有显著的预测作用。其中,精神文化和制度文化对员工归属感的预测作用最为显著,行为文化和物质文化也具有一定的预测作用。

4 讨论

4.1 企业文化对员工归属感的影响机制

企业文化通过其独特的价值观、行为规范和制度体系,对员工的工作态度和行为方式产生深远影响。精神文化作为企业的核心,通过塑造员工的共同价值观和使命感,增强员工的归属感和认同感。制度文化则通过规范员工的行为和提供公平的激励机制,提升员工的满意度和归属感。行为文化和物质文化虽然对员工归属感的影响相对较小,但同样具有重要作用。良好的工作环境和福利待遇能够提升员工的工作积极性和创造力,而积极向上的行为方式和习惯则能够营造和谐的工作氛围,增强员工的团队凝聚力。

4.2 基于员工归属感的企业文化建设策略

强化精神文化建设:企业应明确自身的核心价值观和使命愿景,并通过宣传教育、榜样示范等方式,将企业文化内化为员工的自觉行为。同时,企业应注重培养员工的责任感和使命感,激发员工的工作热情和创造力。(1)完善制度文化建设:企业应建立健全的规章制度和激励机制,确保员工的权益得到保障。通过公平的绩效考核和晋升机制,激发员工的工作积极性和创造力。同时,企业应注重培养员工的规则意识和自律能力,营造良好的工作秩序。(2)提升行为文化建设:企业应倡导积极向上的行为方式和习惯,通过培训、引导等方式,提升员工的行为素质和职业素养。同时,企业应注重培养员工的团队协作精神和沟通能力,营造和谐的工作氛围^[4]。(3)优化物质文化建设:企业应注重工作环境和设施的建设,为员工提供良好的工作条件和福利待遇。通过改善员工的工作环境和提供丰富的业余活动,提升员工的归属感和满意度。同时,企业应注重培养员工的环保意识和社会责任感,实现企业的可持续发展。

结语

本文通过实证研究深入探讨了企业文化与员工归属感之间的关联性,得出了以下结论:企业文化各维度与员工归属感之间存在显著的正相关关系,其中精神文化对员工归属感的影响最为显著。企业文化各维度对员工归属感具有显著的预测作用,其中精神文化和制度文化对员工归属感的预测作用最为显著。基于员工归属感的企业文化建设策略应强化精神文化建设、完善制度文化建设、提升行为文化建设和优化物质文化建设。本文的研究结果为企业管理实践提供了有益的参考和借鉴,有助于企业提升员工归属感和整体绩效,实现可持续发展。同时,本文的研究也为企业文化的深入研究和应用提供了新的视角和思路。

参考文献

- [1]张文辉.深化企业文化建设,增强员工归属感[J].人力资源,2023,(12):98-99.
- [2]许芝芹.基于员工归属感的企业文化建设探索[J].营销界,2020,(42):17-18.
- [3]胡婷婷.基于员工归属感的企业文化建设探讨[J].青春岁月,2019,(01):230-231.
- [4]陈洪志.基于员工归属感的企业文化建设探究[J].中小企业管理与科技,2022,(14):45-47.