



数字化背景下互联网思维、员工满意  
与企业绩效影响关系研究—基于广  
西 NM 公司的研究

RESEARCH ON THE RELATIONSHIP BETWEEN  
INTERNET THINKING, EMPLOYEE  
SATISFACTION AND ENTERPRISE  
PERFORMANCE FORM THE DIGITAL  
BACKGROUND: A STUDY BASED ON GUANGXI  
NM COMPANY

林丽

LI LIN

本独立研究报告提交正大管理学院中国研究生院  
属正大管理学院工商管理硕士学位  
工商管理专业(中文体系)课程学习的一部分

二〇二二年八月

独立研究报告封面

数字化背景下互联网思维、员工满意与企业绩效影响关系研究

林丽 二〇二二年



独立研究报告封面

数字化背景下互联网思维、员工满意与企业绩效

林丽

二〇二二年

影响关系研究——基于广西NM公司的研究







数字化背景下互联网思维、员工满意  
与企业绩效影响关系研究—基于广  
西 NM 公司的研究

RESEARCH ON THE RELATIONSHIP BETWEEN  
INTERNET THINKING, EMPLOYEE  
SATISFACTION AND ENTERPRISE  
PERFORMANCE FORM THE DIGITAL  
BACKGROUND: A STUDY BASED ON GUANGXI  
NM COMPANY

林丽

LI LIN

本独立研究报告提交正大管理学院中国研究生院  
属正大管理学院工商管理硕士学位  
工商管理专业(中文体系)课程学习的一部分

二〇二二年八月

版权归正大管理学院所有

本独立研究报告题目：数字化背景下员工满意、互联网思维与企业绩效影响关系研究，作者：林丽，已通过独立研究报告考核委员会审核。本独立研究报告为正和管理学院工商管理硕士学位工商管理专业(中文体系)课程学习的一部分。

独立研究报告考核委员会签名：

答辩委员会主席.....

(Prof. Dr. Bin Lin)

导师/考核委员.....

(Dr. Pak Thaldumrong)

答辩委员.....

(Dr. Hongyan Shang)

中国研究生院院长签名：

.....

(Assoc. Prof. Dr. )

批准日期：二〇二二年 月 日

## 摘要

独立研究报告题目： 数字化背景下互联网思维、员工满意与企业绩效影响关系研究——基于广西 NM 公司的研究

作者： 林丽

导师： 尚鸿雁教授

学位名称： 工商管理硕士学位

专业名称： 工商管理专业（中文体系）

学年： 二〇二二年

随着数字化、信息化时代的到来，很多企业呈现出企业绩效快速增大的现象，但近两年来，新冠疫情对企业造成较大的冲击，多数企业的生产经营均按下了暂停或减速键，甚至是退出了市场，截止到 2022 年初，我国关停、倒闭的中大型公司数量已经达到了 816 家，中小微企业的关停更是不计其数，本作者所在的企业同样受到疫情的冲击，公司员工心态波动突然变大，从一线员工到领导高层均已不同程度地显露离职倾向，对本企业而言内外因素的双重迭加困扰着企业经营发展，企业该如何破局？企业能保持原有的企业绩效吗？能在不确定的环境中逆市成长，成为具长期发展的潜力企业吗？基于以上的现实问题本作者提出互联网思维、员工满意是否对企业绩效有正面影响？从企业角度看，对于互联网思维是否能促进企业绩效？企业管理工作中如何合理运用互联网思维，使企业管理工作变得更科学，进而使企业员工满意，以达到有效提升企业绩效。广西 NM 公司以数字化、疫情常态化为背景，如何通过改进企业管理模式，升级人力资源的管理工作以更好地获得更大的企业绩效，值得研究。

本文作者通过梳理企业绩效的研究发现，对于企业来说，员工即企业的资源。本研究以正在广西 NM 公司员工为研究对象，通过 SPSS26 软件对以问卷调查的方式收集来的 230 份有效问卷进行相关数据分析。最后，对数据的分析结果进行整理并验证模型，得出相关结论，即互联网思维、员工满意与企业绩效三者之间均有显著正向影响，员工满意在互联网思维与企业绩效中具有部分中介影响。

本文期望通过研究互联网思维、互联网思维员工满意与企业绩效的影

响关系，为广西 NM 公司的人力资源管理工作提供略薄建议，以提升员工满意，实现员工互联网思维，提高 NM 公司企业绩效。通过互联网思维实现员工满意提高员工忠诚度、激发员工潜力、加强人力资源管理获取更高的企业绩效，最终实现多方共赢。

**关键词：** 互联网思维      员工满意      企业绩效      人力资源管理



## ABSTRACT

Title: Research on the relationship between Internet thinking, employee satisfaction and corporate performance in the context of digitalization

Author: Li Lin

Advisor: Dr. Hongyan Shang

Degree: Master of Business Administration

Major: Business Administration (Chinese Program)

Academic Year: 2022

With the advent of digitalization and information era, many enterprises present the phenomenon of rapid increase in business performance, but in the past two years, the new crown epidemic has caused a greater impact on enterprises, most of the production and operation of enterprises have pressed the pause or deceleration button, or even withdrawn from the market, as of the beginning of 2022, the number of medium and large companies shut down and closed down in China has reached 816, and the shutdown of small and medium-sized enterprises is The company where the author works is also affected by the epidemic, the company's employees' mentality has suddenly become more volatile, from front-line employees to senior leaders have shown different degrees of tendency to leave the company, for this enterprise, the double iteration of internal and external factors troubled the business development, how to break the situation? Can the company maintain the original corporate performance? Can the company grow against the market in the uncertain environment and become an enterprise with long-term development potential? Based on the above real-life problems, the author proposes whether Internet thinking and employee satisfaction have a positive impact on corporate performance. From the perspective of enterprises, can Internet thinking promote enterprise performance? How to reasonably use Internet thinking in enterprise management to make enterprise management more scientific, and then make the enterprise employees satisfied, in order to effectively improve enterprise performance. With the background of digitalization and epidemic normalization, it is worth studying how Guangxi NM can upgrade its human resource

management to better obtain greater corporate performance by improving its corporate management model.

In this paper, the authors found that the employees are the resources of the company by combing the research on the performance of the company. This study takes the employees in Guangxi NM as the research object, and analyzes the relevant data through SPSS software on 230 valid questionnaires collected by means of questionnaires. Finally, the analysis results of the data are organized and the model is verified, and the relevant conclusions are drawn, that is, there is a significant positive influence between Internet thinking, employee satisfaction and enterprise performance, and employee satisfaction has a partial mediating influence in Internet thinking and enterprise performance.

This paper expects to study the relationship between the influence of Internet thinking, Internet thinking employee satisfaction and corporate performance to provide slightly thin suggestions for human resource management of Guangxi NM company to improve employee satisfaction, achieve employee Internet thinking and improve corporate performance of NM company. Through the Internet thinking to achieve employee satisfaction to improve employee loyalty, stimulate employee potential, strengthen human resources management to obtain higher corporate performance, and ultimately achieve a win-win situation for all parties.

**Keywords:** Internet thinking Employee satisfaction  
Corporate Performance Human Resources Management

# 目 录

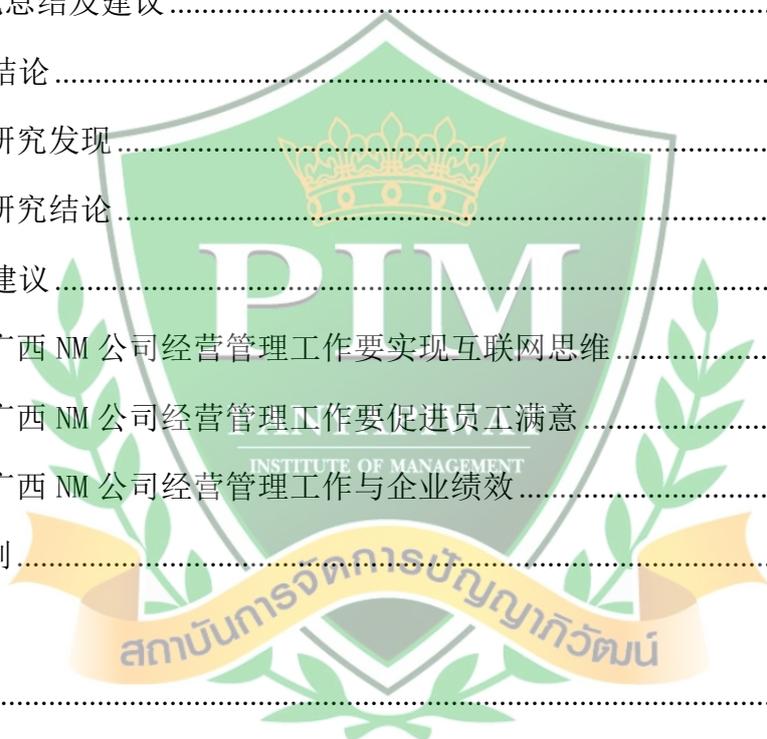
摘 要.....	I
ABSTRACT.....	III
目 录.....	V
表格目录.....	VIII
图片目录.....	IX
第一章 引言.....	1
1.1 研究背景.....	1
1.1.1 疫情常态化中国企业经营的现状.....	1
1.1.2 数字化经济背景下对企业管理及企业人力资源管理的影响.....	2
1.1.3 广西 NM 公司员工概况及互联网思维.....	4
1.1.4 广西 NM 公司互联网思维与员工满意的关系.....	6
1.2 研究动机与研究议题.....	7
1.3 研究目的与研究意义.....	8
1.4 文章结构.....	9
第二章 文献综述.....	11
2.1 关于互联网思维的文献综述.....	11
2.1.1 互联网思维的概念界定.....	11
2.1.2 互联网思维的相关研究.....	12
2.1.3 互联网思维的测量.....	14
2.1.4 小结.....	15
2.2 关于员工满意的文献综述.....	16
2.2.1 员工满意度的概念界定.....	16
2.2.2 员工满意的相关研究.....	17

## 目录（续）

2.2.3 员工满意的测量 .....	19
2.2.4 小结 .....	20
2.3 关于企业绩效的文献综述 .....	20
2.3.1 企业绩效的概念界定 .....	20
2.3.2 企业绩效的相关研究 .....	22
2.3.3 企业绩效的测量 .....	23
2.3.4 小结 .....	23
2.4 员工满意度对企业绩效影响的研究综述 .....	24
2.5 相关研究的假设推论 .....	25
第三章 研究方法 .....	27
3.1 变量设计与研究模型 .....	27
3.1.1 变量设计 .....	27
3.1.2 研究模型 .....	27
3.1.3 研究假设 .....	28
3.2 问卷调查法 .....	28
3.2.1 研究对象与样本量确定 .....	28
3.2.2 具体问卷 .....	29
3.2.3 问卷测量 .....	31
3.2.4 描述性统计分析 .....	33
3.2.5 信效度分析 .....	33
3.2.6 线性回归分析 .....	33
第四章 研究结果 .....	34
4.1 问卷收回与数据录入 .....	34
4.2 样本特征描述 .....	34
4.3 描述性统计结果分析 .....	36

## 目录（续）

4.3.1 互联网思维.....	36
4.3.2 员工满意.....	40
4.3.3 企业绩效.....	43
4.4 信度分析.....	45
4.5 效度分析.....	46
4.6 假设检验.....	49
第五章 研究总结及建议.....	54
5.1 研究结论.....	54
5.1.1 研究发现.....	54
5.1.2 研究结论.....	54
5.2 研究建议.....	55
5.2.1 广西 NM 公司经营管理工作要实现互联网思维.....	55
5.2.2 广西 NM 公司经营管理工作要促进员工满意.....	56
5.2.3 广西 NM 公司经营管理工作与企业绩效.....	57
5.3 研究限制.....	57
参考文献.....	58
附录.....	63
致谢.....	67
声明.....	68
个人简历.....	69



## 表格目录

表 3.1	问样本基本信息问卷.....	29
表 3.2	互联网思维问卷.....	29
表 3.3	员工满意问卷.....	30
表 3.4	企业绩效问卷.....	31
表 4.1	问卷收集情况统计.....	34
表 4.2	样本特征分析结果.....	35
表 4.3	互联网思维分析结果.....	36
表 4.4	员工满意分析结果.....	40
表 4.5	企业绩效分析结果.....	43
表 4.6	案例处理汇总.....	45
表 4.7	可靠性统计量.....	46
表 4.8	KMO 和 Bartlett 的检验.....	46
表 4.9	总方差解释.....	46
表 4.10	成分矩阵.....	48
表 4.11	H1 假设分析结果.....	50
表 4.12	H2 假设分析结果.....	50
表 4.13	H3 假设分析结果.....	51
表 4.14	中介作用分析.....	52
表 4.15	H4 中介作用检验结果汇总.....	53
表 5.1	研究发现.....	54

## 图片目录

图 1.1 文章结构图.....	10
图 3.1 研究假设模型.....	28



# 第一章 引言

## 1.1 研究背景

### 1.1.1 疫情常态化中国企业经营的现状

2019年年底突如其来的疫情对人们的生产生活产生了极大的影响，疫情冲击之下，全国各地都采取了一定的封锁管控措施，暂时关停所有非必要的生产经营活动，层层加码的管控措施对生产经营和商业活动带来巨大冲击。然而在全球产业链高度关联情境下，部分企业的停工停产会影响到产业链上的其他企业，疫情的发生和快速蔓延对我国经济短期造成了较大的冲击，社会社会各行各业均承受重大的打击，对企业来说尤为如此，从国家出台的各项阶段性措施，地方的配套措施来看，疫情对企业的影响对多数企业来说都是负面的。最初受疫情影响的行业主要是人群聚集性行业，如餐饮酒店、影院等；交通运输业，如机场航空、物流等，制造业也会受到一定的影响，上下游产业链条传导等因素会导致工业生产出现一定的问题；另外，由于受到部分经济体的疫情管控措施以及国际社会对疫情的预期等，进出口行业也会受到影响。总之，疫情影响的行业目前已经是囊括了第一、第二、第三产业，所以它对于全国各行各业都有一定程度的影响。面对疫情影响，作为生产经营主体的企业面临着如何抵御风险的问题。在多数企业均通过用工调整或降薪策略来稳定企业经营的背景下，员工的流动性增大，企业内外环境已发生重大变化，更加剧了企业的经营预期。

从疫情影响企业经营的方方面面来看，金晟昉,赵健等(2020)通过问卷调查法分析出受疫情影响最直接的行业是住宿和餐饮行业受到的影响最大。其他受疫情影响较大的行业主要有：文化、体育和娱乐业，批发和零售业，交通运输、仓储和邮政业等；同时为应对疫情采取的“封城”、延期复工、交通管制的影响不限于疫情严重地区的企业，相继会出现资金困难的企业比例也将大幅上升；疫情将影响到部分企业的生存并冲击就业。安国俊等(2020)认为此次疫情对比2003年非典疫情，对国内经济影响深度更深、范围更广，对于货物或服务的供应、生产和销售带来严重影响。同时还认为中小企业由于自身规模与管理体制的约束，遇到类似重大卫生突发事件时，不能很好地在风险中全身而退，相应的，企业在融资方面还有很多困难要解决。在这些问题面前，不少中小企业的偿债压力上升，多数企业不得已进行裁员甚至选择关门、被迫倒闭。学者王和兴(2020)在疫情防控整体要求下对物业企业的角度提出了面临突发事件如何处置的课题。面对严峻的考验，物业企业要在经营不受或少受影响的前提下，开展增值服务，增加业务收入，并及时推进智慧化社区的建设，提升物业服务水平。在危机来临

时，物业企业可以从容不迫地调整企业的发展目标，优化现行管理措施，不断改善财务管理流程，更好地进行风险应对。而学者汪光武(2020)则认为现在大家都在关心增收节支、危机自救。然而，危机迟早会过去。疫情之后，我们该如何修正企业的经营策略以求更快更大发展？每次危机过后，人们的观念及行为，或多或少都会发生突变。有变化就一定有机会，危机中同时一定蕴含机会。学者罗新远（2021）从产业链的相关理论入手，研究新冠肺炎疫情对于我国产业链的短期冲击：主要有疫情对供需链的冲击，从用工角度因疫情造成了各省市的劳动力不能正常流动以及各地区都施行道路交通管制和物流管制，产业链的源头，即原材料供应受到影响，上下游之间无法像往常一样实现正常的协作，其中一个企业的延迟复工就极有可能引发“多米诺骨牌”效应，导致整条产业链的瘫痪。

综上所述，本文作者发现随着疫情防控的常态化，多数企业均遭受不同程度的冲击，严重影响企业绩效目标的实现，加速着企业生命周期更替速度，而在应对这场因公共卫生事件导致的企业危机中，人作为企业的重要资源，企业的管理方式与思维模式在这场重大的危机面前成为应对危机前置因素，企业人力资源管理对企业自身的发展走向日趋重要，疫情常态化背景下企业的员工满意与企业绩效值存在相关关系，危机事件中企业因其自身的特点需要考虑的人力资源管理的风险更加广泛，而企业的思维方式使其生存模式呈现多样化。而对于企业人力资源管理工作来说，了解是危机中什么影响了企业绩效是至关重要的。而本作者研究发现企业互联网思维、员工满意在企业管理过程中，通过探析企业人力资源管理对企业自身绩效影响的因果关系，能有效提升企业人力资源管理工作，从而提升企业绩效。

### 1.1.2 数字化经济背景下对企业管理及企业人力资源管理的影响

从影响企业绩效的互联网因素来看，数字化、信息化的作用日益突出，一些学者研究认为企业人力资源管理工作在互联网思维影响着企业自身是否能快速发展，特别是在企业外界因素变化较大的情况下尤为如此。而在企业管理工作中，企业员工作为企业互联网实际运用者与推进器，企业人力资源管理是否具有互联网思维与企业的发展情况息息相关。学者们从人力资源管理导向出发，以企业人力资源管理互联网思维为研究方向，分析在经济全球化与数字化背景下的中小企业人力资源管理工作。有学者指出企业在人力资源管理工作具备互联网思维是企业能快速升级的条件之一，有学者认为人力资源管理工作是否具备互联网思维影响企业的经营模式，也有学者研究发现企业在人力资源管理工作具备互联网思维企业发展过程与整个社会大背景发展的过程一致。赵培（2019）从互联网角度发现许多中小企业在互联网时代背景下，并没有意识到传统人力资源观念的

落后及新型观念的重要性，员工培训考核及评估体系不完善，绩效管理层面没有得到开发及推广。传统的人力资源管理观念在互联网时代背景中，一定程度上降低了员工的成就感和积极性，从长远来看，企业凝聚力低下，企业可持续发展难以为继。张雪梅（2018）同样认为互联网对中小企业没有引起应有的重视，中小企业人力资源管理思维落后，滞后企业发展的需要，同时还存在与其他部门联系不紧密、培训中存在问题、人力资源相关数据管理不当、绩效考核体系不完善等问题，使中小企业在竞争中处于劣势。

在数字经济大背景下，数字技术与人工智能技术加快了更新迭代，规模化应用物联网、工业互联网突破并融合了企业传统的产品、经济运营、行业、以及各个市场边界，市场环境将变得“无序”，未来发展的不确定性日趋增加。企业无法保持传统且孤立封闭的经营模式，否则将对日趋复杂的市场外部环境难以适应，更有甚者将无法保障中小企业最基本的生存，不可避免被淘汰。因此，中小企业同样需要进行数字化转型，将自身各项管理工作融入至数字化系统，即企业互联网思维，使其在共生的组织结构中寻求发展。从宏观视角看，数字经济打破了原有商业格局，用网状方式为企业带来广阔的机遇，让世界变得扁平，数字经济对于企业来说挑战与机遇并存，对中小企业而言尤为如此。

当前，在信息技术推动下，人类社会进入了数字化时代，各行各业发生巨大的变化。资讯科技是管理活动中的有效工具，它可以有效地纠正传统管理活动中存在的问题与不足，特别是在人力资源管理方面。数据成为人力资源管理中的重要载体，如绩效考核、招聘和招聘，如招聘数据、就业数据、培训数据和评价数据将输入企业人力资源信息系统；人员管理组织形式更灵活，企业根据自身的需要发展灵活的员工组织管理形式，建立网络化、扁平化组织结构，赋予员工一定决策权。互联网普及和数字时代的到来，人与人之间的互动产生大量的数据。企业人力资源管理许多工作都可以转化为数据，这些数据暗示了员工和管理者之间的需求、情感和深度沟通。此外，数字时代也是一个顾客价值第一的时代，信息变得更加对称和透明。客户和员工可以无界限地互动，毫无障碍地表达他们的价值诉求和期望。

综上所述，本文作者发现随着数字经济日趋增强，信息化、网络化与数字化的加快，加速着企业生命周期更替速度，企业人力资源管理对企业自身的发展日趋重要，数字化背景下企业的员工满意与企业绩效存在相关关系，企业管理的互联网思维使其生存模式呈现多样化。对于企业人力资源管理工作来说，了解是什么影响了企业绩效是至关重要的。而学者们在研究发现企业互联网思维、员工满意的企业管理过程中，通过探析企业互联网思维对企业绩效影响的因果关系，能有效促进企业管理工作过程中的互联网思维，从而提升企业绩效。本文作者希望

通过本文的研究，为企业、企业中的人力资源管理工作提供对策及建议，更好地促进企业绩效。

### 1.1.3 广西 NM 公司员工概况及互联网思维

广西 NM 公司为广西某集团旗下的全资子公司，成立于 2008 年 12 月，主要经营范围包括锰矿的深加工；新能源材料生产、销售；自营和代理矿产品、化工产品、金属冶炼及压延产品、金属制品、机电产品、电子设备、仪器仪表、橡胶塑料制品和技术进出口。如今拥有员工 500 多人，年销售额超十亿元，年上交国家税费千万元的杰出企业，成为广西某市的重点企业。

广西某市对广西 NM 公司给予的肯定，在同区域、同种类型有着相对领先的优势。广西 NM 公司是以数字化经济为背景，以服务地方和促进地方人员就业的企业。在成立之初至今，有着自己独特的企业文化与人力资源管理办法，在自身快速成长的过程中重视员工队伍建设，突出员工满意度的管理方法，并结合时代发展与时俱进改进人力资源管理思维，不断扩展品牌商业版图，实现企业价值不断扩大。本文作者现就职于广西 NM 公司工作并学习，持续关心企业的发展，同时与公司领导有着深度沟通，通过企业人力资源管理方式的不断升级来探析本文的研究内容。截至 2021 年 12 月，广西 NM 公司现有员工共计 513 人，其中硕士以上学历 38 人，本科以上学历 230 人，大专以上学历 47 人，高中及以下学历 198 人。公司内不同岗位员工满意度不一，但员工离职比率低，中层以上员工均具有很强的时代追随特征，具有一定的互联网思维。

NM 公司在过去十多年的发展过程中在成立最初的几年时间采用传统的思维方式进行企业经营管理。在数据化、网络化、信息化对企业越来越重要的时代背景下，公司对互联网思维的认识从开始之初认为这只对电商企业有助益的思维模式，到如今希望从根本上改变思维模式，进而改进企业管理方式以谋求内部管理的变化以获得更强大的动力和支持。2019 年起，NM 公司的管理模式将由传统的管理方式向互联网思维管理方式转变，公司的各项管理方式上均具有互联网思维的转变。首先，从最直接的创效部门来看，各商家在互联网思维指导下，各公司价格战明显，这对采购业务来说是最有效的创效措施，采购环节在对所采购物质的采购方式上看，在采购环节除了极少部分饭堂用的生鲜按原来传统的方式进行采购外，大部分的生产用原物料与相关易耗品均进行多渠道的采购方式，其中重点包括网络的采购方式；生产单位对产品质与量的控制上采用数字化车间，保证了产品的质量稳定性，同时减少产线员工工作量及相应人数，除固定成本外其他的产品成本均成为可控因素；对于技术依靠内部力量转变为内外结合的方式，搭建产品开发平台如与高校合作开发、对接客户需求联合开发等，加速产品的升

级、迭代更新；对于现金回流的产品销售口也已从找客户到客户寻找优质合作商的转换，产品销售除有具体的业务部门对接外，同时形成公司员工人人均可业务员的销售新模式。其次，对于非直接创效部门如人资、财务、企管、信息等部门则注重对内部员工平台、考核制度的搭建，流畅的审批制度、舒适的社群关系及持续的创新动力建设。互联网思维还在于 NM 公司所在的行业管理优势迎来新的历史发展机会。疫情持续影响下将促使 NM 公司所在的行业大洗牌进一步影响企业管理模式的升级加深上下游企业间的互动，从而将促进 NM 公司生产经营的快速持续增长。

NM 公司的互联网思维是整合一系列公司内部资源的全面管理模式(包括平台思维、迭代思维、员工思维(在其他文献也称用户思维)、社会化思维、大数据思维、跨界思维)以打造一个全新的企业管理方式，提高企业价值链，为公司提供新的发展动力，并整体提高企业的总体盈利能力，从而从多方提高企业绩效。疫情持续期，NM 公司面临着最大的挑战是社会大环境经济均处于下行趋势，影响员工基于满意度下降导致的员工流失，进而影响企业正常的生产经营。如何保证员工心态稳定，通过互联网思维提高员工满意度是否可行？NM 公司能否将刚进行互联网思维方式变革发展成为内部资源整合型的有机思维方式？

第一，从公司层面上，建立移动办公平台，在原有办公模式基础上增设移动办公网络，实现移动审批流程管理模式。这意味着将增加公司的员工的办公空间，因疫情期间居家隔离也不影响工作质与量的完成，这将为 NM 公司带来不同于以往的办公模式。员工为公司提供了相应的工作，降低员工的不安全感，同时因为网络办公，领导、各部门及相应员工均及时有效的沟通提高员工这间的有效协作，进而促进员工满意度的提高。

第二，形成集团统一电子化、数据化的信息系统，建立和维持竞争优势。不同分子公司都用各自数据信息处理管理系统，这为 NM 公司所在集团的整体运营协调增加数据收集、运营决策、统筹发展的难度。集团如能形成统一的电子信息数据系统，将有助于加强流程与决策的支持，同时可以相对灵活控制企业成本。这需要管理者将互联网思维的管理模式服务于公司整体的信息系统建设。

第三，强化大数据分析和企业内部控制资源整合的竞争优势，在价值创造过程中保持决策科学。在互联网时代，利用互联网思维进行内部资源的整合，持续保持企业的创新能力，同时信息更新的速度变得越来越快，而运用大数据分析和进行行业发展预判实现业绩增长显得越来越重要，最终获得上下游头部企业的支持以顺利实现企业绩效。NM 公司凭借行业市场经验结合大数据分析，有助于其采取独特的研发路径提升企业的核心竞争力。互联网思维的运用，除了要求管理层具有开放性思维，加强对员工队伍平台建设，还需要以企业绩效为目标地增强

员工满意以组建跨部门、跨企业的企业多方共赢。

#### 1.1.4 广西 NM 公司互联网思维与员工满意的关系

前文，我们论述了广西 NM 公司员工管理概况、NM 公司现在的环境背景以及 NM 公司的互联网思维。在 NM 公司的互联网思维中，开展平台化管理模式意味着企业管理模式与时代的思维模式更为契合、建立集团式、网络化的信息系统意味着业务流程的重塑，大数据分析意味着管理思维的调整。企业管理互联网思维的理念与企业互联网思维的运用是性质不同的两种活动。NM 公司的管理方式推动者是以 NM 公司高层管理者为中心的管理团队，NM 公司的互联网思维实施者是以中层管理带领的广大基层员工。所以，明确 NM 公司的管理方式，我们可以得出以推进互联网思维管理方式的 NM 公司，在疫情影响的持续期间，原来稳定的员工环境将转变成的波动性的员工环境，随即带来员工工作情感和工作态度等员工满意度影响因素方面的变化。主要体现在以下两个方面：

第一，从 NM 公司互联网思维管理方式推动者看，公司以高层管理者为中心的思维推动者在行动前的安排需要深入了解员工情况。一方面，企业互联网思维管理方式推动者要明确，其推行的企业管理理念将会重构企业内部组织对的员工关系、员工培训、员工晋升、薪酬福利、工作压力等因素，而这些因素是员工满意度紧密相关的重要构成因素。另一方面，公司在推行互联网思维管理需侧重效果，强调的平台化、迭代化、协同等思维管理机制有利于形成企业的核心竞争力。NM 公司的在组织结构中有创效部门与非创效部门，每个部门的运作效率和决策水平并不完全取决于自身，这与协同运作的其它部门及集团高层的支持紧密关联。对各部门的考核激励除了在市场占比情况、运营成本、创新能力、绩效水平等方面的分别考核激励之外，还应引导部门间的协同运作效率，从而带动各部门在工作本身的主动性和拓展性，以实现协同优势的企业绩效目标。

第二，从 NM 公司互联网思维管理方式实施者看，公司以中层管理带领的广大基层员工在经营管理过程中的协调需有成效的协调和激励。一方面，互联网思维管理方式的实施与控制须通过企业基层员工去完成的部分，通过员工与客户建立信任关系下提供高品质保障的产品而实现公司绩效目标，所以公司的互联网思维与员工满意度影响下的工作积极性有机融合，成效紧密相关，即在组织层面和个体层面上是相互影响和相互促进的关系。另一方面，公司互联网思维管理实施需侧重效率。客户满意源于员工满意的利润链已成为社会共识。产品的质量由员工把控，当员工深知客户产品质量要求时会自觉努力实现客户期望，在提供服务时承担的角色与公司管理方式要求相一致时，为客户提供满意的产品时，不仅增加了客户粘性，同时还营销了公司的声誉和口碑，其结果是持续为企业创造不断

增大的企业绩效。

在保持一定增长速度的诉求下，公司的管理方式无疑会鼓励管理层及基层员工在追求业绩的效率与公司发展速度同步匹配。企业员工感受到 NM 公司在关注股东、客户和员工的三者关系发生了变化，尤其在 2019 年底全国疫情暴发以来的外部环境下，企业要求压缩成本的内在要求与员工渴望增加收入的自身需求，内外三重压力使得员工增加收入的难度比以往更大。同业之间加剧了对优秀人才的争夺，员工流动性异常导致组织团队战斗力下降，衍生员工工作动力与进取心下降等系列人力资源问题。从工作本身方面看，外部环境使得员工对工作本身的要求发生变化。当公司正常速度发展大时，业务上的发展通常能掩盖住团队氛围、业绩考核、管理机制、福利薪酬、培训进修等方面的系统设计不足，但当业务趋于平稳遇冷时，其工作本身的问题往往能放大数倍。2020 年，NM 公司的员工加速度流失，福利薪酬、培训计划等过去有效的人力资源解决方式已经不能匹配当下特殊经济环境下的需求，这是 NM 公司影响团队士气和团队进取心的不可忽视的原因。2020 年年初 NM 公司因疫情可能造成的影响，加快推进互联网思维管理方式重新调整企业现有的各种相关资源。同时从数据化时代背景来看，同类型企业之间的竞争日趋激烈，而完善企业人力资源管理的方式有利于提高员工满意度，在人力资源管理过程中及时赋予时代特征对企业保持竞争优势不言而喻。广西 NM 公司以数字化时代为背景，如何通过提升人力资源管理工作的方式以更好地获得企业绩效，提升企业价值，值得研究。综上所述，本文作者希望通过本文的研究，为广西 NM 公司的人力资源管理工作，更新企业思维提供对策及建议。

## 1.2 研究动机与研究议题

其一，本文作者通过大量的文献阅读和研究，发现数字化背景下企业中人力资源管理对中小企业绩效存在越来越相关的重大影响，而疫情期间多数企业还会遭受其他不良因素的叠加影响，学者们对中国中小企业人力资源管理方面的研究较多，而对数字化背景下叠加疫情影响企业的人力资源管理研究的文献较少，特别是关于企业互联网思维的偏少。基于研究背景的阐述，数字化背景下叠加疫情情境企业的人力资源管理是值得研究的。

其二，在大数据来临新的时代环境中，叠加重大的公共危机时期企业如何在数字化竞争中生存和发展，也是所有企业所必需面临的共同课题。当前，企业生存的营销环境正在快速发生改变，学者们在研究中发现企业人力资源在实际管理工作依旧存在很多问题，导致中小企业出现发育不良、甚至加快中小企业衰亡等现象。马敬春（2007）发现很多中小企业人力资源管理与企业发展战略严重脱

节，中小企业人事安排往往因人设岗，情大于法。企业的人事部门还没有从开发人的能力角度，制定培养符合企业未来发展需要的、有潜质的经理人的规划。赵曙明、孙秀丽（2016）认为处在快速变革经济时代的中小企业 CEO 要重视人力资源管理实践对员工管理的重要性，善于通过战略人力资源管理实践向员工传达信息、引导和塑造员工表现出“所期望”的行为来提升企业绩效。

其三，本文作者在查阅相关文献的过程中发现，数字化背景下叠加疫情的企业中互联网思维、员工满意与企业绩效关系的文献较少。而对于企业来说，企业的思维模式影响着企业的发展方向，互联网思维对企业发展有着重大影响，而人力资源管理是决定企业前进、保持或是倒退的主动因素，人力资源管理中的员工满意会直接影响危机事件中，企业的生产经营的稳定。本文通过研究数字化背景下企业互联网思维、员工满意与企业绩效的关系，有助于企业根据危机事件中的调查结果，调整中小企业思考的方向与模式，对人力资源管理需紧跟时代步伐。这在一定程度上为企业提升企业管理，改善人力资源管理提供建议，进而提升企业的企业绩效。

基于以上研究动机的阐述，本研究以广西 NM 公司为例，通过互联网思维、员工满意与企业绩效的影响关系研究，希望解决以下四个问题：

- （1）研究互联网思维与员工满意是否存在影响关系？
- （2）研究互联网思维与企业绩效是否存在影响关系？
- （3）研究员工满意与企业绩效是否存在影响关系？
- （4）研究互联网思维在员工满意与企业绩效中是否存在影响关系？

### 1.3 研究目的与研究意义

本文作者期望通过此次调查研究，发现互联网思维、员工满意与企业绩效的影响关系，为广西 NM 公司的企业管理及人力资源管理工作提供浅薄建议。

在数字化经济的大背景下，对于企业来说，其企业管理与人力资源管理工作数字性也日益凸显，一些企业希望通过合理的人力资源管理方式来实现预期的企业绩效；另一些企业则计划通过合理的营销策略以获得更好的利润，从而提高企业价值和品牌影响力。与此同时，人力资源的管理随时代的进步而不断迭代更新不仅是经济数字化、信息化、网络化的要求，也实现了企业不断成长，促进了企业价值增长的需要。在早期霍桑实验中，对员工满意度进行过研究，刘洪（2010）也发现较高的满意度会带来较好的工作业绩，即员工满意度影响工作绩效，进行企业绩效。殷瑜（2018）发现各种因素影响下的企业绩效，员工满意度成了不可忽视的重要因素之一，对企业绩效产生了深远的影响。企业人力资源管理工作通过提高员工满意度的管理，不仅可以提高企业绩效，同时也会增大企业价值。

张媛媛（2019）随着大数据、云计算、区块链等信息技术的迅猛发展,互联网思维也以其独特的性质、存在形态和运行方式预示着一种更新的思维方式的酝酿与形成,它不再仅仅局限于互联网产品或互联网企业,而是逐渐演变成对全生态重新审视的思维方式,并不断影响人们的行为模式。同时也改变者人力资源管理的思维与方式。

本文作者期望通过对互联网思维、员工满意与企业绩效的影响关系研究来反观广西 NM 公司在数字化背下人力资源管理工作的效果,为广西 NM 公司的人力资源管理工作提供浅薄建议。在企业管理工作中实现互联网思维,提升员工满意,以在不同情形下保持或提高广西 NM 公司的企业绩效。

## 1.4 文章结构

本文的研究内容按照五个章节进行描述分析,主要内容如下:

第一章:研究背景。本章节主要是阐述目前中小企业人力资源管理现状及广西 NM 公司人力资源管理工作的现状,提出研究动机及研究议题,表明研究目的,确定研究意义。

第二章:文献综述。本章节主要是确定互联网思维、员工满意、企业绩效的概念界定,梳理并总结互联网思维、员工满意、企业绩效的相关研究,提出相关研究的假设推论。

第三章:研究方法。本章节主要是提出本文的研究方法及研究框架,为第四章的研究分析奠定基础。

第四章:研究结果及分析。本章主要是根据所收集的数据,分析研究结果并梳理相关的图表数据,使用分析工具进行整理分析,在确认信效度后检验假设,并对各变量进行影响关系的研究。

第五章:研究总结及建议。本章主要是总结本文的研究发现,从而提出可行性建议。

文章结构图如下所示:

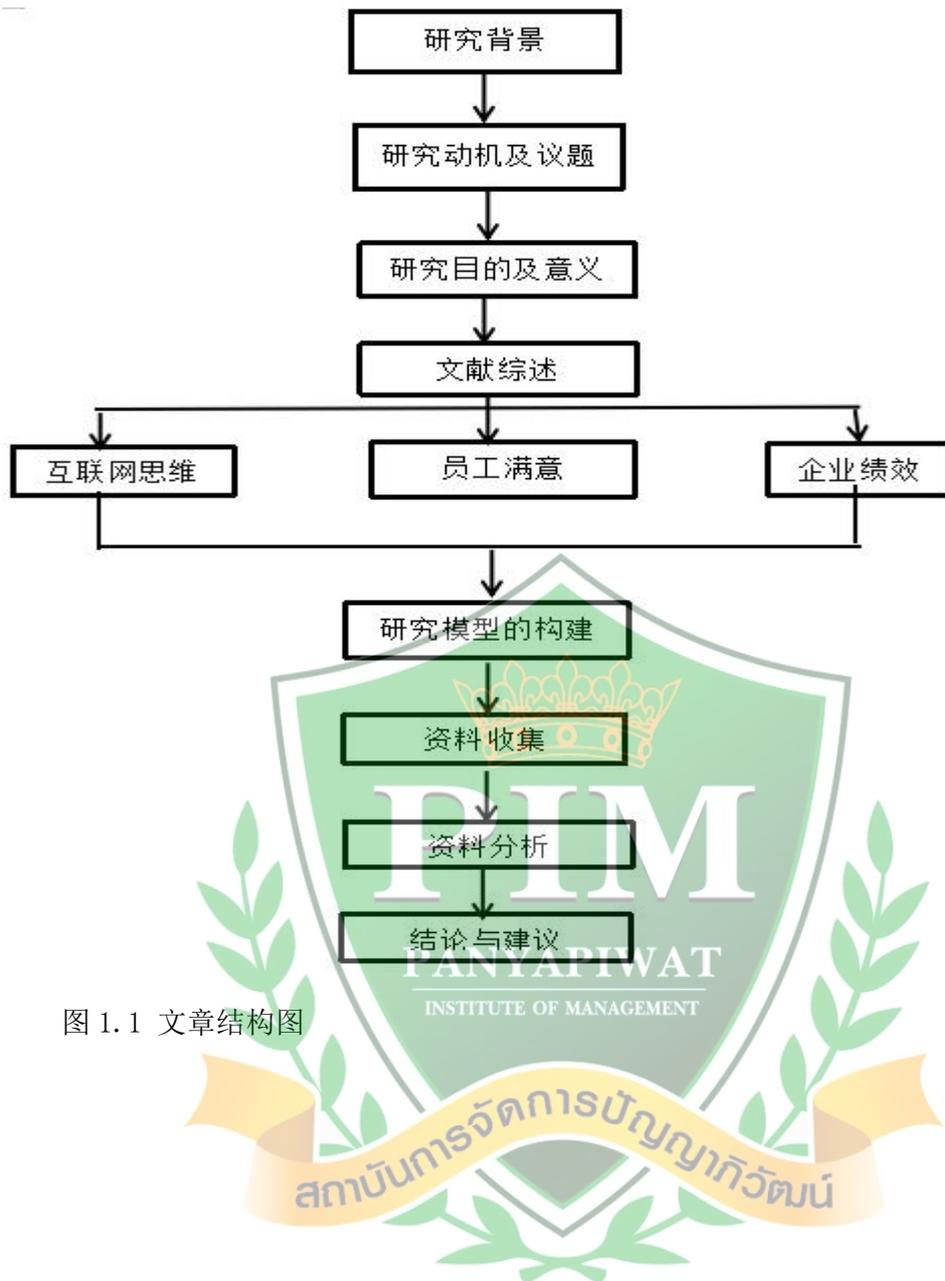


图 1.1 文章结构图

## 第二章 文献综述

### 2.1 关于互联网思维的文献综述

#### 2.1.1 互联网思维的概念界定

至今，在中小企业互联网思维概念界定方面，还没有专家学者们一致认可且统一的观点。本文作者首先对互联网思维进行分析和界定，再对中小企业互联网思维进行分析和界定。

首先是学者们对互联网思维（Internet thinking）的界定，不同学者根据各自的学科特点从不同的角度对互联网思维进行了界定。在 360 问答中，互联网思维的原始定义是由众多点相互连接起来的，非平面、立体化的，无中心、无边缘的网状结构，它类似于人的大脑神经和血管组织的一种思维结构。在 360 百科词条释义中互联网思维，就是在(移动)互联网+、大数据、云计算等科技不断发展的背景下，对市场、用户、产品、企业价值链乃至对整个商业生态进行重新审视的思考方式。最早提出互联网思维的是百度公司创始人李彦宏。在百度的一个大型活动上，李彦宏与传统产业的老板、企业家探讨发展问题时，李彦宏首次提到“互联网思维”这个词。他说，我们这些企业家们今后要有互联网思维，可能你做的事情不是互联网，但你的思维方式要逐渐像互联网的方式去想问题。互联网思维具有六大特征：大数据、零距离、趋透明、慧分享、便操作、惠众生。学者程慧(2014)从企业文化的角度认为在互联网时代，员工的价值取向、行为方式和人际关系都发生了深刻的变化。可以借鉴“平台思维”更好驱动利益机制。平台思维就是开放、共享、共赢的思维。在企业打造一个内部“平台型组织”，将建设一个适合时代的利益激励机制，把外在的强制变为内在的驱动。学者焦凯(2015)认为在互联网背景下，企业边界是暂时的，变得日益动态化、模糊化。企业必须不断地对组织和管理方式创新，形成一种创新文化，重新构架企业的运营模式，借助互联网技术和互联网思维，实现企业的破界、跨界甚至无边界的发展。对于企业而言，互联网方便了组织内部的协调功能，企业应当做好内部资源的有效整合。企业内部的各级员工之间信息共享、资源有效利用，提升企业内部的核心能力，为企业发展打好基础。在注重核心能力发展的同时将企业的实体边界缩小，注重跨界合作（虚拟整合跨越传统的企业边界）将企业的虚拟边界扩大。王安琪(2015)同样认为对于互联网思维，企业人力资源管理部门应该融入而非排斥，要积极地根据互联网思维带来的挑战及时构建绩效显著的人力资源管理机制，从而让员工、消费者和企业成为彼此影响的利益攸关者。赵大伟(2014)在对互联网进行解读时认为互联网思维的内涵主要是以下九种思维：用户思维、简约思维、

极致思维、迭代思维、流量思维、社会化思维、大数据思维、平台思维、跨界思维。姜莉、苏正洋(2014)认为企业顺着“互联网思维”中开放、包容、多元、互动的准则,各方都能在转型中找到自己独特的生存之道。整合与精准才是百试百灵的“互联网思维”。

结合学者们对互联网思维的界定与本作者所在企业的运营模式,本文将从人、物、环三个维度来对互联网思维进行界定,认为互联网思维是具体到企业中的一种全新的、打破边界、与时俱进的一种平台构建;是对企业所拥用资源的所进行的整合与运用所激发的一种创新能力;是企业管理对企业价值链的一个过程重构。

不同学者对互联网思维有不同观点,陈雪频(2015)认为互联网思维是在互联网对生活 and 生意影响力不断增大的背景下企业对用户、营销、产品的创新乃至对整个价值链的生态系统进行重新审视的思维方式经联网。卢彦认为,互联网思维的核心在于思维而非互联网,互联网思维不是做加法,而是做减法,减掉面向终端用户的不必要的环节和障碍,包括层次加价的中间渠道以及组织多余的构架层级等,其核心是用户思维,企业的经营要真正以用户为中心,商业价值要建立在用户价值之上。

当学者们的研究方向是企业的人力资源时,将员工定义为企业的资源,员工满意即企业在人力资源管理中的互联网思维运用。许亚宁(2015)认为互联网环境下企业的人力资源制度是人力资源管理集成与系统性提高、标准化与动态化相结合、用户思维、数据挖掘与大数据的应用几个方面。陈有勇(2016)认为让企业成为员工实现自我价值的平台。环境下,打造平台组织是组织发展的大势所趋,平台化组织是对传统组织形态的可以为扬弃,是适用互联网时代的灵活高效的组织形式。处在互联网大潮中的众鑫企业要拥有平台化的思维,塑造富有凝聚力的平台组织文化。在这种组织环境中员工在自己接受工作时的收获与自己预期的期望进行比较的过程中所产生的愉悦、高兴或者是失望的心理感受。那么员工满意也是互联网思维在企业人力资源管理领域的一个具体应用,企业是提供员工实现自我价值的平台,员工满意,企业绩效得到提升。

鉴于此,由于本文的研究方向为企业人力资源管理,本文作者整合以上学者们对互联网思维的界定,将本文的企业互联网思维定义为:互联网思维是具体到企业中的一种全新的、与时俱进的一种平台构建;是对企业所拥用资源的所进行的整合与运用所激发的一种协同、创新能力;是企业员工实现跨部门,模糊边界管理的非接触式零距离工作方式;是企业管理对企业价值链的一个过程重构。

### 2.1.2 互联网思维的相关研究

关于互联网思维的研究，学者们对这个领域进行了广泛的研究。李光浩（2015）将互联网思维理解成是基于大数据，以用户为中心，以获取关注度为目的，开放共享式的创新思维。程维（2016）认为互联网思维是指现代网络科技不断发展的背景下，充分利用互联网技术、方法、规则、精神、价值对工作的对象、内容、环境及其价值等进行思考、创新的思维方式。就互联网思维而言，互联网只是平台与媒介，重点是思维。关键在于这种思维方式必须具有互联网特质及其所内含的先进意识与理念。潘明辉（2016）从大学生创业的角度，认为互联网思维是指以顾客为核心，以开放、合作、连接、共赢为重要的价值原则，以社会化营销模式，基于客户数量进行盈利，以大数据为重要资源进行商业模式创新的概念。王安琪（2015）指出企业人力资源管理部门应该融入而不是排斥互联网思维，要积极地根据互联网思维带来的挑战及时构建绩效显著的人力资源管理机制，从而让员工、消费者和企业成为彼此影响的利益攸关者。企业应构建好人力资源管理的大数据信息平台、构建能发挥员工自我管理能力和驱动能力的绩效考核机制、构建激励相容的收入分配机制、构建表达充分的利益诉求平台。企业人力资源管理部门必须认清互联网时代员工主体更看重表达的自由空间，并以此向其他经济主体反映自身利益诉求，自由空间越是充分，利益诉求就越能得到满足，从而自我管理能力和自我驱动能力就越强，进而与企业共赢的意愿就越强烈。为此，企业人力资源管理部门，需要搭建局域网内开放的、移动的、社交的利益诉求平台，让员工主体通过充分的交流明晰努力的方向。企业应借助互联网思维构建员工实现自我价值的平台，通过实现员工满意，提高企业绩效。

在激烈的市场竞争中，企业在人力资源管理过程中引入互联网思维是非常有必要的。徐海峰（2016）认为通过以互联网思维为导向的创新管理机制、强化人才培养、优化管理考核等一系列方式，使企业人才队伍不断提高管理能力与业务水平，不断提升执行力、协同力、创造力，让企业在新时代、新经济环境中更加具备竞争力。王虎（2019）同样认为企业需要根据目前形势与单位的实际管理状况制定出合理高效的人力资源管理新模式，将互联网思维添加到单位管理当中，实现经济效益、社会效益的大幅度提升。互联网思维对现代企业管理有着举足轻重的作用，互联网思维对企业带来的效益和员工满意对企业形成的正面影响这两个方面可以很好的体现互联网思维的重要性。互联网时代的兴起与发展，已经快速改变人们生活的方方面面。对于企业来说，由于思维方式、经营模式的转变，也为员工与客户以及企业之间带来新的交流方式，如果企业人力资源管理模式上还停留在传统的人工管理模式，企业将与重要的发展机遇失之交臂。

可见，互联网思维的研究是各学者重要的研究课题之一，本文以广西 NM 公司为例，广西 NM 公司以企业为背景，其互联网思维也值得被研究。同时，学者

们发现，互联网思维在企业的人力资源管理中同样适用，且互联网思维对员工满意具有显著的正向影响，互联网思维是企业发展质量与企业绩效的衡量标准之一。李光浩（2015）认为在互联网思维中是以用户为中心的，员工和客户的分界已经模糊，在某种情况下，员工就是客户，客户就是员工，两者共同为企业创造价值。对员工进行全面认可、激励，从而调动员工工作的积极性，提升员工满意度和敬业度。

### 2.1.3 互联网思维的测量

本文作者通过梳理发现，目前学者们已有的互联网思维测量极少，学者杜嘉敏（2014）结合互联网思维的特征，从定性和定量两个角度构建用户需求分析的模型，提出基于互联网思维的新产品开发流程，学者杜嘉敏认为，基于互联网思维的用户需求分析的关键是基于用户使用场景识别与目标用户属性相匹配的核心需求，相应的新产品开发流程以需求分析和快速迭代为关键点，即以用户情感体验为中心，快速迭代持续开发。范志丽（2017）运用文本分析法进行互联网思维的维度构建，将互联网思维纳入到学术领域，从现实概念出发，运用案头调研法及文本分析法对互联网思维这一概念进行探索性研究。最后得出研究结论：互联网思维的表现形式由产品思维、社群思维和生态思维 3 种思维为核心的商业思维。通过互联网思维的量表开发过程，最终得到了含 13 个题项在内的互联网思维测量量表。熊永卫（2018）认为互联网思维要完美的应用到企业管理中，为企业带来挑战并赢得机遇。企业的管理模式要全面融入互联网思维，时刻以顾客为中心，紧跟时代步伐不断创新管理理念和管理方式，使企业能够在互联网的冲击中不断发展前进。学者关泽（2019）从患者的角度结合“互联网+”研究患者就诊体验独特的要素，对医院门诊患者“互联网+”医疗就诊体验量表开发研究，最终生成 5 个维度 14 个题项的量表，5 个维度分别为获得性、吸引力、接待性、便利性和安全性，量表的开发具有一定的实践应用价值。总之，互联网思维研究的相关文献很多，但是具体到互联网思维测量的量表确相当有限。

本文作者在借鉴各学者以往研究的基础上，结合当下的时代背景与目前工作企业的现状，在测量互联网思维的量表与导师共同确定使用自编互联网思维量表，一是目前关于企业管理方面互联网思维的测量量表无可借鉴的测量量表；二是本文作者认为互联网思维具体到不同的企业中会有不同的运用，不同的经营模式对互联网思维的维度、运用程度也不径相同，有必要做进一步的测量；三是通过本文作者通过对互联网思维测量量表的文献查阅，在现有研究企业互联网思维的测量量表中，目前未发现有全面的测量量表。

本文作者对互联网思维的测量为自编测量量表，结合企业现行互联网思维推

进的方向，从当前企业经营管理过程中分别以员工角度、企业资源角度、企业环境角度即从人、物、环三个维度，依据李特力五点量表，选项设置为非常不同意、不同意、一般、同意和非常同意五个选项进行问卷发放，以求企业适应互联网思维在企业中的测量。

#### 2.1.4 小结

企业互联网思维是企业管理在不同方向的具体运用，企业的各个生产经营管理方面也存在着紧密的联系。在历时两年多的疫情现仍未结束，目前时值疫情常态化防控大背景，企业员工、原料、物流、供应链均影响巨大，多数企业生产经营均遭受重挫，同时又处在数字化背景，在双背景情境下员工满意是企业人力资源管理的外在表现，而企业互联网思维是提高员工满意的有力推手，有助于现有员工的稳定，在一定程度上是提高员工满意度的重要因素，也就是要提高和实现企业的互联网思维。企业想要在不利的的大环境中逆市而为，在市场中脱颖而出也要实现高度的互联网思维，此外，互联网思维也是随时间的变化而变化的，所以一定要认识到互联网思维的重要性。对于企业来说，员工即企业的资源，员工的互联网思维的是企业顺应时代发展的核心与基础，互联网思维是增强企业可持续性竞争优势的关键，企业可以通过对员工状态的及时掌握，运用互联网思维对企业员工动态进行的准确把控，及时做出安排部署，为企业提供早期预警，实现企业及员工互联网思维，从另一个方面提升员工满意度。

广西 NM 公司以数字化为背景，员工即企业的重要资源。本文基于从人、物、环三个维度对互联网思维进行测量，是针对疫情、数字化双背景下人力资源管理的具体诊断，涉及具体的指标，能让企业知道到底是哪个环节出了问题，应从哪方面深入地着手改善，尤其是员工的满意程度、忠诚度与敬业程度都不高的方面更应该引起重视。如有“堵塞”现象，就要及时疏通；没有“堵塞”现象，就要根据互联网思维的程度改进问题指标。

总体而言，目前企业互联网思维的研究还不尽完善，本文作者通过对企业互联网思维相关文献的梳理，发现学者们基于多种理论对企业互联网思维进行研究，但依旧没有全面完整的归纳和总结。可见，企业互联网思维是多维度的、多变的，影响企业互联网思维的因素也是不同的。本文作者通过研究企业互联网思维的相关文献，发现通过企业互联网思维与企业员工满意对企业绩效影响的研究的并不多，可以说这是本文的创新之处，但不难发现，企业员工满意在企业互联网思维中比较看平台、开放、合作、交互、共赢等因素，而这些影响因素也是企业人力资源管理在实现企业价值过程中对价值衡量的因素。同时，本文中的人力资源管理，对于企业来说，员工满意即企业绩效的重要方面，所以员工满意度提

高即企业绩效在不断提高。

综上所述,本文的企业互联网思维定义为:互联网思维是具体到企业中的一种全新的、与时俱进的一种平台构建;是对企业所拥用资源的所进行的整合与运用所激发的一种协同、创新能力;是企业员工实现跨部门,模糊边界管理的非接触式零距离工作方式;是企业管理对企业价值链的一个过程重构。同时本文通过分析互联网思维、员工满意与企业绩效的影响关系,以丰富中小企业人力资源管理的相关研究。

## 2.2 关于员工满意的文献综述

### 2.2.1 员工满意度的概念界定

工作满意度的研究以霍伯克(Hoppock)1935年的工作满意度经典研究的发表为开端。霍伯克 Hoppock(1935)在其博士论文中首次正式地将工作满意度定义为:员工在心理与生理两方面对环境因素的满意感受,也就是员工对工作情境的主观反应。段红艳(2007)认为“员工满意度”为员工在其工作过程受个人属性变量和情境变量的影响而其工作所持的一种整体评价或态度。我国最早进行的工作满意度调查是在上个世纪80年代,由著名学者徐联仓、凌文轻发表,他们在对一家大型国有企业进行调研后撰写了员工满意度研究报告。从此,国内学者对工作满意度的相关研究不断增多。著名台湾学者徐光中提出工作满意度的概念可以归纳为三种类型,即综合性定义、差距性定义、参考架构性定义。综合性定义是将满意度视为一个独立的整体概念,是组织中的个体对工作本身及环境条件等产生的主观态度,综合性定义是对工作满意度的一般描述,它没有对工作满意度形成过程等方面展开过多的讨论;差距性定义认为工作满意度特指个体作为一名工作者对工作的满意程度,满意程度的高低是由员工个体从工作中所获得的收益与其心里之间的差距所决定的,这一差距越大,则工作满意度越低,反之则越高;参考架构性定义指工作满意度上组织中的个体根据自己的参考架构对工作特征进行解释后的结果,员工对客观环境的主观认知将极大影响其对工作的满意程度,这种主观认识就受到个体自我参考架构的影响。蒋宇欣,吴雨才(2019)认为工作满意度为员工心理和生理上对工作及其相关条件的满意程度。

在学术界,不同的专家学者从自身研究的角度对工作满意度有着不同的理解和解释。普遍认为,工作满意度是将实际工作中获得的与最初对该工作的期望进行对比出来的感受。国外学者 Bernhardt(2000)认为员工满意度的含义是员工对工作和企业本身、工作环境、工作前景或与同类型的企业进行对比后反映出来的主观情绪。哈佛大学在2000年进行了一项研究,研究发现不仅顾客的满意度会

随着员工满意度而增长,而且企业的利润率也会伴随之增长和提高。国内学者对工作满意度也深入研究,通过总结和归纳,将众多满意度的定义归纳为了三种。叶春(2010)认为员工在工作中如果处于愉悦的心情,那么这种心理感知就能促使满意度升高,因此员工在整个工作过程中感知到的愉快或不愉快来进行主观的评价,这就是工作满意度。有研究显示,员工在工作中都有一个属于自己的期望值,包括薪酬、工作环境、培训、晋升、休息等方面,员工满意与否是员工自己在经过历各种现实工作情况后,以此与自身期望值进行比较之后,作出评价得出对工作的满意程度。

综上所述,本作者认为员工满意度是员工在工作过程中基于自我认知架构而形成的由于自身期望与实际差距之间的主观评价,员工满意度通过员工各方面的价值评判而实现。对于企业来说,员工即企业的资源,由于本文的研究方向为企业,而且处在数字化、网络化的时代背景,本文作者结合以上学者们对员工满意的界定,将本文的员工满意定义为员工满意是通过获取到的自我价值评判而实现,是员工根据收获的各种叠加收益与期望之差距,员工满意度也是企业绩效能否实现的关键原因之一。

### 2.2.2 员工满意的相关研究

纵观目前对员工满意的研究很多,学者们有着千差万别的理解,但是也不乏相似之处,对员工来说,什么是能提高员工满意度的就是人力资源管理工作的意义所在。

学者们对企业员工满意度进行研究,发现企业员工满意不仅能促进员工在工作中的积极性,而且可以提升企业绩效,进而达提升企业价值的效果。刘洪(2010)认为员工满意度会影响员工敬业度,员工敬业度与企业绩效紧密相连,不可分割。左江涛(2015)认为员工的满意度与企业的绩效直接挂钩,企业的绩效与员工的满意度成正比关系,由此而得出,企业绩效的提高会因为员工满意度的提高而上升,从而增加企业绩效。达到员工能和企业共同进步和发展的结果。一个成功企业与员工满意程度、效能之间有着密切的联系,关爱员工的企业也将会获得顾客的青睞,能在激烈的市场竞争中获得成功。企业需要重视且积极发掘企业资源的员工对企业的满意指数,将员工满意度研究与提高员工满意度相结合,采取科学、合理的措施,来改善企业的人力资源管理工作,引导企业员工以积极的情绪投入工作,进而提升员工个体的工作效能和企业业绩,为企业赢得效益及更好的发展前景。

除此之外,学者们基于其研究方向,对员工满意进行阐述。基于不同的角度来分析员工满意会得出不同的测量维度,而员工满意的特征是变化的,所以这是

研究员工满意的意义所在。

从员工满意的内涵来看,不同学者从不同角度来分析其内涵。冯国义(2008)认为员工满意度是指员工对他从事的工作的一般态度。其实质是员工在企业工作过程中,实际获取的全部回报与期望的全部回报之间的比值。即:员工满意度=实际的全部回报/期望的全部回报×100%。影响工作满意度的因素很多,得到相当认可的是洛克(Locker)的“十因素说”:工作本身、报酬、提升、认可、工作条件、福利、自我、管理者、同事和组织外成员。若把以上因素归为两类:即内部满意度和外部满意度。内部满意度是由内部因素导致的满意程度,如工作本身、自我价值的实现等;外部满意度是由外部因素导致的满意程度,如报酬、提升、工作条件、同事和组织外成员的关系等。庞敏(2011)认为员工的满意度不仅包括与薪水相关联的外部满意,也包括员工本身对工作的态度的内部满意,且它们和作业绩效以及关系绩效的关联性很强。

从员工满意的特征和研究意义来看,学者们根据自己的研究领域对员工满意进行分析。谢丹(2019)认为员工满意度,是和顾客满意度相对而言的,员工满意度是指一个员工通过对酒店所感知的效果与他的期望值相比较后所形成的感觉状态,是员工对其需要已被满足程度的感受。苏列英(2003)认为员工满意度是企业人才竞争中取胜的关键,是提高企业生产效率的关键,也是企业管理监控的重要指标和改进工具,员工满意度管理有利于增强企业凝聚力,激发员工参与企业管理。梁玲(2011)认为提高员工满意度有利于提高顾客的满意度,提高员工满意度有利于提高企业经济效益和社会效益。蔡鑫(2018)同样认为一个企业,如果员工满意度能达到80%,那么为外企业顾客的满意度就能达到90%,原因在于高度满意下的员工工作更加热情与投入,且能为顾客提供更好的、质量更高服务,无形中为企业带来了更大的回报。而如果满意度低的员工,不仅工作没有激情、动力,服务客户的时候自身的负面情绪也会影响到客户,从而影响公司业绩,使公司蒙受损失。

此外,学者们按照各自的研究方向,从不同的维度对员工满意进行测量。卢嘉,时勘(2000)认为员工的满意度的维度调查框架一般包括:工作认可度、工作兴趣、报酬公平感、晋升机会、学习与发展、工作环境与时间质量、和谐的工作关系、信息开放度、参与管理、领导能力、团队合作和总体满意感等。张士菊,廖建桥(2007)研究发现:工作满意度5维度对整体工作满意度的影响存在显著的差异,其中薪酬福利的影响力最大,其次为工作本身、晋升、同事满意度和上级管理满意度。蒲德祥(2009)认为企业员工的工作满意度主要体现在工作本身、工作回报、工作群体、工作背景、企业管理和企业经营共六个因素,其中性别、年龄、学历和职位等因素对企业员工的工作满意度的影响有的存在显著性水平。谢

玉华, 张群艳 (2013) 研究发现新生代员工参与管理、参与监督、参与决策对员工满意度有显著的正向影响; 企业应重视员工参与尤其是高层次的参与监督、参与决策制度建设, 培养并提升员工参与意向, 完善新生代员工满意度管理。

### 2.2.3 员工满意的测量

员工满意的测量方法是进行实证研究的前提。对于员工满意来说, 本文的测量方式是基于前人研究基础上进行的分析。而员工满意度的测量工具主要有工作满意度调查量表、明尼苏达满意度调查问卷、工作描述指数量表等被广泛使用的成熟量表, 这些量表比较全面地整合员工满意度各维度的影响因素, 再通过统计分析被调查的员工通过回答不同维度的问题, 对相应结果进行评价而得出员工满意度情况。工作满意度调查量表(The Job Satisfaction Survey) 该量表由 Spector 等人开发而成, 运用 6 分值统计, 并通过薪酬、晋升发展、福利待遇、工作回报等 9 个维度的 36 个问题对员工满意度进行分解。被调查者对量表描述的问题做出判断, 选择符合自己情况的评价即可。明尼苏达满意度调查问卷 (1957), 明尼苏达大学研究学者通过研究出一套量表, 即“明尼苏达满意度量表” (The Minnesota Satisfaction Questionnaire)。该量表将员工满意度分解为 20 个维度的问题, 而且分为短式和长式两种量表, 短式量表每个维度只有 1 个问题, 长式量表每个维度有 5 个问题。工作说明量表(Job Descriptive Index, 简称 JDI) 本量表由 Smith, Kendall&Hullin (1969) 编制而成。可衡量工作者对工作本身、薪酬福利、升迁、上司和同事等五个构面的满意度, 而这五个构面满足分数的总和, 即代表整体工作满意度的分数。JDI 的特点是不需要受测者说出内心感受, 只就不同构面(题数不一定相同) 找出不同的描述词, 由其选择即可, 它把工作划分为 5 个基本维度: 薪酬、晋升、管理、工作本身和公司群体。答案分为较差、差、一般、好、较好五个等级。葛青华 (2012) 通过文献分析认为员工满意度是员工基于自身价值观和工作前对企业的期望, 通过与工作后对企业整体环境感知的比较, 所得到差异程度的感性与理性态度的主观反映。员工满意的影响因素即源于员工期望、员工价值、员工感知三者的具体因素构成。邓亚萍 (2020) 通过总结国内外的一些研究, 认为影响满意度主要分为三类因素: 一是社会环境因素, 就是指整个社会的大环境因素; 二是工作自身因素, 比如工作强度、工作条件、薪酬福利待遇、人际关系等等; 三是个体特征因素, 比如员工的性别、年龄、文化程度、人际关系等等。

根据前人研究的方法来看, 问卷调查法是最普遍的方法。本文作者认为由 Smith, Kendall&Hullin (1969) 编制而成的工作说明量表(Job Descriptive Index, 简称 JDI) 所测维度与本文研究内容较为匹配, 且其员工满意测量使用定

量研究，测量得到合理有效的数据，故本研究员工满意方面的调查内容和量表参考了 Smith, Kendall & Hullin (1969) 编制而成的工作说明量表，同时结合公司目前实际情况的观察了解，依据李特力五点量表，选项设置为非常不满意、不满意、不确定、满意和非常满意五个进行问卷发放，并在测量内容中做相应修改，以适应员工满意在数字化背景下企业员工中的测量。

#### 2.2.4 小结

综上所述，员工满意的评价标准根据所研究方向的不同而有所区别。而不同学者基于自身研究方向的不同，也对员工满意的测量分为不同的维度和层次。但不论通过哪几个维度来测量员工满意，都对企业人力资源管理产生影响。员工满意作为影响互联网思维的前提和内因，为互联网思维的研究提供支撑。由于员工满意是由企业员工决定的，所以员工满意具有一定的主观性、个性化等特点，此外，员工满意会随着自身不同阶段的变化而变化，具有动态性与层次性的特征。

对于企业来说，员工即企业的资源。但在企业员工满意研究方面，本文作者发现对企业员工满意的测量主要工作环境与报酬等现实维度。事实上，企业中的员工满意也是由多方面维度构成的，也会随着企业所处的时代环境与经济发展的变化而变化。本文参照前人的成熟量表对本文研究的员工满意进行测量，以检验广西 NM 公司实现员工满意的效果。

### 2.3 关于企业绩效的文献综述

#### 2.3.1 企业绩效的概念界定

至今，在企业绩效概念界定方面，还没有大家一致认可且统一的观点。本文作者首先对绩效进行分析和界定，再对企业绩效进行分析和界定。首先是学者们对绩效的界定，不同学者根据各自的学科特点从不同的角度对绩效进行了界定。从狭义解释来看，通过百度引擎 360《词语大全》，将“绩效”定义为成绩，成效。S.P.Robbins (1989) 认为企业绩效就是企业实现其目标的情况。John Wall (2003) 指出，企业绩效即为特定营运时期内企业整体的营运收益以及营运业绩。企业的营运收益情况主要通过企业的获利水平、资金运作能力、债务偿还水平以及未来的发展潜力等指标反映出来。Carl G. Jung (2004) 认为企业绩效在本质上属于价值评判的范围，这是由于对企业绩效高低的判断实际上就是一个对比的过程，好坏的评判是通过比较形成的，比如和以前的绩效情况进行对比，和其他参考对象进行对比，和支出的成本进行对比，以及和期望结果进行对比。不一样的人因为其认识水平存在差异、评判标准各不相同、判断途径存在差别，致使对相同企业的业绩衡量便出现非常明显的区别。Bernardin(1995) 等认为“绩效应该定义为工

作结果，以为这些工作与组织的战略目标、顾客满意感及所投入资金的关系最为密切”，在此把绩效看作为一种结果；Murphy(1995)认为绩效是与一个人在其中工作的组织或单元的目标有关的一组行为，在此把绩效看为个体的行为。彭剑锋(2003)认为绩效 (performance) 也被称为业绩、效绩、成效等，反映的是人们从事某一活动所产生的成绩和成果。绩效还包括个体绩效、团队绩效和组织绩效；邓婕(2008)认为绩效是指一定时期员工个人工作成绩表现、团队运作效率或者企业总体业绩绩效。从组织层次上来看，企业绩效包括员工个人绩效、团队绩效和总体企业绩效三个层次。王操红(2009)则认为企业绩效实质是一个价值判断范畴，因为对企业绩效好坏的评判是通过比较形成的，如与过去比较、与特定参照物比较、与所付出的代价比较、与预期目标比较。不同的人由于其认知能力不同、比较标准各异、评价方法有别，对同一企业的绩效评价就存在着极大的差异。大多数学者认为企业绩效评价作为绩效管理的关键性程序，通过定期检查企业的绩效实际情况，目标和预期情况，更有利于投资者对投资方向和力度的及时调整，有效提高投资质量有利于银行等金融机构提高风险防范意识；对于政府和社会而言，企业绩效评价有利于其对企业的资产监控，使资产运营效益大大增加有利于企业及时发现问题并采取措施加强管理，有利于企业更好的发展。而财务绩效是企业绩效的量化表现形式。武荣(2013)基于财务管理的角度，阐述企业绩效评价中财务评价指标体系的发展与演变，进而分析企业绩效评价的方法与创新。而有学者则认为企业绩效不仅包括企业的财务绩效，还包括许多非财务绩效，对企业绩效的评价必须将财务绩效和非财务绩效结合起来考虑。学者贾生华等(2003)基于利益相关者理论认为企业绩效从任务绩效和周边绩效两个维度对企业进行绩效评价是利益相关者理论的最新前沿课题，时用实证研究以员工作为企业利益相关者的代表来评价企业绩效，研究其利益要求及实现方式的各因素与企业绩效的关系。

结合学者们对企业绩效的界定，本文将企业绩效为企业在经历一定运营期间的企业效益和经营者业绩，包含除财务指标外的其他周边绩效与评价的综合。结合人力资源管理角度，是企业为实现既定的经营目标，在经营期间发生的投入及对企业效益产出情况及员工满意程度。

本文作者基于以上学者们对绩效的界定，发现一些学者也从不同的角度对企业绩效进行了界定。对不同类型企业的选择，对接受工作的员工产生了不同的影响。随着经济全球化趋势的增强，大众选择职业的空间更加广阔，员工作为企业的重要资源，企业绩效表现形式也更加多样化。温素彬、薛恒新(2005)认为企业绩效体系应该从单一的经济绩效向经济绩效、生态绩效、社会绩效三重绩效转变，三重绩效完整地体现了企业的经济属性、自然属性和社会属性。赵新军(2007)

认为作为企业绩效，它应该既包括财务绩效又包括非财务绩效，非财务业绩是通过经营管理系统获得的内因、行为过程和无形资产的积累。非财务业绩最终要体现在财务业绩上，它是企业财务业绩得以实现和提升的最终驱动因素。

本文作者基于本文关于员工满意（2.1）与互联网思维（2.2）的阐述，以广西 NM 公司为例，员工即企业的资源，同时，本文作者通过梳理学者们对员工满意、企业绩效的概念界定，将本文的企业绩效定义为本文将企业绩效为企业在经历一定运营期间的企业效益和经营者业绩，具体是在满足其需求的基础上制定可行的人力资源管理方案并决策的过程，其最终目标为实现企业更高绩效的结果。企业绩效过程与员工满意过程一致，企业绩效不只是关系到员工的自身利益，更是对其成长、发展以及整个企业都具有很重要的影响。从长远来说本文的员工满意会企业绩效产生影响，将会长期影响企业价值。

### 2.3.2 企业绩效的相关研究

在企业绩效的研究方面，本文作者通过文献梳理，发现学者们基于多个理论的不同角度对企业绩效进行研究，通过中国知网对“企业绩效”进行搜索相关的文献有 237 条结果。在对以往学者文献进行梳理，与企业绩效相关的经济学理论有很多，包括企业能力理论、委托代理理论、企业家理论等。对企业绩效评价进行分析，企业能力理论主要分析企业及其潜在的竞争优势。与以往新古典经济学、新制度经济学不同的一种全新的理论。它主要包括企业资源基础论和企业能力基础论。企业所有权与经营权的分离使人们开始重视委托代理关系的理论研究。委托代理理论主要研究风险分担与最优契约形成的选择等。该理论认为代理问题是剩余索取权的性质问题，不同的企业如何选择剩余权的性质会直接决定其生存。利益相关者理论是指通过契约与公司形成特定的经济关系，期望从公司经营中获取回报，或者尽管没有契约关系，但其利益受公司经营影响，并能通过特定手段影响公司经营的团体和个人这里利益相关者涉及两个要素：经济利益关系和影响力。从企业绩效评价的角度来说，更关注影响力，即利益相关者是通过什么途径对企业施加影响力的。

此外，也有部分学者基于其他理论对企业绩效进行研究。分别有产权理论、交易成本理论、超产权理论等等。李志强（2001）指出产权理论的创始人是科斯，科斯定理是这样表述的：如果市场机制的运行是无成本的，即不存在交易费用，那么无论初始产权如何界定，市场机制都会自动使资源配置达到最优；反之，如果市场机制的运行是有成本的，即交易费用不等于零，则不同的产权界定将导致不同的资源效率。张慧芳（2000）认为产权理论就是通过产权来生成企业内部利益相关机制，提高有关利益相关者的积极性，以期提高企业绩效企业绩效。孙

明海（2011）认为企业绩效是反映企业经营效果的衡量方式，主要表现为财务绩效和成长绩效两个方面。

### 2.3.3 企业绩效的测量

关于企业绩效的测量，学者们的研究中多数基于财务指标对企业绩效进行测量，也有基于自身研究方向的角度进行企业绩效的测量，在已有文献中多为基于财务角度的企业绩效进行测量。Cooper (1995)指出，企业绩效是衡量企业营运效果的一个重要标准，然而就企业绩效的评判而言，到目前为止尚未形成一致的标准，在过去的探讨中，企业绩效主要通过较易取得的有关数据资料进行评判，比如，企业相关的会计信息、企业收益、企业投资收益率以及企业从业者的满意程度等。安东尼·托尼·罗宾斯(Tony Robbins ) (1990)认为，对企业绩效进行衡量的方式主要涵盖两类，第一类为汤姆戴克(Thomdike)的“独立指标绩效测评”方法，用企业最终想要实现的一些目标指标来度量企业的绩效水平。常用的衡量指标包括净收益、生产水平、目标实现情况、企业稳定与发展情况。第二类为“多指标的绩效测评”方式，这类多指标的绩效测评，旨在通过进行多指标的测评来保证度量结果的准确性和客观性，降低研究结果的主观误差。方振邦(2003)指出，纵观企业绩效衡量研究的发展历程，我们可以得出企业对相关财务测评指标具有显著重视倾向的结论。方振邦认为，财务指标被企业关注的原因是因为财务指标比较容易数量化，更方便对比及被人们理解和领悟。但常用的财务指标往往仅可以凸显企业短时间内的营运情况。所以，对那些单纯只进行财务绩效度量的企业而言，其更重点考虑企业以前的绩效，重视短时间内的业绩，从而缺少对那些有助于企业未来稳定发展的长期性的投资业务。本文的企业绩效测量将通过互联网思维、员工满意两方面与企业绩效的关系，对比广西NM公司近三年的财务指标及周边绩效进行研究分析。

### 2.3.4 小结

总体而言，目前对企业绩效的研究还不尽完善，本文作者通过对企业绩效相关文献的梳理，发现学者们基于多种理论对企业绩效进行研究，但依旧没有全面完整的归纳和总结。可见，企业绩效是多样化的，影响企业绩效的因素也是不同的。本文作者通过研究企业绩效的相关文献，发现通过互联网思维、员工满意来研究企业绩效的并不多，可以说这是本文的创新之处，但不难发现，多数企业在企业绩效中比较看重企业资源、互联网思维、员工质量、信息沟通、未来绩效等因素，而这些影响因素也是企业在整个绩效过程中对企业绩效衡量的因素。同时，本文中的员工满意产生的员工绩效即企业绩效，对于企业来说，员工即企业的资源，所以员工绩效即企业绩效。

综上所述，本文将基于管理理论，通过分析互联网思维、员工满意与企业绩效的影响关系，以丰富企业绩效的相关研究。

## 2.4 员工满意度对企业绩效影响的研究综述

相较于国外，国内对企业员工满意度与企业绩效之间关联性的探讨还处在初期，不同专家学者间的研究成果与观念存在较为明显的差异。席波(2004)通过采用案例研究方法，以汽车零部件行业两家具有代表性的零配件企业为背景，着眼于营销和人力资源管理方面的实践，研究汽车零部件企业如何制定并实施内部营销战略，并通过提高员工满意度来提高外部顾客的满意度，以适应内外环境的变化，实现企业整体绩效的提升。通过研究，席波得出结论：内部营销可以提高制造企业员工的满意度，从而提升顾客满意度和企业整绩效。学者刘芸(2006)认为在企业经营中，员工的主观满意和企业整体绩效目标之间存在着辩证统一关系，指出了正确理解员工满意度和企业绩效的关系，同时提出了实现员工满意和企业绩效的“双赢”策略。腾飞(2006)基于已有的文献资料，认为企业员工满意度和企业绩效彼此之间并非单纯的 A 对 B 造成影响的关系，并总结出四种不同类型组合的特征，明确三类员工满意度同企业绩效彼此形成的进一步完善的关系，另外，还提出进一步协调员工满意度与企业绩效之间关系的对应对策与建议。刘芸、陈为政(2009)在对现存的相关文献资料进行梳理的研究的基础上，得出结论：企业的高层管理人员需要重新梳理对“企业员工的满意度越高，则其工作效率越高”的不客观的认识。觉得企业所有员工均能够凭借提升其满意度来增加其工作效率和绩效，必须保证对企业员工的满意和企业绩效之间关系应用的弹性和灵敏性，具体情况具体运用，挑选与不同员工相匹配的管理方式。高翔(2011)认为对员工满意度的衡量包括员工同事关系、企业工作氛围和条件、以及员工从事的工作特征三个度量维度。研究结果显示，IT 企业员工满意度所有维度因子都与 IT 企业绩效之间存在显著的正相关关系。且企业工作氛围条件及员工同事关系与企业绩效之间均呈现出特别明显的相关关系，而员工从事的工作特征仅同企业绩效之间呈现出显著的相关关系。

纵观以往诸多文献资料，海内外的专家学者们对员工满意度进行广泛的探讨，相应取得很大的进展可参考。然而，就特定时代与疫情双背景下的研究而言，有关于管理创新、销售渠道等多种行业内变革的相关研究，而将研究集中在思维模式的员工满意与企业绩效的研究较少，这就为我们的研究提供了方向。另外，关于企业员工满意度与企业绩效之间的影响关系，专家学者们尚未达成一致意见，且二者具体内在关系尚有待深入挖掘，这就使得本文基于中介变量，对企业员工满意度与企业绩效之间的影响关系进行实证探索具有一定的实践价值。

## 2.5 相关研究的假设推论

潘晓东（2015）认为互联网思维的核心客户至上，通过网络平台谋求实现各方利益的最大化。互联网思维在人力资源管理运用对提高员工满意度带来一定影响。周嵩凯（2018）从员工培训的角度认为地当今信息化社会中，互联网带来了人们思维模式的转变，企业员工培训应当因势利导，用全新的“互联网思维”来革新传统培训模式，从培训平台、课程、师资、数据全方位提高企业员工培训效率，满足员工培训需求。李光浩（2015）认为互联网时代的核心是人，互联网思维也会推动人力资源管理的创新升级、转型突破，快速准确地满足企业和员工的发展需要。数字化、信息化背景下互联网思维是员工满意的重要动因，员工满意是互联网思维在人力资源管理有效运用的外在表现，员工满意要基于互联网思维的角度来研究，互联网思维是人力资源管理的有效运用，员工满意是该过程中的输出。因此，本文作者提出本研究的研究假设：

H1：互联网思维对员工满意有显著正向影响。

王安琪（2015）指出在以互联网为主要特征的新经济时代无论是个人、企业、还是政府，行为都借助互联网彼此交融且深度关联，虚拟世界、现实世界的划分不再那么明显，人们的思维方式、生产方式与生活方式都发生了革命性的变化，无论是否情愿，互联网思维取代了以往的思维方式，并深深地嵌入到经济社会主体的经济行为中。张玲燕（2021）提出在公司理念方面，企业应该继续在“互联网+”探索中保持领先的发展思维和理念，充分认识并运用“互联网+”低成本、高效率以及数据安全等优点，来提高企业市场竞争力；在员工管理层面，努力做好互联网理念与知识的传播工作。陈娇,秦春蓉等（2021）指出互联网+时代的到来对食品国有企业绩效管理产生了非常重要的影响，企业应当正视问题并进行有效改善与管理创新，使绩效管理工作得以良好开展，对企业稳定发展起到有效的助力作用。互联网思维带动企业员工对待顾客的行为方式并影响顾客的合作意愿，而客户合作决策与企业绩效实现过程一致。因此，本文作者提出本研究的研究假设：

H2：互联网思维对企业绩效有显著正向影响。

长久以来，员工满意与企业绩效之间的关系有众多学者分别从不同的角度、不同企业类型基于不同的理论进行研究，其中贾生华等（2003）基于利益相关者理论的通过实证研究验证员工与企业绩效的影响。罗玉璧（2010）认为通过密切关注员工满意度在各个时期的不同变化，结合企业自身的特点和发展战略对各个时期员工满意度的要求，提高员工的满意度进而提高企业绩效。刘芸（2014）认为员工满意以促进顾客满意，大部分满意的员工会把满意的心情带到工作中，从而实现满意的企业绩效，同时有利于企业长期发展。胡芸芸（2014）通过问卷调

查和实证研究的方法对中小科技企业员工满意度与企业绩效之间具有正向的促进作用。员工满意能直接影响员工绩效，而良好企业绩效前提在个人绩效与团队绩效，同时，员工满意过程与企业绩效过程一致。因此，本文作者提出本研究的研究假设：

**H3：** 员工满意对企业绩效有显著正向影响。

互联网思维与员工满意及企业绩效是因果关系，企业互联网思维通过员工满意才能实现企业绩效的提升，同时互联网思维可为员工满意内容和程度如何调整提供外在的管理依据，且员工满意过程与企业绩效过程一致，本文作者认为员工满意在互联网思维与企业绩效中具有作用，但由于互联网思维是不同数据、信息时代反应的总和，具有变化性，互联网思维随时间变化而变化，无法做时间段的界定，再者因为各个企业员工满意的特殊性，所以互联网思维通过员工满意影响的企业绩效也会因不同企业类型、不同的员工层次而异，员工满意在互联网思维与企业绩效中的作用程度也会因企业、员工层次而异。基于此，本文作者提出本研究的研究假设：

**H4：** 员工满意在互联网思维与企业绩效中具有部分中介作用。



## 第三章 研究方法

本研究旨在探讨分析互联网思维、员工满意与企业绩效的影响关系，以定量研究的问卷调查法为主要研究方法。本文作者基于学位论文、期刊、报纸、专著、杂志等类型文献，作为本文的研究依据。

### 3.1 变量设计与研究模型

#### 3.1.1 变量设计

##### 1. 自变量

自变量 (Independent variable) 主要是指引起因变量发生变化的因素或条件，故而自变量也被称为因变量发生的原因。自变量一般分为连续变量和类别变量。如果研究所用自变量是连续变量，则研究被称为函数型实验。本文通过实证研究主要探究互联网思维对企业绩效的影响，因此选择以“互联网思维”为自变量。

##### 2. 因变量

因变量 (dependent variable) 主要是指因自变量的变化而变化的变量，也就是自变量变化导致的结果。因变量是紧紧跟随自变量的变化而变化的因素，同量也是根据需要待观测的因素，是一种以某种反应参数来表征的可测量因素。根据课题研究需要，本文将企业绩效作为因变量。

##### 3. 中介变量

中介变量 (mediator) 是自变量对因变量发生影响的中介，是自变量对因变量产生影响的实质性的、内在的原因。如果自变量X通过影响变量M来影响因变量Y，则称M为中介变量。本文中，员工满意就是选取的中介变量。

#### 3.1.2 研究模型

前文当中本文已将互联网思维作为自变量，通过观察这个变量对企业绩效的影响程度，最终得出数字化背景下互联网思维对企业绩效的整体影响程度。同时，本文把员工满意作为互联网思维和企业绩效之间的中介变量，通过问卷调查的形式，探究员工满意为中介变量时，互联网思维对企业绩效的影响程度，同时本文作者也基于前人研究，本文构提出了如下研究模型，如图 3.1 所示：

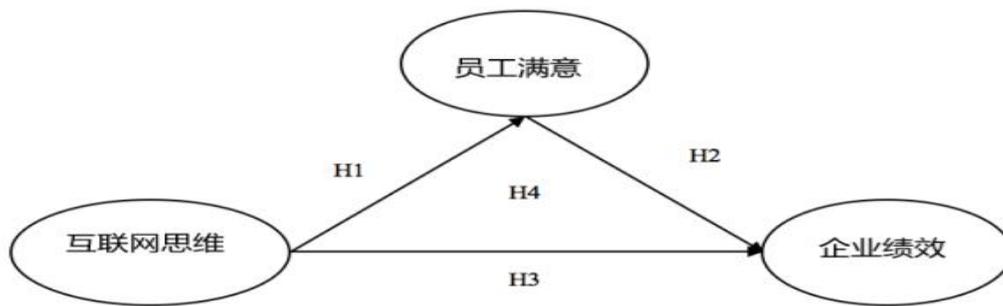


图 3.1 研究假设模型

### 3.1.3 研究假设

本文基于以上研究假设模型，提出以下假设：

H1：互联网思维对员工满意有显著正向影响；

H2：员工满意对企业绩效有显著正向影响；

H3：互联网思维对企业绩效有显著正向影响；

H4：员工满意在互联网思维与企业绩效中具有部分中介作用。

## 3.2 问卷调查法

夏冰（2020）指出定量研究也称量化研究，其目的在于检验理论的准确性，最后结果是反对或者支持假设。本文的研究方法使用定量研究的问卷调查法，分析并检验理论的准确性，以期得到最终的结果是支持假设。问卷调查法是研究者依据研究的问题，通过自编或者改编他人具有一定信效度的测量工具，并以此来进行材料搜集且被广泛应用的一种方法。为了验证本文章节 3.1 部分所提出的四个假设是否成立，本研究部分量表参考前人成熟量表，拟定问卷并与指导教师讨论后加以部分修改，完成本文的问卷。本问卷调研时间为 2021 年 3 月至 4 月，问卷经过与公司决策层的领导充分沟通并同意，对各职能部门负责人发放问卷，再由各职能部门负责人运用公司内部的企业微信平台在部门的微信群进行再次发放，问卷的主要载体是问卷星的电子版问卷。

### 3.2.1 研究对象与样本量确定

为了探讨分析员互联网思维、工满意与企业绩效的影响关系，本研究以截至 2021 年 12 月正在就职于广西 NM 公司的员工为研究对象并进行调查。

截至 2021 年 12 月，广西 NM 公司员工共计 513 人，总样本量为 513 人。本

文总体样本 N=513 人，若按照 95%的置信度水平、允许误差 5%以内适当的样本规模：

$$\text{则样本量 } n = \frac{z^2 P(1-P)}{e} = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)}{(0.05)^2} = 219$$

因此，本文将发放 240 份问卷进行问卷调查，以保证问卷的有效性。本次调查主要针对截至 2021 年 12 月正在广西 NM 公司就职的员工进行随机抽样。

### 3.2.2 具体问卷

本文调查问卷分为五个部分，第一部分是样本基本信息问卷，总计 5 题，以了解填答者的基本资料；第二部分是互联网思维问卷，总计 13 题，以了解填答者的所在企业经营管理中互联网思维运用程度；第三部分是员工满意问卷，总计 7 题，以了解填答者的满意程度；第四部分是企业绩效问卷，总计 5 题，以了解填答者对企业绩效变化影响的认可程度；第五部分是补充建议。

(1) 第一部分：样本基本信息问卷（如下表 3.1 所示）

表 3.1 样本基本信息问卷

第一部分：基本信息	来源
1. 您的性别	自己设计
2. 您的年龄	
3. 您目前学历情况	
4. 您目前职位情况	
5. 您目前收入情况	

(2) 第二部分：互联网思维问卷

互联网思维的问卷采用李克特（Likert Scale）五点量表，选项有五个，分别用 1-5 阿拉伯数字表示，1 代表非常不同意，2 代表不同意，3 代表一般，4 代表同意，5 代表非常同意。分数依次为 1-5 分，分数越高代表认同程度越高。第二部分问卷总计 13 题，以了解填答者的对企业互联网思维运用的同意程度。

表 3.2 互联网思维问卷

第二部分：互联网思维	
题项	来源
一、在员工角度互联网思维调研	

续表 3.2 互联网思维问卷

1. 您认为因疫情原因居家办公期间您能高效地完成工作	自编
2. 您认为在广西 NM 公司网络办公平台中, 您与其他同事很容易进行交流和互动	
3. 您认为广西 NM 公司的员工管理方式是一种多元管理方式结合	
4. 您认为广西 NM 公司线上培训可让您更有效地提升工作能力	
二、在企业资源角度互联网思维调研	
5. 您认为广西 NM 公司招聘渠道能提供方便快捷的招聘信息	自编
6. 您认为广西 NM 公司的搭建的移动审批流程极大提高了办公效率	
7. 您认为广西 NM 公司更快的实现了产品迭代更新吗	
8. 您认为广西 NM 公司的现有资源(如客户、产品情况)管理已实现数据化管理	
9. 您认为广西 NM 公司网络化办公对数据信息的传递沟通很及时	
三、在企业环境角度互联网思维调研	
10. 您认为广西 NM 公司不以自我为中心, 而是注重与其他企业的合作共享	范志丽(2017) 关泽(2019)
11. 您认为广西 NM 公司与合作伙伴互通资源, 共享利益	
12. 您认为广西 NM 公司与其他企业通过合作实现共赢	
13. 您认为广西 NM 公司以更加开放的姿态融合上下游合作伙伴	

(3) 第三部分: 员工满意问卷

员工满意的问卷关于企业员工满意方面的调查内容和量表参考吕勇喜(2016)开发的员工满意度成熟量表, 同时结合互联网思维模式下公司目前实际情况的观察了解, 从人际关系与工作环境满意度、薪酬满意度、工作本身满意度、员工职业生涯满意度、工作分配五个维度进行了量表的设计, 采用李克特(Likert Scale)五点量表, 选项有五个, 分别用 1-5 阿拉伯数字表示, 1 代表非常不同意, 2 代表不同意, 3 代表不确定, 4 代表同意, 5 代表非常同意。分数依次为 1-5 分, 分数越高代表满意程度越高。第三部分问卷总计 7 题, 以了解填答者的满意程度。

表 3.3 员工满意问卷

第三部分: 员工满意	
题项	来源

续表 3.3 员工满意问卷

1.您对广西 NM 公司可移动的办公环境感到满意吗	霍伯克 Hoppock (1935); Bernhardt (2000); 左江涛 (2015); 廖建桥 (2007)
2. 您对广西 NM 公司实施互联网组织审批流程变得简单感到满意吗	
3. 您对广西 NM 公司实施据员工工作完成情况的网络数据来提供福利待遇感到满意吗	
4. 您对广西 NM 公司实施网络化考核信息公开, 透明的绩效分配机制感到满意吗	
5. 您对广西 NM 公司在实施互联网多边互动后的成就感方面感到满意吗	
6. 您对广西 NM 公司依公司员工数据信息记录, 来晋升的机制感到满意吗	
7. 您对广西 NM 公司通过互联网内部办公平台分配给您的工作量感到满意吗	

#### (4) 第四部分：企业绩效问卷

企业绩效的问卷采用李克特 (Likert Scale) 五点量表, 选项有五个, 分别用 1-5 阿拉伯数字表示, 1 代表非常不同意, 2 代表不同意, 3 代表不确定, 4 代表同意, 5 代表非常同意。分数依次为 1-5 分, 分数越高代表影响程度越高。第四部分问卷总计 5 题, 以了解填答者的影响程度。问卷内容分别是员工福利、销售额增长、利润增长、对外捐赠、企业规模扩大情况以上五项对企业绩效的影响程度。

表 3.4 企业绩效问卷

第四部分：企业绩效	
题项	来源
1. 您认为与过去三年相比, 本企业员工福利越来越好	王操红 (2009); 武荣 (2013); 贾生华等 (2003)
2. 您认为与过去三年相比, 本企业销售额增长很快	
3. 您认为与过去三年相比, 本企业本企业的利润增长很快	
4. 您认为与过去三年相比, 本企业对外捐赠大幅提高	
5. 您认为预计本企业的产能规模将继续扩大	

### 3.2.3 问卷测量

本文的问卷测量采用李克特 (Likert Scale) 五点量表, 以方便被调查者进行答题。填答者依据符合企业目前的实际情况与自身实际情况的描述, 对各项指标进行选择。选项有五个, 分别用 1-5 阿拉伯数字表示, 分数依次为 1-5 分, 分数越高代表相关程度越高。第一部分的互联网思维以同意程度作为评分标准, 第二部分的员工满意以满意程度作为评分标准, 第三部分的企业绩效以企业近几年企

业对比的变化影响程度作为评分标准。

首先，本文在测量互联网思维中部分量表为自编量表，主要以企业运用互联网思维的程度与范围体现企业互联网思维，一是本文作者认为企业的互联网思维主要表现体现为企业对互联网思维的具体运用，但不同行业的企业，或同一企业是否只在某个经营管理方面运用了互联网思维，而且企业不是只要有用到互联网思维就代表企业管理运用互联网思维的程度就高，有必要做进一步的测量；二是如本文 2.1.3 互联网思维测量所述，互联网思维的测量量表能参考借鉴的成熟量表较少，与本文的互联网思维测量无法全面匹配；三是通过本文作者的文献查阅，在研究企业互联网思维的测量中，没有全面的测量，多数基于企业行业、服务的单一方面或企业生产经营管理的某个环节的角度测量。所以，第二部分互联网思维测量为自编问卷。

其次，本文问卷量表的第二部分员工满意测量参考吕勇喜(2016)开发的员工满意度成熟量表，同时借鉴了 Smith, Kendall&Hullin (1969) 工作说明量表部分指标内容，为确保问卷编制的合理科学，符合本课题的调研要求，可准确体现出广西 NM 公司目前互联网运用环境下员工的满意度情况，本文基于部分关于员工满意度方面的文献资料，在对资料展开梳理和研究的前提下，同时与广西 NM 公司人力资源部负责人、人事专员及内部员工代表等针对问卷中涉及到的内容展开深度且具体的讨论，大体上编制出了具有针对性的调研问卷。同时把此问卷转交给相关人员展开二次讨论，针对当中表述不恰当、不够合理之处做出相应的调整和完善，因而构成了本次调研问卷的最终版本。第一部分互联网思维测量量表以互联网思维运用的认可程度为评分标准，第二部分的员工满意测量量表以满意程度为评分标准。这不仅是本文的创新之处，更是本文所期，在支持验证假设基础上，通过测量企业互联网思维互用的同意程度，再测量互联网思维情境指标内容的员工满意程度的运用程度，深挖问题所在。

再次，本文的企业绩效测量同为自编问卷，通过企业互联网思维与员工满意对企业绩效的影响再进行测量，从而发现对企业绩效产生影响的因素。

最后，为适应企业互联网思维、员工满意的测量，本文为形成本文的调查问卷，在互联网思维测量中，根据本作者所在企业目前对互联网思维运用的具体体现，按员工角度、企业资源角度、企业环境角度即从人、物、环三个维度进行设计。从企业所拥有的资源及互联网思维具体运用下所产生的环境，从人、物、环三个企业的角度自编互联网思维测量量表共 13 个选项；员工满意的量表主要参考吕勇喜(2016)开发的员工满意度成熟量表，并对其指标内容进行细节修改调整，员工满意测量量表的五个方面共 7 个选项。这能够让员工在表明企业互联网思维同意程度的基础上，再次对满意程度进行评价，更加体现员工的态度。

本文作者希望通过以上问卷设计，对本文的研究对象进行问卷测量。

### 3.2.4 描述性统计分析

描述性统计分析是用来说明本研究样本之分布情况，是将受测者的各变数之意见作为概略描述。本研究利用频率分配来了解被测者的分布情形，利用人口统计变数年龄、性别、学历、职位、收入等，加以了解本研究样本之结构。

### 3.2.5 信效度分析

在信度分析 (Reliability Analysis) 验证方面，信度是指一份测验所得分数之稳定性或一致性，所谓一致性衡量主要目的在于分析衡量问项的一致性本研究分析 Cronbach' s  $\alpha$  信度值， $\alpha$  系数值大于.7 以上，表示量表具有相当高的稳定性与精确性。检查各问项所属构面之相关系数 (ITE, to total correlation) 部分，若是删除该题项可以帮助提升 Cronbach' s 系数值，也就表示能够提升整体量表信度时，则删除该问项以提升构面之精确度。

在效度分析 (Validity Analysis) 验证方面，杨晶照等 (2012) 指出效度是指测量工具能测出其所欲测量的特质或功能之程度，效度可分成内容效度 (Content Validity)、建构效度 (Construct Validity)。

### 3.2.6 线性回归分析

线性回归分析是根据一个或一组自变量与因变量之间线性关系的数据分析方法。线性回归分析用于确定自变量和因变量之间的因果关系，可以用线性回归方程定量的表述自变量和因变量之间的关系，这样已知自变量和线性回归方程可以预测因变量，相比之下线性回归分析确定的关系比相关关系更紧密。

线性回归方程的检验通常用方程显著性检验，拟合优度检验和系数显著性检验。方程显著性检验是检验整个方程是否有意义的方法，通常用 F 值评判，F 值在.05 水平上显著，表明线性回归模型有效，反之无效 (Baron & Kenny, 1986)。系数显著性检验是对方程中自变量的系数的检验，同时表示自变量在方程中是否有效。通常是 t 值检验，每一组系数和自变量对应一个 t 值，t 值在.05 水平上显著，则表明这个自变量有意义，反之，自变量在方程中无意义。一元线性回归中，系数显著性检验和方程显著性检验结果是一致的。

线性回归方程中，自变量一般有两个系数，一个标准化系数，一个非标准化系数，标准化系数的绝对值用于比较自变量在方程中的作用的高低，非标准化系数才是回归方程中自变量的系数。

## 第四章 研究结果

本文作者在问卷调查的基础之上，搜集并整理相关指标的数据，使用 SPSS 软件进行分析。

第一步，把问题编码录入。根据问卷问题的不同定义变量，然后把每一份问卷的答案录入，录入完成后，将答案转换成为数据；第二步，为了使数据分析报告更加美观，使用 SPSS 的图表功能，将数据转换为图表；第三步，对确定的数据结果进行总结描述，分析互联网思维、员工满意与企业绩效的影响关系。

### 4.1 问卷收回与数据录入

本次研究问卷经过与广西 NM 公司领导充分沟通并同意，对各职能部门负责人发放问卷，再由各职能部门负责人运用公司内部的企业微信平台在部门的微信群进行再次发放，总计发放问卷 240 份，收回问卷 240 份，其中答卷时间大于 1000 秒的 6 份，问卷漏答题大于三分之二的 4 份，重复填答的 5 份，既无效问卷合计 15 份。本次问卷调查有效样本合适的样本量为 219 份，回收有效问卷为 225 份，达到预期要求的份额，因此确定本次研究的有效问卷为 225 份。如下表 4.1 所示：

表 4.1 问卷收集情况统计

问卷情况		n	%
实际发放问卷 240 份	无效问卷	15	6.25%
	有效问卷	225	93.75%
	总计	240	100%

以上是问卷收集情况的统计，接下来，本文作者将运用统计分析软件对所收集上来的问卷数据进行录入和分析，以便得出后续的统计结果。

### 4.2 样本特征描述

本文的样本特征描述分别为性别、年龄、学历情况、职位情况、收入情况这五项，本文作者利用统计分析软件中描述性分析，即频数分析对样本基本信息进行分析。

分析结果根据选项的频数、百分比等统计方式来描述其分布情况，从而判断样本的代表性程度。

本文根据统计分析得到相关的统计表，如下表 4.2 样本特征分析结果所示：

表 4.2 样本特征分析结果

频数分析结果				
名称	选项	频数	百分比 (%)	累积百分比 (%)
1.性别	女	97	43.10	43.10
	男	128	56.90	100.00
2.年龄	25 岁以下	13	5.80	5.80
	25 岁-34 岁	93	41.30	47.10
	35 岁-44 岁	78	34.70	81.80
	45 岁及以上	41	18.06	100.00
3.目前的学历情况	硕士及以上	64	28.40	28.40
	本科	110	48.90	77.30
	大专	34	15.10	92.40
	高中以下	17	7.60	100.00
4.目前的职位情况	公司领导层	27	12.00	12.00
	中层管理人员	75	33.30	45.30
	一般员工	123	54.70	100.00
5.目前的月收入情况	1000-2000 元	5	2.20	2.20
	2001-4000 元	58	25.80	28.00
	4001-7000 元	69	30.70	58.70
	7001-9999 元	32	14.20	72.90
	10000 元以上	61	27.10	100.00
合计		225	100.0	100.0

从上表 4.2 可知：从性别的分布上看，大部分受测者为“男”，频数为 128，比例是 56.90%。还有 43.10%的受测者为“女”，频数为 97。在年龄方面，受测者中有超过 4 成的受测者的年龄为“25 岁-34 岁”，以及“35 岁-44 岁”受测者的比例是 34.70%。从受测者的学历情况来看，样本中有 48.9%为“本科”，样本中有 28.40%为“硕士及以上”学历。从受测者当前的职位情况来看，样本中有 12%为“公司管理层”，样本中有 33.3%为“中层管理人员”，其余 54.7%为“一

般员工”。从受测者的收入情况来看，样本中有 27.1%收入在“10000 元以上”，样本中有 14.2%收入在“7001-9999 元”，样本中有 30.7%收入在“4001-7000 元”。

### 4.3 描述性统计结果分析

受测者依据符合自身实际情况的描述，对各项指标进行选择。问卷采用李克特（Likert Scale）五点量表，选项有五个，分别用 1-5 阿拉伯数字表示，分数依次为 1-5 分，分数越大代表相关程度越高。以方便被调查者进行答题。

#### 4.3.1 互联网思维

以下是问卷的第二大题“互联网思维”的分析结果，评分标准为：1 是非常不同意，2 是不同意，3 是一般，4 是同意，5 是非常同意。互联网思维的测量指标分为员工角度互联网思维、企业资源角度互联网思维、企业环境角度互联网思维，13 个题项。如下表 4.3 所示：

表 4.3 互联网思维分析结果

名称		选项	频数	百分比(%)	最小值	最大值	均值	标准偏差	方差
员工角度互联网思维调研	1.您认为因疫情原因居家办公期间您能高效地完成工作	5	70	31.10	1	5	3.95	0.910	0.828
		4	88	39.10					
		3	54	24.00					
		2	11	4.90					
		1	2	0.90					
	2.您认为在广西 NM 公司网络办公平台中，您与其他同事很容易进行交流和互动	5	77	34.20	1	5	4.00	0.916	0.839
		4	85	37.80					
		3	52	23.10					
		2	8	3.60					
		1	3	1.30					
	3.您认为广西 NM 公司的员工管理方式是一种多元管理方式结合	5	78	34.70	1	5	4.08	.838	.703
		4	97	43.10					
		3	43	19.10					
		2	5	2.20					
		1	2	0.90					

续表 4.3 互联网思维分析结果

	4.您认为广西NM公司线上培训可让您更有效地提升工作能力	5	86	38.20	1	5	4.06	.978	0.956
		4	86	38.20					
		3	41	18.20					
		2	4	1.80					
		1	8	3.60					
	5.您认为广西NM公司招聘渠道能提供方便快捷的招聘信息	5	76	33.80	1	5	4.02	.911	.830
		4	91	40.40					
		3	49	21.80					
		2	4	1.80					
		1	5	2.20					
企业资源角度	6.您认为广西NM公司的搭建的移动审批流程极大提高了办公效率	5	80	35.60	1	4	4.17	.737	.543
		4	106	47.10					
		3	36	16.00					
		2	3	1.30					
		1	0	0.00					
互联网思维调研	7.您认为广西NM公司更快的实现了产品迭代更新吗	5	72	32.00	1	5	3.90	.992	.985
		4	80	35.60					
		3	57	25.30					
		2	10	4.40					
		1	6	2.70					
	8.您认为广西NM公司的现有资源（如客户、产品情况）管理已实现数据化管理	5	67	29.80	1	5	3.84	1.021	1.043
		4	83	36.90					
		3	56	24.90					
		2	11	4.90					
		1	8	3.60					
	9.您认为广西NM公司网络化办公对数据信息的传递沟通很及时	5	72	32.00	1	5	3.94	.971	0.943
		4	87	38.70					
		3	53	23.60					
		2	6	2.70					
		1	7	3.10					

续表 4.3 互联网思维分析结果

企业环境角度互联网思维调研	10.您认为广西NM公司不以自我为中心,而是注重与其他企业的合作共享	5	81	36.00	1	5	4.01	.911	.830
		4	77	34.20					
		3	56	24.90					
		2	10	4.40					
		1	1	0.40					
	11.您认为广西NM公司与合作伙伴互通资源,共享利益	5	79	35.10	1	5	4.03	.906	.821
		4	87	38.70					
		3	47	20.90					
		2	10	4.40					
		1	2	0.90					
	12.您认为广西NM公司与其他企业通过合作实现共赢	5	80	35.60	1	5	4.06	.907	.823
		4	92	40.90					
		3	44	19.60					
		2	4	1.80					
		1	5	2.20					
	13.您认为广西NM公司以更加开放的姿态融合上下游合作伙伴	5	81	36.00	1	5	4.12	.818	.669
		4	98	43.60					
		3	39	17.30					
		2	6	2.70					
		1	1	0.40					
合计		225	100.0						

在统计描述中,平均数(均值)和标准差是描述数据资料中最重要的两个测度值。通过上表互联网思维的分析,可以看出:

在均值方面,均值表达了信号变化的中心趋势及数据集的平均大小,是反映数据集中趋势的一项指标。在互联网思维测量中,13个问题的均值都集中于4的区间,按照互联网思维评分标准:1是非常不同意,2是不同意,3是一般,4是同意,5是非常同意。均值的集中趋势为同意。从表4.3可知,表中的13个题项分值大致处于同一水平,且不同的题项所关注的重点存在或多或少的差异,基本可以满足各个程度的要求,均值大部分都是“同意”、“一般”此二选项。针对互联网思维的三个维度分别为员工角度互联网思维、企业资源角度互联网思

维、企业环境角度互联网思维来看，整体上，样本对于第 6. 题项的均值最高为 4.17 分，说明样本对于此因素的认可程度最高，当前此类因素对于互联网思维的影响最大。其次是第 13 题项，平均打分为 4.12 分，接下来是第 3 题项，平均打分为 4.08 分，另外第 4 题项和第 12 题项的平均打分都是 4.06 分，说明此两类因素的重要性也较高。整体分析可知：样本对于互联网思维中的 13 项测量因素均有着较高的认同态度，当前 13 项因素均会对于互联网思维起着重要的影响。

在标准差方面，方差与标准差都能反映数据波动的大小，方差（标准差）越小，波动越小，越稳定；反之越不稳定。其中“您认为广西 NM 公司线上培训可让您更有效地提升工作能力？”与“您认为广西 NM 公司与其他企业通过合作实现共赢？”两项的均值相同，皆为 4.06，但“您认为广西 NM 公司线上培训可让您更有效地提升工作能力？”的标准差为 0.978，而“您认为广西 NM 公司与其他企业通过合作实现共赢？”的标准差为 0.907，则该项更为稳定，波动更小。

此外，基于以上分析，从上表的数据显示，还可以看出，对于互联网思维描述的样本中大部分为同意，在“同意”中，占比超过 4 成的是“您认为广西 NM 公司的员工管理方式是一种多元管理方式结合”、“您认为广西 NM 公司招聘渠道能提供方便快捷的招聘信息”、“您认为广西 NM 公司与其他企业通过合作实现共赢”。“您认为广西 NM 公司以更加开放的姿态融合上下游合作伙伴”。其是“您认为广西 NM 公司搭建的移动审批流程极大提高了办公效率”这一项，受测者表示“同意”的占比较高。这说明大部分受测者对广西 NM 公司实现其互联网思维比较认同，特别是移动审批流程的在员工中具有良好认可度。

在“员工角度互联网思维调研”中，有 39.1%的受测者对“因疫情原因居家办公期间您能高效地完成工作”表示“同意”；有 37.8%的受测者对“您认为在广西 NM 公司网络办公平台中，您与其他同事很容易进行交流和互动”也表示“同意”；在“您认为广西 NM 公司的员工管理方式是一种多元管理方式结合”的样本中可以看出有 43.1%选择“同意”；而对于样本“您认为广西 NM 公司线上培训可让您更有效地提升工作能力”中有 38.2%的受测者表示“同意”。

在“企业资源角度互联网思维调研”中，有超过 4 成样本对“您认为广西 NM 公司招聘渠道能提供方便快捷的招聘信息”表示“同意”；从“您认为广西 NM 公司的搭建的移动审批流程极大提高了办公效率？”来看，受测者中“同意”相对较多，比例达到 47.1%；有 35.6%的受测者对“您认为广西 NM 公司更快的实现了产品迭代更新吗”表示“同意”；在“您认为广西 NM 公司的现有资源（如客户、产品情况）管理已实现数据化管理？”的样本中有 36.9%的受测者选择“同意”；在“您认为广西 NM 公司网络化办公对数据信息的传递沟通很及时？”的样本中有 38.7%的受测者选择“同意”。

在“企业环境角度互联网思维”中，有36%对“您认为广西NM公司不以自我为中心，而是注重与其他企业的合作共享？”表示“非常同意”；有38.70%的受测者对“您认为广西NM公司与合作伙伴互通资源，共享利益？”表示“同意”；从“您认为广西NM公司与其他企业通过合作实现共赢？”来看，有相对多数的受测者表示“同意”占比为40.90%；而从“您认为广西NM公司以更加开放的姿态融合上下游合作伙伴？”分布来看，受测者中大部分表示“同意”，占比为43.60%。以及表示“非常同意”的受测者比例是36.%。

从以上数据可知受测者对该企业在其互联网思维中的员工、企业资源以及企业环境三个方面，非常不同意及不同意的比例较少。

### 4.3.2 员工满意

以下是问卷的第三大题“员工满意”的分析结果，评分标准为：1是非常不满意，2是不满意，3是一般，4是满意，5是非常满意。员工满意的测量指标分为人际关系与工作环境满意度、薪酬满意度、工作本身满意度、员工职业生涯满意度、工作分配五个维度，7个题项。如下表4.4所示：

表 4.4 员工满意分析结果

名称		选项	频数	百分比(%)	最小值	最大值	均值	标准偏差	方差
员工满意调研	1.您对广西NM公司可移动的办公环境感到满意吗	5	77	34.20	1	5	4.04	0.886	0.784
		4	90	40.00					
		3	51	22.70					
		2	3	1.30					
		1	4	1.80					
	2.您对广西NM公司实施互联网组织审批流程变得简单感到满意吗	5	79	35.10	2	5	4.11	0.786	0.617
		4	96	42.70					
		3	46	20.40					
		2	4	1.80					
		1	0	0.00					
	3.您对广西NM公司实施据员工工作完成情况的网络数据来提供福利待遇感到满意吗	5	68	30.20	1	5	3.77	1.130	1.277
		4	77	34.20					
		3	55	24.40					
		2	10	4.40					
		1	15	6.70					

续表 4.4 员工满意分析结果

4.您对广西NM公司实施网络化考核信息公开,透明的绩效分配机制感到满意吗	5	70	31.10	1	5	3.84	1.083	1.174
	4	82	36.40					
	3	51	22.70					
	2	10	4.40					
	1	12	5.30					
5.您对广西NM公司在实施互联网多边互动后的成就感方面感到满意吗	5	53	23.60	1	5	3.58	1.166	1.360
	4	80	35.60					
	3	54	24.00					
	2	21	9.30					
	1	17	7.60					
6.您对广西NM公司依公司员工数据信息记录,来晋升的机制感到满意吗	5	50	22.20	1	5	3.51	1.192	1.421
	4	75	33.30					
	3	61	27.10					
	2	18	8.00					
	1	21	9.30					
7.您对广西NM公司通过互联网内部办公平台分配给你的工作量感到满意吗	5	67	29.80	1	5	3.84	1.046	1.093
	4	84	37.30					
	3	54	24.00					
	2	10	4.40					
	1	10	4.40					
合计		225						

在统计描述中,平均数(均值)和标准差是描述数据资料中最重要的两个测度值。通过上表员工满意的分析,可以看出:

在均值方面,均值表达了信号变化的中心趋势及数据集的平均大小,是反映数据集中趋势的一项指标。员工满意测量总计7个问题,有5个问题的均值都集中于3的区间,有2个问题的均值集中于4的区间,按员工满意评分标准:1是非常不满意,2是不满意,3是一般,4是满意,5是非常满意。均值的集中趋势为一般及满意。从表4.4可知,表中的7个题项分值大致处于同一水平,且不同的题项所关注的重点存在或多或少的差异,基本可以满足各个程度的要求,均值大部分都是“一般”、“满意”此二选项。针对员工满意的7个题项来看,整体

上，样本对于第 2 题项的均值最高为 4.11 分，说明样本对于此因素的认可程度最高，当前此类因素对于员工满意的影响最大。其次是第 1 题项，平均打分为 4.04 分，另外第 4 题项和第 7 题项的平均打分都是 3.84 分，说明此两类因素的重要性也较高。整体分析可知：样本对于员工满意中的 7 项测量因素均有着较高的满意态度，当前 7 项因素均会对于员工满意起着重要的影响。

在标准差方面，方差与标准差都能反映数据波动的大小，方差（标准差）越小，波动越小，越稳定；反之越不稳定。其中“您对广西 NM 公司实施网络化考核信息公开，透明的绩效分配机制感到满意吗？”与“您对广西 NM 公司通过互联网内部办公平台分配给你的工作量感到满意吗？”两项的均值相同，皆为 3.84，但“您对广西 NM 公司实施网络化考核信息公开，透明的绩效分配机制感到满意吗？”的标准差为 1.083，“您对广西 NM 公司通过互联网内部办公平台分配给你的工作量感到满意吗？”的标准差为 1.046，则该项更为稳定，波动更小。

此外，基于以上分析，根据上表的数据显示，可以看出，员工满意分析结果与互联网思维分析结果的方向是一致的，互联网思维影响员工满意。基于互联网思维的认同程度，员工满意能更为详细地了解受测者的态度。在员工满意描述的样本中大部分为满意，在“满意”中，占比超过 4 成的是“您对广西 NM 公司可移动的办公环境感到满意吗？”、“您对广西 NM 公司实施互联网组织审批流程变得简单感到满意吗？”；“您对广西 NM 公司实施据员工工作完成情况的网络数据来提供福利待遇感到满意吗？”、“您对广西 NM 公司实施网络化考核信息公开，透明的绩效分配机制感到满意吗？”、“您对广西 NM 公司在实施互联网多边互动后的成就感方面感到满意吗？”占比均超过 33%。

在“可移动的办公环境满意调研”中，受测者选择“非常同意”的比例为 34.2%，另外选择“同意”的受测者的比例是 40%。

在“互联网组织审批流程满意调研”中，超过 4 成的受测者表示“满意”，以及“非常满意”样本的占比是 35.1%，选择“非常不满意”，占比为 0%。

在“网络数据来提供福利待遇满意调研”中，有 34.2% 成受测者选择“满意”，另外“非常满意”的样本占比是 30.2%。

在“网络化考核信息公开”中，受测者中有超过 3 成的样本表示“非常满意”，以及“满意”样本的比例是 36.1%。

在“互联网多边互动后的成就”中，受测者中有 23.6% 的样本表示“非常满意”，以及“满意”样本的比例是 35.6%。

在“晋升的机制”中，受测者中有 22.2% 的样本表示“非常满意”，以及“满意”样本的比例是 33.3%。

在“分配给你的工作量”中，受测者中有 29.8%的样本表示“非常满意”，以及“满意”样本的比例是 37.3%。

综上所述，在员工满意描述中，办公环境、组织审批流程、福利待遇、透明的绩效分配机制等七个方面的评分结果均为满意，以及非常满意。

### 4.3.3 企业绩效

以下是问卷的第四大题“企业绩效”的分析结果，评分标准为：1 是非常同意，2 是同意，3 是一般，4 是不同意，5 是非常不同意。企业绩效的测量指标分为员工福利、销售额增长、利润增长、对外捐赠、企业规模扩大情况。如下表 4.5 所示：

表 4.5 企业绩效分析结果

名称	选项	频数	百分比(%)	最小值	最大值	均值	标准偏差	方差
1.您认为与过去三年相比，本企业员工福利越来越好	5	46	20.40	1	5	3.54	1.153	1.330
	4	88	39.10					
	3	50	22.20					
	2	24	10.70					
	1	17	7.60					
2.您认为与过去三年相比，本企业销售额增长很快	5	65	28.90	1	5	3.77	1.064	1.131
	4	77	34.20					
	3	59	26.20					
	2	15	6.70					
	1	9	4.00					
3.您认为与过去三年相比，本企业本企业的利润增长很快	5	50	22.20	1	5	3.55	1.105	1.222
	4	72	32.00					
	3	66	29.30					
	2	26	11.60					
	1	11	4.90					
4.您认为与过去三年相比，本企业对外捐赠大幅提高	5	54	24.00	1	5	3.58	1.108	1.227
	4	70	31.10					
	3	61	27.10					
	2	32	14.20					
	1	8	3.60					

续 4.5 企业绩效分析结果

5.您认为预计本企业的产能规模将继续扩大	5	74	32.90	1	5	3.94	.966	.934
	4	82	36.40					
	3	55	24.40					
	2	9	4.00					
	1	5	2.20					
合计		225	100.0					

在统计描述中，平均数（均值）和标准差是描述数据资料中最重要的两个测度值。通过上表企业绩效的分析，可以看出：

在均值方面，均值表达了信号变化的中心趋势及数据集的平均大小，是反映数据集中趋势的一项指标。企业绩效测量总计 5 个问题，5 个问题的均值都集中于 3 的区间，按照企业绩效评分标准：1 是非常不同意，2 是不同意，3 是一般，4 是同意，5 是非常同意。均值的集中趋势为一般。均值最低的分别是“您认为与过去三年相比，本企业员工福利越来越好？”，数值为 3.54。均值的集中趋势为一般。从表 4.5 可知，表中的 5 个题项分值大致处于同一水平，且不同的题项所关注的重点存在或多或少的差异，基本可以满足各个程度的要求，均值大部分都是“一般”选项。针对企业绩效的 5 个题项来看，整体上，样本对于第 5 题项的均值最高为 3.94 分，说明样本对于此因素的认可程度最高，当前此类因素对于企业绩效的影响最大。其次是第 2 题项，平均打分是 3.77 分，另外第 4 题项和第 3 题项的平均打分分别是 3.58 分和 3.58 分，说明此两类因素的重要性也较高。整体分析可知：样本对于企业绩效中的 5 项测量因素均有着较高的认同态度，当前 5 项因素均会对于企业绩效起着重要的影响。

在标准差方面，方差与标准差都能反映数据波动的大小，方差（标准差）越小，波动越小，越稳定；反之越不稳定。

此外，基于以上分析，从上表数据显示可知，广西 NM 公司的大部分受测者认为公司在数字化与疫情常态化背景下通过运用互联网思维改变企业经营管理模式提高了员工满意度，在员工福利、销售额增长、利润增长、对外捐赠、企业规模扩大五项题项都产生影响，即互联网思维对企业绩效产生影响。在“您认为与过去三年相比，本企业员工福利越来越好”有 39.1% 的受测者的表示“同意”；在“您认为预计本企业的产能规模将继续扩大？”中，选择“同意”占比达到 36.4%。这说明互联网思维、员工满意都对企业绩效产生影响，而在这份样本中，可以看出，不仅要实现互联网，更要达到互联网思维下的员工满意，才能更好促进企业绩效的实现。

在“您认为与过去三年相比，本企业员工福利越来越好”中，受测者选择“非常同意”的比例为 20.4%，另外选择“同意”的受测者的比例是 39.1%。

在“您认为与过去三年相比，本企业销售额增长很快”中，受测者选择“非常同意”的比例为 28.9%，以及选择“同意”的受测者的占比是 34.2%。

在“您认为与过去三年相比，本企业本企业的利润增长很快？”中，受测者选择“同意”相对较多，有 32%，以及选择“非常同意”样本的比例是 22.2%。

在“您认为与过去三年相比，本企业对外捐赠大幅提高”中，受测者选择“同意”相对较多，有 31.1%，以及选择“一般”受测者的比例是 27.1%。

在“您认为预计本企业的产能规模将继续扩大？”中，有 36.4%的受测者对其选择“同意”，以及选择“非常同意”的比例是 32.9%。

在企业绩效中，受测者认为企业在实施互联网思维运作下与近三年相比员工福利越来越好、销售额增长很快、利润增长很快、对外捐赠大幅提高、产能规模将继续几个方面企业绩效的影响均为“同意”，其次是“非常同意”的占比较高。

#### 4.4 信度分析

信度是为了检测样本是否真实作答，其问卷的结果是否可靠。信度分析是用来测量调查问卷是否具有稳定性及可靠性的分析工具，是指一份测验所得分数之稳定性或一致性，所谓一致性衡量主要目的在于分析衡量问项的一致性本研究分析 Cronbach' s  $\alpha$  信度值，简单来说就是观察项目之间的是否是具有较高的内在一致性，主要是通过观察 Cronbach' s alpha 值。通常这个值保持在 0~1 之间，当这个值大于 0.8 时 (Hair et al., 2006)，表示量表具有良好的信度，当这个值在 0.7~0.8 时表示量表的信度能够被接受，如果在 0.6~0.7 时表示量表虽然可以接受但是需改进。效度分析通常是用来测量问卷是否具有有效性和正确性的有效工具，亦即问卷是否可以测量出其所预测量表特性的程度 (Nunnally, 1978)。如下表所示：

表 4.6 案例处理汇总

个案处理摘要			
		个案数	百分比 (%)
个案	有效	225	100.0
	排除 a	0	.0
	总计	225	100.0

a. 基于过程中所有变量的成列删除。

表 4.7 可靠性统计量

变量	题项数	Cronbach' $\alpha$
互联网思维	13	0.948
员工满意	7	0.886
企业绩效	5	0.831
总体		0.959

本研究以 Cronbachs'  $\alpha$  值来衡量各构面的量表题项之内部一致性。从上表可知，互联网思维 Cronbachs'  $\alpha$  系数 0.947；员工满意 Cronbachs'  $\alpha$  系数 0.886；企业绩效 Cronbachs'  $\alpha$  系数 0.831；总体 Cronbachs'  $\alpha$  系数 0.959，显示本研究所使用之各个量表均在可接受范围之内，测量数值误差小，且内部一致性高，显示具相当高的信度。

#### 4.5 效度分析

效度即测验的分数是否能真的反映出想要测量的特征，是指测验的分数与想要测量的特征的一致性。效度结果分析主要是用 KMO 值与 Bartlett 球形检验来观察。Kaiser 给出了常用的 KMO 度量的标准，即当这个值在大于等于 0.9，表示量表非常适合；当这个值在 0.9~0.8 值之间，表示适合；当这个值在 0.8~0.7 之间，表示量表一般；当这个值在 0.6 以下，就表示量表不合适。用 Bartlett 球形检验，主要是观察 P 值，当这个值所对应的概率大于显著性水平时，则拒绝原假设，反之则认为适合做因子分析。如下表所示：

表 4.8 KMO 和 Bartlett 的检验

KMO 和 Bartlett 的检验		
KMO 取样適切性量数		.944
Bartlett 的球形度检验	近似卡方	4909.815
	自由度	300
	显著性	.000

根据表 4.8 所示，KMO 值接近 1，这说明意味着变量间的相关性越强。通过 Bartlett 的检验，得到显著性 Sig 值为 0，由此可以得出本文的数据适合做因子分析。

表 4.9 总方差解释

总方差解释
-------

续表 4.9 总方差解释

成分	初始特征值			提取载荷平方和		
	总计	方差百分比	累积 %	总计	方差百分比	累积 %
1	13.196	52.784	52.784	13.196	52.784	52.784
2	2.376	9.503	62.287	2.376	9.503	62.287
3	1.527	6.106	68.393	1.527	6.106	68.393
4	1.035	4.140	72.533	1.035	4.140	72.533
5	.785	3.139	75.672			
6	.650	2.598	78.271			
7	.600	2.400	80.670			
8	.531	2.122	82.793			
9	.490	1.960	84.753			
10	.455	1.819	86.572			
11	.393	1.571	88.143			
12	.338	1.351	89.494			
13	.310	1.241	90.735			
14	.286	1.146	91.881			
15	.270	1.081	92.962			
16	.242	.970	93.932			
17	.227	.908	94.840			
18	.210	.842	95.682			
19	.199	.798	96.480			
20	.187	.748	97.228			
21	.171	.683	97.911			
22	.158	.633	98.544			
23	.129	.514	99.058			
24	.120	.481	99.539			
25	.115	.461	100.000			

提取方法：主成分分析法。

表 4.10 成分矩阵

成分矩阵 a					
		成分			
		1	2	3	4
一、员工角度互联网思维调研	1. 您认为因疫情原因居家办公期间您能高效地完成工作?	.719	-.337	-.192	.083
	2. 您认为在广西 NM 公司网络办公平台中, 您与其他同事很容易进行交流和互动?	.747	-.296	-.190	.119
	3. 您认为广西 NM 公司的员工管理方式是一种多元管理方式结合?	.837	-.240	-.145	.014
	4. 您认为广西 NM 公司线上培训可让您更有效地提升工作能力?	.652	.447	-.397	-.136
二、企业资源角度互联网思维调研	5. 您认为广西 NM 公司招聘渠道能提供方便快捷的招聘信息?	.746	-.030	-.039	-.002
	6. 您认为广西 NM 公司的搭建的移动审批流程极大提高了办公效率?	.760	-.288	-.059	-.098
	7. 您认为广西 NM 公司更快的实现了产品迭代更新吗?	.742	.160	-.279	-.158
	8. 您认为广西 NM 公司的现有资源 (如客户、产品情况) 管理已实现数据化管理?	.696	.187	-.398	-.191
	9. 您认为广西 NM 公司网络化办公对数据信息的传递沟通很及时?	.723	.366	-.361	-.094
三、企业环境角度互联网思维调研	10. 您认为广西 NM 公司不以自我为中心, 而是注重与其他企业的合作共享?	.814	-.267	-.143	-.043
	11. 您认为广西 NM 公司与合作伙伴互通资源, 共享利益?	.819	-.178	.216	.057
	12. 您认为广西 NM 公司与其他企业通过合作实现共赢?	.815	-.178	.216	.057
	13. 您认为广西 NM 公司以更加开放的姿态融合上下游合作伙伴?	.846	-.243	-.131	.020
四、互联网思维员工满意调研	14. 您对广西 NM 公司可移动的办公环境感到满意吗?	.729	-.226	.067	-.060
	15. 您对广西 NM 公司实施互联网组织审批流程变得简单感到满意吗?	.762	-.254	.080	-.190
	16. 您对广西 NM 公司实施据员工工作完成情况的网络数据来提供福利待遇感到满意吗?	.676	.309	.316	-.297

续表 4.10 成分矩阵

	17.您对广西 NM 公司实施网络化考核信息公开, 透明的绩效分配机制感到满意吗?	.751	-.053	.480	-.158
	18.您对广西 NM 公司在实施互联网多边互动后的成就感方面感到满意吗?	.603	.600	.196	-.210
	19.您对广西 NM 公司依公司员工数据信息记录, 来晋升的机制感到满意吗?	.525	.568	.201	-.130
	20.您对广西 NM 公司通过互联网内部办公平台分配给你的工作量感到满意吗?	.784	-.012	.374	-.092
五、互联网思维、 员工满意与企业绩效调研	21.您认为与过去三年相比, 本企业员工福利越来越好?	.484	.539	.091	.360
	22.您认为与过去三年相比, 本企业销售额增长很快?	.769	-.099	.347	.289
	23.您认为与过去三年相比, 本企业本企业的利润增长很快?	.551	.416	-.156	.531
	24.您认为与过去三年相比, 本企业对外捐赠大幅提高?	.694	.112	-.029	.390
	25.您认为预计本企业的产能规模将继续扩大?	.769	-.133	.274	.195
提取方法: 主成分分析法。					
a. 提取了 4 个成分。					

从上表可知: 所有研究项对应的共同度值均高于 0.4, 说明研究项信息可以被有效的提取。另外, KMO 值为 0.944, 大于 0.9, 按照 Kaiser 给出常用的 KMO 度量的标准, 即当这个值在大于等于 0.9, 表示量表非常适合; 意味量表非常适合, 数据具有效度。另外, 4 个因子的方差解释率值分别是 52.784%、9.503%、6.106%、4.140%, 旋转后累积方差解释率为 72.533%>50%, 意味着研究项的信息量可以有效的提取出来。

## 4.6 假设检验

### (1) 互联网思维对员工满意影响关系的检验

为了研究互联网思维对员工满意是否存在显著正向影响, 因此, 首先对互联网思维的 13 题量表进行求取平均值生成“互联网思维”变量, 随后对员工满意的 7 题量表进行求取平均值生成“员工满意”变量, 之后再采用回归分析进行验证。

表 4.11 H1 假设分析结果

线性回归分析结果 (n=225)									
	非标准化系数		标准化系数	t	p	VIF	R <sup>2</sup>	调整 R <sup>2</sup>	F
	B	标准误	Beta						
常数	.389	.203	-	1.920	.000	-	0.569	0.567	F (1,223) =294.676,p=0.000
互联网思维	.853	.050	.754	17.166	0.000**	1.000			
因变量：员工满意									
* p<0.05 ** p<0.01									

R<sup>2</sup>值是趋势线拟合程度的指标，它的数值大小可以反映趋势线的估计值与对应的实际数据之间的拟合程度，拟合程度越高，趋势线的可靠性就越高。R<sup>2</sup>值是取值范围在 0~1 之间的数值，当趋势线的 R<sup>2</sup>值等于 1 或接近 1 时，其可靠性最高，反之则可靠性较低。

从上表可以看出，模型 R<sup>2</sup>值为 0.569，意味着“互联网思维”可以解释“员工满意”的 75.4%变化原因。对模型进行 F 检验时发现模型通过 F 检验 (F=294.676, p=0.000<0.05)，即说明“互联网思维”一定会对“员工满意”产生影响关系。

得出模型公式为：员工满意=0.389+0.853\*互联网思维。

由此，互联网思维的回归系数值为 0.853 (t=17.166, p=0.000<0.01)，意味着互联网思维会对企业绩效产生显著的正向影响关系。

总结分析可得：互联网思维均会对员工满意产生显著的正向影响关系。

## (2) 员工满意对企业绩效影响关系的检验

为了研究员工满意对企业绩效是否存在显著正向影响，因此，首先对员工满意的 7 题量表进行求取平均值生成“员工满意”变量，随后对企业绩效的 5 题量表进行求取平均值生成“企业绩效”变量，之后再采用回归分析进行验证。

表 4.12 H2 假设分析结果

线性回归分析结果 (n=225)									
	非标准化系数		标准化系数	t	p	VIF	R <sup>2</sup>	调整 R <sup>2</sup>	F
	B	标准误	Beta						
常数	0.815	0.185	-	4.408	0.000**	-	0.529	0.527	F (1,223) =250.561,p=0.000
员工满意	0.751	0.047	0.727	15.829	0.000**	1.000			

续表 4.12 H2 假设分析结果

因变量：企业绩效
* p<0.05 ** p<0.01

从上表可以看出，模型 R<sup>2</sup>方值为 0.529，意味着“员工满意”可以解释“企业绩效”的 52.9%变化原因。对模型进行 F 检验时发现模型通过 F 检验 (F=250.561, p=0.000<0.05)，即说明“员工满意”一定会对“企业绩效”产生影响关系。

得出模型公式为：企业绩效=0.815+0.751\*员工满意。

由此，员工满意的回归系数值为 0.751 (t=250.561, p=0.000<0.01)，意味着员工满意会对企业绩效产生显著的正向影响关系。

总结分析可得：员工满意全部均会对企业绩效产生显著的正向影响关系。

### (3) 互联网思维对企业绩效关系的检验

为了互联网思维对企业绩效是否存在显著正向影响，因此，首先对互联网思维的 13 题量表进行求取平均值生成“互联网思维”变量，随后对企业绩效的 5 题量表进行求取平均值生成“企业绩效”变量，之后再采用回归分析进行验证。

表 4.13 H3 假设分析结果

线性回归分析结果 (n=225)									
	非标准化系数		标准化系数	t	p	VIF	R <sup>2</sup>	调整 R <sup>2</sup>	F
	B	标准误	Beta						
常数	0.242	0.217	-	1.119	0.000**				F (1,223) =259.504,p=0.000
互联网思维	0.856	0.053	0.733	16.109	0.000**	1.000	0.538	0.536	
因变量：企业绩效									
* p<0.05 ** p<0.01									

从上表可以看出，模型 R<sup>2</sup>值为 0.538，意味着“互联网思维”可以解释“企业绩效”的 53.8%变化原因。对模型进行 F 检验时发现模型通过 F 检验 (F=259.504, p=0.000<0.05)，也就说明“互联网思维”一定会对“企业绩效”产生影响关系。

得出模型公式为：企业绩效=0.242+0.856\*互联网思维

由此，互联网思维的回归系数值为 0.856 (t= 16.109, p=0.000<0.01)，意味着互联网思维会对企业绩效产生显著的正向影响关系。

总结分析可得：互联网思维全部均会对企业绩效产生显著的正向影响关系。

#### (4) 员工满意在互联网思维与企业绩效中影响关系的检验

Baron & Kenny (1986) 指出中介效应的观点, 若变量 X 满足三个条件, 则可以认为变量 X 通过变量 M 的中介作用影响到变量 Y: 首先是变量 X 的变化能解释变量 Y 的变化; 其次是变量 M 的变化能解释变量 Y 的变化; 最后是当控制变量 M 对变量 Y 的影响后, 变量 X 对变量 Y 的影响为零或者显著降低, 当为零时称为完全中介, 当为显著降低时称为部分中介。

为了研究员工满意在互联网思维与企业绩效中是否具有中介作用, 本文在回归分析中, 对模型的系数进行分析。首先采用因果逐步回归检验法, 先从下表 4.14 的模型 1 可知互联网思维对企业绩效 ( $\beta_c=0.856, t=16.109, p=0.000$ ) 得出  $\beta_c$  呈显著性、模型 2 中互联网思维对员工满意 ( $\beta_a=0.853, t=17.166, p=0.000$ ) 得出  $\beta_a$  呈显著性、模型 3 中员工满意对企业绩效 ( $\beta_b=0.751, t=15.829, p=0.000$ ) 达到显著性水平, 且模型 3 中互联网思维对企业绩效仍达到显著性水平 ( $\beta_c'=0.500, t=6.694, p=0.000$ ), 其模型如下:

$$Y'_{\text{(企业绩效)}} = 0.242 + 0.856 * X_{\text{(互联网思维)}}$$

$$Z'_{\text{(员工满意)}} = 0.389 + 0.853 * X_{\text{(互联网思维)}}$$

$$Y'_{\text{(企业绩效)}} = 0.080 + 0.500 * X_{\text{(互联网思维)}} + 0.417 * Z'_{\text{(员工满意)}}$$

随后进行 Bootstrap 法检验模型得到  $\beta_a * \beta_b$  的 95% Boot CI 值不包括数字 0 (显著)  $\beta_a * \beta_b$  与  $\beta_c'$  同号, 属于部分中介效应, 报告中介效应占总效应的比例  $\beta_a * \beta_b / \beta_c'$ , 算其效应占比为:  $\beta_a * \beta_b / \beta_c' = 41.577\%$ , 表明中介效应在总效应占比为 41.577%, 因此员工满意为部分中介作用成立。

表 4.14 中介作用分析

模型		未标准化系数		标准化系数	t	显著性
		B	标准错误	Beta		
1	(常量)	.242	.217	-	1.119	.000
	互联网思维	.856	.053	.733	16.109	.000
a. 因变量: 企业绩效						
2	(常量)	.389	.203	-	1.920	.000
	互联网思维	.853	.050	.754	17.166	.000
a. 因变量: 员工满意						
3	(常量)	.815	.185	-	4.408	.000
	互联网思维	.500	.075	.428	6.694	.000

续表 4.14 中介作用分析

	员工满意	.751	.066	.404	6.314	.000
a. 因变量：企业绩效						

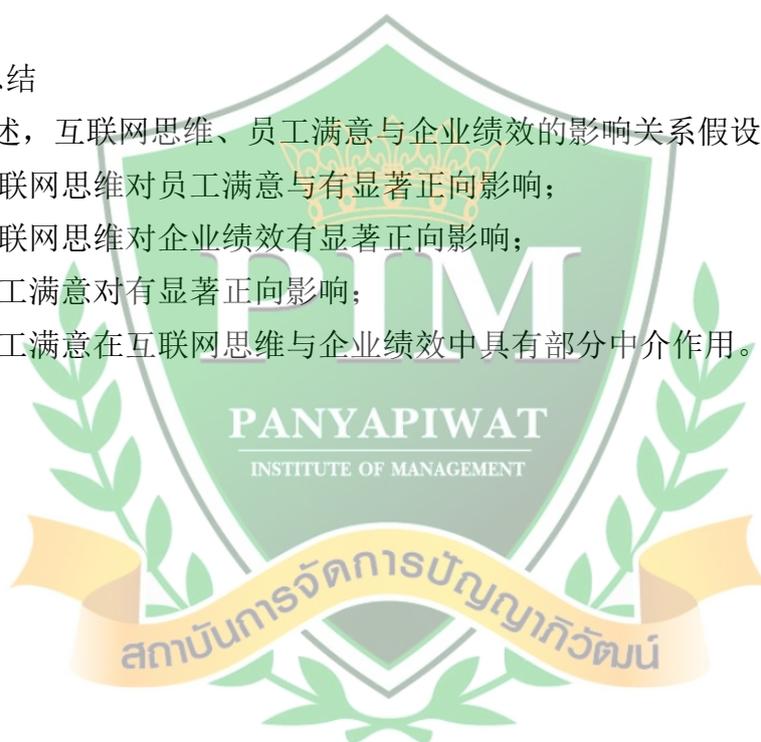
表 4.15 H4 中介作用检验结果汇总

互联网思维=>员工满意=>企业绩效							
$b_c$	$b_a$	$b_b$	$b_a * b_b$	$b_a * b_b$ (95% BootCI)	$b_c'$	效应占比	检验结论
0.856**	0.853*	0.417**	0.356	0.189 ~0.415	0.500**	41.577%	部分中介
* p<0.05 ** p<0.01							

(5) 总结

综上所述，互联网思维、员工满意与企业绩效的影响关系假设成立，如下：

- H1：互联网思维对员工满意与有显著正向影响；
- H2：互联网思维对企业绩效有显著正向影响；
- H3：员工满意对有显著正向影响；
- H4：员工满意在互联网思维与企业绩效中具有部分中介作用。



## 第五章 研究总结及建议

本研究主要就互联网思维、员工满意与企业绩效影响关系进行研究讨论。本章节分为三个部分，第一部分是研究结论，第二部分是研究建议。第三部分是本研究在调研过程中所存在的不足及后续研究所需做出的改进。

### 5.1 研究结论

#### 5.1.1 研究发现

本研究的主要目的是探讨研究互联网思维、员工满意与企业绩效影响关系。假设检验结果如下表 5.1 所示：

表 5.1 研究发现

研究假设	验证结果
H1: 互联网思维对员工满意具有显著正向影响	成立
H2: 员工满意对企业绩效具有显著正向影响	成立
H3: 互联网思维对企业绩效具有显著正向影响	成立
H4: 员工满意在互联网思维与企业绩效中具有部分中介作用	成立

以上研究假设全部成立。

#### 5.1.2 研究结论

通过研究发现，本文的主要变量之间均存在影响关系，即互联网思维分别与员工满意和企业绩效之间存在显著正向影响，员工满意与企业绩效之间也存在显著正向影响，为后续的回归分析和部分中介效应的检验奠定了基础。

本研究通过线性回归分析，首先发现互联网思维对员工满意具有显著的正向影响关系，这说明越拓宽互联网思维运用范围，越能达到员工满意。其次发现互联网思维对企业绩效具有显著的正向影响关系，即互联网思维会直接影响企业绩效，越提升互联网思维运用，越能促进企业绩效提升。最后发现员工满意对企业绩效具有显著的正向影响关系，也就是说实现员工满意，会更促进企业绩效。

为了进一步检验三者之间的关系，本研究假设员工满意在互联网思维与企业绩效中起到部分中介作用。通过中介作用检验，发现员工满意在互联网思维与企业绩效之间存在部分中介效应，即员工满意在互联网思维与企业绩效中具有部分中介影响。以上结果验证了本文的假设全部推论，本文作者在前期的文献的梳理

中发现由于员工满意是不同反应的总和，具有主观性，且员工满意随时间环境变化而变化，无法做时间段的限定，再者因为企业绩效的多维度考量，所以互联网思维通过员工满意影响企业绩效也会因不同的企业目标而异，员工满意在互联网思维与企业绩效中的作用程度也会因企业性质而异。所以，比如前人研究中的员工主观因素和外部环境等也会影响企业绩效，这是本文在后续研究中需要改进的方面。

本研究的主要目的是探讨研究互联网思维、员工满意与企业绩效的影响关系，验证结果全部成立。

## 5.2 研究建议

本次研究以发现问题解决问题为根本，通过研究互联网思维、员工满意与企业绩效影响关系，有助于广西 NM 公司了解其实现互联网思维的情况，员工满意的情况，以及哪些方面对企业绩效产生了影响，从而助力广西 NM 公司有效完成企业绩效目标，提升广西 NM 公司的市场竞争力。

### 5.2.1 广西 NM 公司经营管理工作要实现互联网思维

广西 NM 公司在经营管理工作要树立与时俱进的管理观念，提升管理能力，通过员工满意促进客户满意，以员工为导向，挖掘互联网思维的内涵和员工需求。此外经营管理工作不只是管理层的工作，需要全员把公司当成自己的公司，积极参与经营管理。互联网思维促进了企业管理，有效促进各级员工与管理层的沟通与协调，运用平台推进了企业管理的各项工作，同时各业务板块之间更快速便捷地融合。而员工即公司的最重要的资源，本文通过员工角度互联网思维、企业资源角度互联网思维、企业环境角度互联网思维的评价来分析广西 NM 公司实现互联网思维的效果，本文作者通过分析结果数据，提出以下建议：

一是互联网思维。主要体现在企业方面需要管理创新，搭建开放、合作、便捷、安全的办公环境与平台，打造扁平化的组织管理机构。由于企业的组织文化在很大程度上影响组织的发展与变革，封闭的、约束的组织文化会禁锢员工的创新精神，使员工不进取、不敢进；形成开放、包容的组织文化能够鼓励员工的进取精神，使员工在取得成功的同时获得奖励。创新则要对已建立的制度、规则等进行变革，特别是在瞬息万变的时代，更要对组织文化进行变革，才能形成一个开放的、与时俱进的组织文化。

二强化企业管理科学性，在数据时代，由于大量信息井喷式出现，使得产品、决策、管理更加透明，员工可以随时获得自己需要的信息，员工从管理者处获得信息产生依赖的关系逐渐瓦解，出现了“去中心化”和“去组织化”的现象。运

用互联网思维开展企业管理工作，就是要在提高科学性方面下功夫，这就需要企业必须切实加大企业管理网络化、信息化、智能化方面的投入，着力打造扁平化组织结构，强化企业管理的“信息汇聚”功能，通过对各方面信息进行收集、统计、分析和整理，提升企业管理的针对性和效能性。强化企业管理科学性，还要更加重视运用互联网思维开展企业管理模式创新，以提升企业决策科学化、民主化水平，运用大数据技术加强对管理信息深度运用，使管理决策拥有强大、精准和科学的数据支撑，使企业绩效取得更大突破。

三加强企业管理互动。互联网具有很强的开放性和互动性，互联思维同样如此，相应在企业管理的过程中大力推动企业管理互动实现新突破。首先就是要将“线上”与“线下”相结合作为重要的管理模式，运用网络技术、信息技术构建互联网管理平台，在开展全员改善管理的过程中，开发相关的管理系统，使创意收集、转化、管理、考核、奖惩等实现信息化和网络化，运用大数据技术对内容进行系统分析和融合，找出存在的问题和矛盾，制定更具有针对性的管理策略和方案，推动全员改善管理促进企业绩效。

### 5.2.2 广西 NM 公司经营管理工作要促进员工满意

基于以上互联网的相关建议，本文作者认为广西 NM 公司在经营管理工作要充分认识到互联网思维的重要性，广西 NM 公司的经营管理工作不仅要实现互联网思维，更要使员工满意。员工即企业重要的资源，公司在以员工满意为最大原则的基础上，要实现企业与员工的双赢。对于广西 NM 公司来说，促进员工满意有利于提升员工的忠诚度，以提高员工满意转化为员工的创新性。本文通过人际关系与工作环境满意度、薪酬满意度、工作本身满意度、员工职业生涯满意度、工作分配五个维度的评价来分析广西 NM 公司员工满意的情况，本文作者通过分析数据结果，提出以下建议：

一是发展互联网思维，提升员工对企业的满意度，达到员工满意。互联网思维是企业经营管理工作中的持续创新力，企业互联网思维是企业生产经营管理活动中的具体运用，是在完善经营管理活动的基础上，在实现价值链增值的有效驱动，同时使企业与员工、客户之间的沟通实现零距离。

二是创新企业平台，提升员工对企业的满意度，进而达到顾客满意。对于数据化、信息化的时代，信息不断扩大，员工对企业的忠诚度也随时代的变化而变化，员工就业理念已经转化为找工作就是找平台的理念，同时也会考虑企业是否具有时代的思维。对于企业而言，员工掌握着企业方方面面的信息，甚至有些信息影响着企业的生存与发展，提高员工的满意度在一定程度上会加强员工的忠诚度与创新性，搭建平台已不再是单纯员工是否有上升渠道，同时也要完善网络

平台，如移动办公平台、企业肉片沟通交流平台等、加强网络服务系统，简化信息获取并解决的流程，建立快速反应机制。

### 5.2.3 广西 NM 公司经营管理工作与企业绩效

研究企业绩效有助于提升广西 NM 公司经营管理工作，本文通过员工角度互联网思维、企业资源角度互联网思维、企业环境角度互联网思维的评价来分析影响企业绩效的程度，本文作者通过分析结果数据，提出以下建议：

一是广西 NM 公司在经营管理工作不仅要实现互联网思维，实现持续创新、保持竞争优势地位，以促进企业绩效。

二是员工满意在企业绩效的同样具有正面影响。建议广西 NM 公司尤其要重视员工满意对企业绩效的影响，以促进企业绩效持续升级。

三是广西 NM 公司还要多关注员工的主观因素及外部环境变化的影响，以促进企业绩效，且留住更多具有创新性的优质员工。

## 5.3 研究限制

一是在研究假设方面，还有些许不足，希望后续研究者继续实证假设探讨，可让研究更加丰富。

二是在研究样本量，本研究样本量只有 240，样本量过小，对一些相对弱势在职员工覆盖率低，在未来的研究中，可以考虑选择多种层次的在职员工，提高样本量作为研究样本，以获得更深入的了解。

三是在研究样本方面，本研究只是以广西 NM 公司的员工为研究样本，同时由于广西 NM 公司为高新技术企业，样本群体相对具有学历优势，大多数样本局限本科以上学历群体。在未来的研究中，可以考虑选择没有在广西 NM 公司就职的其他类型员工作为研究样本，以获得更深入的了解。

## 参考文献

- 安国俊 & 贾馥玮.(2020).新冠疫情对经济的影响分析及对策研究. *金融理论与实践* (03), 45-51.
- 蔡鑫.(2018).企业管理中员工满意度探讨与分析——21世纪什么最宝贵,人才!做什么最重要,留住人才!. *中国商论*(19), 112-113.
- 陈娇,秦春蓉 & 叶璐.(2021).互联网+时代食品国有企业绩效管理研究——评《基于社会责任视角下的企业绩效与评价相关性研究:以食品企业为例》. *中国酿造*(01), 227.
- 陈有勇.(2016).*互联网时代的企业组织转型研究*(博士学位论文,中共中央党校).
- 程慧.(2014).用互联网思维改造企业文化. *通信世界*(25), 16.
- 程维.(2016).*互联网思维对思想政治教育载体创新的影响与实践研究*(硕士学位论文,河南师范大学).
- 邓亚萍.(2020).*H公司员工满意度提升策略研究*(硕士学位论文,江西师范大学).
- 杜嘉敏.(2014).*基于互联网思维的用户需求与新产品开发流程研究*(硕士学位论文,天津大学)
- 段红艳.(2007).*旅行社员工满意度研究*(硕士学位论文,湖南师范大学).
- 范志丽.(2017).*消费者感知的互联网思维对关系质量的影响*(硕士学位论文,大连理工大学).
- 冯国义.(2008).浅谈单位员工满意度与工作绩效的相关性. *商场现代化*(11), 63-64.
- 高翔.(2011).*员工敬业度和工作满意度关系探讨*(博士学位论文,北京师范大学).
- 葛青华.(2012).*企业员工满意度研究*(博士学位论文,天津大学).
- 关泽.(2019).*医院门诊患者“互联网+”就诊体验量表开发*(硕士学位论文,北京中医药大学).
- 郭晓棠.(2018).论互联网思维对传统商业管理的冲击. *现代经济信息*(12), 104.

- 何叶, 胡辉&, 郭菁菁.(2019).民办高校员工工作满意度研究综述. *产业与科技论坛* (23), 122-123.
- 胡芸芸.(2014).我国中小科技企业员工满意度对企业绩效影响的实证研究(硕士学位论文, 武汉理工大学).
- 贾生华, 陈宏辉, 田传浩.(2003).基于利益相关者理论的企业绩效评价——一个分析框架和应用研究. *科研管理*(04), 94-101.
- 姜莉 & 苏正洋.(2014).整合+精准 互联网思维的大运用. *广告大观(综合版)* (04), 44-45.
- 蒋宇欣 & 吴雨才.(2019).员工工作满意度相关文献综述研究. *全国流通经济*(21), 87-89.
- 焦凯.(2015).互联网思维对企业边界的影响. *企业管理*(06), 123-125.
- 金戛昉, 赵健, 吕晓雷, 李琳, 胡晓栋 & 尹成彦.(2020).新冠肺炎疫情对企业经营影响的调查. *中国管理会计*(04), 78-83.
- 李光浩.(2015).互联网思维对人力资源管理的影响. *河北企业*(10), 45.
- 李志强.(2001).新制度经济学的制度理论——企业理论·产权理论·制度变迁理论. *经济师* (12), 34-35.
- 梁玲.(2011).企业员工满意度问题研究. *黑龙江对外经贸*(03), 132-133.
- 刘洪.(2010).论员工满意度与工作业绩的关系. *当代经济*(22), 164-165.
- 刘芸, 陈为政. (2009). 薪酬管理公平性对员工薪酬满意感的影响[[J]]. *外国经济与管理*(2), 7—14.
- 刘芸.(2004).如何实现员工满意与企业绩效的“双赢”. *经济师*(11), 163-164.
- 卢嘉, 时勘.(2000).如何调查员工满意度. *中国人力资源开发*(06), 32-33.
- 卢彦.(2015).*互联网思维 2.0: 传统企业互联网转型*. 北京: 机械工业出版社.

- 罗新远 & 乔娜.(2021).新冠肺炎疫情对我国产业链的影响及对策. *渭南师范学院学报* (09), 14-20.
- 罗玉璧.(2010).员工满意度与企业绩效的关系探讨. *现代商贸工业*(12), 149.
- 马敬春.(2007).中小企业人力资源战略研究(硕士学位论文, 吉林大学).
- 牛成喆, 李秀芬.(2005).绩效管理的文献综述. *甘肃科技纵横*(05), 103-88.
- 潘明辉.(2016).经济新常态下大学生创业模式研究(硕士学位论文, 吉林大学).
- 潘晓东.(2015).互联网思维的核心是客户至上. *中国印刷*(08), 23-24+26.
- 庞敏.(2011).员工满意度和工作绩效关系研究. *机械管理开发*(02), 152-153+155.
- 蒲德祥.(2009).企业员工工作满意度结构维度分析. *山东工商学院学报*(04), 63-67+71.
- 史志明.(2010).提高知识型员工工作满意度——基于人力资源开发的视角. *现代企业教育* (06), 60-63.
- 孙明海.(2011).医药企业创业导向、组织学习与企业绩效关系研究(博士学位论文, 吉林大学).
- 腾飞.(2006).员工敬业度培养与企业绩效提升. *产业与科技论坛*(1), 194-195
- 汪光武.(2020).新冠疫情对企业经营战略之影响分析. *销售与市场(管理版)* (06), 23-25.
- 王安琪.(2015).互联网思维对企业人力资源管理的影响研究. *人力资源管理*(06), 7-8.
- 王操红.(2009).知识型企业高绩效工作系统研究(博士学位论文, 厦门大学).
- 王和兴.(2020).新冠肺炎疫情对物业企业经营活动的影响及财务对策. *财务管理研究* (12), 98-102.
- 王虎.(2019).基于互联网时代的人力资源管理新思维的探索. *中国商论*(16), 134-135.

- 温素彬 & 薛恒新.(2005).基于科学发展观的企业三重绩效评价模型. *会计研究* (04), 60-64+95.
- 武荣.(2013).从财务管理角度分析企业绩效评价的方法与创新. *现代商业*(21), 147.
- 席波.(2004).*内部营销对员工满意度与企业绩效的影响研究*(硕士学位论文, 华中科技大学).
- 谢丹.(2019).“互联网+”时代酒店行业一线员工满意度问题分析. *旅游纵览(下半月)*(10), 63-64.
- 谢玉华 & 张群艳.(2013).新生代员工参与对员工满意度的影响研究. *管理学报* (08), 1162-1169.
- 熊永卫.(2018).论互联网思维下的企业管理模式创新. *智库时代*(32), 5-6.
- 徐光中.(1977).工厂工人的工作满足及其相关因子之探讨. *中国台湾中央研究院民族学研究所集刊* (43), 26-27.
- 徐海峰.(2016).浅析互联网思维在房产企业人力资源管理中的应用. *中小企业管理与科技(上旬刊)*(10), 34-35.
- 许亚宁.(2015).*互联网平台型物流企业人力资源战略管理研究*(博士学位论文, 长安大学).
- 叶春.(2010).农业银行员工工作满意度的影响因素及其完善对策. *商场现代化*(36), 152-153.
- 殷瑜.(2018).基于员工满意度的企业绩效分析. *市场周刊*(11), 180-181.
- 张慧芳.(2000).产权、竞争、创新与国企绩效探析. *西安电子科技大学学报(社会科学版)*(01), 36-39.
- 张玲燕.(2021).*成本粘性、“互联网+”与企业绩效*(硕士学位论文, 河北大学).
- 张士菊 & 廖建桥.(2007).员工工作满意度各维度对整体满意度的影响研究. *科学学与科学技术管理*(08), 184-188.
- 张雪梅.(2018).基于“互联网+”背景谈中小企业人力资源管理. *知识经济*(08), 12-13.
- 张媛媛.(2019).*基于互联网思维的大学生思想和行为引导研究*(博士学位论文, 电子科技大学)

学).

赵大伟.(2014).互联网思维的解读与启示. *中国物业管理*(04), 9-11.

赵培.(2019).“互联网+”中小企业人力资源培训与开发的探究. *中小企业管理与科技(上旬刊)*(05), 1-2.

赵曙明 & 孙秀丽.(2016).中小企业 CEO 变革型领导行为、战略人力资源管理与企业绩效——HRM 能力的调节作用. *南开管理评论*(05), 66-76+90.

赵新军.(2007).企业绩效决定因素的理论解说及其评述. *商场现代化*(14), 106-107.

振邦.(2003).任务绩效与情景绩效二因素绩效模型的验证. *中国管理科学*(11), 15-21.

周嵩凯.(2018).企业员工培训要活用“互联网思维”. *农业发展与金融*(07), 124-125.

左江涛.(2015).基于员工满意度的企业绩效提升研究. *商*(26), 23-24.

Carl G. Jung. (2004). *Advance in experimental social psychology*. New York: Academical Press. 267-289.

Cooper.(1990).The impact of human resource management practices and corporate financial performance. *Academy of Management journal, on turnover, productivity*. 1995:6(38:635-672.

Hoppock.(1935).Job Satisfaction.New York:Harper and Brothers, VOL.8, No.3, 34-35.

John Wall.(2003).Voluntary turnover and job performance. *Journal of Applied Psychology*.

Paul E.Spector.(1997).Job Satisfaction:*Application, Assessment, Cause ,and Consequences*.Sage Publications.

Smith,P.C.,Kendall,L.,Hulin.C.L.(1969). The Measurement of Satisfaction in Work and Retirement. Chicago:Rand McNally.

Tony Robbins.(1990). Strategic entrepreneurial performance.human resource management in SMES: *An empirical study of Human Resource Management*. 1990:2(4): 375-391.

## 附录

### 数字化背景下互联网思维、员工满意与企业绩效影响关系研究 ——基于广西西 NM 公司的研究 调查问卷

尊敬的先生/女士，您好！感谢您腾出宝贵的时间参与填写此问卷。本问卷旨在了解在数字化背景下的企业绩效以及企业人力资源管理过程中的员工满意和互联网思维情况，并向有关部门提出可行性建议，为企业管理及企业人力资源管理提供更多与时俱进的支持与帮助。为保护您的个人隐私，本问卷采用匿名形式填写，请您结合实际情况，回答问卷中的问题。真挚地感谢您对此次调查的支持与配合，祝您生活愉快，工作顺利！

#### 第一部分：基本信息。

以下是各项基本资料，请依您个人的实际状况进行填答，在下列□中勾选，打√。

##### 1.您的性别：

男      女

##### 2. 您的年龄：

25 岁以下   25 岁-34 岁   35 岁-44 岁   45 岁及以上

##### 3.您目前的学历情况：

高中以下   大专   本科   硕士及以上

##### 4.您目前的职位情况：

公司领导层   中层管理人员   一般员工

##### 5.您目前的月收入情况：

1000-2000 元   2001-4000 元   4001-7000 元

7001-9999 元   10000 元以上

## 第二部分：互联网思维。

互联网思维的问卷采用李克特（Likert Scale）五点量表，选项有五个，分别用 1-5 阿拉伯数字表示，1 代表非常不同意，2 代表不同意，3 代表一般，4 代表同意，5 代表非常同意。分数依次为 1-5 分，分数越高代表互联网思维的问卷采用李克特（Likert Scale）五点量表，选项有五个，分别用 1-5 阿拉伯数字表示，1 代表非常不同意，2 代表不同意，3 代表一般，4 代表同意，5 代表非常同意。分数依次为 1-5 分，分数越高代表同意程度越高。第三部分问卷总计 13 题，以了解填答者的对互联网思维的运用程度。同意程度越高。第三部分问卷总计 13 题，以了解填答者的对互联网思维的运用程度，请在相应的选项画“√”。

题号	题项	非常不同意	不同意	一般	同意	非常同意
在员工角度互联网思维调研						
1	您认为因疫情原因居家办公期间您能高效地完成工作	1	2	3	4	5
2	您认为在广西 NM 公司网络办公平台中，您与其他同事很容易进行交流和互动	1	2	3	4	5
3	您认为广西 NM 公司的员工管理方式是一种多元管理方式结合	1	2	3	4	5
4	您认为广西 NM 公司线上培训可让您更有效地提升工作能力	1	2	3	4	5
在企业资源角度互联网思维调研						
5	您认为广西 NM 公司招聘渠道能提供方便快捷的招聘信息？	1	2	3	4	5
6	您认为广西 NM 公司搭建的移动审批流程极大提高了办公效率	1	2	3	4	5
7	您认为广西 NM 公司更快的实现了产品迭代更新吗	1	2	3	4	5
8	您认为广西 NM 公司的现有资源（如客户、产品情况）管理已实现数据化管理	1	2	3	4	5
9	您认为广西 NM 公司网络化办公对数据信息的传递沟通很及时	1	2	3	4	5
在企业环境角度互联网思维调研						
10	您认为广西 NM 公司不以自我为中心，而是注重与其他企业的合作共享	1	2	3	4	5
11	您认为广西 NM 公司与合作伙伴互通资源，共享利益	1	2	3	4	5

12	您认为广西 NM 公司与其他企业通过合作实现共赢	1	2	3	4	5
13	您认为广西 NM 公司以更加开放的姿态融合上下游合作伙伴	1	2	3	4	5

### 第三部分：员工满意。

员工满意分为为人际关系与工作环境满意度、薪酬满意度、工作本身满意度、员工职业生涯满意度、工作分配五个维度进行量表的设计五个方面。每个方面的每个问题有五个选项，分别用 1-5 阿拉伯数字表示，1 代表非常不满意，2 代表不满意，3 代表不确定，4 代表满意，5 代表非常满意。分数依次为 1-5 分，分数越高代表满意程度越高。请您根据实际情况做出判断，请在相应的选项画“√”。

题号	题项	非常不满意	不满意	不确定	满意	非常满意
1	您对广西 NM 公司可移动的办公环境感到满意吗	1	2	3	4	5
2	您对广西 NM 公司实施互联网组织审批流程变得简单感到满意吗	1	2	3	4	5
3	您对广西 NM 公司实施据员工工作完成情况的网络数据来提供福利待遇感到满意吗	1	2	3	4	5
4	您对广西 NM 公司实施网络化考核信息公开，透明的绩效分配机制感到满意吗	1	2	3	4	5
5	您对广西 NM 公司在实施互联网多边互动后的成就感方面感到满意吗	1	2	3	4	5
6	您对广西 NM 公司依公司员工数据信息记录，来晋升的机制感到满意吗	1	2	3	4	5
7	您对广西 NM 公司通过互联网内部办公平台分配给你的工作量感到满意吗	1	2	3	4	5

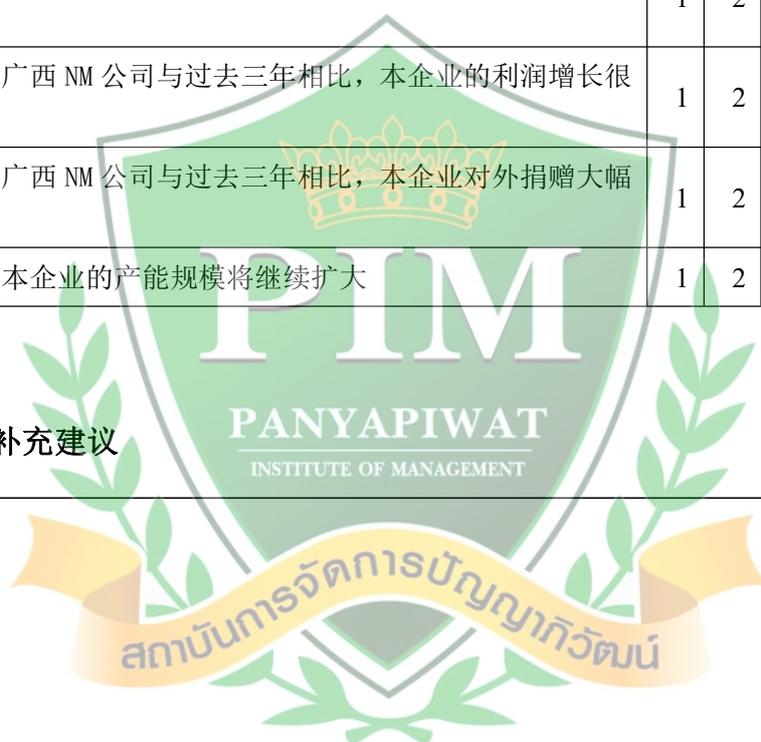
### 第四部分：企业绩效。

企业绩效的问卷采用李克特（Likert Scale）五点量表，选项有五个，分别用 1-5 阿拉伯数字表示，1 代表非常不同意，2 代表不同意，3 代表不确定，4 代表同意，5 代表非常同意。分数依次为 1-5 分，分数越高代表影响程度越高。第三部分问卷总计 5 题，以了解填答者的影响程度。问卷内容分别是员工福利、销售额增长、利润增长、对外捐赠、企业规模扩大情况以上五项对企业绩效的影响程

度。请在相应的选项画“√”。

题号	题项	非常不同意	不同意	不确定	同意	非常同意
企业绩效(近三年的绩效与行业的平均水平相比)						
1	您认为广西 NM 公司与过去三年相比,本企业员工福利越来越好	1	2	3	4	5
2	您认为广西 NM 公司与过去三年相比,本企业销售额增长很快	1	2	3	4	5
3	您认为广西 NM 公司与过去三年相比,本企业的利润增长很快	1	2	3	4	5
4	您认为广西 NM 公司与过去三年相比,本企业对外捐赠大幅提高	1	2	3	4	5
5	您预计本企业的产能规模将继续扩大	1	2	3	4	5

第五部分：补充建议



## 致 谢

首先，我要感谢泰国正大管理学院，让我有更多的学习机会，向在正大管理学院我的导师尚鸿雁教授，表达我最诚挚的谢意和最真挚的感激。尚教授的指导是我学术生涯中的一盏明灯，照着我勇敢前行。从选题到调研再到修改直至最终的定稿，尚教授都会不遗余力地帮助我，本文也凝聚了我的导师尚教授的智慧 and 心血！

其次，我要感谢自己，坚持认真对待所做的每一件事，对于学习也同样如此，过程决定结果，只有把细节做好才有可能获得预期的收益，感谢广西 NM 公司同意本次的调查研究，同时感谢泰国正大管理学院各部门老师给予的帮助。

最后，我要感谢我的家人。家人在自己遇到各种困境之时总能给予及时的宽慰与帮助，同时感恩这段美好的留学时光，一路向前。

林丽

二〇二二年四月八日





## 个人简历

姓名：林丽

学历：2010年6月 文学学士 英语专业  
广西师范大学外国语学院

职业：职员

工作地点：南方锰业集团有限公司

工作单位名称及地址（续） 广西省崇左市江州区太平镇

E-mail: 1277106670@qq.com

专业能力/特长：财务、企业内控

