好的，这是一份根据您提供的附件文件整理的员工敬满度调研分析报告。

**员工敬满度调研分析报告**

**引言** 本报告旨在对公司员工敬业度与满意度调研结果进行详细分析。报告的数据来源包括《各部门数据整理及相关文件分析》中的“按部门总体.csv”数据、 “按管理岗位.csv”数据、“按职级.csv”数据，以及“结论概览.csv”和“填写率.csv”文件。通过对这些数据进行深入剖析，本报告旨在提供对公司整体员工状态、不同部门、不同岗位类型以及不同职级员工敬业度和满意度的全面理解，并提出有见地的结论。

**一、调研整体概况**

**总体填写率分析** 本次调研的**总体人数为 1284 人**，**实际填写人数为 828 人**，**总体填写率为 65%**。值得注意的是，**相较去年，填写率提升了 15%**。这表明员工对参与调研的积极性有所提高，为本次分析提供了更具代表性的数据基础。

**整体敬业度与满意度趋势** 从整体趋势来看，公司在 2024 年的敬业度和满意度均呈现积极增长。

* 1. **2024 年敬业度为 68%**，相较 2023 年的 60% 有所提升。
  2. **2024 年满意度为 68%**，相较 2023 年的 60% 也有所提升。 这表明公司在过去一年中，在提升员工敬业度和满意度方面取得了显著进展。

**二、按部门数据分析**

“按部门总体.csv”文件包含了 44 条记录和 34 列信息，主要涵盖了各部门相关的组织信息、人数统计信息和比率信息。

**部门组织结构概览** 该文件详细记录了公司的部门组织信息，包括一级组织、二级组织和三级组织。

* 1. 其中，**二级组织有 25 个非空值**。
  2. **三级组织有 6 个非空值**。 所有一级部门及其对应的二级部门情况如下:
  3. **财务部**：无二级部门.
  4. **视频事业部**：包括视频一部、视频二部、视频三部、视频四部以及其他.
  5. **法务部**：无二级部门.
  6. **海外营销部**：无二级部门.
  7. **图片事业部**：无二级部门.
  8. **技术部**：无二级部门.
  9. **美术部**：无二级部门.
  10. **平台部**：无二级部门.
  11. **大模型部门**：无二级部门.
  12. **人力资源部**：包括人才引进、HRBP 以及其他.
  13. **市场部**：包括国内投放、媒介公关、市场营销、视觉创意以及其他.
  14. **项目管理部**：无二级部门.
  15. **音频部**：包括音频设计组以及其他.
  16. **语音事业部**：包括策划、程序（有多个重复记录）、美术（有多个重复记录）以及其他.
  17. **行政部**：包括后勤保障中心以及其他.
  18. **运营部**：无二级部门.
  19. **政府关系部**：无二级部门.
  20. **新业务事业部**：无二级部门.
  21. **IT 部**：无二级部门.

**部门人数与比率统计**

* 1. **人数统计信息**：**总人数和有效填写人数均为 44 个非空的 int64 类型数据**.
  2. **比率信息**：涵盖了**有效填写率、敬业度、满意度等 30 个比率相关信息**，均为 object 类型，各有 44 个非空值. 这些比率包括员工对日常工作的喜爱度、对公司文化氛围的认同度、对高层管理人员的评价、职业发展前景、部门管理团队表现、反馈机制、绩效处理、跨部门协作、学习与发展机会、成就感、工作与生活平衡、坦诚沟通、工作流程、直接上级、公司声誉、薪酬合理性、非薪酬认可、资源充足性、福利计划满意度、上级反馈的价值、团队架构清晰度、绩效结果与奖励挂钩程度，以及员工状态分类（高效 - 敬业且满意、受挫 - 敬业不满意、漠然 - 不敬业满意、低效 - 不敬业不满意）.

**部门数据示例分析** 以下是部分部门的具体数据，以展示各部门的敬业度和满意度表现:

* 1. **财务部**：总人数 20 人，有效填写人数 10 人，有效填写率 50%。**敬业度为 40%**，**满意度为 40%**。在各项比率中，财务部对“公司的高层管理人员能为公司制定明确的业务发展方向，并推动执行”和“我所在部门的管理团队能制定部门工作目标并推动落地”的满意度较高，分别为 50%。但对“在公司，我的职业发展前景不错”和“公司有相关的学习与发展机会”的认同度较低，均为 20%。
  2. **视频事业部**（整体）：总人数 239 人，有效填写人数 172 人，有效填写率 72%。**敬业度为 60%**，**满意度为 61%**。该事业部对“我非常喜欢自己的日常工作”（73%）和“我认同公司倡导的文化氛围”（78%）的认同度较高。
  3. **视频事业部 - 视频一部**：总人数 78 人，有效填写人数 60 人，有效填写率 77%。**敬业度为 55%**，**满意度为 60%**。其员工对“我认同公司倡导的文化氛围”的认同度较高（78%），但对“公司有相关的学习与发展机会”的认同度较低（22%）.
  4. **视频事业部 - 视频二部**：总人数 3 人，有效填写人数 2 人，有效填写率 67%。**敬业度为 50%**，**满意度为 50%**。尽管样本量小，但其对“我非常喜欢自己的日常工作”、“我认同公司倡导的文化氛围”、“公司的高层管理人员能为公司制定明确的业务发展方向，并推动执行”、“我能通过接收反馈了解自己的优势和需要提升的方向”、“公司能及时和有效地处理绩效不理想的员工”以及“公司现有的各项资源有助于我提高工作效率”的认同度均达到了 100%。
  5. **视频事业部 - 其他**：总人数 8 人，有效填写人数 2 人，有效填写率 25%。**敬业度为 50%**，**满意度为 50%**。其在“我能通过接收反馈了解自己的优势和需要提升的方向”和“我能从自己的工作中获得成就感”的认同度达到了 100%。

**三、按管理岗位数据分析**

“按管理岗位.csv”文件包含 2 条记录和 30 列数据，主要围绕不同岗位类型的相关数据。

**岗位与人数信息**

* 1. 文件提供了**管理岗位**和**非管理岗位**两种岗位类型的数据，以及各类型下的填写人数。
  2. **管理岗位**有 157 名填写者。
  3. **非管理岗位**有 671 名填写者。

**各维度比率信息** 文件提供了敬业度、满意度、工作、文化氛围、高管、职业成长、中层、反馈、人才密度、信息传递、学习与发展、成就感、工作与生活平衡、沟通、工作流程、直接上级、公司声誉、薪酬、认可、资源、福利、上级、架构、绩效奖金以及员工状态（敬业且满意、敬业不满意、不敬业满意、不敬业不满意）等 28 个比率相关信息。

**管理岗位与非管理岗位的对比洞察**

* 1. **敬业度与满意度**：**管理岗位的敬业度为 76%，满意度为 78%**。**非管理岗位的敬业度为 66%，满意度为 65%**。这表明管理岗位的员工在敬业度和满意度上显著高于非管理岗位员工。
  2. **具体维度表现**：
     1. 管理岗位在“工作”（83%）、“文化氛围”（86%）、“中层”（83%）、“沟通”（77%）、“直接上级”（78%）、“公司声誉”（77%）、“福利”（83%）、“上级”（76%）和“架构”（75%）等维度上的认同度普遍更高。
     2. 管理岗位对“高管”（72%）的认同度也高于非管理岗位（65%）。
     3. 然而，在“学习与发展”维度上，管理岗位（34%）的认认同度低于非管理岗位（41%）。
     4. 在员工状态分布上，**管理岗位“敬业且满意”的比例为 69%**，**非管理岗位为 61%**。**非管理岗位“不敬业不满意”的比例（30%）远高于管理岗位（15%）**。这进一步强调了非管理岗位在敬业度和满意度上的提升空间。

**四、按职级数据分析**

“按职级.csv”文件同样有 2 条记录和 30 列数据，聚焦于不同职级类型的数据情况。

**职级与人数信息**

* 1. 文件提供了**3 和 4 职级**与**1 和 2 职级**两种职级类型的数据，以及各类型下的填写人数。
  2. **3 和 4 职级**有 325 名填写者。
  3. **1 和 2 职级**有 503 名填写者。

**各维度比率信息** 文件提供了与“按管理岗位.csv”相同的 28 个比率相关信息，包括敬业度、满意度及各项具体维度.

**不同职级间的对比洞察**

* 1. **敬业度与满意度**：**3 和 4 职级的敬业度为 71%，满意度为 70%**。**1 和 2 职级的敬业度为 66%，满意度为 66%**。高职级员工（3和4职级）的敬业度和满意度略高于低职级员工（1和2职级）。
  2. **具体维度表现**：
     1. 3 和 4 职级在“工作”（78%）、“文化氛围”（80%）、“高管”（70%）、“职业成长”（57%）、“中层”（78%）、“反馈”（71%）、“成就感”（69%）、“沟通”（71%）、“直接上级”（76%）、“公司声誉”（71%）、“薪酬”（60%）、“认可”（60%）、“架构”（70%）和“绩效奖金”（62%）等多个维度上均表现出更高的认同度。
     2. 在“学习与发展”维度上，1 和 2 职级（40%）略高于 3 和 4 职级（39%），但差异不大。
     3. 在员工状态分布上，**3 和 4 职级“敬业且满意”的比例为 65%**，**1 和 2 职级为 61%**。**1 和 2 职级“不敬业不满意”的比例（29%）高于 3 和 4 职级（24%）**。这与按管理岗位分析的结果相呼应，表明较低职级的员工群体是需要重点关注的群体。

**五、综合洞察与结论**

本次员工敬满度调研结果描绘了公司员工整体积极向上的趋势，同时也揭示了不同群体间的差异，为未来的人力资源策略提供了重要参考。

**整体向好，填写率显著提升**： 公司在 2024 年的整体敬业度与满意度均达到 68%，较 2023 年的 60% 有了 **8 个百分点的显著提升**。同时，**填写率提升 15%**，达到 65%。这表明公司在营造积极工作环境和提升员工参与度方面取得了初步成效。

**管理层与高职级员工表现优异**：

* 1. **管理岗位员工的敬业度（76%）和满意度（78%）远高于非管理岗位（敬业度 66%，满意度 65%）**。
  2. **3 和 4 职级员工的敬业度（71%）和满意度（70%）也高于 1 和 2 职级员工（敬业度 66%，满意度 66%）**。 这反映出管理层和高职级员工对公司战略、文化、管理团队和自身工作的认可度更高。他们对公司声誉、福利、直接上级和团队架构的满意度也普遍更高。

**非管理岗位和低职级员工是重点关注对象**：

* 1. 非管理岗位和 1 和 2 职级的员工在敬业度和满意度上表现相对较低。尤其值得注意的是，**非管理岗位“不敬业不满意”的比例（30%）是管理岗位（15%）的两倍**，**1 和 2 职级“不敬业不满意”的比例（29%）也高于 3 和 4 职级（24%）**。
  2. 这意味着，公司需要更深入地了解这部分员工的需求和挑战，采取更有针对性的措施来提升他们的敬业度和满意度。

**学习与发展机会需加强**：

* 1. 在“按管理岗位”的数据中，**管理岗位在“学习与发展”维度上的认同度（34%）低于非管理岗位（41%）**。
  2. 在“按部门总体”数据中，**财务部和视频事业部视频一部在“学习与发展机会”上的认同度也相对较低**（分别为 20% 和 22%）。 这提示公司，尽管整体满意度提升，但在提供充分的学习与发展机会方面仍有提升空间，尤其是针对不同岗位和部门的需求，需要更精细化的规划.

**部门间存在差异，需具体分析**：

* 1. 例如，**财务部敬业度和满意度均为 40%**，低于公司整体平均水平。且其对职业发展前景的满意度较低。
  2. **视频事业部整体表现良好（敬业度 60%，满意度 61%），但其子部门如“视频事业部 - 其他”的填写率仅为 25%**，样本量小，可能无法完全代表该部门的真实情况。 公司应针对各部门的具体数据，识别出表现相对较弱的部门，并结合其具体的比率数据，深入分析问题症结，制定个性化改进方案.

**结论** 总体而言，公司在 2024 年的员工敬业度和满意度调研结果令人鼓舞，各项指标均有所提升。然而，数据也清晰地指出了改进的重点区域，尤其是在**非管理岗位和低职级员工群体**的敬业度与满意度提升上。同时，**提供更优质和更具针对性的学习与发展机会**，以及**对表现不佳的部门进行深层分析和干预**，将是公司未来人力资源管理的重要方向. 通过持续关注这些关键领域，公司有望进一步提升员工的整体敬业度和满意度，从而促进组织的健康发展.