



# 幸福企业哪里寻？

## —中国员工幸福感的密码

研究成果: Employee well-being in organizations: Theoretical model, scale development, and cross-cultural validation

作者: 郑晓明 \Wenchun Zhu \Haixia Zhao \Chi Zhang

发表于 *Journal of Organizational Behavior* (2015年36卷第5期)

自古以来,“幸福”都是人们孜孜以求的目标。上个世纪80年代中期的一首名为“幸福在哪里”的歌曲告诉人们幸福在“辛勤的工作中、艰苦的劳动里、精心的耕耘中、知识的宝库中”。30多年后的今天,中国已经进入社会经济转型的关键时期,快速变化的环境和激烈的市场竞争给中国企业及其员工带来了巨大的心理冲击和精神压力。焦虑、压抑和困惑等负面情绪不断产生,员工跳楼、企业家自杀的现象也屡见报道,这些现象引起了整个社会对于企业员工的身心健康与心理幸福的关注。

当工作已经成为人们生活中不可或缺的重要组成部分时,一般幸福感的研究结果对组织中员工幸福感管理实践的指导就受到了限制。西方学术界的研究表明,幸福感越高的员工其绩效也会越好,但中西方文化的差异使我们无法直接将西方的研究成果拿来指导我们的组织管理实践,因此,弄清楚中国企业中的员工是如何理解幸福感的,并据此开发相应的测量和评估工具,不仅对员工幸福感的研究有重要的理论价值,而且对于帮助企业了解和提高员工的幸福感,建设幸福企业也具有十分重要的意义。

为了解决现实问题及弥补现有的理论研究的不足,清华大学经济管理学院领导力与组织管理系郑晓明教授及其合作者为此进行了长达5年的追踪案例调查及实证分析,并通过后续的6个相互关联的系列研究,并结合现有理论探讨了中国企业员工幸福感的结构维度,开发了一个包含18个条目的量表用以评估中国企业员工幸福感。同时还通过采用多时点、多来源数据验证了该量表的结构可靠性和有效性。

研究发现,中国企业员工幸福感涉及到三个基本的范畴,即生活方面、工作方面,以及在生活与工作方面的心理需求。结果表明,在组织中,员工越是感到幸福,从心理上为在这个组织中工作感到自豪,也更加认同组织的价值目标,并愿意为了组织的利益自愿做出牺牲或贡献,相应的工作绩效也会越高,也就越不容易离开组织。该研究成果“Employee well-being in organizations: Theoretical model, scale development, and cross-cultural validation”发表在国际一流的学术刊物《*Journal of Organizational Behavior*》2015年第36卷第5期上。

员工生活幸福感主要是指员工对现有的生活方式和状况的满意程度;员工工作幸福感主要是指员工对工作状况的主观评价,对所从事的工作内容和工作中的体验的满意程度;员工心理幸福感主要是指员工对自己的评价,在日常交往中所得到的尊重、公平、自我实现等方面的满意程度。这三部分相互联系、相互支撑,共同构成员工幸福感的核心内容。企业不能仅仅片面地关注其中某一个方面,而忽视其他方面的作用。例如,前几年富士康公司的员工不断自杀的主要原因并非是员工对物质生活方面的不满意,而主要是他们在公司中无法体会到尊重,人与人之间没有和谐的人际关系,并且也没有足够的自我实现。相比来说,同样是“农民工”群体,在海底捞公司工作的员工就能够快乐工作,生机勃勃,这不仅是因为他们在生活和物质方面得到了较好的待遇,也是因为海底捞所提倡的“双手改变命运”的价值理念为他们提供了公平、公正的保障制度,也为他们的发展提供了广阔的平台。

本研究一方面拓展了中国文化下幸福感的研究,发展了本土组织行为学理论,为开展中国组织行为的研究提供了一个新的可靠有效的工具,另一方面也对中国企业和员工自身的幸福感管理实践具有重要的指导意义。

供稿: 科研事务办公室

编辑: 高晨卉

责编: 孙荣玲