

坚守责任底线保证幸福指数

■ 记者 李成成 报道

企业的幸福指数与其责任底线息息相关，一个企业的目标不仅仅是追求经济利益，创造员工、企业、社会的幸福感同样重要，那么幸福感怎么保证呢？首先需要的就是企业坚守其责任底线，既追求企业、伙伴、员工的利益和目标的实现，也追求社会、公众、客户利益和目标的实现，这样的企业才能创造幸福。

企业责任关系幸福指数

企业责任一般而言包含三种层面，即经济责任、社会责任和环境责任。经济责任是企业运作、发展的基础，以获得经济利益为目的；而社会责任和环境责任虽不能直接获得经济效益，但亦是必不可少的。

强大的社会行为可以帮助企业赢得人才之战、品牌价值、社会责任投资、客户要求等，因为现在的企业竞争已经从过去的技术、产品上的竞争上升到了公司责任理念和道德文化水平的竞争。

值得注意的是，现在很大一部分企业因为一味地追逐经济利润而忽视了社会责任，尤其是一些中小企业，因为对社会责任的认识不全面，很多企业认为社会责任就是公益事业或者社会捐赠，而中小企业一般利润很有限，由此声称自己无力承担此责任，并且会忽视社会责任中的重要要素。这是社会责任的认知误区。

无可否认的是，一些完全忽视企业责任的企业还存在，尤其是在食品行业，这些企业只知道尽可能多地招揽钱财，而置公众安全于不顾，践踏责任底线。无疑，这类企业是没有幸福感可言的，反而更多的内心是愧疚和不安感。这样的企业无法长久生存，其竞争力也大大减小。

拥有坚守责任底线的企业，都比较重视企业的可持续发展以及员工的福利和工作心态等，而员工也乐于在这样的环境中工作生活。企业必须深刻认识到自己的社会责任，对社会、对公众、对员工、对环境负责，才能保证企业以及员工的幸福。

幸福指数现今已经成为衡量企业、工作、生活质量的重要指标之一，当然幸福指数的划分标准还很难界定，不能仅仅用收入作为划分标准，但无疑创新型、开放型、人性化的企业拥有更高的幸福指数。

易凯资本首席执行官王冉曾经把企业大致分为三类：一类是制造驱动的企业，人会被机器绑架并最终被它们替代；一类是营销驱动的企业，人会被欲望和目标绑架并最终让自己迷失；还有一类是价值观和创新驱动的企业，在那里人会被梦想激励和愉悦。

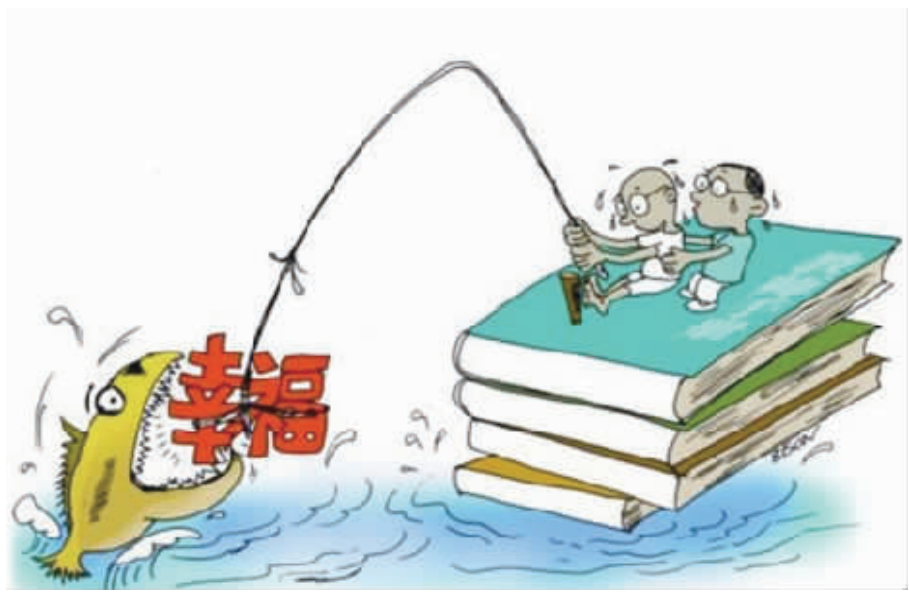
显然，第三类企业才是幸福指数相对较高的企业，用价值观和创新来驱动企业，更人性化也更符合社会、环境责任的要求。第一类企业用冰冷的机器制造产品，工作环境和工作状态不言而喻。第二类企业与恶魔做了交换，无限追逐利益被欲望吞噬的企业，像是一台被利益驱使着前进的赚钱机器，幸福感又从何而来呢？

幸福是每个人一生所求的一种生活状态，也是企业发展的最佳状态。那么幸福感从何而来？舒适的工作环境，稳定的收入，积极的工作态度，荣誉感、成就感等等，这些都是幸福所包含的方面。

而企业幸福指数则应该包括，价值观是否明确，核心竞争力是否有优势，现金流是否良好，企业文化建设怎样，团队建设是否稳健等。作为员工来讲，则应体现在员工的个人价值在企业中得到显示和提升，不仅仅在经济回报上有体现，还有领导同事的尊重和重视。

要做到这些，就势必要求企业恪守责任底线，不仅要保证经济责任，社会责任、环境责任也十分重要。我们生活在这个社会中，无论是在道德、法律、思想、价值观方面都与我们息息相关，而只有恪守这些准则，才能自如地生活在其中，才有机会言幸福。除此之外，环境也与我们关系密切，在日渐恶化的环境中，人们忧心忡忡，内心难免压抑，何来幸福可言？在一个稳定舒适的环境中生活，内心才有归属感，才能体会到积极快乐的情绪。

作为一个企业，要以保护、坚守社会责任和环境责任为己任，才能为社会为员工所称赞和拥护，才有机会实现可持续的发展，



才能让自身也让员工和公众拥有幸福感。

与此同时，也不能忽视企业赚钱的初衷，一个企业若抛弃了经济责任，没有良好的现金流，没有与工作同步的收入，员工在这样的企业中连生活都无法保证怎么会有幸福感呢？穷企业注定留不住人，发展短暂，只有在生活稳定的基础上，员工才会心甘情愿与企业共进退，奋力打拼，才能看到幸福指数。

企业的责任底线，与幸福指数息息相关，无论是经济责任、社会责任还是环境责任，都要认真恪守。因为，只有坚持住这些责任底线的企业，才能给员工、老板和企业自身提供幸福。

提高幸福指数是企业责任

企业经过多年的发展，其生存环境已然发生了变化。现今企业的竞争已经仅仅是获得利润的竞争，而是创造幸福的竞争；企业的创新也不仅仅是产品、制度、管理、组织等方面的创新，而创造幸福的创新。毫无疑问，我们生活在一个经济高速发展的时代里，在我们全力追求经济利益的同时，追求幸福感也成为了民众头脑中最为紧绷的神经之一。

幸福指数越来越受重视，对幸福的追求是我们毕生所求的，而在企业中能否获得幸福感亦成为决定工作效率的重要因素之一，幸福指数无疑已经成为了企业责任之一。

既然幸福是我们毕生所求的，那么怎样得到幸福呢？幸福应该从小事从个人做起，再扩大至家庭，直至企业。若是每一个企业都能把提高幸福指数当做发展的目标，那么社会的幸福、全民的幸福指数的提高也就有了保障。

可以看到，在经济不断发展，GDP 不断提高的趋势之下，人们的幸福感却并没有如愿的提升，这是不协调的发展模式。为什么会出现此现象呢？主要原因之一便是繁重的工作压力降低了民众的幸福指数，工作占据了每天的三分之一以上的时间，而在这期间，因为工作上的种种不快的因素让民众感觉不到幸福，这也就大大的影响了幸福指数。

每个人每天至少工作八小时，在这八小时里，我们身处什么样的工作环境，承受什么样的压力，工作状态如何，付出的劳动和得到的报酬等等，这些因素对这一天的心情感受起着很大作用，甚至可以说，在企业里工作的时间在一定程度上决定了我们的幸福感。

这些年来，不断有劳资纠纷的事件发

日本样本：企业如何为员工谋幸福

■ 记者 蔡梦黎 报道

说到日资企业，不少人会立马联想起其森严的上下级意识，比如上司可以打下属耳光；也有联想到一些企业文化中所带有的武士道色彩；以及因家庭和工作压力的巨大，比如 2012 年 NEC 一名员工在公司总部跳楼被指与公司裁员有关。这些印象，有的真实、有的片面，因为日本企业同时也展示出科学的员工激励机制，以及上佳的福利等，并不断为员工谋幸福。

日企注重培育员工归属感

早在十年前，就有一名供职于北京 NTTDATA 系统集成有限公司的管理人员撰文介绍过其供职的企业如何打造员工的归属感。据他介绍，该公司的员工大都拥有着强烈的归属感，而这种归属感正式来自公司极力营造的，包含了员工待遇、个人的未来性、个人的兴趣、宽松的大环境和个人的重要感等五大方面的人才管理机制。

该文章介绍道，员工的归属感首先来自待遇，具体体现在员工的工资和福利上。衣食住行是人生存最基本的需求，买房、买车、购置日常物品、休闲等都需要金钱，这都依靠员工在公司取得的工资和福利来实现。在收入上让每个员工都满意是一项比较艰难的事情，但是，人力是资本，而不是成本，更不是包袱，所以待遇要能满足员工最基本的生活需求才能在最基本的层面上留住人才。因此，待遇在人才管理中只是一个保健因素，而不是人才留与走的决定因素。

个人的未来性、注重每个员工的兴趣，以及大环境的好坏都是赋予员工归属感的重要组成部分。据该文章介绍，NTTDATA 的管理层在分配工作时，都会尽可能考虑下属的兴趣和特长所在。喜欢钻研技术的，不要让其去做管理工作；擅长搞管理的，尽可能去挖掘、培养他的管理能力，并适当提供管理机会。其次，由于软件开发是一项十分辛苦的工作，紧张时经常不分昼夜，因此，员工的健康和心情成为能否优质完成项目的重要砝码。

公司非常关心员工的生活，作为公司的副总，他称在尽量为员工创造良好而宽松的工作氛围的同时，每每项目结束之后，或组织大家到北京郊区踏青、采摘、钓鱼、滑雪、

野餐，驱散身心的疲惫，或带领大家去国内外旅游，这些活动增进了领导与员工间的沟通和交流。人性化管理让员工感到被重视，更感受到他们心底呼唤的“家”的温暖与亲切。

此外，个人的重要感在归属感的营造中是十分重要的一条，但也是领导们最难做到的一条，这就是领导的 Leadship 能力的具体体现了。美国著名成人教育家卡耐基曾说，“让一个人去做任何事情的惟一方法，那就是把他所需要的给他。人除了健康、长寿、食物、睡眠、金钱、性生活的满足、子女们的健全，还有最重要的就是每个人自己感觉重要的欲望。”这就要求领导们不断的提高自身素质，让别人喜欢你，让别人认可你，让别人信服你。

就此，一名供职于为本田中国作研发的日企的员工告诉记者，有时赶项目进度时，他们也常常加班到晚上十点过，但完工后，领导一般都会宴请愿意者，一同到附近的小餐馆吃饭、喝酒。而且，在这家公司工作时间越长，公司都会提供量化的加薪，以及晋升的机会。这让员工更愿意持续化为一家公司工作。

隐形激励机制提升员工归属感

以日本松下电器为例，松下在日本并非给员工物质条件最丰厚的企业，但却能网罗一大批优秀人才，据称，其制胜法宝正是诸多隐性的激励机制。

不少国内企业往往认为，所谓的激励机制，无非就是奖金等物质上的奖励。但松下认为，激励并不等于奖励。仅仅将激励狭义地从字面理解为正的鼓励，只强调利益引导一个方面是不准确的，用于指导实践则是有害的。管理激励，从完整意义上说，应包括激发和约束两层含义。奖励和惩罚是两种最基本的激励措施，是对立统一的。另外，应该让员工参与管理，例如在本案例中提到：解释要做某事的目的，员工会把事情做得更好；告知员工他所担任职务的重要性，让他们有责任感。有些高素质的员工，假如只是让他按部就班的机械式工作，即使给他丰厚的奖赏，他也会有一种排外感、孤立感。积极性受到打击，创造性遭到扼杀。

另外，对待每一个员工，用“一刀切”的激励机制也并不科学。比如，对技术人员和工人采用同样的激励手段：奖金加表扬。技



术人员得不到实质的尊重和地位，积极性则有可能不会达到理想中那么高，但从工人的个人需求来讲，采用物质激励会更有效。从公司利益考虑，从事简单劳动的工人，创造的价值较低，人力市场供应充足，对于他们采用物质激励是适用的和经济的。

相反，高层次的技术人员和管理人员，来自于内在精神方面对成就的需要更多些，而且他们是企业价值的重要创造者，公司希望将他们留住。因此公司除尽量提供优厚的物质待遇外，还注重精神激励（如优秀员工奖）和工作激励（如晋升、授予更重要的工作），创造宽松的工作环境，提供有挑战性的工作来满足这些人的需要。

如前述，不少日本企业还会给员工提供相应的培训机会，以此作为隐形激励，提升员工的归属感。不少企业认为，有能力、有晋升想法、又有归属感的员工往往还能发现不少公司之前看不到的问题、想不到的想法。据称，在日资食品公司玉之井醋公司，员工若有意加强烹饪、医学、法律、会计等 6 种专业技能，可以向公司申请加入“未来系统”。公司不仅承担入选者的学费、考试费，还发放学习期间的全额薪水。该公司部门主管表示，尽管入选“未来系统”的员工屈指可数，“但他们拥有专业技能，能发现我们看不见的价值，让我们看到企业的生存之道”。

在日本，鼓励员工“考证”的企业为数不

生，工人们辛辛苦苦工作一年却得不到应有的报酬，与雇主的纠纷冲突不可避免，甚至间或会有流血事件发生，在这样的企业中工作，幸福感从何而来？

另外，激烈的竞争、快速的生活节奏，以及高房价、高消费、就业难等问题，让生活和工作压力大大增加，也使民众的幸福感受到严重损害。在这样的条件下，员工的幸福感一日一日地下降，就显得在所难免。

面对民众与日俱增的对幸福感的需求，企业应把幸福指数当做发展的目标之一。企业靠什么发展，当然是企业中的员工们。若员工的幸福指数低，势必会导致员工工作激情退却，工作效率减低，工作状态不佳等等问题，这对企业的发展将会有直接影响。

提高员工幸福指数，不仅与企业的效益、发展挂钩，也是企业的一种社会责任。企业要在社会上立足，实现可持续发展，需要有社会群众的支持，而提高幸福指数、创造好的工作氛围和文化环境是对社会的一种责任、一种回馈。另外，一个拥有相对较高的幸福指数的企业将会得到社会更多的青睐和赞许，这对企业的发展也是有利的。

幸福感不仅仅是对员工而已，也是对企老板、企业自身来说的，三者是浑然一体的，都拥有了幸福感才是真的达到幸福指标。可以看到的是，现在已经有很多企业认识到幸福指数的重要性，但是对于提高幸福指数方面的尝试还比较欠缺。

企业所要做的就是，把幸福感当做自己最重要的责任之一，全心全意地认真投入，在实践中把握企业幸福的真正本质，令企业实现可持续、健康的良性发展，并促进企业和社会的真正和谐。

近年来，商界也举行过许有关企业幸福指数讨论的会议以及幸福感企业评选活动等，这也表明了企业界对幸福指数的重视程度。我们国家企业的商业理念正在发生着变化，正在慢慢由追逐利润逐渐向追逐幸福过渡，这是很好的现象。

幸福指数已经成为当代人极力追求的目标，也是国家所重视的发展方向，在此情况下，企业须得把幸福指数当做责任来发展，履行好自己的责任，为提高幸福指数而努力。

龄将从头算起。另外，退休金是由企业缴纳一部分，各企业缴纳的金额不同，所以员工跳槽后养老金衔接比较麻烦，因而员工轻易不愿跳槽。

终身雇佣制还可以使得员工有归属感，让员工有主人翁精神，处处以公司利益为重，当企业遇到困难时，员工们也会拧成一股绳，与企业同舟共济，渡过难关。

对于企业而言，这种制度也很大程度上保证了企业获得稳定忠诚的员工队伍，防止员工被竞争对手恶意挖角。日本制造业发达，“日本制造”一直以来是“品质优良”的代名词。为了保证制造出高精度、高质量的产品，企业需要有大量的熟练工人、技术骨干和拥有丰富经验的老师傅。而在制造业领域，某些工艺的掌握和熟练，往往需要很长的时间，长达几年甚至数十年，为了保证技术和工艺的传承，企业需要用终身雇佣制来留住这些人。在退休后，企业也往往会聘请技术骨干作为顾问，对年轻工人进行培训。

终身雇佣制，还让企业有更好的名声。终身雇佣制实际上是古家族制的继承和发展，员工和古代武士忠于将军和大名一样忠于企业，企业也善待员工，可以使得企业获得尊重人才的好名声，这样的企业将能更容易招到优秀的员工。

终身雇佣制并非日本法律上成文的一项规则制度，由于松下的巨大成功，其开创的经营模式也被无数日本大企业仿效，这种制度成为日式经营的支柱和神器，也是日本经济社会的一大特点。

只不过，由于金融危机，加上近几年日本家电企业竞争力的减弱，松下、索尼、夏普 2012 年均陷入巨亏。不得不以卖楼、裁员等方式来摆脱困境。这实际上也宣告了日本大企业终身雇佣制暂时性的瓦解。不过，日企在裁员时，也尽量兼顾员工的利益，比如向愿意提前退休的人提供补偿。松下在上海松江的 PDP 生产线关闭时，松下的领导层也表示会尽量调剂员工赴松下其他生产线去工作，这些细节，也能看出日企对员工的重视程度，就如 IBM 曾任总裁曾说过话，“你可以夺取我的财富，烧掉我的工厂，但只要你把我的员工留下，我就可以重建一个 IBM！”

可见，不仅仅是日资企业，甚至欧美企业，老板最看重的并非自己所谓的资产，而是员工。他们认为，忠诚的员工，才是他们最大的一笔无形资产。而要做到这一点，必须提升员工的幸福感，并让员工清楚，这种幸福感来自于雇佣他们的企业。