



高职高专“十一五”规划教材

管理心理学

沈莹 主编

王志红 张兆英 副主编

GUANLI
XINLIXUE



化学工业出版社



高职高专“十一五”规划教材

管理心理学

沈莹 主编

王志红 张兆英 副主编

GUANLI XINLIXUE



化学工业出版社

· 北京 ·

本书阐述了管理心理学的理论和有关研究方法,重点介绍了能力、气质、知觉、态度、价值观等影响个体行为的因素及有关激励理论,以及组织中人的心理和行为规律、群体问题、组织的变革与发展。通过对本书的学习,学生可以全面地了解个体、群体、组织和领导层的行为特点及心理规律。

本书的编写以培养高技能型人才为目标,内容充实、逻辑性强,注重管理心理学的创新性和操作性。

本教材适用于高职高专经济管理类专业,包括工商行政管理、工商企业管理、物业管理、市场营销、物流管理、酒店管理等,还可作为企事业单位管理人员的培训用书。

图书在版编目(CIP)数据

管理心理学/沈莹主编. —北京:化学工业出版社, 2008.7
高职高专“十一五”规划教材
ISBN 978-7-122-02798-6

I. 管… II. 沈… III. 管理心理学-高等学校:技术学院-教材 IV. C93-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 093003 号

责任编辑:刘 静 于 卉
责任校对:宋 夏

装帧设计:张 睿

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街 13 号 邮政编码 100011)

印 装:北京彩桥印刷有限责任公司

787mm×1092mm 1/16 印张 13½ 字数 148 千字 2008 年 8 月北京第 1 版第 1 次印刷

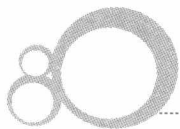
购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899

网 址: <http://www.cip.com.cn>

凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价: 24.00 元

版权所有 违者必究



前言

管理心理学是经济管理类专业的基础课程，是心理学的应用分支学科。管理心理学是一门介于自然科学与社会科学之间的边缘性交叉学科，主要研究在工作环境中，个体、群体和组织等层面的人的心理、行为及其影响因素。

本书以管理心理学基本框架为基础，按照高等职业教育的要求，坚持改革、创新的精神，以能力为本位，以素质教育为基础，充分利用与吸收国内外有关管理心理学的最新研究成果，并结合我国的具体情况，力求在结构和内容上有调整、优化与创新。本书在教材的内容和体例上，设置了学习目标、导入案例、即时案例、补充阅读材料和观念应用等，在观念应用中设置案例分析、实训题和心理小测验，既有利于学生对基本观点、基本理论和基础知识的理解和掌握，同时又能提高学生的操作技能与分析问题、解决问题的能力。

本书共有十章内容，分五个部分。第一部分是管理心理学概述，包括第一章和第二章；第二部分是个体心理与管理，包括第三章～第七章；第三部分是群体心理与管理，包括第八章；第四部分是组织心理与管理，包括第九章；第五部分是领导心理与管理，包括第十章。对于 21 世纪的主要组织形式是团队，本书在第八章中对群体沟通与团队建设给予了特别的关注与说明。

本书由辽宁信息职业技术学院沈莹主编并编写第一章、第二章、第五章、第六章、第十章，以及前言部分；浙江工商职业技术学院张兆英编写第三章和第四章；辽宁信息职业技术学院王志红编写第七章、第八章；浙江医药高等专科学校陈传宣编写第九章。全书由沈莹负责整体框架和统稿工作。

由于编者水平有限，加之时间仓促，书中不妥与疏漏之处在所难免，敬请同行专家和读者批评指正。

编者

2008 年 3 月



目 录

第一章 管理心理学概述	1
第一节 管理心理学的产生和发展	1
一、管理心理学产生的历史背景	1
二、管理心理学的形成	2
三、管理心理学的发展	5
第二节 管理心理学的研究对象与内容	7
一、管理心理学的概念	7
二、管理心理学的研究对象	7
三、管理心理学的研究内容	8
四、管理心理学与相关学科的关系	9
第三节 管理心理学的研究原则和方法	10
一、管理心理学的研究原则	10
二、管理心理学的研究方法	11
第四节 管理心理学的研究任务和意义	13
一、管理心理学的研究任务	13
二、管理心理学的研究意义	14
复习与思考	17
第二章 管理心理学的基础理论	21
第一节 管理学基础理论	21
一、管理的概念	21
二、管理理论及其发展	23
第二节 心理学基础理论	27
一、心理的含义及实质	27
二、心理现象及内容	28
第三节 人性假设理论	30
一、人性假设的 X 理论和 Y 理论	30
二、超 Y 理论	31
三、经济人、社会人、自我实现人与复杂人假设	32
复习与思考	36
第三章 个性与管理	42
第一节 个性概述	42
一、个性的定义	42

二、个性的特点	43
三、个性的形成与发展	44
第二节 气质与管理	44
一、气质的含义	44
二、气质类型及其特征	45
三、气质差异的管理	47
第三节 性格与管理	48
一、性格的概念	48
二、性格的特征	50
三、性格的类型	51
四、性格与管理	53
第四节 能力与管理	54
一、能力的概念和分类	54
二、影响能力发展的因素	55
三、能力差异与管理	56
第五节 心理测验	57
一、心理测验的定义	57
二、心理测验的性质	57
三、心理测验的类型	57
四、心理测验的功能	59
五、心理测验必须具备的条件	59
六、正确对待和使用心理测验	60
复习与思考	61

第四章 社会知觉与管理 66

第一节 知觉概述	66
一、知觉的概念	66
二、知觉的分类	67
三、知觉的基本特征	68
第二节 社会知觉与管理	71
一、社会知觉的概念	71
二、社会知觉的影响因素	72
三、社会知觉的分类	72
四、社会知觉中的偏见	76
第三节 社会归因理论	79
一、什么是归因	79
二、社会归因理论	79
复习与思考	82

第五章 需要、动机与管理 85

第一节 需要与管理	86
-----------------	----

一、需要概述	86
二、需要的类别和层次	87
三、需要与管理	89
第二节 动机与管理	91
一、动机概述	91
二、行为模式及其相互关系	94
三、行为动机的测量方法	96
四、动机与管理	97
复习与思考	99

第六章 激励与管理 103

第一节 激励概述	103
一、激励的含义和作用	104
二、激励的过程	106
三、激励理论的分类	107
第二节 内容型激励理论	107
一、需要层次理论	107
二、ERG 理论	107
三、成就需要理论	109
四、双因素理论	111
第三节 过程型激励理论	113
一、期望理论	113
二、公平理论	115
三、目标设置理论	116
第四节 行为改造型激励理论	118
一、强化理论的基本观点	118
二、强化理论在管理中的应用	118
复习与思考	120

第七章 情绪、态度、挫折与管理 125

第一节 情绪与管理	125
一、情绪概述	125
二、情绪的调整与培养	128
三、情绪与管理	129
第二节 态度与管理	130
一、态度的概念与构成	130
二、态度的特性	131
三、态度的作用或影响	132
四、改变态度的方法	133
五、态度的作用	133
六、态度的测量	134

第三节 挫折与管理	135
一、挫折的概述	135
二、挫折产生的原因	136
三、挫折后的反应及防卫方式	136
四、挫折与管理	137
复习与思考	139
第八章 群体心理与管理	144
第一节 群体心理概述	144
一、群体的概述	145
二、群体的分类	145
三、群体心理与行为特征	146
第二节 群体的规范和凝聚力	148
一、群体的规范	148
二、凝聚力	149
三、增强群体凝聚力,减少员工流失的策略	149
第三节 群体中的人际关系	150
一、人际关系概述	150
二、处理人际关系的艺术和技巧	152
第四节 群体沟通与团队建设	154
一、群体沟通概述	154
二、团队建设	156
第五节 群体冲突与管理	159
一、群体冲突	159
二、群体冲突与管理	160
复习与思考	162
第九章 组织心理与管理	166
第一节 组织心理概述	166
一、组织概述	166
二、组织的有效性	168
三、营造良好的组织氛围	170
第二节 组织文化心理	171
一、组织文化的概念与功能	171
二、组织文化的结构与内容	172
三、组织文化的建设	174
第三节 组织变革与发展	175
一、组织变革	175
二、组织发展	179
复习与思考	181
第十章 领导心理与管理	185
第一节 领导心理概述	186

一、领导与领导行为	186
二、领导的功能	187
三、领导者的影响力	188
第二节 领导理论	190
一、领导特性理论	190
二、领导作风理论	192
三、领导行为理论	193
第三节 领导者素质与心理	195
一、领导者的基本素质	195
二、领导者的心理特征	196
三、领导者的心理品质修养	198
复习与思考	200

参考文献	206
------------	-----

第一章 管理心理学概述



学习目标

1. 熟悉管理心理学的产生与发展过程
2. 掌握管理心理学的概念和研究对象
3. 理解管理心理学的研究任务和意义
4. 掌握管理心理学的研究原则和研究方法
5. 了解管理心理学与相关学科的关系
6. 学会应用管理心理学对管理实践发生的现象进行解释

导入案例

李华应该怎么办？

新光公司新任的 CEO 李华刚上任几天，就对中层管理人员的工作效率以及工作环境产生了极大的不满，于是他有了培训公司中层干部、改善公司工作环境的想法。公司中层管理人员第一期培训结束后，这些人的工作效率并没有明显的提高。尽管工作环境有了很大的改善，但公司效益还是停滞不前。眼看今年无法落实总公司下达的任务指标，李华内心焦急万分，他感到公司内部死气沉沉，又不知道问题出在哪里。公司高级管理顾问提醒他，只有了解这些中层干部内心的想法，知道他们真正关注什么，才能达到有效激励下属的目的。李华从来没有想到过要去了解下属的内心想法，因为他认为这是下属的个人私事，作为一名领导者的主要任务是对公司的经营管理作出决策。听了高级顾问的建议，他才觉得原来最需要接受培训教育的人是他自己。

问题：这个案例给我们的启示是什么？

第一节 管理心理学的产生和发展

管理心理学源于 19 世纪末 20 世纪初，它的理论的形成与发展同社会经济发展、科学技术的进步和社会化大生产的需求密切相关，与管理学和应用心理学自身的发展密切相关。到 20 世纪初，社会心理学及管理科学均有了长足的发展，与此同时，工业社会心理学、需要层次理论、群体动力理论等也相继出现，为管理心理学奠定了坚实的理论基础，从而使管理心理学的产生成为可能。

一、管理心理学产生的历史背景

管理心理学的产生和发展是与社会经济的发展、科学技术的进步密切相关的，是不以人

的意志为转移的。

1. 社会生产力的发展是管理心理学产生的物质基础

20 世纪初,以美国为代表的西方国家工业化发展很快,基本上实现了社会化大生产,机械化、自动化和专业化的程度较高。在企业内部,分工越来越细,协作越来越紧密,工序操作单一、具体,使得工作越来越乏味。这样,在长期的工作中,工人的情绪受到严重影响,阻碍了生产率的进一步提高。而当时传统的管理方式无法解决这一问题,人们开始寻找新的管理理论和方法,以便更好地发挥人的工作积极性。这样,把管理活动中的人作为主要研究对象的管理心理学就应运而生了。

2. 科学技术的发展对管理心理学的产生和发展起推动作用

随着生产力的发展,科学技术也有了长足的进步。在整个生产过程中,技术要求越来越高,对企业相关人员的知识水平和技术水平提出了更高的要求。伴随着科学技术的发展,人在生产中的地位和作用更加突出,人的主观能动性对先进技术、管理及生产的进步和发展都至关重要。这样,人们更加重视对人的研究,也就推动了管理心理学的产生和发展。

3. 生产关系中劳资矛盾的尖锐化是管理心理学产生的社会基础

19 世纪末 20 世纪初的第二次工业革命使得工业企业的生产规模不断扩大,生产效率进一步提高。为了获得更高的生产效率,以泰勒为代表的“科学管理”理论应运而生。科学管理用规范和制度代替了传统的经验管理,推动了资本主义生产的发展。但是,这样的管理仅仅把人当作会说话的机器,不重视人的情感,忽视人的需要,这些做法引起了工人的强烈不满和反抗,导致劳资关系日益恶化。为了改善劳资关系、缓和阶级矛盾、维护企业的生产经营及资本主义生产关系的稳定,资本家不得不寻找一种新的管理理论和方法来弥补科学管理的缺陷,于是他们将目光投向了注重对人的研究的管理心理学。

4. 管理心理学产生的理论基础

随着社会生产力和生产关系的发展,众多学科如管理学、心理学、社会学、心理技术学理论、群体动力学理论、社会测量学理论和需要层次理论等相继出现并迅速发展,为管理心理学的产生奠定了理论基础,使管理心理学的产生由必需变成可能。

二、管理心理学的形成

1958 年,美国心理学家莱维特教授所著《现代管理心理学》一书的出版,标志着管理心理学的诞生。在管理心理学的形成过程中,经历了以下几个阶段,下述理论共同构成了管理心理的基础理论。

1. 霍桑实验

梅奥(G. E. May)原籍澳大利亚,后移居美国,在哈佛大学从事工业心理学研究。霍桑实验开始于 1924 年,这是在美国国家研究委员会的赞助下,在美国芝加哥郊外的西方电器公司霍桑工厂进行的一项由心理学家参与工厂管理的研究实验,是就有关工作条件、社会因素与生产效率之间关系进行的一系列的实验。由于该项研究是在西方电气公司的霍桑工厂进行的,因此,后人称之为“霍桑实验”。

霍桑工厂的设备完善,福利优越,具有良好的娱乐设施、医疗制度和养老制度,但工人仍愤愤不平,生产效率一直不理想。为此,美国科学院专门组织了一个研究小组,挑选了一批工人,分别编成两个小组,一个为控制组,另一个为实验组,前者生产条件始终不变,后者则作种种变化,然后比较两个组的实验结果,以便得出相应的结论。

霍桑实验包括以下4个方面的主要内容。

(1) 照明实验 梅奥等人的这个实验主要研究照明条件的变化对生产效率的影响。在实验开始时,研究小组设想:增加照明度会使工人的生产量上升,而随着照明度的下降,生产量会逐渐下降。可是事实上,尽管照明度一再下降,甚至降到相当于月光的程度,产量并没有显著下降。生产条件的改变并没有按照人们预期的那样导致生产效率的相应改变。相反,与平常情况相比较,在整个实验过程中,不论任何情况下,生产率都有大幅度的提高。这个结果使研究小组感到茫然。

经过对前阶段实验的认真分析,研究小组进一步进行了深入的实验,终于明确了整个实验过程中两组产量都有提高的原因,即:让工人在特定条件下进行实验,参加人员认为这是对他们格外重视;同时由于在实验中管理人员与工人之间,以及工人与工人之间都有融洽的关系,因而促使了实验中两个小组产量的提高。这充分说明,良好的心理状态和融洽的人际关系比照明条件更为重要,更有利于生产效率的提高。

(2) 福利实验 梅奥等人的这个实验,是确定改善福利条件与工作时间关系等其他条件对生产的影响。梅奥选出6名女工在单独的房间从事继电器装配的工作。在实验过程中逐步增加一些福利措施,如缩短工作日、延长休息时间、免费供应茶水等,观察她们在福利条件变化下的生产量情况。实验者原来设想:参加实验的女工们的产量会随着福利待遇的提高而增加,随着福利待遇的降低而下降。于是在实验进行了两个月后,取消了各种福利措施。但实验的结果仍与研究者的设想相反,产量不仅没有下降,而是继续上升。

经过深入的了解分析发现,被特邀参加实验的人之所以受到激励,产生较高的工作积极性,使产量提高,主要是由于参与此实验产生的自豪感、积极参与管理事务的责任感、融洽的人际关系,以及管理人员对女工的积极关注带来了高昂的士气。这个实验表明,导致产量增加的因素并非福利条件和工资制度,而是士气和人际关系,良好的人际关系比福利条件更重要。

(3) 访谈实验 梅奥等人在霍桑工厂组织了大规模的态度调查。从1928~1930年,用了两年多的时间进行了两万多次的谈话。规定在谈话中,调查人员要耐心倾听工人的各种意见和不满,并做详细的记录,不准反驳和训斥工人们的不满意。工人们在这种环境下畅所欲言、心情愉快、因备受关注而士气大振,谈话实验收到了意想不到的效果,工厂的产量大幅度提高。

梅奥等人进行分析认为:原因在于工人们长期以来对工厂的管理制度和方法、对管理人员都结下了许多不满、无处发泄,谈话活动使他们将这些不满都发泄出来,因而使人们感到心情舒畅,产量也大幅度得以提高。

研究者由此得出结论:刺激产量增加的并不是工资制度,而可能是这之外的其他因素,如士气、管理方式的改变以及人际关系的改善等。

(4) 群体实验 梅奥等人在这个实验中选择了14名男工在单独的房间从事绕线、焊接和检验工作,对这个班组实行特殊的计件工资制度。实验者设想:实行这种奖励办法会使工人更加努力工作,以便得到更多的报酬。但观察的结果发现,产量只保持在中等水平,每个工人的日工作量都差不多,而且工人并不如实报告自己的工作量,存在隐瞒前一天的超产量以填补后一天的减产,使自己的工作量与别人保持一致。深入调查还发现,这个班组为了维护他们的群体利益,自发形成了一些规范。他们约定,谁也不能干得太多,突出自己;谁也不能干得太少,影响全组的产量;并约法三章,不准向管理者告密,如有违反这些规定,

轻则挖苦谩骂，重则拳打脚踢。

通过进一步的调查发现，工人们之所以维持中等水平的产量，是担心产量提高后管理部门会改变现行奖励制度或裁减工人，使部分工人失业和惩罚绩效低的工人。这一实验表明，工人为维护群体内部的团结，可以放弃个人利益来保证群体的利益。梅奥由此提出组织中存在着“非正式群体”，这种群体有自己的特殊规范，对人们的行为起着调节和控制作用。

梅奥在1933年出版的《工业文明中的人的问题》一书中，对霍桑实验的结果进行了系统的总结，并提出了人际关系学说。他主要有以下几点结论。

① 生产条件的变化固然影响工人的积极性，但生产条件与生产效率之间并不存在着直接的因果关系。

② 生产条件并不是增加产量的第一要素。

③ 改善工人的士气（态度）及人与人的关系，使人们性情愉快地工作并对自己的工作感到满足，才是增加产量、提高工效的决定性因素。

2. 群体动力理论

群体动力理论的创始人是德国的心理学家勒温（Kurt Lewin）。勒温的理论被称为场理论。“场”是借用物理学中“磁场”的概念。他认为，人的心理、人的行为取决于人的内在需要和周围环境的相互作用。当人的需要未得到满足时，会产生内部力场的张力，而客观环境中的一些刺激起着导火索的作用。他把人的内在需求看成是内部力场，把外界环境因素看成是情境力场。人的行为动向取决于内部力场与情境力场的相互作用，而主要的决定因素是内部力场的张力。勒温据此提出了著名的行为公式：

$$B=f(P \cdot E)$$

式中， B 是个体行为， P 是个性特征， E 是环境， f 是函数。

这个公式表明，人的行为是个性特征与环境相互作用的函数或结果。勒温的场理论最初只用于研究个体行为，后来又把“场”的理论扩大到群体行为的研究，提出“群体动力”的概念。所谓群体动力，就是指群体活动的动向，研究群体动力就是要研究影响群体活动动向的诸因素，因为群体活动的动向同样取决于内部力场与情境力场的相互作用。这种力量的相互作用和他们对群体的影响，就构成了群体的动力。一个组织要最大限度地利用人力资源和满足人们的最高水平的需要，就必须处理好组织群体中的个人关系，这对领导者尤其重要。

群体动力理论对管理心理学的形成和发展有着重大的影响，特别是对研究群体行为作出了很大的贡献。对群体规范、沟通、领导等诸因素的研究，构成了组织管理心理学有关群体行为问题的基本内容。

3. 社会测量学

社会测量学的创始人是莫里诺（J. L. Moreno）。他认为群体的心理活动不是偶然产生的，可以从态度调查入手来研究群体之间的人际互动关系，他提出了一种新的分析工具——社会测量法。社会测量学是一种估计群体中的每个成员对其他成员所做价值判断的技术。社会测量学作为一种技术，主要采用填写问卷的方法，让被试者根据好恶对伙伴进行选择，并把这种选择用图表表示出来，这样可以使人们对群体中各成员间的关系进行分析，并有意识地解决其中突出的问题，有助于工人协作和士气的提高。社会测量学作为研究群体行为的有效工具，被广泛应用于管理心理学，并有所发展。

4. 需要层次理论

需要层次理论是美国心理学家亚伯拉罕·马斯洛（A. Maslow）提出的。他认为人的需

要可分为五个层次,即生理需要、安全需要、社交需要、尊重需要和自我实现需要。这五个层次的需要由低级向高级发展,形成金字塔形的层次。马斯洛认为要激发人的心理的内在诱因去努力工作,提高工作效率,就要采取有效的管理措施去满足职工的需要。马斯洛的需要层次理论对于管理心理学的发展有着很大的影响,当前在西方各国的管理心理学中几乎都把这一理论作为重要的基础理论。

上述的管理理论只是对管理心理学的发展有较大影响的几种理论,而不是全部理论,这些理论以及其他理论将在后面的章节中作较为详细的讲述。

三、管理心理学的发展

1. 学科的建设与发展

以人际关系为代表的上述理论在经历了20世纪30~40年代的迅速发展后,已经形成了一个庞大而复杂的学科群,吸引着心理学、社会学、人类学、管理学等众多领域的研究者加入进来。在1949年美国芝加哥的一次学术会议上,与会者一致认为,围绕行为科学所取得的研究成果具备独立学科的地位,于是正式将其定名为“行为科学”。

20世纪60年代以后,专门研究行为科学的企业中的学者提出了“组织行为学”这一名称。组织行为学的研究内容大体上可分为三个层面:一是有关员工个体行为的研究,这是微观层面的研究;二是有关员工群体行为的研究;三是有关组织行为的研究。这三个层面虽然各有侧重点,但它们是相互联系、不可分割的。

人际关系学说的产生改变了人们对管理的思考和行为方式,促使管理者重视员工的需要,强调从人的需求、动机、工作环境和社会环境等方面研究管理活动对组织和个人的双重影响。

第二次世界大战以后,管理心理学形成了几个学派,并提出了相应的理论。主要有:社会技术学派、系统理论学派、决策理论学派、权变理论学派等。

1959年,美国心理学家海尔提出把工业心理学细分为三个方面:人事心理学、人类工程学、工业社会心理学即管理心理学,得到了许多西方学者的采纳。它的创立改变了传统管理对人的忽视,使管理从以“事”为中心转变成以“人”为中心,对企业管理的科学化和现代化起着极其重要的影响。

20世纪60年代以来,管理心理学得到了长足发展,管理心理学的理论体系初步形成。西方管理心理学的理论体系开始都分三个层次,即个体心理、群体心理和组织心理。所研究和讨论的问题包括人性、激励、挫折、知觉、情绪、态度、群体动力、群体决策、人际关系、信息沟通、组织结构、组织发展与变革等方面的内容。后来,又把领导心理作为一部分独立出来,于是构成了管理心理学的四大范畴:个体心理、群体心理、组织心理与领导心理。行为科学理论不断产生,主要有人性理论、激励理论、期望理论、公平理论、挫折理论、权变理论、领导生命周期理论等。管理心理学的领域不断扩大,所涉及的问题和学科也不断扩展。管理心理学的基本理论不断丰富和完善,理论研究硕果累累,在实际应用中也取得了显著的效果,日益走向成熟。

2. 管理心理学的现状及发展趋势

20世纪80年代之前,管理心理学研究比较集中在个体理论的探讨,在激励理论、群体行为和领导行为理论的研究上也产生了大量理论。20世纪90年代以来,组织变革已成为全球化经济竞争中管理心理学研究的首要问题。这方面的研究主要是探索组织变革的分析框

架、理想的组织模式、就业安全保障、招聘、团队自主性管理、授权、培训、信息沟通等促进组织变革和提高生产力的重要干预因素等问题。与组织变革密切相关的是领导行为研究,先后出现了多种领导理论,如路径-目标理论、领导-参与模式理论、生命周期理论等。目前最有代表性的是费德勒提出的认知资源利用理论,它强调决定领导成效的关键是使认知资源得到利用的条件。

激励问题是管理心理学研究的核心问题。目前,亚当·斯密的公平理论对薪酬设计有实际指导意义,仍受到普遍重视。此外,与激励问题密切相关的研究是有关组织承诺的研究,主要是从工作价值观、职业发展、工作责任心、组织认同和对社会的态度进行研究,探讨组织承诺对工作满意感、工作安全感、人际关系的影响以及组织承诺的形成规律。

组织文化研究是管理心理学研究的热点。随着全球经济一体化,对企业重组、战略管理、跨国公司或国际合资企业管理的研究已呈现强劲势头,文化因素成为这类研究的关注热点。研究主要集中在组织文化的特点、结构和运行机制上。团队主要研究团体的凝聚力,团队的构成,目标的设定,团队内的关系、规范、角色、冲突和团队决策等。目前,由于管理环境研究的复杂程度增加,不论是企业的结构调整、管理者的决策、员工的适应,还是跨国公司管理中的组织文化的建设、各种激励政策的制定,均无法达到预期的管理目标。

管理心理学强调对人力资源的系统开发。技术创新已成为 21 世纪各国企业拓展市场、在竞争中取胜的关键。在这个系统中,具有高素质的人力资源,是技术创新和市场开拓的关键。因此,目前,管理心理学更加注重探索管理者决策、技术创新和员工必须具备的素质,更加关注如何充分地利用和开发人力资源。科技进步和管理的复杂度对员工素质提出新的要求,使得人力资源管理成为研究的又一热点,管理心理学研究由局部的、分散的研究转向整体、系统的研究。目前,有关胜任特征评价、个体对于组织的适应性和干预问题的研究等人力资源管理研究正向纵深发展。

管理心理学研究领域不断拓展,研究队伍不断扩大。首先,管理心理学在研究领域方面,更加重视突破传统框架,不断拓展研究的新领域。管理心理学研究的新热点在于跨国公司和国际合资公司的比较研究、科技投入的行为研究、失业指导研究等,涉及管理培训与发展、工作业绩评价、管理决策、组织气氛和组织文化、跨文化比较等领域。在拓展研究的新领域时,不仅有大量商业咨询机构出于市场经济利益的考虑,进行投入和资助;各国政府出于自己在国际竞争中的国家安全和市场利益,也进行有计划的管理决策的行为科学研究。管理心理学家把组织作为开放的社会技术系统来看待和研究,研究领域已突破传统框架,取得了可观的社会效益和经济效益。其次,管理心理学研究队伍不断扩大。由于管理心理学的实用性强,社会需求迫切,所以吸引了越来越多的研究者加入到对管理心理学的研究中来。研究人员不仅有心理学家、社会心理学家、社会学家、人类学家、行为学家等,厂长、经理及其他管理人员也参与研究,管理心理学的研究队伍不断扩大。

3. 我国管理心理学的发展概况

从 20 世纪 50 年代开始,我国已逐步开展劳动心理学和工程心理学的研究,但管理心理学起步较晚。改革开放后,管理心理学才逐渐得到发展。

在短短的 20 多年的时间里,我国管理心理学学者系统地引入了国外管理心理学的理论成果和研究方法,在工作动机与激励、工作态度与价值观、领导心理与行为、决策与组织变革、员工选拔与培训等方面,进行了较为系统的研究,使我国管理心理学的研究有了很大的发展。目前,我国管理心理学的研究还处于学习、评价和探索阶段。

我国在 1980 年成立了中国心理学工业心理专业委员会,将中国的工业心理学分为两大方面,即工程心理学和管理心理学。在 1985 年成立了中国行为科学学会。从 20 世纪 80 年代起,我国翻译和出版了一些国外较有影响的著作,如马斯洛的《动机与人格》、夏恩的《组织心理学》等著作。一些高校也从事管理心理学的教学与研究工作,很多相关专业都开设了这门课程,培养出了一批专业人员。研究课题集中涉及一些重要领域,研究的问题主要包括激励问题、人员测评问题、领导行为问题、管理决策问题和跨文化问题。

第二节 管理心理学的研究对象与内容

一、管理心理学的概念

管理心理学是心理学的一个分支。从管理心理学的产生和发展看,这门学科已经有了一定的历史,积累了不少经验。

1. 管理心理学的定义

管理心理学是研究组织中人的心理活动规律,用科学的方法改进管理工作,充分调动人的积极性的一门科学。它有助于调动人的积极性,改善组织结构和领导绩效,提高工作生活质量,建立良好的人际关系,达到提高工作效率和管理效率的目的。

2. 管理心理学的性质

(1) 应用性 管理心理学是将心理学、社会学、社会心理学、人类学、政治学等应用于管理的一门科学。管理心理学是从现代管理学和行为科学发展过程中派生出来的一门新兴学科,既涉及管理学,又不同于管理学;既采用心理学的研究方法,但又与普通心理学的体系构成不同。可以说,管理心理学是把心理学的知识应用于分析、说明、指导管理活动中行为的应用心理学分支,它包容了社会科学和自然科学的有关内容,是一门边缘性科学。

(2) 综合性 管理心理学又是一门综合科学,它采用了心理学、管理学、社会学、生理学、伦理学、行为科学等多学科的科学原理,来研究组织中人的心理行为、人际关系等有关问题,并应用于管理实践,取得了明显的成效。

综上所述,管理心理学是综合了其他学科、解决管理中人的问题的一门应用性科学。

二、管理心理学的研究对象

组织管理过程包括两个系统。一个是技术系统,由物质资料结构、劳动力结构和技术结构组成,包括管理劳动工具和生产经营过程;另一个就是社会心理系统,即生产过程中人与人之间相互交往的社会过程,主要强调人的行为动机、人际关系、团队心理气氛、组织结构及领导行为等在管理过程中的作用。组织管理过程中的两个系统如图 1-1 所示。

技术系统就是通过专业化和机械化来提高劳动生产率;而社会心理系统就是要通过协调人际关系,满足职工需要,调动人的积极性与创造性,达到提高生产效率和效益的目的。

一个组织是由人和物两大因素构成的。两大因素在组织中形成了以下三大关系系统。

① 物-物关系:主要是技术管理的对象,包括材料、设备、资产、资金、技术等方面的管理。

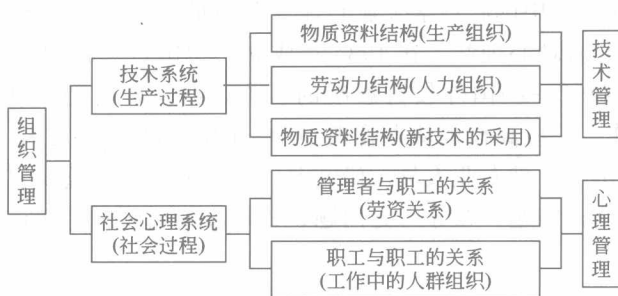


图 1-1 企业管理过程中的两个系统的图示

② 人-物关系：即人-机关系，是一个交叉系统，部分地作为技术管理的对象，但主要是劳动心理学与工程心理学的对象。

③ 人-人关系：主要是管理心理学的对象。

管理心理学的研究对象是组织中人的行为和心理活动，是研究如何调动人的积极性的科学。人在组织中从事各类活动，如政治活动、经济活动、娱乐活动等，这些活动本身并不是管理心理学的研究对象，而在这些活动中人的行为表现、心理活动才是管理心理学的研究对象。

组织的内部要素很多，包括人、财、物、信息、时间等，这说明组织管理的对象是多样的，其中任何要素都需要妥善安排和处理。在构成组织的诸要素中，人是最重要的因素，总是被排在第一位的，这是因为：首先，对于一个组织来说，人是主体，没有人的存在就没有组织；其次，组织要实现目标必须依靠人的力量，没有人的积极努力是不能实现组织的目标的。

管理心理学主要研究与组织行为有关的人的个体特点，如动机、能力、性向等；人的群体特点，如群体的分类、人与组织的相互作用等；领导行为特点，如领导风格，领导的评估与培训等；组织理论与组织变革，如组织的模型，组织变革与组织开发研究等；工作生活质量研究，着重从改善工作环境、工作丰富化、扩大化方面调动职工的积极性，提高生产率；跨文化管理心理学，比较不同的地区、国家、社会制度、文化背景下管理行为的异同，为国际经济交流、合作经营企业提供科学依据。

管理心理学不仅研究个体心理，也研究组织、企业中人际关系的协调。管理心理学是以人为本，强调人力资源的重要性，突出组织中人的主体地位，建立以人为中心的管理体制，这正是管理心理学这门学科真正的价值所在。

三、管理心理学的研究内容

管理心理学，简言之，就是把心理学的一般原理应用于管理。具体地说，管理心理学研究的主要内容有以下三个方面。

1. 个体心理

任何组织都是由众多的个体组成的。个体积极性、主动性、创造性发挥得如何，直接影响群体、组织的效率。因此，对个体心理的研究是管理心理学的主要课题之一。

所谓个体心理，确切地说是个体社会心理，即个体在特定社会部门中因所处的地位而表现出的心理现象。个体心理研究的内容主要包括：个体的心理活动规律；需要、动机与态度；员工的心理健康；激励理论等。