

GUANLI XINLIXUE BUSINESS MANAGEMENT

GONGSHANG GUANLI JIANKING JIAOCHENG

工商管理简明教程

(第2版)

管理心理学

GUANLI XINLIXUE

殷智红 叶 敏 编著



北京邮电大学出版社
www.buptpress.com

工商管理简明教程

管理心理学

(第2版)

殷智红 叶 敏 编著

北京邮电大学出版社

·北京·

图书在版编目(CIP)数据

管理心理学/殷智红,叶敏编著. —2版. —北京:北京邮电大学出版社,2007

ISBN 978-7-5635-1392-5

I. 管… II. ①殷…②叶… III. 管理心理学—高等学校—教材 IV. C93—05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 001487 号

书 名: 管理心理学(第2版)

作 者: 殷智红 叶 敏

责任编辑: 王晓丹

出版发行: 北京邮电大学出版社

社 址: 北京市海淀区西土城路10号(邮编:100876)

北方营销中心:电话:010—62282185 传真:010—62283578

南方营销中心:电话:010—62282902 传真:010—62282735

E-mail: publish@bupt. edu. cn

经 销: 各地新华书店

印 刷: 北京市梦宇印务有限公司

开 本: 787 mm×1 092mm 1 16

印 张: 18.25

字 数: 322千字

印 数: 1—3 000册

版 次: 2004年5月第1版 2007年2月第2版 2007年2月第1次印刷

ISBN 978-7-5635-1392-5/F·80

定 价:24.00元

· 如有印装质量问题,请与北京邮电大学出版社营销中心联系 ·

前 言

本教材是工商管理简明教程系列教材之一。

随着科学技术的进步、经济的发展,在组织管理中越来越强调管理要“以人为中心”,要注重员工的心理特征和心理素质的培养,从而提高管理工作的水平。本书比较全面、准确地反映了近年来管理心理学的教学成果,通过全面而系统地阐述管理心理学的基本理论及理论应用的方法,使读者认识管理中个体、群体、组织及领导的心理与行为活动的规律性,掌握正确处理各种人际交往的技巧,运用相关理论和方法来解决管理中的实际问题,更好地实现组织目标。全书包括管理心理学概述(研究对象、研究原则与方法、历史沿革)、个体心理与管理、激励、压力管理、群体心理与管理、领导心理与管理、决策理论和组织理论等章节。

本教材由殷智红、叶敏编著。其中,第一、二、三、四、五章由殷智红编写;第六、七、八章由叶敏编写。

本教材适用于大专院校管理类学生学习,也适用于管理干部的专业培训。

由于编写者水平有限,书中缺点和不足在所难免,敬请广大读者批评指正。

编 者

2006年3月16日

目 录

第一章 管理心理学导论

第一节 管理心理学的研究对象	3
一、什么是管理心理学	3
二、管理心理学的研究对象和基本内容	4
第二节 管理心理学研究的原则与方法	6
一、管理心理学研究的基本原则	6
二、管理心理学的研究方法	7
第三节 管理心理学的历史沿革	10
一、管理心理学产生的历史背景	10
二、管理心理学的产生与发展	11

第二章 个体心理与管理

第一节 个性心理概述	20
一、个性心理的概念	20
二、影响个性的因素	22
三、个性成长的理论	23
第二节 气质与管理	24
一、什么是气质	24
二、气质的类型与特征	25
三、气质与管理	26
第三节 性格与管理	28
一、什么是性格	28
二、性格的类型	30
三、性格与管理	32
第四节 能力与管理	36
一、什么是能力	36
二、能力的个体差异	39

三、能力与管理	41
第五节 价值观与管理	43
一、什么是价值观	43
二、价值观的分类	43
三、价值观与管理	44
第六节 个体知觉	45
一、知觉的概念	46
二、影响知觉的因素	47
三、社会知觉	50
四、归因理论	52
第七节 态度与管理	54
一、态度的概念	54
二、态度的理论	55
三、态度的测量	60
四、改变态度的方法	62
五、工作满意度	65

第三章 激励理论

第一节 激励概述	71
一、激励概念	71
二、激励作用	71
三、激励过程与因素	72
四、激励的途径与目的	73
第二节 内容型理论	74
一、马斯洛的需要层次理论	74
二、赫茨伯格的双因素理论	79
三、奥尔德弗的 ERG 理论	85
四、麦克利兰的成就需要理论	87
五、内容型理论的关系	90
第三节 过程型理论	92
一、弗隆姆的期望理论	92
二、亚当斯的公平理论	96
三、洛克的目标设置理论	101
四、强化理论	107

第四节 综合型激励理论	111
一、波特和劳勒的综合激励理论	111
二、卡茨和汤普森的“态度、激励和绩效”综合模型	112
三、罗宾斯的整合理论	113

第四章 压力管理

第一节 压力概述	117
一、压力的概念	117
二、压力的类型	118
第二节 压力产生的原因	118
一、环境因素	119
二、组织因素	119
三、个人因素	120
第三节 压力的后果	122
一、生理反应	123
二、心理反应	123
三、行为反应	126
第四节 压力应对策略	126
一、个体的应对方法	127
二、组织的应对方法	131

第五章 群体心理与管理

第一节 群体概述	135
一、群体的概念	135
二、群体的类型	135
三、群体的规模	138
四、群体的作用	139
五、非正式群体	140
第二节 群体内的行为	142
一、社会促进与社会干扰	142
二、责任分摊	145
三、社会惰化	146
四、从众行为	146
第三节 群体动力	151

一、群体动力理论	151
二、群体动力因素	152
第四节 群体的沟通、交往和冲突	160
一、群体的信息沟通	160
二、相互作用分析	165
三、冲突	168
第五节 工作团队管理	178
一、团队的定义与类型	179
二、工作团队的创建	181
三、高效团队塑造	182

第六章 领导心理与行为

第一节 领导概述	190
一、领导的概念	190
二、领导的职能	191
三、领导者影响力的基础	193
四、领导与相互影响	200
五、领导班子的合理结构	201
第二节 领导理论	203
一、特质理论	203
二、行为理论	205
三、权变理论	209
第三节 有关领导的当前问题	219
一、性别	219
二、通过授权而领导	221
三、追随者情况	221
四、民族文化	222

第七章 决策理论

第一节 决策概述	225
一、决策概念	225
二、决策类型	226
第二节 决策的原则	228
一、全局性原则	228

二、预测性原则	229
三、择优性原则	230
四、可行性原则	230
五、规范性原则	232
第三节 决策程序	233
一、诊断问题,确定目标	233
二、集思广益,拟定方案	235
三、综合评估,选定方案	235
四、典型试验,全面实施	236
五、总结修正,追踪决策	236
第四节 决策的方法	238
一、定性决策方法	238
二、定量决策方法	243

第八章 组织理论

第一节 组织概述	249
一、组织概念	249
二、组织的功能	249
第二节 组织结构	250
一、组织结构设计应考虑的因素	252
二、一般组织结构形式	260
三、新型组织结构形式	266
四、组织结构的合理化	268
第三节 组织变革与发展	269
一、组织变革概念	270
二、组织变革的外在压力和内在动力	270
三、组织变革的阻力及阻力克服	273
四、组织发展	277

第一章 管理心理学导论

教程目标

- ◆ 了解管理心理学的研究对象
- ◆ 理解管理心理学的研究原则
- ◆ 掌握管理心理学的研究方法
- ◆ 了解管理心理学的发展

本章精要

- ▲ 管理心理学的研究对象
- ▲ 管理心理学的研究原则
- ▲ 管理心理学的研究方法
- ▲ 管理心理学的历史沿革



案例

问题的症结在哪里？

华胜公司是一家制造公司。一年前，该公司被一个大企业集团兼并。这个企业集团的主要业务在金融和房地产领域，对于企业制造的情况并不十分熟悉。根据企业集团的管理，他们派自己的人担任华胜公司的高层管理职务。这些人精通金融交易业务，懂得如何降低成本，他们的目标就是压缩成本，创造最高劳动生产率。集团公司对他们寄予厚望。然而，事情的发展并不像想象的那么好。在他们上任的头几个月里，销售成本率由原来的72%上升到80%。企业集团领导人非常纳闷，很想尽快找出其中的原因。

华胜公司过去的管理者认为，新管理者采取的削减开支的做法适得其反，因为这些做法影响了工作的情绪，工人中普遍存在不满意情绪。华胜公司的工人都希望企业集团能撤换这些新管理者，让原来的公司管理者官复原职，按原来的方法管理企业。

另一方面，这些新管理者认为，他们是在非常时期到任的，他们采取的措施提高了劳动生产率，降低了成本。如果不是由于他们的努力，恐怕公司现在早就倒闭了。他们中有人这样辩解：“你们怎么能认为我们是劳动生产率下降的祸首呢？我们疏通了销售渠道，改革了公司体系，为公司签订了长期优惠贷款协议，这些工作不是那么容易的，我真想知道，如果不是我们来了，如果我们没有采取这些措施，公司现在会是什么样子。”同时，他们还认为过去的管理者之所以形成这样的看法，是因为他们自己对新管理者的到来不满意，新管理者的到来，取代了他们原来在公司中的管理地位，他们必然心怀不满。

华胜公司的总裁认为，新管理者夸大了他们的贡献，公司目前存在的问题确实是由于他们而导致的。他认为，华胜公司的工人们担心企业集团正在利用这些财务管理专家来判断安装部门的人员和费用可以削减，因而害怕自己成为公司裁员的对象。这种担心导致了劳动生产率的下降。总裁所面临的问题是怎样才能验证他自己的看法。他认为能够找出成本上升的真实原因的唯一办法是聘请外部专家做调查，他特别想请组织管理心理学专家来调查华胜公司工人的满意度状况，确定工人的行为态度与成本上升的关系。如果能够做到这一点，而且能够证明新的管理者是产生以上问题的原因和责任人，总裁相信他能够说服集团领导撤换这些人，让原来的管理者按照原来的方法管理公司。如果调查结果表明问题是由原来的管理者所导

致的,那么这些人可能被解雇,新的管理者将继续留任。总裁认为后一种情况发生的可能性很小。

华胜公司内部也有人不同意从外部聘请专家,他们认为这样的问题不需要专家来回答,公司完全可以自己解决。外部专家不了解公司的运作情况,未必能找到真正的原因。如果只做工人满意度调查,他们自己就可以完成,因为这是一项很简单的工作,不需要专家来做。满意度调查不就是出几个问题,让工人填写答案吗?

但总裁认为这是一项很复杂的工作,满意度调查并不像人们想象的那样简单,而且,由外部专家来调查,可以避免许多偏见和不必要的麻烦。

总之,总裁信心十足,正如那天他对助手说的:“不管发生什么问题,我的根本目的就是找出问题的症结所在,只要能找到真正的原因,不管是什么问题,我都能解决。”

学习管理心理学,首先必须了解这门学科的研究对象、基本内容、体系结构、学科性质,以及学习的目的和方法等基础知识。

第一节 管理心理学的研究对象

管理心理学是心理学的一个重要分支,也是现代管理理论的一个重要组成部分。管理心理学也可称为组织行为学,两者的内容基本相同,只是研究的侧重点略有不同。管理心理学以心理学原理为出发点,侧重研究管理中的心理活动规律,并应用于组织管理;组织行为学以行为学理论为出发点,侧重研究组织中的行为规律。其实,管理心理学在研究心理规律时,离不开对行为的研究;组织行为学在研究行为规律时,也离不开对心理的探索。

一、什么是管理心理学

1. 管理心理学的概念

管理心理学,即研究管理过程中人们的心理现象、心理过程及其发展规律的科学。它从管理出发,用心理学、管理学、行为学、社会学、生理学、伦理学、人类学等学科的知识,探讨并揭示人在管理活动中的心理活动规律,找出激励员工的行为动机的各种途径和方法,以最大限度地发挥员工的潜能,更有效地实现组织的目标,为社会创造更多的财富。

2. 管理心理学的学科性质

管理心理学是一门综合性的交叉学科,既有自然科学性质,又有社会科学性质,是一门自然科学和社会科学交叉的学科。

研究人的心理,必然要涉及人的神经系统、神经类型和人脑的结构等自然性质,且现代心理学研究采用各种实验、数据处理等自然科学的手段和方法。然而,研究人的心理又不能脱离人的社会因素。所以,管理心理学是一门跨越自然科学和社会科学的交叉性学科。

此外,管理心理学还涉及多门社会科学的理论和知识,如心理学、管理学、领导学、经济学、社会学、伦理学、人类学、政治学、教育学等。因此,它又是一门综合性的学科。

3. 管理心理学的特点

(1) 人本化

在现代管理中,最重要的是对人的管理。1980年,美国一家公司提出了一个简单而深刻的口号:“人,是最宝贵的资产”。在企业内外引起了极大的反响。人们发现:只要给员工一点信任和自由,并加以适当的指导,他们就能干许多机器干不了的事,创造出巨大的财富。所以,强调以人为本的管理思想,建立以人为中心的管理制度,显得越来越重要。

管理心理学注重研究人的心理与行为及各种人际关系,并强调挖掘和运用人的潜在能力,鼓励员工发表自己的意见和观点,提倡员工参与决策和管理。

(2) 综合性

管理心理学是一门综合性的学科,它是在多门学科的基础上建立起来的,涉及比较广泛的基础理论知识,如心理学、社会学、社会心理学、人类学、政治学等。它的理论来源主要有普通心理学、劳动心理学、工程心理学、社会学、社会心理学和人类学等学科,具有明显的跨学科的特点。

(3) 应用性

管理心理学与人类的生产实践活动有着密切的联系,它的产生与发展既反映了社会化大生产的客观要求,又在一定程度上推动了人类社会实践的发展。

管理心理学是一门应用科学,因为它与人类社会的各种组织管理活动密切相关,有着广阔的发展前途和应用范围。

二、管理心理学的研究对象和基本内容

1. 管理心理学的研究对象

管理心理学以管理过程中人的心理现象、心理过程及心理发展规律为

研究对象,以组织管理中的个体、群体、组织、领导等方面的心理活动规律为研究重点。

2. 管理心理学的基本内容

一般来说,管理心理学从个体、群体、组织三个层次分析和研究组织中人的心理与行为。

(1) 个体心理与行为

个体心理与行为主要包括个体的个性、需要、动机、价值观、态度、知觉等方面的问题,以及这些因素在工作中对个体行为与绩效的影响。

(2) 群体心理与行为

群体心理与行为主要包括群体的类型、规模、作用,群体动力,群体冲突,工作团队等方面的问题。

(3) 组织心理与行为

组织心理与行为主要包括领导、决策、压力及组织结构设计、变革与发展 and 修炼等方面的问题。

管理心理学对这些问题的研究与探讨,有助于预测和改善人们在组织中的行为,改进和提高组织的工作绩效,增加员工的工作满意度,以便更好地实现组织的目标(参见图 1-1)。

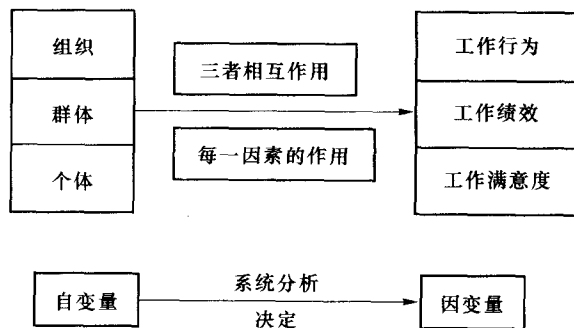


图 1-1 管理心理学的基本内容

工作行为一般指出勤、缺勤、流动以及日常行为。

工作绩效是指工作的效率和效果,二者缺一不可。如一名员工工作效率高,但质量差,即效果差,那么他的工作绩效就不能被评定为优异。

获得较高的工作满意度是对现代员工的一个重要要求。在管理心理学中,用承诺感和满意度表示员工对工作和组织的态度,并被作为一个重要的因变量。一般来说,行为受态度的影响,但态度不一定影响工作绩效。例如,有些学生对待学习不一定很勤奋、认真,但成绩却很好;而有的学生学习

认真、努力,但学习成绩却并不突出。可见,除态度之外,还有很多其他的因素影响绩效。如学生素质、学习方法、学习基础等因素都会影响学习成绩。在工作中也是一样的道理。另外,工作满意度与缺勤、流动呈负相关,即有较高的工作满意度的员工,工作行为更积极、对组织更忠诚。因而组织有责任提供条件,使员工获得满足。

管理心理学从个体、群体和组织三个水平上的各种因素来解释、预测和控制工作行为、工作绩效和工作满意度等变量。而不同水平的各个因素并不是孤立地起作用,它们相互影响并相互制约。

第二节 管理心理学研究的原则与方法

一、管理心理学研究的基本原则

管理心理学研究管理中人们彼此之间相互作用下所产生的心理现象的规律性。而心理现象是一种内在体验,无法用精密仪器等直接进行定性或定量的分析,只能从人的言行举止以及绩效等外在的行为方式和行为结果中进行间接地测量和分析研究。因此,管理心理学在运用实验与观察等方法进行研究时,应遵循科学研究的基本原则。

管理心理学研究的基本原则

- 客观性原则
- 发展性原则
- 联系性原则

1. 客观性原则

客观性原则,即实事求是的原则。在管理心理学研究中,研究者不能用主观的意愿或猜测来分析人的心理活动,而应尊重事实,尽可能避免受自己个性、主观体验和偏见的影响,客观地分析真实的数据和资料,以便得出正确的结论。

2. 发展性原则

一个人的生理、心理活动是不断变化、发展的。研究者要用变化、发展的眼光去分析研究组织中个体、群体、组织心理和行为特征,并根据客观条件的变化,找出其发展规律,以便把握时机、创造条件,将组织中个体、群体的行为引导到有利于实现组织管理的整体目标的方向上。

3. 联系性原则

人的心理和行为是复杂的,受多方面因素的影响和制约,如自然环境因素和社会环境因素等。因此,研究者在分析研究过程中,应将各种因素密切联系起来,才能得出全面且正确的结论。

二、管理心理学的研究方法

管理心理学的研究方法很多。这里,仅介绍五种基本的研究方法。

管理心理学研究的研究方法

- 观察法
- 调查法
- 实验法
- 测验法
- 个案法

1. 观察法

(1) 定义

观察法,即在情境中对被观察者的行为作系统的观察记录,以分析判断其心理活动的一种方法。

(2) 类型

① 按被观察者的情境特点分为:自然观察和控制观察

- 自然观察是在完全自然的条件下进行的观察;
- 控制观察是在限定条件下进行的观察。

② 按观察者与被观察者的关系分为:参与观察和非参与观察

- 参与观察:观察者直接参与被观察者的活动,并在活动中进行观察;
- 非参与观察:观察者不参与被观察者的活动,以旁观者的身份进行观察。

③ 按现场观察主体分为:人观察和仪器观察(录像机、录音机等)

(3) 优缺点

① 优点

观察法是收集资料的初步方法,它的优点在于使用方便。观察者看到的情境是当时的实际情况,真实、可靠。因为此时被观察者并没有意识到别人在观察,不会伪装,观察到的行为可以真实地反映出相应的心理状态。

② 缺点

观察法也有其不足:观察者只能处于被动的地位,消极地等待有关现象

的出现,时机难以把握,观察所得到的资料难以定量分析,因而不能精确了解被观察者心理现象发生的原因。此外,在很大程度上,观察取决于观察者自身的水平和理解,主观因素难以控制。因此,观察法最好与其他方法一起使用,才会取得更好的效果。

2. 调查法

(1) 定义

调查法是通过提问收集被调查者的有关材料,间接了解其心理活动的方法。

(2) 类型

① 口头调查(即访谈法)

访谈法是研究者根据预先拟好的问题同被调查者进行交谈,通过面对面的谈话,以了解其心理特点的方法。

访谈法的优点是:简单易行,制约条件少,便于迅速取得第一手材料,比较直接;缺点是:由于访谈时,被访者容易产生心理防范,因此所获得的材料或信息的真实性与可靠性很难确定,需要访问者有较高的谈话技巧。

② 书面调查(即问卷法)

问卷法是研究者通过内容明确、表达清晰的调查表,让被调查者根据个人情况填写,来了解其心理活动的方法。常用的问卷法有:是非法、选择法、等级排列法、等级量表法等。

问卷法的优点是:其问卷的标准化和结构化,调查范围广,省时、省力、省费用,可使结果量化,便于进行数量分析;缺点是:由于无法将所得结论直接与受访者的实际行为进行比较,因此对所获得的材料很难进行质的分析。

3. 实验法

(1) 定义

实验法是在严格控制的情境下引起被试者某种心理现象的发生,并加以观察和研究的方法。

(2) 类型

① 自然实验

自然实验也叫现场实验,是在正常工作的条件下,对与工作有关的因素做适当控制的实验。

自然实验的优点是:研究者可以积极控制被试者的活动,主动引起他要研究的内容;实验在自然情境中进行,其结果更符合实际,具有真实性。缺点是:容易受无关因素的影响,不容易严密控制实验条件,因而难以得到精密的实验结果。