

俞文钊博导力荐

Q iye Xinlixue

企业

心理学

(台湾)

林钦荣/著

安徽人民出版社



企业心理学

(台湾) 林钦荣 / 著

安徽人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

企业心理学/(台湾)林钦荣著. —合肥:安徽人民出版社, 2001.2

ISBN 7-212-01859-7

I. 企… II. ①林… III. 企业管理—管理心理学
IV. F 270-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 00145 号

企业心理学

(台湾)林钦荣/著

责任编辑	邵 勇	装帧设计	孟献辉
出版发行	安徽人民出版社		
地 址	合肥市金寨路 381 号九州大厦	邮编	230063
发行部	0551-2833066 0551-2833099(传真)		
E-mail	ahp0208@sina.com		
经 销	新华书店		
照排厂	合肥市中旭制版有限责任公司		
印 刷	安徽省新华印刷厂		
开 本	850×1168	1/32	印张 13.5 字数 310 千字
版 次	2001 年 4 月第 1 版第 1 次印刷		
标准书号	ISBN 7-212-01859-7/B·112		
定 价	19.80 元		

本版图书凡印刷、装订错误可及时向承印厂调换

序

中国工程心理学会副主任 上海市管理心理学会理事长

华东师范大学博士生导师、教授

俞文钊

台湾东方工商专校工业工程与管理科教授林钦荣所著的《企业心理学》，是一本视角独特、知识性强、应为广大企业管理者很好学习的读物。

21 世纪的企业管理者怎样才能管好企业呢？简而言之，要抓硬件与软件建设两个方面。硬件建设包括设备、技术、产品等，软件建设就是加强内部管理，这就是所谓的“练内功”的问题。在新的条件下，企业在硬件条件方面趋向均等化，因而企业之间的竞争主要是在软件方面谁占优势。作为企业内部管理的主要对象就是对人（员工）的管理，就是要调动人（员工）的积极性，开发人力资源的潜能。

本书用了很大的篇幅来介绍管理人（员工）的知识，也就是管理心理学的科学知识（理论与实践）。但是，从提高企业绩效的角度看，仅仅调动人的积极性，改善人际关系还是不够的，还需要使人—机三面达到最佳的匹配与协调，这就是本书介绍的工程心理学的知识。此外，企业面临市场经济的大潮，企业的产品推销需要有消费心理学与广告心理学的知识，本书的最后两章：消费行为、广告心理就是介绍这方面的知识。作者从企

业的视角探索,作为企业的成功之道需要哪些应用心理学方面的知识,这就是以管理心理学为主体,加上工程心理学以及消费与广告心理学。本书称为《企业心理学》,其内涵与意义就在于此。

本书在介绍企业管理时强调了一个主题,即以人为本的管理理念,这在本书的第二章中称为人性化管理。其中阐述了人性化管理的含义(人本思想、人道主义、人性需求、人格尊严、人性价值等),人性化管理的理论基础、原则和措施。概念和应用阐述得简明、清晰,如人性管理措施为顺应员工需求、尊重个别差异、实施建议制度、建立申诉制度、采用民主领导、鼓励员工参与等。

书中对个体心理(第三章的个别差异,第十章的激励管理),群体心理(第七章的人际关系,第八章的群体动态),领导心理(第十一章的领导行为),组织心理(第九章的组织管理)都作了简明的叙述。除此之外,对压力管理、挫折管理、冲突管理、变革管理、创新管理等主题的心理层面都作了深入浅出的探讨,并有独到的见解。

第四章的人事甄补与第五章的学习与训练应属于管理心理学的分支学科——人事心理学方面的知识 with 内容。

第六章的生涯规划与管理属于管理心理学的另一分支——职业心理学方面的知识 with 内容。作者将管理心理学及其各分支学科:人事心理学、职业心理学综合在一起运用于企业中,也是一种创新之举。

有关工程心理、消费行为和广告心理的知识介绍都是最简明的,介绍的内容都是最关键的。尽管篇幅都不长,但足以让读者对这一领域有一个概括、明了的了解。

总之,这是一本值得向企业管理者推荐的、需要学习掌握的知识性读物。

序

台湾科技大学教授、东方工商专校校长

许胜雄

今日社会经济日益繁荣,福利政策日益完善,实乃拜工商企业发展之赐。惟工商企业的发展,除了有赖科学技术的不断创新之外,尚需提升管理绩效。当然,管理是件千头万绪的工作,可说人类的一切活动都需要透过管理程序始克有成。然而,事物的管理只要依照一定规则和程序行事,就能导入正轨,惟有对“人”的管理是最难以捉摸的。因为举凡涉及“人”的问题本身就已相当复杂:人有动机、有需求、有欲望,这些常随着个人的成长和所处环境的不同而有所变化,且每个人的动机、需求和欲望都不相同,以致人性成为最难理解的管理因素。

今本校工业工程与管理科林钦荣教授,以其从事多年教学与研究的经验,编写《企业心理学》一书,探讨有关企业界的人性问题,有别于一般常见的工业心理学或商业心理学,可说具有开创性的构想。该书对于“人性化管理”、“压力管理”、“挫折管理”、“冲突管理”、“变革管理”、“创新管理”等主题的心理层面之探讨,尤有其独到的见解,且有别于其他相关教材,值得吾人参酌,特为推介。

本人自 1999 年 8 月由台湾科技大学借调担任东方工商专校校长,深深感受到行政工作的繁杂,而其中最难以处理的就是“人”的问题。幸而,人性行为系本人的研究领域,而尚能得心应手,不致掌握不到问题核心。此正印证心理学学理与实务结合的重要性。今林教授索序于余,虽在百忙当中,仍乐于为序,一方面乃寓于互勉之意,另一方面则希望能将心理学的学理与实际运用,广泛地推介于企业界。这正是吾人必须共同努力的目标。



在现代社会中,企业活动扮演着极为重要的角色。它不仅是经济活动的重心,且是人类日常生活的中心。人类社会若缺乏企业活动,则几无生活可言。就企业的范畴而言,生产、营销、财务、人事和其他活动,无一不是涵盖于人类生活的层面里,亦即人类的生活乃涉及一切生产、营销及其他活动。

然而,无论企业活动的范围为何,它的一切活动都是“人”所主导,且也是为“人”而服务的。因此,企业活动必须重视“人”的问题。换言之,企业活动必须以满足人类的需求为前提,以实施人性化管理为依据。为求达到此目标,吾人必须探讨企业界人的行为问题,尤其要了解企业生产活动中员工的心理状态。

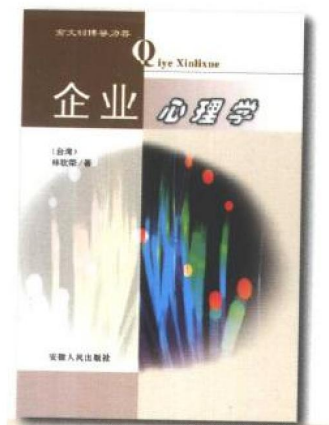
一般而言,员工之所以从事工作,都有其动机和需求。但站在企业组织的立场而言,企业目标乃在提高工作效率和生产品质,以便能追求更大更高的利润。为了融合员工个人需求与企业组织目标的一致,乃有企业心理研究的必要。本书撰写的目的之一,即在企盼促成个人需求与组织目

标的融合。

此外,本书的另一目标乃在希望企业界于从事追求利润之余,能更为重视人性因素与心理需求。惟有满足人性的心理需求,才更能提升生产水准与服务品质。因此,本书所一再强调的是,“人”是一切企业活动的主宰与重心。一切企业活动的成败,惟“人”是赖。本书撰写的目的,就是想将此种概念加以延伸。

本书基本上系以人性心理为出发点,期求管理者能采取人性化的管理。在编排上,本书一方面以员工个人进入组织为切入点,然后依微视而巨视的观点,由个人而团体而组织,以探讨一些顺应人性心理的管理主题;另一方面则由生产而营销,以涵盖整个企业的领域。本书除以文字论述之外,每章尽量列出图表,以协助读者能一目了然,且易于记忆。

本书编写期间,承蒙台湾科技大学教授、东方工商专校校长许胜雄博士的鼓励,并为之作序,甚为感激。又承扬智出版公司总经理叶忠贤先生之应允出版,总编辑孟樊先生、副总宋宏智先生及其他人士的协助,在此一并致谢。当然,本书若有任何阙漏,其责全在作者。尚祈各界先进不吝指教,是幸。



这是一本视角独特, 内容丰富, 应为广大企业管理者掌握的知识性读物。

企业活动不仅是经济活动的重心, 而且是人类日常生活的中心。企业的一切活动都是“人”所主导, 也是为“人”服务。因此, 本书以人性心理为出发点, 期求管理者能采取人本管理。

本书内容主要包括: 人性化管理、组织管理、激励管理、压力管理、挫折管理、冲突管理、变革管理、创新管理、消费行为、广告心理等主题。



林钦荣，台湾东方工商专校工业工程与管理科教授，历任多项学校行政职务。著作有《管理心理学》、《工业心理学》、《商业心理学》、《人事管理》、《组织行为》、《管理学》、《社会科学概论》、《人力资源管理》、《社会学导论》等。1979 年和 1987 年曾荣获台湾青年研究著作奖，1988 年和 1989 年曾荣获台湾专科学校教材优良奖。

Q iye Xinlixue

中华人民共和国安徽省版权局著作权合同登记

1201084 号

本书经由台湾扬智文化事业股份有限公司授权

目 录

自 序

第一章 绪 论

第一节	工业、商业与企业	1
第二节	企业心理学的意义	4
第三节	企业心理学的研究方法	5
第四节	企业心理学的研究目的	9
第五节	企业心理学的研究范围	13

第二章 人性化管理

第一节	人性化管理的含义	21
第二节	人性化管理的兴起	24
第三节	人性化管理的理论基础	26
第四节	人性化管理的原则	32
第五节	人性化管理的措施	34

第三章 个别差异

第一节	个别差异的含义	39
第二节	个别差异的原因	40
第三节	人口统计上的个别差异	44
第四节	心理特性上的个别差异	47
第五节	个别差异的管理	52
第四章 人事甄补		
第一节	人事甄补的途径	56
第二节	内、外甄补的利弊	65
第三节	人事甄补的程序	68
第四节	人事甄补的方法	72
第五节	晤谈法的运用	78
第五章 学习与训练		
第一节	学习的意义与理论	84
第二节	影响学习的因素	88
第三节	学习原则的运用	93
第四节	增强时制与工作学习	100
第五节	员工训练的实施	103
第六章 生涯规划与管理		
第一节	生涯的意义与有效性	112
第二节	与生涯有关的名词	116
第三节	生涯的发展阶段	122
第四节	个人的生涯规划	126
第五节	组织的生涯管理	129
第七章 人际关系		
第一节	人际关系的本质	133
第二节	人际关系的心理基础	137

第三节	人际关系的过程	140
第四节	良好人际关系的准则	145
第五节	促进良好关系的途径	149
第八章 群体动态		
第一节	群体的意义	153
第二节	群体的类型	155
第三节	群体的沟通网络	161
第四节	群体的正面功能	165
第五节	群体的负面困扰	168
第六节	组织对群体的管理	171
第九章 组织管理		
第一节	组织的意义	175
第二节	组织的结构	177
第三节	组织的管理理论	188
第四节	直线与幕僚关系	191
第五节	非正式组织	195
第十章 激励管理		
第一节	激励的意义	198
第二节	激励的内容理论	200
第三节	激励的过程理论	205
第四节	激励的整合模型	209
第五节	激励的管理策略	211
第十一章 领导行为		
第一节	领导的意义	215
第二节	领导的权力基础	218
第三节	领导的特质论	225

第四节	领导的行为论	227
第五节	领导的情境论	232
第六节	有效领导的运用	236
第十二章 意见沟通		
第一节	意见沟通的含义	239
第二节	意见沟通的过程	241
第三节	常见的沟通方式	244
第四节	意见沟通的障碍	248
第五节	有效沟通的途径	251
第十三章 压力管理		
第一节	压力的意义	257
第二节	压力的来源	258
第三节	压力所形成的不良影响	262
第四节	纾解个人压力的方法	266
第五节	组织纾解压力的方法	270
第十四章 挫折管理		
第一节	挫折的意义	274
第二节	挫折的来源	275
第三节	心理冲突	277
第四节	挫折的反应	280
第五节	挫折的管理	286
第十五章 冲突管理		
第一节	冲突的意义	291
第二节	冲突的成因	293
第三节	冲突的衍生	295
第四节	冲突的评价	297

第五节 冲突的管理	302
第十七章 变革管理	
第一节 组织变革的含义	309
第二节 组织变革的原因	312
第三节 组织变革的过程	315
第四节 对变革的抗拒	319
第五节 管理因应之道	324
第十八章 创新管理	
第一节 创新的含义	329
第二节 创新的过程	331
第三节 具创新能力者的特质	335
第四节 创新行为的助力	338
第五节 创新行为的阻力	341
第六节 创造力的培养	344
第十九章 工程心理	
第一节 工程心理的意义与内涵	348
第二节 机具设备与人的配合	350
第三节 工作本质与人性	353
第四节 工作情境与人性	356
第五节 意外与安全	361
第六节 疲劳与效率	364
第二十章 消费心理	
第一节 消费行为的含义	367
第二节 消费行为的心理基础	370
第三节 消费行为的人际层面	376
第四节 消费行为的社会文化层面	381