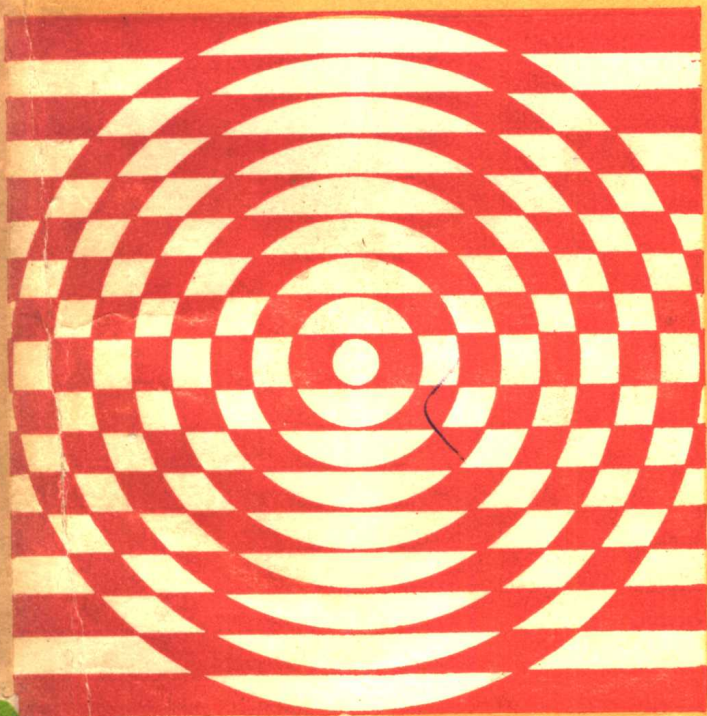


经营管理

心理学



刘 克 等译

JINGYINGGUANLIXINLIXUE

南京大学出版社

经营 管理 心理 学

〔日〕 村中兼松 主编

刘 克 主译

南 京 大 学 出 版 社

1987 · 南京

本书著者：太城藤吉
增田末雄
木谷一松

加藤赖三郎
后藤启一
关 忠 文

窪木安久
高桥信雄
村中兼松

現代の产业心理学

1983年12月10日初版印刷

1983年12月20日初版发行

八千代出版株式会社

经营管理心理学

〔日〕 村中兼松 主编
刘 克 主译

南京大学出版社出版

（南京大学校内）

江苏省新华书店发行 江苏省丹徒县印刷厂印刷

开本787×1092 1/32 印张：12.375

1987年4月第1版 1987年4月第1次印刷

字数：278千 印数：1—12 000

ISBN 7-305-00061-2/F·6

统一书号：4336·019 定价：2.30元

责任编辑：李育鉴

译者前言

经营管理心理学是运用实践心理学的观点和方法分析人们在生产、消费、流通、服务领域中的行为及其产生原因的西方行为科学。

它的特点是主张扬弃以权力为中心的价值观念，强调尊重人性，重视动机激发，设法满足人们的参与感与成就感。也就是说，研究的对象正从“治事”发展到“治人”以“治事”。只要我们采取一分为二的态度，其有益因素是可以借鉴的。具体说，是否可着眼于下列三个方面：

第一，研究人的动机是怎样激发的，以加强思想工作的针对性；

第二，探索行为指导与指导行为有哪些心理学的规律，从各方面调动人的积极性；

第三，行为科学中的一些社会学、生理学、信息学与经济学等理论，有助于丰富人们的知识，增强行为的科学性。

本书由包括日本心理学权威大城藤吉在内的九名教授集体撰写，文学博士、心理学教授村中兼松主编。出版以来深受日本高校师生，特别是各类经营管理人员的推崇，被誉为是朝向经营管理心理学的体系化迈出重要的一步。

参加本书翻译的还有宋为刚、蒋顺同志。

金陵饭店周鸿猷总经理对本书编译工作给予热情的鼓励和支持，在此表示深切感谢。

译著中欠妥之处，敬请读者指正。

译者

1986年6月

序 言

经营管理心理学是探讨产业社会中人的行为的行为科学。换言之，它是运用心理学的观点和方法，揭示和预测工作岗位上的人的行为，解决经营或劳动中的各种问题的实践行为科学。

然而，尽管经营管理心理学最近有了非同一般的起色，可是与自然科学及其应用技术的飞跃发展相比，对于人性的研究、了解和尊重，毕竟还是落后了。因此，这样的情况终于发生：人的本性正受到其自身创造的科学技术的异化和破坏。

可见，为了恢复岗位中的人的本性，至关重要的是对它的尊重和阐明。而且，现代经营科学所面临的恰是一个不能不把企业发展同对人的尊重认真协调起来的时代。经营管理心理学课题之所以重大，原因正在于此。

最近，经营管理心理学竟然重视起社会关系，也就是说，运用社会心理学的方法探讨人际关系、集团结构、精神状态与指导行为的势头赫然崛起。它的基本目标不妨说在于适应产业社会的现实，同时也创造新的现实过程，从人格与社会方面阐明劳动实态及其结果。

可见，经营管理心理学所要回答的问题不仅量大，而且涉及到产业的各个领域。为了解决这些问题，不仅来自社会心理学方面的探讨是必要的，而且需要运用与物理学、生理

学相关的心理学来探讨的东西也为数不少。

因此，未来的经营管理心理学不能不以形形色色的产业问题为出发点，把揭示制约产业行为的社会心理学条件与精神物理条件之间的关系与解决问题作为目标。也就是说，一方面，在于阐明个人同个人、个人同集团的关系；另一方面，又要用科学的方法揭示人同作业以及同作业环境之间的关系。

值此本书出版之际，谨向各位执笔者致以谢意，特别要向慨赐玉稿的产业心理学权威太城藤吉教授表示感谢。还要向不仅委托执笔、而且力促其成的八千代出版社董事代表茅绍纭先生和协助编、校的各位编辑致以敬意。

最后，本书不足之处恕再版之际修正。

1983年12月

村中兼松

目 录

序 言	(i)
第一章 经营管理心理学的发展和课题	(1)
第一节 什么是经营管理心理学	(1)
第二节 经营管理心理学的发展	(1)
I. 在欧美的发展	(1)
II. 在日本的发展	(7)
第三节 经营管理心理学的范围	(9)
第四节 经营管理心理学的课题	(11)
第二章 员工的录用与岗位配备	(13)
第一节 员工的录用计划	(13)
第二节 职务分析及其方法	(14)
I. 职务分析的三项原则	(15)
II. 职务分析的四种方式	(15)
III. 职务分析方法	(16)
第三节 员工的招聘和选拔	(17)
I. 招聘	(17)
II. 选拔	(18)
III. 岗位适应性及其检查方法	(19)
IV. 面谈及其方法	(20)
V. 面谈的具体做法	(21)
第四节 录用后的处置与岗位分配	(22)

I. 录用后的处置	(22)
II. 岗位分配	(23)
第五节 岗位调换、晋升与退职	(24)
I. 岗位调换	(24)
II. 晋升	(25)
III. 退职	(26)
第六节 职务满足感与岗位适应	(27)
I. 人的动机激发	(27)
II. 职务动机	(28)
第三章 员工培训	(32)
第一节 企业培训的最新趋势	(32)
I. 企业培训的回顾与展望	(32)
II. 别具特色的培训	(34)
第二节 培训计划的制订	(35)
第三节 培训的组织	(38)
I. 要符合生涯教育这一主流	(38)
II. 设置教育训练审议机构	(39)
III. 组织原则	(40)
第四节 新员工的培训	(41)
I. 培训类型	(41)
II. 培训新员工的意义与内容	(41)
III. 顺应新的培训意向的对策	(43)
第五节 技能者培训	(44)
I. 技能者训练的变迁	(44)
II. 肩负新时代使命的技能者	(46)
III. 如何看待技能老化	(48)
第六节 女员工的培训	(52)

I. 女员工的变革·····	(52)
II. 培训女员工的必要性·····	(53)
III. 培训女员工的内容·····	(54)
第四章 劳动热情与岗位气氛·····	(56)
第一节 什么是动机激发·····	(56)
I. 动机激发的意义·····	(56)
II. 动机激发理论·····	(58)
第二节 对动机激发的分析·····	(59)
第三节 动机激发与工作价值·····	(60)
第四节 激发动机的方法·····	(63)
第五节 岗位精神状态的必要性与意义·····	(66)
I. 精神状态的意义·····	(66)
II. 精神状态的必要性·····	(67)
第六节 精神状态的特征与决定因素·····	(68)
第七节 精神状态与生产率·····	(69)
第八节 个人属性与精神状态·····	(72)
第九节 提高精神状态的措施·····	(76)
第十节 参与经营的方法·····	(79)
第五章 岗位中的人际关系与指导行为·····	(83)
第一节 岗位组织与人际关系·····	(83)
I. 岗位集团的双重性格·····	(83)
II. 霍索恩研究·····	(84)
第二节 人际关系与咨询·····	(85)
I. 岗位咨询·····	(85)
II. 咨询中的畸变·····	(88)
第三节 人际关系与指导行为·····	(91)
I. 岗位组织中的指导行为·····	(91)

I. 对指导行为应持的态度·····	(93)
第四节 新的指导行为·····	(99)
第六章 工作环境·····	(104)
第一节 照明与色彩调节·····	(104)
I. 照明·····	(104)
II. 色彩调节·····	(110)
第二节 温度、湿度、通风与气压·····	(115)
I. 温度·····	(115)
II. 湿度·····	(118)
III. 通风与气压·····	(119)
IV. 温度、湿度、通风的相互关系及其对工作的 影响·····	(120)
第三节 噪声与背景音乐·····	(122)
I. 噪声的影响·····	(122)
II. 噪声的对策·····	(126)
III. 背景音乐·····	(127)
第四节 振动·····	(129)
I. 振动的类型·····	(129)
II. 由振动引起的职业病·····	(130)
III. 振动损害的防治·····	(130)
第五节 大气污染·····	(130)
I. 空气流通度·····	(130)
II. 碳酸气中毒·····	(131)
III. 氧气缺乏·····	(131)
IV. 尘埃度·····	(131)
V. 大气污染·····	(132)
第六节 有毒物质与气体·····	(133)

I. 苯中毒	(133)
II. 氰酸中毒	(133)
III. 水银中毒	(133)
IV. 硝基苯中毒	(134)
V. 农药中毒	(134)
VI. 六价铬中毒	(134)
VII. 放射线污染	(134)
第七章 人机工程学	(136)
第一节 什么是人机工程学	(136)
第二节 人机工程学的使命与课题	(138)
I. 提高工作速度	(139)
II. 提高工作的可靠性	(139)
III. 提高工作精度	(139)
IV. 学习的容易度、巩固与保持	(139)
V. 提高满足感	(140)
VI. 减轻危险及应激状态	(140)
VII. 根据个人差别进行设计	(140)
第三节 身体测量	(141)
I. 间接法	(141)
II. 直接法	(145)
第四节 感觉系统——测量装置	(147)
I. 视觉表示法	(148)
II. 听觉表示法	(159)
III. 其他感觉表示法	(160)
第五节 动作系统——控制	(162)
第六节 人机系统	(166)
第八章 作业研究	(172)

第一节 作业研究及其发展过程	(172)
第二节 作业研究的内容与方法	(176)
I. 作业研究的内容	(176)
II. 作业研究的方法	(177)
III. 作业方法的改善	(178)
第三节 工序分析	(181)
I. 工序分析	(182)
II. 工序图	(182)
III. 附带分析	(184)
第四节 时间研究	(185)
I. 跑表法(直接时间分析法)	(186)
II. 作业取样法	(188)
III. 不定时的工作抽样	(189)
IV. 视听仪器工作取样	(191)
第五节 动作研究	(192)
I. 萨布里克分析	(192)
II. 目视动作分析	(194)
III. 胶片分析	(194)
IV. 预定时间标准法	(201)
第九章 工资管理	(207)
第一节 工资和动机激发	(207)
I. 工资的意义与工资管理	(208)
II. 工资管理的内容——日本的工资管理	(210)
第二节 工资的决定因素	(212)
第三节 工资体系	(220)
I. 工资体系的意义与内容	(220)
II. 工资体系的合理化与发展趋势	(222)

第四节 初任薪和晋薪管理	(224)
I. 初任薪	(224)
II. 晋薪管理	(227)
第五节 工资管理的课题	(230)
第十章 员工的人事考核	(232)
第一节 人事考核的意义和必要性	(232)
I. 意义	(232)
II. 必要性	(233)
第二节 人事考核方法	(235)
I. 考核法分类	(235)
II. 人事考核方法	(236)
第三节 人事考核中的评估因素	(243)
I. 评估对象	(243)
II. 评估要素	(246)
第四节 评估书的制作	(249)
第五节 综合评价与分布限界	(253)
I. 综合评价	(253)
II. 分布限界法	(254)
第六节 人事考核的要点	(254)
I. 评价中的常规误差	(254)
II. 评价项目的着眼点	(255)
III. 评定者的特征	(256)
第七节 人事考核的问题所在	(257)
I. 评价法的特征	(257)
II. 开展人事考核时的背景问题	(258)
III. 人事行政管理方面的问题	(258)
第十一章 员工的安全和卫生	(260)

第一节	经营管理事故的现状和特征	(260)
第二节	产业事故发生的原因	(264)
第三节	防止事故的对策	(267)
	Ⅰ. 人的因素的安全对策	(268)
	Ⅱ. 作业、设备和环境的安全对策	(273)
第四节	职业病	(278)
第五节	健康管理	(283)
第十二章	员工的疲劳	(289)
第一节	对疲劳应有的态度	(289)
第二节	疲劳的现象	(290)
第三节	疲劳的原因	(292)
第四节	疲劳的测量与判断	(293)
第五节	疲劳的消除与对策	(300)
第六节	勤务时间适度化	(302)
第十三章	岗位的精神保健与行为指导	(306)
第一节	精神保健的意义及其必要性	(306)
第二节	精神不健康的原因	(308)
	Ⅰ. 有约束的劳动时间——迟到、缺勤、怠业	(309)
	Ⅱ. 陶醉于工作——偏激型的人	(310)
	Ⅲ. 管理职务感慨症	(311)
	Ⅳ. 形形色色的管理职业症	(312)
第三节	精神不健康的征候	(314)
第四节	行为指导	(317)
第五节	行为指导的功能	(318)
第六节	行为指导的种类与方法	(319)
第七节	行为指导技术	(320)
第十四章	消费行为与广告	(325)

第一节 销售活动与消费行为	(325)
I. 消费动机	(325)
II. 销售理论	(326)
III. 商品效用	(327)
第二节 制约消费行为的因素	(328)
I. 欲求体系	(328)
II. 意向	(329)
III. 反应	(329)
IV. 强化	(330)
第三节 把握消费行为的方法	(330)
I. 动机调查	(331)
II. 信誉调查	(332)
第四节 广告的心理因素	(333)
第五节 广告媒体的种类及其特性	(334)
I. 报纸的特性	(335)
II. 杂志的特征	(336)
III. 广播的特性	(336)
IV. 电视的特性	(337)
第六节 广告效果的测量方法	(337)
I. 审查判断法	(337)
II. 再认识实验	(338)
III. 商标趣味法	(338)
IV. 再现实验	(338)
V. 试销	(338)
VI. 实验室判断法	(339)
第十五章 企业福利	(341)
第一节 企业环境条件的变化	(341)

第一章 经营管理心理学的发展和课题

第一节 什么是经营管理心理学

经营管理心理学是了解产业中的人的科学，是阐明产业活动中的心理学的事实和规律，并据以树立和发展正确的产业关系的实践心理学。

过去，经营管理心理学被认为是从属于一般心理学，是运用它的理论和方法解决产业问题的一门技术科学，充其量也不过是应用心理学的一个分支而已。由于它的理论和方法的不成熟，而问题的焦点又在于增进企业方面所期待的工作效率，所以也曾受到种种非难。

今天的经营管理心理学，经过实际的探索，真正的理论和方法已初步具备，与其说是对一般心理学的一个发展，毋宁说是为它奠定了重要基础。正因为如此，人们才主张：两者之间决然不是主从、而是相得益彰的关系，它们都有自身的规律性。不仅如此，只要想到产业中的问题已从“为了产业的人”发展为“为了人的产业”，那么，它就会在更大的范围内作为人的问题而理所当然地发展下去。

第二节 经营管理心理学的发展

I. 在欧美的发展

旺托 (W. Wundt) 1879年在莱比锡大学开设了世界