

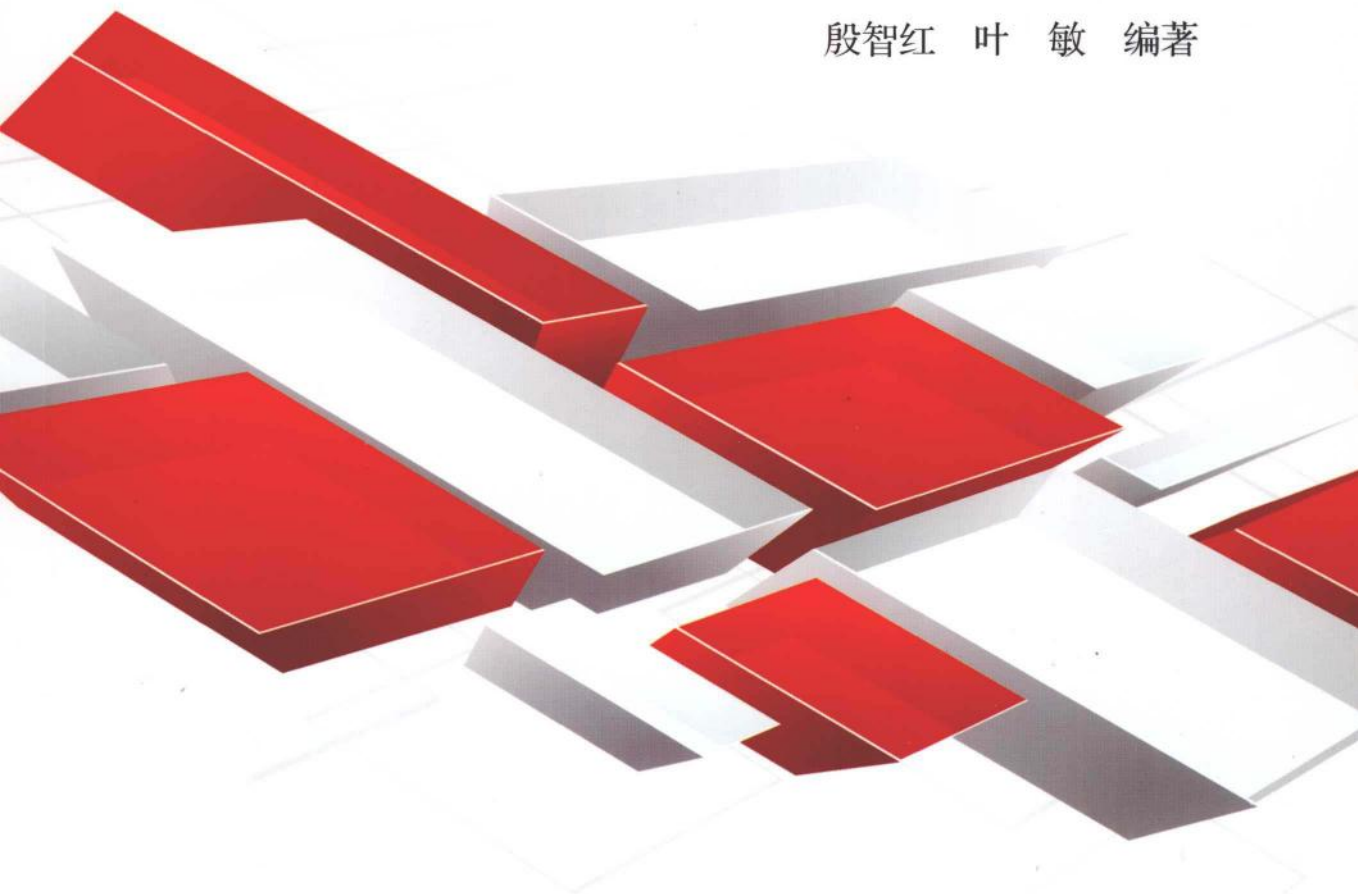
工商管理简明教程

管理心理学

GUANLI XINLIXUE

(第3版)

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3版)

殷智红 叶 敏 编著

北京邮电大学出版社

·北京·

内 容 简 介

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导论(研究对象、研究原则与方法、历史沿革)、个体心理与管理、激励理论、压力管理、群体心理与管理、领导心理与行为、决策理论和组织理论等章节。

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。

图书在版编目(CIP)数据

管理心理学/殷智红,叶敏编著. --3版. --北京:北京邮电大学出版社,2011.7

ISBN 978-7-5635-2335-1

I. ①管… II. ①殷…②叶… III. ①管理心理学 IV. ①C93-05

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第126120号

书 名:管理心理学(第3版)

编 著 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)

发 行 部:电话:010-62282185 传真:010-62283578

E-mail: publish@bupt.edu.cn

经 销:各地新华书店

印 刷:北京联兴华印刷厂

开 本:787 mm×1 092 mm 1/16

印 张:15

字 数:372千字

印 数:1—3 000册

版 次:2004年5月第1版 2007年2月第2版 2011年7月第3版 2011年7月第1次印刷

ISBN 978-7-5635-2335-1

定 价:27.00元

· 如有印装质量问题,请与北京邮电大学出版社发行部联系 ·

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导论(研究对象、研究原则与方法、历史沿革)、个体心理与
管理、激励理论、压力管理、群体心理与管理、领导心理与行为、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。

编著者

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	5
一、管理心理学研究的基本原则	5
二、管理心理学的研究方法	6
第三节 管理心理学的历史沿革	8
一、管理心理学产生的历史背景	8
二、管理心理学的产生与发展	9

第二章 个体心理与管理

第一节 个性心理概述	17
一、个性心理的概念	17
二、影响个性的因素	18
三、个性成长的理论	19
第二节 气质与管理	20
一、什么是气质	20
二、气质的类型与特征	21
三、气质与管理	22
第三节 性格与管理	23
一、什么是性格	23
二、性格的类型	25
三、性格与管理	27
第四节 能力与管理	30
一、什么是能力	30
二、能力的个体差异	33
三、能力与管理	34
第五节 价值观与管理	36
一、什么是价值观	36
二、价值观的分类	36
三、价值观与管理	37
第六节 个体知觉	38
一、知觉的概念	38

二、影响知觉的因素	40
三、社会知觉	42
四、归因理论	43
第七节 态度与管理	45
一、态度的概念	45
二、态度的理论	46
三、态度的测量	50
四、改变态度的方法	51
五、工作满意度	53

第三章 激励理论

第一节 激励概述	59
一、激励概念	59
二、激励作用	60
三、激励过程与因素	60
四、激励的途径与目的	61
第二节 内容型理论	62
一、马斯洛的需要层次理论	62
二、赫茨伯格的双因素理论	66
三、奥尔德弗的 ERG 理论	70
四、麦克利兰的成就需要理论	72
五、内容型理论的关系	74
第三节 过程型理论	76
一、弗隆姆的期望理论	76
二、亚当斯的公平理论	80
三、洛克的目标设置理论	84
四、强化理论	89
第四节 综合型激励理论	92
一、波特和劳勒的综合激励理论	92
二、卡茨和汤普森的“态度、激励和绩效”综合模型	93
三、罗宾斯的整合理论	94

第四章 压力管理

第一节 压力概述	98
一、压力的概念	99
二、压力的类型	99
第二节 压力产生的原因	99
一、环境因素	100
二、组织因素	100
三、个人因素	101
第三节 压力的后果	103

一、生理反应	103
二、心理反应	104
三、行为反应	106
第四节 压力应对策略	106
一、个体的应对方法	107
二、组织的应对方法	110

第五章 群体心理与管理

第一节 群体概述	116
一、群体的概念	116
二、群体的类型	116
三、群体的规模	118
四、群体的作用	119
五、非正式群体	120
第二节 群体内的行为	121
一、社会促进与社会干扰	121
二、责任分摊	124
三、社会惰化	124
四、从众行为	125
第三节 群体动力	128
一、群体动力理论	128
二、群体动力因素	129
第四节 群体的沟通、交往和冲突	136
一、群体的信息沟通	136
二、相互作用分析	140
三、冲突	142
第五节 工作团队管理	150
一、团队的定义与类型	150
二、工作团队的创建	152
三、高效团队塑造	153

第六章 领导心理与行为

第一节 领导概述	159
一、领导的概念	159
二、领导的职能	160
三、领导者影响力的基础	162
四、领导与相互影响	167
五、领导班子的合理结构	168
第二节 领导理论	169
一、特质理论	169
二、行为理论	171

三、权变理论	175
第三节 有关领导的当前问题	183
一、性别	183
二、通过授权而领导	184
三、追随者情况	185
四、民族文化	186

第七章 决策理论

第一节 决策概述	188
一、决策概念	188
二、决策类型	189
第二节 决策的原则	191
一、全局性原则	191
二、预测性原则	191
三、择优性原则	192
四、可行性原则	192
五、规范性原则	193
第三节 决策程序	194
一、诊断问题,确定目标	194
二、集思广益,拟定方案	195
三、综合评估,选定方案	196
四、典型试验,全面实施	196
五、总结修正,追踪决策	197
第四节 决策的方法	198
一、定性决策方法	198
二、定量决策方法	202

第八章 组织理论

第一节 组织概述	206
一、组织概念	206
二、组织的功能	207
第二节 组织结构	207
一、组织结构设计应考虑的因素	209
二、一般组织结构形式	214
三、新型组织结构形式	220
四、组织结构的合理化	222
第三节 组织变革与发展	223
一、组织变革概念	223
二、组织变革的外在压力和内在动力	223
三、组织变革的阻力及阻力克服	226
四、组织发展	229

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

企业的前途

早8点整,某设备制造厂总经理李涛准时来到了二楼的会议室,参加管理层每周一次的工作例会。刚走进会议室就看见副经理们和部门经理一个个面无表情地坐在那里,似乎气氛有点紧张。开会时,李涛就近来企业效益持续滑坡的情况向各部门经理提出询问,并希望大家找出解决的办法。但这些经理们一言不发,只是低着头,好像在思考什么。李涛发现,最近几个礼拜的工作例会都是这种情形,他今天再也忍不住了,拍桌子站起来大发雷霆:“你们这是干什么!一言不发的,是抗议吗?我当经理这么多年了,还没有碰到过这种事!你们到底还要不要在厂里继续干下去?”说完后一摔门就出去了。

李涛原以为下属们会被他镇住,私下和他交流情况,使企业的现状有所改善。但是他万万没有料到,第二天却有两个部门经理和两个副总集体提出辞职,简直就是雪上加霜!但是李涛毕竟当了多年的总经理,好说歹说总算让他们先回去了。同时他也察觉到了事情的严重性,他决定私下里找大家谈谈。

于是,李涛先找到和自己共事多年的销售部经理。李涛问:“近来销售状况持续下跌,上个月甚至降到了近三年的最低点,销售部有没有找到问题的所在呢?”销售经理欲言又止。李涛说:“我们共事这么多年,没有什么不能说的。”销售经理这才无奈地说:“李总啊,不是我们销售部不努力,实在是产品质量不过关呀!老客户一个个都撤退了,发展新客户更是难上加难啊!”

听了销售部经理的抱怨,李涛又来到生产部经理的办公室。生产部经理是个直率的人,早就想在例会上说说他们部门的困难,碍于情面没吭声。李总主动来找他可是一个机会了。“质量问题?给你一块废铁,你能造出大炮吗?我们生产部已经是尽全力在维持产品质量了!暂时没出现产品质量导致事故的问题,已经是生产部的功劳了!看看那些所谓的原材料吧,都是些垃圾!”

通过和上面两位部门主管的交谈,李总意识到了问题的严重性。以前他也听到过类似的抱怨,只是没有引起重视。他决定当天下午再找其他几个部门主管了解一下情况。午饭时间刚过,李总便分别找到了采购部经理、财务部经理以及研发部经理。他们每个人都向李涛发了一通牢骚。采购部经理认为财务部每年给采购部采购原材料的费用只减不增,而原材料市场价格又越来越高,遇到生产任务紧时就只好将就着用了。财务部经理也反映自己有苦难言,每年就这么一块经费“蛋糕”,每个部门都希望分得大一点,况且为了支持新产品的开发,还需要给研发部切得大一点。只有研发部经理没有太多的抱怨,他认为现在产品研发的周期越来越短,对经费的需求也越来越多,多拨点经费也是理所当然的。

听了各部门经理的抱怨,李涛开始反思自己在这个公司的成长历程:当年国有企业改革,自己只是一个生产车间主任,毛遂自荐当上了总经理,带领着员工努力拼争,使得企业生存了下来。自己也得到了其他员工的极大信任和支持,厂里的大小事务他都参与,所有的决定都是李涛自己拿主意。

起初确实提高了办事的效率,解决问题也十分迅速。但是也使得各个部门之间基本上没有太多直接的交流,部门经理只是向李总报告本部门的情况。倒不是因为经理们不想交

流,只是因为交流不交流都是一样,不会影响到决策的制定。久而久之,部门在工作上彼此交流很少,部门间员工的关系也不是那么和谐和密切……

李涛到各部门了解到实际情况以后一时感到措手不及。企业的前途到底会怎样呢?李涛陷入了沉思……

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跃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、变革与发展和修炼等方面的问题。

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)。

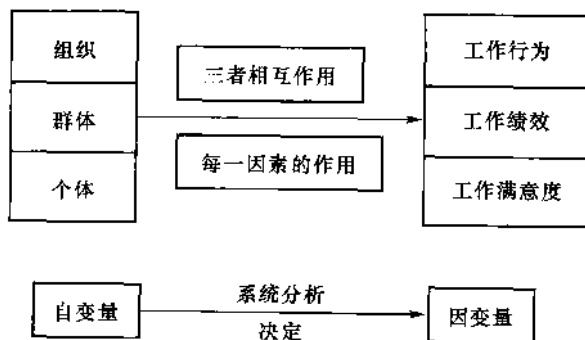


图 1-1 管理心理学的基本内容

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: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: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: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 and 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作适当控制的实验。

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。

② 实验室实验

实验室实验是在严密控制条件的实验室中进行的实验。

实验室实验的优点是:对无关因素进行了严格控制;缺点是:实验情境的人为性强,被试者处在特定的情境中,又意识到自己正在接受实验,就有可能干扰实验结果的客观性,并影响到将实验结果应用到真实情境中。

4. 测验法

(1) 定义

测验法是用标准化的量表或测量仪器来测量、描述、分析被试者的心理特征的方法。

(2) 类型

① 按一次测量的人数,可分为个别测验(一次测一人)和团体测验(一次同时测多人)。

② 按测验的目的,可分为智力测验、特殊能力测验和人格测验等。

③ 按测验的方式,可分为文字测验(书面测验)、非文字测验(操作测验和情境测验)。

(3) 基本要求(即测验的信度和效度)

① 信度

信度,即指一个测验的可靠程度。如果一个测验的可靠程度高,那么同一个人多次接受这次测验时,就应得到相同或大致相同的成绩。以高校的入学测验为例,如果一个考生在一个月时间内接受两次测验,得到的分数大致相等,那么试题的信度就较高;如果一次得 600 分,另一次得 400 分,那么试题的信度就偏低。对智力测验来说,情况也是如此。如果一个

人在一个月內两次接受同一项智力测验,得分相等或大致相等,那么该项测验的信度就较高,如果两次得分悬殊很大,测验的信度就很低。

② 效度

效度,即一个测验有效地测量了所需要的心理品质。它可以通过对行为的预测来表示。例如,高校的入学测验是为了测量学生的成绩水平。如果一个学生高考时得了高分,入学后他的成绩也很好,而另一个学生得了低分,入学后的成绩也低一些,这说明高考试题具有较好的行为预测作用,效度较高。反之,它的效度就是低的。

为了保证测验的信度和效度,一方面,要对某种心理品质进行深入的研究;另一方面,在编制心理量表时要注意严谨性和科学性,只有按科学程序严谨地编制心理量表,才能有效而可靠地测量出人们的心理品质。

5. 个案法

个案法是研究者通过查阅各种原始记录、访问、发调查表和实地观察所收集到的有关某一个人或某个群体的各种情况,用文字如实记载,进行分析并找出主要问题,提出解决问题的意见的方法。

个案法的优点是:有助于发现新问题;缺点是:文字记载对情境信息的反映有局限性,背景材料不可能完备,其研究结果很难外推。一般来说,个案法常用于提出理论或假设,要进一步检验理论或假设,则有赖于其他方法的帮助。

第三节 管理心理学的历史沿革

一、管理心理学产生的历史背景

1. 历史背景

管理心理学理论的形成和发展,是与社会生产力的发展、科学技术的进步相联系的社会化大生产的需要分不开的。

(1) 古代社会阶段

早在六千多年前,人类就已开始了对组织活动的有效管理。古埃及人组织几千人的力量修建了举世闻名的金字塔;我国秦朝时期,秦始皇征集几十万民工建造了气势宏伟的万里长城。在漫长的古代社会,生产处于手工劳动阶段,生产活动多以家庭为单位,生产场所以作坊为主,生产技术和劳动分工比较简单。各种社会组织的规模都比较小,社会化程度也较低。那时的管理是传统的经验管理,主要依据个人的观察、经验和判断等。

(2) 近现代社会阶段

随着社会生产力的发展,进入了工业革命时期,机器生产代替了手工劳动,组织规模迅速膨胀,且组织内部的分工越来越细,协作越来越密切,各生产工序的操作越来越单一、具体。越来越乏味的工作使工人的劳动情绪受到很大影响,阻碍了生产率的进一步提高。落后的管理方式已不能适应新情况的需要。

随着科学技术的进步,生产过程中技术含量越来越高。在生产方面,工人的文化技术水平较低,不能适应生产的需要;在管理方面,管理人员的管理方法不能很好地发挥工人的工作积极性。所以,调动人的主观能动性显得非常重要。

随着社会化大生产的进程,生产关系中劳资矛盾日益尖锐。管理人员把工人看做是会说话的机器,引起了工人们的强烈不满。为改善劳资关系,缓和矛盾,维持生产,就需要采用新的管理思想与方法。

与此同时,心理学、社会学等学科迅速发展;心理技术学理论、群体动力理论、社会测量理论和需要层次理论等相继出现。这些学科理论的形成和发展,为管理心理学的产生奠定了比较充分的理论基础,从而使管理心理学的产生由必需变为可能。

2. 早期实践

1769年,英国首次出现世界上第一个六百多人的纺织厂。在此之后,工厂制度普遍建立。

(1) 亚当·斯密的实践

1776年,亚当·斯密(A. Smith)撰写了《国富论》一书,提出“组织和社会将从劳动分工(工作专门化)中获得经济优势”的观点。例如,在制造针的过程中,10个工人各自为阵,分散、独立地工作,每人每天能生产10根针就很幸运了。如果10个人每人分担一项具体任务,一天就能生产4800根针。由于劳动生产率大大提高,工厂获得了很好的经济利益。

通过实践研究,亚当·斯密得出以下结论:

- 劳动分工提高了工人的技能、技术熟练程度;
- 劳动分工节省了交换工作的时间;
- 劳动分工有利于创造节省耗费的办法和机器,提高生产率。

(2) 罗伯特·欧文的实践

罗伯特·欧文(R. Owen)是威尔士企业家,18岁有了自己的第一家工厂。他注意到:工厂雇佣童工(多数在10岁以下),工人每天工作13个小时,工作环境恶劣等现象。

罗伯特·欧文是个理想主义者。他首先承认工厂制度损害了工人的利益,提出要改善劳动条件、关注雇员。1825年,他主张制定了工作时间法、儿童保护法,提倡公共教育、工作餐、企业参与社会规划。他的观点比他所处的时代超前了一百多年。

二、管理心理学的产生与发展

管理心理学的产生与发展的七个阶段

- 工业心理学(20世纪初)
- 人际关系理论(霍桑试验)(20世纪30~50年代)
- 人力资源学派(自我实现、人本主义)(20世纪50~60年代)
- 权变观点(20世纪70年代)
- 组织文化(20世纪80年代)
- 工作团队(20世纪90年代)
- 学习型组织(21世纪)

1. 工业心理学的兴起

1879年,德国心理学家冯特(W. Wundt)在莱比西大学建立了第一个心理学实验室,标志着心理学成为一门独立的学科。