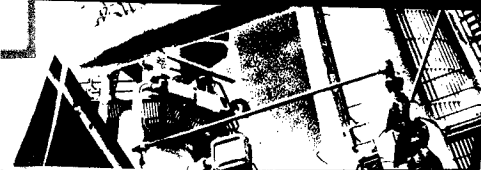




企业行为科学

QIYEXINGWEIKEXUE

● 企业行为科学丛书



内 容 提 要

调动人的积极性是企业成功之本。本书专门介绍如何有效地调动人们工作积极性的理论和方法。

书中阐述了在企业中研究人的需要、工作行为动机、激励方法、群体行为和领导行为,还吸取了80年代热门的公司文化、企业公共关系、智力开发、工程心理学和行为预测等内容,并结合企业实际,介绍了很多成功实例、行为自测方法和调查问卷。

企 业 行 为 科 学

主 编 南万和 中国俊

副主编 范贵喜 陈良训

责任编辑 段亮文

河南人民出版社出版

河南第一新华印刷厂印刷

河南省新华书店发行

787×1092毫米 32开本 18.125印张 554千字

1988年11月第1版 1988年11月第1次印刷

印数1—18,050册

ISBN 7-215-00283-1/G·16

定价 5.90 元

编者说明

行为科学是现代管理科学的重要组成部分，是用科学的方法研究人的行为规律的新学科。企业行为科学通过对企业个体行为、群体行为、组织行为、领导行为的研究，以探讨解决企业管理的有效性、提高职工和领导者素质、培养集体意识、改善人际关系、增强企业的凝聚力、充分调动职工的积极性和创造性等问题。

行为科学起源于美国，在工业发达国家得到了广泛地应用。它被介绍到我国企业界短短几年时间，已引起企业界和学术界的普遍重视。为了普及、推广行为科学理论，河南省机电电子企协行为科学研究会组织编写了企业行为科学丛书，从企业角度系统地介绍行为科学的基本理论、方法及其应用。

河南省副省长秦科才同志为丛书写了序言，热情指导了丛书的编写工作。在编写过程中，许多企业和部门给予了热情支持和方便，在此一并表示感谢。

丛书共分5册，将于1988——1989年期间由河南人民出

版社陆续出版，其书目是：

- 企业行为科学
- 企业领导科学
- 企业创造力开发
- 企业公共关系学
- 企业文化

《企业行为科学丛书》编委会

序 言

• • • • •

行为科学在我国还是一门新的管理科学。1978年首先由原第一机械工业部引进，并组织大专院校行为科学工作者到各地为直属企业、院校和科研所的领导干部、管理人员和教师举办短期讲习班，传播行为科学理论，1985年成立了中国行为科学研究会。

行为科学作为现代管理科学的重要组成部分，值得我们重视。现代管理科学主要包括三大学派：古典管理学派、行为科学学派、管理科学学派。三大学派的理论互相补充、渗透，其中行为科学的理论占有显著位置。

自80年代以来，西方国家企业界和管理学术界提出一条重要的管理原则就是：尊重职工，相信职工，发挥职工的积极性。

我们是社会主义国家，人民是国家的主人，发扬企业职工主人翁精神，是我们社会主义社会的特色。然而，由于种种原因，在企业的经营管理中，没有很好地体现出来。我们

• 1 •

在学习国外现代化管理方法时，应从注重人的工作出发，发扬我们自己的优势。

企业管理要以人为核心，这就要求我们去研究如何做好人的工作，以充分发挥人们的工作积极性和发扬人们的主人翁精神。

《企业行为科学》丛书，就是在这方面为企业领导和管理人员提供的一套专门的参考书。我们希望通过丛书的出版，有更多的同志来研究和探讨有中国特色的企业行为科学，以使我们的企业不断提高管理水平，提高企业素质，为社会主义作出更大的贡献。

秦科才

一九八七年十二月九日

《企业行为科学丛书》编委会

主 编	苗万和	申国俊	
编 委			
苗万和	申国俊	范贵喜	陈良训
孙怀玉	郑玉川	崔 钊	王纪年
聂绍保	魏光明	李万春	吴殿久
吕兰玉	吴 璋	许留庆	李遵良
任惠敏	郑志勇	杨尚礼	孙庆法
张学田	熊代意	袁茂臻	彭化先

《企业行为科学》

主 编	苗万和	申国俊
副主编	范贵喜	陈良训

目 录

序言	秦科才
第一章 绪 论	(1)
第一节 行为科学的产生与发展	(2)
第二节 企业行为科学的内容	(4)
第三节 行为科学在企业管理中的应用	(5)
第二章 人性的假设与管理	(16)
第一节 “经济人”假设	(17)
第二节 “社会人”假设	(19)
第三节 “自我实现的人”的假设	(20)
第四节 现代管理理论关于“复杂人”的假设	(22)
第五节 我国行为科学对人性的研究	(25)
第三章 个性与管理	(33)
第一节 个性理论	(33)
第二节 气质与职业	(42)
第三节 性格	(49)

第 四 节	能力与工作安排	(53)
第 四 章	需要与激励理论	(64)
第 一 节	需要理论	(65)
第 二 节	苏联心理学关于社会需要的理论	(75)
第 三 节	需要理论在我国企业中的应用	(78)
第 四 节	激励理论	(86)
第 五 节	挫折理论	(90)
第 五 章	动机理论	(99)
第 一 节	动机的产生与分类	(100)
第 二 节	影响动机和行为的因素	(102)
第 三 节	价值观与抱负水平	(107)
第 四 节	动机的强度与冲突	(116)
第 六 章	态度理论与管理	(121)
第 一 节	态度的一般概念	(121)
第 二 节	态度的转变及其理论	(127)
第 三 节	态度的测量	(138)
第 四 节	企业应研究职工态度形成和转变	(144)
第 七 章	群体行为	(146)
第 一 节	群体的概念与作用	(147)
第 二 节	非正式群体的利用	(151)
第 三 节	群体的结构	(157)
第 四 节	群体行为与个体行为之间的关系	(160)
第 五 节	群体的冲突	(164)
第 六 节	班组管理与群体行为研究	(167)

第八章 信息沟通	(173)
第一节 信息沟通的特征及重要性	(173)
第二节 信息沟通的理论	(178)
第三节 信息沟通的方式方法	(183)
第四节 信息沟通的要素、步骤和障碍	(192)
第五节 提高信息沟通效果	(196)
第九章 群体中的人际关系	(203)
第一节 人际关系的重要性及其分类	(205)
第二节 人际关系的建立、平衡及其改变	(213)
第三节 代际关系	(218)
第四节 人际关系的改善与测量	(223)
第十章 企业的公共关系	(231)
第一节 企业公共关系概述	(231)
第二节 公共关系机构及其人员	(237)
第三节 搞好公共关系的基本方法	(249)
第十一章 领导理论	(263)
第一节 领导与领导科学	(263)
第二节 企业领导者应具备的基本素质	(270)
第三节 企业领导集团的合理结构	(273)
第四节 领导方法	(284)
第五节 领导艺术	(290)
第十二章 领导行为	(303)
第一节 领导行为的概念与理论	(303)
第二节 领导作风	(311)

第 三 节	领导方式	(317)
第 四 节	领导管理分工	(325)
第十三章	领导者效能与环境诊断	(330)
第 一 节	领导者效能的内容和意义	(330)
第 二 节	领导者效能的考评	(338)
第 三 节	领导者环境的诊断	(342)
第 四 节	领导方式的适应性	(348)
第 五 节	领导效率的管理	(350)
第十四章	组织理论和组织结构	(361)
第 一 节	组织的概念	(361)
第 二 节	组织理论	(365)
第 三 节	组织结构	(374)
第 四 节	组织结构的改革	(382)
第十五章	组织变革与组织发展	(388)
第 一 节	组织变革	(388)
第 二 节	组织发展	(403)
第 三 节	组织发展的措施	(407)
第十六章	组织效率与工作评价	(417)
第 一 节	组织效能	(417)
第 二 节	组织效率	(421)
第 三 节	评价工作绩效的方法	(430)
第 四 节	制定评价制度	(436)
第十七章	企业文化	(445)
第 一 节	企业文化的含义和作用	(445)

第 二 节	中、美、日企业文化概要	(454)
第 三 节	建立优秀的企业文化	(463)
第十八章	工程心理	(470)
第 一 节	工程心理学的概念	(470)
第 二 节	人一机系统的配合	(475)
第 三 节	作业研究	(488)
第 四 节	工作环境分析	(512)
第十九章	人力开发	(522)
第 一 节	人力开发的重要性	(523)
第 二 节	人力资源的管理与开发	(526)
第 三 节	企业创新能力的培养	(537)
第二十章	行为预测与控制	(544)
第 一 节	对个体行为的预测	(544)
第 二 节	生物节律及其应用	(552)
第 三 节	对社会行为的预测和控制	(557)
后记		(565)
附:	主要参考和引证书目	(567)

第一章 绪 论

企业管理，从根本上说是调动人的积极性的管理，只有了解人、尊重人、相信人、培养人，才能充分调动和发挥人们的积极性。

在推进企业管理现代化时，一方面要学习运用先进的管理技术和方法；另一方面，也是更重要的方面，是应该注意人、研究人、研究工作中的人们行为及其心理，要把人的因素作为管理的首要因素，确立“人”在管理过程中的主导地位。行为科学就是专门以企业职工在生产中的行为以及这些行为产生的原因作为研究对象的一门边缘科学。研究国外行为科学的成果使之与我国的国情相结合，将有助于更好地解决在企业管理中确立人的主导地位的问题，从而，充分调动起人们工作的积极性、创造性，为社会创造更多的物质和精神财富。

第一节 行为科学的产生与发展

一、行为科学的定义

关于行为科学的定义，有种种不同的解释。国际上通常的看法有两种：一种意见认为，行为科学是运用类似自然科学的实验和观察方法研究在自然环境中的人的行为的一门综合性科学。另一种意见认为，行为科学的研究对象应局限于人的行为。也有少数学者认为，行为科学主要是有关对工作环境中人、人和群体行为进行分析和解释的心理学和社会学学说。还有人认为行为科学不仅研究人的行为，也包括研究动物的行为……用通俗的语言来说，行为科学就是研究人类行为规律的科学。只是它不仅研究人的个体行为，还研究人的群体行为，研究人类行为产生的原因，分析影响行为的各种因素，探索人类各种行为的规律，从而进行行为激励、控制与改造，以便最大限度地调动人的积极性，达到挖掘人的潜力和创造智慧、充分利用人力资源的目的。

二、行为科学的产生和发展

行为科学的产生，一般认为起源于美国哈佛大学教授乔治·埃尔顿·梅约于20年代末、30年代初，在美国西部电气公

司的霍桑工厂进行的一系列试验。这些试验的结果，梅约于1933年发表在他的《工业文明中的人性问题》一书中。他的一系列不同于科学管理的思想包括下述三个主要观点：

1. 职工是“社会人”；
2. 企业中存在着“非正式组织”；
3. 新的企业领导能力在于通过提高职工满足度来提高士气。

这三条可以说是早期行为科学——人际关系学说的基本要点，也是行为科学以后发展的依据。早期的行为科学一般被称为“人际关系学”，1949年前后，由美国芝加哥大学的一群教授商量改称为“行为科学”。现在，一般包括早期人际关系学在内统称为行为科学。

在梅约研究的基础上，早期行为科学侧重于对“社会人”的论述，並注重研究满足职工的社会需要。随着研究的发展和深化，行为科学又提出了一个新的基本论点，即“自我实现的人”的论点。从某种意义上来说，它代表了后期行为科学的发展。这一时期，行为科学侧重于对“自我实现的人”的论述，並在此基础上注重研究如何使职工在工作中能获得最大的成就感和满足感，也就是使职工在工作中得到自我实现。

当前，随着现代企业管理理论的发展，行为科学作为管理科学发展过程中的一个时期，尽管已经结束，但是，行为科学的发展並沒有结束。相反，随着心理学、社会学等这些作为行为科学的基础性科学的发展，行为科学也获得了更加

广泛的发展，并且已溶入现代管理科学的发展过程中。行为科学在现代管理科学的发展中占有重要的地位和作用。

第二节 企业行为科学的内容

行为科学是一门新兴的边缘科学。它运用社会学、人类学、心理学以及生物学、生态学、地理学、法律学、精神病学、政治学等多门科学理论和方法，并以它们的研究成果作为自己的研究基础。企业行为科学是运用行为科学的理论来研究和解决企业（公司）中人们的行为及如何调动职工的积极性。

企业行为科学的内容主要包括以下几方面：

1. 个体行为。在个体的层次点上，考虑影响人们行为的各种心理要素，即人对周围事物的知觉与理解，人们的思维方法、成因过程，人们的动机、个性、态度、能力、价值观等。这些心理因素与实际活动中人的兴趣、需要、达成目标行为等有着密切的关联。

2. 群体行为。主要是研究群体行为的特征与动力，群体对个体的影响，个人与组织的相互作用，群体中的人际关系，企业及企业公共关系，正式群体和非正式群体信息传递的方式等。

3. 领导行为。它侧重于研究领导者作为特殊个体的心理，企业中的领导班子作为特殊的群体以及领导方式、领导行为、

领导素质的评价、培训和决策行为等。

4.组织行为。主要研究组织变革的策略与原则，变革的动力，组织发展及其成功的衡量方法，以及对变革进行目标管理等。

5.系统环境。从系统思想出发，把系统中的人、机器、环境和社会诸因素加以统一考虑与评价，研究企业的文化、工作的扩大化与丰富化，人机环境诸因素的合理安排、妥善协调及人才开发等。

第三节 行为科学在企业管理中的应用

一、西方国家企业应用行为科学

自从“人际关系”学说和“社会人”的观点提出以后，美国的资本家以及企业界的高层领导人，从行为科学的理论中认识到，应该从新的角度来看待和考查提高劳动生产率的问题。他们改变了过去传统管理方法对工人的看法，认为既要从物质技术方面也要从社会的角度来看待工人。生产效率的提高和士气的提高，不是单纯物质条件或物质环境的改善，而主要是社会条件和人与人之间关系的改善。此后，许多企业都注意改善领导与被领导、管理人员之间、管理人员与工人、企业中一切人与人之间的关系，设法提高企业中职工的满足度以激励劳动生产率的提高。