

Q

企业心理学

尚 海 涛 主 编
赵 维 新



山西教育出版社

企业心理学

主编 尚海涛 赵维新 · 山西教育出版社

QI YE XIN LI XUE

社 长 任兆文
总 编 辑 左执中
责任编辑 姚霭如
封面设计 马正华
版式设计 荷 屏

企 业 心 理 学

主编 尚海涛 赵维新

*

山西教育出版社出版发行(太原并州北路69号)

山西晋财印刷厂印刷

*

开本:850×1168 1/32 印张:10 字数:248千字

1996年3月第1版 1996年3月山西第1次印刷

印数:1—5000册

*

ISBN 7—5440—0907—6

G·908 定价:15.70元

序 言

袁宝华

从党的十四大明确我国建立社会主义市场经济体制改革目标以来,我国建立社会主义市场经济体制的步伐明显加快。企业是市场经济的主体,随着社会主义市场经济体制的建立和不断完善,企业在国际、国内市场上的竞争日趋激烈,这对企业来说,既是机遇,又是挑战,如何进一步加强和改善企业管理,挖内潜,练内功,提高素质,增进效益,在激烈的市场竞争中取胜,是企业界普遍关注的一个十分重要的问题。

企业管理是一项系统工程。目前,研究企业管理的论著已不少见,但从心理学的角度研究企业管理还不多。由尚海涛、赵维新同志主编的这本《企业心理学》是从我国的国情和企业的实际出发,借鉴国内外心理学及其应用理论的最新研究成果,研究探讨心理学在企业中应用的一项大胆的尝试。该书理论联系实际,既是一本企业管理的经验总结,又是一本应用心理学的理论专著,具有较强的针对性、指导性和实践性,是一本较好的改善企业管理的参考书,可供企业界广大管理干部、思想政治工作

者和爱好心理学应用理论学习的同志们学习参考。

在长期的生产经营实践中,我国的企业界创造了许多成功的经营管理和思想政治工作经验,需要我们用马克思主义的哲学观点和辩证唯物主义的方法,系统地加以总结和研究,从科学研究的角度进行探讨,找出规律性的东西,使之上升为科学的理论,用以指导企业管理的实践。随着社会主义市场经济的发展,新的情况、新的问题也将不断产生,同样需要我们努力地加以研究和探索。希望企业界和理论界的同志们携起手来,结合我国企业管理工作的实际,加强企业管理科学的研究和探讨,不断推陈出新,进一步丰富、完善、发展我国企业管理理论。同时,希望企业界广大的管理干部要认真学习现代企业的管理理论和管理经验,不断加强和改进企业的经营管理和思想政治工作,努力提高企业经济效益,为实现我国国民经济发展的第二步、第三步战略目标做出新的更大的贡献。

一九九五年一月十日

目 录

第一章 心理学与现代企业	(1)
第一节 心理学在企业中的应用	(1)
第二节 企业心理学的研究对象与内容	(7)
第三节 企业心理学研究的基本原则与方法	(9)
第二章 个性差异与企业管理	(15)
第一节 个性一般概述	(15)
第二节 气质与工作安排	(19)
第三节 能力与人才管理	(27)
第四节 性格与管理工作	(35)
第三章 需要与激励	(41)
第一节 需要、动机与行为	(41)
第二节 需要理论在我国企业中的应用	(46)
第三节 激励理论在我国企业中的应用	(55)
第四节 目标管理在我国企业中的应用	(65)
第五节 激励引导的基本模式与方法	(72)
第四章 企业中的群体心理	(76)
第一节 企业群体概述	(76)
第二节 企业群体心理剖析	(82)
第三节 企业内群体的社会沟通与决策	(90)
第四节 企业内群体的社会互动	(100)

第五章 企业领导心理	(110)
第一节 企业领导一般概述.....	(110)
第二节 企业家与企业领导者的影响力.....	(115)
第三节 企业领导的方法与艺术.....	(119)
第四节 企业领导体制的改革和观念更新.....	(128)
第五节 企业领导集体的心理结构.....	(130)
第六章 企业管理心理	(135)
第一节 企业管理现代化.....	(135)
第二节 企业素质管理.....	(139)
第三节 企业的心理管理原则.....	(144)
第七章 企业教育心理	(150)
第一节 现代企业教育新观念的树立.....	(150)
第二节 企业家应具备的大教育观.....	(156)
第三节 现代企业教育的内容和对策.....	(160)
第四节 企业文化建设.....	(165)
第八章 企业人力资源的开发与管理	(172)
第一节 企业人员的选拔与培训.....	(172)
第二节 企业人员的考核.....	(185)
第三节 企业奖惩的心理学意义.....	(199)
第四节 企业人员调配与流动中的心理学问题.....	(207)
第九章 企业环境心理	(215)
第一节 企业环境分析.....	(215)

第二节	企业人员的心理压力和心理承受力·····	(222)
第三节	工作时间条件与企业管理·····	(227)
第四节	工作环境对心理的影响·····	(238)
第十章	企业人员的心理保护·····	(240)
第一节	心理健康与心理卫生·····	(240)
第二节	心理治疗与企业管理·····	(243)
第三节	企业人员的心理保护·····	(252)
第十一章	思想政治工作心理·····	(258)
第一节	思想政治工作的内容与基本方针·····	(258)
第二节	思想政治工作的心理学原则·····	(262)
第三节	思想政治工作的心理方式·····	(267)
第四节	思想政治工作干部的心理品质·····	(275)
第十二章	企业组织心理·····	(281)
第一节	企业组织一般概述·····	(281)
第二节	企业组织设计与工作设计·····	(287)
第三节	企业组织改革·····	(299)
第四节	企业组织改革策略与克服改革阻力的 心理学原则·····	(305)
第五节	企业组织发展·····	(309)
主要参考文献·····		(313)
后记·····		(314)

第一章

心理学与现代企业

在我们的日常生活中,在工作和学习中,在一切有人活动的地方,都有心理学问题存在。企业心理学作为一门心理应用学科,与心理学是密切相关的。

第一节 心理学在企业中的应用

一 什么是心理学

心理学是研究人的心理现象及其规律的科学。影响心理的因素概括起来有三类:(1)环境因素,就是周围所接触到的事物变化;(2)肌体(我们的肉体)因素;(3)心理因素,即心理对心理的影响。所谓研究人的心理规律,也就是要查明这三类因素的变化与心理变化的确定关系。

人的心理现象复杂多样,有多种表现形式。一般把心理现象分为两大类,即心理过程与个性。前者指感觉、知觉、记忆、思维、情感、意志等心理过程,是心理现象的动态表现形式;后者是在心理过程中表现出来的具有个人特点的、稳定的心理倾向与心理特征,如需要、兴趣、动机、态度、观点、信念、性格、气质、能力等,是心理现象的静态表现形式,两者互相联系不可分割。

1. 心理过程

心理过程可分为:认识过程、情感过程和意志过程。

认识过程包括人们认识事物的感觉、知觉、记忆、思维、想象等心理活动。“看”、“听”是最基本的心理现象,人们通过眼、耳、鼻、舌、身五种感官从客观外界获得感觉和知觉。所谓感觉,就是人对客观事物个别属性的反映;知觉是人对客观事物的整体特征的反映。感觉和知觉反映事物的表面现象及其外部联系,属于认识的初级阶段。感觉和知觉一般来说是同时发生的,统称为感知。人们感知过的东西,在大脑中或多或少要留下痕迹,并且在适当的时候,还能够把所留下的痕迹重现出来,这就是记忆。对于事物本质属性及其发生发展的规律认识就是思维。人还能在头脑中构思出来未曾经历过的事物的形象,这就是想象。感知、记忆、思维、想象都是为了认识事物而产生的心理活动,故称为人的认识过程。此外,在人的各种认识过程中,还普遍存在着一种心理现象,这就是注意。不去注意,就不能很好地感知;不去注意,就不能很好地进行记忆、思维等。因此,注意是认识过程的开端,并伴随认识过程的始终,是保证心理活动顺利进行的一种心理特征,但它不是一种独立的心理现象。

人在认识客观事物时不是麻木不仁、无动于衷的,而总是采取一定的态度,有一定的主观体验,表现出喜爱、厌恶、高兴、烦恼、愤怒、悲伤等等。这些主观的心理体验过程,就叫做情感过程。情感过程有独特的外部表现形式和主观体验形式,对人的心理活动有着广泛的影响,并在人的生活中起着十分重要的作用。

人在认识事物,进行活动的过程中,不会是一帆风顺的,总会遇到一定的困难。当人们面临困难时,就会千方百计地想办法克服困难,达到预定目的。这种想办法,订计划,采取措施克服困难,一定要达到目的的心理活动过程,叫做意志过程。

认识、情感、意志,是人所共有的现象,这三方面并不是彼此孤立的过程,而是同一心理过程的不同方面。情感和意志是在认识的基础上产生的,认识过程是最基本的心理过程。反过来,人的情

感和意志对认识都有重要的影响。心理过程的三个方面是相互影响、相互制约的。

2. 个性

个性也可称人格,指一个人的整个精神面貌,即具有一定倾向性的心理特征的总和。可分为:个性倾向性、个性心理特征和自我意识系统。

人们都有各自不同的要求,这是需要的差异;两个人做同样一件事情,但出自不同的考虑,这是动机的差异;这个人喜欢打球,那个人喜欢下棋,这是兴趣的差异;两个人各自坚信自己的道理不动摇,这是信念的差异;两个人从不同的立场、观点看待客观世界,这是世界观的差异。需要、动机、兴趣、信念和世界观属于个性倾向性。

在生活和工作中,我们每个人不仅能够自觉地体验到自己的心理活动,还能够观察、认识周围其他人的各种不同的个性心理特征。从事某项工作时,有人善于概括,有人长于分析,有人记忆准确迅速,有人想象力丰富等等,这是表现在能力方面的差异。干一种事情,有人热情奔放,精力充沛;有人则沉默娴静,动作迟缓,这是气质方面所表现的差异。在对人对事上,有人心胸开阔,勇敢勤奋,热情助人;有人则心地狭小、怯懦,待人冷淡,这是性格的差异。能力、气质、性格构成人的个性心理特征。

自我意识是人的个性结构的重要组成部分,是个性结构中的自我调节系统,也是区别于动物心理的重要标志之一,指主体对其自身的意识。包括三个层次:对自己肌体及其状态的意识;对自己肢体活动状态的意识;对自己的思维、情感、意志等心理活动的意识。其形成的前提条件是认识,主体把自己从客体中区分出来,分清我与物,我与非我的关系。

3. 心理现象结构

心理现象结构是指人的心理现象之间相互关系的系统。这是

在大脑神经突触联系的基础上建立起来的反映活动的系统。人的心理现象一般分为心理过程与个性心理两个统一不可分的方面。前苏联心理学家列维托夫则把人的心理现象分为心理过程、心理状态、个性心理倾向与心理特征三个方面。他认为心理过程是暂时性的,个性心理倾向与心理特征是比较稳定的,而心理状态则是处于二者之间的表现形式。按照这种观点,可把人的心理现象结构简单图示如下:

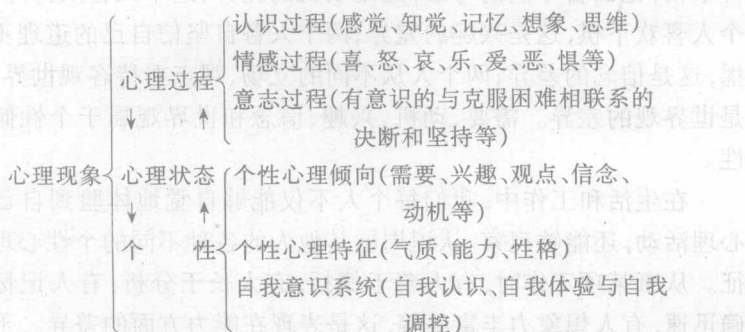


图 1-1 心理现象结构图

二 心理学在企业中的应用

从 1879 年由德国的冯特在莱比锡创建第一个心理实验室开始,心理学正式从哲学中分离出来,成为一门独立学科,至今不过一百多年的历史。心理学在工业企业中的应用,形成企业心理学,其历史就更短暂了,20 世纪初期,企业心理学才在广告企业中开始萌芽。在最近的 30 年里,由于现代工业发展,企业心理学才逐渐发育成熟,得到广泛的应用。

1. 心理学在企业中的最初应用

一般认为,最早提出在企业中应用心理学的是美国的心理学家斯科特教授,他在 1901 年提出在广告业上应用心理学,并在

1903年出版了《广告学》一书,第一次一般性地研究了心理学在企业中的应用问题。

德国心理学家孟斯特格伯,最先把心理学的原理用到工业领域中,并挑选不同能力和素质的人配备到相应的工作岗位上。1912年他发表了《心理学与工业效率》一文,进一步广泛地涉及企业管理中的心理学问题,为工业心理学开辟了广泛的领域。

初期的工业心理学,主要集中在工业的个体心理学的研究上,着重于对职工的挑选和分配,根据人的不同的心理特点,将他们分配到相适应的工作岗位上,做到人与事的合理配合,这部分内容后来从“工业心理学”中细分为“人事心理学”。

2. 霍桑实验

1924年至1932年,由美国科学院组织的有关方面的专家研究小组在美国西方电器公司下属的霍桑工厂,进行了一系列管理实验与研究。这一系列实验,融心理学、社会学和人类学等知识,对企业中人们的心理和行为进行综合研究,为“企业心理学”、“管理心理学”的形成和发展开辟了道路,拓宽了研究范围,并因此而产生了后来的人群关系理论。

实验主要包括4个阶段:(1)照明实验。主要研究照明度对生产效率的影响。(2)福利实验。主要研究工作时间和其他条件,如休息间隔、工间提供茶点等的变化,对生产效率的影响。(3)访谈实验。研究人员通过两万多次的访谈,征求了工人对管理当局、工作环境、工作条件等各方面的意见,倾听了工人们的抱怨。(4)群体实验。主要研究小组成员之间的相互关系、群体规范对生产效率的影响。

霍桑实验整整持续了9年,1933年梅奥在《工业文明中的人性问题》一书中,总结了霍桑实验的结果并提出了人群关系理论。实验结果发现,工作中的人际关系和心理因素比物质条件更为重要,它对于生产效率起主要的决定作用,而物理环境和物质刺激只

有次要的意义。

实验表明,在企业中的工人,是“社会人”,是具有社会动机并受到社会制约的人,影响工人生产积极性的,除了物质因素之外,还有更为重要的社会和心理的因素。霍桑研究引起了人群关系运动的发展,从而推动人们去深入研究企业活动中的人、人的心理和行为规律。

3. 工程心理学的兴起

随着现代科学技术的发展,机器越来越复杂,操作速度越来越快,因此,不仅需要心理学家们采用更精确更科学的测验方法去挑选和训练能够操作尖端技术设备的人,而且要求心理学家通过实验,提供有关人类对于这些复杂技术设备的操作能力以及生理和心理的限制方面的信息,从而改变设备的设计和制造。这就为心理学在工业中的应用开辟了一个全新的领域,即以研究“人——机——环境”系统相互作用为对象的学科——工程心理学。

工程心理学的正式出现是1947年,这门学科的特点是要求机器适合人的要求。工程心理学的兴起,使心理学在人们心中树立起了更高大的形象,重新认识心理学的实际意义。企业家们凭他们的经验和直觉,更加深刻地认识了心理学的功能,认识到它对企业发展的重大影响。现代企业需要工程师和设计师,也同样需要心理学家。

在最近的30年中,由于工业生产实践的需要,现代企业向心理学提出了一系列迫切的需要研究的课题,因而使心理学理论研究重心转向实际应用领域,企业心理学得到了蓬勃的发展。

4. 心理科学为企业增添新功能

目前心理学发展的显著特点之一是,如何围绕激励或抑制人的行为来提高社会生产力。西方企业家普遍重视运用心理科学来提高经营管理才干。美国工业联合会对它所属的公司曾做过一项调查:该公司管理人员中,90%读过心理科学的文章,有80%的公

司曾派人参加过有关心理科学的培训。美国道奈兰公司董事长说:我们舍得在心理学咨询和训练上花大量投资,因为投资于“心理科学”比投资于机器更合算,投资回收率更为保险。

日本经济迅速腾飞,震惊世界。人们总结了日本的管理方式:美国的科学管理加中国的文化内涵,理解人,关心人,充分调动人的积极性和创造性,崇尚团队精神。这正是心理科学的核心。我国的一些企业也有意识地运用心理科学来激励职工的积极因素。根据启发职工的自尊意识的原理,上海英格索兰压缩机有限公司取消了某工段的质检员。这项措施消除职工对质检工作的对立情绪,增强了主人翁责任感,使人人都成了质检员。下半年质量事故由16次降至4次,第二年几乎没有出现质量事故。

现代企业规模庞大,组织机构复杂,这就需要心理学家提出新的方法,维持并不断提高生产效率。不仅需要研究工作环境对职工心理和行为的影响,而且要研究影响职工生产积极性的各种工作动机,激励的原则和方法,领导的作风和领导心理素质,群体及意见沟通,正式组织和非正式组织以及他们的关系等,要求心理学家们提出切实可行的方法,调节和改善企业内部的人际关系,开展强有力的企业思想工作,推动企业生产的发展。

第二节 企业心理学的研究对象与内容

一 企业心理学的研究对象

企业心理学是心理学原理在企业工作中的应用,是研究企业中人的心理活动规律,用科学的方法改进管理工作,充分调动人的积极性的一门科学。

企业心理学将企业中的人作为独特的研究对象,原因是现代企业管理是以人为中心的管理。人是企业的主体,要靠人(个体或

群体)来实现企业的目标。随着新的工业革命的到来,机器人的出现,电脑的广泛应用,可以代替一部分人的劳动,但设计和使用机器及电脑的仍然是人。特别是进入使用电子计算机、信息化管理的时代,要求职工掌握高、精、尖的科学技术。主要应靠发挥脑力劳动者的主动精神和积极性。因此,现代化的企业管理,最主要的是对人的管理。

从现代企业管理的角度看,在人、财、物诸生产要素中,人是企业的首要资源,必须挖掘人的潜在能力。企业心理学着重研究人的行为心理。

为了更好地发挥人的主动性和积极性,企业不仅是为完成生产任务要建立管理制度,最主要的是要建立以人为中心的合乎情理的管理制度。管理的最终目的是调动人的积极性。人的积极性调动了,才会产生新的思想和观念,才会在工作中有新的发明创造,最后导致新的工具和机器的革新,企业的目标和任务才会提前和超额完成。

既然现代企业管理的特点是强调以人为中心的管理,所以我们要就深入研究企业中人的心理活动的规律,研究人的行为模式。在科学分析的基础上采取对症下药的方法,使企业的管理工作取得最佳效果。

二 企业心理学的研究内容

社会主义企业心理学的研究任务和根本目的,就是揭示企业中人的心理特点及其行为表现方式对于企业生产活动的影响,努力提高职工的心理素质,提高政治思想觉悟,协调企业中的人际关系,调动人的积极性,创造生产的高效益。企业心理学的研究内容大致是:(1)心理学与现代企业;(2)个性心理特征和企业人员的选拔、录用;(3)需要、激励和企业管理心理;(4)企业领导心理;(5)企业组织和群体心理;(6)企业教育心理;(7)企业环境心理;(8)企业

人力资源的开发与管理;(9)企业人员的心理保护;(10)思想政治工作心理。

第三节 企业心理学研究的基本原则与方法

企业心理学是从客观事实、心理事实出发,以科学的心理方法去研究企业管理活动中人的心理及其行为规律,所以,它同其他一切称得起科学的理论一样,具有客观性、科学性和系统性。

一 企业心理学研究的基本原则

任何一门科学都根据自己研究对象的特殊性,采取相应的研究方法。企业心理学的性质决定了它的研究方法是多种多样的。但不管采用什么形式和方法,都必须遵循辩证唯物主义的基本原则,严格遵循三条基本原则,即客观性原则、发展性原则、系统性原则。

1. 客观性原则

所谓客观性原则,就是按照各种心理现象的本来面目加以考察,在人的生活和活动中进行研究。

人的心理现象是十分复杂的,我们只有在实践活动中,根据人们的行为表现,工作绩效的变化和波动的实际指标,才能对他们的心理状况作出正确的判断。这种判断是一个间接的过程,即通过外在行为推测内在心理状况的过程。为了使这种判断不失真,不附加任何外来成分,必须从客观性原则出发,确定外部环境条件与各种心理现象之间的关系,选定能反映心理现象的各种外在行为的指标,全面细致地分析所获得的材料,分析各种外部条件之间和各种行为之间的关系。研究者切忌根据自己主观愿望、猜测和估计来分析人的心理状况。

2. 发展性原则