

对激励理论的研究述评

刘洋

(湖南大学 教育科学研究院, 湖南 长沙 410082)

摘要: 对激励理论的研究是组织行为学中的热门课题, 进入20世纪以来, 中外许多学者从各个不同的角度对激励理论的研究取得了非常重大的成就。归纳起来, 这些学者主要是从两个方面展开研究的, 即管理学激励和经济学激励这两个方面。由此产生的两大学派以及不同的理论类型对于社会实践产生了重大影响。本文试图对各个时期不同的激励理论进行总结和述评, 以期能够把握激励理论未来的研究发展趋势, 有助于对激励理论问题的进一步研究。

关键词: 激励理论; 管理学激励; 经济学激励; 研究趋势

中图分类号: G4

文献标识码: A

引言

“激励”一词为心理学术语, 指的是持续激发人的动机的心理过程。在管理工程中, 可以简单地理解为调动人的积极性。关于如何调动人们的工作积极性这个问题, 长久以来就是理论研究的焦点问题之一。20世纪之前, 虽然也有某些学者对这些问题做过一些研究, 但却没有形成系统的理论。直到进入20世纪, 伴随着泰勒科学管理理论的出现与发展, 才形成了比较系统的激励理论。

管理激励理论是企业激励理论的重要组成部分, 它是在心理学和组织行为学的研究基础上形成的。它以问题研究为导向, 以管理环境为依托, 以人的需要为基础, 侧重对一般人性的分析。其基本原理是: 个体由自身需要引起内部紧张感, 产生行为动机, 并进行行为选择, 以实现个体目标, 满足需要。之后又产生新的需要, 引起新的动机和行为, 不断循环。西方管理激励理论经历了一个世纪的发展, 通过对管理主体心理和行为的观察和试验, 发展了一系列与管理实践紧密相联系且行之有效的激励理论。进一步研究, 可以发现, 人们对激励问题的研究是从两个不同的思路展开的。一是在经验总结和科学归纳的基础上形成的管理学激励理论。二是在人的理性假设基础上, 通过严密的逻辑推理和数学模型获得的经济学激励理论。下面我们对这两种激励理论的演变过程和新近的进展作一综述。

一、管理激励理论

20世纪初, 管理学家、心理学家和社会学家就从不同的角度研究了怎样激励人的问题, 并提出了相应的激励理论。这种激励理论侧重于对人的共性分析, 服务于管理者调动生产者积极性的需要, 以克服泰勒首创的科学主义管理在人的激励方面存在的严重不足。自20世纪初以来, 激励理论经历了由单一的金钱刺激到满足多种需要、由激励条件泛化到激励因素明晰、由激励基础研究到激励过程探索的历史演变过程。按照研究激励侧重的不同与行为的关系不同, 根据理论史上的上述差异, 可以把管理激励理论归纳和划分为内容型、过程型、行为改造型和综合型四大类型。

(一) 内容型激励理论

内容型激励理论又称需要理论或多因素激励理论。这一理论是研究人的心理需要而形成激励的基础理论，它着重对激励诱因与激励因素的具体内容进行研究。其代表理论有：马斯洛的需要层次理论、奥尔德弗的ERG理论、麦克利兰的成就需要理论、梅奥的“社会人”理论、赫兹伯格的“激励—保健”双因素理论。

人类基本需要层次理论：由美国行为科学家马斯洛提出。他把人的各种需要归纳为五大类，这五类需要互相有关，按照其重要性和发生的先后次序，可排成一个需要层次。它们由低到高分别是：生理上的需要、安全上的需要、感情和归属上的需要、地位或受人尊敬的需要、自我实现的需要^[1]。以上五类需要，人们并不是都能得到满足的。一般来讲，层次越低者越易得到满足，层次等级越高者能得到满足的比率越小。需要层次论是一种前进式需求，具有直观性和简易性。考虑个体的心理特征和需求差异，在工作激励中考虑员工不同需要水平的差异，并根据员工的不同需要，采取不同的激励措施。证实和预测了工作满意度。但是这种理论缺乏实证资料的支持，不具有普遍使用性，未满足的需要不一定就没有激励作用，已满足的需要也不一定会产生激励作用。

奥尔德弗的ERG理论：行为科学家克莱顿奥尔德弗对马斯洛理论的一种修正。他在大量调查研究中指出，人的基本需要不像马斯洛讲的那样有五种，而是三种，即：“（1）生存。这是最基本的，指人在饮食、住房、衣服等方面的基本需要，这种需要一般只有通过金钱才能满足。只有这项最基本的需要得到满足以后，才能谈到其他需要。（2）关系。指与其他人（同级、上级或下级）和睦相处、建立友谊和有所归属的需要。（3）发展。指个人在事业、能力等方面有所成就和发展”^[2]。奥尔德弗认为，这三种需要并不完全都是生来就有的，有的需要（如关系的需要和发展的需要）是通过后天学习才形成的；而且，人的需要并不一定严格地按照由低到高的次序发展，可以越级出现。这一理论与马斯洛的需要层次理论不同之处在于人在满足较高层次需要的努力受挫会导致人们重新追求较低层次的需要，即“挫折—倒退”趋势。

随后，赫兹伯格对满足职工需要的效果提出了“激励—保健双因素论”，赫兹伯格通过调查研究发现：“仅仅是满足职工的需要还不能排除消极因素，就如卫生保健不能直接提高健康状况，只能有预防作用那样，满足需要可以认为是消除职工不满和抵触情绪的一种“保健因素”，更应当注重工作本身的内容以及工作的丰富化等“激励因素”对人的作用，这样才能满足人的各层次需要和人的进取心，从而提高工作的实际效率”^[3]。麦克利兰提出的成就需要理论对研究经营者的激励方式具有更为直接的作用。他认为人的基本需要有三种：“成就需要、权力需要和情谊需要，具有强烈成就需要的人，把个人的成就看得比金钱更重要”^[4]。麦克利兰的成就需要理论对具有高目标值的企业家或经理人员的激励具有重要而直接的指导意义。

（二）过程型激励理论

内容型理论着重研究了“用什么去激励员工”这个问题，但没有涉及到“怎么去激励员工”这个问题。因此，一些行为主义者对后一问题的探讨就形成了几种过程型激励理论。过程激励理论，试图发现用于解释激励行为的普遍过程。由于这类理论聚焦于过程而非具体的普遍过程。由于这类理论聚焦于过程而非具体的激励内容，因此较之内容型激励理论而言，具有更广泛的适用性。这类理论最有代表性的是弗鲁姆的期望效价理论、亚当斯的公平激励理论、洛克的目标设置理论。

弗鲁姆对于如何提高激励因素的激励力，提出了“期望模式理论”，他认为：“某一行动成果的绩效，以及期望机率即职工认为某一行动成功可能性的程度，这两者直接决定了激励因素的作用大小”^[5]。用公式表示为“激励=价值 $\times$ 期望概率”。这个理论的基本观点是：人们只有在预期其行动有助于达到某种目标的情况下，才会被充分激发起来，从而采取行动以达到这一预期目标。该理论揭示了个人努力、绩效、奖励、个人目标之间的关系，启示人们依据绩效确定奖励比依据资历、技能等确定奖励更合理。

亚当斯的公平激励理论强调工作报酬相对公平的重要性。他认为“员工激励不仅受报酬绝对数量的影响，更受到工作报酬相对比较的影响；同等的报酬不一定获得同样的激励效果，只有通过对他人的投入进行比较，才能知道同等报酬是否具有相同的激励效果”^[6]。如果激励机制的设计违背了公平原则，将会导致激励效果的下降：比如，在同一单位工作的人，如果偷懒的人与勤奋的人具有相同的工资报酬，其结果只能是大家都偷懒。因此，要想提高报酬的激励效果只能是让投入多的人获取相对高的报酬。

目标管理理论：最早由美国著名的管理学家杜拉克于20世纪50年代中期提出来的。它主要是通过目标的设置来激励人们的动机，指导人们的行为，使个人的需要、期望与组织的目标挂钩，调动人的积极性。杜拉克认为，组织的目的和任务，必须转化为目标，如果一个领域没有特定的目标，则该领域必然会被忽视。组织的各级管理人员只有通过这些目标对下级进行管理，并以目标的达成情况衡量组织成员贡献的大小，才能保证一个组织的整体目标的达成，这一过程是一级接一级地将目标分解到组织的各个单位或部门，最后甚至个人，通过每个人目标的达成，而使组织的整体目标得到体现和完成。

（三）行为改造型激励理论

这一理论被认为是激励目的理论，重点研究人的行为动机产生到目标行为选择的心理过程。激励的目的是要通过对员工的目标行为选择过程施加纠偏影响，使员工在能够满足自身需要的行为集中选择组织预期的行为。这种理论主要有“挫折论”、“操作型条件反射论”和“归因论”。

著名心理学家斯金纳提出的操作条件反射理论，认为人的行为是对外部环境刺激所作的反应，强化物就是能够影响行为频率的刺激物，其作用可以分为正强化和负强化，只要创造

和改变外部的操作条件，人的行为就会随之改变。这种理论的意义在于用改造环境的办法来保持和发挥那些积极的、愉快结果的行为，减少或消除消极的、不愉快结果的行为。1980年代以来，不少学者对行为改造理论提出新的要求，希望将环境设计技术与道德抑制结合起来，使激励的方式多样化。

凯利的归因理论，就是指为了预测和评价人们的行为并对环境和行为加以控制而对他人或自己的行为结果所进行的因果解释和推论。对行为结果的不同归因会影响人们未来的行为选择。这一理论的启示是：可以通过影响个体的归因，引导他反复选择组织期望的行为。

(四) 综合激励理论

综合激励理论主要是将上述几类激励理论综合起来，把内外激励因素都考虑进去，系统地描述激励全过程，以期对人的行为作出更为全面的解释，克服单个激励理论的片面性。

罗伯特·豪斯在双因素理论和期望理论基础上提出了激励力量理论。该理论认为：内在的激励因素包括对任务本身所提供的报酬效价；对任务能否完成的期望值以及对完成任务的效价。外在的激励因素包括完成任务所带来的外在报酬的效价，如加薪、提级的可能性。综合激励模式表明，激励力量的大小取决于诸多激励因素共同作用的状况。布朗提出的VIE理论认为，激励是绩效、手段和期望的乘积，其中任何一项要素为零，激励就为零。该理论的实质是对目标设置理论和期望理论的综合。在此基础上，美国的波特和劳勒建立了期望论模型。期望论认为激励力量的大小取决于多方面的变化因素，涉及当事人对该项工作的成功、所获报酬以及相关影响的认知和评价。这一理论工作中所包含的内在激励的重要性在于，在其他条件相同的情况下，把一项工作交给内在激励价值高的人会比交给内在激励价值低的人产生更大的激励效果，可看作是VIE理论和公平理论的结合。

二、经济激励理论：现代经济学对激励问题的研究

20世纪30年代，经济学家开始关注被传统经济理论所忽视的企业内部管理效率问题，认识到激励的重要性。与管理学通过对人的多种需求研究激励不同，经济学对激励的研究是以经济人为出发点，以利润最大化或效用最大化为目的。由于过去约一百年时间形成的新古典经济理论主要是从技术的角度看待企业，企业在标准的阿罗和德布鲁的竞争-均衡范式中被看作生产函数。哈特认为该理论存在着明显的缺陷，“它完全忽略了企业内部的激励问题”。传统的厂商理论把利润最大化作为企业唯一的经营目标，而现代企业由于经营权与所有权的分离，企业经营者的追求目标与利润最大化目标并不一致，所有者对经营者的控制也往往因信息不对称而难以奉效。

(一) 委托代理激励理论

1932年，美国经济学家伯利和米恩斯出版了《现代公司与私有财产》一书，提出著名的“管理权与控制权相分离”的命题，使传统的以利润最大化为目标的企业理论受到严峻

挑战。1950年代后期和1960年代,企业管理者的多目标模型开始流行,鲍莫尔、玛利斯和威廉姆森分别提出了企业最小利润约束下的销售收入最大化模型、最小股票价值约束下的企业增长最大化模型和最小利润约束下的管理者效用最大化模型。这些模型从不同的角度表达了掌握控制权的管理者与拥有所有权的股东之间的利益目标差异,并提出了代理制企业中如何激励管理者以符合股东利益目标的新问题。进入1970年代以后,一方面由于威廉姆森等人对交易费用理论的发展,另一方面由于信息经济学、契约理论或委托代理理论在微观经济学领域的突破,始于科斯、伯利和米恩斯的现代企业理论在近20年取得了迅速的发展,激励问题成为其中非常重要的研究课题。1972年,阿尔钦和德姆塞茨将企业研究的重点从使用市场的交易费用转移到解释企业内部结构的激励问题(监督成本)上,提出团队生产理论,认为企业实质上是一种“团队生产”方式,从而不能根据每一个成员的贡献去支付其真实努力的报酬,这就给偷懒者提供了机会。为解决这一问题,就需要监督者进行监督,并相应对监督者进行激励。由此提供的激励模式,强调了剩余索取权在激励监督者中的重要性。1976年,詹森和麦克林在《公司理论:管理行为、代理成本和洛术结构》一文中使用“代理成本”概念,提出了与上述交易费用理论相类似的观点认为“代理成本”是企业所有权结构的决定因素,让经营者成为完全剩余权益的拥有者,可以降低甚至消除代理成本。霍姆斯特姆和蒂罗尔在《企业理论》一文的综述中进一步强调了所有权在解决企业激励问题上的重要性。为解决代理问题,经济学提供了三种激励措施:“一是委托人对代理人的直接监督。这种做法一方面因客观存在委托人与代理人之间的信息不对称,直接监督尽管能减少代理人行为上的偏差,但不能消除代理人思想上的消极因素、完全消除代理成本。另一方面可能因监督的成本太高而损害了委托人监督的绩效,通常这种激励措施只能应用于代理人行为结果易于判断的情况。二是让代理人承担全部风险,并享有全部剩余索取权,委托人的利益为零。在委托人追求利润最大化的假定下,这种情况是不可能存在的,除非资本的利率为负。三是在委托人与代理人之间按一定的契约进行剩余索取权的分配,将剩余分配与经营绩效挂钩。这是目前绝大多数两权分离的公司对经理激励的方法,不同的只是剩余索取权的分配比例”^[7]。

由威尔森、罗斯、米尔利斯、霍姆斯特姆以及格罗斯曼和哈特等人开创的委托——代理理论,应用模型分析,主要解决委托代理关系中存在的信息不对称问题。因委托人与代理人之间的信息不对称,代理人的行动不能直接让委托人观察到,从而产生代理人不以委托人利益最大化为目标的“道德风险”和“逆向选择”问题,对这些问题的解决形成了现代企业激励理论的核心。委托——代理理论有两个主要的结论:一是在任何满足代理人参与约束及激励相容约束,而使委托人预期效用最大化的激励合约中,代理人都必须承受部分风险;二是如果代理人是一个风险中性者,那么就可以通过使代理人承受完全风险(即让他成为唯一的剩余权益者)的办法来达到最优激励效果(张维迎, 1995)。结论给我们的一个重要启示是,在构建代理人的收入

结构模型中，为减少代理人采取机会主义行为，风险收入是一个不可少的变量。值得注意的是，委托代理理论的两个结论是有前提条件的，一是委托人对随机的产出没有直接的贡献；二是代理人的行为不易直接地被委托人观察。如果委托人对产出有直接的影响，让代理人承担全部经营风险，就容易发生委托人向代理人“敲竹杠”的问题。如果代理人的行为能够直接被委托人观察到，代理人的激励问题或者说“道德风险”和“逆向选择”问题就不存在。此时，最优契约安排是委托人得到完全的剩余，代理人只能得到自身最低满意效用的固定收入。所以，将委托代理理论应用于现实的代理制企业时，既要注意理论的前提假设是否符合现实，也要注意对代理制企业经营者行为的激励，不仅仅是对代理人激励报酬的设计，更重要的是要改善委托人与代理人之间的信息不对称，减少因信息不完善带来的激励偏差。

（二）新的激励机制—进入权

按照“不完全合约理论”，初始合约往往会因为谁有企业重要资源的控制权谁就获得权力。而随着企业性质的变化，现代企业中的物质资产所有权不再是企业中的唯一的权力源，人力资源在这方面表现得尤为突出。1998年Rajan和Zingales在《公司理论中的权力》一文中提出了进入权的概念，把“进入权”定义为使用或处理企业关键资源的能力。这样进入权就包括了对物质的使用权，在讨论进入权的激励作用时也就包括了物化资产使用权的激励。该文还从三种不同的情况分别论证了如何分配“进入权”能起到最优的激励作用（尤其是对人力资本投资的激励作用），并且比较了进入权相对于所有权激励的优势，说明了进入权是所有权激励机制的最好补充。

3、述评

西方激励理论是现代管理理论的重要组成部分，随着管理理论的发展而不断进步，并在现实管理实践中得到了充分发挥，尤其是在知识经济时代，一个以人为本的人性化社会，个人的因素无论是从国家层面还是从企业层面来讲，其重要性越来越大，对于个人潜能的挖掘成为现代管理的一项重要任务。我个人认为，西方激励理论较系统全面的探讨了激励对象的效用价值，不同的理论相互补充，共同组成了较完善的激励需求理论体系；但是个体参与社会活动实际上是一个输入输出系统，输入为自己的劳动，输出为个体效用，激励理论在对于个体劳动的输入问题讨论较少；再次，激励理论主要是由美国人提出的针对美国员工的激励理论。

另外，任何理论的发展来源于社会的需求，任何理论的发展都将受到其他学科发展的影响。从20世纪80年代末90年代初开始，学习型组织受到了越来越多企业的重视，人才竞争已成为全球的焦点话题，现有的激励理论显然无法充分满足实践的需要，受到了前所未有的

挑战，但也是这种挑战促进了激励理论的不断进步，丰富和完善。经济学家们开始对企业主流激励理论的若干基本问题和理论模型进行了重新思考和拓展，推动身深化了对企业激励问题的理论研究，出现了委托—

代理理论，其中有比较著名的业绩型报酬方案的“产出效应”，业绩型报酬方案的“筛选效应”以及业绩型报酬方案的“激励扭曲”效应；跨越职业生涯的声誉机制；竞赛理论；重复博弈条件下团队生产的最优激励等。

4、激励理论研究的新趋势

根据对激励理论两种研究思路的分析，结合当今管理发展趋势，笔者认为未来有关激励理论的研究将体现以下四大趋势：

（一）基于行为主义研究结果基础上的激励约束机制研究

现有的针对企业高层经营管理者的激励约束机制研究模型基本上是在“经济人假设”基础上进行的。然而，行为主义学者的研究结果已经使“经济人假设”的弊端昭然若揭。将行为主义学者研究的思路纳入基于非对称信息博弈的激励约束机制研究模型，体现两大研究思路的融合，这是一种必然的趋势。事实上，“代理人市场声誉模型”和“股票期权激励”正是在这方面做的尝试，前两者打破了“经济人假设”，而“股票期权激励”则体现了激励约束机制研究模型与行为主义研究思路中的期望理论的界结合。同时，行为主义学者也需要运用行为学的研究方法进一步深入研究高层管理者追求的目标以及这些目标是如何去激励高层经营管理者的。

（二）基于团队的激励模式研究

在团队管理思想已经深入人心、团队管理方式已经被广泛运用的今天，传统的管理制度和管理方式已经显得力不从心，基于团队管理的一些理论迫切需要发展和完善。基于团队的激励模式研究尤其如此。阿尔钦和德姆塞茨，以及霍姆斯特姆和米尔格罗姆对工作团队激励的研究仅仅局限在“经济人假设”基础上的成本效益研究。行为主义学者对群体的研究形成了一些有关群体压力、群体凝聚力等方面的重要研究成果。与激励单个员工相比，在工作团队中，员工并不仅仅追求经济利益这一点体现得更为明显。如何把行为主义学者有关群体理论的研究成果运用到团队激励模式研究中去，建立更为合理、更接近现实、具有更大实用性的团队激励模型自然也就成了一个函待研究的课题。

（三）基于扁平化组织中的员工激励模式研究

企业流程再造和组织结构扁平化也代表了当今管理的一大趋势。在传统的科层式组织中，企业能够为组织中的员工提供较广阔的职业晋升空间，能够满足员工“尊重感”方面的需要。但在流程再造后扁平化的组织结构中，中层管理者职位被大量削减了，已经不能提供足够的职业晋升机会去满足员工的“尊重感”需要。在这样的情况下，企业如何应对？研究可能会向三个方向发展：（1）研究除了“职位晋升”以外的其他能满足员工“尊重感

”需要的手段，比如配备轿车；（2）研究给予机会并引导员工追求“尊重感”需要更高层次的“自我实现需要”，比如给予员工更多的授权；（3）根据“受挫—倒退”规律，研究员工在因为没有职位晋升而不能满足“尊重感”需要的情况下，可能会在哪些方面产生更强烈的需要，管理者如何去满足这些需要。

（四）基于自我实现基础上的员工授权研究

在较低层次需要得到广泛满足的今天，越来越多的员工开始追求“自我实现”需要。他们希望能够尽可能不受控制地去干自己喜欢干的事情，并从中体验到快乐。针对这些员工，如何进行激励？目标管理已经初步给了我们答案：那就是设定目标，然后给予员工足够的授权，通过目标去控制员工的工作成果，而不是干预、控制员工的工作过程。那么，“如何有效地授权”就成了一个需要深入研究的课题。相关的研究从20世纪90年代中期开始就已经成了国外学术界的一个研究热点。这一研究热点仍将持续。

参考文献

- [1] (美)马斯洛 著，邵冲，苏曼 译. 马斯洛论管理[M]. 北京:机械工业出版社，2007.
- [2] 钱颖一. 激励理论的新发展与中国的金融改革[J]. 经济社会体制比较，1997(6).
- [3] 侯光明. 管理激励与约束[M]. 北京:北京理工大学出版社，1999.
- [4] 童毅华. 西方管理激励理论述评[J]. 理论观察，2004 (4).
- [5] 弗鲁姆. 工作和激励[M] 中文版. 成都: 成都科技大学出版社，1964.
- [6] 亚当斯. 工资不公平对工作质量的影响[M]. 中文版，北京: 商务印书馆，1965.
- [7] 张跃平, 刘荆敏. 委托—代理激励理论实证研究综述[J]. 经济学动态，2003, (6): 74-78.
- [8] 吴云. 西方激励理论的历史演进及其启示[J]. 学习与探索，1997, (2): 88-93.
- [9] 陈亭楠. 现代企业文化[M]. 北京: 企业管理出版社，2003.
- [10] 张维迎. 企业的企业家—契约理论[M]. 上海: 上海三联书店、上海人民出版社，1995.
- [11] 关培兰. 组织行为学「M]. 武汉: 武汉大学出版社2000.
- [12] 伯利、米恩斯. 现代公司与私有财产[M]. 中文版，北京: 商务印书馆，2005.
- [13] 孙立莉. 激励理论述评[J]. 山东经济，2000 (2).
- [14] 郝辽钢, 刘健西. 激励理论研究的新趋势[J]. 北京工商大学学报(社会科学版).

The Incentive Theory Research Review

Liu Yang

(Institute of Education ,Hunan University,Hunan Changsha 410082 China)

Abstract:The incentive theory in organizational behavior research is a hot topic, the 20th century, many Chinese and foreign scholars from different angles on the research incentive theory has made a very significant achievement. To sum up, a study of these scholars are mainly from two aspects, namely management science and economics incentives motivate these two areas. Two schools and different types of theories resulting social practice had a significant impact. This article attempts to various periods and different motivation theories summarize and review, in order to be able to grasp the future development trend of research incentive theory, wish to contribute to the further study of the issue of motivation theory.

Keywords:Incentive theory ;Management incentive ; Economic incentives; Research trends

作者简介:刘洋, 湖南大学教育科学研究院在读研究生, 主要研究高等教育学。