

(二)激勵三大模式：

	內容模式 (Content)	程序模式 (Process)	強化模式 (Reinforcement)
理論說明	1. 注意引起、產生或引起激發行爲的因素。 2. 人需求的類型及內涵。	1. 注意到行爲方式 (pattern) 的程序、方向或選擇。 2. 動機行爲的方向、強度及選擇。	1. 注意到能增加期望行爲重複與減少非期望行爲重複的可能性。 2. 行爲與外在刺激的連結。
代表性理論	1. 需求階層理論。 2. 二因子理論。 3. 三需求理論。 4. ERG理論。 5. 成熟理論。 6. 目標設定理論。 7. 公平理論。	1. 刺激－反應理論。 2. 期望理論。 3. 公平理論。 4. 目標設定理論。	1. 強化理論。 2. 行爲調適理論 (OB Mod.)。 PS. 強化理論應用在員工行爲修正上。

(三)動機理論 (程序 + 內容)：

1. 認知心理 (認知與制約是對立的)：

→對人的基本假設有三→正好會與強化模式 (制約學習) 相反。

(1)行爲一定都有原因。

(2)行爲是目標導向的。

(3)行爲是動機所驅使的。

2. 內容模式 (content model)：

→探討個人需求的實質類型與內涵。

→所以動機亦有實質的類型與內涵 (因爲N→M)。

(1)Maslow的需求層級理論 (needs hierarchy theory)：

→【無法解釋「飽暖思淫慾」】(Maslow的缺失)。

※中心思想：

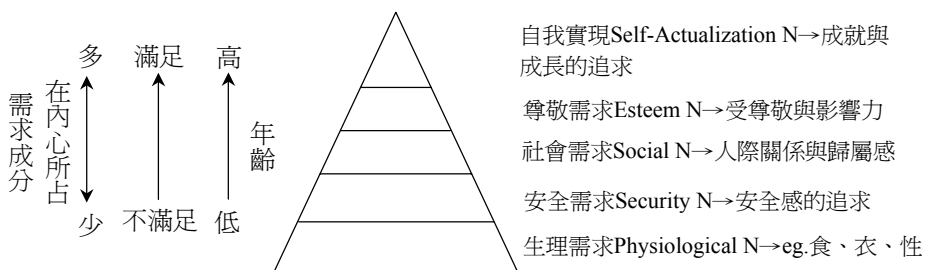
A. 引發行爲的動機是具體 (因爲需求是具體)。

B. 各種具體需求處於一種階層關係 (Murray所謂的先位關係→【先後順序】prepotency)。

→較低層級需求獲得適度 (相當) 滿足後，高層次的需求才浮現。

eg. 衣食足而知榮辱。

→Maslow認爲人有五種基本需求。

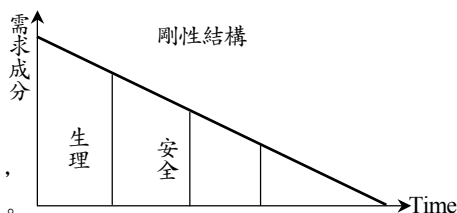


A.除了生理需求外，另外四層合稱心理需求。

B.上三層合稱高層需求，下兩層合稱低層需求。

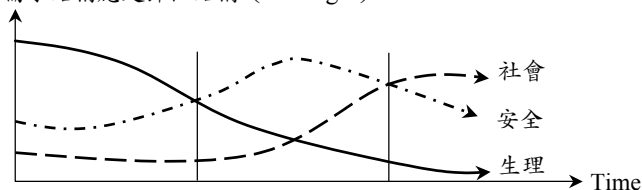
【註】1. Maslow理論之補充：

- (1) 強調適度滿足。
- (2) Y理論注重高層需求，
X理論注重低層需求。
- (3) 已開發國家的人民著重高層需求，
未開發國家的人民則重低層需求。
- (4) 當從較低層需求升到高層需求後：
→需求會停留在高層。
→剛性結構。



2. Maslow理論之批評：

- (1) 需求愈到高層，先位關係愈不明顯→可能同時追求（三需求理論）。
- (2) Maslow認為相同的行動源自相同的需求，但事實不然。
- (3) 實際上可能不同類型的人，會有不同的需求階層。eg. 聖人、修道者。
- (4) 需求結構應是彈性結構（Non-rigid）。



(5) 每個人需求內涵比重不盡相同。

● 範題 7

馬斯洛 (Maslow) 的「需要層級理論」內容為何？在激勵與行銷上各有什麼用途？

● (*) 需求階層的理论內涵。

(二)將激勵員工努力工作的作法應用至激勵消費者產生購買行為。

● 範題 8

我們常用Maslow理論 (Hierarchy of Needs Theory) 闡述人們在慾望與需求追求尚有層次差別。請問：

- (一)何謂Maslow需求理論層次？
- (二)你認為該理論的假設前提為何？
- (三)又當今新新人類追求自我，你認為這會對Maslow理論的適用性造成怎樣影響？你如何處理Maslow理論？

☛ 考生須瞭解Maslow理論的具體內容與來源，並針對其理論限制探討其適用性。



(2)二因素理論 (two-factors theory, Herzberg提出, 1952)：

※中心觀點：自員工工作行為探討員工的需求，並強調主管給予員工何種激勵物，使員工工作滿意。

→針對200位工程與會計人員，用問卷問何時工作滿意與不滿意？

結論是當待遇不夠時，員工不滿；而待遇優渥時，員工不一定滿意。

→將主管可以提供給員工的激勵物分成兩類，依序為先消除不滿，再增加滿意。

A.保健因素 (hygiene factors)：【衛生、維持、組織因素】。原始定義為若該因素提供給員工，員工不一定會滿意，若不提供給員工，則員工必不滿意。

eg.薪資、公司政策、保障、人際關係等。

B.激勵因素 (motivators)：【對上、對下、同儕、地位】。在探討激勵因素時，必須保健因素已經給夠了（兩者需依序）。

原始定義為：

(A)若該因素不提供給員工，員工不一定會不滿意。

(B)若提供給員工，則員工必定滿意。

eg.成就感、成長、升遷（固定則為保健因素）、讚賞。