

MBA经典案例：第一百只猴子效应MBA考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/529/2021\\_2022\\_MBA\\_E7\\_BB\\_8F\\_E5\\_85\\_B8\\_E6\\_c70\\_529471.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/529/2021_2022_MBA_E7_BB_8F_E5_85_B8_E6_c70_529471.htm) 这是一个很有趣的故事。上世纪50年代初期，京都大学灵长类研究所的一群科学家，在研究日本九州宫崎县幸岛上的猴子，他们给猴子一种从来没吃过的洋芋。起初那群猴子一直在观望该不该吃那些沾满泥巴的洋芋。后来终于有一只猴子，把洋芋带到海边洗干净之后吃了。其他的猴子看到这只猴子这样做之后，也纷纷加以仿效。很奇妙的，当到了第一百只猴子在模仿清洗时，却发生惊人的变化从来没有学习过洗洋芋的猴子，突然在一夕之间，几乎都学会了这种新的方式；也就是说，其他不知道如何洗洋芋的猴子，虽然没有跟已经学会的猴子接触，可是竟然也知道这个方法。更令人惊讶的是，没隔多久，洗洋芋的新行为竟横越海洋，传到对岸大分县高崎山的猴子，可是这两群猴子完全没有任何关连或接触。所谓“一百只猴子效应”是指：当某种行为的数目，达到一定程度（临界点）之后，就会超时空的限制，而从原来的团体散布到其他地区。对组织而言，只要认同某种观念或行为的人，达到一定程度的时候，自然而然就会风起云涌获得更多人的认同、支持。英国的科学家谢瑞克（RupperSheldrake）认为：不断重复的行为会形成一种记忆，即不经思考也能够反应。一百只猴子的重复动作，形成了一种“磁场区域”，其他没有学习过的猴子与这个“磁场区域”产生“共鸣”，而学会了这些行为。从组织学习的观点而言，任何新的学习或改变，都必须有人不怕失败，勇于尝试，先跳出来当第一只猴子，其他人才会

跟着仿效。再者，在“团队学习”（Teamlearning）之前，先要有一个“学习团队”（LearningTeam），由他们带头起示范作用，再逐步拓展影响范围。直至一个组织要有很多人认同之后，才会达到所谓临界点产生快速的传播效果。依据日本管理大师船井幸雄先生的看法，有7%（约一成左右）的员工接受，就会有惊人的进展。当然西方的管理专家也有人认为，在推动企业变革的过程中，只要有超过20%的员工认同，领导阶层就可以大胆地进行变革。 考试 \* 大编辑整理 > 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)