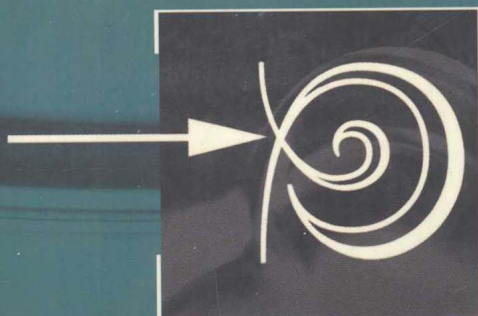


PEARSON
Prentice
Hall

Behavior in Organizations



教育科学精品教材译丛

组 织 行 为 学

(第七版)

[美] 杰拉尔德·格林伯格 著
罗伯特·A.巴伦

范庭卫 等译
朱永新 审校



江苏教育出版社



教育科学精品教材译丛

Behavior in Organizations

组织行为学 第七版

[美] 杰拉尔德·格林伯格 著
罗伯特·A.巴伦

范庭卫 等译
朱永新 审校

江苏教育出版社

图书在版编目(CIP)数据

组织行为学/(美)格林伯格等著;范庭卫等译.
南京:江苏教育出版社,2005.7
ISBN 7-5343-4945-1

I.组... II.①格...②范... III.组织行为学
IV.C936

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 078818 号

本书封面贴有 Pearson Education(培生教育出版集团)激光防伪标签。无标签者不得销售。
Simplified Chinese edition copyright © 2005 by PEARSON EDUCATION NORTH ASIA
LIMITED and JIANGSU EDUCATION PUBLISHING HOUSE.
Behavior in Organizations, 7E by Jerald Greenberg and Robert A. Baron, ISBN 0130850268
Copyright © 2000 All Rights Reserved.
Published by arrangement with the original publisher, Pearson Education, Inc., publishing
as PRENTICE HALL, INC.

教育科学精品教材译丛

组织行为学(第七版)

Behavior in Organizations

杰拉尔德·格林伯格 罗伯特·A.巴伦 著

范庭卫等 译 朱永新 审校

责任编辑 俞慧洵 恽跃荣

出版 江苏教育出版社
(南京市马家街 31 号, 邮政编码: 210009 网址: www.1088.com.cn)
集团地址 江苏出版集团(南京市中央路 165 号 210009)
集团网址 凤凰出版传媒网 <http://www.ppm.cn>
发行 江苏省新华书店
照排 南京展望文化发展有限公司
印刷 江苏淮阴新华印刷厂

开本 787×1092 毫米 1/16 印张 51.5 字数 1 052 000
2005 年 7 月第 1 版 2005 年 7 月第 1 次印刷
印数 1-3 000 册

ISBN 7-5343-4945-1/G·4640
定价: 78.00 元

江苏教育版图书若有印刷装订错误, 可向承印厂调换。

苏教版图书邮购一律免收邮费。邮购电话: 025-85400774, 8008289797。邮购地址: 南京市马家街 31 号, 江苏教育出版社发行科。盗版举报电话: 025-83204538, 提供盗版线索者我社给予奖励。

编 委 会

顾 问

顾明远 章新胜

主 编

朱永新

副主编

严文蕃 张胜勇

编委(按姓氏笔画为序)

王智新 卢乃桂 许庆豫 朱小蔓 吴康宁
张斌贤 周 川 俞慧洵 赵 明 赵中健
钟启泉 徐 辉 袁振国 董 奇

James Campell Thomas Shuell

海外咨询委员会

主任委员

韦 钰

委员(按姓氏笔画为序)

万毅平博士…美国肯尼索州立大学教育学院院长、教授
马立平博士…美国卡内基教育基金会
关小茹博士…美国芝加哥德保罗大学教学科技部主任
孙 静博士…澳大利亚昆士兰科技大学早期儿童应用研究中心
杨效斯博士…美国芝加哥森林湖学院亚洲研究中心主任
陈欣银博士…加拿大西安大略大学发展心理研究室主任
周 正博士…美国纽约圣约翰大学心理学系
秦志宁博士…美国明尼苏达州哈普金斯教育局测量评估部主任
彭凯平博士…美国加利福尼亚州立大学教授
蓝 云博士…美国德州工科大学教育学院副院长

作者介绍

杰拉尔德·格林伯格(Jerald Greenberg) 美国俄亥俄州立大学人力资源和管理学教授、博士。

格林伯格教授是研究商业道德问题的著名专家。他出版了好几本书,其中《组织行为学(Behavior in Organizations)》(即本书,编者注)一书荣获美国教材和学术作者协会颁发的大学优秀图书奖。

格林伯格教授已在《应用心理学》杂志、《管理学》杂志、《员工权利和职责》杂志发表多篇论文。他是《组织行为》杂志、《人类决策过程》杂志、《管理学》杂志和商业道德 Sage 系列的编委。

格林伯格博士为美国许多企业做咨询,内容包括道德价值评估、激励和绩效评估发展。

主要研究兴趣是:

组织公平;公平和不公平程序的前因和后果,以及对个人和组织行为的影响;应用组织公平研究改进工作场所的社会关系;组织中的公平感。

员工偷窃行为;组织中的反社会行为。

商业道德规范;团体社会责任;组织中的道德决策;团体社会责任规范。

组织中的时间知觉和时间紧迫感。

电子商务的管理。

罗伯特·A. 巴伦(Robert A. Baron) 是伦斯勒理工学院(Rensselaer Polytechnic Institute)的心理学教授。1968年在爱荷华州大学获博士学位。受聘于普度大学、明尼苏达大学、得克萨斯大学、南卡罗来纳大学、普林斯顿大学和华盛顿大学。

巴伦教授在专业刊物上发表论文 100 多篇,在已编辑成册的书中撰写 30 章书稿。他是 42 本书的著者和合作者,其中包括《组织行为学》(第 8 版)、《社会心理学》(第 10 版)、《人类侵犯》(第 2 版)、《心理学》(第 5 版)和《人际关系》(第 4 版)。

巴伦教授的研究和咨询活动主要集中在:企业家的社会 and 认知因素;工作场所的侵犯和暴力(包括“网上”侵犯);物理环境(如灯光、空气质量、温度)对生产力的影响。

总序

作

为高校教师,我们中的许多人常常为教育科学教材的陈旧落后而痛心疾首;作为教育学人,我们中的许多人也常常对经济学、社会学等显学学科教材建设的突飞猛进而称羨不已。

于是,我们坐卧不安,我们摩拳擦掌,我们立志超越,我们走到了一起。经过几年的努力,我们将涵盖当代高等学校教育学专业的全部主干课程的大型海外教材《教育科学精品教材译丛》呈现在读者面前。

许多年来,我国高等师范教育和高等学校教育学专业课程改革的步伐极为缓慢,师范教育的教育学、心理学、教材教法这三门课程多年不变,教育学专业的课程内容陈旧,课程的选择空间相当狭小。可以说,改变高等师范教育课程和高等学校教育学课程的落后状况,是《译丛》的最为基本的宗旨。

另一方面,随着教育事业改革的深化,教育实践中产生的问题日益复杂,解决这些问题需要极为丰富的教育科学知识和能力。《译丛》追求的另一宗旨正是通过奉献世界上最先进的教育科学知识体系,促进我国教育事业改革的深化。

在过去的几年中,高等学校课程改革已经取得相当明显的成效。深化课程改革的一种重要途径是引进国外尤其是发达国家的高校教材,藉此提高教育质量和增进学生的学习能力。《译丛》的宗旨和思路与我国高校教材改革的这种方向是一致的,而且是高校教材改革过程的组成部分。

促进学术交流,是《译丛》向往的又一宗旨。学术沟通的障碍,表征是交际语言,而深层原因则是学术语言与学术规范。《译丛》希望通过引进国外的教育科学知识体系和贯穿其

中的研究方法与表达方式,促进我国教育科学学术事业的进步,并为其走向世界奠定基础 and 开辟道路。

《译丛》是建国以来从海外引进的规模最大、门类最全的教育学科教材。被国内媒体称为“又一次重要的拿来主义”。在科教兴国的基本国策背景下,它所蕴涵的巨大社会意义已经超出教材本身。因此,《译丛》的编委会和出版者——江苏教育出版社对此高度重视,并为此做了大量的细致而扎实的工作。第一,组建了强大的编委会和翻译队伍。《译丛》的编委会阵容整齐,有各师范大学的博士生导师、教授以及一批海外教育专家;主要翻译人员和审校者均是教育科学专业的博士或教育科学领域的教授,其中一些译者长期旅居国外,并从事教育科学专业的研究和教学工作,他们均在教育科学领域具有相当深厚的积累,可以确保《译丛》的翻译质量。第二,精心筛选选题。《译丛》的入选图书品质上乘,所有选题皆经中、日、美等国专家反复磋商论证,精选而成。其中一些书目为国外学术机构推荐,在国外大学拥有广泛的学术声誉。许多教材一版再版,最多的已达第八版。

我们希望,这套教材能成为国内教育科学的替代课本或重要参考书,也把它作为各地教师继续教育的重要图书。

我们期待,这套教材能给中国教育理论界带来一些观念和方法上的启示,为我国的教育科学的的教学和研究,尤其是教材编写工作提供一定的借鉴。

我们相信,这套教材会得到许多中小学教师、校长、教育行政机关干部、教育科学研究人员、教育专业的研究生以及高校在校学生的关注和选用。

当然,我们更希望、更期待的是创新和超越。希望和期待我国的教育科学工作者编写出高水平的、具有中国特色的教材。站得更高才能看得更远,看得更远才能做得更好,希望我们这套教材能使中国教育理论界有一个更高的起点,使中国的教师和师范学生有一个开阔的视界。需要说明的是,由于原书附有大量的索引,为降低图书成本,减轻读者负担,我们只好割爱,敬请诸君谅解。

我们欢迎各种形式的参与和合作,欢迎专家和读者随时为我们荐书,随时提出各种建议和评论。

《教育科学精品教材译丛》编委会

二〇〇二年四月

前言

新

的世纪,新的千年,恰巧你手中拿的又是本书的一个最新版本。当然,这一切只不过是一种巧合。一个新时代的开始,除了能鞭策我们去思考组织行为学近些年来的变化之外,其实对我们并无裨益。本书从初版至今近30年,目前已经是第7次修订,在这个时期里,组织行为学领域也发生了翻天覆地的变化。

在这一修订版本中,我们详细列举了这门学科的各种发展与变化,以希望把其他教材包含的本门学科的所有最新内容都纳入到本书之中。组织行为学领域中的变化,一部分是巨大的、具有革命性的,一部分则仅仅是内容上的完善和发展;一部分是真实的、确切存在的,一部分则是伪装的、表面的。虽然我们缺乏时装设计大师的速度和深思熟虑,但我们还是按照当前所流行的课题,对相关内容做了某种程度的增减。此外,我们还注意到,在组织行为学领域中,理论与实践应用上的比例近年来也发生了变化。在本书更新的过程中,可以说任何一个变化都没能逃出我们的视线。

坦白地说,这些变化我们是无法忽视的。组织行为学领域中这些变化趋势,都是我们两人在日常的职业活动中经常遇到的。我们所教授的对象通常都是些苛求、老练、具有多年工作经验的学生,他们非常熟悉商界中的情况,甚至能毫不犹豫地指出我们在什么时候出了错误。此外,读者中还可能有接受过各种层次教育的以及接受过我们咨询的全国各类公司的员工。他们不仅关注组织行为学的最新进展,而且还能经常在日常工作和生活中接触这些进展。这类读者——从拿高薪的主管到拿低薪的普通员工——都使得我们不得不去关注该领域不断变化的事实。否则,他们就会批评我们为象牙塔所提供的都只是些过于简单化的奢侈品——作为两位加起来

有近半个世纪专业经验的社会科学家,我们很可能会过分强调组织行为学中与我们专业训练相关的某一个侧面。

同时,在大学里,我们也是十分活跃的研究者——大学这种环境不仅十分重视学术贡献,而且还要求我们必须做出一定的学术贡献。不过,让我们引以为豪的是,在组织行为学的研究中我们已建构了自己的知识体系——当然,这些成就不只是我们自己的,同时还包含着我们诸多同事的贡献。毕竟,没有这些学术贡献,我们就不会了解——更不用说教授——这些有关组织行为学的知识,因为这些知识不是单凭个人的经验就可以推论出来的。当然,作为一个研究领域,组织行为学也是有其坚实的科学基础的,而这些基础的知识同样也将是本书所论述的重点。

在你阅读本书的过程中,你可能会对本书产生这样的一种印象——诸多内容的混合产物。如果你有这种印象,那么我们给你的感觉就是正确的。事实上,鉴于教材以及该领域自身的特点,结论就应如此。因为组织行为学研究领域本身就是许多内容的混合,所以本书的这种结构体系是特意如此安排的。

一、组织行为学有序的体系

对组织行为学来说,建立一个有序的体系有助于我们去思考其所包含的知识内容。在现有使用的教材中,一部分教材重点在于突出某些课题;另一部分则将其重点放在概念体系上或教学法的体系上。这样的安排自然有它们的卖点,但本书决定不采用上述方法。这类教材的体系固然也有其独特之处,但要获得这种独特性也是有代价的:有所偏倚的体系无法反映出当前组织行为学的真实全貌。对我们来说,描述出组织行为学真实全貌是至关重要的,是我们不可推卸的责任。为此,我们希望能为读者呈现出一个有序的、完整的组织行为学概貌。

为了达到这种效果,我们从如下四个主要方面来考虑体系的有序性:课题内容、理论与实践、企业案例、教学重点。

课题内容:旧课题与新课题

如果你有一本体系严谨的组织行为学教材,你就一定能从中找到韦伯(Weber)的官僚主义组织结构理论、马斯洛(Maslow)的需要层次理论、伍德沃德(Woodward)关于技术与组织结构的理论,以及其他几十个理论与研究的相关内容。本书同样也包含这些内容。

相对而言,更富有竞争力的还是当代的许多组织行为学理论。下面是本书所陈述的部分最新研究课题。

- 员工支持政策(第一章)
- 创新薪酬体系(第二章)
- 实践、情感和认知智力(第三章)
- 程序公平(第四章)

- 工作满意度性情模型(第五章)
- 企业家资格(第六章)
- 高绩效团队(第七章)
- 图像媒介沟通(第八章)
- 目标框架效应(第九章)
- 组织偏离行为(第十章)
- 转售问题(第十一章)
- 专制—授权型连续模型(第十二章)
- 双S组织文化模型(第十三章)
- 自发性与系统性变革(第十四章)
- 机器视觉(第十五章)
- 战略性规划(第十六章)

理论与实践：理论、研究还是实践？

在以前的一个电视商业小品中，有两个人争论一种薄荷糖是糖果型的还是清新气味的。经过短暂的辩论后，有人就提出了一个解决方案。“停，”她说，“你们都是对的。”我们听到有关组织行为学类似的争论就会想到这个小品。对那些争论“组织行为学是基础理论学科还是应用学科”这个问题时，我们都可提出相同的劝告：“停，你们都是对的。”

我们印象中的组织行为学应该是一门应用科学——也就是说，在我们的意识里，组织行为学是一门从事实践应用的学科。但我们这些从事组织行为学研究的人通常都认为自己既是科学家又是实践者。为了探究个体、团体、组织的基本心理过程，我们也做“纯粹”的科学研究。之后，我们又再把这种知识应用到组织中去，并在实践中学到的基础之上，再回到书桌前，循着实践的启示来修订我们现有的基础理论，之后再去做更多的研究。这样就可能导致更多的应用，并还会像这样不断循环下去。我们相信，这样做必然会使组织行为领域更特殊、更独特和更重要。

本书中，我们特意去再现这个从理论到研究，再到应用，然后又回到理论的过程。由于这是一个宽泛的、动态的体系，再现这一过程十分困难，但我们的确已经再现了——至少在各种可证实的问题上。例如，在第二章，我们既介绍了学习理论，又介绍了这些理论如何应用到组织实践之中以用于塑造和矫正组织行为。在第四章里，我们对理论和实践也是同样对待——我们探讨了每个动机理论以及实际中的应用。同样，在第五章里，我们既介绍了工作满意度以及组织承诺的相关理论，同时又介绍了如何应用这些理论来改善员工对组织的态度。

我们不只是简单地指出各种理论可能会如何应用，还要能准确地告知这些理论如何应用到今天的组织中来。例如，在第六章，我们不仅讲述了导师制的过程，还对今天采取的形式作出了准确的描述。相似的是，我们在第五章里讨论的多元化管理计划，

不仅是要你去分析组织所采取的各种管理形式,而且还明确指出一些企业在多元化管理上的具体做法,从而将这些抽象概念带到真实的现实生活中来。这些仅仅是几个案例。对真实的组织所存在的实践问题的系统讨论贯穿全书。我们这样做的原因很简单:将理论应用到实践中去。并且它告诉了我们一个简单的事实——组织行为学在实践中的应用,在当今组织中是至关重要的。要是仅孤立地谈理论、具体研究或实践应用(潜在的或事实上的)就可能会起误导作用,因为组织行为学是三者的结合。所以,我们必须尽量把所有的要素都融入到本书中来。

企业案例:“多样化”案例更具有示例效用

为了实现我们真实再现组织行为学真实特征的初衷,我们花了大量篇幅描述了一些现存组织的案例。由于当今组织行为如此多样,以致要真正地描述出其本来面貌绝非易事。

尽管一些坚若磐石的大企业如通用公司和施乐公司至今仍在,但显而易见,它们也不再是若干年前的样子——这一事实也未能逃过我们的注意。今天我们发现,有很多员工希望能去刚崛起的小公司工作,因为,小公司能给员工提供充分的发展和冒险的机会。若干年后,小公司可能在他们的奋斗下逐渐壮大起来,当然也可能会不久就倒闭而不复存在。除了这些倾向于为小公司工作的员工之外,还有一些人更喜欢自己去开办企业。这种企业家的冒险现象是工作情景中的一个重要部分,在本书中对此我们也进行了详细描述。描述各种组织所包含的现象,是本书的一大重要特征。因为对于组织行为学来说,要成为一个具有可行性的研究领域,它必须描述现实中存在的不同组织的现象。

要是说我们在列举组织案例时,对案例的选择有所偏倚的话,那么证据可能存在于两个方面。第一,我们特别注意到由于技术的进步——诸如基于互联网技术的组织(如雅虎公司)——而迅速出现的那些新的商业形式。因为这类企业已经在商业界引起了一场革命,我们认为它们值得我们特别注意。但这并不是说,我们已忽视了技术含量较低的传统组织;事实上,对于这类传统组织我们仍有大量的内容要说。然而,由于电子商务(如亚马逊公司)正逐渐替代传统的商务形式(如传统书店),我们认为,在必要的时候突出讨论一下新兴网络经济下的这类组织是很有价值的。

第二,我们也特意描述了总部位于美国之外的组织。我们用几种有主要特征的形式来强调当前商务全球化的本质。然而,我们知道组织的全球化特征,其实已超出了我们用来说明组织行为的一般案例所具有的特征。所以本书使用了大量有关外国公司和跨国公司的案例。例如,我们在第一章中提到的龟甲万公司——一家日本公司,位于美国威斯康星州乡村,是一家使用古老的配方来生产酱油的现代化公司。我们之所以钟情于这个案例,并将之用作本书的开端,是因为该案例同时包含了传统企业与新型企业、大企业与小企业、国内企业与国外企业的诸多特性。简言之,它是“容纳一切”的体系的具体体现,在当今组织中,这种情况是具有十分典型的意义的。

教学重点：知识与技能

教育学家认为,教人以事(即提供知识)与教人做事(即发展技能)之间是有基本的区别的。然而在组织行为学研究领域中,我们认为区别两者的界限是模糊的。因为要想充分懂得如何去做,首先得先掌握些必要的知识。为此,本书对知识和技能都十分重视。

为了说明这一问题,请注意一下第十三章中的这两个方面是如何统一的。在这一章中,我们描述了进行创造的过程,还提供发展创造力的工具。同样,在第八章中,也可以看到这类二元性的例子。在描述组织沟通的过程中,我们讨论了倾听的过程;然后,为了帮助读者成为有效的听众,我们还提供了一个用来提高倾听能力的练习。通过这样做——不只是这两个例子,整本书中这类例子还有很多——我们努力使读者在理解组织行为学是什么的同时,帮助读者能够再提高一个层次,将有关组织行为学的知识具体应用到生活实践中去。

总的说来,涵盖经典内容和前沿课题;注重理论与实践的融合;强调知识和技能的统一,这些特点共同构成了组织行为学一个有序的、现实的体系。正如我们所知,这就是该领域最基本的东西——也正是本书的实质。

二、新增章节及最新特色栏目

在本书修订过程中,我们做了许多变动。一些是我们前面所提及的体系安排上的变化;另一些则是更为必要的,即对这个领域的最新进展的介绍。一些变化是微妙的,影响仅是一个课题相对于其他课题应如何设计;而另一些变化,则是较引人注意的,涉及的主要是某些重要课题的转移以及新课题的补充。这就要求我们必须增加一些新的章节,对应的也就有了一些新的特色栏目。

新增改的章节

对本书很熟悉的读者可能会立即发现本书增添了一些新的章节,以及重新组织了的一些章节。例如:

●第六章《行为管理:职业与压力》为读者提供了一些针对个人的指导和建议。这一章重点已从如何管理他人转移到如何管理自身的话题上。

●第十章《合作——对抗:组织中的亲社会与偏离行为》通过强调人类本质的积极和消极的方面,本章同时列举了组织行为学中一组相对立的话题。它丰富了我们日益增长的关于组织中偏离行为的研究文献,也为助人行为同合作行为的研究文献的对比提供了机会。

●第十三章《文化、创造力与创新》扩展了我们组织文化的内容,以跟上这个越来越热门的课题。它同本书的另一个新的课题联系在一起——创造力与创新。我们所关注的,既有个人的创造力也有团队的创造力,以及使得这种创造力转化为更高层次的组织创新所需的各项条件和前提。

●第十五章《组织中的技术》 以前,我们关于技术的内容被分散于全书的各章节,而现在,我们把有关技术的内容汇总在一起,我们认为这样做能使读者更透彻、更有效地把握组织行为中这一重要元素的本质。

新的特色栏目

为了能使读者阅读起来感觉比以前更容易,并能接触到一些特殊的应用性的材料,本书设计了一些新栏目。所以,每一章除了正文中的例子之外,还有两个特别的部分:

趋势:今天的企业在做什么。 这部分通过当前组织实践中的一些例子来说明组织行为学中的一些重要概念,使读者可以对组织行为学在实践中的应用有深刻的认识。另外,把这些材料带到生活中来,从而使得这些概念与学生的生活更加贴近。这些例子包括有:

- 设计一个更好的邮包:减轻美国邮政行业员工的背部劳损(第三章)
- 电视会议:电子空间中的群体(第七章)
- 求助于顾问,使会议发挥作用(第八章)
- 海军官使用决策支持系统来作出军事决策(第九章)
- 教练:从球员更衣室走向董事会议室(第十二章)

制胜诀窍:这部分是组织行为学应用于实践的向导,对文中材料所提出的一些实用的建议进行了一个总的概述。重要的内容有:

- 使远距离发挥作用:一些需考虑的事项(第一章)
- 如何心平气和地解雇员工(第六章)
- 如何有效地揭发(第十章)
- 在什么时候应该采用虚拟组织(第十四章)
- 坚定变革:来自希尔斯、壳牌以及美国军队含义深刻的三项建议(第十六章)

还有两个新的栏目,它们强调了这个领域的国际焦点问题。具体有:

全球组织行为。 这部分的材料强调了当前组织行为学的国际化特点。重点在于强调组织行为学在不同国家的实践应用上的差异,以及全球化趋势对该领域的影响。下面是其中的一些例子:

- 委内瑞拉石油公司的综合培训(第二章)
- 东欧人初次应聘工作的动机是什么(第四章)
- 旷工:同样的行为,不同国家不同的含义(第五章)
- 选拔外派女负责人过程中的组织政治(第十一章)
- 创新中的公司(第十三章)
- 国防对技术出口的关注(第十五章)

全球问题。 这些简短的部分“POP-UP”遍及每一章节。它们包含一些基于国际事实的与本章内容有关的讨论要点的结合。

另一个新栏目主要强调的是与组织行为学研究有关的道德问题:

道德问题。 这类问题如同全球问题的“POP-UP”一样,遍及每一章的内容之中。我们所列举的都是一些具有挑战性的问题,使读者能认识到与教材内容相联系的一些关于道德的问题。这类问题被安排在教材中相应的位置。

富有特色传统栏目仍然保留

本书第六版的爱好者不必担心本书最受欢迎的栏目无处搁置。请相信,这一版本一定比上一版本做得更好。富有特色的传统栏目是:

● **你来当顾问。** 这部分主要用来询问读者如何去利用每一章所学得的知识来解决组织中问题。

● **技巧库。** 每一章都包含由两个需亲身体会的练习构成的技能库,一个练习重点强调个人的洞察能力和评估(亲历组织行为)能力,另一个则重点强调在团体中的工作情况(分组练习)。需要说明的是,这一版本中大部分练习已被更新。

● **案例。** 每一章都包括两个案例,大部分案例几乎都是全新的或是刚被更新。在每一章的开始部分都会有一个案例(“预备案例”),这些案例均具备在真实组织中发生的事件所需要的条件及背景,其目的在于用来引出本章内容。每一章的末尾也有一个案例(“典型案例”),其目的在于帮助我们复习前面的知识,并希望我们最好能把这些知识应用到现实生活中去。通过对“典型案例”栏目的问题讨论,又为后一章的内容做了铺垫。

● **生动的图表。** 图表中所有信息,都包含在带有标示的方框中,而方框中每一段文字都直接反映了该部分的主要思想。从高度描述性的材料、详细的标题和这些生动的图表之中,学生们将会不断发现,这一版本的学习更容易入手,更容易理解。

三、致谢

尽管写作是个人的事,然而,要使几百万的字节魔术般地从磁盘上变成一本书时,就需要有一个优秀的团队。在准备这本教材的过程中,我们有幸得到了许多知名学者和专家的无私帮助。尽管限于版面,在这儿我们无法表达我们对所有人的谢意,但我们仍希望能对那些为我们提供了最有帮助的人表示一下我们的感激。

首先,真诚地感谢那些阅读及评论这一版本以及以前各版本的部分手稿的同仁们。他们的建议使我们获益匪浅,这一价值是无法估量的。这些同仁有:

西南得克萨斯州立大学的 Royce L. Abrahamson、孟菲斯州立大学的 Rabi S. Bhagat、哈特福德州大学的 Ralph R. Braithwaite、南密西西比州大学的 Stephen C. Buschardt、犹他州大学的 Dawn Carlson、福特刘易斯学院的 Roy A. Cook、纽约州立大学 Binghamton 分校的 Cynthia Cordes、西南密苏里州立大学的 Patricia Feltes、旧金山北学院的 Olene L. Fuller、南缅因州大学的 Richard Grover、特拉华州大学的 Courtney Hunt、辛辛那提市大学的 Ralph Katerberg、威斯康星州大学 LaCrosse 分校

的 Paul N. Keaton、特拉华州大学的 Mary Kernan、加利福尼亚州立工艺大学的 Daniel Levi、匹泽学院的 Jeffrey Lewis、图兰大学的 Rodney Lim、圣玛利亚大学的 Charles W. Mattox、艾奥瓦州立大学的 James McElory、南伊利诺伊州大学的 Richard McKinney、瑞奇兰德学院的 Linda Morable、艾奥瓦州立大学的 Paula Morrow、匹兹堡大学的 Audry Murrell、詹姆斯麦迪逊大学的 William D. Patzig、印第安纳州大学——普度大学福特韦恩分校的 Shirley Rickert、阿肯色州工业大学的 David W. Patzig、迈阿密大学柯洛盖伯斯分校的 Terri A. Scandura、加利福尼亚州大学芝加哥分校的 Marc Siegall、普度大学的 Taggart Smith、普度大学福特韦恩分校的 Patrick C. Stubbleine、马凯特大学的 Paul Sweeney、莱德大学的 Carol Watson、艾姆伯里-利德尔航空大学的 Philip A. Weatherford、特拉华州大学的 Richard M. Weiss。

其次,再向我们的编辑斯蒂法妮·约翰逊(Stephanie Johnson)对我们这一项工程的长期关注表示我们最诚挚的感激。正是她那具有感染力的热情、长期的支持以及那份幽默的帮助才使本书能得以愉快、及时地完成。斯蒂法妮·约翰逊的助手赫什·多比(Hersch Doby)及副编辑沙恩·杰默扎(Shane Gemza)也都给予我们很多的帮助。我们的主编珍妮弗·格伦农(Jennifer Glennon),为了使本书更注重细节而做了大量的工作。此外,我们要感谢的当然还有 Prenhall 网站管理的核心成员桑迪·斯坦纳(Sandy Steiner)、吉姆·博伊德(Jim Boyd)以及布赖恩·基比(Brian Kibby)对本书长期稳定的支持。

第三,真诚地感谢 Prenhall 网站顶级产品生产组的产品编辑朱蒂·利尔(Judy Leale)、高级设计师谢里尔·阿谢尔曼(Cheryl Asherman)和纽约产品服务中心的玛丽·乔·格雷戈里(Mary Jo Gregory),是她们才使得本书更加完美。她们的勤奋,她们在问题设计、定稿、插图上的才能——更不用说她们排版上的精雕细琢——在本书的整个准备过程中,所给予我们的帮助可以说是无法估量的。同这些和蔼、宽容的专业人员共事,真可谓是人生莫大的快事。总之,我们的工作可以说是大大受惠于她们所做的这一切。

最后,再真诚地感谢那些为我们在准备本书各种栏目时提供了大量专家级帮助的同仁们。其中,罗布·潘寇(Rob Panco)坚持不懈地研究并为我们编写了每一章末尾的录像案例。詹姆斯·V. 迪尤仆瑞(James V. Dupree)在测验题库和教师手册的编撰上,也为我们做了大量的工作。

还要感谢已故的欧文·阿布拉莫维茨(Irving Abramowitz)和他的全家,以及他们对俄亥俄州立大学的慷慨捐助。在这本书写作期间,这些捐助给予了我们重要的支持。

再次向这些真正德高望重的人以及所有给予我们帮助的人,致以我们最崇高、最热烈的敬意!

四、期待您的反馈

回顾过去的工作,为了使本书能尽可能全面地反映出组织行为学在科学研究和实践应用中的特征,可以坦诚地说,我们已经不遗余力了。当然,至于我们是否达到这一目标或者说这一目标已达到了什么样的程度,这还需您、同仁以及学生来评价。我们真诚期待您的意见,希望您能通过 E-mail 或在我们出版商的网站上留下您的讯息(<http://www.prenhall.com>)。

在您读完本书后,希望您能告诉我们,您对本书钟爱的以及本书还需要完善的部分是哪些。这类的反馈,我们永远是万分欢迎的。我们可以向您承诺,我们一定会仔细地考虑您对本书的评价以及建议,并尽可能地反映在本书的下一版本中。

杰拉尔德·格林伯格

罗伯特·A. 巴伦

目 录

总序

前言

第一部分：导论

第一章 组织行为学领域/1

预备案例 独一无二的酱油经营/1

一、组织行为学：工作定义/4

(一) 将科学的方法应用于实际管理问题中/4

(二) 分析的三个层次：个体、群体和组织/5

二、研究领域的历史回顾/6

(一) 科学管理：组织行为学的基础/6

(二) 人际关系运动：埃尔顿·梅约和霍桑研究/8

(三) 古典组织理论/10

(四) 组织行为学在现代/12

三、当代组织行为学的基本假设/12

(一) 工作可以多产而且能令人愉快/13

(二) 没有管理人的最好理论/15

(三) 组织是动态的和不断变化的/16

四、影响今天组织行为学的力量/17

(一) 国际商业和全球经济/18

(二) 劳动力人口统计的转变：趋向多元化/21

(三) 灵活变通的、新的工作安排/24

(四) 由技术创造的新组织形式/28

(五) 质量革命/30

(六) 公司的社会责任：道德的组织/33

学习目标的回顾与总结/38

问题讨论/40

典型案例/40

案例1 LSG 空中厨师为获全球成功调整方法/40