

组织行为学

焕 主 编
学技术出版社

组 织 行 为 学

周铁焕 主编

周铁焕 陈瑞峰 刘晓光 编写

陕西科学技术出版社

组 织 行 为 学

周铁焕 主编

陕西科学技术出版社出版发行

(西安北大街 131 号)

骊声电脑排版服务部排版

铁道部第一工程局印刷厂印刷

787×1092 毫米 32 开本 印张 10.5 插页 220 千字

1990 年 11 月第 1 版 1990 年 11 月第 1 次印刷

ISBN7—5369—0925—X / C · 19

定价: 4.50 元

前 言

组织行为学是当代管理学科中兴起的一门新学科，它的兴起对于整个社会科学的研究发生了较大的影响。组织行为学是把管理学、心理学、社会学、人类学、生物学、生理学等学科的知识融合提炼，从中吸取改善人与组织关系的核心内容，并将这些知识综合运用于组织管理实践的一门独立学科。组织行为学的中心任务是通过研究组织内人的心理和行为的规律性，提高管理人员预测、引导和控制人的行为的能力，从而改善组织的人际关系，创造良好的组织气氛，挖掘人的潜力，充分调动人的工作积极性和创造性，以提高组织管理水平和工作效率。

组织行为学作为管理科学的一门新兴学科，发展很快。现在，世界许多国家都普遍重视学习和运用组织行为学的理论和方法于管理活动的实践，每年出版大量的有关书籍。组织行为学的研究在我国起步较晚，学科建设还比较薄弱，国内大多数读者对组织行为学的知识也比较陌生。可喜的是，近年来随着我国社会学科的发展，组织行为学的研究和运用也引起了我国知识界、理论界和实际工作者的兴趣与重视。目前，国内在这方面已发表了不少文章和译著；有的大专院校编写了讲义，开设了组织行为学的课程；中国人民大学孙彤教授等编写的《组织行为学》一书更是起到了积极的指导作用。这些文章、译著、讲义和专著，以介绍国外组织行为

学知识为主，阐述了组织行为学的基本原理和基本知识，体现了我国在这方面的研究成果，促进了我国组织行为学的研究和发展。我们相信，随着组织行为学在我国读者面的扩大与普及，它必将受到越来越多的人们的青睐，并成为各级各类组织人员的得力工具。

本书是在吸收国内外专家学者的优秀成果的基础上，进行了大胆的探索，编写而成。在编写过程中，以马列主义、毛泽东思想为指导，坚持辩证唯物论的观点，注意借鉴了国外组织行为学的知识精华，参阅了国内专家学者的研究成果，特别是吸收了我国近年来组织管理实践的新经验。本着学以致用原则，注意理论性、知识性和实用性，力求帮助读者了解现代组织行为学的系统知识，掌握组织行为学的原理、原则和方法，为我国的组织管理科学化服务。本书是配合陕西省高等教育自学考试管理类专业学习需要而编写的，它也可作为大专院校、科研人员和实际工作者的教科书或参考读物，并希望它能对研究组织行为学的读者有所裨益。

由于我们的水平有限，这本书与读者的要求相去甚远，加之出书时间仓促，不妥之处在所难免，恳请得到理论研究的专家学者、从事组织管理的工作人员和广大读者的批评指正。在此并对本书中所采用的有关资料和论点的原作者们表示衷心的感谢。

编者

1990年11月

目 录

第一章 绪 论.....	(1)
第一节 组织行为学概述.....	(1)
一、组织行为学的含义.....	(1)
二、组织行为学的产生.....	(2)
三、组织行为学的发展.....	(5)
四、组织行为学与其他学科的关系.....	(7)
第二节 组织行为学的内容和特点	(10)
一、组织行为学的内容	(10)
二、组织行为学的特点	(11)
第三节 学习组织行为学的方法意义	(13)
一、学习研究组织行为学的方法	(13)
二、学习研究组织行为学的意义	(18)
第二章 感觉与知觉	(21)
第一节 心理和行为	(21)
一、心理的实质	(21)
二、心理和行为	(23)
第二节 感 觉	(24)
一、感觉的含义	(24)
二、感觉的特点	(25)
三、感受性	(26)
第三节 知 觉	(28)
一、知觉的含义	(28)

二、知觉的种类.....	(30)
三、知觉的错误.....	(32)
四、对人的认知.....	(33)
五、对人的行为效果的感知.....	(37)
第三章 个性与行为	(39)
第一节 性 格	(40)
一、性格的含义	(40)
二、性格的特征	(43)
三、性格的类型	(44)
四、性格与管理	(45)
第二节 气 质	(46)
一、气质的含义	(46)
二、气质和性格的区别与联系	(46)
三、气质的类型及其心理特征	(48)
四、气质与管理	(49)
第三节 能 力	(50)
一、能力的含义	(50)
二、能力的作用	(53)
三、能力的分类	(53)
四、能力与管理	(54)
第四章 态度与行为	(57)
第一节 态度概述	(57)
一、态度的含义	(57)
二、态度的特点	(58)
三、态度的心理成分	(60)
四、偏见	(61)

五、态度与行为的关系	(63)
第二节 态度的形成与改变	(64)
一、态度的形成	(64)
二、态度的改变	(66)
三、影响态度改变的因素	(68)
第三节 工作满意感	(72)
一、工作满意感的含义	(72)
二、影响工作满意感的因素	(73)
三、促进工作满意感的措施	(73)
第五章 激励与行为	(75)
第一节 激励概述	(75)
一、激励的含义	(75)
二、激励的作用	(76)
三、激励与绩效	(77)
第二节 激励过程	(78)
一、行为产生的原因	(78)
二、行为方向和行为控制	(79)
三、激励过程的基本模式	(80)
第六章 激励理论	(85)
第一节 需要层次理论	(85)
一、需要的层次	(85)
二、需要层次理论的要点	(87)
三、需要层次理论的应用	(89)
第二节 双因素理论	(91)
一、两组因素	(91)
二、双因素结构和作用	(92)

三、双因素理论的应用	(93)
第三节 期望理论	(93)
一、基本期望模式	(94)
二、知觉期望模式	(95)
三、期望理论的应用	(98)
第四节 公平理论	(98)
一、公平与激励	(98)
二、公平理论的应用	(99)
第五节 综合激励理论.....	(101)
一、综合激励模式.....	(101)
二、综合激励理论的应用.....	(102)
第六节 激励理论的评议与启示.....	(104)
一、激励理论的评议.....	(104)
二、激励理论的启示.....	(106)
第七章 挫折理论.....	(110)
第一节 挫折概述.....	(110)
一、挫折的定义及其产生的原因.....	(110)
二、挫折的容忍力及其影响因素.....	(114)
第二节 挫折的心理防卫机制.....	(116)
一、防卫机制的概念.....	(116)
二、心理防卫机制的表现形式.....	(116)
三、消除挫折影响的措施.....	(121)
第八章 群体心理与行为.....	(125)
第一节 群体心理概述.....	(125)
一、群体的含义.....	(125)
二、群体的分类.....	(126)

三、群体的心理特征.....	(128)
第二节 群体中的从众行为.....	(129)
一、从众的含义.....	(129)
二、从众行为的产生.....	(131)
三、从众行为的作用与管理.....	(133)
第三节 社会助长与社会干扰.....	(134)
一、社会助长和社会干扰的含义.....	(134)
二、社会助长和社会干扰的 表现形式及产生的原因.....	(135)
三、影响社会助长和社会干扰的因素.....	(137)
第四节 群体中的逆反行为.....	(139)
一、逆反的含义.....	(139)
二、逆反行为的特点及表现形式.....	(141)
三、逆反行为的预防.....	(142)
第五节 群体中的流言传播.....	(144)
一、流言的含义.....	(144)
二、流言产生和传播的条件.....	(144)
三、流言传播的特点.....	(145)
四、流言的预防.....	(146)
第九章 群体的内聚力与士气.....	(147)
第一节 群体的内聚力.....	(147)
一、群体内聚力的含义.....	(147)
二、影响群体内聚力的因素.....	(147)
三、群体内聚力与生产率.....	(153)
第二节 群体的士气.....	(154)
一、群体士气的含义.....	(154)

二、影响群体士气的因素.....	(157)
三、群体士气与生产率.....	(158)
第十章 群体内的人际关系.....	(161)
第一节 人际关系概述.....	(161)
一、人际关系的含义.....	(161)
二、人际关系的行为模式.....	(163)
三、人际关系良好的标志.....	(164)
第二节 影响人际关系的因素.....	(165)
一、主观因素.....	(165)
二、客观因素.....	(166)
三、增进彼此吸引的因素.....	(168)
第三节 建立良好的人际关系.....	(173)
一、组织管理措施.....	(173)
二、个人交往技巧.....	(175)
第十一章 群体压力.....	(182)
第一节 群体压力和压力源.....	(182)
一、群体压力的性质.....	(182)
二、群体压力的来源.....	(183)
第二节 群体压力的后果及其对策.....	(187)
一、群体压力的后果.....	(187)
二、群体压力和健康的关系.....	(189)
三、群体压力与工作绩效.....	(190)
四、群体压力的对策.....	(192)
第十二章 正式组织与非正式组织.....	(195)
第一节 正式组织.....	(195)
一、正式组织的含义.....	(195)

二、正式组织的原则.....	(196)
第二节 非正式组织.....	(198)
一、非正式组织形成的原因.....	(198)
二、非正式组织存在的条件.....	(199)
三、非正式组织的特点.....	(200)
四、非正式组织的类型.....	(201)
五、非正式组织的积极作用.....	(202)
六、非正式组织的消极作用.....	(204)
七、非正式组织的管理.....	(204)
第十三章 组织冲突与组织沟通.....	(208)
第一节 组织冲突.....	(208)
一、组织冲突的含义.....	(208)
二、组织冲突的类型.....	(209)
三、组织冲突的原因.....	(212)
四、组织冲突的对策.....	(212)
第二节 组织沟通.....	(213)
一、组织沟通及其意义.....	(213)
二、组织沟通的类型.....	(214)
三、组织沟通的障碍.....	(216)
四、组织沟通的改善.....	(218)
第十四章 领导与领导行为.....	(220)
第一节 领导与领导者的概念.....	(220)
一、领导的含义.....	(220)
二、领导者的含义.....	(221)
第二节 领导者的素质.....	(222)
一、领导者素质的含义.....	(222)

二、领导者素质的特点.....	(223)
三、领导者素质的结构.....	(224)
第三节 领导类型.....	(226)
一、集权型领导.....	(226)
二、民主型领导.....	(227)
三、放任型领导.....	(228)
四、首长负责型领导.....	(228)
第四节 领导艺术.....	(229)
一、领导艺术的含义.....	(229)
二、领导艺术的特点.....	(230)
三、领导艺术的结构.....	(231)
第五节 决定领导行为的因素.....	(233)
一、领导者的世界观.....	(234)
二、被领导者的状况.....	(235)
三、领导环境.....	(239)
第十五章 领导行为理论.....	(241)
第一节 人性假设理论.....	(241)
一、“经济人”的假设	(241)
二、“社会人”的假设	(242)
三、“自我实现人”的假设	(243)
四、“复杂人”的假设	(245)
第二节 四分图理论和管理方格理论.....	(245)
一、四分图理论.....	(245)
二、管理方格理论.....	(247)
第三节 领导权变理论.....	(248)
一、理论要点.....	(249)

二、管理措施.....	(249)
第十六章 群体决策.....	(251)
第一节 群体决策概述.....	(251)
一、群体决策的含义.....	(251)
二、群体决策的种类.....	(252)
第二节 群体决策的过程.....	(255)
一、发现问题确定目标.....	(255)
二、探索设计拟订方案.....	(256)
三、比较选择确定方案.....	(256)
四、实施反馈完善决策.....	(257)
第三节 群体决策的方法.....	(257)
一、德尔菲法.....	(257)
二、振脑法.....	(258)
三、联合法.....	(259)
四、标定法.....	(259)
五、其他方法.....	(259)
第四节 影响群体决策的因素.....	(260)
一、群体决策的有利因素.....	(260)
二、群体决策的不利因素.....	(261)
三、群体决策的改善.....	(262)
第十七章 组织设计.....	(264)
第一节 组织理论.....	(264)
一、组织与组织理论.....	(264)
二、古典组织理论.....	(265)
三、新古典组织理论.....	(265)
四、现代组织理论.....	(266)

第二节 组织设计.....	(272)
一、组织设计的含义.....	(272)
二、传统的组织设计.....	(273)
三、行为分析的组织设计.....	(275)
四、权变的组织设计.....	(277)
第三节 组织设计的科学化.....	(279)
一、组织设计科学化的含义.....	(279)
二、组织设计科学化的原则.....	(280)
三、组织设计科学化的程序.....	(281)
四、我国组织结构设计模式选择.....	(284)
第十八章 工作设计.....	(288)
第一节 工作设计概述.....	(288)
一、工作设计的含义.....	(288)
二、工作设计的发展.....	(290)
三、工作设计的作用.....	(292)
第二节 传统的工作设计.....	(293)
一、工作专业化.....	(293)
二、工作轮换与工作扩大化.....	(295)
第三节 现代的工作设计.....	(299)
一、工作丰富化.....	(299)
二、工作特征的再设计.....	(302)
第十九章 组织变革与组织发展.....	(307)
第一节 组织变革.....	(307)
一、组织变革的含义.....	(307)
二、组织变革的动力.....	(307)
三、组织变革的方法.....	(308)

四、组织变革的过程.....	(309)
五、组织变革的障碍与对策.....	(310)
第二节 组织发展.....	(313)
一、组织发展的含义.....	(313)
二、组织发展的内容.....	(313)
三、组织发展的方式.....	(314)
四、组织发展的措施.....	(316)

第一章 绪 论

第一节 组织行为学概述

组织行为学是近三四十年来新兴的一门学科，它的兴起对于整个社会科学的研究发生了较大的影响。组织行为学的中心任务是通过研究组织内人的心理和行为的规律性，从而提高管理人员预测、引导和控制被管理人员的行为的能力和工作效率。因此，学习组织行为学对于激发各级各类人员的积极行为，控制其消极行为，努力实现组织的目标具有十分重要的意义。

一、组织行为学的含义

所谓组织行为学，就是通过科学分析的方法，研究一定组织中人的心理和行为的规律性，提高管理人员预测、引导和控制人的行为的能力，去实现组织目标的科学。这个定义突出四个方面：

1、突出了组织行为学的研究对象是人的心理和行为的规律性。组织行为学既研究人的心理活动的规律性，又研究人的行为的规律性，是把这两者作为一个统一体来研究的科学。

2、突出了组织行为学的研究范围是一定组织中人的心理和行为的规律性。这里讲的一定组织，包括工厂、商店、机关、学校、医院等各种组织，它并不是研究这种一定组织