



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

BUSINESS ADMINISTRATION

21世纪工商管理系列教材

组织行为管理

(第三版)

李剑锋 编著

ORGANIZATIONAL (THIRD EDITION)
BEHAVIOR



中国人民大学出版社

普通高等教育“十一五”国家级规划教材
21 世纪工商管理系列教材

组织行为管理

(第三版)

李剑锋 编著

中国人民大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

组织行为管理/李剑锋编著. 3 版.

北京: 中国人民大学出版社, 2006

普通高等教育“十一五”国家级规划教材. 21 世纪工商管理系列教材

ISBN 7-300-03387-3

I. 组…

II. 李…

III. 组织行为学: 组织管理学-高等学校-教材

IV. C936

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 125633 号

普通高等教育“十一五”国家级规划教材

21 世纪工商管理系列教材

组织行为管理 (第三版)

李剑锋 编著

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511398 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 三河市汇鑫印务有限公司

规 格 170 mm×228 mm 16 开本

版 次 2000 年 12 月第 1 版

2006 年 10 月第 3 版

印 张 25

印 次 2006 年 10 月第 1 次印刷

字 数 459 000

定 价 32.00 元

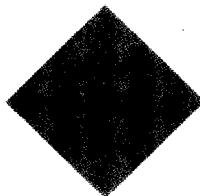
版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

21 世纪工商管理系列教材

主 编 徐二明

副主编 伊志宏 宋远方

王化成 李 平



总 序

在管理学顺应历史发展的需要成为一个独立的学科门类之后，管理教育得到了持续不断的新发展。特别是 MBA 的教育形成了一个很猛的势头，为从事管理教育的教师们提供了一个很好的平台。在这个平台上，无论是教师还是学生都在积极吸收国外先进的管理经验，探讨解决中国实际的问题，力求获得最大的教育效果。目前，这个平台不断地在扩大，更多的学校加入到了 MBA 教育的行列中。

当然，相对于我们 MBA 等研究生层面的管理教育而言，本科的管理教育更为重要些。这是因为本科的管理教育是基础教育，本科的学生是我们大学的基本队伍，本科毕业的校友更是不容忽视的基本力量。我们必须在本科的管理教育上下更大的气力，使我们的学生有更大的收益。为此，在本科管理教育方面要在进一步发扬我国管理教育优良传统的基础上，改善教育的治理结构、更新教育理念、创立为师生服务的教学管理体制、设计更具特色的课程体系以及教学方法，彻底改变一些浮躁风气，真正创出具有中国特色的管理教育来。

50 多年来，中国人民大学商学院一直在这条道路上不断地前进着。随着我国经济体制的改革，商学院的教师们积极总结我国产业经济、企业管理与会计学等重要学科领域的科研成果，力求大胆创新，走出我国管理教育的新路子，创出中国人民大学的具有人文特色的管理学派来。为此，我们的教师沿着企业从计划经济逐步转向市场经济的轨迹，研究中国企业管理的实际问题，率先提出中国企业经营转轨变型理论，倡导改善公司治理结构，主张研究新时期的物资流通体系，加强中国的市场营销，改革中国

的会计体系。他们先后承担了“我国大中型企业活动”等国家重点课题，推出了一系列具有重大影响的科研成果，并在此基础上撰写了《工业经济概论》、《工业企业管理学》、《市场营销学教程》、《会计学》等一批在国内管理教育界与企业界有着重要影响的教材，为我国的管理科研与教学贡献了自己的力量。与此同时，我们的教师还系统地介绍了国外先进的管理理论与实践，翻译出版了一大批国外优秀的管理学名著，拓宽了人们的视野，启发人们去思考和借鉴先进的管理理论与方法。

在我们的教师队伍中，青年教师已经开始在各自的学术领域里独当一面，著述颇丰。在他们当中，有一批历经十年“文化大革命”的老大、中学生们。十年的社会实践，使他们真正地了解了中国的国情。1978年以后，经过严格的入学考试，他们陆续进入了大学，圆了“我要读书”的梦，成为改革开放后新一代的莘莘学子。在学校里，他们认真地向老师们请教理论问题，同时积极参加社会实践，思考中国改革开放的问题。后来，他们有的负笈东渡，有的西上欧美，进一步探讨管理教育的理论与方法。他们所做的一切，对于我国的管理教育起到了承前启后的作用。此外，商学院还有一大批具有活力、思维敏锐、颇有见地的年轻教师活跃在管理理论与实践的前线上。

为了更好地发展我们的本科管理教育，中国人民大学商学院除设计精品课程以外，还力争有一个完善的本科课程体系。在充分研究国内外本科管理教育的基础上，在本科课程的设计思路上充分发扬中国人民大学优秀的人文因素，在不同专业领域里设计相应的知识模块，使学生不仅掌握该领域的理论，而且掌握技能，拥有一个完整的管理知识体系，以适应新的就业环境的需要。在核心课方面，商学院开设了宏观经济学、微观经济学、管理学原理、统计学、会计学、财务管理、市场营销、组织行为学、人力资源管理、管理信息系统以及战略管理等课程，试图为学生们奠定扎实的管理理论基础。同时，还开设了大量的选修课，扩大学生的知识面，拓展学术思路。

在这样的课程体系的基础上，商学院的教师将他们的科研与教学成果凝聚成了这套《21世纪工商管理系列教材》，以与同行、学生们以及各界的读者分享自己收获后的喜悦。在这套教科书里，作者们旁征博引，吸纳了当今管理学界的最新学术观点以及实践经验，同时力求图文并茂，并辅之以大量的案例，以推动管理教育中不可缺少的案例教学。这套丛书中已经出版的教材在2002年荣获教育部“全国普通高等学校优秀教材一等奖”，肯定了作者们对管理教育的贡献。希望通过这套教材促进我国本科管理教育的繁荣发展，使我们的学生有更大的收获。

最后，再次向我们的作者们表示衷心的感谢，感谢他们为我们的学生与读者

奉献的心血，希望他们有更多的著作问世；也向我们的编辑们表示衷心的感谢，感谢他们策划了本套丛书，更感谢他们用点睛之笔使我们的教科书更臻完善。同时，也希望我们的同行与读者们多给我们的教材提出宝贵意见。

徐二明



前 言

组织行为管理是各级领导者对下属行为的分析和影响过程，是管理工作的核心、领导工作的本质。组织行为管理与各种职能管理（如生产作业管理、市场营销、财务管理、人力资源管理、技术管理等）的区别在于，后者主要关注组织的某一具体任务的完成，前者通过对员工这一关键资源的利用和开发来提高整个组织的绩效。很明显，离开了组织行为管理，任何职能活动都将难以开展。例如，如果市场营销人员缺乏能力与动机，再卓越的营销计划也只是一纸空文。所以，要想成为一名优秀的营销经理，除需掌握市场营销的知识、方法外，更关键的是精通组织行为管理技能。甚至可以说，只要组织行为能力强，即使不是某一职能领域的内行或专家，也可成为一名有效的领导者。因此，组织行为学作为一门研究员工行为、开发领导才能的基础学科，其重要性不言自明。曾有人戏言，组织行为学是一门“当官”的学问，其他工商管理学科均属“打工”的知识。虽然有失偏颇，却有几分道理。当然，成为一名既拥有业务专长又精通组织行为的超凡领导者，应是每位有志之士的努力目标。

20 世纪 70 年代末，组织行为理论开始从西方传入中国。30 年来，已有上百部的组织行为译著、教材和专著在国内出版，已有数百项的组织行为研究项目在国内实施，取得了一批世界级科研成果。其中，影响最大、贡献最多的学者当属以中国科学院心理研究所研究员、著名组织行为学权威、学界泰斗徐联仓教授为首的“徐家军”。作为“徐家军”的主要成员之一，作者有幸在徐老的指导下完成了数项研究课题，其中的“风险行为决策”研究项目荣获教育部优秀科研成果奖。

1995年7月,作者从中国科学院心理研究所来到中国人民大学商学院(当时的贸易经济系)执教组织行为学。1998年,组织行为学被列为MBA学员的必修课,这极大地促进了组织行为学在我国的繁荣与发展。2000年12月,为全面展示中国组织行为学者的研究成果,跟踪组织行为研究的国际进展,构建中国人民大学在组织行为领域的学科优势,开发适合中国工商管理教学的新一代教材,作者经过近两年的努力,编写出版了《组织行为管理》(第一版)。

《组织行为管理》(第一版)出版后,凭借崭新的内容、丰富的案例、优美的形式,迅速成为组织行为学这一工商管理专业必修课程的国内市场领导教材。2002年,荣获教育部高等院校优秀教材一等奖。

2003年4月,《组织行为管理》(第二版)作为教育部高等院校“十五”国家级规划教材出版。因其已经成为全国使用最多的组织行为学高校教材,为保持内容的稳定性与一贯性,《组织行为管理》(第二版)对第一版的主要内容没有作较大改动,只增加两章新内容即组织变革与组织学习。

2006年,《组织行为管理》(第三版)获准成为教育部普通高等教育“十一五”国家级规划教材。第三版的修订原则是:

1. 更简要

在保持本书精确扼要的论述风格的同时,考虑到本科学生的培养目标和学习兴趣,删除了本书第一版、第二版中某些与组织行为学科的基础知识关联不大,尤其是冷僻、深奥、难懂的内容,如组织战略(第2章)、工作条件(第3章)、阿尔波特的特质论(第4章)、艾森克的人格结构(第4章)、人格认知理论(第4章)、绩效管理(第5章)、决策范式(第7章)、行为决策(第7章)、相互作用分析(第8章)、亲社会行为(第8章)、侵犯行为(第8章)、认知资源理论(第9章)、团队领导理论(第9章)、防御行为(第10章)、组织间冲突(第11章)、谈判(第11章)、Z理论(第12章)、文化类型说(第12章)等。

2. 更完善

《组织行为管理》(第三版)将“员工态度”(原来叫“员工满意”)放到第2篇“个体行为”中,将“组织理论与设计”放到第4篇“宏观组织行为”中,体系更加合理、完善。

此外,每章最后增设了“技能训练”和“行为测量”两部分。

3. 更实战

为把学生带到真实的商业世界,本书第三版更新了大部分的企业案例,真实再现了最近国内外工商界发生的故事、争论和决断。既有成功的范例,也有失败的苦痛。这样,学生可感受到组织行为学是一门贴近企业的实战性质的工商管理的核心学科,而不是一门纯粹理论分析性质的所谓“心理科学”、“行为科学”。

此外，为增加实战性，本书第三版设置了“微型案例”、“媒体链接”等内容，通过企业老总的谈论、新闻媒体的报道，让学生接触缤纷多彩的商海风云。

4. 更本土

在保持内容、体系与国际接轨的基础上，更加突出了中国的商业环境。表现为：(1) 强调中国员工的行为分析、中国企业的特色案例和管理难题；(2) 增加了中国本土学者的研究成果，尤其是作者的“李氏模型”，如领导三维模型、组织有效性模型等。

在《组织行为管理》第一版、第二版、第三版的写作过程中，除查阅了大量的国内外专业文献外，还得到了众多国内外著名专家、教授的指导与帮助，在此一并表示诚挚的谢意！主要有：美国哈佛商学院教授 Cris Argyris, Michael Beer, Linda A. Hill；斯坦福商学院教授 Robert J. Flanagan, Michael W. Morris, Joanne Martin, Margaret A. Neale, Jeffrey Pfeffer；耶鲁大学商学院教授 Victor H. Vroom；国际管理学会前主席、威斯康星商学院教授 Ramon J. Aldag；纽约大学商学院教授 Randall S. Schuler；东北大学工商管理学院教授 Thomas M. Begley, Cynthia Lee；加拿大麦吉尔大学管理学院教授 Nancy J. Adler；约克大学商学院教授 Ronald J. Burke；麦克马斯大学商学院教授 Rick D. Hackett；西门菲沙大学工商管理学院教授 Neil R. Abramson；英国剑桥大学 Judge 商学院教授 Malcolm Warner，伦敦大学 Queen Mary 工商管理学院教授 Michael Rowlinson；伦敦商学院教授 Jay Conger, Chris Earley；新加坡南洋理工大学教授 Fang Yongqing；香港中文大学心理系教授 Kwok Leung；香港科技大学管理系教授 Anne S. Tsui, Kenneth Law；中国科学院研究员徐联仓、张侃、赵红；清华大学教授张德、刘广灵、郑晓明、张彬；北京大学教授张一驰、王辉、谢晓菲；中国人民大学教授孙彤、许玉林、卢东斌、温厉、庞红、徐佳宾；复旦大学教授鲁直；四川大学教授陈维政；暨南大学教授戴良铁等。

本书编写和修订的过程中，我的学生王朔、陈岩、伍春来、孔磊、杨冠杰、凡小平、王馨、赵凯、杨名舟、荣娜等协助我收集材料、制作图表、润色初稿，做了大量工作，在此表示感谢！

本书献给我的家人：敬爱的父母、亲爱的妻子和可爱的女儿嘉怡（本书第一版开始编写时，她还未出生。她的出生推迟了第一版出版的时间。现在，她已经上小学二年级啦），感谢他们多年来为本书写作营造的欢乐与温馨的良好氛围！

尽管本人受过管理科学与心理科学的双重科班训练，多年两栖于学术界和企业界，长期在欧美国家与国际管理大师进行面对面交流与合作，并潜心两年埋头著述，但本书可能仍存在一些不足之处。真诚希望使用本书的师生和读者多提宝贵意见和建议，以使本书日臻完美，从而向世界级教材的目标再迈一步。

我的联系方式是：

地址：School of Business and Management
QueenMary, University of London
330 Francis Bancroft Building,
Mile End Road,
London E1 4NS
UK

E-mail: lijianfengphd@263.net jianfeng.li@qmul.ac.uk
MSN: lijianfengphd@hotmail.com

李剑锋

尊敬的读者：

感谢您购买和使用中国人民大学出版社的图书，我们希望通过这张小小的反馈卡来获得您更多的建议和意见，以改进我们的工作，加强我们双方的沟通和联系。我们期待着能为更多的读者提供更多的好书。

请您填妥下表后，寄回或传真回复我们，对我们的支持我们不胜感激！

1. 您是从何种途径得知本书的：

☐ 书店 ☐ 网上 ☐ 报刊杂志 ☐ 朋友推荐

2. 您为什么决定购买本书：

☐ 工作需要 ☐ 学习参考 ☐ 对本书主题感兴趣

☐ 随便翻翻

3. 您对本书内容的评价是：

☐ 很好 ☐ 好 ☐ 一般 ☐ 差 ☐ 很差

4. 您在阅读本书的过程中有没有发现明显的专业及编校错误，如果有，它们是：

5. 您对哪些专业的图书信息比较感兴趣：

6. 如果方便，请提供您的个人信息，以便于我们和您联系（您的个人资料我们将严格保密）：

您供职的单位：_____ 您教授的课程（教师填写）：_____

您的通信地址：_____ 您的电子邮箱：_____

请联系我们：

电话：82501868-551, 541 62514162

传真：62514775

E-mail: rdcbsjg@crup.com.cn

通讯地址：北京市海淀区中关村大街31号 100080

中国人民大学出版社工商管理出版事业部

目 录

第 1 篇 组织行为导论

1 章

组织行为导论	(3)
第 1 节 组织行为核心概念	(4)
第 2 节 组织行为研究与管理	(13)
第 3 节 组织有效性	(20)

第 2 篇 个体行为

2 章

能力与人格	(37)
第 1 节 能力	(38)
第 2 节 人格	(45)

3 章	
	工作动机 (67)
	第 1 节 动机理论 (68)
	第 2 节 工作动机管理 (81)
4 章	
	员工态度 (93)
	第 1 节 双满意理论 (94)
	第 2 节 态度一般分析 (97)
	第 3 节 工作满意与组织承诺 (103)
5 章	
	工作压力 (116)
	第 1 节 压力模型 (117)
	第 2 节 工作压力管理 (125)
第 3 篇 群体行为	
6 章	
	团队管理 (143)
	第 1 节 群体基础理论 (144)
	第 2 节 团队管理 (152)
7 章	
	人际沟通 (167)
	第 1 节 沟通基本原理 (168)
	第 2 节 人际知觉 (172)
	第 3 节 人际关系 (178)

8 章	
	领导行为 (190)
	第 1 节 经典领导理论 (191)
	第 2 节 最新领导模型 (200)

9 章	
	权力与冲突 (218)
	第 1 节 权力 (219)
	第 2 节 冲突 (229)

第 4 篇 宏观组织行为

10 章	
	组织理论与设计 (247)
	第 1 节 组织环境 (248)
	第 2 节 组织技术 (249)
	第 3 节 组织结构 (252)
	第 4 节 组织控制 (259)

11 章	
	组织文化 (271)
	第 1 节 组织文化理论 (272)
	第 2 节 组织文化管理 (281)

12 章	
	组织变革 (298)
	第 1 节 组织变革的动力和阻力 (299)
	第 2 节 组织变革模型 (303)
	第 3 节 管理组织变革 (306)

13 章	
	组织发展 (322)
	第 1 节 组织发展过程 (325)
	第 2 节 组织发展技术 (331)
14 章	
	组织学习 (350)
	第 1 节 组织学习理论 (352)
	第 2 节 学习型组织 (361)
	参考文献 (376)

第1篇

.....

组织行为导论