

21 世纪经济管理精品教材·人力资源管理系列

# 组织行为学：理论与应用

王怀明 编著



清华大学出版社

21世纪经济管理精品教材·人力资源管理系列

# 组织行为学：理论与应用

王怀明 编著

清华大学出版社  
北京

## 内 容 简 介

本书从个体行为、群体行为、组织行为三个层面,论述了工作组织中员工工作行为的基本规律。个体行为部分包括学习理论与社会知觉、情绪管理、个性理论、态度理论与态度管理、激励理论与应用,群体行为部分包括群体行为与管理、团队建设、管理沟通、冲突管理、领导理论与领导艺术。组织行为部分包括组织设计与组织变革、组织文化。在保持组织行为学完整理论体系的前提下吸收了最近几年组织行为学领域的最新研究成果,编入了国内外组织行为学的一些经典案例,重视学生分析问题、解决问题能力的培养。本书适合高等院校管理类各专业本科生、MBA 学员及各类管理人员培训班学员使用。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

### 图书在版编目(CIP)数据

组织行为学:理论与应用/王怀明编著.—北京:清华大学出版社,2014

(21世纪经济管理精品教材·人力资源管理系列)

ISBN 978-7-302-35785-8

I. ①组… II. ①王… III. ①组织行为学—高等学校—教材 IV. ①C936

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第060875号

责任编辑:陆滢晨

封面设计:汉风唐韵

责任校对:宋玉莲

责任印制:何 芊

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, [c-service@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:c-service@tup.tsinghua.edu.cn)

质量反馈:010-62772015, [zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn)

课件下载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62770175-4903

印 刷 者:北京富博印刷有限公司

装 订 者:北京市密云县京文制本装订厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:24.5 字 数:562千字

版 次:2014年5月第1版 印 次:2014年5月第1次印刷

印 数:1~4000

定 价:45.00元

产品编号:053157-01

# 前言

管理的对象是组织,现代管理科学认为,组织是一个开放的、复杂的社会技术系统。从一个方面来看,任何组织都是由人构成的,组织内部包括各种社会、心理性因素,如人际关系、管理与被管理关系、权力与利益分配关系、人与人之间的劳动关系,以及这个组织中的人所具有的知识技能、情感、态度、价值观念、意识形态、习俗礼仪、行为习惯等,因此,组织是一个社会与心理系统;从另一个方面来看,组织还包括技术性因素,如组织的结构、制度以及所采用的各种物资、设备、技术、操作流程和工艺等,因此,组织还是一个技术系统。只有组织中的社会系统与技术系统相互支持、相互协调,组织才能正常运转。组织管理过程就是管理者有效协调和利用组织资源,实现组织目标的过程。在这一过程中,管理者所协调和利用的资源包括人力、物力、财力、信息、时间等诸多要素,因此,组织管理也可以概括为两大方面:一是对事、对物的管理;二是对人的管理。在任何一个组织中,所有的事情都是由人来做,所以,对事、对物的管理最终要通过对人的管理来实现。特别是当今社会已经进入知识经济时代,决定一个组织、一个地区,乃至一个国家竞争优势的最根本的因素就是其知识创造与应用的能力。在日趋激烈的竞争中,谁在知识的创造与应用中走在了前列,谁就能够赢得竞争的优势,占领竞争的制高点。在组织所拥有的各类资源中,只有人力资源才是具有能动性、创造性的资源,才是知识创造与应用的主体。在这一背景下,人力资源在组织发展中的重要性显得越来越大,已经成为组织的战略性资源,人力资源管理也进入战略人力资源管理阶段。因此,如何搞好人的管理,如何激发员工的工作热情,就成为组织管理的重中之重。

要对人进行有效管理,需要首先了解人的心理与行为的特点与规律。作为管理科学中的一门基础性学科,组织行为学的研究对象正是各类工作组织中员工工作行为的特点与规律,并通过对员工行为规律的把握,对其在组织内的工作行为进行科学的解释、准确的预测和有效的塑造,从而使员工养成良好的行为习惯。因此,进行组织行为学的学习对各种组织中的管理者有着十分重要的意义。组织行为学为各级主管掌握员工的行为规律提供了理论依据,使管理者能够根据员工的心理与行为的特点,采取相应的管理措施引

导和控制员工的行为,变消极行为为积极行为,为有效提高组织的工作绩效,顺利实现组织目标提供了科学的方法和有力的手段。随着我国改革开放的深入与社会主义市场经济体制的建立和完善,加强组织行为学的研究和应用,对于提高我国的整体管理水平,特别是对于提高各级管理人员对所属人员心理和行为的预测、引导和控制的能力,及时地协调个人、群体、组织之间的相互关系,充分调动和发挥人们的积极性、主动性和创造性,有效地实现组织目标,取得最佳的经济效益和社会效益,具有十分重要的现实意义。

作为行为科学的一个分支,组织行为学在我国还是一门非常年轻的学科。由于历史的原因,在相当长的一段时期内,心理学与行为科学的研究在我国处于停滞状态,直到改革开放以后,社会与经济的发展急需加强对人的心理与行为规律的研究。在这一背景下,组织行为学获得快速的发展,其在组织管理中的重要性逐步得到管理者的肯定和重视。在当前企事业单位、政府机关、医院、学校等机构的管理者培训中,如情绪与压力管理、人际关系、员工激励、团队建设、管理沟通、领导艺术、企业文化等组织行为学的专题受到极大的欢迎。目前,组织行为学已被列为管理类各专业的专业基础课,也是工商管理硕士(MBA、EMBA)及公共管理硕士(MPA)的核心课程。

本书是作者在多年从事工商管理专业本科生、企业管理研究生以及MBA、MPA、MPH教学经验的基础上编写的。全书共分十四章,其中第一章为导论,主要介绍组织行为学的基本概念与主要内容、学习组织行为学的意义、组织行为学的产生与发展过程以及组织行为学的研究方法,目的是使读者了解组织行为学的概况,掌握组织行为学基本的结构框架。第二章至第七章为个体行为部分,主要涉及组织中的知觉与归因、学习理论与员工行为塑造;情绪管理、挫折管理,职业倦怠与压力管理;个性心理与管理、胜任特征及其在组织管理中的应用;员工态度测量与态度管理,职场中员工的工作态度,如工作满意度、组织承诺、心理契约、组织支持感、心理授权;员工的需要与动机,激励的基本理论及其在组织管理中的应用。第八章至第十二章是群体行为部分,主要内容包括群体有效性的影响因素、非正式群体的管理、群体压力与从众行为、群体内聚力对群体绩效的影响、群体决策;领导理论与领导效能的提高;高绩效团队的基本特征及团队建设的要素与途径;沟通过程常见的障碍及有效沟通的策略;冲突的过程与冲突管理。第十三章、第十四章是组织行为部分,主要包括组织理论与组织设计、组织变革、组织文化等内容。

本书有以下几个特点:

第一,本书努力把理论性与实战性相结合,一方面对组织行为学的基本理论进行了系统的阐述;另一方面也注重这些理论在管理实践中的应用。在叙述理论的同时提供了大量的实例,以促进读者对基本理论的理解,同时,对每一理论在管理实践中的应用提供了一些具体的对策与建议。

第二,本书在写作过程中,结合作者多年的教学实践,既保留了组织行为学的经典理论,又补充了一些组织行为学近年的最新研究成果,力图反映该学科的前沿进展以及当前管理实践中的热点课题,如心理契约研究、组织承诺研究、心理授权研究、组织支持感研究、个体与组织适配度的研究、胜任力(胜任特征)研究、情绪劳动研究、态度改变的理论与方法、情绪管理、压力管理、团队建设等。

第三,对当前某些组织行为学教科书中的一些语焉不详、甚至以讹传讹的概念和理论,作者通过核对原始文献进行了梳理,如负强化问题、菲德勒权变领导模型中关于上下级关系的解释。

第四,每章后面都列举了本章的重要概念和一些复习思考题,以便读者复习、巩固本章内容,书中还提供了一些案例,以便读者把学到的组织行为学基本理论应用于分析问题和解决问题。

本书既适合管理类各专业的本科生、研究生、工商管理硕士(MBA)、公共管理硕士(MPA)和公共卫生管理硕士(MPH)教学使用,也可用于对各类企事业单位和政府部门管理者的培训。在本书的写作过程中,吸收和借鉴了国内外组织行为学研究的最新成果与有益经验,参考和引用了国内外有关教材、专著、案例和文献资料,在此谨向作者深表谢意。

组织行为学是一门正在发展中的管理学科,也是一门非常有发展前途、应用性比较强的学科。作者在写作过程中,尽量结合我国的管理实践,力求使本书具有完整性、系统性、前沿性和实用性,为推动我国组织行为学的发展进行一些有益的探索;但是,由于知识水平有限,书中观点难免有不当、不妥之处,敬请同行专家和广大读者批评指正,提出宝贵的意见和建议,以便再版时得以更正和完善,联系方式:whm1999@sdu.edu.cn。

本书在出版过程中,得到了清华大学出版社经管事业部的大力支持,在此致以最诚挚的谢意!

作者

2013年12月于山东大学南山小区



# 目录

<b>第一章 导论</b> .....	1
<b>第一节 组织行为学的研究对象与学科基础</b> .....	1
一、组织的概念与特点 .....	1
二、行为科学的概念与特点 .....	4
三、组织行为学的理论体系与学科基础 .....	7
<b>第二节 组织行为学的产生与发展</b> .....	10
一、古典管理理论阶段 .....	10
二、人群关系理论阶段 .....	13
三、人力资源学派阶段 .....	16
四、权变理论阶段 .....	16
五、组织行为学科体系的最终形成 .....	17
六、组织行为学的发展 .....	18
<b>第三节 学习组织行为学的意义</b> .....	19
一、管理的含义及管理者应具备的技能 .....	19
二、管理者做什么 .....	21
<b>第四节 组织行为学的研究方法</b> .....	23
一、组织行为学研究中常用的术语 .....	23
二、组织行为学常用的研究方法 .....	25
<b>本章重要概念</b> .....	28
<b>思考题</b> .....	28
<b>第二章 组织中的知觉与学习</b> .....	32
<b>第一节 知觉过程的特性及影响因素</b> .....	32
一、知觉与知觉过程 .....	32
二、知觉过程的特性 .....	33
三、知觉过程的影响因素 .....	36
<b>第二节 社会知觉过程的偏差及其在管理中的表现</b> .....	40
一、社会知觉的概念 .....	40

二、社会知觉的分类 .....	40
三、社会知觉过程中常见的偏差 .....	42
第三节 社会知觉的归因理论 .....	47
一、归因的概念 .....	47
二、归因理论 .....	48
三、常见的归因偏差 .....	50
第四节 学习理论与员工行为塑造 .....	51
一、学习的概念 .....	51
二、学习理论 .....	51
三、员工行为塑造 .....	55
本章重要概念 .....	59
思考题 .....	59
<b>第三章 情绪、挫折与压力管理 .....</b>	<b>60</b>
第一节 情绪与情绪智力 .....	60
一、情绪或情感的含义与特征 .....	60
二、情绪和情感的类型 .....	62
三、情绪智力 .....	65
第二节 情绪劳动与情绪管理 .....	68
一、情绪劳动 .....	68
二、情绪管理 .....	70
第三节 挫折与管理 .....	74
一、挫折的含义与作用 .....	74
二、挫折产生的原因 .....	75
三、受挫折后的行为反应 .....	77
四、挫折管理 .....	79
第四节 工作压力与职业倦怠 .....	81
一、工作压力 .....	81
二、职业倦怠 .....	85
三、工作压力与职业倦怠的管理对策 .....	86
本章重要概念 .....	88
思考题 .....	88
<b>第四章 个性心理与管理 .....</b>	<b>91</b>
第一节 个性心理概述 .....	91
一、个性的结构 .....	91
二、个性的特点 .....	91
三、影响个性形成的因素 .....	93



四、个性倾向性及其在管理中的意义 .....	94
第二节 能力与管理 .....	98
一、能力概述 .....	98
二、能力的分类 .....	99
三、能力的个体差异及其在管理中的意义 .....	100
四、胜任力研究在组织管理中的应用 .....	103
第三节 气质、性格与管理 .....	107
一、气质与管理 .....	107
二、性格 .....	110
第四节 当代人格特质理论及其在组织管理中的应用 .....	113
一、人格的概念 .....	113
二、当代主要的人格理论 .....	113
三、当代人格特征研究在管理中的应用 .....	115
本章重要概念 .....	118
思考题 .....	118
<b>第五章 态度测量与态度改变 .....</b>	<b>119</b>
第一节 态度与态度测量 .....	119
一、态度概述 .....	119
二、态度的功能 .....	121
三、态度调查 .....	122
第二节 态度改变的理论 .....	124
一、态度改变的两种形式 .....	124
二、影响态度改变的因素 .....	125
三、态度改变的理论 .....	126
第三节 改变态度的方法与策略 .....	130
一、通过认知途径改变态度 .....	130
二、通过情感途径改变态度 .....	132
三、通过行为改变态度 .....	134
本章重要概念 .....	136
思考题 .....	136
<b>第六章 工作场所的态度与管理 .....</b>	<b>137</b>
第一节 工作满意度 .....	137
一、工作满意度的概念和类型 .....	138
二、工作满意度的测量 .....	139
三、工作满意度与员工工作行为的关系 .....	141
四、员工满意度管理 .....	143

第二节 组织中的心理契约·····	144
一、心理契约的概念·····	145
二、心理契约的特点·····	146
三、心理契约的破裂与违背·····	147
四、心理契约对员工态度和行为的影响·····	148
五、心理契约的管理·····	148
第三节 组织承诺·····	149
一、组织承诺概念及结构·····	150
二、影响组织承诺的因素·····	151
三、组织承诺的形成机制·····	152
四、组织承诺对员工行为的影响·····	154
第四节 组织支持感·····	155
一、组织支持感的理论基础·····	155
二、组织支持感的概念与测量·····	156
三、影响组织支持感的因素·····	156
四、组织支持感对员工行为的影响·····	157
五、组织支持感在组织管理中的意义·····	159
第五节 心理授权·····	160
一、心理授权研究的背景·····	160
二、心理授权的概念·····	160
三、心理授权的结构与测量·····	161
四、心理授权对员工行为的影响·····	162
五、如何提高员工的心理授权水平·····	163
本章重要概念·····	164
思考题·····	164
<b>第七章 激励理论与应用</b> ·····	<b>165</b>
第一节 需要、动机与行为·····	165
一、个体行为过程分析·····	165
二、需要的特点与种类·····	167
三、动机与行为·····	171
第二节 内容型激励理论·····	174
一、马斯洛的需要层次理论·····	174
二、奥尔德弗的 ERG 理论·····	177
三、麦克利兰的三种需要理论·····	178
四、赫茨伯格的双因素理论·····	180
第三节 过程型激励理论·····	183
一、洛克的目标设置理论·····	183

二、弗鲁姆的期望理论 .....	185
三、组织公平感理论 .....	188
第四节 激励理论的综合与应用 .....	192
一、综合激励模型 .....	192
二、激励理论的应用 .....	193
重要概念 .....	199
思考题 .....	199
<b>第八章 群体行为与管理 .....</b>	<b>202</b>
第一节 群体概述 .....	202
一、群体的定义与分类 .....	202
二、个人加入群体的动机 .....	204
三、群体发展的阶段 .....	204
第二节 影响群体有效性的因素 .....	205
一、群体的外部环境条件 .....	205
二、群体成员的资源 .....	206
三、群体的规模 .....	206
四、群体结构 .....	207
五、群体规范 .....	208
六、群体中的角色 .....	210
第三节 群体压力与从众行为 .....	211
一、从众行为 .....	211
二、影响从众行为的因素 .....	212
第四节 群体内的人际关系与群体内聚力 .....	214
一、影响人际关系的因素 .....	214
二、人际关系的测量 .....	215
三、群体内聚力的含义及影响因素 .....	217
四、群体内聚力与生产率关系的研究 .....	217
五、群体内聚力的测量 .....	219
第五节 群体决策 .....	219
一、群体决策的优点和缺点 .....	219
二、群体思维和群体转移 .....	220
三、群体决策的方法 .....	221
基本概念 .....	223
思考题 .....	223
<b>第九章 团队建设与管理 .....</b>	<b>225</b>
第一节 团队概述 .....	225

一、群体中常见的两种现象 .....	225
二、团队与群体的区别 .....	226
三、工作团队的类型 .....	227
四、高效团队的基本特征 .....	229
第二节 团队建设的要素、途径与步骤 .....	233
一、团队建设的5要素模型 .....	233
二、团队建设的途径 .....	236
三、团队建设的步骤 .....	238
第三节 团队的发展阶段与管理 .....	242
一、创建期 .....	242
二、动荡期 .....	243
三、凝聚期 .....	244
四、调整期 .....	246
本章重要概念 .....	247
思考题 .....	247
<b>第十章 管理沟通 .....</b>	<b>248</b>
第一节 沟通的类型与作用 .....	248
一、沟通的含义和特点 .....	248
二、沟通的类型 .....	250
三、沟通的作用 .....	255
第二节 沟通过程 .....	256
一、沟通过程模型 .....	256
二、沟通过程分析 .....	258
第三节 沟通过程的障碍分析 .....	262
一、与信息发送者编码环节有关的沟通障碍 .....	262
二、与信息接收者的解码环节有关的障碍 .....	263
三、沟通渠道、时机、对象选择失误,导致信息误解的可能性增大 .....	264
四、沟通双方背景因素造成的沟通障碍 .....	264
五、组织因素造成的沟通障碍 .....	269
第四节 有效沟通的原则与策略 .....	270
一、有效的管理沟通的基本原则 .....	270
二、跨文化沟通的原则 .....	271
三、有效沟通的环节与基本策略 .....	271
本章重要概念 .....	274
思考题 .....	274

<b>第十一章 冲突管理</b> .....	277
<b>第一节 冲突的含义与作用</b> .....	277
一、冲突的含义与冲突的层次 .....	277
二、冲突与合作、竞争的关系 .....	278
三、对冲突作用的认识 .....	279
<b>第二节 冲突的过程</b> .....	280
一、庞蒂的五阶段说 .....	281
二、罗宾斯的冲突五阶段模型 .....	281
<b>第三节 人际冲突与管理</b> .....	285
一、人际冲突的原因 .....	285
二、解决人际冲突的对策 .....	287
<b>第四节 群际冲突与管理</b> .....	288
一、群际冲突的原因 .....	289
二、群际冲突的管理 .....	290
三、群体间关系管理 .....	291
本章主要概念 .....	293
思考题 .....	293
<b>第十二章 领导理论</b> .....	296
<b>第一节 领导概述</b> .....	296
一、领导的含义、特点与作用 .....	296
二、领导者与管理者的区别 .....	297
三、领导者的权威 .....	298
四、领导理论的变迁 .....	301
<b>第二节 领导特质理论及领导者应具备的基本素质</b> .....	301
一、领导特质理论 .....	301
二、领导者的素质及条件 .....	304
<b>第三节 领导行为理论</b> .....	306
一、勒温的领导作风理论 .....	306
二、李克特的领导系统模式 .....	307
三、俄亥俄州立大学的二维构面理论 .....	308
四、管理方格图 .....	309
五、PM 理论及其在中国的发展 .....	310
<b>第四节 领导权变理论</b> .....	313
一、菲德勒权变模型 .....	314
二、路径—目标理论 .....	316
三、领导者—成员交换理论(leader-member exchange theory, LMX) .....	318

四、领导者—参与模型 .....	319
五、领导情景理论 .....	320
第五节 领导理论的前沿发展 .....	321
一、领导的归因理论 .....	321
二、领袖魅力型领导理论 .....	323
三、交易型领导与变革型领导理论 .....	324
四、领导替代理论 .....	325
本章重要概念 .....	326
思考题 .....	327
<b>第十三章 组织设计与组织变革 .....</b>	<b>328</b>
第一节 组织理论 .....	328
一、古典组织理论 .....	328
二、行为科学组织理论 .....	329
三、现代组织理论 .....	330
第二节 组织结构与组织设计 .....	332
一、组织结构的含义 .....	332
二、组织结构的内容 .....	333
三、组织结构设计 .....	334
四、组织结构的设计原则 .....	337
五、组织结构的形成与特点 .....	339
第三节 组织变革 .....	343
一、组织变革概述 .....	343
二、组织变革诊断与组织变革的程序 .....	347
三、变革的阻力及其克服 .....	350
本章重要概念 .....	354
思考题 .....	354
<b>第十四章 组织文化 .....</b>	<b>356</b>
第一节 组织文化概述 .....	356
一、组织文化的含义 .....	356
二、组织文化的历史沿革 .....	357
三、组织文化的内容及特征 .....	359
四、影响组织文化的因素 .....	362
第二节 组织文化对组织行为的影响 .....	362
一、组织文化对组织行为的积极促进作用 .....	363
二、组织文化对组织行为的消极影响 .....	364
第三节 组织文化建设 .....	366

一、组织文化创建的准备 .....	366
二、组织文化的创建 .....	367
三、组织文化的学习 .....	369
四、组织文化的维系 .....	370
五、文化创建中注意的问题 .....	371
本章重要概念 .....	372
思考题 .....	373
<b>主要参考文献</b> .....	<b>374</b>

要学习和研究组织行为学,要首先搞清楚什么是组织行为学、有哪些主要特点,包括哪些基本内容,其理论基础以及发展沿革,学习这一课程的目的与意义,以及这一学科的主要研究方法;从而对这一学科有一个总体的了解。

## 第一节 组织行为学的研究对象与学科基础

组织行为学是管理科学中的一个分支学科,是行为科学的知识、方法与技术在组织管理中的应用。组织行为学由“组织”和“行为学”两个部分构成,这里的“行为学”指行为科学。因此,要准确理解什么是组织行为学,需要首先了解组织和行为科学的概念。

### 一、组织的概念与特点

#### 1. 组织的概念

生活在社会中的每一个人都有自己的目标,这些目标有的可以单独完成,但由于个体能力及条件的限制,有些目标则需要与他人合作才能实现,合作的具体形式就是建立组织。著名的组织理论学者切斯特·巴纳德(Chester I. Barnard)就是从合作的意义上解释组织的,他将组织(organization)定义为:“两人以上有意识的协调力量和活动的合作系统。”他指出:人们单独行动会受到主观与客观的限制,为了冲破这种限制,需要两个或更多人的合作,这就产生了组织。随着组织理论的发展,人们意识到,要实现共同的组织目标,不仅需要组织内部成员之间的密切协作,而且还要处理好与外部环境之间的关系。因此,组织就是在一定环境中为达到一定的目标,由两个以上的人相互协作组成的具有特定功能的开放系统。

#### 2. 组织的类型

按照不同的标准,可以将组织分为不同的类型。

(1) 按照组织的规模,可将组织分为小型组织、中型组织和大型组织。组织是由人组成的,按照组织包含人数的多少,可以将组织分为小型组织、中型组织和大型组织。比如,同是企业组织,有小型企业、中型企业和大型企业之分;同是医院组织,就有个人诊所、小型医院和大型医院的不同;同是行政组织,也有小单位、中等单位和大单位的区别。

(2) 按组织的社会职能,可以将组织分为经济性组织、政治性组织和非营利性组织。经济性组织是一种专门以追求物质利益为目标的组织,它存在于生产、交换、分配、消费等不同领域,工厂、商店、银行、财团、保险公司等社会组织都属于经济性组织。政治性组织是一种为某个阶级的政治利益而服务的社会组织,国家的立法机关、司法机关、行政机关、政党、监狱、军队等都属于政治性组织。非营利性组织是指不以营利为目的的组织,它的目



标通常是支持或处理个人关心或者公众关注的议题或事件。这类组织虽叫作非营利性组织,但并不等于没有盈利,非营利性组织的特征是具有为公众服务的宗旨,不以营利为目的,组织所得不为任何个人牟取私利,组织自身具有合法的免税资格并可为捐赠人减免税赋。非营利组织所涉及的领域非常广,包括艺术、慈善、教育、政治、宗教、学术、环保组织等。

非营利组织的运作并不是为了产生利益,这一点通常被视为这类组织的主要特性。然而,某些专家认为将非营利组织和企业区分开来的最主要差异是:非营利组织受到法律或道德约束,不能将盈余分配给拥有者或股东。非营利组织有时被称为第三部门(the third sector),与政府部门(第一部门)和企业(第二部门),形成三种影响社会的主要力量。

(3) 按组织内部是否有正式分工关系,可将组织分为正式组织和非正式组织。如果一个社会组织内部存在着正式的组织任务分工、组织人员分工和正式的组织制度,那么它就属于正式组织,如政府机关、军队、学校、工商企业等都属于正式组织。正式组织是社会中主要的组织形式,是人们研究和关注的重点。而如果一个社会组织的内部既没有确定的机构分工和任务分工,没有固定的成员,也没有正式的组织制度等,那么这种组织就属于非正式组织。非正式组织可以是一个独立的团体,如学术沙龙、文化沙龙、业余俱乐部等,也可以是一种存在于正式组织之中的无名而有实的团体。这是一种事实上存在的社会组织,这种组织现在正日益受到重视。由于一个组织的运行效率通常取决于正式组织与非正式组织的共同影响,因此,组织管理中不能忽视非正式组织的作用。

### 3. 组织的构成要素

组织内部包含以下构成要素。

(1) 人员。人员是组织的重要资源,是构成组织的关键因素,因此,组织是一个人为系统。

(2) 职务和职位。组织中的人员都要承担一定的义务(任务),在组织的运行过程中,需要组织成员进行合理分工,每个人都要承担具体的责任,安排不同的岗位、担任不同的职务或职位。

(3) 关系。在组织运行过程中,不仅需要组织成员进行合理分工,而且需要他们进行有效合作。这些在组织中担任不同职务、处于不同职位的人员存在一定的联系,即关系。

(4) 共同的目标。组织成员间的共同目标是组织存在的前提,任何一个组织都有其特定的目标。

(5) 协作的意愿。组织的本质在于协作,组织成员只有协同活动,才能产生“1+1>2”的效果。

(6) 信息的沟通。为了进行有效的协作,组织内部必须建立顺畅的信息沟通渠道。

### 4. 组织的特征

组织的特征可以概括为以下几点。

(1) 有明确的目标。任何组织都有其特定的目标,组织就是为实现既定目标而成立的。没有目标就不是组织,而仅仅是一个人群。例如,企业的目标是要给社会提供优质的产品和服务,同时获得市场和利润;政府机构的目标是制定良好的政策和创建和谐的社会环境,使社会生活正常有序,人民能够安居乐业;大学的目标是培养人才、知识创新和提供