



21世纪高职高专工商管理系列规划教材

国家示范性高职院校建设项目成果



Organizational Behavior

# 组织行为学

陈鸿雁 主编



北京邮电大学出版社  
www.buptpress.com

21 世纪高职高专工商管理系列规划教材

# 组织行为学

主编 陈鸿雁



北京邮电大学出版社  
[www. buptpress. com](http://www.buptpress.com)

## 内 容 简 介

本书遵循职业教育的教学规律,以实际组织管理活动顺序为内容设计主线,面向应用,突出组织管理能力的培养。本书共设计了七个学习情境,这七个学习情境系统、全面地在三个层面上阐述了组织行为学的理论及其实践意义:在个体层面,主要介绍了个体行为与激励理论;在群体层面,主要介绍了群体行为、团队管理和领导理论与艺术;在组织层面,主要介绍了组织结构与设计、组织文化、组织变革和组织学习等理论。本书构建了相对完整的组织行为学理论及操作体系,回归以培养学生技术应用能力为主线的高职高专教育本位,突出强调学生学习的参与性与主动性,体现了教材定位、设计与编写等方面的职业教育教学改革示范性。

本书可作为高职高专院校工商管理 and 公共管理类专业学生的教材,对于从事管理实践的工作者而言,也具有一定的学习参考价值。

### 图书在版编目(CIP)数据

组织行为学/陈鸿雁主编. —北京:北京邮电大学出版社,2012.4

ISBN 978-7-5635-2952-0

I. ①组… II. ①陈… III. ①组织行为学—高等职业教育—教材 IV. ①C936

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 059404 号

---

书 名: 组织行为学

主 编: 陈鸿雁

责任编辑: 李路艳

出版发行: 北京邮电大学出版社

社 址: 北京市海淀区西土城路 10 号(邮编:100876)

E-mail: publish@bupt.edu.cn

经 销: 各地新华书店

印 刷: 北京通州皇家印刷厂

开 本: 787 mm×1 092 mm 1/16

印 张: 15

字 数: 365 千字

版 次: 2012 年 4 月第 1 版 2012 年 4 月第 1 次印刷

---

ISBN 978-7-5635-2952-0

定 价: 29.00 元

· 如有印装质量问题,请与北京邮电大学出版社发行部联系 ·

## 21 世纪高职高专财经管理系列规划教材

### 编审委员会

**主任:** 严成根 教育部高职高专经济类专业教学指导委员会委员

**副主任:** 杨紫元 商丘职业技术学院经贸系主任、教授

程文忠 江西财经职业学院经济管理系主任、教授

马三生 秦皇岛职业技术学院商贸系主任、教授

刘玉杰 安徽职业技术学院经贸系书记、副教授

**委员:** (以姓氏笔画为序)

王水清 武汉工业职业技术学院

陈头喜 江西工业职业技术学院

王栓军 河北软件职业技术学院

陈伟芝 广东交通职业技术学院

王 燕 石家庄职业技术学院

陈时禄 安徽水利水电职业技术学院

方俊芝 石家庄邮电职业技术学院

陈鸿雁 淄博职业学院

尹丽琴 天津开发区职业技术学院

金敬辉 长春职业技术学院

叶 靖 北京财贸职业学院

郑俊雄 厦门南洋学院

吕宝军 沈阳农大高等职业技术学院

郑 敏 杭州万向职业技术学院

刘淑琴 山西财政税务专科学校

单治国 周口职业技术学院

杨序琴 贵州大学职业技术学院

胡志锋 九江职业技术学院

李卫红 河南职业技术学院

高小辉 河北能源职业技术学院

李欣亮 河北交通职业技术学院

郭丽霞 福州职业技术学院

何 琼 成都职业技术学院

黄爱玲 吉林工商学院财税分院

何耀明 益阳职业技术学院

梁红娟 牡丹江大学财会与金融学院

张振和 黑龙江工商职业技术学院

梁建民 黄河水利职业技术学院

## 出版说明

高等职业教育以培养生产、建设、管理、服务第一线的高素质技能型专门人才为根本任务,在建设人力资源强国和高等教育强国的伟大进程中发挥着不可替代的作用。

近年来,我国高职高专教育蓬勃发展,积极推进校企合作、工学结合人才培养模式改革,办学水平不断提高,为现代化建设培养了一批高素质技能型专门人才,对高等教育大众化作出了重要贡献。尽管如此,我国高职高专教育的质量、结构、规模还不能很好地适应当前经济社会发展的需要,部分高职高专院校毕业生还不能很好地满足社会工作岗位对相关技术和能力的需求。

要加快高职高专教育改革的步伐、全面提高人才培养质量,就必须对课程体系等问题进行深入探索。教育部在《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》中指出,“课程建设与改革是提高教学质量的核心,也是教学改革的重点和难点”,“建立突出职业能力培养的课程标准,规范课程教学的基本要求,提高课程教学质量”,这为高职高专教育课程体系建设指明了方向。在课程体系建设过程中,教材无疑起着至关重要的基础性作用,高质量的教材是培养高素质人才的重要保证。

目前,我国高等职业教育教学改革正在深入进行,高职教材建设取得了显著的成效。但从整体上看,教材建设仍不能很好地适应高职高专教育的发展需要,主要表现在:缺乏科学理论的支持,缺乏行业支持,缺少对生产实际的调查研究和深入了解,缺乏对职业岗位所需的专业知识和专项能力的科学分析,出现体系不明、内容交叉或重复、脱离实际、针对性不强等问题;与专业课程相配套的实践性教材严重不足;同类教材建设缺乏统一标准,相关课程的教材内容自成体系,缺乏沟通衔接;版本偏老或内容陈旧,不能及时将新法规、新知识、新技术、新工艺、新装备、新案例反映到教材中来;与劳动部门颁发的职业资格证书或技能鉴定标准缺乏有效衔接。教材的相对落后成为制约高职高专教育发展的瓶颈之一。

在此背景下,为了更好地贯彻《国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010—2020年)》相关精神,更好地推进高职高专教育的发展,我们组织了一批具有丰富理论知识和实践经验的专家、一线教师,成立了21世纪高职高专规划教材编审委员会,着力规划出版一批符合高职高专教育特点和需求的优质教材。

依据教育部制定的《高职高专教育基础课程教学基本要求》和《高职高专教育专业人才培养目标及规格》,我们调研了数百所具有代表性的高等职业技术学院和高等专科学校,广泛而深入地了解了高职高专教育的专业和课程设置,系统地研究了课程的体系结构;同时充分汲取各院校在探索培养应用型人才方面取得的成功经验,并在教材出版的各个环节设置专业的审定人员进行严格审查,从而确保了整套教材“突出行业需求,突出职业的核心能力”的特色。



本系列教材除了满足内容充实、完整,结构、体例合理,语言得体、流畅等基本要求外,还力求克服以往高职高专教材的缺陷和不足,在以下方面打造自己的优势和特色:

(1) 本系列教材的定位更加强调“以就业为导向”。紧密依托行业或企业优势,建立产、学、研密切结合的运行机制,是高职高专教育健康发展的关键。我们通过对生产实际的调查研究和深入了解,对职业岗位(群)所需专业知识和专项能力的科学分析,以科学的课程理论为支持,力求使本系列教材定位与就业市场相结合,充分体现出“以就业为导向,以能力为本位,以学生为中心”的风格,从而更具实用性和前瞻性。

(2) 本系列教材打破传统的教材编写模式,力求在编写风格和表达形式方面有所突破,充分体现“项目导向、任务驱动”的教学理念,通过构建具体的工作任务作为学生学习的切入点,这就促使学生能够主动学习,从而达到“教中做、做中学、学中练”的目的,全面提升学生解决问题的实战经验和能力。

(3) 本系列教材编写思路清晰,体系结构安排合理,注重知识体系的有序衔接,力避知识的断层和重复。同时,教材也遵循教育部对高职高专教育提出的“以应用为目的,以必需、够用为度”原则,从实际应用的需要出发,减少枯燥、实用性不强的理论灌输。

(4) 本系列教材的编写及时跟进社会及行业的最新发展动态,将最新、最权威、最具代表性的成果运用于教材当中,从而避免所讲知识与社会脱节。

为保证教材的总体质量和前瞻性,我们着重加强与示范性高等职业院校的合作,在全国范围遴选了具有丰富教学经验和实践经验、具有较高专业水平的双师型教师参加编写。

为支持“立体化”教学,我们为本系列教材精心策划了精品教学资料包和教学资源网,向教师用户提供教学课件、教学案例、教学参考、教学检测、教学资源推荐、课后习题答案等教学资源,以支持网络化及多媒体等现代化教学方式,有效提升教学质量。

希望各高职院校在使用本系列教材的过程中提出宝贵的意见和建议,我们将认真听取,不断完善。

## 21 世纪高职高专规划教材编审委员会

组织行为学是一门多学科相互交叉的边缘性学科。相对于其他学科,组织行为学是一个“年轻”的领域。组织行为学研究的对象是组织中的人的行为规律。它不仅关注人在组织中做什么,更关注人的行为是如何影响组织绩效的。因此,组织行为学是通过“人的行为”的视角来思考复杂的管理问题和面对多变的管理环境,并以此来帮助学习者用更加科学、更加权变的思维模式来认识和解决管理中与人有关的各类问题,从而实现对人力的有效管理,提升组织在人力资源管理方面的竞争力。毫不夸张地讲,任何一个人,不论是管理者还是被管理者,不论处在什么行业,位于哪个社会层级,都可以从学习组织行为学中获得个人职业发展、组织可持续发展所需要的养分。

本书根据教育部2006年第16号《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》的文件精神,通过对组织管理工作岗位实地考察分析,以实际的职业活动顺序为主线进行内容设计,形成了特征鲜明的“工作过程导向”教学蓝本。编写过程中,本书在不改变核心理论的前提下对知识内容进行了重组,真正做到了“必需”与“够用”。从课程设计的角度来看,本书解决了工商管理 and 公共管理类专业“工学结合”的难题。本书是一部真正实现“任务驱动、项目引领”的高职高专示范性教材。

本书遵循职业教育的教学规律,在进行企业咨询和实践调研的基础上,以实际的组织管理活动顺序为内容设计主线,面向应用,突出学生组织管理能力的培养。本书共设计了七个学习情境,这七个学习情境系统、全面地在三个层面上阐述了组织行为学的理论及其实践意义。在个体层面,主要介绍了个体行为与激励理论;在群体层面,主要介绍了群体行为、团队管理和领导理论与艺术;在组织层面,主要介绍了组织结构与设计、组织文化、组织变革和组织学习等理论。具体来说,这七个学习情境分别是组织行为学认知、个体行为与管理、激励理论与应用、群体行为与团队、领导行为与艺术、组织行为



与变革和构建健康组织。每个学习情境都设计了知识目标、能力目标、任务情境、任务分析、知识精讲、任务诊断、知识链接、课堂讨论等栏目,构建了相对完整的组织行为理论及操作体系,回归以培养学生技术应用能力为主线的高职高专教育本位,突出强调学生学习的参与性与主动性,体现了教材定位、规划、设计与编写等方面的职业教育教学改革示范性。本书可作为高职高专院校工商管理 and 公共管理类专业学生的教材,对于从事管理实践的工作者而言,具有一定的学习参考价值。

与传统教材相比,本书在定位与设计方面有以下特点。

首先,“好看”。考虑到我国高职高专学生的文化背景和基础教育养成的吸纳知识的习惯,本书增强了趣味性,尤其是精选了大量的管理故事和知识扩充资料,富有哲理,耐人寻味,让学生在愉悦中得到思想启迪与管理智慧。在做到学习情境与工作情境紧密结合的同时,本书尽量运用形象化、具体化的语言,使学生可以直观、形象地获取经验,从而可以轻松获取实际职业行动能力。

其次,“好教”。本书以任务驱动统领教学过程的实施,便于教师梳理教材,把握主干,同时可极大激发学生学习的自主性和积极性,由过去教师讲学生听的被动教学变为学生的主动探索行为,使学生通过课程学习逐步养成职业能力,完成“从实践到理论、从具体到抽象、从个别到一般”和“提出问题、解决问题、归纳总结”的教学程序。

再次,“好学”。本书坚持知识的掌握服务于能力构建的原则,围绕职业能力的形成组织课程内容,以工作任务为中心来整合相应的知识和技能。本书教学内容新颖,重点突出,取舍合理,结构清晰,层次分明,表述深入浅出,用平实的语言阐释高深的管理理论,信息传递高效、简洁。

最后,“好做”。本书以管理岗位具体工作项目为载体,设计、组织课程内容,形成以工作任务为中心、以技术实践知识为焦点、以技术理论知识为背景的课程内容结构,实现了课程内容由学科结构向工作结构的转变,提高了可操作性;加强工作任务与知识、技能的联系,增强了学生的直观体验,调动其学习积极性。在关键技能环节,有针对性地设置实际操作练习,加大技能培训力度,从而方便学生将知识转化为专业性的技能技巧,提高其解决和处理现实问题的综合能力。

《组织行为学》一书由淄博职业学院陈鸿雁副教授主笔撰写。全书配有完整的教学资料包。在编写过程中,我们参阅了国内外一些组织行为学专家和学者的研究成果及相关文献,除部分注明出处的外,限于体例未能一一说明,在此一并致以衷心感谢。由于编写时间和作者水平有限,书中难免有错误和不足之处,敬请各位同行、专家、读者批评指正。



# Contents 目 录

<b>学习情境一 组织行为学认知</b> .....	1
任务一 初步认识组织行为学 .....	2
任务二 了解组织行为学的发展 .....	12
任务三 分析人性假设 .....	18
任务四 关注组织和组织行为学面临的新问题 .....	26
知识小结 .....	28
知识巩固 .....	28
案例讨论 .....	29
实训设计 .....	29
<b>学习情境二 个体行为与管理</b> .....	30
任务一 认识社会认知效应 .....	31
任务二 管理情绪 .....	37
任务三 应对挫折 .....	43
任务四 分析个性差异 .....	48
知识小结 .....	62
知识巩固 .....	62
案例讨论 .....	63
实训设计 .....	63
<b>学习情境三 激励理论与应用</b> .....	64
任务一 分析激励机制 .....	65
任务二 解读和应用内容型激励理论 .....	69
任务三 解读和应用过程型激励理论 .....	78
任务四 解读和应用行为改造型激励理论 .....	84



任务五 实现有效激励 .....	90
知识小结 .....	94
知识巩固 .....	95
案例讨论 .....	96
实训设计 .....	96
<b>学习情境四 群体行为与团队</b> .....	97
任务一 认识群体 .....	98
任务二 了解非正式群体 .....	104
任务三 探析群体行为的规律 .....	109
任务四 团队建设 .....	114
任务五 团队管理 .....	120
知识小结 .....	125
知识巩固 .....	126
案例讨论 .....	126
实训设计 .....	127
<b>学习情境五 领导行为与艺术</b> .....	128
任务一 认识领导者的影响力 .....	129
任务二 解读领导特质理论 .....	135
任务三 解读领导行为理论 .....	141
任务四 解读领导权变理论 .....	145
任务五 实现有效领导 .....	150
知识小结 .....	157
知识巩固 .....	158
案例讨论 .....	159
实训设计 .....	159
<b>学习情境六 组织行为与变革</b> .....	161
任务一 认识组织 .....	162
任务二 设计组织结构 .....	165
任务三 塑造组织文化 .....	178
任务四 推动组织变革 .....	183
知识小结 .....	194
知识巩固 .....	194
案例讨论 .....	195
实训设计 .....	195



<b>学习情境七 构建健康组织</b> .....	196
任务一 分析工作压力 .....	197
任务二 有效沟通 .....	207
任务三 构建以人为本的健康组织 .....	216
知识小结 .....	222
知识巩固 .....	222
案例讨论 .....	223
实训设计 .....	225
<b>参考文献</b> .....	226

## 学习情境一

# 组织行为学认知

### 知识目标

理解组织与组织行为的内涵,认识组织的特征;

了解组织行为学的研究内容;

掌握组织行为学的理论;

认识学习组织行为学的意义及应注意的问题,掌握组织行为学的研究原则及方法;

理解各种人性假设及其管理思想与策略;

认识组织行为学面临的新问题。

### 能力目标

掌握梅奥的人际关系学说;

根据我国实际情况,运用四种人性假设观解决组织发展中面临的实际问题。

在现代社会的各个领域、各个层面的活动中,管理都被放在了重要的位置,管理所显示的惊人力量使人们对它的研究兴趣与日俱增。现代组织管理的重点已从金融资本转向人力资本,管理理念也由过去的“物本管理”转向“人本管理”,组织管理“软化”已成为不可逆转的潮流。组织行为学是一门较新的科学,但它的诞生,既有祖先的管理活动及其思想为其渊源,又有历史沿革中不断呈现出来的各具特色的管理理论作为积淀,因此,只有了解组织行为学的发展历程,才能更好地把握这门学科并推动其不断发展。组织行为学是一门综合性学科,也是具有两重性和应用性的学科。管理学、心理学、人性观等理论是构成组织行为学的最主要的理论基础。掌握这些基础理论,有助于读者明确组织行为学的研究方向,加深对组织管理实际问题的理解,以围绕“组织行为学是研究人的一门学问”这个中心,更有效地开展组织管理活动。



## 任务一 初步认识组织行为学



### 任务情境

动物园里的小骆驼问妈妈：“妈妈，为什么我们的睫毛这么长？”骆驼妈妈说：“当风沙来的时候，长长的睫毛可以让我们在风暴中都能看得到方向。”小骆驼又问：“妈妈，为什么我们的背那么驼？丑死了！”骆驼妈妈说：“这个叫驼峰，可以帮我们储存大量的水和养分，使我们在沙漠里无水无食的条件下忍受十几天。”小骆驼又问：“妈妈，为什么我们的脚掌那么厚？”骆驼妈妈说：“那可以让我们重重的身子不至于陷在软软的沙子里，便于长途跋涉啊。”小骆驼高兴坏了：“哦，原来我们这么有用啊！可是妈妈，为什么我们还在动物园里，不去沙漠远足呢？”

**问题：**一个人成功的秘诀是什么？



### 任务分析

组织是由具有不同任务的个人在一个共同目标下聚集在一起构成的。组织行为学研究的是一个组织内的个体和群体的表现，研究的重点是如何用最好的办法实现对组织内个体、群体的管理。组织行为学涉及管理学、心理学、组织机构建设和设计等多个方面的理论和实践知识。学习组织行为学有助于人们理解组织是如何完成自身的目标的，也有助于人们找到更有效、更经济地运作企业的方式。

上述任务情境说明，天生我才必有用，可惜现在没人用。一个好的心态+一本成功的教材+一个无限的舞台=成功。每个人的潜能是无限的，关键是要找到一个能充分发挥潜能的舞台。作为组织的管理者来说，为员工搭建这样一个舞台是非常重要的。这也是学习组织行为学要达到的目的之一。

## 知识精讲

### 一、组织与组织行为

#### (一) 组织

##### 1. 组织的内涵

对组织的定义同管理一样，也是多种多样的。不同的学者从各自的研究角度出发对组织进行了各种各样的阐述。组织理论学家巴纳德(Chester Irving Barnard)认为，人们单独行动会受到主观和客观条件的限制，为了冲破这种限制，以达到单个人所不能达到的目的，需要两个或更多人的合作，这就产生了组织。巴纳德认为：“组织是一个有意识地协调两人以上的活动或力量的合作体系。”



本书认为,组织是指这样一个社会实体:它具有明确的目标导向、精心设计的结构和有意识协调的活动系统,同时又同外部环境保持密切联系。

组织可以分为正式组织和非正式组织。正式组织是指从法律意义上正式确立的组织,如正式注册登记的公司;而非正式组织则是在社会中因各种原因形成的群体,如民间交流团体、地下金融组织等,其中,有些组织是合法的,有些组织是非法的。组织还可以分为营利组织和非营利组织,企业等属于营利组织,政府、基金会、协会等属于非营利组织。组织还可以分为政府组织和非政府组织,各级政府机构属于政府组织,而民间组织和团体则属于非政府组织。此外,还可从各种角度对组织进行分类,如企业从规模角度可分为大、中、小型企业,从所有制性质角度企业可分为民营企业、国有企业、外资企业、合资企业等。

## 2. 组织的特征

人、组织目标和组织结构是组织的三要素。组织的特征可以概括为以下几个方面。

(1) 有明确的目标。没有目标就不是组织而仅是一个人群。目标是组织的愿望和外部环境结合的产物,所以组织的目的性不是无限的,而是受环境影响和制约的。环境包括物质环境及社会文化环境。有了目标后组织才能确定方向,只有确立了目标和方向才能立起大旗,才能有号召力和吸引力去组建一支队伍。

(2) 拥有资源。这些资源主要包括:人、财、物、信息和时间。

① 人。人是组织最核心的资源,是组织创造力的源泉。

② 财。财主要是指资金,资金不同于资本,资本是要讲所有权的,而资金是流动中的货币,主要是使用权。组织在其存在和发展中需要大量的资金,这些资金有一部分是归组织或股东所有的,还有相当一部分是通过各种渠道聚集起来的。有了资金,组织的各项工作才能运转起来。

③ 物。做任何事情物资管理都非常重要,仅有资金是不够的,资金是一种抽象的资源,只有转化成物资,才能完成从抽象到具体、从一般到特殊的过程,从而满足组织发展的特定需要。

④ 信息。现代社会信息传输、交换、存储的手段非常发达,信息量激增,这给管理带来了许多好处,同时也提出了挑战。在海量的信息中如何找到最有价值的信息,如何在信息不完全的情况下进行经营决策,这是对每一个管理者的考验。运用好信息资源对一个企业来说也是非常关键的。

⑤ 时间。时间是生命的尺度,具有不可重复性、不可再生性,而且是不可替代的。科学管理起源于工业革命后期企业家对效率的追求,而效率就是对时间的节约,同样的时间做更多的事、出更多的成果就是效率,从这点上看,可以说管理学这门学科的发展起源于人类理性地对时间的珍爱和对于充分利用自己时间资源的追求。

(3) 具有一定的权责结构。这种权责结构表现为层次清晰,任务有明确的承担者,并且权力和责任是对等的,有多大的权力就有多大的责任。

(4) 与环境互动。组织是一个开放的系统,任何组织都离不开环境,都需要与环境进行物质、能量、信息的交换,都需要适应环境的变化。组织从环境中获得输入,经过一系列的转换,把输出送回环境。离开了与其他组织或个人的相互作用,离开了对环境变化的适应,组织就会失去平衡,陷入困境。



## （二）组织行为

组织行为(organizational behavior)是指人们作为组织成员时表现出来,体现在个体、群体、组织三个层面上的行为。

### 1. 个体的行为

个体的行为(behavior of individual)是指人作为个体表现出来的行为,如人的日常工作行为、知觉行为、归因行为、学习行为、决策行为等。

### 2. 群体的行为

群体的行为(behavior of group)是指人们作为群体成员整体表现出来的行为,如群体的日常工作行为、人际互动行为、从众行为、冲突处理行为、沟通行为等。

### 3. 组织的行为

组织的行为(behavior of organization)是指人们作为组织成员整体表现出来的行为,如组织的日常运作、信息流动、组织学习、组织变革、领导决策等。

## 二、组织行为学的研究内容

组织行为学是研究组织以及组织与环境相互作用中,人们从事工作的心理活动和行为的反应规律性的科学。组织行为学综合运用了管理学、心理学、社会学、文化人类学、经济学、政治学和生物学等学科有关人的行为的知识与理论,来研究一定组织中的人的行为规律。

组织行为学的理论体系大量借鉴了相关学科的有益成果,它把组织及其成员的行为作为研究对象,并根据对象组织化程度划分为以下几个层次。

### 1. 对个体行为的研究

个体是构成组织的最基层的单位,是组织的细胞。从人自身的角度看,人是组织的主体,每个人都具有独立的人格,认识个体是了解组织行为的基础。对个体行为的研究,包括对人性的认识,对个体心理因素中知觉、价值观、个性和态度的认识,对人的需要的认识及有关激励理论的研究。

### 2. 对群体行为的研究

群体是组织的基层单位。群体行为对组织行为有着重大影响,组织行为学要对群体的功能、分类、压力以及群体规模、群体结构、群体规范、群体凝聚力、群体的士气、群体中的人际关系、群体的冲突和沟通等方面进行研究。

### 3. 对组织行为的研究

组织是群体或个体存在的形式,组织的状况直接影响群体或个体的行为效率。组织行为学主要研究组织结构的设计,探讨什么样的组织更有利于激发个体动机,更好地实现组织目标。对组织行为的研究主要包括组织的类型和结构、组织的变革和发展、组织文化建设等。

### 4. 对领导行为的研究

组织行为里包含领导行为。由于在管理活动中领导者的行为有重要的意义和作用,所以习惯上将领导行为单独列为一部分。领导行为是影响组织、群体、个体行为的关键,也是影响工作效率和组织发展的一个核心要素。对领导行为的研究主要包括领导的行为、



功能,领导者的影响力,有关的领导理论,领导者的素质与领导艺术等。

### 三、组织行为学的理论

#### 1. 心理技术学

心理学知识在企业中的应用是从心理技术学开始的。1912年,美国心理学家明斯特贝格(Hugo Münsterberg)所著的《心理学与工业生产率》一书问世。书中论述了用心理测验方法选拔合格工人等问题。心理技术学研究的主要方向是解决如何挑选和培养合格的工人去适应他们所要掌握的机器,即解决人适应机器的问题。这些研究已开始涉及人的管理问题。可以说,心理技术学在管理学历史上最早运用了科学方法研究人员选拔和培训问题。

#### 2. 人际关系学说

1927年至1932年,以美国哈佛大学著名心理学家梅奥为首的一批学者,在美国西屋电气公司所属的霍桑工厂进行了一系列实验。而实际上,霍桑实验是从1924年开始的。当时霍桑工厂内的一些研究者研究厂房照明对生产效率的影响。开始时曾设想灯光的明暗会对劳动生产率产生很大影响,但是实验结果并未证明原来的设想,似乎照明对劳动生产率并无影响,而又不能解释原因何在。随后梅奥接管霍桑实验。梅奥等人经过5年的研究得出了结论。他们的实验和观察表明:员工的士气、生产的积极性主要决定于社会因素和心理因素,决定于员工与管理人员以及员工与员工之间是否有融洽的关系,而物理环境(照明等)、物质刺激只有次要意义。霍桑实验第一次把工业中的人际关系问题提到首要地位,并且提醒人们在处理管理问题时要注意人际关系的因素。梅奥等提出的理论被称为人际关系学说。由此可见,霍桑实验在管理科学的历史上最早提出以人为中心的管理思想,这无疑对组织行为学的形成有很大的促进作用。霍桑实验可以说是组织行为学的先驱性研究。

#### 3. 群体动力理论

群体动力理论的创始人是德国心理学家莱温(Kurt Lewin)。莱温的理论被称为场理论。“场”是借用物理学中“磁场”的概念。莱温认为,人的心理和行为取决于内在需要和周围环境的相互作用,当人的需要未得到满足时,会产生内部力场的张力,而周围环境起着导火线的作用。人的行为动向取决于内部力场与情境力场(环境因素)的相互作用,而主要的决定因素是内部力场的张力。1933年他移居美国后,把场理论用于研究群体行为,提出了“群体动力”的概念。所谓“群体动力”,就是指群体活动的动向,而研究“群体动力”就是要研究影响群体活动的过程、群体行为的动力的诸因素,因为群体活动的动向同样取决于内部力场与情境力场的相互作用。

“群体动力”理论对组织行为学的形成和发展有很大影响,特别是对研究群体行为作出了很大贡献。莱温的学生对于影响群体行为的诸因素(群体规范、沟通、领导等)进行了详细的研究,这些研究构成了组织行为学有关群体行为问题的基本内容。

#### 4. 社会测量学

社会测量学的创始人是莫雷诺(J. L. Moreno)。他原来在维也纳的医院和研究所从事精神病治疗和研究工作,创造了“心理剧”的治疗方法。1927年,莫雷诺迁居美国,从事社会心理学的研究,提出了社会测量理论。从理论上讲,社会测量学有许多值得讨论的问题,但它作为一门测量技术已得到广泛的运用。这种技术主要是通过填写问卷,让被调查者根据





好感或反感对伙伴进行选择,并把这种选择用图表表示出来,从而使研究者可以根据图表对群体中的人际关系进行分析。由此可见,社会测量学为组织行为学研究群体行为提供了科学方法和技术手段。

### 5. 需要层次理论

需要层次理论是美国心理学家马斯洛(Abraham Harold Maslow)提出的。20世纪40年代,马斯洛发表了《人的动机理论》一文,其中首次论述了作为人的动机基础的需要层次理论。马斯洛认为,人的需要可分为五类,即生理、安全、社交、尊重和自我实现的需要。这些需求是从低级向高级发展的。马斯洛的理论对组织行为学激励理论的发展有很大影响,因为人的动机、动机的激发都是以需要为基础的,而激励理论则构成组织行为学中个体行为研究的核心部分。

上述几种理论只是对组织行为学的形成和发展有较大影响,而不是全部理论。本书将在后续章节中对组织行为学形成与发展的相关理论作较详细的论述和评论。但从上述理论的简要介绍中已可以看出,组织行为学并不是凭空产生的,在它成为一门独立的系统学科之前,已有了相当充分的理论基础。

## 四、组织行为学的特点

组织行为学作为管理专业的核心课程,具有非常明显的特点。

### 1. 综合性

组织行为学是一门综合运用心理学、社会学、人类学、政治学、生物学、伦理学等诸多学科的知识,在组织管理实践中来解释组织中人的行为的学科。也就是说组织行为学不仅具有以上这些学科的一些特点,而且由于它是多种学科相融的产物,所以它又同时具有原有学科所不具备的一些新特点。

### 2. 两重性

组织行为学是一门具有两重性的学科。它既具有与组织中人的行为生物性特征相联系、反映人的行为一般规律的属性,即自然属性,又具有反映人的社会活动规律的社会属性,即阶级性。这种两重性来自于三个方面:一是来自学科的多样性;二是来自组织行为学的研究对象——人本身的两重性,即自然性和社会性;三是来自管理的两重性,即自然属性和社会属性。

### 3. 实用性

组织行为学相对于心理学、社会学、人类学等理论性学科来说,属于应用性学科,这些学科是组织行为学的理论基础。在研究和掌握了组织中人的行为规律性后,还要进一步研究评价和分析人的行为的方法,掌握保持积极行为、改变消极行为的技术,目的是紧密联系组织管理者的工作实际,提高他们的工作能力,改善组织的工作绩效,所以说组织行为学是一门实用性学科。

## 五、组织行为学与其他学科的关系

与组织行为学相近的学科有管理学、人力资源管理学和管理心理学,为了更好地把握组织行为学这门学科,本书将其与这三门学科一一进行比较。