



*Organizational
Behavior*



21世纪高等院校经济管理类规划教材

组织行为学

□ 丁敏 主编

ECONOMICS & MANAGEMENT

- 提供教学、学习配套资料
- 内容新颖，可读性强
- 注重实用性



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS



★ 21世纪高等院校经济管理类规划教材

组织行为学

□ 丁 敏 主 编
□ 王春芳 张理中 副主编



人 民 邮 电 出 版 社
北 京

图书在版编目(CIP)数据

组织行为学 / 丁敏主编. -- 北京: 人民邮电出版社, 2012.2
21世纪高等院校经济管理类规划教材
ISBN 978-7-115-27265-2

I. ①组… II. ①丁… 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(2011)第278487号

内 容 提 要

本教材阐述了组织行为学的基本概念、基本方法和基本理论,课程的结构体系,学科发展的新理论、新趋势及面临的挑战,从个体、群体和组织三个层次上系统地对组织中人的行为及其规律性进行了分析,以培养和提高学习者对个体行为、群体行为、组织行为规律的认识、预测和控制能力,并能应用所学知识分析组织中的各种心理与行为,以提高组织绩效。

本教材各章章前有学习目标、关键概念和引例,章节中有可供课堂讨论的小案例,章后有本章小结、复习思考题。

本教材提供课件、电子教案、复习思考题答案、模拟试题与参考答案。

本教材可作为高等院校经济类和管理类各专业本科生教材,也可作为MBA或MPA的教学参考书,同时可作为从事组织管理工作的广大干部和对组织行为学感兴趣且有一定阅读能力的读者的学习读物。

21世纪高等院校经济管理类规划教材

组织行为学

◆ 主 编 丁 敏

副 主 编 王春芳 张理中

责任编辑 刘 琦

执行编辑 万国清

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街14号

邮编 100061 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京昌平百善印刷厂印刷

◆ 开本: 787×1092 1/16

印张: 17

2012年2月第1版

字数: 399千字

2012年2月北京第1次印刷

ISBN 978-7-115-27265-2

定价: 35.00元

读者服务热线: (010)67170985 印装质量热线: (010)67129223

反盗版热线: (010)67171154

广告经营许可证: 京崇工商广字第0021号

21 世纪高等院校经济管理类规划教材

编委会

编委会主任：李随成

编委会秘书组：万国清 李海峰 宣颖

（排名不分先后，按姓名拼音排序）

陈 良 南京财经大学，教授

段兴民 西安思源学院，教授

高忠庭 河北经贸大学，研究员

何元贵 广东外语外贸大学，教授

侯荔江 西南财经大学，副教授

侯 颖 齐齐哈尔大学，副教授

胡日东 华侨大学，教授

黄 勇 对外经贸大学，教授

戢守峰 东北大学，教授

李宝瑜 山西财经大学，教授

李 兵 对外经济贸易大学，副教授

李红霞 西安科技大学，教授

李 丽 安徽工业大学，副教授

李淑平 中原工学院，教授

李随成 西安理工大学，教授

李雪欣 辽宁大学，教授

李子猷 陕西师范大学，教授

梁 军 宁波工程学院，教授

马 洪 上海财经大学，教授

米子川 山西财经大学，教授

乔 瑞 南阳理工学院，教授

秦成德 西安邮电学院，教授

卿 涛 西南财经大学，教授

任 远 西安交通大学，教授

宋瑞卿 山西财经大学，教授

宋 玮 中国人民大学，副教授

王飞跃 贵州财经学院，教授

王辅东 广东工业大学，高级经济师

王汝林 中国电子商务协会移动商务专家咨
询委，常务副主任，教授

王胜洲 河北经贸大学，副教授

王文博 西安交通大学，教授

韦 苇 西安翻译学院，教授

吴声怡 福建农林大学，教授

许永兵 河北经贸大学，教授

于翠华 齐齐哈尔大学，副教授

查会琼 安徽工业大学，副教授

张世君 河南理工大学，教授

张伟峰 宝鸡文理学院，教授

张宗和 浙江工商大学，教授

周 苏 浙江大学，教授

朱金生 武汉理工大学，教授

丛书序

“21 世纪高等院校经济管理类规划教材”根据普通本科高校的教学需求设计并编写，丛书涉及的书目包含经济管理类的专业基础课教材及部分专业课教材。

众所周知教材质量的核心是内容质量，为了将本丛书中每种教材均打造成为优秀教材，由众多教育一线的专家学者组建成的编委会为本套丛书审纲、审稿。可以说丛书中每种教材均凝结了众多编委会成员的心血。我们相信通过大家共同的努力，本套丛书将有希望涌现出几种堪称优秀的、能适应普通本科高校教学需求的、高质量的立体化教材。

为满足社会对人才的需求，普通本科的教学改革持续进行，不少教学改革已经取得令人瞩目的成果。当前高校教师对教学改革配套教材的需求呼声很高，但我们考虑教材出版周期较长和其教书育人的特性使其只适合作为已成熟教学改革方案的载体，未经过较长时间检验的教学改革成果直接体现在教材上并不合适，故而本丛书的所有教材均基于较为成熟的教学改革成果。

教材虽然是传播教学改革成果的最佳工具之一，但仅靠教材本身很难全面地将教改思想传达到位，需要有与教材配套的教案及其他辅助资料。为此我们将本丛书打造成主教材与配套电子资料包相结合的立体化教材，提高教材的应用性和实用性。

本丛书中每种教材所配的电子资料包内均含作者精心制作的电子课件、电子教案、习题答案，有些教材还提供了案例分析、学习指导等更为丰富的教学素材或学习素材。配套电子资料包可参照教材所附的“配套资料索取说明”索取。立体化教材建设与精品课程建设的内容高度相似，本丛书中一些教材源自于已建成的精品课程，部分教材正在进行相关的精品课程建设，这些教材都有精品课程网站支持。

为使教材更加适应当前的教学需求，我们在保证理论体系完整性和系统性的同时，坚持以活泼的创作风格和贴近工作、社会的内容提升教材的可读性和可用性。

尽管我们力图为高校提供高质量的、立体化的、符合未来两三年教改趋势及教学需求的优秀教材，但正如一位国家级教学名师所说：“教材不是编出来的，是教出来的，是经过反复修改，来回‘磨’出来的。”我们这套丛书还未经过反复“打磨”，再加上我们的水平有限，一定尚存在已知的和未知的一些不足，我们有决心持续地“打磨”这套教材，也希望读者给予反馈以资我们修正，使本套教材尽早达到“优秀”的水准（编委会联系方式 wanguoqingljw@163.com 或 goodbook2010@tom.com）。

丛书编委会

2010 年 4 月

前 言

组织行为学是在 20 世纪形成的一门新学科,是应用管理学、心理学和行为科学等知识的边缘性学科,具有很强的实践性与应用性,在管理专业的教学中占有重要地位。它是综合运用与人有关的各种知识,采用系统分析的方法,研究一定组织中人的心理与行为规律的一门科学。作为工商管理 and 公共管理的专业核心课,该学科经历了工业心理学—管理心理学—组织行为学的阶段。加强该学科的研究和应用,对于提高各级管理人员对下属员工的心理与行为的预测、引导与控制能力,提高管理水平,协调个人、群体与组织之间的相互关系,充分调动人们的积极性、主动性和创造性,有效地实现组织目标,取得最佳绩效,具有非常重要的意义。组织行为学自 20 世纪 80 年代初传入中国后,越来越受到人们的重视。

本书的编写力求使学习者全面了解组织行为学的结构体系;掌握组织行为学的基本概念、基本方法和基本理论;掌握组织行为学的研究方法;培养和提高学习者对个体行为、群体行为、组织行为规律的认知能力,并能应用所学知识分析组织中的各种心理与行为,以提高组织绩效。不仅为学习者以后其他相关课程的学习奠定良好的基础,而且使其能结合实践解决管理中涉及的组织中人的行为的各种问题。

本教材有以下几个特点:

一、教学理念更先进。授之以鱼不如授之以渔。全书以科学的理论为主线,最大限度地避免在其他课程中出现的重复的繁杂内容。以实践行为为教学载体,讲述内容清楚、规范而扼要,力求让学习者知其然,知其所以然。

二、教学目标更明确。组织行为学是实践性非常强的课程,学而不用,或不知用,就失去了学习它的意义。所以在编写教材的过程当中,每章都选择了比较多的有中国特色的、具有时代性的案例来提高教学的针对性和实用性,更好地激发学习者对相关问题的思考。

三、教学内容更丰富。教材中不仅有理论学习,还有较多的小案例,在课堂上可以随时进行小组讨论,以强化所学知识,提升学习兴趣,也使得教学方法多样化,教学手段多元化。

四、教学效果更突出。教材的每章都有复习资料,包括名词解释、选择题、简答题、案例分析题等,可以随学随测,不仅能使学习者掌握理论要点,而且能够理论结合实践,学以致用。

本书是集体劳动的成果。由主编丁敏拟定编写大纲,经过编写组成员集体讨论后分工完成各章节的编写工作。各章的分工情况是:第一章由丁敏、王春芳负责编写;第二章由王春芳、周燕、丁敏负责编写;第三章由周燕、苏立宁、邵艳丽负责编写;第四章由丁敏、邵艳丽负责编写;第五章的由苏立宁、王春芳、周燕负责编写;第六章由邵艳丽、丁敏负责编写;第七章由苏立宁、陈怡如、庞义诚负责编写;第八章由张理中、苏立宁、周燕负责编写。编写组成员对各自负责的章节进行了修改,最后由主编统纂定稿。

本教材提供课件、电子教案、复习思考题答案、模拟试题与参考答案索取方式参见“配套资料索取说明”。

本书编写的过程中,我们参阅了国内外大量的管理学相关文献与资料,在教材最后虽有

列出，但难免有遗漏，在此特向所有引用过的文献的作者表示真诚地感谢。另外，本书的编写工作得到了人民邮电出版社编辑们的大力支持，也在此一并表示感谢。同时，本书得到安徽大学 211 三期教学质量工程经费（0041）资助，也是安徽大学质量工程精品课程“组织行为学”建设的阶段性成果。

由于时间与水平所限，本教材无论在内容还是形式上难免有错误、疏漏与不足之处，敬请理论界同行和广大读者提出宝贵意见与建议，以便我们在下次修订中进一步完善。

编者

2011 年 10 月

目 录

第一章 组织行为学导论 1

导入案例 1

第一节 组织行为学的研究对象与学科性质 2

一、组织与组织行为 2

二、组织行为学的概念与学科性质 4

第二节 组织行为学的产生与发展 9

一、组织行为学的产生 9

二、组织行为学的发展 13

第三节 组织行为学的研究方法 14

一、科学的研究方法应遵循的基本原则 14

二、组织行为学的研究分类 15

三、研究组织行为学的具体方法 16

第四节 组织行为学的理论基础 18

一、人的本质 18

二、与组织行为学相关的学科理论 20

本章小结 22

复习思考题 22

第二章 个体心理与行为 25

导入案例 25

第一节 个性理论 26

一、个性的概念与特征 26

二、影响个性形成与发展的因素 27

三、个性理论与运用 27

第二节 气质与管理 28

一、气质的概念 28

二、气质学说与气质类型 29

三、气质类型与管理 31

第三节 性格与管理 32

一、性格的概念 32

二、性格与气质的关系 33

三、性格的内容特征 33

四、性格的类型 34

五、性格与管理的关系 35

第四节 能力与管理 36

一、能力的概念与类型 36

二、能力与性格的关系 37

三、能力的差异 38

四、能力与管理的关系 40

第五节 知觉与行为 40

一、感觉与知觉 40

二、社会知觉与行为 44

第六节 情绪、价值观与行为 46

一、情绪与情感 46

二、价值观 48

第七节 态度与行为 51

一、态度的概念 51

二、态度的特征 51

三、工作态度 51

四、态度的形成与改变 52

五、态度改变的理论与方法 53

本章小结 55

复习思考题 55

第三章 激励理论与应用 57

导入案例 57

第一节 激励概念、过程和激励理论分类 58

一、激励的概念、过程与作用 58

二、激励过程中的主要要素 60

三、激励理论的分类 62

第二节 内容型激励理论 63

一、需求层次论 63

二、ERG 理论 66

三、双因素理论 67

四、成就需要理论 69

第三节 过程型激励理论	70	五、有效沟通的途径	128
一、期望理论	70	六、沟通技巧	129
二、公平理论	72	第二节 群体冲突	131
三、目标设置理论	73	一、冲突的概念与类型	131
第四节 行为改造型激励理论	74	二、冲突的过程	133
一、强化理论	75	三、解决冲突的策略	134
二、挫折理论	76	四、引发建设性冲突的策略	135
第五节 综合激励理论	81	第三节 人际关系	136
一、综合激励模式	81	一、人际关系概述	136
二、综合激励模式对管理者的启示	82	二、人际吸引和人际交往	140
本章小结	82	第四节 工作团队	145
复习思考题	83	一、工作团队概述	145
拓展训练	85	二、高效团队的建立	149
第四章 群体与群体行为基础	87	本章小结	152
导入案例	87	复习思考题	153
第一节 群体概述	88	拓展训练	157
一、群体的概念与功能	88	第六章 领导心理与行为	158
二、群体的类型	90	导入案例	158
三、群体形成和发展的阶段	92	第一节 领导与领导素质理论	159
第二节 群体行为的特性	93	一、领导的概念及其实质	159
一、群体行为的模型	93	二、领导的有效性	161
二、群体行为的一般特性	94	三、领导特质理论	164
第三节 群体行为与工作绩效	100	四、领导者的素质分析	166
一、群体动力	100	五、领导者的素质评价	168
二、群体规范	102	六、对领导特质理论的评析	169
三、群体压力与从众	104	第二节 领导行为理论	170
四、群体决策	112	一、领导行为四分图模型	170
本章小结	115	二、管理方格模型	171
复习思考题	115	三、PM 型领导模型	172
第五章 群体交互行为	118	四、利克特的领导系统模型	173
导入案例	118	五、勒温的领导风格理论	174
第一节 群体沟通	119	六、对领导行为理论的评析	175
一、群体沟通的概念和特征	119	第三节 领导权变理论	176
二、沟通的过程	119	一、领导行为的连续带模式	177
三、沟通的类型	122	二、费德勒模型	178
四、有效沟通的障碍	125	三、途径-目标模式	180
		四、不成熟-成熟理论	181

五、领导生命周期理论·····	183
六、领导权变理论评析·····	184
第四节 领导理论的发展 ·····	185
一、领导的归因理论·····	185
二、魅力型领导理论·····	186
三、交易型与变革型领导理论·····	187
四、其他新型领导理论·····	188
本章小结 ·····	192
复习思考题 ·····	192
 第七章 组织结构与组织变革 ·····	196
导入案例 ·····	196
第一节 组织结构概论 ·····	197
一、组织结构·····	197
二、组织结构理论·····	197
第二节 组织结构设计 ·····	200
一、组织结构设计的原则·····	200
二、组织的结构的类型·····	204
第三节 组织变革概述 ·····	208
一、组织变革的基本动因·····	208
二、组织变革的内容·····	210
三、组织变革的阻力及对策·····	212
第四节 组织变革实施 ·····	215
一、组织变革的模式·····	215
二、组织变革的措施·····	217

本章小结 ·····	222
复习思考题 ·····	223
 第八章 组织发展与组织文化 ·····	226
导入案例 ·····	226
第一节 组织发展 ·····	227
一、组织发展概论·····	227
二、组织发展过程·····	229
三、组织发展的技术·····	230
四、工作生活质量·····	232
第二节 组织文化概述 ·····	236
一、组织文化的内涵·····	236
二、组织文化的结构与内容·····	239
三、组织文化对组织行为的影响·····	242
第三节 组织文化建设 ·····	243
一、组织文化的形成·····	243
二、组织文化的维持·····	245
三、组织文化的类型·····	247
四、加强组织文化建设的方法·····	250
本章小结 ·····	253
复习思考题 ·····	253
 主要参考文献 ·····	257
配套资料索取说明 ·····	259

第一章 组织行为学导论

学习目标：通过本章的学习，重点掌握组织行为学的概念、组织行为学的学科性质和主要理论来源，掌握组织行为学的基本研究方法，了解组织行为学的产生与发展状况。

关键概念：组织 行为 组织行为 积极组织行为学

导入案例

经过多年的打拼，赵阳终于注册了自己的公司，专门从事建筑供应业务。开始时，公司的人员不多，业务量也很少，主要是靠一些好朋友的帮助，公司才勉强维持运转。一个偶然的机会，赵阳结识了建筑行业联合会的理事长，于是拿到了一个大型建筑项目的供应合同。公司在质量和速度上狠下工夫，认真对待，非常珍惜得来不易的机会，因此赢得了开发商的高度赞赏。从此，公司进入高速增长的新阶段。

五年后，公司的人数增加到100余人，许多问题也逐渐显现出来。主要问题有：赵阳与好朋友间因某些业务问题闹翻，从此不再往来。同时，赵阳还发现自己在办公室处理文件的时间越来越长，有许多员工已经不认识，也无法直接指挥仓库的工作。他任命两位公司元老为仓库的业务经理，但自己依然掌握着所有事项的决策权，凡事亲历亲为，甚至坚持亲自检查和签署采购单。公司大多数的合同还是由赵阳通过私人关系获得的。业务经理们感到自己缺乏相应的职权来从事经营管理工作，但由于他们与赵阳共事多年，非常忠诚，也不想争权，所以总是在左右为难中工作着。

最近，又接连发生了几件事情：一位比较重要的客户抱怨公司没能及时供应一些关键物资，表示今后不再合作；许多优秀员工陆续提交了辞职书；财务汇报说公司的营业额和利润出现了明显下降。赵阳感到了问题的严重性。

此时公司面临哪些严重影响组织绩效的组织行为问题？

随着组织的产生与发展，组织行为问题越来越重要。组织是由人组成的开放的复杂系统，人们在组织中工作，与他人建立了各种各样的关系，不同的人际关系影响了组织中的人、群体与组织，更重要的是影响到了组织绩效及组织终极目标的实现。通过开篇案例，我们可以分析出，组织结构、组织变革、组织发展、组织文化、领导能力与领导艺术、群体冲突、群体沟通、激励机制设计等，成为严重影响该公司组织绩效的组织行为问题，我们也建议赵阳采取以下方法改善现状：

- (1) 进行有关组织行为学培训，以提升全体管理人员的理念和技能；
- (2) 进行组织变革，促进组织发展；

- (3) 加强公司群体沟通机制；
- (4) 改善激励机制；
- (5) 加强对领导的培训，提高领导能力与领导艺术。

所以，作为组织管理者，没有一定的组织行为学的知识是万万不行的。赵阳虽然很努力地工作，但组织绩效的提升不仅仅来源于管理者的技术能力，更重要的是来源于管理者的组织行为的技能，要善于了解员工的能力与动机、分析与处理群体冲突，及时进行组织变革等。本书主要是系统介绍组织行为学的基础知识与理论，以期改善管理者的组织行为技能，提升组织绩效。

到底什么是组织？问题似乎很简单，学校、政府、医院、银行等都可以称为组织。人们在组织中寻找爱与被爱，寻找认同与尊重；在组织中感受成功与失败，获得满意与失望……组织因为有人而变得丰富多彩，也因为有人，组织变得复杂起来。

第一节 组织行为学的研究对象与学科性质

一、组织与组织行为

(一) 组织

1. 组织的含义

巴纳德认为，组织是人们为了达到共同的目标而有序地形成一个动态的系统的社会共同体。本书认为，组织是具有特定目标、资源、结构，时刻与环境相互作用的开放系统，如图 1.1 所示。

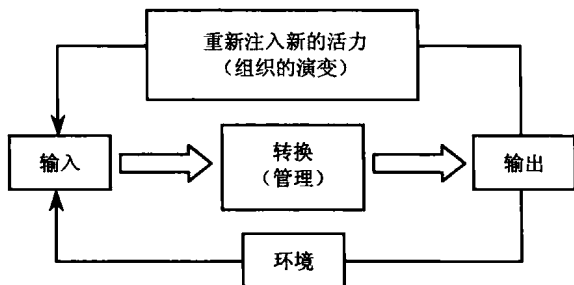


图 1.1 组织是一个开放系统

(1) 特定目标。组织是适应于目标的需要而存在的，目标决定了任何一个组织作为社会组成部分存在的必要性与合理性，所以每一个组织都应有自己明确的目标。企业的目的与宗旨就是赢利最大化，学校的目的与宗旨就是为社会发展培养人才，医院的目的是为社会提供优质的医疗服务等。

(2) 资源。实现组织的目标需要人、财、物、时间、信息等各种资源。只有通过资源有效整合并将其转化成其他组织或个人所需的各类产出，才能实现组织目标，也才能使组织生存与持续发展。

(3) 结构。组织活动所需的资源最终是由人来配置的,如何有效地分工与协调,使组织中的人发挥其最大效用,是组织运作的重要问题。所以,组织需要科学地划分部门、管理层次以及各自的责任、义务、权力与利益;需要科学地安置每个成员并落实其权利;需要建立有效的沟通与协商机制,以保障组织正常运行。

(4) 互动(交换)。组织不是存在于真空中的,在现实环境中的组织是一个开放系统,要不断地与内外环境进行能量、信息、物质等的交换,以使得组织时刻与环境相互作用,从而适应环境的变化,求得组织的持续、稳定发展。

2. 组织的类型

一般说来,组织的类型主要有以下几种。

(1) 按组织成员的多少进行分类,可分为小型组织(3~30人)、中型组织(30~1000人)、大型组织(1000~45000人)、巨型组织(45000人以上)。

(2) 按组织的社会职能进行分类,可分为文化性组织、经济性组织与政治性组织。文化性组织是一种人们之间相互沟通思想、联络感情、传递知识和文化的社会组织,各类学校、研究机构、艺术团体、图书馆、艺术馆、博物馆、展览馆、纪念馆、报刊出版单位、影视电台等都属于文化性组织;文化性组织一般不追求经济效益,属于非营利组织;经济性组织是一种专门追求社会物质财富的社会组织,它存在于生产、交换、分配、消费等不同领域,工厂、工商企业、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了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。

(3) 按组织成员的受益程度来分类,可分为互利组织、商业组织、服务组织与公益组织。互利组织是对参加者都有好处的组织,如工会、党派、俱乐部等;商业组织是从事工商活动的组织,如工厂、公司、企业、银行等;服务组织是为某些人士直接提供服务的组织,如医院、大学、福利院等;公益组织是为社会所有人提供服务的组织,如警察、行政机构、军事、科研机构等。

(4) 按组织控制成员的方式进行分类,可分为强制型组织、功利型组织与规范型组织。强制型组织是采用高压、威胁、暴力等手段控制其成员行为的组织,如监狱、精神病院等;功利型组织是用金钱或物质为媒介来控制下属行为的组织,如工商企业等;规范型组织是通过在伦理道德或观念、信仰等基础上形成的规范权力来控制成员行为的组织,如宗教团体等。

(5) 按组织目标的不同来分类,可分为营利组织、非营利组织和公共组织。营利组织指以获利为主要目标的组织,如工商企业、私立医院、私立学校等;非营利组织是营利组织的重要目标市场,承担许多重要的社会职能,是为其他组织提供独特服务的组织,如国有医院、国有学校、慈善机构等;公共组织是指负责处理国家公共事务的组织,即通过法律、经济等手段管理营利与非营利组织,使它们的运作符合国家与公众利益的组织,如政府、立法部门、司法部门、军事机构等。

(二) 组织行为

组织是由人组成的复杂系统。如果想在组织中如鱼得水,人际沟通的知识与技能是必不可少的。

1. 行为

《现代汉语词典》(第五版)对“行为”的解释是“行为是指受思想支配而表现在外面的活动”。《韦氏大词典》对行为的解释是“处理自身的方式;对外界刺激反应的某种表现;个体、组织等方面对其外部环境的反应;某种事物活动的方式”。可见,东西方对行为解释是有差别的。东方哲学学者强调人的反应——意识环节,西方心理学学者强调外部刺激——人的反应。尽管人们从不同的角度给了各种不同的解释,但总的来说,人们无法否认,人的行为是其内在的心理需要与外部的社会环境相互作用所产生的一系列指向外部的活动,是人这一主体对所处环境这种客体所做的反应。德国著名心理学家勒温(K.Lewin)认为,人的行为是人与环境相互作用的结果,或者说行为是人与环境的函数: $B=f(P,E)$,其中, B 为 Behavior; P 为 Personality; E 为 Environment。我们认为,行为是指人或动物表现的,和生理、心理活动紧密相连的、外显的运动、动作或活动。

一般来说,人的行为具有以下特点:目的性,即行为总是指向某个目标;因果性,即行为是目标的因,目标是行为的果;能动性,即行为具有主观能动性,它既要符合环境的要求又要满足人本身的需要,所以在不同的时间、地点、条件下,人的行为会不断发展变化;持久性与变动性,即人的行为反应在一定时间内具有相对持久性,但在一定条件下也是可变的,可以通过各种措施,包括制度、培训等方式方法消除消极行为,诱导和发挥积极行为;社会性,即行为离不开外在的环境刺激,人的行为实质是人的生理因素、心理因素与客观环境相互作用的结果和表现。

2. 组织行为

组织行为是指各类组织的每位成员在工作过程中表现出的所有行为。组织成员下班后的业余活动,如娱乐、交友、健身、购物等都不是组织行为,组织行为必须是组织成员在工作过程中表现出来的行为。一般来说,组织行为涉及两个基本问题:① 组织对其成员的思想、感情和行动的影响方式;② 组织的各个成员的行为方式及其绩效对整个组织绩效的影响。如果一位管理者想了解如何影响他的下属产生更好的行为,他就需要更多地研究那些潜在(行为)方面的因素,正如组织冰山图中给出的那些,如图 1.2 所示。

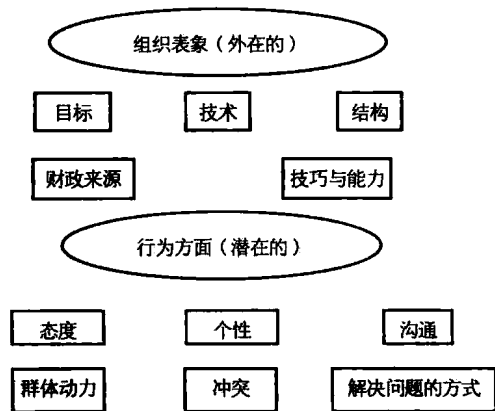


图 1.2 组织冰山

3. 组织行为的种类

组织行为一般分为微观组织行为和宏观组织行为,如图 1.3 所示。

组织活动的复杂性,也使得组织行为的分析和研究呈现出多层面的特点:个体层面、群体层面、组织层面。另外,研究组织行为还必须研究组织与环境的相互关系。

二、组织行为学的概念与学科性质

(一) 组织行为学的概念

组织行为学是个舶来品,其原文是: organization behavior, 简称 OB。翻译过来应该是“组

织行为”，为体现它是一门学科，故在组织行为后面加上了一个“学”字，因而形成了“组织行为学”。

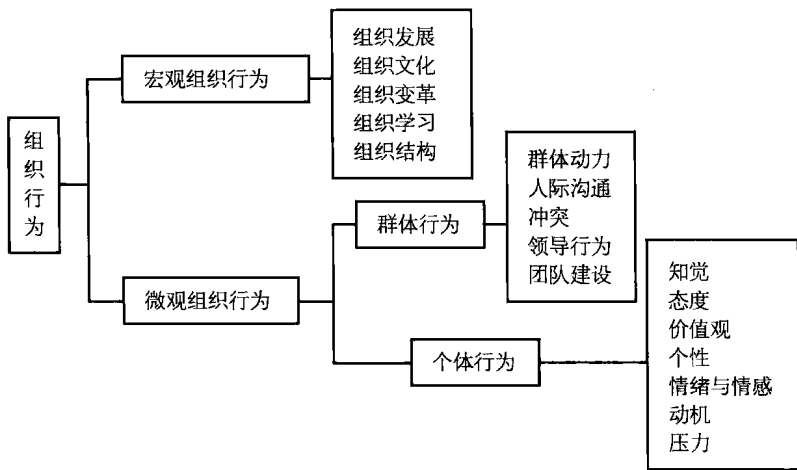


图 1.3 组织行为的种类

组织行为学是研究组织中人的心理和行为表现及其规律，提高管理人员预测、引导和控制人的行为的能力，以实现组织既定目标的科学。

在这个概念中，我们要把握以下几点。

1. 组织行为学的研究对象

组织行为学的研究对象是人的心理和行为的规律性。既研究人的心理活动的规律性，又研究人的行为活动的规律性，组织行为学是把这两者作为一个统一体来研究的。人的行为与心理是密不可分的，心理活动是行为的内在体现，行为是心理活动的外在表现。因此，必须把两者作为统一体进行研究。

2. 组织行为学的研究范畴

组织行为学并不是研究一切人类的心理和行为规律，而是只研究工作组织中的人的心理与行为的规律。如工厂、商店、学校、机关、军队、医院等所有的工商企业、社会团体、事业单位以及国家机关等组织。在这些组织中研究人的心理和行为规律，不仅是研究单个人的心理和行为，而且还要研究聚集在一起的人的心理和行为规律。

3. 组织行为学的研究方法

从系统观来看，把个体的人放在群体这个较大的系统中来研究，个体就是群体的子系统，而很多的群体又组成一个组织。因此，群体又是组织这个大系统的子系统，它们均自成系统而又相互密切联系不可分割。而个体、群体和组织不是存在于真空当中，而都处在社会环境这个更大的系统中，相互联系相互作用，因此它们又都是社会环境的子系统。所以，组织行为学不是孤立地研究一个组织中的个体、群体和组织的心理与行为，而是运用系统分析的方法来研究它们。

4. 组织行为学的研究目的

通过组织行为的研究，在掌握一定组织中人的心理和行为规律性的基础上，提高预测、

引导、控制人的行为的能力，特别是采取相应的措施变不利行为为有利行为，以实现组织预期的目标，取得最佳的组织工作绩效。所以，组织行为学的研究目的是预测、引导、控制人的行为，以达到组织既定的目标。

（二）组织行为学的研究内容

组织行为学是现代管理科学和行为科学发展过程中派生出来的一门综合性、边缘性学科。它主要研究人的行为激励、探索人的行为规律，旨在寻求和提高激励人的心理与行为的各种途径与技巧，从而达到最大限度地提高组织管理效能的目的。组织行为学研究的主要内容有以下几个方面。

1. 个体心理与行为

所谓个体心理，是指个体在特定的社会部门或组织系统中因其所处的角色地位而表现出的心理现象。个体心理包括个人行为的发展过程、态度、个性、价值观、情感发展以及社会认知等。个体行为则是指处于组织环境中的个人的所作所为。组织行为学研究个体心理与行为的共同规律，目的在于对它进行引导和控制，使之符合组织目标。

2. 群体心理与行为

组织中的人们总是处在某种关系之中，并由于这些关系的亲近或疏远的程度不同，从而呈现为不同的群体。要有效地对人们进行管理，达到组织目标，就必须研究群体心理与行为，包括群体心理的特征、群体动力、群体的冲突与沟通、群体中的人际关系以及高绩效团队的建设等，使管理者能掌握群体行为形成的原因，并对之进行有效的协调、引导与控制。

3. 领导心理与行为

领导行为是影响组织、群体和个体行为，进而影响组织生产与组织绩效的一个关键性因素。虽然领导者作为普通个体，领导班子作为一般群体，有其一般性规律，但在管理活动中，他们特殊的身份地位、角色、职责与功能，决定了他们的特殊性和重要性。领导行为研究的内容主要包括领导的影响力、领导素质理论、领导行为理论、领导权变理论以及领导艺术等问题。领导行为研究的目的在于为领导者的选拔、培训与考核提供理论依据，旨在提高领导艺术水平和领导效率。

4. 组织心理与行为

组织是个体和群体实现某种目标的载体，组织状况直接影响个体或群体的心理与行为效率。而组织行为直接关系到组织自身的生存和发展。因此，对于研究组织心理与行为具有十分重要的意义。组织心理与行为研究的内容主要包括组织结构、组织设计、组织变革、组织发展以及组织文化等问题。组织心理与行为研究的目的是分析组织结构、管理体制、组织文化对组织成员心理和行为以及组织效率的影响，以促进组织管理效率的提高；探索组织变革、组织发展的原则和模式，促进组织不断完善和发展。

（三）组织行为学的学科性质

组织行为学作为一门学科，具有其自身的特点。

1. 组织行为学的跨学科性与综合性

组织行为学是以行为科学（主要指心理学、人类学、社会学）、管理学（主要指人事管理

学、组织管理学)的概念、理论、模式和方法为主要知识基础,同时吸取了政治学、经济学、历史学、生物学、生理学等社会科学和自然科学中有关论述人类行为、心理的内容,充分体现了这门科学的跨学科性、边缘性与综合性,如图 1.4 所示(孙彤, 2000)。

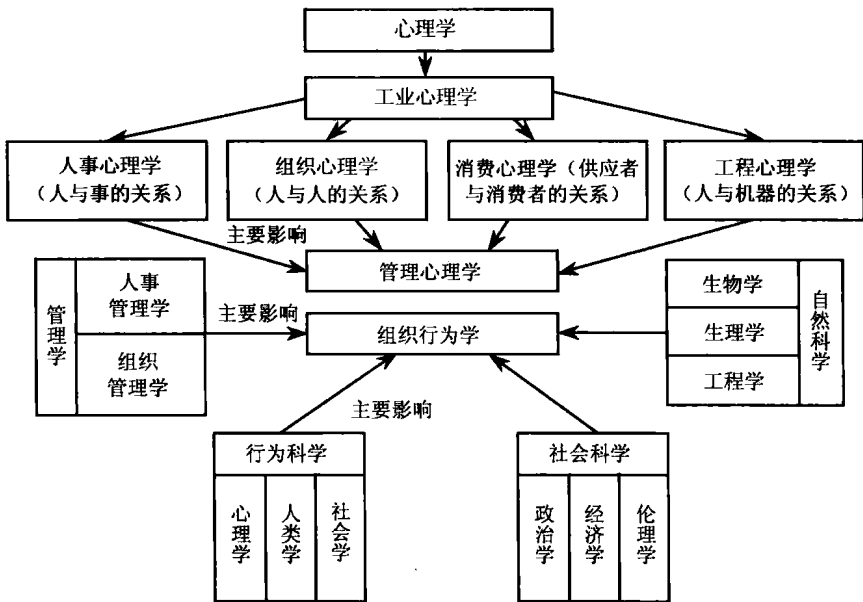


图 1.4 组织行为学的跨学科性

2. 组织行为学的层次性

组织行为学的研究对象分三个层次：组织中的个体行为，包括知觉、个性、价值观、态度、情感与情绪、动机和挫折等；组织中的群体行为，包括群体的形成、动力、沟通、冲突、群体决策、团队建设以及领导有效性等；从组织角度研究的组织行为，包括组织结构设计、组织发展与变革、组织文化等。特别注意的是，组织行为学的种种研究始终与外界（社会）环境相互作用，息息相关。

3. 组织行为学的两重性

这是组织行为学最为突出的一个特点。两重性主要来自于以下三个方面。

（1）多学科性。组织行为学的研究内容既涉及普通心理学、生物学、生理学等不具有阶级性的自然科学，又涉及社会学、社会心理学等明显有阶级性的社会科学。

（2）“人”的两重性。组织行为学的研究对象——“人”是具有两重性的，即人具有自然属性和社会属性。一方面把个体和群体作为生产力的一个要素，即作为劳动者来研究，是没有阶级性的，也就是说，通过劳动者的劳动不断创造出物质产品，发展了社会生产力。这时，人是生产力中最活跃的要素——劳动者，人具有的是自然属性；另一方面，不管是个体的或群体的人都不能孤立存在，总是存在于相互联系、相互影响的特定社会环境中，这时，人处于一种人与人的关系中，从而具有社会人的属性。鉴于不同社会制度下生产关系的性质不同，所以组织行为学所研究的人又具有社会属性。

（3）管理的两重性。管理一方面作为对人们共同劳动的协调和指挥，反映了社会化大生产的共同规律，具有一般性和共性，这种共性不受社会制度的制约，即是管理的自然属性；