

21世纪高等继续教育精品教材·工商管理系列

主编◎顾培忠 任岫林

组织行为学

ZUZHI XINGWEI XUE



 中国人民大学出版社

21 世纪高等继续教育精品教材·工商管理系列

组织行为学

主编 顾培忠 任岫林

中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

组织行为学/顾培忠, 任岫林主编. —北京: 中国人民大学出版社, 2011. 12

21 世纪高等继续教育精品教材. 工商管理系列

ISBN 978-7-300-14991-2

I. ①组… II. ①顾…②任… III. ①组织行为学-成人高等教育-教材 IV. ①C936

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 263723 号

21 世纪高等继续教育精品教材·工商管理系列

组织行为学

主编 顾培忠 任岫林

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 山东省高唐印刷有限责任公司

规 格 185mm×260mm 16 开本

版 次 2011 年 12 月第 1 版

印 张 17.5

印 次 2011 年 12 月第 1 次印刷

字 数 415 000

定 价 35.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

总 序

21 世纪,科学技术发展日新月异,发明创造层出不穷,知识更新日趋频繁,全民学习、终身学习已经成为适应经济与社会发展的基本途径。近年来,我国高等教育取得了跨越式的发展,毛入学率由 1998 年的 8% 迅速增长到 2008 年的 23.3%,已经进入到大众化的发展阶段,这其中高等继续教育发挥了重要的作用。同时,高等继续教育作为“传统学校教育向终身教育发展的一种新型教育制度”,对实现“形成全民学习、终身学习的学习型社会”、“构建终身教育体系”的宏伟目标,发挥着其他教育形式不可替代的作用。

目前,我国高等继续教育的发展规模已占全国高等教育的一半左右,随着我国产业结构的调整、传统产业部门的改造以及新兴产业部门的建立,各种岗位上数以千万计的劳动者,需要通过边工作边学习来调整自己的知识结构、提高自己的知识水平,以适应现代经济与社会发展的要求。可见,我国高等继续教育的发展,既肩负着重大的历史使命又面临着难得的发展机遇。

我国的高等继续教育要抓住机遇发展,完成自己的历史使命,从根本上说就是要全面提高教育教学质量,这涉及多方面的工作,但抓好教材建设是提高教学质量的基础和中心环节。众所周知,高等继续教育的培养对象主要是已经走上各种生产或工作岗位的从业人员,这就决定了高等继续教育的目标是培养能适应新世纪社会发展要求的动手能力强、具有创新能力的应用型人才。因此,高等继续教育教材的编写“要本着学用结合的原则,重视从业人员的知识更新,提高广大从业人员的思想文化素质和职业技能”,体现出高等继续教育的针对性、实用性和职业性特色。

为适应我国高等继续教育发展的新形势、培养应用型人才、满足广大学员的学习需要,中国人民大学出版社邀请了国内知名专家学者对我国高等继续教育的教学改革与教材建设进行专题研讨,成立了教材编审委员会,联合中国人民大学、中国政法大学、东北财经大学、武汉大学、山西财经大学、东北师范大学、华中科技大学、黑龙江大学等 30 多所高校,共同编撰了“21 世纪高等继续教育精品教材”,计划在两三年内陆续推出百种高等继续教育精品系列教材。教材编审委员会对该系列教材的作者进行了严格的遴选,编写教材的专家、教授都有着丰富的继续教育教学经验和较高的专业学术水平。教材的编写严格依据教育部颁布的“全国成人高等教育公共课和经济学、法学、工学主要课程的教学基本要求”;教材内容的选择克服了追求“大而全”的现象,做到了少而精、有针对性,突出了能力的训练和培养;教材体例的安排突出了学习使用的弹性和灵活性,体现“以学为主”的教育理念;教材充分利用现代化的教育手段,形成文字教材和多媒体教材相结合的立体化教材,加强了教师对学生学习过程的指导和帮助,形象生动、灵活方便,易于保存,可反复学习,更能适应学员在职、业余自学,或配合教师讲授时使用,会起到很好的

教学效果。

这套“21 世纪高等继续教育精品教材”在策划、编写和出版过程中，得到教育部高教司、中国成人教育协会、北京高校成人高教研究会的大力支持和帮助，谨表深切谢意。我们相信，随着我国高等继续教育的发展和教学改革的不深入，特别是随着教育部“高等学校教学质量和教学改革工程”的实施，这套高等继续教育精品教材必将为促进我国高校教学质量的提高做出贡献。

杨干忠

前言

组织行为学作为各管理专业的核心课程，日益受到管理学界与业界的共同重视，甚至有取代“管理学”的趋势，具有不可替代的重要性。

组织行为学内容博大，涵盖了组织中的各个层次与方面，无论从广度与深度均超过了管理专业中的其他课程，尤具综合性（理论基础涉及心理学、社会学、政治学、文化学、伦理学等诸多学科）、系统性（观察问题、分析问题与解决问题角度更加全面与深入）、实践性（学科是从管理实验中建立又在管理过程中发展，与管理操作关系密切）、开放性（不断与时俱进，汲取学界的前沿理论与业界的最新案例；针对复杂多变的组织内外状况，权变地解决面临的问题）。

已经公开出版的国内高校组织行为学教材不同程度存在不足：或内容条目庞杂而表达简省；或理论材料堆砌，缺乏内在逻辑性；或案例脱离国情实际，阐述简单化；或表达提纲化、分析展开不够，这些现象必定造成阅读理解的难度。而作为大学毕业后继续教育的教材要求突出应用与提高能力，试想理论若没弄清何谈应用？另一通病是理论应用与能力训练的指导与设置均强度不够。

作为大学后继续教育层次工商管理系列教材，本书着眼通俗简明介绍组织行为学的基本内容，采用重点突出与一般概述相结合，对学科重点问题力求讲解清楚，对概述部分点到为止——使读者对学科概念与要点、全貌与展望有一明确的认识，做到基本入门，为学习者进一步研习运用夯实基础，“领进门”之谓也。理论运用与能力训练方面，重在指明思路，稍举样例、辅作提示、提供线索、明确操作程序，力求使学习者在方法论上有初步的领悟与自觉，进而固化为正确的思维习惯与行为习惯，“授之渔”之谓也。学科理论方面，在重点介绍的基础上注意汲取最新研究成果、介绍前沿发展；案例遴选方面以正面为主，以国内诸强企业为主，力求西方先进管理理论与中国实际相结合，有时代感，“取法乎上”之谓也。

所有高等教育的内在核心都是结合所学专业对学生进行高级思维训练。作为已经具备业界实践经验的大学后继续教育成员，实干诚可贵、思路更重要。一切能力（素质）中，思维能力是根本，应该强化提高思维能力的自觉性！而人的素质之王者是思想素质，其要件有二：一是人格；二是创新。“人格”包括独立与伦理，“创新”包含自由与标新（注意本书导论的展开阐述）。坚持系统的思考与坚守伦理的底线，是阅读本书时应该铭记的。

对读者而言，仅靠本书陈述对于深入研究组织行为学是不够的。为此，书后提供了最低限度读书篇目和一些重点网址，以备不时之需。同样，仅靠本书训练对于提高相应能力也是不够的，读者如能依照本书介绍的思路与程序，加大实践的强度，自我训练、提高自我，自觉地运用所学理论去分析解决所在组织面临的实际问题，真正改变思维模式与行为模式，量的积累必将带来能力质的提升！

除了上述情况，本书编写的现实困难是时间紧，很多地方均有匆忙的痕迹，难免挂一漏万，特别是在全书内在的逻辑性和语言表达的准确性方面尚有待完善。

本书内容具有普遍意义，对所有的读者都会有用场，理由是任何规律上升到哲学高度都是一样的。管理学95%的内容对所有行业都是一样的，只有5%的内容有专指性。另外组织行为学的核心主题是“人”，为人成事的基本技能是人际关系技能，“组织”亦是人的行事形式（荀子云：力不若牛，走不若马，而牛马为用，何也？曰：人能群，彼不能群也），这又是所有读者都无法回避的一个话题。

诺贝尔奖得主杨振宁教授曾对中国学生说过：“希望寄托在你们年轻人的身上——寄托在脚踏实地的、有思想的、经过训练的年轻人身上。”在这里转赠读者。特别敬请注意的是他话中提到的三个定语，即“希望”所在的前提条件。

编写过程中，博采众长借鉴了海内外大家著作，限于篇幅未在文内一一注明，仅在书后“参考文献”一并列出。如有不周，恭请海涵！另外，本书力求结合现实倡导应用，本意是引发思考提升思维，所列案例评述提示均非终极答案，如有不妥，敬请雅正。

本书由主编顾培忠教授、任岫林教授拟订编写大纲。编写组成员分工如下：第1章，顾培忠；第2章，米燕涛、顾培忠；第3章，任岫林；第4章，陈鸿雁、任岫林、顾培忠；第5章，任岫林、王素霞、顾培忠；第6章，顾培忠、张玉英；前言，顾培忠；附录，顾培忠。本书由河北科技大学外国语学院何畏负责外文资料的翻译与整合工作。主编顾培忠、任岫林对书稿进行统纂，对各章内容进行了不同程度的调整与修改，并完成了各章节书稿的文字整合处理工作。

编者谨识

2011年11月

目 录

第1章 导论	1
1.1 组织行为学的基本概念	3
1.2 组织行为学的产生、发展及学科体系的形成	11
1.3 学习组织行为学的目的和意义	20
1.4 组织行为学的研究方法	27
1.5 组织行为学面临的新问题	33
第2章 个体行为	41
2.1 知觉与行为	43
2.2 个性理论及其应用	48
2.3 个性差异与管理	53
2.4 价值观与态度	60
2.5 情绪、情感与情商	71
第3章 激励理论与实践	83
3.1 激励概述	84
3.2 内容型激励	90
3.3 过程型激励	100
3.4 行为改造型激励	105
3.5 综合激励模式	113
3.6 如何提高激励水平	116
第4章 群体行为	125
4.1 群体行为基础	126
4.2 群体互动	131
4.3 群体中的人际关系	138
4.4 沟通	140
4.5 群体冲突	147

4.6 团队 153

第 5 章 领导行为 167

5.1 领导 169

5.2 领导理论 175

5.3 领导决策 189

5.4 提高领导的有效性 196

第 6 章 组织行为和管理 210

6.1 组织结构和组织设计 212

6.2 组织文化 230

6.3 组织环境 239

6.4 组织变革与发展 243

6.5 工作压力 251

6.6 组织学习 257

附录 推荐阅读之书目及网址 266

主要参考文献 269

第1章 导论

本章提要

本章是全书的概念部分，回答的是何谓组织行为学，要使读者形成一个鲜明的组织行为学概念，包括相关的定义、理论的演进、学科的形成、特征的实质、研究的目的、学习的意义、学习的原则、全书的结构、应用的思路、方法的举例、前沿的挑战、道德的思考等，一句话，是全书的缩影与引子。接下去的各章按组织行为的三个子系统依次展开。明确研究组织行为学的目的是要了解、预测和控制（塑造）员工的行为，提高人际交往技能，进而通过人的行为与组织结构的变化，来提高组织绩效。对我国企业而言，则要尽快提高核心能力与执行力，学习原则是从实际出发，自觉提高思想素质与方法论水平，固化以人为本的价值观。

学习目标

1. 深入理解组织、行为、组织行为三个重要概念，认识、掌握组织系统的各种特征；
2. 了解组织行为学的概念、学科的由来、发展历史及与其他学科的关系；
3. 理解人性的假设及其相关的管理对策；
4. 充分认识学习组织行为学的目的和意义；
5. 掌握组织行为学的学科体系构成（包含的主要知识领域）和学科特点；
6. 认识、掌握组织行为学的各种研究方法；
7. 了解组织行为学面临的机会和挑战。



引例

开心享受工作

有竞争力的薪酬、灵活的工作时间、免费的午餐、每个周末的羽毛球比赛……携程旅行服务互联网（ctrip.com）公司的福利让人羡慕。当然，很多年轻人并不是冲这些选择携程。他们更看重的是，携程可以给自己和伙伴们开心享受工作的空间。对于一家历史不足10年、员工平均年龄只有26岁的公司来说，这非常重要，它使携程入选《财富》杂志2007年卓越雇主。

携程让人喜欢的地方远不止这些。互联网在中国市场方兴未艾，携程以独特的商业模式成为行业中闪亮的新星。2007年，携程的收入达到10亿元人民币，是2005年的5倍，在美国纳斯达克的市值约为30亿美元，令对手望尘莫及。它牢牢盯住了中国中产阶级的在线旅游市场，提供酒店预订、机票销售和度假打包服务。

携程成功的秘诀是什么？这里的每个人都会告诉你：信任。不同于其他互联网公司，携程只有不超过 200 名技术工程师，约占员工总数 80% 的呼叫中心员工分布在全国各地。携程上海公司最近刚刚搬进新办公楼，这里宽敞明亮。如果接线时间久了，员工可以去地下一层喝杯咖啡或锻炼身体。员工并不是机械地工作赚取报酬，携程并没有将呼叫业务外包给劳务公司或呼叫中心，而是与所有呼叫员工签订劳动协议，员工在保底工资之外，按照业务量赚取提成收入。每天，他们乘坐免费班车上班。周末，各种俱乐部活动热闹非凡——这些 20 岁上下的年轻人乐此不疲。

这些措施的成本微乎其微，但却收效显著，携程的员工流失率长期维持在个位数。2006 年三季度，在“离职员工调查”中，有 80% 的员工表示愿意重新回到携程。事实上，员工非常珍惜他们认为最佳方式工作的自由感，而雇主则对此充分赏识并给予鼓励。携程成立八年来一直未建立考勤制度，直至 2007 年 8 月初才建立打卡制度，员工每月迟到次数可以灵活掌握在五次以内。一位员工在内部考核中“因为服务语气有点硬，不舒服”而面临淘汰，公司为他提供了专门的培训并帮助他减轻压力，暂时离开一线呼叫中心转入后台工作。

携程每年有 10 个左右的高层岗位竞争，有八九个岗位都从公司内部提拔。管理层非常重视吸引最优秀、最精明的人才，向员工提供包括期权、年终奖在内的薪酬方案，鼓励员工抽出时间发展个人爱好，建立跨部门的兴趣爱好小组。很多公司认为管理层应与员工保持一定的距离，但在携程，从进入公司第一天开始，新员工就能感受到同事们的支持，CEO 与员工一起吃午餐的制度，已经延续了近六年。

携程是较早采用平衡积分卡和胜任力模型作为人力资源管理流程的公司，这些管理工具一直是它的竞争优势。携程将胜任力模型中 30 多项具体、共性的能力要求，按照专业技能、决策分析、沟通、敬业和诚信、团队合作、领导和管理分成六大类。在每一类下，又分解出详细的胜任能力及对各等级的要求，形成了胜任力辞典，并以这些能力项目来指导人力资源管理工作的各个模块。同时，携程推出了 360° 评价体系，多角度评判员工的胜任力水平。在招聘新员工时，携程依据各个岗位不同的需求，将胜任力指标再细化为 30 个小项。事实上，要通过几轮面试和近半年的培训，才能得到携程的一份工作。这一过程的目的，是要排除那些以自我为中心、不喜欢脚踏实地的人。每个月，携程的各业务部门领导，包括总裁在内，都要跟呼叫中心员工共同工作一天，坐在他们身旁，戴上耳机，监控员工的服务质量。

在这里，员工的地位并不是通过光鲜的名片和大面积的办公室来实现的。HR 高级总监施琦的办公室不足 10 平方米，摆着旧式的电脑和普通的办公家具。地位是通过努力工作和承担责任实现的，携程为每个员工成长提供平台。员工进入公司的第一天，公司就会将举报信箱、投诉信箱、CEO 信箱、审计信箱等通知他们。几个月前正值公司搬家，酒店预订部为了不影响业务，提出拿出一部分年终奖作为全勤奖，鼓励那些坚持工作的员工。但部分员工对这条新举措不满意，他们认为，年终奖的考核在年初就制定了标准，不应随意变动。人事部得知员工意见之后，马上终止了这项措施。

旅行社行业的员工习惯于各自为战，缺少协调。在携程创立之初，公司就提出要杜绝“一个人一个旅行社”的现象，倡导团队合作。在流程设计上，签证、预订、酒店、度假各个环节由不同的团队配合、协调来完成。“明星队员很可贵，但团队合作是携程的精神

所在。”施琦说。

2007年3月,携程大学正式开学。这个由公司高层推动的项目计划将为公司培养近百名管理人才,他们将在这里接受为期9个月的“CMBA培训”(Ctrip MBA,全部课程由携程自己开发,结合携程的业务特点和管理难题设计案例)。这些管理人才将成为公司未来发展的中流砥柱。

本案例展现了携程公司员工开心工作的景象,在这种氛围中组织也实现了理想的效益,这正是研究组织行为学要达到的目的。案例中涉及的文化含义、人际关系技能、团队协作工作、薪酬方案、考勤制度、考评方式、人才选拔、领导模式、人力资源、员工流失率、工作满意度、管理流程、员工培训、组织学习等,都是本书要讨论的问题。

1.1 组织行为学的基本概念

认识事物首先要掌握它的概念,学习组织行为学也是如此。任何事物其概念都是客观存在的,具有唯一性;但研究者都有自己的认识角度,于是对同一个概念下的定义就呈现了多样性。大学教材中概念的诠释往往有多个表述就是这个道理,这也体现了人类对某个事物的认识过程和认识模式。广义的概念范围包括定义、性质、研究对象、特点、分类、功能等问题。

1.1.1 组织行为的含义

为了更好地理解组织行为的概念,首先需要把握组织和行为两个概念。

1. 组织

组织理论学家巴纳德认为,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。因此,组织是“两人以上有意识地协调力量和活动的合作系统”。本书将组织定义为:组织是在特定社会文化环境中,为了达到一定目标,由两个以上的人组成,在一个相对连续的基础上运作,以达到共同目标的社会单元。

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而形成的群体,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,从所有者角度则可分为民营企业、国有企业、外资企业、合资企业等。

各种类型的组织都是组织行为学研究的对象,但工商管理专业侧重于营利组织的研究,本书以企业为主进行讨论,兼顾其他;而公共管理、行政管理专业则更侧重于非营利组织的研究。

组织三要素是人、组织目标、组织结构。组织有两种基本作用,即人力汇集作用和人

力放大作用。人力汇集是一种组织行为，是指借助组织体系把分散的个人汇集成为集体，统筹安排人力做更大的事情，同时在组织运作中实现个人存在的价值；人力放大，是指社会组织具有一种放大人力的作用，组织体系里汇集起来的个体力量的放大，是人力分工协作的结果，这种现象即亚里士多德所谓的“整体大于各个部分的总和”。

2. 组织的特征

美国组织理论学家薛恩指出，组织就是“为了达到某一特定的共同目标，通过各部门劳动和职务的分工合作和不同等级的权力与责任的制度化，有计划地协调一群人的活动”。归纳起来组织有如下的特征：

第一，任何组织都有自己的目标。这是组织存在的根本理由，是组织的第一特征。组织只有建立了明确的、符合社会需要的目标，才能确保其生存的基础和价值，也才有可能保持其持续发展的方向和动力。譬如，学校就要培养高素质的人才；政府必须维护社会正常秩序，为公众服务；企业要为社会提供高质量的产品和服务并获取利润。管理大师德鲁克指出，企业首先要问自己的一个问题：企业为什么而存在？他又说：“管理就是界定企业的使命，并激励和组织人力资源来实现这个使命。”这个使命就是组织目标，是组织的首要问题。

第二，组织都有相应的结构系统。有序的结构系统，是达成组织目标的必要保证。必须建立不同层次的责权利规范，将组织里所有人的努力有机地整合起来。比较重要的是目标结构系统，以解决人们在组织系统中工作的动力问题（提供适当的报酬）；分工协作系统，以解决工作方式问题，包括：（1）进行工作分工和专业化；（2）部门化；（3）建立不同的组织层次；（4）建立流程、制度和标准。

第三，组织都处于一定的社会环境之中，是一个开放的系统。组织与所处环境有着物质、人才、信息的交换，有所投入并产出产品和服务。组织生存的重要条件就是要能与环境保持适合的相互需要的关系，组织的形态、功能、结构、管理活动都受到环境的制约，有时是决定性的影响。比如，一定意义上，市场决定了企业的生存。

第四，组织是由个体的人组成的一个社会技术系统。社会系统包括各项社会性因素，作为组织主体的人（人才）是决定性因素，还有人与人之间、个人与组织之间的关系以及组织中的人所具有的价值观、意识形态、习俗礼仪、行为习惯等。技术系统则包括所有的技术性因素，如各种物质、设备、技术、操作流程和工艺等。这里涵盖了一个组织软硬两方面的实力因素。两者互相补充和协调，组织才能更好地运行。

第五，组织是一个有生命力的有机体，也有产生、成熟、衰亡的发展阶段。组织管理与环境诸因素的状态，对组织的生存和发展影响重大。应该针对组织所处的阶段和环境采用相应的管理策略。下文介绍的权变理论即涉及了相应的讨论。

3. 行为

动物和人都有行为。行为（Behavior）是机体种种外显动作和活动的总和。广义的行为还包括内隐的心理活动。人的各种形体动作、喜怒哀乐、各种操作，人与人之间的沟通交流，组织中部门间的沟通交流、矛盾和冲突，组织中的各种仪式活动，组织与外部组织的合作交流等，都是组织行为学要研究的行为。人的行为的特点是：

- （1）具有适应性，即人的行为反应既要符合环境的要求又要满足本身的需要；
- （2）具有多样性，即不同的人在不同的时间、地点条件下会作出多种多样的行为

反应；

(3) 具有动态性，即人的行为会随时间、地点的变化而不断发展变化；

(4) 具有可控性，即人可以通过各种措施，包括制度、培训、教育等，消除消极行为，诱导和发挥积极行为。

可以根据自己的感觉器官和仪器观测到他人的行为和表现，进而加以解释和预测。被称为“实验社会心理学之父”的美国心理学家勒温认为，人的行为是个性变量和环境变量二者的函数，用公式表示为：

$$B=f(P, E)$$

其中， B 为行为 (Behavior)； P 为个性 (Personality) 变量 (如遗传、能力、健康状况等)； E 为环境 (Environment) 变量 (如是否有别人在场、个体的行动目标是否受到阻碍等)； f 为函数关系。也就是说，掌握了行为、个体特征、环境特征之间的函数关系，就可以根据当时的个体特征和环境特征变量来预测人的行为。

影响组织中人的行为的因素细分为：主观内在影响因素，包括生理、心理、文化、经济四方面的因素；客观外在环境因素，包括组织内部环境因素和组织外部环境因素。

4. 组织行为

组织行为学将组织行为 (Organizational Behavior) 作为研究的对象。组织行为是指人们作为组织成员时表现出来的，体现在个体、群体、组织三个层面上的行为。

(1) 个体的行为 (Behavior of Individual)，指人作为个体表现出来的行为，如人的正常工作行为、知觉行为、归因行为、学习行为、决策行为等。

(2) 群体的行为 (Behavior of Group)，指人们作为群体成员整体表现出来的行为，如群体的正常工作行为，群体中的人际互动行为 (包括沟通、谈判、冲突处理、领导)，群体压力导致的从众行为，群体之间的沟通交流、谈判和冲突处理等。

(3) 组织的行为 (Behavior of Organization)，指人们作为组织成员整体表现出来的行为，如组织的正常运作，组织中的信息流动，组织决策，组织中的政治行为，组织学习，组织发展，组织变革，组织之间的交流、合作、谈判和冲突处理等。

1.1.2 组织行为学的概念

1. 行为科学的含义

要界定组织行为学的内涵，首先要了解行为科学的概念。1949 年在芝加哥举行的一次跨学科会议讨论了用现存知识来发展一种关于行为的一般性理论，第一次决定用“行为科学” (Behavior Sciences) 来命名这种学科。1953 年美国福特基金会邀请一些大学的著名学者研讨后，将之正式定名为“行为科学”。关于行为科学的定义，各种文献中有不同的说法，下面简要列几种：

(1) 美国《管理百科全书》(1982 年版) 的定义为：“行为科学包括类似运用自然科学的实验和观察方法，研究在自然和社会环境中人 (和低等动物) 的行为的任何科学。已经公认的学科有心理学、社会学、社会人类学和其他学科中类似的观点和方法。”

(2) 美国《国际社会科学百科全书》则把行为科学的研究对象局限于人的行为，排除了其他动物的行为。在内容上包括：社会学、人类学、心理学以及生物学、经济学、地理学、法学、精神病学和政治科学中有关行为的部分。

(3) 美国组织行为学家罗素则把行为科学看成是社会科学的一个分支,而行为科学就是社会科学(包含政治学、经济学、历史学、心理学、社会学、文化人类学)中后三种学科(即心理学、社会学、文化人类学)的统称。

(4) 美国《国际管理词典》(1980年英文版)则是把行为科学看成是一门管理学科,定义是“有关对工作环境中个人和群体的行为进行分析和解释的心理学和社会学学说……它强调的是试图创造出一种最优的工作环境,以便每个人既能为实现公司目标,又能为实现个人目标有效地作出贡献”。

我国学者比较倾向于认为行为科学和人文科学、自然科学、社会科学一样,是一个学科群的总称。也就是说,行为科学是由研究与行为有关的学科组成的学科群。本书认同这一说法。

2. 组织行为学的定义

组织行为学(Organizational Behavior)是行为科学的一个分支,主要是研究组织环境中人的行为,重点是企业中人的行为。其总体特征是既注意人的因素,又注意组织的因素。在一定意义上,它是人际关系学说和组织理论的综合。国内外研究者提出了不同的组织行为学的定义。

我国学者徐联仓等对组织行为学的定义是:组织行为学是依据实证科学的分析方法,综合运用心理学、社会学、文化人类学、政治学等学科中有关的知识,系统地研究各种组织中人的心理和行为的科学。

我国学者卢盛忠、余凯成等对组织行为学的定义是:组织行为学是综合运用各种与人的行为有关的知识,研究各类工作组织中人的工作行为规律的学科。

美国学者安德鲁·J·杜布林在他的著作《组织行为学原理》中提到:“组织行为学是系统研究组织环境中所有成员的行为,以成员个人、群体、整个组织及其外部环境的相互作用所形成的行为作为研究对象的一门科学。”

著名学者罗宾斯在其所著的《组织行为学》一书中,对组织行为学的定义为:“组织行为学是一个研究领域,它研究个体、群体以及结构对组织内部行为的影响规律,以便应用这些知识来提高组织的效能。”

综合考虑上述说法,本书对于组织行为学的定义是:组织行为学是一个研究领域,综合运用与人有关的各种知识,采用系统分析和实证科学的研究方法,研究在个体、群体和组织层面上人的行为规律,从而提高各级主管人员对人的行为的预测和引导能力,来有效地提高组织的绩效。

该定义包含四个要点:

(1) 组织行为学是一个博大精深的研究领域。它从不同学科中吸收有关人的行为方面的研究成果,形成了自己的学科体系。譬如,研究企业文化,需要用到文化人类学方面的理论;研究组织中权力和利益的分配、矛盾和冲突处理,需要用到政治学的理论;研究企业中组织结构的建立、信息的流动方式、组织系统的变革,需要用到工程科学、信息科学和系统科学的理论。

(2) 组织行为学深入不同层次研究人的行为。即组织行为学的关注点是变化的,既关注微观组织行为,也关注宏观组织行为。领导者熟练掌握了组织行为学三个层次的行为规律,及时准确地判断组织目前存在的问题,就可以根据管理的实际需要,在三个不同层次

运用所涉及的理论、方法和工具,解决相关问题。

(3) 组织行为学是一种实证研究。这包括两个含义:首先,组织行为学中的理论都是人们基于对人的行为和组织现象的观察而提出的假设,然后经过更广泛的证明和实践检验成为理论,写进文献;其次,“表明它是一个具有大量普通知识的独立的技能领域。它研究组织中行为的决定因素:个体、群体和结构”(罗宾斯语),具备实证经济学的本质特征。

(4) 组织行为学研究的目的,是“把研究个体、群体和结构对行为的影响所获得的知识用到实际中,使组织的运作更有效”。组织类型不同、所处的环境不同、所处的发展阶段不同,组织所需要解决的问题和要达到的目的也是不同的。管理者学习和研究组织行为学的目的,就是要解决特定问题,实现不同情况下的组织目标。

3. 组织行为学的特点

组织行为学作为工商管理的专业课程,有着非常明显的特点:

(1) 综合性。理论基础涉及心理学、社会学、政治学、文化学、伦理学等诸多学科,并吸收、借鉴上述多门学科的概念、理论和方法来解决组织行为的实际问题。

(2) 系统性。现代组织行为学运用科学的、系统的方法进行研究,观察问题、分析问题与解决问题的角度更加全面与深入。组织行为学科通常分为三个层次,形成内部互相关联、具有诸多可变因素的脉络体系。

(3) 实践性。学科是从管理实验中建立又在管理实践中发展,与管理操作关系密切,尤其是基于观察和推理提出假设,运用客观案例和数据进行论证,还要经得起实践的检验,以保证其研究结论的可靠性和可信性,而不是靠一般性的经验、直觉和臆断得出结论。组织行为学的教学更加强调理论联系实际。

(4) 权变性。组织行为学反映了它所研究的客观事物本身的特性。人是错综复杂的,解释人的活动的理论也应该是复杂的。不可能有通用的最佳模式,应该针对复杂多变的组织内外实际情境,采用不同的理论,权变地解决面临的问题。在组织行为学的研究中,没有绝对真理,也没有“包治百病”的方法。

(5) 开放性。组织行为学是与时俱进的学科,从它产生之日起就不断汲取学界的前沿理论与业界的最新案例。西方组织行为学中的结论不能完全照搬到中国,需要根据中国文化特点合理地加以借鉴和补充,并吸纳中国传统的管理思想与哲学理论,最终建立起中国的组织行为学理论体系。

1.1.3 组织行为学与其他学科的关系

为了更好地把握组织行为学的概念,将其与相近或易混淆的学科作一比较。有比较才能有鉴别,才能更深入地理解概念的本质属性。

1. 组织行为学与管理学

管理学是管理学科群中的基础学科。它系统地研究管理活动的普遍规律、基本原理和一般方法,属于应用性理论学科,具体探讨组织及组织内资源(人、财、物与信息)配置的构造和过程。

组织行为学从行为科学中独立出来,是行为科学在管理领域中的应用。它从个体、群体和组织三个层面研究如何对组织进行有效管理,激励人的积极性,协调人际关系,创造

良好的工作环境，使组织成员发挥潜能，既实现组织目标，也兼顾个人目标。

内容上两者的主要区别是：管理学主要包括计划、组织、领导与控制。而组织行为学则包括个体、群体和组织三部分，其中包含了领导，虽然也讲控制，但侧重对人的行为控制。因此，这两门学科在组织和领导方面是重叠的，但也有相互不包含的部分。

2. 组织行为学与人力资源管理

人力资源管理是组织利用现代科学技术和理论，通过不断地获得人力资源，对所获得的人力资源进行整合、调控、开发利用并给予报偿，从而实现组织的目标。人力资源管理有自己独特的内容体系，是实现组织目标的一种手段。

两者的联系在于都与人有关。人力资源工作是与人的打交道，组织行为学则是研究组织中人的行为规律。可见，组织行为学是人力资源管理的理论基础。两者的区别在于它们并不属于同一个领域，如组织行为学和人力资源管理都非常重视激励，前者是从一般角度来研究激励的理论和规律，而后者则是从具体角度出发的，强调应该采用哪些措施来调动员工的积极性、如何具体设计薪酬制度等，是在运用组织行为学中的激励理论。总之，组织行为学强调研究理论和个人的行为技能，是任何一个管理者都应掌握的工商管理学科中的基础学科。人力资源管理则强调应用，属于职能管理方面的学科。

3. 组织行为学与管理心理学

管理心理学主要研究伴随管理活动而产生的有关心理活动的规律，是一门应用理论科学，是心理学的一个分支。它研究的重点是企业管理中具体的社会心理现象，以及个体、群体、领导、组织中的具体心理活动的规律性。组织行为学则侧重研究组织中人的行为的规律，它以人的外部表现、行为变化等作为主要研究对象，致力于探索人的心理活动的外在表现。可见组织行为学与管理心理学有着非常密切的联系。两者的主要区别在于：

(1) 管理心理学主要以心理学为基础，而组织行为学则从多种学科汲取营养；

(2) 管理心理学主要关注组织中的个体和人际行为，如人的知觉和决策、个性、价值观、激励、沟通、领导、冲突等，而组织行为学除了关注个体和人际行为以外，还特别关注将组织作为一个系统来考虑的各种问题；

(3) 管理心理学的研究着重于企业管理中的内环境系统，而当代组织行为学研究范围已经扩展到组织外部环境。



知识链接：人性的善恶

社会学告诉我们，经济社会全部的前进动力都是基于人类的欲望，人类行为的根本动力源于满足不断增长的需要。换句话说，就是因为人有了“欲望”，或者说“需要”，才会为了满足需要而进行生产和劳动，而生产和劳动则推动了社会前进。“欲望”或“需要”的正当性正在于此。就研究人的行为规律而言，这一认识是首要之点。人的行为的深层原因就在于人性。

中国传统的主流观念认为，人性的本源是“善”，“人之初，性本善”，只是因为后天的环境才使得人“性相近，习相远”；同时非主流认识中荀子认为人性是恶的，要想善必须经过后天的磨炼。而在西方的主流观念中，人生来是有罪的，即基督教所谓的“原罪”，也就是说是“恶”的，所以需要强制性的规范来加以约束，来“管”。问题的实质是组