



高职高专财经专业系列教材



(第二版)

组织行为学教程

李婉◎主 编

罗德礼◎副主编

ZUZHI XINGWEIXUE
JIAOCHENG



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS



高职高专财经专业系列教材



(第二版)

组织行为学教程

ZUZHI XINGWEIXUE
JIAOCHENG

李 婉◎主 编
罗德礼◎副主编



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

中国·广州

图书在版编目 (CIP) 数据

组织行为学教程/李婉主编;罗德礼副主编. —2 版. —广州:暨南大学出版社, 2009. 2
(高职高专财经专业系列教材)

ISBN 978 - 7 - 81135 - 167 - 5

I. 组… II. ①李…②罗… III. 组织行为学—高等学校:技术学校—教材 IV. C936

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 005830 号

出版发行:暨南大学出版社

地 址:中国广州暨南大学

电 话:总编室 (8620) 85221601

营销部 (8620) 85225284 85228291 85220693 (邮购)

传 真:(8620) 85221583 (办公室) 85223774 (营销部)

邮 编:510630

网 址:<http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

排 版:暨南大学出版社照排中心

印 刷:江门市新教彩印有限公司

开 本:787mm × 1092mm 1/16

印 张:16.625

字 数:420 千

版 次:2005 年 7 月第 1 版 2009 年 2 月第 2 版

印 次:2009 年 2 月第 3 次

印 数:9001—12000 册

定 价:29.80 元

(暨大版图书如有印装质量问题,请与出版社营销部联系调换)

高职高专财经类系列教材 编写委员会名单

编写委员会主任：侯德富

编写委员会副主任：张国扬 陈己寰

编写委员会委员：（以姓氏笔画为序）

丁 聪	王学礼	占世豪	刘善华	孙传辉
苏照新	李 成	李 光	李 婉	李永生
杨大兴	何善华	邹剑峰	陈 斌	陈世艳
陈文彬	陈中恒	林 宙	罗德礼	罗国锋
罗 静	赵 琼	姚晓彬	高焕文	黄 林
黄 强	崔译文	常俊辉	游碧辉	曾和杰
谢声强	魏跃进			

总序

呈现在读者面前的这一套高职高专财经类系列教材，是在总结了2005年8月暨南大学出版社出版的高职高专商学系列教材和2006年8月暨南大学出版社出版的高职高专商学系列教材——实训教程的基础之上，重新进行科学整合，使其更具综合性、实用性和创新性的特点。

众所周知，教育的功能在于培养人才。在经济社会里，科学技术是第一生产力，教育具有基本生产力的功能。正如马克思所指出的：“凡是工人有这种支出（指在教育上的支出——编者注）的时候，这种支出都是生产的，因为教育会生产劳动能力。”多年来，我国倡导科教兴国、教育先行，近30年来教育事业得到前所未有的快速发展。高等教育经过多年的扩招，已从精英教育阶段向大众教育阶段转变，适龄人的毛入学率从20多年前的百分之几一路攀升到现在的百分之二十几、三十几，有的地区甚至更高。高等教育的前景非常喜人。作为高等教育重要组成部分的高职高专教育也有了长足的发展。但是，事物的发展总是具有两面性，与高职高专教育快速发展不相匹配的是缺少具有高职高专特色的教材。教材是教师授业、学生吸取知识最基本的元素。教材的货不对板，是造成教师“不好教”和学生“难学懂”的重要原因。显然，教学改革，教学内容改革呼唤着适应时代的创新教材的出现。

“高职高专教育应该有和人才培养目标相一致的教材”，这是我们高职高专财经类系列教材编著者的理念和目标。本系列教材的突出特色如下：

第一，本系列教材是为高职高专财经类学生量身定做的教材。大家知道，教材在教学过程中的重要性毋庸置疑，一本与人才培养目标相一致的教材是教师授业的基础，也是学生学习知识最基本的工具。高职高专的人才培养目标是“生产、建设、服务和管理第一线的高技能应用型人才”。当前国内高职高专明显缺乏与人才培养目标相吻合且具备一定质量的教材。本系列教材力图在“理论适用、能用、够用、突出实践技能训练”的思想指导下，坚持以人为本，励志图新。编著者根据我国经济社会实践的需要，结合教与学的特点，对每一门课程内容的讲授范围、深度、理论与实训的比例、实训项目与案例的选择、教材形式与体例等诸方面都作了探索性的创新尝试。这不能不给人耳目一新的感觉。

第二，教材内容务实、新颖。财经理论归属社会科学，教材内容在传承中必须要随着时代的变化而发展、创新，并要作出与时俱进的解释，况且我国经济发展日新月异，实践中有诸多经济现象需要重新认识、再实践、再认识，将这些新内容充实到教材中来有利于理论的与时俱进。因此，本系列教材在保证其科学性的同时，突出了理论知识的适用性、本土性和应用性：一是在传承前人研究、实践成果的同时，注入了自身的认识和体验心得；二是在“洋为中用”思想的指导下，借鉴国外相关学者的学术著作和有关资料的同时，注重结合我国国情，在“为我所用”上下工夫，努力使其本土化，并在应用上加强指导；三是在内容的精选、提炼和行文的安排上，无不体现编著者“使读者记得住、用得上、会操作”的一片苦心。这些都使本系列教材充满活力。

第三,注重教材类型、结构和体例的创新。本系列教材在类型、结构和体例上都作了大胆改革,凸显和人才培养目标一致、与相关课程协调、时代感强等特点:其一,宗旨鲜明,服务对象主要是高职高专财经类学生,它涵盖了高职高专财经大类的基础理论课和部分专业核心课程,共计15种。它注重在理论知识的阐述中加强案例、职业技能训练的内容,便于在教学过程中的每一章,甚至每一节中对应使用,力图满足教与学一站式的双向需求;其二,结构、体例新。每门课程的理论知识结构完整,并注意增加新知识、新经验和热点内容的比例。在教材体例上栏目多、设计新颖,每章内容设置两大板块内容:一是理论知识板块,介绍主要的理论知识,指导实训;二是实训板块,因课程的理论性、应用性的差异而分别设置实操训练的不同内容,如案例分析、热点问题讨论、情境管理、项目设计、项目管理、管理角色游戏、营销策划、广告策划、产品开发、模拟法庭、经济社会调查、访问、参观企业、兼职(顶岗)劳动及请企业家讲学等栏目。目的在于使理论与实践对接,加强对所学专业的技能训练,为知识经济条件下职业选择、变更或自主创业做好理论知识、技能和思想的准备。很明显,教材的设计力图把学生理论知识学习的视野从课堂引向企业,融入经济社会,并且可以体验理论指导实践,学了就能用、会用的乐趣,切实使教与学贴近社会、贴近实践、贴近学生,提高教学质量。

经济社会中的财经商务活动是一个极其复杂的动态领域活动,它处于不断发展变化之中,本系列教材的编著者们不敢懈怠,殚精竭虑,共同努力完成了这套教材,但难免管中窥豹,望同行及读者不吝赐教。

参加编著本系列教材的作者集中了广东高校教师资源的优势,有暨南大学、华南师范大学、广东工业大学、广州大学、广东技术师范学院、私立华联学院、广东白云学院、广东潮汕学院、广东金桥干部学院、广州航海高等专科学校等高等院校的资深教授、副教授和一大批双师型的企业人士。对于他们的热情支持与艰辛的创造性劳动,编委会表示衷心的感谢!

最后,还要衷心地感谢暨南大学出版社领导和潘雅琴副编审等同志的鼎力支持和精心指导!

陈己寰

2008年5月于广州暨南园

前 言

从20世纪80年代组织行为学传入我国至今,其理论研究不断受到重视并成熟起来。组织行为学的研究不仅为组织或管理者提供如何更有效地管理人的理论依据,而且也给组织中的每一个个体提供如何和谐地构建自身的职业环境的有效途径,因此,组织行为学在高校日益受到重视,它不仅是经济管理类专业核心课程,也是其他专业学生进行自身职业素质修炼的一门学科。

本教材的编写力求呈现高校应用型人才培养模式的特色,具体来说,有如下特点:

合理性。本教材既注重学科体系的系统性和完整性,又注重应用型人才培养的目标性,理论内容取舍得当,注重构建组织行为学科学合理的框架结构。

新颖性。本教材突破旧的教材模式,融“教、学、做”于一书,强化能力培养。本教材除了针对相关理论内容提供案例讨论外,还在每一章设置实训模块内容。具体包括思考题、案例分析、情景设计、辩论等形式多样的实训模式,旨在通过“做”达到“教”和“学”的目的,进一步明确应用型人才培养的目标。

实用性。本教材的理论阐述以够用、实用、精练、易懂为原则,实训的设置紧贴现实。为了使读者对实训操作有明确的方向,达到实训的目的,专门写有组织行为学实践与训练操作指导说明。

本书由李婉拟定大纲,统稿定稿,撰写第2章、第3章、第4章、第5章、第6章、第7章、第8章和第9章全部内容,第1章、第10章、第11章和第12章的实训部分内容;罗德礼撰写第1章、第10章、第11章和第12章的理论部分内容。

本书在编写中,参阅了一些相关的参考文献和参考资料,在此向参考文献和参考资料的作者表示衷心的感谢!同时,在本书编写过程中,我们得到了暨南大学陈己寰教授、暨南大学出版社潘雅琴副编审和龚灿编辑的鼎力支持,在此也深表谢意!

由于作者水平有限,书中难免有不妥和纰漏,敬请专家学者和读者批评指正。

李 婉

2009年1月于广州

目 录

总 序 / 1
前 言 / 1

第一篇 导 论

第1章 组织行为学概述 / 1

- 1.1 组织行为学概述 / 2
 - 1.1.1 组织行为概述 / 2
 - 1.1.2 组织行为学的产生与发展 / 3
 - 1.1.3 组织行为学在我国的传播与发展 / 7
- 1.2 人性假设与组织行为学 / 10
 - 1.2.1 “经济人”假设 / 10
 - 1.2.2 “社会人”假设 / 10
 - 1.2.3 “自我实现人”假设 / 11
 - 1.2.4 “复杂人”假设 / 11
 - 1.2.5 正视人性与人本管理的实施 / 11
- 1.3 组织行为学的基本内容 / 13
 - 1.3.1 组织行为学的知识结构 / 14
 - 1.3.2 组织行为学研究的具体内容 / 14
- 1.4 组织行为学的研究和运用 / 16
 - 1.4.1 组织行为学的研究方法 / 17
 - 1.4.2 组织行为学的应用 / 18

本章实训与练习模块 / 21

- 模块一：心得体会 / 21
- 模块二：思考题 / 21
- 模块三：案例分析 / 21
- 模块四：情景设计 / 25
- 模块五：辩论 / 27

第二篇 个体行为

第2章 社会知觉与个体行为 / 28

- 2.1 知觉与人的行为 / 28
 - 2.1.1 知觉的定义 / 29

- 2.1.2 知觉的特征 / 29
- 2.1.3 影响知觉的因素 / 29
- 2.2 社会知觉与人的行为 / 32
 - 2.2.1 社会知觉的定义 / 33
 - 2.2.2 社会知觉的类型 / 33
- 2.3 社会知觉效应 / 34
 - 2.3.1 晕轮效应 / 34
 - 2.3.2 首因效应和近因效应 / 35
 - 2.3.3 投射效应 / 35
 - 2.3.4 定势效应 / 36
- 2.4 印象与偏见 / 36
 - 2.4.1 印象 / 36
 - 2.4.2 偏见 / 37

本章实训与练习模块 / 37

- 模块一：心得体会 / 37
- 模块二：思考题 / 38
- 模块三：案例分析 / 38
- 模块四：情景设计 / 39
- 模块五：辩论 / 40

第3章 个性差异与人的行为 / 41

- 3.1 组织中个体行为的特点 / 41
- 3.2 个性结构 / 44
 - 3.2.1 个性的概念 / 44
 - 3.2.2 个性的结构 / 44
- 3.3 气质与行为 / 45
 - 3.3.1 气质的概念及特点 / 45
 - 3.3.2 气质的类型及特征 / 45
 - 3.3.3 气质差异与组织管理行为 / 46
- 3.4 性格与行为 / 47
 - 3.4.1 性格的概念 / 47
 - 3.4.2 性格的类型与行为 / 48
 - 3.4.3 性格与组织管理行为 / 49
- 3.5 能力与行为 / 49
 - 3.5.1 能力的概念 / 49
 - 3.5.2 能力与技能、知识 / 50
 - 3.5.3 能力的类型与组织行为 / 50
 - 3.5.4 能力的差异 / 51
 - 3.5.5 能力差异与组织管理行为 / 51

本章实训与练习模块 / 52

模块一：心得体会 / 52

模块二：思考题 / 52

模块三：案例分析 / 53

模块四：情景设计 / 55

模块五：辩论 / 58

第4章 态度与人的行为 / 59

4.1 态度的概念 / 59

4.2 态度的构成因素 / 59

4.3 影响态度形成的因素 / 62

4.4 态度的转变 / 63

4.4.1 态度转变的形式 / 63

4.4.2 影响态度转变的因素 / 63

4.5 组织中形成和转变员工态度的措施 / 64

4.5.1 完善员工的培训制度 / 64

4.5.2 提高员工对活动的参与程度 / 64

4.5.3 利用群体规范 / 65

4.6 工作满意度 / 65

4.6.1 工作满意度的概念 / 65

4.6.2 决定工作满意度的因素 / 65

4.6.3 工作满意度低时员工的表现 / 67

本章实训与练习模块 / 68

模块一：心得体会 / 68

模块二：思考题 / 68

模块三：案例分析 / 68

模块四：情景设计 / 69

模块五：辩论 / 70

第5章 挫折理论 / 71

5.1 挫折的概念 / 71

5.1.1 挫折的个体差异性 / 72

5.1.2 组织中挫折产生的原因 / 73

5.1.3 挫折的行为反应 / 73

5.2 挫折与组织管理行为 / 74

本章实训与练习模块 / 75

模块一：心得体会 / 75

模块二：思考题 / 75

模块三：案例分析 / 76

模块四：情景设计 / 77

模块五：辩论 / 79

第6章 激励理论 / 80

6.1 激励的基本概念 / 80

6.1.1 需要 / 81

6.1.2 动机 / 82

6.1.3 需要、动机、行为和目的的关系 / 82

6.1.4 激励 / 83

6.2 内容型激励理论 / 85

6.2.1 需要层次理论 / 85

6.2.2 双因素理论 / 88

6.2.3 生存、相互关系、成长需要理论 / 89

6.2.4 成就需要理论 / 90

6.2.5 内容型激励理论的联系 / 90

6.3 过程型激励理论 / 91

6.3.1 期望理论 / 91

6.3.2 公平理论 / 94

6.3.3 目标设置理论 / 97

6.4 行为改造型激励理论 / 100

6.4.1 强化理论 / 100

6.4.2 归因理论 / 101

本章实训与练习模块 / 103

模块一：心得体会 / 103

模块二：思考题 / 103

模块三：案例分析 / 104

模块四：情景设计 / 105

模块五：辩论 / 107

第三篇 群体行为

第7章 群体行为的基础 / 108

7.1 群体的概念 / 109

7.1.1 群体的含义 / 110

7.1.2 群体的类型 / 110

7.1.3 群体与个体的需要 / 111

7.2 群体效应 / 112

7.2.1 社会助长效应 / 112

7.2.2 社会致弱效应 / 112

- 7.2.3 社会惰化效应 / 112
- 7.2.4 社会趋同效应 / 113
- 7.2.5 从众效应 / 113
- 7.3 群体规范与压力 / 114
 - 7.3.1 群体规范 / 114
 - 7.3.2 群体压力 / 115
- 7.4 群体凝聚力 / 116
 - 7.4.1 影响群体凝聚力的因素 / 116
 - 7.4.2 群体凝聚力与生产效率 / 117
- 7.5 非正式群体的管理 / 117
 - 7.5.1 非正式群体与正式群体的比较 / 118
 - 7.5.2 非正式群体的形成 / 118
 - 7.5.3 非正式群体对正式群体的影响 / 119
 - 7.5.4 组织对非正式群体的管理 / 120

本章实训与练习模块 / 121

- 模块一：心得体会 / 121
- 模块二：思考题 / 121
- 模块三：案例分析 / 121
- 模块四：情景设计 / 122
- 模块五：辩论 / 123

第8章 人际关系与人际沟通 / 124

- 8.1 群体中的人际关系 / 125
 - 8.1.1 人际关系的概念 / 125
 - 8.1.2 人际关系的类型 / 125
 - 8.1.3 人际反应倾向 / 126
 - 8.1.4 影响人际吸引力的因素 / 126
 - 8.1.5 人际交互作用分析理论 / 127
 - 8.1.6 角色、地位 / 129
- 8.2 群体中的人际沟通 / 131
 - 8.2.1 人际沟通的概念 / 131
 - 8.2.2 人际沟通的类型 / 132
 - 8.2.3 人际沟通网络 / 134
 - 8.2.4 人际沟通的障碍与疏导 / 135

本章实训与练习模块 / 136

- 模块一：心得体会 / 136
- 模块二：思考题 / 137
- 模块三：案例分析 / 137
- 模块四：情景设计 / 139

第四篇 领导行为

第9章 领导行为 / 142

9.1 领导行为概述 / 143

9.1.1 领导行为基础 / 143

9.1.2 领导者个体的素质与群体结构 / 146

9.2 领导理论 / 151

9.2.1 领导理论及其应用模型 / 151

9.2.2 领导理论研究的新发展 / 160

9.3 领导者的影响力及其应用 / 163

9.3.1 领导者影响力的心理依据及其构成 / 163

9.3.2 领导者影响力及其运用 / 168

本章实训与练习模块 / 171

模块一：心得体会 / 171

模块二：思考题 / 172

模块三：案例分析 / 172

模块四：情景设计 / 174

模块五：辩论 / 175

第五篇 组织行为

第10章 组织结构与组织设计 / 176

10.1 组织基础知识 / 177

10.1.1 组织的含义 / 177

10.1.2 组织理论 / 179

10.1.3 组织环境 / 183

10.2 组织结构与组织设计 / 185

10.2.1 组织结构 / 185

10.2.2 组织设计 / 192

本章实训与练习模块 / 196

模块一：心得体会 / 196

模块二：思考题 / 197

模块三：案例分析 / 197

模块四：情景设计 / 199

模块五：辩论 / 200

第11章 组织的变革与发展 / 202

11.1 组织变革 / 202

11.1.1 组织变革的动力与阻力 / 203

11.1.2 组织变革的目标和类型 / 206

11.1.3 组织变革的趋势 / 208

11.2 组织发展 / 209

11.2.1 组织发展的动因分析 / 209

11.2.2 组织发展的方向和策略 / 210

11.2.3 组织学习与创建学习型组织 / 212

本章实训与练习模块 / 215

模块一：心得体会 / 215

模块二：思考题 / 215

模块三：案例分析 / 216

模块四：情景设计 / 218

模块五：辩论 / 218

第12章 组织文化 / 219

12.1 组织文化概述 / 220

12.1.1 组织文化的含义及特点 / 220

12.1.2 组织文化的内容和结构 / 223

12.2 组织文化的建设 / 230

12.2.1 组织文化的功能与作用 / 230

12.2.2 组织文化的形成与保持 / 233

12.2.3 组织文化的建设 / 235

12.3 我国企业组织文化评述 / 238

12.3.1 组织文化的中国特色 / 238

12.3.2 企业文化发展的趋势及其启示 / 243

本章实训与练习模块 / 247

模块一：心得体会 / 247

模块二：思考题 / 247

模块三：案例分析 / 248

模块四：情景设计 / 249

模块五：辩论 / 250

组织行为学实践与训练操作指导 / 251

参考文献 / 253

第一篇 导 论

第 1 章 组织行为学概述

【学习要点】

1. 理解组织行为的内涵，了解组织行为的类型。
2. 了解组织行为学产生的基础和发展阶段。
3. 了解组织行为学中的人性假设理论及其管理实践。
4. 掌握组织行为学的知识结构，了解组织行为学研究的主要内容。
5. 理解组织行为学研究的一般方法，掌握组织行为学的应用与技能。



示 例

陈霖杰的矛盾该如何化解

38 岁的陈霖杰大学毕业后就进入国有企业工作，如今工作已经十几年。虽然个人发展上始终没有太大的突破，但陈霖杰也成了所在部门的骨干，事业有了一定的基础。但是随着岁月的流逝，他当初的工作热情也逐渐淡化。近几年来，新进的年轻人由于学历更高而工作又积极，公司都把他们作为“重点培养对象”，一位比他年轻的下属现在已成了他的上司。看到昔日的同学和自己熟悉的一些年轻人一个个都当了老板或经理，陈霖杰的心里很不是滋味，总想换一个新的工作环境试试自己的能力。对于年近不惑的陈霖杰而言，选择跳槽意味着要面对新的工作环境，他对自己能否适应新的岗位也没有把握，而继续留在原单位可能就会默默无闻下去……



点 评

示例中的陈霖杰遇到的问题：希望自己成为一个好员工或期待自己工作有所成就，但自己对组织运作的了解、对自己和他人行为的了解还不够全面深入，对如何改善自己的人际关系以更好适应组织环境还缺乏自主性，等等。如果陈霖杰对组织行为理论有深入的学习和研究，那么他可能会在组织行为学知识的指导下做出妥善的处理，尽快摆脱工作中的“烦恼”与“矛盾”，增强工作热情，提高工作效率，顺利实现自己的工作目标。

现实社会中任何人都从属于某个组织并生活在特定的组织中，脱离组织仅凭个人孤军奋战，很难取得事业的成功。在许多成功的企业家的奋斗史中，不少人最初是靠自己白手起家艰苦创业而取得成功的，但最终还是要创建一个组织来维持和发展自己的事业。许多学者和专家都指出，未来社会的竞争必是人才的竞争，而人才的竞争实际上是通过组织的竞争实现和实施的。组织的竞争必然依赖于组织的成员，组织的竞争力与其成员的总体素质直接相关。一个人才汇集的组织并不一定是一个具有最强竞争力的组织，也不一定能够保证组织的有效运行。这是因为，个人的竞争力完全取决于个人的素质，而由个人集合而成的组织的效力并等于各个成员的个人素质的简单相加，而是取决于一个整体的组织的素质。那么，怎样才能使个人素质发挥出最佳的整体效能，这是组织行为学研究和探讨的一个重要问题。

1.1 组织行为学概述

1.1.1 组织行为概述

在人类的社会活动中,个人与组织是密不可分的。个人是构成组织的基本单元,而任何个人也都不能离开组织,两者相互作用,相互制约。

(一) 组织行为的内涵

行为是指与人的生理、心理活动紧密相连的外显的运动、动作或活动。从组织的意义上理解行为,则要把组织视为一个动态的生命有机体。组织行为是组织成员在工作过程中表现出的行为。准确地说,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。作为组织内部群体和个体所产生的行为,组织行为的内涵可以从以下几个方面理解:

(1) 组织行为研究的主要内容。组织行为包括个体、群体和领导的行为以及组织和社会协调的行为等内容。组织行为研究的核心是人的心理与行为,注重分析社会环境、组织环境与人的行为之间的关系,特别注意人的心理因素、社会因素对人的行为的影响,目的在于提高人的积极性和领导行为的有效性。

(2) 组织行为的类型。组织行为包括组织成员在工作中表现出来的各种行为,其类型有四种,如图1-1所示。

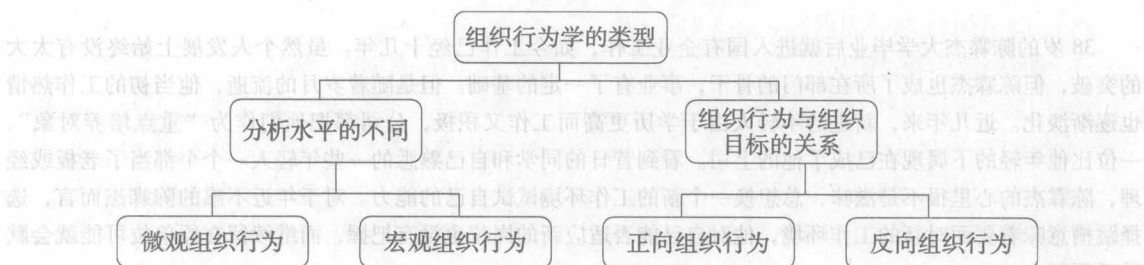


图 1-1 组织行为的类型

(二) 研究组织行为的意义

组织行为学研究的意义表现在以下几个方面:

(1) 组织行为研究专家认为:随着科学技术的不断发展,人的因素对组织行为的影响越来越大。管理者要重视人的因素,善于挖掘人的潜在能力,同时建立以人为本而不是以生产为中心的管理运行机制,通过对人的心理和行为规律的研究,充分发挥人的积极性、主动性和创造性。

(2) 组织行为研究注重组织成员的个人需要,把满足个人的合理需要与实现组织目标有机地结合起来,有利于促进组织的协调成长和可持续发展。

(3) 通过对组织行为的研究,对组织内部客观存在的各种组织力量和非正式组织的力量进行科学组合,有利于提升组织的内聚力,为实现组织目标服务。

(4) 通过对组织行为的研究,能及时把握组织运行与环境变化的相互关系,通过组织设计和组织变革推动组织的发展,有利于不断增强组织的竞争力。

范 例

他们的困惑是什么

王军,北京信息系统有限责任公司软件部工程师,毕业于某著名大学计算机科学系,专业为软件工程。几年来,王军工作积极,待人真诚,是软件部公认的业务骨干。王军希望自己有一天能够晋升到经理的职位,并为此奋发进取。令人意想不到的,当软件部经理职位空缺时,荣升经理的是一位资历比他浅、年龄比他大、技术比他差的同事。王军极度失望。一位长辈告诉他,如果一个人想在事业上有所发展,就应该提高自己的人际交往能力。

天润房地产责任公司经理梁先生任职一年来,困惑不断。主修建筑学的他似乎不善管理。虽然公司员工的薪金、福利在当地首屈一指,但是员工的工作积极性并不高。更令人烦恼的是,员工之间矛盾重重。梁先生不知道应该如何领导他们。

思考题

面对员工的困惑,作为企业中的管理者,应如何利用组织行为学的内容去帮助员工解决这些问题?

1.1.2 组织行为学的产生与发展

(一) 组织行为学的内涵

1. 组织行为学的定义

组织行为学是一门新兴学科,其内涵尚处在不断的发展变化和丰富完善过程中。虽然学者们对组织行为学内涵的具体表述各不相同,但大多数都能够从行为的规律性出发,指出组织行为学是一门系统研究组织环境中个体、群体以及整个组织与外部环境相互作用所形成的行为,以便管理者预测、引导和控制人的行为,从而实现组织目标的应用科学。

2. 组织行为学的特点

组织行为学不是研究人的一般心理行为规律,而是研究各种工作组织中人的工作行为的规则。组织行为学的特点主要体现在四个方面,如表1-1所示。

表1-1 组织行为学的特点

综合性	涉及了行为科学、管理学以及政治学、经济学、历史学、生物学、生理学等社会科学和自然科学学科,其理论体系的构建具有显著的跨学科性
层次性	主要分为四个层次:个体行为、群体行为、领导行为、组织行为
实用性	通过对各级管理人员如何根据不同环境、不同组织、不同心理特征的人采用相应的理论与管理方式的研究,对组织成员的行为加以调控,使其适应不同的组织、不同的组织环境。在管理实践中,组织行为学具有较强的指导性和实用性
灵活性	一方面是指组织行为学知识的多变性,另一方面是指组织行为的研究对象即人的心理和行为的复杂性。组织行为学的灵活性客观上要求组织行为的实施及其组织的常规管理要因时制宜,灵活多变,不能因循守旧,故步自封