



普通高等教育“九五”国家教育部重点教材

组织行为学

ZUZHI XINGWEI XUE

▶ 关培兰 编著

▶ 武汉大学出版社

WUHAN DAXUE CHUBANSHE

456

456

普通高等教育

“九五”国家教育部重点教材

组 织 行 为 学

关培兰 编著

武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

组织行为学/关培兰编著. —武汉:武汉大学出版社, 2001. 5

普通高等教育“九五”国家教育部重点教材

ISBN 7-307-03065-9

I. 组… II. 关… III. 组织行为学 IV. C936

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 74760 号

责任编辑:陶佳珞

责任校对:刘欣

版式设计:支笛

出版:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件:wdp4@whu.edu.cn 网址:www.wdp.whu.edu.cn)

发行:新华书店湖北发行所

印刷:武汉大学出版社印刷总厂

开本:880×1230 1/32 印张:19.625 字数:560千字

版次:2001年5月第1版 2002年4月第2次印刷

ISBN 7-307-03065-9/C·107 定价:28.50元

版权所有,不得翻印;所购教材,如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请与当地图书销售部门联系调换。

前 言

本书作为“九五”国家教委重点教材,从立项到完稿付梓,持续了几年时间。书虽然按时出来了,但仍有一丝遗憾和无奈。说实在的,近20年来,国内外同行在组织行为学方面的教材和专著如汗牛充栋,数不胜数。对这样一个发展相当成熟的学科,要编写出一本观点新颖、结构合理、很有特色的教材,确实有一定难度,这就是为什么迟迟没有完稿的原因。编者从事组织行为学教学与科研二十多年,1988年编写过同类型的教材《管理行为学》,1989年主编过《简明行为学辞典》,1990年与国内同行编写过《组织行为学》教材,曾多次对企管人员、政工干部、政府公务员和在校学生进行培训,并与国际同行(如美国、加拿大、日本、英国、荷兰和新加坡等)有广泛的联系与交往,特别是多年从事MBA教学,不仅对该学科有深入的了解,而且已取得了一定的研究成果和丰富的教学经验。MBA的学生大部分都有一定的管理工作经历,他们的中肯批评和建设性意见,给我以鞭策,同时又给这本教材提供了丰富的营养。这本书凝结了无数人的心血,也是编者对二十多年组织行为学教学的总结。

这本书有如下特点:

1. 资料翔实,内容丰富。本书引用了多年来国内外学者的大量研究成果,据不完全统计,编者大约参阅了近六十本国内外不同版本,吸收了同行很多有价值的研究资料,这些资料有理论、有方法、有案例、有实验报告和测试手段等。

2. 结构合理,逻辑性强。全书六篇29章,分别从组织行为学的一般、个体、激励、群体及团队、领导方式选择以及组织发展的不同方面探讨了组织管理中的心理行为规律。每章有预习案例、理论要点、发展趋势和应用思路。因篇幅所限,应用案例、复习要点、录像节目、

幻灯投影、课堂讲授内容等作为教材辅助资料,将另外装订印刷。

3. 观点新颖,具有超前性。本书有很多观点是国内大部分教材目前所尚未涉及的,如组织行为学的技能。组织行为学没有针对所有人的观点,跨文化与共同文化、创新思维、知觉判断、满意与压力、竞争与合作、团队建设、未来领导者、自我管理、组织培育、组织中的权力与政治、学习型组织等,为未来管理者预示了很多应关注的问题和采用的方法,有超前性。

4. 理论观点明确,可操作性强。组织行为学的绝大部分理论是舶来品,编者坚持原汁原味地引进,结合中国国情和文化习惯,提出建设性的应用思路,达到洋为中用。编者认为,如果采用理解性介绍的方法,则一是让读者不知道这理论是编者的还是某个学者的;二是编者代替读者思维,限制了读者思维创新的空间。

每个人,作为组织群体中的一员,你需要接纳别人,更需要被别人接纳。因此,组织行为学对任何人都是有益的。不管你是初学者,还是处理人的问题的高手,你都会从中找到乐趣,找到自己的技能阶段。

对国内从事组织行为学研究的同行来说,您不必担心会浪费时间,您可能认为书中的理论和知识很浅显,这正好会让您不仅知道您应该做什么,而且会比我做得更好。

对产业界的实际工作者来说,千万别认为读书是学生们的的事,学习型组织的建立,首先靠您的学习。拥有了知识,不见得能获得财富。拥有了知识,并懂得了人类行为世界,才会真正拥有财富。这是未来信息时代的要求和正确选择。

如果您是在读的 MBA 的学生,我想让您知道,我是你们师兄师姐们的朋友,可以说,没有他们的鞭策和支持,就没有这本书。今天你们拥有了这本书,这是一个老教育工作者送给你们的打开人类行为奥秘的工具,希望你们能够喜欢,希望我也能成为你们的朋友。

编 者

2000 年 9 月于珞珈山

目 录

前 言	1
-----------	---

第一篇 导 论

第一章 组织行为学及其学习研究方法	3
预习案例:张健的转变	3
第一节 组织行为学的产生	4
一、学科基础——行为科学	4
二、理论基础	7
三、方法基础	11
第二节 组织行为学	12
一、组织行为学的概念	12
二、组织行为学的技能	13
三、组织行为学的应用	15
第三节 组织行为学的学习与研究方法	18
一、观察法	18
二、调查法	19
三、心理测验法	21
四、定性与定量法	21
五、案例法	22
六、情景模拟法	22
七、系统法	23
八、实验法	23
附录:霍桑试验	24

第二章 组织行为学研究的特点	30
预习案例:人际关系的技能最重要	30
第一节 组织和组织行为	31
一、组织与组织行为	31
二、组织行为学的目标	34
三、人是组织发展的目的	37
四、组织是人生价值实现的地方	38
第二节 人文技能是管理者的关键技能	40
一、管理功能	40
二、管理技能	41
三、管理者的角色功能	44
第三节 组织行为学没有绝对真理	47
一、组织文化多元趋势	47
二、劳动力多元趋势	49
三、组织行为学没有绝对真理——权变管理	50
第三章 国际化环境中的组织行为学	51
预习案例:文化差异采风	51
第一节 跨文化研究举例	52
一、跨文化研究的起因	52
二、霍布斯塔德的五种文化模式	54
三、莱恩与迪斯特芬诺的六文化维度模式	57
四、斯特罗姆·佩纳斯的五文化维度模式	64
第二节 跨文化管理实践	70
一、威廉·大内的 Z 理论	70
二、尼根希—普拉萨德分析模式	74
三、7 P 模型	77
第三节 共同管理文化新模式	78
一、共同管理文化是合资企业发展的需要	78
二、建立共同管理文化的原则	80
三、形成共同管理文化的条件及应注意的问题	83

第二篇 个体行为

第四章 个体行为规律	91
预习案例:本田:营造自由的环境	91
第一节 关于个体行为的几种解释	92
一、华生的行为主义理论	92
二、新华生主义	93
三、勒温等学者的观点	97
第二节 个体行为规律	99
一、个体行为规律	99
二、个体心理与行为制约	102
三、个体行为疏导	107
第五章 个性差异与管理	111
预习案例:思考者与行动者	111
第一节 人性	112
一、中国学者的人性观点	112
二、西方学者的人性观点	115
三、组织行为学重视人性研究	118
第二节 个性差异管理	120
一、个性的概念及特征	120
二、个性的基本理论	122
三、个性差异及测量	124
第六章 影响行为的其他因素	126
第一节 需要与动机	126
一、需要及其特点	126
二、动机	128
第二节 气质	128
一、气质	128
二、气质类型及其特征	128

三、气质对行为的影响	130
第三节 情绪	132
一、情绪的概念	132
二、有关情绪的理论	133
三、情绪对行为的影响	136
第四节 态度	137
一、态度的概念	137
二、态度的形成	138
三、态度改变理论	138
四、态度的测量及分析	140
第五节 价值观	141
一、价值观的概念	141
二、价值观的测量	142
三、价值观对管理的影响	143
第七章 创新性思维及行为	145
预习案例:日本企业创新	145
第一节 创造性思维	146
一、创造 创造性 创造力	146
二、思维与创造性思维	147
三、扩散思维与集中思维	149
四、提高创造性思维能力	155
第二节 创造性思维品格及过程	161
一、具有高度创造性的人的特征	161
二、影响创造性解决问题的因素	162
三、创造行为的过程	167
第三节 创造性行为技法	168
一、头脑风暴法	168
二、协力创新法	169
三、检核表法	169
四、联想法	171

五、组合法	172
六、列举法	173
第四节 环境与创造行为	175
一、优化创造环境	175
二、影响创造力的因素	177
三、科技创新有赖于观念创新	178
 第八章 知觉与判断	184
预习案例:上司怎么啦?	184
第一节 知觉研究的管理学意义	185
一、知觉及其选择性	185
二、知觉研究的管理学意义	185
三、知觉与判断的过程	186
第二节 注意	187
一、影响注意的因素	187
二、注意的管理学意义	188
第三节 编排	190
一、编排的心理效应	190
二、编排的管理学意义	194
第四节 解释	195
一、解释的镜像反映	195
二、归因理论	196
三、解释的管理学意义	197
第五节 判断(决策)	198
一、决策中的心理偏向	198
二、决策类型	203
三、决策中的道德考虑	204

第三篇 激 励

第九章 激励理论及分类	207
-------------------	-----

预习案例:联合汽车公司	207
第一节 激励研究	208
一、激励的时代要求	208
二、激励的含义	209
三、激励的一般过程模式	212
第二节 激励理论研究	213
一、激励理论研究的心理学观点	213
二、激励理论研究的历史观点	215
第三节 激励理论与实践	216
一、一个有意义的实验	216
二、激励技术	217
三、激励、领导和管理	221
第十章 内容型激励理论	222
预习案例:了解真实需要	222
第一节 需要层次理论	225
一、需要层次理论的基本内容	225
二、需要层次理论与管理	228
第二节 阿德佛需要理论	231
一、阿德佛需要理论的基本内容	232
二、阿德佛需要理论与管理	233
第三节 激励—保健因素理论(双因素理论)	235
一、双因素理论的基本内容	235
二、对双因素理论的评价	236
三、双因素理论的应用	238
第四节 成就需要理论	241
一、成就需要理论的基本内容	241
二、具有高度成就需要的人的特点	242
三、成就需要理论的管理学意义	243
第十一章 过程型激励理论	244

预习案例:她该怎么做?	244
第一节 目标设置理论	245
一、目标设置理论的内容	245
二、目标设置理论的管理学意义	247
第二节 期望理论	247
一、期望理论的内容	248
二、期望理论的应用	249
三、期望理论的管理学意义	251
第三节 公平理论	251
一、公平理论模式	252
二、不公平感的消除	254
三、公平理论的管理学意义	254
第十二章 改造型激励理论	256
预习案例:正强化使他们取得了成功	256
第一节 挫折理论	257
一、挫折及其产生的原因	257
二、挫折容忍力	259
三、受挫折后的行为表现	260
四、正确对待挫折和受挫折的人	263
第二节 强化理论	266
一、强化原理	266
二、强化频率	267
三、强化理论的管理学意义	268
第十三章 激励的社会机制	271
预习案例:当耐利为什么能成功?	271
第一节 激励的几种模式	272
一、波特—劳勒激励过程模式	273
二、豪斯—迪尔的综合激励公式	275
第二节 绩效考评与激励	277

一、绩效考评激励	277
二、工作绩效和工作报酬	281
三、激励机制体现的原则	283
第三节 激励——从理论到应用	284
一、工作目标价值激励	284
二、行政激励	285
三、工作激励	286
四、典型激励	287
五、荣誉激励	287
六、危机激励	288
七、持股激励	289
八、组织文化激励	289
 第十四章 满意与压力	291
预习案例:紧急财务报告	291
第一节 满意与压力的界定	292
一、满意	292
二、压力	297
第二节 不满与压力的组织成本	301
一、健康护理成本	301
二、旷工与补缺	302
三、低组织信任	303
四、失败行为	303
第三节 不满与压力的来源	304
一、物质技术环境	304
二、社会环境	305
三、行为环境	305
四、个人	305
五、组织任务	307
六、组织角色	308
第四节 减少或应付不满与压力	310

一、首次评估目标	310
二、定出第二评估目标	311

第四篇 群体行为

第十五章 群体及群体功能	317
预习案例:领导群体	317
第一节 群体及其分类	318
一、群体的概念	318
二、群体分类	320
三、正式群体与非正式群体	322
第二节 群体功能	324
一、群体发展阶段	324
二、角色定位的社会化过程	326
三、群体功能	327
第十六章 群体人际关系与冲突	329
预习案例:解雇新工人	329
第一节 人际关系	330
一、人际关系及其重要性	330
二、影响人际关系的因素	332
三、人际关系对个体行为的影响	333
四、改善群体人际关系的方法	334
第二节 群际关系及冲突	337
一、群际关系	337
二、冲突及其管理	340
第三节 竞争与合作	344
一、竞争与合作的案例	344
二、博弈论游戏的几个概念	346
三、竞争与合作中的态度定势	350
四、改变游戏的自我检查清单	352

第十七章 群体凝聚力与士气	354
预习案例:如何形成最佳小组?	354
第一节 群体凝聚力	355
一、群体凝聚力的概念	355
二、影响群体凝聚力的因素	356
第二节 群体凝聚力与管理	357
一、群体凝聚力的测定	357
二、群体凝聚力与管理	364
第三节 群体的士气	365
一、群体士气的意义	365
二、士气与生产率的关系	366
三、影响士气的因素	368
第十八章 沟通管理	370
预习案例:吉姆和经理	370
第一节 沟通及其分类	371
一、沟通及其过程	371
二、沟通的类型	372
三、沟通的功能	377
第二节 沟通的障碍	379
一、空间的设计	379
二、当事人的信度及权力	380
三、当事人的价值观及参照视角	381
四、行话	382
五、过滤	382
六、选择性知觉	382
七、语言及情绪	383
第三节 有效沟通的技能	383
一、有效反馈的技能	383
二、有效授权的技能	384

三、有效训导的技能	385
第四节 沟通中的现实问题	386
一、个体差异	386
二、性别	388
三、修辞	388
四、文化差异	389
五、电子媒介	390
 第十九章 团队建设	393
预习案例:777 飞机的改进	393
第一节 团队及群体	394
一、团队及其特点	394
二、团队与群体比较	395
三、团队的类型	395
第二节 影响团队绩效的因素	397
一、规模	397
二、能力	398
三、角色互补	398
四、对目标的认同	400
五、管理者协调	401
六、责任心	402
七、公平的绩效评估	402
八、相互信任	403
第三节 使群体成为高绩效团队	404
一、采用团队形式的好处	404
二、高绩效团队的特征	405
第四节 团队组织的适用范围	407
一、采用团队设计的先决条件	407
二、团队形式的优点及限制	407
三、团队组织的适用范围	408

第五篇 领导行为

第二十章 领导及领导者的影响力·····	411
预习案例:理智的管理人员·····	411
第一节 领导及领导者的影响力·····	413
一、领导的概念·····	413
二、领导的特点·····	414
三、领导者的影响力·····	416
第二节 未来的领导者·····	419
一、成功领导者的共同点·····	419
二、未来的领导者的五个假设·····	420
三、领导者的七个体验·····	422
四、培养未来的领导者·····	424
第二十一章 领导行为理论·····	426
预习案例:美国西北航空公司的领导·····	426
第一节 领导行为四分图模型·····	427
第二节 领导方格模型·····	428
第三节 PM 型领导模型·····	430
第四节 利克特的领导系统模型·····	433
第五节 勒温的领导作风理论·····	436
第二十二章 领导权变理论·····	438
预习案例:创建“百岁海尔”·····	438
第一节 领导行为的连续带模式·····	439
第二节 费德勒模式·····	440
第三节 通路—目标模式·····	442
第四节 领导参与模式·····	444
第五节 不成熟—成熟理论·····	447
第六节 领导生命周期理论·····	448