

Organization Theory and Design Twelfth Edition

组织理论与设计

第 12 版

[美] 理查德·L. 达夫特 (Richard L. Daft) 著

王凤彬 石云鸣 张秀萍 刘松博 等 译

刘松博 王凤彬 审校

组织理论与设计

第 12 版

[美] 理查德·L. 达夫特 (Richard L. Daft) 著

王凤彬 石云鸣 张秀萍 刘松博 等

译

Organization Theory and Design
Twelfth Edition

清华大学出版社

北 京

北京市版权局著作权合同登记号 图字 01-2016-7437 号
Understanding the Theory and Design of Organizations, 12e
Richard L. Daft

Copyright © 2016 by South-Western, a part of Cengage Learning.

Original edition published by Cengage Learning. All Rights reserved. 本书原版由圣智学习出版公司出版。
版权所有,盗印必究。

Tsinghua University Press is authorized by Cengage Learning to publish and distribute exclusively this simplified Chinese edition. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only (excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan). Unauthorized export of this edition is a violation of the Copyright Act. No part of this publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

本书中文简体字翻译版由圣智学习出版公司授权清华大学出版社独家出版发行。此版本仅限在中华人民共和国境内(不包括中国香港、澳门特别行政区及中国台湾)销售。未经授权的本书出口将被视为违反版权法的行为。未经出版者预先书面许可,不得以任何方式复制或发行本书的任何部分。

Cengage Learning Asia Pte. Ltd.
5 Shenton Way, #01-01 UIC Building, Singapore 068808

本书封面贴有 Cengage Learning 防伪标签,无标签者不得销售。
版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

组织理论与设计:第12版/(美)理查德·L.达夫特著;王凤彬等译. —北京:清华大学出版社,2017
(工商管理优秀教材译丛·管理学系列)
书名原文:Organizational Theory and Design, 12e
ISBN 978-7-302-45403-8

I. ①组… II. ①理… ②王… III. ①企业管理—组织管理学—教材 IV. ①F272.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 260162 号

责任编辑:梁云慈
封面设计:常雪影
责任校对:宋玉莲
责任印制:杨 艳

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>
地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084
社 总 机:010-62770175 邮 购:010-62786544
投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn
质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:清华大学印刷厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm

印 张:39.25 插 页:2

字 数:897千字

版 次:2017年1月第1版

印 次:2017年1月第1次印刷

印 数:1~4000

定 价:75.00元

产品编号:066251-01

工商管理优秀教材译丛

管理学系列 →

序 言

我编写《组织理论与设计》第12版的初衷,是以一种能激发学生兴趣和爱好的方式,将组织设计中出现的最新问题与重要思想及理论结合起来。为了更好地适应学生的学习需要,在第12版中,平均每章增加了37条新发现和新案例。新版继续保留了“问题引入”和“你适合哪种组织设计”两个栏目,同时更新了每一章的观点、案例、书评和综合案例。^① 组织研究领域取得的成果和相关理论已非常丰富,且富有洞察力,这些能帮助学生和管理者更好地理解他们的组织和解决实际问题。我的使命就是从组织理论角度,将这些概念和模型与现实世界中变化的现象结合起来,提炼出最新的组织设计观点,供指导实际工作用。



第12版的新特点

总体而言,在学习组织理论课程的学生当中,许多人没有丰富的工作经历,特别是缺少从事中高层管理工作的经历,而组织理论恰恰对中高层管理工作最为适用。还有些学生不愿花时间去读每章的开篇案例或章节末的案例,而将注意力集中在章节内容上。为了让学生置身于当今的组织世界,第12版在每一章开头编排了“问题引入”栏目,以引导学生思考并表达他们关于组织设计概念的想法和观点。“你适合哪种组织设计”栏目,安排在每章中间,以激发学生思考他们的个人风格和行为方式如何与组织设计相适应。其他的经验性内容,如新书评介、新应用案例、新教学案例等,用来引导

^① 书尾附有12个案例,本译本中略去。——译者注

学生运用每章的新概念。这些着实扩展和更新了本书的内容,提高了它的可读性和易接受性。使用这些教学工具可以提高学生们对课本内容的参与程度。



你适合哪种组织设计

“你适合哪种组织设计”以简短的问卷形式安排在每章中间,问卷内容主要涉及学生自己的行为方式和偏好,通过问卷我们可以很快知道学生是如何适应特定组织或情境的。例如,问卷主题包括:“你的文化智力如何”,“你的战略表现力”,“你是否已经准备好承担国际化角色”,“企业文化偏好”,“制定目标是你的强项吗”,“你如何制定重要决策”,“个人网络”,等等。这些调查问卷的回馈可以将学生的个人偏好和章节内容联系起来,从而增强本书的趣味性,并阐明概念之间的关联。



问题引入

本书将三个简短的观点性论题安排在每章开头,鼓励学生对即将学习的材料和概念表达自己的观点。开篇设计这些问题是基于这样的考虑:当学生们首次表达自己的观点时,他们的思想更自由,而且会对与开篇问题相关的内容产生兴趣。例如,要求学生们做出同意或不同意回答的问题有:

一定数量的冲突对组织来说是有益的。

企业绩效的最佳衡量指标是财务指标。

明智的组织应该鼓励管理者使用推特等社交网络。

CEO 最重要的责任是确保组织设计正确。

管理者应该强调共同价值观、相互信任、为组织使命做出贡献,以此来控制员工行为。

与“问题引入”的三个开篇问题相对应,每章还包括了与此对应的“评价你的答案”栏目,让学生们将他们最初的观点与基于章节概念的正确或最合适答案进行比较。通过比较,学生们可以知道他们关于组织的心智模式和想法是否同组织世界相一致。



新书评介

“新书评介”是一些简短的书评。该栏目的书评内容反映了在现实组织中工作的管理者们所关注的一些当前研究的热点问题。书评中介绍了企业面对当今多变环境的挑战所采用的方式,这也是本书的一大特色。第12版新的书评包括《选择成就卓越》、《蓝海战略》、《有觉悟的资本主义:解放企业的英雄气概》和《创新公司:皮克斯的启示》。



应用案例

新版中编入了大量的新案例,用以说明理论概念。有许多国际企业的案例,而且所有的案例都取材于真实的组织。本书各章节中新添加的案例包括:富士胶片控股株式会社(Fujifilm Holding Corporation)、嘉年华邮轮公司(Carnival Cruise Lines)、阳狮集团和宏盟集团(Omnicom and Publicis)、安利公司(Amway)、哈雷戴维森公司(Harley Davidson)、晨星公司(Morning Star)、维尔福软件公司(Valve Software)、亚马逊公司(Amazon)、怪诞星期五管理技术(Freaky Friday Management Technique)、彭博资讯公司(Bloomberg PLC)、苹果公司(Apple)、塔可钟和菲多利(Taco Bell and Frito Lay)、欧莱雅公司(L'Oreal)、美国军队(the U. S. Military)、鲍克斯公司(Box)、伯灵顿北方圣太菲铁路运输公司(BNSF Railway)、丰田汽车公司(Toyota Motor Corporation)、荷兰皇家壳牌公司(Royal Dutch Shell PLC)、联合健康集团(United Health Group)、忠实航空公司(Allegiant Travel)、梵蒂冈(The Vatican)、耐克公司(Nike)、理查德·基诺里公司(Richard Ginori)、恺撒娱乐公司(Caesar's Entertainment)、国际戏剧舞台工作者联盟(International Alliance of Theatrical Stage Employees)、戴尔公司(Dell)、乔治亚州桑迪斯普林斯镇(Town of Sandy Springs, Georgia)、松下公司(Panasonic)、美捷步公司(Zappos)和纳拉亚纳·赫如达亚拉亚医院(Narayana Hrudayalaya Hospital)等。



图表

经常出现的图表可以帮助学生将组织关系视觉化,并能够更清晰地传递理论概念。



设计要点

这部分是小结和说明,告诉学生如何能在更广阔的组织理论与设计情境下掌握各章的知识要点。



案例分析

这些案例和每章的理论概念相配套,为学生分析和讨论提供工具。新增的分析案例包括:“没那么简单:罗伊斯咨询公司的结构变革”“维纳布尔艺术博物馆”“CPI公司:发生了什么?”“杀毒软件公司:软件工具项目”“雅虎:上班了!”“赛车手与赛车公司”以及“美第奇地中海餐厅”。



新概念

这个版本中新增和扩展了很多新的概念。新的内容包括：日益复杂的组织环境(increasing complexity of the organizational environment)；社交商业(social business)；目标冲突与混合型组织(goal conflict and the hybrid organization)；大数据分析(big data analytics)；绿色运动与可持续性(the green movement and sustainability)；合作的必要性(the need for collaboration)；社交网络分析(social network analysis)；准理性(quasirationality)；管理者的决策偏差(manager decision-making biases)；破坏性创新的几个阶段(stages of disruptive innovation)；智能工厂(the smart factory)和制造业的趋势；创新竞技和众包(innovation contests and crowdsourcing)；资源依赖型关系的类型(types of resource-dependent relationships)；高度分权和去领导化组织设计(radical decentralization and bossless organization design)；自觉资本主义(conscious capitalism)；建立全球团队(global teams)是缓解全球一致性(global uniformity)和本地响应性(local responsiveness)之间张力的有效方式。



章节结构

每一章都有高度的针对性并有严密的逻辑结构。现有的许多关于组织的教材都将资料按观点依次排列,如“观点 A”“观点 B”“观点 C”等。《组织理论与设计》一书则是着重展现理论在组织中的应用。而且,每一章都紧扣关键的知识点展开叙述,不向学生介绍过多的学术资料,或组织研究者们所采用的不同研究方法及其易导致学生理解上混乱的各种观点差异。书中所介绍的绝大部分内容都围绕着本书将要阐明的组织发展的主要趋势这一条主线。有几章还建立了将主要的观点纳入一个总体架构中的知识框架。

本书在反复使用中经受了学生的广泛检验。来自学生和各院校同人的反馈意见已经吸收到修订版中。本书的设计是通过将组织理论的有关概念与新书评介、实践探索、自我洞察力问卷、案例展示、体验性的练习,以及其他新的教学手段等融于一本教材中,从而更好地满足学生的学习要求。学生们对此给予了积极的反馈。



补充内容

资源同步网站 教师手册 题库 多媒体课件 组织理论与设计实践练习第二版

同步网站

同步网站包含了与课程相关的重要的教学资料。使用者可以在网站上下载电子版教学资源,主要包括教师手册、试题库和课件,我们对这些资料进行了加密处理。

要获得这些材料和同步资料,请登录网站 www.cengagebrain.com。在网站的首页上,您可以使用页面顶部的检索框查找 ISBN 号,通过检索您可以查找到免费的课程同步资料。

教师手册

教师手册包括章节回顾、章节概要、讲座提升、问题讨论、练习册活动讨论、案例讨论以及综合案例的注释说明。试题库包括选择题、正误判断和论文写作。

Cognero 试题库

Cognero 试题库含有易于使用的出题软件。教师可以增加或编辑问题、使用说明和答案,而且可以通过屏幕显示进行随机或者数字顺序选择材料。教师还可以在线编写和管理考试试题。

多媒体课件

多媒体课件和报告为教师采用多种上课方式提供了方便。将本教材和教师资源指南相结合,共有 150 张幻灯片可供使用。这些课件包括教材中的数据 and 表格,还有教材以外的补充内容。这些材料是按教材章节顺序组织起来的,可以在个人使用过程中被修改或扩展。

《组织理论与设计实践练习》第二版

由北佛罗里达大学(University of North Florida)的 H. 尤金·贝克三世(H. Eugene Baker III)和史蒂文·K. 保尔森(Steven K. Paulson)所著。

为了帮助学生更好地理解和应用组织理论与设计的基本原理,《组织理论与设计实践练习》设计了一系列针对性的课堂练习。本书的主要内容安排与达夫特《组织理论与设计》(第 12 版)的主体目录相对应。本书各章节广泛涵盖了组织理论与设计领域的相关概念。每一章节对应一个特定的主题,比如组织权力、生产技术、组织文化等,而且提供了所有必需的材料以方便学生全面参与三种不同的练习。一些练习需要完全由个人完成,一些需要由小组完成,还有一些两种方式均可。从仪表器材的使用到评估性问卷调查,再到真实的创造性生产活动,都包含于本书之中。



致谢

教材的编写是一项由团队共同完成的事业。第12版凝聚了许多我要致以由衷感谢的人们的聪慧思想和艰辛劳动。上一版的评审者和为此特设的小组的成员,对新版本的修订做出了特别重要的贡献。他们在对本教材的许多特点表示认可和赞赏的同时,也对那些不足之处提出了一些批评和建议。我要感谢对本教材做出重要贡献的以下各位:

阿拉斯加东南大学的大卫·阿克曼(David Ackerman)

得克萨斯泛美大学的简·勒马斯特(Jane Lemaster)

纽约州立大学新帕尔茨分校的克莉丝汀·巴克豪斯(Kristin Backhaus)

纽约州立大学新帕尔茨分校的金姆·卡斯沙斯基(Kim Lukaszewski)

休斯敦浸礼会大学的迈克尔·伯恩(Michael Bourke)

圣托马斯大学的史蒂文·马瑞威勒(Steven Maranville)

卡梅隆大学的苏赞尼·克林顿(Suzanne Clinton)

贝乐大学的瑞克·马丁内斯(Rick Martinez)

得克萨斯女子大学的帕特·德里斯科尔(Pat Driscoll)

芒廷州立大学的安·玛丽·奈叶(Ann Marie Nagye)

萨姆休斯敦州立大学的乔·安妮·达菲(Jo Anne Duffy)

印第安纳大学的詹尼特·涅尔(Janet Near)

墨瑟大学的切尔·杜沃(Cheryl Duvall)

得克萨斯女子大学的朱利·纽克默(Julie Newcomer)

东肯塔基大学的艾伦·恩格尔(Allen D. Engle, Sr.)

利伯缇大学的弗兰克·诺兰(Frank Nolan)

密苏里州立大学的帕特里夏·费尔特斯(Patricia Feltes)

乔治·福克斯大学的阿斯比乔·奥斯兰(Asbjorn Osland)

索诺马州立大学的罗伯·特格林(Robert Girling)

尼科尔斯州立大学的莱恩·皮扎诺特(Laynie Pizzolatto)

威斯康星大学白水分校的叶芝·高笛瓦勒(Yezdi H. Godiwalla)

纽约州立大学德里学院的保拉·里尔登(Paula Reardon)

马里兰大学的约翰·A.古尔德(John A. Gould)

艾比伦基督大学的萨曼莎·赖萨(Samantha Rice)

斯普林爱伯大学的乔治·格里芬(George Griffin)

密歇根大学的理查德·萨沃德(Richard Saaverda)

印第安纳大学南本德分校的勒达·麦金泰尔·豪尔(Leda McIntyre Hall)

威斯康星大学的 W. 罗伯特·桑普森(W. Robert Sampson)
宾夕法尼亚州立大学的拉尔夫·汉克(Ralph Hanke)
南密西西比大学的艾米·希弗(Amy Sevier)
帕波戴大学的布雷斯·J. 汉森(Bruce J. Hanson)
帕波戴大学的 W. 斯科特·舍曼(W. Scott Sherman)
罗斯福大学的托马斯·黑德(Thomas Head)
芒廷州立大学的马乔里·史密斯(Marjorie Smith)
斯蒂文斯理工学院的帕特丽夏·霍拉汉(Patricia Holahan)
弗吉尼亚联邦大学的 R. 斯蒂芬·史密斯(R. Stephen Smith)
明尼苏达州立大学的乔恩·卡林沃思琪(Jon Kalinowaski)
陶森大学的菲利兹·塔巴克(Filiz Tabak)
杜兰大学的吉斯皮·拉比楠卡(Guiseppe Labianca)
科宾州立学院的托马斯·特瑞尔(Thomas Terrell)
东南路易斯安那大学的杰克·图斯(Jack Tucci)
德拉瓦大学的理查德·维斯(Richard Weiss)
威尔明顿大学的蕾妮·泰尔(Renee Tyre)
圣克拉拉大学的朱迪斯·怀特(Judith White)
北卡罗来纳州农工大学的艾赛亚·阿波诺(Isaiah Ugboro)
北达克达大学的简·扎哈里(Jan Zahrlly)
北得克萨斯州大学的沃伦·沃森的(Warren Watson)

我要感谢范德比尔特大学欧文学院的朋友和同事们给予我的鼓励和支持,他们是布鲁斯·巴里(Bruce Barry)、里奇·奥利弗(Rich Oliver)、大卫·欧文斯(David Owens)、泰·帕克(Ty Park)、朗高·瑞曼(Ranga Ramanujam)和巴特·维克托(Bart Victor)。我还要特别感谢埃里克·约翰逊(Eric Johnson)主任和萨尔·马奇(Sal March)副主任,他们为我提供了时间和资源,使我可以阅读最新的组织设计文献并进行新版的写作。

我要向辅助我修订本教材的助手帕特·莱恩(Pat Lane)致以特别的谢意。在本书再版的整个过程中,帕特提供了重要的帮助。她娴熟地整理了各种专题和实例材料,收集了许多相关资料,在按版式要求编辑书稿、页码对照,以及辅助资料准备方面作出了重要贡献。帕特的热情与细心使本书第12版达到了更高的水平。我还要感谢蒂姬·莱斯特(DeeGee Lester),她更新了每一章章末的教学案例和综合案例。蒂姬独创性的写作技巧为本书带来了更多活力,大大提升了学生参与讨论和解决组织问题的激励力与趣味性。

圣智学习出版公司(Cengage Learning)的团队也特别值得一提。斯科特·皮尔森(Scott Person)在设计该项目方面做了杰出的工作,同时还对本书的修订提出了改进建议。负责内容开发管理的苏珊娜·怀尔德(Suzanne Wilder)和乔什·威尔斯(Josh Wells)工作非常出色,在人员和计划按照时间安排行动的同时,还创造性地迅速处理了一些难题。项目经理詹妮弗·齐格勒(Jennifer Ziegler)和约瑟夫·马尔科姆(Joseph Malcolm)拥有

高超的协调能力,并利用他们创造性的管理技能保证了本书的按时完成。市场营销经理艾米丽·霍洛维茨(Emily Horowitz)、市场总监克里斯汀·赫德(Kristen Hurd)以及市场协调员克里斯多夫·沃尔兹(Christopher Walz)为我们提供了很多支持、创造性的想法和有价值的知识。

最后,我还想感谢我的女儿们,丹妮尔(Danielle)、艾米(Amy)、罗克珊(Roxanne)、索兰格(Solange)和伊丽莎白(Elizabeth)对我的支持和爱,还有我的外孙纳尔逊(Nelson),是他们使我的生活有了特殊的意义。

理查德·L. 达夫特
田纳西州纳什维尔市
2015年1月

目 录

第I篇 组织导论

第1章 组织与组织理论	3
应用中的组织理论	6
本书的主题	7
当前的挑战	10
本章的目的	13
什么是组织	14
组织的定义	14
从跨国公司到非营利性机构	15
组织的重要性	16
组织设计的变量	18
结构变量	19
权变因素	22
绩效和效果	25
组织设计的演进	26
历史视角	27
视情形而定：关键权变因素	30
有机式设计 与 机械式设计的对比	31
当前的组织设计：高度分权	33
本书的框架	34
分析层次	35
全书的内容安排	36

各章内容的安排	36
设计要点	37
关键概念	38
讨论题	39
练习	40
教学案例	41
注释	48

第Ⅱ篇 组织目标与结构设计

第2章 战略、组织设计和效果	53
本章的目的	54
战略指向在组织设计中的作用	54
组织目标	57
战略意图	57
操作性目标	61
目标冲突与混合型组织	64
目标的重要性	65
两个选择战略与设计的框架	66
波特的竞争战略	68
迈尔斯和斯诺的战略分类	71
战略如何影响组织设计	73
影响组织设计的其他因素	74
组织效果的评价	75
定义	75
谁来决定	76
四种效果评价方法	77
目标评价法	78
资源评价法	79
内部过程评价法	80
战略性利益主体评价法	81
一个整合的效果评价模型	82
设计要点	86
关键概念	87
讨论题	88
练习	88
教学案例	89
注释	94
第3章 组织结构的基础	97
本章的目的	98
组织结构	99
有关结构的信息分享观	102
集权与分权	102

纵向信息共享	104
横向信息共享与协作	104
关系式协调	110
组织设计方案	112
工作活动设计	112
报告关系	112
部门组合方式	112
职能型、事业部型和地区型结构设计	114
职能型结构	114
设有横向联系手段的职能型结构	116
事业部型结构	116
地区型结构	120
矩阵型结构	121
矩阵型结构的适用条件	122
矩阵型结构的优缺点	123
横向型结构	125
横向型结构的特征	126
横向型结构的优缺点	128
虚拟网络型结构和外包	129
虚拟网络型结构的运作方式	130
虚拟网络型结构的优缺点	132
混合型结构	133
结构设计的应用	134
结构的连续流	135
结构无效的症状	136
设计要点	137
关键概念	138
讨论题	139
练习	139
教学案例	140
注释	145

第Ⅲ篇 开放系统设计要素

第4章 外部环境	151
本章的目的	152
组织环境	152
任务环境	153
一般环境	154
国际环境	156
变动的环境	157
复杂性	158
动态性	158

分析框架	161
适应变动的环境	163
增加职位和部门	163
建立关系	163
分化与整合	165
有机的管理过程与机械的管理过程	167
计划、预测与响应	168
组织应对环境变动的分析框架	169
财务资源依赖	170
影响财务资源	171
建立正式关系	171
影响关键方面	174
组织与环境的整合性框架	178
设计要点	179
关键概念	179
讨论题	180
练习	181
教学案例	182
注释	186
第5章 组织间关系	191
本章的目的	192
组织的生态系统	193
竞争是否消失了	193
管理者角色的转变	196
组织间关系的分析框架	197
资源依赖理论	198
资源依赖关系的类型	198
权力策略	200
协作网络理论	201
合作的起因	203
从对手到伙伴	205
组织生态学	207
是什么阻碍了组织适应性?	208
组织形态和经营领域	209
生态变化的过程	210
生存战略	211
制度理论	212
制度视角与组织设计	213
制度类同性	213
设计要点	216
关键概念	217
讨论题	218

专题讨论	219
教学案例	221
注释	225
第 6 章 面向国际环境的组织设计	229
本章的目的	230
进入全球竞技场	231
国际扩张的动力	232
国际扩展的阶段	236
建立国际战略联盟进行全球扩张	238
全球化设计面临的挑战	240
更高的复杂性和分化程度	241
协调的需求增加	242
知识和创新的转移更加困难	243
适应全球化战略的结构设计	245
全球机会与地方机会模型	245
国际事业部	248
全球产品事业部结构	249
全球地区事业部结构	250
全球矩阵结构	252
其他的全球协调机制	254
全球团队	254
总部计划	256
扩展的协调角色	257
协调的益处	258
组织的跨国模式	259
设计要点	263
关键概念	264
讨论题	264
练习	265
教学案例	266
注释	271

第Ⅳ篇 内部设计要素

第 7 章 制造与服务技术	277
本章的目的	279
制造业组织的核心技术	279
制造业企业	280
战略、技术和绩效	282
现代技术的应用	283
趋势	284
智能工厂	287
精益制造	288