

PEARSON
Prentice
Hall

B
BUSINESS
ADMINISTRATION
CLASSICS

Business Administration Classics
工商管理经典译丛

组织行为学

(第12版)

ORGANIZATIONAL BEHAVIOR

(Twelfth Edition)

斯蒂芬·P·罗宾斯 (Stephen P. Robbins)

蒂莫西·A·贾奇 (Timothy A. Judge)

著

李原 孙健敏 译

PEARSON
Education

中国人民大学出版社

C936/7=3

2008



BUSINESS
ADMINISTRATION
CLASSICS

工商管理经典译丛

Administration Classics

组织行为学

(第12版)

ORGANIZATIONAL BEHAVIOR


(Twelfth Edition)

斯蒂芬·P·罗宾斯 (Stephen P. Robbins)

蒂莫西·A·贾奇 (Timothy A. Judge)

著

李原 孙健敏 译

 中国人民大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

组织行为学: 第 12 版/罗宾斯, 贾奇著; 李原, 孙健敏译.

北京: 中国人民大学出版社, 2008

(工商管理经典译丛)

ISBN 978-7-300-09153-2

I. 组…

II. ①罗…②贾…③李…④孙…

III. 组织行为学

IV. C936

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 042790 号

工商管理经典译丛

组织行为学 (第 12 版)

斯蒂芬·P·罗宾斯 蒂莫西·A·贾奇 著
李原 孙健敏 译

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

电 话 010-62511242 (总编室)

010-82501766 (邮购部)

010-62515195 (发行公司)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 河北涿州星河印刷有限公司

规 格 185 mm×260 mm 16 开本

印 张 39 插页 2

字 数 877 000

邮政编码 100080

010-62511398 (质管部)

010-62514148 (门市部)

010-62515275 (盗版举报)

版 次 2008 年 4 月第 1 版

印 次 2008 年 4 月第 1 次印刷

定 价 69.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

Authorized translation from the English language edition, entitled *Organizational Behavior*, 12th Edition, 0132431564 by Robbins, Stephen P. ; Judge, Timothy A. , published by Pearson Education, Inc, publishing as Prentice Hall, Copyright © 2007, 2005, 2003, 2001, 1998 by Pearson Education Inc.

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from Pearson Education, Inc.

CHINESE SIMPLIFIED language edition published by PEARSON EDUCATION ASIA LTD. , and CHINA RENMIN UNIVERSITY PRESS Copyright © 2007.

本书中文简体字版由培生教育出版公司授权中国人民大学出版社合作出版，未经出版者书面许可，不得以任何形式复制或抄袭本书的任何部分。

本书封面贴有 Pearson Education (培生教育出版集团) 激光防伪标签。无标签者不得销售。

《工商管理经典译丛》 出版说明

随着中国改革开放的深入发展，中国经济高速增长，为中国企业带来了勃勃生机，也为中国管理人才提供了成长和一显身手的广阔天地。时代呼唤能够在国际市场上搏击的中国企业家，时代呼唤谙熟国际市场规则的职业经理人。中国的工商管理教育事业也迎来了快速发展的良机。中国人民大学出版社正是为了适应这样一种时代的需要，从1997年开始就组织策划《工商管理经典译丛》，这是国内第一套与国际管理教育全面接轨的引进版工商管理类丛书，该套丛书凝聚着100多位管理学专家学者的心血，一经推出，立即受到了国内管理学界和企业界读者们的一致好评和普遍欢迎，并持续畅销数年。全国人大常委会副委员长、国家自然科学基金会管理科学部主任成思危先生，以及全国MBA教育指导委员会的专家们，都对这套丛书给予了很高的评价，认为这套译丛为中国工商管理教育事业做了开创性的工作，为国内管理专业教学首次系统地引进了优秀的范本，并为广大管理专业教师提高教材甄选和编写水平发挥了很大的作用。据统计，本丛书现已成为目前国内管理院校和企业培训中采用率最高、影响最大的引进版教材。其中《人力资源管理》（第六版）获第十二届“中国图书奖”；《管理学》（第四版）获全国优秀畅销书奖。

进入21世纪后，随着经济全球化和信息化的发展，国际MBA教育在课程体系上进行了重大的改革，从20世纪80年代以行为科学为基础，注重营销管理、运营管理、财务管理到战略管理等方面的研究，到开始重视沟通、创业、公共关系和商业伦理等人文类内容；并且增加了基于网络的电子商务、技术管理、业务流程重组和统计学等技术类内容。另外，管理教育的国际化趋势也越来越明显，主要表现在师资的国际化、生源的国际化 and 教材的国际化方面。近年来，随着我国MBA和工商管理教育事业的快速发展，国内管理类引进版教材的品种越来越多，出版和更新的周期也在明显加快。为此，我们这套《工商管理经典译丛》也适时更新版本，增加新的内容，同时还将持续推出新的系列和配套的案例教材、教学参考书，以顺应国际管理教育发展的大趋势。

本译丛入选的书目，都是世界著名的培生教育出版集团、美国麦格劳-希尔教育出版公司、圣智学习出版公司、约翰威立出版公司等权威出版机构畅销全球的工商管理教材，被世界各国（地区）的著名大学商学院和管理学院所普遍选用，是国际工商管理教育界最具影响力的教科书。本丛书的作者，皆为美国管理学界享有盛誉的著名教授，他们的这些教材，经过了美国和世界各地数千所大学和管理学院教学实践的检验，被证明是论述精辟、视野开阔、资料丰富、通俗易懂，又具有生动性、启发性和可操作性的经典之作。本译丛的译者，大多是国内各著名大学的优秀中青年学术骨干，他们大都曾留学欧美，在长期的教学研究和



社会实践中积累了丰富的经验,具有较高的翻译水平。

本丛书的引进和运作过程,从市场调研与选题策划、每本书的推荐与论证、对译者翻译水平的考察与甄选、翻译规程与交稿要求的制定、对译者质量的严格把关和控制,到版式、封面和插图的设计等各方面,都坚持高水平和高标准的原则,力图奉献给读者一套译文准确、文字流畅、从内容到形式都保持原著风格的工商管理精品图书。

本丛书参考了国际上通行的MBA和工商管理专业核心课程的设置,并充分兼顾了我国管理各专业现行通开课与专业课程设置,以及企业管理培训的要求,故适应面较广,既可用于管理各专业不同层次的教学,又可供各类管理人员培训和个人自学使用。

为了本丛书的出版,我们成立了由中国人民大学、北京大学、中国社会科学院等单位专家学者组成的编辑委员会,德高望重的袁宝华同志、黄达教授和中国人民大学校长纪宝成教授,都给了我们强有力的支持,使本丛书得以在管理学界和企业界产生较大的影响。许多我国留美学者和国内管理学界著名专家教授,参与了原著的推荐、论证和翻译工作,原我社编辑闻洁女士在这套书的总体策划中付出了很多心血。在此,谨向他们致以崇高的敬意并表示衷心的感谢。

愿这套丛书为我国MBA和工商管理教育事业的发展,为中国企业管理水平的不断提升继续做出应有的贡献。

中国人民大学出版社

译者前言

翻开第12版，一股清新之风扑面而来，蒂莫西·A·贾奇教授的加入，使得全书有了面貌一新的感觉。熟悉教科书的读者也许还对贾奇有些陌生，但是，如果你也曾阅读过管理学方面的学术论文，就会对这个名字非常熟悉了。贾奇教授是当今组织行为学和人力资源领域杰出的理论家和学术研究者，他的研究涵盖众多领域，几乎每篇论文都是重头戏，发表在管理学与心理学最著名的学术期刊上。他的加盟，巩固并加强了本书内容的学术功底。

本书的最大特色就在于，在保留了过去版本中罗宾斯博士以轻松的笔调、讲故事的叙述手法娓娓道来深刻理论与博大学说的基础上，重点加入了近年来学术研究上的重大突破，使原本相对“柔性”的组织行为学知识，增加了科学的“刚性”。

这些学术研究结果，再度打破了我们以往的常规思维和直觉思维，使我们对于“人”这个主体有了越来越深入的理解。让我们来看几个例子。

工作中的情绪一定是非理性的吗？过去的管理实践活动总是试图把情绪隔离在工作场所之外，认为情绪的流露会带来负面结果。近十年来，学者和理论家们逐渐强调感性的人，或者说还原人的感性的一面，试图让人们接受工作中的情绪表达，因为它毕竟是活生生的人不可缺少的方面。而有关情绪的当代研究则进一步指出，对于情绪和心境的有效管理，能积极地影响到组织行为学的大量主题，包括工作态度、工作动机、领导行为和谈判。

在工作满意度上，提高工资就会让人更满意吗？近年来的调查结果表明，工资并不是让人们感到工作更满意的前几位指标。而且，最新的研究发现，至少在美国，年薪8万美元的人并不比那些年薪4万美元上下的人更感到快乐。这出乎你的直觉所料？绝对是。仔细阅读一下新版的内容，你会对员工的需要和情感有新的认识。

我们一直都认为，在工作中，平和而有安全感的个体会比那些神经质和抑郁的个体做的好。但最新的研究却发现，一些情绪稳定性较差的指标，实际上有助于工作绩效的提高。你会在本书中看到，有些消极的人格特点却导致了更高的绩效。这让你大跌眼镜吗？这不仅有违一般人的常识，也有违若干年来写在教科书里被人们视为金科玉律的东西。不过，仔细想来，这也正是组织行为作为学术领域存在的必要，这一学术领域旨在用严谨的学术研究成果来不断澄清和校正那些我们以为是真理的常规思维。

本书的一个亮点，是对于国际化和全球化的关注。国际化或全球化已经成为我们这个时代不可或缺的话题，其表现无所不在。书中的案例不仅介绍了北美公司，还涵盖了欧洲、日本、韩国和中国的企业。中国在国际经济发展中的作用已经举世公认，于是，关于中国的案例和概念增加了很多，可以说从古到今都有。另外，书中甚至还包括了有关朝鲜、喀麦隆、中东地区的案例，虽然受文化的限制，作者的视角也许与我们的不同，阐述的问题也未必能全面深刻，但我们依然佩服两位作者所表现出来的全球化胸怀和视野。



从内容到形式,第12版都进行了变革。内容更加实际,几乎每个概念和理论都有现实中的故事来诠释或注解,并根据发展的趋势,对不同内容的侧重点进行了调整。例如,增加了情绪与心境一章,增加了对于影响工作满意度要素的讨论,增加了个人与组织匹配的新内容。案例全部更新,形式也变化了,变得更加实用。

贯穿本书的另一个显著特点是,对人性的全面认识和分析,对人性的关注和人文关怀,体现在字里行间。实际上,人文关怀,企业中人性化的管理实践,从20世纪80年代末起就在美国出现了。1998年,本书主译之一到美国做访问学者的时候,曾经到很多企业去调研,有一个现象让人很费解:美国的很多小企业当时就在推行日托计划,提供住房购买补贴或住房、上下班交通补贴甚至医疗、养老福利全包等,我的第一反应是,从形式上看,美国企业的人力资源管理正在步中国计划体制的后尘。当然,其背景和出发点不可同日而语。

本书更是给我们提供了不胜枚举的例子来证明人文关怀这一主题。例如,很多管理者过去对工作场所中的“闲聊”表示反对,现在不一样了,他们认识到茶水间和咖啡厅里的讨论,并不像以前人们想象的那样都是与工作无关的活动,而是在交流工作感受。于是,西门子公司现在鼓励这种随意的碰头活动。当你看到思科公司在工作场所给员工提供24小时桑拿、高尔夫球场时,你会有什么感觉呢?当你看到全球的组织几乎都在不约而同地强调信任、诚实、沟通时,你会有什么想法呢?过去,工作与生活是两个完全不同的领域,而现在,当更多的人在寻求工作的意义时,当越来越多的人渴望把个人的职业与生活统一起来时,作为管理者,我们该做些什么呢?美国西南航空公司的实践或许能给我们一些启示。

国内也有很多企业明确提出了人性化管理,不过,在此我想强调一点:实施人性化管理的基本前提是首先要认识人性是什么,然后再谈应该怎样。

十分感谢人大出版社的于波编辑对我们一如既往的信任、包容、支持和谅解。感谢责任编辑熊鲜菊的精细和耐心,感谢人大出版社各位同仁的辛勤劳动。参与翻译本书部分章节初稿的还有滕玉成、李刚、罗红艳、孙晓丽、张明睿、姜凯丰、彭文彬、刘玉文、吴铮、秦成菊、梁希雷、李梅等。在此一并致谢。

本书译稿完成之时,主译之一正以富布赖特访问学者的身份在佛罗里达大学商学院与贾奇教授一起进行合作研究。每周一次的讨论和对话,自然少不了关于本书内容的问答、解释、澄清,乃至辩论。这在一定程度上提高了本书的翻译质量。然而,尽管我们力争对每个句子表达出作者的原意原味,尽管我们有机会对第10版的谬误进行修改,但我们毕竟才疏学浅,翻译不当之处在所难免,敬请各位读者不吝赐教。

孙健敏 李原

2008年4月于佛罗里达

目录

第 I 篇 导论	(1)
第 1 章 什么是组织行为学	(3)
管理者做什么.....	(5)
了解组织行为学.....	(9)
用系统研究完善直觉.....	(9)
对组织行为学有贡献的学科	(11)
组织行为学中没有绝对的真理	(13)
组织行为学面临的挑战与机遇	(14)
变得有吸引力：开发组织行为学模型	(22)
本章小结及对管理者的意义	(29)
第 II 篇 个体	(37)
第 2 章 个体行为的基础	(39)
能力	(41)
传记特点	(45)
学习	(48)
本章小结及对管理者的意义	(57)
第 3 章 态度和工作满意度	(65)
态度	(67)
工作满意度	(75)
本章小结及对管理者的意义	(82)
第 4 章 人格与价值观	(90)
人格	(92)
价值观.....	(102)
人格、价值观与工作场所.....	(112)
本章小结及对管理者的意义.....	(115)
第 5 章 知觉和个体决策	(124)
什么是知觉及其为什么重要.....	(126)
影响知觉的因素.....	(126)
对人知觉：对他人做出判断.....	(127)

	知觉与个体决策之间的联系·····	(133)
	应该如何做出决策·····	(134)
	在组织中如何做出实际的决策·····	(137)
	决策中的道德问题·····	(145)
	本章小结及对管理者的意义·····	(147)
第6章	基本的动机概念 ·····	(156)
	界定动机·····	(158)
	早期的动机理论·····	(158)
	当代动机理论·····	(163)
	目标管理:目标设置理论的实践·····	(169)
	当代动机理论的整合·····	(178)
	启示:动机理论受到文化制约·····	(180)
	本章小结及对管理者的意义·····	(181)
第7章	动机:从概念到应用 ·····	(190)
	通过改变工作环境的本质进行激励·····	(191)
	员工卷入方案·····	(199)
	奖励员工·····	(200)
	本章小结及对管理者的意义·····	(209)
第8章	情绪和心境 ·····	(216)
	情绪和心境·····	(218)
	情绪劳动·····	(229)
	情感事件理论·····	(232)
	情绪智力·····	(233)
	情绪和心境在组织行为中的应用·····	(235)
	本章小结及对管理者的意义·····	(239)
第Ⅲ篇 群体 ·····		(249)
第9章	群体行为的基础 ·····	(251)
	群体的定义和分类·····	(253)
	群体发展的阶段·····	(254)
	群体结构:角色、规范、地位、规模、内聚力·····	(257)
	群体决策·····	(268)
	本章小结及对管理者的意义·····	(273)
第10章	理解工作团队 ·····	(280)
	为什么团队如此普及·····	(282)
	团队与群体的差异·····	(283)
	团队的类型·····	(284)
	建设高效工作团队·····	(287)

	使个体转变成团队队员	(295)
	团队与质量管理	(297)
	警惕：团队并非总是问题的答案	(297)
	本章小结及对管理者的意义	(298)
第 11 章	沟通	(307)
	沟通的功能	(309)
	沟通的过程	(310)
	沟通的方向	(311)
	人际沟通	(312)
	组织沟通	(314)
	沟通渠道的选择	(321)
	有效沟通的障碍	(322)
	有关沟通的当前问题	(325)
	本章小结及对管理者的意义	(330)
第 12 章	领导的基本观点	(337)
	什么是领导	(339)
	特质理论	(339)
	行为理论	(341)
	权变理论	(344)
	本章小结及对管理者的意义	(353)
第 13 章	当代领导问题	(360)
	心理定格：使用语言来塑造意义和激励他人	(362)
	鼓舞人心的领导理论	(363)
	诚信领导：道德和信任是领导的基础	(370)
	当代的领导角色	(377)
	对领导概念的挑战	(382)
	发现和创造有效的领导者	(385)
	本章小结及对管理者的意义	(386)
第 14 章	权力与政治	(396)
	权力的定义	(398)
	领导与权力的对比	(398)
	权力的基础	(399)
	依赖性：权力的关键	(401)
	权术	(403)
	群体中的权力：结盟	(405)
	性骚扰：工作场所的不平等权力	(406)
	政治活动：行动中的权力	(408)
	本章小结及对管理者的意义	(418)

第15章 冲突与谈判	(426)
冲突的定义	(428)
冲突观念的变迁	(429)
冲突的过程	(430)
谈判	(439)
本章小结及对管理者的意义	(447)
第IV篇 组织系统	(457)
第16章 组织结构的基础	(459)
什么是组织结构	(461)
一般组织设计	(467)
组织设计的一些新方案	(471)
为什么组织结构存在差异	(474)
组织设计与员工行为	(478)
本章小结及对管理者的意义	(480)
第17章 组织文化	(487)
制度化:文化的前奏	(489)
什么是组织文化	(490)
组织文化做什么	(493)
组织文化的创建与维系	(496)
员工怎样学习组织文化	(501)
创建合乎道德的组织文化	(503)
建设回应顾客的组织文化	(503)
灵修与组织文化	(506)
本章小结及对管理者的意义	(508)
第18章 人力资源政策与实践	(517)
人员选拔实践	(519)
培训与开发方案	(524)
绩效评估	(528)
国际人力资源管理实践:几个问题	(535)
管理组织中的多元化	(536)
本章小结及对管理者的意义	(539)
第V篇 组织动力	(547)
第19章 组织变革与压力管理	(549)
变革的动力	(551)
推行有计划的变革	(553)



变革的阻力	(554)
推行组织变革的做法	(557)
当代管理者面对的变革问题	(563)
工作压力及其管理	(568)
本章小结及对管理者的意义	(577)
附录 A 组织行为学的研究方法	(585)
词汇表	(595)

第 1 章

什么是 组织行为学

- 管理者做什么
- 了解组织行为学
- 用系统研究完善直觉
- 对组织行为学有贡献的学科
- 组织行为学中没有绝对的真理
- 组织行为学面临的挑战与机遇
- 变得有吸引力：开发组织行为学模型
- 本章小结及对管理者的意义

真实的人类行为比永恒的宇宙还要难以理解。

——马塞尔·普鲁斯特 (Marcel Proust)



学习目标

学完本章后，你应该能够：

1. 描述管理者做什么；
2. 界定组织行为学 (OB) 是什么；
3. 解释在组织行为学中进行系统研究的价值；
4. 了解其他主要的行为科学分支对组织行为学的贡献；
5. 使用组织行为学的概念，列举管理者面对的主要挑战和机遇；
6. 明确本书中提到的组织行为学模式的三种分析水平；
7. 解释在组织行为学研究中为什么需要权变的观点。

是什么定义了一个成功的经理人？

拉克希米·戈帕拉克里希南 (Lakshmi Gopalkrishnan)，已获得 Delhi 大学英语专业学士学位，Georgetown 大学英语专业硕士学位，现正攻读华盛顿大学英语专业博士学位。1995 年，她进入微软在华盛顿州雷德蒙市的公司工作。现在，她管理着一个 16 人的团队，这些人都是全职工作人员，登马克、北达科他和华盛顿地区众多的承包商 (contractors) 也在地管辖范围之内。除此之外，她还负责监督由网络设计师和市场推广专家组成的团队的工作，进行微软一系列产品和解决方案的市场推广活动和网络化战略活动。

“我过去是一名新闻工作者，”拉克希米说，“但作为一名管理者我也是成功的。我具有管理个人及团队所需的技能。我知道建立一个令人信服的愿景相当重要，选择具有互补技能的成员也是必需的，我也知道该如何激励我的团队并提出挑战。例如，我知道，一个清晰而令人信服的愿景会激励人们成为比自身还强大的群体中的一员，理解激励因素需要时间。每个人在工作中都有强烈的主观看法，我们要认识这种差异。对于高级员工，在谈判中基本不需要我的看法为他们提供‘空中掩护’，但初级员工则需要更多的帮助。”

拉克希米学会了绝大多数管理者都能迅速掌握的东西：对于任何管理工作来说，成功在很大程度上取决于开发良好的人际交往技能。管理者需要在专业领域具备技术实力，但仅有这种知识还不够。为了和他人共同工作，成功的管理者和创业者还需要人际交往技能。^[1]

尽管实践中的管理者花了很长时间才懂得人际交往技能对管理效果的重要性，但是，商学院对这一信息的了解和接纳却更为迟缓。直到 20 世纪 80 年代末，商学院的课程设置中还几乎清一色地强调管理的技术层面，其重点课程是经济学、会计学、金融学以及定量技术。与强调管理技术层面的课程相比，有关人类行为和人际技能的课程颇受忽视。然而，20 年过去了，企业人员已经逐渐认识到，有关人类行为的理解对于管理者的成功起着至关重要的作用，他们要求大量补充有关人际技能的课程。正如麻省理工学院斯隆管理学院领导系