



21st CENTURY

实用规划教材

21世纪全国应用型本科财经管理
系列实用规划教材

组织行为学

主 编 安世民 安运杰
副主编 李映霞 王庆丰
主 审 聂华林



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

中国林业出版社
China Forestry Publishing House

21世纪全国应用型本科财经管理系列实用规划教材

组织行为学

主 编	安世民	安运杰
副主编	李映霞	王庆丰
参 编	薛万东	马文静
主 审	聂华林	



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

中国林业出版社
China Forestry Publishing House

内 容 简 介

本书由组织行为学概述、个体心理与行为、群体心理与行为、领导与激励、组织文化与组织发展五大篇组成,力求以完整的学科理论体系展现组织行为学的基本内容;介绍西方理论时尽可能融入中国的管理思想。在内容安排上由浅入深,并突出案例教学特色。每章前列出本章教学目标和教学要求,并通过引例联系实际引出理论分析;每章后附有案例及其讨论题和本章思考题。

本书可作为本科院校工商管理类专业的教科书,也可供其他专业学生选用和社会读者阅读。

图书在版编目(CIP)数据

组织行为学/安世民,安运杰主编. —北京:中国林业出版社;北京大学出版社,2008.3

(21世纪全国应用型本科财经管理系列实用规划教材)

ISBN 978-7-5038-5014-1

I. 组… II. ①安…②安… III. 组织行为学—高等学校—教材 IV. C936

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第016743号

书 名: 组织行为学

著作责任者: 安世民 安运杰

总 策 划: 林章波 牛玉莲

执行策划: 李 虎 郑铁志

责任编辑: 刘 丽 高红岩

标准书号: ISBN 978-7-5038-5014-1

出 版 者: 中国林业出版社(地址:北京市西城区德内大街刘海胡同7号 邮编:100009)

<http://www.cfph.com.cn> E-mail: cfphz@public.bta.net.cn

电话:编辑部 66170109 营销中心 66187711

北京大学出版社(地址:北京市海淀区成府路205号 邮编:100871)

<http://www.pup.cn> <http://www.pup6.com> E-mail: pup_6@163.com

电话:邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750667 出版部 62754962

印 刷 者: 北京昌平百善印刷厂印刷

发 行 者: 北京大学出版社 中国林业出版社

经 销 者: 新华书店

787mm×960mm 16开本 22.25印张 420千字

2008年3月第1版 2008年3月第1次印刷

定 价: 33.00元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: 010-62752024

电子邮箱: fd@pup.pku.edu.cn

21 世纪全国应用型本科财经管理系列实用规划教材

专家编审委员会

主任委员 刘诗白

副主任委员 (按拼音排序)

韩传模

李全喜

王宗萍

颜爱民

曾 旗

朱廷珺

顾 问 (按拼音排序)

高俊山

郭复初

胡运权

万后芬

张 强

委 员 (按拼音排序)

程春梅

邓德胜

范 徵

冯根尧

冯雷鸣

黄解宇

李定珍

李相合

李小红

刘志超

沈爱华

王富华

王仁祥

吴宝华

张淑敏

赵邦宏

赵 宏

赵秀玲

法律顾问 杨士富

丛 书 序

我国越来越多的高等院校设置了经济管理类学科专业，这是一个包括经济学、管理科学与工程、工商管理、公共管理、农业经济管理、图书档案学 6 个二级学科门类和 22 个专业的庞大学科体系。2006 年教育部的数据表明在全国普通高校中经济类专业布点 1518 个，管理类专业布点 4328 个。其中除少量院校设置的经济管理专业偏重理论教学外，绝大部分属于应用型专业。经济管理类应用型专业主要着眼于培养社会主义国民经济发展所需要的德智体全面发展的高素质专门人才，要求既具有比较扎实的理论功底和良好的发展后劲，又具有较强的职业技能，并且又要求具有较好的创新精神和实践能力。

在当前开拓新型工业化道路，推进全面小康社会建设的新时期，进一步加强经济管理人才的培养，注重经济理论的系统化学习，特别是现代财经管理理论的学习，提高学生的专业理论素质和应用实践能力，培养出一大批高水平、高素质的经济管理人才，越来越成为提升我国经济竞争力、保证国民经济持续健康发展的重要前提。这就要求高等财经教育要更加注重依据国内外社会经济条件的变化适时变革和调整教育目标和教学内容；要求经济管理学科专业更加注重应用、注重实践、注重规范、注重国际交流；要求经济管理学科专业与其他学科专业相互交融与协调发展；要求高等财经教育培养的人才具有更加丰富的社会知识和较强的人文素质及创新精神。要完成上述任务，各所高等院校需要进行深入的教学改革和创新。特别是要搞好有较高质量的教材的编写和创新。

出版社的领导和编辑通过对国内大学经济管理学科教材实际情况的调研，在与众多专家学者讨论的基础上，决定编写和出版一套面向经济管理学科专业的应用型系列教材，这是一项有利于促进高校教学改革发展的重要措施。

本系列教材是按照高等学校经济类和管理类学科本科专业规范、培养方案，以及课程教学大纲的要求，合理定位，由长期在教学第一线从事教学工作的教师立足于 21 世纪经济管理类学科发展的需要，深入分析经济管理类专业本科学生现状及存在问题，探索经济管理类专业本科学生综合素质培养的途径，以科学性、先进性、系统性和实用性为目标，其编写的特色主要体现在以下几个方面：

(1) 关注经济管理学科发展的大背景，拓宽理论基础和专业知识，着眼于增强教学内容的联系实际和应用性，突出创造能力和创新意识。

(2) 体系完整、严密。系列涵盖经济类、管理类相关专业以及与经管相关的部分法律类课程，并把握相关课程之间的关系，整个系列丛书形成一套完整、严密的知识结构体系。

(3) 内容新颖。借鉴国外最新的教材,融会当前有关经济管理学科的最新理论和实践经验,用最新知识充实教材内容。

(4) 合作交流的成果。本系列教材是由全国上百所高校教师共同编写而成,在相互进行学术交流、经验借鉴、取长补短、集思广益的基础上,形成编写大纲。最终融合了各地特点,具有较强的适应性。

(5) 案例教学。教材具备大量案例研究分析,让学生在学习过程中理论联系实际,特别列举了我国经济管理工作中的大量实际案例,这可大大增强学生的实际操作能力。

(6) 注重能力的培养。力求做到不断强化自我学习能力、思维能力、创造性解决问题的能力以及不断自我更新知识的能力,促进学生向着富有鲜明个性的方向发展。

作为高要求,财经管理类教材应在基本理论上做到以马克思主义为指导,结合我国财经工作的新实践,充分汲取中华民族优秀文化和西方科学管理思想,形成具有中国特色的创新教材。这一目标不可能一蹴而就,需要作者通过长期艰苦的学术劳动和不断地进行教材内容的更新才能达成。我希望这一系列教材的编写,将是我国拥有较高质量的高校财经管理学科应用型教材建设工程的新尝试和新起点。

我要感谢参加本系列教材编写和审稿的各位老师所付出的大量卓有成效的辛勤劳动。由于编写时间紧、相互协调难度大等原因,本系列教材肯定还存在一些不足和错漏。我相信,在各位老师的关心和帮助下,本系列教材一定能不断地改进和完善,并在我国大学经济管理类学科专业的教学改革和课程体系建设中起到应有的促进作用。

刘诗白

2007年8月

刘诗白 刘诗白教授现任西南财经大学名誉校长、博士生导师,四川省社会科学联合会主席,《经济学家》杂志主编,全国高等财经院校资本论研究会会长,学术团体“新知研究院”院长。

前 言

在高度专业化分工的时代，组织作为构成社会的基本单元无处不在、无时不有。每个社会成员都必须与各种各样的组织联系、互动。各种社会组织之间既有分工，又有合作，更有激烈的竞争。但组织是由人组成的集合，人是组织最重要的因素。组织战略目标的制定与实施，内部分工与合作的建立、维持，组织与社会环境关系的处理与改进，都是由人来完成的。那么，组织中的人是怎样工作活动的？推动人在组织中付出行为的机理又是如何运作的？如何对人进行有效的管理以充分调动其积极性、创造性，以便更好地实现组织目标等问题，就成为各种社会组织高度关注并且迫切需要解决的问题。

组织行为学是现代管理科学理论体系中的一个重要组成部分，它是广泛应用管理学、心理学及其他社会科学、自然科学的成果，以人为中心探求组织中人的心理与行为及其发展变化的规律，以提高管理预测、引导、激励和控制等能力，提高组织运行的有效性，实现组织目标的一门科学。组织行为学的挑战性在于人的心理与行为的复杂性与变化性。恩格斯说“人的心理是世界上最美丽的花朵”，其美丽的魅力就在于变化的微妙、复杂的动机等。为普通高校的本科生编写组织行为学教材，是一项既简单又复杂的工作。简单在于资料很多，学科发展迅速，成果丰硕；复杂在于年轻人阅历浅，正处在对人很热情而且兴趣很高的人生阶段，将系统生涩的理论如何介绍给他们，体系的构建、内容的选择、案例的取舍、语言的组织等，并不是件容易的事。因此，在编写本教材前，我们翻阅了国内外大量的同类型书籍，经充分讨论并请教有关专家，才确立了以下编写原则。

(1) 学科理论体系力求全面。不仅要包括组织行为学的所有理论，而且对社会心理学、管理学的内容要大量揉入。

(2) 内容安排由浅入深，力求通俗易懂。每章节前面部分对基本概念的介绍细致，且重点突出；对重点问题大量结合实际事例与数据进行阐述。

(3) 突出案例教学的特色。从每章前的导入案例，到每章后的案例思考题，以及内容中揉入的案例，以期提高案例的介绍，使学生确实理解理论的内涵，准确把握人的心理活动特点与趋势。

(4) 紧紧围绕本科教学特点组织安排内容，从明确教学目的、要求，到每章后的本章小结，都是从本科教学实际出发，突出重点，以学科理论要点串起全书内容，以便为教学实际提供有益的指导和帮助。

本书由多所院校担任组织行为学教学任务的教师共同编写完成：前言、第 3、4、9、11 章由兰州理工大学安世民编写；第 1、2 章由河南理工大学安运杰编写；第 5、6 章由广



西财经学院李映霞编写；第 10、12 章由中原工学院王庆丰编写；第 8 章由河南理工大学薛万东编写；第 7 章由兰州理工大学马文静编写。全书由安运杰第一次统稿，安世民最终审定。本书由兰州大学经济学院聂华林教授主审。为本书成稿付出辛勤劳动的还有安世民的研究生邵晓君、王芳、苏娟、尚想平，他们在为本书搜集案例、提炼每章小结及按照出版社确定的格式统一全书等方面做了大量工作。

由于编者水平有限，加之时间仓促，书中不足之处在所难免，恳请读者批评指正。

编 者

2008 年 1 月



目 录

第 1 篇 导 论

第 1 章 组织行为学概述.....1	1.2.3 组织行为学与相关学科的关系.....10
1.1 组织行为学释义.....2	1.3 组织行为学的研究方法.....10
1.1.1 组织.....2	1.3.1 组织行为学研究的分类.....10
1.1.2 组织行为及其层次.....3	1.3.2 资料收集方法.....12
1.1.3 组织行为学的特点.....4	1.3.3 试验方法.....14
1.2 组织行为学的演进.....5	1.3.4 数量统计方法.....14
1.2.1 组织行为学的起源与发展.....5	本章小结.....15
1.2.2 组织行为学的三大目标.....9	案例及习题.....15

第 2 篇 个体心理与行为

第 2 章 个体行为的基础.....17	2.4 态度与行为.....36
2.1 人际知觉与个人决策.....18	2.4.1 态度的概念.....36
2.1.1 知觉与人际知觉.....18	2.4.2 态度的特点.....37
2.1.2 影响知觉的因素.....22	2.4.3 影响态度形成的因素.....38
2.1.3 个体决策.....23	2.4.4 态度的测量.....39
2.2 个体学习.....25	2.4.5 态度的转变.....40
2.2.1 桑代克的学习的联结理论.....25	2.4.6 改变态度的方法.....41
2.2.2 学习的认知理论.....28	2.5 价值观.....43
2.2.3 学习的联结——认知理论.....30	2.5.1 内涵.....43
2.2.4 人本主义的学习观.....32	2.5.2 类型.....44
2.3 需要、动机与行为.....33	2.5.3 跨文化价值观.....45
2.3.1 需要与行为.....33	2.5.4 经营价值观的培养和塑造.....45
2.3.2 动机与行为.....34	本章小结.....46
2.3.3 激励机制.....35	案例及习题.....46

第3章 个性与行为	49	4.1.1 情感的概念	73
3.1 个性的内涵、层次与特点	50	4.1.2 情绪的概念	74
3.1.1 内涵与层次	50	4.1.3 情感的特点	74
3.1.2 特点	55	4.2 情感的种类	77
3.2 气质与行为	56	4.2.1 按照心理体验过程	
3.2.1 气质的含义	56	看情感类型	77
3.2.2 气质的类型与特点	57	4.2.2 从性格角度看情感类型	78
3.2.3 气质在组织活动中的作用	59	4.2.3 按照情绪发生时的	
3.3 性格与行为	60	心理状态进行分类	79
3.3.1 性格及其在个性中的		4.2.4 从人的社会需求	
重要地位	60	看情感种类	81
3.3.2 性格的类型	61	4.3 情感的作用与表现	82
3.3.3 性格的形成与发展	62	4.3.1 情感的作用	82
3.4 能力与行为	63	4.3.2 情感的表现	84
3.4.1 能力及其类型	63	4.4 情感的形成规律与情商	86
3.4.2 影响能力发展的因素	65	4.4.1 情感的形成规律	86
3.4.3 能力差异	65	4.4.2 情商	88
3.4.4 能力对组织管理的重要意义	66	4.5 意志的概念与品质	90
3.5 兴趣与行为	68	4.5.1 意志的概念	90
3.5.1 含义	68	4.5.2 意志的品质	92
3.5.2 种类	68	4.5.3 意志与认知、情绪和	
3.5.3 兴趣对学习和工作的意义	69	个性的关系	93
本章小结	69	4.6 意志的过程与培养	95
案例及习题	70	4.6.1 意志的过程	95
第4章 情感、意志与行为	72	4.6.2 意志的培养与形成	97
4.1 情感的概念与特征	73	本章小结	98
		案例及习题	98

第3篇 群体心理与行为

第5章 群体心理与行为基础	101	5.1.4 群体的形成与发展	106
5.1 群体概述	102	5.2 群体的结构	108
5.1.1 群体的定义	102	5.2.1 正式领导	108
5.1.2 群体对成员的心理影响	103	5.2.2 角色	108
5.1.3 群体的类型	104	5.2.3 规范	109



5.2.4 地位.....	111	6.1.1 群体的促进效应与 社会惰化效应.....	117
5.2.5 群体规模.....	112	6.1.2 群体压力与从众行为.....	119
5.2.6 群体构成.....	112	6.1.3 群体决策.....	120
5.2.7 群体凝聚力.....	112	6.2 群体间行为.....	132
本章小结.....	114	6.2.1 群体间冲突.....	132
案例及习题.....	114	6.2.2 群体行为的协调.....	142
第6章 群体行为	116	本章小结.....	145
6.1 群体内行为.....	117	案例及习题.....	146

第4篇 领导与激励

第7章 领导与组织行为	148	7.5.2 变革型领导理论.....	180
7.1 领导概述.....	149	7.5.3 魅力型领导理论.....	181
7.1.1 领导的内涵.....	149	7.5.4 战略领导.....	183
7.1.2 领导的影响力.....	152	本章小结.....	185
7.1.3 领导理论的发展.....	153	案例及习题.....	186
7.2 领导特质理论概述.....	154	第8章 激励理论及应用	192
7.2.1 领导特质理论.....	154	8.1 激励的基本概念.....	193
7.2.2 信任:有效领导的基石.....	160	8.1.1 激励的含义.....	193
7.3 领导行为理论.....	162	8.1.2 激励在人力资源管理中的 作用.....	194
7.3.1 领导行为四分图.....	162	8.1.3 激励的分类和影响要素.....	195
7.3.2 管理方格理论.....	163	8.2 激励理论.....	198
7.3.3 支持关系理论.....	165	8.2.1 内容型激励理论.....	198
7.3.4 勒温的三种领导作风理论.....	167	8.2.2 过程型激励理论.....	200
7.3.5 领导行为连续统一体理论.....	169	8.2.3 强化理论.....	202
7.4 领导权变论.....	170	8.2.4 综合型激励理论.....	202
7.4.1 费德勒模型.....	171	8.3 多样化激励.....	203
7.4.2 领导生命周期理论.....	173	8.3.1 货币激励.....	204
7.4.3 路径—目标理论.....	175	8.3.2 股票激励(包括劳动分红、 利润分享).....	204
7.4.4 领导者—参与模型.....	177	8.3.3 工作或职业激励.....	205
7.4.5 领导行为评价.....	179		
7.5 领导理论的新观点.....	180		
7.5.1 交易型领导理论.....	180		

8.3.4 关怀与情感激励.....	206	8.5.3 股票期权和股权激励 所需要的制度环境.....	214
8.3.5 培训激励.....	206	8.5.4 股票期权激励中的问题.....	215
8.4 年薪制.....	207	8.5.5 股票期权激励方案.....	216
8.4.1 年薪制的概念.....	207	8.6 员工持股计划.....	218
8.4.2 实行经营者年薪制的意义.....	207	8.6.1 产生和发展.....	218
8.4.3 实行经营者年薪制应 注意的问题.....	208	8.6.2 作用.....	219
8.4.4 年薪制的四种模式.....	210	8.6.3 员工获取股票的途径.....	220
8.5 经营者股票期权和股权激励.....	211	8.6.4 员工所持股票的类别.....	221
8.5.1 经营者股票期权和 股权激励的概念.....	211	8.6.5 员工持股计划的设计.....	221
8.5.2 经营者股票期权和 股权激励的意义.....	212	8.6.6 员工持股计划的法律规范.....	222
		本章小结.....	222
		案例及习题.....	223

第 5 篇 组织文化与组织发展

第 9 章 组织结构.....	226	10.1.1 沟通的含义.....	253
9.1 组织结构及其特性.....	227	10.1.2 沟通的功能.....	253
9.1.1 内涵.....	227	10.1.3 沟通的过程.....	254
9.1.2 类型.....	229	10.1.4 组织内的人际沟通.....	256
9.1.3 特性.....	233	10.2 沟通的类型与沟通网络.....	258
9.2 组织结构设计.....	234	10.2.1 沟通的类型.....	258
9.2.1 设计的必然性.....	234	10.2.2 沟通的网络.....	262
9.2.2 组织的层级化.....	235	10.3 有效沟通的障碍.....	266
9.2.3 组织的部门化.....	236	10.3.1 沟通障碍.....	266
9.3 工作设计.....	241	10.3.2 组织间有效沟通的实现.....	269
9.3.1 任务特性理论.....	241	10.4 跨文化沟通.....	271
9.3.2 工作的重新设计.....	243	10.4.1 霍夫斯泰德的文化 差异理论.....	271
9.3.3 改变看待工作的方式.....	246	10.4.2 文化差异障碍.....	274
本章小结.....	247	10.4.3 如何实现跨文化沟通.....	276
案例及习题.....	247	本章小结.....	277
第 10 章 组织沟通及其管理.....	252	案例及习题.....	278
10.1 沟通及其功能.....	253		



第 11 章 组织文化与组织行为	282	12.1.1 含义	310
11.1 组织文化及其作用	283	12.1.2 组织变革的目标	310
11.1.1 内涵	283	12.2 组织变革的动因与阻力	312
11.1.2 结构	284	12.2.1 组织变革的动因	312
11.1.3 重要作用	288	12.2.2 组织变革的阻力	313
11.1.4 影响因素	291	12.2.3 变革阻力的克服	316
11.2 组织文化的设计	292	12.3 组织变革的实施	318
11.2.1 组织文化盘点	292	12.3.1 组织变革的模式	318
11.2.2 组织文化设计	293	12.3.2 组织变革的一般步骤	320
11.2.3 组织形象塑造	296	12.4 以发展促变革	322
11.2.4 组织文化变革	297	12.4.1 结构型干预	323
11.3 组织文化建设	297	12.4.2 任务—技术型干预	325
11.3.1 实施原则	297	12.4.3 以人为主型干预	326
11.3.2 建设步骤	299	12.5 当代组织变革中的问题	329
11.3.3 建设的心理机制	299	12.5.1 工作压力	329
11.3.4 建设艺术	302	12.5.2 创新	330
本章小结	305	12.5.3 学习型组织	330
案例及习题	305	本章小结	331
第 12 章 组织变革与发展	309	案例及习题	332
12.1 组织变革概述	310	参考文献	337



第 1 篇 导 论

第 1 章 组织行为学概述

教学目标

通过本章的学习，对组织、组织行为学的概念有较为准确的理解，对组织行为学的学科特点与研究方法有一定的了解和认识。

教学要求

掌握组织和组织行为学的基本概念，熟悉组织行为学的发展历史，了解组织行为学常用的研究方法。



引例

刘邦得了天下说：运筹帷幄之中，决胜千里之外，吾不如张良；镇守国家，安抚百姓，不断供应军粮，吾不如萧何；率领百万之众，战必胜，攻必克，吾不如韩信。三位皆人杰也。吾有用之，此吾所以能得天下者也。

1.1 组织行为学释义

1.1.1 组织

1. 组织的定义

组织，一般来讲，是应社会生活的需要而产生，在法律及道义上具有存在的条件，为了达到自身目标而结合在一起的，具有一定关系的一群人组成的实体，并且是一个由心理、社会、技术和经济等要素构成的复杂系统。也有人把为了实现组织目标对组织的资源(人、财、物、信息)进行有效配置的活动过程称为组织。

2. 任何人都离不开组织

在人类社会活动中，人们自觉或者不自觉地都以个体或群体形式为实现一定目标开展或参与某项社会活动，并且都在和组织打交道，包括工人、农民、学生、军人、商人、公务员……老人、青年人、小孩……任何人都离不开组织，当然，若没有人也就不存在组织。所以，人与组织密不可分。

3. 组织的特点及系统构成

1) 组织的特点

组织是一个系统。组织的活动总是朝向一定的目标；组织内部总有一定的结构和分工；组织是一个开放的社会技术系统；还受文化因素和传统观念的影响。组织是社会分工的产物。组织分正式组织和非正式组织。正式组织经一定部门批准，有一定的组织结构、机构、编制、职务与职位等；非正式组织是由某种利益或行为松散结合在一起的一些群体。

2) 组织系统构成

组织分三个系统。从管理的角度，组织行为研究领域可分为三个系统：①技术系统，即机器—机器系统；②社会技术系统，即人—机器系统；③社会系统，即人—人系统。组织行为学重视人的心理与行为研究，以人为核心进行研究，特别注意人的心理因素、社会



因素对人的行为的影响；注重分析社会环境、组织环境与人的行为的关系。

1.1.2 组织行为及其层次

组织提供人们所需要的商品和服务，这些商品和服务的数量和质量取决于组织成员的行为和表现，取决于组织的管理者、技术人员、销售人员和工作人员的工作表现和行为。所以，一些企业家深有感触地说：“做企业就是做人。”组织行为的研究也正是以对组织中人的行为的研究为基础的。

1. 个体

个体是构成组织的最基本细胞，是组织行为学研究的基础和出发点。从组织由人组成这个事实，可以联想到探讨组织行为的一种有效的方法：就是从单个组织成员的角度出发。在这个层面上，通常应用心理学的理论和方法研究个体特性对人们在组织中的工作行为和工作表现的影响，要考虑诸如价值观、知觉、归因、态度、个性、意志和情感等因素，并对他们在工作中的个体行为、作风与绩效的影响进行研究。同时要研究个体行为以及他们对不同的组织政策、实践和过程的反应，有关人性、需要、动机和激烈等方面的理论可以用来说明单个组织成员的行为和绩效。这些研究有助于更好地理解人在组织中的行为规律性。

2. 群体

如果要完成组织目标，组织成员就必须在工作中合作并协调他们的活动，从而形成群体和团队。人们在一起工作的常规方式是小组、车间、部门、委员会这些组织形式。随着信息技术的发展，人们可以在不同的地点，通过计算机和通信技术共同工作，这样新的群体形式——虚拟团队也就出现了。在群体中人们是如何工作的？决定一个群体团结、富有成效或分散、一无所成的奥秘何在？如何组织团队？领导如何影响群体成员以及他们的能力，以便他们一起通力合作，以较高的生产率工作？这些就是组织行为中有关群体功能所涉及的问题。因此，运用社会心理学的知识和理论分析工作群体的特征、结构、功能、发展过程和内聚力，就构成组织行为研究的重要部分，这个层次的研究会得出不同于研究单纯个体层面所产生的结论。

3. 组织

组织作为一个整体的特征，如组织结构、组织文化对个体和群体行为，从而对组织效率和气氛有重要的影响。例如，分配部门任务和责任的不同方法可能影响这些部门及其员工的行为、信息沟通、能力发挥以及整个组织的工作效率；组织所应用的技术、组织规模、组织年限等因素会影响组织结构、组织效率；认识组织与环境之间的关系及其影响，把握组织变革和发展的规律，有助于提高组织的效率。把整个组织作为一个层面来研究的宏观方法是建立在社会学的理论和概念之上的。



从不同角度对组织行为所进行的研究并不矛盾，它们互相补充。对组织本质、组织效率影响因素的全面、充分理解要求我们综合每个方面所获得的知识。

1.1.3 组织行为学的特点

组织行为学有四个特点。

1. 跨学科性

组织行为学涉及行为科学、管理学、管理心理学以及政治学、社会学、经济学、历史学、生物学、生理学、心理学等社会科学和自然科学。

2. 层次性

组织行为学的研究对象可分四个层次。

(1) 个体。个体是指一定组织中的个体人心理与行为，包括知觉、个性、压力、价值观、态度、需要、动机、挫折及对工作的满意度等。它是组织行为学研究的基础和出发点。

(2) 群体。群体是指一定组织中的群体的心理与行为，包括群体的形成、结构、动力、特征、规模、向心力、群体建设、群体决策等。

(3) 组织。从整个组织角度研究其组成成员的心理与行为，包括领导、组织活动、权力、沟通、组织结构、组织设计、组织文化、组织发展与变革，以及研究其外部环境与组织的相互关系，包括环境变化、环境对组织的影响、组织对环境的反作用等。

(4) 社会大环境。任何一个组织都受到所处社会环境的影响，为了把组织心理与行为研究清楚，还必须对社会大环境进行研究。

组织行为学的四个层次关系如图 1.1 所示。

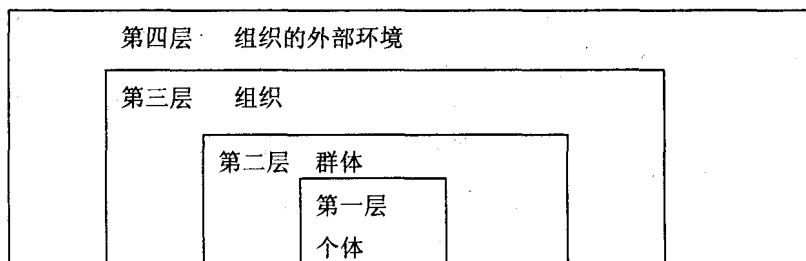


图 1.1 组织行为学的多层次相交性

所以，组织行为学要把四个层次有机结合起来，系统地协调地加以研究。

3. 适应性

组织行为学要研究各级管理人员如何根据不同的环境、组织、心理特征的人科学地采用不同的理论及管理方式，努力使其适应不同的组织及组织环境。