

工商管理经典译丛 · 战略与组织管理系列

THOMSON
SOUTH-WESTERN

组织理论与设计 (第7版)

ORGANIZATION

[美] 理查德·L. 达夫特 / 著
王凤彬 张秀萍等 / 译
王凤彬 / 审校

THEORY AND DESIGN



清华大学出版社

工商管理经典译丛·战略与组织管理系列

THOMSON
SOUTH-WESTERN

C936
2D118

组织理论与设计

(第7版)

[美] 理查德·L.达夫特 / 著
王凤彬 张秀萍等 / 译
王凤彬 / 审校

清华大学出版社
北京

Organization Theory and Design (7th ed.) by Richard L. Daft

Copyright © 2001 by South - Western College Publishing

Original Language Published by South - Western College Publishing, a division of Thomson Learning, United States of America.

All Rights reserved.

本书中文简体字版由 Thomson Learning 授权清华大学出版社在中国境内（香港、澳门特别行政区和台湾地区除外）独家出版发行。

未经出版者书面许可，不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

版权所有，翻印必究。

本书封面贴有清华大学出版社激光防伪标签，无标签者不得销售。

北京市版权局著作权合同登记号 图字：01 - 2002 - 5786

图书在版编目 (CIP) 数据

组织理论与设计：第7版/[美] 达夫特著；王凤彬等译．—北京：清华大学出版社，2002
(工商管理经典译丛·战略与组织管理系列)

书名原文：Organization Theory and Design

ISBN 7 - 302 - 06106 - 8

I. 组… II. ①达… ②王… III. 组织理论 IV. C936

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 092835 号

出 版 者：清华大学出版社(北京清华大学学研大厦，邮编 100084)

<http://www.tup.com.cn>

责任编辑：熊妍妍

封面设计：李尘工作室

版式设计：倪天勇

印 刷 者：清华大学印刷厂

发 行 者：新华书店总店北京发行所

开 本：787×1092 1/16 印张：41.25 插页：2 字数：895 千字

版 次：2003 年 3 月第 1 版 2003 年 3 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 7-302-06106-8/F · 453

印 数：0001~5000

定 价：68.00 元

《工商管理经典译丛·战略与组织管理系列》

编委会名单

主 编 王凤彬 （中国人民大学商学院教授、博导）

王 玉 （上海财经大学国际工商管理学院教授、博导）

总策划 闻 洁 麻众志

编 委 （以下按姓氏笔画排序）

王凤彬 王 玉 王俊杰

王 琴 王 蕾 叶巍岭

朱 舟 张秀萍 李劲松

李剑峰 陈 岩 楼 尊

策 划 人 语

每个成功的企业都有一个好的战略，失败的企业背后也往往隐藏着错误的战略。好战略对企业健康发展的重大意义，我们毋庸置疑。在竞争性的市场环境中，在变革的时代，经营性组织必须时刻关注竞争对手，关注市场变化，关注技术变革。正因为此，在成熟的市场经济国家，大企业的总裁无一不是战略家，他们殚精竭虑地思索着如何增强自己企业的核心能力、如何应对市场变化；西方的每个商学院都将“公司战略”作为学生必修课，战略管理成为最热门的 MBA 方向。从 20 世纪 70 年代开始，战略管理研究的硕果累累。但必须说明的是，战略管理自始至终都是致用之学，战略理论研究的进步不断地推动着管理实践的发展，SWOT 工具可以帮助我们了解企业的内外部环境；波特提出的 5 种竞争力量可以透彻地分析产业状况；波士顿矩阵为我们理解业务多元化奠定了基础；哈默尔和普拉哈拉德提出的核心竞争力理论揭示了企业持续成长的原因。

组织管理一直都是管理学研究的核心所在，自马克斯·韦伯以来，几乎所有的管理学大师都擅长于组织理论。不断优化组织结构来应对组织成长和持续提高组织绩效，对于管理学家和实践者都是一个永恒的话题，他们从未懈怠已有的成绩，精益求精地追求最完美的组织能力。此外，组织研究不断地寻求着革命性的突破，学习性组织、虚拟组织和组织职能外包等新鲜话题，让组织持久地保持着蓬勃的活力。在现实中，每个优秀的企业都必然是一个适应变化、高效运行、不断追求完善的组织，每个企业家都梦想自己企业的组织能力卓尔不群，无法被竞争者仿效。

战略是实现组织目标的手段，战略的执行和落地又需要组织能力的支撑。管理大师德鲁克很早就明确地指出，组织结构与经营战略具有密不可分的关系，他认



为：“建立一个组织结构首先应该考虑这个组织结构必须达到的要求，管理者必须明白该结构承担的任务和压力，以及该结构应该取得的绩效。”

中国的企业一般都很年轻，它们大多是因为体制改革过程中的各种机遇在很短时间内发展壮大起来的。因而，中国企业家普遍缺乏管理大型经营性组织的经验，企业也很少认真思考组织发展和组织未来等战略性问题。但我们必须明确看到，中国企业面对的市场竞争日益激烈，组织发展甚至组织存亡问题已经摆在所有中国企业的面前。如何应对组织快速成长，建立何种组织文化，如何面对全球竞争，以及是否进行多元化……企业家必须对各种各样的战略和组织命题进行不断的思考和决策。遗憾的是，国内目前此类出版物大多比较分散，没有从战略与组织管理的高度进行整合。为此，我们经过一年多的艰辛努力，在许多国内外管理专家的帮助和支持下，遴选出畅销全球的优秀战略与组织管理教材和参考书，组成了国内第一套框架比较完整的战略与组织管理译丛。现在，在这套丛书即将面世之时，作为具有强烈时代责任感的管理类图书策划人，我们真诚地希望通过这套经典译丛的引进和出版，能为中国的企业改善战略与组织管理水平，以及为 MBA 教育事业的发展，做出自己应有的贡献。

在本套丛书引进和出版的过程中，得到了国内外许多管理专家的帮助；国际著名的汤姆森学习出版集团、培生教育出版集团和麦格劳·希尔教育出版公司在版权方面给予了鼎力支持。我们在此表示衷心地感谢。

和君创业·闻洁工作室

2002 年 11 月



译者前言

从1987年开始初译《组织理论与设计》第2版，到去年暑期至今年元旦期间整整半年进行了该书第7版的译校工作，我们梦寐以求出版的译稿终于能向喜欢以中文方式阅读和领会这本经典美国教材的读者们推出了。这是一本系统地反映国际上在组织理论和组织设计方面所取得的最新成果的经典教材。它从企业（以及其他各类机构）高、中层管理者所关注的“组织”现象的观察和分析入手、以理论与实践相结合的方式、对个体企业内部以及企业之间的网络型联结的结构和过程进行了由浅入深、循序渐进、生动有趣和富有逻辑性的介绍，使读者对西方组织理论的概貌、组织模式的历史演变与最新发展，以及组织设计的实务和方法等获得一个真正“组织学”角度的认识。

当今社会处处都有“组织”存在。“组织”不仅是某种有形的社会实体（如工商企业、大学、医院、政府部门等各类机构），更是同外部环境保持密切联系的、具有明确的目标导向和精心设计的结构与有意识协调的活动系统。达夫特教授的《组织理论与设计》一书将对“组织”现象的考察定位在“宏观”的层面，形成了将企业及其他各类机构“整体系统”作为独特研究对象的组织学体系，并以“组织理论”（OT）命名之。

作为一本组织学教材，《组织理论与设计》是对组织的一种宏观考察，其研究角度和理论体系无疑与微观层面考察的“组织行为学”形成了鲜明对比。达夫特教授在《组织理论与设计》的第1章中就明确指出了这两门学科的区别。概括地说，组织行为学（OB）是侧重于对组织中的个体、群体的心理和行为进行“微观”层面的研究，与之对照，组织理论（OT）则是以企业内部及企业间关系的结构形态和活



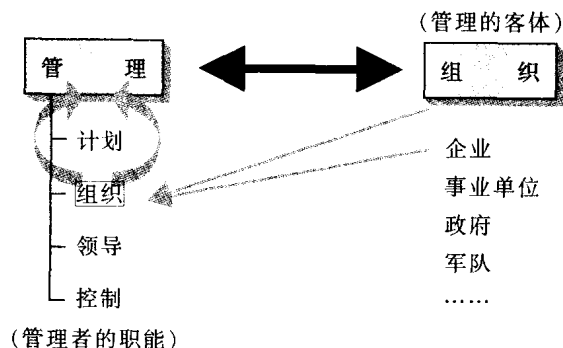
动协调方式作为研究的重点。因此,组织理论与组织行为学是性质不同但相互匹配、互为补充的两门学科。这两者应该在管理教育中得到同等的重视。

然而,组织理论方面的著作和译著在国内目前出版界却颇为鲜见。而与这一现实构成令人惊叹对比的是,“组织行为学”方面的教材却比比皆是。

就像达夫特教授在多年的管理咨询和组织变革领导工作研究中发现的,管理者要对组织进行有效的管理和领导,既需要具备微观层面的组织行为知识,同时还需要在宏观层面上把握对整个系统的组织设计。而组织设计原理与方法的形成不仅来源于经验、试验或技巧,还在更大程度上来源于对“组织”的一种正确的思维方式。《组织理论与设计》一书就是着眼于帮助管理者考察和了解现实中的组织(包括企业及各类机构)“实际是如何在其所处的环境中运作的”,从而使管理者建立起能有效指导其组织设计工作的理论框架,并能将这种理论知识灵活地应用于组织设计工作的实践。

管理者进行组织设计需要组织理论的指导,这就犹如组织行为管理需要组织行为学的指导。可以预料,在中国无论是理论界还是实业界(并不局限于工商企业界),对组织理论的需要将伴随着组织设计问题的日益迫切而凸现,从而使“组织理论”方面的著作或译著成为继“管理学”、“组织行为学”之后的又一新的关注点。

达夫特教授的《组织理论与设计》是一本逻辑体系清晰、内容厚实而新颖的兼具教学科研和实践指导价值的组织理论教科书。原著自20世纪80年代中期第1版面世以来,迄今已修订到第7版,北美及欧洲的工商管理学院普遍将该书作为组织学课程的首选教材而广泛使用。这部在国际上具有领先水平的组织理论教材,在国内也逐渐引起了许多方面的注意。为了帮助本教材使用者更清晰地认识达夫特教授在本教材中的独到的研究角度和逻辑体系,译者在这里冒着“画蛇添足”之嫌,试图对几门较易产生混淆的管理学科的基本定位作一区分。如下图所示。



烦请读者思考一个并不复杂的问题:管理者如何有效地组织一个组织?

这里,作为一个组织的可以是工商企业,也可以是事业单位、政府部门等各类机构。在当今社会中,这些机构不仅是有形的存在物,更是需要从“开放系统”角度加以理论上认识和研究的实体。与对“企业”需要从经济学与管理学结合的角度进行研究并由此形成“企业学”理论类似的,对一般意义上的“组织”也可以从社

社会学与管理学结合的角度进行研究,并形成一门被社会学家通称为“组织学”的理论。这一“组织学”实际上是与“企业学”非常相似的,都是以管理的客体作为研究对象,只是在对象所涵盖的范围及研究的视野方面有所区别:前者更多着眼于社会学角度对一般的“组织”展开研究;后者则更多着眼于经济学角度,是对特定的一类组织——“企业”展开研究。但是,两者都是关于管理客体的研究,这点使它们有了颇为相同的学科地位,即都是相应于“管理学”(狭义)存在的。

狭义的管理学,是关于管理主体如何有效地履行管理职能的一门学科,它是围绕提高管理效能这一主题,从管理者及其工作活动的方面进行研究的。至于学科的具体名称,因涉及的管理客体不同而有所差异。例如,德国的管理学研究中倾向于以“企业”作为管理工作的对象,所以普遍将企业的经营过程及其管理作为研究的重点,这门学科也就常称为“企业管理学”;美国的管理学者则更常以一般的“组织”作为管理对象来加以研究,并将研究重点放在管理者围绕计划、组织、领导、控制等各项管理职能而形成的管理过程方面,所以,这门学科常被称为“管理学”。依美国派管理学者(如法约尔、孔茨、罗宾斯等)的主张,“管理学”研究中所揭示的原理适用于各类的组织,包括营利性的企业组织和非营利性的其他各类组织。因此,他们有关各类组织的一般管理理论,亦常被称为“行政管理理论”(工商管理硕士学位“MBA”称谓中的“administration”一词的直译就是“行政管理”)。因为这种理论普遍适用于各类组织的整体层面的管理,故亦可称为“(组织)管理学”(如法约尔就被誉为“组织管理之父”)。对世界管理学的发展史进行比较,会发现:德国是将企业经营过程作为管理工作和管理研究的对象,所以,它将企业管理学作为经济学的一个分支来发展;而美国则将组织中管理者的管理过程作为管理研究的对象,没有对特定的管理对象进行考察,所以,美国的(组织)管理学是独立于经济学发展的。

在美国的管理学发展进程中,对管理过程和管理原理的研究在20世纪50年代至60年代取得了丰硕成果,在此基础上进一步吸收相关学科取得的研究成果,逐渐细分出了“战略管理”、“组织设计与变革”、“领导科学”及“组织行为学”、“管理控制理论”等针对专门的管理工作展开系统而深入研究的次级的学科。其中,“组织行为学”(OB)就是围绕管理者的领导工作而产生的,旨在回答“管理者如何有效地领导一个群体或下属”的问题。无疑,这一研究吸收了心理学和社会心理学等“微观”考察角度的研究思路及成果,所以亦常被称为“管理心理学”。而管理者的组织工作,根据通常的认识,是侧重对组织内整体的结构与流程进行设计和再设计的,因而这一研究在很大程度上需要吸收社会学、制度经济学等有关整个组织或企业系统的“宏观”角度考察的研究成果。所以,有关各类组织中的结构与流程设计和变革的理论常被冠以“组织理论”(OT)之名。这一组织理论,显然是与“组织行为学”对应的,它回答的是“管理者如何有效地组织一个组织”的问题。

进一步从组织工作的对象来辨析,就像前述的管理工作的对象有一般意义上的各类“组织”和特定的“企业”一类组织之划分一样,组织工作作为管理工作中的一个有机的部分,其对象范围也可以从笼统的一般“组织”而聚焦为特定的“企



业”这类组织。这时，对“管理者如何有效地组织一个组织”的思考就转化为“管理者如何有效地组织一个企业”的范畴更小些的问题。这样与“（组织）管理学”或“企业管理学”的范畴界定类似的，可以定义“（组织）组织理论”或“企业组织理论”，或者“（组织）组织学”或“企业组织学”。也就是说，针对企业这一特定组织中的结构与流程设计和变革问题研究而形成的组织理论——“企业组织学”，是与针对学校、医院、科研机构、政府部门等各类组织进行组织理论研究的“（组织）组织学”（OT）是同一类属的概念。

当前的混淆点是：这一属于管理学的次级学科的“（组织）组织学”或“企业组织学”，与社会学角度研究中的“组织学”经常被混为一谈，以至出现了组织变革的内容究竟只包括结构和流程呢？还是也包括任务、技术、人员等的争论。为澄清不应有的模糊的认识，西方学者中又不少人使用“组织”一词有关的三个不同英文单词作出如下概念的界定：

- organizations（可数名词），指某种具体的、有形的组织，如××公司、××大学、××单位——管理工作的客体；社会学领域中“组织学”的研究对象。
- organizing（动词），即组织工作，包括组织设计、运作和变革过程各项的内容——管理工作中的一项职能；管理学领域中“组织理论”的研究对象。
- organization（不可数名词），指某种抽象的、无形的组织状态或模式，如职能型组织、事业型组织、流程型组织——组织工作的结果；管理学领域中“组织理论”的研究对象。

就企业这一特定的载体来说，作为一个组织，社会学领域中“组织学”对之的思考是：这个企业是一个什么样的组织？它既然是社会中的一个机构（社会实体），应该作为一个什么样的组织存在？而管理学领域中“组织理论”的思考则是：怎样使这个企业形成某种有序的而不是混乱的状态？这种有序的组织状态要通过什么样的组织设计、组织形式或组织模式来实现？

可见，针对企业及其他组织中的组织工作和组织模式展开研究的组织理论（organization theory，简称 OT）并不是一般社会学意义上的有关工商企业、事业单位、政府部门等各类组织的“组织学”（theory of organizations 或 organizational theory），也有别于侧重从心理学、社会心理学角度对组织中的人及其行为进行研究的“组织行为学”（简称 OB）。为明确起见，我们不妨把这一组织理论称为“企业组织理论”或“企业组织学”（若将组织工作的对象从“企业”推广到各类“组织”中，则可将之称作“组织组织理论”或“组织组织学”）。

因此，企业组织理论并不是研究企业作为一个有形的、可见的社会存在物的“组织”（organizations），而是研究企业之中看不见的、无形存在的“组织”（organization）这一概念。早期研究者倾向于将他们所创立的组织理论称为组织设计理论或组织结构理论。而到如今，以流程为中心的组织设计，正呈现出一种明显的趋势取代传统的以结构为中心的组织设计。而且，当前组织研究的范围也已经从企业内部关系扩展到了企业间的关系，由此使企业组织边界的范围与清晰度、企业组织的构件和协调整合方式等都发生了前所未有的变化。这些变化提出了创建和发展新时期

的“企业组织理论”的需要。

达夫特教授的《组织理论与设计》一书是站在比企业范畴更广的“组织”(organizations)的角度,将经济学领域中的“制度经济学”、社会学领域中的“组织学”和管理学领域中的“组织理论”研究成果结合起来,围绕新时期企业及其他组织的设计及再设计这一命题来归纳、提炼和综合有关的理论研究和实践探索的成果。他力求构建的是一种站在“组织”这一总括性的管理客体的立场来思考组织设计及相关管理问题的组织管理理论。这一理论无疑是对美国原有的那种撇开对管理客体(无论是一般的“组织”,还是特定的“企业”这类组织)的具体研究,仅从管理主体(管理者)的视角来研究各类组织中的计划、组织、领导、控制等职能和管理过程的管理理论的一个极其必要而有益的补充。难怪本部设在北京的以外企或合资企业管理人员为培训对象的中加管理学院,在其开设的“组织与管理”这门课程中就一直使用达夫特教授的这部《组织理论与设计》英文版教材进行授课。确实,达夫特教授变换了一个立场(由以往的管理主体的视角转变为管理客体的视角)来考察组织中的管理问题,并以组织设计与再设计的研究作为核心内容,围绕组织模式演变的主要趋势这样一条主线来构建其独有体系的组织管理理论,这必然使许多惯常从管理者及其管理工作的过程来学习、思考、研究和实践“(组织)管理理论”的人们,这次真正地考察和了解了他们所欲施加管理的“组织”。可以说,达夫特教授所建立的组织管理理论,克服了原美国派管理理论中管理客体不明晰、没有进行专门研究的缺陷。而与德国派明确以“企业”这一类组织作为管理客体但过于侧重具体经营过程中专项管理活动的研究的企业管理学相比,达夫特教授的组织管理理论又明显地超越了局部的专业管理的范畴,考察了整个企业乃至更大的企业共同体或联盟体层面的组织设计及相关的管理问题。

令人耳目一新的感觉,不仅来自达夫特教授所建立的组织管理理论的独特的研究角度和研究思路,还来自其严密的逻辑框架体系和系统性、条理性与创新性、可读性并存等的特征。现在信息时代各类组织之中的组织设计与再设计是这一理论体系的核心。达夫特教授的组织管理理论,虽然覆盖了组织中的动态过程(如决策制定、冲突、权力与权术)以及组织的内外环境因素(如外部环境,组织间关系,制造与服务技术,信息技术与知识管理,组织规模、生命周期与控制,组织文化与伦理价值观,以及创新与变革等),并且是在“具有明确的目标导向和精心设计的结构与有意识协调的活动系统,同时又同外部环境保持密切联系”的这样一种开放系统和社会实体性质的“组织”(organizations)定义中研究组织的管理理论。按照译者的理解,并以前述西方学者通行的概念来界定,达夫特教授在本教材中阐述的实际并不仅仅是置于各类组织背景下的组织组织理论,而是一种从管理客体的考察和分析中提炼出来的一种组织管理理论。但是,达夫特教授并不想把这本教材编成另一个视角的像一般管理学教科书那样的管理百科全书。我们将《组织理论与设计》一书1987年的第2版和本次翻译的2001年的第7版作了细致的对比,结果发现:该书在多次再版修订中所作的最重大的改进之一,便是研究内容更加向“组织设计”这一核心集中了。这样的聚焦使得这本组织管理理论方面的教科书,明显的是围绕

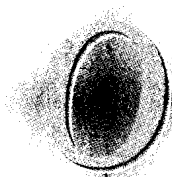


有关的管理问题与组织设计之间的关联关系而展开的。也许正是为了突出“组织设计”这一聚焦点，达夫特教授仍将自己创建的面向各类组织的以组织设计命题为核心的组织管理理论看作是适用于各类组织的组织理论（OT）。

在新版中，达夫特教授开篇就介绍了组织设计需要考虑的几个结构和情境维度，并将组织结构的设计及因情境变化的再设计这一主题贯穿于全书的始末，使其第2篇有关组织目标、战略与效果的阐释，第3篇有关开放系统设计要素，以及第4篇有关动态过程管理等问题的探讨都相当明确地围绕着“组织设计”这一核心的内容展开。全书的逻辑框架可以概括为：将组织管理中需要考虑的各种问题都作为组织设计的“情境变量”（contextual dimensions）来看待，应用“权变”（contingency）原理，分析这些情境因素与组织设计的总体形态和各维“结构变量”（structure dimensions）之间的相互影响、相互适应甚至相互促进或制约的关联关系，从而为组织管理者合理地选择适用的组织模式提供明确的指导。这是一本侧重于组织设计但又放眼整个组织在新时期有效地管理和运行的全貌来系统深入地、富有前瞻性地思考和阐释组织管理问题的一本独具特色的教材。相信这部著作的翻译出版能给国内读者带来新的、更开阔的视野、更丰富的管理知识和更具启迪性的实用操作指南。

译校者：王凤彬
中国人民大学商学院
2002年1月8日





英文版序言

我编写《组织理论与设计》第7版的初衷是，以一种能激发学生兴趣和喜好的方式，将有关组织设计的最新思考与古典的和传统的思想及理论结合起来。新版本较以前版本有了新的面貌：新版对许多内容都做了显著的更新，尤其是新增了一章内容*，并对许多章节作了重大的改动，编入了最新的观点，添加了新的实例以及新型电子商务组织的素材，更新了新书评介、章末的案例以及本书最后的综合案例*。组织研究领域已取得的成果和相关理论非常丰富、富有洞察力，能帮助学生和管理人员理解他们的组织，解决实际问题。我的使命就是从组织理论角度，将这些概念和模式与现实世界中变化的现象结合起来，提供最新的组织设计观点供实际工作使用。



第7版的新特点

本书在组织理论课程中占有重要地位，是许多学生和专业人士的首选教材。本书第7版在保持其经典性的同时，对内容进行了全面的更新和扩充，使其更符合当前的组织理论和实践。本书第7版的主要特点如下：

总体而言，在学习组织理论课程的学生当中，许多人没有广泛的工作经历，特别是从事中高层管理工作的经历，而组织理论恰恰是对中高层管理工作最为适用。为了让学生置身于当今的组织世界，第7版增加和扩充了以下几个方面的重要

* 共有7个案例，本译本中略去。——译者注



内容：新增了一章，在该章中讨论了知识管理这一重要的思想及新的信息技术的影响；开辟了一个称作“实践探索”的栏目，集中反映当今迅速变化的商界中一些企业的前沿性探索；添加了帮助学生学以致用、将理论应用于实际的实践活动；更新了新书评介、实例、章末的案例以及书后的综合案例。所有这些都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。



实践探索栏目

“实践探索”栏目介绍了一些致力于建成学习型组织和提高在当今变幻莫测的全球环境中竞争力的企业在组织设计、战略方向、价值观或文化方面的重大变革。这些企业中有许多已经将新的思想应用于电子商务领域的竞争中。“实践探索”栏目例示了企业在知识共享、授权于员工，建立新的结构、新的文化，打破部门间的和组织间的边界，以及通过共同的使命将员工凝聚在一起等方面的转型。这一栏目介绍的典型组织包括思科系统公司（Cisco System）、SOL 清洁服务公司（SOL Cleaning Service）、罗威家具公司（Rowe Furniture Company）、迪尔公司（Deere & Company）、诺瓦提斯公司（Novartis）、特里洛基软件公司（Trilogy Software）和美国农业部（the U. S. Department of Agriculture）的动植物健康监测中心。



新增的一章

第 7 章是本书新增的一章。该章描述了当今组织中信息技术所引起的日益重要的影响作用，并突出地讨论了知识管理问题。国际互联网和信息革命正在改变着商业活动的各个方面。信息技术和知识管理已经成为各行各业的至关重要的武器。决定一个组织成败的已不仅是设施、机器或产品，更是这个组织所拥有的信息与知识资源及其使用方式。这一变化对组织设计正产生着巨大的影响，尤其是当管理者想方设法促进整个组织的员工建立和共享信息与知识的时候，这种影响就更为显著。新增的这一章就讨论了显性知识和隐性知识管理的各种方法。



新概念

新版本中新增和扩充了许多新概念。例如，新版增加了有关横向型组织结构、电子商务、平衡记分卡、企业资源计划、企业内部互联网和外部互联网、全球竞争战略、大规模群体介入法、文化的强度及亚文化、制造业和服务业企业中的大规模定制，以及组织设计从效率导向向学习和变革导向的转变等一系列新的内容。另外，知识管理方面的新概念贯穿了第 7 章整章的阐述中。



 新书评介的新内容

“新书评介”栏目展示了本教材的一个与众不同的特点。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。新书评介中介绍了企业面对当今多变环境的挑战所采用的多种方式。第7版中新添的书评包括《新经济的新规则》(New Rules for the New Economy)、《商界@速度思维》(Business @ the Speed of Thought)、《创新者的困境》(The Innovator's Dilemma)、《万亿美元的企业》(The Trillion - Dollar Enterprise)、《长寿公司》(The Living Company)、《权力的48条法则》(The 48 Laws of Power)、《成长的奥秘》(The Alchemy of Growth)、《开放边界》(Open Boudaries)、《边缘竞争》(Competing on the Edge)等新书。

 新案例

新版中编入了大量的新案例,用以说明理论性的概念。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。新增的“引例”包括惠好公司(Weyerhaeuser Company)、巴诺书店(Barnes & Noble)、达能集团公司(Danone Group)、SAS研究所(SAS Institute)、白玫瑰苗木与工艺品公司(White Rose Nursery and Crafts)、牛津健康计划保险公司(Oxford Health Plans)。各章中用以说明特定概念的新增“实例”包括施乐公司(Xerox)、墨西哥水泥公司(Cementos Mexicanos Cemex)、美国铝业公司和机械师国际联合会(Aluminum Company of America/ International Association of Machinists)、丰田汽车公司(Toyota Motor Corporation)、星巴克公司(Starbucks Coffee)、霍尔特公司(the Holt Company)、美国标准公司(American Standard Companies)、沃尔玛公司(Wal-Mart)、英国TNT公司(TNTUK)、汤米希尔菲格公司(Tommy Hilfiger)、查尔斯施瓦布公司(Charles Schwab Corp.)、特纳工业公司(Turner Industries)、伯根公司(Biogen, Inc.)、大英百科公司(Encyclopaedia Britannica)和先驱公司(Progressive Corporation)。

 新的综合案例

除了以上变更外,新版中还新增了一些鼓励学生讨论和参与的综合案例。新的综合案例包括定制芯片公司(Custom Chip, Inc.)、微软公司(Microsoft)、道林柔性金属公司(Dowling Flexible Metals),以及XEL通讯(XEL Communications)公司。*

* 这些书后的综合案例,在本译本中略去。——译者注





学生的实践应用

本书各章结尾都附有供学生到实践中应用的一些习题。每一章后都有“练习”——学生通过做练习，会对各章的有关概念获得更多的切身体验。有些章还设有“专题讨论”题，促进学生在小组讨论中拓宽学习和提高的机会。此外，新版还增加了几个具有挑战性的章末案例，包括“全国工业产品公司的变革”、“这种牛奶冰淇淋饮料的味道怪吗？每日论坛”、“机会均等”、“航星公司”、“世纪医药公司”，以及“W. L. 戈尔联合公司：跨入 1998 年”。



其他的特色

以前版本的许多特色仍然在新版中很好地保留了下来。因此，本书保持了总体风格的一致。

应用多种教学方法提高学生对教材内容学习的参与度。每一章开头的“引例”介绍了一个与该章内容相关的、有启发价值的现实的组织。每一章中有许多“实例”来辅助说明现实组织中用到的一些理论概念。大量的图表可以帮助学生形象地理解组织中的关系。新版重绘了一些图表，从而能够以艺术化的表现形式使书中概念更清晰地展现在读者面前并获得与读者的沟通。各章的“小结”部分则对组织理论这一广阔领域中与本章有关的重要思想，为学生作了简明的概括和解释。“提要”部分告诉学生如何运用所学的概念去分析和管理实际的组织，为他们提供行动指南。各章末的“案例”都是为配合这一章的相关概念而特意精心挑选的，它们为学生进行分析和讨论提供了素材。

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仁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、案例展示、体验性的练习，以及其他新的教学手段等溶于一本教材中，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。

网站

<http://daft.swcollege.com> 网站有丰富的资料可作为教学辅导材料使用，学生和



教师都可以从这里获得许多补充的教学资料。



致谢

教材的编写是一项由团队共同完成的事业。第7版凝聚了许多我要致以由衷感谢的人们的智慧思想和艰辛劳动。第6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。他们在对本教材许多特点表示认可和赞赏的同时,也对那些效果不好的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 (University of Alaska, Southeast) 的大卫·阿克曼 (David Ackerman)

帕波戴大学 (Pepperdine University) 的布雷斯·J. 汉森 (Bruce J. Hanson)

休斯顿巴比提斯大学 (Houston Baptist University) 的迈克尔·伯恩 (Michael Bourke)

杜兰大学 (Tulane University) 的吉斯皮·拉比楠卡 (Guiseppe Labianca)

萨姆休斯敦州立大学 (Sam Houston State University) 的乔·安妮·达菲 (Jo Anne Duffy)

得克萨斯泛美大学 (University of Texas - Pan American) 的简·勒马斯特 (Jane Lemaste)

西南密苏里州立大学 (Southwest Missouri State University) 的帕特里夏·费尔特斯 (Patricia Feltes)

圣汤姆斯大学 (University of Saint Thomas) 的史蒂文·马瑞威勒 (Steven Maranville)

马里兰大学 (University of Maryland) 的约翰·A. 古尔德 (John A. Gould)

贝乐大学 (Baylor University) 的瑞克·马丁内斯 (Rick Martinez)

得克萨斯女子大学 (Texas Woman's University) 的朱利·纽克默 (Julie Newcomer)

密歇根大学 (University of Michigan) 的理查德·萨沃德 (Richard Saaverda)

乔治福克斯大学 (George Fox University) 的阿斯比乔·奥斯兰 (Asbjorn Osland)

威斯康星大学欧克莱尔分校 (University of Wisconsin Eau Claire) 的 W. 罗伯特·辛普森 (W. Robert Sampson)

尼科尔斯州立大学 (Nicholls State University) 的莱恩·皮扎诺特 (Laynie Pizzolatto)

帕波戴大学 (Pepperdine University) 的 W. 斯科特·舍曼 (W. Scott Sherman)

艾比伦基督大学 (Abilene Christian University) 的萨曼莎·赖萨 (Samantha Rice)

东南路易斯安那大学 (Southeastern Louisiana University) 的杰克·图斯 (Jack Tucci)

我尤其要向加利福尼亚州立大学弗雷斯诺分校 (California State University, Fresno) 的卡伦·迪尔·鲍尔曼 (Karen Dill Bowerman) 女士致以诚挚的谢意。

在我的同事中,我要特别向阿里·卢因 (Arie Lewin) 致谢。过去的几年里,他

