

管理科学译丛

组织行为学

(第十版)

〔美〕 约翰·W·纽斯特罗姆 著
基斯·戴维斯
陈兴珠、罗继 等译
王垒 校

管理科学译丛

组织行为学

(第十版)

〔美〕 约翰·W·纽斯特罗姆 著
基斯·戴维斯
陈兴珠、罗继 等译
王垒 校

管理科学



译丛

图书在版编目 (CIP) 数据

组织行为学:工作中的人类行为/(美)纽斯特罗姆(Newstrom,J. W.),
(美)戴维斯 (Davis,K.) 著; 陈兴珠等译
- 北京:经济科学出版社,2000.4
(管理科学译丛)
书名原文:Organizational Behavior – Human Behavior at Work
ISBN:7-5058-1566-0

I.组… II.①纽… ②戴…③陈… III.组织行为学-研究 IV.C936
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 03202 号

组织行为学

[美] 约翰·W·纽斯特罗姆 著
基斯·戴维斯

陈兴珠、罗继等译 王垒校

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销
社址:北京海淀区万泉河路 66 号 邮编:100086
总编室电话:62541886 发行部电话:62568485

网址:www.esp.com.cn

电子邮件:esp@public2.east.net.cn

北京博诚印刷厂印刷

河北三佳集团装订厂装订

787×1092 毫米 16 开 33.25 印张 700000 字

2000 年 4 月第 1 版 2000 年 4 月第一次印刷

印数:0001-8000 册

ISBN:7-5058-1566-0/F·1499 定价:56.60 元

(图书出现印装问题,本社负责调换)

译丛总序

经济科学出版社陈捷同志策划、组织翻译的《管理科学译丛》就要出版面世了，这是令人高兴的事。我在大学教书，每当我知道要出版新的管理学书籍，尤其是读它而受益时，就想到出版社。我想，在管理领域，出版社何尝不是一所“大学”！何尝不是一所“管理学院”！一本书就是一门课，一本书就是一位教师，出版社在国内、国外精选许多优秀的管理“课程”，精选许多卓越的管理学“教师”，组织成这样的可以任意“选修”的开放性大学，使每一位买书、读书的人从中不断地汲取管理领域的新见解、新知识、新方法，增益自己的管理素质，为社会创造更多的盈余。从这个角度，出版社真是功不可没。《管理科学译丛》是经济科学出版社为提高我国管理者的素质水平所做的长期的不懈努力的组成部分。我非常钦佩他（她）们战略性的眼光和严谨踏实的工作精神。

管理既是科学，又是艺术，也就是说管理既有规律可循，又因人、因地、因时、因事而千变万化。建筑是门科学，设计建筑物必须遵循建筑学的基本规律。但是每个建筑师所设计、构筑出来的建筑物又因不同背景而独具特色。要使活动有成效，必须确立目标，这是管理的基本规律。但怎样确立目标，如何实现目标，却要因实际背景由管理者进行选择。要有适当的管理幅度，这是设计组织、控制组织的基本原则。但管理幅度多大比较合适，要因组织本身的状况，结合十多种影响管理幅度的因素去选择确定。国际经营活动的成效首先取决于对跨国文

化的理解与实践，这也是一个基本原则，但每个国家的情况各有特点，如何理解和适应某个国家的文化，是个具体实践问题。所以，管理科学是从实践中产生并发展起来的、揭示管理活动规律、用于指导管理实践的科学知识体系。管理活动和纯粹的自然科学活动不一样。通常，学会了数学分析就可以求解微分方程，掌握了化学实验方法就能进行化学试验。而管理则不然，即使背熟了所有管理学原理，也不一定能够成功、有效地去管理一个组织。管理需要管理者在管理实践中根据实际情况进行创造性的发挥，才能解决实际问题。如同你熟背菜谱，却做不出好菜来一样，管理活动成效既取决于对规律的把握，又要有丰富的经验和技巧。管理是科学与艺术的结晶。

自有人类产生以来，管理活动就随之而来。对管理活动规律的研究，各国的研究者都为此做出了卓越的贡献。但直到现在，这种研究的结果仍是百家争鸣，仍处于“丛林”状态。经济科学出版社的这套译丛，就是不同国家的学者们在自己的研究领域得到的丰硕成果，他（她）们从不同的角度对管理学的科学化和艺术性做出了自己的贡献。读这样的书，会给我们很多启迪。

谈起加快中国的社会经济发展，人们都说缺技术、缺资金、缺高素质的人才。但我一贯认为，我国最缺的是科学的管理，技术从哪里来？资金从哪里来？高素质的人才从哪里来？这些资源不是说要就一下子会得到的。就是得到这些资源，也不是都能够发挥其作用的。“百分之九十九的资源，百分之一的组合”，所有的资源是通过管理来发挥其最大效用的。管理是生产力要素，是比劳动力和技术手段更为基础的要素。好比你看到公路中央有块大石头，阻碍了交通，减小了运输力，有许多车辆和行人绕石而过。后来，有一智者召集了几个过路人搬这挡路石，他高声喊着“一、二、三，起！”石头就被众人一点一点地搬到了路边。障碍没有了，道路通畅了。如果没有人去计划、组织、指挥，怎么会有这些协调性行为？怎么会有“移动”的效果？那些劳动力和技术不就是通过管理而组合起来的吗？我认为，中国遍地都是资源，但到处也都有绕石而过的人。你看，缺的就是那百分之一的“组合”，缺的是那从事组合活动的、能看出问题并迎头而上指挥搬石头的智者。

在劳动力数量、质量不变，技术手段不变的情况下，通过组合活动使结构发生变化，结果就大不一样。这是管理作为生

产力的典型表现。古时田忌赛马，马匹、技术、骑手均无变化，只是巧妙地组合了出场顺序，结果就赢了，实现了目标。在我国体制改革中，有些企业效率低下，在各种基础条件不变的情况下，换了主管，换了领导班子，对企业各种要素重新组合，结果面貌大变。由此看来管理的良性循环可以形成生产力、维护生产力、发展生产力。相反，管理的非良性循环，也可以降低生产力、涣散生产力、瓦解生产力。一个国家的资源条件并不落后，但国家的发展状态长期处于落后水平，根子是管理问题。企业是社会经济发展的基本单位，企业的活力及效率水平，不仅是企业自身管理的问题，同时也是政府的宏观管理问题。经济科学出版社看到了这一点，因而早就精心组织出版了许多宏观管理和微观管理方面的书籍。《管理科学译丛》就是其中的一部分。看起来，他（她）们是在出书，实际上是在设法提高我国各层管理者的管理水平。

一般情况看，管理是管理者通过计划、组织、指挥、控制去协调他人的活动并达成组织目标的过程。但从深层次看，管理是管理者利用、设计、培植一种文化，形成一种环境，通过这种环境，去规范、协调、激励人的行为，从而达成组织目标的过程。这种文化表现为长期积淀下来的传统。中华民族几千年来作为，形成中华民族的传统和文化。某个企业几十年、上百年的经营行为，形成这个企业的传统和文化。行为一旦积淀成文化，就可作为运行力存在，不知不觉地影响着群体活动的行为趋向和行为效果。所以，我认为管理是有文化背景的，是以传统为基础的。在生产配置、技术管理等方面的许多管理规则，世界各国、同类企业都可以通用，但在文化传统方面却各有其规范，难以通用。日本是博采世界先进技术，用日本民族文化来推动日本经济发展的。中国也应该博采世界先进技术，用中华民族的文化来推动中国经济的发展。至于说传统文化的惰性部分，可以通过改革加以改善，但不考虑本民族的文化，企图全盘引进外来文化，替代本土文化，从而规范具有完全不同文化背景的群体行为，这是行不通的。多年来，在管理上借鉴外国模式，取得了有益的经验，但东倒西歪地盲目模仿，也出现了许多失误。所以，管理学在中国的发展，也应在博采世界先进技术，运用中国传统文化推进中国社会经济发展的基础上多方面地进行研究。近年来经济科学出版社组织出版了不少国外管理学精品书籍，为我国理论界和实业界研读国外优秀成

果做出了贡献。现在我们看到的这套译丛，主要是侧重工商管理方面的。它可以引发我们更多地去思考国外的工商管理研究成果，更好地、更深入地去研究我国自己的工商企业管理问题。如果有一天，在国外也出版了由中国学者和企业家撰写的、有中国文化特色的管理学丛书，再回过头来看包括经济科学出版社在内的我国许多出版社今天所做的努力，是非常宝贵的，非常有远见的。

在《管理科学译丛》出版前夕，陈捷同志让我写几句话，我借这套译丛谈了一些不成熟的见解。总起来，还是祝贺译丛的出版，感谢出版社的同志们为此付出的卓有成效的劳动，祝愿经济科学出版社能有更多更好的管理学书籍问世，我也愿意和大家一起读书，更多地研讨共同关心的管理问题。

张国有

1998年5月1日

前言

现今几乎所有的学生都曾经有过在某种类型的机构工作的经验，至少是兼职的工作。你很快就会发现，人的行为并不是绝对理性的，你自己、你的上司以及你的同事都是如此。你会对工作中的所见所闻产生一系列困惑：

■人们工作时为什么会有各种各样的行为？

■当公司变革、戏剧性的机构重组和裁员，以及不断升格的国际竞争日益加剧时，个体、群体以及整个组织怎样才能在一起更有效地工作？

■管理者应该怎样激励员工来提高生产率？

■对于确保员工的满足感，管理者负有怎样的责任？

■为了将来成为一个成功的管理者，你能从理论、研究以及其他管理者的工作经验中学到什么？

正是为了解决很多人怀有的此类疑问，这本《组织行为学——工作中的人类行为》第十版应运而生。

自从本书的初版面世以来，组织行为学有了长足的发展。所谓组织行为学的研究和实践，并不仅仅是行为科学在工作情境中的整合及应用，实际上，无论是理论还是实践，组织行为学都绝非这么简单。这是一门新兴的学科，许多问题尚待解决，也充满了发展机遇。本书为了解各种工作情境和组织中的人提供了深刻丰富的例证及研究。

本书的前几版被应用于大学和各种组织达 40 年之久，我们在这段时间里一直关注着读者的反映。先前各版本的长期读者和有见地的评论家提出了许多建议，均已被本次新版本采纳。来自全国的教授和管理者提供了许多专题建议、图表和应用案例。我们一直积极征询教师和学生的意见，以便使本书在将来更有价值。我们倾听和关注你们的建议，并致力于运用这些建议来改善我们的“产品”质量。如果你有任何意见、想法或问题，我们热忱地邀请你与本书的作者联系。通信地址：

University of Minnesota – Duluth, Duluth,

Minnesota 55812, U. S. A.
电话: 001 - 218 - 726 - 8762
电子邮件: jnewstro @ d. umn. edu

作者的角色

如果你了解我们作为作者所扮演的角色,或许将有助于您更加全面地了解本书。

我们从一开始就不断地使自己融会于组织行为学的思考、研究与实践之中,以便获得更为深入的认识。我们定期阅读几十种专业期刊和有关书籍,并与各类组织的管理者保持联系,以便随时了解该学科的最新动态。随后,我们建立了一个逻辑严密、引人入胜的编写框架,接下来确认了大纲包括的所有关键的要点。最后,我们采用了有助于读者学习和把握思想内容的方式来组织材料和进行撰写。

我们的最终目标是编写一本准确、实用、包含最新知识并且内容吸引人的书籍。我们强调内容和实质,把材料以有组织 and 发人深省的方式呈现给读者,使读者能把这一领域的各部分内容整合为组织行为学的完整体系。在本次再版中,我们还做了一些新的改进,通过旁征博引各类最新的研究和实践成果,为本书的结论提供证据。

在书中相应的地方,我们对每个问题给出了不同的观点,或是说明了某一特定模型或概念的固有缺陷。因为对复杂的行为问题,从来都没有简单的答案。我们相信,本书将会为你奠定行为知识的重要基础。我们希望本书能激励读者不断研究组织行为而丰富他们的认识。很多阅读过本书的学生将本书列入他们的收藏书目,当他们遇到实际问题和困难时,经常会在本书中寻求答案。

本书的特点

读者很容易发现,《组织行为学——工作中的人类行为》一书具有很多出众的特点。其中最为突出的是,本书内容基本都是来自实际生活,从而将理论与实践巧妙地结合在一起。读者会觉得,这些概念和模型在实际工作中确实可以得到应用,而且有助于我们为步入更理想的社会而建立更理想的组织。不仅如此,从组织行为学中学到的知识和技能其实可以帮助读者应付生活中的各种问题。

本书的另一个很受欢迎的特点是具有大量的真实组织情境中的实例。几乎书中的所有重要概念都是通过实例来表述的。这些例子向读者展示了在特定的情景下,真正的组织是怎样运作的,以及现实生活中的人们又是怎样行为的(有时这些行为是出人意料的!)。

受到教员和学生高度好评的另一个特点是,本书具有很强的可读性。我们的编写过程一直遵循弗莱施(Flesch)和坎宁(Gunning)两位确立的写作准则,用容易理解的语言来描述复杂的理论,即保持难度适中的(描述性的)词汇量,使用长度适中的句子,并选用易读的写作方式。而且,书中

包含的大量数据、实例和研究成果使其内容多样化,不枯燥乏味,讨论的节奏不断变化,使读者阅读时充满新鲜感和趣味感。

本书具有的其他特点包括:

■有详细的目录,便于检索重要的主题;

■每章的开始有启发性的管理者名言,可以激励读者思考和课上讨论;

■每章由一个开篇实例为先导,把读者带入真实生活的问题之中;

■对已被普遍接受的四种组织行为学模型的论述为读者提供了贯穿全书的整体架构;

■大量地(也是较早地)涉及组织中员工间的交流,多数内容是出自作者自己的研究;

■对于“激励理论”,不仅有两章内容全面的介绍,还专门有一章介绍该理论在组织奖励制度中的应用;

■和其他组织行为学书籍不同的是,本书有专门的一章就“授权和参与理论”这一新兴话题展开深入探讨;

■讨论组织行为中的全球性问题,以使学生今后考察概念时能根据不同文化进行修正;

■以讨论组织行为中新出现的问题作为最后一章,从全新的角度考察组织行为学本身的局限性;

■每章的结尾至少有一个小型案例和模拟练习,使学生的学习有真实参与感;

■本书的结尾附有词汇表,对书中出现的数百个组织行为学的关键词汇给出简练的解释。

本书第十版新增的特点包括:

■对章节结构做了很大调整,使之更为合理,以强调当前组织中的最重要课题——激励、领导、人际关系、群体与团队、变革的特征及其影响;

■增加关于团队的内容——它的组织环境、影响团队成功的因素,以及使团队成员提高共同工作效率的团队建设过程等;

■每章新增一个专栏,叫做“管理者在读些什么”,简要介绍与各章节相关的最新畅销书;

■每章新增有关组织行为中的道德问题、多样化问题或者全球化问题的专栏;

■更为重视实践,例如书中大量增加了“行动指南”专栏,向管理者提出改善组织行为的措施建议;

■书的结尾部分新增若干案例,介绍不同的组织形态和行为问题。

学习指南

本书各章的基本结构要素包括:学习目标、内容概要、管理名言、范例、小结、本章术语以及小型案例分析。每章末尾都附有详细的最新参考

文献,为有兴趣的读者进一步提供丰富的信息来源。这些文献出自相当丰富的来源(包括学术性及实用性出版物),这也表明有用的知识和事例处处可见。由于这些参考书目不仅可以提供大量额外的信息,而且有助于读者从历史的或者非常规的角度看问题,我们建议学生坚持阅读这些出版物。另外,每章还有大量的讨论题,这些问题一般都需要读者进行认真的思考,并鼓励读者深入地分析问题,有些问题还要求读者利用书中介绍的观点来审视自己的亲身经历,或者要求读者进行小组讨论。每章还有一个模拟练习,使读者能将各章的概念学以致用。

教学指南

本书的以前九个版本都曾用于课堂教学,在多年课堂实践的基础上还编纂(修订)了一些教学辅助材料。

《学习指导》

《学习指导》(乔恩·L·皮尔斯(Jon L. Pierce)著,明尼苏达大学德卢斯分校)帮助学生组织行为学的基本概念和原理,并提供相应的理解测验。针对《组织行为学》的每一章,《学习指导》给出内容概述和大纲,以及一系列实践取向的学习目标和各类主、客观测验题。全书自始至终插入一些专栏,强调重要的定义和理论。在书的末尾附录中有测验题答案。

《教师手册/题库》

《教师手册/题库》(阿米特·沙阿(Amit Shah)著,州立弗罗斯特堡学院)的前半部分《教师手册》为节省教师的时间而写。它包括适用于半学期和一学期教程的作业设计样板、各章概要、教学建议、对每章末尾小型案例的详细分析、每章末尾的讨论题以及全书最后案例部分的参考答案等。手册中随处为教师编写教学笔记留下了一定的空间。书的后半部分《题库》包括各章的多项选择题和正误判断题以及答案。

电脑题库

此类题库有DOS和Windows两个计算机软件版本,具有在线测试的强大功能,使准备考题方便迅速。教师可以通过题库编写试卷,批改试卷,还可以增加、删减以及编辑试题,通过题型、目的或难易程度挑选试题,并可以检查、保存试题。

投影胶片

为了方便教师讲解示范,本书提供关键原理和概念的彩色投影胶片。这些投影胶片不仅包括书中的图表,还包括来自其他出处的相关插图以辅助书中材料。

PowerPoint 演示软件

上述彩色投影胶片还有在 Windows 3.1 下的 PowerPoint 的演示软件。

McGraw - Hill 组织行为学系列录像带

为使教师的讲课内容更为丰富多彩, 本书的编写者还从 NBC 新闻档案库精选了与组织行为学相关的录像带供教师使用。

鸣谢

很多学者、管理者和学生为本书做出了大量的贡献。在此, 我们要感谢他们所做的一切。从某种程度上说, 这本书是他们的著作, 我们仅仅是他们的代言人。首先, 我们要特别感谢对本书进行通篇系统审阅点评的朋友, 他们是:

斯蒂芬·C·布兰茨(Stephen C. Branz)

爱德华·W·弗里泽(Edward W. Fries), 沃尔顿社区学院

史蒂文·L·格罗弗(Steven L. Grover), 印第安纳大学

拉里·E·马厄(Larry E. Maher), 纽约州立大学 Oswego 分校

杰夫·梅洛(Jeff Mello), 金门大学

肯尼斯·C·索拉诺(Kenneth C. Solano), 东北大学

马瑞里·史密斯(Marilee Smith), Kirkwood 社会学院

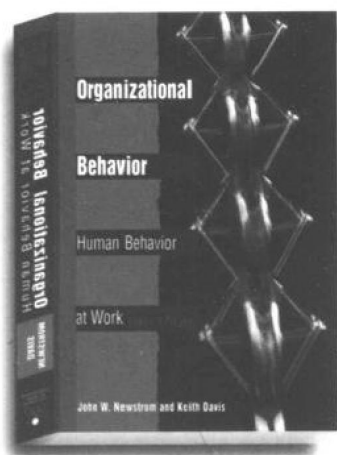
保罗·L·威尔肯斯(Palu L. Wilkens), 佛罗里达州立大学

我们仔细研读了他们提出的意见、问题和建议, 这些对书稿的贡献极大。我们已据此对本书进行了相应的改进。

我们学院的很多同事都直接或者间接地提供了有价值的见解。给予我们工作上的支持和精神上的一贯鼓励。在此, 我们特别感谢明尼苏达大学德卢斯分校的乔恩·皮尔斯(Jon Pierce)、史蒂文·鲁宾菲尔德(Steve Rubinfeld)和本系的系主任罗德·列瓦诺(Rod Lievano)。另外, 我们还要感谢责任编辑艾利斯·贾加尔德(Alice Jaggard)以及 McGraw - Hill 的员工——特别是亚当·克内珀(Adam Knepper)、瓦莱里·雷蒙(Valerie Raymond)、特里·瓦尔维瑞斯(Terri Varveris)和琳达·里士满(Linda Richmond)——提供的认真、高水平的服务, 使本书的质量得到保证。最后, 我们还要感谢乔·墨菲(Joe Murphy)在本书各版本技术精良和无一错误的印刷制作中所起的作用, 为此我们感到十分自豪。

约翰·W·纽斯特罗姆(John W. Newstrom)

基思·戴维斯(Keith Davis)



管理科学译丛

策划编辑：陈捷

责任编辑：朱丹
责任校对：杨晓莹
封面设计：王坦
版式设计：周国强
技术编辑：王世伟

Tenth Edition

Organizational Behavior

Human Behavior at Work

John W. Newstrom

Keith Davis



经济科学出版社
Economic Science Press

译丛



管理科学

战略管理 (第六版)

〔美〕弗雷德·R·戴维

人力资源管理 (第六版)

〔美〕R·韦恩·蒙迪

罗伯特·M·诺埃

沙恩·R·普雷梅克斯

组织行为学 (第十版)

〔美〕约翰·W·纽斯特罗姆

基斯·戴维斯

消费者行为 (第三版)

〔美〕迈克尔·R·所罗门

国际商务

〔加〕艾伦·M·鲁格曼

〔美〕理查德·M·霍杰茨

组织行为学

—— 工作中的人类行为
(第十版)

[美] 约翰·W·纽斯特罗姆 著
基斯·戴维斯

陈兴珠、罗继等译
王 垒 校



经济科学出版社

管理科学



译丛

目 录

1	前言
1	I. 组织行为学基础
3	1. 关于人和组织的动力学
4	§1 组织行为学的概念
9	§2 基本概念
14	§3 本书的基本观点
19	小结
19	关键名词与概念
19	复习及讨论问题
20	小型案例：一名销售代表的调职
21	模拟练习：组织行为中的伦理道德
23	2. 组织行为模型
25	§1 组织行为系统
28	§2 组织行为模型
39	小结
40	关键名词与概念
40	复习及讨论问题
41	小型案例：新厂长
41	模拟练习：速度公司
43	3. 对沟通的管理
44	§1 沟通的基础知识