

现代MBA系列教材

组织行为学

ZUZHI XINGWEI XUE

陈兴淋 编著



清华大学出版社
<http://www.tup.tsinghua.edu.cn>



北京交通大学出版社
<http://press.bjtu.edu.cn>

现代 MBA 系列教材

组 织 行 为 学

陈兴淋 编 著

清 华 大 学 出 版 社
北 京 交 通 大 学 出 版 社
· 北 京 ·

内 容 简 介

本书是现代 MBA 系列教材之一,在内容的编排与写作的风格上充分考虑到 MBA 的教学特点,介绍了组织行为学领域的相关基础知识及其具体应用。全书共 4 篇计 16 章。第 1、2 章是导论篇,介绍了组织与组织行为、组织理论与组织设计相关的基础理论。第 3~6 章是个体行为篇,介绍了与个体行为相关的心理活动及其行为规律相关的基本知识与基础理论,包括个体行为基础、价值观与态度、动机与激励、压力管理等。第 7~13 章是群体行为篇,介绍了与群体行为相关的基本知识与基础理论,包括群体行为的基础、团队理论、沟通、领导、权力与政治、冲突与谈判、决策等。第 14~16 章是组织行为篇,介绍了组织文化、组织变革与组织发展、组织学习等与组织行为相关的基本知识与基础理论。

为了方便学习与理解,本书的每一章均安排了一个小的引导案例和补充阅读,并提供了复习与练习题和案例讨论题。

版权所有,翻印必究。举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

本书防伪标签采用特殊防伪技术,用户可通过在图案表面涂抹清水,图案消失,水干后图案复现;或将表面膜揭下放在白纸上用彩笔涂抹,图案在白纸上再现的方法识别真伪。

图书在版编目(CIP)数据

组织行为学 / 陈兴淋编著. — 北京:清华大学出版社;北京交通大学出版社,2006.7

(现代 MBA 系列教材)

ISBN 7-81082-793-6

I. 组… II. 陈… III. 组织行为学-研究生-教材 IV. C936

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 069127 号

责任编辑:刘 洵

出版发行:清华大学出版社 邮编:100084 电话:010-62776969

北京交通大学出版社 邮编:100044 电话:010-51686414

印刷者:北京鑫海金澳胶印有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:203×280 印张:21 字数:661 千字

版 次:2006 年 7 月第 1 版 2006 年 7 月第 1 次印刷

书 号:ISBN 7-81082-793-6/C·21

印 数:1~4 000 册 定价:38.00 元

本书如有质量问题,请向北京交通大学出版社质监组反映。对您的意见和批评,我们表示欢迎和感谢。

投诉电话:010-51686043, 51686008; 传真:010-62225406; E-mail: press@center.bjtu.edu.cn。

前 言

组织行为学是一门年轻而又成熟的学科。说它年轻，是因为它从最初的形成到现在也只不过短短几十年的时间。20世纪60年代，组织行为学在行为科学研究的基础上逐步发展起来，最早叫“工业心理学”，也曾被称为“组织心理学”、“管理心理学”等，最近20年来才逐步统一为“组织行为学”。说它成熟，是因为组织行为学已经形成了一个较为完整的学科体系和自身的发展与研究规律，其研究人员也从最初的心理学家和管理学家扩大到现在的社会学家、政治学家、生理学家、生物学家及语言学家等。

组织行为学的快速发展，除学科自身的性质外，主要得益于社会经济发展的需要。美国道奈兰公司的董事长约翰·道奈兰说：“我们在组织行为的咨询和训练上花了大量的投资，因为这种投资比投资于机器合算。就投资回收而言，投资于组织行为学比投资于机器更为保险。”人力资源部已成为现代企业最重要的职能部门，而这个部门的主管基本上都有行为科学，特别是组织行为学的知识背景。因此，组织行为学已成为欧美等大学讲授行为科学的主要教学内容，被列为必修的核心课程。

组织行为学的普及与MBA教育密切相关。对组织环境下个体与群体行为的研究一直是MBA教学与研究十分关注的基础内容。组织行为学自形成开始，就成为MBA的核心课程。我国于1991年进行MBA教育的试点，组织行为学就被列为基础课程。MBA的课程可以分为三类，一是基础课，二是核心课，三是方向课。也有的学校将基础课和核心课统称为主干课程。由于培养的目标、方向和特色上的区别，各培养院校的课程设置存在着不同的侧重和选择，但为了确保我国MBA培养的整体质量，全国MBA教育指导委员会对基础课程和核心课程制定了一个统一的要求，课程清单已经从最初的13门减少到现在的9门，但组织行为学始终是必修的基础性课程之一。

教科书是一个学科研究与普及、研究与应用联结的纽带。教材建设一直是我国MBA教育的短处所在。囿于国内理论研究与实践应用的脱节，近年来MBA的教材多以引进为主。组织行为学自身的研究结果表明，个体与群体的行为必然带有浓厚的地域文化特征，因此，组织行为学的教科书也就必然具有“地方品种”的特性。作者接受过正规的心理学、行为科学和管理学的训练，拥有多年的企业管理实践经验，目前又从事MBA的教学与管理工作。这本教材正是作者希望组织行为学教科书本土化、实用化的一次尝试或努力。

本书的写作过程中，努力体现了以下几方面的特色。一是强调普及。作为一门基础性课程的教科书，重要的并不是知识的深度和研究的前沿性，而在于知识的普及性。因此，本书着重介绍的是普及性的知识点和基础理论。二是以实用为本。这是应用型学科的生命力所在，贯彻在本书的写作中就是以应用的标准和要求来进行内容的编排与选择，而不是面面俱到。三是注重可读性。可读性是教科书的基本要求，为了增加可读性，书中安排了引导案例和补充阅读部分。四是着重理解。为了增强对各章内容和知识点的理解，每章均设计了复习与练习题和案例讨论题。五是体现教学特点。为了方便教学，本书将全部内容分为四篇，任课老师可以根据不同的教学对象和特点进行教学内容的选择与整合，同时每章均配有复习与练习题和案例讨论题，便于任课老师组织课堂讨论。

后人的每一点进步都是站在前人奠定的基石上取得的。首先要感谢的是所有的前辈老师，特别是本书中引用到的各位学者，是他们的贡献奠定了组织行为学的基础，并开拓了组织行为学的应用空

间。同时，还要感谢研究生苏海林、徐希明、陈晔、许可佳、刘琳、王华亭等，他们为本书的完成做了大量的文献查阅工作，并提供了部分初稿。

最后要向北京交通大学出版社的孙秀翠副总编、刘洵编辑表示敬意和感谢，在她们的支持、鼓励 and 辛勤劳动下本书才最终得以出版。

由于经验、能力及时间的关系，书中瑕疵在所难免，希望朋友们不吝指教，以利今后不断改进。书中的不当观点概由作者本人负责。

编 者

2006 年 7 月

目 录

第1篇 导 论

第1章 组织与组织行为学	(3)
1.1 关于组织	(3)
1.1.1 组织的定义	(3)
1.1.2 组织与环境	(4)
1.1.3 组织的类型	(5)
1.2 组织行为与组织行为学	(6)
1.2.1 组织行为	(6)
1.2.2 组织行为学	(7)
1.2.3 组织行为学研究模型	(7)
1.3 组织行为学的产生与发展	(9)
1.3.1 组织行为学的产生	(9)
1.3.2 组织行为学的发展	(11)
1.4 组织行为学相关学科	(13)
1.4.1 相关学科对组织行为学的贡献	(13)
1.4.2 组织行为学中不存在绝对真理	(14)
1.5 组织行为学研究	(14)
1.5.1 组织行为学研究的分类	(14)
1.5.2 组织行为学的研究方法	(15)
1.5.3 组织行为学研究的道德问题	(16)
补充阅读	(17)
复习与练习	(17)
案例讨论	(18)
第2章 组织理论与组织设计	(21)
2.1 组织行为学与组织理论	(21)
2.2 组织理论与组织设计的研究框架	(22)
2.3 组织结构设计	(24)
2.3.1 组织结构设计的维度	(24)
2.3.2 组织结构的类型	(25)
2.3.3 组织结构选择的维度	(27)
2.4 组织的有效性	(28)
2.4.1 权变评价法	(28)
2.4.2 平衡评价法	(29)
补充阅读	(31)

复习与练习	(32)
案例讨论	(33)

第2篇 个体行为

第3章 个体行为的基础	(37)
3.1 能力与管理技能	(38)
3.1.1 能力的概念及分类	(38)
3.1.2 管理技能	(39)
3.1.3 能力、知识与技能的区别与联系	(41)
3.2 学习	(41)
3.2.1 学习理论	(41)
3.2.2 强化策略与强化程序	(42)
3.3 人格与管理	(44)
3.3.1 人格及人格的决定因素	(44)
3.3.2 人格的测量	(45)
3.3.3 人格的基本类型	(47)
3.4 情绪	(51)
3.4.1 情绪的概念	(51)
3.4.2 情绪的划分	(52)
3.4.3 情绪的相关理论	(53)
3.4.4 情绪对行为的影响	(54)
补充阅读	(55)
复习与练习	(56)
案例讨论	(57)
第4章 价值观与态度	(59)
4.1 价值观	(60)
4.1.1 价值观的概念	(60)
4.1.2 价值观的分类	(60)
4.1.3 跨文化价值观	(61)
4.1.4 价值观对组织行为的影响	(62)
4.2 态度	(62)
4.2.1 态度的相关概念	(62)
4.2.2 态度与行为	(64)
4.2.3 关于态度的理论	(65)
4.3 知觉	(66)
4.3.1 知觉与感觉	(66)
4.3.2 社会知觉	(67)
4.3.3 知觉的特性	(68)
4.3.4 知觉的影响因素	(69)
4.3.5 归因理论和知觉偏差	(71)
补充阅读	(73)
复习与练习	(75)
案例讨论	(76)

第5章 动机与激励理论	(78)
5.1 动机与激励的本质	(78)
5.1.1 动机与激励的含义	(78)
5.1.2 动机的起因	(80)
5.1.3 激励的过程与作用	(82)
5.2 激励理论	(83)
5.2.1 传统的激励理论	(83)
5.2.2 过程型激励理论	(89)
5.2.3 改造型激励理论	(93)
5.2.4 综合型激励模型	(96)
5.3 激励机制的运用	(98)
5.3.1 工作再设计	(98)
5.3.2 目标管理	(99)
5.3.3 薪酬结构	(100)
补充阅读	(101)
复习与练习	(102)
案例讨论	(103)
第6章 工作压力	(107)
6.1 工作压力的特性	(107)
6.1.1 工作压力的定义	(107)
6.1.2 工作压力的来源	(108)
6.1.3 个体差异	(110)
6.1.4 工作压力的结果	(111)
6.2 工作压力管理	(114)
6.2.1 个体管理	(114)
6.2.2 组织调适	(115)
补充阅读	(116)
复习与练习	(117)
案例讨论	(118)

第3篇 群体行为

第7章 群体行为的基础	(121)
7.1 群体的基本问题	(121)
7.1.1 群体的概念	(121)
7.1.2 群体的类型	(122)
7.1.3 群体的功能	(123)
7.1.4 群体的发展阶段	(124)
7.2 影响群体行为的因素	(125)
7.3 群体行为的特征	(131)
7.3.1 社会助长作用	(131)
7.3.2 社会惰化作用	(132)
7.3.3 从众行为	(132)
7.3.4 去个性化	(133)

补充阅读	(134)
复习与练习	(134)
案例讨论	(136)
第8章 团队理论与实践	(138)
8.1 团队基础知识	(138)
8.1.1 团队概念及与群体区别	(138)
8.1.2 团队类型	(139)
8.1.3 团队角色	(140)
8.1.4 团队形成	(141)
8.2 团队管理	(141)
8.2.1 创建团队过程	(141)
8.2.2 团队管理面临的问题	(144)
补充阅读	(146)
复习与练习	(148)
案例讨论	(149)
第9章 沟通	(152)
9.1 沟通的基础知识	(153)
9.1.1 沟通的内涵	(153)
9.1.2 沟通的过程	(153)
9.1.3 沟通的功能	(154)
9.1.4 沟通的类型	(154)
9.2 人际沟通	(159)
9.2.1 人际沟通的特点及性质	(159)
9.2.2 人际沟通的基本技能	(159)
9.2.3 人际沟通的目标	(160)
9.3 沟通障碍及障碍的排除	(161)
9.3.1 常见沟通障碍	(162)
9.3.2 有效沟通的原则	(163)
9.3.3 沟通障碍的排除	(164)
补充阅读	(165)
复习与练习	(166)
案例讨论	(167)
第10章 领导	(169)
10.1 领导的基础知识	(169)
10.1.1 领导的含义	(170)
10.1.2 领导的内容及功能	(170)
10.1.3 领导与管理的区别	(173)
10.2 领导理论	(174)
10.2.1 领导特质理论	(174)
10.2.2 领导行为理论	(176)
10.2.3 权变理论	(179)
10.2.4 现代新型领导理论	(184)
10.3 有效领导的原则	(186)
补充阅读	(187)

复习与练习	(189)
案例讨论	(190)
第 11 章 权力与政治	(194)
11.1 权力	(195)
11.1.1 权力的定义	(195)
11.1.2 领导与权力的对比	(197)
11.1.3 权力的人际关系来源	(197)
11.1.4 权力的结构来源	(200)
11.1.5 权力的有效使用	(203)
11.1.6 依赖性:权力的关键	(205)
11.1.7 权术	(206)
11.1.8 群体中的权力:联盟	(208)
11.2 政治	(208)
11.2.1 政治行为的定义	(208)
11.2.2 政治行为的引发因素	(209)
11.2.3 印象管理	(211)
11.2.4 政治行为的道德因素	(212)
补充阅读	(213)
复习与练习	(214)
案例讨论	(215)
第 12 章 冲突与谈判	(217)
12.1 冲突的基本问题	(218)
12.1.1 冲突的概念	(218)
12.1.2 冲突观念的变迁	(218)
12.1.3 产生冲突的原因	(219)
12.1.4 冲突的类型	(220)
12.1.5 冲突的过程	(222)
12.1.6 冲突的影响	(225)
12.2 冲突处理	(226)
12.2.1 冲突处理的原则	(226)
12.2.2 冲突处理的策略	(227)
12.2.3 冲突处理的方法	(228)
12.2.4 激发冲突的技术	(230)
12.3 谈判	(231)
12.3.1 谈判的定义	(231)
12.3.2 谈判的类型	(232)
12.3.3 谈判策略与技巧	(233)
12.3.4 谈判过程	(234)
12.3.5 谈判中的问题	(235)
补充阅读	(236)
复习与练习	(237)
案例讨论	(238)
第 13 章 决策	(241)
13.1 决策的基本问题	(241)

13.1.1 决策的概念	(241)
13.1.2 决策的基本模型	(242)
13.1.3 决策的类型	(245)
13.2 个体决策	(247)
13.2.1 个体决策风格的差异	(247)
13.2.2 个体决策的偏差	(248)
13.3 群体决策	(249)
13.3.1 群体决策的概念	(249)
13.3.2 群体决策中的一些典型现象	(250)
13.3.3 群体决策方法	(253)
补充阅读	(255)
复习与练习	(256)
案例讨论	(257)

第4篇 组织行为

第14章 组织文化	(263)
14.1 组织文化的内涵	(263)
14.1.1 组织文化的定义	(263)
14.1.2 组织文化的内容和结构	(264)
14.1.3 组织文化的类型	(265)
14.2 组织文化对组织行为学的影响	(266)
14.2.1 组织文化的形成及特性	(266)
14.2.2 组织文化的作用	(268)
14.2.3 组织文化的表现形式	(269)
14.3 组织文化的建设	(270)
14.3.1 组织文化建设内涵	(270)
14.3.2 组织文化的塑造	(271)
14.3.3 组织文化的更新	(272)
补充阅读	(273)
复习与练习	(274)
案例讨论	(275)
第15章 组织变革与组织发展	(277)
15.1 组织变革的概念	(277)
15.1.1 组织变革的含义	(277)
15.1.2 组织变革的意义	(278)
15.1.3 组织变革的分类及战略类型	(279)
15.2 组织变革的动力及阻力	(281)
15.2.1 组织变革的动力	(281)
15.2.2 组织变革的阻力	(282)
15.2.3 化解阻力的方法	(283)
15.3 组织变革的模型	(284)
15.3.1 卢因变革模式	(284)
15.3.2 行动调查模式	(285)

15.3.3 行动调查模式的现代应用	(286)
15.4 组织发展过程	(287)
15.4.1 进入和签约	(287)
15.4.2 组织诊断	(287)
15.4.3 信息的收集与处理	(289)
15.4.4 干预措施的设计与执行	(290)
15.4.5 干预效果的评估	(290)
15.5 组织发展的干预技术	(291)
15.5.1 人类过程干预技术	(291)
15.5.2 技术结构干预技术	(293)
15.5.3 人力资源管理干预技术	(295)
15.5.4 战略干预技术	(297)
补充阅读	(299)
复习与练习	(299)
案例讨论	(301)
第16章 组织学习	(303)
16.1 组织学习的基础知识	(303)
16.1.1 组织学习的概念	(303)
16.1.2 组织学习和学习型组织的区别	(304)
16.1.3 组织学习的形式	(304)
16.2 组织学习理论	(305)
16.2.1 系统视角中的组织学习模型	(305)
16.2.2 技术过程视角中的组织学习模型	(306)
16.2.3 学习类型视角中的组织学习模型	(307)
16.2.4 社会过程视角中的组织学习模型	(308)
16.3 学习型组织	(308)
16.3.1 学习型组织的定义	(308)
16.3.2 学习型组织的主要特征	(309)
16.3.3 学习型组织的前提	(310)
16.4 学习型组织的构建	(313)
16.4.1 组织学习的有效途径	(313)
16.4.2 组织学习过程中的智障	(314)
补充阅读	(315)
复习与练习	(315)
案例讨论	(316)
参考文献	(319)

第 1 篇

导 论

第 1 章

组织与组织行为学

研究人在组织中的行为并不像有一本菜谱就可以烹饪那样简单，对于组织行为学的问题是没有理想答案的。

——凯茨·大卫斯

学习目标

学完本章后，你应该能够：

1. 学习和掌握组织的概念、类型和作用
2. 了解组织行为的层次与组织效率的关系
3. 掌握组织行为学的产生与发展过程
4. 了解组织行为学与相关学科的关系
5. 掌握组织行为学研究的方法

引导案例

1999 年 5 月，荷兰一家公司正式收购美国王安计算机公司。王安公司曾是创业者的一代楷模，1989 年以 30 亿美元的年营业额名列当年《财富》500 强的第 146 位。三年后，公司的销售额降为 19 亿美元，亏损 37.5 亿美元，被迫申请破产保护。

研究人员将王安公司的衰落归结为没能有效地把握和适应环境的急剧变化。20 世纪 80 年代后期以来，个人计算机成为主流产品，而王安公司销售的大部分产品还是价格昂贵的中型机、小型机及功能单一的打字机。面对计算机行业的新动向，王安公司的管理层没能意识到变革的必要性与紧迫性，致使公司陷入经营困境。

1.1 关于组织

1.1.1 组织的定义

对大多数人来说，组织是一个已经给定的概念，不需要任何解释或定义。现实生活中，人们的周围充满着各式各样的组织，有党、团这样的社团组织，有工厂、商店这样的企业组织等。组织（Organization）是组织行为学研究的核心概念，为了揭示组织生存与发展的规律，组织行为学研究至少涉及两个最基本的问题。一是组织对其成员的思想、情感及行为的影响方式；二是组织成员的行为方式及其个体绩效对组织绩效的影响。为此，我们必须对组织这一概念的内涵有一个系统、完备的理解。

给组织一个学理上的定义也不是易事。因为生活中的组织形形色色，人们观察组织的角度各不相同，对组织的理解必然是有区别的。不同的学者会从不同的视角出发，从而给组织以不同的学术界定。在众多的定义中，我们认为张德教授的概括较为实用，即组织是对完成特定使命的人的系统安排。这一定义中包含了组织的基本要素。

一是目标要素。任何组织都有其基本的使命和目标，这是组织存在的理由。工厂要生产产品，中介要提供服务，医院要救死扶伤，学校要培养人才。目标是组织与环境互动的基点，组织的目标必须是符合当前环境及今后发展所需要的，这是组织的生命力所在。当组织的目标为环境（社会）所抛弃，组织就失去存在的价值与意义。

二是人员要素。组织是人的集合，没有人就没有组织。人是组织目标或使命的实现者，是组织的重要要素（也有人认为是第一要素）。组织的目标要转化为组织成员的行动，才能实现组织与环境的互动。组织目标如何转化为成员的行动呢？首先是它必须为组织成员接受。目标的认同是组织吸引和筛选成员的根本标准。

三是资源要素。上述定义中并没有直接提及资源问题，但从特定使命的完成来看，必要的资源是不可或缺的。当然，人员本身就是组织最为重要的资源。组织完成其特定使命需要的资源不外乎两类，一是人力资源，二是非人力资源。从根本上讲，所有的非人力资源都是可以通过人力资源去获得的。这就是所谓的“留得青山在，不怕没柴烧”。

四是活动要素。仅有人和资源，组织的目标和使命还是不可能实现的，组织对环境或社会的意义还是不能体现。组织生存和发展的价值还得通过组织的活动来实现，即通过组织成员的行为来实现组织的目标。对完成特定使命的人的系统安排即是让他们有所行动。围绕组织目标而开展有效的活动是组织的基本要求，也是组织生存过程中的基本内容。

五是管理要素。组织不是一个人，而是一群人。组织目标的实现不是靠一个人，而是依赖组织的全体成员。因此，有效地实现组织的目标，就需要对组织成员的活动进行必要的分工和协调，这就是所谓的系统安排。组织的规模越大，组织的使命和目标越远，这种系统安排的管理工作就越重要。所以，管理是组织内生的需求，它决定了组织实现目标的效率，也就决定了组织的有效性。

上述的组织五要素构成了围绕管理的一个因果循环，如图 1-1 所示。

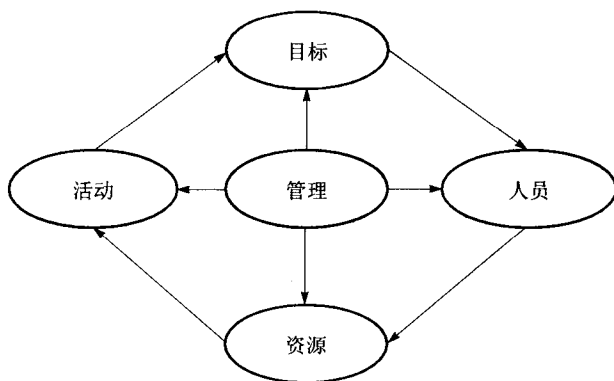


图 1-1 组织要素关系图

1.1.2 组织与环境

有人说组织是一个开放的系统，这是基于组织与环境的关系而言的组织的一个重要特征。就组织与环境的关系而言，组织就是一个依托环境而求生存的一个投入产出系统。

所谓组织环境（Organization environment），是指存在于组织之外但对组织产生一定影响和作用的外部事物和现象的总体。任何组织的生存和发展都依赖于特定的客观物质基础和社会条件，既包括人、财、物，也包括自然条件、技术水平、市场环境、文化、政策、法律等方面。需要注意的是，不同组织对各种环境因素的依赖程度是不一样的，此即组织环境敏感性上的差异。

组织和环境相互作用,不断进行物质、能量、信息等方面的交换。组织依赖环境获得赖以生存的资源 and 发展的机遇,组织的产出和提供的服务以环境接受的程度为边界条件。即环境对组织的产出和提供的服务的接受程度限定了组织活动的边界。所以组织的活动必须适应环境的需要,并根据环境的变化而变化。环境条件的优劣制约着组织活动的效率。

然而,组织也是环境的一部分,组织的生存与发展状态也在改变着原有的环境,正如民富则国强,这就是组织对环境的作用。从某种意义上讲,对组织生存状态的衡量即可以看其对环境的影响与作用的程度。同时,组织与环境的划定也是一个相对的概念,范围变化了,内环境与外环境就相互转化了。

组织和环境的相互作用具体表现为组织与环境中的各种要素、其他组织及个人的相互作用。与组织直接发生作用的其他组织和个人,我们将之称为相关利益群体。组织与环境之间的物质、能量、信息的交换,实际上是通过与这些相关利益群体的交换来实现的。组织对环境的适应、与环境的互动,是通过满足这些相关利益群体的要求来进行的。这些相关利益群体构成了组织的特殊环境。

问题的关键是,在一定的时空条件下,社会资源是有限的,同类型组织往往会为争夺生存资源和发展机遇而开展竞争,最终形成优胜劣汰的结局。所以组织亦是一种竞争性生存的物种,组织活动的有效性决定了环境对组织的选择。

然而,环境是变化的,特别在现代条件下,科技发展日新月异,国际交往日趋频繁,社会联系日益密切。这种条件下,环境对组织的要求必然是复杂多变的,组织必须因应环境的变化而变化,才能获得生存的权利和发展的机会。同时,在适应环境的过程中,组织自身也在不断地修正自己。组织自身条件的变化,必然影响着组织目标和使命的调整。所以,组织的演变是组织的又一个重要特征,如图1-2所示。

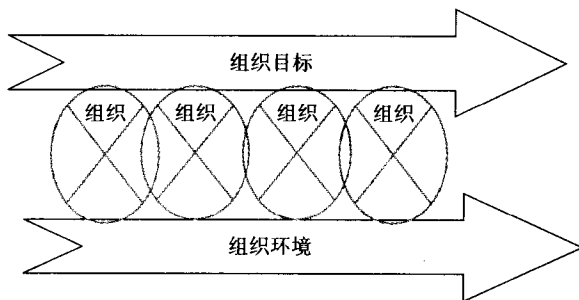


图1-2 组织的演变

1.1.3 组织的类型

组织是社会的细胞,不同的组织由不同的人群组成,使命与目标也就各不相同,规模与活动范围也存在很大的差异。如前所述,组织是环境的产物,不同的组织对环境的依赖是不一样的。所以,要研究组织行为的规律性,将组织按类区分是有意义的。分类是一个复合的概念,按照所选标志的不同,可以对同一对象进行不同的分类。

根据组织实现的社会功能不同,我们可以将组织划分为生产组织、政治组织、整合组织和维持组织。生产组织是指从事物质生产的制造和服务型组织,如工厂、商店等。政治组织是指为了保证整个社会达到自己的目标而进行权力分配的组织,如政府部门等。整合组织是指协调各种冲突,引导人们向某种固定目标发展的组织,如法院、政党等。维持组织是指维持固定的形式,确保社会发展的组织,如学校、社团、媒体等。

根据组织目标的不同,我们可以将组织划分为营利组织、非营利组织和公共组织三类。以获取利益为主要目标的组织称为营利组织,绝大部分的生产组织都是营利组织。营利组织是现代社会的基石,他们以其产品和服务来满足其他组织和个人的各种需求,并以纳税等方式支持其他组织的正常运行,以其获利维持组织的生存和发展机会。非营利组织是指除公共组织外一切不以营利为主要目标的