

PEARSON

21世纪经济管理经典教材译丛

E 组织行为学精要

ESSENTIALS OF ORGANISATIONAL (第3版)
BEHAVIOUR
THIRD EDITION

[英] 劳里·马林斯 (Laurie J. Mullins) \著
吉尔·克里斯蒂 (Gill Christy)
何平等 \译

清华大学出版社

PEARSON

21世纪经济管理经典教材译丛

E 组织行为学精要

ESSENTIALS OF ORGANISATIONAL (第3版)
BEHAVIOUR
THIRD EDITION

[英] 劳里·马林斯 (Laurie J. Mullins) 著
吉尔·克里斯蒂 (Gill Christy) 译



清华大学出版社
北京

北京市版权局著作权合同登记号 图字：01-2014-0634

Authorized translation from the English language edition, entitled ESSENTIALS OF ORGANISATIONAL BEHAVIOUR, 3rd ed, 9780273757344 by LAURIE J. MULLINS, GILL CHRISTY, published by Pearson Education, Inc., publishing as Prentice Hall, Copyright © 2011.

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 TSINGHUA UNIVERSITY PRESS Copyright © 2014.

本书中文简体翻译版由培生教育出版集团授权给清华大学出版社出版发行。未经许可，不得以任何方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。
版权所有, 侵权必究。侵权举报电话: 010-62782989 13701121933

图书在版编目 (CIP) 数据

组织行为学精要: 第3版/ (英) 马林斯 (Mullins, L. J.), (英) 克里斯蒂 (Christy, G.) 著; 何平等译. —北京: 清华大学出版社, 2015

(21世纪经济管理经典教材译丛)

书名原文: Essentials of organisational behaviour

ISBN 978-7-302-36284-5

I. ①组… II. ①马… ②克… ③何… III. ①组织行为学—教材 IV. ①C936

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 078524 号

责任编辑: 朱敏悦

封面设计: 汉风唐韵

责任校对: 王荣静

责任印制: 宋 林

出版发行: 清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址: 北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编: 100084

社 总 机: 010-62770175 邮 购: 010-62786544

投稿与读者服务: 010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈: 010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者: 清华大学印刷厂

装 订 者: 三河市新茂装订有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 185mm×260mm

印 张: 38.5

字 数: 772 千字

版 次: 2015 年 2 月第 1 版

印 次: 2015 年 2 月第 1 次印刷

印 数: 1~4000

定 价: 68.00 元

产品编号: 051441-01

献给 帕米拉
及 丹尼尔，约书亚，洛纳，弗朗西斯卡，
丽贝卡，阿比盖尔，内森，杰克和伊莎贝尔

鸣谢与感激

最真挚的敬意献给我的夫人帕米拉和我的家人，感谢他们始终如一的支持与鼓励。

与此同时，也要特别感谢以下朋友：

吉尔·克里斯蒂和理查德·克里斯蒂，雷·弗兰奇，凯伦·穆德尔，克里斯汀·彼得森，林恩·托马森。

允许复制自己组织资料的经理们。

培生教育出版集团的同事：嘉百列·杰姆斯，玛丽·林塞，柯林·里德，艾玛·维奥莱特，以及营销与销售团队。

校阅者

十分感激出版社推荐的以下校阅者以及他们富有见地和建设性的评论，他们的工作帮助我得以完成第3版的内容：

贝利·苏，伦敦城市大学

桑德拉·查切和卡特里奥娜·格兰特，因弗内斯学院

马克·莱德，伦敦南岸大学

乔治·彼得罗夫，金斯顿大学

约翰·米德尔顿，巴斯大学

劳里·J. 马林斯

译者序

二十多年前，当我坐在一个由中国政府和欧盟合作举办的，在今天早已全球闻名的国际工商学院的教室中怀着恭敬的心情听来自欧洲的教授讲授时，我的心中对组织行为学充满了新奇和敬畏。二十多年后的今天，当我受清华大学出版社的委托，将劳里·马林斯教授的《组织行为学精要》（第3版）翻译给中国的读者时，组织行为学在中国的商学院教学、培训与企业实践中已经成为至关重要的学科。

组织行为学是研究人在组织中的心理变化和行为表现以及组织本身的客观规律，研究如何提高管理者对组织中每个成员的预测、引导和控制的能力，以更好地实现组织既定目标的科学。在商学院的 MBA、EMBA 课程和 EDP（经理人员发展培训）中，组织行为学以及作为组织行为学重要组成部分的领导力课程都早已不可或缺。在国内，不但引进和大量采用了国外的教材，国内的学者和教授编写的教材也已经是汗牛充栋。然而，由于组织行为学是综合了心理学、社会学、人类学、生理学、生物学、经济学和政治学进行组织研究和行为预测的学科，而且随着组织和经济的全球化而不断丰富和发展，编写一本详略得当，既可以学习原理，又可以有效指导实践的教材，就成为一个有意义的挑战。

从理论上，本书涵盖了组织行为学研究的主要内容和理论成果，介绍了主要流派、观点以及它们在管理实践中的应用，使学习者充分认识到组织行为学是一门广博而严谨的科学，有着可以指导不断发展的组织实践的丰富研究成果。从实践上，本书聚焦于将理论、观点、方法应用于具体的管理实践，使人们可以将组织行为学的理论有效地还原和应用到组织日常的实践中去，成为建设以变革与创新为发展动力的、高绩效的现代组织的基础和出发点。

无论对商学院的教学和研究人员还是对 MBA、EMBA 学员和企业管理人员而言，本书都是一本难得的好教材。

1. 详略得当。全书分为四部分十二章，从组织环境、个体行为、群体和团队以及组织四个层面论述了组织中人的行为。每一章围绕 1~2 个主题，对组织行为学理论进行了清晰、透彻、追根溯源而又模块化的论述。

2. 设计新颖。每一章中都设计了“批判性反思”、本章概要、复习和讨论题、作业、案例研究等帮助对教学内容进行回顾和总结。“新闻中的管理”，帮助学习者将不

断更新的企业管理实践与组织行为学紧密关联,而各章最后的“综合案例研究”,更是以“企业管理连续剧”的方式,把一篇中的内容贯穿起来,使相关案例研究成为连续不断的具有启发性和饶有兴味的学习实践活动。此外,各章都提供了多达十几幅的各类图、表、使得对理论的阐述和理解成为一个积极生动、清晰关联和印象深刻的过程。

3. 全球视角。本书在组织环境、企业责任、文化等主要章节中,都关注了全球化给组织行为带来的影响。无论对于即将进入或已经在跨国企业中工作的管理者还是处于全球化过程中的中国企业的管理者而言,都极具启发和参考价值。

本书的翻译是团队共同努力的成果。参与翻译工作的有:何平(前言、第一、二、七、九章),唐延春(第五、六、八、十章),李鹏(第十一、十二章),何潇(第三、四章),由何平统一校对。翻译团队对于书中专业术语和学者姓名的翻译尽可能采用当前国内组织行为学和管理实践中较为成熟和公认的译法。由于时间原因,译文在达到我国早期翻译大师严复先生提出的“信、达、雅”方面还有差距。这也是翻译团队未来的努力方向。

衷心感谢清华大学出版社康建华、耿苏萌等几位编辑细致而高效的工作,使得中文版能够高质量地与广大读者见面。

何 平
2014年4月

关于本书

《组织行为学精要》为研究组织行为提供简明扼要、精心选择、容易领会的指南。其内容精选于获得持续成功的《管理与组织行为》一书（金融时报出版社，第九版，2010）。

《组织行为学精要》尤其适合模块化或短期学习。本书的基本主题是：我们必须认识到，组织行为、人力资源以及管理角色是一种整合的活动。

本书的内容，适合于本科阶段或相关职业课程的学生；也适用于研究生和有工作经验的学生。他们通过自己的研究课程，希望提高他们在该研究领域的知识和理解。我们也希望本书可以吸引那些有志于管理职位的人员。

本书的目的

本书的目的是：

- 将组织行为学与管理学研究相关联；
- 提供一个包括理论和实践的综合观点；
- 指出工作组织中社会科学的应用以及对管理行动的意义；
- 指出通过更好地理解人力资源和有效的人员管理，从而提高组织绩效的途径。

《组织行为学精要》集中于选定的主题以及工作情境中的行为和人员管理的核心概念。希望能够满足目标读者需求。全书由四个主要部分共十二章组成，首先是关于组织环境的介绍，然后按照对个体、群体、团队和组织等不同层面逐个分析的传统方式展开。

本书的构成

主题范畴的顺序按照逻辑进行组织，并且本书的每一章都是完整的，并适当地参考其他的章节。主要部分在每一章内都进行了清楚的确定，有详细的标题和副标题。这提供了一个灵活的方法。每章的选择与顺序可以变化，以适合读者特定的研究课程或个人兴趣的需要。

本书用尽可能少的技术术语写成，结构简单明了。每个章节都配有插图，并包括：

- 简短的引言和学习成果；
- 对整章内容的批判性反思；
- 要点概览；
- 复习与讨论题；
- 作业；
- 新闻中的管理实例；
- 案例研究；
- 详细的注解与参考资料。

综合词汇表提供了本教材所引用的关键术语的简要描述。在整个教材中的彩色词组表明该词组包含在词汇表中。

第 3 版说明

教材保留了以往版本具有特色的基本目标与方法。熟悉以往版本的读者可能注意到第 3 版增加了：

- 总体计划、章节结构与内容的广泛复习；
- 重新编写的第一部分“组织环境”，以及新的第一章和第二章；
- 贯穿全书的额外和更新的内容、插图和实例；
- 贯穿全书，新版的每一章中都有六个批判性反思；
- 每一章都增加了一个新的“新闻中的管理”；
- 根据用户的建议，每一章结尾的案例研究减少了长度；并且，对本书的每一部分，增加了新的综合案例研究。

其他的主要修改包括：

- 扩充了组织多元化的内容和新的实例（第三章）；
- 扩充了文化对知觉和沟通的影响的内容以及更多的实例（第四章）；
- 增加了关于组织行为矫正新的主要章节和一个新的“最后通牒游戏”（第五章）；
- 新的关于创造性领导力、团队发展和社会认同理论的章节（第六章）；
- 增加了领导有效性的内容（第七章）；
- 更新了“管理标准”（第八章）；
- 组织战略移动到重新编写的第九章中，以提供与组织结构更紧密的联系（第九章）；
- 在单独的第十一章中，增加了企业责任和伦理的内容；

- 增加了组织变革的内容，包括关于变革阻力的神经元科学方法的新内容（第十二章）。

第3版仍然注重书籍的设计和装帧，以提供一种可管理的、有吸引力的、用户友好的教科书，加强清晰性。

为阅读提供更多收益

在每一章结尾的**复习和讨论题**帮助检验学生对内容的知识和理解，为进一步的修改和复习提供基础。**新闻中的管理、作业和案例研究**为具体的工作情境提供与概念、原则和实践的联系；对重大问题进行讨论与思考、与同事对各种观点进行讨论和比较提供了机会。每一章结尾给出的**注释与参考资料**鼓励学生对特别感兴趣的问题做进一步的研究。

鼓励读者根据自己的经验对本书的阅读进行补充，寻找优秀或不良的组织行为与人员管理实例，思考可以将本书中提供的概念、思想和事例应用于特定工作情境的方法。源于你亲身观察的最新事例，可以帮助说明现实生活中的应用，并进一步促进你在这一领域的兴趣。

希望《组织行为学精要》能够使您满意，并适合您的目的。

劳里·马林斯 (Laurie J. Mullins)

要 目

详细目录 6

关于本书 15

第一部分 组织环境

第一章 组织行为学的性质 2

第二章 组织与管理方法 50

第二部分 个体

第三章 个体差异和多元化 98

第四章 知觉和沟通 153

第五章 工作激励和工作满意度 208

第三部分 群体、团队和领导

第六章 工作群体和团队 266

第七章 领导的性质 318

第八章 管理的本质 367

第四部分 组织

第九章 战略与结构 420

第十章 控制与权力 472

第十一章 企业的责任与道德 514

第十二章 文化与变革 551

详细目录

关于本书 15

第一部分 组织环境

第一章 组织行为学的性质 / 2

- 组织行为学的意义 / 2
- 组织行为学的研究 / 3
- 研究的框架 / 5
- 对行为的影响 / 7
- 一种多学科的方法 / 8
- 组织的隐喻 / 9
- 工作导向和工作伦理 / 11
- 管理作为一项整合活动 / 14
- 心理契约 / 16
- 组织实践 / 20
- 彼得原理 / 20
- 帕金森定律 / 21
- 改变中的工作组织世界 / 23
- 全球化与国际环境 / 25
- 跨文化的管理方法 / 28
- 组织行为是受文化局限的吗? / 30
- 文化的五个维度：霍夫斯泰德的贡献 / 31
- 文化多样性：特朗皮纳斯的贡献 / 33
- 理解文化的新兴框架 / 36
- 融合或特定文化的组织行为 / 36
- 组织行为学的重要性 / 37

第二章 组织与管理方法 / 50

- 管理理论 / 51
- 管理和组织行为学的发展 / 51
- 经典方法 / 53
- 科学管理 / 54
- 科学管理的现实意义 / 57
- 官僚体制 / 60
- 对官僚体制的批评 / 61
- 对官僚体制的评价 / 62
- 结构主义 / 64
- 人际关系方法 / 65
- 人际关系方法的评价 / 67
- 新人际关系 / 68
- 系统方法 / 69
- 长壁采煤技术研究 / 70
- 权变方法 / 72
- 组织研究的其他方法 / 72
- 决策理论 / 72
- 社会行动 / 74
- 若干其他方法 / 76
- 后现代主义 / 76
- 对管理与组织行为学的相关性 / 78
- 走向科学价值法? / 81
- 对管理者的益处 / 82

第二部分 个 体**第三章 个体差异和多元化 / 98**

- 个性的识别 / 98
- 个体有何差异? / 99
- 人格 / 100
- 一般规律研究法和特殊规律研究法 / 101

一般规律研究法的人格理论 / 104

特殊规律研究法的人格理论 / 106

补充的方法 / 107

在工作组织内的应用 / 111

工作中的情绪 / 112

A 型人格和 B 型人格 / 113

能力 / 114

情绪智力 / 118

态度 / 120

态度的改变 / 123

测试与评估 / 124

多元化管理 / 127

多元化的商业实例 / 129

多元化培训 / 133

最佳绩效组织 / 136

批评与局限性 / 137

多元化、性别和组织 / 138

第四章 知觉和沟通 / 153

知觉过程 / 153

注意和知觉的选择性 / 155

内部因素 / 158

文化差异 / 160

外部因素 / 164

刺激的组织与安排 / 165

知觉错觉 / 168

选择与注意 / 170

组织与判断 / 171

意识、无意识和生理之间的联系 / 174

感知他人 / 175

非语言沟通和肢体语言 / 179

人际沟通 / 183

神经语言程式学 / 184

沟通分析 / 186

归因理论	/ 188
知觉扭曲和偏差	/ 191
刻板印象	/ 191
晕轮效应	/ 193
知觉防御	/ 193
投射	/ 194
自我应验的预言	/ 194
理解组织过程	/ 195
第五章 工作激励和工作满意度	/ 208
激励的意义	/ 208
工作的需求与期望	/ 210
金钱作为激励因素	/ 212
广泛的内在激励	/ 212
受挫引发的行为	/ 213
激励理论	/ 216
激励的内容理论	/ 217
马斯洛的需求层级理论	/ 218
阿尔德佛的改进需求层级模型	/ 222
赫兹伯格的双因素理论	/ 223
麦克克莱兰德的成就激励理论	/ 225
激励的过程理论	/ 227
弗鲁姆的期望理论	/ 228
波特和劳勒的期望模型	/ 230
关系的解释	/ 231
劳勒的改进期望模型	/ 232
期望理论对管理者的影响	/ 233
公平激励理论	/ 234
目标理论	/ 237
归因理论	/ 238
组织行为矫正	/ 239
知识型员工的激励	/ 240
激励的跨文化维度	/ 242
工作满意度	/ 243

- 工作中的异化 / 247
- 工作丰富化的综合模型 / 249
- 工作设计中的环境因素 / 251

第三部分 群体、团队和领导

第六章 工作群体和团队 / 266

- 群体和团队的意义及重要性 / 266
- 群体和团队的差异 / 267
- 群体的价值观和规范 / 269
- 正式和非正式群体 / 270
- 群体或团队形成的原因 / 273
- 群体凝聚力和绩效 / 274
- 成员资格 / 274
- 工作环境 / 275
- 组织的因素 / 276
- 群体的发展和成熟 / 277
- 社会认同理论 / 279
- 强大、有凝聚力的群体的潜在缺点 / 281
- 有效工作群体的特点 / 281
- 虚拟团队 / 283
- 角色关系 / 285
- 角色冲突 / 287
- 团队合作的重要性 / 290
- 成员间的相互影响 / 292
- 贝尔宾团队角色理论 / 293
- 沟通的模式 / 295
- 个人与群体或团队绩效的比较 / 299
- 头脑风暴 / 301
- 敏感性训练 / 302
- 建设成功的团队 / 303

第七章 领导的性质 / 318

- 领导力的意义 / 318

领导或管理	/ 319
领导的方法	/ 322
素质或特质理论	/ 322
职能或团队理论	/ 324
以行动为中心的领导	/ 324
领导作为一种行为范畴	/ 326
领导风格	/ 327
领导行为连续体	/ 328
三种主要的影响力	/ 330
领导权变理论	/ 331
费德勒的权变模型	/ 332
弗鲁姆和耶顿的权变模型	/ 334
弗鲁姆和加戈修正的决策模型	/ 335
路径—目标理论	/ 336
跟随者或群体的准备程度	/ 337
下属的发展	/ 339
变革型领导	/ 339
鼓舞或愿景式领导	/ 340
领导与创新	/ 344
领导关系	/ 346
领导的有效性	/ 349
领导力开发	/ 351
未来的领导	/ 353
第八章 管理的本质	/ 367
管理的意义	/ 367
管理的过程	/ 371
管理的原则	/ 372
管理作为一种社会过程	/ 374
管理者的任务和贡献	/ 375
管理工作的基本性质	/ 376
管理者的工作	/ 378
管理角色	/ 380
总经理的行为模式	/ 382