

ORGANIZATIONAL
BEHAVIOR

编 著
刘正周
谭 毅
段万春

组织 行为学

云南科技出版社

组 织 行 为 学

刘正周 谭 毅 段万春 编著

云南科技出版社

责任编辑：侯德勋 李永丽

封面设计：杨 峻

组织行为学

刘正周 谭 毅 段万春 编著

云南科技出版社出版发行 (昆明市书林街100号)

昆明富春实业公司印刷厂印装 新华书店经销

开本：850×1168 1/32 印张：17.625 字数442千字

1997年2月第1版 1997年2月第1次印刷

印数：0001—3000册

ISBN 7-5416-0969-2/Z·164 定价：29.00元

若发现印装错误请与承印厂联系

前 言

组织行为学是一门使抽象的管理理论具体化和实用化的学科。它伴随着管理理论中行为科学学派的出现而产生，并在系统理论的指导下不断发展。

组织行为学以各种工作组织（主要是企业组织）中人的心理活动和行为的规律为研究对象，其目的是为了增加员工的工作满意感，增进员工的工作生活质量，提高员工的工作积极性和组织的运行效率。具体说来，组织行为学研究三个方面的内容：一是工作组织对其员工心理和行为的影响，包括在价值观、工作态度、行为方式和工作绩效方面的影响；二是组织员工的工作态度、行为方式和绩效对整个组织的绩效和效率的影响；三是组织如何适应环境和持续发展。

通过学习组织行为学，读者将会懂得如何有效地调动员工的工作积极性和充分挖掘员工的潜力；如何增加组织的活力和提高组织的竞争力；以及如何制定科学的管理制度和建立良好的运行机制。这些都是管理者所面临的具体的和现实的管理问题。

在西方发达国家，几乎所有的管理类学院（或系）都将组织行为学列为本科生的必修课和研究生的学位课，约有百分之八十的中高级管理人员都接受过组织行为学有关知识和技能的培训，由此可见组织行为学在发达国家受重视的程度。在我国，组织行为学的理论和方法还没有得到广泛的推广和应用。在深化国有企业改革和建立现代企业制度的过程中，组织行为学具有理论指导作用和实用价值。美国管理学博士潘威廉（W. Brown）教授在对中国企业中实际存在的问题做了大量的调查研究后指出：“中国的

（企业）管理唯有研究组织行为学。除此之外，别无选择；否则会不断落伍。”现在，我国高校中，约有四分之三的管理类专业都开设了组织行为学这门课，但对中高级管理人员进行的培训还远远不够。

本书内容的主体由三个层次构成，即个体心理与行为（第二篇）、群体心理与行为（第四篇）和组织心理与行为（第六篇）。由于激励理论是个体心理与行为的核心内容，也是本学科的重点内容，故将其单列为一篇（第三篇），其中有编著者的一些最新研究成果；领导理论是贯穿于前述三个层次之间的，为便于叙述，也将其单列为一篇（第五篇）；第一篇是对本学科的概述，其中的人性研究与假设是组织设计激励机制、选用领导方式和制定管理制度中的一个基本前提，故将其归在第一篇。这样，全书就由六大部分构成，层次分明、重点突出、逻辑性强。

本书由三位不同职业背景（理论研究、教学和高层管理工作）的同志共同编写，坚持以读者为导向的指导思想，努力照顾到大学高年级学生和研究生、中高级管理人员和有关研究人员等不同读者群的需要。在写作过程中，编著者参阅和直接引用了国内外一些学者的研究成果（参考文献附在书后），在此向他们表示真诚的感谢和敬意。

本书在编写过程中，得到了上海财经大学博士生导师颜光华教授和杨公朴教授的热心指教，得到了云南省林业厅凌鹤副厅长亲切关怀，特别是得到了云南科技出版社责任编辑的热情支持以及其他许多朋友的关心，在此一并表示真诚的谢意。对书中的错误或不当之处，敬请各位专家和读者予以指正，以便在以后的修订中加以改正。

全书由三位编著者共同提出写作要求，由刘正周同志设计整体写作框架。其中第六、十五、十九、二十二章由云南特钢集团公司副总经理谭毅同志负责编写；第四、十八章由昆明理工大学

副教授段万春同志负责编写;其余章节由刘正周同志负责编写;最后由刘正周同志负责统稿。

刘 正 周

一九九六年七月于上海财经大学

目 录

第一篇 概 论

第一章 组织行为学的产生和研究对象	(1)
第一节 管理思想发展的里程碑	(1)
一、科学管理阶段	(1)
二、行为科学阶段	(8)
三、系统科学阶段	(15)
第二节 组织行为学的产生和研究对象	(19)
一、组织行为学的产生和发展	(19)
二、组织行为学的研究对象	(24)
第二章 组织行为学的研究方法与人性假设	(27)
第一节 组织行为学的研究方法	(27)
一、研究方法的主要特征	(27)
二、研究方法的系统过程	(28)
三、研究方法的分类	(29)
四、组织行为学研究的具体方法	(30)
第二节 人性研究与假设	(33)
一、国外的人性研究与假设	(34)
二、马克思主义的人性论	(40)
三、中国现阶段的人性分析	(42)

第二篇 个体心理与行为

第三章 知觉与归因	(45)
第一节 知觉的概念	(45)
一、知觉是人的重要心理因素	(45)

二、知觉的过程	(47)
三、知觉与行为	(47)
第二节 影响知觉选择的因素	(48)
一、客观因素分析	(48)
二、主观因素分析	(50)
第三节 知觉的组织过程	(52)
一、知觉对象与背景	(52)
二、知觉归类	(52)
三、知觉的恒常性	(53)
第四节 知觉的错误	(54)
一、知觉防卫	(54)
二、成见	(54)
三、哈罗效应	(55)
四、投射	(55)
五、预期效应	(55)
第五节 归因	(56)
一、归因理论涉及的问题	(56)
二、行为的归因	(56)
三、成功与失败的归因——魏纳模式	(58)
第四章 价值观与态度	(60)
第一节 价值观	(60)
一、价值观的概念与含义	(60)
二、价值观的形成与特性	(61)
三、价值观的作用	(61)
四、价值观的结构	(63)
五、价值观的分类	(64)
第二节 态度及其对行为的影响	(66)
一、态度的概念与含义	(66)

二、影响态度形成与改变的因素	(68)
三、态度形成与转变的有关理论	(69)
四、态度与行为	(73)
第三节 工作满意感与组织归属感	(75)
一、工作满意感	(75)
二、组织归属感	(78)
第五章 个性与人格	(82)
第一节 个性概述	(82)
一、个性的概念	(82)
二、个性的形成	(83)
三、个性的组成	(84)
四、个性的测量	(88)
第二节 管理性个性特征	(89)
一、个人决策风格	(89)
二、管理性个性	(90)
三、解决问题的风格类型	(92)
第三节 个性理论的应用	(93)
一、运用个性理论提高工作成就	(93)
二、个性与职业选择	(94)
三、运用个性理论培训职员	(96)
第四节 人格理论及其在管理中的应用	(97)
一、人格的概念及其含义	(97)
二、人格差异与管理	(99)
第六章 学习与强化	(101)
第一节 学习的概念及类型	(101)
一、学习的概念	(101)
二、学习的类型	(102)
三、学习曲线	(103)

四、影响学习效率的因素	(105)
五、组织的同化作用	(106)
第二节 强化理论	(106)
一、强化的概念	(106)
二、强化的类型	(108)
三、强化方式的选择	(110)
四、强化的原则	(112)
五、强化的模式	(113)
第三节 行为矫正	(115)
一、行为矫正的含义与工作程序	(115)
二、确定关键行为	(115)
三、测量行为表现	(117)
四、分析行为起因	(118)
五、选择矫正策略	(118)
六、评价矫正效果	(118)
七、行为矫正的限制	(119)
第七章 工作压力与挫折	(120)
第一节 压力的性质与来源	(120)
一、压力的性质	(120)
二、压力的来源	(122)
第二节 压力的后果与管理	(124)
一、压力的后果	(124)
二、压力的管理	(128)
第三节 挫折与管理	(131)
一、挫折概述	(131)
二、挫折后的反应	(133)
三、挫折的管理	(136)

第三篇 激励理论与应用

第八章 激励概述	(139)
第一节 需要和动机	(139)
一、需要和动机的概念	(139)
二、需要和动机的分类	(142)
第二节 激励的概念与作用	(146)
一、激励的概念	(146)
二、激励的作用	(148)
第三节 激励理论的发展阶段与分类	(150)
一、激励理论的发展阶段	(150)
二、激励理论的分类	(152)
第四节 管理激励的必要性与重要性	(153)
一、管理激励的必要性	(153)
二、管理激励的重要性	(155)
第九章 内容型激励理论	(157)
第一节 马斯洛的需要层次理论	(157)
一、需要层次理论的基本内容	(157)
二、对需要层次理论的评价	(161)
三、需要层次理论在管理上的应用	(162)
第二节 阿尔德弗的 ERG 理论	(165)
一、ERG 理论的基本内容	(165)
二、ERG 理论的观点和特点	(165)
第三节 麦克利兰的成就需要理论	(167)
一、成就需要理论的基本内容	(167)
二、成就需要理论的应用	(169)
第四节 赫兹伯格的双因素理论	(171)
一、双因素理论的基本内容	(171)
二、双因素理论的重要观点	(173)

三、双因素理论在中国的发展	(175)
四、几种内容型激励理论的比较	(176)
第十章 过程型激励理论	(178)
第一节 弗洛姆的期望理论	(178)
一、期望理论的基本内容	(178)
二、期望理论的特点及发展	(182)
三、期望理论在管理中的应用	(183)
第二节 亚当斯的公平理论	(184)
一、公平理论的基本内容	(184)
二、亚当斯公平理论的模型	(185)
三、公平理论的探讨与发展	(188)
四、组织中的心理契约	(190)
五、分配公平观的类型及其规范	(193)
第三节 洛克的目标设置理论	(194)
一、目标设置理论的基本内容	(194)
二、洛克和莱瑟姆的目标设置模型	(197)
三、目标设置理论的应用	(198)
四、目标管理	(199)
第十一章 激励理论的综合研究	(203)
第一节 波特和劳勒的激励模型	(203)
一、波特和劳勒的综合激励模型	(203)
二、波特和劳勒模型的基本内容	(204)
三、波特和劳勒模型的应用	(205)
第二节 豪斯的综合激励模型	(206)
一、豪斯的激励水平公式	(206)
二、豪斯模型的应用	(207)
第三节 内激与外激的关系	(209)
一、问题的提出	(209)

二、次生强化机制	(209)
三、自我感知效应	(210)
第四节 事业发展与规划管理	(212)
一、事业发展与规划的基本含义	(212)
二、事业发展与规划管理的过程	(213)
三、事业周期的阶段划分	(214)
四、职业锚与事业发展维度	(217)
五、事业发展与规划管理的激励效应	(219)
第十二章 激励理论的综合应用	(222)
第一节 奖励制度和惩罚制度设计	(222)
一、奖励制度和惩罚制度设计的原则	(222)
二、奖励制度设计	(226)
三、惩罚制度设计	(228)
第二节 工作设计	(228)
一、工作设计的定义	(228)
二、工作设计的发展	(230)
三、工作专业化	(231)
四、工作轮换和工作扩大化	(232)
五、工作丰富化和工作特征模型	(234)
六、社会技术系统模型	(238)
七、几种工作设计方法的比较	(241)
第三节 激励机制设计	(242)
一、激励机制的含义	(242)
二、激励机制设计的含义和模型	(243)
三、激励机制的内涵	(245)
四、激励机制的运行模式	(246)

第四篇 群体心理与行为

第十三章 群体概述	(250)
第一节 群体的概念与分类	(250)
一、群体的概念	(250)
二、群体的分类	(251)
第二节 群体的功能	(256)
一、群体对个人的功能	(256)
二、群体对组织的功能	(257)
三、群体的自我结构功能	(258)
第三节 群体的规模与结构	(259)
一、群体的规模	(259)
二、群体结构	(260)
第四节 群体的发展阶段	(264)
一、群体发展的五阶段理论	(264)
二、对群体发展阶段的认识	(266)
第十四章 群体内部的心理与行为	(268)
第一节 群体情境与个体行为	(268)
一、群体规范	(268)
二、群体压力	(271)
三、从众行为	(273)
四、社会助长作用与社会致弱作用	(276)
第二节 群体的凝聚力与士气	(277)
一、群众凝聚力	(277)
二、群众士气	(282)
第三节 群体中的人际关系	(284)
一、人际关系概述	(284)
二、人际关系的平衡和改善	(286)
三、人际关系的社会测量	(288)

四、人际关系基本倾向测量	(295)
五、相互作用分析理论及应用	(299)
第十五章 群体决策	(304)
第一节 群体决策概述	(304)
一、群体决策的研究对象与分类	(304)
二、群体决策的优点和缺点	(304)
三、群体决策与个人决策的比较	(305)
四、群体决策的效能	(307)
五、群众决策的模型	(307)
第二节 小群体思想与群体转移	(310)
一、小群体思想	(310)
二、群体转移	(314)
第三节 群体决策的方法	(316)
一、头脑风暴法	(316)
二、德尔菲法	(317)
三、名义群体决策法	(318)
四、哥顿法	(319)
五、易地思考法	(319)
第十六章 群体之间的关系与行为	(320)
第一节 影响群体之间关系与成效的主要因素	(320)
一、不确定性	(321)
二、群体目标	(322)
三、可替代性	(323)
四、工作任务关系	(324)
五、资源共用性	(326)
六、彼此看法	(326)
第二节 建立有效的群际关系的方法	(327)
一、超级群体目标和奖酬	(328)

二、信息技术	(329)
三、组织的等级制	(330)
四、计划	(330)
五、联络员	(330)
六、特别任务组	(332)
七、协调员和协调组	(332)
第十七章 群体内外的关系与行为	(335)
第一节 冲突及其管理	(335)
一、冲突概述	(335)
二、冲突的系统模式	(337)
三、冲突的类型	(341)
四、冲突的处理	(343)
第二节 信息沟通	(348)
一、信息沟通的含义与模型	(348)
二、信息沟通的类型	(351)
三、信息沟通网络	(355)
四、提高信息沟通的效率	(359)
第三节 权力及其过程	(362)
一、权力概述	(362)
二、权力过程模型	(363)
三、威信及其建立的基础	(367)
第五篇 领导心理与行为	
第十八章 领导职责与领导素质论	(369)
第一节 领导概述	(369)
一、领导及其行为	(369)
二、领导替代物	(371)
三、领导者影响力的构成及其心理效应	(371)
四、领导过程分析	(374)

五、西方领导体制的演变	(375)
六、国外领导理论的演变和发展	(377)
第二节 企业家理论	(378)
一、企业家的概念与特征	(378)
二、几种企业家理论	(379)
三、转型经济中企业家的几种类型	(382)
第三节 领导素质论	(383)
一、关于领导素质的主要观点	(383)
二、领导素质理论的局限	(385)
第十九章 领导行为理论	(388)
第一节 X 理论与 Y 理论	(388)
一、X 理论经理与 Y 理论经理	(388)
二、X 理论与 Y 理论的领导行为	(388)
第二节 利克特的四系统理论	(390)
一、四系统观点	(390)
二、四系统的领导方式	(391)
第三节 俄亥俄州立大学的四分图理论	(392)
一、领导方式的双维因素	(392)
二、四分图理论	(392)
第四节 管理方格理论	(393)
一、管理方格图的基本内容	(393)
二、管理方格训练法	(395)
第五节 其他的领导行为理论	(396)
一、勒温的领导作风理论	(396)
二、密歇根大学的领导行为研究	(398)
第六节 领导行为的改进	(399)
一、交往风格类型的鉴定与培训	(399)
二、敏感性训练	(401)