

# بهبود و توسعه سازمانی

با رویکرد اجتماعی و بهره‌وری

دکتر حمید علیخانی

عضو هیئت علمی دانشگاه امام حسین (ع)



شرکت چاپ و نشر بازرگانی

وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

تهران ۱۴۰۰

سرشناسه  
عنوان و نام پدیدآور  
مشخصات نشر  
مشخصات ظاهری  
شابک  
وضعیت فهرست نویسی  
یادداشت  
موضوع  
موضوع  
موضوع  
موضوع  
موضوع  
موضوع  
رده بندی کنگره  
رده بندی دیویی  
شماره کتابشناسی ملی  
وضعیت رکورد

علیخانی، حمید، ۱۳۲۳-  
بهبود و توسعه سازمانی با رویکرد اجتماعی و بهروری / حمید علیخانی؛ ویراستار وحید ناصحی فر.  
تهران: شرکت چاپ و نشر بازگانی، ۱۴۰۰.  
۱۵۲ ص.؛ مصور، جدول، نمودار.  
۸-۹۷۸-۹۶۶-۹۶۸-۸۹۲-۸  
فیا  
کتابنامه: ص: ۱۳۱-۱۵۲.  
تحول سازمانی  
Organizational change  
کارآمدی سازمانی -- مدیریت  
Organizational effectiveness -- Management  
سرمایه اجتماعی  
(Social capital) (Sociology)  
HD۵۸/۸:  
۶۵۸/۲۰۶:  
۷۶۰۷۰۹۷:  
فیا



## شرکت چاپ و نشر بازگانی

وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازگانی  
بهبود و توسعه سازمانی با رویکرد اجتماعی و بهروری

نویسنده: دکتر حمید علیخانی (عضو هیئت علمی دانشگاه امام خمین (ره))  
ویراستار: دکتر وحید ناصحی فر (دانشیار گروه مدیریت بازگانی دانشگاه علامه طباطبائی)

صفحه آرا: سولماز دمندانی

طراح جلد: پاشا دارابی

چاپ اول: بهار ۱۴۰۰

قیمت: ۶۱،۰۰۰ تومان

تیراژ: ۳۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۴۶۸-۸۹۲-۸

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: شرکت چاپ و نشر بازگانی

«کلیه حقوق محفوظ و مخصوص شرکت چاپ و نشر بازگانی می باشد»

نشانی: تهران، خیابان کارگر شمالی، نیش کوچه همدان، شماره ۱۲۰۴

توزیع و پخش: ۶۶۹۳۹۳۲۹-۰۲۱ / فروشگاه مرکزی: ۶۶۴۲۵۱۱۸-۰۲۱

واحد سفارش چاپ کتاب: ۶۶۴۳۹۲۰۶-۰۲۱

واحد نشر الکترونیک: ۶۶۴۳۹۲۰۲-۰۲۱ / digital.cppc.ir

فروشگاه های اینترنتی [WWW.CPPC.ir](http://WWW.CPPC.ir) / [WWW.1CPPC.ir](http://WWW.1CPPC.ir) / [www.takbab.com](http://www.takbab.com)



## فهرست مطالب

|    |                                                         |
|----|---------------------------------------------------------|
| ۷  | مقدمه                                                   |
| ۹  | فصل اول: مفاهیم بهبود و توسعه سازمانی                   |
| ۹  | مقدمه                                                   |
| ۱۰ | تعریف تغییر                                             |
| ۱۰ | تغییر سازمانی                                           |
| ۱۲ | انواع تغییر                                             |
| ۱۴ | تعریف توسعه و بهبود سازمانی                             |
| ۲۷ | دیدگاه نظریه پردازان مختلف در مورد توسعه و تحول سازمانی |
| ۳۶ | ویژگی های بهبود و توسعه سازمانی                         |
| ۳۹ | مشکلات بهبود و توسعه سازمانی                            |
| ۴۷ | فصل دوم: سرمایه اجتماعی                                 |
| ۴۷ | سرمایه اجتماعی                                          |
| ۵۰ | مفهوم سرمایه اجتماعی                                    |
| ۵۳ | نظریه های سرمایه اجتماعی                                |
| ۵۴ | ابعاد سرمایه اجتماعی                                    |
| ۵۴ | عوامل موثر بر سرمایه اجتماعی                            |
| ۵۵ | رابطه سرمایه اجتماعی و ابعاد توسعه                      |
| ۵۶ | مدیریت سرمایه اجتماعی و نقش آن در ابعاد توسعه           |
| ۵۸ | حمایت از توسعه پایدار                                   |
| ۵۸ | نقش سرمایه اجتماعی در نیل به توسعه                      |
| ۵۹ | نشانه های ضعف سرمایه اجتماعی در سازمان                  |
| ۶۰ | پژوهش های میدانی در حوزه سرمایه اجتماعی سازمانی         |
| ۶۳ | علت توجه سازمان ها به سرمایه اجتماعی                    |

## مقدمه

در عصری که سازمان‌ها به صورت فرآیندهای محیطی پویا در حال تغییرند باید بتوانند خود را با عوامل محیطی تاثیرگذار مطابقت دهند. از دلایل وقوع تغییر در سازمان شک سازمان به خود و روش‌های اجرایی سازمان و یا شفاف شدن و شناختن مسائل و مشکلات سازمانی است.

از آنجائی که شوک‌ها یا ضربه‌های اقتصادی سازمان را به طور مستمر تهدید می‌کند و رقابت‌ها در حال تغییر شکل هستند. بنابراین سازمان‌هایی موفق هستند که به سرعت تغییرات برنامه‌ریزی شده‌ای را با واکنش مناسب در این صحنه از خود نشان دهد و برای حفظ بقاء، خود را با تغییرات آینده سازگار نمایند.

اگر در هر نوع تغییر اصل بو خدمت رسانی و حل مشکلات باشد باید حاکمیت تفکر کارآمدسازی را بر اقدام شتابزده ارجح نمود، اینگونه تغییرات موجب تحرک و پویایی جدیدی شده و طیف وسیعی از خدمات تخصصی را در بخش‌های مختلف به وجود می‌آورد و از ثمره آن مشتریان (مردم) بهره می‌برند. تغییر روندی است که تمامی سازمان‌ها آن را تجربه می‌کنند و برخی از سازمان‌ها تغییر بسیار آرام است و آنها در ظاهر با ثبات و از نظر ساختار، دوران پر قدرتی را سپری می‌کنند، اما ممکن است چنین سازمان‌هایی یک باره دچار تحول شدید یا اصطلاحاً دچار نوعی انقلاب درون سازمانی شوند.

از عوامل عمده‌ای که سازمان را وادار به تغییر می‌کند، یکی تغییرات در ساختار و حوزه کسب و کار است. دوم تغییرات فناوری است، استفاده از یک فناوری جدید می‌تواند باعث بهبود و ارتقاء کیفیت خدمات یا از دست دادن بازار یا یافتن روش پیشرفته‌تر و ارزان‌تر نسبت به فناوری گذشته شود، تغییرات نوع دوم دارای سرعت بیشتری بوده و در کل باعث افزایش انتظارات مشتریان می‌گردد.

همه این تغییرات سازمان‌ها را مجبور می‌نماید تا با الگوی مناسب و مستمر به عنوان مدل<sup>1</sup> OD حرکت نمایند.