

رابطه
بافت سازمانی،
تفکر استراتژیک
و نوآوری سازمانی

ستار رستمی

رابطه بافت سازمانی، تفکر استراتژیک و نوآوری سازمانی

ستار رستمی

ناشر: عاصم

صفحه آرایی: واحد هنری انتشارات عاصم

نوبت چاپ: اول/ ۱۴۰۰

تیراژ: ۵۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۴۱۶-۶۹-۵

قیمت روی جلد: ۵۰۰/۰۰۰ ریال

سرشناسه: رستمی، ستار، ۱۳۵۰-

عنوان و نام پدیدآور: بافت سازمانی، تفکر استراتژیک و

نوآوری سازمانی / ستار رستمی

مشخصات نشر: تبریز: انتشارات عاصم،

مشخصات ظاهری: ۱۶۵ ص.

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۴۱۶-۶۹-۵

وضعیت فهرست نویسی: فیا

یادداشت: کتابنامه: ص. ۱۲۳.

موضوع: تحول سازمانی -- ایران -- نمونه پژوهی

موضوع: Organizational change -- Iran -- Case studies

موضوع: برنامه ریزی راهبردی -- ایران -- نمونه پژوهی

موضوع: Strategic planning -- Iran -- Case studies

موضوع: نوآوری -- ایران -- نمونه پژوهی

موضوع: Technological innovations -- Iran -- Case studies

رده بندی کنگره: HD۵۸/۸

رده بندی دیویی: ۶۵۸/۴۰۶۰۹۵۵

شماره کتابشناسی ملی: ۷۶۰۹۴۶۲

همه حقوق چاپ و نشر این کتاب اعم از چاپ، کپی، تکثیر، ذخیره در

سیستم های بازیابی محفوظ است.

مرکز پخش: نشر عاصم، ۹۱۴۵۸۷۳۴۵۲

پست الکترونیک ناشر: aseem@gmail.com | نشر عاصم: ۹۱۴۵۸۷۳۴۵۲ | www.aseembook.ir

پیشگفتار

در عصر حاضر سازمانها به صورت فزاینده‌ای با محیط‌های پویا و در حال تغییر مواجه‌اند و بنابراین، به منظور بقا و پویایی خود مجبورند که خود را با تغییرات محیطی سازگار سازند. به بیان دیگر با توجه به سرعت شتابنده تغییرات و تحولات علمی، تکنولوژیک، اجتماعی، فرهنگی و ... در عصر حاضر، سازمان‌هایی موفق و کارآمد محسوب می‌شوند که علاوه بر هماهنگی با تحولات جامعه امروزی، بتوانند مسیر تغییرات و دگرگونیها را نیز در آینده پیش‌بینی کرده و قادر باشند که این تغییرات را در جهت ایجاد تحولات مطلوب برای ساختن آینده‌ای بهتر هدایت کنند. چرا که به گفته تافلر «تنها با بهره‌گیری خلاقانه از تغییر برای هدایت کردن خود تغییرات است که می‌توانیم از آسیب شوک آینده در امان بمانیم و به آینده‌ای بهتر و انسانی‌تر دست یابیم» (تافلر، ۱۳۷۳).

مشاهدات و مطالعات نشان می‌دهد که بسیاری از سازمانها نه تنها نوآور و خلاق نیستند بلکه حتی در هماهنگی با تحولات و پیشرفت‌ها و تغییرات عصر حاضر نیز ناتوان مانده و اغلب با شیوه‌های ناکارآمد سنتی اداره می‌شوند. به عنوان نمونه «اندرو پتیگرو» پژوهشگر انگلیسی که در زمینه تصمیم‌گیریهای استراتژیک مطالعه کرده است، از خصوصیات ایستای سازمانها حیرت زده شده است و به این نتیجه رسیده است که به رغم تغییر پیوسته شرایط دنیا، اغلب سازمانها و شرکتها در ۱۰ سال گذشته زندگی می‌کنند و حدوداً ۱۰ سال از شرایط

دنیا عقب هستند (پترز و واترمن^۱، ۱۳۷۲).

یکی از مهمترین عوامل تسهیل کننده و تقویت توان نوآوری و خلاقیت در سازمان ها، ساختار مناسب و تشکیلات متناسب با اهداف مورد نظر است به طوری که از دیدگاه صاحب نظران مختلف، ساختار سازمانی مناسب پیش فرضی برای موفقیت و نوآوری و تغییر در سازمان است (نژاد ایرانی، ۱۳۷۶).

عصر کنونی دوره تحولات شتابنده و غیر قابل پیش بینی است. پر واضح است شناسایی عوامل اثرگذار محیط درون سازمان و کیفیت تعامل این عوامل (شناخت بافت سازمانی) سازمان را قادر می سازد تا به رشد و بالندگی و بقاء خود کمک کند. از طرفی داشتن توان آینده نگری، شناسایی بافت سازمانی و برنامه ریزی اثربخشی موفقیت در آینده در گرو دارا بودن تفکر استراتژیک است (پورکیانی، ۱۳۸۹).

بنابراین اگر یک سازمان بتواند به موقعیتی دست یابد که اکثر مدیران و کارکنان آن صاحب تفکری استراتژیک شوند و به معالیه نوآوری نیز بطور استراتژیک بنگرند. در این صورت همواره وضعیت موجود را مورد سؤال قرار خواهند داد تا به موقعیت ها و راه حل های جدیدتر و بهتری دست یابند.

فهرست

پیشگفتار.....	۹
مقدمه.....	۱۵

فصل اول: مفاهیم بنیادین

تعریف واژه‌ها و اصطلاحات فنی و تخصصی (به صورت مفهومی).....	۲۱
۱. تعریف مفهومی بافت سازمانی:.....	۲۱
۲. تعریف مفهومی فرهنگ سازمانی:.....	۲۱
۳. تعریف مفهومی ساختار سازمانی:.....	۲۱
۴. تعریف مفهومی سیستم پاداش:.....	۲۲
۵. تعریف مفهومی فناوری و نظام اطلاعات:.....	۲۲
۶. تعریف مفهومی تفکر استراتژیک:.....	۲۲
۷. تعریف مفهومی تفکر مفهومی:.....	۲۲
۸. تعریف مفهومی تفکر سیستمی:.....	۲۳
۹. تعریف مفهومی فرصت طلبی:.....	۲۳
۱۰. تعریف مفهومی آینده نگری:.....	۲۳
۱۱. تعریف مفهومی نوآوری سازمانی:.....	۲۴
۱۲. مدل مفهومی پژوهش.....	۲۴

فصل دوم: دیدگاه‌ها و مبانی نظری

مبانی نظری (ارائه الگویی ساختاری برای رابطه بین بافت سازمانی، تفکر استراتژیک و نوآوری سازمانی)	۲۹
۱. بافت سازمانی	۲۹
الف. فرهنگ سازمانی	۳۰
ب. ساختار سازمانی	۳۱
عوامل اصلی ساختار برای سازمانها	۳۳
الف) پیچیدگی:	۳۳
ب) رسمیت:	۳۴
ج) تمرکز	۳۵
ج. سیستم پاداش و جبران خدمات	۳۶
د. فناوری و نظام اطلاعات سازمانی	۳۸
اصول چارچوب راهبری اطلاعات	۳۹
۲. تفکر استراتژیک	۴۰
استخراج عناصر تشکیل دهنده‌ی سازه‌ی "تفکر استراتژیک"	۴۸
ابعاد تفکر استراتژیک	۵۰
چشم انداز	۵۴
۳. نوآوری سازمانی	۵۵
انواع نوآوری:	۵۷
بافت سازمانی و نوآوری سازمانی	۵۹
۱. فرهنگ سازمانی و نوآوری سازمانی	۶۱
۲. ساختار سازمانی و نوآوری سازمانی	۶۵
۳. فناوری اطلاعات و نوآوری سازمانی	۶۹
۴. پاداش و نوآوری سازمانی	۶۹
بافت سازمانی و نوآوری سازمانی از طریق تفکر استراتژیک	۷۰
۱. تفکر مفهومی و تفکر استراتژیک	۷۱

۷۴	۲. تفکر سیستمی و تفکر استراتژیک
۷۵	۳. فرصت طلبی و تفکر استراتژیک
۷۶	۴. آینده نگری و تفکر استراتژیک
۷۸	مدل مفهومی پژوهش
۷۹	پیشینه تحقیق
۷۹	۱. پیشینه داخلی
۸۰	۲. پیشینه خارجی
۸۲	جمع بندی پیشینه ها

فصل سوم: روش شناسی پژوهش

۸۷	روش پژوهش
۸۷	مدل مفهومی
۸۸	تعاریف عملیاتی متغیرها
۸۹	روش و ابزار گردآوری داده ها
۹۰	جامعه ی آماری، روش نمونه گیری و حجم نمونه ی آماری
۹۱	روایی و پایایی ابزار اندازه گیری
۹۲	آزمون کلموگروف اسمیرنوف (آزمون نرمال بودن داده ها)
۹۲	روش تجزیه و تحلیل داده ها
۹۳	پایه های مدل یابی معادلات ساختاری
۹۴	نرم افزار آموس
۹۴	مزایای استفاده از نرم افزار آموس
۹۵	برآورد مدل

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده ها

۹۹	بخش اول: آمار توصیفی
۹۹	۱. توصیف نمونه آماری بر اساس جنسیت

مقدمه

جهان امروز از هر زمان دیگری رقابتی تر است. رقابت در همه لایه‌های زندگی انسان‌ها به چشم می‌خورد. از افراد گرفته تا سازمان‌های بزرگ، همه و همه باید در راه دستیابی به موفقیت و کسب اهداف خود بر سر منابع محدود به رقابت بپردازند. سازمان‌های امروزی دیگر نمی‌توانند آنچه را در گذشته با موفقیت انجام شده است، تنها با تقلید ساده به کار برند و موفق نیز باشند، بلکه هر یک باید دائماً در جستجوی فرصت‌هایی تازه باشند که از دید دیگر رقبا پوشیده مانده است. طبیعتاً آنچه می‌تواند یک سازمان را به این فرصت‌ها رهنمون سازد، پدیده‌ای جز نوآوری در تمام سطوح آن نمی‌باشد (خاکسار و همکاران، ۱۳۹۲۵).

یکی از مهمترین عواملی که زمینه را برای شکوفایی خلاقیت و نوآوری فراهم می‌آورد، ایجاد تفکر استراتژیک در سازمان است. تفکر استراتژیک با جامعیت و دوراندیشی خاصی که ایجاد می‌کند از یک سو باعث درک بهتر کارکنان از سازمان و محیط فعالیتشان شده و منجر به خلاقیت‌های مکرر آنان می‌شود و از سوی دیگر زمینه ارتباطات و تعامل بیشتر بین مدیران و کارکنان را فراهم آورده و باعث بهره‌برداری از نبوغ و خلاقیت کارکنان در سازمان می‌شود (مشهدی، ۲۰۰۹).

از طرفی دیگر متفکران استراتژیک فردی و گروه‌های مدیریت عالی تحت تأثیر بافت سیاسی و اجتماعی سازمان قرار می‌گیرد. از اینرو برای فهم بهتر تفکر استراتژیک نیاز است بافت سازمانی در نظر گرفته شود. زیرا بافت سازمانی، اساس زیربنایی را برای فرایندهای

داخل سازمانی ایجاد کرده، تفکر مدیریتی را شکل داده و به کارکنان جهت فعالیت بصورت گروهی کمک می‌کند (پور کیانی و هاشم زهی، ۱۳۸۹).

از اینرو با توجه به مطالب بیان شده، هدف از این پژوهش بررسی روابط علی بین بافت سازمانی و نوآوری سازمانی با میانجی گری تفکر استراتژیک مدیران میانی و ارشد شرکت پتروشیمی بیستون کرمانشاه است. بنابراین، در قالب یک مدل مفهومی تأثیر بافت سازمانی بر تفکر استراتژیک و نوآوری سازمانی را مورد بررسی قرار دهیم و شدت تأثیر هر یک از مؤلفه‌های بافت سازمانی را بر تفکر استراتژیک و نوآوری سازمانی مورد آزمون قرار می‌دهیم. چالش اصلی سازمان‌ها، نوآوری است؛ که فرآیند تطبیق با بسیاری از تغییرات محیطی را تسهیل می‌کند. در واقع، نوآور بودن به سازمان در برخورد با محیط متلاطم خارجی کمک می‌کند که با پیچیدگی و تغییراتی که به سرعت در حال افزایش است مقابله کند. در چنین شرایطی، شرکت‌هایی که ظرفیت نوآوری دارند، قادرند که به چالش‌ها سریعتر پاسخ دهند، محصولات جدیدی را استخراج کنند و فرصت‌های بازار بهتری نسبت به شرکت‌های فاقد نوآوری به دست آورند (جیمز، ۲۰۱۱).

امروزه تغییر سریع جوامع به علت دانش و تکنولوژی، تغییر نگرش‌ها و نیازهای مردم، تغییر در روابط انسانی، و تغییر در تمام جنبه‌های زندگی و تمدن سبب پیدایش تغییرات زیادی در سازمان‌ها شده است. به علت همین تغییرات سریع، بنیاس سازمان‌ها را سیستم‌های موقت می‌نامد. آن‌ها امروز مانند آنچه دیروز بودند نیستند و فردا نیز مانند آنچه امروز هستند نخواهند بود. این پیشرفت و تغییر نیاز به دانش و آمادگی کافی از جانب مدیران سازمان‌ها برای هماهنگی با سیستم‌های در حال تغییر دارد. آن‌ها باید قادر باشند نگرش پرسنل، تکنولوژی، ساختار، تولید و به طور کلی، کل سازمان خود را در صورت لزوم برای هماهنگی با سیستم‌های مربوطه و بالاخص سیستم فراتر یعنی جامعه تغییر دهند. مطالعه جریان تغییر، تغییر سازمانی، تغییر اجتماعی، مقاومت در مقابل تغییر یا پذیرش آن و غیره برای مدیران به عنوان عاملان تغییر مفید خواهد بود. (میرکمالی، ۱۳۷۹).

امروزه ضرورت تغییر و نوآوری در سازمان‌ها، به خصوص در مؤسسات دولتی، شناخته شده، اما در بسیاری از کشورهای در حال توسعه هنوز نقش و اهمیت این موضوع روشن نشده است. تغییر و نوآوری جزء طبیعت زندگی اجتماعی انسان بوده و طی دوره اخیر، این پدیده با سرعتی بسیار زیاد و در تمام زمینه‌ها ایجاد شده است، آنچه تازگی دارد شناخت و اهمیت و به کارگیری آن به طور وسیع و به خصوص در سازمان‌های پویا در رابطه با محیط است. (نجنف بیگی، ۱۳۷۷).

شرایط محیط امروز، پیش‌بینی و برآورد دقیق آینده را بسیار دشوار ساخته است و در این شرایط مکاتب کلاسیک استراتژی که بر مبنای پیش‌بینی روند آینده استوار هستند، اثربخشی خود را از دست می‌دهند. محیط ایده آل برنامه ریزی استراتژیک نیز یک محیط پایدار، در تعادل و قابل فهم است در حالی که محیط واقعی امروز هیچ یک از این ویژگی‌ها را ندارد. در چنین شرایطی تفکر استراتژیک رویکردی مناسب برای خلق استراتژی در محیط کسب و کار امروز است (فیض، ۱۳۹۲).

تفکر استراتژیک یک فرایند مداوم است که هدف آن رفع ابهام و معنا بخشیدن به یک محیط پیچیده می‌باشد. این فرایند تجزیه و تحلیل موقعیت و همچنین ترکیب خلاقانه، نتایج تحلیل در قالب یک برنامه استراتژیک موفق است (بون^۱، ۲۰۰۵).

از سویی دیگر؛ دنیای رقابت بی رحم است هر کس که نتواند خود را در کمترین زمان ممکن با روند تحولات تطبیق دهد باید عرصه رقابت را ترک کند. (استیسی^۲، ترجمه جعفری و کاظمی موحد، ۱۳۸۹). بررسی و شناخت عوامل مؤثر در محیط داخلی سازمان همواره یکی از ضرورتها و دغدغه‌های مدیران و کارکنان در راستای تحقق هدفهای سازمانی بوده است (موحدی زاده، ۱۳۸۶). بنابراین، با توجه به مطالبی که ذکر گردید اهمیت انجام این تحقیق در جامعه مدنظر امری کاملاً ضروری به نظر می‌رسد.

1. Bonn

2. slacy