

شناخت و مدیریت

فرهنگ سازمانی

(رویکردهای نوین و بومی)

دوئلفان:

دکتر محسن رضا سلطانی

دکتر برزو فرهنگی بونجانی

دکتر محمد ابراهیم سنجقی

موسسه چاپ و انتشارات

دانشگاه جامع امام حسین (ع) - اهواز



سرشناسه	سلطانی، محمدرضا، ۱۳۴۰-
عنوان و پدیدآور	شناخت و مدیریت فرهنگ سازمانی (رویکردهای نوین و بومی)/ تألیف: محمدرضا سلطانی، برزو فرهی بوزنجانی، محمدابراهیم سنجقی.
مشخصات نشر	تهران: دانشگاه جامع امام حسین(ع)، مؤسسه چاپ و انتشارات، ۱۳۹۳.
مشخصات ظاهری	ده، ۲۶۷ ص: ۱ جدول.
شابک	۹۷۸-۹۶۴-۴۵۲-۴۴۱-۷
وضعیت فهرست نویسی	فهرست نشده
فروست	دانشگاه جامع امام حسین(ع)، مؤسسه چاپ و انتشارات؛ ۴۲۸، سری مدیریت، ۳۲.
یادداشت	کتابنامه، ص. ۲۳۷-۲۶۵
موضوع	فرهنگ سازمانی
شناسه افزوده	فرهنگ سازمانی، برزو، ۱۳۳۷-
شناسه افزوده	سنجقی، محمدابراهیم، ۱۳۲۹-
رده بندی کنگره	۱۳۹۳ ش ۵۸۱/۵۸۱ HL
رده بندی دیویی	۶۵۸/۴۰۶
شماره کتابشناسی ملی	۳۴۷۱۳۶۴

• کلیه حقوق اعم از چاپ و تکثیر، نسخه برداری، ترجمه و اقتباس از دانشگاه جامع امام حسین(ع) محفوظ است.

- عنوان: شناخت و مدیریت فرهنگ سازمانی (رویکردهای نوین و بومی)
- تألیف: دکتر محمدرضا سلطانی، دکتر برزو فرهی بوزنجانی، دکتر محمدابراهیم سنجقی
- ویراستار ادبی: سیدمحمدباقر موسوی
- صفحه آرا: مریم کریمی
- نوبت چاپ: اول (۱۳۹۲)
- شمارگان: ۲۰۰ نسخه
- نشانی: تهران، بزرگراه شهید بابایی، بعد از پل لشکرک، دانشگاه جامع امام حسین(ع)، معاونت پژوهش، مؤسسه چاپ و انتشارات، تلفن: ۷۷۱۰۵۷۰۳ دورنگار: ۷۷۱۰۵۷۵۲
- مرکز پخش: تهران، میدان فردوسی، فروشگاه و نمایشگاه شماره ۱ مؤسسه چاپ و انتشارات، دانشگاه جامع امام حسین(ع)، تلفن: ۸۸۸۳۹۲۹۷ دورنگار: ۸۸۸۳۹۲۹۸ همراه: ۰۹۱۲۴۸۷۰۰۱۷

بسم الله الرحمن الرحيم

«يرفع الله الذين امنوا منكم والذين اتوا العلم درجات»

خداوند مقام اهل ایمان و دانشمندان عالم را (در دو جهان) رفیع می گرداند.
(سوره مبارکه مجادله - آیه ۱۱)

ارزش و جایگاه علم و دانش اندوزی در اسلام تا آن پایه است که خداوند کریم در قرآن مجید، ابلاغ رسالت رسول خود را برای هدایت بشریت، به اقرار آغاز نمود. هدایت بشر، تکامل، سعادت و تقرب به ذات اقدس الهی در گرو کسب معرفت و تحصیل علم و دانش است. علمی که به تعبیر استاد شهید مطهری، زیبایی عقل است و انسان خداجوی، معرفت خود را در آن می یابد.

یکی از مسئولیت‌ها، مهم‌ها، دانشگاه در کنار تعلیم و تربیت، نشر کتب و آثار علمی است. معاونت پژوهش و فناوری، دانشگاه جامع امام حسین (علیه السلام) نیز به منظور مشارکت فعال در بالندگی و رشد فرهنگی و علمی جامعه، دست‌یابی به مرجعیت علمی در حوزه‌های مأموریتی و ایفای رسالت خطیر خود در تولید دانش و انتشار یافته‌های علمی، افتخار و تلاش دارد تا زمینه و بستر لازم را جهت تشویق پژوهشگران و اساتید محترم در عرصه تولید علم، فراهم و تسهیل نماید.

امید است در سایه الطاف بیکران الهی و با گسترش فعالیت‌های انتشاراتی مؤسسه چاپ و انتشارات دانشگاه جامع امام حسین (علیه السلام)، این رسالت خطیر تحقق یابد.

در پایان بر روح تابناک امام راحل (ره) و شهدای گرانقدر انقلاب اسلامی عرض می و دفاع مقدس درود می فرستیم و با آرزوی توفیقات هرچه بیشتر مقام معظم رهبری و خدمتگزاران اسلام و کشور، از اساتید، فرهیختگان و اهل نقد و نظر تقاضا داریم با ارائه نظرات و پیشنهادات خود ما را یاری فرمایند.

و من الله التوفیق و علیه التکلان

معاونت پژوهش و فناوری

دانشگاه جامع امام حسین (علیه السلام)

عنوان

صفحه

پیشگفتار یازده

کلیات:

مقدمه	۳
هدف از تدوین کتاب	۸
ساختار کتاب	۸

فصل اول: مفهوم‌شناسی فرهنگ سازمانی

۱- مفهوم شناسی فرهنگ و فرهنگ سازمانی	۱۱
۱-۱- فرهنگ	۱۱
۲- فرهنگ سازمانی	۲۱
۲-۱- تاریخچه فرهنگ سازمانی	۲۱
۲-۲- تعاریف فرهنگ سازمانی	۲۲
۲-۳- اهمیت و ضرورت فرهنگ سازمانی	۲۴
۲-۴- چگونگی شکل‌گیری فرهنگ سازمانی	۲۵
۲-۵- سطوح و لایه‌های فرهنگ سازمانی	۲۹
۲-۶- ویژگی‌های فرهنگ سازمانی	۳۸
۲-۷- کارکردهای فرهنگ سازمانی	۴۰
۲-۸- قوت و ضعف فرهنگ سازمانی	۴۸
۲-۹- خرده‌فرهنگ‌های سازمانی و تنوع فرهنگی	۵۲
خلاصه فصل:	۵۶

فصل دوم: رویکردها، نظریه‌ها و گونه‌شناسی‌های فرهنگ سازمانی

۱- رویکردهای مطالعه فرهنگ سازمانی:	۵۹
۱-۱- ساختارگراها	۵۹
۱-۲- تفسیرگراها	۶۰
۱-۳- شناخت‌گراها	۶۰
۱-۴- فراساختارگراها	۶۱
۱-۵- نگرش ترکیبی	۶۲
۲- گونه‌شناسی و نظریه‌های شناخت و مدیریت فرهنگ سازمانی	۶۵
۲-۱- نظرات دوریس و میلر در مورد انواع فرهنگ سازمانی	۶۵

۶۶	۲-۲- انواع فرهنگ سازمانی از نظر کوئین.....
۶۷	۲-۳- مدل شاین.....
۶۸	۲-۴- الگوی سائن فلد.....
۶۸	۲-۵- مدل دانیل دنیسون.....
۷۰	۲-۶- مدل مکعب دو S.....
۷۲	۲-۷- مدل هلریگل و اسلوکم.....
۷۴	۲-۸- انواع فرهنگ سازمانی از نظر چارلز هندی.....
۷۶	۲-۹- انواع فرهنگ از نظر واعظی.....
۷۶	۲-۱۰- سوی کوک و لافرتی.....
۷۹	۳- شناخت فرهنگ های سازمانی براساس عناصر تشکیل دهنده آن.....
۹۲	۴- نقد و بررسی مدل ها.....
۱۰۰	خلاصه فصل.....

فصل سوم: تبیین رابطه فرهنگ سازمانی با سایر موضوعات سازمان و مدیریت

۱۰۳	۱- فرهنگ سازمانی، راهبر و محیط.....
۱۱۳	۲- فرهنگ سازمانی و رهبری.....
۱۱۵	۳- فرهنگ سازمانی و وظایف مدیریت.....
۱۱۷	۴- فرهنگ سازمانی و خلاقیت و نوآوری.....
۱۲۱	۵- فرهنگ سازمانی و عناصر ساختاری.....
۱۲۳	۶- فرهنگ و ارتباطات سازمانی.....
۱۲۶	۷- فرهنگ سازمانی و مدیریت دانش.....
۱۳۳	۸- فرهنگ سازمانی و مدیریت عملکرد.....
۱۳۶	۹- فرهنگ سازمانی و بهره‌وری.....
۱۴۰	خلاصه این فصل.....

فصل چهارم: نظام راهبردی فرهنگی و مهندسی فرهنگی

۱۴۵	۱- طراحی الگوی نظام راهبردی فرهنگی.....
۱۴۶	۱-۱- ضرورت الگوپردازی.....
۱۴۷	۱-۲- سطوح طراحی مدل نظام فرهنگی.....
۱۴۸	۱-۳- ابعاد وجود انسان خاستگاه‌های فرهنگ.....
۱۵۰	۱-۴- تعریف نظام فرهنگی.....
۱۵۲	۱-۵- اجزاء و عناصر یک نظام فرهنگی.....

۱۵۴	۱-۶- تشریح اجزاء عناصر و روابط نظام فرهنگی
۱۵۹	۲- مهندسی فرهنگ
۱۵۹	۲-۱- فرایند مهندسی فرهنگ
۱۶۰	۲-۲- ملاحظات اساسی در فرایند مهندسی فرهنگ
۱۶۲	۳- مهندسی فرهنگی
۱۶۵	۳-۱- اصول و پیش فرض های مهندسی فرهنگی
۱۶۶	۳-۲- مهندسی فرهنگی به طور خاص باید پاسخگو باشد
۱۶۶	خلاصه فصل

فصل پنجم: مدیریت تغییر و تحول فرهنگ سازمانی

۱۷۱	۱- مدیریت فرهنگ سازمانی
۱۷۳	۱-۱- فرایند مدیریت فرهنگ سازمانی
۱۷۷	۲- مدیریت تغییر و تحول (توسعه) فرهنگ سازمانی
۱۷۸	۲-۱- نقش فرهنگ سازمانی در عرصه ایجاد و تغییرات سازمانی
۱۸۳	۲-۲- راهبردها و روش های مدیریت فرهنگ سازمانی
۱۹۱	۲-۳- مدلی برای مدیریت فرهنگ سازمانی
۱۹۳	۲-۴- مقاومت در برابر تغییر فرهنگ سازمانی
۱۹۵	۲-۵- حفظ و تقویت فرهنگ سازمانی
۱۹۶	۲-۶- مدل جامع مدیریت فرهنگ سازمانی
۲۰۰	خلاصه فصل

فصل ششم: معرفی الگوی بومی سنجش فرهنگ سازمانی

۲۰۳	۱- معرفی الگوی مفهومی پژوهش
۲۰۴	۲- ابعاد و ویژگی های مدل مفهومی
۲۰۷	۲-۱- تبیین اجزاء مدل مفهومی
۲۲۲	۲-۲- الگوی تحقیق
۲۲۳	۲-۳- الگوهای پشتیبان مدل مفهومی
۲۲۹	۲-۴- روش شناسی
۲۳۴	۲-۵- سخن پایانی
۲۳۵	خلاصه فصل
۲۳۷	الف) منابع و مآخذ فارسی
۲۴۳	ب) منابع لاتین

پیشگفتار

امروزه سرعت تحولات و تلاطم‌های شدید محیطی، بسیاری از سازمان‌های تحول‌گرا را بر آن داشته است تا در فرایندی منطقی و نوبه‌نو، رویکردها و جهت‌گیری‌های خود را در راستای نیل به توانمندی‌ها و مزیت‌های برتر راهبردی در معرض بهبود مستمر قرار دهند. در چنین شرایطی است که عوامل فرهنگی می‌توانند زیرساخت لازم را برای بسیج منابع نخبگی و نیل به مزیت‌های نوین رقابتی ایجاد نمایند.

فرهنگ سازمانی از عناصر اساسی سرمایه نامحسوس و نرم‌افزاری هر سازمان محسوب می‌شود. بنابراین این امری، جهت‌دهی و تحول فرهنگ سازمان، مستلزم مطالعه، سنجش و ممیزی مستمر مولفه‌های فرهنگی است.

پویایی، نوآوری و خلاقیت در سازمان‌ها مستلزم برخورداری از عوامل و مولفه‌های مثبت و مقوم است؛ یعنی ارزش‌ها و شایستگی‌های معنوی، داشتن روحیه کار جمعی، نگرش سیستمی، احساس مسئولیت اجتماعی، حمیت و تعهد سازمانی، بروز خلاقیت، ابتکار عمل و... بدیهی است دستیابی به این مهم در گرو شناخت واقعیت‌های موجود در تعاملات سازمانی است که از طریق مطالعه فرهنگ سازمانی و تجزیه و تحلیل عوامل فرهنگی آن امکان‌پذیر خواهد بود.

اینک با توجه به مراتب فوق و ضرورت ایجاد تحولی عمیق و فراگیر در شاکله سازمان‌های جمهوری اسلامی ایران، جهت نیل به عملکرد متعالی و حرکت در جهت تحقق سند چشم‌انداز نظام اسلامی، موضوع شناخت و سنجش فرهنگ سازمانی ضرورتی دوجندان می‌نماید تا از این رهگذر بتوان شالوده فرهنگ قوی و سازنده‌ای را مبتنی بر آموزه‌های مکتب حیات‌بخش اسلام و ارزش‌های انقلاب اسلامی پایه‌ریزی نمود.

انجام هرگونه تغییر و تحول بنیادین در هر سازمانی تنها از طریق شناخت دقیق نقاط قوت و ضعف فرهنگ سازمانی آن سازمان و تحلیل وضعیت مولفه‌ها و شاخص‌های مثبت و منفی مربوطه به آن و نیز اتخاذ سیاست‌های لازم برای حفظ و تثبیت و یا

طراحی راهبردهای اصلاح و تغییر فرهنگ سازمانی میسر. پیشبرد چنین فرآیند نسبتاً پیچیده‌ای، نیازمند الگویی بومی و مبتنی بر ارزش‌های مورد قبول سازمان است تا بر اساس آن بتوان فرهنگ سازمانی را هدایت و مدیریت نمود. نویسندگان کتاب حاضر در صدد تحقق چنین هدفی می‌باشند.

امید می‌رود محققین و دانش‌پژوهان گرامی ضمن مطالعه مندرجات کتاب حاضر با ارائه نقظه نظرات اصلاحی خود، ما را در بهبود هرچه بیشتر و غنی بخشیدن به محتوای کتاب و اصلاحات مورد نظر در شماره‌های آتی یاری نمایند.