

مدیریت جو سازمانی

Organizational Climate Management



دکتر قاسم رمضانپور نرگسی
دکتر جواد فقیهی پور
آیدین بنازاده

سرشناسه: رمضانپور نرگسی، قاسم، ۱۳۳۷.
عنوان و نام پدیدآور: مدیریت جو سازمانی / مولفین قاسم رمضانپور نرگسی، جواد فقیهی پور، آیدین بنزاده.

مشخصات نشر: تهران: دارالفنون، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری: ۲۶۱ ص: مصور، جدول، نمودار.
شابک: ۶-۵۴-۸۱۷۱-۶۰۰-۹۷۸-۲۶۳۰۰۰ ریال.

وضعیت فهرست‌نویسی: فیا
یادداشت: کتابنامه: ص. [۲۲۳] - ۲۶۱.
یادداشت: نمایه.

موضوع: رفتار سازمانی — مدیریت
Organizational behavior -- Management

موضوع: فرهنگ، سازمانی
Corporate culture

موضوع: جامعه‌شناسی سازمانی
Organization sociology

شناسه افزوده: فقیهی پور، جواد، ۶۱
شناسه افزوده: بنزاده، آیدین، ۱۳۵۰
ردمبندی کنگره: ۱۳۹۶: ۴م/۸۱۷۱/۵۸۱۳۷ HF

ردمبندی دیویی: ۳۰۲/۳۵
شماره کتابشناسی ملی: ۴۸۴۹۵۲۹

نام کتاب: مدیریت جو سازمانی
مولفین: دکتر قاسم رمضانپور نرگسی، دکتر جواد فقیهی پور، آیدین بنزاده

ناشر: دارالفنون

مدیر هنری: فرزانه دلبری

چاپ و صحافی: مجتمع چاپ اول

شابک: ۶-۵۴-۸۱۷۱-۶۰۰-۹۷۸

نوبت چاپ: اول - شهریورماه ۱۳۹۶

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

قیمت: ۲۶۲۰۰ تومان



انتشارات دارالفنون

© حق چاپ این اثر، برای مولفین محفوظ است *

* دفتر مرکزی: تهران، خیابان ۱۲ فروردین، کوچه بهشت آیین، پلاک ۳۴، انتشارات دارالفنون*

www.DFNashr.ir



اگر توانا آموختن سر بتابی	نجوید سر توهمی سروری را
بسوزند چوب درختان بی بر	سزا خود همین است مری بی بری را
درخت تو گر بار دانش بگیرد	به زیر آوری چرخ نیلوفری را

سخن: شب

جوامع امروزی متشکل از سازمان‌های کوچک و بزرگی هستند که هر یک به نوعی، بخشی از نیازهای افراد جامعه را مرتفع می‌سازند. آن‌ها اگر این سازمانها، از مدیریتی کارآمد و اثربخش در بخشها و رده‌های مختلف خود برخوردار نباشند، تنها در به رفع این نیازها نخواهند بود؛ بلکه مشکلات بسیار دیگری را نیز موجب خواهند شد. ضعف مدیریتی، گویی سبب بروز خسارات جبران‌ناپذیری بر پیکره‌ی یک جامعه می‌گردد، تلاش‌های زیادی بی‌نتیجه خواهد ماند، حتی افراد بی‌شماری تضییع شده و سرمایه عظیمی نیز به هدر خواهد رفت. نگاهی بر ائتلاف بی‌رویه‌ی منابع انسانی مالی نشان می‌دهد که اهمیت مدیریت در کشورهای توسعه نیافته و در حال توسعه، بسیار محسوس‌تر از هر مکان دیگریست.

اگر چه مدیریت، مقوله‌ای نوظهور نبوده و قدمتی به درازای تاریخ بشریت دارد، ولی با توجه به پیشرفت‌های روزافزون جوامع بشری در دهه‌های اخیر و همراه شدن آن با تغییرات چشمگیر اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فردی، هر روز بر اهمیت آن، چه از نظر تئوری و چه از منظر عملی افزوده می‌شود و ضروری است که بیش از گذشته به آن پرداخته شود.

با توجه به آنچه ذکر گردید و از آنجا که امروزه رشته مدیریت یکی از مهمترین رشته‌های دانشگاهی محسوب شده و گرایش‌های آن نیز در کشور ما رو به افزایش است، انتشارات دارالفنون به عنوان یک ناشر فعال در عرصه کتب دانشگاهی و بالخصوص رشته مدیریت، رسالت خود می‌داند که با نشر و چاپ کتب معتبر در این رشته، به نشر دانش روز مدیریت پرداخته و بدین وسیله گامی مثبت در جهت رشد و اعتلای کشور عزیزمان بردارد. بدیهی است که یاری اساتید، صاحب‌نظران و خبرگان این حوزه، پشتوانه‌ای قوی برای ما در نیل به این هدف خواهد بود.

فهرست مطالب

پیشگفتار مولفین.....	۱۳
----------------------	----

فصل اول: مفاهیم و تعاریف جو سازمانی

مقدمه.....	۱۵
تاریخچه جو سازمانی.....	۱۵
مفهوم جو سازمانی.....	۱۶
پل جو سازمانی.....	۱۶
ماهیت جو سازمانی: نقش شغلی یا رضایت شغلی؟.....	۱۷
تعاریف جو سازمانی.....	۱۹
شخصیت سازمان.....	۱۹
نگرش کارکنان.....	۱۹
ادراکات مشترک کارکنان.....	۲۰
ساختار و شرایط محیط حاکم بر سازمان.....	۲۲
جو سازمانی ادراک شده.....	۲۳
جنبه‌های جو سازمانی.....	۲۳
ویژگی‌های جو سازمانی.....	۲۴
تفاوت جو سازمانی با فرهنگ سازمانی.....	۲۵
سوالات پایان فصل.....	۲۸
منابع و مآخذ فصل.....	۲۹

فصل دوم: ابعاد و مدل‌های جو سازمانی

مقدمه.....	۳۳
شکل‌گیری جو سازمانی.....	۳۳
رویکرد ساختاری.....	۳۳
رویکرد ادراکی.....	۳۴
رویکرد تعاملی.....	۳۴
رویکرد فرهنگی.....	۳۴
عوامل تسهیل‌کننده و بازدارنده جو سازمانی.....	۳۴
عوامل تسهیل‌کننده.....	۳۴

۳۷.....	عوامل تهدیدکننده.....
۳۸.....	ابعاد جو سازمانی.....
۵۱.....	مدل‌های جو سازمانی.....
۵۱.....	مدل جو سازمانی هالپین و کرافت.....
۵۳.....	مدل جو سازمانی هووی و سیبو.....
۵۴.....	مدل جو سازمانی لیتون و استرینجر.....
۵۵.....	مدل جو سازمانی ساسمن و دیپ.....
۵۵.....	سوالات پایان فصل.....
۵۶.....	منابع و مآخذ فصل.....

فصل سوم: انواع جو سازمانی

۵۹.....	مقدمه.....
۵۹.....	انواع جو سازمانی بر اساس تغییر.....
۶۰.....	فضای گروهی.....
۶۰.....	فضای انتزاعی.....
۶۱.....	فضای منطقی.....
۶۱.....	فضای توسعه‌ای.....
۶۲.....	شاخص‌های جو سالم سازمانی.....
۶۲.....	جو سازمانی خلاق.....
۶۴.....	آزادی.....
۶۴.....	پشتیبانی.....
۶۶.....	اعتماد.....
۶۷.....	تعامل.....
۶۸.....	جو سازمانی نوآورانه.....
۶۹.....	جو سازمانی مدرسه.....
۶۹.....	ماهیت جو سازمانی مدرسه.....
۷۰.....	تعریف جو سازمانی مدرسه.....
۷۱.....	ابعاد جو سازمانی مدرسه.....
۷۱.....	رفتار مدیر.....
۷۱.....	رفتار معلمان.....
۷۲.....	مراحل بهبود جو مدرسه.....
۷۲.....	عوامل اثرگذار بر جو سازمانی مدرسه.....
۷۴.....	جو سازمانی بیمارستان.....

۷۴.....	جو سازمانی پرستاران.....
۷۵.....	ابعاد جو سازمانی از دیدگاه پرستاران.....
۷۶.....	عوامل تأثیر گذار مثبت بر دیدگاه پرستاران نسبت به جو سازمانی.....
۷۷.....	عوامل تأثیر گذار منفی بر دیدگاه پرستاران نسبت به جو سازمانی.....
۷۸.....	سوالات پایان فصل.....
۷۸.....	منابع و مآخذ فصل.....

فصل چهارم: جو اخلاقی سازمانی

۸۱.....	مقدمه.....
۸۱.....	فضای اخلاقی سازمانی.....
۸۲.....	ماهیت جو اخلاقی سازمانی.....
۸۳.....	اهمیت جو اخلاقی سازمانی.....
۸۳.....	تعریف جو اخلاقی سازمانی.....
۸۵.....	انواع جو اخلاقی سازمانی.....
۸۶.....	علاقه‌مندی فردی.....
۸۶.....	علاقه‌مندی سازمانی.....
۸۶.....	کارایی.....
۸۶.....	دوستی.....
۸۶.....	روحیه کار گروهی.....
۸۶.....	مسئولیت اجتماعی.....
۸۶.....	معنویات فردی.....
۸۶.....	قوانین و رویه‌های سازمان.....
۸۷.....	قوانین و اصول حرفه‌ای.....
۸۷.....	ابعاد جو اخلاقی.....
۹۲.....	ابعاد جو اخلاقی کار فروشندگان.....
۹۲.....	پاسخگویی / اعتماد.....
۹۲.....	هتجارهای اخلاقی.....
۹۲.....	رفتار همکاران (سایر فروشندگان).....
۹۲.....	فعالیت‌های فروش.....
۹۳.....	وضعیت ابعاد جو اخلاقی در بین کارکنان.....
۹۴.....	خصوصیات دموگرافیک و ابعاد جو اخلاقی در بین کارکنان.....
۹۵.....	پیشایندهای جو اخلاقی.....
۹۶.....	پیامدهای جو اخلاقی.....

۹۷		سکوت سازمانی
۱۰۰		بهبودی سازمانی
۱۰۲		درگیری شغلی
۱۰۳		رضایت شغلی
۱۰۵		تعهد سازمانی
۱۰۸		تمایل به ترک خدمت
۱۱۱		موفقیت سازمانی
۱۱۱		استرس شغلی
۱۱۳		سوالات پایان فصل
۱۱۳		منابع و مآخذ فصل

فصل پنجم: پیشایندهای جو سازمانی

۱۱۹		مقدمه
۱۱۹		پیشایندهای جو سازمانی
۱۲۴		پیشایندهای فردی
۱۲۴		ویژگی‌های شخصیتی
۱۲۶		پیشایندهای مدیریتی
۱۲۶		سبک رهبری
۱۲۸		مهارت‌های مدیریتی
۱۲۹		هوش عاطفی مدیران
۱۳۰		منابع قدرت مدیران
۱۳۰		قدرت قانونی مدیران
۱۳۱		قدرت پاداشی مدیران
۱۳۱		قدرت تخصصی مدیران
۱۳۱		قدرت اجباری مدیران
۱۳۲		قدرت مرجعیتی مدیران
۱۳۲		پیشایندهای سازمانی
۱۳۲		اندازه سازمان
۱۳۲		جایگاه شغلی
۱۳۳		محیط خارجی سازمان
۱۳۳		مدیریت دانش
۱۳۴		سوالات پایان فصل
۱۳۵		منابع و مآخذ فصل

فصل ششم: پیامدهای فردی جو سازمانی

۱۳۷	 مقدمه
۱۳۷	 بهزیستی روانشناختی
۱۳۸	 شادمانی و سرزندگی کارکنان
۱۳۹	 هوش عاطفی
۱۴۰	 خلاقیت کارکنان
۱۴۲	 روحیه کارکنان
۱۴۶	 خودکارآمدی
۱۴۶	 سلامت روان
۱۴۸	 سوالات پایان فصل
۱۴۸	 منابع و مآخذ فصل

فصل هفتم: پیامدهای شغلی جو سازمانی

۱۵۱	 مقدمه
۱۵۱	 رضایت شغلی
۱۵۳	 فرسودگی شغلی
۱۵۶	 کیفیت زندگی کاری
۱۵۷	 تعهد سازمانی
۱۵۹	 رفتار شهروندی سازمانی
۱۶۵	 رفتار اخلاقی
۱۷۱	 سوالات پایان فصل
۱۷۱	 منابع و مآخذ فصل

فصل هشتم: پیامدهای سازمانی جو سازمانی

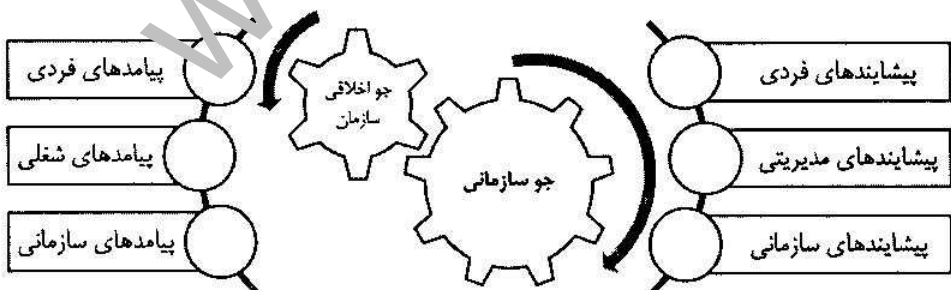
۱۷۵	 مقدمه
۱۷۵	 اثربخشی مدیران
۱۷۷	 مشارکت کارکنان
۱۷۹	 بُعد صمیمیت
۱۸۰	 بُعد روحیه همکاری
۱۸۰	 بُعد مزاحمت سازمانی
۱۸۰	 بُعد بی‌علاقگی
۱۸۰	 بُعد حمایت سازمانی

۱۸۰		بُعد کناره گیری
۱۸۱		بُعد نفوذ مدیریتی
۱۸۱		بُعد سرپرستی
۱۸۱		سرمایه اجتماعی
۱۸۲		بُعد ساختاری
۱۸۲		بُعد شناختی
۱۸۳		بُعد رابطه ای
۱۸۴		مدیریت تعارض
۱۸۵		مباحث مرتبط با نوآوری
۱۸۵		نوآوری
۱۹۰		فرهنگ نوآوری
۱۹۵		پذیرش نوآوری
۱۹۷		عملکرد سازمانی
۱۹۸		یادگیری سازمانی
۱۹۹		کیفیت سرمایه انسانی
۲۰۱		انتشار فناوری اطلاعات
۲۰۴		بهره‌وری
۲۰۷		سوالات پایان فصل
۲۰۷		منابع و مآخذ فصل

فصل نهم: پیوست‌ها

۲۱۳		مقدمه
۲۱۳		پیوست شماره ۱: پرسشنامه جو سازمانی نوآورانه
۲۱۵		پیوست شماره ۲: پرسشنامه توصیف جو سازمانی - مدرسه
۲۱۶		پیوست شماره ۳: پرسشنامه جو اخلاقی
۲۱۸		پیوست شماره ۴: پرسشنامه جو سازمانی کویز و دی کوتیز (۱۹۹۱)
۲۱۹		پیوست شماره ۵: پرسشنامه جو سازمانی هاپین و کرافت (۲۰۰۰)
۲۲۱		منابع و مآخذ فصل
۲۲۳		منابع و مآخذ

هنگامی که از جو صحبت می‌شود، افراد عادی تصویری از جو زمین که همچون هاله‌ای تمام وجوه زندگی آنها را احاطه کرده است، به یاد می‌آورند. در گفتگوهای روزانه در سازمانها و نهادها، واژه‌های جو متشنج، جو مسموم، جو ناآرام و ... بارها به کار برده می‌شود. حال این که کمتر به مفاهیم علمی آن توجه می‌شود و روش‌های شناخت آن نیز کمتر مورد تحقیق قرار می‌گیرد. از نظر لغوی جو عبارت است از اطراف و یا آنچه که بر چیز دیگری احاطه دارد. جو سازمانی یک موضوع ملموس و عینی در سازمان نیست. بدین لحاظ بعضی از صاحب نظران در پاسخ به این سؤال که آیا سازمانها دارای جو هستند؟ پاسخ منفی می‌دهند. در مقابل عده‌ای دیگر بر این باورند که آنچه شخصیت و فردیت سازمان را مشخص می‌کند، اتمسفر یا جو سازمانی است. جو سازمانی را با استفاده از نشانه‌های عینی موجود در سازمان می‌توان شناخت. یکی از شاخص‌های قابل بررسی در ارتباط با جو سازمانی، الفت و محبتی است که افراد به یکدیگر و به سازمان (محیط کار خود) دارند. در گستره واقعیت‌ها، روزمره زندگی، این امر قابل اثبات است که آدمی تا به چیزی دلبستگی نداشته باشد، هرگز در جهت رسیدن به آن تلاش نخواهد کرد. از سوی دیگر باید در نظر داشت که مقوله محبت در بستر ایدئولوژی‌ها و فرهنگ‌ها، معنای خاص را یافته و جلوه ویژه‌ای دارد. طبیعی است که، ماهیت ارتباط در فرهنگ دینی، رابطه‌ای زایشی با ارزش‌های برخاسته از ارزش قادر مطلق برای هستی دارد. همچنین یکی دیگر از مواردی که در خصوص جو سازمانی بایست مدنظر قرار گیرد مفهوم فرهنگ سازمانی است که رابطه تنگاتنگی با آن دارد. این کتاب که با عنوان مدیریت جو، زمان تهیه و تنظیم گردیده است سعی دارد با رویکردی جامع به بررسی چگونگی مدیریت جو در سازمان بپردازد. راسخ مولفین با بررسی ادبیات و مطالعات پژوهشی صورت گرفته با محوریت موضوع موصوف، ابتدا با تدبیر مدلی ترکیبی مطابق نگاره زیر پرداختند. همانطور که در مدل زیر مشاهده می‌گردد مدیریت جو در سازمان، از سه بخش تشکیل می‌شود.



در بخش اول مشتمل بر بررسی مفهوم جو سازمانی و بالخصوص جو اخلاقی سازمان در نظر گرفته شد. بخش دوم، پیشایندهای جو سازمانی با سه محوریت پیشایندهای فردی؛ پیشایندهای مدیریتی و پیشایندهای سازمانی مورد توجه قرار گرفت و در نهایت در بخش سوم نیز بر پیامدهای جو سازمانی متشکل از پیامدهای فردی؛ پیامدهای شغلی؛ پیامدهای سازمانی تاکید گردید. شایان ذکر است که ساختار بندی کتاب حاضر مطابق با مدل موصوف طرحریزی گردید. به گونه‌ای که ساختار کتاب به شرح زیر احصا گردید.

(۱) مطابق با بخش اول مدل ترکیبی:

- فصل اول: مفاهیم و تعاریف جو سازمانی؛
- فصل دوم: ابعاد و مدل‌های جو سازمانی؛
- فصل سوم: انواع جو سازمانی؛
- فصل چهارم: جو اخلاقی سازمانی؛

(۲) مطابق با بخش دوم مدل ترکیبی:

- فصل پنجم: پیشایندهای جو سازمانی؛

(۳) مطابق با بخش سوم مدل ترکیبی:

- فصل ششم: پیامدهای فردی جو سازمانی؛
- فصل هفتم: پیامدهای شغلی جو سازمانی؛
- فصل هشتم: پیامدهای سازمانی جو سازمانی؛

از سویی سعی گردید تا در فصل نهم کتاب، پنج پرسشنامه با جو، جو اخلاقی، جو سازمانی مشتمل بر پرسشنامه جو سازمانی نوآورانه؛ پرسشنامه توصیف جو سازمانی - مدرسه؛ پرسشنامه جو اخلاقی؛ پرسشنامه جو سازمانی کوپز و دی کوتیز؛ پرسشنامه جو سازمانی هاین و کرافت ارائه گردد. همچنین در پایان هر فصل نیز متناسب با محتوای فصل، سوالاتی مباحثه‌ای و تحلیلی در نظر گرفته شد. در پایان از تمامی صاحب نظران، اساتید و دانشجویان عزیز خواستاریم که در راستای هر چه بهتر شدن این مجموعه نظرات خود را به ایمیل ja.faghihi@ut.ac.ir ارسال نمایند.

دکتر قاسم رمضانپور نرگسی

دکتر جواد ققیه‌پور

آیدین بنازاده

تابستان ۱۳۹۶