

۱۹۰۴۸۲۸

مدیریت رفتار سازمانی

نویسنده:

دکتر سعید صحت

(دانشیار دانشگاه علامه طباطبائی)

مهدی یشیرپور

www.ketab.ir

سرشناسه	صحت، سعید، ۱۳۵۰
عنوان و نام‌پدیدآور	مدیریت رفتار سازمانی / سعید صحت، مهدی بشیرپور.
مشخصات نشر	تهران: فوژان، ۱۳۹۷
مشخصات ظاهری	۲۱۶ ص.
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۸۹۹۰-۰۸-۶
وضعیت فهرست‌نویسی	فیا
موضوع	رفتار سازمانی -- مدیریت
موضوع	Organizational behavior -- Management
شناسه افزوده	بشیرپور، مهدی، ۱۳۷۲
زده‌بندی کنگره	۱۳۹۷ م ۴ ص ۳ HD۵۸/۷
زده‌بندی دیوبی	۶۵۸/۴
شماره کتابشناسی ملی	۵۲۱۰۹۰۹



نشر فوژان

مدیریت رفتار سازمانی

مهدی صحت - مهدی بشیرپور

شمارگان: ۵۰۰ جلد

نوبت چاپ: اول (۱۳۹۷)

اجرای جلد: شریعتی

حروفچینی و صفحه‌آرایی: اعظم فتحی

چاپ / صحافی: سپهر / کیمیا

تمامی حقوق این اثر محفوظ است. تکثیر یا تولید مجدد آن به طور کلی و جزئی (چاپ، فتوکپی، فایل صوتی، تست‌سازی و انتشار الکترونیکی...) بدون اجازه مکتوب ناشر ممنوع بوده و پیگرد قانونی دارد.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۹۹۰-۰۸-۶

قیمت: ۲۰۰۰۰ تومان

مرکز پخش: نشر فوژان

تهران، م انقلاب، خ لبافی‌نژاد، بین اردیبهشت و کارگر، کوچه درخشان، پ ۲ واحد ۲.

تلفن: ۰۹۱۲۶۸۶۰۹۲۳-۶۶۴۰۸۵۰۱-۶۶۴۹۰۲۰۹

WWW.FOZHANPUB.IR

Email: fozhan.pub@yahoo.com

بسم الله الرحمن الرحيم

فهرست

عنوان

صفحه

مقدمه	۱۵
فصل اول: اهمیت رفتار سازمانی	۱۷
۱-۱) اهمیت مطالعه رفتار سازمانی	۱۷
۲-۱) اهمیت مطالعه مدیریت رفتار سازمانی	۱۹
۳-۱) مهارت‌های مدیران	۲۱
۴-۱) مدیریت سرمایه انسانی	۲۲
۵-۱) علوم اجتماعی و مبانی علمی شکل‌گیری رفتار سازمانی	۲۴
۶-۱) فرآیند مطالعه رفتار سازمانی	۲۴
۷-۱) چالش‌ها و فرصت‌ها	۲۵
۸-۱) اخلاق حرفه‌ای بین‌المللی	۲۶
۹-۱) سطوح مطالعه رفتار سازمانی	۲۷
فصل دوم: تنوع و تفاوت‌های فردی	۲۹
۱-۲) تنوع در رفتارهای سازمانی	۲۹
۱-۱-۲) سطوح تنوع در رفتارهای سازمانی: دو نوع تنوع، اسلیم وجود دارد	۲۹
۱-۱-۲) تنوع سن / تفاوت نسل‌ها	۳۰
۲-۱-۲) تفاوت‌های قومیتی	۳۱
۳-۱-۲) تفاوت‌های جنسیتی	۳۱
۵-۱-۲) تفاوت‌های مهارتی	۳۲
۶-۱-۲) تفاوت در تحصیلات / آموزش / آگاهی	۳۲
۲-۲) اهمیت توجه به تفاوت‌های فردی	۳۳
۳-۲) منشأ تفاوت‌ها (محیط - شخصیت)	۳۴
۴-۲) شاخص‌های مایرو بریگز	۳۴
۱-۴-۲) مؤلفه‌ها و عوامل دخیل در مدل مایرو بریگز	۳۴
۲-۴-۲) ۱۶ تیپ شخصیتی بر اساس مدل مایرو بریگز	۳۵

۳۹	۵-۲) مدل ۵ عاملی
۴۰	۶-۲) عوامل ایجاد کننده صفات شخصیتی متفاوت
۴۳	فصل سوم: احساسات و نگرش ها و استرس
۴۳	۱-۳) نقش احساسات در رفتار سازمانی
۴۴	۲-۳) احساسات در محیط کار
۴۴	۱-۲-۳) واگرایی احساسی
۴۴	۲-۲-۳) نیروی کار احساسی
۴۴	۳-۱-۳) هوش احساسی (هوش هیجانی)
۴۵	۳-۳) نگرش ها و رفتارها
۴۵	۱-۳-۳) نحوه نگرش ها خلق می شوند
۴۶	۳-۳-۳) انانند ری های شناختی
۴۷	۴-۳) نگرش های متداول در محیط های کاری - سازمانی
۴۷	۵-۳) استرس و اضطراب در محیط کار
۴۸	۱-۵-۳) عوامل ایجاد استرس و اضطراب
۴۹	۲-۵-۳) مدیریت استرس
۴۹	۳-۵-۳) برنامه های بهبود استرس
۵۱	فصل چهارم: ادراک و یادگیری
۵۱	۱-۴) ادراک: تفسیر محیط خارجی
۵۱	۲-۴) اجرای فرآیند ادراک
۵۲	۱-۲-۴) ادراک کننده
۵۲	۲-۲-۴) محیط
۵۲	۳-۲-۴) کانون تمرکز ادراکی
۵۳	۴-۲-۴) اهمیت ادراک
۵۳	۳-۴) خطاهای ادراکی
۵۴	۴-۴) خطاهای نگرشی متداول
۵۵	۵-۴) دیدگاه نگرش درباره فرآیند یادگیری
۵۶	۱-۵-۴) شرطی سازی کلاسیک
۵۶	۲-۵-۴) نظریه شرطی سازی فعال
۵۶	۳-۵-۴) نظریه تقویت

- ۵۷ ۴-۵-۳-۱) تقویت مثبت و تقویت منفی
- ۵۷ ۴-۵-۳-۲) تنبیه
- ۵۷ ۴-۵-۳-۳) خاموشی
- ۵۷ ۴-۶-۱) فرآیند یادگیری: دیدگاه شناختی
- ۵۸ ۴-۶-۱) مدل سه بخشی رفتار

فصل پنجم: انگیزش: مفاهیم و دیدگاه‌های نظری

- ۵۹ ۵-۱-۱) فرآیند انگیزش
- ۶۲ ۵-۲-۱) نظریه‌های حوزه نیازها
- ۶۲ ۵-۱-۱-۱) هرم نیازهای مازلو
- ۶۳ ۵-۲-۲) نظریه Expectancy
- ۶۴ ۵-۲-۳) نظریه دو عاملی هرزبرگ
- ۶۵ ۵-۲-۴) نظریه سه عاملی مک‌کلند
- ۶۶ ۵-۲-۵) پول به عنوان عامل انگیزش
- ۶۷ ۵-۳-۳) نظریه برابری
- ۶۸ ۵-۳-۱) عدالت سازمانی
- ۶۹ ۵-۴-۴) نظریه هدف‌گذاری
- ۶۹ ۵-۴-۱) هدف‌های خاص
- ۶۹ ۵-۴-۲) هدف‌های سخت
- ۷۰ ۵-۴-۳) پذیرش و حمایت از هدف (تعهد به اهداف)
- ۷۰ ۵-۴-۴) بازخورد
- ۷۰ ۵-۵) نظریه انتظارات

فصل ششم: مبانی انگیزش و انگیزش در عمل

- ۷۳ ۶-۱-۱) انگیزش طبیعی
- ۷۴ ۶-۲-۱) انواع پاداش‌های خارجی
- ۷۴ ۶-۲-۱-۱) درآمدهای مبتنی بر جایگاه
- ۷۵ ۶-۲-۲) درآمدهای مبتنی بر محتوای شغلی
- ۷۵ ۶-۲-۳) درآمدهای مبتنی بر مهارت‌ها
- ۷۵ ۶-۲-۴) درآمدهای مبتنی بر کارایی فرد
- ۷۶ ۶-۲-۵) درآمدهای مبتنی بر جایگاه تیمی - سازمانی

۷۶	۳-۶) انگیزش از طریق طراحی شغل
۷۸	۴-۶) توانمندسازی روانشناسانه
۷۹	۵-۶) برنامه‌های شغلی غیر سنتی
۸۱	فصل هفتم: مفهوم تیم‌ها
۸۱	۱-۷) تیم‌ها و تیم‌کاری در سازمان‌ها
۸۲	۱-۱-۷) مقایسه تیم‌ها و گروه‌ها
۸۳	۲-۱-۷) اثر بخشی تیم‌ها
۸۳	۲-۷) انواع تیم‌ها
۸۳	انواع تیم‌ها
۸۴	۳-۷) مدل اثربشی تیم‌ها در سازمان
۸۴	۳-۷) ترکیب تیم‌ها
۸۶	۲-۳-۷) انسجام و یکپارچگی در تیم‌ها
۸۶	۳-۳-۷) هم‌افزایی و فرآیند خلق ارزش
۸۷	۱-۵-۷) انواع تصمیم‌سازی، تیم
۸۹	فصل هشتم: تصمیم‌سازی و اخلاق حرفه‌ای
۸۹	۱-۸) تصمیم‌سازی و حل مسئله
۹۰	۲-۸) مدل عقلانی حل مسئله
۹۰	۱-۲-۸) تعریف مسئله
۹۰	۲-۲-۸) مشخص کردن قلمرو و تصمیم‌گیری
۹۰	۳-۲-۸) خلق گزینه‌های تصمیم‌گیری چندگانه
۹۱	۴-۲-۸) رتبه‌بندی و اولویت‌دهی به گزینه‌های تصمیمی
۹۱	۵-۲-۸) انتخاب، نهادینه‌سازی و ارزیابی بهترین گزینه
۹۱	۳-۸) تصمیم‌سازی در دنیای واقعی
۹۲	۱-۳-۸) عقلانیت محدود
۹۲	۲-۳-۸) تصمیمات رضایت بخش
۹۳	۳-۳-۸) درک ناآگاهانه
۹۴	۴-۳-۸) خطاها و انحرافات
۹۵	۴-۸) تصمیم‌سازی حرفه‌ای در سازمان
۹۶	۵-۸) دیدگاه‌های موجود درباره تصمیم‌سازی حرفه‌ای

۹۹	فصل نهم: خلاقیت و نوآوری
۹۹	۱-۹ خلاقیت و نوآوری بین افراد / تیم‌ها در سازمان
۹۹	۲-۹ سه جزء خلاقیت
۱۰۰	۱-۲-۹ مهارت‌ها و تجارب مرتبط
۱۰۰	۲-۲-۹ فرایند خلاقیت همگون
۱۰۱	۳-۲-۹ انگیزش شخصی و خارجی
۱۰۱	۳-۹ پشتیبانی برای خلاقیت در سازمان‌ها
۱۰۲	۴-۹ (۱) ظرفیت خلاقیت در برابر (مقایسه با) خلاقیت در عمل
۱۰۲	۴-۳-۹ سه نوع پشتیبانی از خلاقیت
۱۰۲	۴-۲-۳-۹ پشتیبانی سازمان از خلاقیت
۱۰۳	۴-۳-۹ (۲) پشتیبانی سرپرستانه از خلاقیت
۱۰۳	۴-۳-۹ (۳) کار گروهی در جهت پشتیبانی از خلاقیت
۱۰۳	۴-۹ فرایند نوآوری
۱۰۳	۴-۴-۹ تحقیق
۱۰۴	۴-۴-۹ توسعه
۱۰۴	۴-۴-۹ بازاریابی و مدیریت
۱۰۵	۵-۹ انواع نوآوری‌ها در سازمان‌ها
۱۰۷	فصل دهم: مذاکره و تعارض
۱۰۷	۱-۱۰ تعارض در تیم‌ها و سازمان
۱۰۷	۱-۱-۱۰ تعارض عملیاتی و غیرعملیاتی در سازمان
۱۰۷	۲-۱-۱۰ انواع تعارض
۱۰۸	۳-۱-۱۰ فرایند تعارض
۱۰۹	۱۰-۲ استراتژی‌های مدیریت تعارض
۱۱۰	۱۰-۳ اعتماد در سازمانها
۱۱۰	۱۰-۳-۱ انواع اعتماد
۱۱۱	۱۰-۳-۲ نتایج اعتماد
۱۱۱	۱۰-۴ مذاکرات و حل تعارض
۱۱۱	۱۰-۴-۱ آمادگی برای مذاکره
۱۱۱	۱۰-۴-۲ شکل‌دهی به انتظارات
۱۱۲	۱۰-۴-۳ فراهم‌سازی مدارک و دلایل پشتیبانی‌کننده

- ۱۱۲ مذاکره معامله (۱۰-۴-۴)
- ۱۱۲ توافق و تدوین قرارداد (۱۰-۴-۵)
- ۱۱۲ کاهش تعارض (بوسیله شخص ثالث) (۱۰-۴-۶)
- ۱۱۳ دیدگاه‌های مرتبط با چانه‌زنی (۱۰-۵)
- ۱۱۴ استراتژی‌های چانه‌زنی یکپارچه (تمرکز) (۱۰-۵-۱)
- ۱۱۴ سایر استراتژی‌های مذاکره (۱۰-۵-۲)
- ۱۱۵ فصل یازدهم: رهبری سازمانی
- ۱۱۵ ۱-۱ رهبری
- ۱۱۵ ۱۱-۲ رهبری رسمی و غیر رسمی
- ۱۱۶ ۱۱-۲-۱ رهبری مدیریت
- ۱۱۶ ۱۱-۳ اشکال بنیادی رهبری در سازمان
- ۱۱۷ ۱۱-۴ دیدگاه‌های نوین نسبت به رهبری
- ۱۱۷ ۱۱-۴-۱ ویژگی‌های بنیادین رهبرانی که در باره دیدگاه‌های رهبری
- ۱۱۸ ۱۱-۴-۲ دیدگاه‌های رفتاری نسبت به رهبری
- ۱۱۸ ۱۱-۴-۲-۱ مطالعات دانشگاه‌ها و هیات
- ۱۱۸ ۱۱-۴-۲-۲ مطالعات دانشگاه‌های دیگر
- ۱۱۹ ۱۱-۴-۲-۳ شبکه رهبری بلاتر و مونت
- ۱۱۹ ۱۱-۴-۲-۴ رهبری اقتضایی
- ۱۱۹ ۱۱-۴-۲-۵ نظریه هرسی و بلانچارد
- ۱۲۰ ۱۱-۴-۲ نظریه مسیر-هدف
- ۱۲۱ ۱۱-۵ دیدگاه‌های نوین رهبری
- ۱۲۲ ۱۱-۵-۱ رهبری تعاملی
- ۱۲۴ ۱۱-۵-۲ رهبری تبادل
- ۱۲۴ ۱۱-۵-۳ رهبری کاریزماتیک
- ۱۲۵ ۱۱-۵-۴ رهبری پیرو-محور
- ۱۲۵ ۱۱-۶ دیدگاه‌های توزیع قدرت رهبری
- ۱۲۵ ۱۱-۶-۱ رهبری قدرت‌مدار
- ۱۲۶ ۱۱-۶-۲ رهبری مشارکتی
- ۱۲۶ ۱۱-۶-۳ رهبری فردی/شخصی
- ۱۲۷ ۱۱-۷ دیدگاه‌های رهبری ارزش‌مدار

- ۱۲۸ رهبری قابل اعتماد (۱۱-۷-۱)
 ۱۲۸ رهبری معنوی (۱۱-۷-۲)
 ۱۲۸ رهبری خدمتگزار (۱۱-۷-۳)
 ۱۳۰ رهبری و جنسیت (۱۱-۸)

فصل دوازدهم: تاثیرگذاری و قدرت ۱۳۳

- ۱۳۳ تعریف قدرت (۱-۱۲)
 ۱۳۳ ابعاد بنیادی قدرت (۲-۱۲)
 ۱۳۴ قدرت سازمانی (۱-۲-۱)
 ۱۳۴ قدرت شخصی (۱۲-۱-۲)
 ۱۳۴ قدرت و تاثیرات تاکتیک‌های تاثیر بر دیگران (۳-۱۲)
 ۱۳۶ نتایج تاکتیک‌های تاثیرگذاری (۱۲-۴)
 ۱۳۷ سیاست‌های سازمانی (۱۲-۵)
 ۱۳۷ عوامل سازمانی (۱۲-۵-۱)
 ۱۳۸ عوامل فردی (۱۲-۵-۲)
 ۱۳۸ نتایج اجتماعی رفتارهای اساسی مدارا (۱۲-۵-۳)

فصل سیزدهم: ارتباطات اثر بخش ۱۳۹

- ۱۳۹ نقش ارتباطات اثر بخش بر تاثیرگذاری (۱۳-۱)
 ۱۳۹ انواع کانال‌های ارتباطی (۱۳-۲)
 ۱۴۰ مزایا و معایب ارتباطات الکترونیکی (۱۳-۲-۱)
 ۱۴۰ مزایا و معایب ارتباطات غیر کلامی (۱۳-۲-۲)
 ۱۴۱ موانع ارتباطی (۱۳-۳)
 ۱۴۱ گوش دادن فعال (۱۳-۳-۱)
 ۱۴۲ برقراری ارتباطات در سازمان (۱۳-۴)
 ۱۴۳ ارتباطات میان فرهنگی (۱۳-۵)
 ۱۴۳ فرهنگ‌های قوی و فرهنگ‌های ضعیف (۱۳-۵-۱)
 ۱۴۴ بسترهای اجتماعی (۱۳-۵-۲)

فصل چهاردهم: فرهنگ سازمانی ۱۴۵

- ۱۴۵ ویژگی‌های فرهنگ سازمانی (۱۴-۱)

۱۴۵	۱-۱-۱) اجرای فرهنگ سازمانی
۱۴۵	۱-۱-۲) چارچوبی برای ارزش‌های رقابتی
۱۴۶	۱-۱-۳) نقش خرده فرهنگ‌ها
۱۴۶	۱-۱-۴) فرهنگ‌های قوی/فرهنگ‌های ضعیف
۱۴۷	۲-۱) مصنوعات فرهنگ سازمانی
۱۴۷	۳-۱) عملگرها و عوامل موثر بر فرهنگ سازمانی
۱۴۸	۳-۱-۱) تطابق خارجی
۱۴۸	۳-۱-۲) یکپارچگی درونی
۱۴۸	۳-۱-۳) ظرفیت‌های فرهنگی
۱۴۹	۳-۱-۴) انواع فرهنگ‌های سازمانی
۱۴۹	۴-۱-۱) فرهنگ سازمانی مثبت
۱۴۹	۴-۱-۲) فرهنگ همگانی
۱۵۰	۴-۱-۳) فرهنگ بار پاره
۱۵۰	۴-۱-۴) فرهنگ ادی رابانه
۱۵۰	۴-۱-۵) فرهنگ سبزه
۱۵۰	۴-۱-۶) فرهنگ اخلاق مدرن
۱۵۰	۴-۱-۷) فرهنگ روحانی
۱۵۰	۵-۱) شکل‌دهی به فرهنگ سازمانی
۱۵۱	۵-۱-۱) تأثیرگذاری بر مدیران ارشد
۱۵۱	۵-۱-۲) آموزش‌های انتخابی
۱۵۱	۵-۱-۳) روش‌های اجتماعی سازی
۱۵۲	۵-۱-۴) مدل ملدن برای اجتماعی سازی سازمانی
۱۵۳	فصل پانزدهم: استراتژی سازمانی
۱۵۳	۱-۱۵) مقدمه ای بر استراتژی سازمان
۱۵۵	۲-۱۵) فرآیند برنامه‌ریزی استراتژیک
۱۵۵	۳-۱۵) سطوح استراتژی
۱۵۶	۱-۳-۱۵) استراتژی سطح سازمان
۱۵۶	۲-۳-۱۵) استراتژی سطح کسب و کار
۱۵۶	۳-۳-۱۵) استراتژی وظیفه‌ای
۱۵۶	۴-۳-۱۵) مزیت رقابتی

- ۱۵-۴) انواع استراتژی‌ها ۱۵۷
- ۱۵-۴-۱) استراتژی تدافعی ۱۵۷
- ۱۵-۴-۲) استراتژی آینده‌نگر ۱۵۷
- ۱۵-۴-۳) استراتژی تحلیل‌گر ۱۵۸
- ۱۵-۴-۴) استراتژی انفعالی ۱۵۸
- ۱۵-۵) یادگیری سازمانی به عنوان یک فرآیند استراتژیک ۱۵۸
- ۱۵-۵-۱) کسب دانش سازمانی ۱۵۹
- ۱۵-۵-۲) توزیع دانش ۱۵۹
- ۱۵-۵-۳) حفظ دانش ۱۶۰
- ۱۵-۵-۴) زمانی سازی ۱۶۰
- ۱۵-۵-۵) فرصت‌ها و چالش‌ها ۱۶۱
- ۱۵-۵-۶) پذیرش آموزش‌های سازمانی از طریق فرهنگ ۱۶۲
- ۱۵-۵-۷) ابعاد برهنگی‌ها ۱۶۳
- ۱۵-۶) یکپارچگی چهار مستندات پذیری منطقه‌ای ۱۶۵
- ۱۵-۶-۱) رهبری از طریق فرهنگ‌های مختلف ۱۶۶
- ۱۵-۶-۲) مأموریت‌های بین‌سنتی و توسعه مسیر شغلی ۱۶۷
- ۱۵-۶-۳) شوک فرهنگی و پذیرش فرهنگی ۱۶۸
- ۱۵-۶-۴) مراحل پذیرش و تطابق فرهنگی ۱۶۸
- ۱۵-۶-۵) شکست‌های موقت ۱۶۹
- ۱۵-۶-۶) مزایا و هزینه‌های مأموریت بین‌المللی ۱۶۹

- فصل شانزدهم: مدیریت تغییرات سازمانی ۱۷۱
- فرآیند تغییرات در سازمان ۱۷۱
- ۱۶-۱) مدل بنیادی تغییرات لوین ۱۷۲
- ۱۶-۱-۱) خروج از انجماد ۱۷۲
- ۱۶-۱-۲) تبدیل شدن ۱۷۳
- ۱۶-۱-۳) انجماد مجدد ۱۷۳
- ۱۶-۲) مدل نیروهای موثر لوین ۱۷۳
- ۱۶-۲-۱) عوامل موثر بر تغییر ۱۷۴
- ۱۶-۲-۲) نیروهای خارجی ایجادکننده تغییر ۱۷۴
- ۱۶-۲-۳) ویژگی‌های جمعیت‌شناختی ۱۷۴

- ۱۶-۲-۴) پیشرفت‌های تکنولوژیکی ۱۷۵
- ۱۶-۲-۵) تغییرات مشتریان و بازار ۱۷۵
- ۱۶-۲-۶) فشارهای سیاسی و اجتماعی ۱۷۶
- ۱۶-۲-۷) نیروهای داخلی ایجادکننده تغییر ۱۷۶
- ۱۶-۳) تغییر مدیریت ۱۷۶
- ۱۶-۳-۱) بازسازی سازمانی ۱۷۶
- ۱۶-۳-۲) کارآفرینی ۱۷۷
- ۱۶-۳-۳) مقاومت در برابر تغییر ۱۷۷
- ۱۶-۴) منابع شخصی مقاومت در برابر تغییر ۱۷۷
- ۱۶-۱-۱) ترس از ناشناخته‌ها ۱۷۸
- ۱۶-۴-۲) ترس از گزینشی ۱۷۸
- ۱۶-۴-۱) فقدان اطلاعات ۱۷۸
- ۱۶-۴-۴) خستگی از آغازکنندگان تغییر ۱۷۸
- ۱۶-۴-۵) عادت ۱۷۸
- ۱۶-۵) تابع سازمانی مقاومت در برابر تغییر ۱۷۹
- ۱۶-۵-۱) فرهنگ سازمانی ۱۷۹
- ۱۶-۵-۲) ثبات ساختاری ۱۷۹
- ۱۶-۵-۳) حفظ قدرت ۱۷۹
- ۱۶-۵-۴) هنجارهای گروهی ۱۸۰
- ۱۶-۵-۵) کاهش مقاومت در برابر تغییر ۱۸۰
- ۱۶-۵-۶) آموزش و ارتباطات ۱۸۰
- ۱۶-۵-۷) مشارکت ۱۸۱
- ۱۶-۵-۸) مذاکره ۱۸۱
- ۱۶-۵-۹) دستکاری ۱۸۲
- ۱۶-۵-۱۰) اجبار ۱۸۲
- ۱۶-۵-۱۱) توسعه سازمانی ۱۸۲
- ۱۶-۶) انواع مداخلات جهت تغییرات در سازمان ۱۸۳
- ۱۶-۶-۱) مداخلات ساختاری ۱۸۴
- ۱۶-۶-۲) مداخلات تکنولوژی ۱۸۵
- ۱۶-۶-۳) طراحی مجدد سیستم‌های فنی-اجتماعی ۱۸۵
- ۱۶-۶-۴) مداخلات در کیفیت زندگی کاری ۱۸۶

۱۸۶	مداخلات متمرکز بر افراد	۵-۶-۱۶
۱۸۹	فصل هفدهم: ساختار سازمانی	
۱۸۹	۱-۱۷) ساختار سازمانی	
۱۹۱	۲-۱۷) مفاهیم پایه‌ای سازماندهی	
۱۹۲	۱-۲-۱۷) تخصصی سازی و تقسیم کار	
۱۹۲	۲-۲-۱۷) دیارتمان سازی	
۱۹۳	۳-۱-۱۷)نجیره دستورات	
۱۹۳	۷-۲-۱۷) حیطه نظارت	
۱۹۴	۵-۲-۱۷) تمرکزگرایی و تمرکززدایی	
۱۹۵	۶-۲-۱۷) مدل‌های مکانیکی و ارگانیکی	
۱۹۶	۷-۲-۱۷) رسمی سازی و بوروکراسی	
۱۹۷	۳-۱۷) انواع ساختارهای سازمانی	
۱۹۷	۱-۳-۱۷) ساختار ساده	
۱۹۸	۲-۳-۱۷) ساختار وظیفه‌ای	
۱۹۹	۳-۳-۱۷) ساختار بخشی (چند بخشی)	
۲۰۰	۴-۳-۱۷) ساختار ماتریسی	
۲۰۱	۵-۳-۱۷) طراحی سازمانی	
۲۰۲	۶-۳-۱۷) یکپارچه سازی تکنولوژی و طراحی سازمانی	
۲۰۵	فصل هجدهم: عدالت در سازمان	
۲۰۵	۱-۱۸) عدالت در لغت	
۲۰۶	۲-۱۸) تفاوت عدالت و برابری	
۲۰۶	۱-۲-۱۸) عمده ترین مانع تحقق عدالت	
۲۰۶	۳-۱۸) اهمیت عدالت	
۲۰۶	۴-۱۸) الگوهای در مورد اهمیت عدالت	
۲۰۷	۵-۱۸) عدالت از نظر اسلام	
۲۰۷	۶-۱۸) عدالت در سازمان	
۲۰۸	۱-۶-۱۸) ادراک بی عدالتی در سازمان	
۲۰۸	۲-۶-۱۸) رعایت عدالت در سازمان	
۲۰۹	۷-۱۸) ابعاد عدالت در سازمان	

۲۱۰	 عدالت توزیعی (۸-۱۸)
۲۱۱	 عدالت رویه ای: (۹-۱۸)
۲۱۲	 عدالت مراوده ای (تعاملی) (۱۰-۱۸)
۲۱۵	 منابع

www.ketab.ir

مقدمه

لازم نیست مدیر باشیم یا دانشجوی مدیریت، تا به مباحث درس رفتار سازمانی نیازمند باشیم. هر کس در هر مجموعه‌ای فعالیت می‌کند، لازم است با مبانی رفتار سازمانی آشنا باشد. بیرون آمدن از انزوای فردی و شروع زندگی اجتماعی، به معنی این است که نیاز به دانش رفتار سازمانی آغاز شده است.

سالها پیش، دانشمندانی به نام چستر بارنارد، با مطالعات و تحقیقات خود نشان داد که: «رفتار انسانها در محیط سازمان با رفتار آنها خارج از محیط سازمان متفاوت است». به عبارت دیگر بسیاری از ما در سازمانها، شخصیت و رفتار متفاوتی را از خود به نمایش می‌گذاریم. چستر بارنارد، همچنین تاکید داشت که در تحلیل رفتار انسانها در سازمان، نمی‌توان همه انگیزه‌های انسانها را در عوامل اقتصادی خلاصه کرد. به این نکات از زبان چستر بارنارد و دیگران، موجب شکل گرفتن حوزه‌ای به نام رفتار سازمانی شد. دانش رفتار سازمانی، رفتار انسانها را در محیط سازمان در سه سطح مختلف بررسی می‌کند.

نیگل نیکولسون، استاد دانشکده کسب و کار لندن، در مقدمه‌ی دایره‌المعارف رفتار سازمانی، چنین می‌نویسد: «رفتار سازمانی، بررسی رفتار انسانها در محیط سازمانی و بررسی رفتار سازمانها در محیط اقتصادی و اجتماعی است. با این تعریف، قسمت عمده‌ی آنچه ما امروز، به عنوان ارزشمندترین دستاوردهای زندگی بشر می‌شناسیم و هم‌اکنون قسمت عمده‌ی آنچه امروز موجب نفرت و شرمساری نسل بشر است، به نوعی با رفتار سازمانی ما مرتبط بوده است. از ساخته شدن دیوار چین، تا جنایات هیتلر، از تولید اتوموبیل تا همه جنگ‌های بزرگ بشر، از مذاهب تا سیستم‌های ارتباطی در جامعه، حتی در سطح فردی هم، ریشه‌ی بخش عمده‌ای از موفقیت‌ها و شکست‌های ما را می‌توان در ساختارها و رابطه‌های سازمانی جستجو کرد».

البته قدیمی بودن و ریشه‌دار بودن مفهوم رفتار سازمانی، به آن معنی نیست که دانش رفتار سازمانی هم تا همین حد، قدمت و سابقه دارد. از عمر رسمی این رشته، صرفاً چند دهه می‌گذرد. اما اهمیت آن و میزان توجهی که به این رشته می‌شود، به صورت روزافزون در حال

افزایش است. وقتی می‌گوییم «رفتار سازمانی»، باید تعریف خودمان را از واژه‌ی «سازمان» مشخص کنیم. سازمان را می‌توان مجموعه‌ای از افراد در نظر گرفت در کنار هم و با هماهنگی هم کار می‌کنند تا به هدف‌های فردی و جمعی خود برسند.

تعریف بالا دو پیام ضمنی هم در خود پنهان دارد:

پیام اول برای مدیران است: اینکه بپذیرند کارکنان حق دارند به خودشان و خواسته‌ها و آرزوها و اولویت‌هایشان هم فکر کنند. اینکه کارکنان حق دارند همزمان با کار کردن و عشق ورزیدن به کار خود، از حقوق خود هم حرف بزنند. مرخصی هم بخواهند. به رشد و پیشرفت هم فکر کنند. از کم بودن یادگیری گله داشته باشند و به طور خلاصه، نمیتوان از کارکنان یک سازمان خواست در لحظه ورود به سازمان، همه دغدغه‌ها و خواسته‌ها و اولویت‌های شخصی خود را به کناری بگذارند و به عنوان چرخ‌دنده‌ای در یک ساختار بزرگ مکانیکی مشغول به کار شوند. پیام دوم برای کارکنان است: سازمان برای یک هدف جمعی شکل گرفته است. اگر قرار بود هر کس زندگی شخصی و اهداف شخصی خود را داشته باشد و فقط به آنها فکر کند، دلیلی نداشت که چیزی به نام سازمان شکل بگیرد. پس به همان اندازه که من به خودم و خواسته‌هایم فکر می‌کنم، سازمان هم حق دارد اهداف خود را مطرح کند. از من بخواهد که برای دستیابی به آنها تلاش کنم و حتی اگر کسانی را دارم که می‌توانند این اهداف را بهتر و مناسب‌تر از من محقق کنند، آنها را به من ترجیح دهم. همچنانکه من هم اگر سازمانی را ببینم که منافع و اهداف من را بهتر تامین میکند، احتمالاً در تغییر معیار شغلی خود، تردید نخواهم کرد. رفتار سازمانی در این نقطه متولد می‌شود. تلاش انسانها برای ایجاد همگرایی و همسویی بین انسانها و ساختارهای انسانی. بین فرد و سازمان. طوری که با کمترین هزینه و اصطکاک، خواسته‌های همه تامین شود.

در این کتاب سعی شده است که ضمن ارائه مفاهیم و تعاریف به شکل ساده و روان بر روی کاربردی بودن مطالب و انتقال پیام‌های مناسب برای کارکنان و مدیران، رتخ گردد. مطالعه این کتاب را به همه اساتید و مدیران و دانشجویان و علاقمندان به زمینه مدیریت توصیه می‌نمایم. در پایان این مجموعه را به خانواده خود که با صبرشان ما را یاری کردند تقدیم می‌کنیم.

دکتر سعید صحت

(دانشیار دانشگاه علامه طباطبائی)

مهدی بشیرپور