## مفهوم موفقیت سازمانی

موفقیت هر کشوری، در صحنه اقتصاد جهانی، منوط به موفقیت سازمانهاست. از دیدگاه مک کلند، نیاز به موفقیت بر پایه برتری طلبی، رقابت، اهداف چالشی، اصرار بر انجام کار و فائق آمدن بر مشکلات بنا گردیده است. بنابراین موفقیت سازمانی دستیابی به هدفی است که در نظر سازمان است و با رسیدن به آن برای خود موقعیت و اعتباری کسب می کند .به اعتقاد وال سازمان موفقیت، سازمانی است که در یک دوره زمانی بلند مدت راه توانایی انطباق مناسب با تغییرات و واکنش سریع به این تغییرات، ایجاد ساختار مدیریت منسجم و هدفمند، بهبود مستمر قابلیت های کلیدی و رفتار مناسب با کارکنان به عنوان اصلی ترین دارایی، به نتایجی بهتر از سازمان های هم تراز دست یابد . از این رو سازمانها همواره خواهان موفقیت در انجام وظایف خود هستند، اما به علت عدم آگاهی از عوامل مؤثر بر موفقیت در بعضی از مواقع در این زمینه توفیقی ندارند. کارکنان و مسئولان سازمانی به عنوان ابزار اولیه به شمار می روند که موفقیت سازمانی را تا حد ممکن تأمین کنند (بابایی نژاد و ایرانمنش،1398: 80).

بنابراین یکی از اساسی ترین نیازهای سازمان، نیاز به موفقیت است که بهترین انگیزه برای فعالیت مدیران می باشد. موفقیت سازمانی آن درجه از کارایی است که سازمان به فراخور توانایی هایش به رضایت ناشی از پیشرفت رسیده باشد؛ موفقیت یک راه است نه یک هدف و در این مسیر عوامل مؤثر بسیاری دخیل هستند؛ موفقیت در واقع به دست آوردن نتایج عینی و ملموس و محسوس می باشد؛ البته پر واضح است که تعریف دقیق و جامعی از موفقیت نمی توان ارائه داد که در برگیرنده تمام مفاهیم اصلی باشد، لذا باید این موضوع از زوایای مختلف مورد بررسی قرار گیرد. عوامل گوناگونی بر موفقیت سازمانی مؤثرند. برخی از این عوامل عبارت از: هوش سازمانی، حمایت مسئولین ذی ربط ،ویژگی های سازمان و و سبک های مدیریتی می باشند. از آن جا که موفقیت سازمانی هویتی است که وجود ملموس ندارد، در حقیقت تعاملات بین اعضای سازمان است که به موفقیت سازمانی معنا می بخشد. هر سازمان یک اساس فرهنگی دارد که منعکس کننده تاریخچه، رهبری، اعضا و داستان های آن در طول زمان است. گروهها و اعضای سازمان تحت تأثير هنجارهای فرهنگی قرار می گیرند و داستان ها و افسانه ها هستند که این هنجارها و ارزش ها را تقویت می کنند(بهمنی و همکاران،1398: 144).

در همین راستا نیز قابل ذکر است که نیروی انسانی تشکیل دهنده هر سازمان، افرادی با احساس هستند که اگر انگیزش کافی داشته باشند، استعداد و مهارت خود را در خدمت سازمان به کار خواهند گرفت و چرخ‌های آن را به حرکت در خواهند آورد و از این رو است که موفقیت و پیشرفت هر سازمانی به نیروهای انسانی آن بستگی دارد. انسان‌ها نه فقط از لحاظ توانایی انجام کار بلکه از لحاظ میل یا اراده انجام کار یا انگیزش تفاوت دارند. انگیزش افراد به نیروی انگیزه‌های آنها بستگی دارد. انگیزه‌ها را گاهی به عنوان نیازها، تمایلات، سلایق‌ها یا محرک‌های درونی تعریف می‌کنند. انگیزه‌ها که چراهای رفتاری هستند، ماهیتاً دلیل اصلی عمل به شمار می‌روند. بنابراین انگیزش، ایجاد یا به طور کلی وجود چنان کشش و رغبت و تمایلی در فرد است که او را با انجام عملی در جهتی خاص بر می انگیزد (خدابنده لویی، 1396: 18-19).

موفقیت سازماني، آن درجه از کارایی است که سازمان به فرا خور توانایی هایش به رضایت ناشی از پیشرفت رسیده باشد. موفقیت سازمان ها، در موفقیت شاغلین آن سازمان ها در زندگی شخصی شان مؤثر است و از طرفی موفقیت سازمان ها در موفقیت ملی در محیط جهانی کسب و کار نقش مهمی دارد. یکی از اساسی ترین نیازهای سازمان، نیاز به موفقیت است که بهترین انگیزه برای فعالیت مدیران می باشد. موفقیت آن درجه از کارایی است که سازمان به فرا خور توانایی هایش به رضایت ناشی از پیشرفت رسیده باشد؛ موفقیت یک راه است نه یک هدف و در این مسیر عوامل مؤثر بسیاری دخیل هستند؟ موفقیت در واقع به دست آوردن نتایج عینی و ملموس و محسوس می باشد(احمدی، 1397: 83).

در دنیای امروز، سازمان‌ها باید با انگیزه نگه داشتن استعدادهای انسانی، که به دلیل سهم ارزشمندی که در توسعه و بهره‌وری دارد، مهم‌ترین سرمایه به شمار می‌آیند. این در صورتی است که سازمان ها با موفقیت همراه باشند. سازمان ها با ایجاد پاداش مالی می توانند سطحی از موفقیت سازمانی را ایجاد نمایند. به عبارتی پاداش با ایجاد رضایت کارکنان به موفقیت بیشتر آن ها منجر می شود. نفوذ و کنترل فعالیت های سازمانی از عناص مهم برای موفقیت سازمانی می باشند. اجرای طرحی از راهبردهای انگیزشی در سازمان ها می تواند منجر به بهبود در موفقیت شود. ساخت سرمایه انسانی و بهبود عملکرد کاری در شرکت از مولفه های دیگر می باشد(بوهورکوز[[1]](#footnote-1) و همکاران، 2023: 291).

با توجه به تحولات تکنولوژی و جهانی شدن محیط کار به یک فضای پیچیده تبدیل شده است که موفقیت را سخت می کند. شکاف تحقیقاتی گسترده ای در مورد چگونگی ایجاد این متغیر در محیط های پیچیده وجود دارد. ایجاد رابطه بین کارمند آگاه مشارکت و تاثیر آن بر موفقیت سازمانی از گزینه های مهم این متغیر است. یکی از رویکردهای جدید برای موفقیت سازمانی دورکاری است که به تازگی مطرح شده است. در این حالت از کارکنان خواسته می شود از محل مسکونی کارها را انجام دهند. این کار هزینه های پرسنلی شرکت را نیز تقلیل می بخشد و یک عنصر مهم برای شرکت به شمار می رود. درک کار از راه دور برای کارکنان سازمان های پیچیده نیاز به آموزش ضمن خدمت دارد. اکثر شرکت ها با توجه به شرایط جهانی این مسئولیت را می پذیرند. آن ها به آموزش کارکنان خود برای انجام کارها به صورت دورکاری اقدام می کنند(ولیاس[[2]](#footnote-2) و همکاران، 2021: 23).

موفقیت در واقع به دست آوردن نتایج عینی و ملموس و محسوس می باشد. البته پر واضح است که تعریف دقیق و جامعی از موفقیت نمی توان ارائه داد که در برگیرنده تمام مفاهیم اصلی باشد و لذا باید این موضوع از زوایای مختلف مورد بررسی قرار گیرد. موفقیت سازمانی، آن درجه از کارایی است که سازمان به فرا خور توانایی هایش به رضایت ناشی از پیشرفت رسیده باشد. موفقیت سازمان ها، در موفقیت شاغلين آن سازمان ها در زندگی شخصی شان مؤثر است و از طرفی موفقیت سازمان ها در موفقیت ملی در محیط جهانی کسب و کار نقش مهمی دارد. موفقیت سازمانی یکی از اساسی ترین نیازهای سازمان، نیاز به موفقیت است که بهترین انگیزه برای فعالیت مدیران می باشد. موفقیت آن درجه از کارایی است که سازمان به فرا خور توانایی هایش به رضایت ناشی از پیشرفت رسیده باشد؛ موفقیت یک راه است که یک هدف و در این مسیر عوامل مؤثر بسیاری دخیل هستند: موفقیت در واقع به دست آوردن نتایج عینی و ملموس و محسوس می باشد(احمدی،1397: 83).

### عوامل موفقیت سازمانی

عوامل موفقیت خود از یک رویکرد است که به همان اندازه که می‌تواند در مدیریت استراتژیک سازمان به کار آید و اثربخش باشد، در مدیریت عملیات نیز مؤثر و اثربخش است. این ویژگی موجب شده است تا از این رویکرد در بسیاری از نظام‌های مدیریت استفاده شود. برای مثال شناخت عوامل مهم موفقیت در نظام برنامه‌ریزی استراتژیک، سیستم اطلاعات مدیریت، نظام برنامه‌ریزی عملیاتی و الگوبرداری از اهمیت بسزایی برخوردار است. اگر چه شناسایی عوامل مهم موفقیت اولین بار در شناخت نیازهای اطلاعاتی مدیریت به کار گرفته شده است، اما اخیراً این نگرش در تعیین مأموریت، چشم‌انداز سازمان و برنامه‌ریزی استراتژیک و روش‌های تدوین استراتژی نظیر الگوبرداری نیز کاربردی روز افزون یافته است. به کارگیری عوامل مهم موفقیت و شناخت دقیق آنها می‌تواند مبنایی برای تعیین و توسعه شایستگی‌های محوری باشد و از شایستگی و مزیت‌های رقابتی سازمان حمایت کند. عوامل حیاتی موفقیت عوامل محدودی هستند که در موفقیت سازمان نقش حیاتی دارند و اگر سازمان بخواهد حیات خود را ادامه دهد باید آنها را مهیا کند، به دیگر سخن، هر عامل مهم موفقیت زمینه‌ای است که باید کارهای مربوط به آن به بهترین وجه انجام شود تا سازمان موفق گردد (شکری و همکاران، 1388: 109 و 111). عوامل اصلی که برای موفقیت هر سازمانی لازم است، عبارت‌اند از:

1- کیفیت یا محصول منحصر به فرد.

2- زمان‌بندی مناسب.

3- سرمایه کافی.

4- منابع انسانی.

5- مدیریت کارآمد.

#### مدیریت کارآمد

بدون مدیریت کارآمد نمی‌توان درباره خصوصیات محصول و زمان مناسب معرفی آنها به بازار، تصمیم درستی گرفت. شرکتی که مدیریت مناسبی نداشته باشد، نمی‌تواند سرمایه کافی داشته باشد و حتی این سرمایه را در صورت داشتن، حفظ کند. علاوه بر این برای جذب بهترین افراد و سرپرستی و پیشبرد کاری آنها به یک مدیریت خوب نیاز است. هر مدیر آینده‌نگری تشخیص می‌دهد بهترین منبع بهره‌برداری نشده درون هر شرکتی، استعداد افراد آن شرکت است. ما به عنوان یک مدیر، وظیفه داریم که این حجم زیاد استعداد را شکوفا کنیم. موفقیت در کار هیچ‌گاه یک اتفاق یا حادثه خوشحال کننده نیست، بلکه از طریق تلاش‌های یک مدیر صادق و انعطاف‌پذیر و همین‌طور ادامه این راه، تحقق می‌پذیرد. پس ممکن است گفته شود مدیریت کلید موفقیت است(خدابنده لویی، 1396: 19).

#### منابع انسانی

منابع انسانی، اگر شما به سازمان خود توجه دارید، ولی کارمندان خود را دوست ندارید، آنها را مقصر ندانید؛ اگر روش کاری خود را دوست ندارید، ایراد را در خود جست و جو کنید نه در بازار (خدابنده لویی، 1396: 19).

#### سرمایه کافی

سرمایه کافی، اگر از درصد سود خود راضی نیستید، تورم را مقصر ندانید، بلکه به عملکرد خود با دقت نگاه کنید. یک مدیر باید جلوی اشتباه‌های خود را بگیرد و اگر شما این کار را نکنید، در نهایت این اشتباه‌ها هستند که شما را از حرکت باز می‌دارند. یک مدیر کارآمد برای رسیدن به نتیجه باید مسئولیت‌پذیر باشد (مطلبی اصل، 1386).

#### زمان‌بندی مناسب

زمان‌بندی مناسب، اساساً در زندگی دو عمل وجود دارد: عملکردها و بهانه‌ها، تصمیم بگیرید که به کدام یک از این اعمال باید دست یابید و کدام یک را انجام ندهید. دو شیوه فکری کاملاً جدا و متفاوت بر اساس این اعمال وجود دارد که تنها یکی از آنها با موفقیت انجام می‌شود (خدابنده لویی، 1396: 19).

#### کیفیت یا محصول منحصر به فرد

کیفیت یا محصول منحصر به فرد، با این فرمول می‌توان میزان شکستی را که هر شخصی تجربه می‌کند، پیش‌بینی و محاسبه کرد. شکست افراد نسبت مستقیمی با میل آنها به آوردن عذرهای موجه اجتماعی برای عدم موفقیت‌هایشان دارد.

## اهداف موفقیت سازمانی

1. بالا بردن تراز اعتماد و پشتیبانی اعضای سازمان از یکدیگر
2. بالا بردن بسامد مقابله با دشواری های سازمانی، چه درون گروه ها و چه میان گروه ها
3. پدید آوردن محیطی که در آن اختيار ناشی از نقش رسمی یا اختیار حاصل از دانش و مهارت شخصی تقویت می شود.
4. بالا بردن میزان گشودگی و باز بودن ارتباط های افقی، عمودی و گوشه به گوشه یا پهلو به پهلو.
5. بالا بردن تراز شوق و خشنودی شخصی در سازمان
6. یافتن راه چاره های خلاق گروهی برای از میان بردن دشواری هایی که بسیار فراوان رخ می دهند.
7. بالا بردن تراز مسوولیت شخصی و گروهی در برنامه ریزی و به اجرا درآوردن کارها(احمدی،1397: 84).

## عوامل موثر بر موفقیت سازمانی

موفقیت سازمان ها در گرو رابطه آسان و درست محيط(عناصر محیط درون سازمان و محیط خارج سازمان یا سازمان می باشد. منظور از آسان بودن رابطه کم هزینه بودن ایجاد ارتباط و مراد از درست بودن رابطه، معقول و منطقی بودن هر نوع سرمایه گذاری عناصر محیط داخلی و خارجی سازمان در آن سازمان می باشد. با چنین کلید طلایی می توان عوامل موفقیت سازمان را افزایش و موانع آن را کاهش داد.

پیترز و واترمن در کتاب در جستجوی کمال بیان می دارد که معمولا موفقیت سازمانها ناشی از سخت افزارها (ساختار، استراتژی و سیستم ها و نرم افزار ها (کارکنان، مهارتها، سیک ها و ارزش های مشتری است .

شوماخر راز موفقیت سازمان در رابطه با مسائل درونی را به شرح زیر بیان کرده است:

1-باید نوعى نظلم وجود داشته باشد، چون نتیجه بی نظمی عدم دستیابی به اهداف است.

2-دادن اختیاریه به اندازه مسئولیت

3- موفقیت یک سازمان باید به آزادی بیشتر و دامنه مالی وسیعتر آن بیانجامد(احمدی،1397: 84).

برخی دیگر از عوامل موثر بر موفقیت سازمانی شامل:

- نگرش دینی: یکی دیگر از عوامل مؤثر بر موفقیت سازمانی نگرش دینی کارکنان می باشد. نگرش دینی به آن بخش از دیدگاه کلی هر انسان اشاره دارد که به علت العلل وقايع هستی، مسئله تقدیر و سرنوشت، محدوده اختیار آدمی، نقش امکانات مادی در احساس خوشبختی، نیکی و بدی و نظایر آن مربوط می گردد. از آنجایی که دین علاوه بر سایر سازوکارهای ماورا طبیعی از طریق تأثیر بر ابعاد شناختی، هیجانی و رفتاری افراد و تیز قواعد حاکم بر چگونگی گذران زندگی روزمره آنها نیز مؤثر است. بنابراین نقش غیر قابل ملاحظه ای بر سلامت جسم و جان انسان ها و بالتبع محیط کارشان خواهد داشت(احمدی،1397: 84).

## منابع

بابایی نژاد، عباس ؛ ایرانمنش، محمدرضا(1398). بررسی همبستگی بین هوش رقابتی کارکنان و میزان موفقیت سازمانی (مطالعه موردی: شعب بانک رسالت استان کرمان)، مطالعات مدیریت و کار آفرینی ، دوره پنجم، شماره 1 ،صص 79 - 95 .

بهمنی، اکبر ؛ غلامی، رمضان؛ فتحی زاده، علیرضا(1398). تبیین نقش میانجی همدلی سازمانی در ارتباط بین داستان‌سرایی و موفقیت سازمانی، پژوهش نامه مدیریت تحول ، شماره 22 ،صص 141 – 156.

خدابنده لویی، نادر (1396). موفقیت سازمانی بر اساس نظام شایسته‌سالاری، مطالعات مدیریت و کارآفرینی، دوره سوم، شماره 2، صص 12-24.

شکری، نرجس؛ جفره، منوچهر؛ سید نژادبان، سوران (1388). بررسی نقش و میزان تأثیرگذاری عوامل مهم موفقیت از بهترین تجارب بر یادگیری سازمانی، مدیریت کسب و کار، دوره یک، شماره 4، صص 107-126.

مطلبی اصل، صمد (1386). مدیریت شایستگی، ماهنامه تدبیر، شماره 1.

احمدي، عين الله (1397). بررسی تاثیر استراتژی منابع انسانی بر موفقیت سازمانی و عملکرد سازمانی (عملیاتی، مالی، ساختاری، تکنولوژی) کارکنان شهرداری ، مجله : مطالعات علوم اسلامی انسانی ،شماره 16 ،صص77- 93 .

Bohórquez, E., Caiche, W., Benavides, V., & Benavides, A. (2023). Motivation and Job Performance: Human Capital as a Key Factor for Organizational Success. In *International Conference of Technological Research* (pp. 291-302). Springer, Cham.

Veliath, P. S., Koppar, R., Wankhar, V., & Mathur, R. C. (2021). Crafting Conscious Employee Engagement through Wellbeing: A Key Differentiator to Long-Term Organizational Success within the Hospitality Industry. *Atna Journal of Tourism Studies*, *16*(2), 23.

1. Bohórquez [↑](#footnote-ref-1)
2. Veliath [↑](#footnote-ref-2)