

بررسی عوامل مهم در موفقیت و شکست مدیریت استراتژیک در مراکز تحقیقات سازمانی

سید حمزه نژاد حسین^۱، مهدی حاجی سیاری^۲، کورش مفاخری^۳

چکیده:

در دنیای متغیر امروزه داشتن اهداف و دورنمای مناسب و حرکت در مسیر آن به عنوان عاملی مهم برای بقای سازمان است. به همین دلیل در دهه‌های اخیر مبحث مربوط به مدیریت استراتژیک در سازمان‌ها رشد زیادی داشته است. در این میان یکی از مسایل مهم به خصوص برای ادارات داخلی سازمان‌ها کمک به رشد سازمان در دست یابی به اهداف کلان سازمان و مقاصد اصلی است. متغیرهای زیادی بر برنامه ریزی در این بخش‌های سازمان‌ها تاثیر دارند. این مقاله به بررسی عوامل و عناصری می پردازد که در موفقیت و شکست مدیریت استراتژیک در مراکز تحقیق سازمانی نقش اساسی بر عهده دارند. به این منظور ابتدا ادبیات مدیریت استراتژیک به صورت اجمالی مرور شده و قوت‌ها و اشکالات این فرایند با تمرکز بر اجرای استراتژی بیان شده است و در نهایت عوامل مهم در موفقیت و شکست مدیریت استراتژیک که توسط محققان مطرح شده، فهرست شده است. در بخش دوم به ادبیات تحقیق و توسعه پرداخته شده و تحقیق و توسعه به عنوان یک بخش سازمانی به صورت ویژه مورد توجه قرار گرفته است. بررسی ویژگی‌ها و شرایط مراکز تحقیق و توسعه در انتهای این بخش به صورت دقیق از منظر نیروی انسانی مراکز تحقیق و توسعه، ماهیت مشاغل سازمان‌های تحقیقاتی، ذی‌نفعان، ساختار سازمان، فرهنگ سازمان و نسل شناسی تحقیق و توسعه مورد توجه قرار گرفته است. تمرکز در این بخش بر تعیین عناصر و ویژگی‌های متمایز کننده واحدهای تحقیق سازمانی از واحدهای تحقیقاتی مستقل بوده است. در بخش سوم، روش تحقیق ارایه شده و سپس جامعه، نمونه، روش نمونه گیری و ابزار تحقیق مورد توجه قرار گرفته است. رویکرد مطالعه حاضر کیفی و روش تحقیق این مطالعه از نوع گروه تمرکز است. همچنین جامعه آن مدیران و کارشناسان حوزه تحقیقاتی در مراکز تحقیق سازمانی بوده‌اند. در بخش چهارم بر اساس مصاحبه‌های انجام یافته، عوامل مهم در شکست و موفقیت مدیریت استراتژیک در مراکز تحقیق و توسعه سازمانی شناسایی و دسته بندی شده و در نهایت راهکارهای مناسب برای به کار گیری موفق مدیریت استراتژیک در مراکز تحقیق سازمانی فهرست شده است.

کلید واژه ها: مدیریت استراتژیک، تحقیق و توسعه، روش تحقیق کیفی، گروه تمرکز.

۱. مقدمه

یکی از مسایل مهم برای بقا و رشد سازمان‌ها طراحی برنامه‌هایی است که در نوسانات روزمره به فراموشی سپرده نشده و درعین آنکه پی گیری اهداف کلان است، سناریوهای مختلفی برای روبرو شدن با عوامل و شرایط مختلف به نحوی داشته باشد که هم اهداف اصلی سازمان پاسخ داده شود و هم این شیوه بهینه باشد. یکی از راه حل‌های مدیریتی برای این مساله طراحی و تبعیت سازمان‌ها از استراتژی است. دراگر (ترجمه طلوع، ۱۳۸۶: ۶۲) در خصوص واژه استراتژی بیان می کند: «هر سازمانی، روی تئوری کاری و تجاری خاصی کار می کند، یعنی سلسله فرض‌هایی را مطرح می کند که فعالیت کاری اش چیست، جهت گیریها و اهداف اش چیست، نتایج را چگونه تعریف می کند، مشتریان و مخاطبین اش چه کسانی هستند، و مشتریان برای چه چیزهایی ارزش قایلند، و برای آن هزینه می کنند. استراتژی، این «تئوری کاری» را به عملکرد

^۱ پژوهشگر اداره کل آموزش و پژوهش سیما، نویسنده مسئول، nejad.h.ir@gmail.com

^۲ دانشجوی دکتری آینده پژوهی دانشگاه دفاع ملی

^۳ دکتری مدیریت آموزشی