

تبیین رابطه رهبری راهبردی و ارتباطات استراتژیک در شرکت های صنعتی

نبی امیدی^۱مربی، گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، ایران - nabiomidi@gmail.com

چکیده

ماهیت رهبری استراتژیک بدین گونه است که این رهبران مستقیماً بر افراد تأثیر نمی گذارند، بلکه از طریق تأثیرگذاری بر سیستم ها و فرایندهای سازمانی به نتایج مطلوب و مورد نظر می رسند. یکی از این روشها تأثیرگذاری از طریق فرهنگ سازمانی است. در این تحقیق به بررسی و تبیین ارتباط رهبری راهبردی و ارتباطات استراتژیک در سازمان در شرکت های صنعتی پرداخته شده است.

واژه های کلیدی

تبیین، رهبری، راهبردی، سازمان، ارتباطات

مقدمه

رهبر از طریق مسیر یابی، سازمان را با محیط خارجی مرتبط می سازد و همزمان با آن از طریق فرهنگ سازی، افراد مناسب را برای دستیابی به اهداف سازمانی تربیت می کند. چنین رهبری باید تعیین کند که سازمان به کجا می رود و برای این منظور چگونه سازمانی باید باشد. (استریت، ۱۹۹۸) نکته قابل توجه در سبک رهبری استراتژیک این است که ایفای نقش مغز متفکر سازمان فقط محدود به مدیران ارشد سازمان نیست، یعنی همه مدیران سازمان می توانند در حیطه مسئولیت خود نقش رهبری استراتژیک را بازی کنند و به عنوان رهبر کل سازمان، رهبر یک بخش، رهبر یک قسمت، یا حتی رهبر یک گروه کاری ایفای نقش نمایند جمعی از محققان رهبر استراتژیک را در حکم مغز متفکری اسمی برای سازمان یا واحدهای فرعی آن مطرح کرده اند که بر کل سازمان متمرکز است. مسئولیت چنین رهبری (در نقش مغز متفکر اسمی) ایجاد سازمانی اثربخش و اجزای اصلی این نوع سبک رهبری مسیر یابی و فرهنگ سازی است. رهبر از طریق مسیر یابی، سازمان را با محیط خارجی مرتبط می سازد و همزمان با آن از طریق فرهنگ سازی، افراد مناسب را برای دستیابی به اهداف سازمانی تربیت می کند. چنین رهبری باید تعیین کند که سازمان به کجا می رود و برای این منظور چگونه سازمانی باید باشد. (بینا، ۱۳۸۸)

در شرایط امروزی که سازمانها با محیط رقابتی جهانی مواجهند، همواره نیاز به تغییرات ریشه ای و خلاقیت های کاری احساس می شود. نیروی رقابتی جهانی، سازمانهای امروزی را مجبور کرده است

ادبیات و پیشینه تحقیق

رهبری استراتژیک فرایندی است برای اثرگذاری بر موفقیت مطلوب چشم انداز که به وسیله رهبران مورد استفاده قرار می گیرد و با تأثیرگذاری بر فرهنگ سازمانی، تخصیص منابع، هدایت از طریق سیاست گذاری و اجماع بر سر محیط جهانی پیچیده، مبهم، غیر قابل اطمینان و فرار که با فرصتها و تهدیدها مشخص می شود، همراه است. این نوع رهبری شامل نوعی تصمیم گیری استراتژیک است که با در نظر گرفتن کلیه تمایلات، تفاوت های شخصیتی، برنامه ها، ذی نفعان سازمان و فرهنگهای مختلف، تحقق می یابد. برنامه هایی که این رهبران طرح ریزی می کنند باید عملی بوده، خوشایند و مقبول ذی نفعان سازمان و نمایندگیا و شرکای ملی و بین المللی سازمان قرار گیرند. (شجاع، ۱۳۸۱)

در نخستین مباحث مربوط به مدیریت موضوع ارتباطات بسیار کم مورد توجه قرار می گرفت. اگر چه در کنشهای فرماندهی و اصل سلسله مراتب، مسأله ارتباطات به طور تلویحی گنجانده شده بود، اما نخستین نظریه پردازان هیچگاه به طور کامل به این مقوله نپرداختند. و آن را در نظریه های مدیریتی نگنجانده. در همان حال، عموماً نقش ارتباطات غیر رسمی را در ارتباط با مسأله تکمیل مجاری ارتباطی رسمی و سلسله مراتبی اذعان داشتند.

چستر بارنارد در دهه ۱۹۳۰ بهتر از دیگران ارتباطات را به شیوه معنی دار و به عنوان یک پویایی اساسی در رفتار سازمانی مطرح کرد. بارنارد متقاعد شده بود که ارتباطات بزرگترین نیروی شکل دهنده