فصلنامه رویکردهای پژوهشی نو در علوم مدیریت
Journal of New Research Approaches in Management Science
سال دوم. شماره چهاردهم. پاییز ۱۳۹۸، صص ۵۰-۲۵ Vol 2. No 14. 2019, p 25-50
شماره شاپا (۲۵۸۸-۵۵۶۱) ISSN: (2588-5561)

رابطه شفافیت سازمانی با تعلق سازمانی، پاسخگویی حرفه ای و عملکرد شغلی کارشناسان شرکت فولاد مبارکه

حیدر محبی زرین دره
دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت منابع انسانی و اسلامی دانشگاه اردکان، یزد، ایران
heidarmohebizarindare@yahoo.com

چکیده

پژوهش حاضر با هدف رابطه بین شفافیت سازمانی با تعلق سازمانی، پاسخگویی حرفه ای و عملکرد شغلی کارشناسان شرکت فولاد مبارکه به روش توصیفی از نوع همبستگی انجام شد. جامعه آماری پژوهش کلیه کارشناسان مجتمع فولاد مبارکه به تعداد ۱۲۰۰ نفر بودند و از این تعداد با استفاده از فرمول حجم نمونه کوکران و به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه ای متناسب با حجم، تعداد ۲۹۱ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. ابزار جمع آوری اطلاعات، چهار پرسشنامه شفافیت سازمانی دانایی فرواعلایی ۱۳۸۳) با ابعاد قوانین ومقررات، مراحل انجام کار و فعالیت، ماموریت و چشم انداز، عملکرد، امور اداری و استخدامی با ۲۳گویه، پرسشنامه تعلق سازمانی علی احمدی و همکاران (۱۳۹۱) با ۹ گویه، پرسشنامه عملکرد شغلی پاترسون (۱۹۹۶) با۱۵ گویه، پرسشنامه پاسخگویی حرفه ای آمار تولز (۲۰۰۹) با ۱۸ گویه بر اساس مقیاس ۵ درجه ای لیکرت بود. روایی صوری پرسشنامه‌ها با استفاده از نظرات استاد راهنما و تعدادی از اعضای جامعه آماری تایید شد. ضریب پایایی هر چهار پرسشنامه نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه شفافیت سازمانی (۰/۸۷۲)، پرسشنامه تعلق سازمانی (۰/۹۱۱)، پرسشنامه عملکرد شغلی (۰/۷۹۲) و پرسشنامه پاسخگویی حرفه ای (۰/۸۵۲) برآورد شد. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی شامل فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار و آمار استنباطی شامل ضریب همبستگی پیرسون، رگرسیون چند گانه، آزمون تحلیل واریانس چند راهه و معادلات ساختاری استفاده گردید. یافته‌های پژوهش حاکی از آن بودکه بین شفافیت سازمانی وابعادآن با تعلق سازمانی **Pvalu<0.** **(05,r=298)** و همچنین بین شفافیت سازمانی وابعادآن با پاسخگویی حرفه ای **Pvalu<0. 05**

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

r=361)و بین شفافیت سازمانی وابعادآن با عملکرد شغلی**(Pvalu<0. 05 ,r=397**) رابطه معناداری وجود دارد. نتایج حاصل از رگرسیون گام به گام نشان داد که از بین ابعاد شفافیت سازمانی در گام اول بعد قوانین و مقررات، چشم انداز و ماموریت توان پیش بینی تعلق سازمانی را داشت، در گام دوم ابعاد مراحل انجام کار و فعالیت، عملکرد توان پیش‌بینی پاسخگویی حرفه ای را داشت و ابعاد امور اداری و استخدامی توان پیش بینی عملکرد شغلی را داشت بین نظرات پاسخگویان در هر چهار متغیر بر حسب عوامل دموگرافیک تفاوت معنا داری مشاهده شد. یافته های پژوهش همچنین نشان داد که بین شفافیت سازمانی، تعلق سازمانی، علکرد شغلی و پاسخگویی حرفه ای روابط علی وجود دارد.

واژه‌های کلیدی: شفافیت سازمانی، تعلق سازمانی، پاسخگویی حرفه ای، عملکرد شغلی، کارشناسان فولاد مبارکه

مقدمه:

تغییرات شگرف و پرسرعت جهانی و بین المللی دهه‌های اخیر موجب شده است تا بسیاری از سازمانها توجه خود را به یکی از مهمترین منابع یعنی منابع انسانی معطوف نمایند. اگرچه به طور سنتی برخی از سرمایه‌های هر سازمان شامل پول، تجهیزات، فناوری و زمین است، ولی امروزه منابع انسانی به عنوان مهمترین سرمایه مطرح اند و نگاه هزینه ای به منابع انسانی در حال از بین رفتن است. سرمایه های انسانی به عنوان با ارزش ترین منابع سازمانی، به سازمان معنا و مفهوم می بخشند و زمینه تحقق اهداف سازمانی را فراهم می‌کنند. رشد و توسعه سازمانها و در پی آن جامعه و کشور، در گرو استفاده صحیح از سرمایه‌های انسانی است. یکی از شاخص‌های پیشرفت و توسعه کشورها داشتن سرمایه‌های انسانی کارا و بهره‌ور و توانمند است. اگر جامعه ای از این مزیت رقابتی برخوردار نباشد به طور قطع نمی‌تواند به هدفهای مورد نظر خود دست یابد (حصون، ۱۳۹۲).

شفافیت مفهومی است که یکی از موضوعات پر کاربرد در سال‌های اخیر بوده است و تفسیر واحدی از آن وجود ندارد. این مفهوم یک سری جنبه‌های سنتی دارد، اما برخی از جنبه‌های آن به سرعت در حال تغییر است. شفافیت برای هیات‌مدیره و مدیران ارشد یک موضوع مربوط است و ریشه در یکی از ارزش‌های مشترک به نام صداقت دارد .شفافیت از موضوعاتی است که امروزه مطالعات فراوانی روی آن انجام شده و توجه اندیشمندان بسیاری را به خود جلب کرده است. شفافیت فرآیندی است که طی آن سازمان‌ها، به پاسخگویی و مشارکت در اطلاعات اساسی در سازمان می‌پردازند. چالش اصلی سازمان‌ها، درک شفافیت و چگونگی پیاده‌سازی آن است. امروزه بزرگترین آرزوی سازمان‌ها، تعریف یک سیستم شفاف سازی مناسب و اداره آن به یک روش کارساز است. اما اینکه چگونه در این امر موفق شوند بستگی به شناسایی عوامل کلیدی و تسهیل کننده دارد که بتوانند از طریق بکارگیری آن به ارتقاء

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

وفاداری بپردازند .پس به نظر می رسد که شفافیت سازمانی از طریق توسعه‌ی برخی از متغیرها همچون اعتماد سازمانی به عنوان متغیر واسطه باعث ارتقاء وفاداری سازمانی می‌شود (خادم، ۱۳۹۱: ۱۱۹)

یک سیستم پاسخگویی نوعی مبادله است که طی آن بخشی از قدرت خود را به نحوی که هر یک از طرفین به دیگری نیاز داشته باشد، مبادله می‌کنند (هیوز، ۲۸۲:۱۳۷۷). پاسخگویی از ابزارهای کنترل و نظارت بر قدرت ومقابله با سوء استفاده از قدرت است. بنابر این در همه نظامها، فرآیندها و سازوکارهایی برای اعمال شاخه اجرایی دولت پیش بینی شده است. اگر دولتها پاسخگو نباشند، یکسویه ومستبد وفساد انگیز خواهند شد. لازمه دموکراسی داشتن یک سیستم پاسخگویی مناسب است. سازمان‌های دولتی به وسیله مردم وبرای مردم ایجاد می‌شوند و می‌بایست در برابر آنها پاسخگو باشند. (هیوز[1] ۱۳۷۷:۲۸۲). فقدان پاسخگویی موجب بی اعتمادی و در بی‌اعتمادی دموکراسی وشهروندی مفهومی نخواهد داشت.

پاسخگویی مبنای هر جامعه ای است که ادعا می‌کند، دموکراتیک است. امروزه دستگاه‌های دولتی با نوعی تعارض و دوگانگی مواجه اند از یک سو، در مقابل مردمان و سازمانهـــای ملی خود احساس مسئولیت می‌کنند و باید در برابر نیازهای آنان پاسخگو باشند و ازسوی دیگر، الزامات بین المللی و نیروهای جهانی آنان را وادار به اعمال روشها و شیوه هایی می‌کند که درعمل مغایر خواست و انتظارات شهروندان آنهاست. پاسخگویی درحال گذر از شکلهای قدیمی مسئـــولیت به طرف سایر شکلها، بویژه سیستم‌های مدیریت کارآمدتر و پاسخگوتر است. هدف اصلی رویکرد مدیریتی پیش از آنکه رعایت قوانین و مقررات باشد، تحقق اهداف، افزایش پاسخگویی به مشتری و بذل توجه به هزینه‌ها و استفاده از منابع محدود به موثرترین شکل است. برای حل مشکل جدایی نتیجه و شیوه پاسخگویی سازمان‌ها و مسئولان سازمانی را مخدوش و بی اثر می سازد، باید این نکته را در مسئولیت پذیری لحاظ کنیم که سازمانها نه تنها نسبت به انجام درست "شیوه"های کار خود مسئولند بلکه در برابر "نتایج" حاصل نیز مسئولند. (الوانی، ۱۳۸۹: ۴۷)

تعلّق سازمانی، به عنوان یکی از مقوله‌های مرتبط با نیروی انسانی، از اهمیّت ویژه‌ای برخوردار است و به معنی علایق درونی و تمایل قلبی افراد به انجام وظایف سازمانی و ماندگاری در سازمان می‌باشد.

بهترین حسی که یک شخص به محل کار و سازمانش می‌تواند داشته باشد، حس تعلقّ سازمانی است، حسی که فرد را جزء سازمان و منافع خود را منافع سازمان می‌داند و از هیچ کوششی برای توسعه و پیشرفت سازمانش دریغ نمی‌کند وجود احساس تعلقّ سازمانی در مجموعه، به مدیران سازمان کمک می‌کند تا از حضور توانمند افراد، اطمینان حاصل کنند و با توجه به این اطمینان خاطر بتوانند برنامه‌های بلند مدت را برای سازمان طراحی کنند. همچنین به کارکنان کمک می‌کند تا با انگیزه و پشتوانه و توان

1. Hiuz

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

بیشتری، کارهای محوله و حتی خارج از شرح کار را، اما برای بهتر شدن سازمان، انجام دهند (اسپکتور[1]، ۲۰۰۶، به نقل از محمدی، ۱۳۸۷).

تحقیقات زیادی برشناسایی عوامل تاثیرگذار برتعلق سازمانی وعملکردشغلی کارکنان شده است. این پژوهش برآن است تابه بررسی رابطه شفافیت سازمانی باتعلق سازمانی، پاسخگویی حرفه ای وعملکرد شغلی بپردازد. فصل حاضربامحوریت رابطه این چهار متغیر به بیان مساله، اهمیت وضرورت پژوهش، اهداف، فرضیه هاوتعاریف نظری وعملیاتی متغیرها پرداخته است.

بیان مسئله:

شفافیت سازمانی یکی از مفاهیمی است که در یک فضای باز سازمانی و همکاری سالم و صادقانه مورد نیاز هر ذینفعی است که با یک سازمان در تعامل قرار می‌گیرد تا موارد مورد نیاز خود را به‌طور شفاف از سازمان دریابد. شفافیت از لحاظ لغوی، به معنای امکان نگاه کردن به درون یک چیز به‌منظور فهمیدن آنچه در آن می‌گذرد، است. مفهوم اصلی شفافیت در سازمان‌ها بر قابلیت دسترسی به اطلاعات دلالت دارد. یک سازمان شفاف، سازمانی است که افراد درون و بیرون آن بتوانند به‌منظور شکل دادن به نظراتشان، در مورد اقدامات و فرآیندهای درون آن سازمان، اطلاعات مورد نیازشان را به دست آورند. شفافیت سازمانی موجب می‌شود که اطلاعات موردنیاز درباره عملکرد، تصمیمات و وضعیت موجود سازمان به‌طور قابل فهم در اختیار ذینفعان قرار بگیردشفافیت سازمانی توانسته است به‌خوبی در مباحث مرتبط با مسوولیت اجتماعی شرکت‌ها قرار گیرد و بخشی از گزارش‌های مسوولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها به این مبحث اختصاص می‌یابد. همچنین استانداردهای مرتبط با مسوولیت اجتماعی همچون استاندارد شفافیت را در میان اصول خود جای داده است. ذینفعان سازمانی مختلف دارای نیازهای اطلاعاتی متفاوتی هستند که سازمان باید به خوبی این اطلاعات را تولید و در اختیار آنان قرار دهد .برای مثال دریافت اطلاعات از صورت‌های مالی و سرمایه‌گذاری‌های سازمانی از نیازهای اطلاعاتی مهم سهامداران و شرکای سازمانی است در حالی‌که فرآیند انتخاب تامین‌کنندگان و قیمت‌ها و کیفیت‌های تامین از مواردی است که تامین‌کنندگان علاقه‌مند به دانستن آن هستند. از طرف دیگر جامعه نیاز دارد تا تاثیرات سازمان بر محیط زیست و اجتماع خود و همچنین فرآیند استخدام در شرکت را به روشنی بداند. سازمان برای آنکه بتواند عملکردی شفاف داشته باشد، باید مراحلی را طی کند تا بتواند شفافیت خود را تضمین کند. در ابتدا باید سازمان دقیقا از نیازهای اطلاعاتی کلیه ذینفعان خود اطلاع پیدا کند. سازمان باید بداند که ذینفعان در چه مواردی کنجکاو هستند و به‌طور مناسب اقدام به تولید محتوا و توزیع مناسب آن در میان ذینفعان کند و در این موارد به آنان پاسخگو باشد. همچنین کلیه تصمیمات، فرآیندها و عملکردهای مرتبط را با ذینفعان خود در میان بگذارد. سازمان باید سعی کند که در این موارد متهم به

1. Spektor

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

پنهان‌کاری نشود. شفافیت همچنین، مستلزم پاسخگویی است، سازمان‌های شفاف پاسخگوی اعمال، گفتار و تصمیم‌های خود هستند زیرا این اطلاعات جهت بررسی در دسترس دیگران قرار می‌گیرد. همچنین پنهان کاری به معنای عمدا مخفی کردن اقدامات و شفافیت به معنی آشکار کردن است. برای هر دسته از ذینفعان باید محتوای اطلاعاتی، افراد هدف، فرمت و شکل اطلاعات، زمان و فواصل ارائه اطلاعات، رسانه و کانال ارتباطی به‌خوبی مشخص شود. همچنین سازمان باید سعی کند تا از ارائه اطلاعات خود کسب ارزش کرده و برند سازمان را از این طریق به‌عنوان سازمانی شفاف تقویت کند. شفافیت سازمانی می‌تواند ارزش‌های مختلفی را برای سازمان بیافریند. به این ترتیب از خلال شفافیت سازمانی و به علت افزایش اعتماد، مشارکت ذینفعان با سازمان بیشتر می‌شود. این رویکرد باعث می‌شود مدیران با اعتماد به نفس بیشتر که حاصل عدم هر گونه پنهان‌کاری است، به مدیریت سازمان بپردازند و رضایت و عملکرد ذینفعان نیز بهبود می‌یابد و مهمترین نتیجه آن ایجاد اعتماد همگانی در سازمان و شهرت بیشتر آن است. حاکمیت سازمان و نحوه مدیریت سازمان از عوامل موثر در شفافیت سازمانی است. حاکمیت سازمان باید در سطوح عالی سازمان و در سطوح اهداف استراتژیک خود پایبندی به عملکرد باز داشته باشد. توجه به مسوولیت‌های اجتماعی سازمان نیز می‌تواند عاملی پیشران برای هدایت سازمان به سوی سازمانی شفاف باشد. در سازمان‌های متعهد به مسوولیت‌های اجتماعی شفافیت سازمانی به‌عنوان بخشی از مسوولیت سازمان‌ها شناخته می‌شود. اکثر سازمان‌های ایرانی در زمینه شفافیت عملکرد ضعیفی دارند به گونه‌ای که رتبه ایران براساس شاخص‌های سازمان شفافیت بین‌المللی بین ۱۷۸ کشور جهان ۱۳۶ است که این رقم نیز شاهدی بر این ضعف گسترده است. مساله شفافیت در سازمان‌های ایرانی از چند بعد می‌تواند اهمیت داشته باشد. عملکرد بسته سازمانها و عدم توجه به شفافیت در بسیاری از سازمانهای ایرانی نه تنها موجب بدبینی بسیاری از ذینفعان داخلی سازمان‌ها می‌شود بلکه ورود به عرصه جهانی را برای بسیاری از سازمان‌ها با مشکل مواجه می‌سازد. بسیاری از شرکای جهانی جهت همکاری و به‌خصوص سرمایه‌گذاری نیازمند آن هستند تا به‌طور شفاف بتوانند از سازوکارهای سازمانی مطلع شوند. همچنین بعد دیگری که سازمان‌های ایرانی می‌توانند با گسترش شفافیت خود آن را تضمین کنند، رویه‌های ضد فساد در اداره سازمان‌ها است. فرآیندهای روشن و اطلاعاتی که از نحوه حاکمیت سازمانی در برابر چشمان همگان گذارده می‌شود و پاسخگویی سازمان در کلیه ابعاد مرتبط با شفافیت موجب می‌شود تا سوءاستفاده از قدرت با محدودیت گسترده‌ای مواجه شود و ضوابط شفاف جایگزین روابط ناعادلانه شود (خسرو نجدی، ۱۳۹۳: ۹۸)

تعلق سازمانی به عنوان یکی از مقوله‌های مرتبط با نیروی انسانی از اهمیت ویژه ای برخوردار است که از علایق فرد و تمایل او به انجام وظایف و ماندگاری در سازمان ناشی می‌شود. جاری بودن این انرژی در مجموعه علاوه بر انرژی مضاعفی که در افراد می دمد، برای خود شخص، مجموعه شغلی، سازمانش و حتی برای کل جامعه مفید و سازنده خواهد بود. بهترین حسی که یک شخص نسبت به محل کار و سازمانش می-تواند داشته باشد حس تعلق سازمانی است، حسی که فرد را جزء سازمان دانسته و منافع خود

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

را منافع سازمان دانسته و از هیچ تلاشی جهت توسعه و پیشرفت سازمانش دریغ نکند. تعلق سازمانی میزان نسبی همانندسازی با سازمان و یا دلبستگی به آن سازمان است که می‌تواند حداقل به وسیله سه عامل مشخص شود:

۱) اعتقاد راسخ به ارزشها و اهداف سازمان

۲) تمایل به تلاش بیشتر در راه تحقق اهداف سازمان

۳) تمایل قوی به باقی ماندن و عضویت در سازمان

یقینا هر سازمانی به دنبال راهکارها و ایجاد فضایی است تا بتواند حس تعلق سازمانی را در کارکنان خود بوجود آورد تا بدین وسیله علاوه بر ایجاد حس مثبت نسبت به سازمان رضایت شغلی، از بی انگیزگی و کسالت کارکنان جلوگیری کند تا به وسیله این کارکنان متعهد که ارزشمندترین سرمایه و دارایی سازمان هستند در مسیر تعالی و پیشرفت گام بردارند و اهداف تجاری و بازرگانی خود را محقق سازند .فعالیت در حوزه انگیزش، تعهد و تعلق سازمانی امری خالصانه و مستمر است و به هیچ وجه نمی‌توان تصور کرد که می‌توان با عزمی کوتاه مدت و مقطعی در کارکنان حس تعلق سازمانی ایجاد کرده و این حالت مثبت رفتاری را در کارکنان پایدار و ثابت نگه داشت. متاسفانه در کشور ما بسیاری از سازمانها از نداشتن انگیزه و تعلق سازمانی کارکنان و افراد سازمان رنج می برند و آثار مخرب فقدان این حس بعضا کاملا قابل مشاهده است. لذا بایستی سازمانها با عزمی راسخ و باور قلبی و کم کردن فاصله بین شعار و عمل، فضایی مملو از اعتماد، تعلق و وفاداری سازمانی را ایجاد نمایند. بنابراین بایستی با یک رویکرد و دیدگاهی بلند مدت، عملی و مبین و مشخص در کارکنان حس زیبای تعهد و دلبستگی و تعلق نسبت به سازمان ایجاد کرد و سپس از دستاوردهای این حس که همان پیشرفت سازمان در کنار پیشرفت کارکنان است بهره‌مند شد. نظام پیشنهادها به عنوان مکانیزم و سیستمی برای عملی ساختن تفکر مشارکتی در سازمان، اصولا بر مبنای تکریم منابع انسانی و ایجاد روحیه، انگیزه، تعهد و تعلق در سازمان بنا نهاده شده است، تا با افزایش قوای ذهنی و اندیشه کارکنان، باعث افزایش توان سازمان در برابر تغییرات و همسوئی با آن و در نهایت تعالی سازمان گردد. نظریه پردازان، یک مدل سه وجهی را برای تعهد و تعلق سازمانی فرض می‌کنند. در این مدل سه وجهی، تعلق سازمانی از سه وجه عاطفی، مستمر و هنجاری تشکیل یافته است. تعهد عاطفی، نشانگر وابستگی عاطفی و احساسی کارکنان برای تعیین هویت با سازمان و درگیر شدن عاطفی در فعالیتهای سازمانی است. تعهد مستمر شامل تعهدی است برای ادامه فعالیت در سازمان و عدم تمایل به ترک آن به دلیل زیانهایی که از ترک سازمان نصیب فرد می شود است و تعهد هنجاری شامل الزام اخلاقی مبنی بر ضرورت ماندن در سازمان است. از میان مثلث تعهد سازمانی، تعهد عاطفی بهترین و تاثیرگذارترین نوع تعهد و تعلق می باشد که بر اثر آن میل به پیشرفت در کار افزایش و ترک کار کاهش می‌یابد. نظام پیشنهادها نیز عمیقا به دنبال ایجاد یک حس تعهد و تعلق عاطفی و قلبی در کارکنان است تا از این طریق کارکنان با داشتن یک علاقه قلبی به کار و سازمان خود نسبت به بهتر شدن و بهبود امور

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

سازمانی از هیچ تلاشی دریغ ننمایند و با مشارکت خود و دادن ایده و پیشنهاد باعث بهبود فرایندها و روش‌های کاری شود. نظام پیشنهادها نظامی است که فلسفه وجودی آن بر اساس بهبودهای مستمر از طریق ایده‌ها و پیشنهادهای کارکنانی است که از قوه تفکر و اندیشه خود در جهت ایجاد بهبودی هرچند کوچک در سازمان خود استفاده می‌نمایند. زمانی که کارمندی برای بهتر شدن امور کاری سازمانش پیشنهاد می دهد و این پیشنهاد ظرف مدت کوتاهی بررسی و در صورت امکان اجرا می‌گردد و پاداش مربوط به اجرای این پیشنهاد نیز به وی اعطا می‌گردد، احساس شعف و بسیار مثبتی که آمیخته از حس توانایی خویش، مفید بودن برای سازمان خود، و تعهد سازمانش در ارج نهادن به کارکنانش بوجود آمده و احساس رضایت از شغل و تعهد قلبی نسبت به سازمان خود ایجاد می شود .بنابراین تعلق سازمانی به عنوان یکی از اهداف و مزایای اصلی نظام پیشنهادها از اهمیت والایی در این سیستم و کل سازمان برخوردار بوده و بایستی مراقب بود تا این هدف والا و ارزشمند در سایه اهداف مادی و نتیجه گرایانه از این نظام کم رنگ نشده و از بین نرود (فرهیختگان، ۱۳۹۱: ۱۵)

پاسخگویی یکی از چالش‌هایی است که دولت‌ها امروزه با آن مواجه هستند. امروزه دولت‌ها بایستی نسبت به خط مشی‌ها و اقداماتشان پاسخگو باشند. هر دولتی نیازمند یک سیستم پاسخگو است و لازمه دموکراسی، داشتن یک سیستم پاسخگویی مناسب است. سازمان‌های دولتی، به وسیله مردم و برای مردم ایجاد می‌شوند و می‌بایست در برابر آنها پاسخگو باشند. رابطه بین دولت و شهروندان، سیستم پاسخگویی را شکل می‌دهد که به موجب آن، سازمان‌های دولتی وظایف مربوط را انجام می دهند و شهروندان اجازه می‌دهند که این وظایف انجام شوند، مشروط بر اینکه وکیل از حد خود تجاوز نکند و پاسخگو باشد. با پذیرش تعریف هر پدیده قلمرو بحث آن مشخّص میشود پاسخگویی یک اصطلاح پیچیده و چند وجهی است در تمامی ادبیّات موجود در خصوص موضوع پاسخگویی نمیتوان یک تعریف یا دیدگاه مشترک از پاسخگویی را یافت در واقع مفهوم پاسخگویی به یک دستگاه معنایی تبدیل شده و به عنوان مترادف بسیاری از خواسته های سیاسی مطرح میشود بنابراین برای رسیدن به یک استنباط مشترک از این مفهوم ضمن بیان نظرات چند صاحب نظر، کوشش خواهد شد تا یک نظر جامع انتخاب و ارائه شود .برای پاسخگویی مدیران، سازوکارهای مختلفی از جمله قوانین بررسی افکار شهروندان، دادرسی اداری و سیستم‌های استیناف پیش‌بینی گردید. ولی دو سازوکار دیوانسالاری نمایندگی و مشارکت عمومی در تصمیم های اداری از اهمیت ویژه ای برخور دارند. توجه به دیدگاه عمومی به عنوان معیار درستکاری واخلاقی و پاسخگویی فردی در برابر شهروندان و مشارکت گروه‌های ذینفع در تصمیمات اداری را می‌توان تحول بزرگی در روابط قدرت بین شهروندان ونظام اداری دانست. هرچند پاسخگویی در نظامهای سیاسی جهان به صورتهای متفاوتی مورد تأکید قرار می‌گیرد، در مفهومی عام به فرایندهایی گفته میشود که شهروندان با تکیه بر آنها حاکمان را برای رفتار وعملکردشان پاسخگو میکنند .این امر که اغلب از راه انتخابات انجام میشود به نمایندگان مردم در

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

مجالس مقننه اختیار می‌دهد که مدیران سیاسی و کارکنان دولتی را از سازوکارهای نظارتی و ممیزی پاسخگو کنند. مدیران سیاسی نیز مأموران فردوست خود را از راه سلسله مراتب اختیار و مسؤولیت و دادگاه‌ها و محاکم اداری نیز مجریان را در برابر قانون پاسخگو می‌کنند. پاسخگویی، هدفهای سازمانی دارد؛ نخست آنکه ابزاری است جهت نظارت بر قدرت و پیشگیری از سوء استفاده از اختیارهای عمومی. دوم تضمینی است بر کاربرد صحیح منابع ملی، تبعیت از قانون و صیانت از ارزشهای خدمات عمومی و سوم ابزار مؤثری است برای ارتقاء و بهبود زمامداری و مدیریت خدمات عمومی. اکثر دولتها در شرایطی به سر میبرند و در بستری حکومت میکنند که باید به تقاضاهای روز افزون شهروندان آگاه، تشکلها، گروههای ذینفع، نهضت‌های اجتماعی، مطبوعات و وسایل ارتباطی جمعی پاسخگو باشند. امروزه پاسخگویی از جنبه نظارتی در همه نظامهای سیاسی نقشی محوری دارد و سیاستمداران خواستار آنند که بخش اجرایی دولت از قدرت نامحدود و تهدید کننده هایی که داراست سوء استفاده نکند. بنابراین در همه نظامها فرایندها و ساز و کارهایی برای نظارت بر اعمال قدرت شاخهء اجرایی دولت پیشبینی شده است (محمدیان، ۱۳۹۵: ۱۴).

عملکرد شغلی به عنوان مفهومی عمومی ولی به درستی تعریف نشده (تا کنون) در روانشناسی سازمانی و صنعتی، شاخه‌ای از روانشناسی که مربوط به مسائل محیط کاری و مدیریت منابع انسانی است. عملکرد شغلی به حالتی اطلاق می‌شود که آیا افراد شغل خود را به خوبی انجام می‌دهند. نظریه کمپل و همکاران در میان نظریه‌های مختلف عملکرد شغلی به عنوان نظریه شاخص محسوب می‌شوند از دیدگاه روانشناسی، کمپل عملکرد شغلی را به عنوان سطح متغیر عملکرد فردی توصیف می‌کند کمپل ابعاد عملکرد شغلی را به ترتیب زیر بر می‌شمرد: عملکرد در مقابل خروجی، مرتبط بودن با اهداف سازمانی و چندبعدی. عملکرد شغلی حوزه‌ای از رفتار سازمانی را در بر می‌گیرد که مرتبط با شغل افراد است و در راستای محقق شدن اهداف سازمان است تعاریف عملکرد شغلی عمدتاً بر رفتار در مقایسه با نتایج تاکید می‌نماید در یک تعریف جامع، عملکرد شغلی رفتار و نتایج را در برمی‌گیرد. این تعریف عملکرد سازمانی به این موضوع اشاره می‌کند که در عملکرد شغلی باید هم ورودی‌ها (رفتار) و هم خروجی‌ها (نتایج) مد نظر قرار گیرند بنابراین عملکرد عبارت است از مجموعه ای از تلاشها و اقداماتی که کارکنان در مسیر رسیدن به هدف و اجرای برنامه ها انجام می‌دهند به علاوه نتایج ملموس و قابل اندازه گیری که در اثر و به دنبال این رفتارها و تلاشها حاصل می‌شود. این تعریف از عملکرد به این نتیجه منجر می‌شود که به هنگام اندازه گیری عملکرد هم رفتارها و هم نتایج باید مورد بررسی قرار داده شود. همچنین عملکرد تابعی از داده‌ها (قابلیتها) و ستاده‌ها (اهداف)ا ست. در نتیجه مقیاسهای عملکرد باید مبتنی بر ستاده‌ها مثل حجم و بازده کاری و داده‌ها یعنی آنچه افراد به شکل دانش، مهارت و رفتارها در نقش خود دارند باشد. بیشتر تلاش های روانشناسان صنعتی و سازمانی در امر گزینش کارکنان بر تعیین توانائی‌های لازم برای مشاغل معین و یافتن افرادی که چنین توانائی‌هایی را دارا هستند متمرکز است برای این منظور در ابتدا روش‌های تحلیل شغل کارکن محور

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

(دانش، مهارتها، توانائی و ویژگی‌های دیگر شخصی) برای یک شغل مورد استفاده قرار می گیرد وقتی که روش ها مشخص می‌شوند گام بعدی از روش‌های گزینش برای یافتن افرادی که ویژگی های مناسب را دارا هستند استفاده می‌شود. بیشتر طرحهای گزینش برای ارزیابی توانائی ها شکل گرفته اند سرانجام علاوه بر آن ویژگی‌هایی که کارکنان با خود می‌آورند دانش و مهارت اضافی و مورد نیاز از طریق آموزش انجام می گیرد. اگر سازمانی بخواهد نیروی کار برخوردار از توانائی‌های لازم برای عملکرد شغلی خوب داشته باشد باید از هر سه مرحله تبعیت کند. به خوبی ثابت شده که حیطه‌های متفاوتی از توانائی با عملکرد شغلی مرتبط هستند. همانطور که می‌توان انتظار داشت ماهیت شغل تعیین کننده حداکثر توانائی‌های لازم ویژه است. به عنوان مثال، کانتنبرگو همکاران، نشان داده اند که توانائی شناختی، عملکرد را در بیشتر مشاغل پیش‌بینی می‌کند با وجود این هرچه شغل نیازمند توانائی ذهنی بالاتری باشد ارتباط بین توانائی شغلی و عملکرد شغلی قویتر می‌شود به عبارت دیگر، توانائی برای مشاغلی که نیازمند فعالیتهای ذهنی هستند (مانند مهندسی) مهمتر است تا مشاغل ساده (مانند دفتری اداری) کالدول و اورلی نشان دادند که هماهنگی توانائی های افراد با روشهای مورد نیاز برای یک شغل که از طریق تحلیل شغل به دست می‌آید، استراتژی مفیدی برای افزایش عملکرد شغلی محسوب می‌شود آنها همچنین نشان داده اند که کارکنانی که از طریق تحلیل شغل به دست می‌آید، استراتژی مفیدی برای افزایش عملکرد شغلی محسوب می‌شود. آنها همچنین نشان داده اند که کارکنانی که توانائی هایشان با مشاغلشان هماهنگند بیشتر خشنود هستند. این نتایج با این اندیشه که عملکرد شغلی ممکن است به خشنودی شغلی منجر شود هماهنگ است. کارکنانی که ویژگی های لازم را برای عملکرد مطلوب دارا هستند در شغل خود موفق می‌شوند و در نتیجه خشنودتر می‌شوند. چندین ویژگی از ویژگی کارکنان با عملکرد شغلی ارتباط دارند و حتی ممکن است توانائی انجام شغل را نیز تحت تأثیر قرار دهند در بیشتر مواقع تفکیک اثرهای انگیزشی در عملکرد شغلی مشکل است به عنوان مثال، افراد با سطح توانائی بالا سطح بالایی از انگیزش را دارا هستند همزمان با اینکه توانائیهایشان به عملکرد خوب و تشویق منجر می‌شود، انگیزش آنها برای عملکرد نیز بالا می رود افراد با توانائی بالا ممکن است به دلیل برخورداری از مهارت بالا، یا تلاش بیشتر و یا هر دو عملکرد بهتری داشته باشند. توانائی شناختی (استدلال ریاضی و کلامی) عملکرد شغلی را در بسیاری از مشاغل پیش بینی می‌کند در اینجا «پنج ویژگی شخصیتی عمده» مورد بررسی قرار می‌گیرند که بسیاری از محققان معتقدند که این‌ها ابعاد عمده شخصیت انسانها را تشکیل می‌دهند (شکر کن و همکاران، ۱۳۸۰: ۲۸)

با توجه به شرح وظایف گسترده و جایگاه صنعت فولاد که داعیه ی اشتغال و خودکفایی و رونق اقتصادی جامعه را دارد اهمیت کاربردی شفافیت و پاسخگویی در این سازمان ضرورت دارد در واقع این سازمان به عنوان بزرگترین تولید کننده فولاد در خاورمیانه قرار دارد و در حدود ۹۰ درصد از نیازهای داخلی را پوشش داده و در بخش صادرات نیز بخشی از بازارهای اروپایی را به خود اختصاص داده است وبا به کارگیری حدود ۱۷۰۰۰نفر نیروی متخصص به طور مستقیم در بحث اشتغال گام های موثری برداشته است

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

از این رو با استفاده از رویکرد شفافیت سازمانی و پاسگویی حرفه ای می‌توان موجبات تعلق سازمانی و عملکرد شغلی را در کارکنان فراهم آورد و با استفاده از پیامدهای شفافیت و پاسخگو بودن در خصوص مسایل مربوطه در جهت موفقیت هر چه بهتر و حصول اهداف، اجرای وظایف و رسیدگی به وظایف محوله کوشش نماید بر همین اساس این پژوهش در نظر دارد به بررسی این موضوع بپردازد که آیابین شفافیت سازمانی با تعلق سازمانی، پاسخگویی حرفه ای و عملکرد شغلی کارشناسان شرکت فولاد مبارکه رابطه وجود دارد؟

اهمیت و ضرورت پژوهش:

در حال حاضر در کشور ما در اکثر واحدهای صنعتی و بنگاههای اقتصادی یک نظام جامع و هماهنگ برای ارزشگذاری برند وجود ندارد و به همین دلیل این بنگاهها از یک دید درون سازمانی به مقوله برند می‌نگرند و همین عامل باعث شده تا از یک سو مدیران برای استفاده از مزایای یک برند مشهور چندان تلاش نکنند و از سوی دیگر مدیرانی که با تدبیر برنامه ریزی و تلاش هماهنگ و مداوم خود نام تجاری ارزشمندی برای سازمان خود ایجاد نموده اند نتوانند از تمام جوانب این مزایا در بازارهای مالی و اعتباری بهره مند شوند. لذا ضروری به نظر می‌رسد که سازمانها و همچنین مدیران و پرسنل آنها (به ویژه سازمانهای بزرگ و تأثیر گذار در صنعت) در راستای دستیابی به اهداف استراتژیک سازمانی و همچنین ارتقای صنعت و پیشبرد اهداف ملی توسعه تلاش گسترده و هدفمندی را آغاز نمایند تا در اندیشه اقتصادی کشور برند به عنوان یک دارایی و هرگونه تلاش در راستای اعتلای نام تجاری سرمایه گذاری محسوب گردد. (خجسته بوجار، ۱۳۸۸: ۱۲)

شفافیت سازمانی از آن حیث حائز اهمیت است که کارکنان شما درک کنند که در سازمان هدف و منافع مشترکی میان اعضا وجود دارد و همه آنها در رسیدن به آن هدف و مزایای آن شریک هستند. مدیران موثر این اعتماد را در کارکنان خود ایجاد می‌کنند که به تعهدات و حرف‌های خود پایبند هستند و صداقت و شفافیت میان آنها و کارکنان برقرار است. کارکنان یک سازمان باید بابت اینکه تلاش‌های آنها هدر نمی‌رود و سازمان متعهد به تعهدات خود است احساس امنیت داشته باشند تا عملکرد بهتری از خود نشان دهند. یکی از مهم‌ترین اقدامات مدیران سازمان این است که بتوانند فضای کاری خالی از مهارت‌های اجتماعی، غیبت، تمسخر، رقابت‌های ناسالم، خشم، پرخاشگری و. . . ایجاد کنند. همچنین، مدیران می‌توانند شنوندگان خوبی برای کارکنانشان باشند تا کارکنان احساس کنند که صدای آنها شنیده می‌شود و بدینوسیله اعتماد را در سازمان خود ایجاد کنند. احترام به کارکنان چه در کلام، چه در لحن صحبت و چه در رفتار موجب می‌شود که آنها احساس کنند ارزشمند هستند. این احساس ارزشمندی باعث می‌شود آنها از لحاظ عاطفی خود را متعلق به محیط بدانند و وقتی احساس تعلق به میان آید، افراد کیفیت کار خود را بالا می‌برند. یکی از قدم‌های بسیار موثر در جهت اعتمادسازی این است که افراد

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

احساس کنند هم خود آنها و هم کارشان ارزشمند است. اعتماد سازی به زمان نیاز دارد و قدمی است که از همین امروز باید برداشته شود (طاهر پور، ۱۳۹۴: ۵۸).

تعلق سازمانی، بهترین حسی که یک شخص نسبت به محل کار و سازمانش می‌تواند داشته باشد، حس تعلق سازمانی است حسی که فرد را جزء سازمان دانسته و منافع خود را منافع سازمان دانسته و از هیچ تلاشی جهت توسعه و پیشرفت سازمانش دریغ نمی‌کند. در سازمان‌ها و ادارات کارمندان نیز با راهبردها و راهنمایی‌هایی که از طرف سازمان‌ها و ادارات در جهت پیشرفت، ترقی و تکامل پیدا می کند، احساس تعلق سازمانی پیدا می کنند. بنابر این تعلق سازمانی میزان دلبستگی یا همانند سازی به آن سازمان است که می توان عامل تعیین کننده ای درنحوه عملکرد نیروی انسانی هر سازمانی داشته باشد. (جزایری، ۱۳۹۰: ۷۸).

پاسخگویی از ابزارهای کنترل و نظارت بر قدرت و مقابله با سوء استفاده از قدرت است. بنابراین در همه نظام‌ها، فرآیندها و سازوکارهایی برای اعمال شاخه اجرایی دولت پیش‌بینی شده است. اگر دولت‌ها پاسخگو نباشند، یکسویه و مستبد و فساد انگیز خواهند شد. لازمه دموکراسی داشتن یک سیستم پاسخگویی مناسب است. سازمان های دولتی به وسیله مردم و برای مردم ایجاد می شوند و می‌بایست در برابر آنها پاسخگو باشند فقدان پاسخگویی موجب بی اعتمادی و در بی اعتمادی دموکراسی و شهروندی مفهومی نخواهد داشت. (منیر زاده، ۱۳۹۰: ۴۴)

اهمیت عملکرد شغلی، پژوهشگران را به پژوهش هر چه بیشتر درباره آن واداشته است. سازمان ها، نهادهای اجتماعی هستند که مانند سایر نهادها از افراد تشکیل شده اند که نقش اصلی انسان به عنوان گرداننده این نهادها است. به عبارت دیگر سازمان منهای انسان به هیچ وجه توان غلبه و مقابله بر مشکلات و از طرف دیگر تحقق اهداف سازمان را نخواهد داشت. از این رو مدیران با احاطه به نحوه انگیزش کارکنان به سهولت گام بر می‌دارند. و عملکرد شغلی علاوه بر تحقق اهداف سازمان به کمک کارکنان بر انگیزه به توانایی فرد و آمادگی محیط نیز بستگی دارد. در کشور ما سازمان‌های دولتی از نظر کیفی و بعضا از نظر کمی بیشترین مسئولیت و وظایف را از نظر تحقق اهداف اجتماعی بر عهده دارند. بر این اساس، مدیران دولتی نیز سنگین ترین رسالت را بر دوش دارند و نحوه عملکرد سازمان آنها، تاثیر تعیین کننده ای در رشد و توسعه این کشور ایفا می‌کند. علت اصلی اهمیت کسب اطمینان در مورد کارآمدی روندهای مدیریت عملکرد این است که به این وسیله بتوانید بین اهداف بازرگانی راهبردی و فعالیات روزمره‌تان ارتباط برقرار کنید. داشتن هدفگذاری موثر (دارای یک برنامه زمان‌بندی) و نیز روشی برای پیگیری پیشرفت و تشخیص موانع به موفقیت شما و دستیابی‌تان به حداقل نتایج تعیین‌شده کمک می‌کنند. تعقیب منظم پیشرفت‌ها در مقایسه با اهداف و مقاصد از پیش تعیین‌شده، به شما این امکان را می‌دهد که کارکنانی را که از خود عملکرد خوب و تلاش ویژه نشان داده‌اند تشخیص داده و پاداش دهید. کارکنان نیاز دارند که احساس موفقیت کنند، در شغل خود کارشان را به خوبی انجام دهند، و احساس کنند که در سازمان سهم

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

ارزشمندی دارند. برای اینکه چنین امری اتفاق بیفتد، کارکنان باید درک درستی از اهداف فردی خود داشته باشند و جایگاه خود را در کلیت سازمان بشناسند. راه‌حل‌های تکنولوژیک جدید می‌توانند به شفافیت در اهداف در سرتاسر سازمان کمک کنند. این راه‌حل‌ها گزینه‌های بسیاری برای گزارش‌دهی ارائه می‌کنند و می‌توانند کاغذبازی را تا ۹۰ درصد کاهش دهند. شفافیت، تحلیل‌های منظم فردی، و ارزشیابی‌های کارمندی سراسری می‌توانند به شما در تشخیص شکاف‌های مهارتی و تخصصی در شرکت‌تان کمک کنند. با در اختیار داشتن این اطلاعات ارزشمند، شرکت‌ها می‌توانند برنامه‌های آموزشی و توسعه‌ای مورد نیاز خود را بشناسند .اجرای مؤثر و به‌کارگیری بهترین اقدامات مربوط به مدیریت عملکرد منافع بسیاری برای کارکنان، مدیران و سازمان‌ها به همراه می‌آورد. (مشبکی، ۱۳۹۱: ۱۲۵)

توجه به اهمیت این موضوع در سازمان ها بطور اعم و نیزشرکت فولادمبارکه بطور اخص و تلاش در جهت افزایش تعلق سازمانی، پاسخگویی حرفه ای و عملکردشغلی کارکنان آن، محقق را بر آن داشت تا به انجام پژوهشی پیرامون رابطه بین شفافیت سازمانی با تعلق سازمانی، پاسخگویی حرفه ای و عملکرد شغلی در میان کارشناسان شرکت فولاد مبارکه بپردازد و از نتایج احتمالی حاصل از این تحقیق در بهره‌مندی ازتعلق سازمانی و پاسخگویی حرفه ای وعملکردشغلی به نحو موثر استفاده گردد. آنچه بر اهمیت این تحقیق می افزاید این است که تاکنون مطالعه ای در رابطه با تاثیر همزمان شفافیت سازمانی، تعلق سازمانی، پاسخگویی حرفه ای و عملکردشغلی انجام نگرفته و این پژوهش می تواند راهگشای مناسبی برای فولاد مبارکه در جهت کسب اهداف خود و ارتقا سطح علمی کارشناسان باشد.

به طور خلاصه اهمیت و ضرورت پژوهش حاضر را می‌توان در ابعاد زیر خلاصه نمود:

ـ شناسایی ابعادی از شفافیت سازمانی که توان پیش بینی بهتری برای تعلق سازمانی پاسخگویی حرفه ای و عملکرد شغلی را دارند منجر به تاثیرگذاری بیشتر بر آن بعد می گردد.

ـ تاکنون پژوهشی به منظور تبیین رابطه این چهار متغیر در سازمان مهمی مثل مجتمع فولاد مبارکه صورت نگرفته است .پژوهش حاضر می تواند خلأ مطالعاتی در این زمینه را پوشش دهد.

ـ با تبیین رابطه چهار متغیر شفافیت سازمانی، تعلق سازمانی پاسخگویی حرفه ای، و عملکرد شغلی می‌توان پیشنهادات کاربردی برای ارتقا متغیرهای تاثیرگذار ارائه نمود.

ـ مطالعه حاضر چشم انداز روشنی از چگونگی روابط شفافیت سازمانی، تعلق سازمانی، پاسخگویی حرفه‌ای، و عملکرد شغلی را برای مدیران مجتمع فولاد مبارکه فراهم می‌کند.

اهداف پژوهش:

هدف اصلی:

تعیین رابطه بین شفافیت سازمانی با تعلق سازمانی، پاسخگویی حرفه ای و عملکرد شغلی

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

اهداف جزیی:

۱- تعیین رابطه بین شفافیت سازمانی و ابعاد آن (قوانین ومقررات، مراحل انجام کار وفعالیت، ماموریت و چشم انداز، عملکرد، امور اداری و استخدامی) با تعلق سازمانی

۲- تعیین رابطه بین شفافیت سازمانی وابعاد آن (قوانین ومقررات، مراحل انجام کار و فعالیت، ماموریت وچشم انداز، عملکرد، امور اداری و استخدامی) با پاسخگویی حرفه ای

۳- تعیین رابطه بین شفافیت سازمانی وابعاد آن (قوانین ومقررات، مراحل انجام کار وفعالیت، ماموریت و چشم انداز، عملکرد، امور اداری و استخدامی) با عملکرد شغلی

۴-تعیین توان پیش بینی تعلق سازمانی از طریق ابعاد شفافیت سازمانی

۵-تعیین توان پیش بینی پاسخگویی حرفه ای از طریق ابعاد شفافیت سازمانی

۶-تعیین توان پیش بینی عملکرد شغلی از طریق ابعاد شفافیت سازمانی

۷-تعیین تفاوت بین نظرات

پاسخگویان برحسب عوامت دموگرافیک (جنسیت، سن، سابقه خدمت، مدرک تحصیلی. . .) در متغیرهای شفافیت سازمانی، تعلق سازمانی، پاسخگویی حرفه ای و عملکرد شغلی

۸- تعین مدل معادلات ساختاری روابط بین شفافیت سازمانی، تعلق سازمانی، پاسخگویی حرفه ای و عملکرد شغلی

فرضیات تحقیق:

فرضیه اصلی:

ـ بین شفافیت سازمانی با تعلق سازمانی، پاسخگویی حرفه ای و عملکرد شغلی کارشناسان فولاد مبارکه رابطه وجود دارد.

فرضیه‌های فرعی

۱- بین شفافیت سازمانی وابعاد آن (قوانین و مقررات، مراحل انجام کار و فعالیت، ماموریت و چشم انداز، عملکرد، امور اداری و استخدامی) با تعلق سازمانی رابطه وجود دارد.

۲- بین شفافیت سازمانی و ابعاد آن (قوانین ومقررات، مراحل انجام کار وفعالیت، ماموریت و چشم انداز، عملکرد، امور اداری و استخدامی) با پاسخگویی حرفه ای رابطه وجود دارد.

۳- بین شفافیت سازمانی و ابعاد آن (قوانین و مقررات، مراحل انجام کار و فعالیت، ماموریت و چشم انداز، عملکرد، امور اداری و استخدامی) با عملکرد شغلی رابطه وجود دارد.

۴- ابعاد شفافیت سازمانی توان پیش بینی تعلق سازمانی را دارا است.

۵- ابعاد شفافیت سازمانی توان پیش بینی پاسخگویی حرفه ای را دارا است.

۶- ابعاد شفافیت سازمانی توان پیش بینی عملکرد شغلی را دارا است.

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

۷- بین نظرات پاسخگویان در متغیرهای شفافیت سازمانی، تعلق سازمانی، پاسخگویی حرفه ای وعملکرد شغلی برحسب عوامل دموگرافیک (جنسیت، سن، سابقه خدمت، مدرک تحصیلی و. . .) تفاوت معناداری وجود دارد.

۸- بین شفافیت سازمانی باتعلق سازمانی، پاسخگویی حرفه ای وعملکردشغلی رابطه علی وجود دارد.

شفافیت سازمانی

تعریف شفافیت

تعاریف بسیاری از شفافیت ارایه شده است. در فرهنگ و بستر شفافیت به این صورت تعریف شده است: «باز بودن یا گشودگی موسسات (دسترسی آسان به عملیات داخل شرکت)، آشکار بودن موسسات (وضوح)، صداقت و قابلیت درک آسان.» در این تعریف منظور از باز بودن یا گشودگی موسسات، دسترسی آسان به عملیات داخل شرکت و منظور از آشکار بودن موسسات وضوح اطلاعات است.

سه متغیر فوق ارتباط تنگاتنگی با یکدیگر دارند و نمی‌توان آن‌ها را جدا از یکدیگر دانست. همچنین تعاریف متعدد دیگری نیز ارایه شده است که بسته به این که بر چه مفهومی استوار هستند، می‌توان آن‌ها را در سه طبقه به شرح زیر از یکدیگر متمایز کرد:

الف) تعاریف مبتنی بر ذی نفعان اطلاعات: (ویش و اناث و کافمن[1] ۲۰۱۱) شفافیت را «افزایش جریان به موقع و قابل اتکا اطلاعات اقتصادی، اجتماعی و سیاسی که در دسترس همه ذی نفعان مربوط باشد» تعریف کرده اند.

ب) تعاریف مبتنی بر پاسخگویی: گروه تخصصی شفافیت در دانشگاه بروکینگز شفافیت را به عنوان درجه گشودگی و باز بودن موسسات بیان کرده است یعنی میزان نظارت و ارزیابی اعمال افراد داخل شرکت (مانند مدیران) توسط افراد خارج شرکت.

ج) تعریف شفافیت با تاکید بر اجرای قوانین و مقررات: سازمان تجارت جهانی اطمینان از دسترسی به شفافیت در قراردادهای بین المللی تجاری را مستلزم سه پیش شرط اساسی می‌داند: اطلاعات درباره قوانین، مقررات و سایر رویه‌ها به طور عموم منتشر شده باشد، مطلع کردن گروه‌های ذینفع از قوانین و مقررات مربوطه و تغییرات در آنها و اطمینان از این که قوانین و مقررات به صورت یکپارچه، بی طرفانه و معقول اجرا می شود. (محمد زاده، ۱۳۹۳: ۲۵)

اندازه‌گیری شفافیت

پیچیدگی مفهوم شفافیت منجر شده است که اندازه گیری آن بسیار مشکل باشد. از نظر مفهومی مقدار کمی شفافیت را می‌توان با دقت اطلاعات دریافت شده که خود تابعی از مربوط بودن اطلاعات است و

1. Vish&Anas&Kafman

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

کیفیت اطلاعات سنجید. تلاش‌هایی که اخیرا برای اندازه گیری شفافیت انجام شده است از معیارهایی مانند فساد، بحران مالی یا هموارسازی سوء استفاده کرده است. با وجود این نمی توان این عوامل را کاملا به عدم شفافیت نسبت داد. چارچوبی برای مفهومی کردن و اندازه گیری شفافیت شرکت‌ها تدوین کرده اند که طبق آن شفافیت شرکت‌ها سه عنصر اصلی دارد: گزارشگری مالی (اختیاری و اجباری) انتشار اطلاعات از طریق رسانه‌ها و اینترنت کسب اطلاعات محرمانه و ارسال آن از طریق تحلیل گران مالی، سرمایه گذاران نهادی و افراد داخل شرکت. گزارشات مالی شرکت‌ها، مصاحبه با مدیران یا تامین کنندگان عمده شرکت‌ها و. . . اطلاعات را تحلیل و به بازار ارایه می‌دهند. بنابراین برای مورد آخر از معیارهای قابل استفاده جهت اندازه گیری شفافیت می توان گزارشگری مستقیم اطلاعات محرمانه توسط شرکت‌ها و تعداد تحلیل گرانی را نام برد که فعالیت شرکت خاصی را دنبال می‌کنند از سوی دیگر سرمایه گذاران نهادی نیز اطلاعات را جمع آوری و پردازش کرده و بر مبنای آن مبادله می‌کنند. این عده اطلاعات خود را به صورت عمومی در اختیار بازار قرار نمی دهند ولی با تصمیمات خود بازار را آگاه می‌کنند. بنابراین نفوذ سرمایه گذاران نهادی) در بازار معیار دیگری برای اندازه گیری شفافیت است. از سوی دیگر وجود قوانین و الزامات مبادلات بر مبنای اطلاعات محرمانه به عنوان معیاری دیگر می تواند مانعی در برابر شرکت‌ها یا افرادی باشد که به اطلاعات محرمانه دسترسی دارند و هر میزان این قوانین سخت گیرانه تر باشند، امکان سودجویی این شرکت‌ها یا افراد کم تر می‌شود و با الزام به افشای این اطلاعات بازار از شفافیت بیشتری برخوردار می‌شود. اکنون پرسش این است که برای اندازه گیری شفافیت در بازار ایران از کدام متغیرها استفاده کنیم؟ در صورتی که از میان تعاریف مختلف شفافیت تعریف مبتنی بر ذینفعان را بپذیریم، استفاده از متغیرهایی که بتواند عناصر کلیدی تعریف مذکور را اندازه بگیرد مناسب به نظر می رسد. در این تعاریف بر «جریان به موقع و قابل اتکا اطلاعات» و «در دسترس» بودن آن برای ذینفعان تاکید شده است. در نتیجه متغیرهایی که برای اندازه‌گیری عناصر اول و دوم شفافیت که توسط بوش من پیشنهاد شده اند در این بخش ارایه شد، برای اندازه گیری شفافیت مناسب هستند. از آنجا که تحلیل گران مالی در بازار ایران بسیار اندک هستند، امکان اندازه‌گیری قابل اتکا متغیرهای مرتبط به سومین عنصر شفافیت در ایران با محدودیت مواجه است (بوش من، پیوتروسکی و اسمیت ۲۰۱۳: ۱۱۱).

مطلوبیت شفافیت

آیا شفافیت همیشه مطلوب است؟ استیگلیتز[2] ۲۰۱۲ استدلال می‌کند که کل جامعه شفافیت بیشتر و باز بودن را ترجیح می‌دهند. از نظر مفهومی هم در اقتصاد اطلاعات عنوان می‌شود که اطلاعات بهتر به

1. Putroski & Esmit
2. Estiglitez

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

تخصیص منابع و افزایش کارآیی در اقتصاد کمک می کند. افشای اطلاعات مالی به سرمایه گذاران در ارزیابی بهتر شرکت ها کمک می کند و فرآیند تصمیم گیری با آگاهی بیشتر و ابهام کمتر صورت می‌گیرد که نتیجه آن سرازیر شدن سرمایه به سمت مولدترین استفاده آن خواهد بود که در نهایت منجر به کارآیی تخصیصی در بازار می شود و حاصل نهایی آن افزایش رشد و کارآیی برای کل جامعه است. عدم شفافیت چه سیاسی و چه اقتصادی برای جامعه مضر است. در سیستم دموکراتیک باید امکان ارزیابی و قضاوت سیاست‌های دولت فراهم باشد که عدم شفافیت باعث تضعیف این امر می شود و امکان سودجویی برای کسانی فراهم می‌شود که به اطلاعات بهتر و شفاف تری دسترسی دارند. مضرات اقتصادی پنهان کاری (عدم شفافیت) به هم خوردن تعادل بین ریسک و بازدهی است. زمانی که اطلاعات شفاف در دسترس همگان نباشد افراد غیرآگاه با ریسک بیش تر بازدهی کم تری خواهند داشت و برعکس، که نتیجه آن جابه جایی ثروت بین عده ای اندک است و عملاثروت تولید نمی شود. بارزترین زیان عدم شفافیت، «فساد» است که بر سرمایه گذاری و رشد اقتصادی اثرات منفی دارد. از سوی دیگر ممکن است شفافیت با برخی ارزش های اجتماعی و منافع قدرتمندان سیاسی در تضاد باشد (فانگ، گراهام و ویل[1]، ۲۰۰۳.) افشای اطلاعات با تلاش شرکت‌ها برای حفظ مالکیت اطلاعات و حریم شخصی آنان در تضاد است. خصوصا در شرایطی که افشای اطلاعات تهدیدی برای شهرت سازمان‌ها، سهم بازار یا نفوذ سیاسی آن‌ها باشد، به هیچ وجه مطلوب نخواهد بود. تعیین حدمطلوب افشای اطلاعات کاری بسیار مشکل است. از نظر اقتصادی حد بهینه افشای اطلاعات محل تقاطع دو کردار عرضه و تقاضای اطلاعات است که مشکل اصلی یافتن نقطه تعادل این دو کردار است. افزایش تقاضا برای نوع خاصی از اطلاعات باعث با ارزش شدن آن می‌شود. باید در نظر داشت که افشای حد معینی از اطلاعات محرمانه که به تصمیمات و برنامه‌های آتی شرکت‌ها ضرری وارد نکند، باعث افزایش شفافیت و کمک به اتخاذ تصمیمات بهینه می‌شود که در نهایت به نفع کل بازار است. از سوی دیگر ایجاد جوی برای اعتماد سرمایه گذاران (بالقوه و بالفعل) به شرکت‌ها، از طریق مکانیزم‌هایی مختلف مانند فرهنگ سازی ورود به بازارهای مالی به نحوی که مدیران شرکت‌ها اجازه سوءاستفاده و تقلب و فساد را به خود ندهند و یا تصویب مقررات به شدت سخت گیرانه در برابر شرکت های خطاکار، منجر می‌شود که کردار تقاضا برای اطلاعات به سمت کسب همه اطلاعات محرمانه حرکت نکند (استیگیلتز[2]، ۲۰۱۲: ۳۶).

قوانین و مقررات در شفافیت:

هاپکینز[3] معتقد است که تمرکز مطلق بر قوانین و مقررات، باعث نتایج منفی نظیر عدم توجه به ریسک، احساس عدم اختیار در پرسنل و فرهنگ مقصریابی میشود. این حادثه نتیجه توجه مطلق به قوانین و مقررات

1. Fang,Geraham,Vil
2. Stigiltez
3. Hapkinz

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

هشت جلدی شرکت راه‌آهن بوده است. بنا به گفته هاپکینز: تکیه مطلق بر قوانین باعث عدم هوشیاری در شناسایی ریسک شده است. علاوه براین، هدف از بازرسی حوادث در این شرکت، شناسایی قانون و مقررات نقض شده و شخص متخلف است. در واقع تمرکز بیش از حد بر قوانین موجب ایجاد فرهنگ مقصریابی شده است.

بطورکلی، فراوانی قوانین و مقررات باعث ایجاد چندین مشکل در سازمان می‌شود:

- سازمان قوانین و مقررات را تنها راه جلوگیری از حوادث تصور می‌کند و این باور را تقویت می‌کند که قوانین می‌توانند تمامی خطرات را کنترل کنند.
- تعداد زیاد قوانین و مقررات در عمل قابل فهم و قابل اجرا نیستند.
- برخی قوانین بسیار کلی بوده و قابل درک نیستند بعنوان مثال «با احتیاط کار کنید».
- قوانین و مقررات معمولا توسط افرادی نوشته می‌شود که تجربه عملی در مورد آن فعالیت ندارند لذا بسیاری از آنها قابل اجرا نیستند.
- پرسنل به قوانین پایبند نمی‌شوند زیرا بسیاری از آنها با شرایط کاری همخوانی ندارند.
- بدلیل غیر کاربردی بودن برخی قوانین، معمولا کسی وادار به اجرای آنها نمی‌شود.

بمنظور شناسایی قوانین ایمنی ناکارآمد روشهای مختلفی وجود دارد بطور نمونه میتوان از این سوالات استفاده کرد:

۱) آیا قوانین ایمنی صرفا منافع مدیریت را تضمین می‌کنند؟

۲) آیا قوانین غیرقابل فهم و اجرا هستند؟

۳) آیا سازمان، قوانین را پس از وقوع حادثه بمورد اجرا می‌گذارد؟

ریزون و هاپکینز معتقدند که قوانین و مقررات ایمنی باید دارای مشخصات ذیل باشد:

۱) قوانین باید پویا باشند.

۲) کسی که آنها را اجرا می‌کند باید سهمی در تدوین قوانین داشته باشد.

۳) قوانین باید قابل اجرا و مرتبط با شرایط باشند.

۴) قوانین باید بطور شفاف و دقیق به پرسنل منتقل شود.

۵) اجرای قوانین باید بطور منظم پایش و کنترل شود.

۶) قوانین باید مرتبا بازنگری شده و مطابق شرایط روز تغییر یابند.

۷) قوانین می‌بایست بطور مداوم بهبود و ارتقاء یابند. (هاپکینز، ۲۰۱۴: ۲۳)

-شفاف سازی مراحل انجام کار و فعالیت:

پیتـرزوکاپنز[1] استدلال کرده اند که تیم‌ها می‌توانند به شرط تامین نیازهای عمده خود، موفق باشند مهمترین این عوامل حیاتی موفقیت عبارتست از:

1. Piterz&kapnez

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

۱-تشویق و پایداری ۲ - تغییر فرهنگ ۳ - آموزش ۴ - حمایت خارجی.

همچنین بیرلین[1] و همکاران موفقیت یا شکست تیم‌ها را وابسته به متغیرهای زمینه ای (وضعی) می‌دانند. به زعم آنها، این زمینه شامل شبکه ای از سیستم‌های حمایتی است که تیم را احاطه کرده اند. این سیستم های حمایتی عبارتند از:

ـ حمایت و تعهد مدیریت ارشد از مفهوم کار تیمی؛

ـ حمایت مدیران میانی و سرپرستان مستقیم تیم ها؛

ـ تعیین اهداف و اولویتهای تیمی؛

ـ طراحی نظام ارزیابی عملکرد (تعیین روشهای سنجش افراد و تیم ها)؛

ـ طراحی نظام آموزشی؛

ـ طراحی نظام پاداش (پرداخت مبتنی بر عملکرد)؛

ـ نظام یکپارچه سازی (ابزارها و روش‌هایی که به هماهنگی میان اعضا و تیم‌ها و نیز میان خود تیم‌ها می‌پردازد.

ـ ساختار سازمانی.

از طرف دیگر ریچاردسون که در پنج کابینه ریاست جمهوری آمریکا عضویت داشته است علل کارایی و موفقیـت تیم ها را در عوامل زیر می داند.

۱- شفافیت اهداف تیم و نحوه انتقال آن به سایر افراد: اولین و مهمترین مشخصه یک هدف، شفافیت است. شفافیت تاکید بر داشتن هدف عملیاتی معینی است که باید در بالاترین قطعیت ممکن بیان شود.

۲-قدردانی از اعضای تیم: به این معنی که سازمان نه تنها باید نقش آنها را مشخص سازد بلکه در جایی که خوب عمل می کنند از خدمات فنی آنها نیز باید قدردانی شود.

۳- همسوسازی عملیات با موارد ۱و۲: علاوه بر شفاف سازی اهداف و قدردانی از افراد، القا احساس اهمیت و ارزش کار انجام شده توسط افراد است. اگر افراد نسبت به انجام امور احساس خوبی نداشته باشند نمی‌توان انتظار موفقیت را داشت.

٤- نظام تشویق و تنبیه: نظام تشویق و تنبیه سازمان به جای اینکه فعالیتهای رقابتی را ترویج کند، باید مشوق تلاشهای جمعی باشد. ارتقای مقام، افزایش حقوق و سایر اقدامات تشویقی باید بر مبنای کارآمدی کارکنان به عنوان عضو تیم صورت گیرد.

۵- وجود صداقت و اعتماد بین اعضای تیم: فقدان اعتماد، تمرکز ذهنی و انرژی تیم را به سمت دیگری خارج از اهداف عملکردی منحرف و معطوف می‌سازد. تیم حالت سیاسی به خود گرفته و

1. Birlin

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

ارتباطات به صورت حفاظت شده درآمده و صدمه می‌بیند. از این رو، تسهیم دانش و بینش که مهمترین مزیت تیم‌هاست اهمیت خود را از دست می‌دهد.

٦- ساختار نتیجه مدار: عامل کلیدی و موثر دیگر در موفقیت و کارایی تیم‌ها، ساختار خود تیم است. اهمیت ساختار در بودن یا نبودن نیست. بلکه اهمیت آن در داشتن چارچوب مناسب برای نیل به اهداف عملکردی است. تیم می تواند دارای چندین ساختار متفاوت باشد. از این رو، برای تعیین نوع و ساختار یک تیم، سوال زیر ضروری است که: نتیجه مورد انتظار یا هدف تلاشهای جمعی در سطح کلان و کلی چه باید باشد؟ در پاسخ سوال فوق سه نوع هدف کلی برای تیم ها می توان برشمرد که ساختار هرکدام نیز باتوجه به ویژگی نوع تیم و خصوصیات افراد تیم متفاوت خواهد بود. (پیتر و کاپنز، ۲۰۱۳:۴۹)

ماموریت و چشم انداز:

چشم انداز: که از آن به دور نما، منظر، آیندهٔ متصور و یا آیندهٔ آرمانی و مطلوب نیز نام برده می‌شود، توصیفی است از شرایط آینده و به عبارت دیگر، تصویری است از وضعیت آیندهٔ یک مجموعه، زمانی که به اهداف و استراتژی های خود دست یافته باشد. چشم انداز و آرمان ها، معمولاً زاییدهٔ فکر و خلاقیت مدیران مجموعه بوده و در ابعاد مختلفی همچون فناوری، دانش، وضعیت مالی، بازار و مواردی از این دست، به تصویر کشیده می شوند .چشم انداز سازمان باید خلاصه، بیاد ماندنی، مطلوب و ایده آل مناسب را به تصویر بکشد و همه سطوح را در نظر بگیرد.

تدوین چشم انداز

چشم انداز ممکن است به یکی از طرق ذیل تدوین شود:

ـ هدف بزرگ مورد نظر به صورت کمی یا کیفی بیان شود.

ـ جلو زدن از یک رقیب اصلی را مبنا قرار دهد.

ـ یک سازمان شاخص را مدل قرار دهد.

ـ تحول درونی به سوی سازمانی بزرگ و موفق را محور قرار دهد (ربانی، ۱۳۹۱: ۴۱)

اولویت‌ها برای مدیران در شفافیت نقش سازمانی

با توجه به اهمیت شفافیت نقش سازمانی و پاسخگویی در سلامت سازمانی و عملکرد سازمان، برطرف کردن ابهامات برای رهبران این سازمان‌ها بسیار مهم است. آنها باید به طور مداوم انتظاراتی که از کارکنان‌شان دارند (که متناسب با اهداف و جهت‌گیری کلی کسب‌وکارشان است) را برای کارکنان روشن سازند. این شفافیت باید در خلال گفتوگوهای صورت گرفته بین مدیران و کارکنان تحت امرشان گنجانده شود و نقشی که هر فرد در راستای دستیابی شرکت به اهدافش ایفا می‌کند، برای او روشن شود.

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

براساس تحقیقات مکینزی، سبک‌های رهبری مشورتی (که در تقابل با سبک تمامیت‌طلبانه است) نقش محسوسی در بهبود پاسخگویی در سازمان‌ها دارند. تحقیقات گالوپ نشان می‌دهد مدیران باید حداقل یک بار در سال جلسات بررسی عملکرد را برگزار کنند که در آن کارکنان از مدیران بازخوردهای دقیق، مؤثر و کاربردی در خصوص پیشرفت کاری‌شان دریافت می‌کنند. ساختارهای ماتریسی اغلب به دلیل مبهم کردن مرزها و خطوط پاسخگویی در سازمان‌ها مورد اتهام قرار می‌گیرند، بنابراین رهبران و مدیران سازمان باید مطمئن شوند که کارکنان‌شان دقیقا می‌دانند به چه کسی و در مورد چه چیزهایی باید پاسخگو باشند. امروزه دیگر شکی وجود ندارد که دلبستگی شغلی کارکنان در محیطی به شکوفایی خواهد رسید که هر کسی در مقابل کاری که در سازمان انجام می‌دهد، پاسخگو باشد (عظیمی، ۱۳۹۲: ۴۹).

تعهد و تعلق سازمانی

کلمه تعهد از خانواده کلمات عهد و پیمان بوده و با توجه به منطق و حساب و کتاب و قوانین و حوزه سر تعریف میشود. تعهد سازمانی به معنی پایبندی به اصول و قوانین مجموعه و انجام وظایف محوله و شرح کاری است که در زمان استخدام با توافق طرفین تعریف شده باشد. مقوله تعلق سازمانی، از جایگاه علایق فرد و تمایل او به انجام وظایف و ماندگاری در سازمان است و جاری بودن این انرژی درمجموعه علاوه بر انرژی مضاعفی که در افراد میدمد، برای خود شخص، مجموعه شغلی و در حقیقت برای کل جامعه مفید و سازنده خواهد بود. در سالهای اخیر، به دلایل مختلف شخصی و شغلی، کارمندان بعد از گذشت مدت زمان کوتاهی از اشتغال، بفکر تعویض کار و نقل و انتقال می افتند واین موضوع به عنوان یک معضل مهم برای فرد و سازمان قابل تامل و بررسی است. وجود احساس تعلق سازمانی در مجموعه، به مدیران سازمان کمک خواهد کرد تا از حضور افراد اطمینان حاصل کرده و باتوجه به این اطمینان خاطر بتوانند، برنامه‌های بلند مدت را برای مجموعه طراحی کنند. از سوی دیگرآموزش های ضمن خدمتی که به افراد داده میشود و تجارب شغلی که با توجه به زمان اشتغال در مجموعه کسب نموده اند، از مجموعه خارج نشده و نیازی به تربیت مجدد نیروی متخصص در آن حوزه نخواهد بود و از مصرف بی رویه سرمایه‌های آموزشی و زمان کسب مهارت ممانعت به عمل خواهد آورد. برای ایجاد این حس در افراد شاغل در مجموعه، راهکارهای مختلفی بنا به شرایط شخصی و خانوادگی و اجتماعی اشخاص ارائه میشود. امروزه منابع انسانی نقش و اهمیت ویژه ای در سازمان ها داشته و لازمه موفقیت هر سازمانی داشتن نیروی انسانی باکیفیت، خلاق و با انگیزه است (احمدی، ۱۳۹۲: ۵۵).

نیروهای انسانی با داشتن قوه تفکر و اندیشه در کالبد سازمان روح دمیده، آن را به حرکت درآورده و اداره می‌کنند. سازمانها بدون وجود نیروی انسانی نه تنها مفهومی ندارند، بلکه اداره آنها نیز میسر نخواهد بود. حتی با وجود پیشرفت تکنولوژی سازمانها و تبدیل آنها به توده‌ای از سخت‌افزار، همچنان نقش انسان به عنوان عاملی حیاتی و راهبردی در بقای سازمان، کاملاً مشهود است. براین اساس منابع انسانی

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

ارزشمندترین منبع سازمانهای امروزی به شمار می‌آیند چراکه به تصمیمات سازمانی شکل داده، مسایل و مشکلات سازمان را حل نموده و بهره‌وری را عینیت می‌بخشند. (موسوی، ۱۳۹۳: ۱۴)

تعلق سازمانی به عنوان یکی از مقوله های مرتبط با نیروی انسانی از اهمیت ویژه ای برخوردار است که از علایق فرد و تمایل او به انجام وظایف و ماندگاری در سازمان ناشی می شود .جاری بودن این انرژی در مجموعه علاوه بر انرژی مضاعفی که در افراد می دمد، برای خود شخص، مجموعه شغلی، سازمانش و حتی برای کل جامعه مفید و سازنده خواهد بود. بهترین حسی که یک شخص نسبت به محل کار و سازمانش می-تواند داشته باشد حس تعلق سازمانی است، حسی که فرد را جزء سازمان دانسته و منافع خود را منافع سازمان دانسته و از هیچ تلاشی جهت توسعه و پیشرفت سازمانش دریغ نکند. تعلق سازمانی میزان نسبی همانندسازی با سازمان و یا دلبستگی به آن سازمان است که می تواند حداقل به وسیله سه عامل مشخص شود:

۱- اعتقاد راسخ به ارزشها و اهداف سازمان

۲-تمایل به تلاش بیشتر در راه تحقق اهداف سازمان

۳- تمایل قوی به باقی ماندن و عضویت در سازمان

یقینا هر سازمانی به دنبال راهکارها و ایجاد فضایی است تا بتواند حس تعلق سازمانی را در کارکنان خود بوجود آورد تا بدین وسیله علاوه بر ایجاد حس مثبت نسبت به سازمان رضایت شغلی، از بی انگیزگی و کسالت کارکنان جلوگیری کند تا به وسیله این کارکنان متعهد که ارزشمندترین سرمایه و دارایی سازمان هستند در مسیر تعالی و پیشرفت گام بردارند و اهداف تجاری و بازرگانی خود را محقق سازند. فعالیت در حوزه انگیزش، تعهد و تعلق سازمانی امری خالصانه و مستمر است و به هیچ وجه نمی توان تصور کرد که می توان با عزمی کوتاه مدت و مقطعی در کارکنان حس تعلق سازمانی ایجاد کرده و این حالت مثبت رفتاری را در کارکنان پایدار و ثابت نگه داشت. متاسفانه در کشور ما بسیاری از سازمانها از نداشتن انگیزه و تعلق سازمانی کارکنان و افراد سازمان رنج می‌برند و آثار مخرب فقدان این حس بعضا کاملا قابل مشاهده است. لذا بایستی سازمانها با عزمی راسخ و باور قلبی و کم کردن فاصله بین شعار و عمل، فضایی مملو از اعتماد، تعلق و وفاداری سازمانی را ایجاد نمایند .بنابراین بایستی با یک رویکرد و دیدگاهی بلند مدت، عملی و مبین و مشخص در کارکنان حس زیبای تعهد و دلبستگی و تعلق نسبت به سازمان ایجاد کرد و سپس از دستاوردهای این حس که همان پیشرفت سازمان در کنار پیشرفت کارکنان است بهره‌مند شد. نظام پیشنهادها به عنوان مکانیزم و سیستمی برای عملی ساختن تفکر مشارکتی در سازمان، اصولا بر مبنای تکریم منابع انسانی و ایجاد روحیه، انگیزه، تعهد و تعلق در سازمان بنا نهاده شده است، تا با افزایش قوای ذهنی و اندیشه کارکنان، باعث افزایش توان سازمان در برابر تغییرات و همسوئی با آن و در نهایت تعالی سازمان گردد .نظریه پردازان، یک مدل سه وجهی را برای تعهد و تعلق سازمانی فرض می‌کنند. در

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

این مدل سه وجهی، تعلق سازمانی از سه وجه عاطفی، مستمر و هنجاری تشکیل یافته است (موسوی، ۱۳۹۳: ۱۵).

تعهد عاطفی، نشانگر وابستگی عاطفی و احساسی کارکنان برای تعیین هویت با سازمان و درگیر شدن عاطفی در فعالیتهای سازمانی است. تعهد مستمر شامل تعهدی است برای ادامه فعالیت در سازمان و عدم تمایل به ترک آن به دلیل زیانهایی که از ترک سازمان نصیب فرد می شود است و تعهد هنجاری شامل الزام اخلاقی مبنی بر ضرورت ماندن در سازمان است .از میان مثلث تعهد سازمانی، تعهد عاطفی بهترین و تاثیرگذارترین نوع تعهد و تعلق می‌باشد که بر اثر آن میل به پیشرفت در کار افزایش و ترک کار کاهش می یابد .نظام پیشنهادها نیز عمیقا به دنبال ایجاد یک حس تعهد و تعلق عاطفی و قلبی در کارکنان است تا از این طریق کارکنان با داشتن یک علاقه قلبی به کار و سازمان خود نسبت به بهتر شدن و بهبود امور سازمانی از هیچ تلاشی دریغ ننمایند و با مشارکت خود و دادن ایده و پیشنهاد باعث بهبود فرایندها و روش‌های کاری شود. نظام پیشنهادها نظامی است که فلسفه وجودی آن بر اساس بهبودهای مستمر از طریق ایده‌ها و پیشنهادهای کارکنانی است که از قوه تفکر و اندیشه خود در جهت ایجاد بهبودی هرچند کوچک در سازمان خود استفاده می نمایند. زمانی که کارمندی برای بهتر شدن امور کاری سازمانش پیشنهاد می‌دهد و این پیشنهاد ظرف مدت کوتاهی بررسی و در صورت امکان اجرا می‌گردد و پاداش مربوط به اجرای این پیشنهاد نیز به وی اعطا می‌گردد، احساس شعف و بسیار مثبتی که آمیخته از حس توانایی خویش، مفید بودن برای سازمان خود، و تعهد سازمانش در ارج نهادن به کارکنانش بوجود آمده و احساس رضایت از شغل و تعهد قلبی نسبت به سازمان خود ایجاد می‌شود. بنابراین تعلق سازمانی به عنوان یکی از اهداف و مزایای اصلی نظام پیشنهادها از اهمیت والایی در این سیستم و کل سازمان برخوردار بوده و بایستی مراقب بود تا این هدف والا و ارزشمند در سایه اهداف مادی و نتیجه گرایانه از این نظام کم رنگ نشده و از بین نرود. زیرا متأسفانه در کشور ما، بلافاصله پس از استقرار نظام پیشنهادها انتظار حصول سود و صرفه اقتصادی عظیمی از این نظام دارند، این نکته همواره باید رعایت شود که رسیدن به سود و صرفه اقتصادی از مسیر کارکنان با انگیزه، توانا و خلاق و متعهد می‌گذرد و بدین ترتیب مأموریت و اهداف سازمان با داشتن چنین کارکنانی بهتر و سریعتر محقق می شود (موسوی، ۱۳۹۳: ۱۶)

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

پیشینه پژوهش

پیشینه پژوهش های داخلی:

پژوهشگر / پژوهشگران	نتایج
ربانی و همکاران (۱۳۹۳)	تحقیقی تحت عنوان " رابطه میان شفافیت نقش و تعهد سازمانی مسئولین گروه شعب بانک کشاورزی تهران "انجام دادند، یافته های پژوهش نشان داد که بین شفافیت نقش و تعهد شغلی مسئولین گروه بانک کشاورزی تهران رابطه معنا داری وجود دارد.
مشبکی (۱۳۹۳)	در تحقیق خود با عنوان پاسخگویی و مسئولیت اجتماعی تیجهٔ مسئولیت پذیری، پاسخ‌گویی است که زمینهٔ توسعه و پیشرفت و برقراری عدالت و ساختن جامعهٔ والا و متعالی را فراهم می‌کند .به این نتیجه رسیدند که بین پاسخگویی و مسئولیت اجتماعی در سازمان رابطه معنی داری وجود دارد.
طوسی (۱۳۹۱)	در تحقیق خود با عنوان تعلق و پاسخگویی در سازمان، ایج تحقیق نشان می دهند که بین پاسخگویی و تعلق رابطه ی مثبت و معنی داری وجود دارد، بین پاسخگویی و درک از سیاست های سازمانی رابطه ی منفی و همچنین بین تعلق و درک از سیاست های سازمانی رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد. پاسخگویی و درک از سیاست های سازمانی تعلق را پیش بینی می‌کنند. درک از سیاست سازمانی نقش تعدیل کننده در تعیین رابطه بین پاسخگویی و تعلق ایفا می‌کند.
یوسفی (۱۳۹۱)	در تحقیق خود با عنوان تاثیر شفافیت بر تعلق کارکنان یافته ها نشان داد بین شفافیت سازمانی، چشم انداز، ماموریت، اهداف، عملکرد، تعلق سازمانی، حمایت مدیرومشارکت سازمانی با اثر بخشی سازمانی در دستگاههای اجرایی شهر یزد رابطه وجود داشت. بین چشم انداز، رضایت شغلی و تعهد شغلی و تعلق سازمانی در دستگاههای اجرایی شهر یزد رابطه وجود داشت. بین احساس تعلق به همکاران، احساس رعایت ایترام و عدالت، مشارکت با اثر بخشی سازمانی در دستگاههای اجرایی شهر یزد رابطه وجود نداشت. بین ماموریت، اهداف، عملکرد در اجتماع و ارتباط فرد با سازمان و شفافیت سازمانی با تعلق سازمانی در دستگاههای اجرایی شهر یزد رابطه وجود نداشت.
علاقه بند(۱۳۹۳)	در تحقیق خود با عنوان شفافیت و پاسخگویی، تایج این پژوهش نشان داد که بین شفافیت سازمانی با عملکرد شغلی رابطه مثبت معنی داری وجود دارد. همچنین بین سلامت سازمانی با عملکرد شغلی رابطه مثبت معنی داری وجود و دیگر اینکه بین شفافیت سازمانی و سلامت سازمانی با عملکرد شغلی کارکنان رابطه چندگانه وجود دارد. لذا جهت افزایش سلامت سازمانی بکارگیری مدیران با نفوذ، داشتن ساختار انعطاف پذیر، تقویت حمایتی بودن رفتار مدیر، افزایش و تقویت سطح علمی و همچنین جهت بالا بردن شفافیت در سازمان مشارکت دادن کارکنان در تصمیمگیری، حل تعارضات و ایجاد نظام پیشنهادات پیشنهاد می شود.

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

پیشینه پژوهش های خارجی:

پژوهشگر / پژوهشگران	نتایج
کردنائیچ[1](۲۰۱۳)	تحقیقی تحت عنوان" فرهنگ سازمانی حلقهٔ مفقودهٔ شفافیت سازمانی و عملکرد سازمان "انجام داد. نتایج آزمون نشان داد تأثیر شفافیت سازمانی بر عملکرد سازمان مثبت و معنادار است و فرهنگ سازمان نیز به عنوان مثال بر واسطه بر این رابطه اثر می گذارد.
ماتیو مایلز[2](۲۰۱۱)	در تحقیق خود با عنوان بررسی نقش واسطه ای اعتماد سازمانی بر شفافیت و وفاداری سازمانی کارکنان نتایج پژوهش به طور کلی نشان داد که رابطه‌ی شفافیت سازمانی و وفاداری سازمانی، تحت تاثیر ابعاد اعتماد سازمانی است. ابعاد (پاسخگویی، تسهیم اطلاعات و مشارکت) شفافیت سازمانی بر ابعاد نگرشی و رفتاری وفاداری سازمانی دارای اثرغیرمستقیم و مثبت و بعد (اختفا و پنهان کاری) شفافیت سازمانی بر ابعاد نگرشی و رفتاری وفاداری سازمانی دارای اثر غیرمستقیم و منفی می باشد.
هانت و مورگان[3](۲۰۱۲)	در تحقیق خود با عنوان چگونگی افزایش تعهد و تعلق خاطر کارکنان در سازمان چنین بیان داشت افزایش تعلق خاطرکاری تعهدسازمانی افزایش می یابد و باکاهش تعلق خاطرکاری تعهدسازمانی کاهش می یابد همچنین تعهدعاطفی و تعهدهنجاری باتعلق خاطرکاری رابطه خطی مستقیم معناداری دارد به این نتیجه رسید که بین تعهد و تعلق در سازمان رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد.
مایلز[4](۲۰۱۳)	در تحقیق خود با عنوان"بررسی تاثیرگذاری تعلق خاطر کاری بر تعهد سازمانی کارکنان"نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که تعلق خاطر کاری به طور مثبت بر روی تعهد سازمانی کارکنان تاثیرگذار است و بخش زیادی از تغییرات در تعهد سازمانی را پیش بینی می کند. این تاثیرگذاری بر دو بعد تعهد عاطفی و تعهد هنجاری مثبت و معنی دار است. تعلق خاطر کاری رابطه و تاثیرگذاری معنی داری بر تعهد مستمر ندارد.
صادیر[5](۲۰۱۴)	تحقیقی تحت عنوان" رابطه بین جامعه پذیری سازمانی و رفتار تعلق به سازمان"علاوه بر نتایج مختلف جامعه پذیری موفقیت آمیز، رفتار تعلق به سازمان به عناون پیامد مهم جامعه پذیری سازمانی در نظر گرفته می شود. هدف این مطالعه بررسی عامل تاثیر گذار تناسب فرد-محیط بر رابطه بین جامعه پذیری سازمانی و رفتار تعلق به سازمان می باشد. یافته ها نشان داد که تناسب فرد-محیط بر رابطه بین جامعه پذیری سازمانی و رفتار تعلق به سازمان تاثیر می نهد.

1. Kordnaeich
2. Matio Mailz
3. Hant&Morgan
4. Mailz
5. Sadir

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

نتیجه گیری:

هدف از انجام پژوهش، دسترسی به نتایجی است که این نتایج منجر به روشن شدن حقایقی برای پژوهشگر و یا پاسخ به سوالات و فرضیاتی باشد که در ابتدای پژوهش برای پژوهشگر مطرح و قابل توجه بوده است .پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه بین شفافیت سازمانی با تعلق سازمانی، پاسخگویی حرفه ای و عملکرد شغلی کارشناسان فولاد مبارکه اصفهان به روش توصیفی و از نوع همبستگی انجام شد. جامعه آماری مشتمل بر کلیه کارشناسان شرکت فولاد مبارکه اصفهان که مشتمل بر ۱۲۰۰ نفر بود. که از این تعداد براساس فرمول حجم نمونه کوکران و به روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای متناسب با حجم تعداد ۲۹۱ نفر برای شرکت در پژوهش انتخاب شدند. برای گردآوری اطلاعات از چهار پرسشنامه شامل پرسشنامه شفافیت سازمانی دانایی فر و اعلایی (۱۳۸۳) با ۲۳ سوال ؛پرسشنامه تعلق سازمانی از علی احمدی و همکاران (۱۳۹۱)با ۹ سوال، عملکرد شغلی از پاترسون (۱۹۹۶) با ۱۵ سوال، و پرسشنامه پاسخگویی از آمار تولز (۲۰۰۹)با ۱۸ سوال استفاده شده است، در این فصل با استفاده از اقدامات و بررسی‌های انجام شده در فصول پیشین، به بحث و تفسیر نتایج پژوهش محدودیت‌های تحقیق و ارائه پیشنهادات کاربردی بر اساس یافته‌های پژوهش پرداخته شده است. همچنین زمینه‌های مورد نیاز به پژوهش بیشتر، از مباحث بعدی مطرح شده در این فصل می باشد. بررسی ها نظرات بین کارکنان براساس جنسیت نشان داد که کارکنان مرد با ۹۷. ۳ ٪ درصد پاسخگوی سوالات بوده اند. و بررسی بین تحصیلات و سن نشان داد دارای تحصیلات لیسانس با ۶۶. ۷درصد وسن ۳۵ سال به بالا با ۵۷. ۴درصد بالاترین درصد و از نظر سابقه خدمت اکثر پاسخگویان دارای ۱۰ سال به بالا با ۴۹. ۵ درصد سابقه خدمت بوده اند.

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]

فهرست منابع و مآخذ

ـ استرون، بی. (۲۰۱۰). تعهد سازمانی. مدیریت در آموزش و پرورش. دوره پنجم، شماره مسلسل ۱۷، ص ۷۴-۷۳ .

ـ استیفن پی رابینز، ۱۳۷۸، رفتار سازمانی جلد اول، ترجمه پارسائیان – اعرابی

ـ الوانی، . (۱۳۷۳). مردم در سازمانها، زمینه رفتار سازمانی. "ترجمه حسین شکرکن ". تهران: رشد.

ـ حصون . م (۱۳۹۲). ظهور مثبت گرایی در کار، ماهنامه تدبیر، ۳۹-۳۴.

ـ خجسته بوجار . م (۱۳۸۸). بررسی تاثیر سبک رهبری خدمتگزار مدیران بر اعتماد سازمانی کارکنان دانشگاه فردوسی مشهد، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه فردوسی مشهد

ـ خلیل زاده .ن. (۱۳۷۵). بررسی عوامل مؤثر در رضایت و عدم رضایت شغلی دانشجو معلمان دانشگاه پیام نور ارومیه، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه پیام نور ارومیه

ـ رضاییان، علی. (۱۳۷۴). مدیریت رفتار سازمان. تهران: انتشارات دانشکده مدیریت دانشگاه تهران .

ـ سبحانی؛ غلامرضا و عباسعلی قدیریان؛ ۱۳۸۷، مدیریت برکارکنان نخبه؛ چلش‌های علل ترک کار و ماندگاری در سازمان‌های دانش مدار. تهران؛ چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت؛

ـ عادل (۱۳۸۹). دوازدهمین همایش عرصه یادگیری /ترک خدمت مجازی عاملی موثر در ناکارامدی سازمان ها/ عباس غفاری/۱۵دیماه

ـ سعید هاشمی، پدرام؛ (۱۳۷۹). «مدیریت انتخابات» دفتر مطالعات سیاسی وزارت کشور.

ـ هاشمی، سیدمحمد؛ (۱۳۸۰). «حقوق اساسی جمهوری اسلامی ایران»، جلد دوم؛ حاکمیت و نهادهای سیاسی تهران: دادگستر.

ـ سهرابی، بهرام. (۱۳۷۵). تعهد سازمانی، مجله دانشکده علوم اداری و اقتصاد دانشگاه اصفهان. سال دهم، شماره ۱و۲، ص ۵۷-۴۱.

ـ سهروردی، علی. (۱۳۸۰). روش تحقیق در روانشناسی و علوم تربیتی. تهران: انتشارات ویرایش.

ـ عادل، احمد. (۱۳۷۵). تعهد سازمانی و رابطه آن با تمایل به ترک خدمت. فصلنامه مدیریت دولتی، شماره ۳۵، ص ۷۳-۶۵ .

[Downloaded from mail.jnraims.ir on 2026-11-19]