

(05,r=298) و همچنین بین شفافیت سازمانی و ابعاد آن با پاسخگوئی، $P\text{valu} < 0.05$

$r=361$ و بین شفافیت سازمانی و ابعاد آن با عملکرد شغلی ($P\text{valu}<0.05, r=397$) 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 مأموریت توان پیش بینی تعلق سازمانی را داشت، در گام دوم ابعاد مراحل انجام کار و فعالیت، عملکرد توان پیش بینی 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، عملکرد 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 می کنند. رشد و توسعه سازمانها و در پی آن جامعه و کشور، در گرو استفاده صحیح از سرمایه های انسانی است. یکی از شاخص های پیشرفت و توسعه کشورها داشتن سرمایه های انسانی کارا و بهره‌ور و توانمند است. اگر جامعه ای از این مزیت رقابتی برخوردار نباشد به طور قطع نمی تواند به هدفهای مورد نظر خود دست یابد (حصون، ۱۳۹۲).

شفافیت مفهومی است که یکی از موضوعات پر کاربرد در سال های اخیر بوده است و تفسیر واحدی از آن وجود ندارد. این مفهوم یک سری جنبه های سنتی دارد، اما برخی از جنبه های آن به سرعت در حال تغییر است. شفافیت برای هیات مدیره و مدیران ارشد یک موضوع مربوط است و ریشه در یکی از ارزش های 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 سازمان ها، به پاسخگویی و مشارکت در اطلاعات اساسی در سازمان می پردازند. چالش اصلی سازمان ها، درک شفافیت و چگونگی پیاده سازی آن است. امروزه بزرگترین آرزوی سازمان ها، 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

وفاداری بپردازند. پس به نظر می‌رسد 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، ۱۳۷۷: ۲۸۲). پاسخگویی از ابزارهای کنترل و نظارت بر قدرت و مقابله 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 و مستبد و فساد انگیز خواهند شد. 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. (هیوز، ۱۳۷۷: ۲۸۲).

فقدان پاسخگویی موجب بی‌اعتمادی و در بی‌اعتمادی دموکراسی و شهروندی مفهومی نخواهد داشت. پاسخگویی مبنای هر جامعه‌ای است که ادعا می‌کند، دموکراتیک است. امروزه دستگاه‌های دولتی با نوعی تعارض و دوگانگی مواجه اند از یک سو، در مقابل مردمان و سازمانهای ملی خود احساس مسئولیت می‌کنند و باید در برابر نیازهای آنان پاسخگو باشند و از سوی دیگر، الزامات بین المللی و نیروهای جهانی آنان را وادار به اعمال روشها و شیوه‌هایی می‌کند که در عمل مغایر خواست و انتظارات شهروندان آنهاست. پاسخگویی در حال گذر از شکلهای قدیمی مسئولیت به طرف سایر شکلهای، 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 بی‌اثر می‌سازد، 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)

تعلق سازمانی، به عنوان یکی از مقوله‌های مرتبط با نیروی انسانی، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و به معنی علائق 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 تعلق 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 تعلق 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

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

تحقیقات زیادی بر شناسایی عوامل تاثیرگذار بر تعلق سازمانی و عملکرد شغلی کارکنان شده است. این پژوهش بر آن است تا به بررسی رابطه شفافیت سازمانی با تعلق سازمانی، پاسخگویی حرفه ای و عملکرد شغلی بپردازد. فصل حاضر با محوریت رابطه این چهار متغیر به بیان مساله، اهمیت و ضرورت پژوهش، اهداف، فرضیه ها و تعاریف نظری و عملیاتی 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 می گیرد تا موارد مورد نیاز خود را به طور شفاف از سازمان دریابد. شفافیت از لحاظ لغوی، به معنای امکان نگاه کردن به درون یک چیز به منظور فهمیدن آنچه در آن می گذرد، است. مفهوم اصلی شفافیت در سازمان ها بر قابلیت دسترسی به اطلاعات دلالت دارد. یک سازمان شفاف، سازمانی است که افراد درون و بیرون آن بتوانند به منظور شکل دادن به نظراتشان، در مورد اقدامات و فرآیندهای درون آن سازمان، اطلاعات مورد نیازشان را به دست آورند. شفافیت سازمانی موجب می شود که اطلاعات مورد نیاز درباره عملکرد، تصمیمات و وضعیت موجود سازمان به طور قابل فهم در اختیار ذینفعان قرار بگیرد. شفافیت سازمانی توانسته است به خوبی در مباحث مرتبط با مسوولیت اجتماعی شرکت ها قرار گیرد و بخشی از گزارش های مسوولیت های اجتماعی شرکت ها به این مبحث اختصاص می یابد. 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 صورت های مالی و سرمایه گذاری های سازمانی از نیازهای اطلاعاتی مهم سهامداران و شرکای سازمانی است در حالی که فرآیند انتخاب تامین کنندگان و قیمت ها و کیفیت های تامین از مواردی است که تامین کنندگان علاقه مند 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 مراحل را طی کند تا بتواند شفافیت خود را تضمین کند. در ابتدا باید سازمان دقیقاً از نیازهای اطلاعاتی کلیه ذینفعان خود اطلاع پیدا کند. سازمان باید بداند که ذینفعان در چه مواردی کنجکاو هستند و به طور 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

پنهان کاری نشود. شفافیت همچنین، مستلزم پاسخگویی است، سازمان های شفاف پاسخگویی اعمال، گفتار و تصمیم های خود هستند زیرا این اطلاعات جهت بررسی در دسترس دیگران قرار می گیرد. 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 به خوبی مشخص شود. همچنین سازمان باید سعی کند تا از ارائه اطلاعات خود کسب ارزش کرده و برند سازمان را از این طریق به عنوان سازمانی شفاف تقویت کند. شفافیت سازمانی می تواند ارزش های مختلفی را برای سازمان بیافریند. به این ترتیب از خلال شفافیت سازمانی و به علت افزایش اعتماد، مشارکت ذینفعان با سازمان بیشتر می شود. این رویکرد باعث می شود مدیران با اعتماد به نفس بیشتر که حاصل عدم هر گونه پنهان کاری است، به مدیریت سازمان بپردازند و رضایت و عملکرد ذینفعان نیز بهبود می یابد 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 مسوولیت های اجتماعی سازمان نیز می تواند عاملی پیشران برای هدایت سازمان به سوی سازمانی شفاف باشد. در سازمان های متعهد به مسوولیت های اجتماعی شفافیت سازمانی به عنوان بخشی از مسوولیت سازمان ها شناخته می شود. اکثر سازمان های ایرانی در زمینه شفافیت عملکرد ضعیفی دارند به گونه ای که رتبه ایران براساس شاخص های سازمان شفافیت بین المللی بین ۱۷۸ کشور جهان ۱۳۶ است که این رقم نیز شاهی بر این ضعف گسترده است. مساله شفافیت در سازمان های ایرانی از چند بعد می تواند 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 می شود بلکه ورود به عرصه جهانی را برای بسیاری از سازمانها با مشکل مواجه می سازد. بسیاری از شرکای جهانی جهت همکاری و به خصوص سرمایه گذاری نیازمند آن هستند تا به طور شفاف بتوانند از سازوکارهای سازمانی مطلع شوند. همچنین بعد دیگری که سازمان های ایرانی می توانند با گسترش شفافیت خود آن را تضمین کنند، رویه های ضد فساد در اداره سازمانها است. فرآیندهای روشن و اطلاعاتی که از نحوه حاکمیت سازمانی در برابر چشمان همگان گذارده می شود و پاسخگویی سازمان در کلیه ابعاد مرتبط با شفافیت موجب می شود تا سوء استفاده از قدرت با محدودیت گسترده ای مواجه شود و ضوابط شفاف جایگزین روابط ناعادلانه شود (خسرو نجدی، ۱۳۹۳: ۹۸)

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 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

یقیناً 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. متأسفانه در کشور ما بسیاری از سازمانها از نداشتن انگیزه و تعلق سازمانی کارکنان و افراد سازمان رنج می‌برند و آثار مخرب فقدان این حس بعضاً کاملاً 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، اصولاً 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 می‌شود 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 می‌یابد. نظام پیشنهادها نیز عمیقاً 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 نمایند 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 پیشنهادها 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 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 شغف 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 نتیجه‌گرایانه 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 خط‌مشی‌ها 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 می‌دهند 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 مشخص می‌شود پاسخگویی یک اصطلاح پیچیده و چند وجهی است در تمامی ادبیات 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 خواسته‌های 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 تصمیم‌های اداری از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند. توجه به دیدگاه عمومی به عنوان معیار درستکاری و اخلاقی و پاسخگویی فردی در برابر شهروندان و مشارکت گروه‌های ذینفع در تصمیمات اداری را می‌توان تحول بزرگی در روابط قدرت بین شهروندان و نظام 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 و عملکردشان پاسخگو می‌کنند. این امر که اغلب از راه انتخابات انجام می‌شود به نمایندگان مردم در

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 مسئولیت 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 اختیارات 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 بستر حکومت می‌کنند که باید به تقاضاهای روز افزون شهروندان آگاه، تشکلهای، 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 کننده‌هایی که داراست سوء استفاده نکند. بنابراین در همه نظامها فرایندها و ساز و کارهایی برای نظارت بر اعمال قدرت شاخه 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 بر می‌گیرد. 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 مجموعه‌ای از تلاشها و اقداماتی که کارکنان در مسیر رسیدن به هدف و اجرای برنامه‌ها انجام می‌دهند به علاوه نتایج ملموس و قابل اندازه‌گیری که در اثر و به دنبال این رفتارها و تلاشها حاصل می‌شود. این تعریف از عملکرد به این نتیجه منجر می‌شود که به هنگام اندازه‌گیری عملکرد هم رفتارها و هم نتایج باید مورد بررسی قرار داده شود. همچنین عملکرد تابعی از داده‌ها (قابلیتها) و ستاده‌ها (اهداف) است. 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 تلاش‌های روانشناسان صنعتی و سازمانی در امر گزینش کارکنان بر تعیین توانایی‌های لازم برای مشاغل معین و یافتن افرادی که چنین توانایی‌هایی را دارا هستند متمرکز است برای این منظور در ابتدا روش‌های تحلیل شغل کارکن محور

(دانش، مهارتها، توانائی و ویژگی های دیگر شخصی) برای یک شغل مورد استفاده قرار می گیرد وقتی که روش ها مشخص می شوند گام بعدی از روش های گزینش برای یافتن افرادی که ویژگی های مناسب را دارا هستند استفاده می شود. بیشتر طرحهای گزینش برای ارزیابی توانائی ها شکل گرفته اند سرانجام علاوه بر آن ویژگی هایی که کارکنان با خود می آورند دانش و مهارت اضافی و مورد نیاز از طریق آموزش انجام می گیرد. اگر سازمانی بخواهد نیروی کار برخوردار از توانائی های لازم برای عملکرد شغلی خوب داشته باشد باید از هر سه مرحله تبعیت کند. به خوبی ثابت شده که حیطه های متفاوتی از توانائی با عملکرد شغلی مرتبط هستند. همانطور که می توان انتظار داشت ماهیت شغل تعیین کننده حداکثر توانائی های لازم ویژه است. به عنوان مثال، کانتینرگو همکاران، نشان داده اند که توانائی شناختی، عملکرد را در بیشتر مشاغل پیش بینی می کند با وجود این هرچه شغل نیازمند توانائی ذهنی بالاتری باشد ارتباط بین توانائی شغلی و عملکرد شغلی قویتر می شود 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 می آید، استراتژی مفیدی برای افزایش عملکرد شغلی محسوب می شود آنها همچنین نشان داده اند که کارکنانی که از طریق تحلیل شغل به دست می آید، استراتژی مفیدی برای افزایش عملکرد شغلی محسوب می شود. 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 می شوند و در نتیجه خشنودتر می شوند. 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 می شود، 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 می کند در اینجا «پنج ویژگی شخصیتی عمده» مورد بررسی قرار می گیرند که بسیاری از محققان معتقدند که اینها ابعاد عمده شخصیت انسانها را تشکیل می دهند (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 و با به کارگیری حدود ۱۷۰۰۰ نفر نیروی متخصص به طور مستقیم در بحث اشتغال گام های موثری برداشته است

از این رو با استفاده از رویکرد شفافیت سازمانی و پاسخگویی حرفه ای می توان 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 آیا بین 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 می نگرند 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 می رسد 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 می کنند که به تعهدات و حرف های خود پایبند هستند و صداقت و شفافیت میان آنها و کارکنان برقرار است. کارکنان یک سازمان باید بابت اینکه تلاش های آنها هدر نمی رود و سازمان متعهد به تعهدات خود است احساس امنیت داشته باشند تا عملکرد بهتری از خود نشان دهند. یکی از مهم ترین اقدامات مدیران سازمان این است که بتوانند فضای کاری خالی از مهارت های اجتماعی، غیبت، تمسخر، رقابت های ناسالم، خشم، پرخاشگری و... ایجاد کنند. همچنین، مدیران می توانند شنوندگان خوبی برای کارکنانشان باشند تا کارکنان احساس کنند که صدای آنها شنیده می شود و بدینوسیله اعتماد را در سازمان خود ایجاد کنند. احترام به کارکنان چه در کلام، چه در لحن صحبت و چه در رفتار موجب می شود که آنها احساس کنند ارزشمند هستند. این احساس ارزشمندی باعث می شود آنها از لحاظ عاطفی خود را متعلق به محیط بدانند و وقتی احساس تعلق به میان آید، افراد کیفیت کار خود را بالا می برند. یکی از قدم های بسیار موثر در جهت اعتمادسازی این است که افراد

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 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 نمی کند. در سازمان ها و ادارات کارمندان نیز با راهبردها و راهنمایی هایی که از طرف سازمان ها 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 در نحوه 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 نظام ها، فرآیندها و سازوکارهایی برای اعمال شاخه اجرایی دولت پیش بینی شده است. اگر دولت ها 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 می بایست در برابر آنها پاسخگو باشند فقدان پاسخگویی موجب بی اعتمادی و در پی 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 می دارند. 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 سازمان های 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 می کند. علت اصلی اهمیت کسب اطمینان در مورد کارآمدی روندهای مدیریت عملکرد این است که به این وسیله بتوانید بین اهداف بازرگانی راهبردی و فعالیتات روزمره تان ارتباط برقرار کنید. داشتن هدفگذاری موثر (دارای یک برنامه زمان بندی) و نیز روشی برای پیگیری پیشرفت و تشخیص موانع به موفقیت شما و دستیابی تان به حداقل نتایج تعیین شده کمک می کند. تعقیب منظم پیشرفت ها در مقایسه با اهداف و مقاصد از پیش تعیین شده، به شما این امکان را می دهد که کارکنانی را که از خود عملکرد خوب و تلاش ویژه نشان داده اند 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

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 سازمان‌ها بطور اعم و نیز شرکت فولاد مبارکه بطور اخص و تلاش در جهت افزایش تعلق سازمانی، پاسخگویی حرفه‌ای و عملکردشغلی کارکنان آن، محقق را بر آن داشت تا به انجام پژوهشی پیرامون رابطه بین شفافیت سازمانی با تعلق سازمانی، پاسخگویی حرفه‌ای و عملکرد شغلی در میان کارشناسان شرکت فولاد مبارکه بپردازد و از نتایج احتمالی حاصل از این تحقیق در بهره‌مندی از تعلق سازمانی و پاسخگویی حرفه‌ای و عملکردشغلی به نحو مؤثر استفاده گردد. آنچه بر اهمیت این تحقیق می‌افزاید این است که تاکنون مطالعه‌ای در رابطه با تاثیر همزمان شفافیت سازمانی، تعلق سازمانی، پاسخگویی حرفه‌ای و عملکردشغلی انجام نگرفته و این پژوهش می‌تواند 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:

- شناسایی ابعادی از شفافیت سازمانی که توان پیش‌بینی بهتری برای تعلق سازمانی پاسخگویی حرفه‌ای و عملکرد شغلی را دارند منجر به تاثیرگذاری بیشتر بر آن بعد می‌گردد.
- تاکنون پژوهشی به منظور تبیین رابطه این چهار متغیر در سازمان مهمی مثل مجتمع فولاد مبارکه صورت نگرفته است. پژوهش حاضر می‌تواند خلأ مطالعاتی در این زمینه را پوشش دهد.
- با تبیین رابطه چهار متغیر شفافیت سازمانی، تعلق سازمانی پاسخگویی حرفه‌ای، و عملکرد شغلی می‌توان پیشنهادات کاربردی برای ارتقا متغیرهای تاثیرگذار ارائه نمود.
- مطالعه حاضر چشم‌انداز 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 حرفه‌ای و عملکرد شغلی

اهداف جزئی:

- ۱- تعیین رابطه بین شفافیت سازمانی و ابعاد آن (قوانین و مقررات، مراحل انجام کار و فعالیت، مأموریت و چشم انداز، عملکرد، امور اداری و استخدامی) با تعلق سازمانی
- ۲- تعیین رابطه بین شفافیت سازمانی و ابعاد آن (قوانین و مقررات، مراحل انجام کار و فعالیت، مأموریت و چشم انداز، عملکرد، امور اداری و استخدامی) با پاسخگویی حرفه ای
- ۳- تعیین رابطه بین شفافیت سازمانی و ابعاد آن (قوانین و مقررات، مراحل انجام کار و فعالیت، مأموریت 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- تعیین مدل معادلات ساختاری روابط بین شفافیت سازمانی، تعلق سازمانی، پاسخگویی حرفه ای و عملکرد شغلی

فرضیات تحقیق:

فرضیه اصلی:

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

فرضیه‌های فرعی

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

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

۸- بین شفافیت سازمانی با تعلق سازمانی، پاسخگویی حرفه ای و عملکرد شغلی رابطه علی وجود دارد.

شفافیت سازمانی

تعریف شفافیت

تعاریف بسیاری از شفافیت ارائه 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 نمی توان آن ها را جدا از یکدیگر دانست. همچنین تعاریف متعدد دیگری نیز ارائه شده است که بسته به این که بر چه مفهومی استوار هستند، می توان آن ها را در سه طبقه به شرح زیر از یکدیگر متمایز کرد:

الف) تعاریف مبتنی بر ذی نفعان اطلاعات: (ویش و اناث و کافمن^۱ 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 می داند: اطلاعات درباره قوانین، مقررات و سایر رویه ها به طور عموم منتشر شده باشد، مطلع کردن گروه های 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)

اندازه گیری شفافیت

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

کیفیت اطلاعات سنجید. تلاش هایی 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 شرکت ها تدوین کرده اند که طبق آن شفافیت شرکت ها سه عنصر اصلی دارد: گزارشگری مالی (اختیاری و اجباری) انتشار اطلاعات از طریق رسانه ها و اینترنت کسب اطلاعات محرمانه و ارسال آن از طریق تحلیل گران مالی، سرمایه گذاران نهادی و افراد داخل شرکت. گزارشات مالی شرکت ها، مصاحبه با مدیران یا تامین کنندگان عمده شرکت ها و... اطلاعات را تحلیل و به بازار ارایه می دهند. بنابراین برای مورد آخر از معیارهای قابل استفاده جهت اندازه گیری شفافیت می توان گزارشگری مستقیم اطلاعات محرمانه توسط شرکت ها و تعداد تحلیل گرانی را نام برد که فعالیت شرکت خاصی را دنبال می کنند از سوی دیگر سرمایه گذاران نهادی نیز اطلاعات را جمع آوری و پردازش کرده و بر مبنای آن مبادله می کنند. این عده اطلاعات خود را به صورت عمومی در اختیار بازار قرار نمی دهند ولی با تصمیمات خود بازار را آگاه می کنند. 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 شرکت ها یا افرادی باشد که به اطلاعات محرمانه دسترسی دارند و هر میزان این قوانین سخت گیرانه تر باشند، امکان سودجویی این شرکت ها یا افراد کم تر می شود و با الزام به افشای این اطلاعات بازار از شفافیت بیشتری برخوردار می شود. 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 اندازه گیری 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 اندازه گیری 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؟ استیگلitz^{۲۰۱۲} استدلال می کند که کل جامعه شفافیت بیشتر و باز بودن را ترجیح می دهند. از نظر مفهومی هم در اقتصاد اطلاعات عنوان می شود که اطلاعات بهتر به

تخصیص منابع و افزایش کارایی 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 می گیرد که نتیجه آن سرازیر شدن سرمایه به سمت مولدترین استفاده آن خواهد بود که در نهایت منجر به کارایی تخصیصی در بازار می شود و حاصل نهایی آن افزایش رشد و کارایی برای کل جامعه است. عدم شفافیت چه سیاسی و چه اقتصادی برای جامعه مضر است. در سیستم دموکراتیک باید امکان ارزیابی و قضاوت سیاست های دولت فراهم باشد که عدم شفافیت باعث تضعیف این امر می شود و امکان سودجویی برای کسانی فراهم می شود 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 غیر آگاه با ریسک بیش تر بازدهی کم تری خواهند داشت و برعکس، که نتیجه آن جابه جایی ثروت بین عده ای اندک است و عملاتریت 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^۱، ۲۰۰۳). افشای اطلاعات با تلاش شرکت ها برای حفظ مالکیت اطلاعات و حریم شخصی آنان در تضاد است. خصوصا در شرایطی که افشای اطلاعات تهدیدی برای شهرت سازمان ها، سهم بازار یا نفوذ سیاسی آن ها باشد، به هیچ وجه مطلوب نخواهد بود. تعیین حد مطلوب 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 می شود. باید در نظر داشت که افشای حد معینی از اطلاعات محرمانه که به تصمیمات و برنامه های آتی شرکت ها ضرری وارد نکند، باعث افزایش شفافیت و کمک به اتخاذ تصمیمات بهینه می شود که در نهایت به نفع کل بازار است. از سوی دیگر ایجاد جوی برای اعتماد سرمایه گذاران (بالقوه و بالفعل) به شرکت ها، از طریق مکانیزم هایی مختلف مانند فرهنگ سازی ورود به بازارهای مالی به نحوی که مدیران شرکت ها اجازه سوءاستفاده و تقلب و فساد را به خود ندهند و یا تصویب مقررات به شدت سخت گیرانه در برابر شرکت های خطاکار، منجر می شود که کردار تقاضا برای اطلاعات به سمت کسب همه اطلاعات محرمانه حرکت نکند (استیگلیتز^۲، ۲۰۱۲: ۳۶).

قوانین و مقررات در شفافیت:

هاپکینز^۳ 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

هشت جلدی شرکت راه آهن بوده است. بنا به گفته هاپکینز: تکیه مطلق بر قوانین باعث عدم هوشیاری در شناسایی ریسک شده است. علاوه بر این، 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.

بطور کلی، 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 معمولاً 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، معمولاً 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 صرفاً 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 مرتباً 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:

پیترز و کاپنز^۱ استدلال کرده اند که تیم‌ها می‌توانند به شرط تامین نیازهای عمده خود، موفق باشند مهمترین این عوامل حیاتی موفقیت عبارتست از:

- ۱- تشویق و پایداری ۲- تغییر فرهنگ ۳- آموزش ۴- حمایت خارجی.
همچنین بیرلین^۱ و همکاران موفقیت یا شکست تیم‌ها را وابسته به متغیرهای زمینه‌ای (وضعیتی) می‌دانند. به زعم آنها، این زمینه شامل شبکه‌ای از سیستم‌های حمایتی است که تیم را احاطه کرده‌اند. این سیستم‌های حمایتی عبارتند از:
- حمایت و تعهد مدیریت ارشد از مفهوم کار تیمی؛
- حمایت مدیران میانی و سرپرستان مستقیم تیم‌ها؛
- تعیین اهداف و اولویتهای تیمی؛
- طراحی نظام ارزیابی عملکرد (تعیین روشهای سنجش افراد و تیم‌ها)؛
- طراحی نظام آموزشی؛
- طراحی نظام پاداش (پرداخت مبتنی بر عملکرد)؛
- نظام یکپارچه سازی (ابزارها و روش‌هایی که به هماهنگی میان اعضا و تیم‌ها و نیز میان خود تیم‌ها می‌پردازد.
- ساختار سازمانی.
از طرف دیگر ریچاردسون که در پنج کابینه ریاست جمهوری آمریکا عضویت داشته است علل کارایی و موفقیت تیم‌ها را در عوامل زیر می‌داند.
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 می‌کنند از خدمات فنی آنها نیز باید قدردانی شود.
۳- **همسوسازی عملیات با موارد ۲و۱:** 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.
۴- **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

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.

۶- 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 می‌تواند 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 تیم‌ها می‌توان برشمرد که ساختار هر کدام 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، آینده متصور و یا آینده آرمانی و مطلوب نیز نام برده می‌شود، توصیفی است از شرایط آینده و به عبارت دیگر، تصویری است از وضعیت آینده یک مجموعه، زمانی که به اهداف و استراتژی‌های خود دست یافته باشد. چشم انداز و آرمان‌ها، معمولاً زاینده فکر و خلاقیت مدیران مجموعه بوده و در ابعاد مختلفی همچون فناوری، دانش، وضعیت مالی، بازار و مواردی از این دست، به تصویر کشیده می‌شوند. 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:

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

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

– یک سازمان شاخص را مدل قرار دهد.

– 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 کسب و کارشان است) را برای کارکنان روشن سازند. این شفافیت باید در خلال گفتگوهای 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.

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 دقیقاً 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 پابندی 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 علائق فرد و تمایل او به انجام وظایف و ماندگاری در سازمان است و جاری بودن این انرژی در مجموعه 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 می‌افتند و این 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 با توجه به این اطمینان خاطر بتوانند، برنامه‌های بلند مدت را برای مجموعه طراحی کنند. از سوی دیگر آموزش‌های ضمن خدمتی که به افراد داده میشود و تجارب شغلی که با توجه به زمان اشتغال در مجموعه کسب نموده‌اند، از مجموعه خارج نشده و نیازی به تربیت مجدد نیروی متخصص در آن حوزه نخواهد بود و از مصرف بی‌رویه 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 ویژه‌ای در سازمان‌ها داشته و لازمه موفقیت هر سازمانی داشتن نیروی انسانی با کیفیت، 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

ارزشمندترین منبع سازمانهای امروزی به شمار می آید چراکه به تصمیمات سازمانی شکل داده، مسایل و مشکلات سازمان را حل نموده و بهره وری را عینیت می بخشد. (موسوی، ۱۳۹۳: ۱۴)

تعلق سازمانی به عنوان یکی از مقوله های مرتبط با نیروی انسانی از اهمیت ویژه ای برخوردار است که از علائق فرد و تمایل او به انجام وظایف و ماندگاری در سازمان ناشی می شود. مجاری بودن این انرژی در مجموعه علاوه بر انرژی مضاعفی که در افراد می دمَد، 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
- یقیناً 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. متأسفانه 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 بعضاً کاملاً 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 بهره مند شد. نظام پیشنهادها به عنوان مکانیزم و سیستمی برای عملی ساختن تفکر مشارکتی در سازمان، اصولاً 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 می کنند. در

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 می باشد که بر اثر آن میل به پیشرفت در کار افزایش و ترک کار کاهش می یابد. نظام پیشنهادها نیز عمیقاً 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 روش های کاری شود. نظام پیشنهادها نظامی است که فلسفه وجودی آن بر اساس بهبودهای مستمر از طریق ایده ها و پیشنهادها 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 می دهد و این پیشنهاد ظرف مدت کوتاهی بررسی و در صورت امکان اجرا می گردد و پاداش مربوط به اجرای این پیشنهاد نیز به وی اعطا می گردد، احساس شغف 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. 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 می گذرد و بدین ترتیب مأموریت و اهداف سازمان با داشتن چنین کارکنانی بهتر و سریعتر محقق می شود (موسوی، ۱۳۹۳: ۱۶).

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 تیجه مسئولیت پذیری، پاسخ گویی است که زمینه توسعه و پیشرفت و برقراری عدالت و ساختن جامعه والا و متعالی را فراهم می کند. 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، ایچ 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 می کنند. درک از سیاست سازمانی نقش تعدیل کننده در تعیین رابطه بین پاسخگویی و تعلق ایفا می کند.
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، تایید 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.

پیشینه پژوهش های خارجی:

پژوهشگر / پژوهشگران	نتایج
کردنائیچ (۲۰۱۳)	تحقیقی تحت عنوان " فرهنگ سازمانی حلقه مفقوده 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 (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 رابطه شفافیت سازمانی و وفاداری سازمانی، تحت تأثیر ابعاد اعتماد سازمانی است. ابعاد (پاسخگویی، تسهیم اطلاعات و مشارکت) شفافیت سازمانی بر ابعاد نگرشی و رفتاری وفاداری سازمانی دارای اثر غیرمستقیم 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 (۲۰۱۲)	در تحقیق خود با عنوان چگونگی افزایش تعهد و تعلق خاطر کارکنان در سازمان چنین بیان داشت افزایش تعلق خاطر کاری تعهد سازمانی افزایش می یابد و با کاهش تعلق خاطر کاری تعهد سازمانی کاهش می یابد همچنین تعهد عاطفی و تعهد هنجاری با تعلق خاطر کاری رابطه خطی مستقیم معناداری دارد به این نتیجه رسید که بین تعهد و تعلق در سازمان رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد.
مایلز (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 تاثیر گذار 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 (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 عنوان 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

نتیجه گیری:

هدف از انجام پژوهش، دسترسی به نتایجی است که این نتایج منجر به روشن شدن حقایق 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 مبارک اصفهان به روش توصیفی و از نوع همبستگی انجام شد. جامعه آماری مشتمل بر کلیه کارشناسان شرکت فولاد مبارک 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 بررسی های انجام شده در فصول پیشین، به بحث و تفسیر نتایج پژوهش محدودیت های تحقیق و ارائه پیشنهاد کاربردی بر اساس یافته های پژوهش پرداخته شده است. همچنین زمینه های 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 ۳.۹۷٪ درصد پاسخگویی سوالات بوده اند. و بررسی بین تحصیلات و سن نشان داد دارای تحصیلات لیسانس با ۷.۶۶٪ درصد و سن ۳۵ سال به بالا با ۴.۵۷٪ درصد بالاترین درصد و از نظر سابقه خدمت اکثر پاسخگویان دارای ۱۰ سال به بالا با ۵.۴۹٪ درصد سابقه خدمت بوده اند.

فهرست منابع و مآخذ

- استرون، بی. (۲۰۱۰). تعهد سازمانی. مدیریت در آموزش و پرورش. دوره پنجم، شماره مسلسل ۱۷، ص ۷۳-۷۴.
- استیفن پی رابینز، ۱۳۷۸، رفتار سازمانی جلد اول، ترجمه پارسائیان - اعرابی
- الوانی، . (۱۳۷۳). مردم در سازمانها، زمینه رفتار سازمانی. "ترجمه حسین شکرکن". تهران: رشد.
- حصون م. (۱۳۹۲). ظهور مثبت گرایی در کار، ماهنامه تدبیر، ۳۹-۳۴.
- خجسته بوجار م. (۱۳۸۸). بررسی تاثیر سبک رهبری خدمتگزار مدیران بر اعتماد سازمانی کارکنان دانشگاه فردوسی مشهد، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه فردوسی مشهد
- خلیل زاده م. (۱۳۷۵). بررسی عوامل مؤثر در رضایت و عدم رضایت شغلی دانشجو معلمان دانشگاه پیام نور ارومیه، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه پیام نور ارومیه
- رضاییان، علی. (۱۳۷۴). مدیریت رفتار سازمان. تهران: انتشارات دانشکده مدیریت دانشگاه تهران .
- سبحانی؛ غلامرضا و عباسعلی قدیریان؛ ۱۳۸۷، مدیریت بر کارکنان نخبه؛ چالش های علل ترک کار و ماندگاری در سازمان های دانش مدار. تهران؛ چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت؛
- عادل (۱۳۸۹). دوازدهمین همایش عرصه یادگیری / ترک خدمت مجازی عاملی موثر در ناکارآمدی سازمان ها/ عباس غفاری/ ۱۵ دیماه
- سعید هاشمی، پدرام؛ (۱۳۷۹). «مدیریت انتخابات» دفتر مطالعات سیاسی وزارت کشور.
- هاشمی، سیدمحمد؛ (۱۳۸۰). «حقوق اساسی جمهوری اسلامی ایران»، جلد دوم؛ حاکمیت و نهادهای سیاسی تهران: دادگستر.
- سهرابی، بهرام. (۱۳۷۵). تعهد سازمانی، مجله دانشکده علوم اداری و اقتصاد دانشگاه اصفهان. سال دهم، شماره ۱ و ۲، ص ۵۷-۴۱.
- سهروردی، علی. (۱۳۸۰). روش تحقیق در روانشناسی و علوم تربیتی. تهران: انتشارات ویرایش.
- عادل، احمد. (۱۳۷۵). تعهد سازمانی و رابطه آن با تمایل به ترک خدمت. فصلنامه مدیریت دولتی، شماره ۳۵، ص ۷۳-۶۵ .