

مدیریت

(حلاق حرفه ای، شفافیت
سازمانی، مدیریت مشارکتی)

عبدالخالق سهراروی



سرشناسه	: سهراب زهی، عبدالخالده، ۱۳۵۷ -
عنوان و نام پدیدآور	: مدیریت (اخلاق حرفه‌ای، شفافیت سازمانی، مدیریت مشارکتی) / عبدالخالده سهراب زهی.
مشخصات نشر	: قیض آباد مه ولات: انتشارات جالیز، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	: ۱۰۴ ص.
شابک	: ۱۵۰۰۰۰ ریال : ۶۳-۰۰-۹۹۲۷-۹۷۸-۶۰۰
وضعیت فهرست نویسی	: قیبا
یادداشت	: کتابنامه.
موضوع	: مدیریت -- مشارکت کارکنان: Management -- Employee participation
موضوع	: اخلاق حرفه‌ای: Professional ethics
موضوع	: شفافیت: Transparency
موضوع	: سازمان: Organization
رده بندی کنگره	: ۴ / HD۵۶ / ۱۳۹۷
رده بندی دیویی	: ۶۵۸ / ۲
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۳۵۱۰۴۴



مدیریت

(اخلاق حرفه‌ای، شفافیت سازمانی، مدیریت مشارکتی)

مؤلف: عبدالخالده سهراب زهی

ناشر: نشر جالیز

چاپ: اول، پاییز ۱۳۹۷ / ۱۰۰۰ نسخه

قطع: رقعی / تعداد صفحه: ۱۰۴

قیمت: ۱۵۰,۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۹۲۷-۶۳-۰۰

طراح جلد: صالح مقدم

ویراستاری و صفحه‌آرایی: محمد قرانی

حق چاپ محفوظ است

فهرست مطالب

۱.....	مقدمه
۳.....	بخش اول
۳.....	مدیریت مشارکتی
۴.....	آشنایی با واژه مشارکت
۵.....	تعاریف مشارکت
۸.....	تاریخچه مشارکت
۱۰.....	آباد و ریشه های مدیریت مشارکتی
۱۸.....	مشارکت در بین مسلمانان
۲۰.....	تاریخچه مشارکت در نظام اداری ایران
۲۳.....	بخش دوم
۲۳.....	شفافیت سازمانی
۲۴.....	ماهیت شفافیت
۲۵.....	مفهوم شفافیت
۲۷.....	معنا و ارزش شفافیت
۳۰.....	شفافیت سازمانی و پاسخگویی
۳۰.....	انواع شفافیت (ایستا- پویا)
۳۱.....	مفهوم شفافیت در حوزه های گوناگون
۳۴.....	شفافیت و رهبری
۳۶.....	شفافیت و خط مشی گذاری عمومی
۳۷.....	شفافیت سازمانی و فساد اداری
۳۸.....	شفافیت و فرهنگ سازمانی
۳۹.....	شفافیت و صداقت در ارتباطات سازمانی
۴۰.....	شفافیت و هویت سازمانی
۴۰.....	اصول شفافیت اطلاعات مبادله شده
۴۱.....	گستره شفافیت اطلاعاتی

۴۳	مزایایی شفافیت سازمانی
۴۶	مضرات افشاء اطلاعات
۴۸	شفافیت در سازمان‌های غیر دولتی
۴۹	حسابداری و حسابرسی ابزارهایی برای افزایش شفافیت سازمانی
۵۰	انسان‌رمانها و اینترنت در افزایش شفافیت سازمانی
۵۰	آثار منفی شفافیت
۵۲	مؤلفه‌های شناخت سازمانی
۵۷	بخش ۲
۵۷	اخلاق حرفه‌ای
۵۸	اخلاق کار
۶۰	دو زمینه عمل گسترده
۶۱	نقش اخلاق از دیدگاه متفکران غربی و مدیریت
۶۲	عقاید غلط درباره اخلاق
۶۵	کاربردی نمودن اخلاق
۶۶	تعریف اخلاق
۶۷	تعریف حرفه
۶۹	تعریف اخلاق حرفه‌ای
۷۵	مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای
۹۱	منابع و مآخذ

پیشگفتار

دنیای متغیر امروز ایجاب می‌کند سازمان‌ها برای بقا به دنبال ابزاری نوین باشند و یکی از ابزارهایی که می‌تواند سازمان‌ها را در تأمین اهداف یاری کند، شفافیت سازمانی است. شفافیت یک خاصیت عمومی است. این موضوع با یک سری از سیاست‌ها، عملکردها و شیوه‌هایی پیش می‌رود که به شهروندان اجازه دسترسی، استفاده، رسیدن، فهمیدن، اصل اطلاع رسانی و حسابرسی اطلاعات و روند برگزار کننده آنها تا مراکز قدرت (جامعه و یا سازمان‌ها) را می‌دهد. مکانیسم بازخورد این موضوع است از سمت شهروندان برای کامل کردن هدف والای شفافیت بسیار مهم می‌باشد. با رخدای که شفافیت سازمانی موضوع تازه‌ای نیست، به مفهوم آن توجه زیادی شده است و اکثر مطالعات در این زمینه، شفافیت سازمانی را در مفهوم افشای اطلاعاتی بررسی کرده‌اند (فرید، ۱۳۸۸: ۲۵).

در اخلاق حرفه‌ای، مسئولیت‌های اخلاقی سازمان در قبال جامعه و حلی و خارجی است و این متمایز از حقوق کار است؛ اما حقوق کار نیز در آن جای دارد. اصول اخلاق خوب از پیش شرط‌های مدیریت استراتژیک خوب است. این

اصول موجب ایجاد یک شرکت و بنگاه خوب می‌شود (ای وارد^۱، ترجمه ایزدی، ۱۳۹۰: ۲۴).

در اواسط دهه ۱۹۷۰ و اوایل ۱۹۸۰ به دنبال موفقیت در شرکت‌های ژاپنی، مدیران بسیاری از شرکت‌های آمریکایی کوشیده‌اند از الگوی مدیریت ژاپنی تأیید کنند، آنها کوشیدند تا مشارکت را گسترش دهند، حلقه‌های نظارت بر کیفیت را به کار گرفته و رده‌های سازمانی را کاهش دادند. این شرکت‌ها به درجات متفاوتی از کامیابی رسیدند، زیرا کارگران آمریکایی دارای فرهنگی متفاوت نسبت به کارگران ژاپن بودند. آنها متوجه شدند باید شیوه‌های کامیاب مدیریت در ژاپن را اصلاح کنند تا با ارزش‌های فرهنگی در آمریکا سازگار باشد. اما به طور کلی دانشمندان معتقدند که پایه اصلی مدیریت مشارکتی بر مطالعات مایو و نظرات اوچی^۲ بنا شده است. اوچی استاد دانشگاه کالیفرنیا، این تئوری را در سال ۱۹۸۱ مطرح نمود (ایران نژاد و ساسان گهر، ۱۳۹۰: ۱۰۶). بعد از آن مدیریت مشارکتی در کشورهای اروپایی نیز به صورت‌های مختلف رواج گرفته و سازمان‌ها همواره در تلاش بودند تا به حداکثر میزان دلخواه مشتری، کیفیت و رقابت در بازار برسند و برای رسیدن به حداکثرها به مدیریت مشارکتی روی آورند (مهاجرانی، ۱۳۹۶: ۶۰).

^۱ Eyward

^۲ Ouchi