

Investigation of the Impact of Managerial Roles on Organizational Transparency with an Islamic Approach

Ali Molaei*

Masoud Pourkyani**

Melikeh Beheshtifar***

Farzaneh Beigzadeh Abbasi****

Abstract

This research paper was aimed to investigate the effect of management roles on organizational transparency with an Islamic approach. The present study was descriptive-correlational research that was conducted by survey method. Mintzberg's management roles were initially identified through library studies. Then, based on religious teachings, a role was added to the above fifth roles called "social responsibility". In addition, these roles were tested in a statistical population and the differences between the roles in the two statistical populations (research institutes and manufacturing companies of Kerman province of Iran) were tested. The main tool for collecting information were questionnaires. Structural equation modeling was used to test the hypotheses. SPSS (version 23) and AMOS were used to analyze the data. In conclusion, findings showed that there was a difference between management roles in research and manufacturing companies. It was also concluded that managerial roles have direct effects on organizational transparency in both research institutes and manufacturing companies in Kerman.

Keywords: Role, Management roles, Organizational transparency.

* PhD student, Faculty of Literature and Humanities, Islamic Azad University, Kerman branch, Iran; molayfard_a2@yahoo.com.

** Assistant professor, Faculty of Literature and Humanities, Islamic Azad University, Kerman branch, Iran; Pourkiani@iauk.Ac.Ir.

*** Associate professor, Faculty of Management, Islamic Azad University, Rafsanjan branch, Iran, m.beheshtifar@yahoo.com.

**** Assistant professor, Faculty of Literature and Humanities, Islamic Azad University, Kerman branch, Iran; farzanehbigzadeh@yahoo.com.

بررسی تأثیر نقش‌های مدیریتی بر شفافیت سازمانی با رویکرد اسلامی

علی ملاتی فرد*

مسعود پورکیانی**

ملیکه بهشتی فر***

فرزانه بیگزاده عباسی****

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر نقش‌های مدیریتی بر شفافیت سازمانی با رویکرد اسلامی است. پژوهش حاضر از نوع پژوهش‌های توصیفی-همبستگی است که به روش پیمایشی انجام شد. روش گردآوری اطلاعات ترکیبی از مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی است. ابتدا نقش‌های مدیریتی مینزبرگ از طریق مطالعات کتابخانه‌ای شناسایی شد و سپس براساس آموزه‌های دینی، یک نقش به نقش‌های فوق اضافه گردید تحت عنوان «مسئولیت اجتماعی». در گام بعد این نقش‌ها در جامعه آماری مورد نظر به آزمون گذاشته شد و تفاوت نقش‌ها در دو جامعه آماری (مؤسسه‌های تحقیقاتی و مؤسسه‌های تولیدی استان کرمان) مورد آزمون قرار گرفت. جهت سنجش متغیرها در مؤسسه‌های تحقیقاتی ۱۸۶ نفر و در مؤسسه‌های تولیدی ۳۷۲ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب گردیدند. ابزار اصلی گردآوری اطلاعات پرسش‌نامه بود. برای بررسی فرضیه‌ها از آزمون t تک‌نمونه‌ای، مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار SPSS ویراست ۲۳ و AMOS استفاده شد. یافته‌های پژوهش نشان داد که بین نقش‌های مدیریتی در مؤسسه‌های تحقیقاتی و تولیدی تفاوت وجود دارد. همچنین این نتیجه حاصل آمد که نقش‌های مدیریتی بر شفافیت سازمانی در مؤسسه‌های تحقیقاتی و تولیدی استان کرمان تأثیر مستقیم دارد.

واژگان کلیدی: نقش، نقش‌های مدیریتی، شفافیت سازمانی.

مقدمه

تغییرات زیادی که در سال‌های اخیر در محیط تجاری به وجود آمده واحدهای اقتصادی را با چالش‌های گسترده‌ای رو به رو کرده است. تشدید رقابت جهانی، پیشرفت فناوری، تحول در اداره سازمان‌های و تغییرات اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی لزوم تهیه و ارائه اطلاعات قابل اعتماد و شفاف را توسط واحدهای اقتصادی تشدید کرده است. فساد مالی ریشه در عدم شفافیت دارد و شفافیت به معنای جریان آزاد اطلاعات و در دسترس بودن آن برای همه کسانی است که در فرایند تصمیم‌گیری نقش دارند و در مقابل فقدان شفافیت موجب نبود تقارن اطلاعاتی میان دو سوی قضیه یعنی کاربران و ارائه‌کنندگان اطلاعات است (استونر و فریمن، ۱۳۹۰، ص ۱۲۴) و جوامع امروزی از شرکت‌ها انتظار دارند که پاسخگوی مسئولیت‌های خود در قبال ذی‌نفعانشان و جامعه‌شان باشند (اسماعیل‌پور و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۶۸۹). مسئولیت شرکت‌ها صرفاً شامل مسائل تجاری، کسب‌وکار و ابعاد اقتصادی نمی‌شود، بلکه امور اجتماعی و زیست‌محیطی را به قصد به حداقل رساندن یا حذف هرگونه آثار مضر بر جامعه و به حداکثر رساندن سودرسانی به مردم و گروه‌های مختلف و در نهایت، کل جامعه را نیز دربر می‌گیرد (اصباح، ۱۳۹۵، ص ۴۵). چنانچه پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله در حدیث شریفی می‌فرمایند که «کلکم راع و کلکم مسئول». یعنی تمامی افراد جامعه نسبت به هم مسئولیت و وظیفه دارند (شیداییان، ۱۳۸۳، ص ۲۷). همچنین در آیه ۷۲ سوره احزاب در زمینه پذیرش مسئولیت انسان شده است که: «ما بار امانت را بر آسمان‌ها و زمین و کوه‌ها عرضه کردیم، پس، از برداشتن آن سر باز زدند و از آن هراسناک شدند؛ ولی انسان آن را برداشت». قرآن کریم به جز خداوند متعال، همه انسان‌ها را نسبت به عملکردشان پاسخگو می‌داند و در آیه ۲۳ سوره انبیاء آمده است که: «در آنچه [خدا] انجام می‌دهد، چون و چرا راه ندارد، ولی آنان [= انسان‌ها] سؤال خواهند شد». همچنین در زمینه استفاده از نعمت‌های الهی در آیه ۸ سوره تکوین بیان شده است که: «سپس در همان روز است که از نعمت [روی زمین] پرسیده خواهید شد».

یکی از مؤلفه‌های اصلی مسئولیت اجتماعی رعایت اصول اخلاقی است. تصمیم‌گیری در حوزه علم مدیریت بدون توجه به مؤلفه‌های اخلاق و مسئولیت اجتماعی واقع‌بینانه نیست. در واقع مدیران و کارکنان هر روزه با چالش تصمیم‌گیری اخلاقی مواجه هستند. هدایت و مدیریت یک کسب‌وکار به روش‌های اخلاق‌مدارانه، به دلایل قانونی و کاری امری ناگزیر و آگاهی از الزامات اخلاقی برای مدیران کسب‌وکارها ضروری است، در غیر این صورت نمی‌توانند خواسته‌ها و انتظارات شرکت را برآورده کنند و برای دیگران الگو باشند (افخمی اردکانی و خلیلی صدرآباد، ۱۳۹۱، ص ۴۴).

اخلاق یک عنصر مهم و اساسی است، زیرا از طریق این ارزش‌های اخلاقی است که تمامی رفتارهای نادرست در مسیر درستشان هدایت می‌شوند. اخلاق باعث می‌شود افراد با جان و دل توانایی‌ها و قابلیت‌های خود را به کار گیرند و با رضایت بیشتری وظایف خود را انجام دهند. محققان در مطالعات خود بر این امر واقف هستند که رشد اخلاقی اصل اساسی برای بقای زندگی جوامع است و هیچ جامعه و سازمانی بدون ارزش دوام نخواهد آورد (انصاری، ۱۳۹۶، ص ۳۵) و رعایت نکردن برخی معیارهای اخلاقی، همگام با تحولات مدرنیته شدن و گذر از الگوهای محکم و قوی اخلاق سنتی، نگرانی‌های زیادی را در بخش‌های دولتی، غیردولتی و بازرگانی به وجود آورده است (ایران‌زاده و طاحونی، ۱۳۹۵، ص ۶۲). در حال حاضر بحث اخلاق در حقیقت عمده‌ترین چالش مدیریت است. زیرا بیانگر تقابل بین عملکرد اقتصادی (که به وسیله درآمدها، هزینه‌ها و سودها اندازه‌گیری می‌شود) و عملکرد اجتماعی (که در قالب تعهدات آن سازمان در داخل و خارج نسبت به دیگران بیان می‌شود) می‌باشند (بانج شفیع و بانج شفیع، ۱۳۹۲، ص ۵۴۱). به عبارتی باید بین عملکردهای اقتصادی و عملکردهای اجتماعی توازن و تعادل ایجاد گردد (جمالی و همکاران، ۱۳۹۶، ص ۸۲). اخلاق در شکل‌دهی به تصمیم و تنظیم فرایند شکل‌گیری آن نقش تعیین‌کننده دارد. رعایت نکردن اخلاق در تصمیم‌گیری موجب وارد شدن آسیب‌های فراوان به فرد و جامعه می‌شود و حتی قوانین و مجازات مختلف نتوانسته است تا حد مطلوب جامعه را به رفتار مناسب مجاب کند. در این میان اخلاق مبتنی بر فرهنگ الهی می‌تواند نظام تصمیم‌گیری را بهینه و سالم گرداند (جهرمی، ۱۳۹۳، ص ۴۵). چه اینکه دین مبین اسلام نیز بر رعایت اخلاق تأکید زیادی دارد و آموزه‌های دینی فراوانی در آیات و روایات نسبت به این موضوع وجود دارد.

اخلاق در کنار دانش و مهارت از مهم‌ترین قابلیت‌های هر مدیر در سازمان به شمار می‌رود. محیط‌های سازمانی در رشد اخلاقی افراد نقش اساسی دارند و اخلاق و رفتار مدیران این سازمان‌ها به شدت بر دیگران و نتایج عملکرد سازمان در حال و آینده تأثیرگذار است. در یک نظام اسلامی انتظار می‌رود مدیران سازمانی پایبند به اصول اسلامی و اخلاقی در حرفه خود باشند و منجر به توسعه اخلاق اسلامی نه تنها در سازمان بلکه در کل ابعاد جامعه باشند (ایمانی لیل‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۶، ص ۱۴۱). روایت بسیار معروف نبوی «انی بعثت لاتمم مکارم الخالق» حکایت از اهمیت اخلاق در جهت‌گیری دعوت حضرت محمد ﷺ دارد و از اخلاق به عنوان معجزه دوم نبوی یاد شده است. آیات متعددی در قرآن کریم بر رعایت اخلاق حرفه‌ای در سازمان تأکید دارد. در سوره هود (آیات ۸۴-۸۶) رسالت حضرت شعیب در دعوت به خدا و ایفای مکیال و میزان و اجتناب از کم‌فروشی دانسته شده است. در اخلاق حرفه‌ای رعایت حقوق دیگران مبنای تعامل

حرفه‌ای است و رساله حقوق امام سجاد (علیه السلام) به بهترین وجه این حقوق را تبیین نموده است. مباحث فراوانی در اخلاق به‌طور کلی و اخلاق رهبری، مدیریت و مناصب ویژه به‌طور خاص در نهج البلاغه مطرح گردیده است. امیرالمؤمنین علی (علیه السلام) در مواضع مختلف مدیران را از واکنش هیجانی نهی می‌کنند و در توصیه به مالک اشتر می‌فرمایند: باد غرورت، جوشش خشم، تجاوز دست و تندی زبانت را در اختیار خودگیر... (ایمانی لیل آبادی و همکاران، ۱۳۹۶، ص ۱۴۲).

نظام اسلامی وظیفه رسمی حاکمان را تا جایی که در کلام امیرالمؤمنین (علیه السلام) آمده است چنین بیان می‌دارد: «اهتمام تو، به آباد نمودن زمین، بیش از همت گماردن تو، به جمع درآمد باشد. معلوم است که با آلوده بودن محیط زیست، هم نیروی انسانی در معرض آسیب است و هم امکانات طبیعی». وی در بخش دیگر کتاب با اشاره به فتوای دین درباره اصول زیست محیطی، افزود: اولاً اصول زیست محیطی از منظر رسول گرامی اسلام (صلی الله علیه و آله) پیشینه ملکوتی دارد و رعایت طهارت و طیب در بدن و منزل و محل کار و ساخت خانه و دفتر و پیشگاه مراکز تحقیق و پژوهش و... برای آن است که انسان خلیفه خداست. پیامبر بزرگ و گرامی اسلام چنین فرمود: سه چیز است که پایه روشنی دیده‌اند: نگاه به سبزه و به آب روان و به روی نیکو. اگر جلوه چشم در دیدن فضای سبز و آب روان است، معلوم می‌شود که ایجاد و حفظ بوستان و گلستان و پارک سبز و روان ساختن جوی صاف، مطلوب اسلام است؛ نه در تحصیل آن کوتاهی رواست و نه در حراست آن، قصور سزااست و نه در نگهداری منابع طبیعی و مراتع و مزارع گل و گیاه، کوتاهی به جاست. خداوند درخت را برای انسان آفرید و بر او تکلیف کرد که آن را بکارد و آبیاری کند و بر نگهداری آن تلاش ورزد. کاشت درخت در سخن معصومان (علیهم السلام) همسنگ تلاوت و آموزش قرآن برشمرده شده است (مجلسی، ۱۳۶۱، ج ۶۱، ص ۷۶) و از درختکاران خواسته شده که در هنگام کاشت درخت یاد و نام خدا را بر زبان جاری سازند (کلینی، ۱۳۸۸، ج ۵، ص ۱۶۳).

اصلاح فرهنگ گرچه می‌تواند با تلاش فکری و توشه عقلی انسان‌ها صورت گیرد، اما بدون استمداد از منبع الهی و فرا انسانی، که فارغ از محدودیت‌های ذهنی و احساسی به کلیت زندگی و گستره تجلیات فکری و روانی انسان‌ها بنگرد و به کژی‌ها و کاستی‌های آن آگاهی داشته باشد، کاری ناقص و نافرجام می‌نماید؛ زیرا فرهنگ محصول انسان است و کژی‌ها و کاستی‌هایش نیز معلول وی خواهد بود و عاملی که سبب نقصان است، نمی‌تواند به‌طور کامل و جامع سبب کمال باشد، اگر چه به صورت جزئی و موردی این توانایی را داشته باشد (طباطبایی، ۱۳۱/۲). از این رو قرآن کریم، فرستادن پیامبران را برای بشریت به‌عنوان «اتمام حجت» یاد می‌کند؛ (رُسُلًا مُبَشِّرِينَ وَمُنذِرِينَ لِيَلْئَلْ يَكُونَ لِلنَّاسِ عَلَى اللَّهِ حُجَّةٌ بَعْدَ الرُّسُلِ وَكَانَ اللَّهُ عَزِيزًا حَكِيمًا) (نساء، ۱۶۵)

«پیامبرانی که بشارتگر و هشداردهنده بودند، تا برای مردم، پس از [فرستادن] پیامبران، در مقابل خدا [بهبانه و] حجّتی نباشد، و خدا توانا و حکیم است». بنابراین، اگر دین الهی را عامل اصلی و اصیل اصلاح فرهنگ بشر بدانیم، دور از واقع سخن نگفته‌ایم. چنان‌که رسالت و هدف اساسی ادیان الهی که هدایت و راهبری بشر به سوی کمال و تعالی فکری و اخلاقی معرفی شده است (صدر، ۱۳۸۷، ص ۵۵).

از سوی دیگر نبود شفافیت در مؤسسات تولیدی و تحقیقاتی مشکلات بسیاری را برای بخش اقتصادی کشور به وجود آورده است و موجب افزایش فساد اداری و مالیاتی، کاهش تولید، افزایش واردات، بیکاری، عدم توجه به مسئولیت اجتماعی و آسیب به محیط زیست و عدم توجه به مسئولیت اخلاقی این مؤسسات شده است. به طوری که بسیاری از مؤسسات تنها به سود و منافع خود توجه کرده و کمتر در جهت برطرف کردن منافع اجتماعی گام برمی‌دارند. در مواردی عدم آگاهی مدیران از وظایف و نقش‌هایی که ایشان در قبال جامعه دارند موجب شده که خدمات و آسیب‌ها بسیار باشد. با تبیین و ارائه نقش‌هایی که مدیران در قبال جامعه دارند، می‌توان میزان شفافیت را افزایش داد و همین‌طور مدیران را از وظایف و نقش‌هایی که در قبال جامعه دارند آگاه کرد.

بنابراین با آشنا کردن مدیران با نقش‌هایشان، مسئولیت‌های ایشان مشخص شده و نقش‌های آنها آشکار خواهد شد و مدیران درک کاملی از نقش‌هایشان به دست آورده و خواهند توانست انتظارات دیگران را از نقش‌های خود برآورده کنند (ایزدی یزدان‌آبادی، ۱۳۹۳، ص ۷). این نقش‌ها که در نظریه معروف مینزبرگ معرفی شده‌اند عبارت‌اند از نقش ارتباطی (تشریفاتی، رهبر، هماهنگ‌کننده و تسهیل‌کننده)، نقش اطلاعاتی (نظارتی، اطلاع‌رسانی و سخنگو)، نقش تصمیم‌گیری (رفع بحران و حل‌کننده مسئله، تخصیص‌دهنده منابع، خط‌مشی‌گذار، مدیریت نیروی انسانی)، نقش تغییر (خلاق و کارآفرین و عامل تغییر).

از سوی دیگر شاهد ظهور مفهوم نوظهور و مهم در ادبیات کسب‌وکار به نام مسئولیت اجتماعی و پایبندی به اصول اخلاقی جامعه هستیم. شرکت‌ها، واکنش‌های مختلفی در جهت پاسخگویی به تقاضاهای جدید دارند به گونه‌ای که برخی شرکت‌ها فرهنگ سازمانی و حاکمیتی خود را تغییر داده و در نظر گرفتن مسئولیت اجتماعی و اخلاقی را به‌عنوان هسته اصلی فعالیت‌های تجاری‌شان پذیرفته‌اند و می‌توان مسئولیت اجتماعی را به‌عنوان یکی از نقش‌های مدیریت محسوب نمود. اما مسئله اصلی اینجاست که تأثیر این نقش‌ها به‌ویژه نقش مسئولیت اجتماعی بر شفافیت سازمانی چه میزان است و آیا این تأثیر در شرکت‌های تولیدی و تحقیقاتی متفاوت است؟ در این

تحقیق به دنبال پاسخ به این سؤالات هستیم و انتخاب شرکت‌های تولیدی و تحقیقاتی به‌عنوان جامعه آماری تحقیق از این جهت است که نظر به نامگذاری سال ۱۳۹۹ به نام جهش تولید از سوی مقام معظم رهبری و همچنین اهمیت شرکت‌ها و محصولات دانش‌بنیان در اقتصاد کشور و تولید کالای ایرانی باعث شده حمایت جدی از شرکت‌های دانش‌بنیان و شرکت‌های تولیدی در دستور کار حاکمیت قرار گیرد. شرکت‌هایی که دستاوردهای فوق‌العاده‌ای دارند. آنها محصولات و خدماتی را برای رفع نیازهای مشتریان تولید می‌کنند، سود سرمایه‌گذاران را به آنها باز می‌گردانند و برای کارمندان و کارگران، اشتغال‌زایی می‌کنند. لذا با توجه به آنچه مطرح گردید این تحقیق در پی ارزیابی تأثیر نقش‌های مدیریتی بر شفافیت سازمانی (در مؤسسات تحقیقاتی و تولیدی استان کرمان) است.

نوشتارها و مبانی نظری پیشین

نقش‌های مدیریت

مدیریت به عامل انسانی اطلاق می‌شود که چرخ‌های سازمان را به گردش درمی‌آورد و اهداف آن را تعیین می‌کند. مدیر در کالبد سازمان روح می‌دمد و ارزش‌های انسانی و مهارت‌های اداری را به نحوی در هم می‌آمیزد که با حفظ تعادل لازم بین تخصص (تقسیم کار) و هماهنگی، تحقق هدف‌های مطلوب به بهترین وجه امکان‌پذیر می‌شود (گائینی، ۱۳۹۱، ص ۱۸). مدیریت یعنی کار کردن با منابع انسانی، مالی و فیزیکی برای به دست آوردن اهداف سازمانی به وسیله اعمالی از قبیل برنامه‌ریزی، سازماندهی، هدایت و کنترل. نقش مدیریت در سازمان کاملاً کارکردی است. هیچ‌کدام از نقش‌ها بر نقش‌های دیگر ارجحیت ندارد (هسکت، ۲۰۱۷^۱، ص ۶۷). براساس تعریفی که از مدیریت شده، مدیران برنامه‌ریزی، سازماندهی، رهبری و کنترل می‌کنند. در واقع هر مدیر برای رسیدن به هدف‌های مورد نظر نقش‌های بسیار وسیع‌تری را ایفا می‌کند. به یک مفهوم وسیع، نقش شامل الگوهای رفتاری می‌شود و از فرد انتظار می‌رود که در یک واحد اجتماعی ایفا نماید. با توجه به مقصودی که از مدیریت وجود دارد، نقش عبارت است از الگوی رفتاری که انتظار می‌رود فرد در واحد وظیفه‌ای خود داشته باشد. بنابراین نقش‌ها در بطن وظایف قرار می‌گیرد. مینتزبرگ^۲ تحقیقاتی که روی نقش مدیران انجام شده بود را به مقیاسی وسیع مورد بررسی بررسی قرار داد و دستاوردهایش با نتایجی که مربوط به تحقیق بر روی پنج مدیر عامل می‌شد

1. Heskett

2. Mintzberg

در آمیخت. در تلاشی که برای طبقه‌بندی و تجزیه و تحلیل نقش مدیران کرد، آنها را در تمام سطوح مورد بررسی قرار داد (استونر و فریمن، ۱۳۹۵، ص ۱۲۹). مینتزرگ به این نتیجه رسید که کارهای همه مدیران تقریباً مشابه‌اند و چنین استدلال کرد که همه مدیران در رابطه با واحدهای سازمانی خود اختیارات رسمی دارند و مقام و مرتبه خود را با توجه به آن اختیارات به دست می‌آورند (رضائیان، ۱۳۹۵، ص ۶۶). پست یا مقام اداری باعث می‌شود که مدیر خود را درگیر روابط بین گروهی با زیردستان، هم‌تایان و سرپرستانی نماید که آنها هم به نوبه خود، اطلاعات مربوط به آنچه را که وی باید در واحد براساس آن تصمیم‌گیری نماید به او ارائه نمایند. بنابراین همه مدیران چنین نقش‌هایی را ایفا می‌کنند. ایجاد رابطه با افراد، تبادل اطلاعات و تصمیم‌گیری. مینتزرگ اینها را مجموعه‌ای از رفتار سازمان‌یافته نامید (استونر و فریمن، ۱۳۹۵، ص ۱۳۰). به‌زعم مینتزرگ، کار هر مدیری، عملاً مستلزم ترکیبی از این نقش‌هاست. و ایفای این نقش‌ها، غالباً نوع مهارت‌های مورد نیاز آنها را مشخص می‌کند. نقش‌های مدیریت در عمل با هم یگانگی و یکپارچگی دارند، ولی برای فهم بهتر، هر یک از آنها را باید جداگانه تعریف کرد. اهمیت این نقش‌ها، با توجه به سطح و رده مدیریت در سازمان فرق می‌کند (علاقه‌بند، ۱۳۹۰، ص ۴۴).

شفافیت سازمانی

شفافیت از موضوعاتی است که امروزه مطالعات فراوانی روی آن انجام شده و توجه اندیشمندان بسیاری را به خود جلب کرده است. واژه شفافیت برگرفته از واژه لاتین *transparentem* می‌باشد. در گذشته این واژه به معنای «قابل رویت بودن نور از خلال» به‌کار گرفته می‌شد، که این تعریف استعاره‌های به مرور زمان تبدیل به «به‌راحتی دیده شدن از میان» شده و طی قرن‌های متمادی وارد زبان‌هایی از قبیل ایتالیایی، اسپانیایی، پرتغالی، فرانسه و انگلیسی شده است (واکرو و مدسن،^۱ ۲۰۰۹، ص ۱۱۵). لینستد و نورین^۲ در توضیح مفهوم شفافیت چنین می‌گویند: مفهوم شفافیت بر قابلیت دسترسی به اطلاعات دلالت دارد، از لحاظ لغوی، شفافیت به معنای امکان نگاه کردن به درون یک چیز است به منظور فهمیدن آنچه در آن می‌گذرد. یک سازمان شفاف سازمانی است که افراد درون و بیرون آن بتوانند به منظور شکل دادن به نظراتشان، در مورد اقدامات و فرایندهای درون آن سازمان، اطلاعات مورد نیازشان را به دست آورند (لینستد و نارین، ۲۰۰۷، ص ۲۲).

شفافیت در منابع دینی نیز مورد تأکید قرار گرفته است. در نهج‌البلاغه دو نکته اساسی وجود دارد که به صراحت بر شفافیت تأکید ویژه دارد:

1. Vaccaro & Madsen

2. Lindstedt & Naurin

۱. امام علی (علیه السلام) در نامه به مالک از تعبیر «وإن ظننت الرعيه بك حيفا فأصحر لهم بعذرک؛ اگر مردم بدگمان شدند و گمان کردند که درباره آنها ستمی روا داشته‌ای عذر و دلیل خود را برای مردم اصحار کن» استفاده می‌کنند. از این عبارت، قاعده اصحار در حکمرانی به دست می‌آید. اصحار یا صحراگونگی یعنی مانند صحرا که فضای باز است، همه چیز به صورت شفاف در محضر مردم باشد؛

۲. همچنین می‌فرمایند من هیچ چیز به جز اسرار نظامی را پنهان نمی‌دارم «أن لأحتجز دونکم سرّاً إلا فی حرب». بخش اول این عبارت نیز تأکید بر صحراگونگی است و بخش دوم، تخصیصی بر این قاعده کلی است و آن استثناکردن مسائل محرمانه هست. پس اصل بر شفافیت است مگر آنکه با دلیل خارج شود.

علاوه بر این در موضوع پاسخگویی و ایجاد فضای مناسب برای مطالبه‌گری می‌فرمایند: «و از وقت خود قسمتی را برای نیازمندان قرار ده و در آن وقت خود را برای آنان از هر کاری فارغ کن و به‌خاطر آنها در یک مجلس عمومی بنشین و در آن مجلس برای خدایی که تو را آفریده تواضع کن و لشکریان و یاران را که نگهبانان و پاسبانان تواند از تعرض به آنها بازدار تا سخنگوی نیازمندان بدون ترس و لکنت زبان با تو صحبت کند؛ زیرا من بارها از رسول خدا ﷺ شنیدم که فرمود: «امتی که در آن حق ضعیف از قوی بدون لکنت زبان گرفته نشود هرگز به پاکی ستوده نگردد».

همه این موارد بر لزوم شفافیت و پاسخگویی سازمان نسبت به ذی‌نفعان خود تأکید دارد.

شفافیت و تنوری اصیل و وکیل: در تنوری اصیل و وکیل، شفافیت از جمله ابزارهای در دسترس اصیل برای کنترل وکیل می‌باشد. این ابزار به وکیل اجازه نمی‌دهد که خط مشی‌هایی که تنها در جهت منافع خود می‌باشد، دنبال کند. می‌توان گفت ایده اصلی استفاده از شفافیت سازمانی در جهت مبارزه با فساد اداری از تنوری اصیل و وکیل نشئت گرفته است. همان‌طور که می‌دانید سازمان شفاف، سازمانی است که ذی‌نفعان داخلی و خارجی آن، می‌توانند اطلاع‌مورد نیاز خود را به منظور بررسی فعالیت‌ها و پروسه‌های درون‌سازمانی، به دست آورند. بنابراین می‌توان گفت اطلاعات در رابطه با رفتار وکیل، از جمله اطلاعاتی است که اصیل خواهان بررسی آن می‌باشد (سیدنقوی و فراهانی، ۱۳۹۲، ص ۸۰).

ابعاد شفافیت سازمانی:^۱ برگرن و برنشتین^۲ با توجه به مطالعات انجام‌شده از برن^۳ (۲۰۰۴)، لینستد و نارین (۲۰۰۷) و سایرین در این زمینه برای شفافیت سازمانی بعدهایی را در نظر گرفتند و عنوان کردند که با استفاده از میزان وجود، روشن و آشکار بودن این ابعاد در سازمان می‌توان به

1. Principal-Agent theory

2. Berggren & Bernshteyn

3. Osborne

شفافیت سازمانی پی برد. این ابعاد عبارتند از: الف) چشم انداز: ^۱ بیانگر آینده مطلوب و ایده آل سازمان است، ب) مأموریت: ^۲ بیانگر ارزش ها و اولویت های یک سازمان است، مأموریت سازمان نشان دهنده طیف فعالیت سازمان از نظر محصول و بازار است، ج) اهداف: ^۳ هر سازمانی دارای دو دسته از اهداف کوتاه مدت و اهداف بلندمدت می باشد می توان اهداف بلندمدت را به صورت نتیجه های خاصی که سازمان می کوشد در تأمین مأموریت خود به دست آورده تعریف کرد. این هدف ها تعیین کننده مسیر شرکت می باشد و مقصود از دوره بلندمدت، دوره ای است که بیش از یکسال می باشد. هدف های سالانه، هدف های کوتاه مدتی هستند که شرکت برای رسیدن به هدف های بلندمدت باید به آنها دست یابد، د) عملکرد: ^۴ به برآیند کار سازمان اطلاق می شود (برگرن و برنشتین، ۲۰۰۷، ص ۵۲۰).

غالباً انتظار می رود که شفافیت سازمانی نتایج مثبتی به بار آورد. از جمله این پیامدها می توان به موارد زیر اشاره کرد: ۱. مشارکت بیشتر کارمندان: شفافیت سازمانی این امکان را برای کارمندان فراهم می سازد که نقش سازمانی خود را بهتر درک کرده و به تبع تمرکز بیشتری بر وظایف خود نموده و در فعالیت های سازمانی مشارکت بیشتری داشته باشند، ۲. ایجاد اعتماد نسبت به مدیریت سازمان: شفافیت سازمانی اعتماد کارمندان به مدیریت ارشد سازمان را بیشتر می کند، ۳. افزایش خلاقیت: سازمان ها بدون خلاقیت و نوآوری امکان بقا نخواهند داشت. شفافیت سازمانی این امکان را برای کارمندان فراهم می سازد تا بتوانند آزادانه عقاید مختلف خود را ابراز نمایند. در سازمان های شفاف کارمندان می توانند بدون ترس و ناامیدی حتی نظرات ضعیف و غیرکاربردی خود را بیان نمایند، ۴. بهبود عملکرد: از آنجا که شفافیت سازمانی سبب افزایش اعتماد کارمندان به مدیریت سازمان گردیده و نیز زیربنای مشارکت هرچه بیشتر کارمندان را فراهم ساخته و ایده های خلاقانه را مورد تشویق قرار می دهد، تأثیرات مثبتی نیز بر عملکرد افراد خواهد داشت، ۵. افزایش رضایت شغلی کارمندان: کارمندانی که خلاق هستند و در امور سازمان مشارکت داده می شوند، تمایل خواهند داشت که از اطلاعات سازمانی مربوط به خود آگاهی یابند و در این صورت برای ایفای نقش خود سرمایه گذاری بیشتری به عمل آورده و نهایتاً رضایت شغلی بیشتری خواهند داشت (وگلجسانگ و لستر، ۲۰۰۹، ص ۲۲۶).

-
1. Vision
 2. Mission
 3. Goals
 4. Performance
 5. Vogelgesng & Lester

کوفمن^۱ و بلور^۲ اشاره می‌کنند: هیچ تعریفی از شفافیت که مورد پذیرش همگان باشد، وجود ندارد (کافمن و بلور،^۳ ۲۰۱۵، ص ۲۰۱۰). در ادبیات سازمان، شفافیت اغلب به‌عنوان صراحت شناسایی شده است. لدینگهام و برانینگ^۴ در شاخص‌های خود صراحت را به‌عنوان «برنامه‌هایی برای آینده، همراه با جامعه» تعریف می‌کنند. گرانیگ و هوانگ^۵ همچنین صراحت را به‌عنوان یک مفهوم فردی که برنامه‌ای برای بهبود عملکرد است می‌شناسند و تعریفی ارائه نمی‌کنند. نسخه ۲۰۰۸ از دیکشنری وبستر^۶ تعریف شفافیت را به‌عنوان «عاری از تظاهر»، «به آسانی قابل تشخیص و دیدن»، «به آسانی قابل فهم» و مشخصه آن «قابل رویت بودن و قابلیت دسترسی به اطلاعات مربوط به شیوه‌های کسب‌وکار» ارائه شده است. به عبارت ساده، شفافیت در مقابل محرمانه است. برای سازمان‌ها یا افراد، شفافیت بدین معنی است که به دیگران اجازه دیدن حقیقت را می‌دهند بدون تلاش برای مخفی کردن یا کمرنگ کردن معنا یا دستکاری واقعیات تا به وضوح دیده شوند. به عبارت دیگر شفافیت همان‌طور که اخیراً تعریف شده است، اجازه می‌دهد واقعیات برای دیگران در دسترس باشد تا انتخاب کرده یا حتی به جستجوی بیشتر بپردازند. شفافیت به معنی وضوح، روشنی، صداقت و آشکاری است. شفافیت اصلی است که براساس آن کارکنان و مدیران آشکارا و بدون پنهان‌کاری فعالیت کرده و اعمالشان قابل پیش‌بینی بوده و به‌راحتی می‌توان آنها را درک نمود. شفافیت شامل دسترسی، ارتباط، کیفیت و قابلیت اطمینان، جریان افزایشی اطلاعات اقتصادی، اجتماعی و سیاسی به موقع و قابل اعتماد می‌شود. شفافیت نهادها و مردم را قادر می‌سازد تا تصمیمات آگاهانه گرفته و پاسخگویی شرکت‌ها را بهبود می‌بخشد (اولیور،^۷ ۲۰۱۴، ص ۸۵۰). راولینز چند تنوری مربوط به شفافیت را مورد آزمایش قرار داد و در ادبیات شفافیت، به تعریف عملیاتی که توسط هیس ارائه شده است مؤلفه‌ای افزوده است. با استفاده از تجزیه و تحلیل عوامل، اظهارات وی حول و حوش چهار عامل قابل توجه «اطلاعات، مشارکت، پاسخگویی و پنهان‌کاری» که یک عامل معکوس اندازه‌گیری در مقابل صراحت بود) قرار دارد (راولینز،^۸ ۲۰۰۸، ص ۳۲۱). در این تحقیق نیز از مدل راولینز (۲۰۰۸) و چهار مؤلفه: شفافیت کلی، مشارکت کارکنان، شفافیت اطلاعاتی، پاسخگویی سازمانی استفاده شد.

1. Kaufmann
2. Bellver
3. Kaufmann & Bellver
4. Ledingham and Bruning
5. Grunig and Huang
6. Webster
7. Oliver
8. Rawlins

روش تحقیق

در این پژوهش برای شناسایی نقش‌های مدیریتی از مطالعات کتابخانه‌ای (مراجعه به اسناد و مدارک مکتوب از قبیل کتب، مجلات و...) استفاده شد. سپس به منظور نهایی‌سازی انواع نقش‌های مدیریتی، براساس آموزه‌های دینی، یک نقش به نقش‌های مدیریت که در نظریه مینزبرگ ارائه شده است اضافه گردید.

سپس برای بررسی میزان تأثیر این نقش‌ها بر شفافیت سازمانی، مورد آزمون قرار گرفت. این پژوهش از نظر روش، توصیفی از نوع همبستگی است و از نظر هدف، توسعه‌ای-کاربردی است که به شیوه تحقیقات میدانی به جمع‌آوری داده‌ها پرداخته است.

جهت گردآوری داده‌های مورد نیاز تحقیق، از پرسش‌نامه استفاده شد نقش‌های مدیریتی شامل نقش‌های ارتباطی (تشریفاتی، رابط، رهبر، هماهنگ‌کننده و تسهیل‌کننده)، اطلاعاتی (نظارتی، اطلاع‌رسانی، سخنگو و مجری)، تصمیم‌گیری (رفع بحران و حل‌کننده مسئله، تخصیص‌دهنده منابع، مذاکره‌کننده، خط‌مشی‌گذار و مدیریت نیروی انسانی)، تغییر (خلاق و کارآفرین خلاق، عامل تغییر و تولیدی) و مسئولیت اجتماعی (اخلاق‌پروری، مراقبت از عملیات و محیط و فرهنگ‌سازی) به دست آمد.

از این رو برای سنجش نقش‌های مدیریتی در مؤسسه‌های تحقیقاتی از پرسش‌نامه‌ای شامل ۶۷ سؤال استفاده شد که پنج مؤلفه‌ی: نقش ارتباطی (تشریفاتی، رهبر، هماهنگ‌کننده و تسهیل‌کننده)، نقش اطلاعاتی (نظارتی، اطلاع‌رسانی و سخنگو)، نقش تصمیم‌گیری (رفع بحران و حل‌کننده مسئله، تخصیص‌دهنده منابع، خط‌مشی‌گذار، مدیریت نیروی انسانی)، نقش تغییر (خلاق و کارآفرین و عامل تغییر) و نقش مسئولیت اجتماعی (اخلاق‌پروری، مراقبت از محیط زیست و فرهنگ‌سازی) را می‌سنجد. در ادامه برای سنجش نقش‌های مدیریتی در مؤسسه‌های تولیدی از پرسش‌نامه‌ای شامل ۶۵ سؤال استفاده شد که پنج مؤلفه‌ی: نقش ارتباطی (رهبر، هماهنگ‌کننده و تسهیل‌کننده)، نقش اطلاعاتی (نظارتی، اطلاع‌رسانی و مجری)، نقش تصمیم‌گیری (رفع بحران و حل‌کننده مسئله، تخصیص‌دهنده منابع، مذاکره‌کننده و مدیریت نیروی انسانی)، نقش تغییر (خلاق و کارآفرین، عامل تغییر و تولیدی) و نقش مسئولیت اجتماعی (اخلاق‌پروری، مراقبت از محیط زیست و فرهنگ‌سازی) را می‌سنجد. برای سنجش شفافیت سازمانی نیز از مدل راولینز (۲۰۰۸) و مؤلفه‌های: شفافیت کلی، مشارکت کارکنان، شفافیت اطلاعاتی و پاسخگویی سازمانی استفاده شد.

جامعه آماری این پژوهش در کارکنان مؤسسات تحقیقاتی استان کرمان که در زمان انجام پژوهش ۳۶۰ نفر بودند که ۱۸۶ نفر از آنها به‌عنوان نمونه انتخاب گردید و جامعه آماری کارکنان

مؤسسات تولیدی که در زمان انجام پژوهش ۱۰۱۵۱ نفر بودند و ۳۷۲ نفر از آنها به‌عنوان نمونه انتخاب گردید.

سؤالات تحقیق

براساس مسئله تحقیق و روش تحقیق بیان‌شده، سؤالات تحقیق به شرح زیر می‌باشد:

سؤال اصلی

آیا نقش‌های مدیریتی بر شفافیت سازمانی در تأثیر دارند؟

سؤالات فرعی

سؤال ۱: آیا نقش‌های مدیریتی بر شفافیت سازمانی در مؤسسه‌های تحقیقاتی استان کرمان تأثیر دارند؟
سؤال ۲: آیا نقش‌های مدیریتی بر شفافیت سازمانی در مؤسسه‌های تولیدی استان کرمان تأثیر دارند؟

برای پاسخ به سؤالات تحقیق از آزمون t تک‌نمونه‌ای، مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار spss و ویراست ۲۳ و Amos استفاده شد.

یافته‌های تحقیق

قبل از بررسی مدل پیشنهادی پژوهش و سؤال‌ها و فرضیه فوق، پیش‌فرض‌های معادلات ساختاری به طور کامل مورد بررسی و تأیید قرار گرفته است که به صورت زیر است:

الف: غربالگری داده‌ها: شامل تشخیص و تعدیل داده‌های گمشده و داده‌های پرت است (کلاین، ۱۳۹۱) بدین منظور پرسش‌نامه‌هایی که موارد پاسخ نداده شده بسیار داشته باشند را می‌توان از نمونه کنار گذاشت و داده‌های پرت تک متغیری را به کمک اندازه‌گیری نحوه استاندارد (نمره‌های Z) تشخیص داده شده و به میانگین نزدیک کرد جهت بررسی داده‌های پرت چند متغیری از آمار ماهالانوبیس استفاده شده است در مدل ارائه‌شده مفروضه داده‌های پرت چند متغیری با استفاده از آمار مذکور مورد بررسی قرار گرفت و از نمونه‌های موجود موردی برای حذف وجود نداشت.

ب: عدم هم خطی چندگانه: در تجزیه و تحلیل داده‌ها، هنگامی که متغیرهای پیش بین خودشان همبسته هستند، گویند بین آنها هم خطی چندگانه وجود دارد هم خطی چندگانه زمانی

اتفاق می‌افتد که دو یا بیش از دو متغیر پیش بین نسبت به یکدیگر از همبستگی بالایی برخوردار باشند منظور از همبستگی در اینجا وجود یک ارتباط خطی بین متغیرهای پیش بین است. در آمار، عامل تورم واریانس شدت هم خطی چندگانه را در تحلیل رگرسیون کمترین مربعات معمولی ارزیابی می‌کند. اگر متغیرهای پژوهش دارای عامل تورم واریانس کمتر از ۱۰ باشند، مفروضه عدم هم خطی بین متغیرها رعایت شده است. در مدل ارائه شده با توجه به مقادیر به دست آمده در جدول (۱) و (۲) می‌توان گفت بین متغیرهای پیش بین هم خطی چندگانه برقرار نیست، بنابراین این پیش فرض در مدل ارائه شده برقرار است.

جدول (۱): شاخص‌های برازش مدل برای مؤسسات تحقیقاتی

متغیر	عامل تورم واریانس
نقش ارتباطی	۱/۵۶۹
نقش اطلاعاتی	۱/۴۶۶
نقش تصمیم‌گیری	۲/۶۲۵
نقش تغییر	۱/۶۰۹
نقش مسئولیت اجتماعی	۱/۹۸۵

جدول (۲): شاخص‌های برازش مدل برای مؤسسات تولیدی

متغیر	عامل تورم واریانس
نقش ارتباطی	۱/۳۲۵
نقش اطلاعاتی	۱/۷۲۵
نقش تصمیم‌گیری	۳/۰۰۱
نقش تغییر	۲/۱۰۲
نقش مسئولیت اجتماعی	۱/۵۱۱

ج: نرمال بودن داده‌ها: با توجه به قضیه حد مرکزی، این مفروضه برای داده‌های تک متغیری رعایت شده و داده‌های پژوهش حاضر نرمال هستند.

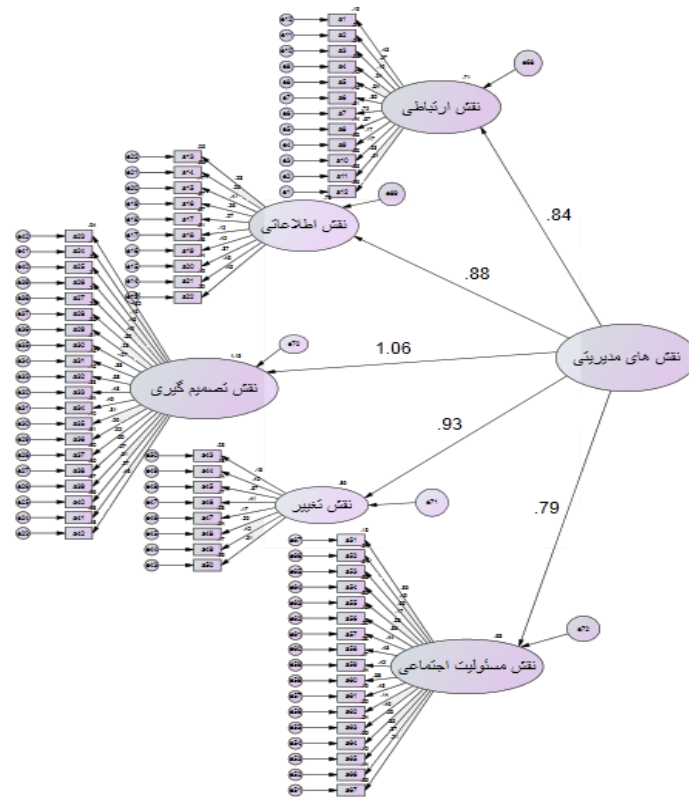
د: استقلال خطاها: در این پیش فرض، بایستی خطاهای مدل (تفاوت بین مقادیر واقعی و مقادیر پیش بینی شده توسط معادله پیش‌بینی) از یکدیگر مستقل باشند. به منظور بررسی استقلال خطاها از یکدیگر، از آزمون دوربین-واتسون استفاده می‌شود. اگر این آماره بین ۱/۵ تا ۲/۵ باشد به معنی عدم وجود خود همبستگی در میان باقیمانده‌ها است. با توجه به اینکه در پژوهش حاضر مقدار آماره دوربین-واتسون (۲/۱۲۶) به دست آمده است، می‌توان گفت خطاها ناهمبسته‌اند.

ه: مناسب بودن معیارهای روان‌سنجی پرسش‌نامه‌ها: در این پیش‌فرض برای مناسب بودن معیارهای روان‌سنجی پرسش‌نامه‌ها بایستی به بررسی روایی پرسش‌نامه‌ها پرداخته شود (کلاین، ۲۰۱۰). برای بررسی روایی سازه پرسش‌نامه‌ها و نیز مناسب بودن معیارهای روان‌سنجی پرسش‌نامه‌ها که از پیش‌فرض‌های مهم معادلات ساختاری است، از تحلیلی عاملی تأییدی استفاده شده است. همچنین با محاسبه آلفای کرونباخ برای متغیرهای پژوهش، مشخص شد که تمامی پرسش‌نامه‌های پژوهش از اعتبار و روایی بالایی برخوردار هستند. نتایج برازش مدل پرسش‌نامه نقش‌های مدیریتی در نمودار (۱) و (۲) نشان داده شده است و با توجه به شاخص‌های ارائه‌شده در جداول (۳) و (۴) می‌توان گفت که مدل‌های اندازه‌گیری از برازش مناسبی برخوردار هستند.

و: متغیرهای پژوهش دارای مقیاس اندازه‌گیری فاصله‌ای باشند: یکی دیگر از پیش‌فرض‌های معادلات ساختاری این است که مقیاس اندازه‌گیری فاصله‌ای باشد (کارشکی، ۱۳۹۱) در این پژوهش تمامی متغیرهایی که وارد مدل شدند تا به بررسی اثرات آنها پرداخته شود، دارای مقیاس اندازه‌گیری فاصله‌ای هستند.

جدول (۳): شاخص‌های برازش مدل نقش‌های مدیریتی در مؤسسات تحقیقاتی

شاخص	حد قابل قبول	مقدار گزارش شده
ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)	برابر یا کوچکتر از ۰/۰۸	۰/۰۶۲
کای اسکوئر بهنجار شده (CMIN/DF)	برابر یا کوچکتر از ۳	۲/۴۱
شاخص نیکویی برازش (GFI)	برابر یا بزرگتر از ۰/۹	۰/۹۳
شاخص نیکویی برازش اصلاح شده (AGFI)	برابر یا بزرگتر از ۰/۹	۰/۹۰
شاخص برازش تطبیقی (CFI)	برابر یا بزرگتر از ۰/۹	۰/۹۲
شاخص برازش هنجار شده (NFI)	برابر یا بزرگتر از ۰/۹	۰/۹۰
شاخص تانکر-لونیس (TLI)	برابر یا بزرگتر از ۰/۹	۰/۹۲
شاخص برازش افزایشی (IFI)	برابر یا بزرگتر از ۰/۹	۰/۹۳

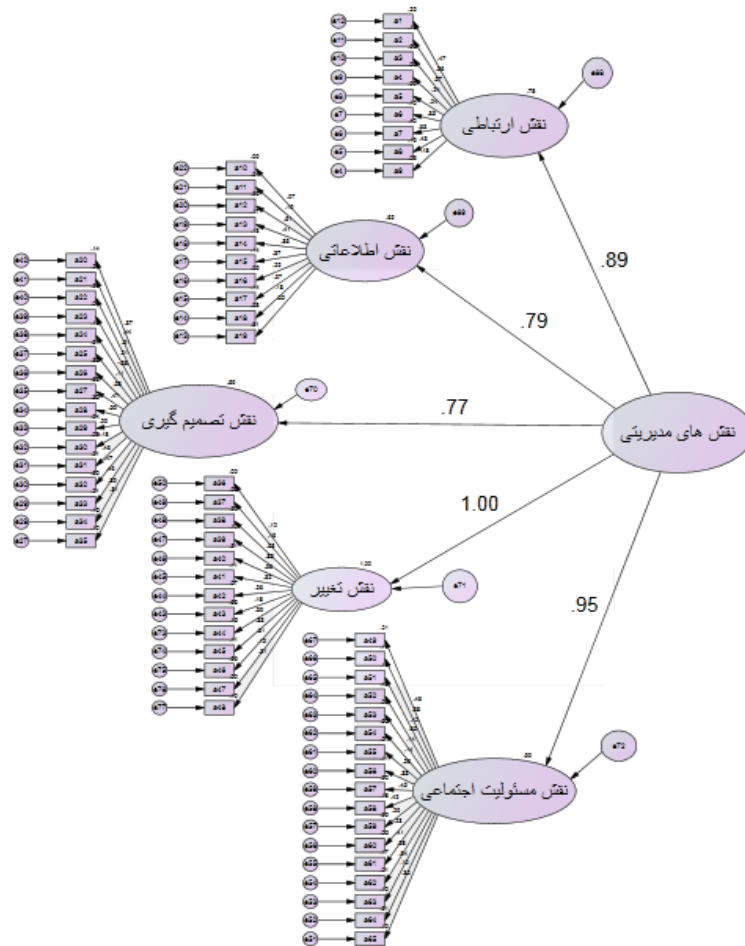


نمودار (۱): نتایج مدل‌سازی معادلات ساختاری برای بررسی تأثیر مؤلفه‌های نقش‌های مدیریتی بر شفافیت

سازمانی در مؤسسات تحقیقاتی

جدول (۴): شاخص‌های برازش مدل نقش‌های مدیریتی در مؤسسات تولیدی

مقدار گزارش شده	حد قابل قبول	شاخص
۰/۰۵۸	برابر یا کوچک‌تر از ۰/۰۸	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)
۲/۷۵	برابر یا کوچک‌تر از ۳	کای اسکور بهنجار شده (CMIN/DF)
۰/۹۲	برابر یا بزرگ‌تر از ۰/۹	شاخص نیکویی برازش (GFI)
۰/۹۰	برابر یا بزرگ‌تر از ۰/۹	شاخص نیکویی برازش اصلاح شده (AGFI)
۰/۹۳	برابر یا بزرگ‌تر از ۰/۹	شاخص برازش تطبیقی (CFI)
۰/۹۱	برابر یا بزرگ‌تر از ۰/۹	شاخص برازش هنجار شده (NFI)
۰/۹۳	برابر یا بزرگ‌تر از ۰/۹	شاخص تانکر-لوییس (TLI)
۰/۹۴	برابر یا بزرگ‌تر از ۰/۹	شاخص برازش افزایشی (IFI)



نمودار (۲): نتایج مدل‌سازی معادلات ساختاری برای بررسی تأثیر مؤلفه‌های نقش‌های مدیریتی بر شفافیت سازمانی در مؤسسات تولیدی

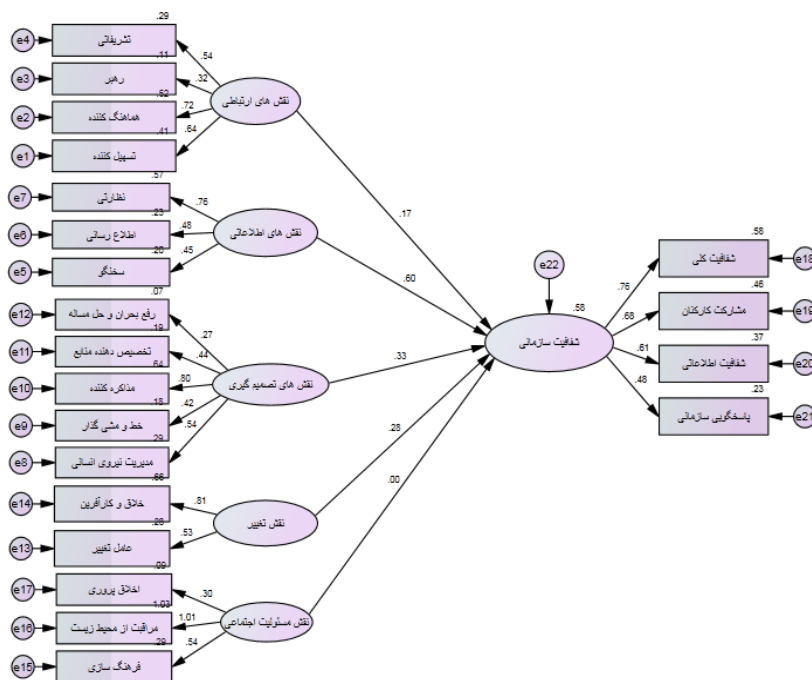
پاسخ به سؤالات تحقیق

سؤال ۱: آیا نقش‌های مدیریتی بر شفافیت سازمانی در مؤسسه‌های تحقیقاتی استان کرمان تأثیر دارند؟

اثر مستقیم استاندارد شده نقش‌های مدیریتی بر شفافیت سازمانی مثبت و معنی‌دار است؛ نشان دهنده این مطلب است که نقش‌های مدیریتی بر شفافیت سازمانی تأثیر مستقیم دارد و با افزایش در میزان نقش‌های مدیریتی، شفافیت سازمانی افزایش پیدا خواهد کرد.

جدول (۷): ضرایب مسیر و معنی‌داری آنها در مدل مسیر اصلی

رابطه مورد بررسی	ضریب مسیر	p-value	وجود تأثیر	نوع تأثیر
نقش‌های مدیریتی ← شفافیت سازمانی	۰/۱۷۱	۰/۱۳۰	دارد	مثبت
نقش‌های اطلاعاتی ← شفافیت سازمانی	۰/۶۰۴	<۰/۰۰۱*	دارد	مثبت
نقش‌های تصمیم‌گیری ← شفافیت سازمانی	۰/۳۲۸	۰/۰۱۸*	دارد	مثبت
نقش‌های تغییر ← شفافیت سازمانی	۰/۲۷۵	۰/۰۲۷*	دارد	مثبت
نقش‌های مسئولیت اجتماعی ← شفافیت سازمانی	۰/۰۰۰	۰/۹۹۶	دارد	مثبت

*در سطح ۰/۰۵ معنی‌دار ($p < 0/05$)

نمودار (۳): نتایج مدل‌سازی معادلات ساختاری برای بررسی تأثیر مؤلفه‌های نقش‌های مدیریتی بر شفافیت

سازمانی در مؤسسات تحقیقاتی

سؤال ۲: آیا نقش‌های مدیریتی بر شفافیت سازمانی در مؤسسه‌های تولیدی استان کرمان

تأثیر دارند؟

اثر مستقیم استاندارد شده نقش‌های مدیریتی بر شفافیت سازمانی مثبت و معنی‌دار است؛

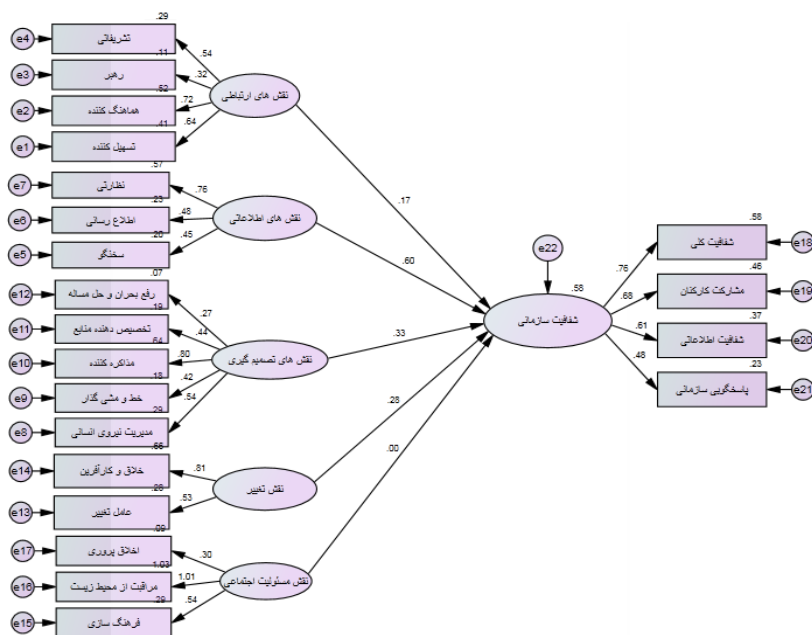
نشان‌دهنده این مطلب است که نقش‌های مدیریتی بر شفافیت سازمانی تأثیر مستقیم دارد و با

افزایش در میزان نقش‌های مدیریتی، شفافیت سازمانی افزایش پیدا خواهد کرد.

جدول (۹): ضرایب مسیر و معنی‌داری آنها در مدل مسیر اصلی

رابطه مورد بررسی	ضریب مسیر	p-value	وجود تأثیر	نوع تأثیر
نقش‌های مدیریتی ← شفافیت سازمانی	-۰/۱۰۹	۰/۳۳۵	ندارد	-
نقش‌های اطلاعاتی ← شفافیت سازمانی	۰/۵۱۹	<۰/۰۰۱*	دارد	مثبت
نقش‌های تصمیم‌گیری ← شفافیت سازمانی	۰/۶۴۸	۰/۰۲۹*	دارد	مثبت
نقش‌های تغییر ← شفافیت سازمانی	۰/۰۶۱	۰/۴۱۹	ندارد	-
نقش‌های مسئولیت اجتماعی ← شفافیت سازمانی	۰/۰۰۰	۰/۹۹۸	ندارد	-

*در سطح ۰/۰۵ معنی‌دار (p<۰/۰۵)



نمودار (۴): نتایج مدل‌سازی معادلات ساختاری برای بررسی تأثیر مؤلفه‌های نقش‌های مدیریتی بر شفافیت

سازمانی در مؤسسه‌های تحقیقاتی

۸. بحث و بررسی

نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که نقش‌های مدیریتی بر شفافیت سازمانی در مؤسسات تحقیقاتی و تولیدی استان کرمان تأثیر مستقیم دارد و این تأثیر در سازمان‌های تحقیقاتی نسبت به سازمان‌های تولیدی بیشتر است. نتایج حاصل از تحقیق با نتایج حاصل از تحقیق ویان (۲۰۱۲)، جمالی و همکاران (۱۳۹۶)، و جلجسانگ و لستر^۱ (۲۰۰۹) همخوانی دارد. ویان (۲۰۱۲) در

1. Vogelgesng & Lester

تحقیقی دریافته است که نقش‌های مدیریتی از جمله عوامل موثر بر شفافیت سازمانی است در واقع ویان (۲۰۱۲) در تحقیقی به بررسی ساخت و ساز شفافیت: تجزیه و تحلیل از دیدگاه مدیران بهداشت و درمان پرداخت. بسیاری از ویژگی‌های سازمان‌های اداری از جمله عدم ارائه اطلاعات، سیستم پرداخت مبهم، صلاح‌دیدهای حرفه‌ای و... سوء استفاده از قدرت را مساعد می‌سازد. سوء استفاده از قدرت با استفاده از شفافیت قوانین و از طریق آشکارسازی علایق و انگیزه‌های ارائه‌کنندگان و سیاست‌گذاران خدمات تعدیل و بهبود می‌یابد. اما قبل از اینکه فرهنگ شفاف‌سازی در سازمان‌ها ریشه کند مهم است که درک کنید که چگونه افراد شفافیت را تجویز و یا آن را در قوانین اعمال می‌کنند. چگونه مدیران فعالیت‌ها و رویدادها را به‌عنوان شفاف‌ساز و غیرشفاف‌ساز درک و تعیین می‌کنند. این مطالعه تحقیقی یک ساختار و روش تحقیقی را برای بررسی شفاف‌سازی در سازمان پیشنهاد می‌کند. این تحقیق ۲۱ رویداد در مورد رفتار شفاف‌سازی را مطالعه و آنها را براساس نوع آنها دسته‌بندی کرده است و شامل مشاهده‌گر ناراضی، افشاءکننده بی‌میل و افشاءکننده قیاسی اخلاقی می‌باشند که بیانگر جنبه‌های شفاف‌سازی و مزایا و معایب آن می‌باشند. از طریق آنالیز وقایع ثبت‌شده محققان می‌توانند درک بهتری از نگرش و باورهای ارباب رجوعان در مورد شفافیت به دست آورند. این اطلاعات می‌تواند سپس برای طراحی استراتژی‌های تغییر سیاست‌ها و تعیین الگوهای رفتاری مدیران برای بهبود مدیریت مؤثر استفاده شود. جمالی و همکاران (۱۳۹۶) در تحقیقی بیان کرده‌اند که شفافیت نقش مهمی در بهبود ایفای نقش مدیریت منابع انسانی در عصر اطلاعات دارد. وجلجسانگ و لستر (۲۰۰۹) نیز در تحقیق خود مدیریت را از جمله عوامل مؤثر بر شفافیت سازمانی می‌دانند و بیان می‌کنند که مدیران با ایجاد شفافیت در سازمان، اعتماد سازمانی را کسب خواهند کرد. 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 به طور شفاف از سازمان دریابد. شفافیت سازمانی موجب می‌شود که اطلاعات مورد نیاز درباره عملکرد، تصمیمات و وضعیت موجود سازمان به طور قابل فهم در اختیار ذی‌نفعان قرار بگیرد. مدیران سازمان، باید داده‌ها را به منظور اتخاذ تصمیم بهتر برای کاربران توصیف کنند. به هر میزان اطلاعات افشاشده توسط مدیران بیشتر، صحیح و شفاف‌تر باشد، امکان اتخاذ تصمیمات آگاهانه و پاسخگویی آنها چه در بخش خصوصی و چه در بخش دولتی درباره چگونگی تحصیل و مصرف منابع بیشتر می‌شود و امکان افزایش فساد کاهش می‌یابد. شفافیت اطلاعات افشاشده توسط مدیریت دارای سطوح متفاوتی است. به هر میزان که اطلاعات افشاشده توسط مدیریت شفاف باشد به همان میزان نیز مدیریت پاسخگو بوده و شفافیت

سازمانی افزایش می‌یابد، در نتیجه نقش‌های مدیریتی و الگوهای رفتار مدیران تأثیر معنی‌داری بر شفافیت سازمانی دارد.

پیشنهاد می‌گردد تا مدیران امور مؤسسه را هماهنگ کنند، فرایندهای انجام کار را تسهیل کنند، از آنچه در واحد می‌گذرد اطلاع داشته باشند، بر سازمان نظارت داشته باشند و اطلاعات سازمان را به موقع و متناسب با نیاز در اختیار افراد سازمان قرار دهند، بحران‌های پیش روی سازمان را شناسایی کرده و در جهت رفع آنها، منابع مورد نیاز را تخصیص داده و بر سر دستیابی به منابع سازمان مذاکرات مورد نیاز را انجام داده و خط‌مشی مناسب برای رفع بحران را اتخاذ نمایند، خلاق و کارآفرین بوده و از تغییرات استقبال کرده و خود عامل تغییر باشند، اخلاق و اصول اخلاقی را که در آموزه‌های دینی نیز تأکید فراوانی بر آن شده است در سازمان رعایت کرده و مسئولیت اجتماعی خود و سازمان را رعایت کنند تا شفافیت سازمانی افزایش یابد.

منابع

۱. استونر، جیمز و فریمن ادروارد (۱۳۹۰)، مدیریت: سازماندهی، رهبری و کنترل، ترجمه علی پارسائیان و علی اعرابی، چ ۳، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۲. اسماعیل پور، رضا؛ محمد دوستار و شهرام سلطانی (زمستان ۱۳۹۳)، «نقش مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در تصمیم خرید مصرف‌کنندگان بازار در حال اشباع شرکت‌های مواد غذایی»، مدیریت بازرگانی - علمی و پژوهشی، مقاله ۳، دوره ۶، ش ۴، زمستان، ص ۶۸۷-۷۰۸.
۳. اصباح، علی (پاییز ۱۳۹۵)، «بررسی نقش سبک‌های مختلف رهبری در سکوت سازمانی در واحدهای تابعه منتخب»، فصلنامه‌اندیشه‌های تازه در علوم تربیتی، سال سوم، ش ۴، ص ۴۰-۴۸.
۴. افخمی اردکانی، محمد و الهه خلیلی صدرآباد (زمستان ۱۳۹۱)، «بررسی رابطه بین عوامل شخصیتی و سکوت کارکنان دانشی»، پژوهش‌های مدیریت عمومی، سال پنجم، ش ۴۵، تهران.
۵. انصاری، مجید (تابستان ۱۳۹۶)، «نقش شفافیت در موفقیت سازمانی»، فصلنامه مدیریت بازرگانی، ش ۲، پیاپی ۴، ص ۳۲-۴۴.
۶. ایران‌زاده، سمیه و عالی‌ه طاحونی (۱۳۹۵)، «بررسی رابطه بین نقش‌های مدیریتی زنان با توانایی‌ها و مهارت‌ها»، رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، مقاله ۲، سال ۴، ش ۱۶.
۷. ایزدی یزدان آبادی، حسن (۱۳۹۳)، «بررسی رابطه بین ریسک‌پذیری با سکوت کارکنان و وجدان کاری آنها در شعب بانک قوامین استان کرمان»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رفسنجان.
۸. ایمانی لیل آبادی، علی؛ حسن شاه‌صفی و حسین تاج‌آبادی (۱۳۹۶)، «اصول اخلاق سازمانی در اسلام»، فصلنامه علمی مطالعات منابع انسانی، ۷(۳)، ص ۱۴۱-۱۶۴.
۹. بانج شفیعی، حمید و محمد بانج شفیعی (۱۳۹۲)، «اخلاق حرفه‌ای و ارائه شفاف اطلاعات حسابداری»، دومین کنفرانس ملی حسابداری، مدیریت مالی و سرمایه‌گذاری.
۱۰. جمالی، قاسم‌علی؛ معین پوراحمدی، مهدی ثنائی و ندا مرآتی (۱۳۹۶)، «نقش‌آفرینی شفافیت در پیشگیری از فساد در مدیریت منابع انسانی»، دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و اقتصاد در قرن ۲۱.
۱۱. جهرمی، سعید (۱۳۹۳)، «مسئولیت اجتماعی راهی به سوی سعادت جامعه»، مقاله اینترنتی.

۱۲. حرعاملی، محمد بن حسن (۱۳۷۰)، تفصیل وسائل الشیعه الی تحصیل مسائل الشریعه، قم: مؤسسه آل‌البیت (علیهم‌السلام)، لایحیاء التراث.
۱۳. رضاییان، علی (۱۳۹۵)، اصول مدیریت، چ ۱۸، تهران: انتشارات سمت.
۱۴. سیدنقوی، میرعلی و فاطمه فراهانی (زمستان ۱۳۹۲)، «ایجاد استراتژی مناسب و ارتقای شفافیت سازمانی از طریق رهبری نوآور»، مقاله ۴، دوره ۲۲، ش ۷۲، ص ۷۵-۹۷.
۱۵. شیداییان، حسین (۱۳۸۳)، «مبانی دینی پاسخگویی و مسئولیت‌پذیری در اندیشه مقام معظم رهبری»، اندیشه سیاسی در اسلام، ش ۱.
۱۶. صدر، سیدموسی (۱۳۸۷)، «قرآن و شیوه اصلاح فرهنگ»، پژوهش‌های قرآنی، ش ۵۴ و ۵۵.
۱۷. طباطبائی، سیدمحمد حسین (۱۴۱۷)، المیزان فی تفسیر القرآن، قم: دفتر انتشارات اسلامی، چ ۵.
۱۸. علاقه‌بند، علی (۱۳۹۰)، مدیریت عمومی، تهران: نشر روان، چ ۱۷.
۱۹. کلایین، پل (۱۳۹۱)، راهنمای آسان تحلیل عاملی، ترجمه سیدجلال صدرالسادات و اصغرمینایی، تهران: سمت.
۲۰. کارشکی، حسین (۱۳۹۱)، «آزمون ساختار عاملی مقیاس خودراهبری و رابطه آن با انگیزش تحصیلی»، مجله روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران، ۴ (۴): ص ۵۹-۷۴.
۲۱. کلینی، محمد بن یعقوب (۱۳۸۸)، اصول کافی، ج ۳، قم: انتشارات دارالتحقیق.
۲۲. گائینی، فاطمه (۱۳۹۱)، «بررسی تفاوت بین نوع و میزان مهارت‌ها و نقش‌های مدیران در سازمان‌های فرهنگی و سازمان‌های غیرفرهنگی هم‌تراز»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.
۲۳. مجلسی، محمدباقر (۱۳۶۱)، بحارالانوار، ج ۳/۶۱، بیروت: مؤسسه الوفاء.
24. Berggren, E, & Bernshteyn, R. (2007), Organizational transparency drives company performance, *Journal of Management Development* 26 (5), 411-417.
25. Heskett, J. (2017), What Is Management's Role in Innovation? <http://www.lifehack.org/articles/management/the-role-of-the-manager.html>.
26. Kaufmann, T & Bellver, M (2015), Voluntary Environmental and Social Accounting Disclosure Practices in the Asia-Pacific Region: An International Empirical Test of Political Economy Theory, *the International Journal of Accounting*, vol. 34 (2), and pp. 209-238.
27. Kline, P (2010), *An easy guide to factor analysis*, 2 Park Square, Milton Park, Abingdon, Oxon OX14 4RN, Simultaneously published in the USA and Canada, 711 Third Avenue, New York NY 10017.

28. Lynstd, C & Norian, R. (2007), Who started this, investigating efferent sources of organizational change, *Journal of Business and Psychology*, Vol. 18 No. 4, pp 70-555.
29. Oliver, B (2014), Managerial competencies and the managerial performance appraisal process, *Journal of Management Development*, Vol 20, No 10, and pp 842-852.
30. Osborne, Denis. (2004), transparency and accountability reconsidered, sparency and governance of internet, computer law and security report, 342-344.
31. Ravolines, Y (2008), The effects of Corporative Motivation on Teacher Attitudes and Student Performance in Singapore, *Journal of organizational behavior*, 16, PP: 319-333.
32. Vaccaro, A & Madsen, P. (2009), Corporate Dynamic Transparency: TheNew ICT- had driven Ethics? *Ethics INF Technol*, 11, 113-122.
33. Vian, T (2012), Exploring the construction of transparency: an analysis of health managers' narratives, Accepted for publication in *Global Health Governance*, spring 2012, Boston University School of Public Health.
34. Vogelgesng, M & Lester, F (2009), Increasing Organizational Citizenship Behaviors of Turkish Academicians Mediating Role of Trust in Supervisor on the Relationship between Organizational Justice and Citizenship Behaviors, *Journal of Managerial Psychology*, Vol. 22 No. 3, pp. 257-270.