

این شکست، بهانه بعضی مدیران و مسئولان است که انتشار اطلاعات و آمار ممکن است به منافع سازمان لطمه بزند و یا جناحهای دیگر و رقبا از آن سوءاستفاده کنند. از این رو پیشنهاد می شود کمیته هایی تشکیل گردد که به بررسی و نظام مند کردن آمار و اطلاعات در داخل سازمانها اقدام کنند. آنگاه دولت نیز می تواند در تدوین سیاستهای ملی در این جهت نقش موثری داشته باشد.

در آمریکا نیز نظام اطلاعات به شکل سازمان یافته و منسجم وجود دارد. در اهمیت نظام اطلاع رسانی این کشور همین بس که در صنعت اطلاع رسانی آمریکا بیش از سه میلیون نفر مشغول به کار هستند. براساس آمارهای منتشر شده این صنعت ۱۱۲ هزار شرکت با ۶۲۳ میلیارد دلار سرمایه در گردش را در بر می گیرد.

در سال ۱۹۸۰، در کمیسیون اروپا، دستورالعملی به تصویب رسید که کلیه شرکتهای فعال (اهم از چندملیتی و ملی محلی) در کشورهای عضو جامعه اقتصادی اروپا را ملزم می ساخت هر شش ماه یک بار از طریق مدیریت شرکت، آمار و اطلاعات را در اختیار نمایندگان کارکنان قرار دهند. البته این شرکتها باید حداقل ۱۰۰ نفر پرسنل داشته باشند. اطلاعاتی را که شرکتها ملزم به ارائه آن هستند شامل موارد ذیل است:

- ۱) ساختار و وضعیت نیروی انسانی؛
- ۲) وضعیت اقتصادی و مالی؛
- ۳) وضعیت شرکت و توسعه احتمالی تولید و فروش؛
- ۴) وضعیت استخدام و روند احتمالی آن؛
- ۵) برنامه های تولید و سرمایه گذاری؛
- ۶) تحقیق و برنامه های توسعه؛
- ۷) روشهای تولید و کار، به ویژه معرفی روشهای جدید کار؛
- ۸) سایر اقدامات و روشهایی که تاثیر بسزایی روی منافع کارکنان دارد.

در انگلیس دولت و سازمانها تنها در این موارد مجازند که اطلاعات را افشا نکنند:

- ۱) مقایر با منافع امنیت ملی باشد؛
- ۲) مقایر با قانون باشد؛
- ۳) مربوط به یک فرد گردد؛
- ۴) به طور محرمانه در اختیار قرار گرفته باشد؛
- ۵) موضوع دعوای حقوقی گردد؛
- ۶) موجب آسیب جدی به سازمان گردد.

نتیجه گیری ضرورت وجود و دسترسی آسان به اطلاعات و آمارها، دولتها، مدیرتها، اتحادیه ها و... را بیش از پیش متوجه اهمیت اطلاعات و آمار گردانده است.

از تجربیات به دست آمده از کشورهای پیشرفته و صنعتی مشخص می گردد اولاً الزامات قانونی و مشخصی جهت نشر و دسترسی به اطلاعات و آمار در آن کشورها وجود دارد و ثانیاً خود شرکتها و مدیران نیز با مزایا و محاسن دسترسی به آمار و اطلاعات آشنا گردیده اند و نسبت به سهیم کردن دیگران در آمار و اطلاعات خود، راضی هستند.

در کشور ما متأسفانه هیچ نظام مشخصی برای تهیه داده ها و تبدیل به اطلاعات و آمار وجود ندارد. در بعضی از سازمانهایی که با توجه به نیاز به اطلاعات و آمار، اقداماتی صورت داده اند، یا با شکست مواجه شده اند و یا پیشرفت چندانی نداشته اند. یکی از علل عمده

دسترسی افراد به تمامی اطلاعات می تواند منافع بعضی از شرکتها و سازمانها را در معرض خطر قرار دهد، دولتها و سازمانها اقداماتی را نظیر تدوین و تعریف سطوح دسترسی به اطلاعات در این جهت، در پیش گرفته اند.

سوابق و تجربیات کشورها در حال حاضر در تمام کشورهای صنعتی، آمار و اطلاعات به صورت آزاد (نظام آمار و اطلاعات باز) در اختیار عموم قرار دارد. البته باید خاطر نشان کنیم که اصل «گمنامی» در تهیه و انتشار این نوع آمار و اطلاعات رعایت می گردد. در ژاپن سازمانها و ادارات دولتی موظف به ارائه همه گونه اطلاعات به مشتریان خود هستند. در اکثر کشورهای پیشرفته، از دهه ۱۹۵۰، یک سازمان قانون گذاری وجود داشته که کارفرمایان را ملزم می سازد که اطلاعات مربوط به لیست اشتغال، ارزیابی مشاغل، نرخهای پرداخت و ساختارهای آن و هرگونه تغییرات در شرایط استخدام و روشهای کار خود را در اختیار نمایندگان شوراهای کارگری یا اتحادیه تجاری قرار دهند.

بر اساس اصلاحیه قانون کار در انگلیس، روسای هیئت مدیره شرکتها، ملزم شدند نسبت به تهیه اطلاعات به طور منظم درباره مسائل مربوط به کارکنان و ارائه آن اطلاعات به کارکنان اقدام کنند. آنها همچنین موظف شدند تا در مورد گزارش نشستهای مشورتی که به طور مرتب با کارکنان یا نمایندگان آنها قبل از اتخاذ تصمیمهایی که احتمال دارد بر منافع کارکنان تاثیر بگذارد، گزارشی ارائه دهند.

در میان کشورهای معتقد به نظام آمار و اطلاعات باز، بلژیک دارای جامع ترین الزامات قانونی نشر آمار و اطلاعات است. کارفرمایان ملزم هستند اطلاعات و آمار مربوط به استخدام اولیه، مالی و سازمانی را در اختیار شوراهای کارگری قرار دهند. این اطلاعات باید حداقل سالی یک بار به صورت مکتوب و هر سه ماه یک بار به صورت شفاهی و نیز به هنگام حوادث پیش بینی نشده و سایر سوانح عمده که ممکن است بازتاب قابل توجهی روی تمهیدات شرکت یا کارکنان آن داشته باشد، تهیه گردد. در هر موردی که تصمیمی از سوی مدیریت ممکن است تاثیری مانند اخراج گروهی (تعدیل کارکنان) موقت یا سازماندهی مجدد کار داشته باشد، اطلاعات باید قبل از اتخاذ چنین تصمیمی و به منظور فراهم آوردن فرصت مشاوره، در اختیار کارکنان قرار بگیرد.

چه چیزی

کار شرکتها را

جذاب می سازد

مترجم: حمید توحیدی

منبع: TELCOM-2/98

خانم ایسی - دیسون (B-DYSON) دختر فیزیکدان آمریکایی که از او به عنوان اولین بانوی امریکایی اینترنت یاد می شود، معتقد است که تجارتهای مدرن نیاز به تهیه الگوهای دارد که انگیزه کارکنان را دوچندان کند. خیلی ها بر این باورند که خواندن نظرات غیرموسوم وی باید برای مدیران اجباری باشد.

پکیار از یک مدیر ایتالیایی که در شرکت AT&T کار می کرد پرسیدم که به عنوان یک مدیر

دهند، براساس شرایط خودشان کار بکنند. اشخاصی که کارکردن با آنها خیلی هم مطلوب نیست خواهند توانست بیشتر مستقل شده و به عنوان گروههای یکتفره کار کرده و از ارائه خدمات در قالب یک گروه بزرگ خودداری کنند.

این دو نیرو یعنی استقلال و نیاز به آشنایی با یک جامعه اغلب در تضاد هستند. روشی که این تضاد از طریق آن از بین می‌رود از فردی به فرد دیگر و از شرکتی به یک شرکت دیگر تفاوت خواهد کرد. □

می‌کنند. این ارتباطات به مرور حالت رکود پیدا کرده و با از بین می‌روند ولی کارکنان به حرکت و پیشرفت خود ادامه می‌دهند.

چون هم شرکتها و هم کارکنان آنها فرصت انتخاب زیادی خواهند داشت لذا احتمال کمی دارد که کارکنان و کارفرمایان ناراضی بتوانند یک وضعیت ناگوار را تحمل کرده و در شرکت باقی بمانند. امروز معمولاً برای بهره‌وری داشتن، آشنا ساختن یک فرد با یک سازمان بزرگ ضرورت دارد. در آینده، کسانی که به دنبال آزادی هستند قادرند تا بدون فدا کردن آنچه که امروز باید انجام

چه کار می‌کند و هنوز هم پاسخ او را به خاطر دارم: «من جالب اعتماد می‌کنم». آقای VITTORIO CASSOUI بی‌اعتمادی را از زندگی کارکنان خود دور می‌کند به طوری که کارکنان می‌توانند پیشرفت کرده و کار خود را به نحو احسن انجام دهند. او به آنها نمی‌گوید که چه کاری را انجام دهند تا آن اندازه که بتوانند توازن را در یک دریای متلاطم حفظ کنند.

از این نوع مهارت مدیریتی تضاد، ریسک‌پذیری به نام هوش عاطفی یاد می‌شود. هم‌چنانکه تغییر، ثبات پیدا می‌کند رهبران باید برای مانور روی آن انعطاف‌پذیر باشند. اداره موثر یک جلسه به مهارت نیاز دارد فرقی نمی‌کند که در اتاق کنفرانس و یا روی یک شبکه باشد یا اینکه داخل سازمان و یا با شرکا و مشتریان باشد، ولی شما مجبورید این کار را در گستره جهانی و در درازمدت انجام دهید. باید مردم را به هیجان آورده و سپس آرامشان کنید. مشاجرات را رفع کرده، نکات اصلی یک تعارض یا استراتژی را روشن ساخته و تصمیمات شرکت را اتخاذ کنید. تمام این توانمندیها، ایجاد اطمینان و صمیمیت می‌کند و باعث ترقی می‌شود.

روانشناسی صنعتی و سازمانی ضرورتی ناشناخته در صنایع و سازمانها

از: علی زلفی

انگیزهٔ باارزش

یک شرکت در واقع به عنوان یک جامعه به‌شمار می‌رود. بهترین استراتژی آن جذب پرسنل و سپس وادار کردن آنها برای سرمایه‌گذاری در شرکت و ساختن محیطی است که در آن امکان پیشرفت مهیا شود. بزرگترین ارزش از ناحیه گروه‌هایی حاصل می‌شود که نقش موثری به‌عنوان افراد همراهی‌کننده دارند. این بدان معنی نیست که تمام شرکتها تبدیل

به خانواده‌های شاد و مشابه هم خواهند شد. آنها دارای فرهنگهای مجزا و شاید متمایزتر از وضع فعلی خواهند بود زیرا افراد، بهتر خواهند توانست تا محیطی را پیدا کنند که مناسب آنها باشد و فرقی نمی‌کند که این محیط، سلطه‌جو، محتاط، رسمی و غیررسمی باشد. ولی فراتر از هر چیز، شرکتهایی که پرسنل آنها در مورد کارشان اشتیاق و علاقه داشته باشند احتمالاً به بیشترین موفقیت دست پیدا خواهند کرد. بسیاری از مردم به دلیل مسائل مالی به یک شرکت می‌پیوندند ولی اکثر آنها پس از ورود به شرکت به دلیل جامعه کوچکی که در آن می‌یابند بیشترین کمک را به شرکت کرده و در آن می‌مانند. ارتباطات توسعه پیدا کرده و افراد راحتی بیشتری احساس

روانشناسی تقریباً با همه جنبه‌های زندگی ما ارتباط دارد. به همان اندازه که جوامع از جنبه‌های مختلف صنعت، تجارت و آموزش و... پیچیده‌تر می‌شود، به موازات آن روانشناسی می‌تواند نقش مهمتری در حل معضلات ایفا کند. روانشناسان با انواع بسیاری از مسائل و رفتارها سروکار دارند که برخی از آنها به نوبه خود بر حسب زمینه‌ای که در آن رفتار، روی می‌دهد از اهمیت زیادی برخوردار است. برخلاف روانشناسی سنتی که بیشتر به دیدی ذهنی و فلسفی به قضایا می‌نگریست، امروز روانشناسی گستره وسیعی را به خود اختصاص داده که غالباً دیدگاهی علمی و عینی از مسائل به دست می‌دهد و شدیداً بر کاربردی بودن این شاخه از علم تأکید دارد.

از جمله دیدگاههای کاربردی، روانشناسی که اهمیت آن سالیان درازی است، در سازمانها و قطبهای صنعتی و توسعه یافته دنیا به وضوح درک شده است می‌توان به روانشناسی صنعتی و سازمانی اشاره کرد. روانشناسی صنعتی و سازمانی یعنی مطالعه رفتار انسانی در کار و کاربرد اصول روانشناسی در زمینه‌ای تولید، توزیع و مصرف (استفاده از کالا و خدمات). روانشناسی صنعتی و سازمانی از بدو

پیدایش در آغاز قرن حاضر، تحولات زیادی داشته و هماهنگی با پیشرفت زمینه‌های مختلف علمی، این شاخه از دانش نیز مسائل وسیع‌تر و متنوع‌تری را مطالعه می‌کند. این رشته در نخستین دوره تحول خود با تأکید تجزیه‌ای به زمینه‌هایی از قبیل گزینش و کارگماری، ارزشیابی عملکرد و آموزش کارکنان و شرایط محیط کار می‌پرداخت و تحت عنوان روانشناسی صنعتی از آن یاد می‌شد. از اواسط قرن حاضر توجه روانشناسی صنعتی به جنبه‌های اجتماعی کار منجر به تغییر نام این شاخه از دانش به روانشناسی صنعتی و سازمانی شد.

طبعاً از آنجا که زمینه کار متخصصان این دانش در محیطهای کاری است، درک اهمیت این رشته درگرو دانش مدیریت سازمانها و میزان آگاهی مدیران از معضلاتی است که در سازمانهای تجاری و صنعتی می‌توان با توسل به یافته‌های دانش مذکور حل کرد.

به طور قطع به کارگیری دانش مدیریت، توأم با اطلاعات به روز و مهارتهای تخصصی درحقیقت همان قدرت سلطه بر عوامل طبیعت و نفوذ در دلها و نگرش و اندیشه‌ها برای همسویی یا هدفهای انسان‌ساز و حصول اهداف سازمانی است.