

است، مناطق، محلها و منافذی که حضور ارزشها در تئوریهای مدیریت عیان است، معرفی شوند. از آنجا که ممکن است مدیریت اسلامی مورد قبول همه مخاطبان نباشد، تلاش می شود بحث ارزشها عامتر از جامعه اسلامی مطرح شود. چرا که اگر پذیرفتیم ارزشها در ساختار، روشها، فرایند و عملکرد مدیریت موثرند، خود به خود تاثیر پذیری مدیریت در جامعه اسلامی اثبات شده است و به همین منوال در سایر جوامع با ارزشهای خاص خود.

روش تحقیق در این مقاله، توصیفی و جمع آوری اطلاعات به صورت کتابخانه ای بوده است. بدیهی است به دلیل گستردگی و پیچیدگی موضوع، امکان ورود به عمق و تحلیلی جامع همه نظریه ها و تئوری ها و ارزیابی آنان وجود نداشته است. انتظار می رود اندیشمندان و پژوهشگران توانمند با مطالعات و پژوهشهای علمی و میدانی، ضمن شناسایی نظام ارزشی جامعه و معرفی ویژگیها و عناصر آن، ارتباط این نظام ارزشی با نظام مدیریتی کشور، بخصوص سبک رهبری مدیران را مورد توجه قرار دهند.

تعاریف

ارزشها غالباً به ایده هایی اطلاق می شوند که انسانها درباره خوب و بد، مطلوب و نامطلوب دارند. در فرهنگ فلسفی «الاند» چهار مفهوم برای ارزش ارائه شده است؛ اول ارزش به عنوان چیزی که فرد یا گروهی به آن علاقه دارند. دوم چیزی که کم و بیش در میان عده ای مورد توجه و احترام است. سوم وقتی که فرد یا گروهی در رسیدن به هدف خود، ارضا می شوند. و چهارم از جنبه اقتصادی که ارزش کالا و عمل مطرح است (محسنی، ۱۳۷۴، ص ۲۱۷). از نگاه اندیشمندانی که مقوله فرهنگ و ارزشها توسط آنها مورد مطالعه قرار گرفته است، ارزشها در سطوح فردی، گروهی، ملی و فراملی قابل توجه است از دیدگاه جامعه شناسان ارزشهای اجتماعی تنها در صورتی وجود دارند که افرادی وجود داشته باشند که بتوانند اشیاء و اشخاص را ارزشیابی کنند. در این راستا، نقش اجتماعی مهمترین مکانیسمی است که به واسطه آن می توان ارزشها را توجه و سمبولیک کرد. در جامعه نقشهای متفاوت اجتماعی فرد را نمی توان

جایگاه ارزشها

در

تئوریهای مدیریت

سیدهاشم هدایتی

چکیده

ارزشها از جمله واژگانی است که در دهه های اخیر بخشی از کتابها و مقالات مدیریتی را به خود اختصاص داده است. مفهوم و جایگاه ارزشها در مدیریت و ارتباط آن با ساختار، روشها، فرایند و عملکرد مدیریت از مواردی است که در این مقاله به آن پرداخته می شود. اهمیت این موضوع در شرایط فعلی جامعه ایرانی، بخصوص با وجود دیدگاههای بومی تحت عنوان توسعه، تئوری بومی مدیریت و مدیریت اسلامی که هر یک توجه ویژه ای به فرهنگ جامعه و ارزشهای آن دارند، ضرورت پرداختن به مقوله مهم ارزشها در مدیریت را محرز می سازد. مقاله حاضر صرفاً جستجویی است اجمالی که می تواند زمینه را برای پژوهشگرانی فراهم سازد که درصدد سنجش رابطه بین ارزشهای ملی با سبکها و عملکردهای مدیریتی کشور هستند.

مقدمه

گرچه پیشینه بحث در مورد تئوری های مدیریت و چگونگی تحقق آنها در جوامعی با فرهنگهای مختلف به اواسط قرن بیستم میلادی برمی گردد، یعنی زمانی که قدرتهای پیروز جنگ جهانی دوم درصدد ارائه الگوی خاص

خود برای ممالک تحت نفوذ برآمدند، امری که الگوی مدیریت توسعه را مطرح و موجب پیدایش گرایش به نام مدیریت تطبیقی در دانش مدیریت شد، اما در دهه های اخیر به وفور از پدیده ای به نام فرهنگ سازمانی و فرهنگ ملی و حتی فرهنگ جهانی در شاخه های مدیریت، بخصوص در حوزه های رفتار سازمانی، خط مشی گذاری و مدیریت استراتژیک سخن به میان آمده است. بعدها تئوری بومی مدیریت مطرح شد و در دو دهه اخیر در ایران از مدیریت اسلامی گفته شد و در یک دهه اخیر دامنه این بحث به سایر کشورهای مسلمان نیز کشید. بی گمان محوری ترین عنصر فرهنگ، ارزشهاست. وقتی که از سبکهای مدیریتی امریکایی، ژاپنی یا هر جامعه دیگر سخن به میان می آید، عنصر اصلی تمایز بخش ارزشهاست. طرح ارزشها در مدیریت گرچه در حوزه مدیریت فراملی نضج گرفت اما بعدها در اکثر حوزه ها مورد توجه قرار گرفت.

در این مقاله با اتکاء به نظریه آیت الله مصباح یزدی^(۱) و استادانی چون مرحوم دکتر منوچهر کیا^(۲) و مرحوم دکتر عبدالله زندیه^(۳) که تأکید ویژه ای بر ارزشها و نقش مهم آن در تئوریهای مدیریت داشته اند کوشش شده

که دلخواه افراد و مورد خوشایند آنهاست. البته اگر ملاک اصلی ارزش در اسلام، کمال نهایی است، مصداق آن قرب الهی است. در نظام اسلامی، هدف کسب رضای خداست. در این نظام، ارزشها نه کاملاً مطلق و ثابت اند که در هیچ شرایط زمانی و مکانی تغییر نکنند و نه اینکه همیشه تابع شرایط زمانی و مکانی باشد، بلکه اصول آن ثابت و مصداقها متغیراند. (مصباح یزدی، ۱۳۷۶، ص ۲۳۰)

۷- در مورد رابطه ارزشها و روشها و تفاوت آنها باید گفت: در سوالات روشی، بحث بر سر این است که چگونه می توان از نقطه الف به ب رسید؟ اگر این نقاط بر روی هوا یا زمین باشد باید برای کشف پاسخ از علم مکانیک پرسید. اگر در جامعه باشد باید از علم جامعه شناسی و روانشناسی پرسید... دین از این نظر که دین است متکفل و متعهد پاسخ دادن به سوالات روشی و مدیریتی نیست. چرا که اینها جنبه های عقلانی است. جنبه روشی حکومت هم عقلانی است. یعنی عاقلان باید بنشینند و با کمک یکدیگر امر حکومت را از حیث مدیریت، سامان بدهند. دقیقاً به همان نحو که باید مسایل طب و بهداشت خود را تنظیم کنند. در قلمرو ارزشها، مجموعه ای از ارزشهای درجه اول و عام وجود دارد که مقبول تمام عقلا و مطلوب همه انسانهاست و هیچ کس - علی الاصول - بسا آنها مخالفتی ندارد، مثل عدالت، مبارزه با ستم... در واقع این ارزشها خود ملاک حقانیت دین هستند. اگر دین مردم را به سوی عدالت سوق ندهد در حقانیت آن شک می شود. ادیان این ارزشهای عام و درجه اول را به مردم آموزش می دهند. این ارزشها ماهیتاً دینی نیستند. دین به منزله پشتوانه این ارزشهای اخلاقی ایفای نقش می کند. به لحاظ منطقی این ارزشها فرادینی هستند. ارزشهای درجه دومی و سومی نیز وجود دارند که یا منبعث از ارزشهای عالی ترند (مثل حسن قناعت و قبح تکبر) یا منبعث از دینداری که ذاتاً دینی هستند (مثل توکل، رضا، شکر نعمت، حرمت، ریا...) و یا از قبل احکام عملی و جوارحی اند (مثل حرمت شراب و جوب حجاب برای زنان) که احکام فقهی تلقی می شوند (سروش، ۱۳۷۶، ص ۵-۳۶۴). از این منظر حکومت دو جنبه دارد: یک جنبه مدیریتی و روشی که کاملاً غیردینی است و دوم

**تحول سازمانی
دارای دورکن
فرهنگی و ساختاری
است
و هنگامی که
هدف تحول مدیریت است
هر دورکن
باید تغییر کند.**

برای انجام دادن آن مناسب است. (ترنر، ص ۷۵). هنجار یا نرم، معیارهای قطعی است که رفتار مردم از آن پیروی می کنند. در واقع این نرمها نظامهایی از نمادهایی هستند که به افراد می گویند در موقعیتهای خاص از آنها توقع می رود که چه رفتار و کنش متقابلی داشته باشند (ترنر، ص ۹۷). لذا در مواقعی که نرم به کار می رود منظور راههای عمل و انجام دادن است نه طرق فکر کردن (سازگارا، ص ۱۰۳).

۵- اگر نقشهای اجتماعی را منشأ رفتارهای موردانتظار از افراد بدانیم و هنجارها را معیارهای قطعی رفتار مردم، می توان ارزشها را ضوابط اخلاقی، مرامی و بایدهایی دانست که در هر گروه اجتماعی موثر بوده و با شدت و ضعف رفتار گروه و اعضایش، یعنی آنچه را که آنها انجام داده یا فرو می گذارند، تشکیل داده و برای گروه و حسدت درونی ایجاد می کند (بابایی، ص ۲۶۹).

۶- از نظر اندیشمندان فلسفه اسلامی، ارزشها یک سلسله اصول کلی، ثابت و مطلق اند که تحت هیچ شرایطی تغییر نمی کنند، اما مصداق آنها تغییر پذیر است. از این منظر ملاک کلی ارزش اخلاقی، مصلحت عمومی فرد و جامعه و مصلحت واقعی انسان است. یعنی هر چیزی که موجب کمال واقعی انسان است، نه چیزی

دارای ارزش اجتماعی یکسان دانست. (محسنی، ص ۲۱۸) ارزشهای اجتماعی به مدل‌های کلی رفتار، احکام جمعی و هنجارهای کرداری که مورد پذیرش عمومی و خواست جامعه قرار گرفته اند اطلاق می شوند. (بابایی، ۱۳۷۲، ص ۲۶۵) ارزشهای فردی را اشیاء یا عقایدی می شمارند که به طور فردی مورد توجه است و در سطوح کلی جامعه ارزش ندارد. باتوجه به کثرت تعاریف در مورد ارزشها و بخاطر پرهیز از اطاله کلام مواردی از آن به شرح زیر تلخیص می گردد:

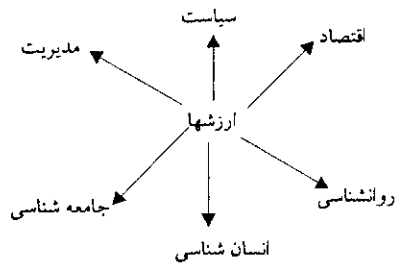
۱- ارزش گاه در قالب یک هدف و گاه رسیدن به هدف و با بهاء دادن به یک مورد مطرح می شود. گونه های بسیاری از ارزشها قابل شناسایی و تشخیص اند از جمله ارزشهای اقتصادی، اخلاقی، سیاسی، حقوقی، فرهنگی و دینی (سازگارا، ۱۳۷۷، ص ۱۰۵)

۲- آنچه نوع و میزان و مرتب ارزشها را تحقق می بخشد، فرهنگ است. فرهنگ به ارزشها هویت می بخشد. به عبارت دیگر، معیار ارزشها از طریق فرهنگ شناسایی می شود. رابطه متقابل بین فرهنگ و ارزشهای قابل قبول و مطرود در هر جامعه ای وجود دارد. چرا که ارزشها نیز موجب شناخت و تفاوت فرهنگ می شوند. (سازگارا، ص ۱۱۳). فرهنگ طبق ارزشهای خود الگوها و مدل های خاصی فراهم می سازد و از این طریق مدل‌های رفتاری و آرمانی را در جامعه تدارک می بیند. طی ارزیابی ارزشها و ارائه الگوها از طریق فرهنگ، هویت «من» یا «ما» در هر جامعه ای معین می گردد (سازگارا، ص ۲۱۳).

۳- ارزشها، نظامهایی از نمادهایی هستند که در قالب ایده های انتزاعی اخلاقی مربوط به خوب و بد، مناسب و نامناسب، درست و نادرست سازماندهی شده اند. این نمادهای اساسی مشترک عبارتند از: زبان، تکنولوژی، عقیده، هنجار، ذخیره های علمی و... (ترنر، ۱۳۷۸، ص ۷۵).

۴- ارزشها انتزاعی هستند، آنقدر کلی که قابلیت به کارگیری در موقعیتهای بسیار متفاوت را دارند اما هنجارها که عبارتند از استانداردهای رفتاری قابل قبول در درون یک گروه که اعضای آن در آن سهیم اند و آن را رعایت می کنند، به ما می گویند که در یک وضعیت خاص چه چیزی موردانتظار است و

بهره می برد، ارزشها حضور پررنگ تری داشته و در تمام نقاط سیستم به چشم می خورد. (شکل ۱)



شکل ۱ - علمی که به نحوی مقوله ارزشها در آن مطرح است.

ارزشها و مدیریت: اگر مدیریت را یک سیستم بدانیم، حضور ارزشها در زیرسیستم های متعدد آن به چشم می خورد که به برخی از آنها اشاره می شود:

فرهنگ سازمانی به عنوان یکی از مهمترین زیرسیستم های مدیریت، بارزترین جایی است که ارزشها در آن رشد می کند. با پذیرش این اصل که ارزشهای مشترک از جمله عناصر فرهنگ سازمانی بوده و به همراه باورها تجلی فرهنگ سازمانی هستند (استانلی دیویس، ۱۳۷۳، ص ۲۲۱) و ارزشهای اصلی سازمان، که به مقیاس وسیع مورد توجه همگان قرار می گیرند، معرف فرهنگ آن سازمان هستند (رابینز، مبانی رفتار سازمانی، ۱۳۷۳، ص ۳۷۹) و موازین اخلاقی سازمان، یک سیستم ارزشی هستند که سرلوحه کار اعضای سازمان قرار گرفته است (جفری و کارون، ۱۳۸۰، ص ۳۴) و توجه به اینکه فرهنگ سازمانی سیستمی مرکب از چندین ارزش مشترک است که کارکنان را رهبری می کند و اینکه اغلب در کنار روشهای مدیریت اجرایی، سازمان و نتایج آن را در سطح بالا به منابع انسانی منعکس می کند (جفری و کارون، ص ۷۷) و در صورتی که ارزشهای سازمانی را ناشی از عوامل متعددی مثل سمبل ها، ساختار قدرت، ساختار سازمانی، رهبری، داستانها و اسطوره ها و سیستم های سازمان بدانیم (TIM HANNAGAN, 2002, P 146) ارزشهای سازمانی و ارزشها و سیستم مدیریت، به خوبی عیان می گردد. ادگار شاین می گوید: «پارادایم های فرهنگی در سازمان شکل

جنبه ارزشی که یا ذاتاً فرادینی و یا ذاتاً دینی است و حکومت خادم آن است.

ارزشها و علوم

گرچه ارزشها به دلیل ریشه ای که در جهان بینی و باورهای اساسی دارد در فلسفه هم قابل بحث است. اما از آنجا که در این مقاله بیشتر نظر بر ردیابی محلهای ارتباط ارزشها با علوم کاربردی و بویژه مدیریت است، صرفاً به تعدادی از علوم انسانی که ارزشها به نحوی در آنها حضور دارند اشاره می شود: علاوه بر علم اقتصاد که ارزش در آن برای سنجش مطلوبیت کالا و کار مورد توجه است، شاید بتوان جامعه شناسی را از شاخص ترین علمی دانست که به جد به بحث فرهنگ و ارزشها پرداخته است. از نظر جامعه شناسان فرهنگ غالباً به عنوان یکی از مفاهیم گسترده و نادقیق مدنظر است که عامل توحید بخش ارزشهای اجتماعی تلقی می شود که به ارزشها نوعی یگانگی می بخشد. (محسنی، ص ۲۰۵). فرهنگ - که ارزشها یکی از زیرسیستم های آن است - جامعه ای را از جامعه دیگر متمایز ساخته و تقویت کننده همکاری و روابط میان افراد است، فرهنگ و ارزشها در میان تعدادی از افراد جامعه، مشترک و از نسلی به نسل دیگر منتقل می شود. همان طوری که بیشتر ذکر شد جامعه شناسان، نقش اجتماعی را بهترین مکانیسم توجیه و سمبلیک کردن ارزشها می دانند (محسنی، ص ۲۱۸). در جامعه شناسی ارزش هایی مطالعه می شود که مطلق و ثابت نیستند هر چند از نظر فلاسفه و علمای اخلاقی چنین ارزشهایی ممکن است وجود داشته باشند (محسنی، ص ۲۱۹).

بسرخلاف جامعه شناسی که ارزشهای اجتماعی مورد توجه است، در علم روانشناسی غالباً بحث ارزشها در سطح فرد مورد بررسی قرار می گیرد. در علم سیاست با پرداختن به موضوعاتی چون ارزشهای قومی، ملی و جهانی، فرهنگ و ارزش مورد توجه قرار می گیرد. بخصوص در حوزه سیاستگذاری که مشترک بین سیاست و اداره است، نقش ارزشها حائز اهمیت است.^(۳) شاید بتوان گفت در مدیریت که یک رشته بین رشته ای و از علمی مانند روانشناسی، انسان شناسی، جامعه شناسی، اقتصاد، حقوق و سیاست نیز

می گیرند به نحوی که چگونگی فکر و احساس افراد سازمان درباره مسایل و موقعیتها و روابط آنها را مشخص سازد، وی سطوح مختلفی را برای فرهنگ، به عنوان مانیفست قائل است که مصنوعات در سطح اول و ارزشها در سطح دوم قرار می گیرند (TONNI THOMPSON, 2001, P 183) پیتتر دراکر نیز بر این باور است که سازمانها باید برای خود معیار و ارزشهایی داشته باشند، مردم هم همین طور. برای اینکه فرد در سازمان، کارآمد و موثر باشد ارزشهای او باید با ارزشها و معیارهای سازمان، سازگاری و همخوانی داشته باشد (دراکر، ۱۳۷۱، ص ۲۱۲). در مقوله مدیریت تغییر نیز برخی بر این باورند که نظامهای ارزشی سازمان اغلب آمادگی و میزان آن برای انجام تغییرات را تعیین می کند (اپل و استامف، ۱۳۷۹، ص ۱۵). و در توسعه سازمانی نیز تغییرات ارزشها ملازم با هر نوع توسعه و تغییر شمرده می شود. از منظر دیگر، هر نوع تحول و توسعه سازمانی را مستلزم وجود فرهنگ آن می دانند. به تعبیر دیگر تحول سازمانی دارای دو رکن فرهنگی و ساختاری است. هنگامی که هدف، تحول مدیریت است، هر دو رکن باید تغییر کند. رکن فرهنگی دربرگیرنده باورها، ارزشها و نگاههای مدیریت است و این رکن فرهنگی است که نوع نگاه و نگرش را تعیین می کند (باقریان، ۱۳۷۹، ص ۲۶).

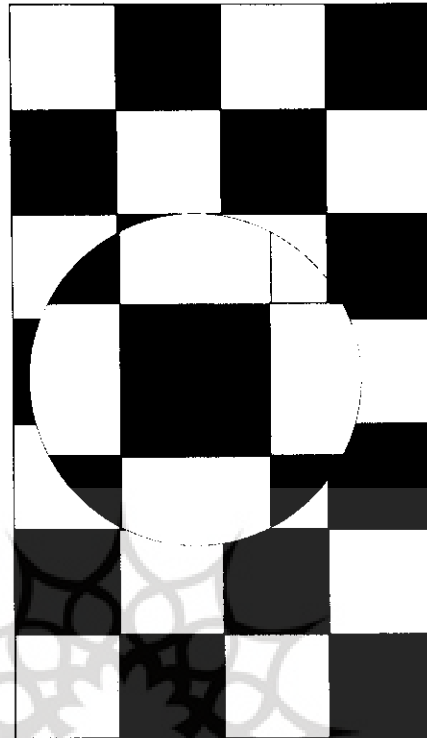
در حوزه منابع انسانی گفته می شود: برای اینکه فردی بتواند خود را اداره کند باید بدانند ارزشهای او چیست؟ کارکردن فرد در سیستمی که نظام ارزشی آن برای فرد غیر قابل قبول باشد و یا فرد ناسازگار با آن باشد، آن فرد هم به ناامیدی و بطالت و هم به عدم ایفای نقش و عملکرد مناسب محکوم می شود (دراکر، ص ۲۱۲) دراکر می گوید: سازمانها باید برای خود معیار و ارزشهایی داشته باشند، مردم هم همین طور و او همخوانی و سازگاری ارزشهای منابع انسانی با سازمان را مورد تاکید قرار داد. علاوه بر این، مسئله نقش ارزشها در فرایند مدیریت پرسنلی همانند طبقه بندی شاغل، ارزشیابی شاغل، نظام استخدای، نظام آموزش و نظام ارتقاء و ارزشیابی نیروی انسانی تا آنجاست که تفاوتهای فرهنگی، نظامهای متفاوت پرسنلی را به وجود می آورد.

برنامه ریزی جامع و استراتژیک، انعکاسی از ارزشهای حاکم بر جامعه است و جهان بینی ها، اعتقادات و سنتهای جامعه در برنامه ریزی جامع منعکس است (الوانی، ص ۵۹).

محیط یکی دیگر از عناصر مهم و حیاتی استراتژی است. عوامل محیطی و اجتماعی موثر بر استراتژی، ارزشها، طرز تلقی مردم، مشتریان و کارکنان، در تقاضا برای کالا و خدمات یا روشهای موسسات در رفتار با کارکنان، متجلی می گردد (گلوک و جاج، ص ۴۰) و ارزشها که عبارتند از مجموعه دیدگاههایی که بسین نیک و بد، مطلوب و نامطلوب تفاوت قائل می شونید، در انتخاب اهداف استراتژی و رسیدن به آنها و ارزیابی نتایج مثبت و منفی تاثیر دارند (گلوک و جاج، ۱۲۷). در مطالعات تطبیقی هم، محیطهای اجتماعی و فرهنگی از اهمیت بسزایی برخوردارند. در این پژوهشها بر محیط فرهنگی، ارزشها و اعتقادات، هنجارهای اجتماعی و حتی افسانه ها و داستانها تاکید می شود (راگونات، ۱۳۷۱).

درواقع به لحاظ اینکه بیشتر افراد ذینفع در سازمان نیز اعضای جامعه تلقی می شوند، لذا بیشتر ارزشها و عقاید آنها از تاثیرات اجتماعی و فرهنگی نشأت می گیرد (جفری، ۱۳۸۰، ص ۷۷).

تصمیم گیری و خط مشی گذاری از دیگر عناصر سیستم است که عمیقاً تحت تاثیر ارزشهای جامعه است. علاوه بر تاثیری که از طریق ارزشهای مدیران، کارکنان و دیگر افراد مرتبط بر فرایند تصمیم گیری و خط مشی گذاری به وجود می آید، نظام فکری، اخلاقی و ارزشی جامعه نیز به طور مدام بر تصمیمهای مدیران تاثیر می گذارند (باقریان، ص ۱۵). از سوی دیگر، اینکه در مرحله شناخت مسئله، چه چیزی را مسئله بدانیم، با کدام اولویت، بازم متاثر از ارزشهای محیطی است. سازماندهی که از آن تحت عناوین وظایف مدیر، اصول مدیریت و نیز گامی از فرایند مدیریت نام برده می شود از دیگر زیرسیستم هایی است که ارزشها به نحوی بر چگونگی و نتایج آن تاثیر می گذارند. تمرکز و عدم تمرکز، یهنا و بلندی هرم سازمان، حیطة نظارت، صف و ستاد و نحوه ارتباط آنها با هم، میزان پذیرش مشارکت و تفویض اختیار در



ارزشها بدانیم هر چه خاستگاه این ارزشها نزدیکتر و منبعث از فرهنگ ملی باشد، تفاهم بیشتری بر روی آن ایجاد می شود. نگاه اعتقادی در پس عواملی است که اهمیت هر عاملی را بیش و کم جلوه گر می سازد. این تفاوت نگاه و تفاوت وزن عوامل، هدف گذاری را متأثر می سازد (گلوک و جاج، ص ۲۵).

در حوزه برنامه ریزی شاید بتوان گفت در برنامه ریزی جامع یا استراتژیک، جایگاه ارزشهای بسی و وسیعتر و عمیق تر از دیگر انواع آن است. استانی دیویس، باورهای راهنما را احکامی می داند که استراتژی ها بر اساس آنها تنظیم می شوند (دیویس، ۱۳۷۳، ص ۱۹). این اهمیت تاحدی است که برخی فرهنگ را به عنوان جزء ششم مدیریت استراتژیک تلقی کرده اند (اپل و استامف، ص ۱۵). گرچه فرهنگ سازمانی به عنوان یکی از زیرسیستم های درون سازمان مطرح است، اما از سوی دیگر هم، فرهنگ بر استراتژی، مفهوم تجارت، تکنولوژی و ساختار سازمانی تاثیر می گذارد (MATS, ALVESSON, 2002, P 26). صاحب نظران بر این باورند که یکی از ویژگیهای استراتژی مطلوب، انطباق آن با ارزشهاست (باقریان، ص ۵۷)، چرا که درواقع

رهبری و سبکهای رهبری از دیگر زیرسیستم های مدیریت است که شدیداً تحت تاثیر ارزشهای سازمانی قرار دارد. ادگار شاین با اشاره به سبکهای متفاوت رهبری امریکایی و ژاپنی، نقش فرهنگ را در این تمایزها و تفاوتها انکارناپذیری داند (TONNI THOMPSON, 2001, P 183). گلوک و جاج بر این باورند که مدیران نیز مثل بقیه افراد بر اساس آموزش و تجربه خود دارای یک نظام ارزشی بخصوص هستند. موسساتی که دارای نظام ارزشی یا ایدئولوژی پر قدرت هستند. مدیرانی را بسه خود جذب می کنند که دارای نظام ارزشی مشابه هستند (گلوک و جاج، ۱۳۷۱، ص ۲۷). نظریه پردازان دیگری مثل فیدلر که نظریه اقتضایی اثربخشی رهبری را مطرح کرده است بر نقش فرهنگ و شرایط فرهنگی داخل و محیط سازمان تاکید می ورزد. از دیگر زیرسیستم های مهم مدیریت که شدیداً تحت تاثیر ارزشهاست، ارتباطات است که بر عملکرد سازمان موثر است.

برنامه ریزی از زیرسیستم های بسیار مهمی است که حضور ارزشها در تمام مراحل آن، بنخصوص در مرحله هدف گذاری بسیار پررنگ به چشم می آید. هدف گذاری و تعیین رسالتهای، آرمانها، ماموریتها و اهداف نهایی سازمان اولین گام در برنامه ریزی است. در تعیین اهداف سازمانی، ارزشها و انتظارات جامعه، نقش مهمی ایفا می کنند... به جرأت می توان گفت هرگاه ارزشهای حاکم بر جامعه در اهداف سازمانی منعکس نگردند. اهداف مذکور مسلماً مواجه با مشکلات عمده ای خواهند شد (الوانی، ۱۳۷۹، ص ۶۳). در سلسله مراتب هدفها، ارزشها و درجه اولویت آنها نسبت به هم نشان داده می شود (الوانی، ص ۳۵۱). دکتر الوانی می گوید: «اگر در جامعه امروز ما ارزشهای مکتب را هدف فرض کنیم که در مراتب بالایی قرار گرفته اند و در فرد مسلمان تمامی هدفهای دیگر را تحت الشعاع قرار می دهند، به سادگی پی می بریم که آشتی پذیری هدفهای فرد و سازمان در سایه این ارزشها چگونه ممکن و محتمل است» (الوانی، ص ۳۵۴).

درواقع ارزشها ممکن است به عنوان قسمتی از رسالت و اهداف سازمانی نوشته شده باشد (TIM, P 147). و اگر جان مایه شناخت را،

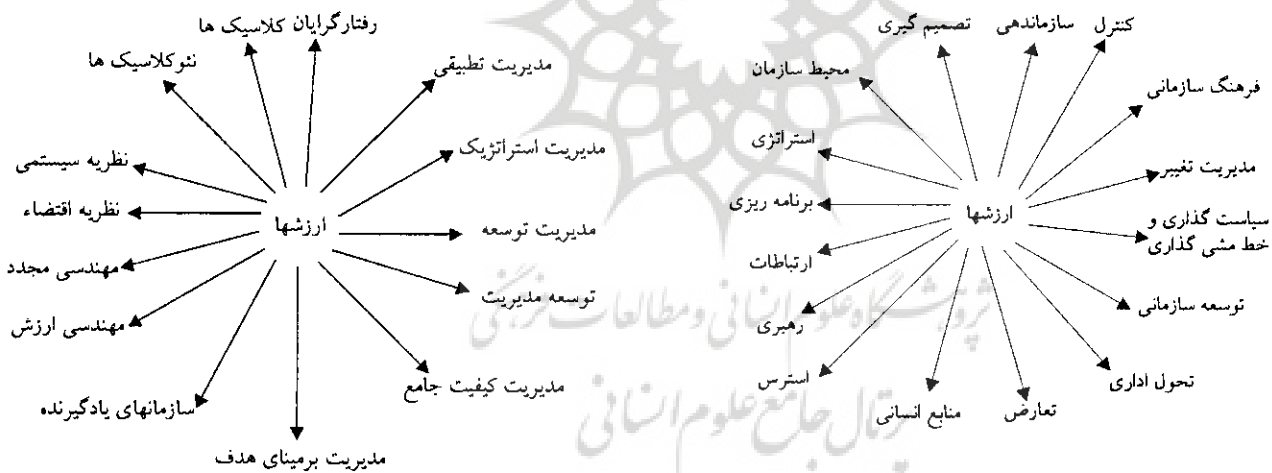
انتزاعی و عینی تر ارزشها بخوانیم و هر دوی آنها را زیر سیستم های فرهنگ بشماریم، جایگاه و نقش مهم فرهنگ در سازمانها و سیستم مدیریت، میزان حضور و ارتباط ارزشها با عناصر مدیریت را به خوبی معرفی می کند. مشخص است این حضور هم در سطح فردی، گروهی و سازمانی و هم در سطح جامعه بر ساختار، روشها و فرایندهای مدیریت تاثیر می گذارد. البته سنجش میزان این تاثیر نیازمند پژوهشهای علمی میدانی است که از حوصله و توان این مقاله خارج است.

۲- بسخاطر اینکه در دهه های اخیر طرح موضوعی به نام مدیریت اسلامی در کشور، صرفنظر از درستی یا نادرستی عبارت، با محور قراردادن ارزشهای اسلامی، در اکثر محافل علمی و دانشگاهی موردچالش بوده است. در این مقاله کوشش شده است برای پرهیز از

آغاز شد، ارتباط بین ارزشهای افراد و عملکرد آنها دو سازمان را موردتایید قرار داده است و در ادامه نظریه های رفتارگرایان و افرادی چون مازلو، هرزیبرگ، مک گریگور، چتربارناد، هرسی، بلانچارد و... هر یک به نحوی مهر تاییدی بر نفوذ ارزشها در سازمان و عملکرد آن نهاده اند. و بعدها با تولد نظریه نوین که ترکیبی از نگرشهای سیستمی و اقتضا است و با پذیرش عنصر مهمی چون محیط در سیستم مدیریت، تقریباً کمتر تئوری مدیریت می توان یافت که مستقیم یا غیرمستقیم مقوله فرهنگ و ارزشها را در سازمان موردتوجه قرار ندهد باشد. بخصوص تئوری های رفتار سازمانی و مدیریت تطبیقی و مدیریت استراتژیک آن چنان نقش ارزشها را پررنگ دیدند که بدون توجه به ارزشها و فرهنگها هر یک از آنان از هویت مستقل دور می شوند. در تئوریهای

سازمان مکانیسم های ارتباط بین واحدها از جمله مسایلی است که تحت تاثیر ارزشهای حاکم بر سازمان و داخل سازمان قرار دارند. سازمانهای علی، اشکال و چگونگی عمل آنها نیز از دیگر مواردی است که در حوزة سازماندهی متأثر از ارزشهای جامعه و نوع نگرش آن به انسان و جایگاه خواهد بود. علاوه بر زیرسیستم های نامبرده موارد دیگری نیز یافت می شوند که محل تاثیرگذاری ارزشها بر آنها از جمله: تعارض، استرس و کنترل که وضعیت هر یک و نحوه برخورد سازمان و مدیران با آنها تا حد زیادی بستگی بر فرهنگ سازمانی و ارزشهای حاکم بر آنها دارد (شکل ۲).

ارزشها و تئوری های مدیریت: شاید بتوان، باتوجه به آنچه گفته شد، ردپای ارزشها را در همه تئوری های مدیریت از کلاسیک ها - و



شکل ۲ - زیرسیستم های مدیریت که تحت تاثیر ارزشها هستند

شکل ۳ - جایگاه ارزشها در تئوری های مدیریت

ورود به کشمکشهای بی نتیجه، موضوع از منظر عام تر بررسی شده و در نهایت این نتیجه حاصل آید که بپذیریم؛ اولاً ارزشها از زوایا، سطوح و نقاط مختلف با ساختار، روشها و فرایندهای مدیریت - به مثابه یکی از علوم کاربردی - ارتباط دارد. ثانیاً هر جامعه ای ارزشهای خاص خود را دارد که ارزشهای سازمانی از آن متأثر است. ثالثاً جامعه ایرانی دارای ارزشهای ویژه دینی و ملی خود است. لذا می توان نتیجه گرفت که علی القاعده نظام مدیریتی ما باید تحت تاثیر این ارزشهای ملی و دینی رنگ و بوی ایرانی به خود بگیرد. با

جدیدی همچون مدیریت کیفیت جامع، مدیریت بر مبنای هدف، مهندسی ارزش و مهندسی مجدد، نقش فرهنگ و ارزشها بی محوری تر از گذشته است.

نتیجه گیری

۱- اگر ارزشها را آنگونه که جامعه شناسان و سایر دانشمندان علوم انسانی اذعان دارند، ایده هایی بدنییم که در باره خوب یا بد بودن پدیده ها سخن می گویند و یا بایدها و نبایدهای هر فرد، گروه، سازمان و جامعه را ارزش تلقی کنیم و هنجارها را سطح کمتر

حتی پیشتر از آن - گرفته تا نظریه های جدید مدیریتی را پیگیری کرد. ماکس وبر و دیگر نظریه پردازان کلاسیک، گرچه نه به صراحت، اما تلویحاً واقییتی به نام ارزشها و خواستهای شخصی افراد را با تاکید بر مجزا دانستن آن از رفتارهای رسمی و اداری پذیرفته اند. آنچه در تقسیم بندی منابع قدرت از وبر نقل شده است و یا برخی اصول چهارده گانه مدیریت فایول و حداقل دو اصل از اصول مدیریت علمی تیلور، هر یک به نحوی بر پذیرش تفاوتها و ارزشهای افراد در سازمان گواهی می دهند. بدون شک مکتب نئوکلاسیک ها، که با مطالعات هائورن

پذیرش این پیش فرضها، مدیریت ایرانی قابل شناسایی، تعریف و ارائه است. منتها در این صورت نمی توان این سبک و روش و مدل خاص را به همان اندازه که از روشها فاصله گرفته و رنگ و بوی ارزشی دارد، اسلامی بدانیم، چرا که این فرضها مربوط به جامعه ایرانی است و صرفاً زمانی می توان پسوند اسلامی بر آن افزود که کلیه جوامع اسلامی جزو جامعه آماری ما به حساب آمده باشد. در هر حال افرادی که درصدد شناسایی، تعریف و ارائه مدلی از مدیریت تحت عنوان مدیریت اسلامی هستند باید حوزه و دامنه مطالعه خود را تمام کشورهای اسلامی قرار داده و مشترکات آنها را - که باید دارای ویژگیهای مشخصی باشند - استخراج و تحت عنوان مدل اسلامی مدیریت عرضه کنند. بنابراین، آنچه در جامعه ایرانی در این مقوله قابل بحث است به ناچار باید تحت عنوان مدیریت ایرانی مطرح شود نه چیز دیگر.

۳ - نکته قابل توجه دیگر اینکه تئوری سازی در مدیریت، گرچه تا اندازه ای متأثر از فرهنگ، خواستها، نیازها و مسایل جامعه ای است که راه حل برای آن ارائه می شود. لکن در هر حال، اگر پژوهشگران کشور ما بخواهند با رعایت اصول و مبانی و فرایند تئوری سازی به تولید تئوری های جدید بپردازند، به دلیل علمی بودن آن در عرصه مدیریت پذیرفته می شود. همان طوری که در کشور ما از تئوری های مدیریت - به دلیل منطقی و علمی بودن - استفاده می شود، سایر جوامع نیز پذیرای چنین تئوری های علمی خواهند بود. اما باید توجه داشت اگر اندیشمندان دینی ما مصر به شناسایی، تعریف و ارائه مدل مدیریت استخراجی از منابع دینی اسلامی (قرآن - سنت) باشند. این روش تاسیسی صرفاً در جامعه اسلامی به عنوان مدیریت از منظر اسلام یا مذهب خاص قابل طرح است و بعید است راهی به حوزه علم مدیریت بگشاید. در روش دیگری که به روش امضایی معروف شده است و در محافل دینی ما مطرح است نیز می توان بسیاری تئوری ها و مدل های علمی مدیریت - که مغایرتی با دین ندارند - تاییدیه دینی صادر کرد. که البته مانعی سر راه آن وجود ندارد، کما اینکه مقالات و کتب متعدد در این زمینه منتشر شده است اما این هم صرفاً خوراکی

جامعه معتقد به اسلام است و بعید است مخاطبان غیر معتقد بیابد. مسئله مهم این است که در انتخاب هریک از روشهای فوق، موضوع، هدف، روش و متدولوژی و دستاوردهای آن به طور شفاف مطرح شود. شاید تکرار این جمله نازیبا نباشد که محققان و پژوهشگران ما باید در ابتدا، حوزه کار، روش تحقیق، و انتظارات خود را مشخص کنند و از خلط کردن حوزه های دینی و علمی، ارزشی و روشی پرهیز نمایند و به این باور برسند که اگر تولیدات فکری ما منطقی باشد تئوری های ملی ما در محافل جهانی جای پای می کنند و اگر مشاهده می شود تاکنون توفیقی حاصل نشده است باید سخت در انتخاب هدف و روشهای کار تأمل کرد.

پانویسها:

۱ - مهمترین اثری که علوم کاربردی از دین می پذیرند، اثری است که از نظام ارزشی آن، حاصل می شود. توضیح آنکه علوم انسانی با مفاهیم ارزشی سروکار دارند. حتی بعضی از فلاسفه علوم، تخلیه علوم انسانی از بار ارزشی را غیر ممکن دانسته اند. اما به فرض آنکه امکان چنین کاری در علوم نظری باشد، انجام آن در علوم و فنون کاربردی به هیچ وجه میسر نیست، زیرا گزینش یک سیستم رفتاری چه در مورد فرد، خانواده، گروه خاص اجتماعی و چه در مورد جامعه بزرگ براساس نظام ارزشی خاص، که معین کننده اهداف و جهت بخش رفتارها باشد، انجام می گیرد و اصولاً نظام ارزشی نقشی جز همین بخش را ندارد. البته ممکن است اثرپذیری نظام رفتاری از نظام ارزشی آگاهانه و تبیین شده نباشد ولی گزینش یک نظام رفتاری و ترجیح آن بر سایر نظامهای مفروض، همواره مبتنی بر پذیرفتن قبلی یک نظام ارزشی متناسب با آن سیستم رفتاری است و در واقع پذیرفتن همان نظام ارزشی است که هرچند به صورت ناخودآگاه، نظام رفتاری خاصی را تعیین می کند. (تبیین مفهوم مدیریت اسلامی، ص ۲۵).

۲ - مرحوم دکتر کیا با ارائه مجموعه قضایایی، «تئوری مدیریت بر مبنای اخلاق» را ارائه داده است.

۳ - مرحوم دکتر زندیه در مقاله ای تحت عنوان «فرضیه هایی در قلمرو مدیریت اسلامی» نکات قابل ملاحظه ای را مطرح ساخته است.

۴ - در این مورد به کتاب «تصمیم گیری و خط مشی گذاری عمومی» نوشته دکتر سید مهدی الوانی مراجعه شود.

منابع:

- ۱ - الوانی، سید مهدی، مدیریت عمومی، تهران، نشر نی، ۱۳۷۹، ج چهاردهم.
 - ۲ - استانلی، دیویس، مدیریت فرهنگ سازمانی، ترجمه ناصر میرسیاسی، تهران، نشر مروارید، ۱۳۷۳.
 - ۳ - اپل بام، گالوی و استامف لوکالین، مدیریت استراتژیک، ترجمه عباس منوریان، تهران، مرکز آموزش مدیریت دولتی، ۱۳۷۹.
 - ۴ - بابایی، عبدالله، ارتباط ارزشهای انسانی، تهران، انتشارات دستان، ۱۳۷۲.
 - ۵ - باقریان، محمد، مفاهیم و چارچوب مدیریت راهبردی با نگرشهای بومی، تهران، مرکز آموزش مدیریت دولتی، ۱۳۷۹.
 - ۶ - جاناستان، اچ، ترنر، مفاهیم و کاربردهای جامعه شناسی، ترجمه محمد فولادی و محمد عزیز بختیاری، تهران، موسسه امام خمینی، ۱۳۷۸.
 - ۷ - جفری، هریتیت، کارول جان، مدیریت استراتژیک، ترجمه بهروز قاسمی، تهران، نشر آبتین، ۱۳۸۰.
 - ۸ - دراکر، پیتر، چالشهای مدیریت در سده ۲۱، ترجمه محمود طلوع، تهران، نشر رسا، ۱۳۷۹.
 - ۹ - رابینز، استیفن پی، مبانی رفتار سازمانی، ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، تهران، پژوهشهای فرهنگی، ۱۳۷۳.
 - ۱۰ - راگونات، مدیریت تطبیقی، ترجمه عباس منوریان، تهران، دانشگاه آزاد اسلامی، ۱۳۷۱.
 - ۱۱ - کیا، منوچهر، تئوری های مدیریت و مدلهای سازمان، تهران، مرکز آموزش مدیریت دولتی، ۱۳۷۷.
 - ۱۲ - گلوک، اف ویلیام جاج، آزلارنس، سیاست بازرگانی و مدیریت استراتژیک ترجمه خلیل شورینی، تهران، یادواره کتاب، ۱۳۷۱.
 - ۱۳ - سازگارا، پروین، نگاهی به جامعه شناسی با تاکید بر فرهنگ، تهران، نشر کویر، ۱۳۷۷.
 - ۱۴ - سروش، عبدالکریم، مدارا و مدیریت، تهران، نشر صراط، ۱۳۷۶.
 - ۱۵ - محسنی، منوچهر، جامعه شناسی عمومی، تهران، کتابخانه طهوری، ۱۳۷۴.
 - ۱۶ - محمد افندی، حسن، نگرش توحیدی در مدیریت و امور عمومی، تهران، مرکز آموزش مدیریت دولتی، ۱۳۷۶.
 - ۱۷ - مصباح بزدی، محمدتقی، پیش نیازهای مدیریت اسلامی، تهران، موسسه امام خمینی، ۱۳۷۶.
 - ۱۸ - زندیه، عبدالله، فرضیه هایی در مدیریت اسلامی، (مدیریت دولتی)، تهران، مرکز آموزش مدیریت دولتی.
 - ۱۹ - جمعی از نویسندگان، تبیین مفهوم مدیریت اسلامی، تهران، مرکز آموزش مدیریت دولتی، ۱۳۷۸.
- 20 - GEERT HOSSEDE, CULTURES' CONSEQUENCES, USA, (1982).
- 21 - TIM HANNAGAN, MASTERING, STRATEGIC MANAGEMENT, PALGARAIIVE, NEW YORK, (2202).
- 22 - MATSALVERSSON, UNDERSTANDING, ORGANIZATIONAL CULTURE, LONDON, SAGE PUBLICATION, (2002).
- سید هاشم هدایتی: دانشجوی دکترای مدیریت