

پیشگفتار

در سال‌های اخیر درباره فرهنگ سازمانی، ارزش‌ها و اخلاق مطالب فراوانی گفته و نوشته شده است. نتایج این فعالیت‌ها را می‌توان بر روی پیوستاری با دقت تنظیم کرد. در یک سر پیوستار نوع‌شناسی‌های ساده و ادعاهای گزاف درباره منافع تقلید از ارزش‌ها و فرهنگ‌های شرکتی به سبک ژاپنی قرار دارد.

در سر دیگر پیوستار پیکره‌ای رو به رشد از نظریه‌ها و پژوهش‌های با بینش‌های ارزشمند قرار دارد که از ناسازگاری‌هایی در تعریف و سنجش رنج می‌برد. با تلخیص منظم این مجموعه مطالب متنوع معلوم می‌شود که فرهنگ سازمانی محور یادگیری چگونگی مدیریت افراد در محیط کار چه در عملیات محلی یا بین‌المللی است.

ناگفته نماند موفقیت و اثربخشی هر سازمانی صرفاً با توانایی‌ها و انگیزش کارکنان و مدیران آن رقم نمی‌خورد، هرچند فراگردهای فردی و گروهی برای موفقیت سازمان حیاتی است، ولی نمی‌توان اثربخشی سازمان را صرفاً با تعیین میزان خوب کارکردن گروه‌ها و تیم‌های کاری آن سنجید. به بیان دیگر هر سازمانی کیفیت نامشهود خاص خود را دارد، یعنی شخصیت و سبکی خاص دارد، طریقی که کارها در آن انجام می‌شود که ممکن است خیلی قوی‌تر از آن باشد که شخصی یا سیستم رسمی دیگری دیکته نماید. برای شناخت روح سازمان، باید به ورای «سازمان‌نما»ها، کتاب‌های قوانین و مقررات، ماشین‌آلات و ساختمان‌ها، و به جهان زیرزمینی فرهنگ‌های شرکتی رفت.

این کتاب به شناخت بهتر چگونگی استفاده مدیران از فرهنگ سازمانی به

عنوان مزیت رقابتی، کمک می‌کند. در نخستین دو فصل کتاب، تعریف فرهنگ سازمانی و محتوای آن شرح داده شده است. آن‌گاه به شالوده‌های تاریخی فرهنگ سازمانی و اقتضائات فرهنگ سازمانی و عملکرد، پرداخته شده است. از آن پس چگونگی ایجاد، انتقال و حفظ فرهنگ سازمانی و مدیریت آن در فرهنگ‌های گوناگون تشریح می‌شود. سرانجام بر ضرورت کسب آگاهی و شایستگی میان‌فرهنگی بیشتر و موضوع‌های نوظهور در فرهنگ سازمانی تأکید شده است. فصل‌های پایانی کتاب دربارهٔ خلق فرهنگ اخلاقی به ویژه از طریق فراگرد مرشدی است.