

سازمان شبه رسمه چیست؟

نویسنده: مجتبی ملکه

مربوری بر اسباب و علل شکل گیری، ایجاد، مدیریت و سازماندهی
شرکت های ثبت نشده و فاقد مجوز فعالیت با عنوان سازمان شبه رسمه



نشر ایده سبز

سرشناسه:	ملکی خیمه سری، مجتبی، ۱۳۶۶-
عنوان و نام پدیدآور:	سازمان شبه رسمی چیست؟: مروری بر اسباب و علل شکل گیری، ابعاد، مدیریت و سازماندهی شرکتهای ثبت نشده و فاقد مجوز فعالیت با عنوان سازمان شبه رسمی / نویسنده مجتبی ملکی.
مشخصات نشر:	تهران: ایده سبز، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری:	۲۱۵ص.: مصور.
شابک:	۹۷۸-۶۰۰-۹۵۶۴۲-۷-۹
وضعیت فهرست نویسی:	فیبا
یادداشت	کتابنامه: ص. [۲۰۳]-۲۱۵.
عنوان دیگر:	مروری بر اسباب و علل شکل گیری، ابعاد، مدیریت و سازماندهی شرکتهای ثبت نشده و فاقد مجوز فعالیت با عنوان سازمان شبه رسمی.
موضوع:	سازمان های مجازی
موضوع:	Virtual corporations
موضوع:	شرکت های اقتصادی جدید
موضوع:	New business enterprises
رده بندی کنگره:	HD۳ / ۲۱۲۲
رده بندی دیویی:	۶۵۸/۴۰۳۸
شماره کتابشناسی ملی:	۸۵۳۳۴۴۸
اطلاعات رکورد کتابشناسی: فیبا	

سازمان شبه رسمی چیست؟

مروری بر اسباب و علل شکل گیری، ابعاد، مدیریت و سازماندهی
شرکت های ثبت نشده و فاقد مجوز فعالیت با عنوان سازمان شبه رسمی
نویسنده: مجتبی ملکی



نشر ایده سبز

nashr_ideh_sabz@yahoo.com
http://nashr-ideh-sabz.blogfa.com
(همه حقوق چاپ و نشر برای ناشر محفوظ است)

طرح جلد
استوری و گرافیک
فناوری سفید
مصحح
مجتبی ملکی
شابک
۹۷۸-۶۰۰-۹۵۶۴۲-۷-۹
جلد
هزار و چهارصد
شماره
هزار و شصت
قیمت
هشتاد هزار تومان

فهرست مطالب

پیشگفتار

۱۱

فصل اول

تعاریف

۱۹	مقدمه
۱۹	سازمان
۲۱	سازمان رسمی
۲۲	سازمان غیر رسمی
۲۴	فرآیند سازمانی
۲۴	عرصه فعالیت سازمان
۲۵	دامنه فعالیت سازمان
۲۵	مشاغل کاذب
۲۶	فناوری
۲۷	کار
۲۷	شرح شغل
۲۸	مشاغل کهن
۲۹	مشاغل نوین
۲۹	مشاغل آینده
۳۱	یادداشت فصل

فصل دوم

ماهیت سازمان شبه رسمی

مقدمه

- ۳۷ تعریف سازمان شبه رسمی
- ۳۷ مشابهت سازمان رسمی و شبه رسمی
- ۳۹ ۱- مشابهت در ذات کارکرد
- ۴۰ ۲- مشابهت در گسترش دامنه بازار هدف
- ۴۱ مشابهت سازمان غیر رسمی و شبه رسمی
- ۴۳ ۱- مشابهت در غیرقانونی بودن فعالیت
- ۴۴ ۲- مشابهت در بروکراسی گریزی
- ۴۶ ۳- مشابهت در وجود روابط عرفی کارکنان
- ۴۶ ۴- مشابهت در ابهام آموخته‌ها
- ۴۸ قابلیت‌های منحصر به فرد سازمان شبه رسمی
- ۴۸ ۱- راه‌اندازی تشکیلات مستقل از دولت
- ۵۰ ۲- گریز از ساختارهای حقوقی
- ۵۱ ۳- کاهش هزینه
- ۵۳ ۴- تسهیل در گسترش مشاغل نوین
- ۵۴ ۵- پویایی مستمر
- ۵۶ ۶- سرعت بالای فرآیندهای سازمانی
- ۵۷ ۷- شروط ویژه برای کارکنان
- ۵۷ الف- اعتماد سازمانی سطح بالا
- ۵۸ ب- نبوغ محوری در کارکنان
- ۵۹ ج- مهارت کارکنان در بکارگیری فناوری‌های ارتباطی
- ۶۱ د- همخوانی کارکنان با فرهنگ سازمانی
- ۶۲ ۸- مکان‌گزینی متغیر سازمان شبه رسمی
- ۶۳ ۹- پدیدآوری مشاغل نوین
- ۶۴ ۱۰- سهولت تأسیس و انحلال

۶۶	محدودیت‌های سازمان شبه رسمی
۶۶	۱- تضییق در گسترش
۶۸	۲- ترک شغل ناشی از کاهش تعهد، تعلق و وفاداری سازمانی
۷۱	۳- کاهش اعتماد عمومی
۷۲	الف- پیشینه سازمان
۷۳	ب- روابط صمیمی کارکنان با مشتریان
۷۴	ج- بکارگیری سلبریتی‌ها در فرآیندهای سازمانی
۷۴	د- ایجاد باشگاه مشتریان
۷۶	ه- تضمین محصولات
۷۷	کارزار قانون و سازمان شبه رسمی
۸۱	تسامح در برابر سازمان‌های شبه رسمی
۸۱	۱- محدود بودن دامنه فعالیت
۸۱	۲- عدم تقابل با سازمان‌های رسمی در عرصه فعالیت
۸۲	۳- ضعف دولت مرکزی در اشتغال‌رایی
۸۴	آشکارشدن یا نشدن
۸۵	یادداشت فصل

فصل سوم

شکل‌گیری سازمان شبه‌رسمی و انواع آن

۹۹	مقدمه
۹۹	اسباب و علل شکل‌گیری و ظهور سازمان شبه رسمی
۱۰۰	۱- صرفه اقتصادی
۱۰۱	۲- ضعف سازوکارهای دولتی
۱۰۳	۳- مشاغل کاذب در سازمان‌ها
۱۰۳	۴- جعل یا تولید محصول تقلبی
۱۰۵	۵- فناوری‌های نوین
۱۰۶	۶- اهداف غیر اخلاقی

- ۱۰۷ مراحل شکل‌گیری سازمان شبه رسمی
- ۱۰۸ ۱- شکل‌گیری نیاز در مشتری
- ۱۱۰ ۲- تبدیل نیاز به تقاضای موثر
- ۱۱۱ ۳- ظهور عوامل اجابت تقاضا
- ۱۱۳ ۴- تلاقی موسسان و مشتریان
- ۱۱۴ ۵- تصمیم به انجام فعالیت
- ۱۱۴ ۶- طراحی فرایندها
- ۱۱۶ ۷- عرضه محصول سازمان شبه رسمی
- ۱۱۷ عرصه مشاغل در سازمان شبه رسمی
- ۱۱۷ ۱- سازمان شبه رسمی تولیدی
- ۱۱۸ ۲- سازمان شبه رسمی خدماتی
- ۱۱۸ ۳- سازمان شبه رسمی تولیدی - خدماتی
- ۱۱۸ هدفگذاری در سازمان شبه رسمی
- ۱۱۹ ۱- سازمان شبه رسمی تجاری
- ۱۱۹ ۲- سازمان شبه رسمی غیر تجاری
- ۱۲۱ گستره سازمان شبه رسمی
- ۱۲۱ ۱- سازمان شبه رسمی فردی
- ۱۲۱ ۲- سازمان شبه رسمی گروهی
- ۱۲۲ ۳- سازمان شبه رسمی ترکیبی
- ۱۲۴ الگوهای ساختاری سازمان شبه رسمی
- ۱۲۵ ۱- الگوی حلقوی
- ۱۲۶ ۲- الگوی زنجیره‌ای
- ۱۲۷ ۳- الگوی حلقوی - زنجیره‌ای
- ۱۲۸ مکان‌گزینی سازمان شبه رسمی
- ۱۲۹ ۱- خانه‌کاری
- ۱۳۲ ۲- مکان‌گزینی در سازمان رسمی دیگر
- ۱۳۴ ۳- مکان‌گزینی در حاشیه‌ها و کنج‌ها
- ۱۳۶ ۴- مکان‌گزینی غیر متمرکز

پیشگفتار

دیدگاه رایج حول پدیده سازمان، غالباً سازمان‌های رسمی و گاهی غیر رسمی را شامل می‌شود. ویژگی‌های این دو سازمان در بین صاحب‌نظران حوزه نظری سازمان و به طور کلی مدیریت، همواره مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته که با رجوع به سازمان‌ها و موسسات گوناگون، قابل مشاهده است. اما تقریباً همگان گروه‌های طبخ غذای مجالس خانگی، فروشندگان کالا در شبکه‌های اجتماعی، فروشندگان سیار لوازم خانگی، متخصصین علوم رایانه‌ای، توزیع‌کنندگان کالا در فروشگاه‌ها، مشاوران در فضای مجازی و ... را مشاهده کرده‌اند که بازاریابی و فروش کالا یا خدمات خود را بدون اخذ مجوز از دولت انجام می‌دهند. در حالی که بسیاری از وجوه مترتب بر این فعالیت‌ها مشابه سازمان‌های رسمی است اما اطلاق سازمان رسمی به آنها ممکن نیست. این سازمان‌ها که از گذشته در جوامع گوناگون فعالیت کرده‌اند علی‌رغم دارا بودن برخی ویژگی‌های سازمان‌های رسمی، ویژگی‌های منحصر به فرد دیگری دارند که در سازمان‌های رسمی مشاهده نمی‌شود. برای نمونه این نوع سازمان‌ها همچون سازمانی رسمی از میان واجدین شرایط، نیروهای مورد نیاز خود را جذب می‌کنند، اقدام به بازاریابی کالا و خدمات خود می‌نمایند، به کارکنان خود حقوق پرداخت می‌کنند، در بسیاری از موارد

از سیستم‌های پرداخت الکترونیکی بانکی استفاده و حتی کالا و خدماتی برای سازمان‌های دولتی فراهم می‌کنند. اما همچون سازمان غیر رسمی، تعهدی در قبال اجرای قوانین صنف خود و حتی دولت ندارند. این سازمان‌ها لزوماً تضمینی نسبت به بیمه کارکنان خود ارائه نمی‌دهند؛ اما گاهی از روش‌ها و ترفندهای گوناگون این مزایا را برای کارکنان خود فراهم می‌کنند. روابط در این سازمان‌ها بیشتر به سازمان‌های غیر رسمی شباهت دارد. اما در ورودی و خروجی، مانند سازمان رسمی عمل می‌کنند. با نظر به این ویژگی‌های بخصوص، این سوال مطرح می‌شود که آیا نمی‌توان نوع دیگری از سازمان را به دو نوع سازمان رسمی و غیر رسمی اضافه نمود؟

در این رابطه، ثقل عنصر «غیرقانونی بودن»، توجه ویژه صاحب‌نظران حقوقی را به خود معطوف داشته است. به طوری که سازمان‌های این‌چنینی در قانون تجارت فرانسه با نام «شرکت‌های عملاً موجود» یا «شرکت‌های عملی» آورده شده است. نکته قابل تأمل این است که علی‌رغم رواج این پدیده در بسیاری از جوامع، کمتر به آن پرداخته می‌شود. لذا نویسنده بر آن است در این نوشته با طرح بحث پیرامون این قبیل سازمان‌ها و بررسی ابعاد و جوانب آنها گامی در جهت شناخت شرکت‌های عملاً موجود بردارد. لازم به ذکر است علی‌رغم فقر ادبیات بومی، برخی از صاحب‌نظران حوزه مدیریت در ایران به سازمان‌های مورد نظر توجه نموده‌اند و برای این سازمان‌ها عنوان «سازمان مجازی» را برگزیده‌اند.

یک پدیده مجازی، نسخه‌ای شبیه‌سازی شده از یک پدیده یا رویداد واقعی می‌باشد. همانند کالایی که به صورت غیرقانونی، مشابه کالای یک شرکت معتبر ساخته شده باشد. اما برخی به دلیل استعمال مکرر لغت «مجازی» در علوم رایانه‌ای، شبکه‌های اجتماعی، فضای وب و ... معتقدند عنوان سازمان مجازی به سازمانی اطلاق می‌شود که در آن «افراد بدون توجه به بعد فاصله، ملیت و نژاد بتوانند به همکاری با یکدیگر پرداخته

و تولید اطلاعات و دانش کنند و آن را در اختیار دیگران قرار دهند.» (سیدجوادیان، ۱۳۸۶، ص ۲۴) به عقیده این عده، سازمان مجازی، سازمانی است که در محیط اینترنت برای مثال از پست الکترونیک استفاده می کند یا سازمانی که فعالیت های فروش خود را به صورت اینترنتی و در بستر شبکه های اجتماعی انجام می دهد. با این حال همچون بسیاری از مفاهیم در علوم انسانی، تعریف واحدی از آن ارائه نگردیده است.

در یک تعریف «سازمان مجازی را سازمانی می دانند که فعالیت های خود را به دیگر سازمان ها واگذار کرده و در نتیجه وجود آن قائم بوجود متعلقات دیگر سازمان ها است و خود وجود خارجی ندارد.» (غفوری، ۱۳۹۸، ص ۱)

در تعریفی دیگر اینگونه آمده که «سازمان مجازی ترکیبی از افراد یا سازمان های مختلف است که از نظر جغرافیایی در محدوده وسیعی قرار دارند و با به اشتراک گذاشتن توانمندی های اساسی و منابع اصلی خود در صدد نیل به یک هدف مشترک اند. افراد یا سازمان های شریک در یک سازمان مجازی از موقعیت مساوی برخوردارند و برای هماهنگ کردن فعالیت های خود، وابسته به ارتباطات الکترونیکی (زیرساخت ICT) هستند.» (مومنی و مردانی شهربابک، ۱۳۹۷، ص ۳)

اما در بحث پیش رو، واژه «مجاز» معطوف بر شباهت است و سازمان مجازی، سازمانی است که علی رغم دارا بودن ماهیت مستقل و متفاوت، شباهت های ظاهری و سطحی به سازمان های رسمی موجود در جامعه دارد. به عبارتی در نگاه عامه مردم سازمان مجازی (به معنای صحیح آن نه غلط مصطلح) همانند یک موسسه یا بنگاه رسمی جلوه می کند؛ اما در عمل اینگونه نیست.

با این حال اگر فراگیری استعمال کلمه «مجازی» در دهه گذشته به محیط وب، شبکه های اجتماعی، بسترهای الکترونیکی و... نبود، در این

بحث همچون اثر قبلی نویسنده، عنوان «سازمان مجازی» بکار برده می‌شد. اما با توجه به تعاریف رایج شده در ادبیات بومی مباحث سازمان و اطلاق سازمان مجازی به سازمان‌های اینترنتی، امکان پیش‌برد بحث با اصطلاح سازمان مجازی ممکن نخواهد بود و منجر به انحراف مفهومی مباحث کتاب حاضر خواهد شد.

از اینرو گونه‌ای از سازمان که مورد بحث این کتاب است به ناگزیر «سازمان‌های شبه رسمی» نامگذاری گردیده است.

بررسی و شناخت دلایل و نحوه شکل‌گیری، ابعاد و جنبه‌های گوناگون، نحوه اداره و بسیاری از جنبه‌های دیگر سازمان‌های شبه رسمی در فضای علمی کشور مفید به فایده خواهد بود. در رابطه با سازمان‌های شبه رسمی، بروز مشکلاتی از قبیل غیرالزام آور بودن تعهد در قبال مشتریان و کارکنان، عدم تعهد و ثبات در قبال قیمت و کیفیت محصولات، بروز معاملات غیرقانونی در خلال اخذ کالا و خدمات از سازمان و ... برای مردم از یک طرف و برهم خوردن تعادل و ثبات اقتصاد کلان، اختلال در نظام مالیاتی، بروز ناهنجاری‌های اجتماعی، افزایش پرونده‌های حقوقی در رابطه با آنها و ... برای دولت از طرف دیگر، اهمیت پرداختن به این مقوله را بیش از پیش نمایان می‌سازد. لذا مباحث تئوریک مطرح شده در باب سازمان‌های شبه رسمی، بیش از آنکه برای مدیران و کارکنان این سازمان‌ها راهگشا باشد، برای دولت‌ها در مواجهه با سازمان‌های شبه رسمی سودمند خواهد بود. یعنی دولت‌ها خواهند توانست با شناخت دلایل، نحوه شکل‌گیری، ابعاد و تبعات گوناگون سازمان‌های شبه رسمی، گام‌های موثر و اثربخشی در ساماندهی و استفاده سودمند از اینگونه سازمان‌های غیرقانونی بردارند.

لازم به ذکر است در این کتاب مباحثی مطرح می‌شود که منحصر به سازمان‌های شبه رسمی نخواهد بود. برای مثال اتخاذ شیوه کار در خانه به این سازمان‌ها نسبت داده شده است. این در حالی است که در سال‌های اخیر،

بسیاری از سازمان‌های رسمی نیز برای افزایش سرعت انجام کارها و کاهش هزینه‌های خود از این شیوه استفاده می‌کنند. بنابراین اگر بحثی در خصوص سازمان شبه رسمی مطرح شود که قابل تسری به سازمان‌های رسمی یا غیر رسمی باشد مشمول مطلب بالا خواهد بود.

مطالب کتاب حاضر در چهار فصل بیان خواهد شد. فصل اول با عنوان «تعاریف» به تعریف اصطلاحات کلیدی اختصاص خواهد یافت. اصطلاحاتی مانند سازمان، سازمان رسمی، سازمان غیر رسمی، فعالیت رسمی، فعال غیر رسمی، فعالیت شبه رسمی، فعال شبه رسمی، مشاغل کهن و ... از این جمله خواهند بود.

فصل دوم، «ماهیت سازمان شبه رسمی» به منزله ورودیه به این بحث خواهد بود. در این فصل پس از تعریف سازمان‌های شبه رسمی شباهت‌های آن با سازمان‌های رسمی و غیر رسمی بیان خواهد شد. در ادامه نیز برخی ویژگی‌ها و محدودیت‌های منحصر به فرد آن بررسی می‌شود.

اما در فصل سوم با عنوان «شکل‌گیری سازمان‌های شبه رسمی و انواع آن»، ابتدا نحوه ظهور سازمان شبه رسمی مورد بحث قرار می‌گیرد. در ادامه نیز انواع سازمان‌های شبه رسمی بر مبنای جنبه‌های گوناگون برشمرده و به آنها پرداخته می‌شود.

در فصل آخر که «ابعاد سازمان شبه رسمی» نامگذاری شده است ابعادی از سازمان شبه رسمی شامل جذب و بکارگیری نیرو، رهبری، «لوگو» یا سمبل‌ها، کنترل و نظارت، آموزش و ... مورد بحث قرار می‌گیرد.

لازم به ذکر است هر جا در متن، علامت اعداد ترتیبی در بالای کلمات (به صورت بالانویس) در بین کروشه (برای مثال: ^{۱۱}) قرار گرفت بیانگر آن است که یادداشت نسبتاً مفصلی مربوط به آن متن در پایان فصل و در بخش «یادداشت فصل» آورده شده است. به علاوه نقل قول‌ها، چه مستقیم، چه اقتباسی به صورت پررنگ و کج (بولد و ایتالیک) آرایش یافته است. ولی نقل

قول‌های مستقیم داخل گیومه («») قرار می‌گیرند و پررنگ و کج خواهند شد. در حالی که هرگاه مطلب پررنگی بدون کج شدن داخل گیومه آورده شود بیانگر این است که متن مورد نظر از نویسنده بوده و برای تاکید بیشتر به این شکل آرایش داده شده است. خمیده نبودن آنها نیز وجه تمایز با نقل قول مستقیم و اقتباسی خواهد بود.

در پایان لازم است از کلیه کسانی که در تالیف این کتاب نقش داشته‌اند تشکر و قدردانی نمایم. بخصوص استاد گرامی، آقای «شاهین زراعتی رضایی» که هم در مسیر پر تلاطم پژوهشی نویسنده و هم در هدایت و راهنمایی بنده در نگارش مطالب کتاب از هیچ کمکی دریغ ننمودند. همچنین پدر و مادر فداکارم که هرچه هست از دعای خیر آنهاست؛ همسر گرامی و همه عزیزانی که همواره پشتیبان و مایه دلگرمی بنده بوده‌اند. در ضمن نویسنده آماده دریافت نظرات، انتقادات و پیشنهادات تکمیلی خوانندگان در زمینه سازمان‌های شبه رسمی از طریق پست الکترونیکی زیر خواهد بود:

moj8501@yahoo.com

@moj8501