

تأثیر فرهنگ خدمتگزاری بر پاسخگویی فردی و مسئولیت اجتماعی کارکنان با تأکید بر اخلاق کار اسلامی

زهرا حیدری زاده *

محمد حسنی **

ابوالفضل قاسم زاده علیشاهی ***

دریافت مقاله: ۹۲/۴/۵

پذیرش نهایی: ۹۲/۱۰/۱۶

چکیده

پژوهش پیش رو با هدف بررسی نقش فرهنگ خدمتگزاری در ارتقای سطح مسئولیت اجتماعی و پاسخگویی فردی در میان کارکنان شرکت نفت و گاز آغاچاری انجام شده است. جامعه آماری این تحقیق شامل تمام کارکنان شاغل در شرکت است که از میان آنها ۲۴۶ نفر با استفاده از فرمول کوکران به عنوان نمونه انتخاب شدند. روش تحقیق، توصیفی از نوع همبستگی است، و برای گردآوری اطلاعات از پرسشنامه های استاندارد استفاده شد. به منظور ارزیابی روابط بین متغیرهای مکنون اندازه گیری شده در الگوی مفهومی از روش الگویابی معادلات ساختاری استفاده شد. یافته های تحلیل همبستگی میان متغیرهای پژوهش نشان می دهد که میان متغیرهای فرهنگ خدمتگزاری، پاسخگویی فردی، مسئولیت اجتماعی و اخلاق کار اسلامی (بجز مسیر فرهنگ خدمتگزاری و مسئولیت اجتماعی) همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد. در این پژوهش همچنین، نقش میانجی اخلاق اسلامی کار در روابط میان متغیرهای فرهنگ خدمتگزاری و مسئولیت اجتماعی و نیز فرهنگ خدمتگزاری و پاسخگویی فردی مورد تأیید قرار گرفت. **کلید واژه ها:** فرهنگ خدمتگزاری، اخلاق کار اسلامی، مسئولیت اجتماعی، پاسخگویی فردی.

adib1420@yahoo.com

* نویسنده مسئول: کارشناس ارشد مدیریت آموزشی دانشگاه ارومیه

mhs_105@yahoo.com

** دانشیار دانشگاه ارومیه

ghasemzadee@yahoo.com

*** استادیار دانشگاه شهید مدنی آذربایجان

مقدمه

با پیدایش پدیده جهانی شدن، طیفی از تعهدات اجتماعی برای سازمانها در عرصه کسب و کار به وجود آمده است. طبق "الگوی سهامدار" یا "الگوی سود محوری" در "نظریه حکمرانی شرکتی"، سازمانها فقط در مقابل مالکان و سهامدارانشان پاسخگو نیستند؛ بلکه در مقابل تمامی کسانی (خواه افراد یا گروههایی از افراد یا کل جامعه) باید پاسخگو باشند که به نوعی در فعالیتهای سازمانی ذی نفع هستند (مقیمی و رمضان، ۱۳۹۲، ج ۶: ۲۱). در واقع با عنایت به اینکه رفتارهای اخلاقی هر فرد، گروه یا سازمانی تحت تأثیر ارزشهای اعتقادی، نگرشهای فلسفی و باورهای بنیادین حاکم بر انسانهاست، پرداختن به فضایل اخلاقی و دوری جستن از رذایل اخلاقی در فرایند تهذیب اخلاق در جهت تحقیق هر یک از عناصر فرهنگ اخلاقی و توسعه اخلاقیات در جامعه و سازمان، ارتباط متقابل بین مجموعه ای از موضوعات اخلاقی را به عنوان واقعیتی انکارناپذیر نمایان می سازد (مقیمی و رمضان، ۱۳۹۲، ج ۴: ۱۹۳).

فرهنگ خدمتگزاری

انسانها موجوداتی اجتماعی هستند که با دیگر هموعان خود بسان حلقه‌های یک زنجیره هستند. حیات و دوام این حلقه‌ها به ارتباطات، وابستگیها و تعاملاتی منوط است که با یکدیگر دارند. از اینروست که در فرهنگ بشری، همواره و به تعابیر مختلف، جوامع انسانی به همدلی و خدمت به هم‌نوع دعوت شده‌اند و پیامبران در رأس خدمتگزاران مردم قلمداد می‌شوند. در اسلام ارزشمندترین مردم، سودمندترین آنها معرفی شده است: "خیر الناس انفعهم للناس" (نهج الفصاحه، ۱۳۸۴: ۲۲۰). پیامبر اکرم (ص) می‌فرماید: مسلمانی، غیر از خدمت به برادران مسلمان و اهتمام در رفع مشکلات آنان نیست (کلینی، ۱۳۸۷، ج ۴: ۴۸۵). در برخی از روایات، خدمتگزاری از ویژگیهای اصلی مؤمنان عنوان می‌شود؛ به‌عنوان مثال، امام صادق(ع) می‌فرماید: مؤمنان خدمتگزار یکدیگرند؛ از آنجا که به یکدیگر فایده و سود می‌رسانند (کلینی، ۱۳۸۷، ج ۴: ۹۳). حضرت امام(ره) پایه گذار اداره امور عمومی مردم سالار دینی، بارها این جمله را عنوان کردند که اگر به من خدمتگزار بگوئید بهتر است تا اینکه رهبر بگوئید، من خادم شما و مملکت شما هستم (امام خمینی، ۱۳۶۱، ج ۵: ۲۴) و یا جمله تاریخی شهید بهشتی، ما شیفتگان خدمتیم نه

تشنگان قدرت به اهمیت خدمت رسانی و خدمتگزاری در میان مسئولان اشاره دارد. اینکه سازمانهای دولتی، تا چه حد سعی در گسترش فرهنگ خدمتگزاری دارند و این مبحث می تواند چه تأثیری در ارتقای سطح مسئولیت اجتماعی و پاسخگو بودن آنها داشته باشد، مطلبی است که با همه تفاسیر، باید اذعان کرد تاکنون از لحاظ پژوهشی آن طور که باید و شایسته است، مورد توجه مدیران، کارگزاران و پژوهشگران سازمانی قرار نگرفته است.

اخلاق اسلامی کار

از اخلاق کار به عنوان شاخه ای از دانش مدیریت نام برده می شود که از زمان پدیدار شدن مسئولیت اجتماعی در دهه ۱۹۶۰ عنوان شد. در این دهه جنبشهای آگاهی بخش اجتماعی، انتظارات مردم را از سازمانها افزایش داده و آنها را به این نتیجه رسانده بود که سازمانها باید از امکانات وسیع مالی و نفوذ اجتماعی خود برای رفع مشکلات اجتماعی مثل فقر، خشونت، حفاظت از محیط زیست، تساوی حقوق، بهداشت عمومی و بهبود وضع تحصیلات استفاده کنند. مردم بر این باور بودند که چون شرکتها و مؤسسات از منابع کشور به سود دست می یابند به کشور بدهکار و مدیون هستند و بایستی برای بهبود اوضاع اجتماعی تلاش کنند (مک نامارا^۱، ۱۹۹۹ نقل از رحمانی سرشت و همکاران، ۱۳۸۸: ۲۳).

دفت^۲ اخلاق را به معنای رعایت اصول معنوی و ارزشهایی تعریف می کند که بر رفتار شخص یا گروه حاکم است، مبنی بر اینکه درست چیست و نادرست کدام است. وی این گونه بیان می کند که ارزشهای اخلاقی، تعیین کننده استانداردهایی است مبنی بر اینکه از نظر رفتار و تصمیم گیری چه چیزی خوب یا بد است. (دفت، ۱۳۷۴: ۶۳۸)

اخلاق اسلامی کار را می توان مجموعه قوانین و ارزشهای اخلاقی بر اساس آموزه های قرآن و سیره اهل بیت علیهم السلام شامل انتظارات مذهبی با توجه به رفتار فرد در محیط کار تعریف کرد که تلاش، خلاقیت، مسئولیت پذیری، همکاری، از خود گذشتگی، روابط اجتماعی سازنده و رشد تواناییهای فردی و گروهی را شامل می شود.

اخلاق کار از قواعد کلی حاکم بر فرهنگ و جامعه پیروی می کند (مشایخی پور، ۱۳۹۰: ۴۱).

1 - MC Namara

2 - Daft

تحقیقات نشان می‌دهد کسانی که اخلاق اسلامی کار برایشان ارزش است در شغل خود راضی هستند و در نتیجه تمایل دارند به اینکه تعهد بیشتری را در کار دارا باشند (یوسف^۱، ۲۰۰۱: ۵۲۷). فلاین^۲ (۱۹۹۴) به اهمیت اخلاق کار در استخدام در میان کارکنان پیش از دهه ۹۰ اشاره می‌کند که مقدم بر مهارتها محسوب می‌شد (مُحَمَّد^۳، ۲۰۱۰: ۱۳). تودارو^۴ (۱۳۶۴) عنوان می‌کند اخلاق کار مهمترین عامل فرهنگی در توسعه اقتصادی است (مشایخی پور، ۱۳۹۰: ۴۰).

در همه مذاهب و ادیان الهی، آموزش خلق و خوی شایسته، که موجبات سعادت دنیوی و اخروی انسانها را فراهم سازد از آموزه های اساسی به شمار می‌رود؛ از اینروست که خداوند در قرآن، پیامبر(ص) را به سبب داشتن خلق نیکو می‌ستاید: وَ أَنْكَ لَعَلَى خُلُقٍ عَظِيمٍ (قلم/ ۴). پیامبر(ص) در مورد اخلاق کسب و کار می‌فرمایند: بهترین کسبها کسب بازرگانانی است که هنگام سخن دروغ نگویند؛ در امانت خیانت نکنند؛ به وعده وفا کنند؛ در پرداخت قرض خود تعلل نکنند؛ هنگام فروش در ستایش جنس خود مبالغه نکنند و هنگام خرید از جنس دیگر بد نگویند (نهج الفصاحه، ۱۳۸۴: ۸۷). بر اساس این مفاهیم عمیق دینی می‌توان دریافت که انگیزه های اصلی اخلاق اسلامی توجه به این اصل است که هر انسانی به کار خوب و دوری از کارهای بد ملزم است (عبدل شکور^۵ و همکاران، ۲۰۱۰: ۱۱۰).

مطالعه اخلاق کار در ابتدا بر اساس اخلاق پروتستانی کار^۶ (PWE) مطرح شد که توسط ماکس وبر حمایت می‌شد (یوسف، ۲۰۰۱: ۵۱۵). باید خاطر نشان کرد که ارزشهای اخلاقی اسلام از ارزشهای اخلاقی مکاتب غرب متفاوت است؛ چرا که سیستمهای غربی عموماً برای اخلاق الگویی جدا از دین را پیشنهاد می‌کنند در حالی که اخلاق اسلامی روی روابط انسان با خالقش تمرکز دارد (بیکن^۷، ۱۹۹۶)؛ به عنوان مثال، لاریجانی و زندی از استقلال فردی، عدم زیانباری، سود رسانی و عدالت نام می‌برند که چهار اصل کلیدی راهنمای تصمیم گیری های اخلاقی در کشورهای غربی است. ضرغام (۱۳۸۵) ضمن نقد این اصول بیان می‌کند: "هر چند این اصول از

1 - Yousef

2 - Flynn

3 - Mohamed

4 - Todarue

5 - Abdul Shukor

6 - Protest Work Ethics

7 - Beekun

دیدگاه اسلام نیز قابل قبول است، تعاریف آنها در فرهنگ غرب با آنچه ما به آنها اعتقاد داریم، متفاوت است" (خاقانی زاده و همکاران، ۱۳۸۹: ۹۷).

مقیاس اخلاق کار اسلامی در زمینه های سازمانی و مدیریت توسط علی (۱۹۸۸) طراحی شد و و از آن زمان به بعد پژوهشگران از این مقیاس در پژوهشهای خویش استفاده می کنند.

مسئولیت اجتماعی

"مسئولیت اجتماعی در تجارت موجب افزایش سودمندی می شود"، عنوان مقاله ای بود که میلتون فریدمن^۱ برنده جایزه اقتصادی نوبل در دهه ۱۹۷۰ در مجله نیویورک تایمز نوشت و سرآغاز مباحث جدیدی در این زمینه شد (سمسارها، ۱۳۸۸: ۹). برخلاف دیدگاه های سنتی، وظیفه شرکتهای و سازمانها تنها کسب سود نیست بلکه در محیط و فضای کسب و کار خود نیز دارای مسئولیتهایی هستند که از آنها تحت عنوان مسئولیت اجتماعی یاد می شود. در واقع، مسئولیت اجتماعی شرکت رویکردی متعالی به کسب و کار است که تأثیر اجتماعی سازمان را بر جامعه مد نظر قرار می دهد (ابراهیمی و رودانی، ۱۳۸۸: ۳۰).

ونچ و ساورد^۲ (۱۳۷۱: ۵۷۹)، مسئولیت اجتماعی را به صورت آلوده نکردن محیط، عدم اعمال تبعیض در امور استخدامی، توجه به نیازهای جامعه و جلوگیری از بی عدالتی بیان کرده اند که به حفظ سلامت جامعه منتهی می شود.

لابی^۳ (۲۰۰۷) مسئولیت اجتماعی شرکت را التزام عملی برای افزایش سطح رفاه در جامعه از طریق افزایش بصیرت اجتماعی در کسب و کار و به اشتراک گذاشتن منابع شرکت تعریف می کند (ابراهیمی و رودانی، ۱۳۸۸: ۳۱).

هدف اصلی مسئولیت اجتماعی گرد هم آوردن تمامی بخشها (اعم از دولتی، خصوصی و داوطلبان) به منظور همکاری با یکدیگر است، تا موجب همسو کردن مصلحتهای اقتصادی با محیط زیست شود و به توفیق، رشد و پایداری کسب و کار منتهی گردد (خلیلی، ۱۳۸۷: ۱۳۴).

صاحب نظران مسئولیت اجتماعی در دو دسته مخالفان و موافقان قرار می گیرند. فریدمن، تنها مسئولیت اجتماعی شرکتهای تجاری را استفاده از منابع جامعه و مشارکت در فعالیتهایی می داند که

1 - Friedman

2 - French & Saword

3 - Labbai

برای افزایش سود با رعایت قواعد بازی (بدون نیرنگ و فریب) طراحی شده‌اند. در مقابل کارل از طرفداران مسئولیت اجتماعی بر این باور است که مدیران هر سازمان تجاری، چهار مسئولیت اقتصادی، حقوقی، اخلاقی و فداکاری کردن را دارند (رحمانی سرشت و همکاران، ۱۳۸۸: ۲۴). در واقع، مسئولیت اجتماعی سازمان، فراتر رفتن از چارچوب حداقل الزامات قانونی است که سازمان در آن فعالیت دارد (مشبکی و شجاعی، ۱۳۸۹: ۴۵).

پاسخگویی فردی

پیتر دراگر عنوان می‌کند، سازمانهای خصوصی به منظور حفظ مشروعیت خود و بقا در محیط باید قبول کنند که نقش و وظیفه عمومی و اجتماعی نیز دارند. این نقش اجتماعی از این اصل پذیرفته شده نشأت می‌گیرد که "هر فردی مسئول رفتار خود است و چنانچه از سوی وی، خواه به‌طور عمد یا غیرعمد، صدمه ای به دیگران وارد شود، باید پاسخگو باشد". سازمانها نیز از این مقوله مستثنی نیستند و باید پاسخگویی تأثیرات اجتماعی نامطلوب خود باشند (مشبکی و شجاعی، ۱۳۸۹: ۴۵)؛ چراکه این تعبیر به‌طور کلی به فرایندهایی گفته می‌شود که براساس آن شهروندان، مدیران دولتی را در برابر اقداماتشان مسئول می‌سازند (آوشن و هنتزمن، ۲۰۰۰) و همان‌طور که مارچ و السون (۱۹۹۵) مدعی هستند، شهروندان و نمایندگان آنان را قادر می‌سازد تا سازمانهای دولتی را در برابر اقداماتشان جوابگو سازد (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۸۹: ۵۸).

در واقع، بهترین الگوی حکمرانی مردم سالار تا وقتی نتوانند کسانی که قدرت را در اختیار دارند در برابر شهروندان پاسخگو کنند، کاملاً ناکارآمد و آسیب پذیر تلقی می‌شوند؛ بدین شکل، پاسخگویی از ارکان اساسی مدیریت دولتی قلمداد می‌شود که تصویری از عدالت، برابری، اعتماد و انصاف را به ذهن متبادر می‌سازد و می‌تواند برای بهبود وضعیت و اثربخشی مدیریت دولتی مورد استفاده قرار گیرد (بوونز^۱، ۲۰۰۵ به نقل از واعظی و آزمندیان، ۱۳۹۰: ۱۳۲)؛ چراکه پاسخگویی عمومی، اعتماد عمومی را از طریق تأثیرگذاری بر رضایت شهروندان تحت تأثیر قرار می‌دهد (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۸۹: ۵۸).

مولا علی (ع) در نامه خویش به مالک اشتر این‌گونه بیان می‌کند که برخی کارها است که تو

1 - Aucoin, P., & Heintzman, R.

2 - Bovens

شخصاً باید به آنها رسیدگی کنی؛ مثل پاسخگویی به عاملان در مواقعی که کاتبان تو از طریق نامه قادر به رساندن حرف آنها به تو نیستند (نهج البلاغه، نامه ۵۳). هم‌چنین در جایی دیگر از همین نامه به والی مصر امر می‌کند که اگر رعیت بی دلیل به تو بدگمان شد که ستم می‌کنی، حقیقت را با آنها در میان بگذار یا اگر عذری داری، آن عذر را آشکارا با آنها مطرح کن و آنها را از بدگمانی برهان (نهج البلاغه، نامه ۵۳). در حقیقت این‌گونه شفاف سازی و پاسخگویی در برابر مسئولیت می‌تواند از بسیاری از کارشکنی‌ها و معضلات سازمانی جلوگیری کند و آسان کردن کارها و کارایی بیشتری در سازمانهای دولتی را به همراه آورد.

تبیین مفاهیم پایه‌ای تحقیق

کلید واژه‌ها در قالب جدول زیر عرضه می‌شود:

جدول ۱ - تعریف مبانی پایه (کلید واژه‌های تحقیق)

منابع	تعریف	کلیدواژه‌ها
دانایی فرد و همکاران (۱۳۸۹) حسنی و حیدری زاده (۱۳۹۲)	تفکری مبنی بر این اعتقاد که تلاش و پشتکار در کار ارزش دارد و مسئولیت پذیری در برابر وظایف خدمت به شمار می‌رود.	فرهنگ خدمتگزاری
علی (۱۹۸۸) درویش یوسف (۲۰۰۰، ۲۰۰۱) محمد (۲۰۱۰) عبدل شکور (۲۰۱۰) حسنی و حیدری زاده (۱۳۹۲) بیکن (۱۹۹۶)	اخلاق اسلامی کار (IWE) جهتگیری به سمت کار و رویکردهای کار به عنوان فضیلت در زندگی بشر است (ریزک، ۲۰۰۸ نقل از مهد یونس، ۲۰۱۰). مجموعه قوانین و ارزشهای اخلاقی بر اساس آموزه‌های قرآن و سیره اهل بیت علیهم السلام شامل انتظارات مذهبی با توجه به رفتار فرد در محیط کار که تلاش، خلاقیت، مسئولیت پذیری، همکاری، از خود گذشتگی، روابط اجتماعی سازنده و رشد تواناییهای فردی و گروهی را شامل می‌شود.	اخلاق کار اسلامی
مشبکی و شجاعی (۱۳۸۹) دانایی فرد و همکاران (۱۳۸۹) واعظی و آزمندیان (۱۳۹۰) زاهدی و همکاران (۱۳۹۰)	فرایندهایی که بر اساس آن شهروندان، مدیران دولتی را در برابر اقداماتشان مسئول می‌سازند (دانایی فرد، ۱۳۸۹). پاسخگویی، عمل مسئول دانستن فرد یا افرادی مشخص در برابر وظایف محول یا به عبارتی دیگر، دلیل آوردن یا دلیل خواستن برای کارهای انجام شده و وظایف انجام نشده است (خانزاده، ۲۰۰۸) که اصول حاکم بر آن عبارت است از: وجود تعریف شفاف از وظایف محول، مشخص بودن مسئولیت کار، واگذاری ناگزیر بودن مسئولیت پاسخگویی در برابر کارهای محول و مستند و مستدل بودن پاسخها (زاهدی و همکاران، ۳۹۰: ۷۷).	پاسخگویی فردی
ونچ و ساورد (۱۳۷۱: ۵۷۹) ابراهیمی و رودانی (۱۳۸۸: ۳۰) رحمانی سرشت و همکاران (۱۳۸۸) خلیلی (۱۳۸۷)	ونچ و ساورد مسئولیت اجتماعی را به صورت آلوده نکردن محیط، عدم اعمال تبعیض در امور استخدامی، توجه به نیازهای جامعه و جلوگیری از بی عدالتی بیان کرده‌اند که به حفظ سلامت جامعه منتهی می‌شود. (ونچ و ساورد، ۱۳۷۱: ۵۷۹). مسئولیت اجتماعی شرکت رویکردی متعالی به کسب و کار است که تأثیر اجتماعی سازمان را بر جامعه مد نظر قرار می‌دهد (ابراهیمی و رودانی، ۱۳۸۸: ۳۰).	مسئولیت اجتماعی

پیشینه تحقیق

برای ارتقای مسئولیت اجتماعی و پاسخگویی فردی پژوهش‌های مختلفی انجام شده است؛ برای مثال دانایی فرد و همکارانش (۱۳۸۹) در پژوهش خود نقش شایستگی اخلاقی - اسلامی و فرهنگ خدمتگزاری در ارتقای پاسخگویی عمومی بیمارستانهای دولتی را بررسی کرده‌اند. آنان نقش شایستگی اخلاقی - اسلامی را در ارتقای پاسخگویی با نقش میانجیگری فرهنگ خدمتگزاری تأیید کردند. ادبی فیروزجانی (۱۳۸۶) اثر نظارت و بازرسی بر پاسخگویی، گریمشاو^۱ و همکارانش (۲۰۰۶) نقش فرهنگ سازمانی بر ارتقای پاسخگویی کارکنان سازمانهای دولتی، ولیثار^۲ و همکاران (۲۰۰۴) تأثیر احساسات و فرهنگ بر چگونگی پاسخگویی و حاکمیت کشورهای آسیایی، روسکسکی^۳ و همکاران (۲۰۰۵) تأثیر بازخورد رو به بالای زیردستان بر پاسخگویی مدیران سازمانهای دولتی و خاززاده (۱۳۸۷) نقش اعتماد شهروندان در ارتقاء پاسخگویی سازمانهای دولتی را بررسی کرده‌اند. (نقل از دانایی فرد و همکاران، ۱۳۸۹).

مشبکی و همکاران (۱۳۸۹) نیز نقش فرهنگ سازمانی را در مسئولیت اجتماعی سازمانها در وزارت نیرو مورد مطالعه قرار دادند. یوسف (۲۰۰۰)، ضمن پژوهشهای خویش به عنوان نتیجه اعلام کرد کارکنانی که به اسلام معتقد هستند و به پیروی از اخلاقیات اسلامی گرایش دارند از کارشان راضی تر و به سازمانهایشان متعهدترند و در نتیجه، آنها کمتر قصد ترک سازمان را دارند (یوسف، ۲۰۰۱: ۵۲۸). در جدول شماره ۲، خلاصه‌ای از پژوهشهای مرتبط با موضوع تحقیق عرضه شده است.

1 - Grimshaw et al
2 - Valayutham et al
3 - Roskoski et al

جدول ۲ - خلاصه‌ای از پژوهش‌های مرتبط با موضوع تحقیق

عنوان تحقیق	پژوهشگر	سال	خلاصه‌ای از نتایج	روش
برازش روابط علی - ساختاری اخلاق اسلامی کار بر مسئولیت اجتماعی و پاسخگویی فردی با توجه به تأثیرات میانجی فرهنگ خدمتگزاری	حسنى و حیدری زاده	۱۳۹۲	بین اخلاق اسلامی کار با مسئولیت اجتماعی و پاسخگویی فردی همبستگی مثبت و معنی دار وجود دارد. نقش میانجی فرهنگ خدمتگزاری در رابطه بین اخلاق اسلامی کار و مسئولیت اجتماعی تأیید نشد ولی یافته‌ها حاکی از تأیید نقش میانجی فرهنگ خدمتگزاری در رابطه بین اخلاق اسلامی کار و پاسخگویی فردی است.	توصیفی از نوع همبستگی
تبیین نقش شایستگی اخلاقی - اسلامی و فرهنگ خدمتگزاری در ارتقای پاسخگویی عمومی بیمارستانهای دولتی	دانایی فرد و همکاران	۱۳۸۹	بین شایستگی اخلاقی - اسلامی و پاسخگویی عمومی رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد. فرهنگ خدمتگزاری تأثیر شایستگی اخلاقی - اسلامی را بر پاسخگویی عمومی حدود ۱٪ افزایش می‌دهد.	از نوع مطالعات پیمایشی - تحلیلی
بررسی رابطه فرهنگ سازمانی در مسئولیت اجتماعی سازمانها	مشبکی و خلیلی شجاعی	۱۳۸۹	بین عوامل فرهنگ سازمانی و مسئولیت اجتماعی سازمان همبستگی مثبت و زیادی وجود دارد. الگوی ذهنی کارکنان اصلی ترین عامل مؤثر بر مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان است.	تحقیق کاربردی و باروش توصیفی - پیمایشی
تعهد سازمانی به عنوان متغیر تعدیل کننده رابطه بین اخلاق کار اسلامی و طرز تلقی نسبت به تغییر سازمانی ^(۱)	یوسف	۲۰۰۰	اخلاق کار اسلامی در ابعاد مختلف نگرشهای مربوط به تغییر سازمانی تأثیر مستقیم و مثبت دارد. تعهد سازمانی پل ارتباطی بین اخلاق کار اسلامی و نگرشهای مربوط به تغییر سازمانی است.	تحقیق توصیفی و با نمونه‌گیری تصادفی
اخلاق کار اسلامی به عنوان یک (متغیر) تعدیل کننده رابطه بین تعهد سازمانی و رضایت شغلی در یک زمینه چند فرهنگی ^(۲)	یوسف	۲۰۰۰	نتیجه این مطالعه نشان داد که اخلاق اسلامی کار به‌طور مستقیم هم تعهد سازمانی و هم رضایت شغلی را تحت تأثیر قرار می‌دهد و نیز اینکه نقش میانجی را در رابطه بین این دو متغیر ایفا می‌کند.	تحقیق توصیفی و با نمونه‌گیری تصادفی
اخلاق کار اسلامی به عنوان یک (متغیر) تعدیل کننده رابطه بین کانون کنترل، تضاد نقش و ابهام نقش مطالعه‌ای در یک مجموعه و سازمان در یک کشور اسلامی ^(۳)	یوسف	۲۰۰۰	یافته‌ها حاکی است که بین اخلاق کار اسلامی و ابهام نقش همبستگی معناداری وجود دارد.	تحقیق توصیفی و با نمونه‌گیری تصادفی

فرضیه‌های پژوهش

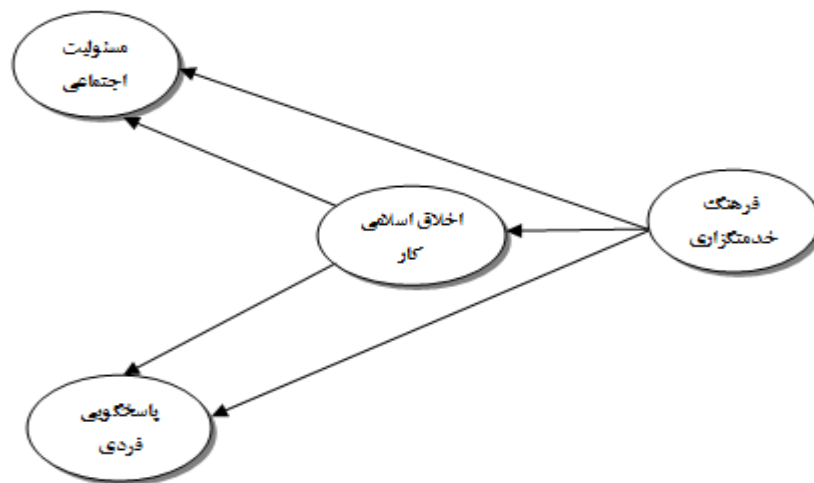
در این پژوهش به بررسی فرضیه‌های زیر پرداخته می‌شود:

فرضیه یک: فرهنگ خدمتگزاری بر نگرشهای کارکنان در پاسخگویی فردی آنان اثرگذار است.

فرضیه دو: فرهنگ خدمتگزاری بر نگرشهای کارکنان در مسئولیت اجتماعی آنان اثرگذار است.

فرضیه سه: اخلاق اسلامی کار نقش میانجی را در روابط بین فرهنگ خدمتگزاری و پاسخگویی فردی ایفا می‌کند.

فرضیه چهار: اخلاق اسلامی کار نقش میانجی را در روابط بین فرهنگ خدمتگزاری و مسئولیت اجتماعی کارکنان ایفا می‌کند.



شکل ۱ - الگوی مفهومی و نظری روابط بین متغیرهای پژوهش

روش تحقیق

در این پژوهش به شناخت، اندازه‌گیری و رواسازی متغیر فرهنگ خدمتگزاری به‌عنوان متغیر مستقل و پاسخگویی فردی و مسئولیت اجتماعی به‌عنوان متغیر وابسته پرداخته شد؛ هم‌چنین نقش

میانجی متغیر اخلاق اسلامی کار مورد آزمون قرار گرفت. تحلیل داده ها و آزمون فرضیه ها از تحلیل همبستگی با استفاده از نرم افزار SPSS و تحلیل مسیر با استفاده از نرم افزار LISREL 8.5 صورت گرفته است. جامعه آماری این پژوهش کارکنان شرکت نفت و گاز آغاچاری هستند.

ابزارهای اندازه گیری

برای جمع آوری اطلاعات در این پژوهش از چهار پرسشنامه به شرح ذیل استفاده شد: پرسشنامه اخلاق اسلامی کار: این متغیر با استفاده از مقیاس اخلاق اسلامی کار که توسط درویش^۱ (۲۰۰۰) ساخته شده، اندازه گیری شده است (مقیم، ۱۳۹۰). روایی و پایایی این پرسشنامه در تحقیقات قبلی (درویش، ۲۰۰۰) مورد تأیید قرار گرفته است. این پرسشنامه حاوی ۱۷ گویه است که با مقیاس لیکرت (از کاملاً مخالفم = ۱ تا کاملاً موافقم = ۵) سنجیده می شود. پرسشنامه پاسخگویی فردی: برای اندازه گیری پاسخگویی فردی از مقیاسی با هشت سؤال استفاده شد که توسط هاچوارتز^۲ و همکاران (۲۰۰۵) تهیه شده است. این ابزار براساس مقیاس هفت درجه ای لیکرت (از کاملاً مخالفم = ۱ تا کاملاً موافقم = ۵) پاسخ داده می شود. نمره های هر هشت گویه مقیاس جمع می شود و یک نمره کل برای هر فرد در این مقیاس به دست می آید. مقدار آلفای کرونباخ برای این پرسشنامه در تحقیقات متعدد خارجی در دامنه از ۰/۷۳ تا ۰/۹۱ به دست آمده است (بروکس^۳ و همکاران، ۲۰۰۸؛ هال و همکاران، ۲۰۰۶؛ هاچوارتز و همکاران، ۲۰۰۵: ۲۰۰۷)؛ هم چنین تحقیقات بتلی^۴ روایی سازه و تک بعدی بودن این سازه را نیز تأیید کرده اند (هال و همکاران، ۲۰۰۶؛ هاچوارتز و همکاران، ۲۰۰۵).

پرسشنامه فرهنگ خدمتگزاری: برای اندازه گیری این متغیر از پرسشنامه دانایی فرد و همکاران (۱۳۸۹) استفاده شد. این ابزار حاوی پنج سؤال است که با طیف لیکرت اندازه گیری می شود. روایی و پایایی این ابزار توسط دانایی فرد و همکاران (۱۳۸۹) مورد تأیید قرار گرفته است. این پژوهشگران ضریب پایایی بیشتر از ۰/۷ را برای این ابزار گزارش کرده اند (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۸۹).

1 - Darwish

1 - Hachwarter et al

3 - Breuxe et al

4 - Betly

پرسشنامه مسئولیت اجتماعی: این متغیر با استفاده از مقیاس مسئولیت اجتماعی، که توسط زبید و سادیاتول^۱ (۲۰۰۲) ساخته شده، اندازه گیری شده است (مقیمی، ۱۳۹۰). روایی و پایایی این پرسشنامه در پژوهشهای قبلی مورد تأیید قرار گرفته است. این پرسشنامه حاوی ۱۳ گویه است که با مقیاس لیکرت (از کاملاً مخالفم = ۱ تا کاملاً موافقم = ۵) سنجیده می شود.

پایایی پرسشنامه ها

برای برآورد ضرایب پایایی، محاسبه همسانی درونی گویه های پرسشنامه ها از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. ضرایب پایایی پرسشنامه های اخلاق اسلامی کار ۰/۸۶، فرهنگ خدمتگزاری ۰/۸۷، مسئولیت اجتماعی ۰/۷۷ و پاسخگویی فردی ۰/۷ به دست آمد. بنابراین هر چهار پرسشنامه پایایی مناسبی داشت.

در این پژوهش به منظور ارزیابی روابط بین متغیرهای مکنون و اندازه گیری شده در الگوی مفهومی از الگوی یابی معادلات ساختاری استفاده شد.

یافته های تحقیق

یافته های پژوهش حاکی است که حدود ۹۲ درصد کارمندان را مردان و ۸ درصدشان را زن تشکیل می دادند که بیشترشان دارای مدرک کارشناسی (۴۹ درصد) بودند. از نظر گروه سنی، ۵۳ درصد در گروه سنی کمتر از ۴۰ سال و ۴۳ درصد بیشتر از ۴۱ سال قرار داشتند (البته ۴ درصد افراد نیز به این سؤال پاسخ ندادند). همبستگی بین متغیرهای پژوهش در جدول شماره (۳) ارائه شده است. همان گونه که در جدول مشاهده می شود، ضریب همبستگی بین متغیرهای پژوهشی مثبت و معنی دار است؛ همین طور، جدول شماره (۴) گویای میانگینها و انحراف معیار هریک از متغیرهای مورد پژوهش است.

1- Zabid and Saadiatul

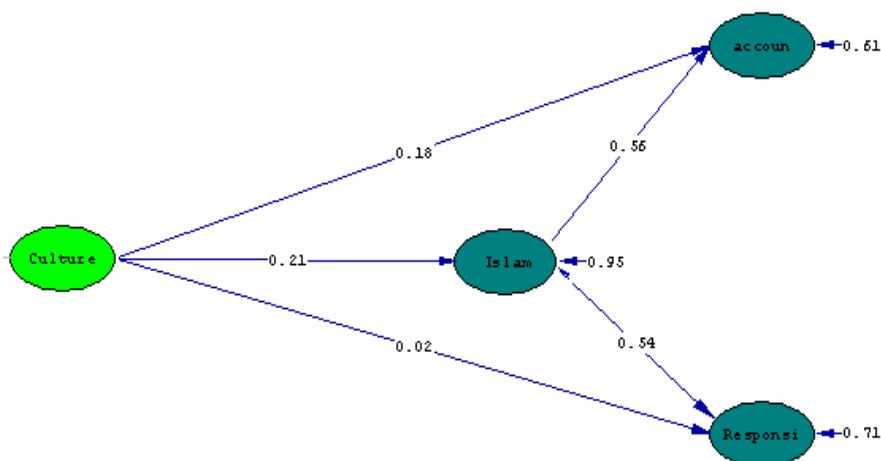
جدول شماره ۳ - همبستگی بین متغیرهای پژوهش

سازه	اخلاق اسلامی کار	مسئولیت اجتماعی	پاسخگویی فردی	فرهنگ خدمتگزاری
اخلاق اسلامی کار	۱			
مسئولیت اجتماعی	۰/۴۰۵ ⁺⁺	۱		
پاسخگویی فردی	۰/۳۷ ⁺⁺	۰/۴۱ ⁺⁺	۱	
فرهنگ خدمتگزاری	۰/۲۰۳ ⁺⁺	۰/۲۰۴ ⁺⁺	۰/۲۹ ⁺⁺	۱

جدول ۴ - جدول میانگین و انحراف معیار متغیرهای تحقیق

گویه‌ها	تعداد	حداقل نمره	حداکثر نمره	میانگین	انحراف معیار
اخلاق کار اسلامی	۲۴۶	۱۷	۸۵	۷۰/۲	۷/۶
خدمتگزاری	۲۴۶	۵	۲۵	۱۴/۹	۴/۵
مسئولیت اجتماعی	۲۴۶	۲۱	۵۵	۴۳/۳	۴/۸
پاسخگویی فردی	۲۴۶	۱۷	۴۰	۲۹/۱	۴/۱

به منظور پیش بینی پیامدهای احتمالی فرهنگ خدمتگزاری با نقش میانجی اخلاق اسلامی، الگوی مفهومی پیشنهاد شده از طریق الگویابی معادلات ساختاری بررسی شد. شکل (۲)، الگوی برازش شده الگو را نشان می دهد.



شکل ۲ - الگوی تابع ساختاری پس از برازش داده ها با الگوی مفروض

جدول شماره ۵ - ضرایب تأثیر فرهنگ خدمتگزاری بر پیامدهای آن با نقش میانجی اخلاق اسلامی کار

معنی داری	t	ضریب مسیر فرضیه‌ها	مسیر فرضیه‌ها
معنی دار	۲/۵۸	۰/۲۱	فرهنگ خدمتگزاری ← اخلاق کار اسلامی
غیر معنی دار	۰/۳۰	۰/۰۲	فرهنگ خدمتگزاری ← مسئولیت اجتماعی
معنی دار	۲/۴۳	۰/۱۸	فرهنگ خدمتگزاری ← پاسخگویی فردی
معنی دار	۳/۳۰	۰/۵۴	اخلاق کار اسلامی ← مسئولیت اجتماعی
معنی دار	۳/۲۹	۰/۵۶	اخلاق کار اسلامی ← پاسخگویی فردی
معنی دار	-	۰/۱۱	فرهنگ خدمتگزاری (با میانجی اخلاق اسلامی کار) ← مسئولیت اجتماعی
معنی دار	-	۰/۱۲	فرهنگ خدمتگزاری (با میانجی اخلاق اسلامی کار) ← پاسخگویی فردی
X ² =1978/26 df=774 X ² /df= 2/5 RMSEA = 0/70 CFI = 0/97 GFI = 0/88			

به منظور شناخت هر چه بهتر روابط علی و چگونگی تأثیر گذاری فرهنگ خدمتگزاری بر مسئولیت اجتماعی و پاسخگویی فردی، تحلیل مسیر با استفاده از الگوی معادلات ساختاری صورت گرفت. یافته‌های این تحلیل، مؤید نتایج و یافته‌های تحلیل مسیر در الگوی ساختاری مربوط به فرضیه‌های پژوهش است. همان‌طور که در خروجی نرم افزار از تخمین‌های استاندارد (شکل ۲) و نیز اعداد معنی داری مربوط به تحلیل مسیر در فرضیه‌های پژوهش (جدول ۵) مشاهده می‌شود، اندازه شاخصهای تناسب حاکی از برازش مناسب الگو است و مقدار نسبت کای دو بر درجه آزادی برابر با ۲/۵ و کوچکتر از مقدار مجاز ۳، مقدار RMSEA برابر با ۰/۰۷ و از ۰/۰۸ کوچکتر است. همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود همه تأثیرات مستقیم و غیر مستقیم الگو به استثنای مسیر مستقیم فرهنگ خدمتگزاری بر مسئولیت اجتماعی معنی دار است. رابطه‌ها و کمیت‌های t حاکی از تأثیر مثبت و معنی دار فرهنگ خدمتگزاری بر پاسخگویی فردی (۲/۴۳ = λ، ۰/۱۸ = γ)، فرهنگ خدمتگزاری بر اخلاق اسلامی کار (۲/۵۸ = λ، ۰/۲۱ = γ) و اخلاق اسلامی کار بر پاسخگویی فردی (۳/۲۹ = λ، ۰/۵۶ = γ) و همچنین اخلاق اسلامی کار بر مسئولیت اجتماعی (۳/۳۰ = λ، ۰/۵۴ = γ) است؛ به عبارتی یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که فرهنگ خدمتگزاری بر پاسخگویی فردی تأثیرگذار است. در عین حال تأثیر مستقیم فرهنگ خدمتگزاری بر مسئولیت اجتماعی در این پژوهش تأیید نشد. در ادامه جدول شماره (۵) یافته‌های آزمون، نقش میانجی اخلاق اسلامی کار را با استفاده از تحلیل مسیر و الگوی معادلات ساختاری نشان می‌دهد. یافته‌ها حاکی از نقش میانجی اخلاق اسلامی کار در روابط علی بین فرهنگ

خدمتگزاری بر پاسخگویی فردی و مسئولیت اجتماعی است. فرهنگ خدمتگزاری دارای اثر مستقیم، مثبت و معنی دار بر اخلاق اسلامی کار با ضریب ۰/۲۱ است؛ هم‌چنین اخلاق اسلامی کار دارای اثر مستقیم، مثبت و معنی دار بر پاسخگویی فردی با ضریب ۰/۵۶ است؛ بنابراین نقش میانجی اخلاق اسلامی کار در رابطه بین فرهنگ خدمتگزاری و پاسخگویی فردی در الگو تأیید می‌شود. با تأیید نقش میانجی اخلاق اسلامی کار، فرهنگ خدمتگزاری دارای اثر غیر مستقیم، مثبت و معنی دار بر پاسخگویی فردی با ضریب ۰/۱۲ است. اخلاق اسلامی کار دارای اثر مستقیم، مثبت و معنی دار بر مسئولیت اجتماعی با ضریب ۰/۵۴ است. هر چند، فرهنگ خدمتگزاری تأثیر معنی دار و مستقیمی بر مسئولیت اجتماعی ندارد، نقش میانجی اخلاق اسلامی کار در رابطه بین فرهنگ خدمتگزاری و مسئولیت اجتماعی در الگو تأیید می‌شود. با تأیید نقش میانجی اخلاق اسلامی کار، فرهنگ خدمتگزاری دارای اثر غیرمستقیم، مثبت و معنی دار بر مسئولیت اجتماعی با ضریب ۰/۱۱ است؛ به عبارتی فرهنگ خدمتگزاری با میانجیگری اخلاق به مسئولیت اجتماعی کارکنان منجر می‌شود.

بحث و نتیجه گیری

امام حسین (ع) می‌فرماید: نیازهای مردم (که شما برای حل آنها اقدام می‌کنید) از جمله نعمتهای خداوند برای شما است. از مراجعه مردم به خودتان اظهار ملامت و دلنگی نکنید که این وظیفه خدمت‌رسانی به دیگران واگذار خواهد شد (بحارالانوار، ج ۷۱: ۳۴۱).

مبحث خدمتگزاری از مباحث ارزنده و بسیار مؤکد در دین مبین اسلام است. اهتمام به کار هموعان اعم از مسلمان و غیر مسلمان، توجه به نیازمندیهای آنان و سعی در رفع موانع و مشکلات مردم از جمله مواردی است که نه تنها از جنبه فردی بلکه در بعد اجتماعی و حتی معنوی بسیار مورد توجه پیشوایان دینی است؛ چرا که مسیر کمال از متن جامعه عبور می‌کند و تئیدگیهای زندگی جمعی انسانها، آنها را نیازمند به هم قرار داده است. پیامبر (ص) می‌فرماید: پس از ایمان به خداوند سرآمد تمام رفتار عاقلانه، بشردوستی و نیکی به مردم است؛ چه خوب و درستکار باشند و چه فاسق و تبهکار (نهج الفصاحه: ۲۴۴). سازمانها به عنوان ارکان اساسی هر جامعه‌ای در عرضه خدمات و نیازمندیها نمی‌توانند بی توجه به رفاه، نیازمندیها و مشکلات اجتماعی، صرفاً منافع

خویش را مد نظر قرار دهند. توسعه، مسائل اقتصادی اجتماعی، تورم، بیکاری، مسائل مربوط به محیط زیست و... مواردی است که ورای مسائل درونی هر سازمانی باید مورد توجه قرار گیرد. در ایران نیز، که نفت در اقتصاد کشور سهم مهمی دارد و شرکتهای نفت در مسیر توسعه و بالندگی نقش بسزایی ایفا می کنند، همین طور. بنا بر موقعیت بسیار حیاتی و حساس این شرکتهای در جامعه اسلامی ایرانی و اصول و ارزشهای مبتنی بر فرهنگ، توجه خاص به این سازمانها لازم و ضروری است. در این بین، شرکت نفت و گاز آغاچاری یکی از پنج شرکت بهره برداری تابع شرکتهای ملی نفت خیز جنوب است که در ۴۵ واحد عملیاتی از ۸ میدان نفتی (آغاچاری، پارسی، کرنج، پرنج، رامشیر، رگ سفید، پازنان ۱ و مارون)، ۲۵٪ نفت مناطق نفتی جنوب را تولید کرده و فعالیت ۱۲ واحد بهره برداری، ۸ کارخانه گاز و گاز مایع، ۱۸ ایستگاه تقویت فشار و تزریق گاز و ۴ واحد نمکزدایی را عهده دار است. در این میان و در پی توجه به توانمندسازی نیروی انسانی در جهت کارایی و اثربخشی هرچه بیشتر و بهتر سازمانها، و نیز توجه سازمانها به عواملی از قبیل مسئولیت اجتماعی شرکت در رابطه با جامعه و محیط فعالیت خویش، پاسخگویی، میزان پایبندی به اخلاقیات کار اسلامی و میزان گسترش فرهنگ خدمتگزاری از جمله مسائلی است که مدیریت این سازمانها را به تأمل و بازنگری در تدوین و اتخاذ استراتژیهای راهبردی در این مسیر وادار می کند. مسئولیت اجتماعی نیز مفهومی است که سازمانها را ملزم می کند فراتر از چارچوب وظایف و الزامات سازمان عمل کنند و در مسیر ارتقا و بهبود جامعه ای گام بردارند که در آن فعالیت می کنند. هرچند بر اساس موازین الهی و سیره پیامبر (ص) و امامان معصوم (ع) توجه به امور جامعه و مردم در سرلوحه کارها قرار گرفته است، چنین فعالیتهایی را نه به عنوان هدف بلکه وسیله ای برای رضای خداوند و تقرب انسان به ذات اقدس الهی دانسته اند (نیکومرام و محمدیان، ۱۳۸۹: ۱۲۸).

در این پژوهش دو سؤال مورد بررسی قرار گرفت: (۱) به چه میزان فرهنگ خدمتگزاری در ارتقای مسئولیت اجتماعی و پاسخگویی فردی می تواند اثربخش باشد؟ (۲) آیا نقش میانجی متغیر اخلاق اسلامی کار در روابط میان این متغیرها تأیید می شود؟ نتایج تجزیه و تحلیل داده ها نشان داد که تأثیر فرهنگ خدمتگزاری بر اخلاق اسلامی کار و پاسخگویی فردی مثبت، مستقیم و معنی دار است. همین طور نقش میانجی اخلاق اسلامی کار در روابط بین فرهنگ خدمتگزاری و پاسخگویی فردی تأیید شد؛ بدین معنا که هرگونه بهبود در متغیر فرهنگ خدمتگزاری، می تواند همراه با بهبود در پیامدهای آن یعنی اخلاق اسلامی کار و پاسخگویی فردی همراه باشد. یافته های این پژوهش

با نتایج مطالعه مشابه دانایی فرد و همکاران (۱۳۸۹) همخوانی دارد. وی در پژوهش خویش عنوان کرد بین شایستگی اخلاقی - اسلامی مدیران و پاسخگویی عمومی رابطه معنی دار وجود دارد؛ همین طور فرهنگ خدمتگزاری بر پاسخگویی عمومی تأثیر مثبتی دارد و تأثیر شایستگی اخلاقی - اسلامی را بر پاسخگویی عمومی حدود ۱٪ افزایش می دهد.

در عین حال تأثیر مستقیم فرهنگ خدمتگزاری بر مسئولیت اجتماعی تأیید نشد. هرچند با تأیید نقش میانجی اخلاق اسلامی کار در روابط میان فرهنگ خدمتگزاری و پاسخگویی نیز فرهنگ خدمتگزاری و مسئولیت اجتماعی، تأثیر غیر مستقیم، مثبت و معنادار فرهنگ خدمتگزاری بر مسئولیت اجتماعی نیز تأیید شد. این یافته با نتایج مشابهی همخوانی دارد که حسنی و حیدری زاده در پژوهش خویش به آن دست یافتند. آنها به عنوان نتیجه اعلام کردند بین اخلاق اسلامی کار با مسئولیت اجتماعی و پاسخگویی فردی همبستگی مثبت و معنی دار وجود دارد و بین فرهنگ خدمتگزاری و پاسخگویی فردی رابطه معناداری وجود ندارد. هر چند در آن پژوهش نقش میانجی فرهنگ خدمتگزاری در روابط بین اخلاق اسلامی کار و پاسخگویی و همچنین بین اخلاق اسلامی کار و مسئولیت اجتماعی تأیید شد از این طریق دریافتند که اخلاق اسلامی کار از طریق فرهنگ خدمتگزاری به ارتقای سطح مسئولیت اجتماعی و پاسخگویی فردی کارکنان منجر می شود.

یافته های پژوهش مطالعات رؤیایی و مهردوست (۱۳۸۸)، مشبکی و خلیلی (۱۳۸۹)، درویش (۲۰۰۰، ۲۰۰۱)، عبدالشکور و همکاران (۲۰۱۰) و محمد و همکاران (۲۰۱۰) را تأیید می کند.

اکنون با طرح این موضوع، که اخلاقیات با ارزشها ارتباط نزدیک و تنگاتنگی دارد و به عنوان ابزاری نگریسته می شود که ارزشها را به عمل تبدیل می کند و همین طور، اخلاق کار ضعیف بر نگرش افراد به شغل، سازمان و مدیران مؤثر است، می تواند بر عملکرد فردی، گروهی و سازمانی اثر بگذارد (رحمانی سرشت و همکاران، ۱۳۸۸: ۲۳). و با توجه به یافته های این پژوهش، پیشنهاد می شود مدیران با تقویت و فرهنگ سازی در راستای فرهنگ خدمتگرای و توجه به گزینه اخلاق کار و به تبع آن اخلاق اسلامی کار هنگام استخدام و گزینش کارکنان نیز در آموزشهای ضمن خدمت میزان پاسخگویی و مسئولیت اجتماعی خود و کارکنانشان را در برابر جامعه و ذی نفعان افزایش می دهد و رضایت آنها را تأمین می کند؛ چراکه بر اساس مطالعات می توان دریافت این گرایش عمیق به اخلاق کار است که بر میزان پذیرش مسئولیت اجتماعی و پاسخگویی کارکنان در سازمان مورد نظر این پژوهش تأثیر گذاشته است؛ هر چند شاید عوامل دیگری نیز دخیل باشد

که در این تحقیق کنترل نشده است و تأثیر آنها مورد نظر نبوده باشد. باید اذعان کرد بی توجهی سازمانها به این مسائل (ارزشهای اخلاقی) و عدم رعایت اصول اخلاقی از سوی آنها می تواند مشروعیت سازمان و فعالیتهای آن را زیر سؤال ببرد و در نتیجه سود و موفقیت سازمانی را نیز تحت تأثیر قرار دهد (رحمانی سرشت و همکاران، ۱۳۸۸: ۲۲) بنابراین، مدیران امروز باید علاوه بر مهارتهای فنی، اداری و انسانی به مهارت اداره مشکلات اجتماعی و پاسخگویی به نیازهای اجتماعی و محیطی نیز مجهز باشند (عظیمی و خاک تاریک، ۱۳۸۸).

پیشنهاد می شود سازمانها با گسترش فرهنگ خدمتگزاری از طریق ارزش قائل شدن برای تلاش کارکنان، افزایش ظرفیتهای روحی و فکری آنان، ارج نهادن به روحیه خدمت به همونوع و پرورش شاخصهای اخلاق اسلامی کار از قبیل خلاقیت و نوآوری، مشورت و همکاری، تقویت روابط اجتماعی کار و تشویق کارهای گروهی، مسئولیت پذیری، پاسخگویی و استقلال در میان اعضا بتوانند سازمان را در رویارویی با محیط زیست و اجتماع پیرامون خویش قدرتمند کنند و از این طریق توان و ظرفیت خود را برای برآورد نمودن مسئولیتهای اجتماعی ارتقا بخشند. از این طریق سازمان می تواند گامی مهم در توسعه و رفاه جامعه بردارد.

در پایان، می توان به محدودیتهای این پژوهش از جمله محدود بودن نمونه به کارکنان شرکت نفت و گاز آغاچاری، پراکنده بودن شرکت از لحاظ مناطق جغرافیایی و به تبع آن مشکلات پخش و گردآوری پرسشنامه ها و ... اشاره کرد؛ هم چنین نبود منابع کافی و در دسترس در زمینه های فرهنگ خدمتگزاری و اخلاق اسلامی کار از جمله مهمترین محدودیتهای این پژوهش بود که این مسئله از لحاظ تطابق یافته ها با موارد مشابه قبلی و نیز در مورد پیشینه تحقیق، بحث و بررسی محدودیتهایی را ایجاد می کند.

یادداشتها

- 1 - Organizational commitment as a mediator of the relationship between Islamic work ethics and attitudes toward organizational change
- 2 - Islamic work ethics - A moderator between organizational commitment and job satisfaction in a cross-cultural context
- 3 - Islamic work ethics as a mediator of the relationship between locus of control, role conflict and role ambiguity – A study in an Islamic country setting

منابع فارسی

قرآن کریم. ترجمه فولادوند.

- نهج البلاغه (۱۳۸۵). ترجمه مسعود هاشمی. (روان ترین متن کامل فارسی). تهران: انتشارات فرهنگ جامع.
- ابراهیمی، ابوالقاسم؛ رودانی، امین (۱۳۸۸). نقش بازاریابی اخلاقی در رفتار خرید مصرف کنندگان مواد غذایی. فصلنامه اخلاق در علوم رفتاری. سال چهارم. ش ۱ و ۲: ۲۹ تا ۳۹.
- حسنی، محمد؛ حیدری زاده، قدم خیر (۱۳۹۲). برازش روابط علی - ساختاری اخلاق اسلامی کار بر مسئولیت اجتماعی و پاسخگویی فردی با توجه به اثرات میانجی فرهنگ خدمتگزاری. فصلنامه علمی - پژوهشی مدیریت و منابع انسانی در صنعت نفت. بهار.
- خاقانی زاده، مصطفی؛ ملکی، حسن؛ عباسی، محمود؛ عباسپور، عباس (۱۳۸۹). ضرورت طراحی الگویی برای برنامه درسی اخلاق پزشکی با رویکرد اسلامی. فصلنامه راهبردهای آموزشی. دوره ۳. ش ۳: ۹۹ تا ۹۳ خلیلی، محسن (۱۳۸۷). اقدام ها و ابتکارهای مدیران صنعت کشور برای ارتقای مسئولیت اجتماعی شرکتها، گروه پژوهشهای فرهنگی و اجتماعی. پژوهشنامه. ش ۲۱: ۱۵۱ تا ۱۳۱.
- خمینی، روح الله (۱۳۶۱). مجموعه رهنمودهای امام خمینی مدظله العالی. تهران: مرکز مدارک فرهنگی انقلاب اسلامی.
- دانایی فرد، حسن؛ رجب زاده، علی؛ درویشی، آذر (۱۳۸۹). تبیین نقش شایستگی اخلاقی - اسلامی و فرهنگ خدمتگزاری در ارتقای پاسخگویی عمومی بیمارستان های دولتی. مجله اخلاق و تاریخ پزشکی. دوره سوم ش ۴: ۵۷ تا ۷۰
- دفت، ریچارد (۱۳۷۴). تئوری سازمان و طراحی ساختار. ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی. تهران: مطالعات و پژوهشهای بازرگانی.
- رحمانی سرشت، حسین؛ رفیعی، محمود؛ کوشا مرتضی (۱۳۸۸). مسئولیت اجتماعی، اخلاقیات فراسازمانی. تدبیر. ش ۲۰۴: ۲۲ تا ۲۶
- رویایی، رمضانعلی؛ مهردوست، حسین (۱۳۸۸). بررسی نقش مدیران فرهنگی در ارتقای مسئولیت اجتماعی. پژوهشنامه علوم اجتماعی. س سوم. ش سوم: ۵۹-۴۳.
- سمسارها، مریم (۱۳۸۸). مسئولیت اجتماعی و پایداری سازمانها دو روی یک سکه. هفته نامه استاندارد، ش ۹۲۶: ۹ تا ۱۱.
- عظیمی، مهدی؛ خاک تاریک، مهدی (۱۳۸۸). توجه به مسئولیت اجتماعی سازمان، گامی موثر برای نیل به سرآمدی در صنعت. مجله صنعت لاستیک ایران، س سیزدهم. ش ۵۲: ۱۱۰ تا ۱۲۱.
- کرمی فریدنی، علی (۱۳۸۴). پرتوی از پیام پیامبر. برگردانی تازه از نهج الفصاحه. نشر علم.
- کلینی، محمد بن یعقوب (۱۳۸۷). اصول کافی. ج ۴. چ دهم. ترجمه و شرح فارسی آیه الله شیخ محمد باقر کمره‌ای. انتشارات اسوه.

- مجلسی، محمدباقر بن محمدتقی. بحار الانوار. تهران: الاسلامیه.
- مجیدی خوانساری، غلامحسین (۱۳۸۳). **نهج الفصاحه**. کلمات قصار پیامبر اسلام (ص). قم: انتشارات انصاریان.
- مشایخی پور (۱۳۹۰). مبانی اخلاق کار از دیدگاه امام علی (ع). **دو فصلنامه علمی - پژوهشی مدیریت اسلامی**. س ۱۹. بهار و تابستان: ۳۷-۶۵.
- مشبکی، اصغر؛ خلیلی شجاعی، وهاب (۱۳۸۹). بررسی رابطه فرهنگ سازمانی در مسئولیت اجتماعی سازمانها. **جامعه شناسی کاربردی** س بیست و یکم. ش ۴ (ش ۴۰ پیاپی). زمستان: ۳۷ تا ۵۶.
- مقیمی، سید محمد؛ رمضان، مجید (۱۳۹۲). **پژوهشنامه مدیریت ۴: روانشناسی سازمانی**. چ دوم. تهران: انتشارات سازمان مدیریت صنعتی.
- مقیمی، سید محمد؛ رمضان، مجید (۱۳۹۲). **پژوهشنامه مدیریت ۶: مدیریت امور عمومی و دولتی**. چ دوم. تهران: انتشارات سازمان مدیریت صنعتی.
- مقیمی، محمد؛ رمضان، مجید (۱۳۹۲). **پژوهشنامه مدیریت ۴: روانشناسی سازمانی**. تهران: انتشارات راه دان.
- نیکومرام، هاشم؛ محمدیان ساروی، محسن (۱۳۸۹). نقش مدیران در ارتقای مسئولیت اجتماعی از دیدگاه اسلام، **پژوهشنامه مسئولیت اجتماعی (۲)**: ۱۲۵ تا ۱۵۶
- واعظی، رضا؛ آزمندیان، محمد صادق (۱۳۹۰). مدل پاسخگویی سه بعدی: نگاهی متفاوت به پاسخگویی. **فصلنامه مطالعات مدیریت انتظامی**. ۱(۱): ۱۵۵-۱۳۱
- ونج، درک؛ ساورد، مینر (۱۳۷۱). **فرهنگ مدیریت**. ترجمه محمد صائبی. تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی.

منابع انگلیسی

- Abdul Shukor Bin Shamsudin, Abdul Whid Bin Mohd Kassim, Mohamad Ghazali, Hassan Nor Azim (June 2010). Preliminary Insights on the Effect of Islamic Work Ethic on Relationship Marketing and Customer Satisfaction. **The Journal of Human Research and Adult Learning** Vol. 6, Num. 1, Pp. 106- 114.
- Ali, A.(1988), Scaling an Islamic Work Ethic, the Journal of Social Psychology, 128(5), 575-583.
- Beekun, Rafik Issa(1996). Islamic Business Ethics. Copyright© 1996, **International Institute of Thought**. PO BOX 669, Herndon, VA 20170 (703)471-1133
- Beekun. Rafik., I. & Badawi. Jamal, A. (2005). Balancing Ethical Responsibility among Multiple Organizational Stakeholders: The Islamic Perspective. **Journal of Business Ethics**. 6:131-145, DOI 10, 1007/s10551-004-8204-5.
- Denison, D. (2000). Organizational Cultural & Corporate Social Responsibility: Can it be a key level for Driving Organizational change? **International Institute for Management Development**.
- Hall, A.T., Royle, M. T., Brymer, R.A., Perrewe, P. L., Ferris, G. R., & Hochwarter, W. A. (2006). Relationship between felt accountability as a stressor and strain reactions: the neutralizing role of autonomy across two studies. **Journal of Occupational Health Psychology**, Vol. 11, PP. 87-99.
- Hochwarter, W.A., Perrewe, P. L., Hall, A. T., & Ferris, G. R. (2005). Negative affectivity as

a moderator of the form and magnitude of the relationship between felt accountability and job tension, **Journal of Organizational Behavior**, Vol. 26, PP. 517-534.

Holowzki, A. (2002). The relationship between knowledge management & Organization Culture, Applied information management program.

Norshid Mohamed, Nor Shahriza Abdul Karim, Ramlah Hussein (Copyright©2010 Victoria University). Linking Islamic Work Ethic to computer Use Ethics, Job Satisfaction and Organizational Commitment in Malaysia, **Journal of Business Systems, Governance and Ethics**, Vol 5, No 1, Pp 13-23.

Norshid Mohamed, Nor Shahriza Abdul Karim, Ramlah Hussein (Copyright©2010 Victoria University). Linking Islamic Work Ethic to computer Use Ethics, Job Satisfaction and Organizational Commitment in Malaysia, **Journal of Business Systems, Governance and Ethics**, Vol 5, No 1, Pp 13-23.

Yousef, D. A. (2000). Organizational commitment as a mediator of the relationship between Islamic work ethic and attitudes toward organizational change. Human Relations, Vol. 30 No. 2, Pp. 513-537.

Yousef, D. A. (2001). Islamic work ethics as a mediator of the relationship between locus of control, role conflict and role ambiguity – A study in an Islamic country setting. **Journal of Managerial Psychology**, Vol. 15 No. 4, Pp. 283-298.



پیوست ۱ - پرسشنامه اخلاق کار اسلامی

- تنبلی، زشت و عادت بدی است.
- از خود گذشتگی و ایثار در کار، پسندیده و فضیلت است.
- کار خوب به فرد و به دیگران سود می رساند.
- عدالت و جوانمردی در سازمان، شرایط لازم برای ایجاد رفاه جامعه است.
- تولید بیشتر از میزان مورد نیاز برای تأمین نیازهای شخصی افراد، موجب رونق و شکوفایی جامعه به عنوان کل می شود.
- افراد باید با بهترین توانایی ممکن، کار خود را انجام دهند.
- کار به تنهایی هدف نیست؛ بلکه ابزاری به منظور رشد شخص و روابط اجتماعی است.
- زندگی بدون کار بی معنی است.
- وقت آزاد زیاد داشتن برای جامعه خوب نیست.
- روابط انسانی در سازمان باید مورد تأکید و حمایت قرار گیرد.
- کار، انسان را قادر به کنترل طبیعت می کند.
- کار خلاقانه، منبع شادی و کمال است.
- کار کردن موجب استقلال افراد می شود.
- هر انسانی که کار می کند به سمت پیشرفت در زندگی حرکت می کند.
- انسان موفق کسی است که اهداف کاری را محقق می کند.
- انسان باید پیوسته کار کند تا از عهده مسئولیت‌هایش بر آید.
- ارزش کار در قصد و نیت افراد ریشه دارد نه در کسب نتایج.

پیوست ۲ - پرسشنامه پاسخگویی فردی

- نسبت به رفتار خود در کارها، پاسخگو هستم.
- مدیریت، مرا نسبت به تصمیماتم پاسخگو می کند.
- اگر کارهای من بدرستی پیش نرود، مورد تذکر مدیریت قرار می گیرم.
- موفقیت اعضای گروهم به موفقیت ها و شکست های من بستگی دارد.
- اغلب مجبورم در برابر کارهایی که در سر کارم انجام می دهم، توضیح بدهم.
- با توجه به طرح و برنامه بلند مدت سازمان، تلاشهایم در کار سازمان خیلی مهم است.
- شغل بسیاری از افراد سازمان به موفقیت ها و شکست های من بستگی دارد.
- همکاران، زیردستان و مافوقهایم، فعالیتهایم را بدقت بررسی می کنند.

پیوست ۳ - پرسشنامه مسئولیت اجتماعی

- هدف اولیه هر سازمانی باید حفظ سودآوری در بلند مدت با توجه به گزارش عرضه شده به ذی نفعان (سهامداران) باشد.
- تنها مسئولیت اجتماعی سازمان، ایجاد ثروت است.
- مسئولیت اجتماعی سازمان چیزی بیش از رفتار کردن به شیوه های اخلاقی به منظور کسب اهداف سازمان نیست.
- بخش کسب و کار خوب، مسئول تأثیر فعالیتهای شما بر محیط طبیعی است.
- تصمیم گیرندگان سازمان مسئول در نظر گرفتن تأثیر تصمیمات بر جوامع هستند.
- مدیران سازمان باید نمونه ای از اعضای درگیر و مسئول نسبت به جامعه را بیان کنند.
- از آنجا که استخدام افراد خارج از سازمان را نمی توان تضمین کرد، سازمانی که از نظر اجتماعی مسئول است، باید از طریق توسعه مناسب از امکان استخدام کارکنانش حمایت کند.
- سازمانها نه تنها در برابر رهبری فعالیتهایشان مسئول هستند، بلکه نسبت به آموزش و توسعه اعضایشان به عنوان "شهروندان خوب جامعه" نیز مسئولند.
- در محیط سازمانهای امروزی، سازمان باید به منظور باقی ماندن در حالت رقابتی از نظر اجتماعی مسئول باشد.

- سازمانها می توانند از طریق تشریح مسئولیت پذیری اجتماعی خود، جایگاه خود را در بازار متمایز کنند.

- مسئولیت اجتماعی باید از طریق پیگیری منافع اقتصادی، متعادل شود.

- سازمان باید در راستای اهداف و منافع جامعه عمل کند.

- مدیران باید خودشان را به عنوان نگهبان ثروت ببینند، نه تنها برای سهامداران، بلکه برای

جامعه به عنوان کل.

پیوست ۴ - پرسشنامه فرهنگ خدمتگزاری

- افراد از ظرفیت روحی و فکری زیادی برخوردار هستند.

- مدیران و کارکنان در برابر پیروزیها مغرور نمی شوند و با متانت و سعه صدر از خود واکنش

نشان می دهند.

- تلاش و جدیت به منظور اجرای وظایف مورد توجه است و مردم برای آن ارزش قائل هستند.

- روحیه تلاش و پشتکار، جدیت و پیگیری مورد تشویق قرار می گیرد.

- در این سازمان مدیران و کارکنان خود را خادم شهروندان می دانند.