

تبیین رابطه بین ارزش‌های اسلامی و رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی وجدان کاری

افسانه محمدنیا / دانشجوی دکتری مدیریت منابع انسانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان afsanehmohamadnia@yahoo.com

آزاده محمدشرفی / کارشناس ارشد مهندسی کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز kermendarman@yahoo.com

ایوب شیخی / استادیار دانشگاه شهید باهنر کرمان

دریافت: ۱۳۹۵/۰۵/۰۵ - پذیرش: ۱۳۹۵/۰۹/۱۷

چکیده

هدف تحقیق حاضر بررسی روابط بین ارزش‌های اسلامی، رفتار شهروندی سازمانی و وجدان کاری است. جامعه آماری پژوهش شامل ۲۵۶ تن از کارکنان مدیریت درمان تأمین اجتماعی استان کرمان است که از میان آنها، نمونه‌ای به حجم ۱۵۳ تن به روش «تصادفی ساده» انتخاب شد. محقق پس از انجام تحلیل عاملی در زمینه پرسش‌نامه‌های سه‌گانه، از ۳۲ سؤال برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده کرده است. در این تحقیق، از الگوی روابط ساختاری برای تحلیل داده‌ها استفاده گردید. برای تعیین روایی و اعتبار پرسش‌نامه، از «روایی محتوا» و «ضریب آلفای کرونباخ» استفاده گردید که مقدار آن برای پرسش‌نامه «ارزش‌های اسلامی»، «۰/۸۴۶»؛ پرسش‌نامه ۱۶ سؤالی «وجدان کاری کاستا و مک کرای»، «۰/۹۲»؛ و برای پرسش‌نامه «رفتار شهروندی سازمانی پودساکف و همکاران» برابر با ۰/۸۹ به دست آمد. برای تحلیل داده‌ها و انجام آزمون فرضیه‌ها و سایر تحلیل‌های این پژوهش، نرم‌افزار آماری «AMOS» به کار گرفته شد. نتایج نشان داد بین ارزش‌های اسلامی و وجدان کاری رابطه معناداری وجود هست. همچنین بین وجدان کاری و رفتار شهروندی سازمانی نیز رابطه معناداری به چشم می‌خورد. و از سوی دیگر، چون بین ارزش‌های اسلامی و رفتار شهروندی سازمانی نیز رابطه معناداری وجود دارد، نقش میانجی وجدان کاری نیز تأیید گردید.

کلیدواژه‌ها: ارزش‌های اسلامی، رفتار شهروندی سازمانی، وجدان کاری.

مقدمه

شوارتز (۱۹۹۴) بیان می‌کند که در ادبیات ارزش، بر پنج ویژگی آن توافق وجود دارد. یک ارزش یک اعتقاد پایدار است که به حالت‌های نهایی مطلوب و یا حالت‌های رفتار مرتبط است که فراتر از موقعیت‌های خاص بوده و هدایت‌کننده انتخاب یا ارزیابی رفتار، افراد و وقایع هستند و به وسیله اهمیت، نسبت به سایر ارزش‌ها رتبه‌بندی شده‌اند تا ساختاری از اولویت‌های ارزش را شکل دهند (سونگ و همکاران، ۲۰۰۸، ص ۵۴۲). ارزش‌ها به ما کمک می‌کنند تا اهمیت نسبی انتخاب‌ها را ارزیابی کنیم. آنها موجب معنابخشی به زندگی می‌شوند و به عنوان وجدان عمل می‌کنند و احساس خوب یا بد بودن در ذهن ما ایجاد می‌نمایند (خنیفر و همکاران، ۱۳۹۱، ص ۶۲).

طبق گفته خنیفر و همکاران او (۱۳۹۱، ص ۶۴)، آموزش ابعاد و مؤلفه‌های شناسایی شده در قالب یک الگو، به کارکنان و مدیران، موجب تقویت باورهای افراد سازمان و نهادینه شدن این ارزش‌ها می‌گردد که به سالم‌سازی محیط کار و سازمانی کمک می‌کند و موجب بروز رفتارهای کاری مثبت در جهت بهبود عملکرد سازمان می‌گردد.

ارزش‌ها و باورهای دینی، غرایز بشر را در جهت صحیح هدایت کرده، و خواسته‌ها و تمایلات او را اصلاح می‌کنند و انسان‌هایی برای جامعه تربیت می‌نمایند که می‌توانند کشورشان را به افتخار برسانند. «تربیت دینی» شکوفا کردن قوای انسان به طور متعادل، هماهنگ و در چارچوب ارزش‌های الهی است (بیات و همکاران، ۱۳۸۱، ص ۵۳). امروزه فعالیت اخلاق‌محور سازمان‌ها به یکی از مهم‌ترین عوامل کسب مشروعیت و حمایت محیطی تبدیل شده و از برجسته‌ترین نشانه‌های تعهد سازمان به مسئولیت اجتماعی خود است. همچنین محیط رقابتی سازمان‌ها را وادار می‌کند تا پیوسته برای ارتقای عملکرد سازمانی تلاش نمایند و از سوی دیگر، محیط فرهنگی-اجتماعی از آنها انتظار دارد به ارزش‌ها و هنجارهای جامعه توجه کنند (اسکات، ۱۳۸۹، ص ۵۵). در چنین وضعیتی، یکی از عواملی که می‌تواند بر ارتقای عملکرد سازمانی تأثیر بسیاری داشته باشد، توسعه رفتارهای شهروندی سازمانی کارکنان است (قلی‌پور، ۱۳۹۰، ص ۹۲). یکی از چالش‌های اساسی مدیریت چگونگی جلب این رفتارهاست (زارعی‌متین و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۲۲۹).

«وجدان کاری» را می‌توان نیرویی درونی دانست که به‌واسطه آن انسان به انجام کار بیشتر و بهتر گرایش می‌یابد، به‌گونه‌ای که بدون نیاز به نظارت بیرونی و از طریق خودکنترلی و به صورت

خودانگیخته، به بهترین نحو وظایف محول شده را به انجام می‌رساند. «وجدان کاری» را می‌توان طبق تعریف شورای فرهنگ عمومی کشور، وضعیتی دانست که در آن، افراد جامعه در مشاغل گوناگون سعی دارند تا کارهای محول شده را به بهترین وجه و به‌طور دقیق و کامل و با رعایت اصول بهینه‌سازی انجام دهند (میرسپاسی، ۱۳۷۳، ص ۷۶).

«رفتار شهروندی سازمانی» یکی از مفاهیم جدید رفتار سازمانی است که براساس آن، بر رفتارهای فرانشی کارکنان و مدیران تأکید بیشتری می‌شود و در فرایند سازمانی و تبدیل محیط سنتی به محیط پویا و کارآمد نقش تعیین‌کننده ایفا می‌گردد. رفتارهای شهروندی سازمانی آن دسته از رفتارهای اختیاری و داوطلبانه است که افراد علی‌رغم نبود اجبار از سوی سازمان و فراتر از انتظارات وظیفه و شرح شغل خود، در انجام آن تلاش می‌کنند و بر اثر انجام آن رفتارها از جانب کارکنان، منافع جدیدی برای سازمان ایجاد می‌گردد. این رفتارها اگرچه به‌طور مستقیم با پاداش سازمانی تقویت نمی‌شوند، ولی موجبات افزایش اثربخشی بیشتر سازمان را فراهم می‌آورند (کرنودل، ۲۰۰۷، ص ۹۸).

بر همین اساس، این پژوهش درصدد است رابطه عینی و واقعی بین ارزش‌های اسلامی و رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی وجدان کاری را بررسی کند و به این سؤال پاسخ دهد که چگونه می‌توان به شکلی پایدار و با رعایت هنجارها و ارزش‌های انسانی به سطح بالایی از رفتار شهروندی رسید.

مفاهیم کلیدی پژوهش

ارزش‌های اسلامی

«ارزش» از جمله اعتقادات پایه‌ای است که می‌گوییم: چه چیزی خوب و چه چیزی بد است. آنها نمایانگر ایمان و اعتقاد راسخ هستند، مبنی بر اینکه از نظر شخص یا دید اجتماع، یک شیوه خاص رفتاری یا حالت غایی وجود، نسبت به شیوه مخالف آن رفتار یا حالت غایی وجود دیگری، برتری دارد (رایبیز، ۱۳۸۰، ص ۲۷۱). ارزش‌ها از دیدگاه اسلامی عبارتند از: باورها و اعتقادات و ایمان‌های اسلامی، خواه به شکل احکام اسلامی بیان گردیده باشند، خواه به صورت اصول اعتقادی و یا قواعد فقهی.

اسلام دارای نظام ارزشی عمیق، گسترده و منسجمی است که مدیریت مدیران مسلمان را تحت تأثیر قرار می‌دهد و در روش‌های عملی آنها اثر می‌گذارد و به حرکت آنها جهت می‌دهد. این بزرگ‌ترین نقشی است که اسلام در مدیریت ایفا می‌کند و معنای صحیح «مدیریت اسلامی» همین است (مصباح، ۱۳۷۶، ص ۲۲۶).

«مدیریت اسلامی» عبارت است از: شیوه به‌کارگیری منابع انسانی و امکانات مادی برگرفته از آموزه‌های اسلامی برای نیل به اهدافی که متأثر از نظام ارزشی اسلام است (الوانی، ۱۳۸۵، ص ۸۸). در این تعریف، توجه به ارزش‌های اسلامی و به‌کارگیری آنها در جهت مدیریت اسلامی تأکید شده است که می‌تواند شامل مصادیقی نظیر مشورت، توکل، امانت‌داری، حق‌الناس، و رازداری گردد. از نظر اندیشمندان فلسفه اسلامی، ارزش‌ها یک سلسله اصول کلی، ثابت و مطلق هستند که تحت هیچ شرایطی تغییر نمی‌کنند، اما مصداق آنها تغییرپذیر 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 که دلخواه افراد و خوشایند آنهاست.

آلن بیرو «ارزش» را میزان توانایی یک شیء (اندیشه یا شخص) در ارضای یک میل، یک نیاز یا یک تمنای انسان می‌داند (بیرو، ۱۳۶۶، ص ۲۴۸). اولسون (۱۹۹۱) ارزش‌ها را مجموعه‌ای از پنداشت‌های اساسی نسبت به آنچه پسندیده است، می‌داند که تجلی عمیق‌ترین احساسات مشترک نسبت به جهان در جامعه هستند (چلبی، ۱۳۷۵، ص ۶۰). با توجه به تعاریف یادشده، درمی‌یابیم که در هر جامعه‌ای، مجموعه‌ای می‌توان از اهداف، نگرش‌ها، عقاید و اموری را که مهم‌تر از سایر امور هستند و برای اکثریت اجتماع مطلوب تلقی می‌گردند، جزو ارزش‌ها به‌شمار آورد. البته اگر ملاک اصلی ارزش در اسلام، کمال نهایی باشد، مصداق آن «قرب الهی» است. در نظام اسلامی، هدف کسب رضای خداست. در این نظام، ارزش‌ها نه کاملاً مطلق و ثابت‌اند که در هیچ شرایط زمانی و مکانی تغییر نکنند، و نه همیشه تابع شرایط زمانی و مکانی هستند، بلکه اصول آنها ثابت و مصداق‌ها متغیر است (مصباح، ۱۳۷۶، ص ۲۳۰).

پوریانی (۱۳۸۷) با بررسی نظام ارزشی از دیدگاه اسلام، معتقد است: نظام ارزش‌های اسلامی با ورودی ایمان آغاز می‌شود و عمل به این ارزش‌ها کمال انسان و قرب پروردگار را در پی دارد و معتقد است: در اسلام، فعالیت‌های انجام‌شده توسط فرد زمانی دارای ارزش است که در چارچوب این نظام ارزشی باشد.

رابطه ارزش‌های اسلامی و رفتار شهروندی سازمانی

در هر صورت، ارزش‌های دینی به عنوان بزرگ‌ترین پشتوانه‌های معنوی می‌توانند به زندگی انسان‌ها معنا و مفهوم صحیح بخشیده، برای علوم و دانش‌های بشری نیز راهنمایی مفید در جهت بهبود وضع انسان‌ها باشند و خط روشنی را در سیر تکاملی آن ارائه دهند. از آن‌رو که احصای تمام ارزش‌های

اسلامی و بررسی تأثیر آنها بر رفتار شهروندی سازمانی کاری دشوار است، برای بررسی مدعای این مقاله (تبیین رابطه ارزش‌های اسلامی و رفتار شهروندی سازمانی) از باب نمونه، پنج ارزش به شرح ذیل در این مطالعه، بررسی می‌گردد:

۱. امانت‌داری

یکی از ویژگی‌های برجسته هر انسان جوینده تعالی و کمال، «امانت‌داری» است که آثار و برکات فراوانی در تعالی شخصیت انسان و زندگی افراد جامعه دارد و در فرهنگ دینی بر آن بسیار تأکید شده و جزو نخستین مصادیق حقوق اجتماعی است که پیش از اسلام نیز قابل احترام بوده است. بدین‌روی، امانت‌داری با طبع و سرشت آدمی سازگار است.

امانت‌داری در سه حیظه مطرح است: حفظ اموال، حفظ اسرار، و حفظ ناموس. گسترش امنیت و آسایش در جامعه در گرو این فضیلت اخلاقی است، و هر قدر میزان اعتماد و اطمینان در فضای جامعه بیشتر باشد بیشتر می‌توان به سلامت آن جامعه و تکامل آن پی برد؛ و در چنین جامعه‌ای است که افراد می‌توانند استعدادهای خود را شکوفا سازند (اسکندری، ۱۳۹۲، ص ۲۲). امانت‌داری اگر در جامعه گسترش یابد، سایه رحمت «دیگ‌دوستی» بر سر مردم می‌گستراند و پیوند میان افراد اجتماع را محکم‌تر می‌کند.

۲. کمال‌جویی

کمال‌جویی از جمله گرایش‌های اصیل و فطری انسان بوده و هر کس در نهاد خویش، به دنبال رسیدن به کمال و تحصیل آن است. خیرالله صادقی، روان‌شناس بالینی و عضو هیأت علمی دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه، می‌گوید: تعریف ساده «کمال‌گرایی» آن است هر کس توقع عملکردی یا کارکردی بالاتر از آنچه موقعیت او ایجاب می‌کند، از خود یا دیگران دارد. افرادی که شخصیت کمال‌گرایی بهنجار یا سازگارانه دارند با در نظر گرفتن توانایی‌های شخصی و امکانات محیطی، سعی می‌کنند به بهترین نحو عمل نمایند. یکی دیگر از ویژگی‌های این دسته از افراد آن است که ضمن گرایش به انجام امور، به بهترین شکل ممکن، محدودیت‌ها و موانع را به راحتی می‌پذیرند و از اشتباهات درس گرفته، در تلاش‌های آتی، تجربیات را به منظور خودشکوفایی به کار می‌گیرند و توانایی‌های بالقوه خود را به توانایی بالفعل تبدیل می‌کنند.

همه انسان‌ها به طور فطری، طالب کمال هستند. از آیات ابتدای سوره «شمس» استفاده می‌شود که

نفس انسان، هم استعداد ترقی و تکامل، و هم استعداد سقوط و تنزل دارد. در یک تقسیم‌بندی، که در کتب روان‌شناسان اسلامی بر مسئله «نیاز» انجام شده، غرایز را به چهارده دسته تقسیم‌بندی کرده‌اند که «کمال‌جویی» یکی از این غرایز است که از آن به عنوان ریشه حرکت تکاملی انسان نام برده شده است (حسینی سده، ۱۳۸۳، ص ۱۸).

۳. عدالت

«عدالت» در لغت، به معنای برابری و توازن است، و در مفهوم اجتماعی، هرگاه حق هر صاحب حقی به او داده شود می‌گویند عدالت رعایت شده است، و در شریعت عبارت است از: «استقامت بر طریق حق». «عدالت»، که یکی از مفاهیم باارزش قرآن کریم است، از آغاز خلقت جایگاه ارزشی خود را نزد بشر حفظ کرده است. عدالت و چگونگی تحقق آن، مسئله انسان و زندگانی اوست. به همین سبب نیز در طول تاریخ بشر، مهم‌ترین جایگاه را در اندیشه او داشته، هرچند در بیشتر زمان‌ها و برای بسیاری از انسان‌ها و جوامع به صورت یک آرمان محض، باقی مانده است. این در حالی است که تحقق عدالت موجب تحولی عظیم در حیات فردی و اجتماعی انسان خواهد شد (جمشیدی، ۱۳۸۰، ص ۳۳).

۴. قانون‌مداری

نقش حاکمیت قانون در نظم‌بخشی به جامعه، به قدری روشن است که کسی در اهمیت و ارزش آن به‌طور کلی، تردید نمی‌کند (حق‌پناه، ۱۳۷۷، ص ۲۶۶). اصطلاح «جامعه مدنی» با «قانون‌گرایی» و «قانون‌مداری» یکسان انگاشته می‌شود. بدون شک، قانون یکی از مؤلفه‌های جامعه مدنی است. جامعه اسلامی برای حفظ نظم و انسجام، نیازمند قانون است، و قوانین الهی، که نمونه اتم و اکمل آن در قرآن است، با پشتوانه‌های ویژه خود، در هر زمان و مکان، جامعه‌ای سالم و ترقی‌یاب ایجاد می‌کند؛ جامعه‌ای که منظور قرآن و اسلام است. وظیفه ما در ابتدا، فهم آن قوانین و استخراج آنها بر اساس نیازهای بشر در همه زمان‌ها و در مرحله بعد، جامعه عمل پوشاندن به آن است. مقصود از «قانون‌مداری» حفظ و اجرای قوانین به‌طور عادلانه در جامعه و رعایت حقوق همه افراد است (نوری، ۱۳۸۳، ص ۲۴).

۵. مشورت‌پذیری

از دیگر صفات پسندیده در کارکنان یک سازمان، مشورت با صاحب‌نظران و رایزنی با کارشناسان است. قرآن نیز بر این صفت تأکید دارد (شوری: ۳۸). «مشورت» و نظرخواهی از دیگران یکی از عوامل مهم و

مسائل حیاتی در تصمیم‌گیری است، و در اسلام، از اهمیت بالا و جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. در دین مبین اسلام، تأکید بسیار بر اهمیت و ضرورت استفاده از افکار و اندیشه‌های دیگران در انجام کارها گردیده و سفارش مؤکد شده است که با اهل خرد مشورت کنید و نیز افرادی را که در اجرای کاری سهیم هستند باید در برنامه‌ریزی برای آن کار نیز شرکت داد و در تصمیم‌گیری‌ها با آنها مشورت نمود.

وجدان کاری

وجدان کاری بازگوکننده انگیزه‌های درونی است که هر فرد با توجه به آن و با شناخت کامل نسبت به وظایف محول شده، درصدد انجام بهینه کار خویش برمی‌آید. به عبارت دیگر، در وجدان کاری، شخص با الهام گرفتن از یک ملکه نفسانی، به انجام درست و شایسته کار اقدام می‌کند (دادگران، ۱۳۸۴، ص ۶۱).

مهم‌ترین نکته‌ای که در تعریف «وجدان کاری» باید در نظر گرفت، این است که وجدان کاری به مثابه یک عامل، برای انجام درست کار است. به عبارت دیگر، انجام درست کار می‌تواند متأثر از عوامل گوناگونی همچون تشویق، تنبیه و کنترل خارجی بوده و ممکن است متأثر از وجدان کاری باشد. بدین‌روی، می‌توان آن را چنین تعریف کرد: وجدان کاری عاملی است که سبب می‌شود فرد بدون وجود هیچ کنترل خارجی و فیزیکی و به انگیزه درونی، از هیچ کوششی برای انجام خوب و درست کاری که بر عهده او گذاشته شده است، فروگذار نکند (نادری قمی، ۱۳۷۵، ص ۷).

هر فرد نظام ارزشی خاصی دارد و برخی از ارزش‌ها را بر ارزش‌های دیگر ترجیح می‌دهد. منشأ ارزش‌های فرد ناشی از دیدگاه و جهان‌بینی اوست. بنابراین، هر شخص دارای ارزش‌های خاصی است که بر اساس آنها اقدام می‌کند.

وجدان کاری عاملی است که باعث ایجاد نظم در کار و حس انجام وظیفه در افراد می‌شود. توجه به مفهوم «وجدان کاری» در سازمان‌ها، توجه به اخلاق و روابط انسانی است؛ زیرا اخلاق، تعهد ایجاد می‌کند و موجب می‌شود افراد نسبت به وظایف و رفتارهای شغلی خود، به بهترین شکل و بدون وجود عامل کنترل خارجی حساس باشند. وجود وجدان کاری در یک سازمان موجب افزایش سطح بهره‌وری، تحقق توسعه پایدار، تحول فرهنگی انسان، ثبات مدیریت و نظم اقتصادی می‌گردد. همچنین «وجدان کاری» نیرویی است که فرد را متعهد می‌کند یک سلسله رفتارهای معطوف به هدف را در سازمان انجام دهد و نیز افکار و سلیقه‌های متفاوت را برای شکل-دهی یک رفتار سازنده هم‌گرا سازد (محمودی، ۱۳۹۱).

عوامل مؤثر بر وجدان کاری

عوامل متعددی در ایجاد و تقویت وجدان کاری مؤثرند. برخی از این عوامل عبارتند از:

- عوامل فرهنگی - اجتماعی؛ مانند استفاده از ابزارهای فرهنگی در جهت ترویج فرهنگ کار و تلاش و معرفی فرهنگ کار در اسلام. به عبارت دیگر، منظور از عوامل فرهنگی - اجتماعی، نقش جامعه و فرهنگ یک کشور در شکل‌گیری وجدان کاری افراد است.

- عوامل فردی - شخصیتی؛ مانند هدف داشتن در زندگی، توجه کافی نسبت به برنامه‌ریزی صحیح قبل از آغاز هر فعالیت، خلاقیت و توانمندی در ارائه ایده‌های جدید. به عبارت دیگر، منظور از عوامل فردی - شخصیتی نقش استعداد، توانمندی‌ها و مهارت‌های فرد در شکل‌گیری وجدان کاری است.

- عوامل خانوادگی و تربیتی؛ مانند درونی‌کردن وجدان کاری از دوران کودکی، ایجاد حس مسئولیت، انتخاب اسباب بازی و مانند آن. منظور از عوامل خانوادگی در وجدان کاری، نقش خانواده و والدین در شکل‌گیری وجدان کاری افراد است (لیاقت‌دار و همکاران، ۱۳۹۰، ص ۴۰).

علاوه بر این، متغیرهای بسیاری هم در دل سازمان وجود دارد که ممکن است بر میزان وجدان کاری کارکنان سازمان مؤثر باشد. یکی از این متغیرها جوّ سازمان است (جانز و پراسارنفاچی، ۲۰۰۳، ص ۳۵۱). جوّ سازمانی از دو رویه «جوّ همکارانه» و «جوّ نوآرانه» تشکیل شده است (جاو و لیو، ۲۰۰۳). هنگامی که در یک سازمان، جو همکارانه وجود دارد اعضای آن علاقه بیشتری به کار کردن با یکدیگر به صورت گروهی و رشد و ارتقای یکدیگر دارند (جانز و پراسارنفاچی، ۲۰۰۳، ص ۳۸۴). پژوهش‌ها نشان می‌دهد که وجدان کاری تنها هنگامی منجر به عملکرد بالا می‌شود که جوّ روان‌شناختی و سازمانی مثبت باشد؛ زیرا افرادی که وجدان کار بیشتری دارند نیاز به سازمان یافتن در حد بالایی دارند، و اگر جو منفی یا مبهم باشد قادر نخواهند بود وظایف خود را به‌درستی انجام دهند.

به گفته محققان، علاوه بر این، عوامل انگیزشی نیز بر گسترش وجدان کاری مؤثرند. مسئله انگیزش و شناخت انگیزه‌های گوناگون انسان و راه‌های ایجاد و تقویت هر یک از آنها از مباحث مهم مدیریت رفتار سازمانی است و از راه‌های تقویت وجدان کاری به‌شمار می‌آید (آسترکی، ۱۳۸۸، ص ۴۴). نظریه «برابری» یک الگوی انگیزشی است که تلاش افراد را برای دستیابی به عدالت و انصاف در مبادله‌های اجتماعی و روابط بده بستانی تشریح می‌کند. در نظریه «برابری» گفته می‌شود که کارکنان و اعضای سازمان، خود را با دیگران مقایسه می‌کنند. کارکنان نتایج حاصل از کار خود به نهاده‌هایشان در آن کار را با دیگران مقایسه می‌کنند. اگر آنان چنین پندارند که نسبت متعلق به آنان با نسبت افراد مشابه، که خود را

با آنها مقایسه کرده‌اند، برابر است، معتقدند که هیچ‌گونه اجحافی نشده است. اگر این نسبت‌ها نابرابر باشند در آن صورت، در سازمان اجحاف صورت گرفته است. به بیان دیگر، عدالت رعایت نشده است. احساس نابرابری موجب تنش و تعارض می‌گردد و بر کیفیت کار کارکنان و رضایت شغلی آنها اثر می‌گذارد. در چنین سازمان‌هایی، هنجارهای مربوط به کار کمتر درونی شده، حتی به تدریج، از پای‌بندی و تعهد افراد کاسته می‌شود. در نتیجه، میزان وجدان کار افراد کاهش می‌یابد (رحمانی، ۱۳۸۲). از این رو، یکی از عمده‌ترین عللی که در برانگیخته شدن وجدان کاری نقش دارد «انگیزش» است. نظام‌های انگیزشی باید به گونه‌ای باشند که با ایجاد ارزش برای کار فرد، انتظار دریافت پاداش‌های متفاوت را برای آن ایجاد کنند و امکان تشویق و تنبیه مناسب با عملکرد را برای فرد فراهم آورند.

رفتار شهروندی سازمانی

واژه «رفتار شهروندی سازمانی» (Organizational citizenship Behavior) را برای اولین بار، اورگان و همکارانش در سال ۱۹۸۳ به کار گرفتند، گرچه قبل از آنها، افرادی همچون کتز و کان با تمایز قایل شدن بین عملکرد نقش و رفتارهای نوآورانه و خودجوش، در دهه هفتاد و هشتاد میلادی و نیز قبل از آنها چستر بارنارد با بیان مفهوم «تمایل به همکاری» در سال ۱۹۳۸ میلادی به این موضوع توجه کرد (پودساکف و همکاران، ۱۹۹۴، ص ۳). «رفتار شهروندی سازمانی»، رفتار فردی و داوطلبانه است که مستقیماً به وسیله نظام‌های رسمی پاداش در سازمان طراحی نشده، اما با وجود این، موجب ارتقا اثربخشی و کارایی عملکرد سازمانی می‌شود (اپلبام، ۲۰۰۴، ص ۳).

تعریف مطرح‌شده بیانگر آن است که رفتار شهروندی سازمانی باید یک نوع رفتار داوطلبانه و اختیاری باشد، نه یک وظیفه از پیش تعیین‌شده و نه بخشی از وظایف رسمی فرد؛ و رفتاری است که به‌طور مستقیم پاداش داده نمی‌شود و یا از طریق ساختار رسمی سازمانی مورد تقدیر قرار نمی‌گیرد، یک نوع رفتاری است فراتر از آنچه سازمان به طور رسمی برای کارکنان تجویز کرده که برای موفقیت سازمان و عملکرد سازمان مهم است (صنوبری، ۱۳۸۷، ص ۵).

ابعاد رفتار شهروندی سازمانی

نتایج بررسی ادبیات موضوع نشان می‌دهد که ابعاد گوناگونی برای شهروندی سازمانی بیان شده است که به تعدادی از آنها در جدول ذیل اشاره می‌شود:

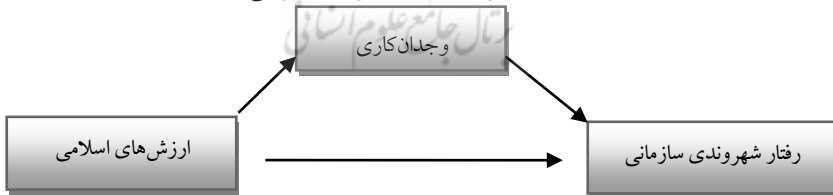
جدول (۱): ابعاد رفتار شهروندی سازمانی

منبع	ارائه‌دهنده	ابعاد رفتار شهروندی سازمانی	ردیف
Podsakoff et al., 2000	Podsakoff et al., 2000	۱. رفتار امدادی؛ ۲. جوانمردی؛ ۳. تمهد سازمانی؛ ۴. اطاعت سازمانی؛ ۵. ابتکار فردی؛ ۶. فضیلت مدنی؛ ۷. خود بهبودی	۱
Castro et al., 2004	Podsakoff, 2000	۱. رفتارهای امدادی؛ ۲. جوانمردی؛ ۳. ابتکار فردی؛ ۴. آداب اجتماعی؛ ۵. تمهد سازمانی؛ ۶. خود رضایت‌مندی؛ ۷. توسعه شخصی	۲
Castro et al., 2004	Netemeyer, 1997	۱. جوانمردی؛ ۲. آداب اجتماعی؛ ۳. وجدان کاری؛ ۴. نوع دوستی	۳
Vigoda, 2000	Livia Markoczy, 2004	۱. یاری و کمک موثر و فعال؛ ۲. اجتناب از رفتارهایی که به همکاران، سازمان و فرد لطمه وارد می‌کند	۴
Borman et al., 2001	Borman et al., 2001	۱. پشت کار همراه با شور و شوق و تلاش فوق‌العاده؛ ۲. داوطلب شدن برای انجام فعالیت‌های کاری؛ ۳. مساعدت و همکاری با دیگران؛ ۴. پیروی از مقررات و رویه‌های سازمانی؛ ۵. پیشیانی، حمایت و دفاع از اهداف سازمانی	۵
Markoczy, 2004	Fareh et al., 1997	۱. آداب اجتماعی؛ ۲. نوع دوستی؛ ۳. وجدان کاری؛ ۴. همکارگی متقابل شخصی؛ ۵. محافظت از منابع سازمانی	۶
Markoczy & Xin, 2004	Organ, 1983	۱. آداب اجتماعی؛ ۲. نوع دوستی؛ ۳. وجدان کاری؛ ۴. جوانمردی؛ ۵. نزاکت	۷

الگوی مفهومی پژوهش

با توجه به تعاریف ارائه‌شده برای هریک از متغیرهای ارزش‌های اسلامی و رفتار شهروندی سازمانی و همچنین متغیر میانجی وجدان کاری، در نمودار شماره (۱)، الگوی مفهومی این تحقیق برای نحوه تأثیری‌گذاری متغیرهای یادشده ارائه گردیده است:

نمودار (۱): الگوی مفهومی



فرضیه‌های تحقیق

- فرضیه ۱: بین ارزش‌های اسلامی و وجدان کاری رابطه معناداری وجود دارد.
- فرضیه ۲: بین وجدان کاری و رفتار شهروندی سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.
- فرضیه ۳: بین ارزش‌های اسلامی و رفتار شهروندی سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.
- فرضیه ۴: بین ارزش‌های اسلامی و رفتار شهروندی سازمانی به واسطه وجدان کاری رابطه معناداری وجود دارد.

روش پژوهش

داده‌های لازم برای تحقیق حاضر از پرسش‌نامه‌ای که اعتبار آن آزمون شده بود، جمع‌آوری گردیده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌های این پژوهش، در سطح آمار استنباطی، از روش «الگویابی معادلات ساختاری» استفاده شده است. برای آزمون الگوی پژوهش، از نرم‌افزار «AMOS ۱۶.۰» استفاده شده است. در این تحقیق، از الگوی «روابط ساختاری» برای تحلیل داده‌ها استفاده گردیده است. در تحقیق حاضر، پس از رسم الگوی تحلیلی تحقیق، بر اساس داده‌ها توسط برنامه نمودار مسیر، با اجرای برنامه AMOS الگوی اندازه‌گیری به دست آمد و فرضیه‌های تحقیق آزموده شد. جامعه آماری پژوهش شامل ۲۵۶ تن از کارکنان مدیریت درمان تأمین اجتماعی استان کرمان است که از میان آنها، نمونه‌ای به حجم ۱۵۳ تن به روش تصادفی ساده انتخاب شد. برای تعیین روایی و اعتبار پرسش‌نامه، از «روایی محتوا» و «ضریب آلفای کرونباخ» استفاده گردید که مقدار آن برای پرسش‌نامه «ارزش‌های اسلامی»، ۰/۸۴۶؛ پرسش‌نامه ۱۶ سؤالی «وجدان کاری کاستا و مک‌کرای»، ۰/۹۲؛ و برای پرسش‌نامه «رفتار شهروندی سازمانی پودساکف و همکاران» (۱۹۹۰) برابر با ۰/۸۹ به دست آمد.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

پیش از آزمون فرضیه‌های پژوهش، باید ابتدا برای زندگی کلی الگو بررسی شود. نکته قابل توجه در برازش داده با الگو، این است که در حالی که برازش الگوی ساختاری آن الگو را تأیید می‌کند، هرگز ثابت نمی‌کند که آن الگو، یگانه الگوی معتبر است.

جدول (۱) شاخص‌های برازندگی الگوی پژوهشی

شاخص‌های برازندگی	ارزش
درجه آزادی	۴۵۹
χ^2	۱۰۸۱۸۰۸
χ^2/df	۲۳۵۶
GFI	۰.۷۰۱
NFI	.۶۲۱
CFI	.۷۴۶
TLI	۰.۷۲۶
RMSEA	۰.۰۸۲

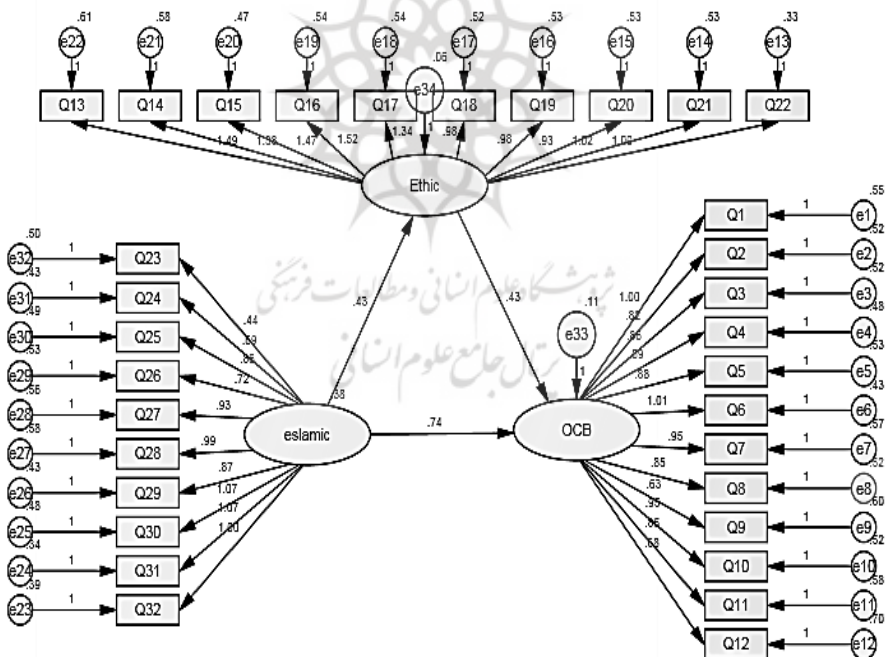
با توجه به نتایج خروجی نرم‌افزار «AMOS» ارائه شده، مقدار شاخص‌های برازش کلی الگو وضعیت

مطلوبی را نشان می‌دهد. شاخص‌های تطبیقی مقادیر بیشتر و یا نزدیک به ۰/۹۰ را نشان می‌دهند که به معنای توان الگو در فاصله گرفتن از یک الگوی استقلال و نزدیک شدن به الگوی اشباع شده بر مبنای معیارهای تعریف شده است. شاخص برازش RMSEA و فاصله اطمینان ۰/۹۰/آن، در دامنه قابل قبول قرار دارند.

نتایج معادلات ساختاری

به منظور سنجش رابطه علی که در فرضیات ذکر شده بود، از الگوسازی معادلات ساختاری استفاده می‌شود که از طریق شاخص‌های برازش الگو، اعتبار الگو مفهومی پیشنهادشده را نشان می‌دهد. در پژوهش حاضر، پس از رسم الگو بر اساس داده‌ها، اندازه‌های عوامل الگو با استفاده از نرم‌افزار «آموس» به دست آمد و فرضیه‌ها آزموده شد.

شکل (۱): ضرایب غیراستاندارد الگوی ساختاری و اندازه‌گیری



آزمون فرضیه‌ها

فرضیه ۱: بین ارزش‌های اسلامی و وجدان کاری رابطه معناداری وجود دارد.

جدول (۳): نتایج تحلیل داده‌های پژوهش

نتیجه	ضریب استاندارد	ضریب مسیر	مسیر
تأیید	۰/۷۲	۰/۴۳	ارزش‌های اسلامی ← وجدان کاری

نتیجه آزمون فرضیه ۱ با توجه به اطلاعات جدول (۲) بررسی شد. ضریب مسیر متغیر مکنون برون‌زای ارزش‌های اسلامی بر متغیر درون‌زای وجدان کاری نشان می‌دهد که آماره موردنظر در سطح اطمینان ۰/۹۵ معنادار است. در نتیجه، فرض صفر مبنی بر نبود ضریب مرتبط رد می‌شود (تأیید فرضیه ۱).

فرضیه ۲: بین وجدان کاری و رفتار شهروندی سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

جدول (۳): نتایج تحلیل داده‌های پژوهش

نتیجه	ضریب استاندارد	ضریب مسیر	مسیر
تأیید	۰/۲۳	۰/۴۳	وجدان کاری ← رفتار شهروندی سازمانی

نتیجه آزمون فرضیه ۲ با توجه به اطلاعات جدول (۳) بررسی گردید. ضریب مسیر متغیر مکنون برون‌زای وجدان کاری بر رفتار شهروندی سازمانی نشان می‌دهد که آماره موردنظر در سطح اطمینان ۰/۹۵ معنادار است. در نتیجه، فرض صفر مبنی بر نبود ضریب مرتبط رد می‌شود (تأیید فرضیه ۲).

فرضیه ۳: بین ارزش‌های اسلامی و رفتار شهروندی سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

جدول (۴): نتایج تحلیل داده‌های پژوهش

نتیجه	ضریب استاندارد	ضریب مسیر	مسیر
تأیید	۰/۶۳	۰/۷۴	ارزش‌های اسلامی ← رفتار شهروندی سازمانی

نتیجه آزمون فرضیه ۳ با توجه به اطلاعات جدول (۴) بررسی شد. ضریب مسیر متغیر مکنون درون‌زای ارزش‌های اسلامی بر رفتار شهروندی سازمانی نشان می‌دهد که آماره موردنظر معنادار است. در نتیجه، فرض صفر مبنی بر نبود ضریب مرتبط رد می‌شود (تأیید فرضیه ۳).

فرضیه ۴: بین ارزش‌های اسلامی و رفتار شهروندی سازمانی به واسطه وجدان کاری، رابطه معناداری وجود دارد.

جدول (۶)، نتایج آزمون فرضیه چهارم

نتیجه	ضریب مسیر	فرضیه
پذیرش	$0.74 \times 0.43 = 0.32$	بین ارزش‌های اسلامی و رفتار شهروندی سازمانی به واسطه وجدان کاری رابطه معناداری وجود دارد.

نتیجه آزمون فرضیه ۴ با توجه به اطلاعات جدول (۶) بررسی گردید. بررسی نقش واسطه‌ای وجدان کاری بین ارزش‌های اسلامی و رفتار شهروندی سازمانی به این صورت که اگر تأثیر مستقیم ارزش‌های اسلامی بر وجدان کاری تأیید گردد و همچنین تأثیر مستقیم وجدان کاری بر رفتار شهروندی سازمانی نیز تأیید شود تأثیر واسطه‌ای وجدان کاری بین ارزش‌های اسلامی و رفتار شهروندی سازمانی هم تأیید می‌شود. ضریب مسیر متغیر مکنون برونزای ارزش‌های اسلامی بر متغیر درونزای وجدان کاری ۰/۴۳ است و با ضریب استاندارد برابر با ۰/۷۲ در سطح خطای ۰/۰۵ با اطمینان ۰/۹۵، آماره موردنظر معنادار است و ضریب مسیر متغیر مکنون درونزای وجدان کاری بر متغیر درونزای رفتار شهروندی سازمانی ۰/۴۳ با ضریب استاندارد برابر با ۰/۲۳ در سطح خطای ۰/۰۵ با اطمینان ۰/۹۵ آماره موردنظر معنادار است. در نتیجه، تأثیر نقش واسطه‌ای وجدان کاری بین ارزش‌های اسلامی و رفتار شهروندی سازمانی برابر با $0.74 \times 0.43 = 0.32$ است و ادعای محقق تأیید می‌شود.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

نتایج فرضیه اول نشان داد که میزان ضریب مسیر میان ارزش‌های اسلامی و وجدان کاری برابر با ۰/۴۳ و ضریب استاندارد ذی‌ربط ۰/۷۲ است که مطابق تست t با مقدار بحرانی ۰/۰۵ در سطح اطمینان ۹۵ درصد، فرضیه صفر را می‌توان رد کرد. در نتیجه، ادعای اول محقق تأیید می‌شود، و با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت: بین ارزش‌های اسلامی و وجدان کاری رابطه معناداری وجود دارد.

نتایج فرضیه دوم نشان داد که میزان ضریب مسیر میان وجدان کاری بر رفتار شهروندی سازمانی برابر با ۰/۴۳ و مقدار ضریب استاندارد ۰/۲۳ است که مطابق تست t با مقدار بحرانی ۰/۰۵ در سطح اطمینان ۹۵ درصد فرضیه صفر را می‌توان رد کرد. در نتیجه ادعای دوم محقق تأیید می‌شود و با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت: بین وجدان کاری با رفتار شهروندی سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

نتایج فرضیه سوم نشان داد که میزان ضریب مسیر بین ارزش‌های اسلامی و رفتار شهروندی سازمانی برابر با ۰/۷۴ و مقدار ضریب استاندارد ۰/۶۳ است که مطابق تست t با مقدار بحرانی ۰/۰۵ در سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌توان فرضیه صفر را رد کرد. در نتیجه، ادعای سوم محقق تأیید می‌گردد و با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت: بین ارزش‌های اسلامی و رفتار شهروندی سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.

نتایج فرضیه چهارم نشان داد که میزان ضریب مسیر میان ارزش‌های اسلامی و وجدان کاری برابر با ۰/۴۳ و مقدار ضریب استاندارد ذی‌ربط ۰/۷۲ است و میزان ضریب مسیر میان وجدان کاری و رفتار شهروندی سازمانی برابر با ۰/۴۳ و مقدار ضریب استاندارد مرتبط ۰/۲۳ است که مطابق تست t با مقدار بحرانی ۰/۰۵ در سطح اطمینان ۹۵ درصد فرضیه صفر را می‌توان رد کرد. در نتیجه، تأثیر نقش واسطه-ای وجدان کاری بین ارزش‌های اسلامی و رفتار شهروندی سازمانی برابر با $0,74 \times 0,43 = 0,32$ است و ادعای چهارم محقق تأیید می‌گردد.



منابع

- آسترکی، مرضیه، ۱۳۸۸، «چگونگی شکل‌گیری وجدان کاری و تداوم آن»، اقتصاد، کار و جامعه، ش ۱۱۵، ص ۴۴-۴۹.
- خنیفرو، حسین و همکاران، ۱۳۹۱، «ارایه مدل مفهومی ارزش‌های کاری در چارچوب نظام ارزشی اسلام»، مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره دهم، ش ۱، ص ۶۱-۹۶.
- محمودی، مسعود، ۱۳۹۱، بررسی رابطه هوش معنوی، خود شکوفایی و وجدان کاری معلمان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه سیستان و بلوچستان.
- رایبزو، استیفن پی، ۱۳۸۰، رفتار سازمانی (مفاهیم، نظریه‌ها و کاربردها)، ترجمه علی پارسائیان و سیدمحمد اعرابی، ج سوم، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- اسکندری، مرتضی، ۱۳۹۲، نقش رسانه ملی در ترویج امانت‌داری و پرهیز از خیانت‌ورزی، تهران، مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما.
- اسکات، ریچارت، ۱۳۸۹، سازمان‌ها سیستم‌های عقلانی، طبیعی و باز، ترجمه حسن میرزائی اهرنجانی، تهران، سمت.
- الوانی، سیدمهدی، ۱۳۸۵، مدیریت عمومی، تهران، نشر نی.
- قلی‌پور، آرین، ۱۳۹۰، مدیریت رفتار سازمانی، تهران، سمت.
- زارعی متین و همکاران، ۱۳۸۹، «ارائه مدل جامع عوامل مؤثر بر توسعه رفتار شهروندی سازمانی مطالعه موردی، کارکنان شرکت ملی نفت ایران»، مدیریت دولتی، ش ۲ (۵)، ص ۳۹-۵۶.
- مصباح، محمدتقی، ۱۳۷۶، پیش‌نیاز مدیریت اسلامی، قم، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی علیه‌السلام.
- پوریانی، محمدحسین، ۱۳۸۷، «تحلیل جامعه‌شناختی نظام ارزشی دین اسلام»، علوم اسلامی، سال سوم، ش ۱۲، ص ۵۵-۷۴.
- حسینی سه‌ده، مجتبی، ۱۳۸۳، «طبقه‌بندی نیازهای انسانی در نگاه روان‌شناسی و اسلام»، حدیث زندگی، ش ۱۷، ص ۱۸.
- جمشیدی، محمدحسین، ۱۳۸۰، نظریه عدالت از دیدگاه فارابی، امام خمینی علیه‌السلام و شهید صدر، تهران، پژوهشکده امام خمینی و انقلاب اسلامی.
- حق‌پناه، رضا، ۱۳۷۷، «جایگاه قانون و قانون‌گرایی در قرآن»، پژوهش‌های اجتماعی اسلامی (اندیشه حوزه)، ش ۱۴، ص ۲۵۳-۲۷۸.

- نوری، محمدموسی، ۱۳۸۳، «قانون‌مداری در سیره نبوی»، *ادیان و عرفان*، ش ۲۳، ص ۳۶-۸۶.
- دادگران، ۱۳۸۴، «وجدان و انضباط کار در ایران» *کار و جامعه*، ش ۶۶، ص ۴۸-۶۱.
- نادری، قمی، ۱۳۷۵، «درآمدی بر ارتقای وجدان کاری»، *مدیریت دولتی*، ش ۳۵.
- لیاقت‌دار، محمدجواد و همکاران، ۱۳۹۰، «بررسی میزان تأثیر و نقش عوامل مؤثر بر وجدان کاری»، *جامعه‌شناسی کاربردی*، ش ۴۱، صص ۲۷-۴۰.
- محمد صنوبری، ۱۳۸۷، «رفتار شهروندی سازمانی»، *توسعه انسانی پلیس*، سال ۵، ش ۱۶، تهران.
- بیروآلن، ۱۳۶۶، *فرهنگ علوم اجتماعی*، ترجمه باقر ساروخانی، تهران، کیهان.
- چلبی، مسعود، ۱۳۷۵، *جامعه‌شناسی نظم*، تهران، نشر نی.
- Song Shi Rui, Gale Andrew (2008), "Investigating project managers work values by repertory grids interviews", *Journal of Management Development*, Vol 27, No 6, pp: 541-553
- Michalski, J.R. (2005), "Retention in the Nursing Profession: A Study of the Effects of Corporate Ethical Values on Organizational Commitment", Dissertation for the degree of doctor of business administration. Nova Southeastern University. Available at: <http://proquest.umi.com/login>.
- Janz B.D., & Prasarnphanich .P. (2003). Understanding the antecedents of effective knowledge management: The importance of a knowledge-centered culture, *Decision Sciences*. 34 (2): ۳۵۱-۳۸۴.
- Appelbaum, Steven & Bartolomucci, Nicolas & Beaumier, Erika & Boulanger, Jonathan & Corrigan, Rodney & Dore, Isabelle & Girard, Chrystine & Serroni, carlo, (2004), *organizational citizenship behavior: a case study of culture, leadership and trust, management decision* Vol. 42, No. 1.
- Podsakoff, P.M., MacKenzie, S.B (1994) . Organizational Citizenship Behaviors and Sales Unit Effectiveness. *Journal of Marketing Research*, 31 (3), 351-363.