

بررسی تأثیر ابعاد عدالت سازمانی بر رفتارهای مبتنی بر عقلانیت الهی (مورد پژوهش: شرکت توزیع برق شیراز)

سعید خواجه فرد^۱ سنجر سلاجقه^۲ یاسر سالاری^۳ مهدی محمد باقری^۴

چکیده

نقش عقلانیت و احساس در شکل دهی به رفتار افراد ثابت شده است، اما نقش عدالت سازمانی در رفتار کارکنان سازمان نیز از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. هدف از این تحقیق بررسی تأثیر ابعاد عدالت سازمانی بر رفتارهای مبتنی بر عقلانیت الهی و احساس است. روش تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت و روش، توصیفی و همبستگی است. جامعه آماری پژوهش شامل ۱۴۷۷ نفر از کارکنان شرکت توزیع برق شیراز بوده که نمونه ۳۱۳ نفری به روش تصادفی طبقه‌ای انتخاب گردید. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزارهای SPSS-23 و PLS-3 و با روش مدل‌سازی معادلات ساختاری انجام شد. نتایج یافته‌ها نشان داد علیرغم تایید رابطه ابعاد عدالت سازمانی بر اغلب رفتارهای مبتنی بر عقلانیت الهی و احساس، تأثیر عدالت توزیعی بر رفتار متعالی و تأثیر عدالت اطلاعاتی بر رفتارهای ناپسند و پست تایید نشد. همچنین با بررسی ضرائب مسیر، مشخص شد عدالت رویه‌ای در شکل‌گیری رفتارهای پست و ناپسند بیشترین نقش منفی و عدالت مراوده‌ای در بروز رفتارهای پسندیده و متعالی بیشترین تأثیر مثبت را دارند. در نهایت با بررسی ضرائب تعیین، پیشنهاداتی با هدف اصلاح سیاستهای رویه‌ای و توزیعی و همچنین تقویت عدالت مراوده‌ای جهت افزایش رفتار متعالی در سازمان ارائه گردید.

کلید واژه‌ها: رفتار سازمانی، عدالت سازمانی، عقلانیت الهی، احساس، رفتار متعالی

^۱ دانشجوی دکتری مدیریت دولتی گرایش رفتار سازمانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهید سلیمانی کرمان، کرمان، ایران. نویسنده مسئول Khajefard1@gmail.com

^۲ دانشیار گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهید سلیمانی کرمان، کرمان، ایران.

^۳ استاد یار گروه فلسفه و کلام اسلامی دانشگاه آزاد واحد شهید سلیمانی کرمان، کرمان، ایران.

^۴ استاد یار گروه مدیریت دانشگاه آزاد واحد شهید سلیمانی کرمان، کرمان، ایران.
مقاله حاضر برگرفته از رساله دکتری رشته مدیریت رفتار سازمانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان است

مقدمه

منشاء بروز رفتار، در یک سازمان متفاوت است. عوامل متعددی بر رفتار سازمانی تاثیرگذارند که در این میان، دو عامل عقلانیت و احساس در شکل‌دهی رفتار کارکنان تعیین‌کننده هستند (دانکن کر^۱، ۲۰۲۱: ۴۵۴). در مطالعات علمی اخیر، وجود رابطه عقل و احساس ثابت شده است (گارسس و فینکل^۲، ۲۰۱۹: ۱۱). البته عقلانیت در این تحقیق، از نوع عقلانیت صرفاً ابزاری نیست، چراکه عقلانیت با رویکرد ابزای که عموماً مورد نظر غرب می‌باشد، نمی‌تواند معنای جامعی از عقلانیت را ارائه دهد. بنابراین لازم است علاوه بر استفاده از نظریه‌های محققین غربی، با حساسیت و ژرفاندیشی، از مفاهیم عمیق و فلسفی دین اسلام، در مفاهیم رفتار سازمانی بهره‌جست (غلامی، ۱۳۹۰: ۳۵). به همین منظور عقلانیت در این پژوهش با رویکرد «الهی» مورد بررسی قرار گرفته است.

امروزه روند نظریه‌ی سازمان، گواه این مطلب است که علاوه بر عقلانیت، احساسات نیز در فهم رفتار سازمانی و کارکرد سازمان‌ها نقش اساسی داشته است. در تحقیقات اخیر به صراحت گفته شده، احساسات اساس هر رفتاری است (توتارو^۳، ۲۰۲۱: ۵۷۹). بنابراین احساسات نقش زیادی در رفتار کارکنان و به تبع آن موفقیت آنان در سازمان‌ها دارد (مرادی و همکاران، ۱۳۸۴: ۶۰).

بسیاری از رفتارهای متنوع در تحقیقات گذشته شناسایی و طبقه‌بندی شده‌اند؛ بطور مثال در تحقیقی از دعای مکارم الاخلاق، رفتارها را به ۵ دسته‌بندی شده، پسندیده (تر(متعالی)، ناپسند و ناپسندتر(پست) و عادلانه طبقه‌بندی شده است (مردمی، ۱۳۸۴: ۴۰)، همچنین در بحث عقلانیت مبتنی بر روایات معصومین علیهم السلام، در بُعد نگرش و اندیشه با محوریت تمیز، رفتارمبتنی بر عقلانیت را به چهار دسته: (۱) خوب، (۲) خوبتر(متعالی)، (۳) بد و (۴) بدتر(پست) تقسیم‌بندی نموده است (رحیمی و حسینی، ۱۳۹۸). در ادامه این تحقیقات، اخیراً با بهره‌گیری از دو عامل عقلانیت الهی و احساس، چهار بُعد رفتاری: «متعالی، پسندیده، ناپسند و پست» سازماندهی و معرفی شده است (خواجه فرد و همکاران، ۱۴۰۱). اما با وجود اهمیت «عقل و احساس» در بروز رفتار افراد، با توجه به جایگاه اجتماعی سازمانها، عوامل دیگری نیز می‌توانند در شکل‌دهی به رفتار کارکنان نقش‌آفرینی کنند. یکی از مهمترین عوامل تأثیرگذار، عدالت سازمانی است (زیدی، ۱۳۹۴). اهمیت عدالت در بروز رفتار از کسی پوشیده نیست. در تأیید این سخن می‌توان گفت: «سطح عملکرد اثربخش کارکنان یک سازمان، تحت تأثیر عوامل بسیاری است که مهمترین آن‌ها عدالت سازمانی است (چودهاری و همکار، ۲۰۱۱: ۲۱۲). عدالت از نشانه‌های عقلانیت و سلامت فکری و اخلاقی یک جامعه و یکی از عوامل مهم رشد و توسعه معقول و همه‌جانبه و زمینه‌ساز همه فضیلت‌ها و کمالات و حافظ حقوق و کرامت انسانی است (مرامی، ۱۳۷۸: ۱۵). نقش عدالت در سازمان‌ها هر روز بیش از پیش آشکار می‌گردد. در عصر حاضر نیز، سازمان‌ها در واقع تصویر تمام‌نمای جامعه بوده و از این رو، تحقق عدالت در آنها به منزله‌ی تحقق عدالت در سطح جامعه می‌باشد (پارکر^۴، ۲۰۰۵: ۳۸۶). عدالت سازمانی را انصاف ادراک شده از تعاملات صورت گرفته در سازمان، که می‌تواند شامل تعاملات اقتصادی، ارتباطی و ... باشند را تعریف کرده‌اند (بیوگری^۵، ۱۹۹۸). هنگامی که کارکنان احساس کنند که به طور غیر منصفانه با آنان رفتار شده است، بصورت تمایلات احساسی (با کاهش تعهد) و یا بصورت واکنش‌های رفتاری پاسخ می‌دهند (پارک و سوستیو^۶، ۲۰۱۱). عدالت سازمانی به ابعاد مختلف تقسیم می‌شود. یکی از

1 . Duncan Kerr

2 . Garcés & Finkel

3 . Totaro

4 . Parker

5 . Biogary

6 . Pareke & Susetyo

دسته بندی های اخیر شامل عدالت توزیعی، عدالت رویه ای، عدالت مرادده‌ای (تعاملی) و عدالت اطلاعاتی است (کلوتیر^۱، ۲۰۰۸: ۷۱۵).

شرکت توزیع برق شیراز، یکی از مجموعه‌هایی است که در برونسپاری فعالیت‌های خود، در بین شرکت‌های هم‌تراز پیشرو بوده است. برونسپاری بسیار زیاد فعالیت‌ها و تنوع استخدامی ایجاد شده در سالهای اخیر، در کنار ایجاد فرصت‌های اقتصادی برای سازمان، زمینه ساز ادراک بی‌عدالتی و چالش‌های اجتماعی بین کارکنان گردیده است. آمارهای موجود در کمیته انضباط کار شرکت مبنی بر افزایش رفتارهای انحرافی و کاهش رفتارهای ایثارگرایانه در سالهای اخیر که برونسپاری فعالیت‌ها شدت یافته است، می‌تواند شاهدهی بر صحت این ادعا باشد (مولودیان، ۱۴۰۰). در نتیجه انجام پژوهش با هدف بررسی ارتباط ابعاد عدالت سازمانی شرکت با بروز رفتارهای مختلف مبتنی بر عقل و احساس در کارکنان، می‌تواند منشاء مشکلات رفتاری را شناسایی و مدیران را جهت پیش‌بینی رفتارهای کارکنان و اجرای برنامه‌های تحولی یاری بخشد.

بنابراین سوال اصلی پژوهش حاضر این است که: تأثیر ابعاد عدالت سازمانی بر رفتارهای مبتنی بر عقلانیت الهی و احساس چگونه است؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

عدالت سازمانی

عدالت و استقرار آن نیز به عنوان یک نیاز برای جوامع انسانی مطرح بوده است (نقی‌پورفر، ۱۳۷۷: ۱۳۵). از عدالت به عنوان یکی از پیش‌شرط‌های اساسی برای ارضای نیازها نام برده شده است. عدالت در اسلام نیز اهمیت ویژه‌ای دارد؛ به نحوی که می‌توان یکی از ویژگی‌ها و امتیازات مهم دین اسلام را اهمیت دادن به اصل عدالت در همه جنبه‌ها و شئون حیات بشری دانست. از این رو، مبنا و زیربنای تمامی اصول و اندیشه‌های سیاسی اسلام عدالت است (کازمی، ۱۳۸۲: ۵۲). امام صادق (علیه السلام) می‌فرماید: «رسالت حاکمیت در سه رکن موضوعیت دارد: امنیت، عدالت و رفاه» (ایزدی، ۱۴۰۰: ۲۸۲).

نقش عدالت در سازمان‌ها هر روز بیش از پیش آشکار می‌گردد. در عصر حاضر نیز، سازمان‌ها در واقع تصویر تمام نمای جامعه بوده و از این رو، تحقق عدالت در آنها به منزله‌ی تحقق عدالت در سطح جامعه می‌باشد (پارکر^۲، ۲۰۰۵: ۳۸۶). از سال ۱۹۹۰ فصل جدیدی از مطالعات تجربی پیرامون عدالت سازمانی آغاز شد که ماحصل آن شناخت سه نوع عدالت یعنی عدالت توزیعی، عدالت رویه‌ای و عدالت مرادده‌ای در سازمان‌ها بود. در مطالعات اخیر عدالت سازمانی به چهار دسته: عدالت توزیعی، عدالت رویه‌ای، عدالت مرادده‌ای و عدالت اطلاعاتی تقسیم بندی شده است (کلوتیر^۳، ۲۰۰۸: ۷۱۵). عدالت توزیعی^۴ بیانگر ادراک افراد از میزان رعایت عدالت در توزیع و تخصیص منابع و پاداش‌هاست (رضائیان، ۱۳۹۵: ۵۲). بر اساس پژوهش‌های آدامز، عدالت توزیعی، انصاف ادراک شده از نتایجی است که شخص از مبادله اجتماعی یا تعامل دریافت می‌دارد (نواکوفسکی و کنلن^۵، ۲۰۰۵: ۵). عدالت رویه‌ای^۶ با ادراک افراد از عادلانه بودن روش‌های جاری در تصمیم‌گیری برای جبران خدمتشان و نه با توزیع واقعی درآمدها سروکار دارد (کوهن و اسپکتور^۷، ۲۰۰۱: ۲۸۳). در عدالت مرادده‌ای (تعاملی)^۱ نیز افراد عدالت را از

1. Cloutier

2. Parker

3. Cloutier

4. Distributinal justice

5. Nowakowski and Conlon

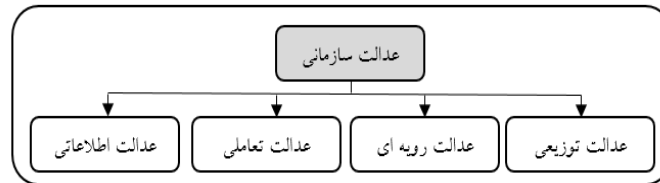
6. Procedural justic

7. Cohen and Spector

فصلنامه بازاریابی خدمات عمومی

دوره ۱، شماره ۱، بهار ۱۴۰۱، مقاله پژوهشی، صفحات ۲۵-۱

برخوردی استنباط می‌کنند که در روابط متقابل شخصی با آنان می‌شود (ذاکر اصفهانی، ۱۳۸۷) عدالت اطلاعاتی^۱ نیز بر کمیت و کیفیت اطلاعاتی که در فرایند تصمیم‌گیری به افراد داده می‌شود اشاره دارد و مبتنی بر دقت، صحت و منطقی بودن آن اطلاعات است (کلوتیر، ۲۰۰۸: ۲۱۵). این دسته بندی در شکل ۲ ارائه شده است.



شکل ۱: ابعاد عدالت در سازمان بر اساس ادبیات سازمانی موجود (منبع: کلوتیر، ۲۰۰۸)

رفتار

رفتار هر فرد، در جهت کسب هدفی است که بر اساس باور فرد، صواب یا ناصواب برایش سودآور است (رضاییان، ۱۳۷۹: ۹). بطور کلی رفتار را هر عمل، عکس العمل، نمود و موضع‌گیری که انسان در زندگی مادی و معنوی انجام می‌دهد دانسته اند. در این مفهوم، رفتار شامل همه انواع گفتار، کردار، نمودها و عکس‌العمل‌های عقلانی و عاطفی و همه فعالیت‌های انعکاسی، اختیاری و ... می‌شود (رئیزی و شفیعی، ۱۳۹۴: ۲).

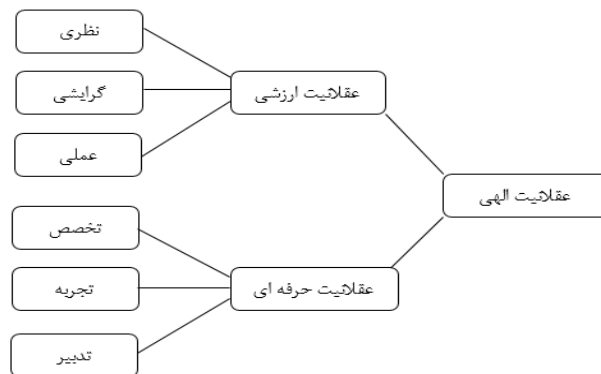
عقل و عقلانیت الهی

معنی عقل را «گره زدن و محکم گرفتن» توصیف کرده و در اصطلاح، بر فهم و ادراک اطلاق می‌نماید (راغب‌اصفهانی، ۱۳۹۸). عقل شریفترین نیرو در وجود انسان است (طباطبایی، ۱۳۷۴: ۵۷). «عقلانیت» فرایندی است که به وسیله‌ی آن شیوه‌های محاسبه‌ی دقیق و سازماندهی، شامل قواعد و روش‌های انتزاعی، برزندگی اجتماعی حاکم می‌شود. (خیری، ۱۳۷۷: ۵۴). از نظر خلیل نحوی «عقل نقیض جهل است». به عبارت دیگر «جهل» در مقابل «عقل» است، نه «علم». عاقل دارای قدرت فهم و تجزیه و تحلیل است، بر خلاف جاهل که این قدرت را ندارد (مطهری، ۱۳۸۷: ۸۲۲).

عقلانیت در اسلام بسیار مورد توجه و احترام است. عقلانیت در اسلام در سه جایگاه تعریف می‌شود: (۱) عقلانیت در جایگاه شأن انسان و کائنات و تنظیم رابطه‌ی انسان، جهان و خدای متعال (۲) عقلانیت، ارزش‌ها و معماری اخلاقیات (۳) عقلانیت ابزاری که در آن جایگاه وظیفه عقل، مهندسی و اندازه‌گیری جهت محاسبات و پیش‌بینی معیشت و نیل به رفاه و اقتصادی شکوفاست (رحیم پور ازغدی، ۱۳۸۸: ۵). با توجه به طبقه بندی فوق، اسلام، عقلانیت مبتنی بر آموزه‌های لیبرالیسم را به علت توجه صرف به سطح سوم عقلانیت، ناقص می‌داند (نیسی و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۹۲).

در اسلام «عقلانیت الهی» منشاء کلیه شایستگی‌ها در دنیا و آخرت است (کلینی، ۱۳۳۱: ۱۱). عقلانیت الهی خود به دو دسته: «عقلانیت ارزشی و حرفه‌ای» تقسیم تقسیم می‌شود. «عقلانیت ارزشی»، همان تعهدات دینی، است که شامل سه دسته: «عقلانیت معرفتی»، «عقلانیت گرایشی»، و «عقلانیت عملی» می‌باشد. «عقلانیت حرفه‌ای و کاربردی» نیز، شامل سه بخش است: تخصص، تجربه و قدرت تدبیر. (نقی پور فر و موسوی مقدم، ۲۰۳: ۱۳۹۴). دسته بندی عقلانیت الهی در شکل ۱ آمده است.

1. Interactional justice
2. Information justice



شکل ۲: دسته بندی عقلانیت الهی (نقی پور فر و موسوی مقدم، ۲۰۳:۱۳۹۴)

احساسات

«احساس» یک حالت روانشناختی و فیزیولوژیک حاصل از تعامل با یک شیء، یک شخص یا یک واقعه است (اشکنسی و همکاران^۱، ۲۰۰۲). احساسات واکنش‌هایی نسبت به محرک‌های خارجی‌اند. محرک‌های خارجی در محیط کار ممکن است وظایف کاری، مشتریان، نرم افزارهای مورد استفاده، مقررات سازمانی و مدیران با کارکنان و به طور کلی یک شیء، شخص یا واقعه باشند. احساسات حاصل از این محرک‌ها، آمادگی و میل به انجام دادن کار روی محرک‌های محیطی را ایجاد می‌کنند (کلینر و کرینگ^۲، ۱۹۹۸). در حالیکه نیروی محرکه‌ی عقل، «اراده» است، نیروی محرکه احساس، «میل» می‌باشد (جوادی آملی، ۱۳۸۷: ۲۹).

«هیوم»^۳ در مقام یک «احساس گرا» معتقد بود که «احساسات و امیال» حاکم بر رفتار انسان هستند نه «عقل». همچنین می‌گفت: عقل و منطق افراد، فقط ابزاری هستند برای رسیدن به «امیال» (چونگ^۴، ۲۰۱۴: ۳). به عبارت دیگر احساسات اساس هر رفتاری است (توتارو^۵، ۲۰۲۱، ص ۵۷۹). رفتارهای درون سازمان‌ها از احساسات خالی نبوده و نمی‌توان از نقش احساسات در موفقیت یا عدم موفقیت غافل شد (قلی‌پور، ۱۳۸۸، ص ۲۳۳). در حالی که احساسات تأثیر قابل توجهی بر زندگی روزمره ما دارند، اما عمیقاً پیچیده هستند و درک آنها بسیار دشوار است (دانکن کر^۶، ۲۰۲۱: ۴۵۳). بر خلاف گذشته که رفتارهای مبتنی بر احساس را غیرمسئولانه تلقی می‌کردند، دوران جدید احساسات را مکمل عقلانیت می‌دانند (زولو^۷، ۲۰۲۰). احساسات ذاتی یا اکتسابی به همراه انسان رشد یافته و به محیط سازمان‌ها منتقل شده، رضایت کارکنان و بهره‌وری سازمان را تحت تأثیر قرار می‌دهد (قلی‌پور، ۱۳۸۸: ۲۳۳).

ویژگی‌های احساسات از نظر دانشمندان علوم رفتاری متفاوت است. از نظر تعداد احساسات، برخی شش احساس جهانی: شادی، تعجب، ترس، غم، خشم و نفرت را بر می‌شمارند که تجربه آنها برای عموم انسانها یکسان است (ویز و کروپانزانو^۸،

¹ .Ashkanasy et al

² .Kliner & Kring

³ .Hume

⁴ .Chung

⁵ .Totaro

⁶ .Duncan Kerr

⁷ .Zollo

⁸ .Weiss & Cropanzano

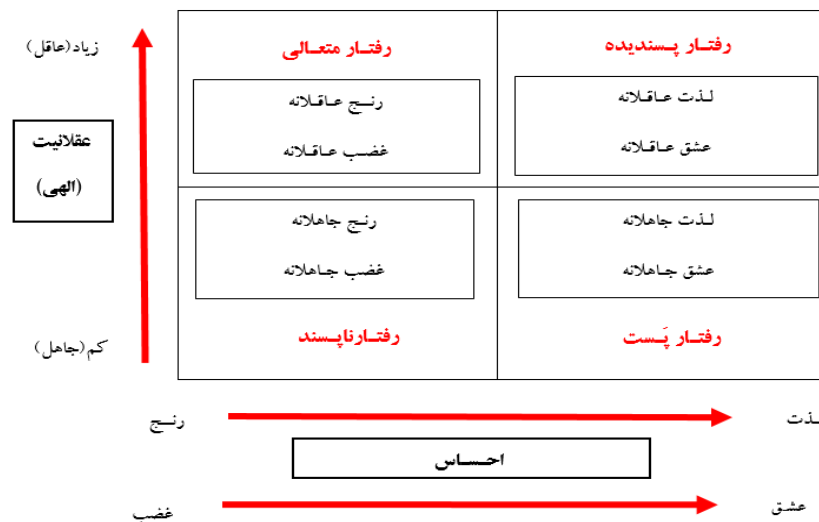
فصلنامه بازاریابی خدمات عمومی

دوره ۱، شماره ۱، بهار ۱۴۰۱، مقاله پژوهشی، صفحات ۲۵-۱

۱۹۹۶). دکارت^۱ معتقد است که هیجانات اساسی همچون عشق، تعجب، تنفر، شادی، غم و آرزو اساس همه احساسات است (دکارت، ۱۶۴۹). تلاش‌ها برای ایجاد توافق بر سر جمع بندی احساسات به چند احساس اصلی تا کنون به نتیجه نرسیده است (اکمن^۲، ۱۹۹۲).

رفتارهای مبتنی بر عقلانیت الهی و احساس

تا کنون پژوهش‌هایی در خصوص رفتارهای مبتنی بر عقل و احساس صورت گرفته که هر کدام از جنبه‌ای به بررسی ارتباطات بین عقل و احساس پرداخته‌اند. در یکی از آخرین پژوهش‌های صورت گرفته در این زمینه، با استفاده از دو متغیر عقلانیت الهی و چهار احساس اصلی لذت، رنج، عشق و غضب، ماتریسی منطقی ترسیم شده که در آن ۸ مولفه رنج عاقلانه، غضب عاقلانه، لذت عاقلانه، عشق عاقلانه، رنج جاهلانه، غضب جاهلانه، لذت جاهلانه و عشق جاهلانه را معرفی گردیده است. در این تحقیق با استفاده از نظر خبرگان هر دو مولفه به یک رفتار اختصاص داده شده و نهایتاً رفتارهای متعالی، پسندیده، ناپسند و پست در چهار بُعد رفتاری مبتنی بر عقلانیت الهی و احساس معرفی می‌شوند. شکل ۳ ماتریس مذکور را تشریح می‌کند.



شکل ۳: ماتریس رفتارهای مبتنی بر عقلانیت الهی و احساس (منبع: خواجه فرد و همکاران، ۱۴۰۱)

در این تحقیق شاخص‌های هر بُعد رفتاری از تحقیقات گذشته استحصالی و در قالب جدول ۱ سازماندهی می‌شود. در تشریح این جدول احساسات لذت و عشق و محبت، که با طبع انسان هماهنگ هستند «ایجابی» و احساسات رنج و تنفر و غضب، که طبع و میل انسان از آن احساسات رویگردانند، احساسات «سلبی» تقسیم بندی شده است. اگر انسان بر اساس احساسات ایجابی لذت و عشق که طبع انسان متمایل به آن است و عقلانیت الهی نیز آن را تایید می‌کند عمل نماید، رفتارهای پسندیده‌ای مانند: خود آگاهی و خود کنترلی، همکاری مطلوب با دیگران و ... شکل خواهد گرفت. اما اگر انسان با قدرت اراده منتج شده از عقلانیت الهی، خود را به انجام رفتارهایی با ماهیت احساسات سلبی مانند رنج و تنفر و غضب که میل انسان از آن

فصلنامه بازاریابی خدمات عمومی

دوره ۱، شماره ۱، بهار ۱۴۰۱، مقاله پژوهشی، صفحات ۲۵-۱

رویگردان بوده، ولی عقلانیت الهی آن رفتار را تأیید می کند وادار نماید، رفتار متعالی مانند: از خود گذشتگی، فساد ستیزی و ... شکل می گیرد. به همین ترتیب، رفتارهای ناپسند با میل و اراده کم مانند: بی هدفی، فرصت سوزی و ... و همچنین رفتارهای پست با میل به لذت طلبی زیاد و اراده مبتنی بر عقلانیت الهی کم مانند: خود برتر بینی، تجاوز به حقوق دیگران، خیانت و ... معرفی می گردند (خواجه فرد و همکاران، ۱۴۰۱:۱۴)

جدول ۱: طبقه بندی ابعاد، مولفه ها و شاخص های رفتارهای مبتنی بر عقلانیت الهی و احساس (منبع: خواجه فرد و همکاران، ۱۴۰۱:۱۶)

متغیر	مولفه	شاخص
رفتار متعالی	رنج عاقلانه الهی	از خود گذشتگی و ترجیح منافع دیگران بر خود
		خودسازی و تواضع شخصی
		خلق فرصت از تهدید و نو آوری
	غضب عاقلانه الهی	رفتار به شدت بهره ور
		پذیرش سختی در راه اهداف متعالی
		عملکرد بالا و انتظارت کم
رفتار پسندیده	لذت عاقلانه الهی	مقابله با ظلم و فساد و خطرپذیری
		برخورد با متعدیان به بیت المال و حق الناس
		خود آگاه و خود کنترل
	عشق عاقلانه الهی	هنجاری و قانونمند
		عملکرد بالا با انتظارت متناسب
		استفاده مطلوب و قانونی از فرصت های موجود
رفتار ناپسند	رنج جاهلانه	همکاری مطلوب با دیگران
		رضایت و علاقه به وضع موجود
		بی هدفی و بی هنجاری
	غضب جاهلانه	عدم قانونمندی
		فرصت سوزی
		عملکرد پایین و انتظارت کم
رفتار پست	لذت جاهلانه	عدم تخصص و ناتوانی
		مشارکت ناپذیری و انزوا
		پرخاشگری و تندی
	عشق جاهلانه	خود برتر بینی، خود شیفتگی و تکبر
		ترجیح منافع خود بر دیگران
		عملکرد پایین و انتظارت زیاد
		بهره وری کم
		سوء استفاده گری از فرصت ها
		تظاهر و چاپلوسی
		رابطه گرایی، لابی و نفوذ
		پیمان شکنی و خیانت

بر اساس این سازماندهی رفتاری مبتنی بر عقلانیت الهی و احساس، در این پژوهش تأثیر ابعاد عدالت سازمانی شامل: عدالت توزیعی، عدالت رویه ای، عدالت مراوده ای و عدالت اطلاعاتی بر بروز رفتارهای متعالی، پسندیده، ناپسند و پست مورد سنجش و بحث قرار می گیرد.

پیشینه تحقیق:

خلاصه برخی پژوهش‌های مرتبط با تحقیق حاضر در جدول ۲ آمده است.

جدول ۲: خلاصه پژوهش‌های پیشین

نویسندگان/ روش	اهداف و سوالات اصلی	مهمترین یافته‌ها
زیدی (۱۳۹۴) توصیفی-پیمایشی	تأثیر عدالت سازمانی و فرهنگ سازمانی بر رفتار شهروند سازمانی چگونه است؟	رابطه بین عدالت سازمانی و فرهنگ سازمانی و همچنین بین عدالت سازمانی و رفتار شهروند سازمانی تأیید گردید.
رمضانی و اسفندیاری (۱۴۰۰) توصیفی-پیمایشی	تأثیر عدالت سازمانی بر رفتار شایعه پراکنی در بین کارکنان: نقش تعدیل‌گری جو سازمان از منظر نظریه مبادله اجتماعی	عدالت توزیعی، رویه‌ای و تعاملی بر رفتار شایعه پراکنی تأثیر منفی و معنا دار دارند. همچنین جو سازمان تأثیر عدالت رویه‌ای و تعاملی را تعدیل می‌کند.
مردمی (۱۳۸۴) تحلیل محتوا	در دعای مکارم الاخلاق در مقابل رفتار های ناپسند، چه رفتارهایی از خداوند درخواست شده است؟	ضمن طبقه‌بندی رفتارها به «ناپسند، مقابله به مثل عادلانه، رفتار پسندیده و رفتار پسندیده تر»، نتیجه می‌گیرد که انسان باید در مقابل رفتارهای ناپسند، رفتارهای پسندیده تر انجام دهد.
سلاجقه و همکاران (۱۳۹۱) توصیفی-پیمایشی	تأثیر رابطه‌ی عدالت سازمانی و رفتار شهروندی چگونه است؟	بین ابعاد مختلف عدالت سازمانی و ابعاد مختلف رفتار شهروندی شامل نوع‌دوستی، وظیفه‌شناسی، فضیلت مدنی، جوانمردی و احترام و تکریم رابطه‌ی مثبت و معنی‌دار وجود دارد.
واعظی و همکاران (۱۳۹۵) توصیفی-پیمایشی	تأثیر عدالت سازمانی بر رفتار انحرافی بصورت مستقیم و با نقش میانجی ادراک از عدالت چگونه است؟	عدالت سازمانی مستقیماً بر رفتار انحرافی تأثیر نداشته، بلکه با واسطه میانجی ادراک از عدالت سازمانی بر رفتار انحرافی تأثیر دارد.
کالای ^۱ (۲۰۱۶) توصیفی-پیمایشی	تأثیرات سه جنبه سازمانی عدالت نسبت به عملکرد وظیفه چگونه است؟	عدالت توزیعی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر عملکرد وظیفه دارد.
ناستی زایی و جناب‌آبادی (۱۳۹۴) توصیفی-همبستگی	بررسی رابطه عدالت سازمانی با رفتار مثبت گرا و اشتیاق شغلی	عدالت سازمانی بر رفتار مثبت گرا و اشتیاق شغلی اثرگذار است.
گارسس و فینکل (۲۰۱۹) اکتشافی	چارچوب و رابطه‌ی بین عقل و احساس چگونه است؟	یک چارچوب نظری از منظر عملکردی و دوگانگی هیجان-شناخت ارائه گردید.
زین الدین و لیچ ^۲ (۲۰۲۱) اکتشافی	احساس و اندیشه در کنش جمعی در مورد مسائل اجتماعی چگونه عمل می‌کند؟	برخلاف نظریات کنش که به فکر و احساس رویکرد گسسته، مکانیکی و ایستا دارند، این تحقیق در رویکردی غیر خطی و پویا، افزایش تعامل را برای حل مشکل فقدان نظریه سازی لازم می‌داند.
فن لیو ^۱ (۲۰۲۱)	مدل عقلانیت و احساسات؛ با	نویسنده ضمن ارائه تفکر جدیدی در مورد

1. Kalay

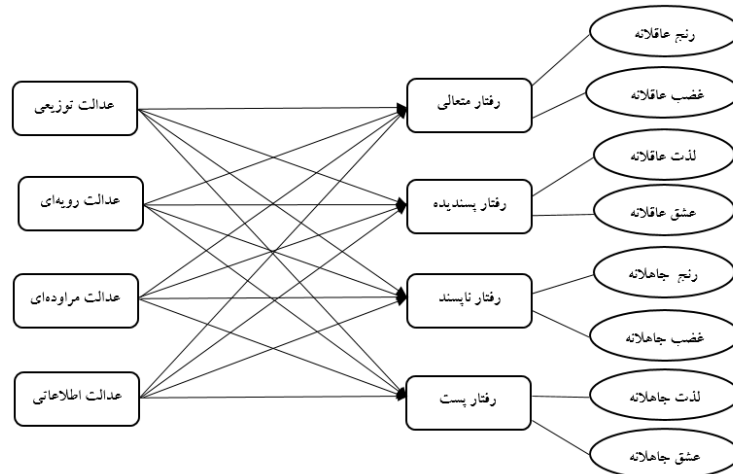
2. Zeineddine & Leach

عقلانیت و احساسات، مفهوم هویت خود را در مدل ادغام کرده تا تنوع در عقلانیت محدود را توضیح دهد.	استفاده از بازی های درونی و هویت نفس چگونه است؟	تحلیلی انتقادی
تنظیم صحیح احساسات، عقلانیت عاطفی را نشان می دهد، و عدم انجام این کار نشان دهنده غیرمنطقی شدن عاطفی است.	عقلانیت احساسات چگونه تفسیر می شود؟	آلیسون دانکن کر (۲۰۲۱) تحلیلی
عقلانیت الهی و احساس بر رفتارهای چهارگانه متعالی، پسندیده، ناپسند و پست رابطه علی، معلولی دارد.	طراحی و تبیین مدل رفتاری مبتنی بر عقلانیت الهی و احساس	خواجه فرد و همکاران (۱۴۰۱) توسعه ای - توصیفی

با بررسی در پژوهش های پیشین (جدول ۲) هیچکدام تأثیر ابعاد مختلف متغیر مهم عدالت سازمانی را همزمان بر رفتارهای متفاوت متعالی، پسندیده، ناپسند و پست مورد مطالعه قرار نداده است. همچنین تحقیق حاضر قادر است تأثیر ابعاد عدالت را بر مولفه های مختلف مبتنی بر عقلانیت الهی و احساس تحلیل و بطور دقیق نسبت به آسیب شناسی نقاط ضعف در سازمان اقدام نماید. این خلأ علمی ضرورت انجام این پژوهش را باعث گردید.

چارچوب مفهومی مدل:

در این پژوهش ابعاد عدالت سازمانی شامل: عدالت توزیعی، عدالت رویه ای، عدالت مراوده ای و عدالت اطلاعاتی به عنوان متغیرهای مستقل (پیش بین) در نظر گرفته شد (کلوتیر، ۲۰۰۸: ۷۱۵). همچنین رفتارهای مبتنی بر عقلانیت الهی و احساس شامل: رفتارهای «متعالی، پسندیده، ناپسند و پست» به عنوان متغیر وابسته (ملاک) در نظر گرفته شد. همچنین مولفه های رفتارهای متعالی، پسندیده، ناپسند و پست شامل: رنج عاقلانه، غضب عاقلانه، لذت عاقلانه، عشق عاقلانه، رنج جاهلانه، غضب جاهلانه، لذت جاهلانه و عشق جاهلانه در نظر گرفته شد. با این توضیح چارچوب مفهومی پژوهش در شکل ۴ ترسیم گردید.



شکل ۴: چارچوب مفهومی مدل اولیه

بنابراین سوالات فرعی این پژوهش عبارتند از:

آیا ابعاد عدالت سازمانی بر رفتارهای مبتنی بر عقلانیت الهی و احساس در کارکنان شرکت توزیع برق شیراز اثرگذار است؟

¹ . Fen Liu

² . Duncan Kerr, Alison

فصلنامه بازاریابی خدمات عمومی

دوره ۱، شماره ۱، بهار ۱۴۰۱، مقاله پژوهشی، صفحات ۲۵-۱

آیا ابعاد عدالت سازمانی بر مولفه‌های رفتارهای مبتنی بر عقلانیت الهی و احساس در کارکنان شرکت توزیع برق شیراز اثرگذار است؟

نقش هر یک از ابعاد عدالت سازمانی، در شکل‌گیری رفتارهای متعالی، پسندیده، ناپسند و پست در کارکنان شرکت توزیع برق شیراز چگونه است؟

روش شناسی پژوهش

روش انتخاب تحقیق منوط به ماهیت موضوع و اهداف تحقیق است. این از نظر هدف، کاربردی^۱، از نظر روش، توصیفی^۲ از نوع همبستگی^۳ و از نظر داده، کمی است که به شیوه تحقیقات میدانی^۴ به جمع‌آوری داده‌ها پرداخته است. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه کارکنان شرکت توزیع برق شیراز به تعداد ۱۴۷۷ نفر می‌باشد. حجم نمونه بر اساس جدول مورگان^۵ تعداد ۳۰۶ نفر تعیین که روش نمونه‌گیری به صورت تصادفی طبقه‌ای متناسب با حجم جامعه تعیین گردید. پس از توزیع پرسشنامه الکترونیکی به روش تصادفی طبقه‌ای، تعداد ۳۱۳ پرسشنامه تکمیلی جمع‌آوری و ملاک تجزیه و تحلیل در این پژوهش قرار گرفت. جدول ۳ آمار مربوط به پرسشنامه در نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای را در هر منطقه از جامعه آماری نشان می‌دهد.

جدول ۳: تعداد نمونه بر اساس جدول مورگان به تفکیک مناطق شرکت توزیع برق شیراز

ردیف	محل	تعداد پرسنل	حداقل نمونه در منطقه	تعداد پرسشنامه برگشتی
۱	حوزه ستادی	۶۱۸	۱۲۸	۱۳۱
۲	خدمات فنی شبکه	۷۹	۱۶	۱۷
۳	امور یک شیراز	۶۰	۱۲	۱۳
۴	امور دو شیراز	۵۷	۱۲	۱۲
۵	امور سه شیراز	۵۴	۱۱	۱۱
۶	امور چهار شیراز	۶۰	۱۲	۱۳
۷	امور پنج شیراز	۴۹	۱۰	۱۰
۸	امور شش شیراز	۵۴	۱۱	۱۱
۹	امور هفت شیراز	۶۰	۱۲	۱۳
۱۰	صدرا	۳۸	۸	۸
۱۱	مرودشت	۷۳	۱۵	۱۶

1. Development- Applied Research

2. Descriptive Research

3. Correlation Research

4. Library & Field Studies

5. Morgan

۱۲	پاسارگاد	۲۲	۴	۵
۱۳	ارسنجان	۱۹	۴	۴
۱۴	سپیدان	۱۶	۳	۳
۱۵	سروستان	۱۹	۴	۴
۱۶	خرامه	۳۰	۶	۶
۱۷	داریون	۱۱	۲	۲
۱۸	زرقان	۱۶	۳	۳
۱۹	کوار	۳۰	۶	۶
۲۰	بیضا	۱۶	۳	۳
۲۱	ارژن	۱۴	۳	۳
۲۲	سیدان	۱۴	۳	۳
۲۳	درودزن	۳۰	۶	۶
۲۴	کامفیروز	۱۴	۳	۳
۲۵	گویم	۱۶	۳	۳
۲۶	دارنگون	۱۱	۲	۲
	جمع کل	۱۴۷۷	۳۰۶	۳۱۳

ابزار گردآوری داده‌های مورد نیاز در این پژوهش، پرسشنامه مبتنی بر طیف ۵ تایی لیکرت انتخاب شد. برای سنجش متغیر عدالت سازمانی از پرسشنامه نیهوف و مورمن^۱ (۱۹۹۳) و برای سنجش رفتارهای مبتنی بر عقلانیت الهی و احساس از پرسشنامه خواجه‌فرد و همکاران (۱۴۰۱) استفاده گردید.

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزارهای SPSS ویراست ۲۳ و Smart PLS ویراست ۳ و با استفاده از مدل سازی معادلات ساختاری^۲ با روش کمترین مربعات جزئی انجام شده شده است.

برای مطمئن شدن از اعتبار داده‌ها و بررسی صحت نمونه‌گیری، قبل از انجام تحلیل عاملی، از معیار کایزر، میجر، الکین (KMO)^۳ استفاده گردید. این روش ضریب همبستگی داده‌ها را محاسبه کرده و بین صفر و یک است و هر چقدر KMO بزرگ‌تر باشد، داده‌ها برای تحلیل مناسب‌تر هستند. با توجه داده‌های جدول ۵، مقدار KMO درباره کیفیت نمونه‌گیری در این تحقیق به میزان (۰/۶۳۱) بوده که مقدار آن قابل قبول است. همچنین سطح معناداری آزمون بارتلت (۰/۰۰۰) شده که با توجه به اینکه کمتر از (۰/۰۵) است، بنابراین شرایط لازم برای انجام تحلیل عاملی برقرار خواهد بود. نتایج آزمون KMO در این پژوهش در جدول ۴ آورده شده است.

1. Niehoff & Moorman

2. Variance-Based Structural Equation Modeling

3. Kaiser-Meyer-Olkin

جدول ۴: آزمون اعتبار و صحت نمونه‌گیری

۰/۶۳۱	معیار کایرز - مایر - الکین (KMO)	
۴۰۳/۲۱۰	کای دو	آزمون کرویت بارلت
۶	درجه آزادی	
۰/۰۰۰	سطح معنا داری	

یافته های پژوهش:

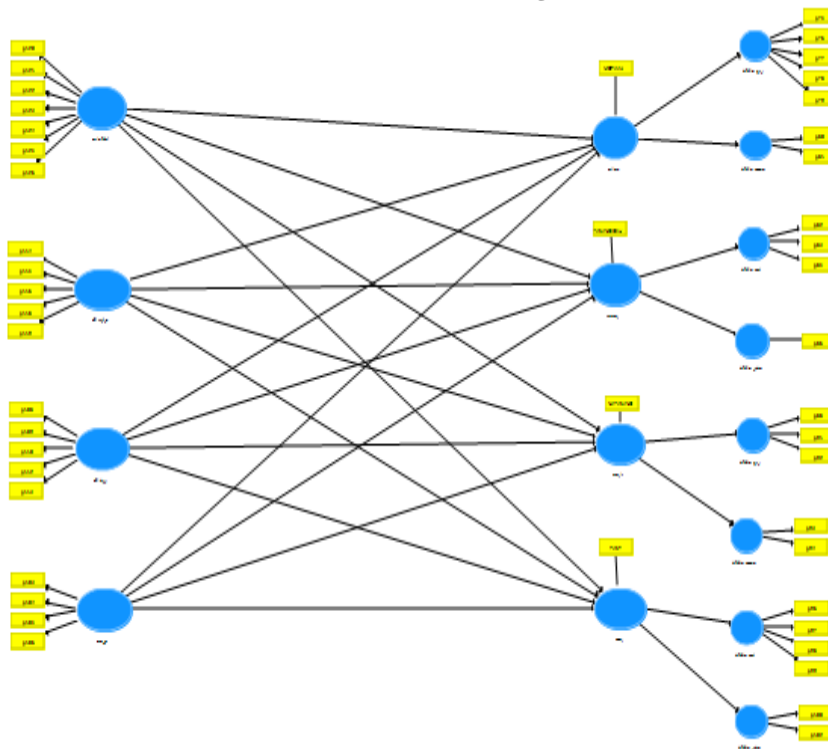
مدل مفهومی تحقیق شامل ۸ متغیر، ۸ مولفه، ۵۲ گویه می باشد. در این پژوهش پایایی و روایی داده‌ها سنجش و سپس به آزمون مدل پرداخته می شود. پایایی به آن معناست که اگر خصیصه مورد سنجش را با همان وسیله (یا وسیله مشابه و قابل مقایسه با آن) در شرایط مشابه مجدداً اندازه بگیریم، نتایج تا چه اندازه قابل اعتماد است (سنجری، ۱۳۸۸: ۱۱۹). در بین روش های مختلف محاسبه پایایی، در این تحقیق ابتدا روش ضریب آلفای کرونباخ^۱ و سپس پایایی ترکیبی^۲ استفاده می شود. در این فرایند با استفاده از نرم افزار PLS-3 قبل از هر چیز بارهای عاملی تمامی پرسش‌ها بررسی و شاخص‌های بیش از ۰/۷ مورد تایید قرار می گیرند (هیر^۳، ۱۳۹۵). در ادامه پرسش‌هایی که دارای بار عاملی کمتر از ۰/۷ می باشند، یک به یک حذف و مدل هر بار اجرا می گردد. نتیجه این پایش و حذف پرسش‌هایی که دارای بار عاملی کم هستند به این شرح ارائه شد:

در متغیرهای مستقل، از متغیر عدالت توزیعی، از ۷ پرسش، ۴ پرسش حذف و ۳ پرسش تایید گردید. در متغیر عدالت رویه ای، از ۶ پرسش ۱ مورد حذف و ۵ پرسش تایید شد. از متغیر مراوده‌ای، از ۷ پرسش ۲ مورد حذف و ۵ پرسش تایید گردید. در متغیر عدالت اطلاعاتی نیز از ۴ پرسش، هر ۴ پرسش تایید گردید. در متغیرهای وابسته نیز، در متغیر رفتار متعالی از ۸ پرسش ۴ مورد حذف و ۴ پرسش تایید شد. در متغیر رفتار پسندیده از ۶ پرسش ۱ مورد حذف و ۵ پرسش مورد آن مورد تایید قرار گرفت. در متغیر رفتار ناپسند از ۷ پرسش ۲ مورد حذف و ۵ پرسش مورد آن مورد تایید قرار گرفت. در متغیر رفتار پست نیز از ۸ پرسش ۲ مورد حذف و ۶ پرسش مورد آن مورد تایید قرار گرفت. پس از حذف گویه های دارای بار عاملی کم و به حد نصاب رسیدن شاخص های آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی، پایایی مدل مورد تایید قرار گرفته و با اجرای مجدد الگوریتم، نمودار مدل به شکل ۵ نمایش داده می شود:

1. Cronbach's Alpha

2. Composite Reliability

3. Hair



شکل ۵: مدل اجرا شده در نرم افزار PLS3 پس از اصلاحات

یکی از راههای سنجش روایی آماری مدل های اندازه گیری، روایی سازه^۱ است که خود به دو روایی همگرا^۲ و روایی واگرا^۳ تقسیم می شود. روایی همگرا از طریق شاخص متوسط واریانس استخراج شده (AVE)^۴ شده که مقدار این شاخص باید بیشتر از ۰/۵ و کم تر از پایایی ترکیبی (CR) باشد (نونالی^۵، ۱۹۷۸). در جدول ۵، شاخص های آلفای کرونباخ، ضریب پایایی ترکیبی و میانگین واریانس استخراج شده برای متغیرهای عدالت سازمانی و رفتارهای مبتنی بر عقلانیت الهی و احساس و در جدول ۶، میزان همان شاخص ها برای مولفه های هشت گانه رفتارهای مبتنی بر عقلانیت الهی و احساس محاسبه و ارائه شده است.

جدول ۵: پایایی متغیر عوامل مرتبط با رفتار و ابعاد و مولفه های آن

میانگین واریانس استخراجی	ضریب پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ	مولفه	ابعاد
۰/۵۶۶	۰/۷۸۰	۰/۷۰۰	عدالت توزیعی	عدالت سازمانی
۰/۶۴۰	۰/۸۹۹	۰/۸۶۰	عدالت رویه ای	

1. Construct Validity

2. Convergent Validity

3. Discriminant Validity

4. Average Variance Extracted (AVE)

5. Nunnally

۰/۵۶۷	۰/۸۲۳	۰/۸۱۰	عدالت مروده ای	
۰/۶۵۰	۰/۹۳۳	۰/۹۱۱	عدالت اطلاعاتی	
۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	رفتار متعالی	رفتارهای
۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	رفتار پسندیده	مبتنی بر
۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	رفتار ناپسند	عقلانیت الهی
۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	رفتار پست	و احساس

جدول ۶: پایایی متغیر رفتارهای مبتنی بر عقلانیت الهی و احساس و ابعاد و مولفه های آن

متغیر	مولفه	آلفای کرونباخ	ضریب پایایی ترکیبی	میانگین واریانس استخراجی
رفتار متعالی	رنج عاقلانه الهی	۰/۷۷۶	۰/۸۵۰	۰/۵۳۴
	غضب عاقلانه الهی	۰/۸۱۵	۰/۸۱۶	۰/۸۴۴
رفتار پسندیده	لذت عاقلانه الهی	۰/۸۲۸	۰/۸۹۷	۰/۷۴۵
	عشق عاقلانه الهی	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰
رفتار ناپسند	رنج جاهلانه	۰/۷۵۶	۰/۸۶۱	۰/۶۷۴
	غضب جاهلانه	۰/۷۷۳	۰/۷۷۴	۰/۸۱۵
رفتار پست	لذت جاهلانه	۰/۸۰۰	۰/۸۰۲	۰/۶۲۵
	عشق جاهلانه	۰/۷۹۴	۰/۷۹۸	۰/۸۲۹

جهت سنجش روایی و اگر نیز از روش فورنل لارکر^۱ (۱۹۸۱) استفاده می‌شود. در این سنجش، اعدادی که بر روی قطر ماتریس قرار می‌گیرند، جذر متوسط واریانس استخراج شده برای هر متغیر مرتبه دوم بوده و سایر سلول های ماتریس را همبستگی بین متغیرها، ابعاد و مولفه‌ها را نشان می‌دهند. برای تایید روایی و اگر ضروری است اعداد روی قطر ماتریس از بقیه اعداد متناظر بیشتر باشند. با عنایت به بررسی انجام شده در این پژوهش، روایی و اگر در متغیرهای مدل تأیید گردید.

شاخص نیکویی برازش

در بررسی برازش کلی مدل، یکی از مهمترین شاخص ها در تکنیک حداقل مجزورات جزیی شاخص GOF است. نتایج این شاخص بوسیله تننهاوس و همکاران^۲ (۲۰۰۴) ابداع شده و از فرمول زیر محاسبه می‌شود:

$$GOF = \sqrt{\text{average (AVE)} \times \text{average (R2)}} \quad \text{فرمول ۱:}$$

وتزلس و همکاران^۳ (۲۰۰۹) سه میزان ضعیف (زیر ۰/۲۵)، متوسط (از ۰/۲۵ تا ۰/۳۶) و قوی (بالتر از ۰/۳۶) برای سنجش شاخص GOF تعیین کرده که با توجه به اینکه ضریب نیکویی برازش کلی مدل (GOF) به میزان ۰/۴۴۷ محاسبه و تعیین شد، بنابراین می‌توان نتیجه گرفت نیکویی برازش به میزان قوی تایید و در ادامه می‌توان به آزمون فرضیه ها پرداخت.

1. Fornell-Larcker

2. Tenenhaus & et al

3. Wetzels & et al.

آزمون سوالات تحقیق

در این بخش سوالات تحقیق به ترتیب بیان و نتایج آزمون هر یک ارائه می گردد.

سوال (۱) : تأثیر ابعاد عدالت سازمانی بر رفتارهای مبتنی بر عقلانیت الهی و احساس در کارکنان شرکت توزیع برق شیراز چگونه است؟

نتایج استخراج شده از نرم افزار PLS-3 به شرح جدول ۷ می باشد. برای تشخیص وجود این رابطه لازم است فرضیه آزمون را به شرح زیر شرح دهیم:

H0: بین عدالت توزیعی، رویه‌ای، مراوده‌ای و اطلاعاتی در شرکت توزیع برق شیراز با رفتارهای متعالی، پسندیده، ناپسند و پست در کارکنان رابطه (علّی معلولی) معنا دار وجود ندارد.

H1: بین عدالت توزیعی، رویه‌ای، مراوده‌ای و اطلاعاتی در شرکت توزیع برق شیراز با رفتارهای متعالی، پسندیده، ناپسند و پست در کارکنان رابطه (علّی معلولی) معنا دار وجود دارد.

جدول ۷: آزمون رابطه متغیر عوامل مرتبط با عقلانیت الهی و احساس بر مولفه های عدالت سازمانی

رابطه علّی بُعد	با بُعد	T	Sig	تأیید/عدم تأیید
عدالت توزیعی	رفتار متعالی	۰/۲۶۸	۱/۱۰۸	عدم تأیید
	رفتار پسندیده	۲/۶۲۷	۰/۰۰۹	تأیید
	رفتار ناپسند	۲/۸۹۳	۰/۰۰۴	تأیید
	رفتار پست	۱/۹۶۹	۰/۰۵۰	تأیید
عدالت رویه ای	رفتار متعالی	۳/۵۹۲	۰/۰۰۰	تأیید
	رفتار پسندیده	۳/۴۶۶	۰/۰۰۱	تأیید
	رفتار ناپسند	۴/۱۹۶	۰/۰۰۰	تأیید
	رفتار پست	۴/۳۷۶	۰/۰۰۰	تأیید
عدالت مراوده ای	رفتار متعالی	۴/۴۴۲	۰/۰۰۰	تأیید
	رفتار پسندیده	۶/۵۵۳	۰/۰۰۰	تأیید
	رفتار ناپسند	۳/۶۶۴	۰/۰۰۰	تأیید
	رفتار پست	۳/۷۳۱	۰/۰۰۰	تأیید
عدالت اطلاعاتی	رفتار متعالی	۲/۶۵۲	۰/۰۰۰	تأیید
	رفتار پسندیده	۲/۰۴۷	۰/۰۴۱	تأیید
	رفتار ناپسند	۰/۶۶۸	۰/۵۰۵	عدم تأیید
	رفتار پست	۰/۲۵۴	۰/۷۹۹	عدم تأیید

با عنایت به اینکه اگر مقدار T بالاتر از ۱/۹۶ و میزان Sig کمتر از ۰/۰۵ باشد، فرضیه ها تأیید می شود، بنابراین می توان نتایج زیر را از آزمون صورت گرفته به دست آورد:

عدالت رویه‌ای و مراوده‌ای در شرکت توزیع برق شیراز بر ایجاد رفتارهای چهارگانه متعالی، پسندیده، ناپسند و پست در کارکنان اثرگذار است.

فصلنامه بازاریابی خدمات عمومی

دوره ۱، شماره ۱، بهار ۱۴۰۱، مقاله پژوهشی، صفحات ۲۵-۱

رابطه علی- معلولی عدالت توزیعی در شرکت توزیع برق شیراز بر رفتار متعالی در کارکنان تأیید نگردید. اما تأثیر عدالت توزیعی شرکت در ایجاد رفتارهای پسندیده، ناپسند و پست در کارکنان مورد تأیید قرار گرفت.
رابطه علی- معلولی عدالت اطلاعاتی در شرکت توزیع برق شیراز در ایجاد رفتارهای پست و ناپسند در کارکنان تأیید نگردید، اما در ایجاد رفتارهای متعالی و پسندیده‌ی کارکنان مورد تأیید قرار گرفت.
۲- تأثیر ابعاد عدالت سازمانی بر مولفه‌های رفتارهای مبتنی بر عقلانیت الهی و احساس در کارکنان شرکت توزیع برق شیراز چگونه است؟

نتایج استخراج شده از نرم افزار PLS-3 به شرح جدول ۸ می‌باشد. برای تشخیص وجود این رابطه لازم است فرضیه آزمون را به شرح زیر شرح دهیم:

H0: بین عدالت توزیعی، رویه‌ای، مروده‌ای و اطلاعاتی شرکت توزیع برق شیراز با مولفه‌های هشت گانه رفتارهای مبتنی بر عقلانیت الهی و احساس شامل: رنج عاقلانه، غضب عاقلانه، لذت عاقلانه، عشق عاقلانه، رنج جاهلانه، غضب جاهلانه، لذت جاهلانه و عشق جاهلانه در کارکنان رابطه (علی معلولی) معنا دار وجود ندارد.

H1: بین عدالت توزیعی، رویه‌ای، مروده‌ای و اطلاعاتی شرکت توزیع برق شیراز با مولفه‌های هشت گانه رفتارهای مبتنی بر عقلانیت الهی و احساس شامل: رنج عاقلانه، غضب عاقلانه، لذت عاقلانه، عشق عاقلانه، رنج جاهلانه، غضب جاهلانه، لذت جاهلانه و عشق جاهلانه در کارکنان رابطه (علی معلولی) معنا دار وجود دارد.

جدول ۸: آزمون تأثیر ابعاد عدالت سازمانی بر مولفه‌های متغیر رفتارهای مبتنی بر عقلانیت الهی و احساس

رابطه علی ابعاد	با مولفه	T	Sig	تأیید/عدم تأیید
عدالت توزیعی	رنج عاقلانه الهی	۲/۱۳۴	۰/۰۳۳	تأیید
	غضب عاقلانه الهی	۲/۰۰۹	۰/۰۴۵	تأیید
	لذت عاقلانه الهی	۱/۰۳۸	۰/۳۰۰	عدم تأیید
	عشق عاقلانه الهی	۰/۸۳۶	۰/۴۰۴	عدم تأیید
	رنج جاهلانه	۱/۳۹۰	۰/۱۶۵	عدم تأیید
	غضب جاهلانه	۲/۲۵۱	۰/۰۲۵	تأیید
	لذت جاهلانه	۱/۰۱۰	۰/۳۱۳	عدم تأیید
	عشق جاهلانه	۲/۳۰۷	۰/۰۲۱	تأیید
عدالت رویه ای	رنج عاقلانه الهی	۰/۷۲۵	۰/۴۶۹	عدم تأیید
	غضب عاقلانه الهی	۱/۶۴۲	۰/۱۰۱	عدم تأیید
	لذت عاقلانه الهی	۱/۵۹۹	۰/۱۱۰	عدم تأیید
	عشق عاقلانه الهی	۲/۷۰۷	۰/۰۰۷	تأیید
	رنج جاهلانه	۰/۰۷۷	۰/۹۳۹	عدم تأیید
	غضب جاهلانه	۲/۲۸۰	۰/۰۲۳	تأیید
	لذت جاهلانه	۱/۸۹۲	۰/۰۵۹	عدم تأیید
	عشق جاهلانه	۲/۲۸۰	۰/۰۲۳	تأیید
عدالت مروده ای	رنج عاقلانه الهی	۱/۴۶۹	۰/۱۴۳	عدم تأیید
	غضب عاقلانه الهی	۰/۹۳۲	۰/۳۵۲	عدم تأیید
	لذت عاقلانه الهی	۲/۲۶۴	۰/۰۲۴	تأیید
	عشق عاقلانه الهی	۱/۷۱۷	۰/۰۸۷	عدم تأیید
	رنج جاهلانه	۰/۲۸۲	۰/۷۷۸	عدم تأیید
	غضب جاهلانه	۱/۸۴۶	۰/۰۶۵	عدم تأیید

عدم تأیید	۰/۷۴۰	۰/۳۳۲	لذت جاهلانه	عدالت اطلاعاتی
تأیید	۰/۰۰۵	۲/۸۱۸	عشق جاهلانه	
عدم تأیید	۰/۲۶۶	۱/۱۱۳	رنج عاقلانه الهی	
عدم تأیید	۰/۲۷۴	۱/۰۹۶	غضب عاقلانه الهی	
عدم تأیید	۰/۹۸۴	۲/۰۲۰	لذت عاقلانه الهی	
عدم تأیید	۰/۹۰۱	۱/۱۲۵	عشق عاقلانه الهی	
عدم تأیید	۰/۵۸۳	۰/۵۴۹	رنج جاهلانه	
عدم تأیید	۰/۷۴۳	۰/۳۲۸	غضب جاهلانه	
عدم تأیید	۰/۱۲۱	۱/۵۵۲	لذت جاهلانه	
عدم تأیید	۰/۹۱۰	۰/۱۱۴	عشق جاهلانه	

با عنایت به اینکه اگر مقدار T بالاتر از ۱/۹۶ و میزان Sig کمتر از ۰/۰۵ باشد، فرضیه‌ها تأیید می‌شود، بنابراین می‌توان نتایج زیر را از آزمون صورت گرفته به دست آورد:

رابطه معنا دار بین عدالت اطلاعاتی در شرکت توزیع برق شیراز با هیچ کدام از رفتارهای مبتنی بر عقلانیت الهی و احساس تأیید نشد. این بدان معناست که عدالت اطلاعاتی اجرا شده در شرکت، به رفتارهایی که علاوه بر عقلانیت، احساسات نیز در رفتار نقش داشته‌اند، منجر نشده است.

عدالت توزیعی بر مولفه‌های رنج عاقلانه، غضب عاقلانه، غضب جاهلانه و عشق جاهلانه اثرگذار بوده است.

عدالت رویه‌ای بر مولفه‌های عشق عاقلانه، غضب جاهلانه و عشق جاهلانه تأثیر گذار است.

عدالت مراوده‌ای بر مولفه‌های لذت عاقلانه و عشق جاهلانه، اثرگذار بوده است.

۳- نقش هر یک از ابعاد عدالت سازمانی، در شکل‌گیری رفتارهای متعالی، پسندیده، ناپسند و پست در کارکنان شرکت توزیع برق شیراز چگونه است؟

یکی از شاخص‌های مهم در تعیین روابط بین متغیرها، ضریب مسیر است. ضریب مسیر بیان‌کننده‌ی وجود رابطه علی خطی و شدت و جهت این رابطه بین دو متغیر مکنون است. این شاخص در حقیقت همان ضریب رگرسیون در حالت استاندارد است (هیر و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۰۸) که الگوریتم ضرایب استاندارد شده بین -۱ و +۱ را برای هر رابطه در مدل ساختاری و اندازه‌گیری محاسبه می‌کند. به عنوان مثال، ضرایب مسیر نزدیک به +۱، یک رابطه مثبت قوی و ضرایب نزدیک به -۱ یک رابطه منفی قوی را نشان می‌دهد. ضرایب برآورد شده نزدیک به صفر، روابط ضعیف را نشان می‌دهند (همان، ۱۰۹). با توجه به برآورد ضرایب مسیر در جدول ۹، «عدالت مراوده‌ای» با ضرایب ۰/۴۸۵ و ۰/۳۶۰ به ترتیب بیشترین نقش را در شکل‌گیری رفتارهای «پسندیده و متعالی» داشته است. همچنین «عدالت رویه‌ای» نیز با ضرایب ۰/۳۴۸ و ۰/۳۲۰، به ترتیب بیشترین تأثیر منفی را در شکل‌گیری رفتار «پست و ناپسند» در کارکنان شرکت توزیع برق شیراز دارد.

جدول ۹: ضریب مسیر در روابط بین ابعاد عدالت سازمانی با رفتارهای مبتنی بر عقلانیت الهی و احساس

تأیید/عدم تأیید	Sig	مقادیر t	مقدار رابطه ضریب مسیر	رابطه متغیرهای اصلی
عدم تأیید	۰/۲۶۸	۱/۱۰۸	-۰/۰۸۹	عدالت توزیعی ← رفتار متعالی
تأیید	۰/۰۰۹	۲/۲۶۷	-۰/۱۹۴	عدالت توزیعی ← رفتار پسندیده
تأیید	۰/۰۰۴	۲/۸۹۳	۰/۲۳۵	عدالت توزیعی ← رفتار ناپسند
تأیید	۰/۰۵۰	۱/۹۶۹	۰/۱۵۰	عدالت توزیعی ← رفتار پست

فصلنامه بازاریابی خدمات عمومی

دوره ۱، شماره ۱، بهار ۱۴۰۱، مقاله پژوهشی، صفحات ۲۵-۱

تایید	۰/۰۰۰	۳/۵۹۲	-۰/۳۰۳	عدالت رویه‌ای ← رفتار متعالی
تایید	۰/۰۰۱	۳/۳۶۶	-۰/۲۵۳	عدالت رویه‌ای ← رفتار پسندیده
تایید	۰/۰۰۰	۴/۱۹۶	۰/۳۲۰	عدالت رویه‌ای ← رفتار ناپسند
تایید	۰/۰۰۰	۴/۳۷۶	۰/۳۴۸	عدالت رویه‌ای ← رفتار پست
تایید	۰/۰۰۰	۴/۴۴۲	۰/۳۶۰	عدالت مراوده‌ای ← رفتار متعالی
تایید	۰/۰۰۰	۶/۵۵۳	۰/۴۸۵	عدالت مراوده‌ای ← رفتار پسندیده
تایید	۰/۰۰۰	۳/۶۶۴	-۰/۲۷۰	عدالت مراوده‌ای ← رفتار ناپسند
تایید	۰/۰۰۰	۳/۷۳۱	-۰/۲۸۸	عدالت مراوده‌ای ← رفتار پست
تایید	۰/۰۰۸	۲/۶۵۲	۰/۲۳۷	عدالت اطلاعاتی ← رفتار متعالی
تایید	۰/۰۴۱	۲/۰۴۷	۰/۱۷۲	عدالت اطلاعاتی ← رفتار پسندیده
عدم تایید	۰/۵۰۵	۰/۶۶۸	-۰/۰۶۲	عدالت اطلاعاتی ← رفتار ناپسند
عدم تایید	۰/۷۹۹	۴۲/۲۵۴	-۰/۰۲۲	عدالت اطلاعاتی ← رفتار پست

ضریب تعیین (R2) نیز معیاری است که بیانگر میزان تغییرات هر یک از متغیرهای وابسته مدل است که به وسیله متغیرهای مستقل تبیین می‌شود. مقدار R2 تنها برای متغیرهای درون‌زای مدل ارائه می‌شود و در مورد سازه‌های برون‌زا مقدار آن برابر صفر است. هرچه مقدار R2 مربوط به سازه‌های درون‌زای مدل بیشتر باشد، نشان از برازش بهتر مدل است. سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای ضریب تعیین معرفی شده است (چین، ۱۹۹۸: ۳۲۳). در جدول ۱۰، ضرائب تعیین در مولفه‌های رفتارهای مبتنی بر عقلانیت الهی و احساس ارائه شده است. همانگونه که ملاحظه می‌شود، رنج عاقلانه الهی بیشترین ضریب تعیین و غضب عاقلانه الهی کمترین ضریب را به خود اختصاص داده اند. این بدین معنی است که به ازای هر واحد در تغییر در ابعاد عدالت سازمانی، بیشترین تغییر در مولفه «رنج عاقلانه الهی» و کمترین تغییر در مولفه «غضب عاقلانه الهی» ایجاد خواهد شد.

جدول ۱۰: ضریب تعیین (R2) در مولفه‌های رفتارهای مبتنی بر عقلانیت الهی و احساس

متغیر	مولفه	ضریب تعیین	قدرت
رفتار متعالی	رنج عاقلانه الهی	۰/۸۹۰	قوی
	غضب عاقلانه الهی	۰/۵۴۶	متوسط
رفتار پسندیده	لذت عاقلانه الهی	۰/۷۳۱	قوی
	عشق عاقلانه الهی	۰/۵۶۵	متوسط
رفتار ناپسند	رنج جاهلانه	۰/۷۹۸	قوی
	غضب جاهلانه	۰/۷۲۵	قوی
رفتار پست	لذت جاهلانه	۰/۸۳۲	قوی
	عشق جاهلانه	۰/۶۷۸	قوی

بحث و نتیجه گیری

رفتار مدیران در رسیدن به اهداف متعالی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. نوع رفتار مدیران و کارکنان در سازمان می‌تواند بر سرعت و حتی جهت دستیابی به اهداف مذکور تعیین کننده باشد. اغلب الگوهای رفتاری ارائه شده در فرهنگ غرب، با توجه به رویکرد عقلانیت ابزاری در آن، چندان متناسب با فرهنگ اسلامی نبوده و لازم است مدل‌های رفتاری که مبتنی بر فرهنگ غنی اسلام است بیشتر مورد توجه و پژوهش اندیشمندان مسلمان قرار گیرد. از طرف دیگر نقش «عدالت سازمانی» در شکل‌گیری رفتار کارکنان سازمان بسیار اثرگذار است. پژوهش‌هایی در این زمینه انجام شده، اما تحقیق حاضر از جهاتی با پژوهش‌های صورت گرفته متفاوت است. برخی پژوهش‌های پیشین به شرح زیر با تحقیق حاضر مورد مقایسه قرار می‌گیرد.

سلاجقه و همکاران (۱۳۹۱)، زیدی (۱۳۹۴)، ناستی زایی و جناآبادی (۱۳۹۴)، واعظی و همکاران (۱۳۹۵)، کالای (۲۰۱۶) و همچنین رضانی و اسفندیاری (۱۴۰۰) برای یافتن همبستگی بین عدالت سازمانی و متغیرهایی مانند: رفتار شهروند سازمانی، رفتار انحرافی، رفتار شایعه پراکنی، عملکرد وظیفه و ... تلاش نموده و اغلب آنان در یافتن همبستگی بین عدالت سازمانی و این متغیرها موفق بوده‌اند. برخی از محققان مانند مردمی (۱۳۸۴) در پی سازماندهی رفتارها از جمله مولفه های رفتارپسندیده و پسندیده‌تر (متعالی) از دعای مکارم الاخلاق بوده‌اند. برخی از پژوهش‌های خارجی مانند: گارسس و فینکل (۲۰۱۹)، زین الدین و لیچ (۲۰۲۱)، فن لیو (۲۰۲۱) و دانکن کر (۲۰۲۱) به تلاش برای ایجاد چهارچوبی برای ترسیم مدلی رفتاری از عقل و احساس پرداخته و یا تأثیر متغیرهای عقلانیت و احساس را بر سایر متغیرها مورد بررسی قرار داده‌اند. برخی نیز مانند خواجه فرد و همکاران (۱۴۰۱)، موفق به ترسیم مدل رفتاری مبتنی بر عقلانیت الهی و احساس شده و نقش تاثیرگذار عقلانیت الهی و احساس را در بروز انواع رفتارهای چهارگانه متعالی، پسندیده، ناپسند و پست مورد تایید قرار داده‌اند. اما هیچ کدام از تحقیقات مذکور با رویکرد کاربردی و آسیب شناسی به بررسی نقش ابعاد عدالت سازمانی بر بروز رفتارهای مختلف مبتنی بر عقل و احساس در کارکنان بصورت همزمان نپرداخته‌اند. جنبه نوآوری در این پژوهش در این است که علاوه بر بررسی تأثیر ابعاد عدالت سازمانی بر رفتارهای متعالی، پسندیده، ناپسند و پست در کارکنان جامعه آماری، به تشخیص جنبه های رفتاری آسیب پذیر از طریق مولفه های رفتاری هشت گانه مبتنی بر عقلانیت الهی و احساس پرداخته و در ادامه میزان نقش و تأثیر هر یک از ابعاد عدالت توزیعی، رویه‌ای، مراده‌ای و اطلاعاتی را در شکل‌گیری و بروز رفتارهای متعالی، پسندیده، ناپسند و پست تعیین می‌کند. همچنین در این پژوهش با بررسی «ضریب تعیین» در متغیرهای رفتاری وابسته، متغیرهای رفتاری که می‌تواند بیشترین تغییر را در صورت اجرای برنامه اصلاحی توسط مدیران از خود نشان دهد، مشخص نماید. بطور کلی این تحقیق، رهبر سازمان را در اجرای هدفمند برنامه های توزیعی، رویه ای، مراده ای و اطلاعاتی با کمترین منابع و بیشترین بهره‌وری جهت پیش‌بینی رفتارهای کارکنان و اجرای برنامه تحولی یاری می‌نماید. بخشی از نتایج بررسی‌های صورت گرفته از یافته‌های پژوهش که با همفکری با ۹ نفر از نخبگان شرکت صورت گرفت، به شرح زیر ارائه می‌گردد:

بر اساس یافته‌های جدول ۷؛ رابطه علی - معلولی «عدالت توزیعی» در شرکت توزیع برق شیراز بر «رفتار متعالی» در کارکنان تأیید نگردید. این بدین معناست که سیاستهای توزیعی در شرکت، منجر به رفتار متعالی در کارکنان نمی‌گردد. از نگاه دیگر، کارکنان با رفتار متعالی در شرکت، با مشاهده میزان عدالت موجود در توزیع پاداش، امکانات، منابع و ... بین کارکنان، از رفتار متعالی شامل: رفتارهای ایثارگرایانه، تلاش بسیار بهره‌ور و بدون انتظار، فساد ستیزی و ... صرف نظر می‌کنند. تساوی در پرداخت پاداش‌ها و ... با وجود تلاش‌های متفاوت بین کارکنان بهره‌ور و غیر بهره‌ور، یکی از شواهد موجود در تأیید این یافته علمی است. این امر دقیقاً می‌تواند نقطه ضعفی برای سازمان به شمار آمده که لازم است مدیران ارشد تصمیماتی جدی و سریع برای رفع این مشکل اتخاذ نمایند.

با توجه به یافته‌های جدول ۷؛ رابطه علی - معلولی «عدالت اطلاعاتی» در شرکت توزیع برق شیراز در ایجاد «رفتارهای پست و ناپسند» در کارکنان تأیید نگردید، اما در شکل‌گیری «رفتارهای متعالی و پسندیده» در کارکنان مورد تایید قرار گرفت. وجود سیستم اطلاع رسانی و اطلاعاتی در شرکت، می‌تواند یک نقطه قوت در شرکت توزیع برق شیراز تلقی و برای رفع نقاط ضعف استفاده گردد. گواه این تاثیر، ایجاد بستر سیستمی عادلانه با هدف مشارکت کلیه کارکنان، به خصوص در نظام مشارکت، مدیریت دانش و ... است.

به استناد جدول ۸؛ «عدالت توزیعی» موجود در شرکت توزیع برق شیراز، منجر به ایجاد رویکردهای رفتاری «رنج عاقلانه، غضب عاقلانه، غضب جاهلانه و عشق جاهلانه» می‌شود. این یافته به این مفهوم است، که با اینچنین توزیع منابع در شرکت، برخی از کارکنان با رویکرد «رنج عاقلانه»، صبر و شکیبایی پیشه گرفته و در عین حال، با انتخاب دسته رفتاری «غضب عاقلانه»، با مسوولیت پذیری در برابر هر فساد، مقابله می‌کنند. برخی از کارکنان نیز با مشاهده اینگونه توزیع امکانات، با

رویکرد رفتاری «غضب جاهلانه»، با همکاران خود ناسازگاری پیشه گرفته و برخی نیز با انتخاب دسته رفتاری عشق و محبت جاهلانه، با سوء استفاده از این وضعیت، به لابی‌گری و گرفتن ارتباط مفسده‌انگیز با متولیان توزیع امکانات روی می‌آورند. بر اساس یافته‌های جدول ۸؛ «عدالت رویه‌ای» موجود باعث شکل‌گیری رفتارهایی با رویکردهای «عشق عاقلانه، غضب جاهلانه و عشق جاهلانه» می‌گردند. این رابطه به این معناست که اتخاذ سیاست‌های موجود در شرکت، برخی از کارکنان را به رفتارهای همکاری، مشارکت‌پذیری محبت‌آمیز دلالت کرده و در برخی ناسازگاری و خشم را به ارمغان می‌آورد. اگرچه در ذهنیت اول، وجود همزمان «عشق عاقلانه و غضب جاهلانه» غیر ممکن به نظر می‌رسد، اما با در نظر گرفتن تایید ضریب مسیر منفی بین «عدالت رویه‌ای» با «رفتار متعالی» در جدول ۹، اتخاذ سیاست واحد ولی ناعادلانه می‌تواند در کارکنان رسمی آرامش و همکاری را به دنبال داشته و همین سیاست برای کارکنان پیمانکاری خشم و ناسازگاری و در نهایت لابی‌گری و ارتباط‌گیری نامطلوب را به همراه داشته باشد.

با عنایت به جدول ۸؛ «عدالت مرادده‌ای» (تعاملی) منجر به بروز رویکردهای رفتاری لذت‌عاقلانه و عشق جاهلانه می‌شوند. شرح این روابط را در بروز رفتارهای لذت‌بخش از جمله: خود‌آگاهی، خود‌مدیریتی و ... توسط برخی کارکنان در قالب رفتارهای قانونی ظاهری و از سوی دیگر برقراری روابط نامطلوب و ناسالم بین آنان و برخی مسوولین است. با توجه به جدول ۹؛ «عدالت رویه‌ای» دقیقاً بر خلاف شکل‌گیری رفتار متعالی در کارکنان نقش آفرینی می‌کند. یعنی اگر شرکت بخواهد رفتار متعالی در کارکنان افزایش یابد، ضروری است در اتخاذ سیاست‌ها و رویه‌های عادلانه شرکت تجدید نظر نماید. از سوی دیگر در همین جدول، «عدالت مرادده‌ای» بیشترین تأثیر را در تولید رفتار متعالی نشان می‌دهد. یعنی مدیران ارشد می‌توانند با تقویت روابط مثبت و سازنده با کارکنان، رفتار متعالی را توسعه دهند. به استناد جدول ۱۰ در تحلیل ضریب تعیین، «رفتار متعالی» استعداد بیشترین تغییر را در صورت انجام اصلاحات در ابعاد عدالت سازمانی را خواهد داشت.

با بررسی یافته‌ها و جمع‌بندی نظرات مصاحبه‌شوندگان، چند پیشنهاد به شرح زیر ارائه می‌گردد:

۱- اصلاح سیاست‌گذاری‌های ناعادلانه به خصوص بین کارکنان رسمی و پیمانکاری به شدت ضروری است. اگرچه بسیاری از دستورالعمل‌های بالادستی در اجرای اصل ۴۴ قانون اساسی، محدودیت‌هایی را ایجاد کرده، اما می‌توان با برخی اصلاحات «ساختاری و رویه‌ای» مانند: امکان مشارکت بیشتر و عادلانه کارکنان پیمانکاری در کنار کارکنان رسمی در رقابت‌های ورزشی، فرهنگی و ... در اصلاح وضع موجود و افزایش «رفتار متعالی» از جمله رفتارهای: ایثارگرانه، تلاش بیشتر بدون انتظار و ... تغییراتی را ایجاد نمود.

۲- اصلاح مراددهات مثبت و سازنده و روابط صمیمانه مدیران ارشد به خصوص با بخش پیمانکاری می‌تواند در افزایش محسوس رفتار متعالی کمک نماید.

۳- با توجه به مشکل عدم تایید «عدالت توزیعی» در بروز «رفتار متعالی»، ایجاد ساز و کارهایی که در توزیع عادلانه‌تر پاداش‌های موردی، بخش پیمانکاری خود را در برابر بخش رسمی مشاهده کند، می‌تواند در افزایش «رفتارهای متعالی» اثربخش باشد. همچنین تاسیس صندوق مالی قرض‌الحسنه ویژه بخش پیمانکاری می‌تواند در این راه تسهیل‌کننده باشد.

۴- ترویج فرهنگ تلاش بی‌وقفه، خستگی‌ناپذیری و از خودگذشتگی به خصوص با معرفی افراد شاخص علمی، فرهنگی، هنری و ... که با وجود همه کمبودها و محدودیت‌ها، عمر خود را وقف پیشرفت کشور و کمک به دیگران کرده‌اند، می‌تواند به توسعه رفتار متعالی کمک نماید. همچنین یادآوری رشادت‌های رزمندگان به خصوص حاج قاسم سلیمانی، که در ایثار و ظلم‌ستیزی الگوی کم‌نظیر دوران معاصر است، می‌تواند سرعت بخش اصلاحات رفتاری در شرکت باشد.

منابع

— جواد آملی، ع.، (۱۳۸۷). گزیده‌ای از منزلت عقل در هندسه معرفت دینی، قم: دفتر نشر معارف.

فصلنامه بازاریابی خدمات عمومی

دوره ۱، شماره ۱، بهار ۱۴۰۱، مقاله پژوهشی، صفحات ۲۵-۱

- خواجه فرد، س؛ سالاری، ی و سلاجقه، س.، (۱۴۰۱). طراحی و تبیین مدل رفتاری مبتنی بر عقلانیت الهی و احساس، مطالعات رفتار سازمانی، پاییز ۱۴۰۱، ش ۴۳، ۱-۳۰
- خیری، ب.، (۱۳۷۷). «بررسی تئوریک عقلانیت در مدیریت دینی»، پایان نامه، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی
- راغب اصفهانی، ح.، (۱۳۹۸). مفردات الفاظ القرآن، تهران: مرتضوی.
- رحیم پور ازغدی، ح.، (۱۳۸۸). عقلانیت، تهران: انتشارات فردا
- رحیمی، الف.، و حسینی، ق.، (۱۳۹۸). تحلیل ابعاد و مولفه‌های عقلانیت مبتنی بر روایات معصومین علیهم السلام، دو فصلنامه علمی-پژوهشی اسلام و علوم اجتماعی، سال ۱۱، شماره ۲۱، بهار و تابستان ۱۳۹۸، ۶۹-۸۸
- رضاییان، ع.، (۱۳۷۹). «مدیریت رفتار سازمانی»، انتشارات علم و ادب: تهران
- رئیس‌ی، م.، و شفیعی، م.، (۱۳۹۴). «مدیریت رفتار در پرتو آیات قرآن»، دومین کنفرانس ملی و اولین کنفرانس بین المللی پژوهش‌های نوین در علوم انسانی، ۲۲ خرداد ۱۳۹۴
- رمضانی، ی.، و اسفندیاری، ش.، (۱۴۰۰). تأثیر عدالت سازمانی بر رفتارهای شایعه پراکنی در بین کارکنان: نقش تعدیل‌گری جو سازماناز منظر نظریه مبادله اجتماعی، مطالعات مدیریت دولتی ایران، زمستان ۱۴۰۰، ش ۴، ۷۳-۹۸
- زیدی، ف.، (۱۳۹۴). بررسی تاثیر ابعاد عدالت سازمانی و فرهنگ سازمانی بر رفتار شهروند سازمانی کارکنان گروه صنعتی پاکشو، کنفرانس بین المللی مدیریت و علوم انسانی، دبی، آذرماه ۱۳۹۴
- فارس، الف.، (۱۳۸۹). معجم مقایس اللغة، قم: دارالکتب العلمیه.
- مردمی، الف.، (۱۳۸۴)، در جستجوی مدل رفتاری در دعای مکارم الاخلاق، مجله دانشکده علوم انسانی، سال چهاردهم، شماره ۶۰، سال چهاردهم، ۳۳-۴۴
- قلی پور، الف.، (۱۳۸۸). مدیریت رفتار سازمانی(رفتار فردی)، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها(سمت)، مرکز تحقیق و توسعه علوم انسانی
- مولودیان، ع.، (۱۴۰۰). آسیب شناسی مشکلات رفتاری کارکنان در مصاحبه با مولودیان رییس کمیته انضباط کار شرکت توزیع برق شیراز (مصاحبه مورخ ۱۵/۲/۱۴۰۰).
- واعظی، ر.، حسین پور، د؛ رنجبر کبودتر خانی، م.، (۱۳۹۵). تأثیر عدالت سازمانی در بروز رفتار انحرافی بر اساس نقش میانجی ادراک از عدالت سازمانی، فصلنامه مدیریت رفتار سازمانی، شماره ۱۹، ۸۵-۱۱۲
- نقی پورفر، و.، و موسوی مقدم، س. م.، (۱۳۹۴). گزینش مدیران و کارکنان از منظر اسلام با رویکرد به مؤلفه عقلانیت الهی به عنوان کلان شاخص شایسته سالاری، فصلنامه مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره ۱۴، بهار ۱۳۹۵، ۲۰۳ - ۲۲۶
- نقی پورفر، و.، (۱۳۷۷). پژوهشی پیرامون تدبر در قرآن. قم، انتشارات اسوه.
- نیسی، ع؛ آذر، ع؛ مقبل، ع و نقی پور فر، و.، (۱۳۹۹). تبیین مدل ارزیابی عقلانیت در سازمان با رویکرد اسلامی، فصلنامه توسعه اجتماعی، دوره ۱۴، شماره ۳، بهار ۹۹، ۱۸۷-۲۱۴
- Ashkanasy, N. M., Hartel, C. E. J., Daus, C. S. 2002. , "Diversiti and emotion: the new frontiers in organizational behavior research". *Journal of management*, 28: 307-38
- Ching, C. L., & Chan, V. L. (2020). Positive emotions, positive feelings and health: A life philosophy. *Linguistics and Culture Review*, 4(1), 1-14. <https://doi.org/10.37028/lingcure.v4n1.16>
- Duncan Kerr, Alison(2021). *Philosophical Psychology*, Published online: 24 Apr 2021, Pages 453-473
- Liu, F. (2021). *Rationality and Emotions: A Model of Inner Games and Ego Identity*, Electronic copy available at: <https://ssrn.com/abstract=3760715> , 68 Pages Posted: 26 Mar 2021 Last revised: 16 Jun 2021

- Mario G. and Lucila F. (2019). *Emotional Theory of Rationality*, *Frontiers*, Published online 2019 Apr 5. doi: 10.3389/fnint.2019.00011
- Nadler, D., & Tushman, M. (1980). A model for diagnosing organizational behavior. *Organizational Dynamics*, 9 (2), 35-51
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. New York: McGrawHill
- Tomasi, M, Rissi, V. & Pauli, J. (2020). Influence of organizational support on the experiences of pleasure and suffering at work in a hospital context, *Revista Psicologia: organizações & Trabalho (rPOT)*, *Psychology: Organizations and Work Journal Revista Psicología: Organizaciones y Trabajo*, SSN 1984-6657 - <https://doi.org/10.17652/rpot/2020.3.18253>
- Totaro, P. (2021). Emotion, rationality, and social identity: a theoretical-methodological proposal for a cognitive approach, *Cognitive Processing* volume 22, pages 579–592
- Weiss, H. M. and Cropanzano, R. J. (1996). Affective events theory: A theoretical discussion of the structure, causes, and consequences of affective experience at work. In B. M. Staw and L. L. Cummings. (Eds.), *Research in Organizational Behavior*. Vol. 18, Greenwich, CT: JAI Press. 1-74.
- Zeineddine, F. and Leach, C. W. (2021). *Feeling and thought in collective action on social issues: Toward a systems perspective*, wiley, First published: 31 May 2021, <https://doi.org/10.1111/spc3.12622>



Investigating the effect of dimensions of organizational justice on behaviors based on divine rationality and emotion (Research case: Shiraz Electricity Distribution Company)

Saeed khajehfard¹ Senjer salajegheh² Yaser salari³ Mahdi Mohammad Bagheri⁴

Abstract

The role of rationality and emotion in shaping people's behavior has been proven, but the role of organizational justice in the behavior of the organization's employees is of particular importance. The purpose of this research is to investigate the effect of dimensions of organizational justice on behaviors based on divine rationality and emotion. The research method is applied in terms of purpose and descriptive and correlational in terms of nature and method. The statistical population of the research included 1477 employees of Shiraz Electricity Distribution Company, of which 313 people were selected by stratified random method. Data analysis was done using SPSS-23 and PLS-3 software and structural equation modeling method. The results of the findings showed that despite the confirmation of the relationship between the dimensions of organizational justice on most of the behaviors based on divine rationality and emotion, the effect of distributive justice on superior behavior and the effect of informational justice on distasteful and low behavior were not confirmed. Also, by examining the coefficients of the path, it was found that procedural justice has the most negative role in the occurrence of low and distasteful behaviors, and transactional justice has the most positive effect in the occurrence of desirable and superior behaviors. Finally, by examining the coefficients of determination, suggestions were made with the aim of reforming procedural and distributional policies as well as strengthening transactional justice in order to increase superior behavior in the organization.

Keywords: organizational behavior, organizational justice, divine rationality, emotion, transcendental behavior

1. PhD Student in Public Management, Organizational Behavior, Islamic Azad University, Kerman Branch, Kerman, Iran, Khajefard1@gmail.com(Responsible author)

2. Associate Professor, Department of Management, Islamic Azad University, Shahid Soleimani Branch, Kerman, Iran, salajeghe_187@yahoo.com

3. Assistant Professor, Department of Islamic Philosophy and Theology, Azad University, Shahid Soleimani Branch, Kerman, Kerman, Iran, mobile: 09132430847, yaser581@yahoo.com

⁴. Associate Professor, Department of Management, Shahid Soleimani Azad University, Kerman, Kerman, Iran,

The present article is taken from the doctoral dissertation in the field of organizational behavior management of the Islamic Will University of Kerman



Explaining the concept of public service marketing (Opportunities, challenges and ways of working)

Reza tiran¹, Mohammad Taleghani²

Abstract

Many experts believe that the legitimacy of governments depends on the amount of providing quality "public services". Public services are performed with the aim of providing public benefits, and if the government does not have the power to perform this task, it loses its competence and legitimacy. In the field of public services, the legitimacy of governments depends on the nature, quality and manner of providing services.

There is strong evidence that the private sector provides better quality services than the public sector. Considering this issue, it is necessary for the public sector to always try to improve its services; Because today's clients do not accept the slightest dissatisfaction. In this regard, according to the notification of the executive policies of Article 44 of the Constitution, government organizations must improve the quality of their services and seek the satisfaction of the clients in order to remain in the field of competition.

In today's world, customers and their needs are at the center of attention of companies, creating value for customers and their satisfaction is the main factor, gaining competitive advantage of organizations. Examining and identifying their expectations, desires, abilities and limitations in buying products has been more and more noticed by companies. In order to manage public services, obtain satisfaction and communicate with customers, a deep study and research should be done to examine and explain the concept of public service marketing, and this article is also compiled to investigate this general goal. Therefore, in this research, an effort has been made to identify, explain and investigate the methods, basic assumptions and basic concepts of public service marketing in the form of a set of opportunities, challenges and solutions. The current research method is descriptive and analytical based on documentary and library sources and tries to explain the concept of public service marketing by examining theoretical foundations and written literature.

Keywords: marketing, services, public services, public service marketing, government services.

¹ . PhD student in management, Rasht Branch, Islamic Azad University, Rasht, Iran(Corresponding author)

² . Associate Professor, Department of Management, Rasht Branch, Islamic Azad University, Rasht, Iran