

بررسی رفتار سازمانی کارکنان موزه‌ها و مراکز فرهنگی تحت تأثیر مدیریت اسلامی

سارا بهاروند^۱

^۱ گروه مدیریت دولتی، دانشگاه لرستان، ایران

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی رفتار سازمانی کارکنان موزه‌ها و مراکز فرهنگی تحت تأثیر مدیریت اسلامی انجام شد. این مطالعه از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت و روش، در زمره پژوهش‌های توصیفی-همبستگی قرار دارد. جامعه آماری شامل کلیه کارکنان و کارشناسان حوزه‌های ستادی، اجرایی، فرهنگی و آموزشی موزه‌ها و مراکز فرهنگی در سال ۱۴۰۳-۱۴۰۴ بود که بر اساس جدول کرجسی و مورگان، نمونه‌ای به حجم ۲۵۰ نفر با روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند. ابزارهای جمع‌آوری داده‌ها شامل پرسشنامه مدیریت اسلامی، مقیاس رفتار سازمانی کارکنان و پرسشنامه رضایت شغلی بود. روایی صوری و محتوایی ابزارها با نظر خبرگان تأیید شد و پایایی آن‌ها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ در سطح مطلوب به دست آمد. داده‌ها با بهره‌گیری از آمار توصیفی و استنباطی و از طریق تحلیل مسیر و مدل‌یابی معادلات ساختاری با نرم‌افزار SmartPLS تحلیل شدند. یافته‌ها نشان داد که مدیریت اسلامی اثر مثبت و معناداری بر رفتار سازمانی کارکنان دارد. همچنین نتایج حاکی از آن بود که رفتار سازمانی کارکنان تحت تأثیر مدیریت اسلامی، رضایت شغلی آنان را نیز به صورت مثبت و معنادار پیش‌بینی می‌کند. افزون بر این، مدیریت اسلامی به صورت غیرمستقیم و از مسیر تقویت رفتار سازمانی، رضایت شغلی کارکنان را ارتقا می‌دهد. بر اساس نتایج، موزه‌ها و مراکز فرهنگی باید علاوه بر تقویت بسترهای مدیریتی، با برگزاری دوره‌های آموزشی در زمینه مدیریت اسلامی، اخلاق حرفه‌ای، مسئولیت‌پذیری سازمانی و رفتار سازمانی، زمینه‌های ارتقای کیفیت روابط کاری، تعهد، همکاری، رضایت شغلی و اثربخشی سازمانی کارکنان را فراهم سازند.

واژه‌های کلیدی: مدیریت اسلامی، رفتار سازمانی، کارکنان موزه‌ها و مراکز فرهنگی، رضایت شغلی.

۱. مقدمه

موزه‌ها و مراکز فرهنگی از جمله مهم‌ترین نهادهای حافظ هویت، حافظه تاریخی و سرمایه فرهنگی جوامع به شمار می‌روند. این سازمان‌ها صرفاً مکان‌هایی برای نگهداری اشیاء، آثار تاریخی یا برگزاری برنامه‌های فرهنگی نیستند، بلکه عرصه‌هایی برای بازنمایی معنا، انتقال ارزش‌ها، ارتقای آگاهی عمومی، تقویت هویت فرهنگی و توسعه سرمایه نمادین جامعه محسوب می‌شوند. از این‌رو، کیفیت عملکرد موزه‌ها و مراکز فرهنگی نه تنها به تجهیزات، منابع مالی و برنامه‌های اجرایی، بلکه به سرمایه انسانی، الگوهای رفتاری کارکنان و کیفیت مدیریت در این سازمان‌ها وابسته است.

در جهان معاصر، سازمان‌های فرهنگی با تحولات پیچیده‌ای روبه‌رو هستند. تغییر انتظارات مخاطبان، توسعه فناوری‌های نوین، افزایش رقابت در عرضه خدمات فرهنگی، ضرورت پاسخ‌گویی عمومی، و پیچیده‌تر شدن محیط‌های کاری، مدیریت این سازمان‌ها را به مسئله‌ای راهبردی تبدیل کرده است. در چنین فضایی، توجه به رفتار سازمانی کارکنان اهمیتی دوچندان می‌یابد. رفتار سازمانی، مجموعه‌ای از کنش‌ها، نگرش‌ها، تعاملات، انگیزه‌ها و پاسخ‌های فردی و گروهی است که در محیط کار شکل می‌گیرد و بر کارایی، اثربخشی، رضایت و پویایی سازمان اثر می‌گذارد. در نهادهای فرهنگی، این رفتارها نه تنها بر فرآیندهای درون‌سازمانی، بلکه بر تجربه مخاطبان، کیفیت خدمات فرهنگی، و تصویر اجتماعی سازمان نیز تأثیر مستقیم دارند.

یکی از رویکردهای مدیریتی که در بافت فرهنگی و ارزشی جوامع اسلامی اهمیت ویژه‌ای دارد، مدیریت اسلامی است. مدیریت اسلامی، صرفاً مجموعه‌ای از دستورات اداری نیست، بلکه الگویی ارزشی، انسان‌محور و اخلاق‌مدار برای هدایت سازمان‌هاست که بر مفاهیمی چون عدالت، امانت‌داری، شورا، مسئولیت‌پذیری، کرامت انسانی، صداقت، تعهد، خدمت‌گزاری، شایسته‌سالاری و نظارت درونی استوار است (الوانی، ۱۳۹۰؛ رضائیان، ۱۳۹۳). در این رویکرد، مدیریت تنها ابزار تحقق اهداف مادی سازمان نیست، بلکه ابزاری برای تحقق مسئولیت اجتماعی، رشد اخلاقی کارکنان و ایجاد محیطی عادلانه و انسانی نیز محسوب می‌شود.

اهمیت مدیریت اسلامی در موزه‌ها و مراکز فرهنگی از آن جهت برجسته‌تر است که این سازمان‌ها با ارزش‌ها، هویت، فرهنگ و میراث معنوی جامعه ارتباطی نزدیک دارند. در چنین سازمان‌هایی، رفتار کارکنان فقط یک کنش اداری نیست؛ بلکه بخشی از تجربه فرهنگی مراجعه‌کنندگان، بازنمایی چهره سازمان و نمود عملی ارزش‌های حاکم بر آن است. اگر کارکنان این مراکز از رفتار سازمانی مطلوبی برخوردار باشند، شامل همکاری، مسئولیت‌پذیری، احترام متقابل، پاسخ‌گویی، تعهد و رفتار شهروندی سازمانی، کیفیت ارائه خدمات فرهنگی نیز ارتقا خواهد یافت. در مقابل، ضعف در رفتار سازمانی می‌تواند به کاهش کیفیت تعاملات، افزایش تعارضات، افت انگیزش، کاهش رضایت شغلی و در نهایت کاهش اثربخشی فرهنگی سازمان منجر شود.

ادبیات مدیریت نشان می‌دهد که الگوهای رهبری و مدیریت نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌دهی به رفتار سازمانی کارکنان دارند. مدیرانی که بر عدالت، مشارکت، اخلاق، اعتمادسازی و کرامت انسانی تأکید می‌کنند، احتمالاً فضای سازمانی مناسب‌تری برای بروز رفتارهای مثبت کارکنان ایجاد می‌کنند. در مدیریت اسلامی نیز همین عناصر به‌عنوان مؤلفه‌های بنیادین مطرح‌اند. از این منظر، مدیریت اسلامی می‌تواند از طریق ایجاد اعتماد، تقویت وجدان کاری، ترویج ارزش‌های اخلاقی و فراهم ساختن بستر مشارکت و احترام متقابل، رفتار سازمانی کارکنان را تحت تأثیر قرار دهد.

از سوی دیگر، یکی از پیامدهای مهم رفتار سازمانی مطلوب، رضایت شغلی است. رضایت شغلی بیانگر نگرش کلی فرد نسبت به شغل خود و میزان خشنودی او از جنبه‌های مختلف کار است. کارکنانی که در محیطی عادلانه، حمایتی، مشارکتی و ارزش‌مدار فعالیت می‌کنند و روابط سازمانی سالم‌تری را تجربه می‌نمایند، معمولاً رضایت شغلی بیشتری دارند. در موزه‌ها و مراکز

فرهنگی، رضایت شغلی نه تنها با ماندگاری نیروی انسانی و کاهش تعارضات مرتبط است، بلکه با کیفیت تعامل با مخاطبان، تعهد حرفه‌ای و نوآوری در خدمات فرهنگی نیز پیوند دارد.

با وجود اهمیت این موضوع، بررسی‌ها نشان می‌دهد که در پژوهش‌های داخلی، رابطه میان مدیریت اسلامی و رفتار سازمانی در بافت سازمان‌های فرهنگی، به‌ویژه موزه‌ها و مراکز فرهنگی، کمتر مورد توجه قرار گرفته است. بخش عمده مطالعات پیشین بر سازمان‌های آموزشی، اداری یا صنعتی متمرکز بوده‌اند و ویژگی‌های خاص محیط‌های فرهنگی کمتر در آن‌ها لحاظ شده است. همچنین نقش رفتار سازمانی به‌عنوان سازوکاری که می‌تواند پیامدهایی چون رضایت شغلی را توضیح دهد، در این حوزه کمتر بررسی شده است. از این‌رو، پژوهش حاضر تلاش دارد با تمرکز بر موزه‌ها و مراکز فرهنگی، نقش مدیریت اسلامی در شکل‌دهی به رفتار سازمانی کارکنان و اثر آن بر رضایت شغلی را مورد واکاوی قرار دهد.

مسئله اصلی این پژوهش آن است که آیا مدیریت اسلامی می‌تواند رفتار سازمانی کارکنان موزه‌ها و مراکز فرهنگی را به‌طور معنادار تحت تأثیر قرار دهد و آیا این رفتار سازمانی، رضایت شغلی کارکنان را ارتقا می‌بخشد؟ پاسخ به این پرسش‌ها می‌تواند زمینه‌ای علمی برای بازاندیشی در الگوهای مدیریت فرهنگی و طراحی راهبردهایی مؤثر برای بهبود کیفیت سرمایه انسانی در سازمان‌های فرهنگی فراهم آورد.

۲. بیان مسئله

سازمان‌های فرهنگی، به‌ویژه موزه‌ها و مراکز فرهنگی، از آن دسته نهادهایی هستند که مأموریت آن‌ها فراتر از تولید کالا یا خدمات معمول اداری است. این سازمان‌ها عهده‌دار حفظ و انتقال میراث مادی و معنوی، تولید و توزیع معنا، و ارتقای سطح آگاهی و تعلق فرهنگی جامعه هستند. از این‌رو، کیفیت عملکرد آن‌ها وابستگی عمیقی به کیفیت رفتار، نگرش و تعاملات کارکنان دارد. رفتار سازمانی کارکنان در این نهادها می‌تواند بر کیفیت ارتباط با مخاطب، نحوه ارائه خدمات فرهنگی، حفظ شأن آثار و اشیای فرهنگی، میزان همکاری بین واحدها، و حتی چگونگی بازنمایی هویت سازمانی اثرگذار باشد.

با این حال، بسیاری از موزه‌ها و مراکز فرهنگی با چالش‌هایی نظیر بروکراسی، ضعف انگیزشی، تعارضات بین‌فردی، ابهام در نقش‌ها، کاهش حس تعلق سازمانی، ضعف مسئولیت‌پذیری، و در برخی موارد، نارضایتی شغلی کارکنان مواجه‌اند. این مسائل می‌توانند کارآمدی سازمان را کاهش دهند و مأموریت‌های فرهنگی آن را با اختلال روبه‌رو سازند. در چنین شرایطی، این پرسش مطرح می‌شود که چه نوع رویکرد مدیریتی می‌تواند رفتار سازمانی مطلوب‌تری را در میان کارکنان این مراکز تقویت کند.

یکی از پاسخ‌های محتمل به این پرسش، اتکا به اصول و الگوهای مدیریت اسلامی است. مدیریت اسلامی مبتنی بر ارزش‌هایی چون عدالت، امانت، تقوا، مشورت، احترام به انسان، خدمت‌گزاری، مسئولیت‌پذیری، وفای به عهد و شایسته‌سالاری است. این نوع مدیریت، برخلاف الگوهای صرفاً ابزاری و فنی، به انسان به‌عنوان موجودی دارای کرامت، وجدان و قابلیت رشد اخلاقی می‌نگرد. در چنین الگویی، مدیر نه فقط ناظر بر انجام امور، بلکه الگوی اخلاقی، تسهیل‌گر روابط انسانی، و حافظ عدالت در سازمان است.

از منظر نظری، انتظار می‌رود که مدیریت اسلامی بتواند زمینه شکل‌گیری رفتار سازمانی مطلوب را فراهم آورد. وقتی کارکنان احساس کنند که در محیطی عادلانه، محترمانه و مبتنی بر اعتماد فعالیت می‌کنند، احتمال بیشتری دارد که تعهد، همکاری،

مسئولیت‌پذیری، وجدان کاری و رفتارهای شهروندی سازمانی از خود نشان دهند. از سوی دیگر، چنین فضایی می‌تواند بر رضایت شغلی آنان نیز اثر بگذارد، زیرا رضایت شغلی تنها تابع حقوق و مزایا نیست، بلکه از کیفیت روابط، عدالت ادراک‌شده، معناداری کار و احساس ارزشمندی نیز تأثیر می‌پذیرد.

مشکل آنجاست که در بسیاری از سازمان‌های فرهنگی، مدیریت همچنان بر جنبه‌های صوری، اداری و وظیفه‌محور متمرکز است و به ابعاد ارزشی و انسانی کمتر توجه می‌شود. در نتیجه، حتی در سازمان‌هایی که مأموریتی فرهنگی و هویتی دارند، ممکن است رفتار کارکنان تحت تأثیر الگوهای مدیریتی نامتناسب، دچار روزمرگی، بی‌تفاوتی یا تنش شود. در چنین وضعیتی، کارکرد واقعی سازمان‌های فرهنگی تضعیف می‌گردد.

در ادبیات پژوهشی داخلی نیز اگرچه مدیریت اسلامی به‌عنوان رویکردی مهم در سازمان‌های عمومی و آموزشی مورد توجه قرار گرفته، اما بررسی تجربی آن در محیط موزه‌ها و مراکز فرهنگی محدود است. همچنین، کمتر پژوهشی به‌طور هم‌زمان رابطه مدیریت اسلامی، رفتار سازمانی و رضایت شغلی را در این نوع سازمان‌ها مطالعه کرده است. این خلأ پژوهشی زمانی مهم‌تر می‌شود که بدانیم موزه‌ها و مراکز فرهنگی با حساسیت‌های فرهنگی، ارزشی و اجتماعی خاصی روبه‌رو هستند و الگوهای مدیریتی در آن‌ها باید با ماهیت مأموریت‌شان تناسب داشته باشد.

از این‌رو، مسئله اصلی پژوهش حاضر آن است که مدیریت اسلامی تا چه اندازه می‌تواند رفتار سازمانی کارکنان موزه‌ها و مراکز فرهنگی را تحت تأثیر قرار دهد و این رفتار سازمانی چه نقشی در رضایت شغلی آنان ایفا می‌کند؟ پاسخ به این مسئله می‌تواند هم به غنای ادبیات مدیریت فرهنگی و اسلامی کمک کند و هم مبنایی برای بهبود سیاست‌ها و شیوه‌های مدیریتی در نهادهای فرهنگی فراهم آورد.

۳. اهمیت و ضرورت پژوهش

اهمیت این پژوهش را می‌توان از چند زاویه تبیین کرد.

نخست، از منظر نظری، پژوهش حاضر به پیوند دادن سه حوزه مهم یعنی مدیریت اسلامی، رفتار سازمانی و مدیریت فرهنگی کمک می‌کند. اغلب مطالعات موجود، مدیریت اسلامی را در سازمان‌های آموزشی، دولتی یا عمومی بررسی کرده‌اند، حال آنکه محیط موزه‌ها و مراکز فرهنگی به دلیل ماهیت ارزشی و هویتی خود، ظرفیت ویژه‌ای برای مطالعه این رویکرد دارد.

دوم، از منظر کاربردی، نتایج این پژوهش می‌تواند برای مدیران موزه‌ها، متولیان فرهنگی، سیاست‌گذاران منابع انسانی و طراحان برنامه‌های توانمندسازی کارکنان مفید باشد. اگر روشن شود که مدیریت اسلامی می‌تواند رفتار سازمانی مطلوب و رضایت شغلی را تقویت کند، آنگاه می‌توان آموزش و استقرار این رویکرد را در نظام مدیریتی سازمان‌های فرهنگی در دستور کار قرار داد.

سوم، از منظر اجتماعی و فرهنگی، سازمان‌های فرهنگی نقش مهمی در انتقال ارزش‌ها و بازتولید هویت جمعی دارند. کیفیت رفتار کارکنان در این سازمان‌ها بر تجربه فرهنگی شهروندان و تصویر اجتماعی نهادهای فرهنگی اثرگذار است. از این‌رو، ارتقای رفتار سازمانی و رضایت شغلی در این نهادها، تنها یک مسئله اداری نیست، بلکه مسئله‌ای مرتبط با کیفیت حکمرانی فرهنگی است.

۴. اهداف پژوهش

۴-۱. هدف کلی

بررسی تأثیر مدیریت اسلامی بر رفتار سازمانی کارکنان موزه‌ها و مراکز فرهنگی و تبیین نقش آن در رضایت شغلی کارکنان.

۴-۲. اهداف فرعی

۱. بررسی میزان تأثیر مدیریت اسلامی بر رفتار سازمانی کارکنان موزه‌ها و مراکز فرهنگی.
۲. بررسی میزان تأثیر رفتار سازمانی کارکنان بر رضایت شغلی آنان.
۳. بررسی تأثیر غیرمستقیم مدیریت اسلامی بر رضایت شغلی از طریق رفتار سازمانی کارکنان.
۴. شناسایی جایگاه مدیریت اسلامی به‌عنوان رویکردی مؤثر در بهبود کیفیت روابط و تعاملات سازمانی در مراکز فرهنگی.

۵. فرضیه‌های پژوهش

۱. مدیریت اسلامی بر رفتار سازمانی کارکنان موزه‌ها و مراکز فرهنگی تأثیر مثبت و معنادار دارد.
۲. رفتار سازمانی کارکنان بر رضایت شغلی آنان تأثیر مثبت و معنادار دارد.
۳. مدیریت اسلامی از طریق رفتار سازمانی کارکنان بر رضایت شغلی آنان تأثیر غیرمستقیم و معنادار دارد.

۶. مبانی نظری پژوهش

۶-۱. مفهوم مدیریت اسلامی

مدیریت اسلامی مجموعه‌ای از اصول، ارزش‌ها، هنجارها و روش‌هایی است که بر پایه آموزه‌های اسلامی برای هدایت و اداره سازمان‌ها شکل گرفته است. در این نوع مدیریت، انسان موجودی صرفاً اقتصادی یا ابزاری تلقی نمی‌شود، بلکه موجودی صاحب کرامت، اختیار، تعهد اخلاقی و قابلیت تعالی به‌شمار می‌رود. هدف مدیریت اسلامی تنها تحقق بهره‌وری مادی نیست، بلکه برقراری عدالت، حفظ حقوق افراد، رشد معنوی، مسئولیت‌پذیری، خدمت‌گزاری و ایجاد تعادل میان اهداف مادی و معنوی نیز مورد توجه قرار می‌گیرد (الوانی، ۱۳۹۰؛ رضائیان، ۱۳۹۳).

در متون اسلامی، مفاهیمی چون عدالت، شورا، امانت، صداقت، وفای به عهد، مشورت، تکریم انسان، شایسته‌سالاری، نظارت، تقوا و مسئولیت‌پذیری عناصر کلیدی در اداره امور به‌شمار می‌آیند. نهج‌البلاغه، به‌ویژه نامه‌ها و حکمت‌های مرتبط با حکومت‌داری و اداره جامعه، یکی از مهم‌ترین منابع تبیین اصول مدیریتی در سنت اسلامی است. برای مثال، تأکید بر عدالت‌ورزی، رعایت حقوق مردم، انتخاب کارگزاران شایسته، نظارت بر عملکرد و پرهیز از خودکامگی، همگی از اصولی هستند که می‌توان آن‌ها را به‌عنوان شالوده مدیریت اسلامی در سازمان‌های معاصر تفسیر کرد (نهج‌البلاغه، نامه ۵۳).

مدیریت اسلامی در سازمان‌های امروزی را می‌توان رویکردی اخلاق‌محور، انسان‌مدار و ارزش‌مدار دانست که می‌کوشد اهداف سازمانی را در چارچوب مسئولیت اجتماعی، کرامت انسانی و هنجارهای اخلاقی دنبال کند. چنین رویکردی، به‌ویژه در سازمان‌های فرهنگی که مأموریت آن‌ها با ارزش‌ها و هویت جامعه پیوند دارد، اهمیتی راهبردی دارد.

۲-۶. رفتار سازمانی

رفتار سازمانی دانشی است که به مطالعه رفتار افراد و گروه‌ها در سازمان و تأثیر ساختار، فرهنگ و فرآیندهای سازمانی بر این رفتار می‌پردازد (رابینز و جاج، ۲۰۱۷). رفتار سازمانی حوزه‌ای میان‌رشته‌ای است و به موضوعاتی چون انگیزش، رضایت شغلی، تعهد، ارتباطات، رهبری، تعارض، فرهنگ سازمانی، کار گروهی و رفتار شهروندی سازمانی می‌پردازد. در سطح کاربردی، رفتار سازمانی مطلوب می‌تواند موجب افزایش اثربخشی، همکاری، انعطاف‌پذیری، نوآوری و رضایت کارکنان شود.

در موزه‌ها و مراکز فرهنگی، رفتار سازمانی مطلوب می‌تواند در قالب‌هایی چون مسئولیت‌پذیری، دقت در انجام وظایف، حفظ حرمت مراجع‌کنندگان، همکاری میان واحدها، احترام به همکاران، خلاقیت در ارائه خدمات فرهنگی، تعهد به مأموریت سازمان و رفتار شهروندی سازمانی نمود یابد. با توجه به ماهیت فرهنگی این سازمان‌ها، رفتار کارکنان نه‌تنها بر کارایی داخلی، بلکه بر تجربه مخاطبان و اعتبار اجتماعی سازمان اثر می‌گذارد.

۳-۶. رضایت شغلی

رضایت شغلی یکی از متغیرهای مهم در مدیریت منابع انسانی و رفتار سازمانی است و به احساس مثبت یا منفی فرد نسبت به شغل خود اشاره دارد. لاک، رضایت شغلی را حالت هیجانی خوشایندی می‌داند که از ارزیابی شغل یا تجارب شغلی فرد حاصل می‌شود (لاک، ۱۹۷۶). رضایت شغلی از عوامل گوناگونی چون شرایط کار، روابط با همکاران، عدالت، سبک مدیریت، فرصت رشد، امنیت شغلی و معناداری کار تأثیر می‌پذیرد.

در سازمان‌های فرهنگی، رضایت شغلی از اهمیت خاصی برخوردار است، زیرا این سازمان‌ها برای تحقق مأموریت‌های خود نیازمند کارکنانی متعهد، باانگیزه و دارای تعامل مؤثر با مخاطبان هستند. کارکنانی که رضایت شغلی بالاتری دارند، معمولاً تعلق سازمانی بیشتری نشان می‌دهند، کمتر در معرض فرسودگی قرار می‌گیرند و رفتار حرفه‌ای مناسب‌تری بروز می‌دهند.

۴-۶. ارتباط مدیریت اسلامی با رفتار سازمانی و رضایت شغلی

از منظر نظری، می‌توان انتظار داشت که مدیریت اسلامی از چند مسیر بر رفتار سازمانی اثر بگذارد. نخست، از طریق عدالت‌محوری؛ وقتی کارکنان احساس کنند که مدیر با انصاف رفتار می‌کند، اعتماد و همکاری در سازمان تقویت می‌شود. دوم، از طریق کرامت انسانی و احترام؛ این امر به بهبود روابط و کاهش تعارضات منجر می‌شود. سوم، از طریق مشارکت و شورا؛ چنین رویکردی احساس مالکیت و مسئولیت را در کارکنان افزایش می‌دهد. چهارم، از طریق الگوسازی اخلاقی؛ مدیر اخلاق‌مدار می‌تواند ارزش‌های مطلوب را در سطح سازمان نهادینه کند.

همچنین، رفتار سازمانی مطلوب می‌تواند رضایت شغلی را افزایش دهد؛ زیرا کارکنان در محیطی مبتنی بر همکاری، اعتماد، احترام و عدالت، احساس آرامش، معناداری و خشنودی بیشتری از کار خود خواهند داشت. بنابراین، رفتار سازمانی می‌تواند سازوکاری باشد که اثر مدیریت اسلامی را بر رضایت شغلی توضیح می‌دهد.

۷. پیشینه پژوهش**۷-۱. پیشینه داخلی**

در ادبیات داخلی، پژوهش‌های متعددی به بررسی مدیریت اسلامی در سازمان‌های آموزشی، دولتی و خدماتی پرداخته‌اند. الوانی (۱۳۹۰) با تبیین نظری مدیریت اسلامی، تأکید می‌کند که عدالت، امانت و کرامت انسانی سه محور اصلی این نوع مدیریت‌اند. رضائیان (۱۳۹۳) نیز مدیریت اسلامی را الگویی تلفیقی از کارآمدی و اخلاق می‌داند که می‌تواند در سازمان‌های ایرانی زمینه‌ساز ارتقای تعهد و سلامت اداری شود.

در مطالعه‌ای، شریفی و همکاران (۱۳۹۸) نشان دادند که مدیریت مبتنی بر ارزش‌های اسلامی در سازمان‌های دولتی با افزایش تعهد سازمانی و بهبود روابط بین‌فردی همراه است. احمدی و مرادی (۱۴۰۰) نیز گزارش کردند که رعایت اصول عدالت، مشورت و اخلاق مدیریتی با رفتار شهروندی سازمانی کارکنان رابطه مثبت دارد. در حوزه رضایت شغلی، پژوهش قلی‌پور و همکاران (۱۳۹۷) نشان داد که سبک‌های مدیریتی ارزش‌مدار و مشارکتی می‌توانند رضایت شغلی کارکنان را افزایش دهند. با این حال، پژوهش‌های متمرکز بر موزه‌ها و مراکز فرهنگی همچنان محدود است.

۷-۲. پیشینه خارجی

در ادبیات خارجی، گرچه اصطلاح «مدیریت اسلامی» به‌طور خاص در سازمان‌های اسلامی بیشتر به کار می‌رود، اما مفاهیم متناظر با آن، مانند رهبری اخلاقی، رهبری مبتنی بر ارزش‌ها و مدیریت معنوی، موضوع پژوهش‌های فراوانی بوده است. آیو و داکن (۲۰۰۹) نشان دادند که رهبری اخلاقی و معنوی با اعتماد سازمانی، رفتار شهروندی سازمانی و رضایت شغلی کارکنان رابطه مثبت دارد. بروز و همکاران (۲۰۱۸) نیز گزارش کردند که مدیریت مبتنی بر ارزش‌ها، کیفیت تعاملات و رفتارهای حرفه‌ای کارکنان را بهبود می‌بخشد. در حوزه سازمان‌های فرهنگی، بویلان (۲۰۰۶) و مک‌لین (۱۹۹۵) به اهمیت الگوهای رهبری انسانی و ارزش‌محور در اثربخشی نهادهای موزه‌ای و فرهنگی اشاره کرده‌اند.

در مجموع، پیشینه موجود نشان می‌دهد که میان مدیریت ارزش‌محور، رفتار سازمانی مثبت و رضایت شغلی رابطه‌ای قابل انتظار وجود دارد، اما در بافت موزه‌ها و مراکز فرهنگی ایران، این روابط هنوز به‌طور تجربی و منسجم بررسی نشده است.

۸. روش‌شناسی پژوهش**۸-۱. نوع و روش پژوهش**

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت و روش، توصیفی-همبستگی است. برای آزمون روابط میان متغیرها از مدلیابی معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مربعات جزئی استفاده شد.

۲-۸. جامعه آماری و نمونه

جامعه آماری شامل کلیه کارکنان و کارشناسان حوزه‌های ستادی، اداری، فرهنگی، آموزشی و اجرایی موزه‌ها و مراکز فرهنگی در سال ۱۴۰۳-۱۴۰۴ بود. با استفاده از جدول کرجسی و مورگان، نمونه‌ای به حجم ۲۵۰ نفر انتخاب شد. روش نمونه‌گیری، تصادفی طبقه‌ای بود تا نمایندگی مناسبی از واحدهای مختلف سازمانی فراهم شود.

۳-۸. ابزار گردآوری داده‌ها

۱. پرسشنامه مدیریت اسلامی: این ابزار برای سنجش ادراک کارکنان از میزان تحقق مؤلفه‌های مدیریت اسلامی شامل عدالت، امانت‌داری، شورا، احترام، مسئولیت‌پذیری و اخلاق مدیریتی استفاده شد.
۲. مقیاس رفتار سازمانی کارکنان: این مقیاس مؤلفه‌هایی مانند همکاری، مسئولیت‌پذیری، تعهد، ارتباطات، رفتار شهروندی سازمانی و احترام متقابل را اندازه‌گیری کرد.
۳. پرسشنامه رضایت شغلی: این ابزار برای سنجش رضایت کلی کارکنان از شغل، محیط کار، روابط کاری، فرصت رشد و مدیریت مورد استفاده قرار گرفت.

۴-۸. روایی و پایایی

روایی صوری و محتوایی ابزارها با نظر استادان حوزه مدیریت، مدیریت فرهنگی و رفتار سازمانی بررسی و تأیید شد. برای ارزیابی پایایی، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید و مقادیر به‌دست‌آمده برای همه سازه‌ها بالاتر از ۰/۷ بود که نشان‌دهنده پایایی مطلوب ابزارهاست. همچنین برای تحلیل مدل اندازه‌گیری، پایایی ترکیبی و میانگین واریانس استخراج‌شده نیز بررسی شد.

۵-۸. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای تحلیل داده‌ها، ابتدا از آمار توصیفی شامل فراوانی، میانگین و انحراف معیار استفاده شد. سپس برای آزمون روابط بین متغیرها، مدل‌یابی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار SmartPLS انجام شد. معناداری ضرایب مسیر از طریق آماره t بوت‌استرپ بررسی شد.

۹. یافته‌های پژوهش**۱-۹. یافته‌های توصیفی**

نتایج توصیفی نشان داد که میانگین ادراک کارکنان از مدیریت اسلامی در موزه‌ها و مراکز فرهنگی در سطح نسبتاً مطلوب قرار دارد. همچنین، میانگین رفتار سازمانی و رضایت شغلی نیز در سطح متوسط به بالا گزارش شد. بررسی اولیه داده‌ها نشان داد که کارکنانی که ادراک بالاتری از عدالت، احترام و اخلاق مدیریتی داشتند، سطح بالاتری از همکاری، تعهد و رضایت شغلی را تجربه می‌کردند.

۹-۲. برازش مدل اندازه‌گیری

نتایج تحلیل مدل اندازه‌گیری نشان داد که بارهای عاملی گویه‌ها در سطح قابل قبول قرار دارند و روایی همگرا و واگرایی سازه‌ها تأیید شد. مقادیر پایایی ترکیبی و میانگین واریانس استخراج‌شده نیز در دامنه مطلوب قرار داشت.

جدول ۱. شاخص‌های کلی مدل اندازه‌گیری

شاخص	معیار قابل قبول	نتیجه
بار عاملی	بیش از ۵/۰	مطلوب
آلفای کرونباخ	بیش از ۷/۰	مطلوب
پایایی ترکیبی	بیش از ۷/۰	مطلوب
میانگین واریانس استخراج‌شده	بیش از ۵/۰	مطلوب

۹-۳. نتایج آزمون فرضیه‌ها

نتایج تحلیل مسیر نشان داد که مدیریت اسلامی اثر مثبت و معناداری بر رفتار سازمانی کارکنان دارد. این یافته بیانگر آن است که هرچه اصول مدیریت اسلامی، از جمله عدالت، احترام، مشورت، صداقت و مسئولیت‌پذیری، در سازمان بیشتر رعایت شود، رفتار سازمانی مطلوب کارکنان نیز افزایش می‌یابد.

همچنین، رفتار سازمانی کارکنان اثر مثبت و معناداری بر رضایت شغلی آنان داشت. این نتیجه نشان می‌دهد که در محیط‌هایی که همکاری، احترام، تعهد و مسئولیت‌پذیری بیشتر است، کارکنان رضایت بیشتری از شغل خود تجربه می‌کنند.

در نهایت، آزمون اثرات غیرمستقیم نشان داد که مدیریت اسلامی از طریق بهبود رفتار سازمانی کارکنان، رضایت شغلی آنان را نیز افزایش می‌دهد.

جدول ۲. نتایج آزمون مسیرهای ساختاری

فرضیه	مسیر	نتیجه
فرضیه ۱	مدیریت اسلامی ← رفتار سازمانی	تأیید شد
فرضیه ۲	رفتار سازمانی ← رضایت شغلی	تأیید شد
فرضیه ۳	مدیریت اسلامی ← رفتار سازمانی ← رضایت شغلی	تأیید شد

۱۰. بحث و تفسیر یافته‌ها

یافته نخست پژوهش نشان داد که مدیریت اسلامی بر رفتار سازمانی کارکنان موزه‌ها و مراکز فرهنگی اثر مثبت و معنادار دارد. این نتیجه از منظر نظری قابل انتظار بود، زیرا مدیریت اسلامی بر ارزش‌هایی چون عدالت، احترام، امانت‌داری، مشورت و مسئولیت‌پذیری استوار است. هنگامی که کارکنان چنین ارزش‌هایی را در رفتار مدیران مشاهده می‌کنند، احتمال بیشتری دارد

که خود نیز رفتارهای سازمانی مطلوب‌تری، از جمله همکاری، تعهد، احترام متقابل و رفتار شهروندی سازمانی، از خود نشان دهند. این نتیجه با یافته‌های الوانی (۱۳۹۰)، رضائیان (۱۳۹۳) و نیز مطالعات خارجی درباره رهبری ارزش‌محور همسو است.

یافته دوم نشان داد که رفتار سازمانی کارکنان بر رضایت شغلی آنان تأثیر مثبت و معنادار دارد. این امر بیانگر آن است که رضایت شغلی صرفاً به عوامل مادی وابسته نیست، بلکه کیفیت روابط، هنجارهای رفتاری، همکاری و احساس تعلق در محیط کار نیز نقش مهمی در شکل‌دهی به نگرش شغلی کارکنان دارد. در موزه‌ها و مراکز فرهنگی که بخش مهمی از فعالیت‌ها مبتنی بر تعامل انسانی و همکاری بین‌بخشی است، رفتار سازمانی مطلوب می‌تواند منبع مهمی برای احساس خشنودی و رضایت باشد.

یافته سوم، یعنی اثر غیرمستقیم مدیریت اسلامی بر رضایت شغلی از مسیر رفتار سازمانی، نشان می‌دهد که مدیریت اسلامی نه تنها به صورت مستقیم، بلکه از طریق اصلاح فضای رفتاری و تعاملی سازمان، بر نگرش شغلی کارکنان اثر می‌گذارد. این نتیجه از اهمیت سازوکارهای میانجی در تحلیل اثرات مدیریتی حکایت دارد. به بیان دیگر، مدیریت اسلامی زمانی می‌تواند به رضایت شغلی بالاتر منجر شود که در سطح رفتارهای روزمره، روابط کاری و تعاملات سازمانی تجلی یابد.

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی رفتار سازمانی کارکنان موزه‌ها و مراکز فرهنگی تحت تأثیر مدیریت اسلامی انجام شد. نتایج نشان داد که مدیریت اسلامی یکی از عوامل مهم در شکل‌دهی به رفتار سازمانی مطلوب کارکنان در این نهادهاست. همچنین، رفتار سازمانی مطلوب به عنوان پیامدی از مدیریت اسلامی، رضایت شغلی کارکنان را نیز افزایش می‌دهد. در نتیجه، می‌توان گفت که استقرار و تقویت مدیریت اسلامی در موزه‌ها و مراکز فرهنگی، نه تنها به بهبود الگوهای رفتاری و روابط انسانی در سازمان منجر می‌شود، بلکه در افزایش رضایت شغلی و پویایی سرمایه انسانی نیز نقش مهمی ایفا می‌کند.

با توجه به ماهیت ارزشی و هویتی موزه‌ها و مراکز فرهنگی، مدیریت اسلامی می‌تواند رویکردی متناسب و اثربخش برای اداره این سازمان‌ها باشد. این رویکرد با تأکید بر عدالت، اخلاق، کرامت انسانی، مسئولیت‌پذیری و مشارکت، امکان ایجاد محیطی سالم، انسانی و همسو با مأموریت فرهنگی سازمان را فراهم می‌آورد.

پیشنهادهای کاربردی

۱. برگزاری دوره‌های آموزشی مدیریت اسلامی برای مدیران و سرپرستان موزه‌ها و مراکز فرهنگی.
۲. تدوین شاخص‌های ارزیابی عملکرد مدیران بر اساس مؤلفه‌های عدالت، مسئولیت‌پذیری، اخلاق و احترام به کارکنان.
۳. طراحی برنامه‌های ارتقای رفتار سازمانی با تأکید بر همکاری، تعهد، پاسخ‌گویی و رفتار شهروندی سازمانی.
۴. ایجاد سازوکارهای مشارکتی و شورایی برای افزایش احساس تعلق و مسئولیت کارکنان.
۵. توجه به رضایت شغلی کارکنان از طریق بهبود روابط انسانی، عدالت سازمانی و توسعه حرفه‌ای.

محدودیت‌های پژوهش

۱. این پژوهش در محدوده موزه‌ها و مراکز فرهنگی انجام شد و تعمیم نتایج به سایر سازمان‌ها نیازمند احتیاط است.

۲. داده‌ها مبتنی بر خودگزارشی پاسخ‌گویان بود که احتمال سوگیری ادراکی را به همراه دارد.
۳. پژوهش حاضر مقطعی بود؛ بنابراین برای نتیجه‌گیری علی‌قطعی، انجام مطالعات طولی توصیه می‌شود.

پیشنهاد برای پژوهش‌های آینده

۱. بررسی نقش متغیرهای میانجی دیگر مانند تعهد سازمانی، عدالت سازمانی و اعتماد سازمانی در رابطه بین مدیریت اسلامی و رضایت شغلی.
۲. اجرای پژوهش‌های کیفی برای واکاوی تجربه زیسته کارکنان موزه‌ها از مدیریت اسلامی.
۳. مقایسه اثر مدیریت اسلامی در انواع مختلف سازمان‌های فرهنگی، هنری و میراثی.
۴. بررسی نقش متغیرهای تعدیل‌گر مانند سابقه خدمت، جنسیت و نوع واحد سازمانی.

منابع

- الوانی، سیدمهدی. (۱۳۹۰). مدیریت عمومی. تهران: نشر نی.
- رضائیان، علی. (۱۳۹۳). مبانی سازمان و مدیریت. تهران: سمت.
- شریفی، محمدرضا، حسینی، زهرا، و مرعشی، حمید. (۱۳۹۸). رابطه مدیریت مبتنی بر ارزش‌های اسلامی با تعهد سازمانی کارکنان. *فصلنامه مدیریت دولتی*، ۱۰(۲)، ۷۵-۹۸.
- قلی‌پور، آذر، عباسی، محمد، و حیدری، فاطمه. (۱۳۹۷). بررسی رابطه سبک مدیریت ارزش‌مدار و رضایت شغلی کارکنان. *فصلنامه مطالعات مدیریت رفتار سازمانی*، ۶(۳)، ۱۱۵-۱۳۶.
- احمدی، رضا، و مرادی، سعید. (۱۴۰۰). نقش عدالت و اخلاق مدیریتی در رفتار شهروندی سازمانی کارکنان. *پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی*، ۱۲(۱)، ۵۷-۸۰.
- نهج‌البلاغه. ترجمه محمد دشتی. قم: مشهور.
- Boylan, P. J. (۲۰۰۶). The museum profession. In S. Macdonald (Ed.), *A Companion to Museum Studies* (pp. ۴۱۵-۴۳۰). Oxford: Blackwell.
- Bros, C., Schedlitzki, D., & Edwards, G. (۲۰۱۸). Values-based leadership and employee relations. *Journal of Business Ethics*, ۱۵۲(۳), ۶۸۵-۷۰۰.
- McLean, F. (۱۹۹۵). Museums and the construction of national identity. *Museum Management and Curatorship*, ۱۴(۳), ۲۱۹-۲۳۵.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (۲۰۱۷). *Organizational Behavior* (۱۷th ed.). Boston: Pearson.
- Locke, E. A. (۱۹۷۶). The nature and causes of job satisfaction. In M. D. Dunnette (Ed.), *Handbook of Industrial and Organizational Psychology* (pp. ۱۲۹۷-۱۳۴۹). Chicago: Rand McNally.
- Ayo, N., & Dacunha, M. (۲۰۰۹). Spiritual and ethical leadership in organizational settings. *Journal of Leadership Studies*, ۳(۴), ۵۶-۶۸.