



دو فصلنامه اختصاصی مطالعات فرهنگی «خط‌مشی‌گذاری در فرهنگ»
سال دوم، شماره دوم، پیاپی ۲، بهار و تابستان ۱۴۰۴

صص ۱۸۲-۱۶۱؛ تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۱/۰۷؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۴/۰۲

عوامل مؤثر بر ارتقای مسئولیت فرهنگی در شرکت همراه خودرو سایپا

جواد مرادی^۱؛ ذوالفقار رشیدی^۲؛ رزیتا سپهرنیا^۳

چکیده

این تحقیق در راستای بررسی عوامل مؤثر بر ارتقای مسئولیت فرهنگی در شرکت همراه خودرو سایپا انجام شده است. روش تحقیق به کار گرفته شده در این پژوهش از نظر هدف کاربردی، از نظر نوع داده‌ها کمی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، توصیفی و از نوع پیمایشی است. جامعه آماری این تحقیق عبارت از کلیه کارکنان در شرکت همراه خودرو سایپا می‌باشند که در سال ۱۴۰۳ مشغول به کار بودند که تعداد آنها حدوداً ۲۰۰۰ نفر می‌باشد. روش نمونه‌گیری در این پژوهش روش نمونه‌گیری ساده می‌باشد. گویه‌های مستخرجه در این پژوهش با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته در چهار بعد و ۲۴ گویه تنظیم و براساس مقیاس پنج گزینه ای لیکرت مورد پرسش قرار گرفته است. در بخش آمار توصیفی نیز، توصیف داده‌ها در دو بخش متغیرهای زمینه ای و متغیرهای اصلی ارائه گردیده و در بخش آمار استنباطی، جهت بررسی فرضیه‌ها از آزمون همبستگی استفاده شده است. با توجه به داده

۱ - دانشجوی دکترای گروه مدیریت فرهنگی، دانشگاه آزاد واحد بین المللی کیش، کیش، ایران. ۵۱۰۵-۱۱۴۵-
javad.moradi8421@iau.ac.ir ۰۰۰۹-۰۰۰۰

۲ - استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن، گروه مدیریت آموزشی، رودهن، ایران. (نویسنده مسئول).
zo.rashidi@iau.ac.ir

۳ - دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، گروه مطالعات فرهنگی و رسانه، تهران، ایران. ۱۸۹۴-۷۶۳۴-
rozitasepehrnia@yahoo.com ۰۰۰۰-۰۰۰۲



های تحقیق می‌توان گفت، عوامل (فرهنگ سازمانی، سبک رهبری، فضیلت سازمانی و سلامت سازمانی) بر ارتقای مسئولیت فرهنگی شرکت همراه خودرو سایپا اثر مثبت و معنی‌داری دارد.

کلیدواژه‌ها: مسئولیت فرهنگی، فرهنگ سازمانی، سبک رهبری، فضیلت سازمانی، سلامت

مقدمه

مسئولیت فرهنگی شرکت‌ها ایده‌ای است نو که بر اساس آن، شرکت‌ها نه تنها در امور اجتماعی همچون خدمات اجتماعی، رفاهی و آموزش بلکه در آنچه که معطوف به فرهنگ عمومی جامعه می‌شود مسئولیت دارند. این مسئولیت شامل حوزه‌های متعددی است: ارتقاء همزیستی بین‌المللی، شناسایی متقابل فرهنگ طرفین فعالیت‌های اقتصادی، شناسایی مظاهر هنری کشورهای متعامل همچون موسیقی، هنر، فیلم و سینما، تنوع فرهنگی و خلاقیت، بهبود زندگی مدنی و هر آنچه که به فرهنگ و رفتار و ایستارهای زندگی انسانی مربوط است. مسئولیت فرهنگی جلوه‌ای کاملاً متفاوت به مسئولیت شرکت‌ها می‌بخشد و در سطح مسئولیت اجتماعی باقی نمی‌ماند و به ارتباطات میان فرهنگی مربوط می‌شود. مسئولیت فرهنگی، ظرفیتی سرشار از منابع مالی شرکت‌های اقتصادی را به حوزه فرهنگ وارد می‌کند (اشتریان و خالقی پور، ۱۳۹۹).

کلمه مسئولیت پذیری از نظر اصطلاح‌شناسی به معنی پذیرش، پاسخ‌دهی یا به عهده گرفتن کاری که از فرد خواسته می‌شود و شخص حق دارد، آن را بپذیرد یا آنرا رد کند (پورهاشمی دهکردی، کاملی، و رئیسی سرشنیزی، ۱۳۹۷). تفاوت وظیفه و مسئولیت در این است که وظیفه کاری است که به فردی سپرده می‌شود و باید انجام بگیرد. اما زمانی که از فردی درخواست می‌شود مسئولیتی را قبول کند باید برای او کاملاً مشخص شود موضوع درخواست چیست و در برابر آن، چه چیزی به دست می‌آورد. (قربانی، ۱۳۹۱).

در جهان امروز هرگاه از بهره‌وری سازمانی بحث می‌شود مفهوم فرهنگ سازمانی نیز به ذهن راه می‌یابد و صاحب‌نظران می‌کوشند ضرورت توجه به آن به عنوان یکی از عوامل اثرگذار در سازمان‌ها را نشان دهند. با توجه به این که فرهنگ سازمانی، تأثیر بسزایی بر رفتار مدیران و کارکنان در تمام سطوح سازمان دارد، بر توانایی شرکت در تغییر جهت‌گیری راهبردی نیز مؤثر



است. باید در نظر داشت، اتخاذ فرهنگ سازی مناسب هنر است و باید هنرمندانه به آن پرداخت. ویژگی و مبانی فرهنگی باید باورشوند و به باور افراد برسند تا در زندگی فردی و در سطح جامعه و سازمان نمود داشته باشند (کیم و همکاران، ۲۰۱۸).

۱۶۳

مسئولیت پذیری به طور فزاینده ای از فرهنگ، اجتماع و اقتصاد حاکم بر جامعه تبعیت می کند و می توان آنرا از طریق احساس قدرت و کفایت، نظم و ترتیب، وظیفه شناسی، توفیق گرایی، خودکنترلی و محتاط بودن کارکنان سازمان مورد سنجش قرار داد (پورهاشمی دهکردی و همکاران، ۱۳۹۷). مسئولیت پذیری، علاوه بر تأثیر پذیری از نهادهای سازمانی، بر جنبه ها و عملکرد سازمان نیز تأثیر بسزایی دارد. هرچه حس مسئولیت پذیری در مدیران و کارکنان بالاتر باشد احساس امنیت افزایش پیدا کرده و امکان شکل گیری هم افزایی در سازمان بیشتر می شود. با ارتقاء حس مسئولیت پذیری کارکنان، احتمال نیل به هدف در سازمان فزونی یافته و مهارت های ارتباطی کارکنان افزایش می یابد. در تحقیقات گوناگون ارتباط بین مسئولیت پذیری کارکنان با قابلیت اعتماد، عملکرد شغلی، داشتن نظم و انضباط و وظیفه شناسی به اثبات رسیده است (زارع و همکاران، ۱۳۹۶).

شرکت های بزرگ خودرو سازی سالانه میلیون ها دلار از بازار بزرگ ایران کسب درآمد می کند. آیا این شرکت ها در برابر بستر فرهنگی مبادلات خود هیچ مسئولیتی ندارند؟ آیا این شرکت ها در قبال تغییری که در فرهنگ مردم ایجاد می کنند مسئولیتی ندارند؟

در همین راستا پژوهش حاضر در پی آن است تا تأثیر عوامل (فرهنگ سازمانی، سبک رهبری، فضیلت سازمانی و سلامت سازمانی) بر ارتقای مسئولیت فرهنگی در شرکت همراه خودرو سایپا را بررسی نماید.

پیشینه تحقیق

غیاثی پژوهشی با عنوان « بررسی و تبیین فرهنگ شهروندی در مسئولیت پذیری اجتماعی » انجام داده است. نتایج تحقیق وی نشان داد که مسئولیت اجتماعی طیف گسترده ای از فعالیت های فرهنگی، اجتماعی، محیط زیستی و امور خیریه را در بر می گیرد و افراد جامعه در هر سطح و طبقه ای، در قبال معضلات و اتفاقاتی که در جامعه رخ می دهد مسئول هستند و تحت هیچ شرایطی این مسئولیت از آنان ساقط نمی شود (غیاثی، ۱۴۰۳). طاهری اوروند پژوهشی با عنوان « بررسی اهمیت مسئولیت پذیر بودن معلم بر ارتقای سطح فرهنگی و اجتماعی جامعه » انجام داده است. نتایج تحقیق وی نشان داد که



مسئولیت معلم در برابر جامعه بی نهایت زیاد می‌باشد. چرا که معلم چراغ راه هدایت، و ره روان راه انبیاست. (طاهری اوروند، ۱۴۰۳). محمدی و همکاران پژوهشی با عنوان «مسئولیت پذیری، مدل های فرهنگی، آموزش، تعامل اجتماعی، رویکرد مشارکتی، رویکرد انفرادی» انجام داده اند. نتایج تحقیق نشان داد که پیشرفت تکنولوژی زمینه ی مناسبی را برای آموزش های مجازی فراهم ساخته است. (محمدی و همکاران، ۱۴۰۳). مزروعی پژوهشی با عنوان «نقش شهرداری ها در افزایش مسئولیت پذیری و مشارکت اجتماعی و فرهنگی شهروندان» انجام داده است. نتایج تحقیق وی نشان داد که این نهادها می توانند از طریق ایجاد فضاهای فرهنگی و اجتماعی، توانمندسازی شهروندان و تقویت حس تعلق عمومی، به بهبود کیفیت زندگی شهری کمک کنند (مزروعی، ۱۴۰۳). سماعی پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر سرمایه فرهنگی و اجتماعی بر مسئولیت اجتماعی (مورد مطالعه: شهرداری مشهد)» انجام داده است. نتایج تحقیق وی نشان داد که ابعاد مربوط به سرمایه فرهنگی، بر مسئولیت اجتماعی تأثیر دارند و بعد سرمایه عینی بیانگر بیشترین قدر پیش بینی کنندگی می‌باشد. (سماعی، ۱۴۰۲). همچنین رسولی جزی و همکاران پژوهشی با عنوان «الزامات مسئولیت مدنی حکومت در امور فرهنگی» انجام داده است. نتایج تحقیق نشان داد که اهمیت بالا و ویژگی های خاص حقوق فرهنگی ایجاب می کند خسارات ناشی از آن از سوی نهادهای حاکمیتی نباید بدون جبران باقی بماند. (رسولی جزی و همکاران، ۱۴۰۲) لاجوردی و کریمی پژوهشی با عنوان «تأثیر فرهنگ و رهبری مسئولیت اجتماعی شرکتی بر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی و عملکرد مالی» انجام داده اند. نتایج تحقیق وی نشان داد که هرچه رهبری مسئولیت اجتماعی شرکتی عملکرد بهتری داشته باشد و هرچه قابلیت های رهبری و نقش های استراتژیک آنان با استراتژی کلان شرکت همسو تر باشد، عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی افزایش می یابد. (لاجوردی و کریمی، ۱۴۰۱). احمدی و همکاران پژوهشی با عنوان «طراحی مدل مسئولیت فرهنگی بنیاد مستضعفان انقلاب اسلامی» انجام داده اند. نتایج تحقیق وی نشان داد که مسئولیت مزبور شامل چهار حوزه فرهنگ سازمانی، اخلاق کسب و کار و خدمت، فرهنگ شهروندی و پیوست فرهنگی است که در ماموریت های این نهاد، اعم از عرصه های کسب و کار و خدمات اجتماعی به محرومین، جریان می یابد. (احمدی و همکاران، ۱۴۰۰). کیستر نیز پژوهشی با عنوان «آموزش شهروندی و آموزش صلح: به سوی یک عمل پسا انتقادی» انجام داده است. براساس نتایج پژوهش، آموزش شهروندی دارای اصل دیگر محوری است. مقاله استدلال می کند که در پرتو این درک، تمام شهروندان باید از امکانات و رفاه نسبی برخوردار باشند. (کیستر، ۲۰۲۳) همچنین هوسر پژوهشی با عنوان «بررسی ارزش فلسفه شخصی آموزش شهروندی» انجام داده است. نتایج تحقیق



نشان داد که توسعه یک فلسفه شخصی به این معنی نیست که چیزی از بین می رود، بلکه به ارتقای فرهنگ شهروندی یاری می رساند. (هوسر، ۲۰۲۳) آگیلرا و همکاران نیز پژوهشی با عنوان « مسئولیت پذیری و علم در سازمان ادغام دیدگاه های خرد و کلان » انجام داده اند. نتایج این مطالعه نشان داد، کارمندان و مدیران می توانند در محیط کار و فراتر از آن، مسئولانه رفتار کنند در صورتی که سازمان با اجرای استراتژی هایی آنها را ملزم به رفتار های مسئولانه نماید. (آگیلرا و همکاران، ۲۰۲۱) ژانگ و همکاران نیز پژوهشی با عنوان « نقش واسطه ای سکوت سازمانی در ارتباط بین جو منفی سازمانی و مسئولیت پذیری » انجام داده اند. نتایج این مطالعه نشان داد، جو منفی در سازمان سبب افزایش حسادت سازمانی و سکوت سازمانی می گردد و مسئولیت پذیری را در سازمان کاهش می دهد. (ژانگ و همکاران، ۲۰۲۰)

چارچوب نظری تحقیق

مسئولیت پذیری در سازمان امری داوطلبانه و خودخواسته است و آزادی برای مسئولانه عمل کردن یک شرط کلی در این خصوص است. احساس مسئولیت، تمایل کارکنان به پذیرش نقش خود در سازمان بوده و خلق فرهنگ این نگرش، فرآیند ظریفی است که هنر رهبران سازمانی را می طلبد. انتظار رفتار مسئولانه امری با القای تفکرات به تنهایی، انتظاری است که پایه هایی غیرعقلایی دارد. علاوه بر الگوهای رفتاری مورد پذیرش، پیاده سازی و ارتقاء مسئولیت پذیری نیازمند نوآوری سیستمی، هم آفرینی سازمانی، آگاهی از هدف های بنیادی سازمان و راهبردهای جهت دستیابی به این اهداف است (محمدی و همکاران، ۱۳۹۶).

عوامل مؤثر بر ارتقای مسئولیت فرهنگی

فرهنگ سازمانی

فرهنگ سازمانی به عنوان مجموعه ای از مفاهیم اساسی، ارزش های مشترک و جلوه های ظاهری، عاملی کلیدی در موفقیت استراتژی های سرمایه انسانی محسوب می شود. فرهنگ سازمانی یک گروه، آموخته های مشترک متراکم شده گروه به عنوان راه حل مشکلات برای تطابق بیرونی و انسجام درونی تعریف می شود؛ که به اندازه کافی خوب عمل کرده تا معتبر انگاشته شود (Schein, 2017:6). با افزایش عمر و ادامه موفقیت گروه، باورها و ارزش ها به بخشی از هویت آن ها تبدیل شده، به طور خودکار به افراد جدید به عنوان کیستی گروه، آنچه انجام می شود، و باورهای جمعی آموزش داده



می‌شود. به اعتقاد شاین فرهنگ سازمانی سه لایه‌ی مفروضات بنیادین، ارزش‌های شناخته شده و مصنوعات را در بر می‌گیرد. (Schein, 2017:8). فرهنگ سازمانی به عنوان ارزش‌های غالب است که به وسیله یک سازمان حمایت می‌شود، فلسفه‌ای که خط‌مشی سازمان را به سمت کارکنان و مشتریان هدایت می‌کند، ارزش‌هایی که به کمک آنها کارها و امور روزمره سازمان انجام می‌پذیرد و یا باورهای بنیادی که بین اعضای سازمان مشترک می‌باشند. در هر سازمانی الگوهایی از باورها، سمبل‌ها، شعائر، داستان‌ها، آداب و رسوم وجود دارد که به مرور زمان بوجود آمده‌اند. این الگوها در چگونگی ابراز رفتار کارکنان و درک مشترک و یکسان بین آنها تأثیر دارند (الخوریف و مک‌لاگلین، ۱، ۲۰۱۷).

سبک رهبری

رهبری یکی از مهم ترین نقش‌های یک مدیر است، رهبری علم و هنر علاقه‌مند کردن دیگران به تحقق یک هدف و آرمان بوده و لازم است که در رابطه با هدف خویش بتواند برنامه‌ریزی کند، نیازها را تخمین زند، نظام به وجود آورد و برنامه‌ها را به اجرا گذارد. رهبران خوب با روش‌های متنوع به کارکنان انگیزه میدهند و از طریق توجه به نیازهای افراد احساس توانایی در فرد جهت انطباق با شرایط جدید بوجود می‌آورند (شمسایی و همکاران، ۱۳۹۴). سبک رهبری عنصر کلیدی در پیشرفت افزایش بهره‌وری سازمانی است. سازمان‌ها به سبک‌های رهبری متنوعی نیاز دارند تا به طور مؤثر برای بهبود بخش مراقبت‌های بهداشتی، اعتماد به رهبران واجد شرایطی که می‌توانند متفاوت و پویا فکر کنند، کار کنند. رهبری مؤثر برای بهبود و ارتقای اثربخشی سیستم‌ها ضروری است (هارگت و همکاران، ۲۰۱۷). سبک رهبری در راستای چشم انداز مشترک سازمانی، مأموریت، حاکمیت و توانمندسازی، نقش پررنگی در کیفیت کار سازمان دارد (زاغینی و همکاران ۲۰۲۰). اولین اقدام برای دستیابی به سبک رهبری مناسب، شناخت کارگزاران دولتی از وضع موجود خود است. همکاران، بالادستان و زیر دستان مهم ترین منابع ارزشمند برای شناخت وضعیت موجود هستند. از منظر سازمانی، واحد منابع انسانی، در سازمان می‌تواند با اتخاذ سیاست‌هایی سبک مدیریت مناسب را در سازمان تحقق و تداوم بخشد. (دهقانان و همکاران، ۱۴۰۲).

فضیلت سازمانی

فضیلت سازمانی یکی از مفاهیم مهم و نسبتاً جدید سازمانی برگرفته از رویکرد روانشناسی مثبت نگر است که به دلیل نقش موثری آن در سازمان ها و عملکرد شغلی مورد توجه مدیران و پژوهشگران قرار گرفته است. (زلاتیو و روگرز، ۲۰۲۰) فضیلت همانا نهادینه کردن با درونی کردن اصول اخلاقی و یک سری فضائل اخلاقی برای ایجاد هماهنگی اجتماعی و داشتن رفتارهای اخلاقی می باشد. (ابراهیم پور و حیدری ساربان، ۲۰۱۷) فضیلت سازمانی به معنای ایجاد، ترویج، حمایت و پرورش رفتارها، عادت ها، تمایل ها و رفتارهای رفیع و متعالی از قبیل انسانیت، صداقت، بخشش، اعتماد و وفاداری در سطح فردی و جمعی در یک سازمان است. (ریواری و لامسا، ۲۰۱۹) هر اعمال فردی، رفتارهای جمعی، ویژگی های فرهنگی و یا هر فرآیندی که باعث ترویج یا تداوم فضیلت در یک سازمان شود، نشان دهنده فضیلت سازمانی است. (اوزن، ۲۰۱۸) فضیلت سازمانی، باعث ایجاد عشق، همدلی، نوع دوستی، تحمل دشواری ها، سلامت، شادکامی، امیدواری و انعطاف پذیری و افزایش اعتماد متقابل و رفتارهای اخلاقی می شود. (مگ نیر و همکاران، ۲۰۲۰)

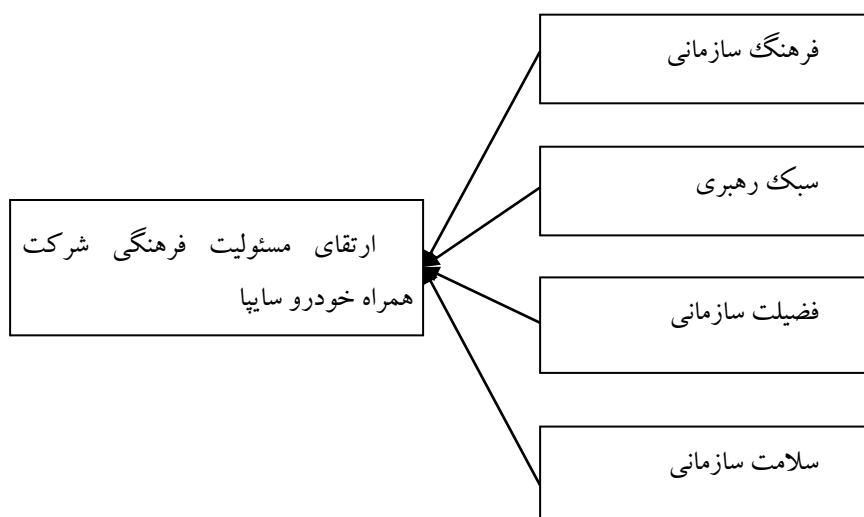
سلامت سازمانی

امروزه سلامت سازمانی به یک موضوع چالش برانگیز در دنیای رقابتی تبدیل شده است سلامت سازمانی در موج تغییرات شرایط اجتماعی و اقتصادی فراتر از مرزها رخ می دهد که نیازمند تطبیق همه سازمان ها با شرایط است این امر مستلزم توانایی هر سازمان برای انطباق کارآمد و مؤثر است. نبود یا پایین بودن سطح سلامت سازمانی در هر سازمانی پیامدهای منفی زیادی را به همراه دارد که اهم آن عبارتند از: خدشه دار بودن امنیت شغلی، بروز ناهنجاری روحی و روانی، تهدید اعتبار و حیثیت فرد، پایین آمدن انگیزه کاری در کارکنان، تقدم منافع فردی بر منافع سازمانی، ایجاد بی اعتمادی در مردم و تضعیف اعتماد عمومی جامعه، آسیب به فرآیند توسعه منابع انسانی، عدم رعایت ضوابط و اصول شایسته سالاری در استخدام ها، خدشه دار شدن حیثیت اجتماعی سازمان، تضعیف نظام ارزیابی و مواردی از این قبیل (کریمی، ۲۰۲۱). مفهوم سلامتی در یک سازمان توجه را به شرایطی جلب می کند که رشد و توسعه سازمان را تسهیل می نماید و یا موجب پویایی های سازمانی می شود. سلامت سازمانی تنها شامل توانایی سازمان برای انجام وظایف به طور مؤثر نیست، بلکه شامل توانایی سازمان برای رشد و بهبود مداوم است. سازمان سالم، جایی است که افراد باعلاقه به محل کارشان می آیند و به کار کردن در این محل افتخار می کنند. در حقیقت سلامتی سازمان از لحاظ فیزیکی، روانی، امنیت، تعلق،



شایسته‌سالاری و ارزش‌گذاری به دانایی، تخصص، شخصیت ذی نفعان، رشد دادن به قابلیت‌های آن‌ها و انجام وظایف محول شده از سوی فراسیستم‌های خود، در اثربخشی رفتار هر سیستمی تأثیر بسزایی دارد. (چرایین و همکاران، ۱۴۰۰).

مدل تحقیق



نمودار شماره (۱) - مدل مفهومی برگرفته از تحقیق

فرضیه‌های تحقیق

فرضیه اصلی:

عوامل (فرهنگ سازمانی، سبک رهبری، فضیلت سازمانی و سلامت سازمانی) بر ارتقای مسئولیت فرهنگی شرکت همراه خودرو سایپا مؤثر می‌باشند.

فرضیه‌های فرعی

فرهنگ سازمانی بر ارتقای مسئولیت فرهنگی شرکت همراه خودرو سایپا مؤثر می‌باشد.

سبک رهبری بر ارتقای مسئولیت فرهنگی شرکت همراه خودرو سایپا مؤثر می‌باشد.

فضیلت سازمانی بر ارتقای مسئولیت فرهنگی شرکت همراه خودرو سایپا مؤثر می‌باشد.

سلامت سازمانی بر ارتقای مسئولیت فرهنگی شرکت همراه خودرو سایپا مؤثر می‌باشد.

عوامل مؤثر بر ارتقای مسئولیت فرهنگی در شرکت همراه خودرو سایپا؛ جواد مرادی و دیگران

روش تحقیق

تحقیق حاضر از نوع کاربردی می باشد زیرا هدف از انجام این تحقیق توسعه دانش کاربردی در یک زمینه خاص، به قصد کاربرد نتایج یافته ها برای توسعه قابلیت اعتماد می باشد. همچنین در زمینه نحوه گردآوری داده ها نیز مطالعه حاضر مطالعه ای توصیفی از نوع پیمایشی است. جامعه آماری این تحقیق عبارت از کلیه کارکنان در شرکت همراه خودرو سایپا می باشند که در سال ۱۴۰۳ مشغول به کار بودند که تعداد آنها حدوداً ۲۰۰۰ نفر می باشد. روش نمونه گیری در این پژوهش روش نمونه گیری ساده می باشد. گویه های مستخرجه در این پژوهش با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته در چهار بعد و ۲۴ گویه تنظیم و براساس مقیاس پنج گزینه ای لیکرت مورد پرسش قرار گرفته است. در آمار توصیفی به منظور توصیف ویژگی های جمعیت شناختی جامعه آماری در کنار سنجش شاخص های پراکندگی داده ها مورد استفاده قرار گرفت. همچنین، در آمار استنباطی جهت بررسی فرضیه های تحقیق از آزمون همبستگی اسپیرمن و آزمون رتبه بندی فریدمن استفاده شده است. مطالعه حاضر دربردارنده یک فرضیه اصلی و ۴ فرضیه فرعی می باشد.

یافته های تحقیق

آزمون فرضیه های تحقیق:

در این بخش یافته های استنباطی تحقیق بر اساس فرضیات تحقیق تنظیم و به آن پرداخته شده است.

۱- فرضیه اصلی پژوهش

عوامل (فرهنگ سازمانی، سبک رهبری، فضیلت سازمانی و سلامت سازمانی) بر ارتقای مسئولیت فرهنگی شرکت همراه خودرو سایپا مؤثر می باشند.

جدول (۱) معناداری مدل رگرسیون در فرضیه اصلی

مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره F	سطح معنی داری
۶/۸	۱	۶/۸	۹۱/۵۰۱	۰/۰۰۰
۷/۲۸۳	۹۸	۰/۰۷۴		
۱۴/۰۸۳	۹۹			



با توجه به نتایج به دست آمده از جدول ۱ و مقدار معنی‌داری پی-ولیو که ۰/۰۰۰ به دست آمده است، می‌توان گفت مدل رگرسیونی جهت بررسی اثر معنی‌دار است.

جدول (۲) خلاصه مدل رگرسیون فرضیه اصلی

ضریب همبستگی	مجذور ضریب همبستگی	مجذور ضریب همبستگی تعدیل شده واتسون	آزمون دورین
۰/۶۹۵	۰/۴۸۳	۰/۴۷۸	۱/۸۵

نتایج به دست آمده از جدول ۲ نشان می‌دهد که عوامل (فرهنگ سازمانی، سبک رهبری، فضیلت سازمانی و سلامت سازمانی) توانایی پیش بینی ۴۸/۳٪ از تغییرات ارتقای مسئولیت فرهنگی شرکت همراه خودرو سایپا را دارد.

همچنین یکی از مفروضاتی که در رگرسیون خطی مدنظر قرار می‌گیرد، استقلال خطاها (تفاوت بین مقادیر واقعی و مقادیر پیش بینی شده توسط معادله رگرسیون) از یکدیگر است. در صورتی که فرضیه استقلال خطاها رد شود و خطاها با یکدیگر همبستگی داشته باشند امکان استفاده از رگرسیون خطی وجود ندارد، به منظور بررسی استقلال خطاها از یکدیگر از آزمون دورین واتسون استفاده گردید. آماره دورین واتسون بین ۰ تا ۴ می‌باشد. اگر بین باقیمانده‌ها همبستگی متوالی وجود نداشته باشد، مقدار این آماره نزدیک به ۲ می‌باشد. اگر به صفر نزدیک باشد نشان دهنده همبستگی مثبت و اگر به ۴ نزدیک باشد نشان دهنده همبستگی منفی می‌باشد. در مجموع اگر این مقدار بین ۱/۵ تا ۲/۵ باشد هیچ جای نگرانی نیست که در این فرضیه مقدار این آماره برابر ۱/۸۵ به دست آمده است که بسیار مناسب است.

جدول (۳): ضرائب رگرسیون فرضیه اصلی

متغیر	ضرایب غیراستاندارد		ضرایب استاندارد	بتای آماره t	سطح معنی‌داری
	خطای معیار	بتا			
ضریب ثابت	۱/۴۸۱	۰/۲۰۴	-	۷/۲۶۴	۰/۰۰۰
عوامل فرهنگ سازمانی و ..	۰/۵۴۷	۰/۰۵۷	۰/۶۹۵	۹/۵۶۶	۰/۰۰۰

همان طور که در جدول ۳ مشاهده می گردد، عوامل (فرهنگ سازمانی، سبک رهبری، فضیلت سازمانی و سلامت سازمانی) با مقدار تی ویو ۹/۵۶۶ و سطح معنی داری ۰/۰۰۰ در سطح اطمینان ۹۵٪ به طرز معناداری بر متغیر ارتقای مسئولیت فرهنگی شرکت همراه خودرو سایپا اثر دارد. با توجه به مثبت بودن علامت ضریب بتا می توان گفت عوامل (فرهنگ سازمانی، سبک رهبری، فضیلت سازمانی و سلامت سازمانی) بر ارتقای مسئولیت فرهنگی شرکت همراه خودرو سایپا اثر مثبت و مستقیم دارد. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می توان گفت عوامل (فرهنگ سازمانی، سبک رهبری، فضیلت سازمانی و سلامت سازمانی) بر ارتقای مسئولیت فرهنگی شرکت همراه خودرو سایپا تأثیر مثبت دارد.

۲- فرضیه فرعی اول

فرهنگ سازمانی بر ارتقای مسئولیت فرهنگی شرکت همراه خودرو سایپا مؤثر می باشد.

جدول (۴) معناداری مدل رگرسیون در فرضیه فرعی اول

مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره F	سطح معنی داری
رگرسیون ۳/۴۶	۱	۳/۴۶	۳۱/۹۱۳	۰/۰۰۰
باقیمانده ۱۰/۶۲۴	۹۸	۰/۱۰۸		
کل ۱۴/۰۸۳	۹۹			

با توجه به نتایج به دست آمده از جدول ۴ و مقدار معنی داری پی-ویو که ۰/۰۰۰ به دست آمده است، می توان گفت مدل رگرسیونی جهت بررسی اثر معنی دار است.

جدول (۵) خلاصه مدل رگرسیون فرضیه فرعی اول

ضریب همبستگی	مجذور ضریب همبستگی	مجذور ضریب همبستگی	آزمون	دوربین
همبستگی	تعدیل شده	تعدیل شده	واتسون	
۰/۴۹۶	۰/۲۴۶	۰/۲۳۸	۱/۷۸۷	

نتایج به دست آمده از جدول ۵ نشان می دهد که فرهنگ سازمانی توانایی پیش بینی ۲۴/۶٪ از تغییرات ارتقای مسئولیت فرهنگی شرکت همراه خودرو سایپا را دارد.



همچنین یکی از مفروضاتی که در رگرسیون خطی مدنظر قرار می‌گیرد، استقلال خطاها (تفاوت بین مقادیر واقعی و مقادیر پیش‌بینی شده توسط معادله رگرسیون) از یکدیگر است. در صورتی که فرضیه استقلال خطاها رد شود و خطاها با یکدیگر همبستگی داشته باشند امکان استفاده از رگرسیون خطی وجود ندارد، به منظور بررسی استقلال خطاها از یکدیگر از آزمون دوربین واتسون استفاده گردید. آماره دوربین واتسون بین ۰ تا ۴ می‌باشد. اگر بین باقیمانده‌ها همبستگی متوالی وجود نداشته باشد، مقدار این آماره نزدیک به ۲ می‌باشد. اگر به صفر نزدیک باشد نشان دهنده همبستگی مثبت و اگر به ۴ نزدیک باشد نشان دهنده همبستگی منفی می‌باشد. در مجموع اگر این مقدار بین ۱/۵ تا ۲/۵ باشد هیچ جای نگرانی نیست که در این فرضیه مقدار این آماره برابر ۱/۷۸۷ به دست آمده است که بسیار مناسب است.

جدول (۶) ضرائب رگرسیون فرضیه فرعی اول

متغیر	ضرائب غیراستاندارد		ضرائب بتای استاندارد	آماره t	سطح معنی‌داری
	بتا	خطای معیار			
ضریب ثابت	۲/۳۴۲	۰/۱۹۳	-	۱۲/۱۴۸	۰/۰۰۰
فرهنگ سازمانی	۰/۳۰۵	۰/۰۵۴	۰/۴۹۶	۵/۶۴۹	۰/۰۰۰

همان‌طور که در جدول ۶ مشاهده می‌گردد، فرهنگ سازمانی با مقدار تی ویو ۵/۶۴۹ و سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰ در سطح اطمینان ۹۵٪ به طرز معناداری بر متغیر ارتقای مسئولیت فرهنگی شرکت همراه خودرو سایپا اثر دارد. با توجه به مثبت بودن علامت ضریب بتا می‌توان گفت فرهنگ سازمانی بر ارتقای مسئولیت فرهنگی شرکت همراه خودرو سایپا اثر مثبت و مستقیم دارد. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت فرهنگ سازمانی بر ارتقای مسئولیت فرهنگی شرکت همراه خودرو سایپا تأثیر مثبت دارد.

۳- فرضیه فرعی دوم

سبک رهبری بر ارتقای مسئولیت فرهنگی شرکت همراه خودرو سایپا مؤثر می‌باشد.

عوامل مؤثر بر ارتقای مسئولیت فرهنگی در شرکت همراه خودرو سایپا؛ جواد مرادی و دیگران

جدول (۷) معناداری مدل رگرسیون در فرضیه فرعی دوم

مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره F	سطح معنی داری	
۲/۹۲۱	۱	۲/۹۲۱	۲۱/۷۹۸	۰/۰۰۰	رگرسیون
۱۱/۱۶۲	۹۸	۰/۱۳۴			باقیمانده
۱۴/۰۸۳	۹۹				کل

با توجه به نتایج به دست آمده از جدول ۷ و مقدار معنی داری پی-ولیو که ۰/۰۰۰ به دست آمده است، می توان گفت مدل رگرسیونی جهت بررسی اثر معنی دار است.

جدول (۸) خلاصه مدل رگرسیون فرضیه فرعی دوم

ضریب همبستگی	مجذور ضریب همبستگی	مجذور ضریب همبستگی تعدیل شده	ضریب	آزمون دوربین واتسون
۰/۸۵۷	۰/۷۳۴	۰/۷۳۳		۱/۷۲۷

نتایج به دست آمده از جدول ۸ نشان می دهد که سبک رهبری از طرف شرکت های بیمه توانایی پیش بینی ۷۳/۴٪ از ارتقای مسئولیت فرهنگی شرکت همراه خودرو سایپا را دارد.

در این فرضیه مقدار آماره دوربین واتسون برابر ۱/۷۲۷ به دست آمده است که در فاصله بین ۱/۵ تا ۲/۵ می باشد و بسیار مناسب است.

جدول (۹) ضرائب رگرسیون فرضیه فرعی دوم

متغیر	ضرائب غیراستاندارد		ضرائب بتای استاندارد	آماره t	سطح معنی داری
	بتا	خطای معیار			
ضریب ثابت	۲/۷۴۲	۰/۲۶	-	۱۰/۵۵۵	۰/۰۰۰
سبک رهبری	۱/۱۵۷	۰/۰۷۱	۰/۸۵۷	۱۶/۲۵۱	۰/۰۰۰

همان طور که در جدول ۹ مشاهده می گردد، سبک رهبری با مقدار تی ولیو ۱۶/۲۵۱ و سطح معنی داری ۰/۰۰۰ در سطح اطمینان ۹۵٪ به طرز معناداری بر متغیر ارتقای مسئولیت فرهنگی شرکت همراه خودرو سایپا اثر دارد. با توجه به مثبت بودن علامت ضریب بتا می توان گفت سبک رهبری بر ارتقای مسئولیت فرهنگی شرکت همراه خودرو سایپا اثر مثبت و مستقیم دارد. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می توان گفت سبک رهبری در ارتقای مسئولیت فرهنگی شرکت همراه خودرو سایپا تأثیر مثبت دارد.



۴- فرضیه فرعی سوم

فضیلت سازمانی بر ارتقای مسئولیت فرهنگی شرکت همراه خودرو سایپا مؤثر می‌باشد.

جدول (۱۰) معناداری مدل رگرسیون در فرضیه فرعی سوم

مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره F	سطح معنی‌داری
۲/۸۱۳	۱	۲/۸۱۳	۲۴/۴۶	۰/۰۰۰
۱۱/۲۷	۹۸	۰/۱۱۵		
۱۴/۰۸۳	۹۹			
کل				

با توجه به نتایج به دست آمده از جدول ۱۰ و مقدار معنی‌داری پی-ولیو که ۰/۰۰۰ به دست آمده است، می‌توان گفت مدل رگرسیونی جهت بررسی اثر معنی‌دار است.

جدول (۱۱) خلاصه مدل رگرسیون فرضیه فرعی سوم

ضریب همبستگی	مجدور ضریب همبستگی	مجدور ضریب همبستگی	آزمون دوربین واتسون
۰/۴۵۲	۰/۲۰۴	۰/۲۰۱	۱/۹۲۳

نتایج به دست آمده از جدول ۱۱ نشان می‌دهد که فضیلت سازمانی توانایی پیش‌بینی ۲۰/۴٪ از تغییرات ارتقای مسئولیت فرهنگی شرکت همراه خودرو سایپا را دارد.

در این فرضیه مقدار آماره دوربین واتسون برابر ۱/۹۲۳ به دست آمده است که در فاصله بین ۱/۵ تا ۲/۵ می‌باشد و بسیار مناسب است.

جدول (۱۲) ضرائب رگرسیون فرضیه فرعی سوم

متغیر	ضرایب غیراستاندارد		ضرایب بتای استاندارد	آماره t	سطح معنی‌داری
	بتا	خطای معیار			
ضریب ثابت	۲/۳۴۶	۰/۲۱۳	-	۱۰/۹۹	۰/۰۰۰
فضیلت سازمانی	۰/۳۶۸	۰/۰۵۶	۰/۴۵۲	۶/۵۷۳	۰/۰۰۰

 عوامل مؤثر بر ارتقای مسئولیت فرهنگی در شرکت همراه خودرو سایپا؛ جواد مرادی و دیگران

چهارم

همان طور که در جدول ۱۲ مشاهده می گردد، فضیلت سازمانی با مقدار تی ویو ۶/۵۷۳ و سطح معنی داری ۰/۰۰۰ در سطح اطمینان ۹۵٪ به طرز معناداری بر متغیر ارتقای مسئولیت فرهنگی شرکت همراه خودرو سایپا اثر دارد. با توجه به مثبت بودن علامت ضریب بتا می توان گفت فضیلت سازمانی بر ارتقای مسئولیت فرهنگی شرکت همراه خودرو سایپا اثر مثبت و مستقیم دارد. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می توان گفت فضیلت سازمانی در ارتقای مسئولیت فرهنگی شرکت همراه خودرو سایپا تأثیر مثبت دارد.

۵- فرضیه فرعی چهارم

سلامت سازمانی بر ارتقای مسئولیت فرهنگی شرکت همراه خودرو سایپا مؤثر می باشد.

جدول (۱۳): معناداری مدل رگرسیون در فرضیه فرعی چهارم

مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره F	سطح معنی داری
۴/۱۴۶	۱	۴/۱۴۶	۴۰/۸۸۷	۰/۰۰۰
۹/۹۳۷	۹۸	۰/۱۰۱		
۱۴/۰۸۳	۹۹			
کل				

با توجه به نتایج به دست آمده از جدول ۱۳ و مقدار معنی داری پی-ویو که ۰/۰۰۰ به دست آمده است، می توان گفت مدل رگرسیونی جهت بررسی اثر معنی دار است.

جدول (۱۴) خلاصه مدل رگرسیون فرضیه فرعی چهارم

ضریب همبستگی	مجذور ضریب همبستگی	مجذور ضریب همبستگی تعدیل شده	آزمون دوربین واتسون
۰/۵۷۳	۰/۳۲۸	۰/۳۲۱	۱/۹۵۷

نتایج به دست آمده از جدول ۱۴ نشان می دهد که سلامت سازمانی توانایی پیش بینی ۳۲/۸٪ از تغییرات ارتقای مسئولیت فرهنگی شرکت همراه خودرو سایپا را دارد.

در این فرضیه مقدار آماره دوربین واتسون برابر ۱/۹۵۷ به دست آمده است که در فاصله بین ۱/۵ تا ۲/۵ می باشد و بسیار مناسب است.



جدول (۱۵) ضرائب رگرسیون فرضیه فرعی چهارم

متغیر	ضرائب غیراستاندارد		ضرائب بتای استاندارد	آماره t	سطح معنی‌داری
	بتا	خطای معیار			
ضریب ثابت	۲/۸۰۸	۰/۱	-	۲۸/۰۳۷	۰/۰۰۰
سلامت سازمانی	۰/۵۹۷	۰/۰۴۲	۰/۵۷۳	۱۴/۲۱۴	۰/۰۰۰

همان طور که در جدول ۱۵ مشاهده می‌گردد، سلامت سازمانی با مقدار تی ویو ۱۴/۲۱۴ و سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰ در سطح اطمینان ۹۵٪ به طرز معناداری بر متغیر ارتقای مسئولیت فرهنگی شرکت همراه خودرو سایپا اثر دارد. با توجه به مثبت بودن علامت ضریب بتا می‌توان گفت سلامت سازمانی بر ارتقای مسئولیت فرهنگی شرکت همراه خودرو سایپا اثر مثبت و مستقیم دارد. بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت سلامت سازمانی در ارتقای مسئولیت فرهنگی شرکت همراه خودرو سایپا تأثیر مثبت دارد.

نتیجه‌گیری

ایده مسئولیت فرهنگی شرکت‌ها در طی چند سال مفهوم‌سازی و نظریه‌پردازی شده و مبانی فرهنگی آن واکاوی شده است. مرور ادبیات پژوهشی نشان می‌دهد طرح‌های ایجاد مسئولیت‌پذیری مؤثر، کلید واژگان توسعه پایدار، جذابیت سازمانی، تعهد، تمایل به ماندن در سازمان و رفتارهای شهروندی سازمانی را با خود همراه می‌سازد و فرصت‌های مناسب را برای افزایش رقابت فراهم می‌آورد. مسئولیت‌پذیری همچنین عاملی مهم در به کارگیری انگیزه‌ها و توجه و حفظ کیفیت خاص کارکنان است. (کوپر، ۲۰۱۷)

تحقیق حاضر با هدف بررسی عوامل مؤثر بر ارتقای مسئولیت فرهنگی در شرکت همراه خودرو سایپا صورت گرفت. با توجه به نتایج به دست آمده از تحقیق حاضر، می‌توان اذعان کرد که یافته‌های این پژوهش منطبق بر یافته‌های پژوهش غیاثی با عنوان «بررسی و تبیین فرهنگ شهروندی در مسئولیت‌پذیری اجتماعی» می‌باشد. همچنین این یافته‌ها منطبق بر یافته‌های پژوهش طاهری اوروند با عنوان «بررسی اهمیت مسئولیت‌پذیر بودن معلم بر ارتقای سطح فرهنگی و اجتماعی جامعه» می‌باشد. یافته‌های پژوهش همچنین با یافته‌های پژوهش محمدی و همکاران با عنوان «مسئولیت‌پذیری، مدل‌های فرهنگی، آموزش، تعامل اجتماعی، رویکرد مشارکتی، رویکرد انفرادی» می‌باشد. این یافته‌ها



منطبق بر یافته‌های پژوهش مزروعی با عنوان « نقش شهرداری ها در افزایش مسئولیت پذیری و مشارکت اجتماعی و فرهنگی شهروندان » می‌باشد. یافته‌های پژوهش با یافته‌های پژوهش سماعی با عنوان « بررسی تأثیر سرمایه فرهنگی و اجتماعی بر مسئولیت اجتماعی (مورد مطالعه: شهرداری مشهد) » همخوان می‌باشد. یافته‌های این پژوهش منطبق بر یافته‌های پژوهش رسولی جزی و همکاران با عنوان « الزامات مسئولیت مدنی حکومت در امور فرهنگی » می‌باشد. یافته‌های پژوهش با یافته‌های پژوهش لاجوردی و کریمی با عنوان « تأثیر فرهنگ و رهبری مسئولیت اجتماعی شرکتی بر عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی و عملکرد مالی » همخوان می‌باشد. یافته‌های پژوهش با یافته‌های پژوهش احمدی و همکاران با عنوان « طراحی مدل مسئولیت فرهنگی بنیاد مستضعفان انقلاب اسلامی » همخوان می‌باشد. یافته‌های پژوهش با یافته‌های پژوهش کیستر با عنوان « آموزش شهروندی و آموزش صلح: به سوی یک عمل پسا انتقادی » همخوان می‌باشد. یافته‌های پژوهش با یافته‌های پژوهش هوسر با عنوان « بررسی ارزش فلسفه شخصی آموزش شهروندی » همخوان می‌باشد. یافته‌های پژوهش با یافته‌های پژوهش آگویلا و همکاران با عنوان « مسئولیت پذیری و علم در سازمان ادغام دیدگاه های خرد و کلان » می‌باشد. یافته‌های پژوهش با یافته‌های پژوهش ژانگ و همکاران با عنوان « نقش واسطه‌ای سکوت سازمانی در ارتباط بین جو منفی سازمانی و مسئولیت پذیری » همخوان می‌باشد.

بنابراین مسئولیت پذیری نه تنها از نظر صاحب نظران و اندیشمندان علم مدیریت مورد توجه بوده بلکه در مکاتب روان شناسی نیز به بررسی جنبه های روانی ایجاد و ارتقاء حس مسئولیت پذیری در افراد پرداخته شده است. بررسی این دیدگاه‌ها از آن جهت ارزشمند است که می تواند به مدیران در اخذ تصمیمات معقول تر با تکیه بر جنبه های روانی فردی و گروهی و بهبود عملکردهای سازمانی، کمک ویژه‌ای نماید. از سویی رویکردهای فرهنگی نیز همراه و همسو با عملکردهای اجتماعی سازمان ها تعریف شده است. لذا عملکرد فرهنگی و اجتماعی سازمان ها چالشی بزرگ برای جامعه و آزمونی برای این سازمان هاست که نشان می‌دهد سازمان به چه میزان به محیط پیرامونی خود متعهد هستند (شوکت ۱ و همکاران، ۲۰۱۶). عملکرد اجتماعی سازمان ها؛ ابعاد و سطوح تأثیرگذاری مختلفی دارد، به قول گردبرگ ۲ و همکاران (۲۰۱۹) عملکرد اجتماعی، هم احساس مسئولیتی در قبال منابع انسانی است که بخش مهمی از اجتماع را تشکیل می‌دهند و هم در قبال ذی‌نفعان داخلی، خارجی و محیطی - ست که در آن به فعالیت می‌پردازد. بی‌توجهی در قبال عملکرد (فرهنگی) اجتماعی، فروپاشی های



مالی و اخلاقی برخی از سازمان‌های معروف در سراسر دنیا را در سال‌های اخیر به دنبال داشته (ویشلی، ۱۳۹۵: ۳۶) که از این رهگذر، توجه محققان را به سمت مطالعه در زمینه فضایل و ارزش‌های اخلاقی سوق داده است.

فهرست منابع

- احمدی، محمود و عزیز آبادی فراهانی، فاطمه و قیومی، عباسعلی و طیبی، سید جمال الدین، ۱۴۰۲، طراحی مدل مسئولیت فرهنگی بنیاد مستضعفان انقلاب اسلامی، <https://civilica.com/doc/2041655>
- اشتریان، کیومرث و خالقی پور، بشیر. (۱۳۹۹). طراحی الگوی مسئولیت فرهنگی شرکت‌ها در سیاست‌گذاری شهری. فصلنامه سیاست‌گذاری عمومی، دوره ۶، شماره ۳، صفحات ۱۶۷-۱۴۵.
- چراغین، مسلم؛ صداقت، حسن و کریمی، محمد. (۱۴۰۰)، طراحی الگوی مفهومی مدل سلامت سازمانی مبتنی بر مدیریت کوانتومی در کارکنان شهرداری. خط‌مشی‌گذاری عمومی در مدیریت، (۱ (پیاپی ۴۱ بهار)، ۵۷-۶۹.
- دهقانان، حامد؛ رحیمی، سعید و رنجبر کبوترخانی، مصطفی. (۱۴۰۲). سبک رهبری مجاهدانه: کاوشی بر بیانات مقام معظم رهبری و ارائه راهبردهایی به منظور نیل به سبک رهبری مطلوب معظم له. پژوهش‌های مدیریت انتظامی، ۱۸(۱)، ۱۰۹-۱۳۷. doi: 10.22034/pmsq.2022.1267640.1524
- رسولی جزی، سجاد و میرمحمدی میدی، مصطفی و ارژنگ، اردوان، ۱۴۰۲، الزامات مسئولیت مدنی حکومت در امور فرهنگی، <https://civilica.com/doc/1631707>
- سماعی، علی، ۱۴۰۲، بررسی تأثیر سرمایه فرهنگی و اجتماعی بر مسئولیت اجتماعی (مورد مطالعه: شهرداری مشهد)، هشتمین همایش بین‌المللی عمران، معماری و شهر سبز پایدار، همدان، <https://civilica.com/doc/2076079>
- شمسایی، فرشید؛ داودآبادی، زکیه و صادقی، امیر (۱۳۹۴). بررسی ویژگی‌های شخصیتی مدیران با سبک رهبری آنها. فصلنامه مدیریت پرستاری، جلد ۴، شماره ۱ ص ۷۳ <http://ijnv.ir/article-1-302-fa.html>



طاهری اوروند، مهران، ۱۴۰۳، بررسی اهمیت مسئولیت پذیر بودن معلم بر ارتقای سطح فرهنگی و

اجتماعی جامعه، اولین کنفرانس بین المللی انقلاب علوم انسانی اسلامی، ساری،
<https://civilica.com/doc/2152925>

عطارد، سیدعقیل و افسری، احسان، ۱۴۰۲، بررسی تأثیر ایجاد فرهنگ جهادی و خودکفایی بر
 عملکرد کارکنان در شرکت خودروسازی سایپا، ششمین کنفرانس بین المللی مدیریت و

صنعت، <https://civilica.com/doc/1936808>

غیاثی، راضیه، ۱۴۰۳، بررسی و تبیین فرهنگ شهروندی در مسئولیت پذیری اجتماعی، سومین همایش

بین المللی علوم سیاسی، مدیریت، اقتصاد و حسابداری، همدان،
<https://civilica.com/doc/2097555>

لاجوردی، سمانه و کریمی، هدی، ۱۴۰۱، تأثیر فرهنگ و رهبری مسئولیت اجتماعی شرکتی بر

عملکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی و عملکرد مالی، <https://civilica.com/doc/1627293>

محمدی، حسین؛ مزیدی، محمد و بهشتی، سعید. (۱۳۹۶). تحلیل مفهومی مراحل و ابعاد تربیت
 شهروندی. رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، ۸(۴): ۱۰۴-۸۳.

محمدی، سینا؛ محمدکریمی، سمیع؛ نادری، پیمان و هدایتی ایرانشاه، سید افشین، ۱۴۰۳، مسئولیت

پذیری، مدل های فرهنگی، آموزش، تعامل اجتماعی، رویکرد مشارکتی، رویکرد انفرادی،

اولین همایش بین المللی ایده های تحول آفرین در زمینه مطالعات فرهنگی و آموزشی در

آموزش و پرورش با تاکید بر اقدام پژوهی، درس پژوهی و روایت پژوهی در هزاره سوم،

<https://civilica.com/doc/2149018>

مزروعی، حسین، ۱۴۰۳، نقش شهرداری ها در افزایش مسئولیت پذیری و مشارکت اجتماعی و

فرهنگی شهروندان، اولین همایش بین المللی معلمان برتر، مسجد سلیمان،

<https://civilica.com/doc/2173920>

ویشلقی، مهدیه (۱۳۹۵)، تأثیر مسئولیت اجتماعی شرکتی بر اعتماد عمومی و رضایت ارباب رجوع

(مورد مطالعه: شهرداری تهران)، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی ره،

دانشکده مدیریت حسابداری.

Aguilera, R. V., Waldman, D., & Siegel, D. S. (2021). Responsibility and Organization Science: Integrating Micro and Macro Perspectives. Organization Science, Forthcoming.

Ahmadi, E. (2021). The intermediate of organizational support in determining the relationship between responsibility and job performance. Journal of New Approaches in Educational Administration, 11(46), 267-296. (In Persian)



- Alkhoraif, A., & McLaughlin, P. (2017). Lean implementation within manufacturing SMEs in Saudi Arabia: Organizational culture aspects. *Journal of King Saud University - Engineering Sciences*, 30(3), 232-242.
- Cooper, S. (2017). *Corporate social performance: A stakeholder approach*. Routledge.
- Ebrahimpour H, Heidari Sareban V. (2017). Examining the role of organizational virtue in professional ethics augmentation. *International Journal of Organizational Leadership*, 6: 536-544.
- Gardberg, N. A., Zyglidopoulos, S. C., Symeou, P. C., & Schepers, D. H. (2019). The impact of corporate philanthropy on reputation for corporate social performance. *Business & society*, 58(6), 1177-1208.
- Ghorbani, S. (2013). Prevalence of irresponsibility and irresponsibility in society. *Tehran, Sepid Danaei Monthly*, (55). 76-98. (in Persian)
- Hargett, C. W., Doty, J. P., Hauck, J. N., Webb, A. M., Cook, S. H., Tsipis, N. E., Neumann, J. A., Andolsek, K. M., & Taylor, D. C. (2017). Developing a model for effective leadership in healthcare: A concept mapping approach. *Journal of Healthcare Leadership*, 9, 69–78. <https://doi.org/10.2147/JHL.S141664>
- Houser, N. O. (2023). The value of a personal philosophy of citizenship education. *The Social Studies*, 114(2), 59-66.
- Karimi J. Administrative health promotion and dealing with corruption. Tehran: National Organization for Civil Registration. Education and Research Department; 2021
- Kester, K. (2023). Global citizenship education and peace education: toward a postcritical praxis. *Educational Philosophy and Theory*, 55(1), 45-56.
- Kim, K. H., Kim, M., & Qian, C. (2018). Effects of corporate social responsibility on corporate financial performance: A competitive-action perspective. *Journal of Management*, 44(3), 1097-1118.
- Magnier-Watanabe R, Uchida T, Orsini P, Benton C F. (2020). Organizational virtuousness, subjective well-being, and job performance: Comparing employees in France and Japan. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 12(2): 115-138.
- Ozen F. (2018). The impact of the perception of organizational virtue on the perception of organizational happiness in educational organizations. *Educational Policy Analysis and Strategic Research*, 13(4): 124-140. virtuous behaviors. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 161: 74-84.
- Poorhashemi Dehkordi, A., Kameli, M., Raisi & Sartashnizi, A. (2018). The Effect of Organizational Culture on Promoting Accountability of Police Department Personnel in Shahrekord. *Police Management Studies Quarterly*, 13(4), 683-705. (in Persian)
- Poorhashemi Dehkordi, A., Kameli, M., Raisi & Sartashnizi, A. (2018). The Effect of Organizational Culture on Promoting Accountability of Police Department Personnel in Shahrekord. *Police Management Studies Quarterly*, 13(4), 683-705. (in Persian)
- Riivari E, Lamsa A M. (2019). Organizational ethical virtues of innovativeness. *Journal of Business Ethics*, 155(1): 223-240.



- Schein, Edgar H. (2017). *Organizational Culture & Leadership*. USA: John Wiley & Sons, 5th edition, Pdf Edition.
- Shaukat, A., Qiu, Y., & Trojanowski, G. (2016). Board attributes, corporate social responsibility strategy, and corporate environmental and social performance. *Journal of Business Ethics*, 135(3), 569-585.
- Zaghini, F., Fiorini, J., Piredda, M., Fida, R., & Sili, A. (2020). The relationship between nurse managers' leadership style and patients' perception of the quality of the care provided by nurses: Cross sectional survey. *International Journal of Nursing Studies*, 101, 103446. <https://doi.org/10.1016/j.ijnurstu.2019.103446>
- Zare, S., Naseri Jahromi, R., Zeinalipoor, H & Mohammadi, M. (2017). Examine the mediating role of accountability in the relationship between knowledge management and Employees communication skills (Case Study: Department of Education Fars Province). *Knowledge Retrieval and Semantic Systems*, 4(10), 1-20. (in Persian)
- Zhang, S. E., Wu, H., Wang, X. H., Zhao, C. X., Sun, T., & Cao, D. P. (2021). Impact of a Chaxu Atmosphere on Nurses' Organizational Responsibility behavior—The Mediating Roles of Envy and Silence. *Psychology Research and Behavior Management*, 14, 1187-1200.
- Zlatev JJ, Rogers T. (2020). Returnable reciprocity: Returnable gifts are more effective than unreturnable gifts at promoting virtuous behaviors. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 161: 74-84.

Investigate the effected factors on improving cultural responsibility in Hamrah Khodro Saipa Company

Abstract:

The aim of the current applied, descriptive and correlational study was to investigate the effected factors on improving cultural responsibility in Hamrah Khodro Saipa Company. The research population comprised 2000 employees in Hamrah Khodro Saipa Company out of whom a sample 384 was selected, to participate in the study. The research data were collected using a researcher-made five-point level Likert scale questionnaire comprising 4 factors and 24 items tapping the participants' responses were. Therefore, 400 questionnaires were distributed among members of the target population. Having distributed and collected the questionnaires, we analyzed descriptively and inferentially. Descriptively, features like absolute and relative frequency, mean, standard deviation and variance of background and main variables were estimated. Inferentially, correlational tests, multiple regression and F-Test used indicated that factors (organizational culture, leadership style, organizational virtue, organizational healthy) had a significant effect on improving non-oil exports in East Azarbaijan province.

Keywords: cultural responsibility, organizational culture, leadership style, organizational virtue, organizational healthy