

تبیین ویژگی ها و ابعاد انگیزه خدمت با رویکرد اخلاق محور در کار

سعید پرده شناس^۱، دکتر آذر کفاش پور^{۲*}، دکتر مصیب سامانیان^۳

۱. دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی بجنورد، بجنورد، ایران.

۲. گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.

۳. گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بجنورد، بجنورد، ایران.

(تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۷/۲۰، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۹/۲۱)

چکیده

زمینه: سازمان ها برای دست یابی به اهدافشان بی شک نیازمند افزایش معنویت در محیط کار هستند. پژوهش حاضر، بدنبال ارائه ویژگی هایی است که سازمان ها بتوانند از آن طریق در محل کار، خدمت کردن با رویکرد معنویت محور را ترویج نمایند.

روش: این پژوهش از نوع تفسیری و رویکرد آن کیفی و راهبرد آن، رویکرد داده بنیاد مبتنی بر رویکرد ظاهر شونده گلیزری است. جامعه تحت مطالعه، مدیران عملیاتی شرکت مخابرات خراسان رضوی بودند. از طریق نمونه گیری نظری، ۱۹ نفر از مدیران به عنوان نمونه انتخاب شدند. داده ها از طریق مصاحبه های نیمه ساختاریافته جمع آوری شد و در نهایت با استفاده از روش کد گذاری داده ها تحلیل شدند.

یافته ها: نتایج حاصل از تحلیل مصاحبه ها و کدگذاری در دو مرحله کدگذاری حقیقی و نظری نشان داد که ابعاد انگیزه خدمت با رویکرد معنویت در کار شامل هنجارگرا، عاطفی، معناگرا، اجتماعی، دلسوزانه و فداکارانه است. از جمله ویژگی های شکل دهنده انگیزه خدمت با رویکرد معنویت در کار شامل ویژگی های شغل، مشخصه های دانشی، سرمایه اجتماعی و ویژگی های شخصیتی است. عوامل همبسته نیز شامل: مشارکت اجتماعی در سازمان و تحکیم سرمایه اجتماعی است که مدیران سازمان باید به این ویژگی ها توجه کنند.

نتیجه گیری: با توجه به ابعاد انگیزه خدمت با رویکرد معنویت در کار در این پژوهش، انگیزه خدمت با رویکرد معنویت در کار دارای ویژگی هایی است که مدیران شرکت مخابرات را تشویق می کند برای توسعه انگیزه خدمت با رویکرد معنویت در کار به این عوامل توجه کنند.

کلیدواژه‌ها: انگیزه خدمت، رویکرد معنویت محور، اخلاق حرفه ای

سر آغاز

در سطح اخلاقی و معنوی چنانچه فعالیت افراد در تضاد با باورهای دینی فرد نباشد و بر پایه مولفه های اخلاقی^۵ استوار باشد، انگیزه معنوی در فرد برای انجام کار وجود خواهد داشت. حتی مشارکت دادن افراد در تصمیم گیری ها و در جلسات برگزار شده در سازمان می تواند انگیزه در فرد بوجود آورد. در زمینه انگیزه های مادی افراد، با محرک هایی بیرونی مواجه هستند بطوریکه با پرداخت مالی و تشویق کارکنان، امکان ایجاد انگیزه در فرد بیشتر می شود. در مواردی نیز وجود انگیزه در افراد می تواند ناشی از توقع و انتظار ارتقاء توسط فرد در آینده باشد بطوریکه با دیده شدن کار و فعالیت و انگیزه بالای او، مسیر صعود به پله های بالاتر سازمان را برای خود هموار می سازد. معمولاً در بسیاری از سازمان ها انتصابات کارکنان منصفانه نیست، بطوریکه عملکرد برجسته همیشه به رسیدن به جایگاه بالاتر نمی انجامد، وجود چنین شرایطی که در بسیاری از سازمان ها وجود دارد در کارکنان دلسردی و بی انگیزگی

در سال های اخیر رویکرد انسانی^۱ در توسعه سازمانی^۲ بسیار مورد توجه صاحب نظران این حوزه قرار گرفته است و این توجه زیاد به علت نقش بسزای عامل انسانی در فرآیند توسعه می باشد. با توجه به اینکه بزرگترین برتری سازمان ها وجود افراد با انگیزه بالا و توانمند است. کارکنان دارای روحیه خدمت و با انگیزه خدمت بالا نقش خطیر و تاثیر گذاری در کارآمدی و مفید بودن سازمان ها دارند. از طرفی مفهوم انگیزش کارکنان و توجه به عواملی که باعث ایجاد انگیزه می گردد از جمله مهمترین موضوعاتی است که در بهره‌وری نیروی انسانی^۳ مطرح می باشد (۱).

ایجاد زمینه های انگیزه کاری^۴ و بالا بردن سطح انگیزه افراد در سازمان ها بسیار مهم است، بطوری که ایجاد انگیزه در افراد بوسیله محرک های متعدد و مختلفی با توجه به نیازهای افراد صورت می پذیرد و محرک ها می توانند در سطوح مادی و معنوی مطرح شوند.

در سال های اخیر ارتباط ارزش های اخلاقی^۹ و معنویت با محیط های کاری در سازمان ها مورد توجه اندیشمندان و صاحب نظران این حوزه قرار گرفته است، معنویت^{۱۱} در بین افراد سازمان ها با مفاهیمی همچون اخلاق، درستکاری، دلسوزی، فداکاری، گذشت، همراهی و همکاری با همکاران، نوع دوستی^{۱۱}، اعتماد و بخشش تعریف شده است و نشان از پارادایم جدیدی در علم مدیریت است. اندیشمندان اعتقاد دارند این پارادایم جدید در محیط کار، برداشت شده از فیزیک کوانتوم، علوم سایبرنتیک، نظریه آشوب، علوم شناختی، مذاهب و آیین های شرقی و غربی می باشد، و در واقع عکس العملی به پارادایم خشک و مکانیستی مدرن است، پارادایم معنویت^{۱۲} می باشد (۷). پارادایم معنویت متفاوت از قوانین و مقررات صرف و دستورالعمل های سازمانی است، در این جنبش سازمان ها دیگر سود و منفعت خود را به تنهایی دنبال نمی کنند، بلکه با در نظر گرفتن مردم و محیط زیست (زمین) و سود سازمانی خود باعث یک تعهد چند جانبه را رقم می زنند. با ورود معنویت به سازمان، دیگر سازمان ها سمت و سوی دیگری پیدا می کنند و افراد درون سازمان به جای اهمیت دادن به دستمزد و منافع شخصی به سمت آرامش درونی و بدست آوردن چیزی مهم تر از پول و سود باشند (۸). معنویت یکی از نیازهای درونی هر فرد می باشد که در باورها، نگرش ها و قلب و ذهن افراد قرار دارد و آئین های مذهبی نیز بر روی آن تاکید دارند (۹). معنویت یکی از ابعاد وجودی انسان می باشد که در هر فردی وجود دارد و در مفهوم خود از مذهب الگو می گیرد. معنویت یک ویژگی است که فرد در انتخاب آن آزادی عمل ندارد، بلکه اجباری است و فقط نوع آن در هر فرد متفاوت است، بدین معنا که ممکن است این معنویت مادی گرایانه یا نفی گرایانه باشد (۱۰). معنویت با تلاش و کوشش انسان برای رسیدن به معنا ارتباط دارد و چون تلاش و کوشش انسان برای رسیدن به معنا منجر به اهمیت در کار می شود، بنابراین معنویت به صداقت، درستی، خوبی، کامل بودن و صحت در کار منتج می گردد. اگرچه تا چند دهه قبل، باور غالب بر این بود که معنویت برای جهان مدیریت و کسب و کار مناسب نیست و این مساله تنها در ادبیات غیر دانشگاهی مورد بحث قرار می گرفت؛ اما امروزه معنویت به عنوان موضوع پژوهش های دانشگاهی و علمی بطور جدی مطرح است (۱۱). انگیزه خدمت رسانی عمومی از جمله نظریاتی است که طی دهه اخیر به واسطه ترجمه، در حوزه مطالعاتی «اداره امور عمومی» کشورمان مورد توجه قرار گرفته است (۱۲). و این متغیر در سازمان های عمومی ایران باتوجه به گستردگی و حجم فعالیتهای این بخش، می تواند تأثیر مضاعفی بر تعالی و رشد کشور گذاشته و در نهایت سبب بهبود کیفیت سطح زندگی افراد جامعه شود (۱۳). از طرفی در سالیان اخیر، شرکت مخابرات به لزوم توسعه توانمندی و پیاده سازی نظام های انگیزش کارکنان در این شرکت واقف شده و توجه به این مساله در این سال ها، خود گواه این امر است که در زمینه های انگیزشی و توسعه ای کارکنان با کمبودهایی مواجه بوده و نتایج عملکردی کارکنان و سازمان در صحنه رقابت با سایر اپراتورها و... کاملاً مشهود بوده است. مقوله انگیزه در زیر سیستم ارزیابی عملکرد^{۱۳} تعریف شده و این سیستم نیز در نظام

وجود می آورد بطوریکه بین افراد با انگیزه خدمت بالا و پائین از نظر سازمان اختلافی وجود ندارد و این بی انگیزگی به کاهش بهره وری سازمان منجر می شود.

انگیزه خدمت رسانی مفهومی نسبتاً جدید که برای تبیین تفاوت انگیزه برای پیوستن به بخش دولتی در مقایسه با بخش خصوصی وارد ادبیات مدیریت شده و مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است (۲). معمولاً پژوهش هایی که در زمینه انگیزه انجام می گیرد بیشتر در حوزه های مفهوم سازی و شناسایی ابعاد انگیزه خدمت، پیامدهای انگیزه خدمت و شناسایی عوامل و رویکردهای اثر گذار بر انگیزه خدمت صورت گرفته اند. گرچه همه مباحث بررسی شده در پژوهش های حوزه انگیزه دارای اهمیت می باشد اما همان طور که واضح است نقش رویکردهای اثر گذار بر موضوع انگیزه از اهمیت افزون تری برخوردار است. از طرفی شاید در گذشته نه چندان دور به موضوع معنویت در کار به عنوان یکی از عوامل تأثیر گذار بر بهره وری و راندمان کاری زیاد توجه نمی شد و اندیشمندان این حوزه برای این موضوع به لحاظ علمی جایگاه خاصی قائل نبودند اما در سال های اخیر رویکرد معنویت^۶ در حوزه مدیریت منابع انسانی نقش و جایگاه خود را پیدا نموده و به طور ویژه ای مورد توجه صاحب نظران و اندیشمندان مدیریت قرار گرفته است.

این مفهوم ریشه در مباحث مربوط به اخلاق خدمت عمومی در دهه ۱۹۷۰ داشته و برای تعیین آنچه که کارکنان بخش دولتی^۷ را بر می انگیزاند به کار برده شده است (۳). در حالی که برخی از نظریه ها از جمله نظریه انتخاب عمومی یا نظریه انتخاب عقلایی، حداکثرسازی منافع شخصی^۸ را انگیزه اصلی فعالیتهای افراد در سازمان های دولتی بیان کرده و این باور را مطرح می سازند که مدیران و کارکنان بخش عمومی هیچ تفاوتی با مدیران و کارکنان بخش خصوصی ندارند، همزمان این عقیده نیز وجود دارد که کارکنان دولتی به وسیله حس خدمت به عموم، برانگیخته می شوند؛ حسی که الزاماً در کارکنان بخش خصوصی وجود ندارد (۴). انگیزه خدمت رسانی، نوع خاصی از انگیزه ذاتی و درونی افراد برای انجام وظیفه است که فرد دارای این انگیزه از انجام وظایف خود لذت برده و تلاش و همت خود را برای انجام هر چه بهتر امور به کار می بندد. به بیانی دیگر فرآیند و هدف انجام وظایف برای شاغل حائز اهمیت است (۵). بنابراین اثر انگیزه خدمت رسانی در فعالیتهای فردی به خصوص در اموری که مهم بودن وظایف در آنها حیاتی است و یا کار معنا دار است بیشتر می باشد (۳). نظریه انگیزه خدمت در تلاش دانشمندان مدیریت دولتی برای مقابله با انتظارات عقلایی رفتار بوروکراتیک ریشه دارد (۶). مفهوم انگیزه خدمت بر مبنای این دیدگاه است که انجام وظیفه شغلی می بایست منجر به منفعت عمومی برای مردم شده و همین حس سودمندی و مفید بودن برای مردم به خودی خود موجب رضایت و ارتقاء انگیزه فرد متصدی شغل خواهد شد. نظریه انگیزه خدمت بر این فرض استوار است که برخی از کارکنان سازمان دارای انگیزه هایی والا و فراتر از منافع شخصی بوده و روی حس دلسوزی، ایثار و فداکاری آنها برانگیخته می شوند.

ساختاریافته صورت گرفت. قابلیت اعتماد این پژوهش از طریق چهار معیار گوبا و لینکلن شامل اعتبارپذیری، انتقال پذیری، قابلیت اعتماد و تایید پذیری تایید شد. در نهایت داده ها با رویکرد کدگذاری گلیزر تحلیل شدند. در رویکرد گلیزری، داده ها در دو مرحله و سه گام، کدگذاری و تحلیل می شوند. این مراحل شامل کدگذاری حقیقی و نظری است که شامل سه گام کدگذاری باز، انتخابی و نظری است. در کدگذاری باز، هدف تحلیلگران، خلق مجموعه ای نوظهور از کدها، مفهوم ها و مقوله هاست (۱۴). براساس رویکرد ظاهرشونده، کدگذاری باز، تا زمانی ادامه پیدا می کند که اثرات ظهور مقوله محوری نمودار شود (۱۵). پس از تحلیل متغیر محوری مشخص می شود و در نهایت کدگذاری انتخابی صورت می گیرد.

یافته ها

پس از تحلیل چند مصاحبه اول و پدیدار شدن متغیر محوری، داده ها در جهت متغیر محوری تحت عنوان " انگیزه خدمت با رویکرد معنویت در کار " کدگذاری شدند. نهایتاً در کدگذاری انتخابی، مجموعه ای از مفاهیم که مشابه یکدیگر بودند، در یک دسته بندی قرار گرفتند که در جدول ۱ نشان داده شد.

روش

فلسفه پژوهش، تفسیری؛ رویکرد آن کیفی؛ استراتژی داده بنیاد با رویکرد ظهوریابنده بود. جامعه مورد مطالعه، مدیران عملیاتی شرکت مخابرات خراسان رضوی بودند. از طریق نمونه گیری نظری، با ۱۹ نفر از مدیرانی که دست کم ۲۰ سال سابقه کار مرتبط و آگاهی کامل از انگیزه خدمت با رویکرد معنویت در کار داشتند، مصاحبه های نیمه

جدول ۱: نتایج کدگذاری حقیقی، ابعاد انگیزه خدمت با رویکرد معنویت در کار

ردیف	مفاهیم	ابعاد	متغیر
۱	تمایل به خدمت عام المنفعه	بعد هنجارگرا	انگیزه خدمت با رویکرد معنویت در کار
۲	اهمیت دادن به خدمت رسانی به مردم		
۳	تمایل کمک به جامعه به دلیل علاقه به کشور		
۴	خود را خادم مردم دانستن		
۵	تمایل به خدمت به دلیل احساس تکلیف کردن نسبت به سازمان		
۶	وظیفه دانستن خدمت به دیگران در قبال اشغال پست سازمانی		
۷	تمایل به ادامه فعالیت و کار در سازمان	بعد عاطفی ^{۱۴}	
۸	علاقه و تمایل وافر به خدمت در سازمان		
۹	مسئولیت پذیری، تعهد و وجدان کاری		
۱۰	انجام وظایف به بهترین نحو در سازمان		
۱۱	مسئولیت پذیری و اهتمام در کار		
۱۲	اشتیاق زیاد به کار		
۱۳	توجه به منفعت سازمان	بعد اجتماعی ^{۱۵}	
۱۴	توجه به رضایت ارباب رجوع		
۱۵	ایجاد فرصت های برابر برای همه کارکنان		
۱۶	حامی آزادی های فردی در سازمان		
۱۷	مورد تحسین بودن افراد فعال در زمینه کمک به سازمان		
۱۸	تمایل به خدمت به دلیل لذت بردن از کار	بعد معناگرا	
۱۹	تمایل به کار به دلیل انرژی و روحیه دریافتی از کار		
۲۰	لحظه شماری برای رفتن به محیط کار		

ردیف	مفاهیم	ابعاد	متغیر
۲۱	ارتباط کار با موضوعات مهم زندگی		
۲۲	یافتن معنا و هدف در شغل سازمانی		
۲۳	معنا دار بودن و مهم بودن منفعت رسانی به همکاران		
۲۴	لذت بردن از منفعت همکاران و خدمت گیرندگان از اقدامات سازمان		
۲۵	تمایل به کمک به دیگران در یادگیری و پیشرفت در سازمان	بعد دلسوزانه	
۲۶	تمایل به کمک به افراد جدید و تازه وارد به سازمان		
۲۷	تمایل به کمک به کارکنانی که مشکلات مرتبط با کار دارند		
۲۸	همدردی با همکاران و ارباب رجوع		
۲۹	توجه به احساسات دیگران		
۳۰	احساس همبستگی متقابل نسبت به همکاران		
۳۱	ناراحت شدن از دیدن ناراحتی و پریشانی دیگران		
۳۲	فعالیت خارج از وقت اداری و ماموریت بدون حق ماموریت	بعد فداکارانه	
۳۳	تمایل خدمت به سازمان با وجود احتمال زیان فردی		
۳۴	فداکاری برای کمک به سازمان		
۳۵	تمایل به خدمت به سازمان حتی با وجود بار مالی شخصی		
۳۶	اولویت دادن انجام به وظیفه نسبت به کارهای شخصی خود		
۳۷	تمایل به انجام دادن کارهایی که به نفع همه است توسط مدیران سازمان حتی اگر به ضرر خود فرد باشد		

تجهیزات و تعمیر تجهیزات، حتی اگر دو سال هم طول بکشد خسته نمی شن. این طور پیگیری می کنن تا به نتیجه برسد.

- من خودم وجدان کاری و اهمیتی که برای شخص خودم قائل هستم و شرکتی که برای آن کار می کنم، چون من شرکت رو خودم انتخاب کردم و من اگر خودم رو دوست داشته باشم، وجدان کاری خودش رو نشون می ده و باعث می شه هیچ ایرادی در کارم نباشه و به بهترین نحو خدمت کنم.

اما از کدهای مستخرج از "بعد فداکارانه" می توان به "فداکاری برای کمک به سازمان" اشاره نمود که مستخرج از نشانه های گفتاری زیر است:

- من بعد از ظهرها نرم افزارهایی کار می کنم که به درد مخابرات می خورد اما از وقت استراحت و فراغت خودم می زنم برای اینکه یک طرح بهتر، یک ایده جدید و بهتر بدهم.

- مثلاً پیش اومده که جایی مشغله کاری در بیرون داشتم، می خواستم بعد از ظهر زودتر بروم یا مرخصی بروم، اما پروژه سنگین پیش اومده که باعث شده همه کارهام رو کنار بزارم و به کار اداره بپردازم.

- در شرکت خیلی وقت ها، مشکلات نقدینگی و پرداخت های مالی به پیمانکاران، مشکلات در بالاترین حد خودش قرار دارد، وجوهی که قبلاً به راحتی انجام می شد، الان خیلی محدود شده با جان و دل تلاش می کنیم هزینه های مصرفی رو کم کنیم، رفاهیات رو تا جایی که جا داره به حد پایین برسونیم تا وجوه صرف کارهای زیربنایی شرکت بشه.

ابعاد: در انگیزه خدمت با رویکرد معنویت در محیط کار، شش بعد موثر و تاثیر گذار شناسایی گردید، همان طور که مشخص شد، هر کدام از بعدهای ذکر شده در جدول و شکل شماره ۱، از نشانه ها یا مستندات بیان شده متعددی در مصاحبه هاست. در ادامه به برخی از گفتارها و سخنان مشارکت کنندگان در قالب بعدهای فوق الذکر به شرح ذیل اشاره شده است.

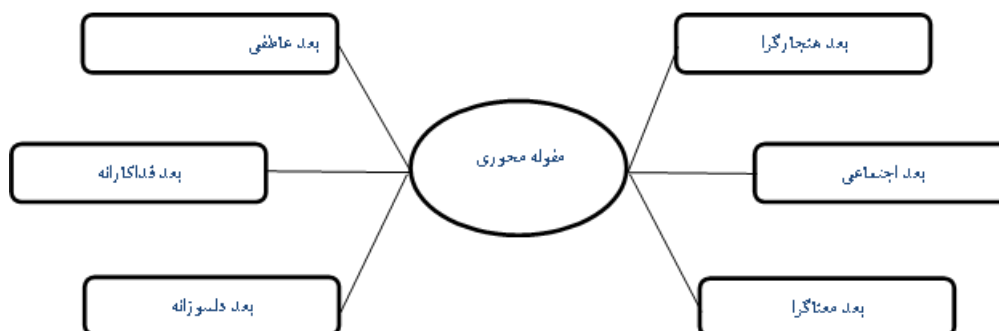
به عنوان مثال یکی از کدها در ذیل "بعد عاطفی" تحت عنوان "مسئولیت پذیری، تعهد و وجدان کاری" می باشد که مستخرج از نشانه های گفتاری زیر می باشد:

- افرادی داریم، فراوان هم داریم، آنقدر انسان های درست حتی در بخش خصوصی هم داریم که حقوق آنچنانی هم به او نمی دهند، در یک شهرستان افتاده اما آچار فرانسه است و هر کاری به او می دهی انجام می دهد. اگر اونها نباشند که سازمان سرپا نمی ماند.

- اکثر کارمندانی که با آنها کار کردم و زیر نظر من بودن، کارهایی که به آنها سپردم را به نحو احسن انجام دادن، انگیزه درونی فرد و احساس مسئولیت اش باعث اشتیاق برای انجام کار بوده است.

همچنین از دیگر کدها در ذیل "بعد عاطفی" می توان به عنوان "علاقه و تمایل وافر به خدمت در سازمان" اشاره نمود که از متن مصاحبه های ذیل برگرفته شده است:

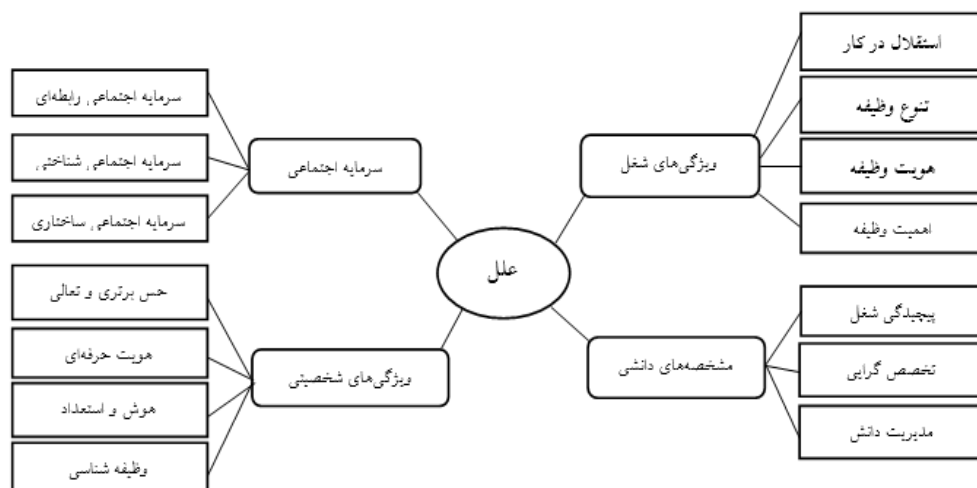
- در نگهداری داریم کسانی که به محضی که ایرادی یا نقیصه ای می بینند، گزارش می کنند و پیگیری مستمر انجام می دن برای خرید



نگاره ۱: ابعاد انگیزه خدمت با رویکرد معنویت در کار

شامل: ویژگی‌های شغل، مشخصه‌های دانشی، سرمایه اجتماعی و ویژگی‌های شخصیتی است.

ویژگی‌ها (علل): علل، برگرفته از توضیحات و دلایلی می‌باشد که به متغیر اصلی منجر می‌شود و منعکس کننده آن است. در این تحقیق پس از کد گذاری انتخابی، چند بعد اصلی از علل مشخص گردید. این ابعاد



نگاره ۲: مدل نهایی در حالت استاندارد

بحث

این پژوهش به بررسی ابعاد انگیزه خدمت با رویکرد معنویت در کار و ویژگی‌های آن در شرکت مخابرات خراسان رضوی پرداخته است. نتایج نشان داد که چند ویژگی وجود دارد که انگیزه خدمت را ایجاد می‌کند یا توسعه می‌دهد. علل اصلی انگیزه خدمت با رویکرد معنویت در محیط کار در چهار فرآیند یا مفهوم اصلی خلاصه می‌شود که شامل ویژگی‌های شغل، مشخصه‌های دانشی، سرمایه اجتماعی و ویژگی‌های شخصیتی است. لذا اکثر سازمان‌ها برای افزایش انگیزه خدمت کارکنان خود باید این علل را مورد تاکید قرار دهند. در حالی که در این پژوهش به روش‌های متعددی برای دستیابی به انگیزه خدمت با رویکرد معنویت در محیط کار، از طریق کشف علل انگیزه خدمت اشاره دارد. در پژوهش‌های پیشین، مولفه‌های مختلفی برای علل انگیزه خدمت اشاره داشتند (۱۶-۲۰). نتایج تا حدودی با این پژوهش‌ها همسو و تا حدودی

مقوله‌های استخراج شده از کدها و مفاهیم بیان شده در مصاحبه‌ها، نشان دهنده دیدگاه مدیران عملیاتی شرکت مخابرات خراسان رضوی است که در فرآیند این مطالعه مشارکت داشتند. مدیران عملیاتی شرکت، ویژگی‌های شخصیتی، ویژگی‌های شغلی و مشخصه‌های دانشی را در کنار سرمایه اجتماعی به عنوان علل تاثیرگذار بر انگیزه خدمت با رویکرد معنویت در محیط کار کارکنان برشمردند، آنچه در میان سخنان مصاحبه شوندگان درخصوص انگیزه خدمت با رویکرد معنویت در محیط کار بیشتر به کار برده می‌شد، عبارت از مواردی از قبیل: استقلال در کار، تخصص گرایی، انجام تخصصی کار، حرفه‌ای بودن، برتری و تعالی در کار، همسویی بین ارزش‌های کارکنان، سازمان و اعتماد متقابل کارکنان و سازمان و... می‌باشد.

نتیجه گیری

توجه به عواملی که باعث ایجاد انگیزه در کارکنان یکی از موضوعات اساسی است که در بهره وری نیروی انسانی دارای اهمیت است. انگیزه خدمت عاملی است که رفتار کارکنان را در جهت خاصی سوق داده و بر کیفیت و کمیت فعالیتها و میزان پیشرفت آنها تأثیرگذار است. در این میان یکی از مفاهیمی که در راستای بالندگی منابع انسانی مطرح گردیده و بی شک انگیزه خدمت را در آنها افزایش می دهد، معنویت در کار است. واژه ی معنویت در سازمانها که زمانی واژه های تابو قلمداد میشد، امروزه آهسته آهسته در حال رخنه کردن در کسب و کار است. معنویت آخرین شعار مشترک روز در بین افراد گشته است. با توجه به نتایج به دست آمده از پژوهش حاضر و ابعاد انگیزه خدمت با رویکرد معنویت در کار در این پژوهش، انگیزه خدمت با رویکرد معنویت در کار دارای ویژگی هایی است که مدیران شرکت مخابرات را تشویق می کند برای توسعه انگیزه خدمت با رویکرد معنویت در کار به این عوامل توجه کنند. بر این اساس از جمله ویژگی های شکل دهنده انگیزه خدمت با رویکرد معنویت در کار شامل ویژگی های شغل، مشخصه های دانشی، سرمایه اجتماعی و ویژگی های شخصیتی است. عوامل همبسته نیز شامل: مشارکت اجتماعی در سازمان و تحکیم سرمایه اجتماعی است که مدیران سازمان باید به این ویژگی ها توجه کنند.

ملاحظه های اخلاقی

موضوعات اخلاقی همچون؛ سرقت ادبی، رضایت آگاهانه؛ انتشار چندانکه و ... در پژوهش حاضر موردتوجه قرار گرفته اند.

واژه نامه

1. Human approach	رویکرد انسانی
2. Organizational development	توسعه سازمانی
3. Labor productivity	بهره وری نیروی انسانی
4. Motivation to work	انگیزه کاری
5. Ethical components	مولفه های اخلاقی
6. Spirituality approach	رویکرد معنویت
7. Public sector	بخش دولتی
8. Personal interests	منافع شخصی
9. Ethical values	ارزش های اخلاقی
10. Spirituality	معنویت
11. Altruism	نوع دوستی
12. The paradigm of spirituality	پارادایم معنویت
13. Performance evaluation system	سیستم ارزیابی عملکرد
14. Emotional dimension	بعد عاطفی
15. Social dimension	بعد اجتماعی

متفاوت است. لازم به ذکر است در مولفه هایی که هم پوشانی وجود دارد، مفاهیم متفاوت تری احصا شد. برای مثال در مشخصه های دانشی، مولفه های پیچیدگی شغل، تخصص گرایی و مدیریت دانش از مولفه هایی است که در کمتر تحقیقی مشاهد شد. هر یک از این مولفه ها، مفاهیمی بیشتر و متفاوت تر از مباحث پژوهش های پیشین دارند. همچنین انگیزه خدمت با رویکرد معنویت در کار شامل شش بعد هنجارگرا، عاطفی، معناگرا، اجتماعی، دلسوزانه و فداکارانه است. با توجه به یافته های این مطالعه می توان پیشنهادهای زیر را در جهت ایجاد/ارتقای انگیزه خدمت با رویکرد معنویت در محیط کار در میان مدیران عملیاتی ارائه داد:

- محرک های دینی و اعتقادی از جمله شرایط علی است که باعث ایجاد و تقویت انگیزه خدمت در میان مدیران عملیاتی می شود. تلاش در جهت تقویت باورهای دینی و تعمیق اعتقادات ایدئولوژیک مدیران می تواند در نهایت منجر به ارتقای انگیزه خدمت ایشان در محیط کار شود.

- آنچه در کانون توجه مدیران در بحث انگیزه خدمت با رویکرد معنویت در محیط کار وجود دارد، موضوع تاکید بر منافع عامه مردم و کسب رضایت ارباب رجوعان می باشد، بنابراین باید نگرش ترجیح منافع عامه مردم و رضایت ایشان در ارائه خدمات در سازمان تقویت شود. برای این منظور باید استراتژی هایی برای ایجاد و تقویت این نگرش در مدیران و کارکنان شرکت مخابرات خراسان رضوی اتخاذ گردد.

- انجام اصلاحات درون سازمانی می تواند منجر به ارتقای انگیزه خدمت با رویکرد معنویت در محیط کار برای مدیران گردد. پیشنهاد می شود اقدامات موثری برای کاهش بروکراسی زاید و دادن استقلال عمل بیشتر به مدیران عملیاتی و تفویض اختیار به ایشان صورت پذیرد.

- پیشنهاد می شود به منظور ارتقای انگیزه خدمت با رویکرد معنویت در محیط کار، ضمن بکارگیری مدیریت مشارکتی و استفاده از خرد جمعی در موضوعات مهم سازمانی و احترام به نظرات کارکنان انجام پذیرد. - تلاش در جهت ارتقای شایستگی های مدیران، کارکنان و استقرار سیستم شایسته سالاری و شایسته گرایی در سازمان، می تواند انگیزه خدمت با رویکرد معنویت در محیط کار را ارتقاء بخشد.

- تلاش در جهت ارتقای فرهنگ نوع دوستی و انسان دوستی و ترویج رفتارهای فداکارانه و دلسوزانه در سازمان، در کنار حمایت سیستم کلان سازمان از رفتارها و اقدامات سنجیده مدیران عملیاتی در این مقوله، می تواند تاثیر بسزایی بر ارتقای انگیزه خدمت با رویکرد معنویت در محیط کار داشته باشد.

- اگر چه منبعث از گرایش های دینی و اعتقادی، مدیران عملیاتی فقط به منافع اقتصادی نمی اندیشند و اخلاق حرفه ای و روحیه خدمت به مردم و هم نوع در اولویت کاری ایشان قرار دارد، اما نباید از تأمین نیازهای فردی مدیران عملیاتی در حد متعارف، غفلت ورزید. چرا که بسیاری از مدیران عملیاتی هستند که امکان کار در بیرون از سازمان و یا در سازمان های رقیب با شرایط بهتری برای آنان فراهم است، اما ترجیح می دهند با کار در سازمان به مردم و جامعه خدمت نمایند.

References

1. Bahramzadeh M, Manzari-Tavakoli A, Salajeghe S, Pourkiani M, Sheikhi A. (2020). Public service motivation and organizational and non-organizational factors. *Management, Improvement and Transformation Studies*; 29(97): 9-39. (In Persian).
2. Manzari M, Ghasemi M. (2019). Developing strategies to reduce corruption in the public sector: A study of the role of service-oriented motivation and employee commitment. *Public Management Research*; 12(46): 255-278. (In Persian).
3. Perry JL, Hondeghem A, Wise LR. (2010). Revisiting the motivational bases of public service: twenty years of research and an agenda for the future. *Public Administration Review*; 70(5): 681-690.
4. Houston DJ. (2000). Public service motivation: a multivariate test. *Journal of Public Administration Research and Theory*; 10(5): 713-728.
5. Grant AM. (2008). Does intrinsic motivation fuel the prosocial fire? Motivational synergy in predicting persistence, performance, and productivity. *Journal of Applied Psychology*; 93(1): 48-58.
6. O'Leary C. (2018). Public service motivation: a rationalist critique. *Public Personnel Management*; 4: 1-15.
7. Vander Walt F. (2018). Workplace spirituality, work engagement and thriving at work. *Journal of Industrial Psychology*; 44(1): 1-10.
8. Sulaiman M, Bhatti OK. (2013). Workplace deviance and spirituality in muslim organization. *Asian Social Science*; 9(10): 237-246.
9. Singh J, Chopra VG. (2016). Relationship among workplace spirituality, work engagement and grit. *IOSR Journal of Business and Management*; 18(11): 21-27.
10. Rolland F, Suryana Y, Efendi N, Hilmiana A. (2016). Effect of spirituality workplace on organizational commitment and job satisfaction (study of the lecture of private universities in the Kupang city Indonesia). *Procedia - Social and Behavioral Sciences*; 219: 639 – 646
11. Camilleri E, Van Der Heijden BI. (2007). Organizational commitment, public service motivation, and performance within the public sector. *Public Performance & Management Review*; 31(2): 241-274.
12. Chitsazan A, Kamal A. (2020). Development of the theory of public service motivation from the perspective of basic methodology. *Iranian Public Management Studies*; 4(1). (In Persian).
13. Pourezat A, Mokhtarianpour M, Azari H. (2020). Identify the components of public service motivation in public organizations. *Organizational Behavior Studies*; 9(3): 215-238. (In Persian).
14. Sagharvani S, Mortazavi S, Lagzian M, Rahimnia F. (2014). Imposing "theory" on data or "emerging" theory of data: Theorizing in the humanities with the methodology of data theory. *Research on the Basics of Education*; 1(151). (In Persian).
15. Danaeifard H, Alvani SM, Azar A. (2013). Qualitative research methodology in management: a comprehensive approach. 1st ed. Iran/Tehran: Safar Publication. (In Persian).
16. Nemati S, Khefelahi A, Danaeifard H, Azar A. (2016). Designing a public service incentive system in the Iranian public sector with an expert-centered interpretive approach. *Public Management Research*; 9(32). (In Persian).
17. Naghavi SA, Asadi M, Mirghafouri SH. (2015). Analysis of factors affecting organizational spirituality. *Ethics in Science and Technology*; 10(1). (In Persian).
18. Glaser BG, Holton J. (2005). Staying open: The use of theoretical codes in grounded theory. *The Grounded Theory Review*; 5(1): 1-20.
19. Ghalavandi H. (2016). Predicting work ethics based on the spirituality in the workplace. *Ethics in science and Technology*; 11 (1) :75-84. (In Persian).
20. Esmaeili MR, Rahimi Aghdam S. (2016). The role of ethical values in improving employee performance with an emphasis on workplace spirituality. *Ethics in Science and Technology*; 11 (2) :105-112. (In Persian).