

روابط ساده و ترکیبی مؤلفه‌های معنویت با وفاداری در محیط کار

دکتر محمدعلی نادی*، دکتر محسن گلپرور

دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه آزاد اسلامی خوارسگان، اصفهان

چکیده

زمینه: اخلاق و معنویت از زمرة موضوعات پژوهشی بسیار مهم برای محیطهای کار محسوب می‌شوند، چرا که این پدیده‌ها، از عوامل اصلی انحراف‌گذار بر رفتارهای انسان محسوب می‌گردند. بر همین اساس، هدف اصلی در این پژوهش بررسی رابطه معنویت با وفاداری افراد در محیط کار در نظر گرفته شد.

روش کار: پژوهش حاضر یک پژوهش همبستگی است که جامعه آماری آن را کارکنان ادارات و سازمانهای یکی از وزارت‌خانه‌ها در شهر اصفهان در بهار ۱۳۸۸ تشکیل دادند. ابزارهای مورد استفاده در پژوهش، پرسشنامه ۵۸ سوالی معنویت با یازده خرده مقیاس و وفادای با ۷ سؤال بوده است. داده‌های حاصل از پرسشنامه‌های پژوهش از طریق خریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون گام‌به‌گام مورد تحلیل قرار گرفت.

یافته‌ها: تمامی یازده خرده مقیاس معنویت با وفاداری دارای رابطه غفلت از تعالی و رشد و موافع معنویت با وفاداری منفی و معنادار بود. نتایج تحلیل رگرسیون گام‌به‌گام نیز حاکی از آن بود که در گام اول ارزشهای معنوی و مذهبی با توان تبیین واریانس ۲۹ درصد، در گام دوم ارزشهای معنوی و مذهبی همراه با مسؤولیت در رشد شخصی با توان تبیین واریانس ۳۶/۲ درصدی و در گام سوم ارزشهای معنوی و مذهبی، مسؤولیت در رشد شخصی و ارزشهای مثبت واحد کاری با توان تبیین واریانس ۴۰/۶ درصدی با وفاداری دارای رابطه چندگانه معنادار هستند.

نتیجه‌گیری: شواهد بدست آمده در این پژوهش حاکی از آن است که ارزشهای معنوی و مذهبی، مسؤولیت در رشد شخصی و ارزشهای مثبت واحد کاری به ترتیب مهمترین ابعاد معنویت مؤثر بر وفاداری هستند. به این جهت لازم است این ابعاد برای افزایش سطح وفاداری کارکنان مورد تقویت قرار گیرند.

کلید واژه‌ها: معنویت، وفاداری در محیط کار

ارزشهای معنوی و اخلاقی غفلت نموده، به اشکال مختلف زمینه را برای فرآگیر شدن رفتارهای غیر انسانی و اخلاقی فراهم ساخته است. به همین دلیل به باور اکثر قریب به اتفاق اندیشمندان و صاحبنظران عرصه اخلاق و معنویت، یکی از مهمترین آفات که امروزه بشر و حیات انسانی بشر را به شدت

سرآغاز
معنویت بخشی جدائی ناپذیر از اخلاق و ارزشهای انسانی است و در ادیان یکتاپرست اهمیت بسیار بالایی دارد. این اهمیت بیشتر از آن جهت است که فطرت انسانی تمایلی بنیادین به ارزشهای مثبت و مطلوب دارد. هرگاه بشر در عرصه علوم و فناوری از

* نویسنده مسؤول، نشانی الکترونیکی: nadi2248@yahoo.com

دنیای امروز هستند (۶-۱۰). آنچه که در کنار مشخصه‌ها و ویژگی‌های مطرح برای معنویت اهمیت دارد، آثار و تبعات مختلفی است که پیروی از ارزش‌های معنوی و اخلاقی برای انسانها به ارungan می‌آورد. در یک نگاه اجمالي و کوتاه، با قاطعیت و صراحة می‌توان گفت که پیروی از ارزش‌های انسانی، اخلاقی و معنوی، راستی، صداقت، وفاداری و درستکاری را به ارungan می‌آورد (۱۱).

وفداداری که از زمرة بیامدهای پاییندی به معنویت و ارزش‌های اخلاقی محسوب می‌شود، در چارچوب و فضای محیط‌های کار دارای مشخصه‌هایی نظیر تمایل مبتنی بر دلبستگی^{۱۱} در تمامی شرایط نسبت به سازمان محل کار، تلاش مضاعف برای کمک به اهداف سازمان، وجود نگرش و دیدگاه مثبت نسبت به سازمان محل کار، پذیرش تغییرات برنامه‌ریزی شده^{۱۲} و تمایل به عدم ارتکاب رفتارهایی که به هر دلیل برای عملکرد سازمان زیان‌آور است (۱۲ و ۱۳) می‌باشد. از نظر کلی وجود وفاداری در نیروی کار یک سازمان، بستر لازم را برای بارآوری^{۱۳} و کارآمدی بالاتر فراهم می‌سازد، چرا که این متغیر از بسیاری جهات تلاش و کوشش هدفمند و معنادار را در افراد پدید می‌آورد (۱۴-۱۶). شواهد پژوهشی نشان می‌دهد، گرایش به اخلاق و معنویت با وفاداری کارکنان در محیط کار دارای رابطه مثبت است. گلپرور نادی علاوه بر انجام مروری بر برخی تحقیقات مربوط به رابطه اخلاق کاری اسلامی با وفاداری، خود رابطه مثبت و معناداری را بین کار دقیق و انسان دوستانه^{۱۴} و استقلال و سودمندی اجتماعی^{۱۵} (به عنوان دو خرده مقیاس اخلاق کاری اسلامی) با وفاداری گزارش نموده‌اند (۱۶). لازم به ذکر است که کار دقیق و انسان دوستانه بعنوان یکی از ابعاد اخلاق کاری اسلامی، همپوشانی‌های قابل توجهی با معنویت و بعد آن دارد. این همپوشانی بیشتر از آن جهت است در معنویت در محیط‌های کار نیز تأکید قابل توجهی بر ارزش‌های کاری انسانی و اخلاقی چه به صورت فردی و چه به صورت انسانی می‌شود.

منطق نظری رابطه معنویت با وفاداری در محیط‌های کاری به باور پژوهشگران پژوهش حاضر به نقشی که معنویت می‌تواند در

تهدید می‌نماید، غفلت و بی‌توجهی به مسائل اخلاقی و ارزش‌های معنوی است. همین امر، انگیزه اصلی برای انجام پژوهش حاضر بوده است. در این پژوهش، به دنبال آن بوده‌ایم تا نقشی را که معنویت^۱ بر وفاداری^۲ به جای می‌گذارد مورد بررسی قرار دهیم. به باور آشموس و داچون شواهد رو به ازدیادی در دست است که نشان می‌دهد تحولی اساسی موسوم به جنبش معنویت^۳ در بسیاری از سازمانها در حال وقوع است (۱). این جنبش دارای این ویژگی اصلی است که در آن در کنار توجه به قواعد و نظم، به مسائلی نظیر معنا^۴، اهداف والای انسانی و احساس یگانگی جمعی نیز توجه واقعی می‌شود. چنین توجهی تا اندازه زیادی از مواجهه با بن‌بستهای متعددی که بشر به واسطه رفتن به سوی رفتارهای غیراخلاقی و ضدارزشی با آنها مواجه شده است، سر برآورده است. تحولات چند دهه گذشته در عرصه فناوری و گرایش در توجه بیشتر به ماشین به جای انسان به باور بسیاری بشر را با سؤالات زیادی مواجه نموده که پاسخ آنها را در توجه و گرایش بیشتر به اخلاقیات و معنویات یافته‌اند (۲ و ۳). از طرف دیگر به باور بسیاری دیگر از صاحب‌نظران، گرایش به معنویت و اخلاق زمینه اساسی پیوندهای انسانی^۵ را در محیط کار فراهم می‌سازد (۴) و از این طریق بستر آرامش^۶ و امنیت روانی و اجتماعی^۷ را فراهم خواهد ساخت. در دین میین اسلام نیز پابندی به اصول اخلاقی و معنوی همواره به عنوان اصلی‌ترین و مهمترین عامل رهایی بشر از فشارها و ناماکیات زندگی دنیوی ذکر شده است. در چنین چارچوبی، دین اسلام نیز فراتر از بسیاری از ادیان دیگر بر پیوندهای انسانی مبتنی بر اهداف والای دنیوی و اخروی تأکید بسیاری نموده است (۵). در مجموع، تمامی ادیان یکتاپرست به اشکال مختلف بر زندگی همراه با تأمل و تفکر^۸، که هدف اصلی آن معناداری و هدفمندی^۹ عمیق همراه با همنوایی با ارزش‌های انسانی والاسط تأکید چشمگیری دارند. پدیده‌هایی نظیر زندگی همراه با تأمل، هدفمندی، معناداری و احساس تعلق ذهنی به ارزش‌های انسانی و اخلاقی^{۱۰}، مشخصه‌های اصلی جنبش معنویتی است که از آن یاد شد. همین مشخصه‌ها، ویژگی‌های اصلی مطرح برای معنویت و اخلاق در

ساده انتخاب شدند. این تعداد نمونه برای جوامع آماری تا ۱۴۰۰ نفر نیز مکفى است. بنابراین حجم نمونه از کفايت مطلوب برخوردار می باشد (۲۲). از ۳۰۰ نفر اعضاي نمونه، ۲۵۶ نفر مرد (معادل $\frac{85}{3}$ درصد) و ۴۴ نفر (معادل $\frac{14}{7}$ درصد) زن بوده‌اند. همچنین اکثريت گروه نمونه را افراد داراي تحصيلات ديپلم و بالاتر (۲۰۵ نفر معادل $\frac{68}{2}$ درصد) و متاهل (۲۶۳ نفر و معادل $\frac{78}{7}$ درصد) تشکيل داده‌اند. ميانگين سنی اعضاي گروه نمونه (با انحراف معيار $\frac{۸}{۵۹}$) و ميانگين سابقه شغلی آنها (۴۲/۵۵) (با انحراف معيار $\frac{۰}{۸}$) بوده است.

ابزارهای زیر برای سنجش متغیرهای پژوهش استفاده شده‌اند.

۱. پرسشنامه معنیوت در محیط کار: برای سنجش معنیوت در محیط کار از پرسشنامه ۶۱ سؤالی ساخت و معرفی شده توسط آشموس و داچون با استفاده از یک نمونه ۶۹۶ نفری استفاده به عمل آمد (۱). این پرسشنامه عوامل یازده گانه‌ای را تحت عنوان شرایط اجتماعی (کاری) با ۹ سؤال، معنا در کار^{۱۷} با ۷ سؤال، زندگی درونی^{۱۸} با ۵ سؤال، موانع معنیوت^{۱۹} با ۶ سؤال، مسؤولیت شخصی^{۲۰} با ۲ سؤال، پیوندهای مثبت با دیگر افراد^{۲۱} با ۳ سؤال، تأمل با ۲ سؤال، اجتماع واحد کاری^{۲۲} با ۸ سؤال، ارزشهای مثبت واحد کاری^{۲۳} با ۶ سؤال، ارزشهای سازمان^{۲۴} با ۷ سؤال و فرد و سازمان^{۲۵} با ۶ سؤال را مورد سنجش و اندازه‌گیری قرار می‌دهد. عوامل اجتماع واحد کاری و ارزشهای سازمانی قسمتهای دوم و سوم همان عامل اول یعنی شرایط اجتماعی (کاری) و ارزشهای مثبت واحد کاری و فرد و سازمان نیز قسمتهای دوم و سوم عامل دوم یعنی معنا در کار محسوب می‌شوند (۱). شواهد مربوط به روایی سازه^{۲۶} این پرسشنامه با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی با چرخش از نوع واریماکس در مقاله آشموس و داچون مستند می‌باشد (۱). آلفای کرونباخ یازده عامل این پرسشنامه نیز به ترتیب برای عوامل بالا ۰/۸۵، ۰/۸۳، ۰/۷۳، ۰/۷۷، ۰/۶۹، ۰/۸۷، ۰/۹۱، ۰/۹۳، ۰/۸۳ و ۰/۸۰ گزارش شده است. این پرسشنامه برای اولین بار برای این پژوهش، طی یک فرایند دو مرحله‌ای (ترجمه و تطبیق محتوایی تخصصی توسط متخصصین) ترجمه و آماده اجرا گردید. پرسنی، مقدماتی، پرسشنامه که به

ایجاد فضا و حوزه کاری مطلوب داشته باشد بازمی‌گردد. شواهد پژوهشی در دست نشان می‌دهد وجود یک فضای کاری مبتنی بر ارزش‌های اخلاقی و انسانی فraigیر، رفتارها و نگرشاهی کارکنان را تحت تأثیر قرار می‌دهد (۱۷ و ۱۸). این تأثیر بیشتر از آن جهت روی می‌دهد که وجود مشخصه‌هایی نظیر ارزش‌های انسانی و اخلاقی در محیط یک سازمان، حس تعلق و پیوند را به دلیل وجود راستی، درستی و صداقت در افراد بالا می‌برد. چنین حسی در یک فرایند زنجیره‌ای افراد را متمایل به حفظ و تقویت ارزش‌های موجود نموده و از این طریق، سطح اثربخشی و عملکرد فردی و سازمانی را بالا می‌برد. شواهد حمایت‌کننده در این حوزه از تحقیقاتی که طی آنها حمایت مدیران از ارزش‌های اخلاقی و انسانی با تعهد، رضایت و هویت اخلاقی و ارزشی کارکنان مرتبط گزارش شده، بدست آمده است (۱۹-۲۱). بر همین مبنای باور اصلی و زیربنایی این پژوهش این واقعیت در نظر گرفته شد که وجود مشخصه‌هایی نظیر وجود شرایط یگانگی و همدلی، معنا در کار، پیوندهای مثبت ارزشی و اخلاقی و ارزش‌های سازمانی مبتنی بر درستکاری و صداقت، انجام رفتارهای مبتنی بر تأمیل ارزشی و اخلاقی همراه با مسؤولیت‌پذیری شخصی برای رشد و تعالی که از مشخصه‌های اصلی معنویت در محیط‌های کار معرفی شده‌اند (۱) به خوبی باید با مشخصه‌ای نظیر وفاداری در کارکنان دارای رابطه باشد. بنابراین، هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی رابطه ترکیبی و ساده مؤلفه‌های معنویت با وفاداری کارکنان در محیط‌های کار در نظر گرفته شده است.

روش کار

این پژوهش از نوع مطالعات همبستگی (تحلیل رگرسیون) است که جامعه آماری آن را کارکنان زن و مرد ادارات و سازمانهای یکی از وزارت خانه‌ها در شهر اصفهان در زمستان ۸۷ و بهار ۸۸ تشکیل داده‌اند. تعداد کل کارکنان زن و مرد این ادارات در حدود ۱۰۰۰ نفر بوده است. از این جامعه آماری، با استفاده از فهرست اسامی، کارکنان هر اداره یا سازمان، ۳۰۰ نفر به شیوه تصادفی،

سؤال و آلفای کرونباخ $.058/0$) و تأثیر معنادار^{۳۸} (با ۲ سؤال و همبستگی معنادار $.01/0 < P$ دو گویه برابر با $.027$) قرار گرفتند. یک نمونه سؤال از کل پرسشنامه به این شرح است: «این سازمان نگران فقرا در جامعه است». این سؤال مربوط به عامل اول یعنی ارزشهای انسانی و سازمانی است. مقیاس پاسخگویی این پرسشنامه پنج درجه‌ای (بسیار زیاد=۵ تا بسیار کم=۱) می‌باشد.

۲. وفاداری سازمانی: برای سنجش وفاداری سازمانی از ۷ سؤال معرفی شده توسط علی و الكاظمی استفاده شد^{۱۲}). این پرسشنامه قبلاً در ایران ترجمه و مورد استفاده قرار گرفته است^(۱۶). با این حال در این پژوهش پرسشنامه مورد استفاده، دوباره مورد تحلیل عاملی اکتشافی با چرخش از نوع واریماکس قرار گرفت ($KMO = .874$ برابر با $.0874 < P$ و آزمون کرویت بارتلت برابر با $.43/43 < P$ و معنادار $.001/0 < P$ بود) و یک عامل با ارزش ویژه برابر با $.4$ به دست آمد. اسکریپلات^{۳۹} نیز تک عاملی بودن این پرسشنامه را تأیید نمود. آلفای کرونباخ به دست آمده در این پژوهش برای این پرسشنامه $.87/0$ بود. یک نمونه سؤال این پرسشنامه نیز به این شرح است: «ترجیح می‌دهم در این سازمان برای انجام تکالیف و وظایفم به سختی کار کنم». مقیاس پاسخگویی این پرسشنامه نیز لیکرت پنج درجه‌ای (کاملاً موافق=۵ تا کاملاً مخالف=۱) می‌باشد. دو پرسشنامه مورد استفاده در این پژوهش به شیوه خود گزارش دهی و در طول زمان ۱۳ تا ۱۷ دقیقه پاسخ داده شده‌اند.

برای تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از پرسشنامه‌های پژوهش از ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون گام به گام^{۴۰} استفاده گردید. تحلیلهای یاد شده با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS صورت گرفته است.

منظور بررسی روایی صوری و محتوایی پرسشنامه انجام گرفت، منجر به تغییر نحوه نگارش برخی از سؤالات آن برای اجرای نهایی گردید. بهر حال از آنجایی که این پرسشنامه برای اولین بار برای این پژوهش استفاده می‌شد، روایی سازه پرسشنامه ترجمه شده از طریق تحلیل عاملی اکتشافی و چرخش از نوع واریماکس بر روی نمونه 300 نفری پژوهش حاضر مورد بررسی قرار گرفت. این تحلیل عاملی (با $KMO = .925$ برابر با $.0925 < P$ و آزمون کرویت بارتلت معنادار در سطح $.0001/0 < P$) 11 عامل با ترکیبی به نسبت مشابه با ترکیب معرفی شده توسط آشموس و داچون به دست داد. تغییر مورد اشاره به این شرح بود که سؤالات $1, 2$ و 3 بارهای عاملی کمتر از $.4/0$ و همزمان بر روی بیش از یک عامل داشتند. بنابراین از آنجایی که بارهای عاملی آنها پائین و بر بیش از یک عامل بود (این امر عوامل مستقل قابل استخراج از تحلیل عاملی با چرخش از نوع واریماکس را با مشکل مواجه می‌کند)، (سؤال دوم در پرسشنامه معرفی شده توسط آشموس و داچون بر روی عوامل معنا در کار و ارزشهای مثبت واحد کاری همزمان باز داشته است و لذا در هر دو عامل استفاده شده است) حذف گردیدند، لذا تعداد سؤالات در پایان به 58 سؤال تقلیل یافت. 58 سؤال باقیمانده به ترتیب بر روی یاده عامل با نامهای ارزشهای انسانی و سازمانی (با 14 سؤال و آلفای کرونباخ $.93/0$ ، ارزشهای معنوی و مذهبی (با 8 سؤال و آلفای کرونباخ $.8/0$ ، ارزشهای مثبت واحد کاری (با 5 سؤال و آلفای کرونباخ $.9/0$ ، معنا در کار (با 6 سؤال و آلفای کرونباخ $.87/0$ ، موانع معنویت (با 6 سؤال و آلفای کرونباخ $.82/0$ ، ارزشهای معنوی واحد کاری (با 5 سؤال و آلفای کرونباخ $.79/0$ ، رشد فردی (با 4 سؤال و آلفای کرونباخ $.74/0$ ، مسؤولیت برای رشد شخصی (با 2 سؤال و همبستگی معنادار $.01/0 < P$ دو گویه برابر با $.5/0$ ، غفلت از تعالی و رشد (با 3 سؤال و آلفای کرونباخ $.65/0$ ، روابط متعالی^{۳۷} (با 3

یافته‌ها

جدول ۱: میانگین، انحراف معیار و همبستگی بین متغیرهای پژوهش

ردیف	متغیرهای پژوهش	میانگین معیار	انحراف معیار											
				۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱
۱	ارزشهای انسانی و سازمانی	- ۹/۱۲	۴۲/۲۱											
۲	ارزشهای معنی و مذهبی	- ۰/۴۱۹**	۴/۰۴	۲۱/۰۸										
۳	ارزشهای مثبت واحد کاری	- ۰/۵۰۷**	۰/۷۳۸**	۳/۸۰	۱۶/۱۶									
۴	معنا در کار	- ۰/۶۴۷**	۰/۶۷۳**	۰/۵۲۰**	۴/۳۲	۲۰/۲۶								
۵	موانع معنوبیت	- ۰/۲۲**	۰/۱۰۲	۰/۲۷۰**	۰/۰۱۷	۴/۴۰	۲۰/۰۸۳							
۶	ارزشهای معنی واحد کاری	- ۰/۰۷۶	۰/۵۶۳**	۰/۶۲۱**	۰/۴۹۶**	۰/۷۲۹**	۳/۴۸	۱۴/۹۵						
۷	رشد فردی	- ۰/۰۶۱**	۰/۱۰۲	۰/۶۱۸**	۰/۵۸۵**	۰/۴۹**	۰/۶۰۵**	۲/۷۴	۱۲/۷۷					
۸	مسئولیت برای رشد شخصی	- ۰/۳۷۸**	۰/۲۷۱**	۰/۰۲۵	۰/۴۵۲**	۰/۳۹۲**	۰/۴۱۶**	۰/۲۹۴**	۱/۶۰	۶/۷۸				
۹	غفلت از تعالی و رشد	- ۰/۰۶۵	۰/۱۷۸**	۰/۰۴۲	۰/۴۶۸**	۰/۱۵۰**	۰/۱۲۰*	۰/۰۷۷	۰/۰۷۴	۱/۹۸	۹/۷۱			
۱۰	روابط متعالی	- ۰/۰۶۹	۰/۳۵۲**	۰/۴۶۷**	۰/۴۷۳**	۰/۰۶۴	۰/۵۱۹**	۰/۴۹۰**	۰/۴۵۸**	۰/۵۲۲**	۲/۱۲	۹/۶۷		
۱۱	تأثیر معنادار	- ۰/۱۷۲**	- ۰/۱۵۳**	۰/۱۳۶*	۰/۲۳۴**	۰/۳۴۵**	- ۰/۱۱۲	۰/۳۱۹**	۰/۳۱۸**	۰/۲۵۴**	۰/۲۸**	۱/۴۱	۶/۴۶	
۱۲	وفداری سازمانی	- ۰/۱۴۲*	۰/۳۵۷**	- ۰/۱۱۹*	۰/۴۶۸**	۰/۴۰۴**	- ۰/۱۷۰**	۰/۵۳۱**	۰/۵۳۹**	۰/۳۷۶**	۴/۶۸	۱۶/۲۹		

* P<0.05 ** P<0.01

معنی و مذهبی، با معنا در کار، با ارزشهای مثبت واحد کاری، با مسئولیت برای رشد شخصی، با رشد فردی، با ارزشهای انسانی و سازمانی، با روابط متعالی، با ارزشهای معنی واحد کاری، با موافع معنی، با روابط مثبت و غفلت از تعالی و رشد دارای رابطه است. نتیجه تحلیل رگرسیون گام به گام انجام شده برای پیش‌بینی وفاداری سازمانی از طریق ابعاد معنوبیت در جدول ۲ گزارش شده است.

چنانکه در جدول ۱ ردیف دوازدهم دیده می‌شود، وفاداری سازمانی به ترتیب با ارزشهای انسانی و سازمانی ($r=0/376$ ، با ارزشهای معنی و مذهبی ($r=0/539$ ، با ارزشهای مثبت واحد کاری ($r=0/502$ ، با معنا در کار ($r=0/531$ ، با موافع معنی ($r=0/-170$ ، با ارزشهای معنی واحد کاری ($r=0/342$ ، با رشد فردی ($r=0/404$ ، با مسئولیت برای رشد شخصی ($r=0/468$ ، با غفلت از تعالی و رشد ($r=0/119$ ، با روابط متعالی ($r=0/357$ ، با تأثیر معنادار ($r=0/142$) دارای رابطه معنادار ($P<0/05$ یا $P<0/01$) است. توجه به ضرایب یاد شده حاکی از آن است که وفاداری سازمانی به ترتیب از نظر نیرومندی روابط، با ارزشهای

جدول ۲: نتایج رگرسیون گام به گام برای پیش‌بینی وفاداری از طریق ابعاد معنوبیت

	مقادیر ثابت و متغیرهای پیش‌بین										
		F	R ² تعدیلی	R ²	R	t	β	SE	B		
۱	مقدار ثابت	۱۲۲/۰۱۴**	.۰/۲۸۸	.۰/۲۹	.۰/۵۳۹	۲۴/۲۷۴**	-	۱/۲۱۴	۲۹/۴۶۰		
	ارزشهای معنی و مذهبی			- ۱۱/۰۴۶**	- ۰/۵۳۹	- ۰/۰۵۷	- ۰/۶۲۵				
۲	مقدار ثابت	۸۴/۰۲۹۲**	.۰/۳۵۸	.۰/۳۶۲	.۰/۶۰۲	- ۸/۱۷۱**	- ۰/۴۱۶	۰/۰۵۹	- ۰/۴۸۳		
	ارزشهای معنی و مذهبی			- ۵/۷۷**	- ۰/۲۹۴	۰/۱۴۹	- ۰/۸۶۱				
	مسئولیت برای رشد شخصی										

۶۷/۴۰۹**	۰/۴	۰/۴۰۶	۰/۴۳۷	۲۷/۰۱۶**	-	۱/۲۴۶	۳۳/۶۵۲	مقدار ثابت
				-۵/۷۸**	-۰/۳۱۳	۰/۰۶۳	-۰/۳۶۲	ارزشهای معنوی و مذهبی
				-۴/۷۳**	-۰/۲۴۰	۰/۱۴۸	-۰/۷۰۱	مسئولیت برای رشد شخصی
				-۴/۶۷**	-۰/۲۵۰	۰/۰۶۶	-۰/۳۰۷	ارزشهای مثبت واحد کاری

* P<0.05 ** P<0.01

برای وفاداری کارکنان در سازمان هستند. یافته‌های حاصل از این پژوهش منی بر رابطه ابعاد معنوبیت با وفاداری کارکنان در سازمان با نظریات و یافته‌های مربوط به نقش معنوبیت در تعهد کارکنان و وفاداری آنها همسوییهای قابل ملاحظه‌ای را نشان می‌دهد (۱۴). نگاهی بر ضرایب همبستگی به دست آمده در این پژوهش (جدول ۱) نشان از آن دارد که موانع معنوبیت و غفلت از تعالی رشد با وفاداری دارای رابطه منفی و دیگر ابعاد نظیر ارزشهای انسانی و سازمانی، ارزشهای معنوی و مذهبی، ارزشهای مثبت واحد کاری، معنا در کار، ارزشهای معنوی واحد کاری، رشد شخصی و فردی، مسئولیت برای رشد شخصی، روابط متعالی و تأثیر معنادار با وفاداری دارای رابطه مثبت هستند. در موانع معنوبیت و غفلت از تعالی و رشد مواردی نظیر ناتوانی در استفاده از نعمات خداوندی (استعدادها و توانائیها)، عدم معناده کار به زندگی، عدم وجود محلی در سازمان برای دعا و راز و نیاز، عدم اهمیت ارزشهای معنوی در محیط کار و عدم تشویق کارکنان به رشد و یادگیری مطرح هستند. چنانکه از مضماین مطرح شده برمی‌آید، این موارد همگی با آنچه در معنوبیت و ارزشهای انسانی و اخلاقی مطرح است در تضاد می‌باشد. بنابراین وجود رابطه منفی بین موانع معنوبیت و غفلت از تعالی و رشد با وفاداری منطقی است. از طرف دیگر، در دیگر مشخصه‌های مطرح برای معنوبیت در این پژوهش آنچه مورد تأکید است، ارزشهای اخلاقی و معنوبی است که هر انسانی به واسطه فطرت خود به آنها تمایل دارد. از این منظر نیز منطقی است که ارزشهای معنوی و اخلاقی منجر به وفاداری بیشتر شوند. چرا که آنچه در وفاداری محور توجه است دلیستگی و همسویی و تلاش برای سازمان محل کار است (۱۲، ۱۳، ۱۵). این مشخصه‌ها تا اندازه قابل توجهی هدف اصلی آموزه‌های معنوی نیز هستند. در واقع در آموزه‌های معنوی در دین اسلام و دیگر ادیان یکتاپرست، بر عاقبت‌اندیشی اخروی، همدلی، احساس یگانگی و توجه به معناداری و هدفمندی در

چنانکه در جدول ۲ قابل مشاهده است، در گام اول رگرسیون گام به گام انجام شده، ارزشهای معنوی و مذهبی با بتای معیارین $-0/539$ دارای توان پیش‌بین معنادار ($P < 0.01$) و توان تبیین واریانس ۲۹ درصدی برای وفاداری سازمانی بوده است. در گام دوم مسئولیت در رشد شخصی به ارزشهای معنوی و مذهبی افزوده شده (به ترتیب با بتای معیارین $-0/416$ و $-0/294$) و واریانس تبیین شده وفاداری سازمانی را به ۳۶٪ درصد (در حالت تعديل نشده) رسانده است. در مرحله دوم $7/2$ درصد واریانس تبیین شده انحصاری افزوده به مسئولیت در رشد شخصی اختصاص داشته است. بالاخره در گام سوم به ارزشهای معنوی و مذهبی و مسئولیت در رشد شخصی، ارزشهای مثبت واحد کاری نیز به عنوان سومین متغیر افزوده شده است (بتای معیارین سه متغیر به ترتیب در مرحله سوم $-0/313$ ، $-0/244$ و $-0/250$ بوده است). در این مرحله واریانس تبیین شده وفاداری سازمانی از طریق سه متغیر ارزشهای معنوی و مذهبی، مسئولیت در رشد شخصی و ارزشهای مثبت واحد کاری به $40/6$ درصد (در حالت تعديل نشده) رسیده است که $4/4$ درصد آن به صورت انحصاری مربوط به ارزشهای مثبت واحد کاری بوده است. براساس تحلیل رگرسیون گام به گام انجام شده که نتایج آن در جدول ۲ ارائه گردید، دیگر ابعاد معنوبیت که در جدول نیامده‌اند، برای وفاداری دارای توان افزایش واریانس تبیین شده نبوده‌اند.

بحث

رابطه ابعاد یا مشخصه‌های معنوبیت با وفاداری در سازمان، در سطح همبستگی‌های ساده براساس یافته‌های این پژوهش مورد تأیید قرار گرفت. اما تحلیل رگرسیون گام به گام نشان داد که از ابعاد معنوبیت به ترتیب ارزشهای معنوی و مذهبی، مسئولیت برای رشد شخصی و ارزشهای مثبت واحد کاری دارای بیشترین نقش

باشد، از طریق وفاداری نگرشی، سعی در زمینه‌سازی برای چنین رشدی خواهد کرد.

نتیجه‌گیری

در نتیجه‌گیری پایانی این مقاله پیش از ارائه پیشنهادها باید به این محدودیت توجه داشت که گروه نمونه این پژوهش را کارکنان نظامهای اداری سازمانها و ادارات وابسته به یکی از وزارت‌خانه‌ها در شهر اصفهان تشکیل داده‌اند، لذا در تعمیم نتایج به دیگر سازمانها، بویژه سازمانهای تولیدی و صنعتی باید احتیاط صورت گیرد. بر همین اساس می‌توان بعنوان یک پیشنهاد کاربردی این نکته را مطرح کرد که برای ارتقاء سطح وفاداری کارکنان به سازمانها و اهداف آنها، باید به اشکال مختلف بستر و زمینه لازم برای تقویت ارزشهای معنوی و مذهبی، مسؤولیت‌پذیری برای رشد شخصی و ترویج ارزشهای مثبت واحد کاری در قالب یک گروه یکپارچه و هدفمند به‌طور جدی فراهم شود. علی‌رغم اینکه در تمامی سازمانهای کنونی ایران به اشکال مختلف ارزشهای معنوی و مذهبی مورد تأکید هستند، با این حال ترغیب هر چه بیشتر کارکنان به تأمل در باب تبعات مثبت و مطلوب و توجه هر چه بیشتر به این ارزشها می‌تواند راه را بر وفاداری بیشتر کارکنان، به عنوان مؤلفه‌ای که برای عملکرد مؤثر سازمانی لازم و ضروری است، فراهم سازد.

سپاسگزاری

در اینجا از تمامی عزیزانی که زحمت شرکت در این پژوهش و پاسخگویی به پرسشنامه‌های پژوهش را بر خود هموار نمودند، صمیمانه تشکر می‌شود.

زندگی و کار تأکید می‌شود (۵). براساس یافته‌های این پژوهش، این تأکیدات زمانی که در یک فضای کاری، تحقیقی ملموس و اثربخش پیدا می‌کنند، باعث می‌گردند تا افراد در خود احساس دلبستگی و همسویی با اهداف سازمان بنمایند. نتایج تحلیل رگرسیون گام‌به‌گام (جدول ۲) سه بعد ارزشهای معنوی و مذهبی، مسؤولیت برای رشد شخصی و ارزشهای مثبت واحد کاری را به عنوان ابعاد معنویت که دارای بیشترین نقش در وفاداری کارکنان هستند، مشخص نمود. این وضعیت فرست بهتری را برای بحث در حوزه یافته‌های این پژوهش فراهم می‌نماید. ارزشهای معنوی و مذهبی بعنوان بُعدی که دارای بیشترین نقش بر وفاداری کارکنان است، مشتمل بر مواردی نظیر تأمل و تفکر معنوی در امور، امیدواری، توجه به دعا و راز و نیاز و مراقبت از سلامتی معنوی همکاران می‌باشد. به‌دبیال آن مسؤولیت برای رشد شخصی و ارزشهای مثبت واحد کاری نیز مشتمل بر احساس مسؤولیت برای رشد استعدادها و توانائیها و استفاده از فرسته‌ها به نحو مناسب و قابل قبول و وجود احساس مثبت و پیوند و یگانگی با واحد کاری که افراد در آن مشغول به فعالیت هستند می‌باشند. در درجه اول نقش تعیین‌کننده ارزشهای معنوی و مذهبی برای احساس وفاداری نسبت به سازمان محل کار با کارکردهایی که برای معنویت و اخلاق در محیط‌های کاری مطرح شده همسو می‌باشد (۱۵، ۱۶، ۱۹، ۲۰). از این منظر نیز می‌توان گفت، براساس یافته‌های این پژوهش ارزشهای معنوی و مذهبی، مسؤولیت برای رشد شخصی و ارزشهای مثبت کاری، وقتی بر فضای کاری حاکم باشند، از طریق ایجاد جو و فضای آرامش‌بخش و امنیت‌آور زمینه تقویت وفاداری را در افراد فراهم می‌آورند. در یک فضای مبتنی بر ارزشهای انسانی، معنوی و اخلاقی، انسانها احساس یگانگی، معناداری، هدفمندی و امیدواری بیشتری می‌نمایند و از این طریق در خود احساس وفاداری بیشتری نسبت به محیط و اهداف محل کارشان پیدا می‌کنند. همچنین زمانی که فرد، مسؤولیت‌پذیری فردی و شخصی برای رشد و تعالی استعدادها و توانائیها خود داشته

- 28. Significant impression تأثیر معنادار
- 29. Scree plot نمودار سنگریزه
- 30. Stepwise regression رگرسیون گام به گام

واژه‌نامه

منابع

1. Ashmos DP, Duchon D (2000). Spirituality at work: A conceptualization and measure. *Journal of Management Inquiry* 9(2): 134-145.
2. Beyer J (1999). Culture, meaning, and belonging at work. Paper presented at the 1999 Chicago Academy of Management Meeting.
3. Vaill P (1998). Spirited leading and learning. San Fransisco: Jossey-Bass.
4. Conger JA (1994). Spirit at work. San Francisco: Jossey-Bass.
5. جمشیدی محمدحسین؛ نظریه عدالت از دیدگاه فارابی، امام خمینی، شهید صدر، چاپ اول ۱۳۸۰، تهران: انتشارات پژوهشکده امام خمینی (ره) و انقلاب اسلامی.
6. Fry LW (2003). Toward a theory of spiritual leadership. *Leadership Quarterly* 14(6): 693-727.
7. Trevino LK, Weaver GR, Reynolds SJ (2006). Behavioral ethics in organizations: A review. *Journal of Management* 32(6): 951-990.
8. Weaver GR, Trevino LK, Agle B (2005). Somebody I look up to: Ethical role models in organizations. *Organizational Dynamics* 34(4): 313-330.
9. May DR, Gilson RL, Harter L (2004). The psychological conditions of meaningfulness, safety, and the engagement of human spirit at work. *Journal of Occupational and Organizational Psychology* 77: 11-37.
10. Gardner WL, Avolio BJ, Walumbwa, FO. Eds (2005). Authentic leadership theory and practice: origins, effects and development. Oxford, UK: Elsevier Science.
11. Brandt E (1996). Corporate pioneers explore spirituality peace. *HR Magazine*, April: 82-87.
12. Ali A, Al-Kazemi A (2007). Islamic work ethic in Kuwait. *Cross Culture Management: An International Journal* 14(2): 93-104.

1. Spirituality	معنویت
2. Loyalty	وفاداری
3. Spirituality movement	جنبیت معنویت
4. Meaningfulness	معنا
5. Humans connections	پیوندهای انسانی
6. Tranquility	آرامش
7. Social and psychological safty	امنیت روانی و اجتماعی
8. Contemplation	تأمل و تفکر
9. Purposefulness	هدفمندی
10. Ethical and humans values	ارزشهای اخلاقی و انسانی
11. Attachment	دلبستگی
12. Planned changes	تغییرات برنامه‌ریزی شده
13. Productivity	بارآوری
14. Philanthropic and accurate work	کار دقیق و انساندوستانه
15. Independency and social usefulness	استقلال و سودمندی اجتماعی
16. Conditions for community	شرایط اجتماع
17. Meaning at work	معنا در کار
18. Inner life	زندگی درونی
19. Blocks to spirituality	موانع معنویت
20. Personal responsibility	مسئولیت شخصی
21. Positive connections with other	پیوندهای مثبت با دیگر افراد
22. Work unit community	اجتماع واحد کاری
23. Positive work unit values	ارزشهای مثبت واحد کاری
24. Organization values	ارزشهای سازمان
25. Individual and the organization	فرد و سازمان
26. Construct validity	روابط سازه
27. Exalted relations	روابط متعالی

18. Deshpande SP, George E, Joseph J (2000). Ethical climate and managerial success in Russian organizations. *Journal of Business Ethics* 23(2): 211-217.
19. Schminke M, Ambrose A, Neubaum E (2005). The effect of leader moral development and ethical climate and employee attitudes. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 97: 135-151.
20. Schminke M, Arnaud A, Kuenzi J (2007). The power of ethical work climates. *Organizational Dynamics* 36(2): 171-186.
21. Zu W (2008). The effect of ethical leadership on follower identity: The mediating role of psychological empowerment. *Leadership Review* 8: 62-73.
۲۲. سکاران اوما: روشهای تحقیق در مدیریت. ترجمه محمد صائبی و محمود شیرازی، چاپ اول ۱۳۸۱، تهران: مؤسسه آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی.
13. Ali A (1993). Decision making style, individualism, and attitudes toward risk of Arab executives. *International Studies of Management & Organization* 23(3): 53-73
14. Salancik G (1983). Commitment and the control of organizational behavior and belief. In Staw B (Ed.) *Psychological foundations of organizational behavior*. Scott, Freeman and Co. Dallas, TX. PP: 202-207.
15. Yousef D (2001). Islamic work ethic: a moderator between organizational commitment and job satisfaction in a cross-cultural context. *Personal Review* 30(2): 152-169.
۱۶. گلپور محسن، نادی محمدعلی. نقش میانجی وفاداری سازمانی در رابطه بین اخلاق کاری با رفتارهای انحرافی در محیط کار
۱۷. Victor B, Cullen JB (1988). The organizational bases of ethical work climates. *Administrative Science Quarterly* 33(1): 101-125.
۱۸. اخلاق در علوم و فناوری، ۶ (۱): ۵۲-۴۳

