

بررسی تاثیر معنویت سازمانی بر تعلق خاطر کاری کارکنان همراه با نقش تعدیلگری فضیلت سازمانی (مورد مطالعه در بانک صادرات)

هاجر کریمی

کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی _ استراتژیک

چکیده

«معنویت در محیط کار» توصیف کننده تجربه کارکنانی است که در کارشان پر حرارت و با انرژی هستند؛ کارشان آنان را ارضا می کند؛ معنا و هدف در کارشان را درک می کنند و احساس می کنند با همکارانشان ارتباطی اثربخش دارند. از طرفی دیگر تعلق خاطر کاری نه تنها یک نقش حیاتی برای فهم رفتارهای سازمانی مثبت بازی می کند، بلکه برای هدایت مدیریت منابع انسانی و سیاست های بهداشت حرفه ای در سازمان ها نیز نقش مهمی دارد. از جمله راهکارهای بهبود تعلق خاطر کارکنان، افزایش فضیلت در سازمان است. این تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از نظر مسئله یا روش تحقیق، توصیفی - پیمایشی می باشد. تجزیه و تحلیل داده های این پژوهش با استفاده از نرم افزار SPSS انجام گرفت. جامعه آماری تحقیق، تمام کارکنان بانک صادرات شهر تهران بوده اند. نمونه های مورد پژوهش به صورت نمونه گیری به روش طبقه بندی شده انتخاب شده و برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد. طبق این فرمول و جامعه آماری، در نهایت ۲۴۹ نفر برای شرکت در این پژوهش انتخاب شدند. نتایج این تحقیق، بر اساس فرضیات نشان داد که معنویت سازمانی بر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات اثر دارد. همچنین ثابت شد که هر یک از متغیرهای کار با معنا، کار هدفمند و خودشکوفایی در کار نیز بر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات اثر دارند. در نهایت ثابت شد که فضیلت سازمانی، اثر معنویت بر تعلق خاطر کاری را تعدیل نمی کند.

واژگان کلیدی: معنویت سازمانی، تعلق خاطر کاری کارکنان، فضیلت سازمانی، بانک صادرات

۱. مقدمه:

امروزه به نظر می آید در هر کجا که کارکنان مشغول فعالیت هستند به دنبال چیزی فراتر از پاداش های مادی در کار می باشند. در واقع، آنان در جستجوی کاری بامعنا و امیدبخش بوده و خواستار متعادل ساختن زندگی شان هستند. سازمان ها، با کارکنانی رشد یافته و بالنده روبرو می باشند که در پی یافتن کاری بامعنا و هدفمند و در پرورش محیط های کاری با چنین ویژگی هایی هستند. معنویت در کار توصیف تجربه کارکنانی است که کارشان ارضاکنده، بامعنا و هدفدار است. همچنین تجربه معنویت در کار با افزایش خلاقیت، صداقت، اعتماد و تعهد در کار، همراه با بالا رفتن احساس تکامل شخصی کارکنان پیوند می خورد و دربرگیرنده مفهومی از احساس تمامیت و پیوستگی در کار و درک ارزش های عمیق در کار است (گیبنز، ۲۰۰۱). ورود معنویت در سازمان به کارکنان این توانایی را می دهد تا چشم انداز یکپارچه تری را نسبت به سازمان، خانواده و جامعه خویش به دست آورند. در دوده اخیر تعداد زیادی از سازمان ها در راستای تحولات و بهبود فعالیت هایی همچون مهندسی مجدد، کوچک سازی، اخراج از کار، تعلیق و... سبب تضعیف روحیه و نوعی افسردگی و سردرگمی معنوی شده اند. در واقع این اقدامات که مبتنی بر پارادایم مکانیستی و عقلایی مدرن بوده اند نتوانسته اند خواسته های کارکنان را برآورده سازند. جهانی شدن، حرکت به سمت سازمان های دانشی، رشد تقاضای کارکنان برای محیط های کاری غنی و پرورش دهنده و نیز کار معنادار، این فشارها را بیشتر کرده است. به نظر می رسد کارکنان در مشاغل خود تنها در جستجوی پاداش های اقتصادی نیستند و در پی چیزی فراتر از آن می باشند. بعد از چندین سال پژوهش و تجربه سازمان ها اکنون در حال حرکت به سمتی هستند که معنویت نام گرفته است و موجب شکل گیری هدف و مقصد جدیدی برای سازمان ها می باشد. مدیران سازمان برای داشتن مدیریتی اثربخش باید توجه خاصی را به شناساندن معنای زندگی به کارکنان داشته باشند، چرا که دیررسیدن به سرکار، عدم تعهد سازمان، عدم رفتار شهروندی و جوانمردی در محیط کاری نمونه هایی از عدم شناخت معنای زندگی در محیط کاری است. از طرفی دیگر فاصله ای روزافزون میان سطح فکری انسان و اصول معنوی به وجود آمده و همین فاصله است که علاوه بر عوامل دیگر سبب سردرگمی در معنویت گردیده است و چنین به نظر می رسد که مردم جهان، امروزه بیش از پیش به معنویت و مسائل معنوی گرایش دارند. با توجه به اهمیت معنویت و انگیزش باید به فکر ایجاد سازوکارهایی برای ایجاد انگیزه و توجه به معنویات در محیط کار شود. انگیزه انسان موتور محرک، نیروی جهش - دهنده و حرکت ساز اوست. شاید به جرأت بتوان گفت بزرگترین مشکل سازمان های امروزی و چالش آورترین بحرانی که مدیران با آن مواجه هستند، کمی انگیزه و افت مسئولیت پذیری کارکنان می باشد (علاج و همکاران، ۱۳۹۲).

تعلق خاطر کاری کارکنان یکی از عوامل اصلی در ایجاد تمایز سازمانی و دستیابی به برتری رقابتی در بازار کار می باشد. تمرکز اصلی در فرایند تعلق خاطر کارکنان این است که منابعی را که برای تعلق خاطر کارکنان لازم است، شناسایی و تامین نماید (غلام زاده و ربانی، ۱۳۹۴). نتایج تحقیقات حاکی از آن است که بهترین کارفرمایان از طریق سطوح بالای تعلق خاطر، از دیگران متمایز می شوند و به این صورت به بهره وری بهتر، بهبود عملکرد مالی، نرخ بالاتری از جذب متقاضیان با استعداد و میزان کناره گیری کمتر، دست خواهند یافت. از سوی دیگر می توان گفت که تشویق معنویت در محل کار نیز مزایای فراوانی از جمله بهره وری و افزایش عملکرد برای سازمان ها به همراه دارد. افراد معنوی در محیط کار، کار گروهی بیشتری را از خود به نمایش درمی آورند، مهربان تر و عادلانه تر رفتار می کنند، نسبت به نیازهای سایر کارکنان حساسیت بیشتر به خرج می دهند، اعتماد، امانتداری و صداقت بیشتری در سازمان از خود بروز می دهند، تعهد سازمانی بالاتری دارند، از میل به خروج کمتر و رضایت شغلی بالاتری برخوردار بوده، در این افراد افزایش خلاقیت و بهره وری بیشتری نسبت به سایرین مشاهده شده و بیشتر درگیر رفتار شهروندی سازمانی می شوند (رستگار و همکاران، ۱۳۸۶).

با ایجاد تعلق خاطر کاری در کارکنان هم‌افزایی مثبتی بین فرد و سازمان رخ می‌دهد که برای هر دو گروه پیامدهای مثبتی به همراه خواهد داشت. این پیامدها می‌تواند شامل نگرش‌های شغلی مثبت، شناخته شدن قوی با کار (رضایت شغلی و تعهد سازمانی)، سلامت ذهنی و روانی شامل احساسات مثبت و کاهش تحلیل رفتگی، عملکرد درون شغلی و برون شغلی بهتر، افزایش انگیزش درونی، ابتکار عمل فردی و رفتار پیش‌قدم، کسب منابع شغلی و شخصی باشد (عیسی خانی، ۱۳۹۳) بالا بودن سطح تعلق خاطر کارکنان برای سازمان نیز پیامدهای مثبتی را به دنبال دارد از جمله: نگهداشت نیروهای مستعد، تصویر ذهنی مثبت از سازمان، عملکرد کسب و کار، بازدهی مالی یا کیفیت خدمات (آلتاف و آوان، ۲۰۱۱).

در چند سال اخیر مطالعات صورت گرفته در حیطه روان‌شناسی سازمانی و مدیریت بیشتر به پدیده‌های منفی و یا حداقل پدیده‌های طبیعی پرداخته‌اند و توجه خود را بیشتر به حل مشکلات و از میان بردن موانع معطوف کرده‌اند. بر همین اساس به جنبه‌های اخلاقی و متعالی در سازمان‌ها، مانند رفتار شهروندی سازمانی و فضیلت سازمانی کمتر پرداختند. رفتار شهروندی سازمانی رفتاری است فردی، داوطلبانه و آگاهانه که به‌طور مستقیم با شیوه‌های رسمی پاداش در سازمان طراحی نشده و فراتر از شرح شغل افراد است، اما با این وجود، موجب ارتقای اثربخشی و کارایی عملکرد سازمان می‌شود. یکی دیگر از جنبه‌های متعالی در سازمان، فضیلت سازمانی است که با رفتار شهروندی سازمانی نیز مرتبط می‌باشد که به علت نقش مؤثر آن در سازمان‌ها و به‌ویژه تأثیر آن بر روی عملکرد کارکنان، به‌تازگی مورد توجه قرار گرفته است. فضیلت در سازمان‌ها به معنی ایجاد، ترویج، حمایت و پرورش رفتارها، عادت‌ها، اعمال و تمایلات رفیع و متعالی از قبیل انسانیت، صداقت، بخشش، اعتماد و وفاداری در سطح فردی و جمعی در یک سازمان است و برای دستیابی به بالاترین آرمان در حالات انسانی از جمله: فضایل، عادات، تمایلات و اقداماتی هستند که تولید خوبی‌های اجتماعی و فردی می‌نمایند (رگو و همکاران، ۲۰۱۱). بنابراین هرگونه اعمال فردی، فعالیت‌های جمعی، ویژگی‌های فرهنگی و یا هر فرایندی که باعث ترویج و تداوم فضیلت در یک سازمان شود ممکن است به فضیلت سازمانی منجر شود (اعتماد و رحمان سرشت، ۱۳۹۴). فضیلت سازمانی به‌وسیله مشارکت بالاتر افراد و روابط قوی‌تر آنها و تقسیم منابع با ارزش و اطلاعات در افراد سبب افزایش سرمایه اجتماعی می‌شود. از عملکردهای مثبت فضیلت سازمانی در ارتباط با گسترش توانایی سازمان در مقابله با مشکلات عمده‌ای است که سازمان با آن مواجه می‌شود، همچنین با گسترش فضیلت سازمانی از آثار منفی شکست کاسته می‌شود. احساس - مثبت و ایجاد سرمایه اجتماعی به‌وسیله فضیلت سازمانی ایجاد و گسترش می‌یابد و موجب هم‌افزایی در عملکرد افراد و سازمان‌ها خواهد شد (بارکلی و همکاران، ۲۰۱۲) و فهمیدن و درک محرک‌های رفتارهای مثبت در محیط کاری است که می‌تواند سازمان‌ها را جهت رشد به سمت سطوح بالاتر موفقیت، توانمند سازد (مالیک، ۲۰۱۲). معنویت در سازمان، تعلق خاطر کارکنان و فضیلت سازمانی از موضوعاتی هستند که اخیراً در حوزه رفتار سازمانی مورد توجه قرار گرفته و هر روز نظر بسیاری از صاحب‌نظران مدیریت و سازمان را در سطوح مختلف به خود جلب می‌کند. در مطالعات مدیریت این عقیده وجود دارد که مفهوم معنویت در محیط کار، تعلق خاطر کارکنان و فضیلت سازمانی ممکن است پاسخ و راه‌حلی برای کاهش کژکارکردهای سازمانی همچون از خودبیگانگی، استرس، سازش بیش‌ازحد و زوال شخصیت برای کارکنان و همچنین راهکاری برای افزایش بهره‌وری و بهبود عملکرد در سازمان باشد. بنابراین سوال کلی تحقیق این است که "معنویت سازمانی چه تأثیری بر تعلق خاطر کاری کارکنان، با در نظر گرفتن نقش تعدیل‌گری فضیلت سازمانی دارد؟"

اسدزاده (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان " نقش فضیلت سازمانی بر اشتیاق شغلی کارکنان اداره کل دیوان محاسبات استان آذربایجان شرقی "، هدف اصلی خود را بررسی رابطه فضیلت سازمانی با تعلق سازمانی کارکنان ادارات دولتی شهرستان مراغه بیان می کند. برای این منظور فضیلت سازمانی بر اساس مدل کامرون و همکاران و اشتیاق شغلی کارکنان بر اساس دیدگاه شوفلی و باکر تعریف شد. جامعه آماری تحقیق حاضر کارکنان اداره کل دیوان محاسبات استان آذربایجان شرقی است که با توجه به محدود بودن به صورت سرشماری انتخاب شدند. ابزار جمع آوری اطلاعات پرسشنامه ای شامل ۲۳ سؤال است که پس از سنجش روایی و پایایی در اختیار جامعه آماری مورد بررسی قرار گرفت. برای آزمون فرضیه های تحقیق، از آزمون های ضریب همبستگی r پیرسون و رگرسیون خطی استفاده گردیده است. نتایج حاصل از آزمون فرضیه ها نشان داد که فضیلت سازمانی و ابعاد آن (خوش بینی سازمانی، اعتماد سازمانی، همدردی سازمانی، صداقت سازمانی و شفقت سازمانی) بر اشتیاق شغلی کارکنان اداره کل دیوان محاسبات استان آذربایجان شرقی موثر است.

عیسی خانی (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان " تبیین نقش منابع شغلی و منابع شخصی در تعلق خاطر کاری کارکنان " بیان می کند، مفهوم تعلق خاطر کاری در طول دهه گذشته، به علت تأثیر گذاری زیاد بر نتایج عملکردی سازمان، بسیار مورد توجه محققان و کارگزاران حوزه مدیریت منابع انسانی و رفتار سازمانی قرار گرفته است. این پژوهش به تبیین نقش منابع شغلی (استقلال و آزادی عمل، حمایت اجتماعی، باز خورد، مربیگری سرپرستی، فرصت های رشد و یادگیری) و منابع شخصی (خودبستگی، شخصیت پیش قدم و خصیصه وظیفه شناسی)، بر تعلق خاطر کاری کارکنان پرداخته است. مشارکت کنندگان این پژوهش، کارشناسان یک گروه صنعتی (مشمول بر شرکت مادرو شش شرکت تابعه اصلی) بودند. داده های پژوهش با استفاده از پرسشنامه از بین اعضای جامعه آماری گردآوری شده است و مدل مفهومی پژوهش با استفاده از فن تحلیل مسیر و مدل سازی معادلات ساختاری، آزمون شده است. نتایج حاصله نشان می دهد که منابع شغلی و منابع شخصی با تعلق خاطر کاری رابطه مثبت و معنادار داشته و هر دو به طور مثبت بر تعلق خاطر کاری کارکنان تأثیر گذارند؛ اما میزان تأثیر منابع شغلی بیشتر از منابع شخصی است.

رستگار (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان " مدل انگیزشی مبتنی بر معنویت کارکنان " مدلی نسبتاً جامع در زمینه انگیزش در کار کارکنان با ابعاد وجودی زیستی، اجتماعی، روانی و معنوی یک فرد در سازمان طراحی کرد که در دو سطح صف و ستاد کارکنان دانشگاه تهران انجام گرفت. این مدل دارای ابعاد چهارگانه ای ارتباط فرافردی، ارتباط درون فردی، ارتباط میان فردی و ارتباط برون فردی با نشان گرهای مربوط به آن است که نتیجه آن «معنویت» خواهد بود به عبارت دیگر معنویت با چهار گونه ارتباط یک فرد؛ با نیروی برتر (خدا)، با خویشتن خویش، با دیگران و با محیط تعریف شده است که هر یک از آنها با بخشی از ساخت های وجودی انسان مربوط می شود بدین معنا که، ارتباط فرافردی با ساحت معنوی، ارتباط درون فردی با ساحت روانی، ارتباط میان فردی با ساحت اجتماعی، ارتباط برون فردی با ساحت زیستی انسان سروکار دارد. همچنین چهار گونه ارتباط مذکور: کار با معنا، کار هدفمند، خود شکوفایی در کار و به هم پیوستگی با هر چیزی در محیط کاری و طبیعی را به ارمان خواهد آورد و سرانجام هر یک از آنها در انگیزش در کار کارکنان موثر خواهد بود. بر اساس تحقیقات که به منظور آزمون فرضیه های مدل به روش های تحلیل مسیر و تحلیل عاملی تاییدی در دو سطح صف و ستاد در دانشگاه تهران انجام گرفت و کارکنان بر این عقیده بودند که ارتباط میان فردی و ارتباط برون فردی در انگیزش در کارشان موثر است. اما در نقش آنان ارتباط فرافردی و ارتباط درون فردی در برانگیختگی در کارشان رابطه ای ندارد.

فریرا (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان " آیا مسئولیت اجتماعی شرکت ها بر تعلق خاطر کاری کارکنان تاثیر می گذارد؟ " هدف خود را اینگونه بیان می کند که علی رغم این ادعا که مسئولیت اجتماعی شرکت های داخلی نقش مهمی ایفا می کند، شناخت این پدیده نادیده گرفته شده است. این مقاله با نگاه کردن به رابطه بین CSR و تعلق خاطر کاری کارکنان قصد دارد

به پرشدن این شکاف کمک کند. روش تحقیق پیمایشی اجرا و سه گروه متفاوت از پاسخ دهندگان با سه سناریو گوناگون از CSR عمومی، (داخلی و خارجی) مواجه و تعلق خاطر کاری کارکنان پاسخ دهنده اندازه گیری گردید. نتایج به دست آمده نشان می دهد که اختلافات آماری معناداری در سطح تعلق خاطر کاری بین کارکنان در معرض شیوه های داخلی و خارجی CSR وجود ندارد. با این حال، کارکنانی که در معرض CSR داخلی بودند، بیشتر از کسانی که تنها در معرض شیوه های CSR خارجی بودند، مشارکت نمودند. کاربرد سناریوها، هر چند شیوه های پایه محسوب می شود، اما شامل ریسک هایی مثل مشکلات شرکت کنندگان در خصوص قرارداد خودشان در موقعیت ساختگی می شود. همچنین، مقیاس بکاررفته برای اندازه گیری تعلق خاطر کاری کارکنان بر کار نه بر سازمان تاکید می کند. اگرچه این تحقیق قطعی و نهایی نیست، اما نیاز شرکت ها به نگاه کردن به استراتژی CSR به شیوه های کل نگر به عبارتی داخلی و خارجی را افزایش می دهد. این تحقیق به شناخت موقعیت استراتژیک CSR و نیاز به روشن نمودن تاثیر شیوه های مسئولیت اجتماعی بر تعلق خاطر کاری کارکنان کمک می کند.

آراجو ولویز (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان " رهبری بافضیلت، تعهدسازمانی و عملکرد فردی" بیان می کند که در جهان فرارقابته امروز، تایید بر مهارت بسیار شدت گرفته است. با این وجود، با اخلاق و معنویات رهبری بافضیلت نیز تاکید می شود که در واقع می تواند نقش مثبت و قابل توجهی در سازمان ها و کارمندان نشان داشته باشد. با در نظر گرفتن این فرض، پژوهش حاضر در نظر دارد تا بر اساس درک پیروان، تاثیر رهبری با فضیلت را بر تعهد سازمانی و همچنین نقش تعهد سازمانی را در عملکرد فردی بررسی نماید. بر اساس روش شناسی کمی، در مرحله اول، از ۱۱۳ کارمند سازمان های پرتغالی تحقیق کردند تا مشخص شود که وجود کدام یک از فضا ئل در رهبر، از بیشترین اهمیت ارزش برخوردار است. داده های مورد نیاز برای آزمون فرضیه ها با استفاده از مجموعه آزمون هایی که از ۳۵۱ کارمند گرفته شد، مشخص گردید. نتایج نشان داد که درک کارمندان از سه بعد رهبری بافضیلت در تعهد سازمانی به خصوص ابعاد هنجاری و عاطفی نقش دارد. سه بعد رهبری مذکور عبارت است از: رهبری مبتنی بر ارزش، پشتکار و خردمندی، که خردمندی تاثیر مثبتی بر عملکرد فردی دارد.

کاراکاس (۲۰۱۰) تحقیقی با عنوان "عملکرد و رابطه آن با معنویت سازمانی، مروری بر مقالات" در مورد چگونگی معنویت، معرفی مزایای آن برای کارکنان و پشتیبانی آن از عملکرد سازمانی به بررسی سه دیدگاه مختلف بر اساس ادبیات موجود می پردازد: (۱) دیدگاه اول بیان می شود که دیدگاه منابع بشر معنویت را افزایش می دهد، کارمند خوب بودن و با کیفیت زندگی کردن، (۲) دیدگاه فلسفی که معنویت فراهم می کند، کارکنان احساس هدف و معناداری در محل کار دارند و (۳) دیدگاه فردی که معنویت فراهم می کند، کارکنان احساس هم پیوندی با جامعه دارند، نتیجه آن تاکید بر تاثیر مثبت آن بر عملکرد است.

۲. روش پژوهش

روش پژوهش توصیفی - پیمایشی و از حیث هدف به علت ارائه پیشنهادات و کاربردهای مدیریتی، کاربردی می باشد. تحقیق توصیفی، آنچه را که هست توصیف و تفسیر می کند و به شرایط یا روابط موجود، عقاید متداول، فرآیندهای جاری، آثار مشهود یا روندهای در حال گسترش توجه دارد، اطلاعات توصیفی معمولاً از طریق پرسشنامه، مصاحبه یا مشاهده جمع آوری می شود (خاکی، ۱۳۸۳).

جامعه آماری این پژوهش شامل کارکنان ستادی با مدرک کارشناسی بالاتر در بانک صادرات شهر تهران است، که تعداد آنان ۷۰۰ نفر می باشد. همچنین در این تحقیق با توجه به فرمول کوکران تعداد ۲۴۹ نفر با توجه به تعداد جامعه آماری انتخاب شدند و نمونه گیری به روش طبقه بندی شده انجام گردیده است.

اطلاعات مورد نیاز برای انجام پژوهش را می توان به طرق مختلف (پرسشنامه، مشاهده و محاسبه) جمع آوری نمود. در این تحقیق ابتدا با مطالعات گسترده ای جهت شناسایی متغیرها و مولفه های آن با مطالعات کتابخانه ای و سپس با راهنمایی تعدادی از اساتید و راهنمایان محترم در روایی و پایایی بودن آنها و همچنین اصلاحات انجام شده، پرسشنامه ها تهیه و در جریان تحقیق جهت استخراج داده ها توسط کارکنان ستادی بانک صادرات تکمیل گردید.

۳. تجزیه و تحلیل داده ها:

بررسی توزیع داده ها:

فرض H_0 : تفاوت معناداری بین توزیع متغیرها با توزیع نرمال وجود ندارد (توزیع متغیرها نرمال است).

فرض H_1 : تفاوت معناداری بین توزیع متغیرها با توزیع نرمال وجود دارد (توزیع متغیرها نرمال نیست).

به جهت بررسی نرمال بودن توزیع داده ها از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده می شود. این آزمون در حالت تک نمونه ای به مقایسه تابع توزیع تجمعی مشاهده شده با تابع توزیع تجمعی مورد انتظار (توزیع نرمال) در یک متغیر در سطح سنجش ترتیبی می پردازد. به عبارت دیگر در این آزمون، توزیع یک صفت در یک نمونه با توزیع نرمال مورد مقایسه قرار می گیرد. در تفسیر نتایج آزمون، چنانچه مقدار سطح معنی داری (Sig) از سطح احتمال خطا ($\alpha = 0.05$) بیشتر باشد، در آن صورت توزیع مورد نظر، توزیع نرمال است (فرض صفر رد نمی شود). اما چنانچه مقدار سطح معنی داری (Sig) از سطح احتمال خطا ($\alpha = 0.05$) کوچک تر باشد آنگاه توزیع فوق نرمال نخواهد بود (فرض صفر رد می شود).

جدول (۱). آزمون تست نرمال بودن توزیع متغیرها

نتیجه	سطح احتمال خطا	Sig	مقدار کولموگروف	
غیر نرمال	۰.۰۵	۰.۰۲۷	۱.۶۳۳	معنویت سازمانی
غیر نرمال	۰.۰۵	۰.۰۳۳	۱.۴۳۲	تعلق خاطر کاری
غیر نرمال	۰.۰۵	۰.۰۰۰	۲.۰۶۲	فضیلت سازمانی

در این جدول با توجه به مقدار آماره اسمیرنوف-کولموگروف حاصل شده و همچنین مقدار سطح معنی داری می توان استنباط نمود که تفاوت معناداری بین توزیع مورد انتظار (توزیع نرمال) با توزیع مشاهده شده برای تمام متغیرها وجود دارد و توزیع آنها غیر نرمال است. بنابراین باید متناسب با نوع توزیع متغیرها از آماره های ناپارامتریک برای آزمون فرضیه ها استفاده نمود.

آزمون فرضیه ها:

- فرضیه اصلی: «معنویت سازمانی بر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات اثر دارد».
- فرضیه اصلی: «معنویت سازمانی بر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات اثر دارد».
- H_0 : معنویت سازمانی بر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات اثر ندارد.
- H_1 : معنویت سازمانی بر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات اثر دارد.

به جهت بررسی تاثیر معنویت سازمانی بر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات باید از آنالیز رگرسیون چند متغیره استفاده شود. رگرسیون یک روش آنالیز آماری است که در آن تغییرات یک یا چند متغیر وابسته نسبت به یک یا چند متغیر مستقل تبیین و پیش بینی می شود. به عبارت دیگر رگرسیون یک تکنیک قدرتمند آماری است که تاثیرات یک یا چند متغیر مستقل بر روی متغیر وابسته بررسی می شود. اما به دلیل این که توزیع داده ها غیر نرمال است باید از روش های رگرسیونی ترتیبی استفاده نمود.

جدول (۲). برآورد ضریب تبیین مدل رگرسیونی

ردیف	R^2 Cox and Snell	R^2 Nagelkerke	R^2 McFadden
۱	۰.۳۶۵	۰.۳۶۶	۰.۰۷۹

ضریب تبیین (تاثیر و پیش بینی) متغیرهای مستقل معادل با احتساب سه روش برآورد بین ۰.۰۸ تا ۰.۳۶۵ است. به عبارت دیگر میزان تغییرات متغیر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات بر اساس تاثیرات متغیرهای فوق در حدود ۰.۰۸ تا ۰.۳۶۵ است (این مقدار، ضریب تقریباً مناسبی است و مبین کارایی نسبی مدل است). بنابراین ۰.۰۸ تا ۰.۳۶۵ تغییرات تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات توسط شاخص های معنویت سازمانی تبیین و پیش بینی می شود.

جدول (۳). معنی داری مدل رگرسیون

نتایج	X^2 محاسبه شده	درجه آزادی	Sig
مدل نهایی	۱۱۳.۰۶۰	۳	۰.۰۰۰

این جدول معادل جدول آنوا در رگرسیون چندگانه خطی است. به عبارت دیگر نتایج این جدول نشان می دهد که آیا روابط کلی متغیرهای با متغیر وابسته معنی دار است یا خیر؟ مقدار آماره X^2 در سطح $(\text{sig} < 0.01)$ معنادار است به - عبارت دیگر معنویت سازمانی بر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات تاثیر مثبت و معنی داری دارد.

جدول (۴). ضرایب وزنی رگرسیونی

عوامل مدل	B استاندارد	Wald	Sig
-----------	-------------	------	-----

۰.۰۰۰	۲۳.۰۷۳	۱.۴۰۷	احساس معناداری کار
۰.۰۰۳	۸.۹۱۹	۱.۰۶۵	احساس کار هدفمند
۰.۰۰۰	۷۲.۵۲۶	۲.۵۷۸	خودشکوفایی در کار

در این جدول مقدار ضرایب وزنی هر یک از متغیرها بر روی متغیر وابسته (بتاها) منظور شده است. مقدار آماره Wald برای تمام ابعاد معنویت سازه‌مانی در سطح (sig < ۰/۰۱) معنادار است. به عبارت دیگر این عوامل تاثیر خالص و معناداری بر روی تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات دارند. همچنین متغیر معنویت سازه‌مانی دارای بیشترین تاثیر معناداری بر روی تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات می باشد.

لذا با توجه به این ضرایب اولاً می توان معادله رگرسیون متغیر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات را بر اساس متغیرهای مستقل و مقدار ضریب ثابت بیان نمود و ثانیاً مقدار تاثیر هر یک از متغیرهای مستقل را به ازای یک واحد تغییر در متغیر وابسته پیش بینی نمود.

فرضیه های فرعی:

۱- فرضیه اول: «کار بامعنا بر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات اثر معناداری دارد».

H₀: کار بامعنا بر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات اثر معناداری ندارد.

H₁: کار بامعنا بر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات اثر معناداری دارد.

به جهت بررسی تاثیر کار بامعنا بر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات باید از آنالیز رگرسیون چند متغیره استفاده شود. اما به دلیل این که توزیع داده ها غیر نرمال است باید از روشهای رگرسیونی ناپارامتریک مانند رگرسیون ترتیبی استفاده نمود.

جدول (۵). برآورد خلاصه مدل رگرسیونی

Sig	مقدار Wald	B استاندارد	متغیر مستقل	ضرایب	
۰.۰۰۰	۳۲.۴۸۵	۱.۴۳۷	کار بامعنا	۰.۱۳۴	R ^۲
-	-	-	-	۳۵.۶۷۳	X ^۲
-	-	-	-	۰.۰۰۰	Sig

ضریب تبیین (تأثیر و پیش بینی) متغیرهای مستقل معادل با ۰.۱۳ است. به عبارت دیگر میزان تغییرات متغیر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات بر اساس تاثیرات متغیر کار بامعنا معادل با ۰.۱۳ است (این مقدار، مبین کارایی نسبی مدل است). مقدار آماره X^۲ در سطح (sig < ۰/۰۱) معنادار است، بنابراین مقدار تاثیرات کلی در سطح اطمینان ۹۹٪ معنادار است. همچنین متغیر کار بامعنا تاثیر خالص و معناداری با توجه به ضریب وزنی بتای ۱.۴۴ بر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات دارد.

دستاورد های نوین در مطالعات علوم مدیریت، حسابداری و اقتصاد ایران

۲- فرضیه دوم: «کاره دفمند بر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات اثر معناداری دارد».

H₀: کاره دفمند بر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات اثر معناداری ندارد.

H₁: کاره دفمند بر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات اثر معناداری دارد.

به جهت بررسی تاثیر کاره دفمند بر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات باید از آنالیز رگرسیون چندمتغیره استفاده شود. اما به دلیل این که توزیع داده ها غیر نرمال است باید از روش های رگرسیونی ناپارامتریک مانند رگرسیون ترتیبی استفاده نمود.

جدول (۶). برآورد خلاصه مدل رگرسیونی

Sig	مقدار Wald	B استاندارد	متغیر مستقل	ضرایب	
۰.۰۰۰	۵.۹۶۵	۰.۴۳۳	کار ه دفمند	۰.۰۲۱	R ^۲
-	-	-	-	۵.۲۲۱	X ^۲
-	-	-	-	۰.۰۲۲	Sig

ضریب تبیین (تأثیر و پیش بینی) متغیرهای مستقل کمتر از ۰.۱ است. به عبارت دیگر میزان تغییرات متغیر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات بر اساس تاثیرات متغیر کاره دفمند کمتر از ۰.۱ است (این مقدار، مبین کارایی نسبی مدل است). مقدار آماره X^۲ در سطح (sig < ۰/۰۱) معنادار است، بنابراین مقدار تاثیرات کلی در سطح اطمینان ۹۹٪ معنادار است. همچنین متغیر کاره دفمند تاثیر خالص و معناداری با توجه به ضریب وزنی بتای ۰.۴۳ بر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات دارد.

۳- فرضیه سوم: «خودشکوفایی در کار بر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات اثر معناداری دارد».

H₀: خودشکوفایی در کار بر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات اثر معناداری ندارد.

H₁: خودشکوفایی در کار بر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات اثر معناداری دارد.

به جهت بررسی تاثیر خودشکوفایی در کار بر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات باید از آنالیز رگرسیون چندمتغیره استفاده شود. اما به دلیل این که توزیع داده ها غیر نرمال است باید از روش های رگرسیونی ناپارامتریک مانند رگرسیون ترتیبی استفاده نمود.

جدول (۷). برآورد خلاصه مدل رگرسیونی

Sig	مقدار Wald	B استاندارد	متغیر مستقل	ضرایب	
-----	------------	-------------	-------------	-------	--

۰.۰۰۰	۵۷.۸۴۸	۱.۲۴۸	خودشکوفایی در کار	۰.۲۴۳	R ^۲
-	-	-	-	۶۹.۲۲۰	X ^۲
-	-	-	-	۰.۰۰۰	Sig

ضریب تبیین (تأثیر و پیش بینی) متغیر مستقل معادل با ۰.۲۴ است. به عبارت دیگر میزان تغییرات متغیر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات بر اساس تاثیرات متغیر خودشکوفایی در کار معادل با ۰.۲۴ است (این مقدار، مبین کارآیی نسبی مدل است). مقدار آماره X^۲ در سطح (۰/۰۱ < Sig) معنادار است، بنابراین مقدار تاثیرات کلی در سطح اطمینان ۹۹٪ معنادار است. همچنین متغیر خودشکوفایی در کار تاثیر خالص و معناداری با توجه به ضریب وزنی بتای ۱.۲۵ بر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات دارد.

۴- فرضیه چهارم: «فضیلت سازمانی، اثر معنویت بر تعلق خاطر کاری را تعدیل می کند».

H₀: فضیلت سازمانی، اثر معنویت بر تعلق خاطر کاری را تعدیل نمی کند.

H₁: فضیلت سازمانی، اثر معنویت بر تعلق خاطر کاری را تعدیل می کند.

به جهت بررسی نقش تعدیل گر فضیلت سازمانی در رابطه تأثیری معنویت بر تعلق خاطر کاری کارکنان باید پس از محاسبه نقش تعدیل گری از آنالیز رگرسیون سلسله مراتبی استفاده شود. رگرسیون سلسله مراتبی شیوه ای است که این امکان را می دهد تا به دلخواه از روی منطق و نظریه ترتیب ورود متغیرها را در معادله رگرسیون انتخاب و اثر برهم کنشی متغیرها بر یکدیگر انجام می شود در رگرسیون سلسله مراتبی، ترتیبی را که متغیرهای پیشگو در قالب دو مجموعه وارد مدل می شود مشخص و با استفاده از این رویه کیفیت مدل و اثر متغیر یا گروهی از متغیرها را بعد از کنترل اثر متغیر مرحله اول بررسی می شود. پس در این مرحله ابتدا داده ها نرمال می شوند و سپس محاسبات مربوطه انجام می گیرد. در مرحله اول اثرات معنویت و فضیلت سازمانی به عنوان متغیرهای مستقل بر روی تعلق خاطر کاری کارکنان سنجش می شود و سپس در مرحله بعد اثرات متغیر فضیلت سازمانی بر رابطه تأثیر معنویت بر تعلق خاطر کاری سنجش می شود.

جدول (۸). برآورد خلاصه مدل رگرسیونی

Sig	F	R ^۲	R	
۰.۰۰۰	۳۴.۱۷۳	۰.۲۱۷	۰.۴۶۶	اولیه
۰.۰۰۰	۲۲.۷۱۷	۰.۲۱۸	۰.۴۶۷	تعدیل

Sig	t	استاندارد B	غیر استاندارد B		
۰.۰۰۰	۲۲۳.۰۹۵	-	۳.۵۹۸	ثابت	اولیه
۰.۰۱۷	۲.۳۹۹	۰.۱۵۶	۰.۱۲۹	فضیلت سازمانی	
۰.۰۰۰	۵.۶۸۸	۰.۳۶۹	۰.۳۳۹	معنویت	
۰.۰۰۰	۲۰۴.۰۷۲	-	۳.۵۹۷	ثابت	تعدیل
۰.۰۱۷	۲.۳۹۴	۰.۱۵۶	۰.۱۲۹	فضیلت سازمانی	
۰.۰۰۰	۵.۵۷۲	۰.۳۶۷	۰.۳۳۷	معنویت	
۰.۸۰۱	۰.۲۵۳	۰.۰۱۵	۰.۰۳۳	تعدیل	

در مدل اولیه، متغیرهای فضیلت سازمانی و معنویت در حدود ۰.۲۱۷ از تعلق خاطر سازمانی را پیش بینی می کنند و با احتساب نقش تعدیل گر فقط ۰.۰۰۱ به میزان R^2 اضافه می شود. اگر این مقدار معنی دار باشد آنگاه نقش فضیلت سازمانی به عنوان متغیر تعدیل گر تایید می شود. با توجه به سطح ($P > 0/101$) غیر معنادار است. به عبارت دیگر فضیلت سازمانی نمی تواند به عنوان متغیر تعدیل گر اثر معنویت بر تعلق خاطر کاری را تعدیل کند. بنابراین فرض صفر را نمی توان رد کرد.

رتبه بندی و اولویت بندی شاخصهای موثر با آزمون فریدمن

در این فرضیه به جهت برآورد و تعیین مهمترین عامل، ابتدا از آزمون فریدمن جهت اولویت بندی و رتبه بندی متغیرها بر اساس بیشترین تاثیر بر متغیر وابسته مورد استفاده می باشد. آزمون فریدمن برای مقایسه چند گروه از نظر میانگین رتبه های آنهاست و معلوم می کند که آیا این گروه ها می توانند از یک جامعه باشند یا نه؟ مقیاس در این آزمون باید حداقل رتبه ای باشد. این آزمون متناظر غیر پارامتری آزمون F است و معمولاً در مقیاس های رتبه ای به جای F به کار می رود و جانشین آن می شود (چون در F باید همگنی واریانس ها وجود داشته باشد که در مقیاس های رتبه ای کمتر رعایت می شود). همچنین آزمون فریدمن برای تجزیه واریانس دوطرفه (برای داده های غیر پارامتری) از طریق رتبه بندی به کار می رود و نیز برای مقایسه میانگین رتبه بندی گروه های مختلف. بر این اساس به جهت اولویت بندی شاخص ها و تشخیص مهمترین آنها آزمون فریدمن برای خرده مقیاس های هر سازه صورت می گیرد.

الف) معنویت سازمانی

جدول (۹). رتبه ها و میانگین رتبه ها معنویت سازمانی

رتبه	میانگین اهمیت	
۱	۲.۱۶	خودشکوفایی در کار

۲	۱.۹۷	احساس معناداری کار
۳	۱.۸۷	کار هدفمند

بر اساس نتایج جدول فوق مهمترین خرده مقیاس خودشکوفایی در کار و سپس احساس معناداری کار و کار هدفمند است.

جدول (۱۰). برآورد آماره فریدمن معنویت سازمانی

مقادیر	
۲۴۹	تعداد
۱۲.۲۸۵	مقدار χ^2 محاسبه شده
۲	درجه آزادی
۰.۰۰۲	Sig (سطح معنی داری)

مقدار آماره فریدمن در سطح $(\text{Sig} < 0/01)$ معنادار است. بنابراین تفاوت معناداری به لحاظ اهمیت در شاخص های معنویت سازمانی وجود دارد.

(ب) تعلق خاطر کاری

جدول (۱۱). رتبه ها و میانگین رتبه ها تعلق خاطر

رتبه	میانگین اهمیت	
۱	۲.۳۷	سرزندگی یا نیرومندی
۲	۲.۰۰	مجدوب شدن
۳	۱.۶۳	فدایی شدن یا وقف خود

بر اساس نتایج جدول فوق مهمترین خرده مقیاس سرزندگی یا نیرومندی و سپس مجدوب شدن و فدایی شدن یا وقف خود است.

جدول (۱۲). برآورد آماره فریدمن تعلق خاطر

مقادیر	
۲۴۹	تعداد
۷۱.۱۸۴	مقدار χ^2 محاسبه شده

۲	درجه آزادی
۰.۰۰۰	Sig (سطح معنی داری)

مقدار آماره فریدمن در سطح ($\text{Sig} < 0/01$) معنادار است. بنابراین تفاوت معناداری به لحاظ اهمیت در شاخص های تعلق خاطر کاری وجود دارد.

(ج) فضیلت سازمانی

جدول (۱۳). رتبه ها و میانگین رتبه ها فضیلت سازمانی

رتبه	میانگین اهمیت	
۱	۳.۲۳	انسجام سازمانی
۲	۲.۵۴	خوش بینی سازمانی
۳	۲.۴۷	اعتماد سازمانی

بر اساس نتایج جدول فوق مهمترین خرده مقیاس شفقت سازمانی و سپس بخشش سازمانی، انسجام سازمانی، خوش بینی سازمانی و اعتماد سازمانی است.

جدول (۱۴). برآورد آماره فریدمن فضیلت سازمانی

مقادیر	
۲۴۹	تعداد
۱۰۸.۵۰۴	مقدار χ^2 محاسبه شده
۴	درجه آزادی
۰.۰۰۰	Sig (سطح معنی داری)

مقدار آماره فریدمن در سطح ($\text{Sig} < 0/01$) معنادار است. بنابراین تفاوت معناداری به لحاظ اهمیت در شاخص های فضیلت سازمانی وجود دارد.

(د) سازه های اصلی

جدول (۱۵). رتبه ها و میانگین رتبه ها متغیرها

رتبه	میانگین اهمیت	
۱	۲.۹۸	فضیلت سازمانی
۲	۱.۵۷	تعلق خاطر کاری
۳	۱.۴۵	معنویت سازمانی

براساس نتایج جدول فوق مهمترین شاخص فضیلت سازمانی و سپس تعلق خاطر کاری کارکنان و سپس معنویت سازمانی است.

جدول (۱۶). برآورد آماره فریدمن متغیرها

مقادیر	
۲۴۹	تعداد
۳۵۷.۶۴۷	مقدار X^2 محاسبه شده
۲	درجه آزادی
۰.۰۰	Sig (سطح معنی داری)

مقدار آماره فریدمن در سطح ($\text{sig} < 0/01$) معنادار است. بنابراین تفاوت معناداری به لحاظ اهمیت در شاخص های اصلی وجود دارد.

۴. نتیجه گیری

افراد شرکت کننده در این پژوهش ۲۴۹ نفر از کارکنان بانک صادرات بودند که ۱۳۹ نفر از آنها مرد و ۱۱۰ نفر از آنها رازن تشکیل می دادند. سن ۲۹ نفر از این افراد کمتر از ۳۰ سال، ۶۲ نفر از آنها ۳۰ تا ۴۰ سال و ۱۵۸ نفر بالای ۴۰ سال بوده است.

تحصیلات ۴۸ نفر از افراد شرکت کننده دیپلم، ۴۲ نفر فوق دیپلم، ۱۰۸ نفر کارشناسی و ۶۱ نفر کارشناسی ارشد بوده است. درباره سابقه کاری این افراد نیز باید گفت ۴۰ نفر از افراد کمتر از ۵ سال، ۹۶ نفر از آنها بین ۵ تا ۱۰ سال، ۳۴ نفر از آنها بین ۱۰ تا ۱۵ سال، ۴۰ نفر از آنها بین ۱۵ تا ۲۰ سال و ۳۹ نفر نیز بیش از ۲۰ سال سابقه کاری داشتند.

دستاورد های نوین در مطالعات علوم مدیریت، حسابداری و اقتصاد ایران

در ادامه تجزیه و تحلیل، به برآورد میانگین و انحراف معیار متغیرهای پژوهش و شاخص های آنها پرداخته شد. در برآورد میانگین و انحراف معیار معنویت سازمانی و شاخص های آن مشخص شد میانگین احساس معناداری 3.52 ± 0.462 میانگین کارهدهمند 3.48 ± 0.364 ، میانگین خودشکوفایی در کار 3.57 ± 0.435 و میانگین معنویت سازمانی 3.53 ± 0.311 می باشد. به طور کلی میانگین شاخص های ذکر شده نشان داد که شاخص های معنویت سازمانی در بین کارکنان بانک صادرات در حد متوسط می باشد.

در برآورد میانگین و انحراف معیار تعلق خاطر کاری و شاخص های آن مشخص شد میانگین سرزندگی یا نیرومندی 3.78 ± 0.47 ، میانگین فدایی شدن یا وقف خود 3.42 ± 0.38 ، میانگین مجذوب شدن 3.56 ± 0.37 و میانگین تعلق خاطر کاری 3.6 ± 0.28 می باشد. به طور کلی میانگین شاخص های ذکر شده نشان داد که شاخص های تعلق خاطر کاری در بین کارکنان بانک صادرات در حد متوسط می باشد.

در برآورد میانگین و انحراف معیار فضیلت سازمانی و شاخص های آن مشخص شد میانگین خوش بینی سازمانی 4.37 ± 0.45 ، میانگین اعتماد سازمانی 4.4 ± 0.47 ، میانگین انسجام سازمانی 4.54 ± 0.55 ، میانگین فضیلت سازمانی 4.51 ± 0.34 می باشد. به طور کلی میانگین شاخص های ذکر شده نشان داد که شاخص های فضیلت سازمانی در بین کارکنان بانک صادرات در حد متوسط می باشد.

پس از بررسی میانگین و انحراف معیار متغیرهای پژوهش، در آمار استنباطی به بررسی توزیع داده ها پرداخته شد. در این قسمت نرمال بودن و یا غیر نرمال بودن متغیرها مورد بررسی قرار گرفت. با توجه به نتایج گرفته شده مشخص شد تمامی متغیرها شامل معنویت سازمانی، تعلق خاطر کاری و فضیلت سازمانی غیر نرمال هستند و بنابراین از آماره ناپارامتریک برای آزمون فرضیه ها استفاده شد.

در فرضیه اصلی پژوهش بیان شده بود «معنویت سازمانی بر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات اثر دارد». به جهت بررسی این تأثیر از رگرسیون ترتیبی استفاده شد. نرمال بودن سطح معناداری تمامی آماره های بکاررفته برای بررسی این فرضیه نشان داد که فرضیه مورد تأیید است، به عبارت دیگر معنویت سازمانی بر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات اثر خالص و معناداری دارد. همچنین مشخص شد متغیر معنویت سازمانی دارای بیشترین تأثیر معناداری بر روی تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات می باشد.

در فرضیه فرعی اول بیان شده بود «کار با معنا بر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات تأثیر معناداری دارد». به جهت بررسی این تأثیر از رگرسیون ترتیبی استفاده شد. نرمال بودن سطح معناداری تمامی آماره های بکاررفته برای بررسی این فرضیه نشان داد که فرضیه مورد تأیید است، به عبارت دیگر کار با معنا بر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات اثر خالص و معناداری دارد.

در فرضیه فرعی دوم بیان شده بود «کارهدهمند بر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات تأثیر معناداری دارد». به جهت بررسی این تأثیر از رگرسیون ترتیبی استفاده شد. نرمال بودن سطح معناداری تمامی آماره های بکاررفته برای بررسی این فرضیه نشان داد که فرضیه مورد تأیید است، به عبارت دیگر کارهدهمند بر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات اثر خالص و معناداری دارد.

در فرضیه فرعی سوم بیان شده بود «خودشکوفایی در کار بر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات تأثیر معناداری دارد». به جهت بررسی این تأثیر از رگرسیون ترتیبی استفاده شد. نرمال بودن سطح معناداری تمامی آماره های بکاررفته برای بررسی

این فرضیه نشان داد که فرضیه مورد تأیید است، به عبارت دیگر خودشکوفایی در کار بر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات اثر خالص و معناداری دارد.

درفرضیه فرعی چهارم بیان شده بود «فضیلت سازمانی، اثر معنویت بر تعلق خاطر کاری را تعدیل می کند». برای بررسی این فرضیه پس از محاسبه نقش تعدیل گری از آنالیز رگرسیون سلسله مراتبی استفاده شد. در این بررسی مشخص شد که فضیلت سازمانی نمی تواند به عنوان متغیر تعدیل گر اثر معنویت بر تعلق خاطر کاری را تعدیل کند. به عبارت دیگر فضیلت سازمانی، اثر معنویت بر تعلق خاطر کاری را تعدیل نمی کند.

نتایج حاصل از انجام این پژوهش نشان داد که معنویت سازمانی بر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات اثر دارد. بر همین اساس پیشنهاد های زیر ارائه می گردد:

- توجه به اهمیت کار برای کارکنان و تشویق معنویت کاری، باید محیطی در نظر گرفته شود که ضمن برقراری سایر عوامل که بروحیه کارکنان تاثیر می گذارد؛ توجه و تامین نیازهای فیزیولوژیکی و نیازهای اجتماعی کارکنان که دغدغه برآورده ساختن نیازهای اولیه خود را نداشته باشند، فرصتی برای پرداختن به نیازهای بالاتر و متعالی تر را داشته باشند.
 - برقراری عدالت و رفع تبعیض در سازمان و توجه به برابری انگیزش در سازمان، تا افراد برای انجام کارها با الزامات کیفی و کمی بیشتر اهتمام ورزند.
 - به دلیل ارزشمند بودن عامل همکاری از بین کارکنان، فراهم آوردن شرایط کارگروهی برای کارکنان و توجه به تبادل کار و زندگی ارگونومی سازمانی و غنی سازی شغلی.
 - تدوین کار مناسب با شرایط افراد و تبدیل محیط کار به محیطی پویا و انعطاف پذیر.
- نتایج حاصل از فرضیه فرعی اول نشان داد که کار با معنا بر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات تأثیر معناداری دارد. بر همین اساس پیشنهاد های زیر ارائه می گردد:

- سعی در ایجاد تعامل در کار روزمره و در سطح فردی برای کارکنان.
 - برقراری عزت نفس یا خود حرمتی و ارزش نهادن به نیازها و منزلت انسانی.
 - ارزش بخشیدن به خود، دیگران و زندگی کاری و هماهنگی بین زندگی و کار و ایجاد زمینه فرصت برای برقراری ارتباطات موثر.
 - کوشش در جهت معنابخشی به کار، برای افزایش تعلق خاطر کاری کارکنان.
- نتایج حاصل از فرضیه فرعی دوم نشان داد که کار هدفمند بر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات تأثیر معناداری دارد. بر همین اساس پیشنهاد های زیر ارائه می گردد:

- تبیین و تشریح اهداف سازمانی و هماهنگی و همسویی با اهداف و ارزش های سازمانی.
- توجه به نیازهای روحی، روانی و معنوی کارکنان و در نهایت خود سازمان که باعث ارزش گذاری آنان می شود.
- فراهم کردن و برقراری وسایل و اهداف کوچکتر افراد و سازمان در جهت ایجاد هدف غایی آنان.
- ارزش نهادن به تک تک افراد سازمان، تبیین و تشریح وظایف که فلسفه کار افراد با اهداف سازمان مشخص شود.

دستاورد های نوین در مطالعات علوم مدیریت، حسابداری و اقتصاد ایران

نتایج حاصل از فرضیه فرعی سوم نشان داد که خودشکوفایی در کار بر تعلق خاطر کاری کارکنان بانک صادرات تأثیر معناداری دارد. بر همین اساس پیشنهادهای زیر ارائه می گردد:

- ایجاد شرایطی مطلوب برای کارکنان جهت استفاده کامل و کشف استعدادها، ظرفیتها و پتانسیلها.
- فراهم نمودن محیطی برای ایجاد تمایل در افراد برای رسیدن به تواناییهایی که قابلیت رسیدن به آنها را دارند که باعث خلاقیت و نوآوری افراد در سازمان می شود.
- ایجاد آرامش کاری و رضایت شغلی درونی در افراد با رفع نیازهای فیزیولوژیکی آنان. در ارتباط با تحقیقات آتی نیز پیشنهادات ذیل ارائه می شوند:
- در نظر گرفتن تنها مدیران و معاونان شعب بانکها به عنوان نمونه آماری، به دلیل تخصص و دانش بیشتر آنان
- اجرای این پژوهش در بانکها و مؤسسات مالی متنوع تر و سپس مقایسه نتایج و نتیجه گیری جامع
- بررسی تأثیر هوش معنوی بر انگیزش کارکنان
- بررسی تأثیر برندینگ کارفرما بر تعلق خاطر کارکنان
- بررسی تأثیر یادگیری سازمانی و تعلق خاطر کاری
- بررسی تأثیر اخلاق کاری اسلامی و فضایل اخلاقی بر تعلق خاطر کاری
- بررسی تأثیر فضایل اخلاقی بر نظام پیشنهادهای سازمانی

منابع

اسدزاده باویل، عباس. (۱۳۹۴). نقش فضیلت سازمانی بر اشتیاق شغلی کارکنان اداره کل دیوان محاسبات استان آذربایجان شرقی. سومین کنفرانس بین المللی مدیریت، اقتصاد و حسابداری، تبریز، سازمان مدیریت صنعتی نمایندگی آذربایجان شرقی.

اعتماد، خالد. رحمان سرشت، حسین. (۱۳۹۴). رابطه بین تعلق خاطر کاری کارکنان و پذیرش تغییرمورد مطالعه : سازمان های دولتی شهرسندج. دومین همایش ملی فرهنگ سازمانی و منابع انسانی، سندج، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سندج.

رستگار، عباسعلی. (۱۳۸۹). معنویت در سازمان با رویکرد روان شناختی. قم: انتشارات دانشگاه ادیان و مذاهب.

رستگار، عباسعلی. عابدی جعفری، حسن. (۱۳۸۶). ظهور معنویت در سازمان ها (مفاهیم، تعاریف، پیش فرض ها، مدل مفهومی). فصلنامه علوم مدیریت ایران. سال دوم، شماره ۵، بهار ۱۳۸۶.

علاج، سحر. اکبری، سمیه. مهنی، امید. حسینی، سارا. (۱۳۹۲). نقش معنویت در سازمان های امروزی. دومین همایش ملی علوم مدیریت نوین، گرگان، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی حکیم جرجانی.

عیسی خانی، احمد. (۱۳۹۳). تبیین نقش منابع شغلی و منابع شخصی در تعلق خاطر کاری کارکنان. مدیریت دولتی، دوره پنجم، شماره ۲، ص ۷۳-۹۶.

غلام زاده، داریوش. ربانی، سمانه. (۱۳۹۴). بررسی تاثیر همنوایی ارزش های کارکنان با ارزش های رهبران سازمان بر تعلق خاطر کارکنان در شرکت نیرپارس. کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت و مهندسی صنایع، تهران، شرکت مدیران ایده پردازان پایتخت ایلیا.

مشبکی اصفهانی، اصغر . رضایی، زینب. (۱۳۹۲). بررسی تاثیر فضیلت سازمانی و تعلق خاطر کاری بر تعهد سازمانی. فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت. سال بیست و دوم، شماره ۷۳، ص ۱-۲۳.

Altaf, A. & M. Atif Awan. (۲۰۱۱). Moderating Affect of Workplace Spirituality on the Relationship of Job Overload and Job Satisfaction. Springer Science Business. Media B. V.

Araujo, M.S.G., & Lopes, P.M.P.R. (۲۰۱۴). Virtuous leadership, organizational commitment and individual performance. [Tékhné](#), ۱۲, ۳-۱۰.

Barclay, L. A., Markel Karen, S., & Yugo Jennifer, E. (۲۰۱۲). Virtue theory and organizations: considering persons with disabilities. *Journal of Managerial Psychology*, ۲۷(۴), ۳۳۰ – ۳۴۶.

Ferreira, P. (۲۰۱۴). Does corporate social responsibility impact on employee engagement? *Journal of Workplace Learning*. ۲۶, ۲۳۲-۲۴۷.

Gibbons, P. (۲۰۰۱). Spirituality at work: A pre_theoretical overview, MSC. Thesis_Brinbeck College, University of London, Aug.

Karakas, F. (۲۰۱۰). Spirituality and Performance in Organizations: A Literature Review. *Journal of Business Ethics*, ۹۴, ۸۹-۱۰۶

Malik, M.A. (۲۰۱۲). Role of spirituality in job satisfaction and organizational commitment among faculty of institutes of higher learning in Pakistan. *African Journal of Business Management*, ۵(۴), ۱۲۳۶-۱۲۴۴.

Rego, A., Riberiro, N., Cunha, M.P., Jesunio. J.C. (۲۰۱۱). How happiness mediates the organizational virtuousness and affective commitment relationship. *Journal of business research*, ۶۴, ۵۲۴- ۵۳۲.