

## بررسی رابطه معنویت در محیط کار و عزت نفس سازمانی

مهناز همتی نوح دوست گیلانی\*، محمدصادق حسن زاده\*

فاطمه منزوی\*\*

تاریخ دریافت: ۹۳/۱۲/۲۵

تاریخ پذیرش: ۹۴/۰۲/۱۴

### چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی و تبیین رابطه معنویت در محیط کار و ابعاد سه‌گانه آن (کار معنی‌دار، حس همبستگی با دیگران و همسویی با ارزش‌های سازمانی) با عزت نفس سازمانی کارکنان انجام گرفته است. تحقیق فوق به لحاظ هدف کاربردی، از حیث جمع‌آوری داده‌ها، توصیفی و از نوع همبستگی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق شامل بدنه کارشناسی سازمان جهاد کشاورزی استان گیلان در محدوده زمانی سال ۱۳۹۲ است که به صورت نمونه‌گیری دو مرحله‌ای (خوشه‌ای) انتخاب شدند. حجم نمونه ۱۵۴ نفر برآورد شد. در این تحقیق برای جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه‌های عزت نفس سازمانی پیرس و همکاران (۱۹۸۹) و پرسشنامه معنویت در محیط کار میلیمن (۲۰۰۳) استفاده شد. پس از سنجش روایی و پایایی ابزار سنجش، پرسشنامه‌ها در اختیار نمونه هدف قرار داده شد. داده‌ها به کمک نرم افزار SPSS و به کارگیری روش های آمار توصیفی و استنباطی (ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون و آنالیز واریانس) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج تحقیق بیانگر رابطه معنی‌دار ابعاد سه‌گانه معنویت در محیط کار و عزت نفس سازمانی است. بنابراین یکی از راه های ارتقای عزت نفس کارکنان، بهبود شاخص‌های معنویت در محیط کار است.

**کلیدواژه‌ها:** معنویت در محیط کار؛ کار معنی‌دار؛ حس همبستگی با دیگران؛ همسویی با ارزش‌های سازمان؛ عزت نفس سازمانی.

\*. استادیار، گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه پیام نور، واحد رشت، ایران.

\*\* دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، واحد رشت، ایران (نویسنده مسئول).

## مقدمه

در دنیای کنونی کسب و کار، نیروی انسانی همواره به عنوان یکی از مهمترین دارایی و سرمایه در سازمان‌ها به شمار می‌رود که می‌تواند به یکی از قدرتمندترین و راهبردی‌ترین ابزار رقابتی بدل شود. امروزه نیروی انسانی به دلیل نقش کلیدی و مؤثری که در موفقیت و یا شکست سازمان‌ها ایفا می‌کند، اندیشمندان و صاحب‌نظران این حوزه توجه بسیاری به مباحث پیرامون رفتارها و نگرش‌های کارکنان و چگونگی تأثیرگذاری بر این رفتارها و نگرش‌ها در جهت بهره‌برداری مطلوب از ظرفیت‌های موجود را دارند.

یکی از مهمترین مباحثی که در خلال چند دهه گذشته در حوزه رفتار سازمانی مطرح بوده و بارها مورد پژوهش، نقد و بررسی قرار گرفته است، عزت نفس کارکنان در سازمان است که از آن به اختصار به عنوان «عزت نفس سازمانی»<sup>۱</sup> یاد می‌شود. به عقیده کورمن<sup>۲</sup>، عزت نفس سازمانی در تعیین انگیزش، رفتارها و نگرش‌های کارکنان در محیط کار بسیار مهم و مؤثر است. همچنین بروکنر<sup>۳</sup> (۱۹۸۸) معتقد است که عزت نفس سازمانی بر رفتارهای کاری افراد تأثیرگذار است. عزت نفس سازمانی به معنی احساس فرد از میزان ارزشمندی، اهمیت و توانمندی خود در سازمان است. وجود عزت نفس در کارکنان می‌تواند پیش‌بینی‌کننده‌ای برای کاهش ترک خدمت افراد، ارائه خدمات بهتر به همکاران، مشتریان، کارفرمایان و همچنین ارتقای زمانی که افراد برای انجام کار صرف می‌کنند، شود (آریانی<sup>۴</sup>، ۲۰۱۲: ۲۷). نتایج تحقیقات به عمل آمده در باره عزت نفس سازمانی بیانگر تأثیرات مثبت آن بر نگرش‌ها و فرایندهای شغلی کارکنان همچون: کاهش خستگی شغلی (الی<sup>۵</sup> و پاتیل<sup>۶</sup>، ۲۰۱۲)؛ افزایش رضایت‌مندی شغلی و بهبود تعهد سازمانی (صادقیان، ۱۳۸۹)؛ ارتقای رفتار شهروند سازمانی (آریانی، ۲۰۱۲) بوده است. همچنین در سطح فردی مؤلفه عزت نفس سازمانی دارای بیشترین تأثیر بر ایجاد احساس توانمندی روان‌شناختی در کارکنان است (سبزیکاران و امیری، ۱۳۹۰).

1. Organization-Based Self-Esteem

2. Korman

3. Brokner

4. Ariani

5. Elloy

6. Patil

در مطالعات به عمل آمده در حوزه علوم رفتاری و رفتار سازمانی، همواره به جو و فضای سازمان‌ها به عنوان یکی از عوامل مؤثر در شکل‌دهی رفتارها، احساسات و نگرش‌های کارکنان تأکید شده است. شغل و محیط کار نه تنها بر میزان تلاش افراد مؤثر است؛ بلکه بر شکل‌گیری احساسات افراد، تعریف و تصویری که فرد از خود و دیگران ارائه می‌دهد، نیز حائز اهمیت است. این امر بدین علت است که افراد، بخش قابل توجهی از عمر و زندگی خود را در محیط کار سپری می‌کنند و بر این اساس شغل و محیط شغلی و به‌طور کلی سازمان‌ها بر ابعاد و جوانب گوناگون زندگی افراد بسیار تأثیرگذار هستند (بنی‌حمدان و دیگران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۲:۷۴).

بنابراین یکی از رسالت‌های مهم سازمان‌ها، ایجاد جو و فضایی است که در آن کارکنان بتوانند با رضایت خاطر و احساس امنیت کامل در راستای انجام وظایف شغلی، حداکثر تلاش خود را به کار گیرند. مطالعات صورت گرفته در زمینه پدیده نوین معنویت در محیط کار<sup>۲</sup>، بیانگر رابطه معنی‌دار معنویت با فرآیندها و مؤلفه‌های رفتاری و نگرشی کارکنان بوده است. در سازمانی که معنویت در محیط کار در سطح بالاتری قرار دارد، کارکنان باور دارند که محیط کار برای آنها سالم‌تر و مطلوب‌تر است. معنویت به کاهش عوامل استرس‌زا و ایجاد احساس شادابی در محیط کار کمک می‌کند و هرچه سطح معنویت در محیط کار بالاتر باشد، آثار منفی ابهام و تضاد نقش در کارکنان کمتر و عزت نفس و سلامت روان آنان بیشتر می‌شود (شهباز<sup>۳</sup>، ۲۰۱۳: ۱۴). همچنین احساس همبستگی با دیگران با سلامت روان کارکنان رابطه دارد (تاکاکی و دیگران<sup>۴</sup>، ۲۰۱۴: ۱۶۰۲).

از سوی دیگر با توجه به این که سازمان‌های دولتی در ایران، نبض اقتصادی کشور را در اختیار دارند و بخش قابل توجه بودجه سالیانه کشور توسط این سازمان‌ها مصرف می‌شود، توجه به امر تحقیق و پژوهش در فرآیندهای مختلف آن به‌ویژه در ارتباط با مؤلفه‌های مرتبط با بهبود رفتارها و نگرش‌های کارکنان از اهمیت بالایی در ارتقای عملکرد این سازمان‌ها برخوردار است. این پژوهش با هدف بررسی و مطالعه تأثیر و رابطه ابعاد سه‌گانه معنویت در محیط کار

1. Banyhamdan & et al.  
2. Workplace Spirituality  
3. Shahbaz  
4. Takaki & et al.

(کارمعنی‌دار<sup>۱</sup>، حس همبستگی با دیگران<sup>۲</sup> و همسویی با ارزش‌های سازمانی<sup>۳</sup>) با عزت نفس سازمانی کارکنان در سازمان جهاد کشاورزی استان گیلان انجام گرفته است و در پی یافتن پاسخی به این پرسش اساسی بوده است که «آیا بین این سه بعد معنویت در محیط کار و عزت نفس سازمانی کارکنان در سازمان مورد مطالعه رابطه معنی‌داری وجود دارد؟».

## ادبیات پژوهش

### عزت نفس سازمانی

عزت نفس به معنی ارزیابی کلی است که افراد نسبت به خود و میزان ارزشمندی و توانایی‌های خود دارند (کورمن<sup>۴</sup>، ۱۹۷۰: ۳۲). کورمن (۱۹۷۰، ۱۹۷۱، ۱۹۷۶) بیان نمود که رخدادهای و اتفاقات درون سازمان، نقش مهمی بر عزت نفس کارکنان دارند. بعدها در سال (۱۹۸۹) پیرس<sup>۵</sup>، گاردنر<sup>۶</sup>، کامینگز<sup>۷</sup> و دان‌هام<sup>۸</sup>، نظریه کورمن را تکامل بخشیدند و مفهوم عزت نفس سازمانی را ارائه نمودند. از آن زمان تاکنون این ساختار توجه بسیاری را به خود جلب نموده است.

عزت نفس سازمانی به معنی درجه‌ای از باور و اعتقاد اعضای سازمان است که آنها می‌توانند نیازهایشان را به وسیله سهم‌شدن در نقش‌های درون سازمان برآورده سازند. عزت نفس سازمانی به ارزش خودادراک شده افراد در مورد خودشان به عنوان اعضای سازمانی که در آن کار می‌کنند اشاره دارد و درجه و میزانی است که آنها خود را در سازمان مهم، بامعنی، محترم و با ارزش تلقی می‌کنند (پیرس و دیگران<sup>۹</sup>، ۱۹۹۳).

براساس نظریه‌ای که کورمن (۱۹۷۰) مطرح نمود؛ عزت نفس فرد تحت تأثیر تجربیاتش شکل می‌گیرد. بنابراین براساس این نظریه می‌توان این طور فرض نمود که تجربیاتی که فرد در درون

1. Meaningful Work
2. Sense of Community
3. Alignment with Organization Values
4. Korman
5. Pierce
6. Gardner
7. Cummings
8. Dunhum
9. Pierce& et al.

سازمان کسب می‌کند، متعاقباً بر سطح عزت نفس سازمانی و نگرش‌ها و رفتارهای فرد تأثیرگذار خواهد بود (الی و پاتیل، ۲۰۱۲: ۲۸۳). در واقع عزت نفس سازمانی در محیط اجتماعی سازمان رشد می‌یابد و نتیجه پیام‌هایی است که فرد از دیگران در خصوص صلاحیت‌های خود دریافت می‌کند (پیرس و گاردنر، ۲۰۰۴: ۵۹۳).

به عقیده بروکنر<sup>۱</sup> (۱۹۸۸) عزت نفس به دو صورت، رفتارهای افراد در محیط کار را تحت تأثیر قرار می‌دهد: اول اینکه هر فرد سطح متفاوتی از عزت نفس در کار را دارا می‌باشد که می‌تواند بر شکل‌گیری افکار، احساس و رفتار فرد در کار تأثیر بگذارد؛ دوم اینکه همه افراد نیازمند این هستند که احساس مثبتی در مورد خود، افکار و رفتارشان داشته باشند، بنابراین با بهبود رفتار و افکار خود سعی می‌کنند تا عزت نفس خود را ارتقا بخشند.

پیرس و همکارانش (۱۹۸۹) برای عملیاتی کردن و اندازه‌گیری عزت نفس سازمانی ابزاری را طراحی نمودند که حاوی ۱۰ شاخص است. این مقیاس، از شرکت‌کنندگان در طرح پژوهش می‌خواهد تا درجه اعتقاد و باور خود به هر کدام از شاخص‌های پیش رو که در برگیرنده میزان احساس فرد از ارزشمندی و شایسته‌بودنش در سازمان است، پاسخ دهد. این شاخص‌ها از این قرار است: در این سازمان «بر روی من حساب می‌شود»، «من به‌طور جدی به کار گرفته می‌شوم»، «من مهم هستم»، «من مورد اعتماد واقع می‌شوم»، «افراد به من اعتقاد و باور دارند»، «من می‌توانم کارهای متفاوتی انجام دهم»، «من فردی ارزشمند هستم»، «من فردی مفید و سودمند هستم»، «من فردی کارآمد هستم»، «من فردی هستم که با دیگران تشریک مساعی دارم» (پیرس و گاردنر، ۲۰۰۴: ۷-۴۵۶).

با مروری اجمالی بر تحقیقات صورت گرفته بر عزت نفس سازمانی و اهداف و نتایج این تحقیقات، اهمیت و ابعاد مختلف این مفهوم بیش از پیش آشکار می‌شود. در جدول (۱) برخی از اهداف و نتایج این تحقیقات اشاره شده است.

---

1. Brokner

جدول ۱- اهداف و نتایج تحقیقات درباره عزت نفس سازمانی

محقق	سال	هدف تحقیق	نتایج و یافته‌های تحقیق
فان <sup>۱</sup>	۲۰۰۸	بررسی رابطه دوره‌های آموزشی سازمان و تعهد سازمانی افراد و نقش میانجی عزت نفس سازمانی بر رابطه آنها	دوره‌های آموزشی از طریق تأثیر بر عزت نفس سازمانی بر تعهد سازمانی تأثیر گذار است. رابطه مثبتی میان دوره‌های آموزشی و عزت نفس سازمانی و به تبع آن تعهد سازمانی افراد وجود دارد (فان، ۲۰۰۸: ۲۵).
آریانی	۲۰۱۲	بررسی رابطه عزت نفس سازمانی و رفتار شهروند سازمانی	بین عزت نفس کارکنان و رفتار شهروند سازمانی مثبتی بر روش «خود ارزیابی» رابطه معنی‌داری وجود دارد. همچنین عزت نفس سازمانی با رفتار شهروند سازمانی مثبتی بر شیوه «ارزیابی توسط کارفرما» به جز بعد رفتار مدنی رابطه معنی‌داری دارد (آریانی، ۲۰۱۲: ۲۶).
الی و پاتیل	۲۰۱۲	بررسی رابطه عزت نفس سازمانی و خستگی شغلی	بین خستگی شغلی و سطح عزت نفس سازمانی افراد رابطه معکوس و منفی وجود دارد (الی و پاتیل، ۲۰۱۲: ۲۸۶).
شهباز	۲۰۱۲	بررسی رابطه ابهام نقش و عزت نفس سازمانی افراد و معنویت تأثیر زیادی بر این رابطه دارد؛ رابطه منفی ابهام نقش و عزت نفس سازمانی در صورتی که معنویت در محیط کار در سطح بالاتری باشد «ضعیفتر» خواهد بود و بالعکس (شهباز، ۲۰۱۲: ۱۴).	
اجدکان <sup>۲</sup>	۲۰۱۲	بررسی نقش و رابطه رفتارهای عادلانه و عزت نفس سازمانی بر رفتارهای کاری نوآورانه	درک کارکنان از عادلانه بودن رفتار سازمان با آنان و عزت نفس سازمانی رابطه مثبت و مؤثری با رفتارهای نوآورانه در محیط کار دارد (اجدکان، ۲۰۱۲: ۱۲۴).
بهشتی‌فر و آزادی	۲۰۱۳	بررسی رابطه رفتارهای طفره‌ای (غیرمولد) با عزت نفس سازمانی	رفتارهای طفره‌ای (غیرمولد) و عزت نفس سازمانی رابطه منفی با یکدیگر دارند. افرادی که رفتارهای غیرمولد در محیط کار دارند، دارای عزت نفس پایینی هستند؛ زیرا آنها باور دارند که فاقد توانایی کافی برای انجام موفقیت‌آمیز کارها هستند (بهشتی‌فر و آزادی، ۲۰۱۳).

منبع: محقق ساخته

1. Fan  
2. Ojedokun

## معنویت در محیط کار

تلاش‌ها برای درک پدیده معنویت در محیط کار از نخستین سال‌های دهه ۱۹۹۰ میلادی آغاز شده است. از آن زمان تاکنون تعریف‌ها و مفاهیم متعددی ارائه شده است که هر کدام از آنها تفاوت‌هایی را از لحاظ تاکید، اجزا و سطوح تجزیه و تحلیل دارند.

میتروف<sup>۱</sup> و دنتون<sup>۲</sup> (۱۹۹۹)، معنویت در محیط کار را "تمایل به جستجوی هدف نهایی در زندگی، برقراری رابطه مستحکم با همکاران و سایر افرادی که با کار فرد در ارتباط هستند و سازگاری بین ارزش‌های اساسی فرد و ارزش‌های سازمان" تعریف می‌کنند. یکی از پذیرفته‌شده‌ترین تعریف‌های معنویت در محیط کار توسط اشمس<sup>۳</sup> و دوچن<sup>۴</sup> (۲۰۰۰) ارائه شده است؛ "شناسایی و درک بعدی از زندگی افراد که درونی و باطنی و قابل پرورش است و به وسیله انجام کارهای معنی‌دار در زندگی اجتماعی پرورش می‌یابد" (اشمس و دوچن، ۲۰۰۰: ۱۳۷).

همچنین به عقیده گیبنز<sup>۵</sup> معنویت در محیط کار در برگیرنده مفهومی از احساس تمامیت، پیوستگی در کار و درک ارزش‌های عمیق در کار است (گیبنز، ۲۰۰۱: ۲). اگرچه معنویت در محیط کار دارای معانی عمیق فردی و فلسفی بسیاری است، اما تقریباً در تمامی تعریف‌های ارائه شده درباره معنویت؛ شامل مفاهیم تمامیت، کمال و همبستگی در محیط کار و ارزش‌های عمیق کار است (سالارزهی و دیگران، ۲۰۱۱: ۱۴۰).

## رویکردهای معنویت در محیط کار

برخی محققان به جای ارائه تعریفی دقیق از معنویت به رویکردهای مختلف آن توجه کرده‌اند. یک دسته‌بندی متداول از رویکردهای مختلف معنویت در محیط کار که از سوی چند گروه از محققان ارائه شده است، عبارت است از:

- رویکرد درون‌گرا/متافیزیکی<sup>۶</sup>

1. Mittruff
2. Denton
3. Ashmos
4. Duchon
5. Gibbons
6. Intrinsic/Metaphysical

- رویکرد اگزیستانسیالیستی / سکولار<sup>۱</sup>

- رویکرد دینی<sup>۲</sup>

رویکرد درون‌گرا/متافیزیکی: در این نگاه معنویت نوعی آگاهی درونی است که از درون هر فرد برمی‌خیزد و فراتر از ارزش‌ها و باورهای برنامه‌ریزی شده است. در حقیقت، در این رویکرد معنویت، فراتر از قوانین و ادیان ملاحظه می‌شود (کریشناکومار<sup>۳</sup> و نک<sup>۴</sup>، ۲۰۰۲: ۱۵۴). با این‌که تأکید این دیدگاه بر درون انسان است، شامل احساس پیوند درونی فرد با کارش و با دیگران نیز می‌باشد. همچنین در این رویکرد معنویت شامل احساس همبستگی و ارتباط میان خود و دیگران است (اشمس و دوچن، ۲۰۰۰).

رویکرد اگزیستانسیالیستی / سکولار: در این رویکرد هدف اصلی یافتن معنی در کار و محیط کار است. برخی از پرسش‌های اگزیستانسیالیستی که در این رویکرد مطرح می‌شود، عبارت است از:

- چرا این کار را انجام می‌دهم؟

- معنا و مفهوم کار من چیست؟

- این کار من را به کجا خواهد برد؟

- دلیل وجود من در سازمان چیست؟

این پرسش‌ها در محیط کار برای افراد مطرح می‌شود و پاسخ به آنها بسیار مهم است. افرادی که پاسخ این پرسش‌ها را بیابند، احساس معنی بیشتری خواهند داشت، رضایت و در نتیجه آن بهره‌وری و عملکرد آنها نیز افزایش می‌یابد، ولی افرادی که در کار روزمره خود احساس معنی نکنند، دچار «ضعف وجودی» خواهند شد، از خود بیگانه می‌شوند و این امر می‌تواند بهره‌وری و عملکرد آنان را به شدت کاهش داده و موجب احساس ناکامی شود (فتاحی و همکاران، ۱۳۸۵: ۱۴).

رویکرد دینی: این رویکرد معنویت را جزئی از یک دین و مذهب بخصوص می‌داند. برای

1. Existentialistic/Secular  
2. Religious  
3. Kirishnakumar  
4. Neck



مثال: مسیحیان باور دارند که معنویت نوعی «دعوت به کار» است؛ آنها کار را مشارکت در خلاقیت خداوند و وظیفه‌ای الهی می‌دانند. به ویژه پروتستان‌ها که پیرو عقاید مارتین لوتر هستند، عقیده دارند که خداوند به طور دائم در حال خلق است و کار کردن، مشارکت با خداوند است. این دیدگاه در اسلام معمولاً در قالب «اخلاق کار اسلامی» بیان می‌شود. اخلاق کار اسلامی مسلمانان را به تعهد بیشتر به سازمان، همکاری، مشارکت، مشورت، بخشش، گذشت و ... تشویق می‌کند (کریشناکومار و نک، ۲۰۰۰: ۱۵۵).

### پیشینه مطالعات معنویت در محیط کار

معنویت در محیط کار تأثیر بزرگی بر سازمان می‌گذارد، به این دلیل که سازمان قادر خواهد بود، از طریق توسعه محیط انسانی که کارکنان بتوانند در آن به حداکثر ظرفیت خود دست یابند، سود ببرد. بسیاری از شرکت‌ها توسعه این گرایش نوین را ترغیب می‌کنند زیرا آنها باور دارند که یک محیط کاری انسانی می‌تواند شرایط برد - برد برای کارکنان و همکاران آنها خلق کند و برای سازمان نیز مفید است. اگر کارکنان در بردن صفات فیزیکی، هوشی، احساسی و معنوی خود به محیط کار اختیار داشته باشند، بهره‌ورتر، خلاق‌تر و راضی‌تر خواهند بود. در مقابل اگر کارکنان در محیطی غیرمعنوی کار کنند، آنها خود را در مشکلات گوناگون کاری نظیر اخلاق کاری پایین، افزایش غیبت، جابه‌جایی بالا، خستگی، بیماری‌های مکرر مرتبط با استرس و رفتار غیرمتعهدانه نشان خواهند داد (ناسین<sup>۱</sup> و دریس<sup>۲</sup>، ۲۰۱۱: ۱۷-۲۱۶).

در جدول (۲) به چند نمونه از تحقیقات پیرامون معنویت در محیط کار اشاره شده است.

---

1. Nasin  
2-Doris

جدول ۲- پیشینه مطالعات پیرامون معنویت در محیط کار

محقق	یافته‌ها
هانگ <sup>۱</sup>	معنویت در محیط کار تأثیر بسیاری بر رضایت‌مندی شغلی، نیت ترک خدمت و خستگی روحی کارکنان می‌گذارد (هانگ، ۲۰۰۹: ۱۵۲).
ناسین و دریس	با تزریق معنویت در محیط کار می‌توان تعهد عاطفی کارکنان را ارتقا بخشید (ناسین و دریس، ۲۰۱۱: ۲۱۴).
سلیمان و باتی <sup>۲</sup>	با گسترش معنویت در میان کارکنان، سازمان می‌تواند بر مشکل رفتار غیرمولد در محیط کار غلبه کند (سلیمان و باتی، ۲۰۱۳: ۲۳۷).
فتاحی	معنویت در محیط کار با رفتار شهروند سازمانی رابطه معنی‌داری دارد (فتاح، ۱۳۸۵، ص ۵).
گل وردی	کاربرد معنویت در محیط کار و نحوه به‌کارگیری آن، برای افزایش درگیر شدن در کار ضروری است (گل وردی، ۱۳۹۲، ص ۴۱).

منبع: محقق ساخته

### ابعاد و مدل معنویت در محیط کار

میلیمن و همکارانش<sup>۳</sup> (۲۰۰۳) برای مفهوم‌سازی و سهولت در مطالعه و تجزیه و تحلیل معنویت در سازمان، بین سه سطح رفتار سازمانی که شامل سطوح فردی، گروهی و سازمانی است، ارتباط برقرار کردند و معنویت در محیط کار را به سه سطح فردی، گروهی و سازمانی طبقه‌بندی نمودند و سپس از میان هفت بعد معنویت در محیط کار که توسط اشمس و دوچن (۲۰۰۰) ارائه شده بود، سه بعد که براساس مطالعات به‌عمل آمده به عنوان مهمترین ابعاد شناخته شده بودند را انتخاب و برای سنجش معنویت در محیط کار استفاده نمودند. این سه بعد که بیانگر سه سطح معنویت در محیط کار است، عبارت است از: کار معنی‌دار (سطح فردی)، حس همبستگی با دیگران (سطح گروهی)، و همسویی میان ارزش‌های فردی و سازمانی (سطح سازمانی).

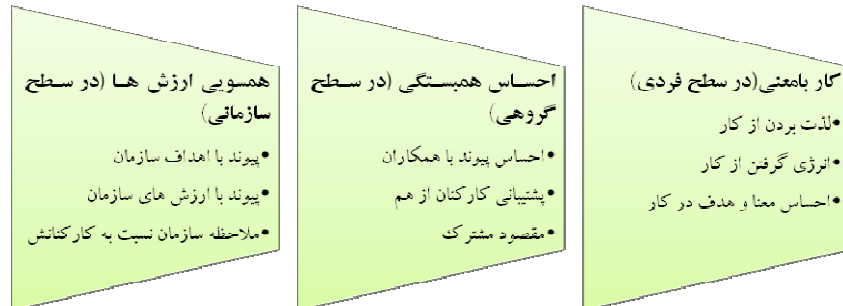
کار معنی‌دار: یک جنبه اساسی معنویت در محیط کار، احساس عمیق معنی و هدف داشتن در کار است. این بعد از معنویت در محیط کار نشان می‌دهد که چگونه کارکنان در سطح فردی با

1. Hong  
2. Bhatti  
3. Milliman & et al.

کار روزانه خود تعامل دارند. اصطلاح معنویت در کار شامل این فرض است که هر فرد انگیزه‌ها، تمایل و علایقی برای انجام فعالیت‌هایی دارد که معنی بیشتری به زندگی خود و دیگران می‌بخشد (اشمس و دوچن، ۲۰۰۰: ۱۳۷). این بعد با شاخص‌هایی همچون لذت‌بردن از کار؛ انرژی گرفتن از کار؛ و درک معنی و مفهوم کار شناخته می‌شود.

حس همبستگی: یک بعد اساسی دیگر از معنویت در محیط کار شامل نوعی احساس پیوستگی و ارتباط با دیگران است که به عنوان احساس همبستگی و یا اجتماعی بودن بیان می‌شود. این بعد در سطح گروهی رفتار انسان رخ می‌دهد و بر تعاملات میان کارکنان و همکارانشان توجه می‌کند. احساس همبستگی و یا اجتماعی بودن در کار بر این باور است که افراد خود را پیوسته با دیگران می‌بینند و نوعی ارتباط میان هویت درونی هر فرد و هویت درونی افراد دیگر وجود دارد. این سطح از معنویت شامل ارتباط ذهنی، احساسی و روحی بین کارکنان است، نظیر حمایت-کردن، آزادی بیان و توجه حقیقی (اشمس و دوچن، ۲۰۰۰). شاخص‌های این بعد شامل: احساس پیوند با همکاران؛ پشتیبانی کارکنان از یکدیگر و حس مقصود و هدف مشترک بین کارکنان است.

همسویی با ارزش‌های سازمانی: سومین بعد معنویت در محیط کار زمانی است که کارکنان میان ارزش‌های شخصی خود با اهداف، رسالت‌ها و مأموریت‌های سازمان، حس هماهنگی را تجربه می‌کنند. این سطح از معنویت تعامل کارکنان با اهداف سازمانی بزرگتر را در بر می‌گیرد (میترف و دنتون، ۱۹۹۹). همچنین همسویی با ارزش‌ها به معنی باور افراد به این مهم است که مدیران و کارکنان دارای ارزش‌های مرتبط و وجدان قوی هستند و سازمان به رفاه کارکنانش توجه می‌کند (اشمس و دوچن، ۲۰۰۰). شاخص‌های این بعد شامل: پیوند کارکنان با اهداف سازمان، پیوند آنها با ارزش‌ها و رسالت‌های سازمان و درک کارکنان از ملاحظه سازمان نسبت به کارکنان و نیازهای آنان است. شکل (۱) مفهوم سازی ارائه شده توسط میلیمن و همکارانش را به تصویر می‌کشد.



شکل ۱- مفهوم سازی معنویت در محیط کار (میلیمن و دیگران، ۲۰۰۳: ۴۲۸)

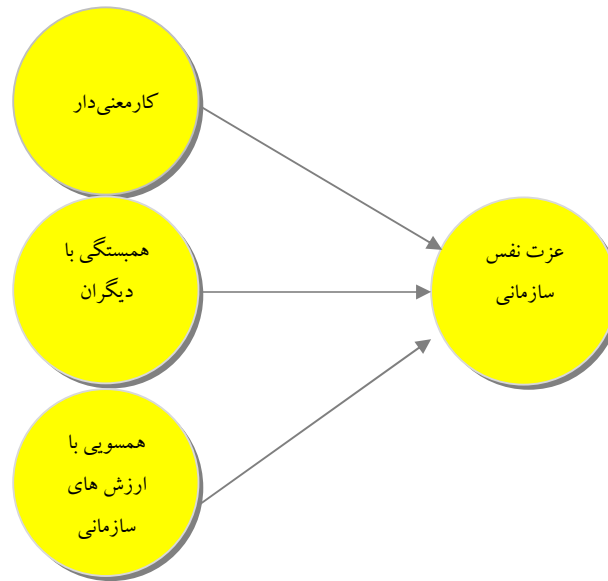
### مدل مفهومی تحقیق

متغیر مستقل در این پژوهش معنویت در محیط کار است که بر اساس مدل معنویت میلیمن و همکارانش (۲۰۰۳) دارای سه بعد کارمعنی‌دار، همبستگی با دیگران، و همسویی با ارزش‌های سازمانی است، این مدل بیشتر در ذیل دیدگاه (درون‌گرا) قرار می‌گیرد. بنابراین، در این تحقیق ما در جستجوی کشف عقاید و باورهای دینی و عرفانی کارکنان نبوده ایم، بلکه با نگاهی درون‌گرا دنبال آن بودیم تا نگرش‌های کارکنان در مورد احساس معنی در کار، همبستگی با همکاران و همسویی با ارزش‌های سازمان را مورد سنجش قرار دهیم و به بررسی و تبیین رابطه این ابعاد با عزت نفس سازمانی پردازیم. متغیر وابسته در این تحقیق مفهوم عزت نفس سازمانی است که برگرفته از مطالعات پیرس و همکارانش (۱۹۸۹) است. شکل (۲) بیان‌گر مدل مفهومی تحقیق است.

### فرضیه‌های تحقیق

فرض کلی در این تحقیق براین اساس که بین ابعاد معنویت در محیط کار (کارمعنی‌دار، همبستگی با دیگران و همسویی با ارزش‌های سازمانی) و عزت نفس سازمانی کارکنان در سازمان جهاد کشاورزی استان گیلان رابطه معنی‌دار و مثبتی وجود دارد، تنظیم شده است.

ابعاد معنویت در محیط کار



شکل ۲- مدل مفهومی تحقیق براساس مدل معنویت در محیط کار میلیمن و همکاران (۲۰۰۳)، و عزت نفس سازمانی پیرس و همکاران (۱۹۸۹)

- H۱ بین کارمندی دار و عزت نفس سازمانی کارکنان در سازمان مورد مطالعه رابطه معنی داری وجود دارد.
- H۲ بین همبستگی با دیگران و عزت نفس سازمانی کارکنان در سازمان مورد مطالعه رابطه معنی داری وجود دارد.
- H۳ بین همسویی با ارزش های سازمانی و عزت نفس سازمانی کارکنان در سازمان مورد مطالعه رابطه معنی داری وجود دارد.

### جامعه و نمونه آماری و روش نمونه گیری

جامعه آماری در این تحقیق بدنه کارشناسی سازمان جهاد کشاورزی استان گیلان در محدوده

زمانی سال ۱۳۹۲ است. به دلیل گستردگی و پراکندگی جامعه آماری تحقیق از شیوه نمونه‌گیری (خوشه‌ای دومرحله‌ای) استفاده شد. بر این اساس واحدهای سازمان (خوشه‌ها) در سطح استان به چهار منطقه جغرافیایی شمال و شمال غرب، جنوب، شرق، و غرب تقسیم شدند و سپس از هر کدام از مناطق جغرافیایی یک یا دو واحد (خوشه) به طور تصادفی انتخاب شدند و با توجه به سهمی که هر کدام از مناطق از نمونه کل داشتند، به واحدهای منتخب آنها نمونه تخصیص داده شد. حجم جامعه آماری در زمان انجام تحقیق (۷۱۵) بود. حجم نمونه در سطح اطمینان ۹۵ درصد و دقت برآورد ۷ درصد و با استفاده از فرمول تعیین حجم نمونه (۱۵۴) برآورد شد. تعداد (۱۴۱) عدد از پرسشنامه‌ها بازگشت. نرخ بازگشت پرسشنامه‌ها حدود ۹۰٪ است. ترکیب جمعیتی نمونه آماری برحسب جنسیت، شامل ۸۶/۵ درصد مرد و ۱۳/۵ درصد زن است. از لحاظ سطح تحصیلات ۸۳/۷ درصد دارای تحصیلات کارشناسی و بالاتر، به لحاظ سن ۸۱/۶ درصد بالاتر از ۴۰ سال و ۶۱/۷ درصد نیز دارای سابقه خدمت بالاتر از ۲۰ سال هستند.

## ابزار سنجش

برای سنجش معنویت در محیط کار، از پرسشنامه معنویت در محیط کار میلیمن و همکاران (۲۰۰۳) استفاده شده است. این پرسشنامه مجموعاً ۲۱ گویه برای سنجش ابعاد سه‌گانه معنویت در محیط کار است. بعد کار معنی‌دار دارای ۶ پرسش، بعد احساس همبستگی یا حس اجتماعی بودن دارای ۷ پرسش و همچنین بعد همسویی با ارزش‌های سازمانی دارای ۸ پرسش است. همچنین برای سنجش عزت نفس سازمانی از پرسشنامه عزت نفس سازمانی پیرس و همکاران (۱۹۸۹) استفاده شد که دارای ۱۰ شاخص است. مقیاس امتیازدهی در این پرسشنامه‌ها، مقیاس لیکرت از نمره ۱ (کاملاً مخالف) تا نمره ۵ (کاملاً موافق) است. پرسشنامه‌های مورد استفاده در این تحقیق به لحاظ روایی و پایایی به دلیل تکرار در تحقیقات پیشین مناسب بودند، اما برای اطمینان بیشتر مورد سنجش قرار گرفتند. برای برآورد ضریب پایایی پرسشنامه‌ها روی تعداد ۳۰ نفر از اعضای نمونه هدف اجرا و با استفاده از روش آلفای کرونباخ و به کمک نرم افزار (SPSS) ضریب پایایی آن محاسبه شد. نتیجه بررسی پایایی هر یک از پرسشنامه‌ها در جدول (۳) نشان داده شده است.

جدول ۳- تعداد پرسش‌ها و ضرایب پایایی پرسشنامه‌های تحقیق

پرسشنامه	مؤلف	تعداد پرسش	الفای کرونباخ
بعد کار معنی‌دار	میلیم و همکاران (۲۰۰۳)	۶	۰/۸۵
بعد همبستگی با دیگران	میلیم و همکاران (۲۰۰۳)	۷	۰/۸۹
بعد همسویی با ارزش‌ها	میلیم و همکاران (۲۰۰۳)	۸	۰/۸۸
معنویت در محیط کار	میلیم و همکاران (۲۰۰۳)	۲۱	۰/۹۴
عزت نفس سازمانی	پیرس و همکاران (۱۹۸۹)	۱۰	۰/۹۰

### یافته‌های تحقیق

داده‌های گردآوری شده ابتدا با استفاده از روش‌های آمار توصیفی (میانگین، انحراف معیار، کمینه، بیشینه) مورد بررسی قرار گرفت. نتایج آمار توصیفی متغیرهای تحقیق در جدول (۴) بیان شده است.

جدول ۴- توزیع فراوانی متغیرهای تحقیق

متغیرها	میانگین	انحراف استاندارد	کمینه	بیشینه
بعد کار معنی‌دار	۳/۸۴	۰/۷۱۸	۲	۵
بعد همبستگی	۳/۵۹	۰/۷۵۳	۲	۵
بعد همسویی با ارزش‌ها	۳/۱۶	۰/۸۳۰	۱	۵
معنویت در محیط کار	۳/۵۰	۰/۶۹۱	۲	۵
عزت نفس سازمانی	۳/۷۶	۰/۶۶۰	۱	۵

### آزمون فرضیه‌ها

برای آزمون فرضیه‌های تحقیق، از آزمون همبستگی پیرسون جهت سنجش ضریب همبستگی بین متغیرهای تحقیق استفاده شد. ضریب همبستگی پیرسون بین معنویت در محیط کار (مجموع

ابعاد) با عزت نفس سازمانی تقریباً ۰/۶۵ به دست آمده است که این میزان با توجه به پایین بودن سطح معنی داری آزمون ( $P < 0/01$ )، معنی دار است. جدول (۵) ماتریس ضرایب همبستگی پیروسون بین متغیرهای تحقیق را نشان می‌دهد.

جدول ۵- ماتریس همبستگی پیروسون میان متغیرهای تحقیق

عزت نفس سازمانی	معنویت در محیط کار	همسویی با ارزش‌ها	همبستگی با دیگران	کار معنی‌دار	
				۱	کار معنی‌دار
			۱	** ۰.۶۶۶	همبستگی با دیگران
		۱	** ۰.۷۶۴	** ۰.۶۳۸	همسویی با ارزش‌ها
	۱	** ۰.۹۲۴	** ۰.۹۱	** ۰.۸۳۱	معنویت در محیط کار
۱	** ۰.۶۴۹	** ۰.۵۶۵	** ۰.۶۲۴	** ۰.۵۵۳	عزت نفس سازمانی

تمام ضرایب همبستگی در سطح ۰.۰۱ معنی‌دار می‌باشند.

همان‌طور که در جدول (۶) مشهود است، براساس نتایج آزمون فرضیه  $H_1$ ، متغیر «کار معنی‌دار» با «عزت نفس سازمانی» رابطه معنی‌داری دارد و مقدار ضریب همبستگی برابر با ۰/۵۵ است، بنابراین می‌توان گفت ۵۵ درصد از تغییرات متغیر کار معنی‌دار و عزت نفس سازمانی در سازمان مورد مطالعه از یکدیگر پیروی می‌کنند، در نتیجه با افزایش یک واحد متغیر کار معنی‌دار، متغیر عزت نفس سازمانی ۰/۵۵ واحد افزایش می‌یابد. براساس نتایج فرضیه  $H_2$ ، متغیر «همبستگی با دیگران» با «عزت نفس سازمانی» رابطه معنی‌دار دارد و ضریب همبستگی آن ۰/۶۲ است. بنابراین می‌توان گفت ۶۲ درصد از تغییرات متغیر همبستگی با دیگران و عزت نفس سازمانی در در



سازمان مورد مطالعه از یکدیگر پیروی می کنند و با افزایش یک واحد متغیر همبستگی با دیگران متغیر عزت نفس سازمانی ۰/۶۲ واحد افزایش می یابد. براساس نتایج آزمون فرضیه H۳، متغیر «همسویی با ارزش ها» با «عزت نفس سازمانی» رابطه معنی دار دارد و ضریب همبستگی آن ۰/۵۶۵ است. بنابراین می توان گفت تقریباً ۵۷ درصد از تغییرات متغیر همسویی با ارزش های سازمان و عزت نفس سازمانی در سازمان مورد مطالعه از یکدیگر پیروی می کنند و با افزایش یک واحد متغیر همسویی با ارزش های سازمانی متغیر عزت نفس سازمانی ۰/۵۶۵ واحد افزایش می یابد. براساس نتایج آزمون فرضیه کلی، «ابعاد معنویت در محیط کار» با «عزت نفس سازمانی» رابطه معنی دار دارد و ضریب همبستگی آن ۰/۶۴۹ است. بنابراین می توان گفت تقریباً ۶۵ درصد از تغییرات معنویت در محیط کار و عزت نفس سازمانی در سازمان مورد مطالعه از یکدیگر پیروی می کنند و با افزایش یک واحد معنویت در محیط کار متغیر عزت نفس سازمانی ۰/۶۴۹ واحد افزایش می یابد.

جدول ۶- نتایج آزمون فرضیه ها

نوع فرضیه	شرح	ضریب همبستگی	نتیجه آزمون
فرضیه کلی	ابعاد معنویت در محیط کار با عزت نفس سازمانی رابطه دارد.	۰.۶۴۹	تأیید فرضیه
فرضیه H۱	کارمندی دار با عزت نفس سازمانی رابطه دارد.	۰.۵۵۳	تأیید فرضیه
فرضیه H۲	همبستگی با دیگران با عزت نفس سازمانی رابطه دارد.	۰.۶۲۴	تأیید فرضیه
فرضیه H۳	همسویی با ارزش های سازمانی با عزت نفس سازمانی رابطه دارد.	۰.۵۶۵	تأیید فرضیه

در این تحقیق از تحلیل رگرسیون و آنالیز واریانس برای آزمون معنی دار بودن مدل استفاده شد. همان طور که در جدول (۷) مشاهده می شود ضریب تعیین ( $R^2$ ) رابطه متغیر کار معنی دار و عزت نفس سازمانی (۳۰/۶) است. یعنی متغیر کار معنی دار توانسته است ۳۰ درصد از واریانس متغیر

ملاک یعنی عزت نفس سازمانی را تبیین کند. همچنین ضریب تعیین ( $R^2$ ) رابطه متغیر حس همبستگی با دیگران و عزت نفس سازمانی ( $38/9$ ) است. یعنی متغیر همبستگی با دیگران توانسته  $38.9$  درصد از واریانس متغیر ملاک «عزت نفس سازمانی» را تبیین کند. ضریب تعیین ( $R^2$ ) رابطه متغیر همسویی با ارزش‌های سازمانی و عزت نفس سازمانی نیز ( $31/9$ ) است. یعنی  $31.9$  درصد از واریانس متغیر ملاک یعنی عزت نفس سازمانی توسط بعد سوم که همسویی با ارزش‌های سازمانی است، تبیین می‌شود. همچنین با توجه به پایین بودن سطح معنی داری تغییرات ( $F$ )، تمامی فرضیه‌ها تأیید و مدل ارائه شده پذیرفته می‌شود.

جدول ۷- تحلیل رگرسیون و آزمون تجزیه و تحلیل واریانس برای معنی‌دار بودن مدل

سطح معنی داری	F	میانگین مجذورات	df	مجموع مجذورات	خطای استاندارد	مجدور ضریب همبستگی اصلاح شده	$R^2$	R	
					۱.۱۰۴	۰.۳۰۱	۰.۳۰۶	۰.۵۵۳	کار معنی دار
۰.۰۰۰	۶۱.۳۷۵	۷۴.۸۲۴	۱	۷۴.۸۲۴					
		۱.۲۱۹	۱۳۹	۱۶۹.۴۵۹					باقی مانده
					۱.۰۳۶	۰.۳۸۵	۰.۳۸۹	۰.۶۲۴	همبستگی با دیگران
۰.۰۰۰	۸۸.۵۹۸	۹۵.۰۹۳	۱	۹۵.۰۹۳					
		۱.۰۷۳	۱۳۹	۱۴۹.۱۹۰					باقی مانده
					۱.۰۹۴	۰.۳۱۴	۰.۳۱۹	۰.۵۶۵	همسویی با ارزش‌ها
۰.۰۰۰	۶۵.۲۱۴	۷۸.۰۱۰	۱	۷۸.۰۱۰					
		۱.۱۹۶	۱۳۹	۱۶۶.۲۷۳					باقی مانده

همانطور که در جدول (۸) مشهود است، ضرایب رگرسیون (ضرایب بتا) به دست آمده در رابطه هر سه بعد معنویت در محیط کار (کار معنی دار، همبستگی با دیگران، و همسویی با ارزش‌های سازمانی) با عزت نفس سازمانی کارکنان در سازمان مورد مطالعه معنی دار است. ضرایب رگرسیون بیانگر شدت میزان پیش بینی ابعاد معنویت در افزایش عزت نفس سازمانی است. بر اساس نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها هر سه فرضیه مطرح شده در این تحقیق تأیید می‌شود بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که ابعاد معنویت در محیط کار (کار معنی دار، همبستگی با دیگران، و همسویی با ارزش‌های سازمانی) با عزت نفس سازمانی کارکنان در سازمان مورد مطالعه رابطه مثبت و معنی داری دارد.

جدول ۸- ضرایب رگرسیون محاسبه شده رابطه ابعاد معنویت در محیط کار با عزت نفس سازمانی

سطح معنی داری	t	ضرایب غیر استاندارد		متغیرها
		ضرایب استاندارد	خطای استاندارد	
۰.۰۰۰	۷.۱۲۱		۳.۶۱۵	مقدار ثابت
۰.۰۰۰	۷.۸۳۴	۰.۵۵۳	۰.۸۴۸	کار معنی دار
۰.۰۰۰	۸.۴۴۰		۳.۵۹۸	مقدار ثابت
۰.۰۰۰	۹.۴۱۳	۰.۶۲۴	۰.۷۸۲	همبستگی با دیگران
۰.۰۰۰	۱۲.۸۳۳		۴.۶۷۷	مقدار ثابت
۰.۰۰۰	۸.۰۷۶	۰.۵۶۵	۰.۵۶۲	همسویی با ارزش‌ها

### نتیجه گیری و پیشنهادها

این تحقیق به مطالعه و بررسی رابطه و میزان اثرگذاری سه بعد از مهمترین ابعاد معنویت در محیط کار (کار معنی دار، همبستگی با دیگران، و حس همسویی با ارزش‌های سازمانی) و عزت نفس سازمانی میان کارکنان سازمان جهاد کشاورزی استان گیلان پرداخت و برای یافتن پاسخی برای این پرسش که: «آیا بین ابعاد معنویت در محیط کار و عزت نفس سازمانی در جامعه هدف

رابطه معنی داری وجود دارد؟»، اجرا شد.

براساس نتایج آزمون فرضیه‌های تحقیق، رابطه مثبت بین معنویت در محیط کار و ابعاد آن با عزت نفس سازمانی کارکنان در سازمان مورد مطالعه تأیید می‌شود. ضریب همبستگی این رابطه (R) تقریباً ۰/۶۵، و ضریب تعیین آن ( $R^2$ ) ۰/۴۲ است. این بدین معنی است که ۴۲ درصد از تغییرات عزت نفس سازمانی را می‌توان با معنویت در محیط کار تبیین نمود. همچنین نتایج، گویای این است که از میان ابعاد معنویت در محیط کار، بعد احساس همبستگی با دیگران که بیانگر معنویت در سطح گروهی می‌باشد، نسبت به دو بعد دیگر دارای بیشترین سهم در تبیین واریانس متغیر ملاک (عزت نفس سازمانی) است. به‌طور کلی نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل آماری تمام فرضیه‌های تحقیق را تأیید می‌کند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که یکی از راه‌های تأثیرگذاری و ارتقای عزت نفس سازمانی در سازمان مورد مطالعه، ارتقای شاخص‌های معنویت در محیط کار است. نتایج این پژوهش با تحقیقات (میلیم و همکاران، ۲۰۰۳؛ شهباز، ۲۰۱۳؛ تاکاکی، ۲۰۱۴) کاملاً همسوست.

ارزش‌های معنوی افراد در محیط کار، منجر به رشد اعتماد به نفس، بردباری، صداقت، تعهد، اعتماد و خلاقیت بیشتر کارکنان می‌شود. این ارزش‌ها افراد را به مشارکت بیشتر در سازمان ترغیب می‌کند و باعث افزایش عزت نفس سازمانی در میان آنان می‌شود (مارچک و دیگران، ۲۰۰۹: ۳۹).

«احساس همبستگی با دیگران» که یکی از مهمترین ابعاد معنویت در محیط کار است؛ نقش مهمی در سلامت ذهن و روان افراد ایفا می‌کند. «احساس مفیدبودن» که یکی از مهم‌ترین شاخص‌های عزت نفس سازمانی محسوب می‌شود با احساس افسردگی در میان کارکنان رابطه منفی دارد (تاکاکی، ۲۰۱۴: ۱۵۹۵). در نتیجه هر قدر احساس همبستگی کارکنان در محیط کار بیشتر باشد، این عامل منجر به ارتقای سلامت و بهداشت روان در افراد و در نتیجه باعث افزایش عزت نفس سازمانی می‌شود. بنابراین انتظار می‌رود از طریق راهکارهایی همچون: تقویت روابط افراد در درون سازمان به گونه‌ای که آنها خود را عضوی از یک گروه احساس نمایند و سعی کنند

از همکارانشان حمایت و پشتیبانی نمایند؛ با ایجاد جو دوستانه در سازمان مبتنی بر همکاری به جای رقابت که منجر به کاهش استرس در میان کارکنان گردد؛ تشویق کارکنان به گفتگو و ایجاد ارتباط مثبت؛ ارزش‌گذاری به منافع ناشی از همکاری گروهی در برابر منافع فردی و همچنین دادن آزادی بیان به افراد برای ارائه نظرات و عقایدشان در چارچوب وظایف و اختیارات محوله می‌توان امیدوار بود که شاخص‌های احساس تعلق و همبستگی در میان کارکنان بهبود یافته و در نتیجه عزت نفس سازمانی آنان ارتقا یابد.

همچنین «تجربه کار معنی‌دار» و لذت‌بردن از کار نیز می‌تواند به بهبود شاخص‌های عزت نفس سازمانی همچون (مهم‌بودن و احساس کارآمدی) در کارکنان منجر گردد. برای نمونه انجام مشاغل ساده، تکراری و یکنواخت برای مدت طولانی می‌تواند به کاهش انگیزه و علاقه کارکنان به کار و در نهایت به احساس بی‌ارزشی و کسالت در میان آنان منجر شود. با اتخاذ راهکارهایی نظیر: سیاست‌های مناسب غنی‌سازی شغلی، چرخش شغلی، توانمندسازی کارکنان، ایجاد تناسب بین تخصص و مهارت‌های افراد با وظایف محوله به آنان می‌توان امیدوار بود که علاوه بر بالا بردن انگیزه کارکنان؛ آنها از انجام وظایف خود و بودن در محیط کار لذت بیشتری احساس کرده و انرژی بیشتری دریافت نمایند و در نتیجه شاخص‌های معنی‌داری کار در سازمان بهبود و به تبع آن عزت نفس سازمانی در کارکنان ارتقا یابد.

علاوه بر این اگر کارکنان احساس نمایند که سازمان نسبت به آنها و نیازهایشان توجه نشان داده و از زحماتی که آنها در جهت تحقق اهداف سازمان متحمل می‌شوند، قدردان است و احساس کنند که دارای جایگاه مهم و متفاوتی در سازمان هستند (که این دو شاخص از جمله مهم‌ترین مؤلفه‌های عزت نفس سازمانی است)، خود را بیشتر وقف سازمان می‌نمایند و با اهداف و رسالت‌های سازمان «همسویی» بیشتری از خود نشان می‌دهند. بنابراین سازمان‌ها باید سعی نمایند تا این حس را در کارکنان خود تقویت کنند که آنها برای سازمان مهم هستند و سازمان همواره نسبت به وضعیت ایمنی و سلامت و روحیه و شرایط زندگی کارکنان توجه کافی مبذول می‌دارد. اقداماتی همچون: رفع تبعیض در سازمان از طریق برقراری عدالت در آموزش، استخدام، تعدیل، نظام ارتقا، ترفیع و حقوق و دستمزد؛ توجه به زمان‌بندی کار و حجم کاری؛ واگذاری آزادی و اختیار عمل بیشتر به کارکنان؛ فراهم نمودن امکانات و تجهیزات ورزشی مناسب برای تأمین

وضعیت سلامت و همچنین توجه به وضعیت بیمه کارکنان، از جمله راهکارهایی است که می‌تواند منجر به ارتقای «حس همسویی کارکنان با ارزش‌های سازمان» شده و در نتیجه باعث افزایش عزت نفس سازمانی آنان شود.

## فهرست منابع

- سزیکاران، اسماعیل و امیری، عبدالرضا (۱۳۹۳)، بررسی عوامل مؤثر بر توانمندسازی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران (تهران)، *مجله مدیریت توسعه و تحول*، ۴۵-۵۶.
- صادقیان، فاطمه (۱۳۸۹)، بررسی رابطه بین عزت نفس با تعهد سازمانی و رضایت شغلی، *فصلنامه مشاوره شغلی و سازمانی*، (۴)، ۱۳۱-۱۱۵.
- فتاحی، مهدی؛ فرهنگی، علی اکبر و واثق، بهاره (۱۳۸۵)، «معنویت در محیط کار و نقش آن در بهبود رفتار شهروند سازمانی»، *مجله فرهنگ مدیریت*، (۴)، ۳۹-۲۳.
- گل وردی، مهدی؛ احدی شعار، مجید؛ ایرانی، حمیدرضا و جعفری، محمدباقر (۱۳۹۳)، بررسی رابطه معنویت در محیط کار براساس دیدگاه میلیمن و درگیر شدن در کار، *مدیریت فرهنگ سازمانی*، دوره ۱۱ ف ۴۱-۶۱.
- Ashmos, D. P. and Duchon, D. (2000). Spirituality at Work: a Conceptualization and measure, *Journal of Management Inquiry*, Vol. 9, No.2, pp. 134-45.
- Salarzehi, H., Aramesh, H., Mohammadi, M. (2011). Organizational spirituality and Its Impact on Consumption Model of Employees in Governmental Organization in Iran. *International Journal of Business and Management*, Vol. 6 No.1, PP. -
- Ariani, D.V. (2012). Linking the self-Esteem to organization Citizenship Behavior. *Business and Management Research*, Vol.1 No.2, pp.26-38.
- Banyhamdan, k., Harrim, H. and Al-Qutop, M. (2012). Transforming an Organization into a Spiritual : A Five Path way Integrated Frame work. *International Journal of Business and Management*, Vol. 7 No II, pp.74-86.
- Brockner, J. (1988) Self – Esteem at work: Research theory and practice, *Lexington, Mass: D.C. Health&Co.*
- Nasina, M.D. & Doris, K.P.P. (2011). The workplace Spirituality and Affective Commitment among Auditors in Big Four public Accounting Firm, *Journal of Global Management*, Vol. 2 No.1, pp.216-266.
- Elloy, D. and Patil, V. (2012). Exploring the Relationship between Organization-Based Self Esteem and Burnout, *International Journal of Business and Social Science*, Vol.3 No.9, pp.283-288.
- Fan, T.L. (2008). The Mediating Role of Organization –Based Self-Esteem in Training-Community Relationship. *Dissertation of Bachelor Degree*, Hong Kong Baptist University.
- Gibbons, P. (2001). Spirituality at work: A pre-Theoretical. overview, MSc. *Thesis- Birnbeck College, university of London, Aug.*
- Hong, Y.J. (2009). The Influence of Perceived Workplace Spirituality on Job Satisfaction, Intention to Leave, and Emotional Exhaustion among Community

- Mental Health Care Center. *Dissertation of Doctor of Philosophy*, University of Kansas.
- Korman, A.K. (1970) Toward a Hypothesis of Work Behavior, *Journal of Applied Psychology*, 54,31-41.
- krishnakumar, S. and Neck, C.P. (2002). The "what", "why" and "how" of spirituality in the workplace. *Journal of Managerial Psychology*, Vol. 17 No.3,pp.153-164.
- Marschke, E., Preziosi,R. , Harrington, W. (2009).Professionals and Executives Support A Relationship between Organizational Commitment and Spirituality in the Workplace. *Jornal of Business & Economics Research*, vol.7, n..8, pp. 33-48.
- Milliman,J. Czaplewski, A.J. and Ferguson, J. (2003).workplace Spirituality and employee work attitudes, An exploratory empirical assessment. *Journal of organizational change Management*, Vol.16 N. 4, pp.426-447.
- Mitroff, I. & Denton, E. (1999). A spiritual Audit of Corporate: A Hard Look at Spirituality, Religion, and Values in the workplace. *Jossey-Bass San Francisco.CA*.
- Ojedokun, O. (2008). Role of Perceived Fair Interpersonal Treatment and Organization-Based Self-Esteem in Innovative Work Behavior in Nigerian Bank. *Psychological Thought*, vol. 5(2), pp. 124-140.
- Pierce, L.J. and Gardner, D.G. (2004). Self-Esteem within the work and organizational context: A Review of the Organization – Based Self Esteem. *Journal of Management*, 30(5), pp.591-622.
- Pierce, J. L., D. G., Dunhum, R. B. & Cummings, L. L. (1993). The Moderation effect of organization-basedSelf-esteem on role condition- employee response relationship. *Academy of Management Journal*, pp. 271-288.
- Shahbaz,V.(2013). Role Ambiguity and employees organization based self esteem: Moderating effect of workplace spirituality. *International Conference on Business Management in Lahore, Pakistan*.
- Sulaiman, M. ; Bhatti, O.K. (2013) Workplace Deviance and Spirituality in Muslim Organization. *Asian Social Science*, vol.9, N.10, pp. 237-246
- Takaki, J. , Taniguchi, T. , Fajii, Y. .(2014). Validity , Reliability and Significance of Assessment of Sense of Contribution in the Workplace. *International Journal of EnvironmentalResearch and Public Health*. 1594-1609; doi:1003390/ijerph110201594