

فصل نامه علمی - پژوهشی مدیریت فرهنگ سازمانی

دوره یازدهم، شماره دوم، تابستان ۱۳۹۲

صفحات ۱۶۳ - ۱۸۸

معنویت سازمانی گامی مؤثر در جهت بهبود رفتارهای

شهروندی سازمانی (OCB) (مورد: شهرداری زاهدان)

غلامرضا طالقانی^۱، مصطفی محمدی^{۲*}، حسین رستمی^۳

۱. دانشیار گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران

۲. کارشناس ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه سیستان و بلوچستان

۳. کارشناس ارشد روانشناسی بالینی، گروه آموزشی روانشناسی، دانشگاه آزاد اردبیل

(تاریخ دریافت: ۹۱/۱۰/۱۸؛ تاریخ پذیرش: ۹۲/۲/۲)

چکیده

معنویت سازمانی از جمله دریچه‌های نوینی است که در حوزه رفتار سازمانی گشوده شده و می‌تواند مشتمل بر دیدگاه دینی باشد. معنویت می‌تواند مشتمل بر دیدگاه دینی باشد. در هر صورت از لحاظ تاریخی علاقه به معنویت ریشه در مذاهب و ادیان سنتی داشته است. از طرفی، رفتار شهروندی سازمانی شامل مجموعه‌ای از رفتارهای بصیرتی و اختیاری می‌باشد که موجب بهبود بهره‌وری سازمان می‌شود. هدف از پژوهش حاضر بررسی معناداری رابطه معنویت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی می‌باشد. روش تحقیق در این پژوهش، کاربردی و توصیفی/پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق کلیه کارکنان شهرداری زاهدان می‌باشند که از بین آن‌ها ۱۲۷ نفر به روش تصادفی ساده انتخاب شد. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه است، که داده‌های آن از طریق مدلسازی معادلات ساختاری تجزیه و تحلیل گردید. یافته‌های این پژوهش حاکی از آن است که رابطه معناداری بین معنویت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان وجود داشته و تمام مؤلفه‌های معنویت سازمانی در بروز رفتارهای شهروندی مؤثر هستند. از این میان، دینداری و معنویت فردی بیشترین همبستگی را با رفتار شهروندی سازمانی داشته است.

واژگان کلیدی

معنویت سازمانی، دین‌داری، رفتار شهروندی.

مقدمه

در چند دهه اخیر میزان مطالعات و تألیفات پیرامون معنویت در سازمان در حال رشد بوده است، با این حال این پژوهش‌ها دارای محدودیت‌هایی بوده‌اند. نخست، اینکه بسیاری از این تحقیقات توجه خود را فقط بر ارائه تعاریفی از این مفهوم معطوف داشته و به اثرات این متغیر بر نگرش‌های شغلی کارکنان اهمیت چندانی نداده‌اند. هرچند که تأکید بر معنویت کارکنان لازم به نظر می‌رسد، در عین حال ضروری است که پژوهش‌ها به سمت و سویی هدایت شوند که به شناخت ما از تأثیرات معنویت سازمانی بر نگرش‌های شغلی افراد کمک کند. دوم، اینکه تحقیقاتی که با موضوع نگرش‌های شغلی و رفتارهای سازمانی سر و کار داشته‌اند، به طور ساده، فرض کرده‌اند که معنویت در محیط کار همواره با اثرات مثبتی همراه بوده است، در حالی که این اثرات و روابط را به شکل رسمی و کاربردی مورد آزمون قرار نداده‌اند. در این مقاله قصد آن داریم که رابطه بین معنویت سازمانی با رفتارهای شهروندی سازمانی را مورد آزمون قرار دهیم. اعتقاد بر این است که معنویت سازمانی به طور غیرمستقیم و به واسطه اثرگذاری بر نگرش‌های شغلی کارکنان موجب بهبود رفتار شهروندی سازمانی آنان می‌شود. یافته‌ها نشان می‌دهد که رابطه معناداری بین معنویت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان وجود دارد.

دین و معنویت که به طور طبیعی یک تابو قلمداد می‌شد، به یکباره به صورت موضوعی درآمده است به گونه‌ای که کارکنان معنا و مفهوم بیشتری از شغل خویش جستجو می‌کنند و رهبران کسب و کار مسئولیت اجتماعی بیشتری را دنبال کرده و روش‌های تازه‌ای برای تشویق و برانگیختن کارکنان جستجو می‌کنند. چنین به نظر می‌رسد که این نهضت واکنشی به استثمار سازمانی دهه ۱۹۸۰ باشد. بنا به اعتقاد یکی از صاحب‌نظران در این زمینه، جنبش معنویت بعد از دهه ۱۹۸۰ اوج گرفت، چرا که سازمان‌ها در این دهه به دنبال کسب سود بودند در حالیکه به ارزش‌های انسانی اهمیت داده نمی‌شد و کارکنان از این وضع راضی نبودند (Claude & Zamor, 2003, p.355). سازمان‌ها و مدیران آن‌ها در ممالک غربی و همچنین، در ژاپن به تازگی به معنویت

و ارزش‌های معنوی در محیط کسب و کار علاقه پیدا کرده‌اند. تعدادی از اندیشمندان سازمانی به برانگیختن سازمان‌ها و اعضای آن در جهت عطف توجه به معنویت و ارزش‌های معنوی پرداخته‌اند (Biberman & Whitty, 1997, p.131). می‌توان گفت که معنویت حلقه گمشده عصر حاضر است و بسیاری از اندیشمندان و فلاسفه روزگار ما برای یافتن و برگرداندن آن راه‌های فراوانی پیشنهاد کرده‌اند (احمدزاده، ۱۳۸۴، ص ۸).

مفهوم معنویت در فرهنگ‌های مختلف به صورت‌های متفاوتی دیده می‌شود. برخی‌ها بر این عقیده هستند که وجود و ذات انسانی معنوی است. با این حال معنویت را می‌توان در ارتباط با انسانیت، نیکی و ارزش‌های جمعی نگریست. انسان‌ها می‌توانند معنوی یا غیرمعنوی باشند. در حالت معنوی فرد به قدرت باطنی خود آگاهی داشته و قادر به تعامل و ایجاد ارتباط با دنیای بیرونی خود خواهد بود (Sefa Dei, 2002, pp.338-340).

اگرچه کتاب‌ها و نشریات متعددی حول موضوع معنویت در دهه‌های اخیر به چاپ رسیده است، ولی خیلی سخت به نظر می‌رسد که بتوان تعاریف مشترکی برای معنویت پیدا کرد. نویسندگان واژه‌های معنویت (Spirituality)، معنوی (Spiritual) و روح/روحیه (Spirit) را به شیوه‌های متفاوتی بکار گرفته‌اند. یکی از این طبقه‌بندی‌ها به صورت زیر است:

روح/روحیه: روح و روحیه در یک فرهنگ و سازمان یا یک گروه کاری به این صورت مشخص می‌شود که گفته شود این گروه با روحیه است، یا اینکه روحیه کارکنان در این سازمان قوی است.

واژه معنوی، معمولاً، در ارتباط با احساسات یا رفتارها و نگرش‌های یک فرد به کار گرفته می‌شود. به عنوان مثال، می‌توان گفت معنوی بودن مترادف است با گشاده‌رو بودن، جود و بخشش، شفقت و مهربانی یا هر آن چیزی که در رفتار فرد به عنوان "پاکدامنی" یا "نیکی" قلمداد می‌کنیم که اغلب همراه با خوش خلقی و پرهیز از گزافه‌گویی است.

معنویت می‌تواند به صورت تأکید و توجه به منشأ و خاستگاه معنوی باشد، نه توجه به نتایج و علایم معنوی. در این حالت معنویت می‌بایست توأم با درک فردی از خدای متعال، ربوبیت، تعالی

یافتن و فراتر از آن روحانیت باشد (Tischler et al., 2002, pp.206-207).

معنویت در مفهوم جدید معانی متفاوتی برای افراد مختلف تداعی می‌کند. از یک طرف، برای بسیاری از افراد معنویت عبارت از یک کنکاش برای جستجوی حقیقت در زندگی خود و ارتباط خویش با یک قدرت متعالی است که اغلب از آن به عنوان پروردگار یاد می‌کنیم. این مفهوم برای مدیران و کارکنان مذهبی به معنای اطاعت از خدا و کتب آسمانی اوست. از سوی دیگر، این واژه برای دیگر افراد دارای معانی بسیاری است که دستاورد جنبش معنوی در عصر جدید محسوب می‌شود. در این حالت معنویت چیزی بیش از تجلی احساسات و عواطف بوده و عبارت از بصیرتی نو نسبت به زندگی می‌باشد (Cavangah, 1999, p.189).

در مجموع، معانی موجود از معنویت شامل ابعاد و مشخصه‌های مختلفی هستند. این ابعاد عبارتند از چهارچوب وجودی یا نظم هستی در عالم، جنبه وجودی و ذاتی انسان، معنا و هدف در زندگی، رابطه متقابل افراد معنوی با دیگران و با یک قدرت متعالی‌تر، عقاید و ارزش‌های مربوط به زندگی و حقوق بشری و در نهایت، تعالی یافتن انسان‌ها (Doster et al., 2002, p.69). کویل^۱ معنویت را در سه قسم طبقه‌بندی می‌کند: معنویت به عنوان تعهد دینی، معنویت به عنوان رفتاری که به واسطه اصول و ارزش‌های خاصی هدایت می‌گردد و در نهایت، معنویت به عنوان چگونگی تعالی درون فردی و فرافردی انسان (Long & Mills, 2010, pp.326-327). اشموس و دوچون (۲۰۰۰) این متغیر را به عنوان ادراک بعدی از حیات باطنی کارکنان قلمداد می‌کنند که به واسطه انجام کارهای بامعنا قابل پرورش می‌باشد (Ashmos & Duchon, 2000, pp.134-145). معنویت در سازمان عبارت است از تسهیلات سازمانی در جهت تجربه معنویت کارکنان از کار خویش و احساس معنوی کارمند به واسطه شغلی که انجام می‌دهد (Shankar Pawar, 2009, p.760).

مروری بر ادبیات تحقیق

معنویت در سازمان

موضوع معنویت اعتبار فزاینده‌ای در مطالعات سازمانی کسب کرده است. افرادی مثل ساندلندز^۱ دیدگاهی متعصبانه نسبت به معنویت سازمانی داشته و ادعا می‌کنند که تمام تئوری‌های سازمانی تئوری معنویت سازمانی محسوب می‌شوند. تأمین نیازهای معنوی در محیط کار بستگی به کاربرد اصول مبتنی بر معنویات، اخلاق و ارزش‌هایی دارد که به نوبه خود، این اصول در تصمیمات و اقدامات افراد متجلی می‌شوند (Cunha et al, 2003, p.5). معنویت در محیط کار عبارت است از تلاش‌های یک فرد برای یافتن هدف در زندگی، تعلق و همبستگی با همکاران و دیگر افراد در محل کار و هماهنگی و همسو بودن با ارزش‌ها و اهداف سازمان. این نکته شایان ذکر است که معنویت در محیط کار می‌تواند مشتمل بر دیدگاه معنوی باشد یا اینگونه نباشد. در هر صورت، از لحاظ تاریخی علاقه به معنویت ریشه در ادیان و مذاهب سنتی داشته است. با این حال امروزه برای برخی افراد معنویت در سازمان به دین خاصی وابسته نبوده و بر ارزش‌ها و دیدگاه‌های فردی استوار است (Milliman et al, 2003, p.427). در مجموع، ابعادی که از سوی صاحب‌نظران معنویت برای این متغیر مشخص گردیده است، عبارتند از: کار بامعنا؛ احساس همبستگی و تعلق؛ همسویی و انطباق با اهداف سازمان؛ و گرایش دینی (دینداری).

۱. کار بامعنا: یک جنبه مهم و اساسی از معنویت در محیط کسب و کار را برخورداری یک فرد از احساسی عمیق راجع به معنا و هدف در شغل تشکیل می‌دهد. این بعد از معنویت سازمانی نشان می‌دهد که کارکنان چگونه با کارهای روزمره خود تعامل ایجاد می‌کنند. این فرض در مورد معنویت سازمانی وجود دارد که هرکس در سازمان دارای این انگیزه و امید است که در کارهایی مشغول باشد که معنایی وسیع به زندگی او و دیگران اعطا کند (Ashmos & Duchon, 2000, p.136; Milliman et al, 2003, p.429). جستجوی هدف در کار نظریه تازه‌ای نیست؛ دیدگاه

معنویت نیز بر این مبناست که کار فقط ابزاری برای جذابیت و چالش نیست، بلکه در واقع تلاشی برای جستجوی هدف و معنایی عمیق، حقیقت یافتن رویاهای فرد، نحوه برآوردن نیازهای زندگی باطنی از طریق جستجوی کار با معنا و یاری کردن به دیگران است (Milliman et al., 2003, p.429). میتروف و دنتون (۱۹۹۹) سازمان‌های معنوی را آن دسته از سازمان‌هایی توصیف می‌کنند که اعضا در آن پر انرژی، بارو حیه، امیدوار و چابک و آماده برای پذیرش تغییرات سازمانی هستند (Mitroff & Denton, 1999, pp.69-70).

افراد مشغول به کار در سازمان دائماً در جستجوی معنا و مفهومی از شغل خویش هستند. این نیازها هنگامی بروز کرده و عمیق‌تر می‌شوند که یک پارادایم معنوی تمایلات همه ذی‌نفعان را مورد توجه قرار دهد. پرورش واقعی انسانی در یک سازمان سرزنده و بارو ح واقعیت پیدا می‌کند. سازمان کاری پست مدرن می‌تواند معناداری و هدفمندی در کار را بدون در نظر گرفتن عامل انسانی متحول سازد (Biberman & Whitty, 1997, p.131). نک و میلیمن (۱۹۹۴) از پیشکسوتان حوزه معنویت سازمانی مهمترین و اصلی‌ترین بعد معنویت را معنادار بودن شغل فرد ذکر می‌کنند به گونه‌ای که شمار بیشتری از کارکنان در سازمان درصدد دستیابی به آن هستند. در واقع، یک نقطه فلسفی بیان می‌دارد که کار یکی از روش‌های عمیق برای درک و تجربه وجود خداوند در عالم هستی یعنی ادراک معنویت می‌باشد (Neck & Milliman, 1994, p.10).

۲. احساس تعلق و همبستگی در سازمان: احساس همبستگی در کار مبتنی بر این عقیده است که افراد خود را وابسته به یکدیگر می‌دانند و برخی انواع روابط بین خود درونی آنان و خود باطنی دیگران وجود دارد. نیل و بنت (Neal & Bennet, 2000, pp.1-2) خاطر نشان می‌کنند که این سطح از معنویت پیوندهای عاطفی، معنوی و روحی را در بر می‌گیرد که گروه‌های سازمانی بر اساس آن شکل می‌گیرند. اهمیت تعلق و همبستگی در این است که این مؤلفه در بردارنده یک احساس قویتر از رابطه میان افراد در قالب حمایت و پشتیبانی، آزادی بیان و مراقبت عمومی است. سازمان‌های چندی وجود دارند که یک فرهنگ سازمانی را توسعه می‌دهند که بر احساس تعلق میان کارکنان تأکید و توجه دارد (Milliman et al., 2003, p.429). نظریه‌های مدیریت علمی تیلور و

بروکراسی و بر نوعی از تخصص‌گرایی را تجویز می‌کردند که به حس جدایی کارکنان از کار خویش منجر می‌شد، ولی اکنون محیط‌های کاری به عنوان اجتماع و پیوندی از نوع خود شناخته می‌شوند (Ashmos & Duchon, 2000, p.135).

۳. همسویی با ارزش‌های سازمانی: سومین بعد معنویت سازمانی زمانی صورت می‌گیرد که افراد سازمانی یک حس قوی از همسویی ارزش‌های فردی با اهداف و مأموریت‌های سازمان داشته باشند. این مؤلفه از معنویت سازمانی عبارت است از تعامل کارکنان با اهداف سازمانی بزرگتر. همسویی با ارزش‌های سازمان بر این منطق استوار است که اهداف جمعی بزرگتر و مهمتر از اهداف فردی بوده و هرکس باید در قبال دیگران و نسبت به جامعه مساعدت و همکاری به عمل آورد. همسویی، همچنین، به این معنی است که کارکنان بر این باورند که مدیران و همکاران در سازمان ارزش‌های شایسته‌ای دارند، از وجدان برخوردار هستند و به رفاه کارکنان و به رفاه جامعه اهمیت و بها می‌دهند (Ashmos & Duchon, 2000, p.37).

۴- دین‌داری: خداشناسی و خداگرایی از صفات برجسته ذاتی انسان است و جوهر معنویت نیز خدا و شناخت و شهود او در مرتبه اعلی خواهد بود. معنویت منهای خدا نه معنا دارند و نه قابل حصول. به تعبیر استاد شهید مطهری «از نظر قرآن، معنویت پایه تکامل است» و به قول علامه طباطبائی سیر باطنی و حیات معنوی انسان یک رشته واقعیت‌های حقیقی بیرون از واقعیت طبیعت و جهان مادی است... قرآن کریم در کمال صراحت ایمان مذهبی را نوعی هماهنگی با دستگاه آفرینش خوانده است. معنویت ریشه‌ریهایی انسان از خودخواهی‌ها، دنیاگرایی و سودجویی خواهد بود. «... در ادبیات عرفانی معنویت را در رهایی از مملوکیت نسبت به اشیا دانسته‌اند، نه در رهایی اشیا از مملوکیت نسبت به انسان». مؤلفه‌های معنویت‌گرایی از منظر قرآن کریم عبارت است از عقل‌گرایی و خردورزی، اعتدال و توازن، و معبودیت‌گرایی (رودگر، ۱۳۸۸، ص ۵-۱).

مفهوم خدا در سازمان‌های امروزی نمود بیشتری پیدا کرده است. میتروف و دنتون^۱ (۱۹۹۹) با

تکیه بر مطالعات خود چنین ادعا می‌کنند که «... مالک اصلی در سازمان‌های دین مدار خداست و هم اوست که که مافوق مافوق‌هاست، صاحب اختیار و رأس سلسله مراتب [کائنات] است.» کتب منتشر شده در زمینه کسب و کار، مالکیت و صاحب اختیاری خداوند را در عناوین خود تبیین کرده‌اند (Schwartz, 2006, p.292). معنویت یک ایمان و اعتقاد واقعی است که عالیترین قدرت، نیرویی است که انسان را فرا می‌خواند و همین نیروست که جهان درونی فرد را اداره می‌کند. یک هدف غایی برای همه موجودات و همه انسان‌ها وجود دارد... به حقیقت قدرت برتری وجود دارد که خالق نظام هستی بوده و موجد نظم جهان است... بنابراین، خداوند همان قدرت عالی (واجب-الوجوب) عالم هستی است. خدای متعال نه تنها قدرت برتر عالم است بلکه در تمام مکان‌های عالم نیز حی و حاضر است (Mitroff, 2003, pp.379-380). افراد مشغول به کار غالباً به معنویت به مثابه وسیله‌ای برای افزایش کمال، انگیزش و رضایت شغلی نگاه می‌کنند. دین و مذهب نیز به معنویت غنا و استمرار می‌بخشد، هرچند که ممکن است افراد را از همدیگر تمییز دهند. توان معنویت در تشویق عادات نیک اخلاقی معیاری مناسب برای آزمون تأثیر معنویت در کسب و کار فراهم می‌آورد. بسیاری از مدیران در کسب و کارهای موفق، معنویتی از خود به نمایش می‌گذارند که موجب توسعه عادات نیک اخلاقی آنان می‌شود (Cavangah & Bandsuch, 2002, pp.109-110). مقیاس‌هایی که برای سنجش معنویت پژوهش‌های مربوطه بکار برده شده، در مبانی نظری باهم فرق داشته و برای اندازه‌گیری مواردی چون نگرش‌های دینی / معنوی، باورها، رفتارها و رسیدن به سعادت دینی طراحی شده‌اند (Hyman & Handal, 2006, p.265).

هرچند که معنویت با مذهبی بودن و گرایش‌های دینی تفاوت پیدا کرده است، اما د شامل مؤلفه‌هایی می‌شود که ریشه در دین و مذاهب دارند. بنابراین، تعاریف جدید از معنویت محدودتر و کم‌دامنه‌تر شده است (Zinnbauer, 1997, pp.550-551). دین برای بسیاری از افراد ریشه معنویت به حساب آمده و با آن تنیده شده است. به علاوه، دین می‌تواند به معنویت نظم و غنا ببخشد و از این رو می‌تواند آن را پایدار و متناسب سازد. معنویت مزایای ویژه‌ای از قبیل تعاون و تشریک مساعی، انگیزش و بهره‌وری برای سازمان دارد (Cavangah & Bandsuch, 2002, pp.109-110).

پیامدهای معنویت

علاقه روزافزون به معنویت در محیط کاری سبب توسعه پارادایم جدیدی در علوم سازمانی شده است. مبانی تئوریک فرآوانی در مورد نحوه ارتقای بهره‌وری و عملکرد سازمانی به واسطه معنویت سازمانی، بیانگر تأثیر مثبت و معنادار از جانب این متغیر است. در سطح فردی، منافع حاصل از فرهنگ معنوی شامل سلامت جسمی و روانی کارکنان، رشد فردی حاصل از چیزی فراتر از خود و احساس ارزش و بها در خود خواهد بود (Jurkiewicz & Giacalone, 2004, p.129). افرادی که مطابق پارادایم معنویت عمل می‌کنند، مشتاق تغییر خواهند بود، در کار و زندگی خود احساس هدفمندی داشته و از ارتباط خود با کل جهان هستی آگاهی دارند و شناختی درونی از معنویت خود خواهند داشت (Biberman & Whitty, 1997, p.131). معنویت سبب می‌شود تا فرد به سطح بالایی از آگاهی دست یافته و در نتیجه، توانایی‌های شهودی خود را ارتقا بخشد. این شهود، به نوبه خود، هدایتگری ارزشمند و مهارتی مدیریتی تلقی می‌شود که به بهره‌وری فرد و سازمان می‌انجامد (Neck & Milliman, 1994, pp.10-11). کارکنانی که شدیداً به دنبال حفظ ارزش‌های سازمانی هستند به احتمال زیاد احساس مسئولیت فردی بالایی در قبال موفقیت و یا شکست سازمان خواهند داشت. دیدگاه معنوی روشن با برآورده نمودن منافع فردی، پیوند محکمی بین کارکنان و سازمان فراهم می‌سازد. در نتیجه، انگیزه، کار تیمی و تعهد نسبت به اهداف سازمانی را افزایش می‌دهد (Milliman, 1994, pp.9-11). با بهبود و تقویت جو معنوی در سازمان مدیران می‌توانند تعهد سازمانی و به دنبال آن، عملکرد فردی و سازمانی را ارتقا دهند. احتمالاً، این امر به این خاطر صورت می‌گیرد که افراد با حس امنیت روانی چنین احساس می‌کنند که به وجود آن‌ها ارزش و بها داده شده و شایسته رفتاری محترمانه هستند، در چنین شرایطی اعضای سازمان احساس هدفمندی، اعتماد به نفس و حس تعلق و رضایتمندی خواهند داشت (Rego, 2008, P.53). معنویت سازمانی رابطه مثبتی با ابعاد توسعه سازمانی (OD) دارد. هدف از معنویت در کار این است که فرد به نهایت قابلیت بالقوه خود برسد. نتیجه، اینکه معنویت سازمانی با بعد توسعه فردی توسعه سازمانی مرتبط می‌شود. همچنین، نقش معنویت در افزایش اثربخشی سازمانی ارتباط

این متغیر با بعد دیگری از توسعه سازمانی را تبیین می‌کند. بر مبنای کار فری^۱ (۲۰۰۳) معنویت در محیط کار مرحله‌ای از تغییر سازمانی است و از این رو رابطه مستقیمی با بعد تغییر سازمانی OD دارد (Pawar, 2009, p.760).

رفتار شهروندی سازمانی

بیش از ۶۵ سال مطالعات سازمان و مدیریت به انواع رفتار سازمانی کارکنان گرایش داشته‌اند. در سال ۱۹۳۸ چستر بارنارد سازمان‌های اثربخش را به مثابه سیستم‌هایی توصیف می‌کند که افراد برای نیل به اهداف سازمانی همکاری می‌کنند. انواع سازمانی رفتارها و نگرش‌ها تحت عناوین مختلفی همچون "میل به همکاری"، وفاداری سازمانی، تعهد سازمانی، رفتارهای فرانقشی از قبیل رفتار شهروندی سازمانی و رفتار سازمانی اجتماعی تبیین شده‌اند. در این میان، رفتار شهروندی سازمانی^۲ (OCB) بیشترین مطالعات را به خود اختصاص داده است. OCB متشکل از آن دسته از رفتارهای کارکنان است که تأثیری مثبت بر عملکرد سازمان دارد؛ ولی این رفتارها به واسطه قرارداد استخدامی حمایت نمی‌شوند. با اینکه علاقه‌مندی به چنین نوع رفتارهایی در طی سالیان طولانی به وجود آمده، ولی هم اکنون مباحثی پیرامون زمینه، علایم و اثرات احتمالی OCB مطرح شده است. محور اصلی پژوهش‌ها روی رفتارهای شهروندی سازمانی به عنوان خصوصیات فردی کارکنان بوده و در پی توصیف این موضوع هستند که چرا برخی کارکنان بیشتر از سایرین رفتار شهروندی از خود نشان می‌دهند (Koster & Sanders, 2006, p.520).

رفتار شهروندی سازمانی عبارت است از رفتارهای بصیرتی و اختیاری، که به اثربخشی سازمان کمک می‌کند ولی صریحاً از جانب سازمان پاداشی دریافت نمی‌کند (Organ, 1988). نمونه‌هایی از رفتارهای شهروندی عبارتند از کمک به همکاران، کمک به پیشبرد سازمان فراتر از کار خویش، داوطلب شدن برای فعالیت‌های خارج از شغل (Organ & Ryan, 1995, p.776). این رفتارها در

-
1. Fry
 2. Organizational Citizenship Behavior

تعریف اولیه اورگان (۱۹۸۸) از OCB نیز طبقه‌بندی شده‌اند، که طی آن کارکنان این رفتارها را به مثال یک "سرباز خوب" به نمایش می‌گذارند. شهروندان خوب از نظر بولینو و ترنلی (۲۰۰۳) شامل مجموعه‌ای از رفتارهای کارکنان از قبیل انجام وظایف اضافی، همکاری داوطلبانه با دیگران در انجام کار، پیروی از قوانین سازمانی، حتی در مواقعی که هیچکس مراقب نباشد، کمک به ارتقای تصویر بیرونی سازمان، احراز نگرش مثبت نسبت به سازمان و تحمل شرایط ناگوار محیط کاری می‌باشد (Korkmaz & Arpaci, 2009, p.2432).

زمانی که OCB توسط اسمیت و دیگران (۱۹۸۳) و بتمن و اورگان (۱۹۸۳) معرفی و مطرح شد، تمایزی بین دو بعد از رفتارهای کارکنان وجود داشت: الف- اطاعت^۱ عام (عمل به گونه‌ای که یک کارمند خوب باید به آن شکل عمل کند) و ب- نوع دوستی (کمک ویژه به دیگران). بعد از معرفی، محتوای این موضوع تحت تغییراتی قرار گرفت. اورگان (۱۹۸۸) پنج بعد برای رفتار شهروندی قائل شده است:

نوع دوستی^۲: کمک و مساعدت ویژه با دیگران؛ نوع دوستی به کمک دیگران از جمله حمایت و راهنمایی همکاران تازه وارد اطلاق می‌گردد.

رفتار مدنی^۳: درگیری با مسائل مهم در سازمان

وظیفه شناسی^۴: هنجار نوع دوستی

ادب و ملاحظه^۵: ارائه مشاوره قبل از اقدام به دیگران

رادمردی و گذشت^۶: عدم گله و شکایت در برابر مسائل جزئی

در سال‌های اخیر نیز تغییراتی در ابعاد OCB به وجود آمده است. بر مبنای نظریه

-
1. Compliance
 2. Altruism
 3. Civic virtue
 4. Conscientiousness
 5. Courtesy
 6. Sportsmanship

اورگان (۱۹۹۷)، OCB از سه بعد تشکیل یافته است: همکاری و مساعدت، رادمردی و وظیفه شناسی. سایر نظریه پردازان OCB نیز سعی بر تبیین ابعاد آن داشته‌اند. این تکثر در ابعاد رفتار شهروندی، موجب بروز مشکلاتی در عناصر و مؤلفه‌های دقیق تشکیل دهنده ابعاد OCB شده است (Podsakoff et al., 2000, p.516). آخرین دسته‌بندی از رفتارهای شهروندی که توسط صاحب نظران اصلی این موضوع یعنی اورگان، پودساکوف و مک‌کینزی (۲۰۰۶) ارائه شده به شرح ذیل است:

رفتارهای کمک کننده: نوع دوستی در محل کار، تلاش‌های داوطلبانه در جهت کمک به سایر کارکنان، حمایت و تشویق افراد دیگر، تلاش برای اجتناب از تعارضات میان فردی، ارتقاء همکاری میان کارکنان، کمک به سایرین به خاطر عدم حضور یا حجم کاری زیاد، حمایت فنی از همکاران یا مشتریان و ...

جوانمردی: تحمّل رفتارهای همکاران و زحمات و سختی‌های سازمان، پذیرش مشکلات مرتبط با شغل بدون گله و شکایت، نگرش مثبت نسبت به سازمان و ...

وفاداری سازمانی: حمایت از اهداف سازمانی؛ دفاع از تصویر سازمان در نظر ذی‌نفعان؛ ارائه تصویر مثبت از سازمان به گروه‌های مختلف؛ تلاش برای ارتقاء شهرت و اعتبار سازمان.

اطاعت سازمانی: پذیرش و تبعیت از قوانین صریح یا ضمنی سازمان؛ اطاعت از خطوط تعیین شده؛ وقت شناسی، پیروی از ارزش‌های سازمان و ...

ابتکار فردی: ابراز ایده‌ها و نظرات؛ طرح پیشنهادات سازنده؛ تسهیم دانش و اطلاعات برای ارتقاء عملکرد؛ زیر سؤال بردن وضع موجود و ناکارایی روش‌های مدیریتی و ...

توسعه خود: رفتارهای داوطلبانه در جهت گسترش دانش، مهارت و توانایی‌هایی که به عملکرد بهتر سازمان کمک می‌کند (Bairol, 2009, p.224).

این موضوع مورد تأیید است که OCB اثربخشی سازمان را بهبود می‌بخشد. در واقع، این رفتارها می‌تواند عامل کلیدی در ثبات سازمان و تضمین بقای آن در محیطی با عدم اطمینان و تغییرات سریع باشد (Koch & Dixon, 2007, p.514). اگرچه بسیاری از تلاش‌های پژوهشی پیشین

بر عوامل ایجاد کننده رفتارهای شهروندی توجه داشته‌اند، ولی اکثر تحقیقات اخیر توجه روزافزونی را بر پیامدهای حاصل از OCB معطوف داشته‌اند. به ویژه، اینکه تحقیقات اخیر به دو مسئله تأکید دارند: الف- تأثیر رفتارهای شهروندی بر ارزیابی عملکرد توسط مدیران و اقدام به صورت افزایش در حقوق، ارتقا و غیره؛ ب- اثرات رفتار شهروندی بر موفقیت و عملکرد سازمان. برخی از نتایج مثبت رفتارهای شهروندی در سازمان شامل موارد زیر است:

فرهنگ سازمانی که مشوق رفتارهای شهروندی باشد، محرکی برای هماهنگی فعالیت‌های تسهیم دانش در سازمان فراهم می‌کند. تسهیم اطلاعات در سازمان تحت تأثیر رفتارهای شهروندی قرار دارد (Peng Lin, 2008, p.241).

بهبود رفتارهای شهروندی از طریق سطوح بالای رفتارهای اخلاقی به صورت عملی به ارتقای عملکرد سازمانی می‌انجامد. رفتارهای شهروندی رابطه مستقیمی با اثربخشی سازمان و بهبود عملکرد آن دارد (Chiaburu & Baker, 2006, pp.620-621).

کاسترو و همکارانش (۲۰۰۴) دو دلیل اساسی برای تأیید رابطه مثبت بین OCB و کیفیت خدمات بیان می‌کنند، نخست اینکه رفتارهای شهروندی می‌تواند اثری مستقیم بر درک کیفیت خدمات داشته باشد که از تعامل کارمند با مشتری ناشی می‌شود. دوم، اینکه تأثیر بسیار مثبت به واسطه عوامل داخلی سازمان از قبیل محیط کاری، جوّ مشتری مداری و ثبات رویه خدمات صورت می‌گیرد (Castro et al., 2004, pp.28-29).

رفتارهای شهروندی به طور مستقیم و غیرمستقیم به درک کیفیت خدمات کمک می‌کند. در واقع، کارکنانی که از خود رفتارهای شهروندی به نمایش می‌گذارند، قادر به ارائه خدمات کیفی‌تر هستند به این خاطر که آن‌ها سعی بر این دارند که بهترین مساعدت را با مشتریان داشته باشند (Netemeyer et al., 1997, p.47, Castro et al., 2004, p. 29).

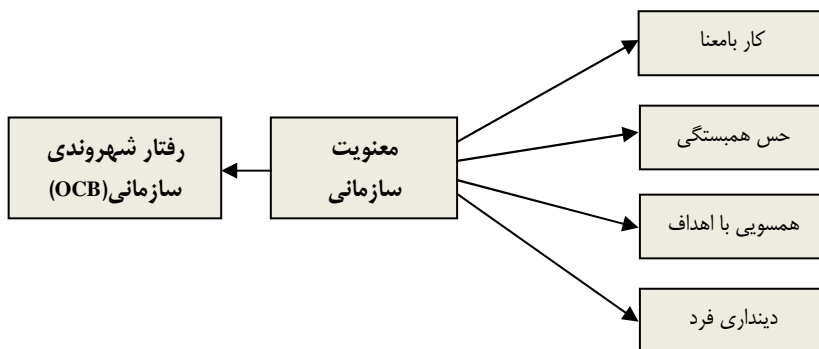
رفتارهای شهروندی سازمانی عملکرد و پذیرش تغییر در فرایندهای کاری را بهبود می‌بخشد و اطاعت کارکنان در وظایف جدید، تبادل اطلاعات و تسهیم دانش و همچنین، قبول محدودیت‌های مربوط به جلوگیری از آلودگی و همکاری با خدمات فنی جهت فرایندهای پاک را شامل می‌شود.

از طرف دیگر، رفتارهای شهروندی عملیات روزانه سازمان را تسهیل کرده و به مثابه یک تسهیلگر اجتماعی همکاری و تعاون دوجانبه را در سازمان تشویق می‌کند (Organ et al., 2006, p.3).

رفتارهای شهروندی به نتایج مفیدی برای مدیریت منابع انسانی و جوّ کاری از جمله انگیزش کارکنان، احساس تعلق و مباحث نسبت به جامعه سازمانی، همسویی با اهداف سازمانی و جذب کارکنان بهتر می‌انجامد. در مجموع، رفتار شهروندی محیط اجتماعی را بهبود داده و شرایط مورد نیاز را برای ابتکار عمل و ایفای وظایف فراهم می‌کند (Boiral, 2009, p.222).

پژوهش‌ها نشان می‌دهد که رضایت مشتری تحت تأثیر مستقیم رفتارهای سازمانی کارکنان قرار دارد. وجدان کاری و تواضع کارکنان سبب رضایتمندی ارباب رجوع می‌شود. کارکنان با وجدان و وظیفه شناس در پی به روز نمودن دانش و اطلاعات خود از کالاها و خدمات سازمانی هستند. کارکنان مؤدب و متواضع هم دیگران را از هرگونه تغییر در محصول یا خدمت آگاه می‌سازند. کارکنان وظیفه شناس که بر طبق برنامه کاری انجام وظیفه می‌کنند، اعتبار خدمات سازمان را افزایش می‌دهند. چنین اعتبار و اطمینانی به حفظ مشتری منجر شده و بازاریابی ضمنی را ارتقا می‌بخشد. در نهایت، اینکه اقدام مبتنی بر رفتار مدنی، کیفیت خدمات مشتری را تحت تأثیر قرار می‌دهد (Yen & Niehoff, 2004, p.1618).

با توجه به مطالب بیان شده و همچنین بر مبنای یافته‌های به دست آمده در این زمینه، پژوهش حاضر در پی تبیین اثرات معنویت سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی می‌باشد. تحقیق حاضر درصدد توسعه مطالعات میلیمن و دیگران (۲۰۰۳)، اشموس و دوچون (۲۰۰۰)، پاوار (۲۰۰۹) و سایرین می‌باشد که بیان داشتند معنویت سازمانی به طور غیرمستقیم و به واسطه اثرگذاری بر نگرش‌های شغلی کارکنان از جمله رضایت شغلی، تعهد سازمانی و عجزین شدن با شغل بر رفتارهای شهروندی سازمانی کارکنان تأثیر می‌گذارد. از این رو، فرض اصلی تحقیق عبارت است از اینکه معنویت سازمانی بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان مؤثر است؛ با توجه به مطالب مذکور و بر مبنای چهارچوب مفهومی زیر، فرضیه‌های تحقیق نیز عبارتند از:



شکل ۱: چارچوب مفهومی تحقیق

- ۱: معنا داشتن کار برای افراد بر رفتار شهروندی سازمانی آنان مؤثر است.
- ۲: حس تعلق و همبستگی در سازمان بر بروز رفتارهای شهروندی کارکنان مؤثر است.
- ۳: همسو کردن اهداف فردی با ارزش‌ها و اهداف سازمانی بر رفتار شهروندی افراد مؤثر است.
- ۴: معنویت فردی و دیندار بودن شخص موجب بروز رفتارهای شهروندی سازمانی می‌شود.

روش تحقیق

از آنجایی که هدف تحقیق حاضر تعیین روابط تجربی میان معنویت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی کارکنان و افزودن به دانش کاربردی در این زمینه می‌باشد؛ از نظر هدف، کاربردی و از لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها، از نوع تحقیقات توصیفی می‌باشد. روش انجام تحقیق پیمایشی بوده و از مزیت‌های آن قابلیت تعمیم نتایج به دست آمده می‌باشد. متغیرهای تحقیق شامل معنویت در سازمان، رفتار شهروندی سازمانی می‌باشد.

جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری تحقیق کلیه کارکنان شهرداری زاهدان می‌باشد. تعداد افراد جامعه مورد تحقیق

۳۳۷ نفر بوده است. حجم نمونه تحقیق با استفاده از فرمول زیر محاسبه شده است:

$$n = \frac{NZ^2 \frac{\alpha}{2} (1-p)}{e^2 \cdot (N-1) + Z^2 \frac{\alpha}{2} (1-p)} \quad (1)$$

مقدار به دست آمده از این رابطه برابر با ۱۲۴ می‌باشد. با این حال حجم نمونه مورد استفاده شامل ۱۲۷ نفر از کارکنان سازمان مذکور است که به شیوه تصادفی ساده انتخاب شده است. جهت اطمینان ۱۵۰ پرسشنامه در شهرداری کل و مناطق سه گانه توزیع و در نهایت ۱۲۷ پرسشنامه تکمیل شده در تحلیل گنجانده شد.

روش گردآوری داده‌ها

گردآوری داده‌ها از طریق پرسشنامه صورت گرفته است. ۱۵۰ پرسشنامه در طول ۱۰ روز و به صورت حضوری در ادارات نامبرده توزیع و جمع‌آوری شد. در ابتدای پرسشنامه توضیحی در مورد مقصود از ارزیابی نظرات آنان آمده و مشخصات پاسخ‌دهندگان شامل سابقه کاری، نوع جنسیت و میزان تحصیلات، نوع استخدام و سن آنان خواسته شد. از میان پرسشنامه‌های توزیع شده تعداد ۱۲۷ مورد به طور کامل پاسخ داده شده بود، به همین دلیل تحلیل این تعداد پرسشنامه ملاک عمل قرار گرفت.

روایی و پایایی ابزار تحقیق

در این قسمت به منظور جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات برای تجزیه و تحلیل از دو نوع پرسشنامه استفاده گردیده است: الف) پرسشنامه مربوط به معنویت سازمانی که با اقتباس از دو مقیاس معنویت در محیط کار از اش موس و دوچون (۲۰۰۰) و میلیمن و همکارانش (۲۰۰۳) طراحی شده است. ب) پرسشنامه مربوط به رفتار شهروندی سازمانی که با استفاده از دو مقیاس رفتار شهروندی سازمانی، پودساکف و همکارانش (۱۹۹۰) و نت مهیر و همکارانش (۱۹۹۷) تدوین شده است. ضریب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه معنویت ۸۷ درصد و برای پرسشنامه رفتار شهروندی ۹۱ درصد به دست آمد که نشان از قابلیت اعتماد بالای ابزارهای تحقیق است. جهت آزمون روایی سوالات هم از اعتبار محتوا و هم از اعتبار عاملی استفاده شد. برای سنجش اعتبار محتوای

پرسشنامه از نظرات خبرگان استفاده گردید، به این ترتیب که با بهره‌گیری از نظر کارشناسان و اساتید در مورد سؤالات این اطمینان حاصل شد که پرسشنامه همان خصیصه مورد نظر محقق را می‌سنجد. از آزمون اعتبار عاملی پرسشنامه به کمک تحلیل عاملی تأییدی نیز برای تعیین روایی دو مقیاس معنویت سازمانی و رفتار شهروندی بهره گرفته شده است.

جدول ۱. مدل اندازه‌گیری معنویت در سازمان

مقدار تی	ضریب استاندارد	سؤال	بعد
۹.۳۰	۰.۸۷	تجربه لذت و شادی در سازمان	معنادار بودن کار
۶.۳۲	۰.۴۱	اهمیت داشتن کار	
۹.۸۷	۰.۸۹	کسب انرژی از کار	
۱۰.۰۶	۰.۸۶	اشتیاق رفتن به سر کار	
۴.۳۹	۰.۳۰	درک معناداری کار	
۷.۳۷	۰.۵۶	معنا دادن کار به زندگی	
۹.۳۵	۰.۷۹	حمایت کارکنان از همدیگر	همبستگی
۷.۱۹	۰.۵۵	ارزش همکاری با همدیگر	
۸.۶۹	۰.۶۸	احساس عضو سازمان بودن	
۹.۳۷	۰.۷۹	مراقبت کارکنان از یکدیگر	
۸.۰۴	۰.۶۱	یکدلی با همکاران	
۸.۶۵	۰.۶۴	حسن نیت به ارزش‌های سازمان	همسویی با سازمان
۹.۹۴	۰.۸۶	حس حمایت سازمان از کارکنان	
۹.۶۷	۰.۸۲	حس آزادی بیان در سازمان	
۱۰.۵۶	۰.۷۷	برخوردار بودن سازمان از وجدان	
۸.۰۸	۰.۵۵	حس یگانگی با رسالت سازمان	
۹.۰۱	۰.۸۲	توجه سازمان به وضع مالی افراد	
۶.۲۳	۰.۴۴	همسویی فرد با اهداف سازمان	
۹.۷۳	۰.۵۲	نقش عبادت در زندگی	توجه دینی
۹.۲۱	۰.۵۰	اثر ارزش‌های دینی بر انتخابهای کاری	
۱۱.۰۳	۰.۵۷	نظر داشتن به رضایت خدا و خلق	
۱۰.۳۹	۰.۶۴	اثر ارزش‌های دینی در انجام کارها	
۶.۳۰	۰.۵۰	اثر هنجارهای دینی بر هنجارهای شغلی	
۶.۹۲	۰.۵۱	همسویی ارزش‌های دینی با اهداف شغلی	
۵.۸۹	۰.۴۸	اثر آموزه‌های دینی بر نگرش شغلی	
Chi-square= 54.69df= 22 P-VALUE=0.00RMSEA= 0.055 GFI= 0.93AGFI= 0.90			

برای تأیید مدل اندازه‌گیری یا همان تحلیل عاملی، اولاً، باید شاخص‌های آن برازش مناسبی داشته باشند و ثانیاً، مقادیر t-value و ضرایب استاندارد آن باید معنادار باشد. در صورتی که مقدار خبی دو کم و نسبت آن به درجه آزادی کوچکتر از ۳، مقدار RMSEA کوچکتر از ۰.۰۸ و همچنین مقادیر GFI و AGFI بزرگتر از ۰.۹۰ باشند، می‌توان نتیجه گرفت که مدل از برازش مناسبی برخوردار است. مقادیر t نیز اگر از ۲ بزرگتر یا از ۲- کوچکتر باشند در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار خواهند بود.

جدول ۲. مدل اندازه‌گیری رفتار شهروندی سازمانی

ت-value	ضریب استاندارد	گویه‌های رفتار شهروندی سازمانی	بعد	شماره سؤال
۵.۳۷	۰.۱۹	شکایت از موضوعات پیش پا افتاده	بوانمودی	۲۶
۵.۷۵	۰.۲۲	مشکلات را بزرگ جلوه دادن		۲۷
۵.۴۴	۰.۵۵	توجه بیشتر به جنبه‌های مثبت		۲۸
۵.۴۰	۰.۴۴	اجتناب از ایجاد مشکل به همکاران		۳۹
۶.۲۹	۰.۶۲	کمک به بهبود تصویر سازمان	اخلاق مدنی	۲۹
۶.۸۱	۰.۵۸	توسعه و بهبود همزمان با سازمان		۳۰
۷.۰۸	۰.۶۳	ریسک بیان نظرات و ایده‌ها		۳۱
۸.۲۴	۰.۶۲	انطباق با تغییرات سازمان		۳۳
۸.۰۷	۰.۵۱	احساس مسئولیت در قبال مسائل سازمان	۴۲	
۶.۵۹	۰.۴۳	کمک به کارکنان تازه وارد	نوع دوستی	۳۴
۵.۷۶	۰.۳۶	کمک و مساعدت به دیگران		۳۷
۷.۲۴	۰.۵۲	عدم سوء استفاده از حقوق دیگران		۴۰
۹.۰۱	۰.۵۱	رعایت مقررات از روی وجدان	وجدان	۳۲
۸.۱۷	۰.۵۴	پاسخ فوری به خواسته ارباب رجوع		۳۵
۷.۶۸	۰.۴۷	انجام زودتر از موعد وظایف		۳۶
۷.۴۰	۰.۴۲	نجام وظایف قبل از اجبار		۳۸
۶.۷۹	۰.۵۶	استراحت بیش از اندازه در سازمان		۴۱

Chi-square= 58.28df= 21P-VALUE=0.00RMSEA= 0.047 GFI= 0.94AGFI= 0.91

تجزیه و تحلیل داده‌ها

با توجه به نوع فرضیه‌ها و هدف پژوهش از دو نوع تحلیل استفاده شده است. برای تحلیل معناداری روابط بین متغیرها از آزمون همبستگی و برای ارزیابی رابطه علی بین متغیر مستقل یعنی معنویت سازمانی و متغیر وابسته (رفتار شهروندی سازمانی) از روش مدلسازی معادلات ساختاری به کمک نرم‌افزار لیزرل (۸.۱۵) استفاده شده است. ضریب همبستگی اسپیرمن میان معنویت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی (مجموع ابعاد) مقدار ۵۴.۷ به دست آمد که در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار بود. جدول زیر نتایج آزمون همبستگی میان ابعاد معنویت در سازمان و رفتار شهروندی سازمانی را نشان می‌دهد. همان‌طور که در جدول ملاحظه می‌شود، تمام متغیرهای معنویت رابطه معناداری با رفتار شهروندی سازمانی دارند.

جدول ۳. میانگین، انحراف معیار و ضرایب همبستگی متغیرهای معنویت و OCB

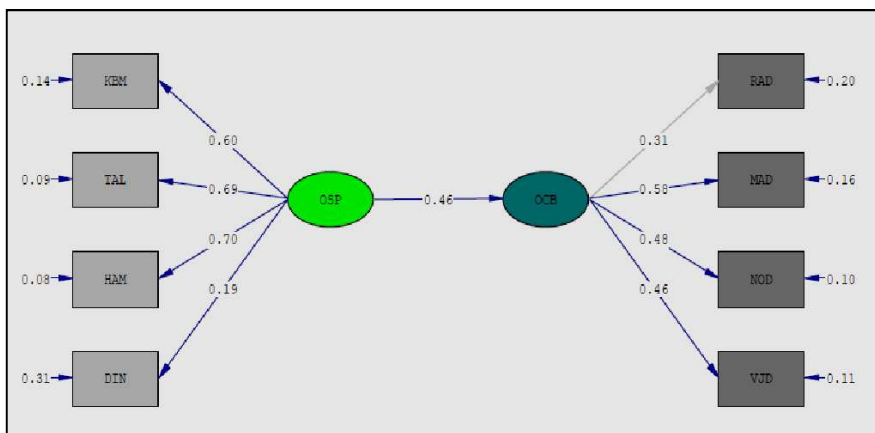
جدول همبستگی	میانگین	انحراف معیار	OCB	کار بامعنا	حس تعلق	همسویی با سازمان	دین‌داری	Sig
OCB	۳.۹۹	۰.۴۹۸۵۱	۱					۰.۰۰
کار بامعنا	۳.۸۱	۰.۷۰۶۷۹	۰.۴۱۵	۱				۰.۰۰
حس تعلق	۳.۷۷	۰.۷۵۶۱۹	۰.۴۹۹	۰.۷۰۶	۱			۰.۰۰
همسویی با سازمان	۳.۴۸	۰.۷۴۹۸۳	۰.۳۸۰	۰.۷۱۵	۰.۷۸۷	۱		۰.۰۰
دین‌داری	۴.۲۳	۰.۵۸۳۹۶	۰.۴۸۶	۰.۲۷۳	۰.۲۶۴	۰.۱۵۶	۱	۰.۰۰

مدلسازی معادلات ساختاری

به منظور آزمون فرضیات از مدلسازی معادلات ساختاری رگرسیون استفاده می‌شود. این روش چندین مزیت دارد: اول، اینکه با استفاده از مدلسازی معادلات ساختاری به جای آنکه چند آزمون رگرسیون جداگانه انجام شود، فرضیات در یک آزمون تست می‌شوند. دوم، اینکه تست کامل

فرضیات فرعی معلوم می‌کند که کدام متغیر مستقل قویترین رابطه را با متغیر وابسته (رفتار شهروندی) داشته است. سوم، اینکه شاخص‌های برازش مدل در مدلسازی معادلات ساختاری اعتبار مدل‌های پیشنهاد شده را می‌سنجد. نمودار شماره ۱ نتایج نتیجه آزمون رابطه معنویت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی را به روش مدلسازی معادلات ساختاری نشان می‌دهد. ضریب استاندارد محاسبه شده رابطه میان معنویت و رفتار شهروندی سازمانی را تعیین می‌کند. جدول شماره ۴ نتایج آزمون فرضیات تحقیق را نشان می‌دهد.

Chi-Square= 23.12, df=19, P-value=0.23203, RMSEA=0.066



شکل ۲: مقدار ضرایب استاندارد در آزمون رابطه بین معنویت سازمانی و رفتار شهروندی

با توجه به خروجی لیزرل مقدار خوبی دو محاسبه شده برابر با ۲۳.۱۲ می‌باشد میزان پایین خوبی دو نشان دهنده برازش مناسب مدل است. زیرا هر چه مقدار χ^2 کمتر باشد، مدل ارائه شده مدل مناسب‌تری می‌باشد با توجه به خروجی نرم افزار مقدار t-value عدد ۰.۲۳۲ به دست آمده و مقدار p-value بیشتر از مقدار سطح معنی‌داری استاندارد ($\alpha = 0.01$) می‌باشد بنابراین، مدل ارائه شده مدل مناسبی خواهد بود.

جدول ۴. نتایج آزمون فرضیات به روش مدلسازی معادلات ساختاری

مدل	فرضیه	R ²	مقدار تی	نتیجه
۱	معنویت سازمانی رفتار ← شهروندی سازمانی	۰.۴۶	۴.۱۲	قبول
Chi-Square=۲۳.۱۲, df=۱۹, P-value=۰.۲۳۲, RMSEA=۰.۰۶۶				
۲	معنادار بودن کار ← رفتار شهروندی سازمانی	۰.۲۶	۱۱.۷۵	قبول
	حس همبستگی ← رفتار شهروندی سازمانی	۰.۳۷	۱۳.۱۳	قبول
	همسویی با سازمان ← رفتار شهروندی سازمانی	۰.۳۴	۱۳.۵۱	قبول
	معنویت فردی ← رفتار شهروندی سازمانی	۰.۶۱	۳.۵۸	قبول
Chi-Square=۵۱.۴۶, df=۳۶, P-value=۰.۲۶۹۷, RMSEA=۰.۰۳۷				

نتیجه گیری

همان‌طور که مشاهده شد، با توجه به معنادار بودن همه مقادیر تی، کلیه فرضیات تحقیق تأیید می‌شوند. از سوی دیگر، اعتبار و برازندگی مناسب هر دو مدل تأیید می‌شود چرا که مقادیر خبی دو، RMSEA و نسبت خبی دو به درجه آزادی در هر دو مدل کم بوده و مقادیر GFI و AGFI بیش از ۹۰ درصد است. با توجه به نمودار شماره دو و جدول شماره چهار، رابطه مثبت و معناداری بین دو متغیر اصلی تحقیق یعنی معنویت سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی وجود دارد. ضریب همبستگی این رابطه در آزمون همبستگی نیز ۵۴.۷ به دست آمد که حاکی از همبستگی مثبت بین دو متغیر خواهد بود. ضریب تعیین رابطه در جدول ۴ مقدار ۰.۴۶ می‌باشد و این بدین معنی است که ۴۶ درصد از تغییرات رفتار شهروندی سازمانی را می‌توان با معنویت در سازمان تبیین کرد. شواهد فراوانی وجود دارد که نشان می‌دهد تغییری بزرگ در اکثر سازمان‌ها در حال وقوع است و اصطلاحاً به آن جنبش معنویت گفته می‌شود. سازمان‌ها که در طول مدتی طولانی به عنوان

سیستم‌هایی عقلانی نگریده می‌شدند، توجه خود را به سمت ایجاد فضایی برای معنویت معطوف می‌دارند. جنبه‌هایی که کمتر با قوانین و دستورات و بیشتر با معنا داشتن، هدفمندی و احساس همبستگی ارتباط دارند. معنویت در محیط کسب و کار به کارکنان کمک می‌کند تا تمرکز بیشتری بر روی موضوعات مهم در زندگی داشته باشند؛ خدا، خانواده، سایر افراد و جهان مادی. این معنویت محوری کارکنان را قادر می‌سازد تا یک بینش بهتر و دقیق‌تری نسبت به جایگاه خدا و دیگران در دنیای خویش پیدا کنند.

یافته‌های تحقیق حاضر با نتایج به دست آمده از تحقیقات پیشین که معنویت محیط کاری را عاملی اثرگذار بر روی نگرش‌های شغلی از جمله تعهد سازمانی، درگیری شغلی، اعتماد مبتنی بر سازمان، میل به ترک شغل و رضایت شغلی قلمداد کرده‌اند، انطباق دارد (از جمله: میلیمن و دیگران (۲۰۰۳)، اشموس و دوچون (۲۰۰۰)، پاوار (۲۰۰۹) و کولودینسکی^۱ و دیگران (۲۰۰۸) و فری (۲۰۰۰؛ ۲۰۰۵)). شایان ذکر است که بعد معنویت فردی (دینداری) مورد نظر تحقیق حاضر که همسان با معنویت فردی مورد تحقیق در کار میلیمن و دیگران (۲۰۰۳) و پاوار (۲۰۰۹) بود رابطه معناداری با بروز رفتار شهروندی سازمانی داشت و این در حالی است که این متغیر در مطالعه میلیمن (۲۰۰۳) رابطه ناچیزی با نگرش‌های شغلی داشت و در مطالعه پاوار (۲۰۰۹) رابطه معناداری بین این دو یافت نشد. در توجیه این مسئله شاید بتوان گفت که اثرات آموزه‌های دینی بر رفتارها و فرایندهای شغلی که در این تحقیق مقیاس سنجش معنویت فردی مد نظر قرار گرفته بود، فراتر از آن موضوعاتی است که در جوامع غرب و لائیک به آن توجه می‌شود. همچنانکه می‌دانیم در تعالیم و احکام اسلامی در مورد ارزش و اهمیت کار، اخلاق، نوع دوستی، همکاری، کمک به دیگران و وجدان اخلاقی و کاری توصیه‌های فراوانی آمده است.

منابع و مأخذ

۱. احمدزاده، مسعود (۱۳۸۴)، به دنبال آرامش، مجله جوان، شماره ۵، صفحات ۹-۸.
۲. رودگر، محمدجواد (۱۳۸۸)، معنویت‌گرایی در قرآن: مبانی، مؤلفه‌ها و کارکردهای معنویت قرآنی، فصلنامه علوم اسلامی، سال چهارم، شماره ۱۴، تابستان ۱۳۸۸.
1. Ashmos, Donde p. & Dennis Duchon (2000), *Spirituality at Work: A conceptualization & measure*, Journal of Management, Vol. 9, No. 2, pp. 134-145.
2. Biberman, Jerry & Michael Whitty (1997), *A postmodern spiritual future for work*, Journal of Organizational Change Management, Vol. 10, No. 2, pp. 130-138.
3. Boiral, Olivier (2009), *Greening the Corporation Through Organizational Citizenship Behaviors*, Journal of Business Ethics, No. 87, pp. 221-236.
4. Castro, Carmen Barroso, Enrique Marti'n Armario, & David Marti'n Ruiz (2004), *The influence of employee organizational citizenship behavior on customer loyalty*, International Journal of Service Industry Management, Vol. 15, No. 1, pp. 27-53.
5. Cavanagh, Gerald F. & Mark R. Bandsuch (2002), *Virtue as a Benchmark for Spirituality in Business*, Journal of Business Ethics, Vol. 38, No. 1/2, At Our Best: Moral Lives in a Moral Community (Jun., 2002), pp. 109-117.
6. Cavanagh, Gerald F. (1999), *Spirituality for managers: context & critique*, Journal of Organizational Change Management, Vol. 12, No. 3, pp. 186-199.
7. Chiaburu, Dan S. & Vicki L. Baker (2006), *Extra-role behaviors challenging the status-quo Validity & antecedents of taking charge behaviors*, Journal of Managerial Psychology, Vol. 21 No. 7, pp. 620-637.
8. Claude, Jean & Garcia Zamor (2003), *Workplace Spirituality & Organizational Performance*, Public Administration Review, Vol. 63, No. 3 (May - Jun), pp. 355-363.
9. Cunha, Miguel pina E., Armenio rego & Tersa D Oliveira (2003), *Management Idologies & Organizational Spirituality: a Typology*, 2nd European Meeting on Psychology & Ethics, Lisbon.
10. Doster, Joseph A., Michelle B. Harvey, Celeste A. Riley, J. Goven & Renee, Moorefield (2002), *Spirituality & Cardiovascular Risk*, Journal of Religion & Health, Vol. 41, No. 1, pp. 69-79.
11. Fry, L.W. (2003), *Toward a theory of spiritual leadership*, Leadership Quarterly, Vol. 14, pp. 693-727.
12. Fry, L.W. (2005), *Toward a theory of ethical & spiritual well-being, & corporate social responsibility through spiritual leadership*, In Giacalone, R., Jurkiewicz, C. & Dunn, C. (Eds), *Positive Psychology in Business Ethics & Corporate Responsibility*, Information Age Publishing, Greenwich, CT, pp. 47-83.
13. Hyman, Corine & Paul J. Handal (2006), *Definitions & Evaluation of Religion & Spirituality Items by Religious Professionals: A Pilot Study*, Journal of Religion & Health,

Vol. 45, No. 2, pp. 264-282.

14. Jurkiewicz, Carole L. & Robert A. Giacalone (2004), *A Values Framework for Measuring the Impact of Workplace Spirituality on Organizational Performance*, Journal of Business Ethics, Vol. 49, No. 2 (Jan), pp. 129-142.

15. Koch, R. & J. Dixon (2007), *Do Extrinsic Rewards Enhance Organizational Citizenship Behavior? A Study of Public Sector Organizations*, Public Governance & Leadership, Deutscher Universitits-Verlag, Wiesbaden, pp. 513-534.

16. Kolodinsky, R.W., Giacalone, R.A. & Jurkiewicz, C.L. (2008), *Workplace values & outcomes: exploring personal, organizational, & interactive workplace spirituality*, Journal of Business Ethics, Vol. 81, pp. 465-80.

17. Korkmaza, Tugba & Ebru Arpacı (2009), *Relationship of organizational citizenship behavior with emotional Intelligence*, Procedia Social & Behavioral Sciences, pp.2432-2435.

18. Koster, Ferry & Karin S&ers (2006), *Organizational citizens or reciprocal relationships? An empirical comparison*, Personnel Review, Vol. 35, No. 5, pp. 519-537.

19. Long, Brad S. & Jean Helms Mills (2010), *Workplace spirituality, contested meaning & the culture of organization A critical sensemaking account*, Journal of Organizational Change Management, Vol. 23, No. 3, pp. 325-341.

20. Milliman, John F., &rew J. Czaplewski & Jeffery Ferguson (2003), *Workplace spirituality & employee work attitudes: An exploratory empirical assessment*, Journal of Organizational Change Management, Vol. 16, No. 4, pp.426-447.

21. Mitroff, I. (2003), *Do Not Promote Religion Under the Guise of Spirituality*, Organization, Vol.10, No.2, pp. 375-382.

22. Mitroff, I. A. & Denton, E. A (1999), *A Spirituality Audit of Corporate America: A Hard Look at Spirituality, Religion, & Values in the Workplace*, Jossey-Bass, Son Francisco.

23. Neal, J.A. & Bennett, J. (2000), *Examining multi-level or holistic spiritual phenomena in the work place*, Management, Spirituality, & Religion Newsletter, Academy of Management, Winter, pp. 1-2.

24. Neck, Christopher p. & John F. Milliman(1994), *Thought self-leadership Finding Spiritual Fulfilment in Organizational Life*, Journal of Managerial Psychology, Vol. 9, No. 6, pp. 9-16.

25. Netemeyer, R. G., Bowles, J. S., MacKee, D. O., & McMurrian, R. (1997), *An investigation into the antecedents of organizational citizenship behaviors in a personal selling context*, Journal of Marketing, No. 61, pp.85-98.

26. Organ, D. (1988), *Organizational citizenship behavior: The good soldier syndrome*, Lexington, MA: Lexington Books.

27. Organ, D. W., & Ryan, K. (1995), *A meta-analytic review of attitudinal & dispositional predictors of organizational citizenship behavior*, Personnel Psychology, No. 48, pp.775 - 802.

28. Organ, D., P. Podsakoff & S. MacKenzie: (2006), *Organizational Citizenship Behavior: Its Nature, Antecedents & Consequences*.

29. Peng Lin, Chieh(2008), *Clarifying the Relationship Between Organizational Citizenship*

- Behaviors, Gender & Knowledge Sharing in Workplace Organizations in Taiwan*, , *J Bus Psychol*, Vol. 15. No. 22, pp.241–250.
30. Podsakoff, Philip M., Scott B. MacKenzie, Julie Beth Paine & Daniel G. Bachrach(2000), *Organizational Citizenship Behaviors: A Critical Review of the Theoretical & Empirical Literature & Suggestions for Future Research*, *Journal of Management*, Indiana University, Vol. 26, No. 3, pp. 513–563.
31. Rego, A. Nio & Miguel Pina, Cunha (2008), *Workplace spirituality & commitment: an empirical study*, *Journal of Organizational Change Management*, Vol. 21, No.1, pp.53-75.
32. Schwartz Mark S. (2006), *God as a Managerial Stakeholder?*, *Journal of Business Ethics*, Vol. 6, No. 2/3, The 11th Annual International Conference Promoting Business Ethics, pp. 291-306.
33. Sefa Dei, George J. (2002). *Learning Culture, Spirituality & Local Knowledge: Implications for African Schooling*, *International Review of Education*, Vol. 48, No. 5 (Sep), pp. 335-360.
34. Shankar Pawar, Badrinarayan (2009), *Individual spirituality, workplace spirituality & work attitudes: An empirical test of direct & interaction effects*, *Indian Institute of Management (Kozhikode), Kerala, India* . Vol.30, No.8, pp.759-777.
35. Shankar Pawar, Badrinarayan (2008), *Two approaches to workplace spirituality facilitation: a comparison & implications*, *Leadership & Organization Development Journal*, Vol. 29, No. 6, pp. 544-567.
36. Tischler, Len , Jerry Biberman & Robert McKeage(2002), *Linking emotional intelligence, spirituality & workplace performance*, *Journal of Managerial Psychology*, Vol.17, No.3, pp.203-218.
37. Williams, L.J. & Anderson, S.E. (1991), *Job satisfaction & organizational commitment as predictors of organizational citizenship & in-role behaviors*, *Journal of Management*, Vol. 17, No. 3, pp. 601-617.
38. Yen, Hisiljju Rebecca & Brian Niehoff (2004), *Organizational Citizenship Behaviors & Organizational Effectiveness: Examining Relationships in Taiwanese Banks*, *Journal of Applied Social Psychology*, Vol. 34, No. 8, pp.1617-1637.
39. Zimbauer, Brian J., Kenneth I. Pargament, Brenda Cole, Mark S. Rye, Eric M. Butter, Timothy G. Belavich, Kathleen M. Hipp, Allie B. Scott & Jill L. Kadar (1997), *Religion & Spirituality: Unfuzzifying the Fuzzy*, *Journal for the Scientific Study of Religion*, Vol. 36, No.4, pp. 549-564.