

بررسی تأثیر معنویت در محیط کار و توانمندسازی روانشناختی بر رضایت شغلی کارکنان در بیمه های خصوصی وابسته به بانکها در شهر تهران

سعید صحت^۱، هنگامه نجفی^۲

^۱ دانشیار دانشگاه علامه طباطبائی

^۲ کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، گرایش بیمه، دانشگاه آزاد اسلامی قزوین

نام و نشانی ایمیل نویسنده مسئول:

هنگامه نجفی

najafihengameh@ymail.com

چکیده

کارکنان در موفقیت سازمان و بهره وری بیشتر سازمان نقش مهمی ایفا می کنند. زمانی که کارکنان از محیط کاری سازمان راضی باشند و دارای رضایت شغلی باشند، نمایند باعث افزایش توانمندی آنها خواهد گردید. به خاطر اهمیت موضوع توانمندسازی کارکنان در کارایی کارکنان و نقش برجسته معنویت در محیط کاری و رضایت شغلی در این مسئله، در این پژوهش به بررسی رابطه بین معنویت در محیط کار، توانمندسازی روانشناختی کارکنان و رضایت شغلی در بیمه های خصوصی وابسته به بانکها در شهر تهران پرداخته شد. تحقیق از نظر هدف از نوع کاربردی و از نظر روش گردآوری داده ها پیمایشی بود. جامعه آماری شامل کلیه کارکنان بیمه های خصوصی در شهر تهران بودند که تعداد آنها ۴۵۰ نفر بود و نمونه آماری با استفاده از فرمول کوکران برابر ۲۰۶ به دست آمد. نمونه با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شد. برای جمع آوری داده ها از سه پرسشنامه استاندارد استفاده گردید. برای تجزیه و تحلیل داده ها از تکنیک معادلات ساختاری و نرم افزار لیزرل استفاده شد و نتایج به دست آمده نشان دادند که بین معنویت در محیط کار، توانمندسازی روانشناختی کارکنان و رضایت شغلی در بیمه های خصوصی وابسته به بانکها در شهر تهران رابطه معنی داری وجود دارد. **واژگان کلیدی:** معنویت در محیط کار، رضایت شغلی، توانمندسازی کارکنان

مقدمه

معنویت در محیط کار، از مفاهیم جدیدی است که در سالیان اخیر در ادبیات مدیریت و کسب و کار در غرب ظهور کرده است و حتی از آن به عنوان یک پارادایم جدید نیز یاد می شود. دنیای غرب که در چهارصد سال گذشته سعی در جدایی امور دنیوی و معنوی داشته است، اکنون در جست و جوی یکپارچگی آن هاست. (فرهنگی و همکاران، ۱۳۸۵)

از سوی دیگر در نگاه جدید به انسان تأکید بر انسان ایده آل و تعالی جو نیز مشاهده می شود. نیازهای چنین انسانی متعالی تر گشته و جستجوی وی در جهت ارضای نیازهای سطوح بالاتر معطوف خواهد شد. واژه معنویت در سازمان که امروزه آهسته آهسته در حال رخنه کردن در کسب و کار است پاسخگوی این نیاز می باشد و دربرگیرنده تلاش برای جستجو و یافتن هدف غایی در یک فرد برای زندگی کاری به منظور برقراری ارتباط قوی بین فرد و همکاران و دیگر افرادی که به نحوی در کار با وی مشارکت دارند و همچنین سازگاری یا یگانگی بین باورهای اساسی یک فرد با ارزش های سازمانش است. امروزه ورود معنویت در حوزه های مطالعات سازمانی چه در قالب عقلانیت ابزاری و چه فراتر از آن اجتناب ناپذیر است (فیلیپو، ۱۹۸۴). رضایت شغلی کارکنان مستلزم اهتمام مدیریت سازمان به تدوین سیاست های حمایت گرانه از منابع انسانی است. اقداماتی همچون امکانات رفاهی، درمانی، امنیت شغلی، طراحی شغلی، اهمیت شغلی، توسعه و پیشرفت شغلی، آموزش و به سازی و مواردی از این قبیل که می تواند منجر به توانمند- سازی کارکنان گردد.

معنویت در محیط کار

" تعاریف معنویت در محیط کار بسیار متفاوت و مختلف است هر صاحب نظر و اندیشمندی بر اساس نظرگاه خود به تعریف آن پرداخته و رسیدن به یک تعریف قابل قبول اکثریت اگر نگوییم غیر ممکن، حداقل بسیار مشکل به نظر می رسد" (رستگار، ۱۳۸۵: ۹۳). " معنویت در کار با روح تیمی یا همبستگی تیمی متفاوت است. تعریف معنویت در کار مانند تعریف معنویت، مشکل است. اولاً تعاریف بسیارند، ثانیاً نمی توان به یک تعریف مورد قبول اکثریت دست یافت. در ضمن ما نمی توانیم بگوییم معنویت در بنگاه یا کارگاه یا سازمانی خاص، معنویت در کار است. همین- طور نمی توانیم دقیقاً معنویت در کار را تعریف کنیم" (رستگار، ۱۳۸۵: ۸۱). هر چند فقدان یک مقیاس یا یک تعریف پذیرفته شده مورد قبول اکثریت، مانع گسترش آن شده است، ولی کاربرد آن در سازمان غیر قابل انکار است. از این رو لازم است برای تحقیقات تجربی در این زمینه به تعریف قابل قبولی دست یافت. بدین تعریف بررسی و مطالعه تعاریف گوناگون در این زمینه حائز اهمیت است. لذا در این قسمت به برخی از تعاریف معنویت در کار اشاره می شود:

۱- معنویت در کار در برگیرنده مفهومی از احساس تمامیت، پیوستگی در کار و درک ارزش های عمیق در کار است" (گیبونز، ۱۹۹۹، به نقل از موسوی، ۱۳۸۷: ۶۴)

۲- به نظر میتروف و دنتون (۱۹۹۹) معنویت در کار، در برگیرنده تلاش برای جستجو و یافتن هدف غایی در یک فرد برای زندگی کاری، به منظور برقراری ارتباط قوی بین فرد و همکاران و دیگر افرادی که به نحوی در کارش مشارکت دارند و همچنین سازگاری یا یگانگی بین باورهای اساسی یک فرد با ارزش های سازمانش می باشد.

۳- "معنویت در کار، درک و شناسایی بعدی از زندگی کاری یک فرد است که درونی و قابل پرورش می باشد و به واسطه انجام کارهای با معنا در زندگی اجتماعی پرورش می یابد" (اشموس و دوچن، ۱۳۷، ۲۰۰۰)

۴- "معنویت در کار، سفری به سوی یکپارچگی و معنویت که برای افراد و سازمان کمال و پیوستگی در محیط کار را فراهم می آورد" (گیبونز^۱، ۲۰۰۱: ۳)

۵- معنویت در کار، وضعیت ویژه ای است که دارای ابعاد روحی، عاطفی، شناختی^۲ و عرفانی^۳ است و شامل کار جذاب است که از ویژگی- های آن، احساس مطلوب بهروزی و اعتقاد به انجام کار معناداری است که هدف والایی را دنبال می کند، وهمسویی ارزش ها، اعتقادات کاری فرد و احساس استقلال با این ویژگی که با چیز بالاتر از خود، پیوند ارتباط معنوی یافته ای، و احساس همبستگی که همان احساس ارتباط با دیگران و هدف مشترک است" (کینجرسکی واسکریپنیک^۴، ۲۰۰۶: ۲۸۳-۲۸۲)

¹ Gibbons

² cognitive

³ mystical

⁴ kingerski & skrypnek

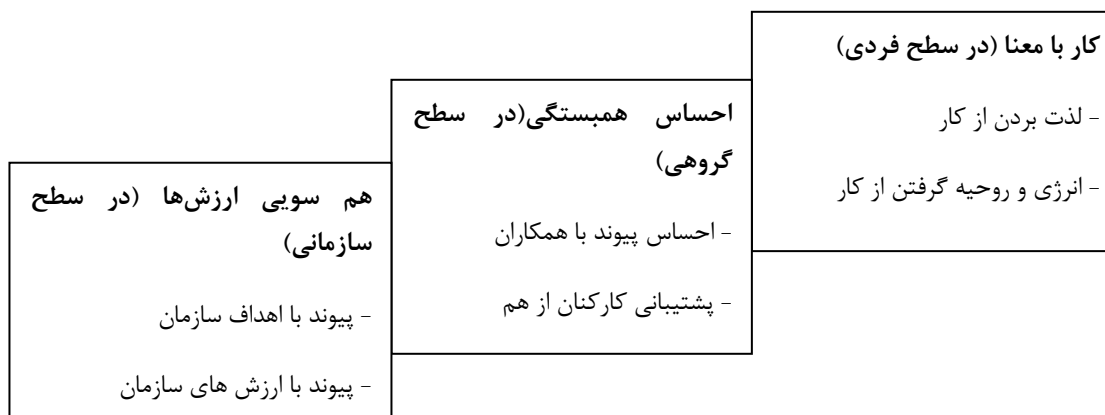
۶- رستگار (۱۳۸۵) معتقد است که معنویت در کار، تلاش در جهت پرورش حساسیت نسبت به ارتباط فرا فردی، ارتباط درون فردی، ارتباط میان فردی و ارتباط برون فردی در زندگی کاری به منظور بالندگی در رسیدن به تعالی انسانی می باشد. این تعریف در بر گیرنده همه ابعاد وجودی انسان است یعنی ابعاد زیستی، اجتماعی، روانی و معنوی. "دیوید بوژ"^۵ (۲۰۰۰) تعاریفی که در زمینه معنویت در کار و سازمان، یافته است در ۶ پارادایم و استعاره مرتبط با موضوع طبقه بندی کرده است که عبارتند از: انسانگرا، بوم شناس (طرفدار محیط زیست) پست مدرن تصدیق آمیز، مدیر مآب، بنیادگرا، پست مدرن شک گرا.

سطوح معنویت

"والتر پریسیپه"^۶ به سه سطح مجزا اما وابسته به هم درباره معنویت اشاره داشته است: اول معنویت به منزله تجربه یا عمل زنده، دوم معنویت به منزله آموزه ای برخاسته از این عمل که به نوبه خود راهبر آن است. یعنی آن روش ها و الگوهای معنوی ای که راه به قداست و کمال می برد. سوم پژوهش نظام مند، تطبیقی و انتقادی در باب تجربه ها و آموزه های معنوی، که اخیراً به شیوه ای جدید تحول یافته است (رستگار، ۱۳۸۵: ۴۴). ویلبر نیز معتقد است می توان قلمرو معنویت را به سه سطح تقسیم کرد که عبارتند از: اول سطح روحی، دوم سطح دقت و ظرافت و سوم سطح عالی. ماوراء این سطوح، سطح نهایی است که آن را آتمن^۷ می نامند و ویلبر معتقد است که این بخش، شامل کلیه تجربه های بشر می شود (وست، ۱۳۸۳: ۶۲).

"گیبونز" (۲۰۰۲) در تجزیه و تحلیل سطوح معنویت به دو سطح اصلی تحت عنوان "معنویت فردی" و "معنویت سازمانی" اشاره دارد، معنویت فردی در محیط کار، یک راه و مسیری فردی به سوی یکپارچه ساختن کار با زندگی معنوی است، و معنویت سازمانی در محیط کار یک راه و مسیری سازمانی را به سوی معنویت است که می تواند شامل تلاش های سازمانی برای ایجاد معنویت فردی در محیط کار باشد، اما جهت گیری سازمانی آن به سوی اهداف و توانایی های سازمانی است که باید محقق شود "عابدی جعفری و رستگار، ۱۳۸۶: ۱۱۳-۱۱۲".

میلیمن و همکاران (۲۰۰۳) نیز سه سطح برای معنویت ارائه دادند که سطوح فردی، گروهی و سازمانی می باشد، معنویت در سطح فردی، تلاش برای یافتن معنا و هدف در زندگی کاری، در سطح گروهی، ارتباط قوی بین همکاران و افرادی که به نحوی در کار مشارکت دارند و در سطح سازمانی، تناسب اعتقادات و باورهای اصلی افراد و ارزش های سازمان است.



شکل ۱- سطوح معنویت (میلیمن و همکاران، ۲۰۰۳)

مؤلفه های معنویت در محیط کار

ورود مفاهیمی همچون اخلاق، حقیقت، باور به خدا یا نیرویی برتر، درستکاری، وجدان، رادمردی و گذشت، اعتماد، بخشش، مهربانی، احساسات، ملاحظه، معناجویی در کار، همبستگی با همکاران، تشویق همکاران، احساس صلح و هماهنگی، نועدوستی، و... به پژوهش ها و اقدامات

^۵ Boje

^۶ walter pricipie

^۷ Atman

مدیریتی و کسب و کار همه حکایت از ظهور پارادایم جدیدی دارند. به عقیده بسیاری از محققان، این پارادایم جدید محیط کار، که برگرفته از فیزیک کوانتوم، علوم سایبرنتیک، نظریه آشوب، علوم شناختی، مذاهب و آیین های شرقی و غربی می باشد، و در واقع عکس العملی به پارادایم خشک و مکانیستی مدرن است؛ پارادایم معنویت می باشد (بایرمن و ویتی، ۱۹۹۷؛ بولمن و دیل، ۱۹۹۵). در تحقیق حاضر معنویت در محیط کار با سه مؤلفه، معنادار بودن، همبستگی و همسویی با ارزش های سازمان سنجدیده شده است.

توانمندسازی روانشناختی

توماس و ولتهوس (۲۰۰۰)، در مقاله خود با عنوان "عناصر شناختی توانمند سازی: یک الگوی تحلیلی از انگیزش درونی شغل"، توانمندسازی روانشناختی^۸ را مفهومی چند بعدی می دانند و آن را به عنوان فرآیند افزایش انگیزش درونی انجام وظیفه تعریف کرده اند. آنان با تکمیل الگوی انگیزشی کانگر و کانگو (۲۰۰۸)، مفهوم توانمندسازی را فقط افزایش انگیزش نمی دانند، بلکه آن را افزایش انگیزش درونی شغل می دانند و تعریف کامل تری از توانمندسازی روانشناختی به عنوان مجموعه ای از حوزه های شناختی انگیزش ارائه می دهند که، علاوه بر خود کارآمدی، سه حوزه دیگر شناختی، حق انتخاب (خود مختاری، معنادار بودن و مؤثر بودن را نیز شامل می شود و نهایتاً آنان در الگوی خود به فرآیندهای شناختی توجه دارند (صنعتی، ۱۳۸۶: ۲۳).

مطابق نظریه پردازانی که توانمندسازی روانشناختی را می نگرند، اگر کارکنان رفتاری را که انتظار می رود پس از انتقال قدرت انجام دهند ارائه نکنند، یا از این حقیقت که قدرت به آنها انتقال یافته آگاه نیستند و یا احساس فقدان قدرت می کنند. در عین حال مدیران می توانند بسترهای لازم برای توانمند شدن کارکنان را فراهم کنند. به نظر کانگر و کانگو (۱۹۸۸)، توانمندسازی روانشناختی ریشه در نیازهای انگیزشی افراد دارد. هر رهبر یا عملی که بتواند نیاز به خود کارآمدی را در کارکنان تقویت کند، توانمندسازی را در پی خواهد داشت. کانگر و کانگو توانمندسازی روانشناختی را فرآیند افزایش انگیزش درون شغلی می دانند که، شامل چهار حوزه شناختی یعنی، احساس تأثیرگذاری، شایستگی، احساس معنی دار بودن و حق انتخاب می شود و این اولین باری است که مفهوم توانمندسازی روانشناختی وارد ادبیات مدیریت شده است.

به نظر اسپریتزر در ۱۹۹۵، توانمندسازی روانشناختی به عنوان مجموعه ای از حالت های روانشناختی تعریف می شود و به اینکه چگونه کارکنان درباره کارشان فکر و تجربه کسب می کنند، و چه مقدار نقش و نفوذشان را در سازمان باور دارند، متمرکز است، و باعث می شود که کارکنان احساس اعتماد به نفس و تمایل به موفقیت داشته باشند (ژانگ و بارتول^۹، ۲۰۱۰: ۱۱۴).

کانگر و کانگو در ۱۹۸۸ توانمندسازی را به عنوان یک سازه نسبتی و انگیزشی تعریف می کنند؛ در سازه نسبتی توانمندسازی وقتی رخ می دهد که قدرت از فرادست به زیردست انتقال یابد و در نتیجه زیردستانی که حس مالکیت و کنترل بر کارشان را تجربه کنند. به عنوان سازه انگیزشی توانمندسازی به ادراک کارکنان از قدرت استقلال و کنترل شان بر می گردد. اگر این افراد توانمند شوند، احساس انرژی زیاد و کنترل بر کارشان را پیدا می کنند. در این حس قدرت خودتعیینی، خود ارزشی و اعتقاد به خود کارآمدی تقویت می شود. (کانگر و کانگو، ۱۹۸۸: ۱۰۷).

مؤلفه های توانمند سازی

در ادبیات توانمندسازی، تقسیم بندی های متفاوتی از ابعاد توانمندسازی وجود دارد. یکی از این تقسیم بندی ها که در متون علمی کاربرد فراوان دارد، تقسیم بندی اسپریتزر می باشد که ابعاد توانمندسازی را به شرح زیر بیان می کند:

۱- معناداری: به تناسب بین الزامات شغل، باورها، ارزش ها و رفتارهای فردی بر می گردد. در حالت مطلوب کارکنان اهمیت شغلشان را برای سازمان و خودشان درک خواهند کرد و توجه بیشتری را به کارشان معطوف خواهند داشت. در نتیجه این احتمال وجود دارد که آنها به خوبی کار کنند و به موفقیتشان افتخار کنند.

۲- شایستگی: به اعتماد به نفس فرد در توانایی های عملکردی شغل بر می گردد. به عبارت دیگر، یک کارمند توانایی ها و مهارت هایش را برای انجام شغل و ارتقاء عملکردش باور می کند. کارکنان همچنین باور می کنند که می توانند از منابع مهیا شده توسط سازمان برای انجام کارشان بهره ببرند.

۳- خود تعینی: به کنترل ادراک شده کارمند به کارش بر می گردد. در این حالت، کارکنان احساس می کنند که آزادی و اختیار لازم در تصمیم گیری برای عمل در موقعیت های مختلف را دارند.

^۸ Psychological empowerment

^۹ Zhang, & Bartol

۴- تأثیر: نهایتاً اسپریتیزر عامل تأثیر را به عنوان احساس فرد درباره توانایی هایش برای نفوذ بر نتایج و پیامدهای مهم درون سازمان تعریف می کند. از طرف دیگر، افراد اگر تشخیص ندهند که چقدر در سازمانشان مهم تلقی می شوند، احساس عدم توانمندی خواهند کرد. در سال ۱۹۹۰ توماس و ولتهوس به شش متغیر کلیدی که می تواند بر این چهار بعد اثر بگذارد اشاره کردند، این متغیرها عبارتند از: (رویدادهای محیطی، ارزیابی وظایف، ارزیابی کلی، سبک های تفسیری، رفتارها، مداخلات). با توجه به متغیرهای پیشین، تحقیقات زیادی کانون کنترل، احترام به خود، دسترسی به اطلاعات و پاداش را به عنوان متغیرهای پیشین توانمندسازی معرفی می کند. اسپریتیزر اشاره می کند که برخی از این متغیرها مثل احترام به خود مربوط به عوامل شناختی فرد و برخی دیگر مثل دسترسی به اطلاعات با عوامل خارجی مرتبط می باشد. در حمایت از این نظر، حس توانمندسازی روانشناختی هم می تواند توسط تغییر در محیط کاری خارجی و هم عوامل روانی درون فرد، ارتقاء یابد (ژانگ و بارتول، ۲۰۱۰: ۱۹۵).

۵- احساس داشتن اعتماد: از نظر اسپریتیزر و میشر (۱۹۹۷) افراد توانمند دارای حسی به نام اعتماد هستند، مطمئن هستند که با آنان منصفانه و یکسان رفتار خواهد شد. این افراد اطمینان دارند که حتی در مقام زیردست نیز نتیجه نهایی کارهایشان، نه آسیب و زیان که عدالت و انصاف خواهد بود. اعتماد به روابط بین فرادستان و زیردستان باز می گردد و نیز به علاقه مندی، شایستگی، گشودگی و اطمینان به دیگران مربوط می شود (حسینی، ۱۳۹۱: ۶).

ضرورت توانمندسازی کارکنان در سازمان ها

تغییرات محیطی و افزایش رقابت جهانی، موضوع توانمندسازی کارکنان را در کانون توجه مدیران قرار داده است. چرا که سازمان ها با داشتن کارکنان توانمند، متعهد، ماهر و با انگیزه، بهتر خواهند توانست خود را با تغییرات وفق داده و رقابت کنند. توانمندسازی، سالم ترین روش سهیم نمودن دیگر کارکنان در قدرت است. با این روش حس اعتماد، انرژی مضاعف، غرور، تعهد و خوداتکایی در افراد ایجاد می شود و حس مشارکت جویی در امور سازمانی افزایش یافته، در نهایت بهبود عملکرد را به دنبال خواهد داشت (جهانگیری، ۱۳۸۶: ۱) پس از ده ها سال تجربه، دنیا به این نتیجه رسید که اگر سازمانی بخواهد در اقتصاد و امور کاری خود پیشتاز باشد و در عرصه رقابت عقب نماند، باید از نیروی انسانی متخصص، خلاق و با انگیزه برخوردار باشد. منابع انسانی، اساس ثروت واقعی یک سازمان را تشکیل می دهند. بین سرمایه انسانی و بهره وری در سازمان ها رابطه ای مستقیم وجود دارد. از دغدغه های مهم بنگاه های اقتصادی موفق جهان، گردآوری سرمایه انسانی فرهیخته و خردورزی است که، قادر به ایجاد تحول در سازمان های مربوطه باشند. یک سازمان موفق مجموعه ای است مرکب از انسان هایی با فرهنگ، اندیشه و اهداف مشترک که با کار گروهی در نظام انعطاف پذیر سازمان، تجارب و دانش خود را با عشق به پیشرفت روزافزون سازمان در اختیار مدیریت خود قرار می دهد. بنابراین هر فرد نسبت به سازمان و وظیفه ای که انجام می دهد احساس مالکیت خواهد کرد. استفاده از توانایی های بالقوه منابع انسانی برای هر سازمانی، مزیتی بزرگ به شمار می رود. با بهره وری فردی، سازمان از مجموعه استعدادها و توانایی های بالقوه افراد به منظور پیشرفت سازمان استفاده می کند و با به فعل درآوردن نیروهای بالقوه و استعدادهای شگرف در جهت سازندگی، موجبات پیشرفت سازمان فراهم خواهد شد. بنابراین لازمه دستیابی به هدف های سازمان، مدیریت مؤثر این منابع با ارزش است. در این راستا رشد، پیشرفت، شکوفایی و ارتقای توانمندی های کارکنان تحت عنوان توانمندسازی کارکنان مورد توجه صاحب نظران و کارشناسان قرار گرفته است (نصری، ۱۳۸۸: ۳۵).

نتایج حاصل از اجرای توانمندسازی کارکنان

از جمله نتایج حاصله از اجرای توانمندسازی کارکنان برای سازمان ها، می توان به موارد زیر اشاره نمود:

- تأمین رضایت مشتری؛
- همسویی با نیازهای بازار؛
- کاهش هزینه های عملیاتی و افزایش سود در بازار؛
- بهبود مستمر در سازمان و افزایش بهره وری؛
- خلق ابتکارات جدید و استفاده بیشتر از منابع فکری؛
- افزایش رضایت شغلی کارکنان؛
- افزایش احساس تعلق، مشارکت و مسئولیت در کارکنان؛

* تغییر طرز تلقی از اجبار به اختیار؛

* ارتباط بهتر کارکنان با مدیران و سرپرستان؛

* افزایش کارایی فرایند تصمیم گیری (نصری، ۱۳۸۸: ۳۵)

رضایت شغلی

رضایت شغلی، نوعی احساس رضایت و رضایت خاطر فرد از شغل خود در سازمان است که با کار مناسب با استعدادها، میزان موفقیت در شغل، تأمین نیازهای منطقی، شکوفایی استعدادها، پیشرفت شغلی، تجربه های موفق و جو سازمانی ارتباط دارد (میرکمالی، ۱۳۸۶). رضایت شغلی، مجموعه ای از احساس های سازگار و ناسازگار است که کارکنان با آن احساس ها به کار خود می نگرند. وقتی کارکنان به سازمان می پیوندند، مجموعه ای از خواست ها، نیازها، آرزوها و تجربه های گذشته را که بر روی هم، انتظارهای شغلی را می سازند، با خود به همراه دارند که نشانی از ارتباط توقعات نخواستۀ کارکنان با پاداش هایی است که کار فراهم می آورد (دیویس و استروم، ۱۳۷۹).

مقصود از رضایت شغلی نگرش کلی فرد درباره کارش است. کسی که رضایت شغلی او در سطحی بالا است، نسبت به شغل یا کار خود نگرشی مثبت دارد. کسی که از کار خود راضی نیست (رضایت شغلی ندارد) نگرشی منفی نسبت به شغل و به کار دارد. هنگامی که درباره نگرش کارکنان بحث می شود غالباً مقصود چیزی جز رضایت شغلی آنان نیست. در واقع در این زمینه معمولاً این دو «رضایت شغلی» و «نگرش» را به جای یکدیگر به کار می برند (رابینز، ۲۰۰۳: ۴۶). میردیکوندی رضایت شغلی را احساس خرسندی و خشنودی که فرد از کار خود می کند و لذتی که از آن می برد و در پی آن، به شغل خود دل گرمی و وابستگی پیدا می کند، تعریف کرده است.

در تعریف دیگری رضایت شغلی حالتی مطبوع، عاطفی و مثبت حاصل از ارزیابی شغل یا تجارب شغلی است، مفهومی دارای ابعاد، جنبه ها و عوامل گوناگون که باید مجموعه آن ها را در نظر گرفت. از جمله این عوامل، می توان به صفات کارگر و کارمند، نوع کار، محیط کار و روابط انسانی کار اشاره نمود (هلریگل و وودمن، ۱۹۸۹: ۵۵). «رضایت شغلی» مجموعه ای از احساسات و باورهاست که افراد در مورد مشاغل کنونی خود دارند رضایت شغلی یکی از عوامل مهم در موفقیت شغلی است؛ عاملی که موجب افزایش کارایی و نیز احساس رضایت فردی می گردد. رضایت شغلی یعنی دوست داشتن شرایط و لوازم یک شغل، شرایطی که در آن کار انجام می گیرد و پاداشی که برای آن دریافت می شود (بروس، به نقل از زندی پور، ۱۳۶۹). فیشر^{۱۰} و هانا^{۱۱} رضایت شغلی را عاملی درونی می دانند و آن را نوعی سازگاری عاطفی با شغل و شرایط اشتغال می انگارند؛ یعنی اگر شغل مورد نظر، لذت مطلوب را برای فرد تأمین کند، او از شغلش راضی است. در مقابل، چنانچه شغل مورد نظر رضایت و لذت مطلوب را به فرد ندهد، در این حالت، او از کار خود مذمت می نماید و درصدد تغییر آن بر می آید (شفیع آبادی، ۱۳۷۶).

به نظر هاپاک^{۱۲} «رضایت شغلی» مفهومی پیچیده و چندبعدی است و با عوامل روانی، جسمانی و اجتماعی ارتباط دارد. تنها یک عامل موجب رضایت شغلی نمی شود، بلکه ترکیب معینی از مجموعه عوامل گوناگون سبب می گردد که شاغل در لحظه معینی از زمان، از شغلش احساس رضایت کند و به خود بگوید که از شغلش راضی است و از آن لذت می برد به گونه ای مثبت به آن می نگرد و در یک کلام، از احساس خوب و مطلوبی نسبت به آن برخوردار است (رحیمی، ۱۳۸۸: ۷۶).

مؤلفه های رضایت شغلی

با توجه به تقسیم بندی های مختلفی که در زمینه عوامل مؤثر بر رضایت شغلی وجود دارد در ذیل به برخی از مهمترین عوامل تاثیرگذار، اشاره می گردد:

پرداخت حقوق: نتایج تحقیقات متعدد حاکی از آن است که حقوق و دستمزد از عوامل مؤثر بر رضایت شغلی افراد می باشد. (لی و همکاران، ۲۰۰۳: ۱۷۶)

ارتقای شغلی: معمولاً کارکنان شغل هایی را ترجیح می دهند که بتوانند بدان وسیله برای بالا بردن مهارت ها و توانایی های خود از فرصت موجود استفاده کنند. (رابینز، ۱۳۸۲: ۴۶)

¹⁰ Fisher

¹¹ Hanna

¹² Hoppock

نظارت و سرپرستی: همه کارکنان سازمان به سرپرستی نیاز دارند و انتظار دارند که در انجام وظایف خود هدایت شوند. روابط مدیر، با زیردستان در جریان سرپرستی شکل می گیرد. (مهداد، ۱۳۸۱: ۱۰۵)

نوع کار: نوع کار و وظایفی که پرسنل انجام می دهند نیز بر رضایت شغلی آنان تأثیرگذار است.

ارتباط بین متغیرهای تحقیق

یکی از مهمترین سرمایه و ارکان هر سازمانی، سرمایه انسانی است، به طوری که حیات سازمان تا حدود زیادی بستگی به مهارت ها و آگاهی های مختلف کارکنان دارد و هر چه این مهارت ها بهینه باشد، قابلیت سازگاری سازمان با محیط متغیر نیز بیشتر می شود. لذا آموزش منابع انسانی نه تنها در ایجاد دانش و مهارت های ویژه نقش به سزایی دارد بلکه باعث می شود که آنان در ارتقاء سطح کارایی و اثر بخشی سازمان سهیم باشند و خود را با فشارهای متغیر محیطی وفق دهند. (ابطحی و همکاران، ۲۰۰۷)

پرداختن به متغیرهایی همچون معنویت سازمانی، توانمندسازی روانشناختی و رضایت شغلی در دنیای متغیر و رقابتی کنونی، از اهمیت ویژه ای برخوردار است، زیرا در صورت توجه خاص به این متغیرها در جهان کنونی، می توان از بقیه سازمان های رقیب، از نظر پتانسیل و عملکرد و رضایت، پیشی گرفت. ورود مفاهیمی چون اخلاق، حقیقت، باور به خدا، درستکاری، وجدان، رادمردی، اعتماد، بخشش، مهربانی، معناجویی در کار، همبستگی با همکاران، تشویق کارکنان، حس صلح و نودوستی و ... به پژوهش های جدید در حوزه مدیریت و سازمان، همه حکایت از ظهور متغیر جدیدی بنام "معنویت در کار" دارند. طبق شواهد، قلمرو سازمان و مدیریت هم از لحاظ نظری و هم از لحاظ عملی، تحت تأثیر عوامل قدرتمند فراساختاری و فراسازمانی قرار دارند. (جیسل و همکاران^{۱۳}، ۲۰۰۳: ۲۲۶)

رضایت شغلی، انعکاس مثبت نگرش و احساس فرد است که نسبت به شغل خود ابراز می کند. اسمیت پنج بعد اساسی یعنی ماهیت شغل، پرداخت حقوق و مزایا، فرصت های پیشرفت و ترقی، سرپرستان و همکاران در کار را مهمترین عوامل مؤثر در احساس افراد نسبت به کارشان می دانند. (اوشاگبمی و همکاران^{۱۴}، ۱۹۹۹: ۳۸۳)

در کل، می توان گفت که عمده ترین دلیل علاقه مندی به معنویت محیط کاری، افزایش اثر بخشی سازمانی است. شواهد تجربی، رابطه مثبت را بین محیط کاری با صداقت و اعتماد درون سازمان، افزایش حس کامیابی شخصی، تعهد سازمانی، نگرش شغلی از قبیل رضایت شغلی و ... نشان می دهد. بنابراین با توجه به اهمیت و پیامدهای مفید و مثبتی که معنویت در سازمان دارد، غالب سازمان ها و مؤسسات پیشرو، بیش از پیش توجه خود را به ارتقاء معنویت کارکنان به منظور بهسازی منابع انسانی خویش معطوف داشته اند. (مرزآبادی و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۹)

در حقیقت، نظریه رهبری معنوی یک نظریه علمی برای تحول سازمانی می باشد که به منظور ایجاد سازمانی یادگیرنده و دارای محرک درونی بوجود آمده است. با توجه به نظریه رهبری معنوی، این نظریه نیز توانایی رهبران را در به کارگیری قابلیت های پیروان خود در محیط متغیر امروزی کاملاً همساز نموده و به رهبری از دیدی تازه نگاه می کند. نظریه رهبری معنوی بر اساس مدل انگیزش درونی توسعه یافته است که ترکیبی از چشم انداز، ایمان به تحقق هدف، عشق به نوع دوستی، معناداری در کار، عضویت، تعهد سازمانی و بازخورد عملکرد رهبر می باشد. (فرای و ماسرلی^{۱۵}، ۲۰۰۶) لذا، هدف رهبری معنوی توجه به نیازهای اساسی پیروان می باشد تا موجبات بقای معنوی و توانمندسازی آنان را فراهم آورد.

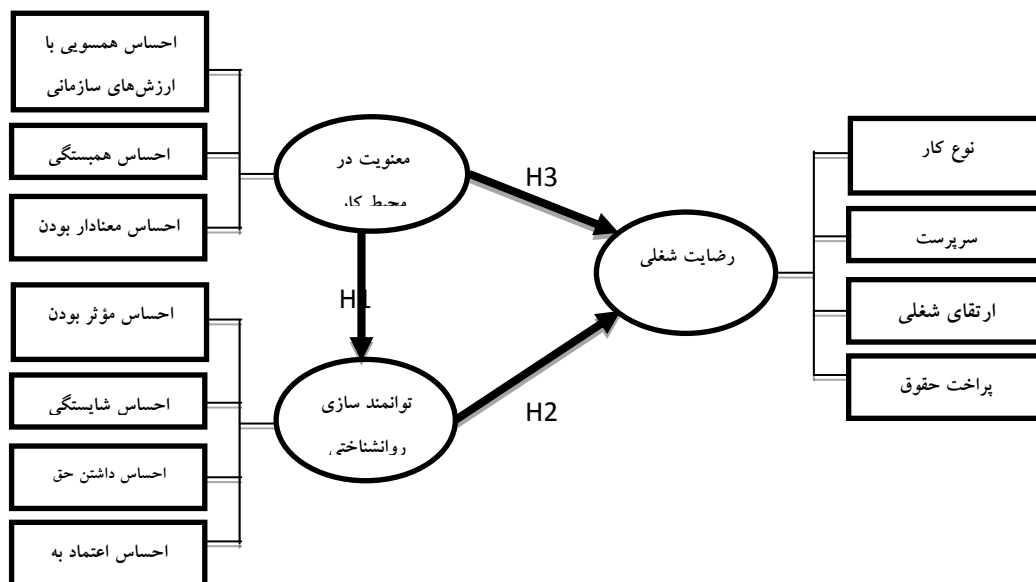
از سوی دیگر نیز، توانمندسازی می تواند از طریق افزایش معنادار بودن، شایستگی و آزادی عمل باعث کاهش فشار روحی یا تنش شغلی شده و از طرف دیگر رضایت شغلی کارنان را ارتقا بخشند. (گرگی، ۱۳۸۹)

¹³ Geijsel

¹⁴ Oshagbemi et al.

¹⁵ Fry & Matherly

شکل ۲- مدل مفهومی تحقیق



مدل مفهومی تحقیق

منبع: بلیت و همکاران (۲۰۱۵)، گوپتا و همکاران (۲۰۱۳)، ناماسیویام و همکاران (۲۰۱۳)

فرضیه های تحقیق

H₁: معنویت در محیط کار بر توانمندسازی کارکنان تأثیرگذار است.

H₂: توانمندسازی کارکنان بر رضایت شغلی کارکنان تأثیرگذار است.

H₃: معنویت در محیط کار بر رضایت شغلی کارکنان تأثیرگذار است.

روش شناسی

این تحقیق براساس دسته بندی تحقیقات از نظر هدف یک تحقیق کاربردی محسوب می شود که تأثیر معنویت در محیط کار و توانمندسازی روانشناختی بر رضایت شغلی کارکنان در بیمه های خصوصی وابسته به بانکها در شهر تهران را می سنجد و از نظر ماهیت تحقیق، از نوع همبستگی بوده. همچنین براساس روش تحقیق این پژوهش از نظر دسته بندی تحقیقات تحقیقی از نوع پیمایشی می باشد. زیرا در این تحقیق با استفاده از پرسشنامه ها که ابزار گردآوری اطلاعات هستند داده ها را از سطح کیفی به سطح کمی آورده خواهند شد. جامعه آماری شامل کلیه کارکنان بیمه های خصوصی وابسته به بانکها در شهر تهران شامل (نوبن، پارسیان، کارآفرین، سینا، دی، سامان، پاسارگاد، ما) می باشد. با توجه به اینکه تعداد ۸ شرکت بیمه خصوصی در شهر تهران انتخاب گردیده اند از هر کدام از شرکت ها نمونه گیری می شود و از روش نمونه گیری تصادفی ساده استفاده می شود. با توجه به اینکه تعداد ۴۵۰ نفر در کلیه دفاتر بیمه های خصوصی وابسته به بانکها در شهر تهران مشغول به کار می باشند، ابتدا از کل جامعه با استفاده از فرمول کوکران نمونه گیری شده که از روش نمونه گیری ساده استفاده گردید.

$$n = \frac{N Z_{\alpha/2}^2 \times \delta^2}{(N-1) \varepsilon^2 + Z_{\alpha/2}^2 \times \delta^2} = 206$$

فرمول ۱- محاسبه حجم نمونه

در فرمول فوق $\frac{z^2}{2}$ با سطح اطمینان ۹۵ درصد و احتمال خطای ۵ درصد و همچنین ϵ^2 براساس تحقیقات مشابه در این حوزه به ترتیب 1.96^2 و 0.05 در نظر گرفته شدند (سید جوادین و شمس، ۱۳۸۶ و سید جوادین و همکاران، ۱۳۸۹) و با توجه به اینکه δ^2 برابر با 0.5^2 شد (رضوانی، ۱۳۹۱). بنابراین با توجه به فرمول فوق تعداد نمونه مورد نظر ۲۰۶ نفر مدنظر گرفته شد. ابزار گردآوری اطلاعات به صورت پرسشنامه ای می باشد. که با پخش کردن این پرسشنامه ها بین جامعه آماری داده های خود را جمع آوری می کنیم. در این تحقیق از سه پرسشنامه ی استاندارد استفاده شده است.

پرسشنامه معنویت محیط کار (میلیم و همکاران)

این پرسشنامه دارای ۱۰ گویه می باشد که در آن برای سنجش معنویت محیط کار از سه مؤلفه (معنا دار بودن کار، احساس همبستگی، همسویی با ارزش های سازمانی) استفاده شده است.

پرسشنامه توانمندسازی روانشناختی کارکنان اسپریتزر

این پرسشنامه دارای ۱۲ گویه می باشد که برای سنجش آن از مؤلفه های (احساس شایستگی، احساس مؤثر بودن، احساس داشتن حق انتخاب و احساس اعتماد به دیگران) استفاده شده است.

پرسشنامه رضایت شغلی پارسونز

این پرسشنامه دارای ۱۴ گویه می باشد که مؤلفه های آن عبارتند از (نوع کار، سرپرست، رضایت شغلی و پرداخت حقوق) است. سطح اندازه گیری پرسشنامه ها فاصله ای و بر اساس مقیاس ۵ درجه ای لیکرت می باشد. سؤالات پرسشنامه به صورت گزینه های کاملاً مخالفم، مخالفم، نظری ندارم، موافقم و کاملاً موافقم به ترتیب از ۱ تا ۵ تنظیم شده است.

در نهایت پرسشنامه پس از تأیید روایی سؤالات با بهره گیری از نظر اساتید، متخصصان و خبرگان و کسب پایایی قابل قبول با ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۵ در بین نمونه آماری توزیع گردید.

در پژوهش حاضر، برای بررسی ویژگی های جمعیت شناختی نمونه تحت بررسی از آمار توصیفی شامل جداول فراوانی و نمودار فراوانی استفاده می شود.

یافته های پژوهش

بررسی متغیر های جمعیت شناختی این پژوهش نشان می دهد که از مجموع ۲۰۶ نفر پاسخگویان ۷۳ نفر معادل ۳۵ درصد زن و ۱۳۳ نفر معادل ۶۵ درصد مرد بوده اند. از این نمونه نیز ۶۶ درصد متأهل و ۳۴ درصد مجرد بوده اند. همچنین از مجموع ۲۰۶ نفر پاسخگویان ۴۳ درصد بین ۲۰ تا ۳۰ سال، ۳۴ درصد دارای سن بین ۳۰ تا ۴۰ سال و ۲۳ درصد دارای سن بالای ۴۰ سال بوده اند. از نظر تحصیلات نیز ۱۵ درصد دارای تحصیلات دیپلم و فوق دیپلم، ۴۸ درصد دارای تحصیلات کارشناسی و ۳۷ درصد دارای تحصیلات فوق لیسانس و بالاتر بودند.

پس از بررسی متغیر های جمعیت شناختی برای تحلیل داده ها در ابتدا نرمال بودن داده ها با استفاده از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف مورد ارزیابی قرار می گیرد. بررسی تأثیر معنویت در محیط کار و توانمندسازی روانشناختی کارکنان بر رضایت شغلی با استفاده از آزمون همبستگی (پیرسون یا اسپیرمن) و تکنیک معادلات ساختاری دو سویه انجام می شود. پیاده سازی تکنیک معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار لیزرل صورت می گیرد.

نتایج آزمون کلموگروف-اسمیرنوف حاکی از آن است که متغیر های تحقیق از توزیع نرمال برخوردار بودند.

با توجه به نرمال بودن مشاهدات برای سنجش رابطه همبستگی بین مشاهدات از آزمون همبستگی پیرسون استفاده می شود. نتایج آزمون در ادامه نشان داده شده است.

جدول ۱- نتایج آزمون همبستگی پیرسون

متغیر	نتایج آزمون	توانمندسازی	رضایت	معنویت
توانمندسازی	ضریب همبستگی	۱.۰۰	۰.۸۷۴	۰.۶۸۷
	مقدار معنی داری	۰	۰.۰۳۶	۰.۰۲۴
رضایت	ضریب همبستگی	۰.۸۷۴	۱.۰۰	۰.۶۵۳
	مقدار معنی داری	۰.۰۳۶	۰	۰.۰۰۰
معنویت	ضریب همبستگی	۰.۶۸۷	۰.۶۵۳	۱.۰۰
	مقدار معنی داری	۰.۰۲۴	۰.۰۰۰	۰

نتایج به دست آمده نشان دهنده این امر هستند که رابطه متقابل بین متغیرهای توانمندسازی، رضایت و معنویت وجود دارد چرا که مقدار معنی داری آزمون برای سنجش وجود رابطه از ۰.۰۵ کوچکتر است و این امر دلالت بر این دارد که فرض صفر عدم وجود رابطه بین متغیرها در سطح اطمینان ۹۵٪ رد می شود.

از سوی دیگر برای اطمینان از مناسب بودن داده ها مبنی بر اینکه ماتریس همبستگی هایی که پایه تحلیل قرار می گیرد در جامعه برابر با صفر نیست از آزمون بارتلت^{۱۶} استفاده کرده ایم.

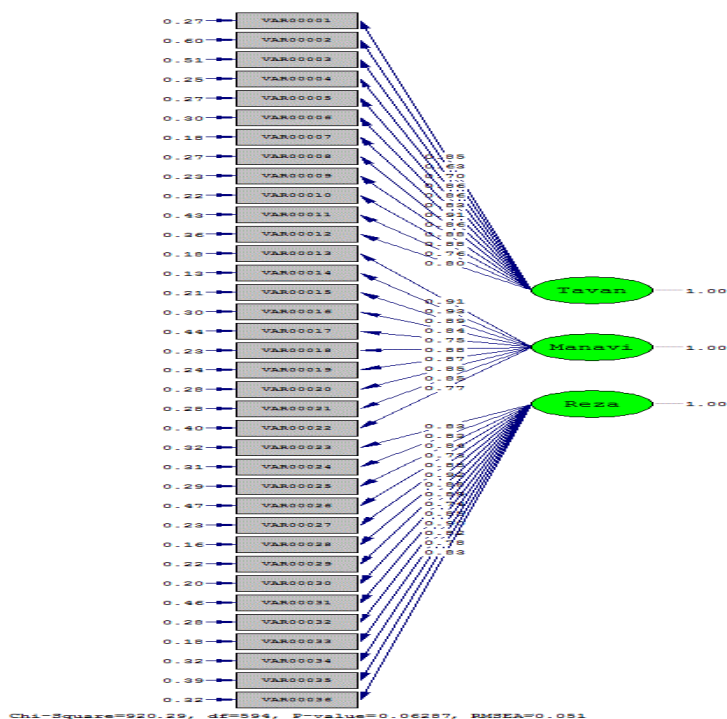
جدول ۲ معیار KMO برای کفایت نمونه گیری و آزمون بارتلت برای مناسب بودن همبستگی بین مشاهدات جهت استفاده از تحلیل عاملی را نشان می دهد. با توجه به مقدار بالای شاخص KMO و معنی داری آزمون بارتلت، تعداد نمونه برای انجام تحلیل عاملی کافی و همبستگی بین مشاهدات مناسب است.

جدول ۲- آزمون بارتلت و شاخص KMO تحلیل عاملی

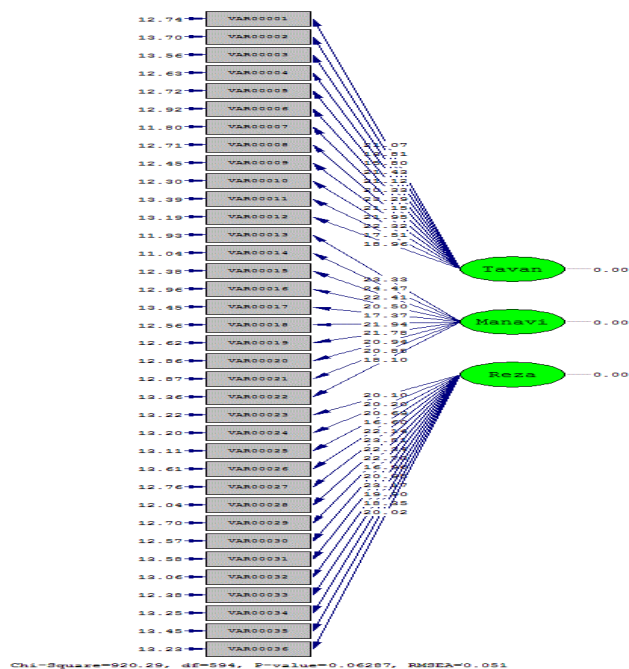
شاخص KMO		
۰/۷۹۵		
۱۰۲۶.۳۰۲	آماره آزمون	آزمون بارتلت
۰/۰۰۰	مقدار معنی داری	

در ادامه به تحلیل عاملی تأییدی متغیرهای تحقیق پرداخته می شود. بارهای عاملی مدل در حالت تخمین استاندارد میزان تأثیر هر کدام از متغیرها و یا گویه ها را در توضیح و تبیین واریانس نمرات متغیر یا عامل اصلی نشان می دهد. به عبارت دیگر بار عاملی نشان دهنده میزان همبستگی هر متغیر مشاهده شده (سوال پرسشنامه) با متغیر مکنون (عاملها) می باشد. در صورتی که مقدار آماره آزمون سنجش معنی داری متغیر از ۱.۹۶ بالاتر باشد، نشان دهنده این است که گویه در نظر گرفته شده معنی دار است و در غیر این صورت گویه حذف می شود.

¹⁶ Bartlett Test



شکل ۳- تحلیل عاملی متغیرهای تحقیق (بار عاملی در حالت استاندارد)



شکل ۴- تحلیل عاملی متغیرهای تحقیق (مقدار آماره آزمون t)

نتایج حاصل از برازش مدل نشان دهنده این مطلب هستند که مقدار بارعاملی گویه‌ها از ۰.۵ بالاتر و مقدار آماره آزمون گویه‌های در نظر گرفته شده از ۱.۹۶ بالاتر است و این امر دلالت بر این دارد که گویه در نظر گرفته شده معنی‌دار هستند و نیازی به حذف گویه‌ها نیست. برای

بررسی این مهم که آیا مدل برازش داده شده به مشاهدات از مناسبت کافی برخوردار است یا خیر از شاخص های نیکویی برازش استفاده می شود. شاخص های برازش مدل در ادامه نشان داده شده است.

جدول ۳- شاخص های برازش مدل اندازه گیری

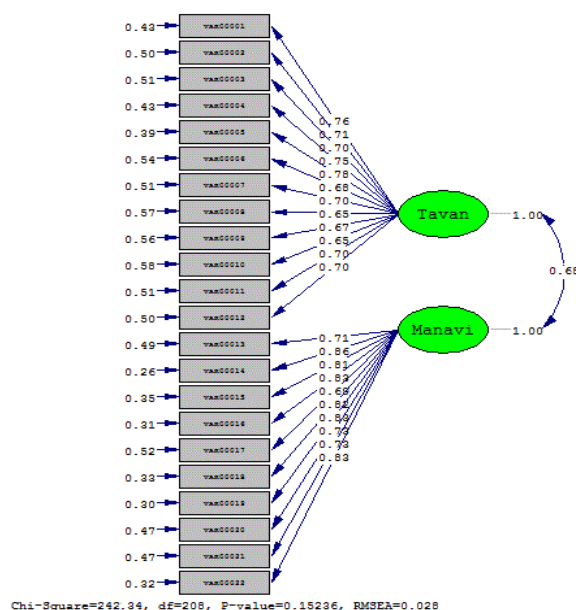
شاخص	RMR	AGFI	GFI	CFI	RMSEA	کای دو/درجه آزادی
مقدار	۰.۰۲۲	۰.۸۳	۰.۸۸	۰.۹۰	۰.۰۵۱	۱.۵۴

مقدارهای به دست آمده برای شاخص های برازش مدل نشان می دهد که برخی الگوها وضعیت مناسبی را نشان می دهند و برخی دیگر دلالت بر این دارند که مدل از برازش مطلوب برخوردار نیست. از آن جا که اغلب شاخص ها برازش مناسب را نشان می دهند، می توان گفت مدل از برازش مناسب برخوردار است.

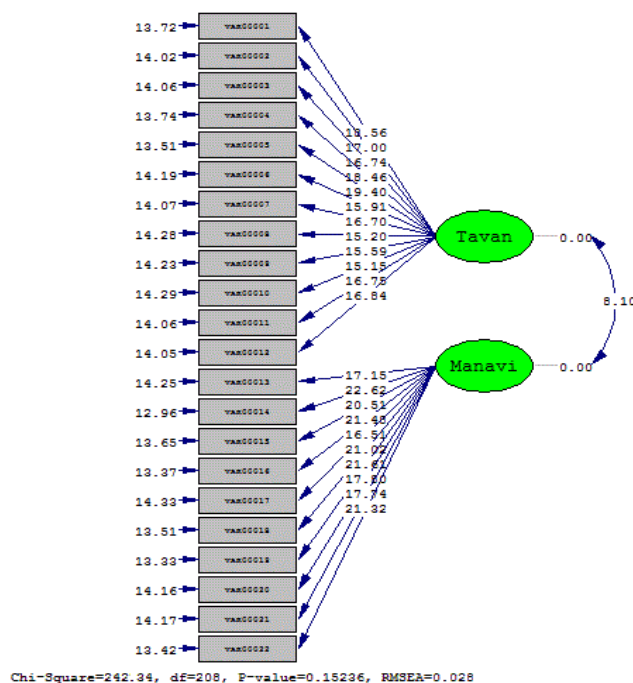
در این بخش به برازش مدل ساختاری به مشاهدات در راستای بررسی درستی فرضیات پژوهش پرداخته می شود.

فرضیه ۱: معنویت در محیط کار بر توانمندسازی کارکنان تأثیر گذار است.

شکل ۳ و ۴ رابطه متقابل توانمندسازی و معنویت را نشان می دهد. در شکل ۳ ضریب مسیر بین دو متغیر توانمندسازی و معنویت، نشان دهنده میزان همبستگی دو متغیر است و هرچه قدر مطلق این مقدار به ۱ نزدیکتر باشد، شدت رابطه بیشتر است. در صورتی که مقدار آماره آزمون سنجش معنی داری رابطه از ۱.۹۶ بالاتر باشد، نشان دهنده این است که بین دو متغیر رابطه معنی دار وجود دارد و فرضیه در نظر گرفته شده تأیید می شود.



شکل ۵ - بررسی تأثیر معنویت بر توانمندسازی (ضرایب استاندارد)



شکل ۶- بررسی تأثیر معنویت بر توانمندسازی (آماره آزمون t)

جدول ۳- نتایج حاصل از برآورد ضرایب و معنی داری آنها

متغیر	نتایج آزمون	توانمندسازی	معنویت
توانمندسازی	ضریب مسیر	۱.۰۰	۰.۶۸
	آماره آزمون t	۰	۸.۱۰
معنویت	ضریب مسیر	۰.۶۸	۱.۰۰
	آماره آزمون t	۸.۱۰	۰

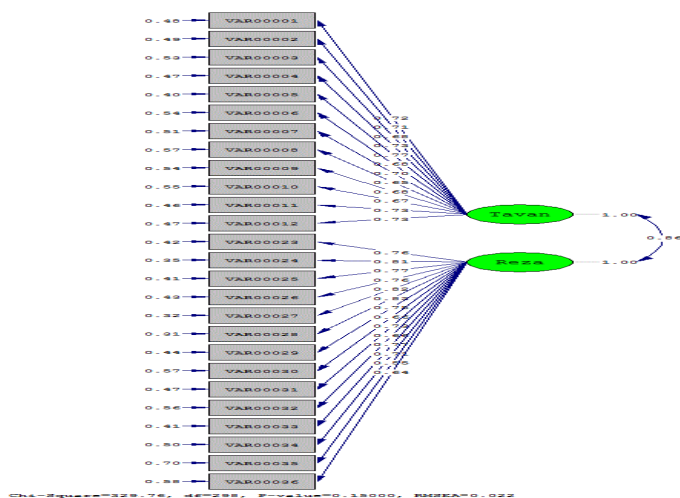
نتایج به دست آمده نشان می دهند که در رابطه توانمندسازی و معنویت، مقدار آماره آزمون از ۱.۹۶ بزرگتر و مقدار ضریب مثبت است و این امر نشان می دهد که بین توانمندسازی و معنویت رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد. برای بررسی این مهم که آیا مدل برازش داده شده به مشاهدات از مناسبت کافی برخوردار است یا خیر از شاخص های نیکویی برازش استفاده می شود. شاخص های برازش مدل در ادامه نشان داده شده است.

جدول ۴- شاخص های برازش مدل اندازه گیری

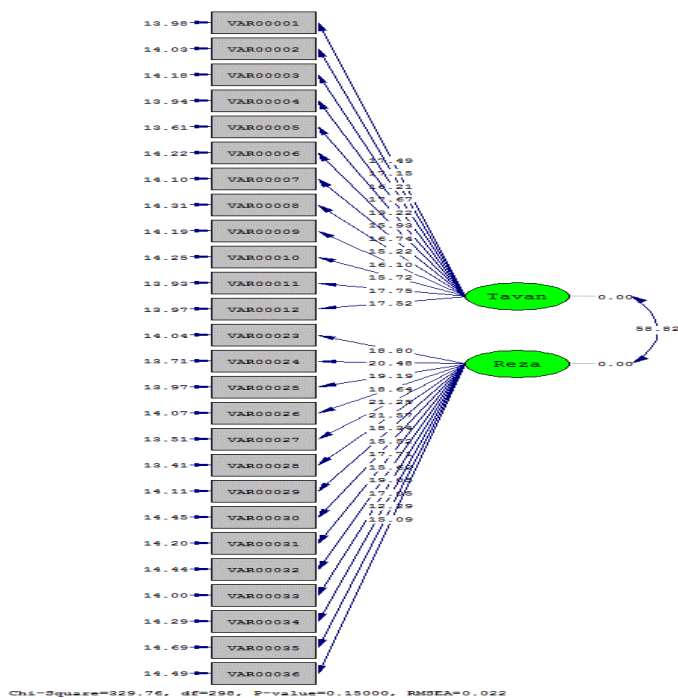
شاخص	RMR	AGFI	GFI	CFI	RMSEA	کای دو/درجه آزادی
مقدار	۰.۰۱۱	۰.۸۷	۰.۹۰	۰.۹۱	۰.۰۲۸	۱.۱۶

مقدارهای به دست آمده برای شاخص های برازش مدل نشان می دهد که برخی الگوها وضعیت مناسبی را نشان می دهند و برخی دیگر دلالت بر این دارند که مدل از برازش مطلوب برخوردار نیست. از آن جا که اغلب شاخص ها برازش مناسب را نشان می دهند، می توان گفت مدل از برازش مناسب برخوردار است.

فرضیه ۲: توانمندسازی کارکنان بر رضایت تأثیرگذار است.



شکل ۷- بررسی تأثیر توانمندسازی بر رضایت (ضرایب استاندارد)



شکل ۸- بررسی تأثیر توانمندسازی بر رضایت (آماره آزمون t)

جدول ۵- نتایج حاصل از برآورد ضرایب و معنی داری آن ها

متغیر	نتایج آزمون	توانمندسازی	رضایت
توانمندسازی	ضریب مسیر	۱.۰۰	۰.۸۶
	آماره آزمون t	۰	۵۸.۸۲
رضایت	ضریب مسیر	۰.۸۶	۱.۰۰
	آماره آزمون t	۵۸.۸۲	۰

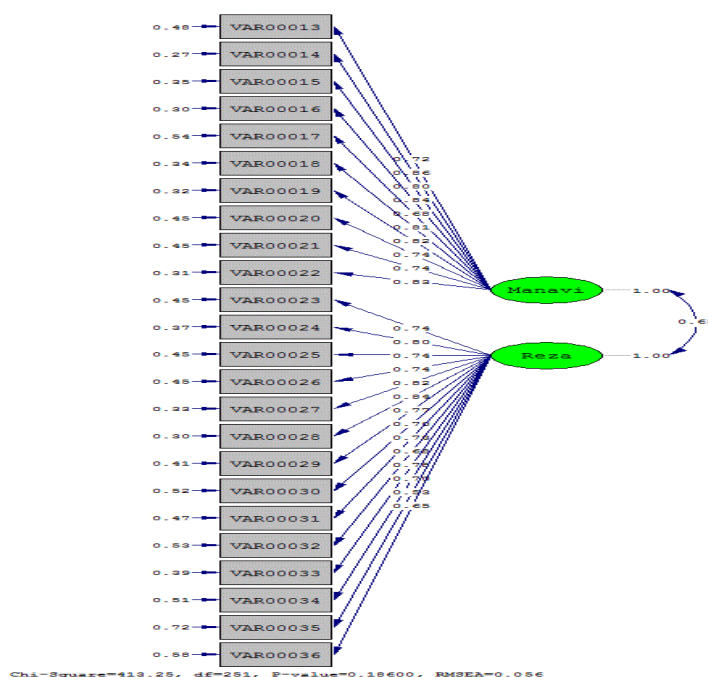
نتایج به دست آمده نشان می دهند که در رابطه توانمندسازی و رضایت، مقدار آماره آزمون از ۱.۹۶ بزرگتر و مقدار ضریب مثبت است و این امر نشان می دهد که بین توانمندسازی و رضایت رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد.

جدول ۶- شاخص های برازش مدل اندازه گیری

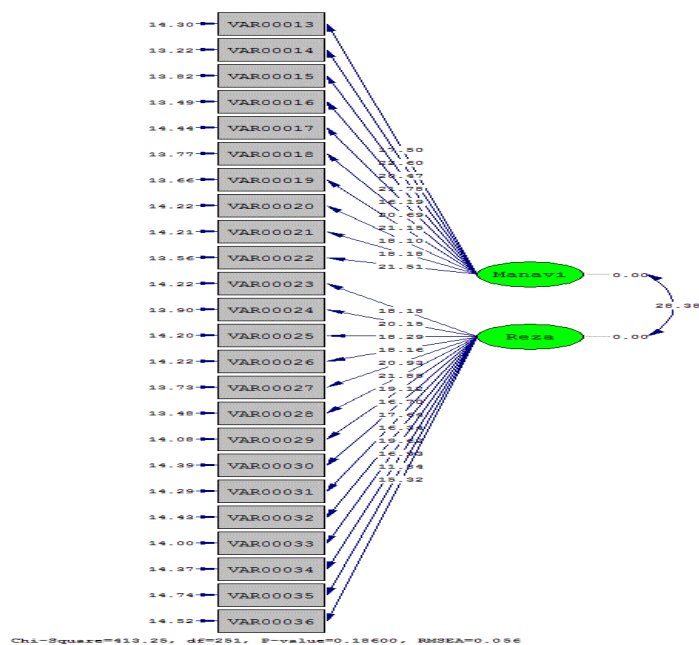
شاخص	RMR	AGFI	GFI	CFI	RMSEA	کای دو/درجه آزادی
مقدار	۰.۰۰۹	۰.۸۹	۰.۹۱	۰.۹۳	۰.۰۲۲	۱.۱۰۶

مقدارهای به دست آمده برای شاخص های برازش مدل نشان می دهد که برخی الگوها وضعیت مناسبی را نشان می دهند و برخی دیگر دلالت بر این دارند که مدل از برازش مطلوب برخوردار نیست. از آن جا که اغلب شاخص ها برازش مناسب را نشان می دهند، می توان گفت مدل از برازش مناسب برخوردار است.
فرضیه ۳: معنویت در محیط کار بر رضایت شغلی کارکنان تأثیرگذار است.

شکل ۹ و ۱۰ رابطه متقابل معنویت و رضایت را نشان می دهد.



شکل ۹- بررسی تأثیر معنویت بر رضایت (ضرایب استاندارد)



شکل ۱۰- بررسی تأثیر معنویت بر رضایت (آماره آزمون t)

در ادامه نتایج حاصل از برازش مدل نشان داده شده است.

جدول ۴-۱ نتایج حاصل از برآورد ضرایب و معنی داری آنها

متغیر	نتایج آزمون	معنویت	رضایت
معنویت	ضریب مسیر	۱.۰۰	۰.۶۵
	آماره آزمون t	۰	۲۸.۳۸
رضایت	ضریب مسیر	۰.۶۵	۱.۰۰
	آماره آزمون t	۲۸.۳۸	۰

نتایج به دست آمده نشان می دهند که در رابطه معنویت و رضایت، مقدار آماره آزمون از ۱.۹۶ بزرگتر و مقدار ضریب مثبت است و این امر نشان می دهد که بین معنویت و رضایت رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد.

جدول ۴-۲ شاخص های برازش مدل اندازه گیری

شاخص	RMR	AGFI	GFI	CFI	RMSEA	کای دو/درجه آزادی
مقدار	۰.۰۳۲	۰.۸۶	۰.۸۹	۰.۹۰	۰.۰۵۶	۱.۶۵

در این جدول از آن جا که اغلب شاخص ها برازش مناسب را نشان می دهند، می توان گفت مدل از برازش مناسب برخوردار است.

نتایج تحقیق به تفکیک فرضیه ها

جهت سنجش و بررسی درستی فرضیه های تحقیق حاضر از تکنیک معادلات ساختاری بهره بردیم. با توجه به اینکه مقدار آماره های آزمون تی بالای ۱.۹۶ می باشد و با در نظر گرفتن ضریب مسیر مثبت، دلیلی مبنی بر رد فرضیه ها وجود نداشته در نتیجه هر ۳ فرضیه در این تحقیق پذیرفته شد.

H¹: معنویت در محیط کار بر توانمندسازی کارکنان تأثیرگذار است.

از فرضیه حاضر چنین استنباط می گردد، معنویت در محیط کار همچون احساس همبستگی پرسنل با کار، معنادار بودن کار منجر به بهبود و یا تقویت مواردی نظیر احساس شایستگی، احساس معنادار بودن، احساس مؤثر بودن و ... که از مؤلفه های توانمندسازی است؛ می گردد و یا بالعکس؛ چرا که رابطه فوق یک رابطه دوسویه است.

نتایج حاضر با نتایج تحقیق ضیایی و همکاران (۱۳۸۷)، تحت عنوان " نقش رهبری معنوی و معنویت در محیط کار در توانمندسازی کارکنان دانشگاه تهران " همخوانی دارد. آنان در تبیین نتایج تحقیق خود چنین اظهار کردند: بین رهبری معنوی و معنویت در محیط کار در دانشگاه تهران و توانمندسازی کارکنان رابطه معنی دار وجود دارد. نتایج با یکدیگر مطابقت دارد؛ چرا که در هر دو تحقیق محققان به وجود رابطه مثبت و معنادار بین معنویت در محیط کار و توانمندسازی اشاره کرده اند.

H²: توانمندسازی کارکنان بر رضایت شغلی کارکنان تأثیرگذار است.

از فرضیه حاضر چنین استنباط می گردد، توانمندسازی کارکنان منجر به ایجاد یا تقویت رضایت شغلی در کارکنان می شود؛ بدین معنا که داشتن حق انتخاب، احساس مؤثر و معنادار بودن که از مؤلفه های توانمندسازی است می تواند رضایت شغلی کارکنان را برانگیزد و یا بالعکس؛ چرا که رابطه فوق یک رابطه دوسویه است.

نتایج حاضر با نتایج تحقیق صحرایی و همکاران (۱۳۹۳)، تحت عنوان " رابطه توانمندسازی و حمایت سازمانی ادراک شده با رضایت شغلی دبیران تربیت بدنی شهر همدان " همخوانی دارد. چرا که آنان در تبیین نتایج تحقیق خود چنین اظهار داشتند: نتایج ضریب همبستگی پیرسون نشان داد بین حمایت سازمانی ادراک شده و توانمندسازی کلی با رضایت شغلی رابطه مستقیم و معنی داری وجود دارد. همچنین، بین مؤلفه های توانمندسازی (معنی داری، شایستگی، استقلال (حق انتخاب) و تأثیرگذاری)، با رضایت شغلی رابطه معنی داری بدست آمد. نتایج با یکدیگر مطابقت دارد؛ چرا که هر دو محقق به وجود رابطه مثبت و معنادار بین توانمندسازی و رضایت شغلی اشاره داشته اند.

H³: معنویت در محیط کار بر رضایت شغلی کارکنان تأثیرگذار است.

از فرضیه حاضر چنین استنباط می گردد، معنویت در محیط کار منجر به ایجاد یا تقویت رضایت شغلی در کارکنان می شود؛ بدین معنا که عدم تضاد و همسویی با ارزش های سازمانی، احساس همبستگی با کار می تواند منجر به برانگیختن رضایت شغلی کارکنان گردد و یا بالعکس؛ چرا که رابطه فوق یک رابطه دوسویه است.

نتایج حاضر با نتایج تحقیق آزادمرزآبادی و همکاران (۱۳۹۳)، تحت عنوان " نقش معنویت سازمانی در استرس شغلی و رضایت شغلی کارکنان اداری در یک بیمارستان نظامی و بررسی راهکارهای ارتقاء معنویت آنان " همخوانی دارد. چرا که آنان در تبیین نتایج تحقیق خود چنین اظهار کردند، با بهره گیری از معنویت، میتوان نیروی کارکنان را در جهت ارتقاء معنویت سازمانی و کاهش استرس شغلی و افزایش رضایت شغلی آنان بسیج نمود. نتایج با یکدیگر مطابقت دارد؛ چرا که در هر دو تحقیق؛ محققان به وجود رابطه مثبت و معنادار بین معنویت در محیط کار و رضایت شغلی اشاره داشته اند.

منابع و مراجع

- [۱] جهانگیری، ع. (۱۳۸۶)، رمز توانمندسازی، مراجعه به سایت www.creativity.ir
- [۲] حسینی، ا.، حسینی، ر. (۱۳۹۱)، توانمندسازی کارکنان: گامی به سوی ترویج و توسعه کارآفرینی در سازمانها، کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت و مدیریت کسب و کار دانش بنیان، دانشگاه مازندران، ۱-۱۴
- [۳] رابینز، استیفن؛ مبانی رفتار سازمانی، علی پارسائیان و سید محمداعرابی، چاپ ششم، انتشارات دفتر پژوهش های فرهنگی تهران، ۱۳۸۲
- [۴] رستگار عباسعلی، مدل انگیزشی معنویت: مطالعه موردی دانشگاه تهران، پایان نامه دکتری- تهران، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، ۱۳۸۵
- [۵] ضیائی، م؛ نرگسیان، ع؛ اصفهانی، س. (۱۳۸۷)، نقش رهبری معنوی در توانمندسازی کارکنان دانشگاه تهران، نشریه مدیریت دولتی، دوره ۱، شماره ۸۶، ص ۱-۶۷.
- [۶] ضیائی، محمدصادق؛ نرگسیان، عباس و اصفهانی، سعید. (۱۳۸۷). نقش رهبری معنوی در توانمندسازی کارکنان دانشگاه تهران. نشریه مدیریت دولتی، دوره ۱، شماره ۸۶، ص ۱-۶۷.
- [۷] عابدی جعفری، حسن؛ رستگار، عباسعلی، ظهور معنویت در سازمانها، مفاهیم، تعاریف، پیش فرضها، مدل مفهومی، فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال دوم شماره ۵، ص ۹۹-۱۲۱
- [۸] گرجی، محمدباقر (۱۳۸۹)؛ ارزیابی تأثیر توانمندسازی بر عملکرد کارکنان. فصلنامه پژوهشگر (مدیریت)، دوره ۷، ش ۱۷، ص ۳۸ تا ۴۸.
- [۹] مهداد، ع؛ روانشناسی صنعتی و سازمانی، انتشارات جنگل، تهران، ۱۳۸۱.
- [10] -Abtahi H, Abesy S. Empowering Employees, Institute of Research And Energy Education. Tehran: Institute of Research and Energy Education; 2007. Persian.
- [11] -Fry, L.W. and Matherly, L.L. (2006), Spiritual Leadership and Organizational Performance: An Exploratory Study, Tarleton State University – Central Texas.
- [12] -Geijsel F, Slegers P, Leithwood K, Jantzi D. Transformational leadership Effects on Teachers' Commitment And Effort Toward School Reform. J Educ Admin. 2003;41(3):228-56.
- [13] -Hellriegel Don & Slocum John W., & Woodman Richard W., (1989). Organizational Behavior. 5th ed. New York: West- Publishing Company.
- [14] -Hellriegel. Don & Woodman. W. Richard, Organizational Behavior (South - Western College Publishing An International
- [15] -Lee, J. Y ., price, J. L ., Chu, C. I ., (UQQM). " Job Satisfaction Of Hospital Nurses An
- [16] Empirical Test Of a Causal Model in Taiwan " , International Nursing Review , TQ (M) : PVU.
- [17] -Oshagbemi T. Overall job Satisfaction: How Good Are Single Versus Multiple-Item Measures? Manage Psychol. 1999;14(5):388-403.
- [18] -Spreitzer, G. M. (1995). Psychological Empowerment in the Workplace: Dimensions, Measurement, And Validation. The Academy of Management Journal, 38(5), 1442-1465.
- [19] -Thomas, K.W; Velthouse, B. A. (1990), "Cognitive Elements of Empowerment: An Interpretive Model of Intrinsic Task Motivation", Academy of Management Journal, Vol. 15, No. 4, pp 681-666.
- [20] -Zhang, X., & Bartol, K. M. (2010). Linking empowering leadership and Employee Creativity: The Influence Of Psychological Empowerment, Intrinsic Motivation, And Creative process Engagement. Academy of Management Journal, 53, 107-128.