

بررسی تأثیر معنویت سازمانی و ابعاد آن بر وفاداری کارکنان

(مورد مطالعه: سازمان آموزش و پرورش شهر مهران)

جعفر عباس پور^۱، حیدر عباس پور^۲، شهره شهبازی^۳

چکیده

در قرن جدیدی که سازمانها به خصوص نهادهای آموزشی با محیط پر تلاطم و حساسی روبه رو هستند تعهد و وفاداری کارکنان نسبت به اهداف سازمان حائز اهمیت بسیار زیادی است. لذا در این مقاله تلاش می‌شود تا تأثیر معنویت سازمانی بر وفاداری کارکنان سازمان آموزش و پرورش شهر مهران بررسی شود. جامعه‌ی آماری پژوهش را تمام کارکنان آموزش و پرورش شهرستان مهران تشکیل می‌دهد. که با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی ساده و جدول مرگان تعداد ۲۲۵ نفر به عنوان نمونه انتخاب شده‌اند. ابزار جمع آوری داده‌ها پرسشنامه استاندارد می‌باشد که شامل دو بخش معنویت سازمانی و وفاداری کارکنان می‌باشد که برای روایی محتوا از نظر اساتید و خبرگان و برای ارزیابی پایایی آن از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز از مدل سازی معادلات ساختاری (SEM) و تحلیل عاملی تأییدی (CFA) استفاده و دو بسته نرم افزاری SPSS 21 و LISREL 8.8 بکارگرفته شده‌است. یافته‌های مقاله حاکی از آن است که بین معنویت سازمانی و وفاداری کارکنان رابطه مثبت، مستقیم و معناداری وجود دارد. همچنین بین ابعاد معنویت سازمانی ابعاد احساس همبستگی و معنویت فردی با وفاداری کارکنان رابطه مثبت، مستقیم و معناداری وجود دارد.

واژگان کلیدی: معنویت سازمانی، وفاداری کارکنان، سازمان آموزش و پرورش

۱ کارشناس ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

۲ کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه ایلام، ایران

۳ کارشناسی ارشد مدیریت دولتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه، فیروزکوه، ایران

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۰۹/۲۴

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۳۹۶/۱۱/۱۸

نویسنده مسئول مقاله: جعفر عباس پور

E-mail: jabbaspour6421@gmail.com

مقدمه

قلمرو مدیریت و سازمان، چه به لحاظ نظری و چه به لحاظ علمی، به تازگی تحت تأثیر نیرویی قدرتمند قرار گرفته، که اگر به درستی اداره و هدایت شود، به نظر می‌رسد ظرفیت لازم را برای منجر شدن به ژرف‌ترین تشریک مساعی، نه تنها در زمینه‌های حرفه‌ای بلکه برای بروز انسانیت تمام عیار باشد. هیچ تردیدی وجود ندارد که تغییرات بنیادی در حال شکل‌گیری در محیط کار است و معنویت یکی از موضوعات اساسی خواهد بود. به همین خاطر پارادایم جدید تحقیقات سازمان و مدیریت به سمت بررسی و تبیین ابعاد و شاخصه‌های معنویت سازمانی و عوامل متأثر از آن حرکت کرده است (اورعی یزدانی و همکاران، ۱۳۹۱: ۴). شواهد تجربی رابطه مثبتی را بین معنویت سازمانی با خلاقیت، صداقت و اعتماد درون سازمان، افزایش حس کامیابی شخصی، نگرش‌های شغلی از قبیل مشارکت شغلی، کاهش میل به خروج و احترام به خود مبتنی بر سازمان، رضایت شغلی، تعهد و وفاداری کارکنان و... نشان می‌دهند (میرزایی و شریعتمداری، ۱۳۹۴: ۶۰).

معنویت در محیط کاری^۱ در فرهنگ اسلامی، در قالب اخلاق کار اسلامی مطرح می‌شود. اخلاق کار اسلامی، مسلمانان را به تعهد و وفاداری بیشتر به سازمان، همکاری، مشارکت، مشورت و بخشش تشویق می‌کند. امروزه معنویت در محیط کاری با افزایش خلاقیت، اعتماد و تعهد و وفاداری همراه بالا رفتن احساس تکامل شخصی و بالندگی کارکنان پیوند خورده است (دهقانی و الهی قمشی، ۱۳۹۴). معنویت سازمان با توجه به مطالعات صاحب‌نظران مدیریت کارکاس، فری و رگومی‌تواند با افزایش تعهد و وفاداری کارکنان به سازمان بر عملکرد تأثیرگذار بوده و منجر به بهبود مستمر عملکرد کارکنان شود. لذا سازمان‌های دولتی با رویکرد خدمات رسانی به مردم، نیازمند نیروی انسانی متعهد و وفادار با روحیه تلاشگر و هدفمند هستند تا در راستای ارتقاء عملکرد سازمان قدم بردارند و بی‌شک برای دستیابی به عملکرد سازمانی بهتر باید عملکرد کارکنان مورد توجه قرار گیرد (میری، آقازاده و نوری، ۱۳۹۳).

در این میان بهبود و پیشرفت عملکرد سازمان‌ها در مسیر رسیدن به اهداف تعیین شده مستلزم پایداری، تعهد و وفاداری کارکنان نسبت به اهداف سازمانی است. وفاداری کارکنان موجب می‌شود که نیروی کار نسبت به موفقیت سازمان احساس تعهد نموده و سازمان متبوعش را به عنوان بهترین انتخاب قلمداد کند (کیخا و شهرکی پور، ۱۳۹۴). وفاداری کارکنان تعلق روحی و عاطفی به سازمان و حساسیت لازم به آنچه مظهر سازمان بوده است می‌باشد (امیریان، ۱۳۸۴). از جمله سازمان‌های که امروزه نیازمند نیروی انسانی متعهد و وفاداری می‌باشد سازمان‌های آموزشی است که وفاداری با تربیت افراد مرتبط می‌باشد، احساس وفاداری به سازمان موجب می‌شود کارکنان با انگیزه بیشتر و مشتاقانه به فعالیت بپردازند و در نتیجه خروجی آنها به مراتب بهتر و بهره‌وری بالاتری خواهد بود این وجود انگیزه در کارکنان به موجب وفاداری به سازمان، احساس تعلق، تعهد و رضایت شغلی خواهد بود (پروین و همکاران، ۱۳۹۴).

سازمان آموزش و پرورش یکی از سازمان‌های مهم و موثر در دنیای امروزی است که وظیفه تربیت نیروی انسانی را برعهده دارد. از این رو کارکنان این سازمان از نقش و جایگاه ویژه‌ای در بین سایر سازمان‌ها برخوردار هستند. آنها با سبک‌های تفکر متفاوتی وارد سازمان می‌شوند و قادرند با توسل به همین سبک تفکر دانش آموزان را تحت تأثیر خود قرار دهند. بدیهی است که نوع نگرش کارکنان این سازمان و رفتار آنها می‌تواند بر کارایی و اثربخشی سازمان افزوده و یا تحقق اهداف را دست‌خوش تغییر قرار دهد. از طرف دیگر کارکنان این سازمان الگو و سرمشق دریافت‌کنندگان سازمان (دانش آموزان) قلمداد می‌شوند. پایداری و وفاداری آنها به اهداف سازمان می‌تواند به عنوان یک خطمشی رفتاری در دانش آموزان ایجاد انگیزه نموده و آنها را به حرکت و تکاپو وا دارد؛ از این رو بررسی و تأکید بر وفاداری کارکنان نیز مقوله‌ی مهمی در سازمان آموزش و پرورش محسوب می‌شود. به طور کلی وجود کارمندی متعهد و وفادار به اهداف و ارزش‌های سازمان نه تنها عامل برتری یک سازمان نسبت به سازمان دیگر هست بلکه مزیت برای سازمان نیز تلقی می‌شود (پرنده و همکاران، ۱۳۹۰: ۷).

اهمیت معنویت سازمانی در ارتقای تعهد و وفاداری کارکنان امروزه به واسطه افول ارزش‌ها و بی‌رنگ شدن ارزش‌های محوری بیشتر از گذشته در کانون توجه قرار گرفته است. این مهم در نظام آموزشی که وظیفه انتقال ارزش‌ها را در نسل آینده برعهده دارد از جایگاه ویژه‌ای نسبت به سایر سازمان‌ها برخوردار است.

لذا پژوهش حاضر درصدد است که رابطه معنویت سازمانی با وفاداری کارکنان آموزش و پرورش شهر مهران را بررسی کند تا با واکاوری و تحلیل وضعیت راهکارهای مناسب برای ارتقای آن شکل دهد.

مروری بر مبانی نظری

معنویت سازمانی^۱

معنویت در سازمان پدیده نوظهوری است که نگاه بسیاری از صاحب‌نظران مدیریت و سازمان و نیز مدیران را در سطوح مختلف به خود جلب کرده است. براین اساس، بسیاری از آنها معنویت را به عنوان منبعی پایدار برای سازمان‌ها دانسته‌اند که می‌تواند به آنها در زمان‌های پرتلاطم و آشوب زده، یاری رساند و تناقض‌نمایی نظم و بی‌نظمی در سازمان را حل و فصل کند و بدون طرد هریک، آنها را به صورت مقتضی به کار ببندد؛ چرا که سازمان‌ها برای فعالیت مستمر در عرصه‌های مختلف، نیازمند رفت و آمد همیشگی بین دو حالت تغییر و ثباتند (میرزایی و شریعتمداری، ۱۳۹۴: ۶۲).

ورود مفاهیمی چون اخلاق، حقیقت، باوربه خدا، درستکاری، وجدان، رادمدی، اعتماد، بخشش، همبستگی، تعهد و وفاداری در پژوهش‌های جدید مدیریت و سازمان، همه حکایت از پارادایم جدیدی بنام معنویت دارند و می‌توان عمده‌ترین دلیل علاقه مندی به معنویت در سازمان را افزایش اثربخشی سازمانی دانست (میری، آقازاده و نوری، ۱۳۹۳). معنویت سازمانی، چارچوبی از ارزش‌های سازمانی است و نشانه آن وجود فرهنگی است که کارکنان را به طور فزاینده‌ای از میان فرایندهای کاری فراتر می‌برد و فهم آنان را از ارتباط با دیگران بهبود می‌بخشد، به گونه‌ای که احساس لذت را تجربه کنند (احمدی و همکاران، ۲۰۱۴). معنویت سازمانی درک و شناسایی بعد از زندگی درونی و باطنی کارکنان است که قابل پرورش است. به واسطه انجام کارهای بامعنا، در زندگی اجتماعی پرورش می‌یابد (سنوبر و رحیمی قدم، ۲۰۱۴).

تشویق معنویت در محیط کاری می‌تواند به مزایا و منافع از قبیل صداقت، وفاداری، تعهد، اعتماد، کاهش خروج از سازمان، افزایش رضایت شغلی، خلاقیت، بهره‌وری و مسئولیت‌پذیری در سازمان منجر شود (اسپرنگ و همکاران، ۲۰۱۲).

1. Organizational spirituality

به طور کلی کارکنان سازمان، معمولاً چیزی فراتر از پاداش‌های مادی در کار جستجو می‌کنند. آنان در جستجوی کار با معنا و امید بخش و خواستار متعادل ساختن زندگی‌شان هستند. معنویت سازمان دربرگیرنده مفهومی از احساس تمامیت و پیوستگی در کار و درک ارزش‌های عمیق از کار است (زوار و عنایتی، ۱۳۹۵). همچنین معنویت در محیط کار می‌تواند در هر دو بعد فردی و سازمانی تعبیر شود. در بعد فردی، معنویت می‌تواند یک تجربه عاطفی و شناختی باشد. کارمند احساس کرده و باور کند که یک ارتباط معنوی بین خودش و کاری که انجام می‌دهد وجود دارد. در سطح سازمانی، معنویت می‌تواند بازتابی از ارزش‌های معنوی باشد که بخشی از فرهنگ سازمان را به خود اختصاص می‌دهد. و می‌تواند در رفتار سازمانی، تصمیم‌گیریها و تخصیص منابع تأثیرگذار باشد. علاوه بر این، معنویت در محیط کار می‌تواند مشوق هردو بعد باشد. در بعد فردی، فرد می‌تواند در برنامه‌های توسعه معنوی مشارکت کند و در بعد سازمانی، ارزش‌های معنوی اصلاحاتی را در برنامه‌ریزی و راهبردهای سازمان و اقدامات مدیریت منابع انسانی (استخدام، آموزش، توسعه و ارزیابی) ایجاد، و بنیان فرهنگی سازمان را دستخوش تغییر قرار می‌دهد (باقری، جاجرمی زاده و به نافی، ۱۳۹۶).

معنویت در سازمان کمک زیادی به درک مسائل مرتبط با رهبری و مدیریت می‌نماید (بوش^۱، ۲۰۰۹). معنویت در کار، سازه مناسبی برای پاسخگویی به چالش‌ها می‌باشد اگرچه دلایل خاص افزایش علاقه به معنویت در کار هنوز به عنوان موضوع برخی از تحقیقات مطرح است، اما جیان کالون، جاری کویچ^۲ (۲۰۰۳) اصلی‌ترین دلایل را این گونه عنوان می‌نمایند: ۱- افراد در حال جستجوی پاسخ‌های معنوی جهت کسب آسایش در برابر تغییرات تجاری و اجتماعی نامنظم هستند. ۲- تغییر در ارزش‌ها در میان تمامی ملت‌ها هوشیاری اجتماعی و وارستگی معنوی را افزایش می‌دهد. ۳- علاقه فزاینده به فلسفه شرقی، بازگشت به تمیلات معنوی را در افراد ایجاد نموده است (پروین و همکاران، ۱۳۹۳).

1. Bosch

2. Giacalon & Jurkiewicz

معنویت در کار دربردارنده کوشش و جستجو برای پیدا کردن هدف نهایی در یک فرد برای زندگی کاری برای برقراری ارتباط محکم بین فرد و همکاران و دیگر افرادی که به نحوی در کار مشارکت دارند، بوده و همچنین سازگاری و یکی بودن بین باورهای اساسی یک فرد با ارزش‌های سازمان خود را در بر دارد (میتروف^۱، ۲۰۰۳).

علاقه به رشد، دوام و ماندگاری معنویت در محیط کار، ناشی از دو جریان توسعه تجاری است. یک جریان از نیاز اقتصادی- تکنولوژیکی نشأت گرفته و دیگری به عنوان مدیریت مبتنی بر افراد توصیف می‌شود (به اراک^۲، ۲۰۰۰). معنویت در محیط کار، آگاهی از این حقیقت است که ارتباطات متقابل، احترام و شناسایی محدود به خودمان و محیط خصوصیمان نمی‌شود، بلکه برای همه کسانی که با ما تنها در یک مبنای منظم یا تصادفی کار می‌کنند کاربرد دارد، که نه تنها منجر به شرایط کاری مطلوب‌تری می‌شود، بلکه منجر به افزایش بازگشت سرمایه نیز خواهد شد (پروین و همکاران، ۱۳۹۳). معنویت در کار شامل ابعاد زیر می‌شود:

جذابیت کار^۳ (معنادار بودن کار): به وسیله احساس عمیقی از سعادت توصیف می‌شود، شخص مشغول کار معناداری است که دارای هدف متعالی است. احساس همبستگی^۴ (مشترک): که در برگیرنده احساس ارتباط با دیگران و داشتن هدف مشترک با آنان است. سازگاری با ارزش‌های اسلامی (ارتباط معنوی)^۵: که در برگیرنده احساس اتصال و پیوند با چیزی فراتر از خود است. تجربه درونی (معنویت فردی): به وسیله حالتی مثبت از انرژی یا نشاط توصیف می‌شود حسی از تکامل، تعالی و تجربه‌ای از شادی است (کینجرسکی و اسکرایپنیک^۷، ۲۰۰۶).

گفته شده که پیدایش معنویت تأثیر قابل توجهی بر سایر متغیرهای سازمانی نظیر وفاداری کارکنان خواهد داشت در عصر نااطمینان‌ها و تحولات، سازمان‌ها به افرادی نیاز دارند که برای منافع سازمان فراتر از مرزهای وظایف خود تلاش کنند.

1. Mitroff

2. Burack

3. Engaging Work

4. Sense of Community

5. Spiritual Connection

6. Mystical Experience

7. Kinjerski & Skrypnek

چنین وفاداری بستگی به فضای ذهنی کارکنان دارد و سازمان موظف است ارزش‌های تأثیرگذار بر افزایش وفاداری کارکنان را شناسایی کرده و آنها را تقویت کند (نیل و بیرمن^۱، ۲۰۰۴: ۲۶۳). زمانی که افراد با تعهد و وفاداری عجیب با معنویت مشغول به کار می‌شوند، می‌توانند معنا و هدف را یافته و سازمان خود را به گونه‌ای ببینند که در آن خودشان را پیدا کنند (پچساوانگا و داچون^۲، ۲۰۱۲).

وفاداری کارکنان

واژه وفاداری برای افراد مختلف معانی متفاوتی دارد. در این زمینه تعریف جهان شمولی وجود ندارد. وفاداری در قالب تعهد به چیزی یا کسی توصیف می‌شود. وزاناس و ولایلا (۲۰۰۳) نتیجه گرفتند که وفاداری مهم است، اما مبهم و پیچیده است و مانند اعتماد به سختی تعریف و درک می‌شود (مروتی، ۱۳۹۴: ۷۲). وفاداری فرارفتن از خویشتن است نسبت به یک طرف و این هدف با هویت ما عجیب می‌گردد و به این سبب به زندگی مفهوم می‌دهد (راندلز^۳، ۲۰۰۱) رایبیز^۴ (۲۰۰۱).

وفاداری سازمانی کارکنان را شناسایی سطوح پرخاشگرانه و تهاجمی سازمان، شرکت در فعالیت‌های سازمانی، شناسایی اهداف سازمانی و امید تبدیل شدن به عضوی ثابت و بلند مدت در سازمان می‌داند. از دیدگاه رفتار سازمانی رایبیز، نگرش نسبت به کار به سه عامل بستگی دارد: رضایت شغلی، علاقه و دلبستگی شغلی و وفاداری سازمانی (آرتوز و بولیز^۵، ۲۰۰۷: ۷۰). وفاداری سازمانی که به منزله احساس تعلق و تمایل به حفظ عضویت و ارتباط با یک سازمان تعریف شده، بر احساس وابستگی، اشتیاق شدید به عضویت در یگ گروه، آمادگی برای تشریک مساعی، حس اعتماد، همسویی داوطلبانه با یک گروه و تمایل به پیروی از رهنمودهای سازمانی دلالت دارد (پورعزت و دیگران، ۱۳۹۲: ۶۶). در تجزیه و تحلیل ابزار اندازه‌گیری وفاداری سازمانی سه عامل استخراج شده است: هویت، درونی سازی و انطباق. هویت و درونی سازی، ارزش‌های سازمان را شکل می‌دهند، اما انطباق بیانگر تمایل و درگیری کارکنان در مسائل سازمانی است.

1. Neal and Biberman

2. Petchsawanga and Duchon

3. Rondels

4. Robbins

5. Arthur & Boyles

وفاداری سازمانی دارای دو بعد وفاداری به ارزش‌های سازمانی و علاقه و تمایل به وفاداری سازمانی می‌باشد (حیدری، موسوی و حسنی، ۱۳۹۳: ۴۶۰). وفاداری سازمانی شامل حمایت، طرفداری صادقانه و دفاع از اهداف سازمانی می‌باشد. وفاداری سازمانی به خاطر ارتقاء جایگاه سازمان نزد بیرونی‌ها ضروری می‌باشد. حمایت و دفاع در مقابل تهدیدات بیرونی و حفظ تعهد در شرایط مطلوب می‌تواند به عنوان وفاداری سازمانی نگریسته شود (اسماعیلی و صیدزاده، ۱۳۹۵: ۵۵). بکر^۱ (۱۹۶۰) وفاداری را به شکل یک فرایند شرح داده است، این محقق معتقد است که اگر فردی با وجود آگاهی از شرایط بهتر یک شغل، حقوق بیشتر و شرایط مناسب‌تر، از پذیرش آن شغل به منظور حفظ شغل فعلی‌اش خودداری کند، وفاداری فرد به سازمان پنداشته می‌شود. از دیدگاه الن و مایر^۲ (۱۹۹۷) وفاداری با سه فاکتور اعتقاد قوی به ارزش‌های سازمان، تلاش زیاد برای تحقق اهداف سازمان و تمایل زیاد برای ماندن در سازمان قابل شناسایی می‌باشد (قره‌چه و دابوئیان، ۱۳۹۰: ۳۰).

یافته‌ها

تحقیقات متعددی در خصوص ارتباط بین متغیرهای معنویت سازمانی، وفاداری کارکنان انجام شده است که در جدول ۱ به تعدادی از آنها اشاره شده است:

جدول (۱). پژوهش‌های پیشین مرتبط با معنویت سازمانی و وفاداری کارکنان

عنوان پژوهش	پژوهشگران	خلاصه نتایج
بررسی رابطه بین عدالت سازمانی و معنویت محیط کاری با میزان وفاداری کارکنان اداره آموزش و پرورش ناحیه ۲ زاهدان	کیوان کیخا و دکتر حسن شهرکی پور	نتایج تحقیق نشان می‌دهد بین مؤلفه‌های عدالت سازمانی با وفاداری سازمانی و بین معنویت محیط کاری با وفاداری سازمانی رابطه معناداری وجود دارد.
بررسی رابطه ابعاد معنویت محیط کاری با وفاداری سازمانی در معلمان دوره دوم متوسطه	احد رستگار، محمد سیف و شیروان عسکری نیک	نتایج پژوهش نشان می‌دهد که بین متغیرهای معنویت در محیط کار و وفاداری سازمانی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد.

1 .beker

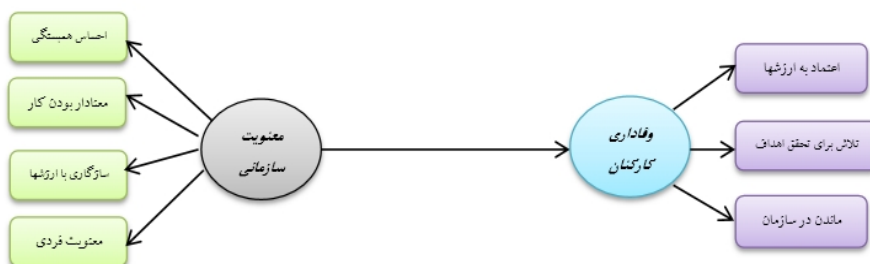
2 .Allen& Meyer

عنوان پژوهش	پژوهشگران	خلاصه نتایج
بررسی نقش میانجی گری نشاط سازمانی در رابطه معنویت سازمانی و تعهد سازمانی (مورد مطالعه: دانشگاه شیراز).	مسلم باقری، محسن جاجرمی زاده و منصوره به نافی	یافته‌ها نشان می‌دهد که معنویت سازمانی بر نشاط سازمانی و تعهد سازمانی تأثیر داشته و نشاط سازمانی نقش میانجی‌گری را در رابطه بین معنویت سازمانی و تعهد سازمانی ایفا می‌کند.
بررسی رابطه بین معنویت سازمانی و تعهد سازمانی کارکنان دانشگاه رازی کرمانشاه	احسان پروین، شراره محمدی، ناصر شیربگی و طاهره لطفی نژاد	نتایج نشان می‌دهد که رابطه مثبت و معنادار بین ابعاد معنویت سازمانی و تعهد سازمانی وجود دارد.
رابطه‌ی معنویت در محیط کار و تعهد سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی کارکنان	علی محمدابادری محمود آباد و مؤگان امیریان زاده	یافته‌ها نشان که بین معنویت محیط کاری و تعهد سازمانی با رفتار شهروندی سازمانی رابطه معناداری وجود دارد و همچنین هر دو متغیر تعهد سازمانی و معنویت در محیط کاری پیش بینی کننده‌ی معنادار برای رفتار شهروندی سازمانی است.
تأثیر رضایت شغلی بر عملکرد با نقش میانجی وفاداری سازمانی	محمود رضا اسماعیلی و حیدر صیدزاده	نتایج تجزیه و تحلیل نشان می‌دهد بین رضایت شغلی و عملکرد و میانجی وفاداری سازمانی رابطه مثبت و معناداری دارد.
مدل یابی معادلات ساختاری ارتباط معنویت سازمانی و مسئولیت اجتماعی با سلامت سازمانی کارکنان اداره‌های آموزش و پرورش تبریز	تقی زوار و بهار عنایتی	یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که بین معنویت سازمانی، مسئولیت اجتماعی و سلامت سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.
بررسی تأثیر معنویت در محیط کار و تعهد سازمانی بر رضایت شغلی پرسنل ستادی نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه‌ها	سید منصور میرزایی توکلی و مهدی شریعتمداری	یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که بین مؤلفه‌های معنویت محیط کاری و تعهد سازمانی با رضایت شغلی پرسنل رابطه معناداری وجود دارد.

معنویت سازمانی بر وفاداری کارکنان آموزش و پرورش شهر مهران تأثیر معناداری دارد. احساس همبستگی از وفاداری کارکنان آموزش و پرورش شهر مهران تأثیر معناداری دارد. معنادار بودن کار بر وفاداری کارکنان آموزش و پرورش شهر مهران تأثیر معناداری دارد. سازگاری با ارزش‌های سازمان بر وفاداری کارکنان آموزش و پرورش شهر مهران تأثیر معناداری دارد. معنویت فردی بر وفاداری کارکنان آموزش و پرورش شهر مهران تأثیر معناداری دارد.

الگوی مفهومی تحقیق

باتوجه به مبانی نظری و فرضیات مطرح شده می‌توان الگوی مفهومی تحقیق را به صورت زیر طراحی کرد.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

روش تحقیق

تحقیق حاضر، از لحاظ هدف و ماهیت مسئله مورد بررسی، تحقیقی کاربردی؛ از لحاظ روش جمع آوری داده‌ها، تحقیقی پیمایشی و از لحاظ روش تحقیق نیز، تحقیقی توصیفی است. به منظور جمع‌آوری داده‌های تحقیق نیز از پرسشنامه استفاده شد. سؤالات پرسشنامه نیز از نوع طیف پنج گزینه‌ای لیکرت (خیلی کم، کم، تا حدودی، زیاد و خیلی زیاد) بوده و به صورت حضوری در بین پاسخ گوینان توزیع شد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیات تحقیق از آزمون مدل سازی معادلات ساختاری (SEM)^۱ استفاده شده است.

جهت بررسی پایایی مدل از ضریب آلفای کرونباخ^۱ و جهت سنجش به رازش مدل ارائه شده و روایی پرسشنامه از تحلیل عاملی تأییدی (CFA)^۲ استفاده شده است. بر این اساس، در تحقیق حاضر برای انجام آزمون‌های مورد نظر از بسته‌های نرم‌افزاری SPSS 21 و LISREL 8.8 استفاده شد.

جامعه آماری و نمونه‌گیری

جامعه آماری شامل کارکنان سازمان آموزش و پرورش شهرستان مهران است که شامل ۵۴۶ نفر در سال ۱۳۹۶ می‌باشند. برآورد حجم نمونه این پژوهش براساس جدول مرگان ۲۲۵ نفر بود که به همین تعداد پرسشنامه توزیع شده که ۲۰۰ پرسشنامه به طور کامل به دست پژوهشگر رسید و داده‌ها در دو سطح توصیفی و استنباطی توسط نرم افزار SPSS 21 و LISREL 8.8 مورد تحلیل قرار گرفت. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شده است.

جدول ۲: مشخصات جمعیت شناختی نمونه

متغیرهای جمعیت شناختی	مقیاس	تعداد	درصد
سن	کمتر از ۳۵ سال	۱۰۰	۰/۵۰
	بین ۳۵ تا ۴۵ سال	۶۰	۰/۳۰
	بالاتر از ۴۵ سال	۴۰	۰/۲۰
جنسیت	مرد	۸۰	۰/۴۰
	زن	۱۲۰	۰/۶۰
تحصیلات	کاردانی و کمتر	۱۵	۰/۷,۵
	کارشناسی	۱۰۰	۰/۵۰
	کارشناسی ارشد و بالاتر	۸۵	۰/۴۲,۵

1. Cronbach's α Values

2. Confirmatory Factor Analysis

روش پژوهش

ابزار گردآوری داده‌های این پژوهش، پرسشنامه است. برای اطمینان کامل از روایی محتوایی پرسشنامه، از نظر استادان صاحب نظر و خبرگان در این زمینه بهره برده شد و اصلاحات لازم اعمال گردید و به منظور تعیین روایی سازه، از تحلیل عاملی تاییدی استفاده شد که نتایج حاصل بیان‌کننده تحقق روایی کامل سوالات پرسشنامه بود. در این پرسشنامه از مقیاس پنج‌گزینه‌ای لیکرت و برای سنجش پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. بدین منظور، نمونه اولیه برای ۳۰ پرسشنامه پیش‌آزمون شد که ضریب آلفای کرونباخ آن ۰/۷۸۸ به دست آمد. آلفای کرونباخ تمام متغیرهای پژوهش بیشتر از ۰/۷ محاسبه شد که نشان دهنده پایایی بالا و مناسب پرسشنامه است. برای تحلیل عاملی تاییدی، تحلیل مدل‌های اندازه‌گیری پژوهش استفاده شد و برای آزمون فرضیه‌های پژوهش، آزمون معادلات ساختاری در نرم‌افزار لیزرل نسخه ۸/۸ به اجرا درآمد. در جدول ۳، ترکیب سوالات پرسشنامه و نتایج آزمون آلفای کرونباخ درج شده است.

جدول ۳. اطلاعات مربوط به پرسشنامه

متغیر	منبع سوالات پرسشنامه	ابعاد	آلفای کرونباخ
معنویت سازمانی	(اشموس و دوچون ^۱ ، ۲۰۰۰) (میلین ^۲ و همکاران، ۲۰۰۳)	احساس همبستگی	۰/۷۶۴
		معنادار بودن کار	۰/۷۲۱
		سازگاری با ارزش‌های سازمان	۰/۸۵۵
وفاداری کارکنان	(حسینی و همکاران، ۱۳۸۹)	معنویت فردی	۰/۸۵۶
		اعتماد به ارزش‌ها	۰/۸۱۷
		تلاش برای تحقق اهداف	۰/۷۴۶
		ماندن در سازمان	۰/۷۴۳

برای سنجش روایی سوالات، از اعتبار عاملی نیز استفاده شده است. اعتبار عاملی صورتی از اعتبار سازه است که از طریق تحلیل عاملی به دست می‌آید (سرمد، بازرگان و حجازی، ۲۰۰۲).

1. Ashmos and Duchon

2. Milliman

3. Sarmad, Bazargan & Hejazy

تحلیل عاملی یک فناوری است که در اکثر علوم انسانی کاربرد فراوانی دارد. در حقیقت استفاده از تحلیل عاملی در شاخه‌هایی که در آنها از پرسشنامه و آزمون استفاده می‌شود و متغیرها از نوع پنهان می‌باشد، لازم و ضروری است (کالین، ۲۰۰۱). بدین منظور برای سنجش روایی سئوال‌ها و بررسی ارتباط بین شاخص‌ها و مفاهیم مورد نظر از تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول و دوم استفاده شده است. میزان بار عاملی در تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول و دوم متغیرهای پژوهش بعد از اصلاح مدل در جدول شماره ۴ و ۵ آورده شده است. همچنین شاخص‌های به رازش مدل که مناسب بودن مدل اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد در جدول ۶ ارائه گردیده است.

جدول ۴. میزان بار عاملی در تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول و دوم متغیر مستقل پژوهش

سازه	مؤلفه	شماره شاخص	تحلیل عاملی مرتبه اول		تحلیل عاملی مرتبه دوم	
			بار عاملی	عدد معناداری	بار عاملی	عدد معناداری
معنویت سازمانی	احساس همبستگی	۱	۰/۷۷	۱۳/۰۹	۰/۸۸	۱۱/۴۷
		۲	۰/۶۸	۱۱/۰۶		
		۳	۰/۵۱	۷/۸۲		
		۴	۰/۷۴	۱۲/۴۸		
	معنادار بودن کار	۵	۰/۶۶	۱۰/۵۵	۰/۸۱	۹/۷۰
		۶	۰/۷۲	۱۱/۸۲		
		۷	۰/۶۹	۱۱/۱۵		
		۸	۰/۴۷	۷/۰۴		
	سازگاری با ارزش‌های سازمان	۹	۰/۷۷	۱۳/۴۱	۰/۹۷	۱۲/۷۴
		۱۰	۰/۷۶	۱۳/۲۸		
		۱۱	۰/۷۹	۱۳/۹۲		
		۱۲	۰/۷۸	۱۳/۸۵		
معنویت فردی	۱۳	۰/۷۹	۱۴/۰۴	۰/۸۹	۱۲/۲۵	
	۱۴	۰/۸۳	۱۵/۰۵			
	۱۵	۰/۷۶	۱۳/۱۷			
	۱۶	۰/۷۱	۱۳/۱۱			

جدول ۵. میزان بار عاملی در تحلیل عاملی مرتبه اول و دوم متغیر وابسته پژوهش

تحلیل عاملی مرتبه دوم		تحلیل عاملی مرتبه اول		شماره شاخص	مؤلفه	سازه
عدد معناداری	بار عاملی	عدد معناداری	بار عاملی			
۱۱/۹۳	۰/۹۸	۱۲/۵۲	۰/۶۱	۱	اعتماد به ارزش‌ها	وفاداری کارکنان
		۱۰/۴۰	۰/۶۴	۲		
		۱۴/۶۸	۰/۶۶	۳		
		۱۲/۶۹	۰/۵۳	۴		
۱۲/۹۸	۰/۸۹	۱۵/۳۴	۰/۶۳	۵	تلاش برای تحقق اهداف	
		۱۳/۳۳	۰/۷۱	۶		
		۶/۷۹	۰/۴۷	۷		
		۵/۷۳	۰/۴۰	۸		
۸/۱۴	۰/۸۲	۹/۲۴	۰/۵۳	۹	ماندن در سازمان	
		۱۴/۰۸	۰/۵۷	۱۰		
		۸/۴۸	۰/۵۸	۱۱		
		۱۱/۵۲	۰/۶۱	۱۲		

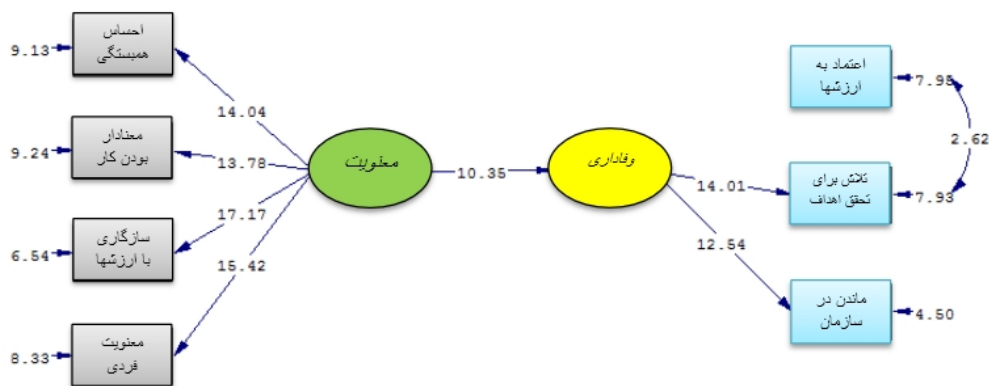
جدول ۶. شاخص‌های به رازش مدل اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش (تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول و دوم)

نتیجه به رازش	نسبت کای - دو بر درجه آزادی	RMSEA	درجه آزادی	مقدار کای - دو	متغیرها	مدل اندازه‌گیری
مناسب	۲/۱۶۶	۰/۰۷۱	۱۰۰	۹۱/۳۰	معنویت سازمانی	متغیر مستقل (مرتبه دوم)
مناسب	۲/۲۲۳	۰/۰۷۲	۴۱	۹۱/۳۰	وفاداری کارکنان	متغیر وابسته (مرتبه دوم)

با توجه به جدول شماره ۶، نتایج مدل اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش برای بررسی به رازش مدل، با توجه به اینکه بهترین شاخص در نرم افزار لیزرل نسبت کای- دو بر درجه آزادی است که هرچه کوچک‌تر از ۳ باشد مدل دارای به رازش بهتری است (کلانتری^۱، ۲۰۰۹). نتایج نشان می‌دهد مدل اندازه‌گیری متغیرهای مستقل و متغیرهای وابسته پژوهش، مناسب و کلیه اعداد و پارامترهای مدل، پس از انجام برخی اصلاحات پیشنهادی لیزرل معنادار است.

آزمون فرضیات تحقیق

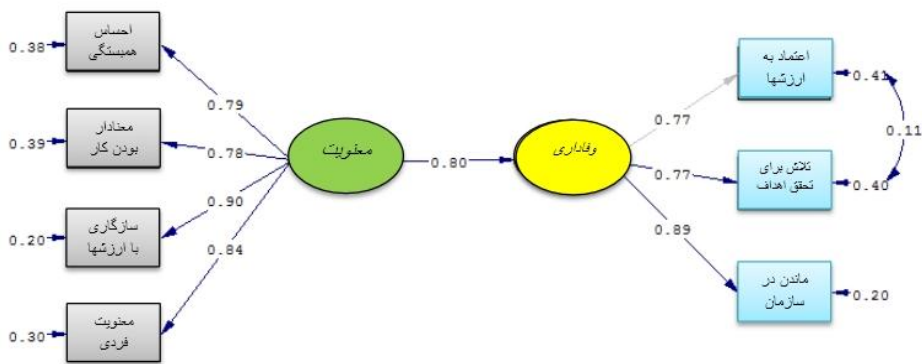
نتایج آزمون فرضیه‌های تحقیق بر مبنای مدل‌سازی معادلات ساختاری در شکل (۲) نشان داده شده است. در این شکل با توجه به مقدار آماره t که در بین روابط میان متغیرهای تحقیق نشان داده شده است، فرضیه اصلی مورد تأیید قرار گرفته است. بنابراین می‌توان به این نتیجه رسید که معنویت سازمانی تأثیر معناداری بر وفاداری کارکنان دارد.



Chi-Square=18.80, df=12, P-value=0.09353, RMSEA=0.049

شکل ۲. مدل تحقیق در حالت معناداری ضرایب (t-value)

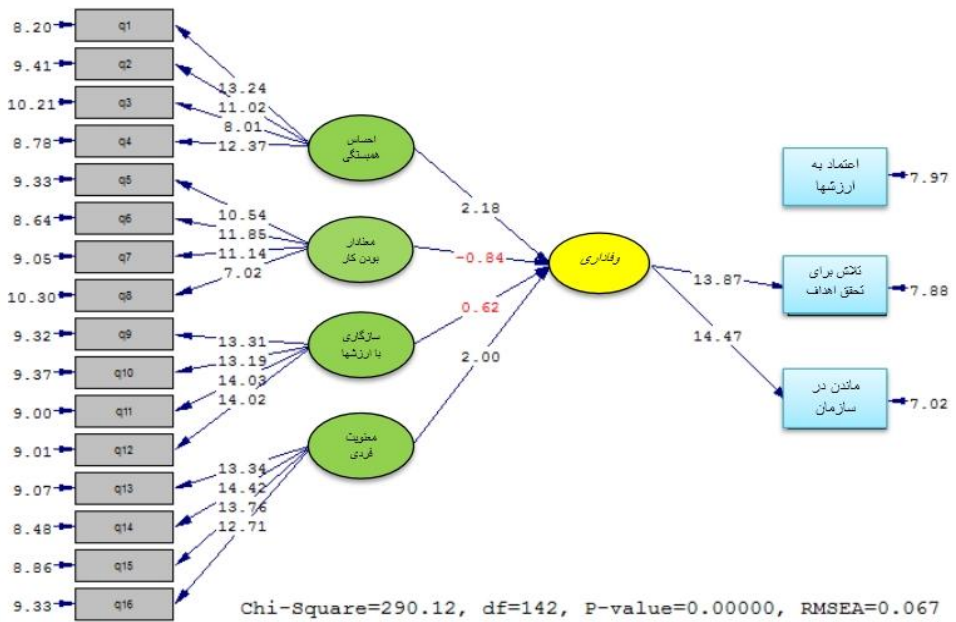
با توجه به مقدار ضرایب مسیر که در بین روابط میان متغیرهای تحقیق در شکل (۳) نشان داده شده است، نیز می‌توان به این نتیجه رسید که تأثیر متغیر معنویت سازمانی بر وفاداری کارکنان از نوع خطی، مثبت و مستقیم است.



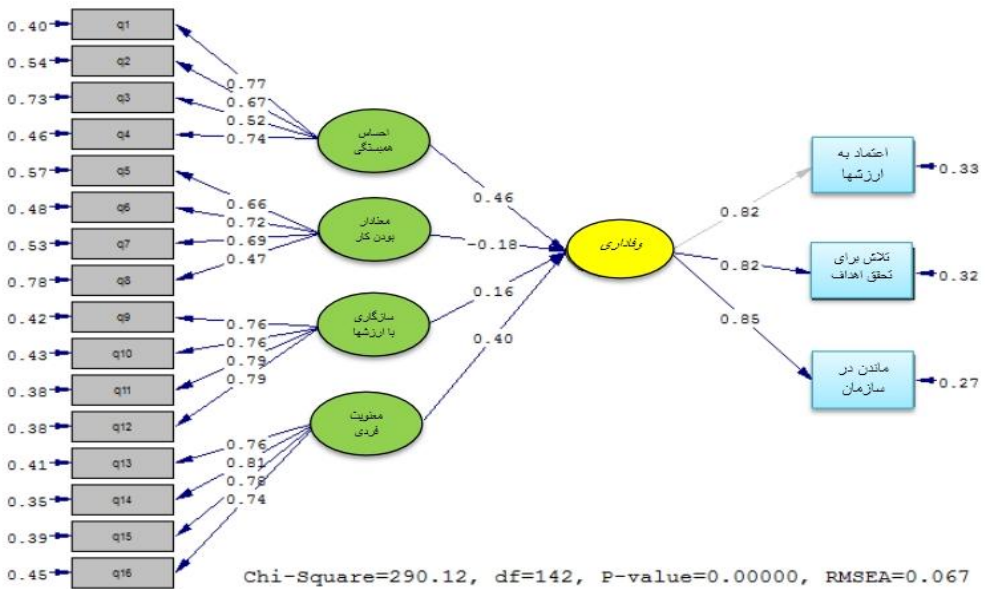
Chi-Square=18.80, df=12, P-value=0.09353, RMSEA=0.049

شکل ۳. مدل تحقیق در حالت تخمین ضرایب مسیر

نتایج آزمون فرضیه‌های تحقیق بر مبنای مدل‌سازی معادلات ساختاری در شکل (۴) نشان داده شده است. در این شکل با توجه به مقدار آماره t که در بین روابط میان متغیرهای تحقیق نشان داده شده است، فرضیه‌های فرعی اول و چهارم مورد تأیید قرار گرفته است فرضیه‌های دوم و سوم مورد تأیید قرار نگرفته است. بنابراین می‌توان به این نتیجه رسید که احساس همبستگی و معنویت فردی تأثیر معناداری بر وفاداری کارکنان دارد.



شکل ۴. مدل تحقیق در حالت معناداری ضرایب (t-value)



شکل ۵. مدل تحقیق در حالت تخمین ضرایب مسیر

با توجه به مقدار ضرایب مسیر که در بین روابط میان متغیرهای تحقیق در شکل (۵) نشان داده شده است، نیز می‌توان به این نتیجه رسید که تأثیر متغیر احساس همبستگی و معنویت فردی بر وفاداری کارکنان از نوع خطی، مثبت و مستقیم است.

آزمون به رازش مدل

برای تعیین برازندگی مدل ارائه شده در تحقیق، به کمک تحلیل عاملی تأییدی «شاخص‌های برازندگی»^۱ مختلفی در نظر گرفته شده است که در جدول (۷) نشان داده شده‌اند. تمامی این شاخص‌ها حاکی از تناسب مدل با داده‌های مشاهده شده می‌باشند.

جدول ۷. شاخص‌های به رازش مدل (نتیجه: به رازش مناسب و قابل قبول مدل)

نام شاخص	مقدار شاخص	حد مجاز	نتیجه
(کای دو بر درجه‌ی آزادی)	۱/۵۶۶	کمتر از ۳	قابل قبول
GFI (نیکویی به رازش)	۰/۹۳	بالاتر از ۰/۹	قابل قبول
RMSEA (ریشه میانگین مربعات خطای برآورد)	۰/۰۴۹	کمتر از ۰/۰۹	قابل قبول
CFI (برازندگی تعدیل یافته)	۰/۹۸	بالاتر از ۰/۹	قابل قبول
AGFI (نیکویی به رازش تعدیل شده)	۰/۹۱	بالاتر از ۰/۸	قابل قبول
NFI (برازندگی نرم شده)	۰/۹۵	بالاتر از ۰/۹	قابل قبول
NNFI (برازندگی نرم نشده)	۰/۹۶	بالاتر از ۰/۹	قابل قبول

بررسی فرضیه‌های تحقیق

در این بخش به بررسی فرضیه‌های تحقیق و نتیجه‌گیری درباره آن‌ها پرداخته می‌شود. جدول (۸) نتایج فرضیات را نشان می‌دهد

جدول ۸. نتایج آزمون فرضیات تحقیق

فرضیه‌ها	مسیر	نوع مسیر	ضریب مسیر	عدد معناداری	نتیجه
اصلی	معنویت سازمانی... وفاداری کارکنان	مستقیم	۰/۸۰	۱۰/۳۶	تأیید فرضیه
فرعی	احساس همبستگی... وفاداری کارکنان	مستقیم	۰/۴۶	۲/۱۸	تأیید فرضیه
	معنادار بودن کار... وفاداری کارکنان	مستقیم	-۰/۱۸	-۰/۸۴	رد فرضیه
	سازگاری با ارزش‌های سازمان ... وفاداری کارکنان	مستقیم	۰/۱۶	۰/۶۲	رد فرضیه
	معنویت فردی... وفاداری کارکنان	مستقیم	۰/۴۰	۲/۰۰	تأیید فرضیه

با توجه به مدل نهایی پژوهش که در شکل‌های ۲، ۳، ۴ و ۵ نشان داده شده است و جدول شماره ۸ فرضیه اصلی و فرضیات فرعی اول و چهارم به دلیل اینکه اعداد معناداری آنها بین ۱،۹۶ و ۱،۹۶- قرار ندارد تأیید و فرضیات دوم و سوم که عدد معناداری آنها بین ۱،۹۶ و ۱،۹۶- قرار دارد رد می‌شوند به عبارتی معنویت سازمانی بر وفاداری کارکنان دارای اثر مثبت، مستقیم و معنادار ۰/۸۰ می‌باشد. و احساس همبستگی و معنویت فردی بر وفاداری کارکنان دارای اثر مثبت، مستقیم و معناداری به ترتیب ۰/۴۶ و ۰/۴۰ می‌باشد. این نشان می‌دهد که هرچه معنویت سازمانی در سازمان آموزش و پرورش بیشتر باشد، وفاداری و تعهد کارکنان نسبت به کار، اهداف و ارزش‌های سازمان بیشتر خواهد بود. و در فرضیات فرعی رابطه احساس همبستگی با وفاداری کارکنان، از بالاترین سطح معناداری با ضریب مسیر ۰/۴۶ برخوردار است، و این نشان می‌دهد که هرچه احساس همبستگی کارکنان نسبت به سازمان بیشتر باشد وفاداری کارکنان نیز بیشتر خواهد بود.

بحث و نتیجه‌گیری

امروزه اعتقاد کلی بر این است که کارکنان متعهد و وفادار، کارکنان ارزشمندتری نسبت به سایر کارکنان هستند؛ به عبارت دیگر، وفاداری کارکنان نسبت به سازمان، یک فرایند مستمر است که از طریق آن اعضای سازمان علاقه‌شان را به سازمان و موفقیت و کارایی پیوسته آن نشان می‌دهند.

عوامل گوناگونی در ایجاد و ارتقای وفاداری سازمانی نقش دارند که از میان آنها معنویت سازمانی حائز اهمیت بسیار زیادی است. در این پژوهش رابطه بین معنویت سازمانی و ابعاد آن با وفاداری کارکنان سازمان آموزش و پرورش شهر مهران مورد بررسی قرار گرفته است. که نتایج پژوهش حاکی از ارتباط مثبت، مستقیم و معنادار بین معنویت سازمانی و وفاداری کارکنان می‌باشد. که نتایج این پژوهش با پژوهش‌های کیخا و شهرکی‌پور (۱۳۹۴)، رستگار، سیف و عسکری‌نیک (۱۳۹۵)، گه (۲۰۱۰)، گل پرورو نادى (۱۳۹۰) و ریسی و همکاران (۱۳۹۲) همسو می‌باشد. با توجه به تأثیر مثبت معنویت سازمانی در افزایش وفاداری کارکنان در سازمان آموزش و پرورش در پژوهش حاضر می‌توان با افزایش یا آموزش معنویت، کارمندان و به طور کلی نیروی انسانی متعهدی را پرورش داد، نظر به اینکه افزایش وفاداری کارکنان نسبت به اهداف و آرمان‌های سازمان باعث بهبود عملکرد و ارتقاء سطح کیفی آموزش و خدمات می‌شود لذا می‌توان از معنویت به عنوان وسیله‌ای برای افزایش وفاداری کارکنان سازمان استفاده کرد و به وسیله آن هم بهزیستی کارکنان را تأمین نمود و هم انتظار ارائه خدمات بهتری را از آنها داشت و بدین ترتیب سلامت جامعه را تضمین کرد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد از میان ابعاد معنویت سازمانی (احساس همبستگی، معنادار بودن کار، سازگاری با ارزش‌های سازمان و معنویت فردی)، احساس همبستگی با وفاداری کارکنان دارای ارتباط مثبت، مستقیم و معناداری است.

یعنی وجود ارتباط بین کارکنان سازمان و داشتن هدفی مشترک باعث افزایش وفاداری و تعهد کارکنان نسبت به اهداف سازمان می‌شود که خود زمینه‌ی پیشرفت سازمان را فراهم می‌کند. همچنین بین معنویت فردی با وفاداری کارکنان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد به این معنی که وجود اعتقادات و ارزش‌های معنوی در کانون خانواده‌ها باعث نهادینه شدن ارزش‌های اسلامی در افراد شده و به تبع آن وفاداری و تعهد نسبت به کار، سازمان محل خدمت، اهداف و چشم‌انداز آینده سازمان افزایش پیدا می‌کند.

پیشنهادها

با توجه به نتایج پژوهش که نشان داد بین معنویت سازمانی و وفاداری کارکنان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

پیشنهاد می‌شود، نتایج این پژوهش را به عنوان مبنای جهت تصمیم‌گیری‌های اساسی و برنامه‌ریزی‌های راهبری سازمان در اختیار مسئولان و دست‌اندرکاران سازمان آموزش و پرورش قرار گیرد. پیشنهاد می‌شود در انتخاب و انتصاب کارکنان باید نتایج این پژوهش مدنظر قرار داده شود و بر اساس آن، انتخاب کارکنان و حتی مدیران صورت گیرد.

با توجه به نتایج تحقیق و اثر مثبت معنویت سازمانی بر وفاداری کارکنان، پیشنهاد می‌شود با اقداماتی نظیر تدوین منشور اخلاقی برای سازمان و تلاش برای اجرا و التزام بدان؛ تجلیل از شخصیت‌های اخلاقی و معنوی در سازمان و معرفی افراد نمونه با ذکر شاخصه‌های برتری آنان؛ ترویج و حمایت از فضایی نظیر عبادت، حیا، احترام به بزرگ‌تر، مهربانی، غیرت، سخاوت و ...، موجبات افزایش معنویت در سازمان فراهم شود. پیشنهاد می‌شود سازمان آموزش و پرورش بر تحکیم و پرورش زمینه‌های اعتقادی و ارزشی کارکنان و مدیران خود، تمرکز و تأکید کرده و نوعی تعالی فکر و نگرش را در آنها، هرچند تدریجی به وجود آورد.

منابع

- اسماعیلی، محمودرضا و صیدزاده، حیدر. (۱۳۹۶). تأثیر رضایت شغلی بر عملکرد با نقش میانجی وفاداری سازمانی، *فصلنامه مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)*. ۲۵(۸۳): ۶۸-۵۱.
- امیریان، حیدر. (۱۳۸۴). ارزیابی و سنجش میزان وفاداری کارکنان به سازمان، *ششمین کنفرانس بین‌المللی مدیران کیفیت*.
- اورعی یزدانی، بدرالدین؛ کردتمینی، بهمن و مطلبی، احمد. (۱۳۹۱). بررسی رابطه معنویت سازمانی و اخلاق کاری کارکنان از دید ارباب رجوع، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه سمنان.
- باقری، مسلم؛ جاجرمی‌زاده، محسن و به نافی، منصوره. (۱۳۹۶). بررسی نقش میانجی‌گری نشاط سازمانی در رابطه معنویت سازمانی و تعهد سازمانی (مورد مطالعه: دانشگاه شیراز). *فصلنامه فرهنگ در دانشگاه اسلامی*. ۷(۱): ۱۸-۳.
- پرنده و همکاران. (۱۳۹۰). رابطه هوش هیجانی و تعهد در بین مدیران پرستار بیمارستان‌های نظامی، *مجله روانشناسی نظامی*. ۶: ۷۸-۶۹.
- پروین، احسان؛ محمدی، شراره؛ شیربگی، ناصرو لطفی نژاد، طاهره. (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین معنویت سازمانی و تعهد سازمانی کارکنان دانشگاه رازی کرمانشاه. *فصلنامه پژوهش‌های رهبری و مدیریت آموزشی*. ۱(۲): ۲۱۵-۱۹۳.

پورعزت، علی اصغر؛ احسانی مقدم، ندا؛ یزدانی، حمیدرضا و فائزه، کوکب. (۱۳۹۲). تحلیل مقایسه‌ای نقش ابعاد گوناگون عدالت در جو سازمانی و وفاداری سازمانی: پژوهشی پیرامون یک سازمان فناوری اطلاعات، *فصلنامه مدیریت دولتی*. (۱)۵: ۸۸-۶۵.

حیدری، حسن؛ موسوی، فرانک و حسینی، سیدرضا. (۱۳۹۳). طراحی مدل ساختاری منابع انسانی برای دستیابی به وفاداری سازمان، *فصلنامه مدیریت دولتی*. (۳)۶: ۴۸۰-۴۵۷.

دهقانی، مه‌ری و فضل الهی قمشی، سیف‌اله. (۱۳۹۴). بررسی رابطه بین هوش معنوی و تعهد سازمانی دبیران. *دوفصلنامه مطالعات اسلام و روان‌شناسی*. (۱۷)۹: ۱۳۲-۱۰۵.

رستگار، احمد؛ سیف، محمد و عسکری نیک، شیروان. (۱۳۹۵). بررسی رابطه ابعاد معنویت در محیط کار با وفاداری سازمانی در معلمان دوم متوسطه. *سومین کنفرانس روانشناسی، علوم تربیتی و سبک زندگی با رویکرد بین‌المللی*. ۱-۷.

زوار، تقی و عنایتی، بهار. (۱۳۹۵). مدل یابی معادلات ساختاری ارتباط معنویت سازمانی و مسئولیت اجتماعی با سلامت سازمانی کارکنان اداره‌های آموزش و پرورش تبریز، *فصلنامه مدیریت بر آموزش سازمان‌ها*. (۲)۵: ۱۲۸-۱۰۳.

قره‌چه، منیژه و دابوئیان، منیره. (۱۳۹۰). وفاداری کارکنان در تعامل با وفاداری مشتریان صنایع خدماتی، *دوفصلنامه تحقیقات بازاریابی نوین*، (۳)۱: ۴۶-۲۷.

کیخا، کیوان و شهرکی پور، حسن. (۱۳۹۴). بررسی رابطه بین عدالت سازمانی و معنویت محیط کاری با میزان وفاداری کارکنان اداره آموزش و پرورش ناحیه ۲ زاهدان. *کنفرانس بین‌المللی مدیریت اقتصاد مدیریت*. ۱۱-۱.

میرزایی توکلی، سید منصور و شریعتمداری، مهدی. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر معنویت در محیط کار و تعهد سازمانی بر رضایت شغلی پرسنل ستادی نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه‌ها، *فصلنامه مدیریت در دانشگاه اسلامی*. (۱)۴: ۷۶-۶۰.

مروتی، علی رضا. (۱۳۹۴). تأثیر توانمندسازی نیروی انسانی و غنی‌سازی شغلی بر وفاداری کارکنان پس از کوچک سازی در گروه شیمیایی ثنا، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی.

میری، عبدالرضا؛ آقازاده، فاطمه و نوری، روح‌الله. (۱۳۹۳). شناسایی حد بهینه معنویت سازمانی در رابطه با حداکثر نمودن عملکرد کارکنان مورد کاوی استاندارد قزوین. *فصلنامه مدیریت توسعه و تحول*: ۱۰۸-۱۰۱.

(۱)

Ahmadi, S. Nami, Y. Barvarz, R. (2014). The Relationship between Spirituality in the Workplace and Organizational Citizenship Behavior. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, V 114, Pp262-264.

Allen, N. & J. Meyer (1993). "Organizational Commitment: Evidence of Career Stage Effects?". *Journal of Business Research*, 26: 49-61.

- Arthur, J. B. & Boyles, T. (2007). Validating the human resource system structure: A levels-based strategic HRM approach. *Journal of Human Resource Management Review*, 17: 77-92.
- Bosch, L. (2009). The inevitable role of spirituality in the workplace. *Business Intelligence Journal*, 2(1), 139-157.
- Dewettinck, K. & VanAmeijde, D. (2011). Linking leadership empowerment behaviour to employee attitudes and behavioural intentions, *Personnel Review*, 51: 085-014
- Karakas, F. (2010). "Spirituality and Performance in Organizations: A Literature Review". *Journal of Business Ethics*, 9, 4: 89-106
- Kelain, (2001). *Easy instructions factor analysis*. (translate by Sadrolsadat & Minaee). Tehran: Samt.
- Kinjerski, V., & Skrypnek, B. J. (2006, August). MEASURING THE INTANGIBLE: DEVELOPMENT OF THE SPIRIT AT WORK SCALE. In *Academy of Management Proceedings* (Vol. 2006, No. 1, pp. A1-A6). Academy of Management
- Klantari, Kh. (2009). *Structural equation modeling in socio-economic research (whith program LISREL & SIMPLIS)*. Tehran: Farhang Saba.
- Mitroff, I., & Denton, E. (2003). *A Spiritual Audit of Corporate America: A Hard Look at Spirituality, Religion, and Values in the Workplace*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Neal, J. & J. Biberman (2004). "Introduction: The Leading edge in Research Spirituality and Organizations". *Journal of Organizational Change Management*, 2, 8: 1-5.
- Petchsawanga, P. & D. Duchon (2012). "Workplace Spirituality, Meditation, and Work Performance". *Management Department Faculty Publications*, 92: 189-208.
- Rego, A. & M. Pina e Cunha (2008). "Workplace Spirituality and Organizational Commitment: an Empirical Study". *Journal of Organizational Change Management*, 21, 1: 53-75
- Sarmad Z.; Bazargan A., & Hejazy, E. (2002). *Research methods in the behavioral sciences*. Tehran: Agah
- Senobar, N., & Rahimiaghdam, S. (2014). The role of the moderator of workplace spirituality customer satisfaction and organizational citizenship behavior. *Culture strategy*, 23, 179-208.
- Sprung, J. M. Sliter, M. T. Jex. S. M. (2012). Spirituality as a moderator of the relationship between workplace aggression and employee outcomes. *Personality and Individual Differences*, V 53, 7, Pp930-934.

