[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-25]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1390.6.2.3.8]

روابط ساده و ترکیبی مؤلفه‌های معنویت با وفاداری در محیط کار

دکتر محمدعلی نادی*، دکتر محسن گل‌پرور

دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه آزاد اسلامی خوراسگان، اصفهان

چکیده

زمینه: اخلاق و معنویت از زمره موضوعات پژوهشی بسیار مهم برای محیطهای کار محسوب می‌شوند، چرا که این پدیده‌ها، از عوامل اصلی اثرگذار بر رفتارهای انسان محسوب می‌گردد. بر همین اساس، هدف اصلی در این پژوهش بررسی رابطه معنویت با وفاداری افراد در محیط کار در نظر گرفته شد.

روش‌کار: پژوهش حاضر یک پژوهش همبستگی است که جامعه آماری آن را کارکنان ادارات و سازمانهای یکی از وزارتخانه‌ها در شهر اصفهان در بهار ۱۳۸۸ تشکیل دادند. ابزارهای مورد استفاده در پژوهش، پرسشنامه ۵۸ سؤالی معنویت با یازده خرده مقیاس و وفاداری با ۷ سؤال بوده است. داده‌های حاصل از پرسشنامه‌های پژوهش از طریق ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون گام‌به‌گام مورد تحلیل قرار گرفت.

یافته‌ها: تمامی یازده خرده مقیاس معنویت با وفاداری دارای رابطه معنادار هستند، ولی رابطه غفلت از تعالی و رشد و موانع معنویت با وفاداری منفی و معنادار بود. نتایج تحلیل رگرسیون گام‌به‌گام نیز حاکی از آن بود که در گام اول ارزشهای معنوی و مذهبی با توان تبیین واریانس ۲۹ درصد، در گام دوم ارزشهای معنوی و مذهبی همراه با مسؤولیت در رشد شخصی با توان تبیین واریانس ۳۶/۲ درصدی و در گام سوم ارزشهای معنوی و مذهبی، مسؤولیت در رشد شخصی و ارزشهای مثبت واحد کاری با توان تبیین واریانس ۴۰/۶ درصدی با وفاداری دارای رابطه چندگانه معنادار هستند.

نتیجه‌گیری: شواهد به‌دست آمده در این پژوهش حاکی از آن است که ارزشهای معنوی و مذهبی، مسؤولیت در رشد شخصی و ارزشهای مثبت واحد کاری به ترتیب مهمترین ابعاد معنویت مؤثر بر وفاداری هستند. به این جهت لازم است این ابعاد برای افزایش سطح وفاداری کارکنان مورد تقویت قرار گیرند.

کلید واژه‌ها: معنویت، وفاداری در محیط کار

سرآغاز

معنویت بخشی جدائی‌ناپذیر از اخلاق و ارزشهای انسانی است و در ادیان یکتاپرست اهمیت بسیار بالایی دارد. این اهمیت بیشتر از آن جهت است که فطرت انسانی تمایلی بنیادین به ارزشهای مثبت و مطلوب دارد. هرگاه بشر در عرصه علوم و فناوری از ارزشهای معنوی و اخلاقی غفلت نموده، به اشکال مختلف زمینه را برای فراگیر شدن رفتارهای غیر انسانی و اخلاقی فراهم ساخته است. به همین دلیل به باور اکثر قریب به اتفاق اندیشمندان و صاحبنظران عرصه اخلاق و معنویت، یکی از مهمترین آفات که امروزه بشر و حیات انسانی بشر را به شدت

* نویسنده مسؤول، نشانی الکترونیکی: **nadi2248@yahoo.com**

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-25]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1390.6.2.3.8]

تهدید می‌نماید، غفلت و بی‌توجهی به مسائل اخلاقی و ارزشهای معنوی است. همین امر، انگیزه اصلی برای انجام پژوهش حاضر بوده است. در این پژوهش، به‌دنبال آن بوده‌ایم تا نقشی را که معنویت[۱] بر وفاداری[۲] به جای می‌گذارد مورد بررسی قرار دهیم.

به باور آشموس و داچون شواهد رو به ازدیادی در دست است که نشان می‌دهد تحولی اساسی موسوم به جنبش معنویت[۳] در بسیاری از سازمانها در حال وقوع است (۱). این جنبش دارای این ویژگی اصلی است که در آن در کنار توجه به قواعد و نظم، به مسائلی نظیر معنا[۴]، اهداف والای انسانی و احساس یگانگی جمعی نیز توجه وافری می‌شود. چنین توجهی تا اندازه زیادی از مواجهه با بن‌بستهای متعددی که بشر به واسطه رفتن به سوی رفتارهای غیراخلاقی و ضدارزشی با آنها مواجه شده است، سر برآورده است. تحولات چند دهه گذشته در عرصه فناوری و گرایش در توجه بیشتر به ماشین به جای انسان به باور بسیاری بشر را با سؤالات زیادی مواجه نموده که پاسخ آنها را در توجه و گرایش بیشتر به اخلاقیات و معنویات یافته‌اند (۲و۳). از طرف دیگر به باور بسیاری دیگر از صاحبنظران، گرایش به معنویت و اخلاق زمینه اساسی پیوندهای انسانی[۵] را در محیط کار فراهم می‌سازد (۴) و از این طریق بستر آرامش[۶] و امنیت روانی و اجتماعی[۷] را فراهم خواهد ساخت. در دین مبین اسلام نیز پابندی به اصول اخلاقی و معنوی همواره به‌عنوان اصلیترین و مهمترین عامل رهایی بشر از فشارها و ناملایمات زندگی دنیوی ذکر شده است. در چنین چارچوبی، دین اسلام نیز فراتر از بسیاری از ادیان دیگر بر پیوندهای انسانی مبتنی بر اهداف والای دنیوی و اخروی تأکید بسیاری نموده است (۵). در مجموع، تمامی ادیان یکتاپرست به اشکال مختلف بر زندگی همراه با تأمل و تفکر[۸]، که هدف اصلی آن معناداری و هدفمندی[۹] عمیق همراه با همنوایی با ارزشهای انسانی والاست تأکید چشمگیری دارند. پدیده‌هایی نظیر زندگی همراه با تأمل، هدفمندی، معناداری و احساس تعلق ذهنی به ارزشهای انسانی و اخلاقی[۱۰]، مشخصه‌های اصلی جنبش معنویتی است که از آن یاد شد. همین مشخصه‌ها، ویژگیهای اصلی مطرح برای معنویت و اخلاق در دنیای امروز هستند (۱۰-۶). آنچه که در کنار مشخصه‌ها و ویژگیهای مطرح برای معنویت اهمیت دارد، آثار و تبعات مختلفی است که پیروی از ارزشهای معنوی و اخلاقی برای انسانها به ارمغان می‌آورد. در یک نگاه اجمالی و کوتاه، با قاطعیت و صراحت می‌توان گفت که پیروی از ارزشهای انسانی، اخلاقی و معنوی، راستی، صداقت، وفاداری و درستکاری را به ارمغان می‌آورد (۱۱).

وفاداری که از زمره پیامدهای پایبندی به معنویت و ارزشهای اخلاقی محسوب می‌شود، در چارچوب و فضای محیطهای کار دارای مشخصه‌هایی نظیر تمایل مبتنی بر دلبستگی[۱۱] در تمامی شرایط نسبت به سازمان محل کار، تلاش مضاعف برای کمک به اهداف سازمان، وجود نگرش و دیدگاه مثبت نسبت به سازمان محل کار، پذیرش تغییرات برنامه‌ریزی شده[۱۲] و تمایل به عدم ارتکاب رفتارهایی که به هر دلیل برای عملکرد سازمان زیان‌آور است (۱۲ و ۱۳) می‌باشد. از نظر کلی وجود وفاداری در نیروی کار یک سازمان، بستر لازم را برای بارآوری[۱۳] و کارآمدی بالاتر فراهم می‌سازد، چرا که این متغیر از بسیاری جهات تلاش و کوشش هدفمند و معنادار را در افراد پدید می‌آورد (۱۶-۱۴). شواهد پژوهشی نشان می‌دهد، گرایش به اخلاق و معنویت با وفاداری کارکنان در محیط کار دارای رابطه مثبت است. گل‌پرور و نادی علاوه بر انجام مروری بر برخی تحقیقات مربوط به رابطه اخلاق کاری اسلامی با وفاداری، خود رابطه مثبت و معناداری را بین کار دقیق و انسان دوستانه[۱۴] و استقلال و سودمندی اجتماعی[۱۵] (به‌عنوان دو خرده مقیاس اخلاق کاری اسلامی) باوفاداری گزارش نموده‌اند (۱۶). لازم به ذکر است که کار دقیق و انسان‌دوستانه بعنوان یکی از ابعاد اخلاق کاری اسلامی، همپوشیهای قابل توجهی با معنویت و ابعاد آن دارد. این همپوشی بیشتر از آن جهت است در معنویت در محیطهای کار نیز تأکید قابل توجهی بر ارزشهای کاری انسانی و اخلاقی چه به‌صورت فردی و چه به‌صورت انسانی می‌شود.

منطق نظری رابطه معنویت با وفاداری در محیطهای کاری به باور پژوهشگران پژوهش حاضر به نقشی که معنویت می‌تواند در

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-25]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1390.6.2.3.8]

ایجاد فضا و جوّ کاری مطلوب داشته باشد بازمی‌گردد. شواهد پژوهشی در دست نشان می‌دهد وجود یک فضای کاری مبتنی بر ارزشهای اخلاقی و انسانی فراگیر، رفتارها و نگرشهای کارکنان را تحت تأثیر قرار می‌دهد (۱۷ و ۱۸). این تأثیر بیشتر از آن جهت روی می‌دهد که وجود مشخصه‌هایی نظیر ارزشهای انسانی و اخلاقی در محیط یک سازمان، حس تعلق و پیوند را به دلیل وجود راستی، درستی و صداقت در افراد بالا می‌برد. چنین حسی در یک فرایند زنجیره‌ای افراد را متمایل به حفظ و تقویت ارزشهای موجود نموده و از این طریق، سطح اثربخشی و عملکرد فردی و سازمانی را بالا می‌برد. شواهد حمایت‌کننده در این حوزه از تحقیقاتی که طی آنها حمایت مدیران از ارزشهای اخلاقی و انسانی با تعهد، رضایت و هویت اخلاقی و ارزشی کارکنان مرتبط گزارش شده، به‌دست آمده است (۲۱-۱۹). بر همین مبنا، باور اصلی و زیربنایی این پژوهش این واقعیت در نظر گرفته شد که وجود مشخصه‌هایی نظیر وجود شرایط یگانگی و همدلی، معنا در کار، پیوندهای مثبت ارزشی و اخلاقی و ارزشهای سازمانی مبتنی بر درستکاری و صداقت، انجام رفتارهای مبتنی بر تأمل ارزشی و اخلاقی همراه با مسؤولیت‌پذیری شخصی برای رشد و تعالی که از مشخصه‌های اصلی معنویت در محیطهای کار معرفی شده‌اند (۱) به‌خوبی باید با مشخصه‌ای نظیر وفاداری در کارکنان دارای رابطه باشد. بنابراین، هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی رابطه ترکیبی و ساده مؤلفه‌های معنویت با وفاداری کارکنان در محیطهای کار در نظر گرفته شده است.

روش کار

این پژوهش از نوع مطالعات همبستگی (تحلیل رگرسیون) است که جامعه آماری آن را کارکنان زن و مرد ادارات و سازمانهای یکی از وزارتخانه‌ها در شهر اصفهان در زمستان ۸۷ و بهار ۸۸ تشکیل داده‌اند. تعداد کل کارکنان زن و مرد این ادارات در حدود ۱۰۰۰ نفر بوده است. از این جامعه آماری، با استفاده از فهرست اسامی کارکنان هر اداره یا سازمان، ۳۰۰ نفر به شیوه تصادفی ساده انتخاب شدند. این تعداد نمونه برای جوامع آماری تا ۱۴۰۰ نفر نیز مکفی است. بنابراین حجم نمونه از کفایت مطلوب برخوردار می‌باشد (۲۲). از ۳۰۰ نفر اعضای نمونه، ۲۵۶ نفر مرد (معادل ۸۵/۳ درصد) و ۴۴ نفر (معادل ۱۴/۷ درصد) زن بوده‌اند. همچنین اکثریت گروه نمونه را افراد دارای تحصیلات دیپلم و بالاتر (۲۰۵ نفر معادل ۶۸/۲ درصد) و متأهل (۲۶۳ نفر و معادل ۷۸/۷ درصد) تشکیل داده‌اند. میانگین سنی اعضای گروه نمونه ۴۲/۵۵ (با انحراف معیار ۸/۵۹) و میانگین سابقه شغلی آنها ۱۵/۴۱ (با انحراف معیار ۸/۰۸) بوده است.

ابزارهای زیر برای سنجش متغیرهای پژوهش استفاده شده‌اند.

۱.پرسشنامه معنویت در محیط کار: برای سنجش معنویت در محیط کار از پرسشنامه ۶۱ سؤالی ساخت و معرفی شده توسط آشموس و داچون با استفاده از یک نمونه ۶۹۶ نفری استفاده به‌عمل آمد (۱). این پرسشنامه عوامل یازده‌گانه‌ای را تحت عنوان شرایط اجتماع[۱۶] (کاری) با ۹ سؤال، معنا در کار[۱۷] با ۷ سؤال، زندگی درونی[۱۸] با ۵ سؤال، موانع معنویت[۱۹] با ۶ سؤال، مسؤولیت شخصی[۲۰] با ۲ سؤال، پیوندهای مثبت با دیگر افراد[۲۱] با ۳ سؤال، تأمل با ۲ سؤال، اجتماع واحد کاری[۲۲] با ۸ سؤال، ارزشهای مثبت واحد کاری[۲۳] با ۶ سؤال، ارزشهای سازمان[۲۴] با ۷ سؤال و فرد و سازمان[۲۵] با ۶ سؤال را مورد سنجش و اندازه‌گیری قرار می‌دهد. عوامل اجتماع واحد کاری و ارزشهای سازمانی قسمتهای دوم و سوم همان عامل اول یعنی شرایط اجتماع (کاری) و ارزشهای مثبت واحد کاری و فرد و سازمان نیز قسمتهای دوم و سوم عامل دوم یعنی معنا در کار محسوب می‌شوند (۱). شواهد مربوط به روایی سازه[۲۶] این پرسشنامه با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی با چرخش از نوع واریماکس در مقاله آشموس و داچون مستند می‌باشد (۱). آلفای کرونباخ یازده عامل این پرسشنامه نیز به ترتیب برای عوامل بالا ۰/۸۵، ۰/۸۵، ۰/۸، ۰/۷۳، ۰/۷۷، ۰/۶۹، ۰/۸۷، ۰/۹۱، ۰/۹۳، ۰/۸۳ و ۰/۸ گزارش شده است. این پرسشنامه برای اولین بار برای این پژوهش، طی یک فرایند دو مرحله‌ای (ترجمه و تطابق محتوایی تخصصی توسط متخصصین) ترجمه و آماده اجرا گردید. بررسی مقدماتی پرسشنامه که به

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-25]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1390.6.2.3.8]

منظور بررسی روایی صوری و محتوایی پرسشنامه انجام گرفت، منجر به تغییر نحوه نگارش برخی از سؤالات آن برای اجرای نهایی گردید. به‌هرحال از آنجائی‌که این پرسشنامه برای اولین بار برای این پژوهش استفاده می‌شد، روایی سازه پرسشنامه ترجمه شده از طریق تحلیل عاملی اکتشافی و چرخش از نوع واریماکس بر روی نمونه ۳۰۰ نفری پژوهش حاضر مورد بررسی قرار گرفت. این تحلیل عاملی (با KMO برابر با ۰/۹۲۵ و آزمون کرویت بارتلت معنادار در سطح P<۰/۰۰۰۱) ۱۱ عامل با ترکیبی به نسبت مشابه با ترکیب معرفی شده توسط آشموس و داچون به‌دست داد. تغییر مورد اشاره به این شرح بود که سؤالات ۱، ۲ و ۳ بارهای عاملی کمتر از ۰/۴ و همزمان بر روی بیش از یک عامل داشتند. بنابراین از آنجایی که بارهای عاملی آنها پائین و بر بیش از یک عامل بود (این امر عوامل مستقل قابل استخراج از تحلیل عاملی با چرخش از نوع واریماکس را با مشکل مواجه می‌کند)، (سؤال دوم در پرسشنامه معرفی شده توسط آشموس و داچون بر روی عوامل معنا در کار و ارزشهای مثبت واحد کاری همزمان بار داشته است و لذا در هر دو عامل استفاده شده است) حذف گردیدند، لذا تعداد سؤالات در پایان به ۵۸ سؤال تقلیل یافت. ۵۸ سؤال باقیمانده به ترتیب بر روی یاده عامل با نامهای ارزشهای انسانی و سازمانی (با ۱۴ سؤال و آلفای کرونباخ ۰/۹۳)، ارزشهای معنوی و مذهبی (با ۸ سؤال و آلفای کرونباخ ۰/۸)، ارزشهای مثبت واحد کاری (با ۵ سؤال و آلفای کرونباخ ۰/۹)، معنا در کار (با ۶ سؤال و آلفای کرونباخ ۰/۸۷)، موانع معنویت (با ۶ سؤال و آلفای کرونباخ ۰/۸۲)، ارزشهای معنوی واحد کاری (با ۵ سؤال و آلفای کرونباخ ۰/۷۹)، رشد فردی (با ۴ سؤال و آلفای کرونباخ ۰/۷۴)، مسؤولیت برای رشد شخصی (با ۲ سؤال و همبستگی معنادار P<۰/۰۱ دو گویه برابر با ۰/۵)، غفلت از تعالی و رشد (با ۳ سؤال و آلفای کرونباخ ۰/۶۵)، روابط متعالی[۲۷] (با ۳ سؤال و آلفای کرونباخ ۰/۵۸) و تأثیر معنادار[۲۸] (با ۲ سؤال و همبستگی معنادار P<۰/۰۱ دو گویه برابر با ۰/۲۷) قرار گرفتند. یک نمونه سؤال از کل پرسشنامه به این شرح است: «این سازمان نگران فقرا در جامعه است». این سؤال مربوط به عامل اول یعنی ارزشهای انسانی و سازمانی است. مقیاس پاسخگویی این پرسشنامه پنج درجه‌ای (بسیار زیاد=۵ تا بسیار کم=۱) می‌باشد.

۲. وفاداری سازمانی: برای سنجش وفاداری سازمانی از ۷ سؤال معرفی شده توسط علی‌و الکاظمی استفاده شد (۱۲). این پرسشنامه قبلاً در ایران ترجمه و مورد استفاده قرار گرفته است (۱۶). با این حال در این پژوهش پرسشنامه مورد استفاده، دوباره مورد تحلیل عاملی اکتشافی با چرخش از نوع واریماکس قرار گرفت (KMO برابر با ۰/۸۷۴ و آزمون کرویت بارتلت برابر با ۹۲۳/۴۳ و معنادار P<۰/۰۰۱ بود) و یک عامل با ارزش ویژه برابر با ۴ به‌دست آمد. اسکری‌پلات[۲۹] نیز تک عاملی بودن این پرسشنامه را تأیید نمود. آلفای کرونباخ به‌دست آمده در این پژوهش برای این پرسشنامه ۰/۸۷ بود. یک نمونه سؤال این پرسشنامه نیز به این شرح است: «ترجیح می‌دهم در این سازمان برای انجام تکالیف و وظایفم به سختی کار کنم». مقیاس پاسخگویی این پرسشنامه نیز لیکرت پنج‌درجه‌ای (کاملاً موافقم=۵ تا کاملاً مخالفم=۱) می‌باشد. دو پرسشنامه مورد استفاده در این پژوهش به شیوه خود گزارش‌دهی و در طول زمان ۱۳ تا ۱۷ دقیقه پاسخ داده شده‌اند.

برای تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از پرسشنامه‌های پژوهش از ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون گام‌به‌گام[۳۰] استفاده گردید. تحلیلهای یاد شده با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS صورت گرفته است.

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-25]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1390.6.2.3.8]

یافته‌ها

جدول ۱: میانگین، انحراف معیار و همبستگی بین متغیرهای پژوهش

ردیف	متغیرهای پژوهش	میانگین	انحراف معیار	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱
۱	ارزشهای انسانی و سازمانی	۴۲/۲۱	۹/۱۲	–										
۲	ارزشهای معنوی و مذهبی	۲۱/۰۸	۴/۰۴	۰/۴۱۹**	–									
۳	ارزشهای مثبت واحد کاری	۱۶/۱۶	۳/۸۰	۰/۷۳۸**	۰/۵۰۷**	–								
۴	معنا در کار	۲۰/۲۶	۴/۳۲	۰/۵۲۰**	۰/۶۷۳**	۰/۶۴۷**	–							
۵	موانع معنویت	۲۰/۸۳	۴/۴۰	۰/۰۱۷	۰/۲۷۰**	۰/۱۰۲	۰/۲۲**	–						
۶	ارزشهای معنوی واحد کاری	۱۴/۹۵	۳/۴۸	۰/۷۲۹**	۰/۳۹۶**	۰/۶۲۱**	۰/۵۶۳**	۰/۰۷۶	–					
۷	رشد فردی	۱۲/۷۷	۲/۷۴	۰/۶۰۵**	۰/۴۹**	۰/۵۸۵**	۰/۶۱۸**	۰/۱۰۲	۰/۶۰۱**	–				
۸	مسؤولیت برای رشد شخصی	۶/۷۸	۱/۶۰	۰/۲۹۴**	۰/۴۱۶**	۰/۳۹۲**	۰/۴۵۲**	۰/۰۲۵	۰/۲۷۱**	۰/۳۷۸**	–			
۹	غفلت از تعالی و رشد	۹/۷۱	۱/۹۸	۰/۰۷۴	۰/۰۷۷	۰/۱۲۰*	۰/۱۵۰**	۰/۴۶۸**	۰/۰۴۲	۰/۱۷۸**	۰/۰۶۵	–		
۱۰	روابط متعالی	۹/۶۷	۲/۱۲	۰/۵۲۲**	۰/۴۵۸**	۰/۴۹۰**	۰/۵۱۹**	۰/۰۶۴	۰/۴۷۳**	۰/۴۶۷**	۰/۳۵۲**	۰/۰۶۹	–	
۱۱	تأثیر معنادار	۶/۲۶	۱/۴۱	۰/۲۸**	۰/۲۵۴**	۰/۳۱۶**	۰/۳۱۹**	۰/۱۱۲-	۰/۳۵**	۰/۲۳۲**	۰/۱۳۶*	۰/۱۵۳-**	۰/۱۷۲-**	–
۱۲	وفاداری سازمانی	۱۶/۲۹	۴/۶۸	۰/۳۷۶**	۰/۵۳۹**	۰/۵۰۲**	۰/۵۳۱**	۰/۱۷۰-**	۰/۳۴۲**	۰/۴۰۴**	۰/۴۶۸**	۰/۱۱۹-*	۰/۳۵۷**	۰/۱۴۲*

* P<۰/۰۵ ** P<۰/۰۱

چنانکه در جدول ۱ ردیف دوازدهم دیده می‌شود، وفاداری سازمانی به ترتیب با ارزشهای انسانی و سازمانی (r=۰/۳۷۶)، با ارزشهای معنوی و مذهبی (r=۰/۵۳۹)، با ارزشهای مثبت واحد کاری (r=۰/۵۰۲)، با معنا در کار (r=۰/۵۳۱)، با موانع معنوی (r= -۰/۱۷۰)، با ارزشهای معنوی واحد کاری (r=۰/۳۴۲)، با رشد فردی (r=۰/۴۰۴)، با مسؤولیت برای رشد شخصی (r=۰/۴۶۸)، با غفلت از تعالی و رشد (r= ۰/۱۱۹-)، با روابط متعالی (r=۰/۳۵۷) و با تأثیر معنادار (r=۰/۱۴۲) دارای رابطه معنادار (P<۰/۰۵ یا P<۰/۰۱) است. توجه به ضرایب یاد شده حاکی از آن است که وفاداری سازمانی به ترتیب از نظر نیرومندی روابط، با ارزشهای معنوی و مذهبی، با معنا در کار، با ارزشهای مثبت واحد کاری، با مسؤولیت برای رشد شخصی، با رشد فردی، با ارزشهای انسانی و سازمانی، با روابط متعالی، با ارزشهای معنوی واحد کاری، با موانع معنوی، با روابط مثبت و غفلت از تعالی و رشد دارای رابطه است. نتیجه تحلیل رگرسیون گام به گام انجام شده برای پیش‌بینی وفاداری سازمانی از طریق ابعاد معنویت در جدول ۲ گزارش شده است.

جدول ۲: نتایج رگرسیون گام‌به‌گام برای پیش‌بینی وفاداری از طریق ابعاد معنویت

گام	مقادیر ثابت و متغیرهای پیش بین	B	SE	β	t	R	R^2	R^2 تعدیلی	F
۱	مقدار ثابت	۲۹/۴۶۰	۱/۲۱۴	–	۲۴/۲۷۴**	۰/۵۳۹	۰/۲۹	۰/۲۸۸	۱۲۲/۰۱۴**
	ارزشهای معنوی و مذهبی	۰/۶۲۵-	۰/۰۵۷	۰/۵۳۹-	۱۱/۰۴۶-**				
۲	مقدار ثابت	۳۲/۳۰۲	۱/۲۵۳	–	۲۵/۷۷**	۰/۶۰۲	۰/۳۶۲	۰/۳۵۸	۸۴/۲۹۲**
	ارزشهای معنوی و مذهبی	۰/۴۸۳-	۰/۰۵۹	۰/۴۱۶-	۸/۱۷۱-**				
	مسؤولیت برای رشد شخصی	۰/۸۶۱-	۰/۱۴۹	۰/۲۹۴-	۵/۷۷-**				

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-25]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1390.6.2.3.8]

	مقدار ثابت	۳۳/۶۵۲	۱/۲۴۶	–	۲۷/۰۱۶**					
	ارزشهای معنوی و مذهبی	-۰/۳۶۲	۰/۰۶۳	-۰/۳۱۳	-۵/۷۸**					
۳	مسؤولیت برای رشد شخصی	-۰/۷۰۱	۰/۱۴۸	-۰/۲۴۰	-۴/۷۳**	۰/۶۳۷	۰/۴۰۶	۰/۴	۶۷/۴۰۹**	
	ارزشهای مثبت واحد کاری	-۰/۳۰۷	۰/۰۶۶	-۰/۲۵۰	-۴/۶۷**					

* P<۰/۰۵ ** P<۰/۰۱

چنانکه در جدول ۲ قابل مشاهده است، در گام اوّل رگرسیون گام‌به‌گام انجام شده، ارزشهای معنوی و مذهبی با بتای معیارین ۰/۵۳۹-، دارای توان پیش‌بین معنادار (P<۰/۰۱) و توان تبیین واریانس ۲۹ درصدی برای وفاداری سازمانی بوده است. در گام دوم مسؤولیت در رشد شخصی به ارزشهای معنوی و مذهبی افزوده شده (به ترتیب با بتای معیارین ۰/۴۱۶- و ۰/۲۹۴-) و واریانس تبیین شده وفاداری سازمانی را به ۳۶/۲ درصد (در حالت تعدیل نشده) رسانده است. در مرحله دوم ۷/۲ درصد واریانس تبیین شده انحصاری افزوده به مسؤولیت در رشد شخصی اختصاص داشته است. بالاخره در گام سوم به ارزشهای معنوی و مذهبی و مسؤولیت در رشد شخصی، ارزشهای مثبت واحد کاری نیز به‌عنوان سومین متغیر افزوده شده است (بتای معیارین سه متغیر به ترتیب در مرحله سوم ۰/۳۱۳-، ۰/۲۴- و ۰/۲۵۰- بوده است). در این مرحله واریانس تبیین شده وفاداری سازمانی از طریق سه متغیر ارزشهای معنوی و مذهبی، مسؤولیت در رشد شخصی و ارزشهای مثبت واحد کاری به ۴۰/۶ درصد (در حالت تعدیل نشده) رسیده است که ۴/۴ درصد آن به صورت انحصاری مربوط به ارزشهای مثبت واحد کاری بوده است. براساس تحلیل رگرسیون گام‌به‌گام انجام شده که نتایج آن در جدول ۲ ارائه گردید، دیگر ابعاد معنویت که در جدول نیامده‌اند، برای وفاداری دارای توان افزایش واریانس تبیین شده نبوده‌اند.

بحث

رابطه ابعاد یا مشخصه‌های معنویت با وفاداری در سازمان، در سطح همبستگیهای ساده براساس یافته‌های این پژوهش مورد تأیید قرار گرفت. امّا تحلیل رگرسیون گام‌به‌گام نشان داد که از ابعاد معنویت به ترتیب ارزشهای معنوی و مذهبی، مسؤولیت برای رشد شخصی و ارزشهای مثبت واحد کاری دارای بیشترین نقش برای وفاداری کارکنان در سازمان هستند. یافته‌های حاصل از این پژوهش مبنی بر رابطه ابعاد معنویت با وفاداری کارکنان در سازمان با نظریات و یافته‌های مربوط به نقش معنویت در تعهد کارکنان و وفاداری آنها همسوییهای قابل ملاحظه‌ای را نشان می‌دهد (۴-۱). نگاهی بر ضرایب همبستگی به‌دست آمده در این پژوهش (جدول ۱) نشان از آن دارد که موانع معنویت و غفلت از تعالی رشد باوفاداری دارای رابطه منفی و دیگر ابعاد نظیر ارزشهای انسانی و سازمانی، ارزشهای معنوی و مذهبی، ارزشهای مثبت واحد کاری، معنا در کار، ارزشهای معنوی واحد کاری، رشد شخصی و فردی، مسؤولیت برای رشد شخصی، روابط متعالی و تأثیر معنادار با وفاداری دارای رابطه مثبت هستند. در موانع معنویت و غفلت از تعالی و رشد مواردی نظیر ناتوانی در استفاده از نعمات خداوندی (استعدادها و توانائیها)، عدم معنادهی کار به زندگی، عدم وجود محلی در سازمان برای دعا و راز و نیاز، عدم اهمیت ارزشهای معنوی در محیط کار و عدم تشویق کارکنان به رشد و یادگیری مطرح هستند. چنانکه از مضامین مطرح شده برمی‌آید، این موارد همگی با آنچه در معنویت و ارزشهای انسانی و اخلاقی مطرح است در تضاد می‌باشد. بنابراین وجود رابطه منفی بین موانع معنویت و غفلت از تعالی و رشد با وفاداری منطقی است. از طرف دیگر، در دیگر مشخصه‌های مطرح برای معنویت در این پژوهش آنچه مورد تأکید است، ارزشهای اخلاقی و معنوی است که هر انسانی به واسطه فطرت خود به آنها تمایل دارد. از این منظر نیز منطقی است که ارزشهای معنوی و اخلاقی منجر به وفاداری بیشتر شوند. چرا که آنچه در وفاداری محور توجه است دلبستگی و همسویی و تلاش برای سازمان محل کار است (۱۲، ۱۳ ، ۱۵). این مشخصه‌ها تا اندازهٔ قابل توجهی هدف اصلی آموزه‌های معنوی نیز هستند. در واقع در آموزه‌های معنوی در دین اسلام و دیگر ادیان یکتاپرست، بر عاقبت‌اندیشی اُخروی، همدلی، احساس یگانگی و توجه به معناداری و هدفمندی در

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-25]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1390.6.2.3.8]

زندگی و کار تأکید می‌شود (۵). براساس یافته‌های این پـژوهش، این تأکیدات زمانی که در یک فضای کـاری، تحققـی ملمـوس و اثرگذار پیدا می‌کنند، باعث می‌گردنـد تـا افـراد در خـود احـساس دلبستگی و همسویی با اهـداف سـازمان بنماینـد. نتـایج تحلیـل رگرسیون گام‌به‌گام (جدول ۲) سه بُعد ارزشهای معنوی و مذهبی، مسؤولیت برای رشد شخصی و ارزشهای مثبت واحد کاری را بـه عنوان ابعاد معنویت که دارای بیشترین نقش در وفاداری کارکنان هستند، مشخص نمود. این وضعیت فرصت بهتری را برای بحـث در حوزه یافته‌های این پژوهش فراهم می‌نماید. ارزشهای معنـوی و مذهبی بعنوان بُعـدی کـه دارای بیـشترین نقـش بـر وفـاداری کارکنان است، مشتمل بر مواردی نظیر تأمل و تفکـر معنـوی در امور، امیدواری، توجه به دعـا و راز و نیـاز و مراقبـت از سـلامتی معنوی همکاران مـی‌باشـد. بـه‌دنبـال آن مـسؤولیت بـرای رشـد شخصی و ارزشهای مثبت واحد کاری نیـز مـشتمل بـر احـساس مسؤولیت برای رشد استعدادها و توانائیها و استفاده از فرصتها بـه نحو مناسب و قابل قبول و وجود احساس مثبت و پیوند و یگانگی با واحد کاری که افراد در آن مشغول به فعالیت هستند می‌باشـند. در درجه اول نقش تعیین‌کننده ارزشهای معنوی و مـذهبی بـرای احساس وفاداری نسبت به سازمان محل کار با کارکردهـایی کـه برای معنویت و اخلاق در محیطهای کـاری مطـرح شـده همـسو می‌باشد (۱۵، ۱۶، ۱۹ ، ۲۰). از این منظـر نیـز مـی‌تـوان گفـت، براساس یافته‌هـای ایـن پـژوهش ارزشـهای معنـوی و مـذهبی، مسؤولیت برای رشد شخصی و ارزشهای مثبت کـاری، وقتـی بـر فـضای کـاری حـاکم باشـند، از طریـق ایجـاد جـو و فـضای آرامش‌بخش و امنیت‌آور زمینه تقویت وفاداری را در افراد فـراهم می‌آورند. در یک فضای مبتنـی بـر ارزشـهای انـسانی، معنـوی و اخلاقـی، انـسانها احـساس یگـانگی، معنـاداری، هدفمنـدی و امیدواری بیشتری می‌نماینـد و از ایـن طریـق در خـود احـساس وفاداری بیشتری نسبت به محیط و اهـداف محـل کارشـان پیـدا می‌کنند. همچنـین زمـانی کـه فـرد، مـسؤولیت‌پـذیری فـردی و شخصی برای رشد و تعالی اسـتعدادها و توانائیهـای خـود داشـته باشد، از طریق وفاداری نگرشی، سعی در زمینه‌سازی برای چنـین رشدی خواهد کرد.

نتیجه‌گیری

در نتیجه‌گیری پایانی این مقاله پیش از ارائه پیـشنهادها بایـد بـه این محدودیت توجـه داشـت کـه گـروه نمونـه ایـن پـژوهش را کارکنان نظامهـای اداری سـازمانها و ادارات وابـسته بـه یکـی از وزارتخانه‌ها در شهر اصفهان تشکیل داده‌اند، لذا در تعمـیم نتـایج به دیگر سازمانها، بویژه سازمانهای تولیدی و صنعتی باید احتیـاط صورت گیرد. بر همـین اسـاس مـی‌تـوان بعنـوان یـک پیـشنهاد کاربردی این نکته را مطرح کرد که برای ارتقـاء سـطح وفـاداری کارکنان به سازمانها و اهداف آنها، باید به اشکال مختلف بـستر و زمینـــه لازم بـــرای تقویـــت ارزشـــهای معنـــوی و مـــذهبی، مسؤولیت‌پذیری برای رشد شخصی و ترویج ارزشهای مثبت واحد کاری در قالب یک گروه یکپارچه و هدفمند به‌طور جـدی فـراهم شود. علی‌رغم اینکه در تمامی سازمانهای کنونی ایران به اشـکال مختلف ارزشهای معنوی و مذهبی مورد تأکید هستند، با این حال ترغیب هر چه بیشتر کارکنان بـه تأمـل در بـاب تبعـات مثبـت و مطلوب وتوجه هر چه بیشتر به ایـن ارزشـها مـی‌توانـد راه را بـر وفاداری بیشتر کارکنان، به‌عنوان مؤلفه‌ای که برای عملکرد مـؤثر سازمانی لازم و ضروری است، فراهم سازد.

سپاسگزاری

در اینجا از تمامی عزیزانی که زحمت شرکت در ایـن پـژوهش و پاسخگویی به پرسشنامه‌های پژوهش را بر خـود همـوار نمودنـد، صمیمانه تشکر می‌شود.

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-25]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1390.6.2.3.8]

واژه‌نامه

معنویت	1. Spirituality
وفاداری	2. Loyalty
جنبش معنویت	3. Spirituality movement
معنا	4. Meaningfulness
پیوندهای انسانی	5. Humans connections
آرامش	6. Tranquality
امنیت روانی و اجتماعی	7. Social and psychological safty
تأمل و تفکر	8. Contemplation
هدفمندی	9. Purposefulness
ارزشهای اخلاقی و انسانی	10. Ethical and humans values
دلبستگی	11. Attachment
تغییرات برنامه‌ریزی شده	12. Planned changes
بارآوری	13. Productivity
کار دقیق و انسان‌دوستانه	14. Philanthropic and accurate work
استقلال و سودمندی اجتماعی	15. Independency and social usefulness
شرایط اجتماع	16. Conditions for community
معنا در کار	17. Meaning at work
زندگی درونی	18. Inner life
موانع معنویت	19. Blocks to spirituality
مسؤولیت شخصی	20. Personal responsibility
پیوندهای مثبت با دیگر افراد	21. Positive connections with other
اجتماع واحد کاری	22. Work unit community
ارزشهای مثبت واحد کاری	23. Positive work unit values
ارزشهای سازمان	24. Organization values
فرد و سازمان	25. Individual and the organization
روایی سازه	26. Construct validity
روابط متعالی	27. Exalted relations
تأثیر معنادار	28. Significant impression
نمودار سنگریزه	29. Scree plot
رگرسیون گام به گام	30. Stepwise regression

منابع

1. Ashmos DP, Duchon D (2000). Spirituality at work: A conceptualization and measure. Journal of Management Inquiry 9(2): 134-145.

2. Beyer J (1999). Culture, meaning, and belonging at work. Paper presented at the 1999 Chicago Academy of Management Meeting.

3. Vaill P (1998). Spirited leading and learning. San Fransisco: Jossey-Bass.

4. Conger JA (1994). Spirit at work. San Francisco: Jossey-Bass.

۵. جمشیدی محمدحسین: نظریه عدالت از دیدگاه فارابی، امام خمینی، شهید صدر. چاپ اول ۱۳۸۰، تهران: انتشارات پژوهشکده امام خمینی (ره) و انقلاب اسلامی.

6. Fry LW (2003). Toward a theory of spiritual leadership. Leadership Quarterly 14(6): 693-727.

7. Trevino LK, Weaver GR, Reynolds SJ (2006). Behavioral ethics in organizations: A review. Journal of Management 32(6): 951-990.

8. Weaver GR, Trevino LK, Agle B (2005). Somebody 1 look up to: Ethical role models in organizations. Organizational Dynamics 34(4): 313-330.

9. May DR, Gilson RL, Harter L (2004). The psychological conditions of meaningfulness, safety, and the engagement of human spirit at work. Journal of Occupational and Organizational Psychology 77: 11-37.

10. Gardner WL, Avolio BJ, Walumbwa, FO. Eds (2005). Authentic leadership theory and practice: origins, effects and development. Oxford, UK: Elsevier Science.

11. Brandt E (1996). Corporate pioneers explore spirituality peace. HR Magazine, April: 82-87.

12. Ali A, Al-Kazemi A (2007). Islamic work ethic in Kuwait. Cross Culture Management: An International Journal 14(2): 93-104.

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-25]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1390.6.2.3.8]

13. Ali A (1993). Decision making style, individualism, and attitudes toward risk of Arab executives. International Studies of Management & Organization 23(3): 53-73

14. Salancik G (1983). Commitment and the control of organizational behavior and belief. In Staw B (Ed.) Psychological foundations of organizational behavior. Scott, Freeman and Co. Dallas, TX. PP: 202-207.

15. Yousef D (2001). Islamic work ethic: a moderator between organizational commitment and job satisfaction in a cross-cultural context. Personal Review 30(2): 152-169.

۱۶. گل‌پرور محسن، نادی محمدعلی. نقش میانجی وفاداری سازمانی در رابطه بین اخلاق کاری با رفتارهای انحرافی در محیط کار. ۱۳۸۸. اخلاق در علوم و فناوری، ۶ (۱): ۵۲-۴۳.

17. Victor B, Cullen JB (1988). The organizational bases of ethical work climates. Adminstrative Science Quarterly 33(1): 101-125.

18. Deshpande SP, George E, Joseph J (2000). Ethical climate and managerial success in Russian organizations. Journal of Business Ethic 23(2): 211-217.

19. Schminke M, Ambrose A, Neubaum E (2005). The effect of leader moral development and ethical climate and employee attitudes. Organizational Behavior and Human Decision Processes 97: 135-151.

20. Schminke M, Arnaud A, Kuenzi J (2007). The power of ethical work climates. Organizational Dynamics 36(2): 171-186.

21. Zu W (2008). The effect of ethical leadership on follower identity: The mediating role of psychological empowerment. Leadership Review 8: 62-73.

۲۲. سکاران اوما: روشهای تحقیق در مدیریت. ترجمه محمد صائبی و محمود شیرازی، چاپ اول ۱۳۸۱، تهران: مؤسسه آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی.

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-25]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1390.6.2.3.8]

[Downloaded from www.ethicsjournal.ir on 2026-11-25]

[DOR: 20.1001.1.22517634.1390.6.2.3.8]