پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی
دورهٔ ۱، شمارهٔ ۱، بهار ۱۳۹۰

معنویت به عنوان حلقهٔ بین توانمندسازی و بروز رفتارهای کارآفرینانه

داود حسین‌پور[۱]، علیرضا کوشکی جهرمی[۲*]، حسن بودلایی[۳]

۱- استادیار و رئیس مرکز کارآفرینی دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران
۲- دانشجوی دکتری دانشگاه علامه طباطبایی، رشته مدیریت دولتی گرایش منابع انسانی، تهران، ایران
۳- دانشجوی دکتری دانشگاه علامه طباطبایی، رشته مدیریت دولتی، تهران، ایران

دریافت: ۸۹/۱۰/۶ پذیرش: ۸۹/۱۱/۲۶

چکیده

توانمندسازی تأثیر زیادی بر کارایی و اثربخشی مدیریتی و سازمانی دارد و از سویی به‌نظر بسیاری از محققان و نظریه‌پردازان، نقشی که افراد کارآفرین در ایجاد مزیت رقابتی ایفا می‌کنند، قابل‌توجه است. چنانچه شرایطی فراهم شود که کارکنان بتوانند رفتارهای کارآفرینانه را در سازمان بروز دهند و به نتیجه برسانند، می‌تواند نویدبخش دستیابی به سازمانی کارآفرین باشد. مزایای معنویت کاری از قبیل افزایش خلاقیت، افزایش صداقت و اعتماد، افزایش تعهد سازمانی، بهبود نگرش‌های شغلی کارکنان، افزایش رضایت شغلی، مشارکت شغلی و ... می‌باشد. همه این موارد به صورت مستقیم و غیرمستقیم باعث بهبود عملکرد، سودآوری و اثربخشی سازمانی می‌شوند. این مقاله در تلاش برای بررسی تأثیر ابعاد توانمندسازی روان‌شناختی و معنویت کاری بر بروز رفتارهای کارآفرینانه درسازمان صنایع کوچک و شرکت شهرک‌های صنعتی ایران است. بر اساس مدل مفهومی به‌دست آمده از ترکیب سه متغیر توانمندسازی روان‌شناختی، معنویت کاری و بروز رفتارهای کارآفرینانه، شش فرضیهٔ تدوین شد و با آزمون‌های آماری کلموگروف اسمیرنوف، آزمون همبستگی رتبه‌ای اسپیرمن، آزمون فریدمن، تحلیل رگرسیون مورد بررسی قرار گرفت. در انتها نیز مدل تحقیق بر اساس تحلیل مسیر بررسی شد. روش تحقیق در این پژوهش توصیفی از نوع همبستگی است از این رو پس از گردآوری داده‌ها از طریق پرسشنامه با ۵۱ سؤال به تجزیه و تحلیل یافته‌ها پرداخته شد. جامعهٔ آماری، سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران[۱] می‌باشد و ۱۴۸ نفر از کارکنان این سازمان، واقع هفت استان (تهران، فارس، اصفهان، سمنان، خراسان شمالی، خراسان جنوبی و خراسان وضوی) به عنوان نمونهٔ آماری

* نویسندهٔ مسئول مقاله: Email: Alirezakoushkie@gmail.com

۱. این پژوهش با همکاری صمیمانه مدیرعامل محترم سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران انجام شده است.

[Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-27]

[DOR: 20.1001.1.22286977.1390.1.1.2.5]

اصفهان، سمنان، خراسان شمالی، خراسان جنوبی و خراسان وضوی) به عنوان نمونهٔ آماری انتخاب شدند. یافته‌ها نشان می‌دهد از آن است که بین سه متغیر بررسی در این پژوهش، رابطهٔ مثبت و معناداری وجود دارد.

واژگان کلیدی: توانمندسازی، توانمندسازی روان‌شناختی، کارآفرینی، رفتارهای کارآفرینانه، معنویت، معنویت کاری.

۱- مقدمه

تغییرات سریع محیطی، سازمان‌ها را وادار می‌کند تا برای سازگاری با محیط به سازوکارهای مدیریتی مختلفی روی بیاورند که توانمندسازی[1] یکی از این سازوکارها است و نقش کلیدی در حیات سازمان‌های نوین دارد. سازمان‌ها نیازمند افرادی هستند که بتوانند بهترین استفاده از تکنولوژی پیشرفته را ارائه دهند و نوآوری‌ها را بیابند و بتوانند محصولات و خدمات خود را بهبود بخشند [۱، ص۱٤].

توانمندسازی نیروی انسانی یکی از اعجازآورترین رویکردهای توسعه منابع انسانی است که منجر به بالندگی نیروی انسانی می‌شود به توسعه، بالندگی و اثربخشی سازمانی می‌انجامد و برای هر سازمانی یک ضرورت به‌شمار می‌آید. شناسایی ابعاد توانمندسازی روان‌شناختی، مدیران و سازمان‌ها را هرچه بیشتر به اهمیت توانمندسازی کارکنان، اثرات و مزایای آن واقف خواهد ساخت، زیرا کارکنان و نیروی انسانی هر سازمانی تنها مزیت رقابتی پایدار برای آن سازمان می‌باشند.

پیتر دراکر معتقد است کارآفرین کسی است که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه خود شروع می‌کند. کارآفرین ارزش‌ها را تغییر می‌دهد و ماهیت آن‌ها را دچار تحول می‌کند. همچنین مخاطره‌پذیر است و به درستی تصمیم‌گیری می‌کند. برای فعالیت خود به سرمایه نیاز ندارد ولی هیچگاه سرمایه‌گذار نیست، کارآفرین همواره به دنبال تغییر است و به آن پاسخ می‌دهد و فرصت‌ها را شناسایی می‌کند. و به عقیدهٔ دراکر کارآفرینی به‌کار بردن مفاهیم و فنون مدیریتی، استانداردسازی محصول، به‌کارگیری ابزارها و فرایندهای طراحی

1. Empowerment

[Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-27]

[DOR: 20.1001.1.22286977.1390.1.1.2.5]

و بنا نهادن کار بر پایه آموزش و تحلیل کار انجام شده است. او کارآفرینی را یک رفتار می‌انگارد، نه یک صفت خاص در شخصیت افراد [۲، صص۷-۲٤].

بنابراین نویسندگان این مقاله به دنبال بررسی رابطهٔ بین توانمندسازی روان شناختی و بروز رفتارهای کارآفرینانه کارکنان سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی هستند درصددند تا رابطهٔ میان این دو متغیر را با متغیر معنویت کاری به عنوان متغیر میانجی موردبررسی قرار دهند؛ بدین‌منظور ابتدا ادبیات این سه مفهوم و نیز نتایج تحقیقات مختلف در این رابطه بررسی و فرضیه‌هایی تدوین می‌شود. همچنین محققان این مقاله بر اساس نتایج به‌دست‌آمده تحلیل‌ها، پیشنهادات و نتایجی ارائه خواهند داد.

۲- مرور ادبیات تحقیق

۲-۱- کارآفرینی و رفتارهای کارآفرینانه

کارآفرینی به معنی اکتشاف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها، از طریق ایجاد کالاها و خدمات نوین است[۳، صص۲۱۷-۲۲٦]. و کارآفرینی به عنوان فرایندی تعریف شده است که می‌تواند در همه سازمان‌ها، در هراندازه و هر نوعی، محقق شود [٤؛ ٥، صص٦۲-۷۲؛ ٦، صص٦٦-۱٥٤]. یک سازمان کارآفرین به عنوان سازمانی در نظر گرفته می‌شود که مبادرت به فعالیت‌های نوآورانه کرده تا بتواند قابلیت‌ها و توانمندی‌های متمایزی به‌دست آورد. کارآفرینی سازمانی به مثابه احیا و بازسازی سازمان‌های موجود در نظر گرفته می‌شود، و به عنوان ابزاری برای توسعه و بهبود کسب و کار، افزایش درآمد و سودآوری، پیشگامی در ایجاد و توسعه محصولات، خدمات و فرایندهای جدید مورداستفاده قرار می‌گیرد [۷؛ ۸؛ ۹؛ ۱۰]. بر اساس نظر هیتون[1] کارآفرینی سازمانی بر توانایی یک سازمان در یادگیری از طریق جست‌وجوی دانش‌های جدید و بهره‌گیری از دانش موجود مبتنی است. این فرایندهای یادگیری بر سرمایهٔ فکری سازمان وابسته است [۱۱].

۲-۲- ویژگی‌های افراد کارآفرین

افراد کارآفرین از ویژگی‌های شخصیتی خاصی برخوردارند که مخاطره‌پذیری، نوآوری و

1. Hayton

[Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-27]

[DOR: 20.1001.1.22286977.1390.1.1.2.5]

خلاقیت، مسئولیت‌پذیری و اعتماد به نفس، توانایی ارتباطات قوی، واقع‌گرایی، هدف‌گرایی، تهاجمی‌بودن، تحمل ابهام و عدم‌قطعیت، خوشبینی و تعهد و اعتقاد به مرکز کنترل درونی، بخشی از ویژگی‌های افراد است. تحمّل شکست، پشتکار، انعطاف‌پذیری، دوراندیشی و استقلال‌طلبی، از دیگر ویژگی‌های افراد کارآفرین است.

برخی رفتارهای افراد کارآفرین را به صورت زیر دسته‌بندی می‌کنند: [۱۲]

الف – خصوصیات ذهنی:

۱– کنجکاوی؛ ۲– ارائه ایده‌های غیرعادی؛ ۳– روحیهٔ انتقادی؛ ٤– نگرش مثبت نسبت به نوآفرینی؛ ٥– دقّت و حساسیت نسبت به محیط، به‌ویژه نکاتی که در نظر دیگران عادی به‌شمار می‌روند؛ ٦– دادن ایده‌های زیاد دربارهٔ یک مسئله؛ ۷ – توجه جدی به جزئیات و ۸ – علاقه وافر به آزمایش کردن و تجربه کردن.

ب – خصوصیات عاطفی:

۱– آرامش و آسودگی خیال؛ ۲– دلگرمی و امید به آینده؛ ۳– شهامت؛ ٤–علاقه به سادگی و بی‌تکلّفی در نوع لباس و جنبه‌های گوناگون زندگی؛ ٥– شوخ‌طبعی؛ ٦– اعتماد به نفس و احترام به خود و ۷– توانایی برقراری ارتباط عمیق و صمیمانه با دیگران.

ج–خصوصیات اجتماعی:

۱– پیش‌قدمی در قبول و رویارویی با مسائل؛ ۲– مسئولیت‌پذیری و توانایی سازمان‌دادن به فعّالیت‌های گوناگون.۳– قدرت جلب حس اعتماد و اطمینان دیگران.

۲–۳– توانمندسازی

معنی توانمندسازی موضوع بحث و گفت‌وگوهای زیادی بوده و هنوز تعریف شایسته از آن نشده است. به همین ترتیب ماندروس و ویلسون[1] (۱۹۹٤) و راس و میلام[2] (۱۹۹٥) اظهار می‌دارند که این واژه به‌ندرت به‌طور واضح تعریف شده و ذاتاً به‌طور لفظی به‌کار رفته است. دلیل چنین امری را می‌توان در عدم‌وجود یک بستر تاریخی و تجربی برای این مفهوم در بین

1. Mondros & Wilson
2. Russ & Millam

[Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-27]

[DOR: 20.1001.1.22286977.1390.1.1.2.5]

مفاهیم سازمانی دانست، به این معنی که عدم‌وجود سوابق و پشتوانه‌های تجربی و عملی و در واقع جوان‌بودن موضوع، باعث تنوع آرای دانشمندان این حوزه و مانعی در شکل‌گیری زیربنای علمی‌آن شده است. به‌طور خلاصه می‌توان گفت زمینه‌ای که دانشمندان توانمندسازی در آن دست به مطالعه زده‌اند، رابطهٔ مستقیمی‌بر نوع تعریف و برداشت آنان از توانمندسازی داشته است. این خود باعث ایجاد تنوع و پیچیدگی در درک مفهوم و تعاریف ارائه شده از آن شده است. همچنین ابعاد چندگانه این واژه آن را به یک مفهوم مشکل برای تعریف تبدیل کرده است. همانطور که این اختلافات نشان می‌دهد، برخی بر توانایی افراد و تمایل آن‌ها بر توانمندشدن متمرکز شده‌اند محققان مواردی چون عملکرد تیمی، غنی‌سازی شغلی، کنترل کارشخصی، استقلال در انجام وظیفه، تیم کاری، سیستم پرداخت مرتبط با عملکرد و مالکیت سهام کارکنان را به عنوان فرآیند توانمندسازی تعریف کرده‌اند [١٤، ص٢٠] .

معنی اصلی توانمندسازی به «دادن اختیار و قدرت به » اشاره دارد. استفاده از واژهٔ قدرت در همهٔ تعاریف توانمندسازی نمایان می‌شود. برای مثال **لگ**[1] (١٩٩٥) بیان می‌کند که توانمندسازی باید از بعد یک مدل توزیع مجدد نگریسته شود که به موجب آن تعادل قدرت در جهت همکاری و اعتماد تقویت می‌شود؛ **کانگر و کاننگو** بر قدرت به عنوان نقطهٔ مرکزی توانمندسازی تمرکز دارند؛ به‌طوری‌که کارکنان این اختیار را داشته باشند که تصمیمات خود را اتخاذ کرده و آن‌ها را به‌کار گیرند.لی و کوه[2] (٢٠٠١) توانمندسازی را به عنوان طبیعت بین‌الاذهانی سرپرستان و زیردستان در نظر می‌گیرند. آن‌ها بیان می‌کنند که توانمندسازی، ترکیبی از حالات روان‌شناختی زیردست است که در آن زیردست تحت‌تأثیر رفتارهای توانمندکنندهٔ سرپرستان قرار گرفته است[١٤، ص ٢٨٤] .

٢-۴- توانمندسازی روان‌شناختی

مطابق ایدهٔ نظریه‌پردازانی که توانمندسازی را از دیدگاه کارکنان می‌نگرند، توانمندسازی وضعیت روان‌شناختی کارکنان را منعکس می‌کند. اگر کارکنان رفتاری را که انتظار می‌رود پس از انتقال قدرت انجام دهند ارائه نکنند یا از این حقیقت که قدرت به آن‌ها انتقال یافته آگاه نیستند، یا احساس فقدان قدرت می‌کنند[١٥].

1. Legge
2. Lee & Koh

[Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-27]

[DOR: 20.1001.1.22286977.1390.1.1.2.5]

براساس رویکرد ارگانیکی، توانمندسازی کاری نیست که مدیران باید برای کارکنان انجام دهند، بلکه طرز تلقی و ادراک کارکنان دربارهٔ نقش خویش در شغل و سازمان است. در عین حال، مدیران می‌توانند بستر و فرصت‌های لازم را برای توانمندسازشدن کارکنان فراهم کنند . به نظر کنگر و کانونگو[1] (۱۹۹۸) توانمندسازی ریشه در نیازهای انگیزشی افراد دارد. هر راهبرد یا عملی که بتواند نیاز به خود کارآمدی را در کارکنان تقویت کند، توانمندسازی را در پی خواهد داشت . آنان با الهام از نظریه خودکارآمدی باندورا (۱۹۹۷)، فرآیند تقویت احساس خودکارآمدی کارکنان، از طریق شناسایی و حذف شرایط سازمانی را که موجب بی‌قدرتی و ناتوانی در آنان شده است، توانمندسازی می‌نامند. آنان توانمندسازی روان‌شناختی را فرآیند افزایش انگیزش درونی شغلی می‌دانند که شامل چهار حوزهٔ شناختی احساس تأثیرگذاری، شایستگی، احساس معنی‌دار بودن و حق انتخاب می‌شود و برای اولین‌بار مفهوم توانمندسازی روان‌شناختی راوارد ادبیات مدیریت کردند. اسپیرتزر[2] (۱۹۹۵، ۱۹۹٦) با توجه به الگوی توماس و ولتهوس، توانمندسازی روان‌شناختی را به عنوان یک مفهوم انگیزشی متشکل از چهار بعد شایستگی، خودمختاری (حق انتخاب)، معنی‌دار بودن و تأثیرگذاری تعریف کرده است. این ابعاد نشان‌دهندهٔ یک جهت‌گیری شخصی به نقش کارمند در سازمان است. آنان این چهار بعد را اعتباریابی کرده‌اند؛ بنابراین فرضیه اصلی این پژوهش بدین صورت تدوین می‌شود.

فرضیه اصلی: بین توانمندسازی روان‌شناختی و بروز رفتارهای کارآفرینانه در کارکنان ارتباط معناداری وجود دارد.

۱- **شایستگی**[3] : به درجه‌ای که یک فرد می‌تواند وظایف شغلی را با مهارت و با موفقیتانجام دهد، اشاره دارد [۱٦]. خود کارآمدی، یک باور شخصی است که فرد احساس می‌کند وظایف محول‌شده را با موفقیت انجام دهد [۱۷]. در ادبیات روان‌شناسی این مفهوم به نظریهٔ شناخت اجتماعی باندورا (۲۰۰۰)، یعنی مفاهیم خود کارآمدی، تسلط شخصی و انتظار تلاش عملکرد برمی‌گردد. بنابراین فرضیهٔ اول پژوهش بدین صورت تدوین می‌شود.

فرضیهٔ اول: بین شایستگی و بروز رفتارهای کارآفرینانه در کارکنان ارتباط معناداری وجود دارد.

---

1. conger&Kanungo
2. Spreitzer
3. competency

[Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-27]

[DOR: 20.1001.1.22286977.1390.1.1.2.5]

۲- **معنی‌دار بودن**[1]: فرصتی است که افراد احساس کنند اهداف شغلی مهم وبا ارزشی را دنبال می‌کنند؛ آنان احساس می‌کنند در جاده‌ای حرکت می‌کنند که در آن وقت و نیروی آنان با ارزش است. معنی‌دار بودن؛ یعنی با ارزش بودن اهداف شغلی و علاقهٔ درونی شخص به شغل[۱۸]. معنی‌دار بودن تناسب بین الزامات کاری و باورها، ارزش‌ها و رفتارها است [۱۹، ص ۱٤٥]. بنابراین فرضیه دوم پژوهش بدین صورت تدوین می‌شود.

فرضیهٔ دوم: بین معنی‌داربودن و بروز رفتارهای کارآفرینانه در کارکنان ارتباط معناداری وجود دارد.

۳-**خودتعیینی**[2]: خودتعیینی یا داشتن احساس حق انتخاب، به معنی آزادی عمل و استقلال فرد در تعیین فعالیت‌های لازم برای انجام دادن وظایف شغلی است. احساس خود مختاری به معنی تجربهٔ احساس انتخاب در آغاز فعالیت‌ها و نظام‌بخشیدن به فعالیت‌های شخصی است [۲۰]. خود مختاری فعالیتی است که با احساس آزادی عمل و تجربهٔ حق انتخاب همراه است و یک احساس نیاز روانی است [۲۱]. بنابراین فرضیهٔ سوم پژوهش بدین صورت تدوین می‌شود.

فرضیهٔ سوم: بین خودتعیینی و بروز رفتارهای کارآفرینانه در کارکنان ارتباط معناداری وجود دارد.

٤- **تأثیرگذاری**[3]: تأثیرگذاری یا به قول وتن وکمرون پذیرش پیامد شخصی، درجه‌ای است که فرد می‌تواند بر نتایج راهبردی، اداری و عملیاتی شغل اثر بگذارد. تأثیرگذاری عکس ناتوانی در تأثیرگذاری است[۲۲]. این بعد به درجه‌ای اشاره دارد که رفتار فرد در اجرای اهداف شغلی متفاوت دیده شود؛ بدین معنی که نتایج موردانتظار در محیط شغلی به دست آمده است[۲۳]. بنابراین فرضیهٔ چهارم پژوهش بدین صورت تدوین می‌شود.

فرضیهٔ چهارم: بین تأثیرگذاری و بروز رفتارهای کارآفرینانه در کارکنان ارتباط معناداری وجود دارد

۵- **احساس داشتن اعتماد**[4]: اعتماد به روابط بین فرادستان و زیردستان (اعتماد مدیر به کارمند و بالعکس) اشاره دارد. اعتماد به علاقه‌مندی، شایستگی، گشودگی و اطمینان به

1. Meaning
2. Choice
3. Impact
4. Trust

[Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-27]

[DOR: 20.1001.1.22286977.1390.1.1.2.5]

دیگران مربوط می‌شود. افراد توانمند، دارای حسی به نام اعتماد هستند. مطمئن‌اند که با آنان منصفانه و صادقانه رفتار خواهد شد. این افراد این اطمینان را حفظ می‌کنند که حتی در مقام زیردست نیز نتیجه نهایی کارهایشان، نه آسیب و زیان، بلکه درست و خوب خواهد بود. معمولاً معنی این احساس این است که افراد اطمینان دارند که متصدیان مراکز قدرت یا صاحبان قدرت، به آنان آسیب یا زیان نخواهند زد با آنان بی‌طرفانه رفتار خواهد شد. با وجود این، حتی در شرایطی که افراد قدرتمند درستی و انعطاف نشان نمی‌دهند، افراد توانمند باز هم به گونه‌ای احساس اعتماد شخصی را حفظ می‌کنند؛ به بیان دیگر، اعتماد به معنی داشتن احساس امنیت شخصی است. اعتماد هم‌چنین، به طور ضمنی، دلالت بر این دارد که افراد خود را در یک موقعیت آسیب‌پذیری قرار می‌دهند. با این همه، افراد توانمند ایمان دارند که در نهایت هیچ آسیبی در نتیجه آن اعتماد متوجه آنان نخواهد شد[۱۹، ص ۳۲]. بنابراین فرضیهٔ پنجم پژوهش بدین صورت تدوین می‌شود.

فرضیهٔ پنجم: بین داشتن اعتماد و بروز رفتارهای کارآفرینانه در کارکنان ارتباط معناداری وجود دارد.

۲-۵- معنویت در محیط کار

از اواخر قرن گذشته، در دههٔ نود قرن بیستم، نوعی یکپارچگی مجدد بین زندگی بیرونی و درونی در حال شکل‌گیری بوده است. یکی از حوزه‌های مهمی که این یکپارچگی در آن مطرح شده است، محیط کسب و کار سازمان‌ها است [۲٤؛ ۲۵؛ ۲٦]. بسیاری از امور که قبلاً در حیطهٔ قلمرو خصوصی طبقه‌بندی می‌شدند، اکنون در حال تحمیل خود به قلمرو عمومی می‌باشند [۲۷]. ورود مفاهیمی چون 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، نوع‌دوستی و ... به پژوهش‌ها و اقدامات 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، نظریهٔ آشوب، علوم شناختی، مذاهب و آیین‌های شرقی و غربی می‌باشد و در واقع عکس‌العملی به پارادایم خشک و مکانیستی مدرن

[Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-27]

[DOR: 20.1001.1.22286977.1390.1.1.2.5]

است، پارادایم معنویت می‌باشد [۲۸؛ ۲۹]. حتی وانگرمارش و کونلی [1] (۱۹۹۹) با قطعیت پیش‌بینی کرده‌اند که این پارادایم جدید در ادامه موج سوم مطرح‌شده توسط آلوین تافلر، موج چهارم خواهد بود.

از ابتدای سال ۱۹۹۲ حجم مقالات، کتب، کنفرانس‌ها و کارگاه‌های معنویت در محیط کار [2] افزایشی فوق‌العاده داشته است [۳۰]. برای مثال این موضوع به روی جلد مجلاتی چون بیزینس ویک [3] و فورچن [4] راه یافته است. یکی از محققان پیش‌بینی کرده است که معنویت در محیط کار از اصلی‌ترین روندها در قرن بیست و یکم خواهد بود [۳۱]. علاوه بر این در سال ۱۹۹۹ نیز آکادمی مدیریت [5] که یکی از معتبرترین مراجع مدیریت در دنیا می‌باشد، آخرین گروه تخصصی خود را تحت عنوان «مدیریت، معنویت و دین» [6] تشکیل داد و با این کار در واقع مشروعیت و پشتیبانی لازم برای تحقیقات و تدریس در این زمینهٔ جدید را فراهم کرد و همزمان مجلات معتبری از جمله مجلهٔ علمی وزین «ژورنال مدیریت تغییر سازمانی» [7] ویژه‌نامه‌هایی را به این موضوع اختصاص دادند [۳۲].

۲-۶- نیازهای معنوی کارکنان و ظهور پارادایم معنویت در محیط کار

امروزه افراد زیادی در کارشان احساس نارضایتی، بی‌قراری و عدم امنیت دارند [۳۳]. موریس [8] (۱۹۹۷) عقیده دارد رضایت شغلی، اعتماد و اخلاق کاری در اکثر محیط‌های کاری نایاب شده است. در دو دههٔ اخیر بسیاری از اقدامات سازمان‌ها برای تغییر و بهبود، از قبیل کوچک‌سازی، مهندسی مجدد، تعلیق، اخراج از کار و ... موجب تضعیف روحیه و نوعی سردرگمی معنوی کارکنان شده است[۳٤]. درواقع این اقدامات که مبتنی بر پارادایم مکانیستی و عقلایی مدرن بوده‌اند، نتوانسته‌اند خواسته‌های کارکنان را برآورده سازند [۳۵]. جهانی‌شدن، حرکت به سمت سازمان‌های دانشی، رشد تقاضای کارکنان برای محیط‌های کاری غنی و پرورش‌دهنده و نیز کار معنادار، این فشارها را بیشترکرده است. در حقیقت به نظر می‌رسد کارکنان در مشاغل خود به دنبال چیزی بیش از پاداش‌های اقتصادی هستند.

1. Wanger-Marsh and Conley
2. Workplace Spirituality
3. Business Week
4. Fortune
5. Academy of Management
6. Management, Spirituality and Religion (MSR)
7. Journal of Organizational Change Management (JOCM)
8. Morris

[Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-27]

[DOR: 20.1001.1.22286977.1390.1.1.2.5]

بعضی از محققان عقیده دارندکه نوعی تنش اساسی بین اهداف عقلایی و تکامل معنوی در سرتاسر محیط‌های کاری به وجود آمده است[۳٦]. گریگوری پیرس[1]، مدیر یک انتشاراتی و مؤسس سازمان «رهبران کسب و کار برای کمال، اخلاق و عدالت»[2] بیان می‌کند: «ما اغلب زمان زیادی را برای کار کردن صرف می‌کنیم. شرم‌آور است اگر خدا را در آنجا نیابیم» [۳۷]. سازمان‌ها اکنون به طور روز افزونی، بی‌ارزشی کسب موفقیت‌های مالی را در مقابل هزینهٔ ارزش‌های انسانی درک کرده‌اند و در شروع هزارهٔ جدید برای کمک به کارکنان در جهت متوازن ساختن زندگی کاری و خانوادگی آن‌ها و نیز شکوفاساختن قابلیت‌های بالقوه‌شان در محیط کاری، راه‌های جدیدی یافته‌اند[۳۸]. پارادایم منعطف و خلاق معنویت نیز در پاسخ به همین نیازها و فشارها ظهور کرده است و محققان زیادی این امر را تأیید کرده‌اند [۳۹؛ ٤۰؛ ٤۱؛ ٤۲؛ ٤۳].

۲-۷- مزایای معنویت در محیط کار

مطالعات نشان می‌دهند که تشویق معنویت در محیط کار می‌تواند منجر به مزایای زیادی شود. یکی از حوزه‌های مدیریت که می‌تواند استفاده زیادی از معنویت داشته باشد، مدیریت تغییر سازمانی است که هدف آن کمک به تغییر رفتار افراد در سازمان و در نتیجه کسب اهداف عملکردی به صورتی اثربخش و سریع است. روش‌های سنتی تغییر افراد و فرهنگ سازمانی بر هم‌سو کردن ساختارها و سیستم‌های سازمانی با رفتارهای مطلوب متمرکز است. این روش مستلزم تلاش و استمرار فوق‌العاده است. می‌توانیم این روش را «تغییر از بیرون به درون» بنامیم، زیرا در این روش تغییر ابتدا از عناصر بیرون افراد آغاز می‌شود. در مقابل دانش معنوی معتقد است که تغییر می‌تواند به صورت «از درون به بیرون» مدیریت شود. در واقع افرادی که زندگی معنوی را تجربه می‌کنند، می‌توانند با روش‌های سازگار با اهداف سازمانی موجب رشد و توسعه خود و سازمان شوند [٤۳].

۲-۸- مفهوم‌سازی معنویت در محیط کار

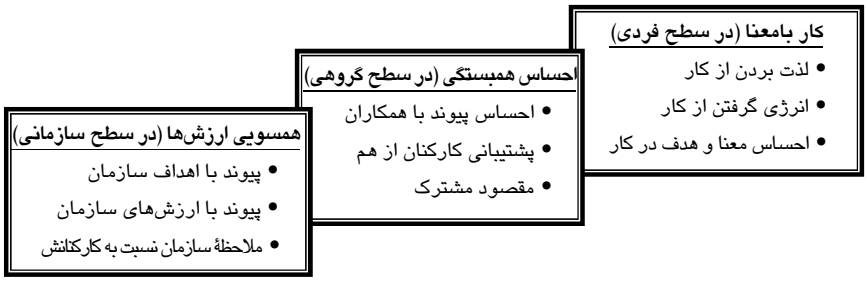
در این تحقیق ما از مفهوم‌سازی معنویت در محیط کارکه توسط میلیمن و همکارانش[3] (۲۰۰۳)

1. Gregory F.A. Pierce
2. Business Leaders for Excellence, Ethics and Justice (BLEEG)
3. Milliman et al

[Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-27]

[DOR: 20.1001.1.22286977.1390.1.1.2.5]

صورت گرفته است، استفاده می‌کنیم. در سال ۲۰۰۳ میلیمن و همکارانش سه بعد از هفت بعدی را که اشمس و دوچن[1] (۲۰۰۰) برای سنجش معنویت در محیط کارمطرح کرده بودند، انتخاب نمودند و در یک تحقیق تجربی از آن‌ها استفاده کردند. این سه بعد که متناظر با سه سطح فردی، گروهی، و سازمانی است، عبارت‌اند از کار با معنا[2] در سطح فردی، احساس همبستگی[3] در سطح گروهی، و هم‌سویی با ارزش‌های سازمان[4] در سطح سازمانی. شکل زیر این مفهوم‌سازی را نشان می‌دهد. در ادامه این سه بعد را بیشتر توضیح می‌دهیم.



شکل ۱ مفهوم‌سازی معنویت در محیط کار در سه سطح فردی، گروهی و سازمانی[۳۲،ص۳۷] .

یک جنبهٔ اساسی معنویت در کار شامل یک حس عمیق معنا و مقصود در کار است. این بعد از معنویت در محیط کار، مشخص می‌کند که چگونه کارکنان در کار روزمرهٔ خود در سطح فردی تعامل دارند. بیان معنویت در کار شامل این فرض است که هر فردی انگیزش درونی، تمایل و علایقی برای مبادرت به انجام فعالیت‌هایی دارد که معنای بیشتری به زندگی خود و دیگران می‌بخشد[۳٦،صص۱۳٤-۱٤٥؛٤٥] .

یک بعد اساسی دیگر از معنویت در محیط کارشامل احساس نوعی پیوند و احساس همبستگی عمیق با دیگران است [۳٦، ص۱۳۸]. این بعد از معنویت در محیط کار در سطح گروهی از رفتار انسانی رخ می‌دهد و بر تعاملات بین کارکنان و همکاران دلالت دارد. همبستگی در محیط

1. Ashmos & Duchon
2. Meaningful Work
3. Sense of Community
4. Alignment with the Organization’s Values

[Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-27]

[DOR: 20.1001.1.22286977.1390.1.1.2.5]

کار مبتنی بر این باور است که افراد یکدیگر را در پیوند با هم می‌دانند و بین خود درونی هر فرد با خود درونی دیگران رابطه وجود دارد [۳۲، ص٤٣١]. این سطح از معنویت در محیط کارشامل ارتباطات ذهنی، احساسی و معنوی بین کارکنان در گروه‌های کاری می‌باشد.

سومین بعد معنویت محیط کاری، تجربهٔ یک حس قوی از همسویی، بین ارزش‌های فردی کارکنان با رسالت، مأموریت، و ارزش‌های سازمان است. این بعد از معنویت در محیط کار تعامل کارکنان با مقصود سازمانی بزرگ‌تر را دربرمی‌گیرد [٤٦]. هم‌سویی با ارزش‌های سازمان به این معنی است که افراد باور دارند که مدیران و کارکنان در سازمان ارزش‌های مرتبط و یک نوع وجدان قوی دارند و سازمان نسبت به رفاه کارکنان و همبستگی آنان توجه می‌کند[٦٣، ص١٣٨]. لازم به یادآوری است که مفهوم‌سازی ذکرشده با توجه به دیدگاه‌های کلی که پیش‌تر بیان شد، بیشتر در ذیل دیدگاه اگزیستانسیالیستی و درون‌گرا طبقه‌بندی می‌شود؛ بنابراین در این تحقیق ما در جست‌وجوی کشف عقاید و باورهای دینی و عرفانی کارکنان نیستیم، بلکه با نگاهی درون‌گرا و اگزیستانسیالیستی به دنبال آن هستیم تا نگرش‌های کارکنان در مورد احساس معنا در کار، همبستگی با همکاران و همسویی با ارزش‌های سازمان را موردسنجش قرار دهیم و عقیده داریم با توجه به این مفهوم‌سازی، روش‌های تحقیق تجربی مورد استفاده در علوم اجتماعی، از جمله روش پیمایش، نتیجه‌بخش خواهد بود.

۲-۹- معنویت کاری و کارآفرینی

ادغام و درهم‌تنیدگی زمینه‌های[1] معنویت و رهبری معنوی در فرایند پژوهش به عنوان ابزار کشف رویکردهای جدید نسبت به شناسایی کارآفرینی، واضح و مبرهن است و به‌طور همزمان ایجاد یک فهم عمیق‌تر و متجانس‌تر هنگامی‌که اشخاص ذهن، جسم و روحشان را با کار ترکیب می‌کنند[٣٧، ص٤٥٥].

تئوری هل دادن[2]/ کشیدن[3] [٤٣]. بیان می‌دارد که عوامل مثبت و منفی افراد را به سمت کارآفرینی جذب می‌کند. عوامل کشیدن، عوامل موقعیتی منفی هستند؛ نیاز اقتصادی، تضاد با همکاران و مسئولان ،عدم‌پیشرفت شغلی [٤٨] و فرصت‌های اندک که افراد را به سمت

1. themes
2. push
3. pull

[Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-27]

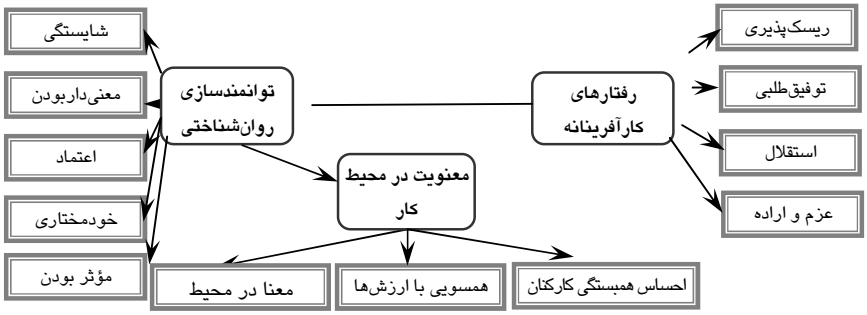
[DOR: 20.1001.1.22286977.1390.1.1.2.5]

رفتارهای کارآفرینانه سوق می‌دهد. نیاز به موفقیت [٤٩]. کانون کنترل درونی، اعتقاد به خودتشخیصی [٥٠]. و ریسک‌پذیری بالا [٥١] از عوامل هل دادن هستند که عوامل مثبت به‌شمار می‌آیند و افراد را به سوی کارآفرینی سوق می‌دهند. محققان هم عوامل کششی و هم عوامل هل دادن را برای اثرگذاری زیاد لازم دانسته‌اند.

در هیچ‌یک از این پژوهش‌ها به عواملی چون معنویت و معنویت در محیط کار توجهی نشده است. نتایج به‌دست‌آمده از مطالعات چندین‌ساله حاکی از آن است که معنویت باید یک بخش ضروری از فهم کارآفرینی باشد[١٦،ص٦]. تحقیقات کارآفرینی در مورد مسائلی چون معنویت سکوت اختیار کرده‌اند و از آنجایی‌که از جنبهٔ هویت علمی، صاحبنظران و پژوهشگران معتقد هستند حوزهٔ کارآفرینی در وضعیت ظهور و پیدایش یا نوزایی[1] قرار دارد[٥١]، فعالیت پژوهشی ما به منظور توسعه دانش کارآفرینی از طریق ایفای نقش متغیرهای نوین صورت گرفته است تا روابط موجود در ادبیات کارآفرینی را بهبود بخشد و از این نظر، نوعی مشارکت نظری محسوب می‌شود. بنابراین فرضیهٔ ششم پژوهش بدین صورت تدوین می‌شود.

فرضیهٔ ششم: معنویت سازمانی در رابطهٔ توانمندسازی روان‌شناختی و بروز رفتارهای کارآفرینانه به عنوان میانجی عمل می‌کند.

مدل مفهومی تحقیق :



شکل ۲ مدل مفهومی تحقیق

1. Infancy

[Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-27]

[DOR: 20.1001.1.22286977.1390.1.1.2.5]

۳- روش‌شناسی تحقیق

تحقیق حاضر از حیث هدف، کاربردی و از حیث نحوهٔ گردآوری داده‌ها توصیفی (غیرآزمایشی) و از شاخهٔ همبستگی مبتنی بر تحلیل رگرسیون است ومعادلات ساختاری میان روابط میان متغیرها را آزمون می‌کند. جامعه آماری شامل کارکنان سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی در سطح کل کشور به تعداد ۱٤۸ نفر است. نمونه گیری به روش تصادفی خوشه‌ای صورت گرفته است. سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی استان تهران (۱۳ نمونه آماری)، سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی استان خراسان شمالی (۱۷ نمونهٔ آماری)، سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی استان خراسان جنوبی (۱۵ نمونهٔ آماری)، سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی استان سمنان (۱۹ نمونهٔ آماری)، سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی استان خراسان رضوی (۱۱ نمونهٔ آماری) و سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی استان فارس(۳۹ نمونهٔ آماری)، سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی استان اصفهان(۳٤ نمونهٔ آماری) مورد بررسی قرار گرفتند.

از میان ۱٤۸ نفر، ۳/۳۸٪ (٥ نفر) دارای مدرک بالاتر از کارشناسی ارشد،۱۷/٥۷٪ (۲٦ نفر) کارشناسی ارشد، ٦٦/۲۲٪ (۹۸ نفر) کارشناسی و۱۲/۸۳ ٪ (۱۹ نفر) دیپلم بودند. ٦۱/٤۹ ٪ (۹۱ نفر) مرد و ۳۸/٥۱ ٪ (٥۷ نفر) زن بوده‌اند.

ابزار اصلی گردآوری داده‌ها پرسشنامه بوده است؛ بدین منظور به کمک نرم‌افزار SPSS و Lisrel، مقیاسی برای متغیرهای توانمندسازی روان‌شناختی، معنویت کاری و رفتارهای کارآفرینانه طراحی شد. پرسشنامه توانمندسازی روان‌شناختی مرکب از ۱٥ سؤال، پرسشنامهٔ معنویت کاری در برگیرنده ۱۲ سؤال بود و پرسشنامه رفتارهای کارآفرینانه نیز از۲٤ سؤال بود که همه سؤالات بار عاملی بالایی داشتند. این پرسشنامه‌ها به وسیلهٔ کارکنان سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران تکمیل شدند. در کل ٥۱ سؤال بر اساس طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت از ۱ به معنای بسیار مخالفم تا ٥ به معنای بسیار موافقم تنظیم شده بود.

به منظور تعیین پایایی پرسشنامه، ۳۰ پرسشنامه در جامعهٔ آماری توزیع و گردآوری شد. ضریب آلفای کرونباخ توانمندسازی روان‌شناختی با ۱٥ سؤال، ۰/۷۹٦ می‌باشد، ضریب آلفای کرونباخ مقیاس معنویت کاری با ۱۲ سؤال، ۰/۸۳۲ و ضریب آلفای کرونباخ مقیاس رفتارهای کارآفرینانه با ۲٤ سؤال ۰/۷۸۹ بوده است.

[Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-27]

[DOR: 20.1001.1.22286977.1390.1.1.2.5]

همچنین برای آزمون روایی سؤالات هم از اعتبار محتوا ستفاده شد، هم از اعتبار عاملی ا. برای سنجش اعتبار محتوای پرسشنامه از نظرات متخصصان، اساتید دانشگاهی و کارشناسان خبره استفاده شد. در این مرحله با انجام مصاحبه‌های مختلف و کسب نظرات افراد یادشده، اصلاحات لازم به‌عمل آمد و بدین ترتیب اطمینان حاصل شد که پرسشنامه همان ویژگی موردنظر محققین را می‌سنجد. آزمون اعتبار عاملی پرسشنامه نیز با کمک تحلیل عاملی تأییدی و با استفاده از نرم‌افزار Lisrel ا نجام گرفت. نتایج تحلیل عاملی تأییدی برای هر سه مقیاس، نشان می‌دهد آن هستند که پرسشنامه‌های این تحقیق اعتبار و روایی بالایی دارند.

۴- یافته‌های پژوهش

۴-۱- آزمون کولموگروف اسمیرنوف

هدف از انجام این آزمون، بررسی ادعای مطرح‌شده دربارهٔ توزیع نرمال داده‌های یک متغیر کمّی است. درصورتی که متغیرها نرمال باشد، از آزمون‌های پارامتریک استفاده می‌شود و درغیر این صورت از آزمون‌های نا پارامتریک معادل آزمون‌های پارامتریک استفاده می‌شود.

جدول۱ نتایج حاصل از آزمون کولموگروف اسمیرنوف

ابعاد/ عوامل	شایستگی	مؤثربودن	معنی‌دار بودن	حق انتخاب	اعتماد	توانمندسازی روان‌شناختی	رفتارهای کارآفرینانه	معنویت کاری
SIG	۰/۰۰۲	۰/۰۰٤	۰/۰۰۲	۰/۰۰٦	۰/۰۰۵	۰/۰۰۲	۰/۱۱۹	۰/۲۷۱
α	۰/۰۵	۰/۰۵	۰/۰۵	۰/۰۵	۰/۰۵	۰/۰۵	۰/۰۵	۰/۰۵
آزمون نرمال بودن کولموگروف- اسمیرنوف	داده‌ها نرمال نیست	داده‌ها نرمال نیست	داده‌ها نرمال نیست	داده‌ها نرمال نیست	داده‌ها نرمال نیست	داده‌ها نرمال نیست	داده‌ها نرمال است	داده‌ها نرمال است

نتایج جدول ٤ نشان می‌دهد که توزیع داده‌های مربوط به توانمندسازی روان‌شناختی نرمال نیست، زیرا با توجه به نتایج جدول، سطح معنی‌داری (sig) همه متغیرهای بالا از سطح معنی‌داری ۰/۰۵ کمتر است؛ بنابراین با ۹۵ درصد اطمینان می‌توان گفت که توزیع داده‌ها

[Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-27]

[DOR: 20.1001.1.22286977.1390.1.1.2.5]

نرمال نیست. درنتیجه برای آزمون وجود همبستگی و ارتباط بین متغیرهای وابسته و مستقل، از روش ضریب همبستگی اسبیرمن استفاده می‌کنیم.

۴-۲- آزمون همبستگی اسپیرمن

به منظور بررسی وجود ارتباط و میزان آن، بین دو متغیر از آزمون همبستگی استفاده می‌شود. به این دلیل که در این تحقیق متغیرها کیفی هستند، از همبستگی اسپیرمن استفاده شده است که نتایج آن در جدول شماره ۵ منعکس شده است.

جدول ۲ نتایج حاصل از آزمون همبستگی اسپیرمن

عنوان	میزان همبستگی	سطح معنی‌داری	مقدار خطا	نتیجه آزمون
بین شایستگی و بروز رفتارهای کارآفرینانه در کارکنان ارتباط معناداری وجود دارد.	۰/۱۵۲	۰/۰۹۱	۰/۰۵	عدم‌وجود رابطه
بین معنی‌دار بودن و بروز رفتارهای کارآفرینانه در کارکنان ارتباط معناداری وجود دارد.	۰/۵۵۳	۰/۰۰۰	۰/۰۵	وجود رابطه
بین اعتماد و بروز رفتارهای کارآفرینانه در کارکنان ارتباط معناداری وجود دارد.	۰/۱۷۲	۰/۰۵۵	۰/۰۵	عدم‌وجود رابطه
بین مؤثر بودن و بروز رفتارهای کارآفرینانه در کارکنان ارتباط معناداری وجود دارد.	۰/۰۷۳	۰/٤۱۷	۰/۰۵	عدم وجود رابطه
بین خودمختاری و بروز رفتارهای کارآفرینانه در کارکنان ارتباط معناداری وجود دارد.	۰/٦۲۳	۰/۰۰۰	۰/۰۵	وجود رابطه
بین توانمندسازی روان‌شناختی و بروز رفتارهای کارآفرینانه در کارکنان ارتباط معناداری وجود دارد.	۰/۲۹۱	۰/۰۰۰	۰/۰۵	وجود رابطه
بین توانمندسازی روان‌شناختی و معنویت کاری کارکنان ارتباط معناداری وجود دارد.	۰/٤٤۰	۰/۰۰۰	۰/۰۵	وجود رابطه
بین معنویت کاری و بروز رفتارهای کارآفرینانه در کارکنان ارتباط معناداری وجود دارد.	۰/۸۳۱	۰/۰۰۰	۰/۰۵	وجود رابطه

۴-۳- آزمون فریدمن

از آزمون فریدمن برای بررسی اولویت‌بندی (رتبه‌بندی) تعدادی از متغیرها استفاده می‌شود.

[Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-27]

[DOR: 20.1001.1.22286977.1390.1.1.2.5]

فرضیه آماری این آزمون به شرح زیر است:

H_0: اهمیت شایستگی، معنی‌دار بودن و اعتماد، مؤثر بودن و خودمختاری یکسان است:

H_1: دست‌کم دو عامل اهمیت متفاوتی دارند:

چون سطح معناداری به‌دست آمده برابر صفر (sig =۰/۰۰۰) و کمتر از ۰/۰۵ است، نشان می‌دهد که اهمیت این عوامل یکسان نیست؛ بنابراین فرضیه H۰ ردشده و H۱ مبنی بر متفاوت بودن اهمیت این عوامل پذیرفته می‌شود.

در جدول ۳ میانگین رتبهٔ این عوامل آورده شده است که متفاوت بودن میانگین رتبه‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۳ رتبه‌بندی عوامل توانمندسازی روان‌شناختی

متغیرها	میانگین رتبه‌ها
معنی‌دار بودن	۳/۶۲
شایستگی	۳/۵۶
خودمختاری	۳/۱۵
مؤثر بودن	۰/۸۸
اعتماد	۲/۰۶

۵- آزمون فرضیات تحقیق با استفاده از تحلیل رگرسیون

جدول ۴ نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون

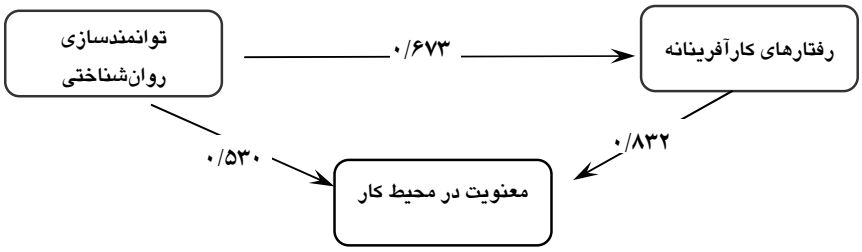
متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضریب همبستگی	سطح معنی داری	مقدار خطا	نتیجه گیری رگرسیون	آماره ازمون	ضریب متغیر
توانمندسازی روان‌شناختی	معنویت کاری	۰/۵۳۰	۰/۰۰۰۰	۰/۰۵	خطی است	۶/۹۳۴	۰/۵۳۰
توانمندسازی روان‌شناختی	رفتار کارآفرینانه	۰/۸۳۵	۰/۰۰۰۰	۰/۰۵	خطی است	-۰/۱۲۶	۰/۲۷۳
معنویت کاری	رفتار کارآفرینانه	۰/۸۳۵	۰/۰۰۰۰	۰/۰۵	خطی است	۱۳/۸۱۶	۰/۸۳۲

[Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-27]

[DOR: 20.1001.1.22286977.1390.1.1.2.5]

چون مقدار سطح معنی‌دار برای متغیرهای توانمندسازی روان‌شناختی و معنویت کاری (ردیف ۱ جدول)، توانمندسازی روان‌شناختی و رفتار کارآفرینانه (ردیف ۲ جدول) و معنویت کاری و رفتار کارآفرینانه (ردیف ۳ جدول) برابر ۰/۰۰۰ و کمتر از مقدار خطا (۰/۰۵) است در مدل رگرسیون جای می‌گیرند و مقدار ضریب استاندارد متغیر توانمندسازی روان‌شناختی و معنویت کاری برابر ۰/۵۳۲، مقدار ضریب استاندارد متغیر توانمندسازی روان‌شناختی و رفتار کارآفرینانه برابر۰/۲۷۳ ومقدار ضریب استاندارد متغیر معنویت کاری برابر ۰/۸۳۲ است.

۵-۱- تحلیل مسیر با استفاده از رگرسیون



شکل ۳ بررسی اثر توانمندسازی روان‌شناختی بر بروز رفتارهای کارآفرینانه با استفاده از تحلیل مسیر در رگرسیون

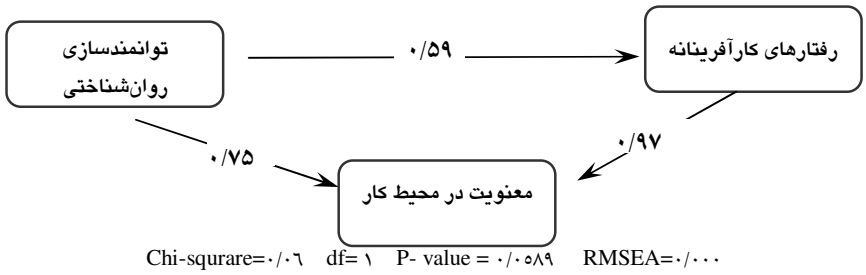
- اثر متغیر توانمندسازی روان‌شناختی بر معنویت کاری برابر۰/۵۳۰ است.
- اثر متغیر توانمندسازی روان‌شناختی بر رفتارکارآفرینانه برابر۰/۲۷۳ است.
- اثر متغیر معنویت کاری بر رفتار کار آفرینانه برابر۰/۸۳۲ است.
- محاسبهٔ اثر توانمد سازی روان‌شناختی بر بروز رفتارهای کارآفرینانه به صورت زیر انجام می‌شود:

(۰/۵۳۰ * ۰/۸۳۲) + (۰/۲۷۳) = ۰/٦٧٧٩

[Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-27]

[DOR: 20.1001.1.22286977.1390.1.1.2.5]

۵-۲- مدل تحقیق با استفاده از مدل تحلیل مسیر در لیزرل:



شکل ۴ مدل تحقیق بر اساس تحلیل مسیر در لیزرل

همان‌طور که مشاهده می‌شود، شاخص‌های برازش مدل از مناسب بودن مدل حکایت دارد. کای دو به درجهٔ آزادی کوچکتر از ۳ ، میزان P- value کوچکتر از ۰/۰۵ است و RMSEA کوچک‌تر از ۱ است. این کار علاوه بر اینکه قدم نهایی تحلیل عاملی تأییدی است که پیش‌تر روی مقیاس‌های سنجش تحقیق انجام گرفت، از طریق شاخص‌های برازش مدل، اعتبار مدل مفهومی پیشنهاد شده را نیز نشان می‌دهد.

با نگاهی به مقادیر استاندارد پارامترها متوجه می‌شویم که میزان تأثیرگذاری مستقیم توانمندسازی روان‌شناختی بر روی رفتار کارآفرینانه برابر ۰/۵۹، میزان تأثیرگذاری مستقیم توانمندسازی روان‌شناختی بر معنویت کاری ۰/۷۵ و میزان تأثیر غیرمستقیم توانمندسازی روان‌شناختی بر رفتارهای کارآفرینانه برابر حاصل‌ضرب معنویت کاری برابر ۰/۷۵ در ۰/۹۷ یعنی حدود ۰/۷۳ است. نتایج نشان‌دهندهٔ این است که مسیر توانمندسازی روان‌شناختی، رفتارهای کارآفرینانه و معنویت کاری اثرات قابل‌توجهی بر یکدیگر دارند و از معناداری بالایی برخوردار هستند؛ در نتیجه این مسیر تأیید شده و در مدل باقی می‌ماند. ضمناً نتایج به‌دست‌آمده بار دیگر بر تحلیل‌های به‌دست‌آمده از رگرسیون تاکید می‌کند.

۶- بحث و نتیجه‌گیری

از آنجایی‌که از جنبهٔ هویت علمی، صاحبنظران و پژوهشگران معتقدند حوزهٔ کارآفرینی در

[Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-27]

[DOR: 20.1001.1.22286977.1390.1.1.2.5]

وضعیت ظهور و پیدایش یا نوزایی[1] قرار دارد [۵۳] ، لذا فعالیت پژوهشی ما به منظور توسعهٔ دانش کارآفرینی از طریق ایفای نقش متغیرهای میانجی نوین صورت گرفته است تا روابط موجود در ادبیات کارآفرینی را بهبود بخشد. از این نظر، نوعی مشارکت نظری به‌شمار می‌رود می‌شود.

از آنجایی‌که از پژوهش‌گران هر حوزهٔ مطالعاتی، این انتظار می‌رود تا در خلق آثار پژوهشی خویش، مقولهٔ مشارکت نظری و ایفای سهم تئوریک پژوهش خود را درنظر بگیرند دهند، تلاش پژوهش حاضر در ارائهٔ متغیر میانجی[2] و گزینه‌ای نوین، به گونه‌ای انجام پذیرفت تا نقش و سهمی نوآورانه در ادبیات کارآفرینی ایفا نماید؛ به عبارت دیگر، تلاش ما در گستردگی جامعه آماری در سطح کل کشور و بیان یک متغیر میانجی جدید (معنویت کاری) در روابط میان بروز رفتارهای کارآفرینانه و توانمندسازی روان‌شناختی با هدف شناسایی و آشکارشدن نقش‌های افراد، زمان‌ها و مکان‌های متفاوت در روابط و فرایندهای نظریه‌های موجود صورت پذیرفته است، از این‌رو می‌توان چنین تلاشی را نوعی نوآوری نظری قلمداد کرده و سهمی هر چند اندک برای مشارکت نظری این پژوهش درنظر گرفت.

یافته‌های تحقیق رابطهٔ معنی‌دار و مثبتی بین متغیرهای فرضیه اصلی، یعنی توانمندسازی روان‌شناختی با رفتارهای کارآفرینانه کارکنان سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران نشان می‌دهد.

همان‌گونه که مشخص شد مطلوب سازی عوامل سازمانی منجر به توانمندسازی کارکنان می‌شود. از این‌رو باید نظام پاداش‌دهی، ساختار سازمانی، دسترسی کارکنان به منابع و داشتن اهداف روشن به عنوان شرایط سازمانی طوری طراحی شوند که شرایطی را برای توانمندی کارکنان فراهم کنند. نظام پاداش‌دهی باید مبتنی بر عملکرد و مشروط تدوین شود. مدیریت با تعیین و روشن نمودن اهداف و راه های رسیدن به آن‌ها، به رفتار کارکنان جهت می‌دهد و آنان را هدایت می‌کند. اهداف چالش‌برانگیز در کارکنان ایجاد انگیزه می‌کنند، به‌ویژه زمانی که کارمند در تعیین اهداف نقشی داشته باشد. بنابراین باید اهداف سازمانی به درستی بیان شوند، غایت سازمان مشخص شود و طوری عمل شود که اهداف تحقق‌پذیر، هماهنگ و

---

1. Infancy

۲. در این نوع آثار پژوهشی، ارائهٔ متغیرهای میانجی و تعدیلگر کانون توجه علاقه‌مندان می‌باشد و این قبیل آثار پژوهشی با عنوان اصلاح‌گران موجب تکمیل نظریه‌های جاری می‌شوند. برای مطالعهٔ بیشتر رجوع شود به [٥٤]

[Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-27]

[DOR: 20.1001.1.22286977.1390.1.1.2.5]

دست‌یافتنی باشند. باید مدیران با راهبردها و اقداماتی مانند فراهم کردن اطلاعات، تفویض اختیار، مدیریت مشارکتی، تشکیل تیم و استقلال دادن به کارکنان، بسترها و شرایط انجام وظایف سازمانی را به‌گونه‌ای فراهم کنند تا کارکنان آنچه را که می‌خواهند با رغبت و انگیزهٔ درونی انجام دهند. مدیران باید کنترل‌ها و محدودیت‌ها را کاهش دهند و به جای از راهبردهای هل‌دادن، از راهبردهای جذب کردن استفاده کنند. مدیران با به‌کارگیری راهبردهای جذب کردن، محیط سازمانی را به گونه‌ای شکل می‌دهند که موجب اشتیاق درونی کارکنان نسبت به انجام وظایف می‌شود. از آنجاکه توانمندسازی امری شخصی و درونی است، بدین معنی که تا خود افراد نخواهند کسی نمی‌تواند آنان را توانمند سازد، مدیران باید نقش تسهیل‌کنندگی را ایفا کرده و با استفاده از فنون و راهبردهای مدیریت شرایط را برای تواناسازی کارکنان مهیا کنند.

با توجه به تأیید فرضیهٔ آخر و وجود رابطهٔ علی میان معنویت محیط کاری و بروز رفتارهای کارآفرینانه، سازمان‌ها باید در پی راه‌هایی برای بهبود معنویت در محیط کار باشند تا با بهبود فضای داخلی شازمان زمینه بروز چنین رفتارهای اثربخشی را فراهم کنند.

به طور کلی تشویق و ترویج معنویت در محیط کار را می‌توان در دو سطح فردی و سازمانی بررسی کرد. در سطح سازمانی گفته می‌شود که معنویت باید در کل سازمان اعمال شود و سازمان به عنوان یک کل، باید معنوی باشد. میتروف و دنتون (۱۹۹۹) که پیشنهاددهندهٔ این ایده بودند بیان کردند که از آنجاکه بین ترجیحات، علایق و گرایش‌های افراد، تفاوت و تعارض‌های زیادی وجود دارد، معنویت به جای سطح فردی باید در سطح سازمانی و با در نظر گرفتن سازمان به عنوان یک کل ترویج شود.

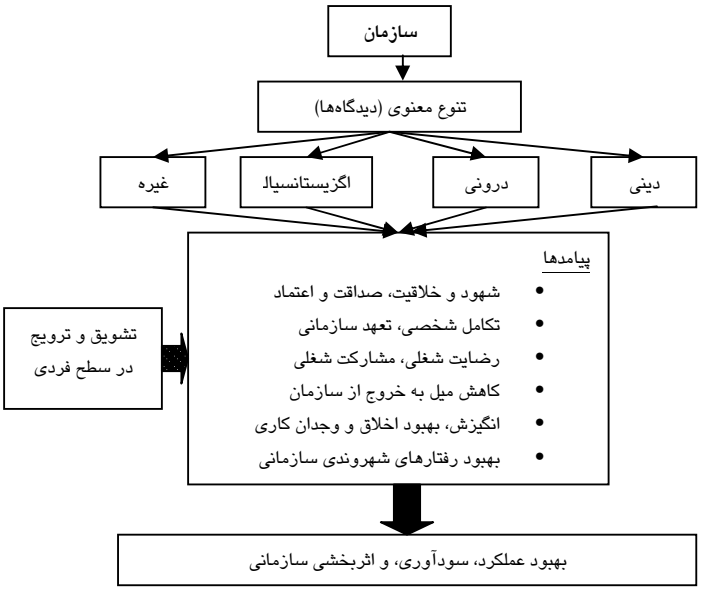
در سطح فردی نیز بر تشویق معنویت فردی افراد تأکید می‌شود. در این حالت، سازمان دیگر دارای یک نوع گرایش مشخص معنوی یا مذهبی خاص نیست و در عوض به تشویق یا برآورده ساختن نیازهای معنوی افراد توجه می‌شود[۳۰،صص ۱۲٤-۱۳٤] در این سطح فرض بر این است که سازمان مجموعه‌ای از افراد است که هریک دیدگاه معنوی متفاوتی دارند و رهبران سازمان باید تنوع مذهبی افراد را درک کنند، آن را بپذیرند و زمینهٔ شکوفایی این تنوع را فراهم سازند؛ بنابراین در این سطح تشویق و ترویج معنویت در محیط کار به جای کل سازمان، از افراد آغاز می‌شود [٤۳،صص ٤۱-٤۲]در سطح فردی معنویت با تشویق

[Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-27]

[DOR: 20.1001.1.22286977.1390.1.1.2.5]

افراد به صحبت آزادانه دربارهٔ نظرات معنوی‌شان و کمک به آن‌ها در جهت مرتبط ساختن این نظرات با ارزش‌های سازمان ایجاد می‌شود.

بر همین اساس کریشناکومار و نک (۲۰۰۲) مدل آزادی معنوی را برای تقویت معنویت در سطح فردی ارائه کردند که با کمی اصلاح مطابق شکل ۵ می‌باشد. در این مدل گرایش‌های مذهبی مختلف افراد پذیرفته و تشویق می‌شود و افراد می‌توانند آزادانه آن‌ها را ابراز کنند. به عقیده این دو محقق، در سازمانی که یک خط‌مشی در جهت آزادی معنوی وجود دارد، کارکنان می‌توانند توانایی‌های بالقوه خود را شکوفا کنند و علاوه بر بهبود عملکرد، فضای محیط کسب و کار را دوستانه‌تر سازند [۵۵]



شکل ۵ مدل اصلاح‌شدهٔ آزادی معنوی، برگرفته از: [۵۵،ص ۱۵۹]

بنابراین پیشنهاد ما به مدیران این است که هم در سطح فردی و هم در سطح سازمانی برای بهبود معنویت تلاش کنند. با توجه به مفهوم‌سازی ما از معنویت در محیط کار(شامل سه بعد معنا در کار، احساس همبستگی با دیگران و همسویی با ارزش‌های سازمان)، پیشنهادهای زیر را ارائه می‌کنیم:

[Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-27]

[DOR: 20.1001.1.22286977.1390.1.1.2.5]

- اقداماتی چون چرخش شغلی، غنی‌سازی شغلی و توانمندسازی کارکنان و توجه به لذت‌بخش کردن کار، ادراک کارکنان از معنا در کار را بهبود می‌بخشد.
- ایجاد یک جو دوستانه و مبتنی بر همکاری به جای رقابت می‌تواند باعث کاهش استرس کارکنان و ایجاد نوعی سرمایهٔ اجتماعی در سازمان شود و احساس همبستگی و وفاق کارکنان را افزایش دهد. تقویت روابط افراد درون سازمان، به طوری‌که آن‌ها خود را عضو یک گروه احساس کنند و سعی کنند از همکارانشان مراقبت و پشتیبانی کنند، منجر به افزایش انسجام افراد و گروه‌ها در سازمان می‌شود و احساس همبستگی کارکنان را افزایش می‌دهد.
- تبیین واضح رسالت و چشم‌انداز سازمان برای کارکنان، تلاش برای ابلاغ اهداف و بازخور گرفتن از کارکنان، توجه به نظرسنجی از کارکنان دربارهٔ ارزش‌های سازمان و تلاش برای توجه به سلامت، روحیه و شرایط زندگی کارکنان می‌تواند منجر به پذیرش بیشتر اهداف و ارزش‌های سازمانی از سوی کارکنان شود.

۷- منابع

[۱] اسمیت، جین. «توانمندسازی کارکنان»، سعید باقریان، انتشارات خرم، تهران، ۱۳۸۱.

[2] Antonic, B – Hisrich, R.D. "Clarifying the intrapreneurship concept", Journal of Small Business and Enterprise Development, Vol.10, No. 1, pp. 7-24. 2003.

[3] Shane. S., and Venkataraman. S., “The promise of entrepreneurship as a field of research., *Academy of Management Review*., Vol. 25, No. 1, PP. 217 - 226. 2000.

[4] kao,j.j.’’entrepreneurship,creativity and organization, nj: prentice-hall. 1989

[5] Drucker , p . "the dicipline of lnnovation" . harward business review , may – june . pp – 62-72, 1985.

[6] Burglemann,r,a.’’designs for corporate entrepreneurship’’california management reiew,26:154-66, 1983.

[7] Zahra,s,a. ’’predictors and financial outcomes of corporate entrepreneurship: an exploratory study’’, journal of business venturing,6(2):259-286. 1991.

[8] Jennings, d.f,lumpkinj,r,’’’functioning modeling corporate entrepreneurship: an empirical integrative analysis’’,journal of management,15(3):485-502. 1989.

[Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-27]

[DOR: 20.1001.1.22286977.1390.1.1.2.5]

[9] kuratko, d,f.montagno,r,v.,&Hornsby,j.s.,''developing an intrapreneurial assessment instrument for an effective corporate entrepreneurial envinronment, strategic management journal.11(1):49-58. 1990.

[10] Hornsby,j,s, kuratko,d,f,&s.a., Zahra,''middle managers perception of the internal environment for corporate entrepreneyrship:assessing a measurement scale'',journal of business venturing,17(2):253-273. 2002.

[11] Hayton,j,c.,''promoting corporate entrepreneurship through human resource management practices'',a review of empirical research, human resource management review,15(1),:21-41. 2005.

[۱۲] کشتکاران، علی. **ضرورت کارآفرینی در سازمان‌های خدمات عمومی**. منتشرشده در کتاب مجموعه مباحث و مقالات اولین کنگره کارآفرینی در بخش بهداشت و درمان، انتشارات سیمای فرهنگ، تهران، ۱۳۸۱.

[13] Wilson, P. A. The effects of politics and power on the organizational commitment of federal executives. *Journal of Management, 21*(1), 101-118.Wilson, R. T.

[14] Bogler, Ronit. Somech, Anit.(Influence of teacher empowerment on teachers' organizationalcommitment, professional commitment and organizationalcitizenship behavior in schools, Teaching and Teacher Education 20, 277–289, 2004.

[15] Ergeneli , azize., Saglam Ari, Guler & Metin,Selin, Psychological empowerment and its relationship to trust in immediate managers,Journal of Business Research 60,41-42. 2007.

[16]King Kauanui, Sandra;Kevin D. Thomas Entrepreneurship and Spiritual leadership An Exploration Using Grounded Theory . Journal of Managerial Psychology, Vol.9+No.6,pp.5-8. 2007.

[17] Bandura, A. *Self-Efficacy: The Exercise of Control*, W.H. Freeman,New York, NY, rentice Hall, Englewood Cliffs, NJ, . 1997.

[18] Thomas, Kenneth.W & Betty A. Velthouse "Cognitive elements of empowerment: An Interpretive model of intrinsic task motivation". Academy Of management Journal. V15, N4. pp. 666-681.1990

[Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-27]

[DOR: 20.1001.1.22286977.1390.1.1.2.5]

[19] Spreitzer, G.M. and Doneson, D. “Musing on the past and future of employeeempowerment”, in Cummings, T. (Ed.), Handbook of Organizational Development, Sage,Thousand Oaks, CA. 2005.

[20] Bogler, Ronit. Somech, Anit.(Influence of teacher empowerment on teachers’ organizationalcommitment, professional commitment and organizationalcitizenship behavior in schools, Teaching and Teacher Education 20, 277–289, 2004.

[21] Deci, E.L., Connell, J.P., Ryan, R.M. "Self-determination in a work organization", *Journal of Applied Psychology*, Vol. 74 No.4, pp.580-90, 1989.

[22] Spreitzer, G. M. Psychological empowerment in the workplace:dimensions, measurement, and validation. Academyof Management Journal, 38, 1442–1465. 1995.

[23] Greasley, Key & King, Nicola “Employee Perceptions of Empowerment”. Emerald Group Publishing Limited. V27,N4. pp.351-368. 2005.

[24] Neal, J. and Biberman, J. Introduction: the leading edge in research on spirituality and organizations. Journal of Organizational Change Management, .16, No.4, pp.363-366. 2003.

[25] Neck, C.P. and Milliman, J.F. Thought self-leadership: finding spiritual fulfillment in organizational life, Journal of Managerial Psychology. 9, No. 6, pp. 9-16. 1994.

[26] Mitroff, I. and Denton, E. A Spiritual Audit of Corporate America: A Hard Look at Spirituality, Religion, and Values in the Workplace. Jossey-Bass, San Francisco, CA. 1999.

[27] Twigg, N.و Wyld, D. and Brown, G. Quest for fire: a redefinition and reconceptualization of spirituality at work. Insights to a Changing World *Journal, available at: http://spiritatwork.com/2001.*

[28] Biberman, J. and Whitty, M. A postmodern spiritual future for work. Journal of Organizational Change Management, 10/2: 130-138. 1997.

[29] Burack, E. Spirituality in the workplace. Journal of Organizational Change

[Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-27]

[DOR: 20.1001.1.22286977.1390.1.1.2.5]

Management, . 12, No.4, P.280-291. 1999.

[30] Cash, K.C. and Gray, G.R. A framework for accommodating religion and spirituality in the workplace. Academy of Management Executive, .14, No.3, pp.124-134. 2000.

[31] Conlin, M. Religion in the workplace: the growing presence of spirituality in corporate America. Business Week, November 1, p. 150. 1999.

[32] Milliman, J., Czaplewski, A.J. and Ferguson J. Workplace spirituality and employee work attitudes, An exploratory empirical assessment. Journal of Organizational Change Management,. 16, No. 4, pp.426-447. 2003.

[33] Marques, J., Dhiman, S. and King, R. Spirituality in the workplace: Developing an Integral model and a Comprehencive Definition. The Journal of American Academy of Business, Cambridge. .7, No.1, pp.81-91. 2005.

[34] Kinjerski.V.M. and Skrypnek, B.J. Defining spirit at work: finding common ground. Journal of Organizational Change Management, .17, No.1, pp.26-42. 2004.

[35] Lund Dean, k., Fornaciari, C.J. and McGee, J.J. Research in spirituality, religion, and work. Journal of Organizational Change Management, .16, No.4, pp.378-395. 2003.

[36] Ashmos, D.P. and Duchon, D. Spirituality at work: a conceptualization and measure. Journal of Management Inquiry, 9/2: 134-145. 2000.

[37] Bradley, J. and Kauanui, S.K. Comparing spirituality on three southern California college campuses. Journal of Organizational Change Management, .16/4: 448-462. 2003.

[38] Marques, J., Dhiman, S. and King, R. Spirituality in the workplace: Developing an Integral model and a Comprehencive Definition. The Journal of American Academy of Business, Cambridge. .7, No.1, pp.81-91. 2005.

[39] Bruce, W.M. Public administrator attitudes about spirituality: An exploratory study. American Review of Public Administration, .30, No.4, pp. 460-472. 2000.

[40] Dehler, G.E. and Welsh, M.A. Spiritulity and organizational transformation.

[Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-27]

[DOR: 20.1001.1.22286977.1390.1.1.2.5]

Journal of Managerial Psychology, .9, No.6, pp.17-26. 1994.

[41] Delbecq, L.A. Christian spirituality and contemporary business leadership, Journal of Organizational Change Management, . 12, No.4, pp.345-349. 1999.

[42] Freshman, B., An exploratory analysis of definitions and applications of Spirituality in the workplace. Journal of Organizational Change Management, .12,No.4,pp. 318-327. 1999.

[43] Turner, J. Spirituality in the workplace. caMagazine, .132, No.10, pp.41-42. 1999.

[44] Heaton, D.P., Schmidt-Wilk, J. and Travis, F. Constructs, Methods, and measuring for researching spirituality in organizations. Journal of Organizational Change Management, .17, No.1, pp.62-8. 2004.

[45] Boje, D. Another view: approaches to the study of spiritual capitalism. in Biberman, J. and Whitty, M. (Eds), Work and Spirit, The University of Scranton, Scranton, PA, pp. xxv-xxxii. 2000.

[46] Wanger-Marsh, F and Conley, J. The fourth wave: the spirituality-based firm. Journal of Organizational Change Management, .12, No.4, pp.292-301. 1999.

[47] Vesper, K.H.New venture strategies (revised ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prenti ce Hall. 1990.

[48] Gilad, B. A behavioral model of entrepreneurial supply. Journal of Small Busin ess Management, 24(4), 45-53. 1986

[49] McClelland, D.C. The achieving society, NY: The Free Press. 1961.

[50] Cunningham, I., Hyman, J. and Baldry, J. "Empowerment: the power to do what?",Industrial Relations Journal, Vol. 27 No. 2, pp. 143-54. 1996.

[51] Slevin, D. Creating and maintaining high performance teams. The State of the Art o f Entrepreneurship. Boston MA: Coleman Foundation, PWS- Kent. 1992.

[52] Brazeal,d.v., Herbert,T.T. the gensis of entrepreneurship. Eentrpreneurship: Theory and Fractice:29-45, 1999.

[53] Brazeal,d.v.,Herbert,T.T.the gensis of entrepreneurship. Eentrpreneurship: Theory and Fractice:29-45, 1999.

[Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-27]

[DOR: 20.1001.1.22286977.1390.1.1.2.5]

[54] Colquitt,A.G, Zappata-Phelan,C.P.Trends In Theory Bulding and Theory Testing:A Five-decade study of the Academy of management Journal,Academy of management journal,vol.50.No6,1281-1303. 2007.

[55] Krishnakumar, S. and Neck, C.P. The “what”, “why” and “how” of spirituality in the workplace. Journal of Managerial Psychology, .17, No.3, pp.153-164. 2002.

[Downloaded from ormr.modares.ac.ir on 2024-04-27]

[DOR: 20.1001.1.22286977.1390.1.1.2.5]