

بررسی سهم نسبی عزت نفس کارکنان در تبیین تغییرات اثربخشی سازمانی و اولویت بندی آن ها

مجتبی رزمجو

دانشگاه آزاد اسلامی واحد سیرجان
دانشکده علوم انسانی، گروه مدیریت دولتی
گرایش: مدیریت نیروی انسانی

چکیده

عزت نفس یکی از ملزومات عاطفی زندگی است و بدون آن بسیاری از نیازهای اساسی برآورده نمی شوند. همچنین اثربخشی سازمانی موضوعی اصلی در نظریه های سازمانی است و یکی از ملاکهای ارزیابی عملکرد سازمانی محسوب می شود. هدف این مقاله بررسی سهم نسبی عزت نفس کارکنان در تبیین تغییرات اثربخشی سازمانی و اولویت بندی آن ها است. این تحقیق به لحاظ هدف کاربردی، به لحاظ ماهیت توصیفی از نوع همبستگی و به لحاظ روش پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل کلیه کارکنان شعب بانک صادرات شهرستان شیراز است (۱۰۸۴). بر اساس فرمول کوکران حجم نمونه ۲۸۴ نفر برآورد برآورد شد و به شیوه نمونه گیری تصادفی انتخاب شدند. به منظور سنجش متغیر عزت نفس از پرسشنامه والاس (۲۰۰۱)، و به منظور سنجش متغیر اثربخشی سازمانی از پرسشنامه بیلی باتمن (۲۰۰۲)، استفاده شد. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه ها توسط کارشناسان تأیید شد. ضریب آلفای کرونباخ متغیرها نیز بالای ۰/۷ برآورد شد که حاکی از هماهنگی درونی گویه ها و تایید پایایی پرسشنامه ها بود. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از روش رگرسیون دو متغیره و آزمون فریدمن با کاربرد نرم افزار SPSS استفاده شد. بر اساس نتایج سهم عزت نفس کارکنان در تبیین تغییرات اثربخشی سازمانی مثبت و معنادار است بدین معنا که به ازاء یک واحد افزایش در عزت نفس کارکنان ۰/۲۲ درصد اثربخشی سازمان بهبود می یابد. نتایج به دست آمده از آزمون فریدمن نیز نشان داد، عزت نفس اجتماعی (4/50) و هم افزایی کارکنان بیشترین اهمیت (۵/۰۹) را به خود اختصاص داده است.

واژه‌های کلیدی: عزت نفس، اجتماعی، اثربخشی سازمانی، هم افزایی، کارکنان

مقدمه

اثر بخشی سازمانی همواره جزء دغدغه های هر سازمان است و هر سازمانی در پی رسیدن به آن می باشد. سازمان اثر بخش نخواهد بود مگر این که افراد سازمان نیز دارای اثربخشی باشند که از جمله مواردی که می تواند بر روی اثر بخشی کارکنان تأثیرگذار باشد عزت نفس و باور به توانایی کارکنان در انجام امور می باشد. نیروی انسانی چرخ های گردش و فعالیت هر سازمانی را به حرکت در می آورد و بنابر این هدف اصلی تمام سازمانها، ارتقای کارایی و اثربخشی کارکنان می باشد، زیرا که این چرخه بسیار به هم پیچیده و نزدیک می باشد (Henri, 2004). در این راستا صاحب نظران و محققان معتقدند که اثربخشی، موضوعی اصلی در تمامی تجزیه و تحلیل های سازمانی است و تصور سازمانی که شامل ساخت اثربخشی نباشد، مشکل است (محسنی، ۱۳۸۵). صاحب نظران و محققان توجه به موضوع اثربخشی سازمانی را باعث توسعه تئوری های سازمانی ذکر می کنند و اثربخشی را موضوع اصلی در فضای عملی نیز می دانند (میرسپاسی، ۱۳۸۱). با توجه به سرعت فزاینده تغییرات در محیط، اعضاء سازمان برای ادامه بقا و کسب توانایی و ظرفیت لازم برای رقابت با رقبا باید از توانایی ها و قابلیت های سازمانی خویش جهت دستیابی به اثربخشی سازمانی آگاه باشند. عزت نفس کارکنان از جمله قابلیت های سازمانی است که توجه به آن از ابعاد گوناگون و توجه به عواملی که سطح عزت نفس کارکنان را تحت تاثیر قرار می دهند می تواند موفقیت سازمان را به شدت تحت تاثیر قرار دهد (Martz, 2008). مساله عزت نفس از اساسی ترین عوامل در رشد مطلوب شخصیت کارکنان می باشد. برخورداری از اراده و عزت نفس قوی با قدرت تصمیم گیری و ابتکار، خلاقیت و نوآوری، سلامت فکری و بهداشت روانی رابطه مستقیمی دارد. به طوری که امروزه داشتن کارکنان با عزت نفس بالا در این برهه از زمان به عنوان مزیت رقابتی سازمانها برای پیشی گرفتن از یکدیگر محسوب می شود، و سازمانها درصدد بالا بردن اعتماد به نفس و میزان تعهد و وابستگی کارکنان به اهداف سازمانی می باشند (Alvarez, et al, 2004).

در دنیای امروزی، بانکها در تمامی کشورهای جهان دارای نقش کلیدی و اساسی بوده و سیاستها و استراتژیهای آنان در توسعه اقتصادی، ایجاد اشتغال، سطح قیمتها، درآمد ملی و ... مؤثر می باشند، بنابراین بحث عزت نفس و افزایش اثر بخشی کارکنان همواره یکی از دغدغه های بانکها نیز می تواند به حساب آید. در کنار تحولات سریع السیر، بانکها نیز مشابه هر بنگاه اقتصادی دیگر دارای اهدافی می باشند که از اهم آن می توان به حداکثر نمودن ثروت صاحبان سهام و یا به عبارتی افزایش مداوم سود و یا ارزش اقتصادی را نام برد. مدیران بانکها علاقه مندند بدانند که تا چه حد از اثربخشی سازمانی برخوردارند و این موضوع علی الخصوص بعد از خصوصی شدن بانکها بیشتر مد نظر آنها قرار دارد. شرایط اقتصادی، کاهش نرخ سود، افزایش رقابت، حضور بیشتر بانکهای خصوصی، کاهش نرخ سپرده های قانونی و تکالیف و سیاستهای دولت، مدیران بانکها را بر آن می دارد که به طور مستمر و مداوم به مساله اثربخشی و کارآمدی توجه داشته باشند. در این راستا اثربخشی سازمانی یکی از مهمترین مسائلی است که بسیاری از مدیران بانکها برای آن برنامه ریزی می کنند. چرا که کاهش اثربخشی باعث کاهش سهم بازار و کاهش سهم بازار در نهایت به کاهش ارزش اقتصادی بانک در بورس گردیده و باعث فرار سرمایه سهامداران می گردد، که در نهایت موجبات ورشکستگی بانک را فراهم می آورد (برهانی، ۱۳۸۸).

با توجه به اهمیت این موضوع هدف این مقاله بررسی سهم نسبی عزت نفس کارکنان در تبیین تغییرات اثربخشی سازمانی و اولویت بندی آن ها است.

تعریف مفاهیم

عزت نفس: از نظر راجرز، عزت نفس عبارتست از: «ارزیابی و ارزشیابی مداوم شخص نسبت به ارزشمندی خود و نوعی قضاوت شخص نسبت به ارزشمندی وجود خویش می باشد. این صفت خاصیتی عمومی است و در همه انسانها وجود دارد و یک حالت ثابت و دائمی دارد» (Zheng, et al, 2010).

اثر بخشی سازمانی: عبارت از میزانی است که یک سازمان با استفاده از منابع خاص و بدون هدر دادن منابع خود و بدون فرسوده کردن غیر ضروری اعضا و جامعه خود، اهدافش را برآورده می کند (تیبولکس^۱ و فاویلا، ۱۹۹۶).

^۱. Thibodeaux

➤ ابعاد اثر بخشی سازمانی :

- ✓ **نوآوری:** نوآوری بکارگیری ایده های نوین ناشی از خلاقیت می باشد در واقع نوآوری عملی ساختن ایده ناشی از خلاقیت را امکان پذیر می سازد و آن را بصورت یک محصول جدید یا خدمت تازه ارائه می نماید (خیاط جدیدی، ۱۳۸۱).
- ✓ **هم افزایی:** زمانی که دو یا چند عنصر، جریان یا عامل با هم همیاری و برهمکنش (تعامل) داشته باشند معمولاً اثری بوجود می آید. اگر این اثر از مجموع اثرهایی که هر کدام از آن عناصر جداگانه می توانستند بوجود آورند بیشتر شود در اینصورت پدیده هم افزایی رخ داده است (احمدی و فیض آبادی، ۱۳۹۰).
- ✓ **اهداف عملکرد:** هدف وضعیتی است که می خواهیم در آینده داشته باشیم که وقتی این اهداف در مقابل عملکرد مطرح می شوند در واقع هدف ما از عملکرد و نتیجه رفتارمان می باشد (احمدی و هدایت، ۱۳۸۷).
- ✓ **مهارت:** مهارت در فرهنگ دهخدا به معنی زیرکی و رسایی در کار و استادی و زبردستی است. مهارت یک قابلیت یادگیری است یا به زبانی دیگر استعداد انجام یا پیش بینی نتایج با حداقل صرف زمان و انرژی است (احمدی و هدایت، ۱۳۸۷).
- ✓ **کیفیت:** واژه کیفیت دارای چند معنای متفاوت است: در فلسفه و در نظریه شناخت منظور از کیفیت، چگونگی یک چیز است. مثال: خواص کمی و یا خواص کیفی یا چونی. در زمینه های اقتصادی: مرغوبیت و مطلوبیت: مجموعه ویژگی های یک کالا و عرضه کننده آن (نه تنها از لحاظ کیفی بلکه از دیدگاه کمی، بها و غیره) که باعث می شوند آن کالا مورد تقاضا قرار گیرد و فروش رود. در زمینه های اجتماعی و فردی: شایستگی، صلاحیت، لیاقت، شایستگی و لیاقت یک شرکت و فرآورده هایش برای ورود و دوام و پیشرفت در بازار را کیفیت گویند (سلطانی، ۱۳۸۰).

پیشینه تجربی تحقیق

امامی بافرانی در سال ۱۳۸۵ در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه مدیریت مشارکتی با اثربخشی مدارس متوسطه شهر نایین» به این نتیجه دست یافت که بین دو متغیر مدیریت مشارکتی و اثربخشی مدارس رابطه مثبت اما ضعیفی ($r=0/22$) وجود دارد، یعنی فقط ۴/۸۴ درصد از اثربخشی مدارس از طریق اجرای سبک مدیریت مشارکتی بدست می آید. در این تحقیق میزان اثربخشی مدارس بالاتر از میانگین و رضایت بخش بوده است و نیز وضعیت بکارگیری سبک مدیریت مشارکتی نسبتاً خوب ارزیابی شده است. از دیگر نتایج این تحقیق آن است که بین مدیریت مشارکتی و تحقق هدف به عنوان یکی از مؤلفه های اثربخشی رابطه مثبت و ضعیفی بدست آمده است ولی این رابطه بین بکارگیری مدیریت مشارکتی و دیگر مؤلفه های اثربخشی (انطباق و سازگاری، یگانگی و پایداری و حفظ ارزش ها) وجود ندارد (به نقل از احمدی و فیض آبادی، ۱۳۹۰).

زکی (۱۳۸۴)، طی تحقیقی به «بررسی جامعه شناسی اثربخشی سازمانی آموزش و پرورش در ایران (مورد دبیرستانهای دخترانه و پسرانه اصفهان در سال تحصیلی ۸۳-۸۲)» پرداخت. در این راستا از مدل نظری کارکردهای چهارگانه ضروری نظام اجتماعی پارسونز استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان می دهد که میزان اثربخشی سازمانی مدارس شهر اصفهان و همچنین هر کدام از مؤلفه های اثربخشی به میزان زیاد ارزیابی شده اند، میزان اثربخشی سازمانی مدارس دخترانه بیشتر از مدارس پسرانه است. میزان اثربخشی مدارس شهر اصفهان در نواحی پنج گانه آموزشی یکسان بوده و تفاوت معناداری بین نواحی آموزشی وجود نداشته است.

امیرحسینی (۱۳۸۳)، به «بررسی ارتباط مؤلفه های رفتاری مدیران آموزشی با اثربخشی دبیرستانهای شهر تهران» پرداخته و به این نتیجه رسیده است که بین برخی مؤلفه های رفتاری مدیران (رفتارهای موفقیت مدار، حمایتی و مشارکت جویانه) و اثربخشی سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. این پژوهش همچنین نشان می دهد که بین جنسیت مدیران و اثربخشی سازمانی هیچگونه رابطه ای وجود ندارد.

تحقیقی توسط Brian Kleiner و Betty Robinson در سال ۱۹۵۹ با عنوان " Enhancing Self-esteem and Confidence " انجام شده که در Education + Training, Vol. 31 Iss: 4 به چاپ رسیده است. خلاصه این تحقیق به شرح زیر می باشد:

مدیران می بایست نسبت به مقوله عزت نفس افراد در سازمان و راهکارهای ایجاد و افزایش آن، آگاهی داشته باشند، زیرا عزت نفس پایین و عدم آن منجر به مشکلات عدیده ای در عملکرد و بهره وری افراد می گردد. برای ایجاد و افزایش عزت نفس مدیران می بایست یک فضای مثبت حمایتی ایجاد نموده تا افراد تشویق شوند که یک تصویر مثبت از خود ساخته و به موفقیت دست یابند. شایان ذکر است در مقوله ایجاد و افزایش عزت نفس می بایست توجه دقیق به وظیفه سازمانی، بازخورد، تقویت و مناسب ارتباطات بین فردی شود.

تحقیقی توسط Sunita Rani و Subhash C. Kundu در سال ۱۹۷۰ با عنوان "Human resources' self-esteem across gender and categories: a study in Industrial Management & Data Systems" به چاپ رسیده است. خلاصه این تحقیق به شرح زیر می باشد:

هدف اصلی این مطالعه ارزیابی عزت نفس منابع انسانی از جمله نیروی کار، کارآموزان، مدیران و کارآفرینان، می باشد. عزت نفس مردان و زنان بر اساس داده های گردآوری شده از ۱۸۳۵ پاسخ دهنده مورد مقایسه و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. ابزارهای آماری مورد استفاده در تحقیق حاضر تحلیل عاملی، همبستگی، تحلیل واریانس و انحراف استاندارد می باشد. از جمله یافته های تحقیق این بود که تفاوت معنی داری بین گروه های مختلف نیروی کار، مدیران، کارآفرینان، و کارآموزان وجود دارد. میانگین ابعاد عزت نفس در مردان و زنان نیز تفاوت معناداری داشت. نتیجه نهایی تحقیق حاضر در نمونه مورد بررسی این بود که عزت نفس جامعه آماری از وضعیت مطلوبی برخوردار می باشد.

تحقیقی توسط Cast, Alicia D. و Burke, Peter در سال ۲۰۰۲ با عنوان "A Theory of Self-Esteem" در Social Forces - Volume 80, Number 3, The University of North Carolina Press انجام شده که در March 2002, pp. 1041-1068 به چاپ رسیده است. خلاصه این تحقیق به شرح زیر می باشد:

در تحقیق حاضر مفهوم عزت نفس به عنوان یک نتیجه، عامل انگیزش و عامل میانجی گر تعریف شده است، اما هیچ نظریه کلی اعتماد به نفس وجود ندارد. مقاله حاضر در پی آن است تا یک چارچوب نظری برای ادغام مفهوم ابعاد مختلف عزت نفس ارائه دهد. عزت نفس به عنوان یک نتیجه بسیار مهم و عنصر حیاتی در افراد، گروه و سازمان محسوب می شود. مشخص بودن نقش، هویت و ارزش فرد در سازمان منجر به افزایش عزت نفس و کاهش احساسات منفی و مشکل ساز شده و در نتیجه موجب ادامه و تداوم تعاملات سازنده می گردد.

فرضیه های تحقیق

فرضیه ۱: سهم نسبی عزت نفس کارکنان در تبیین تغییرات اثربخشی سازمانی در شعب بانک صادرات شهرستان شیراز مثبت و معنادار است.

فرضیه ۲: مؤلفه های متغیر عزت نفس کارکنان شعب بانک صادرات شهرستان شیراز قابل اولویت بندی هستند.

فرضیه ۳: مؤلفه های متغیر اثربخشی سازمانی شعب بانک صادرات شهرستان شیراز قابل اولویت بندی هستند.

روش تحقیق

این تحقیق به لحاظ هدف کاربردی، به لحاظ ماهیت توصیفی از نوع همبستگی و به لحاظ روش پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل کلیه کارکنان شعب بانک صادرات شهرستان شیراز است (۱۰۸۴). بر اساس فرمول کوکران حجم نمونه ۲۸۴ نفر برآورد برآورد شد. که به شیوه نمونه گیری تصادفی انتخاب شدند. به منظور سنجش متغیر عزت نفس از پرسشنامه والاس (۲۰۰۱)، استفاده شد. این پرسشنامه شامل ۶ بعد است که برای عزت نفس اجتماعی (۶ سوال)، عزت نفس بدنی (۴ سوال)، عزت نفس تحصیلی (۴ سوال)، عزت نفس خانوادگی (۵ سوال)، عزت نفس کلی (۶ سوال) در قالب طیف ۵ درجه ای لیکرت از بیشتر اوقات تا هرگز تنظیم شد. به منظور سنجش متغیر اثربخشی سازمانی از پرسشنامه بیلی باتمن (۲۰۰۲)، استفاده شد. این پرسشنامه شامل ۶ بعد است که برای هم افزایی کارکنان (۷ سوال)، اهداف عملکرد (۴ سوال)، مهارت ها (۴ سوال)، استفاده از منابع (۴ سوال)، نوآوری (۵ سوال)، کیفیت (۵ سوال) در قالب طیف ۵ درجه ای لیکرت از کاملاً موافق تا کاملاً مخالف تنظیم شد. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه ها توسط کارشناسان تأیید شد. ضریب آلفای کرونباخ متغیرها نیز

بالای ۰/۷ برآورد شد که حاکی از هماهنگی درونی گویه ها و تایید پایایی پرسشنامه ها بود. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از روش رگرسیون دو متغیره و آزمون فریدمن با کاربرد نرم افزار SPSS استفاده شد.

یافته های تحقیق

آزمون فرضیه ۱: سهم نسبی عزت نفس کارکنان در تبیین تغییرات اثربخشی سازمانی در شعب بانک صادرات شهرستان شیراز مثبت و معنادار است.

به منظور پیش بینی تغییرات اثربخشی سازمانی از طریق متغیر عزت نفس کارکنان و به منظور بررسی رابطه بین آنها از رگرسیون دو متغیره استفاده شده است.

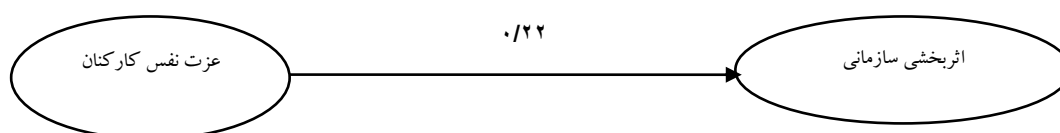
جدول شماره ۱- مشخص کننده های کلی تحلیل رگرسیونی تأثیر عزت نفس کارکنان بر اثربخشی سازمانی

شاخص آماری	ضریب همبستگی (r)	R^2	R^2 تعدیل شده	F	سطح معناداری
مدل رگرسیون	۰/۲۹	۰/۰۸	۰/۰۸	۱۳/۷۸	۰/۰۰۰

بر اساس جدول شماره ۱- ضریب همبستگی بین این دو متغیر ۰/۲۹ و دارای سطح معنی داری ($P=۰/۰۰۰$) می باشد. با توجه به مقدار ضریب تعیین (۰/۰۸)، عزت نفس کارکنان تأثیر قابل ملاحظه ای بر روی اثربخشی سازمانی دارد.

جدول شماره ۲- ضریب رگرسیونی عزت نفس کارکنان و اثربخشی سازمانی

شاخص آماری	ضرایب رگرسیون	خطای استاندارد	بتای استاندارد	t	سطح معنی داری
ضریب ثابت	۷۶/۱۰	۳/۲۹	-	۳/۱۳	۰/۰۰۰
عزت نفس کارکنان	۰/۲۳	۰/۰۴	۰/۲۹	۵/۰۷	۰/۰۰۰



نمودار ۱- تأثیر رگرسیونی متغیر تأثیر عزت نفس کارکنان بر اثربخشی سازمانی

به ازای یک واحد افزایش در میزان عزت نفس کارکنان ، ۰/۲۲ واحد در اثربخشی سازمانی افزایش به وجود می آید. می توان معادله رگرسیونی زیر را برای پیش بینی نوآوری در شعب به وسیله عزت نفس کارکنان تنظیم کرد:

$$\text{عزت نفس کارکنان (۰/۲۲)} + ۷۶/۱۰ = \text{اثربخشی سازمانی}$$

میانگین هر یک از متغیرهای عزت نفس کارکنان و اثر بخشی سازمانی نیز در جدول ۳- قابل مشاهده می باشد:

جدول شماره ۳- میانگین متغیر های اصلی پژوهش

متغیر	میانگین	انحراف معیار
عزت نفس	۷۳/۰۵	۱۸/۷۷
اثر بخشی سازمانی	۵۹/۹۵	۱۴/۳۷

میانگین ۵۰ تا ۷۵ در واقع عزت نفس متوسط را نشان می دهد که باتوجه به میانگین این متغیر در نمونه مورد مطالعه این تحقیق، می توان بیان کرد که عزت نفس کارکنان بانک صادرات شهرستان شیراز در حد متوسط می باشد. و همچنین در مورد اثر بخشی سازمانی نیز باید گفت که با توجه به میانگین این متغیر در بین نمونه مورد مطالعه، میانگین این متغیر در داخل پیوستار پایین تر از ۷۰ قرار می گیرد که این سطح به عنوان سطح پایین اثر بخشی قلمداد می شود و در واقع اثر بخشی سازمانی کارکنان بانک صادرات شهرستان شیراز در حد پایین می باشد.

آزمون فرضیه ۲: مؤلفه های متغیر عزت نفس کارکنان شعب بانک صادرات شهرستان شیراز قابل اولویت بندی هستند.

جدول ۴- اولویت بندی ابعاد عزت نفس کارکنان

رتبه	مؤلفه	Mean Rank	Chi - Square	Sig.
۱.	عزت نفس اجتماعی	۴/۵۰	۴۸۷/۵۰	۰/۰۰
۲.	عزت نفس کلی	۴/۱۲		
۳.	عزت نفس خانوادگی	۳/۰۸		
۴.	عزت نفس تحصیلی	۱/۷۳		
۵.	عزت نفس بدنی	۱/۵۸		

با توجه به نتایج به دست آمده از آزمون فریدمن، عزت نفس اجتماعی بیشترین اهمیت (اولویت اول با Mean Rank برابر با 4/50) را به خود اختصاص داده است. عزت نفس کلی (با Mean Rank برابر ۴/۱۲) اولویت دوم، عزت نفس خانوادگی (با Mean Rank برابر ۳/۰۸) اولویت سوم، عزت نفس تحصیلی (با Mean Rank برابر ۱/۷۳) اولویت چهارم و در نهایت عزت نفس بدنی با کمترین میزان، اولویت پنجم را در بین کارکنان بانک (Mean Rank برابر ۱/۵۸) به خود اختصاص داده است.

آزمون فرضیه ۳: مؤلفه های متغیر اثربخشی سازمانی شعب بانک صادرات شهرستان شیراز قابل اولویت بندی هستند.

جدول ۵- اولویت بندی ابعاد اثر بخشی سازمانی

رتبه	مؤلفه	Mean Rank	Chi - Square	Sig.
۱.	هم افزایی کارکنان	۵/۰۹	۴۶۲/۰۳	۰/۰۰
۲.	نوآوری	۴/۲۴		
۳.	کیفیت	۳/۷۰		
۴.	استفاده از منابع	۲/۷۹		
۵.	مهارت ها	۲/۷۷		
۶.	اهداف عملکرد	۲/۴۰		

با توجه به نتایج به دست آمده از آزمون فریدمن، هم افزایی کارکنان بیشترین اهمیت (اولویت اول با Mean Rank برابر با ۵/۰۹) را به خود اختصاص داده است. نوآوری (با Mean Rank برابر ۴/۲۴) اولویت دوم، کیفیت (با Mean Rank برابر ۳/۷۰) اولویت سوم، استفاده از منابع (با Mean Rank برابر ۲/۷۹) اولویت چهارم، مهارت ها (با Mean Rank برابر ۲/۷۷) اولویت پنجم و در نهایت اهداف عملکرد با کمترین میزان، اولویت پنجم را در بین کارکنان بانک (Mean Rank برابر ۲/۴۰) به خود اختصاص داده است.

نتیجه گیری

یافته های استنباطی تحقیق نشان داد:

ضریب همبستگی عزت نفس کارکنان و اثربخشی سازمانی بانک صادرات شهرستان شیراز ۰/۲۹ و دارای سطح معنی داری ($P=0/000$) بود با توجه به مقدار ضریب تعیین ($0/08$) عزت نفس کارکنان تأثیر قابل ملاحظه ای بر روی اثربخشی سازمانی دارد. از این رو پرورش اشخاصی با عزت نفس سالم و بالا ضرورت دارد. افرادی که با خصوصیات مدارا و احترام قائل شدن برای دیگران مشخص می گردند و افرادی که مسئولیت اعمالشان را می پذیرند، دارای انسجام هستند، به موفقیت های خود مباحثات می کنند، خود انگیخته اند، تمایل به ریسک کردن دارند، انتقادپذیر هستند، قادر به دوست داشتن و دوست داشته شدن هستند، جویای چالشند و برزندگیشان احاطه و کنترل دارند. با داشتن کارکنانی با عزت نفس سالم و بالا می توان، به نتایج دلخواه دست یافت که این امر برای هر مرکز خدماتی می تواند بسیار کارساز باشد.

افراد دارای عزت نفس بالا به دلیل ابراز وجود قادرند در گروه نفوذ و تأثیر داشته و تا حدی جهت حرکت آن را تعیین کنند. این افراد مستقل از اجتماع نظرانی دارند و قادرند حتی با فشارهای اجتماعی، استقلال فکری خود را حفظ کنند. از این رو همرنگی را تنها در صورتی می پذیرند که مطابق با مشاهدات شخصی آنها باشد. اینان کمتر دچار احساس اضطراب بوده و به ادراکات و واکنش های خود اعتماد داشته و اطمینان دارند که می توانند تلاشهایشان را به نتیجه مطلوبی برسانند افراد با عزت نفس بالا در جنبه اجتماعی تمایل به موفقیت داشته و با این انتظار که به خوبی پذیرفته خواهند شد به افراد دیگر نزدیک می شوند. باید توجه داشت که این خوش بینی ناشی از تخلیات نبوده بلکه بیشتر بر اساس یک ارزیابی ثابت از تواناییها، مهارت های اجتماعی و خصوصیات فرد است. آنها خود پسند نبوده با مشکلات شخصی مشغولیت ذهنی نداشته و در مقایسه با افراد دارای عزت نفس پائین کمتر دچار ناراحتیهای روان تنی نظیر بی خوابی، خستگی، سردرد و ... می شوند که همه این موارد می تواند زمینه افزایش اثر بخشی سازمانی آنها در شغلشان را فراهم کند.

پیشنهادهای تحقیق

- ◀ مطالعه مستمر در زمینه تأثیر ویژگیهای فردی منابع انسانی بر اثر بخشی سازمانی بانک صادرات و تعیین روند تغییرات متناسب با نیازها و خواسته های بانک، جهت افزایش اثر بخشی و برنامه ریزی های آتی
- ◀ برنامه ریزی در ایجاد تناسب بین سطح تحصیلات و اهداف سازمانی، کیفیت کار، علاقه مندی به شغل و
- ◀ ایجاد فضای انتقادی برای کارکنان که احساس آرامش بیشتری در بین آنها شکل یابد.
- ◀ آشکارسازی و تبیین اهداف سازمانی بانک برای کارکنان بانک صورت پذیرد.
- ◀ پیشنهاد می شود از طرف سرپرستان و مدیران بانک از کارکنان حمایت اجتماعی صورت گیرد تا احساس بی ارزش بودن در محیط کار به آنها دست ندهد.
- ◀ سعی شود در محیط کاری استفاده از توانایی های فردی آموزش داده شود تا کارکنان بانک بتوانند کارها را مدیریت کنند که این امور بر کار آنها تأثیر منفی نگذارد.
- ◀ پیشنهاد می شود که جلساتی دوستانه با محوریت انتقاد سازنده بین افراد و مدیران و سرپرستان بانک به صورت هفتگی برگزار شود، تا افراد به دور از هر گونه نگرانی و استرس با انتقاد سازنده منجر به افزایش و ارتقاء بهره وری و اثربخشی سازمانی شوند.
- ◀ پیشنهاد می شود با برگزاری دوره های آموزشی به کارکنان راههای افزایش اعتماد به نفس آموزش داده شود و سعی شود در محیط کار به کارکنان آموزش داده شود که چگونه مسائل عاطفی را درمان منطقی نمایند تا باعث ارتقاء بهره وری و اثربخشی سازمانی شود.
- ◀ سعی شود در محیط کار به کارکنان بانک و نظرات آنها بها داده شود تا احساس کنند مدیران شعب برای کار آنها ارزش قائل هستند.

◀ پیشنهاد می شود که در محیط کار و نوع کارهای کارکنان بانک غنی سازی صورت گیرد تا کارکنان فقط به کارهای تکراری روزمره نپردازند.

◀ پیشنهاد می شود با برگزاری دوره های آموزشی به کارکنان بانک، مدیریت زمان در محیط کار آموزش داده شود تا بتوانند حجم کاری زیاد در محیط کاری بانک را با برنامه ریزی درست انجام دهند و این موفقیت خود نه تنها باعث افزایش اثربخشی سازمانی شده، بلکه موفقیت های آتی را برای کارکنان در پی خواهد داشت.

◀ برگزاری دوره های آموزشی و توجیهی به طور مستمر جهت ایجاد حس مشترک درباره اهداف در بین کارکنان و همچنین همراستا شدن اهداف فردی با اهداف سازمانی بانک.

◀ استفاده بهینه از نقطه نظرات کلیه افراد در غالب یک سیستم کاربردی نظام پیشنهادات.

◀ اهداء پاداش و تسهیلات ویژه به افراد و همکاران کارآ و نوآور در بانک و معرفی آنان در بین کلیه بخش های بانک.

منابع

۱. احمدی، سید علی اکبر؛ فیض آبادی، حوریه. (۱۳۹۰). بررسی ارتقاء سرمایه اجتماعی بر بهبود عملکرد سازمان. مدیریت دولتی، دوره ۳، شماره ۶، صص ۳۵-۵۴.
 ۲. احمدی نادیا، نعمت زاده؛ هدایت، شیرین. (۱۳۸۷). بررسی رابطه بین عزت نفس و رضایت شغلی در رضایت در ماشین نویسان تولید مناطق خشکی اهواز. دانشگاه اهواز: پایان نامه کارشناسی روانشناسی عمومی.
 ۳. امامی بافرانی، زهرا. (۱۳۸۵). بررسی رابطه مدیریت مشارکتی با اثر بخشی مدارس متوسطه شهرستان نایین. گروه مدیریت و برنامه ریزی آموزشی. رشته مدیریت آموزشی. دانشگاه تهران: دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی.
 ۴. برهانی، حمید. (۱۳۸۸). بررسی میزان عزت نفس در بین کارکنان شعب بانک صادرات استان فارس. مجموعه مقالات پنجاه و هشتمین همایش بانکداری اسلامی. موسسه بانکداری اسلامی.
 ۵. خیاط جدیدی، معصومه. (۱۳۸۱). بررسی رابطه سلامت سازمانی با اثربخشی در مدارس راهنمایی دخترانه شهر تهران در سال تحصیلی ۸۱-۸۰. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه تربیت معلم: دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی.
 ۶. زکی، محمد علی. (۱۳۸۳). آزمون تجربی رویکرد ترکیبی پارسونز در تحلیل اثربخشی سازمانی (مورد: آموزش و پرورش شهر اصفهان سال ۸۳-۱۳۸۲). دومین کنفرانس بین المللی مدیری.
 ۷. میرسپاسی، ناصر. (۱۳۸۱). مدیریت استراتژیک منابع انسانی و روابط کار. تهران: میر.
- Harry M. Wallace, "Narcissism and Performance: The Importance of Self- Enhancement Opportunity", Dissertation, may 2001.
- Billy Bateman, F. Colin Wilson, David Bingham, "Team Effectiveness- Development of an Audit Questionnaire", Journal of Management Development, Vol. 21, No. 3, 2002.
- Alvarez, K. Salas, E. Garofano, C. M. (2004). An Integrated Model of Training Evaluation and Effectiveness. University of Central Florida Human Resource Development Review 2004 3: 385.
- Cast, Alicia D. Burke, Peter. (2002). A Theory of Self-Esteem in the University of North Carolina Press. Social Forces Volume 80, Number 3, March 2002, pp. 1041-1068
- Henri, J.F. (2004). Performance Measurement and Organizational Effectiveness: Bridging the Gap. Managerial Finance Journal, Vol30, p98.
- Martz, W.A. (2008). Evaluating organizational effectiveness. Dissertation for the Degree of Doctor of Philosophy, Western Michigan University, p33.
- Rani, Sunita. C. Kundu, Subhash. (1970). Human resources' self-esteem across gender and categories: a study. Industrial Management & Data System
- Robinson, Betty. Kleiner, Brian. (1959). Enhancing Self-esteem and Confidence. Education + Training, Vol. 31 Iss:4.
- Thibodeaux, M.S. and Favilla, E. (1996). Organizational effectiveness and commitment through strategic management. Industrial Management & Data Systems, Vol. 96, p. 21

Zheng, W, Yang, B & McLean, G.N.(2010). Linking organizational culture, structure, strategy, and organizational effectiveness: Mediating role of knowledge management. Journal of Business Research, Vol63, p764.