

«مطالعات جامعه‌شناسی»

سال سوم، شماره دوازدهم، پائیز ۱۳۹۰

ص ص ۳۹-۵۸

بررسی چگونگی ارتقای معنویت سازمانی در بین اساتید

و کارکنان منطقه سیزده دانشگاه آزاد اسلامی*

دکتر امیدعلی حسین‌زاده^۱

دکتر سهراب یزدانی^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۲/۸/۴

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۳۹۲/۱۲/۳

چکیده

این پژوهش با عنوان بررسی چگونگی ارتقای معنویت سازمانی در بین کارمندان و اعضای هیئت علمی منطقه سیزده دانشگاه آزاد اسلامی در سال ۱۳۹۲ انجام گرفت. در این راستا یافتن مولفه‌های اساسی ارتقای معنویت سازمانی و در نتیجه تدوین و ارائه مدل پیشنهادی معنویت سازمانی و تعیین درجه تناسب آن از اهداف پژوهش محسوب می‌شدند. این مطالعه توصیفی-پیمایشی با حجم جامعه آماری به تعداد ۴۲۳۰ نفر و با حجم نمونه ۳۵۱ نفر مورد بررسی قرار گرفت. از ابزار اندازه‌گیری پرسشنامه محقق ساخته معنویت سازمانی با ضریب پایایی ۰/۹۳ و هم‌چنین با روایی تأیید شده از طریق نظر متخصصان و روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی و از شیوه‌های تجزیه و تحلیل توصیفی و استنباطی از جمله آزمون اسمیرنوف-کولموگروف، آزمون کایزر مایر-الکین و آزمون کرویت بارتلت، تکنیک چرخش واریماکس، آزمون تحلیل عاملی، آزمون فریدمن، آزمون t تک متغیره و هم‌چنین از نرم افزار آماری SPSS استفاده گردید. ۷ مولفه اساسی تبیین کننده معنویت سازمانی (خودآگاهی برتر، احساس معنا در کار، همسویی با ارزش‌های سازمان، رهبری فراخود، احساس همبستگی، آگاهی متعالی، تفکر وجودی انتقادی) با ۹۸ درصد واریانس کل سازه معنویت سازمانی شناسایی گردید و مدلی برای ارتقای معنویت سازمانی که متشکل از ۵ بخش مهم شامل فلسفه و اهداف، مبانی نظری، چارچوب ادراکی، ساختار و برنامه اجرایی، ارزشیابی و بازخورد می‌باشد،

* این مقاله برگرفته از طرح پژوهشی با کد ۵۱۹۵۲۹۱۰۳۲۷۰۰۱ است که بودجه آن را معاونت پژوهش و فناوری دانشگاه آزاد اسلامی واحد شبستر تامین نموده است.

۱. عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شبستر، استادیار گروه علوم تربیتی؛ شبستر-ایران.

E-mail: amirhoseinzade1359@gmail.com

۲. عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شبستر، استادیار گروه علوم تربیتی؛ شبستر-ایران.

تدوین گردید. هم‌چنین در کل مدل معرفی شده دارای نمره ارزشیابی بالای ۸۵ از ۱۰۰ می‌باشد که نشان دهنده اعتبار بسیار زیاد مدل در مقیاس لیکرت می‌باشد.

واژگان کلیدی: معنویت، معنویت‌سازمانی، مدل مفهومی - اجرایی.

مقدمه

امروزه معنویت از دامن‌های پیش از گذشته مورد توجه اندیشمندان جوامع بشری واقع شده است، نخست به لحاظ نقش بازدارندگی از آسیب‌ها و هنجارشکنی‌ها و دیگری به لحاظ نقش برانگیزانندگی افراد در جهت سود رسانی و خدمت بیشتر به جامعه. به همین ترتیب تصویر حقیقی از معنویت اسلامی نیز شاخصه‌ها و اصول خاصی دارد که ضمن اتصال فرد به مبدأ وجود و کمال مطلق، بر شیوه‌ی نظر و عمل او در زندگی فردی و جمعی تأثیر می‌گذارد و تحولات شگرفی را در ابعاد فردی و اجتماعی موجب می‌شود با توجه به مطالب مذکور و ظرفیت فوق‌العاده اسلام برای معنویت‌ورزی بر آن شدیم تا نگرشی نو بر مبنای فرهنگ بومی - اسلامی و تجارب جهانی به مقوله معنویت سازمانی داشته باشیم.

پژوهشگران اجتماعی بر این باورند، کارکنان سازمان‌ها در هر کجا که فعالیت می‌کنند، چیزی فراتر از پاداش‌های مادی در کار جستجو می‌کنند. آنان در جستجوی کاری با معنا، امیدبخش و خواستار متعادل ساختن زندگی‌شان هستند. سازمان‌ها با کارکنانی رشد یافته و بالنده‌ای روبرویند که در پی یافتن کاری با معنا و هدف‌مندند. معنویت در کار توصیف تجربه کارکنانی است که کارشان ارضاء کننده، با معنا و هدف‌مند است هم‌چنین تجربه معنویت در کار با افزایش خلاقیت، صداقت، اعتماد و تعهد در کار و بالا رفتن احساس تکامل شخصی کارکنان پیوند می‌خورد (کنجرسکی^۱ و اسکرپینیک، ۲۰۰۴: ۲۶۷).

کارکنان هوشمند امروزی، سازمان‌هایی را برای کار بر می‌گزینند که به آنان در یافتن خویشتن کامل خود در کار کمک نماید. کارکنان در سازمان به دنبال چیزی بیش از ارضای نیازهای مادی‌اند. بردلی^۲ به نقل از پیرس، می‌گوید "بسیاری از ما زمان زیادی را در حال کار کردن سپری می‌کنیم، شرم‌آور خواهد بود اگر نتوانیم خدا را در آن‌جا پیدا کنیم" (بردلی، ۲۰۰۳: ۴۵۳).

گی بنز (۲۰۰۱) بیان می‌دارد: معنویت در کار در برگیرنده مفهومی از احساس تمامیت^۳ و پیوستگی^۴ در کار و درک ارزش‌های عمیق در کار است. وی هم‌چنین بیان می‌کند معنویت در کار سفری است به سوی یکپارچگی شغلی و معنویت که جهت، کمال و پیوستگی در کار و محیط کار را فراهم می‌آورد.

¹ Kinjerski & Skrypnek

² Bradley

³ Wholeness

⁴ Connectedness

معنویت در کار در برگیرنده تلاش برای جستجو و یافتن هدف غایی در یک فرد برای زندگی کاری، به منظور برقراری ارتباط قوی بین فرد و همکاران و دیگر افرادی که به نحوی در کارش مشارکت دارند، و همچنین سازگاری یا یگانگی بین باورهای اساسی یک فرد با ارزش‌های سازمان اوست (بردلی، ۲۰۰۳). اشمس (۲۰۰۰) بیان می‌دارد معنویت در کار، درک و شناسایی این است که بُعدی از زندگی کارکنان درونی و باطنی است که قابل پرورش است و به واسطه انجام کارهای با معنا، در زندگی اجتماعی پرورش می‌یابد. معنویت در کار، حالات معینی از فرد است که به وسیله ابعاد فیزیکی^۱، عاطفی^۲، شناختی^۳، میان فردی^۴، معنوی^۵ و عرفانی^۶ وصف‌پذیر است (کنجرسکی، ۲۰۰۴). هی تو نیس (۲۰۰۴) معنویت، حالتی از سلامت^۷، شادکامی^۸، فرزانی^۹، موفقیت^{۱۰} و رضایت باطنی^{۱۱} که برای توسعه معنوی و تمامیت زندگی کاری کارکنان ضروری است. معنویت در کار برای هر سازمان مطلوب است چرا که با متغیرهای سازمانی مهمی چون اثربخشی سازمانی، کارایی و بهره‌وری سازمانی ارتباط دارد و به این دلیل محققان زیادی هدف تحقیق خود را تعریف و بررسی رفتاری قرار داده‌اند که به موفقیت بلند مدت سازمان کمک می‌کنند و پیش از این نادیده گرفته می‌شد.

میترف و دنتون (۱۹۹۹) در تحقیقات جامع و تجربی به این نتیجه رسیده‌اند که افراد بین دین و معنویت فرق می‌گذارند تقریباً ۳۰ درصد از پژوهش شدگان در این تحقیقات در مورد دین و معنویت دیدگاهی مثبت داشتند درصد کمی (تقریباً ۲ درصد) دیدگاه مثبت به دین و دیدگاهی منفی به معنویت داشتند حدوداً ۶۰ درصد یا اکثریت به معنویت دیدگاهی مثبت و به دین دیدگاهی منفی داشتند و دیدگاه ۸ درصد از آنان، هم نسبت به دین و هم نسبت به معنویت منفی بود بنابراین تقریباً ۹۰ درصد از افراد نسبت به معنویت نگرش مثبت داشتند.

کریشناکومار و نک (۲۰۰۲) مدل آزادی معنوی را برای تقویت معنویت در سطح فردی ارائه کردند. 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 خطامشی در جهت آزادی معنوی وجود دارد کارکنان می‌توانند توانایی‌های بالقوه خود را شکوفا سازند و علاوه بر بهبود عملکرد، فضای محیط کسب و کار را نیز دوستانه‌تر سازند.

1. Physical
2. Affective
3. Cognitive
4. Interpersonal
5. Spiritual
6. Mystical
7. Health
8. Happiness
9. Wisdom
10. Success
11. Fulfillment

تحقیقات دیگری که توسط بردلی و کاوونی^۱ (۲۰۰۳) تحت عنوان "مقایسه معنویت در بین سه دانشگاه در کالیفرنیا جنوبی" انجام گرفت، نتایج تحقیقات میترف و دنتون را تأیید کرد در این مطالعه و تحقیق، افراد در هر سه دانشگاه، معنویت را در زندگی‌شان مهم‌تر از دین می‌پنداشتند و تقریباً ۶۰ درصد از آنان نگرش مثبت به معنویت و نگرش منفی به دین داشتند در حالی که ۳۰ درصدشان نسبت به هر دو دیدگاهی مثبت داشتند.

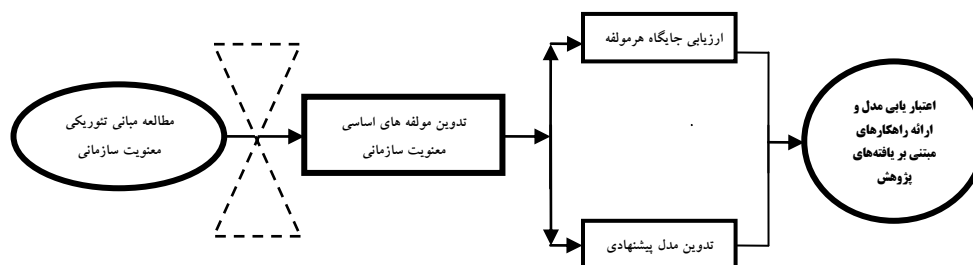
لوئیز فرای و لورا ماتیرلی (۲۰۰۷) در پژوهشی تحت عنوان "رهبری معنوی و عملکرد سازمانی" به این نتیجه دست یافتند که یافته‌های پژوهشی آن‌ها یک حمایت قوی برای رهبری معنوی به عنوان یک هدایت‌گر مهم و معنی‌دار برای تعهد سازمانی (۸۰ درصد)، بهره‌وری (۵۶ درصد)، رشد فروش (۱۳ درصد) فراهم می‌آورد.

استانلی و همکاران (۲۰۰۸) در پژوهشی تحت عنوان "معنویت و فرهنگ سازمانی" یک نقشه ارزشی سلسله مراتبی را توسعه دادند که رابطه بین اختیار نمودن مکان کاری، جو سازمانی و ارزش‌های فردی را تبیین می‌کند. اثبات خویشتن، ابراز تعلق، احساس لیاقت و شایستگی از عناصر اساسی هستند که فرهنگ سازمانی را الهام می‌بخشند.

شماری از پژوهش‌ها نشان می‌دهد که ضرورت ارائه پارادایم جدیدی برای کار در سازمان با رویکرد تلفیق زندگی شخصی و زندگی کاری رو به افزایش است (گریفین^۲، ۱۹۹۸). بر همین اساس ریفکن (۱۹۹۵) (۱۹۹۵) نتیجه می‌گیرد که جوامع باید قراردادهای کاری جدیدی را تدوین کنند که از ویژگی‌های کار هفتگی کوتاه‌تر برخوردار باشد تا افراد بتوانند زمان بیشتری به بخش‌های دیگر زندگی‌شان بپردازند. با عنایت به این که محیط دانشگاه هم یک محیط انسانی مهمی می‌باشد و با توجه به این که، امروزه افراد زیادی در کارشان احساس نارضایتی، بی‌قراری و عدم امنیت دارند (مارکز و دیگران، ۲۰۰۵: ۸۱). لذا پرداختن به مقوله معنویت در محیط کار سازمانی (دانشگاه) و ارائه مدلی برای ارتقای آن ضروری و اساسی به نظر می‌رسد. در واقع اهمیت این پژوهش در آن است که مطالعه معنویت سازمانی کارکنان دانشگاه، عاملی است که می‌تواند دانشگاه را در تسهیل و تسریع وصول به اهداف و رسالت خویش یاری نماید. شکل زیر مدل مفهومی پژوهش حاضر را نشان می‌دهد.

^۱ Bradley & Kauanui

^۲ Griffin



شکل شماره (۱): مربوط به مدل مفهومی پژوهش

مواد و روش‌ها

تحقیق حاضر از نظر هدف، از نوع کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها تحقیق توصیفی از نوع پیمایشی مقطعی می‌باشد. این تحقیق از بعد زمانی مربوط به سال ۱۳۹۲ و از لحاظ دامنه مکانی شامل مراکز و واحدهای منطقه سیزده دانشگاه آزاد اسلامی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل دو گروه می‌باشند: گروه اول جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه استادان و کارمندان واحدهای دانشگاهی منطقه ۱۳ دانشگاه آزاد اسلامی که به ترتیب ۱۸۳۰ و ۲۴۰۰ نفر و در مجموع ۴۲۳۰ نفر می‌باشند.

جدول شماره (۱): مربوط به حجم جامعه آماری

طبقه	تعداد	درصد
استاد	۱۸۳۰	۴۳/۳۹
کارمند	۲۴۰۰	۵۶/۶۱
جمع	۴۲۳۰	۱۰۰

گروه دوم جامعه آماری این تحقیق، متخصصان و صاحب‌نظران جهت اعتباریابی مدل می‌باشند که شامل اساتید بامدرک دکتری رشته‌های (مدیریت آموزشی و مدیریت آموزش عالی و مدیریت باسایر گرایش-ها) دانشگاه‌های استان آذربایجان شرقی (جامعه آماری جهت اعتباریابی مدل) می‌باشد. حجم جامعه آماری مربوط به اساتید دکتری رشته‌های مدیریت (آموزشی، آموزش عالی، فرهنگی، بازرگانی، مدیریت دولتی، صنعتی و ...) حدود ۶۱ می‌باشد. روش نمونه‌گیری در این پژوهش (برای جامعه آماری اول) نمونه‌گیری به روش طبقه‌ای تصادفی نسبتی می‌باشد و روش برآورد حجم نمونه از طریق جدول استاندارد برآورد حجم نمونه که موسوم به جدول مورگان است می‌باشد. حجم نمونه آماری (اخذ شده از جامعه آماری اول) این پژوهش به شرح زیر می‌باشد:

جدول شماره (۲): مربوط به حجم نمونه آماری

طبقه	تعداد	درصد
استاد	۱۵۱	۴۳/۳۹
کارمند	۲۰۰	۵۶/۶۱
جمع	۳۵۱	۱۰۰

روش نمونه‌گیری در این پژوهش (برای جامعه آماری دوم) نمونه‌گیری به روش غیرتصادفی از نوع قضاوتی می‌باشد (انتخاب اعضای که بهترین شرایط را برای ارائه اطلاعات دارا بودند) و روش برآورد حجم نمونه از طریق جدول استاندارد برآورد حجم نمونه که موسوم به جدول مورگان است می‌باشد حجم نمونه آماری (اخذ شده از جامعه آماری دوم) این پژوهش حدود ۵۲ نفر می‌باشد که تنها ۳۹ پرسشنامه از میان پرسشنامه‌های توزیع شده عودت داده شد.

ابزار پژوهش

برای گردآوری داده‌های مورد نیاز از جامعه مورد مطالعه از ابزار پرسشنامه (دو مورد پرسشنامه محقق ساخته) استفاده شده است: الف) پرسشنامه اول در ارتباط با گویه‌های معنویت سازمانی می‌باشد که پس از مطالعه مبانی تئوریک و مبانی عملی داخلی و خارجی با گویه‌های فراوان تعبیه شد و پس از مشورت با صاحب‌نظران (نظر سنجی مقدماتی) تعداد آن کاهش یافت و پس از تامین روایی و پایایی آن، جهت گردآوری داده‌ها در اختیار نمونه اول (استادان و کارمندان) قرار گرفت و حاوی مقدمه‌ای بود که در آن موضوع و هدف تحقیق، محرمانه بودن داده‌های گردآوری شده، نحوه پاسخگویی و تشکر از پاسخ دهندگان بیان شده است.

ب) پرسشنامه دوم در ارتباط با تعیین نرخ اعتبار مدل پیشنهادی می‌باشد که در اختیار گروه دوم نمونه آماری (متخصصان) قرار گرفت. برای تامین روایی هر دو پرسشنامه از نظر و قضاوت صاحب‌نظران و متخصصین حوزه مدیریت آموزشی (حداقل سه نفر دکترا تخصصی) استفاده نمودیم و برای تامین پایایی ابزارها، آن‌ها را به صورت آزمایشی بر روی درصدی (ده درصد) از اعضای نمونه آماری مربوطه اجرا کرده و از آزمون آلفای کرونباخ استفاده نمودیم.

یافته‌ها

۱. مولفه‌های اساسی سازه معنویت سازمانی کدامند؟

جدول شماره (۳): مربوط به اجرای آزمون اسمیرنف-کولموگروف

معنویت سازمانی	تعداد
۳۵۱	پارامترهای نرمال / میانگین
۱۷۹/۶۸	انحراف استاندارد
۵۳/۸۷	کولموگروف - اسمیرنف
۱/۲۵	معنی داری
۰/۰۸۶	

برای اجرای آزمون تحلیل عاملی لازم است از نرمال بودن توزیع داده‌ها مطلع شویم لذا برای تست نرمال بودن توزیع داده‌ها از آزمون اسمیرنف- کولموگروف استفاده نمودیم و با توجه به جدول (۳) چون سطح معنی داری اسمیرنف- کولموگروف برابر با $p=0/086$ است بنابراین نتیجه می‌گیریم که توزیع داده‌های این پژوهش نرمال هستند زیرا سطح معنی داری از $0/05$ بزرگ‌تر است.

به منظور دسته‌بندی کردن گویه‌های مربوط به برآورد مولفه‌های معنویت سازمانی از آزمون تحلیل عاملی استفاده نمودیم بطوری که طبق اطلاعات جدول (۴) و مطابق معیار KMO، ملاحظه می‌شود مقدار آن برابر $0/917$ بدست آمده است که بیانگر کفایت حجم نمونه برای اجرای تحلیل عاملی می‌باشد. هم-چنین مقدار بارتلت برابر 5030 با سطح معنی داری $P=0/000$ بدست آمده است که بیانگر تفکیک درست عامل‌ها بر اساس ضرایب بار عاملی است.

جدول شماره (۴): مربوط به اجرای آزمون کایزر-مایر-الکین و آزمون بارتلت

آزمون کایزر-مایر-الکین (KMO)	۰/۹۱۷
آزمون کرویت بارتلت	۵۰۳۰/۳۶۲
ضریب خی:	۲۰۸۰
درجه آزادی:	۰/۰۰۰
سطح معنی داری:	

بطوری که برای تفکیک و نام‌گذاری عامل‌ها از تکنیک چرخش واریماکس استفاده نمودیم و مشخص شد نتایج تحلیل عاملی با دسته‌بندی اولیه گویه‌ها نسبتاً هماهنگی و همخوانی بالایی دارد. از این رو در جدول شماره (۵) عامل‌بندی گویه‌ها گزارش شده است.

جدول شماره (۵): مربوط به ماتریس عناصر چرخشی یافته

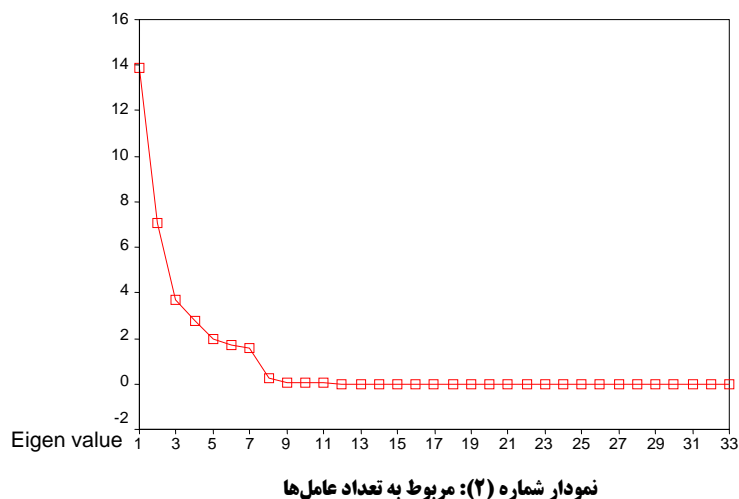
سوالات	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
Q 25	۰/۹۶۱	۰/۰۶۷	۰/۱۴۸	۰/۱۷۰	-۰/۰۱۶	۰/۰۸۵	۰/۱۰۲
Q 27	۰/۹۶۰	۰/۰۷۲	۰/۱۴۶	۰/۱۷۲	-۰/۰۲۰	۰/۰۸۹	۰/۱۰۵
Q 26	۰/۹۵۹	۰/۰۷۲	۰/۱۴۶	۰/۱۷۲	-۰/۰۲۰	۰/۰۸۹	۰/۱۰۲
Q 24	۰/۹۵۸	۰/۰۶۲	۰/۱۴۸	۰/۱۶۹	-۰/۰۱۶	۰/۰۹۰	۰/۱۰۵
Q 29	۰/۹۵۴	۰/۰۶۰	۰/۱۵۳	۰/۱۸۲	-۰/۰۳۶	۰/۰۹۳	۰/۰۹۳
Q 28	۰/۹۵۳	۰/۰۶۸	۰/۱۶۱	۰/۱۸۳	-۰/۰۲۵	۰/۰۸۸	۰/۰۹۵
Q 7	۰/۰۸۰	۰/۹۰۳	۰/۲۰۷	-۰/۱۱۴	۰/۱۵۳	۰/۲۵۳	۰/۱۸۴
Q 8	۰/۰۸۰	۰/۹۰۳	۰/۲۰۷	-۰/۱۱۴	۰/۱۵۳	۰/۲۵۳	۰/۱۸۴
Q 9	۰/۰۸۰	۰/۹۰۳	۰/۲۰۷	-۰/۱۱۴	۰/۱۵۳	۰/۲۵۳	۰/۱۸۴

Q 5	۰/۰۸۰	۰/۹۰۳	۰/۲۰۷	-۰/۱۱۴	۰/۱۵۳	۰/۲۵۳	۰/۱۸۴
Q 6	۰/۰۸۰	۰/۹۰۳	۰/۲۰۷	-۰/۱۱۴	۰/۱۵۳	۰/۲۵۳	۰/۱۸۴
Q 10	۰/۰۵۶	۰/۹۰۵	۰/۳۶۳	-۰/۱۱۴	۰/۱۲۵	۰/۰۹۷	۰/۳۷۲
Q 12	۰/۱۹۹	۰/۵۰۶	۰/۸۹۶	-۰/۴۵۹	۰/۱۲۵	۰/۱۶۱	۰/۲۳۸
Q 13	۰/۱۹۹	۰/۲۱۹	۰/۸۹۶	-۰/۱۰۲	۰/۱۲۵	۰/۱۶۱	۰/۲۳۸
Q 14	۰/۱۹۹	۰/۲۱۹	۰/۸۹۶	-۰/۱۰۲	۰/۱۲۵	۰/۱۶۱	۰/۲۳۶
Q 15	۰/۱۹۹	۰/۲۱۹	۰/۸۸۶	-۰/۱۰۲	۰/۱۲۵	۰/۱۶۱	-۰/۰۸۵
Q 11	۰/۲۱۳	۰/۲۱۹	۰/۸۸۶	-۰/۱۰۲	۰/۱۲۲	۰/۱۶۰	-۰/۰۸۵
Q 30	۰/۲۴۹	۰/۲۱۷	-۰/۰۹۳	۰/۹۵۲	۰/۰۲۶	-۰/۰۰۲	-۰/۰۸۵
Q 32	۰/۲۵۰	۰/۱۱۱	-۰/۰۹۵	۰/۹۵۲	۰/۰۲۶	-۰/۰۰۴	۰/۲۲۶
Q 31	۰/۲۵۰	-۰/۱۱۸	-۰/۰۹۵	۰/۹۵۱	۰/۰۲۶	-۰/۰۰۴	-۰/۰۸۵
Q 33	۰/۲۵۰	-۰/۱۱۸	-۰/۰۹۵	۰/۹۵۱	۰/۰۲۶	-۰/۰۰۴	۰/۰۶۵
Q 1	-۰/۰۳۲	-۰/۱۱۸	۰/۱۱۱	-۰/۰۲۰	۰/۹۷۶	-۰/۰۰۴	۰/۰۶۵
Q 2	-۰/۰۳۲	۰/۱۳۵	۰/۱۱۱	-۰/۰۲۰	۰/۹۷۶	۰/۰۹۸	۰/۰۶۷
Q 3	-۰/۰۳۲	۰/۱۳۵	۰/۱۱۱	-۰/۰۲۰	۰/۹۷۶	۰/۰۹۸	۰/۰۶۷
Q 4	-۰/۰۳۲	۰/۱۳۵	۰/۱۱۱	-۰/۰۲۰	۰/۹۷۶	۰/۰۹۸	۰/۰۶۷
Q 22	۰/۱۲۹	۰/۱۳۵	۰/۱۸۱	-۰/۰۲۰	۰/۱۱۴	۰/۹۰۲	۰/۰۶۷
Q 21	۰/۱۲۹	۰/۲۹۰	۰/۱۸۱	-۰/۰۲۰	۰/۱۱۴	۰/۹۰۲	۰/۱۹۴
Q 23	۰/۱۳۷	۰/۲۹۰	۰/۱۷۶	-۰/۰۰۳	۰/۱۱۹	۰/۹۰۲	۰/۱۹۴
Q 20	۰/۱۳۷	۰/۲۹۰	۰/۱۸۲	-۰/۰۰۳	۰/۱۳۵	۰/۸۸۸	۰/۱۹۴
Q 19	۰/۱۲۴	۰/۲۹۰	۰/۲۸۱	-۰/۰۰۳	۰/۰۸۸	۰/۲۰۷	۰/۸۸۳
Q 18	۰/۱۵۵	۰/۲۲۹	۰/۲۸۲	-۰/۰۰۳	۰/۰۸۷	۰/۲۰۳	۰/۸۸۳
Q 17	۰/۱۵۹	۰/۲۲۹	۰/۲۸۲	-۰/۱۰۷	۰/۰۸۳	۰/۲۰۳	۰/۸۸۳
Q 16	۰/۱۴۹	۰/۲۲۹	۰/۲۹۶	-۰/۱۰۲	۰/۰۹۳	۰/۲۰۶	۰/۸۶۶

هم‌چنین طبق اطلاعات جدول شماره (۶) ملاحظه می‌شود با عامل‌بندی گویه‌ها تا حدود ۹۸ درصد از واریانس کل سازه معنویت سازمانی را می‌توانیم بر اساس ۷ عامل متفاوت شناسایی شده، تبیین نمائیم.

جدول شماره (۶): مربوط به تبیین واریانس نهایی

عوامل	مجموع می‌گذرد غیر چرخشی			مجموع می‌گذرد چرخشی		
	کل	درصد واریانس	درصد تراکمی	کل	درصد واریانس	درصد تراکمی
۱	۱۳/۹۰	۴۲/۱۳	۴۲/۱۳	۶/۱۶	۱۸/۶۷	۱۸/۶۷
۲	۷/۰۶	۲۱/۴۰	۶۳/۵۳	۵/۲۸	۱۶/۰۱	۳۴/۶۸
۳	۳/۶۹	۱۱/۲۰	۷۴/۷۳	۵/۰۱	۱۵/۲۰	۴۹/۸۸
۴	۲/۷۷	۸/۴۱	۸۳/۱۵	۴/۱۷	۱۲/۶۶	۶۲/۵۵
۵	۱/۹۴	۵/۸۸	۸۹/۰۴	۴/۱۰	۱۲/۴۴	۷۴/۹۹
۶	۱/۶۸	۵/۰۹	۹۴/۱۳	۳/۹۴	۱۱/۹۴	۸۶/۹۴
۷	۱/۵۵	۴/۷۰	۹۸/۸۴	۳/۹۲	۱۱/۸۹	۹۸/۸۴



نمودار سنگریزه به صورت بصری نشان می‌دهد که تعداد عامل‌ها که بالاتر از مقدار ویژه^۱ قرار گرفته‌اند و می‌تواند به عنوان عامل تبیین کننده محسوب شده و مورد پذیرش قرار گیرند تنها هفت عامل می‌باشند زیرا که بقیه عوامل پایین‌تر از مقدار ویژه (۱) قرار دارند. در مجموع در پاسخ به سوال اول پژوهش می‌توان گفت که ۷ عامل یا بعبارت دیگر ۷ مولفه بعنوان مولفه‌های اساسی ارتقای معنویت سازمانی در واحدهای دانشگاهی منطقه ۱۳ مورد شناسایی واقع شدند.

عوامل زیر بعنوان عوامل اساسی ارتقای معنویت سازمانی در این پژوهش مورد شناسایی و تأیید واقع شده‌اند که به ترتیب اهمیت و با توضیح مفصل در ذیل آمده‌اند لازم به ذکر است شاخص‌هایی که بارعاملی آن‌ها کمتر از ۰/۵ بود حذف شده‌اند.

عامل ۱: تعداد متغیرهای تجمع یافته ذیل عامل شماره ۱ شش متغیر بود که با واریانس تبیین شده

۱۸/۶۷ عبارتند از:

- آگاهی از هدف زندگی
- پیچیدگی تفکر درونی
- آگاهی از سلسله مراتب ارزش‌ها
- آگاهی از مشاهدات جهان خویشتن
- آگاهی از تفاوت‌ها

۱. Eigen values: (مبنای عامل‌بندی در تحلیل عاملی مقدار ویژه می‌باشد. هر وقت مقدار ویژه از ۱ پایین‌تر باشد عامل نخواستیم داشت).

- آگاهی از خود.

از این رو مولفه مذکور عامل "خودآگاهی برتر" نامیده می‌شود.

عامل ۲: تعداد متغیرهای تجمع یافته ذیل عامل شماره ۲ شش متغیر بود که با واریانس تبیین شده ۱۶/۱ عبارتند از:

- آزادی در بیان آرا و عقاید
- انرژی و روحیه گرفتن از کار
- لحظه شماری برای رفتن به سرکار
- لذت بردن از کار
- مهم بودن کار در زندگی
- درک معنا و مفهوم کار.

از این رو مولفه مذکور عامل "احساس معنا در کار" نامیده می‌شود.

عامل ۳: تعداد متغیرهای تجمع یافته ذیل عامل شماره ۳ پنج متغیر بود که با واریانس تبیین شده ۱۵/۲۰ عبارتند از:

- احساس خوب داشتن نسبت به ارزش‌های سازمان
- توجه سازمان به کار روحیه ده و انرژی بخش
- پیوند با ماموریت و رسالت سازمان
- ادراک از باوجدان بودن سازمان
- همسویی با اهداف سازمان.

از این رو مولفه مذکور را عامل "همسویی با ارزش‌های سازمان" نامیده می‌شود.

عامل ۴: تعداد متغیرهای تجمع یافته ذیل عامل شماره ۴ چهار متغیر بود که با واریانس تبیین شده ۱۲/۶۶ عبارتند از:

- تعهد نسبت به رشد معنوی
- راهنما خواستن از معنویت
- پایداری در اعتقادات
- ارتقای خود به یک کل بزرگ‌تر.

از این رو مولفه مذکور را عامل "رهبری فراخود" نامیده می‌شود.

عامل ۵: تعداد متغیرهای تجمع یافته ذیل عامل شماره ۵ چهار متغیر بود که با واریانس تبیین شده ۱۲/۴۴ عبارتند از:

- ارزش‌مندی همکاری با دیگران

• هدف مشترک کارکنان
 • احساس عضوی از یک خانواده بودن
 • ادراک از مراقبت کارکنان از یکدیگر.
 از این رو مولفه مذکور را عامل "احساس همبستگی" نامیده می‌شود.
 عامل ۶: تعداد متغیرهای تجمع یافته ذیل عامل شماره ۶ چهار متغیر بود که با واریانس تبیین شده ۱۱/۹۴ عبارتند از:

• ادراک جنبه‌های غیر مادی در زندگی
 • تعالی نفس
 • داشتن ادراک کل نگر در سازمان
 • داشتن فراشناخت در زندگی کاری
 از این رو مولفه مذکور عامل "آگاهی متعالی" نامیده می‌شود.
 عامل ۷: تعداد متغیرهای تجمع یافته ذیل عامل شماره ۷ چهار متغیر بود که با واریانس تبیین شده ۱۱/۸۹ عبارتند از:

• واضح بودن و وضوح طلبی
 • توانایی اندیشیدن به حقیقت وجودی امورات
 • ترکیب‌سازی و تعیین ارزش اطلاعات جمع‌آوری شده
 • توانایی ارزیابی مباحث و چگونگی حل مسایل.
 از این رو مولفه مذکور عامل "تفکر وجودی انتقادی" نامیده می‌شود.
 لذا نتیجه گرفته می‌شود مولفه‌های اساسی معنویت سازمانی شامل ۷ مولفه به ترتیب اهمیت و اولویت با وزن محاسبه شده برای آن‌ها و با واریانس معین شده عبارتند از: ۱. خودآگاهی برتر با واریانس تبیین شده ۱۸/۶۷. ۲. احساس معنا در کار با واریانس تبیین شده ۱۶/۱. ۳. همسویی با ارزش‌های سازمان با واریانس تبیین شده ۱۵/۲۰. ۴. رهبری فراخود با واریانس تبیین شده ۱۲/۶۶. ۵. احساس همبستگی با واریانس تبیین شده ۱۲/۴۴. ۶. آگاهی متعالی با واریانس تبیین شده ۱۱/۹۴. ۷. تفکر وجودی انتقادی با واریانس تبیین شده ۱۱/۸۹.

۱. چه مدلی برای ارتقای معنویت سازمانی در واحدهای دانشگاهی منطقه سیزده دانشگاه آزاد اسلامی می‌توان ارائه داد؟

مدل پیشنهادی معنویت سازمانی یک مدل شماتیک است که پس از مرور مبانی تئوریک، مطالعات ملی، مطالعات جهانی و انجام مطالعات میدانی و پس از اخذ نظرات واحدهای پژوهش و آنالیز داده‌ها با آزمون‌های آماری به کار گرفته شده (آزمون کایزر مایر الکین، آزمون کرویت بارتلت، آزمون تحلیل عاملی، تکنیک چرخش و آزمون T مستقل) و پس از اصلاح و تغییر و اعمال نظر متخصصان (از طریق تکنیک

دلفی) بدست آمده است و شامل فلسفه و اهداف، مبانی نظری، چارچوب ادراکی، ساختار و مراحل اجرایی، نظام ارزشیابی و بازخورد می‌باشد:

فلسفه و اهداف

مفاهیم اصلی و اهدافی که این مدل دنبال می‌کند و یا عبارت دیگر اگر این مدل اجرا شود به اهدافی که دست پیدا می‌کنیم عبارتند از:

۱. ارتقای آرامش وطمئینه کارکنان: یعنی انتظار می‌رود با اجرای این مدل کارکنان دانشگاه سریع‌تر و آسان‌تر به آرامش خاطر دست پیدا کنند.
 ۲. پیشگیری از امراض روانی و رفتاری کارکنان: یعنی انتظار می‌رود با اجرای این مدل در دانشگاه سلامت روانی و سلامت رفتاری کارکنان و منابع انسانی تامین، حفظ و ارتقا یابد.
 ۳. پیشگیری از فساد سازمانی: یعنی انتظار می‌رود با اجرای این مدل در دانشگاه از فساد اداری و آموزشی پیشگیری شود.
 ۴. جراحی و ترمیم عارضه‌های سازمانی: یعنی انتظار می‌رود با اجرای این مدل در دانشگاه عارضه‌ها و آسیب‌های سازمانی (از جمله آسیب درارتباطات، آسیب در رهبری، آسیب در توزیع قدرت، آسیب در روحیه و انگیزش و ...) در صورت بروز ترمیم پیدا نموده و بهبود یابند.
 ۵. ارتقای کیفیت زندگی کاری: یعنی انتظار می‌رود با اجرای این مدل در واحدهای دانشگاهی منطقه سیزده زندگی کاری کارکنان و کیفیت آن تحول پیدا نموده و ارتقا یابد.
 ۶. توسعه حرفه‌ای کارکنان: اجرای این مدل می‌تواند از طریق بهادادن به روحیه، انگیزش، از بین بردن زمینه‌های فساد و سوء مدیریت و تکیه بر توزیع بهینه قدرت و ارتباطات و رهبری حرفه‌ای در سازمان، زمینه‌ای برای توسعه حرفه‌ای کارکنان سازمان فراهم آورد.
- مبانی نظری که مدل از آن برخوردار است و تئوری‌هایی که مدل حاضر را پشتیبانی می‌کنند و عبارت دیگر تئوری‌هایی که مدل از آن‌ها تغذیه می‌شود عبارتند از:
- معنویت در اسلام و قرآن: که میانی (اصالت روح، اصالت فطرت، اصالت عالم غیب، اصالت شریعت) و مولفه‌های آن (عقل‌گرایی، اعتدال، عبودیت‌گرایی) تبیین شده‌اند.
- نظریه‌های روان‌شناسی معنویت: اغلب دیدگاه‌های روان‌شناسی (دیدگاه روانکاوی، دیدگاه رفتارگرایی شناختی، دیدگاه روان‌شناسی فرافردی و ... که معنویت را مورد تاکید قرار داده‌اند).
- نظریه هوش معنوی: نوعی هوش غایی است که مسایل معنایی و ارزشی را به ما نشان داده و مسایل مرتبط با آن را برای ما حل می‌کند (زوهر و مارشال، ۲۰۰۰).
- نظریه گی بنز (۲۰۰۲) که معنویت را در دو سطح فردی و سازمانی و در دو بعد درونی و بیرونی تبیین نموده است.

نظریه میلین (۲۰۰۳) که معنویت را درسه سطح فردی، گروهی، سازمانی تشریح و تبیین نموده است. نظریه رهبری معنوی فرای (۲۰۰۳) یک نظریه علی برای تحول سازمانی می‌باشد که به منظور ایجاد سازمانی یادگیرنده و دارای محرک درونی بوجود آمده است. نظریه رهبری معنوی بر اساس مدل انگیزش درونی توسعه یافته است که ترکیبی از چشم‌انداز، ایمان به تحقق هدف، عشق به نوع دوستی و بقای معنوی می‌باشد. هدف رهبری معنوی توجه به نیازهای اساسی پیروان می‌باشد تا موجبات بقای معنوی آنان را فراهم آورد.

چارچوب ادراکی: براساس مطالعات انجام شده و فلسفه و هدف مدل و نیز مبانی نظری مطرح در آن مولفه‌های اصلی با توجه به وزن و جایگاه‌شان (از طریق بکارگیری آزمون‌های آماری کایزر-مایر الکین، آزمون کرویت بارتلت، آزمون تحلیل عاملی، تکنیک چرخش واریانس) مشخص شده‌اند که عبارتند از:

- خودآگاهی برتر با واریانس تبیین شده ۱۸/۶۷
- احساس معنا در کار با واریانس تبیین شده ۱۶/۱
- همسویی با ارزش‌های سازمان با واریانس تبیین شده ۱۵/۲۰
- رهبری فراخود با واریانس تبیین شده ۱۲/۶۶
- احساس همبستگی با واریانس تبیین شده ۱۲/۴۴
- آگاهی متعالی با واریانس تبیین شده ۱۱/۹۴
- تفکر وجودی انتقادی با واریانس تبیین شده ۱۱/۸۹

مراحل اجرایی مدل: یکی دیگر از عناصر مدل پیشنهادی، مراحل اجرایی مدل می‌باشد. در این قسمت به این سوال پاسخ داده می‌شود که آن مدلی که با فلسفه و اهداف معین و با حمایت‌های علمی مشخص، طراحی شده چه مرحله‌ای باید داشته باشد تا قابلیت اجرایی پیدا کند؟ در واقع باید گفت مراحل اجرایی در نظر گرفته شده برای این مدل عبارتند از:

۱. تصویب مدل در هیئت رئیسه منطقه سیزده: در اولین وهله مدل باید برای اجرایی شدن به تصویب و تأیید هیئت رئیسه منطقه برسد.

۲. تشکیل کمیته مطالعاتی و برنامه‌ریزی برای ارتقای معنویت سازمانی: پس از تصویب مدل در هیئت رئیسه، باید کمیته مطالعاتی و برنامه‌ریزی شکل بگیرد که اعضای پیشنهادی آن عبارتند از: نماینده هیئت رئیسه منطقه، رئیس واحد دانشگاهی، معاون فرهنگی واحد دانشگاهی، معاون آموزشی واحد، معاون پژوهشی، مدیران گروه‌های آموزشی، مسئول دپارتمان پایش معنویت سازمانی، چهار نفر صاحب‌نظر رشته علوم تربیتی و معارف اسلامی، مسئول حراست دانشگاه، مسئول گزینش دانشگاه.

۳. تشکیل گروه‌های کاری: یعنی اعضای کمیته به چند گروه کاری برای پیشبرد فعالیت‌ها تقسیم می‌شوند.

۴. انتخاب دبیر اجرایی: معمولاً معاون فرهنگی واحد دانشگاهی بعنوان دبیر انتخاب می‌شود که مسولیت هماهنگی و پیگیری کارها را بر عهده دارد.
۵. آماده‌سازی عوامل اجرایی: صدور ابلاغ، تنظیم زمان‌های لازم برای جلسات، ترتیب کلاس‌های آموزشی و هماهنگی و ... تدوین برنامه‌های عملیاتی، اجرای آزمایشی و اجرای نهایی و بازخوردگیری تبیین و تشریح می‌شوند.
۶. تدوین برنامه‌های عملیاتی مصوب: در این مرحله کمیته نامبرده و گروه‌های کاری معرفی شده برنامه‌های عملیاتی و اجرایی تدوین شده و مکتوب خود را (که بر اساس مفاهیم و آموزه‌های مدل مفهومی، مصداق‌های عینی و عملیاتی برای دانشگاه پیدا کرده‌اند) به جلسه می‌آورند و مصوب می‌نمایند.
۷. اجرای آزمایشی برنامه: در این مرحله اجرای آزمایشی مدل را انجام می‌دهند و نقاط ضعفی که در عمل دیده می‌شود را اخذ نموده و اصلاحات لازم را اعمال می‌کنند.
۸. اجرای نهایی مدل: در این مرحله تصمیم گرفته می‌شود مدل به طور نهایی اجرا گردد.

نظام ارزشیابی و بازخورد

یکی دیگر از عناصر مدل پیشنهادی، نظام ارزشیابی و بازخورد آن مدل می‌باشد در واقع مکانیسم‌های نقد و ارزیابی و این که مدل چگونه مورد ارزشیابی قرار بگیرد و یا چگونه خودارزیابی را پیدا بکند و معایش مشخص شود و بهبود یابد. در این بخش نحوه برقراری بهبود مستمر توضیح داده می‌شود. مکانیسم‌های در نظر گرفته شده عبارتند از: ارزشیابی از کلیه مراحل الگو با استفاده از پرسشنامه، مصاحبه، مشاهده و ... به وسیله کارکنان، استفاده از نظرات متخصصین (استادان دانشگاه)، برقراری سیستم صندوق پیشنهادات و انتقادات از وضعیت معنویت‌سازمانی در واحدها، تشخیص نقاط ضعف الگو و انجام اصلاحات لازم. به عبارت دیگر کمیته معرفی شده می‌تواند برای ارزیابی و بازخوردگیری از اجرای مدل، از شیوه‌های ارزشیابی از قبیل: دریافت نظر متخصصان (صاحب‌نظران معنویت‌سازمانی، تحصیلکرده‌های مدیریت آموزشی و آموزش عالی، طراحان مدل و ...) یا طراحی سوالاتی در زمینه معنویت‌سازمانی در بافت پرسشنامه و یا مصاحبه از کارکنان و یا از طریق مشاهده طبیعی و یا از طریق برقراری سیستم صندوق پیشنهادات و انتقادات از وضعیت معنویت‌سازمانی در واحد دانشگاهی استفاده نمایند. بطور خلاصه چنین می‌توان گفت نظام ارزشیابی در قالب دو بخش عمده ارزشیابی درونی و ارزشیابی بیرونی پیش‌بینی شده است. در هر بخش با استفاده از حیطه‌ها، مولفه‌ها و شاخص‌های دست‌یابی به اهداف در قالب فرم‌های مربوطه و شیوه نامه‌های اجرایی آن‌ها بصورت مستمر و پایانی انجام و نتایج تجزیه و تحلیل می‌گردند. هم‌چنین با توجه به گزارش ارائه شده، بازخوردهای مناسب به سطوح مختلف جهت بهبود مستمر منعکس خواهد شد. در ضمن در این نظام ارزشیابی سیستم پیشنهادات نقش کلیدی خواهد داشت شکل (موجود در پیوست مقاله) شمای مدل پیشنهادی معنویت‌سازمانی را نشان می‌دهد.

- نرخ اعتبار مدل پیشنهادی از دیدگاه صاحب نظران مدیریت تا چه اندازه است؟

تحلیل آماری اجزای مدل پیشنهادی

میانگین نمونه یک برآورد نقطه‌ای از میانگین نامعلوم جامعه می‌باشد، همان‌طور که در جدول زیر ملاحظه می‌گردد میانگین هریک از اجزای مدل (۵ بخش) در فضای نمونه محاسبه شد جهت تعمیم این نتایج به جامعه آماری لازم است که از آزمون فرض آماری میانگین یک جامعه استفاده کرد. به عبارتی در این جا درصدد هستیم که تعیین کنیم "آیا هریک از بخش‌های معرفی شده جزئی از مدل است یا نه؟". جهت پاسخگویی به این سوال چنین فرض می‌شود که اگر میانگین برآورد شده متغیر در فضای جامعه بالاتر از ۳ باشد مورد تأیید خواهد بود و چنانچه برابر و یا کمتر از ۳ باشد مورد تأیید نخواهد بود. به عبارت دیگر در مقیاس ۵ درجه‌ای لیکرت نقطه برش در نظر گرفته شده برای مشخص نمودن وضعیت مطلوب بالاتر از ۳ می‌باشد.

$$\begin{cases} H_0: \mu \leq 3 \\ H_1: \mu > 3 \end{cases}$$

جدول شماره (۷): بررسی میانگین متغیرها برای آزمون فرضیه مطلوبیت آن‌ها

فرضیه	متغیر مربوطه	مجموع نمرات	میانگین	میانگین نمونه از ۵	خطای استاندارد	t محاسبه شده	t بحرانی	معنی داری	نتیجه آزمون	وضعیت مشخص
۱	فلسفه و اهداف	۳۹	۲۵/۵۶	۴/۲۳	۰/۵۷	۷/۴۷	۱/۹۶	۰/۰۰۰	رد فرضیه H0	مورد تأیید
۲	میانی نظری	۳۹	۲۱/۲۴	۴/۲۴	۰/۴۷	۱۱/۳	۱/۹۶	۰/۰۰۰	رد فرضیه H0	مورد تأیید
۳	چارچوب ادراکی	۳۹	۳۰/۲۸	۴/۳۲	۰/۶۲	۶/۹۵	۱/۹۶	۰/۰۰۰	رد فرضیه H0	مورد تأیید
۴	ساختار و مراحل اجرایی	۳۹	۲۹/۵۶	۴/۲۲	۰/۶۲	۹/۶۵	۱/۹۶	۰/۰۰۰	رد فرضیه H0	مورد تأیید
۵	ارزشیابی و بازخورد	۳۹	۱۷/۱۲	۴/۳۰	۰/۳۱	۱۳/۷	۱/۹۶	۰/۰۰۰	رد فرضیه H0	مورد تأیید

همان‌طور که در جدول فوق ملاحظه می‌گردد، کلیه t‌های محاسبه شده بزرگ‌تر از آماره آزمون است و در منطقه H_1 واقع شده و کلیه فرضیه‌های صفر رد می‌شود. عبارتی دیگر هریک از بخش‌های معرفی شده جزئی از مدل بوده و از وضعیت مطلوبی برخوردار هستند.

برای مقایسه و رتبه‌بندی بخش‌های تشکیل دهنده مدل از آزمون فریدمن استفاده نمودیم. لازم به ذکر است که آزمون فریدمن برای مقایسه میانگین رتبه‌بندی گروه‌ها مختلف مورد استفاده قرار می‌گیرد. در آزمون فریدمن H_0 مبتنی بر یکسان بودن میانگین رتبه‌ها در بین گروه‌ها است. رد شدن فرض H_0 به این معنی است که در بین گروه‌ها حداقل دو گروه با هم اختلاف معنی‌داری دارند.

$$\begin{cases} H_0: \mu_1 = \mu_2 \\ H_1: \mu_1 \neq \mu_2 \end{cases}$$

جدول شماره (۸): مربوط به میانگین رتبه‌های بخش‌های پنجگانه مدل

میانگین رتبه‌ها	
چارچوب ادراکی	۴.۴۴
ساختار اجرایی	۴.۳۱
فلسفه و اهداف	۳.۱۳
مبانی نظری	۲.۱۲
ارزشیابی و بازخورد	۱.۰۱

چنان‌که از جدول فوق برمی‌آید تفاوت زیادی بین میانگین رتبه‌های مدل پیشنهادی معنویت سازمانی وجود دارد. در مرحله بعد نتیجه تست فریدمن در جدول زیر ارائه می‌گردد:

جدول شماره (۹): مربوط به نتیجه آزمون فریدمن

تعداد نمونه	درجه آزادی	مقدار آماره χ^2 دو	معنی‌داری
۳۹	۴	۱۳۴/۶۳۴	۰/۰۰۰

طبق اطلاعات بدست آمده از جداول شماره‌های ۸ و ۹ ملاحظه می‌شود متوسط رتبه‌ای بخش چارچوب ادراکی برابر ۴/۴۴، ساختار و برنامه اجرایی برابر ۴/۳۱، فلسفه و اهداف برابر ۳/۱۳، مبانی نظری برابر ۲/۱۲، ارزشیابی و بازخورد برابر ۱/۰۱ بدست آمده است که طبق معیار آزمون فریدمن که برابر ۱۳۴/۶۳۴ با سطح معنی‌داری $p=0/000$ بدست آمده است، نتیجه می‌شود تفاوت میانگین رتبه‌های بخش‌های تشکیل دهنده مدل معنی‌دار است و بیشترین مقدار و رتبه مربوط به چارچوب ادراکی مدل و کمترین رتبه مربوط به ارزشیابی و بازخورد می‌باشد.

ارزیابی اعتبار مدل ارائه شده معنویت سازمانی**جدول شماره (۱۰): مربوط به دیدگاه صاحب‌نظران درباره اعتبار مدل پیشنهادی**

ارزیابی از مدل	
تعداد	۳۹
میانگین از ۵	۴/۲۶
میانگین	۱۲۳/۷۶
خطای استاندارد	۱/۹۷
انحراف معیار	۱۲/۳۳
واریانس	۱۵۲/۱۸
کجی	-۱/۱۳۸
کشیدگی	۱/۱۷۷
کمینه	۹۳
بیشینه	۱۴۴

جدول (۱۰) توزیع پراکندگی ارزیابی از مدل ارائه شده را در بین داوران صاحب نظر نشان می‌دهد. بر اساس اطلاعات بدست آمده از جدول مذکور ملاحظه می‌گردد توزیع پراکندگی ارزیابی مدل پیشنهاد شده دارای میانگین $123/76$ با انحراف معیار $12/33$ می‌باشد. این توزیع دارای کجی $sk = -1/138$ و دارای کشیدگی $ku = 1/17$ می‌باشد که نشانگر عدم پراکندگی آرای پاسخگویان و اتفاق نظر بین آن‌ها می‌باشد و در مجموع میانگین ارزیابی مدل پیشنهاد شده با نمره $4/26$ از 5 و به عبارت بهتر $85/2$ از 100 و اعتبار آن در حد "بسیار زیاد" می‌باشد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

یافته‌های حاصل از پژوهش حاضر در درجه اول منجر به ارائه مدلی برای ارتقای معنویت سازمانی شد که متشکل از ۵ بخش فلسفه و اهداف، مبانی نظری، چارچوب ادراکی، ساختار و مراحل اجرایی، نظام ارزشیابی و بازخورد است که مدل مذکور با ضریب پایایی $0/93$ و میانگین کل $4/26$ از 5 و با توافق بالای 85% مورد تأیید قرار گرفت. مهم‌ترین بخش مدل که از مطالعات میدانی بدست آمده است چارچوب ادراکی آن می‌باشد و شامل هفت مولفه اساسی درباره ارتقای معنویت سازمانی می‌باشد که به ترتیب اهمیت و اولویت (با توجه به وزن عاملی آن‌ها) عبارتند از: خودآگاهی برتر که اهمیت آن در بحث معنویت سازمانی در تحقیق سیدجوادین (۱۳۸۴) و همچنین در تحقیقات فرهنگی و رستگار (۱۳۸۵)، عابدجعفری (۱۳۸۶) مورد تأیید واقع گردیده است، بیان می‌دارد که برای ارتقای معنویت سازمانی، لازم است کارکنان سازمان خویشتن خویش را بشناسند، به طوری که به یک خودشناسی برتر و والاتری دست پیدا کنند. مولفه دوم احساس معنی در کار می‌باشد که اهمیت آن در بحث معنویت سازمانی در تحقیق سیدجوادین (۱۳۸۴)، عابدجعفری (۱۳۸۶)، میلیمن (۲۰۰۳) مورد تأیید واقع گردیده است، بیان می‌دارد که در سیستم سازمانی دانشگاه ضروری است کارکنان نسبت به کاری که انجام می‌دهند با آن ارتباط برقرار نموده و چیزی فراتر از خود کار از کار جستجو نمایند. به عبارت دیگر به دنبال یک معنی در کار باشند. مولفه سوم چارچوب ادراکی از معنویت سازمانی مولفه همسویی با ارزش‌های سازمان می‌باشد که اهمیت آن در بحث معنویت سازمانی در تحقیق سیدجوادین (۱۳۸۴) و همچنین در تحقیقات فرهنگی و رستگار (۱۳۸۵)، عابدجعفری (۱۳۸۶)، میلیمن (۲۰۰۳)، استانلی (۲۰۰۸) مورد تأیید واقع گردیده است، به این معناست که هماهنگی و وابستگی منطقی باید بین ارزش‌های فردی کارکنان و ارزش‌های سیستم سازمانی (بخش‌های مختلف دانشگاه) و همچنین بین افراد سازمانی لازم است وجود داشته باشد.

مولفه چهارم معنویت سازمانی، رهبری فراخود می‌باشد که اهمیت آن در بحث معنویت سازمانی در تحقیقات حسین پور و کوشکی‌جهرمی (۱۳۸۹)، لوئیز فرای (۲۰۰۷) مورد تأیید واقع گردیده است و به این معنا می‌باشد که نوعی قابلیت فردی و سازمانی فراهم آید که افراد سازمان بتوانند خودشان رهبری خودشان را برعهده بگیرند یعنی پایداری در اعتقادات داشته باشند از معنویت راهنمایی بخواهند و تعهد نسبت به

رشد معنوی و زندگی هدف‌مند داشته باشند. مولفه پنجم معنویت سازمانی احساس همبستگی می‌باشد که اهمیت آن در بحث معنویت سازمانی در تحقیقات عابدجعفری (۱۳۸۶)، گی بنز (۲۰۰۲)، میلین (۲۰۰۳)، استانلی (۲۰۰۸) مورد تأیید واقع گردیده است و بیان می‌دارد که ضروری است در سازمان کارکنان خود را عضوی از یک خانواده بدانند، ارزش‌مندی همکاری با دیگران را بفهمند و به داشتن هدف مشترک اعتقاد پیدا کنند. مولفه ششم معنویت سازمانی، آگاهی متعالی می‌باشد که اهمیت آن در بحث معنویت سازمانی در تحقیقات فرهنگی (۱۳۸۵)، گی بنز (۲۰۰۲) مورد تأیید واقع گردیده است و به این معنا است که افراد در سازمان به تعالی نفس بیندیشند، ادراک کل‌نگر در سازمان داشته باشند جنبه‌های غیرمادی در زندگی را درک نمایند و ادراک فراشناختی در زندگی کاری داشته باشند. مولفه هفتم معنویت سازمانی تفکر انتقادی وجودی می‌باشد که اهمیت آن در بحث معنویت سازمانی در تحقیق گی بنز (۲۰۰۲) مورد تأکید واقع گردیده است و بیان می‌دارد که کارکنان در سازمان باید دارای تفکر، گفتار و رفتار واضح و روشنی باشند و وضوح طلبی نمایند و توانایی اندیشیدن به حقیقت وجودی امورات را داشته باشند و بتوانند ترکیب‌سازی و تعیین ارزش اطلاعات جمع‌آوری شده را انجام دهند و توانایی ارزیابی مباحث و چگونگی حل مسایل را داشته باشند.

در کل می‌توان گفت که مدل معنویت سازمانی مدلی است جامع و کل‌گرا. زیرا این مدل علاوه بر چارچوب ادراکی دارای بخش‌هایی از جمله فلسفه و اهداف، ساختار و مراحل اجرایی، نظام ارزشیابی و بازخورد می‌باشد که جملگی آن‌ها از پشتوانه نظری و علمی بالایی برخوردار هستند و دارای اعتبار "بسیار زیاد" می‌باشند. به عبارت دیگر مدل پیشنهادی در پژوهش حاضر با بهره‌گیری از مطالعات نظری و میدانی و با الهام از پشتوانه علمی (مبتنی بر چندین نظریه معنویت و معنویت سازمانی که مدل از آن‌ها تغذیه می‌شود، تبیین ۹۸ درصد از کل واریانس سازه معنویت سازمانی) و عملی (دارای قابلیت و مراحل اجرایی و نظام ارزشیابی) نسبت به مدل‌های دیگر معنویت سازمانی برتری بیشتری دارد زیرا سایر مدل‌های ارائه شده فاقد فلسفه و اهداف، ساختار و برنامه اجرایی و نظام ارزشیابی می‌باشند.

پیشنهادها و توصیه‌های کاربردی پژوهش

- مدل تدوین یافته ارتقای معنویت سازمانی با توجه به اعتبار بالای آن برای اجرا در مراکز و واحدهای دانشگاهی منطقه سیزده دانشگاه آزاد اسلامی پیشنهاد می‌شود.
- پیشنهاد می‌شود کمیته‌های ارتقای معنویت سازمانی در مراکز و واحدهای دانشگاهی ایجاد شود.
- پیشنهاد می‌شود با تجزیه و تحلیل دقیق آسیب‌ها و مشکلات رفتاری برای برطرف نمودن آن‌ها اقدام شود.

- پیشنهاد می‌شود مسئولین و مدیران واحدهای دانشگاهی در اجرای مدل معنویت سازمانی، همه مولفه‌ها را با هم و به طور سیستمی بکارگیرند و از اکتفا نمودن به برخی مولفه‌ها و غفلت از برخی مولفه‌های دیگر پرهیز نمایند.
- مولفه احساس معنی در کار با واریانس ۱۶/۱ درصد، یکی از مهم‌ترین مولفه‌های ارتقای معنویت سازمانی می‌باشد برای ایجاد و ارتقای روحیه معنایی در کار، در کارکنان طبق شاخص‌های مربوطه برنامه‌ریزی شود.
- مولفه همسویی با ارزش‌ها از مولفه‌های مهم معنویت سازمانی می‌باشد و به تنهایی ۱۵/۲ درصد از واریانس کل سازه معنویت سازمانی را تبیین می‌نماید لذا ضروری است در واحدهای دانشگاهی از تلاش‌های فردی و سازمانی برای همسویی با ارزش‌ها حمایت شود تا بتوان گامی در مسیر معنویت سازمانی برداشت.
- برای ایجاد همبستگی (مولفه‌ای با واریانس ۱۲/۴۴) با عنایت به شاخص‌های در نظر گرفته شده برنامه‌ریزی شده و اقدام گردد.
- برای ایجاد رهبری فراخود در افراد که بیش از ۱۲ درصد از واریانس کل سازه معنویت سازمانی را تبیین می‌نماید با عنایت به شاخص‌های ذکر شده برای آن مولفه اقدام شود.
- پیشنهاد می‌شود در عمل و در زمان اجرای مدل ارتقای معنویت سازمانی، مراحل اجرایی مدل را رعایت نموده و به صورت متوالی و گام به گام اقدام نمایند.
- پیشنهاد می‌شود مدیران و مسئولان مراکز و واحدهای دانشگاهی، هم در حین اجرا و هم پس از اجرا مدل ارتقای معنویت سازمانی، از سیستم ارزشیابی درونی و بیرونی معرفی شده در پژوهش برای نتیجه‌گیری بهتر استفاده نمایند.
- برای اجرای هرچه بهتر و تمام‌تر مدل پیشنهادی معنویت سازمانی و حل سایر مشکلات و موانع سازمانی از مشاوران حرفه‌ای مدیریت آموزشی بهره‌گیری شود.
- پیشنهاد می‌شود بخش پایش معنویت سازمانی برای زنده نگهداشتن رویکرد ارتقای معنویت سازمانی در مراکز و واحدهای دانشگاهی منطقه سیزده دانشگاه آزاد اسلامی ایجاد شود.

منابع

- حسین‌پور، د؛ و دیگری. (۱۳۸۹). **تحلیل رابطه بین رهبری معنوی و کار آفرینی سازمانی**. همایش ملی چالش‌های مدیریت و رهبری در سازمان‌های ایرانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات اصفهان، تیرماه.
- فرهنگی، ع؛ و دیگران. (۱۳۸۵). معنویت در محیط کار و نقش آن در بهبود رفتار شهروندی سازمانی. **مجله فرهنگ مدیریت**. سال چهارم، شماره سیزدهم، صص ۳۶-۵.
- فرهنگی، ع؛ و دیگری. (۱۳۸۵). ارائه و تبیین مدل انگیزشی مبتنی بر معنویت کارکنان. **مجله دانشور رفتار**. سال سیزدهم، شماره بیست.

- سیدجوادین، س؛ و دیگری. (۱۳۸۴). **بررسی تاثیر معنویت کارکنان بر رضایت شغلی آنان**. سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، آذر و دی ماه.
- عابدی جعفری، ح؛ و دیگری. (۱۳۸۶). ظهور معنویت در سازمان‌ها (مفاهیم، تعاریف، پیش‌فرض‌ها، مدل مفهومی). **فصلنامه علوم مدیریت ایران**. سال دوم، شماره ۵، صص ۹۹-۱۲۱.
- Ashmos, D, P. & Duchon, D. (2000). **Spirituality at work: Definitions, measures, assumption, and validity claims**. paper presented at the academy of management, Toronto.
- Bradley and Kauanui K. (2003). Comparing spirituality on three southern California college campuses. **Journal of organizational change management**. vol. 16, No. 4, pp: 448-462.
- Cavanagh, G. (1999). Spirituality for managers: context and critique. **Journal of organizational change management**. vol. 12, No. 3, pp: 53-165.
- Fry, L, W. (2003). Toward a theory of spiritual leadership. **The leadership quarterly**. vol. 14, pp: 693-727.
- Gibbons, p. (1999). **Spirituality at Work: A pre-Theoretical Overview**. MSC. Thesis-Brinbeck College, University of London.
- Gibbons, p. (2001). **Spirituality at Work: defiontions, measure, assumption and validity climes**. paper presented at the academy of management, toranto.
- Gibbons, P. (2002). **Spirituality at work: A pre-theoretical overview**. MCS, thesis-Birnbeck college, university of London.
- Hall, D, T. (1996). **Protean careers of the 21 century**. the academy of management exective.
- Kinjerski, V, M. & Skrypnek Berna, J. (2004). Defining sprit at work: finding common ground. **Journal of organizational change management**. vol. 17, No. 13, pp: 26-425.
- Krishnakumar, s. & Neck, C. P. (2002). The what, why, & how of spirituality in the work place. **Journal of managerial psychology**. Vol. 17, No. 3, pp: 153-164.
- Heato Dennis, P. Schmiat-Wilk, J. and Travis, F. (2004). Constructs, methods, and measures for researching spirituality in organizations. **journal of organizational change management**. vol, 17. no.1, pp: 62-82.
- Louis, W, Fry. & Laura, L. Matherly. (2007). **Spiritual leadership & organizational performance: An Exploratory study**. Tarleton State University- Central Texas.
- Margues, J, Dhiman, S. & King, R. (2005). Spirituality in the work place: developing an integral model and a comprehensive definition. **The journal of American academy of business**. Cambridge, vol. 7, No. 1, pp: 81-91.
- Milliman, J. Czaplewski, A. J. & Ferguson, J. (2003). Work place spirituality & employee work attitudes. **Journal of organizational change management**. vol. 16 No. 4, pp: 426-447.
- Mitroff, I, A. & Denton, E. A. (1999). **A spirituality audit of corporate America: a hard look at spirituality, religion & values in the work place**. son Francisco, C. A: Jossey- Bass.
- Stanley, E. Fawcett, James, C. Brau, Gary, K. Rhoads, and David, Whitlak. (2008). Spirituality and organizational culture: cultivating the ABCs of an Inspiring Workplace. **Intl Journal of public Administration**. 31: 420-438.
- Zohar, D. & marshal, I. (2000). **SQ- spiritual intelegence, the ultimate intelegence**. london: bloom.