

تأثیر رهبری معنوی بر کارآفرینی سازمانی بین کارکنان دانشگاه تهران

معصومه محقق هرچقان^۱، مرتضی اکبری^۲، شیرمیراد مرزبان^{۳*}

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد کارآفرینی سازمانی دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران

۲. استادیار دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران

۳. کارشناسی ارشد کارآفرینی دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران

تاریخ دریافت: ۹۳/۰۶/۱۲

تاریخ پذیرش: ۹۴/۰۷/۴

چکیده

با ورود معنویت و خدا به عرصه سازمان و مدیریت، به عنوان چالش قرن ۲۱، مدیران و رهبران سازمان‌ها به ویژه نهادهای آموزشی باید با این پدیده نوپا مواجه شوند. تحقیق حاضر به منظور بررسی تأثیر رهبری معنوی بر کارآفرینی سازمانی کارکنان دانشگاه تهران انجام گرفت. جامعه آماری پژوهش تمام کارکنان (رسمی، پیمانی و قراردادی) دانشگاه تهران بودند که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و با استفاده از فرمول کوکران ۲۶۸ نفر انتخاب شدند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه الکترونیکی استاندارد بود و شامل سه بخش فردی ویژگی‌های کارکنان، رهبری معنوی و کارآفرینی سازمانی می‌شد که از روایی محتوا و برای ارزیابی پایایی آن از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از آماره‌های توصیفی و استنباطی مانند تحلیل همبستگی و مدل معادلات ساختاری استفاده شده است. تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS و Lisrel انجام گرفت. نتایج تحقیق نشان داد رهبری معنوی بر کارآفرینی سازمانی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد؛ به عبارت دیگر، هرچه میزان رهبری معنوی بالاتر بود، میزان کارآفرینی سازمانی افزایش می‌یافت.

واژه‌های کلیدی: رهبری، رهبری معنوی، کارآفرینی سازمانی دانشگاه تهران، معنویت.

مقدمه

امروزه سازمان‌ها- از سازمان خانواده تا سازمان‌های بزرگ- نقش بسیار زیادی در زندگی افراد ایفا می‌کنند. در نتیجه، زندگی بدون سازمان میسر نیست. در جریان تغییرات سریع علم و فناوری در رقابت ملل جهانی، توانایی سازمان‌ها به‌ویژه دانشگاه و مراکز علمی در تولید علم و فناوری، خدمات و تولیدات نوین، تأثیر زیادی بر عملکرد و رقابت آن در صحنه جهانی داشته است؛ بنابراین، باید به دنبال راهکارهای جدید سازمانی با ساختارهای نوین و متفاوت از قبل بود. رقابتی شدن محیط بین‌المللی، تنوع بی‌اندازه محصولات و خدمات، پیشرفت چشمگیر فناوری، نیاز به چابکی و سازگاری و نیز افزایش رقابت‌های بین سازمانی موجب بی‌اعتمادی به نظام مدیریت سنتی و احساس نیاز به سازمان کارآفرین شده است. سازمان‌های موفق سازمان‌هایی هستند که مدیران و کارکنان خلاق و کارآفرین دارند (Hult et al., 2003). هیتون کارآفرینی سازمانی را یکی از مؤلفه‌های کارآفرینی می‌داند (Hayton, 2005). کارآفرینی سازمانی فرایندی است که از طریق القای فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان به ارائه نوآوری در محصول و فرایندها منجر می‌شود (Fry, 1993). معنویت و فضای معنوی بستری برای بالندگی کارآفرینی در سازمان است. سازمان‌ها برای اینکه در رقابت جهانی از قافله علم عقب نیفتند به رهبرانی شجاع و جسور نیاز دارند تا در سازمان تغییر ایجاد کنند. موضوع معنویت در سازمان به موضوعی عمومی در رفتار سازمانی تبدیل شده است (Robbins, 2002). معنویت عامل مؤثری در افزایش کارایی رهبران است (Reave, 2005). در دانشگاه‌ها به دلیل رابطه مستقیم با جوانان، شیوه درست رهبری نقش بسیار مهم و حیاتی در ایجاد فرهنگی کارآفرینی ایفا می‌کند. در این راستا و با توجه به حجم رو به گسترش فعالیت‌های آموزشی- پژوهشی کارآفرینی در کشور، داشتن سازمانی کارآمد مبتنی بر ارزش‌های معنوی و خلاق و توانمند به منظور ارتقای سطح علمی کارآفرینان امری ضروری است. در نتیجه، برای رسیدن به این مرحله ضرورت دارد میزان کارآفرینی کارکنان واحدهای آموزشی بررسی شود تا بتوان با استناد به یافته‌های آن، راهکارهای لازم را به منظور تقویت کارآفرینی سازمانی و تأثیر رهبری معنوی دانشگاه‌ها ارائه کرد؛ بنابراین، هدف اصلی تحقیق حاضر بررسی تأثیر رهبری معنوی بر کارآفرینی سازمانی بین کارکنان دانشگاه تهران است.

مروری بر ادبیات و پیشینه تحقیق کارآفرینی سازمانی

کارآفرینی سازمانی راه‌اندازی کسب‌وکار جدید درون شرکت‌های در حال پیشرفت است که از طریق نوآوری داخلی، اقدامات یا مالکیت مشترک، نوسازی راهبردی، محصول، فرایند و مدیریت نوآوری‌ها به دست می‌آید (Ergün et al., 2004). ویژگی‌های کارآفرینی سازمانی عبارت‌اند از: کسب‌وکار جدید، نوآوری محصول/خدمت؛ نوآوری در فرایند؛ خودنوسازی؛ ریسک‌پذیری؛ پیشگامی و مزیت‌های رقابتی (Antoncic & Hisrich, 2004). کارآفرینی سازمانی فعالیت‌های رسمی و غیررسمی برای ایجاد کسب‌وکار جدید و توسعه بازار از طریق نوآوری در فرایند یا محصول است (Zahra, 1993). زهرا در تحقیق خود عوامل زیر را بر کارآفرینی سازمانی مؤثر دانسته‌اند:

- حمایت مدیریت: ^۱ اگر مدیران عالی سازمان طوری رفتار کنند که مشوق رفتار کارآفرینی باشد و این مدیر علاوه بر حمایت، خودش الگوی رفتار کارآفرینی باشد، رفتار کارآفرینی در سازمان ترویج می‌یابد (Twomey et al., 2000; Lumpkin et al., 1996).
- استقلال کاری/ اختیار کاری: ^۲ اگر کارکنان در نحوه انجام دادن فعالیت آزادی عمل داشته باشند، احتمال نوآوری در آنها بالا می‌رود (Twomey et al., 2000). اگر واحدهای سازمانی در تصمیم‌گیری‌ها و اداره امور داخلی مستقل و پاسخگوی عملکرد خود باشند، به رفتار کارآفرینانه روی می‌آورند (Bichard & Michael, 1998).
- پاداش/ تقویت: ^۳ یک نظام مؤثر پاداش که محرک خوبی برای فعالیت‌های کارآفرینانه است باید اهداف، بازخوردها، تأکید بر مسئولیت فردی و انگیزش‌های مبتنی بر پیامدها را هدف قرار دهد. اگر کارکنان بدانند در نتایج کار خود سهیم هستند و نتایج مثبت پاداش مثبت دارد، رفتار کارآفرینانه در آنها ترغیب می‌شود (Twomey et al., 2000; Dess et al., 1997).

1. Management support
2. independence of work
3. reward

- زمان در دسترس^۱: زمان در دسترس یا دسترسی زمانی به معنی داشتن زمان کافی برای کار بر پروژه‌های کارآفرینانه مورد نیاز است.
- مرزهای سازمانی^۲: ساختار سازمانی باید سازوکارهای اداری را برای ارزیابی انتخاب و اجرای نظرها پیش ببرد. مرزهای سازمانی مانعی اصلی برای مدیران میانی در فعالیت‌های کارآفرینی سازمانی هستند (مقیم و رمضان، ۱۳۹۰).

معنویت

معنویت به مثابه نیرویی انرژی‌زا، انگیزاننده، الهام‌بخش و روح‌بخش زندگی است (Mc Knight, 1984). از آنجا که واژه معنویت^۳ در زمینه‌های گوناگونی به کار می‌رود، تعریف آن مشکل است. واژه معنوی معمولاً در زمینه احساسات، رفتارها و نگرش‌های یک فرد به کار گرفته می‌شود. معنوی بودن مترادف با گشاده‌رو بودن، جود و بخشش، شفقت و مهربانی یا هر آن چیزی است که در رفتار فرد به عنوان «پاکدامنی» یا «نیکی» قلمداد می‌کنیم و اغلب همراه با خوش خلقی و پرهیز از گزافه‌گویی است (طالقانی و همکاران، ۱۳۹۲).

جامع‌ترین تعریف معنویت عبارت است از تلاش در راستای پرورش حساسیت به خویشتن، دیگران و وحدت‌بخشیدن و یگانگی به این حساسیت‌ها و جهت‌دادن به سوی سعادت (Hinnells, 1995). معنویت امری شخصی و منحصر به فرد است و به همه اعتقادات مذهبی و الگوهای کلی و احساسات و رفتاری گفته می‌شود که در نهایت در ارتباط با خالق انسان‌ها صورت می‌پذیرد (Rezach, 2002). معنویت و رهبری در اسلام به هم آمیخته شده است و هر دو با خدمت به خدا مرتبط هستند و در تسلیم خود در برابر قدرت پروردگار ریشه دارند (Al Arkoubi, 2008). معنویت رسیدن به بهره‌وری را تسهیل می‌کند و مانع استرس در سازمان‌ها می‌شود؛ بنابراین، رهبران معنوی نقش مهمی در اثربخشی سازمان ایفا می‌کنند (Aydin & Ceylan, 2009).

1. available time

2. Organizational boundaries

3. Spirituality

رهبری معنوی

نیروی رقابتی جهانی، سازمان‌های امروزی را مجبور کرده است تا روش‌های کاری جدید را در پیش گیرند، به گونه‌ای که سازمان‌ها دارای ثبات کاری نیستند و نوعی ثبات نسبی دارند (Geijssel et al, 2003). امروزه سازمان‌ها توجه خود را به رهبران سازمانی معطوف کرده‌اند و با شجاعت و جسارت خاصی می‌کوشند درون سازمان تغییرات بنیادی ایجاد کنند (Robbins, 2002). نیاز به رهبران معنوی در سازمان‌های یادگیرنده نمود یافته است و وجود رهبری معنوی در چنین سازمان‌هایی موجب تغییر و تحول و موفقیت مستمر می‌شود (Wax, 2005). در واقع، رهبر معنوی کسی است که با استفاده از ارزش‌ها، طرز تلقی‌ها و رفتارهایی که لازمه انگیزش درونی خود و دیگران است، بقای معنوی اعضای سازمان را فراهم کند. نظریه رهبری معنوی براساس مدل انگیزش درونی توسعه یافته است که ترکیبی از چشم‌انداز، ایمان به تحقق هدف، عشق به نوع‌دوستی، معناداری در کار، عضویت، تعهد سازمانی و بازخورد عملکرد رهبر است (Fry, 2003). وجود رهبران معنوی در سازمان‌ها موجب پرورش معنویت در محیط کار، معنادارشدن کار، مسئولیت‌پذیری، عشق به هم‌نوع، تعهد سازمانی و بهبود عملکرد کلی سازمان‌ها می‌شود (Fry et al., 2010). رهبران معنوی افراد تأثیرگذاری هستند که می‌توانند روش‌ها، سازوکارها و کارهای دیگران تغییر دهند (Krishnakumar & Neck, 2002). رهبران معنوی زمینه را برای کارکنانی با کفایت، بادانش و جسور و قدرتمند در تصمیم‌گیری‌ها و تمایل به نوع‌دوستی ایجاد می‌کنند (Daniel, 2010). فرای و همکاران (2011) هفت بعد برای رهبری معنوی معرفی کرده‌اند که عبارت‌اند از:

الف) چشم‌انداز^۱ یا بینش و بصیرت: چشم‌انداز در واقع فلسفه چرایی سازمان‌هاست و به عبارتی مقصد آرمان‌های آن‌ها را منعکس می‌کند و به کارها معنا می‌بخشد و امید و ایمان را پرورش می‌دهد و تشویق می‌کند. چشم‌انداز مفهومی دربرگیرنده تصویر و سیمای گروهی و جمعی سازمان است (فرهنگی و همکاران، ۱۳۸۵).

ب) عشق به هم‌نوع^۲: عشق به دیگران یعنی مجموعه‌ای از ارزش‌ها، مفروضات و روش‌های

-
1. Vision
 2. Altruistic Love

تفکر که از نظر اخلاقی درست است و اعضای گروه آن را به اشتراک می گذارند و به اعضای جدیدالورود آموزش می دهند.

پ) عضویت: ^۱ عضویت دربرگیرنده ساختارهای فرهنگی و اجتماعی است. عضویت تعلق فرد به ساختارها و تعاملات اجتماعی و فرهنگی را دربرمی گیرد (James, 2002).

ت) امید/ایمان: ^۲ ایمان و امید منشأ این باور است که آرمانها، اهداف و مأموریت سازمان با موفقیت تحقق می یابد. افراد باایمان و امیدوار درباره مقصد، حرکت به سمت آن و نحوه رسیدن به آن بینش روشنی دارند (نورعلی زاده، ۱۳۸۷).

ث) معناداری: ^۳ معناداری اشاره دارد به تجربه متعالی یا اینکه چطور از طریق خدمت به دیگران تفاوت ایجاد کنیم و بدین ترتیب معنا و هدف در زندگی ایجاد می شود (Fry et al., 2010). یکی از چالش های پیش روی رهبران سازمانها این است که چگونه از طریق درگیری شغلی و تعریف هدف، حس یکسان و معناداری را در کارکنان خود ایجاد کنند (Galbraith, 1977).

ج) تعهد سازمانی: ^۴ وفاداری به ارزشها و اهداف سازمان و همچنین احساس تعلق و وابستگی به ماندن در سازمان را تعهد سازمانی می نامند (باقری و تولایی، ۱۳۸۹).

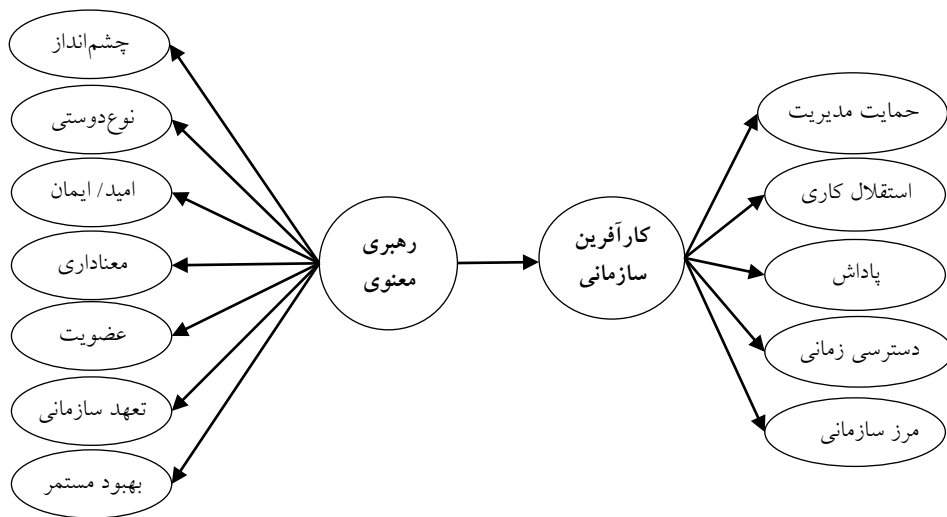
چ) بهره وری و بهبود مستمر: ^۵ بهبود مستمر به این معناست که سازمانها در افزایش بازده کارشان، اصلاح سیستمها و فرایندهای تولیدی و خدماتی و همچنین افزایش بهره وری به انتها نمی رسند و همیشه با نوآوری و خلاقیت می توان راههای جدید و با قابلیت های بالایی را به وجود آورد. بهره وری به کار هوشمندانه تعبیر شده است (اولیاء و دهستان، ۱۳۸۵).

تأثیر رهبری معنوی و کارآفرینی

چارچوب نظری پژوهش: در این پژوهش، تأثیر مؤلفه های رهبری معنوی بر کارآفرینی

-
1. Membership
 2. Hope / Faith
 3. Meaning
 4. Organizational commitment
 5. Productivity and Continuous improvement

سازمانی بررسی شده است؛ بنابراین، با توجه به ادبیات تحقیق مدل پژوهش به صورت زیر است.



نگاره ۱. چارچوب نظری تحقیق

در نتیجه، هدف رهبری معنوی توجه به نیازهای اساسی پیروان است تا امکان بقای معنوی و زمینه نوآوری و خلاقیت را برای آنان فراهم آورد؛ بنابراین، فرضیه اصلی تحقیق به شرح زیر صورت بندی می شود:

فرضیه اصلی: رهبری معنوی بر کارآفرینی سازمانی کارکنان دانشگاه تهران تأثیرگذار

است.

همچنین، تحقیقات نشان می دهد رهبران معنوی حتما باید چشم انداز داشته باشند و در حرکت به سمت ایجاد چشم انداز، رهبران معنوی سه کار انجام می دهند: به واقعیت وضع موجود احترام می گذارند، زمینه را برای تحقق چشم انداز فراهم می کنند، رهبران معنوی هر چیزی را برای تحقق یافتن چشم انداز هم راستا می کنند (Bishop & Schol, 2006). در واقع، رهبر معنوی با ویژگی های منحصر به فرد خود چشم اندازی از آینده سازمان ایجاد می کند و به گونه ای در کارکنان نفوذ می کند تا آنان به تحقق چشم انداز سازمان ایمان آورند و به آینده سازمان

امیدوار باشند. به این ترتیب، انگیزه درونی کارکنان را برای تلاش بیشتر افزایش می دهند؛ بنابراین، فرضیه فرعی اول تحقیق به شکل زیر است:

فرضیه اول: چشم انداز سازمانی بر کارآفرینی سازمانی تأثیر می گذارد.

رهبر معنوی با رواج فرهنگ نوع دوستی در سازمان موجب می شود افراد توجه عمیقی به خود و زندگی گذشته خود داشته باشند و روابط مطلوبی با دیگران برقرار کنند؛ بنابراین، فرضیه فرعی دوم تحقیق به شکل زیر صورت بندی می شود:

فرضیه دوم: عشق به نوع دوستی بر کارآفرینی سازمانی تأثیر می گذارد.

رهبری معنوی در سازمان موجب شکل گیری اعتقادات معنوی و ایمان به کار در کارکنان می شود و به عنوان محرکی درونی در کارکنان موجب افزایش مسئولیت پذیری در کارکنان می شود. در نتیجه، فرضیه فرعی سوم تحقیق به شکل زیر تدوین می شود:

فرضیه سوم: ایمان به کار بر کارآفرینی سازمانی تأثیر گذار است.

رهبری موجب می شود کارکنان معنای واقعی شغل خود را درک کنند و برای شغل خود اهمیت قائل شوند (معناداری). در واقع، اهمیت و معناداری کار از دید کارکنان موجب می شود آن ها شناخت بیشتری از شغل خود داشته باشند؛ بنابراین، فرضیه فرعی چهارم به شکل زیر مطرح می شود:

فرضیه چهارم: معناداری در کار بر کارآفرینی سازمانی تأثیر گذار است.

وجود رهبری معنوی در سازمان موجب می شود کارکنان احساس کنند شغلشان از نظر سازمان و سایر همکاران اهمیت دارد (عضویت). در حقیقت، احساس داشتن کاری مهم از نظر سازمان و سایر همکاران موجب می شود کارکنان جو اعتماد و صمیمیت را بین خود و سایر همکاران تقویت کنند و توسعه دهند؛ بنابراین، فرضیه فرعی پنجم به شکل زیر صورت بندی می شود:

فرضیه پنجم: عضویت در کار بر کارآفرینی سازمانی تأثیر گذار است.

رهبری معنوی با ایجاد تعهد سازمانی در کارکنان موجب احساس هویت، وفاداری و وابستگی آنان به سازمان می شود و موجب می شود فرد سازمان را معرف خود بداند و آرزوی

باقیمانده در سازمان را داشته باشد. در نتیجه، فرضیه فرعی ششم تحقیق به شکل زیر تدوین می‌شود:

فرضیه ششم: تعهد سازمانی بر کارآفرینی سازمانی تأثیر گذار است. رهبری معنوی با ارائه غیررسمی عملکرد روزانه کارکنان به آنها و همچنین باز دیدهای رسمی دوره‌ای، به عملکرد آنان بازخورد نشان می‌دهد. بازخورد عملکرد موجب می‌شود کارکنان از جزئیات کارشان بر مبنایی منظم مطلع شوند و از ضعف‌های عملکرد خود آگاهی یابند. در نتیجه، فرضیه فرعی هفتم تحقیق به صورت زیر تدوین می‌شود:

فرضیه هفتم: بهبود مستمر بر کارآفرینی سازمانی تأثیر گذار است.

روش‌شناسی

این پژوهش بر اساس هدف کاربردی محسوب می‌شود و به لحاظ روش گردآوری اطلاعات، توصیفی از نوع همبستگی و از نظر ارتباط بین متغیرهای تحقیق از نوع علی است. همچنین، داده‌های پژوهش به صورت میدانی جمع‌آوری شده است. جامعه آماری پژوهش شامل تمام کارکنان (رسمی، پیمانی و قراردادی) دانشگاه تهران در سال ۱۳۹۲ می‌شود. با استفاده از فرمول کوکران ۲۶۸ نفر به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند.

برای جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه الکترونیکی استاندارد استفاده شد که شامل سه بخش فردی و ویژگی‌های کارکنان، پرسشنامه استاندارد رهبری معنوی فرای و مترلی (۲۰۰۵) و پرسشنامه استاندارد سنجش کارآفرینی سازمانی هورنزیبای و همکاران (۲۰۰۲) می‌شود. شایان ذکر است پرسشنامه استاندارد رهبری معنوی فرای و مترلی (۲۰۰۵) مؤلفه‌های چشم‌انداز سازمانی، عشق به نوع دوستی، ایمان به کار، معناداری در کار، عضویت در سازمان، تعهد سازمانی و بازخورد و بهبود مستمر عملکرد را در برمی‌گیرد. همچنین، پرسشنامه استاندارد سنجش کارآفرینی سازمانی هورنزیبای و همکاران (۲۰۰۲) شامل مؤلفه‌های حمایت مدیریت، استقلال کاری، پاداش، دسترسی زمانی و مرز سازمانی می‌شود.

برای تعیین روایی محتوایی، پرسشنامه بین استادان دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران توزیع و پیشنهادها بررسی شد. پایایی آن با استفاده از نرم‌افزار spss ارزیابی و مقدار ضریب

آلفای کرونباخ برای پرسشنامه‌ها اندازه‌گیری شد (کارآفرینی سازمانی = $0/983$ ؛ رهبری معنوی = $0/962$). برای تحلیل داده‌ها در دو بخش آمار توصیفی و استنباطی از نرم‌افزار SPSSwin20 و $lisrel8.5$ استفاده شد که در بخش آمار استنباطی به دلیل فرضیات ارتباطی و تأثیری از تحلیل همبستگی و مدل معادلات ساختاری استفاده شد.

یافته‌ها

توصیف جمعیت‌شناختی

نتایج آمار جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان در زمینه جنسیت نشان داد ۵۱ درصد پاسخ‌دهندگان زن، ۴۹ درصد مرد، در زمینه تحصیلات ۷ درصد دارای دیپلم، ۱۳ درصد دارای مدرک کاردانی، $49/8$ درصد دارای مدرک کارشناسی، ۲۹ درصد دارای مدرک کارشناسی ارشد و $1/2$ درصد دارای مدرک دکتری بودند. همچنین، در زمینه رده سازمانی $11/2$ درصد مدیر و $88/8$ درصد کارمند بودند. وضعیت استخدامی ۱۸ درصد پیمانی، $56/3$ درصد رسمی و $25/7$ درصد قراردادی بود. از نظر رده سنی ۲ درصد در رده سنی ۲۰-۲۵، ۱۰ درصد در رده سنی ۲۶-۳۰ سال، ۲۹ درصد در رده سنی ۳۱-۳۵ سال، ۲۴ درصد در رده سنی ۳۶-۴۰ سال، ۲۱ درصد در رده سنی ۴۱-۴۵ سال، ۱۱ درصد در رده سنی ۴۶-۵۰ سال و ۳ درصد در رده سنی بالاتر از ۵۰ سال قرار داشتند. محل خدمت کارکنان به این صورت بود: پردیس علوم ۶ درصد، فنی ۹ درصد، هنرهای زیبا ۱۵ درصد، پردیس فارابی ۳ درصد، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی ۸ درصد، پردیس ابوریحان ۷ درصد، دانشکده‌های اقتصاد، مطالعات جهان، مدیریت، روان‌شناسی، تربیت بدنی و کارآفرینی ۷ درصد، ادبیات ۳ درصد، حقوق و علوم سیاسی ۵ درصد، الهیات ۳ درصد، محیط‌زیست ۳ درصد، علوم اجتماعی ۳ درصد و واحدهای ستادی دانشگاه ۲۹ درصد. سابقه خدمت پاسخ‌دهندگان نیز به این شکل بود: ۱-۵ سال ۷ درصد، ۶-۱۰ سال ۱۵ درصد، ۱۱-۱۵ سال ۳۴ درصد، ۱۶-۲۰ سال ۱۹ درصد، ۲۱-۲۵ سال ۱۸ درصد و بالاتر از ۲۵ سال ۷ درصد.

نتایج جانبی

جدول ۱ نتایج اولویت‌بندی مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی و رهبری معنوی را نشان می‌دهد

که به ترتیب شامل میزان مرز سازمانی (۳/۴۱)، دسترسی زمانی (۳/۳۲)، پاداش و تقویت (۳/۰۱۳۷)، استقلال کاری (۲/۹۷) و حمایت مدیریت (۲/۰۲۲) می‌شوند.

جدول ۱. نتایج اولویت‌بندی مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی و رهبری معنوی

اولویت	ضریب تغییرات	انحراف معیار	میانگین	مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی
۵	۰/۰۴۷۶۳	۰/۷۷۹۷۹	۲/۰۲۲۲	حمایت مدیریت
۴	۰/۰۶۱۳۸	۱/۰۰۴۸۳	۲/۹۷۳۱	استقلال کاری
۳	۰/۰۶۱۱۱	۱/۰۰۰۴۳	۳/۰۱۳۷	پاداش و تقویت
۲	۰/۰۴۳۶۱	۰/۷۱۳۹۰	۳/۳۲۲۱	دسترسی زمانی
۱	۰/۰۵۲۰۷	۰/۸۵۲۴۰	۳/۴۱۳۱	مرز سازمانی
مؤلفه‌های رهبری معنوی				
۳	۰/۰۴۷۳۱	۰/۷۷۴۴۴	۳/۶۳۵۸	چشم‌انداز
۷	۰/۰۶۲۵۷	۱/۰۲۴۲۲۸	۳/۱۱۹۹	عشق به هم‌نوع
۲	۰/۰۴۲۴۸	۰/۶۹۵۴۸	۳/۸۷۴۶	امید و ایمان
۱	۰/۰۴۴۴۶	۰/۷۲۷۸۸	۳/۹۸۰۴	معناداری
۶	۰/۰۶۱۱۸	۱/۰۰۱۶۴	۳/۲۰۳۷	عضویت
۴	۰/۰۵۳۸۴	۰/۸۸۱۳۹	۳/۵۸۶۸	تعهد سازمانی
۵	۰/۰۵۴۹۱	۰/۸۹۸۹۱	۳/۴۰۱۷	بهره‌وری و بهبود مستمر

نتایج اولویت‌بندی، ابعاد کارآفرینی سازمانی را نشان می‌دهد. ترتیب اولویت‌ها به این صورت است: میزان معناداری (۳/۹۸۰۴)، امید/ایمان (۳/۸۷)، چشم‌انداز (۳/۶۳)، تعهد سازمانی (۳/۵۸)، بهبود مستمر (۳/۴۰۱۷)، عضویت (۳/۲۰۳۷) و عشق به هم‌نوع (۳/۱۱۹۹).

آمار استنباطی

الف) تحلیل همبستگی

برای بررسی تأثیر رهبری معنوی بر کارآفرینی سازمانی کارکنان مورد مطالعه از تحلیل همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج نشان داد رهبری معنوی بر کارآفرینی سازمانی تأثیر دارد و ضریب اثر آن ۰/۸۳۶ است. همچنین، برای بررسی تأثیر مؤلفه‌های رهبری معنوی بر کارآفرینی سازمانی کارکنان مورد مطالعه از تحلیل همبستگی استفاده شد (جدول ۱). بر اساس

نتایج ارائه شده در جدول مشاهده می شود که از بین مؤلفه های مربوط به رهبری معنوی تمام آن ها شامل چشم انداز، نوع دوستی، امید/ایمان، معناداری، عضویت، تعهد سازمانی، بهبود مستمر و کارآفرینی سازمانی تأثیر مثبت و معناداری وجود دارد و به ترتیب بیشترین همبستگی بین نوع دوستی، عضویت، بهبود مستمر و تعهد سازمانی وجود دارد و به ترتیب بیشترین همبستگی بین نوع دوستی، عضویت، بهبود مستمر و تعهد سازمانی وجود دارد. براساس نتایج، با افزایش هر یک از مؤلفه های رهبری معنوی، میزان کارآفرینی سازمانی کارکنان نیز افزایش می یابد و بالعکس. همان طور که ملاحظه شد، مؤلفه های رهبری معنوی بر کارآفرینی سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

جدول ۲. ماتریس همبستگی بین مؤلفه های رهبری معنوی و کارآفرینی سازمانی

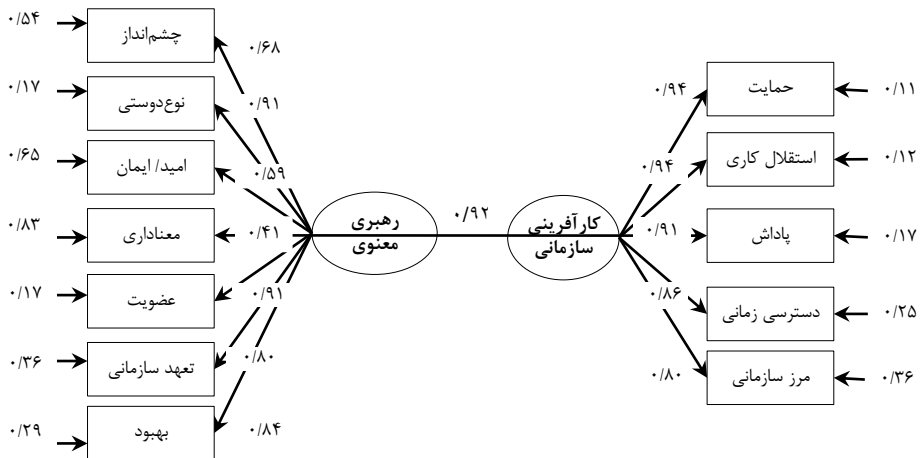
	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲
۱	۱											
۲	۰/۸۹۱ ^{**}	۱										
۳	۰/۸۶۰ ^{**}	۰/۸۵۰ ^{**}	۱									
۴	۰/۸۰۴ ^{**}	۰/۸۲۱ ^{**}	۰/۷۹۴ ^{**}	۱								
۵	۰/۷۴۳ ^{**}	۰/۷۱۸ ^{**}	۰/۷۰۶ ^{**}	۰/۷۳۱ ^{**}	۱							
۶	۰/۶۰۶ ^{**}	۰/۵۵۸ ^{**}	۰/۴۹۹ ^{**}	۰/۵۲۲ ^{**}	۰/۶۲۰ ^{**}	۱						
۷	۰/۸۴۱ ^{**}	۰/۸۱۶ ^{**}	۰/۸۰۷ ^{**}	۰/۷۲۰ ^{**}	۰/۷۲۱ ^{**}	۰/۶۲۰ ^{**}	۱					
۸	۰/۴۰۰ ^{**}	۰/۴۲۷ ^{**}	۰/۳۸۳ ^{**}	۰/۴۰۲ ^{**}	۰/۵۵۹ ^{**}	۰/۶۱۵ ^{**}	۰/۴۷۵ ^{**}	۱				
۹	۰/۱۹۷ ^{**}	۰/۲۹۰ ^{**}	۰/۲۰۰ ^{**}	۰/۲۸۱ ^{**}	۰/۴۶۲ ^{**}	۰/۴۸۵ ^{**}	۰/۲۷۳ ^{**}	۰/۶۴۴ ^{**}	۱			
۱۰	۰/۷۷۰ ^{**}	۰/۷۸۷ ^{**}	۰/۸۲۱ ^{**}	۰/۶۸۷ ^{**}	۰/۷۱۴ ^{**}	۰/۵۲۵ ^{**}	۰/۸۳۴ ^{**}	۰/۴۵۲ ^{**}	۰/۳۵۶ ^{**}	۱		
۱۱	۰/۶۴۳ ^{**}	۰/۶۲۳ ^{**}	۰/۶۰۲ ^{**}	۰/۵۵۴ ^{**}	۰/۶۷۳ ^{**}	۰/۶۷۵ ^{**}	۰/۷۰۶ ^{**}	۰/۶۰۰ ^{**}	۰/۴۲۸ ^{**}	۰/۷۱۹ ^{**}	۱	
۱۲	۰/۷۱۰ ^{**}	۰/۷۱۲ ^{**}	۰/۶۹۳ ^{**}	۰/۶۸۰ ^{**}	۰/۷۰۰ ^{**}	۰/۵۴۳ ^{**}	۰/۷۱۹ ^{**}	۰/۴۶۰ ^{**}	۰/۴۶۰ ^{**}	۰/۸۰۸ ^{**}	۰/۶۹۵ ^{**}	۱

مؤلفه ها به ترتیب عبارت اند از: ۱. حمایت مدیریت ۲. استقلال کاری ۳. پاداش ۴. دسترسی زمانی ۵. مرز سازمانی ۶. چشم انداز ۷. نوع دوستی ۸. امید/ایمان ۹. معناداری ۱۰. عضویت ۱۱. تعهد سازمانی ۱۲. بهبود مستمر.

تأثیر رهبری معنوی بر کارآفرینی سازمانی: مدل یابی ساختاری

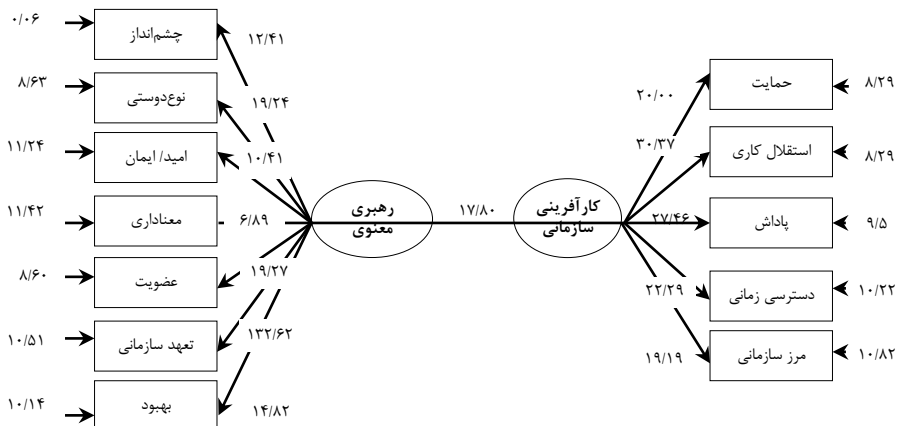
نتایج آزمون مدل یابی معادلات ساختاری نشان داد رهبری معنوی بر کارآفرینی سازمانی اثر مثبت و معناداری (برابر با ۱۷/۸۰) گذاشته است. در بین متغیرهای تبیین کننده رهبری معنوی، نوع دوستی،

عضویت و بهبود مستمر دارای بیشترین درصد تبیین هستند. در بین مؤلفه‌های کارآفرینی سازمانی استقلال کاری، پاداش و دسترسی زمانی دارای بالاترین درصد تبیین است. مدل مربوطه از نظر شاخص‌های تناسب و برازش در وضعیت مناسبی است، زیرا نسبت کای دو بر درجه آزادی کوچک‌تر از ۳ مقدار RMSEA کوچک‌تر از ۰/۰۸ و مقدار شاخص‌های GFI و AGFI از ۹۰ درصد بزرگ‌تر است. مجموع نتایج بیانگر اعتبار و روایی بالای پرسشنامه‌های این تحقیق است.



Chi-Square=157/76, df=53, P-Value=0/0000, RMSEA=0/079

مدل در حالت استاندارد



Chi-Square=157.76, df=53, P-Value=0.00000, RMSEA=0.076

مدل در حالت معناداری

بحث و نتیجه گیری

امروزه به نظر می‌رسد، کارکنان در هر کجایی که فعالیت می‌کنند در کار خود چیزی فراتر از پاداش‌های مادی هستند. آن‌ها کاری بامعنا و امیدبخش را جست‌وجو می‌کنند و خواستار متعادل ساختن زندگی خود هستند. سازمان‌ها با کارکنان رشد یافته و بالنده‌ای روبه‌رو هستند که در پی یافتن کاری بامعنا، هدفمند و پرورش محیط‌های کاری با چنین ویژگی‌هایی هستند. در واقع، معنویت در کار توصیف‌کننده تجربه کارکنانی است که کارشان ارضاکننده، بامعنا و هدفدار است (Kinjerski & Skrypnek, 2004) ادغام و درهم‌تنیدگی زمینه‌های معنویت و رهبری معنوی در فرایند پژوهش به‌عنوان ابزار کشف رویکردهای جدید به شناسایی کارآفرینی واضح و مبرهن است و به‌طور همزمان ایجاد فهمی عمیق‌تر و متجانس‌تر هنگامی که اشخاص ذهن، جسم و روحشان را با کار ترکیب می‌کنند (Kauanui et al., 2007). نیاز به نوآوری در خدمات و محصولات از طرفی داشتن کارکنانی کارآفرین موجب شده است. بسیاری از سازمان‌ها به تجدیدنظر در وضعیت رهبری در خود پردازند. این سازمان‌ها کارآفرینی و نوآوری را به‌عنوان فرهنگ سازمانی تلقی می‌کنند تا سازمان مربوطه به‌طور اثربخش‌تری به حیات خود ادامه دهد (عزتی و سیدنقوی، ۱۳۸۸). همچنین، فرای و اسلوسم (۲۰۰۸) در مطالعه خود نشان دادند رهبری معنوی از طریق ترسیم ایمان به یک چشم‌انداز و فرهنگ تعالی، به‌صورت مثبت و شایان توجهی بر رفاه معنوی و متغیرهای عملکرد سازمانی و توانمندی کارکنان تأثیر می‌گذارد که با نتایج همخوانی دارد. رهبری معنوی بر بسیاری از عوامل سازمانی از جمله بر گسترش فعالیت‌های کارآفرینانه و بهبود وضعیت کارآفرینی تأثیرگذار است (Fernando, 2007). نتایج تحقیق نشان می‌دهد رهبری معنوی بر کارآفرینی سازمانی در دانشگاه تهران تأثیر مثبت و معناداری دارد که این نتیجه مشابه نتایج تحقیقات (عزتی و سیدنقوی، ۱۳۸۸ و Fernando, 2007) است. بینش و چشم‌انداز بر کارآفرینی سازمانی تأثیر مثبت و معنی‌داری دارد؛ یعنی دانشگاه تهران برای دستیابی به کارآفرینی سازمانی باید از رهبران و مدیرانی استفاده کند که در برخورد با ناملايمات صبر و شکیبایی کافی دارند و در راه دستیابی به اهداف دارای ثبات قدم و وحدت رویه باشند. همچنین، تعریف و ترسیم اهداف متعالی برای سازمان و سایر کارکنان نیز در دستیابی به هدف کارآفرینی مفید است. عشق به

نوع دوستی نیز تأثیر معنی دار بر کارآفرینی سازمان دارد؛ یعنی دانشگاه تهران باید در راستای دستیابی به هدف کارآفرینی سازمانی به کارکنانشان به عنوان یکی از اصلی ترین و مهم ترین عامل توجه داشته باشند، به نحوی که آن‌ها احساس کنند سازمان با آن‌ها مهربان است و به کارکنان رازدار و وفادار باشد و مدیران در برخورد با زیردستان صادق و بدون غرور باشند. ایمان به تحقق چشم انداز نیز تأثیر مثبت معنی دار بر کارآفرینی سازمانی دارد؛ یعنی مدیران و مسئولان دانشگاه باید چشم اندازها را آن‌چنان تدوین کنند که موجب ایجاد تعهد در کارکنان شود و واضح و جذاب باشد و آینده روشنی را برای همه عوامل و سازمان تدوین کند. معناداری نیز تأثیر مثبت بر کارآفرینی سازمانی دارد؛ بنابراین، مدیران دانشگاه باید شرایط ایجاد کنند تا افراد احساس کنند کار آن‌ها با معنی و هدفمند است. همچنین، انجام دادن وظایفی که به آن‌ها این حس معناداری را تلقین کند موجب دستیابی هرچه بیشتر به کارآفرینی سازمانی در دانشگاه می شود (Gibbons, 2001). گیبنز در مطالعه‌ای ضمن تأکید بر تأثیر رهبری معنوی و کیفیت زندگی کاری، معتقد است رهبری معنوی موجب می شود کارکنان معنای واقعی شغل خود را درک کنند و برای شغل خود اهمیت قائل شوند.

مؤلفه عضویت در کار بر متغیر کارآفرینی سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد؛ بنابراین، مدیران دانشگاه با ایجاد تعهد سازمانی و افزایش مشارکت در کارکنان موجب احساس هویت، وفاداری و وابستگی آنان به سازمان شوند و شرایط ایجاد کنند که کارکنان مشکل سازمان را مشکل خود بدانند و در راستای حل مشکلات سازمان گام بردارند. همچنین، این مؤلفه بر کارآفرینی سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد. در نتیجه، باید وفاداری به ارزش‌ها و اهداف سازمان و همچنین احساس تعلق و وابستگی به ماندن در سازمان را افزایش داد.

بهره‌وری و بهبود مستمر بر کارآفرینی سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد. مدیران دانشگاه برای افزایش بازده کار باید برای اصلاح سیستم‌ها و فرایندهای یافتن راه‌های جدید اقدام کنند. با توجه به نتایج تحقیق که نوع دوستی، عضویت، بهبود مستمر و تعهد سازمانی بیشترین همبستگی را با کارآفرینی سازمانی در بین کارکنان دانشگاه تهران را داشته است. همچنین، مؤلفه‌ها میانگین پایینی دارند؛ بنابراین، برای بهبود وضعیت کارآفرینی در دانشگاه

پیشنهاد می‌شود مدیران دانشگاه به کارکنان توجه داشته باشند و در تصمیم‌گیری‌ها از نظرهای آن‌ها استفاده کنند. مدیران دانشگاه در رفع مشکلات کارکنان دانشگاه کوشا باشند، دانشگاه به کارکنان خود وفادار باشد و برای حفظ و ارتقای وضعیت کاری آن‌ها تلاش کند، اشتباهات سهوی کارکنان دانشگاه نادیده گرفته شود و در راستای رفع آن‌ها برنامه‌های آموزشی را در نظر بگیرند. مدیران دانشگاه با کارکنان برخورد صادقانه و به‌دور از تبعیض داشته باشند، مدیران دانشگاه در ایجاد جو خوش‌بینی، درک متقابل، تحسین کارکنان و تشویق عملکرد کارکنان فعال باشند. مدیران دانشگاه در ایجاد فضای عمومی دانشگاه برای ایجاد تعلق خاطر در کارکنان برنامه‌ریزی داشته باشند. برای جامعیت‌بخشیدن به پژوهش پیشنهاد می‌شود در دیگر دانشگاه‌های دولتی تحقیقات مشابه انجام گیرد.

منابع

- اولیا، محمد صالح و دهستانی، فهیمه (۱۳۸۵). «بررسی نقش نظام پیشنهادات در مدیریت کیفیت جامع و تأثیر آن بر افزایش بهره‌وری سازمان» روش. سال ۱۹، شماره ۱۲۴.
- باقری، مسلم و تولایی، روح‌الله (۱۳۸۹). بررسی تعهد سازمانی بر عملکرد سازمان‌ها، دو ماهنامه توسعه انسانی پلیس، سال هفتم شماره ۳۰.
- طالقانی، غلامرضا. محمدی، مصطفی. و رستمی، حسین (۱۳۹۲). «معنویت سازمانی گامی مؤثر در جهت بهبود رفتارهای شهروندی سازمانی». فصل‌نامه علمی-پژوهشی مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره یازدهم، شماره دوم.
- عزتی، منصور. سیدنقوی، میرعلی (۱۳۸۸). مبانی کارآفرینی؛ تهران: موسسه کار و تأمین اجتماعی.
- فرهنگی، علی‌اکبر. فتاحی، مهدی. و واثق، بهاره (۱۳۸۵). معنویت در محیط کار و نقش آن در بهبود رفتار شهروندی سازمانی، فرهنگ مدیریت، سال چهارم، شماره ۱۳.
- مقیم، سیدمحمد. و رمضان، مجید (۱۳۹۰). پژوهشنامه مدیریت، جلد ۱۱، مدیریت استراتژیک و کارآفرینی.
- نورعلی‌زاده، رحمان (۱۳۸۷). «رهبری معنوی (الگوی جدید رهبری هزاره سوم)». دو ماهنامه توسعه انسانی پلیس سال پنجم، شماره ۱۶، صص ۱۰۱-۱۱.
- Al Arkoubi, Kh. (2008). "Spiritual leadership and identity in Moroccan business: an ethnographic study of YNNA holding", New Mexico State university, A dissertation submitted to the Graduate School in partial fulfillment of the requirements for the degree Doctor of Philosophy in Business Administration Specialization in Human Resources Management.
- Antoncic B & Hisrich R.D, (2004). Corporate entrepreneurship contingencies and organizational wealth creation, Journal of Management Development, Vol. 23 No. 6, pp. 518-550.
- Aydin, B & Ceylan, A. (2009). The effect of spiritual leadership on organizational learning capacity. African Journal of Business Management, vol.3, No.5, 2009, pp.184-191.
- Richard, Michael. (1998). "Developing structures, processes and leaders for the future." public administration and development 18, no 4:327-333.
- Bishop, J. Schol, R. (2006). Becoming a spiritual leader, Lewis Center for Church Leadership.

- Daniel, L. (2010). The effect of workplace spirituality on team effectiveness, *Journal of management development*. 29(5),442-456.
- Dess. G.G. Lumpkin. G. T., And Covin, J.G. (1997). Entrepreneurship strategy making and firm performanxe”: tests of contingency and confegurational models; *strategic management journal*. Vol 18. no9.
- Ergün E. et al, (2004). Connecting the link between Corporate Entrepreneurship and Innovative Performance”, *Global Business and Technology Association Annual Conference Proceedings Book*, pp.259- 265, July, Cape Town.
- Fernando, M. (2007). *Spiritual leadership in the entrepreneurial business: a multi faith study*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Fry, F. (1993). *Entrepreneurship: A planning approach*, Englewood cliffs: prentice hall Publication, p85.
- Fry, L.W, Hannah, S. T., Noel, M., Walumbwa, F. O. (2011). “Impact of spiritual leadership SSSon unit performance”. *The Leadership Quarterly*, Vol. 22, No. 2, PP: 259–270.
- Fry, L.W., Slocum, J. W. (2008). “Maximizing the triple bottom line through spiritual leadership”. *Organ Dyne* 37 (1), PP: 86-99.
- Fry, L, W (2003). *Toward a theory of spiritual leadership*.*The Leadership Quarterly*, vol.14, No, 14, pp: 693-727.
- Fry, W & Matherly, L & Ouimet, J.R. (2010). “The spitual leadership balanced scorecard business model: The case of the cordon bleu– tomasso corporation”. *Journal of Management Spirituality & Religion*, 7(4), 283-314.
- Galbraith, J. R. (1977). *Organization Design* Reading, MA: Addison-Wesley.
- Geijsel, F. Slegers, P. Leithwood, K. and Jantzi, D. (2003), *Transformational leadership effect on teacher, Commitment and effort toward school reform*, *Journal of Educational Administration*, 41(3) 228-256.
- Gibbons, P. (2001). “Spiritually at work: A Pre-Theoretical overview, MSC”. *Thesis-Brubeck College, university of London*, Aug.pp.89-95.
- Hayton, J. (2005). *Competing in the new economy: The effect of intellectual capital on corporate entrepreneurship in high-technology new ventures*. *R & D Management*, 35(2), 137-155.
- Hinnells, R. John, (1995). *A New Dictionary of Religion*, Blackwell.
- Hornsby, J.S., Kuratko, D.F. & Zahra, S.A. (2002). *Middle managers’ perception of the internal environment for corporate entrepreneurship: Assessing a measurement scale*. *Journal of Business Venturing*, 17: 49–63.

- Hult, G. T. Snow, C. & Kandemir, D (2003). The Role of Entrepreneurship in Building Cultural Competitiveness in Different Organizational Types, *Journal of Management*, 29(3) 401–426.
- James, W. (2002). *The Varieties of Religious Experience*, Mineola, NY: Dover Publications.
- King, K. Sandra, K. Thomas, D. (2007) Entrepreneurship and Spiritual leadership An Exploration Using Grounded Theory. *Journal of Managerial Psychology*. 9(6).5-8.
- Kauanui, Sandra; Kevin D. Thomas (2007). Entrepreneurship and spiritual leadership An Exploration using Grounded Theory. *Journal of Managerial psychology*, Vol. 9, No. 6, PP 5-8.
- Kinjerski, V.M. and Skrypnik, B.J. (2004) Defining spirit at work: finding common ground, *Journal of*
- Krishnakumar, S. & Neck, C.P. (2002). The What, Why, and How of spirituality in the work place. *Journal of management Psychology*, 17(3).pp.153-164
- Lumpkin, G.T & Dess, G.G (1996). “Clarifying the Entrepreneurial orientation construct and linking it to performance “. *Academy of management Review*, vol. 12, no 1, pp. 135-72.
- Mc Knight, R. (1984). *Spirituality in the Workplace*, in Adams, J. D. (ed.), *Transforming Work*, Alexandria, VA: Milles River Press.
- Organizational Change Management*, Vol.17No.1, pp.26-4.
- Reave, L, (2005). *Spiritual Values and Practices Related to Leadership Effectiveness*. *The Leadership Quarterly*. 16.655-687.
- Rezach, K. (2002). *Spiritual Leadership as a model of effective leadership in independent schools*. Dissertation ph.d. Seton hall university. vol.16, No.4 pp: 220-230.
- Robbins, S.P (2002). "Organizational Behavior", 9th ed. Prentice-Hall, Inc.
- Twomey. D.F. A. & Harris, D.F. and Harris, D.L. (2000). “From strategy to corporate outcomes “. *Aligning human resource management*.
- Wax, S. (2005) *spirituality at work*, Jeff solomon, series Editor.
- Zahra, S (1993). “Environment, corporate entrepreneurship and financial performance: a taxonomic approach”, *Journal of Business Venturing*, Vol. 8, No. 4, pp. 319-40.