

تأملی بر روابط میان مؤلفه های رهبری معنوی با استفاده از مدل سازی ساختاری تفسیری

فاطمه همتیان^۱، محمدصادق قلی زاده^۲، علی سیاح پور^۳

^۱ دانش آموخته کارشناسی ارشد رشته مدیریت دولتی گرایش خط مشی گذاری عمومی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی.

^۲ دانشجوی دکتری رشته مدیریت دولتی گرایش رفتار سازمانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران.

^۳ دانشجوی دکتری رشته مدیریت دولتی گرایش رفتار سازمانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران.

نام نویسنده مسئول:

علی سیاح پور

چکیده

با ورود معنویت به عرصه سازمان و مدیریت، مدیران و رهبران سازمان ها باید الزاماً با این پدیده نوپا دست و پنجه نرم کنند. ورود معنویت به مقوله رهبری، پدیده ای تحت عنوان رهبری معنوی را به وجود می آورد. هدف این پژوهش، طراحی مدل ساختاری تفسیری رهبری معنوی بود. به این منظور، پس از مطالعه ادبیات پژوهش و شناسایی مؤلفه های رهبری معنوی و گنجاندن آن ها در پرسشنامه مقایسه زوجی، پرسشنامه میان ۱۰ نفر از خبرگان یکی از دانشگاه های کشور توزیع شد. خبرگان یاد شده با استفاده از نمونه گیری گلوله برفی شناسایی شده بودند. در ادامه، پس از غربالگری گویه ها و مقوله بندی آن ها، مدل یابی ساختاری تفسیری انجام شد. طبق نتایج به دست آمده از تحلیل داده ها، در مجموع ۷ مولفه در ۵ سطح (سطح اول: بینش و بصیرت و نوع دوستی؛ سطح دوم: تجلی امید و ایمان و ایجاد حس عضویت در کارکنان؛ سطح سوم: معناداری؛ سطح چهارم: متعهد نمودن کارکنان؛ سطح پنجم: بهبود و بهره وری مستمر) به عنوان مؤلفه های رهبری معنوی شناسایی شدند.

واژگان کلیدی: رهبری، معنویت، رهبری معنوی، مدل سازی ساختاری تفسیری.

مقدمه

در عصر حاضر، به واسطه تغییراتی که در سازمان ها در حال وقوع است، مدیران با چالش های متفاوتی روبرو می شوند و مدام در حال بررسی آن ها هستند تا به فنون و علمی دست یابند تا به واسطه آن ها بتوانند به این چالش ها پاسخ مناسب دهند و به بهبود وضعیت سازمان ها کمک کنند [۱]. با توجه به تحقیقاتی که مدیران به منظور مقابله با تغییرات انجام دادند، به این نتیجه دست یافتند که گمشده اصلی آن ها در سازمان ها پدیده ای است به نام اخلاقیات و معنویت [۲]. یکی از اساسی ترین نیازهای سازمان های امروزی، معنویت است که به دست فراموشی سپرده شده است و از جدی ترین و بنیادی ترین اصول هر سازمانی است [3]. زیرا کارکنان علاوه بر زندگی کاری و زندگی ظاهری و روزمره، زندگی درونی و باطنی نیز دارند [۴]، [۵]. به عبارت دیگر، افراد در سازمان نیاز دارند تا با دیگران روابط اجتماعی برقرار کنند و بامعنی بودن کار خود را احساس کنند. داشتن رابطه اجتماعی با دیگران از این نظر حائز اهمیت است که فرد می تواند رشد و توسعه فردی پیدا کند، از نظر همکاری و باارزش تلقی شود و احساس همکاری و همدلی با سایرین داشته باشد. همچنین، می تواند به شور، اشتیاق، انگیزه مندی، تعهد و افزایش بهره وری کارکنان منتج شود [10]. دستیابی به این اهداف مهم در سازمان نیازمند رهبری است که تمامی این اقدامات را انسجام بخشد و فعالیت ها را در جهت افزایش معنویت هدایت نماید. پژوهشگران علوم سازمانی از این رهبران با عنوان رهبران معنوی^۱ نام می برند [3] و آن ها را اشخاصی می دانند که از طریق ایجاد ارزش ها، نگرش ها و رفتارها افراد را انگیزه مند می کنند و حس بقای معنوی را از طریق ندای درونی^۲، عضویت و معنابخشی ایجاد می کنند [11]، [12]، [13]. رهبری معنوی یک نظریه علی رهبری است که منجر به شکل گیری تحول در سازمان می شود و انگیزه ذاتی و سازمان یادگیرنده را ایجاد می کند [11]، [13]. در زمانه ای که گرایش رهبران سازمان ها به معنویت افزون شده است [14]، مطالعه این گونه از رهبری به ویژه با در نظر داشتن جوانب بومی آن اهمیت بیشتری نیز می یابد. از این رو، پژوهش حاضر در نظر دارد در ابتدا به صورت جامع و همه جانبه به بررسی مهم ترین مؤلفه های رهبری معنوی بپردازد و در ادامه به طراحی مدلی ساختاری تفسیری از رهبری معنوی در یکی از دانشگاه های کشور بپردازد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

در سال های اخیر، معنویت^۳ به یک موضوع مهم و حیاتی در سال های اخیر تبدیل شده است [8]، [10]. به صورتی که حتی به صفحات اول مجله وال استریت راه پیدا کرده است [8]. معنویت، ابعاد گوناگونی از وجود انسان است و به همین دلیل برای افراد مختلف، تعبیر گوناگونی دارد [۱۵]، [۱۶]. به تبع ظهور معنویت، ماهیت کار نیز اساساً تغییر کرده است. افراد علاوه بر رشد و توسعه شخصی بایستی به فکر توسعه تمامی اعضای گروه کاری باشند. کارکنان به دنبال فهم عمیق معنای کار خود هستند و در پی ایجاد ارتباط بین زندگی کاری، زندگی معنوی و جامعه هستند تا بتوانند به هدف نهایی که معنویت در محیط کار است و بسیار فراتر از ابعاد مادی کار است، دست یابند [17]. معنویت در سازمان، که از نظر کارکنان از مرز وهم و خیال عبور کرده است [18]، موضوعی نوپا و جدید است [۶]، مورد توجه سازمان ها، کارکنان و دانشگاهیان قرار گرفته و طرفداران زیادی پیدا کرده است و روز به روز به تعداد این افراد افزوده می شود [14]. معنویت سازمانی سازه ای است که تعاریف گوناگونی از آن مطرح شده است. اکثر این تعاریف به ایجاد حس وحدت، همسوسازی ارزش ها [26] و روابط کارکنان با یکدیگر اشاره دارند [10]. بر اساس این تعاریف، می توان بیان کرد که معنویت سازمانی عبارت است از به رسمیت شناختن این که کارکنان سازمان، علاوه بر زندگی کاری و زندگی ظاهری و روزمره، زندگی درونی و باطنی نیز دارند [۴]، [۵]. این زندگی درونی که از آن به عنوان زندگی معنوی یاد می شود، به وسیله کار اجتماعی [7]، با هویت و پرمعنی [5] تغذیه می شود. معنویت سازمانی به ۳ سطح فرد، واحد کاری و سازمان تقسیم می گردد. معنویت در سطح فردی شامل روابط اجتماعی، بامعنی بودن کار و زندگی باطنی فرد می شود. رابطه اجتماعی با دیگران از این نظر حائز اهمیت است که فرد می تواند رشد و توسعه فردی پیدا کند، از نظر همکاری و باارزش تلقی شود و احساس همکاری و همدلی با همکاریانش را داشته باشد. همچنین، بامعنی بودن کار در رابطه با این مفهوم بیان می گردد که کار بایستی برای فرد، مهم، انرژی بخش و لذت بخش باشد. زندگی باطنی فرد یا به عبارت دیگر زندگی معنوی فرد نیز برمی گردد به امیدواری فرد، آگاهی فرد از ارزش های شخصی و نگرانی در مورد درون نگری و زندگی معنوی به عنوان بخشی از زندگی هر شخصی. معنویت در سطح واحد کاری شامل ارتباط کارکنان با یکدیگر، با اهمیت بودن کار و زندگی معنوی می شود. ارزش ها، اهداف و مأموریت های مشترک در واحد کاری باعث می شود کارکنان، حس همدلی و همکاری داشته باشند و برای حرکت به سمت برآوردن نیازها و دستیابی به اهداف، ترغیب و تشویق شوند.

همین مؤلفه‌ها اگر در سطح سازمان شکل بگیرد، معنویت در سطح سازمان به وجود می‌آید. به عبارت دیگر، ویژگی‌های معنویت در سطح سازمان عبارت‌اند از ارزش‌های سازمان و رابطه فرد و سازمان [10].

رهبری معنوی

با توجه به مطالب گفته شده، معنویت یکی از الزامات ضروری برای سازمان‌ها به شمار می‌رود. چراکه معنویت می‌تواند منجر به شکل‌گیری رفتار اخلاقی، رضایت کارکنان، تعهد کارکنان، بهره‌وری و خلق مزیت رقابتی گردد. راه‌یابی این موضوع مهم در سازمان‌های امروزی، گونه‌ای از رهبری را ایجاد کرده است که می‌توان از آن با نام رهبری معنوی^۴ نام برد [3]. فایرهورلم از اولین پژوهشگرانی بود که واژه‌های معنویت و رهبری را کنار هم به کار برد و در این راستا مدلی نیز طراحی کرد. محققان دیگری نظیر بیبرمن^۵ و همکاران از دیدگاه سازه‌ای به رهبری معنوی به عنوان اخلاق و ارزش‌ها در سازمان، مدیریت احساسات و سایر نظریه‌هایی همچون رهبری کاریزماتیک، مشارکتی، تحولی، تبدیلی و خادم نگاه کرده‌اند [۲]. رهبری معنوی یک نظریه علی رهبری است که منجر به شکل‌گیری تحول در سازمان می‌شود و انگیزه ذاتی و سازمان یادگیرنده را به وجود می‌آورد [13]، [11]. این تئوری بر مبنای الگوی انگیزه درونی که بینش و بصیرت، ایمان و امید، عشق به نوع دوستی، معنویت محیط کاری و سعادت و بقاء معنوی را با یکدیگر ترکیب می‌کند، تدوین و تکمیل گردید [۱]. هدف رهبری معنوی این است که نیازهای معنوی رهبر و پیروان را برای بقاء معنویت و سعادت معنوی از طریق احساس عضویت و معنا در کار برای خلق بینش و بصیرت و هم‌خوانی ارزشی در سطوح فردی تیمی و سازمانی و سرانجام پرورش سلامت روانی مثبت و تعهد و بهره‌وری سازمانی تحقق بخشد [۱]. رهبری معنوی عبارت است از ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهایی که افراد را انگیزه‌مند می‌کند و حس بقای معنوی را از طریق ندای درونی^۶، عضویت و معنابخشی ایجاد می‌کند [13]، [12]، [11]. این امر مستلزم ایجاد چشم‌اندازی است که به واسطه آن حسی درونی یا ندایی درونی در اعضای سازمان ایجاد شود تا بتوانند معنابخشی را در زندگی خود تجربه کنند. همچنین، بایستی فرهنگی اجتماعی سازمانی بر مبنای ارزش‌های عشق به نوع دوستی ایجاد شود که به واسطه آن رهبر و پیروان احساس عضویت، درک شدن، مورد قدردانی قرار گرفتن، مراقبه، توجه و تقدیر از خود و دیگران می‌نمایند [13]. درواقع، رهبر معنوی به واسطه ایجاد حساسیت نسبت به خود و دیگران و ماوراء و طبیعت در افراد سازمان، آن‌ها را نسبت به شغل و کار خود علاقه‌مند می‌کند، سپس باعث برانگیختن آنان نسبت به وظایف خود می‌شود و در نتیجه موجب بقای معنوی آنان را فراهم می‌آورد [۲۷]. این نوع رهبری، رفاه معنوی را توسعه می‌دهد و به دنبال آن بر رضایت کارکنان از زندگی، مسئولیت‌پذیری، تعهد سازمانی، بهره‌وری و عملکرد مالی سازمان تأثیر مثبت می‌گذارد. رهبری معنوی بیشتر به عنوان یک پدیده، زمانی قابل مشاهده است که فرد در یک موقعیت رهبری مظهری از ارزش‌های معنوی همچون صداقت، درستی و فروتنی است و خود را به عنوان یک نمونه از شخصی که می‌تواند قابل اعتماد بوده و مورد تحسین قرار گیرد، نشان می‌دهد [۲۸].

مارگارت بنفیل^۷ (۲۰۰۵)، پژوهشی با عنوان نیمه دوم سفر: رهبری معنوی برای تحول سازمانی^۸ انجام دادند. این پژوهش چهارچوبی مفهومی به منظور نقش رهبری معنوی در تحول سازمانی طراحی نمود. همچنین، انتقادات وارد به نظریات کنونی رهبری معنوی را مطرح نمود که عبارت بودند از ۱. رشد انتقادات معرفت‌شناختی به پژوهش‌های تجربی موجود در مورد معنویت سازمانی و ۲. نیاز به درک قوی و عمیق بعد معنویت در رهبری معنوی. نتایج پژوهش به زعم پژوهشگر حاکی از رشد معنویت در عرصه پژوهش‌های سازمانی است [3]. فرای^۹، ویتوکی^{۱۰} و کدیلو^{۱۱} (۲۰۰۵)، پژوهشی انجام دادند با عنوان رهبری معنوی و تحول گروهی: نظریه، سنجش و ایجاد یک پایه^{۱۲}. به زعم پژوهشگر هدف اصلی این پژوهش سنجش مدل علی تئوری رهبری معنوی است که روابط مثبتی را میان رهبری معنوی، بقای معنوی، بهره‌وری سازمانی و تعهد فرض می‌کند. وی ادعا می‌کند که نتایج این پژوهش به شدت تئوری رهبری معنوی را تصدیق و تأیید می‌کند. پژوهشگر ادعا می‌کند که رهبری معنوی به مثابه سکوی پرشی است که به منظور پیشرفت تئوری‌های رهبری معنوی شکل گرفته است [13]، [11].

خائف‌الهی، میرزایی و متقی (۱۳۸۹)، در پژوهشی تحت عنوان مؤلفه‌های رهبری معنوی در سازمان به بررسی تأثیرات رهبری معنوی در سازمان می‌پردازند. در این مقاله ضمن تبیین شاخص‌های معنویت به بررسی تأثیر معنویت بر موفقیت در رهبری می‌پردازد. همچنین،

4. Spiritual leadership

5. Biberman

6. Calling

7. Margaret Benefiel

8. The second half of the journey: Spiritual leadership for organizational transformation

9. Louis W. Fry

10. Steve Vitucci

11. Marie Cedillo

12. Spiritual leadership and army transformation: Theory, measurement and establishing a baseline

سعی شده است که علاوه بر پرداختن به مفاهیم اصلی رهبری معنوی، یک طبقه بندی جامع از شاخص های معنویت در رهبری نیز ارائه شود [۲].

ضیائی، نرگسیان و آبیانی اصفهانی (۱۳۸۷)، پژوهشی انجام دادند با عنوان نقش رهبری معنوی در توانمندسازی کارکنان دانشگاه تهران. در این مقاله سعی بر این بود تا نقش رهبری معنوی در توانمندسازی کارکنان دانشگاه تهران تبیین شود. جامعه آماری این تحقیق شامل کارکنان شاغل دانشگاه تهران بودند. یافته های مقاله حاکی از آن بود که بین رهبری معنوی در دانشگاه تهران و توانمندسازی کارکنان رابطه معنی دار وجود دارد. همچنین بین چشم انداز سازمانی، عشق به نوع دوستی، ایمان به کار، معناداری در کار و عضویت در سازمان رابطه علی معنی دار و مثبت و تعهد سازمانی رابطه منفی و بازخورد عملکرد رابطه علی معنی دار و معکوسی با توانمندسازی کارکنان وجود دارد [۲۷].

بنابراین، با توجه به مطالب گفته شده، می توان بیان کرد که جدول ۱، معرف ابعاد مختلف رهبری معنوی است. به عبارت دیگر، در صورتی که این عوامل در سازمان بروز پیدا کند و نهادینه گردد، رهبری معنوی در سازمان ظهور پیدا خواهد کرد.

جدول ۱. مؤلفه های رهبری معنوی

ردیف	ابعاد
C_1	بینش و بصیرت
C_2	نوع دوستی
C_3	تجلی امید و ایمان
C_4	ایجاد حس عضویت در کارکنان
C_5	معناداری
C_6	متعهد نمودن کارکنان
C_7	بهره وری و بهبود مستمر

مؤلفه های رهبری معنوی

بینش و بصیرت^{۱۳}: در فرآیند رهبری معنوی چیزی که از بیشترین اهمیت برخوردار است، بینش و بصیرتی مشخص از مقصدی است که سازمان قصد دارد در آینده ای نه چندان دور به آنجا برسد. بینش به تصویری از آینده به همراه تفسیری مشخص از چرایی تلاش افراد برای خلق چنین آینده ای اشاره دارد [۱]. رهبران معنوی با ایجاد چشم انداز و ارزش های مشترک برای کارکنان موجبات توانمندی فردی، تیمی و سازمانی آنان را فراهم کرده که در نهایت سطح رفاه زیستی و سلامتی و تندرستی کارکنان افزایش خواهد یافت [۲۷].

نوع دوستی^{۱۴}: عشق به نوع دوستی واژه ای است که اغلب با نیکوکاری مترادف است و از طریق ارزش هایی نظیر وفاداری، خیرخواهی، تشکر و قدردانی از خود و دیگران نمایان می گردد. در رهبری معنوی عشق به نوع دوستی عبارت است از حس تمامیت، هماهنگی، بهروزی و خوشبختی به واسطه توجه و مراقبت، دلواپسی و قدردانی از خود و دیگران. عشق به هم نوع یا نوع دوستی مجموعه ای از ارزش ها، مفروضات و روش های تفکر از نظر اخلاقی درست است که به وسیله اعضای گروه به اشتراک گذاشته شده و به اعضای جدید آموزش داده می شود [۲۸].

تجلی امید^{۱۵} و ایمان^{۱۶}: رهبری معنوی در سازمان باعث شکل گیری اعتقادات معنوی و ایمان به کار در کارکنان می گردد و این امر به عنوان یک محرک درونی در کارکنان باعث توسعه خود، اینکه وظایف خود را به بهترین نحو انجام دهند و در نهایت باعث افزایش مسئولیت پذیری در کارکنان می شود [۲۷]. بنابراین ایمان و امید منشأ این اعتقاد است که بینش، هدف و رسالت سازمان تحقق خواهد یافت [۱].

ایجاد حس عضویت در سازمان^{۱۷}: عضویت، یعنی احساس داشتن کاری مهم از نظر سازمان و همکاران. این امر باعث می شود که کارکنان جو اعتماد و صمیمیت را بین خود و همکاران تقویت نموده و توسعه دهند [۲۹]. در حقیقت، رهبری معنوی با ایجاد تعهد سازمانی

در کارکنان باعث احساس هویت، وفاداری و وابستگی آنان به سازمان می شود و حالتی در فرد به وجود می آورد که فرد، سازمان را معرف خود می داند و آرزوی باقی ماندن در سازمان را دارد. لذا، این امر باعث می شود که کارکنان مشکل سازمان را مشکل خود بدانند و در جهت حل مشکلات سازمان گام بردارند [۲۷].

احساس معناداری^{۱۸}: معناداری اشاره دارد به تجربه متعالی یا اینکه چطور یک تفاوت از طریق خدمت به دیگران ایجاد کنیم و بدین طریق معنا و هدف در زندگی ایجاد می شود. مردم نه تنها شایستگی و کاردانی از طریق کارشان را جستجو می کنند، بلکه این حس که کار، معنا یا ارزش اجتماعی دارد را نیز جستجو می کنند [۲۸]. رهبر معنوی موجب می شود که کارکنان معنای واقعی شغل خود را درک و برای آن اهمیت قائل شوند [۳۰].

متعهدنمودن کارکنان: تعهد سازمانی یک نگرش و یک حالت روانی است که نشان دهنده تمایل، نیاز و الزام جهت ادامه فعالیت در یک سازمان است [۲۸]. رهبر با ایجاد تعهد در کارکنان باعث احساس هویت، وفاداری و وابستگی آنان به سازمان می شود. این مورد باعث می شود که کارکنان مشکل سازمان را مشکل خود بدانند و در جهت حل آن گام بردارند [۲۹].

بهره‌وری و بهبود مستمر: بهره‌وری به کار هوشمندانه تعبیر شده است. این تعریف بیانگر آن است که کافی است سازمان هوشمندانه عمل کند و از منابع به گونه بهینه سود ببرد، این بهترین روش بهبود بهره‌وری است. بهبود مستمر یعنی در بهره‌وری به انتها نمی‌رسیم و با نوآوری همیشه راه‌های جدید را برای افزایش بهره‌وری می‌توان یافت [۲۸].

روش تحقیق

پژوهش حاضر، در چارچوب رهیافت مدل‌سازی ساختاری تفسیری انجام شده است. از آنجاکه این رهیافت فرآیندی متعامل است که در آن مجموعه‌ای از عناصر مختلف و مرتب با هم در یک مدل نظام‌مند جامع ساختار بندی می‌شوند، از آن برای ایجاد و فهم روابط میان عناصر یک نظام پیچیده استفاده می‌شود [۳۱]. تاکنون مدل‌سازی ساختاری تفسیری در حوزه‌های مختلف سازمان و مدیریت استفاده شده است. برخی از این پژوهش‌ها در جدول ۲ ارائه شده است:

جدول ۲. پژوهش‌های انجام‌شده با استفاده از مدل‌سازی ساختاری تفسیری

ردیف	عنوان	منبع
۱	مدل‌سازی ساختاری تفسیری عوامل مؤثر بر انتخاب همکار در زنجیره تأمین چابک	[۳۲]
۲	کاوش پویایی‌های پیشابندی رهبری زهرآگین با استفاده از مدل‌یابی ساختاری تفسیری	[۳۱]
۳	ارائه‌ی مدل ساختاری تفسیری دستیابی به چابکی از طریق فناوری اطلاعات در سازمان‌های تولیدی	[۳۳]
۴	طراحی مدل فرآیند محوری کسب‌وکار با رویکرد مدل‌سازی ساختاری تفسیری	[۳۴]

در این پژوهش، بر اساس ابعاد شناسایی‌شده در جدول ۱ و با نظرسنجی از جامعه آماری که متشکل از ۱۰ نفر از اساتید یکی از دانشگاه‌های کشور است، مدل‌سازی انجام شده است. با توجه به پیشینه پژوهش، جامعه آماری در این روش متشکل از خبرگان و متخصصان است و پیشنهاد شده است که از نظرات ۵ خبره استفاده شود [36], [35], [33]. بر این اساس، در این پژوهش از نظرات اساتید آشنا به گونه‌های مختلف رهبری به‌خصوص رهبری معنوی استفاده شده است. ابزار استفاده‌شده در پژوهش، پرسشنامه‌ای متشکل از ۷ عامل شناسایی‌شده در جدول شماره ۱، به‌صورت مقایسات زوجی است و از خبرگان خواسته شده تا با مقایسه دو به دو عوامل، رابطه آن‌ها را مشخص کنند. از آنجایی که سنجش روایی و پایایی پرسشنامه حائز اهمیت است، به همین منظور روایی و پایایی پرسشنامه به صورت زیر سنجیده می‌شود:

روایی محتوا: روایی محتوا به حد و میزانی اشاره دارد که یک ابزار، منعکس‌کننده محتوای مشخص مورد نظر باشد. بر اساس روش لاوشه، برای ایجاد روایی محتوایی در پرسشنامه، پس از مرور ادبیات و حوزه مورد مطالعه، دامنه محتوا و آیتم‌های ساخت پرسشنامه تدوین می‌شود. سپس از اعضای پانل محتوا خواسته می‌شود به میزان مناسب بودن هر آیتم با انتخاب یکی از سه گزینه "ضروری"، "مفید اما نه ضروری" و "غیر لازم" پاسخ دهند. با توجه به رابطه زیر نسبت روایی محتوا محاسبه شده و با توجه به سطح مورد نیاز برای معناداری آماری

$$CVR = 0.75 \quad (P \leq 0.05), \text{ باید حداقل مقدار } CVR = 0.75 \text{ برای هر آیتم جهت پذیرش آن آیتم به دست آید:}$$

$$CVR = \frac{N_e - \frac{N}{2}}{\frac{N}{2}} \quad (1)$$

N_e = تعداد اعضایی که گزینه "ضروری" را برای آیت موردنظر انتخاب کرده‌اند. N = تعداد کل اعضای پانل

پس از تکمیل پرسشنامه مربوط به روایی محتوا، CVR به دست آمده برای همه مؤلفه‌ها، برابر با یک به دست آمد؛ یعنی همه خبرگان مؤلفه‌های تعیین شده را برای رهبری معنوی ضروری دانستند.

پایایی: برای سنجش پایایی پرسشنامه، از روش آزمون مجدد استفاده شد؛ به این صورت که پرسشنامه برای سه نفر از خبرگان، دو بار و به فاصله سه هفته از هم ارسال شد و همبستگی بین پاسخ‌ها در مرحله اول و دوم برابر با ۰/۸۹۴، ۰/۸۸۵ و ۰/۸۲۰ به دست آمد. با توجه به این که همبستگی پاسخ‌ها بالاتر از ۰/۷ بود، از پایایی پرسشنامه اطمینان حاصل شد.

در ادامه، مراحل مختلف تکنیک مدل سازی ساختاری تفسیری شرح داده می شود [37], [38], [39]:

گام ۱. تشکیل ماتریس خودتعاملی ساختاری عوامل

در این مرحله، به هر خبره یک پرسشنامه داده شد و پس از پاسخگویی خبرگان و بررسی پاسخ‌ها، با توجه به فراوانی پاسخ‌ها، ماتریس خودتعاملی ساختاری^{۱۹} عوامل همان گونه که در جدول ۳ تشریح شده، به دست آمده است. در این ماتریس برای نشان دادن ارتباطات بین عوامل از چهار علامت زیر استفاده شده است:

V : ارتباط یک طرفه از i به j .

A : ارتباط یک طرفه از j به i .

X : ارتباط دوطرفه از i به j و بالعکس.

O : هیچ ارتباطی بین i و j وجود ندارد.

جدول ۳. ماتریس خود تعاملی ساختاری عوامل

C_7 (بهره‌وری و مستمر)	C_6 (تعهد سازمانی)	C_5 (معناداری)	C_4 (عضویت)	C_3 (امید و ایمان)	C_2 (نوع دوستی)	C_1 (بینش و بصیرت)	
V	V	V	V	V	O	X	(بینش و بصیرت) C_1
O	V	V	V	O	X		(نوع دوستی) C_2
V	V	X	X	X			(امید و ایمان) C_3
V	V	V	X				(عضویت) C_4
V	V	X					(معناداری) C_5
V	X						(تعهد سازمانی) C_6
X							(بهره‌وری و بهبود مستمر) C_7

گام ۲. تشکیل ماتریس دستیابی اولیه

در این مرحله با استفاده از قانون جایگذاری ۱-۰، ماتریس خودتعاملی ساختاری عوامل به ماتریس ۱-۰ تبدیل می شود که در جدول ۴ تشریح شده است. به این ماتریس، ماتریس دستیابی^{۲۰} اولیه گفته می شود. نحوه تشکیل ماتریس دستیابی اولیه به شرح زیر است:

اگر ارتباط بین دو عامل (i, j) در ماتریس خودتعاملی ساختاری، V باشد، در ماتریس دستیابی اولیه، ارتباط بین i, j را با عدد ۱ و ارتباط بین j, i را با عدد ۰ جایگزین می کنیم.

اگر ارتباط بین دو عامل (i, j) در ماتریس خودتعاملی ساختاری، A باشد، در ماتریس دستیابی اولیه، ارتباط بین i, j را با عدد ۰ و ارتباط بین j, i را با عدد ۱ جایگزین می کنیم.

اگر ارتباط بین دو عامل (i, j) در ماتریس خودتعاملی ساختاری، X باشد، در ماتریس دستیابی اولیه، ارتباط بین i, j را با عدد ۱ و ارتباط بین j, i را با عدد ۱ جایگزین می کنیم.

اگر ارتباط بین دو عامل (i, j) در ماتریس خودتعاملی ساختاری، O باشد، در ماتریس دستیابی اولیه، ارتباط بین i, j را با عدد ۰ و ارتباط بین j, i را با عدد ۰ جایگزین می کنیم.

جدول ۴. ماتریس دستیابی اولیه عوامل

C_7 (بهره‌وری و بهبود مستمر)	C_6 (تعهد سازمانی)	C_5 (معناداری)	C_4 (عضویت)	C_3 (امید و ایمان)	C_2 (نوع دوستی)	C_1 (بینش و بصیرت)	
۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	C_1 (بینش و بصیرت)
۰	۱	۱	۱	۰	۱	۰	C_2 (نوع دوستی)
۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	C_3 (امید و ایمان)
۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	C_4 (عضویت)
۱	۱	۱	۰	۱	۰	۰	C_5 (معناداری)
۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	C_6 (تعهد سازمانی)
۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	(بهره‌وری و بهبود مستمر) C_7

گام ۳. تشکیل ماتریس دستیابی نهایی

با در نظر گرفتن رابطه تعدی بین عوامل، لازم است ماتریس دستیابی اولیه سازگار گردد. به این صورت که می بایست ماتریس دستیابی اولیه را به توان $K + 1$ رساند. بدین ترتیب برخی عناصر صفر به ۱ تبدیل خواهند شد و به صورت (1^*) نشان داده خواهند شد.

جدول ۵. ماتریس دستیابی نهایی

قدرت نفوذ	C_7 (بهره‌وری و بهبود مستمر)	C_6 (تعهد سازمانی)	C_5 (معناداری)	C_4 (عضویت)	C_3 (امید و ایمان)	C_2 (نوع دوستی)	C_1 (بینش و بصیرت)	
۶	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	(بینش و بصیرت) C_1
۵	*۱	۱	۱	۱	۰	۱	۰	(نوع دوستی) C_2
۵	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	(امید و ایمان) C_3
۵	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	(عضویت) C_4
۴	۱	۱	۱	۰	۱	۰	۰	(معناداری) C_5
۲	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	(تعهد سازمانی) C_6
۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	(بهره‌وری و بهبود مستمر) C_7
	۷	۶	۵	۴	۴	۱	۱	قدرت وابستگی

گام ۴. تعیین سطح اولویت

برای تعیین سطح و اولویت عوامل، مجموعه قابل دستیابی^{۲۱} و مجموعه مقدم (پیش‌نیاز)^{۲۲} برای هر عامل تعیین می‌شود. مجموعه قابل دستیابی هر عامل، مجموعه‌ای است که در آن سطرها به‌صورت عدد یک نشان داده شده‌اند. مجموعه مقدم، مجموعه‌ای است که در آن، ستون‌ها به‌صورت عدد یک نشان داده شده‌اند. با به دست آوردن اشتراک این دو مجموعه، مجموعه مشترک به دست می‌آید. پس از تعیین مجموعه‌های مقدم و مجموعه‌های قابل دستیابی و مجموعه مشترک، نوبت به تعیین سطح عوامل می‌رسد. عاملی دارای اولین سطح است که مجموعه قابل دستیابی و مجموعه مشترک آن کاملاً یکسان باشند. با حذف این عوامل و تکرار این مرحله برای سایر عوامل، سطح کلیه عوامل تعیین می‌شود. در پژوهش حاضر، با توجه به دستورالعمل پیش‌گفته، طی ۵ مرحله، سطح‌بندی عوامل انجام می‌شود و شرح آن‌ها در جداول ۶، ۷، ۸، ۹ و ۱۰ نشان داده می‌شود.

جدول ۶. اولین تکرار در تعیین سطوح

عوامل	مجموعه قابل دستیابی	مجموعه مقدم	اشتراک	سطح
C_1	۷-۶-۵-۴-۳-۱	۱	۱	۱
C_2	۷-۶-۵-۴-۲	۲	۲	۱
C_3	۷-۶-۵-۴-۳	۵-۴-۳-۱	۵-۴-۳	
C_4	۷-۶-۵-۴-۳	۴-۳-۲-۱	۴-۳	
C_5	۷-۶-۵-۳	۵-۴-۳-۲-۱	۵-۳	
C_6	۷-۶	۶-۵-۴-۳-۲-۱	۶	
C_7	۶	۷-۶-۵-۴-۳-۲-۱	۶	

جدول ۷. دومین تکرار

عوامل	مجموعه قابل دستیابی	مجموعه مقدم	اشتراک	سطح
C_3	۷-۶-۵-۴-۳	۵-۴-۳	۵-۴-۳	۲
C_4	۷-۶-۵-۴-۳	۴-۳	۴-۳	۲
C_5	۷-۶-۵-۳	۵-۴-۳	۵-۳	
C_6	۷-۶	۶-۵-۴-۳	۶	
C_7	۶	۷-۶-۵-۴-۳	۶	

جدول ۸. سومین تکرار

عوامل	مجموعه قابل دستیابی	مجموعه مقدم	اشتراک	سطح
C_5	۷-۶-۵	۵	۵	۳
C_6	۷-۶	۶-۵	۶	
C_7	۶	۷-۶-۵	۶	

جدول ۹. چهارمین تکرار

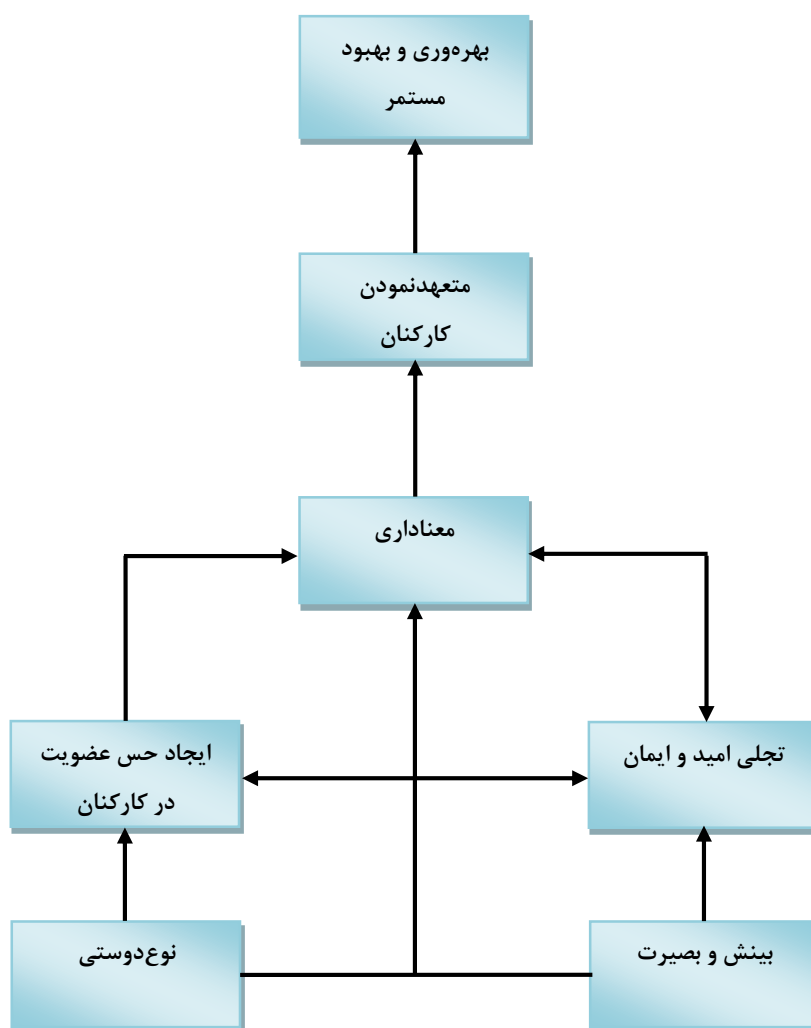
عوامل	مجموعه قابل دستیابی	مجموعه مقدم	اشتراک	سطح
C_6	۷-۶	۶	۶	۴
C_7	۶	۷-۶	۶	

جدول ۱۰. پنجمین تکرار

عوامل	مجموعه قابل دستیابی	مجموعه مقدم	اشتراک	سطح
C_7	۶	۷-۶	۶	۵

گام ۵. ترسیم مدل ساختاری تفسیری عوامل

پس از تعیین سطح هر کدام از عوامل، می توان آن ها را بر حسب سطح آن ها از بالا به پایین به صورت یک مدل ترسیم کرد. در این پژوهش، مؤلفه های رهبری معنوی در ۵ سطح قرار گرفته اند که در قالب شکل ۱ قابل مشاهده است.



شکل ۱. مدل ساختاری تفسیری رهبری معنوی

گام ۶. تجزیه و تحلیل قدرت نفوذ- وابستگی میک مک^{۲۳}

در تجزیه و تحلیل میک مک، عوامل مؤلفه‌های رهبری معنوی با توجه به قدرت نفوذ^{۲۴} هر عامل در عوامل دیگر و میزان وابستگی^{۲۵} هر عامل به عوامل دیگر (بر اساس ماتریس دستیابی نهایی) در چهار سطح تقسیم‌بندی می‌شوند که عبارت‌اند از: متغیرهای خودمختار^{۲۶}: متغیرهایی که حداقل وابستگی و قدرت نفوذ را دارند. این متغیرها تقریباً از سیستم جدا می‌شوند، زیرا دارای اتصالات ضعیفی با سیستم هستند. متغیرهای وابسته^{۲۷}: متغیرهایی که قدرت نفوذ کم و وابستگی زیاد به دیگر متغیرها دارند. متغیرهای پیونددهنده^{۲۸}: متغیرهای دارای قدرت نفوذ و وابستگی زیاد. هرگونه تغییر در این متغیرها منجر به تأثیرگذاری در سیستم می‌شود. متغیرهای مستقل^{۲۹}: متغیرهای زیربنا در مدل که قدرت نفوذ زیاد و وابستگی کمی دارند.

23. MICMAC
24. Driving Power
25. Dependence Power
26. Autonomous Variables
27. Dependent Variables
28. Linkage Variables
29. Independent Variables

تقسیم بندی مطرح شده در این بخش، در نمودار ۱ برای مؤلفه های رهبری معنوی صورت گرفته است.

جدول ۱۱. درجه قدرت های هدایت و وابستگی مؤلفه های رهبری معنوی

C_7	C_6	C_5	C_4	C_3	C_2	C_1	
۱	۲	۴	۵	۵	۵	۶	قدرت نفوذ
۷	۶	۵	۴	۴	۱	۱	قدرت وابستگی

قدرت نفوذ	۷	متغیرهای مستقل					متغیرهای پیونددهنده	
	۶	C_1						
	۵	C_2			C_4 و C_3			
	۴					C_5		
	۳						متغیرهای وابسته	
	۲	متغیرهای خودمختار					C_6	
	۱							C_7
		۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
قدرت وابستگی								

نمودار ۱. تجزیه و تحلیل نفوذ - وابستگی

با توجه به نمودار ۱، عوامل متعهد نمودن کارکنان و بهره وری و بهبود مستمر قدرت نفوذ کم و وابستگی زیادی به سایر عوامل دارند و در دسته متغیرهای وابسته قرار گرفته است. بینش و بصیرت و نوع دوستی قدرت نفوذ زیاد و وابستگی کمی دارند و در دسته متغیرهای مستقل قرار گرفته اند. همچنین، تجلی امید و ایمان، ایجاد حس عضویت در کارکنان و معناداری دارای قدرت نفوذ و وابستگی زیاد هستند و تغییر در این عوامل منجر به تأثیرگذاری در سیستم می شود؛ بنابراین، در دسته متغیرهای پیونددهنده قرار گرفته اند. ذکر این نکته حائز اهمیت است که هیچ کدام از عوامل بررسی شده در این پژوهش، جزء عوامل خودمختار قرار نگرفته اند.

بحث و نتیجه گیری

یکی از نظریاتی که در عصر حاضر بسیاری را مدیران را متوجه خود کرده است، نظریه رهبری معنوی است. رهبری معنوی یک نظریه علی رهبری است که منجر به شکل گیری تحول در سازمان می شود و انگیزه ذاتی و سازمان یادگیرنده را ایجاد می کند [11]، [13]. هدف این گونه از رهبری این است که نیازهای معنوی رهبر و پیروان را برای بقاء معنویت و سعادت معنوی از طریق احساس عضویت و معنا در کار برای خلق بینش و بصیرت و هم خوانی ارزشی در سطوح فردی تیمی و سازمانی و سرانجام پرورش سلامت روانی مثبت و تعهد و بهره وری سازمانی تحقق بخشد [۱]. در این پژوهش، مهم ترین مؤلفه های رهبری معنوی شناسایی شدند که عبارت بودند از: بینش و بصیرت، نوع دوستی، تجلی امید و ایمان، ایجاد حس عضویت در کارکنان، معناداری، متعهد نمودن کارکنان و بهره وری و بهبود مستمر. به عنوان مثال، معناداری اشاره دارد به تجربه متعالی یا اینکه چطور یک تفاوت از طریق خدمت به دیگران ایجاد کنیم و بدین طریق معنا و هدف در زندگی ایجاد می شود. مردم نه تنها شایستگی و کاردانی از طریق کارشان را جستجو می کنند، بلکه این حس که کار، معنا یا ارزش اجتماعی دارد را نیز جستجو می کنند [۲۸] و یا ایجاد حس عضویت در سازمان یعنی احساس داشتن کاری مهم از نظر سازمان و همکاران. این امر باعث می شود که کارکنان جو اعتماد و صمیمیت را بین خود و همکاران تقویت نموده و توسعه دهند [۲۹]. پس از شناسایی مؤلفه های رهبری معنوی، با استفاده از مدل سازی ساختاری تفسیری، ارتباط بین این عوامل را مشخص کردیم. نتایج پژوهش بیانگر این است که بینش و بصیرت و نوع دوستی در سطح ۱، تجلی امید و ایمان و ایجاد حس عضویت در کارکنان در سطح ۲، معناداری در سطح ۳، متعهد نمودن کارکنان در سطح ۴ و بهره وری و بهبود مستمر در سطح ۵ قرار گرفتند. عوامل متعهد نمودن کارکنان و بهره وری و بهبود مستمر قدرت نفوذ کم و وابستگی زیادی به سایر عوامل دارند و در دسته متغیرهای وابسته قرار گرفته است. بینش و بصیرت و نوع دوستی قدرت نفوذ زیاد و وابستگی کمی دارند و در دسته متغیرهای مستقل قرار گرفته اند. همچنین، تجلی امید و ایمان، ایجاد حس عضویت در کارکنان و معناداری دارای قدرت نفوذ و وابستگی زیاد هستند و تغییر در این عوامل منجر به تأثیرگذاری در سیستم می شود. بنابراین، در دسته متغیرهای پیوند دهنده قرار گرفته اند. ذکر این نکته حائز اهمیت است که هیچ کدام از عوامل بررسی شده در این پژوهش، جزء عوامل خودمختار قرار نگرفته اند.

با توجه به نمودار تجزیه و تحلیل نفوذ-وابستگی و مدل ساختاری تفسیری رهبری معنوی، نوع دوستی و بینش و بصیرت عواملی پایه ای، بنیادی و ریشه ای برای پیاده سازی رهبری معنوی هستند. به عبارت دیگر، به منظور توسعه رهبری معنوی در سازمان ها، ابتدا باید از این عوامل شروع کرد تا زمینه برای گسترش سایر عوامل فراهم گردد و این رویه تا بهبود و بهره وری مستمر ادامه پیدا کند. در این راستا، بایستی تصویری از آینده به همراه تفسیری روشن از چرایی تلاش افراد برای خلق آینده ای درخشان ترسیم گردد [۱] تا موجبات توانمندی فردی، تیمی و سازمانی کارکنان فراهم گردد و در نهایت به رفاه زیستی، سلامتی و تندرستی دست پیدا کنند [۲۷]. در مقابل، بهبود و بهره وری مستمر و متعهد نمودن کارکنان در سطوح بالایی مدل ظاهر شده اند. این عوامل به واسطه قدرت نفوذ کم و وابستگی زیادی که به سایر عوامل دارند، به مثابه اهداف و چشم اندازهایی هستند که تمامی اقدامات رهبری معنوی در جهت دستیابی به این عوامل سازمان دهی شده اند. بایستی بیان کرد که قرارگیری بهره وری مستمر و متعهد نمودن کارکنان در سطوح بالای مدل و هدف انگاشتن آن ها، نشان از اهمیت و ضرورت بالای این عوامل دارد؛ زیرا تمامی فعالیت ها در هر سازمانی در جهت نیل به اهداف است؛ بنابراین، تمامی اقداماتی که در این پژوهش جمع آوری گردیده اند، اعم از بینش و بصیرت، نوع دوستی، تجلی امید و ایمان، ایجاد حس عضویت در کارکنان و معناداری در جهت متعهد نمودن کارکنان و بهره وری و بهبود مستمر سازمان بوده است. در نهایت، در این پژوهش تلاش کردیم تا تمامی مؤلفه های رهبری معنوی را شناسایی کنیم، روابطشان را مشخص کنیم و مدلی برای آن ترسیم نماییم.

پیشنهادهای

برای انجام پژوهش های آتی در راستای این مطالعه، موارد زیر پیشنهاد می شوند:

استفاده از تکنیک های تصمیم گیری چندمعیاره نظیر دیمتل، تاپسیس، ویکور و ... به منظور تحلیل عوامل مؤثر.

استفاده از روش های پژوهش کیفی نظیر نظریه داده بنیاد به منظور کشف پیش آیندها و پیامدهای رهبری معنوی.

سپاسگزاری

پژوهشگران این مطالعه از تمامی کسانی که در تکمیل این پژوهش همکاری نموده اند کمال تشکر را دارند.

منابع و مراجع

- [۱] رحمان نورعلیزاده، "رهبری معنوی (الگوی جدید رهبری در هزاره سوم)"، *دوماهنامه توسعه انسانی پلیس*، ج. ۵، ش. ۱۶، صص. ۱۰۱-۱۱۱، ۱۳۸۷.
- [۲] احمد علی خائف‌الهی، آرش بهرام میرزایی، و پیمان متقی، "مولف ههای رهبری معنوی در سازمان"، *تدبیر*، ج. ۲۱۷، صص. ۲۹-۳۳، ۱۳۸۹.
- [۳] اسفندیار آزادمرزآبادی، منیجه هوشمندجا، و مجید پورخلیل، "رابطه معنویت سازمانی با توانمندسازی روانشناختی، خلاقیت، هوش معنوی، استرس شغلی و رضایت شغلی کارکنان دانشگاه"، *مجله علوم رفتاری*، ج. ۶، ش. مسلسل ۲۰، صص. ۱۸۱-۱۸۷، ۱۳۹۱.
- [۴] باعرض عباس مقبل، و نژاد مصطفی هادوی، "رابطه ادراک سیاست سازمانی و رفتار شهروندی سازمانی در دانشگاه های دولتی شهر تهران: تبیین نقش تعدیل گر معنویت سازمانی"، *پژوهش های مدیریت در ایران مدرس علوم انسانی*، ج. ۱۵، ش. پیاپی ۷۱، ص. ۱۸۱، ۱۳۹۰.
- [۵] محمد حکاک، و صمد رحیمی اقدم، "تبیین نقش معنویت سازمانی در خلق مزیت رقابتی پایدار (مورد مطالعه: کارکنان شعب بانک مسکن شهرستان تبریز)"، *مدیریت فرهنگ سازمانی*، ج. ۱۳، ش. ۲، صص. ۴۶۳-۴۸۶، سپتامبر ۲۰۱۵.
- [۶] سیدمحمد مقیمی، امیرحسین رهبر، و حسن اسلامی، "معنویت سازمانی و تاثیر آن در خلاقیت کارکنان (رویکردی تطبیقی)"، *اخلاق در علوم و فناوری*، ج. ۲، ش. ۳-۴، ص. ۸۹، ۱۳۸۶.
- [۷] محمدصادق ضیایی، عباس نرگسیان، و اصفهانی سعید آیبانی، "نقش رهبری معنوی در توانمندسازی کارکنان دانشگاه تهران"، *مدیریت دولتی*، ج. ۱، ش. ۱، ص. ۶۷، ۱۳۸۷.
- [۸] عباسعلی رستگار، محمود جانقلی، فائزه حیدری، و حامد حیدری، "بررسی نقش رهبری معنوی در هویت یابی سازمانی"، *پژوهش های مدیریت عمومی*، ج. ۵، ش. ۱۶، صص. ۳۹-۶۳، ۱۳۹۱.
- [۹] محمد قاسمی، مرضیه فردین، و مهتا جودزاده، "بررسی تأثیر رهبری معنوی بر سلامت سازمانی (مطالعه ای در بین کارکنان سازمان تأمین اجتماعی زاهدان)"، *پژوهش های مدیریت عمومی*، ج. ۷، ش. ۲۶، صص. ۱۳۵-۱۵۶، فوریه ۲۰۱۵.
- [۱۰] جمشید صالحی صدقیانی، مریم اخوان خرازیان، مهدی بهرامزاده، کاظم حسنزاده، و آرزو سهرابی، "بررسی تأثیر ابعاد رهبری معنوی بر رضایت شغلی کارکنان بانکی"، *مدیریت کسب و کار*، ج. ۷، ش. ۲۶، صص. ۹-۳۶، ژوئن ۲۰۱۵.
- [۱۱] مصطفی هادوی نژاد، و مریم کلوندی، "کاوش پویاییهای پیشابندی رهبری زهرآگین با استفاده از مدلیابی ساختاری تفسیری"، *مطالعات رفتار سازمانی*، ج. ۵، ش. ۳، صص. ۱-۲۴، دسامبر ۲۰۱۶.
- [۱۲] لعیا الفت، و آرش شهریاری نیا، "مدل سازی ساختاری تفسیری عوامل مؤثر بر انتخاب همکار در زنجیره تأمین چاپک"، *مدیریت تولید و عملیات*، ج. ۲، ش. ۲، صص. ۱۰۹-۱۲۸، مهر ۱۳۹۳.
- [۱۳] علی محمدی، و یاسر امیری، "ارائه ی مدل ساختاری تفسیری دستیابی به چابکی از طریق فناوری اطلاعات در سازمان های تولیدی"، *فصلنامه علمی-پژوهشی مدیریت فناوری اطلاعات*، ج. ۴، ش. ۱۳، صص. ۱۱۵-۱۳۴، دسامبر ۲۰۱۲.
- [۱۴] عادل آذر، و کریم بیات، "طراحی مدل فرآیند محوری کسب و کار با رویکرد مدلسازی ساختاری تفسیری (ISM)"، *فصلنامه علمی-پژوهشی مدیریت فناوری اطلاعات*، ج. ۱، ش. ۱، فوریه ۲۰۰۹.
- [15] M. Benefiel, "The second half of the journey: Spiritual leadership for organizational transformation," *Leadersh. Q.*, vol. 16, no. 5, pp. 723-747, Oct. 2005.
- [16] A. Rego, and M. Pina e Cunha, "Workplace spirituality and organizational commitment: an empirical study," *J. Organ. Change Manag.*, vol. 21, no. 1, pp. 53-75, Feb. 2008.
- [17] D. Ashmos, and D. Duchon, "Spirituality at work: a conceptualization and measure," *J. Manag. Inq.*, vol. 9, no. 2, pp. 134-145, 2000.
- [18] Gregory N.P. Konz, and Francis X. Ryan, "Maintaining an organizational spirituality: no easy task," *J. Organ. Change Manag.*, vol. 12, no. 3, pp. 200-210, Jun. 1999.
- [19] S. Kim, and G. B. Esquivel, "Adolescent spirituality and resilience: Theory, research, and educational practices," *Psychol. Sch.*, vol. 48, no. 7, pp. 755-765, Aug. 2011.

- [20] J. Milliman, A. J. Czaplewski, and J. Ferguson, "Workplace spirituality and employee work attitudes: An exploratory empirical assessment," *J. Organ. Change Manag.*, vol. 16, no. 4, pp. 426-447, Aug. 2003.
- [21] L. W. Fry, "Toward a theory of spiritual leadership," *Leadersh. Q.*, vol. 14, no. 6, pp. 693-727, Dec. 2003.
- [22] L. W. Fry, S. T. Hannah, M. Noel, and F. O. Walumbwa, "RETRACTED: Impact of spiritual leadership on unit performance," *Leadersh. Q.*, vol. 22, no. 2, pp. 259-270, Apr. 2011.
- [23] L. W. Fry, S. Vitucci, and M. Cedillo, "Spiritual leadership and army transformation: Theory, measurement, and establishing a baseline," *Leadersh. Q.*, vol. 16, no. 5, pp. 835-862, Oct. 2005.
- [24] J. S. Sass, "Characterizing organizational spirituality: An organizational communication culture approach," *Commun. Stud.*, vol. 51, no. 3, pp. 195-217, Sep. 2000.
- [25] D. Smith, and M. Louw, "Conceptualisation of the spiritual life dimension: A personal and professional leadership perspective," *SA J. Hum. Resour. Manag.*, vol. 5, no. 1, pp. 19-27, Jan. 2007.
- [26] L. Miller, "After their checkup for the body, some get one for the soul," *Wall Str. J.*, vol. 20, pp. 1-6, 1998.
- [27] E. Brandt, "Corporate pioneers explore spirituality peace," *HR Mag.*, vol. 41, no. 4, pp. 82-87, 1996.
- [28] R. B. Brown, "Organizational Spirituality: The Sceptic's Version," *Organization*, vol. 10, no. 2, pp. 393-400, Jan. 2003.
- [29] K. C. Cash, G. R. Gray, and S. A. Rood, "A Framework for Accommodating Religion and Spirituality in the Workplace [and Executive Commentary]," *Acad. Manag. Exec.* 1993-2005, vol. 14, no. 3, pp. 124-134, 2000.
- [30] J.-C. Garcia-Zamor, "Workplace Spirituality and Organizational Performance," *Public Adm. Rev.*, vol. 63, no. 3, pp. 355-363, May 2003.
- [31] C. L. Jurkiewicz, and R. A. Giacalone, "A Values Framework for Measuring the Impact of Workplace Spirituality on Organizational Performance," *J. Bus. Ethics*, vol. 49, no. 2, pp. 129-142, 2004.
- [32] S. Krishnakumar, and C. P. Neck, "The 'what', 'why' and 'how' of spirituality in the workplace," *J. Manag. Psychol.*, vol. 17, no. 3, pp. 153-164, May 2002.
- [33] D. Tourish, and N. Tourish, "Spirituality at Work, and its Implications for Leadership and Followership: A Post-structuralist Perspective," *Leadership*, vol. 6, no. 2, pp. 207-224, Jan. 2010.
- [34] Dan Butts, "Spirituality at work: an overview," *J. Organ. Change Manag.*, vol. 12, no. 4, pp. 328-332, Aug. 1999.
- [35] A. Soti, R. Shankar, and O. p. Kaushal, "Modeling the enablers of Six Sigma using interpreting structural modeling," *J. Model. Manag.*, vol. 5, no. 2, pp. 124-141, Jul. 2010.
- [36] A. Mandal, and S. g. Deshmukh, "Vendor Selection Using Interpretive Structural Modelling (ISM)," *Int. J. Oper. Prod. Manag.*, vol. 14, no. 6, pp. 52-59, Jun. 1994.
- [37] M. F. Ansari, R. K. Kharb, S. Luthra, S. L. Shimmi, and S. Chatterji, "Analysis of barriers to implement solar power installations in India using interpretive structural modeling technique," *Renew. Sustain. Energy Rev.*, vol. 27, pp. 163-174, Nov. 2013.
- [38] K. Govindan, M. Palaniappan, Q. Zhu, and D. Kannan, "Analysis of third party reverse logistics provider using interpretive structural modeling," *Int. J. Prod. Econ.*, vol. 140, no. 1, pp. 204-211, Nov. 2012.
- [39] S. Kumar, S. Luthra, and A. Haleem, "Customer involvement in greening the supply chain: an interpretive structural modeling methodology," *J. Ind. Eng. Int.*, vol. 9, no. 1, p. 6, 2013.