

بررسی نقش رهبری معنوی در هویت‌یابی سازمانی

دکتر عباسعلی رستگار* محمود جانقلی** فائزه حیدری*** حامد حیدری****

چکیده

رهبران با استفاده از شاخص‌های معنویت در سازمان یا گروه، هم یک نوع انگیزش درونی برای خود و هم زمینه‌ای برای انگیزش بیرونی پیروانشان فراهم می‌کنند. رهبران معنوی و ارزش‌مدار به کارها و فعالیت‌های پیروان در سازمان یا گروه، به وسیله متصل کردن آنها به ارزش‌های عمیق درونی‌شان معنی می‌دهند. با توجه به اینکه هویت‌یابی سازمانی تأثیر عمده‌ای بر رفتار اعضای سازمان و در نتیجه عملکرد و دستیابی به اهداف دارد، در این مقاله تلاش شده است نقش رهبری معنوی بر هویت‌یابی سازمانی مورد بررسی قرار بگیرد. جامعه آماری این پژوهش کارکنان نواحی چهارگانه ادارات آموزش و پرورش استان قم می‌باشند. تعداد افراد نمونه آماری ۲۳۲ نفر می‌باشد. ابزار جمع‌آوری اطلاعات پرسشنامه رهبری معنوی فرای و همکارانش (۲۰۰۵) و پرسشنامه هویت‌یابی سازمانی میلر و همکارانش (۲۰۰۰) می‌باشد. نتایج بدست آمده از آزمون فرضیه‌های تحقیق نشان داده است که کلیه ابعاد رهبری معنوی بر هویت‌یابی سازمانی تأثیرگذار می‌باشند. همچنین در بررسی وضعیت ابعاد رهبری معنوی و هویت‌یابی سازمانی در آموزش و پرورش استان قم این نتیجه بدست آمد که رهبری معنوی و هویت‌یابی سازمانی از وضعیت مطلوبی برخوردار می‌باشند.

واژه‌های کلیدی: رهبری، معنویت، معنویت در محیط کار، رهبری معنوی، هویت‌یابی سازمانی

مقدمه

در عصر حاضر که سازمان‌ها با محیط رقابت جهانی مواجه‌اند، همواره نیاز به تغییرات ریشه‌ای و خلاقیت‌های کاری احساس می‌شود. نیروی رقابت جهانی، سازمانهای امروزی را مجبور کرده است که بعد از دهها سال پیگیری روشها و رویه‌های کاری ثابت خود، روشهای

* دکتری مدیریت رفتار سازمانی، استادیار دانشگاه سمنان

** نویسنده مسئول- کارشناس ارشد مدیریت منابع انسانی، دانشگاه تهران

*** کارشناس ارشد مدیریت منابع انسانی، دانشگاه تهران- پردیس قم

**** کارشناس ارشد مدیریت منابع انسانی، دانشگاه شهید بهشتی

کاری جدیدی را در پیش بگیرند، به گونه‌ای که سازمان‌ها دارای ثبات کاری نیستند و از نوعی ثبات نسبی برخوردارند (Geijssel, 2003: 237) و برای اینکه از قافله عقب نیفتند، اکثر این سازمانها توجه خود را معطوف به رهبران سازمانی کرده‌اند و با شجاعت و جسارت خاصی سعی در ایجاد تغییرات بنیادی درون سازمانی دارند، چرا که رهبری با ایجاد تغییر سر و کار دارد (نرگسیان، ۱۳۸۶: ۳۰). در واقع ورود مفاهیمی همچون اخلاق، حقیقت، باور به خدا یا نیرویی برتر، معناجویی در کار، نوع دوستی و ... به پژوهش‌ها و اقدامات مدیریتی و کسب و کار، همه حکایت از ظهور پارادایم جدیدی دارند. (ضیائی و همکاران، ۱۳۸۷: ۶۸) در این میان تئوری رهبری معنوی به عنوان سکوی پرش یک پارادایم جدید برای تئوری، تحقیق و عمل رهبری ارائه شده است (Fry & Vitucci & Cedillo, 2005: 858). رهبری معنوی می‌تواند به عنوان یک حوزه تحقیق در زمینه وسیع‌تری از معنویت در محیط کار دیده شود. (Blackaby & Blackaby, 2001).

جُرْتزن و بارباتو^۱ (۲۰۰۱) بیان کرده‌اند که رهبران معنوی به برخی از ویژگی‌های مهم برای سازمانشان همچون خود شکوفایی و معنا در زندگی اطمینان می‌بخشند (Aydin & Ceylan, 2009: 185). رهبری معنوی رفاه معنوی را پرورش می‌دهد و به دنبال آن بر رضایت کارکنان از زندگی، مسئولیت‌پذیری سازمانی، تعهد سازمانی، بهره‌وری و عملکرد مالی تأثیر مثبت می‌گذارد (Fry & Matherly & Ouimet, 2010: 291).

تحقیقات صورت گرفته نشان داده‌اند که هویت‌یابی سازمانی یک قطعه بزرگ گم شده در مطالعه رهبری معنوی است (Al Arkoubi, 2008: 3). هر سازمانی، همانند انسان، یک هویت دارد. هویت مجموعه‌ای از ویژگی‌هایی است که آن را از دیگران متمایز می‌سازد. اما به هر صورت هویت سازمانی به وسیله این واقعیت که می‌تواند به عنوان یک ابزار استراتژیک در فرآیند دستیابی به هدفها و دیدگاه سازمان استفاده شود، مورد نظر است (مرادی و موسوی حجازی، ۱۳۸۷: ۲۴). هویت سازمانی یک متغیر شناختی مهم است که نه تنها بر احساس عضویت فرد در سازمان تأثیرگذار است، بلکه تعیین‌کننده رفتار افراد در محیط سازمانی می‌باشد (Prati et al, 2009: 409).

با وجود اینکه هویت‌یابی سازمانی بازتاب ادراک یک فرد از احساس تعلق به یک سازمان است، ولی با این وجود هیچ پژوهش جدیدی وجود ندارد که رهبری معنوی را با هویت‌یابی سازمانی پیوند دهد و این زمینه تحقیقاتی نیاز به بررسی بیشتر دارد. به همین

دلیل با توجه به اهمیت موضوع، در این پژوهش به بررسی نقش رهبری معنوی در هویت-یابی سازمانی می پردازیم.

معنویت

در طول تاریخ بشر، معنویت به شکلهای مختلفی تجلی یافته و در پیرامون آن بسیار سخن گفته شده است. هر کس از دریچه‌ای به آن نگریسته و با تکیه بر بعد یا ابعادی از آن، تعریفی ارائه کرده است (بیرزنونی، ۱۳۷۹: ۷۹). به عبارت دیگر، مفاهیمی از قبیل معنویت که به امور غیرمادی تعلق دارند، تعریف منطقی ندارند و معمولاً با ذکر مصادیق و مثالها، توضیح داده می‌شوند.

معنویت نیاز ذاتی انسان برای ارتباط با چیزی فراتر از ماست (King, 2008:29). معنویت پاسخ مثبت به نیازهای درونی و گرایشهای فطری است. معنویت پیوند انسان با خدا و عالم باطن است و اصالت را به معنا و متافیزیک دادن (رودگر، ۱۳۸۷: ۴۳).

در اسلام منظور از معنویت برخورداری از ارزش‌های اعلای انسانی همچون ایمان به خدا، احترام و تکریم دیگران، پذیرش دیگران، تقوا، خدمت، خوش بینی و صداقت به صورت عام و جهانشمول است. معنویت در جامعه ایرانی، مبتنی بر دین است و بدین معنا که تعالیم و آموزه‌های دین اسلام شکل‌دهنده معنویت هستند. سرچشمه معنویت اسلامی، قرآن کریم و فرموده‌های حضرت محمد(ص) و ائمه اطهار(ع) است (نادری و رجایی‌پور، ۱۳۸۹: ۱۲۰). معنویت اسلامی با مدیریت اسلامی، ارتباطی تنگاتنگ داشته و عامل تقویت، توسعه و توفیق حکومت و مدیریت یا کارآمدی بیشتر نظام اسلامی می‌شود؛ چنانکه در سیره سیاسی پیامبر اعظم (ص) و امام علی(ع) دیده‌ایم و همانطور که در سیره حکومتی حضرت امام خمینی(ره) نیز مشاهده کرده‌ایم. پس در معنویت اسلامی، چند مؤلفه مهم وجود دارد:

۱. معرفت اسلامی
۲. عقلانیت اسلامی
۳. عبودیت اسلامی
۴. وظیفه‌گرایی و خدمت به جامعه برای تحصیل رضای خدا
۵. راه‌های برون رفت از همه مشکلات و چالش‌های روزآمد حکومتی، که تنها با تعبد و توکل ممکن و میسر است.

۶. طراوت همیشگی و خستگی ناپذیری در خدمت به مردم و محرومان و ...
(رودگر، ۱۳۸۶: ۴۴)

لازم به ذکر است در دیدگاه اسلام معنویت ریشه در مذهب دارد و مذهب عامل اصلی تقویت و تشویق معنویت در افراد و سازمان‌ها تلقی می‌شود (مشبکی و همکاران، ۱۳۸۵: ۱۸۱).

معنویت در محیط کار

در سال‌های اخیر، جایگاه معنویت در سازمان‌ها به طور فزاینده‌ای از سوی مدیران، سرپرستان، کارکنان و محققان به عنوان یک ضرورت برای تعاملات سازمان‌ها با کارکنان، مشتریان و جامعه مورد توجه قرار گرفته است (لواسانی و همکاران، ۱۳۸۷: ۶۲)، به طوریکه مفهوم معنویت در محیط کار در دهه‌های اخیر شهرت قابل توجهی پیدا کرده است (Aydin & Ceylan, 2009:185).

گیاکالون^۱ و جورکیویس^۲ (۲۰۰۳) معنویت در محیط کار را اینگونه تعریف می‌کنند: «چارچوبی از ارزش‌های سازمانی ثابت شده در فرهنگ که تجربه کارکنان از تعالی را از طریق فرآیند کار، ترقی می‌دهد و احساس آنها از پیوند داشتن با دیگران را به روشی که احساس کامل بودن و لذت را برای آنها فراهم می‌کند، تسهیل می‌نماید» (Daniel, 2010:449). می‌توان گفت معنویت در محیط کار به عنوان چهارچوب ارزش‌های سازمانی مشاهده شده در فرهنگ تعریف شده که تجربه متعالی کارکنان را از طریق فرایند کار ارتقاء می‌دهد (Reave, 2005:657).

معنویت در برابر دین (مذهب)

معنویت چیست و چطور آن را از دین جدا کنیم؟ نتیجه تحقیقات اخیر نشان می‌دهد که دین عمدتاً با دین رسمی / سازمانی مرتبط است، در حالیکه معنویت اغلب با نزدیکی به خدا و احساس ارتباط با جهان و موجودات زنده مرتبط است. دین بیشتر روی گروه و سازمان خاص متمرکز است در حالیکه معنویت عمومی‌تر است و حتی ممکن است بیشتر از یک رویکرد مذهبی را شامل شود (Reave, 2005:656). معنویت منعکس کننده وجود ارتباط با یک قدرت بالاتر می‌باشد. معنویت گسترده‌تر از هر دین رسمی یا سازمان یافته با اصول و آموزه‌های توصیف شده‌اش می‌باشد. معنویت منبعی برای جستجوی فرد برای بقای

1 - Giacalone

2 - Jurkiewicz

معنوی، برای معناداری در زندگی و یک حس ارتباط با انسان‌های دیگر می‌باشد (Fry, 2003:705).

محققان در تمایز بین این دو اصطلاح توجه زیادی کرده‌اند، اما بسیاری از افراد احساس می‌کنند که این مفاهیم با هم تداخل دارند (Reave, 2005:656)، در حقیقت می‌توان گفت پل مشترک بین معنویت و دین، عشق به دیگران و توجه یا علاقه به منافع دیگران می‌باشد (Fry, 2003:706).

معنویت و رهبری

معنویت و رهبری هر دو سازه‌های پیچیده‌ای هستند (Al Arkoubi, 2008:19). معنویت به عنوان یک موضوع تحقیق جدید در تئوری رهبری بیان شده (Dent et all, 2005:641)، به طوری که همپوشانی قابل توجهی بین معنویت در محیط کار و تئوری‌های رهبری وجود دارد (Fry, 2003:710).

معنویت و رهبری در اسلام دو روی یک سکه هستند و نمی‌توانند جدا از یکدیگر دیده شوند. آنها به هم آمیخته شده و هر دو در پایگاه اخلاقی اسلام تعبیه شده‌اند. هر دو مرتبط با خدمت به خدا هستند و ریشه در تسلیم خود در برابر قدرتش دارند (Al Arkoubi, 2008:52). دنت و هیگینس^۱ (۲۰۰۵) نیز در بررسی‌های خود بدین نتیجه رسیده‌اند که سازگاری واضح و روشنی بین ارزش‌های معنوی و اثربخشی اعمال رهبری وجود دارد. در بررسی دیگری ریو^۲ (۲۰۰۵) بیان کرده، ارزش‌هایی که آرمان‌های معنوی همچون صداقت، درستکاری و فروتنی را در نظر گرفته‌اند، روی موفقیت رهبری تأثیرگذار هستند (Fry et all, 2011:2-3).

رهبری در اسلام به عنوان «فرایندی که به وسیله آن رهبر مشارکت داوطلبانه پیروان در تلاش جهت رسیدن به اهداف معین را جستجو می‌کند» توصیف شده است. این تعریف به این مطلب اشاره دارد که فرایند رهبری نباید مبتنی بر اجبار یا تحمیل باشد، در حقیقت در همه امور از جمله آنهایی که به دین مربوط می‌شوند، اجبار و فشار ممنوع می‌باشد (Al Arkoubi, 2008:52).

1 - Dent & Higgins

2 - Reave

ما باید همچنین آنچه را که به معنای رهبری اثربخش است، تعریف کنیم. رهبری اثربخش به روش‌های مختلفی سنجیده می‌شود: بوسیله ارزیابی‌های ذهنی از پیروان، همسالان و افراد مافوق، بوسیله تأثیر روی پیروان، یا بوسیله دستیابی به اهداف سازمانی همچون سود و بهره‌وری. یک دیدگاه کلی از رهبری را می‌توان در تأثیر رهبر روی پیروان و موفقیت اهداف جستجو کرد (Reave, 2005: 657). گُرس و پُزَنر^۱ (۱۹۸۷) نیز رهبری را به عنوان «هنر بسیج دیگران به منظور تلاش برای برآورده کردن آرزوهای مشترک» تعریف کرده‌اند (Fry, 2003: 709).

از آنجا که معنویت رسیدن به بهره‌وری را تسهیل می‌کند، در سازمان موازین اخلاقی ایجاد کرده و مانع استرس در سازمان‌ها می‌شود، برخی محققان معنویت را با رهبری پیوند داده‌اند. به همین دلیل می‌توان گفت که رهبران معنوی نقش مهمی را در اثربخشی سازمان ایفا می‌کنند (Aydin & Ceylan, 2009: 185).

رهبری معنوی

در سال‌های اخیر توجه رو به افزایشی در زمینه رهبری معنوی و منافع قابل توجه آن برای افراد، گروه‌ها، سازمان‌ها و جوامع صورت گرفته است (Al Arkoubi, 2008: 1). رهبری معنوی می‌تواند به عنوان یک سازه در حال ظهور در بافت گسترده‌تر معنویت در محیط کار دیده شود (Fry et al, 2011: 3).

تا به امروز، تعریف فرای^۲ (۲۰۰۳) از رهبری معنوی ممکن است پیوند لازم بین تعریف رهبری و معنویت در محیط کار را فراهم کند (Dent et al, 2005: 641). فرای (۲۰۰۳) رهبری معنوی را به عنوان ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای لازم جهت انگیزش درونی خود و دیگران تعریف کرده است به طوری که یک احساس بقای معنوی از طریق معناداری و عضویت ایجاد می‌شود (Reave, 2005: 663). این امر مستلزم دو چیز است:

۱. خلق بینش و بصیرتی است که در آن رهبر و پیروان احساس معنا، هدفمندی و اهمیت می‌کنند.

1 - Kouzes & Pozner

2 - Fry

۲. برقراری و خلق فرهنگ سازمانی بر مبنای ارزش‌های عشق به هم‌نوعان که به موجب آن رهبر و پیروان احساس عضویت، درک شدن، مورد قدردانی قرار گرفتن، مراقبت، توجه و تقدیر از خود و دیگران می‌نمایند (Fry, 2003: 695).

نظری رهبری معنوی درون یک مدل انگیزش درونی توسعه پیدا کرده و روی ویژگی‌هایی همچون امید، ایمان و نوع دوستی پایه‌گذاری شده است (Fernando et all, 2009: 523). هدف از رهبری معنوی خلق چشم‌انداز و ارزش‌های متجانس در سطوح فردی، تیمی، سازمانی و در نهایت تقویت سطوح بالاتری از تعهد و بهره‌وری سازمانی می‌باشد.

رهبری معنوی بیشتر به عنوان یک پدیده در زمانی قابل مشاهده است که شخص در یک موقعیت رهبری مظهری از ارزش‌های معنوی همچون صداقت، درستی و فروتنی می‌باشد و خود را به عنوان یک نمونه از شخصی که می‌تواند قابل اعتماد بوده و مورد تحسین قرار گیرد، نشان می‌دهد (Reave, 2005: 663). رهبری معنوی با یادگیری و رشد مرتبط است، بنابراین برای سازمان‌هایی که تمایل به موفقیت و پیشرفت دارند، ضروری می‌باشد. رهبری معنوی سازمان از طریق رشد و یادگیری، در نهایت سازمان را به سمت بهبود مستمر در عملیات و همچنین محصولات و خدمات با کیفیت بالاتر حرکت می‌دهد و در نهایت منجر به سطح بالاتر رضایت مشتری و پس از آن عملکرد مالی بهتر می‌شود. (Fry et all, 2010: 305).

رهبران معنوی افراد تأثیرگذاری هستند که به تغییر شیوه‌هایی که دیگران می‌بینند و کارهایی که انجام می‌دهند، قادر هستند. آنها بر نگرش‌ها و اعمال دیگران به منظور رسیدن به یک هدف مشترک که در نهایت به نفع کل گروه می‌باشد، تأثیر می‌گذارند (Crossman, 2010: 602). رهبری معنوی کارکنانی با دانش برای مشارکت در سازمان و با قدرت برای تصمیم‌گیری‌های مهم فراهم می‌کند، همچنین زمینه‌ای برای کارکنان جهت دریافت عشق به نوع دوستی ایجاد می‌کند که به نوبه خود مبنایی برای انگیزش درونی از طریق امید/ایمان در چشم‌انداز سازمان است (Fry et all, 2010: 305).

ابعاد رهبری معنوی

فرای (۲۰۰۳) هفت بعد برای رهبری معنوی معرفی کرده که عبارتند از :

(۱) چشم انداز^۱: در دهه ۱۹۸۰ چشم انداز به عنوان یک موضوع مهم در ادبیات رهبری شناخته شده است، زیرا رهبران به دلیل رقابت شدید جهانی، کوتاه‌تر شدن چرخه‌های توسعه تکنولوژی و استراتژی‌هایی که به واسطه رقابت به سرعت در حال منسوخ شدن هستند، ملزم به توجه بیشتر به آینده سازمان‌ها می‌باشند. چشم‌انداز مقصد واحدهای سازمان و آرمان‌های آنها را منعکس می‌کند، به کارها معنا می‌دهد و امید و ایمان را تشویق می‌کند. چشم‌انداز به تصویری از آینده به همراه تفسیری روشن از چرایی تلاش افراد برای خلق چنین آینده‌ای اشاره دارد (Fry et all, 2011: 4).

(۲) عشق به هم‌نوع^۲: عشق به نوع دوستی واژه‌ای است که اغلب با نیکوکاری مترادف است و از طریق ارزش‌هایی نظیر وفاداری، خیرخواهی، تشکر و قدردانی از خود و دیگران نمایان می‌گردد. در رهبری معنوی عشق به نوع دوستی عبارتست از حس تمامیت، هماهنگی، بهروزی و خوشبختی به واسطه توجه و مراقبت، دلواپسی و قدردانی از خود و دیگران (نورعلیزاده، ۱۳۸۷: ۱۰۵). عشق به هم‌نوع یا نوع دوستی مجموعه‌ای از ارزش‌ها، مفروضات و روش‌های تفکر از نظر اخلاقی درست می‌باشد که به وسیله اعضای گروه به اشتراک گذاشته شده و به اعضای جدید آموزش داده می‌شود (Fry et all, 2011: 4).

(۳) امید/ ایمان^۳: ایمان، اطمینان و یقین به چیزهایی که آرزویش را داریم و اعتماد به چیزهایی که دیده نمی‌شوند، می‌باشد. در حقیقت ایمان، اعتقاد و باور راسخ به چیزی است که برای اثباتش برهانی وجود ندارد و شواهد فیزیکی و مادی وجودش را ثابت نکرده است (Fry et all, 2011: 4). امید نیز شوق به چیزی است که انتظار داریم تحقق یابد. ایمان به امید حقیقت می‌بخشد. افراد دارای ایمان و امید از مقصدی که به سمت آن در حال حرکت هستند و نحوه رسیدن به آن بینش روشنی دارند و برای رسیدن به اهدافشان دوست دارند که با سختی‌ها و ناملازمات مواجه شوند (نورعلیزاده، ۱۳۸۷: ۱۰۶). به طور کلی می‌توان گفت که امید و ایمان منشأ این اعتقاد است که چشم انداز، اهداف و مأموریت سازمان با موفقیت تحقق خواهد یافت (Fry et all, 2011: 4).

(۴) عضویت^۴: عضویت دربرگیرنده ساختارهای فرهنگی و اجتماعی است که ما در آن غوطه‌ور هستیم. یک حس درک و قدردانی است که تا حد زیادی از روابط متقابل و

1 - Vision

2 - Altruistic Love

3 - Hope / Faith

4 - Membership

ارتباطات از طریق تعامل اجتماعی و عضویت در گروهها نشأت می‌گیرد (Fry et all, 2011: 5)

(۵) معناداری^۱: 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 می‌شود. مردم نه تنها شایستگی و کاردانی از طریق کارشان را جستجو می‌کنند، بلکه این حس که کار، معنا یا ارزش اجتماعی دارد را نیز جستجو می‌کنند (Jeffer, 2003: 33).

(۶) تعهد سازمانی^۲: تعهد سازمانی یک نگرش و یک حالت روانی است که نشان دهنده تمایل، نیاز و الزام جهت ادامه فعالیت در یک سازمان است (باقری و تولایی، ۱۳۸۹: ۷۴). بنابراین وفاداری به ارزشها و اهداف سازمان و همچنین احساس تعلق و وابستگی به ماندن در سازمان را تعهد سازمانی می‌نامند (موغلی و دیگران، ۱۳۸۸: ۱۲۳). در تعهد سازمانی، افراد با حس معناداری و عضویت به یکدیگر پیوند خورده و به سازمان وفادار می‌مانند و می‌خواهند در سازمانهایی که فرهنگهایی مبتنی بر ارزشها و عشق به نوع دوستی دارند، باقی بمانند (Fry, 2003: 714).

(۷) بهره‌وری و بهبود مستمر^۳: 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 (اولیاء و دهستانی، ۱۳۸۵: ۲۶).

هویت یابی سازمانی^۴

هویت و هویت یابی سازمانی تأثیر عمده‌ای بر بسیاری از رفتارهای سازمانی و در نتیجه عملکرد و دستیابی به اهداف آن داشته‌اند. آلبرت^۵ و وتن^۶ (۱۹۸۵) بر این باور هستند که هویت سازمانی (الف) آن چیزی است که توسط افراد سازمان به عنوان ویژگی اصلی سازمان پذیرفته شده است؛ (ب) که موجب می‌گردد سازمان از دید کارکنان نسبت به سازمان‌های

1 - Meaning

2 - Organizational commitment

3 - Productivity and Continuous improvement

4 - Organizational Identification

5- Albert

6- Whetten

دیگر متمایز و در نتیجه منحصر به فرد باشد؛ و ج) توسط افراد سازمان ادراک شده است که بدون توجه به تغییرات هدف در محیط‌های سازمانی پایدار و ثابت باشند. سه ویژگی ذکر شده بالا نشان می‌دهند سازمان‌های با یک هویت مستحکم، دارای صفات عمده و اصلی متمایز از سایر سازمان‌ها هستند و برای مدت زمان طولانی‌تری باقی می‌مانند (Albert et al, 2000: 15)

هویت سازمانی به عنوان پایه‌ای برای هویت‌یابی کارکنان با سازمان دیده می‌شود (Hatch & Schultz, 2000:26). هویت‌یابی سازمانی با این سؤال که «من در ارتباط با سازمان چه کسی هستم؟» مرتبط است (پرات^۱، ۱۹۹۸: ۱۲۶). مطابق با نظریه هویت‌یابی پچن^۲ (۱۹۷۰) هویت‌یابی سازمانی شامل سه جزء: (۱) احساس همبستگی با سازمان؛ (۲) وفاداری یا حمایت از سازمان؛ و (۳) ادراک مشخصه‌های مشترک با دیگر اعضای سازمان است. هویت‌یابی سازمانی می‌تواند هر دو جنبه رضایتمندی و رفتار کارکنان و اثربخشی سازمان را تحت تأثیر قرار دهد (shforth & Mael, 1989:33).

سازمان‌ها می‌توانند تا حد زیادی از ایجاد هویت‌یابی کارکنان با سازمان بهره ببرند. هویت‌یابی سازمانی با انواع گرایش‌های شغلی، رفتارها و پیامدهایی که از سازمان پشتیبانی می‌کنند، از جمله تصمیم‌گیری‌های فردی، تعهد به اهداف مشترک و تعامل کارکنان ارتباط دارد (Patchen, 1970). هرچه کارکنان سازمان هویت بیشتری از سازمان کسب نمایند، باورهای مثبت‌تری نسبت به سازمان پیدا می‌کنند. برای مثال این افراد بر این باور هستند که سازمان خروجی‌های با ارزشی را تولید می‌کند (Dutton et al, 1994:254). متخصصان با هویت‌یابی سازمانی بالا، نسبت به آنهایی که هویت‌یابی کمتری دارند، نگرش مطلوب‌تری نسبت به شغل، سازمان و حرفه خود نشان داده‌اند (Lee, 1971:217). هویت‌یابی سازمانی به طور مستقیم می‌تواند بر رفتار اعضای سازمان تأثیر گذار باشد. وقتی یک نفر از سازمان هویت کسب می‌نماید، تصمیماتی را اتخاذ می‌کند که مطابق با اهداف سازمان باشد و به طور خودآگاهانه تلاش خود را به سمت اهداف سازمانی و کسب رضایت درونی از طریق ادراک حرکت به سوی اهداف مرتبط هدایت می‌کند (Miller et al, 2000: 627). کارکنان با هویت‌یابی سازمانی بالاتر، عموماً مولدتر، با انگیزه‌تر و رضایتمندتر بوده و تمایل کمتری به ترک سازمان نسبت به کارکنان با هویت‌یابی سازمانی

1 - Pratt

2 - Patchen

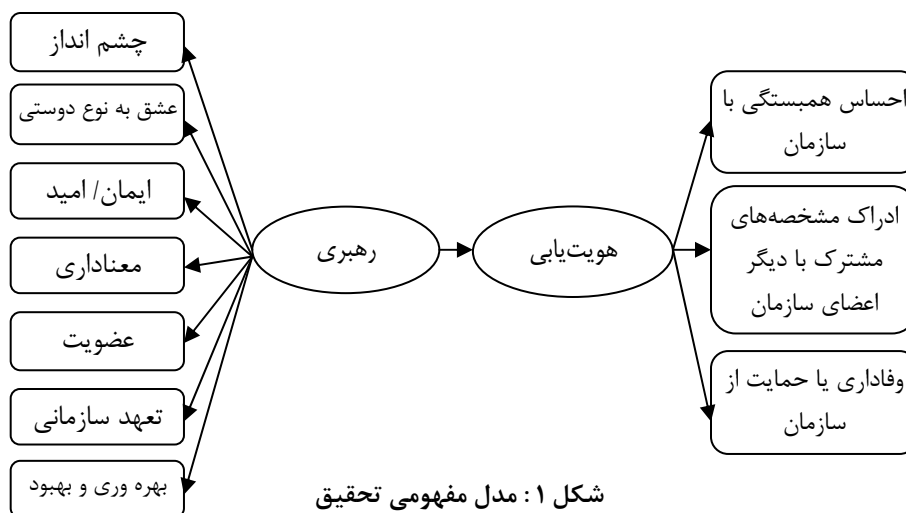
پایین تر دارند (Lee, 1971: 216). از دیدگاه مدیریتی هویت‌یابی سودمند است، زیرا احتمال اتخاذ تصمیماتی که در جهت منافع سازمان است را حتی در زمان نبود نظارت در سازمان افزایش می‌دهد.

در عملیاتی کردن سازه هویت‌یابی سازمانی، چنی^۱ (۱۹۸۳) عقیده دارد که هویت‌یابی از سه پدیده به هم آمیخته تشکیل شده است: (۱) «احساس همبستگی» یا عضویت، احساس تعلق، احساس قوی از دلبستگی و یا جاذبه‌های عاطفی، با اشاره به عضویت خود در سازمان و غرور و افتخار از عضویت در سازمان؛ (۲) «حمایت از سازمان» یا وفاداری، وفاداری به سازمان و شور و شوق در مورد اهداف سازمانی؛ و (۳) «ادراک مشخصه‌های مشترک» یا مشابهت، درک شباهت از نظر ویژگی‌های مشترک و با توجه به اهداف و ارزش‌های مشترک (Miller et al, 2000: 638).

هویت‌یابی سازمانی که اشاره به پیوند روحی و روانی میان فرد و سازمان کاری فرد دارد، در درجه اول توجه فزاینده به خود را از ارتباط میان رفتار و افزایش کارایی سازمان کسب کرده است، فرض بر این است که شخصی که از سازمان هویت کسب می‌کند، به طور طبیعی در جهت منفعت‌رسانی به سازمان کار می‌کند (Ouchi, 1980: 134). رفتارهای مثبت در ارتباط با هویت‌یابی سازمانی شامل همکاری بیشتر، انجام فراتر از حد وظیفه امور سازمانی و تمایل به باقی ماندن به عنوان یکی از اعضای سازمانی، می‌باشد (Ashforth & Mael, 1989: 31). هویت‌یابی سازمانی اغلب از نظر اهداف و ارزش‌های مشترک میان سازمان و اعضای سازمان سنجیده می‌شود و به عنوان ابزاری برای ایجاد همبستگی در سراسر سازمان دیده می‌شود. به طور خلاصه، هویت‌یابی سازمانی به عنوان یکی از عناصر موفقیت سازمانی دیده شده است (Dutton et al, 1994: 247).

مدل مفهومی پژوهش

با توجه به مطالعات صورت گرفته و همچنین موضوع تحقیق، مدل مفهومی تحقیق به صورت زیر ارائه می‌شود.



با توجه به مدل مفهومی تحقیق فرضیه اصلی و فرضیات فرعی پژوهش بدین صورت مطرح شده‌اند:

فرضیه اصلی:

رهبری معنوی بر هویت‌یابی سازمانی تأثیر دارد.

فرضیات فرعی:

۱. چشم انداز سازمانی بر هویت‌یابی سازمانی تأثیر دارد.
۲. عشق به نوع دوستی بر هویت‌یابی سازمانی تأثیر دارد.
۳. ایمان و امید بر هویت‌یابی سازمانی تأثیر دارد.
۴. معناداری بر هویت‌یابی سازمانی تأثیر دارد.
۵. عضویت بر هویت‌یابی سازمانی تأثیر دارد.
۶. تعهد سازمانی بر هویت‌یابی سازمانی تأثیر دارد.
۷. بهره‌وری و بهبود مستمر بر هویت‌یابی سازمانی تأثیر دارد.

روش تحقیق

این تحقیق از نظر هدف، تحقیق کاربردی و از نظر جمع‌آوری داده‌ها، تحقیق پیمایشی از گروه تحقیقات توصیفی (غیرآزمایشی) می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش کلیه کارکنان نواحی چهارگانه ادارات آموزش و پرورش استان قم می‌باشند. تعداد کل افراد جامعه آماری

۳۰۶ نفر می باشند که با استفاده از فرمول نمونه گیری کوکران تعداد نمونه آماری ۲۳۲ نفر بدست آمده است.

$$n = \frac{NZ^2\left(\frac{\alpha}{2}\right)\delta^2}{(N-1)\varepsilon^2 + Z^2\left(\frac{\alpha}{2}\right)\delta^2}$$

$$n = \frac{(306)(1/96)^2(0/624)}{(305)(0/05)^2 + (1/96)^2(0/624)} \approx 232$$

سپس با استفاده از فرمول مقابل تعداد نمونه آماری را در هر ناحیه بدست آورده ایم. نتایج بدست آمده در جدول ۱ نشان داده شده اند.

$$P_K = \frac{K}{N} n$$

جدول ۱: تعداد نمونه آماری در هر ناحیه آموزش و پرورش

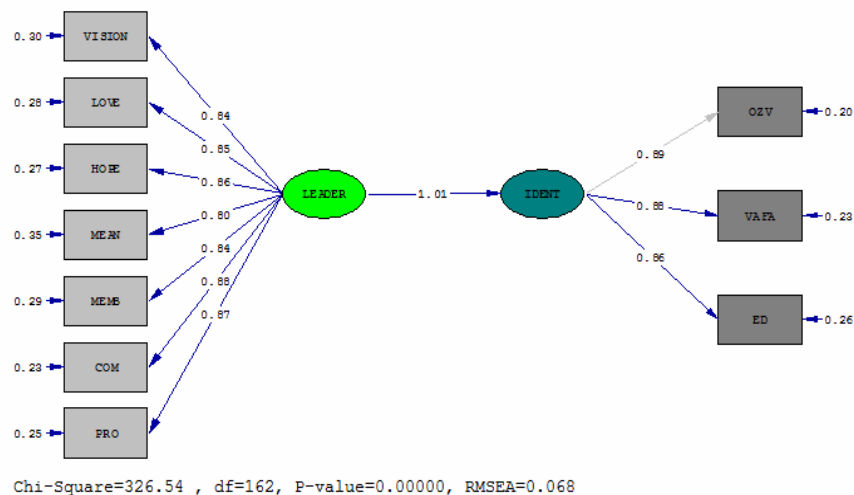
ناحیه	تعداد کارکنان	تعداد نمونه آماری
ناحیه ۱	۷۸	۵۹
ناحیه ۲	۷۳	۵۵
ناحیه ۳	۸۰	۶۱
ناحیه ۴	۷۵	۵۷
جمع	۳۰۶	۲۳۲

ابزار مورد استفاده در این پژوهش پرسشنامه می باشد که به منظور سنجش رهبری معنوی از پرسشنامه استاندارد فرای و همکارانش (۲۰۰۵) و به منظور سنجش هویت یابی سازمانی از پرسشنامه استاندارد میلر و همکارانش (۲۰۰۰) استفاده است. از آنجا که پرسشنامه های استفاده شده در این پژوهش استاندارد می باشند، می توان گفت روایی و پایایی آنها مورد تأیید می باشد ولی با این وجود به منظور اطمینان بیشتر از پایایی پرسشنامه ها از آلفای کرونباخ استفاده شد که آلفای کرونباخ پرسشنامه رهبری معنوی ۰/۹۵۶ و آلفای کرونباخ پرسشنامه هویت یابی سازمانی ۰/۹۶۷ بدست آمد و از آنجا که مقادیر بدست آمده بیشتر از ۰/۷۰ می باشند می توان گفت که پایایی ابزار تحقیق مورد تأیید قرار می گیرد.

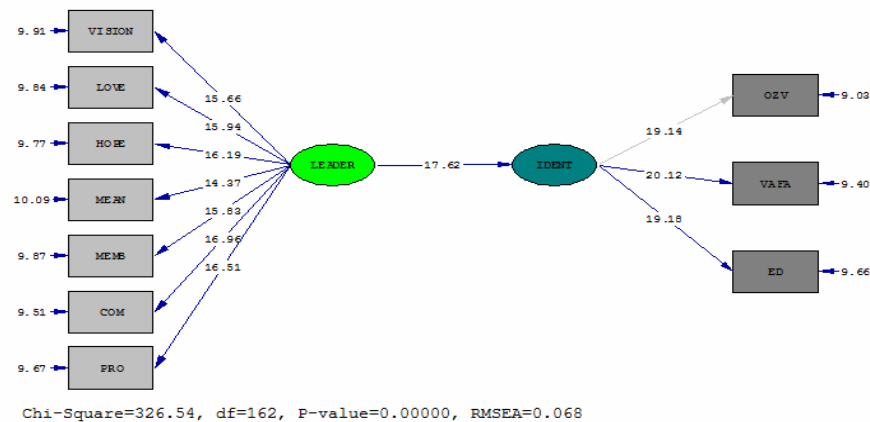
تجزیه و تحلیل اطلاعات

(۱) ارزشیابی برازش مدل مفهومی تحقیق

به منظور بررسی تأثیر رهبری معنوی بر هویتیابی سازمانی و آزمون فرضیات تحقیق از آزمون تحلیل عاملی تأییدی با استفاده از فن تحلیل مسیر توسط نرم افزار LISREL استفاده شده است. در ادامه مدل مفهومی پژوهش در دو حالت اعداد معناداری و تخمین استاندارد مورد بحث قرار می‌گیرد.



شکل ۲: مدل مفهومی تحقیق در حالت تخمین استاندارد



شکل ۳: مدل مفهومی تحقیق در حالت اعداد معناداری

جدول ۲: شاخص های برازش مدل مفهومی پژوهش

شاخص ها	RMSEA	P-Value	df	Chi-Square
مقادیر شاخص ها	۰/۰۶۸	۰/۰۰۰۰۰	۱۶۲	۳۲۶/۵۴

قبل از آزمون فرضیه های پژوهش باید ابتدا برازندگی کلی مدل مفهومی تحقیق مورد بررسی قرار بگیرد. بهترین شاخص مناسب در نرم افزار لیزرل $\frac{X^2}{df}$ می باشد که هر چه کوچکتر از ۳ باشد مدل دارای برازش (تناسب) بهتری است. این مقدار در مدل مفهومی این تحقیق ۲/۰۱ بدست آمده است که نشان دهنده برازش خوب مدل می باشد. شاخص دیگر RMSEA (میانگین مجذور خطاهای مدل) می باشد. این شاخص بر اساس خطاهای مدل ساخته می شود. زمانی که مقدار این آماره کمتر از ۰/۰۵ باشد نشان می دهد که مدل از برازش خوبی برخوردار است. در صورتی که بین ۰/۰۵ و ۰/۰۸ باشد برازش قابل قبول، اگر بین ۰/۰۸ و ۰/۱ باشد برازش متوسط و اگر بزرگتر از ۰/۱ باشد برازش ضعیف است. در مدل مفهومی این تحقیق مقدار RMSEA بدست آمده حاکی از برازش قابل قبول مدل است. در مورد شاخص p-value، برخی معتقدند که باید بالای ۰/۵ باشد و برخی دیگر زیر ۰/۵ را قبول دارند. در کل روی این شاخص اجماع جهانی وجود ندارد.

جدول ۳: نتایج حاصل از مدل معادلات ساختاری (تحلیل مسیر)

فرضیه	مسیر	ضریب استاندارد	عدد معناداری (T-Value)
اصلی	رهبری معنوی	هویت یابی سازمانی	۱۷/۶۲
فرعی ۱	چشم انداز	هویت یابی سازمانی	۱۵/۶۶
فرعی ۲	عشق به نوع دوستی	هویت یابی سازمانی	۱۵/۹۴
فرعی ۳	ایمان و امید	هویت یابی سازمانی	۱۶/۱۹
فرعی ۴	معناداری	هویت یابی سازمانی	۱۴/۷۳
فرعی ۵	عضویت	هویت یابی سازمانی	۱۵/۸۳
فرعی ۶	تعهد سازمانی	هویت یابی سازمانی	۱۶/۹۶
فرعی ۷	بهره وری و بهبود مستمر	هویت یابی سازمانی	۱۶/۵۱

به منظور تأیید یا رد فرضیات از ضرایب استاندارد و اعداد معناداری استفاده شده است. منظور از عدد معناداری در نرم افزار لیزرل همان مفهوم sig در نرم افزار spss می باشد با این تفاوت که برای معنادار بودن یک ضریب، عدد معناداری آن باید بزرگتر از ۱/۹۶ یا کوچکتر از ۱/۹۶- باشد و در کل برای تأیید یا رد فرضیات تحقیق بکار می‌رود. عدد معناداری هر چقدر از ۱/۹۶ بزرگتر باشد نشان‌دهنده آن است که متغیر مستقل اثر قوی‌تری روی متغیر وابسته دارد. منظور از ضریب استاندارد مقادیر همبستگی دوتایی است (بین دو متغیر) و جهت مقایسه اثرات اجزای مدل بکار می‌رود و هر چه این ضریب بیشتر باشد به معنای اثرگذاری بیشتر متغیر مستقل بر متغیر وابسته است. اگر این مقدار بالای ۰/۳ باشد متوسط و بین ۰/۳ و ۰/۶ خوب و بالای ۰/۶ بسیار عالی است.

نتایج بدست آمده از مدل مفهومی تحقیق در دو حالت اعداد معناداری و تخمین استاندارد در جدول ۳ نشان داده شده است، همانطور که مشاهده می‌شود، بر اساس نتایج بدست آمده می‌توان گفت که در سطح اطمینان ۰/۹۵ فرضیات تحقیق مورد تأیید قرار گرفته و می‌توان گفت رهبری معنوی بر هویت‌یابی سازمانی تأثیر گذار می‌باشد.

(۲) بررسی وضعیت رهبری معنوی

به منظور بررسی وضعیت رهبری معنوی در آموزش و پرورش استان قم از آزمون میانگین یک جامعه آماری استفاده شده است.

$$\begin{cases} H_0 : \mu = 3 \\ H_1 : \mu \neq 3 \end{cases}$$

جدول ۴: وضعیت میانگین و انحراف معیار ابعاد رهبری معنوی

انحراف معیار	میانگین	تعداد	ابعاد رهبری معنوی
۰/۹۳۲۲۴	۳/۶۷۶۷	۲۳۲	چشم انداز
۰/۹۳۴۲۲	۳/۴۱۳۸	۲۳۲	عشق به نوع دوستی
۰/۹۱۰۴۴	۳/۵۱۸۷	۲۳۲	ایمان و امید
۰/۹۵۹۷۴	۳/۵۷۹۰	۲۳۲	معناداری
۰/۹۲۴۷۱	۳/۳۲۱۸	۲۳۲	عضویت
۰/۹۷۰۵۷	۳/۳۸۹۴	۲۳۲	تعهد سازمانی
۰/۹۷۴۴۰	۳/۳۶۴۹	۲۳۲	بهره‌وری و بهبود مستمر

جدول ۵: نتایج آزمون میانگین یک جامعه آماری برای ابعاد رهبری معنوی

مقدار میانگین برابر با ۳ ($\mu = 3$)						ابعاد رهبری معنوی
۹۵٪ فاصله اطمینان برای تفاوت		تفاوت میانگین	sig	درجه آزادی	t	
حد بالا	حد پایین					
۰/۷۹۷۳	۰/۵۵۶۱	۰/۶۷۶۷۲	۰/۰۰۰	۲۳۱	۱۱/۰۵۷	چشم انداز
۰/۵۳۴۶	۰/۲۹۲۹	۰/۴۱۳۷۹	۰/۰۰۰	۲۳۱	۶/۷۴۶	عشق به نوع دوستی
۰/۶۳۶۴	۰/۴۰۰۹	۰/۵۱۸۶۸	۰/۰۰۰	۲۳۱	۸/۶۷۷	ایمان و امید
۰/۷۰۳۲	۰/۴۵۴۹	۰/۵۷۹۰۲	۰/۰۰۰	۲۳۱	۹/۱۸۹	معناداری
۰/۴۴۱۵	۰/۲۰۲۲	۰/۳۲۱۸۴	۰/۰۰۰	۲۳۱	۵/۳۰۱	عضویت
۰/۵۱۴۹	۰/۲۶۳۸	۰/۳۸۹۳۷	۰/۰۰۰	۲۳۱	۶/۱۱۰	تعهد سازمانی
۰/۴۹۱۰	۰/۲۳۸۹	۰/۳۶۴۹۴	۰/۰۰۰	۲۳۱	۵/۷۰۵	بهره‌وری و بهبود مستمر

همانطور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود، سطح معناداری تمامی ابعاد رهبری معنوی از سطح معناداری در نظر گرفته شده (۰/۰۵) کمتر است، بنابراین با اطمینان ۹۵٪ فرض صفر رد و فرض مقابل پذیرفته می‌شود و با توجه به اینکه حد بالا و پایین تمامی ابعاد مثبت می‌باشد می‌توان گفت که وضعیت ابعاد رهبری معنوی و در نتیجه آن رهبری معنوی در سازمان آموزش و پرورش استان قم مطلوب می‌باشد.

جدول ۶: وضعیت ابعاد رهبری معنوی

وضعیت	ابعاد رهبری معنوی
مطلوب	چشم انداز
مطلوب	عشق به نوع دوستی
مطلوب	ایمان و امید
مطلوب	معناداری
مطلوب	عضویت
مطلوب	تعهد سازمانی
مطلوب	بهره‌وری و بهبود مستمر

در جدول ۶، نتایج کلی بدست آمده از آزمون میانگین یک جامعه آماری برای ابعاد رهبری معنوی نشان داده شده است. همانطور که مشاهده می شود، تمامی ابعاد رهبری معنوی در سازمان آموزش و پرورش استان قم از وضعیت مطلوبی برخوردار می باشند.

(۳) بررسی وضعیت هویت‌یابی سازمانی

به منظور بررسی وضعیت هویت‌یابی سازمانی نیز همانند رهبری معنوی از آزمون میانگین یک جامعه آماری استفاده شده است.

$$\begin{cases} H_0 : \mu = 3 \\ H_1 : \mu \neq 3 \end{cases}$$

جدول ۷: وضعیت میانگین و انحراف معیار ابعاد هویت‌یابی سازمانی

انحراف معیار	میانگین	تعداد	ابعاد هویت‌یابی سازمانی
۰/۹۴۹۴۷	۰/۴۷۶۳	۲۳۲	احساس همبستگی با سازمان
۰/۹۳۷۸۷	۰/۳۹۱۲	۲۳۲	ادراک مشخصه‌های مشترک با دیگر اعضای سازمان
۰/۹۳۰۴۳	۰/۴۰۶۶	۲۳۲	وفاداری یا حمایت از سازمان

جدول ۸: نتایج آزمون میانگین یک جامعه آماری برای ابعاد هویت‌یابی سازمانی

مقدار میانگین برابر با ۳ ($\mu = 3$)						ابعاد هویت‌یابی سازمانی
۹۵٪ فاصله اطمینان برای تفاوت		تفاوت میانگین	sig	درجه آزادی	t	
حد بالا	حد پایین					
۰/۵۹۹۱	۰/۳۵۳۵	۰/۴۷۶۲۹	۰/۰۰۰	۲۳۱	۷/۶۴۱	احساس همبستگی با سازمان
۰/۵۱۲۵	۰/۲۶۹۸	۰/۳۹۱۱۶	۰/۰۰۰	۲۳۱	۶/۳۵۳	ادراک مشخصه‌های مشترک با دیگر اعضای سازمان
۰/۵۲۷۰	۰/۲۸۶۳	۰/۴۰۶۶۱	۰/۰۰۰	۲۳۱	۶/۶۵۶	وفاداری یا حمایت از سازمان

همانطور که در جدول ۸ مشاهده می‌شود سطح معناداری ابعاد هویت‌یابی سازمانی کوچکتر از سطح معناداری در نظر گرفته شده (۰/۰۵) می‌باشد، بنابراین در مورد ابعاد هویت‌یابی سازمانی نیز همانند رهبری معنوی می‌توان گفت که با اطمینان ۹۵٪ فرض صفر رد و فرض مقابل پذیرفته می‌شود و از آنجا که حد بالا و پایین در مورد این ابعاد مثبت

می باشد، می توان گفت که وضعیت ابعاد هویت یابی سازمانی و در نتیجه هویت یابی سازمانی در آموزش و پرورش استان قم مطلوب می باشد.

جدول ۹: وضعیت ابعاد هویت یابی سازمانی

وضعیت	ابعاد هویت یابی سازمانی
مطلوب	احساس همبستگی با سازمان
مطلوب	ادراک مشخصه های مشترک با دیگر اعضای سازمان
مطلوب	وفاداری یا حمایت از سازمان

در جدول ۹، نتیجه کلی بدست آمده از آزمون میانگین یک جامعه آماری برای ابعاد هویت یابی سازمانی نشان داده شده است. همانطور که مشاهده می شود، تمامی ابعاد هویت یابی سازمانی از وضعیت مطلوبی برخوردار می باشند.

(۴) اولویت بندی ابعاد رهبری معنوی

$$\left. \begin{array}{l} \text{H}_0: \text{بین وضعیت موجود ابعاد رهبری معنوی تفاوت معنی داری وجود ندارد.} \\ \text{H}_1: \text{بین وضعیت موجود ابعاد رهبری معنوی تفاوت معنی داری وجود دارد.} \end{array} \right\}$$

جدول ۱۰: معنی داری آزمون فریدمن ابعاد رهبری معنوی

مقادیر محاسبه شده	شاخص های آماری
۲۳۲	تعداد
۶۴/۷۸۹	کای دو
۶	درجه آزادی
۰/۰۰۰	sig

همانطور که در جدول ۱۰ مشاهده می شود، سطح معناداری آزمون (sig= 0.200) از سطح معناداری در نظر گرفته شده (۰/۰۵) کوچکتر است، بنابراین با اطمینان ۹۵٪ فرض صفر رد و فرض مقابل پذیرفته می شود و می توان گفت که ابعاد رهبری معنوی تفاوت معناداری با یکدیگر دارند.

جدول ۱۱: اولویت بندی ابعاد رهبری معنوی بر حسب میانگین رتبه با استفاده از تحلیل واریانس فریدمن

اولویت	ابعاد رهبری معنوی	میانگین رتبه
۱	ایمان و امید	۴/۷۹
۲	چشم انداز	۴/۲۸
۳	معناداری	۴/۱۶
۴	عشق به نوع دوستی	۳/۸۴
۵	تعهد سازمانی	۳/۷۶
۶	بهره‌وری و بهبود مستمر	۳/۶۳
۷	عضویت	۳/۵۴

در جدول ۱۱، ابعاد رهبری معنوی به ترتیب اولویت نشان داده شده‌اند. همانطور که مشاهده می‌شود، در سازمان آموزش و پرورش استان قم بعد ایمان و امید در رتبه اول و بعد عضویت در رتبه آخر قرار دارد.

(۵) اولویت‌بندی ابعاد هویت‌یابی سازمانی

- H_0 : بین وضعیت موجود ابعاد هویت‌یابی سازمانی تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.
 H_1 : بین وضعیت موجود ابعاد هویت‌یابی سازمانی تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

جدول ۱۲: معنی‌داری آزمون فریدمن ابعاد هویت‌یابی سازمانی

مقادیر محاسبه شده	شاخص‌های آماری
۲۳۲	تعداد
۵/۴۵۸	کای دو
۲	درجه آزادی
۰/۰۶۵	sig

همانطور که در جدول ۱۲ مشاهده می‌شود، سطح معناداری بدست آمده (Sig=0.065) از سطح معناداری در نظر گرفته شده (۰/۰۵) بیشتر است، بنابراین فرض صفر پذیرفته می‌شود و با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت که بین ابعاد هویت‌یابی سازمانی تفاوت معناداری وجود ندارد.

جدول ۱۳: ابعاد هویت یابی سازمانی بر حسب میانگین رتبه با استفاده از تحلیل واریانس فریدمن

میانگین رتبه	ابعاد هویت یابی سازمانی
۲/۰۲	احساس همبستگی با سازمان
۱/۸۹	ادراک مشخصه‌های مشترک با دیگر اعضای سازمان
۲/۰۹	وفاداری یا حمایت از سازمان

همانطور که مشاهده شد نتایج بدست آمده از آزمون فریدمن نشان داد که در سازمان آموزش و پرورش استان قم ابعاد هویت یابی سازمانی دارای اولویت یکسانی هستند. در جدول ۱۳، میانگین رتبه هر یک از ابعاد هویت یابی سازمانی نشان داده شده است.

نتیجه گیری

این پژوهش با هدف کلی بررسی نقش رهبری معنوی در هویت یابی سازمانی صورت گرفته است. نتایج بدست آمده از آزمون تحلیل عاملی تأییدی با استفاده از فن تحلیل مسیر نشان داد که تمامی ابعاد رهبری معنوی بر هویت یابی سازمانی تأثیرگذار می باشند. همچنین نتایج بدست آمده از آزمون میانگین یک جامعه آماری نشان داد که رهبری معنوی و هویت یابی سازمانی در آموزش و پرورش استان قم از وضعیت مطلوبی برخوردار می باشند.

در واقع می توان گفت با توجه به اینکه هویت سازمانی یک ابزار استراتژیک برای رسیدن به هدفها و چشم اندازها می باشد، و با توجه به نقش مهم رهبری معنوی در دستیابی به این هدف، سازمان های امروزی برای بقای خود در دنیای رقابتی امروز، بایستی برای نقش رهبری معنوی در هویت یابی سازمانی اهمیت بسزایی قائل شوند. چرا که رهبران معنوی با تحریک و برانگیختن کارکنان با استفاده از چشم انداز معنوی و ایجاد زمینه های فرهنگی بر اساس ارزشهای انسانی، کارکنانی توانمند، دارای بهره وری بالا و متعهد و با انگیزه را پرورش می دهند.

منابع فارسی

- ۱- اولیاء ، محمد صالح و دهستان، فهیمه ، « بررسی نقش نظام پیشنهادات در مدیریت کیفیت جامع و تأثیر آن بر افزایش بهره وری سازمان »، روش، سال نوزدهم، شماره ۱۲۴، ۱۳۸۵، صص ۲۷-۲۵.
- ۲- باقری، مسلم و تولایی ، روح الله ، « بررسی تأثیر تعهد سازمانی بر عملکرد سازمان ها »، دو ماهنامه توسعه انسانی پلیس، سال هفتم، شماره ۳۰، ۱۳۸۹، صص ۹۶-۷۳.
- ۳- برزنونی ، محمد علی، « معنویت؛ نیاز پایایی انسان و رمز ماندگاری جوامع انسانی »، معنویت در مکتب امیرالمؤمنین، مجموعه مصاحبه ها ، سخنرانی ها و مقالات ، تهران، مرکز آموزش و پژوهش علوم اسلامی، حوزه نمایندگی ولی فقیه در دانشگاه امام حسین (ع)، ۱۳۷۹.
- ۴- رودگر، محمد جواد ، « تجدید دین به معنویت در جریانهای معنوی نوپدید »، کتاب نقد ، شماره ۴۶ ، ۱۳۸۷ .
- ۵- رودگر، محمد جواد، « نقش اخلاق و معنویت در کارآمدی نظام اسلامی»، فصلنامه حکومت اسلامی، سال دوازدهم، شماره ۴۴، ۱۳۸۶، صص ۶۶-۴۱.
- ۶- ضیائی، محمد صادق و نرگسیان، عباس و آیبای اصفهانی، سعید، « نقش رهبری معنوی در توانمندسازی کارکنان دانشگاه تهران»، نشریه مدیریت دولتی، دوره ۱، شماره ۱، ۱۳۸۸، صص ۸۶-۶۷.
- ۷- لواسانی، مسعود و کیوان زده، محمد و ارجمند، ندا، « معنویت، استرس شغلی، تعهد سازمانی و رضایت شغلی در پرستاران شهر تهران»، روان شناسی معاصر، دوره سوم، شماره ۲، ۱۳۸۷، صص ۷۳-۶۱.
- ۸- مرادی، مسعود و موسوی حجازی، بهار ، « نقش طراحان در روند خلق هویت سازمانی»، ماهنامه تدبیر، شماره ۱۹۴، ۱۳۸۷، صص ۲۴-۱۹ .
- ۹- مشبکی، اصغر ؛ باشکوه، محمد؛ علیپور، وحیده، « معنویت و رهبری»، دو فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت صنعتی، سال پنجم، شماره ۱۴، ۱۳۸۵، صص ۲۰۰-۱۷۷ .
- ۱۰- موغلی، علیرضا و حسن پور، اکبر و حسن پور، محمد ، « بررسی ارتباط بین توانمندسازی و تعهد سازمانی کارکنان در مناطق نوزده گانه سازمان آموزش و پرورش شهر تهران»، نشریه مدیریت دولتی، دوره ۱، شماره ۲، ۱۳۸۸، صص ۱۳۲-۱۱۹ .

- ۱۱- نادری، ناهید و رجایی پور، سعید، « مدیریت با رویکرد معنوی (شاخص های ارزیابی تحقق معنویت در سازمان) »، مطالعات اسلامی در علوم انسانی، سال اول، شماره اول، ۱۳۸۹، صص ۱۱۹-۱۳۸.
- ۱۲- نرگسیان، عباس، « رهبری معنوی در سازمان های معاصر»، ماهنامه تدبیر، شماره ۱۸۹، ۱۳۸۶، صص ۲۹-۳۲.
- ۱۳- نورعلیزاده، رحمان، « رهبری معنوی (الگوی جدید رهبری در هزاره سوم) »، دو ماهنامه توسعه انسانی پلیس، سال پنجم، شماره ۱۶، ۱۳۸۷، صص ۱۰۱-۱۱۱.

منابع انگلیسی

- 1-Al Arkoubi, Khadija, "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, 2008.
- 2-Albert, Stuart. & Ashforth, Blake E. & Dutton, Janet E., "Organizational identity and identification: charting new waters and building new bridges", Academy of Management Review, VOL. 25, NO.1, 2000, PP.13-17.
- 3-Ashforth, Blake E. & Fred, Mael. , "Social identity theory and the organization", Academy of Management Review, VOL. 14, NO.1, 1989, PP. 20-39.
- 4-Aydin, Bulent & Ceylan, Adnan, " The effect of spiritual leadership on organizational learning capacity", African Journal of Business Management, vol.3, NO.5, 2009, pp. 184-190.
- 5-Blackaby, H. & Blackaby, R., " Spiritual leadership", Nashville, TN:Broadman & Holman, 2001.
- 6-Crossman, Joanna, " Conceptualising spiritual leadership in secular organizational contexts and its relation to transformational, servant and environmental leadership", Leadership & Organization Development Journal, vol.31, No.7, 2010, pp.596-608.
- 7-Daniel, Jose Luis , " The effect of workplace spirituality on team effectiveness", Journal of Management Development.Vol. 29, No. 5, 2010, pp. 442-456.
- 8-Dent, Eric B. & Higgins, M. Eileen & Wharff, Deborah M., " Spirituality and leadership: An empirical review of definitions,

- distinctions, and embedded assumptions ", *The Leadership Quarterly*, 16, 2005, PP.625-653 .
- 9-Dutton, Jane E. & Duckerich, Janet M. & Harquail, Celia V. , "Organizational images and member identification", *Administrative Science Quarterly*, VOL. 39, NO.2 , 1994, PP. 239-263.
- 10-Ferguson, Jeffery & Milliman, John, " Creating Effective Core Organizational Values: A Spiritual Leadership Approach", *International Journal of Public Administration*, vol.31, NO. 4, 2008, pp. 439 - 459.
- 11-Fernando, Mario & Beale, Frederick & Geroy, Gery D., " The spiritual dimension in leadership at Dilmah Tea", *Organization Development Journal*, vol.30, No.6, 2009, pp.522-539.
- 12-Fry, Louis W. & Hannah, Sean t. & Noel, Michael & Walumbwa, Fred O., " Impact of spiritual leadership on unit performance ",*The Leadership Quarterly*, 2011, pp.1-12.
- 13-Fry, Louis W. & Matherly, Laura L. & Ouimet, J-Robert, " The Spiritual Leadership Balanced Scorecard Business Model: the case of the Cordon Bleu-Tomasso Corporation", *Journal of Management, Spirituality & Religion*, vol.7, NO.4, 2010, pp. 283-314.
- 14-Fry, Louis W. & Vitucci, Steve & Cedillo, Marie, " Spiritual leadership and army transformation: Theory,measurement, and establishing a baseline", *The Leadership Quarterly*, 16, 2005, pp.835-862.
- 15-Fry, Louis W., " Toward a theory of spiritual leadership", *The Leadership Quarterly*, 14, 2003, PP. 693-727.
- 16-Geijsel, Slegers p. & Leithwood,k. & Jantzi,D, "Transformational leadership effect on teacher,sCommitment and effort toward school reform", *Journal of Educational Administration*,Vol.4, No.3, 2003, pp.228-256
- 17-Hatch, Mary Jo. & Schultz, Majken J., "Scaling the tower of Babel: relational differences between identity, image and culture in organizations", *The expressive organization*, New York: Oxford University Press., 2000, PP. 11-35.
- 18-King, David Brian , "Rethinking Claims of Spiritual Intelligence: a Definition, Model and Measure", *Applications of Modeling in the Natural and Social Sciences Program*, Trent University, Canada, 2008.
- 19-Lee, Sang M. , "An empirical analysis of organizational identification", *Academy of Management Journal*, VOL. 14, NO.2, 1971, PP. 213-226.

- 20-Miller, Vernon D. & Allen, Mike & Casey, Mary K. & Johnson, John R., "Reconsidering the organizational identification questionnaire", *Management Communication Quarterly*, vol.13 , No.4 , 2000, pp. 626-658.
- 21-Ngunjiri, Faith Wambura, " Lessons in spiritual leadership from Kenyan women", *Journal of Educational Administration*, vol.48, No.6, 2010, pp.755-768.
- 22-Ouchi, W.G. , "Markets, Bureacracies, and Clans", *Administrative Science Quarterly*, vol. 25, 1980, pp.129–141.
- 23-Patchen, Martin. , " Participation, achievement, and involvement on the job", New Jersey: Prentice- Hall, 1970.
- 24-Pfeffer, J., " Business and the spirit: Management practices that sustain values", In R. A. Giacalone, & C. L. Jurkiewicz (Eds.), *Handbook of workplace spirituality and organizational performance* , New York: M. E. Sharp, 2003, pp. 29-45.
- 25-Prati, Melita L. & McMillan-Capehart, Amy & Karriker , Joy H., " Affecting organizational identity: a manager's influence.: An article from: *Journal of Leadership & Organizational Studies*", *Journal of Leadership & Organizational Studies*, VOL.15, NO. 4, 2009, PP. 404 - 415 .
- 26-Pratt, Michael G. , "To be or not to be: central questions in organizational identification", *Identity in organization*, Thousand Oaks: Sage, 1998, PP.71-207.
- 27-Reave, Laura, " Spiritual values and practices related to leadership effectiveness", *The Leadership Quarterly*, 16, 2005, pp.655-687.

