

بومی‌سازی الگوی تعالی معنویت سازمانی با رویکرد اسلامی در سازمان بیمه سلامت ایران

یوسف امیری^۱
علیرضا اسلامبولچی^۲
میثم لطیفی^۳
علی اصغری صارم^۴

چکیده

می‌توان مهم‌ترین هدف مقاله حاضر را طراحی مدل بومی تعالی معنویت سازمانی با رویکرد اسلامی در سازمان بیمه سلامت ایران، برشمرد. برای این منظور، از استراتژی‌های پژوهش ترکیبی شامل دو بخش کیفی و بخش کمی استفاده شده است. در بخش کیفی با استفاده از روش تحلیل مضمون، مضامین مرتبط با سؤال پژوهش، بر اساس مصاحبه با خبرگان که در حوزه‌های مدیریت، معارف اسلامی و سلامت کشور دارای تجربه و یا تألیفات مرتبط بودند، استخراج و با ترکیب مدل بارون-کلارک و آتریت-استرلینگ این مضامین در سه دسته فراگیر، سازمان‌دهنده و پایه دسته‌بندی شده‌اند که ۵۳ مضمون پایه، ۸ مضمون سازمان‌دهنده و سه مضمون فراگیر به دست آمد. در بخش کمی برای مشخص نمودن عناصر مدل نهایی و تعیین رابطه و میزان اثرگذاری این عناصر، با استفاده از روش مدل‌سازی ساختاری تفسیری، میزان نفوذپذیری و وابستگی و همچنین میزان بار عاملی عناصر به این شرح محاسبه شده است: بنیان‌های معرفت سازمان (سطح ۶، بار عاملی ۰/۰۲)، رعایت اصول اخلاقی نسبت به کارکنان (سطح ۵، بار عاملی ۰/۶۹)، رشد فضائل اخلاقی کارکنان (سطح ۴، بار عاملی ۰/۵۶)، بهبود فضاها معنوی مؤثر پرفعالیت سازمان (سطح ۳، بار عاملی ۰/۵۴)، رعایت اصول اخلاقی نسبت به ذینفعان (سطح ۳، بار عاملی ۰/۴۲)، تقویت عدالت محوری نسبت به کارکنان (سطح ۳، بار عاملی ۰/۳۱)، رشد و ارتقای معنوی-فرهنگی کارکنان (سطح ۲، بار عاملی ۰/۲۷) و عملکرد سازمانی (سطح ۱، بار عاملی ۰/۱۸).

واژگان کلیدی: معنویت سازمانی، معنویت اسلامی، بیمه سلامت، آموزه‌های اسلامی

۱. دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان، همدان، ایران.

Amiri_qm@yahoo.com

۲. استادیار، گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد همدان، همدان، ایران. (نویسنده مسئول)

Alireza.slambolchi@gmail.com

۳. دانشیار، گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و معارف اسلامی، دانشگاه امام صادق(ع)، تهران، ایران.

۴. استادیار، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه بوعلی سینا همدان، همدان، ایران.

مقدمه و بیان مسئله

انسان‌های امروزه وارد دوران متفاوت‌تری نسبت به گذشته شده‌اند که مهم‌ترین ویژگی آن تغییر است. یکی از مهم‌ترین ابعاد این تغییر گرایش زیاد انسان به تسهیل کردن امور در حوزه‌های مختلف و بهره بردن از موضوعات جدید و گوناگون است (روزکاوسکا و میل، ۲۰۲۰: ۱۹۰). پیشرفت علم از یکسو و ماهیت پویا و پیچیده جوامع نوین از سوی دیگر موجب شده است که نیازهای معنوی انسان در برابر خواسته‌های مادی متمایز شده و اهمیت بیشتری پیدا نماید (تنها و یدالله پور، ۱۴۰۰: ۸۲). این موضوع باعث پیچیدگی محیط کار برای مراکز علمی شده است (نقوی و دیگران، ۱۳۹۴: ۱۷۸).

به دلایل مختلف، معنویت^۱ اهمیت زیادی به‌ویژه در مباحث مربوط به آموزش و پرورش، بهداشت سازمانی، کسب و کار و سازمان پیدا نموده است (سعیدی، ۱۳۹۹: ۱۴۹). با استفاده از موتورهای جستجوگر می‌توان متوجه شد که واژه معنویت، در کتب و مقالات دهه هفتاد میلادی وجود نداشته است. بلکه به مرور از نیمه دوم دهه هشتاد میلادی این واژه وارد آثار علمی اندیشمندان، شده است (منطقی، ۱۳۹۷: ۸۸). اندیشمندان در غرب بین دنیای درونی و بیرونی افراد تفاوت قائل شده‌اند و امور مربوط به دنیا را از امور غیرمادی مانند مذهب، معنویت و عرفان به‌کلی جدا کرده‌اند. این موضوع بشر را از جنبه‌های زیادی، از عالی‌ترین جنبه‌های وجود انسانی‌اش جدا کرده است. در واقع در پارادایم مدرن، به روح و جنبه‌های درونی انسان‌ها توجه نشده و یا بسیار کم‌توجه شده است. پارادایم مدرن، تنها به حوزه‌های حقوقی، سیاسی و اقتصادی انسان می‌پردازد و حوزه‌های درونی و غیرمادی زندگی را جزء امور شخصی تلقی نموده که هر کس باید بر اساس سلیقه خود به آن‌ها پردازد. به عبارت دیگر، چارچوب نظری مدرن که تقریباً به تمام دنیا گسترش پیدا نموده و وظیفه ایجاد رفاه انسان را بر عهده دارد، حوزه‌های وسیعی از قلمرو حساس و مهم بشری را رها نموده و زمینه‌ای را ایجاد کرده است تا انسان‌ها یک نوع احساس بی‌قراری و بی‌تابی در عصر حاضر داشته باشند (هالدورای و هاووک، ۲۰۲۰: ۸). از دیدگاه جامعه‌شناسان و بسیاری از متفکران اجتماعی، معنویت و رفتارهای مبتنی بر آن به‌عنوان یکی از مزیت‌های اساسی در دستیابی به موفقیت در سازمان‌ها محسوب می‌شود

(منظمی تبار، ۱۳۹۹: ۱۷). معنویت در سازمان نیرویی است که اگر درست اداره شود، توانایی لازم را برای دستیابی به ژرف‌ترین تشریک مساعی، نه تنها در زمینه‌های حرفه‌ای آن، بلکه برای انسانیت به شکل عام را دارا هست. این نیرو و چنان بر اصول مدیریت و سازمان تأثیرگذار بوده که برخی افراد آن را به‌عنوان تحول اساسی در حوزه مدیریت و سازمان معرفی کرده‌اند (ترابی و دیگران، ۱۳۹۹: ۵-۶). معنویت در یک سازمان، چهارچوبی از ارزش‌های سازمانی بوده و نشانه آن وجود فرهنگی است که کارکنان را به گونه‌ای فزاینده از میان فرایندهای کاری فراتر می‌برد و فهم آن‌ها را از ارتباط با یکدیگر بهبود می‌بخشد و در سایه آن احساس لذت را تجربه می‌کنند (بیگ زاده و دیگران، ۱۳۹۰: ۲۴). اخیراً در حوزه سلامت، معنویت و رشد معنوی مورد توجه قرار گرفته است. به طوری که بُعد معنوی به‌عنوان یکی از ابعاد سلامت، در تعاریف جدید وارد شده است (تنها و یدالله پور، ۱۴۰۰: ۸۲).

از سوی دیگر، بیمه از نظر اجتماعی، یک ابزار اقتصادی برای کاهش و حذف ریسک از طریق فرآیند تلفیق تعدادی از ریسک‌های یکسان، جهت پیش‌بینی زیان‌های احتمالی یک گروه در کل است. یکی از مهم‌ترین ابزارهای کاهش ریسک و روش‌های تأمین مزایای بهداشتی - درمانی، استفاده از سازوکار بیمه اجتماعی است (حسن‌زاده، ۱۳۹۷: ۵۳). سازمان‌های بیمه‌گر که سازمان بیمه سلامت ایران یکی از آن‌ها هست، از جمله سازمان‌هایی است که به دلیل خدمات خاص بیمه‌ای که ارائه می‌دهند، با بسیاری از شهروندان که از نظر جسمی و مالی با مشکل مواجه هستند و برای ادامه درمان خود به حمایت‌های دولتی نیازمند هستند، سروکار دارند. مشخص است که این افراد در زمان مراجعه و استفاده از خدمات این سازمان دارای شرایط روحی و روانی مناسبی نیستند و ممکن است فرآیند ارائه خدمات توسط کارمندان با دشواری‌هایی همراه باشد. ارائه خدمات در این شرایط سازمانی نیازمند ویژگی‌هایی فراتر از ویژگی‌های معمول و مرسوم در سازمان‌های دیگر است و این به دلیل شرایط ویژه مراجعین است. ویژگی‌های ضروری کارکنان در چنین سازمانی همدردی، صبور و بردبار بودن، کظم غیظ و کنترل خشم، اغماض و کوتاه آمدن، توکل و سخت‌کوشی و ویژگی‌هایی از این قبیل است که برخی از آن‌ها فردی و برخی سازمانی است. بر این اساس برخی از پژوهشگران حوزه سازمانی عقیده دارند، پارادایم جدید پاسخگویی به چالش‌های آینده مدیریت «معنویت» است (عابدی جعفری و رستگار، ۱۳۸۶: ۱۰۲)؛ بنابراین، سازمان‌هایی که با سلامت انسان‌ها سروکار دارند، مراجعین بیشتری دارند که می‌تواند از دو حیث، موضوع معنویت در آن‌ها مورد سؤال قرار بگیرد؛ اول اینکه با توجه به

حجم زیاد مراجعات ممکن است، اصول کلی معنویت برای کارکنان رعایت نگردد و منجر به بی‌عدالتی برای آن‌ها شود و دوم اینکه رعایت نشدن بسیاری از این اصول می‌تواند بر روحیه کارکنان تأثیر گذاشته و حجم عظیمی ناراضایتی در ارباب‌رجوع ایجاد کند. سازمان‌های بیمه که در این پژوهش، سازمان بیمه سلامت ایران مدنظر است، از این قاعده مستثنا نبوده است. سازمان‌های بیمه با توجه به حجم زیاد ارباب‌رجوع نیاز به پیاده‌سازی و تقویت الگوی معنویت سازمانی دارند؛ زیرا همان‌طور که در ابتدای این بخش گفته شد، کارکنان در سازمان بیمه با شرایط سختی از نظر روحی به لحاظ شلوغی و ازدحام و حالات روحی و روانی مراجعین سر و کار دارند. نکته قابل توجه چنین مطرح می‌شود که در ایران به دلیل وجود و غلبه دین اسلام بر سایر آیین‌ها و مسلک‌های دینی و غیردینی مرسوم، معنویت فردی و سازمانی پیوند عمیقی با دین دارد. در این راستا حتی افرادی که در تفکیک و جداسازی قلمرو معنویت از دین می‌کوشند، باور دارند که معنویت در مقام تحقق در بستر دین، ظهور و بروز داشته است (ترک‌زاده، راضی، ۱۳۹۶: ۵). با توجه به بررسی‌های به‌عمل‌آمده در منابع موجود، از آنجا که در مطالعاتی که تا به امروز در زمینه معنویت سازمانی انجام شده است، ارائه مدل بومی شده بر اساس آموزه‌های دین مبین اسلام، در زمینه معنویت سازمانی مغفول مانده و ارائه نشده است، بنابراین مسئله اصلی در پژوهش حاضر این است که؛ الگوی تعالی معنویت سازمانی با تأکید بر آموزه‌های اسلامی در سازمان بیمه سلامت ایران به چه صورت است؟

۱. اهداف و سؤالات پژوهش

با عنایت به اینکه مطالعات نشان می‌دهد معنویت سازمانی می‌تواند مزایای زیادی را در سازمان ایجاد نماید (بیک زاده و دیگران، ۱۳۹۰: ۲۶)، هدف اصلی پژوهش حاضر، طراحی مدلی بومی برای تعالی سطح معنویت سازمانی با رویکرد اسلامی در سازمان بیمه سلامت ایران است. این هدف از طریق ارائه ابعاد، مؤلفه‌ها و روابط بین اجزای الگوی معنویت سازمانی با رویکرد اسلامی بر اساس روش آمیخته کیفی و کمی (ترکیبی) در سازمان بیمه سلامت ایران تحقیق می‌یابد.

اهداف فرعی پژوهش متناسب با هدف اصلی پژوهش در دو مرحله تبیین می‌گردد:

۱. استخراج ابعاد و مؤلفه‌های الگوی تعالی معنویت سازمانی با تأکید بر آموزه‌های

اسلامی در سازمان بیمه سلامت ایران.

۲. ارائه روابط بین ابعاد و مؤلفه‌های الگوی تعالی معنویت سازمانی با تأکید بر آموزه‌های اسلامی. بر این اساس و با توجه به اهداف پیش گفت، سؤال‌های پژوهش در قالب یک سؤال اصلی و دو سؤال فرعی، این‌گونه مطرح می‌شود:

سؤال اصلی: الگوی تعالی معنویت سازمانی با تأکید بر آموزه‌های اسلامی در سازمان بیمه سلامت ایران چگونه است؟
سوالات فرعی:

- ابعاد و مؤلفه‌های الگوی تعالی معنویت سازمانی با رویکرد اسلامی در سازمان بیمه سلامت ایران چگونه است؟
- روابط بین ابعاد و مؤلفه‌های الگوی تعالی معنویت سازمانی با رویکرد اسلامی در سازمان بیمه سلامت ایران چگونه است؟

۳. پیشینه پژوهش

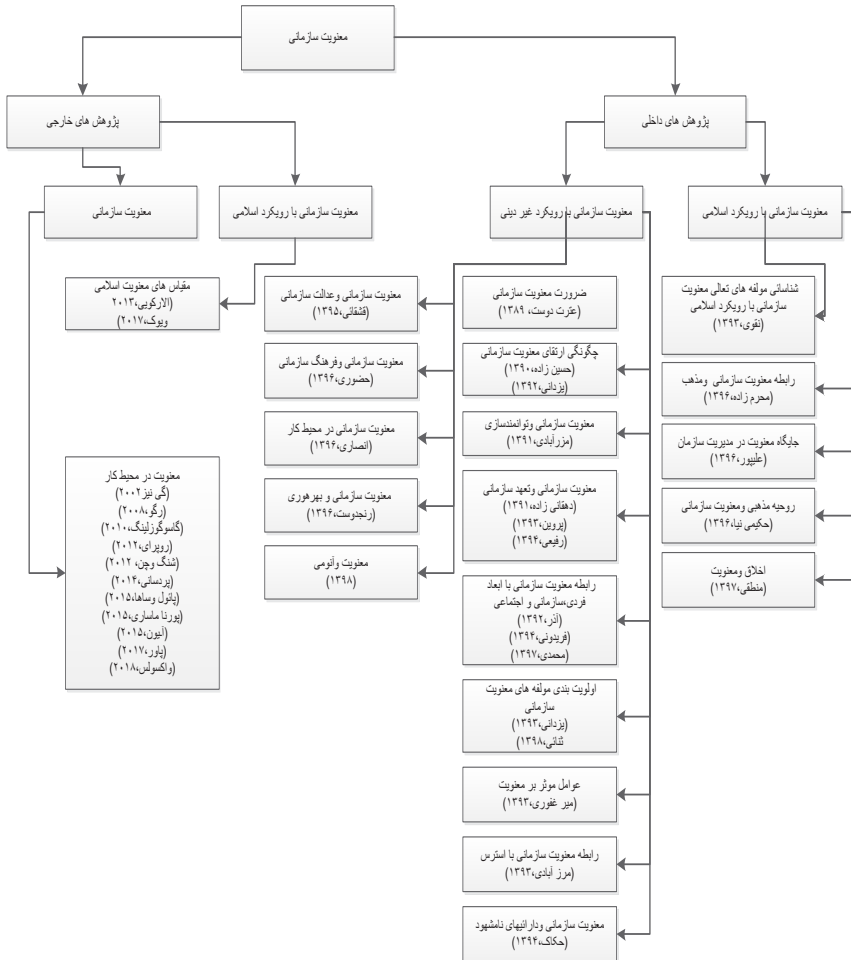
قلمرو مدیریت و سازمان، چه به لحاظ نظری و چه به لحاظ عملی، به‌تازگی تحت تأثیر نیروی قدرتمند تحت عنوان معنویت قرار گرفته است که اگر به‌درستی اداره و هدایت بشود، به نظر می‌رسد ظرفیت لازم برای منجر شدن به ژرف‌ترین تشریک‌مسابی، نه‌تنها در زمینه حرفه‌ای، بلکه برای بروز انسانیت تمام‌عیار دارا باشد (عابد جعفری و رستگار، ۱۳۸۶: ۱۰۰). مطالعات با زمینه معنویت که از اواسط دهه ۱۹۸۰ ظهور کرده است، (منطق‌ی، ۱۳۹۷: ۸۸) دارای زمینه‌های متنوع بوده است. پژوهش‌های صورت گرفته نشان می‌دهد در عصری که افراد و جوامع به دلیل فشار رو به رشد تغییرات و تحولات نوعی بحران اخلاقی و هویتی را پشت سر می‌گذارند، وجود معنویت می‌تواند ثمرات چشمگیری را در جهت ایجاد معناداری و پیوستگی افراد فراهم آورد (ترک‌زاده و راضی، ۱۳۹۶: ۲). شماری از پژوهش‌ها نشان می‌دهد که ضرورت پارادایم جدیدی برای کار در سازمان با رویکرد تلفیق امور معنوی و زندگی کاری رو به افزایش است. برخی از صاحب‌نظران عقیده دارند؛ تغییرات فزاینده‌ای در سازمان‌های قرن بیست و یکم در حال رخ دادن است که در آن کارکنان بیش از گذشته نسبت به شغل خود حساس بوده و موفقیت خویش را به‌جای تحقق اهداف مالی، برحسب تأمین نیازهای روان‌شناختی می‌سنجند (عابدی جعفری و رستگار، ۱۳۸۶: ۱۰۲).

در زمینه معنویت سازمانی مطالعات متنوعی توسط پژوهشگران انجام شده است که هر کدام یکی از ابعاد موضوع را بررسی نموده‌اند. برخی مطالعات به بررسی ضرورت وجودی معنویت در سازمان‌ها می‌پردازد. همچنین، برخی مطالعات به چگونگی ارتقای معنویت سازمانی در بین کارکنان سازمانی اشاره دارند. لازم به ذکر است این مطالعات بنای کار را بر این گذاشته‌اند که الگوی معنویت سازمانی در آن‌ها پیاده‌سازی شده است و به چگونگی ارتقای و توسعه آن اشاره دارند که ارزیابی سطح معنویت خود مسئله‌ای چالش برانگیز است. برخی دیگر از مطالعات صرفاً به بررسی ارتباط بین معنویت با برخی از ابعاد فردی یا سازمانی اشاره کرده‌اند که عاری از دید کل‌نگرانه بوده است. برخی مقالات، تنها به نقد و بررسی اهداف سازمانی پرداخته‌اند و زمینه‌های ارتقای معنویت در سازمان را نادیده گرفته‌اند. در پژوهش‌های خارجی صورت گرفته نیز آنچه واضح است این است که در این پژوهش‌ها، رنگ و بوی مبانی ادیان توحیدی در بین عوامل مؤثر بر الگوی تعالی معنویت دیده نمی‌شود.

در این زمینه یکی از ابزارهای مفید برای سازمان‌دهی پیشینه پژوهش، نقشه پیشینه پژوهش هست. این نقشه خلاصه‌بصری از پژوهش‌هایی است که به‌وسیله دیگران انجام شده و در قالب یک شکل ارائه می‌شود (کرسول، ۱۳۹۱: ۶۵). در شکل ۱، تعدادی از پژوهش‌های داخلی و خارجی انجام شده در زمینه معنویت سازمانی، ارائه شده است.

با وجود آنکه در دهه اخیر، میزان مطالعات و تألیفات پیرامون معنویت سازمانی روبه‌افزایش بوده، اما هنوز در حال شکل‌گیری هستند (پاوار، ۲۰۱۷: ۹۹۴). بر این اساس اغلب پژوهش‌های داخلی صورت گرفته در حوزه معنویت سازمانی، تفاوت‌های اصولی و مبنایی میان معنویت غربی و معنویت اسلامی را از نظر دور داشته و بیشتر بر مبنای دیدگاه رایج غربی انجام شده‌اند (معصومی، ۱۳۹۵: ۱۰۰). همچنین، علیرغم ارائه تعداد محدودی از ابعادی که می‌تواند جزء پایه‌های اساسی الگوی تعالی معنویت باشند، اما فقدان مفهومی صریح از معنویت سازمانی، سبب ابهام در این زمینه شده است. علاوه بر آن، مطالعاتی که تا به امروز در این زمینه انجام شده است، ابزار سنجش معنویت سازمانی و ارائه الگویی برای تعالی معنویت، در سازمان‌های اسلامی مغفول مانده و ارائه نشده است (محمدی و دیگران، ۱۳۹۳: ۱۴۳). همچنین ضرورت بازنگری در مدل‌های موجود در زمینه معنویت سازمانی و تنقیح مبانی غربی آن با مبانی اسلامی، در راستای بهره‌مندی از پتانسیل‌های موجود در این موضوع مهم، ارائه و تبعیت از یک مدل منسجم که از جنبه نظری و عملی توانایی هدایت رفتار رهبران و کارکنان و ارائه خدمات مطلوب‌تر،

با توجه به شرایط سخت سازمان‌ها به‌ویژه در سازمان بیمه سلامت ایران راداشته باشد، از اهمیت و ضرورت ویژه‌های برخوردار است؛ بنابراین در این پژوهش تلاش شده است، با بررسی و شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های تشکیل دهنده، الگوی تعالی معنویت سازمانی با رویکرد اسلامی، هم در توسعه مبانی نظری در زمینه معنویت سازمانی با رویکرد اسلامی استفاده شود (بعد بنیادی) و هم در سازمان بیمه سلامت ایران، به‌عنوان مبنایی برای ارتقا معنویت، مورد استفاده قرار گیرد.



شکل ۱. مطالعات انجام شده در زمینه معنویت سازمانی

۴. چارچوب مفهومی و نظری پژوهش

به لحاظ تاریخی معنویت ریشه در مفهوم لاتین «spiritualitas» دارد. این واژه تا قرن پنجم میلادی در ادبیات وجود نداشت. دست‌نوشته‌های اپستل پل^۱، نشان می‌دهد که ماهیت معنوی انسان، توسط روح خداوند تنظیم و تحت تأثیر قرار گرفته است. برای او معنوی بودن یعنی مسیحی بودن. این دیدگاه تا قرن دوازدهم میلادی در باور مسیحیت حفظ شد. تا زمانی که از معنای اخلاقی به یک معنای روان‌شناسانه تغییر یافت و افراد شروع به تحقیر جسم کردند. در ادبیات انگلیسی، مفهوم دینی و عابدانه «معنویت» تا اوایل قرن بیست ادامه یافت (کیانی و دیگران، ۱۳۹۴: ۹۹).

همان‌گونه که سیر تاریخی و تحولات «معنویت» نشان می‌دهد، معانی متنوع و متعددی درباره این واژه وجود دارد. طیف وسیع تعاریف موجود در رابطه با معنویت، عالی‌ترین رابطه انسانی تا جستجوی یک معنای وجودی و همچنین بعد متعالی انسان تا نظرات و رفتارهای شخصی که حس تعلق به یک بعد متعالی یا چیزی فراتر از خود است را در بر می‌گیرد. گستره حوزه‌هایی که معنویت را به کار می‌گیرند از چنان وسعتی برخوردار است که در بسیاری از موارد به نظر می‌رسد معنویت بیشتر یک مشترک لفظی است تا مدلولی از یک حقیقت واحد (ترک‌زاده، راضی، ۱۳۹۶: ۴).

نظریه معنویت در محل کار در طول دو دهه گذشته بدون شک زمینه جدیدی از مطالعات سازمانی را ایجاد کرده است. در حقیقت، محققان در سراسر جهان، ابتکارات زیادی را برای تقاطع معنویت، مدیریت و حتی مذهب در نظر گرفته‌اند. به‌طور کلی، نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد مردم، مسائل معنوی را بازندگی کاری خود، به‌شدت درهم آمیخته‌اند (واسکانسلاس^۲، ۲۰۱۸: ۷۲۲).

پاسخ به این پرسش اساسی که عوامل اصلی شکل‌دهنده معنویت در سازمان کدام‌اند، پژوهشگران را بر آن داشته است که پاسخ‌های متنوعی را برای آن ارائه دهند. در جدول زیر، برخی از این عوامل ذکر شده است.

1. Abstel.P
2. Vasconcelos Anselmo Ferreira

جدول ۱. عوامل مؤثر بر معنویت سازمانی

منبع	عوامل مؤثر بر معنویت در سازمان
تویجاپونگ (۲۰۱۲)	عوامل سازمانی از قبیل: رهبری الهامبخش، بنیان سازمانی قوی، اتحاد سازمانی، فرهنگ مثبت در محیط کار، احساس همبستگی، فرصتهایی برای خودشکوفایی فردی، تقدیر و تشکر و احترام به کارکنان، شیوههای مذهبی/ معنوی از قبیل: نماز/ دعا، خواندن کتاب آسمانی و نوشتههای مذهبی/ معنوی و توجه به مذهب و معنویت، نوع سازمان، سن کارکنان، تصدی، وضعیت تأهل و وضعیت استخدام
شنگ و چن (2012)	سن، جنسیت، وضعیت تأهل، تعداد فرزندان، تعداد افراد خانواده، درآمد خانواده، سطح تحصیلات، رشته تحصیلی، حوزه مطالعاتی، منطقه مسکونی، سابقه کاری، نوع کسبکار، موقعیت اجتماعی، تعداد کارکنان شرکت، شرکت در جلسات مذهبی، تغییر کار و سبک زندگی، پیشرفت و شناخت خود، مدیریت سازمانی، یادگیری فردی، معنویت فردی، انگیزش، تعهد، سازگاری، رویههای کاری، درک کارکنان از حمایتهای سازمان، تعهدات عاطفی، هویتیابی یا سازمان، همسویی با ارزشهای کاری، رضایت باطنی.
میلیمان و همکاران (2003)، شنگ و چن (2012)	کار معیندار، به اشتراک گذاشتن احساسات در جوامع کاری، همسویی با ارزشهای سازمانی.
کینجرسکی و همکاران (۲۰۰۶)	فضا و فرهنگ مناسب در محیط کار، احساس اتحاد در میان کارکنان، یادگیری مستمر، مشارکت کارکنان در امور.
وانگر مارش و کونلی (۱۹۹۹)	اعتماد و صداقت متقابل با دیگران، تعهد به کیفیت و خدمت رسانی به کارکنان، گزینش کارکنان بر مبنای فلسفه معنویت محور شرکت

منبع: دهقانی محمودآبادی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۸۶

با توجه به مفاهیم ارائه شده در جدول ۲، مقایسه معنویت از دیدگاه اسلامی و غربی، ارائه شده است. لازم به یادآوری است، مفهوم معنویت از نگاه غربی با معنویت اسلامی برآمده از آموزه‌های وحیانی به‌طور کامل متفاوت هست. از دیدگاه اسلام، حد و مرز معنویت یک فرد را دین او معین می‌کند و نقش دین بسیار حائز اهمیت است؛ اما در نگاه غربی، دین مبنا و شالوده اساسی شکل‌دهی یک محیط کاری معنوی نیست و الزامی برای به وجود آن در کار نیست (ترک‌زاده، راضی، ۱۳۹۶: ۲).

جدول ۲. مقایسه معنویت از دیدگاه اسلامی و غربی

موضوع	معنویت از دیدگاه اسلام	معنویت از دیدگاه غربی
تعریف	رابطه میان رفتار و افعال انسانی و میان حالات و ملکاتی که در نفس او به وجود می آورند؛ همچنین رابطه میان این حالات و ملکات میان مقامات و مدارج باطنی که انسان سیر می کند؛ همچنین خود این مقامات و مراحل باطنی و عالمی که موجوداتی اصیل و واقعی و بیرونی از سلطه و حکومت ماده و طبیعت هستند.	معنویت به معنای «نقش زندگی» یا «روشی برای بودن» و «تجربه کردن» است که با آگاهی یافتن از یک بعد غیر مادی به وجود می آید و ارزش های قابل تشخیص، آن را معین می سازد. این ارزش ها به دیگران، خود، طبیعت و زندگی مربوط است و به هر چیزی که فرد، آن را هدف غایی قلمداد می کند، اطلاق می شود.
ابعاد	رابطه بین فرد و خدا	رابطه بیم فرد و ماورا
عوامل	حسن پیوند، باور به اینکه فرد بخشی از جامعه بزرگ بشری است و نقش گریزناپذیر وی در تداوم هارمونی زندگی، جهان شمولی، باور به ماهیت همراه با وحدت زندگی، تحقق دعا، احساس شغف و خشنودی از رویارویی شخصی با واقعیت متعالی، تحمل تناقضات، توانایی زیستی با ناپایداری و تناقضات در زندگی شخصی، توانایی پذیرش زندگی و دیگران به همان شکلی که هستند، حساسیت به نیازها و دردهای دیگران، وجودی بودن، میل به زندگی در لحظه و امید به زندگی بهتر در آینده، مشتاق رویارویی با تجربه های زندگی به عنوان فرصت هایی برای رشد و شادی، سپاس همیشگی در برابر نعمت های بشمار الهی، حرکت همراه با بیم و امید در مسیر رضایت الهی در همه شئون فردی و اجتماعی.	حسن پیوند، باور به اینکه فرد بخشی از جامعه بزرگ بشری است و نقش گریزناپذیر وی در تداوم هارمونی زندگی، جهان شمولی، باور به ماهیت همراه با وحدت زندگی، تحقق دعا، احساس شغف و خشنودی از رویارویی شخصی با واقعیت متعالی، تحمل تناقضات، توانایی زیستی با ناپایداری و تناقضات در زندگی شخصی، اندیشه دربار کارها بر اساس «هم این، هم آن»، «یا این، یا آن»، قضاوت نکردن، توانایی پذیرش زندگی و دیگران به همان شکلی که هستند، حساسیت به نیازها و دردهای دیگران، وجودی بودن، میل به زندگی در لحظه، مشتاق رویارویی با تجربه های زندگی به عنوان فرصت هایی برای رشد و شادی، سپاس، حس شگفتی، سپاس برای ویژگی های بی همتا مشترک با دیگران در زندگی خود.
شاخص ها	آخرت گرایی، پایداری، زندگی بر اساس فطرت، اصالت کمال	عمل گرایی محیطی و اجتماعی، ناپایداری، زندگی بر اساس غریزه، اصالت لذت
هدف	معرف تام به حق، لذت ابدی معنوی	کسب مواهب مادی، لذت و آرامش دنیوی

منبع: عترت دوست، ۱۳۸۹: ۱۰۷

با تدقیق در تعاریف اسلامی ارائه شده از معنویت، می توان پیش فرض های مهم معنویت

اسلامی را، به شرح زیر برشمرد:

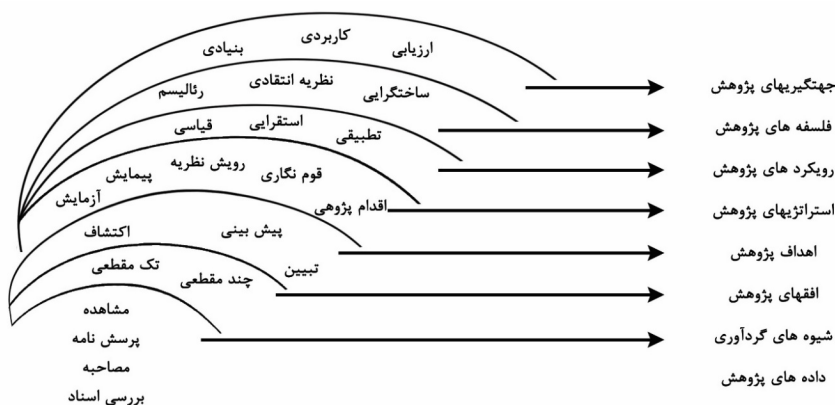
- هدفمندی نظام هستی: نظام هستی از منظر اسلام، نظامی هدفمند و ذی شعور است و این شعور در تمام اجزای آن جریان دارد.
 - دو ساحتی بودن حیات و اصالت آآخرت: در فرهنگ اسلامی از دو نشئه حیات برای انسان یاد می‌شود. یکی نشئه دنیا که موقت و مقدمه حیات اوست. دوم نشئه آخرت که جاودانه و محصول حیات دنیوی است. حیات دنیوی به مثابه ابزار و محل توشه‌سازی اعتقادی و عملی برای آخرت است. رسالت انسان در دنیا، تهیه مقدمات برای حیات اصلی خویش است که در عالم دیگر خواهد داشت.
 - دو ساحتی بودن انسان و اصالت روح: در منظومه معرفتی اسلام، انسان موجودی دو ساحتی و مرکب از جسم و جان است. افزون بر این، از بین این دو بعد، این روح است که رکن اصلی را تشکیل می‌دهد.
 - پیوستگی دو عالم و تأثیر عمل در سرنوشت: در آموزه‌های دینی برای تمییز میان دنیا و آخرت، از دو تعبیر دنیا و آخرت استفاده شده است، ولی این بدان معنا نیست که این دو عالم از هم جدا و بدون ارتباط هستند بلکه در الگویی خطی، دنیا و آخرت در امتداد یکدیگرند و زندگی آخرتی، مرحله بعدی زندگی در دنیاست. از این رو تمامی باورها، رفتارها و گفتارهای انسان در دنیا، در ادامه زندگی او، تأثیرگذار خواهد بود.
 - بیان نیاز اساسی انسان و تبیین پاسخ آن: از پیش فرض‌های دیگر معنویت اسلامی، شناسایی نیاز اصلی انسان و تلاش برای پاسخ بدان است. به نظر می‌رسد در نگاهی کلان و جامع، نیاز اصلی انسان، شناختن و پاسخ دادن به این پرسش است که چگونه باید زندگی کرد تا سعادت دنیا توأم با سعادت آخرت تأمین گردد (حبیبی سرا، ۱۳۹۸: ۴۳-۴۱).
- پرداختن به پیامد مهم معنویت در سازمان با رویکرد اسلامی، به منظور توجیه منطقی تمامیت و جامعیت این رویکرد و تناسب آن با جامعه اسلامی ما به جای رویکرد وارداتی غربی، مستلزم درک بعضی اصول و مبانی رفتاری مطرح شده در دین مبین اسلام است. از جمله مبانی اساسی در معنویت اسلامی، مبانی اخلاقی است. نظام اخلاقی اسلامی در قالب سه بُعد کلی اصول و مبانی، الزامات، مقدمات و موانع تصویری نظام‌مند از اخلاق فردی و اجتماعی در اسلام ارائه می‌دهد. تأمل در این نظام گویای این حقیقت است که قرآن، به عنوان هدایت‌گر جامع انسان‌ها در همه قرون و اعصار، افزون بر مهم شمردن زندگی اجتماعی بشر با وضع قوانین

و مقررات رفتاری تسهیل این روابط را ممکن ساخته و تمامی انسان‌ها را به پیروی از این قوانین دعوت کرده است تا دوام فردی و اجتماعی خود را توسعه بخشند. رعایت تعهد به اصول مذکور، موجب یکپارچگی زندگی فردی و سازمانی افراد در جهت قرب و رضایت الهی می‌گردد. به بیانی دیگر، به کارگیری و نهادینه‌سازی اصول مذکور موجب می‌شود که ابعاد مختلف معنویت در محیط کاری تقویت شده و حرکت سازمان به سمت پیشرفت و توسعه تسریع گردد (ترک‌زاده، راضی، ۱۳۹۶: ۱۴).

۵. روش تحقیق

با توجه به سؤال پیش روی این پژوهش در این بخش، ابعاد مختلف آن با استفاده از پیمز فرآیند پژوهش در شکل ذیل توضیح داده می‌شود.

شکل ۲. پیمز فرآیند پژوهش



منبع: دانایی فرد و همکاران، ۱۳۸۳: پیشگفتار

با توجه به نوع کاری که در این پژوهش انجام شده، از سویی جهت‌گیری بنیادی دارد؛ زیرا به دنبال مؤلفه‌های اصلی مدل تعالی معنویت سازمانی با رویکرد اسلامی بوده و از سوی دیگر نیز جهت‌گیری کاربردی دارد، زیرا نتایج آن در سازمان بیمه سلامت ایران، قابل کاربرد هست.

چون این پژوهش از روش‌های کیفی و کمی به شکل متوالی استفاده می‌کند، در زمره روش‌های ترکیبی قرار می‌گیرد. از منظر استراتژی در پژوهش حاضر، با توجه به اینکه از روش تحلیل مضمون استفاده می‌شود، اکتشافی است که به صورت تک مقطعی انجام می‌شود. در نهایت شیوه گردآوری اطلاعات، مصاحبه و پرسشنامه هست. در ادامه روش‌های مورد استفاده، با تأکید بر بخش کمی توضیح داده می‌شود.

در بخش کیفی، از تحلیل مضمون استفاده شده، روش تحلیل مضمون روشی است برای تعیین، تحلیل و بیان الگوهای (مضامین) موجود درون داده‌ها است. این روش در حداقل خود، داده‌ها را سازمان‌دهی و در قالب جزئیات توصیف می‌کند. از تحلیل مضمون می‌توان به خوبی برای شناخت الگوهای داده‌های کیفی استفاده نمود، اما می‌تواند از این فراتر رفته و جنبه‌های مختلف موضوع پژوهش را تفسیر کند. روش‌های گوناگونی برای تحلیل مضمون وجود دارد که هر یک از آن‌ها فرآیند خاصی را دنبال می‌کند. روش مورد استفاده در این پژوهش، از ترکیب روش شش مرحله‌ای تحلیل مضمون، بارون و کلارک (۲۰۰۶) و روش آتراید-استرلینگ (۲۰۰۱) استفاده شده است (عابدی جعفری و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۵۱). جامعه آماری در این بخش تعداد ۱۰ نفر از خبرگان که در حوزه‌های مدیریت، معارف اسلامی و سلامت کشور دارای تجربه و یا تألیفات مرتبط بودند، تشکیل می‌دهد.

جامعه آماری در بخش کمی ۳۰ نفر از مدیران و کارشناسان ارشد سازمان بیمه سلامت ایران بودند که بر اساس جدول کرجسی و مورگان (کرجسی و مورگان، ۱۹۷۰: ۶۰۹) برای حجم جامعه ۳۰ عضوی ۲۸ نفر نمونه کفایت می‌کند. چون تعداد جامعه مورد نظر ۳۰ نفر بودند، تعداد نمونه‌ها و جامعه با هم برابر در نظر گرفته شدند. در این بخش از روش مدل‌سازی ساختاری-تفسیری^۲ استفاده شده است. مدل‌سازی ساختاری تفسیری، یکی از روش‌های طراحی سامانه‌های اجتماعی است. این روش، فنی مناسب برای تحلیل تأثیر یک عنصر بر عنصر دیگر است. این متدولوژی، ترتیب و جهت روابط پیچیده میان عناصر یک سیستم را بررسی می‌کند (آذر، بیات، ۱۳۸۷: ۷). این روش افراد و گروه‌ها را قادر می‌سازد که روابط پیچیده بین تعداد

1. Braun, v and Clarke, v
2. Attride-Stirling, J
3. Interpretive Structural Modeling (ISM)

زیادی از عناصر را در یک موقعیت پیچیده ترسیم نماید و به عنوان ابزاری برای نظم بخشیدن و جهت دادن به پیچیدگی روابط بین متغیرها عمل کند. در این روش با تحلیل تأثیر یک عنصر بر دیگر عناصر، ترتیب و جهت روابط پیچیده میان عناصر یک سیستم بررسی و بدین وسیله بر پیچیدگی بین عناصر غلبه می‌شود (آذر و دیگران، ۱۳۹۲: ۲۵۸). فرآیند اجرای این روش به شرح زیر است:

الف. شناسایی متغیرهای مرتبط با موضوع:

این مرحله با شناسایی عوامل مربوط به مسئله یا پژوهش، شروع می‌شود. عوامل مؤثر شناسایی شده بر معنویت سازمانی، در این پژوهش در (جدول ۷) ارائه شده است.

ب. به دست آوردن ماتریس خود تعاملی ساختاری:

عوامل شناسایی شده در مرحله قبل، منجر به ایجاد ماتریس خود تعاملی ساختاری می‌شود. برای ساخت این ماتریس ابتدا پرسشنامه‌ای طراحی شده است که شکل کلی آن همانند جدول ۳ است. در این ماتریس ۸ عامل انتخاب شده در سطر و ستون اول جدول ارائه و از پاسخ‌دهندگان خواسته می‌شود تا ارتباطات دوه‌دوی عوامل را مشخص کنند. این پرسشنامه ماتریسی توسط ۳۰ نفر از مدیران کارشناسان حوزه‌های مختلف سازمان بیمه سلامت از قبیل حوزه منابع انسانی، ارزیابی عملکرد، دفتر حقوقی، تکمیل گردیده است که بر موضوع تحقیق تسلط علمی و عملی داشتند تکمیل گردید.

جدول ۳. ماتریس خود تعاملی ساختاری

بنیان‌های معرفتی سازمان	رعایت اصول اخلاقی و وجدانی نسبت کارکنان	عملکرد سازمان با رویکرد اسلامی	فضاهای معنوی مؤثر بر عملکرد سازمان	اصول اخلاقی سازمان نسبت به ذینفعان	عدالت محوری برای کارکنان	رشد و ارتقا فرهنگی و معنوی کارکنان	i
A	A	V	X	X	V	V	فضائل اخلاقی کارکنان
	V	V	V	V	V	V	بنیان‌های معرفتی سازمان
		V	V	X	X	V	رعایت اصول اخلاقی و وجدانی نسبت کارکنان

i	j	رشد و ارتقا فرهنگی و معنوی کارکنان	عدالت محوری برای کارکنان	اصول اخلاقی سازمان نسبت به ذینفعان	فضاهای معنوی مؤثر بر عملکرد سازمان	عملکرد سازمان با رویکرد اسلامی	رعایت اصول اخلاقی و وجدانی نسبت کارکنان	بنیانهای معرفی سازمان
		A	A	A	A			
		X	O	V				
		X	A					
		V						

ت. به دست آوردن ماتریس دستیابی اولیه:

با تبدیل نمادهای روابط ماتریس خود تعاملی ساختاری، به اعداد صفر و یک بر حسب قواعد زیر می‌توان به ماتریس دستیابی نهایی رسید (آذر و دیگران ۱۳۹۲: ۲۶۰). این قواعد به صورت زیر می‌باشند:

۱. اگر خانه (i, j) در ماتریس خود تعاملی ساختاری، نماد V گرفته است، خانه مربوطه در ماتریس دستیابی عدد ۱ می‌گیرد و خانه قرینه آن یعنی خانه (j, i) عدد صفر می‌گیرد.
۲. اگر خانه (i, j) در ماتریس خود تعاملی ساختاری، نماد A گرفته است، خانه مربوطه در ماتریس دستیابی عدد صفر می‌گیرد و خانه قرینه آن یعنی خانه (j, i) عدد ۱ می‌گیرد.
۳. اگر خانه (i, j) در ماتریس خود تعاملی ساختاری، نماد X گرفته است، خانه مربوطه در ماتریس دستیابی عدد ۱ می‌گیرد و خانه قرینه آن یعنی خانه (j, i) عدد ۱ می‌گیرد.
۴. اگر خانه (i, j) در ماتریس خود تعاملی ساختاری، نماد O گرفته است، خانه مربوطه در ماتریس دستیابی عدد صفر می‌گیرد و خانه قرینه آن یعنی خانه (j, i) هم عدد صفر می‌گیرد (آذر و دیگران، ۱۳۹۲: ۲۶۰).

ث. ایجاد و سازگار کردن ماتریس دسترسی نهایی:

در این مرحله بعد از تشکیل ماتریس اولیه، با دخیل نمودن انتقال پذیری در روابط عناصر ماتریس دریافتی نهایی تشکیل شده، این ماتریس در جدول ذیل نشان داده شده است.

جدول ۴. ماتریس دریافتی نهایی

قدرت نفوذ	فضائل اخلاقی کارکنان	بنیان‌های معرفتی سازمان	رعایت اصول اخلاقی و وجدانی نسبت کارکنان	عملکرد سازمان با رویکرد اسلامی	فضاهای معنوی مؤثر بر عملکرد سازمان	اصول اخلاقی سازمان نسبت به ذینفعان	عدالت محوری برای کارکنان	رشد و ارتقا فرهنگی و معنوی کارکنان	i
۶	۱	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱. فضائل اخلاقی کارکنان
۸	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۲. بنیان‌های معرفتی سازمان
۷	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۳. رعایت اصول اخلاقی و وجدانی نسبت کارکنان
۲	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۱	۰	۴. عملکرد سازمان با رویکرد اسلامی
۵	۱	۰	۰	۱	۱	۱	۰	۱	۵. فضاهای معنوی مؤثر بر عملکرد سازمان
۵	۱	۰	۱	۱	۰	۱	۰	۱	۶. اصول اخلاقی سازمان نسبت به ذینفعان
۵	۰	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۷. عدالت محوری برای کارکنان
۴	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۰	۱	۸. رشد و ارتقا فرهنگی و معنوی کارکنان
	۵	۱	۴	۸	۵	۷	۵	۷	قدرت وابستگی

ج. تعیین و بخش‌بندی سطح و اولویت متغیرها:

برای تعیین سطح و اولویت متغیرها مجموعه دستیابی و مجموعه پیش‌نیاز برای هر متغیر تعیین می‌شود. در این پژوهش عوامل مؤثر بر معنویت سازمانی به شش سطح طبقه‌بندی شده است که در جدول شماره ۵، ارائه شده است. بنیان‌های معرفتی سازمان در پایین‌ترین سطح قرارداد که نشان از اهمیت زیاد این عامل در اجرای معنویت در سازمان دارد. عامل رعایت اصول اخلاقی و وجدانی نسبت به کارکنان در سطح پنجم و هم‌چنین عامل رشد فضائل اخلاقی کارکنان در سطح چهارم و عوامل بهبود فضای معنوی مؤثر بر فعالیت سازمان، رعایت اصول اخلاقی نسبت به ذینفعان، تقویت عدالت محوری نسبت به کارکنان در سطح سوم و رشد و ارتقا معنوی- فرهنگی کارکنان در سطح دوم و ارتقا عملکرد سازمان در بالاترین سطح یعنی سطح اول قرار گرفته است. در نتیجه بنیان‌های معرفتی دارای قدرت نفوذ بیشتر و ارتقا عملکرد سازمان دارای بیشترین وابستگی، در بین عناصر هستند.

جدول ۵. عوامل شناسایی شده و جایگاه سطح آن‌ها در مدل ساختاری-تفسیری

عامل	خروجی	ورودی	مشترک	جایگاه سطح در مدل معادلات ساختاری
بنیان‌های معرفتی سازمان	۱ و ۲ و ۳ و ۴ و ۵ و ۶ و ۷ و ۸	۲	۲	۶
رعایت اصول اخلاقی نسبت به کارکنان	۱ و ۳ و ۴ و ۵ و ۶ و ۷ و ۸	۲ و ۳ و ۶ و ۷	۳ و ۶ و ۷	۵
رشد فضائل اخلاقی کارکنان	۱ و ۴ و ۵ و ۶ و ۷ و ۸	۱ و ۲ و ۳ و ۵ و ۶	۱ و ۶	۴
بهبود فضاهای معنوی	۱ و ۴ و ۵ و ۶ و ۸	۱ و ۲ و ۳ و ۵ و ۸	۱ و ۸	۳
رعایت اصول اخلاقی نسبت به ذینفعان	۱ و ۳ و ۴ و ۶ و ۸	۱ و ۲ و ۳ و ۵ و ۶ و ۷ و ۸	۱ و ۳ و ۶ و ۸	۳
تقویت عدالت محوری	۳ و ۴ و ۶ و ۷ و ۸	۱ و ۲ و ۳ و ۷	۳ و ۷	۳
رشد و ارتقا معنوی- فرهنگی کارکنان	۴ و ۵ و ۶ و ۸	۱ و ۲ و ۳ و ۵ و ۶ و ۷ و ۸	۵ و ۶ و ۸	۲
عملکرد سازمانی	۴	۱ و ۲ و ۳ و ۴ و ۵ و ۶ و ۷ و ۸	۴	۱

د. رسم مدل اولیه و نهایی ساختار تفسیری:

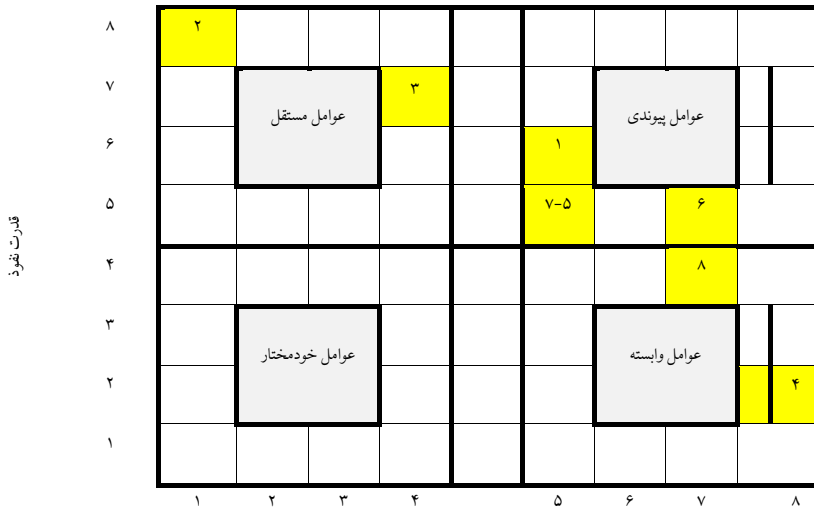
با توجه به سطوح عناصر و ماتریس دسترسی نهایی، مدل نهایی ساختار تفسیری همانند (شکل ۳) به دست آمده است. تمامی عوامل ارائه شده در مدل، از مهم ترین عوامل کلیدی ارتقا معنویت سازمانی با رویکرد اسلامی هستند، ولی عناصری که در سطح بالای الگوسازی ساختاری تفسیری قرار گرفته است؛ از تأثیرپذیری بسیاری و یا از تأثیرگذاری کمتری برخوردارند و بیشتر تحت تأثیر سایر عناصر هستند. این بدان معناست که عوامل بنیان‌های معرفتی، رعایت اصول اخلاقی نسبت به کارکنان و رشد فضائل اخلاقی کارکنان در سطوح بنیانی قرار گرفته‌اند؛ یعنی تأثیر زیادی در عوامل سطح ۱ و ۲ و ۳ دارند. با توجه به سطوح هریک از عوامل و همچنین ماتریس دریافتی نهایی، الگوی نهایی ساختاری تفسیری با در نظر گرفتن انتقال‌پذیری‌ها، قابل ترسیم است. به همین منظور ابتدا متغیرها بر حسب سطح آن‌ها به ترتیب از بالا به پایین تنظیم می‌شود. در این پژوهش متغیرها در شش سطح قرار گرفته است که عامل بنیان‌های معرفتی در پایین ترین سطح و با بیشترین قدرت نفوذ و عامل عملکرد سازمان در بالاترین سطح با بیشترین وابستگی قرار گرفته است.

ه- تجزیه و تحلیل قدرت نفوذ و میزان وابستگی:

در این مرحله متغیرها در چهار گروه طبقه‌بندی می‌شوند که در شکل ۴، ارائه شده است. اولین گروه شامل متغیرهای خودمختار (ناحیه ۱) می‌شود که قدرت نفوذ و وابستگی ضعیفی دارند. گروه دوم، متغیرهای وابسته (ناحیه ۲) را شامل می‌شود که از قدرت نفوذ ضعیف اما وابستگی بالایی برخوردارند. گروه سوم متغیرهای پیوندی (ناحیه ۳) هستند. این متغیرها قدرت نفوذ و وابستگی بالایی دارند. در واقع هرگونه عملی بر روی این متغیرها منجر به تغییر سایر متغیرها می‌شود. گروه چهارم (ناحیه ۴) متغیرهای مستقل هستند. در مدل به دست آمده، هیچ یک از عناصر در قسمت خودمختار (ناحیه ۱) قرار نگرفته است. گروه دوم عوامل وابسته هستند که قدرت نفوذ ضعیف اما وابستگی زیادی دارد. عناصری که در این قسمت قرار گرفتند عبارت‌اند از: رشد و ارتقای معنوی- فرهنگی کارکنان و ارتقا عملکرد. گروه سوم شامل عوامل پیوندی که قدرت نفوذ و وابستگی زیادی دارد. این معیارها در حقیقت غیر مانا و غیر پایدار هستند. عناصر قرار گرفته در این قسمت عبارت‌اند از: رشد فضائل اخلاقی کارکنان، بهبود فضای معنوی مؤثر بر فعالیت سازمان و رعایت اصول اخلاقی نسبت به ذینفعان و تقویت عدالت محوری نسبت به کارکنان. گروه چهارم عوامل مستقل که قدرت

نفوذ زیاد و وابستگی کمی دارد، اصطلاحاً عوامل کلیدی خوانده می شود. عوامل قرار گرفته در این قسمت عبارت اند از؛ بنیان های معرفتی سازمان و رعایت اصول اخلاقی نسبت به کارکنان. می توان گفت مهم ترین هدف از این تحلیل اثر ضرب ارجاع متقابل کاربردی تجزیه و تحلیل قدرت نفوذ و وابستگی متقابل عناصر بر یکدیگر است (آذر و دیگران، ۱۳۹۲: ۲۶۲).

شکل ۴. نمودار قدرت نفوذ-وابستگی



قدرت وابستگی

ویژگی جامعه آماری در بخش کمی، که مدیران و کارشناسان سازمان بیمه سلامت بودند، در جدول ۶ ارائه شده است.

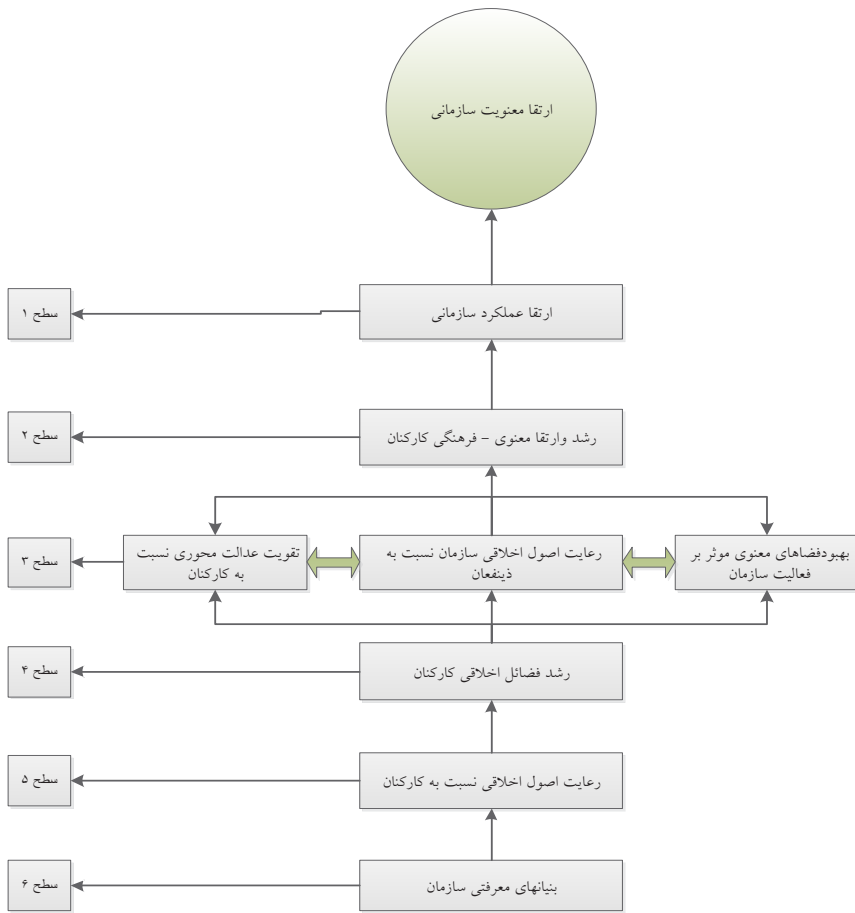
جدول ۶. ویژگی های جمعیت شناختی نمونه آماری در بخش کمی

فراوانی	ویژگی های فردی	
۱۲	زن	جنسیت
۱۸	مرد	
۴	۲۰-۳۰	سن
۱۸	۳۱-۴۰	
۵	۴۱-۵۰	
۳	۵۱ به بالا	

۰	دیپلم و پایین‌تر	تحصیلات
۰	فوق‌دیپلم	
۴	لیسانس	
۲۳	فوق‌لیسانس	
۳	دکتری	سابقه فعالیت
۵	زیر ۵ سال	
۵	بین ۵-۱۰ سال	
۱۳	بین ۱۰-۱۵ سال	
۴	بین ۱۵-۲۰ سال	
۳	بالای ۲۰ سال	

۶. یافته‌های پژوهش

با توجه به سؤال اصلی، مطرح‌شده در این پژوهش که این‌چنین طراحی شده است، «الگوی تعالی معنویت سازمانی با تأکید بر آموزه‌های اسلامی در سازمان بیمه سلامت ایران چگونه است؟» در شکل ۳، این الگو و چگونگی آن، به تصویر کشیده شده است. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، عناصر مؤثر بر معنویت سازمانی به شش سطح طبقه‌بندی شده است. بنیان‌های معرفتی سازمان در پایین‌ترین سطح مدل ساختاری تفسیری قرار دارد که نشان از اهمیت زیاد این عامل در تعالی معنویت در سازمان دارد. عامل رعایت اصول اخلاقی و وجدانی نسبت به کارکنان در سطح پنجم و هم‌چنین عامل رشد فضائل اخلاقی کارکنان، در سطح چهارم و عوامل بهبود فضای معنوی، رعایت اصول اخلاقی نسبت به ذینفعان، تقویت عدالت محوری در سطح سوم و رشد و ارتقا معنوی-فرهنگی کارکنان در سطح دوم و عملکرد سازمان در پایین‌ترین سطح و در سطح اول قرار گرفته است. در نتیجه، بنیان‌های معرفتی دارای قدرت نفوذ بیشتر و عملکرد سازمان دارای وابستگی بیشتر در بین متغیرها است. تمامی این عناصر از مهم‌ترین عناصر کلیدی مدل معنویت سازمانی با رویکرد اسلامی است، ولی عناصری که در سطح بالای مدل‌سازی ساختاری تفسیری قرار گرفته است از تأثیرپذیری بسیاری برخوردار و این بدان معناست که عناصر سطح ۴ و ۵ و ۶ می‌تواند تأثیر زیادی در عناصر سطح ۱ و ۲ و ۳ داشته باشد.



شکل ۳. مدل ساختاری تفسیری تعالی معنویت سازمانی با رویکرد اسلامی در سازمان بیمه سلامت ایران

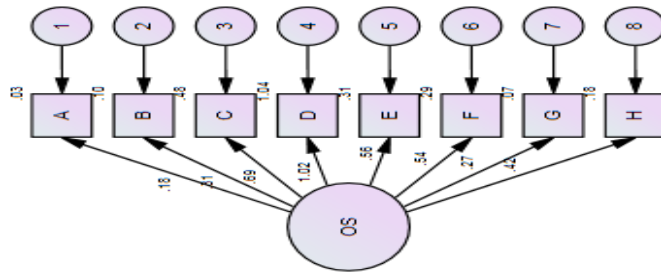
همچنین برای پاسخ به سؤال فرعی شماره ۱ که این چنین مطرح شده است: «ابعاد و مؤلفه‌های الگوی تعالی معنویت سازمانی با رویکرد اسلامی در سازمان بیمه سلامت ایران چگونه است؟» می‌توان از جدول ۷ استفاده نمود. در این جدول مؤلفه‌های الگوی تعالی معنویت سازمانی، ارائه شده است.

جدول ۷. مضامین فراگیر، سازمان دهنده و پایه الگوی تعالی معنویت با رویکرد اسلامی

مضمون فراگیر	مضامین سازمان دهنده	مضامین پایه
بعد اخلاقی	۱. رشد فضائل اخلاقی کارکنان	نوع دوستی، عمل صادقانه، رفتار همدلانه، مسئولیت پذیری، وجدان کاری، احترام به بزرگتر، صبر، شکیبایی، سعه صدر و فروتنی
	۲. رعایت اصول اخلاقی سازمان نسبت به ذینفعان	ایجاد رضایت و رفاه برای ارباب رجوع، پاسخگویی مناسب به ارباب رجوع، حفظ احترام برای ارباب رجوع و وظایف ارباب رجوع در مقابل کارمند
	۳. رعایت اصول اخلاقی و وجدانی نسبت کارکنان	در نظر گرفتن شرایط روحی، تناسب شغل با عقاید و باورها، ایجاد درک درست از رسالت سازمان و مخاطبین و استفاده از شاخص های منطبق بر آموزه های دینی
بعد عملکردی	۴. عملکرد سازمان	خلاصیت، ریسک پذیری، فراهم ساختن زیرساخت جهت رفاه ارباب رجوع، در نظر گرفتن باورهای دینی در خط مشی گذاری، ایجاد وحدت فکر، نظر و رویه در خط مشی گذاری، شفافیت در امور، دستورالعمل های منطبق بر آموزه های دینی، ایجاد اعتماد بین کارکنان، توجه به خانواده کارکنان، توجه به کرامت افراد، آگاه سازی کارکنان از وظایف محوله، شناساندن اهداف سازمانی، هدفمند بودن سازمان، پویا نمودن سازمان، ایجاد تعادل بین تخصص و تعهد افراد، ایجاد فرهنگ مشارکت بین کارکنان، شایسته سالاری، تقویض وظایف متناسب با توانایی افراد، انتخاب رهبری الگو و تحول گرا
	۵. فضاهای معنوی مؤثر بر فعالیت سازمان	محیط اجتماعی، محیطی ارزشی، عامل فردی (درونی) و سازمانی، محیط فرهنگی
بعد نهادی (بنیادی)	۶. بنیان های معرفتی سازمان	ایمان و اعتقادات دینی، انسان محوری در سایه ارزش ها و اعتقادات، تقویض شغل بر مبنای علاقه، امانت داری و وفای به عهد در امور
	۷. تقویت عدالت محوری برای کارکنان	جبران مادی و معنوی خدمات کارکنان، در نظر گرفتن موارد انگیزشی برای کارکنان، ایجاد امنیت شغلی و حفظ جایگاه کارکنان، ارزیابی عملکرد عادلانه کارکنان، بهره گیری از استعداد های مثبت و فطری افراد، شفاف سازی مسیر ارتقا شغلی برای کارکنان، تقویض اختیار به کارکنان، ایجاد احساس امنیت برای کارکنان
	۸. رشد و ارتقا فرهنگی و معنوی کارکنان	ایجاد ساختار انتقال دانش و تجارب به دیگران، آموزش آموزه های دینی به کارکنان و مدیران

در پاسخ به سؤال فرعی دوم که این چنین مطرح شده است: «روابط بین ابعاد و مؤلفه های الگوی تعالی معنویت سازمانی با رویکرد اسلامی در سازمان بیمه سلامت ایران چگونه است؟» می توان از شکل شماره ۴ کمک گرفت. در این شکل روابط بین عوامل استخراج شده

ارائه شده است. گروه اول عوامل، خودمختار که قدرت نفوذ و وابستگی ضعیف دارد، این عوامل تا حدودی از سایر عوامل جداست. در مدل به دست آمده هیچ یک از عناصر در این قسمت قرار نگرفته است. گروه دوم عوامل وابسته هستند که قدرت نفوذ ضعیف اما وابستگی زیادی دارد. عناصری که در این قسمت قرار گرفتند عبارت‌اند از: رشد و ارتقای معنوی-فرهنگی کارکنان و ارتقا عملکرد. گروه سوم شامل عوامل پیوندی که قدرت نفوذ و وابستگی زیادی دارد. این معیارها در حقیقت غیر مانا و غیر پایدار هستند. عناصر قرارگرفته در این قسمت عبارت‌اند از: رشد فضائل اخلاقی کارکنان، بهبود فضای معنوی مؤثر بر فعالیت سازمان و رعایت اصول اخلاقی نسبت به ذینفعان و تقویت عدالت محوری نسبت به کارکنان. گروه چهارم عوامل مستقل که قدرت نفوذ زیاد و وابستگی کمی دارد، اصطلاحاً عوامل کلیدی خوانده می‌شود. عوامل قرارگرفته در این قسمت عبارت‌اند از: بنیان‌های معرفتی سازمان و رعایت اصول اخلاقی نسبت به کارکنان. نتایج بخش کمی نشان داد که به ترتیب، بنیان‌های معرفتی سازمان (بار عاملی ۱/۰۲)، رعایت اصول اخلاقی نسبت به کارکنان (بار عاملی ۰/۶۹)، رشد فضائل اخلاقی کارکنان (بار عاملی ۰/۵۶)، بهبود فضاهای معنوی مؤثر بر فعالیت سازمان (بار عاملی ۰/۵۴)، رعایت اصول اخلاقی نسبت به ذینفعان (بار عاملی ۰/۴۲)، تقویت عدالت محوری نسبت به کارکنان (بار عاملی ۰/۳۱)، رشد و ارتقای معنوی-فرهنگی کارکنان (بار عاملی ۰/۲۷) و عملکرد سازمانی (بار عاملی ۰/۱۸) بر تعالی معنویت سازمانی با استفاده از آموزه‌های اسلامی تأثیرگذار هستند. این یافته‌ها در شکل شماره ۵ ارائه شده است.



شکل شماره ۵- بار عاملی و معناداری ضرایب مدل ساختاری-تفسیری الگوی تعالی معنویت با رویکرد اسلامی

همچنین از شاخص‌های شاخص‌های GFI و AGFI نیکویی برازش در این پژوهش استفاده شده است. شاخص RMSEA، آماره‌های دو، شاخص NFI و CFI. همان‌طور که در جدول ۸ ملاحظه می‌شود، مقادیر شاخص‌های GFI و AGFI و NFI و CFI بالاتر از ۰/۹ به دست آمده است؛ بنابراین این شاخص‌ها برازش قابل قبول مدل را نشان می‌دهد. مقادیر RMSEA نیز برابر ۰/۰۶ است که حاکی از برازش قابل قبول مدل است. مقدار χ^2/df نیز در سطح کوچک‌تر از $p > ۰/۱$ معنادار است. نسبت این آماره (۳۷/۴) بر درجه آزادی (۲۰) کوچک‌تر از ۳ است و برازش خوب الگو را نشان می‌دهد. در مجموع تمامی شاخص‌ها ذکر شده تناسب مدل را تأیید نمودند؛ بنابراین الگوی ساختاری پژوهش به لحاظ شاخص‌های برازش مناسب هستند و تمامی عامل‌های مطرح شده می‌توانند در مدل ساختاری پژوهش مجتمع شوند.

جدول ۸. شاخص‌های نیکویی برازش

شاخص	مقدار	نتیجه
GFI	۰/۹۸	تأیید
AGFI	۰/۹۵	تأیید
RMSEA	۰/۰۶	تأیید
آماره χ^2/df	۳۷/۴	تأیید
NFI	۰/۹۳	تأیید
CFI	۰/۹۱	تأیید

۷. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

بر اساس یافته‌های این پژوهش، اساسی‌ترین عنصر الگوی تعالی معنویت سازمانی با رویکرد اسلامی، بنیان‌های معرفتی سازمان است. با توجه به اینکه، بنیان معرفتی در سطح شش مدل قرار دارد و این بدان معنی است که بیشترین تأثیر و نفوذ را بر سایر عناصر دارد، لذا باید به عنوان عنصر اصلی تعالی الگوی معنویت سازمانی، در نظر گرفته شود. الگوی نهائی تعالی معنویت سازمانی با رویکرد اسلامی نشانی می‌دهد که هر چه در بنیان‌های معرفتی سازمان رنگ و بوی اسلامی وجود داشته باشد، رفتار رهبران بر اساس این مبانی معنوی تر و اسلامی تر خواهد بود. لذا ضروری به نظر می‌رسد؛ در سازمان بیمه سلامت ایران از تلاش‌های فردی و سازمانی برای همسویی با ارزش‌ها و کسب مبانی معرفتی حمایت شود تا بتوان گامی مهم در مسیر معنویت

سازمانی برداشت. این حمایت‌ها می‌تواند در انواع گوناگون اقدامات تشویقی، ترغیبی اجرا شود. همچنین در این راستا پیشنهاد می‌گردد، کمیته‌های ارتقای معنویت سازمانی در سازمان بیمه سلامت ایجاد شده و بخش پایش معنویت سازمانی برای زنده نگهداشت رویکرد ارتقای معنویت سازمانی با رویکرد اسلامی در سازمان بیمه سلامت، ایجاد شود. همچنین مدیران در این راستا ضروری است از طریق بیانیه‌های مأموریت، خط‌مشی‌ها و آئین‌نامه‌ها، مدل‌سازی نقش‌ها، قوانین اخلاقی نسبت به ایجاد بنیان‌های معرفتی در سازمان اقدام نمایند.

با توجه به اینکه دومین عنصر مهم الگو که در سطح پنجم قرار دارد، «توجه به اصول اخلاقی نسبت به کارکنان» است، پیشنهاد می‌گردد؛ پایبندی به اصول و فلسفه اعتقادی همواره در نظر گرفته شود، زیرا باعث تعهد در کار و اشتغال، وفاداری به عهد و پیمان و صیانت از آن می‌شود (پروین و دیگران، ۱۳۹۳: ۲۰۴). هنگامی که فرد به خدا اعتقاد دارد و آن را در تمام مراحل کاری و محیط کار حاضر و ناظر می‌داند میزان واکنش‌های منفی سازمانی وی نیز کاهش می‌یابد (خوراکیان و دیگران، ۱۴۰۰: ۷۸). در این راستا، باید آموزه‌های دینی و معنویت بین کارکنان سازمان تقویت شود. احیای نمودهای مذهبی مانند اعیاد و شهادت‌ها و استفاده بهینه از آن‌ها در معرفی شخصیت پیشوایان دینی و آموزه‌های والای آنان، فعال‌سازی نیروهای توانمند مستعد و باایمان در جهت نشر معارف و حفظ ارزش‌های دینی و تشکیل گروه‌های حمایت‌گر معنوی در بین کارکنان به منظور مشاوره هنگام وقوع مشکل برای هر یک از آنان در راستای ارتقای معنویت فردی و سازمانی صورت بگیرد.

عامل سطح چهار الگو، «رشد فضائل اخلاقی کارکنان» است که می‌تواند ناشی از بنیان‌های معرفتی و رعایت اصول اخلاقی باشد. لذا این ارزش‌ها و باورها به‌عنوان فضائل اخلاقی می‌تواند در بین کارکنان رشد نموده و فراگیر شود. با توجه به جایگاه فضائل اخلاقی در مدل به‌دست‌آمده و تأثیر زیاد آن بر سایر عوامل، لذا در این راستا مدیران می‌توانند در سطح فردی با اقداماتی از قبیل چرخش شغلی و توجه به لذت بخشی کار، ادراک کارکنان از احساس معنا در کار را بهبود بخشند و در سطح گروهی، ایجاد جو دوستانه و مبتنی بر همکاری به‌جای رقابت نیز می‌تواند باعث کاهش استرس و ایجاد نوعی سرمایه اجتماعی در سازمان شود و احساس همبستگی و وفاق کارکنان را افزایش دهند. همچنین پیشنهاد می‌گردد؛ با تشکیل گروه‌های حمایت‌گر معنوی «مددکاران مذهبی» در بین کارکنان، جهت مشاوره در هنگام وقوع

مشکل برای هریک از کارکنان و یا در راستای ارتقای معنویت فردی از آن‌ها استفاده گردد. با توجه به اینکه یکی از مضامین تقویت عدالت محوری نسبت به کارکنان، ارزیابی عملکرد کارکنان هست، لذا مدیران سازمان بیمه سلامت باید فرآیند ارزیابی کارکنان را طوری طراحی نمایند که حافظ حریم و کرامت آن‌ها بوده و عزت و حرمت افراد را حفظ نماید. در این راستا باید تمهیدات حفظ و اسرار کارکنان در ارزیابی عملکرد آن‌ها پیاده‌سازی گردد. همچنین با توجه به تأکید خبرگان بر داشتن شاخص درست ارزیابی، پیشنهاد می‌شود؛ مدیران و مسئولان سازمان بیمه سلامت ایران، هم در حین اجرا و هم پس از اجرا مدل ارتقای معنویت سازمانی، از سیستم ارزشیابی مبتنی بر شاخص‌های موردقبول کارکنان، برای نتیجه‌گیری بهتر استفاده نمایند.

عامل بعدی «رعایت اصول اخلاقی نسبت به ذینفعان» است. با توجه به اینکه سازمان بیمه سلامت یک سازمان خدمت محور در راستای توسعه عدالت اجتماعی هست، مهم‌ترین ذینفع آن بیمه‌شدگانی هستند که به این سازمان مراجعه می‌نمایند. بر این اساس باید مدیران، مصادیق تکریم ارباب‌رجوع را کاملاً شفاف و در نصب العین کارکنان سازمان قرار دهند. همچنین در مقاطع مختلف کارکنانی که بهترین امتیاز رفتار با ارباب‌رجوع را کسب می‌نمایند، مورد تقدیر قرار دهند.

بر اساس مضامین پایه به‌دست‌آمده در مضمون سازمان دهنده «بهبود فضاهای معنوی مؤثر بر فعالیت سازمان»، مدیران می‌توانند با شرکت در مراسم و راهپیمایی‌های ملی مذهبی، شرکت گروهی کارکنان در نمایشگاه‌های دینی - مذهبی، تقبل حمایت‌گری مالی از مراسم‌های مذهبی، از محیط‌های ارزشی فرهنگی در راستای بهبود این عامل استفاده نمود.

با توجه به اینکه «رشد و ارتقای فرهنگی و معنوی کارکنان» یکی از ابعاد مدل است مجموعه الگوهای فرهنگ‌سازمانی درافزایش آگاهی مدیران و متصدیان سازمانی، نقش مهمی را ایفا می‌کند. لازم است مدیران سازمان بیمه سلامت، با تلفیقی از الگوهای فرهنگ‌سازمانی در راستای افزایش کارایی و اثربخشی سازمان حرکت کنند و با تطبیق این الگوها اهداف استراتژیک را تحقق بخشند. در این راستا یکی از مهم‌ترین راهکارهای موجود برگزاری دوره‌های آموزشی و استفاده از مدرسان خبره در حوزه فرهنگی است. البته، نکته مهم در این خصوص این است که دوره‌های آموزشی باید از حالت دانشگاهی آن خارج شده تا کارکنان تمایل بیشتری برای شرکت در آن‌ها پیدا نمایند. همچنین پیشنهاد می‌گردد؛ خانواده کارکنان نیز در این دوره‌ها شرکت نمایند.

با توجه به اینکه عامل «ارتقا عملکرد»، در سطح ۱ مدل قرار دارد، معنای آن این است که این عامل بیشترین تأثیرپذیری را از سایر عوامل دارد. لذا کلیه عوامل پیش‌گفت در قسمت‌های قبل به شکل مستقیم در ارتقا عملکرد سازمان اثر خواهد گذاشت و هر نوع تغییری در سایر عوامل و ارتقا در آن‌ها، منجر به تغییر و ارتقا در عملکرد سازمان خواهد شد. در پایان پیشنهاد می‌شود مسئولین و مدیران سازمان بیمه سلامت ایران، از این مدل به منظور سیاست‌گذاری و تدوین خط‌مشی استفاده نمایند. توصیه مهم در این راستا این است که همه مؤلفه‌ها باید باهم و به‌طور سیستمی بکار گرفت و از اکتفا نمودن به برخی مؤلفه‌ها و غفلت از برخی مؤلفه‌های دیگر پرهیز شود.

منابع

۱. آذر، عادل؛ خسروانی، فرزانه و جلالی، رضا (۱۳۹۲). تحقیق در عملیات نرم؛ رویکرد ساختاردهی مسئله. تهران: انتشارات سازمان مدیریت صنعتی.
۲. آذر، عادل و بیات، کریم (۱۳۸۷). «طراحی مدل فرآیند مدل کسب و کار با رویکرد مدل سازی ساختاری تفسیری»، مدیریت فناوری اطلاعات، دوره ۱، شماره ۱، صص ۳-۱۸.
۳. بیگ زاده، جعفر؛ حمد الهی، مریم و حمد الهی، کبرا (۱۳۹۰). «بررسی تأثیر معنویت محیط کاری بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان آموزش و پرورش نواحی پنج گانه شهر تبریز»، فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی، دوره ۵، شماره ۴، صص ۲۳-۴۴.
۴. پروین، احسان؛ محمدی، شراره؛ شیربگی، ناصر و لطفی نژاد، طاهره (۱۳۹۳). «بررسی رابطه بین معنویت سازمانی و تعهد سازمانی کارکنان دانشگاه رازی کرمانشاه». پژوهش های رهبری و مدیریت آموزشی، دوره ۱، شماره ۲، صص ۲۱۵-۱۹۳.
۵. ترابی، محمدمین؛ حامدی، ارکید و جلیلیان، طیبه (۱۳۹۹). بررسی رابطه بین حمایت سازمانی ادراک شده، معنویت در محیط کار با بهره‌وری کارکنان (مورد مطالعه: فرماندهی انتظامی استان همدان). فصلنامه علمی دانش انتظامی همدان، دوره ۷، شماره ۱ صص ۲۶-۱.
۶. ترک زاده، جعفر، راضی، الهام (۱۳۹۶). «تأملی بر معنویت محیط کاری از منظر رویکرد اسلامی و غربی: کاربرد در رفتار سازمانی»، اسلام و مدیریت، دوره ۶، شماره ۱۱، صص ۲۶-۱.
۷. تنها، محمود؛ یدالله پور، محمدهادی (۱۴۰۰). «مبانی سلامت معنوی در اندیشه آیت ... جوادی آملی؛ با تأکید بر تفسیر آیات مرتبط»، نشریه علمی مطالعات تفسیری، دوره ۱۲، شماره ۴۷، صص ۹۸-۸۱.
۸. حسن زاده، علی (۱۳۹۷). «آسیب شناسی نظام بیمه سلامت در ایران»، فصلنامه بیمه سلامت دوره ۱ شماره ۳، صص ۵۸-۵۰.
۹. خوراکیان، علیرضا؛ اسلامی، قاسم؛ رهی، سمیه و خوراکیان، محمدمین (۱۴۰۰). «معنویت اسلامی و اثر آن بر سطوح بخشش بین فردی، شادکامی و بروز رفتارهای کاری ناکارآمد در کارکنان دانشگاه». نشریه فرهنگ در دانشگاه اسلامی. دوره ۱۱، شماره ۳۸، صص ۶۷-۹۴.
۱۰. دانایی فرد، حسن؛ الوانی، سید مهدی و آذر، عادل (۱۳۸۳). روش شناسی پژوهش کیفی

در مدیریت: رویکردی جامع. تهران: انتشارات صفار.

۱۱. دهقانی محمودآبادی؛ زهرا؛ میر غفوری؛ سید حبیب اله و دهشیری زاده، محسن (۱۳۹۴). «ارائه مدلی برای پیش بینی سطح معنویت در سازمان با رویکرد شبکه عصبی مصنوعی»، پژوهش های مدیریت منابع انسانی، دوره ۷، شماره ۳، صص ۲۰۶ - ۱۷۷.
۱۲. سعیدی، محمد مسعود (۱۳۹۹). «چیستی معنویت به مثابه موضوعی برای پژوهش های تطبیقی قرآن»، دو فصلنامه پژوهش های عقلی نوین، دوره ۵، شماره ۱۰، صص ۱۴۷-۱۶۹.
۱۳. عابدی جعفری، حسن و رستگار، عباسعلی (۱۳۸۶). «ظهور معنویت در سازمان ها (مفاهیم، تعاریف، پیش فرض ها)»، فصلنامه علوم مدیریت ایران، دوره ۲، شماره ۵، صص ۹۹-۱۲۱.
۱۴. عابدی جعفری، حسن؛ تسلیمی، محمد سعید؛ فقیهی، ابوالحسن، شیخ زاده، محمد (۱۳۹۰). «تحلیل مضمون و شبکه مضامین: روشی ساده و کارآمد برای تبیین الگوهای موجود در داده های کیفی»، اندیشه مدیریت راهبردی، دوره ۵، شماره ۲، صص ۱۹۸-۱۵۱.
۱۵. عترت دوست، محمد (۱۳۸۹). «درآمدی بر معنویت شناسی سازمانی و کارکردهای آن در نیروی انتظامی»، دو ماهنامه توسعه انسانی پلیس، دوره ۷، شماره ۳۲، صص ۱۲-۱۰۵.
۱۶. کرسول، جان دلبلیو (۱۳۹۱). طرح پژوهش (رویکردهای کمی، کیفی و شیوه ترکیبی). تهران: موسسه نشر مهربان.
۱۷. کیانی، معصومه؛ مهر محمدی، محمود؛ صادق زاده قمصری؛ علیرضا، نوذری و محمود، باقری، خسرو (۱۳۹۴). «مفهوم شناسی معنویت از دیدگاه اندیشمندان تربیتی غربی و مسلمان». «اسلام و پژوهش های تربیتی». دوره ۲، شماره ۱۴، صص ۱۱۸-۹۷.
۱۸. محمدی، مهدی؛ سلیمی، قاسم و پیروی نژاد، زینب (۱۳۹۳). «مفهوم پردازی معنویت سازمان یاز منظر نهج البلاغه: کاربست استراتژی نظریه داده بنیاد»، اسلام و مدیریت، دوره ۳، شماره ۶، صص ۱۳۹-۱۶۲.
۱۹. معصومی، هادی (۱۳۹۵). «تبیین مفهوم معنویت در رهبری سازمان ها از منظر رویکرد غربی و اسلامی»، ماهنامه پژوهش ملل، دوره ۱، شماره ۹، صص ۱۰۸-۹۹.
۲۰. منطقی، محسن (۱۳۹۷). «بررسی رابطه اخلاق سازمانی و معنویت سازمانی»، فصلنامه معرفت فرهنگی اجتماعی، سال ۹، شماره ۴، صص ۱۰۹-۸۹.

۲۱. منظمی تبار، جواد (۱۳۹۹). «بررسی رابطه رفتار اخلاقی با معنویت در بین افسران و درجه داران کلاتری های شهر همدان»، فصلنامه دانش انتظامی همدان، دوره ۷، شماره ۳، صص ۱۷-۲۷.
۲۲. نقوی، سید علی؛ اسعدی، میر محمد و میر غفوری، سید حبیب الله (۱۳۹۴). «تحلیل عوامل مؤثر بر معنویت سازمانی»، اخلاق در علوم و فناوری، دوره ۱۰، شماره ۱، صص ۱۳۹-۱۰۵.
۲۳. نقوی، سید علی؛ اسعدی، میر محمد و میر غفوری، سید حبیب الله (۱۳۹۴). «الگوی معنویت سازمانی در آموزش عالی مبتنی بر آموزه های اسلامی»، مدیریت اسلامی، دوره ۲۳، شماره ۲، صص ۱۷۷-۱۴۵.

24. Roszkowska, P & Melé, D. (2020). Organizational Factors in the Individual Ethical Behaviour. The Notion of the "Organizational Moral Structure". Humanist Manag Journal. 6 (2):187-209 (2021)