

شناسایی و اولویت‌بندی عوامل کلیدی در پیاده‌سازی

معنویت سازمانی: مطالعه موردی کتابخانه‌های عمومی شهر یزد

سیدعلی نقوی (نویسنده مسئول)

کارشناس ارشد مدیریت صنعتی دانشگاه علم و هنر یزد، ایران
seyed_alii2006@yahoo.com

میرمحمد اسعدی

استادیار گروه مدیریت صنعتی دانشگاه علم و هنر یزد، ایران
Mir.asadi@modares.ac.ir

سید حبیب‌ا.. میرغفوری

دانشیار گروه مدیریت دانشگاه یزد، ایران
mirghafoori@yazduni.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۳/۱۱؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۴/۱۴

چکیده

هدف: هدف این پژوهش شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر معنویت سازمانی در کتابخانه‌های عمومی

شهر یزد است.

روش: روش پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر گردآوری داده‌ها، توصیفی از نوع پیمایشی

بوده و ابزار جمع‌آوری اطلاعات در این تحقیق، پرسشنامه است. جامعه آماری این پژوهش از دو بخش تشکیل شده است، بدین صورت که در بخش اول به‌منظور شناسایی عوامل مؤثر بر معنویت سازمانی در کتابخانه‌های عمومی شهر یزد بر اساس منطق مدل‌های تحلیل عاملی، یک نمونه ۱۱۱ نفری از کتابداران شاغل در کتابخانه‌های عمومی شهر یزد به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب و مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. در بخش دوم به‌منظور اولویت‌بندی عوامل کلیدی شناسایی شده، از ۱۰ نفر از اساتید دانشگاه که تسلط علمی و عملی بر موضوع تحقیق داشتند، استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS برای انجام آمار توصیفی و نرم‌افزار LISREL جهت انجام تحلیل عامل تأییدی و مدل‌سازی معادله ساختاری (SEM) استفاده شده است.

یافته‌ها: یافته‌ها نشان داد که ۸ عامل فضائل، فضای معنوی، محتوا، ساختار، رهبری، فرهنگ، ایمان و انگیزش

به‌عنوان عوامل مؤثر بر معنویت سازمانی به‌شمار می‌روند و رابطه میان این ۸ عامل معنادار می‌باشد. همچنین نتایج مدل‌سازی ساختاری تفسیری نشان داد که عامل رهبری بالاترین قدرت نفوذ و کم‌ترین وابستگی را در بین ۷ عامل کلیدی دیگر دارد.

اصالت/ارزش: این تحقیق، نشان‌دهنده اثرگذاری بالای عامل رهبری در معنویت سازمانی است و بنابراین،

ابعاد این عامل می‌بایست مورد مذاقه بیشتر قرار گیرد.

کلیدواژه‌ها: معنویت اسلامی، سازمان معنویت‌گرا، معنویت سازمانی، کتابخانه عمومی، یزد.

Research on Information Science and Public Libraries; The Quarterly Journal of Iran Public Libraries Foundation; Vol. 23, No.3; Successive No. 90; Fall 2017; Pp. 299-319; Indexed in ISC, SID & MagIran.

تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی؛ فصلنامه علمی- پژوهشی؛ دوره ۲۳، شماره ۳، پیاپی ۹۰، پاییز ۱۳۹۶ ص ۳۱۹-۲۹۹ نمایه‌شده در ISC، SID و MagIran

مقدمه

امروزه موضوع محیط کار مسئله‌ای پیچیده برای متخصصان مدیریت به‌شمار می‌رود. آثار کلی پیرامون این موضوع به نحوی قابل توجه در دههٔ اخیر گسترش یافته است (دنت^۱ و دیگران، ۲۰۰۵). اکنون مطالعه و تحقیق دربارهٔ معنویت سازمانی بسیار جدی در دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی دنبال می‌شود. با وجود انتقادات و تردیدها در زمینه‌های نظری و تجربی این موضوع، روند رو به رشد پژوهش دربارهٔ آن در میان دانشگاهیان، پژوهشگران، مشاوران و نظریه‌پردازان علم مدیریت و سازمان غیر قابل انکار است (عابدی جعفری و رستگار، ۱۳۸۶). در همین راستا، اخیراً مدیران علاقهٔ فزاینده‌ای به تلفیق معنویت و مدیریت ابراز می‌دارند. این تلفیق، بیانگر عمیق‌ترین ارزش‌هایی است که بر حرفهٔ آن‌ها تأثیرگذار است و نیز به همان میزان، نویددهندهٔ موفقیت بیش‌تر آن‌ها خواهد بود. مدیران به خاطر برخی علایق مشترک، خود را به معنویت، ملزم ساخته‌اند (مک کامینگ^۲، ۱۹۹۴). در حقیقت، شرایط متغیر کنونی باعث شده سازمان‌ها رویکردهای جدیدی برای پاسخگویی به نیازهای مشتریان در پیش گیرند. این شرایط سازمان‌های امروزی را مجبور کرده که بعد از ده‌ها سال ادامهٔ روش‌ها و رویه‌های کاری ثابت خود، روش‌های کاری جدیدی را در پیش گیرند.

حوزهٔ این مطالعه هنوز در مرحلهٔ آغازین بوده و فقط با تفاوت‌هایی در تعاریف مشخص می‌شود (اریک^۳ و دیگران، ۲۰۰۳). در شرایط فعلی بسیاری از سازمان‌ها دستخوش تغییر شده و هرگونه تغییر، نیازمند کارکنان و مدیران انعطاف‌پذیر است که بتوانند با تغییرات سازگار شوند. در این میان، تعاملات اجتماعی به شیوه‌ای شایسته و ثمربخش برای بیشتر مدیران و رهبران به‌عنوان کلیدی در مدیریت تغییر سازمانی اهمیت فوق‌العاده‌ای یافته است (سیادت و مختاری‌پور، ۱۳۸۴). به نظر می‌رسد اصولاً سازمان‌های معنویت‌گرا قادرند شرایطی را فراهم آورند که افراد بتوانند بخش عمدهٔ ظرفیت و توان خود را در سازمان، صرف اعتلای سازمان و همکاران خود کنند. اصولاً افراد معنوی با تمام خلوص، وظایف خویش را انجام می‌دهند و اعتقاد دارند که خداوند، شاهد فعالیت‌های خالصانهٔ آنان است. این روحیه و ایجاد فضا و محیطی با ویژگی‌های معنوی در سازمان‌ها از جمله کتابخانه‌ها می‌تواند بستر مناسبی برای رشد

1. Dent 2. McCormick 3. Eric

همه‌جانبه فردی و سازمانی فراهم کند و این همه در حالی است که با توجه به فرهنگ و محتوای ارزشی و محیطی با ویژگی‌های معنوی در کارکنان ایرانی به نظر می‌رسد آمادگی معنویت در آن‌ها از حد میانگین بالاتر باشد. لذا این پژوهش با هدف شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر معنویت سازمانی در کتابخانه‌های عمومی شهر یزد صورت پذیرفته است.

مفاهیم

معنویت: از آنجایی که واژه معنویت^۱ در زمینه‌های گوناگونی به کار می‌رود، تعریف آن مشکل است. ریشه‌های آن در رهبانیت مسیحی قرار دارد، سنتی که تاریخی طولانی در الهیات و عمل دینی دارد. امر معنوی جستجویی درونی است که اغلب با امور مادی، فیزیکی و بیرونی در تقابل است. برخی معنویت را نسبت به دین پراکنده‌تر و کم‌تر نهادینه شده می‌دانند، در مقابل، دیگران معنویت را درست مرکز و قلب دین می‌دانند، مخصوصاً وقتی که با تجربه عارفانه و دینی مواجه شوند. موضوع معنویت دل‌مشغولی دیرپای بشر است، اما مطالعه و نقد و بررسی تطبیقی معنویت در مسائل سازمانی و تجاری، یک پدیده نوظهور است. بسیاری از ادیان واژه دقیقی برای معنویت ندارند؛ با وجود این، امروزه مفهوم معنویت عمومیت یافته است و اکنون در داخل و خارج ادیان و همچنین در زمینه‌های بین‌الادیانی^۲ و سکولار به کار می‌رود. علاقه‌مندی جدید به معنویت با تأکید بر موضوع فردی، خودبالندگی و درک متفاوت‌تری از روان‌شناسی انسان همراه گشته است. اکنون معنویت یک کلیدواژه جهان‌شمولی است که نشان‌گر جستجوی جهت و معنا است (حسینی و دیگران، ۱۳۸۲). 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 بُعد یا ابعادی از آن، تعریفی ارائه کرده است (برزنونی، ۱۳۷۹). به عبارت دیگر، تعریف دقیق مفاهیمی از قبیل معنویت که به امور غیر مادی تعلق دارند، دشوار است و معمولاً با ذکر مصادیق و مثال‌ها توضیح داده می‌شوند.

برخی از نویسندگان کوشیده‌اند برای معنویت تعاریفی ارائه دهند که در زیر به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود: میتروف^۳ (۱۹۹۹)، استاد مدیریت، معنویت را تمایل به جستجوی هدف نهایی در زندگی و زیستن بر اساس این هدف تعریف می‌کند. بعضی دیگر مصراانه بر مفاهیم

1. Spirituality 2. Inter faith 3. Mitroff

آیین‌های شرقی همچون تائوئیسم، بودیسم، ذن و نیز ادیان آسمانی تأکید دارند؛ چنین محققانی به درستی ادعا می‌کنند که این جوامع کمتر صنعتی بسیار بهتر میان زندگی شخصی، کار، تفریح، عبادت و دیگر جنبه‌های زندگی یکپارچگی ایجاد نموده‌اند. با بررسی پاره‌ای از تحقیقات در این زمینه بیان می‌کنند که برای یک خداشناس کاتولیک، معنویت راهی است که از سوی آن به سمت الوهیت حرکت می‌کند؛ برای یک پزشک، معنویت چیزی است که به زندگی معنا می‌بخشد؛ برای یک جامعه‌شناس، جستجویی انفرادی برای درک مقصود و ارزش‌هایی است که ممکن است مفهوم خدا یا وجود تعالی را در برداشته باشد یا نداشته باشد. برای مردم عادی معنوی بودن به معنای دانستن و زیستن، مبنایی برای تحول شخصی، بین شخصی، اجتماعی و حتی جهانی بر اساس این معرفت است که خدا همواره در وجود ما حاضر است (فرهنگی و دیگران، ۱۳۸۵).

در تعریفی از کاواناق^۱ (۱۹۹۹) آمده است معنویت، نیرویی روح‌بخش و انگیزاننده زندگی است، انرژی که الهام‌بخش فرد به سمت و سوی فرجامی معین یا هدفی به سوی ویرای فردیت است. معنویت به‌عنوان تلاش دائمی بشر برای پاسخ دادن به چراهای زندگی است؛ به عبارت واضح‌تر، استفاده بهینه از قوه خلاقیت و کنجکاوی برای یافتن دلایل موجود مرتبط با زنده ماندن و زندگی کردن و در نتیجه، رشد و تعالی است (موران، ۱۳۸۹).

همان‌طور که از تعاریف بر می‌آید، هر یک از اجزای مجموعه‌ای که امروزه در مغرب زمین تحت لوای معنویت گرد آمده است در تمدن بشری مسبوق به سابقه‌ای طولانی بوده است. بسیاری از اندیشمندان غربی سعی دارند معنویت را از دین جدا کنند و حداکثر تدین را به‌عنوان یکی از راه‌های معنوی شدن لحاظ نمایند. در حالیکه اندیشمندان اسلامی اعتقاد دارند ادیان، بهترین راه برای تقویت ابعاد معنوی افراد است تا جایی که معنویت بدون دین به بلوغ نمی‌رسد. به همین ترتیب تصویر حقیقی از معنویت اسلامی^۲ نیز شاخصه‌ها و اصول خاصی دارد که ضمن اتصال فرد به مبدأ وجود و کمال مطلق، بر شیوه نظر و عمل او در زندگی فردی و جمعی تأثیر می‌گذارد و تحولات شگرفی را در ابعاد فردی و اجتماعی موجب می‌شود (شایگان، ۱۳۸۱). با توجه به متون موجود فارسی در زمینه معنویت سازمانی با رویکرد اسلامی، در ادامه به مفهوم معنویت از نگاه اسلامی و فرهنگ بومی ایرانی می‌پردازیم.

1. Cavanaugh

2. Islamic Spirituality

معنویت از منظر اسلام: در اسلام منظور از معنویت برخورداری از ارزش‌های اعلای انسانی هم‌چون ایمان به خدا، احترام و تکریم دیگران، تقوا، خدمت، خوش‌بینی و صداقت است که به صورت عام و جهان‌شمول است. معنویت در جامعه ایرانی ما مبتنی بر دین است، بدین معنا که تعالیم و آموزه‌های دین اسلام شکل‌دهنده معنویت است. سرچشمه معنویت اسلامی، قرآن کریم و فرموده‌های حضرت محمد (ص) و ائمه اطهار (ع) می‌باشد. زبان‌های اسلامی برای واژه غربی معنویت، اصطلاحات گوناگونی دارند: باطن، حق، عالم معنا، مقام، لطف الهی، مفهوم کمال اخلاقی، جمال، جان و ذکر خدا. از نظر مسلمانان، زندگی معنوی هم بر ترس خدا مبتنی است و هم بر عشق او، هم تسلیم در برابر اراده خدا و هم جستجو برای شناخت او که هدف نهایی آفرینش است. معنویت اسلامی با الگوهای آداب اسلامی که ساخته و پرداخته ارکان دین است، رابطه دارد. گوهر معنویت اسلام با توحید پیوند می‌خورد و قلب اسلام، کلید فهم جنبه‌های مختلف آن است (عابدی جعفری و رستگار، ۱۳۸۶). معنویت در قرآن از دو ویژگی اساسی و کلیدی برخوردار است:

الف) جامعیت؛ یعنی همه ابعاد زندگی انسان اعم از فردی، خانوادگی، اجتماعی، دنیایی و آخرتی را در بر می‌گیرد.

ب) کمال؛ یعنی همه حدود و مراتب وجودی انسان را در حرکت تکاملی می‌شود. به همین دلیل، معنویت قرآنی دارای ساحت‌های عقلانی، نفسانی، جسمانی و شریعتی است تا هم شامل درون و هم شامل بیرون انسان شود (رودگر، ۱۳۸۸).

معنویت، بخشی جدایی‌ناپذیر از اخلاق و ارزش‌های انسانی است و در ادیان یکتاپرست اهمیت بسیار بالایی دارد. این اهمیت بیش‌تر از آن جهت است که فطرت انسانی تمایلی بنیادین به ارزش‌های مثبت و مطلوب دارد. هرگاه بشر در عرصه علوم و فناوری از ارزش‌های معنوی و اخلاقی غفلت کرده، به اشکال مختلف زمینه را برای فراگیر شدن رفتارهای غیر انسانی و اخلاقی فراهم ساخته است (نادی و گل‌پرور، ۱۳۹۰). معنویت منهای خدا و گریز از مرکز وجود انسان؛ یعنی «فطرت»، نه معنمند است و نه قابل حصول و وقوع؛ بلکه «دروغی» است که ظاهری آراسته یافته و مغالطه‌ای است که صورت گرفته و دیر یا زود کوس رسوایی آن بر بام زندگی انسان زده خواهد شد؛ زیرا با فطرت انسان ناسازگار و غیر قابل جمع است و تناقض آشکار با حقیقت وجود آدمی دارد.

سازمان معنویت‌گرا: معنویت در سازمان، امر نوپایی است که می‌تواند نیرویی قدرتمند و ژرف را برای زندگی سازمانی به ارمغان آورد. شماری از پژوهش‌ها نشان می‌دهد که ضرورت ارائه پارادایم جدیدی برای کار در سازمان با رویکرد تلفیق زندگی شخصی و زندگی کاری رو به افزایش است (رابینز^۱، ۲۰۰۳). بر همین اساس، رابینز نتیجه می‌گیرد که جوامع باید قراردادهای کاری جدیدی را تدوین کنند که کار هفتگی در آن کوتاه‌تر باشد تا افراد بتوانند بیشتر به بخش‌های دیگر زندگی‌شان پردازند. هال^۲ (۱۹۹۶) تغییرات فزاینده‌ای را در سازمان‌های قرن بیست و یکم پیش‌بینی می‌کند و بر این اعتقاد است که کارکنان بیش از گذشته، نسبت به شغل خود حساس شده‌اند و موفقیت خویش را به جای تحقق هدف‌های مالی، برحسب تأمین نیازهای روانشناختی می‌سنجند. اشموس و دوچن^۳ (۲۰۰۰) نیز به این نکته اشاره می‌کنند که نیازهای کارکنان به لحاظ نوع و حجم تغییر یافته است و سازمان‌های کنونی در صورتی موفق خواهند بود که به‌طور کامل به نیازهای زیستی، اجتماعی، روانی و معنوی کارکنان پاسخگو باشند (مقیمی و دیگران، ۱۳۸۶).

تکنیک مدل‌سازی ساختاری تفسیری

مدل‌سازی ساختاری تفسیری^۴ (ISM) تکنیکی مناسب برای تحلیل تأثیر یک عنصر بر دیگر عناصر می‌باشد. این روش نوع و جهت روابط پیچیده میان عناصر یک سیستم را بررسی می‌کند. به بیان دیگر، ابزاری است که به وسیله آن می‌توان بر پیچیدگی بین عناصر غلبه کرد و یک سیستم را به گونه‌ای شکل داد که به سادگی قابل درک باشد. این رویکرد یک فرایند یادگیری تعاملی است که در آن مجموعه‌ای از معیارهای متفاوت در قالب یک مدل نظام‌مند جامع ساختاردهی می‌شود. این مدل، ساختار یک مسئله یا یک سیستم پیچیده را با یک الگوی طراحی شده دقیق از گرافیک و کلمات، به تفسیر می‌کشد. از جمله ویژگی‌های این مدل را می‌توان به قابل درک بودن آن برای طیف وسیعی از کاربران، یکپارچگی آن در ترکیب نظرات خبرگان و قابلیت کاربرد آن در مطالعه سیستم‌های پیچیده و دارای اجزای متعدد اشاره کرد. همچنین مدل‌سازی ساختاری تفسیری می‌تواند به اولویت‌بندی و تعیین سطح عناصر یک

1. Robbins

2. Hall

3. Ashmos & Duchon

4. Interpretive structural modeling (ISM)

سیستم اقدام کند که کمک شایانی به مدیران برای اجرای بهتر مدل طراحی شده می‌کند (سینگ و کانت^۱، ۲۰۰۸).

در اجرای تکنیک ISM، برای به‌دست آوردن روابط درونی و اولویت‌های عناصر در یک سیستم باید فرایند زیر طی شود (چاندرمولی و ترنسو^۲، ۲۰۱۱):
گام ۱. تشکیل ماتریس خودتعاملی ساختاری (SSIM)^۳: این ماتریس برای تجزیه و تحلیل ارتباط بین عناصر تشکیل می‌گردد و برای نشان دادن ارتباطات بین عناصر از چهار علامت ذیل استفاده می‌شود:

V: ارتباط یک طرفه از i به j

A: ارتباط یک طرفه از j به i

X: ارتباط دو طرفه از i به j و بالعکس

O: فقدان ارتباط بین i و j

گام ۲. تشکیل ماتریس دریافتی اولیه (RM)^۴: در این مرحله با استفاده از قانون جایگذاری ۰-۱، ماتریس SSIM به ماتریس ۰-۱ تبدیل می‌شود. به این ماتریس، ماتریس دریافتی اولیه گفته می‌شود. قانون جایگذاری ۰-۱ به شرح زیر است:

اگر ارتباط بین دو عنصر (i, j) در ماتریس خودتعاملی V باشد در ماتریس RM ارتباط بین i را با عدد ۱ و بالعکس ارتباط بین (j, i) را با عدد ۰ جایگزین می‌نماییم.

اگر ارتباط بین دو عنصر (i, j) در ماتریس خودتعاملی A باشد در ماتریس RM ارتباط بین i را با عدد ۰ و بالعکس ارتباط بین (j, i) را با عدد ۱ جایگزین می‌نماییم.

اگر ارتباط بین دو عنصر (i, j) در ماتریس خودتعاملی X باشد در ماتریس RM ارتباط بین i را با عدد ۱ و بالعکس ارتباط بین (j, i) را با عدد ۱ جایگزین می‌نماییم.

اگر ارتباط بین دو عنصر (i, j) در ماتریس خودتعاملی O باشد در ماتریس RM ارتباط بین i را با عدد ۰ و بالعکس ارتباط بین (j, i) را با عدد ۰ جایگزین می‌نماییم.

گام ۳. تشکیل ماتریس دریافتی نهایی: طبق خاصیت تعدی اگر عنصر i منجر به عنصر j شود و عنصر j منجر به حصول عنصر k گردد، به همین ترتیب، عنصر i نیز باید منجر به عنصر k

1. Singh & Kant

3. The abbreviation of "structural self interaction matrix"

2. Chandramowli & Transue

4. Reachability matrix

گردد. رابطه دو متغیر که بعد از به‌کارگیری این منطق با هم ارتباط پیدا می‌کنند به صورت ۱* نشان داده می‌شود که به این مرحله، ماتریس دریافتی می‌گویند. به این مرحله سازگار کردن ماتریس دریافتی اولیه نیز گفته می‌شود.

گام ۴. تعیین سطح شاخص‌ها: در این مرحله ماتریس دریافتی نهایی به سطوح مختلف دسته‌بندی می‌شود. برای تعیین سطح متغیرها در مدل نهایی، به ازاء هر کدام از آن‌ها سه مجموعه خروجی، ورودی و مشترک تشکیل می‌گردد. مجموعه خروجی شامل خود متغیر و سایر متغیرهایی است که از آن متغیر تأثیر می‌پذیرند. به‌طور مشابه، مجموعه ورودی شامل خود متغیر و سایر متغیرهایی است که بر آن متغیر تأثیر می‌گذارند. مجموعه مشترک نیز اشتراک دو مجموعه فوق است. چنانچه مجموعه‌های خروجی و مشترک برای یک متغیر یکسان باشد آن متغیر در بالاترین سطح مدل قرار می‌گیرد. پس از تعیین سطح هر یک از متغیرها، متغیر مذکور کنار گذاشته شده و سطح‌بندی برای سایر متغیرها به همین ترتیب تا زمانی که تمامی متغیرها تعیین سطح شوند، تکرار می‌گردد. پس از تعیین سطح نهایی، شکل نهایی متغیرها با استفاده از سطوح تعیین شده ترسیم می‌گردد.

گام ۵. تجزیه و تحلیل قدرت نفوذ- وابستگی: جمع سطری مقادیر در ماتریس دریافتی نهایی برای هر عنصر بیانگر میزان قدرت نفوذ^۱ و جمع ستونی نشانگر میزان قدرت وابستگی^۲ خواهد بود. بر اساس این دو عامل، چهار گروه از عناصر قابل شناسایی خواهد بود (متغیرهای خودمختار^۳، وابسته^۴، پیوندی^۵ و مستقل^۶). گروه اول عوامل خودمختار، که قدرت نفوذ و وابستگی ضعیف دارند. این عوامل تا حدودی از سایر عوامل مجزا هستند. گروه دوم عوامل وابسته، که قدرت نفوذ ضعیف اما وابستگی بالایی دارند. گروه سوم شامل عوامل پیوندی، که قدرت نفوذ بالا و وابستگی بالایی دارند. در واقع هر گونه عمل یا تغییر روی این عوامل باعث تغییر بر روی سایر عوامل می‌شود. در نهایت گروه چهارم عوامل مستقل هستند که از قدرت نفوذ بالا و وابستگی پایینی برخوردارند و اصطلاحاً عوامل کلیدی خوانده می‌شوند. واضح است که این عوامل در یکی از دو گروه مستقل یا پیوندی قرار می‌گیرند.

1. Penetrating power
4. Dependent variables

2. Dependence power
5. Hybrid variables

3. Autonomous variables
6. Independent variables

پرسش‌های پژوهش

پژوهش حاضر بر آن است تا به پرسش‌های زیر پاسخ دهد:

۱. عوامل مؤثر بر معنویت سازمانی در کتابخانه‌های عمومی شهر یزد کدامند؟
۲. آیا ارتباط بین عوامل مؤثر بر معنویت سازمانی ارتباطی معنا دار است؟
۳. ترتیب و اولویت عوامل مؤثر بر معنویت سازمانی چگونه است؟

روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی است زیرا از دانش و نظریه‌های موجود، برای استفاده در محیط واقعی بهره برده است و از نظر ماهیت، توصیفی است. پژوهش توصیفی به توصیف آنچه که هست می‌پردازد. روش این پژوهش پیمایشی است و برای جمع‌آوری اطلاعات لازم جهت بررسی عوامل مؤثر، از پرسشنامه استفاده شده است. در این پژوهش به منظور استخراج شاخص‌های مؤثر بر معنویت سازمانی به مطالعه متون متعدد و مقالات به روز دنیا در حوزه معنویت سازمانی و از مطالعات و منابع معتبر و موثق در این زمینه استفاده شده و در نهایت، پنجاه و سه شاخص با تأیید خبرگان به عنوان عوامل اساسی در طراحی پرسشنامه پژوهش به کار گرفته شده‌اند. برای سنجش روایی پرسشنامه از تحلیل عاملی استفاده شد و نتیجه تحلیل نمایانگر مطلوبیت روایی پرسش‌ها بود. جامعه آماری بخش اول این پژوهش شامل کتابداران شاغل در کتابخانه‌های عمومی شهر یزد بود که بالغ بر ۱۴۶ نفر بودند. با استفاده از فرمول تعیین حجم نمونه آماری کوکران، ۱۱۱ پرسشنامه در میان اعضای جامعه آماری به صورت تصادفی طبقه‌ای توزیع شد. پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها، با استفاده از نرم‌افزار SPSS پایایی پرسشنامه ۰/۸۹ به دست آمد که این مقدار مؤید پایایی بالای پرسشنامه است. پس از جمع‌آوری داده‌ها با استفاده از نظرات خبرگان، پنجاه و سه شاخص مذکور در هشت بُعد دسته‌بندی شدند و به عنوان مدل اولیه تحقیق در نظر گرفته شدند که در جدول ۱ به آن‌ها اشاره شده است. برای تأیید مدل و صحت ارتباط عوامل با یکدیگر و حوزه مورد مطالعه از تحلیل عاملی تأییدی توسط نرم‌افزار لیزرل استفاده شد. در ادامه بر اساس عوامل شناسایی شده، با استفاده از تکنیک مدل‌سازی ساختاری تفسیری از پاسخ‌دهندگان (خبرگان) خواسته شد تا با مقایسه دو به دو

عوامل، رابطه آن‌ها را مشخص کنند که بعد از انجام فرایندهای مدل‌سازی ساختاری تفسیری، در نهایت به اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر معنویت سازمانی در قالب مدل ISM انجام‌مید. در بخش دوم نمونه‌گیری انجام نشد و پس از طراحی پرسشنامه ISM از نظرات ۱۰ نفر از اساتید دانشگاه که تسلط علمی و عملی بر موضوع تحقیق داشتند، استفاده شد.

جدول ۱. عوامل مؤثر بر معنویت سازمانی

عوامل	شاخص‌ها
فضائل	وجود روحیه ایثار و از خودگذشتگی بین کارکنان، انجام اعمال خداپسندانه و خیرخواهانه توسط کارکنان، وجود صداقت بین کارکنان و ارباب رجوع، صبر و شکیبایی کارکنان در برابر مشکلات کاری، تواضع و فروتنی کارکنان، سفارش کارکنان به یکدیگر جهت فاصله گرفتن از بدی‌ها و منکرات، وجود روحیه اعتراف صادقانه به اشتباهات و کاستی‌ها بین کارکنان، وجود روحیه خیرخواهی و مثبت‌اندیشی بین کارکنان، جلوگیری از تضییع اموال سازمان، ملزم بودن کارکنان به وعده‌ها و قول و قرارها.
ایمان	اتکال به خداوند در انجام کار و اتخاذ تصمیمات، احساس تعالی کارکنان در کار و محیط کار، تلاوت یا استماع دعا و نیایش توسط کارکنان، حاضر و ناظر دانستن خداوند بر کار، توجه کارکنان به اجر اخروی انجام کار، انجام کار برای رضای خدا، به‌کارگیری توصیه‌های ائمه در کار و سازمان، توجه کارکنان به زندگی جاودانه اخروی، قدردان بودن کارکنان از خداوند به خاطر داده‌ها و ندادها در کار و زندگی، اعتقاد کارکنان نسبت به گذرا بودن پُست و مقام‌های دنیوی، تلقی کارکنان از کار به-عنوان وسیله‌ای جهت نیل به زندگی سعادت‌مندانه اخروی، عبادت شمردن کار، توجه و حساسیت کارکنان و سازمان نسبت به اعیاد و مناسبت‌های مذهبی.
محتوایی	اشتراک نظر کارکنان در خصوص اهداف و منظور کار، آشنایی کارکنان با مأموریت و اهداف سازمان و اعتقاد به آن، مجاب و متقاعد کردن یکدیگر (توسط کارکنان) برای تلاش جهت نیل به اهداف سازمان، تلاش دسته‌جمعی کارکنان برای حل معضلات و تحقق اهداف سازمان.
انگیزش	حساسیت و اشتیاق کارکنان نسبت به کار، پاسخگو بودن شغل به خواسته‌ها و انتظارات کارکنان، تشویق افراد توسط سازمان به ابراز مسائل مهم و نگران‌کننده، ارزیابی عملکرد افراد به‌طور منصفانه، توجه سازمان به خانواده کارکنان، تشویق کارکنان به رشد و یادگیری، قائل بودن مساوات و برابری بین کارکنان و پرهیز از هرگونه تبعیض، توجه به معیارهای معنوی در گزینش کارکنان، پاداش‌دهی با توجه به معیارهای معنوی.

←



عوامل	شاخص‌ها
فرهنگی	فرهنگ مشارکتی، فرهنگ انعطاف‌پذیری، فرهنگ شایسته‌سالاری، فرهنگ توجه به کرامت انسانی.
ساختاری	سلسله‌مراتب حداقل بین مدیران و کارکنان، بوروکراسی حداقل در سازمان، قوانین و مقررات منعطف در سازمان، وجود حداقل تمرکز در تصمیم‌گیرهای سازمان.
رهبری	رهبر معنوی، رهبری تحول‌آفرین.
فضای معنوی	معنا بخشیدن کار به زندگی کارکنان و هدفمند کردن آن، انرژی‌بخش بودن کار برای افراد، لذت بردن کارکنان از محیط کار، کمک کارکنان به یکدیگر در انجام وظایف، حساسیت کارکنان نسبت به سرنوشت سازمان، ارزش‌هایی که در سازمان مورد تأکید قرار می‌گیرند، برای کارکنان ارزشمند است، افتخار کارکنان به سازمان خود، افتخار کارکنان به شغل خود.

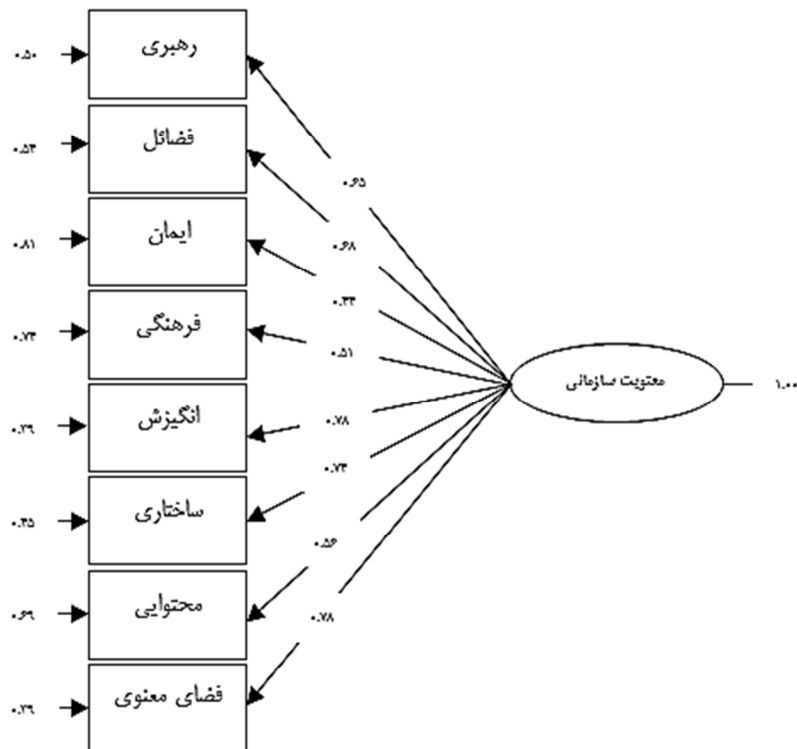
یافته‌ها

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در ابتدا برای اطمینان از کفایت نمونه و برای اینکه بدانیم تحلیل عاملی برای این تحقیق مجاز است و تناسب نمونه‌گیری وجود دارد، از آزمون کفایت نمونه‌گیری (KMO) و آزمون کرویت بارتلت استفاده شد. جدول ۲ نتایج آزمون کرویت بارتلت و KMO را به ما نشان می‌دهد. مقدار KMO، ۰٫۷۶ به دست آمد که نشانگر کفایت نمونه‌برداری است. معنادار بودن آزمون کرویت بارتلت نیز نشان داد که شرایط تحلیل عاملی برقرار است:

جدول ۲. نتایج آزمون کرویت بارتلت و KMO

شاخص آماری	مقدار
شاخص KMO	۰٫۷۶۰
آزمون کرویت بارتلت	۶۶۵۱٫۴۴۵
درجه آزادی	۳۷۸
سطح معناداری	۰٫۰۰۰

برای بررسی سؤالات اول و دوم تحقیق از روش معادلات ساختاری^۱ استفاده شده است. مدل معادلات ساختاری یک ساختار علی مشخص شده بین مجموعه‌ای از سازه‌های مشاهده‌ناپذیر است که هر یک توسط مجموعه‌ای از نشانگرها یا همان متغیرهای شاخص، اندازه‌گیری می‌شود و می‌توان آن را از لحاظ برازش در یک جامعه مشخص نمود (چونگ^۲، ۲۰۰۸). در تحقیق حاضر نیز پس از طی مراحل تصدیق مدل‌های اندازه‌گیری و محاسبات روایی سازه و تشخیصی (در این تحقیق بار عاملی هر نشانگر با سازه خود دارای مقدار t بالاتر از ۱٫۹۶+ بوده است)، مدل مورد نظر در نرم‌افزار لیزرل پیاده شد. شکل یک و دو، مدل تحقیق در حالت ضرایب استاندارد و معنی‌داری را نشان می‌دهند:



Chi-Square=51.85, $df=27$, $p\text{-value}=0.00012$, RMSEA=0.059

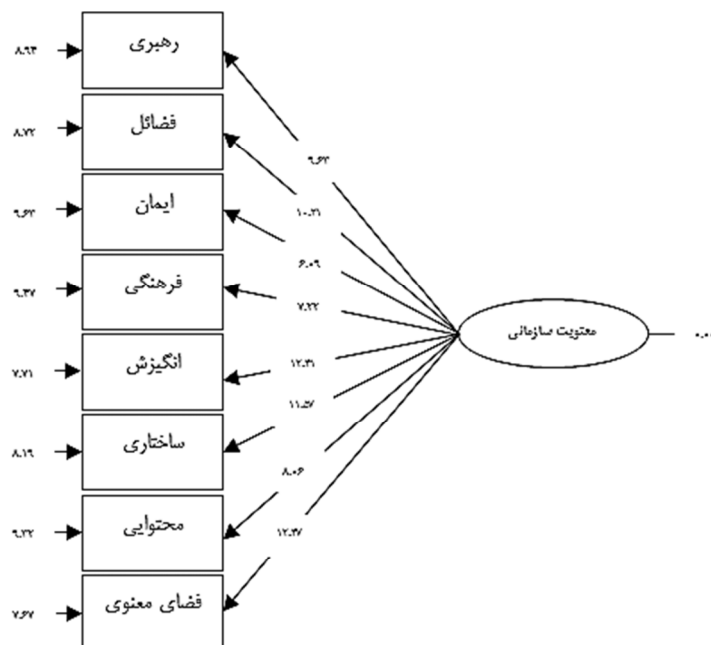
شکل ۱. مدل تخمین استاندارد عوامل مؤثر بر معنویت سازمانی

1. Structural Equation

2. Choong

تحقیقات اطلاعاتی سازمان‌های عمومی

شناسایی و اولویت‌بندی عوامل کلیدی در پیاده‌سازی معنویت سازمانی: ...



Chi-Square=51.85, $df=27$, p-value=0.00012, RMSEA=0.059

شکل ۲. مدل اعداد معناداری عوامل مؤثر بر معنویت سازمانی

با توجه به اینکه مقدار قدرمطلق t برای کلیه عوامل مدل از عدد ۱٫۹۶ بزرگ‌تر است، بنابراین تمامی عوامل بر معنویت سازمانی مؤثر هستند و ارتباط آن‌ها با یکدیگر نیز تأیید می‌شود. شاخص‌های برازش عوامل مؤثر بر معنویت سازمانی نیز در جدول ۳ نشان داده شده است. ملاحظه می‌گردد مدل از نظر شاخص‌های تناسب در وضعیت نسبتاً مناسبی قرار دارد:

جدول ۳. شاخص‌های برازش عوامل مؤثر بر معنویت سازمانی

شاخص	مقدار	دامنه مورد قبول	نتیجه
χ^2/df	۱٫۹۲	$\chi^2/df < 3$	تأیید مدل
RMSEA	۰٫۰۵۹	$RMSEA < 0.1$	تأیید مدل
GFI	۰٫۹۴	$GFI > 0.9$	تأیید مدل
IFI	۰٫۹۵	$IFI > 0.9$	تأیید مدل
NNFI	۰٫۹۶	$NNFI > 0.9$	تأیید مدل
CFI	۰٫۹۷	$CFI > 0.9$	تأیید مدل

پس از شناسایی عوامل مؤثر بر معنویت سازمانی نوبت به وارد کردن این عوامل در ماتریس خود تعاملی ساختاری (SSIM) می‌شود. به این منظور نخست پرسشنامه‌ای طراحی شد که کلیت آن همانند جدول ۴ است:

جدول ۴. ماتریس خود تعاملی ساختاری

ساختاری	فضائل	فضای معنوی	انگیزش	فرهنگی	ایمان	محتوایی	رهبری	j	
								i	
	V	V	X	A	V	A	A	ساختاری	۱
		X	A	A	A	A	A	فضائل	۲
			A	A	X	A	A	فضای معنوی	۳
				A	V	X	A	انگیزش	۴
					V	V	A	فرهنگی	۵
						A	A	ایمان	۶
							A	محتوایی	۷
							A	رهبری	۸

پس از تشکیل ماتریس خود تعاملی به ماتریس دریافتی اولیه می‌رسیم، بدین صورت که با تبدیل نمادهای روابط ماتریس SSIM به اعداد صفر و یک برحسب قواعد مدل‌سازی ساختاری تفسیری به ماتریس دریافتی اولیه دست پیدا کردیم و از طریق ماتریس دریافتی اولیه و با دخیل نمودن انتقال‌پذیری در روابط متغیرها، ماتریس دریافتی نهایی به دست آمد. بعد از آن، می‌توان فاز بعدی از مراحل اجرای متدولوژی ISM را به انجام رساند. نتیجه استفاده از روابط متعددی بین متغیرها در جدول ۵ قابل رؤیت است:

تحقیقات اطلاعاتی رسانه‌ها فایده‌های مدیریتی

شناسایی و اولویت‌بندی عوامل کلیدی در پیاده‌سازی معنویت سازمانی: ...

جدول ۵. ماتریس دریافتی نهایی

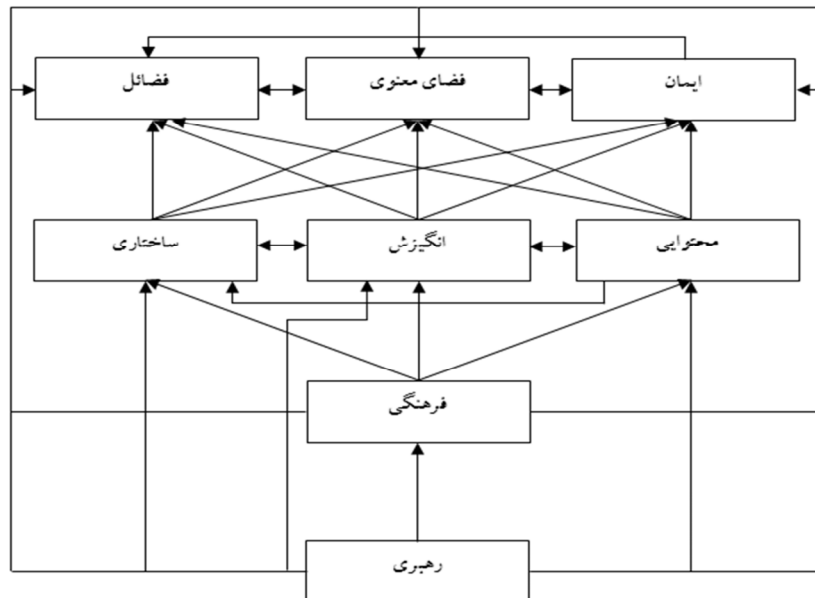
قدرت نفوذ	رهبری	محتوایی	ایمان	فرهنگی	انگیزش	فضای معنوی	فضائل	ساختاری	J I
۶	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱ ساختاری
۳	۰	۰	۱	۰	۰	۱	۱	۰	۲ فضائل
۳	۰	۰	۱	۰	۰	۱	۱	۰	۳ فضای معنوی
۶	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۴ انگیزش
۷	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۵ فرهنگی
۳	۰	۰	۱	۰	۰	۱	۱	۰	۶ ایمان
۶	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۷ محتوایی
۸	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۸ رهبری
	۱	۵	۸	۲	۵	۸	۸	۵	قدرت وابستگی

در مرحله بعد ماتریس دریافتی نهایی به سطوح مختلف دسته‌بندی شد. برای تعیین سطح متغیرها در مدل نهایی، به ازاء هر کدام از آن‌ها، سه مجموعه خروجی، ورودی و مشترک تشکیل گردید. سطوح شناسایی شده در ساخت مدل نهایی ISM به ما کمک می‌کنند. در تحقیق حاضر طی چهار جدول چهارگانه متغیرها به دست آمد که به دلیل خلاصه‌نویسی نتیجه نهایی این چهار جدول در جدول ۶ آمده است:

جدول ۶. تعیین سطوح در سلسله مراتب ISM

عوامل	مجموعه خروجی	مجموعه ورودی	مجموعه مشترک	سطح
۱ ساختاری	۱،۲،۳،۴،۶،۷	۱،۴،۵،۷،۸	۱،۴،۷	دوم
۲ فضائل	۲،۳،۶	۱،۲،۳،۴،۵،۶،۷،۸	۲،۳،۶	اول
۳ فضای معنوی	۲،۳،۶	۱،۲،۳،۴،۵،۶،۷،۸	۲،۳،۶	اول
۴ انگیزش	۱،۲،۳،۴،۶،۷	۱،۴،۵،۷،۸	۱،۴،۷	دوم
۵ فرهنگی	۱،۲،۳،۴،۶،۷	۵،۸	۵	سوم
۶ ایمان	۲،۳،۶	۱،۲،۳،۴،۵،۶،۷،۸	۲،۳،۶	اول
۷ محتوایی	۱،۲،۳،۴،۶،۷	۱،۴،۵،۷،۸	۱،۴،۷	دوم
۸ رهبری	۱،۲،۳،۴،۵،۶،۷،۸	۸	۸	چهارم

همان‌طور که در جدول ۶ ملاحظه می‌شود عوامل مؤثر بر معنویت سازمانی، به چهار سطح طبقه‌بندی شده‌اند. در این بخش عامل رهبری در سطح زیرین و پایه قرار گرفته و نشان از اهمیت بالای این عامل در اجرای معنویت در سازمان دارد. عامل فرهنگ در سطح سوم و همچنین عوامل انگیزش، ساختاری و محتوایی در سطح دوم از مهم‌ترین عوامل در مدل‌سازی ساختاری تفسیری شناخته شده‌اند و در پایین‌ترین سطوح آن قرار گرفته‌اند که این نشان از قدرت نفوذ بالای این عوامل در عوامل سطوح بالاتر و اهمیت آن‌ها در پیاده‌سازی معنویت در سازمان دارد. با توجه به سطوح هر یک از عوامل و همچنین ماتریس دریافتی نهایی، مدل نهایی ساختاری تفسیری را با در نظر گرفتن انتقال‌پذیری‌ها می‌توان ترسیم کرد. به همین منظور ابتدا متغیرها بر حسب سطح آن‌ها به ترتیب از بالا به پایین تنظیم می‌شوند. در پژوهش حاضر متغیرها در چهار سطح قرار گرفته‌اند که عامل رهبری در پایین‌ترین سطح با بیشترین قدرت نفوذ و عامل‌های فضای معنوی، فضائل و ایمان در بالاترین سطح با کمترین قدرت نفوذ و بیشترین وابستگی قرار گرفته‌اند. تمامی عوامل از مهمترین عوامل کلیدی معنویت سازمانی هستند، ولی عامل‌هایی که در سطح بالای مدل قرار گرفته‌اند از تأثیرپذیری بالایی برخوردارند و این بدان معناست که عوامل سطح ۴ و ۳ می‌تواند تأثیر زیادی در عوامل سطح ۲ و ۱ داشته باشند:



شکل ۳. مدل ساختاری تفسیری عوامل مؤثر بر معنویت سازمانی

با توجه به بررسی‌های انجام گرفته در جداول و اشکال قبلی و با استفاده از سطوح اولویت‌بندی شده، در نهایت عوامل کلیدی با تجزیه و تحلیل قدرت نفوذ- وابستگی، به چهار گروه (متغیرهای خودمختار، وابسته، پیوندی و مستقل) تقسیم می‌شوند. در شکل ۴ محور افقی نمایانگر قدرت وابستگی و محور عمودی نشانگر قدرت نفوذ می‌باشد که میزان قدرت نفوذ و وابستگی هر یک از متغیرها از روی جدول ماتریس دریافتی نهایی استخراج شده است:

۸	۸							
۷		۵						
۶		گروه چهارم		۱،۴،۷		گروه سوم		
۵								
۴								
۳							۲،۳،۶	
۲		گروه اول				گروه دوم		
۱								
	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸

قدرت نفوذ

قدرت وابستگی

شکل ۴. نمودار قدرت نفوذ- وابستگی

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر معنویت سازمانی در کتابخانه‌های عمومی شهر یزد انجام شد. نتایج پژوهش نشان داد که ۸ عامل فضائل، فضای معنوی، محتوایی، ساختاری، رهبری، فرهنگی، ایمان و انگیزش به عنوان عوامل مؤثر بر معنویت سازمانی به‌شمار می‌روند. همچنین نتایج نشان داد که رابطه میان ۸ عامل مؤثر بر معنویت سازمانی معنادار می‌باشد. یافته‌های این پژوهش که در بستر فرهنگ ایرانی و مبانی دین اسلام مورد آزمون قرار گرفته‌اند، مدل جامعی را به ما معرفی می‌نماید که شامل عوامل مؤثر بر معنویت سازمانی است که تفاوت

آن با تحقیقات پیشین عبارت است از توجه به معیارهای اسلامی، تعداد عوامل بیشتر و سنجش و اولویت‌بندی عامل‌ها بر اساس واقعیت جاری است. از نکات مثبت این پژوهش، تطابق نتیجه حاصل از سنجش عوامل با نتایج حاصل از مطالعات معتبر خارجی است. به‌عنوان مثال نتیجه این پژوهش با یافته‌های گی‌بنز^۱ (۲۰۰۲) منطبق است و عوامل ساختاری و فرهنگ جزء عوامل کلیدی اصلی هر دو پژوهش است. عوامل کلیدی شناسایی شده به وسیله الارکوبی^۲ (۲۰۱۳) نیز مبین این واقعیت است که رهبری، فضای معنوی و ایمان از عوامل مؤثر بر معنویت سازمانی هستند و ۳ عامل از ۸ عامل کلیدی شناسایی شده در این پژوهش را پوشش می‌دهد. همچنین عوامل کلیدی شناسایی شده به وسیله باگوان^۳ (۲۰۱۳)، نیز در این پژوهش مورد تأکید قرار گرفته‌اند. همچنین در مقایسه با تحقیقات انجام گرفته در مورد عوامل مؤثر بر معنویت سازمانی، پژوهش حاضر با استخراج مدلی نظری و جامع، با استفاده از رویکرد مدل‌سازی ساختاری تفسیری به ارزیابی و اولویت‌بندی این عوامل پرداخته است. در مدل به‌دست آمده، عوامل در چهار سطح قرار گرفتند که با توجه به جهت پیکان‌ها می‌توان مدل را به این صورت تفسیر کرد که عامل مدیریت با توجه به دارا بودن بالاترین قدرت نفوذ و کم‌ترین میزان وابستگی در پایین‌ترین سطح مدل ساختاری تفسیری قرار گرفت، که نشان از کلیدی بودن این عامل در پیاده‌سازی معنویت سازمانی در کتابخانه‌های عمومی دارد و حکم زیرساخت و سنگ زیربنای مدل را دارد. این بدان معنا است که برای شروع کارکرد سیستم باید روی آن تأکید کرد تا در نتیجه آن زمینه برای عوامل سطوح بالاتر فراهم شود. بر این اساس رهبران و مدیران باید بیشترین توجه را به عوامل دیگر که در سطوح بعدی قرار گرفته‌اند، داشته باشند. نتایج پژوهش حاضر بیانگر آن است که عامل فرهنگی در سطح سوم مدل ساختاری تفسیری قرار دارد و پس از عامل مدیریت (رهبری)، کلیدی‌ترین عامل محسوب می‌شود. این عامل، عاملی است که نقش محرک را دارد و با بهینه‌سازی آن، می‌توان بهینه شدن عوامل دیگر را انتظار داشت. بنابراین با ایجاد زمینه‌های عامل فرهنگی مبتنی بر ارزش‌های معنوی و آموزه‌های دین اسلام که شکل‌دهنده معنویت در سازمان است، زمینه برای عوامل ساختاری، محتوایی و انگیزشی بین کتابداران فراهم و با تحقق این عوامل شرایط برای عوامل ایمان و فضائل در کتابداران فراهم خواهد شد تا در نهایت فضای معنوی در کتابخانه‌ها شکل بگیرد.

1. Gibbons 2. Al Arkoubi 3. Bhagwan

با توجه به بحث بالا می‌توان نتیجه‌گیری کرد که هر ۸ عامل (اگرچه با درجات متفاوت) به‌منظور پیاده‌سازی معنویت سازمانی مهم می‌باشند و اولویت‌بندی آن‌ها فقط به خاطر درک بیش‌تر و شناخت عوامل تأثیرگذارتر می‌باشد. همچنین مدل حاضر قادر است خلأ موجود در ادبیات موضوع مبنی بر در اختیار نبودن مدل جامع در خصوص معنویت سازمانی در کتابخانه‌های کشور متناسب با مقتضیات فرهنگی را برطرف نماید. بر همین اساس مدیران کتابخانه‌ها می‌توانند با بهره‌گیری از مدل حاضر نسبت به حسابرسی معنوی کتابخانه خود اقدام نموده و به‌طور آگاهانه به مدیریت معنوی در کتابخانه بپردازند. با این حال، ارائه و معرفی این مدل به جامعه علمی کشور، با توجه به جایگاه خاص و منحصر بفرد معنویت در تعالیم دینی آغازگر راهی پرچالش اما در عین حال جذاب در این عرصه می‌باشد که عبور موفقیت‌آمیز از آن مستلزم هم‌فکری و چالش نظری صاحب‌نظران حوزه و دانشگاه خواهد بود.

پیشنهادهای

بر اساس یافته‌های پژوهش، موارد ذیل قابل پیشنهاد است:

۱. با توجه به نتایج حاصل از انجام تحلیل عاملی تأییدی برای عامل رهبری، پیشنهاد می‌شود برای افزایش درک و دانش رهبران و مدیران عالی نسبت به مفاهیمی چون معنویت محیط‌کاری و سازمان معنویت‌گرا دوره‌های آموزشی کوتاه مدت تشکیل شود.
۲. با توجه به نتایج حاصل از انجام تحلیل عاملی تأییدی برای عامل انگیزش، پیشنهاد می‌شود با استفاده از انگیزاننده‌های مناسب مادی و معنوی در راستای ارتقاء معنویت در کتابداران، همچون ارزیابی عملکرد افراد به‌طور منصفانه، توجه سازمان به خانواده پرسنل، قائل بودن مساوات و برابری بین پرسنل و پرهیز از هرگونه تبعیض و ارائه پاداش با توجه به معیارهای معنوی صورت گیرد.
۳. با توجه به نتایج حاصل از انجام تحلیل عاملی تأییدی برای عوامل ایمان و فضائل، پیشنهاد می‌شود احیای نموده‌های مذهبی مانند اعیاد و شهادت‌ها و استفاده بهینه از آن‌ها در معرفی شخصیت پیشوایان دینی و تعالیم والای آنان، فعال‌سازی نیروهای توانمند مستعد و با ایمان در جهت نشر معارف و حفظ ارزش‌های دینی و تشکیل گروه‌های حمایت‌گر معنوی (مددکاران مذهبی) در بین کتابداران، جهت مشاوره در هنگام وقوع مشکل برای هر یک از آنان در راستای ارتقاء معنویت فردی صورت گیرد.

۴. با توجه به نتایج حاصل از انجام تحلیل عاملی تأییدی برای عوامل فرهنگی، ساختاری و محتوایی، پیشنهاد می‌شود ایجاد زمینه‌های عامل فرهنگ‌گشایسته‌سالاری، مشارکتی، انعطاف‌پذیر و مبتنی بر اعتماد و سلسله مراتب حداقل بین مدیران و پرسنل در کتابخانه‌ها فراهم شود.
۵. با توجه به نتایج حاصل از انجام تحلیل عاملی تأییدی برای عامل فضای معنوی، پیشنهاد می‌شود توجه جدی به فضای معنوی کتابخانه‌ها، شامل کار با معنا، کار هدفمند و احساس به هم‌پیوستگی در کتابداران صورت گیرد.
۶. با توجه به نتایج حاصل از مدل ISM بر روی عوامل مؤثر بر معنویت سازمانی، پیشنهاد می‌شود تا به عوامل سطوح چهارم و سوم (رهبری و فرهنگی) با توجه به دارا بودن بالاترین قدرت نفوذ و کمترین میزان وابستگی که در دسته متغیرهای مستقل (کلیدی) قرار می‌گیرند و به‌عنوان سنگ زیربنای مؤثر بر پیاده‌سازی معنویت سازمانی عمل می‌کنند از جانب مسئولان ذی‌ربط توجه ویژه‌ای صورت بگیرد، تا بدین وسیله زمینه برای عوامل سطوح بالاتر در جهت پیاده‌سازی معنویت سازمانی فراهم شود.

منابع

- برزنونی، محمدعلی (۱۳۷۹). معنویت؛ نیاز پایای انسان و رمز ماندگاری جوامع انسانی، معنویت در مکتب امیرالمؤمنین. تهران: مرکز آموزش و پژوهش علوم اسلامی.
- رودگر، محمد جواد (۱۳۸۸). معنویت‌گرایی در قرآن. علوم اسلامی، ۴ (۱۴)، ۱۵-۳۲.
- سیادت، سیدعلی و مختارپور، مرضیه (۱۳۸۴). مدیریت و رهبری با هوش هیجانی. نشریه مدیریت، ۱۰۵ (۴)، ۷۸-۸۵.
- شایگان، داریوش (۱۳۸۱). افسون زدگی جدید؛ هویت چهل تکه و تفکر سیار. تهران: فرزانه روز.
- عابدی جعفری، حسن و رستگار، عباسعلی (۱۳۸۶). ظهور معنویت در سازمان‌ها؛ مفاهیم، تعاریف، پیش فرض‌ها، مدل مفهومی. علوم مدیریت ایران، ۲ (۵)، ۹۹-۱۲۱.
- فرهنگی، علی اکبر؛ فتاحی، مهدی و واثق، بهاره (۱۳۸۵). معنویت در محیط کار و نقش آن در بهبود رفتار شهروندی سازمانی. فرهنگ مدیریت، ۴ (۱۳)، ۵-۱۳.
- مقیمی، سیدمحمد؛ رهبر، امیرحسین و اسلامی، حسن (۱۳۸۶). معنویت سازمانی و تأثیر آن در خلاقیت کارکنان (رویکرد تطبیقی). اخلاق در علوم و فناوری، ۲ (۳)، ۸۹-۹۸.

- موران، محمدرضا (۱۳۸۹). بررسی ارتباط معنویت (نگرش دینی) با سلامت روانی در جامعه ایمن. تهران: شهرداری تهران.
- نادی، محمد علی و گل‌پرور، محسن (۱۳۹۰). روابط ساده و ترکیبی مؤلفه‌های معنویت با وفاداری در محیط کار. *اخلاق در علوم و فناوری*. ۶ (۶)، ۱۳-۲۱.

References

- Al Arkoubi, K. (2013). The Islamic Faith: Implications for Business Management. *Emerging Research and Practice*, 3 (3), 103-118.
- Ashmos, D.P. & Duchon, D. (2000). Spirituality at Work: A Conceptualization and Measure. *Journal of Management Inquiry*, 9 (2), 46-134.
- Bhagwan, R. (2013). Spirituality in social work in South Africa: Insights from a survey with academics. *International Journal of Social Work*, 15 (3), 276-289.
- Cavanaugh, G. (1999). Spirituality for Managers: Context and Critique. *Journal of Organizational Change Management*, 12 (3), 186-199.
- Chandramowli, S. & Transue, M. (2011). Analysis of barriers to development in landfill communities using interpretive structural modeling. *Habitat International*, 35 (2), 246-253.
- Choong, K.K. (2008). Intellectual capital: definition, categorization and reporting model. *Journal of Intellectual Capital*, 9 (3), 609-638.
- Dent, E.B.; Higgins, M.E. & Wharff, D.M. (2005). Spirituality and Leadership: an Empirical Review of Definitions, Distinctions, and Embedded Assumptions. *the Leadership Quarterly*, 16 (4), 625-653.
- Eric, L. (2003). The Impact of Organizational Justice on Correctional Staff. *Journal of Criminal Justice*, 31 (2), 155-167.
- Gibbons, P. (2002). *Spirituality at Work: A Pre-Theoretical Overview*. MSc. Thesis - Birnbach College, University of London.
- Hall, D.T. (1996). Protean Careers of the 21, Century. *The Journal of Academy of management Executive*, 10 (4), 89-103.
- McCormick, D.W. (1994). Spirituality and Management. *Journal of Managerial Psychology*, 9 (6), 5-8.
- Mitroff, I. I. (1999). *A Spiritual Audit of Corporate America: Award looks Spirituality, Religion, and Values in the Workplace*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Robbins, L. (2003). Perceptions of Workplace Spirituality Among Professionals and Executives. *Journal of Organizational Change Management*, 13 (9), 155-163.
- Singh, M.D. & Kant, R. (2008). Knowledge management barriers: An interpretive structural modeling approach. *International Journal of Management Science and Engineering Management*, 3 (2), 141-150.

به این مقاله این‌گونه استناد کنید:

نقوی، سیدعلی؛ اسعدی، میرمحمد و میرغفوری، سید حبیب‌ا.. (۱۳۹۶). شناسایی و اولویت‌بندی عوامل کلیدی در پیاده‌سازی معنویت سازمانی: مطالعه موردی کتابخانه‌های عمومی شهر یزد. *تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی*، ۲۳ (۳)، ۳۱۹-۲۹۹.