

سبک زندگی سازمانی با رویکرد شناسایی مؤلفه‌های سازمان معنویت‌گرا در دانشگاه

زینب رستمی *

رؤیا افراسیابی **

محبوبه سلیمانپور عمران ***

چکیده

این مقاله به بررسی سبک زندگی سازمانی با رویکرد شناسایی مؤلفه‌های سازمان معنویت‌گرا در دانشگاه‌های خراسان شمالی می‌پردازد. روش پژوهش برحسب هدف، کاربردی و برحسب نوع داده، کیفی بود. جامعه آماری پژوهش، متخصصان و اساتید علوم تربیتی، مدیریت و الهیات بودند که به روش نمونه‌گیری هدفمند و براساس معیار اشباع نظری انتخاب شدند. نتایج حاصل از یافته‌های پژوهش با رویکرد نظریه داده‌بنیاد نشان داد که سبک زندگی سازمانی با رویکرد شناسایی مؤلفه‌های سازمان معنویت‌گرا در دانشگاه، در بعد فردی شامل مؤلفه‌های اصول اخلاقی، اصول اعتقادی، ویژگی رفتاری و شخصیتی کارکنان، در بعد سازمانی شامل مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی، امنیت شغلی، عدالت محوری، در بعد مدیریتی شامل مؤلفه‌های اخلاق‌مداری، تفویض اختیار، در بعد گروهی شامل مؤلفه‌های هدف مشترک، اخلاق اجتماعی و در بعد محیطی شامل مؤلفه‌های سیاست و اقتصاد است. محور قراردادن معنویت در دانشگاه زمینه انسجام بیشتر کارکنان و پاسخ‌گویی اثربخش آنان به الزامات محیط سازمانی و ظهور جامعه‌ای سالم را فراهم می‌کند.

واژگان کلیدی: سبک زندگی، معنویت، سازمان معنویت‌گرا، دانشگاه.

* دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی بجنورد، ایران

rostami1362z@gmail.com

** استادیار گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی بجنورد، ایران (نویسنده مسئول)

royaafraasiabi1398@gmail.com

*** استادیار گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی بجنورد، ایران

m.pouomran@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۲/۱۵

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۷/۱۴

مقدمه

در تاریخ علم مدیریت همیشه صاحب نظران و کارشناسان تلاش کرده‌اند تا شناخت و دانش خود را از سازمان به عنوان پدیده‌ای تأثیرگذار اجتماعی ارتقاء دهند (گاسپری، مورا و ونگر^۱ ۲۰۱۸). بیشتر آن‌ها معتقدند که صرف نظر از اینکه سازمان‌ها در چه مقیاسی هستند، چه مأموریتی دارند و در چه محیطی فعالیت می‌کنند، اشتراک‌هایی در ساختار خود دارند که از نظر ماهیت آن‌ها را به یکدیگر شبیه می‌سازد (موریسون^۲ ۲۰۰۶). این شباهت‌ها موجب شده تا صاحب نظران در پی ارائه الگوهای استاندارد در طراحی ساختار و سبک زندگی سازمانی باشند.

در دنیای سازمانی امروز به دلیل تغییرات بنیادی در ماهیت کار و محیط آن که منجر به تغییر در سبک زندگی سازمان‌ها شده است، مدیران سازمان‌ها و کارکنان در جستجوی معنا و مفهومی در کار هستند که فراتر از مبادلات اقتصادی میان آنان باشد. یکی از عواملی که سازمان‌ها بدان اقبال فراوانی نشان داده‌اند، معنویت^۳ است که در سطوح مختلف فردی، گروهی و سازمانی و به شیوه‌های گوناگون، بر عملکرد افراد، گروه‌ها و در نهایت سازمان تأثیر مثبت داشته است (اشمس و دوچن^۴ ۲۰۰۰).

در پارادایم‌های جدید، سازمان‌ها به جای تأکید بر شیوه‌های سنتی و مکانیکی در جهت مفاهیمی همچون سازمان معنویت‌گرا، سازمان ایمان‌محور، سازمان ارزش‌بنیان و یا سازمان اخلاق‌گرا متمایل شده‌اند (توریش^۵ ۲۰۱۰، ۲۱۴). دمیدن روح معنویت در سازمان با تشویق کارکنان به اعمال خیر و سعی در جهت متقاعد ساختن آن‌ها در حسن انجام مسئولیتی که به عهده دارند، با توجه به نظارتی که خداوند بر کردار و نیت آنان اعمال می‌دارد، می‌تواند کمک شایانی در جهت جلوگیری از هدر رفتن نیروهای انسانی سازمان‌ها به سوی انگیزه‌های گوناگون و غیرمشروع باشد (جعفری شورگل ۱۳۹۲، ۱۹۲). سازمان معنوی می‌تواند موقعیتی را فراهم کند که کارکنان تمامی ظرفیت خود را صرف اعتلای کار و همکاری خود کنند. این روحیه در محیطی با ویژگی‌های معنوی در دانشگاه می‌تواند بستر مناسب رشد همه‌جانبه علمی، آموزشی و پژوهشی را در کشور فراهم سازد (نقوی، اسعدی و میرغفوری ۱۳۹۶). بنابراین شناسایی سبک زندگی سازمانی^۶ برای تمامی ذی‌نفعان سازمان حائز اهمیت است، زیرا آن‌ها را قادر می‌سازد تا تعاملات خود را بر اساس آن برنامه‌ریزی کنند. از این رو تدوین چارچوبی جامع که توانایی پیش‌بینی تصمیم‌ها و استراتژی‌های سازمان را در همه حوزه‌های فعالیت آن فراهم آورد، بسیار ضروری بوده و از اهمیت فراوانی برخوردار است.

1. Gaspary, Moura & Wegner
 2. Morrison
 3. Spiritually
 4. Ashmos and uchon
 5. Tourish
 6. Organizational lifestyle

۱) بیان مساله تحقیق

ضعف ارزش‌های معنوی، مشکلات اقتصادی و معیشتی، تبعیض و نابرابری‌ها و تقدم منافع فردی بر جمعی از مهمترین عوامل تخلف در سازمان‌ها است. با تقویت ارزش‌های معنوی، ایجاد نظام شایسته‌سالاری، برقراری عدالت و رفع تبعیض‌ها می‌توان از حجم تخلفات کاست (بهشتی‌فر ۱۳۹۷، ۲۶).

در هیچ دوره‌ای همانند عصر حاضر، نیاز به انقلابی اخلاقی و معنوی به این اندازه احساس نشده است (معروفی و کرمی ۱۳۹۲). با توجه به دل‌مشغولی همیشگی بشریت به معنای زندگی، معنویت یکی از مهمترین موضوعاتی است که امروزه برای ایجاد پیوند میان ارزش‌های دنیای سنتی و دنیای نوین در حوزه‌های مختلف مطرح می‌شود (قنبری و کریمی ۱۳۹۵). نیاز به رفع بحران انسان و سازمان‌ها جز از طریق توجه به ساحت معنویت امکان‌پذیر نیست. بنابراین تلاش می‌شود تا ارزش‌های اخلاقی و معنوی را به محیط‌های کسب‌وکار ارتباط دهند (شیری و نصراللهی وسطی ۱۳۹۶).

امروزه به نظر می‌رسد دانشگاه به دلایل عدم بهره‌وری، بی‌انگیزگی کارمندان، وجود فساد اداری و عدم توجه به نیازهای معنوی کارمندان توان پاسخگویی به نیازهای جامعه را بر اساس اهداف عالی خود ندارد و در ارائه خدمات و تربیت نیروی انسانی کارآمد با مشکلات متعددی مواجه شده است. رهایی از کاستی‌ها و ناکارآمدی‌های موجود و دستیابی به نظام آموزشی پویا و موفق، نیازمند تحولی عمیق در این نهاد است تا با بازتولید تمام عوامل مؤثر بر موفقیت، بتواند با استفاده بهینه از منابع و فرصت‌های پیش‌رو، تحقق اهداف را تسهیل نماید.

مطابق بیانات مقام معظم رهبری، معنویت، خداگرایی، اخلاق و فضیلت از محورهای اصلی در سند چشم‌انداز بیست‌ساله جمهوری اسلامی بیان شده است. اهمیت پژوهش حاضر در کمک به شناسایی مؤلفه‌های سازمان معنویت‌گرا در دانشگاه، کمک به بهبود عملکرد دانشگاه‌ها در حوزه تحول تعلیم و تربیت، کمک به مسئولین و مدیران دانشگاه‌ها برای تدوین استراتژی‌های بلندمدت در جهت ارتقای سازمان معنویت‌گرا در دانشگاه‌های استان خراسان شمالی است. با توجه به عدم وجود سبک مناسب در دانشگاه‌های استان خراسان شمالی، وجود یک مدل جهت ایجاد سازمان معنوی بر اساس هدف و تخصص دانشگاه ضروری است. از این رو پژوهش حاضر به دنبال این سؤال است که مؤلفه‌های سبک زندگی در سازمان معنویت‌گرا چیست؟

۲) چارچوب نظری تحقیق

در این بخش ابتدا مفهوم معنویت، انواع رویکردهای معنویت و مفهوم سبک زندگی و در ادامه مفهوم سازمان معنویت‌گرا و پیشینه تحقیق بیان شده است.

الف) مفهوم معنویت

معناگرایی و معنویت، واژه‌ها و اصطلاحاتی هستند که در باور متعارف دارای معنایی مترادف هستند. مراد از معنویت چیزی است که دست‌کم به نحوی با ماوراء طبیعت، عالم غیب و خدا نسبتی داشته باشد. در فرهنگ دینی، معنویت، فرارفتن از زندگی و حس و حال مادی است، ارتباط با منبع و سرچشمه معناست، راه یافتن به باطن و حقیقت عالم است، استشمام رایحه رحمان از یمن معناست که با تفکر، ایمان، طهارت و زندگی در چارچوب اراده الهی به دست می‌آید (آتشین صدف ۱۳۹۱، ۲).

معنویت نه یک دیدگاه مذهبی بلکه دیدگاهی متمرکز بر انسان است که بر اساس خودآگاهی، هدف زندگی و مشارکت جامعه است (بلا و همکاران^۱ ۲۰۱۸). معنویت یکی از نیازهای درونی انسان و بخش جدایی‌ناپذیر از اخلاق و ارزش‌های انسانی و مفهومی هستی‌شناختی است که هدف آن، انسان و تکامل اوست. معنویت شامل جنبه‌های غیرمادی انسان بوده و از طریق ارتباط زندگی انسان با خدا، خود، دیگران و طبیعت تجربه می‌شود و هر انسانی چه مؤمن و چه غیرمؤمن، دارای ظرفیتی ذاتی برای پذیرش معنویت است (کاسوئل^۲ ۲۰۱۱، ۱۱).

یک) انواع رویکردهای معنویت

اول) معنویت دینی^۳: معنویتی است که مبتنی بر سنت خاص دینی است. آمال و مقصد نهایی معنویت و همچنین راه‌های رسیدن به آن بر مبنای سنت خاص دینی است و بر چارچوب و سیستم خاص اعتقادی استوار است (زارع نژاد ۱۳۹۲، ۴۱). معتقدان دیدگاه دینی معنویت را قلب دین یا بالاترین آرمان آنان می‌دانند که به‌ویژه در تجربه دینی با آن مواجه می‌شوند.

دوم) معنویت غیر دینی (سکولار^۴): شامل معنویت زمین‌محور، معنویت طبیعت‌محور و معنویت‌های انسان‌گراست. در این نوع از معنویت، اعتقاداتی مانند همه‌خدایی، عدم وجود خدا و غیره وجود داشته و آموزه‌هایی شامل عمل‌گرایی محیطی و اجتماعی وجود دارد.

سوم) معنویت فرا دینی^۵: در واقع این معنویت، حد وسط دو گرایش عمده است: از یک طرف، مبتنی بر دین خاصی نیست و از طرف دیگر، برخی معنویت‌های عصر جدید را که هر چیزی را معنوی می‌دانند رد می‌کند. معنویت فرادینی، اولاً دل‌بسته به سنت دینی خاصی نیست، ثانیاً تأکید بر تعامل و دادوستد با معنویت‌های دیگر مکاتب و ادیان را نیز دارد و از همه آن‌ها برای کاهش درد و رنج جهانی، آرامش و کمال‌جویی بهره می‌برد. بسیاری از روان‌شناسان کمال‌گرا

1. Bella et al

2. Koessel

3. Religiovs

4. Secular

5. Metareligious

و فرا شخصی به رویکرد معنویت فردینی اعتنا دارند. علاوه بر این، بیشتر مدل‌ها و نظریه‌های معنویت در سازمان، با رویکرد روان‌شناختی مبتنی بر معنویت فردینی سازگاری بیشتری دارد (زارع‌نژاد ۱۳۹۲، ۴۲).

ب) مفهوم سبک زندگی

سبک زندگی^۱، مفهومی است که محققان روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، اقتصاد، بازاریابی، مدیریت و علوم پزشکی آن را بررسی کرده‌اند (حسینی و همکاران ۱۳۹۶). سبک زندگی عبارت است از الگویی هم‌گرا یا مجموعه نسبتاً منظمی از رفتارهای درونی و بیرونی، حالات و اوصاف و دارایی‌ها است که فرد یا گروه بر مبنای پاره‌ای از تمایلات و ترجیحات و در تعامل با شرایط محیطی خود آن را ابداع یا انتخاب می‌کنند (شرف‌الدین ۱۳۹۶، ۷۷). سبک زندگی نشان دهنده رفتارها و انتخاب‌های آگاهانه افراد است که در شخصیت و ترجیح‌های آنان ریشه دارد و به مجموعه‌ای به نسبت هماهنگ از همه رفتارها و اعمال فرد در جریان روزمره زندگی اطلاق می‌شود (والن و لامانن^۲ ۲۰۱۵).

سازمان نیز به عنوان پدیده‌ای با هویت و شخصیت مستقل دارای سبک زندگی است که با شناسایی آن می‌توانیم استراتژی سازمان را در موقعیت‌های مختلف پیش‌بینی کرد. سبک زندگی سازمانی^۳ الگوهای رفتاری به نسبت پایداری است که سازمان به عنوان هویتی مستقل در برخورد با تمامی جنبه‌های درونی و بیرونی فعالیت خود آن را به کار می‌بندد (پرمو و آندره^۴ ۲۰۱۰).

پرمو و آندره (۲۰۱۰) چهار متغیر هویت سازمانی، ایده‌آل سازمانی، دیدگاه‌های محیطی و اعتقادهای اخلاقی را به عنوان سازه‌های سبک زندگی سازمانی پیشنهاد می‌دهند. هویت سازمانی، اشاره به این دارد که هدف و مأموریت سازمان چیست و مصادیق این سازه را سرعت رشد سازمان، عکس‌العمل‌های رقابتی، پیشتازی در فناوری و سرعت تغییرهای سازمان بیان می‌کند. ایده‌آل سازمانی اشاره به این دارد که چشم‌انداز سازمان چیست و مصادیق این سازه را قدرت رهبری سازمان در صنعت، میزان سودآوری، میزان توجه به رضایت مشتریان و نوآوری بیان می‌کند. دیدگاه‌های محیطی اشاره به صنعت و بازار و تأثیرات محیطی بر سازمان دارد و مصادیق این سازه در سازمان رقابت‌پذیری، خوشنام‌بودن، توانایی جذب کارکنان و قدرت جذب منابع است. اعتقادهای اخلاقی اشاره به ارزش‌هایی دارد که سازمان به دنبال حفظ و توسعه آن‌ها است و مصادیق این سازه میزان اعتماد بین همکاران، امانت‌داری، احترام متقابل، ارتباط مستقیم کارکنان با مشتریان در سازمان است (همان).

1. life style

2. Wahlen & Laamanen

3. Organizational lifestyle

4. Premo & Andrews

ج) مفهوم سازمان معنویت‌گرا

معنویت در محیط کار تبدیل به جنبه قابل توجهی از فرهنگ سازمانی شده است، فرهنگ معنوی‌ای که کارکنان با ذهن و روح خود آن را به رسمیت می‌شناسند (موکرجی و همکاران^۱ ۲۰۱۶). سازمان‌های معنوی اغلب دارای هدفی بالاتر بوده و به دنبال فرهنگ‌هایی هستند که انسجام‌بخش احساس مسئولیت امور بشردوستانه باشند (جرکوئیز و گیسالون^۲ ۲۰۰۴، ۸۷). وندروالت^۳ (۲۰۱۸) معتقد است که در دیدگاه سازمانی معنویت، ماهیت معنوی خود سازمان در نظر گرفته می‌شود و تجربه کارکنان و ارتباطشان با همکاران، ارزش‌های معنوی سازمان و فرهنگ سازمانی را نشان می‌دهد (وندروالت ۲۰۱۸).

یک) ویژگی سازمان معنویت‌گرا

سازمان‌ها باید ویژگی‌های خاصی داشته باشند تا به سازمان معنویت‌گرا تبدیل شوند. این ویژگی‌ها عبارت‌اند از:

۱. حس هدفمندی: سازمان‌های معنویت‌گرا فرهنگ خود را حول هدفی معنادار ایجاد می‌کنند و توسعه می‌دهند.
۲. تمرکز بر توسعه افراد: در سازمان‌های معنویت‌گرا افراد در درجه اول اهمیت قرار دارند. این سبک سازمانی، فرهنگ‌هایی می‌سازند که در آن، افراد می‌توانند به طور مداوم خودشان را توسعه و رشد دهند.
۳. اعتماد و گشوده‌بودن: سازمان‌های معنویت‌گرا در رفتار با همه افراد بر اعتماد و گشوده‌بودن تأکید دارند، خواه این افراد کارکنان سازمان، مشتریان یا عرضه‌کنندگان باشند. گشوده‌بودن دلالت بر شفافیت در همه رفتارها و پذیرا بودن نظرات دارد.
۴. توانمندسازی کارکنان: سازمان‌های معنویت‌گرا تأکید بر توانمندسازی کارکنان دارند. توانمندسازی کارکنان باعث اعتماد به نفس کارکنان، ترغیب خلاقیت و کشف استعدادشان می‌شود.
۵. بیان آزادانه نظرات: سازمان‌های معنویت‌گرا به کارکنان اجازه می‌دهند تا عواطف و احساساتشان را بدون هیچ ترس و سرزنشی بیان کنند (روپرای^۴ ۲۰۱۰).

1. Mukherjee et al
2. Jurkiewicz & Giacalone.
3. Van der Walt
4. Rooprai

۳) پیشینه تحقیق

در این بخش کوشش شد تا با جستجو در بانک‌های اطلاعاتی و منابع معتبر داخلی و خارجی که با موضوع، اهداف و روش‌های به‌کارگیری شده در پژوهش مرتبط بودند، پیشینه‌های پژوهشی مرتبط با کلیدواژه‌های پژوهش و نتایج به دست آمده از آن بیان شود. در پژوهش راجا (۲۰۲۰) با عنوان «معنویت سازمانی: مفهوم و دیدگاه‌ها» بیان می‌کند که معنویت در مطالعات مدیریتی با سه رویکرد معنویت فردی، معنویت در محیط کار و معنویت سازمانی بررسی می‌شود و همچنین معنویت سازمانی هویتی سازمانی است که ناشی از ارزش‌ها و عملکردهایی است که از محل کار و معنویت فردی تشکیل شده و رهبر و سایر اعضا آن را هدایت می‌کنند و تحت تأثیر محیط، فرهنگ سازمانی و مدیریت دانش است.

شوکللا و سینگ^۱ (۲۰۱۸) در پژوهش «معنویت در محل کار: ابعادی جدید در درک رفتار کارکنان» نشان دادند که میل به پیوند ارزش‌های زندگی شخصی با زندگی حرفه‌ای و کار، هدف‌گذاری در محیط کار، اعتماد و احترام به هم‌نوعان همگی به تمرکز معنویت در سازمان کمک می‌کنند. پرمو و آندره (۲۰۱۰) در تحقیق «ابزارهای تحلیل سبک زندگی سازمان در مطالعه موردی سازمان خدمات آموزشی و بهداشتی در بریتانیا» چهار متغیر هویت سازمانی، ایده‌آل سازمانی، دیدگاه‌های محیطی و اعتقادات اخلاقی را به عنوان سازه‌های سبک زندگی سازمانی پیشنهاد دادند.

منصوری لطفعلی (۱۳۹۹) در تحقیق «شناسایی عوامل مؤثر بر معنویت سازمانی در دانشگاه‌های علمی کاربردی استان تهران» مدعی است دو دسته عوامل سازمانی (ایمان، ارتباط و خودتعالی) و عوامل فردی (همدردی، سازگاری ارزش‌ها، کار معنادار و نگرش مثبت) عوامل اثرگذار بر معنویت سازمانی هستند.

قاسمی‌زاد (۱۳۹۸) در پژوهش «ارائه چهارچوبی جهت سنجش معنویت محیط کار در آموزش عالی» نشان داد که چهارچوب به دست آمده شامل ابعاد فردی (تعاملات پرهیزگاران، معناجویی، اخلاق کاری)، میان فردی (بردباری، عزت نفس، منزلت اجتماعی، تعامل با زیردستان، خدمت‌رسانی) و فرافردی (اطاعت از مافوق، شایسته‌سالاری، تعهد شغلی) است.

نقوی (۱۳۹۶) در پژوهش «شناسایی اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر معنویت سازمانی» نشان داد که فضائل، فضای معنوی، محتوا، ساختار، رهبری، فرهنگ، ایمان و انگیزش به عنوان عوامل مؤثر بر معنویت سازمانی به شمار می‌روند.

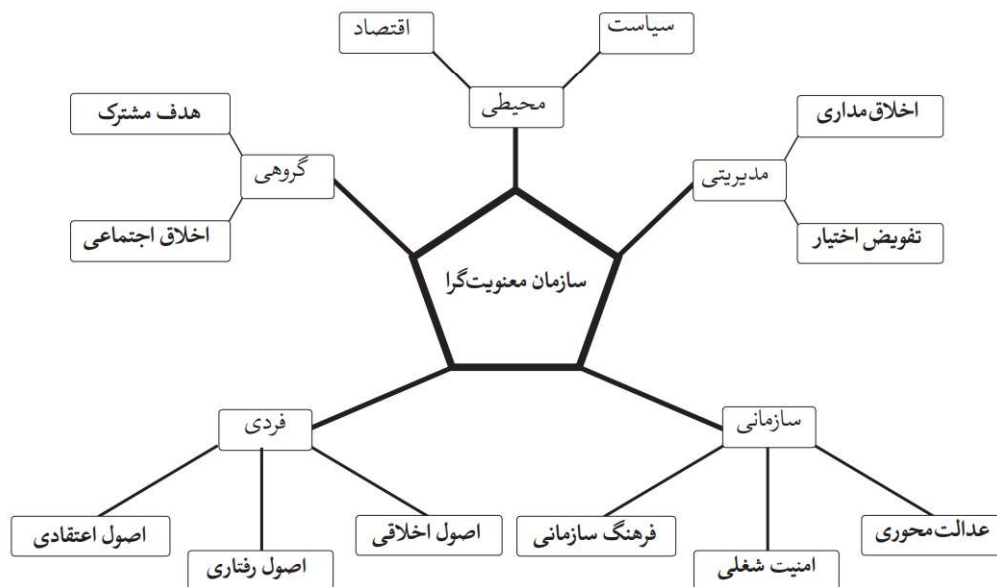
با مطالعه تحقیقات مشاهده گردید که مطالعات بسیار محدودی در رابطه با سازمان معنویت‌گرا در ایران و خارج انجام شده است. در برخی موارد به ضرورت معنویت در محیط سازمان و تعاریف و

1. Rocha

2. Shukla & Singh

ابعاد آن و در برخی موارد به پیامدهای حاصل از معنویت پرداخته شده و کمتر به بحث مؤلفه‌های سبک زندگی در سازمان معنویت‌گرا توجه شده است. راجا (۲۰۲۰) و نقوی (۱۳۹۶) ابعاد فردی، رهبری و فضای معنوی در ایجاد سازمان معنوی را مؤثر می‌دانند و همچنین شوکلا و سینگ (۲۰۱۸) و قاسمی‌زاد (۱۳۹۸) برویژگی‌های فردی در معنویت سازمانی تأکید کردند و منسوری لطفعلی (۱۳۹۹) به عوامل سازمانی و فردی اشاره می‌کند. با توجه به اینکه در مدل‌های پیشین به یک یا چند مورد از ابعاد اشاره شده ولی در پژوهش حاضر، پس از مطالعه تحقیقات پیشین مرتبط با موضوع معنویت و سازمان معنوی، نظریه‌های مختلف و همچنین تحلیل مصاحبه با متخصصان و اساتید، ابعاد سازمان معنویت‌گرا در دانشگاه‌های خراسان شمالی، در ۵ بعد (فردی، سازمانی، مدیریتی، گروهی و محیطی) تعیین شدند. پژوهش حاضر نشان می‌دهد که به طور جامع، همه ابعاد مورد بررسی قرار گرفتند که برجسته‌نواوری این پژوهش می‌افزاید.

۴) مدل مفهومی تحقیق



شکل ۱- مدل سازمان معنویت‌گرا در دانشگاه‌های خراسان شمالی

۵) روش تحقیق

تحقیق حاضر چون در پی دستیابی به هدفی عملی است، جزء تحقیقات کاربردی است که به شیوه کیفی انجام گرفت. ابتدا بر اساس مطالعه اسناد کتابخانه‌ای و تحقیقات مرتبط با موضوع معنویت، سؤالات مصاحبه تعیین و مصاحبه نیمه ساختاریافته به صورت فردی انجام شد. مشارکت‌کنندگان

پژوهش افرادی بودند که از نظر آگاهی و اطلاعات در زمینه سازمان معنویت‌گرا برجسته بوده و با توجه به ارائه اطلاعات دقیق، مشارکت‌کنندگان می‌توانستند نمادی از جامعه باشند که در این پژوهش شامل متخصصان و اساتید علوم تربیتی، مدیریت و الهیات دانشگاه‌های استان خراسان شمالی بودند. به منظور انتخاب مشارکت‌کنندگان از نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد. جهت جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته استفاده شد. مصاحبه فردی با افراد منتخب تا زمان اشباع داده‌ها با ۲۳ نفر ادامه یافت و زمان هر مصاحبه بین چهل تا پنجاه دقیقه بود و فرایند مصاحبه در اوایل بهار ۱۴۰۰ اجرا شد. لازم به ذکر است که با توجه به وضعیت همه‌گیری بیماری کرونا، جلسات مصاحبه به صورت مجازی و با رعایت ملاحظات اخلاقی (استفاده از کد به جای نام افراد، محرمانه نگه داشتن اطلاعات مشارکت‌کنندگان، کسب اجازه برای ضبط مصاحبه‌ها، عدم دست‌کاری داده‌ها) انجام گرفت. سپس برای تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه با استفاده از روش تحلیل مضمون، ابتدا داده‌ها کدگذاری شد. سپس با استفاده از این کدها، مؤلفه‌ها و شاخص‌ها شناسایی شدند. برای کدگذاری مقوله‌ها، ابتدا کدگذاری باز (کدگذاری آغازین و بدون محدودیت داده‌ها) در دستور کار قرار گرفت. برای انجام این کدگذاری، متون (مصاحبه‌های پیاده‌شده و یادداشت‌های میدانی) خط به خط خوانده شد و پاره‌ای از آن‌ها که بیانگر یک مقوله‌اند، در یک گروه جای گرفت و مقوله‌ها نام‌گذاری شدند. در مرحله بعد، کدها و مقوله‌های ساخته شده نزدیک به هم را با استفاده از روش کدگذاری محوری در هم ادغام و کدگذاری نهایی به شکل انتخابی یا گزینشی استخراج شد. برای حصول اطمینان از روایی ابزار، از نظرات ارزشمند اساتید آشنا با این حوزه و متخصصان دانشگاهی استفاده شد. همچنین به طور هم‌زمان از مشارکت‌کنندگان در تحلیل و تفسیر داده‌ها کمک گرفته شد. برای محاسبه پایایی مصاحبه‌های انجام‌گرفته از پایایی بازآزمون و روش توافق درون موضوعی استفاده شد که ضریب پایایی بالاتر از ۷۰ درصد به دست آمده که بیانگر قابل قبول بودن آن است.

۶) یافته‌ها

یافته‌های حاصل از کدگذاری نهایی مصاحبه به روش تحلیل مضمون، همان گونه که اطلاعات جداول ۱ تا ۵ نشان می‌دهند، سبک زندگی سازمانی با رویکرد شناسایی مؤلفه‌های سازمان معنویت‌گرا در دانشگاه در ۵ بعد، ۱۲ مؤلفه و ۳۳ شاخص به شرح زیر به دست آمد:

۱. بعد فردی: ۳ مؤلفه (اصول اخلاقی، اصول اعتقادی و ویژگی‌های رفتاری و شخصیتی).
۲. بعد سازمانی: ۳ مؤلفه (فرهنگ سازمانی، امنیت شغلی و عدالت محوری).
۳. بعد مدیریتی: ۲ مؤلفه (اخلاق‌مداری، تفویض اختیار).
۴. بعد گروهی: ۲ مؤلفه (هدف مشترک و اخلاق اجتماعی).
۵. بعد محیطی: ۲ مؤلفه (اقتصاد و سیاست).

در ادامه مشروح یافته‌های پژوهش درباره هرکدام از ابعاد، ذیل مؤلفه‌ها و شاخص‌های متناظر، همراه با نمونه مستندسازی گفتاری برخی مصاحبه‌شوندگان به تفکیک به همراه جداول ارائه شده است.

الف) بعد فردی

جدول ۱- مؤلفه‌ها و شاخص‌های سازمان معنویت‌گرا (بعد فردی)

ابعاد سازمان معنویت‌گرا	کد محوری (مؤلفه‌های) استنباط شده	کد باز (شاخص‌های) استخراج شده
فردی	اصول اخلاقی	پایبندی کارکنان به اصول اخلاقی
		فرهنگ خدمت‌گذاری
		وجدان کاری
		هدف‌گذاری شخصی
	اصول اعتقادی	بینش معنوی
		ایمان به خدا
		آخرت‌گرایی (معاد)
		احساس گناه (تقوا)
	ویژگی‌های رفتاری و شخصیتی	احساس معنا در زندگی
		هوش معنوی
		خودمدیریتی
		اعتماد به نفس
		انگیزه (میل به موفقیت)

به عقیده بیشتر شرکت‌کنندگان در مصاحبه، بعد فردی از ابعاد اصلی سازمان معنویت‌گرا در دانشگاه است. در این رابطه مصاحبه‌شونده با کد ۵ اذعان می‌دارد:

سازمان بدون فرد هویت خارجی پیدا نمی‌کند و این افراد هستند که سازمان را احیا و اهداف آن را عملی می‌سازند، لذا اعتقاد و التزام آن‌ها به اصول اخلاقی می‌تواند تأثیرگذار باشد. ایمان به خدا، نبوت، معاد و داشتن تقوا عامل فردی مؤثر بر سازمان با سبک معنوی است.

مصاحبه‌شونده کد ۱ بیان کرد:

اگر کارمندان دانشگاه نسبت به هم‌نوعان خود با گذشت و فداکار باشند و با هدف اولویت خدمت به دیگران بدون دریافت مزد و پاداش کار کنند، می‌توانند به ایجاد سازمان معنوی کمک کنند. وجدان کاری افراد، هدفمندی شخصی و همگرایی فردی از عوامل مؤثر بر یک سازمان معنوی محسوب می‌شود.

مصاحبه‌شونده کد ۴ بیان می‌کند:

اگر افرادی که در یک سازمان مشغول به فعالیت هستند، افرادی معنویت‌گرا باشند، کار در سازمان را نه تنها به عنوان یک شغل، بلکه به عنوان یک ارزش معنوی و حتی به عنوان یک عبادت نیز تلقی می‌کنند. سازمان‌ها برای رسیدن به موفقیت و همچنین رقابت با دیگر سازمان‌ها به منابع انسانی متعهد و دارای انگیزه نیاز دارند، نیروهایی که خود را وقف سازمان کنند، در نتیجه پایبندی کارکنان دانشگاه به معنویت و ارزش‌های معنوی در کار عاملی مؤثر بر معنویت‌گرایی کارکنان می‌باشد.

مصاحبه‌شونده با کد ۲۰ بیان می‌کند:

انگیزه برای بیان ایده‌ها و اندیشه‌های کارمندان مؤلفه مهمی است و اگر فردی انگیزه لازم را داشته باشد، علاوه بر انجام مسئولیتش، با اعتماد به نفس و پشتکار به امور معنوی در زندگی کاری خود نیز می‌پردازد و همچنین عوامل فردی شامل تقید، تعهد اخلاقی به انجام وظیفه و مسئولیت‌پذیری در مقابل تعهدات باعث می‌شود که افراد در دانشگاه به طور خودآگاه و سازنده تفکرات خود را بررسی و تغییراتی در جهت نوآوری و پیشرفت ایجاد کنند.

مصاحبه‌شونده کد ۱۴ بیان می‌کند:

معنویت سازمانی در قالب فردی به عنوان شکلی از هوش که هوش معنوی نامیده می‌شود، سبب می‌شود جنبه‌های بیرونی هوش با جنبه‌های درونی معنویت تلفیق گردد و ظرفیت انسان را در پاسخ به سوالات مهم درباره معناداری زندگی و ارتباط زندگی درونی ذهن با زندگی بیرونی گسترش داده و جنبه جدیدی از فعالیت‌های سازمانی را به ویژه در سازمان‌های علمی و دانشگاهی آشکار می‌کند که هرگز به انسان‌ها، به چشم وسیله و ابزار نگریسته نشود و به کرامت انسان با احترام و محبت رفتار نموده و به واسطه آن قابلیت‌های اخلاقی، علمی و اجتماعی و معنوی کارکنان و اعضای هیئت علمی را شکوفا می‌سازد.

ب) بعد سازمانی

جدول ۲- مؤلفه‌ها و شاخص‌های سازمان معنویت‌گرا (بعد سازمانی)

ابعاد سازمان معنویت‌گرا	کد محوری (مؤلفه‌های) استنباط شده	کد باز (شاخص‌های) استخراج شده
بعد سازمانی	فرهنگ سازمانی	توجه به نیاز معنوی کارکنان
		برگزاری دوره‌های آموزشی توسعه معنویت
بعد سازمانی	امنیت شغلی	احساس امنیت در آینده شغلی
		پیوند اهداف فردی با ارزش‌های سازمان
	عدالت محوری	عمل‌گرایی افراد بر مبنای شایسته‌سالاری
توجه به نوع معیشت کارکنان		

به عقیده بیشتر شرکت‌کنندگان در مصاحبه بعد سازمانی از ابعاد سازمان معنویت‌گرا در دانشگاه است. در این رابطه مصاحبه‌شونده با کد ۸ اذعان می‌دارد:

از مهم‌ترین عوامل سازمانی مؤثر بر سازمان معنوی می‌توان به عوامل ساختاری اشاره کرد و باید گفت با توجه به محیط‌های متلاطم و پیچیده در سازمان‌ها، چنانکه در دانشگاه معنویت به عنوان یک فاکتور اساسی در شکل‌گیری ساختار و فرهنگ یک سازمان ملحوظ باشد تأثیر عمیق بر تحقق اهداف دانشگاه خواهد داشت.

همچنین مصاحبه‌شونده با کد ۱۰ بیان می‌کند:

فرهنگ سازمانی که البته توسط مدیران قابل تغییر و تحول است نیز به شکل‌گیری سازمان معنویت‌گرا کمک می‌کند. وجود بیانیه مشترک در خصوص سازمان معنویت‌گرا، نفوذ معنویت در سیاست‌ها و فرآیندهای سازمانی، توجه به نیازهای معنوی کارمندان، آموزش و بهسازی معنویت و تشکیل دوره‌های آموزش معنوی می‌تواند به ایجاد سازمان معنویت‌گرا در دانشگاه کمک کند.

مصاحبه‌شونده با کد ۳ اذعان می‌دارد:

وجود سبک معنوی در سازمان موجب می‌شود که کارکنان بدون ترس از دست‌دادن کار، با تلاش بسیار در پی همسویی اهداف خود با اهداف سازمان باشند و نسبت به آینده شغلی خود در سازمان امیدوار باشند.

مصاحبه‌شونده کد ۱۱ بیان می‌کند:

در سازمان‌های مبتنی بر ارزش‌های معنوی، فرهنگ توجه به ارزش و کرامت انسانی، موجب می‌شود که بین کارمندان عدالت برقرار شود و افراد در این سازمان‌ها با توجه به شایسته‌سالاری در قسمت‌های مختلف به کار گرفته شوند و همچنین توجه به معیشت و زندگی افراد در اولویت سازمان معنوی می‌باشد.

ج) بعد مدیریتی

جدول ۳- مؤلفه‌ها و شاخص‌های سازمان معنویت‌گرا (بعد مدیریتی)

کد باز (شاخص‌های) استخراج شده	کد محوری (مؤلفه‌های) استنباط شده	ابعاد سازمان معنویت‌گرا
تعهد کاری	اخلاق مداری	بعد مدیریتی
سعه صدر		
کفایت و تدبیر		
همدردی با کارکنان		
مشوق‌های فرهنگی در اندیشه‌ورزی و تبادل نظرات	تفویض اختیار	
روحیه کار مشارکتی در سازمان		
توانمندسازی کارکنان		

به عقیده بیشتر شرکت‌کنندگان در مصاحبه بعد مدیریتی از ابعاد سازمان معنویت‌گرا در دانشگاه است. در این رابطه مصاحبه‌شونده کد ۲ بیان می‌کند:

هوش معنوی مدیران نقش بسزایی در عملکرد کارکنان دارد و بر معنا و هدف‌دار بودن کار تأثیرگذار است. آنچه در این میان تأثیرگذار است، مؤلفه‌های شعور، خودآگاهی و تعالی‌جویی مدیران در سازمان معنوی است. رفتار اخلاق‌مدارانه مدیر با کارکنان در سازمان مبتنی بر معنویت موجب بهره‌وری در کار، کشف استعدادها، ترغیب خلاقیت و تعهد کاری کارمندان می‌شود.

مصاحبه شونده کد ۱۵ بیان می کند:

مدیران معنویت‌گرا به مفاهیمی، همچون صداقت، عدالت، امانت‌داری، تواضع، صبر و بردباری، نظم، بخشش، توکل به خدا و توجه به حقوق دیگران پایبندتر خواهند بود که در نتیجه آن برخورد با کارمندان سازمان، برخورد با ارباب رجوع، پرداخت حقوق و مطالبات کارکنان سازمان، رسیدگی به مشکلات و مسایل آن‌ها به شیوه‌ای مطلوب صورت خواهد گرفت.

مصاحبه شونده کد ۸ بیان می کند:

در سازمان‌های معنوی، مدیران به عنوان بالاترین مقام بایستی خود الگو و اسوه افراد در سازمان باشند و با به‌کارگیری معنویت در تمام امور کاری و اخلاقی و رفتاری با دیگران باعث توسعه معنویت در سازمان خود شوند. مدیران معنوی با تفویض اختیار و مشارکت کارمندان در دانشگاه، باعث خلق ارزش‌ها، بالابردن روحیه کار مشارکتی و در نتیجه توانمندسازی کارمندان می‌شوند.

د) بعد گروهی

جدول ۴- مؤلفه‌ها و شاخص‌های سازمان معنویت‌گرا (بعد گروهی)

ابعاد سازمان معنویت‌گرا	کد محوری (مؤلفه‌های) استنباط شده	کد باز (شاخص‌های) استخراج شده
بعد گروهی	هدف مشترک	تصمیم‌گیری جمعی جهت پیشرفت سازمانی
	اخلاق اجتماعی	حس دل‌بستگی بین کارکنان
		ارتباط اجتماعی مناسب بین کارکنان

به عقیده بیشتر شرکت‌کنندگان در مصاحبه بعد گروهی از ابعاد سازمان معنویت‌گرا در دانشگاه است. در این رابطه مصاحبه شونده با کد ۴ بیان می کند:

ارتباطات میان افراد در گروه‌ها، تعارضات میان گروه‌ها، قضاوت افراد نسبت به یکدیگر، همدلی میان آنان، داشتن یا نداشتن روحیه کار تیمی، اثرات کارکردی و غیرکارکردی بر شکل‌دهی به سازمان بر پایه معنویت خواهد داشت.

مصاحبه شونده با کد ۱۷ بیان می کند:

چنانکه عوامل فردی تأثیرگذار هستند گروه‌های مردم‌نهادی که در مسیر ایجاد معنویت و اندیشه‌های غیرمادی در درون سازمان ایجاد شود می‌تواند فضای سازمان را متحول نمایند و ایجاد انگیزه نمایند. بنابراین احساس همبستگی، احساس پیوند بین همکاران، پشتیبانی کارکنان از هم و مقصود مشترک از جمله عوامل گروهی مؤثر بر سازمان‌های معنوی است.

ه) بعد محیطی

جدول ۵- مؤلفه‌ها و شاخص‌های سازمان معنویت‌گرا (بعد محیطی)

کد باز (شاخص‌های) استخراج‌شده	کد محوری (مؤلفه‌های) استنباط‌شده	ابعاد سازمان معنویت‌گرا
فرصت‌های برابر	اقتصاد	بعد محیطی
سادگی محیط کاری		
گروه‌های فشار خارج از سازمان	سیاست	
قانون‌مداری		

به عقیده بیشتر شرکت‌کنندگان در مصاحبه بعد محیطی یکی دیگر از ابعاد سازمان معنویت‌گرا در دانشگاه است. در این رابطه مصاحبه‌شونده با کد ۹ اذعان می‌دارد:

به نظر می‌رسد که عوامل مختلف سیاسی (گروه‌های فشار خارج از سازمان)، قانونی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، همه بر ایجاد یک سازمان مبتنی بر معنویت، تأثیرگذار خواهند بود.

مصاحبه‌شونده با کد ۱۲ بیان می‌کند:

انسان موجودی است که از دیگر انسان‌ها و از محیط تأثیرپذیری دارد و اگر معماری معنوی باشد و اگر محیط رنگ و بوی جهان بینی ملکوتی داشته باشد شبیه نور آفتاب که بر رشد گیاهان تأثیر می‌گذارد بر رشد معنوی تأثیرگذار خواهد بود. مثل نصب پوسته‌های معنوی، استفاده از کاشی‌های معرق با طرح اسلامی و... که سبب ایجاد انگیزه و دوام در سازمان می‌شود.

مصاحبه‌شونده با کد ۲۲ بیان می‌کند:

اگر در دانشگاه محیطی فراهم شود تا افراد آزادانه عقاید خود را بیان کنند و به حقوق شهروندی افراد احترام گذاشته شود باعث بهره‌وری و بهبود عملکرد کارکنان می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر، سبک زندگی سازمانی با رویکرد شناسایی مؤلفه‌های سازمان معنویت‌گرا در دانشگاه بود. آنچه در این پژوهش به عنوان دغدغه اصلی بررسی شده است،

در واقع یافتن الگویی از سبک زندگی سازمانی با رویکرد سازمان معنویت‌گرا در دانشگاه‌های خراسان شمالی می‌باشد. داده‌ها به روش تحلیل مضمون و در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی ارزیابی شدند. نتایج حاصل از یافته‌های پژوهش نشان داد که سبک زندگی سازمانی با رویکرد شناسایی مؤلفه‌های سازمان معنویت‌گرا در دانشگاه، در بعد فردی (شامل مؤلفه‌های اصول اخلاقی، اصول اعتقادی، ویژگی رفتاری و شخصیتی کارکنان)، در بعد سازمانی (شامل مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی، امنیت شغلی، عدالت محوری)، در بعد مدیریتی (شامل مؤلفه‌های اخلاق مداری، تفویض اختیار)، در بعد گروهی (شامل مؤلفه‌های هدف مشترک، اخلاق اجتماعی) و در بعد محیطی (شامل مؤلفه‌های سیاست و اقتصاد) است.

بعد فردی رشد و توسعه معنوی فرد، بعد سازمانی ارزش‌ها و ساختار سازمانی، بعد مدیریتی اعمال و رفتار رهبری و سبک‌های مدیریتی، بعد گروهی احساس همبستگی، تعاملات و احساس معنوی بین کارکنان در گروه‌های کاری و بعد محیطی دیدگاه‌های محیطی سازمان و تأثیر آن بر عملکرد سازمان‌ها را از مهم‌ترین عوامل اثرگذار سازمان معنویت‌گرا می‌داند. توجه به معنویت‌گرایی بر اساس هدف و تخصص سازمانی، سبک جدیدی است که سازمان‌ها را قادر می‌سازد تا پاسخگوی شرایط متغیر محیطی باشند. در این پژوهش با استفاده از نظرات متخصصان با نگاهی جامع و تلفیقی سبک زندگی سازمانی در دانشگاه طراحی شد و امید است که از سبک سازمان معنویت‌گرا به عنوان عامل تعیین‌کننده اخلاق در سازمان و نهایتاً ارتقای عملکرد دانشگاه‌های استان خراسان شمالی استفاده شود. همچنین سبب ارتقا آگاهی مسئولین و مدیران در این زمینه شده و آنان را در برنامه‌ریزی بهتر و سیاست‌گذاری مطلوب‌تریاری نماید.

محدودیت‌های پژوهش:

۱. از آنجا که این پژوهش محدود به دانشگاه‌های استان خراسان شمالی است، بنابراین در تعمیم یافته‌ها به کارکنان سایر سازمان‌ها و استان‌ها باید احتیاط شود.
۲. کمبودهای پژوهشی در مطالعات پیشین و منابع برای مقایسه نتایج پژوهش.
۳. عدم حضور ارباب رجوع و دانشجویان در نمونه آماری پژوهش

پیشنهادها:

پیشنهاد می‌شود که بررسی سبک معنویت‌گرایی در سازمان‌هایی که از سطح فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی متفاوتی برخوردار هستند، انجام شود و نتایج آن مقایسه گردد. همچنین در پژوهش‌های آینده با گروه‌های نمونه بزرگ‌تر با سطوح تحصیلی متفاوت و در سطح گسترده‌تری انجام پذیرد.

منابع

۱. آتشین صدف، علیرضا. ۱۳۹۱. معناگرایی و معنویت در پدیده‌های فراوان‌شناختی. مطالعات معنوی ۳.
 ۲. بهشتی‌فر، ملیکه و مهدی حاجیان نصرت. ۱۳۹۷. اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر معنویت در محیط کار در دانشگاه علوم پزشکی تهران. مجله پی‌اورد سلامت ۱۲ (۴): ۲۶۰-۲۷۲.
 ۳. جعفری شورگل، سکینه. ۱۳۹۲. تاملی بر معنویت سازمانی با رویکرد اسلامی. مطالعات الگوی پیشرفت اسلامی و ایرانی ۲ (۳): ۱۷۹-۲۰۰.
 ۴. حسنی، محمدحسین، محمدسعید ذکایی، ابوتراب طالبی و علی انتظاری. ۱۳۹۶. مفهوم‌سازی سبک زندگی فرهنگی. جامعه‌پژوهی فرهنگی ۸ (۱): ۲۳-۴۵.
 ۵. زارع‌نژاد، علیرضا. ۱۳۹۲. رابطه بین رهبری معنوی و هوش اخلاقی با تعهد سازمانی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. روان‌شناسی صنعتی و سازمانی. دانشگاه آزاد اسلامی
 ۶. شرف‌الدین، سید حسین. ۱۳۹۶. سبک زندگی با رویکرد معنوی. دو فصلنامه علمی ترویجی پژوهش‌نامه سبک زندگی ۳ (۴): ۷۳-۹۷.
 ۷. شیر، اردشیر و سیمین نصراللهی وسطی. ۱۳۹۶. تأثیر رهبری تعالی بخش بر پاسخگویی اخلاقی تبیین نقش معنویت در محیط کار. مطالعات مدیریت بهبود و تحول ۲۶ (۸۴): ۳۳-۵۲.
 ۸. قاسمی‌زاد، علیرضا و نازنین سلامی. ۱۳۹۸. چارچوب مناسب برای سنجش معنویت محیط کار بر اساس آموزه‌های ایرانی و اسلامی در مراکز آموزش عالی. رهیافتی نو در مدیریت آموزشی ۱۰ (۳۸): ۱۵۵-۱۷۸.
 ۹. قنبری، سیروس و ایمان کریمی. ۱۳۹۵. مؤلفه‌های هوش معنوی در نهج‌البلاغه. پژوهش‌نامه نهج البلاغه ۱۳: ۹۹-۱۱۹.
 ۱۰. معروفی، یحیی و زهرا کرمی. ۱۳۹۲. برنامه درسی معنوی. چیستی و چرایی. مجموعه چکیده مقالات چهارمین همایش انجمن فلسفه تعلیم و تربیت ایران: مبانی فلسفی تحول در نظام آموزش و پرورش ایران. مشهد: دانشگاه فردوسی.
 ۱۱. منصوری لطفعلی، عقیل. اصغر شریفی و محمدتقی ایمانی. ۱۳۹۹. شناسایی عوامل مؤثر بر معنویت سازمانی در دانشگاه‌های علمی کاربردی استان تهران. پژوهش در نظام‌های آموزشی ۵۰: ۴۹۵-۵۰۷.
 ۱۲. نقوی، سید علی و میر محمد اسعدی و سید حبیب‌الله میرغفوری. ۱۳۹۶. شناسایی و اولویت‌بندی عوامل کلیدی در پیاده‌سازی معنویت سازمانی: مطالعه موردی کتابخانه‌های عمومی شهر یزد. تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی ۲۳ (۳): ۲۹۹-۳۱۹.
13. Ashmos, D.P. & D. Duchon. (2000). Spirituality artwork: A Conceptualization and Measure, Journal of Management Inquiry, 9 (2), 134- 46.
 14. Bella, RL, Osvaldo LQ, Fernando TF, Marlene JS. (2018). Workplace Spirituality: Sustainable Work Experience from a Human Factors Perspective, Sustainability, Vol.10, No.1887; PP.1-13.

15. Garcia-Zamor, J. (2003), 'Workplace Spirituality and Organizational Performance', *Public Administration Review* 63(3), 355–363.
16. Gaspary, E., Gilnei Luiz de, M., & Wegner, D. (2018). How does the organizational structure influence a work environment for innovation? *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 22(3), 175-190.
17. Jurkiewicz, C. L., & Giacalone, R. A. (2004). A values framework for measuring the impact of workplace spirituality on organizational performance, *Journal of Business Ethics*, 49(2), 129–142.
18. Koessel, K.C. (2011). *The Relationship Between Spirituality and Personality*. America: Western Michigan University.
19. Morrison, M. (2006). *The international business environment: Global and Local marketplace in a changing World*. 2nd Edition, Palgrave Macmillan.
20. Mukherjee, Subhadeep and Bhattacharjee, Soumendhra and Singha, Seema (2016) *Workplace Spirituality: A Paradigm Shift to Ethics from Business*. IOSR Journal of Business and Management, e-ISSN: 2278-487X, p-ISSN: 2319–7668.
21. Premo, W., Andrews, H.R. (2010). Organizational lifestyle analysis tools. *Journal of Individual Psychology*, 66(4), 482-497.
22. Rocha , Raysa Geaquinto. (2020) .Organizational Spirituality: Concept and Perspectives. *Journal of Business Ethics*: 1-12 .
23. Rooprai, Y. K. (2010). *A Model of Workplace Spirituality Leading Towards Spiritual Organization*. Delhi: International Conference on Value-based Management.
24. Shukla , Ajay & Singh, Yashaswi (2018). Workplace Spirituality: A New Dimension in Understanding Employees Behaviour. *International Journal of Arts, Humanities and Management Studies* .Volume 04, No. 01.
25. Tourish, D , Tourish, N, (2010), Spirituality at Work, and its Implications for Leadership and Followership :A Post-structuralist Perspective , Vol 6(2):PP, 207–224
26. Van der Walt, F. (2018). Workplace spirituality, work engagement and thriving at work. *SA Journal of Industrial Psychology/SA Tydskrif vir Bedryfsielkunde*, 44(0), a1457.
27. Whalen, S., & Laminin, M. (2015). Consumption, lifestyle and social movements *International Journal of Consumer Studies*, 39(5), 397-403.