



دانشگاه تهران

دانشکده مدیریت و حسابداری پردیس فارابی

رساله‌ای جهت دریافت دکتری مدیریت رفتاری

عنوان رساله:

ارائه چارچوب مفهومی سرمایه معنوی در سازمان مبتنی بر حکمت‌های نهج‌البلاغه

اساتید راهنما:

دکتر حسن زارعی‌متین

دکتر سیدحسین اخوان علوی

استاد مشاور:

دکتر حمیدرضا یزدانی

نگارش:

مصطفی ملایی

تابستان ۱۳۹۶

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



پرویس فارابی دانشگاه تهران

شماره:
تاریخ:
پرست:

بنام خدا

صور تجلسه دفاعیه رساله دکتری

با عنایت به آئین نامه آموزشی دوره دکتری ناپیوسته دوره روزانه جلسه دفاعیه رساله دکتری آقای مصطفی ملایی به شماره دانشجویی ۲۲۰۱۹۲۴۸۰۲ رشته مدیریت گرایش مدیریت رفتار سازمانی در تاریخ ۱۳۹۶/۰۵/۰۷ در محل پردیس فارابی با عنوان: «ارائه چارچوب مفهومی سرمایه معنوی مبتنی بر حکمت های نهج البلاغه»

با حضور هیات داوران تشکیل شد و بر اساس کیفیت پایان نامه، ارائه دفاعیه و نحوه پاسخ به سوالات، رای نهایی به شرح ذیل اعلام گردید:

پایان نامه مورد قبول می باشد ☐ پایان نامه با اصلاحات مورد قبول می باشد ☒ پایان نامه مورد قبول نمی باشد. ☐
تعداد واحد پایان نامه: ☐ نمره نهایی پایان نامه: ۱۹، - (نیز ۶) ☐
درجه پایان نامه: عالی ☐

ردیف	مشخصات هیات داوران	نام و نام خانوادگی	مرتبه دانشگاهی	دانشگاه یا موسسه	اعضاء
۱	استاد راهنما:	دکتر حسن زارعی متین	استاد	پردیس فارابی دانشگاه تهران	
۲	استاد راهنما:	دکتر سیدحسین اخوان علوی	استادیار	پردیس فارابی دانشگاه تهران	
۳	استاد مشاور:	دکتر حمیدرضا یزدانی	استادیار	پردیس فارابی دانشگاه تهران	
۴	استاد مشاور:	-----	---	-----	---
۵	استاد داور:	دکتر علی راد	استادیار	پردیس فارابی دانشگاه تهران	
۶	استاد داور و نماینده تحصیلات تکمیلی:	دکتر علی نقی امیری	استاد	پردیس فارابی دانشگاه تهران	
۷	استاد داور: (خارج از دانشگاه)	دکتر عبدا... توکلی	دانشیار	پژوهشگاه حوزه و دانشگاه	
۸	استاد داور: (خارج از دانشگاه)	دکتر رسول عباسی	استادیار	دانشگاه حضرت معصومه (س)	

معاون آموزشی و تحصیلات تکمیلی پردیس فارابی

رئیس دانشکده مدیریت پردیس فارابی دانشگاه تهران

دکتر مهدی ذاکری
امضاء

دکتر حسن زارعی متین
امضاء
تاریخ:
پرویس فارابی دانشگاه تهران
معاونت آموزشی و تحصیلات تکمیلی

نشانی: قم - ابتدای جاده قدیم تهران - بعد از پایانه سافبری - پرویس فارابی دانشگاه تهران
تلفن: ۰۲۵-۳۶۱۶۶۱۰۰
کپتی: ۳۷۱۸۱۱۷۴۶۹
صندوق پستی: ۳۵۷
Website: <http://farabi.ut.ac.ir> Email: farabi@ut.ac.ir نمبر: ۰۲۵-۳۶۶۴۴۰۸۱

تاریخ
شماره
پیوست

جمهوری اسلامی ایران
دانشگاه تهران

باسمه تعالی

تعهدنامه اصالت اثر

اینجانب مصطفی ملایی متعهد می‌شوم که مطالب مندرج در این رساله حاصل کار پژوهشی اینجانب است و به دستاوردهای پژوهشی دیگران که در این پژوهش از آن‌ها استفاده شده است، مطابق مقررات ارجاع و در فهرست منابع و مآخذ ذکر گردیده است. این رساله قبلاً برای احراز هیچ مدرک هم‌سطح یا بالاتر ارائه نشده است. در صورت اثبات تخلف (در هر زمان) مدرک تحصیلی صادر شده توسط دانشگاه از اعتبار ساقط خواهد شد. کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به پردیس فارابی، دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه تهران می‌باشد.

نام و نام خانوادگی دانشجو

امضا و تاریخ

ت

ت

سپاس و قدردانی

مَنّت خدای را عزّوجلّ که طاعتش موجب قربتست و به شکر اندرش مزید نعمت. هر نفسی که فرو می‌رود ممدّ حیاتست و چون برمی‌آید مفرّح ذات؛ پس در هر نفسی دو نعمت موجودست و بر هر نعمتی شکری واجب! باران رحمت بی‌حسابش همه را رسیده و خوان نعمت بی‌دریغش همه جا کشیده؛ پرده ناموس بندگان به گناه فاحش ندرد و وظیفه روزی به خطای منکر نبرد.

إِعملُوا آلَ دَاوُدَ شُكْرًا وَ قَلِيلٌ مِّنْ عِبَادِيَ الشُّكُورِ (سوره سبأ - آیه ۱۳)

بدین وسیله بر خود فرض می‌دانم از اساتید گرانقدرم:

جناب آقای دکتر حسن زارعی‌متین

جناب آقای دکتر سیدحسین اخوان علوی

و جناب آقای دکتر حمیدرضا یزدانی

تشکر و قدردانی و سپاس ویژه به عمل آورم.

چکیده:

سرمایه معنوی، مفهومی جدید در مدیریت اسلامی است که به عنوان نیروی محرکه بسیاری از پیامدهای مثبت فردی، اجتماعی و سازمانی قلمداد می‌شود. سرمایه معنوی طبق این پژوهش، حرکت در مسیر خدایی برای تکمیل خداشناسی از طریق خودشناسی، به منظور داشتن حیات سازمانی و اجتماعی عقلانی و اخلاقی و تضمین تعالی اخروی بشر سازمانی شده امروزی تعریف می‌شود. هدف پژوهش، تبیین چارچوب مفهومی سرمایه معنوی که شامل علل، ابعاد و مؤلفه‌ها، راهبردهای توسعه و نتایج است. تحقیق از نوع کیفی اکتشافی بود که راهبرد داده‌بنیاد از نوع ساختارگرایی چارمرز چارچوب مفهومی را شکل داد. برای این منظور، ابتدا کدگذاری باز بر حکمت‌های نهج‌البلاغه ابلاغ شد و سپس کدهای اولیه در غالب کدهای نهایی تثبیت و تجمیع شدند؛ در نهایت ۲۱۰ کد احصا گردید که در غالب ۴۰ مفهوم دسته‌بندی شدند. در مدل نهایی پژوهش، پیشایندهای تحقیق در دو دسته: پیشایندهای سلبی و ایجابی، مفهوم یا پدیده تحقیق در سه دسته راهبردهای پژوهش در غالب دو راهبرد نرم و سخت، و پیامدهای تحقیق نیز در غالب سه پیامد کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت ارائه شد. مبتنی بر این یافته‌ها، پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آتی و سازمان‌ها نیز ارائه شد.

کلمات کلیدی: سرمایه، معنویت، سرمایه معنوی، حکمت‌های نهج‌البلاغه

فهرست مطالب

فصل اول، کلیات پژوهش	صفحه
۱-۱. مقدمه.....	۲
۲-۱. بیان مسأله.....	۲
۳-۱. اهمیت پژوهش.....	۶
۴-۱. ضرورت پژوهش.....	۷
۵-۱. اهداف پژوهش.....	۷
۶-۱. روش‌شناسی پژوهش.....	۸
۷-۱. پرسش‌های پژوهش.....	۸
۸-۱. قلمرو پژوهش.....	۹
۱-۸-۱. قلمرو موضوعی.....	۹
۲-۸-۱. قلمرو مکانی.....	۹
۳-۸-۱. قلمرو زمانی.....	۹
۹-۱. واژگان کلیدی.....	۹
۱-۹-۱. سرمایه.....	۹
۲-۹-۱. معنویت.....	۱۱
۳-۹-۱. سرمایه معنوی.....	۱۲
۴-۹-۱. حکمت‌های نهج البلاغه.....	۱۳
۱۰-۱. مسیر پژوهش.....	۱۴
فصل دوم، مبانی نظری و پیشینه پژوهش	
۱-۲. مقدمه.....	۱۶
۲-۲. سرمایه.....	۱۷
۱-۲-۲. انواع سرمایه.....	۱۸
۲-۲-۲. سرمایه انسانی.....	۱۹
۳-۲-۲. سرمایه اجتماعی.....	۲۰
۳-۲. سرمایه در سازمان.....	۲۱
۴-۲. شاخص‌های سرمایه‌های سازمانی در قرآن کریم.....	۲۶
۵-۲. معنویت.....	۳۲
۶-۲. رویکردهای معنویت.....	۳۵
۱-۶-۲. رویکرد دینی.....	۳۶
۲-۶-۲. رویکرد درونگرا/متافیزیکی.....	۳۷
۳-۶-۲. رویکرد اگزیستانسیالیستی/ سکولار:.....	۳۸

۷-۲. معنویت در مدیریت.....	۳۹.
۸-۲. معنویت در اسلام.....	۴۴.
۹-۲. معنویت از نظر امام(ره) و رهبر معظم انقلاب اسلامی.....	۴۵.
۱۰-۲. رابطه دین و معنویت.....	۴۶.
۱۱-۲. تقوا و معنویت.....	۴۷.
۱۲-۲. نقد معنویت غربی و مقایسه با رویکرد اسلامی.....	۴۸.
۱۳-۲. سرمایه معنوی.....	۵۳.
۱-۱۳-۲. خودآگاهی.....	۵۴.
۲-۱۳-۲. تغییر چارچوب ذهنی.....	۵۵.
۳-۱۳-۲. خودانگیختگی.....	۵۵.
۴-۱۳-۲. دگرخواهی.....	۵۶.
۵-۱۳-۲. کل‌نگری.....	۵۶.
۶-۱۳-۲. چشم‌انداز محوری و ارزش محوری.....	۵۷.
۷-۱۳-۲. استقبال از تفاوت‌ها.....	۵۷.
۸-۱۳-۲. استفاده مثبت از چالش‌ها.....	۵۸.
۹-۱۳-۲. استقلال رأی.....	۵۸.
۱۰-۱۳-۲. فروتنی.....	۵۹.
۱۱-۱۳-۲. طرح چراهای بنیادی.....	۵۹.
۱۲-۱۳-۲. احساس رسالت.....	۵۹.
۱۳-۱۳-۲. تعیین رسالت سازمان.....	۶۰.
۱۴-۲. مدیریت سرمایه معنوی.....	۶۳.
۱۵-۲. ویژگی‌های شرکت‌های با سرمایه معنوی.....	۶۴.
۱۶-۲. پیشینه پژوهش.....	۶۹.
۱۷-۲. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری.....	۷۵.

فصل سوم، روش‌شناسی پژوهش

۱-۳. مقدمه.....	۷۷.
۲-۳. هدف پژوهش.....	۷۷.
۳-۳. پرسش‌های پژوهش.....	۷۸.
۴-۳. پارادایم پژوهش.....	۷۹.
۵-۳. روش پژوهش.....	۷۹.
۱-۵-۳. تعریف، مفروضات و فرآیند نظریه‌ی برخاسته از داده‌ها.....	۸۱.
۶-۳. جامعه و نمونه‌ی آماری.....	۸۴.
۱-۶-۳. جامعه‌ی آماری.....	۸۴.
۲-۶-۳. نمونه‌ی آماری.....	۸۵.

۳-۶-۳. ایزارهای جمع‌آوری داده‌ها.....	۸۵
۳-۷-۳. پرسش‌های (پرتکل) رجوع به اسناد.....	۸۵
۳-۷-۱. پرسش‌های نظری رجوع به اسناد.....	۸۵
۳-۸. یادداشت‌برداری.....	۸۶
۳-۹. شیوه تحلیل داده‌ها.....	۸۷
۳-۹-۱. کدگذاری باز.....	۸۷
۳-۹-۲. مفهوم‌سازی.....	۸۷
۳-۹-۳. مقوله‌بندی.....	۸۸
۳-۹-۴. شیوه‌های کدگذاری باز.....	۸۹
۳-۹-۵. کدگذاری محوری.....	۹۰
۳-۹-۶. کدگذاری انتخابی.....	۹۳
۳-۱۰. روایی و پایایی.....	۹۴
۳-۱۱. خلاصه و نتیجه‌گیری.....	۹۵

فصل چهارم، تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش

۴-۱. مقدمه.....	۹۸
۴-۲. تحلیل داده‌ها.....	۹۸
۴-۲-۱. کدگذاری باز.....	۹۸
۴-۲-۲. کدگذاری محوری.....	۱۰۸
۴-۲-۱. پیشایندها.....	۱۰۹
۴-۲-۲-۲. پدیده.....	۱۱۲
۴-۲-۲-۳. راهبردها و اقدامات.....	۱۱۴
۴-۲-۲-۴. پیامدها.....	۱۱۶
۴-۲-۳. کدگذاری انتخابی.....	۱۱۹
۴-۳. پاسخ به پرسش‌های پژوهش.....	۱۲۴
۴-۳-۱. سؤال اصلی پژوهش:.....	۱۲۴
۴-۳-۱-۱. سؤال فرعی اول پژوهش:.....	۱۲۴
۴-۳-۱-۲. سؤال فرعی دوم پژوهش:.....	۱۲۵
۴-۳-۱-۳. سؤال فرعی سوم پژوهش:.....	۱۲۵
۴-۳-۱-۴. سؤال فرعی چهارم پژوهش:.....	۱۲۶

فصل پنجم، جمع‌بندی و پیشنهادهای پژوهش

۵-۱. مقدمه.....	۱۲۸
۵-۲. داستان‌سرایی برای چارچوب مفهومی سرمایه معنوی.....	۱۲۹
۵-۳. پیشنهادهای کاربردی:.....	۱۳۲
۵-۴. محدودیت‌ها:.....	۱۳۳

۵-۵. پیشنهاد برای پژوهش‌های آتی:.....	۱۳۴
منابع.....	۱۳۵
پیوست‌ها.....	۱۴۰

فهرست شکل‌ها و نمودارها

شکل ۱-۱: مسیر پژوهش.....	۱۴
شکل ۱-۲: معنویت در محیط کار با توجه به سه سطح فردی، گروهی و سازمان.....	۴۱
شکل ۲-۲: همبستگی سرمایه‌های سازمان.....	۵۸
شکل ۳-۲: چرخه فضیلت سرمایه معنوی و سرمایه مذهبی.....	۶۴
شکل ۱-۳: روش‌شناسی تحقیق بر مبنای پیاز پژوهش.....	۷۹
شکل ۲-۳: رویکرد زیگزاگی گردآوری و تحلیل داده‌ها برای اشباع مقوله‌ها.....	۸۵
شکل ۱-۴: مدل پارادایمی پدیده‌ی سرمایه معنوی.....	۱۱۸
شکل ۵-۱: مقایسه یافته‌های پژوهش.....	۱۲۷

فهرست جداول

جدول ۱-۲: تحول نظریه‌های سرمایه.....	۱۸
جدول ۲-۲: انواع هوش.....	۱۸
جدول ۳-۲: چارچوب سازماندهی پیشنهادی برای معنویت در کار.....	۳۹
جدول ۴-۲: تعاریف مختلف در رابطه با معنویت در محیط کار.....	۴۱
جدول ۵-۲: مقایسه رویکردهای اسلامی و غیراسلامی در معنویت.....	۴۵
جدول ۶-۲: مدیریت سرمایه‌های سازمان.....	۶۱
جدول ۷-۲: خلاصه پژوهش‌های صورت گرفته.....	۶۹
جدول ۱-۴: کدهای نهایی و منبع آن‌ها.....	۹۵
جدول ۲-۴: مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده مرتبط با پیشایندها.....	۱۰۶
جدول ۳-۴: مقوله پیشایندها و خصوصیات آن.....	۱۰۸
جدول ۴-۴: مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده مرتبط با پدیده.....	۱۰۹
جدول ۵-۴: پدیده و خصوصیات آن.....	۱۱۰
جدول ۶-۴: مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده مرتبط با راهبردها و اقدامات.....	۱۱۱
جدول ۷-۴: مقوله مکانیزم‌های توسعه سرمایه معنوی و خصوصیات آن.....	۱۱۲

- جدول ۴-۸: مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده مرتبط با پیامدها..... ۱۱۳
- جدول ۴-۹: مقوله پیامدها و خصوصیات آن..... ۱۱۵

فصل اول

کلیات پژوهش

۱-۱. مقدمه

دین، دینداری، ایمان، معنویت و آرامش از جمله موضوعات قابل توجه در زندگی فردی، سازمانی و اجتماعی هستند که با توجه به ویژگی‌های خاص عصر حاضر، اهمیتی دوچندان یافته‌اند. طبق پژوهش‌های صورت پذیرفته در سرتاسر جهان، آرامش یکی از مهم‌ترین نیازهای روحی روانی و حتی مادی بشر است. پیشرفت علم و فناوری با همه غوغایش نه تنها نتوانسته انسان را به ساحل آرامش برساند و پاسخگوی نیازهای روحی و معنوی او باشد، بلکه او را در گرداب ناآرامی و اضطراب و تردید غوطه‌ور ساخته است. (ضیائی و همکاران، ۱۳۸۷). در این کره خاکی چیزی بیش از یاد و نام خدا آرامش‌بخش دل‌ها نیست. آرامشی که در سایه خداشناسی و ایمان به خدا و عمل به آموزه‌های دینی و معنوی حاصل می‌آید.

این موضوع زمانی اهمیت چند برابر پیدا می‌کند که توجهات به آموزه‌های اسلامی جلب شود، آموزه‌هایی که از بدو تولد به این مهم توجه کرده است و هم در آیات و هم در روایات تأکید شده است. بر همین اساس، در این فصل نیز تلاش می‌شود تا اهمیت سرمایه معنوی در زندگی سازمانی و سطوح مختلف آن اعم از فرد، گروه و سازمان مورد توجه قرار گیرد تا علل و پیامدهای این مهم شناسایی شود. در فصل اول، کلیات کار پیش روی خوانندگان قرار می‌گیرد. در فصل دوم، مبانی نظری و پیشینه علمی و تجربی بررسی و تحلیل می‌شود. در فصل سوم، به صورتی مشروح‌تر روش‌شناسی کار ارائه می‌شود. فصل چهارم، تجزیه و تحلیل‌های داده‌ها و ارائه مدل پژوهش را دربرمی‌گیرد؛ و در نهایت در فصل پنجم، به بحث و بررسی مدل و ارائه کاربردهای عملی و علمی پرداخته می‌شود.

۱-۲. بیان مسأله

بدیهی است انسان دارای دو بعد مادی و معنوی، یا جسمانی و روحانی می‌باشد. در ادیان الهی به‌ویژه در مکتب حیات‌بخش و انسان‌ساز اسلام، برای بهبود وضعیت انسان و هدایت او به‌سوی کمال دستوراتی صادر شده و بایدها و نبایدهایی تشریح گردیده است. برآورده ساختن نیازهای بشر در هر دو بعد، مورد نظر اسلام است و سرکوب یا غفلت از هر کدام از این دو راه، موجب نقص و عدم تعادل در زندگی قلمداد

می‌نماید. با این توصیف، معنویت بخش عمده نیاز بشر و منطبق با فطرت و ذات او و لازمه کمال و سعادت وی به شمار می‌رود.

از اواخر قرن گذشته نوعی یکپارچگی مجدد بین زندگی بیرونی و درونی ایجاد شد. یکی از حوزه‌های مهمی که در این یکپارچگی مطرح می‌شود، محیط کسب‌وکار و محیط سازمانی است. (نیل و بایرمن، ۲۰۰۳). بسیاری از امور که قبلاً در حیطه قلمرو خصوصی طبقه‌بندی می‌شدند، اکنون به قلمرو عمومی نیز سرایت پیدا کرده‌اند (شایگان، ۱۳۸۱). ورود مفاهیمی مثل حقیقت، باور به خدا، درست‌کاری، وجدان، جوانمردی، بخشش و نوع‌دوستی و ... به حوزه سازمان، حکایت از ظهور پارادایم جدیدی دارند. به عقیده اندیشمندان این پارادایم جدید برگرفته از فیزیک کوانتوم، علوم سایبرنتیک، نظریه آشوب، علوم شناختی، مذاهب و آیین‌های شرقی و غربی می‌باشد و در واقع عکس‌العملی به پارادایم خشک و مکانیستی مدرن پارادایم معنویت است (بایرمن و ویتی، ۱۹۹۷؛ بولمن و دیل، ۱۹۹۵؛ فرهنگی و همکاران، ۱۳۸۵). به زعم وانگرماس و کونلی (۱۹۹۹) این پارادایم جدید در ادامه موج سوم مطرح شده از سوی آلون تافلر بوده و تشکیل دهنده موج چهارم می‌باشد (فرهنگی و همکاران، ۱۳۸۵).

از ابتدای سال ۱۹۹۲ حجم مقالات و کتاب‌ها و کنفرانس‌ها و کارگاه‌های برگزار شده در حوزه معنویت در محیط کار، افزایش خارق‌العاده‌ای داشته است (نیل و بایرمن، ۲۰۰۳) و این موضوع به مجلاتی چون بیزنس ویک و فورچن راه یافته است. برخی از محققان پیش‌بینی کرده‌اند که معنویت در محیط کار از اصلی‌ترین روندها در قرن بیست‌ویکم خواهد بود (شلنبرگ، ۲۰۰۰). همچنین آکادمی مدیریت که یکی از معتبرترین مراجع مدیریت در دنیا می‌باشد، آخرین گروه تخصصی خود را تحت عنوان مدیریت، معنویت و دین تشکیل داد و با این کار درواقع مشروعیت و پشتیبانی لازم را برای تحقیقات و تدریس در این زمینه جدید فراهم کرد.

در این بین محیط کار مسأله را پیچیده‌تر می‌کند، چرا که ایفای نقش سرمایه‌ای از سوی معنویت برای فرد می‌تواند سهم بسزایی در پیش‌بینی عملکرد روانشناختی داشته باشد، به ویژه در حوزه‌هایی که رویارویی با استرس و اضطراب در نظر گرفته می‌شود، ضمن آنکه سازمان‌های معنوی به دنبال ایجاد منبع

و سرمایه‌ای از جنس معنویت هستند تا اتحاد و همدلی، انسجام و حس مسئولیت‌پذیری را ارتقا دهد و سازمان را به سطوح بالاتری از بهره‌وری برساند.

در مجموع، اهمیت و ضرورت معنویت و معنویت در محیط کار، آن‌چنان است که می‌تواند برای سازمان‌ها، انسانیت و برای جامعه، پویایی و مسئولیت به ارمغان آورد (گیجسل و همکاران، ۲۰۰۳).

از سوی دیگر، علی‌رغم وجود مطالعات داخلی که به موضوع معنویت و به ویژه از منظر اسلام پرداخته‌اند، هنوز اشاره‌ای به بحث سرمایه معنوی صورت نپذیرفته است. در گذشته در مدل‌های غیرمذهبی کسب‌وکار، دین و مذهب جزء مسائل شخصی هر فرد به شمار می‌آمدند و به این ترتیب لزومی به مطرح کردن آن در درون سازمان مشاهده نمی‌شد (هیکس، ۲۰۰۵)، اما توجه به مطالعات و پژوهش‌ها در زمینه معنویت به عنوان یک عامل علی و تبیینی در بسیاری از شاخه‌های علمی، از ادبیات عامه‌پسند گرفته تا مطالب تخصصی و علمی مثل مدیریت، در سال‌های اخیر رو به رشد بوده است. با مروری بر مبانی نظری پژوهش در حوزه‌های عمومی در سال‌های اخیر، شاهد علاقه فزاینده‌ای در میان پژوهشگران معنویت به عنوان عامل علت و معلولی، تبیینی و تفسیری در حوزه‌های علمی و دانشگاهی هستیم. پژوهش‌های بسیاری حاکی از تأثیر معنویت در کار، بر مؤلفه‌های مختلف سازمانی مانند تأثیر آن بر عملکرد سازمانی، تعهد سازمانی، انعطاف‌پذیری سازمانی، خلاقیت و است.

نگرش نوین کسب‌وکار در قرن بیست‌ویکم، بر معنویت کارکنان در محیط کار تمرکز دارد. انسان‌ها علاقه دارند که معنویت را نه تنها در زندگی شخصی، بلکه در کار و دیگر سطوح زندگی‌شان تجربه کنند (نیل، ۲۰۰۳). همچنین تشویق به معنویت برای سازمان، منافی را به دنبال دارد که دامنه این منافع دربرگیرنده ارتقای سطح بهره‌وری افراد در جهت تحقق اهداف سازمان است. در شرایط کنونی، نیروی انسانی از نظر مطابقت فن‌آوری‌های نوظهور با زندگی و شغل و پیشه خود، با ابهام فزاینده‌ای مواجه خواهد شد. همچنین فناوری‌های اطلاعاتی و جهانی شدن، سازمان‌ها را به افزایش انعطاف‌پذیری بیشتری وادار می‌کنند. از این رو نظریه‌پردازان معاصر مدیریت معتقدند که در کسب‌وکار، رویه تفکر و عمل تغییر خواهد

کرد. در این جریان، نیاز به توسعه مفاهیمی با ابعاد جدید -که معنویت در رأس آن قرار دارد- احساس می‌شود (کراهنک، ۲۰۰۳).

ضمن در نظر داشتن این توضیحات، باید توجه داشت که مهم‌ترین هدف هر سازمانی، دستیابی به بهره‌وری و فراهم کردن محیط کاری مطلوب است. این مهم، ضرورت پرداختن به موضوع معنویت و سرمایه معنوی را در سازمان‌های ایرانی توجیه می‌کند؛ با این توضیح که پژوهش‌های نوین سازمان و مدیریت در دنیا نیز، به سمت بررسی و تبیین ابعاد و شاخصه‌های سرمایه معنوی و عوامل مؤثر بر آن و یا متأثر از آن، حرکت نموده است (کارکاس، ۲۰۱۰). موضوع معنویت امروزه اهمیت بسیاری در سازمان‌ها و محیط‌های تجاری پیدا کرده است تا جایی که فردی مانند ساندلند (۲۰۰۳) نسبت به معنویت دیدگاهی متعصبانه دارد و می‌گوید که تمام نظریه‌های سازمانی، یک نظریه معنویت سازمانی محسوب می‌شوند. تأمین نیازهای معنوی در محیط کار، به کاربرد اصول مبتنی بر معنویت، اخلاق و ارزش‌ها بستگی دارد و این اصول را می‌توان در تصمیمات و اقدامات افراد مشاهده کرد (کانها و همکاران، ۲۰۰۳).

معنویت در سازمان کمک زیادی به درک مسائل مرتبط با رهبری و مدیریت می‌نماید (بوش، ۲۰۰۹). احتمالاً معنویت در کار، سازه مناسبی برای پاسخگویی به چالش‌ها می‌باشد. اگرچه دلایل خاص افزایش علاقه به معنویت در کار هنوز به عنوان موضوع برخی از تحقیقات مطرح است، اما کالون و کویچ (۲۰۰۳) اصلی‌ترین دلایل را این‌گونه عنوان می‌نمایند:

افراد در حال جست‌وجوی پاسخ‌های معنوی، جهت کسب آسایش در برابر تغییرات تجاری و اجتماعی نامنظم هستند. تغییر در ارزش‌ها در میان تمامی ملت‌ها، هوشیاری اجتماعی و وارستگی معنوی را افزایش داده است. علاقه فزاینده به فلسفه شرقی، بازگشت به تمایلات معنوی را در افراد ایجاد نموده است.

معنویت در محیط کار دربردارنده‌ی کوشش و جست‌وجو برای پیدا کردن هدف غایی در یک فرد، برای زندگی کاری و برقراری ارتباطی محکم بین فرد و همکاران او و دیگر افرادی است که به‌نحوی در کار با او مشارکت دارند؛ و همچنین سازگاری و یکی بودن بین باورهای اساسی یک فرد با ارزش‌های سازمان خود را دربر دارد. (میتروف، ۲۰۰۳). در دین اسلام، معنویت در پیوندی جدایی‌ناپذیر با نیت و التزام

رفتاری به باورهای مذهبی، و دلبستگی عمیق توأم با توکل و امید به لطف و مدد خداوند متعال مورد بحث قرار می‌گیرد. در تأکیدی صریح‌تر، معنویت در بین مسلمانان از طریق پایبندی به آداب و شعائر دین مبین اسلام، و تلاش پیگیر و مستمر برای التزام و پیوند با دستورات خداوند معنا پیدا می‌کند.

پدیده عدم اطمینان، پاسخ‌های متفاوتی از جانب سازمان‌ها داشته که یک مورد آن، وقف تمام وقت کارکنان در کار است. این امر جز با ورود معنویت به محیط کار میسر نمی‌شود. ورود معنویت به کار موجب می‌شود تا کارکنان دید یکپارچه‌ای نسبت به زندگی و کار و خانواده داشته باشند و این امر، موجب رضایت بیشتر و خستگی کمتر است. انسان‌ها در سازمان‌های امروزی فقط به دنبال کار نیستند، بلکه به دنبال هویت و خویشتن خویش هستند و کارکنان، پاداش‌هایی فراتر از مادیات را انتظار دارند و در جست‌وجوی کار با معنا و امیدبخش هستند. به همین دلیل باید به دنبال کشف این مهم بود که چگونه معنویت در محیط کار، می‌تواند به عنوان یک سرمایه برای کارکنان و سازمان مطرح شود و قابلیت‌های زاینده برای آن به دنبال داشته باشد. در این پارادایم سرمایه معنوی دیدگاه جدیدی است که هنوز مراحل نوزادی خود را می‌گذراند و برای اکثر علاقه‌مندان این حوزه هنوز آشنایی ندارد. دیدگاه سرمایه‌ای به معنویت داشتن، با این توضیح قابل توجیه است که باید برنامه‌هایی تدوین و پیاده شوند تا این داشته‌های معنوی بتوانند کارکردهای مفید خود را هم در حوزه مادی زندگی بشر و هم در حوزه معنوی زندگی او پیاده کنند. به همین منظور باید به دنبال کشف این مهم بود که چگونه معنویت در محیط کار، می‌تواند به عنوان یک سرمایه برای کارکنان و سازمان مطرح شود و قابلیت‌های زاینده برای آنان به دنبال داشته باشد. لذا سؤال اصلی پژوهش عبارت است از این که «چارچوب مفهومی سرمایه معنوی در سازمان مبتنی بر حکمت‌های نهج‌البلاغه چگونه است؟»

۱-۳. اهمیت پژوهش

این که چرا معنویت مهم است بر کسی پوشیده نیست، اما چگونه این معنویت می‌تواند نقش سرمایه‌ای ایفا کند مبحثی به مراتب مهم‌تر است. در تمامی جوامع به‌ویژه اسلام، دین شاکله اصلی به شمار می‌رود. تأکید بسیاری در قرآن کریم بر این مهم صورت پذیرفته است و همچنین در روایات نیز

احادیث بسیاری از امامان معصوم(ع) پیرامون معنویت آمده است. معنویت به عنوان بخش جدایی ناپذیر زندگی بشریت، برای رشد انسان‌ها لازم و ضروری است. تحقیقات، رابطه معناداری بین رشد اقتصادی افراد با معنویت پیدا کرده‌اند. اما آنچه بر اهمیت این موضوع می‌افزاید، این است که این معنویت باید قابلیت زاینده‌گی داشته باشد و به اصطلاح به سرمایه‌ای مبدل شود که در سازمان نهادینه گردد و در هر لحظه از زمان، بتوان آن را بارور ساخت و جهت حل و فصل مسائل و مشکلات سازمانی از آن بهره برد. معنویت موضوعی است که به اندازه کافی به آن پرداخته شده است، هرچند این موضوع نیز در کشور ما به خوبی پرداخته نشده و جای کار بسیاری دارد. اما مسأله سرمایه معنوی اهمیت دوجندانی دارد، چرا که تأثیر بالقوه معنویت زمانی در سازمان بالفعل می‌شود که به سرمایه تبدیل گردد.

۴-۱. ضرورت پژوهش

این‌که چرا موضوع سرمایه معنوی در نگاه سازمانی ضرورت دارد و چرا پژوهش می‌خواهد به این موضوع بپردازد، ذکر چند نکته لازم است:

اولاً علی‌رغم اهمیت موضوع، هنوز در کشور ما و در بستر سازمانی، پژوهشی پیرامون سرمایه معنوی انجام نشده است، هرچند فعالیت‌هایی مرتبط با معنویت انجام پذیرفته است. این شکاف تحقیقاتی در جامعه‌ای که ادعای مدیریت علوی-اسلامی دارد، بسیار نگران کننده است و ضروریست تا برای رفع آن عزم علمی راسخی صورت پذیرد.

همچنین دنیای رقابتی کسب‌وکارهای امروزی، به‌ویژه صنایع خدماتی و هرچه بیشتر مشتری‌مدار شدن این صنایع، ایجاب می‌کند تا فهم صحیحی از پیشایندها و پیامدهای سرمایه معنوی در سازمان به دست آید تا این صنایع بتوانند با این دستاوردها، آشفته‌گی‌ها و عدم اطمینان‌ها را پشت سر بگذارند.

۵-۱. اهداف پژوهش

این پژوهش در راستای کمک به تحقیقات آتی در مورد معنویت در محتوای سازمانی، و نیز ایجاد فهمی عمیق از فرآیند شکل‌گیری سرمایه معنوی در سازمان‌ها با تکیه بر حکمت‌های نهج‌البلاغه، تلاش می‌کند تا:

۱. تعریفی جامع مبتنی بر پیشینه‌ی نظری و حکمت‌های نهج‌البلاغه برای مفهوم سرمایه معنوی فراهم آورد.

۲. فهم پیشایندهای ایجاد سرمایه معنوی با تأکید بر حکمت‌های نهج‌البلاغه.

۳. فهم راهبردهای ایجاد سرمایه معنوی با تأکید بر حکمت‌های نهج‌البلاغه.

۴. فهم پیامدهای ایجاد سرمایه معنوی با تأکید بر حکمت‌های نهج‌البلاغه.

۱-۶. روش‌شناسی پژوهش

تحقیقات علمی براساس هدف به سه دسته تقسیم می‌شوند: تحقیقات بنیادی، تحقیقات کاربردی، تحقیقات توسعه‌ای (حافظ‌نیا، ۱۳۸۶، سرمد، ۱۳۸۵). همچنین براساس نحوه گردآوری داده‌ها، می‌توان تحقیقات علمی را به دو دسته‌ی: تحقیقات آزمایشی و تحقیقات توصیفی (پیمایشی، هم‌بستگی، اقدام پژوهی، مطالعه موردی، پس رویدادی) تقسیم کرد. (سرمد، ۱۳۸۵) تحقیقات علمی به لحاظ قطعیت داده‌ها نیز مشتمل بر تحقیقات اکتشافی و فرضیه‌آزمایی است. (خاکی، ۱۳۸۹)

این پژوهش از نظر روش‌شناسی و استراتژی‌هایی که به کار می‌رود، از پارادایم تفسیری تبعیت می‌کند. این پژوهش یک تحقیق کاربردی-توسعه‌ای است که از رویکرد استقرایی و قیاسی به منظور نظریه‌سازی تبعیت می‌کند. استراتژی پژوهش نیز داده‌بنیاد است و از این نظر جزو تحقیقات کیفی از نوع اکتشافی محسوب می‌شود. همچنین از نظر زمانی تحقیقی است مقطعی که به صورت کتابخانه‌ای و میدانی انجام می‌پذیرد. ابزار گردآوری داده‌ها نیز تحلیل سند است. روش گردآوری اطلاعات همچنان که قبلاً هم به آن اشاره شد، کتابخانه‌ای و میدانی است. در بخش کتابخانه‌ای تمامی کتب، مقالات، اسناد و مدارک مرتبط با موضوع گردآوری و فیش‌برداری صورت می‌پذیرد. در بخش میدانی نیز از طریق بررسی و تحلیل متن (نهج‌البلاغه) به گردآوری اطلاعات پرداخته خواهد شد.

۱-۷. پرسش‌های پژوهش

۱. سرمایه معنوی در حکمت‌های نهج‌البلاغه چه مفهومی دارد و دارای چه ابعادی است؟

۲. علل و پیشایندهای شکل‌گیری سرمایه معنوی مبتنی بر حکمت‌های نهج‌البلاغه چیست؟

۳. راهبردهای توسعه سرمایه معنوی مبتنی بر حکمت‌های نهج‌البلاغه چیست؟

۴. پیامدها و نتایج سرمایه معنوی مبتنی بر حکمت‌های نهج‌البلاغه چیست؟

۸-۱. قلمرو پژوهش

۸-۱-۱. قلمرو موضوعی

این پژوهش از نظر موضوعی در حوزه رفتار سازمانی قرار دارد که اختصاصاً به بررسی اخلاقیات و فضائل در سازمان مرتبط می‌شود. سرمایه معنوی در فعالیت‌هایی که اخیراً صورت پذیرفته است، حوزه‌هایی چون کسب‌وکار، استراتژی، بازاریابی (برندسازی)، رهبری، یادگیری سازمانی، رفتار شهروندی، شخصیت و فرهنگ را دربرگرفته است.

۸-۱-۲. قلمرو مکانی

باتوجه به این که این پژوهش فقط به ارائه چارچوب مفهومی پرداخته است، لذا قلمرو مکانی برای آن متصور نیست.

۸-۱-۳. قلمرو زمانی

این پژوهش در سال ۱۳۹۵ شروع و در سال ۱۳۹۶ خاتمه می‌پذیرد.

۹-۱. واژگان کلیدی

۹-۱-۱. سرمایه

یکی از طرح‌های توضیحی در جامعه‌شناسی و اقتصاد، تمرکز بر مفهوم «سرمایه» است. سؤال اساسی این است که سرمایه چیست؟ برخی سرمایه را تحت عنوان «سرمایه‌گذاری منابع با بازگشت مورد انتظار» در بازار می‌دانند. سرمایه اطلاقی است برای واژه منبع، در زمانی که این منابع سرمایه‌گذاری می‌شوند و برای رسیدن به سود بسیج می‌گردند. بنابراین، سرمایه منبعی است که دوبار مورد پردازش قرار گرفته است: در پردازش اول، منابع با هدف سرمایه‌گذاری تغییر داده می‌شوند و در وهله دوم، منابع تغییر یافته در بازار به منظور کسب سود ارائه می‌شوند. در یک مثال، سرمایه نتیجه فرآیند تولید است (تولید کردن