

سنجش روابط علی بین رهبری معنوی و مدیریت کیفیت جامع در دو دانشگاه اصفهان و هرات

سید حمیدرضا شاوران*
سید هدایت‌الله داورپناه**
مجتبی طاهری***

چکیده:

هدف پژوهش حاضر سنجش روابط علی بین رهبری معنوی و مدیریت کیفیت جامع در دانشگاه اصفهان و دانشگاه هرات بود. روش تحقیق توصیفی از نوع همبستگی و جامعه آماری این پژوهش را کلیه کارکنان اداری دو دانشگاه در سال ۹۶-۹۵ تشکیل دادند. حجم نمونه براساس جدول کرجسی و مورگان (۱۹۷۰) و به روش طبقه‌ای متناسب با حجم تعداد ۳۴۲ نفر محاسبه شد. ابزارهای جمع‌آوری اطلاعات دو پرسش‌نامه رهبری معنوی فرای (۲۰۰۵) و پرسش‌نامه مدیریت کیفیت فراگیر محقق ساخته براساس مطالعات مقیمی (۱۳۸۸) بودند. نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها حاکی از آن بود، بین رهبری معنوی و مدیریت کیفیت جامع و مؤلفه‌های آن در هر دو دانشگاه رابطه مثبت و معناداری وجود دارد ($p \leq 0/05$)؛ و رهبری معنوی در دانشگاه اصفهان ۴۰ درصد و در دانشگاه هرات ۳۱ درصد از تغییرات مربوط به مؤلفه‌های مدیریت کیفیت جامع را پیش‌بینی می‌نماید. علاوه بر این، نتایج نشان داد بین استقرار رهبری معنوی در دو دانشگاه اصفهان و دانشگاه هرات تفاوت معناداری وجود دارد ($t \geq 1/96$; $p \leq 0/05$). همچنین میانگین نظرات پاسخ‌گویان در خصوص مدیریت کیفیت جامع نشان‌دهنده آن بود که تنها از لحاظ مؤلفه مشتری‌مداری تفاوت دو دانشگاه معنادار بوده و میانگین این مؤلفه در دانشگاه اصفهان بیشتر از دانشگاه هرات بوده است ($f = 4/09$; $p \leq 0/05$). نتایج مدل‌یابی معادلات ساختاری نیز نشان داد که رهبری معنوی با ضریب مسیر ۰/۷۰ قادر به تأثیرگذاری بر مدیریت کیفیت فراگیر است ($t \geq 1/96$; $p \leq 0/05$).

واژگان کلیدی:

رهبری معنوی، مدیریت کیفیت جامع، دانشگاه، اصفهان، هرات

۱. مقدمه

دنایای امروز عرصه رقابت بین سازمان‌ها، تغییر و تحولات محیطی و تکنولوژی است. در چنین شرایطی نیازهای جامعه، صنعت و تجارت به سرعت در حال تغییر هستند و به همین دلیل تنها سازمان‌هایی موفق‌تر خواهند شد که در این میدان رقابت، پاسخگو بوده و رویکردهای جدیدتری را مدنظر قرار دهند. برخی از این رویکردها تحت عنوان رهبری معنوی و مدیریت کیفیت جامع در سازمان نام‌گرفته‌اند. به عبارت دیگر بقاء و موفقیت در بازار رقابت و حفظ موجودیت سازمان، مستلزم استفاده بهینه منابع انسانی و سازمانی در راستای ارائه خدمات و محصولات باکیفیت و براساس نیازهای روز بازار، تعهد به سازمان و مشتری، عشق و ایمان به کار و رعایت جنبه‌های اخلاقی است. در این صورت سازمان‌هایی که صرفاً تئوری‌های تولید محور را مدنظر قرار داده و هدف اصلی خود

را بر پایه ارائه کمیت و میزان محصول یا خدمات در بازار قرار دهند، با احتمال بیشتری از عرصه رقابت خارج خواهند شد؛ اما سازمان‌هایی که کیفیت را صرفاً، تطابق مشخصات فنی محصول با استانداردهای تعیین‌شده تلقی نمی‌کنند و با استفاده کامل از منابع در دسترس، به‌ویژه قوه ابتکار و خلاقیت و نیز وجدان کاری نیروی انسانی با نیازهای مشتریان، کیفیت و تنوع نیازهای بازار سازگار می‌شوند، توفیق بیشتری خواهند یافت.

اگرچه توجه و پرداختن به رضایت مشتری و ذی‌نفعان، وفاداری و رعایت ارزش‌ها توسط مدیران رو به افزایش است، اما هنوز هم روابط این عوامل در هاله‌ای از ابهام قرار دارد (فلینت، بلاکر و بوتین^۱، ۲۰۱۱؛ هاتینگر، شیله و ولدمن^۲، ۲۰۱۲؛ لام، شامکار و رامیلی^۳، ۲۰۰۴). بر همین اساس، پژوهشگران روی موضوعات مهمی تحقیق می‌کنند که عبارت از پیاده‌سازی

1. Flint, Blakker & Boutin
2. Huttering, Scchiele & Veldman
3. Lam, Shankar, Erramilli & Murthy

* استادیار، عضو هیئت علمی دانشگاه اصفهان

** نویسنده مسئول - دانشجوی دکتری مدیریت آموزش عالی دانشگاه اصفهان

*** دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی دانشگاه شهید چمران اهواز

و اجرای مدیریت کیفیت جامع، رضایت مشتری و سنجش کیفیت خدمات است (لو و چای، ۲۰۱۲). مدیریت کیفیت جامع^۵ روش مطمئنی برای ترکیب بهترین شیوه‌های حل مسائل و روش‌های خلاق مدیریت است. به‌همین دلیل، برخی از پژوهشگران برای رسیدن به ارزش‌های مشترک و تسهیل کاربرد مدیریت کیفیت جامع یک استراتژی انتخابی را پیشنهاد کرده‌اند (اینگلسون، اریکسون و لیجا، ۲۰۱۲). به‌طوری‌که برای استقرار مدیریت کیفیت جامع، دیدگاه مدیران سازمان به‌طور اعم و دیدگاه‌های تشخیص رهبر در زمینه استقرار فرهنگ کیفیت، به‌طور اخص جایگاه ویژه‌ای دارد. در این راستا اینکه شخص رهبر چگونه افراد را نسبت به امر کیفیت توجیه کند و نگرش آن‌ها را در جهت متناسب با کیفیت تغییر دهد، اهمیت بسیاری دارد، زیرا وی باید اقدامات لازم را در جهت برآورده ساختن نیازها و انتظارات مشتریان (داخلی و خارجی)، شناسایی نموده و با رفع موانع تحقق کیفیت، عملیات ویژه‌ای را به‌منظور ترویج کیفیت و مدیریت کیفیت جامع، انجام دهد. از سوی دیگر این مهم در صورتی تحقق خواهد یافت که رهبر علاوه بر توجه به مسائل فنی و اقتصادی و نیز نحوه اجرای فرایندها، بر ترویج جو و فضای غیرمادی نیز تأکید و تمرکز داشته باشد (ابوالحسنی، ۱۳۸۸).

مدیریت کیفیت جامع

پایه مدیریت کیفیت توسط ادوارد دمینگ^۶ آمریکایی در سال‌های پس از جنگ جهانی دوم در ژاپن پی‌ریزی شد (نوری، ۱۳۸۳) و نخستین بار واژه TQM با شکل‌گیری جایزه مالکوم بالدريج^۸ و در اواخر دهه ۸۰ میلادی متداول گردید. از آن زمان به بعد این واژه جایگزین کلمه TQC^۹ شده است، زیرا TQC (کنترل کلی کیفیت) صرفاً با تولید در ارتباط است، در حالی که TQM با کل سازمان مرتبط است (جوران، ۱۹۹۳).^{۱۰} مدیریت کیفیت جامع یک فرایند مشتری محور و به‌دنبال بهبود مستمر و برآوردن نیازهای مشتریان است (شانی، بانوت و کارنز، ۲۰۰۴).^{۱۱} شاید این رویکرد به این دلیل ظهور یافت که همواره، یکی از پرسش‌های اصلی در سازمان این بوده که به‌منظور سازمان‌دادن کارها و مدیریت باکیفیت چه روشی باید به‌کار گرفته شود (الگ، جرمیر، هلستروم و ویتل، ۲۰۱۲).^{۱۲} از نظر روش، مدیریت کیفیت جامع، شیوه‌ای است که از طریق آن مدیر و کارکنان در بهبود مستمر کالاها و خدمات درگیر می‌شوند. به‌بیان‌دیگر مدیریت کیفیت جامع ترکیبی از ابزار

مدیریت و کیفیت بوده و هدف آن افزایش سود در تجارت و کاهش ضرر است (هاشمی، ۲۰۰۷، به نقل از کاظمی و هوشیار، ۱۳۸۱).

پژوهشگران مختلف، تعاریف متعددی از مدیریت کیفیت جامع ارائه نموده‌اند. به‌طور مثال جوران و گودفری^{۱۳} (۱۹۹۹) معتقدند «مدیریت کیفیت جامع مجموعه‌ای از فرایندها و سیستم‌های مدیریتی است که هدفش کسب رضایت از مشتری از طریق توانمندسازی کارکنان، دستیابی به درآمد بالاتر و هزینه پایین‌تر است». ابوالحسنی (۱۳۸۸) نیز اظهار می‌کند: مدیریت کیفیت جامع، تصویر جدیدی از مدیریت در شرایط رقابت است که از آن به‌عنوان فلسفه‌های مدیریتی استفاده می‌شود. این فلسفه بر استفاده از روش‌های بهبود مستمر تأکید می‌کند و سعی در استفاده بهینه از فرصت‌های موجود و منابع در دسترس برای افزایش کیفیت با محور قرار دادن رضایت مشتری دارد. مدیریت کیفیت فراگیر نوعی استراتژی است که می‌تواند باعث بهبود یادگیری و افزایش مزیت رقابتی سازمان‌ها شود (لام، من، تام و ویس، ۲۰۰۶).^{۱۴} شیخ محمدی و زواره (۱۳۸۴)، به نقل از فکوری، (۱۳۹۲) نیز اذعان داشته‌اند، مدیریت کیفیت جامع روشی برای مدیریت یک سازمان است که اساس آن محوری بودن کیفیت و مشارکت همه اعضای سازمان است و هدف آن نیل به موفقیت در درازمدت از طریق جلب رضایت مشتری و تأمین منافع همه اعضای سازمان و جامعه است. در واقع مدیریت کیفیت جامع، هنر مدیریت برای کسب برتری و مجموعه اصولی است که دستیابی به اصل بهبود مستمر سازمانی را میسر می‌سازد (کریمی، ۱۳۸۷).

دمینگ (۱۹۸۲) از جمله پیشگامان مدیریت کیفیت جامع است. وی ۱۴ اصل را برای مدیریت کیفیت فراگیر بیان کرده که این اصول عبارت‌اند از: (۱) ایجاد ثبات در هدف، (۲) قبول فلسفه جدید و مشتری مداری، (۳) خودداری از اتکا به بازرسی زیاد به‌منظور کیفیت، (۴) پرهیز از شیوه‌های صرفاً مبتنی بر قیمت در کسب‌وکار، (۵) بهبود مستمر سیستم تولید و خدمات، (۶) آموزش حین انجام کار و آموزش مداوم ضمن خدمت، (۷) نهادینه کردن روش نوین رهبری، (۸) بیرون راندن ترس، (۹) برداشتن موانع سر راه کارمندان، (۱۰) حذف شعارها، نصایح و اهداف تصور شده برای بی‌عیبی مطلق، (۱۱) حذف کردن سهم محدود کارکنان در اهداف مدیریت، (۱۲) از میان برداشتن موانع و ایجاد حس غرور شغلی در افراد، (۱۳) ایجاد برنامه‌های

4. Lo & chai
5. Total quality management (TQM)
6. Ingelsson, Eriksson & Lihja
7. Edward Deming

8. Malcom Baldrige
9. Total quality control
10. Jouran
11. Shaney, Banwet & Karunes

12. Elg, Gremr, Helstrom & Witell
13. Godfrey
14. Lam, Man, Tam & Weiss

قوی برای بهسازی خویش و ارتقاء سطح عملی و تخصصی افراد برای خود اصلاحی، ۱۴) بسیج همه افراد برای ایجاد تغییر و تحول و آشکارسازی تعهد همیشگی مدیریت در ارتقاء کیفیت و بهره‌وری (کافمن و زان، ۱۳۷۷). بنابراین، پیش‌بینی انتظار مشتری که سازمان را به‌سوی رضایت وی رهنمون می‌کند، از طریق مدیریت کیفیت جامع و ابزارهای آن قابل دست‌یابی است. این رویکرد یک هدایت‌کننده قوی به‌سوی رضایت و درنهایت وفاداری مشتریان و ذی‌نفعان است (فلینت و همکاران، ۲۰۱۱). بنابراین می‌توان گفت، مدیریت کیفیت جامع یکی از کامل‌ترین و کاراترین فلسفه‌های مدیریتی است که کیفیت و رضایت مشتری را در بردارد و شناخت صحیح و به‌کارگیری مناسب روش‌های اجرائی آن در مدیریت مراکز آموزشی می‌تواند راه‌گشا و مؤثر باشد (فکوری، ۱۳۹۲).

به‌کارگیری این اصول در سازمان‌ها به‌طور اعم و سازمان‌های آموزشی به‌طور اخص نیازمند ایجاد بستر یا پیش‌زمینه‌های مناسبی است که از جمله آن‌ها می‌توان به‌وجود محیطی اخلاقی اشاره نمود که در آن کارکنان صرفاً نفع شخصی و منافع سازمانی را مدنظر خویش قرار ندهند. به‌عبارت‌دیگر از آنجاکه یکی از اهداف عمده نظام آموزش عالی، تربیت شهروندانی اخلاق مدار، خودشکوفای، پاسخگو و مسئولیت‌پذیر است، بنابراین برنامه‌های این نظام نیز باید متناسب با اهداف آن تنظیم و اجرا شود و در مسیر ایجاد یک جامعه اخلاقی راهبرد ارائه‌نماید (معمارزاده و صانعی، ۱۳۹۰). همچنین برای رساندن سازمان‌ها و به‌ویژه سازمان‌های آموزشی به جایگاه مطلوب، باید از رویکردهای رهبری مناسب نیز استفاده کرد. درواقع، رهبران برای نیل به اهداف سازمان از فنون و ویژگی‌های خاصی بهره می‌گیرند تا به نحو مناسبی در این امر توفیق یابند. بعضی دارای صفات منحصربه‌فردی هستند، برخی دیگر رفتارهای ویژه‌ای از خود بروز می‌دهند و موفقیت تعدادی از رهبران نیز به ویژگی‌های پیروان آن‌ها وابسته است. امروزه سازمان‌ها به رهبرانی نیاز دارند تا به بعد دیگری از زندگی انسانی که فراتر از روابط عادی رهبر-پیرو است، توجه کنند. رهبرانی که در موقعیت‌های مهم، به‌جای مداخله در امور به بصیرت بخشی، به‌جای کنترل، به اعتماد، به‌جای اعمال محدودیت، به استقلال، به‌جای اقدام به تصویرسازی و به‌جای مطرح نمودن خود بر فروتنی تأکید نمایند (کوراک کاکابدس^{۱۵}، کازمین^{۱۶} و کاکابدس، ۲۰۰۲). در میان رویکردهای جدید رهبری، رهبری

معنوی^{۱۷} از جایگاه خاصی برخوردار شده است و به دلیل پیوند همین ناگسستگی میان آموزش و معنویت، نظریه‌هایی همچون رهبری اخلاقی و معنوی پا به عرصه وجود گذارده‌اند (شاوران، ۱۳۹۳).

رهبری معنوی

معنویت شامل دو جزء عمودی و افقی است: جزء عمودی، چیزی مقدس، الهی، بدون مکان و زمان، دارای قدرت بالاتر، منبعی عظیم و نهایت آگاهی است که افراد تمایل دارند با آن ارتباط برقرار کرده و هدایت شوند. جزء افقی به تمایل افراد به خدمت‌رسانی به انسان‌ها و سایر موجودات اشاره دارد (لن^{۱۸}، ۱۹۸۷ و ویگل ورث^{۱۹}، ۲۰۰۴). در دیدگاه اسلام، معنویت مبتنی بر دین است و یک مسلمان باید معنویت خودش را براساس دین اسلام استوار سازد و حدودو ثغور معنویت فرد را دین معین می‌کند. در این دیدگاه نوع ارتباط چهارجانبه یک فرد مسلمان یعنی ارتباط با خویشتن، با دیگران، با محیط و با خدا براساس آموزه‌ها و تعالیم دینی معین می‌شود (میترف و دنتون^{۲۰}، ۱۳۸۲). طباطبائی (۱۳۷۴) نیز اعلام می‌نماید که معنویت ایمان و باور به توحید و معاد است؛ یعنی آنچه بدون اعتقاد به آن‌ها زندگی، بی‌معنا و عبث جلوه می‌کند. در جامعه ایرانی معنویت مبتنی بر دین است و تعالیم و آموزه‌های دین اسلام، اصلی‌ترین شکل‌دهنده‌های آن هستند (رستگار و همکاران، ۱۳۹۱). به‌طور خلاصه، در پژوهش‌های اسلامی و براساس باورها و اعتقادات جامعه ایران اسلامی، منبع معنویت، قرآن کریم، سنت پیامبر (ص) و ائمه اطهار (ع) است (نادری و رجایی پور، ۱۳۸۹: ۱۲).

معنویت در سازمان، پدیده نوپایی است که می‌تواند نیروی قدرتمندی را برای زندگی افراد به ارمغان آورد. این نیروی قدرتمند، زمانی حاصل خواهد شد که زندگی کاری را با زندگی معنوی کارکنان پیوند دهد. با چنین نیرویی، کارکنان حتی باوجود تقریباً هزاران ساعت کاری، می‌توانند محیط کاری لذت‌بخش‌تر، متوازن‌تر و معنادارتر داشته باشند (مهدی‌زاده، ۱۳۹۱). در سال‌های اخیر، «جایگاه معنویت در سازمان‌ها به‌طور فزاینده‌ای از سوی مدیران، سرپرستان، کارکنان و محققان به‌عنوان یک ضرورت برای تعاملات سازمان‌ها یا کارکنان، مشتریان و جامعه موردتوجه قرار گرفته است» (لواسانی و همکاران، ۱۳۸۷: ۶۲). توجه به این امر مهم، عاملی اساسی در حرکت به سمت سطوح بالاتر موفقیت درونی

15. Korac-kakabadse
16. Kouzmin
17. spiritual leadership
18. Lane

19. Wiggleworth
20. Mitroff & Denton

و بیرونی است (ساندرز و همکاران، ۲۰۰۳). به نقل از معمار زاده و صانعی، (۱۳۹۰). دانیل^{۲۱} (۲۰۱۰) معتقد است: «معنویت چارچوبی از ارزش‌های سازمانی ثابت شده در فرهنگ است که تجربه کارکنان از تعالی را از طریق فرایند کار، ترقی می‌دهد و احساس آن‌ها از پیوند با دیگران را به روشی که احساس کامل بودن و لذت برای آن‌ها فراهم کند، تسهیل می‌نماید» (۴۴۹). بر همین اساس نقش رهبری در تحت تأثیر قرار دادن پیروان به سمت تحقق اهداف سازمانی و توجه ویژه به مبحث رهبری معنوی حائز اهمیت است (فرای^{۲۲}، ۲۰۰۳).

فرهلم^{۲۳} (۱۹۹۶) از اولین پژوهشگرانی بود که واژه معنویت و رهبری را باهم برای تشریح معنویت در رهبری محیط کار به کاربرد و از آن تاریخ، دیگران نیز تلاش کردند تا به مدل او اعتبار بخشیده، به سمت تئوری رهبری معنوی رهنمون شوند. برخی از نویسندگان، مدلهایی ارائه کرده‌اند که با سازهایی مانند هوش عاطفی، اخلاقیات، ارزش‌ها و با مدل‌های رهبری مانند کاریزماتیک، مباشرت، تحول‌آفرین و خدمت‌گزار مرتبط بوده است (الوانی و همکاران، ۱۳۹۲)؛ اما در اصل «رهبری معنوی سبکی از رهبری است که در آن رهبر به ارزش‌های معنوی و روحانی به‌عنوان راهی برای هدایت دیگران اهمیت می‌دهد، بینش و چشم‌انداز مشترکی را ایجاد و دیگران را قادر به درک آن می‌کند و اهمیت خدمت را در آن‌ها نهادینه می‌نماید» (کوراک کاکابدس و همکاران، ۲۰۰۲: ۱۶۸). رهبر معنوی همچنین از طریق رفتار، عملکرد فکورانه و رفتار اخلاقی، از خود تصویر فردی دلسوز و محترم به دیگران نمایش می‌دهد (ریو^{۲۴}، ۲۰۰۵).

رهبر معنوی، در واقع کسی است که با استفاده از ارزش‌ها، طرز تلقی‌ها و رفتارهایی که لازمه انگیزش درونی خود و دیگران است، بقای معنوی اعضای سازمان را فراهم کند (فرای، ۲۰۰۳)؛ ضیائی، نرگسیان و آیباقی، (۱۳۸۷)؛ بنابراین رهبری معنوی رویکردی شامل ارزش‌های اخلاقی عمیق از قبیل استقلال، آزادی، انصاف، نوعدوستی، مهربانی، صداقت و کمال است و قدرت ایجاد وحدت و انسجام در سازمان را داراست. در این شیوه رهبری، نوعدوستی، یکی از بنیان‌های اساسی است. «نوعدوستی مجموعه‌ای از ارزش‌ها، مفروضات و روش‌های تفکر درست از نظر اخلاقی است که به‌وسیله اعضای گروه به اشتراک گذاشته شده و به اعضای جدید آموزش داده می‌شود» (فرای و همکاران، ۲۰۱۱: ۴). ویژگی اصلی رهبر معنوی را می‌توان

در تعامل بین رهبر- پیرو دریافت. این تعامل براساس رابطه‌ای دوطرفه و همراه با اعتماد است. البته، لازمه اعتماد بین فردی و سازمانی وجود افراد شایسته و متخصص و استفاده از دانش آن‌ها در مسیر ارتقای علمی است (شاوران و همکاران، ۱۳۹۱) و اعتماد می‌تواند برای انجام امور سازمان به یک اصل اساسی تبدیل شود. در واقع رهبری معنوی به‌دنبال ایجاد نوعی ارتباط باز است تا انسجام شخصی، اراده و ایجاد استانداردهای بالای معنوی را تشویق و حمایت کند (بهرامیان، ۱۳۹۱). از دیدگاه فرای (۲۰۰۳) رهبری معنوی دارای هفت بعد است که شامل چشم‌انداز سازمانی، عشق به هم نوع، امید/ایمان، عضویت در سازمان، معناداری، تعهد سازمانی و بازخورد عملکرد است. **چشم‌انداز سازمانی**^{۲۵}: به معنی آن است که رهبری معنوی، آینده جذابی برای سازمان خود ترسیم می‌کند و به‌گونه‌ای در کارکنان نفوذ می‌کند که آنان به تحقق چشم‌انداز سازمان ایمان آورند و به آینده سازمان امیدوار باشند. به بیان دیگر چشم‌انداز همان، هدف، مأموریت و رسالت سازمان است. **عشق به هم‌نوع**^{۲۶} (نوع دوستی)؛ به معنی عشق و توجه به همه بدون هیچ چشم‌داشتی است. عشق به هم‌نوع اغلب از طریق ارزش‌هایی همچون وفاداری، نیکوکاری و خیرخواهی نسبت به دیگران ظاهر می‌شود. **ایمان به کار**^{۲۷} (امید/ایمان)، همان اعتقادات معنوی کارکنان، آرزو و انتظارات مثبت در آن‌هاست. افراد با ایمان داشتن به کار خود، سختی‌ها را در مسیر رسیدن به اهداف تحمل می‌کنند تا به آن‌ها برسند. در واقع این ایمان است که باعث افزایش مسئولیت‌پذیری در کارکنان می‌شود. **عضویت در سازمان**^{۲۸}: عضویت به معنی احساس تصدی کاری مهم از نظر سازمان و همکاران، احساس مسئول بودن و مشارکت در تصمیم‌گیری‌های سازمان است. به عبارت دیگر، وجود رهبری معنوی در سازمان به کارکنان این احساس را می‌دهد که شغل آن‌ها از نظر سازمان و سایر همکاران نیز دارای اهمیت است. **معناداری**^{۲۹}: به معنی درک معنای واقعی شغل توسط کارکنان و اهمیت قائل شدن برای آن است. چنین نوع رهبری موجب می‌شود که کارکنان معنای واقعی شغل خود را درک کرده، برای شغلی که دارند اهمیت قائل شوند. **تعهد سازمانی**^{۳۰}: عبارت از احساس هویت، وفاداری و وابستگی کارکنان به سازمان است. رهبری معنوی با ایجاد تعهد سازمانی در کارکنان، حالتی در فرد به وجود می‌آورد که وی، سازمان را معرف خود می‌داند و آرزوی باقی

21. Daniel

22. Fry

23. Fairholm

24. Reave

25. organizational vision

26. altruistic love

27. hope/ faith

28. membership

29. meaningfully

30. organizational commitment

ماندن در آن را دارد. این امر موجب می‌شود، کارکنان مشکل سازمان را مشکل خود بدانند و در جهت حل آن‌ها گام بردارند. **بهره‌وری و بهبود مستمر^{۳۱}(بازخورد عملکرد):** رهبری معنوی با ارائه غیررسمی عملکرد روزانه کارکنان و همچنین بازبدهای رسمی دوره‌ای، برای آنان بازخورد فراهم می‌آورد. این بازخورد، موجب می‌شود کارکنان در جریان چندوچون کارشان بر یک مبنای منظم قرار گیرند، از ضعف‌های عملکرد خود آگاهی یابند، نقاط قوت عملکرد خود را تقویت کرده، به کیفیت کار خویش توجه نمایند و در نهایت، از طریق اطلاعات کسب‌شده از سوی رهبران، در جهت اصلاح و بهبود سازمان گام بردارند (رستگار و همکاران، ۱۳۹۱).

۲ پیشینه پژوهش

بر اساس مطالعات انجام‌شده مشخص گردید که در ایران تاکنون رابطه بین دو متغیر مدیریت کیفیت جامع و رهبری معنوی باهم مورد مطالعه قرار نگرفته‌اند، ولی هرکدام از این متغیرها به‌صورت جداگانه یا با متغیرهای دیگری و توسط محققان و نویسندگان مختلف در ایران و دیگر کشورها بررسی شده‌اند. از جمله مهم‌ترین این مطالعات و تحقیقات می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

خنیفر و حیدرنیا (۱۳۸۵) در پژوهش خود دریافتند که بین مؤلفه‌های مدیریت کیفیت فراگیر و رضایت مشتریان رابطه معناداری در سطح متوسط به بالا وجود دارد. نتایج حاکی از آن بود که قوی‌ترین رابطه با رضایت مشتریان بین مؤلفه‌های پاسخ‌گویی، شفافیت و انعطاف‌پذیری در ارائه خدمات مشاهده شده است. همچنین ملکی و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهش خود نشان دادند که بین رهبری معنوی و ابعاد آن باکیفیت زندگی کاری کارکنان رابطه‌ی معنی‌دار و مثبت وجود دارد. مهدی‌زاده (۱۳۹۱)، نیز در پژوهشی با عنوان «بررسی نقش رهبری معنوی در توانمندسازی کارکنان مراکز آموزشی فنی و حرفه‌ای استان اصفهان» به این نتیجه دست‌یافت که رهبری معنوی بر توانمندسازی کارکنان مراکز آموزشی فنی و حرفه‌ای استان اصفهان تأثیر مثبت دارد. رستگار و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهش خود با عنوان «بررسی نقش رهبری معنوی در هویت‌یابی سازمانی در سازمان آموزش و پرورش استان قم» نشان دادند که کلیه ابعاد رهبری معنوی بر هویت‌یابی سازمانی تأثیرگذار هستند. همچنین در بررسی آن‌ها این نتیجه به‌دست

آمد که رهبری معنوی و هویت‌یابی سازمانی از وضعیت مطلوبی برخوردار هستند. طالقانی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر ابعاد رهبری معنوی مدیران بر کیفیت زندگی کاری کارکنان دانشگاه پیام نور سنندج» نشان دادند بین تمام ابعاد رهبری معنوی، به جز متغیر بازخورد عملکرد، باکیفیت زندگی کاری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ به‌عبارت‌دیگر عضویت در سازمان، معناداری، عشق به نوع‌دوستی و چشم‌انداز سازمانی رابطه‌ای پیش‌بینی‌کننده و معنادار باکیفیت زندگی کاری کارکنان داشتند.

کزازی و شول (۱۳۹۲) در مطالعه‌ای با نام «تأثیر مدیریت کیفیت فراگیر بر عملکرد نوآوری: اثر تعدیل‌کنندگی یادگیری سازمانی» دریافتند که عملکرد نوآوری به میزان ۷۹ درصد تحت تأثیر مستقیم مدیریت کیفیت فراگیر است و این تأثیر به‌وسیله یادگیری سازمانی تعدیل می‌شود. درضمن به‌کارگیری مدیریت کیفیت فراگیر یک فرهنگ و سیستم سازمانی ایجاد می‌کند که باعث ترویج نوآوری می‌شود. همچنین رگو و کانه‌ها^{۳۲} (۲۰۰۸) در یک مطالعه تجربی با عنوان «بررسی معنویت در محیط کار و تعهد سازمانی» به این نتیجه دست‌یافتند که وقتی افراد، معنویت در محل کار را تجربه می‌کنند، بیشتر احساس می‌کنند که به طرز مؤثری به سازمان خود وابسته‌اند و احساس تعهد و وفاداری نسبت به محل کار را تجربه می‌کنند. فرای و همکاران (۲۰۱۱) نیز در پژوهشی با عنوان «تأثیر رهبری معنوی بر عملکرد سازمانی» نشان دادند که بین رهبری معنوی و برخی از نتایج سازمانی مانند تعهد سازمانی، رابطه معناداری وجود دارد. خلیل اف و گاندبه‌هار^{۳۳} (۲۰۱۲) در مطالعه خود تحت عنوان «اثر کارکردهای مدیریت کیفیت جامع» دریافتند که تمامی کارکردهای مدیریت کیفیت جامع بر عملکردهای نوآوری و کیفیت تأثیر مثبتی دارند و رهبری و مدیریت فرایند ابعاد مؤثر بر مدیریت کیفیت هستند. پانکاج^{۳۴} و همکاران (۲۰۱۳) در پژوهشی با عنوان «مروری بر روش، حوزه (وسعت) و پیاده‌سازی مدیریت کیفیت فراگیر» به این نتیجه رسیدند که تمام سازمان‌ها برای ادامه حیات در بازار رقابتی کنونی باید مدل مدیریت کیفیت جامع را به‌طور مؤثر همراه با دیگر روش‌های نوین حسابداری مدیریت به اجرا درآورند.

با توجه به اینکه رهبری و مدیریت قوی تغییرات و جهت‌گیری راهبردی مناسب مستلزم حرکت به‌سوی فرهنگ مدیریت کیفیت فراگیر است (پاول^{۳۵}، ۲۰۰۶) و نیز نقش تعیین‌کننده‌ای

31. productivity and continuous improvement

32. Rego & Cunha

33. Khalilov & Gundbahar

34. Pankaj

35. Powell



که رهبری سازمان در ارتقای سطح کیفیت دارد، در این مطالعه، رهبری معنوی به مثابه متغیر تأثیرگذار بر مدیریت کیفیت جامع در دانشگاه اصفهان - ایران و دانشگاه هرات - افغانستان مورد بررسی و مقایسه قرار گرفته است. بررسی‌ها نشان داد تاکنون رابطه بین دو متغیر مدیریت کیفیت جامع و رهبری معنوی با هم در ایران مورد مطالعه قرار نگرفته‌اند، ولی هرکدام از این متغیرها به صورت جداگانه یا با متغیرهای دیگری بررسی شده‌اند. پژوهش حاضر را یک فرضیه اصلی و پنج فرضیه فرعی به شرح زیر هدایت نموده‌اند:

فرضیه اصلی: بین رهبری معنوی و مدیریت کیفیت جامع در دو دانشگاه اصفهان و دانشگاه هرات رابطه وجود دارد.

فرضیه‌های فرعی:

۱- بین رهبری معنوی با مؤلفه‌های مدیریت کیفیت جامع در

دو دانشگاه اصفهان و هرات رابطه وجود دارد.

۲- رهبری معنوی بر مدیریت کیفیت جامع در دانشگاه اصفهان تأثیر دارد.

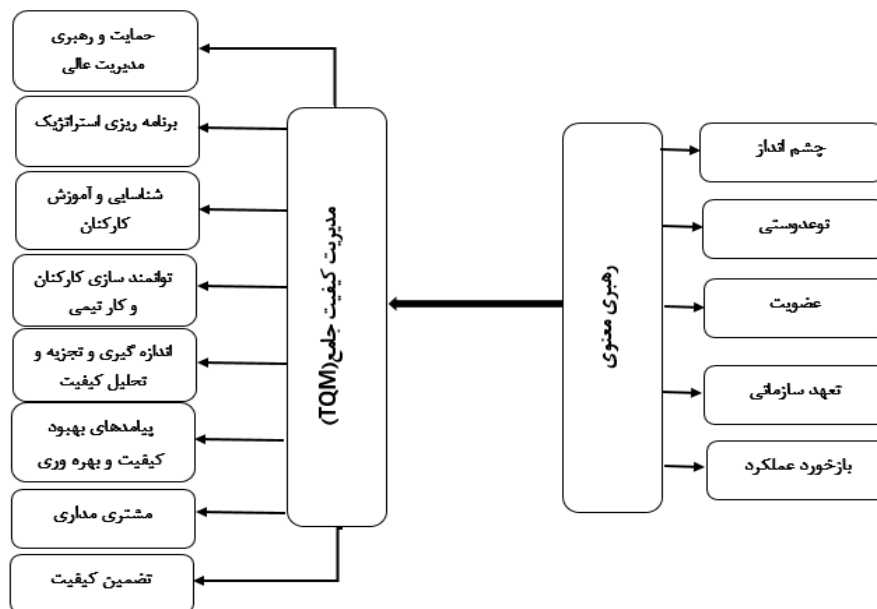
۳- رهبری معنوی بر مدیریت کیفیت جامع در دانشگاه هرات تأثیر دارد.

۴- بین نظرات پاسخ‌گویان در خصوص رهبری معنوی در دو دانشگاه اصفهان و دانشگاه هرات تفاوت وجود دارد.

۵- بین نظرات پاسخ‌گویان در خصوص مدیریت کیفیت جامع در دو دانشگاه اصفهان و دانشگاه هرات تفاوت وجود دارد.

مدل مفهومی پژوهش

مدل مفهومی پژوهش براساس نظریه رهبری معنوی فرای (۲۰۰۵) و مدیریت کیفیت جامع مقیمی (۱۳۸۸) در شکل (۱)، ارائه شده است.



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

۳ روش‌شناسی تحقیق:

روش تحقیق حاضر توصیفی- همبستگی و جامعه آماری شامل کارکنان اداری دانشگاه اصفهان و دانشگاه هرات در سال ۱۳۹۵ است. حجم نمونه با استفاده از جدول کرجسی و مورگان^{۳۶} (۱۹۷۰) جمعاً به تعداد ۳۴۲ نفر از کارکنان دو دانشگاه (۱۸۲ نفر از کارکنان اداری دانشگاه اصفهان، ۱۶۰ نفر از کارکنان دانشگاه هرات) انتخاب شدند. با توجه به تفاوت تعداد کارکنان دوایر ستادی این دو دانشگاه از روش نمونه‌گیری تصادفی متناسب با حجم استفاده شد. داده‌ها با

استفاده از دو پرسش‌نامه مدیریت کیفیت ۴۶ سؤالی مقیمی (۱۳۸۸) با هشت مؤلفه (حمایت و رهبری سازمان، برنامه‌ریزی استراتژیک، شناسایی و آموزش کارکنان، توانمندسازی کارکنان و کار تیمی، تجزیه و تحلیل کیفیت، پیامدهای بهبود کیفیت و بهره‌وری، رضایت مشتری، تضمین کیفیت) و پرسش‌نامه استاندارد ۱۶ سؤالی رهبری معنوی فرای (۲۰۰۵) با طیف شش‌درجه‌ای لیکرت استفاده شد. برای تعیین روایی محتوایی و صوری پرسش‌نامه‌ها از نظرات ۷ نفر از متخصصان و همچنین تعدادی از پاسخ‌دهندگان بهره گرفته شد. پایایی

۴ یافته‌ها

یافته‌ها براساس فرضیات تنظیم‌شده در قالب جداول (۱) تا (۷) به شرح ذیل ارائه شده‌اند:

فرضیه اصلی: بین رهبری معنوی و مدیریت کیفیت جامع در دو دانشگاه اصفهان و دانشگاه هرات رابطه وجود دارد.

ابزارها از طریق ضریب آلفای کرونباخ^{۳۷} برای پرسش‌نامه مدیریت کیفیت فراگیر در دانشگاه اصفهان ۰٫۹۷ و در دانشگاه هرات ۰٫۸۷ به دست آمد. پایایی پرسش‌نامه رهبری معنوی در دانشگاه اصفهان ۰٫۹۵ و در دانشگاه هرات ۰٫۸۲ محاسبه شد. داده‌ها نیز با استفاده از نرم‌افزار SPSS-23 و Amos^{۳۸} مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

جدول ۱: نتایج ضریب همبستگی پیرسون رابطه بین رهبری معنوی و مدیریت کیفیت جامع در دو دانشگاه اصفهان و دانشگاه هرات

متغیر	r	ضریب تعیین	سطح معناداری
رهبری معنوی و مدیریت کیفیت جامع	۰/۵۳	۰/۲۶	۰/۰۰۱
رهبری معنوی و مدیریت کیفیت جامع در دانشگاه اصفهان	۰/۶۴	۰/۳۸	۰/۰۰۱
رهبری معنوی و مدیریت کیفیت جامع در دانشگاه هرات	۰/۵۲	۰/۲۶	۰/۰۰۱

به‌طور کلی ۰٫۲۶ بوده است.

فرضیه فرعی اول: بین رهبری معنوی با مؤلفه‌های مدیریت کیفیت جامع در دو دانشگاه اصفهان و هرات رابطه وجود دارد.

بنابر نتایج جدول (۱)، r مشاهده شده در سطح $p \leq 0.05$ همبستگی مثبت و معناداری را بین رهبری معنوی و مدیریت کیفیت جامع به‌طور کلی و نیز در دو دانشگاه اصفهان و دانشگاه هرات به‌طور جداگانه نشان داد. همچنین ضریب تعیین حاکی از آن بود که میزان اثرگذاری واریانس دو متغیر بر یکدیگر

جدول ۲: رابطه بین رهبری معنوی با مؤلفه‌های مدیریت کیفیت جامع در دو دانشگاه اصفهان و دانشگاه هرات

رهبری معنوی	دانشگاه و شاخص‌های آماری		ضریب همبستگی		سطح معناداری	
	مؤلفه‌های TQM		اصفهان	هرات	اصفهان	هرات
	حمایت و رهبری مدیریت عالی سازمان		۰/۵۱۴	۰/۳۴۶	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱
	برنامه‌ریزی استراتژیک		۰/۴۷۷	۰/۳۲۳	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱
	شناسایی و آموزش کارکنان		۰/۴۶۹	۰/۳۴۲	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱
	توانمندسازی کارکنان و کار تیمی		۰/۴۶۴	۰/۳۰۹	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱
	اندازه‌گیری و تجزیه و تحلیل کیفیت		۰/۳۴۲	۰/۳۲۷	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱
	پیامدهای بهبود کیفیت و بهره‌وری		۰/۴۹۲	۰/۴۴۳	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱
	مشتری مداری		۰/۵۶۰	۰/۴۲۲	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱
	تضمین کیفیت		۰/۳۸۱	۰/۲۴۷	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱

فرضیه فرعی دوم: رهبری معنوی مدیریت کیفیت جامع در دانشگاه اصفهان را پیش‌بینی می‌کند.

نتایج جدول (۲) نشان داد ضرایب همبستگی بین رهبری معنوی و هر یک از مؤلفه‌های مدیریت کیفیت جامع در دانشگاه اصفهان از ۰٫۳۴۲ تا ۰٫۵۶۰ و در دانشگاه هرات از ۰٫۲۴۷ تا ۰٫۴۴۳ متغیر بوده و در هر دو دانشگاه ضرایب همبستگی معنادار بوده است ($p \leq 0.05$). به عبارت دیگر بین رهبری معنوی و هر یک از مؤلفه‌های مدیریت کیفیت جامع در هر دو دانشگاه رابطه مثبت و معناداری وجود داشته است.

جدول ۳: نتایج رگرسیون پیش‌بینی مؤلفه‌های مدیریت کیفیت جامع (TQM) از طریق رهبری معنوی در دانشگاه اصفهان

سطح معناداری	ضریب تعیین	t	ضریب رگرسیون (Beta)	خطای معیار	ضرایب غیر استاندارد	آماره منبع
۰/۰۰۱	۰/۴۰	۳/۲۴	۰/۲۱	۰/۰۷	۰/۲۴	حمایت و رهبری مدیریت عالی سازمان
۰/۰۰۱	۰/۴۰	۳/۵۶	۰/۲۵	۰/۰۷	۰/۲۷	برنامه‌ریزی استراتژیک
۰/۴۵	۰/۰۸	۰/۷۵	۰/۰۵	۰/۰۸	۰/۰۶	شناسایی و آموزش کارکنان
۰/۰۰۱	۰/۴۰	۳/۹۰	۰/۳۰	۰/۰۶	۰/۳۳	توانمندسازی کارکنان و کار تیمی
۰/۱۱	۰/۰۸	۱/۶۰	۰/۱۰	۰/۰۶	۰/۱۱	اندازه‌گیری و تجزیه و تحلیل کیفیت
۰/۰۰۱	۰/۴۰	۴/۳۰	۰/۲۶	۰/۰۸	۰/۳۰	پیامدهای بهبود کیفیت و بهره‌وری
۰/۰۰۱	۰/۴۰	۵/۰۳	۰/۳۳	۰/۰۵	۰/۲۹	مشتری مداری
۰/۷۶	۰/۰۸	۰/۳۱	۰/۰۲	۰/۰۶	۰/۰۲	تضمین کیفیت

بنابر نتایج جدول (۳) رهبری معنوی در دانشگاه اصفهان، تغییرات مؤلفه‌های حمایت و رهبری مدیریت عالی، برنامه‌ریزی استراتژیک، توانمندسازی کارکنان و کار تیمی، پیامدهای بهبود کیفیت و بهره‌وری و مشتری مداری از مدیریت کیفیت فراگیر را پیش‌بینی می‌کند. فرضیه فرعی سوم: رهبری معنوی تغییرات مدیریت کیفیت جامع در دانشگاه هرات را پیش‌بینی می‌کند.

جدول ۴: نتایج رگرسیون پیش‌بینی مؤلفه‌های مدیریت کیفیت جامع (TQM) از طریق رهبری معنوی در دانشگاه هرات

سطح معناداری	ضریب تعیین	t	ضریب رگرسیون (Beta)	خطای معیار	ضرایب غیر استاندارد	آماره منبع
۰/۰۰۶	۰/۳۱	۲/۷۵	۰/۱۷	۰/۰۷	۰/۲۰	حمایت و رهبری مدیریت عالی سازمان
۰/۰۰۱	۰/۳۱	۳/۱۱	۰/۲۴	۰/۰۶	۰/۳۰	برنامه‌ریزی استراتژیک
۰/۵۱	۰/۰۲	۰/۶۶	۰/۰۴	۰/۰۶	۰/۰۴	شناسایی و آموزش کارکنان
۰/۷۳	۰/۰۲	۰/۳۵	۰/۰۲	۰/۰۵	۰/۰۲	توانمندسازی کارکنان و کار تیمی
۰/۹۹	۰/۰۲	۰/۰۰۵	۰/۰۰۱	۰/۰۵	۰/۰۰۱	اندازه‌گیری و تجزیه و تحلیل کیفیت
۰/۰۰۱	۰/۳۱	۴/۱۶	۰/۲۷	۰/۰۷	۰/۲۷	پیامدهای بهبود کیفیت و بهره‌وری
۰/۰۰۱	۰/۳۱	۳/۹۴	۰/۲۵	۰/۰۳	۰/۲۴	مشتری مداری
۰/۳۶	۰/۳۶	۰/۹۲	۰/۰۵	۰/۰۴	۰/۰۳	تضمین کیفیت

بنابر نتایج جدول (۴)، رهبری معنوی در دانشگاه هرات تغییرات مؤلفه‌های حمایت و رهبری مدیریت عالی سازمان، برنامه‌ریزی استراتژیک، پیامدهای بهبود کیفیت و بهره‌وری و مشتری مداری را پیش‌بینی می‌کند. فرضیه فرعی چهارم: بین میانگین نظرات پاسخ‌گویان در خصوص رهبری معنوی در دو دانشگاه اصفهان و دانشگاه هرات تفاوت وجود دارد.

جدول ۵: نتایج t مستقل مقایسه میانگین نظرات پاسخ‌گویان در خصوص رهبری معنوی در دو دانشگاه اصفهان و دانشگاه هرات

متغیر رهبری معنوی	میانگین	انحراف معیار	df	t	سطح معناداری
دانشگاه اصفهان	۳/۵۳	۰/۸۶	۳۴۰	۱/۹۹	۰/۰۴
دانشگاه هرات	۳/۴۰	۰/۷۴			

طبق نتایج جدول (۵)، t مشاهده‌شده در سطح $P \leq 0.05$ تفاوت معناداری را بین میانگین نظرات کارکنان در خصوص رهبری معنوی در دانشگاه اصفهان و دانشگاه هرات نشان داد. بررسی میانگین دو گروه حاکی از آن بود، میانگین نمرات رهبری معنوی در دانشگاه اصفهان بیشتر از دانشگاه هرات بوده است.



جدول ۶: نتایج میانگین و انحراف معیار مؤلفه‌های مدیریت کیفیت جامع در دو دانشگاه اصفهان و هرات

متغیر	میانگین		انحراف معیار	
	اصفهان	هرات	اصفهان	هرات
مدیریت کیفیت جامع	۳/۳۷	۳/۳۵	۰/۵۹	۰/۵۰
حمایت و رهبری مدیریت عالی سازمان	۳/۴۹	۳/۵۷	۰/۷۲	۰/۶۴
برنامه‌ریزی استراتژیک	۳/۴۴	۳/۴۵	۰/۷۷	۰/۷۳
شناسایی و آموزش کارکنان	۳/۳۸	۳/۲۹	۰/۷۸	۰/۷۷
توانمندسازی کارکنان و کار تیمی	۳/۴۵	۳/۴۹	۰/۷۸	۰/۷۱
اندازه‌گیری و تجزیه و تحلیل کیفیت	۳/۱۹	۳/۲۱	۰/۸۴	۰/۷۷
پیامدهای بهبود کیفیت و بهره‌وری	۳/۳۰	۳/۲۵	۰/۷۵	۰/۷۴
مشتری مداری	۳/۴۲	۳/۲۶	۰/۹۹	۰/۷۶
تضمین کیفیت	۳/۲۲	۳/۲۲	۰/۷۹	۰/۷۶

با توجه به نتایج حاصل از جدول (۶) و سطح معناداری به‌دست‌آمده در مؤلفه مشتری مداری، میانگین مؤلفه مشتری

جدول ۷: نتایج آزمون F (آنوا) مقایسه میانگین نظرات پاسخ‌گویان در مورد مدیریت کیفیت جامع در دانشگاه اصفهان و دانشگاه هرات

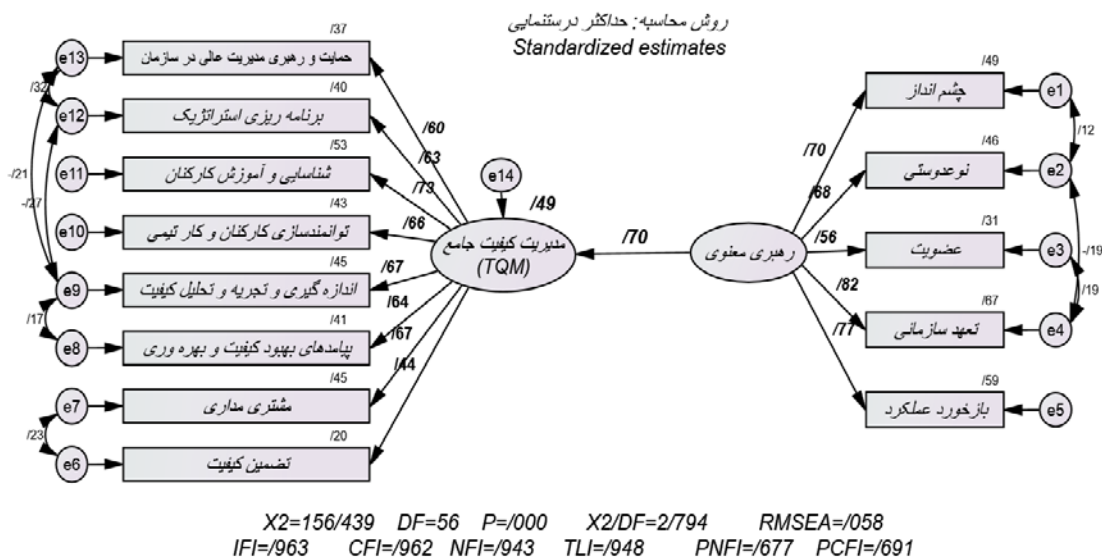
مؤلفه	مجموع مجزورات	df	میانگین مجزورات	f	سطح معناداری
حمایت و رهبری مدیریت عالی	۰/۸۱	۱	۰/۸۱	۱/۷۱	۰/۱۹
برنامه‌ریزی استراتژیک	۰/۰۰۱	۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۲	۰/۹۶
شناسایی و آموزش کارکنان	۰/۹۷	۱	۰/۹۷	۱/۵۸	۰/۲۱
توانمندسازی کارکنان و کار تیمی	۰/۱۶	۱	۰/۱۶	۰/۲۸	۰/۶۰
اندازه‌گیری و تجزیه و تحلیل کیفیت	۰/۰۴	۲	۰/۰۴	۰/۰۷	۰/۸۰
پیامدهای بهبود کیفیت و بهره‌وری	۰/۲۳	۲	۰/۲۳	۰/۴۲	۰/۵۲
مشتری مداری	۰/۲۲	۲	۰/۲۲	۴/۰۹	۰/۰۴
تضمین کیفیت	۰/۰۰۱	۲	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۹۷

مدیریت کیفیت جامع در دو دانشگاه اصفهان و هرات

هرات به‌صورت مقایسه‌ای در نهایت با بهره‌گیری از مدل‌یابی معادلات ساختاری، مدل مفهومی پژوهش و روابط ساختاری بین متغیرهای موردبررسی قرار گرفت. نتایج به‌دست‌آمده در شکل (۲) قابل مشاهده است.

بنابر نتایج جدول (۷)، F مشاهده‌شده در سطح $P \leq 0.05$ تفاوت معناداری را در مؤلفه مشتری مداری بین میانگین نظرات پاسخ‌گویان دو دانشگاه اصفهان و هرات نشان داد و در سایر مؤلفه‌ها بین دو دانشگاه، از لحاظ میانگین نظرات تفاوت معناداری وجود نداشت.

پس از بررسی روابط بین دو متغیر رهبری معنوی و مدیریت کیفیت جامع و مطالعه این دو متغیر در دانشگاه اصفهان و



شکل ۲: مدل بایبی معادلات ساختاری روابط بین رهبری معنوی و مدیریت کیفیت جامع

همچنین زمانی که خطای تقریبی (RMSEA) کوچکتر از ۰٫۰۸؛ χ^2/DF دو به هنجار (X2/DF) کوچکتر از ۳؛ PNFI و PCFI نیز بزرگتر از ۰٫۵ باشد، دلالت بر برازش مطلوب مدل دارد. براساس این نتایج می توان نتیجه گرفت که مدل از برازش مطلوب برخوردار است و ساختار کلی روابط مورد آزمون از طریق داده های به دست آمده تأیید می شود.

شاخص های تأیید الگوی معادلات ساختاری فقط محدود به شاخص های برازش کلی الگو نیست، بلکه باید پارامترهای استاندارد ضرایب مسیر و مقادیر تی متناظر با آن برای هر یک از مسیرهای علی بررسی شود. همان طور که در جدول (۸) مشاهده می شود، نتایج ضریب اثر مستقیم نشان می دهد که رهبری معنوی با ضریب اثر ۰٫۷۰، حدود ۴۹ درصد از واریانس مدیریت کیفیت جامع را به طور مستقیم تبیین می نماید که با توجه به سطح معناداری می توان گفت این ضریب مسیر معنادار است $t \geq 1,96$ ؛ $p \leq 0,05$

به منظور بررسی برازندگی الگوی معادلات ساختاری مرتبه اول از شاخص های مجذور χ^2 (Chi-Square)، سطح معناداری مجذور χ^2 (P-value)، شاخص جذر برآورد خطای تقریبی (RMSEA)، χ^2/DF دو به هنجار (X2/DF)، شاخص برازش هنجار شده (NFI)، شاخص برازندگی فزاینده (IFI)، شاخص برازش تطبیقی (CFI)، شاخص تاکر- لویپر (TLI)، شاخص برازش هنجار شده مقتصد (PNFI) و شاخص برازش تقریبی مقتصد (PCFI) استفاده گردید. از آنجایی که مجذور χ^2 تحت تأثیر حجم نمونه است، سطح معناداری مجذور χ^2 (P-value)، به تنهایی ملاک معتبری برای ارزیابی برازش مدل نیست؛ بنابراین به منظور بررسی برازش مدل از سایر شاخص ها استفاده می شود. همان طور که در شکل (۲) مشاهده می شود، نتایج نکوئی برازش مدل نشان داد که RMSEA، X2/DF، NFI، IFI، CFI، TLI، PNFI و PCFI به ترتیب ۰٫۰۵۸، ۲٫۷۹۴، ۰٫۹۴۳، ۰٫۹۶۳، ۰٫۹۶۲، ۰٫۹۴۸، ۰٫۶۷۷ و ۰٫۶۹۱ است. شاخص های IFI، NFI، CFI و TLI دارای دامنه صفر تا یک هستند، هرچه اندازه آن ها به یک نزدیک تر شود بر برازندگی مطلوب تر الگو دلالت دارند.

جدول ۸: برآورد ضرایب اثرات مستقیم

مسیر	ضریب مسیر	ضریب تعیین	نسبت بحرانی (آماره t)	سطح معناداری
رهبری معنوی بر مدیریت کیفیت جامع	۰/۷۰۲	۰/۴۹	۸/۲۶۰	۰/۰۰۰

نیمه دوم این قرن مفاهیم مهم دیگری وارد ادبیات مدیریت و رهبری سازمان ها گردید و کانون توجهات از تولید صرف و ارائه خدمات صرف، به مسئولیت های عمیق تر و گسترده تری

۵ بحث و نتیجه گیری

اگرچه سازمان ها در دهه اول قرن بیستم توجه و تأکید خود را بر تولید و فعالیت های اقتصادی متمرکز کرده بودند ولی از



همچون معنویت و موضوعات مرتبط یا اخلاق و همچنین کیفیت همه‌جانبه تغییر جهت داد؛ به عبارت دیگر امروزه شیوه‌های نوین اداره نهادها و سازمان‌ها به موضوعاتی همچون رهبری معنوی و مدیریت کیفیت جامع معطوف شده است. بر همین اساس در پژوهش حاضر نیز سعی شده است تا به بررسی رابطه بین رهبری معنوی و مدیریت کیفیت جامع و مقایسه آن در دو دانشگاه اصفهان و دانشگاه هرات پرداخته شود و فرضیه‌های این پژوهش نیز در همین راستا تنظیم شده‌اند.

فرضیه اصلی: یافته‌های به‌دست‌آمده وجود رابطه معنادار و مثبت بین رهبری معنوی و مدیریت کیفیت جامع در هر دو دانشگاه را تأیید نمود؛ به عبارت دیگر رابطه بین رهبری معنوی در هر دو دانشگاه به‌طور کلی ($r=0.53$, $p \leq 0.05$) و همچنین به‌طور جداگانه معنادار بوده است ($r=0.64$ برای دانشگاه اصفهان، $r=0.52$ برای دانشگاه هرات). همچنین میزان تبیین و اثرگذاری واریانس دو متغیر بر یکدیگر ۲۶٪ بوده است (جدول ۱).

اگرچه در مبانی و پیشینه نظری پژوهش، مطالعه‌ای که این دو متغیر را در کنار هم و در یک پژوهش واحد مورد بررسی قرار داده باشد یافت نشد، ولی می‌توان اذعان داشت که یافته‌های این پژوهش، با نتایج پژوهش‌های ملکی و همکاران (۱۳۹۰)، طالقانی و همکاران (۱۳۹۲) که رابطه رهبری معنوی و کیفیت زندگی کاری را مورد تأیید قرار داده‌اند، تا حدود زیادی همسو است. همچنین یافته‌ها با مطالعه مهدی‌زاده (۱۳۹۱) رستگار و همکاران (۱۳۹۱) رگو و کانه (۲۰۰۸) فرای و همکاران (۲۰۱۱) پانکاج و همکاران (۲۰۱۳)، موضوع تا حدودی همسو است. در تبیین نتایج این مطالعه با پژوهش‌های ذکر شده به ترتیب می‌توان اذعان نمود، در صورتی که مدیران در اجرا نمودن رویکرد رهبری معنوی در سازمان تلاش نمایند، بنابراین براساس مبانی نظری رهبری معنوی، آن‌ها همواره در پی ایجاد ترسیم آینده‌ای جذاب و مطلوب برای سازمان بوده، با کارکنان رابطه‌ای همراه با نیکوکاری، خیرخواهی و وفاداری خواهند داشت، حس ایمنی به کار و تحمل سختی‌ها را در آنان به‌وجود آورده، با مشارکت دادن آن‌ها در تصمیمات، پیروان را به افراد مسئولیت‌پذیر تبدیل خواهند کرد. در ضمن به‌دلیل آنکه این‌گونه رهبران به‌طور مستمر به کارکنان بازخورد ارائه خواهند نمود، آن‌ها نیز معنای شغل خود را درک کرده و

ضمن اهمیت قائل شدن برای کار خویش و نیز در نظر گرفتن رضایت مشتریان، تعهد سازمانی بالاتری را تجربه می‌نمایند و کارهای سازمان را به‌طور مستمر بهبود خواهند بخشید. بنابراین، در این صورت سازمان در بازار رقابتی و متلاطم امروزی با احتمال بیشتری ادامه حیات خواهد داد. تحلیل‌های فوق‌الذکر با دیدگاه‌های اندیشمندان و پژوهشگرانی همچون سنگه (۱۹۹۴)، جوران و گود فری (۱۹۹۹)، کوراک کابدس و همکاران (۲۰۰۲)، شانی و همکاران (۲۰۰۴)، لام و همکاران (۲۰۰۶) و فلینت و همکاران (۲۰۱۱) در خصوص مبانی نظری و فلسفه مدیریت کیفیت جامع نیز مطابقت دارد.

فرضیه فرعی اول: نتایج بررسی این فرضیه نیز حاکی از آن بود بین متغیر رهبری معنوی و هر یک از مؤلفه‌های مدیریت کیفیت جامع در هر دو دانشگاه روابط مثبت و معناداری وجود داشته است ($r=0.342-0.560$; $p \leq 0.05$ برای دانشگاه اصفهان و $r=0.247-0.443$; $p \leq 0.05$ برای دانشگاه هرات). در دانشگاه اصفهان رهبری معنوی بیشترین میزان همبستگی را به ترتیب با مؤلفه‌های مشتری‌مداری، حمایت و رهبری مدیریت عالی سازمان، پیامدهای بهبود کیفیت و بهره‌وری، برنامه‌ریزی استراتژیک، شناسایی و آموزش کارکنان، توانمندسازی کارکنان و کار تیمی و کمترین همبستگی را به ترتیب با مؤلفه‌های تضمین کیفیت و اندازه‌گیری و تجزیه و تحلیل کیفیت داشته است. در دانشگاه هرات رهبری معنوی بیشترین میزان همبستگی را به ترتیب با مؤلفه‌های پیامدهای بهبود کیفیت و بهره‌وری، مشتری‌مداری، حمایت و رهبری مدیریت عالی سازمان، شناسایی و آموزش کارکنان، اندازه‌گیری و تجزیه و تحلیل کیفیت و برنامه‌ریزی استراتژیک و کمترین همبستگی را با توانمندسازی کارکنان و کار تیمی و تضمین کیفیت داشته است (جدول ۲). این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های فرای و همکاران (۲۰۱۱) یعنی تأثیر رهبری معنوی بر عملکرد سازمان و فرای و ملون (۲۰۰۳)، مبنی بر تحول مداری از طریق رهبری معنوی به شرط آنکه عملکرد و تعهد سازمانی را متغیرهای نزدیک به مشتری‌مداری و تضمین کیفیت از مدیریت کیفیت جامع دانست تا حد زیادی همسو است. همچنین نتایج با پژوهش ملکی و همکاران (۱۳۹۰) و طالقانی و همکاران (۱۳۹۲)، موضوع ارتباط رهبری معنوی با کیفیت زندگی کاری کارکنان با شرط آنکه کیفیت زندگی کارکنان را بتوان جزئی از فرایند مدیریت کیفیت جامع در نظر

گرفت تا حد قابل توجهی همسو است. در خصوص همسویی این نتایج با مطالعه رستگار و همکاران (۱۳۹۱)، یعنی بررسی نقش رهبری معنوی در هویت‌یابی سازمانی نیز باید اذعان نمود، می‌توان هویت‌یابی سازمانی را متغیری بسیار مرتبط با فلسفه مدیریت کیفیت جامع در نظر گرفت. در واقع تا زمانی که سازمان نسبت به هویت خویش حساس نشود و در راستای تعیین هویت و فلسفه وجودی خود اقدام مؤثری انجام ندهد به کیفیت جامع خود دست نخواهد یافت و در این زمینه استقرار رهبری معنوی احتمالاً یکی از متغیرهای مهم تأثیرگذار بر مؤلفه‌های مدیریت کیفیت جامع خواهد بود. تفاوت معناداری روابط بین رهبری معنوی با مؤلفه‌های مدیریت کیفیت جامع در دو دانشگاه را نیز می‌توان به تفاوت در ادراک کارکنان و مدیران، نحوه اجرای سبک رهبری، موقعیت‌های متفاوت در اداره نمودن سازمان دانشگاه، ساختار و فرهنگ سازمانی و حتی ساختار سیاسی دو دانشگاه و مجموعه آموزش عالی دو کشور نسبت داد.

فرضیه فرعی دوم: یافته‌های حاصل از تحلیل رگرسیون ساده مربوط به دانشگاه اصفهان حاکی از آن بود که رهبری معنوی به‌طور کلی بر مؤلفه‌های مدیریت کیفیت جامع تأثیر دارد ($p \leq 0.05$). ضریب تعیین نشان داد در دانشگاه اصفهان رهبری معنوی قادر است تغییرات مؤلفه‌های حمایت و رهبری مدیریت عالی سازمان، برنامه‌ریزی استراتژیک، توانمندسازی کارکنان و کار تیمی، پیامدهای بهبود کیفیت و بهره‌وری و مشتری‌مداری از مدیریت کیفیت جامع را به میزان ۴۰٪ پیش‌بینی نماید؛ بنابراین برای ساخت معادله رگرسیون باید حمایت و رهبری مدیریت عالی سازمان، برنامه‌ریزی استراتژیک، توانمندسازی کارکنان و کار تیمی، پیامدهای بهبود کیفیت و بهره‌وری و مشتری‌مداری در کنار رهبری معنوی قرار داشته باشند (جدول ۳).

فرضیه فرعی سوم: نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون ساده مربوط به دانشگاه هرات، حاکی از آن بود که رهبری معنوی قادر بوده است ۳۱٪ از تغییرات مؤلفه‌های حمایت و رهبری مدیریت عالی سازمان، برنامه‌ریزی استراتژیک، توانمندسازی کارکنان و کار تیمی، پیامدهای بهبود کیفیت و بهره‌وری و مشتری‌مداری را تحت تأثیر قرار داده و پیش‌بینی نماید ($p \leq 0.05$)؛ بنابراین برای ساخت معادله رگرسیون در این دانشگاه باید حمایت و رهبری مدیریت عالی سازمان و

برنامه‌ریزی استراتژیک، توانمندسازی کارکنان و کار تیمی، پیامدهای بهبود کیفیت و بهره‌وری و نیز مشتری‌مداری در کنار رهبری معنوی قرار داده شوند (جدول ۴).

نتایج داده‌های حاصل از بررسی فرضیه‌های دوم و سوم با یافته‌های پژوهش‌های ملکی و همکاران (۱۳۹۰)، طالقانی و همکاران (۱۳۹۲) که رابطه رهبری معنوی و کیفیت زندگی کاری را مورد تأیید قرار داده‌اند تا حدود زیادی همسو است. همچنین یافته‌ها با مطالعات مهدی‌زاده (۱۳۹۱)، رگو و کانها (۲۰۰۸)، فرای و همکاران (۲۰۱۱)، پانکاج و همکاران (۲۰۱۳)، نیز تا حد قابل توجهی همسو است. ضمن تأکید بر تحلیل نتایج فرضیه‌های قبلی بیش از همه می‌توان نتایج این بخش از مطالعه را با نتایج پژوهش رستگار و همکاران (۱۳۹۱) متناسب و همسو دانست؛ زیرا فلسفه مدیریت کیفیت جامع نوع خاصی از هویت‌سازمانی را القا می‌کند که پیش‌بینی، پذیرش، استقرار و کاربرد آن احتمالاً به‌جز با استفاده از رویکردهای اخلاق‌مدار و انسانیت‌محوری چون رهبری معنوی امکان‌پذیر نیست. از آنجاکه برحسب تئوری علی رهبری که بر مبنای الگوی انگیزه درونی، بینش و بصیرت، ایمان و امید و عشق به نودوستی است، رهبری معنوی را شامل ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای موردنیاز برای ایجاد انگیزه درونی تعریف می‌کنند (شاوران، ۱۳۹۳)؛ بنابراین، این انگیزه‌های درونی، رهبران و کارکنان مستعد رهبری معنوی در سازمان، آن را به سمت‌وسویی سوق می‌دهد که کیفیت در ارائه خدمات موردنیاز جامعه انسانی، رضایت مشتریان، ارباب‌رجوع و ذی‌نفعان، توانمندی و توانمندسازی کارکنان، بهبود یادگیری و افزایش توان رقابتی سرلوحه کار قرار گیرد و هویت دانشگاه را به‌نحوی که درخور آن است شکل دهد. به‌عبارت‌دیگر می‌توان گفت براساس اهداف رهبری معنوی که ترسیم چشم‌انداز سازمانی، نودوستی، توجه، ایمان و امید به کار، اعتقاد به بودن عضوی ارزشمند در سازمان و اهمیت قائل شدن برای کار خود (احساس معناداری)، تعهد نسبت به امور سازمان و نیز توجه و تأکید به بهبود و بهره‌وری مستمر مورد تأکید قرار گرفته‌اند، کارکنان و مدیران سعی خواهند نمود که همواره در جهت استقرار مؤلفه‌های مدیریت کیفیت جامع در سازمان تلاش و سعی جدی نمایند. سوابق و مطالعات نشان می‌دهند که از طریق اجرای روش‌های مدیریت کیفیت جامع، مؤسسات توانسته‌اند ارتباطات خود را بهبود بخشیده، روحیه

کارکنان را تقویت کنند، بهره‌وری را افزایش دهند، کارایی را بهبود بخشیده و ضایعات و تلفات سازمانی را کاهش دهند. به‌عبارت‌دیگر کاربرد مدیریت کیفیت جامع در آموزش عالی تأثیرات مثبتی به‌همراه داشته است (اونال^{۳۹} ۱۳۸۴).

فرضیه فرعی چهارم: نتایج به‌دست‌آمده از بررسی نظرات کارکنان در خصوص اعمال رهبری معنوی در دانشگاه اصفهان و دانشگاه هرات نشان داد، میانگین نظرات آن‌ها در هر دو دانشگاه بالاتر از حد متوسط بوده، اما میزان این میانگین در دانشگاه اصفهان سطح بالاتری داشته و تفاوت میانگین‌ها نیز معنادار بوده است ($t \geq 1/96$ ؛ $p \leq 0/05$) (جدول ۵). این یافته‌ها با توجه به بالا بودن نظرات از سطح میانگین با نتایج مطالعات میترف و دنتون (۱۳۸۲)، مهدی زاده (۱۳۹۱)، لن (۱۹۸۷)، ویگلز ورث (۲۰۰۴) و دانیل (۲۰۱۰) همسو است. در تحلیل و تبیین این نتایج می‌توان گفت همان‌گونه که کوراک کابداس و همکاران (۲۰۰۲) اذعان نموده‌اند «رهبری معنوی سبکی از رهبری است که در آن رهبر به ارزش‌های معنوی و روحانی به‌عنوان راهی برای هدایت دیگران اهمیت می‌دهد، بینش و چشم‌انداز مشترکی را ایجاد و دیگران را قادر به درک آن می‌کند و اهمیت خدمت را در آن‌ها نهادینه می‌نماید» (۱۶۸). بنابراین، نتایج را این‌گونه می‌توان تفسیر نمود که احتمالاً رهبران دو دانشگاه خواسته یا ناخواسته و یا به‌دلیل مسلمان بودن دو کشور، با استفاده و رعایت توصیه‌های مذهبی دین اسلام و نیز مبانی رهبری معنوی که منبعث از رعایت موضوعات اخلاقی است، توانسته‌اند کارکنان را به سمت‌وسوی اهداف سازمانی ترغیب نمایند و ارزش‌های معنوی سازمانی را به نحو تقریباً مناسبی به ایشان گوشزد نمایند. احتمالاً همین جهت‌گیری موجب شده است آن‌ها سطح رعایت اصول رهبری معنوی در دو دانشگاه توسط مدیران را بالای متوسط ارزیابی نمایند. همچنین تفاوت در میانگین‌ها را می‌توان به موقعیت‌ها، ساختارهای سازمانی، فرهنگ تقریباً متفاوت دو دانشگاه، جامعه‌های آماری و حتی خط‌مشی‌های سازمانی مختلف نسبت داد.

فرضیه فرعی پنجم: نظرات پاسخ‌گویان در خصوص مدیریت کیفیت جامع نشان داد، در دانشگاه اصفهان، میانگین نظرات کارکنان در تمامی مؤلفه‌ها بیشتر از دانشگاه هرات بوده، اما تنها در خصوص مؤلفه مشتری‌مداری تفاوت معناداری وجود داشته است ($f=4/09$ ؛ $p \leq 0/05$) (جدول ۷). همچنین میانگین

نظرات افراد در خصوص سایر مؤلفه‌ها تفاوت معناداری را نشان نداد (جدول ۶). این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های خنیفر و حیدرنیا (۱۳۸۵)، شانی و همکاران (۲۰۰۴)، فلینت و همکاران (۲۰۱۱) و خلیل اف و گاند بهار (۲۰۱۲) تا حدود زیادی همسو بوده و با تحلیل‌های مطالعات آن‌ها همخوانی دارد. با توجه به اینکه میانگین نمرات در همه مؤلفه‌ها بالای سطح متوسط بوده، در تبیین این نتایج می‌توان اعلام نمود، احتمالاً مدیران و کارکنان دو دانشگاه بر مؤلفه‌های مدیریت کیفیت جامع تمرکز نسبتاً مشابهی داشته‌اند. همچنین از آنجاکه مدیریت کیفیت جامع یک فرایند مشتری محور است که به دنبال بهبود مستمر و برآوردن نیازهای مشتریان است (شانی و همکاران، ۲۰۰۴)، بنابراین، پیش‌بینی انتظار مشتری که سازمان را به سوی رضایت وی رهنمون می‌کند، از طریق مدیریت کیفیت جامع و ابزارهای آن قابل دست‌یابی است (فلینت و همکاران، ۲۰۱۱). ضمناً همان‌گونه که خنیفر و حیدرنیا (۱۳۸۵) اذعان داشته‌اند، مدیریت کیفیت جامع موجب تمرکز بر نیازهای مشتری و جلب رضایت آن‌ها شده است. بنابراین رهبران دو دانشگاه و نیز کارکنان آن‌ها بر رضایت دانشجویان و مشتری‌مداری در دو دانشگاه تأکیدات متفاوتی داشته‌اند و همین عامل موجب معناداری تفاوت نظرات در خصوص مشتری‌مداری بوده است. پس از بررسی فرضیات پژوهش، با بهره‌گیری معادلات ساختاری مدل مفهومی پژوهش موردبررسی قرار گرفت و یافته‌ها نشان داد که مدل مفهومی از برازش مطلوب برخوردار است و رهبری معنوی قادر به پیش‌بینی مدیریت کیفیت فراگیر بوده و با ضریب مسیر $0/70$ حدود 49 درصد از واریانس مدیریت کیفیت جامع را به‌طور مستقیم می‌نماید. به‌گونه‌ای می‌توان گفت یافته‌های مدل‌یابی معادلات ساختاری مؤید یافته‌های به‌دست‌آمده در فرضیات پژوهش است.

پیشنهادات

۱- با توجه به معناداری روابط بین رهبری معنوی با مدیریت کیفیت فراگیر در هر دو دانشگاه به‌طور کلی، پیشنهاد می‌شود مدیران دانشگاه‌های یادشده در ترسیم چشم‌انداز سازمانی مطلوب تمرکز بیشتری نمایند و حتی در این زمینه ضمن لحاظ نمودن نظرات کارکنان و توجه کردن ایشان نسبت به آینده سازمان، از مشاورین طراحی برنامه‌های راهبردی نیز استفاده نمایند. همچنین لازم است رهبران دو دانشگاه ضمن در نظر گرفتن منافع و علائق تحصیلی مشتریان آن‌ها

(دانشجویان) که بر عهده گیرنده نقش‌های اجتماعی آینده دو کشور هستند، در ایجاد رضایت خاطر آن‌ها و همچنین تقویت بنیه علمی ایشان بکوشند. واضح است که این مهم محقق نخواهد شد مگر اینکه ایشان کارکنان را در تصمیم‌گیری‌ها مشارکت داده و با ترغیب و انگیزش آن‌ها حس مسئولیت، وفاداری و ایمان به کار را در آنان به‌وجود آورند.

۲- با عنایت به نتایج آزمون فرضیه فرعی اول، مبنی بر وجود رابطه مثبت و معنادار بین رهبری معنوی و همه مؤلفه‌های مدیریت کیفیت جامع، ضرورت دارد مدیران و کارکنان دو دانشگاه در مسیر استقرار سبک رهبری معنوی گام بردارند و ضمن ارائه بازخوردهای مستمر و آگاه نمودن کارکنان نسبت به نتایج کار خود آن‌ها را در خصوص آینده سازمان و نحوه خدمت‌گزاری به ارباب‌رجوع حساس‌تر نمایند. ضمناً با برگزاری کارگاه‌های رفتار سازمانی به یادآوری حس نوع‌دوستی بپردازند تا این احساس در افراد شکل گیرد که مراجعین قابل احترام هستند، باید نسبت به آن‌ها خیرخواهی داشت و این باور شکل گیرد که مراجعین لایق دریافت خدمات باکیفیت هستند. همچنین در ارتباط با ابعاد معناداری و ایمان به کار، مدیران و رهبران سازمان می‌توانند با برگزاری کارگاه‌های تخصصی، افراد را نسبت به ارزش کار باکیفیت آشنا نموده و برای آن ارزش قائل شوند.

۳- با توجه به نتایج آزمون فرضیه‌های ۲ و ۳ تأثیر مدیریت معنوی بر مدیریت کیفیت جامع لازم است در هر دو دانشگاه با ایجاد انگیزه‌های منبث از ارزش‌های انسانی، رویکردی اخلاق‌مدار و انسان‌محور را در خصوص کارکنان اتخاذ نمایند تا ایشان نیز با تکیه بر مسئولیت‌های شغلی، اخلاقی و حرفه‌ای خود در راستای توانمندسازی خویش بیشتر تلاش نمایند و به دانشجویان خدمات باکیفیت‌تری را ارائه نمایند. بدیهی است ارائه آموزش‌های شغلی در دوره‌های آموزشی بلندمدت و کارگاه‌های کوتاه‌مدت و آموزش‌های ضمن خدمت به کارکنان در این راستا ضرورت دارد.

۴- همچنین در راستای توسعه و ترویج مدیریت کیفیت جامع در دانشگاه‌ها پیشنهاد می‌شود رهبران و مدیران دانشگاه‌ها در راستای تحقق مدیریت کیفیت جامع از فعالیت‌های مربوط به بهبود کیفیت، حمایت نموده، مشارکت فعال داشته باشند و در راستای بهبود کیفیت، اهداف بلندمدت و کوتاه‌مدتی برای سازمان و تمام بخش‌های آن به‌عنوان قسمتی از برنامه

استراتژیک سازمان ترسیم نمایند.

۵- رهبران و کارکنان دو دانشگاه با مشارکت یکدیگر در زمینه ارائه خدمات به مراجعین، اطلاعات راجع به کیفیت خدمات را جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل نمایند و در این راستا تلاش نمایند تا خدماتی که عرضه می‌کنند از کیفیت بیشتر و متناسب با نیازهای روز برخوردار گردد.

۶- همچنین مدیران نظامی برای دریافت نظرات و بازخوردها و همچنین شناسایی نیازهای مراجعین فراهم نمایند و در راستای مشتری‌مداری حرکت نمایند. نظام تضمین کیفیت در ارائه خدمات به مراجعین تشکیل شود و بر نوع و نحوه ارائه خدمات به مراجعین نظارت اثربخش داشته باشند.

۶ منابع

- ابوالحسنی، رضا. (۱۳۸۸). مدیریت کیفیت جامع و نوآوری (TQM)، ماهنامه کنترل کیفیت، ۲۸، ۶۲-۶۹.
- الوانی، سید مهدی؛ معمار زاده طهرانی، غلامرضا؛ البرزی، محمود؛ کاظمی، حسین. (۱۳۹۲). ارائه مدل رهبری معنوی در نظام اداری ایران، مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، ۵، (۱)، ۲۱-۴۰.
- اونال، عمر فاروق (۱۳۸۴)، کاربرد مدیریت کیفیت جامع در آموزش عالی. مترجم جعفر قهرمانی، فصلنامه مدیریت فردا، ۳، (۱۲-۱۱)، ۴۱-۵۰.
- بهرامیان، منیر. (۱۳۹۱). تعیین تأثیر رهبری معنوی بر سکوت سازمانی در شرکت کاشی نیلو، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی گرایش تحول، دانشگاه اصفهان، دانشکده علوم اداری و اقتصاد.
- خنیفر، حسین و حیدرنیا، زهرا. (۱۳۸۵). رابطه بین مدیریت کیفیت جامع و رضایت مشتریان در بخش خدمات، فرهنگ مدیریت. ۴(۱۴)، ۱۱۶-۸۷.
- رستگار، عباسعلی؛ جانقلی، محمود؛ حیدری، فائزه؛ حیدری، حامد (۱۳۹۱)، بررسی نقش رهبری معنوی در هویت‌یابی سازمانی، پژوهش‌های مدیریت عمومی، ۵، (۱۶)، ۳۹-۳.
- شاوران، سید حمید رضا، رجایی پور، سعید، کاظمی، ایرج و زمانی، عشرت. (۱۳۹۱). تعیین روابط چندگانه میان اعتماد، خودکارآمدی فردی و جمعی اعضای هیات علمی دانشگاه‌ها. فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، ۱۸، (۲)، ۱۹-۴۴.

شاوران، سید حمیدرضا. (۱۳۹۳). پیش‌بینی تأثیر رفتارهای اخلاقی و معنوی مدیران بر میزان استقرار رهبری تحولی در دانشگاه اصفهان، رویکردهای نوین آموزشی، ۹(۲)، ۱۴۱-۱۶۰. ضیایی، محمدصادق؛ نرگسیان، عباس؛ آیبیگی اصفهانی، سعید. (۱۳۸۷). نقش رهبری معنوی در توانمندسازی کارکنان دانشگاه تهران، نشریه مدیریت دولتی، دوره ۱، شماره ۱، صص ۶۷-۸۶.

طالقانی، غلامرضا؛ فیضی، کاوه؛ علیزاده، صابر؛ شریعتی، فرهاد؛ غفاری، علی. (۱۳۹۲). بررسی تأثیر ابعاد رهبری معنوی مدیران بر کیفیت زندگی کاری کارکنان دانشگاه پیام نور سمنجان، مدیریت در دانشگاه اسلامی، ۶(۲)، ۱۸۷-۲۱۰. فکوری، مهدی. (۱۳۹۲). بررسی تأثیر مدیریت کیفیت جامع بر بهره‌وری کارکنان بانک مسکن، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت دولتی گرایش تحول، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.

کاظمی، مصطفی؛ هوشیار، وجیهه. (۱۳۸۱). مروری بر اصول مدیریت کیفیت جامع از دیدگاه صاحب‌نظران، ماهنامه کنترل کیفیت، ۳۶، ۵۱-۵۷.

کافمن، راجر؛ زان، داگلاس. (۱۳۷۷). مدیریت کیفیت افزوده و بهبود روزافزون نظام آموزشی، ترجمه هویدا رضا؛ سلیمی، قربانعلی؛ اسحاقیان، مهدی، اصفهان: نشر گویا: ۲۱-۲۲.

کرمی، مهتاب. (۱۳۸۷). مروری بر اصول و مفاهیم مدیریت کیفیت فراگیر: همای سلامت، نشریه پژوهشی-علمی در زمینه سیاست‌گذاری کیفیت و مدیریت نظام سلامت، شماره ۲۶.

کزازی، ابوالفضل و شول، عباس. (۱۳۹۲). تأثیر مدیریت فراگیر بر عملکرد و نوآوری: اثر تعدیل‌کنندگی یادگیری سازمانی، فصلنامه مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، ۷(۲)، ۱۷-۱.

لواسانی، مسعود؛ کیوان زاده، محمد؛ ارجمند، ندا. (۱۳۸۷). «معنویت، استرس شغلی، تعهد سازمانی و رضایت شغلی در پرستاران شهر تهران»، روانشناسی معاصر، ۳(۲)، ۶۱-۷۳.

معمارزاده، غلامرضا؛ صانعی، مهدی. (۱۳۹۰). الماس رهبری معنوی در نظام اداری ایران، فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، ۷، ۹-۱۸.

مقیم، سید محمد (۱۳۸۸)، سازمان و مدیریت: رویکردی پژوهشی، انتشارات ترمه.

ملکی، محمدرضا؛ جعفری، حسن؛ صفری، حسین؛ خدایاری زرنق، رحیم. (۱۳۹۰). رابطه‌ی رهبری معنوی و کیفیت زندگی

کاری کارکنان در مرکز آموزشی درمانی شهید هاشمی نژاد شهر تهران، مدیریت اطلاعات سلامت، ویژه نامه مدیریت خدمات بهداشتی درمانی، ۸(۸)، ۱۰۱۷-۱۰۲۴.

مهدی زاده مقدم آرانی، میثم. (۱۳۹۱). بررسی نقش رهبری معنوی در توانمندسازی کارکنان مراکز آموزشی فنی و حرفه‌ای استان اصفهان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت دولتی گرایش تشکیلات و روشها، دانشگاه پیام نور مرکز تهران دانشکده مدیریت و حسابداری.

میترف، لن؛ دنتون، الیزابت. (۱۳۸۲). مطالعه معنویت در محیط کار، ترجمه علی رستگار، مجله حوزه و دانشگاه، ۹(۳۷)، ۸۴-۱۶۳.

نادری، ناهید و رجایی پور، سعید. (۱۳۸۹). مدیریت با رویکرد معنوی (شاخص‌های ارزیابی تحقیق معنویت در سازمان). مجله مطالعات اسلامی در علوم انسانی، ۱(۱)، ۱۱۹-۱۳۸.

نوری، رسول. (۱۳۸۳). بررسی میزان آمادگی کتابخانه‌های دانشگاه‌های علوم پزشکی مستقر در تهران، برای پیاده‌سازی مدیریت کیفیت فراگیر، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی-درمانی ایران، دانشکده

مدیریت و اطلاع‌رسانی پزشکی.

Daniel, J.L. (2010). The effect of workplace spirituality on team effectiveness. *Journal of Management Development*, 29 (5), 442-456.

Elg, M., Gremyr, I., Helstrom, A., 7 Witell, L. (2011). The role of quality managers in contemporary organizations, *Total Quality Management & Business Excellence*, 22, (8), 795-806.

Flint, D., Blocker, C.D., & Boutin, P. J. (2011). Customer value anticipation, customer satisfaction and loyalty. An empirical examination. *Industrial Marketing Management*, 40, (2), 219-230.

Fry, L. W. (2005). Toward a theory of ethical and spiritual well-being and corporate social responsibility through spiritual leadership. In R. Giacalone, C. Jurkiewicz, & C. Dunn (Eds.), *Positive psychology in business ethics and corporate responsibility* (pp. 47-83). Greenwich, Conn. 7 Information Age Publishing.

Fry, L. W.; Hannah, T. Sean; Noel, Michael; Walumbwa, O. Fred. (2011). Impact of spiritual leadership on unit performance. *The Leadership Quarterly*, (22), 259-270.

Fry, L.W.; Malone, p n. (2003). Transforming schools through spiritual leadership: An empirical review of definitions, distinctions and embedded assumptions. *The Leadership Quarterly*, 625-653

Fry, Louis W. (2003). Toward a theory of spiritual leadership. *The Leadership Quarterly*, 14, 693-727.

Huttinger, L., Schiele, H. and Veldman, J. (2012), "The



- drivers of customer attractiveness, supplier satisfaction and preferred customer status: a literature review”, *Industrial Marketing Management*, 41, (80), 1194-1205.
- Ingelsson, P., Eriksson, M. & Lihja, J. (2012). Can selecting the right values help TQM implementation: A case study about organizational homogeneity at the Walt Disney Company, *Total Quality Management & Business Excellence*, 23(1), 1-11.
- Juran, J., & Godfrey, A. B. (1999) “Juran quality Handbook”, 5th Edition, MC Graw – Hill.
- Khalilov, M. C. K., Gundbahar, M. (2012). An Alternative Delivery Channel in Turkish Banking Sector, *Procdia – Social and Behavioral Sciences*, (2012), 373-380.
- Korac-Kakabadse, N., Kouzmin, A., & Kakabadse, A. (2002). Spirituality and leadership Praxis. *Journal of Management psychology*, 17(3), 153-164.
- Krejcie, R., & D. Morgan. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, (30): 607-610.
- Lam, S. Y., Shankar, V., Erramilli, M. K., & Murthy, B. (2004). Customer value, satisfaction, loyalty, and switching costs: An illustration from a business-to-business service context. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 32:293–311.
- Lam, S.Y., Man, D. W., Tam, S. F., & Weiss, P. L. (2006). Virtual reality training for stroke rehabilitation. *Nero Rehabilitation*, 21, 245–253.
- Lane, J. A. (1987). The care of the human spirit. *Journal of Professional Nursing*, 3, 332-337.
- Lo, Q. Q., & Chai, K.H. (2012). Quantitative analysis of quality management literature published in total quality management and business excellence (1996-2010). *Total Quality Management & Business Excellence*, 23 (5-6), 629-651.
- Pankaj, S., Naman, J., & Kunal, P. (2013). TQM: Implementation, Scope and Myths-A Review. *Research Journal of Engineering Sciences*, 2(6), 40-44.
- Powell, T. C. (2006). Total quality management as competitive advantage: a review and empirical study, *Strategic Management Journal*, 16(1), 15-37.
- Reave, L. (2005). Spiritual values and practices related to leadership effectiveness, *Leadership Quarterly*, 19(5), 655-687.
- Rego, A., & Cunha. P. M. (2008). Workplace spirituality and organizational commitment: an empirical study. *Journal of Organizational Change Management*, 21(1), 53-75.
- Sahney, S., Banwet, D.K. & Karunes S. (2004). “Conceptualizing total quality management in higher education”, *The TQM Magazine*, 16, (2), 145-159.
- Wigglesworth, C. (2004). *Spiritual Intelligence and Why It Matters*. Retrieved from homepage of *Conscious Pursuits*. [Cited 2012 Sep12].