

بررسی رابطه بین رهبری معنوی با اشتیاق شغلی و کارآفرینی سازمانی کارکنان دانشگاه های آزاد اسلامی استان گلستان (نقش رهبری معنوی در کارآفرینی سازمانی)

اعظم نوروزی*^۱، غلامرضا منتظری^۲، علی پورمندی^۲، سید مهدی حسینی اوزینه^۴

۱ دانشجوی دکتری کارآفرینی، دانشگاه آزاد اسلامی علی آباد کتول

۲ استادیار گروه معارف اسلامی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان

۳ دانشجوی دکتری کارآفرینی، دانشگاه آزاد اسلامی علی آباد کتول

۴ دانشجوی دکتری کارآفرینی، دانشگاه آزاد اسلامی علی آباد کتول

* نویسنده مسئول: اعظم نوروزی

چکیده

هدف از پژوهش حاضر بررسی رابطه بین رهبری معنوی با کارآفرینی سازمانی و اشتیاق شغلی کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی استان گلستان پرداخته است. جامعه آماری این پژوهش شامل کارکنان اداری دانشگاه های آزاد اسلامی استان گلستان حدود ۴۲۰ می باشد. نمونه آماری شامل ۲۰۱ که به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقاتی انتخاب شدند. برای اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش از پرسشنامه رهبری معنوی فرای و مترلی (۲۰۰۵)، پرسشنامه کارآفرینی سازمانی هورنزیبای و همکاران (۲۰۰۲) و پرسشنامه اشتیاق شغلی شوفلی (۲۰۰۱) استفاده شد. پژوهش توصیفی و از نوع همبستگی بوده و جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار SPSS و ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج آزمون فرضیات پژوهش نشان دهنده تایید فرضیات و وجود رابطه مثبت و معناداری بین رهبری معنوی با کارآفرینی سازمانی و رهبری معنوی با اشتیاق شغلی کارکنان دانشگاه های آزاد اسلامی استان گلستان می باشد.

واژگان کلیدی: اشتیاق شغلی، رهبری معنوی، کارآفرینی سازمانی

مقدمه

اندیشمندان مدیریت و رفتار سازمانی، موفقیت سازمان های امروزی را تا حد زیادی متکی بر خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی می دانند. به منظور تحقق این موضوع باید فعالیت های کارآفرینانه در سازمان ها ترویج داده شود تا روحیه کارآفرینی در کارکنان شکل گیرد و در نهایت محیطی کارآفرینانه در سازمان ایجاد شود. این امر مستلزم شناخت، تبیین و تشریح مفهوم و فرایند کارآفرینی است (پورحسن هریس و شیخعلیزاده هریس، ۱۳۹۴). کلارک (۱۹۹۸) یکی از صاحب نظران مهم و از اولین کسانی است که دانشگاه کارآفرین را در اروپا مطرح کرده است. به باور وی، دانشگاه های پویا در هزاره جدید دانشگاه های کارآفرین هستند که می توانند ارزش های تخصصی و مدیریتی را تلفیق کنند (احمدی، ۱۳۹۰). دانشگاه کارآفرین اصولاً به مفهوم داشتن کنش کارآفرینانه در راهبردها، ساختارها و عملکردهای دانشگاه است که انگیزه خلاقیت در آن توسعه می یابد و نوآوری ها و ایده های جدید در آن خلق می شود (دباغ و رضایی زاده، ۱۳۹۰) براساس ادبیات کارآفرینی، رفتار رهبری یکی از متغیرهای بسیار مهم در تحقق این مسئله است (قهرمانی و همکاران، ۱۳۹۰). نقش مدیران و رهبران سازمان اهمیت زیادی دارد؛ زیرا مدیران سازمان می توانند با تأکید بر نوآوری و خلاقیت در روندهای موجود موجب پرورش و تشویق فعالیت های کارآفرینانه در سازمان شوند (شائی برزکی و محمدی، ۱۳۹۳). نقش رفتار رهبری در ارتقای یک نهاد به سازمان کارآفرین به قدری اهمیت دارد که بعضی از محققان سعی کرده اند برای نشان دادن این موضوع، با ترکیب این دو رفتار رهبری و کارآفرینی نوعی از رهبری را به کار گیرند که رهبری کارآفرین نامیده می شود (یانگ، ۲۰۰۸).

امروزه سازمان ها توجه خود را به کارکنان معطوف داشته اند، چرا که تجربه ثابت کرده است که هر چه نیاز مادی و به اصطلاح نیازهای بیرونی بیشتر ارضا شود، نیازهای روانی و فیزیولوژیکی یا نیازهای درونی آنها بیش تر ارضا می شود. ارضا نشدن این دسته از نیازها عملکرد و کارایی فرد را به طور چشم گیری کاهش می دهد و موجب می شود که کارکنان انگیزه و اشتیاق خود را از دست بدهند و تمایل به انجام کار در آنان کاهش یابد، بنابراین رهبر باید بر پیروانش تاثیر بگذارد تا قدرت و توانایی آنان به منظور تحقق اهداف سازمان افزایش یابد. در این شرایط رهبر علاوه بر جنبه های فیزیکی پیروان به جنبه های دیگری همچون ذهن (فکر)، قلب (احساسات و هیجانات) و روح توجه خاص می کند هر چند که در سال های گذشته تئوری های رهبری بیشترین توجه خود را معطوف فاکتورهای فیزیکی، احساسی و ذهنی کارکنان کرده اند و معنویت را نادیده گرفته اند (فری، ۲۰۰۳). در اینجاست که حضور رهبری معنوی احساس می شود. رهبری معنوی می تواند از طریق وارد کردن درستی در کار، تواضع، احترام به دیگران، همدلی، خوب گوش دادن، ستودن دیگران و انصاف رفتاری در شیوه رهبری اش باعث اشتیاق در کارکنان شود.

ادبیات و پیشینه تحقیق:**رهبری معنوی**

واژه معنوی معمولاً در زمینه احساسات، رفتارها و نگرش های یک فرد به کار گرفته می شود. معنوی بودن مترادف با گشاده رو بودن، جود و بخشش، شفقت و مهربانی یا هر آن چیزی است که در رفتار فرد به « نیکی » یا « پاکدامنی قلمداد می کنیم و اغلب همراه با خوش خلقی و پرهیز از گزافه گویی است (طالقانی و همکاران، ۱۳۹۲). جامع ترین تعریف معنویت عبارت است از تلاش در راستای پرورش حساسیت به خویشتن، دیگران و وحدت بخشیدن و یگانگی به این حساسیت ها و جهت دادن به سوی سعادت (هینلز، ۱۹۹۵). معنویت امری شخصی و منحصر به فرد است و به همه اعتقادات مذهبی و الگوهای کلی و احساسات و رفتاری گفته می شود که در نهایت در ارتباط با خالق انسان ها صورت می پذیرد (ریزاج، ۲۰۰۲). معنویت و رهبری در اسلام به هم آمیخته شده است و هر دو با خدمت به خدا مرتبط هستند و در تسلیم خود در برابر قدرت پروردگار ریشه دارند (الارکوبی، ۲۰۰۸).

منظور از رهبری معنوی، ایجاد و تحقق چشم انداز و همسانی ارزش ها، و رای رهبری استراتژیک است. یک رهبر معنوی به ارزش ها توجه می کند و به پیروان خود دانش با آگاهی لازم و کافی را می دهد و تا آنجا پیش می رود که از آن ها می خواهد که رهبری

بقیه را بر عهده بگیرند و با فراست و آگاهانه تصمیم بگیرند و به ندای وی پاسخ مثبت دهند. مسئله مهم دیگر رابطه بین رهبر و پیروان است که باید بر اساس اصول اخلاقی قرار گیرد (دنت هیگنس و وارف، ۲۰۰۵).

نظریه رهبری معنوی

بر اساس مدل انگیزش درونی توسعه یافته است که ترکیبی از چشم انداز، ایمان به تحقق هدف، عشق به نوع دوستی، معناداری در کار، عضویت، تعهد سازمانی و بازخورد عملکرد رهبر است. وجود رهبران معنوی در سازمان ها موجب پرورش معنویت در محیط کار، معنادار شدن کار، مسئولیت پذیری، عشق به هم نوع، تعهد سازمانی و بهبود عملکرد کلی سازمان ها می شود (فری، ۲۰۰۳).

رهبران معنوی افراد تأثیرگذاری هستند که می توانند روش ها، سازوکارها و کارهای دیگران تغییر دهند. رهبران معنوی زمینه را برای کارکنانی با کفایت، بادانش و جسور و قدرتمند در تصمیم گیری ها و تمایل به نوع دوستی ایجاد می کنند (دنیل، ۲۰۱۰). فرای و همکاران، (۲۰۱۱) هفت بعد برای رهبری معنوی معرفی کرده اند که عبارت اند از:

الف) چشم انداز یا بینش و بصیرت :

چشم انداز در واقع فلسفه چرایی سازمان هاست و به عبارتی مقصد آرمان های آن ها را منعکس می کند و به کارها معنا می بخشد و امید و ایمان را پرورش می دهد و تشویق می کند. چشم انداز مفهومی دربرگیرنده تصویر و سیمای گروهی جمعی سازمان است (فرهنگی و همکاران، ۱۳۸۵)

ب) عشق به هم نوع: عشق به دیگران یعنی مجموعه ای از ارزش ها، مفروضات و روش های تفکر که از نظر اخلاقی درست است و اعضای گروه آن را به اشتراک می گذارند و به اعضای جدیدالورود آموزش می دهند.

پ) عضویت: عضویت دربرگیرنده ساختارهای فرهنگی و اجتماعی است. عضویت تعلق فرد به ساختارها و تعاملات اجتماعی و فرهنگی را دربرمی گیرد.

ت) امید / ایمان: ایمان و امید منشأ این باور است که آرمان ها، اهداف و مأموریت سازمان با موفقیت تحقق می یابد. افراد با ایمان و امیدوار درباره مقصد، حرکت به سمت آن و نحوه رسیدن به آن بینش روشنی دارند (نورعلی زاده، ۱۳۸۷).

ث) معناداری: معناداری اشاره دارد به تجربه متعالی یا اینکه چطور از طریق خدمت به دیگران تفاوت ایجاد کنیم و بدین ترتیب معنا و هدف در زندگی ایجاد می شود یکی از چالش های پیش روی رهبران سازمان ها این است که چگونه از طریق درگیری شغلی و تعریف هدف، حس یکسان و معناداری را در کارکنان خود ایجاد کنند.

ج) تعهد سازمانی: وفاداری به ارزش ها و اهداف سازمان و همچنین احساس تعلق وابستگی به ماندن در سازمان را تعهد سازمانی می نامند (باقری و تولایی، ۱۳۸۹).

چ) بهره وری و بهبود مستمر: بهبود مستمر به این معناست که سازمان ها در افزایش بازده کارشان، اصلاح سیستم ها و فرایندهای تولیدی و خدماتی و همچنین افزایش بهره وری به انتها نمی رسند و همیشه با نوآوری و خلاقیت می توان راه های جدید و با قابلیت های بالایی را به وجود آورد. بهره وری به کار هوشمندانه تعبیر شده است (اولیاء و دهستان، ۱۳۸۵).

رهبر معنوی با ویژگی های منحصر به فرد خود چشم اندازی از آینده سازمان ایجاد کرده و به گونه ای در کارکنان نفوذ می کند که آنان به تحقق چشم انداز سازمان ایمان آورند و به آینده سازمان امیدوار باشند به این ترتیب انگیزه درونی کارکنان را برای تلاش بیشتر افزایش می دهد. از طرف دیگر با رواج فرهنگ نوع دوستی درون سازمان موجب می گردد که افراد توجه عمیقی به خود و زندگی گبسته خود داشته باشند و روابط مطلوبی با دیگران برقرار کنند. رهبر معنوی کسی است که با استفاده از ارزش ها، طرز تلقی ها و رفتارهایی که لازمه انگیزش درونی خود و دیگران است، بقای معنوی اعضای سازمان را فراهم کند. وی این کار را در دو مرحله زیر انجام می دهد:

- ۱- در حالی که هر یک از رهبران و پیروان سازمان احساس می کنند که دارای شغل با اهمیت و معنادار می باشند، رهبر معنوی، اقدام به ایجاد چشم اندازی مشترک می کند.
- ۲- رهبری معنوی با استقرار فرهنگ سازمانی / اجتماعی بر اساس ارزشهای انسانی موجب می گردد که کارکنان علاقه خاصی به خود و دیگران نشان دهند و این احساس در آنان بوجود می آید که سایرین نیز دارای اهمیت می باشند و باید از آنان به خاطر شغل شان قدردانی به عمل آید (تقی زاده، ۱۳۹۳).

کارآفرینی سازمانی

کارآفرینی سازمانی فعالیت های رسمی و غیررسمی برای ایجاد کسب و کار جدید و توسعه بازار از طریق نوآوری در فرایند یا محصول است (زهرا، ۱۹۹۳). کارآفرینی سازمانی یعنی سازمان ها می توانند نوآوری های مفید را با تشویق کارکنان به اندیشیدن، توسعه داده و به آن ها برای پیگیری برنامه هایشان، آزادی و انعطاف پذیری دهند، بدون آنکه آنها را در باتلاق دیوان سالاری گرفتار کنند (مقیمی، رمضان، ۱۳۹۰).

کارآفرینی سازمانی فرایندی است که طی آن سازمان فرصت های رشد و توسعه را تشخیص می دهد و با نوآوری و تخصیص مجدد منابع، ارزش های جدیدی را برای مشتریان ایجاد می کند (کمالیان و همکاران، ۱۳۸۹).

در کارآفرینی سازمانی، سازمان رویکرد کارآفرینی را دنبال می کند و سازوکارهای تشویق و ترغیب کارآفرینی را در سازمان فراهم می آورد. در این نوع از کارآفرینی، گروهی از کارآفرینان در قالب تیمی داخل سازمان، برای نوآوری مخاطره آمیز و پیشگامانه اقدام می کنند (رضایی و حسینی، ۱۳۹۲). کارآفرینی سازمانی مفهومی چندبعدی است که ابعاد و مؤلفه های متعددی دارد. این ابعاد شامل نوآوری، پیشگامی، نوسازی و خطرپذیری می شود (مایلز، ۲۰۰۹) در این زمینه، خطرپذیری شامل آمادگی سازمان برای به کارگیری منابع برای بهره گیری از فرصت ها و شروع پروژه ها، بدون اطلاع از نتایج و بازگشت سرمایه است (هاگ و اسپچیر، ۲۰۰۸). نوسازی در سازمان به تغییر و اصلاح در مأموریت سازمانی، سازماندهی مجدد و ایجاد تغییرات وسیع در نظام سازمانی شرکت نیاز دارد. (هینونن و کورولا، ۲۰۰۵). پیشگامی، پیش بینی و رفتار برای رفع نیازهای آتی از طریق جست و جو و به کارگیری فرصت هاست که بر توسعه محصولات دلالت دارد (آلگرو چیوا، ۲۰۰۹) در نهایت، نوآوری، تولید و خلق محصولات، خدمات، فرایندها، فناوری ها و مدل های جدید کسب و کار است (هاگ و اسپچیر، ۲۰۰۸).

زهرا در تحقیق خود عوامل زیر را بر کارآفرینی سازمانی مؤثر دانسته اند:

- حمایت مدیریت: اگر مدیران عالی سازمان طوری رفتار کنند که مشوق رفتار کارآفرینی باشد و این مدیر علاوه بر حمایت، خودش الگوی رفتار کارآفرینی باشد، رفتار کارآفرینی در سازمان ترویج مییابد
- استقلال کاری / اختیار کاری: اگر کارکنان در نحوه انجام دادن فعالیت آزادی عمل داشته باشند، احتمال نوآوری در آن ها بالا می رود اگر واحدهای سازمانی در تصمیم گیری ها و اداره امور داخلی مستقل و پاسخگوی عملکرد خود باشند، به رفتار کارآفرینانه روی می آورند
- پاداش / تقویت: یک نظام مؤثر پاداش که محرک خوبی برای فعالیتهای کارآفرینانه است باید اهداف، بازخوردها، تأکید بر مسئولیت فردی و انگیزش های مبتنی بر پیامدها را هدف قرار دهد. اگر کارکنان بدانند در نتایج کار خود سهیم هستند و نتایج مثبت پاداش مثبت دارد، رفتار کارآفرینانه در آن ها ترغیب میشود.
- زمان در دسترس: زمان در دسترس یا دسترسی زمانی به معنی داشتن زمان کافی برای کار بر پروژه های کارآفرینانه مورد نیاز است.

➤ مرزهای سازمانی: ساختار سازمانی باید سازوکارهای اداری را برای ارزیابی انتخاب و اجرای نظرها پیش ببرد. مرزهای سازمانی مانعی اصلی برای مدیران میانی در فعالیت های کارآفرینی سازمانی هستند (مقیمی و رمضان، ۱۳۹۰).

اشتیاق شغلی

اشتیاق شغلی به منزله یک حالت ذهنی مثبت نسبت به شغل تعریف می شود که با ویژگی های شوق داشتن به کار، وقف کار شدن و جذب در کار توصیف می شود. به جای یک حالت خاص و موقتی، اشتیاق شغلی به یک حالت روان شناختی ثابت و فراگیر اشاره دارد (شائوفلی و همکاران، ۲۰۰۱).

در تعریفی دیگر به گفته فیلیپس^۲ (۲۰۰۹)، اشتیاق شغلی کارکنان مشتمل بر سه جنبه شناختی، عاطفی و رفتاری می باشد. جنبه شناختی اشتیاق شغلی مربوط به باورهای کارکنان درباره سازمان، رهبران و شرایط کار می باشد. جنبه عاطفی اشتیاق شغلی مربوط به چگونگی احساس کارکنان و نحوه نگرش آن ها نسبت به سازمان، رهبران و شرایط کار می باشد. نهایتاً جنبه رفتاری اشتیاق شغلی کارکنان، عاملی است که برای سازمان ایجاد ارزش افزوده نموده و دربرگیرنده تلاش های آگاهانه و داوطلبانه کارکنان برای افزایش سطح اشتیاق شغلی خود می باشد که منجر به انجام وظایف با حذف وقت و علاقه بیشتر می گردد (فیلیپس، ۲۰۰۹).

راه کارهای مناسب افزایش اشتیاق شغلی

کیفیت روابط بین مدیران و کارکنان به عنوان یک پیوند حیاتی برای افزایش اشتیاق شغلی کارکنان به حساب می آید. علاوه بر رهبران، مدیران مستقیم نیز نقش اساسی در افزایش سطح اشتیاق شغلی کارکنان بازی می کنند (گیبونز، ۲۰۰۶). تحقیقات نشان می دهد اعتماد مدیران و نیز اعتماد افراد به میل درونی شان به شغل می تواند ابزاری برای افزایش اشتیاق شغلی کارکنان در کارشان باشد (چوختای و باکلی^۳ ۲۰۱۱). مدیران موظف به شناسایی مولفه های کلیدی اشتیاق شغلی کارکنان و طراحی روش هایی جهت ارزیابی پیشرفت کارکنان در این زمینه می باشد. آنان باید منابع مالی و غیرمالی مورد نیاز برای اجرای برنامه های اشتیاق شغلی کارکنان را فراهم و این چنین حمایت خود را در پیاده سازی استراتژی اشتیاق شغلی کارکنان تکمیل نمایند. همچنین گیبونز (۲۰۰۶) معتقد است که عامل حیاتی دیگر در افزایش اشتیاق شغلی کارکنان بستر سازی مناسب برای برقراری ارتباط شفاف از طرف رهبران به وسیله نشر اطلاعات صحیح از چشم انداز، اهداف و انتظارات می باشد. زمانی که رهبران فرصت های مداوم برای گفتگو و مباحثه را در سازمان گسترش دهند، این امر منجر به ایجاد اعتماد، بهبود درک کارکنان از کلیت سازمان و ساخت فضای حمایتی از کار تیمی می شود. ارتباطات شفاف در سازمان، جریان آزاد دریافت بازخور و ارایه گزارش را در میان کارکنان و مدیران تشویق می کند (گیبونز، ۲۰۰۶).

پیشینه تحقیق

تحقیقات انجام شده درمورد ارتباط رهبری معنوی با کارآفرینی سازمانی و اشتیاق شغلی در قالب تحقیقات داخلی و خارجی انجام شده است که در ادامه به برخی از آن ها اشاره می شود:

مطهری نیا و همکاران (۱۳۹۵)، این پژوهش با هدف رابطه بین رهبری معنوی و سلامت سازمانی با کارآفرینی سازمانی در سازمان های دولتی شهر همدان انجام شد. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه کارکنان سازمان های دولتی شهر همدان در سال ۱۳۹۵ بودند. نمونه آماری با استفاده از جدول مورگان و کرجسی با روش نمونه گیری در دسترس به تعداد ۱۶۰ نفر برآورد گردید. نتایج حاصل از همبستگی پیرسون و رگرسیون، حاکی از آن بود که بین رهبری معنوی و سلامت سازمانی با کارآفرینی سازمانی در سازمان های دولتی شهر همدان رابطه معنی داری وجود داشت. همچنین ابعاد رهبری معنوی از جمله چشمانداز سازمانی، عشق به نوعدوستی، ایمان به کار، معناداری در کار، عضویت در سازمان، تعهدسازمانی و بهره‌وری و بهبود سبب ارتقای کارآفرینی

سازمانی شدند و ابعاد سلامت سازمانی از جمله یگانگی نهادی، نفوذ مدیر، ملاحظه گری، ساخت دهی، پشتیبانی منابع، روحیه و تاکید علمی باعث افزایش سطح کارآفرینی سازمانی شدند. همچنین ابعاد معناداری در کار، تعهد سازمانی و نیز بهره‌وری و بهبود توانستند میزان کارآفرینی سازمانی را پیش بینی نمایند که در این بین بعد تعهد سازمانی بیشترین تاثیر را بر کارآفرینی سازمانی داشت. از طرفی ابعاد یگانگی نهادی، پشتیبانی منابع، روحیه و تاکید علمی قادر به پیش بینی کارآفرینی سازمانی بودند و مولفه روحیه بیشترین تاثیر را بر کارآفرینی سازمانی داشت.

حسینی و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیقی به بررسی رابطه بین رهبری تحول گرا و هویت سازمانی با کارآفرینی سازمانی در بین اعضای هیئت علمی دانشگاه تبریز پرداخته است که از بین عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی سازمانی، به دو متغیر رهبری تحول گرا و هویت سازمانی توجه شده است. براساس تجزیه و تحلیل داده ها، بین سبک رهبری تحول گرا و کارآفرینی و همچنین بین دو متغیر هویت سازمانی و کارآفرینی سازمانی در سطح اطمینان ۹۹ درصد همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد. نتایج رگرسیون بیان می کند سبک رهبری تحول گرا و هویت سازمانی در پیش بینی رفتار کارآفرینی معنادار است و در کل کارآفرینی اعضا از روی رهبری و هویت سازمانی قابل پیش بینی است. در نتیجه، توجه به سبک رهبری تحول گرا و هویت سازمانی از سوی مدیران، با افزایش کارآفرینی از طرف اعضای هیئت علمی همراه است.

سلاجقه و کریمی نژاد (۱۳۹۵)، در تحقیقی تحت عنوان رهبری معنوی ابزاری مناسب بر کارآفرینی سازمانی بیان می کنند که رهبری عنوانی با کاربرد جهانی است و به رغم فراوانی نوشته ها درباره رهبری هنوز هم محققان مردم را به یک کوشش جدی برای فهم آن دعوت می کنند. منظور از رهبری معنوی ایجاد و تحقق چشم انداز و همسانی ارزش ها در مآواهای رهبری استراتژیک می باشد. رهبری معنوی با فراهم آوردن بسترها و ایدئولوژی ها منجر به ایجاد شرایطی می گردد که سایر ویژگی های مثبت سازمانی از قبیل سازمان کارآفرین، سازمان دانشی و ... امکان ظهور می نمایند. یکی از مهمترین این رویکردها کارآفرینی سازمانی است. در این تحقیق ضمن پرداختن به تاریخچه معنویت، معنویت در محیط کار، رهبری معنوی، تعاریف مختصری درباره کارآفرینی، کارآفرینی سازمانی، مدل های کارآفرینی، اهداف و پیامدهای کارآفرینی سازمانی بیان کرده و در پایان رابطه بین رهبری معنوی با کارآفرینی سازمانی مورد بررسی و مطالعه قرار می گیرد.

محقق هرچقان و همکاران، (۱۳۹۴) در تحقیقی تحت عنوان تأثیر رهبری معنوی بر کارآفرینی سازمانی بین کارکنان دانشگاه تهران به بررسی ابعاد رهبری معنوی و ابعاد کارآفرینی سازمانی در دانشگاه تهران پرداخته و با توجه به نتایج داده ها آنها را الویت بندی کرده اند. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از آماره های توصیفی و استنباطی مانند تحلیل همبستگی و مدل معادلات ساختاری استفاده شده است. تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار لیزرل انجام گرفت. نتایج تحقیق نشان داد رهبری معنوی بر کارآفرینی سازمانی تأثیر مثبت و معنی داری دارد؛ به عبارت دیگر، هرچه میزان رهبری معنوی بالاتر بود، میزان کارآفرینی سازمانی افزایش می یافت.

پهلوان (۱۳۹۴)، پژوهشی با موضوع بیان رابطه بین رهبری معنوی و انگیزش شغلی پرداخته است و انگیزش را به عنوان عامل موثری در رفتار شغلی می داند، بدیهی است که تشخیص عوامل مؤثر بر آن می تواند در بروز رفتارهای خود توسعه ای مفید واقع شود. وقتی کارکنان از انگیزه کافی برخوردار و از شغل خود احساس خشنودی نمایند، مسئولیت خویش را با دقت بیشتری به انجام می رسانند و موجب حداکثر کارایی می شوند. یافته های پیش نشان می دهند که ابعاد انگیزش شغلی خودتعیین کنندگی رابطه معنیداری با ابعاد اشتیاق شغلی (جذب، نیرومندی و وقف خود)، دارد. به عبارتی سطوح بالای انگیزش شغلی خودتعیین کننده به پیامدهای مثبتی مانند اشتیاق شغلی می انجامد. رهبری معنوی یک مدل عالی برای تحول سازمانی می باشد که برای ایجاد انگیزش درونی و کاهش مقاومت کارکنان در برابر تغییرات سازمانی طراحی شده است. بر اساس یافته های تحقیق، رهبری معنوی برای سازمانهای امروز از اهمیت شایانی برخوردار است و رهبران معنوی با اقداماتی نظیر: خلق چشم انداز مشترک برای کارکنان، و

هم چنین، تلاش برای استقرار فرهنگ سازمانی مبتنی بر ارزش های انسانی می توانند به خلق و تقویت فضای یادگیری در سازمان کمک کرده، از این طریق به پویایی سازمان در فضای رقابتی امروز یاری رسانند.

ملکی فراهانی و جعفری (۱۳۹۳)، در پژوهشی به بررسی نقش رهبری معنوی و سرمایه روانشناختی در اشتیاق شغلی معلمان پرداخته اند. جامعه آماری آن شامل کلیه معلمان مدارس دخترانه دولتی در مقطع تحصیلی متوسطه (دوره اول و دوم) منطقه چهار آموزش و پرورش شهر تهران سال تحصیلی ۹۴-۹۳ بوده است. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده ها نشان داد که میان رهبری معنوی و اشتیاق شغلی معلمان رابطه مثبت و معنادار و میان سرمایه روانشناختی و اشتیاق شغلی معلمان رابطه مثبت و معنادار و همچنین میان رهبری معنوی و سرمایه روانشناختی معلمان رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. همچنین نتایج تحلیل مسیر نشان داد که رهبری معنوی و سرمایه روانشناختی می توانند تغییرات اشتیاق شغلی را تبیین کنند؛ و اشتیاق شغلی بیشتر تابع تغییرات سرمایه روانشناختی می باشد و رهبری معنوی نیز هم به طور مستقیم و هم غیر مستقیم و به واسطه سرمایه روانشناختی بر اشتیاق شغلی تأثیر می گذارد.

تقی زاده و شکری (۱۳۹۳)، تحقیق حاضر با هدف تعیین تأثیر رهبری معنوی بر عدالت سازمانی و تعهد سازمانی کارکنان شرکت گاز استان اردبیل انجام شده است. روش تحقیق توصیفی بوده و جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه کارکنان رسمی شرکت گاز استان اردبیل می باشد. نمونه آماری با توجه به محدود بودن حجم جامعه آماری، با استفاده از رابطه تعیین حجم نمونه در جامعه های محدود ۷۰ نفر تعیین شده است. این تعداد با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شده اند. برای جمع آوری داده های لازم از سه پرسشنامه استفاده شده است. روایی پرسشنامه ها به صورت روایی سازه ای و پایایی آنها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ و به تفکیک مولفه های رهبری معنوی، عدالت سازمانی و تعهد سازمانی محاسبه شده است. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آزمون های رگرسیون تک متغیره و کلموگروف اسمیرنوف استفاده شده است. نتایج یافته های پژوهش نشان داده است که رهبری معنوی بر عدالت سازمانی و تعهد سازمانی تأثیر دارد.

دهقان و همکاران (۱۳۹۱)، در پژوهشی پیرامون عوامل موثر بر نوآوری و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه های علوم پزشکی کشور به الگوی سه شاخگی توسعه کارآفرینی پرداخته است. این پژوهش نشان میدهد که سه دسته عوامل ساختاری، رفتاری و زمینه های بر نوآوری و کارآفرینی سازمانی در دانشگاه های علوم پزشکی موثر هستند که وضعیت کلی آنها، متوسط است. نتیجه گیری: بنابر نتایج این پژوهش، توصیه می شود نسبت تغییر نگرش مدیریتی به نظام اداری، اصلاح ساختار مبتنی بر راهبردهای جدید، تمرکززدایی و اصلاح سیستم ها و روش های کاری به منظور بهبود وضعیت نوآوری و کارآفرینی سازمانی در اولویت نظام اداری دانشگاه های علوم پزشکی قرار گیرد.

یانگ ژینگ و همکاران (۲۰۱۷)، "ارتباط بین اشتیاق شغلی و عملکرد کارکنان با نقش تعدیل کننده حمایت سازمانی ادراک شده" بر اساس ادبیات موجود، فرضیه حمایت سازمانی درک شده به منظور تقویت رابطه مثبت بین اشتیاق شغلی کارکنان و عملکرد اجرایی هدف آنها است. فرضیه ها بر روی نمونه ای از ۱۰۴۹ کارمند در چین مورد آزمایش قرار گرفتند. نتایج تجزیه و تحلیل رگرسیون سلسله مراتبی نشان می دهد که: (۱) اشتیاق شغلی به طور مثبت با عملکرد تعهد عام مرتبط است. (۲) رابطه بین اشتیاق شغلی و عملکرد تعهد هدف با حمایت سازمانی درک شده تعدیل می شود، حمایت سازمانی درک شده بالاتر از حد پایین است. در نهایت، مفاهیم نظری و عملی و پیشنهادات برای پژوهش های آینده مورد بحث قرار می گیرد.

دای و گین (۲۰۱۶)^۴، این مقاله مدل ارتباطی حمایت سازمانی ادراک شده، شناسایی سازمانی، اشتیاق شغلی و عدالت سازمانی را ایجاد می کند. با استفاده از پرسشنامه های ۳۵۰ کارمند در ۲۸ استان چین، از لحاظ تجربی تست شده است که شناسایی سازمانی نقش متولی را ایفا می کند و عدالت سازمانی با استفاده از تحلیل همبستگی و مدل معادلات ساختاری و تحلیل رگرسیون، یک اثر

⁴ Dai & Qin

تعدیل کننده دارد. نتایج نشان می‌دهد که: اولاً، حمایت سازمانی درک شده و اشتیاق شغلی، همبستگی مثبت و معنی داری دارند؛ حمایت سازمانی درک شده مستقیماً تأثیر مثبتی بر اشتیاق شغلی دارد. ثانیاً، حمایت سازمانی درک شده نیز می‌تواند نقش مهمی در اشتیاق شغلی با شناسایی سازمان‌ها داشته باشد؛ به عبارت دیگر، شناسایی سازمانی، تأثیر متقابل جزئی را بین حمایت سازمانی درک شده و اشتیاق شغلی ایفا می‌کند؛ سوم اینکه این مقاله تأیید کرد که عدالت سازمانی نقش موثری در رابطه بین حمایت سازمانی ادراک شده و شناسایی سازمانی دارد.

روش پژوهش

روش پژوهش توصیفی و از نوع همبستگی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه کارکنان دانشگاه های آزاد اسلامی استان گلستان ۴۲۰ نفر مورد بررسی قرار گرفتند. حجم نمونه پژوهش ۲۰۱ می‌باشد که به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقاتی انتخاب شده‌اند. ابزارهای مورد استفاده در این پژوهش عبارتند از:

الف- پرسشنامه رهبری معنوی^۵: این پرسشنامه توسط فرای و مترلی (۲۰۰۵) طراحی شده است. در این پژوهش میزان ضریب پایایی کل پرسشنامه با آلفای کرونباخ ۰,۷۹ بدست آمد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده شده است.

ب- پرسشنامه اشتیاق شغلی: این پرسشنامه توسط شوفلی طراحی شده است. در این پژوهش میزان ضریب پایایی کل پرسشنامه با آلفای کرونباخ ۰,۸۶ بدست آمد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده شده است.

ج- پرسشنامه کارآفرینی سازمانی: این پرسشنامه توسط هورنزیبای و همکاران (۲۰۰۲)، طراحی شده است. در این پژوهش میزان ضریب پایایی کل پرسشنامه با آلفای کرونباخ ۰,۸۲ بدست آمد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده شده است.

با توجه به پیشینه و مفاهیمی که بیان شد فرضیه های تحقیق به شرح زیر است:

- فرضیه های تحقیق

- ۱- بین رهبری معنوی با اشتیاق شغلی کارکنان دانشگاه های آزاد اسلامی استان گلستان رابطه معناداری وجود دارد.
- ۲- بین رهبری معنوی با کارآفرینی سازمانی کارکنان دانشگاه های آزاد اسلامی استان گلستان رابطه معناداری وجود دارد.

یافته‌های تحقیق:

الف) نتایج به‌دست‌آمده از آمار توصیفی:

بر طبق نتایج به‌دست‌آمده از ویژگی‌های جمعیت شناختی افراد پاسخ دهنده ۶۲ درصد مرد، بیشترین رنج سنی ۴۲ درصد بین ۳۰ تا ۴۰ سال، ۵۶ درصد مدرک کارشناسی و ۴۸ درصد بین ۱۰ تا ۱۵ سال سابقه خدمت داشته‌اند.

ب) آزمون فرضیات تحقیق:

آزمون همبستگی پیرسون:

با توجه به اینکه فرضیه‌ها از نوع رابطه‌ای می‌باشد. و برای اینکه کلیه متغیرها نرمال می‌باشند. برای آزمون فرضیه‌ها از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است. جهت بررسی میزان و شدت رابطه بین دو متغیر از روش آزمون همبستگی پیرسون استفاده می‌شود. که خروجی آن با استفاده از نرم افزار SPSS.20 به شرح زیر است.

فرضیه اول:

- H₁: بین رهبری معنوی با اشتیاق شغلی کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی استان گلستان رابطه‌ی معناداری وجود ندارد.
- H₁: بین رهبری معنوی با اشتیاق شغلی کارکنان دانشگاه های آزاد اسلامی استان گلستان رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

⁵ . emotional intelligence questionnaire

جدول شماره ۱ میزان همبستگی بین رهبری معنوی با اشتیاق شغلی

		رهبری معنوی	اشتیاق شغلی
رهبری معنوی	Pearson Correlation	1	.548**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	201	201
اشتیاق شغلی	Pearson Correlation	.548**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	201	201

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

نتیجه فرضیه:

مطابق جدول شماره ۱ میزان همبستگی برابر $r=0.54$ شده است. که با توجه به سطح معنی داری $Sig=0.00$ و این مقدار کمتر از $(\alpha = 1\%)$ یعنی $(sig < \alpha)$ می توان دریافت که فرض H_0 رد شده و فرض H_1 مورد تأیید قرار گرفته است. یعنی می توان نتیجه گرفت که در سطح اطمینان 99 بین رهبری معنوی و اشتیاق شغلی کارکنان دانشگاه های آزاد استان گلستان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

جدول شماره ۲ میزان همبستگی بین رهبری معنوی و کارآفرینی سازمانی

		رهبری معنوی	کارآفرینی سازمانی
رهبری معنوی	Pearson Correlation	1	.582
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	201	201
کارآفرینی سازمانی	Pearson Correlation	.582	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	201	201

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

نتیجه فرضیه:

مطابق جدول شماره ۲ میزان همبستگی برابر $r=0.58$ شده است. که با توجه به سطح معنی داری $Sig=0.00$ و این مقدار کمتر از $(\alpha = 1\%)$ یعنی $(sig < \alpha)$ می توان دریافت که فرض H_0 رد شده و فرض H_1 مورد تأیید قرار گرفته است. یعنی می توان نتیجه گرفت که در سطح اطمینان 99 درصد اطمینان 99 بین رهبری معنوی و کارآفرینی سازمانی کارکنان دانشگاه های آزاد استان گلستان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

بحث و نتیجه گیری:

یکی از عواملی که در موفقیت و رشد سازمان تاثیر بسیار زیادی دارد مدیریت و رهبری است که در اینجا مقوله رهبری معنوی ماهیتا به این مساله قوت می بخشد. رهبری معنوی در سازمان آموزشی چون دانشگاه که پرورش دهنده نیروی جوان و هدفدار جامعه است مسئولیت سنگینی را به عهده خواهند داشت و موثربودن و مفید بودن مدیران دانشگاه در جهت رشد و توانمندی کارکنان، ایجاد انگیزه و ترعیب ان ها به نوآوری و خلاقیت در ارائه خدمات که مستلزم حمایت و همراهی و همدلی مدیران و مسئولین خود هستند. در دانشگاه ها به دلیل رابطه مستقیم با جوانان، شیوه درست رهبری نقش بسیار مهم و حیاتی در ایجاد فرهنگ کارآفرینی ایفا می کند. در این راستا و با توجه به حجم رو به گسترش فعالیت های آموزشی- پژوهشی کارآفرینی در کشور، داشتن سازمانی کارآمد مبتنی بر ارزش های معنوی و خلاق و توانمند به منظور ارتقای سطح علمی کارآفرینان امری ضروری است (محقق هرچقان و همکاران، ۱۳۹۴).

پژوهش حاضر به دنبال بررسی رابطه بین رهبری معنوی با کارآفرینی سازمانی و اشتیاق شغلی کارکنان بوده است. نتایج آزمون فرضیات مبین این نکته است که طبق فرضیه اول بین رهبری معنوی با اشتیاق شغلی کارکنان رابطه معناداری وجود دارد. که این نشان دهنده این است که

با توجه به مدل انگیزش درونی توسعه یافته رهبری معنوی فری (۲۰۰۳) که ترکیبی از چشم انداز، ایمان به تحقق هدف، عشق به نوع دوستی، معناداری در کار، عضویت، تعهد سازمانی و بازخورد عملکرد رهبر است، برخورداری سازمانی چون دانشگاه آزاد اسلامی از وجود رهبران معنوی باعث تقویت و افزایش معنویت در محیط کارکنان می شود و موجب می شود کارکنان معنای واقعی شغل خود را درک کرده و برای شغلی که دارند اهمیت قائل شوند (معناداری). همچنین به آنها این احساس دست می دهد که شغل شان از نظر سازمان و سایر همکاران نیز دارای اهمیت است و این باعث ایجاد انگیزه و شور و اشتیاق بیشتر آن ها در محیط کار می شود. نتیجه بدست آمده از فرضیه اول با تحقیقات پهلوان (۱۳۹۴) ملکی فراهانی و جعفری (۱۳۹۴) مطابقت دارد. برطبق نتیجه بدست آمده از فرضیه دوم بین رهبری معنوی با کارآفرینی سازمانی رابطه معنادار وجود دارد. نیاز به نوآوری در خدمات دانشگاه و همچنین نیاز داشتن کارکنانی کارآفرین لازمه بهره مندی از رهبری معنوی در دانشگاه هاست تا بتوانند بستر مناسبی برای کارآفرینی و نوآوری ایجاد کنند و دانشگاه به طور اثربخش تری بتواند نقش حیاتی خود در جامعه را ایفا نماید. نتایج بدست آمده با نتایج تحقیقات مطهری نیاو همکاران (۱۳۹۵)، حسنی و همکاران (۱۳۹۵)، هرچقان (۱۳۹۴)، همخوانی دارد.

با توجه به نتایج بدست آمده توجه به این نکته ضروری است که مدیران دانشگاه های آزاد اگر از مولفه های رهبری معنوی همچون تواضع و احترام به کارکنان، انصاف رفتاری و همدلی و صمیمیت بهره بگیرند بر محبوبیت خود در بین کارکنان افزوده و دانشگاه را در جهت رسیدن به اهدافش یاری خواهند داد. از طرفی کمک به کارگیری ابعاد رهبری معنوی توسط مدیران و مسئولین دانشگاه ها جنبه انگیزشی داشته و باعث ایجاد انگیزش درونی در کارکنان و شور و اشتیاق در کارکنان خواهد گردید و نوآوری را هم به دنبال خواهد آورد.

پیشنهادها

- براساس نتایج به دست آمده از پژوهش حاضر به مدیران و مسئولین دانشگاه های آزاد اسلامی در جهت افزایش اشتیاق شغلی و برانگیزاندگی کارآفرینی در کارکنان دانشگاه پیشنهادهای اجرایی زیر ارائه می شود:
- مسئولین سازمان با نشان دادن کارکنان به عنوان عضو متخصص و موثر سازمان و مشارکت دادن آنها در ارائه پیشنهادات و تصمیم گیری ها باعث شوند کارکنان حتی در شرایط سخت تحقق اهداف سازمان را بر کارهای فردی و شخصی خود مقدم بدانند.
 - مدیران دانشگاه با ایجاد تعهد و افزایش مشارکت در کارکنان موجب احساس هویت، وفاداری و وابستگی آنان به سازمان شوند و شرایط ایجاد کنند که کارکنان مشکل سازمان را مشکل خود بدانند و در راستای حل مشکلات سازمان گام بردارند.

- مسئولین سازمان با توجه و تمرکز بر خواسته‌های کارکنان در جهت رسیدن به هدف‌های کاری آنها در دانشگاه و پیگیری به موقع نیازهای آنها شرایط را برای فعالیت‌های نوآورانه و اثربخش آنها مهیا سازند.

مراجع

- پهلوان، پهلوان، نادر، ۱۳۹۴، رهبری معنوی و انگیزش شغلی کارکنان، اولین کنفرانس ملی تصمیم‌گیری در علوم مهندسی و مدیریت، علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد کتول، https://www.civilica.com/Paper-EMDM01-EMDM01_057.html
- پورحسن هریس، ساجد و محبوب شیخ علی زاده هریس، ۱۳۹۴، تأثیر سبک‌های رهبری بر کارآفرینی سازمانی در اداره کل تربیت بدنی استان تهران، مطالعات مدیریت ورزشی، دوره هفتم، شماره ۲۳۱-۲۱۹: ۲۸
- حسنی، محمد، بهادری، رقیه، کاظم زاده بیطالی، مهدی، رابطه رهبری تحول‌گرا و هویت سازمانی با کارآفرینی سازمانی
- عضو هیئت علمی دانشگاه تبریز، ۴۳۳-توسعه کارآفرینی، دوره ۹، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۵، از ص ۴۵۲
- سلاجقه، سنجر، کریمی نژاد، سمانه، رهبری معنوی ابزاری مناسب بر کارآفرینی سازمانی، کنفرانس ملی کارآفرینین و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان، ۱۳۹۵
- کمالیان، امین رضا، یعقوبی، نورمحمد و اشکان الیاس کردی ۱۳۸۹ (مطالعه عوامل تأثیرگذار بر « ماهنامه راهبرد یاس، شماره، » کارآفرینی سازمانی و نقش آن در پیاده‌سازی استراتژی کارآفرینی. ۲۰۰ - ۱۸۴: ۲۳
- کردنائیچ، اسدالله، اکبری، حسن و علی رضائیان ۱۳۸۶ (بررسی موانع کارآفرینی سازمانی؛ مورد «، فصلنامه مدرس علوم انسانی، سال سوم، شماره، » مطالعه، شرکت صنعت چوب شمال
- ملکی فراهانی، بهاره، جعفری، پرپوش، ۱۳۹۳، نقش رهبری معنوی و سرمایه روانشناختی در اشتیاق شغلی معلمان در مدارس متوسطه دولتی دوره اول و دوم دخترانه منطقه چهار تهران، مقاله ۷، دوره ۱۰، شماره ۱، زمستان ۱۳۹۳، صفحه ۱۲۱-۱۳۷
- محقق هرچقان، معصومه، اکبری، مرتضی، مرزبان شیرمراد، تأثیر رهبری معنوی بر کارآفرینی سازمانی بین کارکنان دانشگاه تهران، توسعه کارآفرینی، دوره ۸، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۴، از ص ۷۲۷ - ۷۰۹
- مطهری نیا، رسول؛ حمیدرضا رضایی و کامبیز حمیدی، ۱۳۹۵، رابطه بین رهبری معنوی و سلامت سازمانی با کارآفرینی سازمانی، ششمین کنفرانس بین‌المللی حسابداری و مدیریت و سومین کنفرانس کارآفرینی و نوآوری های باز، تهران، همایشگران مهر اشراق، https://www.civilica.com/Paper-MOCONF06-MOCONF06_282.html
- مقیمی، سیدمحمد و رمضان، مجید، (۱۳۹۰)، پژوهشنامه مدیریت، جلد ۱۱، مدیریت استراتژیک و کارآفرینی.
- نورعلی زاده، رحمان (۱۳۸۷)، رهبری معنوی (الگوی جدید رهبری هزاره سوم). دو ماهنامه توسعه انسانی پلیس سال پنجم، شماره ۱۶، صص ۱۱-۱۰۱
- Albert, S. & Whetten, D. A. (1985). "Organizational identity", In Cummings, L. L. & Staw, M. M. (Eds.), *Research in organizational behavior*-263-295, 7.
- Dent, E. B., Higgins, M. E and Wharff, D.M., 2005. Spirituality and leadership: An empirical review of definitions, distinctions, and embedded assumption. *the leadership quarterly*, 16 (5), pp 625-53.
- Fry, L.W. & Matherly, L.L (2006), Spiritual leadership and organizational Performance: An Exploratory study, Tarleton state university- central Texas.

- Fry, L. w (2003), Toward a theory of Spritual leadership, The leadership Quarterly, Vol. 14, No.6, pp.693-727.
- - Gibbons, J. (2006). "Employee Engagement" A Review of Current Research and Its Implications". New York: The Conference Board.
- Heinonen, J. & Korvela, K. (2005). *How about measuring entrepreneurship?* Research Report, Small Business Institute, Turku, Finland. p.126.
- Hough, J. & Scheepers, R. (2008). "Creating corporate entrepreneurship through strategic leadership", *Journal of Global Strategic Management*, 3(1):17- 25.
- Miles, M., Munilla, S. & Darroch, J. (2009). "Sustainable corporate entrepreneurship", *Journal of International Entrepreneurship and Management*, 5(1): 65- 76.
- Scheepers, M. Hough, J. & Bloom, J. (2008). "Nurturing the corporate entrepreneurship capability", *Southern African Business Review*, 12 (3): 50- 75.
- Zahra, S (1993). "Environment, corporate entrepreneurship and financial performance: a taxonomic approach", *Journal of Business Venturing*, Vol. 8, No. 4, pp. 319-40.

Investigating the Relationship between Spiritual Leadership with Job engagement and Organizational Entrepreneurship among Islamic Azad University employee in Golestan Province

Azam Noruzi¹, Gholamreza Montazeri², Ali Pormandi³ and Seyed Mehdi Hosseini Ozineh⁴

1Ph.D. Student of Entrepreneurship, Islamic Azad University, Ali Abad Katoul
Azamnoruzi55@yahoo.com

2Assistant Professor of Islamic Studies, Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources
Montazeri1404@gmail.com

3Ph.D. Student of Entrepreneurship, Islamic Azad University, Ali Abad Katoul
ali_pormandi84@yahoo.com

4Ph.D. Student of Entrepreneurship, Islamic Azad University, Ali Abad Katoul
Mehdi_hosseini175@yahoo.com

Abstract

The purpose of this study was to investigate the relationship between spiritual leadership with organizational entrepreneurship and job creation among the employees of Islamic Azad University of Golestan province. The statistical population of this research includes the administrative staff of Islamic Azad universities of Golestan province about 420. The statistical sample included 201 selected by stratified random sampling method. To measure the variables of research, Fry and Metro's Spiritual Leadership Questionnaire (2005), Organizational Entrepreneurship Questionnaire (2002) and Schoffell's Job Expiry Questionnaire (2001) were used. The research was descriptive and correlational. Data were analyzed using SPSS software and Pearson correlation coefficient. The results of the hypothesis test of the research indicate confirmation of the hypotheses and the existence of a positive and significant relationship between spiritual leadership with organizational entrepreneurship and spiritual leadership with the job enthusiasm of employees of Islamic Azad universities of Golestan province

Keywords: Job engagement, Organizational Entrepreneurship, Spiritual Leadership