

عنوان مقاله: ارائه الگوی سازمان متعالی با تاکید بر رویکرد اسلامی (مورد مطالعه: موسسات آموزش عالی شهر مشهد)

احمد عربشاهی کریزی^۱

دریافت: ۱۳۹۲/۶/۲۷
پذیرش: ۱۳۹۳/۵/۱
مقاله برای اصلاح به مدت ۳ روز نزد پدیدآور بوده است.

چکیده:

هدف این پژوهش ارائه الگوی سازمان متعالی با رویکرد اسلامی است. ما در این پژوهش الگوی سازمان متعالی با رویکرد اسلامی را از دیدگاه قرآن و نهج البلاغه ارائه می‌کنیم. ابتدا عناصر تعالی از قرآن و نهج البلاغه استخراج شده است. در ادامه هر عنصر بر اساس قرآن و نهج البلاغه مورد تحلیل قرار گرفته است. پس از تلخیص مباحث و دسته‌بندی عناصر، الگوی مفهومی پژوهش طراحی شده است. روش پژوهش مورد استفاده توصیفی و همبستگی است. جامعه آماری پژوهش موسسات آموزش عالی شهر مشهد است. برای تجزیه و تحلیل آماری داده‌های گردآوری شده از نرم‌افزارهای LISREL 8.50 و SPSS استفاده شده است. سه حوزه در مدل سازمان متعالی وجود دارد: ارتباط با خدا، ارتباط با دیگران و ارتباط با خود. با توجه به تحلیل‌های صورت گرفته با تحلیل عاملی، تحلیل مسیر و مدل‌یابی معادلات ساختاری الگوی مفهومی پژوهش مورد تایید قرار گرفته است.

۱. عضو هیئت علمی دانشگاه پیام نور
(نویسنده مسئول)
ahmad.arabshahi@gmail.com

کلیدواژه‌ها: اسلام، قرآن، نهج البلاغه، تعالی سازمانی، مدل معادلات ساختاری.

ارائه الگوی سازمان متعالی با تاکید بر رویکرد اسلامی (مورد مطالعه: موسسات آموزش عالی شهر مشهد)

مقدمه

یکی از مهم‌ترین اهداف بشر دستیابی به کمال و تعالی است و در جوامع مختلف انسانی به روش‌ها و سبک و سیاق‌های مختلف در این جهت تلاش‌هایی صورت می‌گیرد. به گونه‌ای که حتی اندیشمندان و پژوهشگران مختلف سعی کرده‌اند در این زمینه مدل‌هایی را طراحی و تبیین کنند. یکی از مهم‌ترین جنبه‌هایی که مطرح نظر نظریه‌پردازان قرار گرفته است تعالی سازمانی است و در این زمینه شاهد مدل‌های مختلفی در مناطق مختلف جهان هستیم. مدل‌هایی چون جایزه دمینگ در ژاپن، طرح جایزه کیفیت و سرآمدی کانادا، مدل کسب‌وکار جایزه ملی کیفیت مالکوم بالدريج در آمریکا، جایزه کیفیت استرالیا، مدل جایزه کیفیت اروپا ارائه شده از سوی بنیاد اروپایی مدیریت کیفیت (EFQM)، جایزه کیفیت راجیو گاندی هند و... از آن جمله‌اند. اما نکته‌ای که باید بدان دقت داشت این است که تا جایی که می‌توان و تا حد امکان باید الگویی جامع و کامل و دقیق تدوین شود و از آنجا که ما بر این اعتقاد هستیم که اسلام کامل‌ترین و جامع‌ترین دین است و نظر به اینکه خداوند چون آفریننده انسان است بهتر می‌تواند مسیر تعالی و کمال را به انسان بنماید، بنابراین در ایران و کشورهای اسلامی باید با رجوع به اسلام و منابع مختلف اسلامی در جهت تدوین الگویی جامع در این زمینه اقدام شود. در این پژوهش قصد داریم با رجوع به منابع اسلامی و بهره‌گیری از آیات شریفه قرآن کریم و خطبه‌ها، نامه‌ها و حکمت‌های نهج البلاغه در حد بضاعت و توان به ارائه الگوی سازمان متعالی با رویکرد اسلامی بپردازیم.

مبانی نظری

مفهوم تعالی^۱ و تعالی سازمانی^۲

امروزه، کسب‌وکار جهانی برای سازمان‌هایی که آرزوی دستیابی به موفقیت و نیل به رسالت‌های

1. Excellence
2. Organizational excellence

تعیین شده خود را دارند به یک میدان رقابتی و حتی خیلی مشکل‌تر از آن تبدیل شده است. در این راستا تنها اهرم قدرتمندی که توان سازمان را در حفظ بقای بلندمدت و تحقق مقاصدش در جهت برآورده‌سازی خواسته‌های ذی‌نفعان داخلی و خارجی و تعالی سازمانی تضمین می‌کند، توانایی کالبدشکافی و تشریح عملکرد سازمانی است و اینکه درک کنیم سازمان ما در راستای اجرای معیارها و اصول تعالی و مدیریت کیفیت در سطح جهانی از چه جایگاهی برخوردار است و موضع ضعف و قوت آن از چه عواملی نشأت می‌گیرد (شکاری و چراغی‌شامی، ۱۳۸۹).

مفهوم کیفیت از سال‌های دور وجود داشته و در طول زمان تکامل یافته است. در اوایل قرن بیستم کیفیت به معنای بازرسی محصولات برای اطمینان از تحقق معیارها و استانداردها بوده است. در دهه ۱۹۴۰ در طول جنگ جهانی دوم کیفیت از نظر ماهیت، آماری بوده است. روش‌های نمونه‌گیری آماری برای ارزیابی کیفیت استفاده می‌شد و نمودارهای کنترل کیفیت برای نظارت بر فرآیند تولید به کار می‌رفت. در دهه ۱۹۶۰ به کمک اندیشمندان کیفیت، این مفهوم معنای گسترده‌ای یافت و کیفیت به عنوان پدیده‌ای تلقی می‌شد که کل سازمان و نه فقط فرآیند را در بر می‌گرفت. همه‌ی بخش‌ها مسوول کیفیت محصولات بودند و همه در هزینه کیفیت پایین سپهیم بودند و کیفیت به عنوان مفهومی به شمار می‌آمد که سازمان را تحت تاثیر قرار می‌داد (حسن‌زاده ثمرین و مقیمی، ۱۳۸۹).

سودآوری در گرو دستیابی سازمان‌های تولیدی و خدماتی به مزیت رقابتی است. مزیت رقابتی باید از درون سازمان شروع شود و ادامه یابد. برای صادرات پایدار و سودآوری ابتدا باید محیط و بازار را شناسایی و با خلق بازارهای جدید در جهت جذب آنها اقدام کرد. برای رقابتی کردن سازمان راهکارهای مختلفی وجود دارد که یکی از این سازوکارها که در کلاس جهانی به رقابت منجر می‌شود استقرار مدل سرآمدی و تعالی در سازمان است. مدل سرآمدی به دو طریق به مزیت رقابتی سازمان کمک می‌کند. یکی از طریق توانمندسازها که عمدتاً مربوط به درون سازمان است و در مقوله‌هایی نظیر رهبری، منابع انسانی، خط مشی‌ها و منابع و فرآیندها، بستر رقابتی شدن و سودآوری را فراهم می‌سازد. و از طرف دیگر تاثیر و نتایج توانمندسازها را در ابعاد کارکنان، مشتری، جامعه و نتایج کلیه عملکردها مورد سنجش و اصلاح قرار می‌دهد (سلطانی، ۱۳۸۵).

امروز بیشتر کشورهای دنیا با تکیه بر این مدل‌ها جوایزی را در سطح ملی و منطقه‌ای ایجاد کرده‌اند که محرک سازمان‌ها و کسب‌وکار در تعالی، رشد و ثروت‌آفرینی است. مدل‌های تعالی با محور قرار دادن کیفیت تولید (کالا یا خدمات) و مشارکت همه اعضای سازمان می‌تواند رضایت مشتری را جلب و منافع ذی‌نفعان را فراهم کرده و در عین حال یادگیری فردی و سازمانی را با تکیه بر خلاقیت و نوآوری تشویق و ترویج کند (دل‌قوی، ۱۳۸۶).

مدل تعالی سازمانی، به عنوان ابزاری قوی برای شناخت نقاط قوت و زمینه‌های قابل بهبود سازمان‌ها شناخته شده و به عنوان یک چارچوب منسجم و به هم‌تنیده می‌تواند سیستم مدیریتی سازمان‌ها را همچنین تعریف کند، و مدیران را در به‌کارگیری تکنیک‌های مدیریتی یاری دهد. در این میان، مدل‌های تعالی سازمانی به عنوان یک ابزار و تکنیک فراگیر و با نگرش جامع به تمامی زوایای سازمان به کمک مدیران می‌آیند تا میزان موفقیت‌های خود را در اجرای برنامه‌ها در مقاطع زمانی مختلف مورد ارزیابی قرار دهند. منظور از تعالی یعنی عملکرد برجسته در مدیریت سازمان و دستیابی به نتایج بر اساس مفاهیم بنیادین که شامل نتیجه‌گرایی، تمرکز بر مشتری، رهبری و ثبات هدف، فرآیندها و واقعیت‌ها، مشارکت کارکنان، بهبود مستمر و نوآوری، مشارکت‌هایی که برای هر دو طرف سودمندند و مسوولیت‌های اجتماعی است (دلوی و ابزری، ۱۳۸۸).

با توجه به بار ارزشی کلمه برتری می‌توان آن را پاسخی منطقی به یکی از نیازهای اساسی سازمان یعنی رقابت بر شمرد. برتری رقابتی نه تنها تابعی از افزایش عملکرد و سودآوری است، بلکه تابعی از توانایی سازمان در تغییرات محیطی، نظیر تغییرات در نیازهای مشتریان، مهارت‌های رقبا، روحیه افراد و شرایط کسب‌وکار است. روی آوردن به نوآوری و خلق محصولات و خدمات جدید، شرط لازم برای رقابت در محیط در حال تغییر موسسات ذکر شده است. در مسیر تعالی سازمان اهمیت تعهد سازمانی و مدیریت، لزوم توجه به مشتری، در پیش گرفتن رفتارهایی که مبتنی بر همکاری و تشریک مساعی باشد، بهبود بخشیدن به چارچوب‌های اندازه‌گیری شاخص‌های مهم عملکرد و مرتبط کردن آن با هدف‌گذاری و ترازیابی، ضرورت تلفیق کردن بازخورد حاصل از نظرسنجی از کارکنان و مشتریان با عمل و برنامه‌ریزی کسب‌وکار و فرصت کسب مالکیت بهبود فرآیند از عوامل مهمی است که باید مد نظر قرار گیرد. رمز موفقیت و کامیابی صرفاً در داشتن سرمایه‌هایی از قبیل ثروت، قدرت، مقام و شهرت یا داشتن علم نیست بلکه در نحوه استفاده از آنها از طریق ارتباط و تفاهم صحیح با مردم، محبت، مهرورزی‌دن به آنها و تقسیم علم، دانش و ثروت خود با دیگران است (موسی‌خانی، گرامی و حضرتی، ۱۳۸۹).

نتایج به دست آمده از یک نظرسنجی که از رهبران منابع انسانی در سال ۲۰۰۶ انجام شده نشان داد یکی از موارد دارای پایین‌ترین امتیاز اثربخشی، عملیات منابع انسانی در آموزش رهبران کسب‌وکار در مورد کیفیت تصمیم‌گیری سرمایه انسانی خود بود. به نظر می‌رسد یکی از دلایل اینکه استعداد تصمیم‌گیری دارای کیفیت متوسط است این است که سیستم‌های منابع انسانی هنوز به طور موثر و تکامل‌یافته به رهبران برای بهبود این تصمیمات کمک نمی‌کند (Boudreau & Ziskin, 2011). یکی از روش‌هایی که مدل تعالی سازمانی را تعریف می‌کند بها دادن به خلاقیت کارکنان

است. مدل‌های تعالی سازمانی به‌عنوان یک ابزار فراگیر و با نگرش جامع به تمامی زوایای سازمان‌ها به کمک مدیران می‌آیند تا آنها را در شناخت دقیق‌تر سازمان یاری کنند. این مدل‌ها برای سنجش و مقایسه عملکرد سازمان‌ها همچنین به کار می‌روند و ضمن اینکه یک سازمان را قادر می‌سازند تا میزان موفقیت‌های خود را در اجرای برنامه‌ها در مقاطع زمانی مختلف مورد ارزیابی قرار دهد، نقاط قوت و ضعف خود را شناسایی و پروژه‌هایی را تعریف و به سمت تعالی حرکت کند (جعفری قوشچی، ۱۳۸۴). مطالعات نشان می‌دهد تنوع با تعالی سازگار است بنابراین تعالی حد زیادی از انعطاف‌پذیری و نوآوری در سطح محلی و افزایش یکپارچه‌سازی تمام فعالیت‌ها را در جهت بازار تعمیم‌یافته اجازه می‌دهد. تعالی است که در نتیجه اصل یکپارچه‌سازی اجازه می‌دهد تا تنوع قابل تحمل باشد بدون اینکه آن را برای وحدت سیستم تهدید بداند (Urciuoli, 2003).

با وجود کاربرد گسترده این واژه (تعالی) در سازمان‌ها، تاکنون تعاریف منسجم و جامعی از واژه تعالی در ادبیات مدیریت ارائه نشده است. هر چند پژوهشگران زیادی در این زمینه اقدام به پژوهش کرده و مدل‌های گوناگونی همچنین ارائه شده اما به نظر می‌رسد جایگاه یک تعریف علمی در این زمینه خالی است. آنچه اغلب بر آن اتفاق نظر وجود دارد این است که تعالی در تداوم مسیر کیفیت بوده و آن را تکمیل کرده است (Smith, 2006)، هر چند Doll & Williams (2000) معتقدند واژه تعالی نه تنها تداوم مسیر کیفیت نیست بلکه نقطه انحرافی آن همچنین محسوب می‌شود و لباس جدیدی بر پیکره الگوهای سنتی کیفیت به شمار می‌آید. (Davies & Hides (2000) معتقدند کیفیت مانند چشم یک بیننده بوده و تعالی بینشی است که در پس آن قرار داشته و افق‌های دوردست را ترسیم می‌کند. حاجی میرعرب (۱۳۸۳) با یک رویکرد زیبایی‌شناختی به تعالی پرداخته و آن را در ایجاد تعادل و کسب کمال در سه حوزه علم (دانایی و حقیقت)، هنر (زیبایی) و اخلاق (نیکی) تعریف کرده در حالی که میرسپاسی (۱۳۸۸) تعالی را نقطه کمال سازمان‌ها تلقی نکرده و گامی دیگر تحت عنوان تمدن سازمانی را در مسیر تکامل مفهوم تعالی در سازمان‌ها ترسیم کرده و آن را در ایجاد تعادل منطقی در بوروکراسی، تکنوکراسی و دموکراسی سازمانی تعریف کرده است. با وجود اشتراک مفهومی زیادی که میان کیفیت و تعالی وجود دارد (Weston (2009) معتقد است تعالی نه تنها برآورد نیازهای مشتری بلکه فرا رفتن از انتظارات مشتری همچنین هست. در تعریفی دیگر تعالی عبارت است از برآورد کامل نیازهای ذینفعان با کمترین هزینه سازمانی و بالاترین سطح کیفیت (Moullin, 2002). اسمیت همچنین تعالی را یک رویکردی مستمر و اقدامی راهبردی جهت برآورد کامل رضایت مشتریان تعریف کرده است. با مروری بر تعاریف فوق می‌توان چند ویژگی محوری بر مفهوم تعالی برشمرد که از مهم‌ترین آنها می‌توان به برآورد کامل نیازهای ذی‌نفعان، استمرار در حفظ رضایت



و خشنودی مشتریان و فرا رفتن از حد انتظارات آنها اشاره کرد (میرسپاسی، طلوعی‌اشلقی، معمارزاده و پیدایی، ۱۳۸۹).

تعالی در لغت به معنی بلندشدن و برتر شدن است و تعالی سازمانی به معنای تعهد سازمانی به رشد و توسعه پایدار و دائمی شرکت در جهت کسب رضایت مشتری و افزایش مستمر سودآوری شرکت در یک محیط ملی فراگیر و حمایت‌کننده است. تعالی سازمانی تابع شرایط خاص، فرهنگ، محیط داخلی و خارجی و کسب و کار، ویژگی نیروی انسانی سازمان، نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدهایی است که سازمان را دربرگرفته است. در یک کلام، مسیر برتری و تعالی سازمانی، شناسایی، تشخیص، توسعه و گسترش موفقیت در یک سازمان است (نخعی‌نژاد، ۱۳۸۶).

مفهوم و ماهیت سازمان متعالی

سازمان‌های متعالی، آنهایی هستند که تلاش می‌کنند ذی‌نفعان‌شان از آنچه به دست می‌آورند و نحوه به دست آوردن‌شان رضایت داشته باشند و اطمینان دارند که نتایج به دست آمده در آینده همچنین وجود خواهد داشت. در سازمان متعالی، تلقی و برداشت مشتریان از سازمان شناسایی شده و با استفاده از نشانگرهایی سعی در تامین رضایتمندی آنها دارد. رضایت مشتری عامل کلیدی در شکل‌گیری تمایل خرید آتی مشتریان به شمار می‌رود. همچنین مشتریان راضی به احتمال زیاد از تجربه خوب‌شان نزد دیگران صحبت خواهند کرد. مفاهیم بنیادین سرآمدی، مفاهیمی هستند که این مدل بر آنها بنا شده است و در واقع پایه و اساس مدل هستند. این مفاهیم برگرفته از اعتقادات و باورهای محوری شرکت‌ها و سازمان‌های سرآمد قرن بیستم هستند؛ سازمان‌هایی که در عمل و با باور به این مفاهیم، شرکت‌هایی ساخته‌اند که در تاریخ کسب‌وکار ماندگار شده‌اند. در مدل EFQM این مفاهیم بنیادی عبارتند از: نتیجه‌گرایی، مسوولیت اجتماعی شرکت، رهبری و ثبات در مقاصد، مدیریت مبتنی بر فرآیندها و واقعیت‌ها، توسعه و مشارکت کارکنان، یادگیری، نوآوری و بهبود مستمر، توسعه شراکت‌ها و مشتری‌مداری (بیکزاد و بهبودی، ۱۳۸۸).

سازمان متعالی به سازمانی گفته می‌شود که کیفیت خروجی‌های آن مورد رضایت مشتریان، مصرف‌کنندگان، کارکنان، سهامداران، تامین‌کنندگان و جامعه قرار داشته باشد. سازمان متعالی سازمانی است که پس از مرحله شناخت، فرآیند رسیدن به وضع مطلوب در آن شناسایی و اجرا می‌شود (دفتر مطالعات راهبردی، ۱۳۸۹). سازمان‌های متعالی، نیاز و انتظار ذی‌نفعان خود را اندازه‌گیری کرده و از آن فراتر می‌روند. تجارب و تصور ذی‌نفعان را مشعوف نسبت به خودشان برآورد می‌کنند و عملکرد



دیگر سازمان‌ها را در این خصوص مشاهده و بازنگری می‌کنند (ملکی و ایزدی، ۱۳۸۷). سرآمد شدن یک سازمان فرآیند پیوسته‌ای است که با برنامه‌ریزی و هدفگذاری آغاز می‌شود و در طول مسیر با ارزیابی‌های مداوم و استفاده از اهداف از پیش تعیین‌شده نواقص و نارسایی‌ها مشخص شده و با اصلاحات لازم، حذف موانع و تقویت نقاط قوت انجام می‌شود (دفتر مطالعات راهبردی، ۱۳۸۹).

به نظر می‌رسد سازمان متعالی با رویکرد اسلامی سازمانی است که در آن حق‌الله، حق‌الناس و حق‌النفس رعایت شود. به عبارت دیگر در سازمان متعالی با رویکرد اسلامی افراد باید ایمان و اعتقاد به اصول دین و ارزش‌های آن داشته باشند و وظایف خویش را در برابر خداوند به انجام رسانند. افراد در سازمان متعالی با رویکرد اسلامی باید حق‌الناس را مورد تأکید قرار داده و ذی‌نفعان سازمانی از جمله مشتری، عرضه‌کننده، رقبای، دولت، موسسات مالی، اتحادیه‌ها، رسانه‌ها و... را مورد توجه قرار داده و حق آنها را ادا کنند. در سازمان متعالی با رویکرد اسلامی حق‌النفس باید مورد توجه و تأکید قرار گیرد و ذی‌نفعان درونی سازمان از جمله مدیران، کارکنان و سهامداران به حق مادی و معنوی خود برسند.

جدول ۱: تعاریف تعالی سازمانی و سازمان متعالی

تعریف	سال	نویسنده
در تشریح مدل تعالی سازمانی EFQM، جان رابرتز مدیر اجرایی اداره پست بریتانیا و دبیرکل سابق می‌گوید: «راهکارهایی که به سازمان اجازه می‌دهد تا به رضایت متعادل ذی‌نفعان (مشتریان، کارکنان، جامعه و سهامداران یا دولت) دست یابد به طوری که احتمال موفقیت درازمدت افزایش یابد.	۱۳۸۴	جعفری‌فوشچی
تعالی سازمانی به معنای تعهد سازمانی به رشد و توسعه پایدار و دائمی شرکت در جهت کسب رضایت مشتری و افزایش مستمر سودآوری شرکت در یک محیط ملی فراگیر و حمایت‌کننده است.	۱۳۸۶	نخعی نژاد
سرآمدی، عملکرد برجسته در مدیریت سازمان و دستیابی به نتایج بر اساس مفاهیم بنیادین است که شامل نتیجه‌گرایی، تمرکز بر مشتری، رهبری و ثبات هدف، فرآیندها و واقعیت‌ها، مشارکت کارکنان، بهبود مستمر و نوآوری، مشارکت‌هایی که برای هر دو طرف سودمندند و مسوولیت‌های اجتماعی است.	۱۳۸۶	سرایداریان
سازمان‌های متعالی، نیاز و انتظار ذی‌نفعان خود را اندازه‌گیری کرده و از آن فراتر می‌روند. تجارب و تصور ذی‌نفعان را مشعوف نسبت به خودشان برآورد می‌کنند و عملکرد دیگر سازمان‌ها را در این خصوص مشاهده و بازنگری می‌کنند.	۱۳۸۷	ملکی و ایزدی
منظور از تعالی یعنی عملکرد برجسته در مدیریت سازمان و دستیابی به نتایج بر اساس مفاهیم بنیادین که شامل نتیجه‌گرایی، تمرکز بر مشتری، رهبری و ثبات هدف، فرآیندها و واقعیت‌ها، مشارکت کارکنان، بهبود مستمر و نوآوری، مشارکت‌هایی که برای هر دو طرف سودمندند و مسوولیت‌های اجتماعی است.	۱۳۸۸	دلوی و ابزری

ادامه جدول ۱: تعاریف تعالی سازمانی و سازمان متعالی

نویسنده	سال	تعریف
بیکزاد و بهبودی	۱۳۸۸	سازمان‌های متعالی، آنهایی هستند که تلاش می‌کنند ذی‌نفعان‌شان از آنچه به دست می‌آورند و نحوه به دست آوردن‌شان رضایت داشته باشند و اطمینان دارند که نتایج به دست آمده در آینده همچنین وجود خواهد داشت.
موسی‌خانی، گرامی و حضرتی	۱۳۸۹	با توجه به بار ارزشی کلمه برتری می‌توان آن را پاسخی منطقی به یکی از نیازهای اساسی سازمان یعنی رقابت برشمرد. برتری رقابتی نه تنها تابعی از افزایش عملکرد و سودآوری، بلکه تابعی از توانایی سازمان در تغییرات محیطی، نظیر تغییرات در نیازهای مشتریان، مهارت‌های رقبا، روحیه افراد و شرایط کسب‌وکار است.
دفتر مطالعات راهبردی	۱۳۸۹	سازمان متعالی به سازمانی گفته می‌شود که کیفیت خروجی‌های آن مورد رضایت مشتریان، مصرف‌کنندگان، کارکنان، سهامداران، تامین‌کنندگان و جامعه قرار داشته باشد. سازمانی متعالی است که پس از مرحله شناخت، فرآیند رسیدن به وضع مطلوب در آن شناسایی و اجرا می‌شود.
Ritchie & Dale	۲۰۰۰	تعالی کسب‌وکار موجب می‌شود تا به نیازهای مشتریان و سهامداران پاسخ دهیم و به اهداف سازمانی نائل آییم. تعالی کسب‌وکار به‌عنوان یک فرآیند طولانی‌مدت در نظر گرفته می‌شود و به مسائل کلیدی راهبردی مانند توسعه فرآیندهای هسته‌ای عملکردی مربوط است تا بتوانیم بهترین باشیم و کار مردم را بهتر انجام دهیم و در جهت ارائه خدمات به مشتریان، یک چارچوب کیفیت ایجاد کنیم.
Urcioli	۲۰۰۳	تنوع با تعالی سازگار است بنابراین تعالی با یک درجه زیادی از انعطاف‌پذیری و نوآوری در سطح محلی، افزایش یکپارچه‌سازی تمام فعالیت‌ها را در جهت بازار تعمیم‌یافته اجازه می‌دهد. تعالی است که در نتیجه اصل یکپارچه‌سازی اجازه می‌دهد تا تنوع قابل تحمل بدون اینکه آن را برای وحدت سیستم تهدید بداند.
Jankalova	۲۰۱۳	تعالی کسب‌وکار بیش از یک نظریه صرف و یا یک راهنماست. یک روش مهم اقدام در کل منطقه مدیریت شرکت و فرآیند بهبود مستمر تمامی جنبه‌های مهم افراد مربوط به گروه است. عامل تداوم در بهبود فرآیند و رضایت کسانی است که سطح دستیابی به تعالی کسب‌وکار را تعیین می‌کنند.

روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت، پیمایشی-تحلیلی و مبتنی بر مدل معادلات ساختاری (SEM) است. جامعه پژوهش، موسسات آموزش عالی شهر مشهد است. طبقه‌بندی‌ای که برای جامعه مورد بررسی یعنی موسسات آموزش عالی شهر مشهد صورت گرفت عبارتند از: دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد، دانشگاه پیام نور مرکز مشهد، دانشگاه فردوسی مشهد، دانشگاه علوم پزشکی مشهد، دانشگاه بین‌المللی امام رضا (ع)، جهاد دانشگاهی مشهد، موسسه آموزش عالی خردگرایان مطهر، موسسه آموزش عالی عطار، موسسه آموزش عالی بهار، موسسه آموزش عالی خراسان و موسسه آموزش عالی اسرار. با توجه به طبقه‌بندی صورت‌گرفته، نمونه‌گیری به صورت

طبقه‌ای تصادفی صورت گرفت.

پس از انجام محاسبات با استفاده از نرم‌افزار SPSS 16.0 و دریافت خروجی می‌توان گفت از آنجا که مقدار شاخص KMO برابر ۰/۹۰۵ (نزدیک به یک) است، تعداد نمونه برای تحلیل عاملی کافی است. همچنین مقدار Sig آزمون بارتلت، کوچک‌تر از پنج درصد است که نشان می‌دهد تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار مدل عاملی مناسب است.

در این پژوهش جهت گردآوری اطلاعات از ابزارها و روش‌های مختلفی چون روش‌های کتابخانه‌ای (استفاده از کتب، پایان‌نامه‌ها و نشریات)، روش‌های رایانه‌ای (الف- بهره‌گیری از نرم‌افزارهای مختلف و از جمله نرم‌افزارهای اسلامی و آماری، ب- استفاده از شبکه جهانی) و روش‌های میدانی (مشاهده و پرسشنامه) استفاده شده است.

برای طراحی ابزار گردآوری داده‌ها ابتدا پیشینه پژوهش (مباحث مربوط به تعالی، قرآن و نهج‌البلاغه) مورد بررسی واقع شد و شاخص‌های مربوط به متغیرهای پژوهش شناسایی شد و در مرحله بعد با تشکیل پتل دلفی این شاخص‌ها در معرض نظرخواهی خبرگان گذاشته شد و با توجه به نظریات خبرگان به طراحی پرسشنامه‌ای با ۶۳ پرسش بر اساس طیف لیکرت پنج‌گزینه‌ای اقدام شد. به منظور ارزیابی روایی، پرسشنامه در اختیار تعدادی از استادان رشته مدیریت قرار گرفت. برای بررسی پایایی تعدادی پرسشنامه توزیع شد که با جمع‌آوری ۲۰ پرسشنامه به محاسبه آلفای کرونباخ با استفاده از نرم‌افزار SPSS 16.0 اقدام شد. خروجی آلفای کرونباخ را برابر با ۰/۹۶۲ نشان می‌دهد، بنابراین می‌توان گفت پرسشنامه از پایایی خوبی برخوردار است.

داده‌های جمع‌آوری‌شده در این پژوهش با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS 16.0 و LISREL 8.50 مورد تحلیل قرار گرفته است. از نرم‌افزار SPSS 16.0 برای ورود و کدگذاری داده‌ها و انجام محاسباتی از جمله محاسبه آلفای کرونباخ و شاخص KMO استفاده شد.

همان‌گونه که اشاره شد این پژوهش مبتنی بر مدلیابی معادلات ساختاری است. مدلیابی معادلات ساختاری (SEM)^۱ یکی از آخرین دستاوردهای آماردانان در این برهه از زمان، و از جمله مدل‌های آماری برای بررسی روابط خطی میان متغیرهای مکنون (مشاهده‌نشده) و متغیرهای آشکار (مشاهده‌شده) است. از طریق این فنون است که پژوهشگران می‌توانند ساختارهای فرضی را، که به گونه کلی مدل (و با دقت کمتری) مدل‌های علی نامیده می‌شود، رد یا انطباق آنها را با داده‌های غیرآزمایشی تایید کنند. اما این فنون تنها محدود به روش‌های غیرآزمایشی نیست و پژوهشگران آنها



را برای مدل‌سازی داده‌های آزمایشی همچنین به کار می‌برند (هومن، ۱۳۸۸). برنامه LISREL به منظور تخمین و آزمون مدل‌های معادلات ساختاری (معروف به SEM) و بررسی و تحلیل روابط خطی بین متغیرهای نهفته و متغیرهای آشکار (مشاهده‌شده) به کار می‌رود. این برنامه همبستگی و کوواریانس‌های میان متغیرهای اندازه‌گیری‌شده (آشکار) را برای تخمین مقادیر بارهای عاملی، واریانس‌ها و خطاهای متغیرهای نهفته، مورد استفاده قرار می‌دهد (کلانتری، ۱۳۸۸). در این پژوهش برای محاسبه ماتریس واریانس-کوواریانس، تحلیل مسیر و آزمون الگوی مفهومی پژوهش، از نرم‌افزار LISREL 8.50 استفاده شده است.

استخراج ابعاد و عوامل متناسب با سازمان متعالی از قرآن و نهج‌البلاغه

همانگونه که اشاره شد انسان در جست‌وجوی کمال و تعالی است و در این جهت مسیرهای مختلفی را در پیش گرفته است. اما اگر دقیق به موضوع بنگریم و خواسته باشیم مسیری درست را در این زمینه تعریف کنیم می‌توان گفت که خداوند انسان را آفریده است پس او همچنین می‌تواند مسیر تعالی و کمال را برای انسان بیان کند کما اینکه این کار از طریق فرستادن رسولان و ارائه ادیان مختلف صورت گرفته است. در این میان ما مسلمانان اعتقاد داریم که اسلام کامل‌ترین و جامع‌ترین دین است بنابراین باید برای کشف مسیر تعالی و کمال به دامان اسلام پناه برده و با استفاده از منابع مختلف اسلامی مسیر تعالی و کمال انسان را تبیین کنیم.

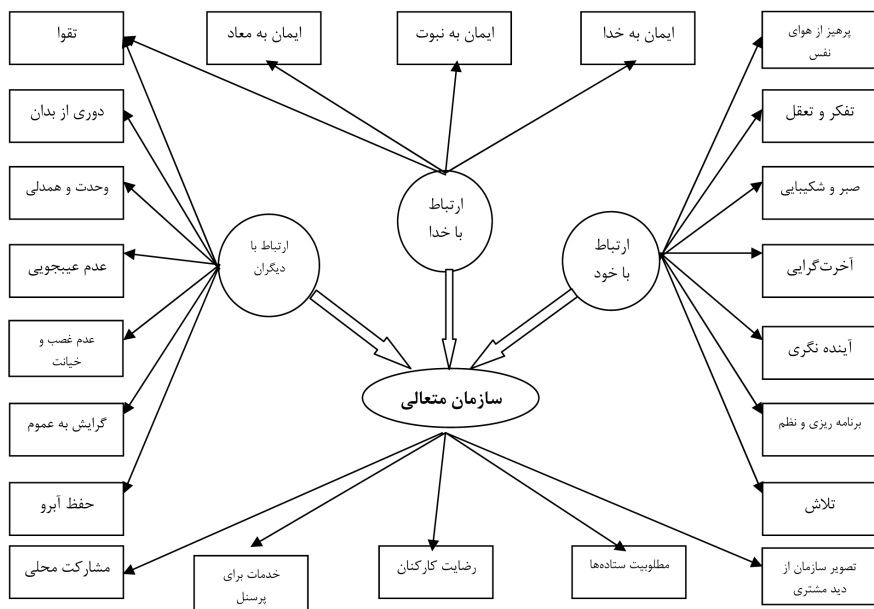
بنابراین با توجه به اینکه قرآن و نهج‌البلاغه از مهم‌ترین منابع اسلامی به شمار می‌آیند در این مقاله درصدد هستیم در جهت تدوین مدل سازمان متعالی از تعالیم ارزشمند آنها بهره‌گیریم و آنها را مبنای تدوین مدل مزبور قرار دهیم. بنابراین در جهت کشف و شناسایی عوامل موثر در شکل‌گیری سازمان متعالی محقق در حد وقت و بضاعتی که دارد به مطالعه و بررسی آیات قرآن کریم و خطبه‌ها، نامه‌ها و حکمت‌های نهج‌البلاغه پرداخته و مولفه‌های بسیار زیادی (خصوصاً عواملی که بیشتر به صورت امر و نهی مطرح شده بود) را استخراج و چندین بار مورد طبقه‌بندی قرار داده که در نهایت به صورت جدول ۲ ارائه شده است:

جدول ۲: عوامل متناسب با سازمان متعالی برگرفته از قرآن و نهج البلاغه

متغیرها	شاخص‌ها	نمونه‌هایی از مستندات
ارتباط با خدا	ایمان (به خدا، نبوت و معاد)، ستایش، دعا و توکل به خدا	(بقره ۳)، (بقره ۴)، (بقره ۲۵)، (بقره ۳۹)، (بقره ۴۱)، (بقره ۶۲) و... (خطبه ۱)، (خطبه ۲)، (خطبه ۱۶)، (خطبه ۲۳)، (خطبه ۲۴) و...
	پرهیزکاری، تقوا و ترس از خدا	(بقره ۱۹۴)، (بقره ۱۹۷)، (بقره ۲۱۲)، (آل عمران ۱۵)، (آل عمران ۷۶) و... (خطبه ۳)، (خطبه ۱۶)، (خطبه ۶۴)، (خطبه ۷۶)، (خطبه ۸۳) و...
	در راه خدا و راه حق حرکت کردن	(آل عمران ۱۷)، (آل عمران ۳۱)، (آل عمران ۷۷)، (آل عمران ۱۱۲) و... (خطبه ۱۶)، (خطبه ۲۴)، (خطبه ۶۴)، (خطبه ۷۵)، (خطبه ۷۶) و...
	توبه، استغفار و درخواست عفو از خدا	(آل عمران ۱۷)، (آل عمران ۸۹)، (آل عمران ۱۳۵)، (النساء ۱۷) و... (خطبه ۱۶)، (خطبه ۲۸)، (خطبه ۶۴)، (خطبه ۸۳)، (خطبه ۹۳) و...
	انجام واجبات، نماز، زکات، روزه، حج، جهاد و...	(بقره ۱۷۷)، (بقره ۲۳۸)، (بقره ۲۷۷)، (بقره ۳)، (بقره ۴۳)، (بقره ۸۳) و... (خطبه ۹۹)، (خطبه ۱۱۳)، (خطبه ۱۶۷)، (خطبه ۱۷۶)، (نامه ۳۱) و...
	دوری از شیطان و عدم پیروی شیطان	(بقره ۲۰۸)، (بقره ۱۶۸)، (النساء ۱۱۹)، (الحج ۴)، (النور ۲۱) و... (خطبه ۸۳)، (خطبه ۱۵۱)، (خطبه ۱۹۲)، (نامه ۵۵)، (خطبه ۲۱۴) و...
	آموختن و فهم و تلاوت، حفظ و عمل به قرآن	(المزمل ۲۰)، (خطبه ۸۶)، (خطبه ۱۱۰)، (خطبه ۱۲۱)، (خطبه ۱۳۳) و...
	پرهیز از گناه، بدی، ظلم، فتنه و نفاق	(بقره ۸۱)، (النساء ۳۱)، (النساء ۱۱۱)، (النساء ۱۱۲)، (الانعام ۱۲۰) و... (خطبه ۱۶)، (خطبه ۷۶)، (خطبه ۸۳)، (خطبه ۸۸)، (خطبه ۱۰۵) و...
	رعایت عدالت و انصاف	(النساء ۵۸)، (المائدة ۴۲)، (النساء ۱۳۵)، (المائدة ۸)، (الانعام ۱۵۲) و... (خطبه ۸۷)، (خطبه ۱۵۳)، (خطبه ۱۹۲)، (خطبه ۲۰۵)، (خطبه ۲۲۱) و...
	مشورت کردن	(آل عمران ۱۵۹)، (الشوری ۳۸)، (نامه ۳۱)، (نامه ۵۳)، (نامه ۵۰) و...
ارتباط با دیگران	امانتداری و ادای امانت	(النساء ۵۸)، (المومنون ۸)، (المعارج ۳۲)، (خطبه ۱۹۳)، (نامه ۲۶) و...
	دوری از بدن و رابطه برقرار کردن با مومنان	(آل عمران ۲۸)، (النساء ۱۴۴)، (المائدة ۵۷)، (التوبه ۷۱)، (التوبه ۱۱۹) و... (نامه ۳۱)، (نامه ۴۷)، (نامه ۵۳)، (نامه ۶۹)، (خطبه ۸۶)، (خطبه ۸۷) و...
	عدم دشمنی و تفرقه و همت بر وحدت و همدلی	(المائدة ۲)، (الحجرات ۹)، (الحجرات ۱۰)، (النساء ۱) و... (خطبه ۱۶)، (خطبه ۸۶)، (خطبه ۱۹۲)، (خطبه ۱۹۳)، (نامه ۳۱) و...
	پرهیز از خشم و فرو بردن خشم	(آل عمران ۱۳۴)، (الشوری ۳۷)، (خطبه ۱۹۲)، (خطبه ۱۹۳)، (نامه ۳۱) و... (خطبه ۲۳)، (خطبه ۸۶)، (خطبه ۱۹۲) و...
	عدم حسد و حسادت	(بقره ۸۳)، (النساء ۳۶)، (الانعام ۱۵۱)، (العنکبوت ۸)، (لقمان ۱۴) و... (خطبه ۱۴۰)، (خطبه ۱۵۳)، (خطبه ۱۷۶)، (خطبه ۱۹۲) و...
	با زبان خوش و به نرمی و بحق سخن گفتن	(بقره ۸۳)، (النساء ۸۶)، (النساء ۱۴۸)، (الفرقان ۶۳)، (العنکبوت ۴۶) و... (خطبه ۱۹۲)، (خطبه ۱۹۳)، (خطبه ۲۰۶)، (نامه ۳۱)، (نامه ۴۷) و...
	عدم عیبجویی، گمان بد بردن و غیبت	(الحجرات ۱۱)، (الحجرات ۱۲)، (الهمزه ۱)، (خطبه ۱۴۰)، (خطبه ۱۵۳) و...
	حفظ حقوق مسلمانان، عدم غصب و عدم خیانت به ملت	(بقره ۱۸۸)، (النساء ۲۹)، (النساء ۳۰)، (خطبه ۲۲۴)، (نامه ۲۶) و...
	حفظ آبرو و به جا گذاشتن نام نیک	(خطبه ۱۲۰)، (نامه ۶۹)، (حکمت ۳۶۲) و...
	عبرت از گذشته و برهم نزدن سنت‌های خوب گذشته	(خطبه ۳۲)، (خطبه ۱۱۷)، (خطبه ۱۵۳)، (خطبه ۱۵۷)، (خطبه ۱۶۱) و...

ادامه جدول ۲: عوامل متناسب با سازمان متعالی برگرفته از قرآن و نهج البلاغه

متغیرها	شاخص‌ها	نمونه‌هایی از مستندات
ارتباط با دیگران	پذیرفتن اندرزها و سخنان حکیمانه و فراگیری علم و دانش	(خطبه ۷۶)، (خطبه ۱۰۸)، (خطبه ۲۱۴)، (نامه ۳۱)، (نامه ۵۳) و...
	گرایش به عموم و نه به خواص و توجه به افراد پایین‌تر	(نامه ۵۱)، (نامه ۵۳)، (نامه ۵۹)، (نامه ۶۹)، (نامه ۷۶)، (حکمت ۱۵۰) و...
	وفاداری، عدم خیانت و نیرنگ و وفای به عهد	(بقره، ۱۷۷)، (المائده، ۱)، (الانعام، ۱۵۲)، (الصف، ۲)، (الصف، ۳) و... (خطبه ۴۱)، (خطبه ۱۰۶)، (خطبه ۱۹۲)، (حکمت ۱۵۵)، (نامه ۵۳) و...
ارتباط با خود	انجام اعمال نیکو و صالح	(بقره، ۲۷۷)، (بقره، ۲۸۶)، (بقره، ۲۵)، (بقره، ۵۸)، (بقره، ۶۲)، (بقره، ۸۲) و... (خطبه ۲۳)، (خطبه ۲۸)، (خطبه ۶۴)، (خطبه ۷۶)، (خطبه ۸۳) و...
	میان‌روی و اعتدال، پرهیز از افراط و تفریط	(بقره، ۱۹۰)، (بقره، ۱۹۳)، (المائده، ۸۷)، (طه، ۱۲۷)، (المؤمنون، ۷) و... (خطبه ۱۶)، (خطبه ۸۶)، (خطبه ۱۲۷)، (خطبه ۱۵۳)، (خطبه ۱۹۳) و...
	عدم هواپرستی، عدم پیروی از نفس و غلبه بر شهوات	(القصص، ۵۰)، (الحشر، ۹)، (التغابن، ۱۶)، (النازعات، ۴۰)، (الفجر، ۲۷) و... (خطبه ۲۸)، (خطبه ۴۲)، (خطبه ۶۴)، (خطبه ۷۶)، (خطبه ۸۳) و...
	آخرت‌گرایی، عدم دنیاگرایی و به یاد مرگ بودن	(الانعام، ۷۰)، (یونس، ۲۴)، (هود، ۱۵)، (ابراهیم، ۳)، (الکهف، ۴۶) و... (خطبه ۲۸)، (خطبه ۳۲)، (خطبه ۴۲)، (خطبه ۴۵)، (خطبه ۶۳) و...
	راستگویی، عدم دروغ‌گویی و عدم ادعای باطل	(بقره، ۴۲)، (النساء، ۱۳۵)، (النساء، ۱۷۱)، (المائده، ۷۷)، (الزخرف، ۸۶) و... (خطبه ۱۶)، (حکمت ۱۵۰)، (خطبه ۱۹۳)، (نامه ۴۸)، (نامه ۶۹) و...
	اتفاق و بخشش جان و مال در راه خدا	(بقره، ۱۷۷)، (بقره، ۱۹۵)، (بقره، ۲۱۵)، (بقره، ۲۴۵)، (بقره، ۲۵۴) و... (خطبه ۲۳)، (خطبه ۹۰)، (خطبه ۱۱۰)، (خطبه ۱۱۷)، (خطبه ۱۴۲) و...
	تفکر و تعقل، به کار گرفتن اندیشه و خرد	(الانعام، ۵۰)، (الانبیاء، ۱۰)، (المؤمنون، ۸۰)، (الفرقان، ۷۴)، (القصص، ۶۰) و... (خطبه ۸۳)، (خطبه ۸۸)، (خطبه ۱۲۰)، (خطبه ۱۵۳)، (خطبه ۱۶۱) و...
	صبر و بردباری، شکیبایی و استقامت	(بقره، ۴۵)، (بقره، ۱۵۵)، (بقره، ۱۷۷)، (بقره، ۱۵۳)، (آل عمران، ۱۷) و... (خطبه ۷۶)، (خطبه ۸۶)، (خطبه ۱۱۷۶)، (خطبه ۱۹۲)، (خطبه ۱۹۳) و...
	تواضع و فروتنی و عدم غرور و تکبر	(الاسراء، ۳۷)، (الانبیاء، ۹۰)، (الحج، ۳۴)، (الحج، ۳۵)، (المؤمنون، ۲) و... (خطبه ۶۴)، (خطبه ۸۳)، (خطبه ۱۲۱)، (خطبه ۱۴۷)، (خطبه ۱۵۳) و...
	عدم ریا، یکسان بودن دل و زبان - گفتار و کردار	(الماعون، ۶)، (خطبه ۸۳)، (خطبه ۱۷۶)، (نامه ۲۶)، (نامه ۲۷) و...
	آینده‌نگری و دوراندیشی	(خطبه ۱۷۶)، (خطبه ۱۹۳)، (نامه ۵۳)، (خطبه ۱۵۳) و...
	استفاده از فرصت‌ها و فرصت‌های نیک را غنیمت شمردن	(حکمت ۲۱۰)، (حکمت ۲۱)، (نامه ۳۱) و...
	قناعت و پرهیز از طمع‌ورزی	(خطبه ۱۹۳)، (خطبه ۲۲۰)، (نامه ۳۱)، (نامه ۴۵)، (حکمت ۴۴) و...
	پرهیز از اسراف و مصرف نیکو و درست	(نامه ۲۰)، (نامه ۳۱) و...
	برنامه‌ریزی و نظم در امور زندگی و عدم شتاب	(نامه ۴۷)، (نامه ۵۳)، (حکمت ۲۷۳)، (خطبه ۱۵۳) و...
	رعایت حلال و حرام و کسب حلال	(خطبه ۱۵۱)، (خطبه ۱۷۶)، (خطبه ۱۹۳)، (نامه ۳۱)، (نامه ۵۳) و...
تلاش و کوشش	(نامه ۳۱) و...	
پرهیز از ریا	(بقره، ۲۷۵)، (بقره، ۲۷۸)، (آل عمران، ۱۳۰)، (النساء، ۱۶۱) و...	



شکل ۱: الگوی مفهومی سازمان متعالی با رویکرد اسلامی

الگوی مفهومی پژوهش دربردارنده چهار عامل یا متغیر پنهان (Latent Variable) شامل سازمان متعالی، ارتباط با خدا، ارتباط با دیگران و ارتباط با خود است و هر کدام از این متغیرها شامل تعدادی شاخص یا متغیرهای آشکار (Observed Variable) هستند.

سازمان متعالی شامل پنج شاخص تصویر سازمان از دید مشتری، مطلوبیت ستاده‌ها، رضایت کارکنان، خدمات برای کارکنان و مشارکت محلی است.

ارتباط با خدا شامل چهار شاخص ایمان به خدا، ایمان به نبوت، ایمان به معاد و تقواست.

ارتباط با دیگران شامل هفت شاخص تقوا، دوری از بدان، وحدت و همدلی، عدم عیبجویی، عدم غصب و خیانت، گرایش به عموم و حفظ آبرو است.

ارتباط با خود شامل هفت شاخص برهیز از هوای نفس، تفکر و تعقل، صبر و شکیبایی، آخرت‌گرایی، آینده‌نگری، برنامه‌ریزی و نظم و تلاش است.

الف- فرضیه‌های مربوط به معادلات اندازه‌گیری

- شاخص تصویر سازمان از دید مشتری، مفهوم سازمان متعالی را می‌سنجد.
- شاخص مطلوبیت ستاده‌ها، مفهوم سازمان متعالی را می‌سنجد.
- شاخص رضایت کارکنان، مفهوم سازمان متعالی را می‌سنجد.
- شاخص خدمات برای کارکنان، مفهوم سازمان متعالی را می‌سنجد.
- شاخص مشارکت محلی، مفهوم سازمان متعالی را می‌سنجد.
- شاخص ایمان به خدا، مفهوم ارتباط با خدا را می‌سنجد.
- شاخص ایمان به نبوت، مفهوم ارتباط با خدا را می‌سنجد.
- شاخص ایمان به معاد، مفهوم ارتباط با خدا را می‌سنجد.
- شاخص تقوا، مفهوم ارتباط با خدا را می‌سنجد.
- شاخص تقوا، مفهوم ارتباط با دیگران را می‌سنجد.
- شاخص دوری از بدن، مفهوم ارتباط با دیگران را می‌سنجد.
- شاخص وحدت و همدلی، مفهوم ارتباط با دیگران را می‌سنجد.
- شاخص عدم عیبجویی، مفهوم ارتباط با دیگران را می‌سنجد.
- شاخص عدم غصب و خیانت، مفهوم ارتباط با دیگران را می‌سنجد.
- شاخص گرایش به عموم، مفهوم ارتباط با دیگران را می‌سنجد.
- شاخص حفظ آبرو، مفهوم ارتباط با دیگران را می‌سنجد.
- شاخص پرهیز از هوای نفس، مفهوم ارتباط با خود را می‌سنجد.
- شاخص تفکر و تعقل، مفهوم ارتباط با خود را می‌سنجد.
- شاخص صبر و شکیبایی، مفهوم ارتباط با خود را می‌سنجد.
- شاخص آخرت‌گرایی، مفهوم ارتباط با خود را می‌سنجد.
- شاخص آینده‌نگری، مفهوم ارتباط با خود را می‌سنجد.
- شاخص برنامه‌ریزی و نظم، مفهوم ارتباط با خود را می‌سنجد.
- شاخص تلاش، مفهوم ارتباط با خود را می‌سنجد.

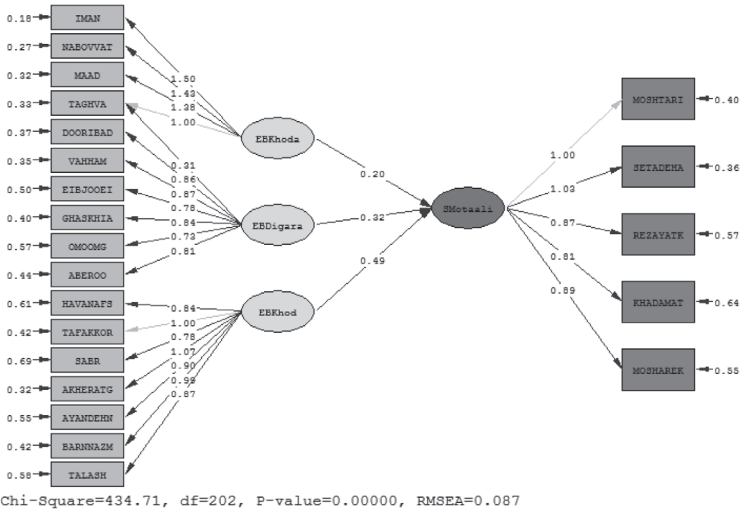
ب- فرضیه‌های مربوط به معادلات ساختاری

فرضیه اول: ارتباط با خدا بر روی سازمان متعالی تاثیر مثبت و مستقیم دارد.
فرضیه دوم: ارتباط با دیگران بر روی سازمان متعالی تاثیر مثبت و مستقیم دارد.
فرضیه سوم: ارتباط با خود بر روی سازمان متعالی تاثیر مثبت و مستقیم دارد.

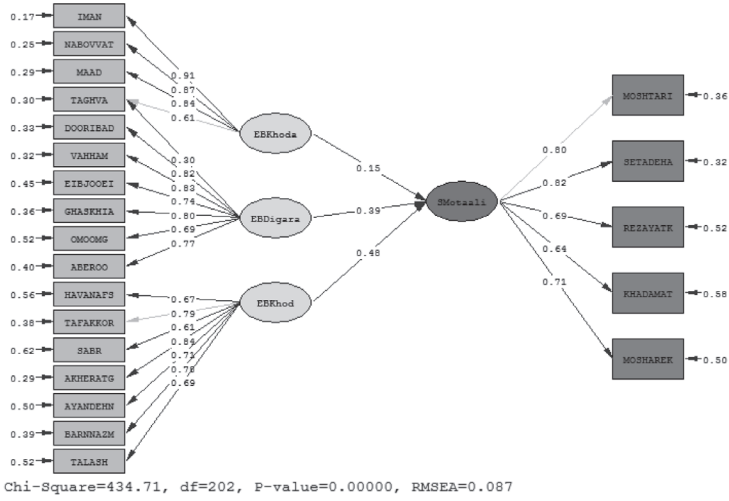
یافته‌های پژوهش

تحلیل مسیر^۱ که برای نخستین بار از سوی (Swell Wright (1934 توسعه یافت گسترش رگرسیون و در حقیقت، کاربرد رگرسیون چندمتغیری در ارتباط با تدوین بارز مدل‌های علی^۲ است. هدف آن به دست دادن برآوردهای کمی روابط علی میان مجموعه‌ای از متغیرهاست (هومن، ۱۳۸۸). نرم‌افزار LISREL یک محصول خودکفاست که به منظور برآورد و آزمون مدل‌های معادلات ساختاری طراحی و از سوی شرکت بین‌المللی نرم‌افزار علمی (SSI)^۳ به بازار عرضه شده است. این نرم‌افزار با استفاده از همبستگی و کوواریانس بین متغیرهای اندازه‌گیری شده، می‌تواند مقادیر بارهای عاملی، واریانس‌ها و خطاهای متغیرهای مکنون را برآورد یا استنباط کند، و از آن می‌توان برای اجرای تحلیل عاملی اکتشافی، تحلیل عاملی مرتبه دوم، تحلیل عاملی تاییدی و همچنین تحلیل مسیر (مدل‌یابی علی با متغیرهای مکنون) استفاده کرد (هومن، ۱۳۸۸). بعد از مقدمه‌ای که مطرح شد در این قسمت به تحلیل مسیر و آزمون الگوی مفهومی پژوهش اقدام شده و یافته‌ها با استفاده از نرم‌افزار لیزرل به نمایش درآمده و مورد تحلیل قرار داده شده است:

1. Path Analysis
2. Causal Models
3. Scientific Software International



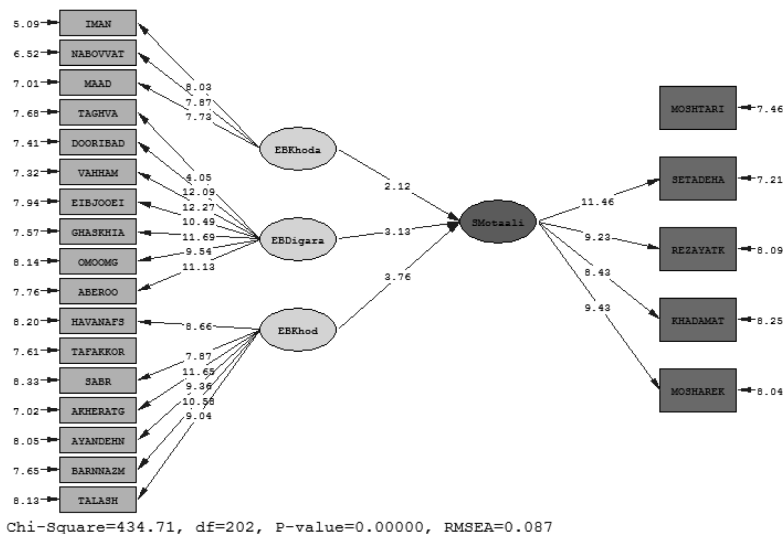
شکل ۲: مدل در حالت تخمین غیراستاندارد



شکل ۳: مدل در حالت تخمین استاندارد

پس از انجام اصلاحات و دستیابی به مدل نهایی به‌طور کلی می‌توان گفت با توجه به نمودار

Q، مقدار RMSEA و سایر مقادیر مربوط به برازش، مدل دارای برازش نسبتاً خوبی است. مقدار RMSEA (0.087) است که برازش قابل قبولی را نشان می‌دهد. نسبت کای دو به درجه آزادی برابر با ۲/۱۵ و کمتر از مقدار مجاز سه است. مقدار $RMR=0.060$ و $SRMR=0.05$ نیز برازش نسبتاً مناسبی را نشان می‌دهد.



شکل ۴: مدل در حالت اعداد معناداری

با توجه به اینکه مقادیر t بزرگتر از ۱/۹۶ شده است می‌توان گفت با توجه به داده‌های جمع‌آوری شده تمامی فرضیه‌های پژوهش تأیید می‌شود.

در مورد فرضیه‌های مربوط به معادلات ساختاری می‌توان نتیجه‌گیری کرد که میان ارتباط با خدا، ارتباط با دیگران و ارتباط با خود و سازمان متعالی ارتباط مستقیم، مثبت و معناداری برقرار است.

ارتباط با خدا بر روی سازمان متعالی تأثیر مستقیم، مثبت و معناداری برابر ۰/۱۵ دارد.

ارتباط با دیگران بر روی سازمان متعالی تأثیر مستقیم، مثبت و معناداری برابر ۰/۳۹ دارد.

ارتباط با خود بر روی سازمان متعالی تأثیر مستقیم، مثبت و معناداری برابر ۰/۴۸ دارد.

با توجه به یافته‌های مدل و مقادیر t در مورد فرضیه‌های مربوط به معادلات اندازه‌گیری می‌توان

گفت تمامی شاخص‌ها در اندازه‌گیری متغیرهای پنهان موثرند. و با توجه به برآوردهای استاندارد شاخص‌های سنجش هر کدام از متغیرهای نهفته به ترتیب اهمیت و سهم‌شان در سنجش آن متغیر به شرح زیر است:

سازمان متعالی: مطلوبیت ستاده‌ها (۰/۸۲)، تصویر سازمان از دید مشتری (۰/۸۰)، مشارکت محلی (۰/۷۱)، رضایت کارکنان (۰/۶۹) و خدمات برای کارکنان (۰/۶۴).

ارتباط با خدا: ایمان به خدا (۰/۹۱)، ایمان به نبوت (۰/۸۷)، ایمان به معاد (۰/۸۴) و تقوا (۰/۶۱).

ارتباط با دیگران: وحدت و همدلی (۰/۸۳)، دوری از بدان (۰/۸۲)، عدم غصب و خیانت (۰/۸۰)، حفظ آبرو (۰/۷۷)، عدم عیب‌جویی (۰/۷۴)، گرایش به عموم (۰/۶۹) و تقوا (۰/۳۰).

ارتباط با خود: آخرت‌گرایی (۰/۸۴)، تفکر و تعقل (۰/۷۹)، برنامه‌ریزی و نظم (۰/۷۸)، آینده‌نگری (۰/۷۵)، تلاش (۰/۶۹)، پرهیز از هوای نفس (۰/۶۷)، صبر و شکیبایی (۰/۶۱).

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

مدیران و پژوهشگران کشور ما و بسیاری از کشورهای در حال توسعه به دنبال مدل‌های اروپایی هستند و درصددند با پیاده‌سازی آنها در سازمان‌ها روند رشد و توسعه را تسریع بخشند. این پژوهش یک نکته مهم را مورد تاکید و تایید قرار می‌دهد که کشورهای مسلمان در جهت رشد و توسعه باید با رجوع و تعمق در منابع ارزشمند اسلامی، در حوزه‌های تخصص علمی به ارائه مدل و الگو بپردازند. در این پژوهش قصد ما بر این بود تا در زمینه تعالی سازمانی به ارائه الگو و مدلی مبتنی بر تعالیم و ارزش‌های اسلامی اقدام کنیم. همان‌گونه که تحلیل آماری داده‌ها و اطلاعات نشان می‌دهد تمامی فرضیه‌های طرح‌شده مورد تایید واقع شد و به عبارت دیگر میان ارتباط با خدا، ارتباط با دیگران و ارتباط با خود و سازمان متعالی ارتباط مستقیم، مثبت و معناداری برقرار است و تمامی شاخص‌های مطرح‌شده در اندازه‌گیری متغیرهای پنهان (ارتباط با خدا، ارتباط با دیگران و ارتباط با خود و سازمان متعالی) موثرند. بنابراین می‌توان این‌طور نتیجه‌گیری کرد اگر ارتباط با خدا، ارتباط با دیگران و ارتباط با خود مبتنی بر اصول و ارزش‌های اسلامی صورت گیرد، سازمان متعالی تحقق خواهد یافت.

در تعریف سازمان متعالی آمده است که سازمان‌های متعالی، آنهایی هستند که تلاش می‌کنند تا ذی‌نفعان‌شان از آنچه به دست می‌آورند و نحوه به دست آوردن‌شان رضایت داشته باشند و اطمینان دارند که نتایج به دست آمده در آینده همچنین وجود خواهد داشت. اما به نظر پژوهشگر در سازمان

متعالی از دیدگاه اسلام باید علاوه بر جلب رضایت ذی‌نفعان داخلی و ذی‌نفعان خارجی، رضایت خداوند همچنین مورد توجه ویژه قرار گیرد. به عبارت دیگر سازمان متعالی با رویکرد اسلامی سازمانی است که در آن حق‌الله، حق‌الناس و حق‌النفس رعایت شود. در سازمان متعالی با رویکرد اسلامی افراد باید ایمان و اعتقاد به اصول دین و ارزش‌های اسلامی داشته باشند و وظایف خویش را در برابر خداوند به انجام رسانند.

افراد در سازمان متعالی با رویکرد اسلامی باید حق‌الناس را مورد تأکید قرار داده و ذی‌نفعان سازمانی از جمله مشتریان، عرضه‌کنندگان، رقبا، دولت، موسسات مالی، اتحادیه‌ها، رسانه‌ها، جامعه و... را مورد توجه قرار داده و حق آنها را ادا کنند. در سازمان متعالی با رویکرد اسلامی حق‌النفس باید مورد توجه و تأکید قرار گیرد و ذی‌نفعان درونی سازمان از جمله مدیران، کارکنان و سهامداران به حق مادی و معنوی خود برسند. در این پژوهش سعی شد، جهت تحقق رعایت حق‌الله، حق‌الناس و حق‌النفس در سطح سازمانی و در نتیجه دستیابی به تعالی سازمانی، شاخص‌هایی ارائه شود. از مدیران و کارکنان سازمان‌های مختلف در کشورمان انتظار می‌رود تا با تقویت اعتقاداتشان، سعی کنند در زبان و عمل مطابق با دستورات اسلامی عمل کنند و با اجرا کردن شاخص‌های ارائه‌شده در این پژوهش از جمله: وحدت و همدلی، دوری از بدان و دوستی با مومنان، عدم غصب و خیانت، عدم عیبجویی و گمان بد، تفکر و تعقل، برنامه‌ریزی و نظم، آینده‌نگری، پرهیز از هوای نفس، صبر و شکیبایی، تلاش و... علاوه بر دستیابی به سعادت دنیوی (که تعالی سازمانی از مصادیق آن است) زمینه سعادت اخروی خود و سایرین را فراهم آورند. از مسوولان دستگاه‌های مختلف فرهنگی در کشور انتظار می‌رود با هماهنگی بیشتر عمل کرده و با برخورداری از نگاه راهبردی و بلندمدت و هدف‌گذاری موثر و با تدوین راهبری‌های لازم، برنامه‌های عملیاتی جدی‌تری را در جهت ترویج فرهنگ اسلامی در کشور دنبال کنند.

با توجه به دیدگاه سیستمی و نقش مهم هر کدام از اجزا در موفقیت سیستم، در جهت توسعه همه‌جانبه در کشور به پژوهشگران سایر رشته‌های علمی همچنین پیشنهاد می‌شود ضمن بررسی الگوهای خارجی و اروپایی در حوزه‌های تخصصی خود به مطالعات اسلامی روی آورده و با انجام کارهای بنیادین به ارائه الگوهای موثر اقدام شود تا با اجرای آنها، فرهنگ اسلامی در تمامی زمینه‌ها تجلی پیدا کرده و توسعه و تعالی را شاهد و نظاره‌گر باشیم. از پژوهشگرانی که در آینده قصد دارند در این زمینه پژوهش کنند انتظار می‌رود با ورود جزیی‌تر به حوزه مطالعاتی تعالی سازمانی از دیدگاه اسلام، تعالی سازمانی از دیدگاه اسلام را در حوزه‌های مختلف خط مشی و راهبری، کارکنان، منابع، رهبری، فرآیندها و... مطمح نظر قرار دهند. علاوه بر این نحوه عملیاتی کردن مدل پیشنهادی این

پژوهش و سایر مدل‌های مشابه، می‌تواند مورد بررسی پژوهشگران واقع شود.

منابع

الف) فارسی

- قرآن کریم. ترجمه محمد مهدی فولادوند.
 نهج البلاغه. ترجمه محمد دشتی.
 ابزری، مهدی و دلوی، محمدرضا (۱۳۸۸). نیل به تعالی (سرمادی) از طریق تقویت فرهنگ سازمانی. *جامعه‌شناسی کاربردی*، سال بیستم، شماره پیاپی (۳۳)، شماره ۱.
 بیگزاد، جعفر و بهبودی، امیر (۱۳۸۸). بررسی میزان مشتری‌محور بودن بر اساس شاخص‌های مدل تعالی سازمانی EFQM (مطالعه موردی: شعب موسسه مالی و اعتباری مهر استان آذربایجان شرقی). *فصلنامه مدیریت صنعتی دانشکده علوم انسانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنج*، سال چهارم، شماره نهم.
 حسن‌زاده ثمرین، تورج و مقیمی، سیدمحمد (۱۳۸۹). اثر سرمایه اجتماعی بر تعالی سازمانی. *مطالعات مدیریت راهبردی*، شماره ۳.
 دل‌قوی، علی (۱۳۸۶). اصول و مبانی مدل تعالی (سرمادی) سازمانی EFQM. *راهکار مدیریت*، سرایداریان، حمید (۱۳۸۶). در مسیر سرمادی: آموزش تعالی سازمانی ویژه کارکنان. اصفهان، قاصد سحر، چاپ اول.
 سعادت، اسفندیار و صادقی، منصور (۱۳۸۴). طراحی و تبیین مدلی جهت زمینه‌سازی برای خلاقیت در موسسات پژوهشی کشور (حوزه علوم، تحقیقات و فناوری). *دانشور رفتار*، سال دوازدهم، شماره ۱۴.
 سلطانی، ایرج (۱۳۸۵). نقش الگوی سرمادی در کسب مزیت رقابتی. *مجله تدبیر*، شماره ۱۶۹.
 شکاری، غلامعباس و چراغی‌شامی، فهمیه (۱۳۸۹). سنجش کیفیت عملکرد اداره کل پست استان خراسان رضوی در مسیر بهبود و تعالی (با رویکرد مدل خودارزیابی CAF ۲۰۰۶). *فصلنامه مدیریت دولتی*، سال اول، پیش شماره دوم.
 فرهنگی، علی‌اکبر؛ مهرگان، محمدرضا و دامغانیان، حسین (۱۳۹۰). عوامل موثر بر رهبری خدمتگزار از دیدگاه مدیران. *چشم‌انداز مدیریت دولتی*، شماره ۵.
 کلانتری، خلیل (۱۳۸۸). مدل‌سازی معادلات ساختاری در تحقیقات اجتماعی-اقتصادی. تهران، فرهنگ صبا، چاپ اول.
 ملکی، محمدرضا و ایزدی، احمدرضا (۱۳۸۷). مقایسه نتایج در دو بیمارستان تامین اجتماعی تهران بر اساس الگوی تعالی سازمانی. *مجله علمی دانشگاه علوم پزشکی قزوین*، سال دوازدهم، شماره ۲ (پی در پی ۴۷).
 موسی‌خانی، مرتضی؛ گرمی، دباس و حضرتی، مرتضی (۱۳۸۹). تحلیل عوامل بهبود کیفیت زندگی کاری سرمایه‌های انسانی در تعالی و برتری سازمان. *فصلنامه مدیریت دولتی*، سال اول، پیش شماره سوم.
 مومنی، منصور (۱۳۸۹). *تحلیل داده‌های آماری با استفاده از SPSS*. با همکاری علی فعال قیومی. تهران،

کتاب نو، چاپ سوم.

میرسیاسی، ناصر؛ طلوعی اشلقی، عباس؛ معمارزاده، غلامرضا و پیدایی، میرمهرداد (۱۳۸۹). طراحی مدل تعالی منابع انسانی در سازمان‌های دولتی ایران با استفاده از تکنیک دلفی فازی. *مجله پژوهش‌های مدیریت*، شماره ۸۷.

نخعی‌نژاد، مهدی (۱۳۸۶). مروری بر مفاهیم و چگونگی تعالی سازمان در نیروی انتظامی. *دوماهنامه توسعه انسانی پلیس*. سال چهارم، شماره ۱۲.

هومن، حیدرعلی (۱۳۸۸). *مدل‌یابی معادلات ساختاری با کاربرد نرم‌افزار لیزرل (با اصلاحات)*. تهران، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)، مرکز تحقیق و توسعه علوم انسانی، چاپ سوم.

ب) انگلیسی

Boudreau, John W. & Ziskin, Ian (2011). The Future of HR and Effective Organizations. *Organizational Dynamics*, 40, pp. 255-266.

Jankalova, Miriam (2013). Conceptions Based on Definition of Business Factors of Successfulness for the Support of Reaching the Excellence of Enterprise Subjects. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 81, pp. 531-535.

Ritchie, L. & Dale B. G. (2000). Self-Assessment Using the Business Excellence Model: A Study of Practice and Process. *Int. J., Production Economics*, 66, pp. 241-254.

Urciuoli, Bonnie (2003). Excellence, Leadership, Skills, Diversity: Marketing Liberal Arts Education. *Language & Communication*, 23, pp. 385-408.