

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه اصفهان

دانشکده علوم اداری و اقتصاد

گروه مدیریت

پایان نامه ی کارشناسی ارشد رشته ی مدیریت بازرگانی گرایش تحول

تعیین تأثیر رهبری معنوی بر سکوت سازمانی در شرکت کاشی نیلو

استاد راهنما:

دکتر علی نصر اصفهانی

استاد مشاور:

دکتر علی شائمی برزکی

پژوهشگر:

منیر بهرامیان

مهرماه 1391

کلیه حقوق مادی مترتب بر نتایج مطالعات، ابتکارات
و نوآوری های ناشی از تحقق موضوع این پایان نامه
متعلق به دانشگاه اصفهان می باشد.



دانشگاه اصفهان

دانشکده علوم اداری و اقتصاد

گروه مدیریت

پایان نامه ی کارشناسی ارشد رشته ی مدیریت بازرگانی گرایش تحول خانم منیر بهرامیان تحت عنوان

تعیین تأثیر رهبری معنوی بر سکوت سازمانی در شرکت کاشی نیلو

در تاریخ 1391/7/29 توسط هیأت داوران زیر بررسی و با درجه عالی به تصویب نهایی رسید.

- | | | | |
|------|--------------------------|--------------------------|-----------------------------|
| امضا | با مرتبه ی علمی استادیار | دکتر علی نصر اصفهانی | 1- استاد راهنمای پایان نامه |
| امضا | با مرتبه ی علمی استادیار | دکتر علی شائمی برزکی | 2- استاد مشاور پایان نامه |
| امضا | با مرتبه ی علمی دانشیار | دکتر محمد اسماعیل انصاری | 3- استاد داور داخل گروه |
| امضا | با مرتبه ی علمی استادیار | دکتر محمدرضا نیلی | 4- استاد داور خارج از گروه |

امضای مدیر گروه

صمیمانه ترین تقدیم
رهسپار نگاه گرم و پر مهر مادرم
و
تکیه گاه همیشگی ام، پدرم

چکیده

این پژوهش با هدف تعیین تأثیر رهبری معنوی بر سکوت سازمانی در شرکت کاشی نیلو انجام شده است. در این پژوهش، رهبری معنوی براساس مدل فرای (2005) با پنج بعد چشم انداز، عشق به نوع دوستی، ایمان به کار، معناداری در کار و عضویت و تعلق سازمانی، در نظر گرفته شد و سکوت سازمانی براساس مدل واکولا و بوراداس (2005) انتخاب گردید.

این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ ماهیت و روش توصیفی-پیمایشی است. برای سنجش متغیرها جهت آزمون فرضیه های پژوهش، از پرسشنامه رهبری معنوی فرای (2005) و پرسشنامه واکولا و بوراداس (2005) استفاده گردید که ضریب آلفای کرونباخ آن ها به ترتیب 86/7% و 85/6% محاسبه گردید.

جامعه آماری این پژوهش کلیه ی کارکنان شرکت کاشی نیلو شامل 600 نفر بود. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران 146 به دست آمد. نمونه گیری به روش تصادفی ساده انجام گرفت. برای توصیف داده ها از شاخص های آمار توصیفی و برای آزمون فرضیه های پژوهش از مدل سازی معادلات ساختاری استفاده گردید. نرم افزارهای آماری مورد استفاده در این پژوهش SPSS و AMOS بود.

یافته ها حاکی از آن بود که رهبری معنوی با ضریب تأثیر 0/917- و ابعاد عشق به نوع دوستی، ایمان به کار و عضویت و تعلق سازمانی به عنوان متغیرهای مستقل با ضرایب تأثیر 0/383- و 0/350- و 0/401- در سطح اطمینان 95% بر سکوت سازمانی در شرکت کاشی نیلو تأثیر معکوس داشتند. اما ابعاد چشم انداز و معناداری در کار به عنوان متغیرهای مستقل در سطح اطمینان 95% بر سکوت سازمانی در شرکت کاشی نیلو تأثیری نداشتند.

کلید واژه ها: رهبری معنوی، سکوت سازمانی، صدای کارکنان.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
	فصل اول: کلیات پژوهش
1	مقدمه
2	1-1 بیان مسأله پژوهش
5	2-1 اهمیت و ضرورت پژوهش
6	3-1 کاربرد نتایج پژوهش
7	4-1 اهداف پژوهش
7	1-4-1 هدف اصلی
7	2-4-1 اهداف فرعی
7	5-1 فرضیه های پژوهش
7	1-5-1 فرضیه اصلی
7	2-5-1 فرضیه های فرعی
8	6-1 قلمرو پژوهش
8	1-6-1 قلمرو موضوعی
8	2-6-1 قلمرو مکانی
8	3-6-1 قلمرو زمانی
8	7-1 روش پژوهش
9	8-1 تعریف نظری واژه ها
10	9-1 تعریف عملیاتی واژه ها
11	10-1 مطالب فصول آینده
	فصل دوم: ادبیات پژوهش
12	مقدمه

عنوان	صفحه
1-1-2 رهبری	13
2-1-2 معنویت در محیط کار	15
3-1-2 رهبری معنوی	17
4-1-2 مدل رهبری معنوی فیرهولم	22
5-1-2 مدل علی رهبری معنوی فرای	24
1-5-1-2 ابعاد رهبری معنوی	26
6-1-2 فرآیند رهبری معنوی	33
7-1-2 ویژگی های رهبر معنوی	34
2-2 سکوت سازمانی	36
1-2-2 تعاریف سکوت	37
2-2-2 مراحل تکامل پژوهش پیرامون سکوت و صدا در سازمان	39
3-2-2 عوامل مؤثر در پیدایش سکوت سازمانی	46
4-2-2 سکوت سازمانی از نظر هنریکسن و دایتون	57
5-2-2 سکوت سازمانی از نظر برینزفیلد	60
6-2-2 سکوت سازمانی از دیدگاه واکولا و بوراداس	63
7-2-2 پیامدهای سکوت در سازمان ها	66
3-2 رابطه بین رهبری معنوی و سکوت سازمانی	71
4-2 معرفی شرکت کاشی نیلو	73
5-2 پیشینه و تاریخچه موضوع پژوهش	74
1-5-2 پژوهش های داخلی	74
2-5-2 پژوهش های خارجی	78
خلاصه فصل	81

فصل سوم: روش شناسی پژوهش

مقدمه	82
1-3 نوع پژوهش	83
2-3 مراحل اجرایی پژوهش	83
3-3 مدل مفهومی و متغیرهای پژوهش	83
4-3 جامعه آماری	84
5-3 روش نمونه گیری و تعیین حجم نمونه	84
6-3 روش های گردآوری اطلاعات	85
7-3 روایی و پایایی پرسشنامه	86
8-3 روش تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون های آماری	88
1-8-3 آزمون مقایسه میانگین دو جامعه	88
2-8-3 آزمون مقایسه میانگین بیش از دو جامعه	88
3-8-3 تحلیل عاملی تأییدی	89
4-8-3 روش مدل سازی معادلات ساختاری	89
خلاصه فصل	90

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده ها

مقدمه	91
1-4 توصیف نمونه	92
1-1-4 توزیع نمونه آماری مورد مطالعه براساس جنسیت	92
2-1-4 توزیع نمونه آماری مورد مطالعه براساس وضعیت تأهل	93
3-1-4 توزیع نمونه آماری مورد مطالعه براساس سطح تحصیلات	94
4-1-4 توزیع نمونه آماری مورد مطالعه براساس سن	95

عنوان	صفحه
5-1-4 توزیع نمونه آماری مورد مطالعه براساس سابقه خدمت	96
2-4 آزمون کولموگروف-اسمیرنوف	97
3-4 تجزیه و تحلیل مدل های اندازه گیری پژوهش	97
1-3-4 مدل اندازه گیری رهبری معنوی	98
4-4 تجزیه و تحلیل مدل معادله ساختاری پژوهش	101
1-4-4 تجزیه و تحلیل تأثیر رهبری معنوی بر سکوت سازمانی با استفاده از مدل معادله ساختاری	102
2-4-4 تجزیه و تحلیل تأثیر ابعاد رهبری معنوی بر سکوت سازمانی با استفاده از مدل معادله ساختاری	104
5-4 استنباط های مربوط به آزمون فرضیه های پژوهش	107
6-4 یافته های جانبی پژوهش	108
1-6-4 مقایسه میانگین متغیرهای پژوهش براساس جنسیت	109
2-6-4 مقایسه میانگین متغیرهای پژوهش براساس وضعیت تأهل	109
3-6-4 تحلیل واریانس متغیرهای پژوهش براساس سطح تحصیلات	110
4-6-4 تحلیل واریانس متغیرهای پژوهش براساس سن پاسخگویان	111
5-6-4 تحلیل واریانس متغیرهای پژوهش براساس سابقه خدمت	112
خلاصه فصل	114

فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادها

مقدمه	115
1-5 نتیجه گیری	116
1-1-5 نتیجه گیری براساس یافته های پژوهش	116
1-1-1-5 نتیجه گیری براساس یافته های حاصل از مدل تأثیر رهبری معنوی بر سکوت سازمانی	116
2-1-1-5 نتیجه گیری براساس یافته های حاصل از مدل تأثیر ابعاد رهبری معنوی بر سکوت سازمانی ..	117
2-1-5 نتیجه گیری براساس یافته های جانبی پژوهش	120

صفحه	عنوان
121	2-5 محدودیت های پژوهش
122	3-5 پیشنهادهای کاربردی
124	4-5 پیشنهادهایی برای پژوهش های آینده
125	خلاصه فصل
126	پیوست ها
143	منابع و مآخذ

فهرست شکل ها

صفحه	عنوان
23	شکل 1-2 مدل رهبری معنوی فیرهولم
28	شکل 2-2 فرآیند ایجاد چشم انداز فعالیت های سازمانی
32	شکل 3-2 رابطه ی مفروض میان ابعاد رهبری معنوی
48	شکل 4-2 عوامل مؤثر در پیدایش سکوت سازمانی
63	شکل 5-2 مدل جو و رفتار سکوت
68	شکل 6-2 پیامدهای سکوت سازمانی
84	شکل 1-3 مدل مفهومی پژوهش
92	شکل 1-4 توزیع نمونه براساس جنسیت
93	شکل 2-4 توزیع نمونه براساس وضعیت تأهل
94	شکل 3-4 توزیع نمونه براساس سطح تحصیلات
95	شکل 4-4 توزیع نمونه براساس سن
96	شکل 5-4 توزیع نمونه براساس سابقه خدمت
98	شکل 6-4 مدل اندازه گیری رهبری معنوی
100	شکل 7-4 مدل اندازه گیری اصلاح شده رهبری معنوی
102	شکل 8-4 مدل معادله ساختاری تأثیر رهبری معنوی بر سکوت سازمانی
104	شکل 9-4 مدل معادله ساختاری تأثیر ابعاد رهبری معنوی بر سکوت سازمانی
106	شکل 10-4 مدل معادله ساختاری اصلاح شده تأثیر ابعاد رهبری معنوی بر سکوت سازمانی

فهرست جدول ها

عنوان	صفحه
جدول 1-2 عناصر و ویژگی های رهبری معنوی	22
جدول 1-3 متغیرهای پژوهش به همراه ابعاد و پرسش های مربوط به آن ها	86
جدول 2-3 ضریب آلفای کرونباخ گوپه های پرسشنامه به تفکیک متغیرهای پژوهش	88
جدول 1-4 توزیع فراوانی نمونه براساس جنسیت	92
جدول 2-4 توزیع فراوانی نمونه براساس وضعیت تأهل	93
جدول 3-4 توزیع فراوانی نمونه براساس سطح تحصیلات	94
جدول 4-4 توزیع فراوانی نمونه براساس سن	95
جدول 5-4 توزیع فراوانی نمونه براساس سابقه خدمت	96
جدول 6-4 نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف	97
جدول 7-4 شاخص های برازش مدل اندازه گیری رهبری معنوی	99
جدول 8-4 شاخص های برازش مدل اندازه گیری اصلاح شده رهبری معنوی	101
جدول 9-4 شاخص های برازش مدل ساختاری تأثیر رهبری معنوی بر سکوت سازمانی	103
جدول 10-4 شاخص های برازش مدل ساختاری تأثیر ابعاد رهبری معنوی بر سکوت سازمانی	105
جدول 11-4 شاخص های برازش مدل ساختاری اصلاح شده تأثیر ابعاد رهبری معنوی بر سکوت سازمانی	107
جدول 12-4 مقایسه میانگین متغیرهای پژوهش براساس جنسیت	109
جدول 13-4 مقایسه میانگین متغیرهای پژوهش براساس وضعیت تأهل	110
جدول 14-4 تحلیل واریانس متغیرهای پژوهش براساس سطح تحصیلات	111
جدول 15-4 تحلیل واریانس متغیرهای پژوهش براساس سن پاسخگویان	112
جدول 16-4 تحلیل واریانس متغیرهای پژوهش براساس سابقه خدمت	113

فصل اول

کلیات پژوهش

مقدمه

با تغییر و تحولاتی که در محیط کار رویداده است، مدل های سنتی رهبری دیگر پاسخگوی نیازها و الزامات عصر و دوره ی حاضر نیستند و نیاز به مدل های جدید رهبری بیش از هر زمان دیگری به چشم می خورد. تئوری رهبری معنوی از جمله تئوری هایی به شمار می رود که می تواند برای مدیران و رهبران سازمان ها کمک بزرگی باشد و برای مشکلاتی که سازمان ها با آن روبرو هستند راه حل های مناسبی ارائه دهد. رهبری معنوی دارای ارزش های اخلاقی عمیق از قبیل استقلال، آزادی، انصاف، نوع دوستی، مهربانی و صداقت و کمال است. رهبری معنوی دارای قدرت ایجاد وحدت و انسجام است. ویژگی اصلی رهبر معنوی را می توان در تعامل بین رهبر-پیرو دریافت. رهبری معنوی به دنبال ایجاد ارتباط بازی است تا انسجام شخصی، اراده و ایجاد استانداردهای بالای معنوی را تشویق و حمایت کند.

از طرف دیگر یکی از علل عدم موفقیت در برنامه ها و ناتوانی در نیل به اهداف سازمان، فقدان ارتباطات مؤثر و عدم تسهیم اطلاعات، یا به عبارت دیگر پدیده ای است که پژوهشگران آن را سکوت سازمانی نام نهاده اند. در جهان دگرگون پذیر امروز، سازمان ها نیازمند کارکنانی هستند که عقاید، ایده ها و نظرات خود را در مورد مسائل گوناگون سازمان بیان کرده و فرهنگ سکوت را بشکنند. در سازمان هایی که سکوت حاکم نمی باشد، هم کارکنان و هم مدیران از انگیزه و عملکرد بالایی برخوردارند.

لذا پژوهش حاضر به تعیین تأثیر رهبری معنوی بر سکوت سازمانی در شرکت کاشی نیلو پرداخته است. در فصل اول این پژوهش، ابتدا مسأله‌ی مورد پژوهش مطرح گردیده است، در ادامه اهمیت پژوهش، کاربرد و اهداف پژوهش ذکر شده است. در پایان فصل به بیان فرضیه‌های پژوهش پرداخته شده و مطالب این فصل با تعریف واژه‌ها و اصطلاحات نظری و عملیاتی پژوهش پایان می‌یابد.

1-1 بیان مسأله پژوهش

اگر چه موضوع رهبری سالیان طولانی مورد توجه اندیشمندان بوده است اما تحقیق علمی در این زمینه از قرن بیستم شروع شده است. با وجود مطالعات زیادی که تا به حال در این زمینه انجام شده، هنوز این مفهوم به خاطر ماهیت پیچیده اش مبهم مانده است. اگر با تعمقی دقیق به سیر تکوین مطالعات رهبری توجه شود، تاکنون تحقیقات مختلفی در مورد ویژگی‌های فیزیکی، ذهنی و عاطفی رهبران صورت گرفته اما موضوعی که در سال‌های اخیر توجه زیادی را به خود جلب کرده است ویژگی رهبران معنوی است و اینکه چگونه می‌توان با توسل به معنویت، سلامت سازمانی و انگیزش کارکنان را به ارمغان آورد (فرای و مترلی¹، 2006). بخصوص بر چگونگی بکارگیری عقاید معنوی و ارضاء نیازهای معنوی کارکنان در محیط کار تأکید شده و معنویت را به عنوان پایه و اساس رهبری مطرح می‌کنند (فیرهولم²، 1996). امروزه سازمان‌ها به رهبرانی نیاز دارند که به بعد دیگری از زندگی انسانی که فراتر از روابط عادی رهبر- پیرو است توجه کنند، رهبرانی که در موقعیت‌ها به جای مداخله در امور به بصیرت بخشی؛ به جای کنترل به اعتماد؛ به جای اعمال محدودیت به استقلال؛ به جای اقدام به تصویرسازی و به جای مطرح نمودن خود به فروتنی تأکید نمایند (کوراک کاکابادسه و همکاران³، 2002).

رویکرد رهبری معنوی یک نظریه‌ی علمی برای تحول سازمانی می‌باشد که به منظور ایجاد سازمانی یادگیرنده و دارای محرک درونی بوجود آمده است. با توجه به نظریه‌ی رهبری تحول آفرین، این نظریه نیز توانایی رهبران را در به کارگیری قابلیت‌های پیروان خود در محیط متغیر امروزی کاملاً همساز نموده و به رهبری از دیدی تازه نگاه می‌کند. نظریه‌ی رهبری معنوی براساس مدل انگیزش درونی توسعه یافته است که ترکیبی از چشم انداز، ایمان به کار، عشق به نوع دوستی، معناداری در کار و عضویت و تعلق در سازمان می‌باشد. لذا،

1. Fry & Matherly
2. Fairholm
3. Korac-Kakabadse et al.

هدف رهبری معنوی توجه به نیازهای اساسی پیروان می باشد تا موجبات بقای معنوی آنان را فراهم کند، چنین رهبری موجب می گردد که کارکنان معنای واقعی شغل خود را درک کرده و برای شغلی که دارند اهمیت قائل شوند (معناداری در کار)، همچنین این احساس به آنان دست دهد که شغل شان از نظر سازمان و سایر همکاران نیز دارای اهمیت است (عضویت و تعلق)، این رهبران چشم انداز و ارزش های مشترکی برای کارکنان ایجاد کرده و موجبات توانمندی تیمی و سازمانی آنان را فراهم می کنند که در نهایت سطح رفاه زیستی و سلامتی و تندرستی کارکنان و همچنین بهره وری و تعهد سازمانی افزایش خواهد یافت (فرای، 2003). درواقع، رهبر معنوی از طریق ایجاد حساسیت نسبت به خود و دیگران افراد را نسبت به شغل خود علاقمند می کند، سپس باعث برانگیختن آنان نسبت به وظایف کاری خود می شود و در نتیجه موجبات بقای معنوی آنان را فراهم می آورد.

نقش رهبران معنوی تحریک و برانگیختن کارکنان با استفاده از چشم اندازی معنوی و ایجاد زمینه های فرهنگی براساس ارزش های بشر دوستانه می باشد تا کارکنانی فعال، دارای بهره وری بالا، متعهد و با انگیزه تربیت نمایند (فرای و مترلی، 2006).

در گذشته مدیران در ارتباط با مسائل گوناگون سعی در کنترل مداوم کارکنان خود داشتند. تصور آن ها این بود که وقتی شخصی در یک سازمان استخدام می شود باید تمام شرایط آن را بپذیرد. بعضی از مدیران بر روی این مسأله که رضایت کارکنان را می توان از طریق پاداش و ترغیب به انجام کار افزایش داد، پافشاری می کنند. شاید تصورشان این است که کارکنان، زیردستان آن ها هستند و باید فرامین آن ها را بپذیرند. امروزه دانش سازمانی، رمز ماندگاری در دنیای رقابتی است. وقتی کارکنان، به عنوان سرمایه ی استراتژیک سازمان، سکوت می کنند مدیریت باید احساس خطر نماید (دانایی فرد و پناهی، 1389). کارآیی و توسعه ی هر سازمان تا حد زیادی به بکارگیری صحیح نیروی انسانی بستگی دارد. همچنین کارکنان علاقمند به انجام کارهای با مفهوم و خواهان استقلال شغلی بیشتری در کار خود هستند تا بدین طریق احساس ارزشمندی به آن ها دست دهد، اگر مدیران این نیازهای افراد را مورد توجه قرار ندهند کارکنان دچار سرخوردگی شغلی و گوشه گیری در سازمان خواهند شد که این امر به نوبه ی خود منجر به پدیده ی سکوت سازمانی می شود.

سکوت سازمانی، به محدود کردن اثربخشی تصمیم گیری های سازمانی و فرآیندهای تغییر منجر می شود. مشکلی که هم اکنون گریبانگیر بسیاری از سازمان ها است، آن است که بیشتر سازمان ها از اظهارنظر کم کارکنان ناراحتند. در چنین شرایطی کیفیت تصمیم گیری و اجرای تغییر، کاهش می یابد. همچنین سکوت

سازمانی به وسیله ی ممانعت از بازخورد منفی مانع تغییرات و توسعه ی مؤثر سازمانی می شود، از اینرو سازمان توانایی بررسی و تصحیح خطاها را ندارد (میلر^۱، ۱۹۷۲). بنابراین بدون بازخورد منفی، خطاها بیشتر شده و فعالیت های اصلاحی در زمان ضرورت انجام نمی گیرند. بنابراین موضوع سکوت سازمانی و یافتن راه های کاهش آن از اهمیت شایانی در مباحث امروزه ی مدیریت برخوردار بوده و توجه جدی مدیران سازمان ها را می طلبد.

زمانی که یک سیستم، سکوت را تقویت می کند، دیدگاه ها، عقیده ها و ترجیحات متنوع و اهدافی که در سازمان وجود دارند احتمالاً مشوق اظهارنظر نخواهند بود. از اینرو چنین سیستمی وارد فرآیندی می شود که نخواهد توانست اهداف خود را به طور مناسب تحقق بخشد و به دنبال تلاش برای یادگیری از تجربیات نیست. در حقیقت چنین سیستمی در راهی گرفتار می گردد که اثرات منفی سکوت بر تصمیم گیری سازمانی و فرآیندهای تغییر در آن تقویت خواهد شد (دانکن و ویس^۲، ۱۹۷۹).

برخی باورهای ضمنی در سازمان ها وجود دارد که منجر به محیطی می شود که در آن کارکنان از اظهارنظر درباره ی مسائل احساس راحتی نمی کنند. زمانی که ایدئولوژی رایج در یک سازمان عدم اظهارنظر است، مدیریت تصور می کند که بهترین ها را می داند و مخالفت به هر شکلی نامطلوب تلقی می گردد، به دنبال آن مدیریت نیز ساختارها و سیاست هایی را ایجاد خواهد کرد که میل مدیران را برای جلوگیری از هر نوع مخالفت و یا بازخورد تقویت خواهد کرد. دو ویژگی ساختاری مشترک در سازمان ها که به وسیله ی این باورها به وجود آمده است، تمرکز در تصمیم گیری و فقدان مکانیزم های بازخورد رسمی رو به بالا می باشد (موریسون و میلیکن^۳، ۲۰۰۰). زمانی که نشانه های دریافت شده از رده های بالا نشان می دهند که سازمان برای اظهارنظر کارکنان مهیا نیست، این امر رفتار مدیران میانی را نیز تحت تأثیر قرار می دهد و آنان نیز ممکن است تشویق به سکوت شوند. با تشخیص اینکه مدیریت ارشد مخالفت ها و یا بازخورد منفی را دوست ندارد، مدیران میانی می توانند مانع جریان رو به بالای اطلاعات شوند. اگر مدیر یک بخش، ارتباطات رو به بالا را تشویق نکرده و به طور خصومت آمیزی به آن واکنش نشان دهد، کارکنان آن بخش، تمایل به اظهار عقیده نسبت به سیاست ها و روش های سازمان را از دست می دهند، از اینرو سکوت گسترده ای در سطوح گوناگون سازمان به وجود خواهد آمد.

1. Miller
2. Duncan & Weiss
3. Morrison & Milliken

رهبری معنوی می تواند بر کاهش سکوت سازمانی اثرگذار باشد، بوسیله ی درک بهتر از مأموریت و مقاصد سازمان، عشق به نوع دوستی، ایمان به کار، معناداری در کار و احساس عضویت و تعلق سازمانی.

پژوهش حاضر به تعیین تأثیر رهبری معنوی بر سکوت سازمانی در شرکت کاشی نیلو پرداخته است. اگر تأثیر رهبری معنوی بر کاهش سکوت سازمانی تأیید شود، مدیران شرکت کاشی نیلو می توانند با اعمال رویکرد رهبری معنوی، صدای کارکنان و اظهار نظر آنان را در امور سازمانی و تصمیم گیری ها بشنوند و کیفیت تصمیم گیری و اجرای تغییرات سازمانی را افزایش دهند. مدیران این شرکت با پی بردن به اهمیت رهبری معنوی و صدای کارکنان می توانند با مشارکت کارکنان و استفاده از دیدگاه های متنوع در مواجهه با محیط رقابت جهانی به اجرای تغییرات و تشویق خلاقیت کارکنان بپردازند و انگیزش کارکنان و سلامت سازمانی را به ارمغان آورند.

2-1 اهمیت و ضرورت پژوهش

سکوت سازمانی موجب احساس بی ارزشی، فقدان کنترل و ناهماهنگی شناختی می شود که به انگیزش و تعهد پایین منتهی می شود (واکولا و بوراداس¹، 2005). اگر چه نظریه پردازان، تعهد سازمانی، رضایت شغلی یا عدم رضایت شغلی را به عنوان پیش بینی کننده ها یا عوامل اظهارنظر و سکوت بیان می کنند ولی برعکس موريسون و میلیکن (2000) بر این متغیرها به عنوان پیامدهای سکوت سازمانی تأکید دارند. صاحب نظران مدیریت اذعان می کنند که سکوت سازمانی منجر به ناهماهنگی شناختی شده و انگیزش، رضایت و تعهد پایین تری در پی خواهد داشت.

یکی از تأثیرات بارز سکوت سازمانی به فرآیند تصمیم گیری سازمانی و تغییر سازمانی باز می گردد. تحقیقات فراوان درباره ی تصمیم گیری سازمانی نشان می دهند که در صورت وجود دیدگاه های چندگانه و جایگزین (صدای کارکنان)، کیفیت تصمیمات بهبود می یابد. به طور مشابه تحقیقات در زمینه ی شکل گیری استراتژی سازمانی بیان می کنند که وجود دیدگاه های متفاوت و بعضاً متناقض در سیستم مدیریت ارشد هم بر کیفیت تصمیم گیری سازمانی و هم بر عملکرد سازمان تأثیر مثبت دارد. به علاوه خلاقیت نیازمند محیطی است که در آن کارکنان مختار هستند که دیدگاه ها، سؤالات و یا عقاید خود را بیان کنند. سکوت سازمانی باعث مسدودسازی بازخور منفی و متعاقباً مختل سازی توانایی سازمان در شناسایی مشکلات و برطرف سازی آن است.

سکوت سازمانی می‌تواند سه نتیجه‌ی نامناسب برای افراد و کارکنان داشته باشد که عبارتند از: 1- ممکن است کارکنان احساس کنند که ارزشمند نیستند؛ 2- کارکنان تصور می‌کنند کنترل کافی ندارند؛ 3- ممکن است با ناهماهنگی شناختی روبرو شوند. این سه عامل ممکن است به مجموعه‌ای از نتایج دیگر بیانجامد که در نهایت، اثر بخشی سازمان را کاهش می‌دهند. کارکنان فرآیند تصمیم‌گیری را زمانی بیشتر مورد علاقه می‌دانند که فرآیندها به داده‌های کارکنان مربوط باشند، حتی اگر داده‌های آنان بر تصمیمات و نتایجشان تأثیر چندانی نداشته باشد. کارکنان زمانی تمایل به سخن گفتن در سازمان دارند که فکر می‌کنند افراد با ارزشی برای سازمان هستند. از طرف دیگر کارکنان زمانی خود را بی‌ارزش تلقی می‌کنند که به آنها اجازه داده نمی‌شود که به شکل کامل نظرات خود را بیان کنند. افراد تمایل زیادی دارند که بر محیط پیرامون خود و تصمیماتی که بر نتایج کارشان تأثیر دارند، کنترل داشته باشند. یکی از مواردی که به افراد کمک می‌کند تا حس کنترل بر محیط را داشته باشند ارائه‌ی نظرات و تمایلاتشان است. سکوت سازمانی همچنین می‌تواند منجر به ناهماهنگی شناختی در کارکنان شود. ناهماهنگی شناختی وضعیتی است که میان عقاید فرد و رفتار وی تفاوت وجود داشته باشد. رهبری معنوی می‌تواند با کاهش سکوت سازمانی زمینه‌ی بهتری برای تسهیم اطلاعات، ارائه‌ی بازخور منفی، بهبود فرآیند تصمیم‌گیری و بهبود فضای خلاقیت و نوآوری در سازمان را فراهم نماید.

3-1 کاربرد نتایج پژوهش

مدیران شرکت کاشی نیلو می‌توانند با استفاده از نتایج حاصل از این پژوهش:

- 1- به درک بهتری از سبک رهبری معنوی و سکوت سازمانی دست یابند.
- 2- با توجه به رویکرد رهبری معنوی، سکوت سازمانی را کاهش داده و مشارکت بیشتر کارکنان را در تصمیم‌گیری‌های سازمانی و اعمال تغییرات فراهم آورند.
- 3- ارائه‌ی راهکارهای ممکن جهت کاهش سکوت سازمانی در شرکت کاشی نیلو.
- 4- تشویق صدای کارکنان که می‌تواند منجر به فراهم شدن بازخور منفی برای مدیران، تسهیم اطلاعات، بهبود فرآیند تصمیم‌گیری، بهبود فضای خلاقیت و نوآوری در سازمان و تشخیص بهتر مشکلات سازمان گردد.
- 5- بهبود فضای سازمان و دستیابی بهتر به اهداف فردی و سازمانی در سایه‌ی استفاده از رویکرد رهبری معنوی و کاهش سکوت سازمانی به دلیل آنکه کارکنان تصور می‌نمایند ارزشمند هستند و در امورات سازمان کنترل کافی دارند.