

شناسایی مؤلفه‌های معنویت اثرگذار بر تاب‌آوری در افراد کارآفرین

آصف کریمی¹
معصومه محمدی²

چکیده

هدف: محققان در این پژوهش، شناسایی مؤلفه‌های معنویت اثرگذار بر تاب‌آوری در افراد کارآفرین بوده است. **روش:** پژوهش حاضر به لحاظ نوع، کیفی به شیوه توصیفی و از نظر رویکرد، استقرایی است. جامعه آماری پژوهش، شامل کارآفرینان شهر قم بود و نمونه پژوهش به روش نمونه‌گیری هدفمند از بین آنان انتخاب شد. برای جمع‌آوری داده‌های کیفی، از ابزار مصاحبه و برای تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه، از تکنیک تحلیل مضمون استفاده شده است. **یافته‌ها:** سؤال اصلی پژوهش با استفاده از تکنیک تحلیل مضمون بررسی و 11 مضمون اصلی به عنوان مؤلفه‌های معنویت اثرگذار بر تاب‌آوری در افراد کارآفرین شناسایی شد. **نتیجه‌گیری:** نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داد که 11 مؤلفه اثرگذار بر تاب‌آوری در افراد کارآفرین به ترتیب عبارتند از: ارزش‌مداری، خودآگاهی، فرزاندگی، هدف متعالی، رضایتمندی فردی، توکل و توسل، اخلاق‌مداری، فعالیتهای داوطلبانه، آخرت‌گرایی، امیدواری و سعه صدر.

واژگان کلیدی: تاب‌آوری، کارآفرینی، معنویت، مؤلفه‌های معنویت، تحلیل مضمون.

♦ دریافت مقاله: 95/09/02 ؛ تصویب نهایی: 96/04/21

1. دکتری مدیریت کسب و کار و استادیار گروه مدیریت کارآفرینی، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران.
2. کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، پردیس فارابی دانشگاه تهران، ایران (نویسنده مسئول) / نشانی: زنجان؛ شهرستان خدابنده / شماره 02434328325 /
Email: mohammadi69@ut.ac.ir

الف) مقدمه

با تحولات سریع و شتابان محیط بین‌المللی و گذر از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی، همچنین مواجهه اقتصادهای ملی با اقتصاد جهانی و طرح پدیده‌هایی همچون «جهانی‌شدن»¹ و «فناوری اطلاعات»²، مباحث اساسی و نوینی در خصوص راهکارهای مختلف برای تسریع فرایند رشد و توسعه پایدار و رفاه اقتصادی مطرح می‌شود که یکی از آنها، نقش کارآفرینی و کارآفرینان در این فرایند است. کارآفرینی از مفاهیم جدیدی است که حداقل در محدوده علوم اقتصاد، مدیریت، جامعه‌شناسی، روان‌شناسی و سایر مقوله‌های مرتبط با این موضوع، قدمتی کوتاه دارد و از مفاهیم رو به گسترش است. (احمدپور داریانی و کریمی، 1394: 3)

از سوی دیگر، در سالهای اخیر، تاب‌آوری³ جایگاه ویژه‌ای در حوزه روان‌شناسی تحولی یافته است؛ به طوری که هر روز بر شمار پژوهشهای مرتبط با این موضوع افزوده می‌شود (کمبل⁴ و همکاران، 2006: 586). امروزه انسانها در شرایط نامساعد و خطرناک و ناملاپتمنها، احساس بی‌پناهی کرده، در بسیاری مواقع سعی می‌کنند در برابر خطرناک و موقعیت ناگوار تحمل کنند که پیامد آن، کسب نتایج غیر منتظره است. توانایی اجرای این «جادوی رایج»، اغلب در حوزه علوم اجتماعی «تاب‌آوری» نام دارد (یزدانی، 1391: 10). تاب‌آوری یا توانایی سازگاری مثبت یا تهدید، موضوعی روان‌شناختی است که در پاسخ فرد به موقعیتهای مشکل‌آفرین بررسی شده است (لاموند⁵ و همکاران، 2008: 148). یکی از ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان⁶، تاب‌آوری آنان است (احمدپور داریانی و کریمی، 1394: 30). تاب‌آوری با سلامت روانی کارآفرینان ارتباط تنگاتنگی دارد (شفیع‌زاده، 1391: 97). یکی از متغیرهایی که به نظر می‌رسد دارای توان بالقوه‌ای برای تقویت سرمایه روان‌شناختی⁷ باشد، معنویت و معنویت‌گرایی⁸ است (گل‌پرور و همکاران، 1392: 36). معنویت در سرمایه روان‌شناختی نقش مهمی را بازی می‌کند (لوتانز⁹ و همکاران، 2007: 542). به نظر می‌رسد اعتقاد به نیروی برتر، مایه تسلی در شرایط دردناک و تهدیدکننده باشد و تحمل شرایط دردناک را تسهیل بخشد؛ معنویت و باورهای معنوی ممکن است تنها منبع دست یافتن به آرامش یا پذیرش موقعیت باشد (هاشمی و جوکار، 1390: 125). ادبیات مفهوم تاب‌آوری در افراد کارآفرین، در کشور ما محدود و ناشناخته است؛ به طوری که پژوهشهای انجام‌شده در زمینه تاب‌آوری در افراد کارآفرین، انگشت‌شمارند. بنابراین، پژوهش حاضر در صدد است مؤلفه‌های معنویت اثرگذار بر تاب‌آوری در افراد کارآفرین را که به طور هدفمند در شهر قم انتخاب شده‌اند، شناسایی و بررسی کند.

1. Globalization
2. Information Technology
3. Resiliency
4. Campbell
5. Lamond
6. Entrepreneurs
7. Psychological Capital
8. Spirituality and Spiritualities
9. Luthans

ب) پیشینه نظری پژوهش

1. کارآفرینی

تغییر و تحولات دنیای پرشتاب کنونی در عرصه‌های علمی و فنی و چالش‌های پی‌درپی نظام اقتصادی - اجتماعی، کاهش ذخایر زیرزمینی و افزایش فقر و بیکاری را موجبات توجه عمیق‌تر سیاست‌گذاران و اندیشمندان به مفهوم کارآفرینی قلمداد کرده‌اند. کارآفرینی عبارت است از فرایند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع برای بهره‌گیری از فرصتها که منجر به ایجاد رضایتمندی یا تقاضای جدید می‌شود (احمدپور داریانی، 1384: 28). از طرفی، شومپتر به عنوان کسی که برای نخستین بار این مقوله را در نظریات خود به صورت علمی بیان کرد، کارآفرینی را فرایند تخریب خلاق می‌داند. (حسینی و کاظمی، 1390: 16)

2. تاب‌آوری

تاب‌آوری، یکی از مفاهیم و سازه‌های بهنجار مورد توجه و مطالعه روان‌شناسی مثبت‌نگر است که به سازگاری موفقیت‌آمیز با وجود چالش‌ها اشاره دارد (هوم‌وارد، 2011: 18). تا اوایل دهه 80 میلادی، اعتقاد بسیاری از پژوهشگران علم روان‌شناسی این بود که رویدادهای تنش‌زا، در بروز اختلالات روان‌شناختی نقش مؤثری دارند. بررسی‌های بعدی نشان داد که بین رویداد تنش‌زا و اختلالات روان‌شناختی، عوامل تعدیل‌کننده‌ای وجود دارد که موجب می‌شود تأثیر رویدادها بر افراد، متفاوت باشد (شاکری‌نیا و محمدپور شاطری، 1388: 162). تاب‌آوری روان‌شناختی به فرایند پویای انطباق و سازگاری مثبت با تجارب تلخ و ناگوار در زندگی گفته می‌شود. (مارتین و مارش، 2006: 267)

3. معنویت

تنوع معانی و مضامین معنویت از منظر آموزه‌های ادیان یکتاپرست، ارائه تعریفی جهان‌شمول از این پدیده را بسیار دشوار می‌کند؛ با این حال، بر سر برخی از این تعاریف اجماع نظر بیشتری وجود دارد. در نگاهی کلی می‌توان گفت معنویت از جمله فضایل انسانی است که به زندگی انسان معنا و هدف غایی می‌بخشد و موجب شیوهای خاص از زندگی در دنیا و باعث پیوند میان فرد با خود، دیگران و کل جهان هستی می‌شود (بورک³ و همکاران، 2010: 65).

ج) پیشینه تجربی پژوهش

نتایج پژوهش نادری و گل‌پرور (1390) بیانگر این است که ارزشهای مثبت واحد کاری به عنوان یک مؤلفه معنوی، دارای بیشترین نقش برای وفاداری کارکنان و به تبع آن، تاب‌آورتر بودن آنان در سازمانهاست. به اعتقاد حسین‌زاده و یزدانی (1392)، همسویی با ارزشهای سازمان و خودآگاهی، به عنوان دو مؤلفه معنوی اثرگذار در محیط کار تلقی

1. Homeward
2. Martin & Marsh
3. Burke

می‌شوند. پژوهش مهری‌نژاد و همکاران (2015) روی تعدادی از دانشجویان دانشگاه آزاد، نشان می‌دهد دو مؤلفه خودآگاهی و فعالیتهای داوطلبانه، از جمله مؤلفه‌های تأثیرگذار بر تاب‌آوری دانشجویان به شمار می‌روند. احمدی و خدامی (1390) در پژوهش خود با عنوان «مدلی برای مطالعه رفتار شهروند عمومی، معنویت و رفتار شهروند سازمانی در بخش دولتی ایران (پژوهش در شرکت سهامی بیمه ایران)»، دریافتند که توکل بر خداوند و رضایتمندی فردی، به عنوان مؤلفه‌های معنوی، با ایثارگری و فرمانبرداری رابطه مثبت و معناداری دارند.

به طور کلی، بررسی‌های پژوهشگران پژوهش حاضر از پیشینه پژوهش در مطالعات داخلی، حاکی از اندک بودن پژوهشهای انجام‌شده پیرامون تاب‌آوری کارآفرینان است. از سوی دیگر، اگرچه پژوهشهای بسیاری به بررسی رابطه بین معنویت و تاب‌آوری پرداخته‌اند (از جمله: تقی‌زاده و میرعلانی، 1392؛ حتاآبادی، 1394)، ولی محققان، پژوهشی را که آشکارا به شناسایی مؤلفه‌های معنویت تأثیرگذار بر تاب‌آوری کارآفرینان اشاره کرده باشد، نیافتند.

بررسی مؤلفان مقاله از پیشینه پژوهش در مطالعات خارجی نیز نشان داد که در موضوعات و عناوین پژوهشها، تنوع بیشتری نسبت به مطالعات داخلی وجود دارد. شاید یکی از دلایل این امر، قدمت تاریخی کارآفرینی در سایر کشورها باشد. با توجه به بررسی‌های مؤلفان، پژوهش مجزایی پیرامون مؤلفه‌های تأثیرگذار بر تاب‌آوری کارآفرینان صورت نگرفته است؛ با این وجود، یکی از پژوهشها به بررسی اثربخشی معنویت‌درمانی بر تاب‌آوری قربانیان تروما (برز و همکاران، 2006) و پژوهشی دیگر به بررسی رابطه بین سرمایه روان‌شناختی و استرس شغلی کارآفرینان تازه‌کار (رابرت و همکاران، 2016) اشاراتی داشتند.

د) روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر بر اساس نوع هدف، کاربردی و به لحاظ روش، کیفی و دارای رویکردی استقرایی است. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها و شناسایی مدل، از تکنیک تحلیل مضمون استفاده می‌شود. جامعه آماری پژوهش، کارآفرینانی را شامل می‌شود که در شهر قم فعالیت می‌کنند. نمونه‌گیری در این پژوهش، به صورت هدفمند از نوع نظری بوده است. انتخاب نمونه‌ها نیز تا جایی تداوم یافته است که کفایت و اشباع داده‌ها صورت گرفته باشد و پژوهشگران دریابند نمونه‌های بعدی، اطلاعات متمایزی را در اختیار آنان نخواهند گذاشت. در نهایت، پژوهشگران با انجام 11 مصاحبه، به اشباع نظری رسیدند. به طور کلی گفته شده است که با توجه به زمان و منابع قابل دسترس، تعداد 10 ± 15 نمونه برای انجام مصاحبه کافی خواهد بود (کاون، 1996). جدول 1، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه آماری را نمایش می‌دهد.

جدول 1: ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان

نوع تحصیلات		سطح تحصیلات		جنسیت	
مدیریتی	3 نفر	لیسانس به پایین	7 نفر	مرد	7 نفر
غیر مدیریتی	8 نفر	لیسانس به بالا	4 نفر	زن	3 نفر

با توجه به مسئله اصلی پژوهش، سؤال پژوهش این است که: مؤلفه‌های معنویت اثرگذار بر تاب‌آوری در افراد کارآفرین کدامند؟

نظریه‌ها و رویکردهای گوناگونی نسبت به روایی و پایایی¹ پژوهش‌های کیفی وجود دارد. در پژوهش کمی می‌توان روایی را اینگونه تعریف کرد که پژوهش دقیقاً چه اندازه آنچه قرار است بسنجد را می‌سنجد. اما این تعریف در پژوهش‌های کیفی چندان جایگاهی ندارد؛ زیرا هدف، ارزیابی و سنجش چیزی نیست؛ بلکه درک و شناخت موضوعی است. نظریه‌پردازان معتقدند که به جای دو واژه روایی و پایایی، در پژوهش‌های کیفی باید از واژه اعتمادپذیری استفاده کرد. تعیین اعتبار و پایایی یافته‌ها، مرحله‌ای حیاتی در فرایند مصاحبه است. پایایی، به همسانی نتایج حاصل از مصاحبه و اعتبار و توانایی مصاحبه در سنجش اهداف مد نظر اطلاق می‌شود. اعتبار به میزانی گفته می‌شود که یک روش قادر است هدف مطالعه را بسنجد. در پژوهش حاضر، از روش توافقی درون‌موضوعی (پایایی بین دو کدگذار/ارزیاب) برای محاسبه پایایی مصاحبه‌ها استفاده شد. برای این منظور، از یک مدرس دانشگاه که بر موضوع پژوهش اشراف داشت، درخواست شد به عنوان همکار پژوهش (کدگذار) در این پژوهش مشارکت کند. سپس محققان به همراه همکار پژوهش، سه مصاحبه را کدگذاری و درصد توافق درون‌موضوعی را که به عنوان شاخص پایایی پژوهش به کار می‌رود، با استفاده از فرمول ذیل محاسبه کردند.

$$\text{درصد توافق درون موضوعی} = \frac{\text{تعداد توافقات}}{\text{تعداد کل کدها}} \times 100$$

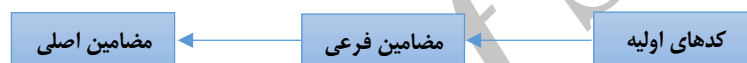
جدول 2: محاسبه پایایی بین دو کدگذار

ردیف	کد مصاحبه	تعداد کدها	تعداد توافقات	پایایی بین دو کدگذار (درصد)
1	S3	22	9	82
2	S5	29	11	76
3	S9	21	9	89
کل		72	29	80

همان‌طور که در جدول 2 مشاهده می‌شود، پایایی بین دو کدگذار برای مصاحبه‌های انجام گرفته در پژوهش، با استفاده از فرمول ذکر شده، برابر با 80 درصد است. با توجه به اینکه میزان پایایی بیش از 60 درصد است (کول، 1996)، قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها تأیید شد و می‌توان ادعا کرد که میزان پایایی تحلیل مصاحبه کنونی مناسب است.

هـ) یافته‌های پژوهش

پس از پیاده‌سازی و تایپ داده‌های حاصل از مصاحبه، به هر یک از مصاحبه‌ها یک شماره داده شد. برای تجزیه و تحلیل متن مصاحبه‌ها از روش تحلیل مضمون که در پژوهش‌های کیفی کاربرد زیادی دارد، استفاده شد. بر این اساس، مصاحبه‌ها مکرر خوانده شدند و مطالب مرتبط و مورد علاقه پژوهشگران که در حقیقت پاسخ به سؤال اصلی پژوهش بودند، مشخص شدند. سپس داده‌های کیفی انتخاب شده کدگذاری شد. کدگذاری داده‌ها بر حسب مصاحبه و شماره‌های مرتبط با آن، که قبلاً تعریف شده بود، انجام شد. پس از اتمام مرحله کدگذاری، پژوهشگران با استفاده از خلاقیت خود، برای هر یک از کدها، یک برچسب¹ انتخاب کردند و پس از آن، مضامین فرعی را که بیشترین قرابت معنایی و مفهومی را نسبت به هم داشتند، کنار هم قرار داده و به خلق معانی و واژه‌های جدید پرداختند. در حقیقت؛ مضامین فرعی را در قالب مضامین اصلی دسته‌بندی کردند. مضامین اصلی همان پاسخ به سؤالات پژوهش‌اند که از داده‌های کیفی استخراج شده‌اند (عابدی جعفری و همکاران، 1390). نمای کلی از فرایند تحلیل داده‌ها در شکل 1 نشان داده شده است.



شکل 1: فرایند تحلیل داده‌ها

به دلیل حجم بالای داده‌ها، از ارائه همه آنها خودداری شده و صرفاً نحوه استخراج یکی از مضامین اصلی در قالب جدول 3 به همراه سایر اطلاعات ارائه می‌شود. همچنین با توجه به اینکه تکرار کدهای اولیه مستخرج از مصاحبه‌ها تا حد زیادی بیانگر اهمیت آنهاست، فراوانی تکرار آنها در جدول 4 ارائه شده است.² نتایج نهایی نیز در جدول 5 و نمودار³ نشان داده شده است.

1. Label

2. جدول 3 و 4 بعد از یک مرحله خبرسنجی درباره تناسب بین مضامین اصلی و فرعی و حذف، ادغام یا جابه‌جایی برخی مضامین تنظیم شده است.

3. مدل حاصل از نتایج مصاحبه‌ها در یک مرحله اعتبارسنجی شد تا مدل نهایی مندرج در این پژوهش حاصل شود.

جدول 3: نمونه‌ای از فرایند استخراج مضامین اصلی

مضمون اصلی	مضامین فرعی	کدهای اولیه و نقل قولهای مرتبط با آن
ارزش‌مداری	ارزش‌آفرینی برای جامعه	کارآفرینی نوعی عبادت و ارزش‌آفرینی است. شعار آمریکایی‌ها «ما از هوا پول درمی‌آوریم»، شعاری است که باید کارآفرینان دنبال نمایند تا یک ارزش‌افزوده‌ای را برای کشور ایجاد کنند.
	حمایت از تولیدات داخلی	مصرف هر کالای خارجی یعنی یکبارگی یک کارگر ایرانی، در این هنگام است که کارآفرینان باید بدانند رغبت مردم به مصرف کالاهای داخلی با شعار تحقق نمی‌یابد، بلکه نیازمند افزایش کیفیت کالاهاست. بنابراین، باید با ارائه محصولات با کیفیت از تولیدات داخلی حمایت کنند. با توجه به تحریمهایی که از طرف کشورهای بیگانه وجود دارد باید از محصولاتی را تولید نمایم تا محتاج بیگانگان نباشیم.
	ثروت‌آفرینی برای جامعه	کارآفرینی در رسته تولید و خدمت به مردم کار می‌کند، ولی مهم‌تر از آن این است که در جامعه باید ثروت ملی ایجاد گردد.

جدول 4: فراوانی تکرار کدها (مضامین فرعی)

ردیف	کدهای اولیه	فراوانی تکرار کدها	ردیف	کدهای اولیه	فراوانی تکرار کدها
1	صادق بودن	3	26	توانمندسازی انسانی	1
2	فروتنی	3	27	امید به خداوند	4
3	مردمی بودن	4	28	امید به موفقیت	4
4	درست کار بودن	3	29	امید به آینده	1
5	پویای در کار	5	30	حلم و بردباری	3
6	مسئولیت‌پذیری	2	31	عیب‌پوشی از دیگران	2
7	ثبات هیجانی	2	32	ایمان و تدبیر عملی کارآفرین	5
8	مخاطره‌پذیری	3	33	نداشتن حب جاه و مقام	3
9	وجدان‌گرایی	3	34	نیات و تمایلات اخروی و الهی	2
10	نیاز به توفیق طلبی	1	35	رشد و تعالی فردی	5
11	خودباوری	6	36	رعایت اصول اخلاقی	4
12	تمایل یا روحیه دگرخواهی	9	37	رعایت آموزه‌های دینی	4
13	تقرب الهی	4	38	کار بامعنا (یگانه‌سازی)	4
14	کار برای خداوند	3	39	تمایل به فعالیتهای خیرخواهانه	7
15	نوعدوستی	3	40	مراقبه	4
16	حمایت از تولیدات داخلی	4	41	باور به قدرت الهی	3
17	تعهد به مردم	6	42	دعا و نیایش	2
18	تعهد ملی	4	43	موفقیت در کار	5
19	تلاش مجاهدانه	7	44	درآمد مطلوب	4
20	ارزش‌آفرینی برای جامعه	5	45	مستقل بودن	2
21	دردآشنایی	1	46	فعالیتهای اجتماعی	2
22	روحیه خدمتگزاری	6	47	تعهد به خانواده	2
23	وظیفه‌شناسی	5	48	توسل به انمه	5
24	دوری از مفاسد اجتماعی	2	49	تفکر متعالی	7
25	ثروت‌آفرینی برای جامعه	2			

جدول 5: مضامین فرعی و مضامین اصلی (مؤلفه‌های معنویت اثرگذار بر تاب‌آوری در افراد کارآفرین)

مضامین اصلی	مضامین فرعی
ارزش‌مداری	نوع‌دوستی، حمایت از تولیدات داخلی، تعهد به مردم، تعهد ملی، تلاش مجاهدانه، ارزش‌آفرینی برای جامعه، دردآشنایی، روحیه خدمت‌گرایی، وظیفه‌شناسی، دوری از مفاسد اجتماعی، ثروت‌آفرینی و توانمندسازی انسان
خودآگاهی	پویایی در کار، مسئولیت‌پذیری، ثبات هیجانی، مخاطره‌پذیری، وجدان‌گرایی، نیاز به توفیق طلبی، خودباوری
فرزانگی	تفکر متعالی، رشد و تعالی فردی، رعایت اصول اخلاقی و رعایت آموزه‌های دینی
هدف‌متعالی	روحیه یا تمایل دگرخواهی، تقرب الهی و کار برای خداوند
رضایتمندی فردی	موفقیت در کار، درآمد حلال، مستقل بودن، فعالیتهای اجتماعی و تعهد به خانواده
توکل و توسل	مراقبه، باور داشتن به قدرت الهی، دعا و نیایش و توسل به ائمه
اخلاق‌مداری	صادق بودن، فروتنی، مردمی بودن و درستکار بودن
فعالیت‌های داوطلبانه	کار بامعنا (بگانه‌سازی) و تمایل به فعالیتهای خیرخواهانه
آخرت‌گرایی	ایمان و تدین عملی کارآفرین، نداشتن حب جاه و مقام و نیات و تمایلات اخروی و الهی
امیدواری	امید به موفقیت، امید به خداوند و امید به آینده
سعه صدر	حلم و بردباری و عیب‌پوشی از دیگران



شکل 2: مدل پژوهش؛ برگرفته از نتایج مصاحبه‌ها

اعتبار سنجی مدل

پس از طراحی مدل به‌دست‌آمده بر اساس نتایج مصاحبه‌ها، مدل مذکور بار دیگر در قالب پرسشنامه اعتبار سنجی مدل، در اختیار 10 نفر از خبرگان دانشگاهی¹ قرار گرفت تا نظرات آنان در خصوص تناسب مضامین فرعی با مضامین اصلی اخذ شود. در این پژوهش، برای تعیین اعتبار مدل از روایی سازه به روش صوری استفاده شده است. با توجه به نظر بلیمن (1995)، در صورت تأیید 75 درصد از خبرگان و صاحب‌نظران، مدل دارای اعتبار است (دلور، 1374). لذا با استفاده از نرم‌افزار اکسل، میانگین نظرات خبرگان به عنوان درصد تناسب مضامین، محاسبه و تناسب یا عدم تناسب مضامین در جدول 6 ارائه شده است.

جدول 6: تجزیه و تحلیل کمی تناسب مضامین فرعی با مضامین اصلی

ردیف	مضمون اصلی	مضمون فرعی	میانگین (درصد تناسب)	تأیید یا رد تناسب
1	اخلاق‌مداری	صادق بودن	82%	تأیید
		فروتنی	80%	تأیید
		مردمی بودن	86%	تأیید
		درستکار بودن	90%	تأیید
2	خودآگاهی	پویایی در کار	71%	رد
		مسئولیت‌پذیری	76%	تأیید
		ثبات هیجانی	81%	تأیید
		مخاطره‌پذیری	79%	تأیید
		وجدان‌گرایی	84%	تأیید
		نیاز به توفیق‌طلبی	77%	تأیید
3	هدف‌متعالی	خودباوری	92%	تأیید
		تمایل یا روحیه دگرخواهی	95%	تأیید
		تقرب الهی	90%	تأیید
4	امیدواری	کار برای خداوند	82%	تأیید
		امید به خداوند	93%	تأیید
5	ارزش‌مداری	امید به آینده	86%	تأیید
		امید به موفقیت	86%	تأیید
		نوعدوستی	82%	تأیید
		حمایت از تولیدات داخلی	86%	تأیید
		تعهد به مردم	84%	تأیید
		تعهد ملی	84%	تأیید
		تلاش مجاهدانه	86%	تأیید
		ارزش‌آفرینی برای جامعه	80%	تأیید
		دردآشنایی	76%	تأیید
روحیه خدمتگزاری	91%	تأیید		

1. شامل اساتید و صاحب‌نظران دانشگاهی در رشته‌های رفتار سازمانی، مدیریت کارآفرینی، علوم قرآنی و حدیث و الهیات.

تأید	80%	وظیفه‌شناسی		6
تأید	78%	دوری از مفاسد اجتماعی		
تأید	89%	ثروت‌آفرینی برای جامعه		
تأید	75%	توانمندسازی		
تأید	86%	حلم و بردباری	سعه صدر	7
تأید	78%	عیب‌پوشی از دیگران		
تأید	74%	ایمان و تدبیر عملی کارآفرین	آخرت‌گرایی	8
تأید	80%	نداشتن حب جاه و مقام		
تأید	79%	نیات و تمایلات الهی و اخروی		
تأید	80%	رشد و تعالی فردی	فرزانگی	9
تأید	76%	رعایت اصول اخلاقی		
تأید	79%	رعایت آموزه‌های دینی		
تأید	94%	تفکر متعالی	فعالیت‌های داوطلبانه	10
تأید	82%	کار با معنا		
تأید	83%	تمایل به فعالیت‌های خیرخواهانه	توکل و توسل	11
تأید	86%	مراقبه		
تأید	87%	باور داشتن به قدرت الهی		
تأید	88%	دعا و نیایش		
تأید	91%	توسل به انعم	رضایتمندی فردی	11
تأید	84%	موفقیت در کار		
تأید	86%	درآمد حلال		
تأید	87%	مستقل بودن		
تأید	91%	تعهد به خانواده		
تأید	83%	فعالیت‌های اجتماعی		

همان‌طور که در جدول 6 نشان داده شده است، در مورد تناسب مضامین فرعی با مضمون اصلی، تنها تناسب مضمون فرعی «پویایی در کار» رد شد که طبق نظر خبرگان، این عبارت به «تاب‌آوری» تغییر یافت. با توجه به جدول تعیین اعتبار مدل و نظرات خبرگان دانشگاهی، مدل حاصل از نتایج مصاحبه‌ها به عنوان مدل نهایی پژوهش تأیید شد.

(و) بحث و نتیجه‌گیری

1. ارزش‌مداری

اولین مؤلفه معنویت اثرگذار بر تاب‌آوری در افراد کارآفرین که در حوزه ارزشی قرار گرفته، ارزش‌مداری است. ارزش‌مداری به معنای تمایل و معیار مبین گرایش فرد به هنگام انتخاب، به اولویت‌ها، انگیزه‌ها، نیازها و سختگیری‌های فردی مربوط می‌شود. برای مثال، کسی که دوستدار ماشین است، ارزشش به همان میزان است. کسی که دوستدار جامعه بوده و اولویت اصلی‌اش نفع رساندن به جامعه باشد، به ارزش‌هایی اهمیت می‌دهد که به نفع جامعه باشد؛ مانند ارزش‌آفرینی و ثروت‌آفرینی برای جامعه. بر اساس یافته‌های این پژوهش، کارآفرینانی که اولویت و انگیزه اصلی

273 شناسایی مؤلفه‌های معنویت اثرگذار بر تاب‌آوری در افراد کارآفرین

آنان نفع رساندن به جامعه باشد، به ارزشهایی مانند نعدوستی، ارزش‌آفرینی و ثروت‌آفرینی برای جامعه و... اهمیت داده، در برابر مشکلات پیش روی مسیر کارآفرینی، بنا به ارزش انتخابی خود، مقاومت می‌کنند و از میزان تاب‌آوری بالایی برخوردارند. نمونه‌ای از این مطلب، در گفته‌های مصاحبه‌شوندگان چنین اشاره شده است:

«...کارآفرینی یعنی ایجاد یک ارزش افزوده برای ملت...»

پژوهش نادی و گل‌پرور (1390)، یافته‌های این پژوهش را پشتیبانی می‌کند و بر آن صحه می‌گذارد. از دیدگاه آنان، ارزشهای مثبت واحد کاری به عنوان یک مؤلفه معنوی، دارای بیشترین نقش برای وفاداری کارکنان در سازمانهاست. از سوی دیگر، نتایج پژوهش حسین‌زاده و یزدانی (1392) نیز تأثیر مؤلفه ارزش‌مداری را در محیط کار اثبات کرده است.

2. آخرت‌گرایی

دومین مؤلفه معنویت اثرگذار بر تاب‌آوری در افراد کارآفرین، آخرت‌گرایی آنان است. آخرت‌گرایی، اصلی از اصول مدیریت اسلامی و برگرفته از اصل ایمان به معاد و حیات پس از مرگ است. بر اساس یافته‌های این پژوهش، ایمان و تدبیر عملی کارآفرین یکی از نمودهای آخرت‌گرایی تلقی می‌شود که آثار نیک فراوانی چه از نظر تولید، چه از نظر نیکو ساختن رابط اجتماعی و چه از نظر کاهش ناراحتی‌ها بر جای می‌گذارد. کاهش ناراحتی‌ها شامل: تحمل رنجها، مصائب، شکستها و ناکامی‌های افراد کارآفرین است که باعث می‌شود مسیر کارآفرینی برای آنان آسان شده و توان بالایی برای طی کردن این مسیر بیابند. دنیاطلبی از خصلتهایی است که موجب نافرمانی پروردگار می‌شود؛ زیرا افراد دنیاطلب به فکر پست و مقام و ریاست‌اند. اما یافته‌های این پژوهش، مؤید نداشتن حب جاه و مقام و تمایلات الهی و اخروی افراد کارآفرین است. کارآفرینی که در پی پست و مقام نباشد، شکستهای مسیر کارآفرینی را به دیگران نسبت نمی‌دهد، بلکه با ویژگی کنترل درونی سعی می‌کند شکستها را به خود نسبت دهد، در برابر آنها مقابله کند و تاب‌آوری خود را افزایش دهد؛ زیرا معتقد است رسیدن به حیات جاویدان؛ یعنی تحمل هر مشکلی. نمونه‌ای از این مطلب، در گفته‌های مصاحبه‌شوندگان چنین اشاره شده است:

«... برای رسیدن به آخرت باید از دنیا گذشت...»

گفتنی است که مؤلفه آخرت‌گرایی، تحت تأثیر نمونه آماری پژوهش است؛ زیرا نمونه آماری پژوهش را کارآفرینان شهر قم شامل می‌شدند و این نتایج تا حد زیادی تحت تأثیر زمینه و بستر مذهبی استان قم بوده است.

3. امیدواری

دسته سوم از مؤلفه‌های معنویت اثرگذار بر تاب‌آوری در افراد کارآفرین، امیدواری است. منظور از امیدواری؛ داشتن دید مثبت به آینده، توانایی ایجاد گذرگاههایی برای رسیدن به اهداف و آرزوها و امید به خداوند است. بر اساس یافته‌های این پژوهش، اگر کارآفرینی بر این باور باشد که کارش هیچ تأثیری در بر ندارد و آینده آن نامشخص است و احتمال رسیدن به اهداف تعیین‌شده وجود ندارد، به انجام آن اقدام نمی‌کند. ولی اگر کارآفرین

امیدوار باشد که کار وی تأثیرگذار خواهد بود، به امید دستیابی به آن اقدام می‌کند. نمونه‌ای از این مطلب، در گفته‌های مصاحبه‌شوندگان چنین اشاره شده است:

«... کارآفرینی یعنی ایجاد یک اقتصاد مقاومتی در جامعه‌ای که آینده آن با تحریمهای پیش رو غیر قابل پیش‌بینی است. بنابراین، ما باید نسبت به آینده امیدوار بوده و خود آن را بسازیم...»

4. اخلاق‌مداری

اخلاق‌مداری، اصول و موازینی است که رفتار و حرکت درست و غلط را تعریف می‌کند (مانند صداقت و دروغ‌گویی) و نقطه تمایز آن را به نمایش می‌گذارد. از نظر عملی، اخلاق عملی نمی‌تواند پایبند معیار ثابتی باشد، بلکه امری انسانی است و نمی‌تواند چیزی جز ایجاد ابداعات و ابتکارات روزانه در برابر مسائل رفتار باشد. از این رو، اخلاق‌مداری و کارآفرینی دو روی یک سکه‌اند. صادق بودن و درستکار بودن، نمونه‌ای از اخلاق‌مداری است؛ ولی استمرار رفتاری خاص مانند صداقت، دلیل بر آن است که این رفتار ریشه‌ای درونی و باطنی در عمق جان و روح فرد یافته که آن را فرزاندگی می‌نامند. به عبارتی؛ کارهای خوبی که به طور مداوم از انسان صادر می‌شود، نشئت گرفته از فرزاندگی است؛ زیرا اخلاق‌مداری یعنی دانستن اینکه صداقت خوب است و عمل کردن به آن به صورت مکرر یعنی فرزاندگی.

بر اساس یافته‌های این پژوهش، کارآفرینان برخوردار از خصلت صداقت، پرتاقت‌اند و در برابر مشکلات، قدرتمند ظاهر شده و با اولین مانع، ناامید نمی‌شوند. فروتنی کارآفرینان نیز یکی از ویژگی‌هایی است که باعث تحمل مشکلات می‌شود؛ زیرا کارآفرینان فروتن در عین حال که مصمم، وفادار و بی‌باک‌اند، در برابر دیگران فروتن بوده و احساس عجز و ناتوانی در برابر مشکلات ندارند و تاب‌آور ظاهر می‌شوند. نتایج این بخش نیز تا حد زیادی تحت تأثیر زمینه و بستر مذهبی استان قم بوده است. نمونه‌ای از این مطلب، در گفته‌های مصاحبه‌شوندگان چنین اشاره شده است:

«... زمانی که پستهای بزرگ به انسانهای کوچک سپرده شود، پستها پایکوبی می‌کنند...»

5. فرزاندگی

یکی دیگر از مؤلفه‌های معنویت اثرگذار بر تاب‌آوری در افراد کارآفرین، فرزاندگی است. فرزاندگی عبارت است از: روشنفکری و تعهد (دانایی و تعهد). کارهای خوبی که از انسان سر می‌زند، نشئت گرفته از مقوله فرزاندگی است؛ زیرا افراد فرزانه علاوه بر اینکه می‌دانند چه کاری خوب است، در طول زندگی نیز به طور مرتب آن کارها را تکرار می‌کنند. یکی از دلایل اصلی اثرگذار بودن مؤلفه فرزاندگی بر تاب‌آوری در افراد کارآفرین، این است که کارآفرینان برخوردار از دو خصلت دانایی (تفکر متعالی) و تعهد (نسبت به رعایت موازین اخلاقی و دینی)، تاب‌آورتر از افراد فاقد این دو خصلت‌اند؛ زیرا ایمان دارند با یاری خداوند، تحمل مشکلات برایشان آسان‌تر می‌شود. نمونه‌ای از این مطلب، در گفته‌های مصاحبه‌شوندگان چنین اشاره شده است:

«... تا زمانی که اصول اخلاقی در کاری رعایت نگردد، معنی انسانیت بی‌مفهوم خواهد بود...»

در هیچ یک از مطالعات به تأثیر مؤلفه‌ی فرزاندگی بر تاب‌آوری در افراد کارآفرین اشاره نشده است. تنها چندلر و همکاران در سال 1991، از فرزاندگی قدسی به عنوان مؤلفه‌ای معنوی و به معنای رشد تمامیت و شکوفایی یک فرد، سخن گفته‌اند. صاحب این قلم، ورودی در ساحت فرزاندگی قدسی (حکمت) ندارد و تنها این نکته را می‌داند که دستیابی به مدارج عالیة حکمت، علاوه بر فهم عمیق معارف وحیانی، نیازمند مجاهدتهای روحانی و پرهیز از آلاشهای نفسانی است. روح باید پاکیزه و پذیرنده و آسمان‌نگر باشد تا به ظرف حکمت متعالی بدل شود. اما فرزاندگی عرفی به گونه‌ای سازمان‌یافته و نظام‌مند از طریق اندیشگاههای کارآفرینان تولید شده و به مرحله حکمت که مختص انسانهای عالی‌مقام است، نرسیده است.

6. هدف متعالی

از دیگر مؤلفه‌های معنویت اثرگذار بر تاب‌آوری در افراد کارآفرین، داشتن هدف متعالی است. هدف در اصطلاح، ایده و آرمانی است که تمام نیروهای افکار، احساسات و امکانات فرد را به سوی خود سوق داده و متمرکز می‌سازد و اگر این سوق‌دادن‌ها در راستای دگرخواهی و وصال به حضرت دوست باشد، نمودهایی از داشتن هدف متعالی تلقی می‌شود. بر اساس یافته‌های این پژوهش، کارآفرینانی که از خصلت بسیار ارزشمند روحیه دگرخواهی (خدمت به خلق خدا) برخوردارند، در برابر مشکلات تاب‌آورترند؛ زیرا بنا به فرموده حضرت علی(ع): هر کس به مردم نیکی کند، عاقبتش نیکی می‌شود و کارهایش به آسانی انجام می‌گیرد و تحمل مشکلات برایش سهل و آسان می‌شود. بدون تردید، خدمت به خلق خدا از جمله مهم‌ترین راههای رسیدن به خداوند است. اندیشه رسیدن به خداوند، سنگ را آب و تحمل مشکلات را بسیار آسان می‌گرداند. با توجه به این موارد، داشتن این دو خصلت بارز در افراد کارآفرین یعنی تاب‌آوری در برابر مشکلات؛ زیرا وعده خداوند نیز همین است. دستگیری بنده و دستگیری خداوند. نمونه‌ای از این مطلب، در گفته‌های مصاحبه‌شوندگان چنین آمده است:

«... کارآفرینی نوعی عبادت است، عبادت یعنی خدمت به خلق خداوند...»

7. خودآگاهی

یکی دیگر از مؤلفه‌های معنویت اثرگذار بر تاب‌آوری در افراد کارآفرین، خودآگاهی است. خودآگاهی عبارت است از: دانش و ادراک فرد از خود. بر اساس یافته‌های این پژوهش، کارآفرینانی که نسبت به نقاط قوت و ضعف، عواطف و احساسات و میزان مقاومت خود در برابر مشکلات شناخت کافی داشته باشند، قطعاً می‌دانند مسیر کارآفرینی، مسیری است که آستانه تحمل بسیار بالایی را می‌طلبد. بنابر این، با توجه به توانایی‌ها و شناختی که از خود دارند، توان مقابله با مشکلات را در خود می‌بینند و در مقابل مشکلات، تاب‌آورتر از کسانی‌اند که نسبت به خود شناخت ندارند. نمونه‌ای از این مطلب، در گفته‌های مصاحبه‌شوندگان چنین اشاره شده است:

«... فردی که به خود اطمینان دارد، محتاج تعریف دیگران نیست...»

در تأیید یافته‌های این پژوهش، مهری‌نژاد و همکاران (2015) نیز خودآگاهی را یکی از مؤلفه‌های معنویت تأثیرگذار بر تاب‌آوری دانشجویان می‌دانند. حسین‌زاده و یزدانی (1392) نیز از خودآگاهی به عنوان یکی از مؤلفه‌های معنویت در تاب‌آوری کارکنان و اعضای هیئت علمی منطقه 13 دانشگاه آزاد اسلامی یاد می‌کنند.

8. توکل بر خداوند و توسل به ائمه (ع)

از دیگر مؤلفه‌های اثرگذار بر تاب‌آوری در افراد کارآفرین، توکل و توسل است. می‌توان مرز معنویت و عدم آن را ایمان به خداوند یگانه و عدم آن دانست. خداوند متعال نه تنها سرچشمه وجود، بلکه سرچشمه معنای عالم است. لذا با توکل به او، تحمل تمام مشکلات برای انسان سهل و آسان می‌شود. از سوی دیگر، بر اساس آنچه در معارف اسلامی آمده است، همه هم و غم‌ها و سختی‌ها و مشکلات، با توسل به هر یک از معصومین (ع) برطرف می‌شود. کارآفرینان نیز با توکل به خداوند و توسل به ائمه (ع) به راحتی می‌توانند با سختی‌های پیش رو مقابله کرده و تاب‌آورتر شوند. نمونه‌ای از این مطلب، در گفته‌های مصاحبه‌شوندگان چنین اشاره شده است:

«... با توکل بر خداوند و توسل به ائمه، بسیاری از مشکلات مسیر کارآفرینی راحت‌تر می‌شود...»

نتایج این پژوهش با نتایج یافته‌های احمدی و خدا/می (1390) همخوانی دارد.

9. فعالیتهای داوطلبانه

از دیگر مؤلفه‌های معنویت اثرگذار بر تاب‌آوری افراد کارآفرین، انجام فعالیتهای داوطلبانه است. مراد از فعالیتهای داوطلبانه در این پژوهش، تلاش برای رسیدن به هدف متعالی و انجام فعالیتهای خیرخواهانه است؛ زیرا انجام چنین کارهایی به نفع فرد، جامعه و فرهنگ عمومی است و به حفظ سلامت روانی کمک شایانی می‌کند. یکی از دلایل اثرگذار بودن این مؤلفه در این پژوهش، این است که کارآفرینانی که به دنبال فعالیتهای داوطلبانه‌اند، این فعالیتها را از روی میل و اراده و با هدف خیر رساندن به دیگران انجام می‌دهند؛ لذا نسبت به کسانی که تمایلی به انجام اینگونه فعالیتها ندارند، از تاب‌آوری بالاتری برخوردارند. نمونه‌ای از این مطلب، در گفته‌های مصاحبه‌شوندگان چنین اشاره شده است:

«... کارهای خیر هر انسانی باید از روی میل و اراده وی باشد...»

در تأیید یافته‌های این پژوهش، مهری‌نژاد و همکاران (2015)، مؤلفه فعالیتهای داوطلبانه را به عنوان یک مؤلفه معنوی تأثیرگذار بر تاب‌آوری دانشجویان مطرح می‌کنند.

10. رضایتمندی فردی

یکی دیگر از مؤلفه‌های معنویت اثرگذار بر تاب‌آوری در افراد کارآفرین، رضایتمندی فردی است. رضایتمندی فردی عبارت است از: احساس مثبت درونی ناشی از زندگی کاری و شخصی. از دلایل اصلی اثرگذاری این مؤلفه بر تاب‌آوری در افراد کارآفرین این است که کارآفرینانی که به دنبال خوشبختی و رضایتمندی‌اند، از روبه‌رو شدن

با مشکلات ترسی ندارند؛ زیرا باور دارند که با تحمل مشکلات و روبه‌رو شدن با آنها می‌تواند به جایگاه و موقعیتی که همواره انتظار آن را می‌کشیدند، برسند. نمونه‌ای از این مطلب، در گفته‌های مصاحبه‌شوندگان چنین اشاره شده است:

«...کارآفرین خوشحال یک کارآفرین کارا است...»

در تأیید یافته‌های این پژوهش، احمدی و خدامی (1390) نیز مؤلفه رضایتمندی فردی (احساس مثبت درونی) را به عنوان یکی از مؤلفه‌های معنوی تأثیرگذار معرفی کرده‌اند.

11. سعه صدر

آخرین مؤلفه معنویت اثرگذار بر تاب‌آوری در افراد کارآفرین، سعه صدر است. منظور از سعه صدر یا شرح صدر، توان بیشتر در درک مشکلات و تحمل آنهاست. بر اساس نتایج این پژوهش، از آنجا که کارآفرینان مسیر دشواری را طی می‌کنند تا به موفقیت دست یابند؛ بنابراین، مقاومت در برابر مشکلات پیش رو، امری ضروری تلقی می‌شود. مقاومت و پایداری در برابر مشکلات و مضطرب نشدن و تحمل دشواری‌ها یکی از نمودهای ارزشمند سعه صدر تلقی می‌شود؛ زیرا حلم و بردباری به عنوان قوی‌ترین دشمن سختی‌ها و ناملايمتهاست. نمونه‌ای از این مطلب، در گفته‌های مصاحبه‌شوندگان چنین اشاره شده است:

«...مسیر کارآفرینی، مسیری است دشوار و با مشکلات گوناگون. فرد کارآفرین باید در برابر این مشکلات،

صبر و استقامت پیشه نماید تا به نتیجه دلخواه خود برسد...»

به نظر می‌رسد این مؤلفه نیز تحت تأثیر زمینه و بستر مذهبی شهر قم قرار گرفته باشد.

پیشنهادها و محدودیت‌های پژوهش

این پژوهش مانند سایر پژوهش‌های کیفی، قابلیت تعمیم ندارد و در واقع؛ نوعی محدودیت برای آن محسوب می‌شود. لذا پیشنهاد می‌شود با مثلث‌سازی روش در مطالعات آتی، پژوهش حاضر در فاز کمی دنبال شود.

این پژوهش در یک مکان مذهبی شکل گرفته است؛ از این رو، در بهره‌گیری از نتایج آن برای سایر شهرها باید دقت شود. پیشنهاد می‌شود موضوع این پژوهش در سایر شهرها نیز اجرا شود تا با مقایسه نتایج بتوان مؤلفه‌های معنویت را بر تاب‌آوری افراد کارآفرین اجرا کرد.

نمونه آماری این پژوهش، افراد زیادی را شامل نمی‌شود؛ در واقع این پژوهش نیز با محدودیت رایج پژوهش‌های کیفی مواجه است. شاید افراد منتخب نتوانسته باشند تمام مفاهیم مدنظر پژوهش و مقوله‌ها را شکل دهند که این مسئله، امکان تعمیم نتایج را کاهش می‌دهد. در این راستا پیشنهاد می‌شود این پژوهش در فاز کمی و با نمونه آماری بیشتری اجرا شود.



منابع

- احمدپور داریانی، محمود (1384). کارآفرینی، تعاریف، نظریات، الگوها. تهران: پردیس.
- احمدپور داریانی، محمود و آصف کریمی (1394). کارآفرینی سازمانی؛ از نظریه تا عمل. تهران: دانشگاه تهران.
- احمدی، علی اکبر و عبدالصمد خدای (1390). «مدلی برای مطالعه رفتار شهروندی عمومی، معنویت و رفتار شهروندی سازمانی در بخش دولتی ایران (پژوهشی در شرکت سهامی بیمه ایران)». پژوهشنامه مدیریت عمومی، سال چهارم، ش 4: 107-128.
- تقی زاده، محمد احسان و مرضیه السادات میرعلائی (1392). «مطالعه اثربخشی معنویت درمان گروهی بر تاب آوری زنان مبتلا به مالتیپل اسکلروزیس اصفهان». روان شناسی سلامت، سال دوم، ش 2: 96-86.
- حسین زاده، امیرعلی و سهراب یزدانی (1392). «شناسایی و اولویت بندی مولفه های معنویت سازمانی در بین کارکنان و اعضاء علمی منطقه 13 دانشگاه آزاد اسلامی در سال 1392». فصلنامه زن و مطالعات خانواده، سال پنجم، ش 20: 73-87.
- حناآبادی، حسین (1394). «بررسی اثربخشی آموزش راهبردهای معنوی بر میزان تاب آوری و امیدواری دانشجویان جدیدالورود». فصلنامه علوم پزشکی زایل، سال ششم، ش 4.
- شاکری نیا، ایرج و مهتری محمدپور شاطری (1388). «رابطه استرس شغلی و تاب آوری با فرسودگی شغلی در بین پرستاران زن». مجله علوم پزشکی دانشگاه کرمانشاه، سال چهاردهم، ش 2: 161-169.
- شفیع زاده، رقیه (1391). «رابطه تاب آوری با پنج عامل بزرگ شخصیت». دانش و پژوهش در روان شناسی کاربردی، سال سیزدهم، ش 3: 102-95.
- عابدی جعفری، حسن؛ سعید تسلیمی، ابوالحسن فقیهی و محمد شفیع زاده (1390). «تحلیل مضمون و شبکه مضامین: روشی ساده و کارآمد برای تبیین الگوهای موجود در داده های کیفی». اندیشه مدیریت راهبردی، ش 2: 151-198.
- فرح اله حسینی، سید جمال و فاطمه کاظمی میانرودی (1390). «نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات (ITC) در توسعه کارآفرینی». ماهنامه کارآفرینان امیرکبیر، سال دوم، ش 68: 20-12.
- گل پرور، محسن؛ مریم جعفری و زهرا جوادیان (1392). «پیش بینی سرمایه روان شناختی از طریق مؤلفه های معنویت در پرستاران». روان پرستاری، سال اول، ش 3: 44-35.
- نادی، محمدعلی و محسن گل پرور (1390). «روابط ساده و ترکیبی مؤلفه های معنویت با وفاداری در محیط کار». اخلاق در علوم و فناوری، سال ششم، ش 4.
- هاشمی، لادن و بهرام جوکار (1390). «بررسی رابطه بین تعالی معنوی و تاب آوری در دانشجویان دانشگاه». مطالعات روان شناسی تربیتی، دوره 8، ش 13: 140-125.
- یزدانی، امین (1391). «بررسی رابطه ویژگی های شخصیتی سرسختی و تاب آوری با موفقیت تحصیلی در دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی ارتش در سال 1391». پایان نامه دکترای علوم پزشکی. دانشگاه علوم پزشکی ارتش جمهوری اسلامی ایران.
- Abedi Jafari, H.; S. Taslimi, A. Faghihi & M. Shafi' Zadeh (2011). "Content Analysis and Content Network: Simple and Efficient Way to Explaining Patterns in Data Quality". *Strategic Management Thought*, 2: 151-198.
- Ahmad Pour Dariyani, M. & A. Karimi (2015). *Entrepreneurship; From Theory to Practice*. Tehran: Tehran University Press.

- Ahmad Pour Dariyani, M. (2005). **Entrepreneurship, Definitions, Views, Patterns**. Tehran: Paradise Press.
- Ahmadi, A. & A. Khoddami (2011). "A Model to Study the Behavior of Public Citizen, Spirituality and Organizational Citizenship Behavior in the Public Sector in Iran (Iran Insurance Company management firm)". 4(4): 107-128.
- Burke, R.J.; M. Koyuncu & L. Fiksenbaum (2010). "Burnout, Work Satisfaction and Psychological Well-being among Nurses in Turkish Hospitals". *Europe's Journal of Psychology*, 6(1): 63-81.
- Campbell-Sills, L.; S.L. Cohan & M.B. Stein (2006). "Relationship of Resilience to Personality, Coping, and Psychiatric Symptoms in Young Adults". *Behaviour Research and Therapy*, 44(4): 585-599.
- Farajollah Hosseini, S.J. & F. Kazemi Mianroodi (2011). "Role of Information Technology and Communications (ITC) on Development of Entrepreneurship". *Journal of Amir Kabir Entrepreneurs*, 2: 12-20.
- Gol Parvar, M.; M. Jafari & Z. Javadian (2013). "Anticipating the psychological Capital through the Psychological Components of Spirituality in Nursing". *Journal of Psychiatric Nursing*, 1(3): 35-44.
- Hana Abadi, H. (2015). "Spiritual Resiliency Evaluate the Effectiveness of Teaching Strategies and Hopes for New Students". *Journal Zabol Medical*, 6(4).
- Hashemi, L. & B. Joker (2011). "The Relationship between Intellectual Excellence and Resilience in Students". *Educative psychology studies*, N.13.125-140.
- Homeward, R. (2011). "Reviewing the Literature on". *Australian Journal of Teacher Education*, 36(2): 16-29.
- Hossin zadeh, A. and Yazdani, S. (2014), "recognition and prioritizing the components of organizational spirituality among employees and faculty members of Islamic Azad university (District 13) in 2014". *Women and family studies quarterly. Fifth year .N:20*: 73-87.
- Kvale, Steinar (1996). **Interviews: An Introduction to Qualitative Research Interviewing**. Thousand Oaks: sage.
- Lamond, A.J.; C.A. Depp, M. Allison, R. Langer, J. Reichstadt, D.J. Moore ... & D.V. Jeste (2008). "Measurement and Predictors of Resilience among Community-Dwelling Older Women". *Journal of Psychiatric Research*, 43(2): 148-154.
- Luthans, F.; B.J. Avolio, J.B. Avey & S.M. Norman (2007). "Positive Psychological Capital: Measurement and Relationship with Performance and Satisfaction". *Personnel Psychology*, 60(3): 541-572.
- Martin, A.J. & H.W. Marsh (2006). "Academic Resilience and its Psychological and Educational Correlates: A Construct Validity Approach". *Psychology in the Schools*, 43(3): 267-281.
- Mehrinejad, S.A.; M. Tarsafi & S. Rajabi Moghadam (2015). "Predictability of Students' Resiliency by Their Spirituality". *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 205: 396-400.
- Nadi, M. & M. Gol Parvar (2011). "Simple Relationships and Spirituality Combined with Loyalty in the Workplace". *Journal of Ethics in Science and Technology*, 6(4).

- Peres, j; A.M. Almeida, A.G. Nasello & H.G. Koenig (2006). **“Spirituality and Resilience in Trauma Victims”** journal of Religion and Health, 46(3): 343–350.
- Robert, C; R. Hallak & S.R. Sardeshmukh (20016). **“Innovation, entrepreneurship, and restaurant performance: A higher-order structural model”**. Journal homepage 53(3): 215-228.
- Shafi’ Zadeh, R. (2012). **“Relationship between Resiliency and Five Factor Model of Personality”**. *Science and Research in Applied Psychology*, 13(3): 95-102.
- Shakeri Nia, I. & M. Mohammad Pour Shateri (2009). **“The Relationship between Job Stress and Resiliency with Burnout among Nurses”**. *Journal of Kermanshah University of Medical Sciences*, 14(2): 161-169.
- Taghizadeh, M. & M. Mir Alaei (2013). **“Study the Effectiveness of Group Therapy on Resiliency Spirituality of Women with Multiple Sclerosis”**. *Journal of Health Psychology*, 2(2).
- Yazdani, A (2012). **“The Relationship between Personality Characteristics of Hardiness and Resilience with Academic Success in Arthritis Medical Students in Year 2012”** Medical Sciences Doctoral thesis, Medical Sciences University of the Islamic Republic of Iran's Army.



Archive of SID