

بررسی معادباوری در سازمان و نقش آن در خدمت گرایی و خلاقیت کارکنان

مهدی عبادی مؤید

کارشناسی ارشد مدیریت دولتی گرایش توسعه منابع انسانی دانشگاه تهران (دانشکده‌گان فارابی)

ebadi.m14@gmail.com

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی معادباوری در سازمان و نقش آن در خدمت گرایی و خلاقیت کارکنان می‌باشد. این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی بوده و از نظر روش توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری پژوهش را مدیران شرکت های صادراتی تهران تشکیل داده و از طریق جدول کرجسی-مورگان حجم نمونه برابر با ۹۲ نفر برآورد شده است. برای گردآوری داده‌های پژوهش در این تحقیق، پرسشنامه محقق ساخته در مقیاس ۵ درجه‌ای لیکرت بکار گرفته شده است. روایی پرسشنامه توسط اساتید و خبرگان و پایایی آن با استفاده از اندازه گیری ضریب آلفای کرونباخ مورد تأیید قرار گرفته است. به منظور تجزیه و تحلیل داده های بدست آمده از روش های آماری توصیفی (فراوانی، درصد، میانگین، انحراف معیار) و آزمون های آمار استنباطی استفاده شده است. نرم افزار (SPSS) برای محاسبات پژوهش بکار گرفته شده است. یافته های پژوهش حاکی از آن است که معادباوری در سازمان و سطوح آن (سطوح اعتقادی، سطوح اخلاقی، سطوح اجتماعی) با خدمت گرایی و خلاقیت کارکنان رابطه مثبت و معنی داری دارد.

کلیدواژه‌ها: معادباوری، خدمت گرایی، خلاقیت کارکنان، معنویت در سازمان، آخرت باوری.

مقدمه

گرداند. با چنین ایمان و اعتقادی است که «مسئولیت» مفهومی حقیقی و بدور از معیارهای قراردادی پیدا می‌کند تا آن‌جا که هیچ عقل سلیم و دل‌آگاهی نمی‌تواند خود را از عواقب بی‌اعتنایی به آن در امان بداند (قربانی لاکتراشانی و همکاران، ۱۴۰۲).

بنابراین، نوع نگرش و بینش انسان نسبت به حقیقت خود و کمال و سعادتش، عاملی مهم در تعیین خط مشی او در زندگی محسوب می‌شود. بر همین اساس، کسی که حیات خود را در زندگی چندروزه دنیا منحصر می‌داند، رفتارهای خود را به گونه‌ای تنظیم می‌کند که تنها نیازهای دنیوی و خواسته‌های این جهانی‌اش تأمین شود، اما کسی که حقیقت خود را فراتر از پدیده‌های مادی می‌داند، دنیا را محل عبور دانسته و رفتارهای شایسته خود را وسیله‌ای برای رسیدن به سعادت و کمال ابدی می‌شمارد (ابراهیمی و رکیانی، ۱۴۰۰). از آنجاکه انسان موجودی اجتماعی است، تأثیر این دو نوع جهان‌بینی، به زندگی فردی او محدود نمی‌شود؛ بلکه تفکر او در زندگی اجتماعی و رفتارهای متقابل افراد نسبت به یکدیگر تأثیر بسزایی دارد. بنابراین، اعتقاد کارکنان به معاد می‌تواند آنها را به خدمت‌گرایی و ارائه خدمت مناسب در جهت دستیابی به اهداف تعیین شده ملزم کند و آنها را از کم‌کاری دور سازد (این‌درادوی^۱، ۲۰۲۰).

نگرش‌ها و بینش‌های برآمده از جهان‌بینی خاص، همواره سبب تأثیر مستقیم بر ایجاد نظام‌گرایی‌ها و کنش‌های انسان می‌باشد. یکی از مهمترین این موارد را می‌توان در باور به امتداد زندگی انسان پس از مرگ دانست؛ باوری که علاوه بر فطری بودن در پیشرفت مادی و معنوی انسان نیز سهم به‌سزایی دارد (پورمهدی‌امیری و همکاران، ۱۴۰۰). در میان مسائل عقیدتی هیچ مسئله‌ای در اسلام بعد از توحید به اهمیت، موضوع معاد باوری و اعتقاد به زندگی پس از مرگ، و حسابرسی اعمال بندگان و پاداش و کیفر و اجرای عدالت نمی‌رسد. پس مطابق تعریف، معاد به معنای برگشت انسان به زندگی پس از مرگ برای انجام حسابرسی، بهره‌مندی از پاداش اعمال صالحه خود و یا مواخذه و عقاب برای اعمال ناشایست خود می‌باشد (آعبداله و معارف، ۱۳۹۸). اعتقاد به اصل معاد، تحولی عظیم در فکر و روح انسان ایجاد می‌کند. دامنه اندیشه او را از سطح ظواهر بالا برده و تا به سرحد ابدیت و بی‌نهایت می‌گستراند. او را با ارزش‌های متعالی و معیارهای برتری که به زندگی انسان معنی و قداست می‌بخشد، آشنا می‌گرداند و یکباره تصویر حیات را در نظر او دگرگون ساخته و با واقعیت بس با عظمتی مأنوس می‌

^۱ Indradevi

به خدمت گذاری مشغول باشند (دوی^۳، ۲۰۲۴). این افراد می توانند با ذهنی باز و فارغ از هر الزام و قانونی تحت الهام پذیری از اعتقادات و اخلاقیات خود، اخلاقیت فکری را در پیشبرد صحیح اهداف بکار گیرند.

اخلاقیت، فرایندی است که جهت ایجاد ارزش، طراحی و مدیریت می شود و به شکل خدمات، محصولات، فرایندها، تکنولوژی ها و سیستم های کسب و کار جدید ظاهر می شود. با توجه به اینکه تلاش های خلاق بایستی منجر به نتایج خلاق شود؛ پس اخلاقیت، نوآوری عینیت یافته می باشد (دوی، ۲۰۲۴). اخلاقیت از عوامل مهم در بقای سازمان ها در محیط پرقابته کنونی است. بسیاری از سازمان ها در سال های اخیر تلاش های بسیاری انجام داده اند تا کارمندان خود را تشویق به اخلاقیت نمایند (ژو^۴ و همکاران، ۲۰۲۲). اگرچه همه اخلاقیت ها موفقیت آمیز نیستند اما همان تعداد اندکی که به موفقیت نایل می شوند منابع عمده مزیت رقابته هستند. دلیل این امر این است که اخلاقیت موفقیت آمیز ویژگی منحصر به فردی به سازمان می دهد که رقبا فاقد آن هستند. این منحصر به فرد بودن به سازمان اجازه می دهد تا خودش را از دیگر رقبا متمایز نمایند (پنگ^۵ و همکاران، ۲۰۲۳).

در سطح سازمانی، خدمت گرایی یک فلسفه مرکب کسب و کار و استراتژیک می باشد که بر این موضوع تمرکز دارد که مدیریت شرکت، چه چیزی را برای ارائه خدمات با کیفیت بالا مهم می داند. در سطح فردی، خدمت گرایی مرتبط است با رفتارهایی که توسط کارکنان انجام می شود و بر کیفیت خدمات ارائه شده به مشتریان تاثیر می گذارد (کلوتسینیوتیس^۲ و همکاران، ۲۰۲۰). خدمت گرایی در سازمان ادراکات کارکنان از قانونی بودن اختیاراتشان و استقلال شان را بالا می برد و تعهد، نرخ ماندن، کیفیت خدمات و سودآوری را افزایش می دهد. هدف برنامه خدمت گرایی، توضیح فلسفه و فرهنگ شرکت برای کارمندان آینده است. خدمت گرایی را مشخصات طراحی درونی از قبیل ساختار، جو و فرهنگ سازمانی در سطح سازمانی معرفی می کنند (تکهئی و همکاران، ۱۳۹۹). خدمت گرایی شامل ابعادی همچون تمرکز بر مشتری، حمایت سازمانی، خدمات تحت فشار و ارتباط قبلی مشتری است. می توان گفت یکی از مهم ترین خصیصه های هر سازمان برای کار در شرایط متغیر امروزی، داشتن افرادی است که مایلند در تغییرات موفقیت آمیز سازمان، بدون وجود الزامات رسمی شغل مشارکت نموده و با خلوص نیت

تأثیر از تایید سه نوع رابطه در مسیر پاسخگویی شامل ۱- رابطه بین معادباوری و عاملیت، ۲- رابطه دوسویه بین عاملیت و ساختار و ۳- رابطه بین ساختار و ابعاد اعتقادی، اخلاقی، اجتماعی، مالی و پایداری؛ حاصل شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد معادباوری عاملیت، طبق تئوری ساخت‌یابی در ایجاد ساختارها و نظام‌های ارزشی و اخلاقی از جمله نظام حسابداری تأثیر دارد که کیفیت پاسخگویی یکی از ارکان نظام حسابداری و گزارشگری مالی است. کیفیت پاسخگویی حاصل از تفکر اعتقاد به معاد، مبتنی بر ابعاد پنج‌گانه اعتقادی، اخلاقی، اجتماعی، مالی و پایداری است. نتایج پژوهش حاضر با تأکید بر معادباوری عاملیت در دو بعد نظری و عملی، در صورت بکارگیری می‌تواند بهبود کیفیت پاسخگویی نظام حسابداری را به دنبال داشته باشد.

پرده شناس و همکاران (۱۳۹۹) پژوهشی تحت عنوان "کشف و تبیین الگوی انگیزه خدمت با رویکرد معنویت محور در کار با استفاده از نظریه داده بنیاد" ارائه نمودند. نتایج نشان داد که مولفه‌های انگیزه خدمت با رویکرد معنویت در محیط کار شامل: هنجارگرا، عاطفی، معناگرا، اجتماعی، دلسوزانه و فداکارانه است. تحلیل‌ها نشان داد که علل اصلی شامل: ویژگی‌های شغل، مشخصه‌های دانشی، سرمایه اجتماعی و ویژگی‌های شخصیتی، عوامل همبسته

پرده شناس و همکاران (۱۴۰۲) طی پژوهشی به تبیین ویژگی‌ها و ابعاد انگیزه خدمت با رویکرد اخلاق محور در کار پرداختند. نتایج حاصل از تحلیل مصاحبه‌ها و کدگذاری در دو مرحله کدگذاری حقیقی و نظری نشان داد که ابعاد انگیزه خدمت با رویکرد معنویت در کار شامل هنجارگرا، عاطفی، معناگرا، اجتماعی، دلسوزانه و فداکارانه است. از جمله ویژگی‌های شکل دهنده انگیزه خدمت با رویکرد معنویت در کار شامل ویژگی‌های شغل، مشخصه‌های دانشی، سرمایه اجتماعی و ویژگی‌های شخصیتی است. عوامل همبسته نیز شامل: مشارکت اجتماعی در سازمان و تحکیم سرمایه اجتماعی است که مدیران سازمان باید به این ویژگی‌ها توجه کنند. با توجه به ابعاد انگیزه خدمت با رویکرد معنویت در کار در این پژوهش، انگیزه خدمت با رویکرد معنویت در کار دارای ویژگی‌هایی است که مدیران شرکت مخابرات را تشویق می‌کند برای توسعه انگیزه خدمت با رویکرد معنویت در کار به این عوامل توجه کنند.

زارع و ترخونی (۱۴۰۱) در پژوهش خود به بررسی تأثیر معادباوری بر کیفیت پاسخگویی در نظام حسابداری پرداختند. تجزیه و تحلیل داده‌ها در قالب مدل معادلات ساختاری نشان می‌دهد که تأثیر اعتقاد به معاد بر کیفیت پاسخگویی در حسابداری به صورت قوی معنا دار است، این

بر اساس آنچه که بیان شد و بررسی پیشینه پژوهش، تاکنون مطالعه‌ای در جهت تحلیل ارتباط معادباوری در سازمان و خدمت‌گرایی و نیز خلاقیت کارکنان انجام نگرفته است. بنابراین، هدف پژوهش حاضر بر مبنای بررسی معادباوری در سازمان و نقش آن در خدمت‌گرایی و خلاقیت کارکنان قرار گرفته و فرضیه‌های زیر مطرح می‌گردد:

فرضیه اصلی: معادباوری در سازمان با خدمت‌گرایی و خلاقیت کارکنان رابطه معنی‌داری دارد.

فرضیه‌های فرعی:

۱. سطوح اعتقادی با خدمت‌گرایی و خلاقیت کارکنان رابطه معنی‌داری دارد.

۲. سطوح اخلاقی با خدمت‌گرایی و خلاقیت کارکنان رابطه معنی‌داری دارد.

۳. سطوح اجتماعی با خدمت‌گرایی و خلاقیت کارکنان رابطه معنی‌داری دارد.

روش پژوهش

تحقیق حاضر از لحاظ هدف کاربردی از نظر روش توصیفی و از نوع پیمایشی و از نوع همبستگی است. جامعه آماری شامل مدیران شرکت‌های صادراتی تهران به تعداد ۱۱۸ نفر می‌باشد که با استفاده از جدول کرجسی-مورگان

شامل: مشارکت اجتماعی در سازمان و تحکیم سرمایه اجتماعی؛ اقتضائات شامل: جو سازمانی، فرهنگ سازمانی، عدالت سازمانی، رضایت شغلی، مدیریت صحیح نیروی انسانی و فلسفه وجودی و ماموریت سازمان؛ شرایط میانجی شامل: مسئولیت اجتماعی، وفاداری به سازمان و اخلاق و ارزش‌های سازمانی است. پیامدها، شامل: رفتار شهروندی سازمانی، افزایش بهره‌وری سازمان، افزایش کیفیت خدمات، دلبستگی شغلی، کیفیت زندگی کاری و حفظ توانایی‌های سازمان است و زمینه محیطی شامل: جامعه پذیری خانواده، ویژگی‌های مذهبی، ویژگی‌های جمعیت شناختی و محیط انگیزشی سازمان است. نتایج این تحقیق به سازمان‌ها کمک می‌کند تا انگیزه خدمت با رویکرد معنویت در کار را بشناسند و آن را در سازمان رواج دهند.

امین^۶ و همکاران (۲۰۲۰) پژوهشی با عنوان "اعتبارسنجی رابطه معنویت در محیط کار، تعهد سازمانی و انحراف در محل کار" انجام دادند. مطابق نتایج این پژوهش، بین معنویت در محیط کار، تعهد سازمانی و انحراف در محل کار رابطه معنی‌داری وجود دارد.

جلو و کویلهو^۷ (۲۰۱۹) در پژوهش خود نشان دادند که معنویت در کار بر تعهد عاطفی تاثیر دارد. همچنین، استعداد شغلی نیز بر عملکرد فردی موثر است.

^۷ Joelle & Coelho

^۶ Amin

حجم نمونه ۹۲ نفر تعیین شده است. از روش کتابخانه‌ای - اساتید و خبرگان مورد تایید قرار گرفته و پایایی آن با میدانی جهت جمع آوری داده‌ها استفاده شده است. جهت گرد آوری داده‌ها از پرسشنامه محقق ساخته در مقیاس ۵ درجه‌ای لیکرت استفاده شده است. روایی پرسشنامه توسط اساتید و خبرگان مورد تایید قرار گرفته و پایایی آن با استفاده از اندازه گیری ضریب آلفای کرونباخ مورد سنجش قرار گرفته و نتایج در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. نتایج اندازه گیری آلفای کرونباخ

متغیرها	ضریب آلفای کرونباخ
معادباوری در سازمان	۰/۷۷
سطوح اعتقادی	۰/۷۸
سطوح اخلاقی	۰/۸۱
سطوح اجتماعی	۰/۷۹
خدمت گرایی	۰/۸۱
خلاقیت کارکنان	۰/۸۰

ضریب آلفای کرونباخ برای تمام متغیرهای پژوهش بالای ۰/۷۰ بدست آمده است که نشان دهنده پایایی مناسب و مطلوب ابزار سنجش می باشد.

محاسبات عنوان شده از طریق نرم افزار (SPSS) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

نتایج پژوهش

آمار توصیفی و ویژگی های جمعیت شناختی پاسخگویان به شرح زیر ارائه می گردد:

برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش های آماری توصیفی (فراوانی، درصد، میانگین، انحراف معیار) و آزمون های آمار استنباطی استفاده شده است. کلیه

جدول ۱. ویژگی های جمعیت شناختی پاسخگویان

متغیر	فراوانی	درصد
زن	۱۹	۲۰/۶

۷۹/۴	۷۳	مرد	جنسیت
۱۱/۹	۱۱	مجرد	وضعیت تاهل
۸۸/۱	۸۱	متاهل	
۶۳/۱	۵۸	لیسانس	تحصیلات
۲۲/۸	۲۱	فوق لیسانس	
۱۴/۱	۱۳	دکتری	
۷/۶	۷	۳۰ تا ۲۰	سن
۳۵/۹	۳۳	۴۰ تا ۳۱	
۴۴/۶	۴۱	۵۰ تا ۴۱	
۱۱/۹	۱۱	بالای ۵۰	
۱۸/۵	۱۷	زیر ۱۰ سال	سابقه کار
۴۱/۳	۳۸	۱۰ تا ۱۵ سال	
۳۴/۸	۳۲	۱۶ تا ۲۰ سال	
۵/۴	۵	بالای ۲۰ سال	

پاسخگویان با بیش‌ترین فراوانی ۴۱ تا ۵۰ سال سن دارند و ۷/۶ درصد با کم‌ترین فراوانی ۲۰ تا ۳۰ سال سن دارند. ۴۱/۳ درصد پاسخگویان با بیش‌ترین فراوانی ۱۰ تا ۱۵ سال سابقه کار دارند و ۵/۴ درصد با کمترین فراوانی بالای ۲۰ سال سابقه کار دارند.

مطابق نتایج جدول ۲: ۲۰/۶ درصد پاسخگویان زن هستند و ۷۹/۴ درصد نیز مرد هستند. ۱۱/۹ درصد پاسخگویان مجرد هستند و ۸۸/۱ درصد نیز متاهل هستند. ۶۳/۱ درصد پاسخگویان با بیش‌ترین فراوانی تحصیلات لیسانس دارند و ۱۴/۱ درصد با کمترین فراوانی دکتری هستند. ۴۴/۶ درصد

جدول ۳. میانگین و انحراف استاندارد متغیرهای پژوهش

متغیرها	میانگین	انحراف معیار
معادباوری در سازمان	۳/۲۸۰	۰/۳۷۲
سطوح اعتقادی	۳/۴۲۰	۰/۶۱۰

۰/۶۲۳	۳/۳۶۶	سطوح اخلاقی
۰/۶۵۵	۳/۳۹۷	سطوح اجتماعی
۰/۶۴۰	۳/۱۶۴	خدمت گرایی
۰/۵۶۲	۳/۳۴۱	خلاقیت کارکنان

از میان متغیرهای پژوهش، سطوح اعتقادی بالاترین میانگین (۳/۴۲) و خدمت گرایی کمترین میانگین (۳/۱۶) را به خود اختصاص داده است. میانگین کل معادباوری در سازمان نیز ۳/۲۸ است.

در ادامه آزمون فرضیه های پژوهش پرداخته می شود. فرضیه اصلی: معادباوری در سازمان با خدمت گرایی و خلاقیت کارکنان رابطه معنی داری دارد.

جدول ۴. آزمون همبستگی بین معادباوری در سازمان با خدمت گرایی و خلاقیت کارکنان

مؤلفه	شاخص	خدمت گرایی	خلاقیت کارکنان
معادباوری در سازمان	همبستگی پیرسون	۰/۲۱۴	۰/۲۲۱
	معناداری	۰/۰۰۷	۰/۰۰۱

نتیجه آزمون نشان می دهد که همبستگی معنی داری بین معادباوری در سازمان با خدمت گرایی و خلاقیت کارکنان وجود دارد. مقدار همبستگی پیرسون (۰/۲۱۴) و (۰/۲۲۱) محاسبه شده که در سطح ۰/۰۱ معنی دار است، فرضیه اصلی پژوهش را تایید می کند. بنابراین می توان نتیجه گرفت که معادباوری در سازمان همبستگی مثبت و معنی داری با خدمت گرایی و خلاقیت کارکنان دارد. فرضیه فرعی اول: سطوح اعتقادی با خدمت گرایی و خلاقیت کارکنان رابطه معنی داری دارد. برای آزمون این فرضیه از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است که نتیجه آن در جدول زیر می آید:

جدول ۵. آزمون همبستگی بین سطوح اعتقادی با خدمت گرایی و خلاقیت کارکنان

مؤلفه	شاخص	خدمت گرایی	خلاقیت کارکنان
سطوح اعتقادی	همبستگی پیرسون	۰/۱۷۷	۰/۱۸۰

۰/۰۰۹	۰/۰۰۱	معناداری	
-------	-------	----------	--

نتیجه آزمون نشان می دهد که همبستگی مثبت و معنی داری بین سطوح اعتقادی با خدمت گرایی و خلاقیت کارکنان وجود دارد. مقدار همبستگی پیرسون (۰/۱۷۷) و (۰/۱۸۰) محاسبه شده که در سطح ۰/۰۱ معنی دار است، فرضیه فرعی اول را تایید می کند؛ بنابراین می توان نتیجه گرفت که سطوح اعتقادی تاثیر معنی داری با خدمت گرایی و خلاقیت کارکنان دارد.

فرضیه فرعی دوم: سطوح اخلاقی با خدمت گرایی و خلاقیت کارکنان رابطه معنی داری دارد.

برای آزمون این فرضیه از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است که نتیجه آن در جدول زیر می آید:

جدول ۶. آزمون همبستگی بین سطوح اخلاقی با خدمت گرایی و خلاقیت کارکنان

مؤلفه	شاخص	خدمت گرایی	خلاقیت کارکنان
سطوح اخلاقی	همبستگی پیرسون	۰/۲۱۰	۰/۲۳۲
	معناداری	۰/۰۰۹	۰/۰۰۹

نتیجه آزمون نشان می دهد که همبستگی مثبت و معنی داری بین سطوح اخلاقی با خدمت گرایی و خلاقیت کارکنان وجود دارد. مقدار همبستگی پیرسون (۰/۲۱۰) و (۰/۲۳۲) محاسبه شده که در سطح ۰/۰۱ معنی دار است، فرضیه فرعی دوم را تایید می کند؛ بنابراین می توان نتیجه گرفت که سطوح اخلاقی همبستگی مثبت و معنی داری با خدمت گرایی و خلاقیت کارکنان دارد.

فرضیه فرعی سوم: سطوح اجتماعی با خدمت گرایی و خلاقیت کارکنان رابطه معنی داری دارد.

برای آزمون این فرضیه از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است که نتیجه آن در جدول زیر می آید:

جدول ۸. آزمون همبستگی بین سطوح اجتماعی با خدمت گرایی و خلاقیت کارکنان

مؤلفه	شاخص	خدمت گرایی	خلاقیت کارکنان
سطوح اجتماعی	همبستگی پیرسون	۰/۱۹۸	۰/۲۱۲

۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	معناداری	
-------	-------	----------	--

- فرضیه فرعی اول: سطوح اعتقادی با خدمت‌گرایی و خلاقیت کارکنان رابطه معنی‌داری دارد.

نتیجه آزمون نشان می‌دهد که همبستگی مثبت و معنی‌داری بین سطوح اعتقادی با خدمت‌گرایی و خلاقیت کارکنان وجود دارد. بنابراین، فرضیه فرعی اول تایید شده و می‌توان نتیجه گرفت که سطوح اعتقادی تاثیر معنی‌داری با خدمت‌گرایی و خلاقیت کارکنان دارد. خدمت‌گرایی و خلاقیت در این سطح ریشه در باوری از معادباوری دارد که لازمه آن یقین قلبی، آگاهی عقلی و وجدان بیدار است. در این سطح فرد بدون توجه به عوامل و ناظران دنیایی، خداوند را ناظر اصلی و واقعی می‌داند و در خلوت و جلوت به گونه‌ای عمل می‌کند که گویی صدها دوربین ناظر او هستند.

- فرضیه فرعی دوم: سطوح اخلاقی با خدمت‌گرایی و خلاقیت کارکنان رابطه معنی‌داری دارد.

نتیجه آزمون نشان می‌دهد که همبستگی مثبت و معنی‌داری بین سطوح اخلاقی با خدمت‌گرایی و خلاقیت کارکنان وجود دارد. بنابراین، فرضیه فرعی دوم تایید شده و می‌توان نتیجه گرفت که سطوح اخلاقی همبستگی مثبت و معنی‌داری با خدمت‌گرایی و خلاقیت کارکنان دارد. صفات

نتیجه آزمون نشان می‌دهد که همبستگی مثبت و معنی‌داری بین سطوح اجتماعی با خدمت‌گرایی و خلاقیت کارکنان وجود دارد. مقدار همبستگی پیرسون (۰/۱۹۸) و (۰/۲۱۲) محاسبه شده که در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار است، فرضیه فرعی سوم را تایید می‌کند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که سطوح اجتماعی همبستگی مثبت و معنی‌داری با خدمت‌گرایی و خلاقیت کارکنان دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی معادباوری در سازمان و نقش آن در خدمت‌گرایی و خلاقیت کارکنان انجام شده است. نتایج بررسی فرضیه‌های پژوهش به شرح زیر ارائه می‌گردد:

- فرضیه اصلی: معادباوری در سازمان با خدمت‌گرایی و خلاقیت کارکنان رابطه معنی‌داری دارد.

نتیجه آزمون نشان می‌دهد که همبستگی معنی‌داری بین معادباوری در سازمان با خدمت‌گرایی و خلاقیت کارکنان وجود دارد. بنابراین، فرضیه اصلی پژوهش تایید شده و می‌توان نتیجه گرفت که معادباوری در سازمان همبستگی مثبت و معنی‌داری با خدمت‌گرایی و خلاقیت کارکنان دارد.

پاسخگویی اجتماعی خدمت گرایی و خلاقیت مطلوب را به کار می گیرد.

معادباوری در سازمان با بکارگیری سطوح اعتقادی، سطوح اخلاقی و سطوح اجتماعی، به گونه‌ای رفتار را تنظیم می کند که افراد استانداردهای بالایی را در دستیابی به اهداف مورد نظر نشان دهد. در این صورت زمینه تاثیرپذیری مطلوب کارکنان در تصمیم گیری‌ها فراهم شده و از این طریق، خدمت گرایی مناسب و خلاقیت کارکنان مشاهده خواهد شد.

از محدودیت‌های پژوهش می توان به استفاده از پرسشنامه و عدم اطمینان به صداقت و سوگیری برخی از اعضای جامعه آماری در جهت جمع آوری اطلاعات و پاسخگویی به سوالات اشاره نمود. جهت انجام پژوهش‌های آتی پیشنهاد می گردد ویژگی های شخصیتی کارکنان به عنوان متغیر میانجی در تاثیرگذاری معادباوری در سازمان مورد بررسی قرار گیرد. همچنین، پیشنهاد می شود پژوهشی مشابه از دیدگاه کارکنان نیز انجام گرفته و یافته ها با نتایج این پژوهش مقایسه گردد.

منابع

- آبداله، معصومه، و معارف، مجید. (۱۳۹۸). تاثیر باور به معاد در سبک زندگی با محوریت سوره غافر، بصیرت و تربیت اسلامی، ۱۶(۵۱)، ۳۳-۴۷.

برجسته اخلاق در کنار یاد معاد به کمال می رسد زیرا یاد معاد و عذاب قیامت انسان را اخلاق مدار و قلب را خاضع می کند اکثر کمال ها و ایثارها همراه با یک نوع محرومیت ها و تحمل کردن ناگواری ها هستند. اهرمی که بتوان این وزن ها را با آن حرکت داد و آن همه ناگواری را تحمل کرد همان ایمان به جبران در قیامت و ایمان به پاداش های الهی است. کارکنان با باور اخلاق مدارانه خود به معاد، ارزش های اخلاقی را والاتر از هر چیزی در جهت خدمت و خلاقیت صادقانه می دانند.

- فرضیه فرعی سوم: سطوح اجتماعی با خدمت گرایی و خلاقیت کارکنان رابطه معنی داری دارد.

نتیجه آزمون نشان می دهد که همبستگی مثبت و معنی داری بین سطوح اجتماعی با خدمت گرایی و خلاقیت کارکنان وجود دارد. بنابراین، فرضیه فرعی سوم تایید شده و می توان نتیجه گرفت که سطوح اجتماعی همبستگی مثبت و معنی داری با خدمت گرایی و خلاقیت کارکنان دارد. یک نوع از مسئولیت پذیری افراد معتقد به معاد در برابر اجتماع و برون سازمانی است، آنجا که فرد باید نسبت به ذینفعان در سطح اجتماع با رعایت اولویت منافع اجتماعی بر منافع سازمانی و فردی با هدف رستگاری و عدالت اجتماعی پاسخگو باشد، بنابراین در راستای رسیدن به هدف

- ابراهیمی و رکیانی، محمود. (۱۴۰۰). نقش معادباوری در سلامت معنوی انسان از منظر قرآن کریم، تفسیر پژوهی، ۱۶(۱)، ۱۳-۲۸.
- پرده شناس، سعید، کفاش پور، آذر، سامانیان، مصیب. (۱۴۰۲). تبیین ویژگی‌ها و ابعاد انگیزه خدمت با رویکرد اخلاق محور در کار. اخلاق در علوم و فناوری، ۱۸ (۳)، ۱۱۶-۱۲۲.
- پرده شناس، سعید، سامانیان، مصیب، کفاش پور، آذر. (۱۳۹۹). کشف و تبیین الگوی انگیزه خدمت با رویکرد معنویت محور در کار با استفاده از نظریه داده بنیاد، *تعالی منابع انسانی*، ۲(۱)، ۶۸-۸۱.
- پورمهدی امیری، فاطمه، روحی‌ارمکی، طیبه، کریمی‌نیا، محمدمهدی، انصاری‌مقدم، مجتبی. (۱۴۰۰). راهکارهای نهادینه سازی معاد باوری فردی از منظر قرآن و حدیث، *دستاوردهای نوین در مطالعات علوم انسانی*، ۴(۴)، ۱۲۱-۱۳۳.
- تکه‌ئی، عبدالقادر، صادقی، علی، طبرسا، عباس. (۱۳۹۹). بررسی رابطه بین اعتماد کارکنان نسبت به سازمان با مقاومت در برابر تغییر با نقش میانجی میل به ادامه خدمت در سازمان (مطالعه موردی: شعب شرکت بیمه دانا استان گلستان)، *تحقیقات جدید در علوم انسانی*، ۴(۴)، ۳۵۷-۳۷۵.
- زارع، ایمان، ترخونی، بهارک. (۱۴۰۱). بررسی تاثیر معادباوری بر کیفیت پاسخگویی در نظام حسابداری، دو فصلنامه حسابداری ارزشی و رفتاری، ۱۴(۷)، ۴۶۷-۴۳۵.
- قربانی لاکتراشانی، فاطمه، آبادیان، علی، آرینا، محمد. بررسی نقش معادباوری در تاب‌آوری رنج مراقبت از فرزندان با معلولیت ذهنی، دین و سلامت، ۱۱ (۲).
- کاملی، محمدجواد، بنیادی نائینی، علی، و مسیبه، علیرضا. (۱۳۹۸). تأثیر نوآوری باز بر عملکرد سازمانی با تبیین نقش سرمایه اجتماعی، خدمت‌گرایی و خلاقیت کارکنان (مورد مطالعه: فروشگاه های زنجیره ای اتکا در شهر تهران)، منابع انسانی ناجا، ۱۳(۵۶)، ۷۹-۱۰۳.
- Amin, S., Adriani, Z., & Habibi, A. (۲۰۲۰). DATASET for validation the relationship between workplace spirituality, organizational commitment, and workplace deviance. *Data in brief*, 31, ۱۰۵۸۷۲.
- Devi, N. C. (۲۰۲۴). Paradoxical leadership and employee creativity: knowledge sharing and hiding as mediators. *Journal of Knowledge Management*, 28(۲), ۳۱۲-۳۴۰.
- Indradevi, R. (۲۰۲۰). Workplace spirituality: Successful mantra for modern organization. *Journal of Critical Reviews*, 7(۶), ۴۳۷-۴۴۰.
- Joelle, M., & Coelho, A. M. (۲۰۱۹). The impact of spirituality at work on workers'

attitudes and individual performance. *The International Journal of Human Resource Management*, 30(۷), ۱۱۱۱-۱۱۳۵.

- Kloutsiniotis, P. V., & Mihail, D. M. (۲۰۲۰). The effects of high performance work systems in employees' service-oriented OCB. *International Journal of Hospitality Management*, 90, ۱۰۲۶۱۰.
- Peng, M. Y. P., Liang, Z., Fatima, I., Wang, Q., & Rasheed, M. I. (۲۰۲۳). The nexus between empowering leadership, job engagement and employee creativity: role of creative self-efficacy in the hospitality industry. *Kybernetes*.
- Zhou, J., Oldham, G. R., Chuang, A., & Hsu, R. S. (۲۰۲۲). Enhancing employee creativity: Effects of choice, rewards and personality. *Journal of Applied Psychology*, 107(۳), ۵۰۳.