

## بررسی رابطه معنویت در کار با خلاقیت کارکنان

(مورد مطالعه: کارکنان دانشگاه شهید بهشتی)

دکتر محمدعلی حقیقی<sup>۱</sup>، منصوره معینی کربکندی<sup>۲</sup>

استادیار دانشکده مدیریت، دانشگاه شهید بهشتی، ایران

[kimiariss@yahoo.com](mailto:kimiariss@yahoo.com)

کارشناس ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه شهید بهشتی، ایران

[mansooreh.moeini@yahoo.com](mailto:mansooreh.moeini@yahoo.com)

### چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه معنویت در کار کارکنان با خلاقیت مشاهده شده در رفتار آنان صورت گرفته است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها پیمایشی از گروه پژوهش‌های توصیفی است. جامعه آماری کلیه کارکنان شاغل در دانشگاه شهید بهشتی به تعداد ۷۶۸ نفر است که تعداد نمونه آماری بدست آمده ۱۲۰ نفر می‌باشد. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه معنویت در کار ارائه شده توسط اشмос و داچون (۲۰۰۰) و پرسشنامه خلاقیت ارائه شده توسط رندسیپ (۱۹۹۸) است. به منظور تحلیل داده‌ها از آزمون تی تک نمونه و آزمونهای میانگین دو جامعه و تحلیل واریانس و آزمون همبستگی پیرسون به وسیله نرم افزار SPSS استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان داد که ضریب همبستگی پیرسون میان معنویت در کار و خلاقیت کارکنان ۰.۲۰۶ می‌باشد که بیانگر آن است میان معنویت در کار و خلاقیت کارکنان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر، چنانچه معنویت در کار افزایش پیدا کند، خلاقیت کارکنان نیز افزایش پیدا می‌کند.

واژه های کلیدی: معنویت، معنویت در کار، ابعاد معنویت، خلاقیت.

## Investigation the relationship between of spirituality at work and creativity of staff

(case study: staff of University of Shahid Beheshti)

Dr. Mohammadali Haghghi 1, Mansooreh Moeini Korbekandi 2  
Assistant Professor of Management Shahid Beheshti University, Iran  
Msc in Public Administration of Shahid Beheshti University, Iran

### Abstract

*The present study was conducted to investigate the relationship between spirituality at work of staff and creativity observed in their behavior. The study in terms of purpose is practical and in terms of methods of data collection is survey from group of descriptive researches. The statistical population is of all staff employed at Shahid Beheshti University 768 persons, the number of sample is 120 patients. The tool of data collection is questionnaire of spirituality at work provided by Ashmos and Duchon (2000) and questionnaire of creativity is provided by Randsip (1998). To analyze the data, is used One sample T-test and tests of Two sample and analysis of variance and correlation test of Pearson by SPSS software. Research findings showed that Pearson correlation coefficients between spirituality at work and creativity of staff is 0.206, which indicates that there are a significant positive relationship between spirituality at work and creativity of staff. In other words, if the spirituality at work is increased, creativity of staff is increased.*

**Keywords:** spirituality, spirituality at work, dimensions of spirituality, creativity.

## ۱. مقدمه

سازمان‌ها جهت حفظ حیات و برآوردن خواسته‌های مادی و بنیادی خود ناگزیر باید با پویایی و پیچیدگی‌های جوامع نوین مواجه گردند و چنین رویارویی باعث گردیده که امروزه سازمان‌ها تحت فشار عوامل عدیده، از طرح ضروری‌ترین پرسش زندگی کاری کارکنان، که همانا پرسش از معنا، مفهوم و هدف است، غفلت ورزند. در واقع انسان امروزی با جستجوی معنا و رضایت در حوزه‌های مادی زندگی، از جوهره هستی خود روی گردان است. نگاه او تنها زمانی از این حوزه برگرفته می‌شود که بطور غیرمنتظره و به دنبال تغییرات و حوادث ناگوار، زندگی او به مخاطره افتد. حال مساله این است که به هنگام بروز چنین حوادثی معنویت، معناداری و هدفمندی زندگی سازمانی چطور گره گشای مسائل رفتاری فرد می‌گردد و او را برای مقابله با تغییرات و چالش‌های پیش رو آماده می‌سازد. علاوه بر این محیط‌های متلاطم و آشوب‌زده، سازمان‌ها را همواره در دو لبه ثبات و تغییر قرار داده است، برای رویارویی با چنین وضعیت و شرایطی می‌توان از معنویت به عنوان منبعی سرشار از معنای پایدار بهره برد (کدخدائی، ۱۳۹۳). اکثر مردم معنویت را بررسی معنا برای افراد و پیوستن به یک منبع بی‌نهایت که آن را خدا می‌نامند، معنی می‌کنند (Gerald, 1999, p.189). دونالد معتقد است معنویت به افراد کمک می‌کند تا هوشیاری خود را در سطحی خارق‌العاده توسعه دهند که مهمترین جنبه آن افزایش شهود و خلاقیت است (Donald, 1994, p.157). همچنین تشویق معنویت در یک سازمان منجر به افزایش خلاقیت، شرافت، اعتماد، خودشکوفایی شخصی و تعهد می‌شود که نهایتاً منجر به افزایش عملکرد سازمان می‌شود (Donald, 1994, p.161). به اعتقاد رابینز سازمان‌هایی که فرهنگ معنویت را ارتقا می‌دهند، تشخیص داده‌اند که مردم دارای ذهن و روح‌اند و برای یافتن معنی و هدف در کارشان، همواره در حال جستجو هستند (Robbins, 1974, p.156).

خلاقیت و تولید افکار و اندیشه‌های جدید توسط مدیران و کارکنان سازمان دارای اهمیت ویژه‌ای است و این مهم در سازمان از جایگاه والایی برخوردار است. امروزه سازمان‌هایی موفق هستند و می‌توانند در دنیای پر رقابت ادامه حیات دهند که دائما افکار و اندیشه‌های جدید را در سازمان کاربردی کنند و این امر توسط مدیران و کارکنان خلاق امکان‌پذیر است. خلاقیت برای بقای هر جامعه و هر سازمانی لازم است و برای ایجاد و تداوم آن در افراد سازمان بایستی عادت به تفکر را در مدیران و کارکنان ایجاد کرد چرا که خلاقیت با تفکر به وجود می‌آید و ارزش تفکر به قدری زیاد است که در تعالیم اسلامی ارزش یک ساعت تفکر گاهی با ۶۰ سال عبادت بدنی بدون تفکر ارتقا یافته است. وقتی تفکر برای انسان سازمانی عادت شود به دنبال آن خلاقیت و تولید افکار و اندیشه‌های جدید در تک تک کارکنان به صورت یک امر روزمره و همیشگی درآمده و نهادینه می‌گردد و سازمان تبدیل به یک سازمان خلاق می‌شود که حاصل آن ایجاد سینرژی در خلاقیت است (سلطانی، ۱۳۸۲، ص ۲۶).

با توجه به اینکه کارکنان دانشگاه در محیطی کار می‌کنند که امور مربوط به دانشجویان را انجام می‌دهند بنابراین معنوی بودن آن‌ها می‌تواند در افزایش خلاقیت آن‌ها موثر باشد. وقتی افراد در محیط کار خود احساس معنویت داشته باشند، نه تنها خود فرد احساس خلاق بودن، مفید بودن دارد، بلکه باعث می‌شود سازمان نیز سود ببرد، به همین دلیل تحقیق حاضر به دنبال بررسی رابطه معنویت در محیط کار کارکنان دانشگاه شهید بهشتی با میزان خلاقیت مشاهده شده در آنان می‌باشد.

## بیان مساله

با وجود اینکه تغییر و تحولات فزاینده محیطی سازمانها را در برابر دو راه خلاق بودن و یا از بین رفتن قرار داده، ولی سازمانها آمادگی آن را ندارند که نیروی خلاق کارکنان خود را پرورش دهند. واقعا چند سازمان را می‌شناسیم که به راستی بتوان آنها را خلاق خواند؟ در واقع عکس این مطلب مصداق دارد، زیرا هر چند افراد بطور بالقوه خلاق اند اما سازمانها غالبا خلاقیت آنها را سرکوب می‌کنند تا اینکه زمینه‌های ظهور و بروز و ارتقای آن را فراهم نمایند (Lewis, 2000, p. 20). یکی از بزرگترین محدودیتهای خلاقیت در سطوح مختلف سازمان این تفکر است که خلاقیت تنها خاص واحدهای تحقیق و توسعه و طرحهای بزرگی نظیر محصولات جدید، خدمات جدید و یا بهبود فرایندهای جدید می‌باشد. حال آنکه خلاقیت برای بهبود و توسعه تمامی فعالیتهای ریز و درشت در زندگی روزه مره و برای تمامی سطوح، گروه‌ها و افراد سازمان موردنیاز می‌باشد (Gurteen, 1998, p. 10). در حقیقت سرکوبی خلاقیت در سازمانها نظامند بوده و به قدری رایج است که کمتر مورد سؤال قرار می‌گیرد. اما مدیران عمدتا نادانسته خلاقیت را سرکوب می‌کنند و زمانی که خلاقیت سرکوب شود سازمان یک سلاح رقابتی قدرتمند یعنی تولید و بهره‌گیری از ایده‌های تازه را از دست داده و حتی ممکن است که توان و تعهد کارکنان خود را نابود سازد. در حقیقت مدیران درک درستی از عوامل موثر بر شکل‌گیری خلاقیت و بستر مناسب و تمام عیار برای آن ندارند (Amabile, 1998, p. 77) و بیشتر پژوهشگران نمی‌دانند که چگونه می‌توانند خلاقیت خود را افزایش دهند (De Bono, 1993, p. 50). از این رو توسعه و ارتقای خلاقیت در سازمانها مستلزم آن است که مدیران بدانند چگونه می‌توانند خلاقیت را مورد حمایت قرار دهند (Amabile, 1998, p. 80). لذا جهت بهره‌گیری سازمانها از خلاقیت، محققین سازمانی بایستی متغیرهایی را که موجب تشویق و ترغیب خلاقیت می‌شوند را شناسایی نمایند (2002, p. 705 Mumford, Oldham & Cummings, 1997, p. 22). بر این اساس و در موافقت با اولدهام و کامینگز (۱۹۹۷) که بیان می‌کنند: «متاسفانه درباره شرایطی که موجب ارتقاء خلاقیت افراد در سازمان می‌شود، خیلی کم می‌دانیم» (Oldham & Cummings, 1997, p. 22). لذا سعی این تحقیق بر آن است تا روشن نماید معنویت در کار با خلاقیت کارکنان رابطه دارد یا خیر؛ کدام متغیرهای معنویت با خلاقیت رابطه دارد؛ تاثیر کدام مولفه در بروز خلاقیت بیشتر از بقیه است. با یافتن پاسخ این مسائل می‌توان سازمانها را در فراهم کردن شرایط بروز و ارتقای خلاقیت کارکنانشان یاری داد.

## ۲. مبانی و چارچوب نظری تحقیق

### پیشینه تحقیق

| تحقیقات پیشین   |
|---|
| نتایج بدست آمده از پژوهش خنیفر و همکاران در مورد بررسی رابطه بین معنویت و تعهد سازمانی و حرفه‌ای نشان داد که یک رابطه معناداری بین معنویت در محیط کار و تعهد حرفه‌ای وجود دارد و افزایش تعهد سازمانی باعث ارتقاء کیفی عملکرد افراد می‌گردد (Khanifar et al, 2010, p.558). |
| بررسی‌های گه نشان داد که معنویت و ناظر دیدن خدا باعث افزایش کارایی، تولید، کاهش غیبت از کار و افزایش اخلاق و تعهد کاری می‌شود (Geh, 2009).  |
| هارمر در تحقیقی با عنوان رفتار شهروندی سازمانی، هوش هیجانی و معنویت در کار نشان داد ارتباط مثبتی میان رفتار شهروندی سازمانی و معنویت در کار وجود دارد (Harmer, 2008).   |

|  |
|--|
| <p>آرمینیو در تحقیقی با عنوان معنویت در کار و تعهد سازمانی نشان داد که تجربه معنویت در کار، احساس پیوند و تعهد موثرتری نسبت به سازمان و حسی از التزام و وفاداری نسبت به آن را در کارکنان ایجاد می‌نماید (Arménio et al, 2008, pp. 53-75).</p> <p>مارکوز و همکاران بیان کردند که تشویق معنویت در محیط کار می‌تواند منجر به مزایا و منافعی از قبیل افزایش خلاقیت، افزایش صداقت، افزایش حس تکامل شخصی، افزایش تعهد سازمانی، بهبود نگرشهای شغلی کارکنان و نیز کاهش نیات ترک محیط کار و افزایش اخلاق و وجدان کاری شود و همه اینها به صورت مستقیم و غیرمستقیم سبب بهبود عملکرد و سودآوری و اثربخشی سازمان می‌گردند (Marques et al, 2005, p. 89).</p> |
| <p>کریشناکومار و نک معتقدند تشویق معنویت در محیط کار می‌تواند منجر به مزایا و منافعی از قبیل افزایش خلاقیت، صداقت، حس تکامل شخصی، تعهد سازمانی و بهبود نگرشهای شغلی و نیز باعث افزایش رضایت شغلی، مشارکت شغلی و کاهش تمایل به ترک محیط کار گردد (Krishnakumar &amp; Neck, 2002, pp. 153- 164).</p>   |
| <p>رفیعی و همکاران در پژوهشی با عنوان بررسی رابطه معنویت سازمانی و تعهد سازمانی مدیران ورزش استان قزوین دریافتند که بین معنویت سازمانی مدیران ورزش استان قزوین و تعهد سازمانی ایشان رابطه معناداری وجود دارد. علاوه بر این بین مؤلفه‌های معنویت سازمانی به جز ارتباط درون فردی دیگر مؤلفه‌ها با تعهد سازمانی ارتباط معناداری برقرار کردند (رفیعی و همکاران، ۱۳۹۴، صص ۱۵۷-۱۶۶).</p>   |
| <p>در پژوهش صنوبر و رحیمی اقدام با عنوان رابطه معنویت محیط کار با رضایت مشتریان و نقش تعدیل‌گری رفتار شهروندی سازمانی نتایج به دست آمده از تجزیه و تحلیل رگرسیون گام به گام، بیانگر رابطه معنی‌دار معنویت محیط کاری و رضایت مشتریان به طور مستقل و عدم تأیید نقش تعدیل‌گری رفتار شهروندی سازمانی است. همچنین نتایج ضریب همبستگی اسپیرمن نشان داد معنویت، در سطوح فردی (کار با معنا) و سازمانی (همسویی ارزشها) با رفتار شهروندی سازمانی و رضایت مشتریان رابطه مثبت و معنی‌دار دارد؛ اما در سطح گروهی (احساس همبستگی) با رفتار شهروندی سازمانی و رضایت مشتریان رابطه معنی‌داری ندارد (صنوبر و رحیمی اقدام، ۱۳۹۳، صص ۱۷۹-۲۰۷).</p>                |
| <p>مقیمی و همکاران در پژوهشی با عنوان معنویت سازمانی و تأثیر آن در خلاقیت کارکنان دریافتند که تمسک به حبل معنویت جهت بهبود خلاقیت و رفع معضلات سازمان‌ها در دستور کار قرار گیرد (مقیمی و دیگران، ۱۳۸۶، صص ۸۹-۹۸).</p>  |
| <p>در پژوهش فرهنگی و همکاران با عنوان معنویت در محیط کار و نقش آن در بهبود رفتار شهروندی سازمانی وجود رابطه معنادار بین معنویت در محیط کار و رفتار شهروندی سازمانی بدست آمد (فرهنگی و همکاران، ۱۳۸۵، صص ۵-۳۶).</p>   |

### تعاریف معنویت در کار

معنویت<sup>۱</sup> نیروی روح بخش و انگیزاننده زندگی است، انرژی که الهام بخش فرد به سمت فرجامی معین با هدفی به سوی ورای فردیت می‌باشد (Mc Knight, 1984, p.142). در تعریفی دیگر، معنویت به عنوان انرژی، معنا، هدف و آگاهی در زندگی است (Cavanagh, 1999, p.186). مایرز در تعریف معنویت می‌نویسد «معنویت، جستجوی مداوم برای یافتن معنا و هدف زندگی، درک عمیق و ژرفای زندگی، وسعت عالم، نیروهای طبیعی موجود در نظام باورهای شخصی است» (Myers, 1990, p.11). در یک تعریف نسبتاً جامع‌تر و دقیق‌تر هینلز معنویت را به عنوان تلاشی در جهت پرورش حساسیتی نسبت به خویشتن دیگر موجودات غیرانسانی و خدا یا کندوکاوی در جهت آنچه برای انسان شدن موردنیاز است، و جستجویی برای رسیدن به انسانیت کامل دانسته است (Hinnells, 1995).

میتروف و دنتون معتقدند معنویت در کار، دربرگیرنده تلاش برای جستجو و یافتن هدف غایی در یک فرد برای زندگی کاری، به منظور برقراری ارتباط قوی بین فرد و همکاران و دیگر افرادی که به نحوی در کارش مشارکت دارند و همچنین سازگاری با یگانگی بین باورهای اساسی یک فرد با ارزش‌های سازمانی می‌باشد (Mitroff & Denton, 1999, p. 120).

اشموس و داچون معنویت در کار را چنین تعریف می‌کنند: «درک و شناسایی اینکه کارکنان، بعدی از زندگی آنان درونی و باطنی است که قابل پرورش است و به واسطه انجام کارهای با معنا، در زندگی اجتماعی پرورش می‌یابد» (Ashmos & Duchon, 2000, p.137). گیبونز معتقد است معنویت در کار سفری است به سوی یکپارچگی

<sup>۱</sup> Spirituality

شغلی و معنویت، که جهت، کمال و پیوستگی در محیط کار را فراهم می‌آورد (Gibbons, 2001, p. 3). معنویت در کار را می‌توان نیروی الهام بخش و برانگیزاننده جهت جستجوی مداوم برای یافتن معنی و هدف در زندگی کاری دانست که همان درک عمیق و ژرف از ارزش کار، زندگی، پهناوری عالم هستی، موجودات طبیعی و نظام‌های باور شخصی است (Myers, 1990, p. 11).

### سطوح معنویت در سازمان



شکل ۱: معنویت در سازمان با توجه به سه سطح فردی، گروهی و سازمانی (Milliman et al, 2003, p. 426)

**سطح فردی؛ کار با معنا:** یک جنبه اساسی معنویت در محیط کار، احساس درونی یک فرد از کار با معنا و هدفمند است. کار با معنا احساس عمیق از معنا و هدف در کار یک فرد است (Milliman et al, 2003, p. 426). در این سطح یک فرد با کارهای روزمره خود در تعامل است. هر فردی با توجه به تمایلات، علایق، نگرش‌ها و باورهای درونی‌اش با کار دست و پنجه نرم می‌کند. درگیری فرد در کارش در معنا بخشیدن و هدفمند کردن کار وی حائز اهمیت است. معنا بخشیدن و هدفمند کردن کار در این سطح، صرفاً چالشی بودن و توجه به هدف پیش بینی شده نمی‌باشد، بلکه همچنین نگرش یک فرد نسبت به کارش، جستجو برای یافتن معنا و هدف عمیق در کار، دستیابی به رویاها و آرزوهای زندگی فرد، ابراز و ارضای نیازهای درونی زندگی فرد و همکاری با دیگران نیز می‌باشد.

**سطح گروهی؛ احساس یکپارچگی و همبستگی با دیگران:** این سطح، بیانی است برای ارتباط و پیوند عمیق یک فرد با دیگران، که این پیوند احساس مشترک و وابستگی به یکدیگر را موجب خواهد شد (Milliman et al, 2003, p. 427). در رفتار سازمانی این سطح تعامل کارکنان و همکاران با یکدیگر است. احساس یکپارچگی و همبستگی در کار بدین معنا است که فرد خود را در ارتباط با دیگران می‌بیند و این ارتباط با پیوند درونی هر فرد با درون و باطن دیگری، پیوندی عمیق خواهد شد. نیل و بنت این سطح از معنویت را ارتباط معنوی می‌دانند. این ارتباط، احساس روانی است که بین کارکنان در تیم‌ها و گروه‌های مختلف در سازمان برقرار می‌شود (Neal & Bennett, 2000, p. 1).

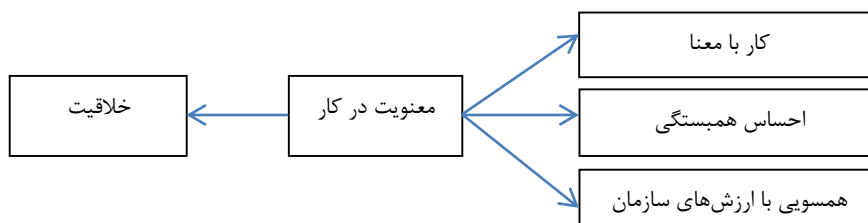
**سطح سازمانی؛ همسویی با ارزش‌های سازمانی:** در این سطح ارزش‌های فردی با ارزش‌های سازمان همسو شده و افراد ارزش‌های شخصی خود را با اهداف و رسالت سازمان یکی می‌بینند. در این بعد، تعامل کارکنان با اهداف متعالی سازمان

مستتر است. همسویی بدین معنا است که افراد معتقدند مدیران و همکارانشان در سازمان دارای ارزش‌های شایسته و درخور وجدان بیدار آنان هستند و سازمان نگران آسایش و رضایت درونی کارکنانش است (Milliman 2003, p. 427).

### تعاریف خلاقیت

شاید بتوان گفت به تعداد نویسندگان و صاحب‌نظران خلاقیت از خلاقیت تعریف ارائه شده است (Acakoff). Vergara, 1981, p.24 استرنبرگ معتقد است خلاقیت ترکیبی از قدرت ابتکار، انعطاف پذیری و حساسیت می‌باشد در مقابل عقایدی که فرد را قادر می‌سازد خارج از نتایج تفکر معمول به نتایج بدیع و مفید بیندیشد، که پیامد آن رضایت شخصی و خشنودی دیگران خواهد بود (Sternberg, 1988, p. 40). کوک خلاقیت را توانایی تولید ایده‌های بدیع و ارزشمند از طریق ترکیب اصول و اجزای شناخته شده به روشهای بدیع و ناروشن می‌داند (Cock, 1992, p.60). ویزبرگ پدید آوردن دستاوردهای جدید و ارزشمند، را خلاقیت می‌داند (Weisberg, 1992, p. 102). لوتانز خلاقیت را تلفیقی از راه حلها توسط افراد یا گروهها در یک روش جدید می‌داند (Luthans, 1995, p. 40). وودمن، ساویر و گریفین خلاقیت را خلق یک فرآیند، رویه، ایده، خدمت و یا محصول جدید و ارزشمند بوسیله افراد مشغول به کار در یک سازمان اجتماعی پیچیده می‌دانند (Woodman, Sawyer & Griffen, 1993, p. 293). بارتل و مارتین خلاقیت را فرآیندی ذهنی با هدف تولید یک ایده، مفهوم، محصول یا کشفی تازه می‌دانند (Bartel & Martin, 1994, p.70). لوسیر خلاقیت را به عنوان نوعی تفکر، تعریف می‌کند، بدین صورت که خلاقیت شیوه‌ای از تفکر است که باعث ایجاد ایده‌های جدید می‌شود (Lussier, 1997, p. 50).

**طرح تحقیق.** با توجه به مطالعات صورت گرفته و همچنین موضوع پژوهش، مدل مفهومی پژوهش به صورت شکل ۲ ارائه می‌شود.



شکل ۲: مدل مفهومی تحقیق

با توجه به مدل مفهومی پژوهش فرضیه اصلی و فرضیه های فرعی پژوهش بدین صورت مطرح شده اند:  
**فرضیه اصلی.** معنویت در کار با خلاقیت رابطه دارد.  
**فرضیات فرعی.**

۱. کار با معنا با خلاقیت رابطه دارد.
۲. احساس همبستگی با خلاقیت رابطه دارد.
۳. همسویی با ارزش‌های سازمان با خلاقیت رابطه دارد.

### ۳. روش شناسی تحقیق

**روش تحقیق.** این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت داده‌ها و روش جمع‌آوری آنها، پیمایشی از گروه توصیفی است. جامعه آماری کلیه کارمندان و اعضای هیات علمی شاغل در دانشگاه شهید بهشتی غیر از پردیس دانشگاهی است. تعداد افراد جامعه آماری در زمان اجرای پژوهش ۷۶۸ نفر بوده است که پس از نمونه‌گیری با استفاده از فرمول کوکران تعداد

نمونه آماری ۱۲۰ نفر به دست آمد. ابزار مورد استفاده در این پژوهش پرسشنامه است. به منظور سنجش معنویت در محیط کار از پرسشنامه استاندارد ارائه شده توسط اشموس و داچون (۲۰۰۰) استفاده شده است. این پرسشنامه شامل ۲۱ گویه است و سه مولفه کار با معنا، احساس همبستگی و همسویی با ارزش‌های سازمان را مورد سنجش قرار می‌دهد. به منظور سنجش خلاقیت از پرسشنامه استاندارد خلاقیت ارائه شده توسط رندسیپ (۱۹۹۸) استفاده شده است. این پرسشنامه حاوی ۴۹ گویه است و در آن برای خلاقیت مولفه جداگانه‌ای مطرح نشده است. به منظور سنجش پایایی پرسشنامه‌ها در مرحله پایلوت از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است که آلفای کرونباخ پرسشنامه معنویت در کار ۰/۹۳۶ و آلفای کرونباخ پرسشنامه خلاقیت ۰/۷۹۶ می‌باشد و با توجه به این که ضرایب آلفای کرونباخ بدست آمده برای هر دو پرسشنامه بالای ۰/۷ است می‌توان گفت که پایایی پرسشنامه‌ها مورد تایید قرار می‌گیرد.

#### ۴. تحلیل داده‌ها و یافته‌های پژوهش

**تحلیل و توصیف داده‌ها.** به منظور رتبه‌بندی ابعاد معنویت در کار در جامعه آماری و بررسی معناداری اختلاف آنها از آزمون تحلیل واریانس فریدمن، جهت بررسی وضعیت موجود متغیرهای پژوهش از آزمون میانگین یک نمونه، برای بررسی نقش متغیرهای تحقیق در متغیرهای تحقیق از آزمون‌های میانگین دو جامعه و تحلیل واریانس، جهت بررسی فرضیات تحقیق از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است.

#### آمار توصیفی متغیرهای جمعیت شناختی

جدول ۱: خصوصیات جمعیت شناختی نمونه

| متغیر        | سطوح            | درصد | متغیر          | سطوح     | درصد |  |
|--------------|-----------------|------|----------------|----------|------|--|
| سن           | کمتر از ۲۰ سال  | ۱۸/۴ | وضعیت استخدامی | رسمی     | ۳۰   |  |
|              | ۳۰ تا ۴۰ سال    | ۴۷/۵ |                | قراردادی | ۳۵   |  |
|              | ۴۰ تا ۵۰ سال    | ۳۳/۳ |                | پیمانی   | ۳۵   |  |
|              | بالای ۵۰ سال    | ۰/۸  |                |          |      |  |
| وضعیت تحصیلی | دیپلم           | ۱۴/۲ | جنسیت          | زن       | ۶۲/۵ |  |
|              | فوق دیپلم       | ۱۲/۵ |                | مرد      | ۳۷/۵ |  |
|              | کارشناسی        | ۴۲/۵ |                |          |      |  |
|              | کارشناسی ارشد   | ۳۰/۸ |                |          |      |  |
| سابقه کاری   | کمتر از ۵ سال   | ۱۷/۵ | وضعیت تأهل     | مجرد     | ۳۱/۷ |  |
|              | ۵ - ۱۰ سال      | ۲۵   |                | متاهل    | ۶۸/۳ |  |
|              | ۱۰ - ۱۵ سال     | ۲۹/۲ |                |          |      |  |
|              | ۱۵ - ۲۰ سال     | ۸/۳  |                |          |      |  |
|              | بیشتر از ۲۰ سال | ۲۰   |                |          |      |  |

آمار توصیفی متغیرهای تحقیق. تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از spss انجام گرفت. آمار توصیفی در جدول ۲ توصیفی از مولفه‌های موجود که شامل حداقل، حداکثر، میانگین و انحراف معیار مولفه‌ها و متغیرها می‌باشد را نشان می‌دهد.

جدول ۲: آمار توصیفی متغیرهای تحقیق

| انحراف از معیار | میانگین | حداکثر | حداقل | ابعاد و متغیرها |
|-----------------|---------|--------|-------|-----------------|
| ۰/۸۶۰۸۸         | ۳/۳۲۹۲  | ۵/۰۰   | ۱/۰۰  | کار با معنا     |

|         |        |      |      |                           |
|---------|--------|------|------|---------------------------|
| ۰/۸۳۹۰۸ | ۳/۳۱۰۷ | ۴/۸۶ | ۱/۰۰ | احساس همبستگی             |
| ۰/۶۷۶۱۷ | ۳/۳۲۸۱ | ۴/۶۳ | ۱/۱۳ | همسویی با ارزش‌های سازمان |
| ۰/۷۳۵۰۸ | ۳/۳۲۲۷ | ۴/۶۲ | ۱/۵۲ | معنویت در کار             |
| ۰/۲۳۴۰۸ | ۳/۲۹۲۷ | ۳/۸۲ | ۲/۶۹ | خلاقیت                    |

به منظور رتبه‌بندی ابعاد معنویت در کار در جامعه آماری و بررسی معناداری اختلاف آنها از آزمون تحلیل واریانس فریدمن استفاده شد. نتایج حاصل به شرح جدول ۳ است.

جدول ۳. نتایج تحلیل واریانس فریدمن برای ابعاد معنویت در کار

| رتبه‌ها                   |                 |
|---------------------------|-----------------|
| ابعاد                     | میانگین رتبه‌ها |
| کار با معنا               | ۲/۰۷            |
| احساس همبستگی             | ۲/۰۲            |
| همسویی با ارزش‌های سازمان | ۱/۹۱            |

**بررسی وضعیت موجود متغیرهای تحقیق.** جهت بررسی وضعیت موجود متغیرهای پژوهش از آزمون میانگین یک نمونه استفاده شده است. با توجه به اینکه طیف استفاده شده برای سنجش متغیرهای پژوهش طیف ۵ تایی لیکرت می‌باشد فرض صفر برابری میانگین با عدد ۳ می‌باشد و فرض یک عدم برابری با عدد ۳ می‌باشد. چنانچه میانگین متغیر تفاوت معناداری با عدد ۳ نداشته باشد نشان می‌دهد معنویت در کار و خلاقیت کارکنان در حد متوسطی وجود دارد؛ چنانچه میانگین معنویت در کار و خلاقیت کارکنان بیشتر از ۳ باشد نشان‌دهنده بالا بودن معنویت در کار و خلاقیت کارکنان و چنانچه کمتر از ۳ باشد نشان‌دهنده کم بودن معنویت در کار و خلاقیت کارکنان می‌باشد. نتایج آزمون میانگین یک نمونه نشان داد میانگین مولفه‌های معنویت در کار در بازه ۳/۳۱ تا ۳/۳۲ قرار دارد که نشان می‌دهد میانگین مولفه‌ها زیاد می‌باشد و میانگین خلاقیت ۳/۲۹ می‌باشد که نشان‌دهنده میانگین زیاد می‌باشد.

جدول ۴. آزمون میانگین یک نمونه جهت بررسی وضعیت مولفه‌ها و متغیرهای پژوهش

| وضعیت متغیر | آماره تی | میانگین | متغیر                     |
|-------------|----------|---------|---------------------------|
| زیاد        | ۴/۱۸۹    | ۳/۳۲۹۲  | کار با معنا               |
| زیاد        | ۴/۰۵۶    | ۳/۳۱۰۷  | احساس همبستگی             |
| زیاد        | ۵/۳۱۶    | ۳/۳۲۸۱  | همسویی با ارزش‌های سازمان |
| زیاد        | ۴/۸۰۹    | ۳/۳۲۲۷  | معنویت در کار             |
| زیاد        | ۱۳/۶۹۷   | ۳/۲۹۲۷  | خلاقیت                    |

### تحلیل و توصیف متغیرهای پژوهش از منظر متغیرهای جمعیت‌شناختی

برای بررسی نقش متغیرهای پژوهش از آزمون‌های میانگین دو جامعه و تحلیل واریانس استفاده شده است. در تحلیل واریانس چنانچه میان دو گروه تفاوت معناداری وجود داشته باشد از آزمون توکی استفاده می‌شود و چنانچه میان گروه‌ها تفاوت وجود نداشته باشد صرفاً میانگین گروه‌ها استفاده خواهد شد.



۱- مقایسه میانگین متغیرهای پژوهش به تفکیک جنسیت: براساس جدول ۵ و تی تست دو نمونه مستقل انجام شده معنویت در کار و خلاقیت از نظر کارکنان مرد و زن تفاوت معنی داری ندارند. طبق جدول ۶ میانگین معنویت در کار و خلاقیت در کارکنان مرد و زن نسبتاً برابر است.

جدول ۵. نتایج آزمون میانگین دو جامعه به تفکیک جنسیت

| متغیرهای پژوهش     | معنویت در کار | خلاقیت |
|--------------------|---------------|--------|
| سطح معناداری (Sig) | ۰/۵۳۵         | ۰/۶۵۱  |

جدول ۶. میانگین متغیرهای پژوهش به تفکیک جنسیت

| متغیرهای پژوهش | معنویت در کار | خلاقیت |
|----------------|---------------|--------|
| زن             | ۳/۴۱۷۸        | ۳/۲۹۷۷ |
| مرد            | ۳/۱۶۴۲        | ۳/۲۸۴۴ |

۲- مقایسه میانگین متغیرهای پژوهش به تفکیک وضعیت تاهل: براساس جدول ۷ و تی تست دو نمونه مستقل انجام شده معنویت در کار و خلاقیت از نظر کارکنان مجرد و متأهل تفاوت معنی داری ندارند. طبق جدول ۸ میانگین معنویت در کار و خلاقیت در کارکنان مجرد و متأهل نسبتاً برابر است.

جدول ۷. نتایج آزمون میانگین دو جامعه به تفکیک وضعیت تاهل

| متغیرهای پژوهش     | معنویت در کار | خلاقیت |
|--------------------|---------------|--------|
| سطح معناداری (Sig) | ۰/۸۲۴         | ۰/۶۴۲  |

جدول ۸. میانگین متغیرهای پژوهش به تفکیک وضعیت تاهل

| متغیرهای پژوهش | معنویت در کار | خلاقیت |
|----------------|---------------|--------|
| مجرد           | ۳/۴۳۷۰        | ۳/۳۵۵۰ |
| متأهل          | ۳/۲۶۹۷        | ۳/۲۶۳۸ |

۳- مقایسه میانگین متغیرهای پژوهش به تفکیک وضعیت سنی: براساس جدول ۹ و تحلیل واریانس انجام شده معنویت در کار و خلاقیت در کارمندان با سنین مختلف تفاوت معنی داری ندارند. طبق جدول ۱۰ میانگین معنویت در کار و خلاقیت در کارمندان با سنین مختلف نسبتاً برابر است.

جدول ۹. نتایج آزمون تحلیل واریانس به تفکیک وضعیت سنی

| متغیرهای پژوهش     | معنویت در کار | خلاقیت |
|--------------------|---------------|--------|
| سطح معناداری (Sig) | ۰/۲۲۱         | ۰/۱۲۶  |

جدول ۱۰. میانگین متغیرهای پژوهش به تفکیک وضعیت سنی

| متغیرهای پژوهش | معنویت در کار | خلاقیت |
|----------------|---------------|--------|
| کمتر از ۳۰ سال | ۳/۳۶۴۰        | ۳/۳۱۴۵ |
| ۳۰ تا ۴۰ سال   | ۳/۳۸۵۵        | ۳/۳۲۱۹ |

|                 |        |        |
|-----------------|--------|--------|
| ۴۰ تا ۵۰ سال    | ۳/۱۸۱۶ | ۳/۲۳۱۱ |
| بیشتر از ۵۰ سال | ۴/۴۷۴۲ | ۳/۶۱۲۲ |

۴- مقایسه میانگین متغیرهای پژوهش به تفکیک وضعیت تحصیلی: براساس جدول ۱۱ و تحلیل واریانس انجام شده معنویت در کار و خلاقیت در کارمندان با وضعیت تحصیلی مختلف تفاوت معنی داری ندارد. طبق جدول ۱۲ میانگین معنویت در کار و خلاقیت در کارمندان با وضعیت تحصیلی مختلف نسبتاً برابر است.

جدول ۱۱. نتایج آزمون تحلیل واریانس به تفکیک وضعیت تحصیلی

| متغیرهای پژوهش     | معنویت در کار | خلاقیت |
|--------------------|---------------|--------|
| سطح معناداری (Sig) | ۰/۱۰۳         | ۰/۳۱۶  |

جدول ۱۲. میانگین متغیرهای پژوهش به تفکیک وضعیت تحصیلی

| متغیرهای پژوهش | معنویت در کار | خلاقیت |
|----------------|---------------|--------|
| دیپلم          | ۳/۳۰۴۹        | ۳/۲۶۱۷ |
| فوق دیپلم      | ۳/۲۱۷۶        | ۳/۳۱۵۶ |
| کارشناسی       | ۳/۱۸۳۷        | ۳/۲۵۷۳ |
| کارشناسی ارشد  | ۳/۵۶۵۰        | ۳/۳۴۶۴ |

۵- مقایسه میانگین متغیرهای پژوهش به تفکیک سابقه کاری: براساس جدول ۱۳ و تحلیل واریانس انجام شده معنویت در کار و خلاقیت در کارمندان با سابقه کاری مختلف تفاوت معنی داری ندارد. طبق جدول ۱۴ میانگین معنویت در کار و خلاقیت در افراد با سوابق کاری مختلف نسبتاً برابر است.

جدول ۱۳. نتایج آزمون تحلیل واریانس به تفکیک سابقه کاری

| متغیرهای پژوهش     | معنویت در کار | خلاقیت |
|--------------------|---------------|--------|
| سطح معناداری (Sig) | ۰/۶۹۹         | ۰/۳۲۳  |

جدول ۱۴. میانگین متغیرهای پژوهش به تفکیک سابقه کاری

| متغیرهای پژوهش  | معنویت در کار | خلاقیت |
|-----------------|---------------|--------|
| کمتر از ۵ سال   | ۳/۴۶۱۱        | ۳/۳۵۳۷ |
| ۵ تا ۱۰ سال     | ۳/۴۲۰۲        | ۳/۳۱۶۳ |
| ۱۰ تا ۱۵ سال    | ۳/۲۵۳۶        | ۳/۲۹۵۰ |
| ۱۵ تا ۲۰ سال    | ۳/۲۴۷۶        | ۳/۲۸۱۶ |
| بیشتر از ۲۰ سال | ۳/۲۱۱۶        | ۳/۲۱۰۹ |

۶- مقایسه میانگین متغیرهای پژوهش به تفکیک وضعیت استخدامی: براساس جدول ۱۵ و تحلیل واریانس انجام شده معنویت در کار و خلاقیت در کارمندان با وضعیت استخدامی مختلف تفاوت معنی داری ندارند. طبق جدول ۱۶ میانگین معنویت در کار و خلاقیت در کارمندان با وضعیت استخدامی مختلف نسبتاً برابر است.

جدول ۱۵. نتایج آزمون تحلیل واریانس به تفکیک وضعیت استخدامی

| متغیرهای پژوهش     | معنویت در کار | خلاقیت |
|--------------------|---------------|--------|
| سطح معناداری (Sig) | ۰/۱۴۳         | ۰/۵۳۹  |

جدول ۱۶. میانگین متغیرهای پژوهش به تفکیک وضعیت استخدامی

| متغیرهای پژوهش | معنویت در کار | خلاقیت |
|----------------|---------------|--------|
| رسمی           | ۳/۲۳۹۹        | ۳/۲۶۰۸ |
| قراردادی       | ۳/۲۱۳۹        | ۳/۲۹۲۵ |
| پیمانی         | ۳/۵۰۲۵        | ۳/۳۲۰۲ |

آزمون فرضیات تحقیق. جهت بررسی فرضیات پژوهش از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است. در آزمون همبستگی فرض صفر و فرض یک بصورت زیر می باشد:

H<sub>0</sub>: ضریب همبستگی صفر است. (ارتباط معناداری بین دو متغیر وجود ندارد)

H<sub>1</sub>: ضریب همبستگی صفر نیست. (ارتباط معناداری بین دو متغیر وجود دارد)

چنانچه سطح معناداری بزرگتر از ۰/۰۵ باشد فرض صفر تائید و فرض یک رد می شود و چنانچه سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ باشد فرض صفر رد و فرض یک پذیرفته می شود. همانطور که نتایج جدول ۱۷ نشان می دهد میان تمامی مولفه های معنویت در کار و خلاقیت ارتباط دوه دو مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین میان معنویت در کار و خلاقیت رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. سطح معناداری تمامی متغیرهای پژوهش کمتر از ۰/۰۵ است بنابراین فرض صفر رد و فرض یک یعنی وجود ارتباط معنادار تائید می شود. رابطه مثبت به معنای این است که چنانچه یک متغیر افزایش یابد، متغیر دیگر نیز افزایش پیدا می کند.

جدول ۱۷: ضریب همبستگی پیرسون جهت بررسی فرضیات تحقیق

| متغیر  | ضریب         | کار با معنا | احساس همبستگی | همسویی با ارزش های سازمان | معنویت در کار |
|--------|--------------|-------------|---------------|---------------------------|---------------|
| خلاقیت | ضریب پیرسون  | ۰/۱۶۸*      | ۰/۱۷۲*        | ۰/۲۴۳**                   | ۰/۲۰۶*        |
|        | سطح معناداری | ۰/۰۰۲       | ۰/۰۰۰         | ۰/۰۰۷                     | ۰/۰۲۴         |

## ۵. نتیجه گیری و پیشنهادها

معنویت، ماهیت کار را تغییر می دهد. افراد در جستجوی معنا در کارشان هستند، آنها به دنبال راهی هستند که زندگی کاریشان را با زندگی معنویشان پیوند بزنند. معنویت در کار، به زندگی کاری معنا می بخشد و باعث می شود فرد کارش را ارزشمند پندارد و کارش را ناظر به هدفی متعالی تلقی کند. معنویت در کار، موجب به ذاتی رساندن هستی فرد می شود و دستاورد مهم آن، آرامش، شادی و امید است.

با توجه به مطالب مطرح شده و اهمیت و ضرورت موضوع، در این پژوهش به بررسی رابطه معنویت در کار با خلاقیت در کارکنان دانشگاه شهید بهشتی پرداخته شد. نتایج آمار توصیفی نشان داد که بیشترین میانگین و انحراف معیار مربوط به متغیر کار با معنا است. نتایج تحلیل واریانس فریدمن نشان داد که در بین ابعاد معنویت در کار، کار با معنا بیشترین میانگین رتبه و همسویی با ارزش های سازمان کمترین میانگین را داراست. نتایج آزمون میانگین یک نمونه نشان داد میانگین مولفه های معنویت در کار در بازه ۳/۳۱ تا ۳/۳۲ قرار دارد که نشان می دهد میانگین مولفه ها زیاد می باشد و میانگین خلاقیت ۳/۲۹ می باشد که نشان دهنده میانگین زیاد می باشد. در مقایسه میانگین متغیرهای پژوهش به تفکیک جنسیت، وضعیت تاهل، وضعیت سنی، وضعیت تحصیلی، سابقه کاری، وضعیت استخدامی تفاوت معنی داری بین گروه های مورد نظر وجود نداشت. جهت بررسی فرضیات پژوهش نتایج آزمون همبستگی پیرسون نشان داد که میان مولفه های معنویت در کار و خلاقیت و میان معنویت در کار و خلاقیت ارتباط دوه دو مثبت و معناداری وجود دارد. سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ است، بنابراین فرض صفر رد و فرض یک یعنی وجود ارتباط معنادار تائید می شود. رابطه مثبت به معنای این است که چنانچه معنویت در کار افزایش پیدا کند، خلاقیت کارکنان نیز افزایش پیدا می کند.

نتایج بدست آمده در پژوهش حاضر با نتایج به دست آمده از پژوهش‌های قبلی که در راستای بررسی ارتباط معنویت در کار و خلاقیت کارکنان انجام گرفته‌اند، همراستا و مشابه است، برای مثال بر مبنای یافته‌های بدست آمده توسط مقیمی و همکاران (۱۳۸۶) تمسک به حیل معنویت جهت بهبود خلاقیت و رفع معضلات سازمان‌ها باید در دستور کار قرار گیرد. با توجه به فرضیه اول میان مولفه کار با معنا از معنویت در کار و خلاقیت ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد به عبارت دیگر هر چقدر نگرش کارکنان نسبت به کارشان، جستجو برای یافتن معنا و هدف عمیق در کار، دستیابی به رویاها و آرزوهای زندگی خویش، ابراز و ارضای نیازهای درونی زندگی خود و همکاری با دیگران باشد خلاقیت افزایش می‌یابد. با توجه به فرضیه دوم میان مولفه احساس همبستگی از معنویت در کار و خلاقیت ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد به عبارت دیگر هر چقدر کارکنان در تیم‌ها و گروه‌های مختلف در سازمان خود را در ارتباط با دیگران ببینند و حمایت کارکنان از یکدیگر افزایش یابد و کارکنان با هدف سازمان پیوند بخورند خلاقیت افزایش می‌یابد. با توجه به فرضیه سوم میان مولفه همسویی با ارزش‌های سازمانی از معنویت در کار و خلاقیت ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد به عبارت دیگر هر چقدر ارزش‌های کارکنان با ارزش‌های سازمان همسو شود و کارکنان ارزش‌های شخصی خود را با اهداف و رسالت سازمان یکی ببینند خلاقیت افزایش می‌یابد. با توجه به فرضیه اصلی میان معنویت در کار و خلاقیت رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر چنانچه کارکنان هدف غایی برای زندگی کاری خود را بیابند و به منظور برقراری ارتباط با همکاران و دیگر افرادی که به نحوی در کارشان مشارکت دارند تلاش کنند و بین باورهای اساسی آنها با ارزش‌های سازمانی‌شان سازگاری ایجاد شود خلاقیت افزایش می‌یابد.

برای مدیران تشخیص اینکه چگونه می‌توان خلاقیت را در کارکنان افزایش داد بسیار مهم است. معنویت در کار به عنوان یک ویژگی مهم تلقی می‌شود که خلاقیت را تحت تاثیر قرار می‌دهد و به مدیران کمک می‌کند تا کارکنان را تشویق کنند که معنویت را در خود پرورش دهند، معنی و هدف در زندگی کاری خود را جستجو کنند و درک عمیق از ارزش کار، زندگی، عالم هستی و نظام‌های باور شخصی داشته باشند. در این صورت کارکنان می‌توانند یک فرآیند، رویه، ایده جدید مطرح کنند، ایده‌های جدید و ارزشمند را از طریق ترکیب اصول و اجزای شناخته شده ایجاد کنند و نگاه تازه به چیزهای آشنا داشته باشند. همانطور که قبلاً اشاره شد، کارکنان دانشگاه شهید بهشتی در محیطی به کار می‌پردازند که با امور مرتبط با دانشجویان سروکار دارند، بنابراین معنویت در کار می‌تواند به عنوان یک عامل مهم در نظر گرفته شود که باید در کارکنان دانشگاه شهید بهشتی به منظور افزایش خلاقیت آنان بهبود یابد.

نگرش مدیران به معنویت در کار، می‌تواند به بهبود خلاقیت کارکنان کمک نموده و به بهبود در عملکرد کلی سازمان منجر شود. مدیران باید با برگزاری جلساتی آموزه‌های معنوی را در بین کارکنان سازمان تقویت کنند، همچنین باید دوره‌های آموزشی در زمینه افزایش معنویت، نحوه ارتباط در خانواده، کنترل رفتار برای کارکنان برگزار کنند. مدیران باید به بحث معنویت در کار توجه جدی داشته باشند و هر فردی را در سازمان به کاری بگمارند که با تمایلات، علائق، نگرش‌های وی سازگار باشد، کاری که به کارکنان واگذار می‌کنند باید چالشی باشد، نیازهای درونی فرد ارضا شود و همکاری با دیگران را ایجاد کند. مدیران باید فعالیتهای سازمان را طوری طراحی کنند که کارکنان از کار خود لذت ببرند، با تدابیری از قبیل چرخش شغلی، غنی سازی شغلی و توانمندسازی کارکنان، کارکنان احساس کنند که کار آنها لذت بخش است و از آن انرژی بگیرند. مدیران باید ادراک کارکنان از احساس معنویت در کار را بهبود بخشند، ارتباط و پیوند عمیق بین کارکنان ایجاد کنند که این پیوند احساس مشترک و وابستگی به یکدیگر را موجب خواهد شد، باید کاری کنند تا کارکنان خود را در ارتباط با دیگران ببینند. مدیران باید ارزش‌های فردی کارکنان را با ارزش‌های سازمان همسو سازند در این صورت افراد ارزش‌های شخصی خود را با اهداف سازمان یکی می‌بینند، این اعتقاد را باید در کارکنان ایجاد کنند که مدیران در سازمان نگران آسایش آنان هستند. مدیران باید یک جو دوستانه و مبتنی بر همکاری بین کارکنان ایجاد کنند، از این طریق احساس همبستگی بین کارکنان، افزایش می‌یابد. مدیران باید رسالت و مأموریت سازمان را برای کارکنان تشریح کنند، وظایف کاری را به طور دقیق برای کارکنان شرح دهند تا کارکنان در انجام وظایف خود ابهام نداشته باشند و به سلامت، روحیه و شرایط زندگی کاری کارکنان توجه داشته باشند. مدیران باید به تامین نیازهای اجتماعی، معنوی کارکنان توجه کنند تا ضمن تامین سلامت روانی کارکنان، دستیابی به اهداف سازمانی را تسهیل نمایند، همچنین برای ایجاد جو سازمانی برانگیزاننده تلاش نمایند. با

چنین اقداماتی، کارکنان از انجام وظیفه در سازمان لذت برده و در نتیجه زمینه رشد و شکوفایی خلاقیت فراهم می‌شود، در این صورت کارکنان سازمان، ایده جدید ارائه می‌کنند، نگاه جدید به چیزهای آشنا خواهند داشت، عملکرد شغلی آنها مطلوبتر خواهند شد و افزایش اثربخشی و بهره‌وری سازمان را در پی خواهد داشت.

## منابع

۱. رفیعی، احمد؛ فرزانه، فرزانه؛ حسینی، سید عماد؛ محمدی نژاد، مهدی (۱۳۹۴). «بررسی رابطه معنویت سازمانی و تعهد سازمانی مدیران ورزش استان قزوین»، پژوهش‌نامه مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، دوره یازدهم، شماره بیست و یکم، صفحات ۱۵۷-۱۶۶.
۲. سلطانی، ایرج (۱۳۸۲). «راهکارهای تقویت خلاقیت در سازمان»، ماهنامه تدبیر، سال چهاردهم، شماره ۱۴۱، صفحات ۲۶-۳۰.
۳. صنوبر، ناصر؛ رحیمی اقدم، صمد (۱۳۹۳). «رابطه معنویت محیط کار با رضایت مشتریان و نقش تعدیلگری رفتار شهروندی سازمانی»، راهبرد فرهنگ، دوره ۷، شماره بیست و ششم، صفحات ۱۷۹-۲۰۷.
۴. فرهنگی، علی اکبر؛ فتاحی، مهدی؛ واثق، بهاره (۱۳۸۵). «معنویت در محیط کار و نقش آن در بهبود رفتار شهروندی سازمانی»، فرهنگ مدیریت، سال چهارم، شماره سیزدهم، صفحات ۵-۳۶.
۵. کدخدائی، محمد مرتضی (۱۳۹۳). «بررسی تاثیر معنویت بر رفتار شهروندی سازمانی»، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.
۶. مقیمی، سید محمد؛ رهبر، امیرحسین؛ اسلامی، حسن (۱۳۸۶). «معنویت سازمانی و تأثیر آن در خلاقیت کارکنان»، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال دوم، شماره‌های ۳ و ۴، صص ۸۹-۹۸.
7. Acakoff, R.; Vergara, E. (1981). "Creativity in problem solving & planning". *European Journal of Operational Research*, 7 (12), pp. 24 - 36.
8. Amabile, T. M. (1998). "How to kill creativity". *Harvard Business Review*, Sept-Oct: pp. 77-87.
9. Arménio, R.; Miguel, P.; Cunha (2008). "Workplace spirituality and organizational commitment: an empirical study". *Journal of Organizational Change Management*, 21(1), pp. 53 – 75.
10. Ashmos, D. P.; Duchon, D. (2000). "Spirituality at work: a conceptualization & measure". *Journal of Management Inquiry*, 9 (2), pp. 134-146.
11. Bartol, K. M.; Martin, D. C. (1994). *Management*. New York, McGraw Hill, Inc.
12. Cavanagh, G. (1999). "Spirituality for manager: context and critique". *Journal of Organizational Change Management*, 12 (3), p. 186.
13. Cock, D. (1992). *Managing engineering & thechnology*. New Jersey, Prentice Hall.
14. De Bono, E. (1993). *Serious creativity: using the power of lateral thinking to create new ideas*. Harperbusiness.
15. Donald, W. M. (1994). "Spirituality and management". *Journal of Managerial Psychology*, 9 (6), pp. 157-161.
16. Geh, E. (2009). *Study of the effects of mediators between spirituality at work and organizational citizenship behaviors*. MSc thesis at Singapore Management University.
17. Gerald, F. Cavanagh, (1999). "Spirituality for managers: context and critique". *Journal of Organizational Change Management*, 12 (3), pp. 186-199.
18. Gibbons, P. (2001). "Spirituality at work: definitions, measures, assumptions, and validity claims". *Paper Presented at the Academy of Management*, Toronto.
19. Gurteen, D. (1998). "Knowledge, creativity and innovation". *first published in the journal of knowledge management*, 2 (1), pp. 1-15.
20. Harmer, R. (2008). *Organisational citizenship behaviour, emotional intelligence and spirituality intelligence: what's the relationship?*. Australian catholic university.
21. Hinnells, J. R. (1995). *A new dictionary of religions*. Oxford: Blackwell.
22. Khanifar, H.; Jandagi, G.H.; Shojaie, S. (2010). "Organizational consideration between spirituality and professional commitment". *European Journal of social sciences*, 12 (4), p. 558-571.
23. Krishnakumar, S.; Neck, P. C. (2002). "The what, why and how of spirituality in the workplace". *Journal of managerial psychology*, 17 (3), pp. 153-164.
24. Lewis, G. (2000). *Successful creativity in a week*. London, Hodder & Stoughton.
25. Lussier, R. N. (1997). *Management*. Cincinnati, Ohio, South – Western College Publishing.
26. Luthans, F. (1995). *Organisational behavior*. New York, McGraw Hill Book Company.

27. Marques, f. J.; Dhiman, S.; King, R. (2005). "Spirituality in the workplace: developing an integral model and a comprehensive definition". *Journal of American Academy of Business*, 7 (1), p. 89.
28. Mc Knight, R. (1984). *Spirituality in the workplace*. in adams, J. D. (ed.), *Transforming Work*, Alexandria, VA: Milles River Press.
29. Milliman, J.; Kazaplewski, A. J.; Ferguson, J. (2003). "Workplace spirituality and employee work attitudes". *Journal of Organizational Change Management*, 16 (4), pp. 426-447.
30. Mitroff, L. A.; Denton, E. A. (1999). *A spiritual audit of corporate America: a hard look at spirituality, religion and values in the workplace*. San Francisco, C. A, Jossey-Bass.
31. Mumford, M. D.; Scott, G. M.; Gaddis, B.; Strange, J. M. (2002). "Leading creative people: Orchestrating expertise and relationships". *The Leadership Quarterly*, 13(6), pp. 705-750 .
32. Myers, J. E. (1990). *Wellness throughout the lifespan*. Guide post.
33. Neal, J. A.; Bennett, J. (2000). "Examining multi-level or holistic spiritual phenomena in the workplace, Management, Spirituality & Religion Newsletter". *Academy of Management Review*, Winter, pp. 1-2.
34. Oldham, G. R.; Cummings, A. (1997). "Enhancing creativity: Managing work context for the high potential employee". *California Management Review*, 40 (1), pp. 22-38.
35. Robbins, S. P. (1974). *Managing organizational conflict a non-traditional approach*. Englewood Cliffs, New Jersey, PrenticeHall.
36. Sternberg, R.J. (1988). *The nature of creativity: Contemporary psychological perspectives*. New York, Cambridge University Press.
37. Weisberg, R. W. (1992). *Creativity: Beyond the Myth of Genius*. New York, W. H. Free man.
38. Woodman, R. W.; Sawyer, J. E.; Griffin, R. W. (1993). "Toward a theory of organizational creativity". *Academy of Management Review*, 18 (2), pp. 293-321.