

تحلیل ارتباط رهبری معنوی و عملکرد با نقش میانجی هویت سازمانی در سازمان تأمین اجتماعی استان آذربایجان شرقی

*حسین عباسی اسفنجانی^۱، موسی برزگر ویلیو^۲

۱. استادیار گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

۲. دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت منابع انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.

تاریخ دریافت: (۱۳۹۷/۷/۱۹) تاریخ پذیرش: (۱۳۹۷/۹/۱۲)

Analysis of the Relationship Spiritual Leadership and Performance with the Mediating Role of Organizational Identity in the Social Security Organization of East Azerbaijan Province

*Hossein Abbasi Esfanjani¹ Musa Barzegar valilo²

1. Assistant Professor of Department Management, Payam Noor University, Tehrn, Iran.
2. Graduate Student of Human Resource Management, Islamic Azad University, Tabriz, Iran.

Received: (11/Oct/2018) Accepted: (3/Dec/2018)

Abstract

The present study aims to analysis of the effect of spiritual leadership on organizational performance through organizational identity. By reviewing the research literature, 26 components of spiritual leadership and 18 components of organizational identity were identified as factors affecting organizational performance and then was designed the conceptual framework of the research. Through survey and referring to the statistical sample of 265 managers and experts of the Social Security Organization of East Azerbaijan province, the required data were collected using a questionnaire. The conceptual framework was presented and validation by collecting empirical data and structural equation modeling. Investigating the models of measurement and analysis of factor loads showed that the components of spiritual leadership had the most impact on organizational performance. Also, studying structural model of research and path analysis revealed that there is a strong correlation between spiritual leadership variables with organizational identity and spiritual leadership. The simultaneous analysis of factors influencing organizational performance by structural equation method showed that the components of "spiritual leadership" had the greatest impact on organizational performance. The results of the analysis of path coefficients and the values of the coefficient of determination of R² showed that the "spiritual leadership" variable directly explained 79.3% of the changes related to the variable "organizational performance". Also, "spiritual leadership" indirectly affects the variable "organizational performance" by means of an intermediate variable "organizational identity" of 34 percent.

Keywords

Spiritual Leadership, Organizational Identity, Organizational Performance, Social Security Organization, Structural Equation Model.

چکیده

پژوهش حاضر با هدف تحلیل اثرگذاری رهبری معنوی بر عملکرد سازمانی از طریق هویت سازمانی انجام شده است. با مرور ادبیات تحقیق ۲۶ مؤلفه رهبری معنوی و ۱۸ مؤلفه هویت سازمانی به‌عنوان عوامل مؤثر بر عملکرد سازمانی شناسایی و چارچوب مفهومی تحقیق طراحی شد. از طریق مطالعه پیمایشی و با رجوع به نمونه آماری ۲۶۵ نفر از مدیران و کارشناسان سازمان تأمین اجتماعی استان آذربایجان شرقی، داده‌های موردنیاز با ابزار پرسشنامه جمع‌آوری شد. چارچوب مفهومی با جمع‌آوری داده‌های تجربی و روش مدل‌سازی معادلات ساختاری اعتبارسنجی و مدل نهایی تحقیق ارائه شد. بررسی مدل‌های اندازه‌گیری و تحلیل مقادیر بارهای عاملی نشان داد که مؤلفه‌های رهبری معنوی دارای بیشترین تأثیر بر عملکرد سازمانی می‌باشند. همچنین، بررسی مدل ساختاری پژوهش و تحلیل‌های مسیر نشان داد که بین متغیرهای رهبری معنوی با هویت سازمانی و نیز رهبری معنوی با عملکرد همبستگی قوی وجود دارد. نتایج تحلیل هم‌زمان عوامل تأثیرگذار بر عملکرد سازمانی با روش معادلات ساختاری نیز نشان داد که مؤلفه‌های رهبری معنوی دارای بیشترین تأثیر بر عملکرد سازمانی است. نتایج مربوط به تحلیل ضرایب مسیرها و نیز مقادیر ضریب تعیین R² نشان داد که متغیر رهبری معنوی ۷۹/۳ درصد تغییرات مربوط به متغیر عملکرد سازمانی را به‌طور مستقیم تبیین می‌کند. همچنین، رهبری معنوی به‌طور غیرمستقیم و به‌واسطه متغیر میانجی هویت سازمانی به میزان ۳۴ درصد بر متغیر عملکرد سازمانی تأثیر می‌گذارد.

واژه‌های کلیدی

رهبری معنوی، هویت سازمانی، عملکرد سازمانی، سازمان تأمین اجتماعی، مدل معادلات ساختاری.

* Corresponding Author: Hossein Abbasi-Esfanjani

Email: H.Abbasi@pnu.ac.ir

*نویسنده مسئول: حسین عباسی اسفنجانی

مقدمه

ویژگی سازمان‌های امروزی، پویایی، پیچیدگی، ابهام و سنت‌گریزی است به‌گونه‌ای که دائماً از محیط اطراف خود تأثیر می‌پذیرند و تغییر را به‌عنوان ضرورتی اجتناب‌ناپذیر پذیرفته‌اند. به‌منظور غلبه بر اوضاع نامطمئن، پیچیده و پویا، یکی از راه‌هایی که در عملکرد سازمانی مطلوب برای بقا و پیشرفت سازمان پیش روی مدیران قرار دارد، داشتن منابع انسانی توانمند است (روس و همکاران، ۲۰۱۲). این واقعیتی است که کارکنان، منابع راهبردی سازمان هستند و مهارت‌ها و توانایی‌های کارکنان برخلاف فناوری، محصول و فرایندها، توسط رقیبان قابل‌تقلید نیست (آقاجانپور و همکاران، ۲۰۱۵). در این میان، رهبری معنوی نیز به‌دنبال خلق ارزش برای سازمان از طریق کارکنان بوده و می‌تواند ظرفیت نوآوری و خلاقیت را در کارکنان افزایش دهد (غفاری و رستم نیا، ۱۳۹۶). از طرفی، در عصر جهانی‌شدن که سازمان‌ها با محیط رقابت جهانی مواجه هستند، نیاز به تغییرات بنیادی و نوآوری به‌شدت احساس می‌شود. نیروهای رقابتی جهانی، سازمان‌های امروزی را مجبور کرده است که بعد از ده‌ها سال ادامه با روش‌ها و رویه‌های کاری ثابت خود، روش‌های کاری جدیدی را در پیش بگیرند (گجسل و همکاران^۱، ۲۰۰۳). از آنجا که رهبری با ایجاد تغییر سروکار دارد و نیز عامل بسیار مهمی برای فراهم کردن شرایط و بستر مناسبی برای توسعه نوآوری برای دست‌یابی به مزیت رقابتی پایدار و بهبود عملکرد سازمانی است. لذا، اکثر سازمان‌ها برای اینکه از قافله عقب نیفتند، توجه خود را به رهبران سازمانی معطوف کرده و با شجاعت و جسارت خاصی در ایجاد تغییرات بنیادی درون سازمانی تلاش می‌کنند (رستگار و همکاران، ۱۳۹۱).

باز در این میان، رهبری معنوی به‌عنوان یکی از رویکردهایی که در دهه‌های پایانی قرن بیستم میلادی به‌طور جدی در مبانی نظری رهبری و مدیریت مطرح شده (اسکول و بیشاپ^۲، ۲۰۰۱) و در قالب تئوری رهبری معنوی به‌عنوان سکوی پرش یک پارادایم جدید برای تئوری، تحقیق و عمل رهبری ارائه شده است (فرای و همکاران، ۲۰۰۵) و به سبب منافع قابل‌توجه آن نیز نظر بسیاری از افراد، گروه‌ها، سازمان‌ها و جوامع را به خود جلب کرده است. اما، تحقیقات انجام شده نشان داده‌اند که یک قطعه بزرگ گم شده در مطالعات رهبری معنوی، هویت سازمانی است (الارکوبی^۳، ۲۰۰۸). هویت سازمانی هم به‌عنوان سازه‌ای زیربنایی در رویدادهای سازمانی، محرک پنهان بسیاری از اعمال گروهی و تلاش‌های اجتماعی در سازمان‌ها است و توجه فزاینده‌ای را در پژوهش‌های مدیریت به

خود جلب کرده است (عباسی اسفنجانی، ۱۳۹۳). از این‌رو، با توجه به نقش مهم رهبری معنوی در تعیین چشم‌انداز و اهداف و نیز هویت‌یابی سازمانی و اینکه هویت سازمانی یک ابزار استراتژیک برای رسیدن به اهداف و چشم‌اندازها است. سازمان‌های امروزی برای بقای خود در دنیای رقابتی امروز، باید برای نقش رهبری معنوی در هویت‌یابی سازمانی اهمیت بسزایی قائل شوند (رستگار و همکاران، ۱۳۹۱).

البته، علی‌رغم تأثیر عمده هویت سازمانی بر رفتار، عملکرد و تحقق اهداف سازمان‌ها و نیز نقش رهبری معنوی هم در تعیین اهداف و هویت‌یابی سازمانی، هیچ پژوهش جدیدی وجود ندارد که عملکرد سازمانی را براساس پیوند رهبری معنوی با هویت سازمانی تحلیل نماید و در این زمینه به تحقیقاتی بیشتری نیاز است. به همین دلیل، با توجه به اهمیت موضوع، پژوهش حاضر با هدف ارتقای عملکرد سازمانی در چارچوب رهبری معنوی و هویت سازمانی در سازمان تأمین اجتماعی استان آذربایجان شرقی انجام گرفته است. از آنجا که سازمان تأمین اجتماعی به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین سازمان‌های بیمه‌ای، با پوشش ۴۲ میلیون نفر از جمعیت کشور و بیش از ۶۳ هزار نفر پرسنل با قلمروهای گسترده بیمه‌ای، درمانی، سرمایه‌گذاری، تأثیر مهم و کلیدی در ساختار اقتصادی و اجتماعی کشور دارا بوده و عملکرد این سازمان نیز از اهمیت فراوانی برخوردار است (ابری، ۱۳۹۳؛ ایرنا، ۱۳۹۷). بنابراین، سؤال اصلی پژوهش این است که آیا از طریق رهبری معنوی و هویت سازمانی می‌توان عملکرد سازمان‌های خدماتی مانند سازمان تأمین اجتماعی استان آذربایجان شرقی را بهبود داد.

پیشینه‌های پژوهش

رهبری معنوی

رهبری یعنی هنر نفوذ بر زیردستان به‌نحوی که آن‌ها به صورت داوطلبانه و از روی رغبت فعالیت‌های از پیش تعیین شده‌ای را در چارچوب اهداف معینی انجام دهند. معنویت نیز در طول تاریخ بشر، به شکل‌های مختلفی تجلی‌یافته و هر کس از دریچه‌ای به آن نگریسته و با تکیه بر بُعد یا ابعادی از آن، در پیرامون آن سخن گفته یا تعریف کرده است (برزنونی، ۱۳۷۹). معمولاً، مفاهیمی از قبیل معنویت که به امور غیرمادی تعلق دارند، با ذکر مصادیق و مثال‌ها، تعریف و توضیح داده می‌شوند. مفهوم معنویت در محیط کار در دهه اخیر به یک پدیده مهم در سازمان تبدیل یافته است و بسیاری بر این اعتقاد هستند که در کسب‌وکار امروز معنویت باید به‌عنوان جز لاینفک رهبری در نظر گرفته شود. این ترکیب و انسجام بین رهبری و معنویت در سازمان می‌تواند به یک عامل عمده در دست‌یابی به سطوح بالاتر موفقیت و توسعه سازمانی تبدیل شود.

1. Geijsel & et al. (2003)
2. Schol & Bishop (2001)
3. Al Arkoubi (2008)

درست است که به‌وسیله اعضای گروه به اشتراک گذاشته شده و به اعضای جدید آموزش داده می‌شود (فرای و همکاران، ۲۰۱۱).
 ۳) امید/ ایمان. ایمان، اطمینان و یقین به چیزهایی است که آرزویش را داریم و اعتماد به چیزهایی که دیده نمی‌شوند. درحقیقت، ایمان، اعتقاد و باور راسخ به چیزی است که برای اثبات آن برهانی وجود ندارد و شواهد فیزیکی و مادی وجودش را ثابت نکرده است (فرای و همکاران، ۲۰۱۱). امید نیز شوق به چیزی است که انتظار داریم تحقق یابد. ایمان به امید حقیقت می‌بخشد. افراد دارای ایمان و امید از مقصدی که به سمت آن در حال حرکت هستند و نحوه رسیدن به آن ینش روشنی دارند و برای رسیدن به اهدافشان دوست دارند که با سختی‌ها و ناملازمات مواجه شوند (رستگار و همکاران، ۱۳۹۱). به‌طور کلی، می‌توان گفت که امید و ایمان منشأ این اعتقاد است که چشم‌انداز، اهداف و مأموریت سازمان با موفقیت تحقق خواهد یافت (فرای و همکاران، ۲۰۱۱).

۴) عضویت. عضویت دربرگیرنده ساختارهای فرهنگی و اجتماعی است که ما در آن غوطه‌ور هستیم. یک حس درک و قدرانی است که تا حد زیادی از روابط متقابل و ارتباطات از طریق تعامل اجتماعی و عضویت در گروه‌ها نشأت می‌گیرد (فرای و همکاران، ۲۰۱۱)
 ۵) معنی‌داری. معنی‌داری اشاره دارد به تجربه متعالی یا اینکه چطور یک تفاوت از طریق خدمت به دیگران ایجاد کنیم و بدین طریق معنا و هدف در زندگی ایجاد می‌شود. مردم نه تنها شایستگی و کاردانی از طریق کارشان را جستجو می‌کنند، بلکه این حس که کار، معنا یا ارزش اجتماعی دارد را نیز جستجو می‌کنند (رستگار و همکاران، ۱۳۹۱).

۶) تعهد سازمانی. یک نگرش و یک حالت روانی است که نشان‌دهنده تمایل، نیاز و الزام جهت ادامه فعالیت در یک سازمان است. بنابراین، وفاداری به ارزش‌ها و اهداف سازمان و همچنین احساس تعلق و وابستگی به ماندن در سازمان را تعهد سازمانی می‌نامند. در تعهد سازمانی، افراد با حس معنی‌داری و عضویت به یکدیگر پیوند خورده و به سازمان وفادار می‌مانند و می‌خواهند در سازمان‌هایی باقی بمانند که فرهنگ‌هایی مبتنی بر ارزش‌ها و عشق به نوع‌دوستی دارند (فرای، ۲۰۰۳).

۷) بهره‌وری و بهبود مستمر. بهره‌وری به کار هوشمندانه تعبیر شده است. این تعریف بیانگر آن است که کافی است سازمان هوشمندانه عمل کند و از منابع به گونه بهینه سود ببرد، این بهترین روش بهبود بهره‌وری است. بهبود مستمر یعنی در بهره‌وری به انتها نمی‌رسیم و با نوآوری همیشه راه‌های جدید را برای افزایش بهره‌وری می‌توان یافت (رستگار و همکاران، ۱۳۹۱).

رهبری معنوی غایت ایمان، اخلاق و رویکردهای رهبری مبتنی بر ارزش‌ها است؛ به بیان دیگر، رهبری معنوی زمانی رخ می‌دهد که فرد در موقعیت رهبر مظهر ارزش‌های معنوی همانند صداقت، راست‌گویی، قابلیت اعتماد و تحسین شده باشد (صالحی صدقیانی و همکاران، ۱۳۹۴). رهبران معنوی، افراد تأثیرگذاری هستند که به تغییر شیوه‌هایی قادر هستند که دیگران می‌بینند و کارهایی که انجام می‌دهند. آن‌ها بر نگرش‌ها و اعمال دیگران به‌منظور رسیدن به یک هدف مشترک که تأثیر می‌گذارند در نهایت به‌نفع کل گروه است (کروسمن^۱، ۲۰۱۰). رهبری معنوی کارکنانی با دانش برای مشارکت در سازمان و با قدرت برای تصمیم‌گیری‌های مهم فراهم می‌کند. همچنین، زمینه‌ای برای کارکنان جهت دریافت عشق به نوع‌دوستی ایجاد می‌کند که به‌نوبه خود مبنایی برای انگیزش درونی از طریق امید/ ایمان در چشم‌انداز سازمان است (فرای و همکاران، ۲۰۱۰).

نظریه رهبری معنوی لوئیز فرای. رهبری معنوی یک نظریه علمی برای تحول سازمانی است که به‌منظور ایجاد سازمانی یادگیرنده و دارای محرک درونی ارائه شده است. فرای، معتقد است که رهبری معنوی به‌عنوان پارادایمی برای تغییر سازمانی و ایجاد بهبود از جنبه‌های مختلف عملکرد و سایر شاخص‌های عملکرد مالی مستفاد می‌شود. طبق نظریه فرای (۲۰۰۳)، هفت بُعد رهبری معنوی عبارت‌اند: ۱) چشم‌انداز سازمانی؛ ۲) عشق به نوع‌دوستی؛ ۳) امید/ ایمان به تحقق هدف؛ ۴) معنی‌داری در کار؛ ۵) عضویت؛ ۶) تعهد سازمانی و ۷) بهره‌وری و بهبود مستمر.

۱) چشم‌انداز. از دهه ۱۹۸۰ به‌عنوان یک موضوع مهم در ادبیات رهبری شناخته شده است. زیرا، رهبران به‌دلیل رقابت شدید جهانی، کوتاه‌تر شدن چرخه‌های توسعه تکنولوژی و استراتژی‌هایی که به‌واسطه رقابت به‌سرعت در حال منسوخ شدن هستند. ملزم به توجه بیشتر به آینده سازمان‌ها می‌باشند. چشم‌انداز مقصد واحدهای سازمان و آرمان‌های آن‌ها را منعکس می‌کند به کارها معنا می‌دهد و امید و ایمان را تشویق می‌کند. چشم‌انداز به تصویری از آینده به همراه تفسیری روشن از چرایی تلاش افراد برای خلق چنین آینده‌های اشاره دارد (فرای و همکاران، ۲۰۱۱).

۲) عشق به نوع‌دوستی. واژه‌های است که اغلب با نیکوکاری مترادف است و از طریق ارزش‌هایی نظیر وفاداری، خیرخواهی، تشکر و قدردانی از خود و دیگران نمایان می‌شود. در رهبری معنوی، عشق به نوع‌دوستی عبارت است از حس تمامیت، هماهنگی، بهره‌وری و خوشبختی به‌واسطه توجه و مراقبت، دلواپسی و قدردانی از خود و دیگران (رستگار و همکاران، ۱۳۹۱). عشق به هم‌نوع یا نوع‌دوستی مجموعه‌ای از ارزش‌ها، مفروضات و روش‌های تفکر از نظر اخلاقی

هویت سازمانی

هویت سازمانی در مقایسه با بسیاری از متغیرهای سازمانی تا اواخر دهه ۱۹۸۰ به عنوان یک مفهوم مستقل چندان توجه نشده بود. اگرچه وبر، مارکس، سلزنیک، دورکیم و دیگران پایه‌های اولیه‌ی هویت را در ارتباطات سازمانی بنا نهادند. اما، تنها در سال‌های اخیر مفهوم هویت سازمانی به بار نشسته است (هچ و شولتز^۱، ۲۰۰۴). به‌موازات پیچیده‌تر شدن سازمان‌ها، این مفهوم به‌عنوان وسیله‌ای کلیدی در جهت موفقیت سازمانی اهمیت روزافزونی پیدا کرده (اپیتروپکی^۲، ۲۰۱۲) و نیز تأثیر آن بر نتایج و پیامدهای سازمان‌ها از سوی محققان و مدیران به‌طور روزافزون مورد توجه قرار گرفته است (کوپر و تاچر^۳، ۲۰۱۰). هویت سازمانی، ابتدا بر رفتار سازمانی و سپس بر کارکرد و تحقق اهداف سازمانی تأثیر می‌گذارد. در سطوح سازمانی، اگر هویت سازمانی، خصوصیت مرکزی متمایز و پیوسته باشد، آنگاه می‌تواند اثربخشی و عملکرد سازمان را بهبود بخشد و به‌عنوان یک مکانیزم قالب دار برای تصمیم‌گیری سازمانی استفاده شود. این عوامل به سازمان در رسیدن به اهدافش کمک می‌کند (استیمپرت و همکاران^۴، ۱۹۶۸). تعاریف زیادی از هویت سازمانی ارائه شده است که هر کدام نشان‌دهنده دیدگاه‌های مختلف در این زمینه است.

نخستین بار فوته^۵ (۱۹۵۱) از واژه تعیین هویت در زمینه سازمانی استفاده کرده و هویت را به‌عنوان پایه و اساس انگیزش مورد توجه قرار داد. هال و همکاران^۶ (۱۹۷۰) تعیین هویت سازمانی را به‌عنوان «فرایندی که به‌وسیله آن اهداف سازمان و اهداف فرد یکپارچه و متجانس می‌شوند» تعریف می‌کنند. کانون این دیدگاه، پذیرش اهداف و ارزش‌های سازمان از طرف فرد است.

لی^۷ (۱۹۷۱) هویت سازمانی را به‌عنوان «درجه‌ای از تعیین هویت فردی شخص با سازمان» تعریف می‌کند. رویکرد وی به هویت سازمانی بر سه بعد اصلی تأکید دارد: (۱) اولین ویژگی حس تعلقی است که از اهداف مشترک با احساسات کارکنان یا کسانی منتج می‌شود که وظایفشان نیازهای فردی‌شان را تأمین می‌کنند، (۲) دومین ویژگی وفاداری است که به نگرش‌ها و رفتارهایی اشاره می‌کند که از اهداف سازمانی پشتیبانی می‌کنند یا از سازمان در مقابل خارجی‌ها دفاع می‌کنند. درنهایت، (۳) بعد سوم، ویژگی‌های

مشترکی است که به‌عنوان یک شباهت مشترک بین فرد و دیگران درون سازمان به کار برده می‌شود.

گادفری و وتن^۸ (۱۹۸۸) سه الگوی اصلی هویت سازمانی را تعریف کردند که عبارت‌اند از: (۱) کارکردگرا؛ (۲) تفسیری و (۳) پست‌مدرن. الگوی کارکردگرا، براساس عقاید کارکنان مفهوم‌سازی می‌شود که چگونه فکر می‌کنند، چه هستند، می‌خواهند چه باشند و در این الگو هویت سازمانی نمودی عینی است. به همین دلیل، قابل مشاهده و دست‌کاری است. براساس الگوی تفسیری، محققان به‌دنبال توضیح سؤال «ما چه کسانی هستیم» یا «می‌خواهیم باشیم؟» در نظر گرفته شده است و به‌عنوان پدیده‌ای اجتماعی توصیف می‌شود و گروه‌های اجتماعی سعی می‌کنند پیرامون این مفهوم همگرا شوند (جویا و چتپیدی^۹، ۱۹۹۱) در الگوی پست‌مدرن، هویت به‌عنوان بازتاب تفکر زودگذر در مورد اینکه چه کسانی هستیم، مطرح شده است و در این الگو به ناپایداری هویت و تجدید ساخت دائم آن تأکید شده است.

در عملیاتی‌سازی سازه هویت سازمانی اندیشمندانی مانند پاچن^{۱۰} (۱۹۷۰)، چنی^{۱۱} (۱۹۸۳)، داتون و همکاران^{۱۲} (۱۹۹۴) آن را با سه عنصر اساسی در نظر گرفته‌اند: ۱- ویژگی مشارکت؛ به معنای ویژگی‌های مشترک ادراک شده از طریق اعضای سازمان که براساس آن فرد احساس می‌کند منافع و اهداف مشترکی با دیگر اعضای سازمان دارد و خود را با ویژگی‌های مشابه با سازمان استخدام‌کننده‌اش توصیف می‌کند. ۲- ویژگی عضویت؛ به معنای احساس انسجام با سازمان که براساس آن فرد نسبت به سازمان احساس تعلق کرده و از عضویت در آن احساس غرور و افتخار می‌کند (موزیز و همکاران^{۱۳}، ۲۰۱۱). ۳- ویژگی وفاداری؛ به معنای حمایت از سازمان که براساس آن فرد از اهداف و خطمشی‌های سازمان دفاع کرده و نسبت به تحقق آن‌ها از خود اشتیاق نشان می‌دهد (پاچن، ۱۹۷۰). خلاصه‌ای از تحقیقات انجام شده در خصوص هویت سازمانی در جدول گزارش شده است.

1. Hatch & Shultz
2. Epitropaki
3. Cooper & Thatcher
4. Stimpert, Gustafson & Sarason
5. Foote (1951)
6. Hall & et al. (1970)
7. Lee (1971)

8. Godfrey (1988)
9. Gioia & Chittipeddi (1991)
10. Patchen (1970)
11. Chenny (1983)
12. Dutton & et al. (1994)
13. Mozes & et al. (2011)

جدول ۱. خلاصه تحقیقات دربارهٔ هویت سازمانی و عملکرد

محقق	نتیجه مطالعه
اکسای و گرونه‌هاک، ۲۰۱۷	تأثیر هویت شرکت‌ها بر عملکرد با نقش میانجی شهرت بررسی و نتایج نشان می‌دهد که هویت سازمانی نه تنها به‌طور مستقیم به عملکرد بهتر منجر خواهد شد؛ بلکه به‌طور غیرمستقیم و از طریق شهرت، عملکرد سازمانی را بهبود می‌دهد.
پاپسکو و بولی، ۲۰۱۳	مطالعه با هدف درک بهتر مفهوم هویت در سازمان و نیز تبیین مبانی و ویژگی‌های عینی، ارتباط متقابل آن در سطح فردی و نیز تأثیر هویت در عملکرد سازمانی انجام گرفته است.
ایپتروپکی، ۲۰۱۲	به‌موازات پیچیده‌تر شدن سازمان‌ها، مفهوم هویت به‌عنوان وسیله کلیدی در جهت موفقیت سازمانی اهمیت روزافزونی پیدا کرده است. کارکنان زمانی که نسبت به سازمان خود احساس هویت کنند از تعلق به آن احساس غرور کرده، خود را جزئی از آن دانسته و سرنوشت خود را درگرو سرنوشت سازمان خواهند دانست.
انگو و همکاران، ۲۰۱۲	هویت سازمانی هم با متغیرهای سطح فردی مانند رضایت شغلی، مشارکت و تعهد سازمانی، همکاری، رفتارهای شهروندی سازمانی و هم متغیرهای جمعی نظیر فرهنگ و رهبری مرتبط است.
جعفری نیا و همکاران، ۱۳۹۶	یافته‌ها نشان می‌دهد از بین پیشایندهای هویت‌یابی سازمانی به ترتیب متغیرهای رهبری معنوی، بی‌تفاوتی سازمانی، فرهنگ سازمانی، اجتماعی سازی، رضایت شغلی و رهبری اصیل دارای اندازه اثر زیاد هستند.
موغلی و همکاران، ۱۳۹۲	پژوهش با هدف شناسایی عوامل اثرگذار بر هویت‌یابی سازمانی انجام و نتایج در سه دسته عوامل منابع انسانی، وجه سازمان و فرهنگ هویت‌ساز خلاصه شده است.
نوابی، ۱۳۹۰	هویت سازمانی محرک پنهان بسیاری از اعمال گروهی و تلاش‌های اجتماعی است و به‌عنوان سازه‌ای زیربنایی در رویدادهای سازمانی به عامل نهفته بسیاری از رفتارهای سازمانی تبدیل شده است.
موزیز و همکاران، ۲۰۱۲	افراد سازمان‌هایی را جستجو می‌کنند که با آنان شباهت دارند؛ زیرا مایل‌اند خود را به‌عنوان عضوی از گروه‌ها و سازمان‌ها تصور یا معرفی نمایند.
هال و همکاران، ۱۹۷۰	هویت سازمانی به‌عنوان فرایندی که به‌وسیله آن اهداف سازمان و فرد یکپارچه و متجانس می‌شوند.
لی، ۱۹۷۱	هویت سازمانی به‌عنوان درجه‌ای از تعیین هویت فردی شخص با سازمان تعریف و بر سه بعد تعلق، وفاداری و شباهت تأکید دارد.
اشفورت و مائل، ۱۹۸۹	تئوری هویت اجتماعی را به حوزه مطالعات اجتماعی و هویت سازمانی معرفی کرد.
پاچن، ۱۹۷۰؛ چنی، ۱۹۸۳؛ داتون و همکاران، ۱۹۹۴	در عملیاتی سازی سازه هویت سازمانی سه عنصر اساسی الف) ویژگی مشابهت؛ ب) ویژگی عضویت؛ ج) ویژگی وفاداری در نظر می‌گیرند.
داتن و همکاران، ۱۹۹۴	مبحث تئوری هویت اجتماعی را بسط داده و هویت سازمانی را درون رشته مدیریت قرار داد.
ریکتا، ۲۰۰۵	هویت سازمانی را به‌عنوان یک موضوع مستقل مفهوم‌سازی کردند.
انگو و همکاران، ۲۰۱۲	هرچه کارکنان نسبت به سازمان احساس هویت بیشتری داشته باشند، خود را نسبت به تحقق اهداف سازمانی بیشتر مسئول دانسته و تلاش و مشارکت بیشتری در قبال آن خواهند داشت.

کرد (ابزری و همکاران، ۱۳۸۸). عملکرد اثربخش، حصول نتایج خاص یا دست‌یابی به نتایج خاص از پیش تعیین شده برای شغل (نظیر درآمد) از طریق اقداماتی است به‌طوری که با سیاست‌ها، روش‌ها و وضعیت محیط سازمانی مطابق باشد (صفری و همکاران، ۱۳۹۴) عملکرد سازمانی، پدیده‌ای پیچیده است که شاید ساده‌ترین تعبیر برای آن را بتوان، مجموعه فعالیت‌های معطوف به دست‌یابی سازمان دانست. متناسب با عملکرد که از دریچه‌های مختلف مورد بررسی و مطالعه قرار می‌گیرد، اهداف نیز از دریچه‌های مختلفی بروز می‌کند. می‌توان عملکرد را توانایی سامانه سنجش در دست‌یابی به نتایج مرتبط با اهداف سنجش دانست (روس و همکاران، ۲۰۱۲). دست‌کم هفت مقیاس برای ارزیابی عملکرد هر سازمان وجود دارد که الزاماً از یکدیگر متمایز نیست. این مقیاس‌ها عبارت است از: اثربخشی، کارایی، سودآوری، بهره‌وری، کیفیت زندگی شغلی و نوآوری و کیفیت. عملکرد سازمانی

نتایج حاصل از پژوهش‌های مربوط به هویت سازمانی نشان می‌دهد که این متغیر، وسیله کلیدی برای موفقیت سازمان و ابزاری استراتژیک برای رسیدن به اهداف و چشم‌انداز سازمان‌ها است. هویت سازمانی از طریق ارتقای سطح بینش، نگرش و رفتار کارکنان بر تصمیمات عملیاتی و استراتژیک مدیران تأثیرگذار بوده و اجرای اقدامات استراتژیک را تسهیل می‌کند. هویت سازمانی علاوه بر اینکه محرک پنهان بسیاری از فعالیت‌های گروهی و تلاش‌های جمعی برای رسیدن به اهداف مشترک است در یکپارچگی و تلفیق اهداف فردی و سازمانی نیز مؤثر است.

عملکرد سازمانی

عملکرد یکی از مفاهیم بنیادین در مدیریت به شمار می‌رود؛ چرا که بسیاری از وظایف مدیریت براساس آن شکل می‌گیرد. به عبارتی موفقیت سازمان‌ها را می‌توان در آینه عملکردشان مشاهده

شناسایی کرده است: شاخص‌های عملیاتی (مثل رضایت مشتری و کیفیت خدماتی ادراک شده)، شاخص‌های عملیاتی و مالی (سود و حجم فروشی، سود و کیفیت خدمات، سود و رضایت مشتری) و عملکرد مالی (مثل نرخ‌های مالی، قیمت سهام و حاشیه‌های مالی). با این حال، بسیاری از محققان بر سنجش عملکرد عملیاتی تأکید دارند (تیموری و همکاران، ۱۳۹۳).

هرچند عوامل متعددی بر عملکرد سازمان تأثیر دارند، ولی با توجه به نقش مهم رهبری در سازمان، در تحقیق حاضر رهبری معنوی و هویت سازمانی مورد بررسی قرار خواهد گرفت. محقق به دنبال مطالعه و بررسی این موضوع است که چگونه رهبری معنوی و هویت سازمانی می‌تواند بر عملکرد سازمان‌های خدماتی مانند سازمان تأمین اجتماعی استان آذربایجان شرقی تأثیرگذار باشد.

نشان می‌دهد که یک سازمان چگونه به رسالت و اهداف مربوط به خود می‌رسد. عملکرد سازمانی دلالت بر شروع از یک وضعیت معین و رسیدن به یک هدف دقیق دارد که این ممکن است شامل چندین نقطه هدف از قبیل سهم بازار، حجم فروش، انگیزش کارکنان، رضایت مشتری، سطح کیفیت و غیره باشد (نیکو و مروتی شریف‌آبادی، ۱۳۹۶). عملکرد سازمانی در گذشته به شدت از منظر مالی درک می‌شد و به تدریج به مفهومی چندوجهی (مالی و غیرمالی) تبدیل شده است. عملکرد سازمانی مفهومی رایج است. اما، به دلیل کثرت تعاریف، تعریفی وجود ندارد که همه پذیرفته باشند (عزیزپور لیندی و همکاران، ۱۳۹۴). عملکرد کسب‌وکار را می‌توان با استفاده از شاخص‌های مالی، شاخص‌های عملیاتی (غیرمالی) یا هر دو اندازه‌گیری کرد (سایناگی، ۲۰۱۰). شاخص‌های عملکرد مورد استفاده در صنایع خدماتی را در قالب سه گروه

جدول ۲. جمع‌بندی پژوهش‌های داخلی و خارجی مربوط به رهبری معنوی، هویت سازمانی و عملکرد

عنوان تحقیق	محقق	نتایج
رهبری معنوی در محیط سازمانی: یک شکاف پژوهشی در کشورهای جنوب آسیا	مباشر و همکاران، (۲۰۱۷)	پژوهش با هدف ترویج، توسعه و اعتبارسنجی نظریه رهبری معنوی در سازمان‌های مختلف کشورهای جنوب آسیا انجام و آن را به‌عنوان الگوی جدید مدیریتی در قرن حاضر معرفی کرده‌اند.
بررسی تأثیر رهبری معنوی بر عملکرد واحدهای سازمانی	فرای و همکاران، (۲۰۱۱)	در این پژوهش که با استفاده از الگوسازی معادلات ساختاری انجام گرفته است، نتایج نشان داده که رهبری معنوی و ابعاد آن بر عملکرد سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد.
تأثیر رهبری معنوی بر عملکرد	فرای و همکاران (۲۰۱۱)	بین رهبری معنوی و تعهد سازمانی و چهار شاخص عملکرد رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.
تأثیر رهبری معنوی اسلامی بر عملکرد سازمانی	عطاfer و همکاران (۱۳۹۲)	نتایج تحقیق حاکی از آن است که رهبری معنوی اسلامی بر عملکرد سازمانی تأثیر مثبت و معناداری دارد.
بررسی نقش رهبری معنوی در هویت‌یابی سازمانی	رستگار و همکاران (۱۳۹۱)	کلیه ابعاد رهبری معنوی بر هویت سازمانی تأثیرگذار می‌باشند.
بررسی تأثیر رهبری معنوی بر رضایت شغلی کارکنان بانکی	صالحی صدقیانی و همکاران (۱۳۹۴)	رابطه رهبری معنوی و رضایت شغلی کارکنان معنی‌دار بوده و مؤلفه‌های رهبری معنوی با رضایت شغلی کارکنان رابطه مثبت و معنی‌داری دارند.
ارتباط بین معنویت و تأثیر رهبری در سلامت فردی	استراک و همکاران (۲۰۰۲)	نتایج تحقیق نشان می‌دهد که بین معنویت، رهبری و سلامت فردی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.
تحلیل تأثیر رهبری معنوی و پیامدهای آن بر عملکرد سازمانی با به‌کارگیری کارت امتیازی متوازن در بنگاه‌های کوچک و متوسط	نصر اصفهانی و همکاران (۱۳۹۴)	یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که بین رهبری معنوی و عملکرد سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.
بررسی تأثیر هویت سازمانی بر عملکرد و تحقق اهداف سازمان‌ها	عباسی اسفنجانی (۱۳۹۳)	هویت سازمانی وسیله کلیدی برای موفقیت سازمان و ابزاری استراتژیک برای رسیدن به اهداف و چشم‌انداز سازمان‌ها است. هویت سازمانی از طریق ارتقای سطح بینش، نگرش و رفتار کارکنان بر عملکرد و افزایش بهره‌وری تأثیرگذار بوده و اجرای اقدامات استراتژیک را تسهیل می‌نماید.

است. مشابه همین، ارتباط و تأثیر هویت سازمانی با عملکرد نیز مورد توجه محققان بوده است. در صورتی که علی‌رغم نقش رهبری معنوی در هویت‌یابی سازمانی و تأثیر مستقیم و

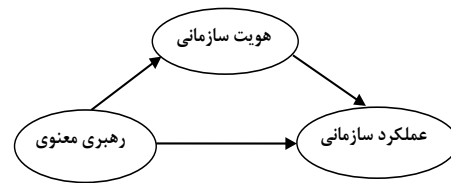
مروار پژوهش‌های قبلی نشان می‌دهد که ارتباط بین رهبری معنوی با عملکرد سازمانی بررسی شده است. همچنین، تأثیر رهبری معنوی بر هویت سازمانی نیز مورد مطالعه قرار گرفته

در نیمه دوم سال ۹۶ حدود ۸۵۰ نفر است. با توجه به محدود بودن اندازه جامعه آماری و نیز مشخص بودن چارچوب نمونه‌گیری، با استفاده از جدول مورگان، نمونه آماری به اندازه ۲۶۵ نفر تعیین و با روش نمونه‌گیری طبقه-ای تعداد نمونه از شعب مختلف استان انتخاب شده است. از آنجا که هدف تحقیق طراحی مدل با روش مدل‌سازی معادلات ساختاری بوده است، ملاحظات مربوط به روش مذکور نیز در انتخاب حجم نمونه مورد توجه قرار گرفت. برای اطمینان از کفایت حجم نمونه در استفاده از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری، پیشنهاد شده حجم نمونه حداقل ۲ تا ۳ برابر تعداد پارامترهای مکنون در مدل باشد (علوی، ۱۳۹۵). تعداد متغیرهای مکنون در پژوهش حاضر ۳ متغیر رهبری معنوی، هویت سازمانی و عملکرد است. همچنین، به جهت استفاده از تحلیل عاملی در برازش مدل‌های اندازه‌گیری پژوهش و اطمینان از تناسب حجم نمونه از شاخص کایزر مایرز (KMO) و آزمون بارتلت استفاده شد. دامنه مقدار شاخص مذکور بین ۰ تا ۱ است؛ به طوری که هرچه این مقدار به عدد ۱ نزدیک‌تر است داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب قلمداد می‌شود. حداقل مقدار قابل برای این شاخص ۰/۶ توصیه شده است. آزمون بارتلت نیز یک روش دیگر برای تشخیص مناسب بودن داده‌ها است. اگر Sig آزمون کوچک‌تر از ۵ درصد باشد تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار یا مدل عاملی مناسب است (مؤمنی، فعال قیومی، ۱۳۸۷). نتایج حاصل از محاسبه آزمون‌های کفایت نمونه‌برداری در جدول ۳ ارائه شده است.

غیرمستقیم هر یک از این سازه‌ها بر عملکرد سازمانی، پژوهشی یافت نشد که در آن سه متغیر مذکور به‌طور هم‌زمان مورد مطالعه قرار گرفته باشد. بنابراین، وجه تمایز این پژوهش، ترکیب سازه‌های مهم رهبری معنوی، هویت سازمانی و عملکرد به شکل جدید و ارائه آن در یک چارچوب و قالب نو به‌منظور تکمیل خلأ موجود در ادبیات و نیز تجزیه و تحلیل هم‌زمان متغیرهای فوق در یک سازمان بزرگ با تأثیر مهم و کلیدی در ساختار اقتصادی و اجتماعی کشور با روش مدل‌سازی معادلات ساختاری و آخرین نسل نرم‌افزارهای مربوطه بوده است.

مدل مفهومی پژوهش

با مرور ادبیات و پیشینه تحقیق با محوریت هدف پژوهش، مدل مفهومی الگوی اثرگذاری رهبری معنوی و هویت سازمانی بر عملکرد سازمان تأمین اجتماعی استان آذربایجان شرقی در قالب شکل زیر طراحی و ارائه شده است.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از لحاظ ماهیت و روش از نوع تحقیقات توصیفی و پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل مدیران و کارشناسان سازمان تأمین اجتماعی استان آذربایجان شرقی است که تعداد آن‌ها

جدول ۳. نتایج حاصل از آزمون کفایت نمونه‌برداری

متغیر	شاخص KMO	آزمون بارتلت	
		مربع کای تقریبی	درجه آزادی
عملکرد سازمان	۰/۸۸۷	۳۸۵۲/۲۶۷	۱۷۱
رهبری معنوی	۰/۸۰۱	۳۶۸۳/۵۸۴	۳۲۵
هویت سازمان	۰/۸۵۶	۲۹۸۱/۷۳۵	۱۵۳
کل	۰/۷۷۰	۱۷۸۸۱/۷۶۵	۱۹۵۳

مورد نظر برای تحلیل عاملی اطمینان حاصل کرد. دیگر مشخصات نمونه آماری و پاسخ‌دهندگان از نظر سن، تحصیلات و سابقه کاری در جدول ۴ نشان داده می‌شود.

براساس نتایج به‌دست آمده، از آنجا که مقادیر KMO برای تمامی متغیرها بالای ۰/۶ بوده و سطح معنی‌داری آزمون بارتلت زیر ۰/۰۵ است. لذا، می‌توان از مناسب بودن داده‌های

جدول ۴. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه آماری

سن	کمتر از ۳۰	۳۰-۴۰	۴۰-۵۰	بالای ۵۰
سن	۹۰ (٪۳۴)	۱۰۶ (٪۴۰)	۵۴ (٪۲۰/۴)	۱۵ (٪۵/۷)
تحصیلات	دیپلم ۱۹ (٪۷/۲)	کاردانی ۳۱ (٪۱۱/۷)	کارشناسی ۱۳۹ (٪۵۲/۵)	ارشد و بالاتر ۷۶ (٪۲۸/۷)
سابقه کار سال	کمتر از ۵ ۸۲ (٪۳۰/۹)	۱۰-۵ ۳۶ (٪۱۳/۶)	۲۰-۱۰ ۹۳ (٪۳۵/۱)	۳۰-۲۰ ۵۴ (٪۲۰/۴)

ابزارها و روش‌های گردآوری اطلاعات

اطلاعات این پژوهش در بخش مبانی نظری، ادبیات و پیشینه پژوهش از منابع کتابخانه‌ای و از طریق مطالعه کتب و مقالات داخلی و خارجی جمع‌آوری و نیز داده‌های موردنیاز برای اعتبارسنجی و برازش مدل تحقیق نیز با روش میدانی و از طریق پیمایش با استفاده از ابزار پرسشنامه گردآوری شد. داده‌های مربوط به متغیر رهبری معنوی، از طریق پرسشنامه استاندارد رهبری معنوی فرای و همکاران (۲۰۰۵) و داده‌های موردنیاز برای سنجش متغیر هویت سازمانی با استفاده از پرسشنامه

استاندارد هویت سازمانی چنی (۱۹۸۲) و نیز برای اندازه‌گیری متغیر عملکرد سازمان از سه متغیر عملکردی رضایت کارکنان، رضایت مشتریان و اثربخشی سازمان با طیف لیکرت پنج گزینه‌ای استفاده شد. به منظور اطمینان از پایایی پرسشنامه علی‌رغم استاندارد بودن ابزار، با استفاده از نرم‌افزار SPSS، ضریب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه محاسبه شد. در جدول ۵ تعداد سؤالات مربوط به هر یک از ابعاد ضرایب آلفای کرونباخ نشان داده می‌شود.

جدول ۵. ضرایب آلفای کرونباخ محاسبه شده برای پایایی متغیرها

ابعاد سؤالات	شماره سال	تعداد سؤال	آلفای کرونباخ
رهبری معنوی	۱-۲۶	۲۶	۰/۸۲
هویت سازمانی	۲۷-۴۴	۱۸	۰/۸۴
عملکرد سازمان	۴۵-۶۳	۱۹	۰/۸۱
مجموع سؤالات		۶۳	۰/۸۵

با توجه به مقدار آلفای کرونباخ برای هر یک از ابعاد و گویه‌های پرسشنامه یعنی بالای ۰/۷، پایایی پرسشنامه نیز تأیید شد.

آزمون مدل مفهومی پژوهش

برای آزمون مدل مفهومی پژوهش، از الگوریتم تحلیل مدل‌ها با روش Smart-PLS-SEM استفاده شده است. ابتدا، با انجام برازش مدل‌های اندازه‌گیری از طریق معیارهای پایایی و روایی از صحت روابط موجود در مدل‌ها اطمینان حاصل کرده و سپس برازش مدل ساختاری و روابط موجود بین متغیرهای مکنون بررسی و در مرحله پایانی، برازش کلی مدل انجام شد (داوری و رضازاده، ۱۳۹۵).

برازش مدل‌های اندازه‌گیری

برازش مدل‌های اندازه‌گیری شامل بررسی پایایی و روایی سازه‌های پژوهش است. پایایی آزمون به‌دقت اندازه‌گیری و

ثبات آن مربوط است. یعنی اگر یک آزمون چند بار در مورد یک پاسخگو اجرا شود، نمره آن در همه موارد یکسان است. همچنین، پایایی به همسانی گویه‌ها اشاره دارد، یعنی سؤالات آزمون تا چه اندازه با یکدیگر همبستگی دارند. مطابق الگوریتم تحلیل مدل، برای بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری سه معیار پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده و نتایج زیر حاصل شد.

الف) پایایی: برای بررسی پایایی مدل‌های اندازه‌گیری از معیارهای ضرایب بارهای عاملی، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شده است.

سنجش بارهای عاملی: پایایی هر یک از گویه‌ها به مقدار بارهای عاملی هر یک از متغیرهای مشاهده شده اشاره دارد. برای مشخص کردن اینکه شاخص‌های اندازه‌گیری (متغیرهای مشاهده شده) تا چه اندازه برای سنجش متغیرهای پنهان قابل قبول هستند، از ضرایب بارهای عاملی استفاده می‌شود. در تحلیل‌های عاملی تأییدی، مقادیر بارهای عاملی بالاتر از ۰/۵

همه سؤالات، دارای بار عاملی بالاتر از ۰/۷ بوده و همبستگی قوی بین شاخص‌های و متغیرهای رهبری معنوی، هویت سازمانی و عملکرد وجود دارد.

نشانگر سطح معنی‌داری قوی و همبستگی زیاد بین متغیرهای مشاهده شده و عامل بوده و نیز بیانگر آن است که سازه خوب تعریف شده است. نتایج حاصل از تحلیل عاملی تأییدی و بررسی ضرایب بارهای عاملی در جدول ۶ نشان می‌دهد که

جدول ۶. ضرایب بارهای عاملی سؤالات متغیر مستقل / مدل اندازه‌گیری رهبری معنوی

بار عاملی	گویه	متغیر
۰/۸۰۸	- تمهد مدیر سازمان به چشم‌انداز سازمان	رهبری معنوی
۰/۷۶۹	- درک مدیر از جایگاه آینده شرکت	
۰/۷۸۶	- مدیر باعث ایجاد چشم‌انداز مشتری از اهداف سازمان شده	
۰/۸۰۰	- روشن و شفاف کردن چشم‌انداز سازمان توسط مدیر	
۰/۸۶۰	- انتخاب اهداف چالشی به سبب ایمان به سازمان	
۰/۷۲۷	- کمک مدیر به اینکه ایمان خود را با انجام دادن هر کاری جهت موفقیت سازمان نشان دهیم	
۰/۷۷۴	- تلاش بیش‌ازحد مدیر سازمان به خاطر ایمان به سازمان	
۰/۷۶۵	- اهداف قابل دست‌یابی هستند	
۰/۷۶۲	- برخورد مهربان با کارکنان رنجور	
۰/۷۴۶	- صادق و بدون غرور بودن مدیر	
۰/۷۸۱	- شجاعت مدیر در اینکه پای کارکنان و کارهایشان بایستد	
۰/۷۲۸	- تنبیه نکردن کارکنان به خاطر اشتباهاتشان	
۰/۷۲۰	- تأثیر مدیر سازمان در معنی‌دار شدن انجام کارها	
۰/۷۳۲	- تأثیر مدیر در مفید تلقی کردن کارها	
۰/۷۶۵	- تفاوت ایجاد کردن مدیر در زندگی	
۰/۷۶۴	- درک نگرانی کارکنان توسط مدیر	
۰/۷۵۳	- قدردانی سازمان از کارکنان	
۰/۷۲۲	- توجه مدیر سازمان به کارکنان	
۰/۷۴۷	- ارزشمند بودن	
۰/۷۳۶	- عضوی از یک خانواده حس کردن	
۰/۷۱۸	- خوشحالی از گذراندن وقت در سازمان	
۰/۷۹۰	- صحبت از کارتان با دوستان، به‌عنوان یک محیط کاری خوب	
۰/۸۰۲	- مشکلات سازمان به‌عنوان مشکلات خود	
۰/۷۹۳	- عدم تلف کردن وقت در سازمان	
۰/۷۴۷	- بیشترین تلاش برای انجام وظیفه	
۰/۷۲۹	- اولویت بالای کیفیت کار برای کارکنان	
۰/۷۲۴	- احساس سربلندی به‌سبب کارمند سازمان بودن	هویت سازمان
۰/۷۱۵	- من عضوی از سازمان هستم	
۰/۷۸۷	- مسرور بودن به‌خاطر انتخاب این سازمان	
۰/۷۶۴	- تا آخر کارمند این سازمان بودن	
۰/۷۵۷	- سازمان برای کارکنانش اهمیت قائل است	
۰/۷۵۹	- گرفتن هویت از سازمان	
۰/۷۸۷	- کارکردن برای سازمان حتی در صورت نیاز نداشتن به پول	
۰/۷۱۲	- مهم‌بودن سرنوشت سازمان	
۰/۷۰۹	- سازمان خوب	
۰/۷۸۱	- گرفتن مشکلات سازمان به‌عنوان مشکلات خود	
۰/۷۶۳	- ابراز رضایت از تلاش بی‌حد کردن برای سازمان	
۰/۷۲۳	- ناراحتی از انتقاد نسبت به سازمان	
۰/۷۹۸	- وفاداری به سازمان	
۰/۷۹۱	- مهم‌بودن سرنوشت سازمان	

۰/۸۰۲	- اهداف یکسان کارکنان	
۰/۷۳۵	- داشتن اشتراکات زیاد با همکاران	
۰/۷۹۹	- شبیه بودن ارزش‌های کارکنان و سازمان	
۰/۷۶۱	- سازمان به‌عنوان خانواده	
۰/۷۷۲	- اعتماد به خدمات سازمان	
۰/۷۱۰	- رضایت از مشخصات فیزیکی سازمان	
۰/۷۴۹	- خدمات بروز سازمان	
۰/۷۶۳	- تعداد کم شکایات	
۰/۷۹۸	- رفتار خوب کارکنان با مشتریان	
۰/۷۱۸	- ارائه خدمات ویژه به مشتریان	
۰/۷۶۶	- نسبت کم جابجایی کارکنان	
۰/۷۶۸	- وفاداری کارکنان به سازمان	
۰/۷۱۰	- تعداد زیاد پیشنهادهای کارکنان	عملکرد
۰/۷۴۴	- آزادی عمل کارکنان	سازمان
۰/۷۸۴	- محیط فیزیکی و روانی مناسب سازمان	
۰/۷۸۴	- متناسب بودن پست‌های شغلی با تحصیلات و تخصص کارکنان	
۰/۷۴۸	- امنیت شغلی	
۰/۷۹۰	- رضایت کارکنان از حقوق، مزایا	
۰/۷۴۳	- کارایی و بهره‌وری کارکنان	
۰/۷۸۲	- کم بودن مدت‌زمان انجام کار	
۰/۷۹۲	- استفاده مناسب از منابع سازمان	
۰/۷۴۷	- گرایش به کیفیت بالا در سازمان	
۰/۷۸۳	- رشد با سرعت بالا در سازمان	

پایایی ترکیبی. برای تعیین پایایی هر یک از سازه‌ها علاوه بر معیار سنتی آلفای کرونباخ از معیار مدرن‌تر پایایی ترکیبی استفاده می‌کنند. برتری این معیار نسبت به ضریب آلفای کرونباخ در این است که پایایی سازه‌ها نه به صورت مطلق بلکه با توجه به همبستگی سازه‌هایشان با یکدیگر محاسبه می‌شود. معمولاً، برای سنجش بهتر پایایی هر دو معیار به کار برده می‌شود. در صورتی که مقدار پایایی ترکیبی برای هر سازه بالای ۰/۷ است نشان از پایداری درونی مناسب برای مدل‌های اندازه‌گیری دارد و مقدار کمتر از ۰/۶ عدم وجود پایایی را نشان می‌دهد (همان منبع). مقادیر پایایی ترکیبی برای سازه‌های تحقیق بالاتر از ۰/۸ به دست آمد (جدول ۷).

اعداد مندرج در ستون ضرایب بارهای عاملی جدول فوق نشان می‌دهد که همه سؤالات با سطح همبستگی بالا به‌خوبی متغیرهای مشاهده شده را اندازه‌گیری می‌کنند. آلفای کرونباخ. معیار کلاسیک برای سنجش پایایی و شاخصی برای ارزیابی پایداری درونی (سازگاری درونی) محسوب می‌شود. پایداری درونی نشانگر میزان همبستگی بین یک سازه و شاخص‌های مربوط به آن است. در مورد متغیرهای با تعداد سؤالات اندک، مقدار ضریب آلفای ۰/۶ به‌عنوان سر حد ضریب معرفی و بالاتر از ۰/۷ نشانگر پایایی قابل قبول است (داوری و رضازاده، ۱۳۹۵). در مدل پژوهش حاضر، مقدار آلفا برای سازه عملکرد ۰/۹۱، رهبری معنوی ۰/۹۱ و هویت سازمانی ۰/۹۲ محاسبه شد (جدول ۷).

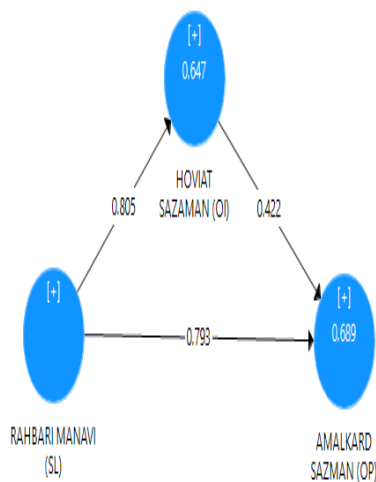
جدول ۷. معیارهای کلی کیفیت مدل

نتیجه	مقادیر اشتراکی Communality > 0	ضریب تعیین (R2)	آلفای کرونباخ بالاتر از ۰/۷	پایایی ترکیبی بالاتر از ۰/۷	میانگین واریانس استخراجی (AVE) بالاتر از ۰/۴	متغیرهای مکنون
قابل قبول	۰/۵۲	-	۰/۹۱	۰/۹۲	۰/۵۲	رهبری معنوی
قابل قبول	۰/۶۷	۰/۶۴۷	۰/۹۲	۰/۹۳	۰/۶۷	هویت سازمان
قابل قبول	۰/۷۱	۰/۶۸۹	۰/۹۴	۰/۹۵	۰/۷۱	عملکرد سازمان

برازش مدل ساختاری

مطابق با الگوریتم تحلیل داده‌ها در روش PLS، پس از برازش مدل‌های اندازه‌گیری، برازش مدل ساختاری پژوهش مورد بررسی قرار می‌گیرد. در مدل‌های اندازه‌گیری که روابط بین متغیر مکنون با متغیرهای آشکار مورد توجه است. در بررسی مدل ساختاری نیز روابط بین متغیرهای مکنون با همدیگر مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد. برای این منظور از معیارهای ضرایب تعیین R Squares یا R^2 ، اندازه تأثیر و معیار افزونگی استفاده شده است.

ضریب تعیین. معیاری است که برای متصل کردن بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل‌سازی معادلات ساختاری به کار می‌رود و نشان از تأثیری دارد که یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا می‌گذارد. مقدار ضریب تعیین R^2 بین ۰ تا ۱ است و مقادیر آن در داخل دایره‌های مدل نشان داده شده می‌شود. هرچه مقدار ضریب تعیین مربوط به سازه‌های درون‌زای یک مدل بیشتر باشد، نشان از برازش بهتر مدل است. به عبارتی، بیانگر خوب بودن متغیرهای برون‌زا در تبیین متغیر درون‌زا است. مقدار ضریب تعیین تنها برای سازه‌های درون‌زای (وابسته) مدل محاسبه شده و در مورد سازه‌های برون‌زا مقدار این معیار صفر است. داوری و رضازاده (۱۳۹۵)، سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ را به‌عنوان ملاکی برای ضعیف، متوسط و قوی R^2 معرفی و زیاد بودن مقدار آن را نشان از برازش بهتر مدل می‌داند. مقادیر ضریب تعیین در جدول ۷ و شکل ۲ قابل مشاهده است.



شکل ۲. ضرایب تعیین

(ب) روایی همگرا: پس از بررسی معیار پایایی، دومین معیار برازش مدل‌های اندازه‌گیری روایی همگرا است. داوری و رضازاده (۱۳۹۵: ۸۱)، معیار میانگین واریانس استخراج شده (AVE) را برای سنجش روایی همگرا معرفی کرده‌اند که از طریق آن میزان همبستگی هر سازه با سؤالات (شاخص‌ها) خود بررسی می‌شود. این معیار نشان‌دهنده میانگین واریانس به اشتراک گذاشته شده بین هر سازه با شاخص‌های خود است و مقدار آن، به بالا کافی دانسته شده است. پس از حصول نتایج مقادیر بارهای عاملی و ضرایب آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و AVE از طریق تحلیل‌های خروجی نرم‌افزار و از آنجا که مقادیر هر یک از معیارهای مذکور برای هر کدام از متغیرهای مکنون بیشتر از حدنصاب و آستانه تعریف شده می‌باشند، لذا می‌توان مناسب بودن وضعیت پایایی و روایی همگرایی مدل‌های اندازه‌گیری پژوهش را تأیید کرد.

(ج) روایی واگرا: سومین معیار سنجش برازش مدل‌های اندازه‌گیری در تحلیل‌های PLS، روایی واگراست که با روش فورنل لارکر بررسی شده است. در این روش، میزان رابطه یک سازه با شاخص‌هایش در مقایسه رابطه آن سازه با سایر سازه‌هاست. به طوری که روایی واگرایی قابل قبول یک مدل حاکی از آن است که یک سازه در مدل تعامل بیشتری با شاخص‌های خود دارد تا با سازه‌های دیگر. بررسی این موضوع به وسیله یک ماتریس صورت می‌گیرد که خانه‌های آن حاوی مقادیر ضریب همبستگی بین سازه‌ها و جذر مقادیر AVE مربوط به هر سازه است.

جدول ۸. ماتریس سنجش روایی واگرایی فورنل لارکر

عملکرد سازمان	هویت سازمان	رهبری	سازه‌ها
-	-	۰/۸۴۹	رهبری معنوی
-	۰/۸۷۰	۰/۷۴۹	هویت سازمان
۰/۸۵۹	۰/۷۷۰	۰/۸۲۴	عملکرد سازمان

مطابق ماتریس بالا، از آنجا که مقدار جذر AVE مربوط به هر سازه (متغیرهای مکنون) در پژوهش حاضر که در خانه‌های موجود در قطر اصلی ماتریس قرار گرفته‌اند، از مقدار همبستگی میان آن‌ها که در خانه‌های زیرین و چپ قطر اصلی قرار دارند، بیشتر است. از این رو، می‌توان اظهار داشت که در پژوهش حاضر، سازه‌های مدل تعامل بیشتری با شاخص‌های خود دارند تا با سازه‌های دیگر، به عبارت دیگر، روایی واگرایی مدل در حد مناسبی است.

جدول ۱۰. نتایج حاصل از محاسبه معیار افزونگی

متغیر	SSO	SSE	(1-SSE/SSO)
هویت سازمانی	۶۳۰۰	۴۵۹۱/۸۸۹	۰/۲۷۱
عملکرد سازمان	۶۶۵۰	۴۴۴۰/۹۷۷	۰/۳۳۲
رهبری معنوی	۹۱۰۰	۹۱۰۰/۰۰۰	-

مطابق شکل ۲ و با توجه به اینکه مقادیر R^2 برای سازه‌های عملکرد ۰/۶۸۹ و هویت سازمانی ۰/۶۴۷ از مقدار متوسط این معیار یعنی ۰/۳۳ بیشتر است، مناسب بودن برازش مدل ساختاری مورد تأیید قرار می‌گیرد.

اندازه تأثیر. اندازه تأثیر به بررسی اثر یک متغیر برون‌زا بر ضریب تعیین یک متغیر درون‌زا دارد. به عبارت دیگر، اندازه اثر مشخص‌کننده سهم متغیر برون‌زا در مقدار ضریب تعیین متغیر درون‌زا است. براساس یک اصل قراردادی، حداقل مقدار قابل قبول برای اندازه اثر یک متغیر برون‌زا ۰/۰۲ است. مقادیر ۰/۱۵ و ۰/۳۵ نیز به ترتیب متوسط و قوی تلقی می‌شود. نتایج حاصل از محاسبه اندازه اثر برای متغیرهای تحقیق در جدول ۹ آمده است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود. اندازه اثر تمامی متغیرهای برون‌زا بر متغیرهای درون‌زا بالاتر از حد قابل قبول است.

برازش مدل کلی

برای بررسی برازش مدل کلی که هر دو بخش مدل اندازه‌گیری و ساختاری را کنترل می‌کند، از معیار نیکویی برازش (GoF) استفاده و به ترتیب زیر محاسبه شد:

$$GoF = \sqrt{(communality) \times (R^2)}$$

با عنایت به رابطه فوق، ابتدا میانگین مقادیر اشتراکی (*communality*) متغیرهای پنهان رهبری معنوی، هویت سازمانی و عملکرد محاسبه شد. مقادیر مذکور براساس اطلاعات جدول ۷ به ترتیب برابرند با ۰/۵۲، ۰/۶۷ و ۰/۷۱. در نتیجه میانگین مقادیر اشتراکی برابر است با: ۰/۶۳۳.

برای محاسبه میانگین ضریب تعیین (R^2) نیز باید مقادیر مربوط به تمامی متغیرهای پنهان درون‌زای مدل یعنی هویت و عملکرد سازمانی (جدول ۷) مدنظر قرار گرفته و مقادیر میانگین آن‌ها محاسبه شد. مقادیر ضریب تعیین مربوط به متغیرهای مذکور به ترتیب عبارت‌اند از: ۰/۶۴۷ و ۰/۶۸۹. بنابراین، میانگین این مقادیر (R^2) عبارت است از: ۰/۶۶۸.

$$GoF = \sqrt{0.633 \times 0.668} = 0.65$$

در نتیجه مقدار معیار GoF برابر است با ۰/۶۵. با توجه به سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GoF، حاصل شدن ۰/۶۵، نشان از برازش کلی قوی مدل دارد.

آزمون فرضیه‌ها

مطابق با الگوریتم تحلیل داده‌ها در روش PLS، پس از بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری، ساختاری و مدل کلی، با بررسی ضرایب معنی‌داری (مقادیر t) مربوط به هر یک از مسیرها و نیز ضرایب استاندارد شده بار عاملی مربوط به مسیرها فرضیه‌های تحقیق مورد آزمون قرار می‌گیرند. در صورتی که مقدار ضریب معنی‌داری هر یک از مسیرها بیش از عدد ۱/۹۶ است در سطح اطمینان ۹۵ درصد مسیر مربوطه معنی‌دار و فرضیه مرتبط با آن تأیید می‌شود.

جدول ۹. اندازه تأثیر متغیرهای پژوهش

متغیر	عملکرد سازمان	هویت سازمان	رهبری معنوی
عملکرد سازمان	-	۰/۲۰	۰/۲۳
هویت سازمان	۰/۲۰	-	۰/۳۴
رهبری معنوی	۰/۲۳	۰/۳۴	-

معیار افزونگی. افزونگی یک معیار کلی کیفیت مدل ساختاری و مشخص‌کننده میزان کیفیت پیش‌بینی‌کنندگی مدل است. این معیار برای متغیرهای درون‌زا به کار می‌رود و هدف از آن بررسی توان پیش‌بینی‌کنندگی مسیرهای مدل برای یک متغیر درون‌زا است (هیر و همکاران، ۲۰۱۳). در جدول ۱۰ نتایج حاصل از محاسبه معیار افزونگی ارائه شده است. ستون دوم جدول مذکور (SSO)، مربوط به مجموع مجذور مشاهدات و ستون سوم (SSE)، مربوط به مجموع مجذور خطای پیش‌بینی برای هر متغیر است. ستون چهارم نیز مقادیر معیار افزونگی (Q^2) را نشان می‌دهد. براساس یک اصل قراردادی حداقل مقدار قابل قبول برای افزونگی ۰/۰۲ است و مقادیر ۰/۲۷ و ۰/۳۳ نیز به ترتیب متوسط و قوی تلقی می‌شود. همچنان که در جدول زیر مشاهده می‌شود، معیار افزونگی برای متغیرها از حداقل مقدار قابل قبول بالاتر است. لذا، مدل تحقیق از توان پیش‌بینی‌کنندگی خوبی برای متغیرهای درون‌زا برخوردار است.

جدول ۱۱. نتایج حاصل از تحلیل مسیرها

فرضیه	مسیر	ضریب مسیر	مقدار بحرانی	سطح معنی‌داری	نتیجه
۱	رهبری معنوی - عملکرد سازمان	۰/۴۵۴	۶/۴۲۰	۰/۰۰۰۱	تأیید
۲	رهبری معنوی - هویت سازمان	۰/۸۰۵	۳۴/۷۶۸	۰/۰۰۰۱	تأیید
۳	هویت سازمان - عملکرد سازمان	۰/۴۲۲	۶/۲۲۵	۰/۰۰۰۱	تأیید

داشته باشد. اثر کل نیز به مجموع اثرات مستقیم و غیرمستقیم گفته می‌شود. بررسی اثر کل این امکان را فراهم می‌سازد تا از نحوه اثرگذاری متغیرها در یک مسیر آگاه شد.

اثرات غیرمستقیم متغیرها و اثر کل متغیرها در جدول ۱۲ محاسبه شده است. اثر غیرمستقیم در آن دسته از مسیرهایی مورد بررسی قرار می‌گیرد که یک یا چند متغیر میانجی وجود

جدول ۱۲. نتایج حاصل از تحلیل مسیرهای غیرمستقیم

متغیر مستقل	متغیر میانجی	متغیر وابسته	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	اثر کل	سطح معنی‌داری
رهبری معنوی	هویت سازمان	عملکرد سازمان	۰/۴۵۴	۰/۳۴۰	۰/۷۹۴	۰/۰۰۰

طراحی مدل تحلیلی مبتنی بر اثرگذاری رهبری معنوی و هویت سازمانی بر عملکرد سازمان تأمین اجتماعی انجام گرفت. از آنجا که رهبری یکی از مؤلفه‌های اصلی تمامی مدل‌های ارائه شده در حوزه عملکرد سازمانی بوده و از طرفی رهبری معنوی به‌عنوان یکی از رویکردهای جدید طرح شده و همین‌طور هویت سازمانی هم به‌عنوان یک سازه زیربنایی در رویدادهای سازمانی و محرک پنهان فعالیت‌های گروهی و اجتماعی در سازمان و یک قطعه بزرگ گم شده در مطالعات رهبری بیان شده است. لذا، رهبری معنوی و هویت سازمانی و تحلیل روابط آن و اثرگذاری بر عملکرد سازمان مبنای طراحی مدل پیشنهادی قرار گرفت.

با مرور ادبیات، سوابق و پیشینه تحقیق ۲۶ مؤلفه رهبری معنوی و ۱۸ مؤلفه هویت سازمانی به‌عنوان عوامل مؤثر بر عملکرد سازمانی شناسایی و با طرح سه عنوان فرضیه دومتغیره و یک فرضیه سه متغیره چارچوب مفهومی پژوهش طراحی شد. چارچوب مفهومی پیشنهادی با جمع‌آوری داده‌های تجربی و روش مدل‌سازی معادلات ساختاری اعتبارسنجی و مدل نهایی تحقیق ارائه شد. مطابق با الگوریتم تحلیل داده‌ها در روش PLS، پس از برازش مدل‌های اندازه‌گیری، ساختاری و مدل کلی، با بررسی مقادیر ضریب مسیر و ضرایب معنی‌داری Z (مقادیر t) مربوط به هریک از مسیرها و نیز ضرایب استاندارد شده بار عاملی مربوط به مسیرها فرضیه‌های تحقیق آزمون و مورد تأیید قرار گرفت.

بررسی مدل‌های اندازه‌گیری پژوهش و تحلیل مقادیر بارهای عاملی نشان داد که در بین مؤلفه‌های رهبری معنوی، انتخاب اهداف چالشی به‌سبب ایمان به سازمان به ۰/۸۶؛ تعهد

مدل مفهومی آزمون شده در شکل ۲ و اعداد واقع بر روی خطوط، ضریب مسیر ارتباط بین متغیرهای مکنون را نشان می‌دهد. مقدار این ضریب عددی بین -۱ و +۱ است. از آنجا که مقدار ضریب مسیر برای تمامی متغیرها از صفر بزرگ‌تر و به عدد یک نزدیک است، می‌توان نتیجه گرفت که بین متغیرهای مورد مطالعه همبستگی قوی وجود دارد. همچنین، با توجه به اینکه مقدار بحرانی t ضرایب هریک از مسیرها دارای مقدار بالاتر از ۱/۹۶ است ($1/96 < 7/420$)، ($1/96 < 34/768$) و ($1/96 < 6/225$)؛ و نیز مقدار معناداری از ۰/۰۵ کمتر است. لذا، در سطح اطمینان ۹۵ درصد مسیرهای پیش‌بینی شده رهبری معنوی--> هویت سازمانی، رهبری معنوی--> عملکرد سازمانی، هویت سازمانی--> عملکرد سازمانی معنی‌دار بوده و می‌توان فرضیه‌های پژوهش مورد تأیید قرار داد. مقادیر مربوط به ضریب مسیرها در جدول ۱۱ و نیز مقادیر R² در جدول ۷ نشان می‌دهد که متغیر «رهبری معنوی» ۷۹/۳ درصد تغییرات مربوط به متغیر «عملکرد سازمانی» را به‌طور مستقیم تبیین می‌کند. از سوی دیگر، دو ضریب ۰/۸۰۵ و ۰/۴۲۲ نیز نشان می‌دهند که متغیر «رهبری معنوی» به‌طور غیرمستقیم و از طریق متغیر میانجی «هویت سازمانی» به میزان ۳۴ درصد بر متغیر «عملکرد سازمانی» تأثیر می‌گذارد. اثر کل (مجموع آثار مستقیم و غیرمستقیم و با واسطه) رهبری معنوی بر عملکرد سازمانی عدد ۰/۷۹۴ به دست آمد.

بحث و نتیجه‌گیری

در راستای ارتقا و بهبود عملکرد سازمان تأمین اجتماعی از طریق چارچوب‌ها و مدل‌های علمی، پژوهش حاضر با هدف

(۱۳۹۶) انتخاب شده بود، در پژوهش حاضر نیز بر آن صحنه گذاشته شد. بررسی تأثیر هویت سازمانی بر عملکرد سازمان نیز تأیید شد. این نتایج مؤید نتایج مطالعات اکسای و گرونهاک (۲۰۱۷)، اپیتروپکی (۲۰۱۲)، انگو و همکاران (۲۰۱۲) و نوابی (۱۳۹۰) است. نقش واسطه هویت سازمانی به عنوان متغیر میانجی در رابطه بین رهبری معنوی با عملکرد سازمان نیز تأیید شد.

نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد، سازمان‌ها جهت نیل به اهداف خود نیازمند رهبران معنوی و هویت‌یابی سازمانی هستند. رهبری معنوی این امکان را می‌دهد که در سازمان ارزش‌ها و عقاید کارکنان مورد توجه قرار گرفته و عملکرد سازمان با انسجام و بازخورد سریع صورت پذیرد. از آنجا که مؤلفه‌های مربوط به ابعاد چشم‌انداز و اهداف از متغیرهای رهبری معنوی دارای بیشترین تأثیر بر عملکرد سازمانی است و از طرفی، هویت سازمانی به عنوان محرک پنهان بسیاری از اعمال گروهی و تلاش‌های اجتماعی در سازمان‌ها و یک ابزار استراتژیک و وسیله‌ای کلیدی برای رسیدن به اهداف و چشم‌اندازها و موفقیت سازمان‌ها است. لذا، توجه به نقش مهم رهبری معنوی در هویت‌یابی به عنوان سازه‌ای زیربنایی در رویدادهای سازمانی برای دستیابی به اهداف و تقویت و بهبود عملکرد سازمانی اهمیت بسزایی دارد.

به هنگام انتخاب مدیران و نیز استخدام کارکنان، در کنار سایر ملاحظات و معیارها، افراد را از لحاظ معنوی و همدلی، نوع دوستی، ایمان به کار، صداقت موردسنجش قرار داده و سپس برای جذب اقدام کند. مدیریت با ارائه اطلاعات مناسب به کارکنان، فرصت ابراز عقیده و شنیدن نظرات آنان، مشارکت دادن کارکنان رضایتمندی را تأمین و موجب هویت‌یابی سازمانی شود تا موفقیت سازمان بیشتر شود. البته بهبود این حوزه‌ها نیازمند تعهدی مستمر و درازمدت است که همه افراد در سازمان باید عهده‌دار آن باشند. براساس برهان خلف، افزایش احساس هویت سازمانی در کارکنان، نقش تعیین‌کننده‌ای در کاهش بدبینی و بدگمانی آن‌ها به سازمان و مدیران ارشد آن دارد. به عبارت دیگر، هویت‌یابی کارکنان با یک سازمان، سبب می‌شود باورهای بدبینانه و منفی به همکاران، مدیران و سیاست‌های سازمان، مجال کمتری برای خودنمایی پیدا کنند. مدیران باید تلاش کنند که حس غرور و احترام کارکنان افزایش یابد. حس غرور از وجهه و تصویر مطلوب سازمان است و احترام از جایگاه افراد در سازمان نشئت می‌گیرد. بحران هویت نیز می‌تواند از طریق تضعیف وجهه سازمان باعث کاهش عملکرد شود.

مدیر سازمان به چشم‌انداز سازمان با ۰/۸۰۸؛ تصور مشکلات سازمان به عنوان مشکلات خود با ۰/۸۰۲؛ روشن و شفاف کردن چشم‌انداز سازمان توسط مدیر ۰/۸۰؛ عدم تلف کردن وقت در سازمان ۰/۷۹ و ایجاد چشم‌انداز مشترکی از اهداف سازمان شده با ۰/۷۸ به ترتیب با بیشترین ضرایب عاملی از مهم‌ترین عوامل مؤثر رهبری معنوی بر عملکرد سازمانی هستند.

همچنین، بررسی و تحلیل مؤلفه‌های مربوط به هویت سازمانی نشان داد که اهداف یکسان کارکنان با مقدار بار عاملی ۰/۸۰۲؛ شبیه‌بودن ارزش‌های کارکنان با ۰/۷۹۹؛ وفاداری به سازمان به مقدار ۰/۷۹۸ و مهم‌بودن سرنوشت سازمان با ۰/۷۹۱ به ترتیب با بیشترین ضرایب عاملی می‌توانند بر عملکرد سازمانی تأثیرگذار باشند.

همچنین، بررسی مدل ساختاری پژوهش و ارتباط بین متغیرهای پنهان از طریق تحلیل‌های مسیر نشان داد که مقدار ضریب مسیر برای تمامی متغیرها از صفر بزرگ‌تر و به عدد یک نزدیک است. لذا، می‌توان نتیجه گرفت که بین متغیرهای مورد مطالعه همبستگی قوی وجود دارد. ارتباط رهبری معنوی با هویت سازمانی و نیز رابطه رهبری معنوی با عملکرد، به ترتیب بیشتر از ارتباط هویت سازمانی با عملکرد است. نتایج تحلیل هم‌زمان عوامل تأثیرگذار بر «عملکرد سازمانی» با روش معادلات ساختاری نشان داد که مؤلفه‌های «رهبری معنوی» دارای بیشترین تأثیر بر عملکرد سازمانی است. نتایج مربوط به تحلیل ضرایب مسیرها و نیز مقادیر ضریب تعیین R^2 نشان داد که متغیر «رهبری معنوی» ۷۹/۳ درصد تغییرات مربوط به متغیر «عملکرد سازمانی» را به‌طور مستقیم تبیین می‌کند. همچنین، «رهبری معنوی» به‌طور غیرمستقیم و به واسطه متغیر میانجی «هویت سازمانی» به میزان ۳۴ درصد بر متغیر «عملکرد سازمانی» تأثیر می‌گذارد.

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که رهبری معنوی بر عملکرد سازمان تأثیر مثبت دارد. این نتایج با نتایج پژوهش‌های فرای و همکاران (۲۰۱۱) مبنی بر تأثیر مثبت کلیه ابعاد رهبری معنوی بر هویت سازمانی هم‌راستا است. مطابق نتیجه مطالعه رستگار و همکاران (۱۳۹۱)، ارتباط مثبت و معنی‌دار بین رهبری معنوی با هویت سازمانی هم به تأیید رسید. این نتایج با یافته‌های پژوهش موعلی و همکاران (۱۳۹۲) همخوانی دارد که در یک سازمان خدماتی به‌دست آمده است. همچنین، رهبری معنوی به‌عنوان یکی از پیشایندهای هویت سازمانی با اندازه تأثیر زیاد در مقایسه با سایر متغیرهای سازمانی که در پژوهش جعفری‌نیا و همکاران

وجود دارد و نیز مطابق نظریه اقتضایی، نمی‌توان فهرست کاملی از عواملی ارائه کرد که متضمن موفقیت در هر شرایطی است. اما، این پژوهش به‌عنوان یک چارچوب، مبنا و تکیه‌گاهی برای راهنمایی و هدایت مطالعات بعدی جهت ترویج و توسعه نظریات رهبری معنوی و هویت سازمانی و کاربرد آن کمک می‌کند. علاوه بر این، توسعه رهبری معنوی و هویت سازمانی به‌عنوان یک پارادایم مناسب و معتبر، امکان به‌روزرسانی نگرش و طرز فکر مدیران در سازمان‌ها به‌عنوان یک مدل جدید مدیریتی با نفوذ و پرترفدار برای قرن بیست‌ویکم منحصربه‌فرد را فراهم می‌سازد.

نتایج تحقیق حاضر پاسخی برای مشکل واقعی بسیاری از سازمان‌هاست و می‌تواند راهگشا و راهنمای مدیران جهت تقویت عملکرد سازمان‌ها است. البته پژوهش حاضر در یک سازمان دولتی و خدماتی انجام شده و تعمیم نتایج آن به سایر سازمان‌ها اعم از تولیدی و خصوصی باید با احتیاط صورت گیرد. توجه به موضوع رهبری معنوی و هویت سازمانی می‌تواند آگاهی و بینش لازم را برای مدیران فراهم ساخته و به بهبود شاخص‌های عملکردی سازمان‌ها در دستیابی به اهداف کمک می‌کند. براساس مبانی تفکر سیستمی و اصل همپایانی، برای موفقیت و رسیدن به اهداف سازمانی شیوه‌های متعددی

منابع

- ابری، امیرغلام (۱۳۹۳). «ارزیابی کارایی شعب سازمان تأمین اجتماعی استان اصفهان». *فصلنامه علمی-پژوهشی مدل‌سازی اقتصادی*، بهار، ۸(۲۵)، ۸۳-۹۹.
- ابزری، مهدی؛ رنجریان، بهرام؛ فتحی، سعید و قربانی، حسن. (۱۳۸۸). «تأثیر یازاریابی داخلی بر بازارگرایی و عملکرد سازمانی در صنعت هتل‌داری». *چشم‌انداز مدیریت*، شماره ۳۱، ۴۲-۵۷.
- ایرنا. (۱۳۹۷). خبرگزاری جمهوری اسلامی. کد خبر ۸۲۹۸۴۲۶۳ (۶۵۹۷۱۵۰)، ۹۷/۵/۶.
- برزنونی، محمدعلی (۱۳۷۹). معنویت؛ نیاز پایای انسان و رمز ماندگاری جوامع انسانی، معنویت در مکتب امیرالمؤمنین، مجموعه مصاحبه‌ها، سخنرانی‌ها و مقالات. تهران: مرکز آموزش و پژوهش علوم اسلامی، حوزه نمایندگی ولی فقیه در دانشگاه امام حسین.
- تیموری، هادی؛ عباچیان قاسمی، رضا؛ اکبربانی، سعید و طاهرخانچی تبریزی، ارغوان (۱۳۹۳). «پژوهشی درباره جهت‌گیری تأثیر ساختار سازمانی و راهبردهای رقابتی بر عملکرد سازمان». *نشریه مدیریت دولتی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران*، ۶(۴)، ۶۶۵-۶۷۹.
- جعفری نیا، سعید؛ خیراندیش مهدی و لطیفی جلیسه، سلیمه (۱۳۹۶). «مطالعه‌ای در زمینه فراتحلیل پیامدها و پیشانی‌های هویت‌یابی سازمانی». *فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی*، ۶(۴)، ۲۶-۱.
- داوری، علی و رضازاده، آرش (۱۳۹۵). *مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار PLS*. تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.
- رستگار، عباسعلی؛ جانقلی، محمود؛ حیدری، فائزه و حیدری، حامد (۱۳۹۱). «بررسی نقش رهبری معنوی در هویت‌یابی سازمانی». *پژوهش‌های مدیریت عمومی*، ۵(۱۶)، ۶۳-۳۹.
- شیروانی، علیرضا و شیران، اردشیر (۱۳۹۰). بررسی و میزان رابطه عملکرد شعب تأمین اجتماعی بر مدیریت کیفیت جامع براساس مدل گاروین (مطالعه موردی کلیه شعب تأمین اجتماعی استان اصفهان)، مجموعه مقالات نهمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، گروه پژوهشی صنعتی آریانا، تهران.
- صالحی‌صدقیانی، جمشید؛ اخوان خرازیان، مریم؛ بهرام‌زاده، مهدی؛ محسن‌زاده، کاظم و مهرابی، آرزو (۱۳۹۴). «بررسی تأثیر ابعاد رهبری معنوی بر رضایت شغلی کارکنان بانکی». *فصلنامه مدیریت کسب‌وکار*، شماره ۲۶، ۳۴-۱۰.
- ضیایی، محمدصادق؛ نرگسیان، عباس و آبیانی اصفهانی، سعید (۱۳۸۷). «نقش رهبری معنوی در توانمندسازی کارکنان دانشگاه تهران». *مدیریت دولتی*، ۱(۱)، ۸۶-۶۷.
- عباسی اسفنجانی، حسین (۱۳۹۳). بررسی تأثیر هویت سازمانی بر عملکرد و تحقق اهداف سازمان‌ها. *مجموعه مقالات کنفرانس بین‌المللی انسان و هویت‌های فراموش شده*، ۴۱۹-۴۱۳.
- عزیزپور لیندی، عبدالصمد؛ طهماسبی، رضا و پیران‌نژاد، علی (۱۳۹۴). «بررسی نقش تعدیل‌گری سرمایه فکری بر رابطه چابکی و عملکرد سازمان». *مدیریت سرمایه اجتماعی*، ۲(۲)، ۳۱۶-۲۹۱.
- عطافر، علی؛ امیری، زینب؛ کاظمی، علی و امیری، بداله (۱۳۹۲). «تأثیر رهبری معنوی اسلامی بر عملکرد -

- مؤمنی، منصور و فعال قیومی، علی (۱۳۸۷). *تحلیل‌های آماری با استفاده از SPSS*. تهران: انتشارات کتاب نو.
- نصرافهانی، علی؛ سبحانی، محمد؛ خزائی‌پول، جواد و امانی بنی، مجتبی (۱۳۹۴). «تحلیل تأثیر رهبری معنوی و پیامدهای آن بر عملکرد سازمانی با به‌کارگیری کارت امتیازی متوازن در بنگاه‌های کوچک و متوسط شهر اصفهان». *مدیریت فرهنگی سازمانی*، ۱۳(۱)، ۲۴۷-۲۶۵.
- نیکو، حسین و مروتی شریف‌آبادی، علی (۱۳۹۶). «تأثیر مدیریت ارتباط با مشتری بر جنبه‌های عملکرد سازمانی (مورد مطالعه: هتل‌های ۳ تا ۵ ستاره مشهد)». *فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۲(۳۹)، ۲۷-۴۸.
- هومن، حیدرعلی (۱۳۹۱). *مدل‌یابی معادلات ساختاری با کاربرد نرم‌افزار لیزرل*. تهران: انتشارات سمت.
- Al Arkoubi, K. (2008). *Spiritual leadership and identity in Moroccan business: an ethnographic study of YNNA holding*. New Mexico State university, a dissertation submitted to the Graduate School in partial fulfillment of the requirements for the degree Doctor of Philosophy in Business Administration Specialization in Human Resources Management.
- Aghajanpoor Chahardeh, F. & Goodarzvand Chegini, M. (2015). "The Impact of Spiritual Leadership Dimensions On Turnover Intention Through Employee Empowerment". *Indian urnal of Fundamental and Applied Life Sciencess*, 5, 4975- 4984.
- Cheney, G. (1983). "On the various and changing meaning of organizational membership: A field study of organizational identification." *Communication Monographs*, 50, 342-362.
- Cooper, D. & Thatcher, S. (2010). "Identification in organizations: The role of self-concept orientations and identification motives". *Academy of Management Review*, 35, 516-538.
- Crossman, J. (2010). "Conceptualising spiritual leadership in secular organizational contexts and its relation to transformational, servant and environmental leadership". *Leadership & Organization Development Journal*, 31(1)7, 596-608.
- Diane, A. I. (2004). *S & T Commercialization of Federal Research Laborites and*
- سازمانی (مورد مطالعه: شرکت گاز استان لرستان). «پژوهش‌های مدیریت اسلامی»، ۲۱(۱)، ۲۱۹-۲۳۴.
- علوی، موسی (۱۳۹۲). «مدل‌یابی معادلات ساختاری در پژوهش‌های مرتبط با آموزش علوم سلامت: معرفی روش و کاربرد آن». *مجله ایرانی آموزش در علوم پزشکی*، ۱۳(۶)، ۵۳۰-۵۱۹.
- غفاری، رحمان و رستم‌نیا، یحیی (۱۳۹۶). «الگوی اثرگذاری رهبری معنوی و انگیزش مبتنی بر معنویت بر عملکرد سازمانی». *فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت اسلامی*، ۱۷۴-۱۴۳.
- موغلی، علیرضا؛ فیضی، طاهره؛ امیرخانی، امیرحسین و لطفی جلال‌آبادی، مصطفی (۱۳۹۲). «طراحی و تبیین مدل هویت‌یابی سازمانی (مطالعه موردی دانشگاه پیام نور)». *مدیریت سازمان‌های دولتی*، ۲(۲)، ۱۳۴-۱۱۸.
- University Research. Carleton University Eric Sport, School of Business, Canada.
- Dutton, J. E., Ducherich, J.M. & Harquail, C. V. (1994) "Organizational Images and Member Identification". *Administrative Science Quarterly*, 39(2), 239- 263.
- Epitropaki, O. (2012). "A multi-level investigation of psychological contract breach and organizational identification through the lens of perceived organizational membership: Testing a moderated-mediated model". *Journal of Organizational Behavior*, 34(1), 65-86.
- Fernando, M. (2007). *Spiritual Leadership in the entrepreneurial business: a multi faith study*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Foote, N. N. (1951) "Identification as the Basis for a Theory of Motivation". *American sociological Review*, 16, 14-21.
- Fry, L. W., Hannah, S. T., Noel, M. & Walumbwa, F. O. (2011). "Impact on spiritual leadership on unit performance". *The Leadership Quarterly*, 1-12.
- Fry, L. W. (2003). "Toward a Theory of Spiritual Leadership. The Leadership Quarterly". 14(6), 693-727.
- Fry, L. W., Vitucci, S. & Cedilo, M. (2005). "Spiritual leadership and army transformation: Theory, measurement and stablishing a baseline". *The leadership quarterly*, 16(5), 835-862.
- Geijsel, F., Sleeper, P., Leithwood, K. & Jantzi, D. (2003). "Transformational leadership effect on teacher's commitment and effort toward school reform". *Journal*

- of Educational Administration*. 41(3), 228-256.
- Gioia, D. A. & Chittipedi, K. (1991). "Sense Making and Sense Giving in Strategic Change Initiation". *Strategic Management Journal*, 12(6), 443-458.
- Hall, D.T., Schneider, B. & Nygren, H.T. (1970). "Personal Factors in Organizational Identification". *Administrative Science Quarterly*, 15, 176-190.
- Hatch, M. J. & Schultz, M. (2004). *Organizational Identity: A Reader*. Oxford University.
- Javid, S. D. & Rokhsari, R. & Alizadeh, Y. (2015). "The Role of Spiritual Leadership on Improvement of organizational Health". *Faberies Journal Vekor Publication*, 4, 174-182.
- Lee, S. M. (1971). "An Empirical Analysis of Organization Identity". *Academy of Management Journal*, 14, 213-226.
- Mozes, M., Josman, Z. & Yaniv, E. (2012). "Corporate social responsibility organizational identification and motivation". *Social Responsibility Journal*, 7(2), 310 - 325.
- Mubasher, U. F., Salman, Y., Irfan, S. & Jabeen, N. (2017). "Spiritual Leadership in Organizational Context: A Research Gap in South Asia". *Research Journal of South Asian Studies*, 32(1), 209 - 222.
- Oktug, Z. (2013). "The Moderating effects of Age and Tenure on the relationship between Organizational Identification and job satisfaction". *Journal of Management*. 3(4), 218-222.
- Patchen, M. (1970). *Participation, achievement and involvement on the job*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Popescu, D. M. & Bulei, I. (2013). "Professional and Organizational Identity - an Impact on Performance". *Valahian Journal of Economic Studies*, 4(1), 27-32.
- Rus, C. L., Ranas, G. & Baban, A. (2012). "An Analysis of enviromental changes, rsources and performance: an internal police organization perspective". *Procedia-Social and Behavioral*, 33, 727-731.
- Schol, R. & Bishop, J. (2001). "An Exploratory Analysis of Definitions and Applications of spirituality in the workplace". *Journal of organizational Change Management*. 12(4), 318-327.
- Sinaghi, R. (2010). "Hotel Performance; State of the art". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 7(22), 920-952.
- Stimpert, J. L., Loren, T. & Yolanda, S. (1998). *Organizational Identity Within the Strategic Management Conversation*. In David A, Whetten. And Paul C. Godfrey. (Eds), *Identity in Organizations*, 83-98.
- Strack, G., Fottler, M., Wheatley, M. & Sodomka, P. (2002). "Spirituality and effective leadership in healthcare: Is there a connection?". *Frontiers of Health Services Management*, 18, 3-45.
- Xie, C. & Grønhaug, K. (2017). "Corporate Identity and Corporate Performance: Conceptual Issues and an Empirical Illustration". *Beta*, 17, 43-64. DOI: 10.18261/issn.1504-3134-2017-01-03.
- Yauch, Ch. (2010). "Measuring agility as a performance outcome". *Journal of manufacturing Technology Managment*. 22(3), 384-440.