

Public Organizations Management

Open
Access

ORIGINAL ARTICLE

The Mediating Role of Socialization and Organizational Identity between Spiritual Leadership and Employee Performance in the Islamic Revolutionary Guard Corps

Hossein Abbasi Esfanjani

¹ Assistant Professor, Department of Business Management, Payame Noor University, Tehran, Iran.

Correspondence

Hossein Abbasi Esfanjani
Email: H.Abbasi@pnu.ac.ir

ABSTRACT

The purpose of this study was to investigate the mediating role of socialization and organizational identity between spiritual leadership and employees' performance in the Islamic Revolutionary Guard Corps. This study is applied in terms of purpose and descriptive and survey in terms of method. The statistical population is the Sepah employees of one of the western cities of Iran, and 112 people were selected as a statistical sample by simple random sampling. The research data were collected through standard questionnaires. Data analysis and fitting of the conceptual model with experimental data were done by structural equation method and PLS software. The findings showed that the variable of spiritual leadership directly explains 13.8% of changes related to employees' performance and indirectly through the mediating variable of socialization to the extent of 63% and through the mediating variable of organizational identity to the extent of 29% affects the variable of performance. The total direct, indirect, and mediated effects of spiritual leadership on socialization and employees' performance were 0.77, and the total effect of spiritual leadership on organizational identity and employees' performance was 0.43. The value of variance accounted for (VAF=0.82) also showed that the influence of mediating variables is strong and the intensity of indirect effects is high. Based on the findings, the indirect effect of spiritual leadership on Sepah employees' performance was confirmed through the variables of socialization and organizational identity. Also, the results showed that spiritual leadership has an impact on employees' socialization and organizational identity, and socialization and organizational identity have a significant effect on employees' performance.

KEYWORDS

Spiritual Leadership, Employee Performance, Organizational Socialization, Organizational Identity, Guard Corps.

How to cite

Abbasi Esfanjani, H. (2023). The Mediating Role of Socialization and Organizational Identity between Spiritual Leadership and Employee Performance in the Islamic Revolutionary Guard Corps. *Public Organizations Management*, 11(2), 21-42.

نشریه علمی

مدیریت سازمان‌های دولتی

«مقاله پژوهشی»

نقش واسطه‌گری جامعه‌پذیری و هویت سازمانی بین رهبری معنوی و عملکرد کارکنان در سپاه پاسداران انقلاب اسلامی

حسین عباسی اسفنجانی

چکیده

پژوهش حاضر با هدف مطالعه نقش واسطه‌گری جامعه‌پذیری و هویت سازمانی بین رهبری معنوی و عملکرد کارکنان در سپاه پاسداران انجام شده است. این مطالعه از نظر هدف کاربردی و از حیث روش، توصیفی و پیمایشی است. جامعه آماری، کارکنان سپاه یکی از شهرستان‌های غرب کشور است. تعداد ۱۱۲ نفر نمونه آماری با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب و داده‌های میدانی از طریق پرسشنامه‌های استاندارد گردآوری شده است. تحلیل داده‌ها و برازش الگوی مفهومی با داده‌های تجربی با روش معادلات ساختاری و با استفاده از نرم‌افزار PLS انجام گردید. یافته‌ها نشان داد که متغیر رهبری معنوی ۱۳/۸ درصد تغییرات مربوط به عملکرد کارکنان را به‌طور مستقیم تبیین می‌کند و به‌طور غیرمستقیم و از طریق متغیر میانجی جامعه‌پذیری به میزان ۶۳ درصد و از طریق متغیر میانجی هویت سازمانی به میزان ۲۹ درصد بر متغیر عملکرد کارکنان تأثیر می‌گذارد. مجموع اثرات مستقیم و غیرمستقیم و با واسطه (اثر کل) رهبری معنوی بر جامعه‌پذیری سازمانی و عملکرد کارکنان ۰/۷۷ و اثر کل رهبری معنوی بر هویت سازمانی و عملکرد کارکنان ۰/۴۳ به دست آمد. مقدار آماره شمول واریانس ($VAF=0/82$) نیز نشان داد که تأثیر متغیرهای میانجی قوی و شدت تأثیرات غیرمستقیم زیاد است. براساس تحلیل یافته‌ها، تأثیر غیرمستقیم رهبری معنوی بر عملکرد کارکنان سپاه از طریق متغیرهای جامعه‌پذیری و هویت سازمانی مورد تأیید قرار گرفت. همچنین، نتایج نشان داد که رهبری معنوی بر جامعه‌پذیری و هویت سازمانی کارکنان تأثیر داشته و نیز جامعه‌پذیری و هویت سازمانی بر عملکرد کارکنان تأثیر معناداری دارد.

واژه‌های کلیدی

رهبری معنوی، عملکرد کارکنان، جامعه‌پذیری، هویت سازمانی، سپاه پاسداران.

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

نویسنده مسئول:

حسین عباسی اسفنجانی

رایانامه: H.Abbasi@pnu.ac.ir

استناد به این مقاله:

عباسی اسفنجانی، حسین (۱۴۰۲). نقش واسطه‌گری جامعه‌پذیری و هویت سازمانی بین رهبری معنوی و عملکرد کارکنان در سپاه پاسداران انقلاب اسلامی. فصلنامه علمی مدیریت سازمان‌های دولتی، ۱۱(۱)، ۴۲-۲۱.

مقدمه

یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های هر سازمانی، بهبود و تقویت عملکرد سازمان می‌باشد. عملکرد کارکنان بر روی اثربخشی و عملکرد کل سازمان تأثیر می‌گذارد و اگر چنانچه عملکرد کارکنان سازمان دچار اختلال شود، امکان به چالش کشیدن سازمان نیز وجود دارد (رضایی کلیدبری و همکاران، ۲۰۲۲). عملکرد کارکنان در تمامی سازمان‌ها، خصوصاً در سازمان‌های نظامی پراهمیت بوده؛ زیرا عملکرد این سازمان‌ها در یک فضای چالشی مانند میدان جنگ محک می‌خورد و نتایج عملکرد ضعیف در زمان چالش، می‌تواند آسیب‌های جبران‌ناپذیری به نظام، یکپارچگی کشور و مردم وارد نماید. برای جلوگیری از غافل‌گیری برآمده از ضعف کارکرد سازمانی و عملکرد کارکنان، کسب اطمینان از توانمندی و کارکرد پیوسته نیروها از بارزترین کارهای فرماندهان و مدیران عالی به شمار می‌رود (نیرومند و رضایت، ۲۰۲۰). عملکرد کارکنان در سطح سازمان‌ها و نهادهایی همچون سپاه که انگیزه تشکیل آن حفاظت و صیانت از دستاوردهای انقلاب اسلامی است و سطح عملکردی آن‌ها به‌طور مستقیم بر پیکر جامعه نمایان می‌شود، بسیار حائز اهمیت بوده و ضعف در عملکرد فردی کارکنان باعث تضعیف عملکرد سازمانی سپاه می‌شود (رضایی کلیدبری و همکاران، ۲۰۲۰). از این‌رو، توجه و بررسی عملکرد کارکنان آن جهت حائز اهمیت است.

از آنجا که یکی از وظایف ذاتی سپاه پاسداران انقلاب اسلامی، مبارزه با تهدیدات داخلی و خارجی است و تحقق این مهم، مستلزم وجود نیروی انسانی و فرماندهان و مدیران متعالی و توسعه یافته است؛ لذا، پژوهش حاضر با هدف ارتقای عملکرد سازمانی در چارچوب رهبری معنوی، جامعه‌پذیری، هویت‌سازمانی و عملکرد کارکنان در سپاه می‌باشد. بررسی سوابق تحقیق نشان می‌دهد که تأثیر و نقش متغیرهای مختلفی در بهبود عملکرد سازمان‌های مختلف به صورت مجزا مورد بررسی قرار گرفته است. با توجه به اینکه در مطالعات قبلی، ارتباط متغیرهای رهبری معنوی، جامعه‌پذیری سازمانی، هویت‌سازمانی و نیز تحلیل هم‌زمان این متغیرها بر عملکرد کارکنان در مجموعه سپاه مورد بررسی قرار نگرفته؛ لذا، در پژوهش حاضر با درک خالص پژوهشی موجود و با توجه به اهمیت موضوع، تأثیر هریک از متغیرهای رهبری معنوی، جامعه‌پذیری و هویت‌سازمانی بر عملکرد کارکنان در سپاه بررسی و نیز تحلیل هم‌زمان این متغیرها و نقش میانجی جامعه‌پذیری و هویت‌سازمانی سپاه پاسداران انجام شده است. پژوهش حاضر به دنبال پاسخگویی به این سؤال است که چگونه

می‌توان عملکرد سپاه پاسداران را به‌عنوان یک سازمان نظامی با ویژگی خاص در حوزه‌های مختلف با تقویت عملکرد کارکنان و از طریق رهبری معنوی، جامعه‌پذیری و هویت‌سازمانی ارتقا و بهبود داد؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش عملکرد کارکنان

بقا و تداوم فعالیت سازمان‌ها به چگونگی عملکرد کارکنان بستگی دارد و در سازمان‌های مختلف برای ارتقای عملکرد کارکنان سرمایه‌گذاری زیادی انجام می‌شود. افزایش عملکرد کارکنان یک هدف مهم برای سازمان‌ها به‌منظور موفقیت یا حداقل حفظ موقعیت موجود است. موفقیت و بهره‌وری سازمانی به عملکرد کارکنان بستگی دارد. اگر سازمانی به هدف تنظیم شده خود نرسد، یکی از دلایل اصلی آن کارکنان ناکارآمد است (رجب‌پور و فتحی، ۲۰۲۲).

نگاه تحلیلی به مفهوم عملکرد نشان می‌دهد که عملکرد مفهوم چندگانه‌ای دارد و در سطوح مختلف نیز قابل‌بحث و تحلیل است. این موضوع را در دیدگاه اکثر نظریه‌پردازان می‌توان مشاهده کرد. صاحب‌نظران مختلف هرکدام به فراخور قلمرو موضوعی مورد مطالعه خود به جنبه‌های گوناگونی از عملکرد اشاره کرده‌اند که در جمع‌بندی می‌توان آن را در سه گروه طبقه‌بندی کرد؛ گروه نخست، عملکرد را تمام اقدامات و فعالیت‌های یک فرد یا یک سازمان یا یک دولت می‌دانند که در یک دوره زمانی معین انجام می‌گیرد؛ گروه دوم، عملکرد فرد، سازمان و دولت را صرفاً نتایج یعنی ستاده، پیامد و اثر حاصل شده می‌دانند و توجهی به اقدامات صورت گرفته یعنی ورودی‌ها ندارند؛ گروه سوم، توجه به هر دو جنبه را ضروری می‌دانند. از نظر این گروه، عملکرد، هم به معنی نتایج، ستاده، پیامد و اثر کسب شده و هم به معنی رفتار یعنی ورودی‌ها و فرایند صورت گرفته، می‌باشد (رفیع‌زاده و همکاران، ۲۰۱۶).

عملکرد افراد در سازمان بازتاب استعداد (آمادگی زمینه‌ای در افراد برای موفقیت در برخی نقش‌ها و شغل‌ها)؛ دانش و مهارت (ویژگی اکتسابی که مکمل استعداد است و عملکرد افراد در وظایف محوله را به نحو محسوس بهبود می‌بخشد)؛ فرصت (همه ما برای نمایش استعداد و توانایی‌هایمان و استفاده مؤثر از دانش و مهارت نیازمند فرصت و مجال هستیم)؛ منابع و امکانات (منابع، تجهیزات و اطلاعات چنانچه به میزان کافی، لازم، با کیفیت و در

پژوهش‌های مدیریت به خود جلب کرده است (عباسی، ۲۰۱۳). از این رو، توجه به نقش مهم رهبری معنوی در تعیین چشم‌انداز و اهداف و نیز هویت‌یابی سازمانی به عنوان یک ابزار راهبردی برای رسیدن به اهداف و چشم‌اندازها برای سازمان‌های امروزی جهت بقا در دنیای رقابتی ضروری است (رستگار و همکاران، ۲۰۱۲). البته، علی‌رغم تأثیر عمده هویت‌سازمانی بر رفتار، عملکرد و تحقق اهداف سازمان‌ها و نیز نقش رهبری معنوی در تعیین اهداف و هویت‌یابی سازمانی؛ هیچ پژوهش جدیدی وجود ندارد که عملکرد سازمانی را براساس پیوند رهبری معنوی با هویت‌سازمانی و جامعه‌پذیری تحلیل نماید؛ لذا، در این زمینه به تحقیقات بیشتری نیاز است.

رهبری معنوی

رهبری یعنی هنر نفوذ و تأثیرگذاری بر زیردستان به نحوی 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 تجلی یافته و هر کس از دریچه‌ای به آن نگریسته و با تکیه بر بُعد یا ابعادی از آن، در پیرامون آن سخن گفته است (برزنونی، ۲۰۱۸). مفهوم معنویت در محیط کار در دهه اخیر به یک پدیده مهم در سازمان تبدیل شده است و بسیاری بر این اعتقاد هستند که در کسب‌وکار امروز معنویت باید به عنوان 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. رهبران معنوی، افراد تأثیرگذاری هستند که به تغییر شیوه‌هایی که دیگران می‌بینند و کارهایی که انجام می‌دهند، قادر هستند. آن‌ها بر نگرش‌ها و اعمال دیگران به منظور رسیدن به یک هدف مشترک که در نهایت به نفع کل گروه می‌باشد، تأثیر می‌گذارند (کروسمن^۵، ۲۰۱۰).

فرای، معتقد است که رهبری معنوی به عنوان یک چارچوب فکری برای تغییر سازمانی و ایجاد بهبود از جنبه‌های مختلف عملکرد مستفاد می‌شود. طبق نظریه فرای (۲۰۰۳)، هفت بُعد رهبری معنوی عبارت‌اند: (۱) چشم‌انداز سازمانی؛ (۲) عشق به نوع دوستی؛ (۳) امید/ایمان به تحقق هدف؛ (۴) معناداری در کار؛ (۵) عضویت؛ (۶) تعهد سازمانی و (۷) بهره‌وری و بهبود مستمر.

(۱) چشم‌انداز. از دهه ۱۹۸۰ به عنوان یک موضوع مهم در ادبیات رهبری شناخته شده است. زیرا، رهبران به دلیل رقابت

زمان مناسب در اختیار کارکنان قرار گیرد، می‌تواند تسهیلگر رفتار و عملکردهای مطلوب آن‌ها باشد؛ انگیزه (چرایی رفتار است، اگر پایین باشد عملکرد درست مشابه وقتی که فرد فاقد استعداد، دانش، فرصت و منابع است لطمه خواهد خورد) و ارزش‌های اخلاقی اوست (قربانی و عامری، ۲۰۱۸؛ میرکمالی و کرمی، ۲۰۱۶). از نظر کاندیری^۱ (۲۰۰۵) عملکرد کارکنان با یازده مؤلفه؛ قابل اعتماد بودن، نگرش، کیفیت کار، ابتکار عمل، قضاوت، همکاری، کمیت کار، ایمنی، یادگیری و توسعه خود، شخصی و رهبری قابل اندازه‌گیری می‌باشد. به طور کلی، عملکرد کارکنان را می‌توان ترکیبی از کیفیت و کمیت کار انجام شده توسط کارمند دانست. عملکرد کارکنان نتیجه کار یک شخص در انجام وظایفی است که به وی محول شده و چگونه کارمند در سازمان مشارکت می‌کند (ولور^۲ و همکاران، ۲۰۲۰).

اندیشمندان حوزه مطالعات سازمانی و جامعه‌شناختی، متغیرهای زیادی در رابطه با عملکرد کارکنان تحلیل کرده‌اند که در این زمینه می‌توان به متغیرهایی مانند رفتار رهبری، جامعه‌پذیری سازمانی و هویت‌سازمانی اشاره کرد. از آنجا که رهبری با ایجاد تغییر سروکار دارد و نیز رهبری عامل بسیار مهمی برای فراهم نمودن شرایط و بستر مناسبی برای توسعه نوآوری جهت دستیابی به مزیت رقابتی پایدار و بهبود عملکرد سازمانی می‌باشد؛ لذا، اکثر سازمان‌ها برای اینکه از قافله عقب نیفتند، توجه خود را به رهبرانی معطوف کرده‌اند که با شجاعت و جسارت خاصی در ایجاد تغییرات بنیادی درون سازمانی تلاش می‌کنند (رستگار و همکاران، ۲۰۱۲). در این میان، رهبری معنوی به عنوان یکی از رویکردهایی که در دهه‌های پایانی قرن بیستم میلادی به طور جدی در مبانی نظری رهبری و مدیریت مطرح شده و در قالب یک چارچوب فکری جدید برای تحقیق و عمل رهبری ارائه گردیده (فرای^۳ و همکاران، ۲۰۰۵) و نیز به خاطر منافع قابل توجه آن، نظر بسیاری از افراد، گروه‌ها، سازمان‌ها و جوامع را به خود جلب نموده است. پژوهش‌های قبلی نشان می‌دهد که یک قطعه بزرگ گم شده در مطالعات رهبری معنوی، هویت‌سازمانی است (الآرکوبی^۴، ۲۰۰۸).

هویت‌سازمانی، به عنوان یک سازه زیربنایی در رویدادهای سازمانی، محرک پنهان بسیاری از اعمال گروهی و تلاش‌های اجتماعی در سازمان‌ها می‌باشد؛ و توجه فزاینده‌ای را در

1. Condrey
2. Wolor et al.
3. Fry
4. Al Arkoubi

5. Crossman

بمانند که فرهنگ‌هایی مبتنی بر ارزش‌ها و عشق به نوع دوستی 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، ۲۰۱۲).

رهبری معنوی و عملکرد کارکنان

در پژوهشی که از سوی شاهجوقی و موسوی (۲۰۱۸) با هدف بررسی تأثیر رهبری معنوی بر عملکرد کارکنان با تأکید بر نقش یادگیری سازمانی کارکنان ستادی بانک رفاه شهر تهران انجام شده، نتایج نشان می‌دهد که متغیرهای چشم‌انداز سازمانی (۰/۶۱)، ایمان به کار (۰/۷۶)، معناداری در کار (۰/۵۶)، تعهد سازمانی (۰/۶۳) و بازخورد عملکرد (۰/۶۰) بر عملکرد کارکنان تأثیر معناداری دارند ولی متغیرهای عشق به نوع دوستی و عضویت در سازمان بر عملکرد کارکنان تأثیر مثبت ندارند. همچنین، نتایج نشان می‌دهد که رهبری معنوی بر یادگیری سازمانی (۰/۸۹) تأثیر (۰/۷۲) مثبت و معنادار بوده است.

در بررسی تأثیر مدیریت دانش ضمنی و رهبری معنوی بر عملکرد سازمانی دانشگاه‌های آزاد اسلامی استان گیلان و مازندران، نتایج نشان داد که مدیریت دانش ضمنی و ابعاد آن (اجتماعی سازی، برونی سازی، ترکیب سازی، درونی سازی) بر عملکرد سازمانی تأثیر معناداری دارند. همچنین، رهبری معنوی تأثیر معناداری بر عملکرد سازمانی داشته است. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که توجه به مدیریت دانش سازمانی، مخصوصاً دانش ضمنی و همچنین ایجاد معنویت در محیط کار و وجود رهبران معنوی در سازمان‌ها حائز اهمیت هستند که می‌توانند عملکرد سازمانی را ارتقا دهند (کاظمی و لاریجانی، ۲۰۲۲).

جامعه‌پذیری سازمانی

از دیگر عوامل مرتبط با عملکرد کارکنان، جامعه‌پذیری سازمانی می‌باشد. جامعه‌پذیری یکی از مهم‌ترین فرایندهای سازمانی است که در صورت اجرای صحیح آن به‌ویژه در سازمان‌هایی که دارای مأموریت‌ها و وظایف متنوع و در عین حال حساس و خطرناک می‌باشد، می‌تواند تکانه‌ها و تنش‌های حاصل از تفاوت بین انتظارات کارکنان و واقعیت‌های شغلی را به حداقل رسانده و در

شدید جهانی، ملزم به توجه بیشتر به آینده سازمان‌ها می‌باشند. چشم‌انداز مقصد واحدهای سازمان و آرمان‌های آن‌ها را منعکس و 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 آینده‌ای اشاره دارد (فرای و همکاران، ۲۰۱۱).

۲) عشق به نوع دوستی. عبارت است از حس تمامیت، هماهنگی، بهروزی و خوشبختی به واسطه توجه و مراقبت، دلواپسی و قدردانی از خود و دیگران (رستگار و همکاران، ۲۰۱۲). عشق به همون یا نوع دوستی مجموعه‌ای از ارزش‌ها، مفروضات و روش‌های تفکر از نظر اخلاقی درست می‌باشد که به وسیله اعضای گروه به اشتراک گذاشته شده و به اعضای جدید آموزش داده می‌شود (همان).

۳) امید/ایمان. ایمان، اطمینان و یقین به چیزهایی است که آرزویش را داریم و اعتماد به چیزهایی که دیده نمی‌شوند. در حقیقت، 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 بینش روشنی دارند و برای رسیدن به اهدافشان دوست دارند که با سختی‌ها و ناملایمات مواجه شوند (رستگار و همکاران، ۲۰۱۲).

۴) عضویت. دربرگیرنده ساختارهای فرهنگی و اجتماعی است که ما در آن غوطه‌ور هستیم. یک حس درک و قدردانی است که تا حد زیادی از روابط متقابل و ارتباطات از طریق تعامل اجتماعی و عضویت در گروه‌ها نشأت می‌گیرد (همان).

۵) معناداری. 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 کردانی از طریق کارشان را جستجو می‌کنند، بلکه این حس که کار، معنا یا ارزش اجتماعی دارد را نیز جستجو می‌کنند (رستگار و همکاران، ۲۰۱۲).

۶) تعهد سازمانی. یک نگرش و یک حالت روانی و بیانگر تمایل، نیاز و الزام جهت ادامه فعالیت در یک سازمان است. بنابراین، وفاداری به ارزش‌ها و اهداف سازمان و نیز احساس تعلق و وابستگی به ماندن در سازمان را تعهد سازمانی می‌نامند. در تعهد سازمانی، افراد با حس معناداری و عضویت به یکدیگر پیوند خورده و به سازمان وفادار می‌مانند و می‌خواهند در سازمان‌هایی باقی

تائورمینا^۴ (۲۰۰۹)، جامعه‌پذیری سازمانی را در چهار بعد و سازه تعمیم‌یافته و بزرگ؛ آموزش، تفاهم، حمایت همکاران و چشم‌انداز آینده بررسی نموده است. ۱) آموزش: آموزش در سازمان‌ها معمولاً به انتقال مهارت، دانش یا توانایی از طرف کارمند به تازه‌واردی اشاره می‌کند که باید مهارت یا توانایی را برای انجام شغلی خاص یاد بگیرد. این انتقال با روش‌های مختلف انجام می‌شود، چه به صورت رسمی یا غیررسمی و چه به صورت کلامی یا غیرکلامی. ۲) تفاهم (درک): نشان می‌دهد کارمند در سازمان چه نقشی دارد، چه کارهایی باید انجام شوند و اهداف سازمان کدام است. سازمان فراتر از آموزش باید مطمئن شود که کارمندان از انجام کارها، اهداف سازمان و نقش خود در سازمان درک کاملی دارند. ۳) حمایت همکاران: اگر کارمند درک کند که همکارانش پذیرش شده‌ی سازمان هستند و تلاش‌هایشان سودمند و مؤثر است، سعی می‌کند در سازمان به‌طور موفقیت‌آمیز جامعه‌پذیر شوند. حمایت همکاران پیامدهای مثبتی مانند رضایت شغلی به همراه دارد. ۴) چشم‌انداز و امید به آینده: براساس طبقه‌بندی مازلو^۵، افراد به برآوردن هر نیازی برانگیخته می‌شوند که در یک‌زمان معین قوی‌تر از بقیه است. نیازهای اساسی قوی‌تر هستند (که نشان می‌دهد چرا برخی از کارمندان در دوره‌های بلندمدت علاقه‌ای به پیشرفت شغلی نشان نمی‌دهند)؛ اما، زمانی که با نیازهای سطح بالا (مانند میل به پیشرفت، مقام و شهرت) مواجه می‌شوند، احتمالاً خود را بیشتر آشکار می‌کنند (تائورمینا^۶، ۲۰۰۹).

جامعه‌پذیری سازمانی و عملکرد کارکنان

یکی از مسائلی که امروزه تحقیق و پژوهش بر روی آن ضروری به نظر می‌رسد، مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان است. فضای دیوان‌سالارانه و سلسله‌مراتبی بسیاری از سازمان‌ها باعث شده تا احساس تعهد و مسئولیت‌پذیری کارکنان در قبال سازمان کمتر شود. در پژوهشی که با هدف بررسی تأثیر جامعه‌پذیری سازمانی بر مسئولیت اجتماعی کارکنان بر شرکت نفت کرمانشاه انجام شده، نتایج نشان می‌دهد کارکنان برای انجام مشاغلی که به آنان واگذار می‌شود، به مهارت‌های ویژه نیاز دارند، ولی آنان به آگاهی از هدف‌های بنیادی سازمان، وسیله‌های دستیابی به این هدف‌ها، مسئولیت‌های کاری خود و الگوهای رفتاری مورد

هزینه‌های مربوط به جذب و استخدام، تلفات جانی و خسارت‌های مالی و میزان تقاضا برای رهایی را کاهش دهد (بهشتی راد و اردلان، ۲۰۱۵).

سازمان‌ها برای آموزش ارزش‌های سازمانی و هنجارهای رفتاری به افراد تازه‌وارد از رویکرد جامعه‌پذیری استفاده می‌کنند. از طریق این رویکرد افراد جدید با شیوه‌های عمل آشنا شده، آنچه در سازمان مورد انتظار است را فرا می‌گیرند، رفتارهای شغلی مناسب را می‌آموزند و با هنجارها و ارزش‌های گروه خود را وفق می‌دهند. جامعه‌پذیری سازمانی سازوکار اصلی و مهمی است که توسط سازمان جهت ترویج و فرهنگ‌سازی مورد استفاده قرار می‌گیرد و باعث می‌شود تا افراد تازه‌وارد از طریق ترویج و تقویت باورها و ارزش‌های اصلی سازمان، کاملاً همانند کارکنان قدیمی و قبلی سازمان عمل کنند (میلر^۱، ۲۰۱۴).

پژوهش‌هایی که درباره‌ی جامعه‌پذیری سازمانی انجام شده است به فهم مراحل کمک می‌کند که طی آن یک تازه‌وارد مراحل را می‌گذراند تا خود را به شغل‌ها و نقش‌های سازمانی جدید وفق دهد و از این‌رو، به‌عنوان یک عضو در سازمان شرکت کند. از لحاظ علمی، جامعه‌پذیری سازمانی به محیط‌های مدیریتی کمک می‌کند تا کارمندان جدید را آموزش دهد و فرهنگ و ارزش‌های سازمانی را القا کند (جیان‌هوا و همکاران^۲، ۲۰۱۰). وقتی افراد به سازمان ملحق می‌شوند، باید یاد بگیرند محیط‌های جدید را بفهمند و درک کنند، روشی که با آن این درک کردن رخ می‌دهد، معروف به جامعه‌پذیری سازمانی است (گرومن و همکاران^۳، ۲۰۰۶).

فلدمن (۱۹۸۱) فرایند جامعه‌پذیری را در سه مرحله توصیف کرده است: ۱) پیش‌نگرانه: عضو جدید می‌خواهد سازمان را بشناسد و بداند پیوستن به کدام قسمت از سازمان برای وی مناسب‌تر است؛ ۲) انطباق: فرد درباره‌ی شغل و پست خود آگاهی‌هایی پیدا می‌کند، با محل کار خود در سازمان آشنا می‌شود و نقش‌های خود و دیگران را می‌شناسد. ممکن است بعضی از این نقش‌ها جزء وظایف رسمی شغلی او و برخی نیز وظایف غیررسمی باشند و ۳) مدیریت نقش: در این مرحله فرد محدودیت‌های شغلی خود و دیگران را می‌شناسد و با ایفای صحیح نقش‌هایی که از او در محل کارش انتظار می‌رود، مدیریت این نقش‌ها را عهده‌دار می‌شود (نادی و مشایخی، ۲۰۱۷).

4. Taormina
5. Maslow
6. Taormina

1. Miller
2. Jianhua et al.
3. Gruman et al.

هویت سازمانی

ون دیک^۵ (۲۰۰۴) هویت سازمانی را ازجمله عوامل مرتبط با عملکرد بیان نمودند. مفهوم هویت سازمانی در بحث‌های مرتبط با هویت اجتماعی ریشه دارد. هویت سازمانی به معنای احساس یگانگی با سازمان و از آن خود دانستن تجربه موفقیت‌ها و شکست‌های آن تعریف شده است. فرض بر این است کارکنانی که نسبت به سازمان خود احساس هویت بالایی دارند، با احتمال بیشتری در جهت تحقق اهداف سازمان عمل می‌کنند (اشفورت و مائل^۶، ۱۹۹۶). هویت سازمانی ازجمله موضوعاتی است که در سال‌های اخیر اهمیت یافته است؛ چراکه هویت‌یابی افراد با سازمان پیامد مثبت زیادی دارد. هویت برای فرد کیفیتی است که او را از افراد دیگر متمایز می‌سازد و از این طریق ظاهر، رفتار و ارزش‌های شخص مشخص می‌شود، این مفهوم در مورد سازمان هم صادق است (آقابابپور و همکاران، ۲۰۱۳).

هویت سازمانی در مقایسه با بسیاری از متغیرهای سازمانی تا اواخر دهه ۱۹۸۰ به‌عنوان یک مفهوم مستقل چندان توجه نشده بود. اگرچه وبر، مارکس، سلزنیک، دورکیم و دیگران پایه‌های اولیه هویت را در ارتباطات سازمانی بنا نهادند؛ اما، تنها در سال‌های اخیر مفهوم هویت سازمانی به بار نشسته است (هچ و شولتز^۷، ۲۰۰۴). به‌موازات پیچیده‌تر شدن سازمان‌ها، این مفهوم به‌عنوان وسیله‌ای کلیدی در جهت موفقیت سازمانی اهمیت پیدا کرده (اپیتروپکی^۸، 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^۹، 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 سازوکار قالب دار برای تصمیم‌گیری سازمانی استفاده شود. این عوامل به سازمان در رسیدن به اهدافش کمک می‌کند (استیمپرت و همکاران^{۱۰}، ۱۹۹۸). تعاریف زیادی از هویت سازمانی ارائه شده است که هر کدام نشان‌دهنده دیدگاه‌های مختلف در این زمینه است.

پذیرش برای نقش‌هایی که از آنان توقع می‌رود، نیز نیاز دارند. بنابراین، کارکنان از راه پذیرفته شدن در اجتماع سازمان، به شکل رسمی یا غیررسمی، از راه تماس‌های پیوسته و تجربه کاری با دیگران، به این اطلاعات دست می‌یابند (حقیقتیان و همکاران، ۲۰۱۳).

نتایج مطالعات دیگر نشان می‌دهد که جامعه‌پذیری سازمانی کارکنان نقش زیادی در شکل‌گیری رفتار و عملکرد آنان در سازمان دارد. افرادی که در سازمان‌ها نتوانند با فرایندهای درون سازمانی، انطباق پیدا کنند و یا به تعبیری جامعه‌پذیری در آن‌ها صورت نگرفته است، وفاداری به سازمان نشان نمی‌دهند، احساس مسئولیت فردی رضایت‌بخش نیست و افراد چنانکه باید و شاید کارشان را دوست ندارند و اعتقادی به اهداف و ارزش‌های سازمان ندارند. در نتیجه به پیامدهای منفی ازجمله اختلال در عملکرد، تقاضا برای ترک شغل، غیبت در کار، پایین آمدن کارایی منجر خواهد شد (والکر^۱، ۲۰۰۹).

کنت^۲ و همکاران (۲۰۱۵) در پژوهشی به بررسی تأثیر جامعه‌پذیری بر تعهد سازمانی، رضایت و عملکرد در یک سازمان خدمات حرفه‌ای پرداختند. نتایج تحقیق نشان داد که ابعاد جامعه‌پذیری عملکرد کارکنان را پیش‌بینی می‌کند. وانگ^۳ و همکاران (۲۰۱۱) تحقیقی با عنوان مطالعه تجربی در رابطه متقابل میان مالکیت روانی، جامعه‌پذیری و عملکرد کارکنان انجام دادند. جامعه آماری شامل ۹۶۵ نفر از کارمندان جنوب چین بود. نتایج تحقیق نشان داد که جامعه‌پذیری عملکرد کارکنان را پیش‌بینی می‌کند. گریس و موبیوا^۴ (۲۰۱۴) مطالعه‌ای با عنوان ارتباط جامعه‌پذیری سازمانی با بهره‌وری و عملکرد کارکنان در آفریقای جنوبی انجام دادند. نتایج تحقیق نشان داد که بین جامعه‌پذیری سازمانی و عملکرد سازمانی رابطه وجود دارد.

مطالعه اسدزاده و همکاران (۲۰۲۱) نشان داد که رابطه بین معنویت در محیط کار با وجدان کاری و جامعه‌پذیری سازمانی مثبت و معنادار است. رابطه بین جامعه‌پذیری سازمانی و وجدان کاری مثبت و معنادار است. همچنین، رابطه بین معنویت در محیط کار و وجدان کاری کارکنان با نقش میانجیگری جامعه‌پذیری سازمانی مثبت و معنادار است.

5. Van Dick
6. Ashforth & Mael
7. Hatch & Shultz
8. Epitropaki
9. Cooper & Thatcher
10. Stimpert et al.

1. Walker
2. Kenneth et al.
3. Wang and et al.
4. Grace & Mbohwa

که براساس آن فرد احساس می‌کند منافع و اهداف مشترکی با سایر 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^۹، 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).

هویت سازمانی و عملکرد کارکنان

هویت سازمانی و تأثیر آن بر عملکرد در پژوهش‌های اخیر نیز مورد توجه پژوهشگران بوده است. در پژوهش رجبی فرجاد و فرخجسته (۲۰۲۱) که با هدف تعیین تأثیر رهبری تحول‌آفرین بر عملکرد شغلی با نقش‌های هویت سازمانی و درگیری شغلی انجام شده است و برای سنجش سازه هویت سازمانی نیز از پرسشنامه چنی (۱۹۸۳) استفاده شده است، یافته‌ها نشان می‌دهد که رهبری تحول‌آفرین به صورت مستقیم و غیرمستقیم از طریق میانجی درگیری شغلی و هویت سازمانی بر عملکرد شغلی مؤثر است. همچنین، رهبری تحول‌آفرین بر هویت سازمانی، درگیری شغلی و عملکرد شغلی تأثیر دارد. نتیجه‌گیری رهبری تحول‌آفرین بر عملکرد شغلی با نقش میانجی درگیری شغلی مؤثر است که می‌تواند تأثیر مستقیم و مثبتی بر ساختار مدیریتی، عملکرد مدیریتی، رضایت کارکنان، انسجام و کارایی سازمانی داشته باشد. بنابراین پیشنهاد می‌گردد با انتخاب سبک رهبری تحول‌آفرین، به بهبود توانمندسازی کارکنان در جهت بازدهی مناسب، بهبود عملکرد شغلی، کیفیت کار کارکنان و به‌طور کلی به عملکرد آنان کمک شود تا شاهد تعهد بیشتر کارکنان باشیم (رجبی فرجاد و فرخجسته، ۲۰۲۱).

جامعه‌پذیری سازمانی و هویت سازمانی

در سال‌های اخیر در حوزه مدیریت سازمان‌ها، توانایی ایجاد هویت سازمانی و حس تعلق به سازمان توسط مدیریت را نقطه اهرمی توفیق سازمان می‌دانند و مهم‌تر از آن، نحوه شکل‌گیری آن در سازمان و همچنین چگونگی پذیرش آن از سوی کارکنان است. صاحب‌نظران سهم جامعه‌پذیری با کیفیت را در این مهم

نخستین بار فوته^۱ (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^۲ (۱۹۷۰) تعیین هویت سازمانی را به‌عنوان «فرایندی که به وسیله 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^۳ (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 تعلق است که از اهداف مشترک با احساسات کارکنان یا کسانی که وظایف‌شان نیازهای فردی‌شان را تأمین می‌کنند، منتج می‌شود. 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. در نهایت، ۳) بعد سوم، ویژگی‌های مشترکی است که به‌عنوان یک شباهت مشترک بین فرد و دیگران درون سازمان به کار برده می‌شود.

وتن و گادفری^۴ (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، قابل‌مشاهده و دست‌کاری است. براساس الگوی تفسیری، محققان به دنبال 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 (جويا و چتپیدی^۵، 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^۶ (۱۹۷۰)، چنی^۷ (۱۹۸۳)، داتون و همکاران^۸ (۱۹۹۴) آن را با سه عنصر اساسی در نظر گرفته‌اند: ۱- ویژگی مشابهت؛ به معنای ویژگی‌های مشترک ادراک شده توسط اعضای سازمان

1. Foote

2. Hall et al.

3. Lee

4. Whetten & Godfrey

5. Gioia & Chittipeddi

6. Patchen

7. Chenny

8. Dutton et al.

9. Mozes et al.

و هویت‌یابی سازمانی نخواهد بود و نیاز به الگوهای جدید که علاوه بر مسائل مادی، موضوعات اخلاقی انسانی همچون معنویت را در برگیرد، بیش از پیش احساس می‌شود. از طرفی، توانایی ایجاد هویت سازمانی و حس تعلق به سازمان توسط مدیریت را نقطه اهرمی توفیق سازمان می‌دانند و مهم‌تر از آن، نحوه شکل‌گیری آن در سازمان و همچنین چگونگی پذیرش آن از سوی کارکنان است. صاحب‌نظران سهم جامعه‌پذیری با کیفیت را در این مهم قابل اعتناء می‌دانند. بنابراین، ازجمله شیوه‌های رهبری که در جامعه‌پذیری و هویت‌سازمانی کارکنان در ارتباط است، رهبری معنوی می‌باشد. معنویت شیوه‌ای از نگرستن به رهبری است که می‌تواند ویژگی‌ها، رفتارها، اثرات بر پیروان و تحقق اهداف را یکپارچه نماید. رهبری معنوی با توسعه انسانی و شرایط متغیر و پیچیده کنونی نسبت به سایر سبک‌های رهبری تطابق بیشتری داشته، کمک می‌کند تا افراد به صورت درونی برانگیخته و تمام وجود خود را در کار دخالت دهند. نظریه رهبری معنوی یک نظریه علمی برای تغییر و تحول سازمانی و خلق یک سازمان یادگیرنده و خودانگیخته می‌باشد.

الگوی مفهومی پژوهش

بررسی پژوهش‌های قبلی نشان می‌دهد که ارتباط بین رهبری معنوی با عملکرد مورد مطالعه قرار گرفته است. به‌طور مشابه، ارتباط و تأثیر هویت‌سازمانی با عملکرد نیز به‌طور مجزا در پژوهش‌های دیگر بررسی شده است. اما، در خصوص نقش رهبری معنوی در جامعه‌پذیری سازمانی و هویت‌سازمانی و تأثیر مستقیم و غیرمستقیم هریک از این سازه‌ها بر عملکرد کارکنان، پژوهشی یافت نشد که در آن به‌طور هم‌زمان چهار متغیر مذکور مورد توجه محققان باشد. بنابراین، وجه تمایز این پژوهش، ترکیب سازه‌های مهم رهبری معنوی، جامعه‌پذیری سازمانی، هویت‌سازمانی 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 سازه‌های فوق در یک‌بخشی از یک سازمان بزرگ یعنی سپاه با تأثیر مهم و کلیدی در امنیت کشور با روش الگوسازی معادلات ساختاری و آخرین نسل نرم‌افزارهای مربوطه بوده است. با مرور ادبیات و پیشینه تحقیق با محوریت گزاره‌های پژوهش، چارچوب مفهومی الگوی اثرگذاری رهبری معنوی، جامعه‌پذیری سازمانی و هویت‌سازمانی بر عملکرد کارکنان سپاه بر مبنای رویکرد

قابل اعتناء می‌دانند. درحالی‌که بیشتر تحقیقات قبلی به محرک‌های مالی مؤثر بر هویت‌سازمانی پرداخته‌اند، حکیمی و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی، نقش جامعه‌پذیری سازمانی در رابطه منبع پایش و هویت‌سازمانی مورد بررسی قرار داده‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد، جامعه‌پذیری سازمانی رابطه منبع پایش درونی و هویت‌سازمانی را میانجی‌گری می‌کند؛ درحالی‌که جامعه‌پذیری سازمانی نتوانست رابطه منبع پایش بیرونی و هویت‌سازمانی را میانجی‌گری کند که نشان از اهمیت برنامه جامعه‌پذیری در احساس هویت‌سازمانی است. نتایج پژوهش جیان هوا و همکاران^۱ (۲۰۱۰) نشان دهنده وجود رابطه مثبت و معناداری بین جامعه‌پذیری سازمانی و هویت‌سازمانی بود. هویت به فرد داده نمی‌شود؛ بلکه به صورت مستمر در تعامل با جهان شکل می‌گیرد. بخشی از این تعامل با سازمان‌هاست و افراد، هویت خود را برحسب عضویت در یک سازمان یا شغل تعریف می‌کنند؛ یعنی خود را با سازمانی معرفی می‌کنند که در آن کار می‌کنند و مالکیت روان‌شناختی به آن‌ها دست می‌دهد. وقتی فرد، هویت خود را به اعتقادات، اهداف و فعالیت‌های یک سازمان گره می‌زند، هویت‌سازمانی پیدا می‌کند (قلی‌پور، ۲۰۱۷: ۳۸۷).

پژوهش‌های دیگر نشان می‌دهد افراد با هویت‌سازمانی بالا مایل‌اند با همکاران خود، تشریک‌مساعی زیادی داشته باشند و تلاش خود را بیشتر صرف سازمان کنند و با این کار مشتاق رسیدن به اهداف سازمان شوند. سازمان‌ها نظام اجتماعی هستند و برای رسیدن به هدف‌های معین ایجاد شده‌اند؛ بنابراین، هویت‌سازمانی، ابزاری راهبردی برای رسیدن به هدف‌ها و چشم‌اندازهاست (نادی و مشایخی، ۲۰۱۷). نتایج حاصل از پژوهش‌های مربوط به هویت‌سازمانی نشان می‌دهد که این متغیر، وسیله کلیدی برای موفقیت سازمان و ابزاری راهبردی برای رسیدن به اهداف و چشم‌انداز سازمان‌ها می‌باشد. هویت‌سازمانی از طریق ارتقای سطح بینش، نگرش و رفتار کارکنان بر تصمیمات عملیاتی و راهبردی مدیران تأثیرگذار بوده و اجرای اقدامات راهبردی را تسهیل می‌نماید.

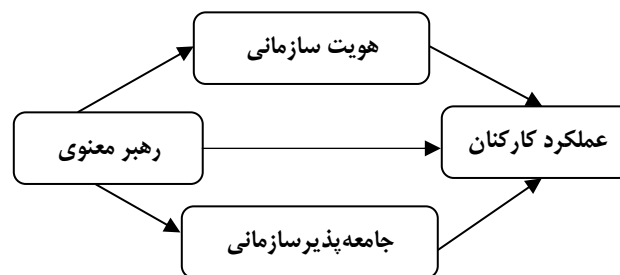
جمع‌بندی بخش مبانی و ادبیات

با توجه به پیشرفت سازمان‌ها و سرعت تغییرات محیطی، رهبری سنتی پاسخگوی نیازهای کارکنان در حوزه جامعه‌پذیری

است که شامل بررسی نتایج پژوهش‌های در دسترس و مرتبط با موضوع، مطالعه مقالات و کتب لاتین و فارسی مرتبط و پایگاه‌های اینترنتی می‌باشد. به منظور بررسی تجربی فرضیه‌های پژوهش و آزمون آن‌ها از روش میدانی و پرسشنامه استاندارد برای گردآوری داده‌ها استفاده شد.

با توجه به محدودیت‌های خاص یک محیط نظامی و برخی ملاحظات آن، امکان اجرای روش‌های کارآمد دیگر در فرایند تحقیق میسر نشد. جامعه آماری پژوهش شامل کارکنان سپاه پاسداران یکی از شهرستان‌های غرب و تعداد آن‌ها ۱۴۵ نفر می‌باشد. با توجه به محدود بودن جامعه آماری، تعداد ۱۱۲ نفر نمونه با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شده است. به استناد توصیه صاحب‌نظران، حداقل ۲۰ نمونه باید برای هریک از متغیرهای مکنون در نظر گرفته شود. یا حجم نمونه باید ۳-۲ برابر تعداد متغیرهای پنهان باشد (علوی، ۲۰۱۳). نتیجه بررسی وضعیت پاسخ دهندگان و توزیع فراوانی متغیرهای جمعیت‌شناختی در جدول ۳ نشان داده شده است.

اثبات‌گرایی و تلفیقی از دیدگاه‌های فرای (رهبری معنوی)، فلدمن و تائورمینا (جامعه‌پذیری)، چنی (هویت‌سازمانی) و کاندری (عملکرد کارکنان) در قالب شکل ۱ طراحی و ارائه گردیده است.



شکل ۱. الگوی مفهومی پژوهش

Figure 1. Research Conceptual Mode

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و به لحاظ روش، توصیفی و از نوع پیمایشی است. برای گردآوری اطلاعات موردنیاز در مورد ادبیات موضوع و پیشینه تحقیق از روش کتابخانه‌ای استفاده شده

جدول ۳. نتایج متغیرهای جمعیت‌شناختی

Table 3. Results of Demographic Variables

متغیرهای جمعیتی	مؤلفه	فراوانی	درصد فراوانی	کل
وضعیت تأهل	مجرد	۲۹	۲۶	۱۱۲
	متاهل	۸۳	۷۴	
	۱-۵	۱۱	۱۰	
تجربه / سوابق	۵-۱۰	۱۸	۱۶	
	۱۰-۱۵	۳۷	۳۳	
	۱۵-۲۰	۲۷	۲۴	
	بالای ۲۰	۱۹	۱۷	
	۲۵-۳۰	۲۱	۱۹	
سن پاسخ‌دهندگان	۳۱-۳۵	۲۵	۲۲	
	۳۶-۴۰	۳۹	۳۵	
	بالای ۴۰	۲۷	۲۴	

کاملاً موافق (۵) برای چهار سازه پژوهش طراحی شد. بررسی روایی پرسشنامه با بهره‌گیری از نظرات تعدادی استادان و خبرگان انجام شد. همچنین، با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ

بر مبنای بررسی جامع ادبیات پژوهش، تعاریف عملیاتی و شاخص‌های اندازه‌گیری متغیرها در پژوهش‌های قبلی، تعداد ۵۰ سؤال پرسشنامه براساس طیف لیکرت از کاملاً مخالف (۱) تا

فکری مناسب و یکسان پاسخگویان از محتوای متغیرهای مربوط به هر سازه است.

برای سؤالات بخش‌های مختلف پرسشنامه، بررسی پایایی پرسشنامه نیز انجام و نتایج آن برای تمامی سازه‌ها بالاتر از ۰/۷ به دست آمد. جدول ۴ نشان‌دهنده اعتبار پرسشنامه و برداشت

جدول ۴. متغیرها، سؤالات و ضرایب آلفای کرونباخ

Table 4. Variables, Questions and Cronbach's Alpha Coefficients

متغیر	منبع	تعداد ابعاد/مؤلفه	تعداد سؤالات	شماره سؤالات	ضریب آلفا
رهبری معنوی	فرای و همکاران (۲۰۱۱)	۷	۱۲	۱-۱۲	۰/۸۷
هویت‌سازمانی	چنی (۱۹۸۳)	۳	۱۲	۱۳-۲۲	۰/۸۷
جامعه‌پذیری	تائورمینا (۲۰۰۹)	۴	۱۰	۲۳-۳۴	۰/۸۹
عملکرد کارکنان	کاندری (۲۰۰۵)	۱۱	۱۶	۳۵-۵۰	۰/۸۸

معیار پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده می‌شود (داوری و رضازاده، ۲۰۱۲). سه معیار بررسی پایایی الگوهای اندازه‌گیری شامل ضرایب بارهای عاملی، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شده است.

الف) سنجش بارهای عاملی. پایایی هریک از گویه‌ها به مقدار بارهای عاملی هریک 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. بارهای عاملی از طریق محاسبه مقدار همبستگی شاخص‌های یک سازه با آن سازه محاسبه و اگر مقدار آن برابر یا بیشتر از ۰/۴ باشد، مؤید این است که واریانس بین سازه و شاخص‌های آن از واریانس خطای اندازه‌گیری آن سازه بیشتر بوده و پایایی در مورد آن الگوی اندازه‌گیری قابل قبول است. اگر چنانچه محقق پس از محاسبه بارهای عاملی بین سازه و شاخص‌های آن با مقادیری کمتر از ۰/۴ مواجه شد، باید آن شاخص‌ها (سؤالات پرسش‌نامه) را اصلاح و یا از الگو پژوهش حذف نماید (داوری و رضازاده، ۲۰۱۲). در پژوهش حاضر، سؤالات شماره ۱۲، ۲۱، ۲۳، ۲۴، ۳۹، ۴۴ و ۴۵ به دلیل پایین بودن بار عاملی از حدنصاب، از الگو حذف و مجدداً الگو اجرا شد. در جدول ۵ نتایج بار عاملی نشان داده شده است:

نتایج نشان می‌دهد که مقدار ضریب آلفا برای اندازه‌گیری سازه‌ها از پایایی لازم برخوردار است.

یافته‌های پژوهش

برای آزمون چارچوب مفهومی و فرضیات پژوهش، از روش الگوسازی معادلات ساختاری و نرم‌افزار Smart PLS استفاده شده است. براساس الگوریتم تحلیل داده‌ها با روش PLS-SEM؛ ابتدا، با انجام برازش الگوهای اندازه‌گیری از طریق بررسی معیارهای پایایی و روایی از صحت روابط موجود در الگوها اطمینان حاصل کرده و سپس برازش الگوی ساختاری و روابط موجود بین متغیرهای مکنون بررسی و در مرحله پایانی، برازش کلی الگو انجام شده است (داوری و رضازاده، ۲۰۱۲).

برازش الگوهای اندازه‌گیری

الگوی اندازه‌گیری به بخشی از الگوی کلی مربوط می‌شود که دربرگیرنده یک متغیر و سؤالات مربوط به آن متغیر است. برازش الگوهای 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. برای بررسی الگوهای اندازه‌گیری از سه

جدول ۵. ضرایب بارهای عاملی در الگوهای اندازه‌گیری

Table 5. Factor Loading Coefficients in Measurement Patterns

متغیر	گویه	بار عاملی	متغیر	گویه	بار عاملی
رهبری معنوی	Q ₁	۰/۵۷۳	هویت سازمانی	Q13	۰/۵۹۹
	Q ₂	۰/۷۸۹		Q14	۰/۶۰۹
	Q ₃	۰/۷۹۵		Q15	۰/۵۷۶
	Q ₄	۰/۶۷۹		Q16	۰/۵۷۴
	Q ₅	۰/۷۷۴		Q17	۰/۷۹۹
	Q ₆	۰/۶۳۶		Q18	۰/۷۷۹
	Q ₇	۰/۷۱۱		Q19	۰/۷۷۹
	Q ₈	۰/۵۴۹		Q20	۰/۷۸۶
	Q ₉	۰/۴۶۵		Q22	۰/۷۵۳
	Q10	۰/۶۰۴		Q35	۰/۴۸۹
	Q11	۰/۶۲۵		Q36	۰/۶۰۲
جامعه‌پذیری سازمانی	Q25	۰/۶۰۸	عملکرد کارکنان	Q37	۰/۶۰۲
	Q26	۰/۸۲۰		Q38	۰/۶۰۳
	Q27	۰/۸۴۸		Q40	۰/۷۱۸
	Q28	۰/۸۴۸		Q41	۰/۶۵۲
	Q29	۰/۷۱۱		Q42	۰/۶۵۲
	Q30	۰/۸۲۶		Q43	۰/۶۷۶
	Q31	۰/۶۱۲		Q46	۰/۵۸۴
	Q32	۰/۶۱۲		Q47	۰/۶۹۳
	Q33	۰/۶۴۴		Q48	۰/۷۴۹
	Q34	۰/۴۸۷		Q49	۰/۷۴۹
				Q50	۰/۵۲۵

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 می‌گردد. معمولاً، برای سنجش بهتر پایایی هر دو معیار بکار برده می‌شود. در صورتی که مقدار پایایی ترکیبی برای هر سازه بالای ۰/۷ باشد نشان از پایداری درونی مناسب برای الگوهای 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 ۶).

روایی همگرا: پس از بررسی معیار پایایی؛ روایی همگرا، دومین معیاری است که برای برازش الگوهای اندازه‌گیری در روش PLS-SEM به کار برده می‌شود. داوری و رضازاده (۲۰۱۲)، معیار میانگین واریانس استخراج شده (AVE) را برای سنجش روایی همگرا معرفی و از طریق آن میزان همبستگی هر سازه با

اعداد مندرج در ستون ضرایب بارهای عاملی جدول فوق نشان می‌دهد که همه سؤالات با سطح همبستگی بالا به‌خوبی متغیرهای مشاهده شده را اندازه‌گیری می‌کند.

ب) آلفای کرونباخ. معیار سنتی 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 به عنوان سر حد ضریب معرفی و بالاتر از ۰/۷ نشانگر پایایی قابل قبول است (داوری و رضازاده، ۲۰۱۲). در الگو پژوهش حاضر، مقدار آلفا برای سازه عملکرد کارکنان ۰/۸۸، رهبری معنوی ۰/۸۷، هویت سازمانی ۰/۸۷ و جامعه‌پذیری سازمانی ۰/۸۹ محاسبه گردید (جدول ۷).

ج) پایایی ترکیبی. برای تعیین پایایی هر یک از سازه‌ها علاوه بر معیار سنتی آلفای کرونباخ از معیار جدیدتر پایایی ترکیبی

اندازه‌گیری در تحلیل‌های PLS، روایی و اگراست 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 و اگرای قابل قبول یک الگو حاکی از آن است که یک سازه در الگو 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 (داوری و رضازاده، ۲۰۱۲). خروجی داده‌ها برای این معیار در جدول ۷ ارائه شده است.

سوالات (شاخص‌ها) خود بررسی می‌شود. هرچه قدر این همبستگی بیشتر باشد، برازش نیز بیشتر است. این معیار نشان‌دهنده میانگین واریانس به اشتراک گذاشته شده بین هر سازه با شاخص‌های خود است و مقدار آن، $0/4$ 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 هریک 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 الگوهای اندازه‌گیری پژوهش را تأیید نمود.

روایی و اگرا: سومین معیار سنجش برازش الگوهای

جدول ۶. معیارهای کلی کیفیت الگو
Table 6. General Criteria of Model Quality

نتیجه	مقادیر اشتراکی Communnality>0	ضریب تعیین (R2)	آلفای کرونباخ 0/7	پایایی ترکیبی 0/7	میانگین واریانس استخراجی (AVE) 0/4 <	متغیرهای مکنون
قابل قبول	0/492	-	0/87	0/89	0/44	رهبری معنوی
قابل قبول	0/413	0/226	0/87	0/90	0/49	هویت سازمانی
قابل قبول	0/506	0/962	0/89	0/91	0/51	جامعه پذیری سازمانی
قابل قبول	0/438	0/917	0/88	0/90	0/41	عملکرد کارکنان

بیشتر است؛ از این رو، می‌توان اظهار داشت که سازه‌های الگو تعامل بیشتری با شاخص‌های خود دارند تا با سازه‌های دیگر. به عبارت دیگر، روایی و اگرا جز در سازه رهبری معنوی با یک درصد کمتر از حدنصاب در سطح قابل قبول است.

مطابق ماتریس زیر، 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، برابر یا

جدول ۷. معیار فورنل و لارکر
Table 7. Fronell-Larcker Criterion

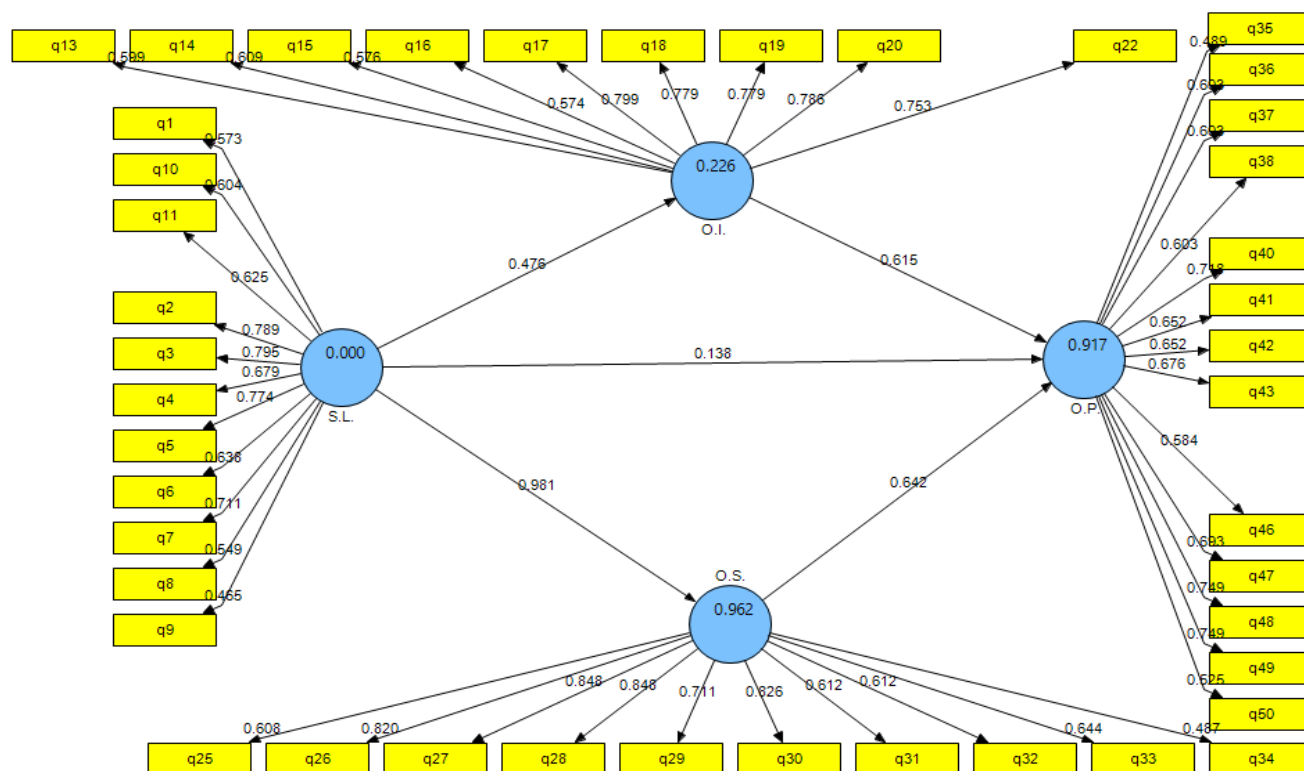
متغیر	هویت سازمانی	عملکرد کارکنان	جامعه‌پذیری	رهبری معنوی
هویت سازمانی	0/70			
عملکرد کارکنان	0/64	0/64		
جامعه‌پذیری	0/46	0/59	0/71	
رهبری معنوی	0/48	0/58	0/68	0/67

برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا می‌گذارد. مقدار ضریب تعیین R^2 بین ۰ تا ۱ است و مقادیر آن در داخل دایره‌های الگو نشان داده شده می‌شود. هرچه مقدار ضریب تعیین مربوط به سازه‌های درون‌زای یک الگو بیشتر باشد، نشان از برازش بهتر الگو است؛ به عبارتی بیانگر خوب بودن متغیرهای برون‌زا در تبیین متغیر درون‌زا است. مقدار ضریب تعیین تنها برای سازه‌های درون‌زای (وابسته) الگو محاسبه شده و در مورد سازه‌های برون‌زا مقدار این معیار صفر است. داوری و رضازاده (۲۰۱۲)، 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 الگو می‌داند. مقادیر ضریب تعیین در جدول ۶ و شکل ۲ قابل مشاهده است.

برازش الگوی ساختاری

مطابق با الگوریتم تحلیل داده‌ها در روش PLS، پس از برازش الگوهای اندازه‌گیری، برازش الگوی ساختاری پژوهش مورد بررسی قرار می‌گیرد. در الگوهای اندازه‌گیری که روابط بین متغیر مکنون با متغیرهای آشکار مورد توجه است، در بررسی الگوی 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 الگوسازی معادلات ساختاری بکار می‌رود و نشان از تأثیری دارد که یک متغیر



شکل ۲. الگوی معادلات ساختاری در حالت ضریب مسیر

Figure 2. Structural Equation Modeling Path Coefficients

معیار افزونگی. این معیار از حاصل ضرب مقادیر اشتراکی سازه‌ها در مقادیر R^2 مربوط به آن‌ها به‌دست می‌آید و نشانگر مقدار تغییرپذیری شاخص‌های یک سازه درون‌زا است که از یک یا چند سازه برون‌زا تأثیر می‌پذیرد (داوری و رضازاده، ۲۰۱۲). مقادیر این معیار برای سازه‌های پژوهش در جدول ۸ ارائه شده است.

مطابق شکل ۲، مقادیر R^2 برای سازه‌های هویت‌سازمانی ۰/۲۲۶، عملکرد کارکنان ۰/۹۱۷ و جامعه‌پذیری سازمانی ۰/۹۶۲ است. از آنجاکه مقدار ضریب تعیین همه سازه‌ها به غیر از سازه هویت‌سازمانی بالاتر از ملاک قوی (۰/۶۷) می‌باشد، برازش قوی الگو ساختاری را نشان می‌دهد.

برازش کلی الگو (GoF)

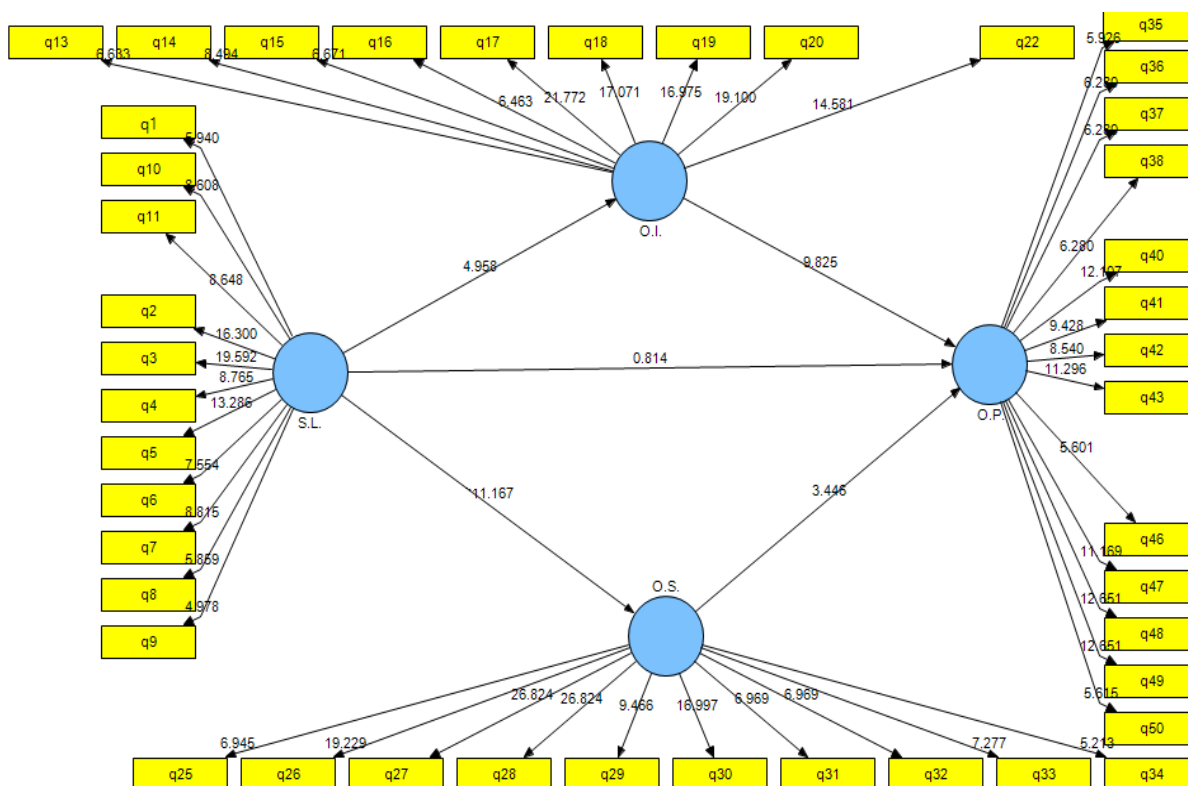
برای بررسی برازش الگوی کلی که هر دو بخش الگو اندازه گیری و ساختاری را پایش می کند، از معیار نیکویی برازش (GoF) استفاده شد. با محاسبات انجام شده، مقدار شاخص GoF ۰/۵۶۸ به دست آمد. دآوری، رضازاده (۲۰۱۲)، سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ را به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای معیار GoF معرفی نموده‌اند. با توجه به اینکه مقدار نیکویی برازش (GoF) برای ارزیابی الگوی کلی، عدد ۰/۵۶۸ یعنی بالاتر از حد نصاب به دست آمد، برازش بسیار مناسب و قوی الگوی کلی پژوهش تأیید می‌شود.

جدول ۸. معیار انتخاب افزونگی

Table 8. Redundancy Selection Criteria

سازه	افزونگی
هویت سازمانی	۰/۱۱
عملکرد کارکنان	۰/۲۷
جامعه‌پذیری سازمانی	۰/۴۹
رهبری معنوی	-

یک معیار مناسب برای سنجش برازش بخش ساختاری الگوی معادلات ساختاری، میانگین مقادیر افزونگی‌های مربوط به سازه‌های برون زای الگو است. از آنجا که میانگین مقادیر افزونگی‌ها، عدد ۰/۲۹ به دست آمد، نشان از برازش مناسب تر بخش ساختاری الگوی پژوهش دارد.



شکل ۳. الگوی معادلات ساختاری در حالت معناداری

Figure 3. Structural Equation Modeling Meaningful

تحقیق مورد آزمون قرار می‌گیرند. در صورتی که مقدار ضریب معناداری هریک از مسیرها بیش از عدد ۱/۹۶ باشد در سطح اطمینان ۹۵ درصد مسیر مربوطه معنادار و فرضیه مرتبط با آن تأیید می‌گردد.

آزمون فرضیات

مطابق با الگوریتم تحلیل داده‌ها در روش PLS، پس از بررسی برازش الگوهای اندازه‌گیری، ساختاری و الگوی کلی، با بررسی ضرایب معناداری Z (مقادیر t) مربوط به هریک از مسیرها و نیز ضرایب استاندارد شده بار عاملی مربوط به مسیرها فرضیه‌های

جدول ۹. نتایج حاصل از تحلیل مسیرها

Table 9. The Results of Path Analysis

فرضیه	مسیر	ضریب مسیر	ضرایب معناداری Z	نتیجه
۱	رهبری معنوی - عملکرد کارکنان	۰/۱۳۸	۰/۸۱۴	رد
۲	رهبری معنوی - هویت سازمانی	۰/۴۷۶	۴/۹۵۸	تأیید
۳	رهبری معنوی - جامعه‌پذیری سازمانی	۰/۹۸۱	۱۱/۱۶۷	تأیید
۴	جامعه‌پذیری سازمانی - عملکرد کارکنان	۰/۶۴۲	۳/۴۴۶	تأیید
۵	هویت سازمانی - عملکرد کارکنان	۰/۶۱۵	۹/۸۲۵	تأیید

علاوه بر آزمون سوبل، برای تعیین نسبت اثر غیرمستقیم به کل اثر یا شدت اثر غیرمستقیم از طریق متغیر میانجی از آماره‌ای به نام شمول واریانس (VAF^1) استفاده شد که مقدار آن باید بین صفر و ۱ باشد (داوری، رضازاده، ۲۰۱۲). در صورتی که مقدار شمول واریانس کمتر از ۰/۲ باشد می‌توان نتیجه گرفت که میانجی‌گری صورت نگرفته است. در مقابل وقتی مقدار VAF خیلی بزرگ و بالاتر از ۸۰٪ باشد، می‌توان ادعای میانجی‌گری کامل کرد. وضعیتی که در آن VAF بین ۲۰٪ تا ۸۰٪ باشد، به‌عنوان میانجی‌گری جزئی تشریح می‌شود.

$$VAF = \frac{(a \times b)}{(a \times b) + c}$$

a: مقدار ضریب مسیر میان متغیر مستقل و میانجی: ۰/۴۷۶؛ ۰/۹۸۱

b: مقدار ضریب مسیر میان متغیر میانجی و وابسته: ۰/۶۴۲؛ ۰/۶۱۵

c: مقدار ضریب مسیر میان متغیر مستقل و وابسته: ۰/۱۳۸

$$VAF = ۰/۶۸؛ ۰/۸۲$$

از آنجا که مقدار VAF بزرگ و بالاتر از ۸۰٪ می‌باشد، تأثیر متغیرهای میانجی قوی‌تر است و می‌توان ادعا کرد که میانجی‌گری کامل از طریق متغیرهای جامعه‌پذیری و هویت‌سازمانی بین متغیرهای مستقل رهبری معنوی و وابسته عملکرد کارکنان صورت گرفته است.

مقادیر مربوط به ضریب مسیرها در جدول ۹ و نیز مقادیر R^2 در جدول ۶ نشان می‌دهد که متغیر رهبری معنوی ۱۳/۸ درصد تغییرات مربوط به متغیر عملکرد کارکنان را به‌طور مستقیم تبیین می‌کند. از سوی دیگر، دو ضریب ۰/۴۷۶ و ۰/۶۱۵ نیز نشان می‌دهند که متغیر رهبری معنوی به‌طور غیرمستقیم و از طریق متغیر میانجی هویت‌سازمانی به میزان ۲۹ درصد بر متغیر عملکرد کارکنان تأثیر می‌گذارد. همچنین، دو ضریب ۰/۹۸۱ و ۰/۶۴۲ نیز نشان می‌دهند که متغیر رهبری معنوی به‌طور غیرمستقیم و از طریق متغیر میانجی جامعه‌پذیری سازمانی به میزان ۶۳ درصد بر

مقادیر جدول فوق نشان می‌دهد که ضریب معناداری چهار مسیر رهبری معنوی - هویت‌سازمانی؛ رهبری معنوی - جامعه‌پذیری سازمانی؛ هویت‌سازمانی - عملکرد کارکنان و جامعه‌پذیری سازمانی - عملکرد کارکنان از ۱/۹۶ بیشترند؛ لذا، تأثیر مستقیم رهبری معنوی بر هویت و جامعه‌پذیری سازمانی معنادار بوده و نیز رهبری معنوی به صورت غیرمستقیم و از طریق متغیرهای میانجی هویت و جامعه‌پذیری سازمانی بر عملکرد کارکنان تأثیرگذار می‌باشد. همچنین، هویت‌سازمانی و جامعه‌پذیری سازمانی تأثیر مستقیم و معنادار بر عملکرد کارکنان سپاه دارد. بنابراین، جز فرضیه اول بقیه فرضیه‌های پژوهش مورد تأیید قرار گرفت.

آزمون سوبل. برای بررسی تأثیرات و معناداری متغیرهای میانجی هویت و جامعه‌پذیری سازمانی در رابطه میان دو متغیر رهبری معنوی و عملکرد کارکنان سپاه از آزمون سوبل استفاده شد. در این آزمون مقدار Z-Value از طریق رابطه زیر به دست می‌آید که در صورت بیشتر شدن از مقدار ۱/۹۶، می‌توان در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار بودن تأثیر میانجی یک متغیر را تأیید کرد.

a: مقدار ضریب مسیر میان متغیر مستقل و میانجی: ۰/۴۷۶؛ ۰/۹۸۱

b: مقدار ضریب مسیر میان متغیر میانجی و وابسته: ۰/۶۴۲؛ ۰/۶۱۵

Sa: خطای استاندارد مربوط به مسیر میان متغیر مستقل و میانجی:

$$۰/۰۰۴؛ ۰/۰۸۹$$

Sb: خطای استاندارد مربوط به مسیر میان متغیر میانجی و وابسته:

$$۰/۱۷۵؛ ۰/۰۶۸$$

$$Z\text{-value} = \frac{(a \times b)}{\sqrt{(b^2 \times s_a^2) + (a^2 \times s_b^2) + (s_a^2 + s_b^2)}}$$

$$Z\text{-value} = ۴/۶۰؛ ۳/۶۶$$

با توجه به اینکه مقدار Z-Value حاصل از آزمون سوبل برای هر دو مسیر بالاتر از مقدار ۱/۹۶ به دست آمد؛ تأثیرگذاری رهبری معنوی بر عملکرد کارکنان از طریق دو متغیر واسطه هویت‌سازمانی و جامعه‌پذیری سازمانی و معنادار بودن در سطح اطمینان ۹۵٪ تأیید شد.

داده‌های تجربی و روش الگوسازی معادلات ساختاری اعتبارسنجی و الگوی نهایی تحقیق ارائه شد. براساس الگوریتم تحلیل داده‌ها در روش PLS، پس از برازش الگوهای اندازه‌گیری، ساختاری و الگوی کلی، با بررسی مقادیر ضریب مسیر و ضرایب معناداری Z (مقادیر t) مربوط به هریک از مسیرها و نیز ضرایب استاندارد شده بار عاملی مربوط به مسیرها، یک فرضیه اصلی و پنج فرضیه فرعی به شرح زیر مورد آزمون قرار گرفت:

در فرضیه اصلی، تأثیر رهبری معنوی بر عملکرد کارکنان سپاه با نقش میانجی جامعه‌پذیری و هویت‌سازمانی مطرح گردید. با توجه به اینکه مقادیر Z-Value حاصل از آزمون سوبل برای این فرضیه به ترتیب $3/66$ و $4/60$ (بیشتر از $1/96$) و VAF برابر با $0/68$ و $0/82$ به دست آمد؛ تأثیرگذاری رهبری معنوی بر عملکرد کارکنان از طریق دو متغیر واسطه هویت‌سازمانی و جامعه‌پذیری سازمانی و معنادار بودن در سطح اطمینان 95% تأیید شد. در مطالعه قبلی محقق 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 $79/3\%$ درصد تغییرات مربوط به متغیر عملکرد سازمانی را به‌طور مستقیم تبیین می‌کند.

در آزمون فرضیه فرعی اول و بررسی تأثیر مستقیم و مثبت رهبری معنوی بر عملکرد کارکنان سپاه، از آنجا که نتایج تحلیل های ضریب مسیر $0/138$ و Z-Value برابر با $0/814$ (کمتر از $1/96$) را نشان داد، فرضیه مورد تأیید قرار نگرفت. نتایج این فرضیه با مطالعه غفاری و رستم‌نیا (۲۰۱۷) که در آن الگوی اثرگذاری رهبری معنوی و انگیزش مبتنی بر معنویت بر عملکرد سازمانی در پلیس استان ایلام بررسی شده بود و نیز با نتایج تحقیق یعقوبی و همکاران (۲۰۱۳) مبنی بر تأثیر مثبت رهبران معنوی بر بهبود عملکرد کارکنان، ناهمسو می‌باشد.

بررسی تأثیر مثبت رهبری معنوی بر هویت‌سازمانی کارکنان سپاه در فرضیه فرعی دوم با ضریب معناداری $4/958$ بزرگ‌تر از ضریب معناداری $1/96$ و ضریب مسیر $0/476$ نشان داد که با اطمینان $0/95$ می‌توان این فرضیه را تأیید کرد. ادبیات تحقیق نیز تأثیر رهبری معنوی بر هویت‌یابی سازمانی را مورد تأیید قرار می‌دهد به‌طوری که رهبران می‌توانند با استفاده از شاخص‌های معنویت در سازمان با گروه، هم یک نوع انگیزش درونی برای خود و هم زمینه‌ای برای انگیزش بیرونی پیروان فراهم کنند. همچنین، با توجه به این که هویت‌یابی سازمانی تأثیر عمده‌ای بر

متغیر عملکرد کارکنان تأثیر می‌گذارد. اثر کل (مجموع اثرات مستقیم و غیرمستقیم و با واسطه) رهبری معنوی بر هویت‌سازمانی و عملکرد کارکنان عدد $0/43$ و مجموع اثرات مستقیم و غیرمستقیم و با واسطه رهبری معنوی بر جامعه‌پذیری سازمانی و عملکرد کارکنان عدد $0/77$ به دست آمد. همچنین، مقدار آماره شمول واریانس $0/82$ نشان داد که تأثیر متغیرهای میانجی قوی و شدت تأثیرات غیرمستقیم زیاد است.

بحث و نتیجه‌گیری

عملکرد سازمان‌های نظامی در یک فضای چالشی مانند میدان جنگ محک می‌خورد. نتایج عملکرد ضعیف در زمان چالش، آسیب‌های جبران‌ناپذیری به نظام، یکپارچگی کشور و مردم خواهد زد. برای جلوگیری از غافل‌گیری برآمده از ضعف کارکرد سازمانی و عملکرد کارکنان، کسب اطمینان از توانمندی و کارکرد پیوسته نیروها از بالارزش‌ترین کارهای فرماندهان و مدیران عالی به شمار می‌رود. از این‌رو، توجه و بررسی عملکرد کارکنان از آن جهت حائز اهمیت است. زیرا، ضعف در عملکرد فردی به دلیل جامعه‌پذیری پایین یا هویت‌سازمانی نامتناسب می‌تواند باعث تضعیف عملکرد سازمانی شود. در سال‌های اخیر و در حوزه مدیریت سازمان‌ها، توانایی ایجاد هویت‌سازمانی و حس تعلق به سازمان توسط مدیریت را نقطه اهرمی توفیق سازمان می‌دانند و مهم‌تر از آن، نحوه شکل‌گیری آن در سازمان و نیز چگونگی پذیرش آن از سوی کارکنان است که از نظر اندیشمندان، سهم جامعه‌پذیری در این مهم قابل تأکید می‌باشد. بنابراین، به‌منظور ارتقا و بهبود عملکرد کارکنان در سازمان‌های نظامی از طریق چارچوب‌ها و الگوهای علمی؛ پژوهش حاضر با هدف طراحی الگوی تحلیلی مبتنی بر میانجی‌گری جامعه‌پذیری سازمانی و هویت‌سازمانی بین رهبری معنوی و عملکرد کارکنان سپاه پاسداران انقلاب اسلامی انجام گرفت. از آنجا که رهبری یکی از مؤلفه‌های اصلی تمامی الگوهای در حوزه عملکرد سازمانی بوده و رهبری معنوی نیز به‌عنوان یکی از رویکردهای جدید طرح گردیده و همین‌طور جامعه‌پذیری و هویت‌سازمانی 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، نقش میانجی‌گری جامعه‌پذیری و هویت‌سازمانی و تحلیل روابط آن و اثرگذاری بین رهبری معنوی و عملکرد کارکنان در سپاه پاسداران مبنای طراحی الگوی پیشنهادی قرار گرفت. چارچوب مفهومی پیشنهادی با جمع‌آوری

شغلی کتابداران دانشگاهی شهر اصفهان، رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. نتایج حاصل از این پژوهش نشان داده که بین جامعه‌پذیری سازمانی و عملکرد کارکنان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین، حقیقتیان و همکاران (۲۰۱۳) در مطالعات خود نشان می‌دهند افرادی که در سازمان‌ها نتوانند با فرایندهای درون‌سازمانی، انطباق پیدا کنند یا به تعبیری جامعه‌پذیری سازمانی در آن‌ها به صورت صحیح انجام نگرفته است، احساس مسئولیت فردی رضایت‌بخش نیست در نتیجه پیامدهای منفی، ازجمله اختلال در عملکرد در سازمان منجر خواهد شد.

در آزمون فرضیه فرعی پنجم، تأثیر مثبت هویت‌سازمانی بر عملکرد کارکنان سپاه نیز با عنایت به اینکه ضریب معناداری (۹/۸۲۵) بزرگ‌تر از مقدار ۱/۹۶ و ضریب مسیر ۰/۶۱۵ به دست آمده؛ بنابراین، با اطمینان ۰/۹۵ می‌توان این فرضیه را تأیید کرد. ادبیات تحقیق نیز تأثیر هویت‌سازمانی را بر عملکرد کارکنان مورد تأیید قرار می‌دهد؛ مدیران همواره به دنبال ارزیابی و ارتقای هویت‌سازمانی در میان کارکنان خود هستند چرا که به نتایج مثبت آن علاقه‌مندند تا زمانی که کارکنان سازمان احساس هویت قوی‌تری با سازمان داشته باشند، باور آن‌ها درباره سازمان بیشتر جنبه مثبت می‌یابد، با آگاهی کامل، برای تحقق اهداف سازمان تلاش می‌کنند و تعهد بالاتری به سازمان خود دارند چنانچه ریکتا و ون دیک^۱ (۲۰۰۵) بیان می‌کند کارکنانی با هویت‌سازمانی بیشتر، تمایل دارند وابستگی بیشتری به گروه‌های کاری‌شان پیدا کنند و عملکرد بهتری خواهند داشت نتایج این فرضیه با نتایج تحقیق قنبری و همکاران (۲۰۱۵) که در بررسی تأثیر هویت‌سازمانی بر عملکرد کارکنان نشان داد که هویت‌سازمانی بر عملکرد کارکنان تأثیر معنادار دارد همسو می‌باشد.

پیشنهادهای

نتایج تحقیق حاضر پاسخی برای مشکل واقعی بسیاری از سازمان‌ها ازجمله سازمان‌های نظامی در زمینه عملکرد است و می‌تواند راهگشا و راهنمای مدیران و فرماندهان جهت تقویت عملکرد کارکنان از طریق رهبری معنوی و به‌واسطه جامعه‌پذیری سازمانی و هویت‌سازمانی باشد. البته پژوهش حاضر در یک سازمان دولتی و نظامی با محدودیت‌های خاص خود و فقط در یک شهرستان و در اندازه نمونه ۱۱۲ نفر انجام شده و تعمیم نتایج آن

رفتار اعضای سازمان و در نتیجه عملکرد و دستیابی به اهداف دارد، بررسی نقش معنوی بر هویت‌یابی سازمانی کارکنان از اهمیت بالایی برخوردار است.

نتایج پژوهش عباسی اسفنجانی و برزگر و لیلو (۲۰۱۹) در تحلیل ارتباط رهبری معنوی و عملکرد با نقش میانجی هویت‌سازمانی در سازمان تأمین اجتماعی استان آذربایجان شرقی نشان داد که بین متغیرهای رهبری معنوی و هویت‌سازمانی با عملکرد همبستگی قوی وجود دارد. همچنین هویت‌سازمانی در تأثیر رهبری معنوی بر عملکرد نقش میانجی دارد. همچنین، نتایج تحقیق رستگار و همکاران (۲۰۱۲) در بررسی نقش رهبری معنوی در هویت‌یابی سازمانی کارکنان نواحی چهارگانه ادارات آموزش و پرورش استان قم نشان داده است که کلیه ابعاد رهبری معنوی بر هویت‌یابی سازمانی تأثیرگذار می‌باشند. نتایج تحقیق روستایی و نصرالهی (۲۰۱۴) در بررسی نقش رهبری معنوی در هویت‌یابی سازمانی کارکنان جمعیت هلال‌احمر استان مازندران نشان داده که رهبری معنوی بر هویت‌یابی سازمانی کارکنان اثرگذار است.

در آزمون فرضیه فرعی سوم با توجه به اینکه ضریب معناداری بزرگ‌تر از ۱/۹۶ و ضریب مسیر ۰/۹۸۱ به دست آمد با اطمینان ۰/۹۵ تأثیر مثبت و مستقیم رهبری معنوی بر جامعه‌پذیری کارکنان سپاه به تأیید رسید. ادبیات تحقیق نیز تأثیر رهبری معنوی را بر جامعه‌پذیری کارکنان نشان می‌دهد؛ به‌طوری که براساس نتایج پژوهش اسدزاده و همکاران (۲۰۲۱) بین معنویت در محیط کار و جامعه‌پذیری سازمانی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. همچنین رابطه بین معنویت در محیط کار و وجدان کاری کارکنان با نقش میانجی‌گری جامعه‌پذیری سازمانی مثبت و معنادار است.

در فرضیه فرعی چهارم، تأثیر مثبت جامعه‌پذیری سازمانی بر عملکرد کارکنان سپاه مورد آزمون قرار گرفت. با توجه به اینکه ضریب معناداری بزرگ‌تر از مقدار ۱/۹۶ و ضریب مسیر ۰/۶۴۲ به دست آمد (جدول ۹)، با اطمینان ۰/۹۵ می‌توان گفت که جامعه‌پذیری سازمانی بر عملکرد کارکنان سپاه تأثیر مثبت و مستقیم دارد. ادبیات تحقیق نیز تأثیر جامعه‌پذیری سازمانی بر عملکرد کارکنان را مورد تأیید قرار می‌دهد؛ نتایج تحقیق شعبانی و همکاران (۲۰۲۰) در بررسی رابطه جامعه‌پذیری سازمانی با عملکرد شغلی کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه‌های دولتی اصفهان نشان می‌دهد که بین همه ابعاد جامعه‌پذیری سازمانی شامل آموزش، تفاهم، حمایت همکاران و چشم‌انداز آینده با ابعاد عملکرد

تفکر نظام‌مند و اصل همپایانی، برای موفقیت و رسیدن به اهداف سازمانی روش‌ها و شیوه‌های متعددی وجود دارد و نیز مطابق نظریه اقتضایی، نمی‌توان فهرست کاملی از عواملی را ارائه کرد که متضمن موفقیت در هر شرایطی باشد؛ اما، این پژوهش، یافته‌ها و نتایج آن به‌عنوان یک چارچوب، مبنا و تکیه‌گاهی برای راهنمایی و هدایت مطالعات بعدی جهت ترویج و توسعه نظریات رهبری معنوی، جامعه‌پذیری و هویت‌سازمانی و کاربرد آن کمک می‌کند. علاوه بر این، توسعه رهبری معنوی، جامعه‌پذیری و هویت‌سازمانی به‌عنوان یک چارچوب فکری مناسب و معتبر، امکان به‌روزرسانی نگرش و طرز فکر مدیران را در سازمان‌ها در راستای یکی از مهم‌ترین موضوعات سنتی مطالعاتی یعنی عملکرد کارکنان به‌عنوان یک الگوی جدید مدیریتی با نفوذ و پرترفار برای قرن بیست و یکم منحصربه‌فرد فراهم می‌سازد انشاءا...

سپاسگزاری

از کلیه پژوهشگران و همکارانی که در تدوین مقاله این‌جانب را یاری کردند، تقدیر و تشکر می‌نمایم.

باید با احتیاط صورت گیرد. برای تحقیقات آتی پیشنهاد می‌شود رهبری معنوی به‌عنوان سبک رهبری هر مدیر با عملکرد کارکنانی که با خودش کار کرده‌اند، در یک حجم نمونه بالای ۳۰۰ نفری بررسی شود. همچنین، به‌منظور تعمیم نتایج مربوط به متغیرهای واسطه، پیشنهاد می‌شود جامعه‌پذیری سازمانی و هویت‌سازمانی در رابطه بین متغیرهای رهبری معنوی و عملکرد کارکنان در چند سازمان مختلف مورد بررسی و تحلیل قرار گیرد. با توجه به محدودیت‌های ذاتی روش‌های تحلیل عاملی و معادلات ساختاری و به‌منظور ژرف‌نگری، واکاوی و یادگیری، کشف و فهم روابط بین متغیرها، انجام تحقیقات کیفی پیشنهاد می‌گردد.

محدودیت‌های روش‌های تحقیق کمی ازجمله پیمایشی و معایب جمع‌آوری داده‌ها با ابزار پرسشنامه بر پژوهش حاضر مترتب است و نیز تحلیل روابط بین متغیرها با روش معادلات ساختاری که ممکن است تأثیر احتمالی متغیرهای دیگر در این روابط از دید پژوهشگر مخفی یا نادیده گرفته شده است. اما، توجه به موضوع رهبری معنوی، جامعه‌پذیری سازمانی و هویت‌سازمانی می‌تواند آگاهی و بینش لازم را برای فرماندهان و مدیران فراهم ساخته و به بهبود شاخص‌های عملکردی سازمان‌ها در دستیابی به اهداف عملکردی در حوزه کارکنان کمک کند. براساس مبانی

References

- Abbasi Esfanjani, H. (2013). Investigating the impact of organizational identity on the performance and fulfillment of organizations' goals. *Proceedings of the International Conference on Man and Forgotten Identities*. (In Persian)
- Abbasi Esfanjani, H., & Barzegar valilo, M. (2019). Analysis of the relationship spiritual leadership and performance with the mediating role of organizational identity in the Social Security Organization of East Azerbaijan Province. *Public Organizations Management*, 7(2), 97-114. doi: 10.30473/ipom.2019.41595.3272. (In Persian)
- Aghababapoor Dehkordi, T., Aghababapoor Dehkordi, T., & Nasr Isfahani, A. (2013). A Study of the Relationship between Organizational Identity and Organizational Silence among Employees of the University of Isfahan. *Journal of Applied Sociology*, 24(4), 139-162. (In Persian)
- Alavi, M. (2013). Structural Equation Modeling (SEM) in Health Sciences Education Researches: An Overview of the Method and Its Application. *Iranian Journal of Medical Education*, 13(6) 519-530. (In Persian)
- Al Arkoubi, K. (2008). *Spiritual Leadership and Identity in Moroccan Business: An Ethnographic Study of Ynna Holding*. New Mexico ProQuest Publisher.
- Asadzadeh, A., Rahimloo, M., & Ahmadzadeh, S. (2021). Investigating the relationship between spirituality in the workplace and employees' work conscience with the mediating role of organizational socialization. *Applied Educational Leadership*, 2(1), 55-64. (In Persian)
- Ashforth, B. & Mael, F. (1996). Organizational Identity and Sterategy as a Context for the Individual. *Advances in Sterategic Management*, 13(219-64).
- Barznouni, M. A. (2018). *Spirituality; The fundamental need of man and the secret of the permanence of human societies, spirituality in the school of Amir al-Momenin*. A collection of interviews, lectures and articles, Tehran, Center for Education and Research of Islamic Sciences, representative field of religious jurist in Imam Hossein University. (In Persian)
- Beheshtirad, R., & Ardalan, M. (2015). Relationship between Organizational Culture and Working Conscience with role of mediate Organizational Socialization of Urmia University Staff. *Journal of Applied Sociology*, 26(4), 185-198. (In Persian)

- Cheney, G. (1983). On the various and changing meanings of organizational membership: A field study of organizational identification, *Communication Monographs*, 50, 342-362.
- Condrey, S. E. (2005). *Handbook of human resource management in government*. Jossey-Bass Publisher.
- 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(7), 596-608.
- Davari, A., & Rezazadeh, A. (2012). *Structural equation modeling with pls software*. Third edition, University Jihad Publishing Organization, Tehran. (In Persian)
- 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.
- Feldman, D.C. (1981). The Multiple Socialization of organization Members. *Academy of Management Review*, 6(2), 309-318.
- Foote, N. N. (1951). Identification as the basis for a theory of motivation. *American sociological review*, 16(1), 14-21.
- Fry, L. W., Hannah, S. T., Noel, M., & Walumbwa, F. O. (2011). Retracted: Impact of spiritual leadership on unit performance.
- Fry, L. W. (2003). Toward a Theory of Spiritual Leadership" dalam The Leadership Quarterly.
- Fry, L. W., Vitucci, S., & Cedillo, M. (2005). Spiritual leadership and army transformation: Theory, measurement, and establishing a baseline. *The leadership quarterly*, 16(5), 835-862.
- Ghaffari, R., & Rostamnia, Y. (2017). A Model for the Influence of Spiritual and Spirituality-Based Motivation Leadership on Organizational Performance. *Scientific Journal of Islamic Management*, 25(1), 143-174. (In Persian)
- Ghanbari, H., Hosseini, F., & Mohammadi, A. (2015). The impact of organizational identity on employee performance, *International Conference on Future Studies, Humanities and Development*. (In Persian)
- Gholipour, A. (2017). *Organizational Behavior Management [Individual Behavior*. second edition, Mehr Publications, Qom. (In Persian)
- Ghorbani, M., & Ameri M. , Z. (2018). Investigating the relationship between organizational pessimism and employee performance with the role of professional ethics moderator in Javadalaima Cardiology Hospital, Mashhad. *Biannual Journal of Islamic & Management*, 7(13), 111-138. (In Persian)
- Gioia, D. A., & Chittipedi, K. (1991). Sense Making and Sense Giving in Strategic Change Initiation. *Strategic Management Journal*, 12(6), 443- 458.
- Grace, M., & Mbohwa, C. H. (2014). Organization socialization and its influence on employee performance and productivity at a South African financial company, *International Journal of Mining, Metallurgy & Mechanical Engineering*, 2, 79- 84.
- Gruman, J. A., Saks, A. M., & Zweig, D. I. (2006). Organizational socialization tactics and newcomer proactive behaviors: An integrative study. *Journal of vocational behavior*, 69(1), 90-104.
- Haghighatian, M., Hashemianfar, S. A., & Moradi, G. (2013). The Survey of the Effect of Organizational Socialization on Social Responsibility of Employee's in Kermanshah Oil Company. *Journal of Applied Sociology*, 24(3), 71-96. (In Persian)
- Hakimi, M., Erfanian Khanzadeh, H., & Taheri Lari, M. (2017). The Impact of Organizational Socialization as a Mediator on Relationship between Locus of Control and Organizational Identity in Ferdowsi University of Mashhad. *Transformation Management Journal*, 9(1), 96-114. doi: 10.22067/pmt.v9i1.52772. (In Persian)
- Hall, D. T., Schneider, B., & Nygren, H. T. (1970). Personal factors in organizational identification. *Administrative science quarterly*, 176-190.
- Hatch, M. J., & Schultz, M. (Eds.). (2004). *Organizational identity: A reader*. OUP Oxford.
- Ge, Jianhua, Xuemei Su, and Yan Zhou. "Organizational socialization, organizational identification and organizational citizenship behavior: An empirical research of Chinese high-tech manufacturing enterprises." *Nankai Business Review International* (2010).
- Kazemi, A., & Larijani, N. (2022). The effect of tacit knowledge management and spiritual leadership on

- organizational performance. *Journal of Training and Improvement of Human Resources*, 6(1), 90-103. (In Persian)
- Kenneth, R., Evans, D., John, L. S., William, G. (2015). The Impact of Organization socialization on organizational commitment, satisfaction, and performance in a professional service organization, *Journal of Professional Services Marketing*, 11, 139-156.
- Lee, S. M. (1971). An empirical analysis of organizational identification. *Academy of Management journal*, 14(2), 213-226.
- Miller, K., & Barbour, J. (2014). *Organizational communication: Approaches and processes*. Cengage Learning.
- MirKamali, S. M. A., & Karami, M. R. (2016). Study of Relation between Ethic Leadership Perception of Managers and Personnel Performance. *Journal of Development & Evolution Mngement*, 8(24), 11-22. (In Persian)
- Mozes, M., Josman, Z. & Yaniv, E, (2011). Corporate social responsibility organizational identification and motivation. *Social Responsibility Journal*, 7(2), 310 - 325.
- Nadi, M., & Mashayekhi, Z. (2017). An Analysis of the Relationship Between Organizational Socialization, Leadership Behavior, Organizational Identification and Organizational Culture with Organizational Citizenship Behavior (the Case of staff personnel of Irans Education Ministry, Isfahan Branch). *Journal of Applied Sociology*, 28(3), 153-176. doi: 10.22108/jas.2017.21716. (In Persian)
- Niroomand, H., & Rzayat, G. (2020). Employee performance appraisal pattern of military organizations. *Strategic Defense Studies*, 18(82), 289-312. (In Persian)
- Patchen, M. (1970). *Participation, achievement and involvement on the job*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Rafizadeh, A., Mirsepasi, N., & Azar, A. (2016). Design Model of Performance Management at the State Level. *Public Organizations Management*, 4(4), 81-100. (In Persian)
- Rajabi farjad, H., & farkhojaste, V. (2021). The Impact of Transformational Leadership on Job Performance with Roles of Identity and Job Involvement. *Career and Organizational Counseling*, 13(3), 91-110. (In Persian)
- Rajabpour, E., & Fathi, M. R. (2022). Investigating The Effect Of Education Through Gamification On Human Resource Performance. <https://sid.ir/paper/955813/en>. (In Persian)
- Rastgar, A. A., Janaghli, M., Heydari, F., & Heydari, H. (2012). The Role of Spiritual Leadership in Organizational Identification. *Public Management Researches*, 5(16), 39-63. doi: 10.22111/jmr.2012.673. (In Persian)
- Rezaei, K., H., Soltani, I., Saraei, F., & Bakhshalizadeh, D. (2020). Role of Ethical Leadership in Employee Performance. *Ethics in Science and Technology*, 15(1), 108-115. (In Persian) URL: <http://ethicsjournal.ir/article-1-1768-fa.html>. (In Persian)
- Riketta, M., & Van Dick, R. (2005). Foci of Attachments in Organization: A Meta Analytic Comparison of the Strength and Correlates of Work Group Versus Organizational Identification and Commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 67, 490- 510.
- Roostaei, A., & Nasrallahi, M. (2014). Examining the role of spiritual leadership in organizational identification of employees (case study: Red Crescent population of Mazandaran province), *National Conference on Financial Innovation and Financial Development*, Babol. (In Persian)
- Shabani, A., Azarian, M., Rajaeipour, S., & Dehghan sefidkooh, M. (2020). A Study of the Relationship between Organizational Socialization and Job Performance among Isfahan Governmental University Librarians. *Library and Information Science Research*, 9(2), 184-201. doi: 10.22067/riis.v0i0.78508. (In Persian)
- Shahjooqi, A., & Mousavi, P. (2018). Investigating the effect of spiritual leadership on employee performance with an emphasis on the role of organizational learning of staff at Refah Bank, Tehran, *the 5th International Conference on Accounting, Management and Innovation in Business*, Tehran. (In Persian)
- 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*.
- Taormina, R. J. (2009). Organizational socialization: the missing link between employee needs and organizational culture. *Journal of Managerial Psychology*, 24(7), 650-676.
- Van Dick, R. (2004). My job is my castle: Identification in organizational contexts. *International review of industrial and organizational psychology*, 19, 171-204.
- Walker, W. J. (2009). *Predicting two types of proactive socialization tactics: the roles of context, experience, and age*. A Dissertation Presented to the Academic Faculty, in Partial Fulfillment of the Requirements for the

Degree Doctor of Philosophy in the College of Management, Georgia Institute of technology.

- Wang, Y., He, X., & Zeng, F. (2011, August). An empirical study on interactional relationship among psychological ownership, organizational socialization and employees performance. In *2011 International Conference on Management and Service Science* (pp. 1-4). IEEE.
- Godfrey, P. C. (1998). *Identity in organizations: Building theory through conversations*. Sage. <https://doi.org/10.4135/9781452231495>.
- Wiradendi Wolor, C., Solikhah, S., Fidhyallah, N. F., & Lestari, D. P. (2020). Effectiveness of e-training, e-leadership, and work life balance on employee performance during COVID-19. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(10), 443-450.
- Yaqoubi, N., Javadzadeh, M., Namour, A., & Mohammadzadeh, B. F. (2013). Examining the role of spiritual leadership on employee performance. *the third annual national conference of modern management sciences*, Gorgan. (In Persian)