

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۳/۰۵/۰۲
تاریخ بررسی مقاله: ۱۳۹۳/۱۰/۲۲
تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۳/۱۲/۲۵

مجله مطالعات روان‌شناسی صنعتی و سازمانی
دانشگاه شهید چمران اهواز، بهار و تابستان ۱۳۹۴
دوره‌ی دوم، سال ۲، شماره ۱
ص: ۳۷-۵۶

اثر رهبری تحولی بر خلاقیت سازمانی با میانجی‌گری اعتماد سازمانی و تعدیل‌گری عزت نفس سازمان‌محور

حسین شکرکن*
مرجان شمسی**
محمد منتخب یگانه***

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی اثر رهبری تحولی بر خلاقیت سازمانی با توجه به میانجی‌گری اعتماد سازمانی و تعدیل‌گری عزت نفس سازمان‌محور به اجرا درآمد. جامعه آماری پژوهش کلیه کارکنان یک سازمان خدماتی بود که از این تعداد ۲۰۴ نفر با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند. ابزار مورد استفاده در این پژوهش عبارت بودند از پرسشنامه رهبری چندعاملی، مقیاس اعتماد سازمانی، مقیاس خلاقیت سازمانی و پرسشنامه عزت نفس سازمان‌محور. برازش الگوی پیشنهادی، آزمون اثر واسطه‌ای و تعدیل‌گر از طریق تحلیل معادلات ساختاری، روش بوت‌استرپ و رگرسیون سلسله مراتبی تعدیلی مورد آزمون قرار گرفت. یافته‌ها بیانگر تطابق و برازش الگوی نهایی با داده‌ها بودند. در الگوی نهایی، رهبری تحولی به‌طور مستقیم و نیز با میانجی‌گری اعتماد سازمانی بر خلاقیت سازمانی تأثیرگذار بود. همچنین تحلیل رگرسیون تعدیلی نشان داد که عزت نفس سازمان‌محور رابطه بین رهبری تحولی و خلاقیت سازمانی را تعدیل می‌کند.

کلیدواژه‌ها: رهبری تحولی، خلاقیت سازمانی، اعتماد سازمانی، عزت نفس سازمان‌محور

* استاد گروه روان‌شناسی صنعتی و سازمانی، دانشگاه شهید چمران اهواز
** کارشناس ارشد روان‌شناسی صنعتی و سازمانی، دانشگاه شهید چمران اهواز (نویسنده مسئول)
m_shamsi24@yahoo.com
*** کارشناس ارشد روان‌شناسی صنعتی و سازمانی، دانشگاه شهید چمران اهواز

مقدمه

محیط‌های سازمانی جدید که با ویژگی‌هایی از قبیل پیچیدگی، آشفتگی، سرعت و دگرگونی‌های شتابان همراه هستند، نیازمند نیروهای انسانی انعطاف‌پذیر، کارآفرین، مسئولیت‌پذیر، قابل اعتماد، مبتکر و مشارکتی می‌باشند (نیازی و نصرآبادی، ۱۳۸۷). در این میان تنها رهبری کارآمد است که می‌تواند افراد را برای انجام اقدامات مورد نیاز برای تغییر در سازمان برانگیزد. رهبری موضوعی است که از دیرباز نظر محققان و عامه مردم را به خود جلب کرده است. در سال‌های اخیر، موارد مهمی در زمینه موضوع رهبری مطرح شده است. این موارد شامل نقش هوش هیجانی، اثربخشی رهبری، مسائل اخلاقی در رهبری و ضرورت تعدیل روش‌های رهبری بر اساس تفاوت‌های فرهنگی است، اما به صورت ویژه‌تر موضوع رهبری تحولی^۱ توجه خاصی را به خود معطوف داشته است.

باس^۲ (۱۹۹۷) رهبری تحولی را فرایند ایجاد تعهد به اهداف سازمانی و توانمند ساختن پیروان جهت محقق ساختن آن اهداف تعریف می‌کند. از نظر وی رهبر تحولی کسی است که پیروان را توانمند می‌سازد، به آن‌ها انگیزه می‌دهد و آنان را تشویق می‌نماید تا به جای تعقیب منافع شخصی، از اهداف دسته‌جمعی پیروی نمایند. رهبری تحولی دارای چهار مؤلفه مهم است که شامل: نفوذ آرمانی^۳، انگیزش الهامی^۴، تحریک عقلانی^۵ و ملاحظه فردی^۶ می‌باشد. فرد در حالت نفوذ آرمانی، خصوصیات رهبر کاریزماتیک را دارد، مورد اعتماد و تحسین زیردستان است، زیردستان او را به عنوان یک الگو می‌شناسند و سعی می‌کنند که همانند او شوند. نفوذ آرمانی شامل ویژگی‌های آرمانی و رفتارهای آرمانی است. در حالت انگیزش الهام‌بخش، رهبر کارکنان را ترغیب می‌کند تا به هدف و دست‌یافتنی بودن آن با تلاش، باور پیدا کنند. این افراد معمولاً نسبت به آینده و دسترسی‌پذیری اهداف خوش‌بین هستند. در حالت تحریک عقلانی، رهبر به صورت ذهنی کارکنان را بر می‌انگیزد. این رهبران پیروانشان را تشویق می‌کنند تا در حل مسائل، خلاقانه برخورد کنند و فرضیه‌های بدیهی را مورد سؤال قرار

-
- 1- transformational leadership
 - 2- Bass
 - 3- idealized influence
 - 4- inspirational motivation
 - 5- intellectual stimulation
 - 6- individual consideration

دهند. آن‌ها پیروان را ترغیب می‌کنند تا مشکلات را از زوایای مختلف مورد بررسی قرار دهند و فنون حل مسئله نوآورانه را پیاده کنند. در حالت ملاحظه فردی، رهبر نیازهای احساسی زیردستان را برآورده می‌کند. این رهبران نیازهای افراد را تشخیص می‌دهند و به آن‌ها کمک می‌کنند تا مهارت‌هایی که برای رسیدن به هدف مشخص لازم دارند پرورش دهند. این رهبران ممکن است زمان قابل ملاحظه‌ای را صرف پرورش دادن، آموزش و تعلیم کنند (اسپکتور، برمن و سیمینو^۱، ۲۰۰۴). هم‌چنین مستندات بسیاری نشان می‌دهند که رهبری تحولی در بالا بردن انگیزش و عملکرد زیردستان اثر دارد (یوکل^۲، ۲۰۰۸). لذا رهبری تحولی از اهمیت خاصی در دستیابی به اهداف سازمان برخوردار بوده است و در میان سبک‌های رهبری می‌تواند نقش کلیدی در موفقیت سازمانی ایفا کند. شواهد نشان می‌دهند که رهبرانی که اثربخشی بالایی دارند، از طریق رفتارهای منصفانه با کارکنان خود، آنان را ترغیب به بهبود عملکرد و تمایل به نوآوری و خلاقیت می‌کنند. در واقع یکی از متغیرهایی که با توجه به پیشینه‌ی پژوهش حاضر می‌تواند از رهبری تحولی تأثیر پذیرد خلاقیت سازمانی^۳ است (هیپیا و پارجانن^۴، ۲۰۱۳).

سویتمن، لوتانز، آوی و لوتانز^۵ (۲۰۱۱) خلاقیت سازمانی را ایجاد ایده‌های تازه برای تغییر در محصولات، خدمات، فرآیندها و به‌منظور دستیابی بهتر به اهداف سازمانی تعریف کرده‌اند. دیدگاه‌های جدید خلاقیت سازمانی، تمرکز گسترده‌ای بر پیامدها یا تولیدات (محصول و خدمات) خلاق دارند. به‌طور کلی، محصول خلاق به‌عنوان چیزی که هم بدیع و تازه و هم به‌طور بالقوه برای سازمان مفید و کاربردی است، تعریف می‌شود (ژو و جورج^۶، ۲۰۰۱). شواهد قابل ملاحظه‌ای وجود دارد حاکی از این‌که اساساً خلاقیت کارکنان با نوآوری سازمانی، عملکرد شغلی، اثربخشی و بقای سازمانی در ارتباط است (آماییل^۷، ۱۹۹۸؛ شالی، ژو و اولدهام^۸، ۲۰۰۴؛ و گوموسلوگلو و ایلسو^۹، ۲۰۰۹). رهبر تحولی باعث می‌شود کارکنان در

1- Spector, Borman, & Cimino

2- Yukl

3- organizational creativity

4- Hyypia & Parjanen

5- Sweetman, Luthans, Avey, & Luthans

6- Zhou & George

7- Amabile

8- Shalley, Zhou, & Oldham

9- Gumusluoglu & Ilsev

محیط دوستانه‌ای کار کنند که در آن وظایف بسیار مشخص طراحی شده‌اند و اهداف تعریف شده هستند. این باعث می‌شود که کارکنان به رهبر و سازمان اعتماد کنند، پذیرای چالش‌ها و خط‌مشی‌های نوآورانه باشند و در نتیجه خلاقیت آنان افزایش می‌یابد (پیلای، شری‌شایم و ویلیامز^۱، ۱۹۹۹).

اعتماد سازمانی^۲ یکی از موضوعات مهم در روابط سازمانی است (ییلماز^۳، ۲۰۰۸). پژوهش‌ها نشان داده‌اند که اعتماد عاملی کلیدی در یادگیری انعطاف‌پذیری و نوآوری است که برای موفقیت سازمان‌ها ضروری و حیاتی به نظر می‌رسد (کانیپ^۴، ۲۰۰۶؛ به نقل از پیریایی، ۱۳۹۰). یکی از اولین تعاریف در زمینه‌ی اعتماد توسط دوپیچ^۵ (۱۹۸۵) مطرح شده است که اعتماد را به‌عنوان «انتظارات غیرعقلانی از پیامدهای یک واقعه‌ی غیرقطعی» تعریف کرده است. سه نوع اعتماد در سازمان شناسایی شده است که عبارت‌اند از: ۱) اعتماد سازمانی، ۲) اعتماد استراتژیکی و ۳) اعتماد فردی. اعتماد سازمانی که در این پژوهش مورد بحث می‌باشد عبارت است از اعتمادی که به‌موجب آن خط‌مشی‌های سازمان آن‌گونه که بیان شده‌اند، به‌طور منصفانه اداره و انجام خواهد شد. اعتماد استراتژیکی عبارت است از اعتماد به این‌که رسالت و استراتژی سازمان، توانایی رسیدن به موفقیت را دارد. اعتماد فردی اعتمادی است که زیردستان به مدیرانشان دارند و میزان ادراک آن‌ها به‌عنوان افرادی بی‌طرف و منصف (گالفورد و درایو^۶، ۲۰۰۳). روسو، سیتکین، بارت و کامیرر^۷ (۱۹۹۸) اعتماد سازمانی را به‌عنوان حالتی روان‌شناختی حاوی قصد و عزم یک فرد در پذیرش و تکیه کردن بر انتظارات، توجهات مثبت یا رفتارهای دیگران تعریف نموده‌اند. این محققان بیان داشته‌اند که اعتماد شامل دو بعد اعتمادشناختی و اعتماد عاطفی می‌باشد. اعتمادشناختی مربوط به عقاید فرد در مورد ویژگی‌ها و نیت دیگران می‌شود و اعتماد عاطفی از پیوند شخصی با طرف مقابل ناشی می‌گردد (تایلر و دگوی^۸، ۱۹۹۶).

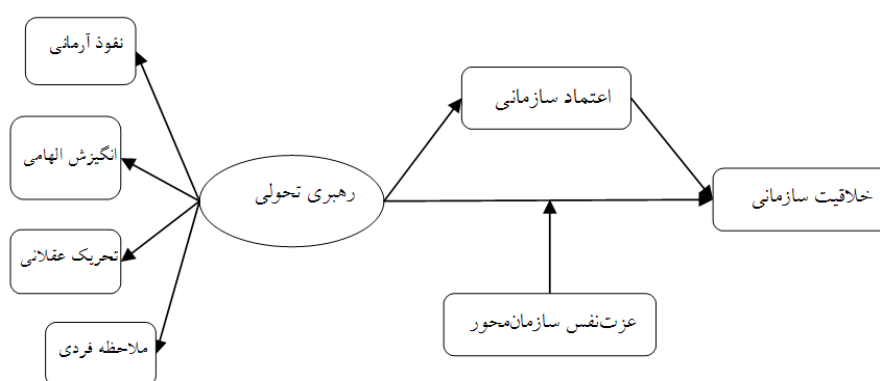
- 1- Pillai, Schriesheim, & Williams
- 2- organizational trust
- 3- Yilmaz
- 4- Canipe
- 5- Deutsch
- 6- Galford & Draoeau
- 7- Rousseau, Sitkin, Burt, & Camerer
- 8- Tyler & Degoey

عزت نفس سازمان‌محور^۱ یک ویژگی مطلوب است که نشانه‌های مرتبط با صفات مشخص را برای افرادی که رهبرانی تحولی دارند فعال می‌کند که موجب تسهیل اثرهای محیطی می‌شوند (رنک، نلسون، آلن و زو^۲، ۲۰۰۹). بر این اساس می‌توان فرض کرد که رهبری تحولی آثار مثبت بیشتری از جمله خلاقیت سازمانی بر افرادی که عزت نفس سازمان‌محور بالاتری دارند، می‌گذارد. به اعتقاد کوپراسمیت^۳ (۱۹۶۷)، عزت نفس نشان‌دهنده‌ی میزانی است که افراد باور دارند توانا، مهم و با ارزشمند هستند. پیرس، گاردنر، کومینگز و دون‌هام^۴ (۱۹۸۹) مفهوم عزت نفس سازمان‌محور را به‌عنوان یک مفهوم چندبعدی معرفی کردند. آنان عزت نفس سازمان‌محور را این‌گونه تعریف کردند: میزانی که فرد خود را در سازمان به‌عنوان یک عضو توانا، مهم و با ارزش باور دارد. عزت نفس سازمان‌محور بازتاب ارزش خود ادراک‌شده‌ای است که افراد از خودشان به‌عنوان اعضای مهم، شایسته و توانا در سازمانشان دارند. مطابق با دیدگاه کورمن^۵ (۱۹۷۷) از عزت نفس می‌توان بیان کرد که افراد با عزت نفس سازمان‌محور بالا، این احساس را دارند که توانسته‌اند نیازهایشان را توسط نقش‌های سازمانی خود برآورده سازند. پیرس و گاردنر (۲۰۰۴) معتقدند عزت نفس سازمان‌محور یک سازه‌ی منعطف است که در طول دوران تصدی شغلی با تغییرات محیط کاری، تغییر می‌کند. در اوایل دوره تصدی شغل، عزت نفس سازمان‌محور بیرونی‌ترین لایه خود را تشکیل می‌دهد که نشان‌دهنده احساسات بی‌ثبات فرد نسبت به خود حول تجارب کاری‌اش می‌باشد. با افزایش سابقه شغلی، عزت نفس به سوی سطوح درونی‌تر و تغییرناپذیرتر خودپنداره حرکت می‌کند. بنابراین، برای اکثر کارکنانی که سابقه شغلی بالایی دارند، عزت نفس سازمان‌محور ثابت است (پیرس و همکاران، ۱۹۸۹).

اعضای سازمانی که عزت نفس سازمان‌محور بالایی دارند، این باور را پیدا کرده‌اند که عضو مهمی از محیط سازمانی هستند و می‌توانند موجب تغییر در آن گردند. پس به‌طور کلی، عزت نفس سازمان‌محور به‌گونه‌ای بالقوه تغییرپذیر است و تحت تجارب کاری در محیط

-
- 1- organizational self-esteem
 - 2- Rank, Nelson, Allen, & Xu
 - 3- Coopersmith
 - 4- Pierce, Gardner, Cummings, & Dunham
 - 5- Korman

سازمانی می‌تواند کاهش یا افزایش یابد. بر اساس ضرورتی که در خصوص تأثیر رهبری تحولی در بافت سازمانی احساس می‌شود، در تحقیق حاضر الگویی از اثر رهبری تحولی بر خلاقیت سازمانی با لحاظ کردن اعتماد سازمانی به‌عنوان متغیر میانجی و عزت نفس سازمان‌محور به‌عنوان متغیر تعدیل‌گر طراحی گردیده است که در شکل ۱ مشاهده می‌گردد.



شکل ۱. الگوی پیشنهادی پژوهش حاضر

روش

جامعه، نمونه و روش نمونه‌گیری

جامعه آماری تحقیق حاضر تمامی کارمندان یک سازمان خدماتی بودند. شرکت‌کنندگان ۲۰۴ نفر از کارمندان بودند که با روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند. این نمونه به تناسب جمعیت هر واحد انتخاب گردیده است. میانگین سنی نمونه تحقیق ۳۸ سال بود و ۸۵ درصد آن‌ها را نیز مردان تشکیل می‌دادند.

ابزار پژوهش

در این پژوهش از ۵ پرسشنامه استفاده شد.

پرسشنامه رهبری چندعاملی. برای سنجش رهبری تحولی از پرسشنامه رهبری

چندعاملی^۱ که توسط باس و اولیو^۲ (۲۰۰۰) تدوین شده است، استفاده گردید. این پرسشنامه خرده مقیاس و ۲۰ ماده دارد که شامل: نفوذ آرمانی (۸ ماده)، انگیزش الهامی (۴ ماده)، تحریک عقلانی (۴ ماده) و ملاحظه فردی (۴ ماده)، می‌باشد. هر ماده بر پایه یک مقیاس ۵ درجه‌ای از خیلی زیاد تا خیلی کم نمره‌گذاری می‌شود. باس و اولیو (۲۰۰۰) در پژوهشی، ضریب پایایی کل آن را با روش آلفای کرونباخ برابر با ۰/۹۴ و برای خرده مقیاس‌ها به ترتیب برابر با ۰/۹۴، ۰/۸۷، ۰/۸۸ و ۰/۸۶ به دست آوردند. این پرسشنامه برای اولین بار در ایران توسط ستاری و شکرکن، جهت استفاده در پژوهش ستاری (۱۳۸۶) به زبان فارسی آماده شده است. ضریب پایایی این پرسشنامه در پژوهش حاضر با روش آلفای کرونباخ برابر با ۰/۹۲ و اعتبار پرسشنامه با روش تحلیل عاملی تأییدی و شاخص‌های برازندگی تطبیقی^۳ (CFI) و شاخص جذر میانگین مجذورات خطای تقریب^۴ (RMSEA)، به ترتیب برابر با ۰/۸۶ و ۰/۰۶ است که در حد قابل قبول می‌باشند.

مقیاس اعتماد سازمانی. در این پژوهش اعتماد سازمانی با استفاده از مقیاس اعتماد سازمانی^۵ اسکورمن و بالینگر^۶ (۲۰۰۶) اندازه‌گیری گردید. این پرسشنامه شامل ۷ ماده است که پاسخ‌های آن روی مقیاس ۵ درجه‌ای از ۱ (کاملاً مخالفم) تا ۵ (کاملاً موافقم) ثبت می‌شوند. اسکورمن و بالینگر (۲۰۰۶) ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۴ را برای مقیاس گزارش کرده‌اند. پایایی این پرسشنامه در پژوهش حاضر ۰/۷۲ محاسبه گردید. هم‌چنین برای سنجش روایی این پرسشنامه از روش تحلیل عوامل استفاده گردید که شاخص‌های $CFI=0/94$ و $RMSEA=0/07$ نشان‌دهنده‌ی برازش قابل قبول الگوی تحلیل عاملی این مقیاس می‌باشند.

مقیاس خلاقیت سازمانی. در پژوهش حاضر برای اندازه‌گیری خلاقیت سازمانی^۷ از مقیاس ۴ سؤالی خلاقیت سازمانی گانه‌سان و وایتز^۸ (۱۹۹۶) استفاده شد. در این پژوهش

- 1- Multifactor Leadership Questionnaire (MLQ)
- 2- Bass & Avolio
- 3- Comparative Fit Index
- 4- Root Mean Square Error of Approximation
- 5- Organizational Trust Scale
- 6- Schoorman & Ballinger
- 7- Organizational Creativity Scale
- 8- Ganesan & Weitz

خلاقیت کارکنان سازمان، خلاقیت سازمانی نام‌گذاری شده است. پاسخ‌ها روی پیوستار لیکرتی ۷ درجه‌ای از (۱) کاملاً مخالفم تا (۷) کاملاً موافقم، نمره‌گذاری می‌شود. پایایی این پرسشنامه در پژوهش گانه‌سان و وایتز (۱۹۹۶) به روش آلفای کرونباخ برابر ۰/۷۵ بوده است. گانه‌سان و وایتز (۱۹۹۶) روایی این مقیاس را با تحلیل عامل تأییدی موردبررسی قرار دادند و نشان دادند که این مقیاس با توجه به شاخص‌های $CFI=0/93$ و $RMSEA=0/05$ و $GFI=0/92$ از برازندگی مطلوبی برخوردار است. این پرسشنامه برای اولین بار در ایران توسط شمسی و نعیمی، جهت استفاده در پژوهش شمسی (۱۳۹۳) به زبان فارسی آماده شده است. پایایی این پرسشنامه در پژوهش حاضر به روش آلفای کرونباخ برابر ۰/۸۷ می‌باشد. روایی پرسشنامه در پژوهش حاضر نیز نشان داد که با توجه به شاخص‌های $CFI=0/98$ و $RMSEA=0/01$ الگوی تحلیل عاملی این مقیاس دارای برازش قابل قبولی است.

پرسشنامه عزت نفس سازمان‌محور. به منظور سنجش عزت نفس سازمان‌محور در این پژوهش از پرسشنامه‌ی ۱۰ ماده‌ای عزت نفس سازمان‌محور^۱ پیرس و همکاران (۱۹۸۹) استفاده شد. آزمودنی‌ها می‌بایست برای پاسخ‌گویی، به رابطه‌ی خود با سازمان بیندیشند و میزانی که هر یک از سؤالات آزمون را باور دارند، بر روی یک طیف ۵ درجه‌ای لیکرتی، از «کاملاً مخالفم» تا «کاملاً موافقم» مشخص سازند. پیرس و گاردنر (۲۰۰۴)، با بررسی پژوهش‌هایی که درباره‌ی این سازه صورت گرفته است بیان کردند که میزان ضریب پایایی این آزمون به‌طور کل بین ۰/۸۲ تا ۰/۹۲ بوده و از روایی قابل قبولی برخوردار است. این پرسشنامه برای اولین بار در ایران توسط حیاوی (۱۳۹۰) به زبان فارسی آماده شده است. پایایی این پرسشنامه در پژوهش حاضر به روش آلفای کرونباخ برابر ۰/۷۲ می‌باشد. روایی پرسشنامه نیز نشان داد که با توجه به شاخص‌های $CFI=0/93$ و $RMSEA=0/07$ الگوی تحلیل عاملی این مقیاس دارای برازش قابل قبولی است.

یافته‌ها

یافته‌های توصیفی مربوط به میانگین، انحراف معیار و نیز ماتریس ضرایب همبستگی بین متغیرها در جدول ۱ نشان داده شده‌اند.

جدول ۱. میانگین، انحراف معیار و ماتریس ضرایب همبستگی بین متغیرها

متغیر	میانگین	انحراف معیار	ضرایب همبستگی			
			۱	۲	۳	۴
رهبری تحولی	۷۴/۶۶	۶/۶۱	-			
عزت نفس سازمان‌محور	۴۳/۶۶	۷/۵	۰/۳۳*	-		
اعتماد سازمانی	۲۹/۹۹	۳/۳۷	۰/۴۱*	۰/۴۳*	-	
خلاقیت سازمانی	۱۶/۱۸	۲/۶۳	۰/۳۵*	۰/۳۳*	۰/۴۲*	-

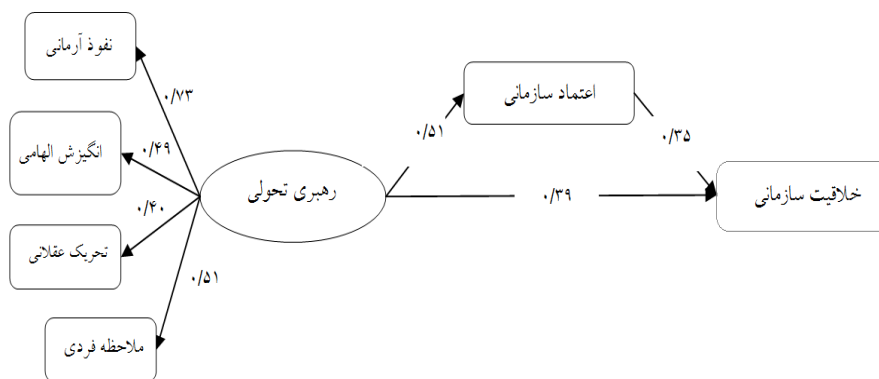
* $p < 0.01$

همان‌طور که در جدول ۱ مشاهده می‌شود ضرایب همبستگی بین رهبری تحولی با خلاقیت سازمانی برابر با ۰/۳۵ است که در سطح $p < 0.01$ معنی‌دار است. علاوه بر آن روابط بین رهبری تحولی، عزت نفس سازمان‌محور و اعتماد سازمانی نیز قابل توجه و معنی دارند. ضرایب همبستگی بین خلاقیت سازمانی با عزت نفس سازمان‌محور و اعتماد سازمانی نیز قابل توجه و معنی‌دار هستند. به منظور ارزیابی الگوی پیشنهادی، روش الگویابی معادلات ساختاری مورد استفاده قرار گرفت. بر این اساس، ترکیبی از شاخص‌های برازندگی جهت برازش الگوی پیشنهادی با داده‌ها مورد استفاده قرار گرفت. با وجود این که مقادیر اکثر شاخص‌های برازندگی نشان‌دهنده‌ی برازش قابل قبول الگوی پیشنهادی با داده‌ها بودند، اما شاخص جذر میانگین مجذورات خطای تقریب (RMSEA) نشان داد که الگو نیاز به بهبود دارد. به منظور اصلاح مدل و ارتقای برازش الگوی پیشنهادی، خطاهای دو خرده‌مقیاس تحریک عقلانی و ملاحظه فردی، به توصیه نرم‌افزار AMOS-18 همبسته شدند. نتایج حاکی از برازش مطلوب الگوی نهایی است. شاخص‌های برازندگی الگوی پیشنهادی و الگوی نهایی در جدول ۲ و شکل ۲ نشان داده شده‌اند.

جدول ۲. شاخص‌های برازندگی الگوی پیشنهادی و الگوی نهایی

شاخص‌های برازندگی	χ^2	df	χ^2/df	GFI	AGFI	IFI	TLI	CFI	NFI	RMSEA
الگوی پیشنهادی	۳۱/۴۴	۸	۳/۹۳	۰/۹۵	۰/۸۷	۰/۸۹	۰/۷۸	۰/۸۸	۰/۸۵	۰/۱
الگوی نهایی (الگوی اصلاح شده)	۱۶/۵۱	۷	۲/۳۵	۰/۹۷	۰/۹۲	۰/۹۵	۰/۹۰	۰/۹۵	۰/۹۲	۰/۰۸

همان‌طور که در جدول ۲ ملاحظه می‌شود، در مدل نهایی شاخص‌های برآزش بسیار خوبی حاصل شده است که حاکی از برآزش مناسب داده‌ها با این الگو می‌باشد. الگوی نهایی پژوهش همراه با ضرایب استاندارد مسیره‌ها در شکل ۲ مشاهده می‌گردد.



شکل ۲. ضرایب استاندارد مسیره‌ها در الگوی نهایی

همان‌طور که در شکل ۲ مشاهده می‌گردد، تمام ضرایب مسیره‌های مستقیم معنی‌دار هستند. افزون بر آن، یک فرض زیربنایی الگوی پیشنهادی حاضر، وجود مسیر واسطه‌ای بود که این رابطه با استفاده از روش بوت استرپ بررسی شد. نتایج آزمون بوت استرپ نشان داد که رابطه غیرمستقیم رهبری تحولی با خلاقیت سازمانی از طریق اعتماد سازمانی معنی‌دار ($p < 0/001$) است. نتایج حاصل از رابطه‌ی غیرمستقیم در جدول ۳ نشان داده شده است.

جدول ۳. نتایج بوت استرپ برای مسیر واسطه‌ای پژوهش

مسیر	داده‌ها	بوت سوگیری خطای استاندارد	حد پایین	حد بالا
رهبری تحولی ← اعتماد سازمانی	۰/۰۴۷۱	۰/۰۰۰۴	۰/۰۱۲۲	۰/۰۲۵۷
← خلاقیت سازمانی	۰/۰۴۷۱	۰/۰۰۰۴	۰/۰۱۲۲	۰/۰۲۵۷

همان‌طور که در جدول ۳ نشان داده شده است، به دلیل این‌که در رابطه غیرمستقیم، حد پایین و حد بالا صفر را در بر نمی‌گیرد، رابطه غیرمستقیم بین متغیرها معنی‌دار می‌باشد؛ به

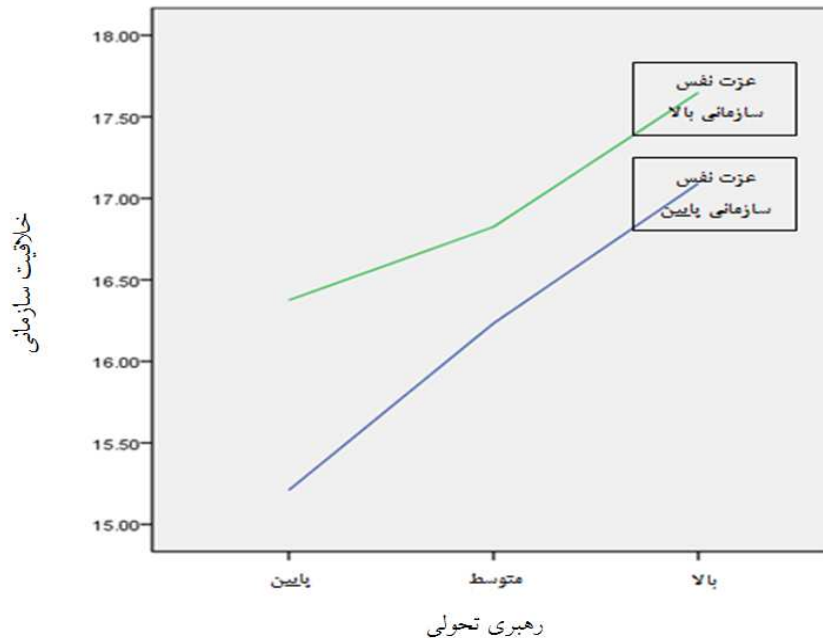
عبارت دیگر، اعتماد سازمانی در رابطه رهبری تحولی و خلاقیت سازمانی به‌عنوان متغیر میانجی عمل می‌کند. به‌منظور بررسی نقش عزت نفس سازمان‌محور در تعدیل رابطه‌ی بین رهبری تحولی و خلاقیت سازمانی، از روش آماری تحلیل رگرسیون سلسله‌مراتبی تعدیل‌کننده استفاده شد. نتایج حاصل از این تحلیل در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴. نتایج تحلیل رگرسیون سلسله‌مراتبی تعدیلی برای اثر تعاملی عزت نفس سازمان‌محور و رهبری تحولی در پیش‌بینی خلاقیت سازمانی

خلاقیت سازمانی					متغیر ملاک
ΔR^2	R^2	گام ۳ β	گام ۲ β	گام ۱ β	متغیر مستقل
-	۰/۱۲۸*	۰/۲۶*	۰/۲۷*	۰/۳۵*	رهبری تحولی
۰/۰۵۱*	۰/۱۷۹*	۰/۲۶*	۰/۲۴*	-	عزت نفس سازمان‌محور
۰/۰۳۵*	۰/۲۱۴*	۰/۱۸*	-	-	رهبری تحولی × عزت نفس سازمان‌محور

* $p < 0/01$

همان‌گونه که در جدول ۴ دیده می‌شود، وارد کردن تعامل رهبری تحولی و عزت نفس سازمان‌محور به معادله رگرسیون در گام سوم، به تبیین ۰/۲۱۴ درصد از واریانس خلاقیت سازمانی با ۰/۰۳۵ درصد واریانس انحصاری افزوده منجر شد. ضریب رگرسیون برابر با ۰/۱۸ است و در سطح $p < 0/01$ معنی‌دار است. بنابراین، اثر تعاملی رهبری تحولی و عزت نفس سازمان‌محور در پیش‌بینی خلاقیت سازمانی از لحاظ آماری معنی‌دار است. تعامل معنی‌دار یاد شده نشان می‌دهد که رابطه بین رهبری تحولی و خلاقیت سازمانی در افراد واجد عزت نفس سازمان‌محور بالا نسبت به افراد واجد عزت نفس سازمان‌محور پایین، قوی‌تر است. شکل ۳ نحوه‌ی تعامل رهبری تحولی و عزت نفس سازمان‌محور را در ارتباط با خلاقیت سازمانی نشان می‌دهد. همان‌گونه که شکل ۳ نشان می‌دهد، رهبری تحولی در کارکنانی که عزت نفس سازمان‌محور بالاتری دارند، در مقایسه با کارکنانی که عزت نفس سازمان‌محور پایین‌تری دارند، رابطه‌ی قوی‌تری با خلاقیت سازمانی دارد. این نمودار تعامل، نقش تعدیل‌کننده عزت نفس سازمان‌محور در رابطه بین رهبری تحولی و خلاقیت سازمانی را موردحمایت قرار می‌دهد.



شکل ۳. نحوه تعامل رهبری تحولی و عزت نفس سازمان محور با خلاقیت سازمانی

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از پژوهش حاضر بررسی اثر رهبری تحولی بر خلاقیت سازمانی با میانجی‌گری اعتماد سازمانی و تعدیل‌گری عزت نفس سازمان محور بود. همان‌طور که یافته‌ها نشان دادند رابطه‌ی رهبری تحولی و خلاقیت سازمانی به صورت مستقیم معنی‌دار بود. این یافته با نتیجه پژوهش‌هایی همچون ال‌کینز و کلر^۱ (۲۰۰۳)، گوموسلوگلو و ایلسو (۲۰۰۹) همخوان است. به اعتقاد ال‌کینز و کلر (۲۰۰۳) و گوموسلوگلو و ایلسو (۲۰۰۹)، رفتارهای رهبر تحولی انطباق زیادی با عوامل مؤثر در نوآوری و خلاقیت در محیط کار دارند؛ برخی از این رفتارها عبارت‌اند از حمایت از نوآوری، تفویض، ترغیب، تأیید و به چالش کشیدن. در واقع، این رفتارها وسیله‌ای برای ارتقاء خلاقیت هستند (سوسیک، کاهای و اولیو،^۲ ۱۹۹۸). تورنس^۳

1- Elkins & Keller

2- Sosik, Kahai, & Avolio

3- Torrance

(۱۹۸۸) با بازنگری پیشینه پژوهشی دریافت که آموزگاران که دانش‌آموزان را به مخالفت اولیه تشویق می‌کنند، گستره‌ای از پیشنهادهای مختلف را مدنظر قرار می‌دهند، ابداع راه‌حل‌های غیرعادی را ترغیب می‌نمایند و به نظرات همه دانش‌آموزان بها می‌دهند و خلاقیت را افزایش می‌دهند (سوسیک و همکاران، ۱۹۹۸). این رفتارها مشابه با دو مؤلفه‌ی رهبری تحولی هستند؛ این دو مؤلفه تحریک عقلانی و ملاحظه فردی می‌باشند. رهبرانی که رفتارهای تحریک عقلانی را نشان می‌دهند، می‌توانند تفکر مولد^۱ و اکتشافی^۲ پیروان خود را توسعه دهند. این قبیل رهبران به‌منظور توسعه تفکر مولد، پیروان خود را تشویق می‌کنند تا جهت تحلیل، ترکیب و ارزیابی مسائل از تفکر غیرمعارف استفاده نمایند. به‌علاوه، آن‌ها به‌منظور افزایش تفکر اکتشافی به احتمال زیاد تفکر انتقادی^۳ و تفکر مجدد اعضای گروه روی نظرات را تشویق می‌نمایند (سوسیک و همکاران، ۱۹۹۸). هم‌چنین، رهبرانی که رفتارهای ملاحظه فردی نشان می‌دهند، دیدگاه‌ها و نظرات همه اعضای گروه را موردتوجه قرار می‌دهند و به آنان بها می‌دهند (تاگر^۴، ۲۰۰۲). این شبکه‌های گسترش یافته دانش و آگاهی می‌توانند به ایجاد نیروی محرکی جهت افزایش خلاقیت منجر شوند (سوسیک و همکاران، ۱۹۹۸). هم‌چنین رهبران تحولی با ایجاد انگیزش الهامی می‌توانند خلاقیت پیروان خود را افزایش دهند. این رهبران می‌توانند پیروان خود را ترغیب کنند و به آنان القا نمایند تا خودپنداره خود را به مصلحت جمعی گروه و مأموریت آن پیوند زنند؛ که این کار منجر به افزایش انگیزش درونی پیروان برای کار گروهی می‌گردد (سوسیک و همکاران، ۱۹۹۸).

یافته‌ها هم‌چنین نشان دادند که اعتماد سازمانی به‌عنوان میانجی‌گر نقش مؤثری در تبیین رابطه‌ی بین رهبری تحولی و خلاقیت سازمانی ایفا می‌کند. این یافته با نتیجه پژوهش چو، لی، چنگ و چنگ^۵ (۲۰۱۳)؛ گودو^۶ (۲۰۰۸)؛ گروس^۷ (۲۰۱۴)؛ و اودین^۸ (۲۰۱۳) هم‌خوان است.

-
- 1- generative thinking
 - 2- exploratory thinking
 - 3- critical thinking
 - 4- Taggar
 - 5- Chou, Lin, Chang, & Chuang
 - 6- Ngodo
 - 7- Gross
 - 8- Uddin

اعتماد به رهبر باعث می‌شود که کارکنان نسبت به زمانی که به رهبر خود اعتماد ندارند عملکرد بهتری داشته باشند. این اعتماد باعث می‌شود که رابطه قوی بین رهبر و کارکنان ایجاد گردد (دریکز و فرین^۱، ۲۰۰۲). دلیل زیربنایی آن این است که رهبر تحولی باعث می‌شود کارکنان در محیط دوستانه‌ای کار کنند که در آن وظایف بسیار مشخص طراحی شده‌اند و اهداف تعریف شده هستند. این باعث می‌شود کارکنان به رهبر و سازمان اعتماد کنند، پذیرای چالش‌ها و خط‌مشی‌های نوآورانه باشند و در نتیجه خلاقیت آنان افزایش یابد (پیلای و همکاران، ۱۹۹۹). ون‌زیل و لازنی^۲ (۲۰۰۲) دریافتند که اعتماد کارکنان به رهبران منجر به افزایش انطباق کارکنان با نقش‌ها و مقررات سازمانی می‌گردد، اعمال تغییرات سازمانی را تسهیل می‌نماید و مشارکت کارکنان در بهبود عملکرد را افزایش می‌دهد. وجود جو اعتماد موجب به اشتراک گذاشتن اطلاعات، تعهد به تصمیمات، رفتار مدنی سازمانی، بهبود روحیه کارکنان و افزایش نوآوری می‌شود و به مدیریت اثربخش سازمان‌ها کمک می‌کند. از این‌رو، اندیشمندان مدیریت، اعتماد را عامل مهمی در افزایش خلاقیت، عملکرد، همکاری و تعارض، پیش‌فرض‌های مدیریت نسبت به کارکنان، تغییر و بالندگی سازمانی، مشارکت، ارتباطات و قراردادهای اجتماعی می‌دانند.

نتایج هم‌چنین نشان دادند که عزت نفس سازمان‌محور رابطه‌ی بین رهبری تحولی و خلاقیت سازمانی را تعدیل می‌نماید. این یافته بدین معنی است که رهبری تحولی در افرادی که عزت نفس سازمان‌محور بالاتری دارند، آثار مثبت بیشتری از جمله خلاقیت سازمانی ایجاد می‌کند. بنابراین، می‌توان ادعا کرد که رابطه بین رهبری تحولی و خلاقیت سازمانی در سطوح مختلف عزت نفس سازمان‌محور متفاوت است. این یافته با پژوهش رنک و همکاران (۲۰۰۹) همخوان است. عزت نفس سازمان‌محور، یک ویژگی مطلوب است که نشانه‌های مرتبط با صفات مشخص را برای افرادی که رهبرانی تحولی دارند فعال می‌کند که موجب تسهیل اثرهای محیطی می‌شوند. در واقع کارکنانی که خود را به‌عنوان یک عضو توانا، مهم و با ارزش در سازمان باور دارند، بهتر می‌توانند به وظیفه‌ی خود عمل کنند، در مسائل جاری سازمان

1- Dirks & Ferrin

2- Van Zyl & Lazenby

مشارکت کنند، در مقابل سختی‌ها و دشواری‌ها صبر و بردباری به خرج دهند، ایده‌های تازه برای تغییر در محصولات، خدمات و فرآیندها ایجاد کنند و به منظور دستیابی بهتر به اهداف سازمانی راه‌حل‌های بدیع‌تری ارائه دهند. این ویژگی‌ها با کمک رهبر تحولی می‌توانند در فرد نمایان گردند (رنک و همکاران، ۲۰۰۹).

عزت نفس سازمان‌محور در محل کار به صورت ارزش‌هایی مانند درستی (تمامیت)، صداقت، مسئولیت، شفقت، احترام و شجاعت نمایان می‌شود. این ویژگی می‌تواند به مدیریت هیجان‌ها و هم‌زیستی مسالمت‌آمیز کمک کند (آنیما‌ساهون^۱، ۲۰۰۸). بدین ترتیب در سازمان‌هایی که کارکنانشان سطوح عزت نفس سازمان‌محور و رهبری تحولی بالایی را تجربه می‌کنند، خلاقیت سازمانی بیشتری دیده می‌شود. بر مبنای نتایج به دست آمده و با توجه به منافع رهبری تحولی برای سازمان که فراتر از شکل دادن به رفتارهای کارکنان است، پیشنهاد می‌شود که سازمان‌ها به دنبال گزینش و هم‌چنین آموزش رهبران تحولی باشند. به عنوان مثال، سازمان‌ها می‌توانند از ابزارهای گزینشی که نفوذ آرمانی، انگیزش الهامی، تحریک عقلانی و ملاحظه فردی را اندازه می‌گیرند استفاده نمایند؛ ابزارهایی مانند آزمون‌ها، مصاحبه‌های ساختار یافته و تمرینات مرکز ارزیابی که بر این ابعاد تمرکز دارد. سازمان‌ها هم‌چنین می‌توانند در آموزش رهبران سرمایه‌گذاری کنند؛ آموزش‌هایی مانند نشان دادن اهمیت رهبری تحولی و پیامدهای آن، پاداش و انجام دادن وظیفه به عنوان الگوی کارکنان در سازمان.

منابع

فارسی

پیریایی، صالحه (۱۳۹۰). اثر عدالت سازمانی بر عملکرد شغلی، تعهد سازمانی و قصد ترک شغل با میانجی‌گری اعتماد به نظام سازمان و اعتماد بین فردی در کارکنان شرکت ملی مناطق نفت‌خیز جنوب منطقه‌ی اهواز. پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد رشته‌ی روان‌شناسی صنعتی و سازمانی، دانشکده‌ی علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز.

حیاوی، غزاله (۱۳۹۰). اثر حمایت سازمانی ادراک شده بر تعهد عاطفی، خشنودی شغلی و عملکرد شغلی با میانجی‌گری اعتماد به سازمان و عزت نفس سازمان محور در کارکنان ستادی شرکت ملی حفاری ایران. پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد رشته‌ی روان‌شناسی صنعتی و سازمانی، دانشکده‌ی علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز.

ستاری، فاطمه (۱۳۸۶). بررسی روابط ساده و چندگانه ابعاد بزرگ شخصیتی با سبک‌های رهبری تبدیلی و تبدیلی در مدیران وزارت صنایع و معادن. پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد رشته‌ی روان‌شناسی صنعتی و سازمانی، دانشکده‌ی علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز.

شمسی، مرجان (۱۳۹۳). طراحی و آزمون الگویی از اثر هوش معنوی شغلی بر رفتارهای مولد سازمانی با میانجی‌گری سرمایه‌های روان‌شناختی، بهزیستی حرفه‌ای و خشنودی شغلی در کارکنان شرکت گاز استان لرستان. پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد رشته‌ی روان‌شناسی صنعتی و سازمانی، دانشکده‌ی علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه شهید چمران اهواز.

کورمن، آبراهام ک (۱۹۷۷). روان‌شناسی صنعتی و سازمانی. ترجمه‌ی حسین شکرکن (۱۳۸۱). چاپ سوم، تهران: انتشارات رشد.

نیازی، محسن و نصرآبادی، محمد (۱۳۸۷). توانمندسازی بر اساس راهبرد سرمایه اجتماعی. ماهنامه تدبیر، ۲۰۳، ۶-۲۱.

لاتین

Amabile, T. M. (1998). Creativity in context, boulder, CO: West viewpress inc. How to kill creativity. *Harvard Business Review*, 76 (5), 77-80.

Animasahun, R. A. (2008). Predictive estimates of emotional intelligence, spiritual intelligence, self-efficacy and creativity skills on conflict resolution behaviour among the NURTW in the south western nigeria. *Pakistan Journal of Life and Social Sciences*, 6 (2), 68-74.

- Bass, B. M. (1997). Does the transactional-transformational leadership paradigm transcend organizational and national boundaries? *American Psychologist*, 52 (2), 130-139.
- Bass, B. M. & Avolio, B. J. (2000). *MLQ: Multifactor Leadership Questionnaire*. Mind Garden.
- Chou, H. W., Lin, Y. H., Chang, H. H., & Chuang, W. W. (2013). Transformational leadership and team performance the mediating roles of cognitive trust and collective efficacy. *SAGE Open*, 3 (3), 1-10.
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. Consulting Psychologists Press.
- Deutsch, M. (1958). Trust and suspicion. *Journal of Conflict Resolution*, 265-279.
- Dirks, K. T. & Ferrin, D. L. (2002). Trust in leadership: meta-analytic findings and implications for research and practice. *Journal of Applied Psychology*, 87 (4), 611.
- Elkins, T. & Keller, R. T. (2003). Leadership in research and development organizations: A literature review and conceptual framework. *The Leadership Quarterly*, 14 (4), 587-606.
- Galford, R. & Drapeau, A. S. (2003). The enemies of trust. *Harvard Business Review*, 81 (2), 88-95.
- Ganesan, S., & Weitz, B. A. (1996). The impact of staffing policies on retail buyer job attitudes and behaviors. *Journal of Retailing*, 72 (1), 31-56.
- Gross, R. (2014). The impact of transformational leadership, climate and trust in cross-functional teams. *International Journal of Recent Advances in Organizational Behavior and Decision Sciences*, 1 (2), 108-132.
- Gumusluoglu, L. & Ilsev, A. (2009). Transformational leadership, creativity, and organizational innovation. *Journal of Business Research*, 62 (4), 461-473.

- Hyypia, M. & Parjanen, S. (2013). Boosting creativity with Transformational leadership in fuzzy front-end innovation processes. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge and Management*, 8, 21-41.
- Ngodo, O. E. (2008). Procedural justice and trust: The link in the transformational leadership–organizational outcomes relationship. *International Journal of Leadership Studies*, 4 (1), 82-100.
- Pierce, J. L. & Gardner, D. G. (2004). Self-esteem within the work and organizational context: A review of the organization-based self-esteem literature. *Journal of Management*, 30 (5), 591-622.
- Pierce, J. L., Gardner, D. G., Cummings, L. L., & Dunham, R. B. (1989). Organization-based self-esteem: Construct definition, measurement, and validation. *Academy of Management Journal*, 32 (3), 622-648.
- Pillai, R., Schriesheim, C. A., & Williams, E. S. (1999). Fairness perceptions and trust as mediators for transformational and transactional leadership: A two-sample study. *Journal of Management*, 25 (6), 897-933.
- Rank, J., Nelson, N. E., Allen, T. D., & Xu, X. (2009). Leadership predictors of innovation and task performance: Subordinates' self-esteem and self-presentation as moderators. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 82 (3), 465-489.
- Rousseau, D. M., Sitkin, S. B., Burt, R. S., & Camerer, C. (1998). Not so different after all: A cross-discipline view of trust. *Academy of Management Review*, 23 (3), 393-404.
- Schoorman, F. D. & Ballinger, G. A. (2006). *Leadership, trust and client service in veterinary hospitals*. Unpublished Working Paper. Purdue University.
- Shalley, C. E., Zhou, J., & Oldham, G. R. (2004). The effects of personal and contextual characteristics on creativity: Where should we go from here?. *Journal of Management*, 30 (6), 933-958.
- Sosik, J. J., Kahai, S. S., & Avolio, B. J. (1998). Transformational

- leadership and dimensions of creativity: Motivating idea generation in computer-mediated groups. *Creativity Research Journal*, 11 (2), 111-121.
- Spector, P., Borman, W., & Cimino, C. (2004). *Emotional intelligence and leadership styles*. Department of Psychology College of Arts and Sciences, available at Shannon Webb.
- Sweetman, D., Luthans, F., Avey, J. B., & Luthans, B. C. (2011). Relationship between positive psychological capital and creative performance. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, 28 (1), 4-13.
- Taggar, S. (2002). Individual creativity and group ability to utilize individual creative resources: A multilevel model. *Academy of Management Journal*, 45 (2), 315-330.
- Torrance, E. P. (1988). The nature of creativity as manifest in its testing. *The Nature of Creativity*, 43-75.
- Tyler, T. R. & DeGoey, P. (1996). Trust in organizational authorities. *Trust in Organizations: Frontiers of Theory and Research*, 331-356.
- Uddin, M. H. (2013). Role of transformational leadership in organizational change: Mediating role of trust. *Journal of Business and Management*, 7 (2), 72-76.
- Van Zyl, E. & Lazenby, K. (2002). The relation between ethical behavior and work stress amongst a group of managers working in affirmative action positions. *Journal of Business Ethics*, 40 (2), 111-119.
- Yilmaz, K. (2008). The relationship between organizational trust and organizational commitment in Turkish primary schools. *Journal of Applied Sciences*, 8 (12), 2293-2299.
- Yukl, G. (2008). How leaders influence organizational effectiveness. *The Leadership Quarterly*, 19 (6), 708-722.
- Zhou, J. & George, J. M. (2001). When job dissatisfaction leads to

creativity: Encouraging the expression of voice. *Academy of Management Journal*, 44 (4), 682-696.