

بررسی رابطه بین رهبری خدمتگزار و سرمایه فکری با نقش میانجی جامعه پذیری سازمانی در میان کارکنان ادارات کل ورزش و جوانان استان آذربایجان غربی

مهرداد محرم زاده^۱، هوشیار فتاحی^{۲*}، سید محمد کاشف^۳

۱- استاد مدیریت ورزشی دانشگاه محقق اردبیلی ۲- کارشناسی ارشد مدیریت ورزشی دانشگاه ارومیه ۳- دانشیار مدیریت ورزشی دانشگاه ارومیه

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۰۵/۰۶ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۱۰/۰۷

The Investigating Relationship between Servant Leadership with Intellectual Capital with Test the Role of Mediator of Organizational Socialization among the Staff Departments of Youth and Sports West Azerbaijan province Mehrdad Moharramzadeh¹, Hushyar Fattahi^{2*}, Seyed Mohammad Kashef³

1-Professor, University of Mohaghegh Ardabil 2- M. A. in Sport Management, Urmia University

3- Associate Professor, Urmia University

Received: (2015/07/28)

Accepted: (2015/12/28)

چکیده

Abstract

This study aimed to investigate relationship the effect of servant leadership on intellectual capital; test the role of mediator organizational socialization among the staff departments of Youth and Sports West Azerbaijan province is done. The research method was descriptive and co relational study, structural equation modeling. Statistical population included all male and female employees in the departments of Youth and Sports in Western Azerbaijan province is 219 that by using sampling method purposefully non-random statistical sample 196 persons as sample were select for study. For gathering data, three standard questionnaires Servant leadership, intellectual capital and socialization were used. Research data after collecting by using statistical software LISREL, SPSS at descriptive level (mean, standard deviation, skew and kurtosis) and inferential statistics (Pearson correlation coefficient, structural modeling) were analyzed. Results of Structural equation modeling showed that the direct effect of servant leadership (0/35) and organizational socialization (0/47) on intellectual capital at the level of 0/001 is positive and significant. The direct effect of servant leadership (0/69) on organizational socialization at level of 0/001 is positive and significant. Indirect effect of servant leadership on intellectual capital with role of mediator organizational socialization (0/30) at level of 0/001 is positive and significant

پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه بین رهبری خدمتگزار و سرمایه فکری با نقش میانجی جامعه‌پذیری سازمانی در میان کارکنان زن و مرد ادارات کل ورزش و جوانان استان آذربایجان غربی انجام شده است. روش تحقیق، توصیفی و طرح پژوهشی همبستگی از نوع مدل یابی معادلات ساختاری است. جامعه آماری این پژوهش شامل تمامی کارکنان زن و مرد ادارات کل ورزش و جوانان استان آذربایجان غربی به تعداد ۲۱۹ می‌باشد. با استفاده از روش نمونه‌گیری غیرتصادفی هدفمند ۱۹۶ نفر به عنوان نمونه آماری جهت مطالعه انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌های پژوهش از سه پرسشنامه استاندارد رهبری خدمتگزار، سرمایه فکری و جامعه‌پذیری استفاده شد. داده‌های تحقیق پس از جمع‌آوری با استفاده نرم‌افزارهای آماری LISREL, SPSS در دو سطح توصیفی (میانگین، انحراف استاندارد، کجی و کشیدگی) و استنباطی (ضریب همبستگی پیرسون، مدل‌سازی ساختاری) تحلیل شدند. نتایج معادلات ساختاری نشان داد که اثر مستقیم رهبری خدمتگزار (۰/۳۵) و جامعه‌پذیری سازمانی (۰/۴۷) بر سرمایه فکری در سطح ۰/۰۰۱ مثبت و معنی‌دار می‌باشد. اثر مستقیم رهبری خدمتگزار (۰/۶۹) بر جامعه‌پذیری سازمانی در سطح ۰/۰۰۱ مثبت و معنی‌دار می‌باشد. اثر غیر مستقیم رهبری خدمتگزار بر سرمایه فکری با نقش میانجی جامعه‌پذیری سازمانی (۰/۳۰) در سطح ۰/۰۰۱ مثبت و معنی‌دار می‌باشد.

واژه‌های کلیدی

رهبری خدمتگزار، جامعه‌پذیری سازمانی، سرمایه فکری، کارکنان.

Keywords

Servant Leadership, Organizational Socialization, Intellectual Capital, Staff.

* نویسنده مسئول: هوشیار فتاحی

E-mail: hushyar.fatahi4030@gmail.com

*Corresponding Author: Hushyar Fatahi

مقدمه

در دنیای امروز برای اماکن ورزشی نه تنها حفظ منابع موجود و یا مشتریان موجود، بلکه جذب منابع جدید و مشتریان موجود دارای اهمیت فوق العاده‌ای می‌باشد. چراکه موجودیت این اماکن بستگی به حضور و یا عدم حضور مشتریان و سرمایه دارد، در نتیجه راهبرد مؤثری که پیش روی این سازمان‌ها قرار دارد این است که بتوانند قدرت رقابتی خود را با مدیریت دارایی‌های نامشهود در پرتوی مدیریت رفتارهای سازمانی افزایش دهند.

در دنیای پیچیده، معتبر و رقابتی عصر حاضر، دیگر نمی‌توان با دسترسی محدود به اطلاعات و نیروی انسانی، بدون ابزارها و فرایندهای ساده مدیریت اثربخش منابع انسانی، سازمان‌ها را اداره کرد، در این راستا اکثر سازمان‌ها فرایندهای مستمری را برای اداره سازمان و ارزیابی اهدافشان ایجاد می‌نمایند تا بتوانند در درازمدت در عرصه‌های رقابتی با نگرش به مدیران تحول‌آفرین به پرورش سرمایه‌های فکری^۱ در یک سازمان بپردازند و گام مؤثری در جهت ارتقاء و بهبود وضعیت منابع انسانی بردارند (۱۶). سرمایه فکری روی شاخص‌های کیفی و غیرمالی برای دورنماهای استراتژیک آینده تأکید دارد و شاید بتواند با محیط منحصربه‌فردی که سازمان‌های غیرانتفاعی در آن فعالیت می‌کنند، هماهنگ شود. سرمایه فکری با ارائه شناخت بیشتر درباره چگونگی تخصیص منابع سازمانی، به استقرار استراتژیک سازمان‌های غیرانتفاعی کمک می‌کند. هم‌زمان، سرمایه فکری سازمان را توانا می‌سازد تا با ارائه اطلاعات معنی‌دار به ذینفعان سازمانی، عملکرد خودشان را بهبود بخشند. سرمایه فکری به سازمان‌ها در مورد تلاش برای تطبیق با هدف‌های اجتماعی و بازرگانی خود کمک می‌کند. سرمایه فکری مناسب‌ترین مفهوم مدیریت استراتژیک، برای سازمان‌های غیرانتفاعی است (۱۴). سرمایه فکری یک پایگاه منابع جدید است که از طریق آن سازمان می‌تواند به رقابت بپردازد. سرمایه فکری عبارت است از تلاش برای استفاده مؤثر از دانش در مقابل اطلاعات. سرمایه فکری اصطلاحی برای ترکیب دارایی ناملموس بازار، دارایی فکری، دارایی انسانی و دارایی زیر ساختاری است که سازمان را برای انجام فعالیت‌هایش توانمند می‌سازد (۱۱). پیترز^۲ بیان می‌کند که دانش امروز از اجزای کلیدی سرمایه‌داری معاصر محسوب می‌شود و آنچه در این بین از اهمیت وافری برخوردار است

فرایند ایجاد، کسب، سازماندهی و انتقال دانش است. سرمایه فکری عبارت از ارزش اقتصادی دو دسته از دارایی‌های نامشهود سازمانی است: سرمایه ساختاری و سرمایه انسانی. سرمایه ساختاری اشاره به سیستم‌های سخت افزاری و نرم‌افزاری شبکه‌های توزیع شده به هم پیوسته و سرمایه انسانی، منابع انسانی در داخل سازمان و مشتریان و حامیان سازمانی است. از دیدگاه ادوینسون و مالون سرمایه فکری داشتن نگاه متفاوت به ارزش‌های سازمانی است که می‌تواند دو بعد سرمایه انسانی و ساختاری را برای آن‌ها متصور شد (۱). سرمایه فکری از لحاظ منابع سازمانی، مربوط به ثروت آفرینی از راه سرمایه‌گذاری در دانش، اطلاعات، دارایی فکر و تجربه تعریف می‌شود (۱۲). این مفهوم در برگیرنده سه مؤلفه اصلی غیر مالی و دارای رابطه‌ی متقابل به صورت زیر است:

۱) سرمایه‌ی انسانی^۳ ۲) سرمایه‌ی ساختاری^۴ ۳) سرمایه مشتری^۵

سرمایه انسانی: سرمایه انسانی به عنوان یک منبع نوآوری و بازسازی استراتژیک، برای سازمان‌ها مهم است. یک سرمایه‌ی انسانی که سطح بالاتری دارد اغلب با بهره‌وری بیشتر و درآمدها و یا حقوق و مزایای بالاتر تداعی می‌شود.

سرمایه‌ی ساختاری: سرمایه‌ی ساختاری زیر ساختار حمایتی سرمایه انسانی محسوب می‌شود و شامل همه‌ی ذخایر غیر انسانی دانش در سازمان‌ها مانند پایگاه داده‌ها، دفترچه راهنمای فرایند‌ها، استراتژی‌ها، رویه‌ها، فرهنگ سازمانی، انتشارات و کپی‌رایت‌ها می‌شود که برای سازمان‌ها ایجاد ارزش می‌کند (۳۲).

سرمایه‌ی مشتری: روابط رسمی و غیر رسمی یک سازمان را با ذینفعان خارجی و ادراک‌های آنها درباره‌ی سازمان و نیز چگونگی تبادل اطلاعات بین سازمان‌ها را مشخص می‌کند (۳۵). در مقابل نیز سازمان‌ها برای رسیدن به اهداف خود نیازمند شناخت نحوه‌ی عملکرد کارکنانشان هستند تا بر این اساس عملکرد خود را بهبود بخشند و تحولات مثبتی در سازمان ایجاد کنند (۳۴). فقدان شناخت کافی و کامل از استعدادها و ضعف‌های بالقوه‌ی کارکنان، ناشی از فقدان ارزیابی صحیح مدیران و سرپرستان از کیفیت و

3. Human capital
4. Structural capital
5. Relational capital

1. Intellectual capital
2. Peters

در پژوهش حاضر برای سنجش ویژگی‌های رهبری خدمتگزار مدیران از مدل لاب^۱ (۱۹۹۹) استفاده می‌شود. رهبری خدمتگزار از دیدگاه لاب از طریق شش مولفه اندازه گیری می‌شود که عبارتند از:

ارزش دادن به افراد: به معنای اعتقاد به افراد، توجه کردن به نیازهای افراد قبل از خودش و پذیرش و گوش دادن بدون قضاوت است (۲۴).

توسعه افراد: فراهم کردن فرصت‌هایی برای یادگیری و رشد و نشان دادن رفتار مناسب، تقویت دیگران از طریق تشویق و ترغیب است (۸).

برقراری روابط دوستانه: به معنای ایجاد روابط شخصی قوی، کار کردن همکارانه با دیگران، ارزش قائل شدن به تفاوت‌های دیگران است.

نشان دادن اعتماد: به معنای پاسخگویی به افراد، تمایل به یادگیری از دیگران و حفظ صداقت و اعتماد است.

فراهم نمودن زمینه رهبری: پیش‌بینی آینده، ابتکار و کارآفرینی و روشن ساختن اهداف به اعضای گروه است.

به اشتراک گذاشتن رهبری: به معنای ایجاد تسهیل‌بینش مشترک، تسهیم قدرت و کنترل و موقعیت مشترک و ارتقای دیگران است (۲۹). رهبری خدمتگزار بر فلسفه خدمت‌رسانی استوار شده است و رهبران خدمتگزار، توانمندسازی، اعتمادمقابل، روحیه همکاری، رفتارهای فرا نقشی (رفتار شهروندی سازمانی)، استفاده اخلاقی و ارزش خدمت‌رسانی به پیروان را هر چیز دیگری در سازمان ترجیح می‌دهند (۳۲).

مفهوم جامعه‌پذیری و اجتماعی شدن در قاموس علوم اجتماعی قدمت زیادی ندارد، سابقه این اصطلاح به سال ۱۸۲۸ میلادی برمی‌گردد. گتورگ زیمل در سال ۱۸۹۵ میلادی این واژه را در ایالت متحده آمریکا در تحقیقی به کار برد. در اواخر دهه ۱۹۳۰ میلادی این مفهوم مورد توجه بسیاری از مطالعات بین‌رشته‌ای قرار گرفت و با انتشار کتاب هربرت هایمن در سال ۱۹۵۹ اصطلاح جامعه‌پذیری رسمیت علمی پیدا نمود (۲۷). جامعه‌پذیری سازمانی کلیدی کارآمد و مؤثر در یکپارچه‌سازی کارکنان تازه وارد در سازمان است (۲۱)؛ و نقش بسیار مهمی در ساخت ارزش‌ها و نگرش‌های

کمیت عملکرد کارکنان آنها می‌باشد (۳). از متغیرهایی که به طور بالقوه می‌توانند بر سرمایه فکری اثرگذار باشند رهبری خدمتگزار و جامعه‌پذیری سازمانی است.

تئوری رهبری خدمتگزار برای نخستین بار توسط گرین لیف مورد استفاده قرار گرفت (۲). رهبری خدمتگزار با حس طبیعی فردی آغاز می‌شود؛ یعنی فردی که تمایل ذاتی به خدمت دارد (۲۰). این انتخاب آگاهانه، فرد را مشتاق می‌کند تا دیگران را هدایت نماید. زمانی که به افراد خدمت ارائه می‌شود، آنها با دریافت خدمت سالم‌تر، خردمندتر، آزادتر و دارای استقلال بیشتر شده و حتی دوست دارند که خودشان هم خدمتگزار شوند (۱۹). ویژگی خدمت به دیگران به این معنا نیست که رهبر خدمتگزار، کارها و وظایف پیروانش را انجام می‌دهد، بلکه تمرکز رهبری بر این است که از این طریق شایستگی‌های پیروان را جهت رسیدن به اهدافشان و خدمت به سازمان و جامعه بهبود ببخشد و حس استقلال پیروان را تقویت نماید (۱۳). رهبری خدمتگزار ریشه در فراهم کردن خدمت به دیگران دارد و این خدمت از احساس طبیعی یا تمایل به خدمت سرچشمه می‌گیرد (۴).

به اعتقاد گرین لیف (۱۹۷۷) رهبری خدمتگزار در مرحله اول یک خدمتگزار است و بعد همین خدمتگزاری کلیدی برای عظمت اوست (۵). به نظر او، رهبر خدمتگزار ابتدا خدمت می‌کند؛ سپس آگاهانه مواردی را که تمایل به هدایت آنها دارد، انتخاب می‌کند. او به شدت با فردی که از ابتدا رهبر است فرق دارد و این تفاوت از طریق توجهی که رهبری خدمتگزار برای مطمئن شدن از اینکه نیازهای ابتدایی سایر افراد برآورد می‌شود، خود را نشان می‌دهد (۲۳). آنها بر خلاف رهبران قدیمی که انگیزه ابتدایی آنها رهبری بود، بیشتر به تمایل برای خدمت کردن برانگیخته می‌شوند تا تمایل برای رهبری کردن (۳۲).

اساس رهبری توانایی نفوذ در انسان‌ها است. رهبری کوششی برای تأثیر بر افراد یا گروه بدون اعمال قدرت است (۱۰). ایده رهبری خدمتگزار می‌تواند در چنین بستری از توجه به دیگران شکل گرفته باشد. رهبری باید در ابتدا نیازهای دیگران را مورد نظر قرار دهد، به همین دلیل تمرکز رهبری خدمتگزار بیشتر بر روی دیگران است تا به روی خود (۳۱). به طور مفهومی خدمت به دیگران، انگاره جدیدی که رهبری را انسانی‌تر می‌نگرد، ارتقا می‌دهد. مدل رهبری خدمتگزار ابزار موثری برای آزاد کردن افراد از محیط‌های سستی و اعمال کنترل توسط رهبران می‌باشد (۹).

چشم انداز از آینده سازمان: چشم انداز از آینده سازمان می پرسد که کارکنان فرصت ها و پاداش های سازمان را در آینده چگونه ارزیابی می کنند. این بعد ادراکات کارکنان از چشم اندازهای شغل خود و پذیرش آن در سازمانی است که کار می کنند را شامل می شود (۳۳). در ادامه خلاصه از مطالعات صورت گرفته در خصوص متغیرهای پژوهش ارائه می گردد. قلی پور و همکارانش (۱۳۸۸) گزارش کردند رابطه قوی میان رهبری خدمتگزار، اعتماد سازمانی و توانمند سازی وجود دارد (۱۰). نادری و همکاران (۱۳۸۸) رابطه بین جامعه پذیری سازمانی و آرزوهای شغلی را مثبت و معنی داری گزارش کردند (۱۷). همچنین یوسفی سعید آبادی و همکارانش (۱۳۸۹) به بررسی رابطه بین رهبری خدمتگزار و کیفیت زندگی کاری در سازمان بیمه خدمات تهران پرداختند یافته های بدست آمده گویای رابطه مثبت و معنی دار بین رهبری خدمتگزار و کیفیت زندگی کاری است. یافته های حاصل از پژوهش های مذکور نتایج این بخش پژوهش حاضر را تایید می کنند (۱۸). قلاوندی و همکارانش (۱۳۹۰) در پژوهشی نشان دادند که رهبری خدمتگزار رابطه مثبت و معنی داری با رفتارهای شهروندی سازمانی دارد (۹). در مطالعه و بررسی سلطانزاده (۱۳۹۱) مشخص شد که رابطه بین جامعه پذیری سازمانی و تعهد سازمانی مثبت و معنی دار است (۶). همچنین مشخص شد مولفه های جامعه پذیری توان پیش بینی تعهد سازمانی را دارند. فتحی و همکارانش (۱۳۹۲) رابطه مثبت و معنی داری بین جامعه پذیری سازمانی و وجدان کاری در میان کارکنان اداره ورزش و جوانان گزارش کردند (۷). قلاوندی و همکارانش (۱۳۹۲) رابطه مثبت و معنی داری بین رهبری خدمتگزار و سرمایه اجتماعی گزارش کردند (۸). در مطالعه آخرین و همکارانش (۱۳۹۳) گزارش شد که رابطه بین رهبری خدمتگزار و یادگیری سازمانی مثبت و معنی دار می باشد (۴). قنبری و نویدی (۱۳۹۴) رابطه بین رهبری خدمتگزار و سرمایه اجتماعی مثبت و معنی داری گزارش کردند (۱۳). تاوورمینا (۲۰۰۹) گزارش کرد که بین جامعه پذیری سازمانی و فرهنگ سازمانی رابطه مثبت و معنی درای وجود دارد (۳۳). همچنین میتال و دورفمن (۲۰۱۲) نشان دادند که رهبری خدمتگزار بر توانمندسازی کارکنان اثر گذار می باشد (۳۰).

کارایی و اثر بخشی و بهبود عملکرد از مهمترین اهداف سازمان ورزش و جوانان استان آذربایجان غربی محسوب

افراد و همچنین سو گیری های اجتماعی شان درباره بسیاری از مسائل اجتماعی دارد (۱۵). هماهنگ شدن با شغل و وظیفه جدید می تواند یک گزاره دلپره آور باشد، تازه واردین در سازمان نیاز به یادگیری چگونگی انجام وظایف و همچنین دست یابی به رفتار نرمال و قابل قبول از سوی همکاران دارند (۲۶). در واقع افراد تازه وارد باید یاد بگیرند که چگونه محیط جدید را درک کنند و با آن سازگار شوند (۲۵). جامعه پذیری شامل، تغییر، مهارت های نوین، دانش، توانایی ها، نگرش ها، ارزش ها و روابط و درک صحیح و چارچوب های کاری می باشد که از طریق آن فرد، دانش و مهارت های اجتماعی، فرهنگ را آموخته و با شیوه های عمل آشنا می شود و آنچه را که در سازمان مورد انتظار است را فرا می گیرد، در نتیجه عدم اطمینان و اضطراب فرد در اوایل ورود به سازمان کم می شود (۶).

تاوورمینا^۱ (۱۹۹۷) ابعاد جامعه پذیری سازمانی را مشتمل بر چهار بعد دریافت آموزش، تفاهم، حمایت کارکنان و چشم اندازهای آینده از سازمان معرفی می کند که در ادامه به توضیح آنها پرداخته خواهد شد.

دریافت آموزش^۲: آموزش می پرسد که کارکنان برای دریافت مهارت های ارائه شده از سوی سازمان چگونه خود را ارزیابی می کنند. این آموزش ها در نهادها برای ترویج و ارتقاء سازگاری کارکنان در سازمان ها طراحی و به اجرا در می آیند را شامل می شوند (۷).

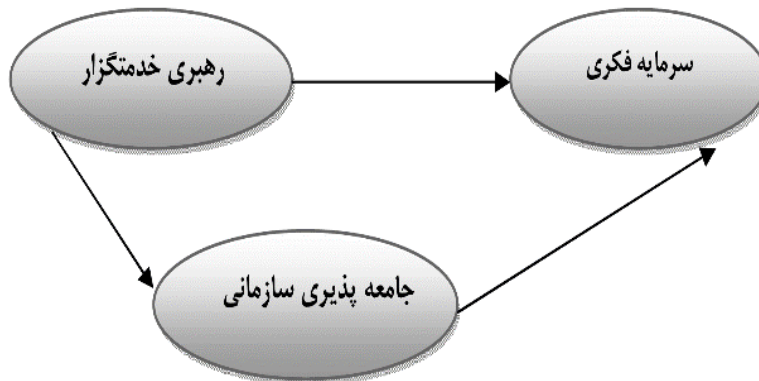
تفاهم^۳: تفاهم می پرسد که کارکنان عملیات سازمان را چگونه درک می کنند. در واقع فهم نقش های خود و سازمان را شامل می شود که این امر بسیار مهم جلوه می کند به این دلیل که خطاها و اشتباهات کارکنان را در درون سازمان کاهش می دهد که در نهایت رضایت و احساس خودکارآمدی بالاتر کارکنان را باعث می شود (۶).

حمایت کارکنان^۴: حمایت کارکنان می پرسد که کارکنان همکاری و پشتیبانی اعضای سازمان را چگونه ارزیابی می کنند. این بعد تعامل های مثبت و حمایت های همکاران در درون سازمان را شامل می شود (۱۷).

1. Taormina
2. Training
3. Understanding
4. Coworker support

سازمان‌های ورزشی به عنوان بارزترین نمود سرمایه‌گذاری نیروی انسانی نقشی تعیین کننده در ابعاد گوناگون اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی جامعه را دارند و نیروی منابع انسانی در این فرایند از عوامل عمده و مؤثر محسوب می‌باشند. با توجه به اینکه سازمان‌های ورزشی با تقاضاگرایی، تعامل با جامعه و تناسب با نیازهای متحول و انتظارات نوپدید رو به رو هستند، نیازمند افزایش اثربخشی عملکرد نیروی منابع انسانی خود می‌باشند. بنابراین هدف اصلی پژوهش حاضر پاسخگویی به این سوال است که آیا رهبری خدمتگزار با نقش میانجی جامعه‌پذیری سازمانی با سرمایه فکری رابطه معنی‌داری دارد؟

در این راستا مدل مفهومی در شکل ۱ ارائه می‌گردد.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

الف. پرسشنامه رهبری خدمتگزار: این پرسشنامه بر اساس مولفه های رهبری خدمتگزار لاب (۱۹۹۹) می‌باشد. با کمی تغییرات برای سنجش ویژگی های رهبری خدمتگزار مدیران بر اساس نظر کارکنان سازمان بازنویسی شده است. این پرسشنامه شامل موارد ارزش دادن به افراد، توسعه افراد، برقراری روابط دوستانه، نشان دادن اعتماد، فراهم کردن رهبری و به اشتراک گذاشتن رهبری است. این پرسشنامه در بر گیرنده ۶۰ گویه است و به گونه تفکیکی و با استفاده از مقیاس پنج درجه ای لیکرت میزان رهبری خدمتگزار را مورد سنجش قرار می دهد، پایایی این پرسشنامه $\alpha=0/936$ بر اساس ضریب آلفای کرونباخ بدست آمد.

ب. پرسشنامه جامعه‌پذیری سازمانی: پرسشنامه مذکور بر اساس ابعاد جامعه‌پذیری سازمانی تائورمینا (۱۹۹۷) است. با کمی تغییرات برای کارکنان توسط پژوهشگران

می‌شود و این سازمان سعی در تقویت این اهداف از راه های گوناگون دارد. برای رسیدن به اهداف فوق باید عوامل تقویت کننده آن شناسایی و پس از بررسی، در جهت تقویت آنها گام برداشته شود. یکی از این متغیرها مدیریت سرمایه فکری است. متأسفانه در بخش ورزش کشور که متولی آن سازمان ورزش و جوانان است علی رغم پتانسیل های بسیار زیاد، شاهد موانع و مشکلات فراوانی در مدیریت این سرمایه هستیم، به نظر می رسد که یکی از راه های مؤثر برای مواجهه شدن با چالش مذکور توجه به مدیریت و رهبری سازمان ورزش جوانان و توسعه فرایندهای جامعه‌پذیری کارکنان است.

در مقابل توسعه ویژگی های خدمتگزار مدیران و رهبران سازمان‌های ورزشی مهم به نظر می رسد چرا که

روش تحقیق

پژوهش حاضر توصیفی و از نوع همبستگی و به شیوه میدانی با استفاده از ۴ پرسشنامه انجام گرفته است. جامعه آماری این پژوهش تمامی کارکنان زن و مرد ادارات کل ورزش و جوانان استان آذربایجان غربی به تعداد ۲۱۹ می‌باشد. شیوه نمونه‌گیری به صورت غیر تصادفی هدف مند است که به دلیل عدم برگشت چند پرسشنامه و حذف تعدادی از پرسشنامه های ناقص تعداد نهایی نمونه آماری ۱۹۶ بود. در این تحقیق جمع‌آوری اطلاعات و داده‌ها از طریق چهار پرسشنامه مشخصات فردی، رهبری خدمتگزار، سرمایه فکری، جامعه‌پذیری سازمانی انجام گرفت.

مشخصات فردی: این پرسشنامه با چهار پرسش، جنسیت، سن، سابقه کار، سطح تحصیلات را اندازه گیری می‌کند.

در جدول ۱ شاخص‌های توصیفی متغیرها شامل میانگین، انحراف استاندارد، چولگی و کشیدگی ارائه شده‌اند. کلاین^۱ (۲۰۱۱) پیشنهاد می‌کند که در مدل یابی علی، توزیع متغیرها باید نرمال باشد. او پیشنهاد می‌کند که قدر مطلق چولگی و کشیدگی متغیرها به ترتیب نباید از ۳ و ۱۰ بیشتر باشد (۲۸). با توجه به جدول شماره ۱ قدر مطلق چولگی و کشیدگی تمامی متغیرها کمتر از مقادیر مطرح شده توسط کلاین (۲۰۱۱) می‌باشد؛ بنابراین این پیش فرض مدل یابی علی یعنی نرمال بودن تک متغیری برقرار است. در جدول شماره ۲ ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش ارائه شده‌اند.

جدول ۱. شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	انحراف استاندارد	چولگی	کشیدگی
رهبری خدمتگزار	۲/۸۷	۰/۵۲	۰/۱۰	۰/۱۰
جامعه‌پذیری سازمانی	۲/۷۸	۰/۵۱	۰/۱۴	-۰/۰۶
سرمایه فکری	۳/۰۳	۰/۴۷	۰/۲۲	۰/۱۱

جدول ۲. ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش

شماره	متغیر	۱	۲
۱	رهبری خدمتگزار	۱	
۲	جامعه‌پذیری سازمانی	۰/۶۷**	۱
۳	سرمایه فکری	۰/۵۷**	۰/۶۰**

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

بر اساس جدول ۲، رابطه رهبری خدمتگزار (۰/۵۷) و جامعه‌پذیری سازمانی (۰/۶۰) با سرمایه فکری در سطح ۰/۰۱ مثبت و معنی‌دار می‌باشد.

آزمون الگوی نظری پژوهش و برازش آن با داده‌های گردآوری شده با استفاده از نرم‌افزار لیزرل نسخه ۸/۸ انجام شد. در شکل ۲ الگوی آزمون شده پژوهش حاضر ارائه در حالت استاندارد شده است. طبق اطلاعات شکل ۲ رابطه رهبری خدمتگزار (۰/۳۵) با آماره تی ۴/۸۰؛ جامعه‌پذیری سازمانی (۰/۴۷) با آماره تی ۶/۶۳ با سرمایه فکری در سطح

بازنویسی شده است. این پرسشنامه شامل موارد دریافت آموزش، تفاهم، حمایت کارکنان و چشم انداز از آینده سازمان است. این پرسشنامه در برگزیده ۲۰ گویه است و به گونه تفکیکی و با استفاده از مقیاس پنج درجه ای لیکرت جامعه‌پذیری سازمانی را مورد سنجش قرار می‌دهد. پایایی این پرسشنامه $\alpha = 0.896$ بر اساس ضریب آلفای کرونباخ بدست آمد.

ج. پرسشنامه سرمایه فکری: پرسشنامه مذکور بر پایه مدل استوارت (۲۰۰۱) است. با کمی تغییرات برای کارکنان توسط پژوهشگران بازنویسی شده است. این پرسشنامه در سه خرده مقیاس (سرمایه انسانی، سرمایه ساختاری و سرمایه مشتری) می‌باشد. این پرسشنامه در برگزیده ۳۵ گویه بسته پاسخ که بر اساس مقیاس پنج درجه ای لیکرت طراحی شده است. پایایی این پرسشنامه $\alpha = 0.936$ بر اساس ضریب آلفای کرونباخ بدست آمد.

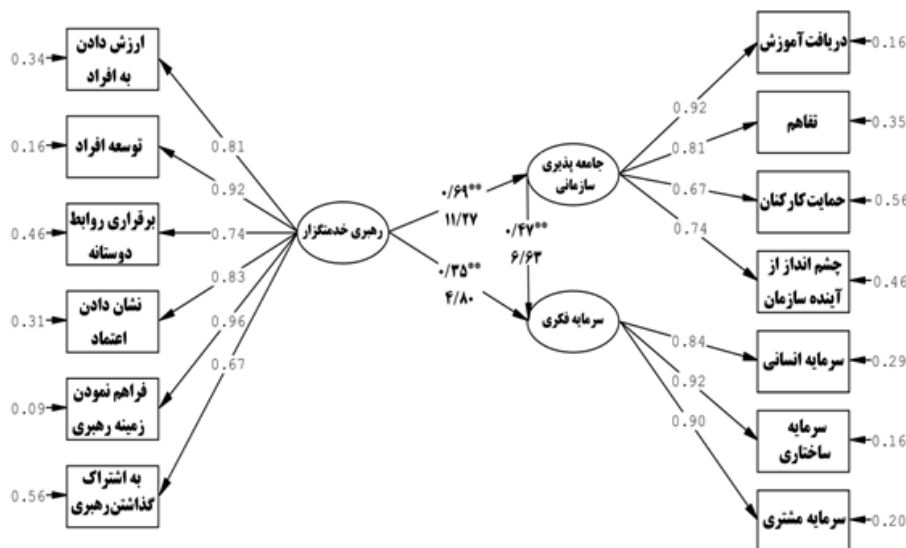
برای تجزیه و تحلیل اطلاعات گردآوری شده از نرم‌افزار SPSS, Lisrel در دو سطح توصیفی و استنباطی بهره گرفته شد. در سطح آمارتوصیفی از آماره‌هایی نظیر فراوانی، درصد، میانگین و انحراف استاندارد، کجی و کشیدگی استفاده گردید و در سطح آمار استنباطی از ضریب همبستگی پیرسون بهره گرفته شد. همچنین برای تعیین توان تأثیر رهبری خدمتگزار بر سرمایه فکری با نقش میانجی جامعه‌پذیری سازمانی از مدل معادلات ساختاری بر اساس نرم‌افزار Lisrel بهره گرفته شد.

یافته‌های تحقیق

نتایج بدست آمده از آمار جمعیت شناختی پاسخ دهندگان در خصوص جنسیت عبارت است از ۷۲/۹٪ پاسخ دهندگان مردان و ۲۷/۱٪ پاسخ دهندگان زنان، در خصوص سطح تحصیلات ۶/۳٪ دارای مدرک دیپلم و ۱۵/۵٪ دارای مدرک کاردانی و ۶۳/۹٪ دارای مدرک کارشناسی و ۱۶/۳٪ درصد دارای مدرک کارشناسی ارشد و در مورد رده سنی ۱۶٪ پاسخ دهندگان بین ۲۰ تا ۳۰ سال، ۳۹/۳٪ بین سنین ۳۱-۴۰ سال، ۲۲/۴٪ بین سنین ۴۱-۵۰ و ۲۲/۳٪ از بیش از ۵۰ سال قرار داشتند. توزیع سابقه خدمت کارکنان نیز بدین شرح بود که ۱۸/۳٪ ۱ تا ۵ سال سابقه خدمت، ۳۸/۹٪ بین ۶-۱۰ سال، ۲۱/۴٪ بین ۱۱-۱۵ سال، ۹/۱٪ بین ۱۶-۲۰ سال، ۱۲/۳٪ بیش از ۲۰ سال سابقه خدمت داشتند.

با آماره تی ۳/۳۶ در سطح ۰/۰۰۱ مثبت و معنی دار می باشد.

۰/۰۰۱ مثبت و معنی دار می باشد. رابطه رهبری خدمتگزار (۰/۶۹) با آماره تی ۱۱/۲۷ با جامعه پذیری سازمانی در سطح ۰/۰۰۱ مثبت و معنی دار می باشد. رابطه رهبری خدمتگزار با سرمایه فکری با نقش میانجی جامعه پذیری سازمانی (۰/۳۰)



شکل ۲. الگوی آزمون شده پژوهش

بحث و نتیجه گیری

تجزیه و تحلیل یافته های پژوهش نشان داد که رابطه رهبری خدمتگزار با سرمایه فکری مثبت و معنی دار می باشد. نتایج حاصل با یافته های پژوهش های گذشته از جمله قلی پور و همکاران (۱۳۸۸)، قلاوندی و همکاران (۱۳۹۲)، آخربین و همکاران (۱۳۹۳)، میتال و دورفمن^۵ (۲۰۱۲) همسو می باشد (۱۰، ۸، ۴ و ۳۰). چرا که به نتایج مشابه ای دست یافتند. به استنباط پژوهشگر می توان بیان کرد که هدف اصلی سبک رهبری خدمتگزار، ایجاد بهبودهایی در رهبری سازمانها در شرایط محیطی مختلف می باشد که توجه به ابعاد رهبری خدمتگزار در راستای ارزش دادن به افراد، مورد پذیرش قرار دادن آنان، توسعه فرصت های یادگیری و رشد، ایجاد روابط بین شخصی، نشان دادن اعتماد، فراهم نمودن زمینه رهبری و تلاش برای به اشتراک گذاشتن رهبری و تفویض اختیار در این زمینه می تواند در راستای افزایش سرمایه فکری کارکنان اداره ورزش و جوانان مؤثر واقع شود، به نظر می رسد که چنین

برای بررسی میزان برازش مدل آزمون شده از شاخص های معرفی شده توسط کلاین (۲۰۱۱) استفاده شد (۲۳). این شاخص ها شامل $X^2/d.f$ که مقادیر کمتر از ۳ قابل پذیرش هستند، شاخص نیکویی برازش^۱ (GFI)، شاخص برازش تطبیقی^۲ (CFI) که مقادیر بیشتر از ۰/۹ نشانگر برازش مناسب الگوی هستند، شاخص نیکویی برازش تعدیل یافته^۳ (AGFI) که مقادیر بیشتر از ۰/۸ قابل قبول هستند و مجذور میانگین مربعات خطای تقریب^۴ (RMSEA) که مقادیر کمتر از ۰/۰۸ نشانگر برازش مناسب الگوی هستند. این شاخص ها در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳. مشخصه های برازندگی انطباق

X^2/df	RMSEA	CFI	GFI	AGFI
۱/۶۳	۰/۰۳	۰/۹۸	۰/۹۶	۰/۹۱

1. Goodness of Fit Index
2. Comparative Fit Index
3. Adjusted Goodness of Fit Index
4. Root Mean Square Error of Approximation

5. Mittal & Dorfman

ویژگی هایی را نمی‌توان به مدیران دیکته کرد، به این خاطر پیشنهاد می‌گردد با مدل‌سازی ویژگی‌ها و خصوصیات رهبران خدمتگزار می‌توان به انجام چنین کاری مبادرت کرد. لذا می‌توان بوسیله الگو سازی صفات و ویژگی‌ها، این سبک را در میان مدیران و رهبران سازمان‌ها توسعه داد. از دیگر نتایج تحقیق مشخص شد که رابطه رهبری خدمتگزار با جامعه‌پذیری مثبت و معنی‌دار می‌باشد. نتایج حاصل با یافته‌های پژوهش‌های قلی‌پور و همکاران (۱۳۸۸)، یوسفی سعید آبادی و همکاران (۱۳۸۹)، قلاوندی و همکاران (۱۳۹۰) و قنبری و نویدی (۱۳۹۴) همسو می‌باشد (۱۰، ۱۸، ۹، ۱۳). با توجه با نتایج بدست آمده می‌توان بیان کرد که وجود ویژگی‌های رهبری خدمتگزار در سازمان باعث می‌شود که فرصت‌های آموزشی که برای کارکنان برنامه ریزی شده است به نتایج مطلوب ختم شود و تفاهم و همکاری در میان کارکنان سازمان برقرار شود که در نتیجه کارکنان از حمایت همدیگر برخوردار می‌شوند و در نهایت در کل سازمان چشم انداز مشترک از آینده و اهداف سازمان در میان کارکنان شکل می‌گیرد.

همچنین یافته‌های پژوهش نشان داد که رابطه بین جامعه‌پذیری سازمانی با سرمایه فکری مثبت و معنی‌دار می‌باشد، این نتایج با یافته‌های پژوهش‌های فتحی و همکارانش (۱۳۹۲)، سلطانزاده (۱۳۹۱)، نادری و همکاران (۱۳۸۸) و تائورمینا (۲۰۰۹) همسو می‌باشد (۷، ۶، ۱۷، ۳۳). بر اساس نتایج به دست آمده می‌توان بیان کرد که جامعه‌پذیری سازمانی بستری را در سازمان فراهم می‌آورد که به تسهیل دریافت آموزش‌ها، افزایش تفاهم و حمایت میان کارکنان و شکل‌گیری چشم انداز مشترک از آینده سازمان در میان کارکنان ختم می‌شود که در نتیجه این بستر می‌توان شاهد توسعه سرمایه فکری در میان کارکنان اداره ورزش و جوانان بود.

در نهایت مشخص شد که اثر غیر مستقیم رهبری خدمتگزار بر سرمایه فکری با نقش میانجی جامعه‌پذیری سازمانی مثبت و معنی‌دار بود. این نتایج با پژوهش‌های گذشته از جمله قلاوندی و همکاران (۱۳۹۲) همسو می‌باشد (۸). در این پژوهش مشخص شد که رهبری خدمتگزار با نقش میانجی معنویت بر سرمایه اجتماعی اثر مثبت و معنی‌داری دارد. باید عنوان کرد بهره‌مندی سازمان از رهبران خدمتگزار، یکی از عوامل تأثیر گذار بر موفقیت و اثربخشی سازمان‌ها محسوب می‌شود، از سویی دیگر جامعه‌پذیری سازمانی از چند جهت برای سازمان دارای اهمیت است، از یک سو با شکل دادن نگرش‌ها و رفتارهای تازه واردین باعث کاهش نگرش‌های منفی، تعارضات، کشمکش‌ها، جابه‌جایی و ترک خدمت شده و

از سوی دیگر به سازمان در فرایند گزینش و استخدام کمک می‌کند همچنین سرعت و کیفیت سازگاری و خوگیری تازه واردها با اعضای گروه و معیارهای سازمانی را افزایش داده و باعث آشنا شدن تازه واردها با نحوه عمل در سازمان‌ها، ارزش‌ها، هنجارها، شبکه منابع و سیاست‌های سازمان شده همچنین باعث ماندگار شدن تاثیرات پذیرفته شده تازه واردها از عوامل سازمانی شده؛ و در نهایت برای هر گونه تغییر و تحول در سازمان به جامعه‌پذیری نیاز است. در دهه گذشته تحقیقات فزاینده‌ای در حوزه رهبری خدمتگزار و جامعه‌پذیری صورت گرفته است که می‌توان علت آن را مشاهده تأثیر چشمگیر این متغیرها، در بهبود عملکرد فردی و سازمانی بیان کرد که بر اساس نتایج پژوهش مشخص شد بر افزایش سرمایه فکری کارکنان نیز اثر گذار می‌باشد. در این راستا با توجه به تفکیک عناصر سرمایه فکری می‌توان بیان کرد که سرمایه انسانی بعنوان منبای سرمایه فکری اشاره به عواملی نظیر دانش، مهارت، قابلیت و طرز تلقی کارکنان دارد و این سرمایه باعث می‌شود که سازمان‌ها تا حد زیادی به دانش و مهارت کارکنان برای ایجاد درآمد و رشد و همچنین، بهبود کارایی و بهره‌وری متکی شوند. در مقابل سرمایه مشتری نشان دهنده توانایی بالقوه یک سازمان به سبب عوامل مشهود بیرونی است. اهمیت سرمایه مشتری به عنوان بخش کلیدی سرمایه فکری که نقش یک پل و واسطه را در فرایند سرمایه فکری ایفا می‌کند که در محیط سازمانی با نظر سنجی از ارباب رجوع، رسیدگی به مشکلات آنها، افزایش زمان ارتباط با ارباب رجوع و ارائه خدمات بهتر و مسائلی از این قبیل باعث خواهد شد که سرمایه مشتری در سازمان حفظ شود. در نهایت سرمایه ساختاری شامل همه ذخایر غیر انسانی دانش در سازمان می‌شود که دربرگیرنده پایگاه‌های داده، نمودارهای سازمانی به دستور العمل‌های اجرایی فرایندها، استراتژی‌ها، برنامه‌های اجرایی و به طور کامل هر آنچه که ارزش آن برای سازمان بالاتر باشد، است. بر اساس نتایج به دست آمده پیشنهادت زیر ارائه می‌گردد.

۱. در راستای تأثیر گذاری رهبری خدمتگزار بر سرمایه فکری به مدیران سازمان ورزش و جوانان پیشنهاد می‌شود که اهداف سازمان را به شکل شفاف و قابل فهم برای همه بیان نمایند و زمینه‌های لازم برای توسعه افراد، از طریق مشارکت دادن افراد در دروه‌های آموزش ضمن خدمت را فراهم نمایند.
۲. در راستای تأثیر گذاری رهبری خدمتگزار بر جامعه‌پذیری به مدیران سازمان ورزش و جوانان پیشنهاد می‌شود که

که این امر می‌تواند زمینه ساز ایجاد درکی مشترک از اهداف و نقش‌های سازمان در میان کارکنان شود. ۴. در راستای تأثیر گذاری رهبری خدمتگزار بر سرمایه فکری با نقش میانجی جامعه‌پذیری سازمانی به مدیران سازمان ورزش و جوانان پیشنهاد می‌شود که بستری در محیط سازمان فراهم گردد که اعضا بتوانند آزادانه و بدون دغدغه با یکدیگر تعامل برقرار کنند و انجام امور به صورت تیمی مورد تشویق مدیران سازمان قرار گیرد. همچنین روندهای جاری و آتی با آینده نگری و تحلیل علمی صورت گیرد. همچنین ابداعات، ابتکارات و اختراعات اعضای سازمان مورد تشویق و به نام ایشان مورد استفاده قرار گیرد.

بکوشند روابط حسنه با پرسنل ایجاد نمایند و به دیدگاه‌ها و نظرات پرسنل گوش داده و تا جایی که ممکن است آنها را عمل به کارگیرند ۳. در راستای تأثیر گذاری جامعه‌پذیری سازمانی بر سرمایه فکری به مدیران سازمان ورزش و جوانان پیشنهاد می‌شود که در میان کارکنان زمینه‌های مساعد و مناسب نظیر آموزش‌های ضمن خدمت، برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای کارکنان فراهم گردد و حمایت‌های لازم در این خصوص مدنظر گرفته شود همچنین در سازمان بستر و شرایطی فراهم شود که کارکنان با اهداف، جایگاه، وظایف و نقش‌های دانشگاه در مقابل جامعه و مشتریان آشنا شوند

منابع

۱. زاهدی، شمس السادات. پناهی، علی. بررسی نقش معنویت در کارایی بانکداری، فصل نامه علمی - ترویجی مطالعات مدیریت؛ ۱۳۸۷؛ شماره ۵۸: ۱۹۱-۲۰۹
۲. قربانی زاده، وجه الله. بررسی رابطه هوش معنوی و هوش اخلاقی با رهبری تحول آفرین، مجله اخلاق در علم فناوری؛ ۱۳۹۲؛ ۸(۲): ۱-۱۲.
۳. گل پرور، محسن. الگوی ساختاری رابطه پیوند معنوی با سرمایه روان شناختی و بهزیستی معنوی در پرستاران، فصلنامه مدیریت پرستاری؛ ۱۳۹۳؛ ۲(۳): ۳۰-۴۰.
۴. گودرزی، مسعود. کریمی اراضی، زهرا. رابطه معنویت در کار و تعهد سازمانی به عنوان نگرش شغلی در دانشگاه، فصلنامه روانشناس صنعتی / سازمانی؛ ۱۳۹۱؛ ۳(۱۰): ۵۱-۸۵.
۵. میر محمدی، سید محمد. رحیمیان، محمد. بررسی تأثیر رهبری اصیل بر خلاقیت فردی کارکنان با توجه به نقش میانجی سرمایه روانشناختی، پژوهش‌های مدیریت در ایران؛ ۱۳۹۳؛ ۱۸(۳): ۱۸۳-۲۰۳.
۶. مهداد، علی. روانشناسی صنعتی و سازمانی، انتشارات جنگل، تهران، چاپ نهم، ۱۳۹۳؛ ۲۱۷-۲۲۱.
۷. مهداد، علی. اسدی، مهسا. گلپرور، محسن. پیش بینی سرمایه روانشناختی از طریق معنویت در محیط کار و رهبری اخلاقی، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری؛ ۱۳۹۴؛ شماره ۱: ۵۴-۶۷.
۸. وطن خواه، سودابه. قربانیان، محسن. قربانیان، عظیمه. رابطه همبستگی سبک رهبری مدیران و میزان معنویت در کار کارکنان معاونت توسعه مدیریت و منابع دانشگاه علوم پزشکی تهران، فصلنامه فقه پزشکی؛ ۱۳۹۲؛ شماره ۱۵ و ۱۶: ۱۷۲-۱۹۲.
۹. یوسفی، بهرام. کامران، عیدی پور. غلامی ترکسلویه، سجاد. ارتباط بین سبک رهبری اصیل با دل‌بستگی شغلی کارکنان ادارات کل ورزش و جوانان استان‌های غرب کشور، مطالعات مدیریت و رفتار سازمانی در ورزش؛ ۱۳۹۴؛ ۲(۸): ۵۸-۶۲.
10. Avey JB. Rebecca J. Luthans, RF & Mhatre KH. Meta- Analysis of the Impact of Positive Psychological Capital on Employee Attitudes . Behaviors, and performance, Human resource development quarterly. 2011؛ 22(2):127-152.
11. Baily TC. Snyder CR. Satisfaction with life and hope: a look at age and marital status, Psychol Rec. 2007؛ 57(2): 40-233.
12. Baker A. Schaufeli WB.. Positive organizationl behavior: Engaged employee In flourishing organizations. Journal of Organizational Behavior. 2008؛ 29: 23-35.
13. Chmiel HM. An analysis of the relationship between authentic leadership and the learning organization in the medical device industry; Indiana Wesleyan University. Doctoral Dissertation. 2013؛ 1-162.
14. Claude Jean. Zamor Garcia. Workplace Spirituality and Organizational Performance. Public Administration Review. 2003؛ 63 (3):355- 364.
15. Gardner WL. Cogliser CC. Davis KM. and Dickens MP.. Authentic leadership: A review of the literature and research agenda. The Leadership Quarterly. 2011؛ 22(6): 1120 -1145.
16. Griffith JN. The influence of pre- training positive psychological capital development on training motivation. Doctroal dissertation. 2010؛ 1-185.
17. Ilies R. Morgeson FP. and Nahrgang JD. Authentic leadership and eudaemonic well-being

- understanding leader-follower outcomes. *The leadership quarterly*. 2005؛ 16 (3): 373-394.
18. Karakas F. Spirituality and performance in organizations: a literature review. *Journal of Business Ethics*. 2010؛ 94(1): 89-106.
 19. Ladkin D. Taylor S. Enacting the 'true self': Towards a theory of embodied authentic leadership; *The Leadership Quarterly*. 2010؛ 21(1): 64-74.
 20. Luthans F. Avey James B. Avolio Bruce J. Peterson. Suzanne J. The Development and Resulting Performance Impact of Positive Psychological Capital. *Journal of Human resource development quarterly*. 2010؛ 21 (1): 41-66.
 21. Marques JF. the Spiritual Worker, *Journal of Management Development*. 2006؛ (9): 84-95.
 22. Marques j. Dhiman S. King R. Spirituality in the workplace: developing an integral mode and a comprehensive definition. *J American Academy of Business* . 2005 ؛7(1):81-91.
 23. Milliman J. Czaplewski AJ. Ferguson J. Workplace spirituality and employee work attitudes. *J Organizational Change Management* . 2003؛ 16(4): 426-47.
 24. Rego A. Sousa F. Marques C. Cunh MP. Authentic leadership promoting employees' psychological capital and creativity. *Journal of Business Research*. 2012؛ 65(3): 429-437.
 25. Sendjaya S. Pekerti A. HÃrtel. C. Hirst G. Butarbutar I. Are Authentic Leaders Always Moral? The Role of Machiavellianism in the Relationship Between Authentic Leadership and Morality. *Journal of Business Ethics*. 2014؛ 1: 125 - 139.
 26. Wong CA. Laschinger HKs. Authentic Leadership, performance and Job Satisfaction: the Mediating Role of Empowerment. *Journal of Advanced Nursing* Blachwell Publishing Ltd. 2012؛ 69(4): 974-959.
 27. Yang sui W. Luthans F. Wang D. Yanhong W. Impact of authentic leadership on performance: Role of followers' positive psychological capital and relational processes. *Journal of Organizational Behavior*. 2014؛ 35: 5 -21.