



Volume 5, Issue 3, 2024

The Effect of Responsible Leadership on Creative Idea Sharing: The Mediating Role of Organizational Identity and the Moderating Role of Organizational Culture — A Case Study of the Directorate General of Industry, Mining, and Trade in Mazandaran Province

Mostafa Alinejad*¹

1. Master of Science, Business Administration, Farvardin Institute of Higher Education, Qaem Shahr, Iran.
(Corresponding Author) Email: rouhollahahangari@gmail.com

ARTICLE INFORMATION

Type of Article:

Original Research

Pages: 67-80

Corresponding Author's Info

Email:

rouhollahahangari@gmail.com

Keywords:

*Responsible Leadership,
Sharing Creative Ideas,
Organizational Identity,
Organizational Culture.*

ABSTRACT

The purpose of this study is to investigate the effect of responsible leadership on the sharing of creative ideas with the mediating role of organizational identity and the moderating role of organizational culture in the General Department of Industry, Mining and Trade of Mazandaran Province. This research is applied in terms of purpose and descriptive-survey in terms of method. The statistical population of the study includes all employees of the General Department of Industry, Mining and Trade of Mazandaran Province, numbering 400 people. Using Cochran's limited population formula, 196 people were selected as a sample through simple random sampling. Primary data were collected using a field method with a standard five-point Likert scale questionnaire, and secondary data were extracted through library research. The validity of the questionnaire was confirmed through content and face validity, and its reliability was calculated and confirmed using Cronbach's alpha coefficient. To analyze the data and test the research hypotheses, structural equation modeling was used using SmartPLS3 software. The final results of the research showed that responsible leadership has a positive and significant effect on the sharing of creative ideas. Furthermore, organizational identity plays a significant mediating role in this relationship, and organizational culture, as a moderating variable, has a positive and significant effect on these relationships.



This is an open access article under the CC BY license. © 2024 The Authors.

How to Cite This Article: Alinejad, M. (2024). The Effect of Responsible Leadership on Creative Idea Sharing: The Mediating Role of Organizational Identity and the Moderating Role of Organizational Culture — A Case Study of the Directorate General of Industry, Mining, and Trade in Mazandaran Province. *Management, Economics and Entrepreneurship Studies*, 5(3): 67-80. doi: 10.22034/jmek.2024.473750.1144



دوره ۵، شماره ۳، پاییز ۱۴۰۳

تأثیر رهبری مسئولانه بر اشتراک‌گذاری ایده‌های خلاق با نقش میانجی هویت سازمانی و نقش تعدیل‌گر فرهنگ سازمانی (مورد مطالعه: اداره کل صنعت، معدن و تجارت استان مازندران)

مصطفی علی نژاد*

۱. کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی فروردین، قائم شهر، ایران.

چکیده

هدف از انجام این پژوهش، بررسی تأثیر رهبری مسئولانه بر اشتراک‌گذاری ایده‌های خلاق با نقش میانجی هویت سازمانی و نقش تعدیل‌گر فرهنگ سازمانی در اداره کل صنعت، معدن و تجارت استان مازندران است. این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه کارکنان اداره کل صنعت، معدن و تجارت استان مازندران به تعداد ۴۰۰ نفر می‌باشد. با استفاده از فرمول جامعه محدود کوکران، تعداد ۱۹۶ نفر به عنوان نمونه با روش تصادفی ساده انتخاب شدند. گردآوری داده‌های اولیه از روش میدانی و با استفاده از پرسشنامه استاندارد پنج‌گزینه‌ای لیکرت انجام شد و داده‌های ثانویه نیز به روش کتابخانه‌ای استخراج گردید. روایی پرسشنامه از طریق اعتبار محتوا و صوری تأیید شد و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ محاسبه و تأیید گردید. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌های پژوهش، از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با بهره‌گیری از نرم‌افزار SmartPLS3 استفاده شد. نتایج نهایی پژوهش نشان داد که رهبری مسئولانه تأثیر مثبت و معناداری بر اشتراک‌گذاری ایده‌های خلاق دارد. همچنین، هویت سازمانی در این رابطه نقش میانجی معناداری ایفا می‌کند و فرهنگ سازمانی نیز به عنوان یک متغیر تعدیل‌گر، تأثیر مثبت و معناداری بر این روابط دارد.

اطلاعات مقاله

نوع مقاله: پژوهشی

صفحات: ۸۰-۶۷

اطلاعات نویسنده مسئول

ایمیل:

rouhollahahangari@gmail.com

سابقه مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۲۶

تاریخ ویرایش: ۱۴۰۳/۰۳/۱۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۶/۰۶

تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۰۷/۰۱

واژگان کلیدی:

رهبری مسئولانه، اشتراک‌گذاری ایده‌های خلاق، هویت سازمانی، فرهنگ سازمانی.



۱- مقدمه

امروزه در محیط کسب و کار پویا و رقابتی، رهبری مسئولانه در مطالعات مدیریت نوظهور اهمیت قابل توجهی پیدا کرده است. رهبری مسئولانه در رهبران به عنوان حس مسئولیت پذیری و برای کارکنان به عنوان دانش و تجربه ای ارزشمند تلقی می شود که برای سازمان ها از منابع استراتژیک و مهم به شمار می آید (الرحمن و همکاران، ۲۰۲۳). در واقع، رهبران مسئولانه به عنوان مربیانی عمل می کنند که برای ایجاد انگیزه در کارکنان، به ویژه از طریق مشارکت شغلی مؤثر، ضروری هستند (رحمان و همکاران، ۲۰۲۰). در این راستا، اعضای ماهر سازمان در به اشتراک گذاری ایده ها بسیار حائز اهمیت هستند، زیرا این امر منجر به حمایت متقابل از یکدیگر در دستیابی به اهداف سازمانی و ارتقای مهارت ها، از جمله از طریق اقدامات کمکی و هم افزایی، می شود (کوژان، ۲۰۲۰). با این حال، تمرکز محدودی بر مفاهیم «رهبری» و «اشتراک ایده» در پاسخ به ابتکارات رهبری مسئولانه همراه با تحقق پتانسیل های کارکنان صورت گرفته است (ادیل و همکاران، ۲۰۲۳). توانایی یک رهبر برای الهام بخشی به زیردستان در یک محیط کاری به منظور افزایش انگیزه مطلوب (که همچنین به عنوان نفوذ از بالا به پایین شناخته می شود)، هسته ای اصلی رهبری مسئولانه را تشکیل می دهد. در مقابل، اشتراک گذاری ایده های خلاق به این موضوع اشاره دارد که چگونه همکاران در تلاش برای تعریف انگیزه های مربوطه خود، که به عنوان تأثیر افقی نیز شناخته می شود، به یکدیگر الهام می بخشند (اکرادلو و همکاران، ۱۴۰۰). عمل اخلاقی یک رهبر که کارکنان را درگیر می کند، ارتباط مؤثر برقرار می سازد، آن ها را توانمند ساخته و برمی انگیزد تا در پیشرفت مسئولانه و تحول مثبت سازمان سهیم باشند، به عنوان رهبری مسئولانه تعریف می شود (لیو و لین، ۲۰۱۸). به اشتراک گذاری ایده، میزان اشتیاق کارکنان را برای مبادله افکار خود به طور متقابل، علاوه بر معیاری از مثبت بودن دیدگاه هایشان، توصیف می کند (کوژان، ۲۰۲۰).

از سوی دیگر، هویت سازمانی با بسیاری از رفتارها، نگرش ها و متغیرهای زمینه ای (وضعیتی) کاری در ارتباط است و نقشی محوری در تنظیم هنجارهای رفتاری اعضای سازمان ایفا می کند. این مفهوم از جمله نگرش های کارکنان است که پس از دهه ی ۱۹۸۰ به خط مقدم مطالعات سازمانی انتقال یافته و درک مدیران را از رفتار کارکنان و پویایی های سازمان افزایش داده است. از طریق هویت یابی، کارکنان ویژگی های مهم سازمان را به عنوان ویژگی های خود جذب می کنند (نوید و همکاران، ۲۰۲۲). صاحب نظران این عرصه، هویت سازمانی را ادراک یکی بودن و تعلق خاطر به سازمان تعریف می کنند؛ جایی که افراد خود را بر اساس خصوصیات سازمانشان تعریف می نمایند. مدیران همواره به دنبال ارزیابی و ارتقای هویت سازمانی در میان کارکنان خود هستند، چرا که به نتایج مثبت آن علاقه مندند. تا زمانی که کارکنان سازمان احساس هویت قوی تری با سازمان داشته باشند، باور آن ها درباره ی سازمان جنبه ی مثبت تری می یابد و با آگاهی کامل برای تحقق اهداف سازمان تلاش می کنند و تعهد بالاتری از خود نشان می دهند (احمدی زهرانی و کریمی، ۱۳۹۸). بسیاری از تحقیقات انجام شده در زمینه ی هویت سازمانی مبین این نکته اند که این متغیر، از عوامل مؤثر بر بهره وری در سازمان هاست. همچنین، نتایج تحقیقات نشان داد کارکنانی که احساس هویت یکسانی با سازمان خود دارند، تفکرات مثبت و رفتارهای مفیدی در برابر محیط کار خود نشان می دهند (هی و همکاران، ۲۰۲۱).

علاوه بر این، فرهنگ سازمانی مجموعه ای از مفروضات اساسی است که افراد سازمان در رو به رو شدن با مسائل، انطباق با محیط و دستیابی به وحدت و انسجام داخلی، ایجاد، کشف و توسعه داده اند و در نتیجه به عنوان روش صحیح ادراک، تفکر و احساس، به اعضای جدید انتقال می یابد. به عبارت دیگر، مجموعه ای از ارزش ها، باورهای راهنما، تفاهم ها و روش های تفکر که در بین اعضای سازمان مشترک بوده و از طرف اعضای جدید نیز به عنوان روش های صحیح انجام کارها

رهبری مسئولانه و هویت سازمانی

رهبران مسئولیت‌پذیر، فضای کاری تعاملی و فرهنگی را برای به‌حداکثر رساندن توانایی‌های فردی و ایجاد پیوندهای اجتماعی قدرتمند ترویج می‌دهند. تأثیر مستقیم این سبک رهبری بر درگیری وظایف نیروی کار مشاهده شده است، زیرا محیط کاری با ارزش‌های اخلاقی، رضایت شغلی را افزایش می‌دهد (هی و همکاران، ۲۰۲۱). رهبری مسئولانه افراد را تشویق می‌کند تا با تعیین الگوی ایده‌آل و برقراری ارتباط آشکار، به‌طور کامل به وظایف خود متعهد شوند تا به نتایج سازمانی عالی دست یابند (رحیمی و آقابابایی، ۱۳۹۸). ایجاد استانداردهای اجتماعی تعهد برای همکاری ضروری است. کمک به دیگران از طریق رهبری مسئولانه به‌عنوان الگو، نشان می‌دهد ترویج تعهد توسط رهبر بر ابتکارات بشردوستانه تأثیر دارد (هاک و همکاران، ۲۰۲۱). رهبران اخلاقی فرصت‌هایی فراهم می‌کنند تا کارکنان انرژی خود را با اهداف سازمان هماهنگ کنند. مطالعات متعدد ارتباط مفیدی را بین رهبری مسئولانه و هویت سازمانی کشف کرده‌اند (گومز و همکاران، ۲۰۲۲). از این رو، فرضیه دوم تدوین می‌شود: رهبری مسئولانه تأثیر مثبتی بر هویت سازمانی دارد.

هویت سازمانی و اشتراک‌گذاری ایده‌های خلاق

اشتراک‌گذاری ایده‌های خلاق، تبادل فعال اطلاعات بین همکاران برای تولید دانش سودمند است که تحت تأثیر هویت سازمانی قرار دارد (لیو و همکاران، ۲۰۲۱). اعتماد به تخصص و روابط سازمانی برای تبادل خلاقانه ضروری است (اکرادلو و همکاران، ۱۴۰۰). شناسایی سازمانی عامل مهمی است زیرا سازگاری فرد با همکاران و عوامل بیرونی را تسهیل می‌کند (بندورا، ۱۹۶۹). اگر فرهنگ سازمانی پایداری ایجاد شود که رفتارهای خلاقانه را تأیید و از ارتباط کارکنان با همتایان خود حمایت کند، ارزش‌های فردی و سازمانی به هم نزدیک می‌شوند (روژک-آدامک، ۲۰۲۱). با تقویت هویت سازمانی،

جستجو می‌شود، فرهنگ سازمانی نامیده می‌شود (رحیمی و آقابابایی، ۱۳۹۸). فرهنگ سازمانی دربرگیرنده‌ی ارزش‌ها و رفتارهایی است که به محیط اجتماعی و روانی منحصربه‌فرد سازمان کمک می‌نماید و شامل چشم‌انداز، ارزش‌ها، هنجارها، سیستم‌ها، نمادها، زبان، مفروضات، باورها و عادات سازمان است (عبدال مطلب و همکاران، ۲۰۲۲).

با توجه به شکاف‌های پژوهشی موجود و اهمیت متغیرهای ذکر شده، در این پژوهش به دنبال پاسخ به این سوال اساسی هستیم که آیا رهبری مسئولانه بر اشتراک‌گذاری ایده‌های خلاق با نقش میانجی هویت سازمانی و نقش تعدیل‌گر فرهنگ سازمانی در اداره کل صنعت، معدن و تجارت استان مازندران تأثیر معناداری دارد؟

۲. چارچوب نظری و پیشینه تحقیق

رهبری مسئولانه و اشتراک‌گذاری ایده‌های خلاق

رابطه‌ای واضح بین سبک‌های رهبری و اشتراک‌گذاری ایده‌های خلاق وجود دارد (آکار و همکاران، ۲۰۱۹). بر اساس نظریه یادگیری اجتماعی (بندورا، ۱۹۶۹)، افراد با مشاهده پیامدهای رفتار دیگران یاد می‌گیرند. رهبری مسئولانه با ترویج بی‌طرفی، رفتار مطلوب کارکنان را تشویق و بستر خلاقیت را فراهم می‌سازد (ادیل و همکاران، ۲۰۲۳). رهبران مسئول به‌عنوان الگوهای اخلاقی عمل می‌کنند که کارکنان آنها را مربیان قابل‌اعتمادی دانسته و از رفتارهایشان الگوبرداری می‌کنند (روژک-آدامک، ۲۰۲۱). این سبک رهبری افراد را به همدلی و مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی متقاعد می‌کند. مطالعات نشان داده‌اند که رهبری مسئولانه با ایجاد محیطی مناسب برای تبادل خلاقیت، همبستگی مثبتی با رفتار کاری نوآورانه دارد (دونگ و ژونگ، ۲۰۲۱). بنابراین، فرضیه اول پژوهش مطرح می‌شود: رهبری مسئولانه تأثیر مثبتی بر اشتراک‌گذاری ایده‌های خلاق کارکنان دارد.

ارزش‌های کارکنان با سازمان منطبق باشد. بنابراین، فرضیه چهارم مطرح می‌شود: هویت سازمانی تأثیر رهبری مسئولانه بر اشتراک‌گذاری ایده‌های خلاق کارکنان را میانجی می‌کند.

نقش تعدیل‌گر فرهنگ سازمانی برای رهبری مسئولانه و هویت سازمانی

ارزش‌ها و ادراکات متقابل کارکنان در اهداف و استراتژی‌های سازمانی، در چارچوب سازمان منعکس می‌شود (مومنین و همکاران، ۱۳۹۹). فرهنگ سازمانی محیطی است که توسط تعاملات کارکنان ایجاد شده و تعیین می‌کند «نهادهای چیستند» (اکرادلو و همکاران، ۱۴۰۰). هویت سازمانی ارتباطاتی را که افراد با سازمان خود به اشتراک می‌گذارند، توصیف می‌کند و به‌صورت مشروط زمانی رخ می‌دهد که الزامات طرفین برآورده شود (لیو و ژانگ، ۲۰۲۰). اگرچه هویت سازمانی عوامل مختلفی را در بر می‌گیرد، تحقیقات متعددی صرفاً بر عنصر ارزش‌ها متمرکز شده‌اند (نوید و همکاران، ۲۰۲۲). اگر ارزش‌های فرد با ارزش‌های سازمان مطابقت داشته باشد، احتمال هویت سازمانی بالاتر است (خان بابایی و کاظمی، ۱۳۹۷). بر اساس فرآیندهای اجتماعی شدن، مردم ارزش‌ها و آداب‌ورسوم سازمان را دریافت می‌کنند. عنصر ارزشی تعریف فرهنگ سازمانی بیشترین توجه را در مطالعات عملی به خود جلب کرده است (هوی و همکاران، ۲۰۲۱). افزایش رضایت شغلی، تعهد و رفتار شهروندی سازمانی با هویت سازمانی قوی همراه است (عبدالمطلب و همکاران، ۲۰۲۲). افراد به سمت محیط‌های کاری متمایل می‌شوند که ایده‌هایشان را منعکس کند (ادیل و همکاران، ۲۰۲۳). فرهنگ سازمانی به‌عنوان تعدیل‌کننده اثرات فلسفه‌های مختلف رهبری در نظر گرفته شده است (احمدی زهرانی و کریمی، ۱۳۹۸). فرهنگ سازمان اداره کل صنعت، معدن و تجارت استان مازندران ممکن است به تنظیم مطلوب تأثیر رهبری مسئولانه بر هویت سازمانی کمک کند، مشروط بر اینکه فرهنگ سازمان با ارزش‌های فرد همسو باشد. این دیدگاه از منظر «تطابق» بین مافوق و

اعتماد افراد در مشارکت‌های خلاقانه افزایش می‌یابد. برای به‌کارگیری نوآوری، افراد باید تمایل به مبادله ایده‌های خود داشته باشند، زیرا عدم اشتراک‌گذاری ایده‌های خلاقانه می‌تواند رفاه سازمان را به خطر بیندازد (ژائو و همکاران، ۲۰۲۱). کارکنانی که درک درستی از مالکیت روانشناختی دارند، اشتیاق بشردوستانه‌ای را آشکار می‌کنند که پیشینه اساسی ذهنیت اشتراک‌گذاری ایده‌های خلاق است و این مالکیت روانی نتیجه هویت سازمانی است (هوی و همکاران، ۲۰۲۱). طبق مطالعات، ویژگی‌های اشتراک‌گذاری ایده‌های خلاق به‌طور مثبت با هویت سازمانی مرتبط است (عبدالمطلب و همکاران، ۲۰۲۲). در نتیجه فرضیه سوم طرح می‌شود: هویت سازمانی تأثیر مثبتی بر اشتراک‌گذاری ایده‌های خلاق کارکنان دارد.

نقش میانجی هویت سازمانی بین رهبری مسئولانه و اشتراک‌گذاری ایده‌های خلاق

ترکیب فرضیه‌های دوم و سوم این احتمال را تقویت می‌کند که هویت سازمانی به‌عنوان میانجی در رابطه بین رهبری مسئولانه و اشتراک‌گذاری ایده‌های خلاق عمل کند. اگرچه این اثر به‌طور تجربی کمتر بررسی شده، اما با تحقیقاتی که به عوامل میانجی رابطه بین رهبری و نوآوری می‌پردازند، همسو است (هوی و همکاران، ۲۰۲۱). رهبری مسئولانه اساساً مبتنی بر ادراک کارکنان است. توجه رهبران به ایدئولوژی‌های کارکنان و اهمیتی که برای دیدگاه‌های آنان قائل می‌شوند، تأثیر خوبی بر تشویق افراد برای انتقال تخصص به دیگران دارد (لی و همکاران، ۲۰۲۲). حمایت‌پذیری ویژگی کلیدی است که تعهد را شکل می‌دهد (آراسانی و کریشنا، ۲۰۱۹). افراد ممکن است سرمایه اجتماعی درون سازمانی را به‌عنوان نتیجه قرار گرفتن در معرض فضیلت توسعه دهند که باعث ارتقای وابستگی، تسهیل تعامل و همکاری می‌شود. محققان نقش میانجی هویت سازمانی را در این زمینه بررسی کرده‌اند (عبدالمطلب و همکاران، ۲۰۲۲). رهبری مسئولانه تنها زمانی فضای حمایتی برای تبادل ایده‌های خلاق ایجاد می‌کند که

انتخاب شدن داشتند. این روش تضمین می‌کند که نمونه انتخاب‌شده نماینده‌ای مناسب و بدون تورش از کل جامعه آماری باشد و قابلیت تعمیم‌پذیری نتایج را به حداکثر برساند. ابزار اصلی گردآوری داده‌های اولیه در این پژوهش، پرسشنامه استاندارد با مقیاس پنج‌گزینه‌ای لیکرت (از ۱= کاملاً مخالفم تا

۵= کاملاً موافقم) است. این پرسشنامه شامل بخش‌های مجزایی برای سنجش متغیرهای اصلی پژوهش می‌باشد. متغیر رهبری مسئولانه با استفاده از مقیاس ۶ گویه‌ای اقتباس شده از پژوهش لین و همکاران (۲۰۲۰) اندازه‌گیری شد که ابعاد مختلف مسئولیت‌پذیری رهبر را می‌سنجد. هویت سازمانی با بهره‌گیری از مقیاس ۵ گویه‌ای معتبر اسمیتز و همکاران (۲۰۰۱) مورد سنجش قرار گرفت. متغیر اشتراک‌گذاری ایده‌های خلاق بر اساس مقیاس ارائه‌شده توسط چوآ و همکاران (۲۰۰۹) ارزیابی گردید. همچنین، فرهنگ سازمانی با استفاده از مقیاس ۱۳ گویه‌ای که از مطالعات اوکتا و همکاران (۲۰۱۵) و سومرو و شاه (۲۰۱۹) اقتباس شده است، اندازه‌گیری شد. علاوه بر روش میدانی برای گردآوری داده‌های اولیه، جهت تدوین مبانی نظری و پیشینه پژوهش، از روش کتابخانه‌ای و مطالعه عمیق اسناد، مقالات علمی-پژوهشی و کتب معتبر داخلی و خارجی استفاده شده است.

به‌منظور اطمینان از کیفیت و دقت ابزار اندازه‌گیری، روایی و پایایی پرسشنامه مورد ارزیابی دقیق قرار گرفت. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه با نظرخواهی از اساتید دانشگاه و خبرگان حوزه مدیریت تأیید گردید تا اطمینان حاصل شود که گویه‌ها به‌درستی مفاهیم مورد نظر را پوشش می‌دهند و از وضوح و شفافیت لازم برخوردارند. برای بررسی پایایی ابزار، از دو شاخص ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (CR) استفاده شد. مقادیر به‌دست‌آمده برای تمامی متغیرهای پژوهش بالاتر از حد آستانه استاندارد ۰/۷ بود که نشان‌دهنده پایایی مطلوب، همسانی درونی و ثبات ابزار پژوهش است.

زیردستان، ما را بر آن داشت تا فرضیه پنجم را در نظر بگیریم: فرهنگ سازمانی نقش تعدیل‌گر در تأثیر رهبری مسئولانه و هویت سازمانی دارد، به‌طوری که این تأثیر زمانی بیشتر می‌شود که فرهنگ سازمانی مثبت باشد.

۳. روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف، در زمره پژوهش‌های کاربردی طبقه‌بندی می‌شود. دلیل این امر آن است که یافته‌های این مطالعه می‌تواند به‌طور مستقیم مورد استفاده مدیران ارشد و سیاست‌گذاران اداره کل صنعت، معدن و تجارت استان مازندران قرار گیرد تا با به‌کارگیری اصول رهبری مسئولانه، زمینه‌ساز ارتقای خلاقیت و بهبود فرآیندهای سازمانی شوند. از نظر ماهیت و روش اجرا، این مطالعه در دسته پژوهش‌های توصیفی-پیمایشی و از نوع همبستگی قرار دارد. رویکرد توصیفی-پیمایشی به پژوهشگر این امکان را می‌دهد تا وضعیت موجود متغیرها و روابط علی و معلولی میان آن‌ها را در جامعه آماری مورد نظر، بدون هیچ‌گونه دستکاری در محیط طبیعی و شرایط واقعی سازمان، به‌دقت شناسایی، توصیف و تحلیل نماید.

جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه کارکنان رسمی و پیمانی اداره کل صنعت، معدن و تجارت استان مازندران است که بر اساس آخرین آمارهای موجود در زمان انجام پژوهش، تعداد آن‌ها ۴۰۰ نفر برآورد شده است. برای تعیین حجم نمونه، با توجه به محدود و مشخص بودن حجم جامعه آماری، از فرمول نمونه‌گیری کوکران برای جوامع محدود استفاده گردید. بر این اساس، با در نظر گرفتن سطح اطمینان ۹۵ درصد، میزان وارپانس ۰/۲۵ و خطای برآورد ۰/۰۵، حجم نمونه مورد نیاز ۱۹۶ نفر محاسبه شد. روش نمونه‌گیری در این پژوهش، تصادفی ساده است؛ به این معنا که فهرست کاملی از اعضای جامعه تهیه شد و هر یک از کارکنان شانس برابری برای

(PLS-SEM) در دو مرحله اصلی و متوالی صورت می‌پذیرد: مرحله نخست، ارزیابی و برازش مدل اندازه‌گیری (برون‌زا) به منظور اطمینان از روایی و پایایی ابزار پژوهش، و مرحله دوم، ارزیابی مدل ساختاری (درون‌زا) و آزمون فرضیه‌های پژوهش به منظور بررسی روابط علی و معلولی بین متغیرها. پیش از ورود به تحلیل‌های اصلی و پیچیده مدل‌سازی، بررسی و اطمینان از نرمال بودن توزیع داده‌های پژوهش به عنوان یک پیش‌فرض اساسی الزامی است.

برای آزمون نرمالیتی متغیرهای اصلی پژوهش، از آزمون ناپارامتریک کولموگروف-اسمیرنوف تک‌نمونه‌ای استفاده گردید. در این آزمون آماری، تابع توزیع تجمعی مشاهده‌شده در نمونه با تابع توزیع نرمال مورد انتظار در جامعه مقایسه می‌گردد. همان‌طور که نتایج مندرج در جدول ۱ به‌وضوح نشان می‌دهد، مقدار سطح معنی‌داری (Sig) برای تمامی متغیرهای اصلی پژوهش، اعم از رهبری مسئولانه، اشتراک‌گذاری ایده‌های خلاق، هویت سازمانی و فرهنگ سازمانی، بزرگ‌تر از سطح خطای استاندارد ۰/۰۵ می‌باشد. این نتیجه آماری نشان می‌دهد که توزیع مشاهده‌شده داده‌ها با توزیع مورد انتظار یکسان بوده و فرض صفر مبنی بر نرمال بودن توزیع داده‌ها رد نمی‌شود. به عبارت دیگر، داده‌های پژوهش از توزیع نرمال پیروی می‌کنند. لذا جهت تحلیل آماری اطلاعات و داده‌های پژوهش، استفاده از آزمون‌های پارامتریک و روش مدل‌سازی معادلات ساختاری مبتنی بر واریانس کاملاً موجه، معتبر و از نظر آماری قابل دفاع است.

جدول ۱- تست نرمال بودن متغیرهای اصلی پژوهش

متغیرها			کولموگروف-اسمیرنوف تک نمونه‌ای
مقدار آزمون	درجه آزادی	سطح معنی داری	
۰/۰۴۶	۱۹۶	۰/۱۲۸	رهبری مسئولانه
۰/۰۴۹	۱۹۶	۰/۱۴۳	اشتراک‌گذاری ایده‌های خلاق
۰/۰۴۸	۱۹۶	۰/۳۵۲	هویت سازمانی
۰/۰۴۹	۱۹۶	۰/۰۸۹	فرهنگ سازمانی

منبع: یافته‌های پژوهش

برای تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری‌شده، از روش‌های آمار توصیفی (شامل فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار) و آمار استنباطی بهره گرفته شد. پیش از آزمون فرضیه‌ها، نرمال بودن توزیع داده‌ها از طریق آزمون کولموگروف-اسمیرنوف مورد بررسی قرار گرفت و با تأیید آن، از روش‌های پارامتریک استفاده شد. آزمون فرضیه‌های پژوهش و بررسی روابط پیچیده بین متغیرها با استفاده از روش پیشرفته مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) و رویکرد حداقل مربعات جزئی (PLS) انجام پذیرفت. فرآیند تحلیل در نرم‌افزار SmartPLS نسخه ۳ در دو مرحله اصلی صورت گرفت: نخست، ارزیابی مدل اندازه‌گیری (برون‌زا) که شامل بررسی پایایی شاخص‌ها، روایی همگرا (AVE) و روایی واگرا (معیار فورنل و لارکر) بود؛ و دوم، ارزیابی مدل ساختاری (درون‌زا) که شامل بررسی ضرایب مسیر، مقدار ضریب تعیین (R^2)، و آزمون معناداری روابط از طریق روش بوت‌استرپینگ (Bootstrapping) با ۵۰۰۰ زیرنمونه بود. انتخاب رویکرد PLS-SEM به دلیل ماهیت پیش‌بینی‌کننده پژوهش، وجود متغیرهای میانجی و تعدیل‌گر در مدل، و مناسب بودن آن برای حجم نمونه‌های متوسط، توجیه‌پذیر است. این نرم‌افزار امکان ارزیابی هم‌زمان مدل‌های اندازه‌گیری و ساختاری را فراهم می‌آورد و به‌ویژه برای پژوهش‌هایی با مدل‌های پیچیده، از کارایی، انعطاف‌پذیری و دقت بالایی برخوردار است. شایان ذکر است که در تمامی مراحل گردآوری داده‌ها، اصول اخلاقی پژوهش شامل رضایت آگاهانه، اختیاری بودن مشارکت و محرمانه ماندن اطلاعات پاسخ‌دهندگان به‌طور کامل رعایت گردید.

۴. یافته‌ها

در این بخش، به منظور آزمون فرضیه‌های تدوین‌شده و ارزیابی دقیق مدل مفهومی پژوهش، داده‌های گردآوری‌شده از جامعه آماری با استفاده از نرم‌افزار تخصصی SmartPLS نسخه ۳ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. فرآیند تحلیل داده‌ها در رویکرد مدل‌سازی معادلات ساختاری با حداقل مربعات جزئی

اطمینان بالا نتیجه گرفت که پرسشنامه پژوهش از پایایی، ثبات درونی و همسانی بسیار مطلوبی برخوردار است.

جدول ۳- گزارش معیارهای آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی

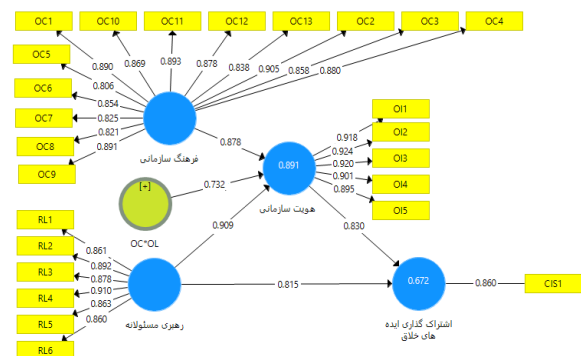
متغیرهای پنهان	عنوان در مدل	ضریب آلفای کرونباخ	ضریب پایایی ترکیبی (CR ≥ 0/7)
رهبری مسئولانه	RL	۰/۹۵۳	۰/۹۶۲
اشتراک‌گذاری ایده‌های خلاق	CIS	۰/۹۵۹	۰/۹۶۵
هویت سازمانی	OI	۰/۹۵۰	۰/۹۵۹
فرهنگ سازمانی	OC	۰/۹۵۱	۰/۹۵۸

منبع: یافته‌های پژوهش

ب) *روایی همگرا*: به منظور بررسی روایی همگرا، از شاخص آماری میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE) استفاده شد. این شاخص میزان همبستگی و اشتراک واریانس یک سازه با شاخص‌های اختصاصی خودش را نشان می‌دهد. فورنل و لارکر (۱۹۸۱) بیان داشتند که مقدار بحرانی این معیار ۰/۵ است و مقادیر بالاتر از ۰/۵، روایی همگرایی قابل قبول را تأیید و تضمین می‌کند. همان‌طور که در جدول ۳ مشهود است، مقدار AVE برای تمامی ابعاد و سازه‌های مدل (رهبری مسئولانه: ۰/۸۱۰، اشتراک‌گذاری ایده‌های خلاق: ۰/۷۷۶، هویت سازمانی: ۰/۷۷۰ و فرهنگ سازمانی: ۰/۷۷۱) به‌طور معناداری بالاتر از حد مجاز ۰/۵ می‌باشد. این یافته مؤید آن است که روایی همگرایی مدل در تمامی سازه‌ها به‌طور کامل و قوی برقرار است.

به منظور اطمینان از کیفیت و برازش مناسب مدل اندازه‌گیری، سه معیار اصلی و بنیادین شامل پایایی شاخص، روایی همگرا و روایی واگرا مورد سنجش و بررسی دقیق قرار گرفتند.

الف) پایایی شاخص: پایایی شاخص‌ها و سازه‌های پژوهش توسط سه معیار مکمل شامل ضرایب بارهای عاملی، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (CR) سنجیده شد. در گام اول، معیار بارهای عاملی بررسی گردید. همان‌گونه که در شکل ۱ مشاهده می‌شود، در تمامی سازه‌های مدل مفهومی، بارهای عاملی تمامی گویه‌ها دارای مقادیر بالاتر از حد آستانه حداقلی ۰/۴ می‌باشند که نشان‌دهنده معناداری روابط و پایایی قابل قبول مدل‌های اندازه‌گیری در سطح شاخص‌ها است.



شکل ۱- بارهای عاملی سنجش‌های مدل

در گام بعدی، ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی سازه‌ها محاسبه و گزارش گردید. مطابق با الگوریتم استاندارد نرم‌افزار PLS، ضریب پایایی بالاتر از ۰/۷ به‌عنوان میزان قابل قبول و مطلوب شناخته می‌شود. نتایج مندرج در جدول ۲ به‌طور دقیق نشان می‌دهد که تمامی متغیرهای پنهان پژوهش، اعم از رهبری مسئولانه (آلفا: ۰/۹۵۳ و CR: ۰/۹۶۲)، اشتراک‌گذاری ایده‌های خلاق (آلفا: ۰/۹۵۹ و CR: ۰/۹۶۵)، هویت سازمانی (آلفا: ۰/۹۵۰ و CR: ۰/۹۵۹) و فرهنگ سازمانی (آلفا: ۰/۹۵۱ و CR: ۰/۹۵۸)، دارای مقادیر آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی به‌مراتب بالاتر از حد مجاز ۰/۷ هستند. بنابراین، می‌توان با

جدول ۳- گزارش معیار روایی همگرا (AVE)

متغیرهای پنهان	عنوان در مدل	میانگین واریانس استخراجی (AVE ≥ 0/5)
رهبری مسئولانه	RL	۰/۸۱۰
اشتراک گذاری ایده‌های خلاق	CIS	۰/۷۷۶
هویت سازمانی	OI	۰/۷۷۰
فرهنگ سازمانی	OC	۰/۷۷۱

منبع: یافته‌های پژوهش

ج) روایی واگرا: معیار دیگر و حیاتی برای بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری، روایی واگرا است که نشان می‌دهد یک سازه تا چه حد با سایر سازه‌های موجود در مدل تفاوت دارد و مفهوم متمایزی را اندازه‌گیری می‌کند. بر اساس معیار استاندارد فورنل و لارکر، روایی واگرای قابل قبول زمانی حاصل می‌شود که میزان جذر AVE برای هر سازه (که در قطر اصلی ماتریس قرار می‌گیرد) بیشتر از ضریب همبستگی آن سازه با سایر سازه‌های مدل باشد. نتایج مندرج در جدول ۴ به وضوح نشان می‌دهد که مقادیر جذر AVE برای رهبری مسئولانه (۰/۹۰۶)، اشتراک گذاری ایده‌های خلاق (۰/۹۰۴)، هویت سازمانی (۰/۹۷۴) و فرهنگ سازمانی (۰/۹۱۱) در تمامی موارد بزرگ‌تر از مقادیر همبستگی متناظر در سطر و ستون مربوطه است. بنابراین، روایی واگرای مدل در سطح سازه‌ها مورد تأیید قرار می‌گیرد و تمایز مفاهیم از یکدیگر اثبات می‌شود.

جدول ۴- معیار فورنل و لارکر جهت بررسی روایی واگرا

متغیر	RL	CIS	OI	OC
رهبری مسئولانه	۰/۹۰۶			
اشتراک گذاری ایده‌های خلاق	۰/۸۵۳	۰/۹۰۴		
هویت سازمانی	۰/۸۵۰	۰/۸۷۴	۰/۹۷۴	
فرهنگ سازمانی	۰/۸۲۰	۰/۸۵۲	۰/۸۹۸	۰/۹۱۱

منبع: یافته‌های پژوهش

پس از تأیید کامل برازش مدل اندازه‌گیری، نوبت به بررسی مدل ساختاری و آزمون فرضیه‌های پژوهش می‌رسد. در این

راستا، ابتدا معیارهای برازش کلی مدل شامل ضریب تعیین (R^2) و قابلیت پیش‌بینی (Q^2) مورد ارزیابی قرار گرفتند. ضریب تعیین (R^2) معیاری کلیدی برای سنجش میزان تأثیر متغیرهای برون‌زا بر متغیرهای درون‌زا و قدرت تبیین‌کنندگی مدل است. در ادبیات روش‌شناسی، مقادیر ۰/۱۹، ۰/۳۳، ۰/۶۷ و به ترتیب به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای R^2 معرفی شده‌اند. با توجه به نتایج ارائه شده در جدول ۵، مقدار R^2 برای هویت سازمانی برابر با ۰/۸۹۱ و برای اشتراک گذاری ایده‌های خلاق برابر با ۰/۶۷۲ به دست آمد. هر دو مقدار به دست آمده نشان‌دهنده قدرت تبیین‌کنندگی قوی و بسیار مطلوب مدل ساختاری پژوهش هستند.

جدول ۵- ضریب تعیین (R^2)

هویت سازمانی	اشتراک گذاری ایده‌های خلاق	R^2
۰/۸۹۱	۰/۶۷۲	

منبع: یافته‌های پژوهش

همچنین، معیار Q^2 (قابلیت پیش‌بینی) برای ارزیابی نهایی برازش مدل ساختاری به کار رفت. بر اساس پژوهش‌های معتبر هنسler و همکاران (۲۰۰۹)، مقادیر ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ به ترتیب نشان‌دهنده قدرت پیش‌بینی ضعیف، متوسط و قوی مدل هستند. نتایج مندرج در جدول ۶ نشان می‌دهد که مقدار Q^2 برای هویت سازمانی (۰/۸۳۷) و اشتراک گذاری ایده‌های خلاق (۰/۶۲۴) بسیار بالاتر از آستانه ۰/۳۵ است که مؤید قدرت پیش‌بینی «قوی» و کارایی بالای مدل پژوهش در پیش‌بینی متغیرهای وابسته می‌باشد.

جدول ۶- مقدار Q^2

هویت سازمانی	اشتراک گذاری ایده‌های خلاق	Q^2
۰/۸۳۷	۰/۶۲۴	

منبع: یافته‌های پژوهش

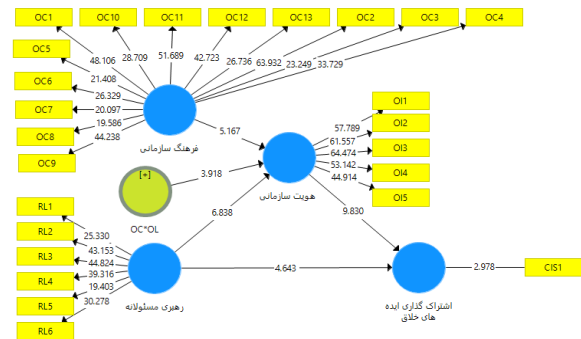
در نهایت، به منظور آزمون معناداری روابط و بررسی دقیق فرضیه‌های پژوهش، از روش بوت‌استرپینگ با ۵۰۰۰ زیرنمونه استفاده شد. همان‌طور که در شکل ۲ مشاهده می‌شود، مقدار آماره t در تمامی مسیرهای مدل مفهومی بیشتر از ۱/۹۶

۵. بحث و نتیجه‌گیری

هدف اصلی این پژوهش، بررسی تأثیر رهبری مسئولانه بر اشتراک‌گذاری ایده‌های خلاق با نقش میانجی هویت سازمانی و نقش تعدیل‌گر فرهنگ سازمانی در اداره کل صنعت، معدن و تجارت استان مازندران بود. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که رهبری مسئولانه تأثیر مثبت و معناداری بر اشتراک‌گذاری ایده‌های خلاق دارد (تأیید فرضیه اول). این یافته با نتایج پژوهش‌های پیشین (باویک و همکاران، ۲۰۱۷) همسو است و نشان می‌دهد که رهبران مسئول با الهام‌بخشی به نیروی کار، بستر لازم را برای گسترش تخصص و تبادل دانش فراهم می‌کنند. همچنین، نتایج تأیید کرد که رهبری مسئولانه تأثیر مثبتی بر هویت سازمانی دارد (تأیید فرضیه دوم). رهبران با ایجاد فضایی امن و مبتنی بر اصول اخلاقی، باعث می‌شوند کارکنان ارزش‌های سازمان را درونی کرده و تعهد بیشتری نشان دهند (اکرادلو و همکاران، ۱۴۰۰).

در ادامه، فرضیه سوم مبنی بر تأثیر مثبت هویت سازمانی بر اشتراک‌گذاری ایده‌های خلاق نیز تأیید شد. این نتیجه با مطالعات کانروی و همکاران (۲۰۱۷) و لیو و همکاران (۲۰۲۲) مطابقت دارد. کارکنانی که احساس تعلق و همسویی ارزشی با سازمان دارند، به دلیل احترام و قدردانی دریافت‌شده، انگیزه بیشتری برای ارائه رفتارهای خلاقانه و به اشتراک گذاشتن دانش خود دارند. نوآورانه‌ترین یافته این پژوهش، تأیید نقش میانجی هویت سازمانی در رابطه بین رهبری مسئولانه و اشتراک‌گذاری ایده‌های خلاق بود (تأیید فرضیه چهارم). اگرچه پژوهش‌های محدودی مستقیماً به این مسیر پرداخته‌اند، اما یافته‌های حاضر با مطالعاتی که هویت سازمانی را به‌عنوان مکانیسمی برای تبدیل نگرش رهبری به رفتار خلاقانه معرفی کرده‌اند (لیو و همکاران، ۲۰۲۱؛ ژائو و همکاران، ۲۰۱۹؛ عبدالمطلب و همکاران، ۲۰۲۲)، همخوانی کامل دارد. به عبارت

می‌باشد که معناداری تمامی روابط بین متغیرهای پنهان پژوهش را در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌کند و نشان‌دهنده برازش مناسب مدل ساختاری است.



استخراج دانش ضمنی و تقویت اشتراک‌گذاری ایده‌ها کمک شایانی نماید.

۴. برای مطالعات آتی پیشنهاد می‌شود این مدل در بخش‌های دیگر اقتصادی، به‌ویژه صنایع تولیدی و مالی، مورد آزمون قرار گیرد. همچنین، پژوهشگران می‌توانند با افزودن متغیرهای میانجی یا تعدیل‌گر دیگر (مانند سرمایه روان‌شناختی یا عدالت سازمانی)، چارچوب نظری را توسعه داده و به نتایج جامع‌تری دست یابند.

ملاحظات اخلاقی: کلیه اصول اخلاق در پژوهش، همچنین امانت‌داری علمی در استفاده از منابع، استنادها و ارجاعات موردتوجه قرار گرفته و رعایت شده است.

تعارض منافع: نویسندگان اعلام می‌دارند که تدوین و انتشار این مقاله فاقد هرگونه تعارض منافع بوده است.

سهم نویسندگان: نگارش و تدوین مقاله به‌صورت مشترک و با مشارکت برابر تمامی نویسندگان انجام شده است.

تشکر و قدردانی: بدین‌وسیله از تمامی افرادی که در تهیه و تکمیل این مقاله همکاری و مساعدت داشته‌اند، قدردانی می‌شود.

تأمین اعتبار پژوهش: این پژوهش بدون دریافت هرگونه حمایت یا تأمین مالی انجام شده است.

فهرست منابع

احمدی زهرانی، مریم، و کریمی، سارا. (۱۳۹۸). بررسی تاثیر رهبری اصیل بر خلاقیت کارکنان: با در نظر گرفتن نقش میانجی رفتار تسهیم دانش و نقش تعدیل‌گر تکنولوژی اطلاعات. *فصلنامه ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی*، ۹(۳)، ۲۵-۴۹.

اکرادلو، محمد، حسینی شکیب، مهرداد، و خمسه، عباس. (۱۴۰۰). بررسی تاثیر سبک‌های رهبری بر جو نوآوری و خلاقیت کارکنان با نقش تعدیلگر خودکارآمدی خلاقانه و نقش

دیگر، رهبری مسئولانه تنها زمانی منجر به اشتراک‌گذاری ایده می‌شود که کارکنان ابتدا هویت سازمانی را در خود تقویت کنند. علاوه بر این، نتایج نشان داد که فرهنگ سازمانی نقش تعدیل‌گر معناداری در تأثیر رهبری مسئولانه بر هویت سازمانی ایفا می‌کند (تأیید فرضیه پنجم). این بدان معناست که در صورتی که فرهنگ حاکم بر سازمان خوش‌بینانه، حمایت‌گر و سودمند باشد، تأثیر رهبری مسئولانه بر تقویت هویت سازمانی به‌طور چشمگیری افزایش می‌یابد. این یافته با پژوهش‌های نوید و همکاران (۲۰۲۲) و شهزاد و همکاران (۲۰۱۲) که نقش سازنده فرهنگ را در تقویت پیامدهای رهبری تأیید کرده‌اند، مطابقت دارد.

با وجود دستاوردهای ارزشمند، این پژوهش با محدودیت‌هایی مواجه بود. مهم‌ترین محدودیت، محدود بودن جامعه آماری به کارکنان اداره کل صنعت، معدن و تجارت استان مازندران است که تعمیم‌پذیری نتایج به سایر سازمان‌ها یا استان‌ها را با احتیاط مواجه می‌سازد. همچنین، اتکا به خودگزارشی پرسشنامه‌ای ممکن است تحت تأثیر سوگیری پاسخ‌دهندگان قرار گرفته باشد.

بر اساس یافته‌ها، پیشنهادات کاربردی و پژوهشی زیر ارائه می‌گردد:

۱. پیشنهاد می‌شود مدیران ارشد با الگوبرداری از مؤلفه‌های رهبری مسئولانه (مانند اصول‌مندی و همدلی)، فضایی را برای تعاملات اجتماعی سالم و گفت‌وگوی سازنده فراهم آورند تا کارکنان بدون دغدغه، ایده‌های خلاقانه خود را مطرح کنند.
۲. واحد منابع انسانی می‌تواند با بازنگری در سیاست‌های جذب و نگهداشت، بر شایستگی‌های اخلاقی و همسویی ارزش‌های فردی داوطلبان با فرهنگ سازمانی تأکید ورزد تا هویت سازمانی از بدو استخدام تقویت شود.
۳. برگزاری جلسات ماهانه با کارکنان جهت آگاه‌سازی آن‌ها از جایگاه رقابتی سازمان و ایجاد گروه‌های دانشی، می‌تواند به

mediating role of organisational commitment. *Industrial and Commercial Training*, 51(3), 174-183. <https://doi.org/10.1108/ICT-09-2018-0077>

Bandura, A. (1969). Social-learning theory of identificatory processes. In D. A. Goslin (Ed.), *Handbook of socialization theory and research* (pp. 213–262). Rand McNally.

Bavik, Y. L., Tang, P. M., Shao, R & ,Lam, L. W. (2018). Ethical leadership and employee knowledge sharing: Exploring dual-mediation paths. *The Leadership Quarterly*, 29(2), 322–332. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2017.08.003>

Chen, M., et al. (2022). How does servant leadership influence creativity? Enhancing employee creativity via creative process engagement and knowledge sharing. *Frontiers in Psychology*, 13, Article 947092. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.947092>

Chua, R. Y., Morris, M. W & ,Ingram, P. (2009). Guanxi vs networking: Distinctive configurations of affect-and cognition-based trust in the networks of Chinese vs American managers. *Journal of International Business Studies*, 40(3), 490-508. <https://doi.org/10.1057/jibs.2008.110>

Conroy, S., et al. (2017). Where there is light, there is dark: A review of the detrimental outcomes of high organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 38(2), 184-203. <https://doi.org/10.1002/job.2144>

Cujean, J. (2020). Idea sharing and the performance of mutual funds. *Journal of Financial Economics*, 135(1), 88-119. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2019.06.007>

Dong, W & ,Zhong, L. (2021). Responsible leadership fuels innovative behavior: The mediating roles of socially responsible human resource management and organizational pride. *Frontiers in Psychology*, 12, Article 635885. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.635885>

میانجی اعتماد و هویت فردی (مورد مطالعه: سازمان امور مالیاتی). مدیریت منابع انسانی پایدار، ۳(۴)، ۳۸-۷.

خان بابایی، انسیه، و کاظمی، فاطمه. (۱۳۹۷). تأثیر رهبری اخلاقی بر اشتراک‌گذاری دانش با نقش میانجی متغیرهای انگیزش کنترل‌شده و هویت اخلاقی کارکنان. سومین کنفرانس ملی رویکردهای نوین در آموزش و پژوهش، محمودآباد.

رحیمی، حمید، و آقابابایی، راضیه. (۱۳۹۸). تأثیر رهبری اصیل بر خلاقیت نیروی انسانی: نقش واسطه‌ای انگیزش درونی (مطالعه موردی کارکنان دانشگاه کاشان). فصلنامه علمی کارآفرین، ۱۶(۲)، ۱۴۰-۱۲۱.

مومنین، لیلا، رحیمیان، حمید، عباس‌پور، عباس، فرخی، نورعلی، و سهرابی اسمرود، فرامرز. (۱۳۹۹). رهبری خلاق آموزشی و تاثیر آن بر رشد کودک و نوجوان: یک مطالعه مروری. پرستاری کودکان، ۴(۴)، ۸۴-۷۱.

Abdelmotaleb, M., Mouri, N & ,Saha, S. K. (2022). Leader knowledge hiding and employee organizational identification in the Egyptian service industry. *Journal of Knowledge Management*, 26(6), 1458-1475. <https://doi.org/10.1108/JKM-08-2021-0632>

Acar, O. A., Tarakci, M & ,Van Knippenberg, D. (2019). Creativity and innovation under constraints: A cross-disciplinary integrative review. *Journal of Management*, 45(1), 96-121. <https://doi.org/10.1177/0149206318801992>

Adeel, A., Kee, D. M. H & ,Qasim Daghriri, Y. (2022). Conflict side of creativity: Role of supervisory support and team affective tone in facilitating creative idea validation. *Frontiers in Public Health*, 10, Article 965278. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.965278>

Alalsharif, A., & Bidan, M. (2017). The role of organizational culture in leadership effectiveness. *Journal of Management Research*, 15(2), 45-60.

Arasanmi, C. N & ,Krishna, A. (2019). Employer branding: Perceived organisational support and employee retention—the

- Lee, E.-S., Park, T.-Y & ,Koo, B. (2015). Identifying organizational identification as a basis for attitudes and behaviors: A meta-analytic review .*Psychological Bulletin*,141(5). 1049-1080. <https://doi.org/10.1037/bul0000012>
- Lee, Y & ,Kim, J. (2021). Cultivating employee creativity through strategic internal communication: The role of leadership, symmetry, and feedback seeking behaviors . *Public Relations Review* ,47(1) ,Article 101998 . <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2020.101998>
- Liao, Z & ,Zhang, M. (2020). The influence of responsible leadership on environmental innovation and environmental performance: The moderating role of managerial discretion .*Corporate Social Responsibility and Environmental Management*,27(5), 2016-2027. <https://doi.org/10.1002/csr.1930>
- Lin, C. P., Huang, H. T & ,Huang, T. Y. (2020). The effects of responsible leadership and knowledge sharing on job performance among knowledge workers .*Review of Managerial Science*,14, 1139-1167. <https://doi.org/10.1007/s11846-019-00339-9>
- Liu, C.-M & ,Lin, C.-P. (2018). Assessing the effects of responsible leadership and ethical conflict on behavioral intention . *Review of Managerial Science*,12 1003-1024. <https://doi.org/10.1007/s11846-017-0233-4>
- Liu, H., et al. (2021). Creativity in non-routine jobs: The role of transformational leadership and organizational identification . *Creativity and Innovation Management*, 30(1), 129-143. <https://doi.org/10.1111/caim.12421>
- Liu, W., et al. (2016). Abusive supervision and employee creativity: The mediating role of psychological safety and organizational identification .*Management Decision*,54(1), 130-149. <https://doi.org/10.1108/MD-06-2015-0241>
- Gomes, J. F., Marques, T & ,Cabral, C. (2022). Responsible leadership, organizational commitment, and work engagement: The mediator role of organizational identification .*Nonprofit Management and Leadership*,33(1), 89-108. <https://doi.org/10.1002/nml.21512>
- Haider, S. A., et al. (2022). The impact of responsible leadership on knowledge sharing behavior through the mediating role of person–organization fit and moderating role of higher educational institute culture . *Journal of Innovation & Knowledge* ,7(4), Article 100265 . <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100265>
- Haque, A., Fernando, M & ,Caputi, P. (2021). How is responsible leadership related to the three-component model of organisational commitment ?*International Journal of Productivity and Performance Management*, 70(5), 1137-1161. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-09-2019-0438>
- He, J., Morrison, A. M & ,Zhang, H. (2021). Being sustainable: The three-way interactive effects of CSR, green human resource management, and responsible leadership on employee green behavior and task performance .*Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(3), 1043-1054. <https://doi.org/10.1002/csr.2106>
- Hui, L., et al. (2021). Organizational identification perceptions and millennials' creativity: Testing the mediating role of work engagement and the moderating role of work values .*European Journal of Innovation Management*, 24(5), 1653-1678. <https://doi.org/10.1108/EJIM-09-2020-0378>
- Lee, A., et al. (2020). Leadership, creativity and innovation: A meta-analytic review . *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 29(1), 1-35. <https://doi.org/10.1080/1359432X.2019.1661847>

orientation and organizational culture on job satisfaction, organizational commitment, and employee's performance .*South Asian Journal of Business Studies*, 8(3). 312-330. <https://doi.org/10.1108/SAJBS-08-2018-0091>

Ur Rehman, Z., et al. (2023). Linking responsible leadership with financial and environmental performance: Determining mediation and moderation .*International Journal of Productivity and Performance Management*, 72(1), 24-46. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-08-2021-0456>

Zhao, H., Liu, W., Li, J & .Yu, X. (2019). Leader-member exchange, organizational identification, and knowledge hiding: The moderating role of relative leader-member exchange .*Journal of Organizational Behavior*, 40(7), 809-824. <https://doi.org/10.1002/job.2378>

Zhao, S., et al. (2021). Knowledge sharing direction and innovation performance in organizations: Do absorptive capacity and individual creativity matter ?*European Journal of Innovation Management*, 24(2), 371-394. <https://doi.org/10.1108/EJIM-01-2020-0025>

Liu, Y., et al. (2022). Organizational identification and creative idea sharing. *Journal of Business Research*, 145, 123-135.

Naveed, R. T., et al. (2022). Do organizations really evolve? The critical link between organizational culture and organizational innovation toward organizational effectiveness: Pivotal role of organizational resistance .*Journal of Innovation & Knowledge*, 7(2), Article 100178 . <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100178>

Okta, K., et al. (2015). The influence of organizational culture and entrepreneurial orientation on the job satisfaction, organizational commitment, and employee's performance .*European Journal of Business and Management*, 7(2), 55-67.

Rehman, S. U., et al. (2020). Impact of leadership behavior of a project manager on his/her subordinate's job-attitudes and job-outcomes .*Asia Pacific Management Review*, 25(1), 38-47. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2019.04.003>

Rojek-Adamek, P. (2021). The role of sharing creative ideas: Professional designers about their work .*Creativity Studies*, ۱۴(۲), 521-534. <https://doi.org/10.3846/cs.2021.12345>

Schepers, P & .Van Den Berg, P. T. (2007). Social factors of work-environment creativity .*Journal of Business and Psychology*, 21, 407-428. <https://doi.org/10.1007/s10869-006-9034-5>

Shehzad, M. U., et al. (2012). Relationships among organizational culture, knowledge sharing, and innovation. *Journal of Knowledge Management*, 16(5), 789-805.

Smidts, A., Pruyn, A. T. H & .Van Riel, C. B. (2001). The impact of employee communication and perceived external prestige on organizational identification .*Academy of Management Journal*, 44(5), 1051-1062. <https://doi.org/10.2307/3069448>

Soomro, B. A & .Shah, N. (2019). Determining the impact of entrepreneurial