

بررسی تأثیر رهبری خدمت‌گزار بر هویت سازمانی با توجه به نقش تعدیلگری هوش معنوی (مورد مطالعه: کارکنان اداره آموزش و پرورش ناحیه ۳ مشهد)

***احمد عربشاهی کریزی**، استادیار گروه مدیریت دولتی، بخش مدیریت، اقتصاد و حسابداری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

فاطمه نظریور، دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت منابع انسانی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

چکیده

هدف این پژوهش بررسی تأثیر رهبری خدمت‌گزار بر هویت سازمانی با توجه به نقش تعدیل-کنندگی هوش معنوی است. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی، از نظر ماهیت و روش، توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری، کل کارکنان اداره آموزش و پرورش ناحیه ۳ مشهد است. نمونه ۱۰۸ نفره، بر اساس فرمول کوکران و به روش تصادفی انتخاب شده است. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه‌های استاندارد رهبری خدمت‌گزار، هویت سازمانی و هوش معنوی می باشد. روایی پرسشنامه‌ها از طریق اخذ نظر استادان و صاحب نظران تأیید و پایایی پرسشنامه‌ها با محاسبه آلفای کرونباخ مورد تأیید قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نرم‌افزار Smart PLS استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که رهبری خدمت‌گزار بر هویت سازمانی تأثیرگذار است. هوش معنوی تأثیر رهبری خدمت‌گزار بر هویت سازمانی را تعدیل می‌کند.

واژگان کلیدی: رهبری خدمت‌گزار، هویت سازمانی، هوش معنوی.

* نویسنده مسئول: ahmad.arabshahi@gmail.com

دریافت مقاله: ۹۹/۲/۱۰ پذیرش مقاله: ۹۹/۴/۱۴

The Impact of Servant Leadership on Organizational Identity with the Moderating Role of Spiritual Intelligence

***Ahmad Arabshahi Karizi**, Assistant Professor, Public Administration, Faculty of management, Payame Noor University, Tehran, Iran.

Fatemeh Nazarpour, MSc, Human Resource Management, Payame Noor University, Tehran, Iran.

Abstract:

The purpose of this study is to investigate the effect of servant leadership on organizational identity with the moderating role of spiritual intelligence. The present study is applied in terms of purpose and is descriptive-survey in nature and method. The statistical population is the Education Department of District 3 in Mashhad. The 108-person sample was selected randomly based on Cochran's formula. Data collection tools are standard questionnaires of servant leadership, organizational identity and spiritual intelligence. The validity of the questionnaires was confirmed by the experts and the reliability of the questionnaires was confirmed by Cronbach's alpha. Smart PLS software was used for data analysis. Research findings show that servant leadership has a positive and significant effect on organizational identity. Spiritual intelligence moderates the impact of servant leadership on organizational identity.

Keywords: Servant Leadership, Organizational Identity, Intellectual Intelligence.

* Corresponding author: ahmad.arabshahi@gmail.com
Receiving Date: 29/4/2020 Acceptance Date: 4/7/2020

مقدمه

نیروی رقابت جهانی، سازمان‌های امروزی را مجبور کرده است که بعد از ده‌ها سال پیگیری روش‌ها و رویه‌های کاری ثابت خود، روش‌های کاری جدیدی در پیش گیرند؛ به گونه‌ای که سازمان‌ها دارای ثبات کاری نیستند و از نوعی ثبات نسبی برخوردارند. سازمان‌ها برای اینکه بتوانند خود را در محیط رقابتی، همگام یا جلوتر از بقیه سازمان‌ها قرار دهند، توجه خود را به رهبران سازمانی معطوف کرده‌اند و سعی در ایجاد تغییرات درون‌سازمانی دارند؛ زیرا رهبری با ایجاد تغییرات سر و کار دارد. اما مسئله اساسی سازمان‌ها اینست که سبک‌های رهبری گذشته در عصر حاضر کارایی خود را از دست داده‌اند و دیگر پاسخگوی نیازهای امروزی سازمان‌ها نیستند. رهبر خدمت‌گزار کسی است که ابتدا به نیازهای دیگران توجه کرده، سپس نیازهای خود را برآورده می‌سازد و تأکید زیادی بر توسعه شخصی و توانمندسازی پیروان دارد. از طرفی، خدمت‌گزاری در فرهنگ و آموزش و پرورش اسلامی به صورت مستقیم و غیر مستقیم توصیه شده است؛ به گونه‌ای که در نظر اسلام با ارزشترین فرد، کسی است که بیشتر برای دیگران مفید است. به عبارت دیگر؛ رابطه مستقیمی بین خدمت به مردم و ارزش معنوی، جایگاه و درجه افراد در اسلام برقرار است [1].

هویت یک مزیت رقابتی برای سازمان‌ها محسوب می‌شود که در سال‌های اخیر اهمیت یافته است. هویت برای فرد، کیفیتی است که او را از افراد دیگر متمایز می‌سازد. این هویت از طریق ظاهر، رفتار و ارزش‌های شخص مشخص می‌شود، این مفهوم در مورد سازمان نیز صادق است [2]. از طرفی توجه روزافزون بشر در قرن حاضر به تغییر سبک زندگی خود و بهبود آن، در جهت افزایش رفاه، امید به زندگی، و حفظ و تداوم سلامت جسمانی و روانی، منجر به شکل‌گیری نگاهی کاوشگرانه برای یافتن عواملی شده است که با تکیه بر آن‌ها بتوان این مسیر را بهتر و سریع‌تر طی کرد. این دیدگاه کاوشگرانه، بی‌نتیجه نمانده و با پیش رو قراردادن عواملی مختلف، افق روشنی را پیش روی بشر قرار داده است. از میان این عوامل، معنویت جایگاه خاصی داشته و نقش بسزایی در بهبود زندگی انسان‌ها ایفا کرده است. در واقع، معنویت بر توانایی‌ها و ویژگی‌هایی مبتنی است که پیامدها و نتایج با ارزشی را ارائه می‌دهد. اهمیت هوش معنوی و معنویت باعث شده است که سازمان بهداشت جهانی اخیراً بهداشت را شامل ابعاد جسمی، روانی، اجتماعی و معنوی بداند [3].

رهبری خدمت‌گزار: رهبری فرایندی تأثیرگذار بر فعالیت‌های یک فرد یا گروه است که در وضعیت معینی به منظور تحقق هدفی کوشش می‌کنند [4]. رهبری به عنوان یک فرایند به معنی

استفاده از نفوذ بدون زور برای هدایت و هماهنگی فعالیت‌های اعضا یک گروه برای تحقیق هدف و به‌عنوان یک صفت به‌معنی مجموعه‌ای از ویژگی‌هاست که به‌کسانی که چنین نفوذی را با موفقیت بکار می‌برند نسبت داده می‌شود [5]. رهبری فرایندی است که ضمن آن مدیریت سازمان می‌کوشد تا با ایجاد انگیزه و ارتباطی مؤثر انجام سایر وظایف خود را در تحقیق اهداف سازمانی تسهیل و کارکنان را از روی میل و علاقه به انجام وظایفشان ترغیب کند. از این‌رو رهبری در مفهوم سازمان به‌عنوان جزئی مجزا و مستقل از مدیریت مطرح نیست، بلکه یکی از وظایف عمده و اصلی آن به‌شمار می‌آید [6]. نظریه‌های سنتی رهبری، معمولاً مبتنی بر نوعی مدل سلسله‌مراتبی بوده‌اند که قدرتی مطلق در سازمان دستورات را از بالا به پایین دیکته می‌کرد و پیروان در سطوح پایین‌تر به‌عنوان یک عضو سازمانی، ملزم به پیروی از این دستورات بوده‌اند. در حالی که رهبران عصر نوین کسانی خواهند بود که به‌گروه یا سازمان کمک می‌کنند که نیازها و توانایی‌های بالقوه خویش را دریابند، بصیرت‌های گروه را جمع بسته و تلفیق نمایند و به‌مثابه یک ماشه یا محرک برای گروه عمل نمایند [7]. در رهبری خدمت‌گزار رهبر اولویت اول را خدمت به دیگران و منافع دیگران را بر منافع شخصی و حتی منافع سازمانی اولویت قرار می‌دهد. رهبر خدمت‌گزار ابتدا از نگرانی واقعی برای تولید نتایج مثبت برای دیگران استفاده می‌کند [8]. از آنجا که رفاه کارکنان در اولویت قرار دارد، رهبری که ریشه در رفتار اخلاقی و دلسوزانه دارد، مانند رهبری خدمت‌گزار، از عظمت زیادی برخوردار می‌شود. رهبری خدمت‌گزار ایده‌آل خدمات را در روابط رهبر - پیرو برجسته می‌کند. رهبری خدمت‌گزار با ارائه جهت با توانمندسازی و توسعه مردم؛ و با نشان دادن فروتنی، اصالت، پذیرش بین فردی و مباشرت مشخص می‌شود [9]. لیدن و همکارانش هفت ویژگی را برای رهبری خدمت‌گزار شناسایی کردند: ۱. بهبود عاطفی، ۲. توانمندسازی، ۳. کمک به پیروان در رشد و موفقیت، ۴. رفتار اخلاقی، ۵. قرار دادن پیروان اول، ۶. ایجاد ارزش برای جامعه، ۷. مهارت‌های مفهومی. این هفت بعد را می‌توان ترکیب کرد تا یک شاخص جهانی از رهبری خدمت‌گزار ایجاد شود [10].

کار گرین لیف مفهوم رهبری خدمت‌گزار را به‌گفتمان عمومی اواسط دهه ۱۹۷۰ وارد کرد. مطالعات بعدی گرین لیف در زمینه رهبری خدمت‌گزار در طی دهه ۱۹۹۰ تا ۲۰۰۳ بر روی برجسته‌سازی مضامینی که می‌تواند به عملیاتی ساختن مفهوم رهبری خدمت‌گزار کمک کند، متمرکز شده است. به‌طور کلی بعد از گرین لیف سه روند در منابع به آن‌ها پرداخته می‌شود:

الف) بیشتر منابع رهبری خدمت‌گزار، مدل مفهومی مشخصی را مطرح نمی‌کنند. این نویسندگان نیز همانند ساخت‌های رهبری خدمت‌گزار گرین لیف درباره سه متغیر: مبانی ارزشی،

ویژگی‌های رهبر یا نتایج رهبری خدمت‌گزار بحث می‌کنند؛ اما وجود رابطه‌ی علی شفاف میان متغیرها را بیان نمی‌کنند. مهم‌ترین نظریه پردازان این بحث‌های بی‌مدل عبارتند از: رینهارت، راسل، اسپیرز، کوزس و پوزنر.

ب) مدل‌های رهبر- سازمان، مجموعه‌ای از مدل‌های مفهومی هستند که بر شیوه‌ی کلی که رهبران خدمت‌گزار در یک سازمان کار می‌کنند متمرکز است. مدل‌های متعددی درباره‌ی شاخص-های وقوع رهبری خدمت‌گزار در سازمان بحث کرده‌اند که مهم‌ترین آن‌ها عبارتند از: مدل راسل و استون، مدل پیچ و وونگ، مدل پارولینی، و مدل جیمز لاب.

ج) دومین نوع مدل‌های مفهومی در زمینه رهبری خدمت‌گزار مدل‌های رهبر- پیرو هستند که بر رابطه‌ی رهبر- پیرو متمرکزند و مهم‌ترین آن‌ها عبارتند از: مدل پترسون، مدل وینستون، مدل دنیس، مدل این ووگ، مدل سندجایا. جالب است بدانید که همه‌ی مطالعات و مدل‌هایی که بیان شد در آمریکای شمالی ارائه و مطالعات اندکی در بافت‌های فرهنگی دیگر کشورها انجام شده است.

[11]

جدول ۱. ابعاد برخی مدل‌های رهبری خدمت‌گزار [12]

ویژگی‌ها و ابعاد رهبری خدمت‌گزار	نظریه‌پرداز
ابعاد الهام‌ساز، اخلاقی	گراهام (۱۹۹۱)
خودهویتی، ظرفیت مقابله، رابطه‌سازی، پرداختن به آینده	بوچن (۱۹۹۸)
گوش دادن، همدردی، شفاف‌بخشی، آگاهی، متقاعدسازی، مفهوم‌سازی، بینش، تعهد و اجتماع‌سازی	اسپیرز (۱۹۹۸)
چشم‌انداز، نفوذ، اعتبار، اعتماد، خدمت	فارلینگ (۱۹۹۹)
بهادادن به مردم، رشد مردم، اجتماع‌سازی، صداقت (همدلی)، در اختیار گذاشتن رهبری و مشارکت	لاب (۱۹۹۹)
چشم‌انداز، اعتبار، اعتماد، خدمت، الگوسازی، پیشگامی، قدردانی از دیگران، قدرتمند سازی	راسل (۲۰۰۱)
مهرورزی، تواضع و فروتنی، نوع‌دوستی، چشم‌انداز، قابلیت اعتماد، توانمندسازی، خدمت-رسانی	پترسون (۲۰۰۳)
پیروی داوطلبانه، موثق بودن، رابطه قراردادی، اخلاقیات مسئولانه، معنویت متعالی، تأثیر تحول‌آفرین	سندجایا (۲۰۰۳)
شخصیت، روابط، وظیفه، فرایند	پیچ و وونگ (۲۰۰۰)
ویژگی‌های بنیادی (ایجاد چشم‌انداز، درستکاری و کمال‌جویی، اعتماد، خدمت‌رسانی، الگوسازی، قدردانی از دیگران، توانمندسازی)؛ ویژگی‌های مکمل (ارتباطات، اعتبار، صلاحیت، پیشکاری، در دسترس بودن، نفوذ و متقاعدسازی، شنود مؤثر، تشویق و ترغیب، تعلیم، تفویض اختیار)	راسل و استون (۲۰۰۲)
تواضع، نوع‌دوستی، تعهد به رهبر، عزت نفس	وونگ (۲۰۰۳)

پژوهشگران و محققان مختلفی در رابطه با اصول، ارزش‌ها و ضوابط رهبری خدمت‌گزار به تحقیق و تفحص پرداخته‌اند که نتایج برخی تحقیقات به شرح ذیل است:

جدول ۲. اصول رهبری خدمت‌گزار [1]

اصول رهبری خدمت‌گزار	پژوهشگران
صداقت، عشق، مسئولیت‌پذیری	گرین‌لیف (۱۹۹۶)
چشم‌انداز، عاطفی، صداقت، اعتماد، خدمت‌رسانی، مدلسازی، پیشگامی، قدردانی از دیگران، توانمندسازی	راسل و استون (۲۰۰۲)
عشق، تواضع، نوع‌دوستی، داشتن چشم‌انداز، اعتماد، توانمندسازی، خدمات	پترسون (۲۰۰۳)
توانمندسازی، عشق، تواضع، اعتماد، و چشم‌انداز	دنيس و بوکارنی (۲۰۰۵)
ارتباط نوع‌دوستانه، عاطفه، داشتن برنامه قانع‌کننده، حکمت، نظارت سازمانی	باربوتو و ویلر (۲۰۰۶)
تواضع و فروتنی، احترام، پذیرش، توانایی مربیگری، احترام، مراقبت	کاوی (۲۰۰۶)
عاطفه، ایجاد ارزش برای جامعه، داشتن مهارت‌های مفهومی، توانمندسازی، کمک به زیردستان برای رشد و موفقیت، اولویت دادن به پیروان، رفتار اخلاقی	لیدن و همکاران (۲۰۰۸)
پشتیبانی فردی، ایجاد گروه، نوع‌دوستی، برابری، صداقت اخلاقی	رید، کوهن و کالویل (۲۰۱۱)
توانمندسازی، مسئولیت‌پذیری، ایستادگی، فروتنی، اصالت، شجاعت، نظارت	ون دایردونک و نوجتن (۲۰۱۱)
ارتباط نوع‌دوستانه، عاطفه، عقل، داشتن برنامه قانع‌کننده، نظارت سازمانی	ماههمه و اینگلبرجت (۲۰۱۳)

هویت سازمانی: هویت‌سازمانی از جمله نگرش‌های کارکنان است که پس از دهه ۱۹۸۰ به حوزه مطالعات سازمانی وارد شده و درک مدیران را از رفتار کارکنان و سازمان افزایش داده است [13]. فرض اساسی هویت‌سازمانی این است که هر موجودیتی دارای یک هدف است که آن موجودیت را تعریف نموده و واقعیت آن را نمایان می‌سازد. هویت‌سازمانی می‌تواند به عنوان عنصری که مختصات اصلی یک سازمان را بازگو می‌نماید، تعریف شود؛ که ضمن آن، فرد از ارزش‌ها، هنجارها و انتظارات سازمان مطلع شده و به درونی‌سازی آن‌ها می‌پردازد [14]. بنابراین مفهومی است که درک مشتری از خصوصیات محوری و نسبتاً پایدار سازمان را میان کارکنان شکل می‌دهد. از طریق هویت‌یابی، کارکنان ویژگی‌های مهم سازمان را به عنوان ویژگی‌های خود جذب می‌کنند. این عامل، قدرت انتخاب و پذیرش جهت‌گیری سازمان را به اعضای آن داده، و

توان پاسخگویی در برابر تغییرات محیطی را ارتقا می‌دهد. بنابراین، چارچوبی ثابت و پایدار نیست، بلکه الگویی از باورها، ارزش‌ها و احساسات است که در تعامل ویژه‌ای میان افراد و محیط پیرامونی‌شان در بستر فرهنگ سازمانی شکل می‌گیرد [15]. ما هر روزه شاهد تغییر و تحولات گسترده و وسیع سازمانی هستیم. برخی از سازمان‌ها در دیگر سازمان‌ها ادغام می‌شوند و برخی دیگر تغییر مأموریت و ماهیت داده، به یک یا چند سازمان دیگر تبدیل می‌شوند. گاهی نیز مأموریت‌های جدیدی به مأموریت‌های قبلی سازمان اضافه می‌شوند که این تغییرات در ویژگی-های محوری و متمایزکننده سازمان بوده و باعث تغییرات هویتی در کارکنان سازمان می‌گردند و شدت وابستگی‌های هویتی را دستخوش تغییر و دگرگونی می‌کنند. هویت و هویت‌یابی سازمانی دارای اثرات قابل توجهی بر رفتارهای سازمانی هستند که این اثرات نیز به نوبه خود بر دستیابی به اهداف سازمانی اثر می‌گذارند [16]. وجود رابطه نزدیک بین هویت سازمانی و مسائل و موضوع-های سازمانی باعث می‌شود که افراد احساس وحدت و انسجام نسبت به سازمان داشته باشند و خود را جزئی از مسائل و مشکلات سازمان بدانند. به همین سبب هویت سازمانی یکی از متغیرهای مهم سازمانی است که باید در میان اولویت‌های مطالعاتی سازمانی قرار بگیرد [17]. هویت-سازمانی از چالش‌برانگیزترین مباحث سازمانی است که با اعمال و رفتار سازمان‌ها رابطه مستقیم دارد و محرک پنهان بسیاری از کارهای گروهی و تلاش‌های اجتماعی است. این واژه، مفاهیمی را در بردارد که تأثیرات عمیقی بر زندگی افراد و جوامع می‌گذارد و از سوی دیگر، رابطه مستقیمی با اندیشه و عملکرد کارکنان سازمان‌ها دارد. به بیان دیگر، هویت سازمانی سازه‌ای زیربنایی در رویدادهای سازمانی است و عامل نهفته بسیاری از رفتارهای سازمانی است، از اینرو، توجه فزاینده-ای در ادبیات رفتار سازمانی و پژوهش‌های مدیریتی به خود جلب کرده است [18]. ریشه هویت-سازمانی در دو تئوری به نام تئوری هویت اجتماعی و تئوری خود طبقه‌بندی قرار دارد. این دو تئوری بیان می‌کنند افراد به قرار گرفتن در گروه‌های مورد علاقه تمایل دارند. تئوری هویت-اجتماعی معتقد است افراد براساس یک هویت شخصی و مجموعه‌ای از هویت اجتماعی به تعبیر و تفسیر جایگاه خود در دنیای اجتماعی اقدام می‌کنند. آلبرت و ویتن در سال ۱۹۸۵ نخستین تعریف از هویت سازمانی را ارائه کردند. از نظر آنان هویت سازمانی، آن دسته از ویژگی‌هایی را شامل می-شود که اعضای سازمان، آن‌ها را ویژگی اصلی سازمان می‌دانند، ویژگی‌هایی که سازمان را به‌طور منحصر به فرد توصیف می‌کند و در طول زمان، ثابت نسبی دارند. به عبارتی وقتی به گذشته، حال و آینده سازمان می‌نگرید، آن دسته از ویژگی‌های سازمان، هویت سازمان را تشکیل می‌دهد که

محوری‌ترین، پایدارترین و متمایزترین ویژگی‌ها هستند. به نظر میلر و همکاران (۲۰۰۰) هویت-سازمانی همان باورهای کارمند است که خود را بخشی از سازمان می‌دانند و پندارها، ارزش‌ها و اهداف آنان را می‌شناسد و هنگام تصمیم‌گیری مصلحت سازمان را در نظر می‌گیرد. مقولهٔ هویت-سازمانی از نظر ذات مفهوم به دو سطح تفکیک می‌شود؛ سطح بیرونی و سطح درونی. سطح بیرونی هویت‌سازمانی در قلمرو بازاریابی قرار دارد و با برداشت تصویری از هویت مرتبط است و نمادهای بیرونی آن، الگوها، علائم، نام و علامت تجاری سازمان‌های مورد علاقه پژوهشگران را شامل می‌شود؛ درحالی‌که سطح درونی هویت‌سازمانی با مطالعهٔ رفتار سازمانی و مسائلی از جمله مدیریت منابع انسانی، مدیریت عملکرد و استراتژی ارتباط دارد و برون‌سپاری نمی‌شود [19].

هویت‌سازمانی از چالش‌برانگیزترین مباحث سازمانی است که با اعمال و رفتار سازمان‌ها رابطه مستقیم دارد و محرک پنهان بسیاری از کارهای گروهی و تلاش‌های اجتماعی است. درک کارکنان، از سازمانشان در مقایسه با سازمان‌های دیگر. به گونه‌ای که سازمان خود را از دیگر سازمان‌ها، متمایز بدانند. هویت‌سازمانی به عنوان یک سیستم تعبیر و تفسیر، یا به عنوان مجموعه‌ای از شناخت‌های مشترک و یا به عنوان زبان و رفتار مشترک تعریف شود. و هسته زیربنایی یا شخصیت پایه سازمان. هویت‌سازمانی مفهومی مهمی است زیرا نمایانگر شخصیت انسانی سازمان، اهداف و ارزش‌هاست و نشانگر فردیت سازمان به بیرون است تا فرق بین رقبا از این طریق نمایش داده شود [20].

سنایی و پسران افشاریان (۱۳۹۳) در تحقیق خود چندی از مدل‌ها و دیدگاه‌های هویت-سازمانی را ارائه کرده‌اند که عبارتند از:

مدل مکتب فکری هفت بالمر (۱۹۹۵) در هویت‌سازمان: بالمر^۱ معنای هویت‌سازمان را با استفاده از مکتب فکری هفت به نام‌های استراتژیک، تصویری، استراتژیک-بصری، رفتاری، تصویری رفتاری، ارتباطات سازمانی، ارتباطات بصری و طراحی به روز، توضیح داد.

سه دیدگاه ون ریل^۲ و بالمر (۱۹۹۷) در مورد معنای هویت‌سازمان: ون ریل و بالمر (۱۹۹۷) برای تبیین مفهوم هویت‌سازمان، سه الگو و پارادایم ترتیبی به نام‌های طراحی گرافیک، ارتباطات سازمانی یکپارچه و میان رشته‌ای را توسعه دادند.

1. Balmer
2. Van Riel

مکتب فکری فرانسوی موینجون و راماناتسوا^۱ (۱۹۹۷): این مکتب فرانسوی دیدگاه‌هایی که هویت را به عنوان شخصیت سازمان و فرهنگ تثبیت می‌کند، ادغام می‌کند. مکتب فکری فرانسوی همچنین دیدگاه‌هایی که هویت سازمان را به عنوان تصاویر داخلی یا تصویر سازمانی قرار می‌دهند، یکی می‌کند. سه دیدگاه استعاری از هویت سازمان کورنلیسن و هاریس^۲ (۲۰۰۱): کورنلیسن و هریس برداشت نویسندگان از هویت را به سه دسته استعاری تقسیم کردند. این سه دسته عبارتند؛ هویت سازمان به عنوان بیانیه شخصیت سازمان؛ هویت سازمان به عنوان واقعیت سازمان؛ و هویت سازمان به عنوان تمام عبارات راجع به یک سازمان (مدیریت هویت‌های چندگانه) پنج نمای هویت سازمان هی و بالمر: هی و بالمر پنج نمای هویت به نام‌های هویت بصری، هویت سازمان، هویت چند رشته‌ای، هویت سازمان جمعی و شناسایی سازمانی را برشمردند. مدل هفت بعدی ملور: مدل هفت بعدی ملور^۳ (۲۰۰۱) یکی از تحلیل‌های ابتدایی بر اساس طبقه‌بندی ارائه شده توسط ملور است که رویکردی میان رشته‌ای دارد و تحلیل سیستماتیک طیف وسیعی از مؤلفه‌های مرتبط با هویت سازمان را تسهیل می‌کند. هفت بعد مطرح شده در طبقه‌بندی ملور عبارتند از: ارتباطات؛ طراحی؛ فرهنگ؛ رفتار؛ ساختار؛ هویت صنعت و استراتژی سازمان [21].

هوش معنوی: هوش معنوی رفتار حل مسئله سازگاران‌ای است که در راستای تسهیل اهداف کاربردی و رشد سازگاران‌ه جهت‌گیری شده است. در سال‌های اخیر داده‌ها و شواهد علمی فراوانی مبنی بر وجود هوشی با نام هوش معنوی به‌دست آمده است. بنابه یافته‌های اخیر، این هوش نهایی‌ترین هوش انسان معرفی شده است و نقطه عطفی در این زمینه به‌شمار می‌آید. هوش معنوی خاص انسان است و از طریق آگاهی از یک بعد متعالی می‌آید؛ هوشی تحول‌پذیر که به او قدرت می‌بخشد تا خلاق باشد و قوانین و نقش‌ها را دست‌خوش تغییرات خود کند، بتواند اصلاحات بی‌شمار انجام دهد و شرایط را به بهترین شکل متحول کند [22]. هوش معنوی همان توانایی است که به ما قدرت دیدن رؤیاها و تلاش و کوشش برای دست یافتن به آن آرمان‌ها را می‌دهد. این هوش زمینه تمام آن چیزهایی است که ما به آن‌ها اعتقاد داریم و نقش باورها، عقاید و ارزش‌ها را در فعالیت‌هایی که بر عهده می‌گیریم، داراست. هوشی که به‌واسطه آن به سؤال‌سازی در

1. Moingeon and Ramanantsoa
2. Cornelissen & Harris
3. Melewar

رابطه با مسائل بنیادی در زندگیمان می‌پردازیم و با کمک آن، تحول و تغییر را در زندگی پذیرا می‌شویم. هوش معنوی با زندگی درونی ذهن و نفس و ارتباط آن با جهان رابطه دارد و ظرفیت فهم عمیق سؤالات وجودی و بینش نسبت به سطوح چندگانه هوشیاری را شامل می‌شود [23].

ناسل^۱ هوش معنوی را توانایی تشخیص، جستجوی معنا و حل مسائل معنوی تعریف می‌کند. به عنوان مجموعه ای از ظرفیت های ذهنی که مبتنی بر جنبه های غیرمادی و متعالی وجود مانند درک خود، تفکر عمیق وجودی و توسعه معناست. هوش معنوی به معنای هوشمندی است که ما با آنها به حل مسایل معانی و ارزش می پردازیم. هوشمندی که با آن می توانیم اعمال و زندگی خود را در یک زمینه گسترده تر، غنی تر، معنادارتر قرار دهیم. هوشمندی که با آن می توان ارزیابی کرد که یک راهکار یا یک مسیر زندگی معنادارتر دیگری است [24]. ایمونز (۱۹۹۹) بیان می کند هوش معنوی چارچوبی برای شناسایی و سازماندهی مهارت ها و توانایی های لازم برای استفاده تطبیقی از معنویت است. ایمونز (۲۰۰۰) اظهار می دارد هوش معنوی را می توان نوعی از هوش دانست زیرا عملکرد و سازگاری را پیش بینی می کند و امکاناتی را ارائه می دهد که به افراد امکان می دهد مشکلات را حل کنند و به اهداف برسند [25]. واژان^۲ (۲۰۰۲) بیان می کند که هوش معنوی یکی از انواع هوشهای مختلف است که می تواند بهبود یابد. هوش معنوی به روشهای مختلفی برای درک وحدت زندگی درونی ذهن و روح با زندگی در دنیای هستی نیاز دارد. کینگ^۳ (۲۰۰۸) هوش معنوی را مجموعه ای از قابلیت های سازش روانشناختی مبتنی بر جنبه های غیرمادی و متعالی واقعیت، به ویژه مواردی دانست که با ماهیت هستی، معنای شخصی، تعالی و سطح بالاتری از آگاهی مرتبط هستند. با اجرای این قابلیت ها، توانایی منحصر به فرد حل مسئله ، تفکر انتزاعی و مقابله تسهیل می شود [26]. پیدمونت^۴ هوش معنوی را به عنوان هسته درونی تعریف می کند که می تواند به ویژه در شرایط استرس زا ، صلح را فراهم کند و انسان را به یک نیروی برتر در جهان متصل کند. هوش معنوی پایه و اساس اعتقادات انسان است، که بر عملکرد آنها تأثیر می گذارد و انعطاف پذیری آنها را در مشکلات افزایش می دهد. پیامدهای بهداشتی مانند کیفیت زندگی و همچنین عملکردهای روانی ، بیولوژیکی و اجتماعی بیشتر تحت

1. Nasel
2. Vaughan
3. King
4. Pidmont

تأثیر هوش معنوی و دین قرار دارند [27]. ایمنوز (۲۰۰۰) پنج مؤلفه هوش معنوی را پیشنهاد می‌کند: الف) توانایی استفاده از منابع معنوی برای حل مشکلات. ب) توانایی ورود به حالت‌های افزایش یافته هوشیاری. ج) توانایی سرمایه‌گذاری تجربیات روزمره؛ د) ظرفیت متعالی بودن جسمی و مادی. ه) ظرفیت بافضیلت بودن [25]. کاربرد هوش معنوی در زندگی فرد می‌تواند ارتباط شخص را با خود، دیگران و خدا و به خصوص پرورش خود آگاهی فرد تسهیل کند. با تکیه بر اعتقادات فرد، هوش معنوی قادر به تسهیل و ارتقاء آگاهی و احساس ارتباط با خدا و حضور خدا می‌شود. استفاده از هوش معنوی در رهبری سازمان، توجه به تلفیق و کاربرد معنویت در عملکرد سازمانی و اثربخشی رهبری رشد فزآینده‌ای یافته است [28].

پس از گسترش مفهوم هوش به سایر قلمروها، ظرفیت‌ها و توانایی‌های انسان و بخصوص مطرح شدن هوش هیجانی در روان‌شناسی، ایمنوز در سال ۱۹۹۹، هوش معنوی را مطرح کرد و آن را «مجموعه‌ای از توانایی‌ها برای بهره‌گیری از منابع دینی و معنوی» دانست. هوش معنوی سازه‌های هوش و معنویت را با هم داراست، در حالی که معنویت جست‌وجو برای یافتن عناصر مقدس، معنا یابی، هشیاری بالا و تعالی است. هوش معنوی شامل توانایی برای استفاده از چنین موضوعاتی است که می‌تواند کارکرد و سازگاری فرد را پیش‌بینی کند و منجر به تولیدات و نتایج ارزشمندی گردد [29]. اهمیت و ضرورت معنویت در محیط کار چنان است که می‌تواند برای سازمان‌ها، انسانیت و برای اجتماع فعالیت و برای محیط مسئولیت به ارمغان آورد [30]. هوش معنوی مفاهیم معنویت و هوش را در یک سازه جدیدتر با هم ترکیب می‌کند و به انسان این فرصت را می‌دهد که در مقابل واقعیت‌های مادی و معنوی حساس باشد و تعالی را هر روز در لابه‌لای اشیاء، مکان‌ها، ارتباطات و نقش‌ها دنبال کند. ادوارد (۲۰۰۳) معتقد است: داشتن هوش - معنوی بالا با داشتن اطلاعاتی در خصوص هوش معنوی متفاوت است. این تمایز فاصله میان دانش عملی و دانش نظری را مطرح می‌کند. از این‌رو، نباید داشتن دانش وسیع درباره مسائل معنوی و تمرین‌های آن‌ها را هم ردیف دستیابی به هوش معنوی از طریق عبادت و تعمق برای حل مسائل اخلاقی دانست، هر چند می‌توان گفت برای بهره‌مندی مؤثر از معنویت، داشتن دانش نظری و عملی لازم است [31]. تشویق معنویت در محیط کار می‌تواند به مزایا و منافع از قبیل افزایش صداقت و اعتماد و تعهد سازمان و کاهش میل به ترک خدمت، افزایش رضایت شغلی، خلاقیت، بهره‌وری و مسئولیت‌پذیری سازمانی منجر شود [32].

صفرپور دهکردی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی نقش حمایت سازمانی، رهبری خدمتگزار و هویت سازمانی در پیش‌بینی اشتیاق شغلی اعضای هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی استان فارس را مورد بررسی قرار داده‌اند. یافته‌های پژوهش نشان داد حمایت سازمانی، رهبری خدمتگزار و هویت سازمانی با اشتیاق شغلی رابطه مثبت و معنی‌دار داشتند [۳۳].

امام وردی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی نقش هوش معنوی و سبک‌های هویت در عجین شدن کاری نیروهای داوطلب شرکت‌کننده در سیزدهمین المپیاد فرهنگی- ورزشی دانشجویان را بررسی کرده‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد هوش معنوی تأثیر مستقیم و مثبتی در سبک‌های هویت دارد. هوش معنوی به طور غیر مستقیم و به واسطه سبک‌های هویت بر عجین شدن کاری تأثیر مثبت دارد [۳۴].

نهامین و سلیمانی (۱۳۹۵) به بررسی تأثیر رهبری تحول‌آفرین و رهبری خدمتگزار بر هویت-سازمانی در آموزش و پرورش ناحیه دو اردبیل پرداخته‌اند. نتایج نشان می‌دهد رهبری تحول‌آفرین بر هویت‌سازمانی تأثیر مثبت معنی‌داری دارد. رهبری خدمتگزار بر هویت سازمانی تأثیر مثبت معنی‌داری دارد [۳۵].

خسروی و برجلی (۱۳۹۵) رابطه میان مؤلفه‌های اصلی هوش معنوی با هویت فردی و نقش این عوامل در شکل‌گیری ساختار هویتی را در دانشجویان دانشگاه‌های دولتی شهر تهران مورد بررسی قرار داده‌اند. نتایج نشان داد که بین مؤلفه‌های هوش معنوی با هویت فردی، رابطه‌ای معنی‌دار و مثبت وجود دارد. هوش معنوی نقش تعیین‌کننده‌ای در پیش‌بینی هویت پایدار دارد [۳۶].

رستگار و همکاران (۱۳۹۲) رابطه هوش معنوی و رهبری خدمتگزار را در بانک شهر مورد بررسی قرار داده‌اند. نتایج نشان داد که هوش معنوی مدیران پس از بررسی متغیرهای مداخله‌گر، رابطه مثبت و معنی‌داری با رهبری خدمتگزار دارد [۳۷].

سارانی و سانگیسا^۱ (۲۰۱۷) پژوهش را در رابطه با بررسی هوش معنوی در ارتباط با دستاوردهای علمی بروی دانش‌آموزان مدارس در هند به انجام رسانده‌اند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که تفاوتی در هوش معنوی از نظر جنسیت وجود دارد. خانم‌ها هوش معنوی بالاتری نسبت آقایان دارند [۳۸].

1. Saranya & Sangeetha

اکبری^۱ و همکاران (۲۰۱۴) به بررسی رابطه بین رهبری خدمت‌گزار و هویت سازمانی با نقش میانجی درگیری شغلی پرداختند. تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده از طریق پرسشنامه نشان داد که رهبری خدمت‌گزار تأثیر معنی داری بر هویت سازمانی و درگیری شغلی دارد [۳۹].

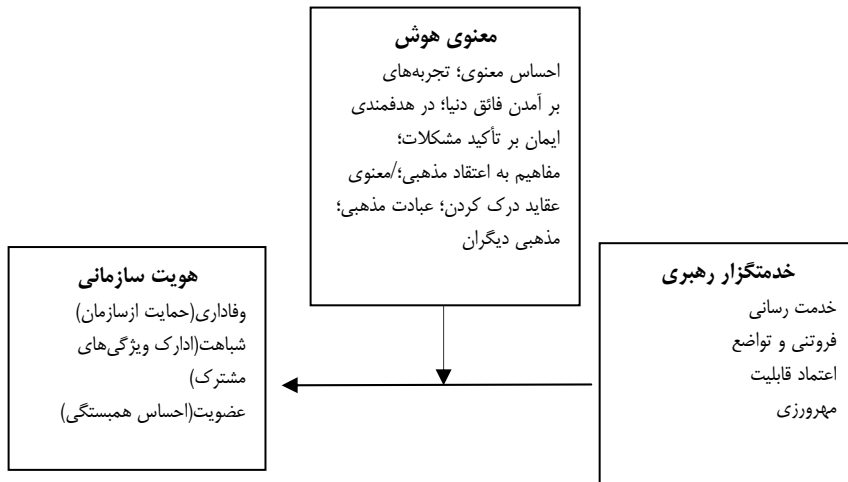
اوا^۲ و همکاران (۲۰۱۹) به بررسی منظم و سیستماتیک رهبری خدمت‌گزار پرداخته‌اند. تعریف جدیدی از رهبری خدمت‌گزار ارائه داده‌اند. معیار موجود رهبری خدمت‌گزاران را ارزیابی کرده‌اند. شبکه نظری رهبری خدمت‌گزار را ترسیم کرده‌اند و سرانجام یک برنامه تحقیق آینده را نتیجه گرفته‌اند. در کل یک تصویر جامع از اینکه ادبیات کجا بوده و در آینده باید به کجا برود، ترسیم کرده‌اند. [۴۰]

ارات^۳ و همکاران (۲۰۲۰) به بررسی تأثیر رهبری تحول‌گرا و عدالت رویه‌ای بر اعتماد و هویت سازمانی پرداخته‌اند. در بررسی اثر رهبری تحول‌گرا و عدالت رویه‌ای بر هویت پایدار سازمانی، تأثیر واسطه‌ای اعتماد سازمانی نیز بررسی شده است. نتایج حاکی از آن است که رهبری تحول‌گرا و عدالت رویه‌ای تأثیر مثبت و معناداری بر اعتماد مدیر دارند. اعتماد مدیر تأثیر مثبت و معناداری در ایجاد هویت سازمانی پایدار دارد. در رابطه بین رهبری تحول‌گرا و عدالت رویه‌ای با هویت سازمانی پایدار، ادراک اعتماد مدیر نقش واسطه‌ای ایفا می‌کند. [۴۱]

رابرتز^۴ (۲۰۱۳) پژوهشی را با موضوع رهبری مهارت‌های مقابله‌ای؛ هوش معنوی محیط کار رهبری خدمت‌گزار به انجام رسانده است. نتایج حاکی از آن است که در پاسخگویی که در رهبری خدمت‌گزار امتیاز بیشتری کسب کرده‌اند، هوش معنوی یک ویژگی مهم محیط کار بوده است و سطح پایین‌تر استرس شغلی و سطوح بالاتر درگیری نیروی کار گزارش شده است. [۴۲]

در این پژوهش مدل مفهومی به شرح شکل ذیل می‌باشد:

-
1. Akbari
 2. Eva
 3. Erat
 4. Robert



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

فرضیه اصلی ۱: بین رهبری خدمتگذار و هویت سازمانی کارکنان اداره آموزش و پرورش ناحیه ۳ مشهد رابطه مستقیم و معنادار وجود دارد.
 فرضیه اصلی ۲: هوش معنوی رابطه رهبری خدمتگذار و هویت سازمانی در بین کارکنان اداره آموزش و پرورش ناحیه ۳ مشهد را تعدیل می‌کند.

فرضیه‌های فرعی:

فرضیه فرعی ۱: بین خدمت‌رسانی و هویت‌سازمانی رابطه مستقیم و معنادار وجود دارد.
 فرضیه فرعی ۲: بین تواضع و فروتنی و هویت‌سازمانی رابطه مستقیم و معنادار وجود دارد.
 فرضیه فرعی ۳: بین قابلیت اعتماد و هویت‌سازمانی رابطه مستقیم و معنادار وجود دارد.
 فرضیه فرعی ۴: بین مهرورزی و هویت‌سازمانی رابطه مستقیم و معنادار وجود دارد.
 فرضیه فرعی ۵: تجربه‌های معنوی رابطه رهبری خدمت‌گزار و هویت‌سازمانی را تعدیل می‌کند.
 فرضیه فرعی ۶: احساس هدفمندی در دنیا رابطه رهبری خدمت‌گزار و هویت‌سازمانی را تعدیل می‌کند.

فرضیه فرعی ۷: فائق آمدن بر مشکلات رابطه رهبری خدمت‌گزار و هویت‌سازمانی را تعدیل می‌کند.

فرضیه فرعی ۸: تأکید بر ایمان معنوی و مذهبی رابطه رهبری خدمت‌گزار و هویت‌سازمانی را تعدیل می‌کند.

فرضیه فرعی ۹: اعتقاد به مفاهیم مذهبی رابطه رهبری خدمت‌گزار بر هویت‌سازمانی را تعدیل می‌کند.

فرضیه فرعی ۱۰: عبادت کردن رابطه رهبری خدمت‌گزار و هویت‌سازمانی را تعدیل می‌کند.

فرضیه فرعی ۱۱: درک عقاید مذهبی دیگران رابطه رهبری خدمت‌گزار و هویت‌سازمانی را تعدیل می‌کند.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر بر اساس هدف، کاربردی و از نظر ماهیت و روش، پیمایشی- توصیفی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه کارکنان اداره آموزش و پرورش ناحیه ۳ مشهد می‌باشد، تعداد این کارکنان در زمان انجام پژوهش، ۱۵۰ نفر بوده است. برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده که براساس روش فوق حجم نمونه ۱۰۸ نفر تعیین گردید. ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه بوده است. این پرسشنامه دارای سه قسمت پرسشنامه رهبری خدمت‌گزار پترسون (۲۰۰۵) به تعداد ۲۸ پرسش، پرسشنامه هویت‌سازمانی چنی و همکاران (۱۹۸۳) به تعداد ۱۵ پرسش و پرسشنامه هوش معنوی اسمیت (۲۰۰۵) به تعداد ۲۶ پرسش است. روایی پرسشنامه توسط اساتید دانشگاه مورد تأیید قرار گرفت. همچنین در مرحله اول تعداد ۳۰ عدد پرسشنامه بین نمونه آماری توزیع شد و براساس نتایج به دست آمده پایایی پرسشنامه با آلفای کرونباخ ۰/۹۱۳ برای هوش معنوی، ۰/۹۵۷ برای رهبری خدمت‌گزار و ۰/۸۹۸ برای هویت‌سازمانی مورد تأیید واقع شد و در نهایت برای تجزیه و تحلیل پرسشنامه‌ها از نرم‌افزار pls استفاده گردید.

ابتدا شاخصه‌های توصیفی مربوط به متغیرهای اصلی پژوهش (هوش معنوی، رهبری خدمت-گذار و هویت‌سازمانی) ارائه می‌شود و در ادامه جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش معادلات ساختاری (SEM) با رویکرد حداقل مربعات جزئی و نرم‌افزار Smart pls3 استفاده شده است. ابتدا بررسی برازش مدل در سه مرحله انجام می‌پذیرد: (۱) برازش مدل اندازه‌گیری، بررسی روابط بین سؤالات و متغیرهای مکنون مربوطه؛ (۲) برازش مدل ساختاری، بررسی روابط بین متغیرهای مکنون؛ و (۳) برازش مدل کلی. سپس به بررسی و آزمون فرضیه‌های پژوهش پرداخته می‌شود. در جدول زیر با استفاده از شاخص‌های آماری به توصیف متغیرهای تحقیق پرداخته شده است. همان‌طور که در جدول ملاحظه می‌شود میانگین متغیرهای رهبری خدمت‌گذار (۳.۷۹)، هوش معنوی (۳.۸۸) و هویت‌سازمانی (۳.۵۸) محاسبه شده است. ضرایب چولگی و کشیدگی متغیرهای مورد مطالعه در بازه امن (۲+ و ۲-) قرار دارد و نشان می‌دهد که داده‌های گردآوری شده مناسب بوده و نتایج حاصل از آن‌ها نیز قابل اعتماد و استناد می‌باشد. همچنین سطح معناداری آزمون نرمالیتی کلموگروف-اسمیرنوف برای هر سه متغیر رهبری خدمت‌گذار (۰.۰۵۹)، هوش معنوی (۰.۲۰) و هویت‌سازمانی (۰.۲۰) بیشتر از ۰.۰۵ بدست آمده است. لذا اینگونه استنباط می‌شود که توزیع داده‌های متغیرهای تحقیق نرمال می‌باشد.

جدول ۳. شاخص‌های توصیفی و آزمون نرمالیتی متغیرهای مورد مطالعه

متغیرهای تحقیق	میانگین	میانه	واریانس	انحراف معیار	کمترین	بیشترین	چولگی	کشیدگی	کلموگروف اسمیرنوف	
									مقدار	سطح معناداری
رهبری خدمت‌گذار	۳.۷۹	۳.۹۱	۰.۳۷	۰.۶۰	۱.۶۷	۴.۹۲	-۰.۸۱	۱.۱۷	۰.۰۸۴	۰.۰۵۹
هوش معنوی	۳.۸۸	۳.۹۱	۰.۲۱	۰.۴۶	۲.۵۱	۴.۹۰	-۰.۵۵	۰.۶۲	۰.۰۵۹	۰.۲۰
هویت سازمانی	۳.۵۸	۳.۶۵	۰.۳۶	۰.۶۰	۲.۰۸	۵	-۰.۰۶	-۰.۱۹	۰.۰۵۷	۰.۲۰

جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش معادلات ساختاری (SEM) با رویکرد حداقل مربعات جزئی و نرم‌افزار smartpls3 استفاده شده است. تحلیل مدل مستخرج از مدل‌سازی معادلات

ساختاری در سه مرحله انجام می‌پذیرد: (۱) برازش مدل اندازه‌گیری، بررسی روابط بین سؤالات و متغیرهای مکنون مربوطه؛ (۲) برازش مدل ساختاری، بررسی روابط بین متغیرهای مکنون؛ و (۳) برازش مدل کلی. شکل (۲) بیانگر مدل معادلات ساختاری استخراجی پژوهش با ضرایب استاندارد شده بار عاملی می‌باشد.

مدل اندازه‌گیری مدلی است که در آن روابط بین متغیرهای مشاهده‌پذیر و مکنون مورد توجه قرار گرفته و اندازه‌گیری می‌شود. همان‌طور که در جدول ۲ ملاحظه می‌شود، مقدار ضریب پایایی ترکیبی، آلفای کرونباخ، میانگین واریانس استخراج شده برای تمامی سازه‌های تحقیق محاسبه شده است و مشخص است که مقادیر پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ برای همه متغیرها بیشتر از ۰/۷ می‌باشد که پایایی مناسب متغیرهای مدل را نشان می‌دهد. جهت بررسی روایی همگرا از میانگین واریانس به اشتراک گذاشته (AVE) استفاده شده است. مقدار بالای ۰/۵ نشان از کافی بودن و مناسب بودن این معیار است. همانگونه که در جدول ۲ ملاحظه می‌شود مقدار AVE برای تمامی سازه‌ها مناسب و بالای ۰/۵ می‌باشد. با توجه به اینکه عملکرد از یک گویه تشکیل شده شاخص‌های ضریب آلفای کرونباخ، ضریب پایایی ترکیبی و AVE برابر یک محاسبه شده است.

جدول ۴. نتایج ضریب آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و روایی همگرا

متغیرها	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	AVE
هوش معنوی	۰.۹۱۳	۰.۹۲۴	۰.۵۰۶
تجربه‌های معنوی	۰.۷۵۷	۰.۸۶۱	۰.۶۷۳
احساس هدفمندی در دنیا	۰.۷۴۱	۰.۸۵۳	۰.۶۶۰
فائق آمدن بر مشکلات	۰.۸۶۸	۰.۹۲۰	۰.۷۹۴
تأکید بر ایمان معنوی/مذهبی	۰.۷۶۶	۰.۸۳۸	۰.۵۱۴
اعتقاد به مفاهیم مذهبی	۰.۷۲۲	۰.۸۲۵	۰.۵۴۵
تأثیر اعتقادات معنوی فرد بر زندگی اجتماعی	۰.۷۹۱	۰.۸۷۸	۰.۷۰۶
عبادت کردن	۰.۷۲۸	۰.۸۴۷	۰.۶۴۹
درک عقاید مذهبی دیگران	۰.۸۱۲	۰.۹۱۳	۰.۸۴۰
رهبری خدمت‌گذار	۰.۹۵۷	۰.۹۶۰	۰.۷۷۲
خدمت‌رسانی	۰.۸۶۶	۰.۸۹۹	۰.۵۹۹
تواضع و فروتنی	۰.۹۰۶	۰.۹۲۶	۰.۶۴۲
قابلیت اعتماد	۰.۹۱۶	۰.۹۳۰	۰.۵۷۰
مهرورزی	۰.۷۹۱	۰.۸۵۶	۰.۵۴۵
هویت‌سازمانی	۰.۸۹۸	۰.۹۱۴	۰.۶۷۴
وفاداری	۰.۷۵۷	۰.۸۴۶	۰.۵۷۸
شباهت	۰.۷۸۲	۰.۸۵۲	۰.۵۳۶
عضویت	۰.۹۰۴	۰.۹۲۶	۰.۶۷۶

در مرحله بعد با استفاده از شاخص‌های، ضرایب مسیر(بتا) و معناداری آن(مقادیر t-value)، ضریب تعیین (R2) متغیرهای مکنون درون‌زا و ارتباط پیش‌بین(Q2) به بررسی برازش مدل ساختاری مستخرج پرداخته خواهد شد. مدل ساختاری تنها متغیرهای پنهان را به همراه روابط میان آن‌ها بررسی می‌کند.

جدول ۵. نتایج معیارهای برازش مدل‌های ساختاری مربوط به مدل اصلی

مسیر	β	T_value	سطح معناداری	جهت رابطه	R^2 متغیر وابسته	Q^2 متغیر وابسته
رهبری خدمتگذار \leftarrow هویت سازمانی	۰.۵۳۸	۷.۳۱۹	۰.۰۰	+	۰.۶۴۳	۰.۳۸۳
هوش معنوی \leftarrow هویت سازمانی	۰.۳۳۸	۴.۳۰۷	۰.۰۰	+	۰.۶۴۳	۰.۳۸۳
جمله تعاملی (رهبری خدمتگذار \times هوش معنوی) \leftarrow هویت سازمانی	۰.۲۳۹	۲.۰۷۹	۰.۰۳۸	+	۰.۶۴۳	۰.۳۸۳

مقدار ضریب تی بین متغیرهای مکنون که در شکل ۳ آورده شده است، همگی بیشتر از ۱/۹۶ بوده و معنادار بودن این مسیرها و در نتیجه مناسبت مدل ساختاری را نشان می‌دهد. R^2 معیاری است که میزان تأثیر یک یا چند متغیر برون‌زا را بر روی یک متغیر درون‌زا را نشان می‌دهد و سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳، و ۰/۶۷ به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی R^2 در نظر گرفته شده است. همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، مقدار ضریب تعیین هویت-سازمانی (۰.۶۴۳) نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل مدل در مجموع می‌توانند پیش‌بینی کننده ۶۴.۳ درصد از تغییرات هویت‌سازمانی باشد و مابقی تغییرات هویت‌سازمانی وابسته به سایر عوامل و متغیرهایی است که در مدل و این تحقیق در نظر گرفته نشده است. معیار Q^2 قدرت پیش‌بینی مدل در متغیرهای وابسته را مشخص می‌کند در مورد تمامی سازه‌های درون‌زا سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ را به عنوان قدرت پیش‌بینی کم، متوسط و قوی تعیین نموده‌اند. همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، مقدار Q^2 هویت‌سازمانی (۰.۳۸۳) در حد مناسبی قرار دارد و نشان از قدرت پیش‌بینی مناسب مدل در خصوص این سازه است.

برای بررسی برازش مدل کلی معیار GOF که توسط تننهاوس و همکاران (۲۰۰۴) ابداع گردید، استفاده می‌شود و طبق فرمول موجود در جدول محاسبه می‌گردد. سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی شده است.

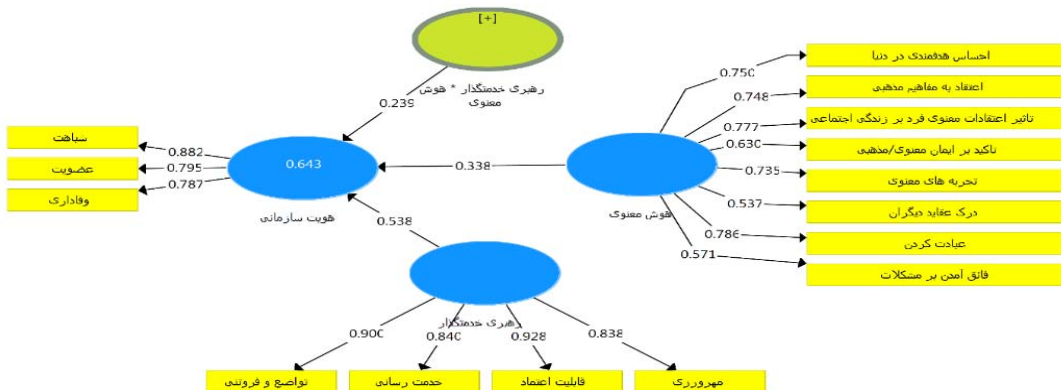
جدول ۶. نتایج برازش کلی مدل با معیار GOF

میانگین Communality	میانگین R square	GOF
۰.۳۹۹	۰.۶۰۹	$\sqrt{\text{Communalities} \times R^2} = \sqrt{0.399 \times 0.609} = 0.492$

همان‌طور که در جدول فوق مشاهده می‌شود، مقدار GOF برابر با ۰.۴۹۲ و بیشتر از ۰.۳۶ دست آمد که با توجه به دسته‌بندی مذکور نشان از برازش قوی مدل کلی تحقیق است.

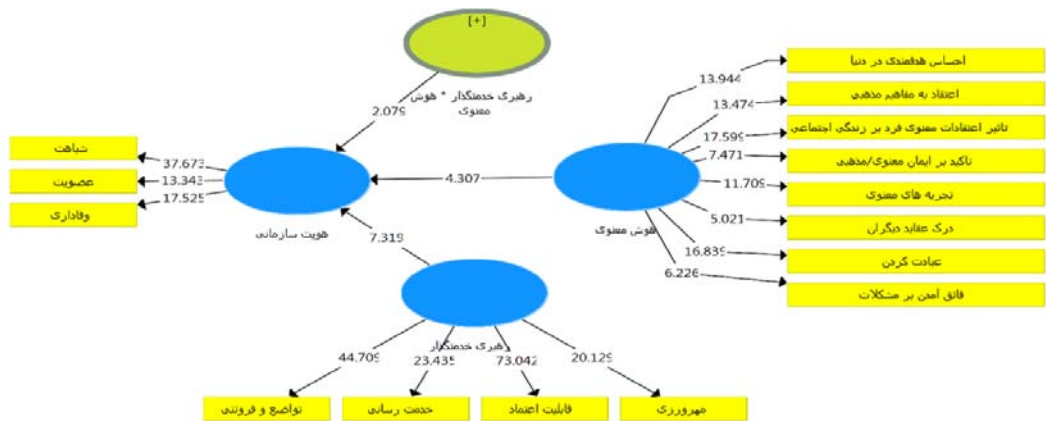
یافته‌ها

بعد از تأیید مدل در بخش‌های ساختاری، اندازه‌گیری و کلی، به بررسی فرضیات مطرح شده با استفاده از آماره t و ضریب بتای رگرسیونی (ضریب مسیر) پرداخته می‌شود. ضرایب معناداری t نشان می‌دهند که آیا فرضیه‌های تحقیق معنادار هستند یا خیر؟ گام بعدی تعیین شدت تأثیر متغیرها بر یکدیگر با استفاده از ضرایب استاندارد شده مسیرها است.



شکل ۲. مدل پژوهش با ضرایب استاندارد شده بار عاملی (مدل اصلی)

همچنین مدل مستخرج معادلات ساختاری در فرمت T-Values در شکل (۲) به نمایش درآمده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، این مدل می‌تواند وضعیت معناداری روابط بین متغیرهای مکنون، و همچنین متغیرهای مکنون و آشکار را مشخص نماید.



شکل ۳. مدل پژوهش با ضرایب T-Values (مدل اصلی)

جدول ۷. نتایج آزمون فرضیه‌های اصلی تحقیق

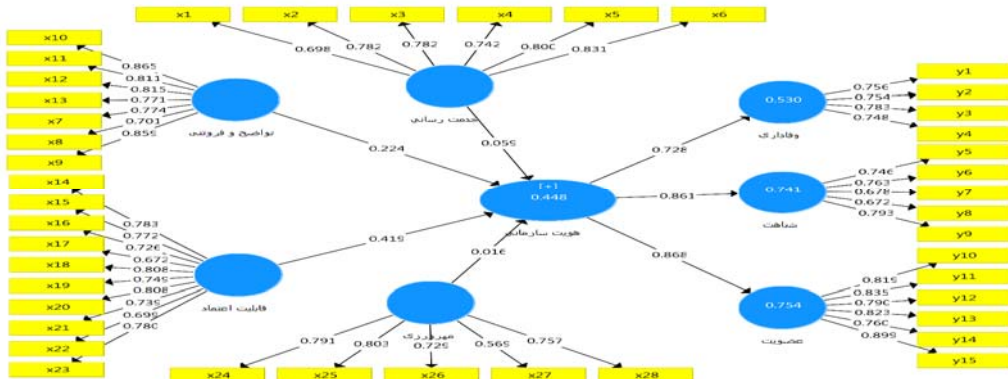
نتیجه آزمون	سطح معناداری	مقدار t- (value)	ضریب مسیر (B)	فرضیات
تأیید شد	۰.۰۰	۷.۳۱۹	۰.۵۳۸	رهبری خدمت‌گزار ← هویت‌سازمانی
تأیید شد	۰.۰۳۸	۲.۰۷۹	۰.۲۳۹	جمله تعاملی (رهبری خدمت‌گزار × هوش معنوی) ← هویت‌سازمانی

فرضیه اصلی اول: رهبری خدمت‌گزار بر هویت‌سازمانی تأثیر معناداری دارد. با توجه جدول فوق، نتیجه می‌شود که چون مقدار آماره t (۷.۳۱۹) بیشتر از ۱/۹۶ می‌باشد و سطح معناداری کمتر از ۰.۰۵ محاسبه شده است، تأثیر رهبری خدمت‌گزار بر هویت‌سازمانی با ضریب مسیر ۰.۵۳۸ و با احتمال ۹۵ درصد معنادار می‌باشد. ضریب مسیر (بتا) مثبت بین متغیرها بدین مفهوم است که با افزایش یک انحراف استاندارد در رهبری خدمت‌گزار، هویت‌سازمانی به اندازه ۰/۵۳۸ انحراف

استاندارد افزایش خواهد یافت. لذا فرضیه اصلی اول تحقیق مبنی بر اثر گذاری رهبری خدمت گذار بر هویت سازمانی تأیید می شود.

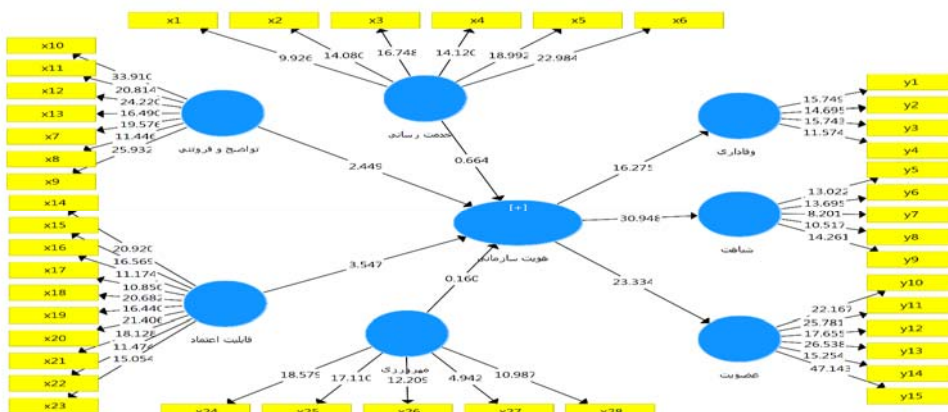
فرضیه اصلی دوم: هوش معنوی در رابطه بین رهبری خدمت گذار و هویت سازمانی نقش تعدیلگری دارد. یافته های تحقیق نشان داد که مقدار آماره تی و ضریب مسیر استاندارد شده بین جمله تعاملی (رهبری خدمت گذار \times هوش معنوی) و متغیر وابسته هویت سازمانی بترتیب برابر با ۲۰۰۷۹ و ۰.۲۳۹ محاسبه شده است. با توجه به اینکه مقدار آماره تی محاسبه شده بیشتر از حد مرزی ۱.۹۶ و سطح معناداری (۰.۰۳۸) کمتر از سطح خطای ۰.۰۵ بدست آمده، اینگونه استنباط می گردد که فرضیه دوم تحقیق با احتمال ۹۵ درصد تأیید می شود. عبارتی دیگر نقش تعدیلگری هوش معنوی در ارتباط بین رهبری خدمت گذار و هویت سازمانی تأیید می شود. با توجه به مثبت بودن ضریب مسیر جمله تعاملی (رهبری خدمت گذار \times هوش معنوی) می توان اینگونه استنباط نمود که با افزایش میانگین نمرات هوش معنوی شدت رابطه بین رهبری خدمت گذار و هوش معنوی افزایش داشته است.

جهت بررسی فرضیات فرعی مطرح شده در تحقیق بار دیگر مدل سازی در فضای نرم افزار ایجاد شد که در آن مؤلفه های رهبری خدمت گذار بعنوان متغیرهای مستقل و هویت سازمانی بعنوان متغیر وابسته مطرح گردید. نمودار زیر مدل فرعی در حالت ضرایب استاندارد را نشان می دهد.



شکل ۴. مدل پژوهش با ضرایب استاندارد شده بار عاملی و ضرایب مسیر

نمودار زیر مدل فرعی در حالت ضرایب معناداری تی را نشان می دهد.



شکل ۵. مدل پژوهش با ضرایب T-Values

شاخص‌های مهم این مدل نیز در جدول زیر آورده شده است.

جدول ۸. نتایج تحلیل‌های آماری جهت بررسی فرضیه‌های فرعی ۱ تا ۴

فرضیه	مسیر	F	T_value	سطح معناداری	جهت رابطه	R^2 متغیر وابسته	Q^2 متغیر وابسته
فرضیه فرعی ۱	خدمت‌رسانی ← هویت- سازمانی	۰.۰۵۹	۰.۶۶۴	۰.۵۰۷	۰.۴۴۸	۰.۱۶۳	رد
فرضیه فرعی ۲	تواضع و فروتنی ← هویت- سازمانی	۰.۲۳۴	۲.۴۴۹	۰.۰۱۵	۰.۴۴۸	۰.۱۶۳	تأیید
فرضیه فرعی ۳	قابلیت اعتماد ← هویت- سازمانی	۰.۴۱۹	۳.۵۴۷	۰.۰۰۰	۰.۴۴۸	۰.۱۶۳	تأیید
فرضیه فرعی ۴	مهرورزی ← هویت- سازمانی	۰.۰۱۶	۰.۱۶۰	۰.۸۷۳	۰.۴۴۸	۰.۱۶	رد

همانگونه که از جدول بر می آید فرضیه های فرعی ۱ و ۴ رد، و فرضیه های فرعی ۲ و ۳ تایید شدند. در ادامه، قسمت دوم فرضیه های فرعی یعنی نقش تعدیل گری مولفه های هوش معنوی در رابطه بین رهبری خدمتگذار با هویت سازمانی مورد بررسی قرار می گیرد. نتایج تجزیه و تحلیل های آماری در جدول ذیل ذکر شده و به علت اجتناب از طولانی شدن مقاله از نمایش نمودارهای مربوطه پرهیز شده است.

جدول ۹. نتایج تحلیل های آماری جهت بررسی فرضیه های فرعی ۵ تا ۱۱

فرضیه	مسیر	ضریب مسیر	مقدار تی	سطح معنی داری	نتیجه
فرضیه فرعی ۵	رهبری خدمتگذار × تجربه های معنوی ← هویت سازمانی	۰.۳۰	۴.۲۰۷	۰.۰۰	تایید
فرضیه فرعی ۶	رهبری خدمتگذار × احساس هدفمندی در دنیا ← هویت سازمانی	۰.۲۲۸	۲.۱۷۰	۰.۰۳۱	تأیید
فرضیه فرعی ۷	رهبری خدمتگذار × فائق آمدن بر مشکلات ← هویت سازمانی	۰.۰۸۱	۰.۸۱۶	۰.۴۱۵	رد
فرضیه فرعی ۸	رهبری خدمتگذار × تأکید بر ایمان معنوی و مذهبی ← هویت سازمانی	۰.۲۹۰	۱.۷۷۸	۰.۰۷۶	رد
فرضیه فرعی ۹	رهبری خدمتگذار × اعتقاد به مفاهیم مذهبی ← هویت سازمانی	۰.۰۹۳	۰.۹۶۵	۰.۳۳۵	رد
فرضیه فرعی ۱۰	رهبری خدمتگذار × عبادت کردن ← هویت سازمانی	-۰.۰۶۷	۰.۵۰۳	۰.۶۱۵	رد
فرضیه فرعی ۱۱	رهبری خدمتگذار × درک عقاید مذهبی دیگران ← هویت سازمانی	۰.۲۳۱	۲.۲۴۶	۰.۰۲۵	تایید

همانگونه که از جدول بر می آید فرضیه های فرعی ۷، ۸، ۹ و ۱۰ رد، و فرضیه های فرعی ۵، ۶ و ۱۱ تایید شدند.

بحث و نتیجه گیری

این پژوهش با هدف بررسی تأثیر رهبری خدمتگذار بر هویت سازمانی با توجه به نقش تعدیل-کنندگی هوش معنوی در بین کارکنان اداره آموزش و پرورش ناحیه ۳ مشهد صورت گرفته است.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که رهبری خدمت‌گزار بر هویت‌سازمانی تأثیرگذار است. هوش-معنوی رابطه رهبری خدمت‌گزار و هویت‌سازمانی را تعدیل می‌کند. همچنین از ابعاد رهبری خدمت‌گزار ابعاد تواضع و فروتنی و قابلیت اعتماد بر هویت‌سازمانی تأثیرگذاراند. از بین ابعاد هوش-معنوی فائق آمدن بر مشکلات، تأکید بر ایمان معنوی و مذهبی، اعتقاد به مفاهیم مذهبی و عبادت کردن رابطه بین رهبری خدمت‌گزار و هویت‌سازمانی را تعدیل نمی‌کنند و سایر مؤلفه‌ها این رابطه را تعدیل می‌کنند.

نتایج پژوهش با یافته‌های پژوهش نهمین و سلیمانی (۱۳۹۵) همسو می‌باشد، آنها دریافتند که رهبری خدمت‌گزار بر هویت‌سازمانی تأثیر مثبت معنی‌داری دارد. [۳۵] نتایج پژوهش با پژوهش خسروی و برجلی (۱۳۹۵) همخوانی دارد، چرا که به این نتیجه رسیدند که بین مؤلفه‌های هوش معنوی با هویت فردی، رابطه‌ای معنی‌دار و مثبت وجود دارد و هوش معنوی نقش تعیین‌کننده‌ای در پیش‌بینی هویت پایدار دارد. [۳۶] نتایج پژوهش پژوهش رستگار و همکاران (۱۳۹۲) نیز در راستای تایید پژوهش حاضر است چرا که دریافتند هوش معنوی مدیران پس از بررسی متغیرهای مداخله‌گر، رابطه مثبت و معنی‌داری با رهبری خدمت‌گزار دارد. [۳۷] اکبری^۱ و همکاران (۲۰۱۴) در تایید نتایج پژوهش حاضر، دریافتند که رهبری خدمت‌گزار تأثیر معنی‌داری بر هویت سازمانی دارد. [۳۹] نتایج پژوهش رابرتز^۲ (۲۰۱۳) با یافته‌های پژوهش حاضر همسو می‌باشد. [۴۲]

با توجه به نتایج پژوهش پیشنهادهایی ارائه می‌گردد. مدیران می‌توانند به‌جای بکارگیری سبک‌های بورکراتیک، از سبک‌های ارگانیک و از جمله سبک رهبری خدمت‌گزار استفاده نمایند. با توجه به مزایای سبک رهبری خدمت‌گزار، باید تلاش نمود تا افراد در همه سطوح سازمان را باین سبک آشنا نمود و در جهت بکارگیری آن آموزشهای لازم را به افراد ارائه نمود. به منظور افزایش هویت‌سازمانی بستر و شرایطی فراهم شود تا کارکنان با اهداف، جایگاه، وظایف و نقش‌های خود در قالب دیگر افراد آشنا شوند که این امر می‌تواند زمینه‌ساز ایجاد و تقویت هویت‌سازمانی شود. مدیران باید معنویت و فضای معنوی سازمان را تقویت نمایند تا از این طریق اثربخشی نیروی انسانی سازمان ارتقاء یابد. در این جهت باید هوش معنوی مدیران و کارکنان تقویت شود. در گزینش و استخدام نیروی انسانی می‌تواند درجه هوش معنوی به عنوان معیاری برای انتخاب در

1. Akbari
2. Robert

نظر گرفته شود. مدیران در این زمینه باید به عنوان الگو برای کارکنان نقش ایفا نمایند و در حرف و عمل به گونه‌ای واکنش نشان دهند تا تاثیرات مثبتی بر کارکنان داشته باشد. آموزش‌های ضمن خدمت در قالب برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های مختلف می‌تواند در این زمینه موثر باشد. هویت-سازمانی کارکنان باعث افزایش اثربخشی و بهره‌وری سازمان می‌گردد. مدیران باید به اعتلای هویت سازمانی، در پیشبرد اهداف سازمان توجه ویژه‌ای داشته باشند و در این راه از عوامل مختلف بهره‌گیرند. طبق نتایج پژوهش تمرکز بر رهبری خدمتگزار و تقویت هوش معنوی میتواند به ایجاد هویت سازمانی منجر گردد.

تعارض منافع / حمایت مالی

نتایج پژوهش حاضر با منافع هیچ ارگان و سازمانی در تعارض نیست و بدون حمایت مالی انجام شده است.

منابع

1. Veise, S. M.; Taban, M. and Karami, S. A. (۲۰۱۸). Designing a Servant Leadership Model with an Islamic Approach in Higher Education. *Management in The Islamic University* 7 (1). [Persian]
2. Khanbashi, M.; Sadeighi, R. and Karimzadeh, S (2018). Relationship between organizational culture with organizational intelligence and organizational identity (Case Study: employees the Eastern Azarbaijan Province Tax Administration). *Cultural Management* 11 (40). [Persian]
3. Soorani, Reza (۲۰۱۸). The Impact of Spiritual Intelligence on the Mental Health of School Teachers. *Research in educational systems* 12: 1201-1211. [Persian]
4. Rezaian, A. (۲۰۱۲). *Fundamentals of Organizational Behavior Management*. Tehran: SAMT. [Persian]

5. Moorhead, G. and Griffin, R. W. (2016). Organizational behavior. Translators: Seyed Mehdi Alvani and Gholamreza Memarzadeh. Tehran: Morvarid. [Persian]
6. Alvani, S. M. (2011). Public Management. Tehran: nashr nei. [Persian]
7. Pourazat, A. A. (۲۰۱۱). Fundamentals of Knowledge of Government and Government. Tehran: SAMT. [Persian]
8. Grisaffe, D. B., VanMeter, R., & Chonko, L. B. (2016). Serving first for the benefit of others: preliminary evidence for a hierarchical conceptualization of servant leadership. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 36(1), 40–58.
9. Trong Tuan, L. (2016). Knowledge Sharing in Public Organizations: The Roles of Servant Leadership and Organizational Citizenship Behavior. *International Journal of Public Administration*, 40(4), 361–373.
10. Donia, M. B. L., Raja, U., Panaccio, A., & Wang, Z. (2016). Servant leadership and employee outcomes: the moderating role of subordinates' motives. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 25 (5), 722–734.
11. Khaef Alahi, A. A.; Taqi Norozi, M. and Danaee Fard H. (2009). Explaining the Model of Effectiveness in Iranian Public Organizations Based on the Role of Servant Leadership. *IQBQ* 13 (2) :65-91. [Persian]
12. Jafari Nia, S. (2018). The Impact of Servant Leadership on Organizational Trust. *Human Resources Studies* 8 (27). [Persian]
13. Cornelissen, J. P. Haslam, S. A. & Balmer, J. M. (2007). Social identity, organizational identity and corporate identity: Towards an integrated understanding of processes, patternings and products. *British Journal of Management*, 18 (1), 1-16.
14. Albert, S. Ashforth, B. E. & Dutton, J. E. (2000). Organizational identity and identification: Charting new waters

- and building new bridges. *Academy of Management Review*, 25 (1), 13-17.
15. Salarzahi, H.; Mobaraki, M. and Moradzadeh, A. (2016). The Intercessor Role of Organizational Identity in the Relation between Internal Branding and Tendency to Leave Duty. *Brand management* 3 (1). 97-118. [Persian]
 16. Malekzadeh, G. (۲۰۱۶). *Topics in Advanced Organizational Behavior Management*. Mashhad: Esfand. [Persian]
 17. Ghasemzadeh A.; Maleki S, and Brooki Milan S. (2014). Mediating role of organizational identification in the relationship between professional ethics, organizational citizenship behavior, and job deviation behavior. *ijme* 7 (4) :66-79. [Persian]
 18. Taajobi, M.; Seyed Abbaszadeh, M.; Hasasni, M. ana Ghalavandi, h. (۲۰۱۵). The Role of Perceived Organizational Justice on Job Involvement with Organizational Identity Mediation Test. *Journal of Educational Measurement and Evaluation Studies* 5 (12). [Persian]
 19. Nadi, M. and Mashayekhi, Z. (2017). An Analysis of the Relationship Between Organizational Socialization, Leadership Behavior, Organizational Identification and Organizational Culture with Organizational Citizenship Behavior (the Case of staff personnel of Education Ministry, Isfahan Branch). *Journal of Applied Sociology* 28 (3): 153-176. [Persian]
 20. Rahmanseresht, H. and Saghrevani, S (2013). Influence of organizational identity and calling orientation on employee's affective commitment. *Transformation Management Journal* 5 (9). 52-67. [Persian]
 - 21- Sanei, F. Pesaran Afshahrian, S. (۲۰۱۴). A review of the concept of organizational identity; dimensions and models. *International Management Conference, Tehran*. [Persian]

22. Walker, M. J. (2006). The Effects of Nurses' Practicing of the HeartTouch Technique on Perceived Stress, Spiritual Well-Being, and Hardiness. *Journal of Holistic Nursing*, 24 (3), 164–175.
23. Faghih Aram, B.; Moradi, S. and Kazemi, M. (۲۰۱۸). The Relationship between Cultural Intelligence and Spiritual Intelligence with Students' Social Identity. *Educational Sciences from the Islamic Perspective* 6 (11): 129-150. [Persian]
24. Shateri, Karim; Hayat , Ali Asghar and Jayervand, Hamdollah (2019). The Relationship Between Mental Health and Spiritual Intelligence Among Primary School Teachers. *Int J School Health* 6 (1).
25. Srivastava, Prem Shankar (2016). Spiritual intelligence: An overview. *International Journal of Multidisciplinary Research and Development* 3 (3): 224-227 .
26. Safa Chaleshtari, Katayoun; Sharifi, Tayebe and Ghasemi Piralooti, Mohammad (2017). A Study of the Effectiveness of Group Spiritual Intelligence Training on Self-Efficacy and Social Responsibility of Secondary School Girls in Shahrekord. *Social Behavior Research & Health (SBRH)* 1 (2): 81-90.
27. Golmakani, Nahid; Rezaei, Fatemeh and Mazloum, Seyed Reza (2018). The Relationship of Spiritual Intelligence and Religious activities with happiness of midwives working in hospitals and health centers. *Journal of Midwifery and Reproductive Health* 6 (2): 1264-1272.
28. Amram, j. (2009). The contribution of emotional& spiritual intelligence to effective business leadership. Institute of transpersonal psychology pal alto, California.
29. Rajaei, A. (۲۰۱۰). Spiritual Intelligence: Views and Challenges. *Educational Research Journal* 22: 21-48. [Persian]

30. Zavar, T. and Enayati, B. (2016). The relationship between spiritual leadership in organizations and personnel empowerment. *Managing Training In organizations* δ (1) : 93-110. [Persian]
31. Sohrabi, F. (2006). An Income on Spiritual Intelligence. *Journal of meaning (Special Issue in the Psychology of Religion) 2*: 114-119. [Persian]
32. Samiei Zafarghandi, M. (2017). Structural Equation Modeling Organizational Spirituality and Social Responsibility to Employees' Organizational Health. *Managing Training In organizations* δ (2) : 103-128. [Persian]
33. Safarpour Dehkordi, Sepideh; Jafari, Parivash and Ghoorchian, Nader Gholi (2018). The role of organizational support, Servant leadership and organizational identity in predicting job enthusiasm of faculty members of Islamic Azad University of Fars Province. *Leadership and Educational Management*, 12 (1). [Persian]
34. Emamverdi S, Andam R, Bagheri H. (2018). The role of spiritual intelligence and identity styles on work involvement of sports volunteers. *JRSM*, 8 (16):113-123. [Persian]
35. Nahamin, Zahra and Soleimani, Turan (2016). Investigating the Impact of Transformational Leadership and Servant Leadership on Organizational Identity. *3rd Global Conference on Psychology and Educational Sciences, Law and Social Sciences at the start of the third millennium*. [Persian]
36. Khosravi, zohreh and Borjali, Zahra (2016). The relationship between Components of Spiritual Intelligence and Personal Identity. *New educational ideas*, 21 (1): 97-115. [Persian]
37. Rastegar, Abbas Ali; Siraj, Neda and Mahmoudian, Mitra (2013). The relationship between spiritual intelligence and servant leadership (Case study: Bank Shah). *Organizational Behavior Studies*, 1 (4): 47-61. [Persian]

38. Saranya, R., & Sangeetha, T. (2017). A study of spiritual intelligence in relation to achievement in science among secondary school students in Coimbatore educational district. *International Journal of Research-Granthaalayah*, 5 (6), 2394-3629.
39. Akbari, Mohsen; Kashani, Sayed Hesam; Nikookar , Hani and Ghaemi, Javad (2014). Servant leadership and organizational identity: The mediating role of job involvement. *International Journal of Organizational Leadership* 3: 41-55.
40. Eva, Nathan, Robinb, Mulyadi; Sendjayac, Sen; Dierendonckd, Dirk van and Lidene, Robert C. (2019). Servant Leadership: A systematic review and call for future research. *The Leadership Quarterly* 30 (2019) 111–132.
41. Erat, Serhat; Kitapçı, Hakan and Akçin, Kültigin (2020). Managerial Perception and Organizational Identity: A Comparative Analysis. *Sustainability*, 12, 2278.
42. Roberts, Gary E. (2013). Leadership Coping Skills: Servant Leader Workplace Spiritual Intelligence. *Journal of Strategic Leadership*, 4 (2): 52-69.