



Analyzing the Impact of Spiritual Leadership on Organizational Transparency: The Mediating Role of Organizational Climate (Case Study: Government Organizations of Lorestan Province)

Ali Omidi*

Ph.D. in Public Administration, University of Lorestan, Lorestan, Iran.

Abstract

Objective: In today's complex and competitive world, organizations need effective leadership and transparency in processes to improve performance and build trust among employees. One of the new leadership approaches that has been particularly considered in modern organizations is spiritual leadership. This type of leadership, emphasizing ethical principles, spirituality, and empathy, can have positive effects on employee performance, process transparency, and organizational climate improvement. In this study, the effect of spiritual leadership on organizational transparency with the role of mediating organizational climate has been investigated.

Research Method: This research is applied in terms of purpose and descriptive survey with a structural equation approach in terms of method. The statistical population of this study includes managers and employees of government organizations in Lorestan province. The Cochran formula was used to determine the sample size, and at a confidence level of 95 percent, the number of sample members was calculated to be 384 people. These individuals were selected using simple random sampling. In this study, the Frey Spiritual Leadership Questionnaire (2003), the Hisse-Wang Organizational Transparency Questionnaire (2015), and the Schneider and Barbera Questionnaire (2014) were used to collect information, and their validity and reliability were confirmed by content validity and Cronbach's alpha. Structural equation modeling and smart pls software were used to test hypotheses and analyze data.

Findings: The findings of this study show that spiritual leadership has a direct effect on transparency of processes and increased trust in organizations by improving organizational climate. These results indicate that spiritual leadership can act as a mediating factor in strengthening organizational transparency and improving the overall performance of organizations.

Keywords: spiritual leadership, organizational transparency, organizational climate, structural equation modeling

Received: 06/April/2025

Accepted: 07/June/2025

eISSN: 3041-8720

ISSN: 2981-2267

* Corresponding Author: omidiomidi82@gmail.com

تحلیل اثر رهبری معنوی بر شفاف‌سازی سازمانی؛ با نقش میانجی جو سازمانی (مورد مطالعه: سازمان‌های دولتی استان لرستان)

علی امیدی*

دکترای مدیریت دولتی، گرایش رفتار سازمانی، دانشگاه لرستان، لرستان، ایران.

چکیده

هدف: در دنیای پیچیده و رقابتی امروز، سازمان‌ها نیازمند رهبری اثربخش و شفافیت در فرآیندها برای بهبود عملکرد و ایجاد اعتماد در میان کارکنان هستند. یکی از رویکردهای نوین رهبری که به‌ویژه در سازمان‌های مدرن مورد توجه قرار گرفته، رهبری معنوی است. این نوع رهبری با تأکید بر اصول اخلاقی، معنویت و همدلی می‌تواند تأثیرات مثبتی بر عملکرد کارکنان، شفاف‌سازی فرآیندها و بهبود جو سازمانی داشته باشد. در این تحقیق، اثر رهبری معنوی بر شفاف‌سازی سازمانی با نقش میانجی جو سازمانی بررسی شده است. روش پژوهش: این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی-پیمایشی با رویکرد معادلات ساختاری است. جامعه آماری این تحقیق شامل مدیران و کارکنان سازمان‌های دولتی استان لرستان است. برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد و در سطح اطمینان ۹۵ درصد، تعداد اعضاء نمونه ۳۸۴ نفر محاسبه گردید. این افراد با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. در این پژوهش برای جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه رهبری معنوی فرد (۲۰۰۳)، پرسشنامه شفافیت سازمانی هیس و وانگ (۲۰۱۵) و پرسشنامه اشنایدر و باربرا (۲۰۱۴) استفاده شده که روایی و پایایی آن‌ها با روش اعتبار محتوا و آلفای کرونباخ تأیید گردید. برای آزمون فرضیات و تحلیل داده‌ها از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم‌افزار smart pls استفاده شده است. یافته‌ها: یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهند که رهبری معنوی از طریق بهبود جو سازمانی، تأثیر مستقیمی بر شفاف‌سازی فرآیندها و افزایش اعتماد در سازمان‌ها دارد. این نتایج حاکی از آن است که رهبری معنوی می‌تواند به‌عنوان یک عامل میانجی در تقویت شفافیت سازمانی و بهبود عملکرد کلی سازمان‌ها عمل کند.

کلیدواژه‌ها: رهبری معنوی، شفافیت سازمانی، جو سازمانی، مدل‌سازی معادلات ساختاری

مقدمه

در دنیای پیچیده و پرچالش امروز، سازمان‌ها برای موفقیت و بقا نیازمند بهبود عملکرد داخلی، شفافیت در فرآیندها و برقراری ارتباطات مؤثر هستند. یکی از عواملی که می‌تواند به ارتقای این ویژگی‌ها کمک کند، رهبری معنوی است. رهبری معنوی، به‌عنوان یک رویکرد نوین در مدیریت، بر اصول اخلاقی، ارزش‌های انسانی و معنویت در محیط کار تأکید دارد. این نوع رهبری، نه تنها بر عملکرد کارکنان تأثیر می‌گذارد بلکه موجب تقویت شفافیت و اعتماد در سازمان‌ها می‌شود (Fry, 2003; Reave, 2005). رهبری معنوی با تکیه بر اصولی چون همدلی، مسئولیت‌پذیری و توجه به معنای زندگی و کار می‌تواند به ارتقای جو سازمانی و کاهش تنش‌های درون‌سازمانی کمک کند. در این راستا، یکی از مفاهیم مهم در تحلیل اثرات رهبری معنوی، شفاف‌سازی سازمانی است. شفاف‌سازی به معنای انتقال اطلاعات واضح و صریح بین تمامی سطوح سازمان است که در نتیجه آن، کارکنان می‌توانند اعتماد بیشتری به فرآیندهای تصمیم‌گیری و تغییرات سازمانی پیدا کنند (Hsieh & Wang, 2015). جو سازمانی نیز به‌عنوان یکی از عوامل کلیدی در فرآیندهای سازمانی، نقشی میانجی در تقویت اثرات رهبری معنوی و شفاف‌سازی سازمانی ایفا می‌کند. جو سازمانی، مجموعه‌ای از ویژگی‌های روانی، اجتماعی و فرهنگی است که محیط کاری را شکل می‌دهد و می‌تواند به تأثیرگذاری بهتر یا بدتر رفتارهای رهبری معنوی کمک کند. یک جو سازمانی مثبت می‌تواند زمینه‌ساز پذیرش ارزش‌های معنوی و شفافیت بیشتر در سازمان‌ها باشد (Schneider & Barbera, 2014; Denison, 1996). با توجه به اهمیت روزافزون رهبری معنوی در سازمان‌ها و تأثیر آن بر شفافیت سازمانی، این تحقیق به تحلیل اثر رهبری معنوی بر شفاف‌سازی سازمانی با نقش میانجی جو سازمانی می‌پردازد. هدف این مقاله، بررسی این است که چگونه رهبری معنوی می‌تواند از طریق بهبود جو سازمانی، شفافیت و اعتماد را در سازمان‌ها تقویت کند و در نتیجه، عملکرد کلی سازمان را بهبود بخشد.

در دنیای رقابتی و پیچیده امروز، مدیران سازمان‌ها به دنبال راه‌هایی برای بهبود شفافیت در تصمیم‌گیری‌ها و فرآیندها هستند. رهبری معنوی می‌تواند به‌عنوان یک ابزار مؤثر در این زمینه عمل کند و جو سازمانی را بهبود بخشد. درحالی‌که مطالعات متعددی به تأثیر رهبری معنوی بر عملکرد سازمانی اشاره کرده‌اند، نقش آن در شفاف‌سازی سازمانی و تعامل آن با جو سازمانی هنوز نیاز به بررسی دقیق‌تری دارد. این تحقیق در مورد رهبری معنوی و تأثیر آن بر شفاف‌سازی سازمانی، به‌ویژه با توجه به نقش میانجی جو سازمانی، از اهمیت بالایی برخوردار است. این مطالعه، نه تنها می‌تواند به درک عمیق‌تری از چگونگی ارتباط بین رهبری معنوی و شفافیت سازمانی کمک کند بلکه می‌تواند به توسعه مدل‌های رهبری و فرهنگی جدیدی در سازمان‌ها منجر شود که برای مدیران و پژوهشگران مفید واقع خواهد شد.

این پژوهش در پی پاسخ به این سؤال است که چگونه ویژگی‌های رهبری معنوی می‌توانند به افزایش شفافیت در سازمان‌ها کمک کرده و در این راستا، جو سازمانی چه نقشی در این فرآیند ایفا می‌کند؟ یافته‌های این تحقیق می‌تواند به مدیران سازمان‌ها کمک کند تا از طریق تقویت جو سازمانی و پیاده‌سازی اصول رهبری معنوی، به بهبود فرآیندها و ایجاد محیط کاری شفاف و انگیزشی دست یابند.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

رهبری معنوی

رهبری معنوی به‌عنوان یک رویکرد نوین در مدیریت سازمان‌ها، به‌طور فزاینده‌ای در دنیای امروز مورد توجه قرار گرفته است. این نوع رهبری بر اصول اخلاقی، ارزش‌های انسانی و پیوند معنوی میان رهبر و پیروان تأکید دارد. در این

رویکرد، رهبران نه تنها به دنبال موفقیت اقتصادی و عملکرد سازمانی هستند بلکه هدف آن‌ها ایجاد یک محیط کاری منطبق با ارزش‌های اخلاقی و معنوی است که به رفاه و رشد شخصی کارکنان و بهبود جو سازمانی منجر می‌شود. این سبک رهبری با تأکید بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی، انسجام اخلاقی و توسعه فردی در کنار اهداف سازمانی، به‌ویژه در سازمان‌های پیچیده و چندملیتی، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (Zhang & Chen, 2020).

رهبری معنوی به رهبری اشاره دارد که رهبر در آن، نه تنها بر ابعاد مادی و اقتصادی سازمان تمرکز می‌کند بلکه بر ارزش‌های اخلاقی، معنوی و انسانی نیز تأکید دارد. این نوع رهبری به دنبال ایجاد محیطی است که در آن افراد به‌طور کامل رشد کنند و به‌عنوان موجوداتی با ابعاد معنوی شناخته شوند. به عبارت دیگر، رهبری معنوی از رهبر انتظار دارد که با ایجاد فرهنگ شفافیت، احترام به انسان‌ها و پیگیری اهداف بالاتر از صرفاً سود اقتصادی، تعهد و انگیزش درونی را در کارکنان برانگیزد (Fry, 2003).

اصول رهبری معنوی

۱. خدمت به دیگران: رهبری معنوی بر مفهوم خدمت به دیگران تأکید دارد. رهبران معنوی خود را در خدمت کارکنان می‌بینند و نه برعکس. آن‌ها به دنبال ارتقای روحیه تیمی و احترام متقابل میان اعضای سازمان هستند (Avolio & Gardner, 2005).
۲. انگیزش درونی: رهبری معنوی به جای استفاده از فشار بیرونی برای رسیدن به اهداف، انگیزش درونی و فردی را در کارکنان ایجاد می‌کند. این انگیزش به دنبال تعالی فردی و ارتقای سطح معنوی هر فرد در محیط کار است (Reave, 2005).
۳. تعهد به اخلاق و مسئولیت اجتماعی: رهبران معنوی بر اصول اخلاقی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی تأکید دارند و معتقدند که سازمان‌ها باید علاوه بر اهداف اقتصادی، به رفاه اجتماعی و محیط‌زیست نیز توجه کنند (Schneider & Barbera, 2014).

اهمیت رهبری معنوی در سازمان‌ها

۱. افزایش اعتماد و تعهد: یکی از مزایای اصلی رهبری معنوی در سازمان‌ها، افزایش اعتماد میان کارکنان و مدیران است. زمانی که رهبران با صداقت و شفافیت عمل کنند و به اصول اخلاقی پایبند باشند، کارکنان بیشتر به آن‌ها اعتماد کرده و نسبت به اهداف سازمان متعهدتر می‌شوند. این امر می‌تواند به بهبود فرهنگ سازمانی و کاهش تعارضات درون‌سازمانی منجر شود (Fry, 2003).
۲. ایجاد محیط کاری مثبت و حمایتی: رهبری معنوی می‌تواند محیطی حمایتی و مثبت ایجاد کند که در آن کارکنان احساس کنند که به‌عنوان انسان‌های کامل و باارزش در نظر گرفته می‌شوند. این نوع محیط کاری می‌تواند به افزایش رضایت شغلی و کاهش استرس و فشارهای شغلی منجر شود (Avolio & Gardner, 2005).
۳. ارتقای عملکرد سازمانی: در سازمان‌هایی که رهبری معنوی پیاده‌سازی می‌شود، کارکنان به دلیل انگیزش درونی بیشتر به اهداف سازمانی پایبند هستند و در نتیجه، عملکرد کلی سازمان بهبود می‌یابد. این نوع رهبری باعث می‌شود که افراد علاوه بر دستیابی به اهداف سازمانی، به تعالی شخصی نیز دست یابند و از این رو، بهره‌وری و کیفیت کار افزایش یابد (Hsieh & Wang, 2015).

۴. پشتیبانی از نوآوری و خلاقیت: رهبری معنوی با ایجاد فضای باز و شفاف برای ایده‌پردازی و بیان نظرات می‌تواند زمینه‌ساز نوآوری و خلاقیت در سازمان‌ها شود. کارکنانی که احساس امنیت و حمایت دارند، به راحتی ایده‌های جدید را مطرح می‌کنند و در فرآیندهای تصمیم‌گیری مشارکت داشته باشند (Zhang & Chen, 2020).

رهبری معنوی در سازمان‌ها می‌تواند به‌طور چشمگیری بر بهبود جو سازمانی، افزایش اعتماد و تعهد کارکنان و ارتقای عملکرد کلی سازمان تأثیر بگذارد. این نوع رهبری به دنبال توسعه فردی کارکنان، ایجاد محیط کاری مثبت و مسئولیت‌پذیر است و به‌طور هم‌زمان با اهداف اقتصادی سازمان هم‌راستا می‌شود. با این حال، پیاده‌سازی این رویکرد در سازمان‌ها با چالش‌هایی نظیر مقاومت در برابر تغییر و تعارض بین اهداف اقتصادی و معنوی مواجه است که نیازمند توجه ویژه مدیران و آموزش‌های مستمر است.

شفافیت سازمانی

شفافیت سازمانی، یکی از عوامل کلیدی در موفقیت و پایداری سازمان‌ها به‌شمار می‌آید. این مفهوم به معنای فراهم آوردن اطلاعات روشن و قابل دسترس در مورد فرآیندها، تصمیمات، سیاست‌ها و عملکردهای سازمان است. شفافیت سازمانی به‌طور مستقیم بر اعتماد کارکنان، رضایت مشتریان و موفقیت کلی سازمان تأثیر می‌گذارد. سازمان‌هایی که شفاف عمل می‌کنند، معمولاً محیطی سالم‌تر، متعهدتر و منسجم‌تر دارند؛ جایی که افراد احساس می‌کنند می‌توانند نظرات خود را بیان کنند و در تصمیم‌گیری‌ها مشارکت داشته باشند (Baker et al., 2020).

شفافیت سازمانی به فرآیندهای ارتباطی و عملیاتی اشاره دارد که به کارکنان و ذی‌نفعان سازمانی، این امکان را می‌دهد که به راحتی اطلاعات مورد نیاز خود را در مورد اهداف، استراتژی‌ها و عملکردهای سازمانی به دست آورند. این شفافیت می‌تواند در سطوح مختلف از جمله اطلاع‌رسانی به کارکنان، پاسخگویی به مشتریان و ارتباطات با سهامداران دیده شود. به‌طور کلی، شفافیت سازمانی به معنای بی‌پرده و بدون پنهان‌کاری بودن در تصمیم‌گیری‌ها، سیاست‌گذاری‌ها و فرآیندهای کاری است که در نهایت موجب بهبود روابط داخلی و خارجی سازمان می‌شود (Deloitte, 2021).

منابع شفافیت سازمانی

۱. اطلاع‌رسانی منظم: انتشار منظم گزارش‌های عملکرد، اهداف و پیشرفت‌های سازمان (Wong, 2017)
۲. ارتباطات دوطرفه: ایجاد فضایی برای مبادله اطلاعات و نظرات میان مدیران و کارکنان (Deloitte, 2021)
۳. پاسخگویی: مسئولیت‌پذیری مدیران در قبال تصمیمات اتخاذشده و فراهم آوردن توضیحات شفاف برای ابهامات (Baker et al., 2020)

اهمیت شفافیت سازمانی

شفافیت سازمانی می‌تواند تأثیرات مثبتی بر چندین بعد مختلف سازمانی داشته باشد، از جمله:

۱. افزایش اعتماد: یکی از مهم‌ترین اثرات شفافیت، افزایش اعتماد کارکنان به سازمان و مدیران است. زمانی که کارکنان از تصمیمات، اهداف و استراتژی‌های سازمان اطلاع دارند، نسبت به هدایت سازمان احساس اطمینان بیشتری خواهند داشت. تحقیقات نشان داده‌اند که سازمان‌های شفاف معمولاً نسبت به سازمان‌های غیر شفاف از تعهد بیشتری برخوردارند (Baker et al., 2020).

۲. بهبود انگیزش و رضایت شغلی: شفافیت می تواند به بهبود انگیزش و رضایت شغلی کمک کند. زمانی که کارکنان از مسیر سازمان آگاه هستند و احساس می کنند که در جریان فرآیندها و تصمیمات هستند، مشارکت بیشتری در فعالیتهای سازمان خواهند داشت (Deloitte, 2021).
۳. کاهش فساد و خطای انسانی: با فراهم شدن محیطی که در آن اطلاعات به طور شفاف در اختیار همه قرار گیرد، احتمال فساد و خطای انسانی به طور چشمگیری کاهش می یابد. این امر در سازمان هایی که به شفافیت اهمیت می دهند، به ویژه در بخش های دولتی و مالی، اهمیت زیادی دارد (Deloitte, 2021).
۴. افزایش عملکرد سازمانی: شفافیت باعث تسهیل فرآیندهای تصمیم گیری می شود. مدیران و کارکنان با درک بهتری از شرایط موجود می توانند تصمیمات بهتری بگیرند که در نهایت به بهبود عملکرد کلی سازمان می انجامد (Wong & Lee, 2017).

شفافیت سازمانی، یکی از عوامل مهم در بهبود عملکرد، افزایش اعتماد و ارتقای روابط بین مدیران و کارکنان است. سازمان ها از طریق شفافیت می توانند به بهبود جو سازمانی، کاهش فساد و خطاهای انسانی و ارتقای سطح رضایت شغلی و انگیزش کارکنان کمک کنند. با این حال، برای دستیابی به شفافیت کامل، سازمان ها باید به موانع موجود غلبه کرده و فرآیندهای اطلاعاتی و ارتباطی خود را به طور مؤثر مدیریت کنند.

جو سازمانی

جو سازمانی به عنوان یک مفهوم کلیدی در رفتار سازمانی، به مجموعه ای از ویژگی های محیطی اطلاق می شود که تعاملات اجتماعی و فعالیت های روزمره کارکنان را تحت تأثیر قرار می دهد. جو سازمانی به طور مستقیم بر نگرش ها و رفتار کارکنان تأثیر می گذارد و می تواند به بهبود یا کاهش عملکرد سازمانی منجر شود. این مفهوم شامل احساسات، نگرش ها و تجربیات کارکنان در محیط کاری است و عواملی نظیر فرهنگ سازمانی، سبک رهبری و نحوه تعاملات درون سازمانی در شکل دهی آن نقش دارند. جو سازمانی مثبت می تواند به افزایش رضایت شغلی، انگیزش و بهره وری کارکنان کمک کند و از سوی دیگر، جو منفی می تواند باعث کاهش عملکرد، افزایش استرس و فرسودگی شغلی شود (Frost, 2008).

جو سازمانی را می توان به عنوان درک کلی کارکنان از شرایط کاری و فرهنگی محیط سازمانی تعریف کرد. این مفهوم به طور خاص به احساسات و تجربیات فردی و جمعی در داخل سازمان اشاره دارد و می تواند به طور مستقیم بر رفتارهای فردی و گروهی در محیط کار تأثیر بگذارد. جو سازمانی به عنوان یک ویژگی روان شناختی می تواند به شکلی ملموس و قابل اندازه گیری ارزیابی شود. علاوه بر این، جو سازمانی به عنوان یک متغیر میانجی در بسیاری از مدل های رهبری و انگیزش سازمانی عمل می کند (Schneider & Barbera, 2014).

ابعاد جو سازمانی

۱. جو ارتباطات: جو ارتباطات سازمانی به نحوه تعاملات و ارتباطات بین اعضاء سازمان اشاره دارد. در یک جو سازمانی مثبت، کارکنان احساس می کنند که اطلاعات به طور شفاف و منظم در اختیار آنها قرار می گیرد و می توانند به راحتی نظرات خود را بیان کنند (Frost, 2008).
۲. جو انگیزش و رضایت شغلی: جو سازمانی می تواند به میزان انگیزش و رضایت شغلی کارکنان تأثیر بگذارد. در یک جو مثبت، کارکنان احساس انگیزش و شادابی بیشتری دارند و به دنبال انجام کارهای خود با کیفیت

بالا هستند. در این شرایط، رضایت شغلی به طرز قابل توجهی افزایش می‌یابد (Avolio & Gardner, 2005).

۳. جو عدالت و شفافیت: در سازمان‌هایی با جو منصفانه، تصمیم‌گیری‌ها بر اساس شفافیت و عدالت صورت می‌گیرد. جو عدالت سازمانی می‌تواند به کاهش تعارضات و افزایش اعتماد بین کارکنان و مدیران کمک کند و موجب بهبود کارکرد کلی سازمان شود (Colquitt et al., 2001).
۴. جو حمایت اجتماعی: جو سازمانی مثبت شامل حمایت اجتماعی از سوی همکاران و مدیران بوده که به کاهش استرس شغلی و افزایش رضایت شغلی کمک می‌کند. در این محیط‌ها، کارکنان احساس می‌کنند که در مواقع نیاز می‌توانند به همکاران و مدیران خود تکیه کنند (Eisenberger et al., 2002).

عوامل مؤثر بر جو سازمانی

۱. رهبری سازمانی: رهبری، تأثیر عمده‌ای بر جو سازمانی دارد. رهبران با استفاده از سبک‌های مدیریتی خود می‌توانند جو سازمانی را شکل دهند. برای مثال، رهبران معنوی می‌توانند جو مثبت و حمایتی ایجاد کنند که به طور مستقیم بر روحیه کارکنان تأثیر بگذارد (Fry, 2003).
 ۲. فرهنگ سازمانی: فرهنگ سازمانی به عنوان مجموعه‌ای از ارزش‌ها و باورهای مشترک، تأثیر زیادی بر جو سازمانی دارد. سازمان‌هایی که فرهنگی بر پایه همکاری، احترام و شفافیت دارند، تمایل به داشتن جو سازمانی مثبت‌تری دارند (Schneider & Barbera, 2014).
 ۳. ساختار سازمانی: نوع و ساختار سازمانی نیز بر جو سازمانی تأثیرگذار است. سازمان‌های با ساختار سلسله‌مراتبی، معمولاً جوهای محدودتر و کمتر انعطاف‌پذیری دارند؛ درحالی‌که سازمان‌های با ساختار مسطح، بیشتر به همکاری و تعامل آزاد بین کارکنان و مدیران تأکید دارند (Harrison, 2011).
 ۵. نظام پاداش‌دهی و ارزیابی عملکرد: نظام‌های پاداش‌دهی و ارزیابی عملکرد می‌توانند جو سازمانی را تحت تأثیر قرار دهند. جو سازمانی، به‌ویژه در سازمان‌هایی که پاداش‌های عادلانه و عملکردی دارند، بیشتر مثبت خواهد بود (Colquitt et al., 2001).
- جو سازمانی به عنوان یکی از عوامل حیاتی در رفتار سازمانی می‌تواند تأثیرات بلندمدتی بر عملکرد و رضایت شغلی کارکنان داشته باشد. ایجاد و حفظ یک جو مثبت می‌تواند به بهبود عملکرد سازمان، کاهش تعارضات و افزایش انگیزش کارکنان منجر شود. با توجه به اهمیت این موضوع، سازمان‌ها باید به طور جدی به شفافیت، عدالت، حمایت اجتماعی و ارزش‌های فرهنگی خود توجه کنند تا جو سازمانی مناسبی را برای کارکنان خود فراهم آورند.

پیشینه پژوهش

مرور ادبیات پژوهش نشانگر آن است که در داخل کشور پژوهشی که مبادرت به بررسی تأثیر رهبری معنوی بر شفافیت سازمانی با نقش میانجی جو سازمانی نموده باشد، در زمان انجام این پژوهش یافت نمی‌شود. فری^۱ (۲۰۰۳) در تحقیقی تحت عنوان به‌سوی نظریه رهبری معنوی، استدلال کرده است که رهبری معنوی با تأکید بر معنویت، همدلی و مسئولیت‌پذیری می‌تواند شفافیت سازمانی را بهبود بخشد و اعتماد میان کارکنان و مدیران را تقویت کند. همچنین، ریوا^۲ (۲۰۰۵) در پژوهشی تحت عنوان ارزش‌ها و شیوه‌های معنوی مرتبط با اثربخشی رهبری، نشان داد که رهبران معنوی با توجه به ارزش‌های اخلاقی و انسانی می‌توانند به ایجاد فرهنگ شفاف و باز در سازمان‌ها

کمک کنند. اشنایدر و همکاران^۱ (۲۰۱۴) در تحقیقی با عنوان کتاب راهنمای جو سازمانی و فرهنگ آکسفورد نشان دادند که جو سازمانی می‌تواند تأثیرات رهبری معنوی را تقویت کرده و موجب افزایش شفافیت در تصمیمات و فرآیندهای سازمانی شود. این جو سازمانی با ایجاد محیطی حمایتگر و مبتنی بر اعتماد، به سازمان‌ها این امکان را می‌دهد که شفافیت را به‌طور مؤثری پیاده‌سازی کنند. آولیو و همکاران^۲ (۲۰۰۵) در مطالعه خود تحت عنوان توسعه رهبری معتبر به این نتیجه رسیدند که رهبری معنوی، با فراهم آوردن محیطی شفاف و اخلاق‌مدار می‌تواند به بهبود رفتارهای کارکنان و در نتیجه، عملکرد کلی سازمان کمک کند. حسیه و وانگ^۳ (۲۰۱۵) نشان داده‌اند که شفافیت سازمانی ارتباط مستقیم با افزایش عملکرد و رضایت شغلی دارد. شفاف‌سازی فرآیندها و تصمیمات سازمانی می‌تواند به کاهش تنش‌ها و تضادهای درون‌سازمانی منجر شود و موجب ارتقاء بهره‌وری کارکنان گردد. محمودی و همکاران (۲۰۱۶) در پژوهشی تحت عنوان تأثیر رهبری معنوی بر عملکرد سازمانی در ایران نشان داده‌اند که رهبری معنوی می‌تواند به بهبود روابط بین کارکنان و مدیران کمک کند و فرهنگ شفافیت را در سازمان‌ها تقویت نماید. صادقی و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی که با عنوان اثر شفاف‌سازی سازمانی بر عملکرد کارکنان انجام شد، نشان دادند که جو سازمانی مثبت، تأثیر مستقیمی بر شفافیت در سازمان‌های ایرانی دارد. جو مثبت و حمایت‌کننده در سازمان‌ها می‌تواند به شفاف‌سازی فرآیندهای تصمیم‌گیری و کاهش نارضایتی‌ها کمک کند. احمدی و همکاران (۲۰۱۸) در تحقیقی با عنوان نقش جو سازمانی در رهبری معنوی و شفاف‌سازی سازمانی نشان داده‌اند که جو سازمانی با ویژگی‌هایی همچون اعتماد، احترام و شفافیت می‌تواند فرآیندهای رهبری معنوی را تقویت کرده و به ارتقای شفافیت سازمانی کمک نماید. با توجه به پیشینه‌های داخلی و خارجی موجود، می‌توان به این نتیجه رسید که رهبری معنوی، جو سازمانی مثبت و شفاف‌سازی سازمانی، ارتباط تنگاتنگی با یکدیگر دارند. تحقیقات نشان می‌دهند که رهبری معنوی با تقویت جو سازمانی می‌تواند به بهبود شفافیت و عملکرد سازمانی کمک کند. با این حال، نیاز به تحقیقات بیشتر در زمینه تأثیرات رهبری معنوی بر شفاف‌سازی سازمانی و نقش میانجی جو سازمانی در سازمان‌های مختلف، به‌ویژه در زمینه‌های خاص فرهنگی و اقتصادی مانند ایران، همچنان احساس می‌شود.

توسعه فرضیه‌ها و الگوی مفهومی پژوهش

رهبری معنوی و شفاف‌سازی سازمانی

رهبری معنوی به عنوان یک رویکرد نوین در عرصه مدیریت و سازمان‌ها، تأثیرات چشم‌گیری بر شفاف‌سازی سازمانی دارد. این نوع رهبری با تمرکز بر ارزش‌های انسانی، اخلاقی و معنوی، به تقویت حس اعتماد، همبستگی و همکاری در میان اعضای سازمان کمک می‌کند. در این راستا، رهبری معنوی به دنبال ارتقای روحیه تیمی و اخلاقی است که در نتیجه آن، فضای سازمانی شفاف‌تر و متعهدتر به اهداف و ارزش‌های مشترک می‌شود (Fry, 2003). رهبری معنوی با تأکید بر ارزش‌های انسانی و اخلاقی می‌تواند نقش مهمی در ارتقای شفافیت سازمانی ایفا کند. این نوع رهبری، علاوه بر افزایش اعتماد و همبستگی، موجب می‌شود فرآیندهای سازمانی به‌طور واضح و شفاف برای اعضای تیم به نمایش گذاشته شود که در نهایت منجر به بهبود عملکرد و تعاملات مثبت در سطح سازمانی خواهد شد (Benefiel, 2020). با توجه به مطالعات و تحقیقات موجود، به نظر می‌رسد رهبری معنوی، تأثیر مثبت و معناداری بر شفاف‌سازی سازمانی دارد. این تأثیر مثبت می‌تواند با ارتقای روحیه تیمی و اخلاقی همراه باشد که در نتیجه آن، فضای سازمانی

1. Schneider et al.

2. Avolio et al.

3. Hsieh & Wang

شفاف‌تر و متعهدتر به اهداف و ارزش‌های مشترک می‌شود. بر این اساس، فرضیه اول پژوهش به‌صورت زیر مطرح می‌شود:

فرضیه ۱: رهبری معنوی، تأثیر مثبت و معناداری بر شفاف‌سازی سازمانی دارد.

رهبری معنوی و جو سازمانی

رهبری معنوی با تأکید بر ارزش‌های انسانی و اخلاقی می‌تواند نقش مهمی در ارتقای شفافیت سازمانی ایفا کند. این نوع رهبری، علاوه بر افزایش اعتماد و همبستگی، موجب می‌شود فرآیندهای سازمانی به‌طور واضح و شفاف برای اعضاء تیم به نمایش گذاشته شود که در نهایت منجر به بهبود عملکرد و تعاملات مثبت در سطح سازمانی خواهد شد (Karakas, 2021). رهبری معنوی به‌عنوان یک رویکرد نوین در مدیریت، بر ارزش‌های انسانی، اخلاقی و معنوی تأکید دارد و می‌تواند تأثیرات مثبت و معناداری بر جو سازمانی بگذارد. به‌طور کلی، جو سازمانی به مجموعه‌ای از ویژگی‌های روان‌شناختی و اجتماعی اشاره دارد که محیط کاری را شکل می‌دهند. در سازمان‌هایی که رهبری معنوی در آن‌ها حاکم است، اعضاء تیم بیشتر احساس رضایت شغلی، همبستگی و مشارکت دارند که به نوبه خود می‌تواند بر کارایی و بهره‌وری سازمان اثر بگذارد (Reave, 2022). رهبری معنوی، تأثیرات مثبتی بر جو سازمانی دارد که می‌تواند منجر به افزایش رضایت شغلی، همبستگی، شفافیت و فرهنگ سازمانی مثبت شود. این نوع رهبری با تأکید بر اصول انسانی، اخلاقی و معنوی است (Parris et al., 2022). این موضوع می‌تواند باعث تقویت ایجاد محیطی شود که در آن، کارکنان به‌طور طبیعی انگیزه بیشتری برای کار دارند و در نتیجه، جو سازمانی به سمت مثبت و سازنده‌ای حرکت می‌کند. فرضیه دوم به این شکل ارائه می‌شود:

فرضیه ۲: رهبری معنوی، تأثیر مثبت و معناداری بر جو سازمانی دارد.

جو سازمانی و شفاف‌سازی سازمانی

جو سازمانی به معنای محیط روانی، اجتماعی و فرهنگی حاکم بر یک سازمان است که تحت تأثیر سیاست‌ها، روابط کاری و رفتارهای کارکنان و مدیران قرار می‌گیرد. شفاف‌سازی سازمانی نیز به فرآیندهایی اطلاق می‌شود که در آن اطلاعات به‌طور واضح و شفاف از سوی مدیریت به کارکنان منتقل می‌شود و بالعکس که موجب کاهش ابهام و ایجاد فضای آگاهانه و اعتماد می‌شود (Bello et al., 2023). جو سازمانی مثبت، فضایی ایجاد می‌کند که در آن ارتباطات به‌راحتی و بدون ترس از عواقب منفی برقرار می‌شود. زمانی که جو سازمانی، به‌ویژه بر مبنای اعتماد و احترام استوار باشد، کارکنان احساس امنیت کرده و می‌توانند اطلاعات را به‌صورت شفاف و دقیق با یکدیگر به اشتراک بگذارند. این امر به شفاف‌سازی سازمانی کمک می‌کند؛ زیرا افراد می‌دانند که هیچ‌گونه مانعی برای بیان ایده‌ها و نگرانی‌های خود وجود ندارد (Teng et al., 2022).

جو سازمانی می‌تواند نقش واسطه یا میانجی را در تأثیرات دیگر عوامل مانند بلوغ سازمانی، رهبری یا فرهنگ سازمانی بر شفاف‌سازی سازمانی ایفا کند. به عبارت دیگر، جو سازمانی می‌تواند زمینه‌ساز اثرگذاری عوامل دیگر بر شفاف‌سازی باشد (Huang et al., 2023).

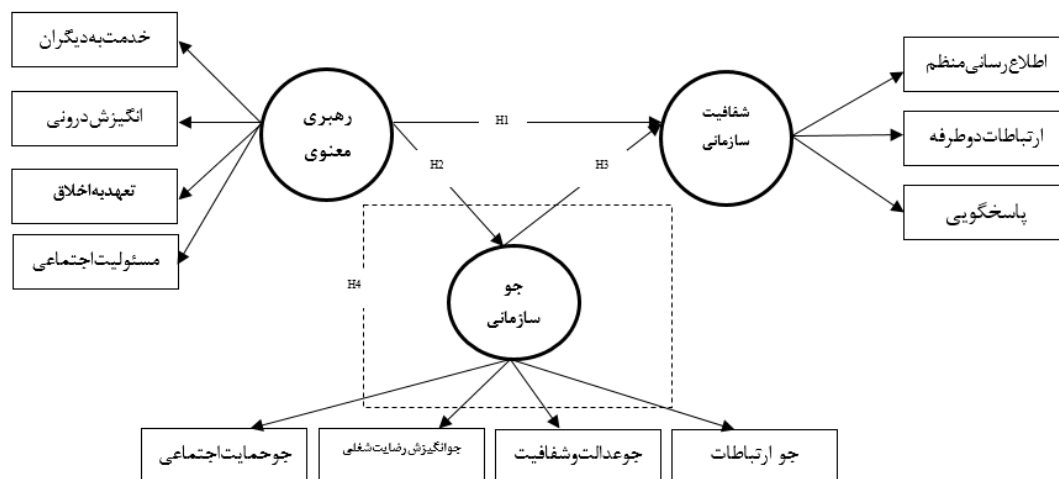
جو سازمانی، نقشی اساسی در تقویت یا تسهیل فرآیند شفاف‌سازی سازمانی ایفا می‌کند. از یک سو، جو سازمانی مثبت می‌تواند به‌طور مستقیم موجب افزایش شفافیت در ارتباطات، کاهش ابهام و تقویت همکاری‌ها شود. از سوی دیگر، جو سازمانی می‌تواند به‌عنوان یک میانجی در تأثیر دیگر عوامل مانند بلوغ سازمانی یا رهبری بر شفاف‌سازی

سازمانی عمل کند. در مجموع، جو سازمانی نه تنها به خودی خود اهمیت دارد بلکه می تواند بستر مناسبی نیز برای ارتقای شفافیت در سطوح مختلف سازمانی ایجاد کند.

فرضیه ۳: جو سازمانی، تأثیر مثبت و معناداری بر شفاف سازی سازمانی دارد.

فرضیه ۴: جو سازمانی، نقش میانجی در تأثیر رهبری معنوی بر شفاف سازی سازمانی دارد.

با توجه به مبانی نظری و فرضیات ارائه شده، مدل مفهومی پژوهش به صورت زیر است.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

روش تحقیق پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، تحقیقاتی کاربردی محسوب می شود و از لحاظ روش گردآوری اطلاعات، به صورت توصیفی-پیمایشی با رویکرد مدل سازی معادلات ساختاری انجام شده است. مدل سازی معادلات ساختاری^۱ (SEM) پژوهشگران این امکان را می دهد که روابط پیچیده بین چندین متغیر وابسته را به طور هم زمان مدل سازی و برآورد کنند. مفاهیم مورد بررسی معمولاً غیر قابل مشاهده (مکنون) هستند و به طور غیر مستقیم از طریق متغیرهایی با چند معرف اندازه گیری می شوند (Hair, 2021). استراتژی تحقیق حاضر از نوع پژوهش های کمی بوده و از نظر فلسفه تحقیق، رویکرد آن قیاسی است. جامعه آماری این تحقیق شامل مدیران و کارکنان سازمان های دولتی استان لرستان است. با توجه به اینکه حجم جامعه آماری در این تحقیق مشخص و محدود به ۱۷۸،۰۰۰ نفر از کارکنان دولت در استان لرستان است، برای تعیین حجم نمونه از فرمول نمونه گیری کوکران استفاده شد. بر اساس این فرمول و در سطح اطمینان ۹۵ درصد، حجم نمونه ۳۸۴ نفر محاسبه و اعضاء نمونه به روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شدند.

ابزار گردآوری اطلاعات در این تحقیق، پرسشنامه استاندارد است. پرسشنامه به دو بخش تقسیم می شود: بخش اول شامل پرسشنامه جمعیت شناختی و بخش دوم شامل سه پرسشنامه در زمینه های رهبری معنوی، شفافیت سازمانی و جو سازمانی. برای جمع آوری اطلاعات در خصوص متغیر رهبری معنوی، پرسشنامه فری (۲۰۰۳) شامل چهار بعد خدمت به دیگران، انگیزش درونی، تعهد به اخلاق و مسئولیت اجتماعی و پرسشنامه شفافیت سازمانی هسیه و وانگ (۲۰۱۵) به کار گرفته شدند که ابعاد اطلاع رسانی منظم، ارتباطات دوطرفه و پاسخگویی را مورد بررسی قرار می دهند. همچنین از پرسشنامه جو سازمانی اشنايدر و باربرا (۲۰۱۴) با ابعاد جو حمایت اجتماعی، جو ارتباطات، جو عدالت و شفافیت، جو انگیزش و رضایت شغلی استفاده شده است. روایی و پایایی این ابزارها با استفاده از روش اعتبار محتوا و آلفای کرونباخ تأیید گردید.

برای آزمون فرضیه‌های تحقیق، از نرم‌افزارهای SPSS و Smart PLS2 استفاده شده است. به منظور تأیید روایی ابزار اندازه‌گیری، سه نوع روایی شامل روایی محتوایی، روایی همگرا و روایی واگرا مورد استفاده قرار گرفت. روایی محتوایی با اطمینان از تطابق شاخص‌های اندازه‌گیری با ادبیات موجود به دست آمد. این روایی از طریق نظرسنجی از اساتید متخصص تأیید شد. روایی همگرا به این اصل اشاره دارد که شاخص‌های هر سازه باید همبستگی میانه‌ای با یکدیگر داشته باشند. طبق گفته فورنل و لارکر^۱ (۱۹۸۱)، معیار روایی همگرا این است که میانگین واریانس‌های استخراج‌شده باید بیشتر از ۰٫۵ باشد. روایی واگرا نیز از طریق مقایسه جذر AVE با همبستگی بین متغیرهای مکنون سنجیده شد و برای هر سازه انعکاسی، جذر AVE باید بیشتر از همبستگی آن سازه با سایر سازه‌ها در مدل باشد. همچنین، برای تعیین پایایی پرسشنامه در این تحقیق، از دو معیار (ضریب آلفای کرونباخ و ضریب پایایی مرکب) بر اساس نظر فورنل و لارکر (۱۹۸۱) استفاده شد. با توجه به اینکه ضریب آلفای کرونباخ متغیرها بالاتر از ۰٫۷ بود، می‌توان پایایی پرسشنامه را مناسب ارزیابی کرد. درحالی‌که پایایی مرکب، برخلاف آلفای کرونباخ که به‌طور ضمنی فرض می‌کند هر شاخص وزن یکسانی دارد، متکی بر بارهای عاملی حقیقی هر سازه است؛ بنابراین؛ این معیار به‌عنوان روشی دقیق‌تر برای ارزیابی پایایی در نظر گرفته می‌شود. برای اینکه پایایی مرکب نشان‌دهنده ثبات درونی سازه باشد، باید مقدار آن بیشتر از ۰٫۷ باشد. در جدول ۱ و ۲، نتایج پایایی و روایی ابزار سنجش به‌طور کامل آورده شده است.

جدول ۱. روایی همگرا و پایایی ابزار اندازه‌گیری

متغیرهای پژوهش	ضریب میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE)	ضریب پایایی مرکب (CR)	ضریب آلفای کرونباخ
رهبری معنوی	۰/۶۲	۰/۷۱	۰/۷۷
شفافیت سازمانی	۰/۵۶	۰/۷۳	۰/۸۶
جوسازمانی	۰/۶۲	۰/۸۷	۰/۷۱

همچنین برای سنجش روایی واگرا در این پژوهش از روش فورنل و لارکر استفاده شده است. روش فورنل و لارکر برای بررسی روایی واگرا، ماتریسی را پیشنهاد می‌دهند که قطر اصلی آن حاوی جذر مقادیر AVE مربوط به هر یک از متغیرهاست که در جدول ۲ نشان داده شده است.

جدول ۲. روایی واگرا به روش فورنل و لارکر

متغیرها	جوسازمانی	رهبری معنوی	شفافیت سازمانی
جو سازمانی	۰/۷۹		
رهبری معنوی	۰/۶۵	۰/۶۳	
شفافیت سازمانی	۰/۵۹	۰/۶۷	۰/۷۰

بر اساس مطالب عنوان‌شده و نتایج حاصل از خروجی‌های نرم‌افزار Smart Pls2، جداول فوق نشان‌دهنده آن است که ابزار اندازه‌گیری از روایی (محتوایی، همگرا و واگرا) و پایایی (ضریب پایایی مرکب، ضریب آلفای کرونباخ) مناسب برخوردارند.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

یافته‌های توصیفی

در این پژوهش به منظور آزمون فرضیه‌ها از تکنیک مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم‌افزار smart pls2 و به منظور بررسی متغیرهای جمعیت‌شناختی از نرم‌افزار spss19 استفاده شده است که شرح کامل آن به شکل جدول ۳ است.

جدول ۳. متغیرهای جمعیت‌شناختی

جنسیت	فراوانی	سابقه کاری	فراوانی	مدرک تحصیلی	فراوانی
مرد	۲۵۱	کمتر از ۱۰	۱۰۶	کارشناسی	۲۱۸
زن	۱۳۳	۱۱ تا ۲۰	۱۷۵	کارشناسی ارشد	۱۵۳
		بالاتر از ۲۰	۱۰۳	دکتری	۱۳

قبل از آزمون فرضیه‌ها و تحلیل عاملی تأییدی، آزمون نرمال بودن داده‌ها با به‌کارگیری آزمون کلموگروف اسمیرنوف انجام شد که نتایج این آزمون نشان‌دهنده نرمال بودن داده‌های تحقیق بود.

یافته‌های استنباطی

بررسی مدل ساختاری

در این مطالعه برای بررسی مدل پیشنهادی از تجزیه و تحلیل PLS استفاده شده است. نتایج اثرات مستقیم (تخمین PLS) در شکل ۲ ارائه شده است. در این شکل، واریانس، معناداری آماری و ضریب مسیر مشخص شده است. علاوه بر این، مقدار R^2 در نظر گرفته شده برای سازه‌های دورنی به عنوان شاخصی برای قدرت پیش‌بینی مدل ارائه شده است.

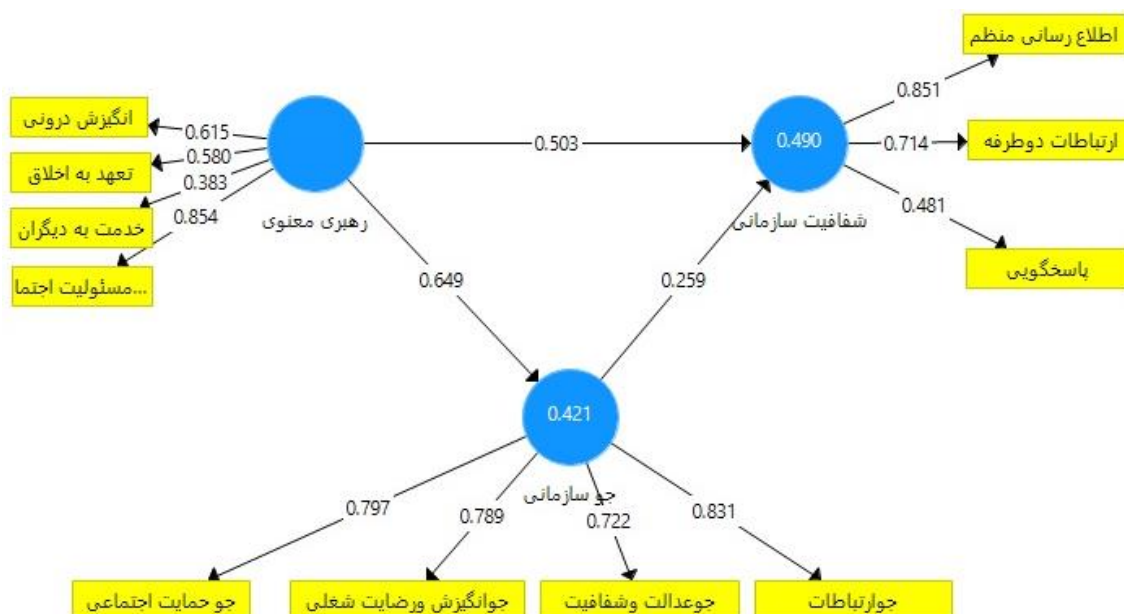
برازش مدل ساختاری

برای بررسی برازش مدل ساختاری با روش PLS در این مطالعه از ضرایب R^2 (R Squares) و معیار Q^2 استفاده شده است. R^2 معیاری است که برای متصل کردن بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل‌سازی معادلات ساختاری به کار می‌رود و نشان از تأثیری دارد که یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا می‌گذارد. Q^2 معیاری است که توسط استون و گیزر^۱ (۱۹۷۵) معرفی شد و قدرت پیش‌بینی مدل را مشخص می‌سازد. مقادیر R^2 و Q^2 در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴. مقادیر R^2 و Q^2

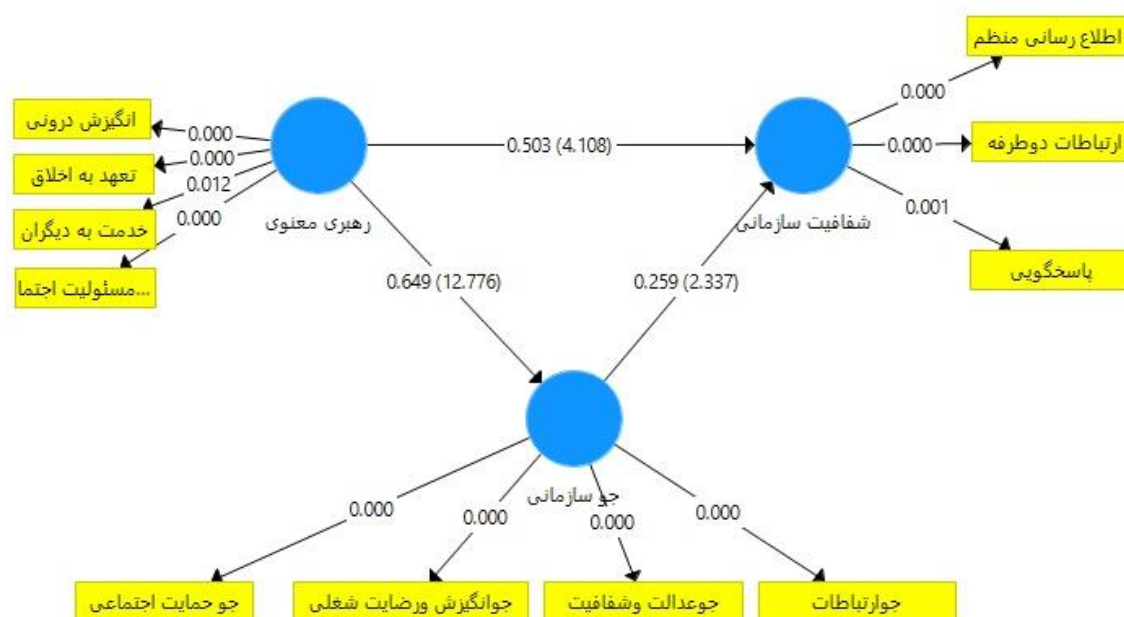
	شفافیت سازمانی	جوسازمانی
R^2	۰/۴۰	۰/۴۱
Q^2	۰/۴۷	۰/۴۹

با توجه به مقادیر R^2 و Q^2 مشخص شد که مدل ساختاری از برازش و قابلیت پیش‌بینی مناسبی برخوردار است. همچنین، مدل پژوهش و آزمون فرضیات با استفاده از رویکرد مدل‌سازی معادلات ساختاری به شرح زیر است.



شکل ۲. مدل ترسیم‌شده همراه با ضرایب مسیر و مقادیر بار عاملی

همچنین، مدل پژوهش در حالتی برای ضرایب مسیر و حالت پی برای بارهای عاملی به صورت زیر است.



شکل ۳. مدل ترسیم‌شده همراه با مقادیر P-value و آماره T

برازش کلی مدل

شاخص GOF در مدل PLS، راه‌حلی برای بررسی برازش کلی مدل بوده و بین صفر تا یک قرار دارد و مقادیر نزدیک به یک، نشانگر کیفیت مناسب مدل هستند. این شاخص، توانایی پیش‌بینی کلی مدل را بررسی می‌کند و اینکه آیا مدل آزمایش‌شده در پیش‌بینی متغیرهای مکنون درون‌زا موفق بوده است یا خیر؟ برای بررسی برازش کلی از معیار GOF استفاده می‌شود که $GOF = 0.1$ میزان کم، $GOF = 0.25$ مقدار متوسط و مقدار بزرگ $GOF = 0.36$ برای سنجش اعتبار مدل‌های PLS به کار می‌رود. محقق به وسیله این معیار می‌تواند پس از بررسی برازش سنجش

اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدل کلی پژوهش خود، برازش بخش کلی را نیز کنترل نماید. معیار GOF توسط تننهاوس و همکاران^۱ (۲۰۰۵) ابداع گردید که فرمول آن در زیر آورده شده است:

$$GOF = \sqrt{\overline{Communnlities} \times \overline{R}^2}$$

Communnality: (مقادیر اشتراکی) از میانگین مجذور بارهای عاملی هر متغیر به دست می‌آید.

Communnality: از میانگین مقادیر اشتراکی هر متغیر درون‌زای مدل به دست می‌آید.

$\overline{R}^2$: میانگین مقادیر R Square متغیرهای درون‌زای مدل است.

با توجه به مقدار به‌دست‌آمده برای GOF به میزان ۰/۴۶، برازش مناسب مدل کلی تأیید می‌شود. علاوه بر این، با توجه به جدول ۴، ضرایب معیاری برای بررسی برازش مدل ساختاری محسوب می‌شوند. این ضرایب مربوط به متغیرهای پنهان درون‌زای (وابسته) مدل است که با توجه به نتایج به‌دست‌آمده، مقادیر مطلوب است. خلاصه نتایج مربوط به آزمون فرضیه‌ها در جدول ۵ ارائه شده است.

جدول ۵. شاخص‌های کلی برازش مدل

متغیر پنهان	Communalities	R2
رهبری معنوی مدیران	۰/۵۳	-
جو سازمانی	۰/۴۵	۰/۴۲
شفافیت سازمانی	۰/۴۶	۰/۴۹
میانگین	۰/۴۸	۰/۴۵
GOF	۰/۴۶	

با توجه به تحلیل اطلاعات، نتایج فرضیات به‌صورت جدول ۶ است.

جدول ۶. آزمون فرضیه‌ها

فرضیه‌ها	ضریب مسیر	آماره T	سطح معناداری	نتیجه آزمون
H1: رهبری معنوی مدیران، تأثیر مثبت و معنی‌داری بر شفافیت سازمانی دارد.	۰/۵۰	۴/۱۰	۰/۰۰۰	تأیید فرضیه
H2: رهبری معنوی مدیران، تأثیر مثبت و معنی‌داری بر جو سازمانی دارد.	۰/۶۴	۱۲/۷۷	۰/۰۰۰	تأیید فرضیه
H3: جو سازمانی، تأثیر مثبت و معنی‌داری بر شفافیت سازمانی دارد.	۰/۲۵	۲/۳۳	۰/۰۰۰	تأیید فرضیه

نتایج مدل‌سازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار Smart PLS نشان داد که در سطح اطمینان ۹۵ درصد، فرضیه‌های اول، دوم و سوم تحقیق تأیید می‌شوند. نتیجه فرضیه غیر مستقیم پژوهش با استفاده از روش بوت استراپ به شرح زیر است.

نتایج آزمون بوت استراپ^۲

در این پژوهش، به‌منظور آزمون فرضیه چهارم و بررسی اثر میانجی از روش بوت استراپ استفاده شده است. این روش، جزء تکنیک‌های آماری ناپارامتری و بازنمونه‌گیری است که جهت برآورد پارامترهای جامعه آماری از طریق نمونه‌گیری با جایگذاری به کار می‌رود. در شرایطی که اندازه نمونه کوچک بوده و دقت برآوردها اهمیت دارد،

1. Tenenhaus et al.
2. bootstrapping

روش بوت استرپ قادر است خطا را از طریق باز نمونه‌گیری محاسبه کند و فاصله اطمینان یا انحراف استاندارد مناسب و دقیق را ارائه دهد (حبیبی و همکاران، ۱۴۰۱). در ادامه، نتایج تحلیل فرضیه چهارم با استفاده از روش بوت استرپ در جدول زیر ارائه شده است

جدول ۷. نتایج بوت استرپ برای مسیر واسطه‌ای الگوی پیشنهادی پژوهش

فرضیه	مسیر	بوت سوگیری	خطا	حد پایین	حد بالا
جو سازمانی، نقش میانجی در تأثیر رهبری معنوی مدیران رهبری معنوی مدیران/ جو سازمانی/ بر شفافیت سازمانی دارد.		۰/۵۱	۰/۰۰	۰/۰۲	-۰/۱۵ -۱۱/
شفافیت سازمانی					

جدول ۷ نشان می‌دهد که فرضیه میانجی پژوهش دارای مقادیر حد پایین $-0/15$ و حد بالای $-0/11$ است. با توجه به نتایج آزمون بوت استرپ و عدم قرار گرفتن صفر در این فاصله اطمینان، می‌توان نتیجه گرفت که مسیر غیر مستقیم موردنظر از معناداری برخوردار است و فرضیه مربوطه تأیید می‌شود؛ بنابراین، بر اساس نتایج جدول فوق، می‌توان بیان کرد که در سطح اطمینان ۹۵ درصد، جو سازمانی، نقش میانجی را در تأثیر رهبری معنوی مدیران بر شفافیت سازمانی ایفا می‌کند.

بحث و نتیجه‌گیری

تحقیق حاضر به بررسی اثر رهبری معنوی بر شفاف‌سازی سازمانی با نقش میانجی جو سازمانی پرداخته است. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که رهبری معنوی، از طریق بهبود جو سازمانی، تأثیر مستقیمی بر شفاف‌سازی سازمانی دارد. این یافته‌ها با بسیاری از تحقیقات پیشین هم‌خوانی دارد و تأکید می‌کند که رهبری معنوی می‌تواند فرهنگ سازمانی را بهبود بخشد و فرآیندهای شفاف‌تر و بازتری را در سازمان‌ها به وجود آورد. بر اساس نتایج این تحقیق، رهبری معنوی می‌تواند با تقویت جو سازمانی، اعتماد و احترام میان کارکنان و مدیران را افزایش دهد. این جو مثبت موجب می‌شود کارکنان احساس کنند که اطلاعات به‌طور شفاف و بدون موانع به آن‌ها منتقل می‌شود. این امر به نوبه خود، شفافیت را در فرآیندهای تصمیم‌گیری و ارتباطات سازمانی تقویت می‌کند. همچنین، این نتایج نشان می‌دهند که جو سازمانی می‌تواند به‌عنوان یک متغیر میانجی در رابطه بین رهبری معنوی و شفاف‌سازی سازمانی عمل کند. نتایج تحقیق نشان می‌دهند که رهبری معنوی می‌تواند به‌طور مستقیم بر شفاف‌سازی سازمانی تأثیر گذارد. این نتیجه با یافته‌های تحقیقاتی که توسط فری (۲۰۰۳) و ریو (۲۰۰۵) انجام شده است، همخوانی دارد. فری (۲۰۰۳) اشاره کرده است که رهبری معنوی به‌طور مستقیم موجب تقویت شفافیت و اعتماد در سازمان‌ها می‌شود؛ زیرا این نوع رهبری بر اساس اصول اخلاقی و معنوی استوار است که در نتیجه، ارتباطات و اطلاعات سازمانی را بهبود می‌بخشد. نتایج نشان می‌دهند که رهبری معنوی بر جو سازمانی تأثیر گذار است. این یافته با نتایج تحقیق آوولیو و همکاران (۲۰۰۵) که بیان کرده‌اند رهبری معنوی می‌تواند به‌طور مؤثر جو سازمانی را بهبود بخشد، هم‌راستا است. رهبری معنوی با ایجاد محیطی مبتنی بر اعتماد و همبستگی، بهبود روابط انسانی و تقویت ارزش‌های سازمانی را به دنبال دارد که باعث بهبود جو سازمانی می‌شود. طبق نتایج تحقیق، جو سازمانی نقش مهمی در افزایش شفاف‌سازی سازمانی دارد. این یافته با پژوهش‌های شنایدر و همکاران (۲۰۱۴) و هسیه و همکاران (۲۰۱۵) همخوان است که بر اهمیت جو سازمانی در تأثیرگذاری بر ارتباطات داخلی و شفافیت در سازمان‌ها تأکید کرده‌اند. جو سازمانی مثبت می‌تواند از طریق بهبود تعاملات و تسهیل اطلاعات، شفاف‌سازی را در سازمان تقویت کند. نتایج تحقیق نشان دادند که جو سازمانی به‌عنوان یک عامل میانجی،

تأثیر رهبری معنوی بر شفاف‌سازی سازمانی را تسهیل می‌کند. این یافته با نتایج تحقیق محمودی و همکاران (۲۰۱۶) و صادقی و همکاران (۲۰۱۷) تطابق دارد که نشان می‌دهند جو سازمانی می‌تواند نقش میانجی را در تأثیرات رهبری معنوی بر شفاف‌سازی سازمانی ایفا کند. جو سازمانی مناسب می‌تواند فضایی را ایجاد کند که در آن، تأثیرات مثبت رهبری معنوی به‌طور مؤثری در بهبود شفاف‌سازی سازمانی انعکاس یابد. یکی از مهم‌ترین یافته‌های تحقیق این بود که جو سازمانی، نقش میانجی در تأثیر رهبری معنوی بر شفاف‌سازی سازمانی دارد؛ یعنی رهبری معنوی نه تنها به‌طور مستقیم شفاف‌سازی سازمانی را تحت تأثیر قرار می‌دهد بلکه از طریق تقویت جو سازمانی نیز می‌تواند به بهبود شفافیت کمک کند. جو سازمانی که توسط رهبری معنوی تقویت می‌شود، فضایی را فراهم می‌آورد که در آن، کارکنان احساس راحتی بیشتری برای اشتراک‌گذاری اطلاعات و تصمیمات دارند. نتایج تحقیق حاضر، تطابق زیادی با پژوهش‌های پیشین دارد؛ به‌ویژه در خصوص تأثیر رهبری معنوی بر شفاف‌سازی سازمانی و جو سازمانی، یافته‌های تحقیق با نتایج فری (۲۰۰۳)، آوولیو و همکاران (۲۰۰۵) و اشنایدرو و همکاران (۲۰۱۴) همخوان است که به نقش مثبت رهبری معنوی در بهبود شفافیت و جو سازمانی اشاره کرده‌اند.

با توجه به یافته‌های این تحقیق، رهبری معنوی می‌تواند به‌طور مستقیم و از طریق تقویت جو سازمانی به شفاف‌سازی سازمانی کمک کند. پیشنهادهای کاربردی فوق می‌تواند به مدیران سازمان‌ها کمک کند تا با تقویت رهبری معنوی، جو سازمانی مثبت و شفافیت سازمانی را ارتقا دهند و در نتیجه، عملکرد سازمانی بهبود یابد. استفاده از این پیشنهادها می‌تواند به سازمان‌ها کمک کند تا محیطی شفاف، حمایتی و اخلاق‌مدار ایجاد کنند که بر رضایت کارکنان و موفقیت بلندمدت تأثیرگذار باشد.

بر اساس یافته‌های این تحقیق و با توجه به ابعاد مختلف رهبری معنوی مدیران، در ادامه به برخی از راهکارهای مؤثر در این زمینه که می‌تواند راهگشای مدیران در بهبود عملکرد و شفافیت سازمانی و هماهنگی بیشتر با تغییرات جهانی باشد، اشاره می‌کنیم:

۱. برگزاری دوره‌های آموزشی برای مدیران و سرپرستان در زمینه اصول رهبری معنوی، اخلاقی و معنوی، به‌ویژه در زمینه تصمیم‌گیری‌های شفاف و مسئولیت‌پذیری.
۲. ایجاد محیطی باز و حمایتی که کارکنان احساس کنند در تصمیم‌گیری‌ها مشارکت دارند و می‌توانند بدون ترس از بازخوردهای منفی، نظرات خود را بیان کنند. این امر به تقویت اعتماد در میان کارکنان و بهبود شفافیت کمک خواهد کرد.
۳. ایجاد محیطی باز و حمایتی که کارکنان احساس کنند در تصمیم‌گیری‌ها مشارکت دارند و می‌توانند بدون ترس از بازخوردهای منفی، نظرات خود را بیان کنند. این امر به تقویت اعتماد در میان کارکنان و بهبود شفافیت کمک خواهد کرد.
۴. تدوین و اجرای سازای فرآیندهای شفاف برای تصمیم‌گیری‌ها و اطلاع‌رسانی به کارکنان در مورد تغییرات، اهداف و استراتژی‌های سازمانی.
۵. استفاده از رهبری معنوی برای بهبود فرهنگ سازمانی و ایجاد هماهنگی میان اهداف معنوی و اهداف عملیاتی سازمان.
۶. پیاده‌سازی فرآیندهای ارزیابی منظم و استفاده از داده‌های شفاف برای اندازه‌گیری اثرات رهبری معنوی بر شفاف‌سازی سازمانی.

پیشنهاد می‌شود که محققان به بررسی اثرات رهبری معنوی بر شفاف‌سازی سازمانی در صنایع و محیط‌های مختلف بپردازند. این تحقیقات می‌تواند در بخش‌های مختلفی مانند دولتی، خصوصی یا غیر انتفاعی انجام شود تا تفاوت‌های

موجود در تأثیرات رهبری معنوی مشخص گردد. تحقیقات آینده می‌تواند به بررسی ابعاد مختلف رهبری معنوی ازجمله رهبری اخلاقی، رهبری تحول‌آفرین و رهبری خدمت‌گزار پرداخته و رابطه این ابعاد با شفاف‌سازی سازمانی و جو سازمانی را مورد مطالعه قرار دهد.

اظهاریه قدردانی

نویسندگان این پژوهش، نهایت قدردانی و سپاس ویژه خود را از همکاری مشارکت‌کنندگان، حمایت فکری داوران شناس و ویراستار علمی و ادبی نشریه مطالعات رفتاری و تعالی سازمانی اعلام می‌کنند.

منابع

- احمدی، ج.، و همکاران. (۲۰۱۸). نقش جو سازمانی در رهبری معنوی و شفاف‌سازی سازمانی: مطالعه‌ای در سازمان‌های دولتی ایران. *مجله مدیریت و توسعه سازمان*، ۲۶(۱)، ۸۷-۱۰۲.
- حبیبی، آرش، و سرآبادانی، مونا. (۱۴۰۱). آموزش کاربردی SPSS. تهران: نارون.
- صادقی، م.، و همکاران. (۲۰۱۷). اثر شفاف‌سازی سازمانی بر عملکرد کارکنان: نقش جو سازمانی در سازمان‌های ایرانی. *فصلنامه مدیریت منابع انسانی*، ۲۳(۲)، ۴۵-۶۱.
- Avolio, B. J., & Gardner, W. L. (2005). Authentic leadership development: Getting to the root of positive forms of leadership. *The Leadership Quarterly*, 16(3), 315-338.
- Baker, W. E., & Faulkner, R. R. (2020). Organizational transparency and trust. *Journal of Organizational Behavior*, 41(2), 212-225.
- Benefiel, M. (2020). The role of spiritual leadership in organizational integrity. *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 17(2), 141-156.
- Colquitt, J. A., Conlon, D. E., Wesson, M. J., Porter, C. O., & Ng, K. Y. (2001). Justice at the millennium: A meta-analytic review of 25 years of organizational justice research. *Journal of Applied Psychology*, 86(3), 425-445.
- Colquitt, J. A., Conlon, D. E., Wesson, M. J., Porter, C. O., & Ng, K. Y. (2001). Justice at the millennium: A meta-analytic review of 25 years of organizational justice research. *Journal of Applied Psychology*, 86(3), 425-445.
- Deloitte Insights. (2021). *Global corruption report*. Transparency International.
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S., & Sowa, D. (2002). Perceived organizational support. *Journal of Applied Psychology*, 87(5), 565-573.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Frost, P. J. (2008). *Toxic emotions at work: How compassionate managers handle pain and conflict*. Harvard Business Press.
- Fry, L. W. (2003). Toward a theory of spiritual leadership. *The Leadership Quarterly*, 14(6), 693-727.
- Harrison, J. (2011). Organizational Structure and the Workplace Environment. *Journal of Organizational Behavior*, 32(1), 21-41.
- Hsieh, A. T., & Wang, C. M. (2015). The impact of organizational transparency on organizational performance. *Journal of Business Research*, 68(6), 1266-1273.
- Hsieh, Y. H., & Wang, T. (2015). Spiritual leadership and organizational performance. *Journal of Business Ethics*, 128(2), 455-469.
- Huang, Y., & Yang, X. (2023). The role of organizational maturity in enhancing organizational transparency through cultural development. *Journal of Organizational Behavior*, 58(4), 576-591.
- Karakas, F. (2021). Spiritual leadership, organizational transparency, and trust. *Journal of Business Research*, 133, 91-104.
- Parris, D. L., & Peachey, J. W. (2022). Spiritual leadership and organizational wellness: A pathway to reduce stress. *Journal of Business Ethics*, 153(2), 391-404.
- Schneider, B., & Barbera, K. M. (2014). *The Oxford handbook of organizational climate and culture*. Oxford University Press.
- Shannon. (2016). *The Transparency Imperative: Shaping the Future of Business*.

- Stone, M. (1974). Cross-validated choice and assessment of statistical predictions. *Journal of the Royal Statistical Society: Series B (Methodological)*, 36(2), 111-133.
- Tenenhaus, M., Vinzi, V. E., Chatelin, Y. M., & Lauro, C. (2005). PLS path modeling. *Computational Statistics & Data Analysis*, 48(1), 159-205.
- Teng, L. & Chiu, H. (2022). Organizational culture and transparency: How a supportive work environment enhances organizational openness. *Journal of Business Ethics*, 179(1), 25-39.
- Wong, Y., & Lee, R. (2017). Impact of organizational transparency on employee performance. *Journal of Business Research*, 84, 34-45.
- Zhang, X., & Chen, Z. (2020). Organizational climate and transparency. *Organizational Dynamics*, 49(3), 122-135.

استناد به این مقاله: امیدی، علی. (۱۴۰۴). تحلیل اثر رهبری معنوی بر شفاف‌سازی سازمانی؛ با نقش میانجی جو سازمانی (مورد مطالعه: سازمان‌های دولتی استان لرستان). فصلنامه مطالعات رفتاری و تعالی سازمانی، ۲(۳)، ۴۳-۶۰.



Journal of Behavioral Studies and Organizational Excellence is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.