

رابطه رهبری اخلاقی و خلاقیت کارکنان: نقش تعدیل‌گر ارتباط مدیر و کارکنان

دکتر حسین رجب‌دری^{۱*}، دکتر مریم مالیر^۲، دکتر منوچهر خرمن^۱
۱. گروه حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بندرعباس، بندرعباس، ایران
۲. مرکز روانشناسی و توانبخشی لوتوس، تهران، ایران
(تاریخ دریافت: ۹۸/۱/۱۸، تاریخ پذیرش: ۹۸/۳/۲۰)

چکیده

زمینه: حضور مدیران اخلاق‌مدار می‌تواند اثرهای گسترده‌ای برای سازمان داشته باشد. هدف این پژوهش، بررسی ارتباط رهبری اخلاقی با خلاقیت کارکنان با توجه به نقش تعدیل‌گر ارتباط بین مدیران و کارکنان در بین مدیران و حسابداران صنعتی استان‌های فارس و هرمزگان است.

روش: پژوهش حاضر، توصیفی-همبستگی بوده و جامعه آن را تمامی مدیران و حسابداران صنعتی استان‌های فارس و هرمزگان تشکیل می‌دهند. دوره زمانی مطالعه سال ۱۳۹۶ است. نمونه برگزیده شامل ۱۲۶ نفر است که با استفاده از نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شده‌اند. برای بررسی متغیرهای پژوهش از پرسشنامه استاندارد استفاده شد و در نهایت برای تحلیل یافته‌ها نیز در قالب ۲ فرضیه اصلی از روش معادلات ساختاری توسط نرم‌افزار Smart PLS، استفاده شد.

یافته‌ها: یافته‌های حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش نشان می‌دهد که بین رهبری اخلاقی و خلاقیت کارکنان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین، رابطه بین رهبری اخلاقی و خلاقیت کارکنان به گونه مثبت با متغیر ارتباط بین مدیران و کارکنان تعدیل می‌شود. **نتیجه‌گیری:** با توجه به یافته‌ها، می‌توان ادعا نمود که با افزایش سطح رهبری اخلاقی، خلاقیت کارکنان افزایش خواهد یافت. در نتیجه، باید برای افزایش توان رقابتی سازمان که نتیجه خلاقیت است، به موضوع اخلاق حرفه‌ای توجه نمود. همچنین، ارتباط مدیر و کارکنان نیز نیازمند توجه است تا رابطه رهبری اخلاقی و خلاقیت کارکنان را تقویت کند.

کلیدواژه‌ها: رهبری اخلاقی، خلاقیت، ارتباط بین مدیران و کارکنان.

سر آغاز

تلاش برای ادراک رهبری کارآمد^۴ نیز یکی از مهمترین اهداف پژوهشگران، کارکنان، سازمان‌ها و جوامع در سراسر جهان است. در این زمینه، این استعاره وجود دارد که در این عصر جدید چالش برانگیز، رهبری کارآمد برای مدیران نه تنها بالا رفتن از نردبان نیست، بلکه به نوعی سوار شدن بر امواج است (۱۰). این مساله به این مورد اشاره دارد که خلاقیت فرایندی دایمی است و موجب طول عمر سازمان‌ها می‌شود (۱۱-۱۳). زمانی که تک تک افراد در سازمان‌ها خلاق باشند، به کمک خلاقیت می‌توانند سازمان خود را نیز خلاق کنند (۱۴). در این راستا، مدیرانی که راهبردهای مناسبی در اختیار دارند، سوار بر امواج پیش رو و امواج آینده خواهند شد.

با تحولات چشمگیر و سریع صورت گرفته از لحاظ تکنولوژی، فرهنگی، جمعیتی و اقتصادی در اقتصاد دانش بنیان^۱ عصر حاضر، خلاقیت^۲ کارکنان به یکی از چالش‌های بسیار مهم پیش روی سازمان‌ها به منظور پروراندن و رشد کارکنان و ارتقای شایستگی محوری شرکت‌ها تبدیل شده است (۱). بررسی این مساله در راستای کمک به سازمان‌ها نه تنها در راستای بقاء، بلکه برای حفظ و تداوم روند مزیت رقابتی پایدار^۳ در بازار جهانی نیز اهمیت دارد (۲-۷). به گونه طبیعی، بیش از پیش سازمان‌ها به دنبال شیوه‌های متفاوت برای تقویت خلاقیت کارکنان هستند (۳ و ۸).

رهبری اخلاقی با تأکید بر صداقت، فروتنی^{۱۵}، الگوسازی نقشی و مسئولیت‌پذیری او در قبال زیردستان و دیگران در محیط کار، موجب شکل‌گیری قابلیت اعتماد و جو حمایتی و تشویقی می‌شود. این جو حمایتی و دلگرم‌کننده به نوبه خود، کارکنان را برانگیخته و موجب این باور می‌شود که ارزش‌های مشابه با رهبر را به اشتراک بگذارند و خلاقانه‌تر عمل کنند. با این تفاسیر، رهبری اخلاقی در ارتباط مدیر و کارکنان مؤثر است و در ادامه، منتهی به خلاقیت کارکنان می‌شود (۹).

پژوهش‌های داخلی و خارجی در این زمینه نیز مشاهده شد. برای نمونه، برخی پژوهشگران دریافتند که بین متغیرهای پیش‌بین و ویژگی شخصیتی وجدانی بودن، جو اخلاقی و رهبری اخلاقی با فضیلت سازمانی همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین، به ترتیب رهبری اخلاقی، جو اخلاقی و ویژگی شخصیتی وجدانی بودن در تبیین واریانس فضیلت سازمانی بیشترین نقش را ایفا می‌کنند (۳۴). پژوهشگران دیگری نیز به بررسی پیش‌بینی ادراک امنیت شغلی و اعتماد سازمانی، از طریق رهبری اخلاقی و پایبندی به قرارداد روان-شناختی پرداخته و دریافتند که بین رهبری اخلاقی و پایبندی به قرارداد روان‌شناختی با ادراک امنیت شغلی و اعتماد سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد (۳۵). در پژوهشی دیگر، با استفاده از ابزار پرسشنامه مشاهده شده که هویت‌یابی با دو بعد هویت سازمانی و هویت رابطه‌ای، نقش میانجی در ارتباط میان رهبری اخلاقی با عملکرد کارکنان داشته است. باورهای اخلاقی کارکنان نیز دارای اثر تعدیلی قوی در شدت رابطه رهبری اخلاقی با هویت‌یابی رابطه‌ای و همچنین، اثر تعدیلی متوسط در شدت رابطه رهبری اخلاقی با هویت‌یابی سازمانی بوده است (۳۶). دیگر صاحب‌نظران نیز در پژوهشی مشاهده نمودند که بین رهبری اخلاقی، خودکارآمدی، احترام و رابطه بین مدیران و کارکنان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد (۳۷). صاحب‌نظران دیگری نیز در پژوهش خود دریافتند رابطه مثبت و معناداری بین رهبری اخلاقی و خلاقیت کارکنان وجود دارد که این رابطه با نقش تعدیل‌گر ارتباط مدیر و کارکنان به گونه مثبت تعدیل می‌شود (۹).

اگرچه پژوهش‌های متنوع داخلی و خارجی در این زمینه انجام شده و به یافته‌های ارزشمندی نیز دست یافته است، اما با توجه به اهمیت خلاقیت کارکنان در کارایی و پایداری سازمانی، تاکنون هیچ پژوهش داخلی به بررسی رابطه رهبری اخلاقی و خلاقیت کارکنان با نقش تعدیل‌گر ارتباط مدیر و کارکنان نپرداخته که با توجه به اهمیت موضوع، لازم است بررسی تجربی صورت گرفته تا بعدها مختلف آن پس از آزمون روشن شده و در برنامه‌ریزی‌های بعدی مورد استفاده قرار گیرد. لذا هدف اصلی این پژوهش، بررسی رابطه رهبری اخلاقی و خلاقیت کارکنان با نقش تعدیل‌گر ارتباط مدیر و کارکنان در مدیران و حسابداران صنعتی استان‌های فارس و هرمزگان است. سؤال‌های اصلی این پژوهش را می‌توان به صورت زیر مطرح کرد: آیا بین رهبری اخلاقی و خلاقیت کارکنان رابطه معناداری وجود دارد؟ آیا ارتباط مدیر و کارکنان رابطه بین رهبری اخلاقی و خلاقیت کارکنان را به گونه معنادار تعدیل می‌کند؟ در صورتی که روابط ذکر شده معنادار باشد، جهت آن به

مدیرانی که راهبرد صحیحی ندارند نیز با اتمام مزیت رقابتی مواجه خواهند شد (۴). بحث پیش گفته، بستری را برای پژوهش حاضر در زمینه رهبری اخلاقی و خلاقیت به تصویر کشیده است. رهبری اخلاقی یکی از تأثیرگذارترین عامل‌های پیش‌بینی‌کننده رفتار خلاقانه کارکنان به شمار می‌آید (۱۵-۱۷). پژوهش‌های گسترده صورت گرفته اخیر، توجه‌ها را معطوف به بررسی رابطه رهبری تحول‌گرا^{۱۶}، ارتباط مدیر و کارکنان^{۱۷} و رهبری اخلاقی^{۱۸} با خلاقیت نموده است (۹). در این میان، رهبری اخلاقی بیش از پیش اهمیت یافته است (۱۸-۲۲). هدف اصلی این پژوهش، بررسی رابطه رهبری اخلاقی و خلاقیت کارکنان با نقش تعدیل‌گر ارتباط مدیر و کارکنان است. لازم به ذکر است که ارتباط مدیر و کارکنان به عنوان نماد کیفیت^{۱۹} رابطه تبادل‌ی بین مدیر و کارکنان مطرح شده است (۲۳-۲۵). در این پژوهش، این متغیر به عنوان متغیر تعدیل‌گر در نظر گرفته شده است (۲۶).

خلاقیت تحت عنوان نسل جدید ایده‌های سودمند و آینده‌نگر تعریف می‌شود و نوعی فرایند اجتماعی^{۲۰} به شمار می‌آید (۲، ۲۷ و ۲۸). در واقع، خلاقیت تابعی از سه مؤلفه اصلی ۱- مهارت^{۲۱}، ۲- مهارت‌های تفکر خلاق^{۲۲} و ۳- انگیزه^{۲۳} است (۲). عوامل محیطی از قبیل تشویق خلاقیت، استقلال یا آزادی، منابع، فشار و موانع سازمانی پیش روی خلاقیت نیز بر خلاقیت اثرگذار هستند (۲). نوآوری زمانی دچار مشکل می‌شود که نقش محیط در برانگیختن خلاقیت کاهش یابد و در واقع، موانع محیطی^{۲۴} رو به افزایش بگذارد (۲۹). البته در پاره‌ای مواقع نیز فشار زمانی منتهی به ایده‌های جدید می‌شود که در اثر این فشار، خلاقیت افزایش می‌یابد (۳۰). لازم به ذکر است که انگیزه ذاتی (درونی) و عشق به کار نیز می‌تواند موجب افزایش خلاقیت شود (۹). رهبران اخلاق‌مدار می‌توانند مهارت‌ها، تخصص، منابع و انگیزه خود را با دیگر اعضا در میان گذاشته و خلاقیت در سازمان‌ها را افزایش دهند (۳۱). از لحاظ نظری، ارتباط مدیر و کارکنان نیز دارای ارتباط مثبت با خلاقیت کارکنان است. این رابطه، به عنوان مسیری برای رهبران جهت توزیع منابع سازمانی، فواید و مزایای مرتبط با وظایف و حمایت‌ها و پشتیبانی‌های روان‌شناختی از کارکنان، به شمار می‌رود (۳۲). کارکنان در چارچوب رابطه بین مدیر و کارکنان در سطح بالا، به عنوان افرادی شایسته^{۲۵} و قابل‌اتکا تلقی می‌شوند که عمده توجه آن‌ها متمرکز بر رویکردهایی که به سمت تغییر و انطباق با وظایف، دستیابی و کسب دیگر منابع مرتبط با وظیفه و حمایت‌های بین فردی است که اجرای این موارد، منتهی به انجام موفقیت‌آمیز وظایف می‌شود (۹). افزون بر آن، آن‌ها به دنبال دستیابی به احترام و ارزشمندی هستند. کارکنان با سطح رابطه بالا با مدیران، بر این باور هستند که تحت یک شرایط روان‌شناختی انگیزه‌بخش مشغول به کار بوده و متعهد به رابطه دو سویه با مدیران از طریق مشارکت و حضور در فرآیند کار خلاقانه هستند (۱۵ و ۱۷). پژوهش‌های تجربی صورت گرفته موید وجود رابطه مثبت بین ارتباط مدیر و کارکنان و خلاقیت کارکنان است. به عنوان نمونه، برخی پژوهشگران دریافتند که کیفیت ارتباط مدیر و کارکنان دارای رابطه معنادار و مثبت با رفتار نوآورانه کارکنان است (۱۷ و ۳۳). همچنین،

چه سمتی است؟ هدف این پژوهش پاسخ به پرسش‌های ذکر شده است و با توجه به اهمیت پژوهش، خلأ تحقیقاتی و عدم ورود پژوهشگران، ضروری است که این مساله مورد آزمون تجربی قرار گیرد تا بتوان با استفاده از یافته‌ها، درک بهتری از موضوع پیدا کرده و برنامه‌ریزی‌های بهتری انجام داد.

روش

نوع پژوهش حاضر، توصیفی-همبستگی است. همچنین، روش‌های گردآوری اطلاعات اولیه، ترکیبی از روش‌های کتابخانه‌ای و میدانی است. جامعه پژوهش حاضر را کل مدیران و حسابداران صنعتی استان‌های فارس و هرمزگان تشکیل می‌دهند. نمونه پژوهش شامل ۱۲۶ نفر از مدیران و حسابداران صنعتی استان‌های فارس و هرمزگان است که به صورت نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شده‌اند. بررسی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نیز نشان داد که کلیه اعضای پاسخ‌دهنده به پرسشنامه پژوهش مرد بوده و میانگین سنی آن‌ها ۳۹/۴۶ با انحراف معیار ۸۴/۱۴ و میانگین سابقه کار آنان ۲۹/۲۰ با انحراف معیار ۶۷/۱۲ است. این اطلاعات نشان می‌دهند که جامعه آماری این مطالعه از شرایط مناسبی برخوردار بوده و واجد شرایط بوده‌اند. در نتیجه یافته‌ها، تا آنجا که به ویژگی جامعه شناختی ارتباط پیدا می‌کند، دارای ویژگی کیفی لازم، از جمله در زمینه روایی داخلی است. از پاسخ‌دهندگان ۴ نفر دارای مدرک دکتری، ۲۶ نفر دارای مدرک کارشناسی ارشد، ۸۱ نفر دارای مدرک کارشناسی و ۱۵ نفر دارای مدرک کاردانی و یا دیپلم بوده‌اند. همچنین، در میان پاسخ‌دهندگان رشته‌های مختلف تحصیلی مشاهده شد.

برای سنجش متغیرهای پژوهش نیز از پرسشنامه‌های استاندارد رهبری اخلاقی، خلاقیت و رابطه مدیران و کارکنان استفاده شد (۹). در پرسشنامه‌های ذکر شده نیز از طیف لیکرت پنج‌گزینه‌ای استفاده شد. استفاده از پرسشنامه‌ها پس از تأیید استادان دانشگاه و صاحب‌نظران مختلف، صورت گرفت. بدین معنا که اعتبار ظاهری و محتوایی پرسشنامه‌ها تأیید شد. برای جمع‌آوری پرسشنامه‌ها نیز از شیوه حضوری استفاده شد که پس از حضور در شهرک‌های صنعتی شیراز و شهرک‌های صنعتی شماره ۱ و ۲ بندرعباس، با درخواست تکمیل پرسشنامه از مدیران و حسابداران واحدهای صنعتی، پرسشنامه‌ها تکمیل شد. در برآورد پایایی پرسشنامه‌های پژوهش حاضر از روش آلفای کرونباخ استفاده شد و ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه رهبری اخلاقی ۷۸۲/۰، ضریب آلفای کرونباخ خلاقیت ۷۹۴/۰ و ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه رابطه مدیران و کارکنان ۸۶۲/۰ تعیین شد که پایایی پرسشنامه‌ها مورد تأیید قرار گرفت. برای بررسی فرضیه‌های پژوهش نیز از روش معادلات ساختاری در نرم‌افزار Smart PLS استفاده شد.

یافته‌ها

در ادامه، هریک از فرضیه‌های پژوهش با استفاده از تکنیک حداقل مربعات جزئی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در روش حداقل مربعات جزئی چند نکته از اهمیت بسیار زیاد برخوردار است:

۱- قدرت رابطه بین عامل (متغیر پنهان) و متغیر قابل‌مشاهده به‌وسیله بارعاملی نشان داده می‌شود. بارعاملی مقداری بین صفر و یک است. اگر بارعاملی کمتر از ۰/۳ باشد رابطه ضعیف در نظر گرفته شده و از آن صرف‌نظر می‌شود. همچنین، بارعاملی بین ۰/۳ تا ۰/۶ قابل قبول است و اگر بزرگتر از ۰/۶ باشد خیلی مطلوب است.

۲- زمانی که همبستگی متغیرها شناسایی شد، باید آزمون معناداری صورت گیرد. برای بررسی معناداری همبستگی‌های مشاهده شده از روش‌های خودگردان‌سازی (بوت‌استرپ) و یا برش متقاطع جک‌نایف استفاده می‌شود. در این مطالعه، از روش خودگردان‌سازی استفاده شد که آماره t را ارائه می‌دهد. لازم به ذکر است در سطح خطای ۵٪ اگر مقدار آماره بوت‌استرپ t -value بزرگتر از ۱/۹۶ باشد، همبستگی‌های مشاهده شده معنادار است.

همچنین، روایی همگرا نیز محاسبه شده است. هرگاه یک یا چند خصیصه از طریق دو یا چند روش اندازه‌گیری شود، همبستگی بین این اندازه‌گیری‌ها دو شاخص مهم اعتبار را فراهم می‌سازد. اگر همبستگی بین نمرات آزمون‌هایی که خصیصه واحدی را اندازه‌گیری می‌کند بالا باشد، پرسشنامه دارای اعتبار همگرا است. وجود این همبستگی برای اطمینان از این‌که آزمون آنچه را باید سنجیده شود می‌سنجد، ضروری است. برای روایی همگرا میانگین واریانس استخراج شده باید بالاتر از ۰/۵ و روایی مرکب نیز باید بالاتر از ۰/۷ باشد. در ادامه، جدول ۲ یافته‌های این بخش را نشان می‌دهد.

جدول ۱: روایی همگرا و پایایی متغیرهای پژوهش

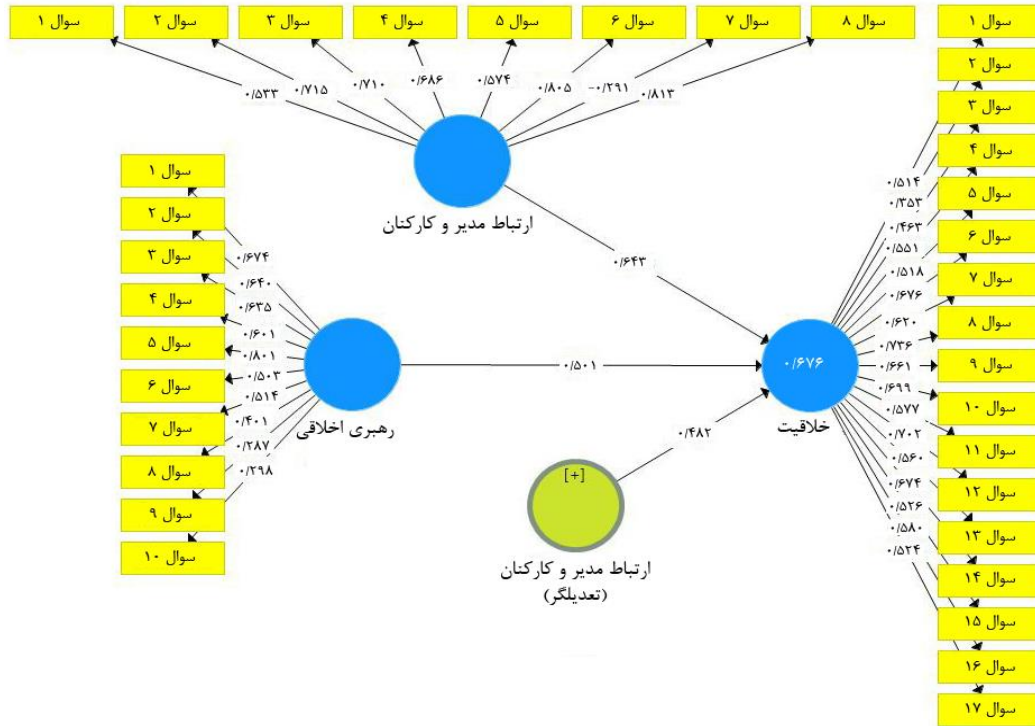
متغیر	آلفای کرونباخ	واریانس استخراج شده	روایی مرکب
رهبری اخلاقی	۰/۷۴۸	۰/۵۸۱	۰/۷۴۳
خلاقیت کارکنان	۰/۸۳۰	۰/۵۹۹	۰/۷۸۴
ارتباط مدیر و کارکنان	۰/۸۲۸	۰/۶۱۷	۰/۸۶۰

از آنجا که آلفای کرونباخ تمامی متغیرها بزرگتر از ۰/۷ است، بنابراین از نظر پایایی تمامی متغیرها مورد تأیید است. مقدار میانگین واریانس استخراج شده نیز بزرگتر از ۰/۵ است، بنابراین روایی همگرا نیز تأیید می‌شود. مقدار روایی مرکب نیز در حد مطلوب است.

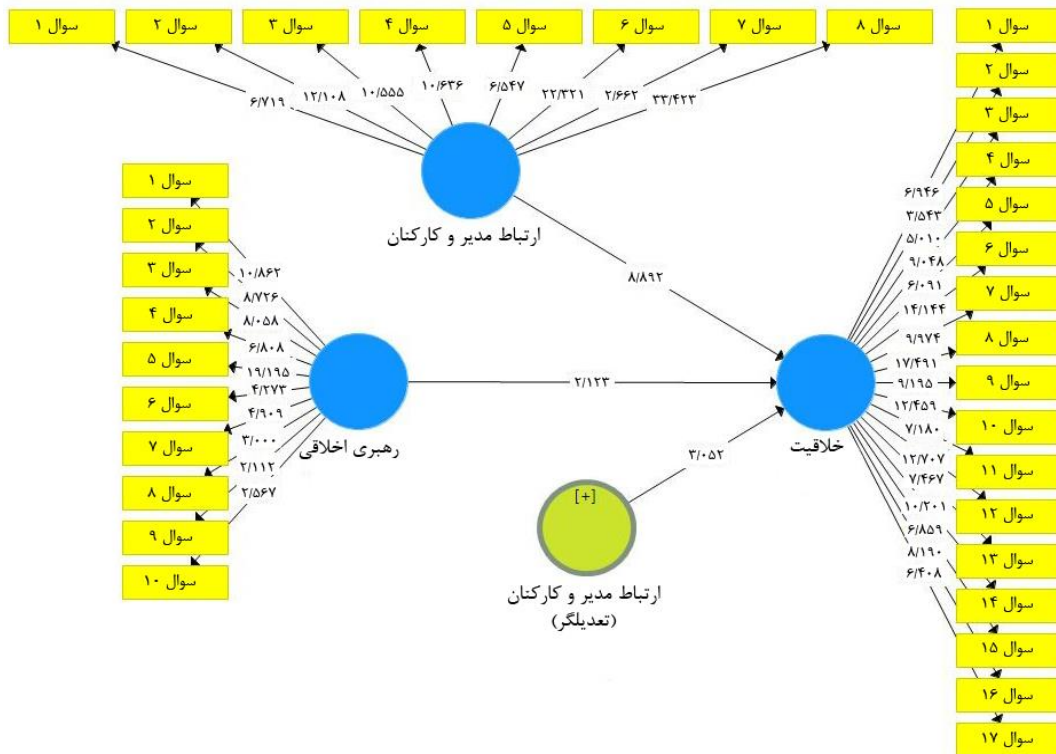
رابطه متغیرهای مورد بررسی در هر یک از فرضیه‌های پژوهش براساس یک ساختار علی با تکنیک حداقل مربعات جزئی PLS آزمون شده است. الگوی کلی پژوهش در نگاره ۱ ترسیم شده است. الگوی اندازه‌گیری (رابطه هریک از متغیرهای قابل مشاهده با متغیر پنهان) و الگوی مسیر (روابط متغیرهای پنهان با یکدیگر) نیز محاسبه شده است. برای سنجش معناداری روابط نیز آماره t با روش بوت‌استرپ محاسبه

هریک از متغیرها به تفکیک نیز ارائه شده است. در ادامه، شکل ۱ و ۲ یافته‌های مربوط را نشان می‌دهد.

شد که در ارائه شده است. در این الگوی که خروجی نرم‌افزار Smart PLS است، خلاصه یافته‌های مربوط به بارعاملی استاندارد روابط متغیرهای پژوهش ارائه شد. آزمون فرضیه‌های پژوهش براساس روابط



نگاره ۱: روش حداقل مربعات جزئی الگوی کلی پژوهش



نگاره ۲: آماره t-value الگوی کلی پژوهش با روش بوت‌استرپ

نگاره ۱ نشان داد که R^2 پژوهش به میزان ۰/۶۷۶ است. R^2 معیاری است که برای متصل کردن بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری الگوی سازی معادلات ساختاری به کار می‌رود و نشان از تأثیری دارد که یک متغیر برون‌زا بر یک متغیر درون‌زا می‌گذارد. نکته ضروری در اینجا این است که R^2 تنها برای سازه‌های درون‌زا (وابسته) الگوی محاسبه می‌شود و در مورد سازه‌های برون‌زا مقدار این معیار صفر است. هر چه قدر مقدار R^2 مربوط به سازه‌های درون‌زای یک الگوی بیشتر باشد، نشان از برازش بهتر الگوی پژوهش است.

در فرضیه اول، قدرت رابطه میان متغیرهای رهبری اخلاقی و خلاقیت کارکنان برابر با ۶۷/۶٪ محاسبه شد. آماره آزمون نیز ۲/۱۲۳ است که بزرگتر از مقدار بحرانی t در سطح خطای ۵٪ یعنی ۱/۹۶ بوده و نشان می‌دهد همبستگی مشاهده شده معنادار است. بنابراین، با اطمینان ۹۵٪ بین رهبری اخلاقی و خلاقیت کارکنان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

در فرضیه دوم مشاهده شد که ارتباط مدیر و کارکنان بر رابطه رهبری اخلاقی و خلاقیت کارکنان اثرگذار است. یافته‌ها نشان داد که شدت تعدیل‌کنندگی این متغیر ۴۸/۲ است. آماره آزمون نیز ۳/۰۵۲ است که بزرگتر از مقدار بحرانی t در سطح خطای ۵٪ یعنی ۱/۹۶ بوده و نشان می‌دهد همبستگی مشاهده شده معنادار است. بنابراین، با اطمینان ۹۵٪ ارتباط مدیر و کارکنان، رابطه رهبری اخلاقی و خلاقیت کارکنان را به گونه مثبت تعدیل می‌کند.

بحث

امروزه، تجارت نیازمند موضوع‌هایی است که بتواند ضمن جلب اعتماد مشتریان، رضایت آنان را تأمین کند. یکی از مسائلی که می‌تواند موجب کارایی سازمانی شود، توجه به اخلاق حرفه‌ای و رهبری اخلاقی است. همچنین، از دیگر مواردی که می‌تواند برای بقای سازمان و حفظ آن در محیط رقابتی مؤثر باشد، خلاقیت کارکنان است. بر اساس مبانی نظری پژوهش، با افزایش رهبری اخلاقی، خلاقیت کارکنان افزایش داده می‌شود و همچنین، این رابطه به وسیله متغیر ارتباط مدیران و کارکنان به گونه مثبت تعدیل می‌شود. با توجه به یافته‌های پژوهش، همبستگی بررسی شده در سطح پنج درصد مورد تأیید قرار گرفت، لذا می‌توان دریافت که الگوهای پژوهش معنادار است.

همان‌گونه که در بخش یافته‌ها بیان شد، رهبری اخلاقی بر خلاقیت کارکنان اثرگذار است. در نتیجه، هرگونه بهبود در رهبری اخلاقی موجب بهبود در خلاقیت کارکنان خواهد شد. یافته‌های پژوهش در زمینه رابطه رهبری اخلاقی و خلاقیت کارکنان با پژوهش‌های (۹، ۱۵)، (۱۶، ۱۷) و (۳۱) همسو است. همچنین، بر اساس یافته‌ها مشاهده شد که ارتباط مدیران و کارکنان، رابطه بین رهبری اخلاقی و خلاقیت کارکنان را به گونه مثبت تعدیل می‌کند. این بخش از یافته‌ها نیز همسو با پژوهش است (۹).

با توجه به تأیید اهمیت خلاقیت کارکنان در مدیریت سازمان‌ها، به مدیران توصیه می‌شود تا برای افزایش توان سازمان‌ها، به رهبری اخلاقی که موجب افزایش خلاقیت کارکنان می‌شود، بیش از پیش توجه نمایند. همچنین به پژوهشگران آتی نیز توصیه می‌شود که به بررسی رابطه فرهنگ سازمانی و ویژگی‌های شخصیتی با رهبری اخلاقی و همچنین، خلاقیت کارکنان بپردازند.

پژوهش حاضر نیز همانند سایر پژوهش‌ها با محدودیت‌هایی مواجه است. برای نمونه، استفاده از ابزار پرسشنامه دارای محدودیت‌های ذاتی مانند عدم وجود یکنواختی در پاسخ‌ها، عدم کنترل پژوهشگر نسبت به پاسخ‌ها و محافظه‌کاری بعضی از پاسخ‌دهندگان در پاسخگویی به سوال‌های پرسشنامه است.

نتیجه‌گیری

در عصر حاضر، خلاقیت کارکنان به یکی مسائل مورد توجه سازمان‌ها تبدیل شده است که می‌تواند مزیت رقابتی پایدار را بهبود بخشد. زمانی که تک تک افراد در سازمان‌ها خلاق باشند، به کمک خلاقیت می‌توانند سازمان خود را نیز خلاق کنند. رهبری اخلاقی یکی از تأثیرگذارترین عامل‌های پیش‌بینی‌کننده رفتار خلاقانه کارکنان به شمار می‌آید. رهبران اخلاق مدار می‌توانند مهارت‌ها، تخصص، منابع و انگیزه خود را با دیگر اعضا در میان گذاشته و خلاقیت در سازمان‌ها را افزایش دهند. همچنین، ارتباط مدیر و کارکنان نیز دارای ارتباط مثبت با خلاقیت کارکنان است. این رابطه، به عنوان مسیری برای رهبران جهت توزیع منابع سازمانی، فواید و مزایای مرتبط با وظایف و حمایت‌ها و پشتیبانی‌های روان‌شناختی، برای پیروان عمل می‌کند. کارکنان دارای سطح رابطه بالا با مدیر بر این باور هستند که تحت یک شرایط روان-شناختی انگیزه‌بخش مشغول به کار بوده و متعهد به رابطه دو سویه با رهبر از طریق مشارکت و حضور در فرآیند کار خلاقانه هستند. در این میان، رهبری اخلاقی با تأکید بر صداقت، فروتنی، الگوسازی نقشی و مسئولیت‌پذیری او در قبال زیردستان و دیگران در محیط کاری، موجب شکل‌گیری قابلیت اعتماد و جو حمایتی و تشویقی می‌شود. این جو حمایتی و دلگرم‌کننده به نوبه خود، کارکنان را برانگیخته و موجب این باور می‌شود که ارزش‌های مشابه با رهبر را به اشتراک بگذارند و خلاقانه‌تر عمل کنند. با این تفاسیر، رهبری اخلاقی در ارتباط مدیر و کارکنان مؤثر است و در ادامه، منتهی به خلاقیت کارکنان می‌شود.

در نتیجه، توجه بیشتر به اخلاق حرفه‌ای و همچنین رهبری اخلاقی ضرورت دارد. نتیجه‌نهایی پژوهش را نیز می‌توان لزوم توجه بیشتر به اخلاق حرفه‌ای و رهبری اخلاقی در زمینه‌های حسابداری، مالی و مدیریت دانست که برای نمونه، بر اساس یافته‌ها می‌تواند موجب افزایش خلاقیت کارکنان شود.

ملاحظه‌های اخلاقی

در این پژوهش با معرفی منابع مورد استفاده، اصل اخلاقی امانت‌داری علمی رعایت و حق معنوی مؤلفین آثار محترم شمرده شده و سایر اصل‌های اخلاق علمی مانند رازداری و محرمانه بودن اطلاعات شرکت‌کنندگان نیز رعایت شده است.

واژه نامه

1. Knowledge-based economy	اقتصاد دانش بنیان
2. Creativity	خلاقیت
3. Sustainable competitive advantage	مزیت رقابتی پایدار
4. Effective leadership	رهبری کارآمد
5. Transformational leadership	رهبری تحولگرا
6. Leader-member exchange	رابطه مدیران و کارکنان
7. Ethical leadership	رهبری اخلاقی
8. Quality symbol	نماد کیفیت
9. Social process	فرایند اجتماعی
10. Skill	مهارت
11. Creative thinking	تفکر خلاق
12. Motivation	انگیزه
13. Environmental barriers	موانع محیطی
14. Worthy	شایسته
15. Humility	فروتنی

References

- Prahalad CK, Hamel G. (1990). The core competence of the corporation. *Harvard Business Review*; 68(3): 79-91.
- Amabile, TM. (1996). *Creativity in context*. Boulder, CO: Westview Publication.
- Hirst G, Van Dick D, Van Knippenberg D. (2009). A social identity perspective on leadership and employee creativity. *Journal of Organizational Behavior*; 30(7): 963-982.
- McGrath RG. (2013). *The end of competitive advantage: How to keep your strategy moving as fast as your business*. Boston: Harvard Business Review Press.
- Porter ME. (1998). Clusters and the new economics of competition. *Harvard Business Review*; 76: 77-90.
- Shalley CE, Zhou J, Oldham GR. (2004). The effects of personal and contextual characteristics on creativity: Whereshould we go from here? *Journal of Management*; 30(6): 933-958.
- Xia Y, Tang TLP. (2011). Sustainability in supply chain management: Suggestions for the auto industry. *Management Decision*; 49(4): 495-512.
- Zhou J, George JM. (2001). When job dissatisfaction leads to creativity: Encouraging the expression of voice. *Academy of Management Journal*; 44(4): 682-696.
- Gu Q, Tang T, Jiang W. (2015). Does moral leadership enhance employee creativity? Employee identification with leader and leader-member exchange (lmx) in the Chinese context. *J Bus Ethics*; 126: 513-529.
- Coleman J, Gulati D, Segovia W O. (2012). *Passion & purpose: Stories from the best and brightest young business leaders*. Boston: Harvard Business Review Press.
- Tang TLP. (2010). From increasing gas efficiency to enhancing creativity: It pays to go green. *Journal of Business Ethics*; 94(2): 149-155.
- Tang TLP, Tollison P S, Whiteside HD. (1987). The effect of quality circle initiation on motivation to attend quality circle meetings and on task performance. *Personnel Psychology*; 40: 799-814.
- Tang TLP, Tollison PS, Whiteside HD. (1989). Quality circle productivity as related to upper-management attendance, circle initiation, and collar color. *Journal of Management*; 15: 101-113.
- March J G. (1991). Exploration and exploitation in organizational learning. *Organization Science*; 2(1): 71-87.
- Atwater L, Carmeli A. (2009). Leader-member exchange, feelings of energy, and involvement in creative work. *The Leadership Quarterly*; 20(3): 264-275.
- Mumford M D, Scott G M, Gaddis B, Strange J M. (2002). Leading creative people: Orchestrating expertise and relationships. *The Leadership Quarterly*; 13(6): 705-750.
- Volmer J, Spurk D, Niessen C. (2012). Leader-member exchange (LMX), job autonomy, and creative work involvement. *The Leadership Quarterly*; 23(3): 456-465.
- Brown M E, Treviño L K. (2006). Ethical leadership: A review and future directions. *The Leadership Quarterly*; 17(6): 595-616.
- Farh J L, Liang J, Chou L, Cheng B S. (2008). Paternalistic leadership in Chinese organizations: Research progress and future research directions. In: Chen CC, Lee YT. (Eds.), *Business leadership in China: Philosophies, theories, and practices*. Cambridge: Cambridge University Press. Pp. 171-205.
- Sebastian CS, Zhang X, Tian P. (2013). For the good or the bad? Interactive effects of transformational leadership with moral and authoritarian leadership behaviors. *Journal of Business Ethics*; 116(3): 629-640.
- Tang T L P, Liu H. (2012). Love of money and unethical behavior intention: Does an authentic supervisor's personal integrity and character (ASPIRE) make a difference? *Journal of Business Ethics*; 107(3): 295-312.

30. Amabile TM, Hadley CN, Kramer SJ. (2002). Creativity under the gun. *Harvard Business Review*; 80(8): 52–61.
31. Barsade SG. (2002). The ripple effect: Emotional contagion and its influence on group behavior. *Administrative Science Quarterly*; 47(4): 644–675.
32. Brown ME, Treviño LK, Harrison DA. (2005). Ethical leadership: A social learning perspective for construct development and testing. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*; 97(2): 117–134.
33. Basu R, Green SG. (1997). Leader–member exchange and transformational leadership: An empirical examination of innovative behaviors in leader-member dyads. *Journal of Applied Social Psychology*; 27(6): 477–499.
34. Behzadi E, Na`ami A, Bashlideh K. (2015). Relationship between “conscientiousness, ethical climate and ethical leadership” and organizational virtuousness. *Ethics in Science and Technology*; 10 (1): 63- 73. (In Persian)
35. Mahdad A, Khalave E. (2016). Predicting of perceived job security & organizational trust through ethical leadership & adherence to psychological contract. *Ethics in Science and Technology*; 10 (4):37-44. (In Persian)
36. Tahjizadeh H, Soltani GH. (2016). The role of identification & ethical beliefs of employees at functional results of ethical leadership. *Ethics in Science and Technology*; 10 (4): 97-106. (In Persian)
37. Yang C, Cherng G, Wen Lo K. (2016). Ethical leadership and multidimensional organizational citizenship behaviors: the mediating effects of self-efficacy, respect, and leader–member exchange. *Group & Organization Management*; 41 (3): 1- 32.
22. Tang TLP, Sutarso T, Ansari MA, Lim VKG, Teo, SH, Arias-Galicia F. (2011). The love of money is the root of all evil: Pay satisfaction and CPI as moderators. In: Toombs LA. (Ed.). USA: Academy of Management.
23. Graen GB, Uhl-Bien M. (1995). Relationship-based approach to leadership: Development of leader–member exchange (LMX) theory of leadership over 25 years: Applying a multi-level multidomain perspective. *The Leadership Quarterly*; 6(2): 219–247.
24. Liden RC, Maslyn JM. (1998). Multidimensionality of leader– member exchange: An empirical assessment through scale development. *Journal of Management*; 24 (1): 43–72.
25. Wayne SJ, Shore LM, Linden RC. (1997). Perceived organizational support and leader–member exchange: A social exchange perspective. *Academy of Management Journal*; 40(1): 82–111.
26. Walumbwa FO, Mayer DM, Wang P, Wang H, Workman K, Christensen AL. (2011). Linking ethical leadership to employee performance: The roles of leader–member exchange, self-efficacy, and organizational identification. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*; 115(2): 204–213.
27. Perry-Smith JE. (2006). Social yet creative: The role of social relationships in facilitating individual creativity. *Academy of Management Journal*; 49(1): 85–101.
28. Woodman RW, Sawyer JE, Griffin RW. (1993). Toward a theory of organizational creativity. *Academy of Management Review*; 18(2): 293–321.
29. Amabile TM, Conti R. (1999). Changes in the work environment for creativity during downsizing. *Academy of Management Journal*; 42(6): 630–640.