

بررسی تأثیر صداقت رهبری بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان با نقش میانجی تعهد شغلی و تعدیل گر رده سنی (مورد مطالعه: صنعت رستوران)

ایمان چشم‌فسا^۱*

چکیده

با توجه رقابت روزافزون در صنعت رستوران و اهمیت ویژه آن در صنعت گردشگری و مهمان‌پذیری، توجه پژوهش‌گران به مباحث مربوط به رهبری در این صنعت بیشتر جلب شده است. هدف پژوهش حاضر عبارت است از بررسی تأثیر صداقت رهبری بر رفتار شهروندی سازمانی خدمات‌محور کارکنان با نقش میانجی تعهد شغلی و تعدیل گر رده سنی کارکنان. روش تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت و روش اکتشافی می‌باشد. جهت آزمون مدل مفهومی پژوهش از تحلیل عاملی تأییدی و مدل ساختاری در قالب مدل معادلات ساختاری توسط نرم‌افزار SmartPLS4 استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش، کارکنان شاغل در صنعت رستوران واقع در تهران بود که مقدار نمونه بر اساس روش طبقه‌ای با انتساب متناسب و فرمول کوکران برای جوامع نامحدود تعیین گردید که در نهایت تعداد ۲۳۵ عدد پرسشنامه توسط کارکنان ۷ رستوران واقع در تهران تکمیل گردید. بر اساس یافته‌های پژوهش از مدل برازش شده صداقت رهبری بر تعهد کاری کارکنان و رفتار شهروندی سازمانی خدمات‌محور اثر معنادار و مثبت دارد. همچنین تعهد کاری کارکنان بر رفتار شهروندی سازمانی خدمات‌محور به طور مثبت و معنادار اثر گذار است. اما نقش تعدیل گر رده سنی کارکنان در این ارتباط‌های مورد بررسی، مورد تایید قرار نگرفت.

واژه‌های کلیدی: صداقت رهبری، رفتار شهروندی سازمانی خدمات‌محور، تعهد شغلی، رده سنی کارکنان، صنعت رستوران.

^۱ نویسنده مسئول: دانشجوی دکترای مدیریت گردشگری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران / i.chashmfasa@gmail.com

مقدمه

مباحث رهبری از دیرباز مورد مطالعه بوده، اما پژوهش‌های علمی درباره رهبری از قرن بیستم آغاز گردید و محور اصلی اغلب پژوهش‌ها، عوامل تعیین کننده اثربخشی رهبری^۲ بوده است. دانشمندان علوم رفتاری کوشیده‌اند تا بدانند بر اساس چه ویژگی، توانایی و رفتارها، منابع قدرت یا با تکیه بر چه جنبه‌هایی از موقعیت، توان رهبر بر تأثیر بر پیروان و تحقق اهداف گروهی را می‌توان تعیین نمود.

با توجه رقابت روزافزون در صنعت رستوران، توجه پژوهش‌گران به مباحث مربوط به رهبری بیشتر جلب شده است (Hanks et al, 2017). این در حالی است که هنوز مشکلات و چالش‌هایی در مسیر استخدام و نگهداشت کارکنان واجد شرایط در این صنعت وجود دارد مانند دستمزد پایین، ساعت کار طولانی، نرخ گردش بالای کارکنان و شرایط ضعیف بکارگیری کارکنان (Zhang et al, 2017). از سویی دیگر، با گسترش آگاهی‌ها درباره تأثیرات رهبری، مقوله صداقت رهبری^۳ بعنوان رویکردی جهت ایجاد اعتماد میان رهبران و کارکنان صنعت مهمان‌پذیری مطرح شده است (Gatling & Molintas, 2020).

اسپکتور و فاکس^۴ (۲۰۰۲) به این موضوع اشاره می‌کنند که در صورتی یک سازمان و رهبران آن به صورت گسترده ایجاد یک فضای اخلاقی و منصفانه در سازمان را اولویت بخشند، طراوت و شادابی کارکنان و سازمان در بلندمدت بهبود قابل ملاحظه‌ای می‌یابد. با اتخاذ چنین رویکردی، کارکنان شاداب‌تر شده و بهره‌وری آنان نیز افزایش پیدا می‌کند و منجر به بروز رفتار شهروندی سازمانی کارکنان می‌گردد (Simons et al, 2014). نتایج پژوهش‌های اخیر نشان می‌دهد که ارزیابی کارکنان از صداقت رهبران‌شان به وضوح با میزان رضایت، تعهد، اعتماد و عملکردشان ارتباط دارد. علی‌رغم اهمیت این موضوع و مطالعات صورت گرفته، دانش‌اندکی درباره صداقت رهبری و تأثیر آن در رفتار کارکنان صنعت رستوران وجود دارد و تعامل قابل توجه کارکنان رستوران و رهبری در فضای کاری نیز اهمیت این موضوع را دوچندان می‌کند (Gatling & Molintas, 2020).

از سویی دیگر، بر اساس تئوری گروه‌های نسلی^۵، ارزش‌ها و تفکرات رایج هر نسل با توجه به رویدادهای و تجربیات مشترک آنان شکل می‌گیرد. بنابراین مدیران می‌بایست ارزش‌ها و الگوهای رفتاری افراد هر نسل را شناسایی نموده و متناسب با آن‌ها رفتار نمایند (Thompson & Gregory, 2012). نتایج مطالعات نشان می‌دهد که ضعف در ارتباطات سازمانی صحیح با توجه به تفاوت‌های نسلی می‌تواند موجب افزایش مشکلات تعاملی سازمانی را فراهم آورد. بر این اساس، مطالعات اخیر، متغیر رده سنی کارکنان را بعنوان یک عامل تعدیل گر بیشتر مورد بررسی قرار داده‌اند (Kong & Wang, 2015). بطور مثال، در کشور کره، نسل جدید با ارزش‌ها و اولویت‌های متفاوت نسبت به نسل قبلی وارد بازار کار صنایع خدماتی به ویژه صنعت رستوران شده‌اند. مطالعه‌ای که اخیراً در این زمینه صورت گرفته نشان می‌دهد که علاوه بر نقش رهبری در ارتباطات سازمانی، متغیر صداقت رهبری در ارتقای عملکرد کارکنان با توجه به رده سنی آنان نقشی مهم را ایفا می‌کند (Eyoun et al, 2020).

با توجه به مطالب فوق می‌توان گفت که هدف اصلی پژوهش پیش‌رو عبارت است از بررسی تأثیر مقوله صداقت رهبری بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان در صنعت رستوران. صداقت رهبری از طریق متغیرهای مختلفی می‌تواند بر رفتار شهروندی سازمانی کارکنان اثرگذار باشد. یکی از این متغیرهای مهم، تعهد و اشتیاق شغلی کارکنان است

² Leadership effectiveness

³ Leader Integrity

⁴ Spector & Fox

⁵ Cohorts Theory

که تأثیر آن به عنوان متغیر میانجی از دیگر اهداف پژوهش پیش‌رو است. همچنین بررسی نقش تعدیل‌گر متغیرهای جمعیت‌شناختی مانند رده سنی کارکنان (بر اساس تئوری گروه‌های نسلی) بر رابطه میان متغیرهای فوق، هدف دیگر پژوهش حاضر است.

مبانی نظری

صداقت رهبری

در متون مدیریت، بر نقش ویژه رهبران و ویژگی‌های رفتاری آنان تأکید فراوان شده است، به طوری که خصوصیات و سبک‌های مختلفی برای رهبران ذکر شده است و آثار و نتایج هر یک از این سبک‌ها بر کارکنان و کل سازمان مورد بررسی قرار گرفته است. سبک‌های رهبری سنتی مبتنی بر مدل سلسله‌مراتبی بود که در آن قدرت در بالای سازمان قرار داشت، دستورات از بالا به پایین دیکته می‌شد و پیروان در سطوح پایین‌تر به‌منزله یک عضو سازمانی ملزم به پیروی از دستورات بودند. با گذشت زمان، سبک‌های سنتی رهبری برای هماهنگ‌کردن شدن با تغییرات، کارایی خود را از دست دادند (زاهدی و همکاران، ۱۳۹۲). یکی از رویکردهای رهبری که بسیار مورد توجه قرار گرفته و ضعف‌ها و مشکلات مدل‌های سنتی رهبری را برطرف نموده، رویکرد رهبری اخلاقی است. پیش‌تر نیز جنبه‌های اخلاقی رهبران در سبک‌ها مختلف در نظر گرفته می‌شد اما در دهه پایان قرن بیستم به‌طور جدی در متون و پژوهش‌های مدیریت وارد و مورد بررسی بیشتری قرار گرفت (نصر اصفهانی و همکاران، ۱۳۹۲).

بروان و همکاران^۶ (۲۰۰۵) از نخستین کسانی بودند رهبری اخلاقی را به عنوان یک سبک مستقل مطرح نمودند. آنان با استناد به نظریه یادگیری اجتماعی، رهبری اخلاقی را به صورت «نمود رفتار مناسب به‌لحاظ هنجاری در اعمال شخصی و روابط میان‌فردی و ترغیب چنین رفتارهایی در پیروان از طریق ارتباطات دوجانبه، تشویق و تصمیم‌گیری» تعریف نمودند. طبق تعریف آنان، رهبران اخلاقی از ارتباطات، پاداش و تنبیه و همچنین الگوسازی رفتارهای مطلوب برای ترغیب پیروان برای بروز رفتارهای اخلاقی استفاده می‌کنند. در نتیجه پیش گرفتن رهبری اخلاقی، جو اخلاقی در سازمان حاکم می‌گردد. جو اخلاقی نوعی جو سازمانی است که منعکس‌کننده در پیش گرفتن رویه‌ها، سیاست‌ها و اقداماتی با نتایج اخلاقی در سازمان می‌باشد. چنین جوی زمانی ایجاد می‌شود که اعضای سازمان باور داشته باشند که استانداردها یا هنجارهای اخلاقی برای تصمیم‌گیری در سازمان وجود دارد. وجود چنین فضایی بر گرایش‌های افراد نسبت به شغل و سازمان‌شان از حمله رضایت شغلی و تعهد سازمانی تأثیر خواهد گذاشت (Kloutsiniotis & Mihail, 2020).

بر طبق استدلال محققان و صاحب‌نظران، رهبران می‌توانند تأثیر بسیار زیادی بر فرایند اصولی عملیات درون سازمان داشته باشند که این تأثیر ناشی از برتری آنان به عنوان نمونه‌های نقش، تأثیرات اطلاعاتی‌شان، توانایی آنان در توزیع پاداش یا اجرای تنبیه‌هاست (Gatling et al, 2020). از سویی دیگر، پژوهش‌گران اظهار داشته‌اند هنگامی که پیروان راهبران خود را اثرگذار درک کنند به او احترام خواهند گذاشت، وی را تحسین خواهند کرد و نسبت به او اطمینان بیشتری خواهند داشت و همین‌طور، احتمال بیشتری خواهد داشت که ایده‌های جدید وی را بپذیرند و ارزش‌ها، باورها و نگرش‌های خود را در جهت مثبت تغییر دهند (Babcock & Strickland, 2010). نگرش

^۶ Brown et al

پیروان^۷ نسبت به رهبران، شاخصی برای تشخیص اثربخشی رهبر است. بنابراین هنگامی که نگرش پیروان نسبت به رهبران مثبت باشد و پیروان دریابند که رهبر به قول‌هایی که به آن‌ها می‌دهد عمل می‌نماید و بین گفتار و رفتارشان مطابقت وجود دارد و دارای ثبات رفتاری است بدین نتیجه می‌رسند که رهبر دارای صداقت رفتاری است، بنابراین از وی تبعیت می‌کنند و در جهت تحقق اهداف سازمان گام برمی‌دارند که این امر باعث می‌شود عملکرد و بهره‌وری سازمان افزایش یابد.

در رابطه با تعریف و مفهوم‌سازی صداقت رهبر^۸ ابهاماتی وجود دارد و توافقی جامع در این زمینه برای معانی و کاربردهای آن وجود دارد. در مطالعه تعاریف و پژوهش‌های مختلف در حوزه صداقت چهار جنبه رفتاری نمایان می‌شود: صداقت به عنوان تطبیق گفتار و عمل^۹، ثبات و سازگاری در ناملایمات^{۱۰}، روراست بودن به خود^{۱۱}، رفتار اخلاقی^{۱۲}.

تعهد شغلی

تعهد شغلی^{۱۳} که در متون مختلف به آن درگیری شغلی یا اشتیاق شغلی نیز اطلاق می‌شود به میزان دل‌بستگی روانی فرد نسبت به شغل خود بستگی دارد. تعهد شغلی به طور عمده با رضایت شغلی، توان، فداکاری و دل‌بستگی تعریف می‌شود. توان گویای سطح بالای انرژی، انعطاف‌پذیری روانی در حین کار کردن، میل به صرف تلاش در کار و مقاومت در رویارویی با مشکلات است (Wang & Chen, 2020). به عبارتی دیگر، تعهد شغلی شامل نحوه ادراک کارکنان از محیط کاری و شغل و در هم آمیختن کار و زندگی شخصی است. تعهد شغلی پایین به بیگانگی با کار و سازمان، بی‌هدفی یا جدایی بین زندگی و کار کارکنان منجر می‌شود. از سویی دیگر، تعهد شغلی بالا نشان‌دهنده تجربه احساس معناداری، اشتیاق، افتخار و غرق شدن در کار و احساس خوشایند نسبت به کار است. در این وضعیت، فرد با گذشت زمان نسبت به کار خود دل‌بستگی پیدا می‌کند (Rai & Maheshwari, 2021). در سالیان اخیر، توجه به تعهد و اشتیاق شغلی به عنوان یک مؤلفه روان‌شناختی در در سازمان‌ها، بحث و مطالعات بسیاری را به وجود آورده است. بر این اساس، تعهد شغلی یک مفهوم روان‌شناختی مثبت تلقی می‌شود و آن را میزان انرژی، دل‌بستگی به شغل و اثربخشی حرفه نیز تعریف کرده‌اند (Wirawan et al, 2020). تعهد و اشتیاق شغلی به حالت نافذ، پایدار و مثبت ذهنی مرتبط با کار است که در اغلب متون با سه مؤلفه ذیل معرفی می‌شود (شریف و همکاران، ۱۳۹۷):

- شوق داشتن: سطوح بالای انرژی، انعطاف‌پذیری ذهنی، اشتیاق به سرمایه‌گذاری، مقاومت در رویارویی با مشکلات
 - وقف: ادراک حس معنی‌داری از انجام کار، داشتن حس اشتیاق و غرور از انجام کار
 - جذب: تمرکز عمیق فرد نسبت به کار، به سختی جدا شدن از کار، گذشت سریع زمان در حین کار
- بر اساس پژوهش باکر و لیتز^{۱۴} (۲۰۱۰) کارکنان مشتاق و متعهد به طور کامل مجذوب شغل‌شان می‌شوند، تکالیف شغلی را به طرز مطلوبی انجام می‌دهند، در شغل خود دست به ابتکار و خلاقیت می‌زنند و در برابر کنش‌ها واکنش

7. Followers' attitude

8. Leader Integrity

9. Consistency of word and action

10. Consistency in adversity

11. Being true to oneself

12. Ethical behavior

13. Job engagement

14. Bakker & Leiter

نشان می‌دهند. این موارد باعث می‌شود که خودکارآمدی کارکنان افزایش یافته و سازمان در رسیدن به اهداف خود موفق‌تر باشد.

تعهد شغلی با مبانی شغلی از جمله حمایت اجتماعی از همکاران، بازخورد عملکرد، رهبری، کنترل شغلی، تنوع وظیفه، فرصت یادگیری و رشد و تسهیلات آموزشی مرتبط است. افرادی که دارای تعهد شغلی پایینی هستند معمولاً از نظر فرسودگی شغلی و روان‌رنجوری در سطح بالاتری هستند و از طرفی دیگر، کارکنان با حس تعهد شغلی بالا، برای شغل‌شان اهمیت بیشتری قائل هستند (Deepa, 2020). بنابراین، سازمان‌ها می‌بایست با تأکید بر تعهد شغلی به عنوان یک استراتژی موفق تمرکز کنند تا کارکنان‌شان را در محیط کار حفظ نموده، مانع ترک کار شوند و در نهایت بهره‌وری کلی سازمانی را افزایش دهند.

رفتار شهروند سازمانی

مفهوم رفتار شهروند سازمانی^{۱۵} نخستین بار بوسیله باتمن و ارگان^{۱۶} (۱۹۸۳) مطرح شد که آن نیز از پژوهش‌های برنارد^{۱۷} (۱۹۳۸) در مورد تمایل به همکاری و مطالعات کنز و کان^{۱۸} (۱۹۶۶) در مورد عملکرد و رفتارهای خودجوش فراتر از انتظارات ناشی شده بود (حسینی کاخکی و قلی‌پور، ۱۳۸۶). آن‌ها رفتار شهروندی سازمانی را بدین صورت تعریف نمودند: رفتار فردی آگاهانه و با بصیرت که مستقیماً و با صراحت با سیستم پاداش رسمی شناخته نمی‌شود و بصورت کلی کارکردهای سازمان را ارتقا می‌دهد. منظور از آگاهانه و با بصیرت، رفتاری که لازمه نقش یا شرح شغل توافق‌شده در قرارداد استخدام باشد، نیست. این رفتار انتخاب آزادانه شخصی است که غفلت از آن تنبیهی در پی ندارد. در این تعریف بر سه ویژگی اصلی رفتار شهروندی تأکید شده است. این سه ویژگی عبارتند از این که رفتار شهروندی باید داوطلبانه باشد (دارای انگیزه‌های غیرمنفعت‌طلبانه)؛ دارای مزایا و جنبه سازمانی باشد (تسهیل اثربخشی کارکردهای سازمانی)؛ و جنبه چندوجهی داشته باشد (ایجاد محیط مثبت کاری برای کارکنان). پژوهش‌های اولیه در حوزه رفتار شهروندی سازمانی بیشتر برای شناسایی مسئولیت‌ها و یا رفتارهایی بودند که کارکنان در سازمان داشتند اما اغلب نادیده گرفته می‌شدند. این رفتارها با وجود این که در ارزیابی‌های عملکرد شغلی به طور ناقص اندازه‌گیری می‌شدند و یا حتی گاهی مورد غفلت قرار می‌گرفتند، اما در بهبود اثربخشی سازمانی مؤثر بودند (Kim et al, 2019).

ارگان^{۱۹} (۱۹۸۸) رفتار شهروندی سازمانی را رفتاری داوطلبانه عنوان می‌کند که به وسیله سیستم‌های رسمی در سازمان طراحی نشده است، اما با این وجود باعث ارتقای اثربخشی و کارایی عملکرد سازمان می‌شود. وی رفتار شهروندی را در قالب ۵ بُعد عنوان می‌کند که عبارتند از: با وجدان بودن^{۲۰}، نوع دوستی^{۲۱}، فضیلت مدنی^{۲۲}، جوانمردی^{۲۳} و احترام و تواضع^{۲۴}. پس از مطالعات ارگان بیش از سی نوع دیگر از ابعاد رفتار شهروندی قابل تفکیک و تعاریف متعددی از آن که بعضاً هم‌پوشانی نیز دارند در پژوهش‌های پیشین به چشم می‌خورد. با مرور این متون، فقدان اجماع بر روی ابعاد این مفهوم به وضوح دیده می‌شود (زارعی متین و دیگران، ۱۳۸۹).

15. Organizational Citizenship Behavior (OCB)

16. Bateman & Organ

17. Bernad

18. Ketz and Kahn

19. Organ

20. Conscientiousness

21. Altruism

22. Civic virtue

23. Sportsmanship

24. Courtesy

بررسی پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که دو رویکرد اصلی در تعریف مفهوم رفتار شهروندی سازمانی وجود دارد. اورگان و سایر محققان پیشگام در این موضوع، این نوع رفتار را تحت عنوان رفتار فرانش مورد ملاحظه قرار داده‌اند، به گونه‌ای که کمک‌های افراد در محیط کار فراتر از الزامات نقشی است که برای آن‌ها تعیین شده است و به‌طور مستقیم و آشکارا از طریق نظام پاداش رسمی سازمان مورد تقدیر قرار نمی‌گیرد. جریان دیگری از محققان همچون گراهام^{۲۵} پیشنهاد می‌کنند که رفتار شهروندی سازمانی باید به‌صورت مجزا از کارکنان مورد ملاحظه قرار گیرد. بنابراین دیگر مشکل تمایز بین عملکرد نقش و فرانش وجود نخواهد داشت. در این دیدگاه، رفتار شهروندی سازمانی را باید به صورت یک مفهوم کلی که شامل تمام رفتارهای مثبت افراد در درون سازمان است مورد توجه قرار داد (Ocampo et al, 2018). از سویی دیگر، برخی پژوهش‌گران معتقدند که اغلب پژوهش‌های صورت گرفته در حوزه مدیریت منابع انسانی در سازمان‌ها به مقوله رفتار شهروندی سازمانی به‌صورت یک مفهوم عمومی و کلی نگریسته‌اند. این در حالی است که ابعاد مختلف رفتار شهروندی سازمانی می‌تواند متناسب با فعالیت‌های سازمانی گروه‌بندی شود. به طور مثال، در سال‌های اخیر، برای سازمان‌های خدمات‌محور مانند سازمان‌های گردشگری و مهمان‌پذیری که همواره با مشتریان سروکار دارند، مفهوم «رفتار شهروندی سازمانی خدمات‌محور»^{۲۶} با مؤلفه‌های وفاداری^{۲۷}، مشارکت^{۲۸} و ارائه خدمات^{۲۹} ارائه و توسعه یافته است (Kloutsiniotis & Mihail, 2020).

پیشینه پژوهش

بابکوک و استیکلند^{۳۰} (۲۰۱۰) از نخستین پژوهش‌گرانی بودند که ارتباط میان رهبری، تعهد شغلی و بروز رفتار شهروندی سازمانی در میان کارکنان سازمان را مورد بررسی قرار دادند. آنان با هدف کشف چگونگی درک کارکنان از رهبری سازمان و تأثیر آن بر رفتار کارکنان، سبک رهبری کاریزماتیک را بیشتر مورد مطالعه قرار دادند. پژوهش آنان نشان می‌دهد که رهبری کاریزماتیک تأثیری مستقیم و با اهمیت بر تعهد شغلی کارکنان و متعاقباً بروز رفتار شهروندی سازمانی آنان دارد. در ادامه، وگولجسینگ و همکاران^{۳۱} (۲۰۱۳) ارتباط صداقت رفتاری رهبری با تعهد شغلی کارکنان را بررسی نموده و چگونگی ارتباط آن را با عملکرد کارکنان مورد مطالعه قرار دادند. نتایج پژوهش آنان علاوه بر تأیید اثرات فوق نشان می‌دهد که شفافیت ارتباطی رهبران می‌تواند تأثیر عمده‌ای بر صداقت رهبری داشته باشد. در همین راستا، سایمونز و همکاران^{۳۲} (۲۰۱۴) تأثیر مؤلفه‌های رفتاری و گفتاری رهبران بر پیروان بر اساس روش فراترکیب را بررسی نمودند که نتایج پژوهش آنان نشان می‌دهد که اخلاق و صداقت رهبران بر کارکنان به‌ویژه رفتار شهروندی آنان اثرگذار است. گالتینگ و همکاران^{۳۳} (۲۰۱۷) تأثیر شفافیت ارتباطی رهبری بر رفتارهای انحرافی سازمانی نشأت گرفته از درک پیروان از صداقت رفتاری رهبر و میزان اعتماد به وی را مطالعه نمودند. پژوهش آن‌ها نشان می‌دهد که صداقت رفتاری رهبری می‌تواند به‌عنوان یک میانجی مابین شفافیت ارتباطی رهبری و اعتماد کارکنان به رهبری نقش ایفا نماید. از سویی دیگر، ژانگ و همکاران^{۳۴} (۲۰۱۷) مقوله تعهد شغلی را در درون گروه‌های کاری مورد بررسی قرار داده تا بتوانند تأثیر آن بر رفتار شهروندی سازمانی در کارکنان را

25. Graham

26. Service-oriented OCB

27. Loyalty

28. Participation

29. Service Delivery

30. Babcock & Strickland

31. Vogelgesang et al

32. Simons et al

33. Galting et al

34. Zhang et al

تبیین نمایند. نتایج پژوهش آنان حاکی از این است که مفاهیمی همچون افتخار و احترام در درون گروه به‌طور مستقیم موجب افزایش هویت سازمانی کارکنان شده و متعاقباً تأثیر مستقیم بر تعهد کارکنان و رفتار شهروندی سازمانی آنان دارد. سواين و همکاران^{۳۵} (۲۰۱۸) تأثیر خصوصیات رهبران به ویژه صداقت رهبری را در زمینه موفقیت پروژه کیفیت خدمات شش زیگما^{۳۶} مورد بررسی دادند. نتیجه مطالعه آنان نشان می‌دهد که رهبران اصیل با خصوصیاتمانند صداقت رهبری می‌توانند احتمال موفقیت چنین پروژه‌هایی را افزایش دهند. ضمن این که رهبران اصیل می‌توانند با یکپارچگی رفتاری و وفاداری به ارزش‌ها، سطح بالای عملکرد شش زیگما را در محل کار خود تضمین نمایند. چگونگی ارتباط میان صداقت رفتاری رهبری درک‌شده و ندای کارکنان در آژانس‌های مسافرتی کوچک و متوسط توسط السوهی و همکاران^{۳۷} (۲۰۱۸) مورد مطالعه قرار گرفته که نتایج حاکی از تقویت ندای کارکنان خط مقدم آژانس‌های مسافرتی توسط صداقت رهبری درک‌شده با نقش میانجی توانمندسازی رفتار رهبری است. در صنعت گردشگری، اکامپو و همکاران^{۳۸} (۲۰۱۸) پیش‌نیازهای رفتار شهروندی سازمانی در صنعت مهمان‌پذیری را در یک پژوهش علی با استفاده از رویکرد فازی بررسی نموده که نتایج نشان می‌دهد تعهد سازمانی به‌عنوان مؤثرترین پیش‌زمینه رفتار شهروندی سازمانی در سازمان‌های خدمات‌محور دارای اهمیت است که در این میان، رویکردهای واحدهای منابع انسانی سازمان‌های مهمان‌پذیری بیشتری تأثیر را در این حوزه دارد. کیم و همکاران^{۳۹} (۲۰۱۹) دلیل مشارکت کارکنان صنعت مهمان‌پذیری در کارهای داوطلبانه را مورد بررسی قرار دادند که نتیجه پژوهش آنان نشان می‌دهد که رویکردهای رهبری سازمان نقشی اساسی در بروز رفتار شهروندی سازمانی در کارکنان دارد. تأثیر ابعاد عدالت سازمانی ناشی از اصالت رهبری بر تعهد شغلی توسط دپا^{۴۰} (۲۰۲۰) بررسی شده است. نتایج تحقیق وی نشان می‌دهد که چهار عامل عدالت سازمانی شامل عدالت توزیعی، رویه‌ای، بین‌فردی و اطلاعاتی دارای تأثیرات مستقیم بر ابعاد تعهد شغلی شامل فیزیکی، شهودی و حسی دارد.

تأثیر جنسیت کارکنان در ارتباط میان صداقت رفتاری رهبری، درک پیروان از صداقت رهبری و میزان اعتماد به رهبران در پژوهش گالتینگ و همکاران^{۴۱} (۲۰۲۰) بررسی شده که نتایج نشان می‌دهد که زنان نسبت به مقوله صداقت رهبری حساس‌تر بوده و عکس‌العمل و اعتماد قوی‌تری نسبت به رهبران در مقایسه با کارکنان مرد دارند. کلوتسینیوتیس و میهیل^{۴۲} (۲۰۲۰) تأثیر سیستم‌های کاری با عملکرد بالا را بر رفتار شهروندی سازمانی در صنعت هتل‌داری را بررسی نمودند که نتیجه پژوهش آنان نشان می‌دهد که سیستم‌های کاری با عملکرد بالا^{۴۳} از طریق مؤلفه‌های مانند فضای خدماتی و عدالتی تأثیر قابل‌ملاحظه‌ای بر رفتار شهروندی سازمانی با نقش میانجی تعهد یا اشتیاق شغلی در صنعت هتل‌داری دارد. رهبری اصیل که به نقش اخلاقیات و اعتماد می‌پردازد، در پژوهش نیراوان و همکاران^{۴۴} (۲۰۲۰) بررسی شده که پژوهش آنان نشان می‌دهد رهبری اصیل تأثیر غیرمستقیمی بر تعهد کاری و رضایت کارکنان دارد. مقوله اصالت رهبری و اثر آن بر تعهد شغلی کارکنان با نقش میانجی سرمایه روانی کارکنان در پژوهش نیسواتی و همکارانش^{۴۵} (۲۰۲۱) مورد بررسی قرار گرفته که نتایج نشان‌دهنده تأثیر مستقیم اصالت رهبری بر تعهد شغلی کارکنان است. همچنین اصالت رهبری به‌طور غیرمستقیم با نقش میانجی سرمایه روانی کارکنان بر

35. Swain et al

36. Six Sigma

37. Elsetouhi et al

38. Ocampo et al

39. Kim et al

40. Deepa

41. Galting et al

42. Kloutsiniotis & Mihail

43. High Performance Work Systems (HPWS)

44. Nirawan

45. Niswaty et al

تعهد شغلی آنان اثرگذار است. ویژگی‌های شغلی به‌عنوان پیش‌نیاز تعهد شغلی و تأثیر آن بر رضایت شغلی توسط رای^{۴۶} (۲۰۲۱) بررسی شده که نتایج پژوهش وی نشان می‌دهد که تعهد شغلی به‌عنوان یک میانجی نقشی مستقیم میان ویژگی‌های شغلی و رضایت شغلی کارکنان صنایع خدماتی ایفا می‌نماید.

در زمینه تحقیقات داخلی، علیزاده ثانی و همکاران (۱۳۹۲) رابطه صداقت رهبری با اثربخشی رهبران در سازمان را مورد بررسی قرار داده‌اند. نتیجه پژوهش آنان نشان می‌دهد که ارتباط مستقیم و معناداری بین صداقت رفتاری رهبر و اثربخشی رهبری از دید کارکنان سازمان وجود دارد. بنابراین، رهبران و مدیران در سازمان می‌بایست نقش صداقت رفتاری‌شان در حمایت و تحقق اهداف سازمانی توسط کارکنان را مدنظر داشته باشند. در زمینه رهبری اخلاقی و اثرات سازمانی آن، دوستار و همکاران (۱۳۹۴) ابتدا ابعاد رهبری اخلاقی شامل تعهد عاطفی، تعهد مستمر و تعهد هنجاری را شناسایی نموده و سپس نتیجه‌گیری می‌کنند که بُعد شفاف‌سازی نقش فقط بر روی تعهد عاطفی، بُعد انصاف و اخلاق بر تعهد عاطفی و تعهد هنجاری و بُعد تسهیم قدرت بر روی هر سه بُعد سازمانی تأثیرگذار است. از سویی دیگر، ارتباط میان رهبری اخلاقی و رفتارهای داوطلبانه سازمانی توسط عباسی رستمی و همکاران (۱۳۹۶) نیز مورد بررسی قرار گرفت که پژوهش آنان اثر مثبت و مستقیم رهبری اخلاقی بر رفتارهای داوطلبانه و اثر مستقیم و معکوس آن بر رفتارهای انحرافی محیط کار را نشان می‌دهد. زبانی شادباد و همکاران (۱۳۹۶) نیز رابطه درگیری شغلی و تناسب شغلی با اخلاق حرفه‌ای و تمایل به ترک خدمت را بررسی نمودند. نتایج پژوهش آنان نشان می‌دهد که رابطه مثبت معناداری بین دو متغیر درگیری شغلی و تناسب شغلی با اخلاق حرفه‌ای وجود دارد. همچنین رابطه منفی معناداری بین دو متغیر درگیری شغلی و تناسب شغلی با تمایل به ترک خدمت وجود دارد. علاوه بر این نتایج پژوهش نشان می‌دهد که درگیری شغلی و تناسب شغلی در تعامل باهم اخلاق حرفه‌ای و ترک خدمت را پیش‌بینی می‌کنند. از سویی دیگر، درگیری یا اشتیاق شغلی به‌عنوان نقش میانجی در رابطه بین اخلاق کاری و تعهد به تغییر توسط رضایی شریف و همکاران (۱۳۹۷) بررسی گردید. یافته‌های پژوهش آنان نشان می‌دهد که اخلاق کاری به صورت مستقیم بر تعهد به تغییر و اشتیاق شغلی و به‌صورت غیرمستقیم از طریق اشتیاق شغلی بر تعهد به تغییر تأثیر دارد. هم‌چنین اثر مستقیم اشتیاق شغلی بر تعهد به تغییر کارکنان در پژوهش آنان معنی‌دار بود.

مقوله رهبری از بُعد تحول‌آفرینی و تأثیر آن بر رفتار شهروندی سازمانی توسط ابراهیمی‌نژاد رفسنجانی و همکاران (۱۳۹۷) مورد مطالعه قرار گرفت که یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد بین سبک رهبری تحول‌آفرین و رفتار شهروندی سازمانی رابطه معناداری وجود ندارد، اما افزودن اعتماد عاطفی و اعتماد شناختی به این موضوع رهنمون شد که بین رهبری تحول‌آفرین و این دو متغیر رابطه مثبتی وجود دارد. همچنین بین اعتماد عاطفی و شناختی و رفتار شهروندی سازمانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

در صنعت گردشگری و مهمان‌پذیری، ابراهیم‌پور و همکاران (۱۳۹۱) ارتباط بین رفتار شهروندی سازمانی و وفاداری گردشگران را مورد پژوهش قرار دادند. نتایج بررسی نشان آنان نشان می‌دهد که مؤلفه‌های رفتار شهروندی سازمانی با وزن متفاوت بر وفاداری گردشگران تأثیرگذار است که از بین آنها پنج مؤلفه پیشگامی در کار، جوانمردی، از خود گذشتگی، وظیفه‌شناسی و نوع‌دوستی بیشترین و مؤلفه‌های تعهد کاری، وجدان کاری و خودآموزشی و خودبهبودی کمترین وزن نسبی را در وفاداری گردشگران داشتند. باقری و همکاران (۱۳۹۵) نیز عوامل مؤثر بر رفتار

46. Rai

شهروندی سازمانی در صنعت گردشگری را بررسی نمودند که بر اساس پژوهش آنان هشت عامل کلیدی اعتماد سازمانی، رهبری، رضایت شغلی، عدالت سازمانی، ماهیت شغل، ویژگی‌های کارکنان، فرهنگ سازمانی و تعهد سازمانی به ترتیب بیشترین تأثیر را در بروز رفتار شهروندی سازمانی در بین کارکنان صنعت گردشگری دارا می‌باشند. از سویی دیگر، مقوله رفتار شهروندی سازمانی در قالب یک مدل سنجش در صنعت گردشگری توسط فهیم‌زاده و همکاران (۱۳۹۶) ارائه شده که خروجی آن رفتار شهروندی سازمانی با چهار عامل شامل عوامل محافظ، خدمتگزار، راهنما و پیشگام است. این چهار عامل را می‌توان در چهار حوزه که با ابعاد سازمان محور یا فرد محور و پیشبرنده یا مراقبتی ایجاد شده‌اند جای داد.

مدل مفهومی

طبق تحقیقات انجام شده توسط علیزاده ثانی و همکاران (۱۳۹۲)، و گولجسینگ و همکاران^{۴۷} (۲۰۱۳)، نیراوان و همکاران^{۴۸} (۲۰۲۰) صداقت رهبری می‌تواند موجب افزایش تعهد و اشتیاق شغلی کارکنان در سازمان شود. از سویی دیگر، نتایج پژوهش‌های بابکوک و استیکلند^{۴۹} (۲۰۱۰) و ژانگ و همکاران^{۵۰} (۲۰۱۷) نشان می‌دهد که تعهد شغلی کارکنان، اثری مثبت و مستقیم بر رفتار شهروندی سازمانی دارد. همچنین، بر طبق تحقیقات انجام شده توسط عباسی رستمی و همکاران (۱۳۹۶)، ابراهیمی‌نژاد رفسنجانی و همکاران (۱۳۹۷) و سایمونز و همکاران^{۵۱} (۲۰۱۴) میان صداقت رهبری و رفتار شهروندی سازمانی ارتباط وجود دارد. اطلاعات جمعیت‌شناختی کارکنان مانند سن و جنسیت نیز می‌توانند به عنوان متغیر تعدیل‌گر بر طبق پژوهش‌های ژونگ و همکاران^{۵۲} (۲۰۲۰) و گالتینگ و همکاران^{۵۳} (۲۰۲۰) میان صداقت رهبری و متغیرهای تعهد شغلی کارکنان و رفتار شهروندی سازمانی ایفای نقش نمایند. در پژوهش پیش‌رو، مؤلفه‌های صداقت رهبری در صنعت مهمان‌پذیری شامل «تطابق» و «وفای به عهد» بر اساس پژوهش الستوهی و همکاران^{۵۴} (۲۰۱۸)، همچنین مؤلفه‌های رفتار شهروندی سازمانی خدمات‌محور شامل «وفاداری»، «مشارکت» و «ارائه خدمات» بر اساس مطالعه کلوئسینیوتیس و میهیل^{۵۵} (۲۰۲۰) تأثیر در نظر گرفته شده است. رده سنی کارکنان نیز بر اساس پژوهش ژونگ و همکارانش^{۵۶} (۲۰۲۰) به عنوان متغیر تعدیل‌گر ارائه شده است. با توجه به توضیحات مذکور، مدل مفهومی پژوهش حاضر تدوین و در شکل ذیل به نمایش درآمده است:

47. Vogelgesang et al

48. Nirawan

49. Babcock & Strickland

50. Zhang et al

51. Simons et al

52. Jung et al

53. Galting et al

54. Elsetouhi et al

55. Kloutsiniotis & Mihail

56. Jung et al

۵- ارتباط میان اشتیاق کارکنان و رفتار شهروندی سازمانی، در رده سنی الف و رده سنی ب متفاوت است.

جامعه آماری پژوهش پیش رو عبارت است از کارکنان شاغل در صنعت رستوران واقع در تهران که انتخاب افراد نمونه از میان آن‌ها صورت گرفت. روش نمونه‌گیری پژوهش نیز، روش نمونه‌گیری طبقه‌ای با انتساب متناسب می‌باشد. برای تعیین نمونه آماری از روش کوکران برای جوامع نامحدود استفاده شد که بر اساس پیش‌آزمون (۳۰ پرسشنامه)، تعداد نمونه ۲۲۸ بدست آمد و ۲۶۰ عدد پرسشنامه به ۷ رستوران واقع در تهران تحویل شد که ۲۳۵ عدد از آن‌ها تکمیل و به پژوهش‌گر بازگردانده شد. پرسشنامه پژوهش که جهت اندازه‌گیری مفاهیم صداقت رهبری، تعهد شغلی و رفتار شهروندی سازمانی، به کار گرفته شده، بر اساس طیف لیکرت ۵ گزینهای طراحی شده است.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی

در این بخش، ابتدا مهم‌ترین یافته‌های توصیفی پژوهش آورده شده است. در جدول (۱) خصوصیات جمعیت شناختی گروه نمونه مشاهده می‌شود.

جدول (۱) ویژگی‌های جمعیت شناختی گروه نمونه

ویژگی	n	%
جنسیت		
مرد	114	48.5
زن	121	51.5
سال تولد		
۱۳۶۰-۱۳۶۹	169	71.9
۱۳۷۰-۱۳۷۹	66	28.1
تحصیلات		
زیر دیپلم	36	15.3
دیپلم	122	51.9
فوق دیپلم	54	23.0
لیسانس	23	9.8
سابقه کاری		
زیر ۵ سال	50	21.3
۵ تا ۱۰ سال	138	58.7
۱۰ تا ۱۵ سال	44	18.7
بیشتر از ۱۵ سال	3	1.3

میانگین و انحراف استاندارد شاخص‌های مورد بررسی نیز در جدول ذیل (جدول شماره ۲) ارائه شده است.

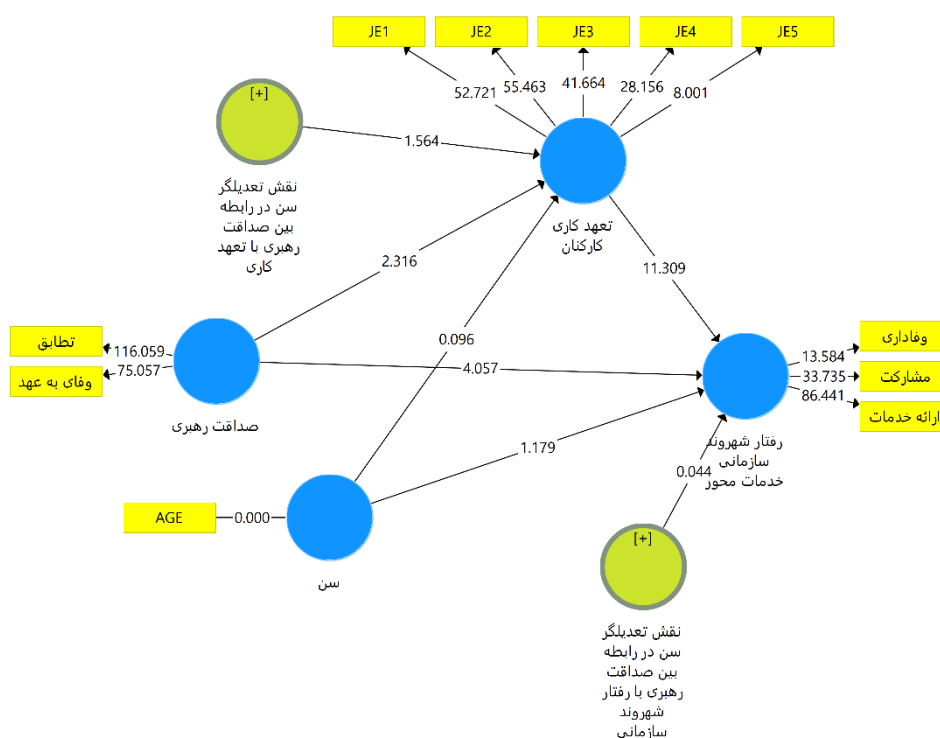
جدول (۲) شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	انحراف معیار
تطابق	14.6468	2.77480
وفای به عهد	24.6681	4.97692
وفا داری	16.0000	3.31405
مشارکت	12.0468	1.99196
ارائه خدمات	12.4128	1.89123
تعهد	22.2383	2.83948
رفتار شهروندی	40.4596	6.02004

اعتبارسنجی مدل

مدل اندازه گیری

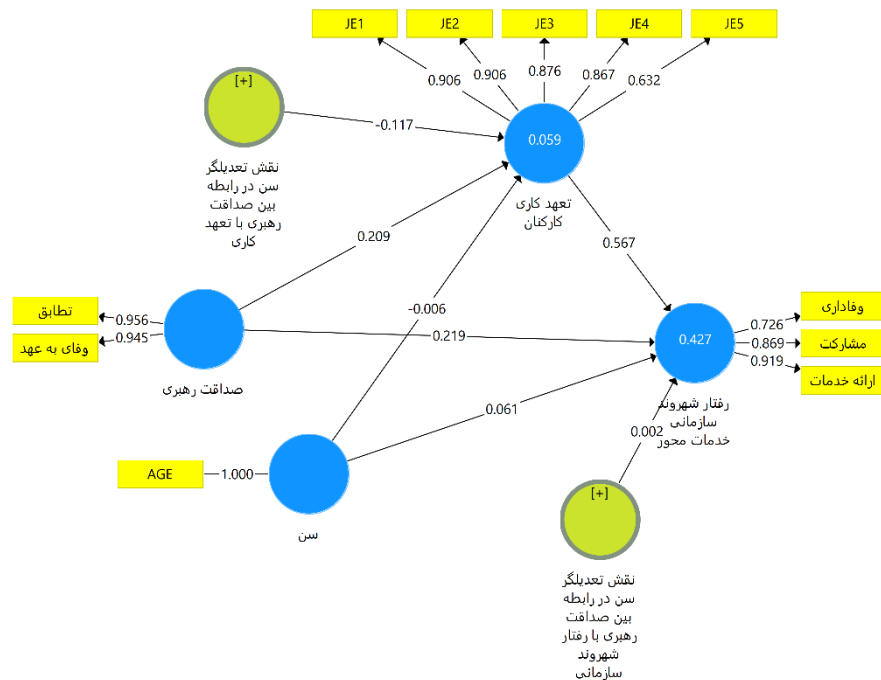
در تحقیق حاضر برای بررسی مدل اندازه گیری از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. برای این منظور بار عاملی هر نشانگر بر روی هر سازه برآورد و با استفاده از مقدار t معنی داری آن مورد تحلیل قرار گرفت. به این ترتیب که در صورت بیشتر بودن مقدار t از ۱/۹۶ بار عاملی در سطح معنی داری ۰/۰۱ و در صورتی که مقدار t بین ۱/۹۶ و ۱/۶۴ باشد در سطح معنی داری ۰/۰۵ فرض صفر مبنی بر معنی دار نبودن نقش نشانگر در تشکیل سازه مورد بررسی رد و معنی داری روابط در قالب تحلیل عاملی تأییدی مورد تأیید قرار می گیرد. همچنین برای هر سازه دو شاخص میانگین واریانس استخراج شده و پایایی ترکیبی به ترتیب برای اندازه گیری روایی و پایایی سازه ها محاسبه شد. مدل اندازه گیری پژوهش در شکل شماره ۲ نشان داده شده است.



شکل (۲): مدل اندازه گیری پژوهش

مدل ساختاری

دومین مرحله در برآورد مدل، پس از برآورد مدل اندازه گیری، برآورد مدل ساختاری یا آزمون معنی داری ضرایب مسیر فرض شده در مدل تحقیق و واریانس تشریح شده یا ضریب تبیینی است که به وسیله هر مسیر برآورد می گردد. در واقع پس از آزمون مدل های اندازه گیری اکنون لازم است تا مدل ساختاری که نشان دهنده ارتباط بین متغیرهای مکنون تحقیق است، ارائه شود. مدل ساختاری، روابط علی بین متغیرهای مکنون را مشخص کرده و اثرات علی و میزان واریانس تبیین شده را شرح می دهد. در این قسمت بر اساس مدل های اندازه گیری یا تحلیل عاملی تأییدی که در بخش قبل برای هر کدام از سازه ها به صورت جداگانه ارائه شده است، اقدام به آزمون متغیرها در رابطه با اثر هریک از آن ها بر دیگری پرداخته شده است.



شکل (۳): مدل ساختاری پژوهش

جهت بررسی پایایی و روایی از شاخص‌های پایایی ترکیبی و جهت بررسی روایی همگرا از شاخص واریانس استخراج شده واریانس استخراج شده استفاده شده است. یافته‌ها در ادامه (جدول شماره ۳) ارائه شده است.

جدول (۳) شاخص‌های پایایی و روایی همگرا مدل اندازه‌گیری پژوهش

واریانس استخراج شده (AVE)	پایایی ترکیبی (CR)	آلفای کرونباخ (CA)	
0.712	0.924	0.894	تعهد کاری کارکنان
0.709	0.879	0.793	رفتار شهروندی سازمانی محور
1.000	1.000	1.000	سن
0.903	0.949	0.893	صداقت رهبری

لازمه تأیید پایایی ترکیبی، بالاتر بودن این شاخص‌ها از مقدار ۰/۶ و برای تأیید پایایی ابعاد، متغیرهای پرسش‌نامه ضریب بالاتر از ۰/۷ مد نظر است. با توجه به این که در جدول ۳ تمامی ضرایب آلفای کرونباخ بزرگتر از ۰/۷ و تمامی مقادیر پایایی ترکیبی بزرگتر از ۰/۶ است نشان دهنده قابلیت گویه‌های مورد بررسی در اندازه‌گیری ابعاد مورد بررسی است. در مورد AVE باید گفت با توجه به این که مقادیر این شاخص برای همه بزرگتر از ۰/۵ است بدان معنی که یک متغیر می‌تواند بطور میانگین بیش از ۵۰ درصد از پراکندگی معرف‌هایش را تبیین کند. چنانکه مشاهده می‌شود تمامی شاخص‌های مورد بررسی در حد مطلوبی قرار دارند.

نیکویی برازش

برای بررسی برازش مدل کلی که هر دو بخش مدل اندازه گیری و ساختاری را کنترل می کند، از معیار GoF استفاده می گردد:

$$GoF = \sqrt{Communalities \times R^2}$$

$Communalities$ از میانگین مقادیر اشتراکی متغیرهای پنهان مرتبه اول به دست می آید. و ترلس و اودکرکن^{۵۷} (۲۰۰۹) سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ را به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی GoF معرفی می کند.

جدول (۶) محاسبه نیکویی برازش مدل ساختاری

متغیر	R ²	مقادیر اشتراکی
تعهد کاری کارکنان	0.059	0.712
رفتار شهروند سازمانی خدمات محور	0.427	0.709

Gof = ۰/۴۱۵

حاصل شدن مقدار ۰/۴۱۵ برای GoF نشان از برازش کلی قوی مدل دارد.

بحث و نتیجه گیری

تاکنون پژوهشی در ارتباط با نقش صداقت رهبری در بروز رفتار شهروندی سازمانی در فضای کسب و کار گردشگری و مهمان پذیری ایران به ویژه صنعت رستوران صورت پذیرفته است. در مقایسه با سایر کسب و کارها، کارکنان شاغل در صنعت رستوران تعاملات اجتماعی نزدیک تر و قوی تری به دلیل ماهیت موجود در محیط کاری خود با مدیران، مشتریان و سایر کارکنان دارند. از سویی دیگر، به دلیل حسی بودن مفاهیمی همچون صداقت و اخلاقیات رهبران در محیط کاری، پژوهش های صورت گرفته در این باره تاکنون اندک بوده است. از سویی دیگر، مقوله رفتار شهروندی سازمانی در سازمان های مهمان پذیری می بایست با رویکردهای متفاوت و نوینی مانند خدمات-محوری در این گونه سازمان ها تبیین شود. بنابراین، هدف پژوهش حاضر عبارت است از بررسی تأثیر صداقت رهبری بر رفتار شهروندی سازمانی خدمات محور کارکنان با نقش میانجی تعهد شغلی و تعدیل گر رده سنی کارکنان تا بتوان از طریق مطالعه ای کاربردی تعیین نمود که مفهوم صداقت رهبری بر رفتارهای کارکنان صنعت رستوران با توجه به ویژگی های جمعیت شناختی آنان مانند رده سنی چگونه تبیین می شود.

بر اساس یافته های پژوهش از مدل برازش شده صداقت رهبری بر تعهد کاری کارکنان ($r=0/209$ ، $p=0/021$) و رفتار شهروند سازمانی خدمات محور ($r=0/219$ ، $p\text{-value}=0/000$) اثر معنادار و مثبت دارد همچنین تعهد کاری کارکنان بر رفتار شهروند سازمانی خدمات محور ($r=0/567$ ، $p\text{-value}=0/000$) به طور مثبت و معنادار اثر گذار است. اما نقش تعدیل گر سن در این ارتباط های مورد بررسی، مورد تایید قرار نگرفت ($p\text{-value} > 0/05$). نتایج پژوهش حاضر نشان می دهد که صداقت رهبری در قالب دو مؤلفه «تطابق عمل و گفتار» و «وفای به عهد» بر تعهد و اشتیاق شغلی کارکنان اثر مثبت و مستقیم دارد. این نتیجه که در قالب تأیید فرضیه نخست پژوهش نمایان

⁵⁷. Wetzels & Odekereken

می‌گردد با نتایج پژوهش‌های علیزاده ثانی و همکاران (۱۳۹۲)، و گولجسینگ و همکاران^{۵۸} (۲۰۱۳)، الستوهی و همکاران^{۵۹} (۲۰۱۸) و نیراوان و همکاران^{۶۰} (۲۰۲۰) هم‌خوانی دارد. همچنین، نتایج نشان می‌دهد که تعهد شغلی کارکنان به‌عنوان متغیر میانجی بر رفتار شهروندی سازمانی خدمات‌محور کارکنان اثر مثبت و مستقیم دارد (تأیید فرضیه دوم پژوهش). این موضوع با نتایج پژوهش‌های بابکوک و استیکلند^{۶۱} (۲۰۱۰) و ژانگ و همکاران^{۶۲} (۲۰۱۷) مطابقت دارد. بنابراین، رهبران صنعت رستوران می‌توانند از طریق ارتقای مؤلفه‌های صداقت رهبری بر تعهد و اشتیاق کارکنان و متعاقباً بروز رفتارهای داوطلبانه خدمات‌محور در سازمان اثرگذار باشند. میزان بارهای صداقت رهبری در پژوهش حاضر به‌حدی قدرتمند بود که اثرگذاری مستقیم و مثبت آن بر رفتار شهروندی سازمانی در کارکنان صنعت رستوران بدون میانجی‌گری تعهد کارکنان نیز مورد تأیید قرار گرفت (تأیید فرضیه سوم پژوهش) که این نتیجه دارای هم‌خوانی با نتایج تحقیقات عباسی رستمی و همکاران (۱۳۹۶)، ابراهیمی‌نژاد رفسنجانی و همکاران (۱۳۹۷) و سایمونز و همکاران^{۶۳} (۲۰۱۴) می‌باشد.

نتایج مذکور، دو موضوع کاربردی را در اختیار سازمان‌های مهمان‌پذیری قرار می‌دهد. نخست این که مقوله صداقت رهبری می‌تواند موجب پیش‌بینی مواردی همچون تعهد شغلی، رفتار شهروندی سازمانی و در نهایت عملکرد کارکنان در این گونه سازمان‌ها که نیاز ویژه‌ای به کاهش نرخ ترک کار و جابجایی کارکنان خود دارند گردد. بنابراین، سازمان‌های گردشگری و مهمان‌پذیری می‌توانند با انتخاب و آموزش رهبران متناسب با مفهوم رهبری اصیل به‌ویژه صداقت، اثرگذاری رهبری را ارتقا دهند. دوم این که، سازمان‌های مهمان‌پذیری به‌ویژه رستوران‌ها می‌توانند با تهیه دستورالعمل‌ها و چک‌لیست‌هایی بر اساس مؤلفه‌های پژوهش حاضر، به‌طور مداوم عملکرد رهبران در قبال کارکنان خود را مورد ارزیابی قرار دهند تا بتوانند قابلیت‌های اخلاقی آنان مبتنی بر مفهوم اصالت رهبری را ارتقا دهند. همچنین، صداقت رهبری می‌تواند موجب افزایش شور و اشتیاق کارکنان و متعاقباً افزایش انگیزش و رضایت آنان در محل کار گردد. به عبارتی دیگر، با توجه به تغییرات روزافزون محیطی، کارکنان می‌بایست به‌عنوان سرمایه اصلی سازمان‌های خدمات‌محور جهت دستیابی به چشم‌اندازها و خروجی‌های پایدار نگریسته شده، که ترویج مفاهیم صداقت رهبری و رهبری اخلاق‌محور می‌تواند یکی از مؤثرترین راه‌ها در این راستا باشد.

اثرگذاری مقوله رده سنی کارکنان به‌عنوان یک متغیر جمعیت‌شناختی نیز در پژوهش حاضر مورد مطالعه قرار گرفت. طبقه‌بندی نسلی پژوهش بر اساس تئوری گروه‌های نسلی^{۶۴}، که در آن ارزش‌ها و تفکرات رایج هر نسل با توجه به رویدادهای و تجربیات مشترک آنان شکل می‌گیرد، صورت پذیرفت که در این دسته‌بندی دو رده سنی متولدین دهه‌های ۱۳۶۰ و ۱۳۷۰ شناسایی شد، زیرا مطالعات نشان می‌دهد که این دو رده سنی ارزش‌ها و الگوهای رفتاری متفاوتی در جامعه از خود بروز می‌دهند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که نقش تعدیل‌گر سن در ارتباط‌های مورد بررسی (فرضیه‌های چهارم و پنجم)، مورد تأیید قرار نگرفت که این موضوع با نتایج مطالعات ژونگ و همکاران^{۶۵} (۲۰۲۰) و گالتینگ و همکاران^{۶۶} (۲۰۲۰) مطابقت ندارد. اثرگذاری رده سنی کارکنان، نحوه دسته‌بندی رده‌های سنی و تئوریزه نمودن آن‌ها با توجه به شرایط نسلی کارکنان صنعت رستوران و مهمان‌پذیری در ایران، تفاوت‌های فرهنگی

58. Vogelgesang et al

59. Elsetouhi et al

60. Nirawan

61. Babcock & Strickland

62. Zhang et al

63. Simons et al

64. Cohorts Theory

65. Jung et al

66. Galting et al

کارکنان و تأثیر سایر مؤلفه‌های جمعیت‌شناختی از دیگر موضوعاتی است که پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی بیشتر مورد بررسی قرار گیرد.

منابع

- ابراهیم‌پور، حبیب، حسن‌زاده، محمد، نعمتی، ولی. (۱۳۹۱). رفتار شهروندی سازمانی و وفاداری گردشگران، مطالعات مدیریت گردشگری، سال هفتم، شماره ۱۸، ۷۳-۹۲.
- ابراهیمی‌نژاد رفسنجانی، مهدی، زارعی، مژگان. (۱۳۹۷). تأثیر رهبری تحول‌آفرین بر رفتار شهروندی سازمانی، مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، سال بیست و هفتم، شماره ۹۰، ۱۴۱-۱۶۰.
- آذر، عادل، غلامزاده، رسول، قنوتی، مهدی. (۱۳۹۱). مدل‌سازی مسیری ساختاری در مدیریت: کاربرد نرم‌افزار Smart PLS، تهران، انتشارات نگاه دانش.
- باقری، مسلم، صالحی، محمد، رحیم‌پور، علی. (۱۳۹۵). بررسی عوامل مؤثر بر رفتار شهروندی سازمانی در صنعت گردشگری، نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، سال هشتم، شماره ۲، ۸۵-۱۰۱.
- حسینی کاخکی، احمد و قلی‌پور، آریین. (۱۳۸۶). رفتار شهروندی سازمانی: گامی دیگر در جهت بهبود عملکرد سازمان در قبال مشتری، پژوهشنامه بازرگانی، ۴۵، ۱۱۵-۱۴۵.
- دوستار، محمد، مستقیمی، محمودرضا، اسماعیل‌زاده، محمد. (۱۳۹۴). رهبری اخلاقی و بررسی تأثیر آن بر تعهد سازمانی، مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، سال بیست و چهارم، شماره ۷۹، ۲۷-۴۵.
- رضایی شریف، علی، کریمیان‌پور، غفار، مرادی، گل‌نما، کریمیان‌پور، ابراهیم. (۱۳۹۷). بررسی نقش میانجی اشتیاق شغلی در رابطه بین اخلاق کاری و تعهد به تغییر، مشاوره شغلی و سازمانی، دوره دهم، شماره ۳۴، ۶۴-۷۹.
- زارعی متین، حسن؛ الوانی، سید مهدی؛ جندقی، غالم رضا و احمدی، فریدون. (۱۳۸۹). ارایه مدل جامع عوامل مؤثر بر توسعه رفتار شهروندی سازمانی مطالعه‌ی موردی: کارکنان شرکت ملی نفت ایران، مدیریت دولتی، دوره ۳، شماره ۵: ۳۱-۵۶.
- زاهدی، شمس‌السادات، ابراهیم‌پور، حبیب، خلیلی، حسن. (۱۳۹۲). نقش رهبری تحول‌گرا بر عملکرد تجاری: مطالعه‌ی ای در شرکت گاز استان تهران، مدیریت دولتی، سال پنجم، شماره ۱۳، ۱۱۱-۱۲۵.
- زبانی شادباد، محمدعلی، حسینی، محمد، قاسم‌زاده، ابوالفضل. (۱۳۹۶). رابطه درگیری شغلی و تناسب شغلی با اخلاق حرفه‌ای و تمایل به ترک خدمت، اخلاق در علوم و فناوری، سال دوازدهم، شماره ۲، ۷۷-۸۴.
- عباسی رستمی، نجیبه، رحیمی، ابراهیم، قاضی نور نائینی، شراره، احمدی، زینب. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر رهبری اخلاقی بر رفتارهای داوطلبانه، پژوهش‌های مدیریت راهبردی، سال بیست و سوم، شماره ۶۷، ۹۵-۱۲۱.
- علیزاده ثانی، محسن، مدهوشی، مهرداد، محبی، لیلا. (۱۳۹۲). رابطه صداقت رفتاری با اثربخشی رهبران در سازمان‌ها، اخلاق در علوم و فناوری، سال نهم، شماره ۲، ۱-۹.
- فهم‌زاده، هادی، اسماعیلی، محمدرضا، وحدتی، حجت، سپهوند، رضا. (۱۳۹۶). مدل سنجش رفتار شهروندی سازمانی در صنعت گردشگری، برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال ششم، شماره ۲۱، ۸-۲۷.
- Babcock M., E., Strickland O., J., (2010). The Relationship between Charismatic Leadership, Work Engagement, and Organizational Citizenship Behaviors. The Journal of Psychology; 144(3): 313- 326.
- Bakker, A., Leiter, M. (Eds.), (2010). Work engagement: A handbook of essential theory and research. New York: Psychology Press.
- Deepa, S., M., (2020). The Effects of Organizational Justice Dimensions on Facets of Job Engagements. International Journal of Organizational Theory & Behavior, 23(4), 315-336.
- Elsetouhi, A., H., Hammad, A., A., Nagm, A., A., Elbaz, A., M., (2018). Perceived Leader Behavioral Integrity and Employee Voice in SMEs Travel Agents: The mediating role of empowering leader behaviors. Tourism Management, 65, 100-115.

Eyoun, K., Chen, H., Ayoun, B., Khelifat, A., (2020). The Relationship between Purpose of Performance Appraisal and Psychological Contract: Generational Differences as a Moderator. *International Journal of Hospitality Management*, 86, 1–8.

Fronell, C., Larcker, D., (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.

Gatling, A., Molintas, D., Self, T., Shum, C., (2020). Leadership and Behavioral Integrity in the Restaurant Industry: The Moderating Roles of Gender. *Journal of Human Resource in Hospitality and Tourism*, 19, 62–81

Galting, A., Shum, C., Book, L., Bai, B., (2017). The Influence of Hospitality Leaders' Relational Transparency on Followers' Trust and Deviance Behaviors: Mediating Role of Behavioral Integrity. *International Journal of Hospitality Management*, 62, 11-20.

Gangs, L., Line, N., Kim, W., (2017). The Impact of the Social Servicescape, Density, and Restaurant Type on Perceptions of Interpersonal Service Quality. *International Journal of Hospitality Management*, 61, 35–44.

Jung, H., S., Seo, K., H., Yoon, H., H., (2020). The Importance of Leader Integrity on Family Restaurant Employees' Engagement and Organizational Citizenship Behaviors: Exploring Sustainability of Employees' Generational Differences. *Journal of Sustainability*, 12, 1-12.

Kim, W., McGinley, S., Choi, H., Agmapisarn, C., (2019). Hotels' Environmental Leadership and Employees' Organizational Citizenship Behavior. *International Journal of Hospitality Management*, 87, 102375

Kloutsiniotis, P., V., Mihail, D., M., (2020). The Effects of High Performance Work Systems in Employees' Service-oriented OCB. *International Journal of Hospitality Management*, 90, 1-12.

Kong, H., Wang, S., Fu, X., (2015). Meeting Career Expectation: Can It Enhance Job Satisfaction of Generation Y? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27, 147–168

Luu, T., T., (2019). The Well-being among Hospitality Employees with Disabilities: The Role of Disability Inclusive Benevolent Leadership. *International Journal of Hospitality Management*, 80, 25–35.

Niswaty, R., Wirawan, H., Akib, H., Saggaf, M., S., Daraba, D., (2021). Investigating the Effect of Quthentic Leadership and Employees' Psychological Capital on Work Engagement: Evidence from Indonesia. *Helyion*, 7, 2-8.

Ocampo, L., A., Tan, T., A., G., Sia, L., A., (2018). Using fuzzy DEMATEL in modeling the causal relationships of the antecedents of organizational citizenship behavior (OCB) in the hospitality industry. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 34, 11-29.

Rai, A., Maheshwari, S., (2021). Exploring the Meditating Role of Work Engagement between the Linkages of Job Characteristics with Organizational Engagement and Job Satisfaction. *Management Research Review*, 44(1), 133-157.

Simons, T., Leroy, H., Collewaert, V., Masschelein, S., (2014). How Leader Alignment of Words and Deeds Affects Followers: a meta-analysis of behavioral integrity research. *Journal of Business Ethics*, 1–14

Spector, P., Fox, S., (2002). An Emotion-centered Model of Voluntary Work Behavior: Some Parallels between Counterproductive Work Behavior and Organizational Citizenship Behavior. *Human Resource Management Review*, 12, 269–292.

Swain, A., Cao, Q., Gardner, W., (2018). Six Sigma success: Looking through authentic leadership and behavioral integrity theoretical lenses. *Operation Research Perspectives*, 5, 120-132.

Thompson, C., Gregory, J., (2012). Managing millennials: a framework for improving attraction, motivation, and retention. *Psychologist-Manager Journal*, 15, 237–246.

Vogelgesang, G., Leroy, H., Avolio, B., (2013). The Mediating Effects of Leader Integrity with Transparency in Communication and Work Engagement/Performance. *The Leadership Quarterly*, 24, 405–413.

Wang, C., H., Chen, H., T., (2020). Relationships among Workplace Incivility, Work Engagement and Job Performance. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 3(4), 415-429.

Werts, C. E., Linn, R. L., & Jöreskog, K. G. (1974). Intraclass Reliability Estimates: Testing Structural Assumptions. *Educational and Psychological Measurement*, 34(1), 25-33.

Wetzels, M., Odekerken, G., (2009). Using PLS Path Modelling For Assessing Hierarchical Construct Models: Guidelines and Empirical Illustration. *MIS Quarterly*, 33(1), 177-195.

Wirawan, H., Jufri, M., Saman, A., (2020). The Effect of Authentic Leadership and Psychological Capital on Work Engagement: The Meditating Role of Job Satisfaction. *Leadership and Organizational Development Journal*, 41(8), 1139-1154.

Yaghoubi, E., Ahmadzadeh, S., & Abdullah, H. (2011). An Analysis of Correlation between Organizational Citizenship Behavior (OCB) and Emotional Intelligence (EI). *Modern Applied Science*, 5(2), 119-123.

Zhang, Y.; Guo, Y.; Newman, A., (2017). Identity judgements, work engagement and organizational citizenship behavior: The Mediating Effects Based on Group Engagement Model. *Tourism Management*, 61, 190–197.

Investigating the Effect of Leadership Integrity on Employees' OCB with the Mediating of Job Engagement and the Moderating of Age Group(Case study: restaurant industry)

Iman Chashmfasa*¹

Abstract

Given the increasing competition in the restaurant industry and its special importance in the tourism and hospitality industry, researchers have increasingly focused on leadership issues in this industry. The aim of this study is to investigate the effect of leadership integrity on service-oriented organizational citizenship behavior of employees with the mediating role of job engagement and the moderating role of employee age. The research method is applied in terms of purpose and exploratory in terms of method. To test the conceptual model of the research, confirmatory factor analysis and structural model in the form of structural equation model were used by SmartPLS4 software. The statistical population of the research was employees working in the restaurant industry located in Tehran, and the sample size was determined based on the stratified method with proportional imputation and Cochran's formula for unlimited populations, and finally 235 questionnaires were completed by employees of 7 restaurants located in Tehran. Based on the research findings, leadership integrity has a significant and positive effect on employee job engagement and service-oriented organizational citizenship behavior. Also, job engagement has a positive and significant effect on service-oriented organizational citizenship behavior. However, the moderating role of employee age in these relationships was not confirmed.

Keywords: Leadership Integrity, Service-oriented Organizational Citizenship Behavior, Job Engagement, Employee Age, Restaurant Industry.

¹ Corresponding author: PhD student in Tourism Management, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran./ i.chashmfasa@gmail.com