

بررسی رهبری اصیل بر کیفیت خدمات با میانجی نقش رفتار شهروندی سازمانی

مهرداد نصیری^۱، محمد حسین مینایی^۲ و مرتضی مقدم^۳

^۱ کارشناسی ارشد، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ابهر، زنجان، ایران.

Email : M.nasiri1373123@gmail.com

^۲ دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت دولتی، دانشکده علوم انسانی، موسسه آموزش عالی تاکستان، قزوین، ایران.

Email : Mohammadhoseinminae6970@gmail.com

^۳ دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم انسانی، موسسه آموزش عالی تاکستان، قزوین، ایران.

Email : Morteza.moghaddam@bahman.ir

چکیده

هدف این پژوهش تأثیر رهبری اصیل بر کیفیت خدمات با نقش میانجی رفتار شهروندی سازمانی است، پژوهش حاضر از نوع توصیفی می باشد، توصیفی از این جهت که این تحقیق به منظور آگاهی یافتن نسبی به ویژگی های خاص شغلی کارکنان و توصیف آن انجام گرفته است. نتایج نشان داد که رهبری اصیل بر اعتماد به رهبران تأثیر دارد. رهبری اصیل بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر دارد. اعتماد به رهبران بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر دارد. رفتار شهروندی سازمانی بر کیفیت خدمات تأثیر دارد.

واژگان کلیدی: رفتار شهروندی، کیفیت خدمات، اعتماد به رهبران، رهبری اصیل

مقدمه

شیوه های جدیدی برای حداکثر عملکرد و تلاش کارکنان خود هستند و شرایط کاملا متحول و حاکم بر سازمان ها، افزایش رقابت و لزوم اثربخشی آن ها در چنین شرایطی نیاز آن ها را به نسل ارزشمندی از کارکنان آشکار می کند. به همین دلیل بیشتر مدیران خواهان کارکنانی هستند که بیش از وظایف تعیین شده در شرح شغلشان فعالیت کنند، آنان دنبال کارکنانی هستند که به فراسوی انتظارات می روند و به میل و خواست خود دست به رفتارهایی می زنند که جزو وظایف شغلی شان نیست (مرادی و همکاران، ۲۰۱۵). یکی از مهمترین عواملی که می تواند رفتارها، نگرش و تعاملات کارکنان را در جهت ارائه هر چه بهتر کیفیت خدمات به کار گیرد، رفتار شهروندی سازمانی است (هوی و همکاران، ۲۰۰۱).

رفتار شهروندی سازمانی آن نوع از رفتارهایی هست که فراتر از الگوهای از پیش تعریف شده رسمی توسط سازمان بوده و با ساختارهای رسمی شناسایی نمی شوند، اما در موفقیت عملکردی و عملیاتی سازمان بسیار مهم هستند. در حالی که کاملا داوطلبانه است و نظام پاداش دهی قابلیت شناسایی آن را ندارد، اما عملکرد سازمان را افزایش می دهد (سالاروند و همکاران، ۲۰۱۶). حال آنکه مطالعات نشان می دهد که یکی از روش های ترغیب کارکنان برای درگیر شدن در رفتارهای فرانقشی و انجام وظایف شهروندی سازمانی، تقویت کیفیت رهبران سازمان با کارکنان است.

بیان مسأله

رفتار شهروندی سازمانی در واقع دل‌بستگی عاطفی شخصی کارکنان به سازمان را نیز در بردارد. رفتار شهروندی سازمانی وضعیتی حیاتی و اساسی برای پیشرفت سازمان محسوب می شود و منعکس کننده ی تمایل کارکنان به فراتر از وظایفی است که به آنها محول شده است (شامایلا، ۲۰۱۳). سازمان هایی به موفقیت و توان رقابتی دست می یابند که با حفظ اثربخشی و کارایی، فعالیت ها و فرایندهای کاری خود را به شکلی انسانی برنامه ریزی نمایند. در عصر حاضر وابستگی متقابل میان افراد، گروه ها و سازمان ها افزایش یافته و نیاز به همکاری و تعاملات درونی در سازمان ها احساس می شود. به همین دلیل در دهه های اخیر پژوهشگران به رفتار شهروندی سازمانی توجه خاصی نموده اند. آگاهانه و با بصیرت بودن این رفتار شهروندی سازمانی، به واسطه عدم اجبار نقش یا شرح وظایف شغلی است. در واقع رفتار شهروندی سازمانی، عملکردی متناسب با نقش سازمانی محسوب نمی شود، بلکه از جمله متداول ترین مفهوم سازی های صورت گرفته از عملکرد فرانقشی است. از سوی دیگر رفتار شهروندی سازمانی نیز بر اثربخشی سازمانی، کیفیت خدمات، درگیری شغلی، تعهد سازمانی، عزت نفس و سرمایه ی اجتماعی تأثیر می گذارد. در واقع رفتار شهروندی سازمانی بر اثربخشی اهداف سازمان از طریق کمک به محیط اجتماعی و روان شناختی یاری رسانده و از کل سازمان حمایت کرده و به آن سود می رساند. و موجب رضایت شغلی، محافظت از سازمان و بهره وری سازمانی می شود (وحدانی اسدی و همکاران، ۱۳۹۳).

رهبری

رهبران اثربخش، اساسی ترین و نایب ترین منابع هر سازمان هستند. شکست هر سازمان و زمینه دستیابی به بهره وری بهینه، می توان تا حدودی مربوط به مدیریت و رهبری غیر کارآمد سازمان دانست امروزه سازمان ها به مسأله گزینش رهبران در تمام سطوح، از سرپرستی سطح اول تا بالاترین سطوح اجرائی، تأکید زیادی دارند.

روانشناسان صنعتی و سازمانی به این نکته پی برده اند که موفقیت و شکست یک سازمان به طور گسترده به کیفیت رهبران آن وابسته است. نتایج تحقیقات نشان می دهد که «رهبری» مهمترین موضوع در حوزه رفتار سازمانی روابط انسانی است. بر همین اساس گروه ها و سازمان ها برای اثربخشی خود، رهبری را مدنظر قرار داده اند. تحقیقات انجام شد طی بیش از ۵۰ سال از رویکرد ویژگی ها حمایت متناقضی را به عمل آوردند. روانشناسان نتیجه گیری نمودند که اثربخشی رهبری ممکن است نه فقط «ویژگی های فردی رهبران» بلکه به «ماهیت موقعیتی که در آن رهبران و زیردستان با هم تعامل اند» و «نیازها و ویژگی های

¹ Moradi et al.,

² Hui et al.,

³ Shamaila et a

پیروان آن‌ها» بستگی دارد. اگرچه «رهبری» به‌عنوان توانایی ذاتی برای تأثیرگذاری بر دیگران از طریق کنترل رفتارهای اعضای گروه، مورد توجه قرار گرفته است. «سبک‌های رهبری» تکامل یافته و چیزی فراتر از نفوذ بوده و مباحثی همچون ایجاد انگیزه و توانایی در افراد برای دستیابی به اهداف سازمان در آن مطرح است (پورکیانی و طالبی، ۱۳۹۲).

سبک‌های رهبری

- رهبری فعال: کل نگر، پیگیر علل، مناسب در بحران، هماهنگی با سازمان نیست.
- رهبری خونسردانه (بی خیال): خیلی جدی نیست، اشتیاق کم، نقش نگهدارنده و بازدارند.
- رهبری دودل: تصمیمات را لغو می‌کند. تجدیدنظر مکرر در خطمشی‌ها و رویه‌ها هزینه زیاد می‌برد. آموزش احتمال اثربخشی دارد.
- رهبری تحلیلی: قبل از تصمیم‌گیری در جستجوی اطلاعات. تجزیه و تحلیل زیاد که موجب وقفه در کارها می‌شود. به راحتی تحت تأثیر قرار نمی‌گیرد.
- رهبری مستبدانه: قوانین با میله آهنی اعمال می‌شود قلدری در سازمان، عدم تمایل به استفاده از عقاید دیگران. دستورات عمل‌های کاری روشن به کارکنان ارائه می‌شود.

پیشینه تحقیق

بهبودی و همکاران (۱۳۹۸) به بررسی رفتار شهروندی سازمانی، مفهوم نوینی است که ارزیابی این رفتارها در سازمان امر بسیار مهم و حیاتی تلقی می‌شود از جمله عواملی که می‌توانند بر رفتار شهروندی تأثیرگذار باشند، مدیریت برند داخلی و بازاریابی داخلی است. بنابراین، هدف این پژوهش بررسی تأثیر مدیریت برند داخلی و بازاریابی داخلی بر رفتار شهروندی است. این پژوهش از هدف، کاربردی و از شیوه جمع آوری داده‌ها، توصیفی - پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش، کارکنان دفاتر پلیس +۱۰ خراسان جنوبی است که با روش نمونه‌گیری تصادفی حجم نمونه مشخص شده است. برای گردآوری داده‌های الزام از پرسشنامه‌های استاندارد و برای تعیین روایی از روایی ابزار، روایی محتوا و روایی سازه و برای پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. در بخش تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها، آزمون رگرسیون چندگانه و مدلیابی معادلات ساختاری (SEM) به کار رفته است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که مدیریت برند داخلی بر رفتار شهروندی تأثیر دارد، اما تأثیر بازاریابی داخلی بر رفتار شهروندی محل تردید است و درنهایت مشخص شد که مدیریت برند داخلی بر بازاریابی داخلی تأثیر دارد. سایر یافته‌های پژوهش، نقش میانجی‌گری بازاریابی داخلی را بین مدیریت برند داخلی و رفتار شهروندی تأیید نمی‌کند.

ترکمند و همکاران (۱۳۹۷) به بررسی تأثیر برند داخلی و رهبری قابل اعتماد بر رفتار شهروندی پرداختند، جامعه آماری این پژوهش کارمندان هتل‌های سه، چهار و پنج ستاره تهران است. که نمونه آماری از طریق روش نمونه‌گیری خوشه‌ای و در مرحله بعد به صورت نمونه‌گیری اتفاقی استفاده می‌شود. این پژوهش از نظر هدف در زمره پژوهش‌های کاربردی قرار می‌گیرد. در ضمن این پژوهش از نوع تحقیقات توصیفی-پیمایشی است. روش تحقیق در این پژوهش میدانی- کتابخانه‌ای خواهد بود و ابزار گردآوری داده‌ها اولیه پرسشنامه و روش کتابخانه‌ای خواهد بود. منظور تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌های تحقیق، از روش مدل‌یابی معادلات ساختاری استفاده شده است.

کیم و همکاران (۲۰۱۹) به بررسی نقش رهبری تحول‌گرا بر رفتار شهروندی محیطی پرداختند، نتایج نشان داد که رهبری تحول‌آفرین، آموزش محیطی، سیاست محیطی بر رفتار شهروندی محیطی تأثیر دارد.

سیدی و همکاران (۲۰۱۷) به بررسی تأثیر تجربه برند بر رفتار شهروندی مشتری پرداختند، نتایج نشان داد که تجربه برند بر رفتار شهروندی با نقش میانجی تعهد ارتباطات تأثیر دارد.

هوانگ و چوی^۴(۲۰۱۷)، مطالعه‌ای در زمینه تأثیرات فرهنگ حامی نوآوری و رفتار شهروندی سازمانی بر امنیت سیستم اطلاعاتی دولت الکترونیک را به انجام رساندند. این مطالعه از دریچه و منظر عامل تناظر تقلیدی به انجام رسید. تناظر تقلیدی اشاره به دیدگاه‌های سازمان در زمینه انجام رفتارهایی مشابه با سازمان‌های موفق در حیطه‌ای خاص اشاره دارد. در این زمینه پژوهشگر داده‌های مورد نیاز برای پژوهش را از نمونه‌ای ۵۰۳ تایی از مدیران بخش فناوری اطلاعات سازمان‌های دولتی در کشور کره جنوبی گردآوری نمود. مبتنی بر نتایج حاصل از این مطالعه، تناظر تقلیدی دارای اثرات مثبت و معناداری بر مشروعیت سازمانی و فرهنگ حامی نوآوری شناسایی شد. همچنین، این تأثیر در زمینه رفتار شهروندی سازمانی نسبت به افراد سازمان نیز معنادار بود. به علاوه دو بعد رفتار شهروندی سازمانی و فرهنگ حامی نوآوری نیز اثرات مثبت و معناداری را در زمینه اثربخشی امنیت سیستم اطلاعاتی دولت الکترونیک از خود نشان دادند.

اهداف تحقیق

هدف اصلی:

تأثیر رهبری اصیل بر کیفیت خدمات با نقش رفتار شهروندی سازمانی و اعتماد به رهبران

اهداف ویژه :

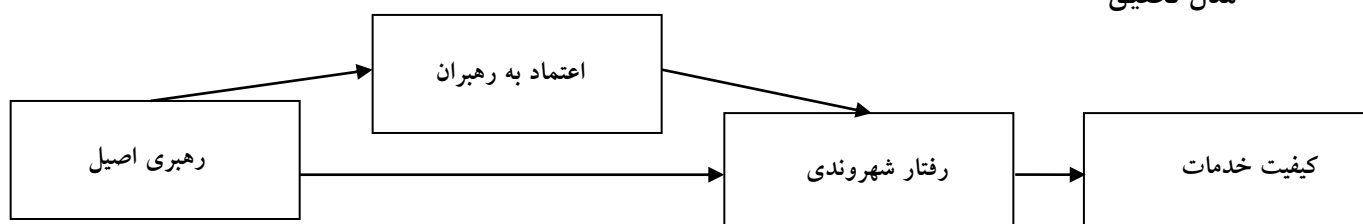
تعیین تأثیر رهبری اصیل بر اعتماد به رهبران

تعیین تأثیر رهبری اصیل بر رفتار شهروندی سازمانی

تعیین تأثیر اعتماد به رهبران بر رفتار شهروندی سازمانی

تعیین تأثیر رفتار شهروندی سازمانی بر کیفیت خدمات

مدل تحقیق



شکل ۱، منبع: کیو و همکاران (۲۰۱۹)

فرضیه‌های تحقیق:

رهبری اصیل بر اعتماد به رهبران تأثیر دارد.

رهبری اصیل بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر دارد.

اعتماد به رهبران بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر دارد.

رفتار شهروندی سازمانی بر کیفیت خدمات تأثیر دارد.

روش تحقیق

این تحقیق از نظر هدف «کاربردی» و از نظر روش گردآوری داده‌ها «توصیفی-پیمایشی» است. داده‌های مورد نیاز این تحقیق به روش کتابخانه‌ای و میدانی جمع‌آوری می‌گردد. نخست از منابع موجود از قبیل کتب، مقالات، پایان‌نامه‌ها و سایت‌های معتبر علمی اقدام به جمع‌آوری اطلاعات نموده و پس از تکمیل این قسمت به سراغ بخش میدانی رفته و با استفاده از

⁴ . Hwang and Choi

ابزار پرسشنامه اقدام به جمع آوری داده های میدانی خواهیم نمود. در نهایت داده های گردآوری شده توسط پرسشنامه استخراج، کدگذاری و مورد تجزیه و تحلیل قرار خواهد گرفت و پس از آن اقدام به تهیه و تدوین گزارش نهایی خواهیم نمود

جامعه آماری

جامعه آماری تحقیق، در مرحله اول کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد ابهر می باشند. برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران با حجم محدود استفاده شد و تعداد کارکنان ۲۵۰ نفر می باشند و براساس فرمول کوکران حجم نمونه ۱۵۱ نفر تعیین گردید.

جدول ۱، مقادیر آلفای کرونباخ به منظور پایایی آزمون

ردیف	متغیرهای تحقیق	ضریب آلفای کرونباخ
۱	فرهنگ	۰/۷۴
۲	اعتماد به رهبران	۰/۷۹
۳	کیفیت خدمات	۰/۸۶
۴	رفتار شهروندی	۰/۸۷
۵	رهبری اصیل	۰/۹۱

یافته های پژوهش :

جدول ۲، خروجی آزمون کالموگروف اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن متغیرها

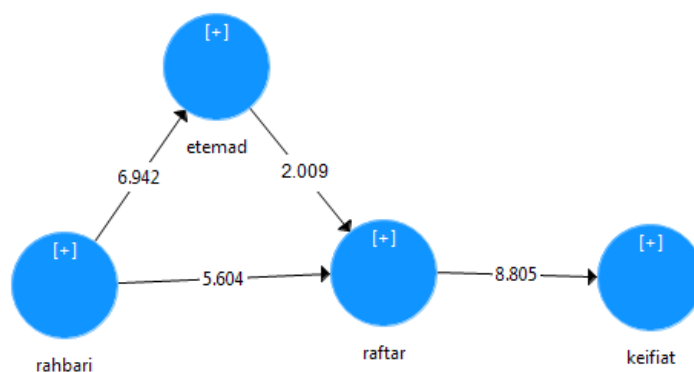
	آماره کالموگروف اسمیرنوف	سطح معنی داری	نتیجه
اعتماد به رهبران	۰/۵۸۷	۰/۲۳۶	نرمال
کیفیت خدمات	۰/۴۲۶	۰/۱۷۴	نرمال
رفتار شهروندی	۰/۷۴۲	۰/۵۶۴	نرمال
رهبری اصیل	۰/۴۷۹	۰/۱۳۷	نرمال

نتایج بررسی مقادیر آزمون کالموگروف اسمیرنوف ارائه شده در جدول ۲، نشان می دهد که توزیع متغیرهای پژوهش، نرمال است. به عبارت دیگر می توان نتیجه گرفت که توزیع داده ها در این متغیرها نرمال است. بر این اساس می توانیم از آزمون های پارامتری، به عنوان آزمون های مناسب برای بررسی فرضیات این پژوهش استفاده کنیم.

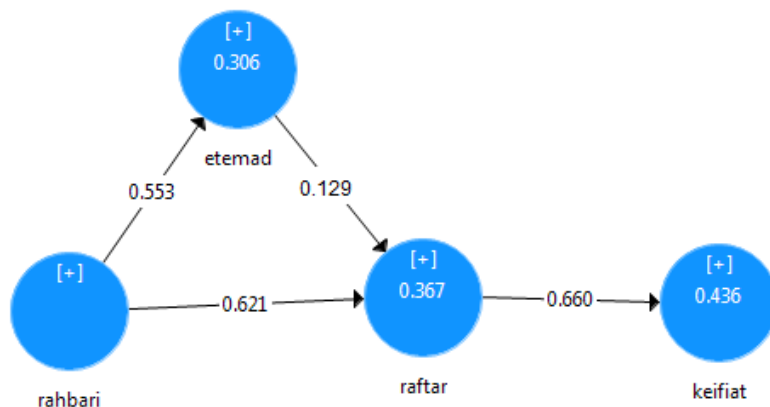
مدل معادلات ساختاری یک رویکرد آماری جامعی برای آزمون فرضیه هایی درباره روابط بین متغیرهای مشاهده شده و مکنون است. برای تجزیه و تحلیل داده های این تحقیق و با توجه به مدل ارائه شده در رابطه با تاثیر متغیرهای مکنون از معادلات ساختاری استفاده شده است. نتایج مدل معادلات ساختاری و شکل نمودار مسیر ارائه می گردد. نمودار مسیر یک نمایش گرافیکی از مدل معادلات ساختاری است که سه جز اصلی این نمودار عبارت است از: مستطیل ها و پیکان ها. این دسته از معادلات در واقع معادله هایی هستند که روابط مفروض میان متغیرهای مکنون در مدل را مشخص می کنند و از طریق آنها، ضرایب استاندارد شده رگرسیون (ضرایب مسیر) محاسبه می شود.

متغیرهایی که در مدل تعریف می شوند در یک معادله متغیر مستقل و در معادله دیگر متغیر وابسته اند و این مطلب یک به هم پیوستگی و درهم تنیدگی در نمودار معادلات به وجود می آورد. از این رو می بایست تمام این معادلات با هم به طور همزمان در نظر گرفته شود.

مدل ساختاری تحقیق در حالت ضرایب استاندارد و عدد معناداری در نمودارهای شماره ۱ و ۲ نشان داده شده است.



نمودار ۱، مدل ساختاری تحقیق با ضرایب معناداری



نمودار ۲، مدل ساختاری تحقیق با ضرایب استاندارد

نتایج آزمون

جدول ۳، نتایج آزمون فرضیات

نتیجه آزمون	عدد معناداری	ضریب استاندارد	فرضیه های پژوهش
تأیید	۶,۹۴	۰,۵۵	رهبری اصیل بر اعتماد به رهبران تأثیر دارد.
تأیید	۵,۶۰	۰,۶۲	رهبری اصیل بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر دارد.
تأیید	۲,۰۰	۰,۱۲	اعتماد به رهبران بر رفتار شهروندی سازمانی تأثیر دارد.
تأیید	۸,۸۰	۰,۶۶	رفتار شهروندی سازمانی بر کیفیت خدمات تأثیر دارد.

نتیجه گیری

مسئولین و دست اندکاران بایستی کارکنان را به گونه ای ترغیب کنند تا به هدف و قابل دستیابی بودن هدف با تلاششان، باور پیدا کنند. بایستی کارکنان را نسبت به آینده و قابل دسترس بودن اهداف خویش بین نمایند. با این روش مدیران می توانند برنامه ریزی های طولانی مدت تر داشته باشند و به اهداف خود دست یابند. در غیر اینصورت پذیرش اهداف برای کارکنان مشکل خواهد بود و یا انگیزه لازم را نخواهند داشت.

کارکنان را تشویق کنند به جای توجه به نقاط ضعف، بر نقاط قوت خود متمرکز شوند و برای تقویت نقاط قوت کارکنان و شکوفایی استعداد آنان سرمایه گذاری کنند و به آنان نسبت به عملکردشان بازخورد مؤثر دهند و در تعامل با آنها فنون شوند مؤثر را به کار گیرند. آنها را در فرایند تصمیمگیری شرکت دهند تا باعث ایجاد انگیزه بیشتر در جهت بهتر انجام دادن کارها شوند و باعث شوند کارکنان به نتیجه کار تیمی متعهد بمانند.

منابع

- خنک خان، بهرام؛ صفا، حسین؛ جواهری، هدیه؛ صدیق، نفیسه (۱۳۹۲) " بررسی ارتباط اعتماد سازمانی و سبک مدیریت تحول آفرین ". مقاله چاپ شده در دهمین همایش بین المللی مدیریت. سالن میلاد. بهار ۱۳۹۲
- حیدری کبریتی، علی؛ آفرینش خاکی، اکبر (۱۳۹۳)، ارتباط مدیریت تحول آفرین مدیران با خلاقیت دبیران تربیت بدنی متوسطه شهرستان اصفهان، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد تفت
- جروند، مینا؛ اسدزاده، حسن (۱۳۹۷)، بررسی رابطه سلامت روان و هوش معنوی با عملکرد شغلی دبیران مقطع متوسطه شهرستان شاهرود، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد شاهرود
- زارعی، محسن؛ امیرکبیری، علیرضا (۱۳۹۳)، بررسی رابطه بین سبک رهبری تحول آفرین و مولفه های سازمان یادگیرنده در دانشگاه تربیت شهید رجایی، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه واحد تهران مرکزی
- سلیمی، امراه؛ فانی، حجت اله (۱۳۹۱)، بررسی تأثیر دوره های ضمن خدمت بر عملکرد شغلی دبیران متوسطه، پایان نامه کارشناسی ارشد واحد مرودشت، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی
- قره باغی، نسترن؛ رحیم نیا، فریبرز (۱۳۹۲)، بررسی نقش واسط هوش هیجانی مدیران در تأثیر سبک رهبری تحول گرا بر عملکرد زمینه ای کارکنان، پژوهش نامه مدیریت تحول، ۴۵، ۴-۲۶
- کلنی، سیمین دخت؛ نامداری، کوروش (۱۳۹۲)، رابطه بین توانمندی های شخصیتی با عملکرد وظیفه ای و زمینه ای، فرهنگ مشاوران و روان درمانی، ۴، ۷۵-۹۷
- عزتی، میترا (۱۳۹۱)، بررسی عوامل موثر بر عملکرد آموزشی گروه های آموزشی دانشگاهی، مطالعه کیفی، پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، ۱۸، ۴۵-۲۳
- علی زاده، محمد؛ الوداری، حسن (۱۳۹۴)، بررسی رابطه رهبری مدیران با انگیزش و کیفیت زندگی کاری دبیرستان های منطقه ۱ تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی قزوین
- مؤذن، زینب؛ موحدمحمدی، حمید (۱۳۹۰)، بررسی عوامل موثر بر عملکرد شغلی آموزشگران هنرستان های کشاورزی استان تهران، رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، ۲، ۱۳۴-۱۱۵

Barnett, M.L., Jermier, J.M. and Lafferty, B.A. (2006), "Corporate reputation: the definitional landscape", *Corporate Reputation Review*, Vol. 9, pp. 26-38.

Cornelissen, J. and Elving, W.J.L. (2003), "Managing corporate identity: an integrative framework of dimensions and determinants", *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 8 No. 2, pp. 114-20

Chandana. P., & Krishnan, P. R. (2010). Organizational commitment of informational technology professionals: role of transformational leadership and work-related beliefs. *Journal of Management Studies*, 4 (1), 1-12.

Chernatony, L. and Harris, F. (2000), "Developing corporate brands through considering internal and external stakeholders", *Corporate Reputation Review*, Vol. 3, pp. 268-74.

Cheung, M.F.Y. and Wong, C.S. (2011), "Transformational leadership, leader support and employe creativity", *Leadership & Organizational Development Journal*, Vol. 32 No. 7, pp. 656-672.

Cornelissen, J. and Elving, W.J.L. (2003), "Managing corporate identity: an integrative framework of dimensions and determinants", *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 8 No. 2, pp. 114-20

Dowling, D.G. (2004), "Corporate reputations: should you compete on yours?" *California Management Review*, Vol. 46 No. 3, pp. 19-36.

Dowling, D.G. (2004), "Corporate reputations: should you compete on yours?" *California Management Review*, Vol. 46 No. 3, pp. 19-36.

Edmonelsoon, A., Gohar, R. and Temirbekova, Z. (2012), "Transformational Leadership and Innovation individual and organizational performance", *International Journal of Intercultural Relations*, Vol. 31 No. 6, pp. 703-724 .

Einwiller, S. and Will, M. (2002), "Towards an integrated approach to corporate branding: findings from an empirical study", *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 7 No. 2, pp. 100-9.

Erikson, E.H. (1960), "The problem of ego identity", in Stein, M.M., Vidich, A.J. and White, D.M. (Eds), *Identity and Anxiety*, pp. 37-87, Free Press, New York, NY and Collier-Macmillan, London.