

تبیین رابطه بین توانمندسازی روانشناختی کارکنان و جو سازمانی نوآورانه براساس مدل سیگل و کایمر

سیدوحید حسینی پور^۱، سیدرضا سیدجوادین^{۲*}، بلال نظریان^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۳/۱۶

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۷/۱۷

چکیده

نوآوری سازمان‌های بخش دولتی و گرایش آنان به سوی شرکتی شدن و تمرکز زدایی به دلیل عدم انعطاف پذیری در ساختارهای سنتی جنبشی را ایجاد کرده است که نقش کارکنان و نیاز به توانمندی آنان به عنوان مرکز ثقل هرگونه تلاش برای کاهش اندازه سازمان و بهبود خدمات به مردم مورد تأیید قرار داده است. هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه بین جو سازمانی نوآورانه و مؤلفه‌های توانمندسازی روانشناختی در کارکنان سازمان‌های دولتی شهرستان‌های رودسر و املش در استان گیلان می باشد. جامعه آماری پژوهش را کلیه کارکنان سازمان‌های دولتی شهرستان‌های رودسر و املش در سال ۱۳۹۴ تشکیل می دهند که تعداد ۱۶۸ نفر با روش نمونه گیری تصادفی به عنوان نمونه آماری انتخاب گردیدند و از آنها خواسته شد تا پرسشنامه جو سازمانی نوآورانه سیگل و کایمر و پرسشنامه توانمندسازی روانشناختی اسپریتر را تکمیل نمایند. جهت تحلیل داده‌ها، از شاخص‌های میانگین، انحراف معیار، ضریب همبستگی و تحلیل رگرسیون استفاده شد. نتایج نشان داد که بین جو سازمانی نوآورانه با توانمندسازی روانشناختی همبستگی مثبت و معنی داری وجود دارد. همچنین در سطح معناداری ۰/۰۰۱ حمایت از خلاقیت با اعتماد و نیز تأمین منابع برای نوآوری با تأثیرگذاری و اعتماد رابطه معناداری دارند. و در سطح معناداری ۰/۰۰۵ بین تأمین منابع جهت نوآوری با خودمختاری ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد.

کلید واژه‌ها: توانمندسازی روانشناختی، جو سازمانی نوآورانه، سازمانها، نوآوری

^۱ گروه مدیریت، مؤسسه آموزش عالی قدیر لنگرود، لنگرود، ایران
^۲ استاد گروه مدیریت دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، تهران، ایران
^۳ گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران
نویسنده مسئول: rjavadin@ut.ac.ir

مقدمه

سازمان‌ها در چگونگی مدیریت جامعه تأثیری تعیین کننده دارند و می‌توانند به طور شگفت‌انگیزی در ارتقاء سطح زندگی و موفقیت جهانی هر جامعه نقش داشته باشند، سازمان‌های بزرگ و کوچک دولتی از قدرت‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی عظیمی برخوردارند، در واقع رونق و رکورد سازمان‌ها تأثیر مثبت و منفی قابل ملاحظه‌ای بر جامعه دارد. بنابراین نباید سازمان‌ها را صرفاً ابزار ارائه خدمات یا تولید کالاها فرض کرد و باید توجه داشت که تعداد زیادی از آدمیان بخش عمده‌ای از عمر خود را در آنها سپری می‌کنند، به همین لحاظ سازمان تأثیر چشمگیری بر رفتار افراد خود دارند (رضایان، ۱۳۸۸). سازمانها به طور فزاینده‌ای در حال رشد و پیشرفت هستند و این امر ضرورت نوآوری، انعطاف پذیری، پاسخگویی و بهره‌وری را برای بقاء و موفقیت سازمان بیشتر می‌کند. یک جو مناسب می‌تواند نقش محرک دائمی را بر عهده گرفته و رفتار کارکنان را در جهت نوآوری هدایت کند، بنابراین می‌توان گفت که اگر سازمانی که جوی مناسب برای نوآوری دارد با بحران مواجه شود به آسانی می‌تواند با برانگیختن توجه کارکنان خود به سوی حل آن مشکل بر بحران فایق آید. اما در سازمانی با جو نامناسب جلب این توجهات، مدت بسیاری زیادی به طول می‌انجامد (شریفی و آقاسی، ۱۳۸۹). در عصر حاضر چالش اصلی مدیران، آماده کردن محیط مناسب برای رشد و پرورش توانایی انسان‌ها است، لذا از مهم‌ترین مهارتهایی که در سازمان باید به آن توجه شود، شناسایی جو سازمانی مناسب و مدیریت آن توسط مدیران سازمانها است (عیوضی و همکاران، ۱۳۹۳).

جو سازمانی یعنی ادراک رسمی و غیر رسمی از سیاست‌ها، اعمال و رویه‌های سازمانی که می‌تواند بر متغیرهای دیگر سازمانی اثر بگذارد (براتی احمدآبادی و همکاران، ۱۳۸۹). جو سازمانی نگرش و رفتار کارکنان را هم به صورت مثبت (مانند بهره‌وری و رضایت شغلی) و هم به صورت منفی (مانند غیبت از کار و ترک خدمت) به طور مستقیم یا غیر مستقیم توسط کسانی که در سازمان کار می‌کنند تحت تأثیر قرار می‌دهد، از این رو با توجه به تأثیری که جو سازمانی بر رفتار کارکنان دارد، مدیران باید جو مناسبی در سازمان ایجاد کنند تا به نحو مطلوب به اهداف و آرمان‌های سازمان دست یابند. جو سازمانی، تمامی جنبه‌های داخلی یک سازمان می‌باشد که از طرف رده‌های بالای سازمان مشخص شده و رفتار تمامی اعضای آن سازمان را تحت تأثیر قرار می‌دهد و به وضوح توسط تمامی اعضای آن سازمان درک شده است. جو سازمانی به عوامل متعددی وابسته می‌باشد از جمله تعهد، اطمینان، حسن تعلق و مالکیت نسبت به سازمان و رضایت شغلی (کازمی و همکاران، ۱۳۹۱). جو سازمانی از دو رویه جو همکارانه و جو نوآورانه تشکیل شده است. هنگامی که در یک سازمان جو همکارانه را در درون سازمان ادراک می‌کنند، احتمال بیشتری دارد که با یکدیگر رابطه تعاملی برقرار کنند. هنگامی که شرکت‌ها سطح بالایی از جو نوآورانه ارائه می‌دهند، کارکنان برای مبادله و تسهیم دانش، به منظور خلق موضوع‌های جدید، تعامل خود را با دیگران افزایش دهند (هوجل^۱ و همکاران، ۲۰۰۳). جو مربوط به نوآوری عبارت است از ادراک کارکنان درباره نوآوری در سازمان که شامل احساسات، نگرش‌های رفتاری است. در جوی که قویاً برای نوآوری مناسب می‌باشد، کارکنان باور دارند که به نوآوری بها داده شده و در ازای ارائه رفتارهای نوآورانه به آنها پاداش داده خواهد شد. در یک جو نوآورانه ضعیف کارکنان احساس نمی‌کنند به نوآوری ارجح نهاده می‌شود و می‌ترسند که با ارائه ایده‌های نو مورد تمسخر سایرین قرار گیرند. بنابراین با توجه به اهمیت داشتن نیروی کار خلاق و نوآور، سازمان‌هایی که جو مناسبی را برای نوآوری فراهم می‌کنند، از مزایای رقابتی بدست آمده بهره خواهند برد. برای ایجاد نوآوری لازم است مدیران توجه کارکنان خود را به سوی توسعه و ایجاد راهکارها، فرایندها و محصولات جدید جلب کنند، کارکنان تمایل دارند تا با ایجاد و استقرار رویه‌هایی، از آن چه نیاز به تغییر و تحول دارد، پرهیز کنند. برای مقابله با چنین گرایشی (تمایل به ثبات) ارائه محرک‌ها و انگیزاننده‌های مداوم لازم است تا افراد را به تحرک وادارد (ون دیون^۲، ۱۹۸۶).

جو سازمانی نوآورانه عبارت است از یک مجموعه طولانی از ادراکات خلاقانه که به وسیله اعضای یک سازمان درباره مشخصات و چگونگی عملکرد سازمانشان بیان می‌شود که می‌تواند در ایجاد انگیزش برای کارکنان به بهبود روحیه شان، مشارکت افراد در تصمیم‌گیری‌ها و همچنین افزایش خلاقیت و نوآوری موثر باشد و به عنوان یک منبع مهم در تامین سلامت روانی کارکنان به حساب آید. بنابراین تغییر خلاقانه در هر بخش از جو سازمانی منجر به تغییر فوری و عمیق در نحوه انجام کار و عملکرد کارکنان می‌شود. در همین راستا فیلیپ و والرنند^۳ (۲۰۰۸) نشان دادند که محیط کاری پرستاران زن که تقویت کننده حس خود مختاری در آنهاست، منجر به تسهیل روانشناختی (افزایش رضایت از زندگی، افزایش عزت نفس و در پژوهش خود کاهش افسردگی) در آنها می‌شود (صفرزاده و

1- Hogel

2- Van deven

3- Philippe & Vallerand

همکاران، ۱۳۹۱). از نظر باسو^۱ (۱۹۹۱) منظور از جو سازمانی نوآورانه^۲ جوی است که توانایی پذیرش یک عقیده یا رفتاری که برای صنعت، بازار یا محیط عمومی سازمان تازگی داشته باشد را دارد. مک مورای^۳ (۲۰۰۳) در پژوهشی نیز جو سازمانی چالش انگیز را به عنوان عامل مهمی که بر رفتار اعضای سازمان تاثیر می گذارد، نشان داده است. در همین راستا ادواردز^۴ (۲۰۱۰) بر اساس پژوهشی نشان داد در سازمانی که جو سازمان، پذیرنده و تسهیل کننده تغییر باشد و رهبری خلاق، نوآور، حامی و نیرو بخش سازمان را اداره کند، کارکنان سازمان به میزان بیشتری پذیرای نوآوری در سازمان هستند و خود نیز شخصاً به تغییر و خلاقیت داوطلبانه، که همان احساس توانمندی روانی و در پی آن افزایش رفتارهای فرانش است روی می آورند (نادری و صفرزاده، ۱۳۹۳). چارچوب نظری جو سازمانی نوآورانه بر اساس نظریه سیگل و کایمر با تاکید بر مبانی نظری موجود در زمینه جو سازمانی از دو خرده مقیاس، حمایت از خلاقیت و تأمین منابع برای نوآوری در سازمانها تشکیل شده است که در ادامه بررسی خواهد شد.

شومپتر^۵ اولین کسی بود که در سال ۱۹۳۴ نوآوری را در قالب مفهوم علمی مطرح کرد. وی نوآوری را با توسعه اقتصادی مربوط دانست و آنرا بعنوان ترکیب جدیدی از منابع مولد ثروت و به کارگیری توانایی ذهنی برای ایجاد یک فکر یا مفهوم جدید معرفی کرد. خلاقیت به معنای توانایی ترکیب ایدهها در یک روش منحصر به فرد یا ایجاد پیوستگی بین ایده هاست (همایون زاده و حاج علیان، ۱۳۹۳). نوآوری نوعی تغییر را ایجاد می کند، اما هر تغییری را نمی توان نوآوری نامید. نوآوری تغییر بدیع و تازه است که بر اساس اندیشه نو که سابقه قبلی نداشته به وجود می آید و از این رو اگر چه نوآوری تغییر است، اما هر تغییری نوآوری نیست (الوانی، ۱۳۸۹). استراتژی نوآوری به فرایند ایجاد، ارزیابی، توسعه و تولید محصولات، فرایندها و روشهای جدید اشاره دارد، بنابراین به طور خلاصه می توان گفت که نوآوری عبارتست از معرفی ایدهها، محصولات، خدمات و فعالیت‌های جدید و سودمند برای جامعه (مرادی و همکاران، ۱۳۹۱). نوآوری به تلاش‌های یک شرکت برای یافتن فرصت‌های جدید و راه حل‌های نو گفته می شود. قابلیت نوآوری است که به کسب و کار توانایی سریع خلق ایده، شیوه‌های جدید، گسترش و معرفی محصولات و خدمات جدید یا بهبود محصولات و خدمات موجود را می دهد. قابلیت نوآوری، عاملی کلیدی برای استمرار نوآوری در کسب و کارهاست و به آنها این توانایی را می دهد تا در محیط متغیر کنونی اثربخش تر رقابت کنند (کازمی و همکاران، ۱۳۹۱). در تحقیقات بر روی نوآوری طبقه بندی‌های مختلفی وجود دارد که حدود ۲۰ نوع نوآوری در سه تقسیم بندی کلی نوآوری سازمانی، نوآوری متمرکز و نوآوری به عنوان خروجی اصلی سازمان ارائه شده است. اما یکی از تقسیم بندی‌های مطرح، تفاوت بین نوآوری فرایند و محصول است. نوآوری در محصول به محصول و خدمات جدید یا بهبود یافته‌ها برای مشتریان خود اشاره دارد و نوآوری در فرایند به تغییر و بهبود روش هایی که سازمان از طریق آنها امور را به انجام می رساند اشاره می کند (مرادی و همکاران، ۱۳۹۱). برای بهبود و اصلاح سازمانها تلاش‌های زیادی انجام شده است که عمده‌تاً حول موضوعاتی مانند: سلسه مراتب و دیوانسالاری، تشکیل گروه‌های فعال و مشارکت در تصمیم گیری از سوی پایین ترین رده سازمانی است. نوآفرینی سازمان‌های بخشی دولتی و گرایش آنان به سوی شرکتی شدن و تمرکز زدایی به دلیل عدم انعطاف پذیری در ساختارهای سنتی جنبشی را ایجاد کرده است که نقش کارمندان و نیاز به توانمندی آنان به عنوان مرکز ثقل هرگونه تلاش برای کاهش اندازه سازمان و بهبود خدمات به مشتریان و مردم مورد تایید قرار گرفته است. توانمندسازی حرکت از نظام تصمیم گیری سلسله مراتبی توسط مدیران به نظام کاهش سلسله مراتبی کنترل و تصمیم گیری توسط رده‌های پایین است (عبداللهی، ۱۳۸۵).

امروزه منشأ اصلی رقابتی سازمانها برخورداری از نیروی انسانی کارآمد، توانا و مشارکتی است و فاصله میان جوامع از حیث دانایی و نادانی است. بنابراین دانایی و کیفیت منابع و نیروهای انسانی به عنوان مهمترین، با ارزش ترین و گرانبه ترین سرمایه و منابع یک سازمان نقش عمده‌ای را در توسعه پایدار جامعه دارند (نصیری پور و همکاران، ۱۳۹۲). از جمله موارد سازمانی دیگر که امروز توجه بسیاری از نظریه پردازان روانشناختی از جمله توماس دولتهوس^۶ (۱۹۹۰) و تیلور^۷ (۲۰۰۳) را به خود معطوف ساخته است، توانمندسازی

1- Basu

2- Innovative organizational

3- Mc Murray

4- Edwards

5- Schumpeter

6- Thomas & velthouse

7- Taylor

روانشناختی^۱ کارکنان است که عملکرد آن تابعی از انگیزش و توان است. توانمندسازی نیروی انسانی به عنوان یک مفهوم نظری تأثیر زیادی بر اثربخشی سازمانی و مدیریتی و ابتکار سازمانی دارد، اندیشمندان مدیریت تحول و بهسازی آن را به عنوان یک راهبرد اثر گذار بر عملکرد نیروی انسانی و سازمانی معرفی کرده اند (سید عامری و اسمعیلی، ۱۳۸۹). در عصر حاضر، اطلاع مدیران منابع انسانی از توانمندسازی به عنوان ابزار ضروری افزایش رضایت مندی کارکنان، اهمیت حیاتی داشته و بهره وری و اثر بخشی بیشتری را سبب می شود. در واقع از طریق توانمندسازی، مدیران به طور واقعی اثربخشی خود را چند برابر می کنند که در نتیجه آنها و سازمان‌های مربوطه نیز کارآمدتر شده و می توانند تغییر کنند (نصیری پور و همکاران، ۱۳۹۲). کارکنان توانمند باید نوآور، کارآفرین و ریسک پذیر باشند و نسبت به سازمان احساس مالکیت کنند و به طور دائم با یکدیگر در تضاد خلاق ایجاد هم افزایی نموده، تفاوت‌ها را آشکار و حل نمایند (فریاد و همکاران، ۱۳۹۳).

یکی از عوامل مهم بقا و حیات سازمان‌ها و ادارات، کیفیت توانمندی نیروی انسانی است. به عبارت دیگر اهمیت منابع انسانی به مراتب از فناوری‌های جدید، منابع مالی و مادی بیشتر است. توانمندی منابع انسانی به عنوان یک رویکرد نوین انگیزشی درونی شغل، به معنی آزاد کردن نیروهای درونی کارکنان و فراهم کردن بسترها و به وجود آوردن فرصت‌ها برای شکوفایی استعدادها، توانایی‌ها و شایستگی‌های افراد می باشد و در واقع شامل ادراکات فرد نسبت به نقش خویش در شغل و سازمان می شود (عبدالهی، ۱۳۸۵). اصطلاح توانمندسازی در مدیریت از اواسط قرن بیستم و شکل گیری نهضت روابط انسانی در جهت ارتقاء شرایط انسانی کار مطرح شد. آنان در مطالعات خود مفاهیمی چون تمایل افراد به تجربه خود کنترلی، انگیزه تسلط، انگیزه اثرگذاری و برای خود آزادی قائل شدن را مورد توجه قرار دادند. ریشه همه این پژوهش‌ها، موضوع توانا شدن (داشتن قدرت تسلط) در مقابل ناتوانی است (لیترل^۲، ۲۰۰۷). درباره توانمندسازی تعاریف گوناگونی ارائه شده است که در ادامه به برخی از این تعاریف پرداخته می شود. وتن و کمرون^۳ توانمندسازی را به معنی قدرت بخشیدن به کارکنان می دانند، به این معنی که به آنان کمک کنیم تا احساس اعتماد به نفس را تقویت کنند، بر احساس ناتوانی یا درماندگی غلبه کنند، برای انجام فعالیت‌ها به آنها انرژی و انگیزه درونی بدهیم. اگر چه قدرت مانند توانمندسازی دلالت بر توانایی انجام کارها را دارد، اما این دو یک چیز نیستند و افراد هم می توانند قدرت داشته و هم نداشته باشند (رجب بیگی و همکاران، ۱۳۹۲).

توانمندسازی از نظر گرو^۴ (۱۹۷۱)، یعنی تفویض اختیار قانونی و قدرت بخشی است و همچنین اعطای اختیار تصمیم گیری به کارکنان به منظور افزایش کارایی آنان و ایفای نقش مفید در سازمان است. در تعریف آرچریس^۵ (۱۹۹۸)، توانمندسازی واگذاری اختیارات رسمی و قدرت قانونی به کارکنان است. به عبارت دیگر توانمندسازی یعنی کارکنان باید به این باور برسند که توانایی و شایستگی لازم برای انجام وظایف را به طور موفقیت آمیز داشته و احساس کنند که آزادی عمل و استقلال در انجام فعالیت‌ها را دارند، همچنین باور داشته باشند که توانایی تأثیرگذاری و کنترل بر نتایج شغلی را دارند، احساس کنند که اهداف شغلی ارزشمندی را دنبال می کنند و یقین داشته باشند که با آنان صادقانه و منصفانه رفتار می شود (سلاجقه و همکاران، ۱۳۹۲). در توانمندسازی روانشناختی به بعد روانی و ادراکی توانمندسازی پرداخته شده است و توانمندسازی به عنوان یک عامل زیر بنایی در بهبود و توسعه فعالیت‌های سازمان در نظر گرفته شده است. در واقع توانمندسازی روانشناختی، فرآیند ایجاد انگیزه درونی از طریق آماده سازی محیط، ایجاد بستر لازم جهت انتقال احساس خود اثربخشی بیشتر و در نهایت توانایی بیشتر است (ریوین و سیکل کو^۶، ۲۰۰۸). توانمندسازی می تواند اعتماد به نفس کارکنان را افزایش دهد، کارکنان را از قدرت انطباق بیشتری برخوردار سازد و در نهایت، توانمندسازی موجب می شود کارکنان به نیازهای ارباب رجوع سریع تر پاسخ گفته و در ارجاع درخواست‌های مشتریان به مدیران صف، وقت کمتری هدر دهند (نصیری پور و همکاران، ۱۳۹۲). اسپریتزر^۷ پیشنهاد می کند اگر توانمندسازی بخواهد کارکرد لازم را داشته باشد می بایست قبل از آنکه کسی آن را تقدیم کند، خود فرد باید چنین احساسی داشته باشد. از نظر او جایگزینی رویکرد و نرم افزاری نسبت به توانمندسازی به جای دیدگاه

1- Psychological empowerment

2- Littrell

3- Wetten & Cameron

4- Grove

5- Argyris

6- Rivkin & Seggelkow

7- Spreitzer

سخت افزاری به این مهم کمک می نماید. به زعم وی توانمندسازی روانشناختی در برگیرنده حالات مهم روانی فرد نسبت به محیط کاری اوست که در پنج احساس خلاصه می شود: احساس معنی دار بودن، شایستگی، احساس موثر بودن، احساس خودمختاری و اعتماد (اسپرتیزر، ۱۹۹۵).

مروری بر ادبیات مدیریت نشان می دهد که در کارکردهای مدیریت، توانمندسازی به عنوان موضوعی مهم به میزان بسیاری مورد توجه قرار گرفته است و یکی از عناصر مهم اثربخشی مدیریتی و سازمانی است و هر وقت که قدرت کنترل به اشتراک گذاشته شده، اثر بخشی نیز افزایش می یابد. توانمندسازی الگویی از عدم تمرکز می باشد که نیازمند تفویض اختیار تصمیم گیری های اصولی به کارکنان رده پایین است. همچنین، به معنای تزریق نیرو در کارکنان است. سازمان باید احساس نیرو شخصی کارمند را تقویت کند (بودلایی و همکاران، ۱۳۸۹).

پاول و همکاران^۱ (۲۰۰۲) در پژوهشی با عنوان محیط، جو و نوآوری سازمان به بررسی اثر محیط و جو سازمان بر پذیرش نوآوری در سازمان پرداخته و به این نتیجه رسیدند که متغیرهای اندازه سازمان، ضعف یا کمبود منابع و سن سازمان، تأثیر مثبتی بر پذیرش نوآوری در سازمان دارند. همچنین سونه^۲ (۲۰۰۹) در تحقیق خود به بررسی رابطه شیوه های رهبری و جو سازمانی با خلاقیت و نوآوری پرداخت، و نتایج پژوهش وی نشان داد که متغیر سبک رهبری مدیران با متغیر خلاقیت و نوآوری کارکنان رابطه مثبت، مستقیم و معنادار دارد. همچنین متغیر جو سازمانی اثر مثبت و معناداری بر خلاقیت و نوآوری دارد. یعنی هر چه سبک های رهبری و جو سازمانی مناسب تر و حامی فرهنگ خلاقیت و نوآوری باشد، نوآوری در آن سازمان نیز افزایش می یابد (کازمی و همکاران، ۱۳۹۱). در مطالعه ای که توسط فرنال و مولدگاز^۳ (۲۰۱۲) به منظور بررسی شیوه های مختلف توانمندسازی و تشویق کارکنان جهت یافتن راههای بهتر انجام کارها در بین کارکنان دولت فدرال آمریکا صورت پذیرفت، نتایج بیان داشت که کارکنان توانمند با پیدا کردن راه خلاقانه برای اصلاح اشتباهات در ارائه خدمات و طراحی مجدد فرایندهای کاری، عملکرد خود را بهبود می دهند (فریاد و همکاران، ۱۳۹۳). استاندر و روتمن^۴ (۲۰۱۰) در تحقیقی با هدف بررسی رابطه توانمندسازی روانشناختی، عدم امنیت شغلی و تعهد شغلی، به سنجش و ارزیابی توانمندسازی روانشناختی و اشتیاق شغلی در بین کارکنان یک سازمان تولیدی نامیبا پرداخت و نتایج نشان داد که عدم امنیت شغلی تأثیر قابل توجهی بر توانمندسازی روانشناختی و اشتیاق دارد (فریاد و همکاران، ۱۳۹۳). راتماواتی^۵ (۲۰۰۷) در پژوهشی بیان می دارد که شایستگی مدیران و تعهد و توانمندسازی کارکنان رابطه مثبت و معناداری با عملکرد سازمان دارد. و نیز هاریس^۶ (۲۰۰۹) عنوان می کند توانمندسازی کارکنان با رضایت شغلی رابطه معناداری دارد و همچنین در رابطه تبادل رهبر- پیرو با رضایت شغلی، توانمندسازی نقش میانجی گری ایفا می کند (سید عامری و اسماعیلی، ۱۳۸۹). در مطالعاتی که در ایران صورت گرفته است، اسدی و تقوی (۱۳۸۹) طی تحقیقی نشان دادند که بین جو سازمانی نوآورانه و برانگیختگی عقلانی، انگیزش الهامی، ملاحظه فردی یعنی رفتار معطوف به همکاران و رفتار نوآورانه رابطه معناداری وجود دارد. همچنین افشاری (۱۳۸۶) طی تحقیقی نشان داد که بین روابط و رفتارهای معطوف به گروه کاری با جو سازمانی نوآورانه و رفتار نوآورانه رابطه مثبت و معناداری وجود دارد (صفرزاده و همکاران، ۱۳۹۱). صفرزاده و همکاران (۱۳۹۱) طی تحقیقی با عنوان رابطه جو سازمانی نوآورانه و اشتیاق شغلی با رفتار مدنی سازمانی در کارکنان زن نشان دادند که بین جو سازمانی نوآورانه و اشتیاق شغلی با رفتار مدنی سازمانی آنان رابطه مثبت معنی داری وجود دارد. فیضی و ذوالفقاری مقدم (۱۳۸۷) در پژوهشی با عنوان شناسایی متغیرهای مرتبط با توانمندسازی روانشناختی کارکنان آموزش و پرورش شهر قم به این نتیجه رسیدند که از بین متغیرهای جمعیت شناختی مورد نظر، سطح تحصیلات، جنسیت و سابقه خدمت با توانمندسازی روانشناختی رابطه دارند و سن کارکنان و پست های سازمانی آنان هیچگونه ارتباطی با توانمندسازی روانشناختی ندارد. فریاد و همکاران (۱۳۹۳) در مطالعه ای به بررسی نقش واسطه اشتیاق شغلی در رابطه بین توانمندسازی روانشناختی و رفتار نوآورانه در کارکنان پرداخت و یافته ها نشان داد که رابطه توانمندسازی روانشناختی به واسطه اشتیاق شغلی نتیجه مثبت در بروز و افزایش رفتار نوآورانه

1- Paulet al.

2- Soonhe

3- Fernald & Muldgaz

4- Stander & Routman

5- Ratmavaty

6- Harris

کارکنان دارد. نعامی و همکاران (۱۳۹۰) در پروژه‌ای نشان دادند که فرهنگ سازمانی به صورت غیرمستقیم از طریق توانمندسازی روانشناختی با رفتارهای نوآورانه رابطه مثبت و معنادار و بصورت غیرمستقیم از طریق توانمندسازی روانشناختی با اشتیاق شغلی رابطه مثبت و معناداری دارد (فریاد و همکاران، ۱۳۹۳). امروزه تغییر و تحولات سریع عوامل محیطی، میزان پیچیدگی و ابهام را افزایش داده است و در چنین شرایطی استفاده از پارادایم‌های قدیمی چاره ساز نیست. از این رو در پژوهش حاضر تلاش شده است تا از یک رویکرد جدید که مجموعه‌ای از مفاهیم مدیریتی و رفتاری را به منظور مقابله با این شرایط پیچیده همزمان مورد توجه قرار داده است، استفاده شود. در این تحقیق، تلاش می‌شود تا به این پرسش پاسخ داده شود که آیا بین توانمندسازی روانشناختی و جو سازمانی نوآورانه ادراک سازمانهای شهرستان‌های املش و رودسر ارتباط وجود دارد؟ به عبارت ساده تر، آیا توانمند ساختن کارکنان می‌تواند سازمانها و ادارات دولتی را در ایجاد جو سازمانی نوآورانه و خلاق یاری نماید.

روش‌شناسی

روش پژوهش، توصیفی از نوع همبستگی است، به لحاظ هدف کاربردی و به لحاظ جمع آوری اطلاعات میدانی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش را کلیه کارکنان ادارات دولتی شهرستان‌های رودسر و املش که حدود ۶۰۰ نفر هستند تشکیل می‌دهد که از این بین تعداد ۱۶۸ نفر به روش نمونه گیری تصادفی ساده به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. ابزارهای پژوهش شامل پرسشنامه جو سازمانی نوآورانه سیگل و کایمر و پرسشنامه توانمندسازی روانشناختی اسپریتزر می‌باشد.

پرسشنامه جو سازمانی نوآورانه سیگل و کایمر: این پرسشنامه برای اولین بار در سال ۱۹۸۷ توسط سیگل و کایمر ساخته شده است که شامل ۲۴ گویه می‌باشد و بصورت توصیفی تدوین شده است. با تاکید بر مبانی نظری موجود در زمینه جو سازمانی، در ساختارسازی این ابزار از خرده مقیاس، یعنی حمایت از خلاقیت و تامین منابع برای نوآوری در سازمان‌ها استفاده شده است. پاسخ‌های پرسشنامه در یک مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت که دامنه‌اش از کاملاً مخالف ۱ تا کاملاً موافق ۵ می‌باشد ترسیم شده است و می‌توان اذعان داشت که طیف نمره گذاری این پرسشنامه از نمره ۲۴ که معرف کمترین میزان نوآوری سازمانی می‌باشد تا نمره ۱۲۰ که معرف بیشترین میزان نوآوری سازمانی است را شامل گردد. مطالعات چندی در زمینه میزان امتیاز و روایی پرسشنامه جو سازمانی نوآورانه صورت گرفته است. افشاری و نعامی در سال ۱۳۸۵ جهت اعتبار یابی این پرسشنامه، از آلفای کرونباخ استفاده کرده اند و مقدار آن را ۰/۷۹ و ۰/۷۴ گزارش نموده اند. روایی پرسشنامه نیز توسط این محققان، ۰/۳۰ و ۰/۴۶ گزارش شده است، همچنین در پژوهش محمودی نسب و همکاران به سال ۱۳۸۶ برای بررسی ضرایب اعتبار درونی پرسشنامه فوق از ضریب آلفای کرونباخ و برای محاسبه ضریب اعتبار بیرونی از روش تنصیف استفاده شده و به ترتیب ضرایب ۰/۸۰ و ۰/۸۲ حاصل شده است.

پرسشنامه توانمندسازی روانشناختی اسپریتزر^۱: توانمندسازی روانشناختی اولین بار در سال ۱۹۹۰ توسط توماس و ولتهوس^۲ به صورت مفهومی و نظری مطرح شد. اسپریتزر در سال ۱۹۹۵ با استفاده از الگوی آنان، اندازه گیری ابعاد توانمندسازی روان شناختی، یعنی شایستگی، خودمختاری، تاثیرگذاری و معنی دار بودن پرداخت و آنها را اعتبار یابی کرد. وتن و کمرون^۳ (۱۹۹۸) با تاکید بر چهار بعد توانمندسازی بعد اعتماد را به آن اضافه کرده اند. این پرسشنامه از ۱۵ گویه و از نوع مقیاس لیکرت پنج درجه‌ای (کاملاً مخالفم، مخالفم، نظری ندارم، موافقم و کاملاً موافقم) است و نمره گذاری آن به صورت ۱، ۲، ۳، ۴، ۵ می‌باشد. حداقل و حداکثر نمره افراد در کل پرسشنامه نیز به ترتیب ۱۵ و ۷۵ می‌باشد. دامنه پایایی این پرسشنامه در پژوهش تقی پور و همکاران به دو روش آلفای کرونباخ و تنصیف از ۰/۶۶ تا ۰/۸۸ محاسبه شد که بیانگر پایایی مطلوبی است. در نمونه صنعتی شاخص نیکویی برازندگی تعدیل شده برابر با ۰/۹۳ میانگین مجذورات باقی مانده برابر با ۰/۰۴ و شاخص برازندگی غیر مرکزی هنجاری برابر با ۰/۹۷ بدست آمده است (نادری و صفرزاده، ۱۳۹۳).

یافته‌های تحقیق

جامعه آماری این پژوهش کارکنان شاغل در ادارات و سازمان‌های دولتی شهرستان‌های رودسر و املش بودند. تعداد ۱۶۸ نفر از کارکنان به صورت تصادفی در این پژوهش شرکت نمودند و داده‌ها به صورت زیر و با استفاده از آمار توصیفی و استنباطی مورد بررسی قرار گرفت. جدول شماره (۱) فراوانی و درصد فراوانی افراد نمونه را به تفکیک جنسیت، مدرک تحصیلی و سابقه کار نشان می‌دهد.

1- Spreitzer

2- Thomas & Velthouse

3- Wetten & Cameron

جدول ۱. نتایج آزمون نرمال بودن داده‌ها

متغیر	شاخص	فراوانی	درصد
تحصیلات	دیپلم	۱۴	٪ ۸
	کاردانی	۲۷	٪ ۱۶
	کارشناسی	۸۰	٪ ۴۸
جنسیت	کارشناسی ارشد و بالاتر	۴۷	٪ ۲۸
	مرد	۱۱۴	٪ ۶۸
	زن	۵۴	٪ ۳۲
سابقه	زیر ۱۰ سال	۳۷	٪ ۲۲
	۱۰ تا ۱۹ سال	۷۶	٪ ۴۵
	۲۰ سال به بالا	۵۵	٪ ۳۳

لازم به ذکر است که ۶۸٪ نمونه آماری را کارکنان مرد و ۳۲٪ را کارکنان زن تشکیل داده اند. همچنین در متغیر میزان تحصیلات، آزمودنی‌های دارای مدرک کارشناسی با تعداد ۸۰ نفر و ۴۸٪ بیشترین فراوانی را به خود اختصاص دادند. دارندگان مدرک کارشناسی ارشد و بالاتر با ۲۸٪، مدرک کاردانی با ۱۶٪ و مدرک دیپلم با ۸٪ در ردیف‌های بعدی قرار گرفتند. به لحاظ متغیر سابقه کار، میانگین ۱۰ تا ۱۹ سال با ۴۵٪ بیشترین آمار را به خود اختصاص داد. در ادامه میانگین و انحراف معیار متغیرهای این پژوهش شامل توانمندسازی روانشناختی و مولفه هایش (معنی دار بودن، شایستگی، خودمختاری، تأثیرگذاری و اعتماد) و جو سازمانی نوآورانه و مولفه هایش (حمایت از خلاقیت و تأمین منابع) به تفکیک جنسیت در جدول شماره (۲) مشخص شده است.

جدول ۲. میانگین و انحراف معیار توانمندسازی روانشناختی، جو سازمانی نوآورانه و مولفه هایشان به تفکیک جنسیت

متغیرها	جنسیت	میانگین	انحراف معیار
توانمندسازی روانشناختی	مرد	۱۱,۷۷	۲,۵۵
	زن	۱۱,۸۸	۲,۵۳
معنی دار بودن	مرد	۱۲,۸۶	۱,۲۵
	زن	۱۱,۸۸	۲,۶۴
شایستگی	مرد	۱۲,۶۸	۰,۹۵
	زن	۱۳,۸۸	۱,۵۵
خودمختاری	مرد	۱۱,۹۵	۱,۵۹
	زن	۱۱,۸۸	۲,۳۶
تأثیرگذاری	مرد	۱۱,۹۵	۲,۱۵
	زن	۱۱,۷۵	۰,۸۹
اعتماد	مرد	۱۱,۷۷	۲,۵۵
	زن	۱۱,۸۸	۲,۵۴
جو سازمانی نوآورانه	مرد	۸۴,۵۰	۱۲,۳۸
	زن	۸۴,۷۵	۸,۹۱
حمایت از خلاقیت	مرد	۴۷,۳۶	۶,۳۵
	زن	۴۶,۶۲	۱,۹۹
تأمین منابع	مرد	۳۷,۱۴	۷,۵۱
	زن	۳۸,۱۲	۷,۳۸

به منظور استفاده از مدل‌های رگرسیونی برای سنجش میزان ارتباط متغیرها با یکدیگر، باید پیش فرض نرمال بودن مشاهدات متغیر پاسخ (متغیر وابسته) در مدل‌های رگرسیونی برقرار باشد. در این بخش با استفاده از برازش مدل‌های رگرسیونی بین متغیرها فرضیه‌های پژوهش آزمون شد. جهت بررسی نرمال بودن مشاهدات از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف استفاده گردید که نتایج آن در جدول (۳) ارائه شده است.

جدول ۳- آزمون نرمال بودن مشاهدات متغیرهای پژوهش

شاخص	جوسازمانی نوآورانه	توانمندسازی روانشناختی
آماره کلموگروف- اسمیرنوف	۰/۶۳۷	۰/۸۲
سطح معنادار	۰/۸۱۲	۰/۵۱۲

بر اساس سطوح معناداری بدست آمده برای این آزمون مشاهده می‌شود که تمامی مقادیر بزرگ‌تر از خطای نوع اول ۰/۰۵ بوده‌اند، لذا فرضیه صفر آزمون را مبنی بر نرمال بودن مشاهدات می‌پذیریم و در نتیجه برازش مدل‌های رگرسیونی بلامانع خواهد بود. سپس در راستای هدف تحقیق حاضر جهت تعیین نمرات بین متغیرهای پیش بین (جو سازمانی نوآورانه) و ملاک (توانمندسازی روانشناختی) از تحلیل رگرسیون استفاده گردید که نتایج آن در جدول (۴) ارائه گردیده است.

جدول ۴- تحلیل واریانس و رگرسیون نمرات متغیر ملاک بر نمرات متغیر پیش بین

مدل	مجموع مجزورات	درجه آزادی	میانگین مجزورات	F	P
رگرسیون	۴۰۱/۱۵۱	۱	۴۰۱/۱۵۱	۱۳/۰۹۷	۰/۰۰۱
باقیمانده	۱۴۷۰/۲۲۹	۴۸	۳۰/۶۳۰		
کل	۱۸۷۱/۳۸۰	۴۹			

با توجه به نتایج مندرج در جدول شماره (۴) می‌توان گفت که مدل براش داده شده در سطح ۰/۰۵ مناسب بوده و متغیر پیش بین جو سازمانی نوآورانه اثرگذاری معناداری در پیش بینی تغییرات متغیر ملاک یعنی توانمندسازی روانشناختی دارد ($F=13/097, P<0/001$). بنابراین لازم است تا سهم این متغیر پیش بین مشخص گردد که نتیجه آن در جدول شماره (۵) ارائه شده است.

جدول ۵- خلاصه مدل رگرسیون، تحلیل واریانس و مشخصه‌های آماری رگرسیون جوسازمانی نوآورانه بر توانمندسازی

مدل	R	R ²	R ² تعدیل شده	برآورد خطای استاندارد	دوربین واتسون
رگرسیون	۰/۴۶۳	۰/۲۱۴	۰/۱۹۸	۵/۵۳۴	۱/۹۲۳

نتایج درج شده در جدول شماره (۵) نشان می‌دهد که متغیر جو سازمانی نوآورانه قادر است ۲۱ درصد از تغییرات مربوط به توانمندسازی روانشناختی را تبیین نماید ($R^2=0/214$). سایر تغییرات توانمندسازی روانشناختی به عوامل دیگر مربوط خواهد بود. در ادامه به برآورد ضریب رگرسیونی بین متغیرها پرداخته شد که نتایج حاصل از آن در جدول شماره (۶) آمده است و نشان می‌دهد که سطوح معناداری ضریب رگرسیونی کوچکتر از ۰/۰۵ به دست آمده و در نتیجه فرض اثرگذاری جو سازمانی نوآورانه را با توانمندسازی روانشناختی معنادار دانست. جو سازمانی نوآورانه با مقدار ۰/۴۶۳ بر توانمندسازی روانشناختی اثرگذار می‌باشد.

جدول ۶- برآورد ضریب رگرسیونی جو سازمانی نوآورانه با توانمندسازی روانشناختی کارکنان

مدل	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	
	B	خطای برآورد	Beta	t
ضریب ثابت	۳۹/۸۹۳	۵/۳۸۷		۷/۴۰۶
جو سازمانی نوآورانه	۰/۲۳۶	۰/۰۶۵	۰/۴۶۳	۳/۶۱۹

همچنین با استفاده از آزمون همبستگی می‌توان رابطه و همبستگی بین دو متغیر را توجیه و تفسیر نمود. نتایج به دست آمده از آزمون همبستگی مولفه‌های جوسازمانی نوآورانه با زیر مولفه‌های توانمندسازی روانشناختی در جدول شماره (۷) ارائه گردیده است.

جدول ۷. آزمون ضریب همبستگی بین مولفه‌های جو سازمانی نوآورانه و توانمندسازی روانشناختی کارکنان

متغیرها	معنی دار بودن	شایستگی	خودمختاری	تاثیرگذاری	اعتماد
حمایت از خلاقیت	r	۰/۱۰۲	۰/۲۲۰	۰/۱۷۴	۰/۴۰۱**
	sig	۰/۴۹۰	۰/۱۴۷	۰/۲۴۱	۰/۰۰۹
تأمین منابع	r	۰/۰۶۷	۰/۳۵۴*	۰/۳۷۳**	۰/۶۱۱**
	Sig	۰/۶۵۱	۰/۳۶۷	۰/۰۱۷	۰/۰۰۰

($P < 0/005$ * و $P < 0/001$ **)

با توجه به نتایج مندرج در جدول شماره (۷)؛ در سطح معناداری $P < 0/001$ ، حمایت از خلاقیت با اعتماد ($R = 0/401, P = 0/009$) رابطه مثبت و معناداری دارد. همچنین تأمین منابع برای نوآوری با تاثیرگذاری ($R = 0/373, P = 0/010$) و اعتماد ($R = 0/611, P = 0/000$) رابطه مثبت و معناداری دارند. یافته‌ها حاکی از آن است که در سطح معناداری $P < 0/005$ ، تأمین منابع با خودمختاری ($R = 0/354, P = 0/017$) رابطه مثبت و معناداری دارد.

بحث و نتیجه گیری

در یک سازمان موفق، مدیر رفتاری کاملاً دوستانه و حمایت گر با کارکنان خود دارد و در برنامه‌های خود دارای یگانگی است. کارکنان نیز تمایل بیشتری برای ماندن و کارکردن در سازمان دارند و به طور موثرتری کارها را انجام می دهند. طی تحقیقات انجام شده، مشخص شده که یکی از عوامل موثر در این بخش، ایجاد جوی پویا و حامی رفتارهای خلاقانه است که نیاز روانی فرد را ارضاء کرده و می تواند فرد را جهت خود شکوفایی که عامل فطری بشری است پیش براند. در کل به نظر می رسد سازمان هایی که در زمان کاری جو و فضایی پذیرای خلاقیت و نوآوری را برای اعضای سازمان مهیا می نمایند و برای رفتارهای نوآورانه کارکنان ارزش شایانی قائل هستند، در پیشبرد اهداف خود می توانند از رفتارهای فرا نقش کارکنان سازمان بهره برده و در رسیدن به اهداف سرعت بیشتری نشان دهند. تحقیق حاضر با هدف بررسی رابطه بین جو سازمانی نوآورانه و خرده مقیاس هایش با توانمندسازی روانشناختی در سازمانهای دولتی شهرستان‌های رودسر و املش برگزار شد و یافته‌های تحقیق نشان داد که جو سازمانی نوآورانه با توانمندسازی روانشناختی همبستگی مثبت و معنی داری وجود دارد که این نتیجه با نتایج تحقیقات تیلور (۲۰۱۳)، میرنس و همکاران (۲۰۰۹)، فیلیپ و والرند^۱ (۲۰۰۸)، سیلا^۲ (۲۰۱۱)، کورکماز (۲۰۰۷)، پاول و همکاران (۲۰۰۲)، صفرزاده و نادری (۱۳۹۳)، براتی احمدآبادی و همکاران (۱۳۸۹)، عزیز پور (۱۳۹۱) و نعامی و همکاران (۱۳۹۰) همخوانی دارد. به منظور تبیین یافته به نظر می رسد قرار دادن زمینه‌های خلاقانه در سازمان، ارج نهادن به نظرات نوآورانه و مبتکرانه و دادن پاداش به نظرات مبتکرانه و ایجاد جوی نوآورانه، احساس کارآمدی و تاثیر گذاری را در کارکنان افزایش می دهد و رفتارهای فراتر از مسئولیت کارکنان در محیط کاری افزایش می یابد و محیطی سالم برای ارائه توانایی‌ها و استعدادهای کارکنان مهیا می نماید.

طبق یافته‌های دیگر پژوهش نشان داد که در سطح معناداری $0/001$ ، حمایت از خلاقیت با اعتماد و نیز تأمین منابع برای نوآوری با تأثیرگذاری و اعتماد رابطه معناداری دارند. و در سطح معناداری $0/005$ ، بین تأمین منابع جهت نوآوری با خودمختاری ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد که در راستای تحقیقات همسو می توان به پژوهش ایساکن و ایساکن^۳ (۲۰۱۱) و آکرمنز^۴ (۲۰۰۷) اشاره کرد. زانگ و بارتل^۵ (۲۰۱۰) و گوموزل و ایلوز^۶ (۲۰۰۹) نیز در پژوهش‌های جداگانه‌ای نشان دادند افرادی که در سازمان از لحاظ روانشناختی توانمند شده اند به احتمال بیشتر رفتار خلاقانه نشان می دهد. افزایش توجه به خلاقیت و نوآوری در سازمانها و بها دادن به افکار و رفتار مبتکرانه، در صورتی که جوی سالم در سازمان حاکم باشد، همانطور که در نتایج عزیزپور (۱۳۹۱) نشان داده شده، تأثیر بسیاری بر انگیزه و اشتیاق کارکنان جهت حضور در سازمانها دارد و نیز احساس توانمندی روانی و خودباوری سازمانی را در آنان به منظور ارتقاء اهداف سازمانی و پس از آن شکوفایی استعداد و اجتماع شان در پی دارد. نتیجه اینکه می توان بیشترین کاربرد عملی این پژوهش را

¹-Philippe & Valleand

²- Cill

³- Isaken & Isaken

⁴- Akkermans

⁵- Zhang & Bartol

⁶- Gumusluoglu & Ilsev

متوجه مدیران سازمان‌ها دانست، زیرا هر اندازه که مدیریت به سلامت جو سازمانی تاکید نماید به همان میزان می‌توان از رفتارهای فرانتیشی و توانمندی کارکنان در جهت پیشرفت سازمان در هر موقعیتی، به خصوص زمانهای بحرانی استفاده نمود. همانطوری که اشاره شد، در تحقیقات بر روی نوآوری طبقه بندی‌های متفاوتی وجود دارد که پیشنهاد می‌شود بر روی انواع مختلف آن از جمله نوآوری در فرآیندها، نوآوری در تولید محصول یا ارائه خدمت، نوآوری متمرکز و سایر اقسام نوآوری‌های سازمانی مطالعات مشابه صورت گیرد. میزان نمرات به دست آمده برای متغیرهای جو سازمانی نوآورانه و توانمندی روانشناختی کارکنان مناسب بود، ولی به مدیران و تصمیم‌گیران سازمانهای دولتی پیشنهاد می‌گردد علاوه بر ایجاد فضایی آرام و مناسب برای بروز خلاقیت و توانمندی کارکنان، نسبت به برنامه ریزی برای برگزاری دوره‌ها و برنامه‌های آموزشی، کارگاهی و همایش‌ها و شرکت فعالانه کارکنان سازمان در اینگونه سمینارها اقدام نمایند. در پایان پیشنهاد می‌گردد که، اقدامات پژوهشی و مطالعات کاربردی نظیر: ارزیابی جامع از میزان توانمندی روانی، فکری و جسمانی کارکنان، شناسایی کارکنان نوآور و خلاق و ایجاد طرح‌های تشویقی و انگیزشی برای آنان، سنجیدن ارتباط عوامل دیگر با نوآوری و توانمندی، انجام و اجرای تحقیق با توجه به مدل مطرح شده در دیگر مناطق کشور، انجام مطالعه تطبیقی موضوع تحقیق بین سازمان‌های دولتی و خصوصی، بین کارکنان زن و کارکنان مرد و مقایسه میزان توانمندی و نوآوری کارکنان در مناطق مختلف، در سطح سازمانهای دولتی انجام گیرد و نتایج آن جهت بررسی و استفاده در اختیار تصمیم‌گیران قرار داده شود.

منابع

- الوانی، سید مهدی. (۱۳۸۹). مدیریت عمومی. چاپ چهل و یکم، تهران: نشرنی، ۱۳۸۹.
- براتی احمدآبادی، هاجر،، عریضی، حمیدرضا، و نوری، ابوالقاسم. (۱۳۸۹). رابطه بین جو سازمانی و وجدان کاری با عملکرد شغلی، فصلنامه روانشناسی کاربردی، سال چهارم، شماره ۱۳، بهار ۱۳۹۰، ص ۸۱-۶۵.
- بودلایی، حسن،، کوشکی چهرمی، علیرضا، و ستاری نسب، رضا. (۱۳۹۰). یادگیری و اعتماد سازمانی، حلقه‌های میانجی بین توانمندسازی روانشناختی و تعهد سامانی. فرایند مدیریت و توسعه، شماره ۷۵، بهار ۱۳۹۰، ص ۹۳-۶۷.
- رجب بیگی، مجتبی،، حسینی، سیده الهام، و حسینی، سیده راحله. (۱۳۹۲). بررسی ارتباط بین ویژگی‌های جمعیت شناختی و توانمندسازی روانشناختی کارکنان ادارت آموزش و پرورش تنکابن و رامسر. اولین همایش ملی مدیریت کسب و کار، کرمان: خرداد ۱۳۹۲.
- رضاییان، علی. (۱۳۸۸). مبانی سازمان و مدیریت. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب(سمت)، مرکز تحقیق و توسعه علوم انسانی.
- ساعت چی، محمود. (۱۳۸۵). روانشناسی کاربردی برای مدیران. چاپ هشتم، تهران: نشر ویرایش.
- سلاجقه، سنجر، پور رشیدی، رستم، و موسایی، محمود. (۱۳۹۲). تحلیل توانمندی روانشناختی کارکنان و ارتباط آن با مدیریت دانش. فصلنامه مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، سال ۲۳، شماره ۲، ص ۱۱۸-۹۹.
- سید عامری، میر حسن، و اسمعیلی، محمدرضا. (۱۳۸۹). رابطه بین توانمندسازی، تعهد سازمانی و تعهد شغلی کارکنان اداره کل تربیت بدنی استان تهران. مجله مدیریت ورزشی، شماره ۷، زمستان ۱۳۸۹، ص ۱۴۴-۱۲۵.
- شریفی، اصغر، و آقاسی، صدیقه. (۱۳۸۹). بررسی رابطه بین عملکرد مدیران با سلامت سازمانی. فصلنامه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت، سال اول، شماره ۴، زمستان ۱۳۸۹، ص ۱۶۸-۱۴۹.
- صفرزاده، سحر،، نادری، فرح،، عسگری، پرویز،، عنایتی، میرصلاح الدین، و حیدری، علیرضا. (۱۳۹۱). رابطه جو سازمانی نوآورانه و اشتیاق شغلی با رفتار مدنی سازمانی در کارکنان زن. فصلنامه زن و فرهنگ، سال چهارم، شماره ۱۴، زمستان ۱۳۹۱، ص ۸۲-۶۱.
- عبداللهی، بیژن، و نوه ابراهیم، عبدالرحیم. (۱۳۸۵). توانمندسازی کارکنان کلید طلایی مدیریت منابع انسانی. (چاپ اول). انتشارات نشر. عیوضی، حق رضا، نوری، خدیجه، و بدیعی، هانیه. (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین جو سازمانی و سلامت سازمانی دانشگاه آزاد اسلامی منطقه هشت کشوری. سومین همایش علوم مدیریت نوین، شهریور ۱۳۹۳.
- فریاد، لعیان، خوراکیان، علیرضا و ناظمی، شمس الدین. (۱۳۹۳). بررسی نقش واسط اشتیاق شغلی در رابطه بین توانمندسازی روانشناختی و رفتار نوآورانه در کارکنان. نخستین کنفرانس ملی آینده پژوهی، مدیریت و توسعه شیراز، مهرماه ۱۳۹۳.

- فیضی، طاهره و ذوالفقاری مقدم، آسیه. (۱۳۸۷). شناسایی متغیرهای مرتبط با توانمندسازی روانشناختی کارکنان سازمان آموزش و پرورش شهر قم. فرهنگ مدیریت، سال ششم، شماره ۱۸، ص ۱۵۱-۱۲۳.
- کاظمی، رضا. جعفری مقدم، سعید و سهیلی، سارا. (۱۳۹۱). شناسایی میزان تاثیر جو سازمانی بر نوآوری (مطالعه موردی: بانک ملت). توسعه کارآفرینی، سال پنجم، جلد دوم، تابستان ۱۳۹۱، ص ۸۶-۶۷.
- مرادی، محمود. عبداللهیان، فرزانه و صفردوست، آتیه. (۱۳۹۱). بررسی نقش ظرفیت جذب دانش بر رابطه بین یادگیری از خطاهای سازمانی و نوآوری سازمانی. فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت (بهبود و تحول) سال ۲۲، شماره ۶۹ زمستان ۱۳۹۱، ص ۱۴۹-۱۲۱.
- نادری، فرح و صفرزاده، سحر. (۱۳۹۳). رابطه عدالت سازمانی، سلامت سازمانی، اشتیاق شغلی و جو سازمانی نوآورانه با توانمندسازی روانشناختی و رفتار مدنی سازمانی. دانش و پژوهش در روانشناختی کاربردی، سال پانزدهم، شماره ۳، تابستان ۱۳۹۳، ص ۶۸-۵۶.
- نصیری پور، امیر اشکان. نوه ابراهیم، عبدالرحیم. طیبی، سید جمال الدین. ابزاره، علی و ایزدی، احمد رضا. (۱۳۹۲). بررسی وضعیت توانمندسازی روانشناختی در بیمارستانهای استان قم. مجله دانشگاه علوم پزشکی قم، دوره ۷، شماره ۱۴. مهر و آبان ۱۳۹۲، ص ۶۲-۵۶.
- همایون زاده هبائی، رضا و حاج علیان، فرشاد. (۱۳۹۳). شناسایی ارتباط میان جو سازمانی و نوآوری کارکنان سازمان. کنفرانس تحول و نوآوری در توانمندسازی مدیریت، شیراز: تیر ماه ۱۳۹۳.

- Hogel. M, Parbotee. K. P., & Munson C.L. (2003). Team- Level antecedents of individuals, knowledge networks, Decencies sciences, vol 34(4). p: 741-770.
- Littrell, R. (2007). Influences on employee preferences for empowerment practices by the ideal manager. International journal of inter cultural relations, Vol 31,87-110.
- Rivkin, I.V., & Siggelkow, N. (2008). Balancing search and stability: Interdependencies among elements of organizational design. Management Science, Vol 49, 290-311.
- Spreitzer, G. M., & Doneson, D. (2005). Musings on the past and future of employee empowerment. In T. G. Cummings (Ed.), Handbook of organizational development: Forthcoming. Thousand oaks, CA: sage.
- Van deven, A. (1986). Central problems in the management of innovation. Management science, Vo1 32(5). p: 590-607.

نحوه استناد به مقاله:

حسینی پور، سیدوحید، سیدجوادین، سیدرضا، نظریان، بلال. (۱۳۹۷). تبیین رابطه بین توانمندسازی روانشناختی کارکنان و جو سازمانی نوآورانه براساس مدل سیگل و کایمر. *توانمندسازی سرمایه انسانی*، ۱(۲)، ۸۵-۹۵.