

بررسی تاثیر رهبری کاریزماتیک، تعامل و وابستگی متقابل بر رفتارهای نوآورانه با نقش میانجی قدرت تیم

موسی مومنی دهقی^۱، مهرداد آقا ابراهیمیان^۲

^۱ کارشناسی ارشد مدیریت دولتی گرایش توسعه منابع انسانی، دانشگاه پیام نور واحد نطنز، اصفهان، ایران

^۲ کارشناس حرفه ای مدیریت تجاری سازی، دانشگاه علمی کاربردی ایران سپهر، اصفهان، ایران

Sajadsadr251@gmail.com

moeinae2000@gmail.com

چکیده

اگرچه اهمیت رهبری برای فرایندهای نوآوری تصدیق شده است اما شناخت روابط بین سبکهای رهبری و سطوح نوآوری در تیمهای کاری هنوز محدود است. هدف از این پژوهش بررسی تاثیر رهبری کاریزماتیک، تعامل و وابستگی متقابل بر رفتارهای نوآورانه با نقش میانجی قدرت تیم (مورد مطالعه: سازمان آب و فاضلاب شهر اصفهان) بوده است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و روش جمع آوری داده ها توصیفی - پیمایشی می باشد. جامعه آماری پژوهش کلیه کارکنان سازمان آب و فاضلاب شهر اصفهان در سال ۱۴۰۲ بوده که تعداد ۲۰۵ نفر از آن ها به عنوان حجم نمونه و به روش تصادفی طبقه ای انتخاب شدند. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه ۱۷ ایتمی بلانک و همکاران (۲۰۱۹)، بوده است. روایی محتوایی پرسشنامه به تایید جمعی از صاحب نظران رسید. هم چنین جهت بررسی روایی سازه از سه شاخص پایایی مرکب، متوسط واریانس استخراج شده و بار عاملی استفاده گردید و جهت سنجش پایایی و قابل اعتماد از ضریب آلفای کرونباخ با استفاده از نرم افزار SPSS، که بیش تر از ۰,۷ محاسبه گردید، استفاده شد. نتایج حاصل از پژوهش با نرم افزار PLS نشان می دهد که رهبری کاریزماتیک و وابستگی متقابل بر قدرت تیم در سازمان آب و فاضلاب شهر اصفهان تاثیر دارد. تعامل بر قدرت تیم در سازمان آب و فاضلاب شهر اصفهان تاثیر دارد. **واژگان کلیدی:** رهبری کاریزماتیک، وابستگی متقابل، قدرت تیم و رفتار های نوآورانه.

۱. مقدمه

رهبری کاریزماتیک یا رهبری مبتنی بر جاذبه استثنایی، به گونه ای از رهبری گفته میشود که دارای قدرت و توانایی الهام بخشی به پیروان باشد و این در حالی است که این توانایی ها صرفاً از نیروی شخصیت و تعهد فرد سرچشمه گرفته باشد. در این نوع رهبری، رابطه ای بدون استفاده از پاداش های مالی و اعمال زور برقرار میشود و در دامنه تئوری اسنادی - که بیانگر روابط علی و معلولی است - قرار می گیرد. بر اساس این مدل، رفتار سمبلیک رهبر پیروان را جهت متابعت از اهداف سازمانی با نیت شخصی رهبر متحول میسازد. رهبر کاریزماتیک دارای موهبتی ویژه تلقی شده و پیروان او را در حد پرستش دوست داشته و ستایش می کنند (شهباز، ۱۴۰۱). واژه نوآوری از نظر اصطلاحی به معنای فرایند کسب اندیشه خلاق و تبدیل آن به محصول، خدمت یا یک روش عملیاتی مفید است. در تعاریف مشابه دیگری نوآوری قبول یک ایده یا رفتار که برای صنعت، بازار یا محیط عمومی سازمان تازگی دارد معنی شده است. نوآوری به فعالیتهایی اطلاق می شود که محصول یا خدمت جدید، فرآیندهای جدید یا روش های سازمانی جدید که به ایجاد ارزش افزوده منجر می شود را در بر می گیرد. اگر این تعریف از خدمات را بپذیریم که تولید یک خدمت به معنی سازماندهی راهحلی برای یک مساله است که خود شامل رفتارها و عملیات

خاصی است. این امر مستلزم جمع‌آوری و سازماندهی مجموعه‌ای از قابلیت‌ها و توانمندی‌های بشری، تکنولوژیکی و ساختاری است (عسکری، ۱۴۰۱).

تعاملات همراه با توسعه روان‌شناسی صنعتی، روان‌شناسی اجتماعی، رفتار سازمانی و علوم اداری صورت گرفت و تئوری‌های رایج و مفاهیمی که صاحب‌نظران ارتباطات سازمانی مطرح کرده‌اند، عموماً توسط متخصصان رشته‌های مذکور شکل گرفته است. پانام رشته تعاملات را متشکل از سه محور اصلی تعاملات گفتاری می‌داند که عبارتند از: سخنرانی عمومی؛ ۲. متقاعدسازی؛ ۳. تحقیقات علوم اجتماعی مربوط به ارتباط میان فردی، ارتباطات گروه‌های کوچک و ارتباطات جمعی (فرهنگی و همکاران، ۱۳۹۶). اگرچه اهمیت رهبری برای فرایندهای نوآوری تصدیق شده است اما شناخت روابط بین سبک‌های رهبری و سطوح نوآوری در تیم‌های کاری هنوز محدود است. نوآوری یک فاکتور مهم برای موفقیت سازمانی آینده و مزیت رقابتی (اندرسون، دی درو، نیچ استاد^۱ ۲۰۰۴) و متعاقباً برای بقای سازمانی است. همراه با اجزای مثل افزایش رقابت و انسجام، نیاز به نوآوری در سازمانها به سمت و سوی ساختارهای رفته که دران تیم‌های کاری در واحد بیسیک هستند. یکی از تصورات تحت این استراتژی این عقیده است که الحاق دیدگاه‌های مختلف و مهارت‌ها در تیم‌های کاری تسهیل کننده ی نوآوری خواهد بود به این دلیل که نیاز به مشارکت چندین نفر به شیوه ی هماهنگ است و اگر نوآوری توسط تیم کاری موفقیت آمیز باشد، می تواند در دیگر حوزه های سازمان نیز گنجانده شود که باعث افزایش شیوه ی جدید در سطح سازمانی می شود. (اندرسون، وست ۱۹۹۸، اکستل، هولمن و وال ۲۰۰۶). از اینرو به این دلیل که بسیاری از سازمانهای امروزه نیازمند نوآوری برای رقابت و بقا هستند، کسب دانش در فاکتورهای ارتقا نوآوری در تیم‌های کاری نه تنها از دیدگاه نظری بلکه از دیدگاه عملی نیز مهم است.

در حالی که مطالعات اولیه در مورد نوآوری مکان کاری اساساً روی شاخصه های نوآوری در سطح سازمانی متمرکز است اما تحقیقات در مورد نوآوری در سطح تیمی نیز از دهه ی (۱۹۹۰)، شروع شده است و اندرسون، هولشگر و سال گادو^۲ (۲۰۰۹) یک تحلیل فراگیر از سه دهه ی مطالعات اولی در مورد روابط مستقیم بین مشخصه های تیمی و فرایندها و نوآوری تیمی را انجام داده اند و آنها دیدگاه، ارتباط بیرونی، حمایت برای نوآوری و گرایش کاری و ارتباط درونی را به عنوان عوامل قدرتمند رفتار کاری نوآور در تیمها شناسایی کردند. براساس یافته هایشان، آنها ایجاد نوآوری از طریق تلاش مستمر برای ارائه ی اهداف بلند مرتبه ی و هنجارهای بالا و حمایت از تلاشگران نوآور همچنین ارتقا تعهد اعضای تیم شان را به رهبران پیشنهاد دادند. نوع ریاست که منطبق با این شرایط و الزامات است رهبری کاریزماتیک نامیده می شود. رهبران کاریزماتیک نه تنها الهام بخش پیروان از طریق تمایل شان برای ریسک پذیری و از طریق تعهدشان برای تغییر دیدگاه شان است بلکه همچنین انرژی بخش پیروان با هدفی به سوی دستیابی به اهداف بالاتر است. از اینرو بررسی حاضر روی رهبری کاریزماتیک در ارتباط با رفتار نوآوری تیم کاری متمرکز است. به این دلیل که بررسی ما دارای متغیر نتیجه ی سطح تیمی است. متأسفانه، مطالعات قبلی در مورد ارتباط بین رفتارهای رهبری خاص و نوآوری تیمی باعث ایجاد نتایج متناقضی می شود که شناخت مشخصی از نقش رهبری در رفتار نوآوری تیم‌های کاری ارائه نداده اند. طبق نظر اندرسون، پوتونیک و زئو^۴ (۲۰۱۴) در مورد نوآوری و خلاقیت در سازمانها، نشان دادن نقش رهبری به عنوان تسهیل کننده نوآوری تیم کاری یکی از مسائل مهم در تحقیقات در مورد سطح تیمی است، اما حرکت به سوی دانش نظری در این حوزه صرفاً با بررسی ارتباط فاکتور علت واحد در رفتار نوآور تیم کاری کافی نبوده بلکه باید شناختی در مورد فرایندهای روانشناختی کسب شود. از اینرو هدف بررسی ما پیشرفت دانش نظری توسط جستجوی سازوکار تحت پیوند رهبری کاریزماتیک با رفتار نوآور

^۱ -Anderson, DeDreu, Nijstad

^۲ -Anderson, West, Axtell, Holman, wall

^۳ -Anderson, Hulsheger, m Salgado

^۴ -Anderson, Potocnik, zhou

تیمی است. ندروین، پیترس، وان نیپنبرگ، اسپایپر و استام^۱ (۲۰۱۰)، خاطر نشان کردند که یک علت احتمالی برای یافته های نامنجم درباره ی روابط بین رهبری و رفتار نوآور پیروان وجود متغییرای واسطه ای است. چنین تمرکزی در مورد واسطه ای تاثیر ارتباط منسجم با رویکرد اقتضای در تحقیقات رهبری است (فیدلر^۲ ۱۹۶۴). اگرچه این رویکرد اساساً در سطح تحلیل فردی تنظیم شده است اما به نظر منطقی می رسد که اصل اقتضایی برای دیگر سطوح تحلیل به عنوان مثال سطح تیمی نیز به کار می رود. از اینرو با گنجاندن واسطه ای احتمالی رهبری کاریزماتیک و رفتار نوآور تیمی، هدف بررسی افزودن به دانش نادر در این حوزه است.

مسئله تحقیق حاضر این است که در سازمان آب و فاضلاب شهر اصفهان به نظر می رسد که میزان نوآوری در ارائه خدمات ناچیز است و برای افزایش تعامل کارکنان و تیم های سازمانی اقدامات چندانی مطلوبی انجام نشده باشد و با توجه به گسترش تمایل سازمان ها برای افزایش نوآوری و بهبود هرچه بیشتر تعامل، سازمان آب و فاضلاب شهر اصفهان نیز باید اقدامات لازم در جهت افزایش هرچه بیشتر نوآوری در خدمات و تعامل انجام شود. به طور خلاصه، نوآوری به عنوان یک فاکتور کلیدی در توانایی سازمان برای ایجاد مزیت رقابتی پایدار شناخته شده است و سازمانها اغلب متکی بر کار تیمی برای تعقیب ایده های جدید، فرایندها، محصولات و اصولی به سوی اجرا هستند. از اینرو نوآوری در سطح تیمی به دنبال اصل سازمان برای کسب مزیت رقابتی است. علاوه بر این نتایج مطالعات تجربی در مورد رهبری در ارتباط با نوآوری تیمی دور از قطعیت است. شناسایی رهبری به عنوان یک محرک اصلی فرایندهای تیمی که باعث ایجاد رفتار نوآور تیم کاری می شود از دیدگاه نظری عملی مهم است. بررسی حاضر در سازمان آب و فاضلاب شهر اصفهان با هدف پاسخ به این سوال انجام خواهد شد که رهبری کاریزماتیک، تعامل و وابستگی متقابل بر رفتارهای نوآورانه با نقش میانجی قدرت تیم در سازمان آب و فاضلاب شهر اصفهان چه تاثیری دارد؟

۲. مبانی نظری

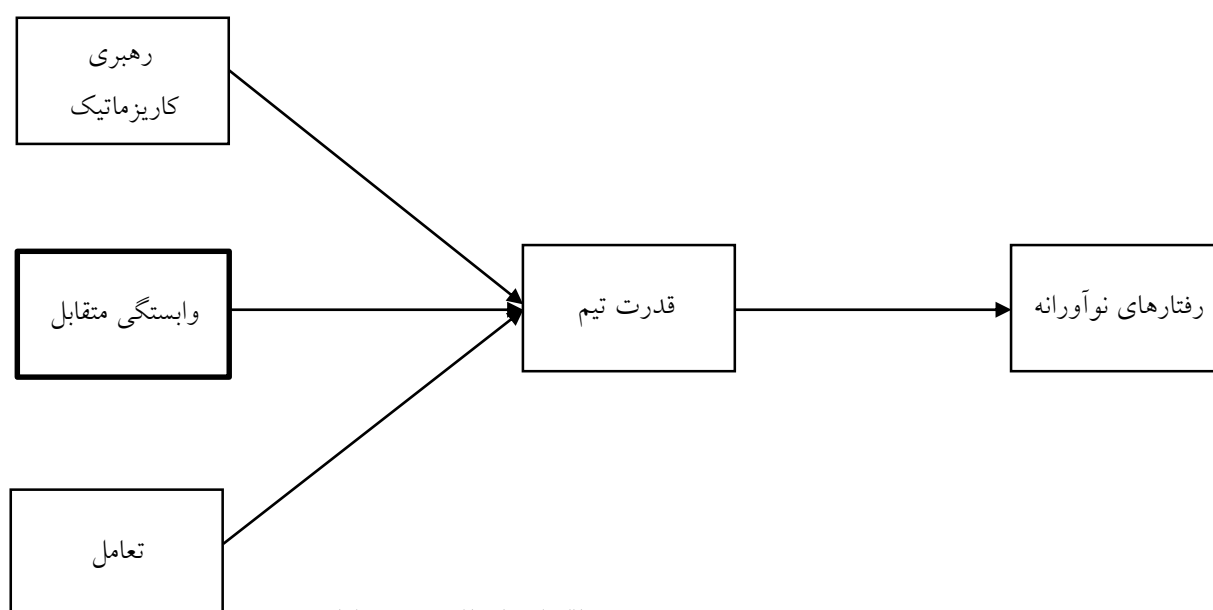
تعامل سازمانی ارتباط بین یک کسب و کار و کارکنان به منظور مراقبت از سازمان است. تعاملات تمام نقاط تماس مستقیم کارکنان با یک سازمان هستند. امروزه اهمیت تعامل خوب برای تمامی کسب و کارها به ویژه مرکز تماس مشخص است. زیرا کارکنان را حفظ می کند و ارزش بیشتری از آن ها می گیرد. همچنین هزینه ی نگهداری کارکنان جبران شده و برای آن ها پیروانی وفادار ایجاد می کند که کارکنان را ارجاع می دهد. بنابراین نحوه صحیح ارتباط با کارکنان چه هنگام پشتیبانی و چه هنگام بازاریابی و غیره برای بهبود ارائه خدمات کارکنان مهم است. پیش نیاز موفقیت و رشد در حوزه های مختلف توانایی برقراری ارتباط خوب جهت تعامل با کارکنان است. تعامل به سازمان کمک می کند تا به طور مداوم تعهد خود را به سازمان نشان دهد. اینکه چه میزان برای کسب و کار خود ارزش قائل هستند، چگونه سعی می کنند به کارکنان خود کمک کنید و به تعامل با کارکنان اهمیت می دهند. بهینه سازی اهداف و عملیات مرکز تماس یکی از راه های مطمئن برای تقویت تعامل با کارکنان است (شهباز، ۱۴۰۱).

نوآوری ها هیچ گاه نتیجه کار و کوشش و تفکر یک یا چند انسان با استعداد و نابغه نیستند، بلکه حاصل جمع مشارکت هزاران و حتی دهها هزار نفرند که در زمینه خاصی فعالیت خاصی به عمل می آوریم، در التقاط و تجمع با نتایج کار دیگران در همان حوزه، تعیین کننده پیشرفت است. عدم تغییر و تحول را می توان نمایانگر انحطاط تدریجی تلقی کرد. خلاقیت زمانی پا به عرصه وجود می گذارد که: فرد یا افرادی، سطح دانش زمان خود را درباره پدیده های طبیعی و یا خود انسان کافی ندانسته و خود را ناچار به بهره گیری از طیف وسیع تواناییها ببینند، تا فرارسیدن آن برهه از زمان که دیگر جستجوگری در جستجوی راههای تکمیل فنون باقی نماند، و یا آن لحظه که تحقیق برای ازدیاد سطح تولیدهای صنعتی به توفیق درآمده و ضرورت جهاد ملی در راه دستیابی به خودکفایی و خودیابی در جامعه بین المللی، بی اهمیت تلقی شود، پیکار خستگی ناپذیر که در نهایت به نوآوری و تحول می انجامد، ادامه خواهد داشت و پایانی بر آن متصور نیست. با

^۱ -Nederveen, Pieterse, van knippenberg, schippers, stam

^۲ -Fiedler

توجه به خلاء تحقیقاتی در این زمینه انجام پژوهشی با عنوان بررسی تاثیر رهبری کاریزماتیک، تعامل و وابستگی متقابل بر رفتارهای نوآورانه با نقش میانجی قدرت تیم در سازمان آب و فاضلاب شهر اصفهان لازم و ضروری به نظر می رسد. این پژوهش دارای فواید احتمالی برای مدیران سازمان آب و فاضلاب شهر اصفهان و سایر سازمان ها در سراسر کشور در جهت افزایش و بهبود هرچه بیشتر نوآوری می باشد.



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش اقتباس از بلانک و همکاران (۲۰۱۹)

۳. روش شناسی

پژوهش حاضر از نظر هدف، تحقیق کاربردی است. از نظر شیوه گردآوری و تحلیل اطلاعات نیز، این تحقیق توصیفی- پیمایشی است. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه کارکنان سازمان آب و فاضلاب شهر اصفهان بوده است (تعداد کل ۴۸۵ نفر). روش نمونه‌گیری در این پژوهش شامل نمونه‌گیری تصادفی طبقه ای بوده به تعداد متناسب با حجم جامعه آماری و بر اساس فرمول کوکران در سطح اطمینان ۰.۵/ تعداد ۲۰۵ نفر انتخاب شد. ابزار مورد استفاده روش میدانی در این پژوهش، پرسشنامه بلانک و همکاران (۲۰۱۹)، بوده است. این پرسشنامه شامل ۱۷ آیتم می باشد. مولفه های این پرسشنامه شامل رفتارهای نوآورانه (۱ تا ۵)، تعامل (۶ تا ۸)، وابستگی متقابل (۹ تا ۱۱)، رهبری کاریزماتیک (۱۲ تا ۱۴) و قدرت تیم (۱۵ تا ۱۷) بوده است. این پرسشنامه بر اساس طیف لیکرت ۵ درجه ای کاملاً مخالفم / ۱ کاملاً موافقم ۵ می باشد. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات جمعیت شناختی از آمار توصیفی و برای آزمون فرضیات از روش معادلات ساختاری و با استفاده از نرم افزار Smart PLS استفاده شده است.

۴. یافته ها

متاهلین با تعداد ۱۲۸ نفر اکثر جامعه نمونه را تشکیل می دهند درحالی که مجردین با تعداد ۷۷ نفر کمترین هستند. افرادی با گروه سنی ۳۱ تا ۴۰ سال بیشترین پاسخ دهنده بوده اند، در حالیکه افراد بیشتر از ۵۰ سال کمترین تعداد را شامل می‌شوند. خاطرنشان می گردد افراد بین ۴۱ تا ۵۰ سال در رتبه دوم قرار دارند. افرادی که دارای مدرک لیسانس هستند بیشترین (۱۲۱ نفر) و افرادی که دارای مدرک فوق لیسانس هستند (۴۳ نفر) در رتبه دوم قرار دارند. از میان پاسخ دهندگان بانوان با فراوانی ۴۴/۴ درصد معادل ۹۱ نفر کمترین

تعداد و آقایان با ۵۵/۶ درصد معادل ۱۱۴ نفر بیشترین تعداد را شامل می باشند. اکثر متغیرهای تحقیق از وضعیت مناسبی برخوردار هستند. به گونه ای که می توان به استناد این نتایج وارد مدل سازی بخش معادلات ساختاری شد. در خصوص پایایی مدل بیرونی دو معیار مورد سنجش قرار می گیرد. یکی ضریب آلفای کرونباخ و دیگری پایایی ترکیبی. که مقدار مناسب برای این دو شاخص می بایست بزرگتر از ۰/۷ باشد. در جدول زیر نتایج حاصل از این معیارها آورده شده است.

جدول ۱: مقادیر ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی

ردیف	سازه	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	Rho_A
۱	تعامل	۰/۸۳۴	۰/۸۸۳	۰/۸۹۸
۲	رفتار های نوآورانه	۰/۸۶۵	۰/۷۱۰	۰/۸۱۱
۳	رهبری کارزماتیک	۰/۸۹۰	۰/۹۳۱	۰/۹۰۵
۴	قدرت تیم	۰/۸۳۴	۰/۹۰۰	۰/۸۵۰
۵	وابستگی متقابل	۰/۷۳۸	۰/۸۸۴	۰/۷۳۹

جدول فوق نشان می دهد نتایج به دست آمده برای آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی بالاتر از حد استاندارد بوده و پایایی مدل بیرونی مورد تایید قرار میگیرد.

روایی همگرا (AVE)

با توجه به تحقیقات، حد مجاز برای روایی همگرا مقدار ۰/۵ می باشد. در جدول زیر مقدار روایی همگرا برای شاخص های مدل آورده شده است.

جدول ۲: مقادیر روایی همگرا ابعاد تحقیق

ردیف	سازه	روایی همگرا (AVE)
۱	تعامل	۰/۵۲۱
۲	رفتار های نوآورانه	۰/۸۰۱
۳	رهبری کارزماتیک	۰/۸۱۸
۴	قدرت تیم	۰/۷۵۱
۵	وابستگی متقابل	۰/۵۸۲

همانطور که جدول فوق مشخص است، مقدار روایی همگرا برای شاخص های مدل از مقدار مطلوبی برخوردار است (بیشتر از ۰/۵). لذا این بخش مورد توجه قرار می گیرد.

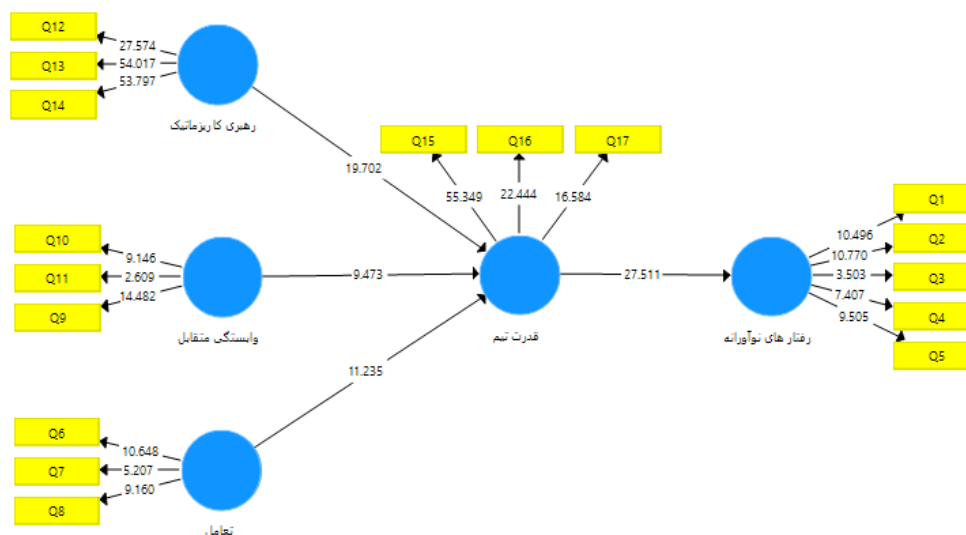
ضرایب معناداری Z (مقادیر t-value)

معیار اصلی برای بررسی معناداری روابط بین متغیرهای تحقیق، توجه به مقدار آمار تی می باشد، بدین گونه که هر کدام از متغیرها و روابط بین آنها که آماری تی بیشتر از ۱/۹۶ داشته باشند، مورد تایید قرار می گیرد. در غیر این صورت، می بایست از مدل حذف شده و مجدداً مدل جدید را بدون آن متغیر بررسی کنیم. در واقع، زمانیکه آماره تی بزرگتر از ۱/۹۶ باشد، بدین معناست که آن رابطه در سطح معناداری اطمینان ۹۵ درصد مورد قبول واقع می شود (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲). جدول زیر نتایج ضرایب معناداری را نشان می دهد.

جدول ۳: ضرایب معناداری Z (مقادیر t-value)

ردیف	مسیر	مقادیر t-value
۱	رهبری کارزماتیک ← قدرت تیم	۱۹/۷۰۲
۲	وابستگی متقابل ← قدرت تیم	۹/۴۷۳
۳	تعامل ← قدرت تیم	۱۱/۲۳۵

۲۷/۵۱۱	قدرت تیم ← رفتارهای نوآورانه	۴
--------	------------------------------	---



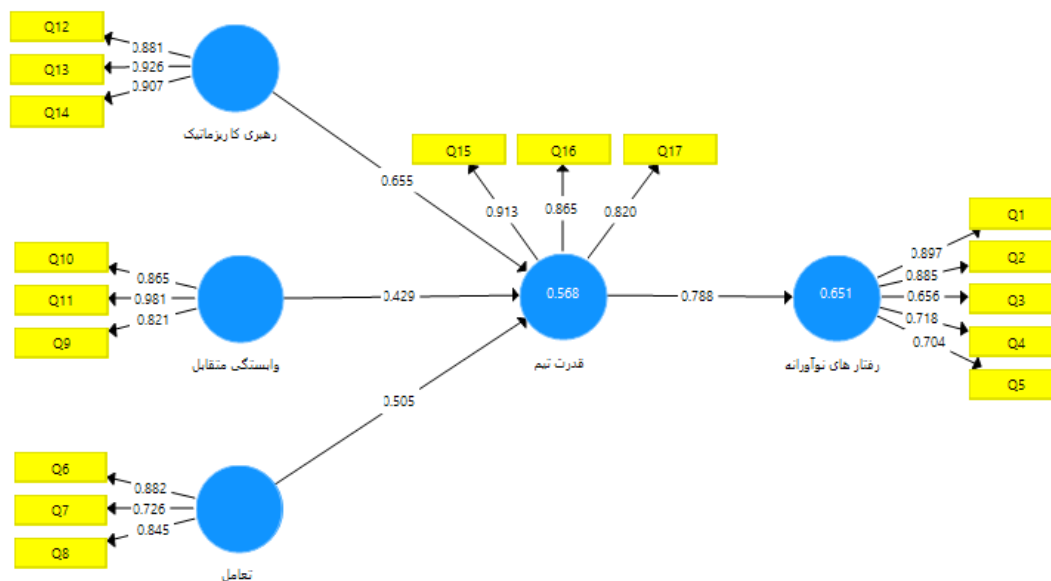
شکل ۱: مقدار ضریب (t) مدل ساختاری تحقیق

ضرایب رگرسیونی مسیرها

در این بخش ضرایب رگرسیونی مسیرها مورد بررسی قرار می گیرد. در واقع ضریب رگرسیونی، میزان تاثیر هر متغیر بر متغیر وابسته خود را نشان می دهد. برای تکمیل برازش مدل ساختاری از این معیار استفاده می شود. جدول زیر خلاصه این نتایج را نشان می دهد.

جدول ۴: ضرایب رگرسیونی (بتا) مسیرها

ضریب رگرسیونی	مسیر	ردیف
۰/۶۵۵	رهبری کارزماتیک ← قدرت تیم	۱
۰/۴۲۹	وابستگی متقابل ← قدرت تیم	۲
۰/۵۰۵	تعامل ← قدرت تیم	۳
۰/۷۸۸	قدرت تیم ← رفتارهای نوآورانه	۴



شکل ۲: مقدار ضریب رگرسیونی مدل ساختاری تحقیق

۵. نتیجه گیری

فرضیه‌های پژوهش با استفاده از روش معادلات ساختاری به وسیله نرم‌افزار PLS مورد بررسی قرار گرفتند. با توجه به آزمون‌های انجام شده، ضرایب مسیر مدل مفهومی بدست آمد و با استفاده از آزمون تی، ضرایب بدست آمده و همچنین فرضیه‌های مدل مورد تایید قرار گرفتند. نتایج ضرایب مسیر مدل در این پژوهش نشان دادند که: رهبری کارزماتیک بر رفتارهای نوآورانه با نقش میانجی قدرت تیم در سازمان آب و فاضلاب شهر اصفهان تاثیر دارد. مقدار (T-Value) 525/8 می‌باشد که از ۱/۹۶ بزرگتر شده است، لذا فرضیه پنجم تحقیق مورد پذیرش قرار گرفته است و مقدار ضریب مسیر (بتا) برابر ۰/۵۱۶ شده است که از وضعیت مناسبی برخوردار می‌باشد؛ به بیان دیگر، رهبری کارزماتیک بر رفتارهای نوآورانه با نقش میانجی قدرت تیم در سازمان آب و فاضلاب شهر اصفهان تاثیر داشته است.

وابستگی متقابل بر رفتارهای نوآورانه با نقش میانجی قدرت تیم در سازمان آب و فاضلاب شهر اصفهان تاثیر دارد. نتایج نشان می‌دهد، مقدار (T-Value) 371/11 می‌باشد که از ۱/۹۶ بزرگتر شده است، لذا فرضیه ششم تحقیق مورد پذیرش قرار گرفته است و مقدار ضریب مسیر (بتا) برابر ۰/۳۹۷ شده است که از وضعیت مناسبی برخوردار می‌باشد؛ به بیان دیگر، وابستگی متقابل بر رفتارهای نوآورانه با نقش میانجی قدرت تیم در سازمان آب و فاضلاب شهر اصفهان تاثیر داشته است. تعامل بر رفتارهای نوآورانه با نقش میانجی قدرت تیم در سازمان آب و فاضلاب شهر اصفهان تاثیر دارد. مقدار (T-Value) ۵/۴۴۹ می‌باشد که از ۱/۹۶ بزرگتر شده است، لذا فرضیه هفتم تحقیق مورد پذیرش قرار گرفته است و مقدار ضریب مسیر (بتا) برابر ۰/۳۹۷ شده است که از وضعیت مناسبی برخوردار می‌باشد؛ به بیان دیگر، تعامل بر رفتارهای نوآورانه با نقش میانجی قدرت تیم در سازمان آب و فاضلاب شهر اصفهان تاثیر داشته است.

نتایج این پژوهش با پژوهش‌های بلانک و همکاران (۲۰۱۹)، شهباز (۱۴۰۱)، همتی (۱۴۰۱) همسو بوده است. نتایج پژوهش بلانک و همکاران (۲۰۱۹)، نشان می‌دهند که تنها در سطوح بالای به هم وابستگی کاری، رهبری کارزماتیک مدیران تیم در زمان ۱ ارتباط مثبت و معناداری با افزایش قدرت تیمی در زمان ۲ داشت که به نوبه ی خود ارتباط مثبتی با رتبه بندی مدیران برای رفتار نوآور کار تیمی شان در زمان ۳ داشت. این بدان معنی است که تنها در سطوح بالای به هم وابستگی کاری، رهبری کارزماتیک دارای تاثیر غیرمستقیم معنادار

بر رفتار نوآور تیم از طریق قدرت تیمی است. از اینرو بررسی ما شرایط مرزی این تاثیر را تحت الشعاع قرار می دهد. نتایج پژوهش شهباز (۱۴۰۱)، نشان داد: اولاً، رهبری کاریزماتیک تأثیر مثبت و معناداری در جهت تقویت رفتارهای خلاقانه در کارکنان سازمان داشته؛ ثانیاً، توانمندسازی تیمی به عنوان متغیر میانجی باعث تقویت و وابستگی اثر متقابل به عنوان متغیر تعدیل گر باعث تعدیل رابطه میان رهبری کاریزماتیک و رفتارهای خلاقانه کارکنان می شوند. براساس نتایج به دست آمده در پژوهش حاضر به مدیران سازمان ها توصیه اکید می شود تا توجه بیشتری نسبت به پتانسیل واقعی تیم های کارکنان داشته باشند و سعی کنند تا واحدهای سازمانی خود را بیش از گذشته متکی و استوار بر فعالیت های تیمی نمایند. نتایج پژوهش همتی (۱۴۰۱)، نشان داد نفوذ آرمانی بر تعهد سازمانی کارکنان معناداری دارد. انگیزه الهام بخش بر تعهد سازمانی کارکنان معناداری دارد. تحریک فرهیختگی بر تعهد سازمانی کارکنان معناداری ندارد. حمایت رشد دهنده بر تعهد سازمانی کارکنان معناداری دارد.

در تبیین فرضیه فوق می توان گفت نوآوری یک فاکتور مهم برای موفقیت سازمانی آینده و مزیت رقابتی و متعاقباً برای بقای سازمانی است. همراه با اجزای مثل افزایش رقابت و انسجام، نیاز به نوآوری در سازمانها به سمت و سوی ساختارهای رفته که دران تیمهای کاری در واحد بیسیک هستند. یکی از تصورات تحت این استراتژی این عقیده است که الحاق دیدگاه های مختلف و مهارتها در تیمهای کاری تسهیل کننده ی نوآوری خواهد بود به این دلیل که نیاز به مشارکت چندین نفر به شیوه ی هماهنگ است و اگر نوآوری توسط تیم کاری موفقیت آمیز باشد، می تواند در دیگر حوزه های سازمان نیز گنجانده شود که باعث افزایش شیوه ی جدید در سطح سازمانی می شود. از اینرو به این دلیل که بسیاری از سازمانهای امروزه نیازمند نوآوری برای رقابت و بقا هستند، کسب دانش در فاکتورهای ارتقا نوآوری در تیمهای کاری نه تنها از دیدگاه نظری بلکه از دیدگاه عملی نیز مهم است.

رهبری کاریزماتیک بر قدرت تیم در سازمان آب و فاضلاب شهر اصفهان تاثیر دارد. مقدار (T-Value) $19/702$ می باشد که از $1/96$ بزرگتر شده است؛ لذا فرضیه اول تحقیق مورد پذیرش قرار گرفته است و مقدار ضریب مسیر (بتا) برابر $0/655$ شده است که از وضعیت مناسبی برخوردار می باشد؛ به بیان دیگر به ازای یک واحد تغییر در رهبری کاریزماتیک، قدرت تیم به میزان $65/5$ درصد تغییر پیدا خواهد کرد. وابستگی متقابل بر قدرت تیم در سازمان آب و فاضلاب شهر اصفهان تاثیر دارد. مقدار (T-Value) $9/473$ می باشد که از $1/96$ بزرگتر شده است، لذا فرضیه دوم تحقیق مورد پذیرش قرار گرفته است و مقدار ضریب مسیر (بتا) برابر $0/429$ شده است که از وضعیت مناسبی برخوردار می باشد؛ به بیان دیگر به ازای یک واحد تغییر در وابستگی متقابل، قدرت تیم به میزان $42/9$ درصد تغییر پیدا خواهد کرد.

در تبیین فرضیه های فوق می توان گفت امروزه، به ندرت مطالعات در مورد سازوکار مرتبط با رهبری کاریزماتیک و نوآوری تیمی انجام شده است. پولسن و همکارانش^۱ یک پژوهش مقطعی در بین ۱۷۸ کارمند در یک سازمان انجام دادند و نتایج شان نشان داده است که رهبری کاریزماتیک ارتباط بیشتری با رفتار نوآور اعضای تیم دارد و این ارتباط واسطه ای از طریق سطوح بالاتر هویت تیمی و همکاری تیمی به ترتیب است. مدل تحقیق بررسی حاضر مبتنی بر نظریه ی شناختی اجتماعی (SCT) باندورا^۲ ۱۹۸۶ است و طبق این نظریه یک روش برای ایجاد خودبازدهی کمک به افراد برای غلبه بر اضطراب شان و ترس است. فاکتورهای که کاهش دهنده ی اضطراب و ترس کارمندان است مرتبط با نوآوری بوده که باید در عقاید بازدهی افراد درباره ی ظرفیت نوآوری شان رشد یابد. اگرچه SCT در ابتدا در سطح فردی تنظیم شد، تحقیقات بیشتر برای سطح گروهی به کار می رود. بازدهی جمعی به عنوان عقاید مشترک افراد در ظرفیت مشترک شان برای سازماندهی و اجرای مسیرهای عمل مورد نیاز برای ایجاد سطوح مشخص حصول تعریف می شود. رهبری کاریزماتیک یکی از فاکتورهای است که باعث رشد اعتماد جمعی تیم در ظرفیت نوآوری اش می شود که به نوبه ی خود منجر به سطوح بالای رفتار نوآوری اعضای تیم می شود.

^۱ -Paulsen et al

^۲ -Bandura

درعوض بازدهی جمعی، ما یک قدرت تیمی به عنوان واسط بالقوه در ارتباط رهبری کاریزماتیک و رفتار نوآور پیشنهاد دادیم. قدرت تیم به عنوان عقیده ی جمعی یک تیم تعریف شده که موثر است (گازو، سویت، کامپیل و شی ۱۹۹۳)^۱ و برای افزایش اعتماد اعضا به توانایی تیم شان برای رویارویی با چالشهای جدید و تحمل در برابر ابهام و موقعیتهای غیرقطعی مشهور است. به معنی دقیق تر، قدرت تیم یک ساختارموازی اما متفاوت از بازدهی جمعی استنباطی است و اگرچه هر دو عقایدی در سطح تیمی و مشترک با تمامی اعضای تیم است اما آنها از جنبهی اساسی با هم متفاوت هستند. درحالی که قدرت تیمی نشان دهنده ی عقاید تعمیم یافته کارمندان درباره ی ظرفیتهای عملکرد تیم در بین کارها و محیط ها است، اما بازدهی جمعی استنباطی اشاره به عقایدی درباره ی فعالیتهای مختص – کار دارد. به این دلیل که قدرت تیمی در حوز های گسترده تراز بازدهی جمعی است، احتمالاً ارتباط بیشتری برای نشان دادن رفتارهای نوآور وجود دارد که ماورای فعالیتهای مختص – کاری تیم است. در یک بررسی در بین ۱۱۷ تیم کار در کالج های شغلی در آلمان، ویدمن و مولدر^۲ ۲۰۱۸ دریافته اند که قدرت تیمی ارتباط مثبت و معناداری با رفتار کاری نوآور از طریق رفتارهای یادگیری تیمی مثل اشتراک دانش و انعکاس پذیری تیمی دارد. در مجموع، ما انتظار داریم که سطح بالاتر قدرت تیم ها را متمایل تر به تلاش برای ایده ها و اصول جدید می کند به این دلیل که آنها اعتماد بیشتری برای موفقیت در اجرای دارند. خط نتیجه گیری ما توسط چندین بررسی تجربی قبلی حمایت شده است. اسپنبروک، لام و چا^۳ ۲۰۰۷ نوعی ارتباط مثبت بین رهبری تحول گرا و قدرت تیم یافتند. در مقاله شان، آنها اظهار داشتند که روشی که رهبری تحول گرا در پیش می گیرد باعث سطوح بالای اعتماد به توانایی تیم برای دستیابی به اهداف جمعی جاه طلبانه می شود. علاوه بر این شواهد برای این دیدگاه توسط لستر، مکلینو و کورسگارد^۴ ۲۰۰۲ ارائه شد که به طور خاص در مورد بررسی ارتباط بین کاریزمای رهبر و قدرت تیم بود. آنها دریافته اند که رهبری کاریزماتیک به طور مثبتی بر تکامل قدرت در گروه های کاری در طول زمان تاثیر گذار است و آنها بر نقش ارتباط تاکید داشتند. بر اساس SCT باندورا^۵ ۱۹۸۶، آنها متقاعدسازی کلامی را به عنوان فاکتور کلیدی مدنظر داشته به عبارت دیگر متقاعدسازی از جانب دیگران می تواند باعث ارتقا عقیده ی فردی شود که اوقادربه انجام کار موثر است. با گسترش این ارتباط به سطح گروهی، آنها انتظار متقاعدسازی کلامی برای داشتن تاثیر معنادار بر قدرت تیم گروهی دارند. همانطور که گازو و همکارانش^۶ ۱۹۹۳ نشان دادند که رهبری یک شاخصه ی کلیدی قدرت گروهی است، متقاعدسازی کلامی در زمانی موثر خواهد بود که ریشه در رهبر تیم باشد. رهبران کاریزماتیک در متقاعدسازی بسیار موثر اند که متکی بر مهارت لفظی برجسته، تماس چشمی گسترده، تنوع آوایی و ترمینولوژی احتسابی برای بیان نوع ایدئال سازمان شان است. قدرت تیم به نوبه ی خود ارتباط مثبتی به لحاظ مطالعات مقطعی و طولی با نتایج مهم تیمی مثل تلاش، عملکرد، کیفیت خدمات و رضایت کار تیمی دارد. همانطور که قبلاً ذکر شد، پیرس و انسلی^۶ ۲۰۰۴ دریافته اند که قدرت تیمی ارتباط متقابلی با دیدگاه مشترک تیم در حالت اتی اش دارد در حالی که چرخهی خود-تقویتی به نوبه ی خود ارتباط مثبتی با کارایی نوآوری تیمی دارد که توسط اعضای تیم، مدیران تیم و مشتریان بیرونی استنباط می شود. هاول و شی^۷ ۲۰۰۶ ۴۱ تیم نوآور محصول در ۱۳ سازمان را بررسی کردند و دریافته اند که توسط ارتقا قدرت تیمی، عملکرد نوآوری تیم در بلند مدت حفظ می شود. آنها نتیجه

^۱ -Guzzo, yost, campell, shea

^۲ -Widmann, Mulder

^۳ -schaubroeck, Lam, Cha

^۴ -Lester, Meglino, korsgaard

^۵ -Guzzo et al

^۶ -Pearce, Ensley

^۷ -Howell, shea

گیری کردند که حس اعتماد ایجاد شده توسط سطوح بالای قدرت تیمی به تیمها برای حفظ در صورت اختلاف کمک می کند که از اهمیت خاصی برای تیمها در رویاروی با چالشها ی توسعه ی محصول جدید در طول دوره ی زمانی برخوردار است. تعامل بر قدرت تیم در سازمان آب و فاضلاب شهر اصفهان تاثیر دارد. مقدار (T-Value) ۱۱/۲۳۵ می باشد که از ۱/۹۶ بزرگتر شده است، لذا فرضیه سوم تحقیق مورد پذیرش قرار گرفته است و مقدار ضریب مسیر (بتا) برابر ۰/۵۰۵ شده است که از وضعیت مناسبی برخوردار می باشد؛ به بیان دیگر به ازای یک واحد تغییر در تعامل، قدرت تیم به میزان ۵۰/۵ درصد تغییر پیدا خواهد کرد. قدرت تیم بر رفتارهای نوآورانه در سازمان آب و فاضلاب شهر اصفهان تاثیر دارد.

مقدار (T-Value) ۲۷/۵۱۱ می باشد که از ۱/۹۶ بزرگتر شده است، لذا فرضیه چهارم تحقیق مورد پذیرش قرار گرفته است و مقدار ضریب مسیر (بتا) برابر ۰/۷۸۸ شده است که از وضعیت مناسبی برخوردار می باشد؛ به بیان دیگر به ازای یک واحد تغییر در قدرت تیم، رفتارهای نوآورانه به میزان ۷۸/۸ درصد تغییر پیدا خواهد کرد.

در تبیین فرضیه های فوق می توان گفت در بررسی حاضر ، ما به طور خاص به دنبال بررسی تاثیر واسطه ای به هم وابستگی کار تیمی هستیم . ما این کار را انجام داده به این دلیل که به هم وابستگی کاری یک مشخصه ی کلیدی تیمهای کاری است و تحقیقات قبلی نشان داده است که این امر می تواند یک نقش واسطه ای بین ورودیهای تیمی از یک طرف و حالتیهای تیم ، فرایندها و نتایج از طرف دیگر باشد (ایلگن ، هولن بک ، جانسون ، جوندت^۱ ۲۰۰۵). علاوه بر این ، به هم وابستگی کاری تنظیم کننده ی شرایط و الزامات و محدودیتهای است که باید در نظریه ی تیم ، تحقیقات و شیوه ها مدنظر قرار گیرد مفهوم به هم وابستگی کاری به عنوان میزانی توصیف شده که در آن کار هر عضو تیم وابسته به کار دیگر اعضا در همان تیم است به طوری که تعامل و هماهنگی اعضای تیم برای تکمیل کارها نیاز است تاثیر کاریزما بر هویت تیم توسط به هم وابستگی بالای کار کاهش می یابد . آنها این واسطه را توسط بیان این تشریح کردند که به هم وابستگی کاری به عنوان یک جایگزین برای رهبری در ارتباط با متغییر خاص نتیجه بررسی شان به عنوان مثال هویت تیمی مدنظر است. اما در بررسی حاضر ، سطح به هم وابستگی کاری بین اعضای تیم نقش تشدید کننده ی در ارتباط بین رهبری کاریزماتیک و قدرت تیمی ایفا می کند. همانطور که در پاراگراف بالا ذکر شد ، رهبران کاریزماتیک سطح بالای از اعتماد به توانای اعضای تیم برای دستیابی به اهداف جمعی را بیان کرده از اینرو عملکرد تیمی افزایش می یابد. در تیم های با سطوح بالای به هم وابستگی کاری در جای یکه اعضای تیم به یکدیگر برای دستیابی به اهداف کاری وابسته هستند، نقش رهبر بیان کننده ی ماموریت تصویری و نشان دادن اعتماد به اعضای تیم است که می تواند کار را به خوبی انجام دهد که مهمتر از زمانی است که اعضای تیم به طور مستقل کار می کند . در موقعیتهای قبلی ، تاثیر رهبری کاریزماتیک بر قدرت تیمی قوی تر است به این دلیل که سطوح بالاتر به هم وابستگی مرتبط با کارهای تیمی پیچیده است که نیازمند هماهنگی است و تحت این شرایط ، نقش رهبر کاریزماتیک بیان کننده ی دیدگاه مشترک و نشان دهنده ی اعتماد به تیم برای ارتقا قدرت تیم ضروری است و زمانی که به هم وابستگی پایین باشد ، اعضای تیم قادر به کار به طور مستقل برای انجام کارهای تیمی و دستیابی به اهداف تیمی هستند . تحت این شرایط ، عقیده ی جمعی که تیم موثر است ضعیف تر از در نمونه ی قبلی بود به این دلیل که نقش شان برای هماهنگی با رفتارهای اعضای تیم همانند در موقعیت سابق نیاز نیست . ما مدلی را پیشنهاد داده که در آن نه تنها ارتباط بین رهبری کاریزما و قدرت تیم بلکه ارتباط غیرمستقیم بین رهبری کاریزما و رفتار نواور تیم وابسته به سطح به هم وابستگی کار تیم است (ادوارد ولامبرت^۲ ۲۰۰۷). به طور خاص تر ، ما بر این تصوریم که رهبران کاریزما ارتقا دهنده ی رفتار نواور تیمی از طریق ارتقا قدرت تیم هستند و این تاثیر غیرمستقیم درجایی قوی تر است که سطح به هم وابستگی کاری بالا باشد .

با توجه به تایید فرضیه های تحقیق پیشنهاد می گردد که:

^۱ -Ilgen, Hollenbeck, Johnson, Jundt

^۲ -Edwards, Lambert

جهت ارتقای قدرت تیم از طریق ایجاد ویژگیهای رهبری کارزماتیک اقدام نمایند. تدوین برنامه های آموزشی به منظور توسعه مهارت های رهبری کارزماتیک بسیار حائز اهمیت است و می تواند در اثر بخشی مدیران بسیار کارآمد باشد. تصمیم ها و فعالیت یکپارچه در جهت توسعه و موفقیت استراتژی های نوآورانه صورت گیرد.

با بررسی سازمان های موفق در زمینه استفاده از نوآوری سازمانی، راهکاره ای جدید جهت کسب دانش، به مدیران و کارکنان آموزش داده شود. فرصتی را در جهت تغییر روش های معمول انجام کار به کارکنان داده شود. مدیران اجازه پیاده کردن روش جدید خدمات را به کارکنان بدهند.

منابع مالی و انسانی در جهت نوآوری تقویت گردد. کار گروهی برای شناسایی، حفظ و نگهداری افراد تیزهوش، کنجکاو و دانشطلب به دلیل دارا بودن توانایی فعالیت های نوآورانه و استفاده از دانش اجرا کرد. در برنامه های سالیانه بودجه مناسبی برای برنامه های ابتکاری پیش بینی شود

بینی شود

۶. منابع

فهرست منابع فارسی

شهباز، شهلا. (۱۴۰۱). بررسی نقش رهبری کارزماتیک بر رفتارهای خلاقانه کارکنان با در نظر گرفتن نقش توانمندسازی تیمی و وابستگی اثر متقابل (مطالعه موردی: کارکنان سازمان تامین اجتماعی شهر اصفهان). پایان نامه کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی صبح صادق، گروه مدیریت.

عسکری، زهرا. (۱۴۰۱). بررسی رهبری کارزماتیک بر رفتار نوآورانه تیم کاری با نقش میانجی توان تیمی در استانداری کردستان. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور همدان.

فرهنگی، علی اکبر و همکاران (۱۳۹۶). *نظریه های ارتباطات سازمانی*، تهران، رسا، چاپ چهارم.

همتی، حمید. (۱۴۰۱). بررسی تاثیر رهبری کارزماتیک بر تعهد سازمانی در میان کارکنان دانشگاه شیراز. پایان نامه کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی پارس، گروه مدیریت.

فهرست منابع انگلیسی

Anderson, N. R., & West, M. A. (1998). Measuring climate for work group innovation: Development and validation of the Team Climate Inventory. *Journal of Organizational Behavior*, 19, 235–258. <https://doi.org/10.1002/job.236>.

Blanc, P Et Al. (2019). Charismatic Leadership and Work Team Innovative Behavior: the Role of Team Task Interdependence and Team Potency. *Journal of Business and Psychology* <https://doi.org/10.1007/s10869-019-09663-6>

Fiedler, F. E. (1964). A contingency model of leadership effectiveness. *Advanced Experimental Social Psychology*, 1, 149–190. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60051-9](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60051-9)

Guzzo, R. A., Yost, P. R., Campbell, R. J., & Shea, G. P. (1993). Potency in groups: Articulating a construct. *British Journal of Social Psychology*, 32, 87–106. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8309.1993.tb00987.x>

Abstract

Although the importance of leadership for innovation processes has been acknowledged, the knowledge of the relationship between leadership styles and levels of innovation in work teams is still limited. The purpose of this research was to investigate the effect of charismatic leadership, interaction and interdependence on innovative behaviors with the mediating role of team power (case study: Isfahan City Water and Wastewater Organization). This research is descriptive-survey in terms of practical purpose and data collection method. The statistical population of the research was all the employees of the Water and Sewerage Organization of Isfahan in 1402, of which 205 people were selected as the sample size and by stratified random method. The data collection tool was the 17-item questionnaire of Blank et al. (2019). The content validity of the questionnaire was confirmed by a group of experts. Also, to check the validity of the construct, three indices of composite reliability, mean variance extracted and factor load were used, and Cronbach's alpha coefficient was used to measure reliability and reliability using SPSS software, which was calculated to be more than 0.7. The results of the research with PLS software show that charismatic leadership and mutual dependence have an effect on the team's strength in Isfahan water and sewage organization. Interaction has an effect on the strength of the team in Isfahan Water and Wastewater Organization. The strength of the team has an effect on innovative behaviors in the water and sewage organization of Isfahan city.

Keywords: charismatic leadership, interdependence, team power and innovative behaviors