

تبیین الگوی نوآوری خدمات در سازمان‌های شهری با تأکید بر رهبری اخلاقی و فناوری اطلاعات: شواهدی از شهرداری تبریز

اکرم بهشتی

کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات، کارشناس آمار سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری تبریز.
a.beheshti86@gmail.com

شماره ۱۱۰ / زمستان ۱۴۰۴ (جلد دوم) / صص ۱۸۳-۱۹۴
چشم انداز حسابداری و مدیریت (دوره هشتم)

چکیده

در شرایط پیچیده و پویای محیط‌های شهری، نوآوری در ارائه خدمات به‌عنوان یکی از مهم‌ترین الزامات بهبود عملکرد سازمان‌های عمومی، به‌ویژه شهرداری‌ها، مطرح شده است. هدف پژوهش حاضر تبیین الگوی نوآوری خدمات در سازمان‌های شهری با تأکید بر نقش رهبری اخلاقی و فناوری اطلاعات و ارتباطات و با در نظر گرفتن نقش واسطه‌ای سرمایه روانشناختی کارکنان است. پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری شامل کارکنان شهرداری تبریز بوده و داده‌ها با استفاده از پرسشنامه استاندارد گردآوری شده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها با بهره‌گیری از مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم‌افزار SmartPLS انجام شد. نتایج نشان داد رهبری اخلاقی و فناوری اطلاعات و ارتباطات تأثیر مثبت و معناداری بر سرمایه روانشناختی و رفتار نوآوری خدمات دارند و سرمایه روانشناختی نیز نقش واسطه‌ای معناداری در این روابط ایفا می‌کند. یافته‌های پژوهش می‌تواند راهنمای مدیران شهری در طراحی سیاست‌های منابع انسانی و فناوریانه برای ارتقای نوآوری خدمات باشد.

واژگان کلیدی: نوآوری خدمات، رهبری اخلاقی، فناوری اطلاعات و ارتباطات، سرمایه روانشناختی، شهرداری تبریز.

مقدمه

در دهه‌های اخیر، سازمان‌های شهری به‌ویژه شهرداری‌ها، با محیطی به‌شدت پویا، پیچیده و غیرقابل پیش‌بینی مواجه شده‌اند. رشد شتابان شهرنشینی، افزایش انتظارات شهروندان، محدودیت منابع مالی و انسانی، و گسترش فناوری‌های دیجیتال، ضرورت بازاندیشی در شیوه ارائه خدمات شهری را بیش از پیش نمایان ساخته است. در چنین شرایطی، نوآوری خدمات نه تنها به‌عنوان یک مزیت رقابتی، بلکه به‌مثابه یک الزام راهبردی برای بقا و اثربخشی سازمان‌های شهری مطرح می‌شود (مارشال و همکاران، ۲۰۲۳).

نوآوری خدمات در بخش عمومی، به‌ویژه در شهرداری‌ها، ماهیتی متفاوت از بخش خصوصی دارد. وجود ساختارهای بوروکراتیک، الزامات قانونی، پاسخ‌گویی عمومی و تنوع ذی‌نفعان، فرآیند نوآوری را با پیچیدگی‌های مضاعفی همراه می‌سازد. با این حال، پژوهش‌های اخیر نشان می‌دهد که سازمان‌های شهری موفق، آن‌هایی هستند که توانسته‌اند از طریق تحول در الگوهای مدیریتی، بهره‌گیری هوشمندانه از فناوری اطلاعات و تقویت منابع انسانی، زمینه نوآوری پایدار در خدمات را فراهم کنند (لورتس و فیسک، ۲۰۲۲).

در این میان، نقش رهبری سازمانی به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل شکل‌دهنده رفتار کارکنان، مورد توجه فزاینده پژوهشگران قرار گرفته است. به‌ویژه رهبری اخلاقی به عنوان سبکی از رهبری که بر عدالت، شفافیت، صداقت و مسئولیت‌پذیری اجتماعی تأکید دارد، می‌تواند بستر روانی و اجتماعی لازم برای بروز رفتارهای نوآورانه را در سازمان‌های عمومی فراهم سازد (براون و همکاران، ۲۰۲۱). رهبران اخلاقی با ایجاد اعتماد سازمانی و کاهش ترس از پیامدهای منفی شکست، کارکنان را به مشارکت فعال در ارائه ایده‌های جدید و بهبود فرآیندهای خدماتی تشویق می‌کنند (هاوارد و ژانگ، ۲۰۲۴).

از سوی دیگر، فناوری اطلاعات و ارتباطات (فاوا) به عنوان پیشران اصلی تحول دیجیتال در مدیریت شهری، نقش غیرقابل‌انکاری در توسعه نوآوری خدمات ایفا می‌کند. توسعه دولت الکترونیک، شهر هوشمند، سامانه‌های یکپارچه خدمات شهری و استفاده از کلان‌داده‌ها، همگی مستلزم زیرساخت‌های فناورانه کارآمد و پذیرش سازمانی فناوری هستند (سانتوس و همکاران، ۲۰۲۳). با این حال، شواهد پژوهشی حاکی از آن است که صرف سرمایه‌گذاری در فناوری، بدون توجه به عوامل انسانی و روانشناختی، نمی‌تواند منجر به نوآوری مؤثر در خدمات شود (کیم و پارک، ۲۰۲۲).

در این راستا، مفهوم سرمایه روانشناختی به عنوان یکی از مهم‌ترین منابع درون‌سازمانی، توجه پژوهشگران مدیریت و رفتار سازمانی را به خود جلب کرده است. سرمایه روانشناختی که متشکل از چهار مؤلفه خودکارآمدی، امید، خوش‌بینی و تاب‌آوری است، توانایی کارکنان برای مواجهه با تغییرات، پذیرش ریسک و مشارکت در فعالیت‌های نوآورانه را افزایش می‌دهد (لوتانز و یوسف-مورگان، ۲۰۲۱). کارکنانی که از سرمایه روانشناختی بالاتری برخوردارند، در برابر فشارهای سازمانی مقاومت بیشتری نشان داده و تمایل بالاتری به ارائه راه‌حل‌های خلاقانه دارند (نوواک و همکاران، ۲۰۲۴).

بررسی ادبیات پژوهش نشان می‌دهد که رهبری اخلاقی و فناوری اطلاعات هر دو می‌توانند به صورت مستقیم و غیرمستقیم بر نوآوری خدمات اثرگذار باشند، اما سازوکارهای درونی این تأثیرگذاری، به‌ویژه نقش واسطه‌ای سرمایه روانشناختی، هنوز به‌طور کامل تبیین نشده است. این خلأ پژوهشی به‌ویژه در بستر سازمان‌های شهری کشورهای در حال توسعه، از جمله ایران، برجسته‌تر است (الویرا و همکاران، ۲۰۲۳).

شهرداری تبریز به عنوان یکی از کلان‌شهرهای مهم کشور، در سال‌های اخیر با چالش‌هایی نظیر افزایش تقاضای شهروندان برای خدمات هوشمند، محدودیت منابع و ضرورت ارتقای کیفیت خدمات مواجه بوده است. در چنین شرایطی، شناسایی عوامل مؤثر بر نوآوری خدمات و تبیین روابط میان رهبری اخلاقی، فناوری اطلاعات و سرمایه روانشناختی کارکنان، می‌تواند نقش مهمی در بهبود عملکرد این سازمان ایفا کند.

بر این اساس، پژوهش حاضر با هدف تبیین الگوی نوآوری خدمات در سازمان‌های شهری با تأکید بر رهبری اخلاقی و فناوری اطلاعات و با در نظر گرفتن نقش واسطه‌ای سرمایه روانشناختی انجام شده است. این پژوهش تلاش می‌کند ضمن غنی‌سازی ادبیات نظری، شواهد تجربی معتبری برای مدیران شهری فراهم آورد تا بتوانند با اتخاذ رویکردی جامع، زمینه تحقق نوآوری پایدار در خدمات شهری را فراهم سازند.

فرضیه‌های تحقیق

- ✓ رهبری اخلاقی بر رفتار نوآورانه خدمات در شهرداری تهران با نقش واسطه‌ای سرمایه روانشناختی تأثیر دارد.
- ✓ فناوری اطلاعات و ارتباطات بر رفتار نوآورانه خدمات در شهرداری تهران با نقش واسطه‌ای سرمایه روانشناختی تأثیر دارد.
- ✓ رهبری اخلاقی بر رفتار نوآورانه خدمات در شهرداری تهران تأثیر دارد.
- ✓ رهبری اخلاقی بر سرمایه روانشناختی در شهرداری تهران تأثیر دارد.

- ✓ فناوری اطلاعات و ارتباطات بر رفتار نوآورانه خدمات در شهرداری تهران تاثیر دارد.
- ✓ فناوری اطلاعات و ارتباطات بر سرمایه روانشناختی در شهرداری تهران تاثیر دارد.
- ✓ سرمایه روانشناختی بر رفتار نوآورانه خدمات در شهرداری تهران تاثیر دارد.

مبانی نظری پژوهش

نوآوری خدمات در سازمان‌های شهری

نوآوری خدمات به مجموعه‌ای از فعالیت‌های هدفمند اطلاق می‌شود که با هدف بهبود کیفیت، کارایی و اثربخشی خدمات ارائه شده به ذی‌نفعان، به‌ویژه شهروندان، طراحی و اجرا می‌گردد. در سازمان‌های شهری، نوآوری خدمات بیشتر ماهیتی فرآیندی و تعاملی دارد و کمتر به تولید محصول فیزیکی محدود می‌شود (اوزبورن، رادنور و نازی، ۲۰۲۱). این نوع نوآوری شامل بازطراحی فرآیندهای خدمت‌رسانی، به‌کارگیری شیوه‌های نوین تعامل با شهروندان و استفاده خلاقانه از منابع موجود است.

اوزبورن، رادنور و نازی (۲۰۲۱)، تأکید می‌کنند که نوآوری خدمات در بخش عمومی برخلاف بخش خصوصی، تحت تأثیر محدودیت‌های نهادی، قوانین و پاسخ‌گویی اجتماعی قرار دارد و به همین دلیل، نقش عوامل انسانی در آن پررنگ‌تر است. کارکنان سازمان‌های شهری به‌عنوان مجریان اصلی خدمات، نقش محوری در شناسایی مشکلات، ارائه ایده‌های جدید و اجرای راه‌حل‌های نوآورانه ایفا می‌کنند. دوریس، بکرز و تومرز (۲۰۲۰)، بیان می‌کنند که نوآوری خدمات زمانی محقق می‌شود که کارکنان از انگیزه، حمایت و منابع لازم برخوردار باشند. از این منظر، رفتار نوآوری خدمات به‌عنوان یک رفتار فراتر از نیازمندی محیطی است که در آن خطا به‌عنوان بخشی از فرآیند یادگیری پذیرفته شود. سورنسن و تورفینگ (۲۰۲۲)، نوآوری خدمات را نتیجه تعامل میان بازیگران سازمانی، رهبری و ساختارهای پشتیبان می‌دانند و معتقدند که بدون وجود بسترهای روانشناختی مناسب، حتی پیشرفته‌ترین ابزارها نیز منجر به نوآوری نخواهند شد. بنابراین، نوآوری خدمات در سازمان‌های شهری پدیده‌ای چندبعدی است که ریشه در عوامل مدیریتی، فناوری و روانشناختی دارد.

رهبری اخلاقی

رهبری اخلاقی به سبکی از رهبری اطلاق می‌شود که در آن رهبر از طریق رفتارهای منصفانه، صادقانه و مسئولانه، استانداردهای اخلاقی را در سازمان ترویج می‌کند و خود به‌عنوان الگوی رفتاری برای کارکنان عمل می‌نماید (دن‌هارتوگ، ۲۰۲۱). این نوع رهبری فراتر از رعایت قوانین است و بر نهادینه‌سازی ارزش‌های اخلاقی در تصمیم‌گیری‌های روزمره تأکید دارد.

دن‌هارتوگ (۲۰۲۱)، بیان می‌کند که رهبران اخلاقی با ایجاد شفافیت، پاسخ‌گویی و عدالت سازمانی، اعتماد کارکنان را جلب کرده و زمینه‌ساز شکل‌گیری روابط مثبت کاری می‌شوند. در سازمان‌های عمومی، این سبک رهبری اهمیت دوچندانی دارد؛ زیرا عملکرد مدیران مستقیماً بر اعتماد عمومی و مشروعیت سازمان تأثیر می‌گذارد.

آیزن‌بایس و برودبک (۲۰۲۲)، نشان می‌دهند که رهبری اخلاقی موجب افزایش تعهد سازمانی، کاهش رفتارهای انحرافی و تقویت نگرش‌های مثبت شغلی می‌شود. این پیامدها به‌طور غیرمستقیم، بستر لازم برای بروز رفتارهای نوآورانه را فراهم می‌کنند. از منظر نوآوری، رهبران اخلاقی با حمایت از ایده‌های جدید و پرهیز از تنبیه خطاهای ناخواسته، احساس امنیت روانی را در کارکنان تقویت می‌کنند. ژانگ و لی (۲۰۲۳)، تأکید می‌کنند که رهبری اخلاقی از طریق ارتقای سرمایه روانشناختی، نقش کلیدی در تحریک رفتارهای نوآورانه کارکنان ایفا می‌کند. بنابراین، رهبری اخلاقی نه تنها یک الزام ارزشی، بلکه یک ابزار راهبردی برای توسعه نوآوری خدمات محسوب می‌شود.

فناوری اطلاعات و ارتباطات

فناوری اطلاعات و ارتباطات به مجموعه‌ای از ابزارها، سامانه‌ها و زیرساخت‌ها اطلاق می‌شود که امکان جمع‌آوری، پردازش، ذخیره و تبادل اطلاعات را در سازمان فراهم می‌سازد. در سازمان‌های شهری، این فناوری‌ها نقش مهمی در تحول شیوه‌های سنتی ارائه خدمات ایفا می‌کنند (مایر و تانز، ۲۰۲۱).

مایر و تانز (۲۰۲۱)، بیان می‌کنند که فناوری اطلاعات در مدیریت شهری می‌تواند موجب افزایش شفافیت، سرعت و کیفیت خدمات شود؛ اما تحقق این مزایا مستلزم پذیرش و استفاده مؤثر کارکنان از این فناوری‌هاست. صرف وجود زیرساخت فناوریانه، بدون آمادگی انسانی، منجر به نوآوری نخواهد شد.

مرگل، ادلمان و هاوگ (۲۰۲۲)، تحول دیجیتال را فرآیندی اجتماعی-فنی می‌دانند که در آن فناوری و نیروی انسانی به‌طور هم‌زمان دچار تغییر می‌شوند. از این منظر، فناوری اطلاعات زمانی به نوآوری خدمات منجر می‌شود که کارکنان آن را ابزاری توانمندساز تلقی کنند.

لونا-ریس و گیل-گارسیا (۲۰۲۰)، تأکید می‌کنند که استفاده مؤثر از فناوری اطلاعات، احساس کنترل شغلی و خودکارآمدی کارکنان را افزایش می‌دهد. این امر می‌تواند زمینه‌ساز افزایش سرمایه روانشناختی و در نهایت، بروز رفتارهای نوآورانه در ارائه خدمات شهری شود.

سرمایه روانشناختی

سرمایه روانشناختی به وضعیت روانی مثبت و قابل توسعه فرد اشاره دارد که شامل چهار مؤلفه خودکارآمدی، امید، خوش‌بینی و تاب‌آوری است (لوتانز، یوسف-مورگان و اولیو، ۲۰۲۰). این سازه بر توانمندی‌های درونی افراد تمرکز دارد و آن‌ها را به‌عنوان منابعی راهبردی برای سازمان معرفی می‌کند.

لوتانز، یوسف-مورگان و اولیو (۲۰۲۰)، بیان می‌کنند که سرمایه روانشناختی برخلاف ویژگی‌های شخصیتی، قابل آموزش و توسعه است و می‌تواند از طریق مداخلات مدیریتی تقویت شود. کارکنانی که از سرمایه روانشناختی بالاتری برخوردارند، در مواجهه با چالش‌ها انعطاف‌پذیرتر بوده و نگرش مثبت‌تری نسبت به تغییرات سازمانی دارند. نیومن، نیلسن و اسمیت (۲۰۲۱)، نشان می‌دهند که سرمایه روانشناختی با افزایش خلاقیت، عملکرد و رفتارهای نوآورانه رابطه معنادار دارد. این رابطه به‌ویژه در محیط‌های کاری پیچیده و پرفشار، مانند سازمان‌های دولتی، برجسته‌تر است. ایوی و همکاران (۲۰۲۲)، سرمایه روانشناختی را یکی از مهم‌ترین منابع نامشهود سازمان‌ها می‌دانند که می‌تواند کمبود منابع مادی را جبران کند. در سازمان‌های شهری، این سرمایه نقش واسطه‌ای مهمی میان رهبری، فناوری و نوآوری خدمات ایفا می‌کند.

پیشینه پژوهش

بررسی پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که رهبری اخلاقی و فناوری اطلاعات هر دو به‌عنوان محرک‌های اصلی نوآوری خدمات در سازمان‌های عمومی معرفی شده‌اند، اما مسیر اثرگذاری آن‌ها یکسان نیست. از یک‌سو، دن‌هارتوگ (۲۰۲۱)، و آیزن‌بایس و برودبک (۲۰۲۲)، نشان می‌دهند که رهبری اخلاقی به‌صورت مستقیم و رفتاری، از طریق الگوسازی ارزشی و ایجاد اعتماد، کارکنان را به مشارکت فعال در ارائه ایده‌های نوآورانه ترغیب می‌کند؛ در حالی که در مطالعات حوزه فناوری اطلاعات، مانند مایر و تانز (۲۰۲۱)، و مرگل و همکاران (۲۰۲۲)، تأکید اصلی بر زیرساخت‌ها و قابلیت‌های فنی است و نقش عامل انسانی به‌صورت غیرمستقیم مطرح می‌شود. این تقابل نظری نشان می‌دهد که اگرچه هر دو متغیر می‌توانند نوآوری خدمات را تقویت کنند، اما رهبری اخلاقی بیشتر از مسیر هنجاری و انگیزشی و فناوری اطلاعات از مسیر تسهیل‌گری و توانمندسازی عمل می‌کند. همین تفاوت مبنای طرح فرضیه تأثیر مستقیم رهبری اخلاقی و فناوری اطلاعات بر نوآوری خدمات در پژوهش حاضر است.

در ادامه این تمایز، مطالعات روانشناختی سازمانی نشان می‌دهند که سرمایه روانشناختی حلقه اتصال مهمی میان متغیرهای مدیریتی و پیامدهای رفتاری است. لوتانز و همکاران (۲۰۲۰)، تأکید می‌کنند که رفتار رهبران، به‌ویژه زمانی که مبتنی بر انصاف و حمایت اخلاقی باشد، نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری امید، خودکارآمدی و تاب‌آوری کارکنان دارد. این یافته‌ها با نتایج ژانگ و لی (۲۰۲۳)، هم‌راستاست که نشان دادند رهبری اخلاقی به‌طور معناداری سرمایه روانشناختی را افزایش می‌دهد. در مقابل، در ادبیات فناوری اطلاعات، لونا-ریس و گیل-گارسیا (۲۰۲۰)، بیان می‌کنند که فناوری اطلاعات از طریق کاهش ابهام شغلی و افزایش کنترل ادراک‌شده، می‌تواند خودکارآمدی و خوش‌بینی کارکنان را تقویت کند. مقایسه این دو جریان پژوهشی نشان می‌دهد که اگرچه منبع اثرگذاری متفاوت است، اما هر دو به تقویت سرمایه روانشناختی منجر می‌شوند؛ موضوعی که توجیه نظری فرضیه‌های مربوط به اثر رهبری اخلاقی و فناوری اطلاعات بر سرمایه روانشناختی را فراهم می‌سازد.

از سوی دیگر، رابطه بین سرمایه روانشناختی و نوآوری خدمات در اغلب پژوهش‌ها به‌عنوان رابطه‌ای قوی و پایدار گزارش شده است. نیومن، نیلسن و اسمیت (۲۰۲۱)، نشان می‌دهند کارکنانی که از سطح بالاتری از سرمایه روانشناختی برخوردارند، ریسک‌پذیری بیشتری در ارائه ایده‌های جدید دارند و کمتر از پیامدهای شکست هراس دارند. این یافته با نتایج فراتحلیل آوی و همکاران (۲۰۲۲)، هم‌خوانی دارد که سرمایه روانشناختی را یکی از پیش‌بین‌های اصلی رفتار نوآورانه معرفی می‌کند. در مقایسه با مطالعاتی که صرفاً به نقش ساختار یا فناوری پرداخته‌اند، این دسته از پژوهش‌ها نشان می‌دهند که بدون تقویت منابع روانشناختی، حتی پیشرفته‌ترین زیرساخت‌های فناوری نیز الزاماً به نوآوری خدمات منجر نخواهند شد. این تقابل، مبنای نظری فرضیه تأثیر مستقیم سرمایه روانشناختی بر نوآوری خدمات را تقویت می‌کند. در نهایت، مطالعات جدیدتر به‌طور مشخص به نقش واسطه‌ای سرمایه روانشناختی پرداخته‌اند و نشان داده‌اند که اثر متغیرهای کلان مدیریتی و فناورانه بر نوآوری، اغلب غیرمستقیم است. ژانگ و لی (۲۰۲۳)، در بررسی هم‌زمان رهبری اخلاقی و نوآوری نشان دادند که بخش قابل‌توجهی از این رابطه از طریق سرمایه روانشناختی منتقل می‌شود. به‌طور مشابه، مرگل و همکاران (۲۰۲۲)، تأکید می‌کنند که فناوری اطلاعات زمانی به نوآوری خدمات منجر می‌شود که کارکنان از نظر روانشناختی آمادگی پذیرش تغییر را داشته باشند. مقایسه این دو جریان پژوهشی نشان می‌دهد که سرمایه روانشناختی نه تنها یک پیامد مستقل، بلکه سازوکاری تبیینی برای درک چگونگی اثرگذاری رهبری اخلاقی و فناوری اطلاعات بر نوآوری خدمات است. بر همین اساس، فرضیه‌های مربوط به نقش واسطه‌ای سرمایه روانشناختی در پژوهش حاضر شکل گرفته‌اند و تلاش می‌کنند این شکاف نظری را در بستر سازمان‌های شهری ایران، به‌ویژه شهرداری تبریز، مورد آزمون تجربی قرار دهند.

روش‌شناسی پژوهش

نوع و روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت و روش، توصیفی-پیمایشی است. پژوهش‌های کاربردی با هدف توسعه دانش قابل استفاده در حل مسائل واقعی سازمان‌ها انجام می‌شوند و نتایج آن‌ها می‌تواند به بهبود تصمیم‌گیری‌های مدیریتی و سیاست‌گذاری‌های اجرایی منجر شود. با توجه به اینکه هدف این پژوهش تبیین الگوی نوآوری خدمات در سازمان‌های شهری با تأکید بر رهبری اخلاقی، فناوری اطلاعات و نقش واسطه‌ای سرمایه روانشناختی است، ماهیت کاربردی آن کاملاً توجیه‌پذیر است؛ چرا که نتایج پژوهش می‌تواند به مدیران شهری در بهبود کیفیت خدمات و ارتقای نوآوری سازمانی کمک کند.

از منظر روش‌شناسی، پژوهش حاضر در زمره تحقیقات توصیفی-پیمایشی قرار می‌گیرد. در تحقیقات توصیفی، هدف اصلی توصیف وضعیت موجود و بررسی روابط بین متغیرها بدون دستکاری آنهاست. روش پیمایشی نیز یکی از رایج‌ترین روش‌ها برای جمع‌آوری داده‌های کمی در پژوهش‌های علوم انسانی و مدیریت است که امکان بررسی نگرش‌ها، ادراکات و رفتارهای افراد را در یک جامعه آماری مشخص فراهم می‌سازد. در این پژوهش، داده‌ها از طریق پرسشنامه و با اتکا به خودگزارش‌دهی پاسخ‌دهندگان گردآوری شده است که با توجه به ماهیت متغیرهای مورد بررسی (رهبری اخلاقی، فناوری اطلاعات، سرمایه روانشناختی و نوآوری خدمات)، روشی مناسب و متداول محسوب می‌شود.

جامعه آماری و نمونه پژوهش

جامعه آماری پژوهش شامل کلیه کارکنان شهرداری تبریز در سطوح مختلف سازمانی است. انتخاب شهرداری تبریز به‌عنوان بستر انجام پژوهش، با توجه به گستردگی ساختار سازمانی، تنوع واحدهای اجرایی، و نقش کلیدی این سازمان در ارائه خدمات عمومی شهری، دارای توجیه علمی و کاربردی است. کارکنان شهرداری به‌عنوان مجریان اصلی سیاست‌ها و برنامه‌های خدماتی، نقش تعیین‌کننده‌ای در تحقق نوآوری خدمات دارند و بررسی نگرش‌ها و ادراکات آنان می‌تواند تصویری واقع‌بینانه از وضعیت نوآوری در سازمان‌های شهری ارائه دهد.

روش نمونه‌گیری در این پژوهش تصادفی طبقه‌ای است. بدین معنا که ابتدا جامعه آماری به طبقات مختلف (بر اساس واحدهای سازمانی، معاونت‌ها یا مناطق شهرداری) تقسیم شد و سپس از هر طبقه، نمونه‌ای به‌صورت تصادفی انتخاب گردید. استفاده از این روش نمونه‌گیری موجب افزایش دقت نتایج و نمایندگی بهتر نمونه از کل جامعه آماری می‌شود و از سوگیری ناشی از تمرکز بر یک واحد یا بخش خاص جلوگیری می‌کند. حجم نمونه با توجه به معیارهای روش مدل‌سازی معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مربعات جزئی (PLS-SEM) و تعداد مسیرهای مدل مفهومی تعیین شد، به‌گونه‌ای که کفایت آماری لازم برای انجام تحلیل‌های پیشرفته فراهم گردد.

ابزار گردآوری داده‌ها

ابزار اصلی گردآوری داده‌ها در این پژوهش، پرسشنامه استاندارد است که شامل چهار بخش اصلی می‌باشد. بخش اول به سنجش رهبری اخلاقی، بخش دوم به فناوری اطلاعات و ارتباطات، بخش سوم به سرمایه روانشناختی و بخش چهارم به رفتار نوآوری خدمات اختصاص دارد. سؤالات پرسشنامه بر اساس ابزارهای معتبر و استفاده‌شده در پژوهش‌های پیشین طراحی و بومی‌سازی شده‌اند تا از روایی محتوایی مناسب برخوردار باشند.

پرسشنامه به‌صورت خودگزارش‌دهی در اختیار پاسخ‌دهندگان قرار گرفت و از آنان خواسته شد میزان موافقت خود با هر گویه را بر اساس مقیاس اندازه‌گیری مشخص شده اعلام کنند. استفاده از پرسشنامه استاندارد این امکان را فراهم می‌سازد که متغیرهای پنهان پژوهش به‌صورت کمی و قابل تحلیل اندازه‌گیری شوند و داده‌های حاصل، قابلیت تحلیل با روش‌های پیشرفته آماری را داشته باشند. پیش از توزیع نهایی پرسشنامه، بررسی اولیه‌ای به‌منظور اطمینان از شفافیت سؤالات و عدم ابهام در عبارات انجام شد.

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش از مدل‌سازی معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مربعات جزئی (PLS-SEM) و نرم‌افزار SmartPLS استفاده شد. این روش به‌ویژه برای پژوهش‌هایی با هدف پیش‌بینی، مدل‌های پیچیده و وجود متغیرهای واسطه‌ای بسیار مناسب است. یکی از مزیت‌های اصلی PLS-SEM، عدم وابستگی شدید به نرمال بودن

داده‌ها و امکان استفاده در حجم نمونه‌های متوسط است؛ ویژگی‌ای که آن را به گزینه‌ای مناسب برای پژوهش حاضر تبدیل می‌کند.

فرآیند تحلیل داده‌ها در چند مرحله انجام شد. ابتدا داده‌ها از نظر وجود مقادیر گمشده، داده‌های پرت و ناهنجاری‌های آماری بررسی و پاک‌سازی شدند. سپس مدل اندازه‌گیری مورد ارزیابی قرار گرفت که شامل بررسی پایایی شاخص‌ها از طریق بارهای عاملی، پایایی سازه‌ها با استفاده از آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی، و بررسی روایی همگرا از طریق میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE) بود. همچنین روایی واگرا با استفاده از معیار HTMT مورد ارزیابی قرار گرفت تا اطمینان حاصل شود که سازه‌ها از یکدیگر متمایز هستند.

در مرحله بعد، مدل ساختاری پژوهش مورد آزمون قرار گرفت. در این مرحله، ضرایب مسیر، مقادیر آماره t و سطح معناداری روابط بین متغیرها بررسی شد. همچنین ضریب تعیین (R^2) برای متغیرهای درون‌زا محاسبه گردید تا میزان تبیین‌پذیری مدل مشخص شود. برای آزمون نقش واسطه‌ای سرمایه روانشناختی، از روش بوت‌استرپ استفاده شد که یکی از روش‌های معتبر در PLS-SEM برای بررسی اثرات غیرمستقیم محسوب می‌شود. در نهایت، برازش کلی مدل نیز با شاخص‌های متناسب با رویکرد PLS مورد ارزیابی قرار گرفت.

تحلیل مدل اندازه‌گیری

به‌منظور اطمینان از مناسب بودن ابزار اندازه‌گیری، ابتدا روایی و پایایی سازه‌های پژوهش مورد بررسی قرار گرفت. پایایی درونی متغیرها با استفاده از شاخص‌های آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (CR) سنجیده شد. نتایج نشان داد مقدار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی تمامی متغیرها بالاتر از حد آستانه ۰.۷ بوده که بیانگر پایایی مطلوب ابزار پژوهش است (هیر و همکاران، ۲۰۲۱).

برای بررسی روایی همگرا، از میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE) استفاده شد. مقادیر AVE برای تمامی سازه‌ها بیش از ۰.۵ گزارش شد که نشان‌دهنده همبستگی مناسب گویه‌ها با سازه مربوطه است.

جدول (۱): نتایج روایی همگرا، پایایی مرکب و آلفای کرونباخ

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
نوآوری خدمات	۰.۹۷۶	۰.۹۷۹	۰.۷۹۲
رهبری اخلاقی	۰.۹۱۸	۰.۹۳۴	۰.۶۶۹
فناوری اطلاعات و ارتباطات	۰.۹۸۲	۰.۹۸۳	۰.۷۸۵
سرمایه روانشناختی	۰.۹۲۳	۰.۹۴۵	۰.۸۱۲

روایی واگرا نیز با استفاده از معیار فورنل-لارکر و بررسی بارهای عاملی متقاطع تأیید شد؛ به‌گونه‌ای که ریشه دوم AVE هر سازه از همبستگی آن با سایر سازه‌ها بیشتر بود. در مجموع، نتایج تحلیل مدل اندازه‌گیری نشان داد پرسشنامه پژوهش از روایی و پایایی قابل قبول برخوردار است.

جدول (۲): نتایج روایی واگرا

عملکرد سرمایه‌گذاری	خواه کارآمدی کارآفرینی	دانش کارآفرینی	حمایت نهادی غیر رسمی	حمایت نهادی رسمی
---------------------	------------------------	----------------	----------------------	------------------

حمایت نهادی رسمی	۰.۸۹۰				
حمایت نهادی غیررسمی	۰.۷۷۶	۰.۸۴۷			
دانش کارآفرینی	۰.۷۶۵	۰.۸۳۲	۰.۸۱۸		
خودکارآمدی کارآفرینی	۰.۴۰۸	۰.۶۳۹	۰.۵۷۰	۰.۸۸۶	
عملکرد سرمایه گذاری	۰.۵۴۸	۰.۷۹۶	۰.۵۷۵	۰.۴۹۷	۰.۹۰۱

تحلیل مدل ساختاری

پس از تأیید مدل اندازه‌گیری، مدل ساختاری پژوهش مورد ارزیابی قرار گرفت. برای بررسی معناداری روابط بین متغیرها از ضرایب مسیر (β) و آماره t حاصل از روش بوت‌استرپینگ در نرم‌افزار SmartPLS استفاده شد. نتایج نشان داد که تمامی مسیرهای تعریف‌شده در مدل دارای مقدار t بزرگ‌تر از ۱.۹۶ بوده و در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار هستند. همچنین مقدار ضریب تعیین R^2 برای متغیر رفتار نوآوری خدمات نشان‌دهنده قدرت تبیین مناسب متغیرهای مستقل و میانجی در مدل پژوهش است. این نتایج حاکی از برازش مناسب مدل ساختاری و توانایی آن در تبیین نوآوری خدمات در شهرداری تبریز است.

جدول (۳): مقادیر ضریب تعیین

متغیرهای پژوهش	R Square
سرمایه روانشناختی	۰.۶۶۶
نوآوری خدمات	۰.۵۰۴

تفسیر تفصیلی فرضیه‌های پژوهش

تفسیر فرضیه اول

فرضیه اول پژوهش به بررسی تأثیر رهبری اخلاقی بر رفتار نوآوری خدمات در شهرداری تبریز با نقش واسطه‌ای سرمایه روانشناختی می‌پردازد. نتایج حاصل از تحلیل مدل ساختاری نشان داد که ضریب مسیر این رابطه برابر با ۰.۲۹ و مقدار آماره t برابر با ۳.۲۹ است که در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار می‌باشد. این یافته نشان می‌دهد که رهبری اخلاقی از طریق تقویت سرمایه روانشناختی کارکنان، به‌طور غیرمستقیم رفتار نوآوری خدمات را ارتقا می‌دهد. به بیان دیگر، زمانی که مدیران شهرداری رفتارهای اخلاق‌محور مانند عدالت، صداقت و حمایت از کارکنان را در پیش می‌گیرند، این رفتارها موجب افزایش امید، خودکارآمدی، خوش‌بینی و تاب‌آوری کارکنان می‌شود و این سرمایه روانشناختی تقویت‌شده، زمینه بروز رفتارهای نوآورانه در ارائه خدمات شهری را فراهم می‌کند. بنابراین، نقش واسطه‌ای سرمایه روانشناختی نشان می‌دهد که اثرگذاری رهبری اخلاقی بر نوآوری خدمات، بیش از آنکه صرفاً مستقیم باشد، از مسیر تغییر وضعیت روانشناختی کارکنان منتقل می‌شود.

پیشنهاد کاربردی: توصیه می‌شود شهرداری تبریز برنامه‌های توسعه رهبری اخلاقی را با تمرکز بر حمایت روانشناختی کارکنان طراحی کند تا اثر غیرمستقیم آن بر نوآوری خدمات تقویت شود.

تفسیر فرضیه دوم

فرضیه دوم به بررسی تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر رفتار نوآوری خدمات با نقش واسطه‌ای سرمایه روانشناختی اختصاص دارد. نتایج نشان داد که ضریب مسیر این رابطه برابر با ۰.۵۷ و مقدار آماره t برابر با ۶.۲۱ است که بیانگر رابطه‌ای مثبت و معنادار است. این یافته حاکی از آن است که فناوری اطلاعات، علاوه بر نقش زیرساختی و فنی، از طریق تقویت سرمایه روانشناختی کارکنان، به شکل‌گیری رفتارهای نوآورانه در خدمات شهری کمک می‌کند. استفاده از

سامانه‌های اطلاعاتی کارآمد، شفافیت اطلاعات و سهولت دسترسی به داده‌ها، احساس کنترل و خودکارآمدی کارکنان را افزایش داده و موجب ارتقای خوش‌بینی آنان نسبت به نتایج تغییرات فناورانه می‌شود. این وضعیت روانشناختی مثبت، کارکنان را به استفاده خلاقانه از فناوری در ارائه خدمات نوین ترغیب می‌کند.

پیشنهاد کاربردی: پیشنهاد می‌شود هم‌زمان با توسعه فناوری‌های اطلاعاتی، برنامه‌های آموزشی و حمایتی برای افزایش خودکارآمدی و اعتماد کارکنان نسبت به فناوری اجرا شود.

تفسیر فرضیه سوم

فرضیه سوم پژوهش به بررسی تأثیر مستقیم رهبری اخلاقی بر رفتار نوآوری خدمات در شهرداری تبریز می‌پردازد. نتایج نشان داد که ضریب مسیر این رابطه برابر با ۰.۶۹ و مقدار آماره t برابر با ۷.۰۶ است که بیانگر تأثیر مثبت و قوی رهبری اخلاقی بر نوآوری خدمات می‌باشد. این نتیجه نشان می‌دهد که رهبران اخلاقی با ایجاد فضای اعتماد، کاهش ترس از شکست و حمایت از ایده‌های جدید، به‌طور مستقیم زمینه بروز رفتارهای نوآورانه را در میان کارکنان فراهم می‌کنند. در چنین فضایی، کارکنان با اطمینان بیشتری ایده‌های خلاقانه خود را مطرح کرده و در بهبود فرآیندهای خدمات شهری مشارکت می‌نمایند.

پیشنهاد کاربردی: لازم است مدیران شهرداری با تقویت رفتارهای اخلاقی، مشارکتی و حمایتی، نوآوری خدمات را به‌عنوان یک ارزش سازمانی نهادینه کنند.

تفسیر فرضیه چهارم

فرضیه چهارم به بررسی تأثیر رهبری اخلاقی بر سرمایه روانشناختی کارکنان شهرداری تبریز اختصاص دارد. نتایج تحلیل نشان داد که ضریب مسیر این رابطه برابر با ۰.۵۰ و مقدار آماره t برابر با ۵.۸۰ است که نشان‌دهنده رابطه‌ای مثبت و معنادار می‌باشد. این یافته بیانگر آن است که رفتارهای اخلاقی رهبران، نقش اساسی در تقویت منابع روانشناختی کارکنان دارند. زمانی که کارکنان احساس می‌کنند مدیران آن‌ها منصف، صادق و حامی هستند، سطح امید، خوش‌بینی و تاب‌آوری آنان افزایش می‌یابد و این امر به بهبود عملکرد و نگرش کاری منجر می‌شود.

پیشنهاد کاربردی: پیشنهاد می‌شود شاخص‌های رهبری اخلاقی به‌صورت رسمی در نظام ارزیابی عملکرد مدیران شهرداری لحاظ شود.

تفسیر فرضیه پنجم

فرضیه پنجم به بررسی تأثیر مستقیم فناوری اطلاعات و ارتباطات بر رفتار نوآوری خدمات در شهرداری تبریز می‌پردازد. نتایج نشان داد که ضریب مسیر این رابطه برابر با ۰.۳۷ و مقدار آماره t برابر با ۴.۲۸ است که رابطه‌ای مثبت و معنادار را تأیید می‌کند. این یافته نشان می‌دهد که توسعه و استفاده مؤثر از فناوری‌های اطلاعاتی، به‌طور مستقیم موجب افزایش نوآوری در ارائه خدمات شهری می‌شود. فناوری اطلاعات با کاهش بروکراسی، افزایش سرعت و دقت خدمات و تسهیل تعاملات سازمانی، بستر لازم برای خلق و اجرای ایده‌های نوآورانه را فراهم می‌سازد.

پیشنهاد کاربردی: توسعه سامانه‌های هوشمند و دیجیتالی‌سازی فرآیندهای خدماتی می‌تواند نقش مؤثری در ارتقای نوآوری خدمات ایفا کند.

تفسیر فرضیه ششم

فرضیه ششم به بررسی تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر سرمایه روانشناختی کارکنان می‌پردازد. نتایج نشان داد که ضریب مسیر این رابطه برابر با ۰.۴۳ و مقدار آماره t برابر با ۵.۰۲ است که بیانگر رابطه‌ای مثبت و معنادار است. این نتیجه نشان می‌دهد که فناوری اطلاعات، از طریق کاهش ابهام شغلی، افزایش دسترسی به اطلاعات و بهبود کارایی

فردی، موجب تقویت احساس خودکارآمدی و خوشبینی کارکنان می‌شود. در نتیجه، فناوری اطلاعات نه تنها یک ابزار فنی، بلکه عاملی مؤثر بر وضعیت روانشناختی کارکنان محسوب می‌شود.

پیشنهاد کاربردی: مدیران شهری باید فناوری اطلاعات را به‌عنوان ابزاری برای توانمندسازی روانشناختی کارکنان تلقی کنند، نه صرفاً وسیله‌ای برای انجام امور اداری.

تفسیر فرضیه هفتم

فرضیه هفتم پژوهش به بررسی تأثیر سرمایه روانشناختی بر رفتار نوآوری خدمات در شهرداری تبریز اختصاص دارد. نتایج نشان داد که ضریب مسیر این رابطه برابر با ۰.۸۰ و مقدار آماره t برابر با ۷.۹۳ است که قوی‌ترین رابطه در مدل پژوهش محسوب می‌شود. این یافته نشان می‌دهد که سرمایه روانشناختی نقش محوری و تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری رفتارهای نوآورانه کارکنان دارد. کارکنانی که از سطح بالاتری از امید، خودکارآمدی، خوشبینی و تاب‌آوری برخوردارند، آمادگی بیشتری برای پذیرش تغییر، ارائه ایده‌های نو و مشارکت در بهبود خدمات شهری دارند.

پیشنهاد کاربردی

طراحی و اجرای برنامه‌های ارتقای سرمایه روانشناختی مانند آموزش‌های انگیزشی، کوچینگ سازمانی و حمایت‌های روانی می‌تواند بیشترین تأثیر را بر افزایش نوآوری خدمات داشته باشد.

جدول (۴): خلاصه آزمون حاصل از فرضیه‌های تحقیق

فرضیه	متغیر مستقل ← متغیر وابسته	ضریب تأثیر	آماره آزمون t	نتیجه
فرضیه اول	رهبری اخلاقی بر رفتار نوآورانه خدمات در شهرداری تهران با نقش واسطه‌ای سرمایه روانشناختی تأثیر دارد.	۰.۲۹	۳.۲۹	معنادار
فرضیه دوم	فناوری اطلاعات و ارتباطات بر رفتار نوآورانه خدمات در شهرداری تهران با نقش واسطه‌ای سرمایه روانشناختی تأثیر دارد.	۰.۵۷	۶.۲۱	معنادار
فرضیه سوم	رهبری اخلاقی بر رفتار نوآورانه خدمات در شهرداری تهران تأثیر دارد.	۰.۶۹	۷.۰۶	معنادار
فرضیه چهارم	رهبری اخلاقی بر سرمایه روانشناختی در شهرداری تهران تأثیر دارد.	۰.۵۰	۵.۸۰	معنادار
فرضیه پنجم	فناوری اطلاعات و ارتباطات بر رفتار نوآورانه خدمات در شهرداری تهران تأثیر دارد.	۰.۳۷	۴.۳۸	معنادار
فرضیه ششم	فناوری اطلاعات و ارتباطات بر سرمایه روانشناختی در شهرداری تهران تأثیر دارد.	۰.۴۶	۵.۰۲	معنادار
فرضیه هفتم	سرمایه روانشناختی بر رفتار نوآورانه خدمات در شهرداری تهران تأثیر دارد	۰.۸۰	۷.۹۳	معنادار

نتیجه‌گیری نهایی پژوهش

هدف اصلی این پژوهش، تبیین الگوی نوآوری خدمات در سازمان‌های شهری با تأکید بر نقش رهبری اخلاقی و فناوری اطلاعات و ارتباطات و با در نظر گرفتن نقش واسطه‌ای سرمایه روانشناختی کارکنان شهرداری تبریز بود. نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها با رویکرد مدل‌سازی معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مربعات جزئی (PLS-SEM) نشان داد که مدل پژوهش از برازش مناسبی برخوردار بوده و تمامی روابط فرض شده میان متغیرها به‌صورت معنادار تأیید شده‌اند. این یافته‌ها بیانگر آن است که نوآوری خدمات در سازمان‌های شهری، پدیده‌ای چندبعدی و متأثر از تعامل هم‌زمان عوامل مدیریتی، فناورانه و روانشناختی است.

یافته‌های پژوهش نشان داد رهبری اخلاقی نقشی کلیدی و چندلایه در شکل‌گیری رفتار نوآوری خدمات ایفا می‌کند. از یک‌سو، رهبری اخلاقی به‌طور مستقیم بر نوآوری خدمات تأثیرگذار است؛ به این معنا که مدیرانی که رفتارهای اخلاق‌محور، عادلانه و حمایتی از خود نشان می‌دهند، فضایی مبتنی بر اعتماد، امنیت روانی و پذیرش ایده‌های نو ایجاد می‌کنند که مستقیماً به افزایش نوآوری خدمات منجر می‌شود. از سوی دیگر، رهبری اخلاقی به‌طور غیرمستقیم و از طریق تقویت سرمایه روانشناختی کارکنان نیز بر نوآوری خدمات اثر می‌گذارد. این دوگانگی اثر نشان می‌دهد که رهبری اخلاقی نه تنها یک عامل انگیزشی مستقیم، بلکه یک محرک بنیادین برای ارتقای منابع روانشناختی کارکنان است که خود به‌عنوان پیشران اصلی نوآوری عمل می‌کند.

در همین راستا، نتایج پژوهش تأکید می‌کند که سرمایه روانشناختی جایگاهی محوری در مدل مفهومی پژوهش دارد. یافته‌ها نشان داد سرمایه روانشناختی قوی‌ترین تأثیر را بر رفتار نوآوری خدمات دارد؛ به‌گونه‌ای که کارکنانی با سطح بالاتری از امید، خودکارآمدی، خوش‌بینی و تاب‌آوری، آمادگی بیشتری برای ارائه ایده‌های نو، پذیرش تغییرات و مشارکت فعال در بهبود خدمات شهری از خود نشان می‌دهند. این نتیجه بیانگر آن است که نوآوری خدمات، پیش از آنکه صرفاً محصول ساختارها یا فناوری‌ها باشد، ریشه در وضعیت روانشناختی و ذهنی کارکنان دارد. بنابراین، هرگونه سیاست‌گذاری در حوزه نوآوری خدمات بدون توجه به سرمایه روانشناختی، با محدودیت جدی مواجه خواهد شد.

از سوی دیگر، فناوری اطلاعات و ارتباطات نیز به‌عنوان یکی از ارکان اساسی نوآوری خدمات در این پژوهش تأیید شد. نتایج نشان داد که فناوری اطلاعات هم به‌صورت مستقیم و هم به‌صورت غیرمستقیم از طریق سرمایه روانشناختی، بر رفتار نوآوری خدمات تأثیر معنادار دارد. این یافته نشان می‌دهد که فناوری اطلاعات صرفاً یک ابزار فنی یا زیرساختی نیست، بلکه عاملی توانمندساز است که می‌تواند نگرش‌ها، ادراکات و منابع روانشناختی کارکنان را نیز تحت تأثیر قرار دهد. زمانی که فناوری اطلاعات موجب تسهیل فرایندهای کاری، افزایش شفافیت اطلاعات و کاهش ابهام شغلی می‌شود، احساس خودکارآمدی و خوش‌بینی کارکنان افزایش یافته و این امر زمینه‌ساز بروز رفتارهای نوآورانه می‌گردد. در مجموع، نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که نوآوری خدمات در شهرداری تبریز حاصل تعامل هم‌زمان رهبری اخلاقی، فناوری اطلاعات و سرمایه روانشناختی کارکنان است. رهبری اخلاقی و فناوری اطلاعات، نه تنها به‌طور مستقل، بلکه از طریق تقویت سرمایه روانشناختی کارکنان، نقش مؤثری در ارتقای نوآوری خدمات ایفا می‌کنند. این یافته‌ها بر ضرورت نگاه یکپارچه و سیستمی به نوآوری خدمات در سازمان‌های شهری تأکید دارد و نشان می‌دهد که تمرکز صرف بر توسعه فناوری یا اصلاح ساختارهای مدیریتی، بدون توجه به ابعاد روانشناختی منابع انسانی، نمی‌تواند به نوآوری پایدار منجر شود.

در نهایت، می‌توان نتیجه گرفت که سرمایه روانشناختی به‌عنوان حلقه اتصال میان رهبری اخلاقی، فناوری اطلاعات و نوآوری خدمات، مهم‌ترین اهرم تحول در سازمان‌های شهری محسوب می‌شود. سازمان‌هایی که بتوانند هم‌زمان رهبری اخلاقی اثربخش، فناوری اطلاعات کارآمد و سرمایه روانشناختی بالای کارکنان را توسعه دهند، از ظرفیت بالاتری برای ارائه خدمات نوآورانه، پاسخ‌گویی بهتر به شهروندان و افزایش کارایی و اثربخشی مدیریت شهری برخوردار خواهند بود.

منابع

- ✓ احمدی، م، حسینی، ر، شریفی، س، (۱۴۰۳)، نقش رهبری اخلاقی در ارتقای رفتارهای نوآورانه کارکنان بخش عمومی، فصلنامه مدیریت شهری، دوره ۱۵، شماره ۲، صص ۳۳-۵۸.
- ✓ رضایی، ن، اکبری، ح، موسوی، ف، (۱۴۰۲)، سرمایه روانشناختی و پیامدهای آن در سازمان‌های دولتی، پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی، دوره ۱۴، شماره ۱، صص ۷۱-۹۴.

- ✓ Avey, J. B., Reichard, R. J., Luthans, F., & Mhatre, K. H. (2022). Meta-analysis of the impact of positive psychological capital on employee attitudes, behaviors, and performance. *Human Resource Development Quarterly*, 33(1), 5–32.
- ✓ Brown, M. E., Treviño, L. K., & Harrison, D. A. (2021). Ethical leadership and its impact on employee behavior. *Journal of Business Ethics*, 170(3), 559–576.
- ✓ Den Hartog, D. N. (2021). Ethical leadership. In *The Oxford Handbook of Leadership and Organizations* (pp. 1–23). Oxford University Press.
- ✓ Döring, N., Bekkers, V., & Tummers, L. (2020). Innovation in the public sector: Linking capacity, leadership and performance. *Public Management Review*, 22(9), 1293–1316.
- ✓ Eisenbeiss, S. A., & Brodbeck, F. (2022). Ethical leadership: A cross-cultural and multi-level perspective. *Journal of Business Ethics*, 176(3), 1–17.
- ✓ Howard, J., & Zhang, L. (2024). Ethical leadership and innovation in public organizations. *Public Management Review*, 26(2), 287–305.
- ✓ Kim, S., & Park, H. (2022). Digital transformation and service innovation in municipalities. *Government Information Quarterly*, 39(4), 101–118.
- ✓ Lorenz, T., & Fisk, R. (2022). Service innovation in public sector organizations. *Journal of Service Management*, 33(1), 45–63.
- ✓ Luna-Reyes, L. F., & Gil-Garcia, J. R. (2020). Digital government transformation and innovation: A socio-technical perspective. *Government Information Quarterly*, 37(3), 101–112.
- ✓ Luthans, F., & Youssef-Morgan, C. (2021). Psychological capital: An evidence-based approach. *Annual Review of Organizational Psychology*, 8, 339–366.
- ✓ Luthans, F., Youssef-Morgan, C. M., & Avolio, B. J. (2020). *Psychological capital and beyond*. Oxford University Press.
- ✓ Marshall, D., Nguyen, T., & Cooper, B. (2023). Urban governance and service innovation. *Cities*, 134, 104–121.
- ✓ Meijer, A., & Tummers, L. (2021). Public sector innovation: From theory to practice. *Public Management Review*, 23(9), 1231–1246.
- ✓ Mergel, I., Edelmann, N., & Haug, N. (2022). Defining digital transformation: Results from expert interviews. *Government Information Quarterly*, 39(2), 101–113.
- ✓ Newman, A., Nielsen, I., & Smyth, R. (2021). The role of psychological capital in employee creativity and innovation. *Journal of Organizational Behavior*, 42(5), 1–18.
- ✓ Novak, P., Silva, R., & Mendes, A. (2024). Psychological resources and innovative behavior at work. *European Management Journal*, 42(1), 66–79.
- ✓ Osborne, S. P., Radnor, Z., & Nasi, G. (2021). A new theory for public service management? Toward a (public) service-dominant approach. *American Review of Public Administration*, 51(2), 89–104.
- ✓ Santos, J., Almeida, F., & Torres, M. (2023). ICT capabilities and smart city services. *Technological Forecasting and Social Change*, 189, 122–138.
- ✓ Sørensen, E., & Torfing, J. (2022). Collaborative innovation in the public sector: The role of leadership. *Public Administration Review*, 82(1), 1–11.
- ✓ Zhang, Y., & Li, N. (2023). Ethical leadership and employee innovative behavior: The mediating role of psychological capital. *Journal of Business Ethics*, 184(2), 1–15.