



روابط ساختاری توانمندی روان‌شناختی و رفتار اخلاقی و رقابت‌پذیری

هانیه قلندر محله: دانشجوی دکتری، گروه مدیریت، واحد علی‌آبادکتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آبادکتول، ایران
روح اله سمیعی: استادیار، گروه مدیریت، واحد علی‌آبادکتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آبادکتول، ایران (* نویسنده مسئول) roohalla.samiee@gmail.com
فریدون آزما: استادیار، گروه مدیریت، واحد علی‌آبادکتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آبادکتول، ایران
محمود رضا مستقیمی: استادیار، گروه مدیریت، واحد علی‌آبادکتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آبادکتول، ایران

چکیده

کلیدواژه‌ها

توانمندسازی روان‌شناختی،
 رفتار اخلاقی،
 رقابت‌پذیری

زمینه و هدف: امروزه با برسی ابعاد روان‌شناختی افراد می‌تواند بسیاری از مشکلات و معضلات زندگی آنان را شنا سایی و راهکارهایی جهت مدیریت آن اعمال نمود. هدف از انجام تحقیق حاضر تبیین روابط ساختاری توانمندی روان‌شناختی و رفتار اخلاقی و رقابت‌پذیری بود.

روش کار: جامعه آماری تحقیق توصیفی-پیمایشی و کاربردی حاضر را مدیران و معاونان شهرداری‌های شمال کشور تشکیل دادند (۲۴۲ نفر) که بر اساس جدول مورگان و به صورت تصادفی ساده ۱۵۵ نفر به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند. که پس از کسب مجوزهای لازم و تقسیم پرسشنامه‌ها، تعداد ۱۴۱ پرسشنامه مورد تحلیل و بررسی قرار گرفت. ابزار تحقیق حاضر شامل پرسشنامه‌های توانمندسازی روان‌شناختی پارک و سئو (۲۰۱۹ و شامل ۴ سوال)، پرسشنامه رفتار اخلاقی لوزیر (۲۰۱۳ و شامل ۱۵ سوال) پرسشنامه رقابت‌پذیری اوزدمیر و اصلان (۲۰۱۲ و شامل ۱۱ سوال) بود که نمره‌گذاری آنها بر اساس طیف پنج درجه‌ای لیکرت می‌باشد. همچنین روایی و پایایی پرسشنامه‌ها در تحقیق حاضر مطلوب به دست آمد. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش حاضر از روش آماری معادلات ساختاری استفاده گردید.

یافته‌ها: نتایج نشان داد که توانمندسازی روان‌شناختی بر رقابت‌پذیری تاثیر معناداری به میزان ۰/۲۳۴ دارد. همچنین مشخص شد که رفتار اخلاقی بر رقابت‌پذیری تاثیر معناداری به میزان ۰/۶۹۴ دارد. نهایتاً اینکه مدل تحقیق از برازش مطلوبی برخوردار است.

نتیجه‌گیری: نتایج تایید کننده تاثیر توانمندسازی روان‌شناختی و رفتار اخلاقی بر رقابت‌پذیری می‌باشد. بنابراین به سازمان‌ها توصیه می‌شود جهت برتری رقابتی از این مولفه‌ها استفاده کنند.

تعارض منافع: گزارش نشده است.

منبع حمایت‌کننده: حامی مالی ندارد.

شیوه استناد به این مقاله:

Ghalandar Mahalleh H, Samiei R, Azma F, Mostaghimi R. Structural Relationships between Psychological Empowerment and Moral Behavior and Competitiveness. Razi J Med Sci. 2023;29(12): 43-50.

*انتشار این مقاله به صورت دسترسی آزاد مطابق با 3.0 CC BY-NC-SA صورت گرفته است.



Original Article

Structural Relationships between Psychological Empowerment and Moral Behavior and Competitiveness

Hanieh Ghalandar Mahalleh: PhD Student, Department of Management, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran

Roohallah Samiei: Assistant Professor, Department of Management, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran (* Corresponding author) r-samiei@aliabadiu.ac.ir

Fereydoon Azma: Assistant Professor, Department of Management, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran

Mahmoud Reza Mostaghimi: Assistant Professor, Department of Management, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran

Abstract

Background & Aims: Attention to psychological issues has always been emphasized by psychologists and it has been mentioned as a field for predicting behaviors and identifying the causes of behaviors. The importance of psychological issues is so great that today, by examining the psychological dimensions of people, many problems and dilemmas of their lives can be identified and solutions can be applied to manage it. This has led to attention to the psychological dimensions of important and key people more than ever. In the meantime, psychological ability as one of the important characteristics of successful people has always played an important role in people's success. The use of psychological empowerment capabilities in individual domains has led to its use as an internal force to strengthen individual behaviors and attitudes. This issue has led to various studies to improve the psychological empowerment of individuals and extensive efforts to improve the level of psychological empowerment among all groups. One of the important issues that affect the behavioral aspects of people along with psychological empowerment is moral behaviors. Ethical behaviors play an important role in the development and promotion of ethics. Nowadays, ethical behaviors due to their impact on the environment have been identified as an important factor in the development of ethics. Ethical behaviors cause people to have an important understanding of the importance of morality and to do their utmost to develop and spread morality. Using the capabilities of psychological empowerment and ethical behaviors to improve individual performance can improve the productivity of individuals and groups. Understanding the role of psychological empowerment and ethical behaviors in some variables such as competitiveness, while creating scientific evidence in this area can lead to the formation of strategies to improve competitiveness. Due to the destructive nature of some aspects of competitiveness, the use of psychological empowerment capacities and ethical behaviors can play an effective role in the formation of desirable and positive competitiveness. In view of the above, in the present study, the researcher seeks to answer the question: Do psychological competence and moral behavior affect competitiveness?

Methods: The present research is a descriptive-survey research and from the purpose perspective, it is one of the applied researches that was conducted in the field. The statistical population of the present study included managers and deputies of municipalities in the north of the country (242 people). Also, to collect data in the

Keywords

Psychological Empowerment, Ethical Behavior, Competitiveness

Received: 07/01/2023

Published: 04/03/2023

present study, three questionnaires of psychological empowerment of Park and SEO (2019), which include 4 questions. In the present study, the reliability of this questionnaire was determined to be 0.81. Loser (2013) questionnaire was used to assess moral behavior. This questionnaire consists of 15 questions. In the present study, the reliability of this questionnaire was determined to be 0.84. Ozdemir and Aslan (2012) questionnaire with 11 questions was used to assess competitiveness. In the present study, the reliability of this questionnaire was determined to be 0.80. Finally, Kalmogorov-Smirnov test was used to investigate the natural distribution of data and structural equations were used using SPSS software version 20 and PLS version 3 software to analyze the data.

Results: The results showed that psychological empowerment has an effect on competitiveness of 0.234. It was also found that ethical behavior has an effect on competitiveness of 0.694 (Table 2). It was also found that the research and model variables have a good fit (criteria higher than 0.7). On the other hand, considering that the desired value of this Q2 index is higher than 0.32, it can be said that the rate of Q2 index in the identified factors is in a favorable position (Table 4). Finally, considering that the desired value of GOF index is higher than 0.36, it was found that the research model has a good fit in all indicators.

Conclusion: The present study found that psychological empowerment improves competitiveness. In other words, improving the level of psychological empowerment increases the level of competitiveness in its positive aspect. Psychological empowerment seems to create positive capacities among people. Psychological empowerment means the release of forces, the inner strength of individuals as well as the provision of opportunities and opportunities for the development of talents, abilities and competencies. This has led to the psychological empowerment of positive capacities to improve the abilities of individuals and thus improve the skills to perform competitively. This issue has caused that in the present study, psychological empowerment due to its capacities and ability to influence the behaviors and attitudes of individuals improves the competitiveness. The present study also found that ethical behavior improves competitiveness. In other words, improving the level of ethical behaviors improves the level of competitiveness of individuals. It seems that moral behaviors by promoting values and ethics cause people's behaviors to be done properly to improve success. In other words, moral behaviors cause people to have a good level of behavior and as a result, have a good performance in order to achieve success. Ethical behaviors will be the initial basis for the formation of a suitable atmosphere in groups and organizations in order to improve performance, and this issue causes ethical behaviors to improve the context for improving competitiveness. This issue has led to the present study to improve the ethical behaviors to improve the competitiveness of individuals.

Conflicts of interest: None

Funding: None

Cite this article as:

Ghalandar Mahalleh H, Samiei R, Azma F, Mostaghimi R. Structural Relationships between Psychological Empowerment and Moral Behavior and Competitiveness. Razi J Med Sci. 2023;29(12): 43-50.

***This work is published under CC BY-NC-SA 3.0 licence.**

مقدمه

مسائل روانشناختی به عنوان یک حوزه جذاب همواره مورد توجه روانشناسان بوده و محققان مختلفی در این حوزه تحقیق و مطالعه کرده‌اند (۱). توجه به مسائل روان شناختی همواره مورد تاکید روانشناسان بوده و از آن به عنوان یک حوزه جهت پیش بینی رفتارها و شناسایی علل رفتارها نام برده شده است. از طرفی ابهامات و پیچیدگی های مسائل روانشناختی سبب گردیده است تا اتفاق نظر کلی در حوزه های مربوط به آن در دسترس نباشد (۲). اهمیت مسائل روان شناختی به اندازه‌ای است که امروزه با بررسی ابعاد روانشناختی افراد می‌توان بسیاری از مشکلات و معضلات زندگی آنها را شناسایی و راهکارهایی جهت مدیریت آن اعمال نمود (۳). این مساله سبب گردیده است تا توجه به ابعاد روانشناختی افراد مهم و کلیدی تر از همیشه مدنظر قرار گیرد. در این بین، توانمندی روان شناختی به عنوان یکی از ویژگی‌های مهم افراد موفق، همواره نقش مهمی در موفقیت های افراد داشته است (۴). توانمندسازی روان شناختی به معنای آزاد کردن نیروها، قدرت درونی افراد و همچنین فراهم کردن بسترها و به وجود آوردن فرصتها برای شکوفایی استعدادها، توانایی ها و شایستگی های افراد، و در واقع شامل ادراکات فرد نسبت به نقش خویش در محیط های مختلف می‌باشد (۵). استفاده از قابلیت‌های توانمندسازی روانشناختی در حوزه‌های فردی سبب گردیده است تا از آن به عنوان یک نیروی درونی در جهت تقویت رفتارها و نگرش های فردی استفاده شود. به عبارتی کمک به افراد در جهت تقویت وضعیت روان شناختی خود و دستیابی به سطح مطلوبی از توانمندسازی روانشناختی می‌تواند در جهت تقویت عملکرد افراد نقش مهمی داشته باشد. این مساله سبب گردیده است تا پژوهش های مختلفی در جهت بهبود توانمندسازی روانشناختی افراد انجام گردد و تلاش گسترده ای در جهت بهبود سطح توانمند سازی روانشناختی در میان تمامی گروه ها انجام شود (۶). یکی از مسائل مهمی که در کنار توانمندسازی روانشناختی بر جنبه های رفتاری افراد تاثیر گذار می باشد، رفتارهای اخلاقی است (۷). رفتارهای اخلاقی به رعایت عدالت در انجام تصمیمات و توجه به ارزش‌ها و اصول اخلاقی در هنگام

تصمیم‌گیری‌ها اشاره دارد (۸). رفتارهای اخلاقی نقش مهمی در توسعه و ترویج اخلاق دارد. امروزه رفتارهای اخلاقی به واسطه تاثیرگذاری بر محیط سبب گردیده است تا به عنوان عاملی مهم در مسیر توسعه اخلاق مشخص گردد (۹). رفتارهای اخلاقی باعث می‌شود تا افراد درک مهمی از اهمیت اخلاق داشته باشند و در جهت توسعه و گسترش اخلاق نهایت تلاش خود را داشته باشند (۱۰). رفتارهای اخلاقی نقطه تبدیل ذهنی به عملی نگرش های اخلاقی می‌باشند. به عبارتی تصمیم‌گیری‌های اخلاقی نشان دهنده باور و عمل افراد به اصول اخلاقی می‌باشد (۱۱). چون رفتارهای اخلاقی را به عنوان رفتاری معرفی می‌کند که هم از نظر وجدانی و هم از نظر قانونی برای بخش بزرگی از جامعه قابل قبول است. این اصول فراتر از قانون هستند و راهنمای حل مسائل وجدانی با رعایت انصاف و راه حل درست و به حق می‌باشند (۱۲). توجه به مسائل اخلاقی و بهبود نمود آن در حوزه رفتارهای اخلاقی نقش مهمی در بهبود وضعیت اخلاقی سطح جامعه دارد (۱۳). امروزه از ظرفیت های جنبه های اخلاقی در جهت توسعه رفتارهای منطقی و استاندارد در سطح جامعه استفاده شده است. به عبارتی رفتارهای اخلاقی توانسته است، نقش غیرقابل انکاری در مدیریت رفتارهای افراد داشته باشد (۱۴). رفتارهای اخلاقی همچنین نقش مهمی در بهبود شاخص های جوامع در حوزه بهداشت افراد در جنبه های رفتاری و ارتباطی دارد. اخلاق زمانی می‌تواند در مسیر توسعه با شد که تصمیم‌گیری‌های اخلاقی به صورت مناسبی انجام شود و در این بین رفتارهای اخلاقی را شکل دهد. به عبارتی در مسیر گسترش مسائل اخلاقی، نیاز است تا نظارتی عمیق بر حسن انجام تصمیم‌گیری‌ها و رفتارهای اخلاقی انجام گردد (۱۵).

استفاده از ظرفیت‌های توانمند سازی روان شناختی و رفتارهای اخلاقی در بهبود عملکرد فردی می‌تواند باعث بهبود بهره‌وری افراد و گروه‌ها شود. پی بردن به نقش توانمندسازی روان شناختی و رفتارهای اخلاقی در برخی متغیرها از جمله رقابت پذیری می‌تواند، ضمن ایجاد شواهد علمی در این حوزه منجر به شکل‌گیری راهکارهایی در جهت بهبود رقابت‌پذیری گردد. با توجه به مخرب بودن برخی جنبه‌های رقابت‌پذیری، استفاده

های یک سازه با آن سازه محاسبه می‌شود که اگر این مقدار برابر و یا بیشتر از مقدار $0/4$ شود موید این مطلب است که واریانس بین سازه و شاخص‌های آن از واریانس خطای اندازه‌گیری آن سازه بیشتر بوده و پایایی در مورد آن سازه قابل قبول است. همچنین در ارتباط با پرسشنامه نهایی جهت توزیع، روایی محتوی با استفاده از نظر سنجی از ۱۰ نفر از خبرگان مدیریت ورزشی، به دست آمد. بنابراین روایی محتوی ابزارهای پژوهش مورد تأیید قرار گرفت. روایی واگرا و همگرا نیز در تحقیق حاضر مورد بررسی و تأیید قرار گرفت. بنابراین می‌توان اعلام داشت که پرسشنامه تحقیق حاضر از پایایی و روایی مناسبی برخوردار بودند. همچنین در قسمت تجزیه و تحلیل تحقیق، از روش معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی استفاده شده است. با توجه به این که تعداد نمونه تحقیق کمتر از ۲۰۰ نفر می‌باشد و همچنین توزیع نمونه تحقیق با توجه به روش آماری کالموگروف-اسمیرنوف، در وضعیت غیرنرمال می‌باشد، لذا پیش شرایط استفاده از نرم‌افزارهای واریانس‌محور وجود دارد و می‌بایستی از نرم‌افزارهای واریانس‌محور که PLS یکی از این نرم‌افزارها می‌باشد، استفاده نمود. تمامی روند تجزیه و تحلیل تحقیق، در غالب نرم افزار SPSS نسخه ۲۰ و PLS نسخه ۳ انجام گرفت.

یافته‌ها

جدول ۱ یافته‌های توصیفی مربوط به نمونه‌های پژوهش را نشان می‌دهد. با توجه به میزان تی روابط مشخص گردید که توانمندسازی روانشناختی بر رقابت‌پذیری تأثیری به میزان $0/۲۳۴$ دارد. همچنین مشخص شد که رفتار اخلاقی بر رقابت‌پذیری تأثیری به میزان $0/۶۹۴$ دارد. جدول شماره ۲ خلاصه مدل پژوهش را نشان می‌دهد. به منظور بررسی برازش مدل پژوهش از شاخص‌های منتخب استفاده گردید. در همین رابطه نتایج نشان داد متغیرهای تحقیق و مدل از برازش مناسبی برخوردارند (معیار بالاتر از $0/۷$). به منظور بررسی روایی واگرا از روش فورنل و لاکر (۱۹۸۱) استفاده شد. در این رابطه

از ظرفیت‌های توانمندسازی روان‌شناختی و رفتارهای اخلاقی می‌تواند در شکل‌گیری رقابت‌پذیری مطلوب و مثبت نقش تأثیرگذاری داشته باشد. با توجه به مطالب فوق در تحقیق حاضر محقق در صدد پاسخگویی به این سوال است آیا توانمندی روانشناختی و رفتار اخلاقی بر رقابت‌پذیری تأثیر دارند؟

روش کار

تحقیق حاضر از نوع تحقیقات توصیفی-پیمایشی و از منظر هدف، جز تحقیقات کاربردی می‌باشد که به صورت میدانی انجام شد و در کمیسیون کد اخلاق دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری با کد IR.IAU.SARI.REC.1401.114 به تصویب رسید. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل مدیران و معاونان شهرداری‌های شمال کشور بود (۲۴۲ نفر) که از بین افراد جامعه، بر اساس جدول حجم نمونه مورگان و به صورت تصادفی ساده، تعداد ۱۵۵ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. همچنین جهت جمع‌آوری داده‌ها در تحقیق حاضر از سه پرسشنامه به شرح زیر استفاده شد. پرسشنامه توانمندسازی روانشناختی پارک و سئو (۲۰۱۹) که شامل ۴ سوال می‌باشد. میزان پایایی این پرسشنامه در تحقیق پارک و سئو (۲۰۱۹) $0/۷۹$ مشخص گردید. در تحقیق حاضر میزان پایایی این پرسشنامه $0/۸۱$ مشخص گردید.

جهت بررسی رفتار اخلاقی از پرسشنامه لوزیر (۲۰۱۳) استفاده شد. این پرسشنامه شامل ۱۵ سوال می‌باشد. میزان پایایی این پرسشنامه در تحقیق لوزیر (۲۰۱۳) $0/۸۶$ مشخص گردید. در تحقیق حاضر میزان پایایی این پرسشنامه $0/۸۴$ مشخص گردید.

جهت بررسی رقابت‌پذیری از پرسشنامه اوزدمیر و اصلان (۲۰۱۲) که دارای ۱۱ سوال می‌باشد، استفاده شد. میزان پایایی این پرسشنامه در تحقیق اوزدمیر و اصلان (۲۰۱۲) $0/۸۶$ مشخص گردید. در تحقیق حاضر میزان پایایی این پرسشنامه $0/۸۰$ مشخص گردید. پایایی مدل اندازه‌گیری به وسیله ضرایب بارهای عاملی، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی مورد ارزیابی قرار گرفت. بار عاملی از طریق محاسبه مقدار همبستگی شاخص

جدول ۱- یافته‌های توصیفی پژوهش

ویژگی‌های جمعیت شناختی	گروه‌ها	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۱۰۲	۷۲/۳
	زن	۳۹	۲۷/۷
سطح تحصیلات	دکتری	۳۱	۲۲/۰
	کارشناسی ارشد	۵۴	۳۸/۳
	کاردانی و کارشناسی	۵۶	۳۹/۷

جدول ۲- خلاصه مدل پژوهش

روابط	تأثیر	تی	سطح معناداری
توانمندسازی روانشناختی بر رقابت پذیری	۰/۲۳۴	۲/۵۰۹	۰/۰۰۱
رفتار اخلاقی بر رقابت پذیری	۰/۶۹۴	۷/۴۹۳	۰/۰۰۱

جدول ۳- شاخص‌های برازش

توانمندسازی روانشناختی	رفتار اخلاقی	رقابت پذیری
۰/۷۱۴	۰/۶۷۸	۰/۷۰۰
۰/۲۴۱	۰/۲۱۷	۰/۲۵۳

جدول ۴- شاخص Q2

متغیر	SSE	SSO	Q2 = 1-SSE/SSO
توانمندسازی روانشناختی	۴۱۸/۵۲۱	۶۲۱/۰۰۰	۰/۳۲۶
رفتار اخلاقی	۴۰۱/۶۲۹	۶۳۹/۰۰۰	۰/۳۷۱
رقابت پذیری	۴۰۹/۴۱۸	۶۹۷/۰۰۰	۰/۴۱۲

جدول ۵- شاخص GOF

متغیر	مقادیر اشتراکی	R2	GOF
رقابت پذیری	۰/۴۹	۰/۷۷	۰/۶۱۴

شاخص‌ها از برازش مناسبتی برخوردار می‌باشند (جدول ۵).

بحث

تحقیق حاضر مشخص نمود که توانمندسازی روانشناختی سبب بهبود رقابت پذیری می‌گردد. به عبارتی بهبود سطح توانمندسازی روانشناختی سبب می‌گردد تا میزان رقابت پذیری در جنبه مثبت خود افزایش یابد. نتایج این مطالعه در برخی مؤلفه‌ها همسو با نتایج مطالعه دبور (DeBord) و همکاران (۲۰۱۹) (۱۴) و بریلا (Bryła) و همکاران (۲۰۲۱) (۵) همسو بود. به نظر می‌رسد توانمندسازی روانشناختی سبب ایجاد ظرفیت

نتایج نشان داد ریشه دوم مقادیر میانگین واریانس استخراجی هر سازه بزرگتر از مقادیر همبستگی آن سازه با سازه‌های دیگر می‌باشد (جدول ۳).

با توجه به اینکه میزان مطلوب شاخص Q2 در این مطالعه بالاتر از ۰/۳۲ می‌باشد، می‌توان چنین اعلام داشت که میزان شاخص Q2 در عوامل شناسایی شده در وضعیت مطلوبی قرار دارد (جدول ۴).

نهایتاً با توجه به اینکه میزان مطلوب شاخص GOF بالاتر از ۰/۳۶ می‌باشد، می‌توان چنین اعلام داشت که میزان این شاخص در متغیر فرهنگ تمکین در وضعیت مطلوبی قرار دارد. با توجه به نتایج مربوط به شاخص برازش مدل، مشخص گردید که مدل پژوهش در تمامی

۴۸

سبب می‌گردد تا ضمن شکل‌گیری تعارض و تضاد گسترده، سبب بروز حواشی و در نتیجه تحت تاثیر قرار دادن رفتارهای مخرب افراد گردد. به عبارتی بهبود و گسترش رقابت‌پذیری در جنبه مثبت خود به عنوان یک نگرانی و دغدغه حجم گسترده‌ای از تلاش‌های فردی و سازمانی را به خود اختصاص داده است (۱۰).

این مساله سبب گردیده است تا در تحقیق حاضر رفتارهای اخلاقی زمینه جهت بهبود رقابت‌پذیری افراد را بهبود دهد. با توجه به نتایج تحقیق حاضر پیشنهاد می‌گردد تا با برگزاری دوره‌های آموزشی و توانمندسازی، زمینه جهت بهبود توانمندسازی روان‌شناختی مدیران شهرداری‌ها را فراهم نمود. همچنین با توجه به نتایج تحقیق حاضر پیشنهاد می‌گردد تا با تعیین استانداردهای اخلاقی به ارزیابی وضعیت رفتارهای اخلاقی مدیران شهرداری در محیط‌های کاری اقدام نمود تا ضمن بهبود رفتارهای اخلاقی آنان زمینه جهت بهبود رقابت‌پذیری را فراهم آورد. همچنین با توجه به نتایج تحقیق حاضر پیشنهاد می‌گردد تا مدیران و معاونان شهرداری با تاکید بر مسائل اخلاقی، ضمن بهبود رفتارهای اخلاقی آنان زمینه جهت بهبود رقابت‌پذیری را فراهم آورند.

نتیجه‌گیری

نتایج تایید کننده تاثیر توانمندسازی روان‌شناختی و رفتار اخلاقی بر رقابت‌پذیری می‌باشد. بنابراین با توجه به اهمیت رقابت‌پذیری در آینده سازمان‌ها و مخصوصاً ارگان‌های دولتی که با سلامت مردم در ارتباط هستند به سازمان‌ها توصیه می‌شود جهت برتری رقابتی از این مولفه‌ها استفاده کنند.

References

1. Kucharczuk AJ, Oliver TL, Dowdell EB. Social media's influence on adolescents' food choices: A mixed studies systematic literature review. *Appetite*. 2022;168:105765.
2. Chung A, Vieira D, Donley T, Tan N, Jean-Louis G, Kiely Gouley K, et al. Adolescent Peer Influence on Eating Behaviors via Social Media: Scoping Review. *J Med Internet Res*. 2021;23(6):e19697.

های مثبتی در میان افراد می‌گردد. توانمندسازی روان‌شناختی به معنای آزاد کردن نیروها، قدرت درونی افراد و همچنین فراهم کردن بسترها و به وجود آوردن فرصت‌ها برای شکوفایی استعدادها، توانایی‌ها و شایستگی‌های افراد می‌باشد و در واقع شامل ادراکات فرد نسبت به نقش خویش در در محیط می‌شود (۱۳). توانمندسازی روان‌شناختی به عنوان توانایی یا افزایش کارآمدی فردی در انجام وظایف شغلی است (۵). این مساله سبب گردیده است تا توانمندسازی روان‌شناختی ظرفیت‌های مثبتی در خصوص بهبود توانایی‌های افراد و در نتیجه بهبود مهارت‌ها در جهت انجام رقابت‌پذیری انجام گردد (۱۰). این مساله سبب گردیده است تا در تحقیق حاضر توانمندسازی روان‌شناختی به واسطه ظرفیت‌های خود و توانایی در تاثیرگذاری بر رفتارها و نگرش‌های افراد سبب بهبود وضعیت رقابت‌پذیری می‌گردد (۱۴).

تحقیق حاضر همچنین مشخص نمود که رفتار اخلاقی سبب بهبود رقابت‌پذیری می‌گردد. به عبارتی ارتقا سطح رفتارهای اخلاقی سبب می‌گردد تا میزان رقابت‌پذیری افراد بهبود یابد. به نظر می‌رسد رفتارهای اخلاقی به واسطه گسترش ارزش‌ها و اخلاقیات سبب می‌گردد تا رفتارهای افراد به صورت مناسبی در جهت بهبود موفقیت انجام گردد. به عبارتی رفتارهای اخلاقی سبب می‌گردد تا میزان افراد از سطح رفتاری مناسبی برخوردار باشند و در نتیجه عملکرد مطلوبی را در جهت کسب موفقیت داشته باشند. رفتارهای اخلاقی بستر اولیه جهت شکل‌گیری جو مناسبی در گروه‌ها و سازمان‌ها در راستای بهبود عملکرد را خواهند داشت و این مساله سبب می‌گردد تا رفتارهای اخلاقی زمینه جهت بهبود رقابت‌پذیری را بهبود دهد (۱۳). رقابت‌پذیری به عنوان یکی از مسائل مهم در جوامع مدنظر بوده است و تاثیر شگرفی بر شکل‌گیری رفتارها و فعالیت‌های افراد دارد. امروز رقابت‌پذیری در دو جنبه تاثیرات خود را بر جای گذاشته است. رقابت‌پذیری در شکل مثبت خود سبب می‌گردد تا عملکرد افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها به صورت مناسبی تحت تاثیر قرار گیرد (۵). از طرفی رقابت‌پذیری در جنبه منفی خود

3. Nayak LM, Linkov G. Social Media Marketing in Facial Plastic Surgery: What Has Worked? *Facial Plast Surg Clin North Am.* 2019;27(3):373-377.
4. Petrescu DG, Tribus LC, Raducu R, Purcarea VL. Social marketing and behavioral change. *Rom J Ophthalmol.* 2021;65(2):101-103.
5. Bryła P, Chatterjee S, Ciabiada-Bryła B. The Impact of Social Media Marketing on Consumer Engagement in Sustainable Consumption: A Systematic Literature Review. *Int J Environ Res Public Health.* 2022;19(24):16637.
6. Farsi D. Social Media and Health Care, Part I: Literature Review of Social Media Use by Health Care Providers. *J Med Internet Res.* 2021;23(4):e23205.
7. Atiyeh BS, Chahine F, Abou Ghanem O. Social Media and Plastic Surgery Practice Building: A Thin Line Between Efficient Marketing, Professionalism, and Ethics. *Aesthetic Plast Surg.* 2021;45(3):1310-1321.
8. Mc Carthy CM, de Vries R, Mackenbach JD. The influence of unhealthy food and beverage marketing through social media and advergames on diet-related outcomes in children-A systematic review. *Obes Rev.* 2022;23(6):e13441.
9. Franco-Lares B, Lara-Mejía V, Lozada-Tequeanes AL, Villanueva-Vázquez C, Hernandez-Cordero S. Legislation on marketing of breast-milk substitutes in digital and social media: a scoping review. *BMJ Glob Health.* 2023;8(3):e011150.
10. Chiang AL. Navigating and Leveraging Social Media. *Gastrointest Endosc Clin N Am.* 2021;31(4):695-707.
11. Alhabash S, Park S, Smith S, Hendriks H, Dong Y. Social Media Use and Alcohol Consumption: A 10-Year Systematic Review. *Int J Environ Res Public Health.* 2022;19(18):11796.
12. Militello M, Yang RA, Anderson JB, Szeto MD, Presley CL, Laughter MR. Social Media and Ethical Challenges for the Dermatologist. *Curr Dermatol Rep.* 2021;10(4):120-127.
13. Nejad MS, Harooni J, Charkazi A, Shams M, Latifi M. Using Social Marketing to Promote Preventive Behaviors Related to COVID-19. *J Lifestyle Med.* 2021;11(2):52-56.
14. DeBord LC, Patel V, Braun TL, Dao H Jr. Social media in dermatology: clinical relevance, academic value, and trends across platforms. *J Dermatolog Treat.* 2019;30(5):511-518.
15. Ho TT, Dayan SH. How to Leverage Social Media in Private Practice. *Facial Plast Surg Clin North Am.* 2020;28(4):515-522.