

واکاوی تاثیر جو نوآوری بر رفتار نوآورانه کارشناسان کشاورزی: نقش میانجی سرمایه روان‌شناختی و خودکارآمدی خلاق

سعید کریمی*

دانشیار، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران

فرزانه احمدی ملک

دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران

احمد یعقوبی فرانی

دانشیار، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران

چکیده

این پژوهش تاثیر جو نوآوری بر رفتار نوآورانه کارشناسان کشاورزی را با تمرکز بر نقش میانجی سرمایه روان‌شناختی و خودکارآمدی خلاق بررسی می‌کند. جامعه آماری پژوهش شامل ۴۰۰ تن از کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی استان همدان و اداره‌های وابسته‌ی آن بود که ۱۷۸ تن از آنان به عنوان نمونه آماری گزینش شدند. داده‌های پژوهش با استفاده از پرسشنامه استاندارد گردآوری شد. نتایج مدل‌یابی معادله‌های ساختاری نشان داد که سرمایه روان‌شناختی و خودکارآمدی خلاق بر رفتار نوآورانه تاثیر مثبت و معنی‌داری دارد. به علاوه، نتایج نشان داد که جو نوآوری تاثیر مستقیم و مثبتی بر رفتار نوآورانه کارشناسان کشاورزی دارد. همچنین، تحلیل میانجی آشکار کرد که خودکارآمدی خلاق به طور جزئی تاثیر جو نوآوری بر رفتار نوآورانه کارشناسان را میانجی‌گری می‌کند. این یافته‌ها به درک بهتر ساز و کار تاثیر جو نوآوری بر رفتار نوآورانه کمک می‌کند. بر پایه‌ی یافته‌های پژوهش، پیشنهاد‌های کاربردی برای بهبود رفتار نوآورانه کارشناسان ارائه شد.

واژگان کلیدی: رفتار نوآورانه، جو نوآوری، سرمایه روان‌شناختی، خودکارآمدی خلاق، کارشناسان کشاورزی

مقدمه

دستیابی به یک سطح بالا از عملکرد اشاره دارد (Luthans *et al.*, 2007). خودکارآمدی خلاق، یعنی باوری که فرد به توانایی خود در تولید پیامدهای خلاقانه دارد (Tierney & Farmer, 2004). یکی دیگر از متغیرهای مهم و موثر بر رفتار نوآورانه کارکنان می‌باشد (Newman *et al.*, 2018). هر چند که تحقیقات گذشته تاثیر خودکارآمدی خلاق بر رفتار نوآورانه را تایید می‌نمایند، اما تاثیر متغیرهای محیطی و زمینه‌ای مانند جو نوآوری بر خودکارآمدی خلاق و نقش میانجی این متغیر کمتر مورد بررسی قرار گرفته است (Newman *et al.*, 2018).

در حال حاضر بخش کشاورزی حدود ۱۵ درصد تولید ناخالص داخلی، ۲۱ درصد اشتغال و ۲۲ درصد صادرات غیرنفتی کشور را به خود اختصاص داده است. بنابراین، این بخش از جایگاه ویژه‌ای در در اقتصاد ملی برخوردار است و سازمان جهاد کشاورزی به عنوان یکی از سازمان‌های فعال و متولی تامین امنیت غذایی و توسعه بخش کشاورزی و روستایی در سطوح استانی نقش مهم و حیاتی در این زمینه دارد (کریمی و شاهدوستی، ۱۳۹۷). پاسخ به مشکلات و نیازهای متنوع، روزافزون و در حال تغییر ذینفعان و مخاطبان سازمان‌های جهاد کشاورزی از جمله سازمان جهاد کشاورزی استان همدان، نیازمند بهبود رفتارهای خلاقانه و نوآورانه نیروی انسانی به ویژه کارشناسان کشاورزی این سازمان می‌باشد. بنابراین، ضروری است که عوامل موثر بر بروز و بهبود چنین رفتارهایی مورد بررسی و کنکاش بیشتر قرار گیرد. لازم به ذکر است که سازمان‌های دولتی فعال در بخش کشاورزی به ویژه سازمان جهاد کشاورزی بنا به دلایل مختلف وضعیت مناسبی نداشته و عملکرد آنها پایین‌تر از اهداف کمی مندرج در برنامه توسعه است (کریمی و شاهدوستی، ۱۳۹۷). نا گفته پیداست که رشد و گسترش و پیشرفت سازمان‌های دولتی در کشور ما از جمله سازمان جهاد کشاورزی به دلایلی چند، همپا و به موازات سیستم‌های پیشرفته روز دنیا نبوده است و باید بپذیریم که متأسفانه از این حیث، فاصله بزرگی با آن پیدا نموده‌ایم که ضروری است هرچه سریع‌تر نسبت به همگام شدن با تحولات روز و مدرن و کم کردن فاصله مذکور با افزایش سطح رفتارهای نوآورانه و ایجاد محیط خلاقانه در بین کارکنان، اقدام نماییم (موحدی و همکاران، ۱۳۹۶). برای دستیابی

در محیط کاری متغیر، چالش برانگیز و رقابتی امروز، رفتار نوآورانه کارکنان می‌تواند نقش مهمی در موفقیت، نوسازی و پایداری سازمان‌ها ایفا کند (Zhou & Hoever, 2014; Agarwal & Farndale, 2017; Parahoo *et al.*, 2017; Tsegaye *et al.*, 2020). به همین دلیل، مطالعات بسیاری برای شناسایی پیش‌آیندهای رفتار نوآورانه کارکنان در سازمان‌ها انجام شده است (Chen *et al.*, 2013; Li *et al.*, 2017). نوآورانه نه تنها محصول استعداد و ویژگی‌های شخصیتی فرد است، بلکه عوامل اجتماعی و روان‌شناختی نیز بر آن تاثیرگذار هستند (Amabile & Pillemer, 2012; Khaola & Coldwell, 2018; Hsu & Chen, 2017). متغیرها که در ارتقای رفتار نوآورانه کارکنان نقش حیاتی بازی می‌کند، جو نوآوری می‌باشد (Liu *et al.*, 2019). جو نوآوری یک سازمان به عنوان مجموعه‌ای از ادراکات کارمند درباره محیط کار سازمان شناخته می‌شود که رفتار ریسک‌پذیری را ترغیب می‌کند، منابع کافی را اختصاص می‌دهد و یک محیط کاری چالشی برای استفاده از یک رویکرد نوآورانه در محیط کار ارائه می‌دهد (Scott & Bruce, 1994). جو نوآورانه به کارکنان این علامت و پیام را می‌فرستد که نوآوری مورد انتظار سازمان است و توسط سازمان تشویق و پاداش داده می‌شود (Wang & Rode, 2010). در چنین جوی کارکنان در می‌یابند که نوآوری برای خودشان و سازمان‌شان مهم است و آنها باید در کار خلاق و نوآور باشند (Liu *et al.*, 2020). هر چند که بعضی از مطالعات گذشته از رابطه بین جو نوآوری و رفتار نوآورانه حمایت می‌کنند (Madrid *et al.*, 2014; Wallace *et al.*, 2016). اما به نظر می‌رسد این رابطه پیچیده و نیازمند مطالعات بیشتر باشد. محققان اخیراً برای بررسی بیشتر مکانیسم‌های انگیزشی که محیط اجتماعی (مانند جو نوآوری) را به نوآوری کارکنان مرتبط می‌سازد، فراخوان داده‌اند (Hsu & Chen, 2017). یکی از این مکانیسم‌های انگیزشی که کمتر مورد توجه قرار گرفته است، سرمایه روان‌شناختی می‌باشد (Sun & Huang, 2019; Wang *et al.*, 2021). سرمایه روان‌شناختی به یک حالت روان‌شناختی مثبت از رشد و توسعه فردی با استفاده از منابع انگیزشی و شناختی برای

ندارد، خلاقیت تشویق می‌شود. جو سازمانی نوآورانه می‌تواند در ایجاد انگیزش برای کارکنان، بهبود روحیه کارکنان، مشارکت افراد در تصمیم‌گیری‌ها و افزایش خلاقیت و نوآوری مؤثر باشد (Kang et al., 2016). مفهوم جو نوآوری بسیار مورد توجه محققان رفتاری قرار گرفته است زیرا نقشی حیاتی در شکل‌گیری رفتار خلاقانه و نوآورانه کارکنان دارد (Jaiswal & Dahari, 2015). مطالعات مختلف نشان داده‌اند که جو نوآوری سازمان یکی از مهم‌ترین پیش‌بینی‌کننده‌های رفتار نوآورانه کارکنان می‌باشد (Park & Jo, 2018; Hsu & Chen, 2017). از لحاظ تئوریک، اگر یک سازمان جو نوآوری قوی داشته باشد که برای خلاقیت و نوآوری ارزش قابل‌شود و منابع لازم را تخصیص دهد، کارکنان اهمیت بیشتری برای خلاقیت قابل‌خواهند شد و رفتار نوآورانه بیشتری بروز خواهند داد (Amabile et al., 1996; Scott & Bruce, 1994). کارکنانی که در یک سازمان دارای یک جو خلاقانه قوی و حامی نوآوری کار می‌کنند، پی‌خواهند برد که رفتارهای نوآورانه آنها در ایجاد منافع عملکرد مفید هستند (Yuan & Woodman, 2010). وقتی آنها دریابند که رفتارشان منافع ایجاد می‌کند، باعث دخالت و تلاش-های خلاقانه بیشتری می‌شود (Craig, 2015). حمایت، تشویق و قدردانی سازمان‌ها از خلاقیت و نوآوری، یک زمینه روان‌شناختی خلاقیت و نوآوری فراهم می‌آورد که می‌تواند بر رفتارهای خلاقانه و نوآورانه کارکنان تاثیر بگذارد (Amabile et al., 1996). یک جو سازمانی برای امنیت روان‌شناختی هم عامل دیگری است که خلاقیت و نوآوری کارکنان را تحت تاثیر قرار می‌دهد (Parzefall et al., 2008). امنیت روان‌شناختی اشاره دارد به یک باور مشترک که ریسک کردن در یک سازمان بی‌خطر است بدون ترس از پیامدهای منفی اگر آنها شکست بخورند (Edmondson, 1999). کارکنان اگر احساس کنند که ایده‌های آنها بدون ارزش تلقی خواهد شد یا مورد تمسخر قرار خواهد گرفت، یا احتمال بدهند که برای شکست آزمایش نوآورانه سرزنش یا مجازات خواهند شد، در چنین جوی، تمایل پیشگامانه و داوطلبانه آنها محدود خواهد شد، انگیزه آنها برای نوآوری از بین خواهد رفت و نگرش‌شان نسبت به شغل‌شان منفعلانه خواهد شد. بنابراین، بر اساس آنچه بیان شد می‌توان فرضیه زیر را ارائه نمود:

به این هدف، ضروری است که عوامل مؤثر بر رفتار نوآورانه کارکنان مورد بررسی قرار بگیرد و بر اساس نتایج حاصله راهبردها و پیشنهادهایی برای بهبود جو نوآوری و رفتار نوآورانه کارشناسان کشاورزی، تدوین و ارائه شود. این تحقیق با پاسخ دادن به فراخوان‌های موجود برای تحقیقات بیشتر در زمینه عوامل مؤثر بر رفتار نوآورانه کارکنان

با تمرکز بر تعامل بین ویژگی‌های فردی و زمینه کاری، به ادبیات تحقیق کمک می‌کند. تمرکز این پژوهش بر این پرسش است که چگونه جو نوآوری (یک عامل زمینه‌ای) به صورت مستقیم و غیرمستقیم از طریق سرمایه روان‌شناختی و خودکارآمدی خلاق (عوامل فردی) بر رفتار نوآورانه کارشناسان کشاورزی تاثیر می‌گذارد. به عبارت دیگر، فرضیه اصلی در پژوهش حاضر این است که اگر کارشناسان کشاورزی دریابند که محیط سازمانی از رویکرد و رفتار نوآورانه آنها حمایت می‌کند، انگیزه و اعتماد به نفس آنها تغییر پیدا خواهد کرد و سپس این تغییر بر رفتار نوآورانه‌ی آنها تاثیر مثبتی خواهد گذاشت.

مرور ادبیات و فرضیه‌ها

جو نوآوری و رفتار نوآورانه

رفتار نوآورانه یعنی تولید، معرفی و اجرای ایده‌های جدید و مفید در محیط کار (Zhou & George, 2001). این رفتار دارای سه سطح سازمانی، گروهی و فردی می‌باشد که در پژوهش حاضر رفتار نوآورانه فردی کارکنان مورد بررسی قرار گرفته است. رفتار نوآورانه که غالباً همراه با پیامدهای غیرقطعی و نامعین است، بسیار پرمخاطره و ریسک‌دار است (Mumtaz & Parahoo, 2019; Wang et al., 2021). جو نوآوری سازمان به عنوان ادراک کارکنان از محیط کاری سازمان تعریف می‌شود که رفتار ریسک-پذیری را تشویق می‌کند، منابع کافی را تخصیص می‌دهد و یک محیط کاری چالشی برای استفاده از یک رهیافت خلاقانه در کار فراهم می‌آورد (Scott & Bruce, 1994). جوی که از خلاقیت حمایت می‌کند و به آن پاداش می‌دهد و اجازه اشتباه می‌دهد، نتایج نوآورانه تولید می‌کند (Martins & Terblanche, 2003). در همین رابطه، Shanker et al. (2017) بیان می‌کنند جایی که شکست تحمل می‌شود و ترس از آرایه یک ایده مضحک وجود

فرضیه ۱: جو نوآوری تاثیر مثبتی بر رفتار نوآورانه کارکنان دارد.

سرمایه روان‌شناختی و رفتار نوآورانه

سرمایه روان‌شناختی یک چارچوب مفهومی جامع برای درک و بهره‌برداری از دارایی‌های انسانی در سازمان‌های امروزی ارایه می‌دهد (Avolio & Luthans 2006; Luthans et al., 2004; Luthans & Youssef 2004). اهمیت سرمایه روان‌شناختی در این حقیقت نهفته است که به کاهش استرس و فشار بر روی افراد کمک می‌کند و هزینه‌ها و اثرات منفی برای سازمان را کاهش می‌دهد. (Luthans et al., 2007) بیان می‌کنند که همانند سرمایه انسانی (یعنی آنچه شما می‌دانید) و سرمایه اجتماعی (یعنی چه کسانی را می‌شناسید)، سرمایه روان‌شناختی (یعنی چه کسی هستید) هم پیامدهای سازمانی و فردی مناسبی را فراهم می‌آورد. همچنین این باور وجود دارد که تلفیق هم‌افزای سرمایه انسانی، اجتماعی و روان‌شناختی برای به فعل درآوردن پتانسیل انسانی (یعنی رسیدن به خود ممکن) در محیط‌های کاری امروزی ضروری است (Zubair & Kamal, 2015). سرمایه روان‌شناختی یک حالت روان‌شناختی مثبت نگر رشد پذیر است که از چهار بعد تشکیل می‌شود (Luthans et al., 2007; Avey et al., 2010): خودکارآمدی (داشتن اعتماد به نفس لازم و تلاش برای موفقیت در کارهای چالش‌انگیز)؛ خوش‌بینی (ایجاد اسنادی مثبت در مورد موفقیت در زمان حال و در آینده؛ امیدواری (یافشاری در رسیدن به اهداف و به هنگام لزوم تغییر دادن مسیرهای رسیدن به اهداف برای دستیابی به موفقیت)؛ و تاب‌آوری (هنگام مواجهه با مشکلات و سختی‌ها، تحمل کردن و بازگشت به جای اول برای دستیابی به موفقیت). سرمایه روان‌شناختی حالت گونه^۲ است و بنابراین نسبتاً قابل تغییر و توسعه است. تئوری‌ها و تحقیقات پیشین درباره چهار مولفه سرمایه روان‌شناختی هم نشان می‌دهند که چنین توانمندی‌های شخصی قابل تغییر و توسعه هستند (Luthans et al., 2007). سرمایه روان‌شناختی مثبت را می‌توان به عنوان مجموعه‌ای از باورهای روان‌شناختی موجه دید که می‌تواند

ظرفیت شخصی برای اقدام موثر و پیامدهای رفتاری را بهبود دهند (Cenciotti et al., 2017; Alessandri et al., 2018). اگر چه مطالعات نشان می‌دهند که هر یک از چهار مولفه سرمایه روان‌شناختی به طور جداگانه می‌توانند منجر به پیامدهای مطلوب فردی و سازمانی شوند (Rego et al., 2014) اما تحقیقات اخیر نشان می‌دهند که سرمایه اجتماعی به عنوان یک سازه کلی، تاثیر قوی‌تری بر عملکرد و رفتار مطلوب کارکنان دارد (Newman et al., 2014; Cai et al., 2019). به عبارتی، ترکیب چهار مولفه باعث ایجاد هم‌افزایی می‌شود و پراکنش بیشتری را از نتایج دلخواه سازمانی و فردی به همراه دارد. در واقع کل سرمایه روان‌شناختی از مجموعه اجزای خودش بزرگ‌تر است (Luthans, 2010; Luthans et al., 2007). تاب‌آوری به کارکنان اجازه می‌دهد تا بعد از تجربه هر شکست با تلاش مضاعف برای حل خلاقانه یک مشکل و بهره‌گیری از یک فرصت، خودکارآمدی خود را بازسازی کنند. خوش‌بینی به کارکنان اجازه می‌دهد تا بعد از درک این که یک پیشنهاد نوآورانه عملی نشده است، خودکارآمدی خود را کامل حفظ کنند. افراد خوش‌بین، امیدوار و خودکارآمد به طور بالقوه نسبت به مصائب منعطف‌تر هستند. کارمند خودکارآمد، خلاق‌تر است زیرا چالش‌های مهم را می‌پذیرد و تلاش فکری و خلاق را برای دستیابی به اهداف انجام می‌دهد، چنین گرایشی به شرطی قوی‌تر است که او امید بالایی نیز داشته باشد و با پیگیری روش‌های خلاق و نوآورانه و چندانکه بر موانع پیش رو فایز آید (Luthans et al., 2007; Rego et al., 2012). اگرچه سرمایه روان‌شناختی مثبت به عنوان یک منبع حیاتی بالقوه انگیزش درونی شناخته شده است، اما توجه نسبتاً کمی به تاثیر سرمایه روان‌شناختی بر رفتار نوآورانه کارکنان شده است (Hsu & Chen, 2017). در سال‌های اخیر بعضی پژوهش‌ها ارتباط میان سرمایه روان‌شناختی و رفتار نوآورانه را مورد بررسی قرار داده‌اند، از جمله می‌توان به تحقیق (Hsu & Chen 2017) اشاره کرد. نتایج این تحقیق نشان داد که سرمایه روان‌شناختی پیش‌بینی کننده قوی در ارتباط با رفتار نوآورانه کارکنان می‌باشد. نتایج تحقیق (Yan et al., 2020) هم بیانگر آن بود که سرمایه روان‌شناختی تاثیر مثبتی بر رفتار نوآورانه کارکنان دارد. بنابراین، می‌توان فرضیه زیر را ارایه نمود:

² State-like

خودکارآمدی خلاق بر رفتار نوآورانه کارکنان تاثیر مثبتی دارد. بنابراین، فرضیه زیر ارائه می‌شود:

فرضیه ۳: خودکارآمدی خلاق تاثیر مثبتی بر رفتار نوآورانه کارکنان دارد.

جو نوآوری، خودکارآمدی خلاق و سرمایه روان‌شناختی بر اساس نظریه Bandura (1986). Gist & Mitchell (1992) یک مدل خودکارآمدی مربوط به کار ارائه می‌دهند. آنها بحث می‌کنند که خودکارآمدی شکل‌پذیر است و در طول زمان تغییر می‌یابد. همچنین، منابع فردی و زمینه‌ای بر خودکارآمدی تاثیر دارند (Gist & Mitchell, 1992). در همین راستا، (Tierney & Farmer 2002, 2011) نتیجه گرفتند که عوامل درونی و بیرونی دو گروه عوامل تعیین‌کننده‌ای هستند که با خودکارآمدی خلاق ارتباط دارند. جو نوآوری، به عنوان یک عامل زمینه‌ای یا بیرونی، انتظار می‌رود که یکی از پیش‌آیندهای خودکارآمدی خلاق باشد. اگرچه رابطه بین جو نوآوری و خودکارآمدی در پژوهش‌های پیشین بررسی نشده، اما تحقیقات مرتبط بیانگر وجود رابطه بین این دو سازه است. برای مثال، مطالعه Gong et al. (2009) نشان داد که بین رهبری تحول‌گرا (یک متغیر زمینه‌ای) و خودکارآمدی خلاق کارکنان رابطه مثبتی وجود دارد.

همچنین می‌توان انتظار داشت که جو نوآوری در سازمان، سرمایه روان‌شناختی کارکنان را بهبود دهد. شواهد روز افزون نشان می‌دهند که سرمایه روان‌شناختی ماهیتاً حالت گونه است و پتانسل بهبود و توسعه را دارد (Luthans et al., 2008). بر اساس نظریه‌ی فعال‌سازی صفات^۳ (Tett & Burnett, 2003)، می‌توان گفت در سازمان‌هایی که از کارهای خلاقانه حمایت می‌شود و جو مثبتی نسبت به رفتارهای نوآورانه کارکنان وجود دارد، خوش بینی و امید در افراد بیشتر می‌شود و اعتماد به نفس آنها برای انجام کارهای چالش‌برانگیز افزایش پیدا می‌کند، در نتیجه سرمایه روان‌شناختی بهبود خواهد یافت. در همین رابطه، مطالعه Hsu & Chen (2017) نشان می‌دهد که جو نوآوری بر سرمایه روان‌شناختی کارکنان تاثیر مثبتی دارد. بنابراین، فرضیه‌های زیر ارائه می‌شود.

فرضیه ۲: سرمایه روان‌شناختی تاثیر مثبتی بر رفتار نوآورانه کارکنان دارد.

خودکارآمدی خلاق و رفتار نوآورانه کارکنان

مطالعات پیشین نشان می‌دهند که رفتار نوآورانه همراه با موانع و مشکلات متعددی می‌باشد (Yuan & Woodman 2010). بنابراین، افراد هنگام انجام رفتارهای نوآورانه نیاز به نیروی درونی و حمایتی برای رو به رو شدن با چالش‌ها و شکست‌ها را دارند (Hsu et al., 2011). به نظر می‌رسد خودکارآمدی خلاق که بیانگر باور فرد به دانش و توانایی‌هایی خود برای تولید پیامدهای نوآورانه می‌باشد (Tierney & Farmer, 2002, 2011)، چنین نیروی فزاینده‌ای در انجام این وظیفه پیچیده را فراهم آورد (Choi, 2004; Gong et al., 2009; Tierney & Farmer, 2002). افرادی که دارای سطح خودکارآمدی بالایی هستند می‌توانند انگیزه کافی، منابع شناختی و اقدامات لازم برای انجام رفتارهای نوآورانه را تامین نمایند (Baer et al., 2008; Hsu et al., 2011; Liao et al., 2010). در همین رابطه و بر اساس تئوری شناختی اجتماعی، خودکارآمدی خلاق به دو دلیل باید منجر به رفتار نوآورانه شود. نخست، افرادی که دارای سطح بالایی از خودکارآمدی خلاق هستند احتمال بیشتری دارد که در رفتار نوآورانه درگیر شوند زیرا آنها نسبت به دانش و مهارت‌های خود برای تولید و اجرای ایده‌ها در شغل خود، احساس اعتماد واطمینان بیشتری دارند (Jiang & Gu, 2017). این امر باعث می‌شود که آنها زمان بیشتری صرف فرایندهای شناختی خلاق در شناسایی مشکلات و تولید ایده‌ها برای حل این مشکلات کنند و همچنین به دنبال یافتن حمایت مالی در بین مسئولان سطوح بالای سازمان برای اجرای ایده‌های خود باشند (Hsu et al., 2011). دوم، افرادی که دارای خودکارآمدی خلاق بالایی هستند احساس می‌کنند منابع و امکانات بیشتری برای مواجهه با چالش‌ها و عدم قطعیت پیش رو هنگام توسعه و اجرای ایده‌های جدید در محیط کار دارند (Richter et al., 2012). در مقایسه با افرادی که سطح خودکارآمدی خلاق پایینی دارند، این افراد احتمال بیشتری دارد که چالش‌ها را به عنوان فرصت دریافت کنند و هنگام برخورد با مشکلات و کمیودها، پشتکار بیشتری نشان دهند (Newman et al., 2018). مطالعه Javed et al. (2020) و همچنین مطالعه Newman et al. (2018) نشان داد که

³ Trait Activation Theory

فردی و زمینه‌ای را با پیامدهای نوآوری مرتبط سازد. آنها معتقدند که خودکارآمدی خلاق علاوه بر نقش مستقیم، یک نقش میانجی هم ایفا می‌کند به طوری که اثرات متغیرهای دوربرد فردی و زمینه‌ای (مانند جو نوآوری) را بر روی رفتار منتقل می‌کند (Gong et al., 2009; Wang et al., 2014; Cai et al., 2019). بر اساس نظریه خودکارآمدی بندورا (Bandura, 2001)، محیط‌های مثبت و حمایتی خودکارآمدی را بهبود می‌دهند. به علاوه، افراد خودکارآمد هنگام مداخله در وظایف چالش‌برانگیز احساس استرس نمی‌کنند زیرا خودکارآمدی بالا تاب‌آوری و توانایی مقابله با موقعیت‌های دشوار را افزایش می‌دهد. بر اساس ادبیات موجود، کارکنانی خودکارآمد راه‌حل‌های نوآورانه ارائه می‌دهند و اشتیاق بیشتری در فعالیت‌های خلاقانه نشان می‌دهند (Tierney & Farmer, 2004). به همین ترتیب، جو نوآوری به افزایش خودکارآمدی خلاق و رفتار نوآورانه کارکنان کمک می‌کند. بنابراین فرضیه زیر ارائه می‌شود:

فرضیه ۷: خودکارآمدی خلاق تاثیر جو نوآوری بر رفتارهای نوآورانه کارکنان را میانجی‌گری می‌کند.

اهداف تحقیق

هدف اصلی این پژوهش بررسی تاثیر جو نوآوری بر رفتار نوآورانه کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی با تمرکز بر نقش میانجی سرمایه روان‌شناختی و خودکارآمدی خلاق در این رابطه است. در همین راستا، پژوهش حاضر برخی اهداف اختصاصی را دنبال می‌کند که عبارتند از: بررسی تاثیر جو نوآوری بر رفتار نوآورانه کارشناسان کشاورزی، بررسی تاثیر خودکارآمدی خلاق کارشناسان کشاورزی، بررسی تاثیر جو نوآوری بر سرمایه روان‌شناختی کارشناسان کشاورزی و بررسی نقش میانجی سرمایه روان‌شناختی و خودکارآمدی خلاق.

با توجه به اهداف کلی و اختصاصی پژوهش و نیز مرور ادبیات نظری و تجربی، مدل مفهومی پژوهش در قالب نگاره (۱) ترسیم شد.

فرضیه ۴: جو نوآوری تاثیر مثبتی بر خودکارآمدی خلاق کارکنان دارد.

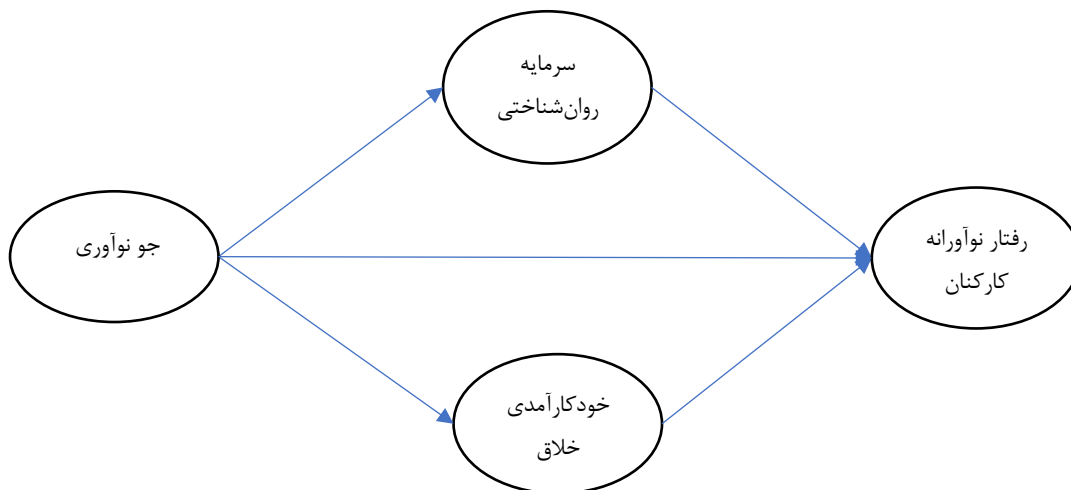
فرضیه ۵: جو نوآوری تاثیر مثبتی بر سرمایه روان‌شناختی کارکنان دارد.

نقش میانجی سرمایه روان‌شناختی و خودکارآمدی خلاق

جو نوآوری یک منبع اجتماعی برای کارکنانی است که وظایف نوآورانه را انجام می‌دهند و سرمایه روان‌شناختی هم منبع دیگری در فرایند نوآوری می‌باشد و به عبارتی هر دو منبع اجتماعی و روان‌شناختی برای بهبود عملکرد کارکنان ضروری هستند. ولیکن عوامل فردی مانند سرمایه روان‌شناختی نسبت به عوامل سازمانی مانند حمایت سازمانی و جو نوآوری ممکن است تاثیر نزدیک‌تر و مستقیم‌تری بر رفتار و عملکرد کارکنان داشته باشند (Klein & Kozlowski, 2000; Mathieu & Taylor, 2007). تحقیقات نشان داده‌اند که عوامل سازمانی می‌توانند به طور مستقیم بر عملکرد کارکنان تاثیر بگذارند (Eisenberger et al., 1990; Hsu & Fan, 2010) اما تاثیر آنها ممکن است از طریق یک کانال فردی، یعنی یک مکانیسم روان‌شناختی عبور کند. در همین زمینه، مطالعه Hsu & Chen (2017) در بین ۷۸۱ کارمند از ۱۶ سازمان تایوانی نشان داد که سرمایه روان‌شناختی تاثیر جو نوآوری بر رفتار نوآورانه کارکنان را میانجی‌گری می‌کند. بنابراین، بر اساس آنچه بیان شد می‌توان فرض کرد که یک جو نوآورانه و سازمان حمایتی، محیط مثبتی را ایجاد می‌کند که سرمایه روان‌شناختی را ارتقا می‌دهد و این منبع روان‌شناختی هم به نوبه خود کارکنان را بر می‌انگیزد تا نوآورتر باشند و دخالت‌شان در رفتارهای نوآورانه را بهبود دهند.

فرضیه ۶: سرمایه روان‌شناختی تاثیر جو نوآوری بر رفتارهای نوآورانه کارکنان را میانجی‌گری می‌کند.

همانطور که قبلا اشاره شد خودکارآمدی خلاق نقش مهمی در تبیین رفتار نوآورانه کارکنان دارد. از طرف دیگر، متغیرهای فردی و زمینه‌ای بسیاری وجود دارند که با خودکارآمدی خلاق رابطه دارند (Liu et al., 2017). بنابراین، محققان بررسی کرده‌اند که خودکارآمدی خلاق ممکن است یک مکانیسم میانجی کلیدی باشد که عوامل



نگاره ۱- مدل مفهومی پژوهش

روش تحقیق

سپس، افراد به صورت تصادفی بر اساس تعداد کارشناسان ستادی در هر طبقه مورد مطالعه قرار گرفتند.

به منظور افزایش دقت داده‌ها و جلوگیری از افت پرسشنامه‌ها، تعداد ۲۲۰ پرسشنامه بین کارشناسان توزیع شد که تعداد ۲۰۰ پرسشنامه گردآوری شد و در نهایت با حذف پرسشنامه‌های ناقص، تعداد ۱۷۸ پرسشنامه مبنای تجزیه و تحلیل‌های آماری قرار گرفتند. پرسشنامه به عنوان ابزار اصلی این پژوهش از دو بخش ویژگی‌های فردی و جمعیت شناختی پاسخگویان و گویه‌های مربوط به جو نوآوری سازمان، سرمایه روان‌شناختی، خودکارآمدی خلاقانه و رفتار نوآورانه کارکنان تشکیل شده بود. برای سنجش متغیرهای تحقیق از مقیاس‌های استاندارد مطالعات پیشین استفاده شد. همه‌ی گویه‌ها بر مبنای طیف لیکرت پنج امتیازی (از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم) مورد سنجش قرار گرفتند. لازم به ذکر است که روایی ظاهری و محتوایی پرسشنامه با نظر استادان و متخصصان در زمینه‌ی موضوع مورد پژوهش مورد تأیید قرار گرفت. به منظور اطمینان از وضوح و قابل درک بودن گویه‌ها و روایی صوری متغیرها و تدوین یک پرسشنامه بهتر، یک آزمون مقدماتی با توزیع ۲۳ پرسشنامه بین کارشناسان جهاد کشاورزی (عدم لحاظ در نمونه اصلی) انجام شد و بعد از یکسری تغییرات جزئی پرسشنامه نهایی تدوین گردید.

برای سنجش رفتار نوآورانه کارکنان از مقیاس هفت گویه‌ای Scott & Bruce (1994) استفاده شد. ضریب آلفا کرونباخ برای این مقیاس ۰/۹۱ بود. برای سنجش سرمایه روان‌شناختی از یک نسخه کوتاه شده (۱۲ گویه) از پرسشنامه سرمایه روان‌شناختی ۲۴ گویه‌ای اصلی استفاده شد (Luthans et al.,

این تحقیق از نظر ماهیت از نوع تحقیقات کمی، با توجه به هدف از نوع تحقیقات کاربردی و از لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها، جزء تحقیقات توصیفی-تحلیلی بود که به شیوه پیمایش صورت پذیرفت. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل کلیه کارشناسان ستادی سازمان جهاد کشاورزی استان همدان و ادارات وابسته (اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری، مرکز تحقیقات و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی، سازمان نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی، شرکت پشتیبانی امور دام) در سال ۱۳۹۹ می‌شد (N=۴۰۰). در PLS-SEM رایج‌ترین و سخت‌گیرترین معیار برای تعیین حداقل اندازه نمونه آماری قانون سرانگشتی ۱۰ برابر می‌باشد. مطابق با این قانون اندازه نمونه باید ۱۰ برابر بزرگتر از حداکثر روابط دریافت شده توسط هر سازه باشد (Peng & Lai, 2012; Hair et al., 2011). در پژوهش حاضر سازه‌ای که بیشترین روابط را دریافت کرده، به عبارت دیگر بیشترین تعداد گویه برای سنجش آن به کار رفته، جو نوآوری با ۱۳ گویه می‌باشد که نشان می‌دهد حداقل اندازه نمونه باید ۱۳۰ تن باشد. برای دستیابی به نمونه‌ها از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی با انتساب متناسب استفاده شد. برای این امر، ابتدا سازمان جهاد کشاورزی، اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری، مرکز تحقیقات و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی، سازمان نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی، شرکت پشتیبانی امور دام در مرکز استان همدان به عنوان طبقات هدف در نظر گرفته شده و حجم نمونه انتخابی در هر طبقه متناسب با تعداد کل کارشناسان ستادی در آن طبقه مشخص گردید.

(2007). این مقیاس شامل ۳ گویه برای خودکارآمدی، ۴ گویه برای امید، ۲ گویه برای خوش‌بینی و ۳ گویه برای تاب‌آوری بود (Luthans *et al.*, 2008; Avey *et al.*, 2010). ضریب آلفا کرونباخ برای این مقیاس ۰/۸۹ بود. برای سنجش خودکارآمدی خلاق هم از مقیاس چهار گویه‌ای (2002) Tierney & Farmer استفاده شد. ضریب آلفا کرونباخ برای این مقیاس ۰/۹۰ بود. برای سنجش جو نوآوری، مقیاس ۱۳ گویه‌ای (1994) Scott & Bruce به کار رفت. ضریب آلفا کرونباخ برای این مقیاس ۰/۹۴ بود. برای تحلیل داده‌ها و آزمون مدل پژوهش از مدلیابی معادلات ساختاری^۴ استفاده شد. برای این منظور از نرم‌افزار SmartPLS 3 (Version 3.3.2) استفاده شد (Ringle *et al.*, 2020). تکنیک PLS-SEM محقق را قادر می‌سازد تا به طور همزمان رابطه بین سازه‌های مستقل و وابسته چندگانه را بررسی نماید و به سوالات تحقیق در تحلیلی منفرد، سیستماتیک و جامع پاسخ دهد. همچنین این تکنیک برای مدل‌های ساختاری که پیچیده هستند و مجموعه از روابط بین سازه‌ها را بررسی می‌کند، مناسب به نظر می‌رسد. این تکنیک همچنین توزیع-آزاد است و با مدل‌های پیش‌بین بهتر از معادلات ساختاری مبتنی بر کوواریانس عمل می‌کند. در نهایت این که مطالعات مختلف پیشنهاد می‌کنند که این تکنیک برای اندازه نمونه کوچک مناسب است (Hair *et al.*, 2019; Ringle *et al.*, 2020; Henseler *et al.*, 2016). مطابق با (2010) Chin، تحلیل PLS-SEM باید در دو مرحله شامل ارزیابی مدل اندازه‌گیری و ارزیابی مدل ساختاری انجام شود. در مدل اندازه‌گیری، تحلیل پایایی، روایی همگرا و واگرایی سازه‌ها استفاده شدند. برای ارزیابی مدل ساختاری، ضریب تعیین (R^2)، یعنی توان تبیینی، Q^2 یعنی تناسب پیش-بینی کنندگی^۵ و ارزش‌های ضریب مسیر مدل پژوهش محاسبه شدند.

^۴ Partial least squares–structural equation modeling (PLS-SEM)

^۵ Predictive relevance

جدول ۱ - متغیرهای مختلف پرسشنامه به همراه نمادهای هر یک از متغیرها در مدل

متغیرهای پنهان	متغیرهای آشکار (نماد در مدل)
جو نوآوری	در این سازمان خلاقیت تشویق می‌شود (CI1)؛ توانایی کارکنان در انجام دادن کارها به شکل خلاقانه از سوی مدیران موردتوجه قرار می‌گیرد (CI2)؛ در این سازمان به کارکنان اجازه می‌دهند تا مشکلات مشابه و یکسانی را به روش‌های متفاوت حل‌وفصل نمایند (CI3)؛ در این سازمان اگر یکی از کارکنان بخواهد متفاوت از دیگران عمل کند با مشکل مواجه می‌شود (CI4)؛ این سازمان را می‌توان به‌عنوان سازمانی انعطاف‌پذیر و هماهنگ با تغییرات روز توصیف کرد (CI5)؛ بهترین روش برای پیشرفت در این سازمان فکر کردن و عمل کردن مطابق با انتظارات و خواست‌های سازمان است (CI6)؛ این سازمان تغییر و تحول را با آغوش باز می‌پذیرد (CI7)؛ مسئولان و مدیران این سازمان به حقوق کارکنان احترام می‌گذارند (CI8)؛ در این سازمان منابع و امکانات کافی برای خلاقیت و ابتکار اختصاص داده‌شده است (CI9)؛ کمبود امکانات مالی برای پی‌گیری اندیشه‌های خلاق یک مشکل عمده در این سازمان است (CI10)؛ این سازمان وقت آزاد و کافی در اختیار من قرار می‌دهد تا اندیشه‌های خلاق خود را در طول روز پیگیری کنم (CI11)؛ در این سازمان نظام پاداش دهی به سود کسانی تمام می‌شود که به کار جدید نمی‌پردازند (CI12)؛ این سازمان جو مناسبی را برای پرورش خلاقیت فراهم می‌آورد (CI13).
سرمایه اجتماعی	اگر من در کار و موقعیتی گیر بیفتم، می‌توانم راه‌های زیادی برای خلاص شدن از آن بیابم (PsyCh1)؛ من با اطمینان کامل می‌توانم وظایفم را در کارهای جمعی معین کنم (PsyCh2)؛ من با اطمینان کامل می‌توانم در بحث‌های اساسی زندگی‌ام مشارکت کنم (PsyCh3)؛ من با اطمینان کامل می‌توانم اطلاعات مفیدی به سایر همکارانم ارائه کنم (PsyCh4)؛ هم‌اکنون من خودم را به‌عنوان موفق‌ترین فرد در کار می‌بینم (PsyCh5)؛ من همیشه جنبه‌های مثبت کارم را می‌بینم (PsyCh6)؛ در حال حاضر من می‌توانم با اهداف کاری که برای خودم مشخص کرده‌ام روبرو شوم (PsyCh7)؛ من اگر مجبور باشم، در حین انجام کار با خودم حرف می‌زنم (PsyCh8)؛ من می‌توانم بر مشکلاتم غلبه کنم، زیرا قبلاً تجربه چنین مشکلاتی را داشته‌ام (PsyCh9)؛ من می‌توانم راه‌های زیادی برای رسیدن به اهداف جاری کاری‌ام بیابم (PsyCh10)؛ من معمولاً در مواقع فشار کاری قدم می‌زنم (PsyCh11)؛ من راجع به آنچه که برایم در آینده در ارتباط با کارم اتفاق می‌افتد، خوش‌بین هستم (PsyCh12).
خودکارآمدی خلاقانه	من به توانایی خود در حل خلاقانه مسائل و مشکلات اطمینان دارم (CS1)؛ من احساس می‌کنم که در تولید ایده‌های ناب و جدید تبحر دارم (CS2)؛ من به توانایی‌های خلاقانه خود اعتماد دارم (CS3)؛ من توانایی توسعه بیشتر ایده‌های دیگران را دارم (CS4).
رفتار نوآورانه	من به دنبال فناوری‌ها، فرایندها، فنون و یا ایده‌های تولیدی جدید هستم (IB1)؛ ایده‌های خلاقانه ارائه می‌دهم (IB2)؛ در محل کار، من همیشه ایده‌های جدید به دیگران ارائه می‌دهم (IB3)؛ همیشه در جستجو و تأمین بودجه و امکانات لازم برای اجرای ایده‌های جدید هستم (IB4)؛ برای اجرای اندیشه‌های خود، طرح و برنامه‌های مناسب را به کار می‌گیرم (IB5)؛ من فرد نوآوری هستم (IB6)؛ تجربه نشان می‌دهد که می‌توانم از امکانات موجود در جهت نوآوری استفاده کنم (IB7)؛ به‌طورکلی، به خلاقیت و نوآوری، بسیار علاقه‌مند هستم (IB8).

یافته‌ها

۱۹ درصد دکتری داشتند. سابقه شغلی آنها بین ۱ تا ۳۴ سال متغیر و میانگین سابقه شغلی ۱۸ سال بود. جدول ۲ میانگین، انحراف معیار و ضرایب همبستگی بین متغیرها را نشان می‌دهد. همچنان که ملاحظه می‌شود بین متغیرهای اصلی پژوهش همبستگی مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

یافته‌های پژوهش نشان داد سن پاسخگویان بین ۳۰ سال تا ۶۷ سال قرار داشت و میانگین سنی آنها ۴۳ سال بود. از ۱۷۸ شرکت کننده، ۱۲۳ نفر (۶۹ درصد) مرد بودند و ۵۵ (۳۱ درصد) زن بودند. از نظر سطح تحصیلات، حدود ۴ درصد کاردانی، ۳۴ درصد کارشناسی، ۴۳ درصد کارشناسی ارشد و

جدول ۲- میانگین، انحراف معیار و همبستگی میان متغیرهای پژوهش

متغیر	M	SD	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
۱- سن	۴۳	۸/۲۵	-						
۲- جنسیت	-	-	-۰/۳۱						
۳- سابقه شغلی	۱۸	۸/۳۱	۰/۷۸**	-۰/۳۰					
۴- تحصیلات	۲/۷۸	۰/۸۰	۰/۰۱	-۰/۱۴	۰/۰۹				
۵- جو نوآوری	۲/۹۴	۰/۸۱	۰/۰۴	۰/۰۸	-۰/۱۶*	۰/۰۳			
۶- سرمایه اجتماعی	۳/۷۶	۰/۶۸	۰/۱۲	۰/۰۳	-۰/۰۳	۰/۰۵	۰/۱۶*		
۷- خودکارآمدی خلاقانه	۳/۶۴	۰/۷۶	۰/۰۴	-۰/۱۹*	-۰/۰۳	۰/۲۲*	۰/۱۵*	۰/۷۳**	
۸- رفتار نوآورانه	۳/۶۰	۰/۸۰	۰/۰۷	-۰/۱۵*	-۰/۰۳	۰/۰۴	۰/۲۶**	۰/۶۲**	۰/۷۰**

نکته: * $p \leq 0.05$ ، ** $p \leq 0.01$

ارزیابی مدل اندازه‌گیری

روان‌شناختی بر رفتار نوآورانه ($\beta = .24, p < 0.01$) و خودکارآمدی خلاق بر رفتار نوآورانه کارکنان ($\beta = .49, p < 0.01$) تاثیر مثبت و معنی‌داری داشت. بنابراین، فرضیه‌های H2 و H3 هم تایید می‌شوند. مطابق با نظر Götz et al. (2010)، اندازه تاثیر (f^2) نشان می‌دهد که آیا متغیرهای برونزاد تاثیر معنی‌داری روی متغیر درونزاد دارند یا خیر؟ Cohen (1988) بیان می‌کند که مقادیر ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ به ترتیب بیانگر اندازه اثر کوچک، متوسط و بزرگ می‌باشند. همانطور که جدول ۳ نشان می‌دهد که جو نوآوری و سرمایه روان‌شناختی تاثیر کوچکی بر رفتار نوآورانه کارکنان دارد. همچنین اندازه تاثیر جو نوآوری بر خودکارآمدی خلاق و سرمایه روان‌شناختی کوچک می‌باشد. بر اساس نتایج، خودکارآمدی خلاق نیز تاثیر متوسطی بر رفتار نوآورانه کارکنان دارد.

مطابق با نظر Zhao et al. (2010) اگر بر اساس نتایج بوت استرپینگ، اثرات غیرمستقیم در سطح ۰/۵ معنی‌دار باشند و فاصله اطمینان شامل ارزش صفر نشود، اثر میانجی حمایت خواهد شد. همانطور که در جدول ۴ نشان داده شده است اثرات غیرمستقیم ویژه جو نوآوری از طریق خودکارآمدی خلاق بر روی رفتار نوآورانه کارکنان در سطح ۰/۰۵ معنی‌دار هست و فاصله اطمینان هم شامل ارزش صفر نمی‌شود. ولیکن اثرات غیرمستقیم ویژه جو نوآوری از طریق سرمایه روان‌شناختی بر روی رفتار نوآورانه کارکنان در سطح ۰/۰۵ معنی‌دار نمی‌باشد.

به منظور بررسی شدت تاثیر غیرمستقیم از شمول واریانس (VAF) استفاده شد. در واقع، این مقدار نسبت اثر غیرمستقیم بر اثر کل را می‌سنجد. (Hair et al., 2017) بیان می‌کنند که اگر مقدار VAF بزرگتر از ۰/۲ باشد بیانگر میانجی‌گری جزئی و اگر بزرگتر از ۰/۸ باشد بیانگر میانجی‌گری کامل می‌باشد. مقدار VAF برای تاثیر غیرمستقیم جو نوآوری بر رفتار نوآورانه برابر ۰/۲۹ بود که نشان می‌دهد خودکارآمدی خلاق ۲۹ درصد اثر کل جو نوآوری بر روی رفتار نوآورانه کارکنان را تبیین می‌کند. با توجه به این که مقدار VAF در دامنه بین ۰/۲-۰/۸ قرار دارد، خودکارآمدی خلاق تاثیر جو نوآوری بر رفتار نوآورانه کارکنان را به صورت جزئی میانجی‌گری می‌کند. همچنین، همانگونه که از نتایج به دست آمده در نگاره ۲ مشخص می‌شود، سه متغیر جو نوآوری، سرمایه روان‌شناختی و خودکارآمدی خلاق

برای تایید پایایی سازه، ضریب آلفا کرونباخ و پایایی ترکیبی باید بالاتر از ۰/۷ باشند (Hair et al., 2017). نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد که ضرایب آلفا کرونباخ و پایایی ترکیبی همه سازه‌های مدل پژوهش بالاتر از ۰/۷ هستند. برای تایید روایی همگرا، میانگین واریانس استخراج شده^۶ (AVE) برای هر سازه باید از ارزش آستانه ۰/۵ بیشتر باشد (Hair et al., 2017). در این پژوهش، ارزش‌های AVE بین ۰/۵۴ و ۰/۶۸ قرار دارند و همه ارزش‌ها بالاتر از سطح قابل قبول ۰/۵ بودند (جدول ۳). برای بررسی روایی واگرا، از رهیافت HTMT^۷ استفاده شد (Henseler et al., 2016). بر اساس نتایج (جدول ۳)، همه ارزش‌های HTMT زیر ارزش مورد قبول ۰/۹۰ بودند. این نشانگر روایی واگرا مقیاس‌های پژوهش می‌باشد.

ارزیابی مدل ساختاری

پس از تایید پایایی و روایی مدل اندازه‌گیری، مدل ساختاری ارزیابی شد. برای ارزیابی مدل ساختاری و آزمون روابط مستقیم و غیرمستقیم مفروض، با پیروی از پیشنهاد Hair et al. (2017) یک روال بوت استرپ با استفاده از ۵۰۰۰ زیر نمونه اجرا شد. همچنین اندازه تاثیر (f^2) برای روابط در مدل ساختاری گزارش شد.

به عنوان یک قانون سرانگشتی برای R^2 ، سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ بیانگر سطح ضعیف، متوسط و قوی دقت پیش‌بینی می‌باشند. ارزش R^2 رفتار نوآورانه کارکنان ۰/۵۳ که نشانگر سطح متوسط توان پیش‌بینی‌کننده است (Hair et al., 2017) ولیکن ارزش R^2 برای سرمایه روان‌شناختی و خودکارآمدی خلاق ۰/۰۴ و ۰/۰۶ است که بیانگر سطح ضعیف توان پیش‌بینی‌کننده است. به علاوه نتایج آزمون استون-گیسر ثابت می‌کند که مدل تناسب پیش‌بینی‌کنندگی مناسبی دارد زیرا مقادیر Q^2 در همه‌ی متغیرهای پنهان بزرگتر از صفر است (Cohen et al., 2013).

بر اساس نتایج (جدول ۴، نگاره ۲) ضرایب مسیر از جو نوآوری به رفتار نوآورانه ($\beta = .16, p < 0.01$)، به سرمایه روان‌شناختی کارکنان ($\beta = .25, p < 0.01$) و به خودکارآمدی خلاق ($\beta = .19, p < 0.05$) مثبت و معنی‌دار است. بنابراین، فرضیه‌های H1، H4 و H5 تایید می‌شوند. همچنین سرمایه

⁶ Average variance extracted

⁷ Heterotrait-monotrait ratio of correlations

در حدود ۵۳/۱ درصد از واریانس رفتار نوآورانه کارشناسان کشاورزی مطالعه شده را تبیین کردند.

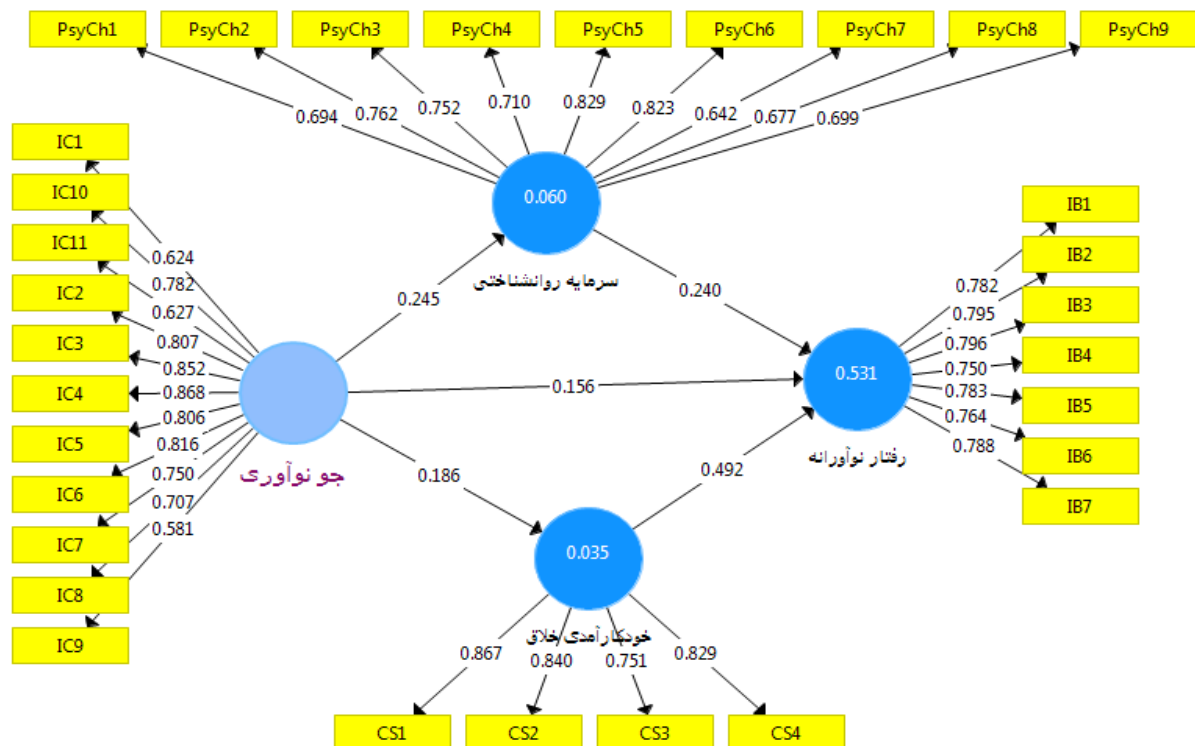
جدول ۳- نتایج ارزیابی مدل های اندازه گیری و ساختاری

متغیرها	مدل اندازه گیری					مدل ساختاری	
	AVE	CR	α	HTMT			
				۳	۲	۱	
۱- جو نوآوری	۰/۵۷	۰/۹۳	۰/۹۳	-			
۲- سرمایه روان شناختی	۰/۵۴	۰/۹۱	۰/۸۹	۰/۱۶	۰/۰۶	۰/۰۳	
۳- خودکارآمدی خلاق	۰/۶۸	۰/۸۹	۰/۸۴	۰/۱۳	۰/۰۴	۰/۰۲	
۴- رفتار نوآورانه	۰/۶۰	۰/۹۲	۰/۸۹	۰/۲۵	۰/۶۹	۰/۲۹	

جدول ۴- خلاصه نتایج به دست آمده از مدل ساختاری کلی تحقیق

مسیر	ضریب مسیر (β)	فاصله اطمینان CI	f^2	نتیجه آزمون
اثرات مستقیم				
جو نوآوری ←	رفتار نوآورانه	۰/۱۶**	۰/۰۵	تایید می شود
سرمایه روان شناختی ←	رفتار نوآورانه	۰/۲۴**	۰/۰۷	تایید می شود
خودکارآمدی خلاق ←	رفتار نوآورانه	۰/۴۹**	۰/۲۸	تایید می شود
جو نوآوری ←	سرمایه روان شناختی	۰/۲۵**	۰/۰۶	تایید می شود
جو نوآوری ←	خودکارآمدی خلاق	۰/۱۹*	۰/۰۴	تایید می شود
اثرات غیرمستقیم				
سرمایه روان شناختی ← جو نوآوری ←	رفتار نوآورانه	۰/۰۶	-۰/۰۱-۰/۱۱	تایید نمی شود
خودکارآمدی خلاق ← جو نوآوری ←	رفتار نوآورانه	۰/۰۹	۰/۰۱-۰/۱۷	تایید می شود
اثرات کلی				
جو نوآوری ←	رفتار نوآورانه	۰/۳۱**	۰/۰۷-۰/۳۸	

** $p \leq 0/01$; * $p \leq 0/05$



نگاره ۲- خروجی مدل ساختاری تحقیق در حالت تخمین ضرایب مسیر

بحث و نتیجه‌گیری

یکی از نتایج مهم این پژوهش آن بود که مکانیسم میانجی تاثیر جو نوآوری بر رفتار نوآورانه کارشناسان کشاورزی را نشان داد. تحلیل میانجی نشان داد که تاثیر جو نوآوری بر رفتار نوآورانه از طریق خودکارآمدی خلاق به صورت جزئی میانجی‌گری می‌شود. دلیل احتمالی این تاثیر می‌تواند آن باشد که خودکارآمدی خلاق به کارشناسان کمک می‌کند تا منابع روان‌شناختی کافی برای اجرای فرایندهای نوآورانه را فراهم آورند (Li et al., 2017). بنابراین، مزایا و منافع جو نوآوری در صورتی می‌تواند بر رفتار نوآورانه کارشناسان تاثیر قابل ملاحظه‌ای داشته باشد که آنها دارای سطح بالایی از خودکارآمدی خلاق باشند.

کاربردهای نظری و عملی

یافته‌های این پژوهش دانش لازم در زمینه رفتار نوآورانه کارشناسان کشاورزی در یک سازمان دولتی را به روش‌های مختلف افزایش می‌دهد. افراد برای انجام فعالیت‌ها و وظایف خود به هر دو منابع اجتماعی و روان‌شناختی نیاز دارند که می‌توانند کمبود یکدیگر را جبران کنند و همدیگر را بهبود دهند (Hobfoll, 2002). این پژوهش تاثیر جو نوآوری (محیط اجتماعی)، سرمایه روان‌شناختی و خودکارآمدی خلاق (عوامل روان‌شناختی) بر رفتار نوآورانه کارشناسان را بررسی کرد. هرچند که پیش‌آیندهای مورد بررسی در این پژوهش در مطالعات گذشته بررسی شده‌اند اما مطالعه بیشتر مکانیسم‌های انگیزشی-روان‌شناختی که زمینه‌های اجتماعی را به نوآوری کارکنان مرتبط می‌سازد، مطرح شده است (Amabile, 1988; Gardner & Schermerhorn, 2004). بر اساس نتایج، تاثیر خودکارآمدی خلاق (متغیر فردی روان‌شناختی) بر رفتار نوآورانه قوی‌تر از تاثیر کل جو نوآوری (متغیر محیط اجتماعی) بود و خودکارآمدی خلاق حتی رابطه مهم بین جو نوآوری و رفتار نوآورانه را میانجی‌گری می‌کند. به عبارت دیگر، این نتایج نشان داد که ویژگی‌های فردی ممکن است از تاثیر محیط مهم‌تر باشند (Kelley & Kelley, 2012). این مطالعه همچنین دانش لازم از عوامل موثر بر رفتار نوآورانه در یک سازمان دولتی را افزایش می‌دهد. بیشتر مطالعات درباره رفتار نوآورانه در سازمان‌ها و شرکت‌های بخش خصوصی انجام شده‌اند. سازمان‌های دولتی در بیشتر کشورها نیازمند تغییر و نوآوری هستند. در ایران هم سازمان‌های دولتی از جمله سازمان‌های کشاورزی تلاش می‌کنند تا به فشار روزافزون برای افزایش نوآوری به خاطر تغییرات سریع در

در این پژوهش تاثیر جو نوآوری بر رفتار نوآورانه کارشناسان کشاورزی با تمرکز بر نقش میانجی سرمایه روان‌شناختی و خودکارآمدی خلاق بررسی شد. نتایج نشان داد که جو نوآوری تاثیر مستقیم و معنی‌داری بر رفتار نوآورانه کارشناسان دارد. این نتیجه پیشنهاد می‌کند که برداشت کارشناسان از جو سازمان خود برای نوآوری می‌تواند آنها را تشویق و یا ترغیب نماید که در رفتار نوآورانه دخالت و مشارکت داشته باشند. این نتیجه هم‌راستا با تحقیقات پیشین بر نقش جو نوآوری سازمان به عنوان یک شرط زمینه‌ای در رفتار نوآورانه تاکید می‌کند (Park & Jo, 2018; Hsu & Chen, 2017).

نتایج همچنین نشان داد که سرمایه روان‌شناختی تاثیر مثبتی بر رفتار نوآورانه کارشناسان دارد که با نتایج مطالعات پیشین هم‌هنگی دارد (Hsu & Chen, 2017; Yan et al., 2020) و از این فرض تئوریک حمایت می‌کند که سرمایه روان‌شناختی یک عامل مهم در پیش‌بینی رفتارهای نوآورانه در محیط کار می‌باشد (Hsu & Chen, 2017; Wojtczuk-Turek & Turek, 2015). هنگام اجرای ایده‌های خلاقانه، سرمایه روان‌شناختی می‌تواند حمایت روان‌شناختی کافی را فراهم آورد (Abbas & Raja, 2015). در حقیقت، سرمایه روان‌شناختی به عنوان یک منبع روان‌شناختی مثبت می‌تواند تمایل کارشناسان برای خلاقیت و نوآوری را تسهیل و تحریک نماید (Luthans et al., 2018). نتایج همچنین نشان داد که خودکارآمدی خلاق بر رفتار نوآورانه کارشناسان تاثیر مثبتی دارد. مطابق با نظریه شناختی اجتماعی، این نتیجه نشان می‌دهد افرادی که سطح خودکارآمدی خلاق بالایی دارند، به چالش‌ها و مشکلات به دید فرصت نگاه می‌کنند و هنگام برخورد با مشکلات و کمبودها، پشتکار زیادی نشان می‌دهند (Newman et al., 2018).

بر اساس نتایج، جو نوآوری می‌تواند باعث افزایش و بهبود سرمایه روان‌شناختی و خودکارآمدی خلاق شود. در همین راستا نظریه خودکارآمدی بندورا (Bandura, 2001) بیان می‌کند که محیط‌های مثبت و حمایتی خودکارآمدی را بهبود می‌دهند. همچنین، در چنین محیط‌هایی خوش بینی و امید در افراد بیشتر می‌شود و اعتماد به نفس آنها برای انجام کارهای چالش‌برانگیز افزایش پیدا می‌کند، در نتیجه سرمایه روان‌شناختی و خودکارآمدی خلاق بهبود خواهند یافت (Hsu & Chen, 2017).

(Stoykova, 2015). مدیران و رهبران سازمان می‌توانند مداخلات بسیار کوچکی را بر اساس این مدل طراحی کنند. همچنین آنها می‌توانند با استفاده از روش‌های آموزشی مشخصی خودکارآمدی خلاق کارکنان را بهبود دهند (Frayne & Latham, 1987; Gist et al., 1989). مدیران می‌توانند با استفاده از الگوهای نقش خلاق و به طور شفاهی کارکنان را ترغیب کنند که آنها نیز می‌توانند خلاق باشند. همچنین، مدیران می‌توانند با ارایه حمایت و تشویق، ترس و اضطراب کارکنان را که ممکن است ناشی از عدم قطعیت تلاش‌های خلاق و نوآورانه باشد، کاهش دهند (Gong et al., 2009).

محدودیت‌ها و پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آینده

اگرچه پژوهش حاضر، نتایج مهمی داشت، اما دارای بعضی محدودیت‌ها هم بود. نخست، این پژوهش مبتنی بر یک طرح مقطعی است. بنابراین، علی‌رغم روش تئوری محور پژوهش، ممکن است وجود علیت بین متغیرها را اثبات نکند. مطالعات آینده می‌توانند با استفاده از یک طرح تحقیق تجربی یا طولی روابط علی متغیرهای پژوهش را بهتر تبیین کنند. نگرانی درباره واریانس روش مشترک^۹ هم مساله‌ای است که در طرح‌های مقطعی تک منبع ممکن است باعث افزایش غیرواقعی رابطه بین متغیرهای کلیدی در پژوهش حاضر شود. برای رفع این نگرانی، از پیشنهادهای (2012, 2003) Podsakoff et al. پیروی شد. سعی شد پرسشنامه پژوهش حتی‌الامکان شفاف و بدون ابهام تدوین شود، به پاسخگویان گفته شد که پاسخ‌ها و اطلاعات شخصی آنان محرمانه تلقی خواهد شد و به آنها اعلام شد که هیچ پاسخ درست یا اشتباهی وجود ندارد. بدینوسیله پژوهش حاضر سعی کرد احتمال مطلوبیت اجتماعی را کاهش دهد. همچنین، بعضی از گویه‌های منفی هم در مقیاس‌های پژوهش به کار رفت تا سوگیری موافقت^{۱۰} را کنترل نماید. دوم، در این پژوهش رفتار نوآورانه و سایر متغیرهای پژوهش به صورت خود-گزارشی بررسی شد که ممکن است نتایج در معرض سوگیری مطلوبیت اجتماعی قرار گیرد و همانند یک ارزشیابی عینی مانند ارزیابی توسط همکاران یا سرپرستان، دقیق نباشند. بنابراین، پیشنهاد می‌شود تحقیقات آتی برای سنجش رفتار نوآورانه در صورت امکان از روش‌های ارزشیابی مختلف استفاده کنند تا عینیت داده‌های گردآوری شده افزایش و ریسک خود-سوگیری آنها کاهش یابد. سوم، نمونه مورد استفاده برای این پژوهش تنها

داخل و خارج از کشور پاسخ دهند. لیکن، سازمان‌های دولتی بیشتر وضعیت کنونی را حفظ می‌کنند و تلاشی برای تغییر نمی‌کنند زیرا حفظ وضع موجود رایج‌ترین هنجار و قاعده در این سازمان‌ها می‌باشد (Cameron & Quinn, 2006). لیکن، بخش دولتی دیگر نمی‌تواند از ثبات و عدم تغییر لذت ببرد و از موج تغییر دوری نماید. این پژوهش بعضی از شرایط لازم و پیشایندهایی که باید برای تشویق و ترغیب کارکنان برای مشارکت و دخالت در رفتارهای نوآورانه وجود داشته باشند را بررسی کرد.

پژوهش حاضر کاربردهای عملی متعددی هم دارد. با توجه به تاثیر مستقیم و غیرمستقیم جو نوآوری بر رفتار نوآورانه و همچنین تاثیر مثبت آن بر سرمایه روان‌شناختی و خودکارآمدی خلاق، اگر سازمان جهاد کشاورزی به بهبود نوآوری علاقه دارد، مدیران و مسئولان سازمان باید نخست ایجاد جو و فضایی را مد نظر قرار دهند که از نوآوری و خلاقیت درون ساختار سازمان حمایت و پشتیبانی کند و موانع موجود را برطرف نمایند. (Scott & Bruce, 1994) بیان می‌کنند سازمان‌هایی که دارای جو مناسبی برای نوآوری دارند، پذیرای تغییر هستند، از ایده‌های جدید و متفاوت حمایت می‌کنند و نسبت به تهیه منابع برای نوآوری اقدام می‌کنند. بنابراین، سازمان‌های دولتی از جمله جهاد کشاورزی باید سطح جو نوآوری را از طریق تشویق تحمل و پذیرش ایده‌های گوناگون و از طریق فراهم کردن منابع لازم مانند تسهیلات، تجهیزات و زمان برای ایده‌های نوآورانه و اجرای آنها افزایش دهند.

همچنین با توجه به نقش قوی و مهم منابع روان‌شناختی کارکنان (یعنی خودکارآمدی خلاق و سرمایه روان‌شناختی)، سازمان‌ها باید به بهبود این منابع هم توجه کافی نمایند. مدیران می‌توانند در فرایند استخدام کارکنان به حالت روان‌شناختی کارکنان توجه کنند و کارکنانی را به کار گیرند که دارای سطوح بالای سرمایه روان‌شناختی و خودکارآمدی خلاق باشند. این کار می‌تواند باعث بهبود آنی خلاقیت و نوآوری در سازمان شود. مدیران همچنین باید به بهبود این ویژگی‌ها در کارکنان خود اهمیت دهند. (Luthans et al., 2010) نشان داده است که دوره‌های آموزشی کوتاه مدت می‌تواند سرمایه روان‌شناختی کارکنان را بهبود دهد. بنابراین، سرمایه روان‌شناختی یک حالتی است که می‌تواند توسعه داده شود. مدل مداخله سرمایه روان‌شناختی^۸ ثابت کرده است که در مداخلات کوتاه مدت موثر می‌باشد (Dello Russo &

⁹ Common method variance

¹⁰ Acquiescence bias

⁸ The Psychological Capital Intervention (PCI)

(مانند سبک‌های رهبری و فرهنگ سازمانی) و فردی (مانند انگیزه درونی و ویژگیهای شخصیتی) بر رفتار نوآورانه را بررسی کنند. همچنین بررسی نقش تعدیلی منابع اجتماعی و فردی در رابطه با رفتارهای نوآورانه پیشنهاد می‌شود.

شامل کارشناسان کشاورزی سازمان جهاد کشاورزی یود. بنابراین، تعمیم‌پذیری نتایج ممکن است محدود به این سازمان باشد. مطالعات آتی می‌توانند با بررسی سایر سازمان‌ها، تعمیم‌پذیری داده‌ها را افزایش دهند. چهارم، پژوهش‌های آینده می‌توانند تاثیر سایر متغیرهای محیطی

14. Bandura, A., Barbaranelli, C., Caprara, G. V., & Pastorelli, C. (2001). Self-efficacy beliefs as shapers of children's aspirations and career trajectories. *Child development*, 72(1), 187-206.
15. Cai, W., Lysova, E. I., Bossink, B. A., Khapova, S. N., & Wang, W. (2019). Psychological capital and self-reported employee creativity: The moderating role of supervisor support and job characteristics. *Creativity and Innovation Management*, 28(1), 30-41.
16. Cameron, S. and Quinn, R. (2006). *Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Values Framework*. Jossey-Bass, San Francisco, CA.
17. Cenciotti, R., Alessandri, G., & Borgogni, L. (2017). Psychological capital and career success over time: The mediating role of job crafting. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 24(3), 372-384.
18. Chen, G., Farh, J. L., Campbell-Bush, E. M., Wu, Z., & Wu, X. (2013). Teams as innovative systems: multilevel motivational antecedents of innovation in R&D teams. *Journal of Applied Psychology*, 98, 1018-1027.
19. Chin, W. W. (2010). How to write up and report PLS analyses. In *Handbook of partial least squares* (pp. 655-690). Springer, Berlin, Heidelberg.
20. Choi, J. N. (2004). Individual and contextual predictors of creative performance: The mediating role of psychological processes. *Creativity research journal*, 16(2-3), 187-199.
21. Cohen J, (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*, 2nd ed. Hillsdale, New Jersey: Erlbaum.
22. Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2013). *Research methods in education*. Routledge.
23. Craig, J. T. (2015). *Antecedents of individual innovative behavior: Examining transformational leadership, creative climate, role ambiguity, risk propensity, and psychological empowerment* (Unpublished Doctoral dissertation). Alliant International University.
24. Dello Russo, S., & Stoykova, P. (2015). Psychological capital intervention (PCI): A replication and extension. *Human Resource Development Quarterly*, 26(3), 329-347.
25. Eisenberger, R., Fasolo, P., & Davis-LaMastro, V. (1990). Perceived organizational support and employee diligence, commitment, and innovation. *Journal of applied psychology*, 75(1), 51.
26. Edmondson, A. (1999). Psychological safety and learning behavior in work teams. *Administrative Science Quarterly*, 44, 350-383.
27. Frayne, C. A., & Latham, G. P. (1987). Application of social learning theory to employee self-management of attendance. *Journal of applied psychology*, 72(3), 387.
28. Gardner, W. L., & Schermerhorn, J. R., Jr. (2004). Unleashing individual potential: Performance gains through positive organizational behavior and authentic leadership. *Organizational Dynamics*, 33, 270-281
29. Gist, M. E., Schwoerer, C., & Rosen, B. (1989). Effects of alternative training methods on self-efficacy and performance in computer software training. *Journal of applied psychology*, 74(6), 884.
۱. کریمی، س. و شاهدوستی، م. (۱۳۹۷). رابطه‌ی گرایش کارآفرینانه‌ی فردی، یادگیری فردی و خلاقیت با عملکرد شغلی کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی استان همدان. *مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران*، دوره ۴۹، شماره ۲، صص ۲۶۳-۲۷۷.
۲. کریمی، س. و شاهدوستی، م. (۱۳۹۶). از سرمایه اجتماعی به عملکرد شغلی: نقش میانجی گرایش کارآفرینانه در سازمان جهاد کشاورزی استان همدان. *پژوهش های ترویج و آموزش کشاورزی*، دوره ۱۰، شماره ۳، صص ۵۴-۶۲.
۳. موحدی، ر.، سامیان، م. و محمدی مهر، ص. (۱۳۹۶). تاثیر سرمایه فکری بر رفتارهای نوآورانه کارکنان جهاد کشاورزی استان کرمانشاه. *تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران*، دوره ۴۸، شماره ۱، صص ۱۲۳-۱۳۶.
4. Abbas, M., & Raja, U. (2015). Impact of psychological capital on innovative performance and job stress. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, 32(2), 128-138.
5. Agarwal, P., & Farndale, E. (2017). High-performance work systems and creativity implementation: the role of psychological capital and psychological safety. *Human Resource Management Journal*, 27(3), 440-458.
6. Alessandri, G., Consiglio, C., Luthans, F., & Borgogni, L. (2018). Testing a dynamic model of the impact of psychological capital on work engagement and job performance. *Career Development International*.
7. Amabile, T. M., & Pillemer, J. (2012). Perspectives on the social psychology of creativity. *The Journal of Creative Behavior*, 46(1), 3-15.
8. Amabile, T.M. (1988). A model of creativity and innovation in organizations. In B.M. Staw & L.L. Cummings (Eds.), *Research in organizational behavior* (Vol. 10, pp. 123-167). Greenwich, CT: JAI Press.
9. Amabile, T.M., Conti, R., Coon, H., Lazenby, J., & Herron, M. (1996). Assessing the work environment for creativity. *Academy of Management Journal*, 39, 1154-1184.
10. Avey, J. B., Luthans, F., & Youssef, C. M. (2010). The additive value of positive psychological capital in predicting work attitudes and behaviors. *Journal of management*, 36(2), 430-452.
11. Avolio BJ, Luthans F. (2006). *Bhgff ff*. New York: McGraw-Hill.;
12. Baer, M., Oldham, G. A., Jacobsohn, G. C., & Hollingshead, A. B. (2008). The personality composition of teams and creativity: the moderating role of team creative confidence. *Journal of Creative Behaviour*, 42, 255-282
13. Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

- moderated mediation examination. *The International Journal of Human Resource Management*, 28(5), 724-749.
45. Kang, J. H., Matusik, J. G., Kim, T. Y., & Phillips, J. M. (2016). Interactive effects of multiple organizational climates on employee innovative behavior in entrepreneurial firms: A cross-level investigation. *Journal of Business Venturing*, 31(6), 628-642.
46. Kelley, T., & Kelley, D. (2012). Reclaim your creative confidence. *Harvard Business Review*, 90, 115-118.
47. Khaola, P., & Coldwell, D. (2019). Explaining how leadership and justice influence employee innovative behaviours. *European Journal of Innovation Management*.
48. Klein, K.J., & Kozlowski, S.W.J. (2000). Multilevel theory, research and methods in organization. San Francisco: Jossey-Bass.
49. Li, M., Liu, Y., Liu, L., & Wang, Z. (2017). Proactive personality and innovative work behavior: The mediating effects of affective states and creative self-efficacy in teachers. *Current Psychology*, 36(4), 697-706.
50. Liao, H., Liu, D., & Loi, R. (2010). Looking at both sides of the social exchange coin: a social cognitive perspective on the joint effects of relationship quality and differentiation on creativity. *Academy of Management Journal*, 53, 1090-1109.
51. Liu, F., Chow, I. H. S., Zhang, J. C., & Huang, M. (2019). Organizational innovation climate and individual innovative behavior: Exploring the moderating effects of psychological ownership and psychological empowerment. *Review of Managerial Science*, 13(4), 771-789.
52. Liu, J., Wang, Y., & Zhu, Y. (2020). Climate for innovation and employee creativity: An information processing perspective. *International Journal of Manpower*.
53. Luthans, F. & Youssef, C.M. (2004). Human, social and now positive psychological capital management: investing in people for competitive advantage. *Organizational Dynamics*, 33(2), 143-160.
54. Luthans, F., Avey, J. B., & Patera, J. L. (2008). Experimental analysis of a web-based training intervention to develop positive psychological capital. *Academy of Management Learning & Education*, 7(2), 209-221.
55. Luthans, F., Avolio, B.J., Avey, J.B., & Norman, S.M. (2007). Positive psychological capital: Measurement and relationship with performance and job satisfaction. *Personnel Psychology*, 60, 541-572.
56. Luthans, F., Luthans, K.W. & Luthans, B.C. (2004). *Positive psychological capital: beyond human and social capital*. *Business Horizons*, 47(1), 45-50.
57. Luthans, F., Avey, J. B., Avolio, B. J., & Peterson, S. J. (2010). The development and resulting performance impact of positive psychological capital. *Human resource development quarterly*, 21(1), 41-67.
30. Gist, M.E. and Mitchell, T.R. (1992) Self-Efficacy: A Theoretical Analysis of its Determinants and Malleability. *The Academy of Management Review*, 17, 183-211.
31. Gong, Y., Huang, J. C., & Farh, J. L. (2009). Employee learning orientation, transformational leadership, and employee creativity: The mediating role of employee creative self-efficacy. *Academy of Management Journal*, 52(4), 765-778.
32. Gong, Y., Huang, J., & Farh, J. (2009). Employee learning orientation, transformational leadership, and employee creativity: The mediating role of employee creative self-efficacy. *Academy of Management Journal*, 52(4), 765-778.
33. Götz, O., Liehr-Gobbers, K., & Krafft, M. (2010). Evaluation of structural equation models using the partial least squares (PLS) approach. In *Handbook of partial least squares* (pp. 691-711). Springer, Berlin, Heidelberg.
34. Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage publications.
35. Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2-24.
36. Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *The Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139-152.
37. Henseler, J., Hubona, G. S., & Ray, P. A. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: updated guidelines. *Industrial Management & Data Systems*, 116(1), 1-19
38. Hobfoll, S.E. (2002). Social and psychological resources and adaptation. *Review of General Psychology*, 6, 307-324.
39. Hsu, M. L., & Chen, F. H. (2017). The cross-level mediating effect of psychological capital on the organizational innovation climate-employee innovative behavior relationship. *The Journal of Creative Behavior*, 51(2), 128-139.
40. Hsu, M.L.A., & Fan, H.-L. (2010). Organizational innovation climate and creative outcomes: Exploring the moderating effect of time pressure. *Creativity Research Journal*, 22, 378-386.
41. Hsu, M., Hou, S. and Fan, H. (2011). "Creative self-efficacy and innovative behavior in a service setting: optimism as a moderator". *The Journal of Creative Behavior*, 45(4), 258-272.
42. Jaiswal, N. K., & Dhar, R. L. (2015). Transformational leadership, innovation climate, creative self-efficacy and employee creativity: A multilevel study. *International Journal of Hospitality Management*, 51, 30-41.
43. Javed, B., Fatima, T., Khan, A. K., & Bashir, S. (2020). Impact of Inclusive Leadership on Innovative Work Behavior: The Role of Creative Self-Efficacy. *The Journal of Creative Behavior*.
44. Jiang, W., & Gu, Q. (2017). Leader creativity expectations motivate employee creativity: A

- relationship. *Journal of Business research*, 67(2), 200-210.
72. Richter, A. W., Hirst, G., Van Knippenberg, D., & Baer, M. (2012). Creative self-efficacy and individual creativity in team contexts: Cross-level interactions with team informational resources. *Journal of applied psychology*, 97(6), 1282.
73. Ringle, C.M., Sarstedt, M., Mitchell, R. & Gudergan, S.P. (2020). Partial least squares structural equation modeling in HRM research. *The International Journal of Human Resource Management*, 31(12), 1617-1643.
74. Schuckert, M., Kim, T.T., Paek, S. and Lee, G. (2018). Motivate to innovate: how authentic and transformational leaders influence employees' psychological capital and service innovation behavior. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30 (2), 776-796.
75. Scott, S., & Bruce, R. (1994). The influence of leadership, individual attributes, and climate on innovative behavior: A model of individual innovation in the workplace. *Academy of Management Journal*, 37, 580-607.
76. Shanker, R., Bhanugopan, R., Van der Heijden, B. I., & Farrell, M. (2017). Organizational climate for innovation and organizational performance: The mediating effect of innovative work behavior. *Journal of vocational behavior*, 100, 67-77.
77. Sun, Y., & Huang, J. (2019). Psychological capital and innovative behavior: Mediating effect of psychological safety. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 47(9), 1-7.
78. Tett, R. P., & Burnett, D. D. (2003). A personality trait-based interactionist model of job performance. *Journal of Applied psychology*, 88(3), 500.
79. Tierney, P., & Farmer, S. M. (2004). The Pygmalion process and employee creativity. *J. Manag.* 30, 413-432.
80. Tierney, P., & Farmer, S.M. (2002). Creative self-efficacy: Its potential antecedents and relationship to creative performance. *Academy of Management Journal*, 45, 1137-1148.
81. Tierney, P., & Farmer, S.M. (2011). Creative self-efficacy development and creative performance over time. *Journal of Applied Psychology*, 96, 277-293.
82. Tsegaye, W. K., Su, Q., & Malik, M. (2020). The quest for a comprehensive model of employee innovative behavior: the creativity and innovation theory perspective. *The Journal of Developing Areas*, 54(2).
83. Wallace, J. C., Butts, M. M., Johnson, P. D., Stevens, F. G., & Smith, M. B. (2016). A multilevel model of employee innovation: Understanding the effects of regulatory focus, thriving, and employee involvement climate. *Journal of Management*, 42(4), 982-1004.
84. Wang, C. J., Tsai, H. T., & Tsai, M. T. (2014). Linking transformational leadership and employee creativity in the hospitality industry: The influences of creative role identity, creative self-efficacy, and job complexity. *Tourism management*, 40, 79-89.
58. Madrid, H. P., Patterson, M. G., Birdi, K. S., Leiva, P. I., & Kausel, E. E. (2014). The role of weekly high-activated positive mood, context, and personality in innovative work behavior: a multilevel and interactional model. *Journal of*
59. Martins, E. C., & Terblanche, F. (2003). Building organizational culture that stimulates creativity and innovation. *European journal of innovation management*.
60. Mathieu, J. E., & Taylor, S. R. (2007). A framework for testing meso-mediational relationships in organizational behavior. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 28(2), 141-172.
61. Mumtaz, S., & Parahoo, S. K. (2019). Promoting employee innovation performance: Examining the role of self-efficacy and growth need strength. *International Journal of Productivity and Performance Management*.
62. Newman, A., Herman, H. M., Schwarz, G., & Nielsen, I. (2018). The effects of employees' creative self-efficacy on innovative behavior: The role of entrepreneurial leadership. *Journal of Business Research*, 89, 1-9.
63. Newman, A., Ucbasaran, D., Zhu, F. E. I., & Hirst, G. (2014). Psychological capital: A review and synthesis. *Journal of Organizational Behavior*, 35(S1), S120-S138.
64. Parzefall, M. R., Seeck, H., & Leppänen, A. (2008). Employee innovativeness in organizations: a review of the antecedents. *Finnish journal of business economics*, 2(08), 165-182.
65. Parahoo, S. K., Mumtaz, S., & Salem, S. (2017). Modelling organisational innovation in UAE: investigating the love triangle involving leadership, organisational culture and innovation. *International Journal of Knowledge Management in Tourism and Hospitality*, 1(1), 110-126.
66. Park, S., & Jo, S. J. (2018). The impact of proactivity, leader-member exchange, and climate for innovation on innovative behavior in the Korean government sector. *Leadership & Organization Development Journal*.
67. Peng, D. X., & Lai, F. (2012). Using partial least squares in operations management research: A practical guideline and summary of past research. *Journal of Operations Management*, 30(6), 467-480.
68. Podsakoff, P.M., MacKenzie, S.B., & Podsakoff, N.P. (2012). Sources of method bias in social science research and recommendations on how to control it. *Annual Review of Psychology*, 63, 539-569.
69. Podsakoff, P.M., MacKenzie, S.B., Lee, J.-Y., & Podsakoff, N.P. (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88, 879-903.
70. Rego, A., Sousa, F., Marques, C., & Cunha, M. P. (2012). Authentic leadership promoting employees' psychological capital and creativity. *Journal of business research*, 65(3), 429-437.
71. Rego, A., Sousa, F., Marques, C., & Cunha, M. P. (2014). Hope and positive affect mediating the authentic leadership and creativity

89. Yuan, F.R., & Woodman, R.W. (2010). Innovative behavior in the workplace: The role of performance and image outcome expectations. *Academy of Management Journal*, 53(2), 323-342.
90. Zhao, X., Lynch Jr, J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and truths about mediation analysis. *Journal of consumer research*, 37(2), 197-206.
91. Zhou, J., & George, J. M. (2001). When job dissatisfaction leads to creativity: Encouraging the expression of voice. *Academy of Management journal*, 44(4), 682-696.
92. Zhou, J., & Hoever, I. J. (2014). Research on workplace creativity: A review and redirection. *Annu. Rev. Organ. Psychol. Organ. Behav.*, 1(1), 333-359.
93. Zubair, A., & Kamal, A. (2015). Authentic leadership and creativity: mediating role of work-related flow and psychological capital. *Journal of Behavioral Sciences*, 25(1).
85. Wang, P., & Rode, J. C. (2010). Transformational leadership and follower creativity: The moderating effects of identification with leader and organizational climate. *Human relations*, 63(8), 1105-1128.
86. Wang, Y., Chen, Y., & Zhu, Y. (2021). Promoting Innovative Behavior in Employees: The Mechanism of Leader Psychological Capital. *Frontiers in Psychology*, 11, 3797.
87. Wojtczuk-Turek, A., & Turek, D. (2015). Innovative behaviour in the workplace: The role of HR flexibility, individual flexibility and psychological capital: The case of Poland. *European Journal of Innovation Management*, 18, 397-419.
88. Yan, D., Wen, F., Li, X., & Zhang, Y. (2020). The relationship between psychological capital and innovation behaviour in Chinese nurses. *Journal of nursing management*, 28(3), 471-479.