



Original Research Article



## The analysis of the impact of employees' psychological empowerment on organizational reputation (Case study: Hotels in Isfahan city)

Narges Atarian<sup>\* 1</sup> , Mohsen Asadi<sup>2</sup> , Mehri Mahdi Khani<sup>3</sup> 

1- Assistant Professor, Department of Management, Shahinshahr Branch, Islamic Azad University, Shahinshahr, Iran (Corresponding Author)

2 Master of Business Administration, Najafabad Branch, Islamic Azad University, Najafabad, Iran

3- Ph.D. Student, Department of Management, Yazd Branch, Islamic Azad University, Yazd, Iran

### ARTICLE INFO

### ABSTRACT

#### Article History

Date Received: 7 June 2025

Date Revised: 10 August 2025

Date Accepted: 6 October 2025

Date published: 16 November 2025

#### Keywords

Employee Empowerment,  
Psychological Empowerment,  
Organizational Reputation.

#### Corresponding Author Email:

N\_atriyan4567878@gmail.com

Today, millions of people are employed in the tourism industry and related industries. In such circumstances, the role of human resources has not only improved at the organizational level but also at the national level, from a small economic unit to a national level. This study aims to investigate the psychological empowerment of employees and organizational reputation and its dimensions in hotels in Isfahan city. The statistical population is all managers and employees of hotels in Isfahan city, numbering 210 people, of which 132 people were randomly selected as a sample. The research is applied in terms of purpose and descriptive-survey in terms of methodology. The measurement tools are standard questionnaires of psychological empowerment by Mishra and Spreitzer and organizational reputation by Fombrun and Harris, and SPSS software was used to analyze the data. The results showed that psychological empowerment and all its dimensions, including meaningfulness, competence, autonomy, effectiveness, and trust, have a positive and significant relationship with organizational reputation. In the first hypothesis, based on the significance level of 0.000, there is a significant relationship between psychological empowerment (sense of competence, sense of self-determination, sense of effectiveness, sense of meaningfulness, sense of trust) and organizational reputation among hotel employees in Isfahan city, and the correlation coefficient is 0.649. The result of Min and Stax (2013) also showed the positive effect of employee empowerment (perceived ability and perceived control) on perceived reputation by employees.

#### How to cite this article:

Atarian, N., Asadi, M., & Mahdi Khani, M. (2025). The analysis of the impact of employees' psychological empowerment on organizational reputation (Case study: Hotels in Isfahan city). *Journal of Management Science Research*, 7(3), 72-93.



©2023 The author(s). This is an open access article distributed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC), which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source.

Publisher: Chatre Andisheh International Publishing Institute



## تحلیل تأثیر توانمندسازی روان‌شناختی کارکنان بر شهرت سازمانی (مطالعه موردی: هتل‌های شهر اصفهان)

نرگس عطریان\*<sup>۱</sup> ID، محسن اسدی<sup>۲</sup> ID، مه‌ری مهدی خانی<sup>۳</sup> ID

۱- استادیار، گروه مدیریت، واحد شاهین شهر، دانشگاه آزاد اسلامی، شاهین شهر، ایران (نویسنده مسئول)

۲- کارشناسی ارشد مدیریت، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران

۳- دانشجوی دکتری، گروه مدیریت، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران

### چکیده

### اطلاعات مقاله

#### سابقه مقاله

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۳/۱۷

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۵/۱۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۷/۱۴

تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۸/۲۵

#### واژه‌های کلیدی

توانمندسازی کارکنان،  
توانمندسازی روان‌شناختی،  
شهرت سازمانی.

امروزه میلیون‌ها نفر در صنعت گردشگری و صنایع مرتبط با آن اشتغال دارند. در این شرایط، نقش منابع انسانی نه تنها در سطح سازمانی بلکه به صورت کلی از سطح یک واحد کوچک اقتصادی تا سطح ملی ارتقا و گسترش پیدا کرده است. پژوهش حاضر باهدف بررسی توانمندسازی روان‌شناختی کارکنان و شهرت سازمانی و ابعاد آن در هتل‌های شهر اصفهان صورت گرفته است. جامعه آماری کلیه مدیران و کارکنان هتل‌های شهر اصفهان به تعداد ۲۱۰ نفر است که ۱۳۲ نفر از آن‌ها به عنوان نمونه به صورت تصادفی مورد بررسی قرار گرفتند. پژوهش به لحاظ هدف کاربردی و به لحاظ روش‌شناسی از نوع توصیفی-پیمایشی است. ابزار اندازه‌گیری پرسشنامه‌های استاندارد توانمندسازی روان‌شناختی میسرا و اسپیریتز و شهرت سازمانی فومبران و هریس بوده و در تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS استفاده شده است. نتایج نشان داد توانمندسازی روان‌شناختی و تمام ابعاد آن شامل معناداری، شایستگی، خودمختاری، مؤثر بودن و اعتماد رابطه مثبت و معناداری با شهرت سازمانی دارند. در فرضیه نخست بر اساس سطح معناداری ۰،۰۰۰، بین توانمندسازی روان‌شناختی (احساس شایستگی، احساس خودتعیین‌گری، احساس مؤثر بودن، احساس معنی دار بودن، احساس اعتماد) با شهرت سازمانی در کارکنان هتل‌های شهر اصفهان رابطه معناداری وجود دارد و مقدار همبستگی ۰/۶۴۹ می‌باشد. نتیجه پژوهش من و استاکس (۲۰۱۳) نیز تأثیر مثبت توانمندسازی کارکنان با (توانایی ادراک شده و کنترل درک شده) با شهرت ادراک شده توسط کارکنان را نشان داده است.

#### ایمیل نویسنده مسئول

[N\\_atriyan4567878@gmail.com](mailto:N_atriyan4567878@gmail.com)

استناد به این مقاله: عطریان، نرگس؛ اسدی، محسن و مهدی خانی، مه‌ری. (۱۴۰۴). تحلیل تأثیر توانمندسازی روان‌شناختی کارکنان بر شهرت سازمانی (مطالعه موردی):

هتل‌های شهر اصفهان). پژوهش‌های علوم مدیریت، ۷(۳)، ۷۲-۹۳.

ناشر: موسسه انتشارات بین‌المللی چتر اندیشه



Creative Commons: CC BY 4.0