

تاریخ دریافت مقاله: ۹۲/۰۴/۲۰  
تاریخ بررسی مقاله: ۹۲/۰۴/۲۴  
تاریخ پذیرش مقاله: ۹۲/۰۷/۲۸

مجله دست آوردهای روان‌شناختی  
(علوم تربیتی و روان‌شناسی)  
دانشگاه شهید چمران اهواز، پاییز و زمستان ۱۳۹۳  
دوره‌ی چهارم، سال ۲۱، شماره‌ی ۲  
صص: ۶۴-۴۵

## طراحی و آزمون الگویی از روابط بین عوامل فردی، گروهی و سازمانی با خلاقیت سازمانی در کارکنان شرکت ملی مناطق نفت خیز جنوب (منطقه آغاچاری)

علی افشاری \*

عبدالزهره نعیمی \*\*

نسرین ارشادی \*\*\*

سیداسماعیل هاشمی \*\*\*\*

### چکیده

پژوهش حاضر به منظور طراحی و آزمون الگویی از روابط بین عوامل فردی، گروهی و سازمانی با خلاقیت سازمانی در کارکنان شرکت ملی مناطق نفت‌خیز جنوب (منطقه آغاچاری) انجام شده است. جهت انجام پژوهش حاضر نمونه‌ی به حجم ۳۰۰ نفر از کارکنان که به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای ساده انتخاب شده بودند، مورد آزمون قرار گرفتند. ابزار گردآوری داده‌ها، شامل پرسشنامه‌های باز بودن به تجربه (NEO-FFI)، پرسشنامه شخصیت فراکنشی (PPS)، پرسشنامه جو گروهی (TCI)، مشارکت در تصمیم‌گیری گروهی، پرسشنامه بازتاب تیمی (TRQ)، پرسشنامه چند عاملی رهبری (GTL)، پرسشنامه جو سازمانی خلاقیت (CCQ)، پرسشنامه خود اثربخشی خلاق (CSE)، پرسشنامه انگیزش درونی (IMI) و پرسشنامه خلاقیت سازمانی (ECQ) می‌باشد. جهت آزمون الگو از روش الگویابی معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج حاکی از معنی‌داری کلیه مسیرهای مستقیم به غیر از شخصیت فراکنشی به خود اثربخشی خلاق، ساختار سازمانی به خلاقیت سازمانی، باز بودن به تجربه به خلاقیت سازمانی، بازتاب تیمی به خلاقیت سازمانی، رهبری تحولی به خلاقیت سازمانی و جو سازمانی خلاقانه

\* دانشجوی دکتری روان‌شناسی دانشگاه شهید چمران اهواز (نویسنده مسئول)

alifshari.psy@gmail.com

naamiabdul@yahoo.com

narshadi@scu.ac.ir

esmaeil2140@yahoo.com

\*\* دانشیار گروه روان‌شناسی دانشگاه شهید چمران اهواز

\*\*\* استادیار گروه روان‌شناسی دانشگاه شهید چمران اهواز

\*\*\*\* دانشیار گروه روان‌شناسی دانشگاه شهید چمران اهواز

به خلاقیت سازمانی بود. با حذف مسیرهای غیرمعنی‌دار، الگو اصلاح شد. شاخص‌های برانندگی الگویابی معادلات ساختاری، برازش مناسب الگوی اصلاح شده را نشان دادند. همچنین، نتایج روابط غیرمستقیم، معنی‌داری این روابط را تأیید نمودند.

**کلید واژگان:** خلاقیت سازمانی، باز بودن به تجربه، شخصیت فراکنشی، اعتماد و امنیت مشارکتی، بازتاب تیمی.

### مقدمه

در دنیای امروزی که دگرگونی‌ها و تغییرات ویژگی عمده آن می‌باشد، اگر نتوانیم خود را با سیر شتابان تحولات سازگار سازیم و دانش، محصول یا خدمت جدیدی برای عرضه نداشته باشیم، دچار زوال خواهیم شد. سازمان‌ها برای رهایی از این نابودی نیازمند خلاقیت و نوآوری می‌باشند (مامفورد<sup>۱</sup>، ۲۰۱۲). خلاقیت به عنوان یک فرآیند درونی که باعث ایجاد ایده‌ها و مفاهیم جدید می‌گردد، تعریف می‌شود. به عبارت دیگر خلاقیت باعث ایجاد محصولات، فرآیندها، خدمات و روش‌های جدید انجام کارها می‌گردد (مامفورد، ۲۰۱۲).

مروری بر تحقیقات گذشته در زمینه خلاقیت و ابعاد شخصیتی، نتایج متفاوتی را در زمینه ارتباط بین خلاقیت و هر یک از پنج عامل شخصیتی نشان می‌دهد، به طوری که در اکثر مطالعات بین خلاقیت و عامل باز بودن به تجربه رابطه مثبت معناداری بدست آمده است (چامورو- پریموزیک، ریچنباخر<sup>۲</sup>، ۲۰۰۸؛ فارنهام و باجتیر<sup>۳</sup>، ۲۰۰۸؛ فارنهام، کرامپ<sup>۴</sup>، باتی<sup>۵</sup> و چامورو- پریموزیک، ۲۰۰۹؛ باتی، فارنهام و سافولینیا<sup>۶</sup>، ۲۰۱۰؛ فارنهام و ندرستون<sup>۷</sup>، ۲۰۱۰). بر اساس تحقیقات به عمل آمده یکی از ویژگی‌های شخصیتی مؤثر بر خلاقیت، شخصیت فراکنشی<sup>۸</sup> می‌باشد (کیم، هون و کرانت<sup>۹</sup>، ۲۰۰۹). منظور از شخصیت فراکنشی، گرایش افراد جهت درگیر شدن در نقش‌های فعال از جمله ایجاد تغییر و اثرگذاری بر محیط کاریشان

- 1- Mumford
- 2- Chamorro-Premuzic & Reichenbacher
- 3- Furnham & Bachtiar
- 4- Crump
- 5- Batey
- 6- Safiullina
- 7- Nederstrom
- 8- proactivity & proactive personality
- 9- Kim, Hon, & Crant

می‌باشد (بتمن و کرانت، ۱۹۹۳). در همین راستا سیبرت، کرانت و کرایمر<sup>۱</sup> (۱۹۹۹) در تحقیقات خود نشان دادند که افراد با شخصیت فراکنشی تلاش می‌کنند تا چشم‌انداز شغلی‌شان را بهبود بخشیده، راه‌های تازه‌ای را برای دستیابی به اهدافشان بکار می‌گیرند و رفتارهای خلاقانه بیشتری از خود بروز می‌دهند.

از دیگر عوامل سازمانی مؤثر بر خلاقیت، سبک رهبری می‌باشد (فورد و گیویا<sup>۲</sup>، ۱۹۹۵). مطالعات زیادی رابطه شیوه رهبری و خلاقیت را در سازمان گزارش کرده‌اند. برای مثال مایر، نیشی، اشناپدر و گلدستاین<sup>۳</sup> (۲۰۰۷) رابطه‌ی مثبتی، بین شیوه رهبری تحولی و خلاقیت کارکنان گزارش کردند. هم‌چنین شین و ژو<sup>۴</sup> (۲۰۰۳) دریافتند که رهبری تحولی رابطه مثبتی با خلاقیت کارکنان و انگیزه درونی دارد. رهبری تحولی به انگیزه درونی کمک می‌کند و باعث ترغیب ذهنی شده، پیروان را تشویق می‌کند، هم‌چنین وضع موجود و شیوه‌های انجام کارها را مورد بررسی قرار می‌دهد.

منظور از ساختار سازمانی هماهنگی نیروی انسانی و منابع موجود در جهت افزایش کارایی و اثربخشی سازمان است. مینتزربرگ (۱۹۸۹) ساختارهای سازمانی را بر خلاقیت مؤثر دانسته و معتقد بود که ساختارهای ارگانیکی تسهیل‌کننده خلاقیت می‌باشند و در مقابل ساختارهای مکانیکی مانع ظهور و بروز خلاقیت می‌باشند.

امنیت مشارکتی<sup>۵</sup> به احساس امنیت روان‌شناختی یا روانی - اجتماعی که اعضای گروه در زمان تعامل گروهی و در حضور سایر افراد آن را احساس می‌کنند، اشاره دارد. آن شامل مفاهیمی مانند خلق عاطفی گروه<sup>۶</sup>، جو امنیت و پذیرش تعارض و ناسازگاری می‌باشد. گروه‌هایی که مدام امنیت مشارکتی را با ترغیب احساسات مثبت گروه، مدیریت تعارض سازنده و ایجاد جو مناسب یادگیری افزایش می‌دهند، بسیار خلاق و نوآور خواهند بود (وست و اندرسون، ۱۹۹۸). امنیت مشارکتی، شرایطی در تیم‌ها فراهم می‌آورد که تهدیدآمیز نبوده و اعضای تیم به یکدیگر اعتماد دارند.

1- Seibert, Krant, & kerimer

2- Ford & Gioa

3- Mayer, Nishii, Schneider, & Goldstein

4- Shin & Zhou

5- participative safety

6- group affective tone

بازتاب‌پذیری<sup>۱</sup> عبارت است از میزانی که اعضای تیم بر اهداف، فرآیندها و راهبردهای تیم بازتاب دارند، همان طور که بر سازمان‌ها و محیط‌های وسیع‌شان بازتاب دارند (وست و فار، ۱۹۹۰). در مطالعات مختلف ارتباط مثبتی بین بازتاب‌پذیری و خلاقیت و نوآوری تیمی گزارش شده است (بوریل کارلتا، کارتر<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۰۰؛ تجوسولد<sup>۳</sup>، ۱۹۹۰). پژوهش‌ها حکایت از این دارند که بازتاب باعث پرورش اثربخشی تیمی، سلامت و بهداشت و خلاقیت و نوآوری می‌شود (شیپر، دن‌هارتوق، کپمن و وینک<sup>۴</sup>، ۲۰۰۳؛ تجوسولد، ۲۰۰۴).

نقش انگیزش در عملکرد خلاقانه به خوبی در متون علمی گزارش شده است. شواهد تجربی بسیاری وجود دارد که به نقش انگیزش در خلاقیت اشاره کرده‌اند (آلنکار<sup>۵</sup>، ۲۰۰۹). در این رابطه استرنبرگ و لابرث (۱۹۹۹) عقیده دارند که ترکیب دو نوع انگیزش درونی و بیرونی که بیشتر مواقع با یکدیگر تعامل دارند، منجر به تقویت خلاقیت می‌شود. خود اثربخشی خلاق، یک حالت انگیزشی است که باعث اثربخشی فردی برای بروز خلاقیت می‌شود. این مقوله دارای دو بعد می‌باشد: خود اثربخشی تفکر خلاق و خود اثربخشی عملکرد خلاق. منظور از خود اثربخشی تفکر خلاق، باور فرد به توانایی‌اش در ابراز تفکر خلاق می‌باشد. خود اثربخشی عملکرد خلاق به باور فرد به توانایی‌اش در ابراز عملکرد خلاقانه اشاره دارد. هم‌چنین خود اثربخشی خلاق، توانایی قضاوت در زمینه عملکرد خلاق می‌باشد (بگتو، کافمن و باکسر<sup>۶</sup>، ۲۰۱۱).

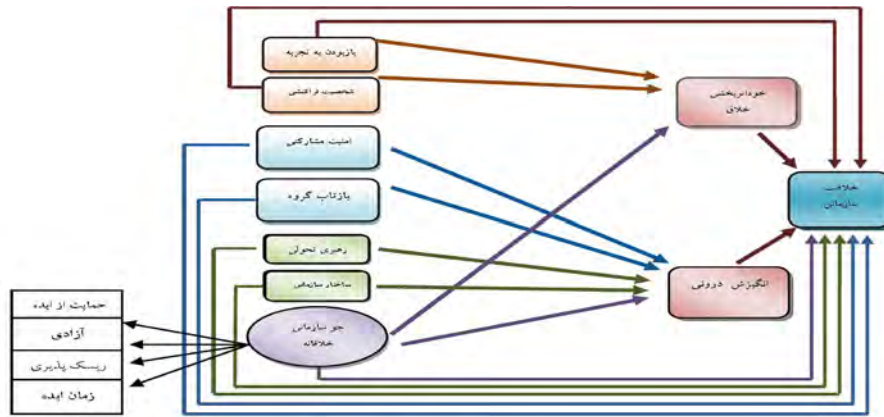
در نمودار ۱ الگوی پیشنهادی طرح حاضر نمایش داده شده است.

## روش پژوهش

### جامعه، نمونه و روش نمونه‌گیری

طرح استفاده شده در این پژوهش از نوع همبستگی، از طریق الگویابی معادلات ساختاری<sup>۷</sup> (SEM) می‌باشد. جامعه آماری شامل تمامی کارکنان ستادی شرکت بهره‌وری نفت

- 1- reflexivity
- 2- Borrill, Carletta, Carter, & et al
- 3- Tjosvold
- 4- Schippers, Den Hartog, Koopman, & Wienk
- 5- Alencar
- 6- Beghetto, Kaufman, & Baxter
- 7- Structural Equation Modeling



نمودار ۱. الگوی پیشنهادی پژوهش حاضر

و گاز آغاچاری بود که ۲۸۰۰ نفر را شامل می‌شد. با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای، تعداد ۳۰۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب گردید که از این تعداد، ۲۶۴ مورد پرسشنامه بازگشت داده شد (نرخ بازگشت ۰/۸۵).

### ابزار پژوهش

- پرسشنامه باز بودن به تجربه (NEO). پرسشنامه باز بودن به تجربه توسط مک‌کری و کوستا<sup>۱</sup> در سال ۱۹۹۷ تحت عنوان پرسشنامه شخصیتی نئو معرفی شده است. هم‌چنین این پرسشنامه فرم دیگری به نام (NEO-FFI) دارد که یک پرسشنامه ۶۰ سؤالی است و برای ارزیابی پنج عامل اصلی شخصیت به کار می‌رود. در پژوهش حاضر به منظور سنجش متغیر باز بودن به تجربه از این فرم پرسشنامه استفاده شده است. شیوه نمره‌گذاری سؤالات به صورت پنج گزینه‌ای از کاملاً مخالف تا کاملاً موافق می‌باشد. در پژوهش حاضر، به منظور بررسی ضرایب پایایی پرسشنامه مذکور از ضرایب آلفای کرونباخ و تنصیف استفاده شده است. نتایج به دست آمده به ترتیب ۰/۷۰۹ و ۰/۶۷۹ می‌باشد. هم‌چنین جهت اعتباریابی پرسشنامه باز بودن به تجربه با استفاده از نرم‌افزار AMOS-21 تحلیل عامل تأییدی روی ماده‌های این مقیاس صورت گرفت. جدول ۱ شاخص‌های برازندگی تحلیل عاملی پرسشنامه باز بودن به تجربه و سایر پرسشنامه‌ها را نشان می‌دهد.

1- Mc cra & Costa

جدول ۱. شاخص‌های برازندگی تحلیل عاملی پرسشنامه‌های تحقیق حاضر

پرسشنامه	RMSEA	NFI	CFI	TLI	IFI	GFI	X <sup>2</sup> /df	df	X <sup>2</sup>
باز بودن به تجربه	۰/۰۷	۰/۸۹	۰/۸۴	۰/۷۹	۰/۸۴	۰/۸۶	۳/۶۷	۵۴	۱۹۸/۵۲
شخصیت فراکنشی	۰/۰۶	۰/۸۶	۰/۹۶	۰/۸۱	۰/۸۴	۰/۸۳	۶/۲۶	۳۵	۲۱۹/۲۸
امنیت مشارکتی	۰/۰۶	۰/۷۶	۰/۷۸	۰/۷۱	۰/۷۸	۰/۷۵	۱۰/۱۶	۲۷	۲۷۴/۵۲
بازتاب تیمی	۰/۰۵	۰/۹۵	۰/۹۶	۰/۹۴	۰/۹۶	۰/۹۵	۳/۲	۹	۲۸/۸۰
جو سازمانی خلاق	۰/۰۶	۰/۹۴	۰/۹۵	۰/۹۳	۰/۹۴	۰/۹۳	۷/۵۸	۱۸۹	۱۴۳۴/۴۲
رهبری تحولی	۰/۰۴	۰/۹۲	۰/۹۳	۰/۹۰	۰/۹۳	۰/۹۱	۷/۴۲	۱۴	۱۰۴/۶۱
ساختار سازمانی	۰/۰۶	۰/۹۲	۰/۹۰	۰/۹۱	۰/۹۴	۰/۹۳	۴/۸۸	۴۴	۲۱۴/۷۷
خود اثربخشی خلاق	۰/۰۶	۰/۹۱	۰/۹۳	۰/۸۷	۰/۹۳	۰/۹۶	۴/۰۴	۵	۲۰/۱۲۰
انگیزش درونی	۰/۰۹	۰/۸۶	۰/۹۲	۰/۹۳	۰/۸۲	۰/۹۳	۴/۷۷	۱۴	۶۶/۹۰
خلاقیت سازمانی	۰/۰۹	۰/۷۶	۰/۸۴	۰/۷۹	۰/۸۱	۰/۸۳	۴/۳۶	۶۵	۲۸۳/۴۳

- پرسشنامه شخصیت فراکنشی (PPS). برای سنجش شخصیت فراکنشی از فرم کوتاه، مقیاس شخصیت فراکنشی<sup>۱</sup> بتمن و کرانت (۱۹۹۳) استفاده شده است. این پرسشنامه دارای ۱۷ سؤال بوده و شیوه نمره‌گذاری سؤالات به صورت پنج گزینه‌ای لیکرت می‌باشد. به منظور بررسی ضرایب پایایی پرسشنامه مذکور از ضرایب آلفای کرونباخ و تنصیف استفاده شده است. که نتایج به دست آمده به ترتیب ۰/۷۲۱ و ۰/۶۴۴ می‌باشد. همچنین جهت اعتباریابی پرسشنامه شخصیت فراکنشی تحلیل عامل تأییدی روی ماده‌های این مقیاس صورت گرفت. در جدول ۱ شاخص‌های برازندگی تحلیل عاملی پرسشنامه شخصیت فراکنشی نشان داده شده است.

- پرسشنامه اعتماد و امنیت مشارکتی (TCI). پرسشنامه اعتماد و امنیت مشارکتی با عنوان پرسشنامه جو گروهی<sup>۲</sup> توسط اندرسون و وست (۱۹۹۸) طراحی و مورد استفاده قرار گرفته است. این پرسشنامه دارای ۶۱ سؤال بوده و چهار عامل (امنیت مشارکتی، حمایت از نوآوری، چشم‌انداز تیمی و وظیفه‌گرایی) را به عنوان عوامل تعیین‌کننده اثربخشی عملکرد تیمی در افزایش خلاقیت شناسایی می‌کند. عامل امنیت مشارکتی دارای ۹ سؤال بوده و پاسخ آن بر پیوستار ۵ نقطه‌ای لیکرت قرار می‌گیرد که دامنه‌اش از کاملاً مخالف تا کاملاً موافق

1- proactive personality

2- Team Climate Inventory

می‌باشد. به منظور بررسی ضرایب پایایی پرسشنامه مذکور از ضرایب آلفای کرونباخ و تنصیف استفاده شده است. نتایج به دست آمده به ترتیب ۰/۸۹۱ و ۰/۸۲۴ می‌باشد. هم‌چنین جهت اعتباریابی پرسشنامه اعتماد و امنیت مشارکتی، تحلیل عامل تأییدی روی ماده‌های این مقیاس صورت گرفت. در جدول ۱ شاخص‌های برازندگی تحلیل عاملی پرسشنامه اعتماد و امنیت مشارکتی نشان داده شده است.

- پرسشنامه بازتاب تیمی (TRQ). برای سنجش متغیر بازتاب تیمی از پرسشنامه کارتر و وست (۱۹۹۸) استفاده شده است. مقیاس بازتاب تیمی دارای ۱۰ سؤال می‌باشد. در این پرسشنامه، هر سؤال به صورت مقیاس پنج نقطه‌ای لیکرت درجه‌بندی شده است که دامنه‌اش از کاملاً مخالف تا کاملاً موافق می‌باشد. به منظور بررسی ضرایب پایایی پرسشنامه مذکور از ضرایب آلفای کرونباخ و تنصیف استفاده شده است. نتایج آن به دست آمده به ترتیب ۰/۸۵۳ و ۰/۸۶۱ می‌باشد. هم‌چنین جهت اعتباریابی پرسشنامه بازتاب تیمی، تحلیل عامل تأییدی روی ماده‌های این مقیاس صورت گرفت. در جدول ۱ شاخص‌های برازندگی تحلیل عاملی پرسشنامه بازتاب تیمی نشان داده شده است.

- پرسشنامه جو خلاقانه سازمانی (SOQ). برای سنجش جو خلاقانه از پرسشنامه جو سازمانی خلاقانه استفاده شده است (ایساکسن و اکوال، ۲۰۱۰). این پرسشنامه شامل ۹ مؤلفه (چالش‌پذیری، آزادی، اعتماد، زمان ایده، خوشحالی و شوخ‌طبعی، تعارض، حمایت از ایده‌ها، گفتمان و ریسک‌پذیری) می‌باشد. در این پژوهش از بین ۹ مؤلفه چهار مؤلفه آن، یعنی آزادی (۶ سؤال)، زمان ایده (۶ سؤال)، حمایت از ایده‌ها (۵ سؤال) و ریسک‌پذیری (۴ سؤال) مورد بررسی قرار گرفته‌اند. پاسخ مؤلفه‌ها بر پیوستار ۵ نقطه‌ای لیکرت قرار می‌گیرد که دامنه‌اش از کاملاً مخالف تا کاملاً موافق می‌باشد. نمره کلی برای هر بعد از حاصل جمع میانگین نمرات هر بعد به دست می‌آید. در پژوهش حاضر، به منظور بررسی ضرایب پایایی پرسشنامه مذکور از ضرایب آلفای کرونباخ و تنصیف استفاده شده است. نتایج آن در جدول ۲ مشاهده می‌شود. هم‌چنین جهت اعتباریابی پرسشنامه جو خلاقانه سازمانی، تحلیل عامل تأییدی روی ماده‌های این مقیاس صورت گرفت. در جدول ۱ شاخص‌های برازندگی تحلیل عاملی پرسشنامه جو خلاقانه سازمانی نشان داده شده است.

جدول ۲. ضرایب پایایی پرسشنامه جو خلاقانه سازمانی

پرسشنامه	آلفای کرونباخ	تخصیص
جو خلاقانه سازمانی کلی	۰/۹۲۸	۰/۸۰۸
حمایت از ایده	۰/۹۳۳	۰/۸۷۲
آزادی	۰/۸۵۳	۰/۸۸۵
ریسک‌پذیری	۰/۷۸۵	۰/۷۰۷
زمان ایده	۰/۹۰۱	۰/۸۳۹

- پرسشنامه رهبری تحولی<sup>۱</sup> (GTL). برای سنجش رهبری تحولی، از مقیاس رهبری تحولی کلی که به وسیله کارلوس، ویرینگ و مان<sup>۲</sup> (۲۰۰۰) توسعه یافته، استفاده شده است. از آنجایی که پرسشنامه یک عامل زیر بنایی واحدی را می‌سنجد (کارلوس و همکاران، ۲۰۰۰)، به عنوان یک مقیاس کلی رهبری تحولی، مورد استفاده قرار می‌گیرد. این پرسشنامه دارای ۷ سؤال بوده و هر سؤال به صورت مقیاس پنج نقطه‌ای لیکرت درجه‌بندی شده است که دامنه‌اش از کاملاً مخالف تا کاملاً موافق می‌باشد. به منظور بررسی ضرایب پایایی پرسشنامه مذکور از ضرایب آلفای کرونباخ و تخصیص استفاده شده است. نتایج به دست آمده به ترتیب ۰/۹۴۴ و ۰/۸۵۷ می‌باشد. هم‌چنین جهت اعتباریابی پرسشنامه رهبری تحولی تحلیل عامل تأییدی روی ماده‌های این مقیاس صورت گرفت. در جدول ۱ شاخص‌های برازندگی تحلیل عاملی پرسشنامه رهبری تحولی نشان داده شده است.

- پرسشنامه ساختار سازمانی. برای سنجش ساختار سازمانی، پرسشنامه یازده سؤالی گرانیک<sup>۳</sup> (۲۰۰۲) مورد استفاده قرار گرفته است. هم‌چنین هر سؤال به صورت مقیاس پنج نقطه‌ای لیکرت درجه‌بندی شده است که دامنه‌اش از کاملاً مخالف تا کاملاً موافق می‌باشد. به منظور بررسی ضرایب پایایی پرسشنامه مذکور از ضرایب آلفای کرونباخ و تخصیص استفاده شده است. نتایج به دست آمده به ترتیب ۰/۸۰۳ و ۰/۷۶۶ می‌باشد. هم‌چنین جهت اعتباریابی پرسشنامه ساختار سازمانی، تحلیل عامل تأییدی روی ماده‌های این مقیاس صورت گرفت. در جدول ۱ شاخص‌های برازندگی تحلیل عاملی پرسشنامه ساختار سازمانی نشان داده شده است.

1- Global Transformational Leadership

2- Carless, Wearing, &amp; Mann

3- Grunig



- پرسشنامه خود اثربخشی خلاق (CSE). مقیاس خود اثربخشی خلاق<sup>۱</sup> به منظور سنجش عقاید ادراک شده افراد درباره توانایی شان در تولید ایده‌ها، محصولات و فرآیندهای بدیع و مفید، طراحی شده است (یی، شیتاتور و لاین<sup>۲</sup>، ۲۰۰۸). این پرسشنامه دارای ۵ سؤال بوده، و هر سؤال به صورت مقیاس پنج نقطه‌ای لیکرت درجه‌بندی شده است که دامنه‌اش از کاملاً مخالف تا کاملاً موافق می‌باشد. به منظور بررسی ضرایب پایایی پرسشنامه مذکور از ضرایب آلفای کرونباخ و تنصیف استفاده شده است. نتایج به دست آمده به ترتیب ۰/۷۴۲ و ۰/۶۲۹ می‌باشند. هم‌چنین جهت اعتباریابی پرسشنامه خود اثربخشی خلاق، تحلیل عامل تأییدی روی ماده‌های این مقیاس صورت گرفت. در جدول ۱ شاخص‌های برازندگی تحلیل عاملی پرسشنامه خود اثربخشی خلاق نمایش داده شده است.

- پرسشنامه انگیزش درونی (IMI). به منظور سنجش انگیزش درونی در این پژوهش از پرسشنامه انگیزش درونی<sup>۳</sup> آمایل (۱۹۹۶) استفاده شده است. این پرسشنامه دارای ۷ آیت‌م بوده و به وسیله مقیاس پنج نقطه‌ای لیکرت سنجیده می‌شود. به منظور بررسی ضرایب پایایی پرسشنامه مذکور از ضرایب آلفای کرونباخ و تنصیف استفاده شده است. نتایج به دست آمده به ترتیب ۰/۷۳۰ و ۰/۶۷۲ می‌باشد. هم‌چنین جهت اعتباریابی پرسشنامه انگیزش درونی، تحلیل عامل تأییدی روی ماده‌های این مقیاس صورت گرفت. در جدول ۱ شاخص‌های برازندگی تحلیل عاملی پرسشنامه انگیزش درونی نمایش داده شده است.

- پرسشنامه خلاقیت سازمانی (ECQ). برای اندازه‌گیری خلاقیت سازمانی از مقیاس خلاقیت کارکنان ژو و جورج (۲۰۰۳) استفاده شده است. این پرسشنامه شامل ۱۳ سؤال می‌باشد که ۱۰ سؤال آن از پرسشنامه ژو و جورج (۲۰۰۳) و ۳ سؤال دیگر از پرسشنامه تیرنی، فارمر و گرین<sup>۴</sup> (۱۹۹۹) اتخاذ شده است. پاسخ‌ها روی پیوستار لیکرتی ۵ درجه‌ای که دامنه‌اش از کاملاً مخالف تا کاملاً موافق می‌باشد، نمره‌گذاری شده است. به منظور بررسی ضرایب پایایی پرسشنامه مذکور از ضرایب آلفای کرونباخ و تنصیف استفاده شده است. نتایج به دست آمده به ترتیب ۰/۸۲۴ و ۰/۷۱۹ می‌باشد. هم‌چنین جهت اعتباریابی پرسشنامه خلاقیت

- 
- 1- creative self efficacy
  - 2- Yi, Scheithauer, & line
  - 3- intrinsic motivation inventory
  - 4- Tierney, Farmer, & Graen

سازمانی، تحلیل عامل تأییدی روی ماده‌های این مقیاس صورت گرفت. جدول ۱ شاخص‌های برازندگی تحلیل عاملی پرسشنامه انگیزش درونی نمایش داده شده است.

### یافته‌های پژوهش

در این پژوهش در مجموع روابط ۲۴ متغیر در الگوی پیشنهادی مورد بررسی قرار گرفت. جدول ۳ یافته‌های توصیفی مربوط به میانگین، انحراف معیار، کمترین و بیشترین نمره‌های افراد نمونه را، روی متغیرهای پژوهش، نشان می‌دهد. همچنین جدول ۴ همبستگی بین متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد.

جدول ۳. یافته‌های توصیفی مربوط به متغیرهای پژوهش

مقیاس	حداقل نمره	حداکثر نمره	میانگین	انحراف معیار
باز بودن به تجربه	۲۸	۵۳	۳۹/۶۲	۴/۳۲
شخصیت فراکنشی	۲۶	۵۵	۳۷/۲۹	۵/۰۲
اعتماد و امنیت مشارکتی	۲۱	۴۵	۳۳/۴۵	۴/۸۱
بازتاب گروهی	۱۰	۳۵	۲۰/۴۰	۴/۴۹
رهبری تحولی	۹	۳۵	۲۳/۷۵	۵/۴۰
ساختار سازمانی	۲۰	۴۸	۳۵/۵۰	۵/۲۴
جو سازمانی خلاقانه	۳۶	۱۰۱	۶۶/۲۷	۱۱/۶۱
حمایت از ایده	۸	۲۵	۱۷/۴۰	۳/۷۰
آزادی	۸	۳۰	۱۸/۲۷	۴/۴۳
ریسک‌پذیری	۴	۲۰	۱۱/۴۰	۲/۹۸
زمان ایده	۱۰	۲۹	۱۹/۱۸	۳/۹۴
خود اثربخشی خلاق	۱۰	۲۵	۱۸/۶۶	۳/۱۴
انگیزش درونی	۱۹	۳۸	۲۸/۸۳	۳/۶۶
خلاقیت سازمانی	۳۳	۱۰۵	۴۸/۷۵	۶/۵۴

### الگویابی معادلات ساختاری

الگوی پیشنهادی پژوهش حاضر در مجموع متشکل از ۱۰ متغیر است که متغیرهای باز بودن به تجربه، شخصیت فراکنشی، اعتماد و امنیت مشارکتی، بازتاب تیمی، رهبری تحولی، ساختار سازمانی و جو سازمانی خلاقانه به عنوان متغیرهای پیش‌آیند، متغیرخلاقیت سازمانی به عنوان متغیر پیامد و متغیرهای خود اثربخشی خلاق و انگیزش درونی به عنوان متغیرهای

جدول ۴. ماتریس ضرایب همبستگی بین متغیرهای پژوهش حاضر

مقیاس	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳
خود اثربخشی خلاق													
انگیزش درونی	** ۰/۲۹۵ ۰/۰۰۰												
اخلاقیت سازمانی	** ۰/۳۳۹ ۰/۰۰۰	** ۰/۳۷۸ ۰/۰۰۰											
باز بودن به تجربه	** ۰/۳۶۴ ۰/۰۰۱	** ۰/۱۷۰ ۰/۰۰۰	** ۰/۳۳۱ ۰/۰۰۰										
شخصیت فراکنشی	** ۰/۲۴۶ ۰/۰۰۰	** ۰/۲۰۰ ۰/۰۰۰	** ۰/۲۵۰ ۰/۰۰۰	** ۰/۱۹۲ ۰/۰۰۲									
ساختار سازمانی	** ۰/۱۷۳ ۰/۰۰۶	** ۰/۳۲ ۰/۰۰۰	** ۰/۱۸۹ ۰/۰۰۲	** ۰/۳۲۲ ۰/۰۰۰	* ۰/۱۶۲ ۰/۰۲۴								
رهبری تحولی	** ۰/۱۸۳ ۰/۰۰۳	** ۰/۱۷۱ ۰/۰۰۶	** ۰/۲۴۲ ۰/۰۰۰	** ۰/۲۸۵ ۰/۰۰۰	** ۰/۲۰۳ ۰/۰۰۱	** ۰/۲۴۷ ۰/۰۰۰							
اعتماد و امنیت مشارکتی	** ۰/۲۶۳ ۰/۰۰۰	** ۰/۴۵۵ ۰/۰۰۰	** ۰/۳۶۶ ۰/۰۰۰	** ۰/۲۹۸ ۰/۰۰۰	** ۰/۱۷۳ ۰/۰۰۶	** ۰/۳۲۰ ۰/۰۰۰	** ۰/۴۱۸ ۰/۰۰۰						
بازتاب تیمی	** ۰/۳۰۰ ۰/۰۰۰	** ۰/۲۵ ۰/۰۰۱	** ۰/۱۸۹ ۰/۰۰۲	** ۰/۳۸۲ ۰/۰۰۰	** ۰/۳۳۱ ۰/۰۰۰	** ۰/۳۴۸ ۰/۰۰۰	** ۰/۲۰۳ ۰/۰۰۱	** ۰/۳۲۷ ۰/۰۰۰					
جو سازمانی خلاقانه	** ۰/۴۸۵ ۰/۰۰۰	** ۰/۴۳۶ ۰/۰۰۰	** ۰/۳۴۵ ۰/۰۰۰	** ۰/۳۷۲ ۰/۰۰۰	** ۰/۴۰۲ ۰/۰۰۰	** ۰/۳۵۹ ۰/۰۰۰	** ۰/۵۰۶ ۰/۰۰۰	** ۰/۴۱۸ ۰/۰۰۰	** ۰/۴۷۴ ۰/۰۰۰				
حمایت از ایده	** ۰/۱۹۴ ۰/۰۰۲	** ۰/۳۶۷ ۰/۰۰۰	** ۰/۲۲۸ ۰/۰۰۰	** ۰/۲۴۱ ۰/۰۰۰	** ۰/۳۳۳ ۰/۰۰۰	** ۰/۳۱۴ ۰/۰۰۰	** ۰/۴۲۳ ۰/۰۰۰	** ۰/۴۴۱ ۰/۰۰۰	** ۰/۲۳۴ ۰/۰۰۰	** ۰/۸۳۶ ۰/۰۰۰			
آزادی	** ۰/۳۷۳ ۰/۰۰۰	** ۰/۳۸۴ ۰/۰۰۰	** ۰/۲۹۸ ۰/۰۰۰	** ۰/۳۳۵ ۰/۰۰۰	** ۰/۲۷۸ ۰/۰۰۰	** ۰/۳۴۱ ۰/۰۰۰	** ۰/۴۵۶ ۰/۰۰۰	** ۰/۴۰۱ ۰/۰۰۰	** ۰/۲۶۹ ۰/۰۰۰	** ۰/۸۵۶ ۰/۰۰۰	** ۰/۵۳۵ ۰/۰۰۰		
ریسک پذیری	** ۰/۵۱۶ ۰/۰۰۰	** ۰/۱۷۲ ۰/۰۰۶	** ۰/۲۱۸ ۰/۰۰۰	** ۰/۳۵۶ ۰/۰۰۰	** ۰/۱۵۴ ۰/۰۱۴	** ۰/۱۹۹ ۰/۰۰۱	** ۰/۲۳۱ ۰/۰۰۰	** ۰/۲۶۶ ۰/۰۰۰	** ۰/۴۰۵ ۰/۰۰۰	** ۰/۵۹۲ ۰/۰۰۰	** ۰/۱۴۵ ۰/۰۲۱	** ۰/۴۱۰ ۰/۰۰۰	
زمان ایده	** ۰/۳۵۳ ۰/۰۰۰	** ۰/۳۷۷ ۰/۰۰۰	** ۰/۲۴۴ ۰/۰۰۰	** ۰/۲۲۲ ۰/۰۰۰	** ۰/۴۴۱ ۰/۰۰۰	** ۰/۲۲۸ ۰/۰۰۰	** ۰/۴۰۳ ۰/۰۰۰	** ۰/۳۲۹ ۰/۰۰۰	** ۰/۲۵۸ ۰/۰۰۰	** ۰/۸۳۷ ۰/۰۰۰	** ۰/۵۲۳ ۰/۰۰۰	** ۰/۵۲۸ ۰/۰۰۰	** ۰/۴۱۰ ۰/۰۰۰

میانجی می‌باشند. جهت ارزیابی الگوی پیشنهادی از روش الگویابی معادلات ساختاری (SEM) استفاده شد. پیش از بررسی ضرایب ساختاری، برازندگی الگوی پیشنهادی مورد بررسی قرار گرفت. برازش الگوی اولیه بر اساس شاخص‌های برازندگی مورد استفاده در این مطالعه، در جدول ۴ گزارش شده است.

با وجود این که مقادیر برخی شاخص‌های برازندگی نشان‌دهنده برازش قابل قبول الگوی پیشنهادی با داده‌ها بودند اما مقادیر برخی شاخص‌ها نشان دادند که الگوی پیشنهادی نیازمند اصلاحاتی می‌باشد. به منظور ارتقاء برازندگی الگو ابتدا مسیرهای غیرمعنی‌دار (۶ مسیر) از الگو حذف شدند (الگوی اصلاح شده اول). پس از حذف مسیرهای غیرمعنی‌دار، تحلیل دیگری روی داده‌ها انجام گرفت. نتایج این تحلیل نشان‌دهنده بهبود شاخص‌های برازندگی بود. در آخر، پس از وصل کردن دو مسیر (حمایت از ایده به ریسک‌پذیری و ریسک‌پذیری به خود اثربخشی خلاق) الگوی نهایی پژوهش حاضر به دست آمد. جدول ۵ شاخص‌های برازندگی الگوی پیشنهادی، الگوی اصلاح شده و الگوی نهایی را نشان می‌دهد. همان گونه که در جدول ۵ ملاحظه می‌شود الگویی نهایی از برازش نسبتاً خوبی برخوردار است.

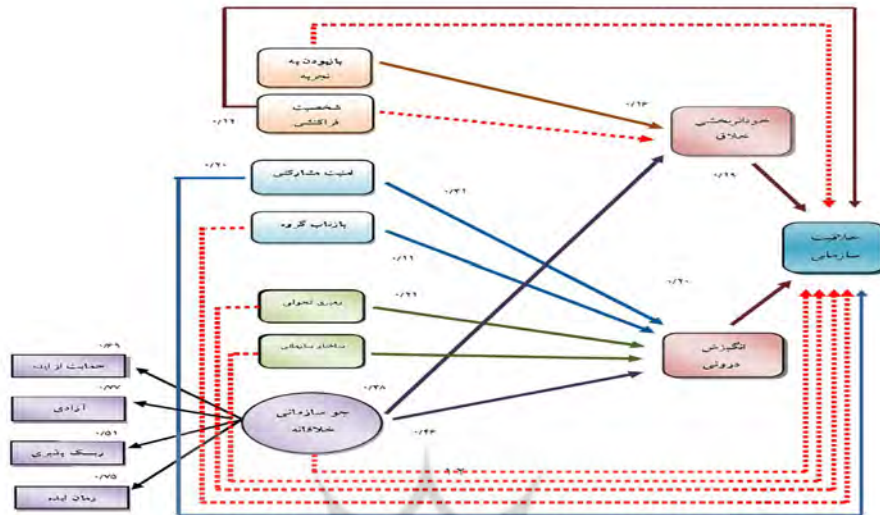
جدول ۵. شاخص‌های برازندگی الگوی پیشنهادی، اصلاح شده و نهایی

شاخص	$X^2$	df	$X^2/df$	AGFI	GFI	IFI	TLI	CFI	NFI	RMSEA
الگوی پیشنهادی	۱۸۴/۱۳۸	۳۶	۳/۸۳۸	۰/۸۰	۰/۹۲	۰/۸۹	۰/۷۶	۰/۸۹	۰/۸۶	۰/۱۰
الگوی اصلاح شده	۱۴۰/۷۰۶	۴۲	۳/۳۵۰	۰/۸۳	۰/۹۲	۰/۸۹	۰/۸۰	۰/۸۹	۰/۸۶	۰/۰۹
الگوی نهایی	۹۱/۰۷۹	۴۰	۲/۲۷۷	۰/۸۸	۰/۹۵	۰/۹۴	۰/۸۹	۰/۹۴	۰/۹۱	۰/۰۷

در نمودار ۲ الگوی نهایی و ضریب بتای استاندارد آن در مسیرهای مختلف نمایش داده شده است. همان طور که در نمودار ملاحظه می‌شود علی‌رغم رابطه مثبت و معنادار همه مسیرها در ماتریس همبستگی برخی از مسیرها در الگو غیرمعنی‌دار می‌باشند (مسیرهای خط چین).

#### یافته‌های مربوط به روابط واسطه‌ای

نتایج مربوط به روابط غیرمستقیم پژوهش حاضر در جداول ۶ تا ۱۲ آورده شده‌اند.



نمودار ۲. الگوی نهایی و ضرایب مسیرها

جدول ۶. نتایج بوت استراپ برای مسیر بازبودن به تجربه با خلاقیت سازمانی با میانجی‌گری خودآزمایشی خلاق

متغیر میانجی	داده‌ها	بوت	سؤگیری	خطای استاندارد	حد پایین	حد بالا
خودآزمایشی خلاق	۰/۱۶۲۰	۰/۱۶۱۹	۰/۰۰۰۱	۰/۰۳۶۱	۰/۰۹۹۸	۰/۲۴۳۱

جدول ۷. نتایج بوت استراپ برای مسیر شخصیت فراکنشی با خلاقیت سازمانی با میانجی‌گری خودآزمایشی خلاق

متغیر میانجی	داده‌ها	بوت	سؤگیری	خطای استاندارد	حد پایین	حد بالا
خودآزمایشی خلاق	۰/۰۹۴۸	۰/۰۹۵۲	۰/۰۰۰۳	۰/۰۳۲۰	۰/۰۳۶۵	۰/۱۶۲۵

جدول ۸. نتایج بوت استراپ برای مسیر اعتماد و امنیت مشارکتی با خلاقیت سازمانی با میانجی‌گری انگیزش درونی

متغیر میانجی	داده‌ها	بوت	سؤگیری	خطای استاندارد	حد پایین	حد بالا
انگیزش درونی	۰/۱۶۴۶	۰/۱۶۵۵	۰/۰۰۰۹	۰/۰۴۸۴	۰/۰۵۸۵	۰/۲۴۷۴

جدول ۹. نتایج بوت استراپ برای مسیر بازتاب تیمی با خلاقیت سازمانی با میانجی‌گری انگیزش درونی

متغیر میانجی	داده‌ها	بوت	سؤگیری	خطای استاندارد	حد پایین	حد بالا
انگیزش درونی	۰/۰۸۴۰	۰/۰۸۰۷	-۰/۰۰۳۴	۰/۰۳۴۰	۰/۰۲۷۱	۰/۱۵۹۴

جدول ۱۰. نتایج بوت استراپ برای مسیر رهبری تحولی با خلاقیت سازمانی با میانجی‌گری انگیزش درونی

متغیر میانجی	داده‌ها	بوت	سؤگیری	خطای استاندارد	حد پایین	حد بالا
انگیزش درونی	۰/۰۷۱۶	۰/۰۷۰۵	-۰/۰۰۱۱	۰/۰۲۹۴	۰/۰۱۶۵	۰/۱۳۱۴

جدول ۱۱. نتایج بوت استراپ برای مسیر ساختار سازمانی با خلاقیت سازمانی با میانجی‌گری انگیزش درونی

متغیر میانجی	داده‌ها	بوت	سؤگیری	خطای استاندارد	حد پایین	حد بالا
انگیزش درونی	۰/۱۰۵۹	۰/۱۰۷۰	۰/۰۰۱۰	۰/۰۳۴۵	۰/۰۴۵۱	۰/۱۸۴۸

جدول ۱۲. نتایج بوت استراپ برای مسیر جو سازمانی با خلاقیت سازمانی با میانجی‌گری خودآثربخشی خلاق و انگیزش درونی

متغیر میانجی	داده‌ها	بوت	سؤگیری	خطای استاندارد	حد پایین	حد بالا
کل	۰/۱۱۴۴	۰/۱۱۵۶	۰/۰۰۱۲	۰/۰۲۰۶	۰/۰۷۱۶	۰/۱۵۴۳
خودآثربخشی خلاق	۰/۰۵۱۲	۰/۰۵۲۴	۰/۰۰۱۲	۰/۰۱۵۱	۰/۰۲۵۹	۰/۰۸۳۳
انگیزش درونی	۰/۰۶۳۲	۰/۰۶۳۲	۰/۰۰۰۰	۰/۰۱۵۸	۰/۰۲۴۷	۰/۰۹۸۲

نتایج جدول ۶ تا ۱۲ نشان می‌دهند که صفر در فواصل اطمینان یاد شده قرار نمی‌گیرد، بنابراین تمامی روابط غیرمستقیم معنی‌دار می‌باشند. فاصله اطمینان در این روابط ۰/۹۵ و تعداد نمونه‌گیری مجدد بوت استراپ ۲۰۰۰ تعیین شده است.

### بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف طراحی و آزمون الگویی از روابط بین عوامل فردی، گروهی و سازمانی با خلاقیت سازمانی انجام گرفته است. بسیاری از روابط به دست آمده در این پژوهش همسان با یافته‌های گذشته می‌باشد. از آنجایی که پرداختن به تک تک یافته‌های این مطالعه و تفسیر آنان در این مقاله میسر نمی‌باشد، لذا به اشاراتی کلی اکتفا می‌گردد.

همانطور که در ماتریس همبستگی (جدول ۴) ملاحظه می‌شود طبق پیش‌بینی، بیشتر متغیرهای طرح، همبستگی معنی‌داری با هم دارند. مطالعه حاضر نشان داد که متغیر باز بودن به تجربه به طور مستقیم بر خلاقیت سازمانی اثر نداشته بلکه از طریق خود اثربخشی خلاق اثر غیرمستقیمی بر خلاقیت سازمانی دارد. این یافته با پژوهش‌های دانشمندانی از جمله

کارووسکی<sup>۱</sup> (۲۰۱۳) و دی‌یونگ<sup>۲</sup> (۲۰۱۰) همسو می‌باشد. در تبیین این یافته می‌توان گفت افراد با ویژگی باز بودن به تجربه دارای خود اثربخشی بالایی می‌باشند. خود اثربخشی خلاق، یک حالت انگیزشی است که باعث اثربخشی فردی برای بروز خلاقیت می‌شود. این افراد احتمالاً به دنبال وظایف چالش‌انگیز بوده و تلاش می‌کنند تا منابع انگیزشی را برای رسیدن به اهدافشان و مقابله کردن با موانع و مشکلات به کار گیرند. در زمینه تأثیر متغیر شخصیت فراکنشی بر خلاقیت سازمانی نتایج پژوهش بیانگر اثر مستقیم شخصیت فراکنشی بر خلاقیت سازمانی می‌باشد. این یافته با پژوهش‌های دانشمندان نظیر (سیبرت، کرانت و کرایمر، ۱۹۹۹؛ پارکر<sup>۳</sup>، ۱۹۹۸؛ بتمن و کرانت<sup>۴</sup>، ۱۹۹۳) همسو می‌باشد. در تبیین این یافته می‌توان گفت افراد فراکنشی به طور فعالی به تغییر محیط می‌پردازند. آن‌ها هم‌چنین خود را درگیر فشارها و نیروهای موقعیتی نمی‌کنند، بلکه فرصت‌ها را شناسایی کرده و بر اساس آن فرصت‌ها عمل می‌کنند، هم‌چنین آن‌ها ابتکار خود را نشان داده و پشتکار زیادی جهت ایجاد تغییرات معنادار در محیط دارند (کرانت، ۲۰۰۰). هم‌چنین آن‌ها به طور فعالی تمایل به جستجوی فرصت‌هایی جهت تشخیص شیوه‌های جدید انجام کارها دارند که می‌تواند منجر به خلاقیت و پیامدهای خلاقانه شود (سیبرت و همکاران، ۱۹۹۹).

مطالعه حاضر نشان داد که اعتماد و امنیت مشارکتی هم به طور مستقیم و هم به شکل غیرمستقیم از طریق انگیزش درونی بر خلاقیت سازمانی اثر می‌گذارد. این یافته با پژوهش‌های دانشمندان از جمله وست و اندرسون (۱۹۹۸) همسو می‌باشد. در تبیین این یافته می‌توان گفت امنیت مشارکتی احساس امنیت روان‌شناختی یا روانی اجتماعی است که اعضای گروه در زمان تعامل گروهی و در حضور سایر افراد آن را احساس می‌کنند. آن، مفاهیمی مانند خلق عاطفی گروه، جو امنیت و پذیرش تعارض را شامل می‌شود. زمانی که جو تهدیدکننده بوده و هیچگونه امنیت و آرامشی در آن احساس نشود انگیزش درونی کاهش پیدا خواهد کرد. اعتماد مشارکتی به خاطر ایجاد جو امن و بدون تهدید باعث افزایش انگیزش درونی می‌شود که این امر باعث افزایش خلاقیت سازمانی می‌شود. بازتاب تیمی اثر مستقیمی بر خلاقیت

---

1- Karwowski

2- DeYoung

3- Parker

4- Bateman & Crant

سازمانی نداشته اما از طریق انگیزش درونی به طور غیرمستقیم بر خلاقیت سازمانی اثر می‌گذارد. این یافته با پژوهش‌های دانشمندی نظیر وست (۲۰۱۰) و تجسولد، تانگ و وست (۲۰۰۴) همسو می‌باشد. در تبیین این یافته می‌توان گفت میزانی که یک تیم بازتاب وظیفه و هم‌چنین بازتاب اجتماعی را نشان می‌دهد بر روی اثربخشی تیم، سلامت روان و بهزیستی، دوام‌پذیری تیم و انگیزش درونی اثر می‌گذارد (وست، ۲۰۱۰). زمانی که همه اعضا بر روی شیوه‌های انجام وظیفه و محیطی که در آن کار می‌کنند منعکس شوند تیم‌ها بسیار اثربخش خواهند شد و انگیزش درونی در آن‌ها افزایش می‌یابد که این امر به نوبه خود باعث افزایش خلاقیت سازمانی می‌شود.

در زمینه متغیر ساختار سازمانی پژوهش حاضر نشان داد که انگیزش درونی به طور غیرمستقیم بر خلاقیت سازمانی اثر می‌گذارد. این یافته با پژوهش‌های دانشمندی مانند استاین، تامسون و کوسلا<sup>۱</sup> (۱۹۹۵) و چن<sup>۲</sup> (۲۰۰۶) همسو می‌باشد. در تبیین این یافته می‌توان گفت یکی از عوامل بسیار مهم در نوع انگیزش درونی یا بیرونی ساختار سازمان می‌باشد. به طور کلی سازمان‌هایی که دارای ساختار مکانیکی هستند بر انگیزش بیرونی اثر گذاشته و سازمان‌هایی که دارای ساختار ارگانیکی هستند باعث ترغیب انگیزش درونی می‌شوند. ساختار مکانیکی متناسب سازمان‌هایی است که در محیط‌های با ثبات و مطمئن فعالیت می‌کنند و ساختار ارگانیکی متناسب سازمان‌هایی است که در محیط‌های متغیر و پویا فعالیت می‌کنند (برنز و استاکر، ۱۹۶۲).

در زمینه اثر رهبری تحولی پژوهش حاضر نشان داد که به طور غیرمستقیم از طریق انگیزش درونی بر خلاقیت سازمانی اثر می‌گذارد. این یافته با پژوهش‌های دوت<sup>۳</sup> (۲۰۰۷) هنگ و رین<sup>۴</sup> (۲۰۱۲) و کنچی<sup>۵</sup> (۲۰۱۳) همسو می‌باشد. در تبیین این یافته می‌توان گفت رهبری تحولی می‌تواند باعث افزایش انگیزش درونی کارکنان به وسیله ارائه خود مختاری و حس تعلق و تشخیص صلاحیت‌هایشان شود. علاوه بر این ممکن است مدیران به وسیله

1- Stine, Thompson, & Cusella

2- Chan

3- Dewett

4- Hong & Ruimin

5- Conchie



هدف‌گذاری (لوک و لاتام<sup>۱</sup>، ۱۹۹۰) و ارائه ساختار پرچالش برای وظایف، انگیزش درونی را در اعضای تیم‌شان ترغیب کنند (آماییل، ۱۹۹۸). تأثیر رهبران بر انگیزش درونی می‌تواند منجر به پیامدهایی از جمله خلاقیت، عملکرد خوب و نوآوری شود. حمایت سازمانی رابطه بین اثر رهبری بر انگیزش درونی اعضای تیم و خلاقیت را تعدیل می‌کند. هم‌چنین رهبران تحولی به جای کنترل کردن کارکنان به آن‌ها قدرت، ترفیع و آزادی اعطا می‌کنند که این امر باعث افزایش انگیزش درونی در کارکنان می‌شود (کنچی، ۲۰۱۳). پس به طور کلی می‌توان گفت رهبرانی که حمایتی بوده و آزادی را ترویج می‌دهند، باعث افزایش انگیزش درونی و خلاقیت کارکنان می‌شوند (هنگ و رمین، ۲۰۱۲).

هم‌چنین یافته‌های پژوهش نشان دادند که متغیر جو سازمانی خلاقانه از طریق انگیزش درونی و خود اثربخشی خلاق به طور غیرمستقیم بر خلاقیت سازمانی اثر می‌گذارد. نتایج این پژوهش با یافته‌های پژوهشگرانی نظیر؛ شالی و گیلسون<sup>۲</sup> (۲۰۰۴)؛ ایساکسن و ایساکسن<sup>۳</sup> (۲۰۱۱) و بارتون و بارتون<sup>۴</sup> (۲۰۱۱) همسو می‌باشد. در تبیین این یافته می‌توان گفت بسیاری از دانشمندان معتقدند که وقتی افراد انگیزش درونی بالایی داشته باشند، خلاقیت بیشتری را بروز خواهند داد چون انگیزش درونی مرتبط با وظیفه باعث افزایش ریسک‌پذیری، انعطاف‌پذیری، درک ابهام و مقاومت و رویارویی با موانع شده و نهایتاً باعث افزایش خلاقیت کارکنان می‌شود (ژو و شالی، ۲۰۰۳). جو خلاقانه سازمانی مستقیماً و به تنهایی بر خلاقیت در سازمان‌ها تأثیر ندارد بلکه از طریق تأثیری که بر فرآیندهای شناختی مانند انگیزش درونی و خود اثربخشی خلاق می‌گذارد، منجر به خلاقیت سازمانی می‌شود. با توجه به این یافته، جو در صورتی منجر به بهبود خلاقیت و نوآوری در سازمان می‌شود که بر انگیزش درونی کارکنان تأثیر داشته باشد و خود اثربخشی خلاق را ارتقا دهد.

---

1- Locke & Latham

2- Shalley & Gilson

3- Isaksen & Isaksen

4- Barton & Barton

### منابع

- Alencar, E. M. (2009). The role of expertise on the creative production: Theoretical and empirical contributions. *Revista de Psicologia, 28*, 13-27.
- Barton, H., Barton, L. C. (2011). Trust and psychological empowerment in the russian work context. *Human Resource Management Review, 21*, 201-208.
- Bateman, T. S., & Crant, J. M. (1993). The proactive component of organizational behavior: A measure and correlates. *Journal of Organizational Behavior, 14*, 103-118.
- Batey, M., Furnham, A., & Safiullina, X. (2010). Intelligence, general knowledge and personality as predictors of creativity, learning and individual differences. In Press, Corrected Proof.
- Beghetto, R. A., Kaufman, J. C., & Baxter, J. (2011). Answering the unexpected questions: exploring the relationship between students' creative self-efficacy and teacher ratings of creativity. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts, 5* (4), 342-349.
- Borrill, C. S., Carletta, J., Carter, A. J., Dawson, J., Garrod, S., Rees, A., Richards, A., Shapiro, D., & West, M. A. (2000). *The Effectiveness of Health Care Teams in the National Health Service*. Birmingham: aston centre for health service organization research.
- Carless, S. A., Wearing, A. J., & Mann, L. (2000). A short measure of transformational leadership. *Journal of Business and Psychology, 14*, 389-405.
- Chamorro-Premuzic, T., & Reichenbacher, L. (2008). Effects of personality and threat of evaluation on divergent and convergent thinking. *Journal of Research in Personality, 42* (4), 1095-1101.
- Chan, D. (2006). Interactive effects of situational judgment effectiveness and proactive personality on work perceptions and work outcomes. *The Journal of Applied Psychology, 91*, 475-481.
- Conchie, S. M. (2013). Transformational leadership, intrinsic motivation, and trust: a moderated-mediated model of workplace safety. *Journal of Occupational Health Psychology, 18* (2), 198-210.
- DeYoung, C. G. (2010). Personality neuroscience and the biology of traits. *Social and Personality Psychology Compass, 4*, 1165-1180.
- Dewett, T. (2007). Linking intrinsic motivation, risk taking, and employee creativity in an R & D environment. *R & D Management, 37*, 197-208.
- Ford, C. M. & Gioia, D. A. (1995). *Creative Action in Organization*. New York University, 106-114.
- Furnham, A. & Niderstrom. (2010). Ability, demographic and personality predictors of creativity, *Personality and Individual*

- Differences*, 48 (8), 957-961.
- Furnham, A. (1997). Knowing and faking one's five-factor personality scores. *Journal of Personality Assessment*, 69, 229-243.
- Furnham, A., & Bachtiar, V. (2008). Personality and intelligence as predictors of creativity. *Personality and Individual Differences*, 45 (7), 613-617.
- Furnham, A., Batey, M., Anand, K., & Manfield, J. (2008). Personality, hypomania, intelligence and creativity. *Personality and Individual Differences*, 44 (5), 1060-1069.
- Furnham, A., Crump, J., Batey, M., & Chamorro-Premuzic, T. (2009). Personality and ability predictors of the "consequences" test of divergent thinking in a large nonstudent sample. *Personality and Individual Differences*, 46 (4), 536-540.
- Grunig, L. A., Grunig, J. E., & Ehling, W. P. (2002). What is an effective organization? In J. E. Grunig (Ed.), *Excellence in Public Relations and Communication Management*, 285-326.
- Hong, L., & Ruimin, P. (2012). *The effect of transformational mentorship on individual creativity in educational research teams: the mediating role of LMX and intrinsic motivation*. International Conference on Management Science and Engineering.
- Isaksen, S. G., & Ekvall, G. (2010). Managing for innovation: The two faces of tension in creative climates. *Creativity and Innovation Management*, 19, 73-88.
- Isaksen, S. G., Isaksen, E. J. (2011). *The climate for creativity and innovation: and its relationship to empowerment, consumer insight, and ambiguity*. Orchard park, NY: the creative problem solving group, Inc.
- Karwowski, M. (2013). *The creative mix: teacher's creative leadership, school creative climate, and students' creative self-efficacy*. *Chowanna*, 36, 25-43.
- Kim, T.Y., Hon, A. H. Y., & Crant, J. M. (2009). Proactive personality, employee creativity, and newcomer outcomes: a longitudinal study. *Journal of Business and Psychology*, 24, (1), 93-103.
- Locke, E. A., & Latham, G. P. (1990). *A theory of goal setting and task performance*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Mayer, D., Nishii, L., Schneider, B., & Goldstein, H. (2007). The precursors and products of justice climate: Group leader antecedents and employee attitudinal consequences. *Personnel Psychology*, 60, 929-963.
- McCrae, R., & Costa, P.T. (1997). *Conceptions and correlates of openness to experience*. In R. Hogan, J. Johnson, & S. Briggs (Eds.). *Handbook of Personality Psychology*, 825-847.
- Mumford, M. D. (2012). *Creativity in organizations: important and approaches*. In M. D. Mumford & K. S. Kimberly (Ed.). *Handbook*

- of Organizational Creativity, 5-15.
- Parker, S. (1998). Enhancing role-breadth self-efficacy: The roles of job enrichment and other organizational interventions. *Journal of Applied Psychology, 83*, 835–852.
- Schippers, M. C., Den Hartog, D. N., Koopman, P. L., & Wienk, J. A. (2003). Diversity and team outcomes: The moderating effects of outcome interdependence and group longevity, and the mediating effect of reflexivity. *Journal of Organizational Behavior, 24*, 779–802.
- Seibert, S. E., Crant, J. M., & Kraimer, M. L. (1999). Proactive personality and career success. *Journal of Applied Psychology, 84*, 416–427.
- Shalley, C. E., & Gilson, L. L. (2004). What leaders need to know: A review of social and contextual factors that can foster or hinder creativity? *The Leadership Quarterly, 15* (1), 33-53.
- Shin, S. J., Zhou, J. (2003). Transformational leadership, conservation, and creativity: Evidence from Korea. *Academy of Management Journal, 46* (6), 703–14.
- Stine, M., Thompson, T., & Cusella, L. (1995). The Impact of Organizational Structure and Supervisory Listening Indicators on Subordinate Support, Trust, Intrinsic Motivation, and Performance. *International Journal of Listening, 9*, (1), 84-105.
- Sternberg, R. J. & Lubart, T. I. (1999). *The concept of creativity: Prospects and paradigms*. In R. J. Studies, 12 (2), 55–64.
- Tierney, P., Farmer, S. M., Graen, G. B. (1999). An examination of leadership and employee creativity: The relevance of traits and relationships. *Personnel Psychology, 52*, 591–620.
- Tjosvold, D. (1990). "Making technological innovations work." *Human Resources, 43*, 1117-1131.
- West, M. (2010). *Effective Teamwork*. New delhi: excel books.
- West, M., & Farr, J. (1990). Innovation at work. In M. West & J. Farr (Eds.), innovation and creativity at work: *Psychological and Organizational Strategies*, 3-13.
- Yi, X., Scheithauer, H., & Lin, C. (2008). *The impact of culture on general, creativity self-efficacy and cultural efficacy*. Unpublished Manuscript.
- Zhou, J., & George, J. M. (2003). Awakening employee creativity: The role of leader emotional intelligence. *The Leadership Quarterly, 14* (4-5), 545-568.
- Zhou, J., & Shalley, C. E. (2003). Research on employee creativity: A critical review and Directions for future research. In J. Martocchio (Ed.), *Research in Personnel and Human Resource Management: 165–217*. Oxford, England: Elsevier.