

بررسی تأثیر انگیزش درونی و سرمایه روانشناختی بر خلاقیت کارکنان (مورد مطالعه: شرکت مخابرات استان لرستان)

رضا سپهوند^۱، عبدالله ساعدی^۲، ایوب پژوهان^{۳*}

(۱) استادیار گروه مدیریت دانشگاه لرستان.

(۲) کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه لرستان.

(۳) مربی، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور.

*نویسنده مسوول: Pazhouhan@pnu.ac.ir

تاریخ دریافت مقاله ۹۵/۰۴/۰۳ تاریخ آغاز بررسی مقاله ۹۵/۰۵/۲۲ تاریخ پذیرش مقاله ۹۵/۰۸/۱۷

چکیده

در دنیای رقابتی امروز، توان خلق ایده های نو توسط کارکنان دانشی و ارزش آفرین، مزیت رقابتی بسیار مهمی برای سازمانها محسوب می شود. جهت دستیابی به این مهم، سرمایه های انسانی برای ارائه ایده های خلاقانه بایدانگیزه کافی داشته باشند و سازمانها نیزفضای انگیزشی لازم را برای آنها فراهم سازند. پژوهش حاضر باهدف بررسی تأثیر انگیزش درونی و سرمایه روانشناختی بر خلاقیت کارکنان شرکت مخابرات لرستان انجام شد. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی، و از نظر روش گردآوری داده ها، توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه کارکنان شرکت مخابرات استان لرستان می باشد که بااستفاده از روش نمونه گیری تصادفی ساده و فرمول کوکران، نمونه ای به حجم ۱۹۶ نفر انتخاب گردید. داده ها بااستفاده از پرسشنامه های استاندارد انگیزش درونی چویی و همکاران؛ سرمایه روانشناختی لوتانز و خلاقیت عابدی گردآوری و بااستفاده از رویکرد مدلسازی معادلات ساختاری (AMOS) و نرم افزار SPSS بررسی شدند. نتایج پژوهش بیانگر آن بود که در سطح اطمینان ۹۵٪ انگیزش درونی و سرمایه روانشناختی بر خلاقیت کارکنان اثر مثبت و معناداری دارند. ازسوی دیگر، سرمایه روانشناختی نقش متغیر تعدیل کننده در تأثیر انگیزش درونی بر خلاقیت کارکنان را ایفا می کند. بنابراین به منظور بهبود خلاقیت کارکنان، باید به انگیزش درونی و سرمایه های روانشناختی توجه بیشتری مبذول گردد.

کلید واژگان: انگیزش درونی، سرمایه روانشناختی، خلاقیت کارکنان، شرکت مخابرات.

مقدمه

در کارکنان و درگیر کردن آنها در کارها در پی ساده کردن فرایند های کسب و کار، شناخت نیازهای در حال تغییر مشتری، افزایش بهره وری سازمان و توان تولید محصولات و خدمات جدید در بازارهای پویا و پیچیده امروزی می باشند(شالی و گیلسون، ۲۰۰۴). علاوه بر این، بسیاری از دستاوردهای جوامع، سازمان ها و صنایع مختلف نتیجه همکاری با افراد خلاق است که هر کدام با دانش های مختلف، مهارت، دیدگاه و تخصص های گوناگون توان مقابله با چالش های جدید را برای سازمان

امروزه مطرح شدن عناوینی هم چون عصر دانش، عصر فراصنعتی، عصر جامعه اطلاعاتی، عصر سرعت و ... سازمان ها را بر آن داشته که برای انعطاف پذیری منطقی در قبال این تحولات محیطی نهضت خلاقیت و نوآوری را به عنوان اصلی بنیادی برای بقا و تداوم حیات در همه ارکان سازمان مورد توجه قرار دهند(گاتسی و همکاران، ۲۰۱۰). در این راستا، طی چند دهه گذشته، سازمان های زیادی با تأکید بر آموزش و پرورش خلاقیت

پیچیدگی و پویایی چالش های زیست محیطی و اقتصادی زمینه رشد و تعالی سازمان ها را با مشکلات عدیده ای مواجه ساخته است که تکیه بر ایده ها و روش های قدیمی منجر به کاهش مقاومت در برابر تغییرها و از دست دادن فرصت های پیش روی سازمان می گردد. موفقیت در کسب و کار های آینده از آن سازمان هایی است که از نیروی انسانی خلاق و نوآور برخوردار باشند و در جوی خلاق به فعالیت بپردازند. بر این اساس، یکی از چالش های اصلی تحقیقات پیرامون خلاقیت شناسایی عواملی است که باعث ارتقای خلاقیت کارکنان می شود (باس و همکاران^۸، ۲۰۰۸؛ بینویس و وارنلین^۹، ۲۰۱۱؛ هولشگر و همکاران^{۱۰}، ۲۰۰۹). از آنجایی که خلاقیت فعالیتی آزاد و خود انگیخته است بدون انگیزش درونی بروز نمی نماید. چرا که مهمترین نقش انگیزش در خلاقیت، کنترل توجه است. بدین معنی که انگیزش فرد به انجام یک فعالیت، توجه او را به عوامل محیطی و مداخله گر در بروز رفتار تغییر می دهد و با انگیزش بالا میزان توجه افزایش و به گونه معمول ایده های بیشتری در انجام وظایف مطرح می نمایند (البرزی، ۱۳۹۳). توسعه سرمایه روانشناختی به مثابه یک استراتژی مطلوب و کم هزینه با استفاده از رویکرد های شناخته شده می تواند تأثیر قابل ملاحظه ای بر خلاقیت و کار آفرینی و همچنین توسعه استعداد ها و توانمندی های کارکنان داشته و از پتانسیل بالایی برای کمک به سازمان در رسیدن به سطح مطلوب رقابت بر خوردار است (مک موری و همکاران^{۱۱}، ۲۰۱۰). بنابراین، خلاقیت جزئی از توانایی های سازمان، برای حفظ مزیت رقابتی و همچنین پیشی گرفتن از رقبای است. توسعه ایده های خلاق قدرت پاسخ گویی به فرصت ها، انطباق با شرایط متغیر بازارها، رشد و رقابت در بازار جهانی را برای سازمان فراهم می آورد (بایرون و همکاران^{۱۲}، ۲۰۱۰). در

فراهم می آورند (ژو و شالی^۱، ۲۰۰۸). بدین منظور برای حضوری مؤثر در سیستم پیچیده تجارت کنونی و رقابت جهانی، نیاز به داشتن نیروی انسانی خلاق و مبتکر برای رشد، موفقیت و همچنین شناخت و به کارگیری عوامل اثرگذار بر خلاقیت در سازمان ها امری ضروری است. در این بین، انگیزش درونی به عنوان محرکی اساسی یکی از موثر ترین و قدرتمند ترین عوامل مؤثر در بروز خلاقیت کارکنان است (ژانگ و بارتل^۲، ۲۰۱۰). انگیزه درونی حالت انگیزشی است که در آن کارکنان دارای علاقه و تمایل بیشتری برای انجام کار نسبت به دریافت پاداش دارند. کارکنان با انگیزه درونی بالا تلاش بیشتری را برای انجام وظایف، استقامت در برابر موانع و جستجو راه حل های خلاقانه برای حل مشکلات بکار می گیرند (چوانگ و همکاران^۳، ۲۰۰۸). عامل مهم دیگر در بروز رفتار های خلاقانه سرمایه روانشناختی است که به تازگی وارد ادبیات رفتار سازمانی شده و ریشه در نهضت روانشناسی مثبت گرا دارد و با عملکرد های فوق العاده ای همچون خلاقیت، کار آفرینی و عملکرد نوآورانه رابطه دارد. سرمایه روانشناختی یک نوع حالت ذهنی مثبت گرا است که در انجام وظایف سخت و برخورد با مشکلات و همچنین بر فرآیند های شناختی افراد، رضایت شغلی و عملکرد آنها تأثیر گذار است (جنسن و لاتهام^۴، ۲۰۰۶). امروزه، درک پویایی خلاقیت در تحقیقات رفتار سازمانی از اولویت بالایی برخوردار است به گونه ای که در راستای اهمیت خلاقیت بسیاری از محققان و نظریه پردازان در رشته ها و حوزه های علمی مختلف معتقدند؛ خلاقیت یک عامل کلیدی در موفقیت فرایند نوآوری است که مزیت رقابتی آن برای سازمان ها بیشتر از نوآوری است (آمابیله و همکاران^۵، ۱۹۹۶؛ کامینگز و اولدهام^۶، ۱۹۹۷؛ وودمن و همکاران^۷، ۱۹۹۳).

9. Woodman & et al

10. Baas & et al

11. Binnewies & Wornlein

12. Hulsheger et al

1. McMurray et al

2. Byron et al

3. Zhou & Shalley

4. Zhang & Bartol

5. Chuang & et al

6. Jensen & Luthans

7. Amabile & et al

8. Cummings & Oldham

دریافتند که گاهی اوقات تاثیر عوامل داخلی در انجام وظایف بیشتر از عوامل خارجی است. بر این اساس انگیزه را می توان به انگیزه درونی و انگیزه بیرونی متمایز کرد (سانسون^۲، ۲۰۰۰).

طی سه دهه گذشته، انگیزش درونی بخش قابل توجهی از تحقیقات را به خود جلب کرده است. انگیزش درونی به معنای انجام فعالیت به خاطر خود فعالیت است زیرا شخص از فرایند کار لذت می برد و نه به خاطر پاداش های بیرونی و یا اجتناب از تنبیه (آسیف^۳، ۲۰۱۱). انگیزش بیرونی اشتغال به فعالیت هایی است که فرد برای دریافت پاداش های بیرونی یا اجتناب از تنبیه بر می گزیند (بیر^۴، ۲۰۱۱). عوامل محیطی مخرب همچون بازخورد های منفی و پاداش، اثر منفی و بازخورد های مثبت و حق انتخاب تأثیر مثبتی بر انگیزش درونی دارند، در نتیجه افراد تمایل زیادی به سمت فعالیت هایی دارند که نیازهای روانشناختی آنان را ارضا می کنند (گروزت و همکاران^۵، ۲۰۰۴). دارندگان انگیزش درونی در مقایسه با کسانی که انگیزش بیرونی دارند درباره کاری که انجام می دهند، توجه، هیجان و اعتماد به نفس بیشتری از خود نشان می دهند. آنان همچنین در انجام وظایف از عملکرد، خلاقیت و پشتکار بهتری برخوردارند، و عزت نفس و سلامت ذهنی بالاتری را دارا هستند. این فواید حتی در مواردی که دارندگان انگیزش درونی و انگیزش بیرونی از شایستگی و خود توانمندی یکسان برخوردار باشند هم چنان مشاهده می شود (راین و دسی^۶، ۲۰۰۰) و در تعریفی دیگر آریانژاد و همکاران (۱۳۸۸) به نقل از آمابیلی^۷ انگیزه درونی را میل به انجام دادن کاری به دلیل همان کار و به دلیل آنکه آن کار جالب، رضایت بخش یا نوعی مبارزه طلبی شخصی است، تعریف می کند. انگیزش درونی ممکن است تا حدودی فطری باشد اما تا حد بسیار زیادی به محیط اجتماعی بستگی دارد. این انگیزه برای خلاق

شرایط امروزی که سازمان ها با محیط رقابتی جهانی مواجهند، خلاقیت به موضوعی مهم و مورد بحث در جوامع علمی، تجاری و به خصوص در سازمان ها تبدیل شده است. از سوی دیگر، برای هماهنگی با تغییرات محیطی توجه به اهمیت و نقش منابع انسانی، به عنوان سرمایه ی ارزشمند در سازمان ها و عاملی موثر برای بروز اندیشه ها، دیدگاه های نو و گشایش در تنگناها در نظر گرفته شود. تا با دریافت ایده ها و رهیافت های بدیع، بالندگی سازمانی و تداوم فعالیت خود را تضمین کنند. بنابراین، هر سازمانی که بتواند این نوع سرمایه را بهتر مدیریت نماید به نحوه مطلوب تری به اهداف و رسالت خود دست خواهد یافت. علی رغم اهمیت خلاقیت، مطالعات و پژوهش های صورت گرفته در زمینه عوامل موثر بر خلاقیت و یا برنامه ریزی برای آن در کشور ما به ویژه در سازمان ها و ادارات کمتر مورد توجه قرار گرفته است. شرکت مخابرات از جمله سازمان های بخش خدماتی کشور محسوب می شود که برای ارائه خدمات مطلوب، حفظ رضایت مشتری و همچنین همانند دیگر سازمان های موجود در جامعه برای بقا و پیشرفت به وجود مدیران و کارکنان خلاق نیازمند است. چراکه وجود نیروی خلاق و نوآور همانند موتور محرک برای موفقیت سازمانی امری بدیهی است. بنابراین، این تحقیق سعی دارد تاثیر انگیزش درونی و سرمایه روانشناختی را بر خلاقیت از دیدگاه کارکنان شرکت مخابرات مورد بررسی و آزمون قرار دهد.

مروری بر مبانی نظری پژوهش

انگیزش درونی^۱

انگیزش به عنوان یک فرآیند روانی برای انجام کار در نظر گرفته می شود. که علاوه بر پاداش یا مجازات، عاملی برای تحریک افراد در دستیابی به هدف می باشد، محققان

7. Grouzet & et al
1. Ryan & Deci
2. Amabile

3. Intrinsic Motivation
4. Sansone
5. Asif
6. Baer

تلاش: تلاش مشتمل بر رفتارهایی طبیعی است که بر اساس آن فرد برای رسیدن به هدف، نهایت تلاش خود را به کار می‌گیرد (چوی و همکاران، ۲۰۰۹). افرادی که ذاتاً دارای انگیزه هستند و خود را درگیر فعالیت می‌کنند، بیشتر از افراد علاقه مند به پاداش و جایزه، دارای رضایت بوده و تلاش فعالانه ای برای چگونگی انجام بکار می‌گیرند (کیوتز^۸، ۲۰۰۳). دیسی و کاستنر و راین^۹ (۱۹۹۹) معتقدند که تلاش، موجب تقویت انگیزش درونی در فرد می‌شود.

حق انتخاب: هنگامی که افراد به جای مشارکت اجباری، داوطلبانه در وظایف خویش درگیر شوند، احساس داشتن حق انتخاب در کار می‌کنند. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که احساس دارا بودن حق انتخاب با از خود بیگانگی کمتر در محیط کار، رضایت کاری بیشتر، سطوح بالاتر عملکردی، کارآفرینی و خلاقیت بیشتر، سطوح بالاتر مشارکت شغلی و فشار کاری کمتر همراه است (موغلی و همکاران، ۱۳۸۸).

مؤثر بودن: عامری و همکاران (۱۳۹۰) احساس مؤثر بودن را حدی می‌داند که در آن فرد توانایی نفوذ در پیامدهای استراتژیک، اداری و یا عملیاتی در کار خود را دارا می‌باشد. مؤثر بودن یا به قول وتن و کمرون^{۱۰} (۱۹۹۸) پذیرش نتیجه شخصی میزان نیرویی است که بر اساس آن فرد می‌تواند بر نتایج و پی آمدهای راهبردی، اداری و عملیاتی شغل اثر بگذارد (الکامی و همکاران، ۱۳۹۱).

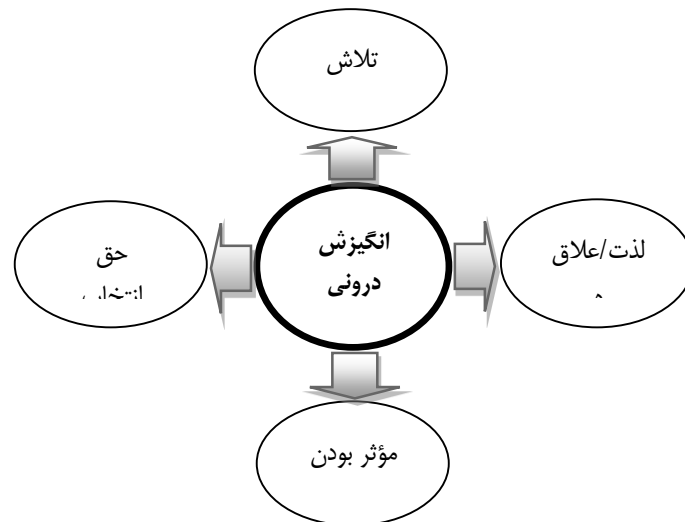
بودن آن قدر نادیده گرفته شده است که می‌توان آن را حلقه مفقوده خلاقیت نامید. به این ترتیب، انگیزش درونی به عنوان یک ضرورت برای خلاقیت در نظر گرفته می‌شود چرا که بدون آن، حتی با داشتن دانش و مهارت نمی‌توان فعالیت‌های خلاق را دنبال کرد (ژو و شالی، ۲۰۱۰). تئوری خود سامان یکی از مهم‌ترین تئوریها در زمینه انگیزش می‌باشد که در آن انگیزش درونی درجات بالایی از انگیزش خود سامان را در بر می‌گیرد و نشان دهنده موقعیت‌هایی می‌باشد که در آن، افراد آزادانه خود را درگیر فعالیت‌های لذت بخش و مورد علاقه خود می‌نمایند (کوسورکار و همکاران^{۱۱}، ۲۰۱۱). به طور خلاصه ابعاد انگیزش درونی بر اساس مدل چویی و همکاران^۲ (۲۰۰۹) عبارتند از (لذت/علاقه^۳، تلاش^۴، حق انتخاب^۵ و مؤثر بودن^۶ می‌باشند که در شکل (۱) نشان داده شده است.

در ادامه هرکدام از ابعاد فوق به اختصار شرح داده می‌شود

لذت/علاقه: احساس لذت/علاقه انگیزش درونی فرد را بر می‌انگیزد و فرد را آزادانه درگیر فعالیت نموده و بازده عملکردی وی را افزایش می‌دهد (چوی و همکاران، ۲۰۰۹). در یک تعریف دیگر سیکزمنتلی و اشنايدر^۷ (۲۰۰۰) لذت را به عنوان پیش برنده کلیدی انگیزش درونی پیشنهاد می‌کنند زیرا لذت، پاداش درونی لازم برای دستیابی به زیرکی ذهن و جذاب بودن وظیفه را فراهم می‌آورد (سپهوند و همکاران، ۱۳۹۲).

6. Effective
7. Csikszentmihalyi & Schneider
1. Kivetz
1. Deci and Koestner and Ryan
2. Vttn and Cameron

3. Kusrkar et al
2. Chooi et al
3. Pleasure/interest
4. Effort
5. Choice Right



شکل ۱. ابعاد انگیزش درونی (چوی و همکاران، ۲۰۰۹)

سرمایه روانشناختی^۲

در طی سال های گذشته، تلاش محققان و پژوهشگران برای جستجوی عوامل مؤثر بر عملکرد و بروز رفتارهای خلاقانه در افراد و به خصوص سازمان ها در زمینه های مختلف و رشته های علمی آغاز و هنوز هم ادامه دارد (گونگ و همکاران، ۲۰۰۹،^۳). بدیهی است، تلاش های محققان و دانشمندان پیشین، اطلاعات و خدمات ارزنده ای برای سازمان ها فراهم آورده اند که ادامه این روند برای حیات سازمان ها ضروری است. در سال های اخیر سرمایه روانشناختی به عنوان یک متغیر رفتاری مثبت گرا کانون توجه بسیاری از روان شناسان و پژوهشگران قرار گرفته است. به گونه ای که این جنبش به حوزه مدیریت و رفتار سازمانی راه یافته و به یکی از مباحث مورد توجه پژوهشگران این رشته ها تبدیل گردیده است. سرمایه روانشناختی، در متون علمی دارای ساختار جدیدی می باشد که نشأت گرفته از رویکرد روانشناسی مثبت گرا است (کلومپر و همکاران، ۲۰۰۹،^۴؛ پترسن و

همکاران، ۲۰۰۹،^۵؛ لوتانز و همکاران، ۲۰۱۰،^۶). سرمایه روانشناختی اساساً به مطالعه علمی توانایی ها و شادکامی های انسان نظر دارد و دارای ساختاری به مراتب بالاتر از دیگر مفاهیم ارائه شده در حوزه روانشناسی است. پس از سرمایه انسانی و اجتماعی، سرمایه روانشناختی را می توان به عنوان مبنای مزیت رقابتی در سازمان ها در نظر گرفت (واگنیلد و کالینز، ۲۰۰۹،^۷؛ مک موری و همکاران، ۲۰۱۰،^۸؛ والمو و همکاران، ۲۰۱۱،^۹). لوتانز (۲۰۰۲) به منظور وارد کردن این رویکرد جدید (سرمایه روانشناختی) به محیط کاری و حوزه رفتار سازمانی اصطلاح رفتار سازمانی مثبت گرا را مطرح ساخت، و رفتار سازمانی مثبت گرا را به عنوان مطالعه و کاربرد مثبت گرایی در توانمندی های منابع انسانی و ظرفیت های روان شناسی که می توانند برای بهبود عملکرد در محیط کار اندازه گیری، توسعه و مدیریت شوند تعریف کرد. سرمایه روانشناختی با تکیه بر مؤلفه های روانشناختی مثبت گرا، منجر به ارتقای ارزش سرمایه

9. Chooi & et al,
3. Psychological Capital
5. Gong & et al
6. Kluemper & et al
7. Peterson & et al
8. Luthans & et al
9. Wagnild & Collins
10. Walumbwa & et al

انگیزشی خود را برای به انجام رساندن اهداف به کار می گیرند و در برابر مشکلات و موانع مقاومت می کنند (بندورا، ۱۹۹۷؛ لوتانز، ۲۰۰۲؛ لوتانز و یوسف، ۲۰۰۴). استجکویس و لوتانز^{۱۱} (۱۹۹۸) نیز معتقدند که افراد با خودکارآمدی بالا دارای ویژگی هایی مانند تعیین هدف های والا برای خود، ریسک پذیر، انگیزه بالا، تلاش و پشتکار برای رسیدن به اهداف می باشند. بندورا (۱۹۹۷) معتقد است که قدرت این سرمایه روانی (خودکارآمدی) برای بهره وری خلاقیت ضروری است.

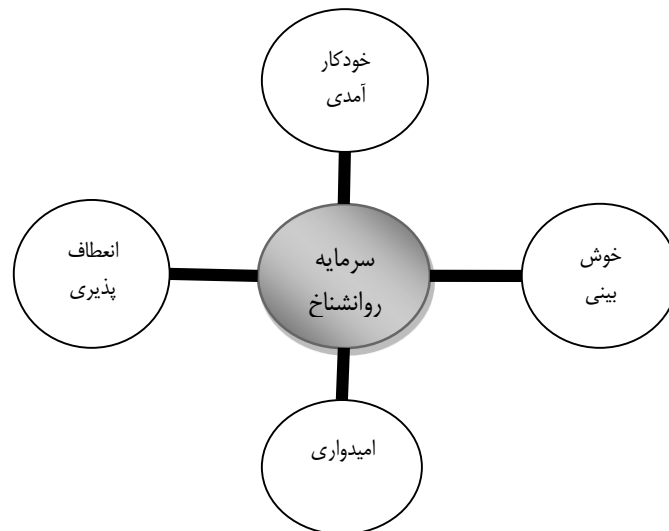
خوش بینی: داشتن استناد مثبت درباره موفقیت های حال و آینده. خوش بینی یعنی دور کردن خود از حوادث نامطلوب زندگی، و در نتیجه کاهش افسردگی، احساس گناه و ناامیدی است. بنابراین، در شرایط عدم اطمینان محیطی خوش بینی، انگیزه، تلاش و عملکرد کارکنان را در همان سطح نگه می دارد (کالبرتسون و همکاران^{۱۲}، ۲۰۱۰). سلینگمن^{۱۳} (۱۹۹۸) خوشبینی را سبک تفسیری (توصیفی) تعریف می کند که اتفاقات مثبت را به علل دائمی، شخصی و فراگیر و اتفاقات منفی را به علل خارجی، موقتی و شرایط خاص نسبت می دهد. از طرف دیگر، بدبینی سبک تفسیری است که وقایع مثبت را به عوامل خارجی، موقتی و شرایط خاص نسبت می دهد و وقایع منفی را به عوامل شخصی درونی، پایدار و فراگیر مرتبط می سازد (هویدا و همکاران، ۱۳۹۱).

انسانی و اجتماعی در سازمان می شود. مؤلفه های سرمایه روانشناختی در یک فرآیند تعاملی و ارزشیابانه، به زندگی فرد معنا بخشیده، تلاش فرد برای تغییر موقعیت های فشارزا را تداوم می بخشد و او را برای ورود به صحنه عمل آماده و مقاومت و سرسختی وی در تحقق اهداف را تضمین می کند (لوتانز و همکاران، ۲۰۰۸). شواهد موجود نشان می دهد که اجزای سرمایه روانشناختی سازه های بسیار مهم برای بهبود عملکرد فردی، اثربخشی و همچنین تقویت، افزایش سطح نگرش حرفه ای و ارتقای مهارت های کارکنان در محیط کار می شود (لوتانز و همکاران، ۲۰۰۸؛ داوکینز و مارتین^{۱۴}، ۲۰۱۰؛ رگو و همکاران^{۱۵}، ۲۰۱۰؛ آوی و همکاران^{۱۶}، ۲۰۱۱؛ لارسن و همکاران^{۱۷}، ۲۰۱۳). برای تشریح متغیر سرمایه روانشناختی از مدل لوتانز و یوسف^{۱۸} (۲۰۰۷) استفاده شده است که بر اساس این مدل سرمایه روانشناختی دارای چهار بعد: خودکارآمدی^{۱۹}، خوش بینی^{۲۰}، امیدواری^{۲۱} و انعطاف پذیری^{۲۲} می باشد. در شکل (۲) ابعاد سرمایه روانشناختی نشان داده شده است که در ادامه هر کدام به طور مختصر شرح داده می شود.

خودکارآمدی: به نظر بندورا^{۲۳} (۱۹۹۷، ۱۹۹۹) خودکارآمدی شامل باورهایی است که ما نسبت به توانایی های مان در سازماندهی و اجرای وظایف در حیطه خاص داریم که به نحو مؤثر به آرمان های ویژه منجر می شود. افراد خود کارآمد یا دارای اعتماد به نفس کسانی هستند که کارها و وظایف چالشی را انتخاب، تلاش و منابع

4. Hope
5. Resilience
6. Bandura
7. Stajkovic and Luthans
10. Culbertson et al
1. Seligman

11. Dawkins and Martin
1. Rego & et al
2. Avey & et al
3. Larson & et al
1. Youssef & Luthans
2. Self-efficacy
3. Optimism



شکل ۲. ابعاد سرمایه روانشناختی (یوسف و لوتانز، ۲۰۰۷)

رغبت و تمایل فرد را برای شنیدن ایده ای تازه، کنجکاوی و کسب تجربه های جدید افزایش می دهد (رایت، ۲۰۰۳). به این ترتیب، کارکنان انعطاف پذیر به هنگام مواجه شدن با مشکلات، شکست ها و فرصت ها به توسعه راهکارهای جدید برای انجام کار می پردازند. و همچنین قادر به بازیابی تجارب منفی و آمادگی بیشتر برای تجربه احساسات مثبت در میان وقایع استرس زا هستند (رگو و همکاران، ۲۰۱۲).

خلاقیت کارکنان^۴

با رشد اقتصاد جهانی، و عدم کنترل بر محیط بیرونی، به طور فزاینده ای خلاقیت به یک محور شایستگی و مزیت رقابتی برای سازمان ها تبدیل شده است (ژو و شالی، ۲۰۱۱؛ مومفورد، ۲۰۱۱). این نوع تفکر به طور خاص در پی یافتن راه حلهایی برای مشکلات نامعلوم، پیچیده و مبهم است و همواره در حال یافتن راه کارهایی است که شاید دیگران از آن غفلت کنند. بنابراین، موضوع مهم و اساسی این است که کارکنان در مواجهه با مشکلات در سازمان خلاقانه عمل کنند (لویهل، ۲۰۱۰). بشیر بنانم (۱۳۹۰) به وسیله خلاقیت یک نیاز شناخته، و به شیوه

امیدواری: امیدواری حالت انگیزشی مثبتی است که از احساس موفقیت آمیز (عاملیت) و برنامه ریزی برای دستیابی به هدف ناشی شده است. امیدواری یعنی پایداری در راه هدف و در صورت لزوم تغییر مسیر رسیدن به هدف برای موفقیت (لوتانز و یوسف، ۲۰۰۷). امید هنگامی نیرومند است که هدف های ارزشمندی را در بر گیرد و با داشتن موانع چالش انگیز احتمال دستیابی به آنها در میان مدت وجود داشته باشد. جایی که ما در رسیدن به اهداف اطمینان داریم امید غیر ضروری است (کار، ۱۳۸۵). امیدواری وضعیتی است که در آن کارکنان دارای اراده برای انجام وظایف خود بوده و توانایی پیدا کردن راه حل های جایگزین برای دستیابی به اهداف را دارند (پترسون و لوتانز، ۲۰۰۳؛ اسنایدر، ۲۰۰۲). همچنین اسنایدر و همکارانش (۲۰۰۲) امید حالت انگیزشی مثبتی است که بر اساس آن فرد احساس دستیابی به موفقیت می کند.

انعطاف پذیری: نوعی حالت قابل توسعه در فرد است که بر اساس آن در رویارویی با ناکامی ها، مصیبت ها و حتی رویدادهای مثبت، پیشرفت ها و مسئولیت قادر است به تلاش بیشتری ادامه دهد و برای دستیابی به موفقیت بیشتر، از پای ننشیند (کلاپ و همکاران، ۲۰۰۹). انعطاف پذیری

4. Employee creativity
5. Mumford
6. Loehle

1. Snyder
2. Clapp & et al
3. Wright

های مربوط به حوزه فعالیت به منزله داشتن استعداد در زمینه ای خاص بوده و تا حدودی ذاتی است. مهارت های مربوط به تفکر خلاق اشاره به این مطلب دارد که فرد هر اندازه دارای استعداد باشد، بدون داشتن فکری خلاق نمی تواند آثار خلاقانه ایجاد کند. و در شرح جزء سوم یعنی انگیزش درونی؛ میل به انجام کار به دلیل همان کار و نه به امید دریافت پاداشهای بیرونی را انگیزش دورنی گویند. علاوه براین، مجموعه ای از تعاریف خلاقیت در جدول شماره یک آمده است.

برای تشریح متغیر خلاقیت از مدل تورنس و گوف^۴ (۱۹۹۹) استفاده شده است. که بر اساس این مدل ابعاد خلاقیت عبارتند از: سیالی^۵؛ توانایی برقراری رابطه معنادار بین فکر، اندیشه و بیان، که بر اساس تعداد افکار یا راه حل ها در یک زمان مشخص، اندازه گیری می شود. ابتکار^۶؛ توانایی تفکر به شیوه غیر متداول و خلاف عادت رایج است که همراه با جواب های غیر معمول، عجیب و زیرکانه است (رشیدی، ۱۳۸۷). بسط^۷ : استعداد توجه داشتن به جزئیات در انجام یک فعالیت، یعنی افراد خلاق به جزئیات یک ایده جدید توجه بیشتری نشان می دهند (تورنس و گوف^۸، ۱۹۹۹). تورنس و گوف در شکل شماره سه ارائه شده است.

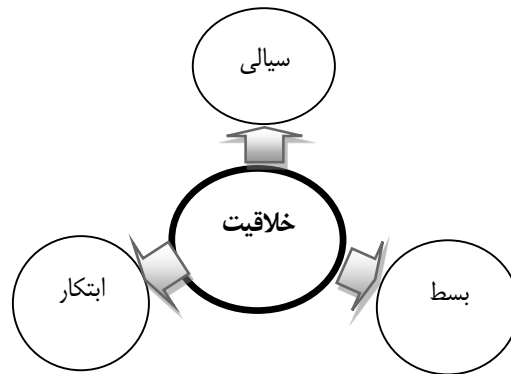
ای جدید که شاید تا به حال به کار گرفته نشده است رفع می شود (مسئله حل می شود). به عبارت دقیق تر، آنچه به صورت متعارف خلاقیت می نامیم قلب فرآیندی است که آن را به فرآیند حل مسئله می شناسیم. فرآیند خلاقیت و نوآوری دربردارنده تمام مهارت ها و فنونی است که در درون سازمان در دسترس است؛ سازمان در ابتدا باید برای خود طرح و دیدگاه داشته باشد، اما اگر کنترل بر روی طرح ها و دیدگاه ها محدود و ناچیز باشد ممکن است برای توسعه و پیشرفت سازمان در آینده مشکل ساز شود. خلاقیت و نوآوری از تشویق گسترده و وسیع کارکنان در تعامل و همکاری با هم و در درگیری بیشتر در کارهای سازمان بدست می آید (فلاهری و اسوشیتز^۱، ۲۰۰۷). اشنایدر و نورث کرایفت^۲ (۱۹۹۹) معتقدند که خلاقیت سازمانی به صورت بدیهی حاصل جمع خلاقیت افراد در همه سطوح است. پایداری و تداوم فعالیت سازمان ها در گرو ایجاد مزیت رقابتی (خلاقیت) قرار گرفته است. بنابراین، خلاقیت یعنی خلق ایده های جدید و مفید توسط کارکنان در مورد فرآیندها، محصولات و روش ها در محیط کاری است (هرست و همکاران^۳، ۲۰۰۹). آمابیلی (۱۹۷۶) نیز در تعریفی خلاقیت را متشکل از سه عنصر: ۱- مهارت های مربوط به حوزه فعالیت ۲- مهارت های تفکر خلاق ۳- انگیزش درونی می داند. که مهارت

جدول شماره ۱. تعاریف خلاقیت

ردیف	تعریف	منبع
۱	خلاقیت توان تولید اثری نو و مفید است.	(Sternberg & Lubart, 1999)
۲	خلاقیت به عنوان فعالیتی چند بعدی تأثیر متقابل بین ارگانیزم و محیط که نتایج آن به ظهور پدیده های جدید و بی نظیر می انجامد.	(Sarsani, 2005)
۳	خلاقیت مفید است و پاسخی مؤثر برای تغییرات تکاملی است.	(Runco, 2004)
۴	خلاقیت یعنی به وجود آمدن تلفیقی از اندیشه ها و رهیافت های افراد و یا گروه ها در یک روش جدید.	(Forbes & Domm, 2004)

3. Fluency
4. Originality
5. Elaboration
5. Torrance & Goff

7. Flahery & Associates
8. Schneider & Northcraft
9. Hirst et al
2. Torrance & Goff



شکل ۳. ابعاد خلاقیت (تورنس و گف، ۱۹۹۹)

پیشینه

در خصوص پیشینه پژوهش باید اذعان داشت که به دلیل اهمیت روز افزون خلاقیت در جوامع علمی، کشورهای توسعه یافته به طراحی رشته هایی در حوزه خلاقیت و نوآوری روی آورده اند. در واقع این موج از قرن نوزدهم یعنی زمانی که مهم ترین اختراع بشر (تکنیک های خلاقیت) ابداع شد، به حرکت درآمد. در پژوهشی که با عنوان رابطه خلاقیت با متغیرهای انگیزش بیرونی، انگیزش درونی و جنسیت در میان گروهی از دانشجویان دانشگاه آزاد (واحد لاهیجان) انجام پذیرفت، حاکی از آن است که متغیرهای انگیزش بیرونی و جنسیت با خلاقیت و مؤلفه های آن رابطه منفی دارند، اما انگیزش درونی دارای رابطه مثبت و معنادار با خلاقیت و مؤلفه های آن است. این پژوهش توسط آریا نژاد و طالقانی (۱۳۸۸) انجام شد. در پژوهشی که توسط جو و لی^۱ (۲۰۱۲) انجام پذیرفت، تأثیر اعتماد سازمانی، پیچیدگی شغلی و انگیزش درونی بر خلاقیت کارکنان با تأکید بر نقش تعدیلی استرس، در میان دو گروه با (استرس شغلی بالا و استرس شغلی پایین) مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد که اعتماد سازمانی، انگیزش درونی و پیچیدگی شغلی بر خلاقیت کارکنان در هر دو گروه تأثیر مثبت دارند. به عبارتی دیگر، تأثیر اعتماد سازمانی و انگیزش درونی بر خلاقیت، زمانی که کارکنان در سطح استرس شغلی بالا

قرار دارند بیشتر است. از طرفی متغیر پیچیدگی شغلی در سطح استرس شغلی پایین، تأثیر بیشتری بر خلاقیت کارکنان دارد. بنابراین، با وجود رابطه معنادار بین پیچیدگی شغلی و خلاقیت کارکنان، استرس شغلی تأثیری منفی بر روابط بین پیچیدگی شغلی و خلاقیت کارکنان دارد. پژوهش دیگری که در خصوص خلاقیت کارکنان انجام شده است، پژوهش شین و ژو^۲ (۲۰۰۳) است. این پژوهش بیان می دارد که رهبری تحول گرا از طریق نقش میانجی گری انگیزش درونی به طور مستقیم و غیر مستقیم می تواند خلاقیت کارکنان را تحت تأثیر قرار دهد. یافته های این پژوهش نشان می دهد که رهبری تحول گرا به جای داشتن تأثیر مستقیم بر خلاقیت کارکنان می تواند با افزایش تفکر خلاق و انگیزش درونی منجر به پرورش خلاقیت در کارکنان شود. پژوهشی با عنوان رابطه میان فرآیند های درگیر در ساخت موسیقی خلاقانه و انگیزش درونی توسط ولف و لیندن^۳ (۲۰۰۱) انجام پذیرفت. نتایج نشان دهنده رابطه مثبت میان انگیزش درونی و کیفیت خلاقانه موسیقی ساخته شده بود. اسویت من و همکارانش^۴ (۲۰۱۱) به طور مستقیم رابطه بین سرمایه روانشناختی و خلاقیت کارکنان را برای اولین بار مورد بررسی قرار دادند. نتایج حاکی از وجود رابطه مستقیم و معنادار بین سرمایه روانشناختی و ابعاد چهارگانه آن (خوکارآمدی، امیدواری، خوش بینی و انعطاف پذیری) و

3. Wolf & Linden
4. Sweetman & et al

1. Jo & Lee
2. Shin & Zhou

میان متغیرها مدل مفهومی پژوهش در شکل شماره چهار ارائه گردیده است. در این مدل برای سنجش متغیر انگیزش درونی از مدل چویی و همکاران (۲۰۰۹) استفاده شده است. بر اساس مدل چویی و همکاران (۲۰۰۹) ابعاد انگیزش درونی دارای چهار بعد است. که شامل لذت/علاقه، مؤثر بودن، حق انتخاب و تلاش می باشد. در خصوص سرمایه روانشناختی از مدل لوتانز و یوسف (۲۰۰۷) استفاده شده است. خودکارآمدی، خوش بینی، امیدواری و انعطاف پذیری چهار مؤلفه مورد استفاده برای سنجش متغیر سرمایه روانشناختی بر اساس مدل لوتانز و یوسف (۲۰۰۷) می باشد. ابعاد مورد سنجش متغیر خلاقیت بر اساس مدل تورنس و گوف (۱۹۹۹) شامل سیالی، ابتکار و بسط می باشد. لازم به ذکر است که مدل مفهومی پژوهش اقتباس شده از چند مدل ذکر شده فوق است.

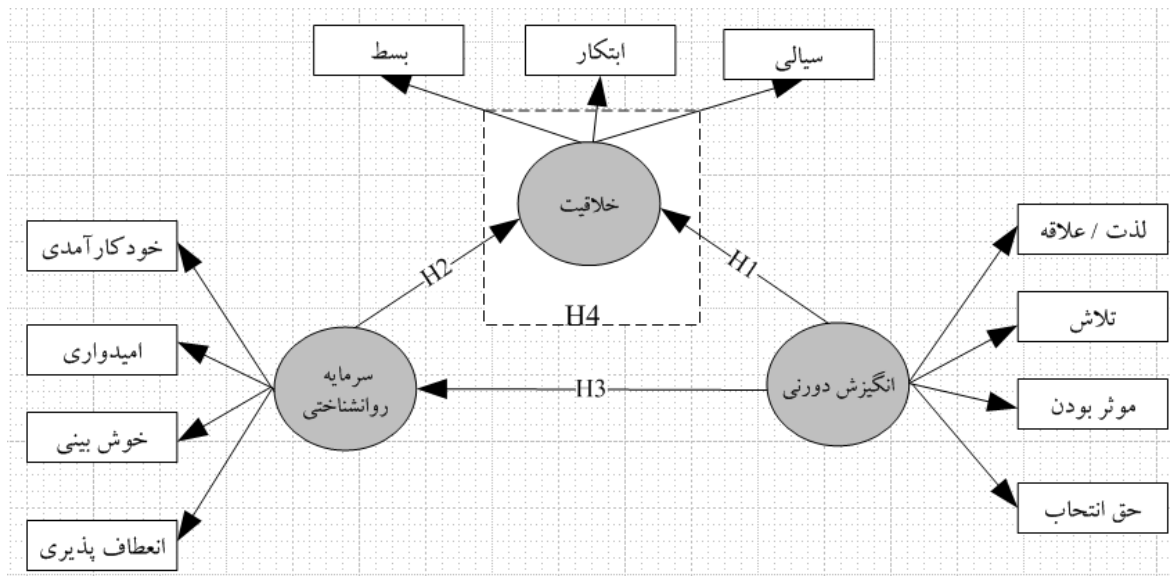
فرضیات اصلی پژوهش عبارتند از:

- ۱- انگیزش درونی تأثیر مثبت و معنی داری بر خلاقیت کارکنان دارد.
- ۲- سرمایه روانشناختی تأثیر مثبت و معنی داری بر خلاقیت کارکنان دارد.
- ۳- انگیزش درونی تأثیر مثبت و معنی داری بر سرمایه روانشناختی دارد.
- ۴- انگیزش درونی از طریق افزایش سرمایه روانشناختی تأثیر مثبت و معنی داری بر خلاقیت کارکنان دارد.

خلاقیت کارکنان است. سونگ وو^۱ (۲۰۱۱) در پژوهش خود بیان می دارد که وضعیت ذهنی مثبت، مانند سرمایه روانشناختی تأثیر مثبتی بر خلاقیت کارکنان دارد و همچنین موجب افزایش نوآوری سازمانی می شود. ژانگ و ژو^۲ (۲۰۱۲) نیز تأثیر سرمایه روانشناختی بر خلاقیت را مثبت و معنادار بیان می دارند و معتقدند سرمایه روانشناختی منجر به ارتقای ارزش سرمایه انسانی و اجتماعی در سازمان می شود. علاوه بر این، میر محمدی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی تأثیر رهبری اصیل بر خلاقیت فردی کارکنان با نقش میانجی سرمایه روانشناختی را مورد بررسی قرار داده اند. نتایج تحقیق نشان داد که رهبری اصیل اثر مثبت و معناداری بر سرمایه روانشناختی و خلاقیت کارکنان دارد. همچنین سرمایه روانشناختی نیز اثر مثبت، معنادار و نسبتاً بالایی بر خلاقیت دارد. بعلاوه نشان داده شد که سرمایه روانشناختی به عنوان متغیر میانجی اثر محدودی در رابطه بین رهبری اصیل و خلاقیت فردی دارد. لی^۳ (۲۰۱۱) در پژوهش خود با عنوان رابطه سرمایه روانشناختی و رفتار نوآورانه بیان می کند که متغیر سرمایه روانشناختی بر رفتار نوآورانه و خلاقیت افراد در سطح سازمان تأثیر می گذارد.

مدل مفهومی و فرضیات پژوهش

همان گونه که در مبانی نظری تشریح شد متغیرهای پژوهش شامل انگیزش درونی، سرمایه روانشناختی و خلاقیت کارکنان می باشد. به منظور روشن شدن ارتباط



روش
سنجش متغیر سرمایه روانشناختی از پرسشنامه سرمایه روانشناختی لوتانز (۲۰۰۷) استفاده شد. پرسشنامه خلاقیت عابدی (۱۳۸۹) نیز برای سنجش متغیر خلاقیت مورد استفاده قرار گرفته است. جامعه آماری پژوهش حاضر کارکنان شرکت مخابرات شهرستان خرم آباد هستند که با استفاده از فرمول کوکران در سطح خطای ۰/۰۵ و نمونه گیری تصادفی ساده، ۱۹۶ نفر از کارکنان شرکت مخابرات استان لرستان انتخاب شده اند. برای تعیین روای پرسشنامه از روش اعتبار محتوا و همچنین برای آزمون پایایی یا به عبارتی دقیق تر همسازی درونی گویه های پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ و همبستگی درونی داده های پژوهش از نرم افزار spss استفاده شد. در جدول شماره ۲ ضرایب مربوط به پایایی پرسشنامه ها نشان داده شده است.

یافته های تحقیق

یافته های پژوهش حاکی از آن است که ۱۲۰ نفر از پاسخ دهندگان را آقایان و ۷۶ نفر از آنها را خانم ها تشکیل داده اند. بیشترین تعداد پاسخ دهندگان مربوط به گروه سنی ۳۱ - ۴۰ سال است. ۸۴ نفر از پاسخ دهندگان در این محدوده سنی قرار گرفته اند. پس از این گروه سنی، پاسخ دهندگان ۴۱ سال به بالا با فراوانی ۶۹ نفر بیشترین فراوانی

روشن مورد استفاده در این پژوهش بر حسب هدف از نوع کاربردی بوده و از نظر گردآوری داده ها از نوع توصیفی - پیمایشی است. چرا که نتایج حاصل از آن می تواند به روشن شدن تأثیر انگیزش درونی و سرمایه روانشناختی بر خلاقیت کارکنان کمک کند. برای بررسی و آزمون فرضیه ها و مدل مفهومی پژوهش از رویکرد معادلات ساختاری و نرم افزار های SPSS ویرایش نوزده و AMOS ویرایش ۱۸ استفاده شده است. در مدل سازی معادلات ساختاری بین دو گروه متغیر مکنون و آشکار تمایز وجود دارد. متغیرهای آشکار یا مشاهده شده به گونه مستقیم به وسیله ی پژوهشگر اندازه گیری می شوند؛ درحالی که متغیرهای مکنون یا مشاهده نشده به طور مستقیم اندازه گیری نمی شوند بلکه براساس روابط یا همبستگی های بین متغیرهای اندازه گیری شده استنباط می شوند. با توجه به مدل مفهومی، این پژوهش یازده متغیر آشکار دارد که سه متغیر پنهان انگیزش درونی، سرمایه روانشناختی و خلاقیت کارکنان را اندازه گیری می کنند. در این راستا، برای سنجش متغیرهای تحقیق و گردآوری اطلاعات از پرسشنامه های استاندارد استفاده گردیده است. بدین منظور برای سنجش متغیر انگیزش درونی از پرسشنامه چویی و همکاران (۲۰۰۹) و برای

تدوین شده توسط پژوهشگر رضایت بخش تر است؛ مقدار (P) بزرگتر از ۰/۰۵ نیز حاکی از آن است که مقدار کای اسکوتر (CMIN) برای الگو قابل قبول است. با توجه به اینکه مقدار (P) برای همه الگوهای اندازه گیری (متغیرهای آشکار) بیشتر از ۰/۰۵ است می توان نتیجه گرفت مقدار کای اسکوتر (CMIN) برای الگوهای اندازه گیری مناسب است. شاخص نیکویی برازش یا (GFI) که برای برازندگی الگو به کار می رود، مشخصه ای مشابه R^2 در ضریب رگرسیون چند متغیره می باشد. هرچه شاخص نیکویی برازش به عدد یک نزدیک تر باشد الگوی داده ها برازش بهتری دارد. مقدار GFI در این پژوهش، بزرگتر از ۰/۹۵ می باشد که نشان دهنده برازش خوب الگو است. از دیگر شاخص های برازندگی مدل، شاخص ریشه دوم میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA) می باشد که در الگوهای قابل قبول مقداری معادل ۰/۰۸ یا کمتر است، برازش الگوهایی که دارای مقادیری بالاتر از ۰/۰۱ هستند، ضعیف برآورد می شوند. همان طور که نتایج جدول نشان می دهد مقدار این شاخص برای الگوی اندازه گیری از ۰/۰۸ کمتر است که نشان از برازش خوب الگوها توسط داده ها است. بنابراین، با توجه به نتایج جدول شماره سه و مطالب بیان شده می توان نتیجه گرفت الگوهای اندازه گیری (متغیرهای آشکار) از برازش خوبی برخوردار هستند و به این معنی است که متغیرهای آشکار به خوبی می توانند متغیرهای پنهان را اندازه گیری کنند.

را داشته اند. ۴۳ نفر از پاسخ دهندگان، در گروه سنی ۲۰-۳۰ سال می باشند. همچنین، ۹۰ نفر از پاسخ دهندگان دارای سطح تحصیلات لیسانس بوده اند که بیشترین فراوانی از نظر مدرک تحصیلی در این دسته قرار دارد. ۴۹ نفر از پاسخ دهندگان دارای مدرک تحصیلی فوق دیپلم بودند. همچنین مشاهده می شود تعداد ۴۱ نفر از کارکنان دارای سطح تحصیلات فوق لیسانس و بالاتر و تنها ۱۶ نفر از پاسخ دهندگان دارای مدرک تحصیلی دیپلم بودند.

برآورد و آزمون الگوهای اندازه گیری (الگوهای عاملی تأییدی)

پس از جمع آوری داده ها و اطلاعات لازم، برای مشخص کردن اینکه شاخص های اندازه گیری (متغیرهای آشکار) تا چه اندازه ای برای سنجش متغیرهای پنهان قابل قبول هستند، ابتدا باید به طور مجزا تمام متغیرهای آشکار که مربوط به متغیرهای پنهان هستند آزمون شوند. شاخص های کلی برازش برای الگوهای اندازه گیری (تحلیل عاملی تأییدی) با استفاده از نرم افزار AMOS18 در جدول شماره سه آمده است.

با توجه به جدول شماره سه در خصوص تحلیل عاملی تأییدی الگوهای اندازه گیری مدل در توضیح، مقدار کای اسکوتر (CMIN) الگو و سطح معناداری (P) باید اذعان داشت که هرچه مقدار کای اسکوتر کوچکتر باشد، الگوی

جدول شماره ۲. آلفای کرونباخ متغیرهای مورد سنجش

متغیر	آلفای کرونباخ
انگیزش درونی	۰/۷۸
سرمایه روانشناختی	۰/۸۱
خلاقیت کارکنان	۰/۷۳

جدول شماره ۳. شاخص کلی برازش برای الگوهای اندازه گیری

متغیر	CFI	CIMIN/ DF	P	GFI	RMSEA
انگیزش درونی	۰/۹۳۸	۲/۴۱	۰/۷۹۲	۰/۹۳۲	۰/۰۰۲
سرمایه روانشناختی	۰/۹۱۷	۲/۴۹	۰/۶۴۹	۰/۹۲۰	۰/۰۰۴
خلاقیت کارکنان	۰/۹۱۴	۳/۹۴	۰/۶۸۳	۰/۹۱۸	۰/۰۰۶

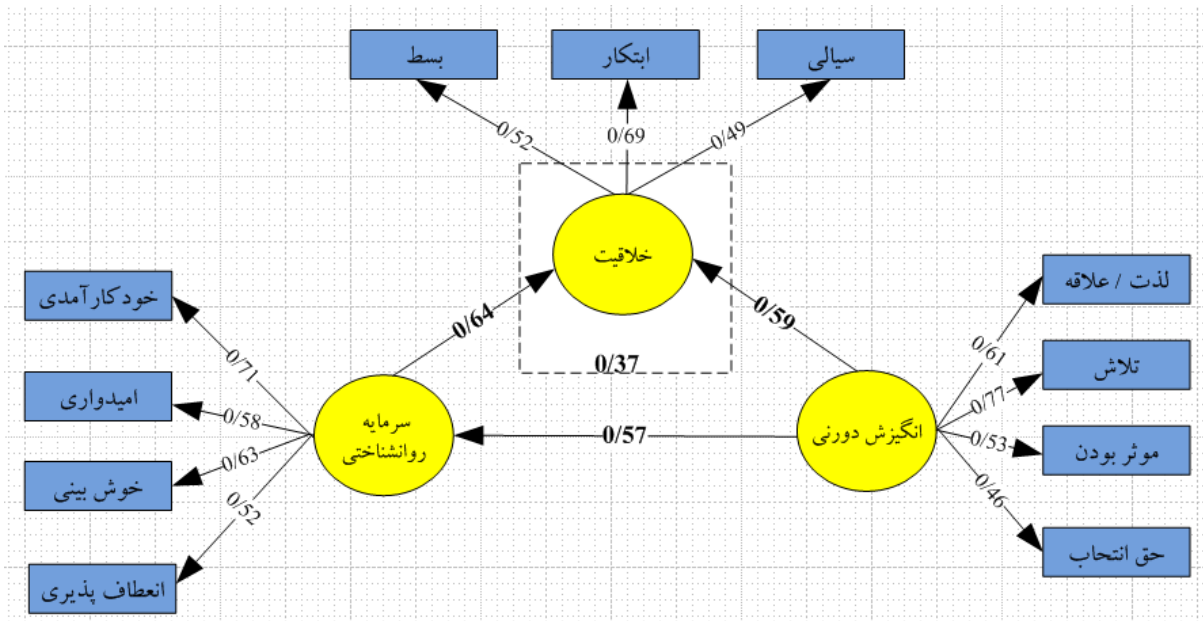
آزمون فرضیه های تحقیق

برای آزمون فرضیه های پژوهش از معادلات ساختاری و نرم افزار AMOS 18 استفاده شده است که خروجی مدل در شکل شماره پنج نشان داده شده است. شاخص های برازش مدل در جدول شماره چهار بیان شده است.

نتایج جدول شماره چهار نشان می دهد که مدل از برازش بسیار خوبی برخوردار است. پس از بررسی و تأیید الگو، برای آزمون فرضیه های پژوهش شاخص های جزئی مقدار بحرانی (CR) و سطح معناداری (P) به کار گرفته شد، بر اساس سطح معناداری ۰/۰۵ مقدار بحرانی (CR) باید از ۱/۹۶ بیشتر باشد، مقدار پارامتر کمتر از این در الگو

مهم شمرده نمی شود، و همچنین، مقادیر کمتر از ۰/۰۵ برای مقدار سطح معناداری (P)، نشان می دهد که تفاوت معناداری در مقدار محاسبه شده وزن های رگرسیونی با مقدار صفر در سطح اطمینان ۰/۹۵ وجود دارد. در جدول شماره پنج فرضیات پژوهش به همراه ضریب رگرسیونی و مقادیر شاخص های جزئی مربوط به هر فرضیه نشان داده شده است.

بنابراین، در سطح اطمینان ۰/۹۵ درصد می توان ادعا کرد انگیزش درونی بر خلاقیت کارکنان و سرمایه روانشناختی تأثیر مثبت دارد و همچنین می توان گفت که سرمایه روانشناختی نقش متغیر تعدیل گر در تأثیر انگیزش درونی بر خلاقیت کارکنان ایفا می کند



جدول شماره ۴. برازش مدل مفهومی

RMSEA	GFI	CIMIN/ DF	P	CFI
۰/۰۰۲	۰/۹۱	۲/۳۴	۰/۰۰۵	۰/۹۰۴

جدول شماره ۵. ضریب رگرسیونی و مقادیر شاخص های جزئی فرضیه های پژوهش

نتیجه	P	CR	ضریب رگرسیونی	فرضیه ها
تأیید	۰/۰۱۲	۳/۶۳	۰/۵۹	انگیزش درونی بر خلاقیت کارکنان تأثیر مثبت و معنی دار دارد
تأیید	۰/۰۰۷	۳/۹۲	۰/۶۴	سرمایه روانشناختی بر خلاقیت کارکنان تأثیر مثبت و معنی دار دارد
تأیید	۰/۰۱۶	۳/۵۴	۰/۵۷	انگیزش درونی بر سرمایه روانشناختی تأثیر مثبت و معنی داری دارد.
تأیید	۰/۰۲۶	-	۰/۳۷	انگیزش درونی از طریق افزایش سرمایه روانشناختی تأثیر مثبت و معنی داری بر خلاقیت کارکنان دارد.

بحث و نتیجه گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر انگیزش درونی و سرمایه روانشناختی بر خلاقیت در میان کارکنان شرکت مخابرات در شهرستان خرم آباد انجام پذیرفت. در این پژوهش چهار فرضیه شامل: ۱- انگیزش درونی تأثیر مثبت و معنی داری بر خلاقیت کارکنان دارد و ۲- سرمایه روانشناختی تأثیر مثبت و معنی داری بر خلاقیت کارکنان دارد، ۳- انگیزش درونی بر سرمایه روانشناختی تأثیر مثبت و معنی داری دارد. ۴- انگیزش درونی از طریق افزایش سرمایه روانشناختی تأثیر مثبت و معنی داری بر خلاقیت کارکنان دارد، با به کارگیری مدل معادلات ساختاری و نرم افزار AMOS آزمون گردیدند. با توجه به تجزیه و تحلیل داده ها و یافته های پژوهش، شاخص های برازش برای مدل های تحلیل عاملی تأییدی برای کلیه متغیرهای پنهان تحقیق در سطح مطلوبی می باشند که نشان می دهد که متغیر های آشکار (شاخص های اندازه گیری) به خوبی متغیر های پنهان را اندازه گیری می کنند. همچنین نتایج نشان می دهد که در سطح اطمینان ۰/۹۵ تمامی فرضیه های تحقیق تأیید شدند. نتیجه این فرضیه با مطالعات صورت گرفته توسط اسنبرگر و دیگران (۲۰۰۳)، جو و لی (۲۰۱۲) و هانگ و دیگران (۲۰۱۲) و توسط لی و لئو (۲۰۱۱)، لین ژانگ و لین ژو (۲۰۱۲) و رگو و دیگران (۲۰۱۱) مشابه است. از این رو، در جهت افزایش خلاقیت کارکنان در سازمان ها به خصوص شرکت مخابرات و توسعه ادبیات مربوط به انگیزش درونی و سرمایه روانشناختی در ایران پیشنهادهایی با توجه به نتایج به دست آمده از پژوهش و آزمون فرضیات، به شرح زیر مطرح می گردد.

- شرکت مخابرات و سایر سازمان های مختلف پیشنهاد می کند که به منظور بهبود و افزایش خلاقیت در کارکنان، به موضوع انگیزش درونی که از عوامل تأثیرگذار بر خلاقیت می باشد را مورد توجه قرار دهند.

- به منظور عملی ساختن پیشنهاد اول، پژوهش حاضر توصیه می کند که ابعادی همچون لذت/علاقه، تلاش،

مؤثر بودن و انتخاب در جهت بروز ایده ها و دیدگاه های نو در سازمان ها که می تواند موجب بهبود کیفیت و کمیت خدمات، کاهش هزینه، افزایش کارایی و بهره وری و ... شود را در نظر بگیرند.

- لذا به منظور ایجاد لذت/علاقه در افراد پیشنهاد می شود که سازمان ها زمینه لازم برای ایجاد ارزش و سود مندی فعالیت و جذاب بودن وظیفه را فراهم آورند. که احساس علاقه مندی به شغل، خلاقیت و استعداد فرد را در زمینه کاری اش شکوفا خواهد کرد. به علاوه به منظور تلاش و مؤثر بودن در راستای افزایش انگیزش درونی پیشنهاد می گردد که ارتقای یادگیری و احساس کنترل فعال شناسایی گردد.

- به سازمان ها به خصوص شرکت مخابرات پیشنهاد می شود که سرمایه روانشناختی و ابعادی همچون خودکارآمدی، خوش بینی، امیدواری و انعطاف پذیری در جهت بهبود خلاقیت را به صورت ویژه مورد توجه قرار دهند.

- به منظور عملی ساختن پیشنهاد فوق در راستای خودکارآمدی (اعتماد به نفس)، پژوهش حاضر پیشنهاد می کند که احساس توانمندی، ریسک پذیری، تلاش و پشتکار در کسب موفقیت را میان کارکنان در زمره اهداف و فعالیت های خود مورد توجه قرار دهند. به علاوه به منظور ایجاد خوش بینی و متعاقباً امیدواری کارکنان پیشنهاد می گردد با ایجاد نگرش های مثبت، استقامت و پایداری در راه رسیدن به اهداف و حس دستیابی به موفقیت برای افزایش سرمایه روانشناختی و در نتیجه توان خلاقیت در کارکنان را افزایش دهند.

بنابراین، پژوهش حاضر برای تحقیقات آینده به سایر محققین پیشنهاد می کند که عوامل مؤثر بر خلاقیت مانند انگیزش درونی و سرمایه روانشناختی را با استفاده از مدل های دیگر و در مقیاس های وسیع تر مثل مطالعات بین سازمانی را بررسی نمایند. و سپس به اولویت بندی این عوامل با استفاده از روش های تاپسیس، ای اچ پی فازی و الکتراه اقدام کنند. همچنین پیشنهاد می گردد تأثیر متغیر

- موغلی، علیرضا؛ حسن پور، اکبر؛ حسن پور، محمد. (۱۳۸۸). بررسی ارتباط بین توانمند سازی و تعهد سازمانی در مناطق نوزده گانه سازمان آموزش و پرورش تهران: نشریه مدیریت دولتی، شماره ۲، ص ۱۱۹-۱۳۲.

- هویدا، رضا؛ مختاری، حجت اله؛ فروهر، محمد. (۱۳۹۱). رابطه مؤلفه های سرمایه روانشناختی و مؤلفه های تعهد سازمانی. مجله پژوهش های علوم شناختی و رفتاری، شماره دو، ص ۴۶.

- Amabile, T.M., Conti, R., Coon, H., Lazenby, J., Herron, M., (1996). Assessing the workenvironment for creativity. *Academy of Management Journal* 39, 1154-1184

- Asif, M. (2011). Achievement Goals and Intrinsic Motivation: A Case of IIUM. *International Journal of Humanities and Social Science*, Vol. 1 No. 6, 196-197.

- Avey, J. B., Reichard, R., Luthans, F., & Mhatre, K. (2011). Meta-analysis of the impact of positive psychological capital on employee attitudes, behaviors and performance. *Human Resource Development Quarterly*, 22, 127-152.

- Baas, M., de Dreu, C. K. W., & Nijstad, B. A. (2008). A meta-analysis of 25 years of moodcreativityresearch: Hedonic tone, activation, or regulatory focus? *Psychological Bulletin*, 134(6), 779-806.

- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York, NY: Freeman

- Binnewies, C. and Wornlein, S.C. (2011). What makes a creative day? A diary study on the interplay between affect, job stressors, and job control. *Journal of Organizational Behavior*. 32(4):p.589-607.

- Byron, K., Khazanchi, S. and Nazarian, D. (2010). The relationship between stressors and creativity: a meta-analysis examining competing theoretical models. *Journal of Applied Psychology*, 95(1): p. 201-12.

- Chooi, J., Mogami T. and Medalia, A. (2009), *Intrinsic motivation inventory: An*

های مستقل پژوهش را با سایر متغیر های مرتبط مورد بررسی قرار دهند.

لازم به ذکر است که انجام هر تحقیق موانع، محدودیت ها و مشکلاتی را در پی دارد و این بدان معنا نیست که نتوان از نتایج آن پژوهش استفاده نمود و یا بر ارزش آن پژوهش تأثیر قابل توجهی داشته باشد. ولی از آنجایی که اشاره به مشکلات و محدودیت ها برای آشنایی مخاطبان و استفاده کنندگان لازم است در زیر به مهمترین مورد اشاره گردیده است:

- جامعه مورد مطالعه پژوهش حاضر کارکنان شرکت مخابرات استان لرستان بوده است. لذا با توجه به تفاوت های ساختاری، اجتماعی، فرهنگی و فردی در سازمان ها و ارگان های دیگر تعمیم نتایج آن به سایر سازمان ها امکان پذیر نیست و یا در صورت تشابهات تعمیم باید با احتیاط صورت پذیرد.

منابع

- البرزی، محبوبه. (۱۳۹۳). تبیین رابطه انگیزش و خلاقیت با توجه به تفاوت های فرهنگی. فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره هفتم، شماره ۱، ص ۴۶-۲۶.

- جعفری الکامی، ولی اله؛ ریاضی، سید رضا؛ گرگانی، حسین علیخان. (۱۳۹۱). نقش مدیریت دانش در توانمند سازی منابع انسانی. ص ۱۲۱.

- رشیدی، اسماعیل؛ شهرآرای، مهرناز. (۱۳۸۷). بررسی رابطه خلاقیت با منبع کنترل. فصلنامه اندیشه های تازه در علوم تربیتی ۳(۳): ۸۱-۹۹.

- سپهوند، رضا؛ نصر اصفهانی، علی؛ عارف نژاد، محسن؛ سبحانی، محمد. (۱۳۹۲). تأثیر رهبری معنوی بر انگیزش درونی کارکنان. چشم انداز مدیریت دولتی، شماره ۱۳ ص ۱۱۰.

- کار، آلن. (۱۳۸۵). روانشناسی مثبت: علم شادمانی و نیرو مندی های انسان، ترجمه حسن پاشایی شریفی و جعفر نجفی زند، تهران: انتشارات سخن، ص ۱۸۱.

- Gotsi M, Andriopoulos C, Lewis MW and Ingram AE (2010) Managing creatives: Paradoxical approaches to identity regulation. *Human Relations* 63: 781–805.
- Grouzet FME, Vallerand RJ, Thill EE. (2004). Provencher PJ. From Environmental Factors to Outcomes: a Test of an Integrated Motivational Sequence. *Motivation and Emotion*; 28(4): 331-346
- Hirst, G. Knippenberg, V. D. Zhou, J. (2009) A cross-level perspective on employee creativity, goal orientation, team learning behavior, and individual creativity [J]. *Academy of Management Journal*, 52(2): 280-293
- Hulsheger, U. R., Anderson, N., & Salgado, J. F. (2009). Team-level predictors of innovation at work: A comprehensive meta-analysis spanning three decades of research. *Journal of Applied Psychology*, 94, 1128–1145. doi:10.1037/a0015978.
- Jensen, S. M., & Luthans, F. (2006). Relationship between entrepreneurs' psychological capital and their authentic leadership. *Journal of Managerial Issues*, 18: 254-273.
- Kivetz, R. (2003). The Effects of Effort and Intrinsic Motivation on Risky Choice. *Marketing Science/Vol.22, No.4*, 476-477.
- Kluemper, D.H., Little L.M. and DeGroot, T. (2009). State or trait: Effects of state optimism on job-related outcomes. *Journal of Organizational Behavior*, 30(2): 209-231.
- Kusurkar R, Croiset G, Ten Cate OTJ. Twelve tips to stimulate intrinsic motivation in students through autonomy-supportive classroom teaching derived from Self-Determination Theory. *Med Teach*. 2011; 33(12): 978-82.
- Larson, M.D., S.M. Norman, L.W. Hughes and J.B. Avey, (2013). Psychological capital: A new lens for understanding employee fit and attitudes. *International Journal of Leadership Studies*, 8(1): 28-43.
- adapted measure for schizophrenia research, Published by Oxford University Press on behalf of the Maryland Psychiatric Research Center, *Schizophrenia Bulletin* doi:10.1093.
- Chuang, N. K., Yin, D. & Jenkins, M. D. (2008). "intrinsic and extrinsic factors impacting casino hotel chefs' jobsatisfaction", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 21, No. 3, pp. 323-340.
- Clapp, Smith, R. Vogelgesang, G.R and Avey, J.B. (2009). Authentic leadership and positive psychological capital: The mediating role of trust at the group level of analysis. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 15(3): 227-240.
- Culbertson, S.S., Fullager C.J. and Mills, M.J. (2010). Feeling good and doing great: The relationship between psychological capital and well-being. *Journal of Occupational Health Psychology*, 15(4): 421-433.
- Dawkins, S. and Martin, A. (2010). Is it all positive? A critical analysis of the current state of psychological capital research. *Proceedings of the 24th ANZAM Conference, December 7-10, Adelaide* EJ ISBN 1877040819.
- Flaherty, Carol & Associates, Zonis (2007). *Building Culture Strategically*, Washington: National Institute of Corrections.
- Forbes JB and Domm DR (2004) Creativity and productivity: Resolving the conflict. *SAM Advanced Management Journal* 69: 4–27
- Gong, Y., Huang, J.C., and Farh, J.L. (2009), "Employee learning orientation, transformational leadership, and employee creativity: The mediating role of employee creative self-efficacy", *Academy of Management Journal*, Vol.52, No.4, pp.765-778.

technology start up and established firms. *Journal of Management*, 35(2): 348-368.

- Rego, A. Sousa, F. Marques, C. Cunha, M. (2012). Authentic leadership promoting employees' psychological capital and creativity. *Journal of Business Research* 65,429-437.

- Rego, A., Marques, C., Leal, S., Sousa, F., & Cunha, M. P. (2010). Psychological capital and performance of civil servants: Exploring neutralizers in the context of an appraisal system. *International Journal of Human Resources Management*, 21(9),1531-1552.

- Runco, M. A. (2004): Creativity. *Annual Review of Psychology*, 55,657-687

- Ryan, E. L., & Deci, R. M. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *The American Psychologist*, 55, 68e78. <http://dx.doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.68>

- Sansone C, Harackiewicz J M.(2000). Intrinsic and extrinsic motivation: The search for optimal motivation and performance, San Diego: Academic Press, cop.

- Sarsani, R. M. (2005). Creativity in education. Published by Sarup & Sons, P: 2

- 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. *Leadership Quarterly* 15,33-53.

- Snyder, C. R. (2002). Hope theory: Rainbows in the mind. *Psychological Inquiry*, 13: 249-275.

- Sternberg, R. & Lubart, T. (1999). The concept of creativity: prospects and paradigms. Inr. Sternberg (ed). *Handbook of creativity* (pp.315). Cambridge university press.

- Torrance, E. P. and Goff, K. (1999). "A Quiet Revolution", *Journal of Creative Behavior*, Vol. 23.

- Wagnild, G. and J.A. Collins, (2009). Assessing resilience. *Journal of Psychosocial*

- Loehle, Craig (2010). *Becoming a Successful Scientist: Strategic Thinking for Scientific Discovery*, New York: Cambridge University Press.

- Luthans, F. (2002). The need for and meaning of positive organizational behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 23, 695-706.

- Luthans, F., & Youssef, f. C. M. (2004). Human, social, and now positive psychological capital management. *Organizational Dynamics*, 33, 143-160.

- Luthans, F., & Youssef, C. M. (2007). Emerging positive organizational behavior. *Journal of Management*, 33(3), 321-349.

- 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 and Education*, 7, 209-221.

- 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, 41-67.

- McMurray, A.J., A. Pirola-Merlo, J.C. Sarros and M.M. Islam, (2010). Leadership, climate, psychological capital, commitment, and wellbeing in a non-profit organization. *Leadership & Organization Development Journal*, 31(5): 436 - 457.

- Mumford, M. D. (2011). *Handbook of organizational creativity*. San Diego: Academic Press.

- Peterson, S. J., & Luthans, F. (2003). The positive impact and development of hopeful leaders. *Leadership and Organization Development Journal*, 24: 26-31.

- Peterson, S.J., F.O. Walumbwa, K. Byron and J. Myrowitz, (2009). CEO positive psychological traits, transformational leadership, and firm performance in high-

Nursing & Mental Health Services, 47(12): 28-33.

- Walumbwa, F. O., Luthans, F., Avey, J. B., & Oke, A. (2011). Authentically leading groups: The mediating role of collective psychological capital and trust. *Journal of Organizational Behavior*, 32, 4-24.

- Woodman, R.W., Sawyer, J.E., Griffin, R.W., (1993). Toward a theory of organizationalcreativity. *Academy of Management Review* 18, 293-321.

- Wright, T. A. (2003). Positive organizational behavior. *Journal of OrganizationalBehavior*, 24, 437-442.

- Youssef, C. M., & Luthans, F. (2007). Positive organizational behavior in the workplace: The impact of hope, optimism, and resilience. *Journal of Management*, 33(5), 774-800

- Zhang X and Bartol KM (2010) Linking empowering leadership and employee creativity: Theinfluence of psychological empowerment, intrinsic motivation, and creative process engagement.*Academy of Management Journal* 53: 107-128.

- Zhou, J., & Shalley, C. E. (2010). Deepening our understanding ofcreativity in the workplace: A review of different approaches tocreativity research. In S. Zedeck (Ed.), *APA handbook of industrial-organizational psychology*, Vol. 1: Building and developing the organization (pp. 275-302). Washington, DC: American Psychological Association.

- Zhou, J., & Shalley, C. E. (2011). Deepening our understanding of creativity in the workplace: A review of different approaches to creativity research. In S. Zedeck (Ed.), *APA handbook of industrial and organizational (1): Building and developingthe organization*. Washington, DC: American Ps.



**The effect of intrinsic motivation and psychological capital on employee creativity
(Case Study: Telecom Lorestan Province)**

Reza Sepahvand¹, Abdollah Saedi², Ayoub Pazhouhan^{3*}

- 1) Assistant Professor of Management, University of Lorestan
- 2) M.A of Business Administration University of Lorestan
- 3) Lecturer, Department of Public Administration, Payam Noor University

***Corresponding author: Pazhouhan@pnu.ac.ir**

Abstract

In today's competitive world, the ability to create new ideas creates value by knowledge workers and competitive advantage for enterprises is crucial. In order to achieve this important human capital for innovative ideas should have sufficient incentive and motivation necessary for them to provide organizations. This study aimed to investigate the effect of intrinsic motivation and psychological capital on employee creativity Telecom was Lorestan. The purpose of applied research, and the method of data collection, descriptive-survey. The study population included all employees of Telecom is the province that using simple random sampling method and Cochran formula, sample of 196 individuals was selected. Data using standard questionnaires Choi and colleagues intrinsic motivation; psychological capital Luthans and Abedi creativity collecting and using structural equation modeling approach (AMOS) and were analyzed using SPSS software. The results showed that in 95% of intrinsic motivation and creativity Psychological Capital employees have a significant positive effect. On the other hand, psychological capital mediatory role of intrinsic motivation on employee creativity plays in effect. So to improve the creativity of employees should pay more attention to internal motivation and psychological capital.

Key words: intrinsic motivation, psychological capital, employee creativity, Telecom Lorestan Province.
