

رابطه ویژگی های شخصیت و عزت نفس با ابتکار و نوآوری شغلی

صنم انیسی^۱

۱. کارشناسی روانشناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یادگار امام خمینی، ایران. (نویسنده مسئول).

مجله پیشرفت های نوین در علوم رفتاری، دوره پنجم، شماره چهل و نهم، آبان ماه ۱۳۹۹، صفحات ۲۷-۳۴

تاریخ وصول: ۱۳۹۹/۰۳/۰۲ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۴/۱۷

چکیده

پژوهش حاضر، با هدف بررسی رابطه ویژگی های شخصیت و عزت نفس با ابتکار و نوآوری شغلی در افراد شاغل با روش کمی و از نوع همبستگی انجام شد. به همین منظور، از افراد شاغل نمونه ای به حجم ۱۱۰ نفر (۶۱ خانم و ۴۹ آقا)، با روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شد و متغیر های پژوهش به وسیله پرسشنامه های پنج عامل بزرگ شخصیت فرم کوتاه مک کری و کاستا، عزت نفس آیزنگ و پرسشنامه ابتکار و نوآوری شغلی لودال و همکاران سنجیده شد. از روش آماری رگرسیون خطی چند متغیری و همبستگی پیرسون استفاده شد و برای تحلیل داده های آماری از نرم افزار آماری spss ورژن ۲۳ استفاده گردید. یافته های پژوهش نشان دادند، که بین عزت نفس و ابتکار و نوآوری شغلی با ضریب همبستگی ۰/۳۵ و سطح معناداری کمتر از ۰/۰۱ شده است. در نتیجه، بین عزت نفس و ابتکار و نوآوری شغلی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین یافته ها برای پیش بینی ابتکار و نوآوری شغلی بر اساس ویژگی های شخصیتی و عزت نفس، عامل های عزت نفس با سطح معناداری کمتر از ۰/۰۱ و برون گرایی با سطح معناداری کمتر از ۰/۰۱ و وظیفه شناسی با سطح معناداری کمتر از ۰/۰۱ و طبق ضریب تعیین اصلاح شده، زیر مقیاس های روان رنجورخویی، بروتگرایی، تجربه پذیری، توافق پذیری، وظیفه شناسی و عزت نفس، ۲۸ درصد از واریانس شغلی را پیش بینی می کند.

واژه های کلیدی: ویژگی های شخصیت، عزت نفس، ابتکار و نوآوری شغلی، خلاقیت.

مجله پیشرفت های نوین در علوم رفتاری، دوره پنجم، شماره چهل و نهم، آبان ماه ۱۳۹۹

مقدمه

اشتغال برای ادامه زندگی و بر طرف کردن نیاز های اساسی و همینطور بقای جامعه ضرورتی اجتناب ناپذیر می باشد. کار، علاوه بر تأمین نیاز های اولیه و اساسی زندگی بشری، برای رشد جسم و ذهن ضروری است. در قرن بیستم پرودون^۱ و مارکس^۲ کار را جزئی از وجود آدمی معرفی کردند. به نظر آن ها انسان تنها برای برطرف کردن نیاز های کار نمی کند بلکه باید در طول دوره و زمان اشتغال، نیاز های روانی خود را برطرف سازند و احساس ارزشمندی و خلاقیت و نوآوری در کار را داشته باشد (شفیع آبادی، ۱۳۹۶). در دنیای در حال تغییر امروز، سرعت تحول و پیشرفت سازمان ها رو به رشد می باشد همینطور رقابت بین سازمان ها روز به روز بیشتر می شود. از این رو، سازمان ها برای بقا و پیشرفت، باید خود را منطبق با تغییرات دنیای بیرون و سازگار سازند. موفقیت در سازمان های شناخته شده بیشتر ریشه در نوآوری دارد. در جوامع و تمدن ها نوآوری، در ابعاد مختلف باعث تغییرات، پیشرفت ها، ارتقا زندگی بشری و بهبود سبک زندگی شده است.

نوآوری^۳، به معنای تغییر، تحول و اصلاح است (مینل و نی، ۲۰۱۹). قبل از توضیح دادن ماهیت نوآوری باید با وجود مترادف بودن این دو کلمه اما تفاوت در معنا به این مسئله که نوآوری، اختراع نمی باشد توجه کرد. به نقل از سازمان همکاری و توسعه اقتصادی اروپا^۴، نوآوری در واقع، فرآیند نیست برای توسعه و گسترش یک ابداع و اختراع، با استفاده و به کارگیری منابع مختلف مانند دانش و مهارت های چندگانه و متفاوت. در نتیجه، نوآوری فرآیند نیست پیوسته که شامل اجرا و اصلاح و توسعه یک کالا، ایده، محصول و یا روش های جدید بازاریابی و روش های سازمانی جدید در امور تجاری و دیگر امور مختلف، در محیط کاری و روابط خارج سازمانی می باشد. امروزه، از نوآوری به عنوان یک راهکار برای سیاست گذاری های اقتصادی استفاده می شود. همین طور، نوآوری یکی از عوامل مهم رشد اقتصادی است و فواید و منافع بسیاری برای جامعه دارد. نوآوری با جمع آوری و متحد کردن تمامی تنوع ها و تفاوت ها در بینش، تجربه و دانش در افراد و سازمان ها روی می دهد (مینل و نی، ۲۰۱۹).

شخصیت^۵، الگوی صفات نسبتاً دایمی و ویژگی های منحصر به فرد است که به رفتار شخص ثبات و فردیت می بخشد. صفات به تفاوت های فردی در رفتار، ثبات رفتار در طول زمان و پایداری رفتار در موقعیت های مختلف کمک می کنند. صفات ممکن است منحصر به فرد باشد، در برخی گروه ها مشترک بوده، یا کل اعضای گونه در آن سهیم باشند، اما الگوی آن ها برای هر فرد متفاوت است. بنابراین، هر فرد با اینکه به گونه ای شبیه دیگران است، شخصیت منحصر به فردی دارد (فیست و همکاران، ۱۳۹۷).

^۱ Pierre-Joseph Proudhon

^۲ Karl Heinrich Marx

^۳ Innovation

^۴ Steven Ney & Christoph Meinel

^۵ Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)

^۶ Personality

نظریه های صفت و عاملی شخصیت، بر مبنای تحلیل عاملی استوار هستند. پنج عامل بزرگ شخصیت^۱ که شامل روان رنجورخویی^۲ (N)، برونگرایی^۳ (E)، تجربه پذیری^۴ (O)، توافق پذیری^۵ (A) و وظیفه شناسی^۶ (C) می باشند، می توانند بر روی عملکرد، انتخاب ها و سبک زندگی افراد تأثیر گذار باشند.

روان رنجورخویی، افراد با نمره بالا در این مقیاس بی ثبات، تند مزاج، دلسوز برای خود، نگران و مضطرب می باشند. بر عکس افرادی که دارای نمره پایین در عامل روان رنجورخویی هستند، از ثبات عاطفی برخوردار بوده و آرام و ملایم و با ثبات هستند و می توانند با شرایط های اضطراب زا بدون آشفته گی و یا اضطراب مقابله کنند (فیسست^۷ و همکاران، ۱۳۹۷). برون گرایی، برون گرایی و نقطه مخالف آن درون گرایی، در تمامی نظریه های مربوط به شخصیت نقش پررنگی ایفا می کند. طبق نظر یونگ، برون گرا ها انرژی روانی خود را به سوی دنیای خارج و بیرونی متمرکز می کنند و درون گراها انرژی روانی خود را به درون، به سوی خود و رویدادهای درونی، متوجه می سازند. از ویژگی های افراد برون گرا جامعه گرایی آن هاست. در نمرات بالا، معاشرتی، پر حرف و خوش رو می باشند و در نمرات پایین، ساکت، گوشه گیر و منفعل هستند (فیسست و همکاران، ۱۳۹۷). تجربه پذیری، این افراد جویای تنوع و تجارب جدید هستند، از امتحان کردن راه و روش های جدید و نا آشنا خوششان می آید. در نمره کم، افراد گرایش به ارزش های سنتی دارند، متعصب، محافظه کار و غیرکنجکاو می باشند (فیسست و همکاران، ۱۳۹۷). توافق پذیری، در نمرات بالا، می توان به دل رحمی، زود باور بودن، بخشنده و آسان گیر بودن اشاره کرد. در نمرات پایین می توان به متخاصم عیب جو و تحریک پذیر بودن اشاره کرد (فیسست و همکاران، ۱۳۹۷). وظیفه شناسی، افراد در نمرات بالا، با وجدان، هدفمند، با اراده و مصمم هستند. همچنین سخت کوش، جاه طلب، دقیق و پرانرژی هستند، در برابر مشکلات استقامت می کنند و در نمرات پایین، سهل انگار، بی نظم و بی هدف هستند (فیسست و همکاران، ۱۳۹۷).

یکی از عمده ترین عوامل بر عملکرد در تمامی سطوح زندگی افراد، عزت نفس می باشد. همچنین، در زمینه شغلی و سازمانی. تعاریف متعددی درباره عزت نفس وجود دارد اما به صورت کلی می توان عزت نفس را این گونه تعریف کرد؛ احساس خود ارزشی و قدردانی و احترام گذاشتن به خود. پنج عامل بزرگ شخصیت و عزت نفس، عامل هایی هستند که بر عملکرد افراد تأثیرگذار هستند. از این رو، با توجه به نیاز روز افزون شرکت و سازمان ها به ابتکار و نوآوری شغلی افراد و گروه ها، باید بررسی گردد که آیا می توان با توجه و در نظر گرفتن ویژگی های شخصیتی و عزت نفس، افراد را انتخاب و استخدام کرد تا ابتکار و نوآوری شغلی و سازمانی را برآورده سازند یا خیر. همچنین در این پژوهش، هدف آن است که به بررسی رابطه ویژگی های شخصیت و عزت

¹ Big Five personality traits

² Neuroticism

³ Extraversion

⁴ Openness to experience

⁵ Agreeableness

⁶ Conscientiousness

⁷ Jess feist

نفس^۱ با ابتکار و نوآوری شغلی^۲ در افراد شاغل پردازد. با توجه به آن چه ذکر شد، فرضیه پژوهش حاضر عبارت است از این که بین ویژگی های شخصیتی و عزت نفس با ابتکار و نوآوری شغلی رابطه معنادار وجود دارد. حسینیان و همکاران (۱۳۸۴) به بررسی ارتباط شخصیت مدیران با انگیزه به کارگیری ابتکار و نوآوری شغلی پرداخت. نتایج نشان داد ارتباط معنی داری بین ابعاد شخصیت با انگیزه به کارگیری ابتکار و نوآوری شغلی مدیران با سطح معناداری کمتر از ۰/۰۱ بوده است. در ضمن ابتکار و نوآوری شغلی با بعد فعال شخصیت در سطح ۰/۰۱ رابطه مثبت، با بعد پرخاشگر شخصیت در سطح ۰/۰۵ رابطه منفی و با بعد منفعل بدون ارتباط می باشد. یائو و لی^۳ (۲۰۲۰) به بررسی پیش بینی خلاقیت طبق ویژگی های شخصیتی مدل پنج عاملی (FFM) کارکنان در دوره های آزمایشی و اشتغال رسمی می پردازد. نتایج نشان داد، بررسی دو نمونه از کارمندان شاغل در بخش تحقیق و توسعه نشان می دهد: (۱) تجربه پذیری و وظیفه شناسی با خلاقیت در هر دو مرحله شغلی ارتباط دارد. (۲) توافق پذیری با خلاقیت در دوره های آزمایشی ارتباط دارد. (۳) برونگرایی در دوره های رسمی اشتغال با خلاقیت ارتباط دارد. این یافته ها دانش جدیدی درباره چگونگی پیش بینی شخصیت در مراحل مختلف شغلی ایجاد می کند. چگنی و همکاران (۱۳۹۴) به بررسی رابطه متغیرهای شخصیتی و سازمانی با انگیزش شغلی پرداخت. نتایج نشان داد، که وجدانی بودن، ویژگی های شغل، عدالت سازمانی، تطابق شخص-شغل و عزت نفس سازمانی با انگیزش شغلی رابطه مثبت، و روان رنجورخویی با انگیزش شغلی رابطه منفی دارند. همچنین نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون سلسله مراتبی نشان داد که متغیرهای پیش بین (وجدانی بودن، ویژگی های شغل، عدالت سازمانی، تطابق شخص-شغل و عدالت سازمانی) ۶۱ درصد از واریانس انگیزش شغلی را تبیین می کنند. سوال اساسی پژوهش حاضر این است که آیا بین ویژگی های شخصیت و عزت نفس با ابتکار و نوآوری شغلی رابطه معناداری وجود دارد؟

روش پژوهش

روش پژوهش حاضر کمی از نوع همبستگی می باشد. همچنین از لحاظ هدف، بنیادی می باشد. جامعه آماری پژوهش شامل ۱۱۰ نفر افراد شاغل (۶۱ خانم و ۴۹ آقا)، طبق جدول مورگان و با رده سنی ۲۵-۴۵ سال می باشد، که در این پژوهش روش جمع آوری داده ها به صورت غیر تصادفی و به صورت در دسترس بود. ابزارهای مورد استفاده در این پژوهش شامل ۳ پرسشنامه پنج عامل بزرگ شخصیت نئو فرم کوتاه، عزت نفس آیزنگ و ابتکار و نوآوری شغلی بود.

آزمون ۵ عامل بزرگ شخصیت نئو فرم کوتاه: یکی از تازه ترین پرسشنامه های مربوط به ارزیابی شخصیت بر اساس دیدگاه تحلیل عاملی است. این آزمون ۵ عامل اصلی شخصیت را می سنجد. این آزمون به دلیل بررسی های گوناگون در گروه های سنی و جوامع مختلف که روی آن صورت گرفته است یکی از جامع ترین آزمون ها در زمینه ارزیابی شخصیت می باشد. آزمون پنج عامل بزرگ شخصیت نئو فرم کوتاه که توسط کاستا و مک کری^۵ (۱۹۸۹) با ۶۰ سوال، مقیاس پاسخگویی پنج درجه ای را ارائه

^۱ Self esteem

^۲ Career Innovation

^۳ Xiang Yao & Rui Li

^۴ NEO-FFI (NEO Five-Factor Inventory)

^۵ Paul Costa & Robert McCrae

کردند و پنج عامل روان یعنی رنجورخویی (N)، برونگرایی (E)، تجربه پذیر (O)، وظیفه شناسی (C) و توافق پذیری (A) می‌سند. پاسخنامه این پرسشنامه بر اساس مقیاس لیکرتی (کاملاً مخالفم، مخالفم، بی تفاوت، موافقم و کاملاً موافقم) تنظیم شده است. پرسشنامه شخصیتی NEO-FFI توسط کاستا و مک کری روی ۲۰۸ نفر از دانشجویان به فاصله سه ماه اجرا گردید که ضرایب اعتبار آن بین ۰/۸۳ و ۰/۷۵ به دست آمده است. اعتبار درازمدت این پرسشنامه نیز مورد ارزیابی قرار گرفته است. (مک کری و کاستا، ۱۹۸۳؛ به نقل از گروسی فرشی، ۱۳۸۰). در هنجاریابی آزمون که توسط گروسی فرشی (۱۳۸۷) روی نمونه ای با حجم ۲۰۰۰ نفر از بین دانشجویان دانشگاه های تبریز، شیراز و دانشگاه های علوم پزشکی این دو شهر صورت گرفت ضریب همبستگی ۵ بعد اصلی را بین ۰/۵۶ تا ۰/۸۷ گزارش کرده است. ضریب آلفای کرونباخ در هریک از عوامل اصلی روان رنجورخویی (N)، برونگرایی (E)، تجربه پذیر (O)، توافق پذیری (A) و وظیفه شناسی (C) به ترتیب ۰/۸۶، ۰/۷۳، ۰/۵۶، ۰/۶۸، ۰/۸۷ به دست آمد. پرسشنامه عزت نفس آیزنگ^۱: این پرسشنامه شامل ۳۰ سوال است که هدف آن سنجش میزان عزت نفس است. نمره بالا نشانه عزت نفس بیشتر می باشد. روایی این پرسشنامه را برای دانشجویان دختر ۰/۷۴ و برای دانشجویان پسر ۰/۷۹ گزارش کرده است. ضریب پایایی آن با استفاده از روش آلفای کرونباخ ۰/۸۸ و با استفاده از روش تنصیف ۰/۸۷ گزارش شده است (هرمزی نژاد، ۱۳۸۰).

پرسشنامه ابتکار و نوآوری شغلی لودال و همکاران (۱۹۶۵): این پرسشنامه ۶ سوال دارد. هر چه این امتیاز بالاتر باشد، بیانگر انگیزش بیشتر برای نوآوری در شغل است و برعکس. این پرسشنامه، استاندارد هست و بارها در تحقیقات پژوهشگران استفاده شده است، بنابراین روایی آن تأیید شده است. در ایران توسط پژوهش ضرغامی و همکاران (۱۳۹۱) برای سنجش میزان پایایی از روش آلفای کرونباخ استفاده کرد که میزان آن برای پرسشنامه خلاقیت و انگیزه به کارگیری نوآوری در شغل، ۰/۸۱۲ به دست آمد. در این پژوهش از روش آمار توصیفی (نما، میانه، میانگین، واریانس، انحراف معیار و جداول و نمودار) و آمار استنباطی (ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی چندگانه) استفاده شد. برای آنالیز اطلاعات از نرم افزار آماری spss ورژن ۲۳ استفاده گردید.

یافته ها

در این پژوهش از ۱۱۰ نفر نمونه آماری مورد مطالعه میانگین رده سنی و جنسیت آن ها به ترتیب ۳۰/۵۹ و ۱/۴۵ بدست آمده است؛ کم ترین و بیش ترین مقدار عددی متغیر سن به ترتیب ۲۵ و ۴۵ سال می باشد. همچنین تعداد داده های موجود، درصد تمام داده های موجود، درصد تمامی داده های معتبر برای زن ها به ترتیب ۶۱، ۵۵،۵، ۵۵،۵ و برای مرد ها به ترتیب ۴۹، ۴۴،۵، ۴۴،۵ می باشد. همچنین فراوانی تجمعی متغیر جنسیت زن، ۵۵،۵ و برای متغیر مرد ۱۰۰ بدست آمده است.

میزان r^2 حاصل از همبستگی بین عزت نفس و ابتکار و نوآوری شغلی برابر با ۰/۳۵ می باشد که به لحاظ آماری معنادار است. برای بررسی پیش بینی ابتکار و نوآوری شغلی بر اساس ویژگی های شخصیت و عزت نفس از تحلیل رگرسیون خطی چندمتغیری^۲ همزمان استفاده شد.

¹ Hans Jürgen Eysenck

² Multiple linear regression

جدول ۱. خلاصه مدل

Std. Error of the Estimate	Adjusted R Square	R Square	R	مدل
۲/۳۵۵	۰/۲۸۶	۰/۳۲۵	۰/۵۷۰	۱

طبق جدول ۱، ضریب همبستگی (۰/۵۷) و ضریب تعیین (۰/۳۲) و همچنین ضریب تعیین اصلاح شده (۰/۲۸) محاسبه شده است. طبق ضریب تعیین اصلاح شده، زیر مقیاس های روان رنجورخویی، برونگرایی، تجربه پذیری، توافق پذیری، وظیفه شناسی و عزت نفس، ۲۸ درصد از واریانس شغلی را پیش بینی می کند.

جدول ۲. پیش بینی ابتکار و نوآوری شغلی بر اساس ویژگی های شخصیت و عزت نفس

Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		مدل
		Beta	Std. Error	B	
۰/۲۵۳	۱/۱۴۹	-	۴/۳۶۲	۵/۰۱۰	(Constant)
۰/۰۰۰	۳/۷۸۶	۰/۳۱۴	۰/۱۱۰	۰/۴۱۶	S.E
۰/۸۸۲	۰/۱۴۹	۰/۰۱۲	۰/۱۲۲	۰/۰۱۸	N
۰/۰۰۰	۳/۸۴۷	۰/۳۲۵	۰/۰۶۵	۰/۲۵۱	E
۰/۳۳۰	-۰/۹۷۸	-۰/۰۸۳	۰/۰۶۸	-۰/۰۶۶	O
۰/۸۹۳	۰/۱۳۵	۰/۰۱۲	۰/۰۶۵	۰/۰۰۹	A
۰/۰۰۳	۲/۹۹۱	۰/۲۵۴	۰/۰۶۲	۰/۱۸۶	C

نوآوری شغلی، عامل های عزت نفس با سطح معناداری کمتر از ۰/۰۱ و برون گرایی با سطح معناداری کمتر از ۰/۰۱ و وظیفه شناسی با سطح معناداری کمتر از ۰/۰۱ می باشد و از ۰/۰۵ کوچکتر می باشد. همچنین با افزایش یک انحراف استاندارد در نمره عزت نفس، نمره ابتکار و نوآوری شغلی ۰/۳۱ انحراف استاندارد افزایش خواهد یافت. با افزایش یک انحراف استاندارد در نمره برون گرایی، نمره ابتکار و نوآوری شغلی ۰/۳۲ انحراف استاندارد افزایش خواهد یافت و با افزایش یک انحراف استاندارد در نمره وظیفه شناسی، نمره ابتکار و نوآوری شغلی ۰/۲۵ انحراف استاندارد بالاتر خواهد رفت.

بحث و نتیجه گیری

این پژوهش، به منظور بررسی رابطه ویژگی های شخصیت و عزت نفس با ابتکار و نوآوری شغلی در افراد شاغل انجام شد. اولین یافته ای که از پژوهش حاضر به دست آمد نشان داد، بین عزت نفس و ابتکار و نوآوری شغلی رابطه معناداری وجود دارد. به این معنا که، هرچقدر فرد دارای عزت نفس بالاتری باشد می تواند در عملکرد شغلی و نوآورانه و خلاق موفق تر باشد و نوآوری و ابتکار شغلی را نیز برآورد سازد. سپس عامل های عزت نفس و از پنج عامل بزرگ شخصیت، برونگرایی و وظیفه شناسی، قادر هستند ابتکار و نوآوری شغلی را پیش بینی کنند. در نتیجه، کارمندان با عزت نفس و برونگرا و همچنین وظیفه شناس، سهم بیشتری در تولید ابتکار و نوآوری شغلی دارند. تا کنون پیشینه پژوهشی که مستقیماً رابطه ویژگی های شخصیت و عزت نفس با ابتکار و

نوآوری شغلی در افراد شاغل را بررسی نماید، یافت نشد و نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش های دیگر از نظر جامعه، نمونه آماری و روش اجرا متفاوت می باشد. ولی می توان به نمونه پژوهش های مشابهی اشاره کرد. از جمله پژوهش؛ لوتنر^۱ و همکاران^۱ (۲۰۱۴) به بررسی رابطه بین شخصیت کارآفرین^۲ و پنج عامل بزرگ شخصیت پرداخت. نتایج نشان داد که برونگرایی و توافق پذیری می توانند شخصیت کارآفرین را پیش بینی کنند. همچنین، نتایج نشان داد که صفات شخصیتی باریک^۳، بهتر می توانند کارآفرینی را پیش بینی کنند. برای کارآفرین بودن باید نبوغ و ابتکار و نوآوری داشت. طبق نتایج بدست آمده از پژوهش فوق، برونگرایی همانند نتیجه بدست آمده از این پژوهش حاضر، توانست شخصیت کار آفرین و ابتکار و نوآوری شغلی را پیش بینی کند و از این نظر متشابه هستند. اما در پژوهش حاضر، توافق پذیری نتوانست ابتکار و نوآوری شغلی را پیش بینی کند. همچنین از لحاظ جامعه آماری با یکدیگر متفاوت می باشند زیرا جامعه آماری پژوهش حاضر، افراد شاغل بودند و در پژوهش فوق، که یک پژوهش مروری است جوامع متعددی یافت می شود. همین طور از لحاظ متغیرها، در پژوهش حاضر، علاوه بر متغیر پنج عامل بزرگ شخصیت، از متغیر عزت نفس برای پیش بینی و رابطه آن با ابتکار و نوآوری شغلی، استفاده شده است اما در پژوهش فوق، تنها از متغیر پنج عامل بزرگ شخصیت برای بررسی رابطه با شخصیت کارآفرین استفاده شده است. سونگ و همکاران^۴ (۲۰۰۹) به بررسی این که آیا پنج عامل بزرگ شخصیت بر خلاقیت فردی تأثیر می گذارند؟ و نقش تعدیل کننده انگیزه بیرونی^۵ پرداخت. نتایج نشان داد بین تجربه پذیری و برونگرایی با عملکرد شغلی خلاقانه رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. رابطه مثبت بین تجربه پذیری و خلاقیت، زمانی قوی تر بود که فرد انگیزه بیرونی قوی تری داشت. عامل توافق پذیری، تنها هنگامی که انگیزه بیرونی فرد کم بود، پیش بینی کننده مثبت عملکرد خلاق بود. برونگرایی همانند نتیجه بدست آمده از این پژوهش حاضر، توانست عملکرد خلاقانه و نوآورانه را پیش بینی کند، که از این نظر متشابه پژوهش حاضر بود. از لحاظ جامعه آماری با یکدیگر متفاوت می باشند زیرا جامعه مورد پژوهش ما، افراد شاغل بودند و در پژوهش فوق، جامعه آماری متشکل، دانشجویان هستند. همچنین از لحاظ متغیرها پژوهش فوق علاوه بر متغیر پنج عامل بزرگ شخصیت از، متغیر خلاقیت و انگیزه بیرونی برای پیش بینی عملکرد خلاقانه نیز، استفاده کرده است. ابتکار و نوآوری شغلی در افراد شاغل، نیازمند وجود برخی از ویژگی های شخصیتی و مولفه هایی می باشد که بتوانند، رفتار، روش و ایده های نوآورانه و خلاق را برآورد سازند. طبق نتایج، برونگرایی از اهمیت ویژه ای برخوردار است. طبق نظر کارل یونگ^۶، برونگرایان، انرژی روانی خود را متوجه رویداد ها و دنیای بیرونی می سازند. در نتیجه، کلید موفقیت برونگرایان می تواند حاصل از تعاملات با دنیای بیرونی و افراد و همچنین بحث و گفتگو باشد.

فرد هنگامی که یک تصویر و یا یک ایده را در ذهن خلق و پرورش داده است که نشان دهنده پروژه خلاق و نوآورانه خود می باشد، مرحله بعدی برای مطرح کردن آن تصویر و یا ایده، سازماندهی آن و ایجاد موقعیت و مکانی مناسب برای تعاملات کاری و

¹ Leutner

² Entrepreneur

³ Narrow personality

⁴ Sung

⁵ Extrinsic Motivation

⁶ Carl Gustav Jung

ساختن مفهوم و معنا است. به عبارت دیگر، این مطرح کردن، مستلزم توسعه و بهبود گفتگو میان خود ادراکی و تجربی^۱ همراه با تولید و پرورش آن پروژه است (توماس^۲، ۲۰۲۰).

همینطور عزت نفس مولفه ارزشمندی می باشد، افراد با عزت نفس بیشتر در اکثر ابعاد و جنبه های مختلف زندگی عملکرد بهتر و با کیفیت تری دارند زیرا عزت نفس به آن ها پتانسیل و نیروی لازم برای بهتر مطرح کردن خود و ایده ها را می دهد. پس برای نیاز سازمان ها و شرکت ها به ابتکار و نوآوری، مدیران و کارآفرینان بهتر است به ویژگی های شخصیتی و عزت نفس افرادی که استخدام می شوند، توجه کنند تا بتوانند گروه ها و سازمان های نوآورانه و با خلاقیت را تشکیل دهند تا در مسیر توسعه و پیشرفت قرار بگیرند.

منابع

- شفیع آبادی، عبدالله (۱۳۹۶). راهنمایی و مشاوره شغلی و نظریه های انتخاب شغل. تهران: انتشارات رشد
- فیست، جس. فیست، گریگوری جی. آن رابرتس، تامی. (۱۳۹۷). نظریه های شخصیت. مترجم: یحیی سیدمحمدی. تهران: نشر روان.
- Leutner, F., Ahmetoglu, G., Akhtar, R., & Chamorro-Premuzic, T. (2014). The relationship between the entrepreneurial personality and the Big Five personality traits. *Personality and individual differences*, 63, 58-63.
- Ney, S., & Meinel, C. (2019). Putting design thinking to work: how large organizations can embrace messy institutions to tackle wicked problems. Cham, Switzerland: Springer.
- Ahmadihegeni, S., Neysi, A.K., Arshadi, N. (2015). The relationship of personality and organizational variables with work motivation, *International Journal of Behavioral Sciences*, 9(2), 147.
- Hossianian, S., Yazdi, S. M., Nikjo Sokht Abandani, A. (2007). An Investigation on relation Ship between Personality Dimensions and Appling job Innovation of, *Journal of Educational Psychology Studies*, 2(3), 85.
- Sung, S. Y., & Choi, J. N. (2009). Do big five personality factors affect individual Creativity. The moderating role of extrinsic motivation. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 37(7), 941-956.
- Thomas, V. (2020). Using mental imagery to enhance creative and work-related processes. Abingdon, Oxon: Routledge, an imprint of the Taylor & Francis Group.
- Yao, X., & Li, R. (2020). Big five personality traits as predictors of employee creativity in probation and formal employment periods. *Personality and Individual Differences*, 109914.

¹ Conceptual and experiential self

² Valerie Thomas