Anuarul Universității "Petre Andrei" din Iaşi
Fascicula: **Asistență Socială, Sociologie, Psihologie**
ISSN: 2248-1060 | e-ISSN: 2601-8209
Covered in EconPapers, Ideas RePEc, CEEOL, ICI Master Journal List - INDEX COPERNICUS, CrossRef, CrossCheck, Google Scholar, WorldCat, KVK, SOCIONET

2023, Issue 29, pages: 126-136 | doi: https://doi.org/10.18662/upasw/29/71

Creativity – Fundamental Factor in Professional Success

Georgiana CORCACI [1]

Carmen Daniela ZAHARIA [2]

[1] Associate Professor Ph.D., "Petre Andrei" University, Iasi, email: georgiana.corcaci@upa.ro

[2] Prof. înv. preşcolar, Grădiniţa cu program prelungit (G.P.P), nr. 1, Târgovişte, Jud. Dâmboviţa, e-mail: czaharia1717@gmail.com

Abstract: *In modern society, there is an increasingly intense search for not only the economic efficiency of labor, but also human efficiency, but above all, to achieve the satisfaction of labor. The satisfaction of the mountain is the result of the difference between the amount of moral or financial order that a man finds in the restored mountain and what he estimates that he should get. It determines performance and the characteristics of personality, motivation, adherence, creativity, mental and organizational health. The present study aims to verify the role of creativity factors in determining professional success. It is to be expected that people with a high creative potential can also present a high level of professional satisfaction, a level especially associated with professional success. We are also interested in studying which dimensions of professional success are related to aspects of creativity.*

Keywords: *creativity, professional success, success, personality.*

How to cite: Corcaci, G., Zaharia, C. D. (2023). Creativity – Fundamental Factor in Professional Success. *Anuarul Universității "Petre Andrei" din Iași, Fascicula: Asistență Socială, Socilogie, Psihologie, 29*, 126-136. https://doi.org/10.18662/upasw/29/71

Introducere

Mediile organizaţionale, indiferent dacă sunt simple sau complexe, cu standarde scăzute sau înalte, oferă omului posibilitatea de a se raporta la sine şi performanţele sale, la cadrul valoric şi cultural al organizaţiei, facilitând autoevaluarea sau grăbind procesul de conştientizare a punctelor sale forte sau nevralgice (Zlate M. 2007). Ancora carierei este aşadar ,un construct psihologic care sintetizează în sine cele mai importante achiziţii ale individului în plan atitudinal-valoric şi comportamental la care acesta nu ar renunţa în nici un chip şi acest fapt este calea către succesul profesional (Corcaci, G. 2010).

Satisfacţia profesională poate fi definită ca „atitudinea generală a unui individ faţă de locul său de muncă" (Feier, V. 1995). Satisfacţia profesională esteo stare emoţională plăcută sau pozitivă care rezultă din aprecierea noastră şi experienţa la locul de muncă.(Abrudan, D. 2006). Irina Holdevici defineşte satisfacţia profesională ca fiind „gradul în care angajaţii au o orientare afectivă şi pozitivă faţă de munca în organizaţie" (Holdevici, I. 2006). Din aceste definiţii, reiese ideea că satisfacţia profesională este rezultatul percepţiilor angajaţilor asupra acelor lucruri pe care le oferă locul de muncă şi care sunt considerate importante. Astfel, putem defini satisfacţia profesională ca fiind o atitudine generală faţă de locul de muncă ocupat de un individ.

Studiile realizate în ultimii ani în mai multe ţări au atras atenţia asupra gradului de satisfacţie în muncă a profesorilor (Chip R. B. 2010). Lipsa autonomiei în muncă, salariile scăzute şi resursele insuficiente determină o satisfacţie scăzută în muncă la profesorii din mai multe ţări. Cercetările de-a lungul timpului au arătat că profesorii care au un nivel scăzut al satisfacţiei în muncă au o productivitate mai scăzută, şi, în plus, este probabil ca aceştia să renunţe la această profesie alte efecte ale satisfacţiei profesionale scăzute în rândul profesorilor sunt: abilitatea scăzută a acestora de a cunoaşte nevoile elevilor, o rată mare a absenteismului, diverse boli legate de stresul în muncă (Corcaci, G. 2011a).

Unele studii au arătat că profesorii au o satisfacţie ridicată în muncă în principal datorită motivaţiei intrinseci: dobândirea cunoştinţelor de către elevi, relaţiile pozitive cu aceştia, dezvoltarea personală şi altele. S-a demonstrat că motivaţia intrinsecă are un rol mai important decât cea extrinsecă pentru profesori (Corcaci, G. 2011b).

Având în vedere situaţia actuală a învăţământului românesc, aflat în plină schimbare şi care se confruntă cu numeroase probleme, determinarea

factorilor care aduc satisfacţie în muncă sau determină insatisfacţia profesorilor, poate ajuta la dezvoltarea unor strategii de motivare a profesorilor. De asemenea, se pot aduce îmbunătăţiri sau modificări în ceea ce priveşte factorii care produc insatisfacţie în muncă, pentru a creşte nivelul satisfacţiei în muncă (Moraru G.M. 2014). Toate aceste aspecte practice ar fi foarte utile instituţiilor de învăţământ care, având profesori mulţumiţi în munca lor, vor fi mai productivi, mai eficienţi, mai puţin stresaţi, mai dedicaţi muncii, iar toate acestea vor avea consecinţe şi asupra copiilor şi dezvoltării lor. De asemenea, având în vedere consecinţele motivaţiei şi satisfacţiei în muncă asupra aspectelor organizaţionale, o creştere a nivelului satisfacţiei în muncă a profesorilor va avea consecinţe asupra loialităţii faţă de şcoală, în sensul unei implicări mai mari şi a scăderii numărului plecărilor din instituţii (Avram E., Cooper C.L. 2008). Avantajele cunoaşterii motivaţiei şi satisfacţiei în muncă a profesorilor sunt numeroase, atât pentru bunul mers al instituţiilor de învăţământ, cât şi pentru bunăstarea profesorilor şi chiar a elevilor.

Termenul de creativitate îşi are originea în cuvântul latin creare care înseamna: a zămisli, a făuri, a crea, a naşte. Creaţia ca însuşire umană ce se poate manifesta în cele mai diverse domenii ale culturii, ştiinţei, practicii sociale. Semnalul care a declanşat cercetărea creativităţii a fost dat de un eveniment de natură tehnică şi anume trimiterea primului „Sputnik" în spaţiul cosmic care a avut drept motto următoarea lozincă „pentru ca naţiunea să poată supravieţui, individul trebuie să gândească creativ"(Moraru, I. 2007). Au fost descoperite aspecte multilaterale ale creativităţii, constatându-se că „există tot atâtea moduri de creativitate câte activităţi omeneşti există, că întâlnim tot atâtea aspecte ale creativităţii câte aspecte prezintă şi natura umană (psihice, intelectuale, emoţionale etc."

În legătură cu formele activităţii creatoare s-au conturat două mari orientări: una care, distinge numai două forme importante de creativitate – ştiinţifică şi artistică – celelalte reprezentând tipuri intermediare. O altă orientare susţine părearea conform căreia, există tot atâtea forme de creativitate câte ocupaţii diferite există.Cercetătorii români care au studiat creativitatea ştiinţifică - Al. Roşca, M. Roco, J. Piaget, P. Popescu-Neveanu etc. - prin interviuri, teste, anchete pe bază de chestionar etc. au identificat trăsături specifice creatorilor, din care menţionăm: flexibilitatea gândirii, deprinderea de sistematizare, dispoziţia despre complexitate, capacitatea de a reţine şi elabora un mare volum de informaţii, aptitudinea de a formula şi „crea" probleme, abilitatea de construi modele noi, motivaţie creativă puternică etc. (Popescu, G. 2009). Produsul creaţei reprezintă un alt criteriu care îl exprimă pe creator ca individualitate, cu trăirile sale cele mai profunde,

cu trebuinţele, motivaţiile, aspiraţiile sale specifice. În celelalte domenii produsul creaţiei exprimă, în primul rând, expresia cerinţelor şi a scopurilor mediului, filtrate prin stilul personal al creatorului.

Scopul cercetării

Studiul de faţă îşi propune să verifice rolul pe care îl au factorii de creativitate în determinarea succesului profesional. Este de anticipat că persoanele cu un potenţial creativ înalt să poată prezenta şi un nivel ridicat al satisfacţiei profesionale, nivel asociat îndeosebi cu succesul profesional. De asemenea, suntem interesaţi să studiem care dintre dimensiunile succesului profesional sunt legate de aspecte ale creativităţii.

Obiectivele cercetării

Pentru realizarea scopului propus, ne-am propus următoarele obiective:

1. Identificarea gradului de satisfacţie profesională a cadrelor didactice în funcţie de mediul în care îşi desfăşoară activitatea didactică.
2. Identificarea gradului de satisfacţie profesională a cadrelor didactice în funcţie de gradul didactic obţinut.
3. Identificarea relaţiei dintre vocaţia pentru carieră, motivaţie, autoeficacitate şi satisfacţie la locul de muncă a cadrelor didactice.

Eşantionul cercetării

Studiul a fost realizat pe un număr de 78 de subiecţi, cadre didactice din Oraşul Târgovişte, participanţi la un curs de perfecţionare. Sub aspectul sexului, constatăm din figura 1 că un număr de 43 de persoane sunt bărbaţi (55,1%) iar 35 de persoane femei (44,9%). Lotul de studiu este echilibrat din acest punct de vedere (aşa cum rezultă din Fig.1). Din punct de vedere al vârstei, cei 78 de subiecţi au o vârstă cuprinsă între 21 şi 41 de ani, cu media de vârstă de 29,73 ani.

Ipotezele cercetării

În vederea realizării scopului propus şi a îndeplinirii obiectivelor, ne-am propus o ipoteză generală şi două ipoteze specifice (de lucru).

Ipoteză generală: presupunem că există o legătură puternică între succesul profesional şi factorii care determină creativitatea. Prin urmare, avem de stabilit corelaţia dintre o variabilă caracteristică succesului profesional şi factorii determinanţi ai creativităţii. Ipoteza confirmată.

Ipoteze specifice:

Ipoteză 1. Se presupune că vârsta subiecţilor influenţează succesul profesional.

Ipoteza 2. Se presupune că există o diferenţă semnificativă între bărbaţi şi femei sub aspectul succesului profesional.

Metodologia cercetării

În vederea îndeplinirii obiectivelor cercetării şi a verificării ipotezelor, am folosit următoarele instrumente: bateriade teste de creativitate elaborate de Horst H Siewert şi un „Chestionar de evaluare a succesului profesional", în construcţie proprie.

Descrierea instrumentelor

1. Bateria de teste de creativitate elaborate de Horst H Siewert.

Bateria de teste de creativitate a fost elaborată de Horst H. Siewert. Acceptând concepţia că toate noutăţile care apar pe piaţă au existat cumva în prealabil, în minţile celor care le-au descoperit, Horst H. Siewert propune aceset teste de creativitate. Prin restructurarea legăturilor existente între noţiunile acumulate subconştient se ajunge la apariţia de idei noi ce pot fi evidenţiate şi conştientizate. Cu ajutorul testului se evidenţiază capacitatea subiectului de a părăsi modul de gândire normal, în mare parte logic, structurat, pentru a dobândi talentul de a gândi pe noi coordonate. Testarea capacităţii de creativitate se realizează prin intermediul mai multor subteste cu care se poate verifica rapiditatea răspunsului la stimuli diferiţi, fiecare set de stimuli adresându-se unor dimensiuni ale puterii de creaţie. În cadrul Bateriei de teste, există un număr de cinci subteste de creativitate, după cum urmează: fondul lexical, asocierea lexicală, gândirea divergentă, creativitate vizuală, libera asociere.

2. Chestionar de evaşiare a succesului profesional

Chestionarul conţine un număr de 24 de itemi grupaţi în patru dimensiuni reprezentative ale succesului profesional. a) Aprecierea grupului de muncă – reprezintă o dimensiune care evaluează, pe o scală de la 1 la 5, măsura în care subiectul este apreciat, din punct de vedere profesional, de către colegi şi şefi. Conţine şase itemi iar punctajul variază între 6 şi 30 de puncte. Scorurile mici sunt reprezentative pentru o apreciere publică scăzută, scorurile mari sunt caracteristice unei aprecieri publice ridicate. Coeficientul de consistenţă internă Alfa-Cronbach a acestei scale, administrată pe un număr de 30 de persoane a fost de 0,69, fapt care indică o bună fidelitate a scorurilor. b) Conducere/Expertiză – reprezintă o dimensiune care evaluează, pe o scală de

la 1 la 5, măsura în care subiectul se află sau îşi doreşte să se afle într-o funcţie de conducere, valorizarea funcţiei de conducere ca indicator caracteristic succesului profesional. Conţine şase itemi iar punctajul variază între 6 şi 30 de puncte. Scorurile mici sunt reprezentative pentru insuccesul profesional ca derivat al funcţiei de conducere, scorurile mari sunt caracteristice unei percepţii a succesului profesional ca derivat al funcţiei de conducere. Coeficientul de consistenţă internă Alfa-Cronbach a acestei scale, administrată pe un număr de 30 de persoane a fost de 0,75, fapt care indică o bună fidelitate a scorurilor. c) Bani – reprezintă o dimensiune care evaluează, pe o scală de la 1 la 5, măsura în care subiectul consideră latura financiară ca fiind reprezentativă pentru succesul profesional. Conţine şase itemi iar punctajul variază între 6 şi 30 de puncte. Scorurile mici sunt reprezentative pentru o scăzută apreciere a laturii financiare, scorurile mari sunt caracteristice unei cote ridicate sub acest aspect. Coeficientul de consistenţă internă Alfa-Cronbach a acestei scale, administrată pe un număr de 30 de persoane a fost de 0,87, fapt care indică o bună fidelitate a scorurilor. d) Poziţia socială – reprezintă o dimensiune care evaluează, pe o scală de la 1 la 5, măsura în care poziţia socială a subiectului reprezintă un indicator al satisfacţiei profesionale. Conţine şase itemi iar punctajul variază între 6 şi 30 de puncte. Scorurile mici sunt reprezentative pentru o non-aprecierea poziţiei sociale ca fiind factor al satisfacţiei profesionale, scorurile mari sunt unei aprecieri a poziţiei sociale ca fiind factor determinant al succesului profesional. Coeficientul de consistenţă internă Alfa-Cronbach a acestei scale, administrată pe un număr de 30 de persoane a fost de 0,67, fapt care indică o bună fidelitate a scorurilor.

La nivelul întregului chestionar, s-a obţinut o consistenţă internă de 0,74 putând considera instrumentul ca fiind fidel. Scorul total se poate situa între 24 şi 120 de puncte, scorurile mici fiind reprezentative pentru o satisfacţie profesională scăzută iar cele mari caracteristice unei satisfacţii profesionale ridicate. Fidelitatea chestionarului a fost testată utilizându-se şi metoda half split, la nivelul întregului instrument, comparându-se 12 itemi din prima parte a chestionarului cu 12 itemi din partea a doua (Tab.1).

Consistenţa internă a chestionarului este identică pentru fiecare dintre cele două părţi ale chestionarului (Alfa Cronbach=0,74) şi ridicată, fapt ce indică o bună consistenţă la nivelul celor două părţi. Corelaţia între cele două forme este puternică şi pozitivă (r=0,68) iar coeficientul de fidelitate Gutman pentru înjumătăţire este de 0,55. Toate aceste informaţii califică instrumentul în vederea utilizării sale.

Analiza şi interpretarea rezultatelor

Analiza datelor s-a realizat în SPSS versiunea 12.0, în care s-a procedat la definirea variabilelor, introducerea datelor şi apoi prelucrarea acestora prin analiza distribuţiilor şi stabilirea relaţiilor existente între variabile pentru a putea mai apoi verifica ipotezele cercetării.

Pentru demostrarea ipotezei generale am efectuat corelaţia bivariată între variabilele testului de creativitate în vederea identificării factorilor care pot avea o putere predictivă mare asupra creativităţii. Corelaţia a fost realizată utilizându-se coeficientul de corelaţie Spearman, un coeficient de corelaţie a rangurilor.

Observăm existenţa unor corelaţii puternice, pozitive şi semnificative între trei variabile: „Gândirea divergentă", „Libera asociere" şi „Creativitatea vizuală." Astfel între „Gândirea divergentă" şi „Creativitatea vizuală" există o corelaţie puternică, pozitivă şi semnificativă ($r=0,98$; $p<0,01$) la fel ca şi între „Gândirea divergentă" şi „Libera asociere" ($r=0,94$; $p<0,01$) sau între „Creativitatea vizuală" şi „Libera asociere" ($r=0,95$; $p<0,01$).

Datorită acestei corelaţii putem considera că nucleul predictiv al creativităţii este format din următoarele variabile:

1. Variabila „aprecierea grupului de muncă" prezintă o distribuţie unimodală a rezultatelor (modulul=21), simetrică (Skewness=-0,16; Eroarea standard Skewness=0,27) şi platicurtică, cu o eterogenitate mare a scorurilor în jurul tendinţei centrale (Kurtosis=-1,10; Eroarea standard Kurtosis=0,53). Media scorurilor este de 18,67, mediana 19 şi abaterea standard 4,04. Amplitudinea distribuţiei este de 13 puncte între un minim de 12 şi maximum de 25. Din aceste considerente nu putem aprecia că distribuţia scorurilor la nivelul variabilei „aprecierea grupului de muncă" respectă cerinţele unei distribuţii normale.

2. Variabila „Conducere/Expertiză" este o distribuţie bimodală (modulul=19 şi 20), simetrică (Skewness=-0,17; Eroarea standard Skewness=0,27) şi platicurtică (Kurtosis=-1,17; Eroarea standard Kurtosis=0,53), având o eterogenitate mare a răspunsurilor în jurul mediei. Media scorurilor este de 17,12, mediana 18 iar abaterea standard 5,62. Amplitudinea distribuţiei este de 18 puncte şi variază între un minim de 8 şi un maxim de 26 puncte. Deoarece distribuţia scorurilor la această variabilă are un caracter bimodal şi platicurtic, nu o putem considera o distribuţie normală, gaussiană. Din acest motiv, prelucrările de date posibile vor rămâne, în continuare, la un nivel neparametric.

3. Variabila „Bani" se distribuie bimodal (modulul=18 şi 20), simetric (Skewness=0,10; Eroarea standard Skewness=0,27) şi platicurtic, cu o eterogenitate mare în jurul valorii medii (Kurtosis=-1,32; Eroarea standard Kurtosis=0,53) având media egală cu 13,91, mediana 13,50 şi abaterea

standard 5,63. Amplitudinea scorurilor este de 19 de puncte cuprinsă între un minim de 5 puncte şi un maxim de 24 puncte.

4. Variabila „Poziţie socială" ca fiind o distribuţie bimodală (modulul=10 şi 26), simetrică (Skewness=-0,06; Eroarea standard Skewness=0,27) şi platicurtică (Kurtosis=-1,28; Eroarea standard Kurtosis=0,53) cu media 18,71, mediana 18,5 şi abaterea standard 5,56. Amplitudinea scorurilor este situată între 10 şi 27 puncte.

În concluzie, putem afirma ca: scorul total al succesului profesional este reprezentat de suma scorurilor la cele patru variabile: variabila „Aprecierea grupului de muncă, variabila „Conducere/Expertiză, variabila „Bani", variabila „Poziţie socială".

Analiza corelaţiior. Ipoteză generală afirmă existenţa unei legături puternice între succesul profesional şi factorii care determină creativitatea. Una dintre variabile este reprezentată de succesul profesional iar celelalte variabile sunt factorii creativităţii. Observăm aşadar, existenţa unor corelaţii semnificative, pozitive şi foarte puternice între succesul profesional şi trei dintre factorii de creativitate investigaţi.

Constatăm că există corelaţii pozitive, semnificative şi puternice între 1. satisfacţia profesională şi gândirea divergentă ($r=0,89$; $p<0,01$), 2. între satisfacţia profesională şi creativitatea vizuală ($r=0,88$; $p<0,01$) dar şi 3. între satisfacţia profesională şi libera asociere ($r=0,84$; $p<0,01$). Datorită lipsei unei distribuţii gaussiene, am utilizat coeficientul de corelaţie a rangurilor „rho" al lui Spearman. Astfel, putem afirma că sub aspect psihologic, persoanele care prezintă succes profesional se caracterizează printr-o gândire divergentă dezvoltată, creativitate vizuală, liberă asociere (aşa cum rezulă din fig. 1).

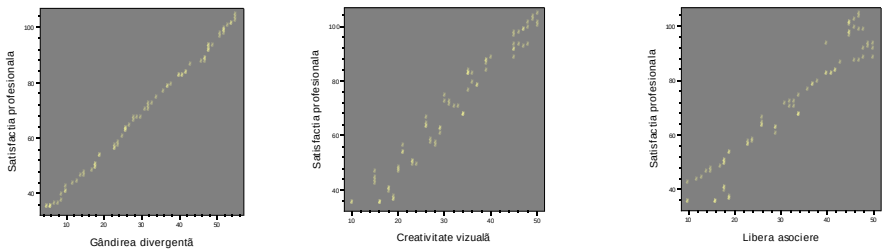


Fig. 1 – Reprezentarea grafică a corelaţiilor semnificative

Datorită specificului eşantionului ales, criteriile de creativitate asociate succesului profesional se referă mai mult la gândirea divergentă şi capacitatea de a imagina concret soluţii decât la operarea cu un fond lexical. Deoarece sistemul de cotare, pentru fiecare dintre cei 5 factori ai creativităţii este un sistem de cotare unitar, am putea asocia cei cinci factori de creativitate într-un scor global de creativitate. Astfel, obţinem o nouă variabilă, numită „Creativitate". Putem afirma că între satisfacţia profesională şi creativitate obţinem un coeficient de corelaţie a rangurilor de 0,89 la un prag de semnificaţie mai mic de 0,01 ceea ce indică o legătură puternică, pozitivă şi semnificativă.

În urma acestei analize s-a confirmat ipoteza principală a studiului conform căreia există o legătură între creativitate şi satisfacţie profesională. Am arătat persoanele creative au un nivel ridicat de satisfacţie profesională, mai mult succes profesional, legătura dintre aceste două variabile fiind o legătură puternică. De asemenea am arătat şi dimensiunile creativităţii care contribuie la creşterea gradului de succes profesional.

Ipotezele specifice:

1. Ipoteza specifică 1. Pentru a verifica prima ipoteză specifică (de lucru) am realizat corelaţiile dintre vârstă şi cei doi indicatori globali ai creativităţii şi succesului profesional.

În urma analizei şi interpretării datelor, constatăm că nu există nici o legătură între vârsta subiecţilor şi nivelul creativităţii şi nici între vârstă şi succesul profesional. După cum se poate observa în figura de mai sus De asemenea nu am găsit corelaţii semnificative între vârstă şi nici unul dintre dimensiunile creativităţii sau succesului profesional. Putem spune, aşadar, că vârsta nu reprezintă un factor de care să depindă nivelul de creativitate sau satisfacţia profesională. În consecinţă, ipoteza specifică 1 nu se confirmă.

2. Ipoteza specifică 2. Cea de-a doua ipoteză, care susţine existenţa unor diferenţe semnificative între bărbaţi şi femei sub aspectul succesului profesional şi sub cel al creativităţii a fost testată utilizându-se testul de diferenţe semnificative a rangurilor Mann-Whitney, similar testului „t" Student pentru eşantioane independente. Ipoteza specifică 2 a fost confirmată. Deoarece distribuţiile nu sunt normale, utilizarea testului „t" Student nu este posibilă deoarece acest test se bazează pe diferenţa dintre medii iar media nu este un indicator reprezentativ în acest caz.

Se constată că există diferenţe între bărbaţi şi femei din punctul de vedere al creativităţii ($Z=-1,56$; $p=0,11$). Din punctul de vedere al succesului profesional, observăm existenţa unei diferenţe semnificative între bărbaţi şi femei ($Z=-2,03$; $p<0,05$) în sensul că femeile au un nivel mai ridicat al succesului profesional în comparaţie cu bărbaţii. Pentru a vedea care dintre

dimensiunile succesului profesional contribuie la sensul acestei diferenţe am administrat acelaşi test pentru fiecare dintre cei patru factori ai succesului profesional. În urma analizării rezultatelor, putem constata existenţa unei diferenţe semnificative între bărbaţi şi femei sub aspectul unui număr de 3 factori: „Aprecierea grupului de muncă", „Banii" şi „Poziţia socială". Un singur factor nu diferenţiază între aceste două grupuri şi anume factorul „Conducere". Din punctul de vedere al aprecierii colegilor, femeile consideră acest factor este un element determinant al succesului profesional ($Z=-1,99$; $p<0,05$), în comparaţie cu bărbaţii. Similar, femeile apreciază semnificativ mai frecvent în comparaţie cu bărbaţii că banii ($Z=-2,06$; $p<0,05$) şi poziţia socială ($Z=-2,07$; $p<0,05$) reprezintă elemente definitorii ale succesului profesional.

Concluzii

Creativitatea este o calitate căutată mai mult ca oricândîn zilele noastre. Cu un antrenament specific această dimensiune poate fi educată şi dezvoltată. Întrebarea pe care ne-am adresat-o înainte de a trece la studiul concret a fost: are creativitatea un rol important în obţinerea succesului profesional? Am anticipat că persoanele cu un înalt potenţial creativ pot prezenta şi un nivel ridicat al satisfacţiei profesionale asociat, mai ales, cu succesul profesional. De asemenea am fost interesată să studiez care din dimensiunile succesului profesional sunt legate de aspecte ale creativităţii. În urma studiului asupra creativităţii am observat că este depăşită părerea conform căreia aceasta aparţine unei minorităţi.

În urma interpretării şi analizei rezultatelor, ipotezele au fost parţial confirmate. Studiul statistic a evidenţiat că există legături semnificative, pozitive şi puternice între succesul profesional şi factorii creativităţii. În plan psihologic se poate spune că persoanele care prezintă o gândire divergentă, imaginaţie creativă şi fond lexical se bucură şi de succes profesional. Prima ipoteza de lucru, care se referă la faptul că vârsta subiecţilor influenţează succesul profesional a fost infirmată. A doua ipoteză de lucru care preciza că există o diferenţă semnificativă între bărbaţi şi femei sub aspectul succesului profesional a fost confirmată. Studiul de faţă arată că există diferenţe semnificative între bărbaţi şi femei cu privire la trei factori: „Aprecierea grupului de muncă", „Banii" şi „Poziţia socială", factorul „Conducere" fiind comun acestor două grupuri (femei şi bărbaţi).

Scopul lucrării a fost atins confirmîndu-se rolul important al creativităţii în obţinerea succesului profesional. Astăzi creativitatea a devenit un factor deosit de important pentru evoluţia unei ţări. Progresul nu este

posibil decât în situaţia în care creativitatea este solicitată cu o intensitate deosebită. Particularizând, putem spune că într-o organizaţie, dacădezvoltăm aptitudinile creatore, poatem obţine un succes profesional. Testarea personalităţii indivizilor poate evidenţia şi intensitatea manifestărilor creative, creând astfel premisele unei mai bune orientări pofesionale. De asemenea, personalul cu potenţial creativ poate fi utilizat cu succes pentru generarea de noi idei şi soluţii în legătură cu activităţile desfăşurate în cadrul acţiunilor firemi. Elaborarea strategiilor creative de management cu un înalt grad de flexibilitate implică şi crearea unui climat care încurajează comportamentul creativ al membrilor organizaţiei.

Astfel, utilitatea în plan practic a studiului nostru a fost confirmată de reacţia de interes a celor care au participat la cercetare, considerând importanţa factorilor psihologici şi a creativităţii la obţinerea succesului profesional.

References

Abrudan, D. (2006). *Motivarea resurselor umane pentru perfomanţe practice*, Editura Universitară, Timişoara.

Avram E., Cooper C.L. (coordonatori) (2008). *Psihologie organizațional-managerială – tendințe actuale*, Iaşi, Editura Polirom.

Chip R. B. (2010). *Manageri și mentori*, Editura Curtea Veche, Bucureşti.

Corcaci, G. (2010*). Practică și teorie în psihologia managerială*, Editura Junimea, Iaşi.

Corcaci, G. (2011). *Dimensiuni psihologice relevante pentru performanța individuală și organizațională în managemtul educațional*, Editura Junimea, Iaşi,

Feier, V. (1995). *Creativitate și creativitate managerială*, Editura Expert, Bucureşti.

Holdevici, I. (2006). *Psihologia succesului*, Editura Universităţii, Bucureşti.

Moraru G.M., (2014). *Comportament organizațional și managerial între creativitate și tradiție*, Editura Universităţii „Lucian Blaga", Sibiu.

Moraru, I. (2007). *Psihologia creativităţii*, Editura Victor, Bucureşti.

Popescu, G. (2009). *Psihologia creativităţii*, Editura Fundaţia România de maine, Bucureşti.

Zlate M. (2007). *Tratat de psihologie organizațional – managerială*, Vol II, Editura Polirom, Bucureşti.