



PERSONAL VALUES AND POTENTIAL PERSONAL INNOVATION: CASE STUDY OF COLLEGE LECTURERS IN HO CHI MINH CITY

Nguyen Hoang Son¹, Nguyen Thi Hoai Trinh¹, Tran Thanh Phong^{1*}
Nguyen Thai Hung²

¹College Of Foreign Economic Relation, Vietnam

²Ho Chi Minh University of Natural Resources and Environment, Vietnam

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>DOI: 10.52932/jfm.v15i6.438</p> <p><i>Received:</i> October 05, 2023</p> <p><i>Accepted:</i> November 26, 2023</p> <p><i>Published:</i> August 25, 2024</p> <p>Keywords: Keywords: Individual innovation; Job autonomy; Personal values</p> <p>JEL codes: M10, M20, M31</p>	<p>In this study, we use the concept of personal values to predict individual innovation for lecturers at colleges. As a partial mediator of job autonomy, the results suggest that personal values can explain a significant portion of individual innovative behavior. Qualitative research (refining the measures) combined with quantitative one (verifying the model) are used in this study. A convenient sample of 315 elements collected from 3 Colleges in Ho Chi Minh City was included in the analysis. The results show that all hypotheses in the model are statistically significant at the 95% confidence level. Finally, the study has proposed implications for managers in human management that job performance can be promoted by employees' individual values and autonomy.</p>

*Corresponding author:

Email: Thanhphongsenco_vn@yahoo.com.vn



GIÁ TRỊ CÁ NHÂN VÀ TIỀM NĂNG ĐỔI MỚI SÁNG TẠO CÁ NHÂN: NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP GIẢNG VIÊN CÁC TRƯỜNG CAO ĐẲNG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Nguyễn Hoàng Sơn¹, Nguyễn Thị Hoài Trinh¹, Trần Thanh Phong^{1*}
Nguyễn Thái Hưng²

¹Trường Cao đẳng Kinh tế đối ngoại

²Trường Đại học Tài nguyên và Môi trường Thành phố Hồ Chí Minh

THÔNG TIN	TÓM TẮT
<p>DOI: 10.52932/jfm.v15i6.438</p> <p><i>Ngày nhận:</i> 05/10/2023</p> <p><i>Ngày nhận lại:</i> 26/11/2023</p> <p><i>Ngày đăng:</i> 25/08/2024</p> <p>Từ khóa: Đổi mới sáng tạo cá nhân; Giá trị cá nhân; Quyền tự chủ trong công việc.</p> <p>Mã JEL: M10, M20, M31</p>	<p>Nghiên cứu này sử dụng khái niệm giá trị cá nhân để dự báo sự đổi mới sáng tạo cá nhân đối với giảng viên tại các trường Cao đẳng. Với vai trò là trung gian bán phần của quyền tự chủ trong công việc, kết quả cho thấy rằng, giá trị cá nhân có thể giải thích một phần đáng kể hành vi đổi mới sáng tạo cá nhân. Phương pháp định tính (điều chỉnh thang đo) kết hợp với định lượng (kiểm định mô hình) được sử dụng trong nghiên cứu này. Một mẫu thuận tiện gồm 315 phần tử được thu thập từ 3 trường Cao đẳng tại Thành phố Hồ Chí Minh (TPHCM) được đưa vào phân tích. Kết quả nghiên cứu cho thấy, tất cả các giả thuyết trong mô hình đều có ý nghĩa thống kê ở độ tin cậy 95%. Cuối cùng của nghiên cứu là hàm ý được đề xuất cho các nhà quản lý trong công tác quản lý nhân sự rằng, có thể thúc đẩy hiệu quả công việc thông qua thúc đẩy giá trị cá nhân và quyền tự chủ của người lao động.</p>

1. Giới thiệu

Về mặt học thuật, tầm quan trọng của đổi mới sáng tạo đã được các nhà khoa học ghi nhận và nghiên cứu liên quan đến đổi mới và

sáng tạo đã thu hút được nhiều sự chú ý của các học giả trong 20-30 năm qua (de Jong & den Hartog, 2010). Đối với thực tiễn hoạt động doanh nghiệp, đổi mới được công nhận rộng rãi là quan trọng đối với tính hiệu quả và thành công của các tổ chức (Rasmus & Laguna, 2018; Anderson và cộng sự, 2014). Để duy trì được cạnh tranh, tổ chức phải thay đổi liên tục, vì thế tổ chức cần đổi mới sáng tạo liên tục và thúc đẩy

*Tác giả liên hệ:

Email: Thanhphongselco_vn@yahoo.com.vn

người lao động vào tiến trình đó để bảo đảm rằng tổ chức duy trì được sự linh hoạt để có thể cạnh tranh thành công trong thị trường cạnh tranh khắc nghiệt (Budhiraja và cộng sự, 2017). Mặc dù có một số lượng đáng kể bằng chứng thực nghiệm liên quan đến tiền đề của hành vi đổi mới trong các tổ chức, dường như nghiên cứu để tìm ra các yếu tố dự báo cho hành vi đổi mới sáng tạo vẫn còn cần thiết (Hammond và cộng sự, 2011). Gần đây, Anderson và cộng sự (2018) kêu gọi nghiên cứu thêm để mở rộng hiểu biết của chúng ta về sự đổi mới của cá nhân (individual innovation) trong tổ chức. Để giải quyết khoảng trống trong nghiên cứu này, nhóm nghiên cứu giải thích đổi mới của cá nhân dựa trên những đặc tính thuộc về cá nhân. Bởi vì “Giá trị cá nhân” (personal values) là kim chỉ nam trong cuộc sống của con người, ảnh hưởng đến mục tiêu và hành động của họ (Schwartz, 1992), điều quan trọng là phải nghiên cứu vai trò của chúng trong sự đổi mới của con người (Anderson và cộng sự, 2014). Điều này đặc biệt hứa hẹn vì các “giá trị” được coi là động lực quan trọng của hành động trong môi trường tổ chức (Meglino & Ravlin, 1998). Tuy nhiên, các nghiên cứu thực nghiệm liên quan đến các mối quan hệ này đến nay vẫn còn khan hiếm.

Để giải quyết khoảng trống, nghiên cứu hiện tại áp dụng lý thuyết về các giá trị cơ bản của con người của Schwartz (Schwartz’s theory of basic human values) (Schwartz, 1992) để giải thích những yếu tố nào thúc đẩy tính đổi mới sáng tạo cá nhân. Nghiên cứu này đóng góp vào cơ sở lý luận bằng cách cung cấp cái nhìn sâu sắc mới về lý thuyết của Schwartz về các giá trị cơ bản của con người (Schwartz, 1992), cụ thể, nó mở rộng lý thuyết này bằng cách kiểm tra xem liệu các “Giá trị cá nhân” có thúc đẩy con người định hình điều kiện làm việc và kích thích hành vi đổi mới của họ ở nơi làm việc hay không. Hơn nữa, trong khi hầu hết các nghiên cứu trước đây tập trung vào cấp độ đổi mới của tổ chức (Rosenbusch và cộng sự, 2011), nghiên cứu này đề xuất một mô hình khái niệm về cơ chế kích thích đổi mới nơi làm việc của nhân viên, kết hợp cả yếu tố cá nhân và bối cảnh.

Qua quan sát, hoạt động đổi mới sáng tạo nói chung và cụ thể trong hoạt động nghiên cứu khoa học nói riêng trong đội ngũ giảng viên các trường Cao đẳng cho thấy hầu như rất mờ nhạt. Ngay cả những trường Cao đẳng công lập, có tiềm năng về tài chính thì hoạt động này cũng không được chú ý. Bằng cách thu thập thông tin cá nhân về chính sách (hỗ trợ tài chính) cho các hoạt động sáng tạo và nghiên cứu khoa học ở mức rất thấp, ví dụ, một bài báo trong danh mục hội đồng giáo sư nhà nước được hỗ trợ dưới 1 triệu đồng, một bài báo trong danh mục Scopus/ISI được hỗ trợ dưới 7 triệu đồng, các đề tài cấp trường hỗ trợ tài chính không đủ chi.... Điều này dẫn đến một hiện tượng là các giảng viên tập trung vào giảng dạy, chấp nhận giảng dạy vượt trội để bù cho nhiệm vụ nghiên cứu khoa học hoặc “chạy” sao cho có công trình, chứ không quan tâm tới chất lượng. Chính những lý do trên không kích thích sự đổi mới sáng tạo trong công việc.

Mục đích trong nghiên cứu này, là thực nghiệm ảnh hưởng của “Giá trị cá nhân” của giảng viên các trường Cao Đẳng đến tiềm năng “đổi mới sáng tạo cá nhân” của họ. Ngoài ra, nghiên cứu cũng xem xét mối quan hệ của chúng đối với cơ chế kích thích đổi mới nơi làm việc của giảng viên, kết hợp cả yếu tố cá nhân và bối cảnh, cụ thể là “quyền tự chủ” (autonomy) của giảng viên đối với công việc. Các phần sau đây của bài báo này trình bày cơ sở lý thuyết, tiếp theo là mô hình nghiên cứu được đề xuất và các giả thuyết nghiên cứu, phương pháp nghiên cứu và các kết quả và thảo luận. Cuối cùng là kết luận những nội dung chính đã thực hiện và hàm ý quản trị của nghiên cứu.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Khái niệm về Giá trị cá nhân, quyền tự chủ và đổi mới sáng tạo cá nhân

Giá trị cá nhân (Personal Values – PV): Theo Schwartz và Bilsky (1987), “Giá trị cá nhân” được định nghĩa là khái niệm hoặc niềm tin về trạng thái mong muốn”. Giá trị được coi là thành phần trung tâm nhất của hệ thống niềm

tin của một người và là yếu tố trừu tượng nhất của nhận thức xã hội (Homer & Kahle, 1988) và đóng vai trò là cốt lõi để tạo ra thái độ và hành vi (Bagozzi và cộng sự, 2003) của một người, là những gì quan trọng với họ trong cuộc sống. “Giá trị cá nhân” của một người không chỉ thể hiện trong mục tiêu quan trọng trong đời mà ngay những thói quen nhỏ nhặt thường ngày. Hệ thống “Giá trị cá nhân” của mỗi người là nền tảng, là kim chỉ nam trong phong cách sống của mỗi người.

Lý thuyết về các giá trị cơ bản của con người do Schwartz (1992) đề xuất, hiện được coi là cách tiếp cận toàn diện và có cơ sở thực nghiệm nhất đối với các giá trị con người (Cieciuch, 2013). Schwartz lập luận rằng, giá trị là “những mục tiêu chuyển tiếp mong muốn, có tầm quan trọng khác nhau, đóng vai trò là nguyên tắc chỉ đạo trong cuộc sống của một người hoặc thực thể xã hội khác” (Schwartz, 1994). Giả định trung tâm của lý thuyết này là các giá trị cơ bản tạo thành một chuỗi liên tục, tuần hoàn,

phổ quát và được tổ chức phù hợp với động cơ mà chúng thể hiện. Mười giá trị cơ bản được mô tả ban đầu có thể được cấu trúc thành hai chiều lưỡng cực (two bipolar dimensions) như sau: (1) **sự cởi mở để thay đổi** (openness to change) gồm có 2 khía cạnh là “tự định hướng – self-direction và khuyến khích – stimulation” đối lập với **sự bảo thủ** (conservation) gồm có 3 khía cạnh là “truyền thống – tradition, tính tuân thủ – conformity và an ninh – security” và (2) **tính tự tôn bản ngã** (self-transcendence) gồm có 2 khía cạnh là (chủ nghĩa phổ quát – universalism và lòng nhân từ – benevolence) đối lập với **sự tự thúc đẩy** (self-enhancement) gồm có 2 khía cạnh là (quyền lực – power và thành tích – achievement). Các giá trị của chủ nghĩa khoái lạc (hedonism) thuộc về cả 2 nhóm trên (Schwartz, 1992). Sự khác biệt giữa bốn giá trị trên đại diện cho đặc tính của hai khía cạnh này thường được sử dụng trong nghiên cứu (Cieciuch và cộng sự, 2016; Vecchione và cộng sự, 2016), xem bảng 1.

Bảng 1. Mười khía cạnh các giá trị cơ bản của con người theo Schwartz (1992)

Khía cạnh bậc 1	Khía cạnh bậc 2
Sự bảo thủ	Truyền thống Tính tuân thủ An ninh
Sự cởi mở để thay đổi	Tự định hướng Khuyến khích
Sự tự thúc đẩy	Quyền lực Thành tích
Tính tự tôn bản ngã	Chủ nghĩa phổ quát Lòng nhân từ
	Chủ nghĩa khoái lạc

Tuy nhiên, “*tính tự tôn bản ngã*” bao gồm “chủ nghĩa phổ quát và lòng nhân từ”, chúng phản ánh nhu cầu cơ bản của một cá nhân trong việc thiết lập mối quan hệ xã hội với người khác (Arieli & Tenne-Gazit, 2017) và là giá trị trừu tượng nhất trong số các giá trị, chúng dường như không liên quan nhất đến bối cảnh công việc nên khía cạnh này nhóm

nghiên cứu không xem xét đến. Với chủ nghĩa khoái lạc (hedonism) là một khía cạnh thuộc về cả sự tự thúc đẩy (self-enhancement) và sự cởi mở để thay đổi (openness to change) (Schwartz, 2003), không đảm bảo giá trị phân biệt trong mô hình đo lường nên chúng tôi quyết định loại khía cạnh này khỏi mô hình. Ngoài ra ở khía cạnh thứ nhất gồm (1) sự cởi

mở để thay đổi (openness to change) đối lập với sự bảo thủ (conservation) là 2 đặc tính ngược nhau trong cùng một con người, do vậy chúng ta có thể dùng 1 trong 2 thang đo này để đánh giá, không nhất thiết phải dùng cả hai. Trong nghiên cứu này nhóm quyết định dùng đặc tính sự cởi mở để thay đổi (openness to change) để đưa vào mô hình.

Quyền tự chủ trong công việc (Job Autonomy – JA)

Các bài báo khác nhau đều mô tả quyền tự chủ theo cách rất giống nhau. Quyền tự chủ là nhận thức của cá nhân về quyền tự do làm công việc của riêng mình, điều này quyết định cách thức thực hiện công việc (Zigarmi và cộng sự, 2012). Theo Hackman và Oldham (1975), quyền tự chủ là mức độ làm theo ý mình, đưa ra những quyết định quan trọng đối với công việc của mình. Có sự khác biệt giữa một tổ chức và một cá nhân trong khái niệm trao quyền. Đối với tổ chức, đó là sự phân quyền của tổ chức cho cấp dưới. Đối với một cá nhân được trao quyền, đây là trạng thái tâm lý mà nó được tạo ra (nhận thức của cá nhân về sức mạnh mà mình có) (Kazlauskaitė và cộng sự, 2011) và quyền tự chủ là một biểu hiện của đặc điểm tâm lý này. Spreitzer (1995) cho rằng nhân tố này thuộc động lực nội tại, là nhóm các đặc điểm phản ánh xu hướng của cá nhân đến vai trò công việc của chính họ.

Đổi mới sáng tạo cá nhân (Individual Innovation – II)

Đổi mới sáng tạo cá nhân trong tổ chức là biểu hiện hành vi của sự sáng tạo, đó là việc đưa ra ý tưởng, quy trình hoặc sản phẩm thỏa mãn hai tính chất là mới lạ (novel) và hữu dụng (useful) (Oldham & Cummings, 1996). Định nghĩa về đổi mới sáng tạo thì có nhiều bởi vì đây là khái niệm xuất hiện trong nhiều lĩnh vực khác nhau và trong nhiều lý thuyết về xã hội học (Goldsmith & Foxall, 2003). Nó có thể liên hệ với tiến trình sáng tạo (innovative process) thông qua tiến trình này những vật phẩm mới, ý tưởng được đưa ra hoặc tiến trình mới được tạo ra.

2.2. *Mối quan hệ giữa các khái niệm và mô hình nghiên cứu*

2.2.1. Mối quan hệ giá trị cá nhân và quyền tự chủ

Lý thuyết của Schwartz (1992) mô tả tính cởi mở trước những thay đổi giá trị (openness to change), bao gồm khả năng tự định hướng và kích thích (self-direction và stimulation), là tập trung vào “hành động, suy nghĩ và cảm giác độc lập cũng như sự sẵn sàng cho trải nghiệm mới” (Schwartz, 2003). Mục tiêu trọng tâm của việc tự định hướng là sự độc lập của con người, cả trong suy nghĩ lẫn hành động. Schwartz tuyên bố rằng, sự tự định hướng dựa trên cơ chế nhu cầu, một mặt là kiểm soát và làm chủ, mặt khác là các yêu cầu về quyền tự chủ và độc lập (Schwartz, 1992). Kích thích được tập trung vào sự mới lạ, thử thách và hứng thú (Schwartz, 1992). Những giả định lý thuyết này liên quan đến sự tự định hướng và sự kích thích, tạo nên sự cởi mở để thay đổi, điều này đặc biệt có lợi cho sự tự chủ trong công việc của nhân viên. Sagiv và Schwartz (2004) lập luận rằng trong số các khách hàng được tư vấn nghề nghiệp, khả năng tự định hướng có liên quan đến việc bắt đầu hành động, sự tự lực và tính độc lập trong suy nghĩ khi đưa ra quyết định nghề nghiệp. Thật vậy, những phát hiện của họ đã xác nhận rằng, những ưu tiên mà khách hàng dành cho việc tự định hướng có mối tương quan tích cực với hành vi độc lập của họ, theo đánh giá của các nhà tư vấn nghề nghiệp.

Cảm giác tự chủ và độc lập trong công việc dường như rất quan trọng để đạt được sự kiểm soát đối với các đồng nghiệp khác và đạt được sự thỏa mãn. Một nhân viên tự tin và tự chủ có thể thể hiện được năng lực của mình ở nơi làm việc. Vì vậy, các mục tiêu của việc tự thúc đẩy có thể đạt được. Một công việc có tính tự chủ cao sẽ có nhiều thách thức hơn và tạo ra cảm giác trách nhiệm cá nhân cũng như kiểm soát kết quả tại nơi làm việc (Sousa và cộng sự, 2012; Hackman & Oldham, 1980). Mumford (2000) cho rằng, **quyền lực và thành tích** (power và achievement) là động cơ mạnh mẽ đối với những người có xu hướng độc lập. Ngoài ra, giá

trị thành tích của khách hàng được tư vấn nghề nghiệp được phát hiện là có liên quan tích cực đến hành vi độc lập của họ (Sagiv & Schwartz, 2004), và giá trị tự thúc đẩy (self-enhancement) hơn dự đoán ý định khởi nghiệp trong sự nghiệp của sinh viên từ các quốc gia khác nhau (Gorgievski và cộng sự, 2017).

Từ những phân tích trên ta có thể đưa ra giả thuyết như sau:

Giả thuyết H1: Giá trị cá nhân của giảng viên có tác động cùng chiều tới quyền tự chủ của họ.

2.2.2. *Mối quan hệ giá trị cá nhân và đổi mới sáng tạo cá nhân*

Giá trị cá nhân có liên quan chặt chẽ đến động lực và do đó giúp giải thích hành vi (Cieciuch, 2017). Hành vi thể hiện giá trị cá nhân của con người, giúp họ đạt được mục tiêu và nguyện vọng cá nhân (Bardi & Schwartz, 2003). Mọi người được thúc đẩy hành xử phù hợp với các giá trị của họ bởi vì họ tìm kiếm cảm giác nhất quán giữa niềm tin và hành động của mình (Rokeach, 1973). Do đó, nhân viên sẵn sàng dựa vào các giá trị cá nhân của họ trong việc đưa ra quyết định, lựa chọn hành động và biện minh cho hành vi của mình (Arieli & Tenne-Gazit, 2017). Giá trị cá nhân, là nguyên tắc chỉ đạo trong cuộc sống, cũng có thể ảnh hưởng đến khả năng sáng tạo và hành vi đổi mới của họ (Anderson và cộng sự, 2014). Thật vậy, một số nghiên cứu đã chỉ ra những mối quan hệ này như (Sousa & Coelho, 2011; Lipponen và cộng sự, 2008). Từ những bằng chứng trên ta có thể đưa ra giả thuyết như sau:

Giả thuyết H2: Giá trị cá nhân của giảng viên có tác động cùng chiều tới đổi mới sáng tạo cá nhân của họ.

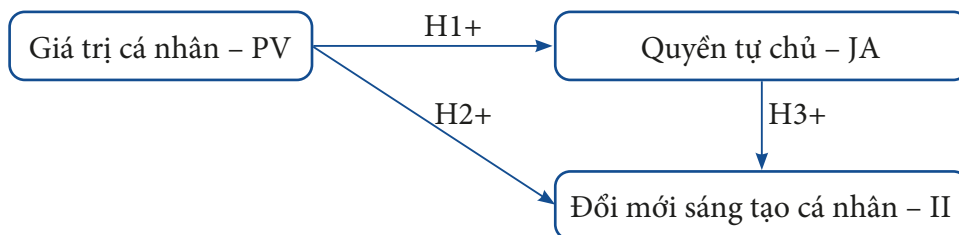
2.2.3. *Mối quan hệ quyền tự chủ và đổi mới sáng tạo cá nhân*

Lý thuyết sự tự quyết-SDT đã khẳng định việc thỏa mãn ba nhu cầu tâm lý cơ bản là rất quan trọng đối với động lực nội tại và các hệ quả của nó như: *sự đổi mới sáng tạo cá nhân, sự hài lòng và cả hạnh phúc trong tâm lý* (Gagné & Deci, 2005). Tự chủ trong công việc được biết đến là tiền đề quan trọng trong bối cảnh của sự sáng tạo và đổi mới (Anderson và cộng sự, 2014). Được tự do thực hiện công việc của mình, nhân viên có thể tìm kiếm và phát triển các phương pháp làm việc phù hợp với họ một cách tối ưu (De Spiegelaere và cộng sự, 2015). Không gian làm việc như vậy là cần thiết cho sự sáng tạo và hành vi đổi mới (De Spiegelaere và cộng sự, 2015). Theo đó, Dierdorff và Morgeson (2013) lập luận rằng, bằng cách có quyền tự do trong vai trò công việc, các cá nhân có thể chủ động và thực hiện một cách sáng tạo vì họ ít bị hạn chế hơn trong việc thực hiện vai trò của họ. Từ những phân tích trên có cơ sở để thiết lập giả thuyết sau:

Giả thuyết H3: Quyền tự chủ của giảng viên có tác động cùng chiều tới đổi mới sáng tạo cá nhân của họ.

2.2.4. *Mô hình nghiên cứu*

Từ những mối quan hệ được thiết lập trên, mô hình nghiên cứu được đề xuất như sau:



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

3. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp kết hợp (định tính và định lượng) được sử dụng trong nghiên cứu. Trong đó nghiên cứu định tính dùng để điều chỉnh thang đo nhằm thích hợp hóa với bối cảnh nghiên cứu là giảng viên các trường Cao đẳng tại TPHCM, nghiên cứu định lượng để đánh giá độ tin cậy của thang đo và kiểm định mô hình cấu trúc.

Quy trình nghiên cứu

Hai giai đoạn nghiên cứu sơ bộ và nghiên cứu chính thức được thực hiện, cụ thể được chia thành 3 bước: (1) Tổng quan tài liệu và thu thập bằng chứng thực nghiệm để xây dựng mô hình, (2) Thích hợp hóa thang đo bằng kỹ thuật thảo luận nhóm trong nghiên cứu định tính; (3) Phân tích độ tin cậy của thang đo và kiểm định mô hình lý thuyết (phân tích CFA và SEM).

Kiểm định độ tin cậy Cronbach'Alpha và phân tích EFA

Cronbach's Alpha sơ bộ và được phân tích để đánh giá độ tin cậy của thang đo. Hệ số tin cậy của thang đo được chấp nhận khi có $0,6 \leq$ hệ số Cronbach's Alpha $\leq 0,95$ và hệ số tương quan biến-tổng của các biến đo lường $\geq 0,3$ (Nunnally & Bernstein, 1994). Phân tích EFA ở giai đoạn sơ bộ với phương pháp trích PCA với phép xoay varimax. Trọng số nhân tố được đánh giá là đạt yêu cầu khi $\geq 0,5$ và giá trị phân biệt là $\geq 0,3$ (Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008).

Phân tích CFA: Phân tích chính thức được thực hiện bằng phân tích nhân tố khẳng định CFA tới hạn. Trong CFA để đo lường mức độ phù hợp của mô hình với dữ liệu thị trường, người ta thường sử dụng những chỉ số sau để đánh giá: “Chi-square (CMIN); Chi-square hiệu chỉnh theo bậc tự do (CMIN/df); Chỉ số tích hợp so sánh (CFI – Comparative Fit Index). Chỉ số Tucker & Lewis (TLI – Tucker & Lewis Index); Chỉ số phù hợp mô hình (GFI – Goodness of Fit Index); Chỉ số căn bậc hai

của bình phương sai số RMSEA (Root Mean Square Error Approximation)” (Nguyễn Đình Thọ, 2013).

Kiểm định mô hình SEM

Phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính SEM được sử dụng để kiểm định mô hình lý thuyết đề nghị với độ tin cậy 95% và sự trợ giúp bởi phần mềm phân tích dữ liệu thống kê AMOS 24.

Mẫu nghiên cứu và thang đo

Trong nghiên cứu chính thức được thực hiện với một mẫu thuận tiện với 315 phần tử từ 350 phiếu khảo sát được phát ra (thu về tỷ lệ 90,0%). Thông tin được thu thập từ các giảng viên của ba trường Cao đẳng tại TPHCM là: Trường Cao đẳng Thủ Đức, Trường Cao đẳng Lý Tự Trọng và Trường Cao đẳng Văn Hóa, Nghệ Thuật và Du Lịch Sài Gòn. Trong nghiên cứu này, các thang đo được tham khảo từ những thang đo của những nhà nghiên cứu trước đây như: Thang đo về “Giá trị cá nhân” tham khảo 8 quan sát từ thang đo của Schwartz (1992). Thang đo “giá trị cá nhân” là thang đo bậc 2 gồm 2 thành phần là (1) *sự cởi mở để thay đổi* (Openness to Change – OC) và (2) *sự tự thúc đẩy* (Self-Enhancement – SE) ví dụ như: “*Nghĩ ra những ý tưởng mới và sáng tạo là điều quan trọng đối với tôi, tôi thích làm mọi thứ theo cách độc đáo của riêng mình hay Đối với tôi, điều quan trọng là phải độc lập, tôi thích dựa vào chính mình hay Tôi thích sự bất ngờ*”. Trong khi đó thang đo về quyền tự chủ trong công việc (Job Autonomy – JA), là thang đo bậc 1, tham khảo từ 3 quan sát của Spreitzer (1995), ví dụ như: “*Trong công việc, tôi có quyết định cách để thực hiện công việc của tôi hay Trong công việc, tôi có cơ hội tự do và độc lập trong quyết định*”. Cuối cùng thang đo “đổi mới sáng tạo cá nhân” là thang đo bậc 2 gồm 2 thành phần là (1) *sẵn sàng thay đổi* (Willing to Try – WT) và (2) *sáng tạo độc đáo* (Creative Original – CO), tham khảo 9 quan sát của Goldsmith (2011), ví dụ như: “*Trong công việc, tôi biết mình là thành viên đầu tiên chấp nhận cái mới hay Trong công việc, tôi hay tìm những cách mới để thực hiện công việc hay Trong công việc, tôi thích tìm ý tưởng mới*”.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Thống kê mẫu khảo sát

Việc khảo sát chính thức được thực hiện bằng bảng câu hỏi (phiếu khảo sát) đánh giá

cho điểm theo thang đo điểm 5 được gửi cho các giảng viên các trường Cao đẳng tại TPHCM. Số liệu thống kê về phiếu khảo sát được liệt kê trong bảng 1.

Bảng 1. Thống kê phiếu khảo sát

Trường Cao đẳng	Tần số	Phần trăm (%)
1 CĐ Thủ Đức	121	38,0
2 CĐ Lý Tự Trọng	135	43,0
3 CĐ VHNTDL Sài Gòn	59	19,0
Tổng	315	100,0

Nghiên cứu định tính được thực hiện bằng hình thức thảo luận với chuyên gia, 3 chuyên gia làm việc tại phòng Khoa học Công nghệ và 3 giảng viên có kinh nghiệm giảng dạy tại trường (thời gian giảng dạy > 5 năm) được mời để góp ý chỉnh sửa nội dung các quan sát cho dễ hiểu và phù hợp hơn với ngữ cảnh nghiên cứu. Kết quả là nội dung các quan sát được điều chỉnh nhỏ nhằm cho người đọc dễ hiểu, Ví dụ như “Anh/chị” được đổi thành “Tôi” hay thay đổi ngữ nghĩa của câu hỏi bằng cách gắn bối cảnh nghiên cứu, nghề nghiệp của đáp viên.

4.2. Kết quả nghiên cứu định lượng

Phân tích độ tin cậy Cronbach’s Alpha

Tiến hành phân tích hệ số Cronbach’s Alpha cho 107 phiếu khảo sát sơ bộ và 315 phiếu khảo sát chính thức với 5 biến tiềm ẩn (3 khái niệm nghiên cứu). Sau khi phân tích Cronbach’s Alpha cho tất cả 5 biến tiềm ẩn ở trên, tất cả thỏa mãn (ngoại trừ 1 biến quan sát thuộc CO), hệ số Cronbach’s Alpha $\geq 0,6$ và hệ số tương quan biến-tổng $> 0,30$ (xem bảng 2)

Bảng 2. Hệ số Cronbach’s Alpha

STT	Biến tiềm ẩn	Hệ số Cronbach’s Alpha	Số biến quan sát
1	OC	0,756	4
2	SE	0,854	4
3	JA	0,711	3
4	WT	0,854	4
5	CO	0,811	4 (1 biến quan sát bị loại)

Phân tích nhân tố EFA

Phân tích nhân tố dùng để đánh giá độ hội tụ, giá trị phân biệt của các biến quan sát theo các thành phần. Với giả thuyết đặt ra trong phân tích này là giữa 19 biến quan sát trong tổng thể không có mối tương quan với nhau. Kiểm định KMO và Barlett’s trong Phân tích nhân tố có kết quả sig = 0,000 và hệ số KMO = 0,845 > 0,5,

qua đó bác bỏ giả thuyết trên, chúng tôi phân tích nhân tố khám phá (EFA) thích hợp được sử dụng trong nghiên cứu này xem bảng 3. Kết quả phân tích với các biến độc lập với phương pháp trích Principal Component, phép quay Varimax trích được 5 nhân tố tại eigenvalue $1,268 \geq 1$, với tổng phương sai trích TVE là $76,075\% \geq 50\%$.

Bảng 3. Phân tích EFA với ma trận xoay

Biến quan sát	Hệ số tải nhân tố				
	Nhân tố 1	Nhân tố 2	Nhân tố 3	Nhân tố 4	Nhân tố 5
OC1	0,785				
OC2	0,824				
OC3	0,831				
OC4	0,825				
CO1		0,813			
CO2		0,821			
CO3		0,807			
CO4		0,743			
SE1			0,830		
SE2			0,778		
SE3			0,750		
SE4			0,844		
WT1				0,811	
WT2				0,798	
WT3				0,706	
WT4				0,763	
JA1					0,793
JA2					0,774
JA3					0,600
Hệ số KMO					0,845
Sig. (Batlett test)					0,000
Eigenvalue	5,506	2,175	1,981	1,813	1,268
Phương sai trích	28,980	40,430	50,858	60,400	76,075

Phân tích nhân tố khẳng định CFA

Mô hình tối hạn bao gồm 5 biến tiềm ẩn với 19 quan sát, kết quả như sau: CFA mô hình tối hạn ở Phụ lục 2 (*xem Phụ lục 2 online*) cho thấy, mô hình đạt yêu cầu cụ thể như sau: Chi bình phương = 184,568 với 145 bậc tự do với $p=0,015$. Tuy nhiên Chi bình phương hiệu chỉnh $CMIN/df= 1,273 < 2$, $RMSEA= 0,029 < 0,05$ và các chỉ số $GFI=0,942$; $CFI=0,983$, $TFI=0,980$ tất cả đều $> 0,9$ (Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang, 2008).

Trọng số tải của tất cả các quan sát đều $> 0,5$ và có ý nghĩa thống kê ($p < 0,001$). Trên bảng 4 cho thấy, hệ số tương quan giữa các khái niệm nghiên cứu đều khác 1 có ý nghĩa thống kê vì vậy thỏa mãn giá trị phân biệt (tất cả các $AVE > MSV$), hệ số tin cậy tổng hợp (tất cả các $CR > 0,5$), tổng phương sai trích đều thỏa mãn (tất cả các $AVE > 0,5$).

Bảng 4. Giá trị mô hình

	CR	AVE	MSV	MaxR(H)	JA	PV	II
JA	0,828	0,549	0,270	0,847	0,741		
PV	0,773	0,533	0,276	0,778	0,258***	0,730	
II	0,820	0,535	0,276	0,831	0,325***	0,525***	0,731

Phân tích mô hình cấu trúc

Kết quả SEM (chuẩn hóa) cho thấy các chỉ số mô hình đều đạt yêu cầu. Cụ thể: Chi bình phương = 184,568 với 145 bậc tự do với $p = 0,015$. Tuy nhiên Chi bình phương hiệu chỉnh $CMIN/df = 1,273 < 2$, $RMSEA = 0,029 < 0,05$ và các chỉ số $GFI = 0,942$; $CFI = 0,983$, $TFI = 0,980$

tất cả đều $> 0,9$ (Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang, 2008) (*xem Phụ lục 3 online*). Kết quả ước lượng chuẩn hóa các tham số chính được trình bày trong bảng 4. Kết quả này cho thấy các mối quan hệ (giả thuyết) đều có ý nghĩa thống kê ở mức ý nghĩa 5%.

Bảng 5. Kết quả kiểm định SEM chuẩn hóa

				Estimate	S.E.	C.R.	P
H2	JA	<---	PV	0,456	0,288	3,270	0,001
H1	II	<---	PV	0,980	0,358	3,473	0,000
H3	II	<---	JA	0,245	0,097	1,546	0,048

4.3. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Kết quả phân tích mô hình cấu trúc SEM cho thấy, ba giả thuyết H1, H2, H3 đều có ý nghĩa thống kê điều này có bằng chứng giá có mối quan hệ của 3 khái niệm trong nghiên cứu này.

Thông qua kết quả kiểm định mô hình lý thuyết cho thấy, quyền tự chủ là trung gian bán phần đối với 2 khái niệm còn lại, có nghĩa là giá trị cá nhân vừa có tác động trực tiếp vừa có tác động gián tiếp. Xem xét hệ số tác động cho thấy, tác động trực tiếp từ giá trị cá nhân tới đổi mới sáng tạo là rất lớn ($\beta = 0,980$), trong khi đó tác động từ quyền tự chủ đến đổi mới sáng tạo cá nhân là khá nhỏ ($\beta = 0,245$). Điều này cho thấy tác động của giá trị cá nhân tới sự đổi mới sáng tạo của họ là chủ yếu. Tuy nhiên mối quan hệ tác động trung gian vẫn có ý nghĩa, cho thấy môi trường ngoại cảnh cũng có tác động tới kết quả này.

Nhiều nghiên cứu có kết quả giống như kết quả của nghiên cứu này, cho rằng những nhân

viên có giá trị cá nhân cao được cho là có tính đổi mới cao hơn, điều này phù hợp với kết quả nghiên cứu trước đây của Sousa và Coelho (2011), Taştan và Davoudi (2017). Tuy nhiên, kết quả nghiên cứu này lại trái ngược với kết quả của Dollinger và cộng sự (2007), cho rằng quyền lực có mối quan hệ tiêu cực với sự sáng tạo.

5. Kết luận và hàm ý

5.1. Kết luận

Trong nghiên cứu này lý thuyết về các giá trị cơ bản của con người của Schwartz dùng để giải thích những yếu tố nào thúc đẩy tính đổi mới sáng tạo cá nhân. Cụ thể, nó mở rộng lý thuyết này bằng cách kiểm tra xem liệu các “Giá trị cá nhân” có thúc đẩy con người định hình điều kiện làm việc và kích thích hành vi đổi mới của họ ở nơi làm việc. Mô hình được xây dựng bởi các khái niệm như: giá trị cá nhân, quyền tự chủ tại nơi làm việc và đổi mới sáng tạo cá nhân và mối quan hệ giữa chúng được kiểm định với

đối tượng khảo sát là các giảng viên Cao Đẳng tại các trường tại TP HCM.

Trong nghiên cứu này mô hình nghiên cứu với 3 khái niệm và 5 biến tiềm ẩn có tất cả 20 biến quan sát. Nghiên cứu thực hiện đánh giá độ tin cậy của thang đo sơ bộ sau khi thực hiện nghiên cứu định tính. Sau khi thực hiện Cronbach's Alpha và EFA sơ bộ, một quan sát bị loại. Giai đoạn phân tích chính thức, phân tích CFA tới hạn được thực hiện, tất cả các chỉ số mô hình đều thỏa mãn. Mô hình cấu trúc được tiến hành phân tích để kiểm định các giả thuyết, kết quả cho thấy tất cả ba giả thuyết nghiên cứu đều có ý nghĩa thống kê ở mức 95%. Kết quả cho thấy quyền tự chủ trong công việc là trung gian bán phần trong mối liên hệ giữa giá trị cá nhân và đổi mới sáng tạo của người lao động.

5.2. Hàm ý của nghiên cứu

Căn cứ vào kết quả, nghiên cứu có một số ý nghĩa thực tiễn. Kết quả mang nhiều giá trị tham khảo cho các nhà quản lý hoặc chuyên gia nhân sự. Thông qua đây có thể thấy rõ hơn các yếu tố dự báo hành vi đổi mới trong tổ chức vì đổi mới là một trong những nguồn gốc của sự thành công và khả năng cạnh tranh của tổ chức (Woodman và cộng sự, 1993). Giá trị cá nhân là những đặc điểm tương đối ổn định (Schwartz, 1992), và do đó, không dễ để điều chỉnh chúng cho phù hợp với những tình huống cụ thể. Do đó, khi biết giá trị nào của nhân viên có liên quan tích cực đến hành vi đổi mới của họ, bộ phận nhân sự có thể sử dụng kiến thức này trong quá trình lựa chọn và tuyển dụng cũng

như trong các sáng kiến thiết kế công việc. Bên cạnh đó, các nhà quản lý có thể hỗ trợ hành vi đổi mới của nhân viên bằng cách trao cho họ nhiều quyền tự chủ hơn trong công việc và bằng cách này, xây dựng một môi trường làm việc thân thiện với đổi mới hơn. Cũng có thể phát triển tính đổi mới thông qua các chương trình đào tạo kích thích tính sáng tạo. Đối với những giảng viên trong trường Cao đẳng, để thúc đẩy sự sáng tạo cá nhân, nhà trường trước nhất cần có chính sách hỗ trợ tài chính và cả thời gian đối với những cá nhân và tập thể có những đề tài nghiên cứu và đặc biệt những đề tài có tính ứng dụng cao và công bố trên các tạp chí khoa học uy tín. Ngoài ra, khen thưởng và tôn vinh cá nhân chính là thừa nhận, thúc đẩy giá trị cá nhân của họ, điều này sẽ có tác động tích cực như kết quả của nghiên cứu này khuyến cáo.

5.3. Hạn chế của nghiên cứu

Cũng như hầu hết các nghiên cứu, nghiên cứu này cũng có một vài hạn chế như sau: (1) mẫu nghiên cứu trong nghiên cứu được chọn lựa với phương pháp chọn mẫu thuận tiện. Đây là cách lấy mẫu phi xác suất. Kết quả nghiên cứu sẽ tổng quát hóa tốt hơn nếu việc thực hiện lấy mẫu là xác suất; (2) Trong nghiên cứu đối tượng khảo sát chỉ được thực hiện đối với giảng viên của trường Cao đẳng, sẽ là tốt hơn nếu phạm vi lấy mẫu được thực hiện với diện rộng và với giảng viên các trường Đại học; (3) Trong nghiên cứu này phạm vi không gian chỉ giới hạn ở TP HCM, sẽ là tổng quát hơn nếu phạm vi điều tra là cả nước.

Tài liệu tham khảo

- Anderson, N., Potočnik, K., Bledow, R., Hülsheger, U. R., and Rosing, K. (2018). Innovation and creativity in organizations. In D. S. Ones, N. Anderson, H. K. Sinangil & C. Viswesvaran (eds.), *The SAGE Handbook of Industrial, Work and Organizational Psychology* (Vol. 3). London: SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781473914964>
- Anderson, N., Potočnik, K., & Zhou, J. (2014). Innovation and creativity in organizations: a state-of-the-science review, prospective commentary, and guiding framework. *Journal of Management*, 40(5), 1297-1333. <https://doi.org/10.1177/0149206314527128>
- Arieli, S., & Tenne-Gazit, O. (2017). Values and behavior in a work environment: taking a multi-level perspective. In: S. Roccas, L. Sagiv (eds), *Values and Behavior: Taking a cross-cultural perspective* (pp. 115-141). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-56352-7_6

- Bagozzi, R. P., Bergami, M., & Leone, L. (2003). Hierarchical Representation of Motives in Goalsetting. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 915–943. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0021-9010.88.5.915>
- Bardi, A., & Schwartz, S. H. (2003). Values and behavior: strength and structure of relations. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29(10), 1207-1220. <https://doi.org/10.1177/0146167203254602>
- Budhiraja, S., Pathak, U. K., & Kaushik, N. (2017). A framework for untapped creativity: leveraging components of individual creativity for organizational innovation. *Development and Learning in Organizations*, 31(6), 7-9. <https://doi.org/10.1108/DLO-05-2017-0050>
- Cieciuch, J. (2013). *Kształtowanie się systemu wartości od dzieciństwa do wczesnej dorosłości*. Warszawa: Wydawnictwo Liberi Libri.
- Cieciuch, J., Davidov, E., & Algesheimer, R. (2016). The stability and change of value structure and priorities in childhood: a longitudinal study. *Social Development*, 25(3), 503-527. <https://doi.org/10.1111/sode.12147>
- Cieciuch, J. (2017). Exploring the complicated relationship between values and behaviour. In: S. Roccas, L. Sagiv (eds.), *Values and behavior: Taking a cross-cultural perspective* (pp. 237-247). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-56352-7_11
- De Jong, J., & Den Hartog, D. (2010). Measuring innovative work behaviour. *Creativity and Innovation Management*, 19(1), 23–36. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8691.2010.00547.x>
- De Spiegelaere, S., Van Gyes, G., De Witte, H., & Van Hootehem, G. (2015). Job design, work engagement and innovative work behavior: a multi-level study on Karasek’s learning hypothesis. *Management Revue*, 26(2), 123–137. <https://doi.org/10.1688/mrev-2015-02-DeSpiegelaere>
- Dierdorff, E. C., and Morgeson, F. P. (2013). Getting what the occupation gives: exploring multilevel links between work design and occupational values. *Personnel Psychology*, 66(3), 687-721. <https://doi.org/10.1111/peps.12023>
- Dollinger, S. J., Burke, P. A., & Gump, N. W. (2007). Creativity and values. *Creativity Research Journal*, 19(2-3), 91–103. <https://doi.org/10.1080/10400410701395028>
- Gagné, M., & Deci, E. L. (2005). Self-determination theory and work Motivation. *Journal of Organizational Behavior*, 26, 331-362. <https://doi.org/10.1002/job.322>
- Goldsmith, R. E. (2011). The validity of a scale to measure global innovativeness. *The Journal of Applied Business Research*, 7(2), 89-97. <https://doi.org/10.19030/jabr.v7i2.6249>
- Goldsmith, R. E., & Foxall, G. R. (2003). The Measurement of Innovativeness. In L. V. Shavinina (Ed.), *The International Handbook on Innovation* (pp. 321–330). UK: Elsevier Science.
- Gorgievski, M. J., Stephan, U., Laguna, M., & Moriano, J. A. (2017). Predicting entrepreneurial career intentions: values and the theory of planned behavior. *Journal of Career Assessment*, 26(3), 457-475. <https://doi.org/10.1177/1069072717714541>
- Hackman, J. R., & Oldham, G. R. (1975). Development of the Job Diagnostic Survey. *Journal of Applied Psychology*, 60(2), 159-170. <https://doi.org/10.1037/h0076546>
- Hackman, J. R., & Oldham, G. R. (1980). *Work redesign*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Hammond, M. M., Neff, N. L., Farr, J. L., Schwall, A. R., & Zhao, X. (2011). Predictors of individual-level innovation at work: a meta-analysis. *Psychology of aesthetics, creativity, and the arts*, 5(1), 90–105. <https://doi.org/10.1037/a0018556>
- Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008). *Phân tích dữ liệu với SPSS*. NXB. Thống Kê.
- Homer, P. M., & Kahle, L. R. (1988). A Structural Equation Test of the Value–Attitude–Behavior Hierarchy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 638-646. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0022-3514.54.4.638>

- Kazlauskaitė, R., Buciuniene, I., & Turauskas, L. (2011). Organizational and psychological empowerment in the HRM-performance linkage. *Personnel Review*, 34(3), 138-158. <http://doi.org/10.1108/01425451211191869>
- Lipponen, J., Bardi, A., & Haapamäki, J. (2008). The interaction between values and organizational identification in predicting suggestion-making at work. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 81(2), 241-248. <https://doi.org/10.1348/096317907X216658>
- Meglino, B. M., & Ravlin, E. C. (1998). Individual values in organizations: concepts, controversies, and research. *Journal of Management*, 24(3), 351-389. [https://doi.org/10.1016/S0149-2063\(99\)80065-8](https://doi.org/10.1016/S0149-2063(99)80065-8)
- Mumford, M. D. (2000). Managing creative people: strategies and tactics for innovation. *Human Resource Management Review*, 10(3), 313-351. [https://doi.org/10.1016/S1053-4822\(99\)00043-1](https://doi.org/10.1016/S1053-4822(99)00043-1)
- Nguyễn Đình Thọ (2013). *Giáo trình phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh*. NXB. Tài chính.
- Nguyễn Đình Thọ, Nguyễn Thị Mai Trang (2008). *Nghiên cứu khoa học Marketing: ứng dụng mô hình cấu trúc tuyến tính SEM*. NXB Đại Học Quốc Gia TP HCM. <https://thuvienso.hcmute.edu.vn/doc/nghien-cuu-khoa-hoc-marketing-ung-dung-mo-hinh-cau-truc-tuyen-tinh-sem-660809.html>
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory* (3rd ed). New York: McGraw-Hill
- Oldham, G. R., & Cummings, A. (1996). Employee Creativity: Personal and Contextual Factors at Work. *Academy of Management Journal*, 39(3), 607-634. <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/256657>
- Rasmus, W., & Mielniczuk, E. (2018). Common method bias in questionnaire research. *Polskie Forum Psychologiczne*, 23(2), 277-290. <https://doi.org/10.14656/PFP20180204>
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. New York: Free Press.
- Rosenbusch, N., Brinckmann, J., & Bausch, A. (2011). Is innovation always beneficial? A meta-analysis of the relationship between innovation and performance in SMEs. *Journal of Business Venturing*, 26(4), 441-457. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.12.002>
- Sagiv, L., & Schwartz, S. H. (2004). Values, intelligence and client behavior in career counseling: a field study. *European Journal of Psychology of Education*, 19, 237-254. <https://doi.org/10.1007/BF03173222>
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: theoretical advances and empirical tests in 20 countries. *Advances in Experimental Social Psychology*, 25, 1-65. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60281-6](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60281-6)
- Schwartz, S. H. (1994). Are there universal aspects in the structure and contents of human values?. *Journal of Social Issues*, 50(4), 19-45. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1994.tb01196.x>
- Schwartz, S. H. (2003). A proposal for measuring value orientations across nations. *Questionnaire Package of the European Social Survey*, 259-315. https://www.researchgate.net/publication/312444842_A_proposal_for_measuring_value_orientations_across_nations
- Schwartz, S. H., & Bilsky, W. (1987). Toward a Psychological Structure of Human Values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53(3), 550-562. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0022-3514.53.3.550>
- Sousa, C. M. P., & Coelho, F. (2011). From personal values to creativity: evidence from frontline service employees. *European Journal of Marketing*, 45(7/8), 1029-1050. <https://doi.org/10.1108/03090561111137598>
- Sousa, C. M. P., Coelho, F., & Guillamon-Saorin, E. (2012). Personal values, autonomy, and self-efficacy: evidence from frontline service employees. *International Journal of Selection and Assessment*, 20(2), 159-170. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2389.2012.00589.x>
- Spreitzer, G. M. (1995). Psychological empowerment in the workplace: dimensions, measurement, and validation. *Academy of Management Journal*, 38(5), 1442-1465. <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/256865>

- Taştan, D. D. S., & Davoudi, S. M. M. (2017). The relationship between organisational climate and organisational innovativeness: testing the moderating effect of individual values of power and achievement. *International Journal of Business Innovation and Research*, 12(4), 465–483. <https://doi.org/10.1504/IJBIR.2017.10003335>
- Vecchione, M., Döring, A. K., Alessandri, G., Marsicano, G., & Bardi, A. (2016). Reciprocal relations across time between basic values and value-expressive behaviors: A longitudinal study among children. *Social Development*, 25(3), 528-547. <https://doi.org/10.1111/sode.12152>
- Woodman, R. W., Sawyer, J. E., & Griffin, R. W. (1993). Toward a theory of organizational creativity. *Academy of Management Review*, 18(2), 293-321. <https://doi.org/10.2307/258761>
- Zigarmi, D., Nimon, K., Houson, D., Witt, D., & Diehl, J. (2012). The work intention inventory: initial evidence of construct validity. *Journal of Business Administration Research*, 1(1), 24-42. <https://doi.org/10.5430/jbar.v1n1p24>