



إدراك دعم المشرفين ودعم الزملاء للابتكار كمتغيرات معدلة للعلاقة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين – دراسة ميدانية

إعداد

د. ممدوح عبد الحفيظ عبد الحميد صبرة

مدرس إدارة الأعمال

المعهد العالي لنظم التجارة الإلكترونية بسوهاج

drmamdouhhic@gmail.com

المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية

كلية التجارة- جامعة دمياط

المجلد السادس - العدد الثاني - الجزء الثالث - يوليو ٢٠٢٥

التوثيق المقترح وفقاً لنظام APA:

صبرة، ممدوح عبد الحفيظ عبد الحميد (٢٠٢٥). إدراك دعم المشرفين ودعم الزملاء للابتكار كمتغيرات معدلة للعلاقة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين – دراسة ميدانية، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، كلية التجارة، جامعة دمياط، ٦(٢)٣، ٨٦٩-٩١٤.

رابط المجلة: <https://cfdj.journals.ekb.eg>

إدراك دعم المشرفين ودعم الزملاء للابتكار كمتغيرات معدلة للعلاقة بين

الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين – دراسة ميدانية

د. ممدوح عبد الحفيظ عبد الحميد صبرة

مستخلص:

استهدفت الدراسة تحليل العلاقة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين واختبار الدور المعدل لإدراك دعم المشرفين ودعم الزملاء للابتكار في هذه العلاقة. وقد أجريت الدراسة علي عينة طبقية بلغ حجمها 380 مفردة من العاملين في شركات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات والشركات التابعة. وقد تم اختبار الفروض باستخدام تحليل الانحدار البسيط وتحليل الانحدار الهرمي ذو المتغيرات المعدلة والتحليل الفرعي للمجموعات.

وتوصلت الدراسة إلي العديد من النتائج أبرزها: توجد علاقة ارتباط جوهرية موجبة بين الشخصية المبدعة وبين السلوك الابتكاري للعاملين، وأن دعم المشرفين ودعم الزملاء للابتكار لعبا دوراً معدلاً في هذه العلاقة. هذا وقد تم مناقشة وتفسير هذه النتائج واستخلاص دلالاتها ومضامينها علي الصعيدين النظري والتطبيقي، وكذلك تم تقديم آفاق البحث المستقبلية.

الكلمات المفتاحية:

الشخصية المبدعة – السلوك الابتكاري للعاملين- دعم الزملاء للابتكار- دعم المشرفين للابتكار .

١- تقديم :

تُشكّل التطورات التكنولوجية السريعة وحالة عدم اليقين والمنافسة الشرسة في بيئة الأعمال تهديداً لبقاء المنظمات، ولذا كان من الضروري أن تواجه تلك المنظمات هذه التهديدات من خلال مواصلة الابتكار وبذل الجهد في إشراك العاملين في مهام العمل الإبداعي، وتشجيعهم على إظهار سلوكيات العمل الابتكارية وفهم العوامل التي تُحفّز هذه السلوكيات لديهم (Afsar & Badir, 2015; Kusumawardani & Nury, 2018; Al-Hawari, Bani-Melhem, & Shamsudin, 2019; Jaruwanaikul, & Vongurai, 2021; Wartini, Hikmah, & Ranihusna, 2023).

وتبين الأدبيات أن السلوك الابتكاري للعاملين يعد مصدراً رئيسياً لاكتساب الميزة التنافسية والحفاظ عليها وتحقيق الفعالية التنظيمية (Zhu & Zhang, 2019; Hatchawan, 2017; Iqbal, Nazir, & Ahmad, 2022) كما أن هذا السلوك هو مسار حاسم يمكن للمنظمات من خلاله مواصلة تحقيق التنمية المستدامة (Almulhim, 2020) ، ومواجهة المنافسة شديدة الوطأة في بيئة الأعمال واستغلال الفرص لتقديم منتجات جديدة تؤثر في بقائها على المدى الطويل (Anderson, Potočnik & Zhou, 2014; Newman, et al, 2018; Arasli, Arici, & Kole, 2020; Mutonyi, 2022).

هذا ويمكن النظر إلى السلوك الابتكاري كأحد المترتبات الموجبة للعوامل الشخصية مثل مشاركة المعرفة الابتكارية (Wang, 2025)، التأهيل العالي المدرك للموظف والثقة بالذات (Ma, 2024)، رأس المال النفسي (Khattak, Ghani & Huo, 2024)، الكفاءة الذاتية الإبداعية (Zhang, Zhang & Wang, 2024)، وكذلك العوامل التنظيمية مثل سلوكيات القادة (Liman, et al, 2024) والشخصية المبدعة (Zhou, 2021) وسلوكيات القادة (Yang, et al, 2021; Hussain, Luu & Marjoribanks, 2025; Imran, et al, 2025; Su & Hahn, 2025; Rasheed, et al, 2024) والداعمة (Chaiyapruksayanonde & Ponchaitiwat, 2025) والثقافة التنظيمية (Handayani & Pendrian, 2023) وضغوط العمل (Meng & Liu, 2023; Wang, 2021) Zhang & Chun, 2021).

ويري (woodman, sawyer & Griffin, 1993) أن الوصول إلي فهم أكمل وأوقع للسلوك الابتكاري للعاملين يتطلب النظر فيما وراء التأثيرات الأساسية Main effects للمحددات الشخصية والتنظيمية بتناول التفاعل بين هذه المحددات والسلوك الابتكاري للعاملين، وبما يعكس الواقع الحقيقي لهذا السلوك. ولذا كان من الضروري زيادة الاهتمام بدراسة الشخصية المبدعة لفهم مساهمة العاملين في أداء الابتكار بشكل أفضل (Anderson et al., 2014; Hussain, Luu & Marjoribanks, 2025; Imran, et al, 2025; Su & Hahn, 2025) حيث أن الأفراد الذين يمتلكون سمات الشخصية المبدعة يمتلكون ميلا فطريا لتوليد الأفكار الجديدة وحل المشكلات بطريقة مبتكرة (Shalley, Oldham, Zhou, 2004) ولذا اتجهت الأنظار إلى دراسة هذه المشكلة وفهم الظروف المحيطة المعدلة لها، وتعد الدراسة الحالية محاولة في هذا الاتجاه حيث تتناول الدور المعدل لإدراك دعم المشرفين والزملاء للابتكار في العلاقة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين متخذة من العاملين في شركات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات ميدانا لها.

٢- مشكلة الدراسة:

تتوقع الأدبيات التي تناولت العلاقة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين وجود علاقة ترابط موجبة بينهما (Chau, et al, 2018) وقد بني هذا التوقع على الخصائص الفارقة لهذه الشخصية. فالعاملون الذين يسجلون درجات عالية علي مقياس الشخصية المبدعة من المحتمل أن يعالجوا المشكلات بمنظور واسع يمكنهم من الجمع بين الآراء المتباعدة. كما أن تمتعهم بالثقة في الذات واحتمال الغموض يجعلهم أوسع صدراً للرؤي المتنافسة وأكثر مثابرة في ترويج الأفكار الجديدة والسعي نحو تطبيقها (Oldham & cummings, 1996)

والممتنع للدراسات السابقة التي تناولت العلاقة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين يجد أن النتائج التي تم التوصل إليها غير حاسمة (Oldham & cummings, 1996; Feist, 1998; Zhou, 2003; Shalley, Oldham, Zhou, 2004) حيث أثبتت دراسة (Oldham & Cummings, 1996) عدم وجود علاقة الترابط الموجبة بين المتغيرين إلا أن الدراسات الأحدث أثبتت وجود مثل هذه العلاقة (Zhou, 2021). وقد يرجع ذلك إلي سببين رئيسيين: أولاً: على الرغم من تأكيد أن الشخصية المبدعة عامل أساسي يؤثر على السلوك الابتكاري لدى الأفراد، إلا أن العلاقة تختلف باختلاف مجالات الابتكار ومرآحها وبيئاتها ومبتكريها (Zhou, et al, 2020; Giebels, et al, 2016; Stock, Von Hippel & Gillert, 2016; Aronson,

(Reilly & Lynn, 2008). ثانياً: يري (Shalley et al., 2004) أن عدم اتساق النتائج المتحصل عليها حول علاقة الشخصية المبدعة بالسلوك الابتكاري للعاملين قد يدل على احتمالية وجود بعض المتغيرات المعدلة لهذه العلاقة Moderators تعمل على إظهارها وتقويتها تارة أو إضعافها وإخفائها تارة أخرى بفعل تجسيدها للظروف المطلقة أو المقيدة للأداء الابتكاري لهذه الشخصية.

والمتمتع للدراسات الأجنبية التي تناولت المنطقة البحثية المتعلقة بالمتغيرات المعدلة لعلاقة الشخصية المبدعة بالسلوك الابتكاري للعاملين ما زالت تتسم بالندرة الشديدة (Zhou, 2003; Gu, Zhou, & Peng, 2014; Yildiz, Uzun, & Coşkun, 2017; Yang & Zhang, 2021) ولم تتطرق بشكل مباشر لإدراك دعم المشرفين ودعم الزملاء للابتكار كمتغيرات معدلة للعلاقة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين. ومن ثم يمكن القول بأن هناك نقصاً في المعرفة المتاحة حول هذا الموضوع. وتسعي الدراسة الحالية لسد تلك الفجوة، وإتاحة تلك المعرفة باختبار الدور المعدل Moderating-role لإدراك دعم المشرفين ودعم الزملاء للابتكار كمتغيرات معدلة للعلاقة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين.

وبالانتقال لواقع الدراسات العربية والمصرية التي أجريت في هذا الصدد، فإن الجهود البحثية التي أجريت في هذا المجال لا تعكس نفس الاهتمام الذي أولته الدراسات الغربية لذات الموضوع، باستثناء دراسة (الراعي، ٢٠٢٤) التي تناولت تأثير الدعم التنظيمي المدرك على السلوك الابتكاري للعاملين، ودراسة (ابراهيم، ٢٠٢٤) التي تناولت المشاركة بالمعرفة والأداء والبراعة التنظيمية كمتغيرات وسيطة بين نظم العمل عالية الأداء وسلوكيات العمل الابتكاري، ودراسة (مهدى، ٢٠٢٣) التي تناولت تأثير القيادة المتواضعة على السلوك الابتكاري للعاملين واختبار الدور الوسيط لرأس المال النفسي في هذه العلاقة. ومن هذا المنطلق، وتأتي الدراسة الحالية لتؤكد الاهتمام بهذا الموضوع في البيئة العربية والمصرية، ولتسد بعض النقص في المعرفة المتوفرة حول الظروف المقيدة لعلاقة الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين، ولتضيف حلقة جديدة من حلقات البحث تواصل مع الجهود البحثية التي تتناول هذا المجال الحيوي المهم من مجالات السلوك التنظيمي من خلال الإجابة على التساؤلات التالية:

- ١- ما مستوي إظهار العاملين في شركات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات محل الدراسة للشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري؟
- ٢- ما مستوي إدراك العاملين بشركات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات محل الدراسة للدعم الإشرافي ودعم الزملاء للابتكار؟
- ٣- ما طبيعة العلاقة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين في شركات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات محل الدراسة؟
- ٤- هل يؤدي إدراك العاملين لدعم المشرفين للابتكار دوراً معدلاً في العلاقة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري في الشركات محل الدراسة؟
- ٥- هل يؤدي إدراك العاملين لدعم الزملاء للابتكار دوراً معدلاً في العلاقة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري في الشركات محل الدراسة؟

٣- أهداف الدراسة:

تسعي الدراسة الحالية إلى تحقيق الأهداف التالية:

١/٣: قياس المستوي الذي يظهره العاملين في شركات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات محل الدراسة للشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري.

٢/٣: قياس مستوي إدراك العاملين بشركات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات محل الدراسة للدعم الإشرافي ودعم الزملاء للابتكار.

٣/٣: تحديد العلاقة بين الشخصية المبدعة وبين السلوك الابتكاري من العاملين في شركات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات محل الدراسة.

٤/٣: اختبار الدور المعدل الذي يؤديه إدراك الدعم الإشرافي للابتكار في العلاقة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين في شركات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات محل الدراسة.

٥/٣: اختبار الدور المعدل الذي يؤديه إدراك دعم الزملاء للابتكار في العلاقة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين في شركات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات محل الدراسة.

٦/٣: التوصل لبعض الدلالات العلمية والعملية والتي تسهم في توسيع قاعدة البحث في مجال السلوك الابتكاري للعاملين وتساعد المسؤولين في شركات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات على تنميته وتحسينه على أرض الواقع.

٤- أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من الاعتبارات العلمية والعملية المتضمنة فيها وذلك على النحو التالي:

١/٤: الاعتبارات العلمية:

يستدل على الأهمية العلمية للدراسة من الاعتبارات التالية:

١/١/٤: يعد السلوك الابتكاري للعاملين أحد أشكال الدور الإضافي الذي يمارسه العاملين اختياريًا لا قسراً وطوعاً لا قهراً ويعد حجر الزاوية لبقاء واستمرار المنظمات في الأجل الطويل (Anderson et al., 2014). وعلى الرغم من الأهمية البالغة لهذا السلوك، فإن الجهود البحثية لم توجه اهتماماً كافياً عند دراستها للشخصية المبدعة كمحور محتمل.

٢/١/٤: تمثل الشخصية المبدعة أكثر احتمالاً لأن يصدر منها السلوك الابتكاري في ظل ظروف معينة مطلقة له منها، وأقل احتمالاً لأن يصدر منها في ظل ظروف أخرى مقيدة له فيها (Shalley et al., 2004) وعلى الرغم من أهمية تلك الظروف، فإن المحاولات البحثية التي تناولت المتغيرات المعدلة لعلاقة الشخصية المبدعة بالسلوك الابتكاري للعاملين لم تتناول الدعم الإشرافي ودعم الزملاء للابتكار.

٣/١/٤: تعد الدراسة الحالية استكمالاً للدراسات السابقة التي تناولت السلوك الابتكاري، ومن ثم فإن نتائج الدراسة سوف تعمل على إضافة الصدق الخارجي External validity لنتائج هذه الدراسات وتؤكد إمكانية تعميمها في البيئة المصرية التي تتباين ثقافياً مع بيئة الدراسات السابقة الأجنبية.

٢/٤: الأهمية العملية:

يستدل على الأهمية العملية للدراسة من الاعتبارات التالية:

١/٢/٤: من المتوقع أن تقدم الدراسة لمتخذي القرار في شركات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات نتائج علمية وواقعية حول مستويات إظهار العاملين للشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري، وإدراكهم للدعم الإشرافي ودعم الزملاء للابتكار مما يساعد على اتخاذ الإجراءات الكفيلة بتوفير الظروف المحيطة المواتية لإطلاق السلوك الابتكاري في المنظمة.

٢/٢/٤: لم يسبق القيام بدراسة علاقة الشخصية المبدعة بالسلوك الابتكاري للعاملين في البيئة المصرية بشكل عام وفي شركات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات بشكل خاص وكذلك المتغيرات المعدلة لها والواردة في الدراسة الحالية.

٥- أدبيات وفروض الدراسة:

يتناول الباحث في هذه الجزئية أدبيات الدراسة ممثلة في الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين، وكذلك المتغيرات المعدلة للعلاقة المحتمل قيامها بينهما تمهيدا لصياغة فروض الدراسة وذلك على النحو التالي:

١/٥: السلوك الابتكاري:

يساهم السلوك الابتكاري للعاملين بشكل كبير في الأداء التنظيمي ويساعد المنظمات على الحفاظ على قدرتها التنافسية في بيئات العمل الدينامية. لذلك، يُعتبر هذا السلوك عنصرًا أساسيًا في نجاح المنظمة، وتمكينها من التكيف مع الظروف المتغيرة والاستفادة من الفرص الناشئة بسرعة (Zhou & George, 2001; Dedahanov, Bozorov, & Sung, 2019). ولقد طرح مفهوم السلوك الابتكاري لتوصيف السلوكيات الطوعية الصادرة من العاملين والتي تتجاوز المتطلبات الرسمية للدور الوظيفي والهادفة إلى توليد الأفكار الجديدة والمفيدة وترويجها وتطبيقها في مكان العمل (Janssen, 2005).

والمتتبع للدراسات السابقة يجد أنها قد سلطت الضوء على السلوك الابتكاري وناقشته من خلال ثلاث مراحل أساسية، يُمكن للأفراد من خلالها المساهمة بكفاءة في دعم عمليات الابتكار في المنظمة: الأولى تتضمن توليد الأفكار الجديدة والمفيدة في مكان العمل *Idea generation*، والتي تمثل مورداً أساسياً للفعالية والنمو والتطوير في بيئات عمل غير مستقرة، وتعد المشكلات المدركة من أهم المحرضات والبواعث لتوليد هذه الأفكار. يلي ذلك محاولة تسويق وترويج تلك الأفكار *Idea promotion* حيث يحاول الفرد تعزيز وجهات النظر الجديدة بين الرعاة المحتملين لها من خلال الأنشطة الاجتماعية المختلفة. وأخيراً تأتي مرحلة تجربة وتطبيق تلك الأفكار *Idea implementation* من خلال إنشاء نموذج أولى للابتكار *prototype* يمكن تجربته وربطه واستخدامه في مكان العمل. (Carmeli, Meitar & Weisberg, 2006; Lukes & Stephan, 2017; Hsu, & Chen, 2017; Asurakkody & Shin, 2018; Nasifoglu Elidemir, Ozturen & Bayighomog, 2020; Booher, 2020; Yang, Hao & Song, 2020; Yasir & Majid, 2020).

ومما هو جدير بالذكر في هذا السياق أن كل مرحلة من هذه المراحل المختلفة قد تؤدي مجتمعةً إلى عملية، أو منتج أو سوق أو هيكل تنظيمي جديد (Orfila-Sintes & Mattsson, 2009). وإذا كانت هناك مشكلة في أي مرحلة، فقد لا تتحقق الفوائد المرجوة منها (Michaelis, 2010). علاوة على ذلك، أشار بعض الباحثين إلى أن الأفكار الإبداعية لا يمكن أن تُحقق قيمة متزايدة إلا عند نشرها وتنفيذها بشكل جيد وإذا طُبقت بشكل سيء أو لم تُطبق قط، فلن يكون لها أي تأثير يُذكر على قدرة المنظمة على الابتكار (Ng & Feldman, 2013).

ومن هذا المنطلق فإن السلوك الابتكاري يعد بداية لتحقيق نقلة نوعية في الابتكار في المنظمات. من خلال استكشاف الفرص وتوليد الأفكار الجديدة المرتبطة بالمنتجات والتقنيات والاستراتيجيات والإجراءات وعمليات العمل (السلوك المرتبط بالإبداع) بالإضافة إلى السلوكيات الموجهة نحو تنفيذ التغيير، أو تطبيق المعرفة الجديدة، أو تحسين العمليات لتحقيق أداء فعال يُؤثر لاحقاً على أرباح المنظمات (السلوك الموجه نحو التنفيذ) (Jong & Den Hartog, 2008; Afsar, 2016; Badir, 2016; Handayani, & Pendrian, 2023).

٢/٥: الشخصية المبدعة:

أشار (Martinsen, 2011) إلى أن الإبداع ليس سمة، أو قدرة أو تصرف أو تفضيل منفرد، بل يتم تحفيزه لدى العاملين من خلال مجموعة من المتغيرات والسمات الشخصية التي تمثل النظام الديناميكي لتعزيز هذا الإبداع ومن ثم الحفاظ على القدرة التنافسية بشكل جيد (Ibrahim, 2016). أضف إلى ذلك، أظهرت نتائج بعض الدراسات أن الإبداع يتأثر بالخصائص الشخصية للعاملين، مثل السياق التنظيمي الذي يعمل فيه، والشخصية المبدعة (Shalley et al., 2004; Santosa, Suharnomo, & Yuniawan, 2022).

وتعرف الشخصية المبدعة، بأنها سمات الشخصية المرتبطة بالنشاط والإنجاز الإبداعي (Danilo, 2019). وعلى الرغم من اختلاف تعريفات الباحثين لسمات الشخصية المبدعة، إلا أن هناك وجهات نظر متفق عليها بشكل كبير. على سبيل المثال، يميل الأشخاص ذوو سمات الشخصية الإبداعية إلى امتلاك نطاق واسع من الاهتمامات، والتعرض لمعلومات ووجهات نظر متنوعة، مما يساهم في تطوير مناهج جديدة لحل المشكلات (Zhou, 2021). بالإضافة إلى ذلك، تُعتبر سمات الشخصية المبدعة، مثل المبادرة، والحكم المستقل، والانفتاح، والمثابرة، والاستعداد للمخاطرة، عوامل مساعدة للأفراد على تعزيز الوعي الإبداعي وتكوين السلوك الابتكاري (Mumford, 2012). ومن ثم ركزت أدبيات الإبداع على تحديد هذه الخصائص والسمات الشخصية المرتبطة بالسلوك الابتكاري (Booher, 2020).

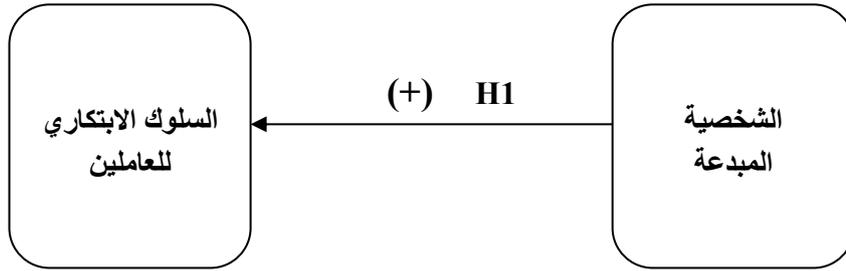
والمتتبع للدراسات السابقة التي تناولت الشخصية المبدعة يجد أن النتائج التي تم التوصل إليها غير حاسمة حيث أنه لا يبدو أن هناك مقياساً شاملاً لجوانب ومجالات الشخصية المبدعة نظراً لوجود مجموعة واسعة من السمات والخصائص الشخصية الأساسية التي تكون في مجملها فهمًا عامًا للشخصية المبدعة (Simonton, 2019).

ولقد تم تناول الشخصية المبدعة في المجال البحثي كمحاولة لتوصيف الخصائص الفردية المرتبطة بالسلوك الابتكاري. ووفقاً لدراسات (Shalley et al., 2004; Oldham & Cummings, 1996; Mumford, 2011; Booher, 2020) تتمثل تلك الخصائص في: الاهتمامات الواسعة، والحدس، والانجذاب إلى التعقيد، والثقة في الذات، واحتمال الغموض، والشعور بالاستقلال، والكفاءة الذاتية إلى غيرها من السمات الفارقة والتي تم تضمينها في مقياس الشخصية المبدعة *Creative personality*، والذي سيتم إلقاء الضوء عليه لاحقاً عند تناول متغيرات الدراسة وكيفية قياسها.

وتأسيساً على المناقشة السابقة للنظريات المفسرة ونتائج الدراسات السابقة ذات الصلة،
يمكن صياغة الفرض الأول للدراسة على النحو التالي:

ويصور الشكل التالي رقم (١) العلاقة المفترضة بين متغيري هذا الفرض

H1: توجد علاقة ترابط جوهرية موجبة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين.



شكل رقم (١)

العلاقة المفترضة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين

٣/٥: الدعم الإشرافي للابتكار كمتغير معدل للعلاقة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين:

يعتمد العاملون ذوي الشخصية المبدعة بشكل كبير على المشرفين في الحصول على المعلومات والخبرة والذكاء السياسي والمواد الخام والوقت والموافقة والشرعية لتوليد وترويج وحماية الأفكار الإبداعية (Kanter, 1988)، ووفقاً لمبدأ المعاملة بالمثل، عندما يُحسن شخص معاملة شخص آخر، فإن ردّ المعاملة بالمثل يكون إلزامياً. وبالتالي، عندما يدرك العاملون ذوي الشخصية المبدعة أنهم موضع تقدير ودعم من قبل مشرفيهم، فسيشعرون بالتزامهم بالرد بالمثل ويكونون أكثر ميلاً إلى إنفاق وقتهم وطاقاتهم ومعرفتهم لأداء سلوكيات أكثر ارتباطاً بالابتكار وزيادة مشاركتهم الفعالة في العمل (Yuan & Woodman, 2010; Hoang, Thu, & Ho, 2021).

وعلى الجانب الآخر عندما يدرك العاملون ذوي الشخصية المبدعة أن المشرفين غير داعمين للابتكار، فإنهم سيتوقعون عدم جدوى السلوك الابتكاري (Janssen, 2000). فالمشرفون ابتداءً قد يرفضوا الأفكار الإبداعية، كما أنهم قد يجعلوا الحلفاء المحتملين مثل الزملاء والرؤساء مترددين في تأييد ودعم الأفكار الإبداعية بفعل عدم تأييدهم لها. ويصبح تردد المناصرين أمراً مبرراً، فبدون دعم المشرفين، هذه الفكرة لن يكتب لها النجاح. أضف إلي ذلك، فإن سيطرة المشرفين على نقل وتوصيل الأفكار الإبداعية التي يقدمها العاملون ذوي الشخصية المبدعة للمستويات الإدارية الأعلى تجعلهم يحكمون على مصير هذه الأفكار.

وبناء عليه، يمكن القول بأن المشرفين غير الداعمين للابتكار قد يرسخون لدى العاملين ذوي الشخصية المبدعة الاعتقاد بفشل جهودهم الابتكارية وبفعل توقع هذا الفشل من العاملين، فإنهم سيحجمون عن السلوك الابتكاري. وفي المقابل، فإن العاملين ذوي الشخصية المبدعة عندما يدركون الدعم الإشرافي للابتكار باستجابة المشرفين للأفكار الإبداعية بطريقة داعمة، فإنهم حينئذ سيشعرون بأنهم مدفوعون لتوظيف طاقاتهم الإبداعية لتقديم وتطوير وتطبيق الأفكار الجديدة والمفيدة بفعل يد المساندة والمساعدة المادية والمعنوية التي يتلقونها من المشرفين المقدرين للابتكار. وتأسيساً على المناقشة السابقة، يمكن صياغة الفرض الثاني للدراسة على النحو التالي:

ويصور الشكل التالي رقم (٢) الدور المعدل المفترض لإدراك الدعم الإشرافي للابتكار في العلاقة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين

H2: يعدل إدراك العاملين ذوي الشخصية المبدعة للدعم الإشرافي للابتكار العلاقة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري حيث تكون العلاقة أقوى عندما يدرك العاملون ذوي الشخصية المبدعة المستوي الأكبر من الدعم الإشرافي للابتكار بالمقارنة بإدراك المستوي الأقل.



شكل رقم (٢)

الدور المعدل المفترض لإدراك الدعم الإشرافي للابتكار في العلاقة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين

٤/٥: إدراك دعم الزملاء للابتكار كمتغير معدل للعلاقة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين:

يشير دعم الزملاء للابتكار إلى المساعدة التي يقدمها الزملاء لبعضهم البعض في مكان العمل، من خلال تبادل المعرفة والخبرة، بالإضافة إلى تقديم التشجيع والدعم لمعالجة المشكلات المختلفة بالأفكار الجديدة والمفيدة (Zhou & Geroge, 2001; Yang, Hao & Song, 2020).

وفي هذا السياق، فإن العمل مع زملاء متعاونين وداعمين للابتكار، يوفر البيئة التي تُتيح وتعزز مناقشة الأفكار الجديدة بانفتاح وحرية أكبر. ولذا أكدت الدراسات التجريبية الحديثة على أن العاملين الذين يتلقون دعماً أكبر من زملائهم في العمل قد يحصلون على موارد وظيفية أكبر للتعامل مع المهام المجهدة والمبتكرة، وتعزيز السلوك الابتكاري وقيم المنظمة (Prieto, Perez-Santana, 2014; Yang et al., 2020; Jaruwankul, & Vongurai, 2021).

أيضا قد يواجه العاملون في مواقف معينة مشكلات في أداء المهام المنوطة بهم والتي قد يعجزون أحيانا عن إيجاد حلول لها في ضوء معارفهم وخبراتهم الحالية، ويرى (Scott & Bruce, 1994) أن مثل هذا العجز من المحتمل أن ينال من دافعتهم لحل مثل هذه المشكلات، ويبين (Zhou & George, 2001) أن العاملين ذوي الشخصية المبدعة، بفعل سماتهم الفردية قد يعرجون علي الزملاء لمشاورتهم المعارف والخبرات وللحصول علي الدعم والتشجيع لمعالجة هذه المشكلات بالأفكار الجديدة والمفيدة.

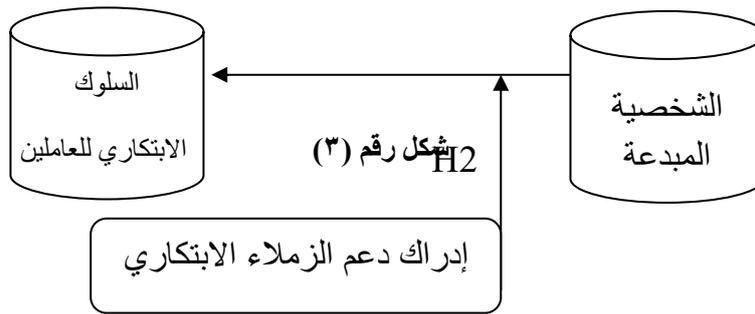
واستنادا لتصورات كل من (Farr, 1990; Scott & Bruce, 1994) فعندما يدرك العاملون ذوي الشخصية المبدعة أن الزملاء الذين يعملون معهم داعمون للابتكار، فإن هناك فرصة طيبة تلوح أمامهم لتوليد وترويج وتطبيق الأفكار الإبداعية، إذ يشاطر الزملاء الداعمون للابتكار العاملون ذوي الشخصية المبدعة المعارف والخبرات وهذا يمهد لتوليد الأفكار الإبداعية. كما أنه يمكن استخدام هؤلاء الزملاء كمجلس سمع *Sounding board* لتقييم امكانية التطبيق لهذه الأفكار هذا فضلا عن الدعم والتشجيع المعنوي المقدم لمواصلة السلوك الابتكاري.

وعلي الجانب الأخر، فعندما يدرك العاملون ذوي الشخصية المبدعة بأنهم محاطون بزملاء غير داعمين للابتكار، فإنهم سيلمسون عدم جدوي السلوك الابتكاري. فمشاطرة المعارف والخبرات يعد أمرا صعبا ومقاومة كل ما هو جديد سخرياً وتهكماً قد يعدل كل ما يقال.

وتأسيسا علي المناقشة السابقة، يمكن صياغة الفرض الثالث للدراسة علي النحو التالي :

H3 : يعدل إدراك العاملين ذوي الشخصية المبدعة لدعم الزملاء للابتكار العلاقة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري حيث تكون العلاقة أقوى عندما يدرك العاملون ذوي الشخصية المبدعة المستوي الأكبر من دعم الزملاء للابتكار بالمقارنة بالمستوي الأقل.

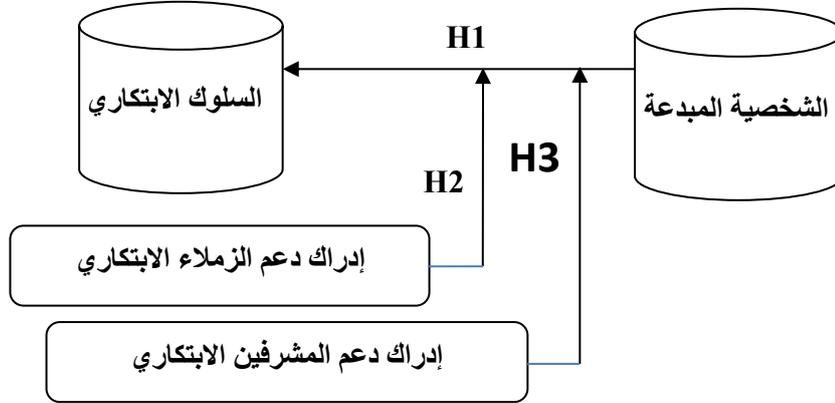
ويصور الشكل التالي رقم (٣) الدور المعدل المفترض لإدراك دعم الزملاء للابتكار العلاقة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين



شكل رقم (3)

الدور المعدل المفترض لإدراك دعم الزملاء للابتكار في العلاقة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين

وفي نهاية عرض فروض الدراسة، فإن العلاقات المتضمنة فيها تقدم تصور للنموذج المفاهيمي لها *Conceptual model* كما هو موضح في الشكل التالي رقم (4)



شكل رقم (4)

النموذج المفاهيمي المتكامل لمتغيرات الدراسة

٦- متغيرات الدراسة وكيفية قياسها:

تتطوي فروض الدراسة على ثلاثة أنواع من المتغيرات هي: المتغير المستقل والممثل في الشخصية المبدعة، والمتغير التابع المتجسد في السلوك الابتكاري للعاملين والمتغيرات المعدلة المحددة في إدراك الدعم الإشرافي للابتكار وإدراك دعم الزملاء للابتكار، ولقد استخدمت المقاييس المختارة في هذه الدراسة على نطاق واسع، وتمتعت بدرجة صدق وثبات جيدة. وفي الوقت نفسه، ولضمان تطبيق المقاييس محلياً، حُددت أسئلة كل مقياس باستخدام تقنية الترجمة ثنائية الاتجاه، من خلال متخصصين لتقييم دقة الاستبيانات وملاءمتها (Brislin, 1970). وفيما يلي التعريفات الإجرائية لهذه المتغيرات وكيفية قياسها:

١/٦: المتغير المستقل:

تعد الشخصية المبدعة المتغير المستقل في الدراسة الحالية وتعرف بأنها سمات الشخصية المرتبطة بالنشاط والإنجاز الإبداعي (Garcia, et al, 2019; Danilo, 2019). ويتم قياسها باستخدام المقياس الذي أعده (Gough, 1979) والذي يتكون من 29 صفة منها 18 صفة تعكس الشخصية الأكثر إبداعاً، و 11 صفة تعكس الشخصية الأقل إبداعاً

ومن أمثلة الصفات التي تعكس الشخصية الأكثر إبداعاً: الفردية، وعدم التمسك بالتقليد، والاهتمامات الواسعة ووفقاً للمقياس المستخدم تعطي درجة واحدة موجبة (+1) لكل صفة من الصفات السابقة ومن أمثلة الصفات التي تعكس الشخصية الأقل إبداعاً: عدم المخاطرة والتشبث بالتقليد ووفقاً للمقياس المستخدم تعطي درجة واحدة سالبة (-1) لكل صفة من صفات الشخصية الأقل إبداعاً. وذلك لأن تنسيق المقياس وأسس المقياس تؤثر بشكل منهجي على الاستجابات، حيث أن تنسيق مستويات المقياس تنسيقاً موحداً قد ينتج أخطاءً في أسلوب القياس (Tourangeau, Rips, & Rasinski, 2000).

د. ممدوح عبد الحفيظ عبد الحميد صبرة

ويتم تكوين مؤشر الشخصية المبدعة *Creative personality index* باستخراج الوسط الحسابي للدرجات التي تسجل علي هذا المقياس حيث تشير الدرجة المرتفعة إلي إظهار العاملين لأكثر خصائص الشخصية المبدعة للإبداع في حين أن الدرجة المنخفضة تعني إظهاراً أقل لتلك الخصائص. وقد بلغ معامل الثبات *Alpha, s crombach* لهذا المقياس 0.70 في دراسة (Oldnam & Cummings, 1996) وفي الدراسة الحالية 0,88.

٢/٦: المتغير التابع:

ويمثل السلوك الابتكاري المتغير التابع في الدراسة الحالية ويعرف بأنه السلوكيات المعنوية التي تتجاوز المتطلبات الرسمية للدور الوظيفي والهادفة لتوليد الأفكار الجديدة والمفيدة وترويجها وتطبيقها في مكان العمل (Janssen, 2000) ويتم قياس هذا السلوك باستخدام المقياس الذي أعده (Zhou & George, 2001) والذي يتكون من ١١ عبارة تعكس إجابة المستقضي منه مستوي إظهاره للأداء الابتكاري.

وتم تصميم البنود علي غرار مقياس ليكرت *likert scale* ذي النقاط الخمس وتتراوح القياسات ما بين موافق تماماً وغير موافق علي الإطلاق مع إعطاء أوزان متدرجة من أعلي إلي أسفل حسب المستويات التالية وعلى التوالي (موافق تماماً = ٥ ، موافق = ٤ ، غير متأكد = ٣ ، غير موافق = ٢ ، غير موافق على الإطلاق = ١) ويعني التقدير المرتفع علي هذا المقياس ارتفاع مستوي السلوك الابتكاري بينما يعني التقدير المنخفض تدني مستواه ومن أمثلة العبارات الواردة بهذا المقياس تقديم الحلول الإبداعية للمشكلات، تناول المشكلات بمدخل جديد، اقتراح طرق جديدة لأداء مهام العمل . وقد بلغ معامل الثبات لهذا المقياس ٠,٩٣ في دراسة (Zhou & George, 2001) وفي الدراسة الحالية 0,92.

٣/٦: المتغيرات المعدلة:

ويعد إدراك الدعم الإشرافي للابتكار المتغير المعدل الأول في الدراسة الحالية ويشير إلى مدى تقدير المشرف واحترامه وسلوكه الداعم لمروسيه فيما يتعلق بالابتكار، مثل تقديم ملاحظات ومعلومات ذات صلة بالإبداع (Janssen, 2005; Kim, Hon, & Lee, 2010) ويتم قياسه باستخدام المقياس الذي أعده (Janssen, 2005) للدعم الإشرافي بعد تعديله ليأخذ طبيعة الابتكار في الحسبان وتكون هذا المقياس بعد إعادة الصياغة من عبارات تعكس إجابة المستقضي منه مدي إدراكهم للدعم الإشرافي للابتكار.

وتم تصميم البنود علي غرار مقياس ليكرت ذي النقاط الخمس وتتراوح القياسات ما بين موافق تماماً وغير موافق علي الإطلاق مع إعطاء أوزان متدرجة من أعلي إلي أسفل حسب المستويات التالية وعلى التوالي (موافق تماماً = ٥ ، موافق = ٤ غير متأكد = ٣ ، غير موافق = ٢ ، غير موافق علي الإطلاق = ١) ويعني التقدير المرتفع علي هذا المقياس ارتفاع مستوي إدراك الدعم الإشرافي للابتكار، بينما يعني التقدير المنخفض تدني مستواه .

ومن أمثلة العبارات الواردة بهذا المقياس : يستمتع المشرف جيداً لما أقوله عندما أ طرح عليه الأفكار الجديدة، يتخذ المشرف الإجراءات الكفيلة بتطبيق أفكارى الجديدة التي أناقشها معه، يمنح المشرف أفكارى الجديدة مستوي مرتفع من الأولوية وقد بلغ معامل الثبات لهذا المقياس في الدراسة الحالية 0,93.

د. ممدوح عبد الحفيظ عبد الحميد صبرة

ويعد ادراك دعم الزملاء للابتكار المتغير المعدل الثاني في الدراسة الحالية ويعرف بأنه المعتقدات العامة التي يكونها العاملون حول دعم الزملاء للابتكار (Ladd & Henry, 2000) ويتم قياسه باستخدام المقياس الذي أعده (Ladd & Henry, 2000) لدعم الزملاء بعد تعديله ليأخذ طبيعة الابتكار في الحسبان وتكون هذا المقياس بعد إعادة الصياغة من عبارات تعكس اجابة المستقضي منهم ومدى إدراكهم لدعم الزملاء للابتكار.

وتم تصميم البنود علي غرار مقياس ليكرت ذي النقاط الخمس وتراوح القياسات ما بين موافق تماما وغير موافق علي الإطلاق مع إعطاء أوزان متدرجة من أعلي إلي أسفل حسب المستويات التالية وعلي التوالي (موافق تماما = ٥ ، موافق = ٤ ، غير متأكد = ٣ ، غير موافق = ٢ ، غير موافق علي الإطلاق = ١) ويعني التقدير المرتفع علي هذا المقياس ارتفاع مستوي إدراك دعم الزملاء للابتكار بينما يعني التقدير المنخفض تدني مستواه.

ومن أمثلة العبارات الواردة بهذا المقياس: يبدي الزملاء الاستعداد لمشاركة الخبرة السابقة في العمل، يستمتع الزملاء باهتمام لأفكاري الجديدة وقد بلغ معامل الثبات لهذا المقياس في الدراسة الحالية 0,93.

هذا وسيتم وضع جميع المقاييس في استبيان يشرح كيفية الإجابة علي العبارات الواردة فيه وذلك بعد إخضاع تلك المقاييس لاختبارات الصدق والثبات للتأكد من صلاحيتها في جمع البيانات. ويوضع الجدول التالي رقم (١) المتغيرات المستخدمة في الدراسة الحالية وأرقامها ومسمياتها والرموز الأجنبية المعبرة عنها والتي ستظهر في التحليل الإحصائي.

جدول رقم (١)

المتغيرات المستخدمة في الدراسة وأرقامها ومسمياتها والرموز الأجنبية المعبرة عنها

الرمز	المسمي	الرقم	المتغيرات
CP	الشخصية المبدعة	١	المتغير المستقل
EIB	السلوك الابتكاري للعاملين	٢	المتغير التابع
SSI	دعم المشرفين للابتكار	٣	المتغير المعدل الأول
CSI	دعم الزملاء للابتكار	٤	المتغير المعدل الثاني

٧- مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من العاملين في المقرات الرئيسية لشركات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات بالقرية الذكية بجمهورية مصر العربية (شركة اتصالات، شركة فودافون، شركة اورانج، والشركة المصرية للاتصالات WE)، ولقد تم اختيار هذه الشركات بالتحديد كمجال تطبيق للدراسة الحالية نظراً لأهميتها النسبية للدولة بجميع قطاعاتها، كذلك أيضا الجهود التي تبذلها نحو مبادرة بناء مصر الرقمية. ومساهماتها في تقدم ترتيب مصر في مؤشر الابتكار العالمي وفقاً لتقرير المنظمة العالمية للملكية الفكرية، حيث جاءت مصر في المركز ٨٩ عالمياً (رئاسة مجلس الوزراء، ٢٠٢٥). أيضاً تؤكد العديد من الدراسات على أن، المنظمات ستستوعب الابتكارات بسهولة أكبر إذا كانت كبيرة الحجم ومتميزة وظيفياً مما يمثل مؤشراً على سلوكيات العمل المبتكرة (Kimberly & Evanisko, 1981; Anderson & West, 1998; Nystrom, Ramamurthy & Wilson, 2002; Wijesingha & Arachchi, 2021).

وقد اعتمد الباحث في الدراسة الحالية علي أسلوب العينة العشوائية الطبقيّة *Stratified sample* في اختيار مفردات العينة وذلك للاعتبارات التالية: وجود إطار كامل وغير متقدم بأسماء وعناوين مفردات العينة الداخلة في مجتمع الدراسة، وكذلك عدم تجانس مفردات مجتمع الدراسة. ويقلل هذا الأسلوب من إمكانية التحيز في الاختيار (Acharya, et al, 2013)، وقد تم توزيع مفردات العينة علي الشركات محل الدراسة باستخدام التوزيع المتناسب في ضوء عدد العاملين الدائمين بكل منظمة كما هو موضح بالجدول رقم (2): أضف إلي ذلك تم التركيز على بعض الإدارات داخل هذه الشركات مثل (إدارة التخطيط والجودة والابتكار، إدارة نظم المعلومات، إدارة تطوير الصناعة الرقمية، إدارة المجتمع الرقمي، إدارة التدقيق الداخلي). ويرجع السبب في اختيار هذه الإدارات، إلى أنها كثيفة المعارف وعالية التقنية، وقد تحتاج إلى أن تكون أكثر ابتكاراً مما يجعل الشركات التي تنتمي لها أكثر تميزاً عن جميع الشركات الأخرى.

ووفقاً لدراسة (Louanglath, 2014) وبالرجوع إلي الجداول الإحصائية لتحديد حجم العينة تبين أن هذا الحجم يبلغ ٣٨٤ مفردة في ضوء معامل ثقة قدره ٩٥٪ ومستوي معنوية ٥٪. وقد قام الباحث بزيادة حجم العينة إلي ٤٠٠ مفردة لتسهيل إجراء العمليات الحسابية ولمواجهة حالات الرفض وزيادة الثقة في النتائج. ويوضح الجدول (٢) عدد العاملين في الشركات وحجم العينة المشاركة في الدراسة الحالية من كل شركة:

جدول رقم (٢)

عدد العاملين في الشركات وحجم العينة المشاركة في الدراسة من كل شركة

الشركات	مجتمع الدراسة		العينة		
	عدد العاملين	النسبة	حجم العينة	القوائم المفقودة	القوائم المستلمة
شركة اتصالات	٣٢٤	٢٦٪	١٠٥	٦	٩٩
شركة فودافون	٣١١	٢٥٪	١٠١	٤	٩٧
شركة أورانج	٢٩٥	٢٤٪	٩٥	٥	٩٠
المصرية للاتصالات (WE)	٣٠٥	٢٥٪	٩٩	٥	٩٤
إجمالي عدد العاملين	١٢٣٥	١٠٠٪	400	٢٠	٣٨٠

المصدر: الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على السجلات الرئيسية لإدارة الموارد البشرية بالشركات (٢٠٢٤)

٨- تصميم واختبار قائمة الاستقصاء:

بعد مراجعة الدراسات السابقة والأدبيات المتاحة ذات الصلة تم تصميم قائمة الاستقصاء لجمع البيانات الأولية اللازمة لاختبار فروض الدراسة. وقبل إجراء التحليل الإحصائي خضعت المقاييس المتضمنة فيها لاختبارات الصدق والثبات. ويوضح الجدول التالي رقم (3) معاملات الصدق والثبات لمقاييس الدراسة.

جدول رقم (3)

معاملات الصدق والثبات لمقاييس الدراسة

م	المقاييس	معامل الثبات لكرونباخ	معامل الصدق الذاتي
١	الشخصية المبدعة	0,88	0,94
٢	السلوك الابتكاري للعاملين	0,92	0,95
٣	دعم المشرفين للابتكار	0,93	0,96
٤	دعم الزملاء للابتكار	0,93	0,96

ويتضح من الجدول السابق أن مقاييس الدراسة سجلت معاملات ثبات مرتفعة نسبياً تراوحت ما بين 0,88 و 0,93 وهي معاملات تجاوزت الحد الأدنى المتعارف عليه في هذا الصدد و يبلغ المستوي 0.70 و فقا لـ (Wiley, 1999) كما يلاحظ أن تلك المقاييس سجلت أيضاً معاملات صدق ذاتي مرتفعة بالتبعية تراوحت ما بين ٠,٩٤ و 0,96.

٩- جمع البيانات المطلوبة للدراسة:

اعتمد الباحث في جمع البيانات المطلوبة للدراسة علي أسلوب الاستقصاء عن طريق المقابلات الشخصية والتي حدد فيها الهدف من الدراسة للمستقصي منه وكيفية استيفاء القائمة. وبعد التأكد من الإلمام بهذه الجوانب، تم توزيع القوائم والعودة لاستلامها مرة أخرى بعد الاستيفاء. ومن مزايا هذا الأسلوب تحقيق درجة عالية من التحكم والرقابة علي عينة الدراسة حيث يسمح هذا الإجراء المعروف بـ *Personal delivery and Collection* بالحصول علي معلومات مرتدة ذات قيمه فيما يتعلق ببعض الجوانب مثل خصائص المستقصي منهم، واتجاهاتهم نحو الدراسة وأسباب الرغبة في عدم المشاركة إن وجدت (Lovelock, et al, 1976).

ومحاولة من الباحث للتحكم في العديد من مصادر التحيز المنهجي الذي ينشأ من تأثير المستقصي منهم بعبارات المتغير المستقل عند استجاباتهم لعبارات المتغير التابع. تم جمع البيانات الخاصة بالمتغير التابع أولاً، ثم تلى ذلك جمع البيانات الخاصة بالمتغيرات المُعدلة، وأخيراً تم جمع البيانات الخاصة بالمتغير المستقل بفاصل زمني بين الفترات التي تم فيها جمع البيانات المتعلقة بكل متغير (Podsakoff, et al, 2003; Podsakoff, MacKenzie & Podsakoff, 2012).

١٠- التحليل الإحصائي للبيانات:

تم تبويب وجدولة وتحليل البيانات باستخدام الحاسب الآلي من خلال البرنامج الإحصائي SPSS/PC. وقد استخدم الباحث أساليب الإحصاء الوصفي الممثلة في الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ومعاملات الارتباط الثنائي بين متغيرات الدراسة ومعاملات الصدق والثبات لعرض البيانات في صورة أكثر تقدماً وتعطي نتائج مبدئية، ولاختبار لفروض الدراسة تم استخدام تحليل الانحدار البسيط *Simple Regression*، والانحدار الهرمي ذو المتغيرات المعطلة *Hierarchical Moderated Regression Analysis* والتحليل الفرعي للمجموعات *Sub-Group Analysis*.

د. ممدوح عبد الحفيظ عبد الحميد صبرة

ووفقاً لتحليل الانحدار البسيط؛ يتم بناء نموذج الانحدار لتحديد مقدار التباين الذي يحدثه المتغير المستقل (الشخصية المبدعة) في المتغير التابع (السلوك الابتكاري للعاملين). ويعد تأثير المتغير المستقل معنوياً إذا استطاع تفسير نسبة معنوية من التباين (R^2) في المتغير التابع. ويستخدم تحليل الانحدار الهرمي ذو المتغيرات لبناء نموذج الانحدار عن طريق إدخال المتغير المستقل أولاً (الشخصية المبدعة). ثم يضاف متغير التفاعل والذي يمثل حاصل ضرب المتغير المستقل في المتغير المعدل. ويعتبر تأثير المتغير المعدل معنوياً إذا استطاع متغير التفاعل شرح نسبة إضافية معنوية ΔR^2 في المتغير التابع تتجاوز تلك النسبة التي تم شرحها بواسطة المتغير المستقل.

ويستخدم التحليل الفرعي للمجموعات لتأكيد نتائج تحليل الانحدار الهرمي ذو المتغيرات المعدلة. وفقاً لهذا الأسلوب، يتم تكوين مجموعتين من مفردات العينة حسب تقديرها علي مقياس المتغير المعدل محل الاختبار. حيث تضم المجموعة الأولى مفردات العينة التي سجلت التقدير المرتفع وتضم المجموعة الثانية مفردات العينة التي سجلت التقدير المنخفض، وبعد ذلك وداخل كل مجموعة يتم حساب معامل الارتباط بين المتغير المستقل و التابع، وأخيراً يستخدم اختبار (Z) لاختبار معنوية الفروق بين معاملي ارتباط مجموعتين المتغير المعدل (جاب الله، ١٩٩٣؛ Zedeck, 1971).

١١ - حدود الدراسة:

تعمل الدراسة الحالية في إطار مجموعة من الحدود التي تتمثل في:

١/١١: الحدود الموضوعية:

اقتصرت الدراسة الحالية علي دراسة إدراك دعم المشرفين ودعم الزملاء للابتكار كمتغيرات معدلة للعلاقة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين.

٢/١١: الحدود المكانية:

اقتصرت الدراسة الحالية على شركات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات بالقوية الذكية بجمهورية مصر العربية (اتصالات، فودافون، اورانج، المصرية للاتصالات WE).

٣/١١: الحدود البشرية:

اقتصرت الدراسة الحالية على جميع العاملين بالشركات محل الدراسة باستثناء أفراد الأمن وعمال النظافة.

١٢ - نتائج الدراسة:

يعرض الباحث في هذه الجزئية نتائج الدراسة الميدانية بداية من خصائص العينة، يلي ذلك توصيف متغيرات الدراسة وأخيراً نتائج اختبار فروض الدراسة.

١/١٢: خصائص العينة:

يبين الجدول التالي رقم (4) النتائج الخاصة بتوصيف عينة الدراسة:

د. ممدوح عبد الحفيظ عبد الحميد صبرة

جدول رقم (4)

توصيف عينة الدراسة

النوع	خصائص العينة		التكرارات	%
	ذكر	إنثى		
النوع	248	132	248	65
	39	151	132	35
السن	أقل من 30 سنة		39	10
	من 30 إلى أقل من 40 سنة		151	40
	من 40 إلى أقل من 50 سنة		63	17
الخبرة	من 50 سنة فأكثر		127	33
	أقل من 5 سنوات		140	15
	من 5 إلى أقل من 10 سنة		110	40
التعليم	من 10 سنوات فأكثر		130	45
	تعليم متوسط		132	35
	تعليم جامعي		169	45
	تعليم فوق الجامعي		79	20

ويتضح من الجدول السابق أن معظم مفردات عينة الدراسة ذكور حيث يمثلون 65% من إجمالي حجم العينة، وكذلك 40% من حجم العينة تقريباً تقع في المدى العمري من 30 إلى أقل من 40 سنة. وأن نسبة تقترب من 50% من حجم العينة خبراتهم الوظيفية دون الخمس سنوات، وأن الغالبية العظمى من مفردات العينة 45% حاصلون على تعليم جامعي، في مقابل 35% حاصلون على تعليم متوسط، 20% حاصلون على تعليم فوق الجامعي. وتقدم هذه النتائج صورة لخصائص العينة التي تم منها الحصول على البيانات الأولية حول متغيرات الدراسة.

٢/١٢: توصيف متغيرات الدراسة:

يوضح الجدول التالي رقم (5) البيانات الوصفية لمتغيرات الدراسة، ومعاملات الارتباط الخطي البسيط بينها وكذلك معاملات الثبات للمقاييس المستخدمة في الدراسة.

جدول رقم (5)

توصيف متغيرات الدراسة

المتغيرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معاملات الارتباط (R)			
			1	2	3	4
الشخصية المبدعة	3,415	1,716	1	---	---	---
دعم المشرفين للابتكار	2,786	1,519	*0,879	1	---	---
دعم الزملاء للابتكار	2,395	0,628	*0,884	*0,865	1	---
السلوك الابتكاري للعاملين	2,581	0,317	*0,896	*0,890	*0,933	1

ويتضح من الجدول السابق ما يلي:

١- سجل الوسط الحسابي لمتغير الشخصية المبدعة قيمة تتجاوز الدرجة 3 والتي تمثل منتصف المقياس. ويدل ذلك على تمتع العاملين بخصائص الشخصية الأكثر إبداعاً والتي تعكس الاهتمامات الواسعة والحدس واحتمال الغموض والثقة في الذات إلى غيرها من الصفات المواتية للإبداع.

٢- سجل الوسط الحسابي لمتغيرات السلوك الابتكاري للعاملين وإدراك الدعم الإشرافي ودعم الزملاء للابتكار قيمةً متقاربة وكانت أقل من الدرجة 3 والتي تمثل منتصف المقياس. ويدل ذلك على إظهار العاملين لمستوى منخفض من السلوك الابتكاري وإدراك دعم المشرفين والزملاء للابتكار.

٣- أظهرت درجات الانحراف المعياري التي تقل عن واحد صحيح وجود درجة عالية من التوافق في الآراء بين مفردات العينة حول متغيري إدراك الدعم الإشرافي ودعم الزملاء للابتكار، بينما تشير درجات الانحراف المعياري التي تزيد عن الواحد صحيح وجود درجة عالية من التباين في الآراء بين مفردات العينة.

٤- أشارت معاملات الترابط إلى وجود علاقة ترابط جوهرية موجبة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين ($R=0,896$) وإدراك الدعم الإشرافي للابتكار ($R=0,879$) وإدراك دعم الزملاء للابتكار ($R=0,884$)، وبين إدراك الدعم الإشرافي للابتكار وبين السلوك الابتكاري للعاملين ($R=0,890$) وبين إدراك دعم الزملاء للابتكار وبين السلوك الابتكاري للعاملين ($R=0,933$). وبين إدراك الدعم الإشرافي للابتكار وإدراك دعم الزملاء للابتكار ($R=0,865$).

٣/١٢: نتائج اختبارات فروض الدراسة:

١/٣/١٢: نتائج اختبار الفرض الأول:

ينص الفرض الأول علي أنه "توجد علاقة تأثير جوهرية موجبة بين الشخصية المبدعة وبين السلوك الابتكاري للعاملين". ولاختبار هذا الفرض، تم استخدام تحليل الانحدار البسيط. ويوضح الجدول التالي رقم (6) نتائج هذا الاختبار.

جدول رقم (6)

نتائج تحليل الانحدار البسيط للشخصية المبدعة علي السلوك الابتكاري للعاملين

المتغير المفسر Predictor	Beta	B	R	R2	T value	مستوي المعنوية
الشخصية المبدعة	0,896	4,961	0,896	0,803	39,406	0,000
المعامل الثابت Constant				0,844		
معامل التحديد المعدل Adj.R ²				0,802		
قيمة f				1552,822		
معامل جوهرية النموذج (Sig f)				0,000		

$N=380, P < 0$

المصدر: التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- ١- تؤكد اشارة المعلمات علاقة التأثير الجوهرية الموجبة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين.
- ٢- يشير معامل التحديد المعدل إلي أن الشخصية المبدعة تفسر حوالي ٨٠٪ من التباين في السلوك الابتكاري للعاملين.
- ٣- يوشر معامل جوهرية النموذج (*sig.f*) إلي جوهرية النموذج ككل عند مستوي معنوية أقل من (0,001). ومن خلال العرض السابق لنتائج اختبار الفرض الأول يمكن قبول صحة هذا الفرض والذي ينص علي أنه "توجد علاقة تأثير جوهرية موجبة بين الشخصية المبدعة وبين السلوك الابتكاري للعاملين".

٢/٣/١٢: نتائج اختبار الفرض الثاني:

ينص الفرض الثاني علي أنه "يعدل إدراك دعم الزملاء للابتكار العلاقة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين حيث تكون العلاقة أقوى عندما يدرك العاملون المستوي المرتفع من دعم الزملاء للابتكار بالمقارنة بإدراك المستوي المنخفض من هذا الدعم". ولاختبار هذا الفرض تم استخدام تحليل الانحدار الهرمي ذو المتغيرات المعدلة. وطبقاً لهذا الأسلوب، تم بناء نموذج الانحدار الهرمي عن طريق إدخال المتغير المستقل أولاً والممثل في الشخصية المبدعة. ثم بعد ذلك إدخال متغير التفاعل المعبر عنه بحاصل ضرب المتغير المستقل في المتغير المعدل. ويعد تأثير متغير التفاعل معنوياً إذا استطاع هذا المتغير شرح نسبة اضافية معنوية ΔR^2 في المتغير التابع المحدد في السلوك الابتكاري للعاملين تتجاوز تلك النسبة التي تم شرحها بواسطة الشخصية المبدعة قبل إضافة متغير التفاعل. ويوضح الجدول التالي رقم (7) نتائج هذا الاختبار.

جدول رقم (7)

نتائج تحليل الانحدار الهرمي ذو المتغيرات المعدلة لبيان العلاقة بين الشخصية المبدعة وإدراك دعم الزملاء للابتكار والسلوك الابتكاري للعاملين

المتغير التابع (السلوك الابتكاري للعاملين)			المتغيرات المفسرة (predictors)
F	ΔR^2	R^2	
١٥٥٢,٨٢٢		٠,٨٠٢	الشخصية المبدعة
١٠٦٦,٥٣٣	٠,٠٩١	٠,٨٩٣	التفاعل بين الشخصية المبدعة وإدراك دعم الزملاء للابتكار
	٠,٠٠		معنوية النموذج ككل

$N=380, P < 0$

المصدر: التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة

ويتضح في الجدول السابق ما يلي:

- ١- يبين معامل التحديد R^2 أن الشخصية المبدعة فسرت ٨٠,٢٪ من التباين في السلوك الابتكاري للعاملين. وبعد إدخال المتغير المعدل (إدراك دعم الزملاء للابتكار). ساهم المتغيرين معاً في تفسير ٨٩,٣٪ من التباين. بما يدل على أن المتغير المعدل ساهم في تفسير نسبة إضافية من التباين في السلوك الابتكاري للعاملين بلغت حوالي ٩٪.
- ٢- يشير معامل جوهرية النموذج (*sig-F*) إلي معنوية النموذج ككل عند مستوي معنوية (٠,٠٠١).

د. ممدوح عبد الحفيظ عبد الحميد صبرة

وللمزيد من التحقق لصحة الفرض الثاني، قام الباحث باستخدام التحليل الفرعي للمجموعات. وطبقاً لهذا الأسلوب، تم تكوين مجموعتين من مفردات العينة بناء على تقديرها على مقياس المتغير محل الاختبار (إدراك دعم الزملاء للابتكار). وضمت المجموعة الأولى مفردات العينة التي سجلت المستوي المرتفع من إدراك دعم الزملاء للابتكار بينما شملت المجموعة الثانية مفردات العينة التي سجلت المستوي المنخفض من إدراك هذا الدعم. وبعد ذلك وداخل كل مجموعة من المجموعتين تم حساب معامل الارتباط بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين. وأخيراً، تم استخدام اختبار (Z) لتحديد معنوية الفروق بين معاملي ارتباط مجموعتي المتغير المعدل. ويوضح الجدول التالي رقم (8) نتائج هذا التحليل.

جدول رقم (8)

نتائج التحليل الفرعي للمجموعات لبيان العلاقة بين الشخصية المبدعة وإدراك دعم الزملاء للابتكار والسلوك الابتكاري للعاملين

(Z)	معامل الارتباط بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين ذوي المستوى المنخفض في إدراك دعم الزملاء للابتكار (n= ١٨٢)	معامل الارتباط بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين ذوي المستوى المرتفع لإدراك دعم الزملاء للابتكار (n= ١٩٨)
0.00	٠,٤٨٢	٠,٩٥١

ويتضح في الجدول السابق ما يلي:

- ١- ان علاقة الترابط الجوهرية الموجبة بين الشخصية المبدعة وبين السلوك الابتكاري للعاملين ذوي المجموعة ذات المستوي المرتفع من إدراك دعم الزملاء للابتكار بلغت (R=0.951) وكانت أقوى من نفس العلاقة ذوي المجموعة ذات المستوي المنخفض من إدراك هذا الدعم.
- ٢- تشير نتائج اختبار (Z) الي وجود فروق معنوية بين معاملي ارتباط مجموعتي المتغير المعدل.

٣/٣/١٢: نتائج اختبار الفرض الثالث:

ينص الفرض الثالث علي أنه "يعدل إدراك دعم العاملين للابتكار العلاقة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين حيث تكون العلاقة أقوى عندما يدرك العاملون المستوي المرتفع من الدعم الإشرافي للابتكار بالمقارنة بإدراك المستوي المنخفض من هذا الدعم". ولاختبار هذا الفرض تم استخدام تحليل الانحدار الهرمي ذو المتغيرات المعدلة. وطبقاً لهذا الأسلوب، تم بناء نموذج الانحدار الهرمي عن طريق إدخال المتغير المستقل أولاً والممثل في الشخصية المبدعة. ثم بعد ذلك إدخال متغير التفاعل المعبر عنه بحاصل ضرب المتغير المستقل في المتغير المعدل. وبعد تأثير متغير التفاعل معنوياً إذا استطاع هذا المتغير شرح نسبة اضافية معنوية ΔR^2 في المتغير التابع المحدد في السلوك الابتكاري للعاملين تتجاوز تلك النسبة التي تم شرحها بواسطة الشخصية المبدعة قبل إضافة متغير التفاعل. ويوضح الجدول التالي رقم (9) نتائج هذا الاختبار.

جدول رقم (9)

نتائج تحليل الانحدار الهرمي ذو المتغيرات المعدلة للعلاقة بين الشخصية المبدعة وإدراك الدعم الإشرافي للابتكار والسلوك الابتكاري للعاملين

المتغير التابع (السلوك الابتكاري للعاملين)			المتغيرات المفسرة Predictor
F	ΔR^2	R^2	
1552,822	--	0,803	الشخصية المبدعة
1066,533	0,045	0,848	تفاعل الشخصية المبدعة مع الدعم الإشرافي للابتكار
0,000			معنوية النموذج ككل

$N=380, P < 0$

المصدر: التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة

ويتضح من الجدول السابق ما يلي:

- ١- يبين معامل التحديد R^2 أن الشخصية المبدعة فسرت ٨٠,٣% من التباين في السلوك الابتكاري للعاملين. وبعد إدخال المتغير المعدل (إدراك الدعم الإشرافي للابتكار)، ساهم المتغيرين معاً في تفسير ٨٤,٤% من التباين. بما يدل على أن المتغير المعدل ساهم بمفرده في تفسير نسبة إضافية من التباين في السلوك الابتكاري للعاملين بلغت حوالي 4%.
- ٢- يشير معامل جوهرية النموذج (sig-f) إلى معنوية النموذج ككل عند مستوي معنوية (٠,٠٠١).

وللمزيد من التحقق لصحة الفرض الثالث، قام الباحث باستخدام التحليل الفرعي للمجموعات. وطبقاً لهذا الأسلوب، تم تكوين مجموعتين من مفردات العينة بناء على تقديرها على مقياس المتغير المعدل محل الاختبار (إدراك الدعم الإشرافي للابتكار). وضمت المجموعة الأولى مفردات العينة التي سجلت المستوي المرتفع من إدراك الدعم الإشرافي للابتكار بينما شملت المجموعة الثانية مفردات العينة التي سجلت المستوي المنخفض. وبعد ذلك وداخل كل مجموعه من المجموعتين تم حساب معامل الارتباط بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين. وأخيراً، تم استخدام اختبار (Z) لتحديد معنوية الفروق بين معاملي ارتباط مجموعتي المتغير المعدل. ويوضح الجدول التالي رقم (10) نتائج هذا التحليل.

جدول رقم (10)

نتائج التحليل الفرعي للمجموعات لبيان العلاقة بين الشخصية المبدعة وإدراك الدعم الإشرافي للابتكار والسلوك الابتكاري للعاملين

(Z)	معامل الارتباط بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين ذوي المستوى المنخفض في إدراك دعم المشرفين للابتكار (n= ١٨٢)	معامل الارتباط بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين ذوي المستوى المرتفع لإدراك دعم المشرفين للابتكار (n=١٩٨)
0.00	٠,٤٨٢	٠,٩٥١

ويتضح من الجدول السابق ما يلي:

- ١- ان علاقة الترابط الجوهرية الموجبة بين الشخصية المبدعة وبين السلوك الابتكاري للعاملين ذوي المجموعة ذات المستوى المرتفع من إدراك الدعم الإشرافي للابتكار بلغت (R=0.951) وكانت أقوى من نفس العلاقة ذوي المستوى المنخفض من إدراك هذا الدعم.
- ٢- تشير نتائج اختبار (Z) الي وجود فروق معنوية بين معاملي ارتباط مجموعتي المتغير المعدل. ومن خلال النتائج السابقة يمكن قبول صحة الفرض الثالث للدراسة والذي ينص علي أنه "يعدل إدراك الدعم الإشرافي للابتكار العلاقة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين حيث تكون العلاقة أقوى عندما يدرك العاملون المستوى المرتفع من الدعم الإشرافي للابتكار بالمقارنة بإدراك المستوى المنخفض من هذا الدعم.

13- مناقشة نتائج الدراسة:

يقدم الباحث في هذه الجزئية عرضاً للنتائج التي أسفرت عنها اختبارات فروض الدراسة ومناقشتها وتفسيرها وبيان مدى توافقها مع الأطر النظرية والدراسات السابقة في هذا المجال وذلك علي النحو التالي:

1/13 : مناقشة وتفسير نتائج اختبار الفرض الأول:

ينص الفرض الأول علي أنه " توجد علاقة تأثير جوهرية موجبة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين. واختبار هذا الفرض، تم استخدام تحليل الانحدار البسيط. وقد أسفرت النتائج عن وجود علاقة تأثير جوهرية موجبة بين المتغيرين حيث فسرت الشخصية المبدعة حوالي ٨٠٪ من التباين في السلوك الابتكاري للعاملين.

ويمكن تفسير هذه النتيجة في إطار نظريتي التوقع (Vroom, Expectancy theory) (Porter & Lawler, 2015)، ونظرية السمات (Schoen, Bowler, & Trait theory) (Schilpzand, 2016). ووفقاً للنظرية الأولى: فإنه عندما يشعر العاملون ذوي الشخصية المبدعة بأهمية مكانتهم وقيمتهم في المنظمة، فإنهم يكونون أكثر ميلاً إلي التوقع الإيجابي لدعم المنظمة لإبداعهم، مما يحفز بدوره إظهار السلوكيات الإيجابية وبصفة خاصة السلوك الابتكاري، والعمل على إنتاج الأفكار الإبداعية والترويج لها وتنفيذها (El-Kassar, et al, 2022). واستناداً للنظرية

الثانية: تُعتبر سمات الشخصية المبدعة، مثل المبادرة، والحكم المستقل، والانفتاح، والمثابرة، والاستعداد للمخاطرة، عوامل مساعدة للعاملين لطرح أفكارهم الإبداعية، وتعزيز الوعي الإبداعي، وترجمة هذه السمات إلى سلوكيات ابتكارية فعالة في بيئة العمل (Mumford, 2012; Schoen, 2012; Bowler, & Schilpzand, 2016).

وتقدم نتائج اختبار الفرض الأول الدعم لصدق تنبؤات نظريتي التوقع *Expectancy theory* (Schoen, Trait theory) ونظرية السمات (Vroom, Porter & Lawler, 2015) ونظريات (Bowler, & Schilpzand, 2016). ونتائج الدراسات السابقة التي تناولت العلاقة بين المتغيرين (Chau, et al, 2018; Oldham & cummings, 1996; Feist, 1998; Zhou, 2003; Shalley et al., 2004; Mathisen, Martinsen, & Einarsen, 2008; Aronson, Reilly & Lynn, 2008; Yesil & Sozbilir, 2013; Giebels, et al, 2016; Stock, Von Hippel & Gillert, 2016; Woods, et al, 2018; Zhou, et al, 2020; Zhou, 2021).

٢/13 : مناقشة وتفسير نتائج اختبار الفرض الثاني:

ينص الفرض الثاني للدراسة علي أنه "يعدل الدعم الإشرافي للابتكار العلاقة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين حيث تكون العلاقة أقوى عندما يدرك العاملون المستوي المرتفع من الدعم الإشرافي للابتكار بالمقارنة بإدراك المستوي المنخفض. ولاختبار هذا الفرض تم استخدام تحليل الانحدار الهرمي ذو المتغيرات المعدلة والتحليل الفرعي للمجموعات.

وقد أسفرت نتائج تحليل الانحدار الهرمي ذو المتغيرات المعدلة عن أن دخول متغير التفاعل بين الشخصية المبدعة وإدراك الدعم الإشرافي للابتكار في معادلة الانحدار ساهم في تفسير نسبة إضافية معنوية من التباين في السلوك الابتكاري للعاملين بلغت حوالي 4%. كما أسفرت نتائج التحليل الفرعي للمجموعات أن علاقة الترابط الجوهرية بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين لدي المجموعة ذات المستوي المرتفع من إدراك الدعم الإشرافي للابتكار ($R=0.95$) وكانت أقوى من نفس العلاقة بين أفراد المجموعة ذات المستوي المنخفض من إدراك هذا الدعم ($R=0.45$). بينما يبين أن إدراك الدعم الإشرافي للابتكار يعدل العلاقة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين. ويدل ذلك علي أن الدعم الإشرافي للابتكار يلعب دوراً معدلاً (مخففاً) في العلاقة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين.

ويمكن تفسير الدور المعدل (المخفف) للدعم الإشرافي في العلاقة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين في ضوء نظريتي التبادل الاجتماعي *Social exchange theory* (Mitchell, Cropanzano & Quisenberry, 2012) ونظرية التوسيع والبناء *Broaden and build Theory* (Fredrickson, 2001). ووفقاً للنظرية الأولى: عندما يدرك العاملون ذوي الشخصية المبدعة المستوي المرتفع من دعم المشرفين للابتكار، فإنهم ملتزمين طبقاً لمعيار المبادلة بإعادة الدعم المتحصل عليه، وبالتالي، يظهرون مستويات مرتفعة من السلوكيات الايجابية المفيدة للمنظمة والتي تتمثل في السلوكيات الابتكارية التزاماً منهم بمعيار المبادلة. وفي المقابل، عندما يدرك العاملون ذوي الشخصية المبدعة المستوي المنخفض من دعم المشرفين للابتكار، فإنهم سيحجمون عن توليد الأفكار الإبداعية، اعتقاداً منهم بأن البيئة التنظيمية ليست داعمة لهم (Madjar, Oldham, & Pratt, 2002).

واستناداً للنظرية الثانية: فإنه عندما يدرك العاملون ذوي الشخصية المبدعة المستوى المرتفع من دعم المشرفين للابتكار، تتكون لديهم المشاعر الإيجابية، مما يوسع آفاق تفكيرهم وأفعالهم، وهذا التوسع يساعد بدوره على بناء مواردهم الشخصية الدائمة، سواء كانت مادية أو فكرية أو اجتماعية أو نفسية، ومن ثم فإنهم يفضل هذه الموارد يقدمون علي تبنى الأنشطة والأفكار الإبداعية المفيدة في مجال العمل أي إنهم سيظهرون مستوى مرتفع من السلوك الابتكاري. وفي المقابل: عندما يدرك العاملون ذوي الشخصية المبدعة المستوي المنخفض من دعم المشرفين للابتكار، تتكون لديهم المشاعر السلبية، مما يضيق آفاق تفكيرهم وأفعالهم، وهو ما يسهم في استنزاف موارد الشخصية، ومن ثم فإنهم يفضل هذا الاستنزاف للموارد سيحجمون عن إنتاج الأفكار الجديدة أي أنهم سيظهرون مستوى منخفض من السلوك الابتكاري (Amabile, et al, 1996; Kim, Hon, & Lee, 2010).

وتقدم نتائج اختبار الفرض الثاني الدعم لصدق تنبؤات نظريتي التبادل الاجتماعي و Social exchange theory (Mitchell, Cropanzano & Quisenberry, 2012) والتوسيع والبناء (Fredrickson, 2001 Broaden and build Theory) حول الدور المعدل (المخفف) للدعم الإشرافي في العلاقة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين ولنتائج الدراسات السابقة في هذا المجال (Oldham & Cummings 1996; Zhou & George, 2001)

٣/13: مناقشة وتفسير نتائج اختبار الفرض الثالث:

وينص الفرض الثالث للدراسة علي أنه "يعدل إدراك دعم الزملاء للابتكار العلاقة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين حيث تكون العلاقة أقوى عندما يدرك العاملون المستوي المرتفع من إدراك دعم الزملاء للابتكار بالمقارنة بإدراك المستوي المنخفض من هذا الدعم." ولاختبار هذا الفرض تم أيضاً استخدام تحليل الانحدار الهرمي ذو المتغيرات المعدلة والتحليل الفرعي للمجموعات.

وقد أسفرت نتائج تحليل الانحدار الهرمي ذو المتغيرات المعدلة عن أن دخول متغير التفاعل بين الشخصية المبدعة و إدراك دعم الزملاء للابتكار في معادلة الانحدار ساهم في تفسير نسبة إضافية معنوية من التباين في السلوك الابتكاري للعاملين بلغت ٩٪. كما أسفرت نتائج التحليل الفرعي للمجموعات أن علاقة التأثير الجوهرية الموجبة بين الشخصية المبدعة و السلوك الابتكاري للعاملين لدي المجموعات ذات المستوي المرتفع من إدراك دعم الزملاء للابتكار بلغت (R=95) وكانت أقوى من نفس العلاقة بين المجموعة ذات المستوي المنخفض من إدراك هذا الدعم (R=45). بما يعني أن إدراك دعم الزملاء للابتكار يعدل العلاقة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين.

ويمكن تفسير الدول المعدل لإدراك دعم الزملاء للابتكار في العلاقة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين في ضوء نظريتي التعليم الاجتماعي Social Learning Theory و التشغيل الاجتماعي للمعلومات Social information processing Theory (Walther,) (2015). ووفقاً لنظرية التعليم الاجتماعي المقدمة من (Bandura, 1986) يتعلم العاملون ذوي الشخصية المبدعة السلوكيات المعيارية المقبولة من خلال ملاحظة الكيفية التي يتصرف بها الزملاء تجاه الابتكار.

واستناداً الي نظرية التشغيل الاجتماعي للمعلومات المطروحة من (Walther, 2015) فان هؤلاء العاملون يكيفون اتجاهاتهم وسلوكياتهم لتتوافق مع السياق الاجتماعي المباشر. وعندما يدرك العاملون ذوي الشخصية المبدعة المستوي المرتفع من دعم الزملاء للابتكار، فإنه يتكون لديهم الاعتقاد بأن المناخ الاجتماعي السائد يقدر ويثمن الأفكار الجديدة ويحشد الإمكانيات المتاحة لتطبيقها. ومن ثم فإنهم ويفضل هذا المستوي المرتفع من إدراك تواجد مثل هذا الدعم يقدمون علي إنتاج وترويج وتطبيق الأفكار الجديدة والمفيدة أي إنهم سيظهرون مستوي مرتفع من السلوك الابتكاري ليتوافق سلوكهم مع السياق الاجتماعي المباشر الداعم للابتكار.

وفي المقابل، عندما يدرك العاملون ذوي الشخصية المبدعة المستوي المنخفض من دعم الزملاء للابتكار، فإنه يتكون لديهم الاعتقاد بأن المناخ الاجتماعي السائد لا يقدر ولا يثمن ما هو جديد ولا يوجه الإمكانيات المتاحة له. ومن ثم، فإنهم ويفضل ذلك المستوي المتدني من إدراك هذا الدعم سيحجمون عند إنتاج الأفكار الجديدة لأنها لن يكتب لها النجاح.

وتقدم هذه النتيجة الدعم بشكل عام لتوقعات نظريتي التعليم الاجتماعي والتشغيل الاجتماعي للمعلومات في تفسير السلوك الابتكاري للعاملين (Bandura, 1986; Walther, 2015) ولنتائج الدراسات السابقة في هذا المجال (McClean, 2005; Wen, 2020; Yang & Zhou, 2022)

١٤ - دلالات الدراسة ومضامينها:

تحمل النتائج التي أسفرت عنها الدراسة الحالية مجموعة من الدلالات النظرية والعملية التي يمكن عرضها علي النحو التالي:

١/١٤: الدلالات النظرية:

١/١/١٤: دللت نتائج الدراسة وبشكل كبير علي وجود علاقة التأثير الجوهرية الموجبة بين الشخصية المبدعة و السلوك الابتكاري للعاملين وبالتالي تعد الشخصية المبدعة أحد المصادر الأساسية لهذا السلوك. وتعد هذه النتيجة تأكيداً للأطر النظرية المفسرة للعلاقة بين المتغيرين من ناحية (woodman & schoenfeld, 1989) ودليلاً في جانب الدراسات المثبتة لعلاقة التأثير الموجبة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين (Feist, 1998; Zhou, 2003) في مواجهة الدراسات المثبتة لعدم وجود مثل هذه العلاقة (Oldham, & Cummings, 1996).

٢/١/١٤: دللت الدراسة وبشكل قوي علي الدور المعدل لإدراك دعم المشرفين و دعم الزملاء للابتكار في العلاقة بين الشخصية المبدعة و السلوك الابتكاري للعاملين حيث يعمل الدعم المدرك للابتكار من قبل المشرفين و الزملاء علي تقوية أو إضعاف العلاقة بينهما. وتقدم هذه النتيجة الدعم للأطر النظرية المفسرة للسلوك الابتكاري علي أنه دالة للتفاعل بين الخصائص الفردية وخصائص السياق (Shalley et al, 2004) و التأكيد للدراسات التي تناولت الظروف المعدلة لعلاقة الشخصية المبدعة بالسلوك الإداري للعاملين (McClean, 2005; Phelan, 2001; Oldham & Cummings, 1996).

٢/14: الدلالات التطبيقية:

١/٢/14: أكدت نتائج الدراسة علاقة التأثير الجوهرية الموجبة بين الشخصية المبدعة و السلوك الابتكاري للعاملين حيث تبين أن تلك الشخصية تفسر حوالي ٨٠٪ من التباين في السلوك الابتكاري للعاملين. ويدل ذلك علي تأثر السلوك الابتكاري للعاملين بالشخصية المبدعة التي يظهرونها. وفي ذلك دلالة تطبيقية مهمة للجهود التنظيمية الرامية لتنمية وتحسين السلوك الابتكاري للعاملين حيث يجب علي المسؤولين في المنظمات محل الدراسة إخضاع الأفراد عند التعيين وعند الاختيار لاختبارات الشخصية لضمان انتقاء أفضل العاملين ابتداءً، والذين يظهرهم مستويات عالية من الشخصية المبدعة.

والحاقاً بالجهد السابق يجب أيضاً تطوير الشخصية الحالية للعاملين لجعلها أكثر ابداعاً. ومع الاعتراف بأن هذا الأمر ليس بالعمل اليسير إلا أنه ليس من الصعب العسير خاصة في الأجل الطويل حيث يتحقق ذلك من خلال برامج التدريب التي تصمم لتحسين المهارات الإدراكية والمعرفية خاصة مهارات التفكير الإبداعي وحل المشكلات ابداعياً.

٢/٢/١٤: في سياق اختبار الدور المعدل لإدراك الدعم الاشرافي و دعم الزملاء للابتكار في العلاقة بين الشخصية المبدعة و السلوك الابتكاري للعاملين تبين أن متغير التفاعل بين إدراك الدعم الاشرافي و دعم الزملاء للابتكار و متغير الشخصية المبدعة (كل متغير علي حدة)، قد فسرا نسب بلغت ٤٪، ٩٪ بالترتيب من التباين في السلوك الابتكاري للعاملين وفي ذلك دلالة تطبيقية مهمة للجهود التنظيمية الرامية لتحسين السلوك الابتكاري للعاملين حيث يجب علي المسؤولين في الشركات محل الدراسة رفع مستوي إدراك العاملين بدعم كل من المشرفين و الزملاء للابتكار.

ويتحقق هذا من خلال تبني الابتكار *Innovation* كهدف استراتيجي متضمن في رسالة المنظمة لضمان الالتزام به وعدم الخروج عنه وترجمته في شكل دعم مادي و معنوي حالة الادراك العام بدعم السياق الاجتماعي المباشر للابتكار، و يقود هذا في النهاية إلي المستوي المرتفع من السلوك الابتكاري للعاملين. والحاقاً بالبند السابق، يجب نشر السلوكيات الطوعية الايجابية بين الأفراد داخل المنظمة مثل سلوكيات المواطنة التنظيمية *OCBS* حيث تعمل تلك السلوكيات علي خلق المناخ الاجتماعي والنفسي الداعم للسلوك الابتكاري باعتباره شكل من أشكال الدور الاضافي للعاملين (*Organ, 1994*).

١٥- آفاق البحث المستقبلية:

في ضوء مناقشة نتائج الدراسة ودلالاتها وحدودها، يمكن القول بأن هناك عدد من النقاط البحثية التي تصلح لأن تكون نواة لدراسات لاحقة يعرضها الباحث علي النحو التالي:

١/١٥: لوحظ من نتائج الدراسة تدني مستوي الدعم المدرك للابتكار من قبل المشرفين والزملاء حيث سجل الوسط الحسابي لإدراك هذا الدعم قيماً متقاربة وكانت أقل من منتصف المقياس. ومن ثم فإن محاولة توصيف هذه الظاهرة والبحث في محدداتها خاصة بعد التثبت من المردودات الإيجابية لإدراك دعم المشرفين ودعم الزملاء للابتكار يعد أمراً يستحق المزيد من الدراسة في ضوء الأهمية المتزايدة لموضوع الابتكار بشكل عام و السلوك الابتكاري للعاملين بشكل خاص (*Binnewies, Ohly & Niessen, 2008; Choi, 2004*).

٢/15: إذا كان إدراك الدعم الإشرافي و دعم الزملاء للابتكار يعملان كمتغيرات معدلة لعلاقة الشخصية المبدعة بالسلوك الابتكاري للعاملين فإنه قد يبدو من المفيد إدخال متغيرات معدلة أخرى *Moderators* في هذه العلاقة مثل نوايا الإبداع *Creative intentions* و الدافعية الداخلية *Intrinsic Motivation* باعتبار مثل هذه المتغيرات تعكس الآلية التي تؤثر بها الشخصية المبدعة على السلوك الابتكاري (Baron & Kenny, 1986). أيضاً إدخال متغيرات مثل خرق العقد النفسي *Psychological contract breach* والإشراف المسيء *Abusive supervision* والحساسية للعدالة *Equity sensitivity* والقيادة التحويلية *Transformational leadership* حتى يمكن التوصل لفهم أشمل للظروف المقيدة والمطلقة للأداء الابتكاري للعاملين ذوي الشخصية المبدعة. ٣/15: قد يكون من المفيد إجراء دراسات أخرى تقوم بإعادة اختبار فروض الدراسة الحالية في المنظمات الخدمية حتى يمكن التعرف على مدى تأثير توفير المهام المحفزة، والفرص الإبداعية، على إظهار السلوك الابتكاري لدى العاملين عند تقديم الخدمات (Al-Hawari, Bani-Melhem, & Shamsudin, 2019). ومقارنة نتائج الدراسة الحالية مع نتائج مثل هذه الدراسات وتحديد مدى التشابه والاختلاف في النتائج التي يتم التوصل إليها.

16- مراجع الدراسة:

الراعي، عبد الوهاب راغب. (٢٠٢٤). أثر الدعم التنظيمي المدرك على السلوك الابتكاري للعاملين بالمنظمات العامة دراسة تطبيقية على هيئة ميناء دمياط البحري. *مجلة راية الدولية للعلوم التجارية*, ٣ (١٠), ١٢٢٣-١٢٦٨.

جاب الله، رفعت محمد. (١٩٩٣). تأثير قيم العمل الإسلامية ومركز التحكم وقوة الحاجة للنمو وربط المكافآت بالأداء وضغوط الوقت والأداء على العلاقة بين رضا وأداء العاملين، *المجلة العلمية لكلية الإدارة والاقتصاد*، جامعة قطر، العدد الرابع، ١٤٥-١٨٧.

رئاسة مجلس الوزراء. (٢٠٢٥). التعليم العالي: مؤشر الابتكار العالمي <https://www.cabinet.gov.eg/News/Details/68761> بتاريخ (٢٠٢٥/٥/٩).

مسعد، بهاء الدين سعد & إبراهيم، شيماء مهدي. (٢٠٢٥). المشاركة بالمعرفة والبراعة التنظيمية بوصفهما مُتغيرين وسيطين في العلاقة بين نظم العمل عالية الأداء وسلوكيات العمل الابتكاري. *مجلة البحوث المالية والتجارية*, ٢٦ (١), ١٩٨-٢٧٠.

مهدي، محمد حسن أحمد. (٢٠٢٣). القيادة المتواضعة وتأثيرها على السلوك الابتكاري للعاملين: اختبار الدور الوسيط لرأس المال النفسي- دراسة ميدانية. *مجلة البحوث المالية والتجارية*, ٢٤ (٤), ٩٦-١٤٧.

Acharya, A., Prakash, A., Saxena, P., & Nigam, A. (2013). Sampling: Why and how of it. *Indian Journal of Medical Specialties*, 4(2): 330-333.

Afsar, B., Badir, Y., & Muddassar, M. (2015). Person - job fit, person - organization fit and innovative work behavior: The mediating role of innovation trusts. *Journal of High Technology Management Research*, 26(2): 105-116.

Afsar, B., Badir, Y., (2016). The mediating role of psychological empowerment on the relationship between person-organization fit and innovative work behavior. *Chinese Journal of Human Resource Management*, 7 (1): 5-26.

Al-Hawari, M., Bani-Melhem, S., & Shamsudin, F. (2019). Determinants of frontline employee service innovative behavior: The moderating role of co-worker socializing and service climate. *Management Research Review*, 42(9):1076-1094.

Almulhim, A. (2020). Linking knowledge sharing to innovative work behaviour: the role of psychological empowerment. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9): 549-560.

-
-
- Amabile, T., Conti, R., Coon, H., Lazenby, J., & Herron, M. (1996). Assessing the work environment for creativity. *Academy of Management Journal*, 39: 1154–1184
- Anderson, N., & West, N. (1998). Measuring climate for workgroup innovation. *Journal of Organizational Behavior*, 19: 235–258.
- 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.
- Arasli, H., Arici, H. & Kole, E., (2020). Constructive leadership and employee innovative behaviors: a serial mediation model. *Sustainability*, 12(7): 2592.
- Aronson, Z., Reilly, R., & Lynn, G. (2008). The role of leader personality in new product development success: An examination of teams developing radical and incremental innovations. *International Journal of Technology Management*, 44(1-2): 5-27.
- Asurakkody, T., Shin S. (2018). Innovative behavior in nursing context: A concept analysis. *Asian Nursing Research*, 12(4): 237-244.
- Bandura, A. (1986). Social foundations of thought and action. *Englewood Cliffs, NJ*, (23-28), 2.
- Baron, R., & Kenny, D. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6): 1173.
- Binnewies, C., Ohly, S., & Niessen, C. (2008). Age and creativity at work: The interplay between job resources, age and idea creativity. *Journal of Managerial Psychology*, 23(4):438-457.
- Booher, J. (2020). Employee innovative behavior and the role of creative personality, conscientiousness, and psychological safety. *Doctoral Dissertation*, Mental Health Counseling in the Department of Psychology at Pace University, Pleasantville, NY.

-
-
- Brislin, R. (1970). Back-translation for cross-cultural research. *Journal of Cross-cultural Psychology*, 1(3): 185-216.
- Carmeli , A., Meitar , R ., & Weisberg , J. (2006). Self – leadership skills and Innovative Behavior at work . *International Journal of Manpower* , 27(1): 75-90.
- Chaiyapruksayanonde, C., & Ponchaitiwat, K. (2025). Supportive Work Environments, Innovative Work Behavior, and Job Performance in the Hospitality Industry: Empirical Evidence from Thailand. *Tourism and Hospitality*, 6(1): 20.
- Chatchawan, R., Trichandhara, K., Rinthaisong, I. (2017). Factors Affecting Innovative Work Behavior of Employees in Local Administrative Organizations in the South of Determinants of Thailand. *International Journal Social Sciences and Management*, 4(3):154-157.
- Chau, K., Zhu, Y., Shen, H., & Huang, S. (2018). A study on creative personality and innovation behavior-well-being as the mediator. *Journal of Interdisciplinary Mathematics*, 21(2):253-264.
- Choi, J. (2004). Individual and contextual predictors of creative performance: The mediating role of psychological processes. *Creativity Research Journal*, 16(2-3): 187-199.
- Danilo, G. (2019). Relative utterances about person-centered care among future health care professionals are related to reward dependence rather than to a creative personality profile. *Heliyon*, 5: 1–15.
- Dedahanov, A., Bozorov, F. & Sung, S., (2019). Paternalistic leadership and innovative behavior: Psychological empowerment as a mediator. *Sustainability*, 11(6): 1770.
- El-Kassar, N., Dagher, K., Lythreathis, S., & Azakir, M. (2022). Antecedents and consequences of knowledge hiding: the roles of HR practices, organizational support for creativity, creativity, innovative work behavior, and task performance. *Journal of Business Research*, 140:1–10.
- Farr, J. (1990). Facilitating Individual Role Innovation. In M. A. west & J. L. farr (Eds.). *Innovation and creativing at work* New york.

-
-
- Feist, G. (1998). A meta-analysis of personality in scientific and artistic creativity. *Personality and social psychology review*, 2(4): 290-309.
- Fredrickson, B. (2001). The role of positive emotions in positive psychology: The broaden-and-build theory of positive emotions. *American psychologist*, 56(3): 218.
- Garcia, D., Jedel, I., Rapp-Ricciardi, M., Lindskär, E., Molander-Söderholm, K., Fagerström, C., & Sikström, S. (2019). Creative utterances about person-centered care among future health care professionals are related to reward dependence rather than to a creative personality profile. *Heliyon*, 5(3).
- Giebels, E., De Reuver, R., Rispens, S., & Ufkes, E. (2016). The critical roles of task conflict and job autonomy in the relationship between proactive personalities and innovative employee behavior. *The Journal of applied behavioral science*, 52(3): 320-341.
- Gough, H. (1979). A creative personality scale for the Adjective Check List. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37(8): 1398.
- Gu, Y. , Zhou, W. , & Peng, J. (2014). How do perceived organizational support for creativity affect employee creative behavior? The moderating effect of achievement motivation and job involvement. *Chinese Journal of Management*, 11(4): 548.
- Handayani, W., & Pendrian, O. (2023). The evaluation of the impact of implementing organizational culture on employee innovative behavior. *International Journal of Law, Policy, and Governance*, 2(2): 49-64.
- Hoang, L., Thu, H., Ho, V. (2021). Fostering innovative behavior in the aviation industry: The role of perceived supervisor support and work group diversity . *Problems and Perspectives in Management*, 19(1): 163-176.
- Hsu, M. & Chen, F. (2017). The Cross Level mediating effect of psychological capital on the organizational innovation climate–employee innovative behavior relationship, *The Journal of Creative Behavior*, 51(2):128-139.

-
-
- Hussain, M., Luu, T., & Marjoribanks, T. (2025). How and when paternalistic leadership influences service innovative behavior while inhibiting counterproductive work behavior among healthcare professionals: the roles of perceived supervisor support and public service motivation. *Journal of Health Organization and Management*, 39(9): 71-95.
- Ibrahim, H., Aerni, I., & Shahbudin, A. (2016). Organizational support and creativity: The role of developmental experiences as a moderator. *Procedia Economics and Finance*, 35:509-514.
- Imran, M., Li, J., Bano, S., & Rashid, W. (2025). Impact of Democratic Leadership on Employee Innovative Behavior with Mediating Role of Psychological Safety and Creative Potential. *Sustainability*, 17(5) : 1879.
- Iqbal, A., Nazir, T. and Ahmad, M. (2022). Entrepreneurial leadership and employee innovative behavior: an examination through multiple theoretical lenses. *European Journal of Innovation Management*, 25(1): 173-190.
- Janssen, O. (2000). Job demands, perceptions of effort-reward fairness and innovative work behavior. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 73(3): 287-302.
- Janssen, O. (2005). The joint impact of perceived influence and supervisor supportiveness on employee innovative behavior. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 78(4): 573-579.
- Jaruwanakul, T., & Vongurai, R. (2021). Determinants of Employee Innovative Behavior in Thai Real Estate Companies. *International Journal of Economics and Business Administration*, 9(1): 303-317.
- Jong, J., & Den Hartog, D. (2008). Innovative work behavior: Measurement and validation.
- Kanter, R. (1988) when a thousand flowers Bloom: Structural, collective and social Conditions for Innovation in organizations. In B. M. staw & L . L . eummings (Eds) *Research in organizational Behavior*, 1: 169 – 211

-
-
- Kim, T., Hon, A., & Lee, D. (2010). Proactive personality and employee creativity: The effects of job creativity requirement and supervisor support for creativity. *Creativity Research Journal*, 22(1): 37–45.
- Kimberly J., & Evanisko, J. (1981). Organizational innovation: The influence of individual, organizational and contextual factors on hospital adoption of technological and administrative innovation. *Academy of Management Journal*. 24(4): 689–713.
- Kusumawardani, D., & Nury, A. (2018). The effect of humors and narcissistic personality on the innovative output with innovative work behavior and adaptability as variables of mediation. *Management Analysis Journal*, 7 (3).
- Ladd, D., & Henry, R. (2000). Helping Coworkers and Helping the Organization: The Role of Support Perceptions, Exchange Ideology, and Conscientiousness. *Journal of Applied Social Psychology*, 30(10): 2028-2049.
- Liman, I., Santamoko, R., Limajatini, L., & Anggraeni, D. (2024). the Influence of Innovative Behavior and Reward System on Employee Performance With Creative Thinking Ability As a Moderator. *International Journal of Application on Economics and Business*, 2(1): 3169-3181.
- Lovelock, C., Stiff, R., Cullwick, D., & Kaufman, I. (1976). An evaluation of the effectiveness of drop-off questionnaire delivery. *Journal of Marketing Research*, 13(4): 358-364.
- Luanglath, I. (2014). Sample size determination for non-finite population. *Southeast Asian Journal of Sciences*, 3(2): 141-152.
- Lukes, M. & Stephan, U. (2017). Measuring employee innovation: A review of existing scales and the development of the innovative behavior and innovation support inventories across cultures. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(1): 136-158.
- Ma, X., Khattak, A., Ghani, B., & Huo, M. (2024). Perceived overqualification in higher education institutions: Enhancing employee innovative behavior via creative self-confidence and

-
-
- harmonious workplace climate. *Current Psychology*, 43(11):9826-9837.
- Madjar, N., Oldham, G., & Pratt, M. (2002). There's no place like home? the contributions of work and nonwork creativity support to employees' creative performance. *The Academy of Management Journal*, 45(4):757-767.
- Martinsen, L. (2011). The creative personality: A synthesis and development of the creative person profile. *Creativity Research Journal*, 23(3): 185-202.
- Mathisen, G., Martinsen, O., & Einarsen, S. (2008). The relationship between creative personality composition, innovative team climate, and team innovativeness: An input—process—output perspective. *The Journal of Creative Behavior*, 42(1): 13-31.
- McLean, L. (2005). Organizational culture's influence on creativity and innovation: A review of the literature and implications for human resource development. *Advances in developing human resources*, 7(2): 226-246.
- Meng, J., & Liu, Z. (2023). Examining the effect of challenging and threatening work stress on employees' innovative behavior. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 51(4): 1-12.
- Michaelis, B., Stegmaier, R. & Sonntag, K. (2010). Shedding light on followers' innovation implementation behavior: the role of transformational leadership, commitment to change, and climate for initiative. *Journal of Managerial Psychology*, 25(4): 408-429.
- Mitchell, M., Cropanzano, R., & Quisenberry, D. (2012). Social exchange theory, exchange resources, and interpersonal relationships: A modest resolution of theoretical difficulties. In *Handbook of social resource theory. Theoretical extensions, empirical insights, and social applications*, 99-118.
- Mumford, M. (2012). Handbook of organizational creativity. *Academic Press*.

-
-
- Mutonyi, B. (2022). Employee innovative behavior in public sector services. *PhD dissertation*, Inland School of Business and Social Sciences, Inland Norway University of Applied Sciences.
- Nasifoglu Elidemir, S., Ozturen, A. & Bayighomog, S. (2020). Innovative behaviors, employee creativity, and sustainable competitive advantage: A moderated mediation. *Sustainability*, 12(8): 3295.
- Newman, A., Tse, H., Schwarz, G., & Nielsen, I. (2018). The effects of employees' creative self-efficacy on innovative behavior: The role of entrepreneurial leadership. *Journal of Business Research*, 89: 1–9.
- Ng, W. & Feldman, D. (2013). A meta-analysis of the relationships of age and tenure with innovation-related behavior, *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 86(4): 585-616.
- Nystrom, P., Ramamurthy, K., & Wilson, A. (2002). Organizational context, climate and Innovativeness: Adoption of imaging technology. *Journal of Engineering and Technology Management*, 19(3): 221–247
- Oldham, G., & Cummings, A. (1996). Employee creativity: Personal and contextual factors at work. *Academy of management journal*, 39(3): 607-634.
- Orfila-Sintes, F., & Mattsson, J. (2009). Innovation behavior in the hotel industry. *Omega*, 37(2):380-394.
- Organ, D. (1994). Personality and organizational citizenship behavior. *Journal of management*, 20(2): 465-478.
- Phelan, S. (2001). Developing creative competence at work: The reciprocal effects of creative thinking, self-efficacy and organizational culture on creative performance. *California School of Professional Psychology-Los Angeles*.
- Podsakoff, P., MacKenzie, S., & Podsakoff, N. (2012). Sources of method bias in social science research and recommendations on how to control it. *Annual review of psychology*, 63(1): 539-569.
- Podsakoff, P., MacKenzie, S., Lee, J., & Podsakoff, N. (2003). Common method biases in behavioral research: a critical review of the literature

-
-
- and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5): 879.
- Prieto, I., Perez-Santana, M. (2014). Managing innovative work behavior: the role of human resource practices. *Personnel Review*, 43(2):184-208.
- Rasheed, M., Hameed, Z., Kaur, P., & Dhir, A. (2024). Too sleepy to be innovative? Ethical leadership and employee service innovation behavior: A dual-path model moderated by sleep quality. *Human Relations*, 77(6): 739-767.
- Sadat Mousavi, S., & Ebrahimi, A. (2024). Structural model of the effect of psychological capital on innovative behavior in teaching: The mediating role of conscientiousness personality trait. *International Journal of Education and Cognitive Sciences*, 4(4): 1-10.
- Santosa, T., Suharnomo, & Yuniawan, A. (2022). An examination of the antecedents and consequences of employee creativity in Indonesian radio industry. *The Journal of Behavioral Science*, 17(1):1-15.
- Schoen, L., Bowler, L., & Schilpzand, M. (2016). Conditional reasoning test for creative personality: rationale, theoretical development and validation. *Journal of Management*, 44: 1651-1677.
- Scott, S., & Bruce, R. (1994). (Determinants of Innovative Behavior: A path Model of Individual Innovation in the workplace. *Academy of Management Journal*, 37(3): 580 - 607.
- Shalley, C., Zhou, J., & Oldham, G. (2004). The effects of personal and contextual characteristics on creativity: Where should we go from here?. *Journal of management*, 30(6): 933-958.
- Simonton, D. (2019). Creativity and genius. In *The sage handbook of gifted and talented education*, 70-82
- Stock, R., Von Hippel, E., & Gillert, N. (2016). Impacts of personality traits on consumer innovation success. *Research Policy*, 45(4):757-769.
- Su, W., & Hahn, J. (2025). Self-leadership and psychological capital as mediators in the influence of leader motivating language on everyday innovative behavior. *International Journal of Business Communication*, 62(2): 379-401.

-
-
- Tourangeau, R., Rips, L., & Rasinski, K. (2000). The psychology of survey response.
- Vroom, V., Porter, L., & Lawler, E. (2015). Expectancy theories. In *organizational behavior* 1: 94-113.
- Walther, J. (2015). Social information processing theory(CMC). *The International Encyclopedia of Interpersonal Communication*, 1-13.
- Wang, X., Zhang, Z., & Chun, D. (2021). How does mobile workplace stress affect employee innovative behavior? The role of work–family conflict and employee engagement. *Behavioral Sciences*, 12(1):2-13.
- Wang, Z. (2025). Linking innovative knowledge sharing and employees' innovative behavior: the mediating role of thriving at work. *Knowledge Management Research & Practice*, 23(1): 52-62.
- Wartini, S., Hikmah, F., & Ranihusna, D. (2023). The impact person-organization fit on innovative work behavior: A mediation role of psychological empowerment. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 26(2): 413–430.
- Wen, S. (2020). Perceived Organizational Support and Employee Innovation Behavior Based on Intermediary Role of Multiple Identities. *HRD Journal*, 11(1): 52-63
- Wijesingha, P., & Arachchi, R. (2021). The role of high-performance work practices and personality traits on employee innovative work behaviors. *Asian Journal of Management Studies*, 1(2): 54-74
- Wiley, D. (1999). *Impact of locus of control and empowerment on organizational commitment. United States International University.*
- Woodman, R., & Schoenfeld, L. (1989). Individual differences in creativity: An interactionist perspective. In J. A. Glover, R. R. Ronning, & C. R. Reynolds (Eds.), *Handbook of creativity* (pp. 77-91). New York: Plenum Press.
- Woodman, R., Sawyer, J., & Griffin, R. (1993). Toward a theory of organizational creativity. *Academy of management review*, 18(2): 293-321.

-
-
- Woods, S., Mustafa, M. , Anderson, N., & Sayer, B. (2018). Innovative work behavior and personality traits: Examining the moderating effects of organizational tenure. *Journal of Managerial Psychology*, 33(1): 29-42.
- Yang, H., & Zhou, D. (2022). Perceived organizational support and creativity of science-technology talents in the digital age: The effects of affective commitment, innovative self-efficacy and digital thinking. *Psychology Research and Behavior Management*, 2421-2437
- Yang, J., Chang, M., Chen, Z., Zhou, L., & Zhang, J. (2021). The chain mediation effect of spiritual leadership on employees' innovative behavior. *Leadership & Organization Development Journal*, 42(1): 114-129.
- Yang, W., Hao, Q. & Song, H. (2020). Linking supervisor support to innovation implementation behavior via commitment: The moderating role of coworker support. *Journal of Managerial Psychology*, 35(3): 129-141.
- Yang, Y., & Zhang, Q. (2021). Research on the impact of supervisors' and colleagues' creative support on employees' innovative behaviors under the interpersonal trust moderating model, *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 551 Proceedings of the 6th International Conference on Education Reform and Modern Management .
- Yasir, M. & Majid, A. (2020). High-involvement HRM practices and innovative work behavior among production-line workers: mediating role of employee's functional flexibility", *Employee Relations*, 42(4): 883-902.
- Yesil, S., & Sozbilir, F. (2013). An empirical investigation into the impact of personality on individual innovation behavior in the workplace. *Social and Behavioral Sciences*, 81, 540-551.
- Yildiz, B., Uzun, S., & Coşkun, S. (2017). Drivers of innovative behaviors: The moderator roles of perceived organizational support and psychological empowerment. *International Journal of Organizational Leadership*, 6: 341-360.

- Yuan, F., & Woodman, R. (2010). Innovative behavior in the workplace: the role of performance and image outcome expectations. *Academy of Management Journal*, 53: 323-342.
- Zhang, G., Zhang, X., & Wang, Y. (2024). Perceived insider status and employees' innovative behavior: the role of knowledge sharing and organizational innovation climate. *European Journal of Innovation Management*, 27(2):589-607.
- Zhou, J. (2003). When the presence of creative coworkers is related to creativity: role of supervisor close monitoring, developmental feedback, and creative personality. *Journal of Applied Psychology*, 88(3): 413-422.
- Zhou, J., & George, J. (2001). When job dissatisfaction leads to creativity: Encouraging the expression of voice. *Academy of Management Journal*, 44(4): 682-696.
- Zhou, J., Xu, X., Li, Y. & Liu, C. (2020). Creative enough to become an entrepreneur: A multi-wave study of creative personality, education, entrepreneurial identity, and innovation. *Sustainability*, 12(10): 4043.
- Zhou, K. (2021). The influence of creative personality and goal orientation on innovation performance. *Frontiers in Psychology*, 12, 634951.
- Zhu, C., & Zhang, F. (2019). How does servant leadership fuel employee innovative behavior? A moderated mediation framework. *Asia Pacific Journal of Human Resources*.58(3): 356-377.

د. ممدوح عبد الحفيظ عبد الحميد صبرة

وزارة التعليم العالي

المعهد العالي لنظم التجارة

الالكترونية بسوهاج

ملحق الدراسة

(قائمة الاستقصاء)

..... / الأخ الفاضل /

..... / الأخت الفاضلة /

يقوم الباحث بدراسة العلاقة بين الشخصية المبدعة والسلوك الابتكاري للعاملين ودراسة الدور المعدل لإدراك المشرفين والزملاء للابتكار في هذه العلاقة بهدف إيجاد بيئة عمل تدفع العاملين للسلوك الابتكاري وتحد من السلوكيات السالبة في مكان العمل بما يضمن الوفاء بالعقد النفسي .

ويقدم الباحث خالص شكره لتعاونكم معه بالإجابة الدقيقة والصادقة عن فقرات الاستبانة "الاستقصاء" المرفقة خدمة لأغراض الدراسة، هذا وسوف تعامل جميع البيانات والمعلومات الواردة بها بسرية وموضوعية تامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي .

شاكرين لكم حسن تعاونكم

الباحث

١- مقياس السلوك الابتكاري للعاملين:

تصف العبارات التالية السلوك الابتكاري الصادر من العاملين في المنظمة. والمطلوب منك تحديد مدى صدورها في العمل بوضع دائرة حول الرقم المعبر عن هذا الصدور والموزع علي الأرقام من ١ : ٥ كما هو مبين أدناه:

أبدا	نادرا	أحيانا	عادة	دائما	مدى الصدور العبارات
١	٢	٣	٤	٥	١- اقتراح طرق عمل جديدة لتحقيق الأهداف
١	٢	٣	٤	٥	٢- تقديم أفكار عملية لتحسين السلوك
١	٢	٣	٤	٥	٣- طرح حلول إبداعية للمشكلات
١	٢	٣	٤	٥	٤- معالجة وتناول المشكلات بمنظور جديد
١	٢	٣	٤	٥	٥- البحث عن أساليب وعمليات ومنتجات جديدة
١	٢	٣	٤	٥	٦- عدم الخوف من تحمل المخاطرة
١	٢	٣	٤	٥	٧- ترويج ودعم الأفكار الجديدة من الغير
١	٢	٣	٤	٥	٨- اقتراح طرق جديدة لتحسين الجودة
١	٢	٣	٤	٥	٩- تطوير الخطط والبرامج لتطبيق الأفكار الجديدة
١	٢	٣	٤	٥	١٠- طرح طرق جديدة لأداء مهام العمل
١	٢	٣	٤	٥	١١- إظهار الابتكار في الوظيفة عندما تتاح الفرصة

٢- دعم الزملاء للابتكار:

تصف العبارات التالية مدى الدعم المقدم من الزملاء للابتكار الصادر من العاملين في المنظمة. والمطلوب منك تحديد مدى دعم الزملاء في العمل بوضع دائرة حول الرقم المعبر عن هذا الدعم والموزع علي الأرقام من ١ : ٥ كما هو مبين أدناه:

أبدا	نادرا	أحيانا	عادة	دائما	مدى الدعم
					العبارات
١	٢	٣	٤	٥	١- اطرح أفكارى الجديدة على الزملاء لأنهم داعمون لأهدافى وقيمتى
١	٢	٣	٤	٥	٢- يهتم الزملاء بأفكارى الجديدة
١	٢	٣	٤	٥	٣- يستمع الزملاء جيدا لما أقوله عندما أطرح أمامهم أفكارى الجديدة
١	٢	٣	٤	٥	٤- يقوم الزملاء بعرض أفكارى الجديدة بشكل جيد أمام الرؤساء
١	٢	٣	٤	٥	٥- يساعدنى الزملاء فى تطوير أفكارى الجديدة
١	٢	٣	٤	٥	٦- يتسم الزملاء بالصراحة وسعة الأفق والعدالة عند طرح أفكارى الجديدة عليهم
١	٢	٣	٤	٥	٧- يعطى الزملاء أفكارى الجديدة مستوي مرتفع من الأولوية لديهم

٣- مقياس الدعم الاشرافي للابتكار:

تصف العبارات التالية مدى الدعم المقدم من المشرفين للابتكار الصادر من العاملين في المنظمة. والمطلوب منك تحديد مدى دعم المشرفين في العمل بوضع دائرة حول الرقم المعبر عن هذا الدعم والموزع علي الأرقام من ١ : ٥ كما هو مبين أدناه

مدى الدعم					العبارات
أبدا	نادرا	أحيانا	عادة	دائما	
١	٢	٣	٤	٥	١- اطرح أفكارى الجديدة على المشرفى لأنه يتعامل معها بفعالية .
١	٢	٣	٤	٥	٢- يتسم مشرفى بالصراحة وسعة الأفق والعدالة عندما اطرح أفكارى الجديدة عليه
١	٢	٣	٤	٥	٣- يستمع مشرفى جيدا لما أقوله عندما اطرح أمامه أفكارى الجديدة
١	٢	٣	٤	٥	٤- يبدي مشرفى الاستعداد لدعمى عندما تكون لدى الأفكار الجديدة القيمة
١	٢	٣	٤	٥	٥- يقوم مشرفى بعرض أفكارى الجديدة ذات القيمة بشكل جيد أمام الرؤساء
١	٢	٣	٤	٥	٦- يتخذ مشرفى الإجراءات الكفيلة بتطبيق أفكارى الجديدة وذات القيمة التى أناقشها معه
١	٢	٣	٤	٥	٧- يعطى مشرفى أفكارى الجديدة وذات القيمة مستوى مرتفع من الأولوية لدية

٤ - مقياس الشخصية المبدعة:

فيما يلي بعض الصفات الواسمة للشخصية المبدعة برجاؤ وضع علامة صح في المربع أسفل كل صفة من الصفات التي قد تنطبق عليكم ووضع علامة خطأ في المربع أسفل كل صفة لا تنطبق عليكم دون إسقاط أي منها عند الإجابة:

[4]	[3]	[2]	[1]	الصفات
Egotistical	Confident	Clever	Capable	
مغرور	واثق من نفسه	ماهر	كفاء	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
[8]	[7]	[6]	[5]	
Insightful	Individualistic	Informal	Humorous	
متبصر	ذاتي	غير رسمي	مرح	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
[12]	[11]	[10]	[9]	
Original	Inventive	Interests- wide	Intelligent	
أصيل	مبدع	متعدد الاهتمامات	ذكي	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
[16]	[15]	[14]	[13]	
Snobbish	Self-confident	Resourceful	Reflective	
متكلف	عالي الثقة بالنفس	متعدد الإمكانيات	متأمل	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
[20]	[19]	[18]	[17]	
Commonplac e	Conservation	Cautious	Unconventional	

د. ممدوح عبد الحفيظ عبد الحميد صبرة

شعوبى	متحفظ	حذر	غير تقليدي
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
[24]	[23]	[22]	[21]
Sincere	Dissatisfied	Honest	Conventional
مخلص	غير قانع	أمين	تقليدي
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
[28]	[27]	[26]	[25]
Suspicious	Well-mannered	Submissive	Artificial
شكاك	مهذب	خانع	متصنع
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
[29]			
Interest-narrow			
ضيق الإهتمامات			
<input type="checkbox"/>			

بيانات عامة :

النوع : ذكور ()
إناث ()

السن : أقل من ٣٠ سنة ()
من ٣٠ إلى أقل من ٤٠ سنة ()
من ٤٠ إلى أقل من ٥٠ سنة ()
من ٥٠ سنة فأكثر ()
الخبرة : أقل من ٥ سنوات ()
من ٥ إلى أقل من ١٠ سنة ()
من ١٠ سنوات فأكثر ()

التعليم : تعليم جامعي ()
تعليم فوق الجامعي ()

شاكرين لكم حسن تعاونكم،،،

Perception of supervisors' support and colleagues' support for innovation as a moderator in the relationship between creative personality and innovative behavior of employees – An empirical study

Abstract:

The study aimed at analyzing the relationship between creative personality (CP) and employee Innovative behavior (EIB) and testing the moderating role of supervisors' support (SS) and colleagues' support (CS) for innovation in this relationship. The study was conducted on stratified samples of 380 items of the workers in the Ministries of Communications and Information Technology and their affiliated companies. The hypotheses were tested using simple regression analysis, mediation analysis, and structural equation modeling.

The study has achieved some results. The most important of which are: There is a positive significant relationship between creative personality (CP) and employee innovative behavior (EIB), and supervisors' support (SS) , colleagues' support (CS) for innovation have played a moderating role in this relationship. These results have been discussed and interpreted, and their implications have been studied both theoretically and practically. Future research horizons were also presented.

Key words: Creative personality (CP) – Employee innovative behavior (EIB) – Colleagues' support for innovation (CSFI) – supervisors' support for innovation (SSFI)