

العلاقة بين هوية مجموعة العمل و الأداء الإبداعي

بالتطبيق علي مجموعات العمل بشركة الدلتا للأسمدة والصناعات الكيماوية

الدكتور

أحمد محمد السطوحى

مدرس إدارة الأعمال

كلية التجارة - جامعة المنصورة

الدكتور

صفاء أحمد الشربيني

أستاذ إدارة الأعمال المساعد

كلية التجارة - جامعة المنصورة

سالى عوض زكى

معيدة بكلية التجارة - جامعة المنصورة

الملخص

يهدف البحث الحالي إلى معرفة أثر هوية مجموعة العمل علي الأداء الإبداعي بالتطبيق علي مجموعات العمل بشركة الدلتا للأسمدة والصناعات الكيماوية، وقد تم إعداد قائمة إستقصاء وذلك لجمع البيانات اللازمة لبحث هذا التأثير، وقد بلغ عدد القوائم السليمة (٢٦٤) قائمة، وتم تحليل البيانات إحصائياً باستخدام أسلوب تحليل الممّار من خلال برنامج Warp PLS5، وتوصلت الدراسة إلى وجود تأثير معنوي إيجابى لهوية مجموعة العمل علي الأداء الإبداعي. وتحقق هذه الدراسة مساهمة علمية وعملية للمهتمين فى هذا المجال.

كلمات مفتاحية (هوية مجموعة العمل ، الأداء الإبداعي)

Abstract

The present study aimed at determining the impact of group identification on creative performance. Data were collected from 264 participants in Delta Company for Fertilizers and Chemical Industries. This study employed path analysis to test the research hypotheses by using Warp PLS5 program. The research result showed that there is a significant positive effect of the group identification on leadership emergence and creative performance. This study achieved a theoretical and practical contribution for those interested in this field.

Keywords: (group identification, creative performance)

لقد حظى موضوع الهوية الاجتماعية باهتمام كبير من قبل الباحثين، حيث يساعد في تعريف الفرد بالمجموعة التي ينتمي إليها وكذلك علاقة مجموعته مع المجموعات الأخرى من خلال دراسة التفاعلات الاجتماعية التي تقوم على شعور الفرد بالانتماء (Magalhães & Calheiros, 2015)، وتتعلق الهوية برغبة الفرد الأساسية لتوسيع مفهوم الذات لتشمل الاتصال مع الآخرين والشعور بأنهم جزءاً من المجموعة، حيث يقومون بتعريف أنفسهم بواسطة هوياتهم، وذلك من خلال علاقاتهم بالمجموعة أو بالموظفين الآخرين (Young & Steelman, 2014)، وفي هذا السياق تعتبر الهوية التنظيمية جزءاً من الهوية الاجتماعية والتي تتعلق بانتماء الموظف لمنظمته (Garcia-Guiu et al., 2016).

توضح الهوية الاجتماعية أن إرتباط الأعضاء مع مجموعاتهم الاجتماعية يجعل الأهداف والمعايير أكثر وضوحاً لأعضاء المجموعة، حيث ترتبط الهوية التنظيمية القوية بالعلاقات الإيجابية بين الأعضاء داخل المجموعات، ولكنها ترتبط بشكل سلبي بالعلاقات بين المجموعات وبعضها البعض، لأنه قد يتسبب في "التفكير بيننا وبينهم" (Weller et al., 2018).

نظراً لاعتماد المنظمات الكبيرة على مجموعات العمل كوحدة وظيفية، فإن استخدام المجموعات كمصدر مهم للنتائج الإبداعية يعد أمراً ضرورياً دائماً في الحفاظ على قدرتها التنافسية، فعندما يتشارك أعضاء المجموعة في الهوية بشكل قوي ويشعرون بالإرتباط مع مجموعاتهم الاجتماعية فإن الأعضاء يصنفون أنفسهم بنفس السمات التي يرون أنها تصف مجموعتهم، و يولد ذلك مجموعة واسعة من النتائج السلوكية الإيجابية لمجموعتهم (Lee et al., 2019).

وتتنبق هوية المجموعة من الهوية التنظيمية، فالهوية لديها عدة مستويات فعلى المستوى الفردي يجب على الفرد على سؤال "من أنا؟" في حين أن في الهوية التنظيمية يجب على السؤال "من نحن ككل؟"، وقد أدى زيادة التعقيد في مكان العمل بالتزامن مع زيادة التخصص في الوظائف إلى استخدام فرق العمل بشكل أكثر شيوعاً (Han & Harms, 2010)، فعندما تزداد هوية مجموعة العمل فإن أعضاء المجموعة يكونون أكثر عرضة لبذل الجهد وتجنب الصراع لأن نجاح المجموعة أو فشله يؤثر في مصلحتهم الشخصية (Han & Harms, 2010)، وتتعلق فكرة الإبداع بقدرة الأفراد على توليد أفكار جديدة تعتبر محركاً أساسياً للابتكارات التنظيمية، وتتعدد العوامل التي تحفز الأفراد على توليد الأفكار الإبداعية في مكان العمل منها نمط القيادة (القيادة التحولية) والعمل مع الزملاء وتساعد الشركات على حسن اختيار عمال يتمتعون بصفات قيادية لإلهام الآخرين بتوليد الأفكار الإبداعية (Chiang et al., 2015).

في بيئة الأعمال سريعة التغير ، تحتاج المنظمة إلى طرح الأفكار بشكل مستمر إذا كانت ترغب في الحصول على مكانة رائدة في المنافسة، ويعد الأداء الإبداعي المصدر الرئيسي لتشجيع الابتكار ، وتعزيز القدرة التنافسية والحصول على ميزة تنافسية، لذلك أصبحت كيفية تحسين الأداء الإبداعي الحاجة الملحة لإدارة الأعمال (Gong et al., 2018).

وتتعلق فكرة الإبداع بقدرة الأفراد على توليد أفكار جديدة تعتبر محركاً أساسياً للابتكارات التنظيمية، وتتعدد العوامل التي تحفز الأفراد على توليد الأفكار الإبداعية في مكان العمل (Chiang et al., 2015).

وبناء عليه، يكمن سؤال فيما يلي: ما تأثير هوية مجموعة العمل على الأداء الإبداعي؟ ولإجابة على هذا التساؤل هدفت الدراسة إلى تحديد التأثير المباشر لهوية مجموعة العمل على الأداء الإبداعي.

٢- الإطار المفاهيمي وبناء فروض الدراسة
تقترح الدراسة الحالية النموذج المفاهيمي القائم على تأثير هوية مجموعة العمل على الأداء الإبداعي.

١/٢ هوية مجموعة العمل وأبعادها

• تعريف هوية مجموعة العمل

عرفت هوية مجموعة العمل بأنها: الوعي الجماعي للمجموعة ككيان اجتماعي متميز، حيث تمثل هوية مجموعة العمل الشعور بانتماء أحد الأعضاء إلى المجموعة، والالتزام العاطفي نحوه، وأن يظهر جميع الأعضاء الاحترام لمهمة المجموعة مع وجود انسجام عالي بينهم، وبذل قصارى جهدهم لحماية مجموعتهم من التشهير والدمار (Xiaojun et al., 2013).

كما اتفقت بعض الدراسات على أن هوية مجموعة العمل تعرف بأنها الوعي الذاتي للفرد بالانتماء الحقيقي لمجموعة العمل والشعور بالارتباط النفسي أو التعلق بمجموعة العمل (Outten et al., 2009; Kashima et al., 2000)

وأشار (Smith, 2013) إلى أن هوية مجموعة العمل تعرف على أنها الدرجة التي يشعر بها العضو بالرغبة في أن ينتمي إلى مجموعة عمل ما، ويتعلق بشكل إيجابي بعضوية المجموعة.

كما يمكن تعريف هوية المجموعة بأنها العملية التي من خلالها يري أعضاء المجموعة أنفسهم في ضوء القيم والأهداف والمواقف والسلوكيات التي يتقاسمونها مع أعضاء المجموعة الآخرين (Janssen & Huang, 2008)، ويمكن تعريف هوية مجموعة العمل على أنها

أهمية عضوية المجموعة بالنسبة للعضو عند تعريف نفسه (Major et al., 2003; Tropp & Wright, 2001).

وأشار (Young & Steelman, 2014) إلى أن المقصود بهوية مجموعة العمل المدى الذي ينظر الموظفون به لعضويتهم في مجموعة العمل على أنها جزء من مفهومهم الذاتي، كذلك تعرف هوية المجموعة بهوية العضو، مع وجود تفاعل له في المجموعة (Henry et al., 1999).

عرف كلا من (Hartmann & Tanis, 2013) هوية المجموعة بأنها الشعور بالانتماء إلى بعض التجمعات البشرية (مجموعة العمل) ويعكس ارتباط الفرد العاطفي والوجداني بالمجموعة.

كما أضاف (Kim & Glomb, 2014) أن هوية مجموعة العمل تعني التصورات المشتركة بين أعضاء المجموعة للدرجة التي يدمج بها الناس شعورهم الذاتي مع المجموعة، وتعتبر هوية مجموعة العمل حالة مؤثرة ذات خصائص تحفيزية قوية (Nakashima et al., 2013).

وأوضح (Bezrukova et al., 2009) أنه عندما ينظر الأعضاء إلى أنفسهم على أنهم يشتركون في هوية مجموعة عمل مشتركة ويحفزون على السعي بنشاط للتوصل إلى اتفاق، وينسقوا سلوكياتهم في تحديد المعتقدات المشتركة، وتوضيح نقاط الاتفاق، وتبادل المعلومات، تكون هوية المجموعة هنا بمثابة نوع من الغراء الاجتماعي "Glue Social" الذي يساهم في الحفاظ على سلامة المجموعة عندما تكون المجموعة تحت تهديد الانقسام.

في حين يرى (Van Knippenberg et al., 2007) الهوية بأنها انعكاس للعلاقة النفسية بين الفرد والمجموعة (أو المنظمة)، حيث تعد عاملاً مهماً في السلوك التنظيمي الذي يبين أن الهوية مرتبطة بمجموعة من المواقف والسلوكيات التنظيمية، مثل معدل الدوران، ودوافع العمل والأداء، وفعالية المجموعة، والعلاقات بين المجموعات.

• أبعاد هوية مجموعة العمل

تم الاعتماد على أبعاد هوية مجموعة العمل من خلال دراسة (Leach et al., 2008) وتنقسم إلى بعدين رئيسيين وهما:

١- الاستثمار الذاتي Self-Investment:

ينقسم بدوره إلى:

أ- التضامن Solidarity:

وتعني أن الأشخاص الأكثر انتماء إلى المجموعة هم الأكثر ميلاً للشعور بالارتباط النفسي بزملائهم في المجموعة، كما يستند التضامن إلى الالتزام والارتباط النفسي بالزملاء في

المجموعة، ويرتبط هذا التضامن بالشعور بالانتماء والتعلق النفسي بالمجموعة، والتنسيق مع الأعضاء الآخرين (Hartmann & Tanis, 2013).

يشير (Lovakov et al., 2015) إلى أن التضامن هو الشعور بالانتماء والتعلق النفسي بالمجموعة والتنسيق مع أعضاء المجموعة الآخرين.

وأوضحت دراسة (Drucker, 1998) أن هناك نوعين من التضامن وهما: التضامن الميكانيكي: يحدث في المجموعات التي تحتوي على أشخاص متشابهين في الخلفية الثقافية والقيم والمعتقدات، هناك شعور قائم على العاطفة للمجموعة، وتعتبر القواعد التي تشكل جزءاً من المجموعة قوة قوية تقيد الأفراد فيها، أي أنه يوجد "ضمير جماعي" قوياً ومحدداً يعزز توحيد السلوك بين مختلف الأفراد داخل المجموعة.

التضامن العضوي: يتطور هذا النوع من التضامن من جذور مختلفة في تقسيمات العمل، أي أنه مع تنامي تقسيم العمل والتخصص، يصبح الترابط بين أجزاء المجموعة (مثل الأفراد والمواقع التي يشغلونها) القاعدة الأساسية للتضامن الاجتماعي، ومع ذلك فإن الاعتماد المتبادل ينتج ضميراً جماعياً أضعف منه في التضامن الميكانيكي، وأقل تجانساً وتوافقاً بين الأفراد.

ب- الرضا Satisfaction:

يختلف مفهوم وقياس الرضا عبر المناهج المتعددة، ولقد جمع العديد من الباحثين بين المشاعر الإيجابية والسلبية حول المجموعات في مكون واحد وهو الرضا (Leach et al., 2008).

عُرف الرضا كحالة عاطفية ممتعة أو إيجابية ناتجة عن تقييم المجموعة، ويعتبر نتيجة لمفهوم الموظف لمدى نجاح المجموعة في توفير الأشياء المهمة من وجهة نظره (Azeem, 2010)، وقد عرفه (Evans, 2001) على أنه حالة ذهنية تشمل كل تلك المشاعر التي يحددها إدراك الفرد لاحتياجاته المتعلقة بالمجموعة.

وقد أشار (Lovakov et al., 2015) إلى أن الرضا هو تقييم أفراد المجموعة بشكل إيجابي. وأوضح (Pantaleo et al., 2014) أن الاستثمار الذاتي يركز أكثر على هوية المجموعات العاطفية، بينما يركز التعريف الذاتي أكثر على هوية المجموعة المعرفية.

يُقِيم تقدير الذات الجماعي مدى إيجابية الفرد كشعوره بالسعادة لكونه عضواً في المجموعة أو سلبية الفرد كشعوره بالندم على عضويته في المجموعة وكل المشاعر المتعلقة بالعضوية الجماعية، ولا يقتصر تركيز عنصر تقدير الذات الجماعي على المشاعر السلبية حول عضوية المجموعة مثل الاعتقاد بأن المجموعة ليس لديها الكثير لتفخر به والتقليل من الاحترام للمجموعة ولكنها تشمل أيضاً المشاعر الإيجابية مثل الشعور بالرضا عن المجموعة،

من كلا من التأثير الإيجابي والسلبي يميل إلى أن يكون مستقلاً، فليس هناك ما يدعو
:عنراض بأن المشاعر الأكثر إيجابية حول المجموعة تعني مشاعر سلبية أقل (Leach
(et al., 2008).

ت-التمركز (المركزية) Centrality:

تقترح نظرية التصنيف الذاتي أن هوية المجموعة تجعل المجموعة بوضع مركزي في
المعنى الذاتي للأفراد، حيث تظهر أهمية مركزية عضوية المجموعة في الأهمية الموضوعية
النفسية للأفراد كعضوية مجموعاتهم، كذلك تعتبر المركزية جزءاً من مكونات التصنيف
الذاتي (Leach et al., 2010).

ويشير (Lovakov et al., 2015) أن المركزية هي بروز أهمية عضوية المجموعة
بالنسبة للفرد، كما أوضح (Figueiredo et al., 2015) أن المركزية تعني الأهمية المستمدة
من كون الفرد جزءاً من مجموعة تتبنى نفس القيم الفردية.
عندما يُحدد المكون المركزي لهوية المجموعة بدقة ويكون أكثر بروزاً وذو أهمية
عضوية المجموعة، فإن المركزية تؤدي إلى أن يكون الأفراد حساسين للأحداث داخل
المجموعة، وعلى هذا النحو، ينبغي أن تؤدي المركزية إلى إحساس الأفراد بالتهديدات التي
يتعرض لها أفراد المجموعة، كما قد تقود المركزية الأفراد للدفاع عن المجموعة ضد التهديد
المتصور، وبالتالي، كلما كانت المجموعة أكثر مركزية، كان الأفراد أكثر ميلاً للدفاع عنها
ضد التهديدات (Leach et al., 2008).

٢- تحديد الذات Self-Definition:

حيث تنقسم بدورها إلى:

أ- التتميط الذاتي للأعضاء Individual Self-Stereotyping:

يشير التتميط الذاتي إلى الدرجة التي يمكن بها للفرد تصور نفسه مشابهاً لباقي النماذج
(الأفراد) في المجموعة مما يعني أن الأفراد يرسمون "الصورة النمطية للنفس" ليكونوا مشابهيين
للأعضاء الآخرين في جماعتهم (Leach et al., 2010).
وأوضح (Lovakov et al., 2015) أن التتميط الذاتي للأعضاء هو درجة إدراك
الفرد لنفسه على أنه مماثل لنموذج العضو المثالي في المجموعة.
وأشار كلاً من (Han & Harms., 2010) إلى أن التتميط الذاتي للأعضاء يعني
الإدراك الفردي الذي يشكل وجهة نظر الفرد وتحيزه، على غرار السمات تُظهر التصورات
الفردية لهوية مستويات عالية من الاستقرار مع مرور الوقت.
كما فسّر (Tolunay, 2005) التتميط الذاتي للأعضاء على أنه رؤية الفرد لنفسه
كنموذج للمجموعة، وتُظهر الصورة النمطية عن النفس لدى الأعضاء في المجموعة فيما

يتعلق بالسمات الوصفية لمجموعاتهم وتبني معايير المجموعة في ظل الظروف التي يتوقع فيها أن تكون عضوية المجموعة بارزة، مثل عضوية المجموعة الدينية والعرق.

ب- التجانس داخل المجموعة In-Group Homogeneity

يشير هذا البعد إلى الدرجة التي يرى بها الأفراد مجموعتهم تنقسم النقاط المشتركة التي تجعل المجموعة متألقة نسبياً، فيؤسس تجانس المجموعة المتصور هوية المجموعة ككيان اجتماعي متماسك، وعلى هذا النحو فإن تجانس المجموعة يرتبط بإدراك الأفراد بأن مجموعتهم أكثر تميزاً عن المجموعات الأخرى، حيث أن هذا التجانس المتصور يرتبط بالرغبة في الحفاظ على التمايز الإيجابي للمجموعة عن المجموعات الأخرى (Jans et al., 2015).

ويرى (Lovakov et al., 2015) أن التجانس داخل المجموعة هو درجة إدراك الفرد لنفسه على أنه متجانس نسبياً مع مجموعته ومتميز أو مختلف عن المجموعات الخارجية، كما يقترح كلاً من (Castano & Yzerbyt, 1998) أن الناس يميلون إلى تقييم مجموعتهم بشكل أقل شمولية من المجموعات الخارجية، وهذا يعني أنه ما لم تكن حدود المجموعة بارزة، فمن المرجح أن يظهر تأثير التجانس الخارجي على الأشخاص الذين يقيمون المجموعة بالمقارنة مع المجموعة الخارجية.

ووفقاً لنظرية الهوية الاجتماعية، فقد افترض (Lee, 1993) أن الهوية الاجتماعية والمقارنات بين المجموعات البارزة من شأنها أن تفضي إلى تفضيل أكبر وتجانس محسوس داخل المجموعة مقارنة مع المجموعات الخارجية، وتستند هذه النظرية على أن أعضاء المجموعة يحاولون رؤية مجموعاتهم متميزة عن المجموعات الأخرى ويتم تحفيزهم لتحقيق التميز الإيجابي للمجموعة والحفاظ عليه، فعند مقارنة أنفسهم بأعضاء مجموعة خارجية يدرك الأفراد داخل المجموعة أنهم أعضاء في نفس المجموعة أو الفئة، وهذه العملية تؤدي إلى التحيز لمجموعاتهم وتسمح لهم بتحقيق هوية إيجابية أو الحفاظ على الذات الجماعية.

٢/٢ الأداء الإبداعي

وقد عرفت دراسة (Shin & Zhou, 2007) إبداع المجموعة بأنه يعني إنتاج أفكار جديدة ومفيدة فيما يتعلق بالمنتجات والخدمات والعمليات والإجراءات من قبل مجموعة من العاملين يعملون معاً، ووفقاً لهذا التعريف فإن الإبداع يختلف عن الابتكار في أن الإبداع ينطوي على إنتاج أفكار جديدة ومفيدة، في حين ينطوي الابتكار في المقام الأول على تنفيذ الأفكار الجديدة في جميع أنحاء المنظمة.

وأضافت دراسة (Jaiswal & Dhar, 2017) أن السلوك الإبداعي هو ظاهرة على المستوى الفردي يعرف بأنه إنتاج أفكار جديدة قيمة تنظيمياً.

وقد اتفقت العديد من الدراسات على تعريف الأداء الإبداعي بأنه قدرة الفرد على توليد أفكار جديدة ومفيدة بشأن الإجراءات والعمليات في العمل (Yeh & Huan, 2017; Adler & Chen, 2011; De Stobbeleir et al., 2011).

وسوف تعتمد الباحثة على تعريف إبداع مجموعة العمل وبأنه يعني إنتاج أفكار جديدة ومفيدة فيما يتعلق بالمنتجات والخدمات والعمليات والإجراءات من قبل مجموعة من العاملين يعملون معاً (Shin & Zhou, 2007)، وبعد ذلك تقوم بدمجة مع تعريف الأداء الإبداعي بأنه قدرة الفرد على توليد أفكار جديدة ومفيدة بشأن الإجراءات والعمليات في العمل (Yeh & Huan, 2017; Adler & Chen, 2011; De Stobbeleir et al., 2011)، ومن ثم تتبنى الباحثة التعريف الجديد وهو قدرة المجموعة على إنتاج أفكار جديدة ومفيدة فيما يتعلق بالمنتجات والخدمات والعمليات والإجراءات من قبل مجموعة تعمل معاً.

٢/٣ العلاقة بين هوية مجموعة العمل والأداء الإبداعي.

توصلت دراسة (Hirst et al., 2009) إلى أن هوية مجموعة العمل ترتبط بعلاقة إيجابية غير مباشرة مع الإبداع بتوسيط الجهود الإبداعية (مما يعني وجود علاقات إيجابية بين الهوية والجهود الإبداعية وبين الجهود الإبداعية والأداء الإبداعي).

أما دراسة (Xiaojun et al., 2013) فقد توصلت إلى أن فعالية المجموعة وهوية مجموعة العمل تؤثر تأثيراً إيجابياً على أداء المجموعة، حيث أوضح أن هوية المجموعة تعد عاملاً مهماً لتطوير أداء المجموعة، فكلما كانت هوية المجموعة أقوى كلما بذل الأعضاء جهداً أكبر لتحقيق أهداف المجموعة، بالإضافة إلى أنه عند إظهار أعضاء المجموعة دعم أكبر لمهمة المجموعة فإن مستويات الرضا سترتفع وتنخفض النية في ترك المنظمة، ويزيد الولاء التنظيمي ويكونون أكثر ميلاً لرؤية أنفسهم كممثلين لها.

كما أظهرت نتائج دراسة (Tang et al., 2014) أن هوية المجموعة ترتبط بعلاقة إيجابية مع الإبداع التدريجي، وتوصلت دراسة (Liu et al., 2016) إلى أن الهوية التنظيمية تؤدي إلى الإبداع التنظيمي.

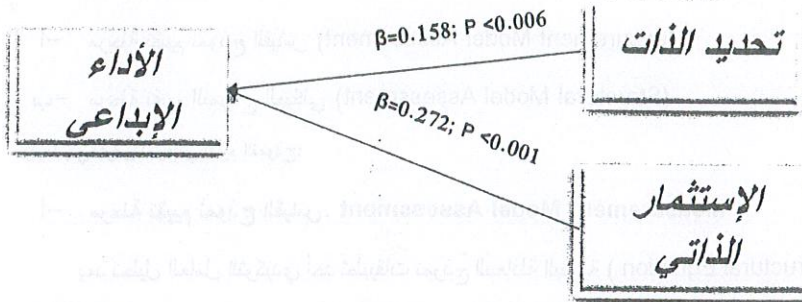
وفقاً لدراسة (Cicero & Pierro, 2007) فإن الموظفين الذين يتشاركون القيم والأهداف التنظيمية، ويفتخرون بكونهم جزءاً من المنظمة، يزيد لديهم الاستعداد للعمل الجاد نيابة عن مجموعة العمل وعن المنظمة كلها، كما أن الأفراد الذين يرتبطون بقوة مع مجموعاتهم يدركون إطار عملهم بشكل أكثر إيجابية، وهذا يدل بوضوح على أن الهوية الاجتماعية في مكان العمل ترتبط بشكل إيجابي مع أداء الأفراد.

كما تشير النتائج التي توصل إليها (Rodriguez-Sánchez et al., 2016) أن تماسك المجموعة يؤدي إلى الأداء العالي، حيث كانت الفرق المتماسكة أكثر عرضة للأداء الجيد في المهام الإبداعية من خلال زيادة مشاركة المجموعة في المهمة، وأكدت بعض الدراسات أن التماسك مرادف ل هوية المجموعة (Henry et al., 1999). كما تؤكد نظرية الهوية الاجتماعية أن عمليات الهوية الاجتماعية تدعم الأداء (Van Knippenberg, 2000)، وهنا نتوقع أن هوية مجموعة العمل تدعم الأداء الإبداعي لمجموعة العمل.

H1: تؤثر هوية مجموعة العمل بشكل معنوي مباشر على الأداء الإبداعي لمجموعة العمل. ويشق من هذا الفرض فرضين فرعيين:

H1a: يؤثر الاستثمار الذاتي بشكل معنوي مباشر على الأداء الإبداعي لمجموعة العمل.

H1b: يؤثر تحديد الذات بشكل معنوي مباشر على الأداء الإبداعي لمجموعة العمل.



شكل رقم (١) النموذج المقترح للدراسة

٣- طريقة البحث

٣-١ مجتمع عينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة هوية مجموعات العمل بشركة الدلتا للأسمدة والصناعات الكيماوية ، تم الاعتماد على أسلوب الحصر الشامل وبعد استبعاد القوائم التي تحتوي على بيانات مفقودة أصبح عدد القوائم الصحيحة الصالحة للتحليل الإحصائي ٢٦٤ قائمة، عند نسبة خطأ ٥% ، ومستوى ثقة ٩٥% بالاعتماد على (Saunders et al., 2009).

٣-٢ قياس متغيرات الدراسة

تم التعامل مع المتغير المستقل هوية مجموعة العمل من خلال بعدين تتمثل في توليد الإستثمار الذاتي ، وتحديد الذات، وتم استخدام مقياس (Leach et al.,2008)، في حين تم استخدام مقياس (Zhou & George,2001) لقياس الأداء الإبداعي ، تم عرض بنود المقياس على بعض المحكمين من أساتذة إدارة الأعمال بكلية التجارة ، وذلك للتأكد من صلاحيتها من الناحية العلمية ، وبغرض مراجعتها والتعليق عليها ، وقد أبدى هؤلاء المحكمون مجموعة من الملاحظات على العبارات الواردة بقائمة الإستقصاء ، حيث تم إجراء بعض التعديلات على المقياس ككل ، بالإضافة إلى إعادة بعض العبارات لتكون أكثر دلالة ووضوحاً.

٣-٣ تحليل البيانات

تم الاعتماد على برنامج Warp PLS5 لتحليل البيانات القائم على نموذج المعادلة الهيكلية (SEM) Structural Equation Modeling وذلك لاختبار التأثيرات المباشرة وغير المباشرة للمتغيرات محل الدراسة.

ويتكون نموذج المعادلة الهيكلية من مرحلتين هما:

أ- مرحلة تقييم نموذج القياس (Measurement Model Assessment)

ب- مرحلة تقييم النموذج الهيكلي (Structural Model Assessment)

وفيما يلي عرض لمرحتي تقييم النموذج:

أ- مرحلة تقييم نموذج القياس. Measurement Model Assessment

يعد تحليل العامل التوكيدي أحد تطبيقات نموذج المعادلة البنائية (Structural Equation Modeling)، حيث يقوم باختبار صحة نماذج معينة للقياس والتي تم بنائها على أسس نظرية سابقة، كما يقوم بالتحقق من أن عبارات المقياس تقيس ما أعدت من أجل قياسه فعلاً، وقد قامت الباحثة بإجراء عدة اختبارات، ولكل اختبار واحد أو أكثر من معايير التحقق التي تم الاستناد إليها فيما يلي متطلبات فحص نموذج القياس:

جدول رقم (١): معامل التحميل، ألفا كرونباخ، ثبات المكونات، متوسط التباين المستخرج لمتغيرات الدراسة (Loading, Cronbach's Alpha, Composite & Average Variance Extracted)

المتغيرات	معامل التحميل	ألفا كرونباخ (α)	ثبات المكونات (CR)	متوسط التباين المستخرج (AVE)	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
التضامن						
Id1	(0.743)					
Id2	(0.726)					
Id3	(0.804)					
الرضا						
Id4	(0.772)					
Id5	(0.786)					
Id6	(0.727)					
Id7	(0.781)					
المركزية						
Id8	(0.789)					
Id9	(0.788)					
Id10	(0.847)					
التنميط الذاتي للأعضاء						
Id11	(0.888)					
Id12	(0.844)					
Id13	(0.819)					
التجانس داخل المجموعة						
Id14	(0.881)					
Id15	(0.881)					
الأداء الإبداعي						
Cr4	(0.661)					
Cr6	(0.755)					

المتغيرات	معامل التحميل	ألفا كرونباخ (α)	ثبات المكونات (CR)	متوسط التباين المستخرج (AVE)	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
Cr8	(0.660)					
Cr9	(0.763)					
Cr10	(0.662)					

المصدر: إعداد الباحثون بناء على نتائج التحليل الإحصائي.

الصدق التمايزي

يمثل الصدق التمايزي مدى الاختلاف التجريبي للبناء عن التراكيب الأخرى، بمعنى أن يقوم البناء بقياس المقصود منه، معيار فورنيل ولاركر هو إحدى الطرق لتقييم وجود صلاحية التمييز هو وينص على أن البناء يتقاسم فروقات مع مؤشرات أكثر من أي بناء آخر، لاختبار هذا المطلوب، يجب أن يكون AVE لكل بناء أعلى من الارتباط المربع الأكبر مع أي بناء آخر (Hair et al., 2014).

جدول رقم (٢): الصدق التمايزي باستخدام مصفوفة الارتباط

(Factor Correlation Matrix with Square Roots of AVE)

التضامن	الرضا	المركزية	الانتماء الذاتي	التجانس	بزوغ القيادة	الأداء الإبداعي
التضامن (0.758)	0.595	0.418	0.321	0.472	0.308	0.359
الرضا 0.595	(0.767)	0.633	0.527	0.518	0.415	0.419
المركزية 0.418	0.633	(0.808)	0.629	0.524	0.185	0.372
الانتماء الذاتي 0.321	0.527	0.629	(0.851)	0.611	0.359	0.385
التجانس 0.472	0.518	0.524	0.611	(0.881)	0.329	0.410
الأداء الإبداعي 0.359	0.419	0.372	0.385	0.410	0.296	(0.702)

المصدر: إعداد الباحثون بناء على نتائج التحليل الإحصائي

ب- مرحلة تقييم النموذج الهيكلي (Structural Model Assessment):

يسعى النموذج الهيكلي إلى اختبار فروض البحث ويتضمن هذا النموذج بعض المؤشرات لتقييم جودة النموذج وهي: إيجاد متوسط معامل المسار، ومتوسط الجذر التربيعي، متوسط معامل تضخم التباين.

جدول رقم (٣): معاملات المسار وحجم التأثير

الفرض	المتغير المستقل	المتغير التابع	معاملات المسار	حجم التأثير	المعنوية	النتائج
H1-a	الاستثمار الذاتي	الأداء	0.158	0.067	0.006	قبول الفرض
H1- b	تحديد الذات	الإبداع	0.272	0.127	<0.001	قبول الفرض

المصدر: إعداد الباحثون بناء على نتائج التحليل الإحصائي

يتبين مما سبق ، وجود تأثير معنوي إيجابي لأبعاد هوية مجموعة العمل (الاستثمار الذاتي، تحديد الذات) على والأداء الإبداعي (بمعامل مسار: 0.158، 0.272) على الترتيب (والمعنوية: 0.006، <0.001)، وكان هناك حجم تأثير منخفض للاستثمار الذاتي يقترب من ٦.٧٪، وحجم تأثير لتحديد الذات يقترب من ١٢.٧٪، لذلك تم قبول الفرض H1-a، H1-b

٤- مناقشة نتائج الدراسة

توصلت الدراسة الحالية إلى وجود تأثير معنوي إيجابي لهوية مجموعة العمل على الأداء الإبداعي لمجموعة العمل، حيث أثرت هوية مجموعة العمل ذو البعدين "الاستثمار الذاتي، وتحديد الذات" على الأداء الإبداعي لمجموعة العمل، وكان معامل المسار قيمة $\beta=0.158$ P -value $(\beta=0.272; P < 0.001, P < 0.006)$ ، وحجم تأثير مقداره ٠.٠٦٧، ٠.١٢٧، وتتفق هذه النتيجة مع النتيجة التي توصلت إليها دراسة (Van Knippenberg , 2000; Cicero & Pierro, 2007; Xiaojun et al., 2013; Tang et al., 2014; Liu et al., 2016; Rodríguez-Sánchez et al., 2016) فقد توصلوا إلى وجود تأثير معنوي لهوية مجموعة العمل، والهوية التنظيمية، وتماسك المجموعة على أداء المجموعة، والإبداع، والأداء، والإبداع التنظيمي، والنواتج التنظيمية منها (الرضا الوظيفي، والأداء) ، والمهام الإبداعية.

أكدت دراسة (Hirst et al. 2009) أن السلوك الإبداعي الفردي غالباً ما يكون جزءاً لا يتجزأ من سياق المجموعة، ومن ثم فإن التركيز على المتغيرات المرتبطة بالمجموعة سيؤدي إلى تقدم دراسات الإبداع، ولذلك فإن هوية أعضاء المجموعة، والارتباط النفسي بينهم وبين عضوية مجموعاتهم، وإحساسهم بالذات وهويتهم عنصراً مهماً في الإبداع، يوضح Hirst أن الطريقة التي يرى بها المرء نفسه هي أيضاً محرك تحفيزي مهم للإبداع، وهذا يعني أن الأفراد يستثمرون الجهد ويطورون حلولاً مبتكرة ليس لأنهم يستمتعون بالضرورة بالمهمة ولكن لأنهم يرون أن المجموعة جزء مهم من مفهومهم الذاتي وبالتالي يستثمرون جهوداً خلاقية ويسعون لتحقيق أهداف المجموعة.

ورأى (Ellemers et al. 2004) بأن تعزيز هوية المجموعة يشكل طريقة هامة لتجنب التفسير الجماعي وتحسين الأداء الجماعي، وفي الوقت نفسه أشار إلى أن تعزيز الإحساس بهوية المجموعة لا يشكل سوى خطوة أولى نحو تحقيق أداء جماعي مثالي.

وتؤكد الدراسة الحالية على أن أبعاد هوية مجموعة العمل لها تأثير معنوي على الأداء الإبداعي لمجموعة العمل حيث أنه بزيادة مستوى الشعور الإيجابي المتولد لدى الأعضاء تجاه المجموعة التي يعملون فيها، والإخلاص لها وتحقيق أهدافها مع شعورهم المستمر بالارتباط والافتخار بالعمل فيها، وشعورهم بالمتعة نتيجة عملهم مع بعضهم البعض، وسلوك الأعضاء سلوكاً يفوق السلوك الرسمي المتوقع منه والمرغوب فيه من جانب المجموعة، ورغبة العضو في إعطاء جزء من نفسه من أجل الإسهام في نجاح واستمرارية المجموعة كاستعداد لبذل مجهود أكبر والقيام بأعمال تطوعية وتحمل مسؤوليات إضافية، فإن ذلك يؤدي إلى زيادة الأداء الإبداعي لمجموعة العمل وذلك من خلال اقتراحهم لأساليب جديدة تسهم في تحقيق أهداف المجموعة، ويحثهم عن العمليات والتقنيات الجديدة، واقتراحهم لسبل جديدة لتحسين جودة عمل المجموعة، وحرصهم على استخدام أساليب جديدة للتعامل مع المشاكل التي تواجه عمل المجموعة.

حيث أن المجموعة المتماسكة والمنسجمة أكثر ميلاً للإبداع، وأكثر استعداداً للعمل من المجموعة الأقل تماسكاً، فعندما تكون المجموعة جزء مهم من كيان أعضائها، وتزيد رغبتهم في بذل أكبر عطاء ممكن لصالح المجموعة التي يعملون فيها مع رغبة قوية في الاستمرار في عضوية هذه المجموعة، فإن ذلك قد يحفزهم على اقتراح الأساليب الجديدة لإنجاز مهام العمل داخل المجموعة، وسعيهم إلى إيجاد حلول مبتكرة للمشاكل التي تواجه المجموعة، وميلهم لتطوير الخطط وتنفيذ الأفكار الجديدة داخل المجموعة، وإبداعهم في العمل عندما توجد فرصة لذلك، وتحفيزهم

للآخرين على التفكير الإبداعي، وتعبيرهم عن رأيهم بحرية داخل المجموعة، وروبتهم لأنفسهم أنهم مصدر للأفكار الإبداعية.

٥- الأهمية التطبيقية:

١- اعتمادا على نتائج هذه الدراسة يتم تقديم مجموعة من التوصيات الهامة للقائد والأعضاء عن كيفية تحسين الأداء الإبداعي لمجموعة العمل من خلال زيادة هوية المجموعة داخل مجموعة العمل.

٢- كما تقدم توصيات هامة للقادة والأعضاء داخل مجموعة العمل بالمصنع عن كيفية الاستفادة من هوية المجموعة داخل مجموعة العمل في التحكم في عملية بزوغ القيادة بشكل يسهم في الأداء الإبداعي للمجموعة.

٣- تقدم الدراسة توصيات للقادة والأعضاء داخل مجموعة العمل عن تحسين الأداء الإبداعي لمجموعة العمل بزيادة هوية مجموعة العمل.

٦- محددات الدراسة والدراسات المستقبلية

يمكن أن تقوم البحوث المستقبلية بفحص العلاقة بين هوية مجموعة العمل والأداء الإبداعي ولكن بالتطبيق على الشركات الخدمية أو بالتطبيق على دولة أخرى، اعتمدت الدراسة الحالية على تصميم البحوث المقطعية ومن الممكن أن تعتمد البحوث المستقبلية على تصميم البحوث الطولية.

Reference

- Adler, P., & Chen, C. (2011). Combining creativity and control: Understanding individual motivation in large-scale collaborative creativity. *Accounting Organizations and Society*, 36(2), 63-85.
- Azeem, S. M. (2010). Job satisfaction and organizational commitment among employees in the Sultanate of Oman. *Psychology*, 1(4), 295-300.
- Bezrukova, K., Jehn, K. A., Zanutto, E. L., & Thatcher, S. M. (2009). Do workgroup faultlines help or hurt A moderated model of faultlines, team identification, and group performance. *Organization Science*, 20(1), 35-50.
- Castano, E., & Yzerbyt, V. Y. (1998). The highs and lows of group homogeneity. *Behavioural processes*, 42(2-3), 219-238.
- Chiang, Y., Hsu, C., & Shih, H. (2015). Experienced high-performance work system, extroversion personality, and creativity performance. *Asia Pacific Journal of Management*, 32(2), 531-549.
- Cicero, L., & Pierro, A. (2007). Charismatic leadership and organizational outcomes the mediating role of employees' work-group identification. *International Journal of Psychology*, 42(5), 297-306.
- De Stobbeleir, K., Ashford, S., & Buyens, D. (2011). Self-regulation of creativity at work: The role of feedback-seeking behavior in creative performance. *Academy of Management Journal*, 54(4), 811-831.
- Drucker, P. F. (1998). The discipline of innovation. *Harvard business review*, 76(6), 149-157.
- Evans, L. (2001). Delving deeper into morale, job satisfaction and motivation among education professionals: Re-examining the leadership dimension. *Educational Management & Administration*, 29(3), 291-306.
- F. Hair Jr, J., Sarstedt, M., Hopkins, L., & G. Kuppelwieser, V. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106-121.
- Figueiredo, A., Doosje, B., & Valentim, J. P. (2015). Group-based compunction and anger: their antecedents and consequences in relation to colonial conflicts. *International Journal of Conflict and Violence*, 9(1), 91-105.
- Garcia-Guiu, C., Moya, M., Molero, F., & Moriano, J. A. (2016). Transformational leadership and group potency in small military units: The mediating role of

- group identification and cohesion. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 32(3), 145-152.
- Gong, Z., Zhao, Z., Wang, S., & Yu, H. (2018). The Antecedents of Creative Performance: A Literature Review and Research Agenda. In 2018 3rd International Conference on Politics, Economics and Law (ICPEL 2018). Atlantis Press.
- Han, G., & Harms, P. D. (2010). Team identification, trust and conflict A mediation model. *International Journal of conflict management*, 21(1), 20-43.
- Hartmann, T., & Tanis, M. (2013). Examining the hostile media effect as an intergroup phenomenon: The role of ingroup identification and status. *Journal of Communication*, 63(3), 535-555.
- Henry, K., Arrow, H., & Carini, B. (1999). A tripartite model of group identification theory and measurement. *Small Group Research*, 30(5), 558-581.
- Hirst, G., Van Dick, R., & Van Knippenberg, D. (2009). A social identity perspective on leadership and employee creativity. *Journal of Organizational Behavior*, 30(7), 963-982.
- Jaiswal, N., & Dhar, R. (2017). The influence of servant leadership, trust in leader and thriving on employee creativity. *Leadership & Organization Development Journal*, 38(1)1-42.
- Jans, L., Leach, C., Garcia, R., & Postmes, T. (2015). The development of group influence on in-group identification: A multilevel approach. *Group Processes & Intergroup Relations*, 18(2), 190-209.
- Janssen, O., & Huang, X. (2008). Us and me: Team identification and individual differentiation as complementary drivers of team members' citizenship and creative behaviors. *Journal of Management*, 34(1), 69-88.
- Kashima, E. S., Kashima, Y., & Hardie, E. A. (2000). Self-typicality and group identification: Evidence for their separateness. *Group Processes & Intergroup Relations*, 3(1), 97-110.
- Kim, E., & Glomb, T. M. (2014). Victimization of high performers: The roles of envy and work group identification. *Journal of Applied Psychology*, 99(4), 619.
- Leach, C. W., Mosquera, P. M. R., Vliek, M. L., & Hirt, E. (2010). Group devaluation and group identification. *Journal of Social Issues*, 66(3), 535-552.
- Leach, C. W., Van Zomeren, M., Zebel, S., Vliek, M. L., Pennekamp, S. F., Doosje, B., & Spears, R. (2008). Group-level self-definition and self-investment: a

- hierarchical (multicomponent) model of in-group identification. *Journal of personality and social psychology*, 95(1), 144-165.
- Lee, E. S., Park, T. Y., & Paik, Y. (2019). Does shared group identification lead to group creativity? Group regulatory focus as a moderator. *Journal of Applied Social Psychology*, 49(2), 117-129.
- Lee, Y. T. (1993). Ingroup preference and homogeneity among African American and Chinese American students. *The Journal of social psychology*, 133(2), 225-235.
- Liu, W., Zhang, P., Liao, J., Hao, P., & Mao, J. (2016). Abusive supervision and employee creativity- the mediating role of psychological safety and organizational identification. *Management Decision*, 54(1), 130-147.
- Lovakov, A. V., Agadullina, E. R., & Osin, E. N. (2015). A hierarchical (multicomponent) model of in-group identification: Examining in Russian samples. *The Spanish journal of psychology*, 18(e32), 1-12.
- Magalhães, E., & Calheiros, M. (2015). Group Identification of Youth in Residential Care: Evidences of Measurement and Dimensionality. *Child Indicators Research*, 8(2), 375-388.
- Major, B., Quinton, W. J., & Schmader, T. (2003). Attributions to discrimination and self-esteem: Impact of group identification and situational ambiguity. *Journal of Experimental Social Psychology*, 39(3), 220-231.
- Nakashima, K. I., Isobe, C., & Ura, M. (2013). How does higher in-group social value lead to positive mental health? An integrated model of in-group identification and support. *Asian Journal of Social Psychology*, 16(4), 271-278.
- Outten, H. R., Schmitt, M. T., Garcia, D. M., & Branscombe, N. R. (2009). Coping Options Missing Links between Minority Group Identification and Psychological Well-Being. *Applied Psychology*, 58(1), 146-170.
- Pantaleo, G., Miron, A. M., Ferguson, M. A., & Frankowski, S. D. (2014). Effects of deterrence on intensity of group identification and efforts to protect group identity. *Motivation and Emotion*, 38(6), 855-865.
- Rodríguez-Sánchez, A., Devloo, T., Rico, R., Salanova, M., & Anseel, F. (2016). What Makes Creative Teams Tick? Cohesion, Engagement, and Performance Across Creativity Tasks A Three-Wave Study. *Group & Organization Management*, DOI: 10.1177/1059601116636476.

- Saunders, M. L., & Lewis, P. P. & Thornhill, A. (2009). *Research methods for business students*. England, Pearson education Limited.
- Shin, S., & Zhou, J. (2007). When is educational specialization heterogeneity related to creativity in research and development teams? Transformational leadership as a moderator. *Journal of applied Psychology*, 92(6), 1709-1721.
- Smith, J., & Bezrukova, K. (2013). Toward an understanding of the endogenous nature of group identification in games. *The Social Science Journal*, 50(2), 204-212.
- Tang, C., Shang, J., Naumann, S. E., & Zedtwitz, M. (2014). How team identification and expertise identification affect R&D employees' creativity. *Creativity and Innovation Management*, 23(3), 276-289.
- Tolunay, A. (2005). Group identity effects on social influence.
- Tropp, L. R., & Wright, S. C. (2001). Ingroup identification as the inclusion of ingroup in the self. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27(5), 585-600.
- Van Knippenberg, D., Haslam, S. A., & Platow, M. J. (2007). Unity through diversity: Value-in-diversity beliefs, work group diversity, and group identification. *Group Dynamics: Theory, Research, and Practice*, 11(3), 207-222.
- Weller, I., Süß, J., Evanschitzky, H., & von Wangenheim, F. (2018). Transformational Leadership, High-Performance Work System Consensus, and Customer Satisfaction. *Journal of Management*, 0149206318817605.
- Xiaojun, L., Liuzhan, J., & Yumei, Z. (2013). The Influence of Group Efficacy, Group Identification on Group Performance of University Students Organizations. *Applied Mechanics and Materials*, 357, 2744-2747.
- Yeh, S., & Huan, T. (2017). Assessing the impact of work environment factors on employee creative performance of fine-dining restaurants. *Tourism Management*, 58, 119-131.
- Young, S., & Steelman, L. (2014). The role of feedback in supervisor and workgroup identification. *Personnel Review*, 43(2), 228-245.
- Young, S., & Steelman, L. (2014). The role of feedback in supervisor and workgroup identification. *Personnel Review*, 43(2), 228-245.

