

الاستغراق الوظيفي وتأثيره في تحقيق الابداع بحث تحليلي في مصرف اشور الاهلي / العراق

أ.م.د. شفاء بلاسم حسن
الجامعة التقنية الوسطى / الكلية التقنية الادارية / بغداد

المستخلص

يهدف البحث إلى تشخيص الاهتمام بالعاملين واستغراقهم الوظيفي ودوره في تحقيق الابداع ، وقد تجسدت مشكلة البحث في مدى اهتمام مصرف اشور الاهلي في استغراق العاملين وتأثير ذلك في تحقيق الابداع ، اذ تواجه المصارف الاهلية العراقية تحديات المنافسة مع بعضها من جهة والمصارف الحكومية من جهة اخرى ، مما يتطلب من المصارف الاهتمام بالعاملين واستغراقهم الوظيفي ودور ذلك في تحقيق الابداع لتقديم خدمات متفوقة. استخدم المنهج الوصفي التحليلي في تشخيص المشكلة وتحديد اهدافها وفق استمارة الاستبانة التي صممت لاستقصاء آراء عينة من العاملين بلغت (69) في مصرف اشور الاهلي العراقي ، وفق متغيرين ، تمثل المتغير الاول بالاستغراق الوظيفي ومتغيراته الفرعية (الاستغراق المعرفي ، الاستغراق العاطفي ، الاستغراق المادي) ، والمتغير الثاني بالابداع ومتغيراته الفرعية (الابداع التكنولوجي ، الابداع الاداري ، الابداع التجاري). وقد استخدم البرنامج الاحصائي الجاهز (SPSS V.25) لتحليل البيانات واستخراج (الاوراسات الحسابية ، الانحرافات المعيارية ، الارتباط والتأثير). وقد اكدت النتائج اهتمام المصرف بالموارد البشري واستغراقهم الوظيفي وفي دعم وتحقيق الابداع ، ووجود علاقة ارتباط وتأثير بين كل من الاستغراق الوظيفي والابداع.

الكلمات المفتاحية : الاستغراق الوظيفي ، الابداع.

Abstract : The research aims to diagnose interest in the employees and their engagement and its role in achieving Innovation, and the research problem has embodied in the interest of the Ashur National Bank in the engagement of employees and its effect in innovation, as Iraqi private banks face challenges of competition with each other and government banks, and what this requires from banks to pay attention to employees and their and the role of that in achieving innovation. The descriptive and analytical approach used to diagnose the problem according to the questionnaire form that was designed to investigate the opinions of a sample of (69) employees in the Ashur Bank of Iraq. According to two variables, the first variable is Job Engagement and its sub-variables (cognitive engagement, emotional engagement, physical engagement), and the second variable by Innovation and its sub-variables (technological innovation, managerial innovation, commercial innovation). The ready-made statistical program (SPSS V.25) was used to analyze the data and extract (arithmetic mean, standard deviations, correlation and effect). The results confirmed the bank's interest in the human resource and their engagement in support and achievement of innovation, and the existence of a correlation and influence between job engagement and innovation.

Key word: job engagement, innovation.

المقدمة

تواجه المصارف عدداً من التحديات بسبب التغييرات السريعة في البيئة الخارجية ، وما تبعه من تقدم في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، التي تتطلب صياغة استراتيجيات تتناغم مع هذه التغييرات وتضمن بقاءها ونجاحها في سوق المنافسة ، وتزيد من قدرتها على تقديم وتسويق خدمات مصرفية تلبي احتياجات الزبائن متطلبات المنافسة في ان واحد ، من خلال التركيز على العاملين وتحقيق استغراقهم الوظيفي ، كما ينبغي الاهتمام بالابداع بكل جزئياته ورعاية المبدعين وتشجيعهم على تقديم الإبداعات وتغيير طرائق التفكير والاداء، والمرونة في حل المشكلات واداء الاعمال ، لكسب ثقة



الزبائن والعمل على اشباع حاجاتهم ورغباتهم. لذلك تجسدت اهمية البحث في تحديد الدور الذي يؤديه استغراق الموظفين في تحقيق الابداع.

المبحث الاول منهجية البحث

اولا. مشكلة البحث

تواجه المصارف الاهلية العراقية تحديات المنافسة مع المصارف الحكومية والاهلية الاخرى والتغيرات السريعة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، وانعكاس ذلك على الخدمات المصرفية المقدمة ، مما يتطلب ذلك من المصارف من الاهتمام بالموارد البشرية واستغراقهم الوظيفي ودور ذلك في تحقيق الابداع ، عليه يمكن تجسيد المشكلة في مصرف اشور الاهلي ، كونه احد المصارف الاهلية المعنية بذلك في "مامدى اهتمام مصرف اشور الاهلي بالاستغراق الوظيفي وتأثيره في الابداع " والتي تنبثق منها التساؤلات الآتية:

1. ما مستوى الاستغراق الوظيفي لدى الموظفين في مصرف اشور الاهلي؟
2. ما مستوى الابداع في مصرف اشور الاهلي؟
3. مامدى وجود علاقة ارتباط بين الاستغراق الوظيفي للموظفين والابداع في مصرف اشور الاهلي ؟
4. مامدى تأثير الاستغراق الوظيفي للموظفين في الابداع في مصرف اشور الاهلي ؟

ثانيا. اهداف البحث

يسعى البحث الى تحقيق الأهداف الآتية:

1. تحديد مستوى الاستغراق الوظيفي للعاملين في مصرف اشور الاهلي.
2. تحديد مستوى الابداع في مصرف اشور الاهلي.
3. قياس العلاقة الترابطية بين الاستغراق الوظيفي والابداع في مصرف اشور الاهلي.
4. قياس تأثير الاستغراق الوظيفي في الابداع في مصرف اشور الاهلي.

ثالثا. أهمية البحث

تتجلى أهمية البحث في تحقيق الآتي:

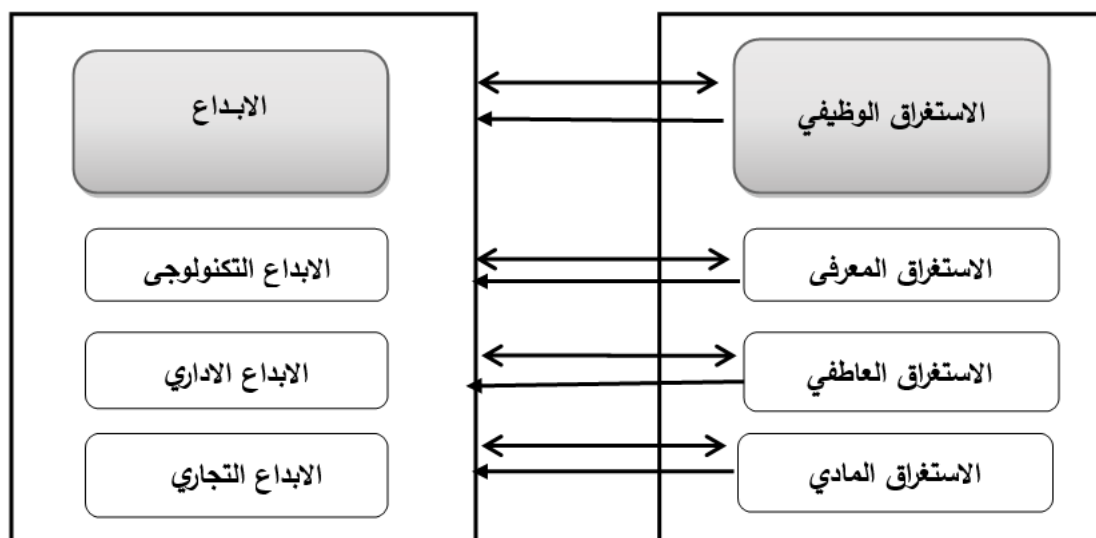
1. توجيه اهتمام ادارة المصرف الى الاهتمام بالموارد البشري وتحقيق استغراقه الوظيفي في العمل.
2. التركيز على الابداعات المتميزة والمهارات الابداعية للعاملين التي تساعد في تخطي عقبات المنافسة وتقديم خدمات مصرفية متميزة للزبائن.

رابعا : فرضيات البحث

1. **الفرضية الرئيسية الاولى :** توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين ابعاد الاستغراق الوظيفي مجتمعة وابعاد الابداع مجتمعة، وتنبثق منها الفرضيات الفرعية الآتية:
 - أ. توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين الاستغراق المعرفي والابداع.
 - ب. توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين الاستغراق العاطفي والابداع.
 - ج. توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين الاستغراق المادي والابداع.
2. **الفرضية الرئيسية الثانية :** يوجد تأثير معنوي لابعاد الاستغراق الوظيفي مجتمعة في ابعاد الابداع مجتمعة، تنبثق منها الفرضيات الفرعية الآتية :
 - أ. يوجد تأثير معنوي للاستغراق المعرفي في الابداع .
 - ب. يوجد تأثير معنوي للاستغراق العاطفي في الابداع .
 - ج. يوجد تأثير معنوي للاستغراق المادي في الابداع .

خامسا. المخطط الفرضي للبحث

تم بناء نموذج البحث في ضوء مضامين مشكلة البحث وأهدافه الذي يوضح المتغيرات الرئيسية والفرعية مع علاقات الارتباط والتأثير فيما بينها وكما موضح في الشكل(1)



شكل (1) نموذج البحث

سادساً: منهج البحث

إعتمد (المنهج التحليلي الوصفي) في جمع البيانات والمعلومات اللازمة ، لكونه يركز على استطلاع آراء عينة البحث وتوجهاتهم ، ووصف متغيرات البحث وتحليل النتائج الاحصائية لاجابات عينة البحث وتحديد الاستنتاجات على اساسها.

سابعاً: حدود البحث

تتضمن الحدود المكانية والزمانية والبشرية التي يمكن توضيحها بالآتي :

1. **الحدود المكانية :** تمثلت الحدود المكانية للبحث في مصرف اشور الاهلي في محافظة بغداد.
2. **الحدود الزمانية :** تضمنت مدة اجراء الجانب العملي والمتمثلة بالزيارات الأولية الميدانية وتشخيص مشكلة البحث وتوزيع الاستبانة واسترجاعها ومعالجة البيانات.
3. **الحدود البشرية :**
 - أ. مجتمع البحث : جميع الموظفين العاملين في مصرف اشور الاهلي الرئيسي.
 - ب. عينة البحث : جرى اختيار عينة قصدية بواقع (70) ، وزعت عليهم الاستبانة لاستقصاء ارائهم وبواقع (69) موظف.

ثامناً : أساليب جمع البيانات

يتطلب تحقيق أهداف البحث توافر عددٍ من الأساليب والأدوات لجمع البيانات والمعلومات لغرض التأصيل النظري ، فضلاً عن جمع البيانات لتطبيق الجانب العملي والتحقق من صحة الفرضيات واختبارها وكالاتي:

1. **الجانب النظري :** إعتمد الجانب النظري من البحث على المصادر من الكتب العربية والأجنبية والدوريات والرسائل والأطاريح المتعلقة بموضوع البحث في المكتبات الجامعية وما متاح منها على شبكة المعلومات الدولية (الانترنت).
2. **الجانب التطبيقي :** اعتمد الجانب التطبيقي من البحث في جمع البيانات على الاستبانة كاداة رئيسة في جمع البيانات والمعلومات الخاصة بمتغيرات البحث ، كونها تسهم في تقديم تشخيص دقيق لآراء العينة فيما يتعلق بالاستغراق الوظيفي والابداع بالاعتماد على المصادر الموضحة ازاء كل منهم كما موضح في الجدول (1).

جدول (1) هيكلية إستبانة البحث

ت	المتغير الرئيس	المتغير الفرعي	عدد الفقرات	المصادر	تدرج المقياس
1	الاستغراق الوظيفي	الاستغراق المعرفي	9	(الطائي ، 2017)	(اتفق تماماً ، اتفق ، محايد ، لا اتفق ، لا اتفق تماماً)
		الاستغراق العاطفي	10		
		الاستغراق المادي	10		



(1,2,3,4,5)	(Tidds and Bessant,2012)	6	الابداع التكنولوجي	الإبداع	2
		7	الابداع الاداري		
	(Hsu,2012)	6	الابداع التجاري		

تاسعا : اختبار الصدق والثبات

1. **الصدق الظاهري :** جرى تحكيم استمارة الإستبانة من قبل مجموعة من الأساتذة المحكمين في أقسام إدارة الأعمال ، وقد حصلت الإستبانة على اتفاق معظم المحكمين، وقد كان لملاحظاتهم دوراً مهماً في إعادة النظر في عدد من فقراتها وتعديلها لضمان دقة المقياس والصدق والثبات.

2. اختبار الصدق والثبات باستخدام معامل الفا كرونباخ

تم حساب قيم معامل الصدق والثبات في الجدول (2).

جدول (2) معامل الصدق والثبات لمقياس الاستبانة

متغيرات البحث	قيمة الفا كرونباخ	عدد المجاميع
الاستغراق المعرفي	0.618	9
الاستغراق العاطفي	0.690	10
الاستغراق المادي	0.696	8
الاستغراق الوظيفي	0.706	27
الابداع الإداري	0.687	7
الابداع التكنولوجي	0.648	6
الابداع التجاري	0.614	6
الابداع	0.686	19
الاجمالي	0.798	46

يتضح من الجدول (2) ثبات وصدق مقياس البحث ، اذ ان هناك اجماع على ان القيمة تكون مقبولة اذا بلغت (0.6) ، وكلما زادت ذلك دليل على صدق وثبات مقياس الاستبانة .

عاشرا : الأساليب الإحصائية والبرامج الإحصائية

1. معامل كرونباخ الفا لمقياس صدق فقرات الاستبانة وثباتها.
2. الأوساط الحسابية لتحديد مستوى متغيرات البحث.
3. الإنحرافات المعيارية لمقياس درجة تشتت إجابات العينة عن أوساطها الحسابية.
4. معامل الارتباط (Spearman) لتحديد علاقة الارتباط بين متغيرات البحث.
5. تحليل الإنحدار الخطي البسيط لمقياس علاقة التأثير بين متغيرات البحث.
6. البرنامج الإحصائي الجاهز SPSS V. 25.

المبحث الثاني

الجانب النظري

اولا : الاستغراق الوظيفي



1. مفهوم الاستغراق الوظيفي

ان اختلاف وجهات النظر حول المفهوم مابين عدة حالة نفيسة او تأثيرية (كالالتزام والاحتواء) او اتجاه مثل الإيثار والمبادرة ، او لانه عملية معقدة وغير ثابتة تعكس علاقة او ارتباط العامل بالعمل والتي تتباين بحكم ظروف العمل ، وقد عرف بأنه "تسخير العامل نفسيا لأداء عمله ماديا ومعرفيا وعاطفيا" (الطائي ، 2017 : 91). وعرف بأنه "الاندماج الداخلي للفرد في العمل او التطابق والتجاوب النفسي مع العمل بما يعكس في صورة تحقيقه لذات الفرد او التزامه بالعمل (المغربي ، 2004 : 14). يكتنف مصطلح الاستغراق الوظيفي الغموض ومن النادر اتفاق اثنين على تحديد المفهوم نفسه ، فيوصف بأنه الحالة النفسية أو العاطفية (مثل الالتزام والمشاركة والتعلق) ، أو أداء (على سبيل المثال أداء الأدوار وبذل الجهد والسلوك الذي يمكن ملاحظته وسلوك المواطنة التنظيمية) ، أو سلوك. بل إن البعض يربط هذا المفهوم ببني محددة أخرى مثل الإيثار أو مبادرة (4 : 2008 , Macey and Schneider). ويعرّف بأنه "الدرجة التي يشعر فيها العاملون بالرضا والتقدير في وظائفهم ، ويعتمدون الثقة في التعاون ، بحيث يستمر العاملون في الشركة لفترة أطول والعمل بكفاءة وفاعلية لإضافة قيمة إلى المنظمة. وبالتالي تحقيق الاداء العالي الذي يعد مصدر الرفاهية وزيادة الإنتاجية" (Catteeuw, et al, 2007 : 152). وعرف بأنه "حالة عاطفية تصف التعلق والفخر ورغبة في العمل في المنظمة ، والوصول الى الفهم الحقيقي لأهداف واستراتيجية وقيم المنظمة ووجود الدافع والاستعداد لاستثمار الجهود للعمل إلى أبعد الحدود" (Smith and Markwick, 2009 : 7).

حدد (Sakovska, 2012: 22) العوامل التي تشجع وتدعم الاستغراق الوظيفي في بيئة العمل بالاتي:
أ. عوامل على مستوى العلاقات الشخصية : إن الدعم الاجتماعي من الزملاء والمشرفين يؤديان دورا ايجابياً في الاستغراق بالعمل. والتغذية العكسية المرتدة من المشرفين والعلاقات الايجابية مع الزملاء تشجع حاجة العاملين للانتماء وتحفز استغراق العاملين.

ب. عوامل على مستوى تنظيم العمل : يؤثر توفير فرص تطوير العاملين بشكل ايجابي في استغراق العمل. وذلك لان العديد من العاملين يرغبون في الحفاظ على أعمالهم الابتكارية من خلال اكتساب مهارات جديدة واستخدام مداخل جديدة لمهامهم اليومية.

ج. عوامل على مستوى المنظمة : إن الشعور بالعدالة في الإجراءات المستخدمة في تحديد مقدار وتوزيع الموارد بين العاملين تؤثر بشكل ايجابي في الاستغراق الوظيفي للعاملين. اذ يعتمد الاستغراق الوظيفي على مستوى عوائد الاستثمار في العمل ، اذ إن فقدان المكافأة والتقدير يمكن أن يؤدي إلى الاحتراق النفسي للعاملين. كما يتضح دور القيادة في مستوى الاستغراق الوظيفي من خلال الثقة التي يمكن أن تُبنى عبر القيادة .

د. عوامل شخصية : ان اعتقاد العاملين بأن المنظمة تقيم مساهماتهم وادائهم وتهتم ببقائهم فيها. وعليه فان مقدار الدعم والاهتمام الذي يدرکه العامل سيؤثر في تحقيق مستوى الامان الشخصي ويمكنه من انجاز عمله دون خوف من النتائج السلبية. اذ إن ادراك العاملين لبيئة العمل كأمان عاطفي ومادي يمكن أن يُنظر اليه كأسبقية لتحقيق الاستغراق الوظيفي.

2. ابعاد الاستغراق الوظيفي

تعددت ابعاد الاستغراق الوظيفي باختلاف وجهات نظر الكتاب والباحثين في تحديد الابعاد التي يمكن من خلالها قياس مستوى الاستغراق الوظيفي في المنظمة وكما مبين في الجدول (3).

جدول (3) ابعاد الاستغراق الوظيفي

الباحث/ السنة	الاستغراق المادي	الاستغراق المعرفي	الاستغراق العاطفي	التفاني	الانهمك	الاستغراق التنظيمي	الاستغراق الاجتماعي	الاستغراق السلوكي
Kahn, 1990	+	+	+					
Rothbard, 2001				+	+			
May, et al., 2004	+	+	+					



							Saks, 2006
							Schaufeli, et.al, 2006.
							Rich, et al., 2010
							Soane, et al., 2012
							Stumpf and van Dam , 2013

المصدر : (الطائي ، 2017).

جرى اختيار الابعاد الثلاثة التي اتفق اغلب الباحثين عليها وكالاتي:

أ. الاستغراق المعرفي

يشير بعد الاستغراق المعرفي الى اليقظة الفكرية ومنطق الإدراك المتزايد والاهتمام بالعمل. ويعزز ذلك مدى فهم واستيعاب الهدف والدور، أي المساهمة الفعالة والإدراك الواضح لدعم نجاح المنظمة. يعرف بأنه "الاستغراق الذهني أو الالتزام الفكري للعاملين تجاه العمل" اي ان العامل يفهم ويدرك ان مساهمته في صياغة الاستراتيجية وتنفيذها يمكن ان يجعل العامل أكثر استغراقا بالعمل. و بذلك فان الاستغراق المعرفي يتطابق مع مفهوم الانهماك الذي يتمثل بالتركيز الكامل بالعمل والشعور بالحماس في أداء العمل. اي ان الاستغراق المعرفي يتمثل بالتركيز في مهام وأنشطة وأهداف المنظمة والتي تؤدي إلى الاندماج الكامل ومقاومة تحديات العمل.

ب. الاستغراق العاطفي

يشير الاستغراق العاطفي الى الارتباط العاطفي والمشاعر الوجدانية التي يمتلكها العامل تجاه المنظمة او العمل الذي يقوم به. ان الاستغراق العاطفي يتمثل باستثمار موارد العاملين العاطفية تجاه أعمالهم ، أي ان العامل عندما يستغرق عاطفياً فانه يستثمر موارده الشخصية كالفرح والثقة والسعادة ، وان العواطف الايجابية تنبع من تقييمات سابقة مثل التركيز والإدراك التام في تنفيذ المهام والأنشطة التنظيمية (Shuck and Reio,2013:47) ان فكرة العمل العاطفي ترتبط بعملية تقديم الخدمة ، اذ تعتمد جودة الخدمة على نوع التفاعل بين مقدم الخدمة والزبون في خط التفاعل معه ، واذا ما اهتم مقدمو الخدمة بالزبون فأنهم يقدمون خدمة ذات جودة عالية ، واذا كان الاتصال بين الطرفين يجعل من الخدمة ذات مغزى معين فقد يؤدي ذلك الى تحمل مقدم الخدمة جهدا اكبر وهذا الأمر قد يؤثر في امتلاكه مساحة عاطفية كافية للتعامل مع الزبون (العنزي و ابراهيم ، 2013 : 4).

ج. الاستغراق المادي

يتمثل الاستغراق المادي في الاحتواء الفعال والاندماج العالي لتجسيد طاقات الفرد الجسدية في أداء المهام والأهداف والأنشطة التنظيمية. ان متطلبات العمل العالية تستنزف موارد العاملين الجسدية والذهنية وتؤدي الى ضعف الطاقة وتزيد من التوتر والذي يؤدي بدوره الى الاحتراق النفسي وعدم الاستغراق ، كما يختلف العاملين في قدراتهم على تلبية هذه المتطلبات الجسدية وفقاً لقدرتهم على التحمل والمرونة بأداء العمل (Bakker and Demerouti, 2007:275)

ثانيا : مفهوم الإبداع

يشير معنى الإبداع في اللغة العربية الى: البديع من اسماء الله الحسنى ، لابتداعه الاشياء واحداثه اياها وصنعها من غير سابق مثال ، وقد ورد لفظ البديع في القرآن الكريم في سورة البقرة قال تعالى "بديع السموات والارض واذا قضى امرا فأنما يقول له كن فيكون"(سورة البقرة ، الآية 117).

الإبداع كما جاء في لسان العرب (من بدع الشيء او ابتدعه يعني انشأه او بدأه) ، وفي المعجم الوسيط (بدعه بدعا أي انشأه على غير مث السابق) وهو مشتق من الفعل (بادع) ، وابدع الشيء (اخترعه) أي استخرجه واحدثه ، وقد وردت



كلمة إبداع في مختار الصحاح بهذا المعنى أي اختراع الشيء ، وفي قاموس Webster وردت كلمة الإبداع بمعنى (الخلق ، الإيجاد ، التكوين) (فوزي ، 2015 : 285).

تعددت آراء الكتاب والباحثين حول تقديم تعريف محدد وواضح للإبداع وسارت الأبحاث على مدى واسع من التنوع واختلاف الرؤى والمنطلقات النظرية والفكرية كنتيجة لتعدد المجالات التي ينوجد فيها الإبداع. يعرف الإبداع بأنه " تطوير وتحسين منتج أو عملية أو تقنية يمكن تطبيقها في كل جزء من أجزاء سلسلة خلق القيمة للزبون " ، فالهدف من الإبداع خلق الميزة التنافسية للمنظمة التي تتمكن من خلالها خلق القيمة للزبون بطريقة لا يتمكن المنافسين من تقديمها. وعرف بأنه " أفكار جديدة لحل مشكلات معينة أو تجميع وإعادة تركيب الأنماط المعروفة من المعرفة في أشكال فريدة " (الموسوي ، 2009 : 62). كما عرف بأنه " قدرة الفرد على تقديم إنتاج يتميز بأكبر قدر من الطلاقة الفكرية والمرونة التلقائية والأصالة ، وذلك استجابة لمشكلة أو موقف مثير " (العيثاوي والكوارى ، 2009 : 246). ويعد الإبداع واحدا من أهم مقومات النجاح في المنظمات ويمثل العنصر الأساسي للوصول إلى رضا الزبائن وتحقيق رغباتهم. وقد يكون الإبداع تقديم خدمة جديدة أو تطوير خدمة حالية أو تقديم عملية جديدة أو تطوير عملية حالية أو أسلوب تسويقي جديد أو ممارسات جديدة في مجال الأعمال (Gurria, 2015: 16).

يجد بعض الباحثين بأن الإبداع " المبادرة التي يبديها الأفراد العاملون في الخروج من النمط التقليدي في التفكير والتحول نحو التعرف بالمشكلات واكتساب المعرفة والبحث عن العناصر المفقودة في العمل " ، فالحاجة للإبداع تظهر نتيجة الظروف التي تفرضها التغيرات في بيئة المنظمة ، مثل التغيرات التكنولوجية وتغير أذواق الزبائن أو الحاجة إلى أسلوب عمل أفضل أو وجود فجوة في أداء المنظمة عما هو مخطط له (حسن والجنابي ، 2014 : 249).

2. أنواع الإبداع

أ. الإبداع التكنولوجي

عرف الإبداع التكنولوجي بأنه " العملية التي تقوم بها المنظمة لتحقيق التنسيق والتفاعل بين الأنشطة بهدف تبني الأفكار الجديدة وترجمتها على شكل منتج أو خدمة جديدة أو تطوير منتج أو خدمة حالية أو تطوير عملية جديدة أو حالية " (عبد الغني ، 2013 : 5). وعرف بأنه " تطبيق المعارف العلمية والتكنولوجية من خلال عملية مستمرة تتطلب التنسيق والتنظيم لنجاحها ، وهي بذلك ترتبط بالمنتجات والخدمات وأساليب تقديمها " (سعود ، 2013 : 11). وقد عرف بأنه " اعتماد فكرة جديدة تتعلق بتقديم منتج أو خدمة جديدة ، أو تطوير عمليات تقديم المنتجات والخدمات " (Carayannis et.al, 2015: 40).

يتضمن الإبداع التكنولوجي تقديم منتج أو تحسين منتج حالي أو تصميم عملية جديدة أو تحسين عملية حالية ، وذلك لتلبية احتياجات ورغبات الزبائن وإيجاد الفرص الجديدة لجذب الزبائن والتكيف مع متطلبات الأسواق وزيادة قدرة المنظمة على المنافسة في الأسواق ، ويمكن تصنيف الإبداع التكنولوجي إلى (Trott, 2002: 30) :

ب. الإبداع الإداري

يعد الإبداع أحد سمات المنظمات المعاصرة نظرا للتطورات المتسارعة والتنافس على الموارد البشرية المبدعة ومحدودية الموارد المتاحة التي تتطلب التميز في استغلالها وإدارتها ، ولغرض تحقيق الاستجابة المناسبة ومواجهة الضغوط التي تفرضها البيئة الخارجية ، يصبح الاهتمام بالجانب الإبداعي في ضرورياً. ينطلق مفهوم الإبداع الإداري من كونه أحد المرتكزات الأساسية الذي يساعد في إيجاد حلول للمشكلات وتحسين أساليب العمل ، من خلال التحرر من التفكير التقليدي والتميز في تقديم الحلول والأفكار الإبداعية. وقد عرف الإبداع الإداري بأنه " أسلوب تنظيمي للممارسات الإدارية في بيئة العمل أو في العلاقات الخارجية بهدف إلى تحسين أداء المنظمة ". ويعتمد الإبداع الإداري على عدد من المرتكزات التي تتضمن الآتي (نصر ، 2008 : 26) :

- * **الخبرة** : تمثل الخبرة الأساس الذي يعتمد عليه القادة في الوصول للحلول الخلاقة للمشكلات ، التي تجعل أفكارهم أكثر قوة وفائدة وتدفع الآخرين إلى تبني رؤية القائد في العمل.
- * **الدافعية** : يتطلب الإبداع سلوكاً إبداعياً يقف وراءه دافع كبير ، يتمثل في الرغبة في الوصول إلى الحل الأمثل للمشكلة واستغلال الفرص المتاحة.
- * **مهارات التفكير الإبداعي** : أن يمتلك القائد مهارات التفكير الإبداعي تمكنه في الخروج من الإطار التقليدي في التفكير وتبني الأفكار الجديدة من أجل الوصول إلى الحل الأمثل وجعل القائد أكثر حساسية للمشكلات.

ج. الإبداع التجاري

يتمثل الإبداع التجاري في إيجاد نموذج عمل جديد أو الحصول على تراخيص عمل جديدة ، أو إنشاء قناة توزيع جديدة أو مبادرة إنتاج جديدة ، أو تنويع خط المنتج ويمكن أن يكون مزيجاً من كل هذه الوسائل بما في ذلك التسويق والعلامات



- التجارية ، يركز الإبداع التجاري على الاستفادة من الإبداعات المتولدة وتحويلها الى مورد مالي ، فالكثير من الافكار التي تتولد تتحول الى ارباح واثر تجاري ايجابي للمنظمة ، والذي يتضمن (Hsu, 2012: 346) :
- * الاستجابة السريعة للزيائن ومتطلبات المنافسة من خلال مرونة خطوط الإنتاج لتقديم منتجات جديدة.
 - * تسويق المنتجات بصورة اسرع من المنافسين .
 - * البحث عن الزبائن المحتملين او ايجاد اسواق جديدة.
 - * الافادة من الأفكار والخدمات والتقنيات الجديدة الناجحة التي يستخدمها المنافسون.
 - * تسويق الافكار الإبداعية التي تمتلكها المنظمة.

المبحث الثالث

الجانب العملي

اولا : نبذة مختصرة عن مصرف اشور الاهلي

تأسس مصرف آشور الدولي للاستثمار عام 2005 كشركة مساهمة خاصة ضمن القطاع الخاص وأول مصرف استثماري متكامل الخدمات ، لتقديم حزمة متكاملة من الخدمات المصرفية للمؤسسات التجارية والأفراد في العراق. يقدم المصرف خدماته للأفراد والشركات التجارية العراقية والإقليمية والعالمية من خلال تسهيل الحوالات الداخلية والخارجية والاعتمادات ودعم خدمات التمويل التجاري. ويجري إعداد التقارير المالية الخاصة به وفقاً لمعايير المحاسبة الدولية. ويقدم المصرف خدماته من خلال عشرة فروع منتشرة في كل من بغداد واربيل والبصرة وتكريت وكر بلاء والموصل والسليمانية ، التي تشمل الحسابات الجارية والتوفير والودائع والقروض والتسهيلات الشخصية ، وتمويل السيارات وبطاقات الائتمان وتحويل الأموال والعملات والفرص الاستثمارية.

ثانيا : تحليل النتائج

1. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

أ. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الاستغراق الوظيفي

يوضح الجدول (4) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الاستغراق الوظيفي.

جدول (4) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمتغير الاستغراق الوظيفي

الفقرة	لا اتفاق	لا اتفاق	متفق	متفق	المتوسط	الانحراف المعياري
1. أركز على انجاز عملي دون الحاجة الى الاشراف والتوجيه.	-	-	4	14	51	0.581
2. امنح قدرا كبيرا من الاهتمام لوظيفتي المكلف بها.	-	3	20	28	18	0.849
3. اشعر بالاستغراق الشديد والانهماك الذهني في وظيفتي.	1	3	24	25	16	0.914
4. أكرس قدرا كبيرا من المثابرة لانجاز عملي بالمستوى الأفضل.	-	5	12	27	25	0.915
5. امتلك مستوى عالي من الطاقة والمرونة العقلية.	1	8	19	27	14	0.983
6. احظى بالتشجيع على التعلم الذاتي في وظيفتي.	2	12	15	22	18	1.140
7. اسعى لاكتساب المهارات والمعارف التي تعزز اهداف المصرف	1	5	14	27	22	0.975
8. اوجه جهودي نحو تقديم أفكار جديدة في العمل.	-	6	19	22	22	0.969
9. اسعى دائما الى تطوير اساليب عمل جديدة بدل الاساليب التقليدية.	-	4	22	19	14	0.843
الاستغراق المعرفي					3.90	0.908



0.472	4.80	57	10	2	-	-	10. امتلاك روابط قوية بوظيفتي الحالية.
0.819	3.65	11	27	27	4	-	11. اشعر بالفخر والاعتزاز بوظيفتي الحالية.
0.964	3.84	19	26	20	2	2	12. اشعر بدافع قوي تجاه وظيفتي الحالية.
1.124	3.83	24	20	17	5	3	13. أبدو سعيًا وملهماً ومنتجاً في وظيفتي الحالية.
1.028	3.97	27	21	13	8	-	14. اتمتع بعلاقات طيبة مع زملائي في العمل.
1.113	3.62	16	26	15	9	3	15. احرص على اداء عملي بدرجة عالية من الدقة.
0.883	3.88	21	21	25	2	-	16. يشغلني التفكير في وظيفتي حتى بعد انتهاء وقت الدوام الرسمي.
0.902	3.74	14	30	18	7	-	17. لا اجد صعوبة في تحقيق الموازنة بين وظيفتي وحياتي.
0.953	3.87	19	29	15	5	1	18. اشعر بالوفاء والاحترام من قبل الآخرين في العمل.
0.924	4.80	23	28	14	3	1	19. اشعر بالاستغراق الوظيفي لان الدخل الذي احصل عليه كافي.
0.918	4.00	الاستغراق العاطفي					
0.850	4.20	31	23	13	2	-	20. نظمت اموري بشكل جيد للقيام بوظيفتي.
1.004	3.81	19	27	15	7	1	21. ابذل كل ما لدي من طاقة ذهنية وجسدية في حل المشكلات التي تواجهني في العمل.
0.879	3.86	18	27	20	4	-	22. اسخر إمكاناتي الذهنية والإبداعية وخبرتي الوظيفية في تأدية العمل الذي أقوم به.
1.110	3.78	21	24	15	6	3	23. اجتهد دائما في العمل وكلما وجدت العمل الذي اقوم به صعبا ازداد إصراري على انجازه .
1.086	3.71	17	28	14	7	3	24. امتلك الحرية في تحديد الاسلوب الذي انجز العمل.
1.156	3.58	16	24	18	6	5	25. اشعر بان لدي درجة عالية من ضبط النفس حول تحديد الاداء الخاص بي.
0.932	3.88	19	28	19	1	2	26. يهمني ان أباشر عملي بشكل مبكر وغالبا ما يكون انصرافي من العمل يعقب الآخرين.
0.993	3.68	17	21	24	6	1	27. كثيرا ما انجز المهام المتبقية من عملي في البيت.
1.101	3.83	الاستغراق المادي					
0.976	3.91	الاستغراق الوظيفي					

حقق الاستغراق المعرفي متوسطا حسابيا بلغ (3.90) اعلى من المتوسط الحسابي المعياري البالغة قيمته (3) بانحراف معياري (0.908) مؤشرا تفاوتنا منخفضا في قيم الاجابات عن متوسطها الحسابي. وقد حققت جميع فقرات الاستغراق المعرفي متوسطا حسابيا اعلى من المتوسط الحسابي الفرضي ، تراوحت بين اعلى متوسط حسابي (4.68) بانحراف معياري (0.58) مؤشرا تفاوتنا منخفضا في الاجابة واستغراق العاملين في انجاز اعمالهم دون الحاجة الى التوجيه والارشاد



من قبل المسؤول المباشر ، ومتوسط حسابي بلغ (3.56) مؤشرا امتلاك العاملين الطاقة والمرونة العقلية الكافية لانجاز العمل بانحراف معياري (0.98) مشيرا الى تفاوت منخفض للاجابات عن متوسطها الحسابي. حقق الاستغراق العاطفي متوسطا حسابيا عاليا بلغ (4.00) بانحراف معياري (0.91) مشيرا الى تفاوت منخفض في الاجابات عن متوسطها الحسابي ، وقد تراوحت قيم المتوسط الحسابي بين اعلى قيمة بلغت (4.80) مؤشرا امتلاك العاملين روابط قوية بوظيفتهم ، وان استغراقهم ناتج من حصولهم على دخل كافي ، بانحراف (0.92 ، 0.472) مشيرا الى تفاوت منخفض في الاجابات ، ومتوسط حسابي (3.62) بانحراف معياري بلغ (1.11) مشيرا الى تفاوت عالي في الاجابات ومؤكدا حرص العاملين على انجاز اعمالهم بدرجة عالية من الدقة.

اشر الاستغراق المادي متوسطا حسابيا بلغ (3.83) بانحراف معياري (1.101) مشيرا الى تفاوت منخفض في الاجابات ويعكس استغراق العاملين ماديا في العمل ، وحقت الفقرات متوسطات حسابية تراوحت بين (4.20) كأعلى متوسط حسابي يعكس تنظيم العاملين لامورهم بشكل جيد لانجاز اعمالهم بانحراف معياري (0.850) مشيرا الى تشتت منخفض في الاجابات ، وبين متوسط حسابي (3.58) مدلا على امتلاك العاملين درجة معتدلة من ضبط النفس في انجاز العمل الخاص به بانحراف معياري (1.156) مشيرا الى تفاوت منخفض في الاجابات.

وقد حقق متغير الاستغراق الوظيفي بشكل اجمالي متوسط حسابي بمعدل (3.91) ، انحراف معياري (0.976) مشيرا الى تشتت منخفض في اجابات العينة ، ومؤشرا استغراق وظيفي عالي لدى العاملين في المصرف ، يتجلى من خلال المثابرة لانجاز الاعمال بالمستوى الأفضل والسعي لاكتساب المهارات والمعارف التي تعزز اهداف المصرف والتشجيع على التعلم الذاتي في العمل ، وشعور العاملين بالسعادة والفخر والاعتزاز بوظائفهم وحرصهم على اداء اعمالهم بدرجة عالية من الدقة وبذل الطاقة الذهنية والجسدية في حل المشكلات.

ب. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الابداع

يوضح الجدول (5) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير الابداع.

جدول (5) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمتغير الابداع

الفقرة	لا اتفاق	لا اتفاق	متحايد	اتفاق	اتفاق تماما	المتوسط	الانحراف المعياري
تمتلك ادارة المصرف القدرة على توقع المشكلات المحتملة في مجال العمل.	-	1	5	16	47	4.58	0.695
يتمكن العاملون في المصرف من تقديم الحلول المناسبة والسريعة للمشكلات.	-	10	27	17	15	3.54	0.994
يستثمر العاملون في المصرف خبراتهم وتجاربهم السابقة في مواجهة التغيرات.	-	2	11	38	18	4.04	0.736
تعتمد ادارة المصرف اسلوب الحوار والنقاش في تطوير العمل.	2	7	17	29	14	3.67	1.010
تعتمد ادارة المصرف المقترحات والشكاوى المقدمة من قبل الزبائن في تطوير العمل.	3	6	11	29	20	3.83	1.084
يسعى العاملون في المصرف الى تقديم افكار ابداعية تسهم في تطوير العمل.	4	5	21	28	11	3.54	1.037
يطور العاملون في المصرف اجراءات واساليب عمل جديدة باستمرار.	2	11	12	25	19	3.70	1.128
الابداع الإداري							
تخصص ادارة المصرف نسبة من الإيرادات لغرض تطوير الخدمات.	-	-	6	12	51	4.65	0.637
تتمكن ادارة المصرف من تقديم الخدمات الجديدة بشكل اسرع من المصارف المنافسة.	1	-	32	28	8	3.61	0.752



0.896	4.07	23	33	10	1	2	تبادر ادارة المصرف الى تطبيق الابداعات التكنولوجية في مجال تطوير عمليات تقديم الخدمة.
1.133	3.67	19	22	17	8	3	تمتلك ادارة المصرف تقنيات كافية لتطوير العمل.
1.008	3.88	23	23	15	8	-	تمتلك ادارة المصرف نظام ادارة متميز للموظفين المبدعين.
0.949	3.74	17	24	21	7	-	يجري تقييم الافكار الابداعية وتشجع العاملين على تقديم الآراء والمقترحات.
0.896	3.94	الابداع التكنولوجي					
0.851	4.49	44	19	4	-	2	يعمل المصرف بوصفه قائد في مجال تقديم الخدمة المصرفية.
0.822	3.64	10	28	28	2	1	تمتلك ادارة المصرف القدرة على تطوير الخدمات الحالية.
0.991	3.75	18	23	23	3	2	يقدم المصرف خدمات مصرفية جديدة للتلبية احتياجات الزبائن بشكل افضل.
0.942	3.90	22	23	19	5	-	يمكن المصرف من توسيع حصته السوقية من خلال الفروع التي يمتلكها.
1.104	3.58	16	22	20	8	3	يمتلك المصرف القدرة على استهداف زبائن جدد في مناطق متعددة.
1.202	3.62	19	23	13	10	4	يمكن المصرف من تنويع حزمة الخدمة المصرفية المقدمة للزبائن.
0.985	3.83	الابداع التجاري					
0.945	3.87	الابداع					

حقق متغير الابداع الاداري متوسطا حسابيا اعلى من وسط المقياس بلغ (3.84) بانحراف معياري (0.95) مشيرا الى تفاوت منخفض في الاجابات عن متوسطها الحسابي ، وقد تراوحت قيم المتوسط الحسابي بين (4.58) مشيرا الى امتلاك ادارة المصرف القدرة على توقع المشكلات المحتملة في مجال العمل بانحراف معياري (0.69) مشيرا الى تشتت منخفض في الاجابات ، والمتوسط الحسابي (3.54) مشيرا الى تمكن العاملين في المصرف من تقديم الحلول المناسبة والسريعة للمشكلات والسعي الى تقديم افكار ابداعية تسهم في تطوير العمل بانحراف معياري (0.99 ، 1.03) .

اشر متغير الابداع التكنولوجي متوسطا حسابيا بلغ (3.94) متجاوزا متوسط المقياس بانحراف معياري (0.89) مشيرا الى تفاوت منخفض في الاجابات عن متوسطها الحسابي ، وقد تراوحت المتوسطات الحسابية بين (4.65) مؤكدا تخصيص ادارة المصرف نسبة من الإيرادات لغرض تطوير الخدمات بانحراف معياري (0.63) مشيرا الى تشتت منخفض في الاجابات ، وبين متوسط حسابي بقيمة (3.61) يبين تمكن ادارة المصرف من تقديم الخدمات الجديدة بشكل اسرع من المصارف المنافسة بانحراف معياري (0.75) مشيرا الى تشتت منخفض في الاجابات.

حقق متغير الابداع التجاري متوسطا حسابيا بلغ (3.83) بانحراف معياري (0.985) مشيرا الى تشتت منخفض في الاجابات ، وقد تراوحت المتوسطات الحسابية بين (4.49) مشيرا الى دور المصرف بوصفه متميزا في مجال تقديم الخدمة المصرفية بانحراف معياري (0.851) مشيرا الى تشتت منخفض في الاجابات ، ومتوسط حسابي (3.58) يعكس امتلاك المصرف القدرة على استهداف زبائن جدد في مناطق متعددة بانحراف معياري (1.104) مشيرا الى تشتت عالي في الاجابات.

حقق متغير الابداع بشكل اجمالي متوسطا حسابيا بلغ (3.87) ، بانحراف معياري بلغ (0.945) مشيرا الى تشتت منخفض في اجابات افراد العينة. موضحا سعي العاملين في المصرف الى تقديم افكار ابداعية تسهم في تطوير ، واعتماد ادارة المصرف اسلوب الحوار والنقاش على جميع المستويات في تطوير العمل ووجود نظام ادارة متميز للعاملين المبدعين.



كما تعمل ادارة المصرف على تقديم الخدمات الجديدة بشكل اسرع من المصارف المنافسة وتقديم خدمات مصرفية جديدة لتلبية احتياجات الزبائن بشكل افضل.

2. اختبار علاقات الارتباط والتاثير بين الاستغراق الوظيفي والابداع

أ. اختبار علاقة الارتباط بين الاستغراق الوظيفي والابداع

تم استخدام معامل ارتباط سبيرمان (Spearman) لاختبار العلاقة بين الاستغراق الوظيفي والابداع على وفق الفرضية الرئيسة الاولى والفرضيات الفرعية المنبثقة منها كما موضح في الجدول (6).

جدول (6) معاملات الارتباط بين الاستغراق الوظيفي والابداع

المتغير	الابداع	الابداع الإداري	الابداع التكنولوجي	الابداع التجاري
الاستغراق المعرفي	**0.756	**0.712	**0.717	**0.725
الاستغراق العاطفي	**0.739	**0.854	**0.716	*0.682
الاستغراق المادي	**0.776	**0.829	**0.713	**0.719
الاستغراق الوظيفي	**0.895	**0.857	**0.715	**0.716

**تعني ان القيمة معنوية عالية بثقة 99%

اشرت قيم الارتباط الموضحة في الجدول (6) وجود علاقة ارتباط معنوية بين الاستغراق الوظيفي والابداع اجمالا وفردا والتي يمكن توضيحها بالاتي:

- ❖ بلغت قيمة معامل الارتباط بين كل الاستغراق الوظيفي والابداع (0.895) ، مما يشير الى وجود علاقة ارتباط معنوية قوية بينهما ، وبالتالي قبول الفرضية الرئيسة الاولى.
- ❖ بلغت قيمة معامل الارتباط بين كل الاستغراق المعرفي والابداع (0.756) ، مما يشير الى وجود علاقة ارتباط معنوية قوية بينهما ، وهذا ما يؤكد قبول الفرضية الفرعية الاولى.
- ❖ بلغت قيمة معامل الارتباط بين كل الاستغراق العاطفي والابداع (0.739) ، مما يشير الى وجود علاقة ارتباط معنوية قوية بينهما ، وهذا ما يؤكد قبول الفرضية الفرعية الثانية.
- ❖ بلغت قيمة معامل الارتباط بين كل الاستغراق المادي والابداع (0.776) ، مما يشير الى وجود علاقة ارتباط معنوية قوية بينهما ، وبالتالي يمكن قبول الفرضية الفرعية الثالثة.
- ❖ كما اكدت قيم معامل الارتباط الاخرى وجود علاقة ارتباط معنوية قوية بين بين انواع الاستغراق الوظيفي والابداع.

ب. اختبار تاثير الاستغراق الوظيفي في الابداع

جرى اختبار تاثير الاستغراق الوظيفي في الابداع باستعمال معادلة الانحدار الخطي البسيط كما مبين في الجداول (7) ، (8 ، 9 ، 10).

جدول (7) معاملات تاثير الاستغراق الوظيفي في الابداع

طبيعة العلاقة	مستوى الدلالة p	قيمة F المحسوبة	قيمة t المحسوبة	معامل التحديد R ²	معامل الانحدار β	الاستغراق الوظيفي الابداع
معنوية عالية	0.000	**55.875	**7.475	0.734	0.820	الابداع الإداري
معنوية عالية	0.000	**20.027	**4.475	0.511	0.686	الابداع التكنولوجي
معنوية عالية	0.00	**12.860	**3.586	0.513	0.547	الابداع التجاري
معنوية عالية	0.000	**58.026	**7.618	0.80	0.684	الابداع

القيم الجدولية لكل من (F و t) هي (1.645 ، 3.84) عند مستوى (0.05) ، (2.326 ، 6.63) عند مستوى (0.01)

يتضح من الجدول (7) ان تغيرا مقداره (1) في الاستغراق الوظيفي سيؤدي الى تغيرا في الابداع مقداره (0.684) ، وان قيمة معامل التحديد (R²) تشير الى ان (0.80) من التغيرات في الابداع ناتج من الاستغراق الوظيفي ، وان (0.20)



- من التغيرات ناتجة من عوامل أخرى لم يتم تضمينها في نموذج الانحدار. وكانت قيمة (t) المحسوبة البالغة (7.618) اكبر من قيمتها الجدولية ، وكذلك قيمة (F) البالغة (58.026) ، وبالتالي يتم قبول الفرضية الرئيسية الثانية.
- ❖ تشير معادلة الانحدار الخطي الى ان تغيرا مقداره (1) في الاستغراق الوظيفي سيؤدي الى تغيرا في الابداع الاداري مقداره (0.82) ، وان قيمة معامل التحديد (R^2) تشير الى ان (0.73) من التغيرات في الابداع الاداري ، وان (0.27) من التغيرات ناتجة من عوامل أخرى لم يتم تضمينها في نموذج الانحدار. وحيث ان قيمة (t) المحسوبة البالغة (7.475) كانت اكبر من قيمتها الجدولية.
- ❖ تشير معادلة الانحدار الخطي الى ان تغيرا مقداره (1) في الاستغراق الوظيفي سيؤدي الى تغيرا في الابداع التكنولوجي مقداره (0.686) ، وان قيمة معامل التحديد (R^2) تشير الى ان (0.511) من التغيرات في الابداع التكنولوجي ناتج من الاستغراق الوظيفي ، وان (0.49) من التغيرات ناتجة من عوامل أخرى لم يتم تضمينها في نموذج الانحدار. وحيث ان قيمة (t) المحسوبة البالغة (4.475) كانت اكبر من قيمتها الجدولية.
- ❖ تشير معادلة الانحدار الخطي الى ان تغيرا مقداره (1) في الاستغراق الوظيفي سيؤدي الى تغيرا في الابداع التجاري مقداره (0.547) ، وان قيمة معامل التحديد (R^2) تشير الى ان (0.513) من التغيرات في الابداع التجاري ناتج من الاستغراق الوظيفي ، وان (0.49) من التغيرات ناتجة من عوامل أخرى لم يتم تضمينها في نموذج الانحدار. وحيث ان قيمة (t) المحسوبة البالغة (3.586) كانت اكبر من قيمتها الجدولية.
- ❖ تأثير الاستغراق المعرفي في الابداع

جدول (8) معاملات تأثير الاستغراق المعرفي في الابداع

طبيعة العلاقة	مستوى الدالة p	قيمة F المحسوبة	قيمة t المحسوبة	معامل التحديد R^2	معامل الانحدار β	الاستغراق المعرفي
معنوية عالية	0.000	**23.258	**4.823	0.507	0.0524	الابداع الإداري
معنوية عالية	0.001	**11.058	**3.225	0.514	0.458	الابداع التكنولوجي
معنوية عالية	0.002	**10.844	**3.293	0.526	0.433	الابداع التجاري
معنوية عالية	0.000	**29.405	**5.423	0.572	0.471	الابداع

القيم الجدولية الى t ، F هي (1.645 و 3.84) عند مستوى 0.05 ، (2.326 و 6.63) عند مستوى 0.01

يتضح من الجدول (8) ان تغيرا مقداره (1) في الاستغراق المعرفي سيؤدي الى تغيرا في الابداع مقداره (0.471) ، وان قيمة معامل التحديد (R^2) تشير الى ان (0.572) من التغيرات في الابداع ناتج من الاستغراق المعرفي ، وان (0.43) من التغيرات ناتجة من عوامل أخرى لم يتم تضمينها في نموذج الانحدار. وكانت قيمة (t) المحسوبة البالغة (5.423) اكبر من قيمتها الجدولية ، وكذلك قيمة (F) البالغة (29.405) ، وبالتالي يتم قبول الفرضية الفرعية الاولى من الفرضية الرئيسية الثانية.

❖ تأثير الاستغراق العاطفي في الابداع

جدول (9) معاملات تأثير الاستغراق العاطفي في الابداع

طبيعة العلاقة	مستوى الدالة p	قيمة F المحسوبة	قيمة t المحسوبة	معامل التحديد R^2	معامل الانحدار β	الاستغراق العاطفي
معنوية عالية	0.000	**44.404	**6.664	0.729	0.776	الابداع الإداري
معنوية عالية	0.000	**16.889	**4.110	0.513	0.649	الابداع التكنولوجي
غير معنوية	0.066	1.654	1.286	0.465	0.310	الابداع التجاري
معنوية عالية	0.000	**32.108	**5.666	0.546	0.578	الابداع



يتضح من الجدول (9) ان تغيرا مقداره (1) في الاستغراق العاطفي سيؤدي الى تغيرا في الابداع مقداره (0.578)، وان قيمة معامل التحديد (R^2) تشير الى ان (0.546) من التغيرات في الابداع ناتج من الاستغراق الوظيفي، وان (0.46) من التغيرات ناتجة من عوامل اخرى لم يتم تضمينها في نموذج الانحدار. وكانت قيمة (t) المحسوبة البالغة (5.666) اكبر من قيمتها الجدولية، وكذلك قيمة (F) البالغة (32.108)، وبالتالي يتم قبول الفرضية الفرعية الثانية من الفرضية الرئيسية الثانية.

❖ تأثير الاستغراق المادي في الابداع

جدول (10) معاملات تأثير الاستغراق العاطفي في الابداع

الاستغراق المادي	معامل الانحدار β	معامل التحديد R^2	قيمة t المحسوبة	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة p	طبيعة العلاقة
الابداع الإداري	0.542	0.687	**6.104	**37.262	0.000	معنوية عالية
الابداع التكنولوجي	0.440	0.508	**3.703	**13.712	0.000	معنوية عالية
الابداع التجاري	0.412	0.517	**3.624	**13.135	0.001	معنوية عالية
الابداع	0.465	0.602	**6.467	**41.828	0.000	معنوية عالية

يتضح من الجدول (10) ان تغيرا مقداره (1) في الاستغراق المادي سيؤدي الى تغيرا في الابداع مقداره (0.465)، وان قيمة معامل التحديد (R^2) تشير الى ان (0.602) من التغيرات في الابداع ناتج من الاستغراق المادي، وان (0.40) من التغيرات ناتجة من عوامل اخرى لم يتم تضمينها في نموذج الانحدار. وكانت قيمة (t) المحسوبة البالغة (6.467) اكبر من قيمتها الجدولية، وكذلك قيمة (F) البالغة (41.828)، وبالتالي يتم قبول الفرضية الفرعية الثالثة من الفرضية الرئيسية الثانية.

المبحث الرابع

الاستنتاجات والتوصيات

اولا : الاستنتاجات

1. استغراق العاملين عاطفيا ووجود روابط قوية تربطهم بوظيفتهم وحرصهم على انجاز اعمالهم بدرجة عالية من الدقة نتيجة حصولهم على دخل كافي.
2. استغراق العاملين معرفيا في المصرف في انجاز اعمالهم دون الحاجة الى التوجيه والارشاد من قبل المسؤول المباشر، وامتلاكهم الطاقة والمرونة العقلية الكافية لانجاز العمل.
3. اشر الاستغراق المادي تنظيم العاملين لامورهم بشكل جيد لانجاز اعمالهم ووجود درجة معتدلة من ضبط النفس في انجاز العمل الخاص بهم.
4. تحقيق استغراق وظيفي عالي في المصرف تدرج من الاستغراق العاطفي ثم الاستغراق المعرفي والاستغراق المادي، وذلك من خلال شعور العاملين بالسعادة والفخر والاعتزاز بوظائفهم وحرصهم على اداء اعمالهم بدرجة عالية من الدقة وبذل الطاقة الذهنية والجسدية في حل المشكلات.
5. امتلاك ادارة المصرف القدرة على توقع المشكلات المحتملة في مجال العمل، وتمكن العاملين في المصرف من تقديم الحلول المناسبة والسريعة للمشكلات.
6. يجري تقديم الخدمات الجديدة مقارنة بالمصارف المنافسة واستهداف زبائن جدد في مناطق متعددة.
7. سعي العاملين في المصرف الى تقديم افكار ابداعية تساهم في تطوير العمل، وحرص ادارة المصرف على تبني الابداعات بهدف تقديم خدمات مصرفية جديدة لتلبية احتياجات الزبائن بشكل افضل.
8. وجود علاقة ارتباط بين الاستغراق الوظيفي والابداع في المصرف، وبين الاستغراق الوظيفي والابداع بانواعه الثلاثة (الاداري، التكنولوجي، التجاري)، وبالتالي قبول الفرضية الرئيسية الاولى والفرضيات الفرعية المنبثقة منها.
9. تأثير الاستغراق الوظيفي في الابداع اجمالا وانواع الابداع (الاداري، التكنولوجي، التجاري)، وبالتالي قبول الفرضية الرئيسية الثانية والفرضيات الفرعية المنبثقة منها.

ثانيا : التوصيات

1. التأكيد على التطبيق الفعال للاستغراق الوظيفي في المصرف ومسؤولية الادارة العليا في تهيئة البيئة التنظيمية الملائمة للاستغراق الوظيفي لدى الموظفين في المصرف.



2. تعزيز الاستغراق العاطفي لدى العاملين ، والعمل على توفير الدعم المعرفي والمادي للعاملين في المصرف ، بهدف تعزيز استغراقهم معرفيا وماديا.
3. التأكيد على دعم المبادرات الابداعية وتشجيع الابداع لدى العاملين من خلال الحوافز المادية والمعنوية.
4. تبني الافكار الابداعية المقدمة من قبل العاملين من اجل حل المشكلات وتطوير عمليات تقديم الخدمة والخدمات المقدمة من قبل المصرف.
5. تخصيص المبالغ اللازمة لتطبيق التكنولوجيا الجديدة في مجال العمل المصرفي وتطبيق الافكار الابداعية الجديدة.
6. المراجعة المستمرة للخدمات المقدمة من قبل المصرف في ضوء المستجدات في مجال العمل المصرفي.
7. التركيز على الجوانب التي تحقق رضا العاملين في المصرف وبالتالي استغراقهم الوظيفي.

المصادر

القرآن الكريم

اولا : المصادر العربية

1. حسن، شفاء بلاسم والجناي، اميرة هاتف، (2014): امكانية تطبيق الانموذج التفاعلي للابداع في بيئة التصنيع العراقية ، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة ، العدد(41)، ص251.
2. الساعدي ، مؤيد يوسف و عكار ، زينب شلال ، 2014 ، دور الاستغراق الوظيفي في الأداء العالي، مجلة الادارة والاقتصاد ، المجلد الثالث ، العدد 11 ، ص 1-37.
3. سعود، إسماعيل ، (2013) : دور الابداع التكنولوجي في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، رسالة ماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير/ جامعة قاصدي مرباح ، الجزائر.
4. الطائي ، رنا ناصر صبر ، (2017) ، منظومة أصوات العاملين ودور استغراقهم الوظيفي لضمان ولاء الزبون ، اطروحة دكتوراه غير منشورة في فلسفة ادارة اعمال / جامعة بغداد / كلية الادارة والاقتصاد.
5. عبدالغني ، بوزناق ، (2013) : مساهمة الابداع التكنولوجي في تعزيز تنافسية المؤسسة الصناعية ، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير / جامعة محمد خيضر ، الجزائر.
6. العززي ، سعد علي حمود و ابراهيم ، خليل ابراهيم ، (2013) ، التوجهات الشعورية للفرد والاستنزاف العاطفي في المنظمات ، مجلة العلوم الاقتصادية والادارية ، المجلد 19 ، العدد 70 ، ص 1-20.
7. العيثاوي ، أحلام إبراهيم والكواري ، أسماء علي جهام ، (2009) : دور الإبداع الإداري في إستراتيجية تطوير التعليم العام في قطر ، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات ، العدد (23) ، ص246.
8. فوزي ، علي فاضل ، (2015): أثر متطلبات إدارة المعرفة في الابداع المنظمي دراسة تحليلية في شركة الصناعات الالكترونية ، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة ، العدد (45) ، ص285.
9. المغربي ، عبد الحميد عبد الفتاح ، (2004) : جودة حياة العمل واثرها في تنمية الاستغراق الوظيفي ، مجلة الدراسات والبحوث التجارية / جامعة الزقازيق ، العدد (2) ، ص14.
10. الموسوي ، بتول عطية خلف ، (2009): تأثير الابداع التكنولوجي في تطوير منتجات الشركة ، مجلة الادارة والاقتصاد ، العدد(78) ، ص62.
11. نصر ، عزة جلال ، (2008) ، الإبداع الإداري والتجديد الذاتي للمدرسة الثانوية العامة-رؤية استراتيجية ، المكتب الجامعي الحديث للنشر والتوزيع ، مصر.

ثانياً: المصادر الأجنبية

1. Bakker, A. B., & Demerouti, E, (2007),"The job demands–resources model, Journal of Managerial Psychology, Vol.22, No.3, PP. 309-328.
2. Carayannis, E, G, Samara, E.T and Bakouros, Y.L, (2015): Innovation and entrepreneurship theory \,cx policy and practice, 1st ed, Springer International Publishin, Berlin.
3. Catteeuw F., Flynn E., and Vonderhorst, J., (2007), Employee engagement: boosting productivity in turbulent times, Organization Development Journal, Vol.25, NO. (2), P. 151–157.
4. Gurria, Angel, (2015): The Innovation Imperative: Contributing to Productivity, Growth and Well-Being, OECD Publishing, Paris. www.oecd.org



5. Hsu, Yen, (2012): Linking Design, Marketing, and Innovation: Managing the Connection for Competitive Advantage, **I. J. of Business Research and Management**, Vol.3, No.6, P: 300-309.
6. Macey WH., Schneider, B., (2008), the meaning of employee engagement, **Industrial and Organisational Psychology**, NO.1, P. 3–30.
7. Sakovska , M.,(2012), "Importance of Employee Engagement in Business Environment, Msc Thesis, Department of Management, Aarhus Business and Social Sciences University.
8. Shuck, B. & Reio, G., (2013)," Employee Engagement and well-being ", **Journal of Leadership and Organizational Studies**, Vol.21, No. 1, pp. 43-58.
9. Smith Gemma Robertson, and Markwick, Carl, (2009), **Employee Engagement: A review of current thinking**, Institute for Employment Studies, UK.
10. Tidd, J. and Bessant, J. (2012). Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change. Wiley. **Creative Education**, [Vol.3 No.6A](#).
11. Trott, Paul, (2002): **Innovation Managements and New Product Development**, 2nd ed, Prentice-Hall, Inc, London.