



تأثير السمات الشخصية الخمسة الكبرى على التسويق الوظيفي – دراسة تحليلية في المعهد التقني في النجف

م.د. حسين زهير عبد الامير زيني
جامعة الفرات الاوسط التقنية، المعهد
التقني-نجف
inb.husseinzainy@atu.edu.iq

م.م. جنان جايد غانم السعيد
جامعة الفرات الاوسط التقنية، المعهد
التقني-نجف
Gennan.ghanem@atu.edu.iq

المستخلص:

يهدف البحث الحالي الكشاف عن علاقة التأثير بين المتغير المستقل (السمات الشخصية) والمتغير التابع (التسويق الوظيفي)، من خلال معرفة الاطار الفكري لتلك المتغيرات وتحديد مستوى انتشارها في المعهد التقني في النجف. وتمثلت مشكلة البحث بالحاجة الى معرفة مدى تأثير انتشار السمات الشخصية (الانفتاح على التجربة، الضمير، الانبساطية، القبول، العصابية) على التسويق الوظيفي ومدى تأجيل الافراد للمهام الموكلة اليهم. ورغم تناول بحوث سابقة لهذا الموضوع، إلا أن معظمها ركز على بيئات عمل غربية أو أغفل دراسة التأثير المتكامل لجميع أبعاد السمات الشخصية على التسويق الوظيفي، مما يخلق فجوة بحثية حاول هذا البحث سدّها. وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي كمنهج اساسي للبحث من خلال وصف المضامين الفكرية لمتغيرات البحث، وتم استخدام الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات، اذ تم اختيار عينة من المنتسبين في المعهد التقني في النجف، بلغ إجمالي حجم العينة (92) فرداً، تم جمع بياناتهم من خلال الاستبيان الالكتروني. وقد تم اعتماد كل من برنامج (Excel) و(SPSS22) في التحليل الاحصائي. وأشارت النتائج الى قبول الفرضية الرئيسية الأولى التي تنص على وجود تأثير ذو دلالة إحصائية للسمات الشخصية على المستوى الكلي في التسويق الوظيفي. كما أظهرت النتائج قبول الفرضية الرئيسية الثانية على مستوى أبعاد السمات الشخصية، اذ كان تأثير الأبعاد (الانفتاح على التجربة، الضمير، الانبساطية) سلبي وقد تم رفض هذه الفرضيات الفرعية، بينما اثرت ابعاد (القبول والعصابية) بصورة إيجابية على التسويق الوظيفي وقد تم قبول هذه الفرضيات.

الكلمات المفتاحية: السمات الشخصية، نموذج الخمسة الكبرى، التسويق الوظيفي، المعهد التقني في النجف.



The impact of the Big Five personality traits on job procrastination – an analytical study at the Technical Institute in Najaf

jinan chaied Ghanem Al-Saeedi
Al-Furat Al-Awsat Technical
University, Technical Institute - Najaf
Gennan.ghanem@atu.edu.iq

Hussein Zuhair Abdul Amir Zaini
Al-Furat Al-Awsat Technical
University, Technical Institute -
Najaf
inb.husseinzainy@atu.edu.iq

Abstract:

The current research aims to uncover the relationship between the independent variable (personality traits) and the dependent variable (job procrastination), by understanding the conceptual framework of these variables and determining their prevalence at the Najaf Technical Institute. The research problem was represented by the need to understand the extent to which the prevalence of personality traits (openness to experience, conscientiousness, extroversion, agreeableness, neuroticism) affects job procrastination and the extent to which individuals postpone assigned tasks. Although previous research has addressed this topic, most of it focused on Western work environments or neglected to study the integrated impact of all dimensions of personality traits on job procrastination, creating a research gap that this research seeks to fill. The descriptive analytical approach was used as the primary research methodology by describing the intellectual content of the research variables. A questionnaire was used as the primary tool for data collection. A sample of (92) individuals was selected from the technical institute's research sample. Data was collected through an electronic questionnaire. Both Excel and SPSS22 were used for statistical analysis. The results indicated acceptance of the first main hypothesis, which states that there is a statistically significant effect of personality traits on the aggregate level of job procrastination. The results also showed acceptance of the second main hypothesis at the level of personality trait dimensions, as the effect of the dimensions (openness to experience, conscientiousness, extroversion) These sub-hypotheses were rejected, while the dimensions (acceptance and neuroticism) had a positive effect on job procrastination, and these hypotheses were accepted.

Keywords: *Personality traits, Big Five model, job procrastination, Najaf Technical Institute*



المقدمة

ان عملية تطوير المنظمات والموظفين في حالة ديناميكية مستمرة على مستوى العالم. كما ان تغيير الهياكل التنظيمية وتوقعات الموظفين واتباع اساليب جديدة في الإدارة هي الركيزة الاساسية في هذه العملية. وبسبب ازدياد مستوى المنافسة بين المنظمات، ادى ذلك الى زيادة توقعات المنظمات من أداء موظفيها (Uysal & Yilmaz, 2020:82). و منذ القرن العشرين، كرّس الباحثون والعلماء أنفسهم بشكل متزايد لدراسة السمات الشخصية ، نظرًا لأهمية هذا الموضوع في الجانب السلوكي والتنظيمي. ومن أشهر وأكثر المناهج صلةً بدراسة الشخصية نموذج العوامل الخمسة لسمات الشخصية الذي اقترحه (Costa & McCrae, 1992). تشمل السمات الشخصية وبصفتها متعددة الأبعاد، عواطف الأفراد وإدراكهم وأنماط سلوكهم. و يُعد نموذج العوامل الخمسة الكبرى النموذج الأكثر متانةً لفهم سمات الشخصية والعلاقات المتبادلة بين السلوكيات، وذلك بسبب موثوقيته عبر الزمن والثقافات المختلفة (Angelini, 2023:2). ومن جانب اخر يؤثر التسويق الوظيفي وباشكال مختلفة على الفعالية التنظيمية والفردية، لذلك يجب على المدراء تحديد أسباب هذا السلوك السلبي ومحاولة تقليله بين الموظفين، من خلال ضبط أنفسهم واستخدام افضل السبل لاستثمار الوقت بحكمة وتحديد الأولويات وأداء واجباتهم وفقا للجدول الزمني حتى يتم الوفاء دائما بالمواعيد النهائية (Beheshtifar et al., 2011:63)، ويشير (Gupta et al., 2012:196) الى أن هناك ثلاثة أبعاد رئيسية تؤثر على التسويق، تتضمن هذه الأبعاد الخصائص الشخصية والعوامل الظرفية وخصائص المهمة او العمل.

وهنا يأتي دور هذا البحث في دراسة تأثير السمات الشخصية على التسويق الوظيفي. وذلك من خلال ما تضمنه البحث الذي يحتوى على اربعة مباحث، يعرض المبحث الاول منهجية البحث (المشكل، الاهمية، الاهداف، المخطط الفرضي) ويعرض المبحث الثاني الاطار النظري لمتغيرات البحث (مفهوم وابعاد كل من السمات الشخصية والتسويق الوظيفي) اما البحث الثالث فيتضمن الجانب العملي للبحث (التحليل الوصفي لمتغيرات البحث واختبار الفرضيات) واحتوى المبحث الرابع على (الاستنتاجات والتوصيات) التي توصل اليها البحث وتم اختتام البحث بقائمة المصادر.



المبحث الأول: المنهجية العلمية للبحث

1- مشكلة البحث

تعرف السمات الشخصية بأنها اختلافات فردية مستقرة تفسر تصرف الفرد لأنماط معينة من السلوك والإدراك والعواطف (Kanten & Kanten, 2015:333)، وتؤثر السمات الشخصية بشكل واضح على مجموعة من السلوكيات التي تحكم عمل الافراد وتؤثر في اداء العمل، اذ تؤثر على سلوك القيادة الأخلاقية، (Özbağ,2016:240)، و على الاداء الوظيفي للمدراء في المنظمات (Udin & Yuniawan, Gupta & Gupta, 2020:3104)، و أداء الموظفين (Udin & Yuniawan, 2020:781). كما تؤثر ايضا على بعض سلوكيات العمل الايجابية مثل سلوك المواطنة التنظيمية (Leephajaroen,2016:104)، والالتزام التنظيمي (Korankye et al., 2021:1)، و الروحانية في مكان العمل (Tutar & Oruç, 2019:1005). اما التسويق فيعرف بانه ظاهرة معقدة ذات مكونات معرفية وعاطفية وسلوكية تتكون من التأجيل المتعمد لمسار العمل المقصود على الرغم من الوعي بالنتائج السلبية المحتملة (Karatas, 2015:243) ، كما يؤدي التسويق الوظيفي الى عدد من النتائج السلبية والمشكلات في العمل مثل انخفاض الانتاجية وزيادة التغيب (Khodabakhshi et al.,2016:207)، وزيادة ضغط العمل (Abbas & Al-Abbasi, 2016:207)، وانخفاض جودة العمل (Chevrenidi & Bolotova, 2020:24)، واجهاد العمل وزيادة التوتر (Beheshtifar et al.,2011:59). كما يشير (Mohsin & Ayub,2014:224) الى وجود علاقة سلبية بين التسويق والرضا الوظيفي. و يبين (Metin et al.,2018:229) ان ممارسة سلوكيات التسويق تؤدي الى ظهور أداء وظيفيًا سيئًا للموظفين. اما العوامل المسببة للتسويق فهي عديدة، إلا أن الدراسات النفسية والإدارية الحديثة تشير إلى أن السمات الشخصية للفرد تؤدي دوراً محورياً ومباشراً في تفسير هذه الظاهرة، حيث تتفاعل هذه السمات مع متطلبات البيئة الوظيفية لتنتج سلوك التسويق بدرجات متفاوتة. كما أن قطاع العمل يلعب دورا في التسويق والأداء الوظيفي للموظفين. وهذا يعني أن موظفي القطاعين العام والخاص لديهم اختلافات حول التسويق والأداء كما ان أن موظفي القطاع العام لديهم ميول أكثر إلى التسويق مما يؤثر على أدائهم الوظيفي (Ahmad et al., 2021:1173). وانطلاقاً من الإطار النظري العام، تبرز المشكلة التطبيقية لهذا البحث في وجود مؤشرات على ممارسات قد تُفسر على أنها تسويق وظيفي بين بعض منتسبي المعهد التقني في النجف (كوادر



تعليمية، إدارية، وفنية)، مما قد ينعكس بصورة سلبية على سير العملية التعليمية والإدارية في المعهد. تتمثل هذه الممارسات في تأخير إعداد الخطط التدريسية و تأجيل معالجة معاملات الطلبة، و التأخير في انجاز بعض المهام الإدارية الروتينية، اضافة الى تأجيل اعداد المحاضرات أو تطوير المادة العلمية، او اعداد الاسئلة الامتحانية اضافة الى تأجيل انجاز البحوث الاكاديمية. اذ تركز مشكلة البحث الحالي على أهمية دراسة سلوك التسويق الوظيفي، وخاصةً في القطاع التعليمي. و التأثير المُحتمل للسمات الشخصية عليه. وفي ضوء ما تقدم يمكن صياغة مشكلة البحث على النحو الاتي: **ما مدى تأثير ابعاد السمات الشخصية (الانفتاح على التجربة، الضمير، الانبساطية، القبول، العصابية) على التسويق الوظيفي في المعهد التقني في النجف؟**

وينبثق من هذا التساؤل الرئيسي عدة اسئلة فرعية وكما يأتي:

1- ما مدى انتشار السمات الشخصية بين الكوادر التعليمية والإدارية في المعهد التقني في النجف؟

2- ما هو مستوى توفر التسويق الوظيفي في المعهد عينة البحث؟

3- كيف تساهم ابعاد السمات الشخصية المختلفة في التسويق الوظيفي في المعهد عينة البحث؟ وماهي الابعاد الاكثر تأثيرا؟

2- أهمية البحث

يُعد فهم العلاقة بين سمات الشخصية والتسويق أمرًا بالغ الأهمية، نظرًا لارتباط هذه السلوكيات بانخفاض كبير في الإنتاجية وانخفاض الكفاءة في البيئات التنظيمية. ومن خلال تحديد السمات التي تُسهّم في التسويق، يُمكن للمؤسسات تصميم تدخلات مُخصصة لتحسين أداء الموظفين وكفاءتهم. يعد هذا البحث مهم لأنه يوسّع الإطار النظري لكيفية تأثير سمات الشخصية على التسويق، وقد يرشد إلى تحسينات في اختيار الموظفين وممارسات الإدارة. إذ أن السمات الشخصية الخمس الكبرى لها تأثير كبير على أداء الموظفين وخاصة (الانبساط والانفتاح والتوافق والضمير) تؤثر بشكل ايجابي على مستوى الاداء (Mehmood et al., 2016:101). كما ان للتسويق الوظيفي تأثير سلبي على الموظفين والإدارات الأخرى داخل المنظمة. عندما يسوّف أحد الموظفين، يتسبب ذلك في تأخير الآخرين الذين يعتمدون على هذا العمل، و يؤدي إلى سلسلة من التأخيرات والمواعيد النهائية الفائتة، مما يؤثر سلبا في النهاية على الأداء العام للمنظمة ونجاحها (AI- Hisnawi et al., 2023:252).

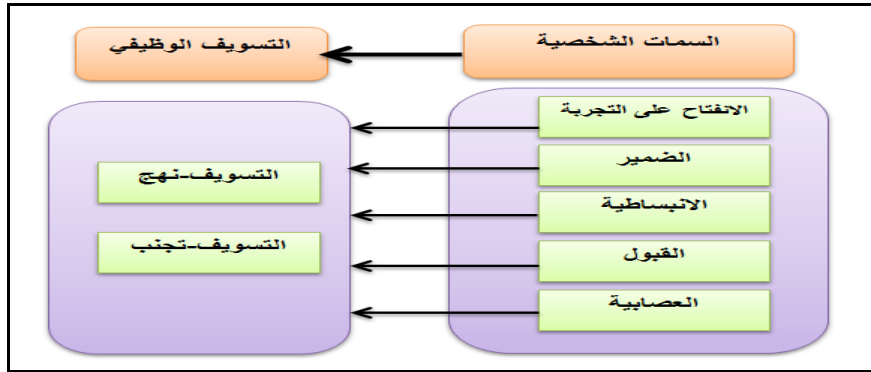


3- أهداف البحث

- على ضوء مشكلة وأهمية البحث يمكن تلخيص الأهداف الأساسية لهذا البحث بالنقاط الآتية:
- الإسهام المعرفي والفكري والإضافة النظرية إلى ادبيات السلوك التنظيمي، من خلال العرض النظري للأفكار والادبيات المتعلقة بمتغيرات البحث المتمثلة بالسمات الشخصية الخمسة الكبرى والتسويق الوظيفي و شرح تلك المتغيرات من حيث المفهوم والأهمية والأبعاد.
 - دراسة وتحليل طبيعة علاقة تأثير السمات الشخصية في التسويق الوظيفي في المعهد التقني في النجف.
 - تقييم مدى انتشار سلوك التسويق الوظيفي في المعهد التقني -نجف . و كذلك قياس السمات الشخصية الخمسة الكبرى (الانفتاح على التجربة، الضمير، الانبساطية، القبول، العصابية) ومعرفة مدى انتشارها وتنوعها داخل المعهد. و تحديد تأثير تلك السمات على أبعاد محددة للتسويق الوظيفي في المعهد عينة البحث.
 - تقديم مجموعة من التوصيات في إطار عملي يُمكن للمنظمة عينة البحث من خلالها ان تحدد السمات الشخصية التي تؤدي إلى التسويق والحد منها، وبالتالي تعزيز الإنتاجية والأداء الوظيفي.

4- المخطط الفرضي للبحث

استناداً إلى مشكلة البحث وأهدافه ولغرض تطبيق البحث ميدانياً واختبار طبيعة العلاقة بين المتغيرات الرئيسية والفرعية ، تم بناء المخطط الفرضي للبحث والذي يبين حدود وطبيعة العلاقة بين تلك المتغيرات وذلك بالاعتماد على مقياس (Hee ,2014) لقياس السمات الشخصية والذي يتكون من خمسة أبعاد (الانفتاح على التجربة، الضمير، الانبساطية، القبول، العصابية) ومقياس (Abbas & Al Hasnawi ,2020) لقياس التسويق الوظيفي والذي يتكون من بعدين (التسويق- نهج، التسويق- تجنب).



الشكل (1) المخطط الفرضي للبحث

المصدر: الباحثان بالاعتماد على ادوات قياس البحث

5-فرضيات البحث

استنادا الى المخطط الفرضي والمشكلة والاهداف التي يسعى البحث لتحقيقها، تم صياغة مجموعة من الفرضيات الاحصائية والتي سيتم اختبارها لاحقا، وتضمنت هذه الفرضيات ما يأتي:

أ- الفرضية الرئيسية الاولى: يوجد تأثير ذو دلالة احصائية للسمات الشخصية (على المستوى الكلي) في التسويق الوظيفي.

ب- الفرضية الرئيسية الثانية: يوجد تأثير ذو دلالة احصائية للسمات الشخصية (على مستوى ابعادها) في التسويق الوظيفي، وتتفرع من هذه الفرضية عدة فرضيات فرعية:

الفرضية الفرعية الاولى: يؤثر الانفتاح على التجربة تأثيرا معنويا في التسويق الوظيفي.

الفرضية الفرعية الثانية: يؤثر الضمير تأثيرا معنويا في التسويق الوظيفي.

الفرضية الفرعية الثالثة: تؤثر الانسيابية تأثيرا معنويا في التسويق الوظيفي.

الفرضية الفرعية الرابعة: يؤثر القبول تأثيرا معنويا في التسويق الوظيفي.

الفرضية الفرعية الخامسة: تؤثر العصابية تأثيرا معنويا في التسويق الوظيفي.

6- مقياس البحث

تم تصميم الاستبانة بالاعتماد على مقياس (Hee, 2014) لقياس السمات الشخصية، الذي يتكون من خمسة أبعاد (الانفتاح على التجربة، الضمير، الانسيابية، القبول، العصابية) والذي يتكون من (44) فقرة. وبعد مراجعة الفقرات وإجراء عملية دمج للفقرات المتشابهة في المعنى لتقليل التكرار والحفاظ على شمولية البعد، أصبح عدد الفقرات (22) فقرة كما في الجدول (1). كما تم الاعتماد على مقياس (Abbas & Al Hasnawi, 2020) لقياس التسويق الوظيفي والذي يتكون من بعدين (التسويق- نهج، التسويق- تجنب)، الذي يتكون من (11) فقرة، تم استخدامها جميعها في



استبانة البحث الحالي. كما تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي (1 = لا اتفق بشدة، 5 = أتفق بشدة) لقياس استجابات المشاركين .

الجدول (1) مقياس البحث

| مصدر المقياس | عدد الفقرات | الابعاد | المتغيرات |
|-----------------------------|-------------|----------------------|-----------------|
| (Hee , 2014) | 5 | الانفتاح على التجربة | السمات الشخصية |
| | 5 | الضمير | |
| | 4 | الانيساطية | |
| | 4 | القبول | |
| | 4 | العصابية | |
| (Abbas & Al Hasnawi , 2020) | 7 | التسويق-نهج | التسويق الوظيفي |
| | 4 | التسويق- تجنب | |

المصدر: الباحثان بالاعتماد على المصادر الواردة في الجدول

7- مجتمع وعينة البحث وخصائصها الديمغرافية

تم اختيار المعهد التقني في النجف كميدان للبحث، إذ يُعدُّ المعهد من المؤسسات التعليمية التي تضم فئات متنوعة من الموظفين ممن تتجلى لديهم السمات الشخصية المختلفة بدرجات متفاوتة، الأمر الذي يتيح فحص العلاقة بين تلك السمات ومستوى التسويق الوظيفي. نظرًا لأن مجتمع البحث بلغ (505) فرد عامل من الكوادر (التدريسية، الفنية، الإدارية)، وقد تم اختيار عينة عشوائية تتكون من (92) فرد تمثل نحو (18%) من المجتمع، وهي نسبة تعد كافية ومقبولة إحصائيًا في البحوث الإدارية والاجتماعية ، وفقًا لما أشار إليه (Sekaran & Bougie (2016)، مما يتيح إجراء التحليلات الإحصائية المطلوبة بدقة وتمثيل مناسب. وقد تم جمع البيانات من خلال توزيع الاستبيان إلكترونيًا على (92) فرداً، وذلك خلال الفترة الزمنية من (2025/1/14) الى (2025/2/8)، كما و تتضمن هذه الفقرة تحليل الخصائص الديمغرافية لعينة البحث وايضاح عدد والنسبة المئوية لكل فئة من المشاركين في الاستبيان وكما موضح في الجدول (2).



الجدول (2) الخصائص الديموغرافية لعينة البحث

| الجنس | | | | | |
|-----------------------|----------|-----------------------|----------|-----------|----------|
| اناث | | | ذكور | | |
| 48 (52%) | | | 44 (48%) | | |
| الفئة العمرية | | | | | |
| 50 فأكثر | 42-49 | 34-41 | 26-33 | 18-25 | |
| 20 (22%) | 14 (16%) | 25 (27%) | 28 (30%) | 5 (5%) | |
| المؤهل الدراسي | | | | | |
| دكتوراه او ما يعادلها | | ماجستير او ما يعادلها | | بكالوريوس | |
| 20 (22%) | | 30 (33%) | | 22 (23%) | |
| دبلوم | | | | | |
| 20 (22%) | | | | | |
| عدد سنوات الخبرة | | | | | |
| 21 فأكثر | 16-20 | 11-15 | 6-10 | 1-5 | 1 او اقل |
| 30 (33%) | 8 (9%) | 4 (4%) | 14 (15%) | 34 (37%) | 2 (2%) |

المصدر: الباحثان استنادا الى نتائج (SPSS22).

ومن الجدول (2) نلاحظ ان نسبة المشاركين (الذكور 48%، إناث 52%) وهذا يعني ان العينة متوازنة تقريباً بين الذكور والإناث، مما يضيف قوة للبحث لأنه يتيح دراسة السمات الشخصية والتسويق الوظيفي عبر كلا الجنسين دون تحيز كبير. وفيما يتعلق بمتغير العمر، أظهرت النتائج ان الفئة العمرية الأكبر تقع بين (26-33) وبنسبة 30%، وهذا مهم لأن السمات الشخصية والتسويق قد يتأثران بالعمر فالأصغر سناً ربما يميلون أكثر للتسويق نتيجة قلة الخبرة، بينما الأكبر سناً قد يكون لديهم ضبط ذاتي أعلى. اما بالنسبة للمؤهل العلمي نلاحظ وجود مستويات تعليمية مختلفة (دبلوم 22%، بكالوريوس 23%، ماجستير 33%، دكتوراه 22%) وهذا يوفر مجالاً أوسع لفهم تأثير الخلفية التعليمية في سلوك التسويق الوظيفي. فالمؤهلات العليا قد ترتبط بسمات مثل الضمير والانفتاح على التجربة، وهو ما قد يقلل من الميل للتسويق، بينما قد يختلف الوضع لدى ذوي المؤهلات الأقل. اما سنوات الخبرة يتضح أن العينة تشمل مزيجاً من ذوي الخبرة القصيرة والطويلة، نجد ان نسبة (37%) لديهم خبرة (1-5 سنوات)، في حين أن 33% لديهم خبرة تفوق (21 سنة). هذا التنوع سيساعد في ربط الخبرة بالسمات الشخصية والسلوك الوظيفي؛ فقد يكون الموظفون ذوي الخبرة الطويلة أكثر تنظيمياً وأقل ميلاً للتسويق، بينما الجدد قد يعانون من التسويق او ضعف التخطيط.



المبحث الثاني : الاطار النظري لمتغيرات البحث

1- السمات الشخصية

1-1 مفهوم السمات الشخصية

يملك الافراد عدد من السمات التي تكون شخصيتهم والتي من خلالها يستجيبون للمؤثرات البيئية. اذ تساعد السمات الشخصية المناسبة الفرد العامل على تحقيق الهدف التنظيمي، ليس فقط في شكل ربح ولكن أيضا من خلال تحقيق مستوى عال من الأداء. كما ان شخصية الفرد تساعده على التفاعل والإدراك والتفكير في المؤثرات الخارجية وتصنع موقف الفرد أو سلوكه تجاه البيئة. اذ إنها الطريقة التي يحقق بها الفرد مستوى عال من الأداء في وظيفته (Gupta & Gupta, 2020:3104). كما تجسد الشخصية مشاعر الفرد وأفكاره وأنماطه السلوكية، ويتمتع كل فرد عامل بشخصية فريدة تميزه عن الآخر، ومن المهم للإدارة الفاعلة، فهم شخصيات الموظفين المختلفة (Ganu & Kogutu, 2014:145).

وفيما يتعلق بتحليل ودراسة الشخصية الانسانية توجد نظريات كثيرة ، ويعد نموذج الخمسة الكبار من بين النماذج المهمة وواسعة الانتشار التي تناولت موضوع دراسة وتحليل الشخصية ويشير (Costa & Mccrae , 1992:653) في دراسته الى الاهمية الواسعة التي حضي بها النموذج باعتباره نموذجًا شاملاً لسمات الشخصية. وقد اثبت في دراسته الى ان العوامل الخمسة تمثل الأبعاد الأساسية للشخصية وذلك بالاعتماد على أربعة نقاط:

1. العوامل الخمسة هي ميول شخصية ثابتة تظهر من خلال أنماط سلوك الفرد.
 2. لكل عامل مجموعة من الصفات المميزة التي تظهر في نماذج الشخصية المختلفة، كما تُستخدم في اللغة اليومية لوصف الناس.
 3. هذه العوامل موجودة لدى مختلف الفئات العمرية والجنسية والعرقية واللغوية، لكن طريقة التعبير عنها قد تختلف من ثقافة إلى أخرى.
 4. تشير الدراسات في علم الوراثة إلى أن هذه العوامل الخمسة جميعها لها جذور وراثية.
- وقد اختلف الباحثون في تحديد مفهوم الشخصية كلاً حسب منظوره اذ يعرف (الكردي، 2014: 91) الشخصية بانها (مجموعة من الخصائص الفكرية والعاطفية التي تميز الفرد عن غيره والتي تظهر نتيجة تفاعل مجموعة من العوامل الداخلية للفرد والمؤثرات الخارجية والعوامل الموقفية والوراثية والتي تدفع الفرد الى اختيار أنشطة وسلوكيات دون غيرها)، ويشير (Kanten & Kanten, 2015:333) الى الشخصية بانها (مجموعة من السمات الأساسية التي تحدد كيف



يتصرف الفرد ويفكر ويشعر عادة، و يتم تصور سمات الشخصية على أنها اختلافات فردية مستقرة تفسر تصرف الفرد لأنماط معينة من السلوك والإدراك والعواطف)، ويرى (سعيد وعلي، 2018: 99) ان الشخصية (هي صفات وسمات ظاهرية تظهر للأخرين بصورة معلنة وتتكون هذه الصفات بداخل الفرد بيولوجيا عند ولادته وتتشكل بمرور الزمن من خلال خبرته وتجاربه نتيجة تفاعله مع البيئة المحيطة)، ويفسر (Gupta & Gupta, 2020:3104) شخصية الفرد على انها (مجموعة من السمات التي يمتلكها والتي تحدد سلوك الشخص وموقفه ودوافعه وإدراكه في ظروف معينة)، و يعرف (داوود ونعيم، 2020: 2) السمة الشخصية بأنها (استعداد أو ميل ثابت نسبيا إلى نوع معين من السلوك، الذي يظهر أثره في عدد كبير من المواقف المختلفة، فالسيطرة استعداد أو ميل للظهور أو التسلط في أكثر من المواقف التي تعرض للمسيطر، و المثابرة استعداد الفرد للمثابرة في العمل رغم صعوبته في مواقف كثيرة يختلف فيها نوع العمل).

1-2 أهمية السمات الشخصية

تمثل السمات الخمس الكبرى (BFT) واحدة من أهم المفاهيم في تحديد الشخصية وتوضيحها. و تصف المصادر المنهجية لأبحاث الشخصية نموذج السمات الخمس الكبرى كمصدر مهم لمواصلة استكشاف تقييم الشخصية البشرية (Asghar et al., 2021:458)، وذلك لما للشخصية من تأثير واضح على مجموعة من السلوكيات التي تحكم عمل الافراد وتؤثر في أداء العمل وكما يأتي:

1. تؤثر سمات الشخصية الخمس الكبرى على سلوك القيادة الأخلاقية، وخاصة الابعاد (توافق القادة، والضمير، والانفتاح على التجربة)، تؤثر بشكل إيجابي على القيادة الأخلاقية (Özbağ, 2016:240).
2. أن مكونات السمات الشخصية الخمس الكبرى تؤثر بشكل كبير على ابعاد سلوك المواطنة التنظيمية (Leephajaroen, 2016:104).
3. أن السمات الشخصية للمدير تؤثر على أدائه الوظيفي في المنظمة (Gupta & Gupta, 2020:3104). كما ان أن السمات الشخصية الخمسة الكبرى تهدف إلى تحسين أداء الموظفين اذ إن شخصية الموظف هي العنصر الحاسم لنجاح المنظمات لأنها تؤثر على أداء الموظفين (Udin & Yuniawan, 2020:781).



4. ترتبط السمات الشخصية الخمسة الكبرى ارتباطاً جوهرياً بالالتزام التنظيمي ولها دور مهم في تشكيله، وإن أفضل مؤشر على الالتزام التنظيمي هو الانبساط وباختصار تظهر النتائج أن السمات الخمس الكبرى تؤدي دوراً مهماً في شرح التزام الموظف تجاه المنظمة (Korankye et al., 2021:1). وتشير نتيجة دراسة (Ganu & Kogutu, 2014:145) إلى أن الموظفين الذين يظهرون سمات الانفتاح والعصابية والانبساط والضمير يكون لديهم مستوى عالي من الالتزام التنظيمي والرضا الوظيفي.

5. تؤثر السمات الشخصية على الروحانية في مكان العمل إذا أظهرت نتائج دراسة (Tutar & Oruç, 2019:1005) أن (الانبساط والضمير) لهما تأثير إيجابي على الروحانية في مكان العمل، بينما (الانفتاح والتوافق والعصابية) ليس لها تأثير كبير عليه.

1-3 أبعاد السمات الشخصية (نموذج الخمسة الكبار)

قام (Costa & McCrae, 1992:653) بتطوير نموذج العوامل الخمسة الكبار، ويعتمد هذا النموذج على تحديد السمات الشخصية ضمن خمسة أبعاد رئيسية، وهي: العصابية (Neuroticism)، والانبساط (Extraversion)، والانفتاح (Openness)، والقبول (Agreeableness)، والضمير (Conscientiousness). وقد ساعد النموذج في تحديد مجموعة السمات التي يجب أن تقيسها أداة الشخصية الشاملة، والعوامل التي تظهر من تحليل هذه السمات هي ما اعتبرها الباحثان الأبعاد الأساسية للشخصية وسيتم عرضها بشيء من التفصيل وكما يأتي:

1. **الانفتاح على التجربة Openness to Experience:** يتميز حامل هذه السمة بمجموعة من الخصائص مثل الإبداع، والخيال، والأصالة، والاستعداد لتحمل المخاطر، وسعة الأفق، والابتكار، والبحث عن التنوع (Therasa & Vijayabanu, 2015:144). إذ يتسم الأفراد الذين يحملون هذه السمة بأنهم مبدعون ويطورون الأفكار ويتفوقون إلى تجربة أشياء جديدة. أما الذين تنخفض فيهم وجود هذه السمة يكونون عادة تقليديون، متواضعون، محافظون ويميلون إلى الراحة في بيئة مألوفة (Gupta & Gupta, 2020:3106).

2. **الضمير Conscientiousness:** الموظفون الذين يمتلكون ضميراً عالياً يركزون على أهدافهم ويتسمون بالتخطيط والانضباط والتنظيم والعمل بجد. تساعدهم طبيعتهم التي تركز على الذات على إنجاز المهام. وتظهر خصائص الضمير أن هناك علاقة قوية بين سمة الضمير



وأداء العمل (Gupta & Gupta, 2020:3105). وتعد هذه السمة مزيجا من الإنجاز والاعتمادية، و لها تأثير أكبر على السلوك في المواقف التي يتمتع فيها الافراد باستقلالية غير عادية. ومن جانب اخر، قد يؤدي الضمير العالي للفرد إلى تفاقم الدقة، والافتقار إلى التوجيه والانضباط الذاتي وإدمان العمل (Therasa & Vijayabanu, 2015:144). كما ويمثل هذا البعد الفرد الذي يعمل بكفاءة ويميل إلى أن يكون عاملا موثوقا به، و يثابر حتى ينجز المهام (

(Ganu & Kogutu, 2014:146

3. **الانبساطية Extroversion:** وتشير الى مدى رغبة الفرد في التواصل مع الافراد الاخرين. اذ يتسم الأشخاص المنبسطون بالود. وعلى العكس منهم الانطوائيون الذين يتجنبون العلاقات مع الاخرين، ويشعرون بالسعادة عند العزلة و الابتعاد عن الاخرين (Udin & Yuniawan, 2020:783). كما ويمثل الانبساط الأفراد الذين يتمتعون بدرجة عالية من المشاعر الإيجابية، والشعور بالحماس، والقدرة على تطوير العلاقات الشخصية مع الآخرين (Therasa & Vijayabanu, 2015:144).

4. **القبول agreeableness:** تشير هذه السمة الى مدى ميل الفرد للخضوع للآخر والتوافق معه والاعتقاد بأن سلوكه صحيح. فالأفراد الذين يحملون هذه السمة يؤمنون بالآخرين، ومتعاونون، ويسهل إرضائهم (Udin & Yuniawan, 2020:783). ومن سمات التوافق ايضا المساعدة، والتعاون والتعاطف مع الاخرين. كما ويميل الأفراد الذين يتمتعون بدرجة عالية من هذه السمة إلى إظهار تجارب إيجابية في المواقف الاجتماعية (Therasa & Vijayabanu, 2015:144). و أن الأفراد الذين يسجلون درجات عالية في التوافق يعطون الأولوية للعلاقات مع الآخرين على العمل والنجاح الوظيفي (Ganu & Kogutu, 2014:14).

5. **العصابية neuroticism:** الافراد ذوي الدرجات العالية من العصابية سلبيون بطبيعتهم. لذلك يعانون من الإجهاد وارتفاع ضغط الدم والاكتئاب والقلق، وهو يتألف من جوانب مثل ضعف الوعي الذاتي وعدم الاعتدال والقلق والغضب. اما الافراد ذوي الدرجات المنخفضة يتسمون بالهدوء والاستقرار. والانخفاض الشديد في العصابية غير مقبول من الناحية المهنية والعمل اذ يصل الى درجة الاهمال في انجاز المهام. والإجهاد إلى حد ما أمر مرغوب فيه في مكان العمل. لأنه يجعل الشخص مسؤولا ومركزا نحو تحقيق الهدف (Gupta & Gupta,)



2020:3106). وعلى عكس الانبساط ، يكون الفرد المرتفع في العصابية عرضة للتأثر بالأحداث السلبية، ويميل إلى إظهار سمات مثل الخوف والغضب والاكتئاب وغير قادر على التحكم في انفعالاته مما ينعكس بصورة سلبية على الرضا الوظيفي (Therasa & Vijayabanu, 2015:144) وبشكل عام، يميل الأفراد الذين يسجلون درجات مرتفعة في سمة العصابية إلى تبني نظرة أكثر سلبية تجاه أنفسهم وتجاه الآخرين (Ganu & Kogutu, 2014:146).

2- التسويق الوظيفي

2-1 مفهوم التسويق الوظيفي

يعد الوقت موردا نادرا في المنظمات المعاصرة ، وهذا يشير إلى أن الموظفين الذين يحسنون إدارة وقتهم بفعالية يُنظر إليهم من قبل أصحاب العمل كقيمة مضافة، لما يحققونه من إسهام أكبر في رفع مستوى الكفاءة التنظيمية، و في المقابل، يؤدي المسوفون إلى زيادة تكاليف صاحب العمل من خلال أخذ وقت أطول من اللازم لإكمال المهام المطلوبة (Gupta et al., 2012:196). وبالنسبة إلى مصطلح التسويق يؤرخ قاموس Merriam-Webster هذا المصطلح إلى عام (1588) وتعني (pro) إلى الأمام و (cras) بمعنى غداً، يعطي هذين المصطلحين معا تعريفاً للتأجيل المتعمد والمعتاد لشيء يجب القيام به في الوقت الحاضر. كما ان اصل كلمة تسويق تعود إلى اللاتينية وبالنظر إلى أصوله ، يجب أن يتضمن أي تعريف للتسويق، على الأقل، فكرة تأجيل المهام (Kanten & Kanten, 2015:332).

ان التسويق في مكان العمل يؤثر سلبا على نشاط أي منظمة (Uysal & Yilmaz, 2020:82). كما ان التسويق لا ينتج عن الكسل المقصود، بل يأتي من الفشل في القيام بالعمل بناء على نوايا المرء للقيام بذلك العمل (Steel et al., 2001:97). ويؤدي سلوك التسويق إلى التقليل من الإنتاجية في العمل، ويشير علماء النفس عادة أن التسويق سمة شخصية مستقرة ودائمة (Gupta et al., 2012:195)، كما انه سلوك سلبي وغير منتج (Metin et al., 2018:230). ومما تجدر الإشارة إليه أن ثلاثة أبعاد رئيسية تؤثر على التسويق، وهي الخصائص الشخصية والعوامل الظرفية وخصائص المهمة أو العمل (Gupta et al., 2012:196):

- الخصائص الشخصية: أن خصائص شخصية الفرد تؤثر على التسويق في مكان العمل.



- العوامل الظرفية: أن العوامل الظرفية هي محدد لسلوك التسويف . على سبيل المثال ، قد لا يكون الموظف عادة مماطلا ، ولكن بسبب مشاكل صحية او عائلية قد لا يتمكن من أداء المهام الموكلة اليه في الوقت المناسب.
- خصائص المهمة او العمل : وهذا يعني ان المهمة هي بذاتها سبب في التسويف، وذلك عندما يواجه الموظفون مهام من المحتمل أن يفشلوا فيها أو مهام ذات مواعيد نهائية مفتوحة. وبقدر تعلق الامر بتعريف التسويف الوظيفي توجد آراء ووجهات نظر كثيرة ، اذ يعرف (Steel et al., 2001:95) التسويف (بانه وجود تناقض مفرط بين نوايا القيام بالعمل وإجراءات العمل، حيث يميل المسوفون الى خلق فجوة بين النية والعمل ، خاصة في بداية انجازه). و ينظر (Gupta et al., 2012:196) إلى التسويف بانه (سلوك ارادي بطبيعته يتضمن الاختيار الطوعي لأداء سلوك أو القيام بمهمة واحدة وترك الاعمال والمهام الأخرى). ويعرف (Karatas, 2015:243) التسويف على أنه (ظاهرة معقدة ذات مكونات معرفية وعاطفية وسلوكية تتكون من التأجيل المتعمد لمسار العمل المقصود على الرغم من الوعي بالنتائج السلبية المحتملة)، ويبين (Metin et al., 2016:254) ان التسويف في العمل هو (تأجيل الإجراءات المتعلقة بالعمل من خلال الانشغال في إجراءات غير متعلقة بالعمل أثناء ساعات العمل)، ويشير (Khoshouei, 2017:27) الى ان التسويف (عادة سلوكية، توصف بأنها تأجيل المهام)، ويرى (Prem et al., 2018:1) ان التسويف (شكل من أشكال فشل التنظيم الذاتي الذي يتسم بالتأخير غير العقلاني للمهام على الرغم من العواقب السلبية المحتملة)، ويعرف (Abbas & Al Hasnawi, 2020:18) التسويف الوظيفي (عدم قدرة الموظف على التكيف والتأخر في اتخاذ القرارات عندما يواجه صراعات وخيارات بالإضافة إلى ترده في انجاز الاعمال وانخفاض مستويات الثقة لديه). ويرى (Huang et al., 2023:781) التسويف (سلوك فردي متعمد للهروب من فقدان الموارد المحتمل من خلال اتخاذ إجراءات للاسترخاء، وهو التعبير السلوكي العام عن تأجيل العمل).

2-2 النتائج السلبية للتسويف الوظيفي :

هناك عدد من النتائج السلبية المترتبة على سلوك التسويف الوظيفي والتي يمكن ايضاحها بالنقاط التالية:



1. انخفاض الانتاجية وزيادة التغيب: التسوية له آثار جانبية سلبية وغير مناسبة في المنظمات، اذ يؤدي الى انخفاض الإنتاجية، وعدم رضا العملاء، وفقدان الحافز بين الموظفين، وزيادة تغيب العاملين وتسريحهم من العمل (Khodabakhshi et al.,2016:207).
2. زيادة ضغط العمل: يؤدي التسوية إلى زيادة التوتر والانفعال وتراكم ضغوط العمل، مما يؤدي الى شعور الموظفين بالتعب والإرهاق (Abbas & Al Hasnawi,2020:24)
3. انخفاض جودة العمل: في معظم الدراسات، يُنظر إلى التسوية على أنه عنصر سلبي في الأنشطة والاعمال ويؤثر بشكل سيئ على الجودة والفعالية في العمل (Chevrenidi & Bolotova , 2018:575).
4. اجهاد العمل: يعد التسوية أحد العوامل التي تزيد من الإجهاد المرتبط بالعمل، وهو سلوك تأخير وعجز ذاتي يؤدي إلى إضاعة الوقت وضعف الأداء وزيادة التوتر (Beheshtifar et al.,2011:59).

2-3 العوامل المؤثرة على التسوية الوظيفي:

بما أن التسوية يمكن أن يكون له تأثيرات مختلفة على الفاعلية التنظيمية والفردية ، فمن الضروري على المدراء تحديد الأسباب المختلفة للتسوية الوظيفي والتخطيط للتغلب عليها (Beheshtifar et al.,2011:59)، وقد اشار عدد من الباحثين في دراساتهم الى مجموعة من العوامل المؤثرة في زيادة نسبة التسوية الوظيفي وكما يأتي:

1. ان العمال "ذوي الياقات البيضاء" لديهم مستويات تسوية أعلى بكثير مقارنة بالعمال "ذوي الياقات الزرقاء". كما أن العمال المحترفون نسبة التسوية لديهم أكبر من العمال غير المحترفون (Hammer & Ferrari,2002:333).
2. انخفاض الطلب على الوظائف وندرة الموارد يؤدي الى الملل الذي يؤدي بدوره الى التسوية وسلوك العمل غير المنتج (Metin et al.,2016:254).
3. يزداد التسوية الوظيفي بانخفاض الرواتب، وفترات العمل القصيرة، وزيادة احتمال البطالة أو التوظيف الجزئي بدلاً من العمل بدوام كامل. وتميل النساء إلى التسوية بمستوى أقل من الرجال. كما ان الوظائف وطبيعتها تؤثر على مستوى التسوية فالوظائف التي تتطلب مستويات أعلى من المهارات التحفيزية تكون أقل عرضة للاحتفاظ بالمسوفين (Nguyen et al.,2013:388).



4. ان المنظمات التي تعمل على زيادة مستوى الاستغراق الوظيفي للعاملين، يؤدي ذلك الى استجابة العاملين لديها بشكل إيجابي للأهداف التنظيمية ويقلل من مستوى التسويف الوظيفي (Metin et al, 2018:228). كما ان هناك علاقة سلبية بين التسويف والرضا الوظيفي (Mohsin & Ayub,2014).

5. مشكلة انشغال العاملين أحياناً في أنشطة غير متعلقة بالعمل أثناء ساعات العمل يؤدي الى التسويف الوظيفي (مثل فترات الراحة الكثيرة، التصفح على وسائل التواصل الاجتماعي، أو التسوق عبر الإنترنت) (Metin et al, 2018:229).

و للتغلب على التسويف الوظيفي ، يمكن للأفراد اتخاذ عدة خطوات مثل تقسيم المهام إلى أجزاء أصغر، وتحديد أهداف ومواعيد نهائية واقعية، وتحديد أولويات المهام، وطلب الدعم أو التوجيه من الزملاء أو المشرفين. اضافة الى تطوير مهارات إدارة الوقت الجيدة ومعالجة العوامل العاطفية أو النفسية الأساسية التي تساهم في التسويف (AL-Hisnawi et al., 2023:251).

2-4 ابعاد التسويف الوظيفي

يتكون التسويف الوظيفي من بعدين هما التسويف-نهج والتسويف- تجنب وفيما يأتي شرح لهذه الابعاد (الحسنوي واخرون، 2022: 150):

1. التسويف – نهج approach-Procrastination: يُعدّ التسويف سلوكًا شائعًا في المجتمعات الحديثة، ويُعرّف بأنه الميل غير العقلاني إلى تأجيل أداء مهمة ما من خلال الانشغال المتعمد بأعمال غير مرتبطة بالعمل، حتى وإن لم يكن ذلك بدوافع سلبية. ووفقًا لهذا المفهوم، فإن التسويف في العمل يتسم بخاصيتين رئيسيتين: الأولى أنه سلوك تأخير مقصود، والثانية أن هذا التأخير يتم رغم إدراك الفرد لعواقبه السلبية. ومع ذلك، قد يلجأ بعض الأفراد إلى تأجيل المهام المخططة سعيًا لتحقيق أهداف يرونها أكثر أهمية. ويتضمن هذا السلوك بُعدًا زمنيًا مهمًا غالبًا ما يُغفل، إذ إن التأخير المقصود دون مبرر يؤدي إلى تراكم أعباء العمل التي يتحملها الفرد ذاته، دون أن ينعكس ذلك سلبيًا على الآخرين، فيتحمّل المسوّف وحده نتائج تقاعسه. ويحدث ذلك نتيجة اعتقاده بأن تأجيل المهمة إلى المستقبل سيكون أنسب، أو أن حالته النفسية والمزاجية ستكون أفضل لاحقًا، مما يجعله يمنح الأولوية لمشاعره الآنية دون إدراك كافٍ للعواقب المستقبلية لهذا التأجيل.



2. التسويف - تجنب Avoidance - Procrastination: إنَّ الأفراد الذين يسعون إلى إتقان مهامهم تحفزهم في الأساس رغبتهم في تطوير مهاراتهم وتعزيز قدراتهم. ولهذا السبب قد يميل بعضهم إلى تجنب أداء المهام، إذ يكون دافعهم ذاتياً يتمحور حول تحقيق مستوى ثابت من الأداء وتلبية معايير محددة. وبالاستناد إلى توجهات الأنا التي تُعد من الركائز الأساسية في مفهوم التسويف الوظيفي، يظهر بُعد "التجنب" بوصفه أحد أبرز مظاهره، ويُعرَّف بأنه تأخير إنجاز المهمة نتيجة خوف الفرد من الفشل وسعيه لحماية ذاته. ومن ثمَّ يلجأ الفرد إلى تأجيل العمل إلى وقت لاحق، سواء بعدم البدء أصلاً، أو بالبدء في اللحظات الأخيرة، أو بعدم إتمام المهمة كاملة.

المبحث الثالث : الجانب العملي للبحث

1- اختبار اداة القياس:

1-1 ثبات اداة البحث

لمعرفة مدى ثبات اداة البحث قام الباحثان باستخدام اختبار الفا كرونباخ والذي يجب ان تكون قيمته (0.70 %) او اكبر حسب رأي الاحصائيين حتى يكون ضمن الحد المقبول، وبعد اجراء تلك الاختبارات وجد ان المتغير المستقل (السمات الشخصية) حصل على درجة (0.711) بالنسبة لاختبار الفا كرونباخ اما بالنسبة لمتغير (التسويف الوظيفي) فكانت درجة اختبار الفا كرونباخ (0.780)، كما ان الثبات العام حصل على نتيجة (0.728) لالفا كرونباخ، ويمكن ملاحظة ان جميع القيم كانت ضمن الحد المقبول وهذا يعني ثبات اداة البحث ودلالة على وجود اتساق موثوق بين فقرات المقياس .

2-1 صدق المقياس باستخدام التحليل العاملي التوكيدي

يكشف هذا التحليل قوة اسئلة الاستبيان بالاعتماد على اسلوب تحليل العوامل الرئيسية وذلك بالاعتماد على النتائج المتحققة من البرنامج الاحصائي (SPSS.22) للتحليل العاملي التوكيدي وبما يؤدي للتحقق من الاتساق الداخلي لاسئلة الاستبيان البحثي وتحديد نسب التشبع من فقرات الاستبيان والمحددة احصائياً بـ (0.30) ويمكن عرض النتائج بالجدول (3).



الجدول (3) نسب التشبع لمتغيرات البحث

| البعد | فقرة الاستبيان | نسبة التشبع | التميز / غير التميز | البعد | فقرة الاستبيان | نسبة التشبع | التميز / غير التميز |
|---------------------|----------------|-------------|---------------------|---------------|----------------|-------------|---------------------|
| التشبع على الانفتاح | Q1 | 0.661 | مميزة | العصبية | Q19 | 0.403 | مميزة |
| | Q2 | 0.537 | مميزة | | Q20 | 0.565 | مميزة |
| | Q3 | 0.540 | مميزة | | Q21 | 0.524 | مميزة |
| | Q4 | 0.315 | مميزة | | Q22 | 0.381 | مميزة |
| الضمير | Q5 | 0.216 | غير مميزة | التسويق / نهج | Q23 | 0.590 | مميزة |
| | Q6 | 0.446 | مميزة | | Q24 | 0.478 | مميزة |
| | Q7 | 0.652 | مميزة | | Q25 | 0.614 | مميزة |
| | Q8 | 0.531 | مميزة | | Q26 | 0.614 | مميزة |
| | Q9 | 0.387 | مميزة | | Q27 | 0.570 | مميزة |
| | Q10 | 0.410 | مميزة | | Q28 | 0.431 | مميزة |
| | Q11 | 0.468 | مميزة | | Q29 | 0.466 | مميزة |
| | Q12 | 0.722 | مميزة | | Q30 | 0.717 | مميزة |
| الانسيابية | Q13 | 0.539 | مميزة | التسويق | Q31 | 0.665 | مميزة |
| | Q14 | 0.498 | مميزة | | Q32 | 0.582 | مميزة |
| | Q15 | 0.601 | مميزة | | Q33 | 0.643 | مميزة |
| | Q16 | 0.430 | مميزة | | | | |
| التوافق | Q17 | 0.505 | مميزة | | | | |
| | Q18 | 0.550 | مميزة | | | | |

المصدر: الباحثان استنادا الى نتائج (SPSS22).

يوضح الجدول (3) ان جميع اسئلة الاستبيان قد حققت نسب تشبع جيدة لكل متغير البحث المستقلة والتابعة ماعدا الفقرة (Q5) والتي لم تحصل على نسبة التشبع المطلوبة (0.30) لانخفاض اهميتها النسبية، وتظهر نتائج الجدول (3) ان اغلب فقرات الاستبيان متناسقة وان نسب التشبع للمتغير المستقل تعكس قدرتها في التأثير على المتغير التابع. كما تظهر النتائج ان قيمة KMO (0.856) وهي تدل على قيمة مقبولة حيث ان الحد الادنى لتلك القيمة (0.60) وهذا يعني ان المقياس جيد جدا عند درجة معنوية (0.000).

2- وصف وتشخيص متغيرات البحث

قبل البدء في اجراء اختبار الفرضيات وتحليل العلاقات بين متغيرات البحث، من الضروري اجراء التحليل الوصفي للبيانات بغرض التعرف على خصائص العينة ومستوى توافرها في المجتمع قيد البحث. وفي هذا القسم سيتم عرض المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لأبعاد البحث المتمثلة بالسمات الشخصية (المتغير المستقل) والتسويق الوظيفي والذي يمثل (المتغير التابع) وكما يأتي:



1-2 السمات الشخصية

- الانفتاح على التجربة: تظهر نتائج تحليل الاستبيان ان الوسط الحسابي لفقرات الاسئلة من (1-5) والموضحة في الجدول (1-4) كانت بدرجة (3.4695) ، اذ يظهر ذلك ان هناك اتفاق واضح ومرتفع في استجابة العينة، ويعني ذلك ان العينة المستجيبية تسعى وبشكل واضح نحو الابداع والابتكار وتقديم الافكار الجديدة.
- الضمير: عبرت نتائج تحليل الاستبيان ان الوسط الحسابي لبعده الضمير ضمن متغير السمات الشخصية لفقرات الاسئلة من (6-10) والموضحة في الجدول (1-4) كانت بدرجة (3.4000)، اذ يظهر ذلك ان هناك اتفاق واضح ومرتفع في استجابة العينة لهذا البعد ويعني ذلك ان العينة المستجيبية تسعى لتحقيق متطلبات العمل وعلى اكمل وجه ممكن وبما يضمن كفاءة وفاعلية الاداء الوظيفي.

الجدول (1-4) الاوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية للسمات الشخصية

| الانفتاح على التجربة | | | | | | | | | |
|----------------------|---------|---------|-------------------|---------------|--|-------|-------|------------|--|
| الدرجة | الترتيب | المتوسط | الانحراف المعياري | لا اوافق بشدة | لا اوافق | محايد | اوافق | اوافق بشدة | الفقرة |
| اوافق | 1 | 3.9674 | .84452 | 1 | 5 | 13 | 50 | 23 | 1- انا مبدع ومفكر واشعر بالفضول اتجاه اشياء كثيرة. |
| | | | | 1 | 5 | 14 | 54 | 25 | % تكرار |
| اوافق | 3 | 3.9239 | .82853 | 2 | 4 | 11 | 57 | 18 | 2- انا مبتكر وغالبا ما اطرح افكار جديدة. |
| | | | | 2 | 4 | 12 | 62 | 20 | % تكرار |
| اوافق | 2 | 3.9457 | .80335 | 1 | 3 | 17 | 50 | 21 | 3- اقدر التجارب الفنية ولدي خيال واسع . |
| | | | | 1.1 | 3 | 19 | 54 | 23 | % تكرار |
| لا اوافق | 5 | 2.4022 | .93831 | 11 | 49 | 18 | 12 | 2 | 4- لدي اهتمامات فنية قليلة وفضل العمل الروتيني. |
| | | | | 12 | 53 | 20 | 13 | 2 | % تكرار |
| محايد | 4 | 3.1087 | 1.2444 | 13 | 17 | 19 | 33 | 10 | 5- لدي اهتمامات في مجال الفن او الموسيقى او الادب. |
| | | | | 14 | 19 | 21 | 36 | 11 | % تكرار |
| | | | 3.4695 | .55425 | المتوسط الموزون و الانحراف المعياري للمحور الاول ككل | | | | |
| الضمير | | | | | | | | | |



| الدرجة | الترتيب | المتوسط | الانحراف المعياري | لا | | محايد | وافق | وافق بشدة | الفقرة |
|---------------|---------|---------|-------------------|-----------|---|-------|------|-----------|---|
| | | | | وافق بشدة | وافق | | | | |
| وافق بشدة | 1 | 4.6957 | .48582 | 0 | 0 | 1 | 26 | 65 | 6- اقوم بعمل على اكمل وجه ويمكن الاعتماد عليه. |
| | | | | 0 | 0 | 1 | 29 | 71 | |
| لا اوافق بشدة | 5 | 1.5978 | .74214 | 47 | 38 | 5 | 1 | 1 | 7- اميل الى الكسل والاهمال الى حد ما. |
| | | | | 51 | 42 | 5.4 | 1 | 1 | |
| لا اوافق | 4 | 1.8261 | .76473 | 34 | 42 | 14 | 2 | 0 | 8- ينشئت انتباهي بسهولة واميل الى ان اكون غير منظم. |
| | | | | 37 | 46 | 15 | 2 | 0 | |
| وافق بشدة | 2 | 4.5543 | .49976 | 0 | 0 | 0 | 41 | 51 | 9- اثار حتى تنتهي المهام وانجزها بكفاءة عالية. |
| | | | | 0 | 0 | 0 | 45 | 55 | |
| وافق بشدة | 3 | 4.3261 | .68112 | 1 | 0 | 5 | 48 | 38 | 10- اضع الخطط واتابع انجازها. |
| | | | | 1 | 0 | 6 | 52 | 41 | |
| | | | 3.4000 | .24984 | المتوسط الموزون و الانحراف المعياري للمحور الثاني ككل | | | | |

المصدر: الباحثان استنادا الى نتائج (SPSS22).

- الانبساطية: يمثل هذا البعد الاسئلة من (11-14) الموضحة في الجدول (4-2)، اذ توضح نتائج تحليل الاستبيان الموافقة وبمستوى مرتفع مع هذا البعد فقد كان الوسط الحسابي بدرجة (3.7120)، اذ يظهر ذلك ان هناك اتفاق واضح ومرتفع في استجابة العينة لهذا البعد ويعني ذلك ان العينة المستجيبية تسعى وبشكل واضح للمحافظة على علاقات الزمالة والحديث مع فريق العمل وزيادة الايجابية.
- القبول: تظهر نتائج تحليل الاستبيان ان الوسط الحسابي لفقرات الاسئلة من (15-18) والموضحة في الجدول (4-2) كانت بدرجة (3.0734)، اذ يظهر ذلك ان هناك حياد متوسط في استجابة العينة لهذا البعد، ويعني ذلك ان العينة لديها بعض الحياد في العلاقة مع الاخرين والثقة بهم وتفضيل العزلة.
- العصابية: عبرت نتائج تحليل الاستبيان ان الوسط الحسابي لبعد العصابية ضمن متغير السمات الشخصية لفقرات الاسئلة من (19-22) والموضحة في الجدول (4-2) كانت بدرجة (3.1440)، اذ يظهر ذلك ان هناك حياد متوسط في استجابة العينة لهذا البعد ويعني ذلك ان لديها وبشكل متوسط نوع من الاتزان العاطفي والهدوء الوظيفي والابتعاد عن التقلب المزاجي.



الجدول (2-4) الاوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية للسمات الشخصية

| الانسيابية | | | | | | | | | | |
|---------------|---------|---------|-------------------|---|----------|-------|-------|------------|--------|---|
| الدرجة | الترتيب | المتوسط | الانحراف المعياري | لا اوافق بشدة | لا اوافق | محايد | اوافق | اوافق بشدة | الفقرة | |
| اوافق | 1 | 3.9348 | .99233 | 3 | 5 | 15 | 41 | 28 | تكرار | % 11- انا مليء بالطاقة وارغب بالحديث مع الاخرين وتكوين علاقات اجتماعية. |
| | | | | 3 | 5 | 16 | 45 | 30 | | |
| اوافق | 4 | 3.5109 | 1.01087 | 3 | 13 | 23 | 40 | 13 | تكرار | % 12- ارى نفسي متحفذا واميل للهدوء والعزلة ولدي شخصية حازمة. |
| | | | | 4 | 14 | 25 | 44 | 14 | | |
| اوافق | 2 | 3.7717 | .83998 | 1 | 5 | 24 | 46 | 16 | تكرار | % 13- انا عاطفي ومفعم بالحيوية. |
| | | | | 1 | 5 | 26 | 50 | 17 | | |
| اوافق | 3 | 3.6304 | .91047 | 3 | 7 | 22 | 49 | 11 | تكرار | % 14- احيانا اكون خجولا. |
| | | | | 3 | 8 | 24 | 53 | 12 | | |
| | | 3.7120 | .47886 | المتوسط الموزون و الانحراف المعياري للمحور الثالث ككل | | | | | | |
| القبول | | | | | | | | | | |
| الدرجة | الترتيب | المتوسط | الانحراف المعياري | لا اوافق بشدة | لا اوافق | محايد | اوافق | اوافق بشدة | الفقرة | |
| لا اوافق بشدة | 4 | 1.7717 | .79977 | 39 | 38 | 12 | 3 | 0 | تكرار | % 15- اراقب اخطاء الاخرين واميل للشجار معهم. |
| | | | | 43 | 42 | 13 | 3 | 0 | | |
| اوافق بشدة | 1 | 4.2609 | .73931 | 0 | 2 | 10 | 42 | 38 | تكرار | % 16- لدي طبيعة متسامحة ومتفهم ولطيف مع الجميع. |
| | | | | 0 | 2 | 11 | 46 | 41 | | |
| اوافق | 2 | 3.8152 | .85072 | 2 | 3 | 22 | 48 | 17 | تكرار | % 17- اتق بالآخرين الى حد ما وارغب بالتعاون معهم. |
| | | | | 2 | 3 | 24 | 52 | 19 | | |
| لا اوافق | 3 | 2.4457 | 1.00945 | 16 | 37 | 22 | 16 | 1 | تكرار | % 18- احيانا اكون فضا مع الاخرين وافضل العزلة. |
| | | | | 17 | 40 | 24 | 18 | 1 | | |
| | | 3.0734 | .42183 | المتوسط الموزون و الانحراف المعياري للمحور الرابع ككل | | | | | | |
| العصابية | | | | | | | | | | |
| الدرجة | الترتيب | المتوسط | الانحراف المعياري | لا اوافق | لا اوافق | محايد | اوافق | اوافق بشدة | الفقرة | |



| | | | | بشدة | | | | | | |
|----------|---|--------|---------|---|--------|----|----|----|-------|---|
| اوافق | 2 | 3.5978 | .92653 | 2 | 8 | 29 | 39 | 14 | تكرار | 19- اشعر بالهدوء واستطيع التعامل مع التوتر بشكل جيد. |
| | | | | 2 | 9 | 32 | 43 | 15 | % | |
| لا اوافق | 4 | 2.2935 | 1.09482 | 24 | 35 | 18 | 12 | 3 | تكرار | 20- انا متوتر واشعر بالقلق كثيرا. |
| | | | | 26 | 38 | 20 | 13 | 3 | % | |
| محايد | 3 | 3.0435 | 1.06815 | 6 | 26 | 24 | 30 | 6 | تكرار | 21- احيانا اشعر بتقلب المزاج والاكتئاب. |
| | | | | 7 | 28 | 26 | 33 | 7 | % | |
| اوافق | 1 | 3.6413 | .98986 | 3 | 8 | 25 | 39 | 17 | تكرار | 22- انا متزن عاطفيا ولا انزعج بسهولة وابقى هادئا في المواقف المختلفة. |
| | | | | 3 | 9 | 27 | 43 | 19 | % | |
| | | | | المتوسط الموزون و الانحراف المعياري للمحور الخامس ككل | | | | | | |
| | | | | 3.1440 | .45427 | | | | | |

المصدر: الباحثان استنادا الى نتائج (SPSS22).

2-2 التسوية الوظيفي

- التسوية نهج: تظهر النتائج ان الوسط الحسابي لفقرات الاسئلة من (1- 7) والموضحة في الجدول (5) الخاص بنتائج تحليل التسوية الوظيفي كانت بدرجة (2.8991)، اذ يظهر ذلك ان هناك حياد متوسط في استجابة العينة لهذا البعد، ويعني ذلك ان العينة المستجيبة تميل نحو الاتفاق بعدم تأجيل الاعمال والاستفادة من الوقت المخصص للمهام لإنجاز الانشطة المختلفة في المعهد ولا تعتمد التسوية كنهج ضمن اصول عملها .
- التسوية تجنب: سجلت نتائج البيانات للوسط الحسابي لفقرات الاسئلة من (8- 11) والموضحة في الجدول (5) كانت بدرجة (2.0408)، اذ يظهر ذلك ان هناك عدم موافقة منخفضة في استجابة العينة لهذا البعد ، ويعني ذلك ان العينة المستجيبة لا توافق على تأجيل الاعمال والتأخير بسبب احتمالية الفشل وتعتمد تجنب التسوية في الاعمال الموكلة لها .



الجدول (5) الاوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية للتسوية الوظيفي

| التسوية / نهج | | | | | | | | | | |
|----------------|---------|---------|------------------|---------------|---|-------|-------|------------|---|---|
| الدرجة | الترتيب | المتوسط | الانحراف المعيار | لا اوافق بشدة | لا اوافق | محايد | اوافق | اوافق بشدة | الفقرة | |
| محايد | 3 | 3.0978 | 1.19578 | 10 | 20 | 24 | 27 | 11 | تكرار فاعلية عند تأجيل انجاز المهام. | % |
| | | | | 11 | 22 | 26 | 29 | 12 | | |
| لا اوافق | 5 | 2.5326 | 1.17156 | 18 | 34 | 19 | 15 | 6 | تكرار لزيادة جودة عملي. | % |
| | | | | 20 | 37 | 21 | 16 | 7 | | |
| لا اوافق | 7 | 2.1848 | 1.06832 | 26 | 40 | 11 | 13 | 2 | تكرار لتحقيق اهدافي. | % |
| | | | | 28 | 44 | 12 | 14 | 2 | | |
| اوافق | 1 | 4.0326 | .95447 | 2 | 7 | 7 | 46 | 30 | تكرار اشعر بالحماس في انجاز المهام مع اقتراب الموعد النهائي المحدد لها. | % |
| | | | | 2 | 8 | 8 | 50 | 33 | | |
| لا اوافق | 4 | 2.8587 | 1.15389 | 10 | 32 | 17 | 27 | 6 | تكرار الموعد النهائي لانجاز المهام من اجل تحسين ادائي. | % |
| | | | | 11 | 35 | 19 | 29 | 7 | | |
| لا اوافق | 6 | 2.4348 | 1.12225 | 18 | 40 | 14 | 16 | 4 | تكرار لان ضغط الوقت يحقق الاداء الافضل. | % |
| | | | | 20 | 44 | 15 | 17 | 4 | | |
| محايد | 2 | 3.1522 | 1.02641 | 4 | 23 | 27 | 31 | 7 | تكرار نادرا ما يجد صعوبة في اكمال العمل وبجودة عالية عندما تقترب المهمة من موعدها النهائي. | % |
| | | | | 4 | 25 | 29 | 34 | 8 | | |
| | | | 2.8991 | .67624 | المتوسط الموزون و الانحراف المعياري للمحور السادس ككل | | | | | |
| التسوية / تجنب | | | | | | | | | | |
| الدرجة | الترتيب | المتوسط | الانحراف المعيار | لا اوافق بشدة | لا اوافق | محايد | اوافق | اوافق بشدة | الفقرة | |
| لا اوافق | 1 | 2.2391 | 1.04166 | 22 | 44 | 9 | 16 | 1 | تكرار اقوم بتأجيل المهام بسبب صعوبة انجازها | % |
| | | | | 24 | 48 | 10 | 19 | 1 | | |
| لا اوافق | 3 | 1.9348 | .87460 | 29 | 48 | 8 | 6 | 1 | تكرار واتجنب البدء بالمهام والانتهاؤ منها. | % |
| | | | | 32 | 52 | 9 | 7 | 1 | | |
| لا اوافق بشدة | 4 | 1.7935 | .89612 | 39 | 41 | 5 | 6 | 1 | تكرار المهام بسبب الخوف من الفشل. | % |
| | | | | 42 | 45 | 5 | 7 | 1 | | |
| لا اوافق | 2 | 2.1957 | 1.16014 | 31 | 33 | 9 | 17 | 2 | تكرار لانها كبيرة جدا. | % |
| | | | | 38 | 36 | 10 | 19 | 2 | | |
| | | | 2.0408 | .82897 | المتوسط الموزون و الانحراف المعياري للمحور السابع ككل | | | | | |

المصدر: الباحثان استنادا الى نتائج (SPSS22).



3- اختبار فرضيات البحث

من اجل فهم اعمق لطبيعة علاقة التأثير بين المتغير المستقل والتابع سنقوم بإجراء تحليل انحدار ثنائي المستوى من خلال القيام **اولا** بانحدار بسيط بين السمات الشخصية والتسويق الوظيفي وهو ما يمثل الفرضية الاولى وثانيا انحدار متعدد بين ابعاد السمات الشخصية (الانفتاح على التجربة، الضمير، الانبساطية، القبول، العصائية) ومتغير التسويق الوظيفي، والذي يمثل الفرضية الثانية ، وذلك من اجل معرفة مدى مساهمة كل بعد من هذه الابعاد في مستوى التأثير في المتغير التابع واتجاه ذلك التأثير .

3 **الفرضية الرئيسية الاولى** : تشير هذا الفرضية الى وجود علاقة ذات دلالة

احصائية للسمات الشخصية (X) في التسويق الوظيفي (Y) . وفي ضوء

هذه الفرضية يمكن صياغة معادلة الانحدار البسيط الاتية: $Y=a+\beta X$

ان هذه العلاقة تعني ان التسويق الوظيفي (Y) هي دالة للقيمة الحقيقية

للسمات الشخصية (X)، وتم حساب تقديرات هذه القيم ومؤشراتها

الاحصائية على عينة البحث البالغة (92) من الكوادر التعليمية والادارية

العاملة في المعهد التقني-نجف قيد البحث وسيجري تحليل علاقة التأثير بين

هذين المتغيرين ، وكما يأتي :

كانت معادلة الانحدار البسيط للعلاقة بين السمات الشخصية والتسويق

الوظيفي هي:

التسويق الوظيفي = (0.584) + (0.671) السمات الشخصية

الجدول (6) معاملات نموذج الانحدار الخطي الكلي بين السمات الشخصية والتسويق الوظيفي

| المتغيرات | المؤشر | التسويق الوظيفي |
|----------------|------------------------------|-----------------|
| السمات الشخصية | قيمة (F) | 41.041 |
| | قيمة الفا a | 0.584 |
| | قيمة بيتا b | 0.671 |
| | R ² معامل التحديد | 0.681 |
| | Ajusted R ² | 0.404 |
| | Sig. | 0.041 |

المصدر: الباحثان استنادا الى نتائج (SPSS22).

توضح النتائج الظاهرة في الجدول (6) ان قيمة (F) (41.041) وهي قيمة مقبولة عن مستوى

معنوية (0.041)، اما قيمة بيتا فكانت تساوي (0.671) وتعني ان اي تغير مقداره (1) في السمات



الشخصية سيؤدي الى تغيير بمقدار (0.671) في المتغير التابع التسوييف الوظيفي. كما ان قيمة (R^2) كانت تساوي (0.681) والتي تعني ان القدرة التفسيرية للنموذج اكثر تساوي (68%) للمتغير التابع التسوييف الوظيفي.

4 **الفرضية الرئيسية الثانية:** تشير هذا الفرضية الى وجود تأثير ذو دلالة احصائية لأبعاد السمات الشخصية (الانفتاح على التجربة، الضمير، الانبساطية، القبول، العصبية) في فاعلية التسوييف الوظيفي، من الجدول (7) نلاحظ ان قيمة R (معامل الارتباط) كانت (0.55) بين السمات الشخصية متضمن جميع ابعادها (الانفتاح على التجربة، الضمير، الانبساطية، القبول، العصبية) وبين المتغير التابع التسوييف الوظيفي، ويشير ذلك الى وجود علاقة ارتباط قوية بينهما.

الجدول (7) معاملات الانحدار الخطي المتعدد لأبعاد السمات الشخصية في التسوييف الوظيفي

| p | Adjusted R ² | R ² | R | Model |
|--------|-------------------------|----------------|-------|----------------|
| < .001 | 0.134 | 0.305 | 0.553 | السمات الشخصية |

المصدر: الباحثان استنادا الى نتائج (SPSS22)

كما يتضح من الجدول (7) ايضا ان 0.30% من التغيير الذي يحدث في التسوييف الوظيفي يمكن تفسيره نتيجة للسمات الشخصية بأبعادها الخمسة (الانفتاح على التجربة، الضمير، الانبساطية، القبول، العصبية) وهي نسبة متوسطة يمكن الاعتماد عليها، اما باقي التغيير (70%) فهو يحدث بسبب عوامل اخرى لا تنتمي لهذا النموذج، كما ان النتائج كانت ذات دلالة احصائية اذ ان قيمة (P) ($< .001$) وهذا يعني ان السمات الشخصية تعد متغير مؤثر وبشكل حقيقي في تفسير التسوييف الوظيفي. تتسق هذه النتيجة مع دراسة **Steel (2007)** والذي اشار الى ان السمات الشخصية تمثل أحد المحددات الرئيسية لسلوك التسوييف، كما أكد كل من **Steel & Klingsieck (2016)** و **Zhang & Feng (2020)** أن السمات الخمس الكبرى للشخصية، ولا سيما الضمير والعصبية والانفتاح، تلعب دوراً مؤثراً في التنبؤ بمستوى التسوييف. وهو ما يتفق مع نتائج دراسة **الحسيني (2018)** و **عبد الكريم (2021)** التي أظهرت أن السمات الشخصية، وخصوصاً الضمير، تسهم في الحد من ظاهرة التسوييف الوظيفي. ويلخص الجدول (8) مؤشرات التحليل على مستوى الابعاد الفرعية للسمات الشخصية، وكما يأتي:



-الفرضية الفرعية الاولى: لم يحقق بُعد (الانفتاح على التجربة) تأثيراً معنوياً في التسوية الوظيفي ، اذ كانت نتائج معامل $\alpha = (2.136)$ و $\beta = (-0.055)$ المرافقة ل $X1$ وهي تدل على ان تغيير مقداره (1) في (الانفتاح على التجربة) يؤدي الى تغيير سلبي مقداره (-) (0.055) في التسوية الوظيفي، علماً ان قيمه ($p = 0.717$) وهذا يعني ان تأثير بعد (الانفتاح على التجربة) في التسوية الوظيفي ليس ذو دلالة احصائية، وهو ما يعكس أن الانفتاح على التجربة هذه العينة لم يكن عاملاً مؤثراً بصورة جوهرية، ونتيجة لذلك ترفض هذه الفرضية وقد يعود السبب في ذلك ان الافراد الذين يتسمون بهذه السمة لديهم حب التعلم، والقدرة على تقبل الجديد و يميلون إلى رؤية المهام على أنها تحديات مثيرة وليست أعباء، مما يقلل من الميل إلى التسوية الوظيفي

-الفرضية الفرعية الثانية: لم يحقق بعد (الضمير) تأثير ذو دلالة معنوية في التسوية الوظيفي، ، اذ كان معامل $\alpha = (2.136)$ و $\beta = (-0.045)$ المرافقة ل $X2$ وهي تدل على ان تغيير مقداره (1) في الضمير يؤدي الى تغيير سلبي مقداره (-) (0.045) في التسوية الوظيفي، علماً ان قيمه ($p = 0.88$) وهذا يعني ان تأثير بعد الضمير في التسوية الوظيفي ليس ذو دلالة احصائية، ونتيجة لذلك ترفض هذه الفرضية وهو ما يعكس أن الضمير في هذه العينة لم يكن عاملاً مؤثراً بصورة جوهرية ، لأن الأشخاص ذوي الضمير المرتفع يتسمون بصفة التنظيم والالتزام بالمهام والمواعيد، ولديهم احساس عالي بالمسؤولية، بالتالي، هم أقل ميلاً إلى تأجيل أو تسوية المهام.

الجدول (8) المؤشرات التحليلية لتأثير ابعاد السمات الشخصية في التسوية الوظيفي

| المتغيرات | α | β | p |
|-------------------------|----------|---------|-------|
| الانفتاح على التجربة X1 | 2.136 | -0.055 | 0.717 |
| الضمير X2 | 2.136 | -0.045 | 0.886 |
| الانبساطية X3 | 2.136 | -0.113 | 0.476 |
| التوافق X4 | 2.136 | 0.362 | 0.022 |
| العصبية X5 | 2.136 | 0.276 | 0.046 |



-الفرضية الفرعية الثالثة: لم يحقق بُعد (الانبساطية) تأثيراً معنوياً في التسوييف الوظيفي ، اذ كان معامل $\alpha = (2.136)$ و $\beta = (-0.113)$ المرافقة ل X3 وهي تدل على ان تغيير مقداره (1) في الانبساطية يؤدي الى تغيير سالب مقداره (-0.113) في التسوييف الوظيفي، علماً ان قيمه ($p = 0.476$) وهذا يعني ان تأثير بعد الانبساطية في التسوييف الوظيفي ليس ذو دلالة احصائية، ونتيجة لذلك ترفض هذه الفرضية، و يعود السبب في ذلك الى الخصائص المعروفة للشخصية الانبساطية، اذ يتسم الافراد الذين يحملون هذه الصفة نحو تكوين العلاقات الاجتماعية، والاندفاع نحو إنجاز الانشطة والمهام، مما يقلل من احتمالية تأجيل الأعمال أو التسوييف فيها وهذا يفسلا العلاقة العكسية بينهما.

تتفق نتائج الفرضيات الفرعية السابقة الذكر (الاولى،الثانية،الثالثة) مع ما توصل إليه **Steel (2007)** و **van Eerde (2003)** اللذان أشارا إلى أن أبعاد الشخصية مثل الانبساطية والانفتاح والضمير ترتبط سلباً بمستويات التسوييف. كما دعمت نتائج **Zhang & Feng (2020)** هذه العلاقة السلبية الضعيفة بين الأبعاد الثلاثة والتسوييف. وتتوافق هذه النتائج مع ما توصلت إليه الدراسات العربية مثل **الحسيني (2018)** و **عبد الكريم (2021)** التي أظهرت أن ارتفاع مستويات الضمير والانبساطية والانفتاح يسهم في تقليل التسوييف الوظيفي، وإن كان بدرجة محدودة.

-الفرضية الفرعية الرابعة: حقق بُعد التوافق تأثيراً معنوياً في التسوييف الوظيفي ، اذ كان معامل $\alpha = (2.136)$ و $\beta = (0.362)$ المرافقة ل X4 وهي تدل على ان تغيير مقداره (1) في التوافق يؤدي الى تغيير ايجابي مقداره (0.362) في التسوييف الوظيفي، علماً ان قيمه ($p = 0.022$) وهذا يعني ان تأثير بعد التوافق في التسوييف الوظيفي ذو دلالة احصائية، ونتيجة لذلك تقبل هذه الفرضية، وذلك لان التوافق يرتبط عادةً بصفات إيجابية مثل التعاطف، التعاون، والرغبة في الانسجام مع الآخرين. إلا أن هذا الميل العالي للتوافق قد يجعل الفرد أكثر عرضة لتأجيل مهامه الوظيفية، نتيجة



سعيه المستمر لإرضاء الآخرين، أو لتجنب المواجهات والصراعات، مما قد يدفعه لتأجيل المهام والمسؤوليات الخاصة به.

-الفرضية الفرعية الخامسة: حقق بُعد العصابية تأثير ذو دلالة معنوية في التسويف الوظيفي، إذ كان معامل $\alpha = (2.136)$ و $\beta = (0.276)$ المرافقة ل $X5$ وهي تدل على ان تغيير مقداره (1) في العصابية يؤدي الى تغيير ايجابي مقداره (0.276) في التسويف الوظيفي، علما ان قيمه ($p=0.046$) وهذا يعني ان تأثير بُعد العصابية في التسويف الوظيفي ذو دلالة احصائية، ونتيجة لذلك تقبل هذه الفرضية، وتفسر هذه النتيجة في ضوء السمات المميزة للأفراد ذوي العصابية المرتفعة، إذ يتسمون بالقلق المستمر والتوتر في المواقف الضاغطة، الأمر الذي يجعلهم أكثر عرضة لتأجيل المهام والتسويف الوظيفي كآلية دفاعية لتجنب الفشل أو التقييم السلبي.

تتسق نتائج الفرضيات الفرعية (الرابعة والخامسة) مع نتائج دراسة (Steel (2007) و van Eerde (2003) إذ يشيران في دراستهما أن العصابية تمثل أحد العوامل الرئيسة المسببة للتسويف نتيجة ارتفاع مستويات القلق والاندفاعية . كما دعمت نتائج دراسات عربية مثل العامري (2019) وسلامة (2020) هذه العلاقة، حيث أوضحت أن ارتفاع العصابية والقبول يرتبط بزيادة في مستويات التسويف الوظيفي.

المبحث الرابع : الاستنتاجات والتوصيات

اولا: الاستنتاجات

في ضوء نتائج التحليل الإحصائي، يمكن استخلاص عدد من الاستنتاجات التي توضح أهم ما توصل إليه البحث وكما يأتي:

1- على ضوء نتائج التحليل الوصفي لمتغير السمات الشخصية يتضح توافر هذا المتغير لدى الافراد العاملين في المعهد التقني في النجف ، وهذا يدل على تنوع السمات الشخصية التي يحملها الافراد وبأبعادها الخمسة (الانفتاح على التجربة، الضمير، الانبساطية، القبول، العصابية).



- 2- وفقا لنتائج التحليل الوصفي نجد ان كل من بعد (الانفتاح على التجربة) و(الضمير) كانت منشورة بصورة معتدلة بين افراد عينة البحث، وهذا يدل على وجود مستوى متوسط من ميل المشاركين الى تقبل الافكار الجديدة والاهتمام بالتنوع الثقافي والفكري ووجود افراد يتسمون بدرجة معتدلة من التنظيم والالتزام والمسؤولية.
- 3- يتضح من النتائج ان افراد عينة البحث لديهم نسبة جيدة من توفر سمة الانبساطية مما يشير الى ميل المشاركين الى التفاعل الايجابي مع الاخرين والحماس.
- 4- اظهرت نتائج التحليل توافر معتدل لبعد (التوافق) مما يعكس درجة متوسطة من التعاون والثقة مع وجود بعض التحفظ بين افراد العينة ، كما اشارت النتائج ايضا الى درجة معتدلة من العصابية بين الافراد مما يعكس ميلهم للقلق والتوتر.
- 5- يتضح من النتائج ان افراد العينة لديهم مستوى منخفض نسبيا لأبعاد التسوية الوظيفي ، اذا بلغ متوسط التسوية –تجنب(2.04) وهذا يعني ان الافراد لا يمارسون التسوية التجنبي بشكل كبير كما انهم لا يتجنبون المهام بسبب الخوف من الفشل او النقد، كما نجد ان هناك مستوى معتدل من التسوية – نهج بلغ (2.8) وهذا يعني ان الموظفين في المعهد التقني يؤجلون المهام لكنهم لا يتجاهلونها.
- 6- تشير نتائج التحليل إلى أن السمات الشخصية لها دور جوهري في تفسير التباينات في سلوك التسوية الوظيفي، إذ تسهم بعض السمات في زيادة احتمالية الانخراط في التسوية، بينما تحد سمات أخرى من ظهوره، مما يعكس الأثر المباشر للشخصية في سلوكيات العمل اليومية.
- 7- أشارت النتائج إلى وجود علاقة سلبية ضعيفة بين كل من بعد (الانفتاح على التجربة) و(الضمير) و(الانبساطية) والتسوية الوظيفي، إلا أنها لم تكن دالة مما يعني أن هذه السمة لم تُظهر تأثيرًا حقيقيًا في العينة المدروسة. كما ان العلاقة العكسية بين الانبساطية والتسوية الوظيفي، تظهر بسبب أن الأفراد الأكثر انبساطاً أقل ميلاً لتأجيل المهام الوظيفية، وذلك نظراً لحيويتهم واندفاعهم نحو الإنجاز.
- 8- كشفت النتائج عن وجود علاقة موجبة دالة إحصائياً بين كل من بعد (القبول و العصابية) و التسوية الوظيفي، حيث أن الأفراد ذوي مستويات عالية من القبول يميلون أكثر للتسوية، ويرجع ذلك الى سعيهم لإرضاء الآخرين، مما قد يدفعهم لتأجيل مسؤولياتهم الخاصة. كما ان



الأفراد الذين يتسمون بالعصابية يتميزون بالقلق والحساسية الانفعالية يميلون أكثر لتأجيل المهام كآلية لتجنب الضغوط والخوف من الفشل أو التقييم السلبي.

ثانياً: التوصيات

على ضوء الاستنتاجات التي توصل إليها البحث، يمكن تقديم عدد من التوصيات التي قد تسهم في تعزيز فعالية التطبيق العملي للنتائج وكما يأتي:

- 1- من الضروري اهتمام إدارة المعهد التقني بتعزيز تطوير الموظفين، وذلك من خلال تصميم برامج والدورات التدريبية لزيادة الوعي بتأثير السمات الشخصية للموظفين على سلوكيات التسوية الوظيفي، مما يُمكن الموظفين من تبني استراتيجيات أكثر فعالية لإدارة الوقت والعمل على إدارة ذاتهم وذلك لرفع مستوى الأداء وسرعة إنجاز المهام الموكلة إليهم.
- 2- ضرورة اهتمام المدراء بتعزيز الوعي لدى الموظفين في المعهد، وذلك من خلال تشجيعهم على تطبيق آليات تُعزز المسؤولية والالتزام وتحديد أولويات المهام، مثل الحوافز القائمة على الأداء والمواعيد النهائية المنظمة.
- 3- التركيز على نشر ثقافة سلبيات التسوية الوظيفي بين الموظفين، من خلال تصميم برامج تدريبية لتقليل التسوية الوظيفي، وكذلك تصميم برامج إرشادية تستهدف الموظفين الذين يتميزون بارتفاع العصابية والتوافق، لمساعدتهم على إدارة القلق والتردد، وتعزيز قدرتهم على اتخاذ القرارات وإنجاز المهام في الوقت المناسب.
- 4- التشجيع على تبني سمات الضمير والانفتاح والانبساطية في بيئة العمل، وذلك من خلال الممارسات الإدارية التي تنمي الانضباط الذاتي، و الالتزام بالمواعيد، والتخطيط المسبق، إضافة إلى توفير بيئة عمل محفزة على الإبداع والانفتاح على الأفكار الجديدة، للاستفادة من حماس الموظفين ومشاركتهم الاجتماعية في الحد من التسوية الوظيفي، إضافة الى تشجيع التفاعل الاجتماعي الإيجابي والعمل التعاوني داخل الفريق، بما يقلل من تأجيل المهام.
- 5- ضرورة الاهتمام بإدارة سمات التوافق والعصابية، إذ يمكن لورش عمل إدارة الإجهاد وخدمات الإرشاد، أن تُساعد في التخفيف من التسوية الوظيفي المرتبط بالعصابية العالية والتوافق المعتدل.



6- تطوير نظم متابعة الأداء وذلك بالاعتماد على الوسائل والطرق الموضوعية لمتابعة إنجاز المهام (مثل أنظمة قياس الأداء أو مؤشرات الإنجاز الفردي والجماعي) لتقليل فرص المماطلة والتسويق الوظيفي.

7- ضرورة اهتمام ادارة المعهد بالصحة النفسية للموظفين وذلك بتوفير برامج للعناية بالصحة النفسية والضغط الوظيفي للحد من آثار العصبية والقلق المرتبط بالتسويق، و وضع سياسات تُوازن بين أعباء العمل وتوفر الموارد الكافية، مما يُقلل من سلوكيات التسويق- تجنب ويُعزز الإداء الكلي.

المصادر:

اولا: العربية

1. الحسناوي، حميد ناصر حمد، الفتلاوي، علي عبد الحسين حامد، & صيهود، إيهاب سامي. (2022). تأثير النميمة في مكان العمل في التسويق الوظيفي: بحث استطلاعي تحليلي لآراء عينة من أعضاء الهيئة التدريسية في الكليات الأهلية في محافظة كربلاء المقدسة. مجلة وارث العلمية، 4(10)، 142-165.
2. الحسيني، رامي. (2018). السمات الشخصية والتسويق الأكاديمي لدى طلبة الجامعة. المجلة العربية للإرشاد النفسي، 9(32)، 101-126.
3. العامري، محمود. (2019). أثر السمات الشخصية في التنبؤ بالتسويق الأكاديمي لدى طلبة الجامعة. مجلة العلوم التربوية والنفسية، 20(4)، 112-136.
4. الكردي، محمد بكر محمد. (2015). تأثير السمات الشخصية الخمس الكبرى والاستقلالية كخاصية من خصائص الوظيفة على الالتزام الوظيفي. مجلة جامعة القدس المفتوحة للبحوث الإدارية والاقتصادية، 1(3).
5. سعيد، سامي عزيز، & علي، فاضل حسين. (2018). دور السمات الشخصية للقائد في ريادية منظمات الأعمال: بحث ميداني. مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، 24(109)، 92-117.
6. سلامة، نجلاء. (2020). السمات الشخصية والتسويق الوظيفي: دراسة ميدانية على عينة من الموظفين. مجلة الدراسات النفسية والتربوية، 12(2)، 77-98.
7. عبد الكريم، سعيد. (2021). دور السمات الشخصية في التنبؤ بالتسويق الأكاديمي والوظيفي لدى عينة من الموظفين. مجلة دراسات تربوية ونفسية، 15(2)، 55-78.

ثانيا: الاجنبية



1. Abdulhassan Abbas, A., & Hurajah Al Hasnawia, H. (2020). Role of psychological contract breach and violation in generating emotional exhaustion: the mediating role of job procrastination.
2. Ahmad, Z., Munir, N., & Hussain, M. (2021). Procrastination and job performance of employees working in public and private sector organizations. *Pakistan Social Sciences Review*, 5(2), 1161-1176.
3. Asghar, R. J., Shah, M. U. Z. A. M. M. E. L., & Khan, J. A. (2021). Big Five Personality Traits and Training Transfer: Does Organizational Politics Matters. *International Review of Basic and Applied Sciences*, 9(4), 457-469.
4. AL-Hisnawi, S. M., Alwan, B. M., & Abood, R. A. (2023). The Effect of Contradictory Leader Behaviors on Organizational Stagnation Through Job Procrastination. *Kurdish Studies*, 11(2), 247-258.
5. Angelini, G. (2023). Big five model personality traits and job burnout: a systematic literature review. *BMC Psychology*, 11 (1).
6. Beheshtifar, M., Hoseinifar, H., & Moghadam, M. (2011). Effect procrastination on work-related stress. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 38(38), 59-64.
7. Beheshtifar, M., Moghadam, M. N., & Hossenifar, H. (2014). The Survey of Relationship between Employees' Procrastination and Their Job Stress. *Applied Mathematics in Engineering, Management and Technology*, 2(2), 9-17.
8. Costa Jr, P. T., & McCrae, R. R. (1992). Four ways five factors are basic. *Personality and individual differences*, 13(6), 653-665.
9. Chevrenidi, A., & Bolotova, A. (2018). Relationships between time perspectives and procrastination of employees with different job titles. *Psychology. Journal of Higher School of Economics*, 15(3), 573-589.



10. Ganu, D., & Kogutu, C. N. (2014). Effect of the big five personality traits on job satisfaction and organizational commitment in the healthcare industry: The case of Kenya. *American Journal of Health Sciences*, 5(2), 145.
11. Gupta, N., & Gupta, A. K. (2020). Big Five personality traits and their impact on job performance of managers in FMCG sector. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8(5), 3104-3109.
12. Hammer, C. A., & Ferrari, J. R. (2002). Differential incidence of procrastination between blue and white-collar workers. *Current psychology*, 21, 333-338.
13. Hee, O. C. (2014). Validity and reliability of the big five personality traits scale in Malaysia. *International Journal of Innovation and Applied Studies*, 5(4), 309.
14. Korankye, B., Ahakwa, I., Anaman, E. A., & Samuel, D. (2021). The influence of personality traits on organizational commitment: evidence from GCB Bank in Ghana. *Journal of Research in Business and Management*, 9(1), 1-15.
15. Khoshouei, M. S. (2017). Prediction of procrastination considering job characteristics and locus of control in nurses. *Journal of Holistic Nursing and Midwifery*, 27(2), 27-35.
16. Karatas, H. (2015). Correlation among academic procrastination, personality traits, and academic achievement. *Anthropologist*, 20(1), 2.
17. Kanten, P., & Kanten, S. (2015). The antecedents of procrastination behavior: personality characteristics, self-esteem and self-efficacy. *PressAcademia Procedia*, 2(1), 331-341.
18. Khodabakhshi, M., Sepahvandi, M., Sheikholeslami, A., & Habibi, E. (2016). The prediction of organizational procrastination and life satisfaction according to job burnout and years of career. *Journal of Military Medicine*, 17(4), 207-213.



19. Leephaijaroen, S. (2016). Effects of the big-five personality traits and organizational commitments on organizational citizenship behavior of support staff at Ubon Ratchathani Rajabhat University, Thailand. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 37(2), 104-111.
20. Mehmood, M. S., Mehmood, A., & Siddique, M. (2016). Personality traits nexus employee's performance: an application of big five personality dimensions model. *Abasyn Journal of Social Sciences—Special Issue: AIC*, 101-119.
21. Metin, U. B., Taris, T. W., & Peeters, M. C. (2016). Measuring procrastination at work and its associated workplace aspects. *Personality and Individual Differences*, 101, 254-263.
22. Metin, U. B., Peeters, M. C., & Taris, T. W. (2018). Correlates of procrastination and performance at work: The role of having “good fit”. *Journal of Prevention & Intervention in the Community*, 46(3), 228-244.
23. Mohsin, F. Z., & Ayub, N. (2014). The relationship between procrastination, delay of gratification, and job satisfaction among high school teachers. *Japanese Psychological Research*, 56(3), 224-234.
24. Nguyen, B., Steel, P., & Ferrari, J. R. (2013). Procrastination's impact in the workplace and the workplace's impact on procrastination. *International Journal of Selection and Assessment*, 21(4), 388-399.
25. Özbağ, G. K. (2016). The role of personality in leadership: Five factor personality traits and ethical leadership. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 235, 235-242.
26. ÖZER, A. (2012). Procrastination: Rethinking Trait Models. *Education & Science/Eğitim ve Bilim*, 37(166).
27. Prem, R., Scheel, T. E., Weigelt, O., Hoffmann, K., & Korunka, C. (2018). Procrastination in daily working life: A diary study on within-person



- processes that link work characteristics to workplace procrastination. *Frontiers in psychology*, 9:1087.
28. Roster, C. A., & Ferrari, J. R. (2020). Time is on my side—Or is it? Assessing how perceived control of time and procrastination influence emotional exhaustion on the job. *Behavioral Sciences*, 10(6), 98.
29. Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach* (7th ed.). Wiley
30. Steel, P., Brothen, T., & Wambach, C. (2001). Procrastination and personality, performance, and mood. *Personality and individual differences*, 30(1), 95-106.
31. Steel, P. (2007). The nature of procrastination: A meta-analytic and theoretical review of quintessential self-regulatory failure. *Psychological Bulletin*, 133(1), 65–94.
32. Steel, P., & Klingsieck, K. B. (2016). Academic procrastination: Psychological antecedents revisited. *Australian Psychologist*, 51(1), 36–46.
33. Therasa, C., & Vijayabanu, C. (2015). The impact of Big Five personality traits and positive psychological strengths towards job satisfaction: A review. *Periodica Polytechnica Social and Management Sciences*, 23(2), 142-150.
34. Tutar, H., & Oruç, E. (2020). Examining the effect of personality traits on workplace spirituality. *International Journal of Organizational Analysis*, 28(5), 1005-1017.
35. Udin, U. D. I. N., & YUNIAWAN, A. (2020). Psychological capital, personality traits of big-five, organizational citizenship behavior, and task performance: Testing their relationships. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 781-790.
36. Uysal, H. T., & Yilmaz, F. (2020). Procrastination in the workplace: The role of hierarchical career plateau. *Upravlenec*, 11(3).



37. van Eerde, W. (2003). A meta-analytically derived nomological network of procrastination. *Personality and Individual Differences*, 35(6), 1401–1418.
38. Zhang, Y., & Feng, X. (2020). The relationship between personality traits and procrastination: A meta-analysis. *Frontiers in Psychology*, 11, 573077.