

تسويق الوظائف الخضراء وأثرها على الرضا الوظيفي بالتطبيق على مصفاة الزاوية لتكرير النفط - ليبيا

د. رجب عبد السلام العموري - الأكاديمية الليبية - فرع الساحل الغربي

✉ Rajabalamory@Gmail.com

المخلص Abstract

هدفت الدراسة إلى إبراز دور وأهمية تسويق الوظائف الخضراء، وأثر ذلك على تحقيق الرضا الوظيفي، استخدم الباحث برنامج Decision Analyst STATS TM في تحديد حجم العينة، وقام بتوزيع 66 قائمة استبانة استرجع منهم 52 قائمة، تمّ استبعاد ثلاثة قوائم استبانة غير صالحة للتحليل، وبالتالي بلغت نسبة استجابة 74%. وقام الباحث بقياس معامل ألفا كرونباخ للتأكد من ثبات أداة البحث، حيث بلغ معامل الثبات لأداة قياس المتغير المستقل تسويق الوظائف الخضراء 92% ومعامل الصدق 0.959، وللمتغير التابع الرضا الوظيفي 87% ومعامل الصدق 0.933، وهذا يدل على ثبات أداة البحث.

وباستخدام برنامج pspp في التحليل الإحصائي للبيانات واستخلاص النتائج، حيث توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج كان أهمها أنّ الإدارة والعاملين بمصفاة الزاوية محل الدراسة والبحث مدركين لمفهوم وأهمية الوظائف الخضراء، لكنهم لا يترجمون ذلك إلى تطبيق وممارسة فعلية على أرض الواقع، حيث يقل التطبيق والممارسة للوظائف الخضراء من قبل إدارة مصفاة الزاوية لتكرير النفط.

كما توصلت الدراسة إلى قلة الرضا الوظيفي للعاملين بمصفاة الزاوية بالرغم من الرضا عن ظروف العمل والاستقرار الوظيفي، ويرجع الباحث ذلك إلى بُعد العدالة التنظيمية. وتوصلت الدراسة أيضا إلى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تسويق الوظائف الخضراء والرضا الوظيفي، وانتهت الدراسة بتقديم بعض التوصيات واقتراح بعض البحوث المستقبلية.

الكلمات المفتاحية Keywords: تسويق الوظائف، الوظائف الخضراء، الرضا الوظيفي.

المقدمة Introduction

لقد برز مفهوم تسويق الموارد البشرية وفقاً لـ (Klimentova , 2008)، وظهر كمجال منفصل لنشاط الموارد البشرية من خلال فصله عن إدارة الموارد البشرية. تم إنشاء تسويق الموارد البشرية في وقت كان إعلان البحث عن وظيفة (إعلان) بسيطاً غير كافٍ، وبسبب العرض السائد للوظائف (أو نقص الموظفين المناسبين) في سوق العمل، كان من الضروري تطبيق نهج نشط للبحث عن، واختيار واكتساب وتحفيز وإقناع الموظفين لاتخاذ قرار بشأن قبول الوظيفة المعروضة. [1]

وهناك العديد من الشركات العالمية التي تتميز بتطبيق تسويق الموارد البشرية لما له من فوائد كثيرة، ومن بين هذه الشركات شركة أبل التي تميزت وصنعت اسماً تجارياً، حيث يعدُّ موردها البشري هو المساهم الأكبر في هذا النجاح، كما تعدُّ من الشركات التي غيرت العالم فهناك مقولة تصف إبداع أبل "ثلاث تفاحات غيرت العالم، تفاحة آدم وتفاحة إسحاق نيوتن وتفاحة أبل"، مقولة معروفة تقرر ستيف جونس عراب شركة أبل بالعقري إسحاق نيوتن مكتشف قانون الجاذبية. [2]

وحظيت الوظائف الخضراء هي الأخرى في الفترة الأخيرة باهتمام كبير سواء على الصعيد العالمي أو المحلي، حيث دخل مفهوم الوظائف الخضراء في كثير من المجالات والتخصصات، وأصبحت العديد من المنظمات على وعي كامل بضرورة تواجدها وتطبيقها في مختلف أعمالها وتخصصاتها.

ويعدُّ موضوع تسويق الوظائف الخضراء من المواضيع الحديثة نسبياً التي تهتم بالموظفين والعمال، وتسعى إلى توفير الظروف المناسبة لهم، وتحميمهم من أخطار الوظيفة والبيئة المحيطة، وتساهم في المحافظة عليهم وكسب ولائهم وحبهم للمنظمة، وكذلك تساهم في جذب الكفاءات من سوق العمل، ومن ثمَّ التقليل من معدل دوران العمل وتجنيد المنظمة التكاليف الإضافية التي تنتج عن ذلك.

وبالتالي يتوقع الباحث أن تساهم هذه الدراسة في فهم فلسفة تسويق الوظائف الخضراء، ودعم تطبيقها من خلال تسليط الضوء عليها، وتوجيه أنظار المسؤولين في مصفاة الزاوية النفطية وغيرها من مؤسسات النفط في ليبيا نحو موضوعات البحث وأهميتها في الوقت الراهن من خلال تقديم إطار علمي يمكن من خلاله الإلمام بالمتغيرات ذات العلاقة بموضوع الدراسة.

كذلك يتوقع الباحث أن تساهم هذه الدراسة في دعم البحث العلمي وسد الفجوة البحثية في الجامعات والمراكز البحثية الليبية من خلال فتح الباب أمام المزيد من الدراسات

المستقبلية حول موضوعات الدراسة وخاصة تسويق الوظائف وأبعاده المختلفة. **الإطار العام للدراسة:**

مشكلة البحث Research Problem

بالرغم من حداثة مفهوم التسويق للوظائف الخضراء وزيادة الاهتمام العالمي بأهميته كأحد القضايا البيئية التي تشغل اهتمام العالم اليوم، فأصبح يسعى وبكافة السبل المتاحة من خلال سن الاتفاقيات وإقامة المؤتمرات العالمية حول البيئة إلى حث مؤسسات الأعمال والشركات الصناعية بضرورة تحمل مسؤولياتها، وتبني ممارسات صديقة للبيئة مثل التسويق للوظائف الخضراء التي تسهم في زيادة الكفاءة وخفض التكاليف من خلال تحقيق رضا العاملين وكسب ولائهم واستقطاب الكفاءات وتحسين الإنتاجية، ولكن واقع ممارسة تسويق الوظائف الخضراء في مؤسسات الأعمال والشركات الصناعية اليبية، ومدى وعي الإدارة والعاملين بأهميتها وضرورتها قد يكون غير ذلك وهنا تبرز مشكلة الدراسة، وللتوضيح أكثر يمكن صياغة المشكلة في التساؤلات التالية:

1. هل الإدارة والعاملين بمصفاة الزاوية محل الدراسة والبحث مدركين لدور وأهمية تسويق الوظائف الخضراء في تحقيق الرضا الوظيفي؟
2. ما واقع تطبيق مصفاة الزاوية لتكرير النفط محل الدراسة والبحث لتسويق الوظائف الخضراء كالتوظيف الأخضر والتدريب الأخضر والتقييم الأخضر، ونظام الحوافز والمرتبات الأخضر؟
3. ما أهمية ودور تسويق الوظائف الخضراء في تحقيق الرضا الوظيفي؟
4. ما مدى التزام مصفاة الزاوية محل الدراسة والبحث بالتسويق للوظائف الخضراء والاستفادة منها في تحقيق الرضا الوظيفي؟

أهداف البحث Research Objectives

- يسعى الباحث من خلال هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:
1. معرفة مدى إدراك الإدارة والعاملين بمصفاة الزاوية لتكرير النفط لمفهوم وأهمية تسويق الوظائف الخضراء.
 2. التعرف على مستوى ممارسة تسويق الوظائف الخضراء في مصفاة الزاوية لتكرير النفط محل الدراسة والبحث.
 3. قياس مستوى الرضا الوظيفي للعاملين بمصفاة الزاوية لتكرير النفط محل الدراسة والبحث.

4. إبراز دور وأهمية تسويق الوظائف كأحد المفاهيم الحديثة في إدارة الموارد البشرية.
5. معرفة طبيعة العلاقة بين تسويق الوظائف الخضراء والرضا الوظيفي.
6. الدعم والتأكيد على أهمية تطبيق فلسفة التسويق في إدارة الموارد البشرية.
7. نشر هذه الدراسة في أحد المجالات العلمية المحكمة والإيفاء بشروط ومتطلبات الترقية والتقدم في العمل.

أهمية البحث:

يمكن تحقيق أهمية البحث من خلال الجانبين العلمي والتطبيقي على النحو التالي:

الأهمية العلمية:

1. تسليط الضوء على موضوع تسويق الوظائف الخضراء ومعرفة دوره في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين.
2. المساهمة في تحديد طبيعة علاقة الارتباط بين تسوي الوظائف الخضراء ودوره في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين في مصفاة الزاوية لتكرير النفط محل الدراسة والبحث.
3. المساهمة في سد الفجوة البحثية لموضوعات البحث من خلال إثراء ودعم البحث العلمي والمساهمة بتشكيل حلقة من حلقات البحث العلمي المستمر.
4. تأصيل وتأكيد العلاقة بين كل من إدارة التسويق وإدارة الموارد البشرية والإدارة البيئية.
5. استخدام أداة البحث العلمي للمساهمة في خدمة المجتمع، وذلك بنقل التكنولوجيا من خلال نشر ما توصلت إليه الدراسات السابقة وتقديم النتائج والتوصيات بخصوص موضوعات البحث.

الأهمية التطبيقية:

1. محاولة توجيه أنظار المسؤولين بإدارة مصفاة الزاوية لتكرير النفط لدور وأهمية التسويق للوظائف الخضراء ومعرفة أثر ذلك على تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين
2. تقديم إطار علمي حول موضوعات البحث لإدارة مصفاة الزاوية لتكرير النفط الأمر الذي يُمكنها من الإلمام بمتغيرات الدراسة (تسويق الوظائف الخضراء، الرضا الوظيفي).

3. الوصول إلى مجموعة من التوصيات والمقترحات التي تساعد إدارة المصفاة على النقل الرأسي للتكنولوجيا من خلال وضع الآليات المناسبة لتنفيذها والاستفادة منها.
4. تحقيق التقدم في المسار الوظيفي من خلال البحث العلمي المستمر.

فروض البحث Research Hypotheses

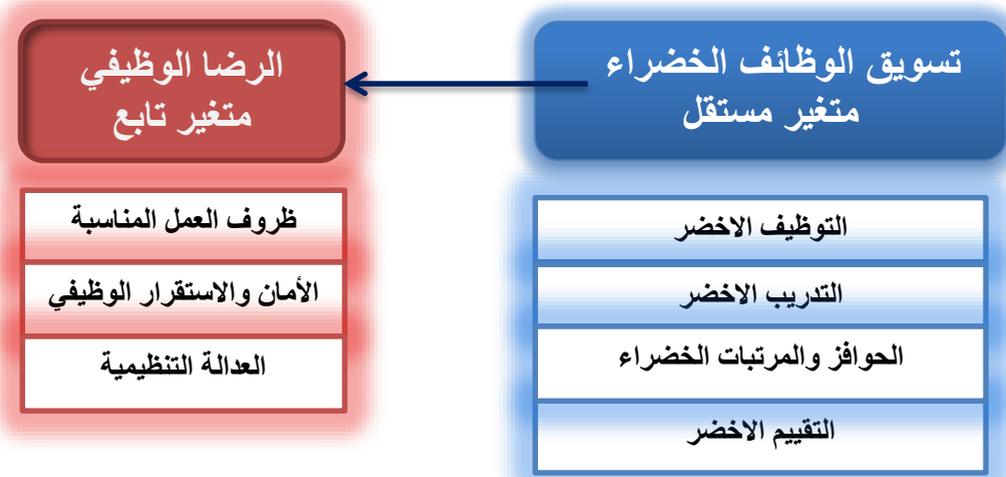
بناءً على مشكلة وأهداف الدراسة يسعى الباحث إلى إثبات مدى صحة الفروض التالية:

1. إنَّ الإدارة والعاملين بمصفاة الزاوية لتكرير النفط غير مدركين تمامًا لمفهوم وأهمية تسويق الوظائف الخضراء.
2. لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تسويق الوظائف الخضراء والرضا الوظيفي للعاملين بمصفاة الزاوية لتكرير النفط محل الدراسة والبحث.
3. لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين أبعاد تسويق الوظائف الخضراء والرضا الوظيفي للعاملين بمصفاة الزاوية لتكرير النفط محل الدراسة والبحث.
4. لا يوجد تأثير معنوي مباشر لتسويق الوظائف الخضراء على الرضا الوظيفي للعاملين بمصفاة الزاوية لتكرير النفط محل الدراسة والبحث.
5. لا يوجد تأثير معنوي مباشر لأبعاد تسويق الوظائف الخضراء على الرضا الوظيفي للعاملين بمصفاة الزاوية لتكرير النفط محل الدراسة والبحث.

متغيرات الدراسة والنموذج المقترح:

المتغير المستقل: المتغير المستقل في هذه الدراسة هو تسويق الوظائف الخضراء، وهو المتغير الذي سيؤثر سلبًا أو إيجابًا على المتغير التابع ويفسره.

المتغير التابع: المتغير التابع في هذه الدراسة هو الرضا الوظيفي، وسيكون هذا المتغير هو محور الاهتمام، وهدف الباحث سيكون شرح وتفسير هذا المتغير والتنبؤ به من خلال تفسير المتغير المستقل تسويق الوظائف الخضراء.



الشكل (1) يوضّح نموذج الدراسة

المصدر: من إعداد الباحث بناء على متغيرات وفروض الدراسة

منهج البحث Research Method

اعتمد الباحث في دراسته على المنهج العلمي المتكامل في البحوث التطبيقية، والذي يستند على حقيقة وجود ترابط وتلازم بين الإطار العلمي للبحث (الجانِب النظري) وبين الواقع العملي (الجانِب التطبيقي).

أسلوب الدراسة:

اعتمد الباحث لإتمام هذه الدراسة على بيانات ثانوية تم الحصول عليها من خلال مراجعة الكتب والمجلات العلمية والدراسات السابقة التي تناولت متغيرات البحث، ممّا مكنَّ الباحث من إعداد الإطار النظري للبحث، بالإضافة إلى بيانات أولية تمَّ الحصول عليها من مصفاة الزاوية لتكرير النفط محل الدراسة والبحث باستخدام قائمة استقصاء أعدت لهذا الغرض وتحليلها، ممّا مكنَّ الباحث من اختبار صحة أو خطأ فروض البحث والتوصل إلى النتائج والتوصيات.

مجتمع البحث Study Population

يتكوّن الإطار الكلي لمجتمع الدراسة من جميع العاملين بمصفاة الزاوية لتكرير النفط - ليبيا.

وحدة المعاينة وعينة الدراسة:

تتمثل وحدة المعاينة في إدارة الصيانة بمصفاة الزاوية لتكرير النفط، وباستخدام برنامج Decision Analyst STATS TM، وعلى افتراض أن نسبة المفردات التي تتوافر فيها الخاصية الرئيسية المطلوب دراستها 50%، وأن درجة الثقة 95%، ومستوى المعنوية 0.05، توصل الباحث إلى أن حجم العينة المناسب هو 66 مفردة، تم توزيعها بطريقة عشوائية، واسترجع منها 52 قائمة استبانة، وتم استبعاد ثلاثة قوائم غير صالحة للتحليل، وبالتالي كانت نسبة استجابة أفراد الدراسة 74%.

أداة الدراسة:

اعتمد الباحث في تجميع بيانات الدراسة الميدانية من مصادرها الأولية على قائمة استبانة أعدت لهذا الغرض بناء على نتائج الدراسة النظرية، وجهت هذه الاستبانة إلى العاملين بمصفاة الزاوية لتكرير النفط محل الدراسة والبحث، وتضمنت القائمة على 28 عبارة لمفهوم وأبعاد تسويق الوظائف الخضراء و22 عبارة لقياس الرضا الوظيفي للعاملين بمصفاة الزاوية لتكرير النفط، وتم استقصاء أفراد الدراسة وفق نموذج ليكرت ذو 5 درجات موافق تماما وموافق ومحايد وغير موافق وغير موافق تماما.

أساليب التحليل الإحصائي المستخدمة:

اعتمد الباحث في تحليل البيانات الأولية على الأساليب الإحصائية التالية: مقاييس النزعة المركزية والتشتت: استخدم الباحث المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والتكرارات لوصف أفراد الدراسة ومعرفة اتجاهاتهم. معامل الارتباط بيرسون: استخدم الباحث معامل الارتباط بيرسون لبيان وتوضيح نوع وقوة علاقة الارتباط بين متغيرات وأبعاد الدراسة. تحليل الانحدار المتعدد المتدرج: لحساب معاملات الانحدار المتعدد لمتغيرات وأبعاد الدراسة.

وأستخدم الباحث برنامج pspp في التحليل الوصفي والإحصائي لبيانات الدراسة لسهولة استخدامه ودقة نتائجه، بالإضافة إلى أنه يدعم اللغة العربية.

محددات الدراسة:

- المحددات المكانية : مصفاة الزاوية لتكرير النفط - ليبيا.
- المحددات الزمنية : أجريت الدراسة التطبيقية خلال الفترة 10 \ 15 - 12 \ 2022.
- المحددات الموضوعية : تسويق الوظائف، الوظائف الخضراء ، الرضا الوظيفي.
- المحددات البشرية : العاملين بإدارة الصيانة بمصفاة الزاوية لتكرير النفط.

الدراسات السابقة Literature Review

تعد الدراسات السابقة حجر الأساس ونقطة انطلاق للباحث في دراسته، وتتمثل الدراسات السابقة في تلك الدراسات التطبيقية منها والنظرية التي تتعلق بمتغيرات الدراسة (تسويق الوظائف الخضراء، الرضا الوظيفي) سواء كانت رسائل علمية أو أبحاث منشورة في مجلات علمية محكمة أو تلك التي عُرضت في المؤتمرات العلمية. وهدف الباحث باستطلاع هذه الدراسات هو التعرف على الفجوة البحثية في هذه الدراسات من خلال معرفة أهم نقاط القوة والضعف فيها، والمناهج المتبعة، وأدوات البحث المستخدمة، وحدود هذه الدراسات، وأساليب تحليل البيانات، والبرامج الإحصائية المستخدمة في التحليل، بالإضافة إلى ما تضمنته من جوانب نظرية، ومن ثم التعرف على نتائجها وتوصياتها، والاطلاع على أهم المراجع العلمية المستخدمة ومصادرها.

وهذا بدوره مكن الباحث من وضع الإطار العام لدراسته، وكذلك مكنه من تقديم إطار نظري غني بالمعلومات، يُعتقد أنه سيكون لبنة من لبنات البحث العلمي التي ستساهم في سد الفجوة البحثية في موضوعات البحث بدولة ليبيا، ويعرض الباحث فيما يلي أهم الدراسات السابقة التي تناولت موضوعات البحث بالدراسة والتحليل:

1- دراسة : (خليل شرقي، 2021) [3] هدفت الدراسة إلى تحديد الاتجاهات الحديثة لأحد المفاهيم المتعلقة بالإدارة الخضراء والإدارية البيئية وهي إدارة الموارد البشرية الخضراء، من خلال تعميق الفهم النظري والفكري لممارساتها وأبعادها، واستخلاص المواضيع البحثية الحديثة المرتبطة بها. لتحقيق ذلك تم الاعتماد على التحليل البليومتري لبيانات 1984 دراسة منشورة في قاعدة *Scopus* في الفترة من 1996 إلى 2020، باستخدام برنامجي *VOS viewer* و *Knowledge Matrix* Plus ، لتخلص الدراسة إلى أن ممارسات الموارد البشرية تتضمن: تحليل الوظائف الخضراء، التوظيف الأخضر، الاختيار الأخضر، التعريف الأخضر، التدريب الأخضر، المكافآت والتحفيز الأخضر، إدارة الانضباط الأخضر.

2- دراسة : (خديجة عرقوب، 2019) [4] هدفت هذه الدراسة إلى إبراز أهمية تسويق الموارد البشرية للمؤسسة، من خلال توضيح مفهوم تسويق الموارد البشرية، أهم الخصائص التي يتميز بها، مدى التجانس بينه وبين أفكار التسويق والإشارة إلى أهم المزايا التي يمنحها تسويق الموارد البشرية للمؤسسات، وأوصت الدراسة بتشجيع المؤسسات على تفعيل ممارسات تسويق الموارد البشرية لتحقيق

أهدافها المطلوبة، والاطلاع على الممارسات الناجحة محليا ودوليا للاستفادة منها مستقبلا

3-دراسة : (رياض عبد القادر وآخرون، 2019)^[5]هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على أهمية التوجه نحو تسويق الموارد البشرية كأحد المداخل الحديثة لتحقيق الميزة التنافسية في منظمات الأعمال. وقد خلصت الدراسة بأن تطبيق إجراءات تسويق الموارد البشرية تؤدي بمنظمات الأعمال للتميز في بيئة تسودها شدة المنافسة فالبنك العربي بالأردن حقق التميز في القطاع المصرفي عن طريق اتباع أسلوب معين لاختيار الموارد البشرية ذات الكفاءات العالية وعن طريق تقديم التحفيز والدعم الإداري لموظفيها لكسب ولائهم والمحافظة عليهم، وأيضا عن طريق تمكين موظفيها وتقديم برامج تدريبية لموظفيها بشكل مستمر كإجابة عن احتياجاتها.

4-دراسة : (زعرور نعيمة، ونام حمداوي، 2018)^[6]هدفت هذه الدراسة إلى التركيز على العوامل والشروط التي تعمل على تبني تسويق الموارد البشرية، مع توضيح مفاهيم إدارة الموارد البشرية باعتبارها مهتمة بقضايا المورد البشري، وكذلك التطرق إلى التسويق بشكل عام، باعتبار أن فلسفة تسويق الموارد البشرية مستمدة منه، حيث توصلت هذه الدراسة إلى أن شروط النجاح تنقسم إلى قسمين: الأول هو عوامل النجاح مثل: تكييف عمليات إدارة رأس المال البشري التي تعكس وضعية صاحب العمل، اعتماد منهج كامل مماثل لذلك المطبق في التسويق، والاتصال والعلامة التجارية لصاحب العمل ليست سوى بعض من المكونات، وتوفير مستوى معين لإدراك المؤسسة... الخ، أما الثاني هو الجهات الفاعلة للتبني وتتمثل في: الإدارة العليا، مديرية الموارد البشرية، المديرين ومديرية الاتصال إن وجدت.

5 -دراسة : (سناء جبيرات ، صورية الزاوي، 2019)^[7] جاء في ملخص الدراسة " من القنوات التي تركزت في الأونة الأخيرة وأضحت راسخة في الأذهان، أن التغيير مسألة حتمية لا مناص منها، إذ أصبح عاملاً ملازماً لمسار الحياة التنظيمية والفردية. والعلاقة بين المؤسسة والأجير لم تكن بمنأى عن هذا التغيير لاسيما منذ مطلع التسعينيات من القرن الماضي، حيث أصبح هذا الأجير أكثر تطلبا وتقبلا وحرصا على جودة الحياة المهنية في إطار التطوير الذاتي. ما ألزم ذلك، وظيفة الموارد البشرية البحث عن فلسفة جديدة تستوحي أساسياتها من المقاربة التسويقية التي تعد الشخصنة (la personnalisation) فيها أحد ركائزها الأساسية الهادفة إلى تطوير علاقة تفاعلية

ودائمة مع الأجير، تدعى بتسويق الموارد البشرية. لذا، ارتأينا في هذه الورقة البحثية تناول الشخصية كمظهر تسويقي أساسي في ممارسات تسيير الموارد البشرية".

6-دراسة : (خير الدين جمعة وآخرون، 2019) [8] تهدف هذه الدراسة إلى معرفة موضوع مهم، وحديث جذب اهتمام كل من الباحثين والمؤسسات بمختلف أنواعها وهو موضوع "تسويق الموارد البشرية" ومعرفة دور تطبيق مختلف مفاهيم تسويق الموارد البشرية في نجاح الشركات، وقدمت هذه الدراسة شركة أبل كنموذج عن الشركات العالمية التي تهتم بهذا الموضوع وكيفية تطبيقها لمختلف مفاهيمه وأثره على مواردها البشرية، وعليه فإنّ هذه الدراسة توصلت إلى أنّ الشركات التي تتبنى مفاهيم تسويق الموارد البشرية تعمل على البحث عن التميز لتكون مكانا جذابًا دومًا للموظفين وذلك بتوفير الظروف المثلى والبيئة الجيدة للابتكار، كما توصي بضرورة أن تعمل الشركات على البحث عن التميز لتكون مكانا جذابا دومًا للموظفين المحتملين وبتوفير الظروف المثلى والبيئة الجيدة للابتكار لموظفيها للمحافظة عليهم.

7-دراسة : (معمر قربة ، إيمان حوداسي ، 2018) [9] نظرًا للتطورات الحاصلة في مجال إدارة الموارد البشرية في القرن الحالي، وما نتج عنه من التزامات وأعباء على منظمة الأعمال لمواكبة هذه التطورات، لم تعد الأساليب التقليدية المستخدمة في إدارة الموارد البشرية تؤدي بالغرض المنتظر منها، إذ ظهرت توجهات حديثة في الإدارة تركز على ضرورة تبني المفهوم التسويقي والذي أنطلق من التسويق الداخلي ليصل إلى اعتماد تسويق الموارد البشرية من طرف مديري إدارة الموارد البشرية، هذا المفهوم الذي نال اهتمام كبير في أدبيات الفكر الإداري المعاصر، إذ أصبح من الضروري أن تتفاعل إدارة المواد البشرية معه ليتحقق نجاح المؤسسة وتميزها، ومن هذا المنطلق جاءت هذه الورقة البحثية من أجل التأسيس النظري لتسويق الموارد البشرية من خلال تسليط الضوء على كل من مفهوم التسويق الداخلي والتسويق الاجتماعي وإبراز نقاط التداخل بينها (التسويق الداخلي، التسويق الاجتماعي، تسويق الموارد البشرية)

8-دراسة : (عبد القادر دبوش وآخرون، 2018) [10] جاء في ملخص الدراسة "يعتبر الموظفون، الحاليون والمستقبليون، الذين يشعرون بالقلق إزاء نوعية حياتهم المهنية بهدف تطوير مسارهم الشخصي، من زبائن الشركة الذين يجب تلبية احتياجاتهم وتوقعاتهم. تبحث هذه المداخلة في تسويق الموارد البشرية كنهج جديد لإدارة الموارد البشرية. وتحاول تسليط الضوء على هذه الرؤية الجديدة، والاعتماد على نهج

وأدوات التسويق من قبل إدارة الموارد البشرية، وكذلك الشروط التي تؤيد إنشائها" وكذلك تحاول هذه الدراسة الإجابة عن كيف يمكن تطبيق قواعد التسويق في مجال الموارد البشرية.

9- **دراسة : (محمد السكارنة، 2017)** [11] هدفت هذه الدراسة إلى فحص أثر ممارسات إدارة الموارد البشرية الخضراء على استراتيجية التمايز إبداع الموارد البشرية متغير معدل في شركات الطاقة المتجددة في عمان، وتكون مجتمع الدراسة من كافة العاملين بالشركات الصديقة للبيئة والتنمية المستدامة والطاقة المتجددة، والتي تمارس الإدارة الخضراء في نشاطاتها في العاصمة الأردنية عمان وعددها 78 شركة، أما عينة الدراسة فقد تكونت من كافة المديرين ورؤساء الأقسام ومشرفي الإنتاج والعاملين بالشركات الصديقة للبيئة والتنمية المستدامة والطاقة المتجددة والتي تمارس الإدارة الخضراء في نشاطاتها في العاصمة الأردنية عمان عددهم (165) اعتمد الباحث إلى المنهج الوصفي التحليلي من خلال استخدامه الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS بهدف تحقيق أهداف الدراسة.

10- **دراسة : (سارة الموجي، 2022)** [12] تعدُّ إدارة الموارد البشرية الخضراء من المفاهيم الحديثة في الإدارة، والتي تركز على دمج مفاهيم الإدارة الخضراء في استراتيجيات الموارد البشرية، وتساعد على دمج الأهداف والاستراتيجيات البيئية في أهداف التنمية الشاملة للوصول إلى نظام فعّال لإدارة البيئة لتحقيق عدة مزايا مختلفة تفيد شركات السياحة المصرية، ومع زيادة الوعي بشأن الإدارة البيئية والتنمية المستدامة اكتسبت إدارة الموارد البشرية الخضراء مكانتها في مجال البحوث، وقد بدأت مصر في التوجه نحو الاهتمام بالاقتصاد الأخضر كأحد السبل المهمة والرئيسية في خطط التنمية الشاملة، وذلك من خلال تنفيذ العديد من المشروعات التي تتناسب مع الأولويات الاقتصادية والبيئية للدولة طبقاً للرؤية الاستراتيجية للبيئة في مصر بحلول عام 2030 والبعد البيئي كمحور أساسي في كافة القطاعات التنموية الاقتصادية، وهدفت الدراسة إلى معرفة دور إدارة الموارد البشرية الخضراء في تحقيق العلاقة بين السياسات التنموية للاقتصاد الأخضر والتنمية المستدامة في الشركات السياحية المعنية بتحقيق التنمية المستدامة في مصر، واعتمد الجانب الميداني في البحث على تصميم وتوزيع استمارات استقصاء موجهة إلى عينة من شركات السياحة فئة (أ) في محافظة القاهرة وعددهم 170 استمارة استقصاء، وكانت نسبة الاستمارات الصحيحة % 91.8 من إجمالي العينة، ومن نتائج الدراسة قصور الوعي بممارسات

إدارة الموارد البشرية الخضراء داخل بعض شركات السياحة فئة (أ) بالإضافة إلى صعوبة تقييم الأداء الأخضر في سلوك الموظفين، ومن المقترحات تطوير أساليب القيادة الخضراء وتدريب القادة والمدراء على التحول إلى الأخضر بشركات السياحة فئة (أ).

11- دراسة : (مناف أحمد، 2019) [13] هدف البحث إلى التعرف على أثر ممارسات إدارة الموارد البشرية الخضراء والمتمثلة بـ (بالتوصيف والتوظيف والتدريب والمكافأة الخضراء) في تحسين أداء المنظمة، حيث تكمن مشكلة الدراسة في ضعف الممارسات الخضراء في المؤسسات والمنظمات العاملة في العراق، وقد اتخذت من المستشفيات العاملة في مركز محافظة الأنبار كعينة للدراسة، حيث تم استخدام الأساليب الإحصائية المناسبة وذلك من خلال بناء استبانة تم توزيعها على عينة المجتمع والبالغ (82) عمالاً، وبعد إجراء التحليل الإحصائية باستخدام برنامج الـ SPSS توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج منها ضعف تطبيق ممارسات إدارة الموارد البشرية الخضراء في مجتمع الدراسة والنتائج عن ضعف الوعي بأهمية هذه الممارسات وطرق تطبيقها، أما عن أهم التوصيات التي قدمها البحث هو التأكيد على تبني مبادئ إدارة الموارد البشرية الخضراء في عمليات التوصيف والتعيين والتدريب والمكافأة، وبما يؤدي إلى تحسين أداء المنظمة إضافة إلى سلامة البيئة الداخلية والخارجية للمنظمة.

12- دراسة : (أشرف عبد الرحمن، 2021) [14] تهدف هذه الدراسة إلى قياس أثر ممارسات إدارة الموارد البشرية الخضراء على الحصة السوقية لمجموعة من المنظمات الصناعية المصرية، ولتحقيق أهداف الدراسة صممت استمارة استقصاء ووزعت على 254 من العاملين بالمنظمات محل الدراسة، وتم استرجاعها 247 منها صالحة للتحليل والدراسة، حيث تم تحليل البيانات واختبار الفرضيات باستخدام برنامج SPSS للتحليل الإحصائي وقد توصلت الدراسة إلى وجود أثر معنوي لممارسات الموارد البشرية الخضراء على الحصة السوقية.

13- دراسة : (بودي عبد القادر، بن جيمة نصيرة، 2018) [15] الغرض من هذا البحث هو دراسة أثر التسويق الداخلي على الرضا الوظيفي في الصندوق الوطني للتقاعد بشار، كما تهدف إلى تحديد وقياس أثر مكونات التسويق الداخلي (اختيار العاملين، التطوير، التحفيز، الاتصالات الداخلية، والتمكين) في العلاقة بين التسويق الداخلي والرضا الوظيفي، وتم تصميم استبيان لتحديد البيانات الأولية فيما

يتعلق بالمتغيرات المذكورة أعلاه، وتم توزيع استبيان على 35 موظف، وأظهرت النتائج أنّ التسويق الداخلي له أثر إيجابي على الرضا الوظيفي.

14-دراسة : (أيمن أبو بكر، 2015) [16] تهدف الدراسة إلى اختبار أثر ممارسات التسويق الداخلي على رضا العاملين دراسة حالة بنك أبوظبي الإسلامي فرع مدينة العين، وتمثلت ممارسات التسويق الداخلي ب" التمكين، البرامج التدريبية، الحوافز والمكافآت والاتصال الداخلي"، واستعان الباحث في اختيار ممارسات التسويق الداخلي بناء على الدراسات السابقة، وتمثل مجتمع الدراسة بالعاملين في بنك أبوظبي الإسلامي وتم أخذ عينة عشوائية مقدارها 100 استبانة، تم استرداد 85 استبانة، صالحة لاختبار فرضيات الدراسة وتحقيق أهدافها SPSS. للتحليل الإحصائي وتم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية توصل الباحث إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لممارسات التمكين، والبرامج التدريبية، والاتصال الداخلي وممارسة الحوافز والمكافآت في رضا العاملين بالبنوك الإسلامية.

الإطار النظري للدراسة:

أولا - تسويق الوظائف :

مفهوم تسويق الوظائف : يرى (Ungerma n , 2016) أن تسويق الموارد البشرية مجال جديد يعتبر الموظفين (الحاليين والمحتملين) كعملاء، ويقول (Jánošová , 2016) إنّ تسويق الموارد البشرية اليوم يُنظر إليه على أنه عملية لضمان الشركة (المؤسسات والشركات وما إلى ذلك) من القوى العاملة ذات الجودة الطويلة الأجل والإمكانات الاستراتيجية، وأنه يعمل عن كثب مع إدارة الموارد البشرية ويشكل أساس المعلومات، وأنه يتعامل مع المجموعات المستهدفة من خلال مختلف عناصر التواصل من أجل زيادة جاذبية الشركة كصاحب عمل محتمل في المستقبل. [17]، وعرف **Carole Blancot** ، تسويق الموارد البشرية بأنه يتكون من استخدام التقنيات والأدوات التي يوفرها التسويق والاتصالات لاستهداف وجذب وإغواء المرشحين والاحتفاظ بالموظفين. [18] ، ويعرف (Nicole Dessain , 2016) تسويق الموارد البشرية (يشار إليه أيضًا باسم تسويق التوظيف) بأنه الأنشطة التي تجذب المرشحين النشطين الذين يعرضون ما ترغب فيه الشركة من المهارات والسلوكيات. [19] وعُرف تسويق التوظيف كذلك بأنه الاستراتيجيات والتقنيات والعمليات التي تستخدمها المنظمة لجذب واكتساب أفضل المواهب المرشحين للعمل وتحويلهم إلى متقدمين. [20]

ويخلص الباحث من خلال الدراسات السابقة أن المقصود بتسويق الوظائف هو أحد الأساليب الحديثة المستخدمة في جلب الكفاءات من الموارد البشرية وأقناعهم بقبول الوظائف الشاغرة (الوظائف الخضراء واللائقة)، وتهيئة الظروف المناسبة لهم للقيام بهذه الوظائف على النحو الأمثل، والمحافظة عليهم والحلول دون تركهم وانتقالهم للمنظمات المنافسة من خلال تطبيق فلسفة المزيج التسويقي أو ما يسمى 4PS.

مزيج تسويق الوظائف 4PS

1. **المنتج:** المنتج هنا هو الوظيفة الشاغرة أو المنصب الشاغر، وغلاف المنتج في هذه الحالة سيكون بتقديم وصفاً جيداً للوظيفة الشاغرة متضمناً الواجبات والمسؤوليات.. الخ، وأيضاً بتحديد المتطلبات التي يجب أن تتوفر فيمن سيشغل هذه الوظيفة، وكلما نجحت المنظمة في تقديم وظيفة جيدة كلما ساعد ذلك في قبول الكفاءات من الموارد البشرية لهذه الوظيفة والعكس صحيح.
2. **السعر:** يتمثل السعر في نظام الأجور والمرتبات والمكافآت والتعويضات، وكلما كان هذا النظام مناسباً ومنصفاً ومبنياً على أسس علمية وتنافسية مع المنظمات المماثلة، كلما ساهم ذلك في قبول الكفاءات من الموارد البشرية لهذه الوظيفة والعكس صحيح.
3. **المكان:** ويقصد به مكان العمل الملموس التي تمارس فيه الوظيفة بالإضافة إلى الظروف المحيطة بالمكان من حيث النظافة ودرجة الحرارة والرطوبة والأماكن الصحية والمقهي طريقة الاتصال وسلوك التعامل.. الخ، فكلما كان مكان العمل والظروف المحيطة به مناسبة كلما ساهم ذلك في قبول الكفاءات من الموارد البشرية لهذه الوظيفة والعكس صحيح.
4. **الترويج:** ويقصد به الطريقة التي تستخدمها المنظمة في الترويج عن وجود الوظيفة الشاغرة وإقناع الكفاءات في سوق العمل لقبول الوظيفة وأن المنظمة هي المكان المناسب لهم، ويتم ذلك من خلال وسائل الإعلام المختلفة أو مواقع التواصل الاجتماعي أو من خلال تقديم عروض تقديمية شاملة عن الوظيفة الشاغرة (المنتج) وأهمية العمل بالمنظمة، فكلما نجحت المنظمة في وضع برامج ترويجية للوظائف الشاغرة كلما ساهم ذلك في قبول الكفاءات من الموارد البشرية لهذه الوظيفة والعمل بالمنظمة والعكس صحيح.

أهمية تسويق الوظائف:

1. تسويق الوظائف أداة مفيدة تساعد في تحديد احتياجات ورغبات الموظفين الحاليين والمحتملين.
 2. تسويق الوظائف يقلل من معدل دوران العمل ومن التكاليف الإضافية المترتبة عن ارتفاعه.
 3. تسويق الوظائف يقلل من العجز في الموارد البشرية وما قد يترتب عليه من تكاليف إضافية ناتجة عن توقف الإنتاج جزئياً أو كلياً.
 4. تسويق الوظائف يقلل من الإحباط الوظيفي وكذلك من الرسوب أو الجمود الوظيفي الناتج من هذا الإحباط.
 5. تسويق الوظائف يدعم العدالة التنظيمية بين العاملين فيما يتعلق بالمعاملة والثواب والعقاب والتكليف بالمهام.
 6. تسويق الوظائف يدعم الثقة التنظيمية بين الإدارة والعاملين.
 7. تسويق الوظائف يساعد المنظمات في تحقيق أهدافها المرجوة في البقاء والنمو والربحية من خلال جذب الكفاءات من الموارد البشرية والاحتفاظ بهم.
- وبالتالي فإن تسويق الوظائف لا يمثل فقط فلسفة حديثة ينبغي على منظمات الأعمال معرفتها، بل يجب عليها الاقتناع بها ووضعها موضع التنفيذ على أرض الواقع لتجنّب فوائد ذلك وتجنب عواقب نقص الموارد البشرية وعدم استخدامها الاستخدام الأمثل.

ثانياً - الوظائف الخضراء :

يعد مفهوم إدارة الموارد البشرية الخضراء Green Human Resource Management والذي يشار له باختصار GHRM من المفاهيم المعاصرة في الفكر الإداري التي ترتبط بنشاطات إدارة الموارد البشرية وإدارة البيئة، إذ غالباً ما يستخدم مصطلح الموارد البشرية الخضراء للإشارة إلى مساهمة سياسات وممارسات إدارة الموارد البشرية وعلى نطاق أوسع تجاه الأجندة البيئية للشركات للحماية والمحافظة على الموارد الطبيعية فيها.^[21]

وأعطى التقرير المشترك بين برنامج الأمم المتحدة للبيئة ومنظمة العمل الدولية والمنظمة الدولية لأصحاب العمل والاتحاد الدولي لنقابات العمال، تعريفاً عاماً للوظيفة الخضراء على أنها أي وظيفة لائقة تسهم في الحفاظ على نوعية البيئة أو استرجاعها، سواء في الزراعة أو الصناعة أو الخدمات أو الإدارة.

ومن العناصر المهمة في هذا التعريف للوظائف الخضراء أن الوظائف يجب ألا تكون خضراء فحسب بل ولائقة أيضاً، أي وظائف منتجة وتوفر مداخل وحماية اجتماعية كافية وتحترم حقوق العمال وتمكّنهم من المشاركة في اتخاذ القرارات التي ستؤثر على حياتهم.[22]

ولن يقتصر دور الوظائف الخضراء على توفير فرص عمل فحسب، بل يمكنها أن تتعدى ذلك من خلال تأثيرها أيضاً على نوعية فرص العمل وتغيير ظروف العمل، لكي تصبح هذه الوظائف ذات نوعية جيدة ولائقة في نفس الوقت، والمقصود هنا بالعمل اللائق هو العمل المنتج الذي يؤدي في ظروف تسودها الحرية والإنصاف والأمن وكرامة الإنسان.[23]

ولقد بدأت المنظمات على مستوى العالم في تبني فلسفات الإدارة الخضراء لتكون مثمرة لتحقيق غاية الحفاظ على البيئة، ومن هنا جاءت إدارة الموارد البشرية الخضراء لتشجيع الاستخدام المستدام للموارد داخل مؤسسات الأعمال وتعزيز قضية حماية البيئة التي تزيد من معنويات الموظفين ورضاهم".[24]

وبالتالي، فالإدارة الخضراء هي الإدارة التي تركز على تحقيق الأبعاد البيئية والاجتماعية والمالية من خلال تبني طرق وسياسات ومبادئ لتحسين نوعية الحياة للزبائن والموظفين والبيئة إلى جانب تحقيق الأرباح والميزة التنافسية للشركة.[25]

أهمية الوظائف الخضراء:

الوظائف الخضراء تساهم في جلب الكفاءات البشرية من سوق العمل، وتقلل الوقت والتكاليف مثل مصاريف الورق والطباعة، كذلك تحد من تعرض العاملين لإصابات وحوادث العمل، وتعتبر وسيلة لتوليد العمل اللائق، وتساهم في تحقيق التنمية الاقتصادية والبيئية، وفي تحقيق الرضا الوظيفي عن العمل ومن ثم الالتزام التنظيمي، وتساهم الوظائف الخضراء في توفير الظروف المناسبة والعمل اللائق، كما تساهم في الرفع من معدلات الأداء كما ونوعاً، وبالتالي تزيد من قدرة المنظمة على تحقيق أهدافها المرجوة في البقاء والنمو والأرباح.

أبعاد الوظائف الخضراء:

التوظيف الأخضر: يتضمن استخدام إجراءات التعيين دون استخدام الورق الذي بدوره يقلل من التأثير البيئي. إذ يستخدم التوظيف المجاني عن طريق الأنترنت وفي ضوءه يتم عرض استمارة التعيين، والمقابلات عبر الأنترنت أو الهاتف لتقليل الأوراق التي

ترافق التعيين، هذه الممارسات تعمل على تقليل معدل التدهور البيئي، كما تساعد على تحسين أنظمة الإدارة البيئية من خلال وضوح الثقافة والقيم البيئية. [26]

التدريب الأخضر: إنَّ التدريب والتطوير الأخضر يركزان على تحسين المعرفة والمهارات والقدرات التي تساهم في منع التدهور البيئي وتعلم العاملين معنى القيم البيئية وتدريبهم على استخدام الأدوات التي تمكنهم من الحفاظ على الطاقة وتقليل الهدر والخسارة وشحن المهارات لتوفير القدرة على التعامل والمشاركة الفاعلة في حل المشكلات البيئية وبذلك يصبحوا جزءاً مهماً في تحقيق المخرجات البيئية. [27]

نظام الأجور والمرتبات الأخضر: يتم من خلالها منح الموظفين المكافآت المادية والمعنوية لمساهماتهم في تحقق الأهداف البيئية. يمكن أن تحفز وتزيد من التزام الموظف ليكون أكثر مسؤولية بيئياً والتي يمكن أن تساعد على تحسين الأداء البيئي. [28]

التقييم الأخضر: تعمل المنظمات بمبدأ التأكد من أن جميع المخرجات هي خضراء، وهذا يحتاج إلى تقييم الموارد البشرية الخضراء وتسمى هذه العملية التقييم الأخضر، كما يمثل تقييم الأداء مجموعة المعايير والمقاييس الخضراء الموضوعه من قبل المنظمة لإجراء المقارنة مع ما هو مخطط له والمنفذ من قبل العاملين، يضاف إلى ذلك السلوك الأخضر الذي يُعد أحد المقاييس في تقييم أداء الموظفين، حيث يعتبر بمثابة العملية التي يمكن التأكد من خلالها بأن أداء الموظفين هو أداء أخضر سواء كان أداء فردياً أو جماعياً وبعتماد مقارنة المخرجات الخضراء مع المخطط لها. [29]

ثالثاً: الرضا الوظيفي.

عرفه William.j وآخرون بأنه الفرق بين ما ينتظره الفرد من عمله وبين الشيء الذي يجده فعلاً. [30]

ويعرف الباحث الرضا الوظيفي لدى العاملين بأنه الشعور الإيجابي بالسعادة والفرح للعمل بالمنظمة والولاء لها وعدم الرغبة في ترك العمل بها.

أبعاد الرضا الوظيفي المستخدمة في الدراسة:

أولاً - ظروف العمل المناسبة: تسعى المنظمات الرائدة إلى جلب واستخدام أفضل الكفاءات الموجودة في سوق العمل، وفي سبيل المحافظة عليهم ومنع تسربهم الى المنظمات المنافسة، تعمل على توفير ظروف العمل المناسبة لهم لكسب رضاهم وحثهم على بذل المزيد من الجهد وتحقيق معدلات الأداء المطلوبة والإبداع والابتكار، ومن أمثلة هذه الظروف نظافة المكان والإضاءة الجيدة ودرجة الحرارة المعتدلة ونسبة

الرتوبة المنخفضة وخدمات الدعم كالمقهى ووجبات الطعام والسكن والخدمات الصحية والترفيهية وفترة للراحة وأماكن لأداء الصلاة.. الخ.

ثانيا - الاستقرار الوظيفي : الاستقرار الوظيفي أو الأمان الوظيفي يمثل الضمانات والمنافع الوظيفية التي يطلبها العاملين بالمنظمة مثل الأمان من فقدان الوظيفة بالفصل أو الإقالة دون أسباب شرعية، الأمان من الإجراءات الإدارية التعسفية كالنقل من الوظيفة الحالية الى وظيفة لا تتناسب مع طموحات ورغبات العاملين أو الحرمان من الترقية أو الحرمان من العلاوة السنوية.. الخ، الأمر الذي يؤدي إلى الاستقرار النفسي ورفع الروح المعنوية، وبالتالي تحسين الأداء وتوثيق ولاء وحب العاملين لمؤسستهم.

ثالثا - العدالة التنظيمية : العدالة تعني إعطاء كل ذي حق حقه من غير أن يطالب به، وهي ضد الجور والظلم، والمساواة نوع من العدالة العامة ومن مظاهر التسوية بين

الناس في الحقوق والواجبات العامة التي لا تتعارض ومراكزهم.^[31] ويرى الباحث بان العدالة التنظيمية هي اعتقاد الأفراد بأن هناك مساواة وإنصاف بين العاملين فيما يتعلق بالثواب والعقاب والتكليف بالمهام.

الإطار التحليلي للدراسة:

صدق وثبات أداة الدراسة:

للتأكد من ثبات أداة الدراسة وأنها سوف تعطي ذات النتائج إذا ما أعيد تطبيق الاستبانة على نفس العينة وفي نفس الظروف قام الباحث وفق الإمكانيات المتاحة باختيار طريقة ألفا كرونباخ، ويشير التحليل الإحصائي للجدول رقم (1) أنّ معامل ثبات أداة القياس كان على النحو التالي:

معامل الثبات لأداة قياس المتغير المستقل تسويق الوظائف الخضراء وفق مقياس ألفا كرونباخ يساوي 92 % وهذا يدل على ثبات أداة القياس.
معامل الثبات لأداة قياس المتغير التابع الرضا الوظيفي وفق مقياس ألفا كرونباخ يساوي 87 % وهذا يدل على ثبات أداة القياس.

الجدول (1) يوضح ثبات وصدق أداة الدراسة

المتغيرات	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ	معامل الصدق
عبارات قياس أبعاد تسويق الوظائف الخضراء	23	92%	0.959
عبارات قياس الرضا الوظيفي	22	87%	0.933
المعدل العام لأداة الدراسة	45	93%	0.964

المصدر : من إعداد الباحث بناء على نتائج برنامج pspp

وصف عينة الدراسة: باستخدام برنامج pspp في إدخال البيانات الأولية وإجراء التحليل الوصفي، تشير نتائج التحليل الوصفي لعينة الدراسة أنّ جميعهم من الذكور، حيث بلغت نسبتهم 100% من عدد أفراد الدراسة ويرجع الباحث ذلك الى طبيعة عمل وحدة المعاينة (إدارة الصيانة)، وأنّ ما نسبته 51% من أفراد الدراسة تتراوح أعمارهم من 30 أقل من 40، وأن 45% من أفراد الدراسة يتقاضون راتب يفوق 2000 دينار، كما أنّ معظمهم يحملون مؤهل جامعي بكالوريوس حيث بلغت نسبتهم 74%، ولعلّ أهم ما يميز أفراد الدراسة أن 62% من أفراد الدراسة يتمتعون بخبرة كبيرة تزيد عن 10 سنوات، وكانت وظيفة أفراد الدراسة 2% رؤساء أقسام، 10% رؤساء مكاتب، 88% موظفين، والجدول رقم (2) يقدم وصف شامل لعينة الدراسة.

الجدول (2) يوضح التحليل الوصفي لعينة الدراسة

المتغير	الرمز في قاعدة البيانات	الفئة	التكرار	النسبة
الجنس	1	ذكر	49	100%
	2	أنثى	00	00%
المجموع				
العمر	1	20 أقل من 30	12	25%
	2	30 أقل من 40	25	51%
	3	40 أقل من 50	11	22%
	4	50- فما فوق	01	2%
المجموع				
الدخل الشهري	1	أقل من 1000 دينار	00	00%
	2	1000 إلى أقل من 1500	00	00%
	3	1500 الى أقل من 2000	04	8%
	4	2000 فأكثر	45	92%
المجموع				
المؤهل العلمي	1	شهادة ثانوية فأقل	11	22%
	2	بكالوريوس	36	74%
	3	ماجستير	02	4%
	4	دكتوراه	00	00%
المجموع				
سنوات الخبرة	1	أقل من 5 سنوات	09	18%
	2	5 وأقل من 10 سنوات	09	18%
	3	10 سنوات وأقل من 15 سنة	18	36%

المتغير	الرمز في قاعدة البيانات	الفئة	التكرار	النسبة
	4	15 سنة فأكثر	13	26%
المجموع				
الوظيفة الحالية	1	مدير إدارة	00	00%
	2	رئيس قسم	01	2%
	3	رئيس مكتب	05	10%
	4	موظف	43	88%
	المجموع			
			49	100%

المصدر : من إعداد الباحث بناء على نتائج برنامج pspp

التحليل الإحصائي :

أولاً - قياس اتجاهات أفراد الدراسة حول متغيرات الدراسة: لقياس اتجاهات أفراد الدراسة حول متغيرات الدراسة أستخدم الباحث مقياس ليكرت الخماسي: موافق تمامًا، موافق، محايد، غير موافق، وبذلك سيكون المتوسط الحسابي بين أحد الفئات التالية:

(1- 1.80) وتعني عدم الموافقة الشديدة من قبل أفراد الدراسة على أسئلة الاستبانة.
 (1.81 - 2.60) وتعني عدم الموافقة من قبل أفراد الدراسة على أسئلة الاستبانة.
 (2.61 - 3.40) وتعني عدم تأكد أفراد الدراسة من أسئلة الاستبانة.
 (3.41 - 4.20) وتعني الموافقة من أفراد الدراسة على أسئلة الاستبانة.
 (4.21 - 5) وتعني الموافقة الشديدة من أفراد الدراسة على أسئلة الاستبانة. [32]
 أما الانحراف المعياري فهو من أهم مقاييس التشتت والذي يعني مدى تباعد البيانات (الاستجابات) عن بعضها البعض وعن المتوسط الحسابي، وبالنسبة لتفسير قيم الانحراف المعياري، فكلما اقتربت قيمته من الصفر كلما قل التشتت وزاد تجانس الأفراد حول استجاباتهم واتفقهم على قيمة المتوسط الحسابي، وكقاعدة عامة المتوسط الحسابي ± 1 انحراف معياري يعني أن تقريبا 75% من أفراد الدراسة ضمن هذا النطاق، وباستخدام برنامج pspp الإحصائي توصل الباحث إلى أهم النتائج التالية:

1. قياس اتجاهات أفراد الدراسة حول متغير تسويق الوظائف الخضراء:

تشير اتجاهات أفراد الدراسة إلى أنّ الإدارة والعاملين بمصفاة الزاوية محل الدراسة والبحث مدركين لمفهوم وأهمية الوظائف الخضراء، حيث جاء المتوسط الحسابي

تسويق الوظائف الخضراء وأثرها على الرضا الوظيفي بالتطبيق على مصفاة الزاوية لتكرير النفط - ليبيا)

الخاص بمفهوم وأهمية الوظائف الخضراء 3.47 بانحراف معياري 0.63 ضمن الفئة الرابعة موافقة أفراد الدراسة على أسئلة الاستبانة، كما تشير النتائج إلى قلة التطبيق والممارسة للوظائف الخضراء من قبل إدارة مصفاة الزاوية لتكرير النفط حيث جاء المتوسط العام 2.59 بانحراف معياري 0.61 ضمن الفئة الثانية عدم موافقة أفراد الدراسة على أسئلة الاستبانة المتعلقة بأبعاد الوظائف الخضراء (التوظيف الأخضر، والتدريب الأخضر، والحوافز والمرتبات الخضراء، والتقييم الأخضر)، والجدول رقم (3) يعطي توضيح أشمل لاتجاهات أفراد الدراسة حول أبعاد الوظائف الخضراء.

الجدول رقم (3) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاتجاهات أفراد الدراسة حول الوظائف الخضراء.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	البيانات	ت	الأبعاد
1.18	3.65	اعرف المقصود بالوظائف الخضراء وأدرك أهميتها.	1	المفهوم والأهمية
0.89	4.04	الوظائف الخضراء تحد من التأثير السلبي على صحة الموظفين وتحافظ على سلامتهم	2	
0.76	4.08	الوظائف الخضراء عادة تطلق على الوظائف التي لا تضر بصحة الموظفين.	3	
1.0	2.82	إدارة المصفاة تحافظ على البيئة الطبيعية وتحد من النفايات والتلوث.	4	
1.00	2.73	يمكن وصف إدارة المصفاة بأنها إدارة خضراء على المستوى الاستراتيجي والتنفيذي	5	
0.63	3.47	المعدل العام		
1.17	2.80	عند تعيين الموظفين الجدد توضح لهم إدارة المصفاة أهمية المحافظة على البيئة ليصبح الموظف صديقا للبيئة.	6	التوظيف الأخضر
1.03	2.24	تلحن إدارة المصفاة عن حاجتها لتعيين موظفين جدد عبر مواقعها الإلكترونية باستمرار	7	
0.89	2.53	تختار إدارة المصفاة الموظفين الذين يمتلكون سلوكيات تدعم التوجه البيئي.	8	
0.82	2.86	نظام التوظيف بالمصفاة يركز على بيان الأهمية البيئية ويعتمد على سياسات واستراتيجيات بيئية.	9	
0.97	3.06	يتوفر لدى إدارة المصفاة وصفا وظيفيا واضحا لوظائف إدارة الموارد البشرية الخضراء.	10	
1.00	2.20	تسمح إدارة المصفاة لفرقها الخضراء بالعمل في المنزل أو عن بُعد إذا تطلب الأمر	11	
0.68	2.62	المعدل العام		
1.05	2.35	تعتمد إدارة المصفاة على المواقع الإلكترونية الخاصة بها لتنفيذ الدورات التدريبية.	12	التدريب الأخضر
1.10	2.39	يتم توفير المادة التدريبية في نسخ إلكترونية بدلا من النسخ الورقية.	13	

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	ت	الأبعاد
1.11	2.65	تتوفر في المصفاة المستلزمات الضرورية لتنفيذ الدورات التدريبية إلكترونياً.	14	
1.13	2.73	تستخدم إدارة المصفاة الأساليب التقنية الحديثة في التدريب على تأدية أنشطتها.	15	
0.81	3.73	تعقد إدارة المصفاة دورات تدريبية لموظفيها تستهدف تطويرهم في المجالات البيئية مثل (السلامة المهنية، والكفاءة في استخدام الطاقة، وإدارة المخلفات) .	16	
0.80	2.27	المعدل العام		
1.17	2.61	تقدم إدارة المصفاة حوافز للموظفين عند اقتراح حلول مناسبة لتحسين الوضع البيئي للمصفاة.	17	
0.81	2.41	تكافئ إدارة المصفاة العاملين ذو السلوكيات البيئية المتميزة.	18	
1.07	2.12	تلحن إدارة المصفاة على موقعها الإلكتروني أسماء الموظفين المتميزين في أدائهم البيئي.	19	نظام الحوافز والمرئيات الأخضر
0.96	2.15	تحفز إدارة المصفاة موظفيها على القيام بالأنشطة الداعمة للبيئة.	20	
0.84	2.39	تمنح إدارة المصفاة مكافآت وتعويضات للأنشطة الداعمة للبيئة.	21	
0.80	2.16	تقدم إدارة المصفاة حوافز تشجيعية للموظفين تدفعهم للالتزام بالسلوكيات الصديقة للبيئة.	22	
0.72	2.37	المعدل العام		
1.00	2.47	تعتمد إدارة المصفاة أنظمة التقييم الأخضر للموظفين.	23	
0.99	2.06	يتوافر لدى المصفاة مواقع إلكترونية لتقييم أداء الموظفين.	24	التقييم الأخضر
1.04	2.47	يوجد في المصفاة إجراءات تسهم في دعم أداء الموظفين الأخضر.	25	
1.09	2.65	تقوم إدارة المصفاة بوضع الجزاءات للموظفين المخالفين للإدارة البيئية حتى لو لزم الأمر إقالتهم	26	
1.04	2.57	تلبي إدارة المصفاة جميع المعايير البيئية الدقيقة عند تقييم أداء الموظفين.	27	
1.13	2.35	تساعد عملية تقييم الأداء الأخضر في توفير الوقت والجهد .	28	
0.75	2.60	المعدل العام		
0.61	2.59	المعدل العام للمتغير		

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على تحليل البيانات الأولية.

2. قياس اتجاهات أفراد الدراسة حول متغير الرضا الوظيفي

تشير اتجاهات أفراد الدراسة إلى عدم تأكد أفراد الدراسة من العبارات التي تقيس الرضا الوظيفي، وهذا دليل على قلة الرضا الوظيفي بشكل عام رغم توفر ظروف العمل المناسبة والأمان الوظيفي، حيث جاء المتوسط العام 3.35 بانحراف معياري 0.52 ضمن الفئة الثالثة عدم تأكد أفراد الدراسة من عبارات الاستبانة، ويرجع السبب في قلة

تسويق الوظائف الخضراء وأثرها على الرضا الوظيفي بالتطبيق على مصفاة الزاوية لتكرير النفط - ليبيا)

الرضا الوظيفي حسب اتجاهات أفراد الدراسة إلى قلة العدالة التنظيمية بين العاملين والجدول رقم (4) يعطي توضيح أشمل لاتجاهات أفراد الدراسة حول فقرات الاستبانة المتعلقة بأبعاد الرضا الوظيفي.

الجدول رقم (4) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاتجاهات أفراد الدراسة حول متغير الرضا الوظيفي

الإبعاد	ت	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
ظروف العمل	1	ساعات ومواعيد العمل بالمصفاة مناسبة جدا.	3.63	0.91
	2	توجد أوقات راحة أثناء الدوام بالمصفاة.	3.29	1.12
	3	تتوفر بالمصفاة المرافق الصحية الجيدة في مكان العمل.	3.00	1.10
	4	توفر إدارة المصفاة معدات الأمن والسلامة المهنية لموظفيها.	3.67	0.83
	5	تتوفر بالمصفاة ظروف عمل مناسبة من حيث درجة الحرارة والإضاءة ونظافة مكان العمل.	3.22	1.10
	6	يوجد بالمصفاة خدمات التأمين الصحي المجاني.	3.76	1.05
	7	تمنح إدارة المصفاة الوقت الكافي لأداء الصلاة في وقتها.	4.08	0.79
	8	يوجد بالمصفاة مكان مناسب لأداء الصلاة.	2.82	1.30
المعدل العام				
الاستقرار الوظيفي	9	لا أفكر حاليا في ترك العمل بالمصفاة.	4.14	0.96
	10	أنا راضي ومرتاح بالعمل في المصفاة.	3.80	0.87
	11	لدي استعداد لبذل جهود كبيرة لمساعدة إدارة المصفاة على النجاح.	4.10	0.74
	12	لدي استعداد للقيام بأي مهمة للاحتفاظ بالعمل الحالي.	3.47	1.08
	13	توفر إدارة المصفاة مزايا غير متوفرة في مكان عمل آخر.	3.22	1.12
المعدل العام				
العدالة التنظيمية	14	أشعر بعدالة المرتب الذي أحصل عليه مقارنة بالواجبات والمسؤوليات.	3.96	0.82
	15	أعامل بالتقدير والاحترام من قبل الإدارة والموظفين بالمصفاة.	4.00	0.65
	16	توجد عدالة في الحصول على الحوافز والمكافآت.	2.67	1.01
	17	هناك عدالة في إتاحة فرص الترقية والتقدم في العمل.	2.49	1.14
	18	توجد عدالة في توزيع واجبات العمل بين الموظفين.	2.65	1.13
	19	يوجد عدالة في منح الفرص التدريبية والتطويرية في الداخل والخارج.	2.33	1.03
	20	توجد عدالة في تقييم الأداء وقياس الإنتاجية.	2.57	0.96
	21	توجد عدالة في توظيف العاملين بالمصفاة.	2.65	1.03
	22	توجد عدالة في تطبيق لائحة الجزاءات بالمصفاة.	2.55	1.08
	المعدل العام			
المعدل العام للمتغير				
			3.35	0.52

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على تحليل البيانات الأولية.

ثانيا: اختبار فروض الدراسة.

لاختبار الفروض استخدم الباحث برنامج PSPP لاستخراج المعاملات الإحصائية التالية:

- معامل الارتباط R لقياس نوع وقوة العلاقة بين متغيرات البحث وتتنحصر قيمته (+1 و -1)، ويمكن تليخيص نوع العلاقة بين متغيرين من خلال النتيجة على النحو التالي:
- علاقة ارتباط طردي كامل $R = +1$.
 - علاقة ارتباط طردي ناقص $0 < R < 1$.
 - علاقة ارتباط صفري أو معدوم $R = 0$.
 - علاقة ارتباط عكسي ناقص $-1 < R < 0$.
 - علاقة ارتباط عكسي كامل $R = -1$.

معامل التحديد R^2 لتفسير العلاقة بين متغيرات البحث ويعرف بأنه مربع الارتباط وهو الجزء من التغيرات في العامل التابع الذي يرجع الى التغير في العامل المستقل. (33) والجدول رقم (5) يوضح نتائج التحليل

الجدول رقم (5) يوضح اختبار الارتباط بيرسون لمتغيرات البحث

الأبعاد			الرضا الوظيفي	المتغيرات
العدالة التنظيمية	الاستقرار والأمان الوظيفي	ظروف العمل المناسبة		
0.61	0.28	0.47	0.55	تسويق الوظائف الخضراء
0.44	0.06	0.28	0.32	التوظيف الاخضر
0.51	0.30	0.40	0.49	التدريب الاخضر
0.48	0.23	0.36	0.43	الحوافز والمرتبآت الخضراء
0.56	0.31	0.49	0.54	تقييم الأداء الاخضر

pspp : Analyze → Bivariate Correlations → OK

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على تحليل البيانات الأولية.

الفرض الأول: إنَّ الإدارة والعاملين بمصفاة الزاوية لتكرير النفط محل الدراسة والبحث غير مدركين لمفهوم وأهمية تسويق الوظائف الخضراء.

H_0 : إنَّ الإدارة والعاملين بمصفاة الزاوية لتكرير النفط محل الدراسة والبحث غير مدركين لمفهوم وأهمية تسويق الوظائف الخضراء.

H1 : إنَّ الإدارة والعاملين بمصفاة الزاوية لتكرير النفط محل الدراسة والبحث مدركين لمفهوم وأهمية الوظائف الخضراء.

وبالرجوع إلى نتائج تحليل المتوسط الحسابي لاتجاهات أفراد الدراسة حول مفهوم وأهمية تسويق الوظائف الخضراء تبين إن الإدارة والعاملين بمصفاة الزاوية لتكرير النفط محل الدراسة والبحث مدركين لمفهوم وأهمية الوظائف الخضراء، حيث إن المتوسط الحسابي 3.47 جاء ضمن الفئة الرابعة موافقة أفراد الدراسة على العبارات التي تقيس مدى إدراك أفراد الدراسة لمفهوم وأهمية تسويق الوظائف الخضراء وبانحراف معياري 0.63 والجدول رقم (3) يوضح ذلك، القرار الإحصائي رفض الفرضية الأساسية H0 وقبول الفرضية البديلة H1.

النتيجة: إنَّ الإدارة والعاملين بمصفاة الزاوية لتكرير النفط محل الدراسة والبحث مدركين لمفهوم وأهمية الوظائف الخضراء.

الفرض الثاني: لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تسويق الوظائف الخضراء والرضا الوظيفي بمصفاة الزاوية لتكرير النفط محل الدراسة والبحث.

H0 : لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تسويق الوظائف الخضراء والرضا الوظيفي بمصفاة الزاوية لتكرير النفط محل الدراسة والبحث، أي أنَّ معامل الارتباط $R = 0$ والمتغيرين مستقلين تماما.

H1 : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تسويق الوظائف الخضراء والرضا الوظيفي بمصفاة الزاوية لتكرير النفط محل الدراسة والبحث، أي أنَّ معامل الارتباط $R \neq 0$ وهناك ارتباط بين المتغيرين.

وحيث إنَّ قيمة معامل الارتباط بين تسويق الوظائف الخضراء والرضا الوظيفي $R = 0.55$ انظر الجدول رقم (5)، القرار الإحصائي رفض فرض العدم H0 وقبول الفرض البديل H1.

النتيجة : توجد علاقة ارتباط طردية بين تسويق الوظائف الخضراء والرضا الوظيفي بمصفاة الزاوية لتكرير النفط محل الدراسة والبحث.

الفرض الثالث : لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين أبعاد تسويق الوظائف الخضراء والرضا الوظيفي بمصفاة الزاوية لتكرير النفط محل الدراسة والبحث.

H0 : لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين أبعاد تسويق الوظائف الخضراء والرضا الوظيفي بمصفاة الزاوية لتكرير النفط محل الدراسة والبحث، أي أنَّ معامل الارتباط $R = 0$ والمتغيرين مستقلين تماما.

H1 : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين أبعاد تسويق الوظائف الخضراء والرضا الوظيفي بمصفاة الزاوية لتكرير النفط محل الدراسة والبحث، أي أنّ معامل الارتباط $R \neq 0$ وهناك ارتباط بين المتغيرين. وحيث أن قيم معامل الارتباط يشير إلى وجود ارتباط طردي بسيط بين أبعاد الوظائف الخضراء والرضا الوظيفي انظر الجدول رقم (5)، القرار الإحصائي رفض فرض العدم H_0 وقبول الفرض البديل H_1 .

النتيجة :

توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين أبعاد تسويق الوظائف الخضراء والرضا الوظيفي.

الفرض الرابع : لا يوجد تأثير معنوي مباشر للوظائف الخضراء على الرضا الوظيفي للعاملين بمصفاة الزاوية لتكرير النفط محل الدراسة والبحث.

H0 : لا يوجد تأثير معنوي مباشر للوظائف الخضراء على الرضا الوظيفي للعاملين بمصفاة الزاوية لتكرير النفط محل الدراسة والبحث.

H1 : يوجد تأثير معنوي مباشر للوظائف الخضراء على الرضا الوظيفي للعاملين بمصفاة الزاوية لتكرير النفط محل الدراسة والبحث.

الاختبار المناسب هو اختبار F وترفض الفرضية الصفرية في حالتين أن تكون قيمة F المحسوبة أكبر من الواحد الصحيح أو أنّ تكون قيمة F المحسوبة أكبر من F الجدولية [34]

وحيث أن F المحسوبة 20.32 الجدول رقم (6) أكبر من الواحد الصحيح، القرار الإحصائي رفض فرض العدم H_0 وقبول الفرض البديل H_1 .

النتيجة : يوجد تأثير معنوي مباشر للوظائف الخضراء على الرضا الوظيفي للعاملين بمصفاة الزاوية لتكرير النفط محل الدراسة والبحث.

الفرض الخامس : لا يوجد تأثير معنوي مباشر لأبعاد تسويق الوظائف الخضراء على الرضا الوظيفي للعاملين بمصفاة الزاوية لتكرير النفط محل الدراسة والبحث.

H0 : لا يوجد تأثير معنوي مباشر لأبعاد تسويق الوظائف الخضراء على الرضا الوظيفي للعاملين بمصفاة الزاوية لتكرير النفط محل الدراسة والبحث.

H1 : يوجد تأثير معنوي مباشر لأبعاد تسويق الوظائف الخضراء على الرضا الوظيفي للعاملين بمصفاة الزاوية لتكرير النفط محل الدراسة والبحث.

تسويق الوظائف الخضراء وأثرها على الرضا الوظيفي بالتطبيق على مصفاة الزاوية لتكرير النفط - ليبيا)

وحيث أن قيمة F المحسوبة لجميع الأبعاد كانت أكبر من الواحد الصحيح انظر الجدول رقم (6) ، القرار الإحصائي هو رفض فرض عدم H0 وقبول الفرض البديل H1 .
النتيجة: يوجد تأثير معنوي مباشر لأبعاد تسويق الوظائف الخضراء على الرضا الوظيفي للعاملين بمصفاة الزاوية لتكرير النفط محل الدراسة والبحث.

جدول رقم (6) اختبار الاحداز المتعدد لقياس تأثير متغير الوظائف الخضراء على الرضا الوظيفي

اختبار التباين		اختبار الارتباط		اختبار الاحداز الخطي		المتغير التابع وأبعاده	المتغير المستقل وابعاده
F	Sig	R	R ²	T	Sig		
1.27	0.05			1.96	0.05		
20.32	.000	0.55	0.30	4.51	.000	الرضا الوظيفي	الوظائف الخضراء
13.28	.001	0.47	0.22	3.64	.001	ظروف العمل المناسبة	
4.14	.048	0.28	0.08	2.03	.048	الأمان والاستقرار الوظيفي	
28.13	.000	0.61	0.37	5.30	.000	العدالة التنظيمية	
5.26	.026	0.32	0.10	2.29	.026	الرضا الوظيفي	التوظيف الأخضر
4.02	.051	0.28	0.08	2.00	.051	ظروف العمل المناسبة	
.20	.658	0.06	0.00	0.45	.658	الأمان والاستقرار الوظيفي	
11.12	.002	0.44	0.19	3.34	.002	العدالة التنظيمية	
14.53	.000	0.49	0.24	3.81	.000	الرضا الوظيفي	التدريب الأخضر
8.76	.005	0.40	0.16	2.96	.005	ظروف العمل المناسبة	
4.81	0.33	0.03	0.09	2.19	0.33	الأمان والاستقرار الوظيفي	
16.30	.000	0.51	0.26	4.04	.000	العدالة التنظيمية	
10.85	.002	0.43	0.19	3.29	.002	الرضا الوظيفي	الحوافز والمرتببات الخضراء
7.01	.011	0.36	0.13	2.65	.011	ظروف العمل المناسبة	
2.64	.111	0.23	0.05	1.62	.111	الأمان والاستقرار الوظيفي	
14.44	.000	0.48	0.24	3.80	.000	العدالة التنظيمية	
19.85	.000	0.54	0.30	4.46	.000	الرضا الوظيفي	التقييم الأخضر
14.57	.000	0.49	0.24	3.82	.000	ظروف العمل المناسبة	
5.01	.030	0.31	0.10	2.24	.030	الأمان والاستقرار الوظيفي	
21.93	.000	0.56	0.32	4.68	.000	العدالة التنظيمية	

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على تحليل البيانات الأولية.

النتائج:

أولا - نتائج اتجاهات أفراد الدراسة حول متغيرات الدراسة :

1. إنَّ الإدارة والعاملين بمصفاة الزاوية محل الدراسة والبحث مدركين لمفهوم وأهمية تسويق الوظائف الخضراء، لكنهم لا يترجمون ذلك إلى تطبيق وممارسة فعلية على أرض الواقع.
2. قلة التطبيق والممارسة للوظائف الخضراء من قبل إدارة المصفاة وبشكل خاص في الجوانب التالية:
 - لا تعلن إدارة المصفاة عن حاجتها لتعيين موظفين جدد عبر مواقعها الإلكترونية باستمرار.
 - لا تختار إدارة المصفاة الموظفين الذين يمتلكون سلوكيات تدعم التوجه البيئي.
 - لا تكافئ إدارة المصفاة العاملين ذو السلوكيات البيئية المتميزة.
 - لا تعلن إدارة المصفاة على موقعها الإلكتروني أسماء الموظفين المتميزين في أدائهم البيئي.
 - لا تحفز إدارة المصفاة موظفيها على القيام بالأنشطة الداعمة للبيئة.
 - لا تمنح إدارة المصفاة مكافآت وتعويزات للأنشطة الداعمة للبيئة.
 - لا تقدم إدارة المصفاة حوافز تشجيعية للموظفين تدفعهم للانترام بالسلوكيات الصديقة للبيئة.
 - لا تعتمد إدارة المصفاة على المواقع الإلكترونية الخاصة بها لتنفيذ الدورات تدريبية.
 - لا يتم توفير المادة التدريبية في نسخ إلكترونية بدلا من النسخ الورقية.
 - لا تعتمد إدارة المصفاة أنظمة التقييم الأخضر للموظفين.
 - لا يتوافر لدى المصفاة مواقع إلكترونية لتقييم أداء الموظفين.
 - لا تلبى إدارة المصفاة جميع المعايير البيئية الدقيقة عند تقييم أداء الموظفين.
3. تشير اتجاهات أفراد الدراسة إلى قلة الرضا الوظيفي للعاملين بمصفاة الزاوية بشكل عام بالرغم من الرضا عن ظروف العمل والاستقرار الوظيفي، ويرجع سبب ذلك حسب رأي واتجاهات أفراد الدراسة إلى الجوانب التالية:

- قلة العدالة في إتاحة فرص الترقية والتقدم في العمل.
- قلة العدالة في منح الفرص التدريبية والتطويرية في الداخل والخارج.
- قلة العدالة في تقييم الأداء وقياس الإنتاجية.
- قلة العدالة في تطبيق لائحة الجزاءات بالمصفاة.

ثانيا - نتائج اختبار فروض الدراسة :

1. إن الإدارة والعاملين بمصفاة الزاوية محل الدراسة والبحث مدركين لمفهوم وأهمية الوظائف الخضراء.
2. توجد علاقة ارتباط طردية متوسطة بين تسويق الوظائف الخضراء والرضا الوظيفي بمصفاة الزاوية لتكرير النفط محل الدراسة والبحث، وكانت قيمة معامل الارتباط $R = 0.55$ ومعامل التحديد $R^2 = 0.30$ ، وهذا يفسر أن 30% من التغير الحاصل على الرضا الوظيفي يرجع سببه إلى التغير في ممارسة وتطبيق تسويق الوظائف الخضراء، 70% من التغير في الرضا الوظيفي يرجع لأسباب أخرى غير تسويق الوظائف الخضراء.
3. توجد علاقة ارتباط طردية متوسطة بين متغير تسويق الوظائف الخضراء وأبعاد الرضا الوظيفي، وكان بُعد العدالة التنظيمية أكثر الأبعاد ارتباطا بمتغير الوظائف الخضراء حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.61 .
4. توجد علاقة ارتباط طردية بسيطة بين أبعاد تسويق الوظائف الخضراء ومتغير الرضا الوظيفي، وكان بُعد التقييم الأخضر أكثر الأبعاد ارتباطا بالرضا الوظيفي حيث بلغت قيمة معامل الارتباط 0.54 .
5. يوجد تأثير معنوي مباشر لمتغير تسويق الوظائف الخضراء على متغير الرضا الوظيفي للعاملين بمصفاة الزاوية لتكرير النفط محل الدراسة والبحث.
6. يوجد تأثير معنوي مباشر لأبعاد تسويق الوظائف الخضراء على الرضا الوظيفي للعاملين بمصفاة الزاوية لتكرير النفط محل الدراسة والبحث.

التوصيات وآلية التنفيذ:

في ضوء النتائج التي أسفرت عنها الدراسة النظرية والعملية يقدم الباحث عدد من التوصيات والمقترحات التي يمكن أن تساهم في تحقيق الأهداف والأهمية المنتظرة من البحث وهي كالتالي:

1. توعية الإدارة والعاملين بمصفاة الزاوية لتكرير النفط محل الدراسة والبحث بمفهوم وأهمية تسويق الوظائف الخضراء، والعمل على الممارسة والتطبيق الفعلي لهذه الوظائف.
- آلية التنفيذ: عقد المؤتمرات والاجتماعات والندوات وورش العمل وتوضيح الاثار الإيجابية المترتبة على الممارسة والتطبيق الفعلي لتسويق الوظائف الخضراء وأثر ذلك على المصفاة.
2. دعم العدالة التوزيعية وتوزيع المهام والمسؤوليات والمكافآت وإتاحة فرص الترقية والتقدم في العمل لجميع العاملين بالمصفاة ودون أي تحيز.
- آلية التنفيذ: من خلال عقد الدورات الإرشادية والتدريبية للموظفين، وتعريفهم بكيفية توزيع الرواتب والأجور والمكافآت والحوافز وكذلك توضيح كيفية تحليل العمل وإعداد الوصف والتوصيف الوظيفي لكل وظيفة بالمصفاة.
3. تنمية إدراك العاملين لعدالة الإجراءات وضمان العدالة في تطبيق لائحة الجزاءات بالمصفاة، وضمان العدالة في تقييم الأداء وقياس الانتاجية.
- آلية التنفيذ: من خلال وضع السياسات والإجراءات وقواعد العمل ونشرها للاسترشاد بها عند تطبيق لائحة الثواب والعقاب على العاملين بالمصفاة ومنع أي تحيز في التطبيق.
4. تنمية إدراك العاملين لعدالة التعاملات.
- آلية التنفيذ: من خلال التزام المديرين بالموضوعية في التعامل مع جميع العاملين بالمصفاة، ومناقشتهم ومشاركتهم في وضع الخطط والأهداف، وتحسين العلاقات الإنسانية والاحترام المتبادل والأخذ بمطالبهم في الاعتبار عند اتخاذ قرارات خاصة بهم، ومناقشة القرارات بكل وضوح وصراحة، وشرح مبررات القرارات التي تُتخذ بالنسبة لوظائفهم، والاهتمام بهم ومعاملتهم باحترام وود وتقدير.
5. الاهتمام المستمر بتحسين بيئة العمل المادية كالاهتمام بنظافة مكان العمل والتهوية الجيدة والإضاءة المناسبة، وتخفيف الازدحام والضوضاء، وتوفير الإمكانات المادية والأجهزة اللازمة لأداء العمل.
- آلية التنفيذ: من خلال دعم الإدارة لذلك والاقنتاع بأهمية وضرورة توفير الظروف المناسبة في مكان العمل وتشجيع روح الابتكار والإبداع.
6. على إدارة مصفاة الزاوية لتكرير النفط أن تدعم وتشجع البحث العلمي المستمر.

آلية التنفيذ: الاستجابة السريعة وتقديم الدعم الكامل لطلبة العلم والمراكز البحثية وتمكينهم من إجراء البحوث والدراسات الحقيقية، ومن ثم النقل الرأسي للتكنولوجيا وذلك بالأخذ بعين الاعتبار ما توصلت إليه هذه الدراسات من نتائج وتوصيات.

البحوث المستقبلية المقترحة :

نظرًا لأنّ البحث في مجال تسويق الوظائف كان ومزال من المجالات الهامة سواء من الناحية الأكاديمية أو العملية لمنظمات الأعمال، وأنّ نتائج الدراسة أوضحت قلة الدراسات المحلية في موضوعات البحث، وبالتالي تعد هذه الموضوعات مجالًا خصبًا للبحث العلمي في الفترة القادمة، وقد يكون من الأهمية أن يتم إعادة الدراسة الحالية بالتطبيق على مجتمع جديد ذات خصائص مشابهة أو مختلفة لأثبات أو رفض النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة، كأن يتم تطبيق الدراسة على مجمع مليته للغاز أو مجمع مصراته للحديد والصلب.. الخ.

ويرى الباحث أن تخصص بعض الدراسات المستقبلية لدراسة العلاقة بين أبعاد ومتغيرات الدراسة الحالية مما يزيد من أهميتها ويؤكد العلاقة بين أبعادها المختلفة ويقترح الباحث العناوين التالية:

1. دراسة أثر تسويق الوظائف الخضراء اللانقة على الأداء الوظيفي للعاملين.
2. دراسة دور تسويق الوظائف الخضراء في الحد من ارتفاع معدل دوران العمل.
3. أثر العدالة التنظيمية كمتغير وسيط بين تسويق الوظائف الخضراء والولاء التنظيمي.
4. دور وأهمية تسويق الوظائف في تحقيق جودة الأداء والحد من البطالة المقنعة.
5. توسيط سياسات سوق العمل النشطة في العلاقة بين تسويق الوظائف والبطالة المقنعة.
6. توسيط جودة الحياة الوظيفية في العلاقة بين تسويق الوظائف والرضا الوظيفي.
7. دراسة دور تسويق الوظائف الخضراء في الحد من الجمود الوظيفي للعاملين.
8. دور وأهمية تسويق الوظائف الخضراء في دعم الثقة التنظيمية بين الإدارة والعاملين.
9. دور الثقة التنظيمية كمتغير وسيط بين تسويق الوظائف الخضراء وتحسين سمعة المنظمة في السوق.

10. أثر الثقة التنظيمية كمتغير وسيط بين العدالة التنظيمية وجودة الأداء الوظيفي.
11. توسيط الثقة التنظيمية في العلاقة بين تسويق الوظائف الخضراء اللائقة وتحقيق الالتزام التنظيمي.

الهوامش :

- 1) Jiri Bejtkovsky , (2018) , PROMOTION AS A VARIABLE OF HR MARKETING IN SELECTED CORPORATIONS IN THE CZECH REPUBLIC IN THE CONTEXT OF DIGITIZATION , ACTA UNIVERSITATIS AGRICULTURAE ET SILVICULTURAE MENDELIANAE BRUNENSIS , Volume 66 , Number 6, p1394.
- 2) خير الدين جمعة وآخرون، (2019)، واقع تطبيق تسويق الموارد البشرية في الشركات العالمية (شركة Apple) نموذجاً، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد4، العدد1 : 204. <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/468/4/1/94738>
- 3) خليل شرقي، (2021)، الاتجاهات الحديثة لإدارة الموارد البشرية الخضراء : دراسة ببليومترية، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات المجلد 04 -العدد 04 : 101- 120.
- 4) خديجة عرقوب، (2019)، أهمية تسويق الموارد البشرية للمؤسسة، مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، المجلد 4، العدد 1، <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/83671>.
- 5) رياض عبد القادر وآخرون، (2019) تسويق الموارد البشرية كأحد المداخل الحديثة لتحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال : البنك العربي بالأردن نموذجاً، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال ، المجلد 5، العدد 2. <https://search.emarefa.net/ar>
- 6) زعرور نعيمة، ونام حمداوي، (2018)، شروط وعوامل نجاح تبني تسويق الموارد البشرية، مجلة دفاتر اقتصادية، المجلد9 ، العدد 2 .
- 7) سناء جبيرات ، صورية الزاوي، (2019) شخصنة تسيير الموارد البشرية : مظهر تسويقي أساسي المجلة الجزائرية للموارد البشرية، المجلد4 ، العدد2 . <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/374/9/2/67939>
- 8) خير الدين جمعة وآخرون، (2019)، مرجع سبق ذكره.
- 9) معمر قربة ، إيمان حوداسي ، (2018)، المقاربة النظرية لتسويق الموارد البشرية مجلة الامتياز لبحوث الاقتصاد والإدارة المجلد 2، العدد 1. <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/139/4/2/106207>
- 10) عبدالقادر دبوش وآخرون، (2018)، تسويق الموارد البشرية كآلية لجذب ودمج وكسب ولاء الموظفين، الملتقى الوطني السادس حول تسيير الموارد البشرية، جامعة بسكرة الجزائر.
- 11) محمد إحسان السكارنة، (2017)، أثر ممارسات إدارة الموارد البشرية الخضراء علي استراتيجية التمايز : إبداع الموارد البشرية متغير معدل دراسة تطبيقية على شركات الطاقة المتجددة في عمان، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- 12) سارة عاطف الموجي، (2022)، دور ممارسات إدارة الموارد البشرية الخضراء في تعزيز الابتكار الأخضر لدي العاملين في شركات السياحة مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة، المجلد22 ، العدد1. <https://jaauth.journals.ekb.eg/>

- ¹³ مناف عبد المطلب احمد، (2019)، أثر ممارسات إدارة الموارد البشرية الخضراء في تحسين أداء المنظمة ، مجلة جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية والمالية، المجلد 11، العدد 26. https://aujeas.uoanbar.edu.iq/article_172674.html
- ¹⁴ اشرف عبد الرحمن، (2021)، اثر ممارسات الموارد البشرية الخضراء على الحصة السوقية المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، المجلد 12، العدد 1 : 406-444 https://jces.journals.ekb.eg/article_168636.html
- ¹⁵ بودي عبد القادر، بن جيمة نصيرة، (2018)، أثر التسويق الداخلي على الرضا الوظيفي، مجلة الابتكار والتسويق، المجلد 5، العدد 1. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/58569>
- ¹⁶ أيمن عبد الله محمد أبو بكر، (2015)، أثر ممارسات التسويق الداخلي على رضاء العاملين مجلة العلوم الاقتصادية المجلد 16 العدد 1 <http://journals.sustech.edu/>
- ¹⁷ Jiri Bejtkovsky (2018) ، PROMOTION AS A VARIABLE OF HR MARKETING IN SELECTED CORPORATIONS IN THE CZECH REPUBLIC IN THE CONTEXT OF DIGITIZATION , ACTA UNIVERSITATIS AGRICULTURAE ET SILVICULTURAE MENDELIANAE BRUNENSIS , Volume 66 , Number 6 , p : 1394.
- ¹⁸ معمر قرية ، إيمان حوداسي ، (2018) مرجع سبق ذكره : 190.
- ¹⁹ Nicole Dessain, (2016), Human Resources Marketing and recruiting : Introduction and Overview , Handbook of Human Resources Management , Matthias Zeuch , Johnson Electric International Murten , Switzerland : p4.
- ²⁰ Nada Chaker , (2019) , The Definitive Guide to Recruitment Marketing , Beamery Inc , P 3. info@beamery.com
- ²¹ محمد إحسان السكرانة، (2017)، مرجع سبق ذكره : 15.
- ²² مؤتمر العمل الدولي الدورة 102، (2013)، التنمية المستدامة والعمل اللائق والوظائف الخضراء : 22.
- ²³ محمد أمين بلعرج، (2020)، الوظائف الخضراء ودورها في تعزيز العمل اللائق، مجلة قانون العمل والتشغيل عدد خاص بأشغال اليوم الدراسي حول رهانات الاقتصاد الأخضر في تخضير الوظائف الواقع والأفاق في الجزائر: 88 .
- ²⁴ رنا خليل التعمري، (2021)، اثر استراتيجيات ادارة الموارد البشرية الخضراء على ريادة الاعمال، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الاسراء : 10.
- ²⁵ بيان حمدي ازغير، (2019)، الإدارة الخضراء في الشركات الصناعية في منطقة جنوب الضفة الغربية ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الخميل، فمسطين : 10.
- ²⁶ علاء ميشيل الحداد، (2020)، أثر إدارة الموارد البشرية الخضراء على أداء الموارد البشرية، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الافتراضية السورية : 23.
- ²⁷ حاكم حميد، كاملي محمد، واقع إدارة الموارد البشرية الخضراء في جامعة سيدي بلعباس دراسة قياسية باستخدام برنامج الحزم الإحصائية، مجلة التنمية والاستشراف للبحوث والدراسات، المجلد 06 العدد 02 : 165.
- ²⁸ بصير خلف خزل وآخرون، (2020) ممارسات الموارد البشرية الخضراء GHRM وأثرها في تعزيز القدرات الجوهرية CCG ، مجلة وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية المجلد 15 العدد 03 : 280.
- ²⁹ عمار سمير، (2021)، دور ممارسات إدارة الموارد البشرية الخضراء في تعزيز الأداء الإبداعي، مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، المجلد 05، العدد 02 : 427.
- ³⁰ عدودة زين الدين، (2015)، علاقة الرضا الوظيفي بالالتزام التنظيمي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خيضر ، بسكرة الجزائر : 3.

- ³¹ محمد ناصر راشد أبوسمعان، (2015) محددات العدالة التنظيمية وعلاقتها بسلوك المواطنة التنظيمية، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية - غزة : 13.
- ³² نبيل بن عبد الرحمن المعتم، (2010)، المكتبات الرقمية في المملكة العربية السعودية، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض : 315.
- ³³ محمد جبر المغربي، (2011)، الإحصاء التحليلي في البحوث الاقتصادية والاجتماعية، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، المنصورة جمهورية مصر : 201.
- ³⁴ محمد عبد الفتاح حافظ الصيرفي، (2002)، البحث العلمي الدليل التطبيقي للباحثين، دار وائل للطباعة والنشر، الأردن : 264.