

أثر السمات الخمس الكبرى للشخصية في الابتكار التنظيمي للبنوك التجارية الأردنية

إعداد

علي عواد عبدالكريم الهبارنه

إشراف

الأستاذ الدكتور محمود حسين ابو جمعة

الملخص

هدفت هذه الدراسة الى معرفة أثر السمات الخمس الكبرى للشخصية بأبعادها (الانبساطية، المقبولية، الضمير الحي، الانفتاحية، والعصابية) في الابتكار التنظيمي بأبعادها (الابتكار الاداري، الابتكار التقني، والابتكار التسويقي) للبنوك التجارية الأردنية. ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة اعتمدت منهج التحليل الوصفي ومن خلال تطوير استبانة صممت لجمع بيانات بشكل عشوائي من عينة الدراسة المستهدفة والتي تكونت من المستويات الادارية العليا والوسطى في هذه البنوك والتي تكونت من 48 فقرة توزعت على جميع أبعاد المتغيرات المستقلة والتابعة. وباستخدام اسلوب العينة العشوائية قامت الدراسة بتوزيع الاستبانات على العينة لضمان توزيع محايد لها. حيث بلغت عدد الاستبانات الصالحة للتحليل بعد استبعاد غير الصالح منها 176 استبانة. حيث استخدمت الدراسة مجموعة من الاساليب الاحصائية لتحليل البيانات مثل التحليل الوصفي لفقرات الدراسة عن طريق التكرارات والنسب المئوية و المتوسطات الحسابية والاهمية النسبية، بالاضافة الى اختبار ثبات أداة الدراسة والتي أظهرت النتائج مرتفعة وموثوقة لعوامل الدراسة والتداخل الخطي بين المتغيرات المستقلة. كما استخدمت الدراسة اسلوب تحليل الانحدار المتعدد لاختبار فرضيات الدراسة، حيث أظهرت النتائج وجود أثر دال احصائياً عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ للسمات الخمس

الكبرى الشخصية مجتمعة على الابتكار التنظيمي مجتمعة. كما أظهرت النتائج ايضا وجود أثر للسّمات الخمس الكبرى للشخصية بشكل منفصل على الابتكار التنظيمي باستثناء الضمير الحي والتي لم تظهر هذه السمة ايضا اي اثر ذو دلالة عند مستوى $\alpha \leq 0.05$ على كلا من الابتكار التسويقي والابتكار التقني . واوصت الدراسة بضرورة التركيز عند عملية استقطاب الافراد على أن يكونوا من ذوي السمات الشخصية التي تساعد في عملية الابتكار. وعلى إدارة البنوك التجارية الاردنية إعداد برنامج تدريب للعاملين يساعد في تطوير مهارات الابتكار والابداع وغرس الخصائص والسمات المبتكرة بينهم مما يساعد على إعطاء مدخلات بشرية للبنوك تساهم في تطوير العاملين وفي تشكيل رأس مال بشري مبتكر وتنافسي.

الكلمات المفتاحية : السمات الخمس الكبرى للشخصية، الابتكار التنظيمي، البنوك التجارية

الاردنية

The Impact of the Big Five Personality Traits on Organizational Innovation at Jordanian Commercial Banks

Prepared by

Ali Awwad Abdulkareem Al Habarneh

Supervised by

Prof. Mahmoud Hussein Abu Juma'

Abstract

The study aims to examine the big five personality traits with its different dimensions (extraversion, acceptability, conscientiousness, openness, and neuroticism) on the organizational innovation with its different dimensions (administrative innovation, technical innovation, and marketing innovation) in the Jordanian commercial banks. To achieve the study objectives, the study has adopted and adapted an instrument from previous relevant studies in order to collect the required data from the target sample of middle and higher management level working in these banks with a total of 176 participants. The study used the method of the random method to ensure subjective responses. The study instrument included various measuring items to measure the respective variables, and they were checked and validated. The study used several key statistical analyses such as descriptive statistics, reliability, multicollinearity, and multi-regression tests to examine the proposed study hypotheses. The results showed a positive significant effect of the big five personality traits at whole on the organizational innovation. On other hand, the results also revealed significant effect of the most big five personality traits individually except conscientiousness dimension on the organizational innovation, as well the

same dimension showed no significant effect on both of technical innovation and marketing innovation in the Jordanian commercial banks. Therefore, the study provided some suggestions for future research to fulfill the existing research knowledge and gaps in this area, as well the study offered some recommendations for banks management to establish and conduct continuous sufficient training programs that could help and develop the employees innovative skills and capacity towards the organizational operations which in turn will contribute to create innovative and competitive capabilities and human capital.

Keywords: The Big Five Personality Traits, Organizational Innovation, Jordanian Commercial Banks.