

**IMPRESSION MANAGEMENT METHODS AND THEIR IMPACT OF
ORGANIZATIONAL HAPPINESS / ANALYTICAL RESEARCH IN THE MIDDLE
EAST BANK**

Dr. Maha Sabah IBRAHIM¹

University of Baghdad, Iraq

Abstract:

The research aims to identify impression management methods represented by (self-promotion, flattery and appreciation of others, showing the need for help, role model, coercion) and their impact in organizational happiness and through its dimensions represented by (job satisfaction, satisfaction with work-life balance, employee well-being) in The Iraqi Middle East Investment Bank is the place where the research was applied. Accordingly, the hypothetical plan for the research was designed, which embodies the relationship between the research variables, and through testing the hypothesis that shows the extent of the impact of impression management methods on creating organizational happiness in the researched bank. The descriptive analytical approach was adopted through analyzing the data. Finance for the period (2018-2021), and the research reached a number of results, namely that impression management methods have a significant impact on organizational happiness in the workplace.

Key Words: Impression Management, Organizational Happiness, Self-Promotion, Employee Well-Being.

 <http://dx.doi.org/10.47832/2757-5403.25.24>

¹  Maha.sb@pgiafs.uobaghdad.edu.iq

أساليب إدارة الانطباع وتأثيرها في السعادة التنظيمية / بحث تحليلي في مصرف الشرق الأوسط

أ.م.د. مها صباح إبراهيم

جامعة بغداد، العراق

الملخص:

يهدف البحث إلى التعرف على أساليب إدارة الانطباع والمتمثلة بـ (الترويج الذاتي، الإطراء وتقدير الآخرين، اظهار الحاجة للمساعدة، نموذج يقتدى به، الإيجاب) وتأثيرها في السعادة التنظيمية وعبر أبعادها المتمثلة بـ (الرضا الوظيفي، الرضا مع توازن الحياة والعمل، رفاه الموظف) في مصرف الشرق الأوسط العراقي للاستثمار باعتبارها مكان تطبيق البحث، وعليه جرى تصميم المخطط الفرضي للبحث والذي يجسد العلاقة بين متغيرات البحث، وعبر اختبار الفرضية التي تبين مدى تأثير أساليب إدارة الانطباع في خلق السعادة التنظيمية في المصرف المبحوث، وتم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي وذلك عبر تحليل البيانات المالية للمدة من (2018-2021)، وتوصل البحث إلى عدد من النتائج وهي أن أساليب إدارة الانطباع تؤثر تأثيراً كبيراً في السعادة التنظيمية في مكان العمل .

الكلمات المفتاحية: إدارة الانطباع، السعادة التنظيمية، الترويج الذاتي، رفاه الموظف .

يسعى الأفراد كافة إلى تقديم أنفسهم بشكل إيجابي، وفي الغالب يتساءل معظم الأفراد عما سيفكر فيه الآخرون تجاههم؟ وماذا يفعلون؟ وماذا يقولون؟، وهذا لا يختلف عن عالم الأعمال، إذ تسعى المنظمات كافة إلى بذل قصارى جهدها لتقديم منتجاتها وخدماتها بشكل إيجابي، ومحاولة السيطرة على الانطباعات التي لدى الآخرين عنها والتأثير عليه، وذلك من أجل كسب السمعة والمكانة والمصداقية، أو يمكن أن يكون أسلوب للخروج من موقف معين، أو للتأثير على النتائج الايجابية كنتائج الأداء، وبالتالي شعور العاملين بسعادة؛ لان هناك ثقة كبير بالإدارة وفيما تقوم به من اعمال، لهذا تحتاج المنظمات إلى عاملين متفاعلين ومتحمسين للعمل والتعامل مع الزبائن من أجل الفوز بقلوبهم، وذلك عن طريق استكشاف الركائز الثلاثة للسعادة التنظيمية والمتمثلة بـ (الرضا الوظيفي، الرضا مع توازن الحياة والعمل، رفاه الموظف). لذا جاء هذا البحث للتعرف على تأثير أساليب إدارة الانطباعات في السعادة التنظيمية لعينة من العاملين في مصرف الشرق الأوسط . وقد شمل على أربعة مباحث، تضمن المبحث الأول منهجية البحث، وضم الثاني الجانب النظري، وشمل الثالث على الجانب التحليلي، وأختتم الرابع بالاستنتاجات والتوصيات.

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً: منهجية البحث:

1. مشكلة البحث:

يُعد العاملون في المنظمات كافة الركيزة الاساس في نجاحها وتقدمها؛ وذلك لما يمتلكونه من قدرات ومهارات فكرية وشخصية وما يتمتعون به من رغبة في العمل، وبما ينعكس على مناخ العمل وخلق بيئة عمل سعيدة، وهنا يبرز دور إدارة الانطباعات في خلق صورة ايجابية للعاملين لدى الرؤساء والزلاء والزبائن وتكوين انطباعات مرغوبة في ذهنهم والمحافظة عليها، ومن هنا جاء هذا البحث ليسلط الضوء على موضوع إداري قد يكون حديث التطبيق في المنظمات إلا وهو التعرف على أساليب إدارة الانطباعات وتأثيرها في السعادة التنظيمية . وفي ضوء ذلك تم تحديد مشكلة البحث بالتساؤلات الآتي: هل هناك تأثير لأساليب إدارة الانطباعات في السعادة التنظيمية في المصرف المبحوث؟ وكيف يمكن ان تخلق هذه الأساليب التي تعتمدها الإدارة العليا في خلق السعادة التنظيمية للعاملين في المصرف المبحوث؟

2. أهمية البحث:

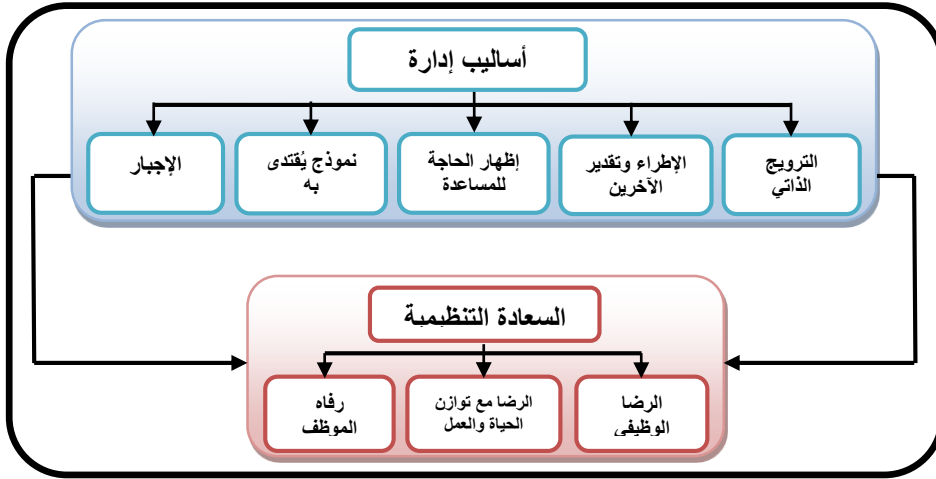
إضافة علمية لموضوعي إدارة الانطباعات والسعادة التنظيمية نتيجة لقلة الدراسات العلمية حول هذين الموضوعين والتي تُعد من الموضوعات المهمة والتي تنعكس على أداء المنظمات بشكل عام، فضلاً عن أهمية متغيرات البحث بالنسبة للمصرف المبحوث باعتباره من المصارف الاهلية التي تسعى إلى تقديم خدمات متميزة للزبائن، وكيف يمكن أن يساهم في خلق بيئة عمل سعيدة، ويمكن أن يكون نقطة انطلاق للتطبيق في المنظمات كافة.

3. أهداف البحث:

يهدف البحث إلى التعرف على تأثير أساليب إدارة الانطباع في السعادة التنظيمية في المصرف المبحوث؟ وكيف يمكن أن تساهم هذه الأساليب في خلق السعادة التنظيمية في المصرف المبحوث؟

4. مخطط البحث الفرضي:

استناداً إلى طروحات العديد من الباحثين فقد تم تطوير نموذج فرضي يُظهر المتغير المستقل والمتمثل بأساليب إدارة الانطباع بالاعتماد على المقياس الذي قدمه (Jones & Pittman, 1982)، والاعتماد على النموذج المقدم من قبل (Omar et al., 2018) في تحديد مقياس المتغير التابع وهو السعادة التنظيمية، وكما هو موضح في الشكل (1):



شكل (1) : مخطط البحث الفرضي

المصدر : إعداد الباحثة.

5. فرضيات البحث: هل يوجد تأثير لأساليب إدارة الانطباع في السعادة التنظيمية في المصرف المبحوث.

6. منهج البحث: استناداً لموضوع البحث وأهدافه، فقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي كونه يتصف بالنظرة

7. الشمولية للوصول إلى المعرفة الدقيقة والتفصيلية لعناصر مشكلة أو ظاهرة قائمة، ومن ثم القيام بتحليل وتفسير

البيانات التي تم الحصول عليها من التقارير السنوية للمصرف المبحوث واستخلاص النتائج.

8. حدود البحث:

أ. الحدود المكانية: وتمثل بمصرف الشرق الأوسط / الفرع الرئيسي.

ب. الحدود الزمانية: وتمثلت ببيانات التقارير السنوية للمصرف المبحوث للسنوات من (2018-2021).

المبحث الثاني: الجانب النظري

أولاً: مفهوم إدارة الانطباع:

تعتبر البيئة التي نعيش فيها بيئة جادة ومهنية وناضجة، لذا في بعض الاحيان يعمل الأفراد على التقمص بشخصية مكان العمل من أجل كسب الخبرة، واحياناً ينكرون قبولهم بإدارة انطباعهم امام المراقب ليظهروا بأنهم قادرين أو بالعكس، ونتيجة شغف التطوير الشخصي والتحديث بجانب التوجه الشخصي ولدت ظاهرة جديدة عرفت بإدارة الانطباع (Khan et al., 2010:3-4). ويُعد (Erving Goffman) هو أول من ناقش مصطلح إدارة الانطباع وهو من أبرز الكتاب في علم النفس الاجتماعي. وقد تم عرض مفهوم إدارة الانطباع لأول مرة من قبل (Goffman 1959) وقد ناقش تقنيات الاتصال المختلفة والعرض الذاتي والتي يستخدمها الأفراد للتأثير بشكل ايجابي على انطباعات الآخرين عنهم، وفي الوقت الحالي تم تطبيقه من قبل العديد من الشركات والسعي لمراقبة كيف تستخدم تقنيات إدارة الانطباع والتواصل مع الجمهور (Stratulat, 2019:119-120). إذ تؤدي إدارة الانطباع وهي العملية التي يتحكم فيها الأفراد في انطباعات الآخرين دوراً مهماً في السلوك الشخصي، إذ يهتم الأفراد بشكل مستمر بكيفية ادراك الآخرين لهم وتقييمهم، ففي كل عام ينفق الأمريكيان العديد من الدولارات على الوجبات الغذائية ومستحضرات التجميل والعمليات التجميلية، وكل هذا بهدف جعلهم أكثر جاذبية للآخرين، إذ يتصرف الأفراد في أحيان كثيرة بطرق من شأنها أن تخلق انطباعات محددة في نظر الآخرين (Leary&Kowalski,1990:34-35).

ويُعد مصطلح إدارة الانطباع اوسع وأكثر شمولاً من التقييم الذاتي، لهذا حظي باهتمام الكثير من الأفراد باعتباره عملية اساسية، إذ يجاول الأفراد خلق انطباعات لدى الآخرين وأدوارهم وحالتهم البدنية والمادية ومعتقداتهم (Leary&Kowalski,1990:39-40). ويذكر (فندي وآخرون، 2013 : 95) بأن الهدف الذي يسعى الفرد للوصول إليه هو خلق تصورات جديدة ومرغوبة لدى الآخرين اتجاهاً، أو تغيير تلك الأفكار المأخوذة عنه لهدف معين. وعلى مستوى الأفراد، يرغب الكثير من الأفراد بأن ينظر إليهم الآخرون بأنهم شخصيات متكاملة الجوانب ولا يوجد فيهم أي نقاط ضعف، وهذا سوف يعزز من مكانتهم وتخلق صورة ايجابية لدى الرؤساء والزملاء والزملائن، مما ينعكس على مناخ العمل (احمد، 2014 : 215). أما على المستوى التنظيمي الكلي، تمثل إدارة الانطباع لإدارة المنظمات المحاولة لإدارة أو التحكم في تصورات الآخرين عنها، فالباحثين الذين يدرسون السلوك التنظيمي حاولوا تكييف هذه النظرية النفسية لشرح إدارة الانطباع في المنظمات، والتي تُشير إلى الحاجة للحفاظ على الصورة التي يتم الموافقة عليها من قبل الاشخاص الذين لديهم أدوار محورية في المنظمة واتباعهم (Aslan et al.,2015:3). ويذكر (Wang et al., 2016 : 3) بأن الانطباع يؤدي دوراً محورياً في تحديد كيف يتم تقييم الآخرين لهم، لذا يولي بعض الأفراد اهتماماً قوياً بشكل خاص من أجل المحافظة على الصورة الايجابية وتجنب التقييمات السلبية ضدهم، ومن ناحية اخرى، قد تؤدي إدارة الانطباع لنتائج عكسية وضارة وسلبية.

جدول (1)

تعريف إدارة الانطباع من وجهة نظر بعض الباحثين

ت	الباحث، السنة، رقم الصفحة	التعريف
1.	فندي وآخرون، 2013 : 95	توظيف استراتيجيات وأساليب يعمل عن طريقها الأفراد أو الجماعات في المواقف والوظائف.
2.	احمد، 2014 : 216	الاستخدام الصحيح للسلوك اللفظي وغير اللفظي لتكوين الصورة الذهنية الايجابية كالمظهر والتصرفات والاشارات السمعية والبدنية، ومدى الالتزام السلوكي والعملي، وطريقة التحدث والنطق، واستخدام قواعد اللغة، ودرجة ارتفاع وانخفاض الصوت، واستخدام لغة الجسد.
3.	Aslan et al., 2015 : 3	المحاولة الواعية أو اللاواعية للتحكم في صورة متوقعة في تفاعل اجتماعي حقيقي أو وهمي.
4.	El-Badawy & Magdy , 2017 : 22	السلوكيات التي يستخدمها الأفراد لحماية صورتهم الذاتية أمام الآخرين.
5.	بكر، 2018 : 174	السلوكيات التي يقوم بها الأفراد للتأثير على إدراك الآخرين نحو صورتهم الشخصية، أو لتكوين انطباعات مرغوبة في ذهنهم والمحافظة عليها.
6.	Stratulat ,2019:120	مجال للدراسة يتناول الطريقة التي يقدم بها الأفراد انفسهم إلى الآخرين وينظرون إليهم بشكل ايجابي.

المصدر : إعداد الباحثة اعتماداً على ما ذكر من مصادر.

ثانياً: أساليب إدارة الانطباع:

تعددت وجهات نظر الباحثين حول تحديد أساليب إدارة الانطباع، وقد تم الاعتماد على المقياس الذي قدمه (Jones & Pittman ,1982) وتم تطويره من قبل العديد من الباحثين ومنهم (Khan et al., 2010) و (Negm, 2019:97)، وكالاتي:

1. الترويج الذاتي: Self-Promotion : ويقصد به قدرة الفرد على اظهار كفاءته وموهبته في العمل عن طريق تقديم معلومات عن انجازاته ونجاحاته وعلاقاته المهمة للآخرين والترويج لها . أو هي تقنيات تسويقية بسيطة يستخدمها الأفراد ليكونوا ذو خبرة ومعرفة عاليين (El-Badawy & Magdy , 2017: 22) .

2. الإطراء وتقدير الآخرين: Ingratiation : وتعتبر من الاستراتيجيات الأكثر استخداماً من قبل الأفراد، أو هي السلوكيات التي يظهرها الفرد للآخرين والتي تتمثل بالاهتمام بهم وبمشاعرهم ومجاملتهم وتقديم المساعدة لهم، وتحيتهم . أو هو السلوك المستعمل من قبل الممثلين التنظيميين لجعل المنظمة تبدو أكثر جاذبية للآخرين (أحمد، 2014 : 216)، أو هي السلوكيات التي يظهرها الأفراد تجاه رؤسائهم لإقامة علاقات قوية وجذابة (El-Badawy & Magdy , 2017: 22) .

3. إظهار الحاجة للمساعدة: Supplication : هي قدرة الفرد على تقديم الدعم والمساندة للآخرين في مجال العمل، أو في حال مواجهة المشكلة الخاصة بالعمل فهنا تظهر الحاجة للخبرة والتخصص، وهنا تظهر المنظمة بأنها في حالة ضعف لكسب المساعدة من الآخرين أي الحصول على الاستشارة (احمد، 2014 : 217) .

4. نموذج يُقتدى به: Exemplification : وهو ذلك النموذج الذي يخلق صورة إيجابية عن الموظف الذي يعمل بجد ويكون محط تقدير واحترام (El-Badawy & Magdy , 2017: 22)، أو هو قدرة المدراء والرؤساء على إظهار التصرفات والسلوكيات التي تظهر بأنهم جديرون بالثقة والاحترام والتقدير من قبل الآخرين، وذلك عن طريق أعمالهم وأدوارهم وسلوكياتهم . أو هي سلوك المنظمة لجعلها تبدو أكثر تمسكاً بمشاريع السلامة والمسؤولية الاجتماعية امام المجتمع (احمد، 2014 : 217) .

5. الإجبار: Intimidation : وهو الظهور بمظهر القوة والسيطرة من أجل إنجاز الأعمال المطلوبة، أو هو سلوك المنظمة لجعلها تبدو ككيان قوي وخطر قادر على إحباط جهود وأهداف كل من يحاول أن يخلق الأذى به (احمد، 2014 : 217)، ويُشير (El-Badawy & Magdy , 2017: 22) إلى أنه السلوك العدواني الذي يظهر قوته أمام الأفراد الآخرين وإيصال هذه الصورة للآخرين.

ثالثاً: مفهوم السعادة التنظيمية:

تظهر السعادة في شكل فرح في كل أنواع المشاعر الإنسانية، فالشعور بالسعادة هو أمر أساسي للتجربة الإنسانية، لقد جذبت السعادة انتباه الفلاسفة منذ فجر التاريخ، ولكنها لم تحظى بالاهتمام مؤخراً، وهذا نتيجة الانتباه إلى النموذج السابق للحالات السلبية كالمرض والاكتئاب والتوتر والإجهاد والحالات السلبية الأخرى في مكان العمل، لهذا أضحي اهتمام الباحثين نحو علم النفس الإيجابي (Fisher , 2010 : 384) . إذ يبذل الأفراد كافة جهوداً كبيرة بحثاً عن السعادة في المال أو المنصب أو الشهرة أو الراحة، لهذا تختلف وجهات نظرهم للسعادة باختلاف اطباعهم واهتماماتهم وتطلعاتهم وحتى مجتمعاتهم، فالسعادة هي شعور ينبع من داخل النفس إذ ما شعرت بالرضا والطمأنينة والبهجة (العابدي وعبد الزهرة، 2015 : 32) . ويُعد (أرسطو) من أوائل الفلاسفة الذين قرروا بأن السعادة بالنسبة إلى كل البشر هي غاية في ذاتها، وأنهم يبذلون كل غالٍ ونفيس لكي يعيشوا لحظاتها. ولكن في العصر الحالي، والذي يعج بكل سُبل الراحة والرفاهة ويتمتع فيه معظم الأفراد بثمار المعرفة، ومزايا التقدم العلمي والتقني، ندرك أن الكثير من الأفراد ما زالوا يشعرون بالفراغ الروحي والنفسي، فبدلاً من الشعور بالسعادة، نجدهم يشعرون بأن حياتهم متوترة ومفعمة بالملل . فالسعادة ليست وليدة نية أو أصرار مسبق، بل هي نتيجة غير مرتقبة لتكريس الإنسان نفسه لما هو أسمى من ذاته ومعطيات حياته (الرومي، 2016: 21-22) .

وفي العقود الماضية، لم يكن هناك أي اهتمام لمفهوم السعادة في العمل، ولكن نتيجة التغيرات الجذرية التي حصلت وأدت إلى خلق وظائف لم تكن موجودة أصلاً قبل 20 عام، تُعين علينا دراسة موضوع السعادة في مكان العمل، وقد أثبتت الدراسات التي أجريت في معهد (IoPener) عن النجاح التنظيمي أن الأفراد العاملين الذين يشعرون بالسعادة هم أكثر نشاطاً بنسبة (65%) من الأفراد العاملين الذين لا يشعرون بالسعادة، وهم أكثر إنتاجية بمقدار مرتين، وأكثر حفاظاً على وظائفهم لمدة طويلة من الزمن (1 : Chowdhury, 2019) ، فالشعور بالسعادة يعني الشعور بالقوة، مما يؤدي إلى انفتاح العقول وتحسين المزاج وزيادة درجة الذكاء والحماس وبالتالي أكثر نجاحاً (الرومي، 2016 : 48)، وعلى مستوى المنظمة، يُنظر إلى سمات ثقافة المنظمة وممارسات الموارد البشرية هي من الأسباب المحتملة للسعادة بين أعضاء المنظمة (فالأفراد يكونون سعداء عندما يثقون في الأشخاص الذي يعملون من أجلهم، ويفخرون بما يقومون به،

ويستمتعون بالأشخاص الذين يعملون معهم)، فالثقة بصاحب العمل والعلاقة المبنية على المصداقية والاحترام هي حجر الأساس (Fisher , 2010 : 394). وهو يذكر من اجل خلق قوة عاملة سعيدة هناك ثلاثة عوامل هي :

1. المساواة Equity : معاملة محترمة وكريمة، الانصاف، الأمن.
2. الإنجاز Achievement : الفخر بالشركة، التمكين، التغذية الراجعة، التحدي الوظيفي.
3. الصداقة الحميمة مع الزملاء والفريق، أي العلاقة بين المنظمة والعاملين في مكان العمل (Salem & Ibrahim , 2023:348).

ويرى (1 : 2011 , Anderw) السعادة بأنها "تجربة التأثير الإيجابي المتكرر، والتأثير السلبي غير المتكرر والشعور العام بالرضا عن الحياة ككل". لذا فالحاجة للسعادة التنظيمية تأتي من الحاجة لمنظمات سعيدة وأفراد سعداء، وأم سعيدة، فالمنظمة السعيدة في منظمة عالية الأداء، لذا يتم السعي لتطبيق هذا الانموذج في المنظمات (Juul , 2018 : 6-8).

جدول (2)

تعريف السعادة التنظيمية من وجهة نظر بعض الباحثين

ت	الباحث، السنة، رقم الصفحة	التعريف
1.	العابدي وعبد الزهرة، 2015: 34	تجربة شعور الفرح والرضا والرفاه والتي تتضمن الشعور بأن حياة الفرد جيدة وذات مغزى وجديرة بالاهتمام.
2.	Sousa & Porto, 2015:212	انتشار للمشاعر الإيجابية بما فيها الحالات المزاجية وادراك الأفراد للتعبير عن امكاناتهم وتطويرها في العمل والتقدم لتحقيق أهدافهم في الحياة (تحقيق الذات).
3.	أحمد، 2018 : 446	الحالة التي يكون فيها الفرد العامل راضياً عن عمله، نتيجة لتكرار المؤثرات العاطفية الايجابية كالبهجة والفخر، وغياب المؤثرات العاطفية السلبية كالحزن والغضب " أو هي " انتشار المشاعر الايجابية في العمل كالتأثيرات المزاجية وتصورات الأفراد الجيدة عن عملهم، مما ينعكس على تطوير إمكانياتهم وتحقيق أهدافهم في الحياة
4.	ابو ليفة والطحان، 2021 : 214	خلق ثقافة السعادة داخل المنظمة وذلك عن طريق تفوق المشاعر الإيجابية للعاملين على المشاعر السلبية اتجاه أعمالهم داخل المنظمة.

المصدر : إعداد الباحثة اعتماداً على ما ذكر من مصادر.

وتؤكد (الرومي، 2016 : 48-49) بأن الأفراد العاملين التعساء يأخذون إجازات مرضية أكثر، ويلزمون الفراش بمعدل يوم وربع اليوم كل شهر، أو 15 يوماً فوق إجازاتهم كل سنة، فالسعادة هي السبب في تحسن الحالة الصحية وليس النتائج فقط. ويذكر (Shawn Achor) أن الشركة التي لديها موظفين يشعرون بالسعادة تحقق زيادة في مبيعاتها بنسبة (37%)، وزيادة الإنتاجية بنسبة (31%) وهذا سيساهم في بناء بيئة عمل ذات أداء عالي، ويُحسن من جودة حياتهم (1 : 2019 , Chowdhury).

وتؤكد دراسة (Omar et al., 2018 : 1985-1987) بأن السعادة تساعد على توجيه التقدم نحو التنمية المستدامة، إذ تتطلب التنمية المستدامة من المنظمات العامة والخاصة تحقيق التوازن بين الأهداف الاقتصادية والاجتماعية والبيئية. فإذا ما سعت المنظمات لتحقيق ثروة اقتصادية متجاوزة الأهداف الاجتماعية والبيئية ستؤثر بشكل سلبي على رفاهية الإنسان داخل وخارج المنظمات كالعاملين والزبائن والمجتمع، وهنا تظهر الحاجة الفعلية للمنظمات التي تريد استدامة تنميتها عن طريق فهم مستوى سعادة عاملها. وهو يذكر، بأنه لا يوجد مقياس محدد أو متفق عليه عالمياً للسعادة ولا حتى للرفاهية، وإذا حقق كل شخص السعادة بطريقته الخاصة، فإنه سيتم تحديد بعض العناصر المتشابهة بين جميع الأفراد. يرى العديد من القادة والمنظمات بأن السعادة هي مفهوماً أو كلمة تنتمي للمجال الفردي / الشخصي، ويمكن أن يحقق السعادة داخل المنزل، لكن الجميع يسعى لتحقيق السعادة كل يوم، لذا فقد حان الوقت للبدء في التكلم عن السعادة التنظيمية كميزة تنافسية حقيقية (Georg et al., 2017 : 3).

رابعاً: أهمية السعادة التنظيمية:

تبرز أهمية السعادة التنظيمية عن طريق الآتي (خلف، 2021 : 250-251) و(فاطمة وزورة، 2021 : 394-396):

1. خلق مواقف ايجابية للرضا عن بيئة العمل .
2. تحسن الحالة المزاجية وتنشر المشاعر الإيجابية بين العاملين.
3. زيادة حماس واهتمام ورغبة العاملين للعمل، مما ينعكس على ولائهم وزيادة الإنتاجية.
4. القدرة على الابداع وأحداث تغييرات ايجابية .
5. استعداد العاملين للتعامل مع ضغوط العمل، والتغييرات التي تحصل في العلاقات الوظيفية.

خامساً: أبعاد السعادة التنظيمية:

تم الاعتماد في تحديد أبعاد السعادة التنظيمية على النموذج المقدم من قبل (Omar et al., 2018) وكالاتي:

1. الرضا الوظيفي: Job Satisfaction : وهو مستوى الرضا الذي يشعر به الفرد عن الوظيفة التي يمارسها سواءً في العمل الذي يقوم به، أو الرضا الذي يشعر به نتيجة إدارة العاملين، وهذا من شأنه أن يعطي تأثيراً كبيراً لتحفيزهم، وبالتالي على إنتاجيتهم . أي الشعور الإيجابي أو السلبي تجاه عمله، فالفرد الذي يتمتع بمستوى عالٍ من الرضا سيكون لديه شعور إيجابي وسيحصل على مكافآت للعمل المنجز، مما سيؤدي إلى تحسين أداء المنظمة وبشكل أكثر فاعلية من المنظمات التي ليس لها عاملين راضين (Meen & Agarwal , 2014 :149-150) . ويبرز دور الرضا الوظيفي في تحقيق السعادة التنظيمية عن طريق تحقيق الاحتياجات الدنيا والعليا في هرم ماسلو، والعدالة التي يسعى لها الأفراد العاملين في محيط العمل وهذا من شأنه أن يحقق الاستقرار النفسي للفرد العامل وشعوره بالسعادة التي تؤثر إيجاباً على علاقاته الاجتماعية مع زملائه في العمل وأفراد المجتمع المحيطون به، وهذا ما يتفق مع دراسة (العامري، 2017 : 31)
2. الرضا مع توازن الحياة والعمل: Satisfaction with work-life balance : وهو التوازن والانسجام بين الأنشطة الخاصة بالعمل وغير العمل، وكما يُشير إليه بأنه سلسلة متواصلة من (الصراع) وهذا التوازن بين العمل والحياة ينطبق

على العاملين كافة بغض النظر عن الحالة الاجتماعية، والتي تشمل تشكيلة واسعة من التركيبات المتنوعة والتي تتمثل بالعلاقة بين العمل المدفوع الأجر، وغير ذلك من الأنشطة غير الخاصة بالعمل وإنما تتعلق بالحياة الخاصة، وهو مفهوم أوسع ويتضمن (العمل - العائلة) والتي تشمل كل الاهتمامات الحياتية والأنشطة الأخرى كأوقات الفراغ، الدراسة، الترفيه، السفر والمجتمع . وبالتالي تعكس رغبات العاملين مع/أو بدون السر أو الزواج أو الاطفال أو الآباء أو الاحتياجات الخاصة بالمنزل الأخرى. وعندما تسعى المنظمات إلى تقديم ممارسات وأنشطة تحقق الموازنة بين الحياة العملية وتلبية المسؤوليات العائلية، فإن هذا سيكون له أثر إيجابي للحد من ترك العاملين للعمل ويخلق ما يُعرف بالارتياح الوظيفي وتركهم للبحث عن أعمال خارج منظماتهم (محمد وشنتير، 2015 : 80).

ويوضح النموذج الذي قدمه البروفيسور (Martin Seligman) عن مفهوم السعادة في العمل والحياة، ويتضمن هذا النموذج خمسة عناصر أساسية وهي، نقلاً عن (العامري، 2017 : 32):

المشاعر الإيجابية: Positive Emotion وهي القدرة على التفاؤل التي تساعد الأشخاص على التعامل مع التقلبات في الحياة العملية، أي النظر إلى الأحداث جميعها، من منظور إيجابي حتى عندما تكون الظروف غير مواتية. المشاركة: Engagement : ويعني أنّ الانخراط الكامل فيما يقوم به الأشخاص، لمساعدتهم على التطور والتعلم، والوصول لأفضل مستوى يمكنهم الوصول إليه.

العلاقات: Relations : أنّ وجود العلاقات الداعمة الجيدة، تساعد على مواجهة التغيرات والصعوبات.

المعنى: Meaning: فإنّ وجود هدف ومعنى للحياة، هو عامل رئيسي في إنجاز أي شيء يراد له أن يكون مرضياً ويمنح شعوراً بالسعادة.

الإنجازات: Accomplishments : أي تحقيق الأهداف والغايات تمنح الشعور بالإنجاز.

ومن أجل أن يعيش العاملين بسعادة ويتألمون مع الحياة، فمن الممكن أن تتأثر هذه السعادة بمتغيرات عديدة منها المواقف الإيجابية والعواطف، والقرارات، والحوافز، والمكافآت في العمل، لهذا السبب تبرز نقطتان مهمتان هما (Tosten & Sahin , 2018 : 152):

المساهمة في العوامل الفردية (القيم والشخصية والأهداف).

تأثير الخصائص التنظيمية (الثقافة وظروف العمل).

رفاه الموظف: Employee well-being : وهو التقييم الإيجابي لجميع الخصائص الوظيفية التي تشمل الجوانب العاطفية والتحفيزية والسلوكية والمعرفية والنفسية. ويرى (الزعبي، 2009 : 469) بأن العمل يحقق الرفاه للعاملين عن طريق ما يوفره من :

البهجة: Pleasure: أي وجود مهمات يستمتع بها الفرد ويرغب بالقيام بها وتخلق جواً من البهجة والمرح في نفس الأفراد العاملين كالمهمات المتغيرة، والتي تحتاج إلى تعاون وعلاقات عمل جيدة، وجو من المرح .

الاستشارة: Arousal: أي المهمات التي تخلق حالة من الاندفاع والترقب لدى الأفراد العاملين والتي تحتاج إلى تفكير، وإبداع، وتحذّر، ومعرفة، وتعلم مستمر وتطوير، ومسؤوليات عالية.

يُشير البروفيسور (Edwad Dيار) وهو باحث في الرفاهية الذاتية إلى أنه لا يمكن لأي فرد أن يخبر فرد آخر أنه سعيد، أو يجب أن يكون سعيد، ولا توجد مجموعة من الظروف التي تضمن بقاء الفرد سعيد، فالسعادة هي شعور ذاتي بالرفاهية التي يمر بها الفرد وتتميز بوجود المشاعر الإيجابية وترك المشاعر السلبية (Andrew , 2011 :2). وتذكر (الرومي، 2016 : 33) أن تحقيق رفاه الموظف يعني تعزيز المشاعر الايجابية للعاملين والتي تنعكس على أدائهم وسعادتهم وولائهم بشكل إيجابي وعلاقاتهم الإنسانية وتطورهم المهني والشخصي في بيئة العمل، فضلاً عن تحسين مستوى الأداء ورفع الانتاجية عن طريق تقليل نسب الغياب والدوران الوظيفي، والعمل على استقطاب المواهب والخبرات، والحفاظ على الأفراد العاملين وتعزيز ولائهم للمنظمة. إذ تتأثر سعادة العاملين بطبيعة العمل وجودة الوقت الذي يمضونه في مكان العمل، إذ تدعم بيئة العمل السعيدة والايجابية وبرامج الرفاه الوظيفي أداء العاملين وكفاءتهم وتعزز الثقافة الإيجابية التي تتسم بها بيئة العمل مما ينعكس ايجاباً على قدرة الجهات في الحفاظ على عامليها وقدرتهم على الابتكار وتعزز سعادتهم وتناغمهم في بيئة العمل.

المبحث الثالث : تحليل نتائج البحث ومناقشتها

أولاً: نبذة تعريفية عن مصرف الشرق الأوسط:

تمثل مجتمع البحث بمصرف الشرق الأوسط العراقي للاستثمار والذي تأسس في 1993/7/7 كشركة مساهمة خاصة استناداً لقانون الشركات رقم (36) لسنة 1983 برأس مال وقدرة (400) مليون دينار عراقي، ثم استمر رأس المال بالزيادة المضطردة إلى ان وصل إلى (250) مليار دينار عراقي في عام (2014)، ولدى المصرف (18) فرع، (5) منهم داخل بغداد (الفرع الرئيسي، فرع النعمان، فرع التقدم، فرع النجاح، فرع الغصون)، و(13) فرع خارج بغداد (فرع الخير، فرع الثقة، فرع الموارد، فرع الفنار، فرع الشروق، فرع جنار، فرع الخليل، فرع الداعم، فرع المميز، فرع سامان، فرع تابان، فرع الكساء، فرع الشمول)، ويقوم المصرف بعدة أنشطة مصرفية أهمها (منح التسهيلات الائتمانية بكافة أنواعها، توظيف الرواتب للموظفين، ممارسة أعمال الصيرفة التجارية والاستثمارية، فتح الحسابات بمختلف أنواعها)، ويستخدم المصرف أحدث الانظمة المصرفية منها النظام المصرفي الشامل (capital banker) والمعروف محلياً بنظام (اوريون) في إنجاز عمليات المصرفية وبكافة أنواعها. ويوضح الجدول (3) هذه المعلومات:

جدول (3) معلومات تعريفية عن المصرف المبحوث

المصرف	نبذة تعريفية عن المصرف	عدد العاملين	فروع المصرف	الأنشطة التي يقوم بها المصرف
الشرق الأوسط العراقي للاستثمار	تأسس المصرف في (1993) كشركة مساهمة خاصة برأس مال مقداره (400) مليون دينار، واستمر رأسمال المصرف في الزيادة إلى أن وصل في نهاية السنة المالية / 2014 إلى (250) مليار دينار عراقي.	689	تبلغ فروع المصرف (18) فرع داخل العراق متوزعة على جميع المحافظات.	1. تعبئة المدخرات وتوظيفها في المجالات الاستثمارية المختلفة. 2. دعم وترصين البنية الاقتصادية ضمن إطار السياسات الاقتصادية والمالية للدولة. 3. ممارسة الصيرفة التجارية والاستثمارية. 4. منح التسهيلات الائتمانية المتنوعة. 5. تقديم الخدمات المصرفية للزبائن. 6. توظيف رواتب الموظفين.
تم الاعتماد على القيادات المسؤولة في المصرف المبحوث والذي يسعى إلى بناء بيئة عمل سعيدة عن طريق أساليب إدارة الانطباع، وهم القيادات بالمستويات الوظيفية (الإدارة العليا، الإدارة الوسطى، الإدارة التنفيذية).				

1. المركز المالي للمصرف المبحوث:

تظهر نتائج الجدول (4) التقارير المالية المتعلقة بالمركز المالي والحسابات الجارية والائتمان النقدي والتغير في الأرباح للمصرف المبحوث ولل سنوات (2018-2021)، إذ ان قوة المركز المالي للمصرف المبحوث هو في توفر الموارد وتهيئة بيئة سعيدة للعاملين.

جدول (4) البيانات المالية للمصرف المبحوث للسنوات (2018-2021) المبالغ بالآلاف الديناري

السنوات	المركز المالي	الحسابات الجارية والودائع	الائتمان النقدي	التغير السنوي في الأرباح
2018	800.749.802	437.921.000	111.062.000	2.295.243
2019	658.231.494	279.215.000	110.794.000	78.677.677
2020	647.868.750	85.136.467	266.143.930	2.095.830
2021	640.721.811	84.550.800	278.749.910	290.173

المصدر: إعداد الباحثة وبالاعتماد على التقارير السنوية للمصرف المبحوث للسنوات (2018-2021).

وتتضح من نتائج الجدول (4) الآتي:

أ. بلغ المركز المالي في عام (2018) (800.749.802) وهذا نتيجة لزيادة الودائع والاستثمارات وتسديد زبائنه لقروضهم أو زاد التمويل بالمدىونية، ثم في نهاية السنة المالية (2019) انخفض نشاط المصرف فبلغ (658.231.494) واستمر الانخفاض للسنوات (2020 و 2021) فبلغت (647.868.750) و (640.721.811) دينار على التوالي.

ب. بلغت الودائع والحسابات الجارية في المصرف المبحوث لتشكّل نشاط يحسب له بقيمة (437.921.000) في عام (2018)، ثم انخفضت ودائعه وحساباته الجارية إلى مبلغ (279.215.000)، واستمر الانخفاض للسنوات (2020 و 2021) فبلغت (85.136.467) و (84.550.800) دينار على التوالي، ونتيجة لانخفاض النقد والودائع لدى المصارف والاستثمارات المالية والائتمان النقدي والموجودات غير الملموسة، ساهم جانب المطلوبات في هذا الانخفاض لاسيما في انخفاض الحسابات الجارية والودائع في المصرف المبحوث، فضلاً عن وجود قروض متعثرة نتيجة إلى تلاكؤ أصحابها في التسديد خلال هذه المدة،

ج. بلغ الائتمان النقدي ليصل إلى (111.062.000) في عام (2018)، وفي عام 2019 خفض مصرف الشرق الأوسط الائتمان النقدي إلى مبلغ (110.794.000) وبنسبة (0.24%)، إذ كان لانخفاض بعض الحسابات اثرها على ارتفاع المركز المالي لاسيما في حسابي التخصيصات والدائنين، مما ساعد في رفع نسبة كفاية رأس المال وتوفير سيولة جيدة للمصرف يمنحه الفرصة لزيادة ائتمانه النقدي خلال السنوات (2020 و 2021) فبلغت (266.143.930) و (278.749.910) دينار على التوالي.

د. في عام (2018) بلغت قيمة الأرباح (2.295.243) مليون لتشهد ارتفاع بنسبة (294.67%) عن السنة السابقة، بينما عادت الأرباح إلى الزيادة بنسبة (3327.85%) في عام (2019) وبمبلغ (78.677.677)، وهذا بسبب زيادة الإيرادات من العمليات المصرفية وأهمها العمولات والفوائد المقبوضة، فهي تعد مؤشراً إيجابياً لنمو وديمومة أرباح المصرف، فضلاً عن إيرادات النشاط الخدمي، ثم انخفضت في عامي (2020 و 2021) لتبلغ (2.095.830) و (290.173) دينار على التوالي، ويعود هذا الانخفاض إلى تراجع الإيرادات وانخفاض صافي أرباح العملات، وذلك على الرغم من انخفاض مصاريف المصرف.

2. الدورات التدريبية داخل وخارج العراق للمصرف المبحوث:

يتضح من نتائج الجدول (5) ان العدد الكلي للدورات التي حصل عليها العاملين في المصرف المبحوث خلال الفترة (2018-2021) قد بلغ (555) دورة مقسمة بين داخل العراق وخارجة، اذ كانت (545) دورة داخل العراق، و(10) دورات خارج العراق، وبلغ عدد المشتركين في هذه الدورات (2679) مشترك منهم (2657) مشاركين بالدورات داخل العراق، و (22) مشترك خارج العراق . وهذا يبين أهمية الدورات للعاملين كافة في المصرف والتي سوف تساعد على زيادة وتطوير مهاراتهم العملية في العمل المصرفي ورفع ادائهم ودعم عملية تطورهم المهني، وبالتالي لتعزيز نجاح العمل المصرفي وخلق بيئة عمل سعيدة.

جدول (5) عدد الدورات داخل وخارج العراق للمصرف المبحوث للسنوات (2018-2021)

المجموع	2021		2020		2019		2018		السنوات المصرف
	خارج العراق	العراق	خارج العراق	العراق	خارج العراق	العراق	خارج العراق	العراق	
555	-	127	4	74	-	188	6	156	عدد الدورات
2679	-	675	8	217	-	835	14	930	عدد المشتركين

المصدر: إعداد الباحثة وبالاعتماد على التقارير السنوية للمصرف المبحوث للسنوات (2018-2021).

3. المكافآت والحوافز التشجيعية للمصرف المبحوث:

تم الاعتماد على تحليل المكافآت والحوافز التشجيعية التي يمنحها المصرف المبحوث للعاملين فيها وهي كما يوضحها الجدول (6)، فقد بلغت الحوافز والمكافآت التي حصل عليها العاملين في المصرف المبحوث خلال الفترة (2018-2021) ما قيمته (30.185.000) دينار، مما يدل على اهتمام المصرف المبحوث بمكافآت وحوافز تشجيعية للعاملين وكل حسب عمله .

جدول (6) المكافآت والحوافز التشجيعية للمصرف المبحوث للسنوات (2018-2021)

2021	2020	2019	2018	السنوات
7.325.000	11.525.000	6.800.000	4.535.000	المكافآت والحوافز التشجيعية

المصدر: إعداد الباحثة وبالاعتماد على التقارير السنوية للمصرف المبحوث للسنوات (2018-2021).

4. السفر والايفاء للمصرف المبحوث:

تبين من نتائج الجدول (7)، أن المصرف المبحوث خلال سنة (2018) صرف مبلغ (660.598.000) دينار لأغراض السفر والايفاء للعاملين، ولتنخفض مرة اخرى في عام (2019) لتصل إلى مبلغ وقدره (263.097.000)، واستمر الانخفاض خلال السنتين (2020) و (2021) ليصل إلى (239.271.000) و (192.365.000) دينار على التوالي. ويعزى هذا الارتفاع والانخفاض للمبالغ المصروفة على السفر والايفاء بسبب جائحة كورونا والتي توقف فيها السفر والايفاء إلا لعدد محدود من العاملين في المصرف المبحوث، على الرغم من حاجة المصرف إلى تطوير مهارات العاملين لديها وإشراكهم بالدورات التدريبية خارج العراق. عن طريق اشراكهم في دورات تدريبية وتطويرية سواء كانت داخل العراق أو خارجه، وكما موضح في أدناه:

جدول (7) مبالغ السفر والايفاء للمصرف المبحوث للسنوات (2021-2018)

السنوات	2018	2019	2020	2021
مبالغ السفر والايفاء	660.598.000	263.097.000	239.271.000	192.365.000

المصدر: إعداد الباحثة وبالاعتماد على التقارير السنوية للمصرف المبحوث للسنوات (2021-2018).

5. سلف العاملين للمصرف المبحوث:

يتضح من الجدول (8) أن المصرف المبحوث منح السلف للعاملين لديه وخلال سنوات (2021-2018)، ويدل ذلك على اهتمام المصرف المبحوث بسد احتياجات ومتطلبات العاملين لديه والتي ستوفر فرص لتحسين مستوى معيشتهم في ظل البيئة المحيطة، وبالتالي ينعكس ذلك على مستوى أدائهم واستخراج طاقاتهم الكامنة وصولاً لتحقيق الأهداف التي يسعى إليها المصرف .

جدول (8) سلف العاملين للمصرف المبحوث للسنوات (2021-2018)

السنوات	2018	2019	2020	2021
مبالغ السلف	2.289.634.000	2.049.245.000	1.715.208.000	1.768.016.000

المصدر: إعداد الباحثة وبالاعتماد على التقارير السنوية للمصرف المبحوث للسنوات (2021-2018).

المبحث الرابع : الاستنتاجات والتوصيات

أولاً: الاستنتاجات:

1. تسعى إدارة المصرف إلى بيان أدوارهم الإيجابية في العمل عبر الإعلان والتذكير المستمر عن مواقفهم الإيجابية المتحققة في العمل، وذلك من أجل زيادة الانطباع الإيجابي لدى العاملين عنهم.
2. تبذل الإدارة العليا في المصرف المبحوث جهودها لخلق بيئة عمل سعيدة، عن طريق الاهتمام بالحالة المعيشية للعاملين، وبحالتهم النفسية.
3. حقق المصرف المبحوث نتائج مرتفعة في الجانب المالي، والائتمان، والأرباح، والسلف، والقروض، والمكافآت، والدورات التدريبية خلال سنوات البحث، ولكن نلاحظ الانخفاض في عامي 2020 و 2021 وذلك بسبب جائحة كورونا.

ثانياً: التوصيات:

1. يفترض على المنظمات كافة الاهتمام بأساليب إدارة الانطباع والمتمثلة بـ (الترويج الذاتي، الإطراء وتقدير الآخرين، اظهار الحاجة للمساعدة، نموذج يقتدى به، الإيجاب) لأنها تؤثر في خلق بيئة عمل سعيدة.
2. ينبغي على الإدارة العليا في المصرف المبحوث منح الصلاحيات للعاملين والعمل على معالجة المشكلات دون الرجوع إلى الرؤساء.
3. الاهتمام بالعنصر البشري وتوفير المناخ المناسب للعمل، لان هذا سينعكس على إنتاجه وتقديم خدمات متميزة للزبائن، وذلك عن طريق خلق ثقافة تنظيمية صحية ومحترمة وداعمة، وتوفير معاملة عادلة، وتحديد الموائمة بين الشخص والمنظمة والشخص والوظيفة.

- أبو ليفة، سناء مصطفى محمد والطحان، عماد عبد الخالق . (2021) . "العلاقة بين التوازن التنظيمي والسعادة التنظيمية: دراسة ميدانية مطبقة على الشركة المصرية لتجارة الأدوية"، المنظمة العربية للتنمية الإدارية / جامعة الدول العربية، المجلة العربية للإدارة، 41(2)، (224 - 211) .
- أحمد، جنان شهاب . (2014) . "المهارة السياسية للفرد وإدارة الانطباع : العلاقة والأثر دراسة تحليلية لآراء رؤساء الاقسام العلمية في كليات جامعة القادسية"، المجلة العراقية للعلوم الإدارية، 10(40).
- أحمد، جنان شهاب . (2018) . "الدور التفاعلي للسمو الروحي في تحقيق السعادة التنظيمية : دراسة تحليلية لآراء رؤساء الاقسام العلمية في كليات مختارة من جامعة القادسية"، مجلة الكلية الاسلامية الجامعة، النجف الاشرف، 50(2) .
- بكر، سوزان فؤاد السيد . (2018) . "دراسة الاتجاهات نحو أساليب إدارة الانطباع وأثرها على الهوية التنظيمية بين العاملين الإداريين في جامعة الأزهر"، المجلة العربية للإدارة، 38(2) .
- خلف، ياسر لطيف . (2021) . "السعادة في العمل ودورها في تعزيز الثقة التنظيمية: بحث استطلاعي لآراء العاملين في جامعة الفلوجة"، مجلة اقتصاديات الأعمال للبحوث التطبيقية، (1)، (245-268).
- الرومي، عهد خلفان . (2016) . "الطريق إلى السعادة : الطاقة الايجابية سبيلنا نحو الإنجاز"، قنديل للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، دبي، دولة الامارات العربية المتحدة.
- الزعيبي، مروان طاهر . (2009) . "جودة علاقات العمل الاجتماعية وعلاقتها بمستوى الالتزام الوظيفي والرفاه النفسي للموظفين"، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، الجامعة الاردنية، 36(2).
- العابدي، علي رزاق جواد وعبد الزهرة، علي حسين . (2015) . "التأثير الوسيط للسعادة التنظيمية في العلاقة بين القيادة الخيرة والمخرجات التنظيمية: دراسة ميدانية في جامعة بابل"، مجلة كلية الادارة والاقتصاد، جامعة بابل، 204(17) .
- العامري، منى سالم عمر . (2017) . "علاقة جوانب العمل بمستوى الرضا الوظيفي ومعدلات السعادة الوظيفية لدى العاملين في المدارس الحكومية والخاصة: دراسة على مجلس أبو ظبي للتعليم في مدينة العين"، رسالة ماجستير في الحوكمة والسياسة العامة، جامعة الامارات العربية المتحدة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية / قسم العلوم السياسية.
- فاطمة، مانع وزورة، بوهراوة . (2021) . "السعادة الوظيفية وأثرها على الأداء الوظيفي"، مجلة الاستراتيجية والتنمية، 11(2)، (389-408) .
- فندي، علي حسون وسعيد، هديل كاظم وطه، أسماء . (2013) . " أثر تطبيق أساليب إدارة الانطباع على أدوار القيادة الرؤيوية : دراسة وصفية تحليلية في وزارة النقل والمواصلات"، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، (34) .

- محمد، نسرین جاسم وشننیر، عبد الرحمن طاهر . (2015) . "العلاقة بين نوعية حياة العمل والابداع التنظيمي / بحث تطبيقي في ديوان وزارة التخطيط"، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، (81)21 .
- Andrew S.S., (2011) . "The Differentiating Quotient for Happiness at Work" ,
www.happiestminds.com.
- Aslan S., Toygar S.A., Ulutas D.A., (2015) . "The Role of Personal and Social Factors at Impression Management's impact on Career"
- Chowdhury M. R., (2019) , "Happiness at Work: 10 Tips for How to be Happy at Work" .
- El-Badawy T.A. & Magdy M.M., (2017) . "Exploring the Relationship between Impression Management, Emotional and Locus of control: Evidence from Egypt",
International Journal of Human Resource Studies, vol. (7) , No. (1), ISSN: 2162-3058 .
- Fisher C.D., (2010) . "Happiness at work" , International Journal of Management reviews (IJMR), British Academy of Management, (12).
- Georg D., Carlos A.R., Ana L., Joaquim C., (2017) . "Developing a scale measuring Organizational Happiness for communication and information professionals: content analysis and exploratory factorial analyses" , Proceedings of the 8th International Conference Senses and Sensibility 2015, Lisbon, Portugal 4-6 October 2015 <https://www.researchgate.net/publication/321275328>
- Juul L.K., (2018) . "Organizational Happiness", 1st ed., clear sight publishing copenhagen .
- Khan A., Hider N.A., Gul S., (2010) . "Impression Management at work place : A comparative study of men and women along with the consideration of women employees", International Islamic University, Pakistan .
- Leary M.R. & Kowalski R.M., (1990) . " Impression Management : A Literature Review and two-component Model", American Psychological Association , Bulletin, 107 (1), PP. (34-47).
- Meena S. & Agarwal M., (2014) , "The Relationship among Organizational Climate, Job Satisfaction and Happiness of the employees of educational institutions" , American International Journal of Research in Humanities, Arts and Social Sciences, 6(2), pp. (149-152).

- Negm E.M. & El-Samadicy A.M., (2019) . **"Measuring the impact of events Impression Management in Foreign destinations and its impact on behavioral intentions"**, Journal of Hospitality, 1(2).
- Omer M.K., Ramdani N.F.S.M., Mohd I.H., Hussein N., (2018) . **"Organizational Happiness Index (OHI): A study of a public University in Malaysia"**, International Journal of Academic research in Business & Social sciences, 8(11), PP. (1984-1994).
- Salem , S.D. & Ibrahim, M.S. . (2023) . **"Applying the International Organization Standardization (ISO 26000: 2010) for Social Responsibility in the National Insurance Company: An Applied Research"** , Migration Letters, 20(S5), (346-359) , www.migrationletters.com.
- Sousa J.M. & Porto J.B., (2015) . **Happiness at work: Organization value and person-organization fit impact"**, 22(61) , PP. (211-220) , Available in www.scielo.br/paideia .
- Stratulat M., (2019) . **"Impression Management During a Crisis Event"**, Logforum 15(1), PP. (119-128), <http://doi.org/10> .
- Tosten ., Avci .Y. E. & Sahin E., (2018).**"The Relations between the Organizational Happiness and the Organizational Socialization Perceptions of Teachers: The Sample of Physical Education and Sport"** , European Journal of Educational Research, 7(1).
- Wang W., Li J., Sun G., Zhang X., Cheng Z., (2016) . **"The Costs to Life Satisfaction of Impression Management: The Senes of control and Loneliness as mediators"**, Munich Personal RePEe Archive, No. (72912), Posted 8 August .