

أثر الإدارة الإستراتيجية على تسويق المنتجات الصناعية الثقيلة في السودان: دراسة حالة شركة جياذ لصناعة السيارات والشاحنات المحدودة

رحمه الحاج محمد الحاج (*)

محمد نور الطاهر أحمد عبد القادر (**)

المخلص: هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر الإدارة الإستراتيجية على تسويق المنتجات الصناعية الثقيلة في السودان (دراسة حالة شركة جياذ لصناعة السيارات والشاحنات المحدودة). وذلك من خلال دراسة تأثير تطبيق مفهوم الإدارة الإستراتيجية في العمليات التسويقية بصفة خاصة والإدارية الأخرى بصفة عامة في الشركة وتوضيح العلاقة بين الإدارة الإستراتيجية وبين تسويق وتسعير وترويج وتوزيع وتطوير المنتجات فيها وتحديد وجود تأثير عليها أم لا. وقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي باستخدام اختبار كلاً وقيمة معامل التوافق (ق ر) لتوضيح العلاقة بين متغيرات الدراسة. وتوصلت الدراسة إلى وجود إثبات صحة فرضيات الدراسة ووجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغير المستقل والمتغيرات التابعة وتم تحديدها من خلال مربع كلاً وقيمة معامل التوافق (ق ر). كما أوصت الدراسة بوضع خطط إستراتيجية طويلة المدى للشركة. وضرورة الاهتمام بإشراك العاملين في مختلف المستويات الإدارية في وضع هذه الاستراتيجيات.

الكلمات المفتاحية: الإدارة الإستراتيجية- الإدارة الإستراتيجية- التسويق – تسويق المنتجات الصناعية الثقيلة.

The Impact of Strategic Management on The Marketing of Heavy Industrial Products in Sudan: Case Study Giad Auto and Truck Co., Ltd.

*Rahma Al-Haj Mohammad
Mohammadnour Al-Tahir Ahmed*

Abstract: This study aimed to investigate the effect of strategic management on marketing of heavy industrial products in Sudan (Case Study Giad auto and truck Co., Ltd.), Through the study of the effect of the application of the concept of strategic management in marketing operations, in particular, and other administrative generally in the company and clarify the relationship between strategic management and the marketing and pricing, promotion and distribution and product development, identifying the existence of the effect it or not. The study also used the statistical analysis method by utilizing the Statistical Package for the Social Sciences program to analyze the data and test the research hypotheses, and value of the compatibility factor (s t) to clarify the relationship between the variables of the study. The study found the presence validate hypotheses of the study and the presence of a statistically significant relationship between the independent variable and the dependent variables were determined by chi-square (x^2) and the value of the coefficient of compatibility (s t). The study also recommended the development of a long-term strategic plans for the company. And the need for attention to the involvement of employees in various levels of management in the development of these strategies.

Keywords: strategic, strategic management, marketing, marketing of heavy industrial products.

(*) أستاذ التسويق المساعد بقسم إدارة الأعمال- كلية العلوم الإدارية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية وكلية العلوم الإدارية، جامعة أمدرمان الإسلامية بالسودان. rahama.elhag@gmail.com
(**) أستاذ التسويق المساعد بقسم إدارة الأعمال- كلية العلوم الآداب- رنية، جامعة الطائف وكلية العلوم الإدارية، جامعة أمدرمان الإسلامية بالسودان. mnour2626@gmail.com

المقدمة:

تواجه مؤسسات الأعمال في هذا العصر العامة أو الخاصة، إنتاجية كانت أم خدمية تحديات كبيرة، وذلك للتغيرات والتطورات العلمية والتقنية السريعة والمستمرة، وأمام كل ذلك وجدت هذه المؤسسات إن الإدارة التقليدية بعملياتها ووسائلها تقف عاجزة عن جعل المؤسسة قادرة على المنافسة. مما حتم عليها التفكير في استخدام الأساليب الإدارية المعاصرة حتى تمكنها من مواجهة هذه التغيرات.

ونجد أن القائمين على أمر هذه المؤسسات وجدوا ضالتهم في أسلوب الإدارة الإستراتيجية لما يمثله من منهجاً فكرياً يتميز بالحدثة والريادة. ويتسم كذلك بعملياته ووسائله القادرة على زيادة القدرات التنافسية للمؤسسة ومساعدتها في تطوير أدائها.

(لذلك كله تبنت معظم مؤسسات الأعمال في البلدان المتقدمة وبعض البلدان النامية هذا الأسلوب في إدارة نشاطاتها الإدارية المختلفة وكان له الأثر الكبير في حصولها على التفوق والريادة وخلق ميزات تنافسية تميزها في سوق العمل.

والمؤسسات السودانية على غرار المؤسسات الإقليمية والعالمية، سعت إلى ممارسة الإدارة الإستراتيجية على مختلف أنشطتها، بهدف الرقي باقتصادها الوطني وتحقيق أهداف التنمية المختلفة). (المقلي، ٢٠٠٢)

يمكن وصف الإدارة الإستراتيجية بأنها المدخل الموضوعي والمنطقي وكذلك مدخل الأنظمة لاتخاذ القرارات الرئيسية في المنظمة، حيث تحاول الإدارة الإستراتيجية أن تنظم المعلومات الكمية والكيفية بطريقة تسمح بالتوصل إلى القرارات الفعالة.

مشكلة البحث:

تعد الإدارة عنصراً هاماً في تطوير المجتمع فهي تعمل على استغلال طاقاته المتوافرة لتحقيق أهدافه المطلوبة. ويظهر هذا جلياً عند النظر لأي تقدم في أي بلد من بلدان العالم التي حدث فيها نمو وتطور. ونجد أن الاهتمام بالإدارة كان السبب الرئيسي فيه.

ومع التغير المتسارع وسرعة انتشار المعلومات وجد معظم المشتغلين والباحثين في مجالات الإدارة المختلفة انه لا بد من إدارة المؤسسات بشكل واعي وهادف يمكن من تحقيق الأهداف والمهام التي أنشئت من أجلها هذه المؤسسات. ونجد أن كل ذلك الاهتمام أوجد ما يعرف بالإدارة الإستراتيجية والتي قامت على العمل على رفع جودة العمليات الإدارية في المؤسسات المختلفة. وذلك من خلال القيام بتحديد رؤيتها المستقبلية وغاياتها في المدى البعيد وتحديد الفرص والمخاطر، ومكافئ القوة والضعف للمساعدة في اتخاذ القرارات الإستراتيجية وتقييمها. (عوض، ٢٠٠٢)

لكل ذلك نجد أن هناك ضعفاً ظاهراً في ممارسة المؤسسات السودانية في إتباع مفهوم الإدارة الإستراتيجية وتطبيقها بما يتماشى مع واقع السودان الذي يشهد تقلبات اقتصادية وسياسية واجتماعية في العقود الأخيرة.

ونظراً للأهمية البالغة بالإدارة الإستراتيجية ومدى تأثيرها على استقرار المؤسسات السودانية، ومن أجل تطويرها من خلال المستجدات العصرية الحديثة والعمل على معالجة مشكلة عمليات تسويق المنتجات والآثار المترتبة على الأداء بما يوفر للإدارة العليا فرصة وضع الاستراتيجيات التي تساعد الشركة في مواجهة التحديات التي تواجهها حالياً. واستناداً على ذلك نطرح المشكلة التالية: ما مدى تطبيق الإدارة الإستراتيجية في المؤسسات السودانية بصورة عامة ومجموعة جياذ الصناعية خاصة؟ وما هو أثرها في تسويق منتجات السيارات بشركة جياذ؟

أهداف البحث:

يسعى البحث إلى تحقيق الأهداف التالية:

- ١/ دراسة أهمية دور القائد الإداري الإستراتيجي لوضع الخطط الإستراتيجية وتنفيذها.
- ٢/ بحث أهمية الإدارة الإستراتيجية والتخطيط الإستراتيجي لمنظمات الأعمال.
- ٣/ معرفة أهمية الجودة القياسية للمنتجات بغرض تحقيق المنافسة العالمية.
- ٤/ اقتراح الحلول لمعالجة المشاكل التي تعترض الإدارة الإستراتيجية على تسويق منتجات الشركة.

أهمية البحث:

تمثل هذه الدراسة إحدى المجالات لدراسة أثر الإدارة الإستراتيجية على تسويق منتجات شركة جياذ للصناعات وإن كانت هناك دراسات في الإدارة الإستراتيجية. كما تجري هذه الدراسة في وقت يواجه فيه السودان ضمن العالم النامي تحديات العولمة التي بدأت بالفعل وآلياتها الرئيسية منظمة التجارة العالمية، وفي وقت استخدمت فيه أساليب جديدة للتسويق مثل التجارة الإلكترونية أو التسويق عبر الإنترنت، كما تتبع أهمية هذه الدراسة في أنها قد توفر معلومات قد تساعد الباحثين وواضعي السياسات في هذا المجال.

فروض البحث:

يهدف البحث إلى اختبار الفروض التالية:

- ١/ هناك علاقة بين الإدارة الإستراتيجية وتسويق منتجات شركة جياذ للسيارات.
- ٢/ هناك علاقة بين الإدارة الإستراتيجية وتسعير المنتجات في شركة جياذ للسيارات.
- ٣/ هناك علاقة بين الإدارة الإستراتيجية وترويج المنتجات في شركة جياذ للسيارات.
- ٤/ هناك علاقة بين الإدارة الإستراتيجية وتوزيع المنتجات في شركة جياذ للسيارات.
- ٥/ هناك علاقة بين الإدارة الإستراتيجية وتطوير المنتجات في شركة جياذ للسيارات.

مجتمع البحث:

استخدم في هذا البحث أسلوب الحصر الشامل لجميع مفردات مجتمع الدراسة. والذي يتكون من (١٠٠) مفردة تشمل الإدارة العليا لمجموعة شركات جياذ لصناعة السيارات والشاحنات المحدودة (الشركة القابضة) ومساعد المدير العام، مدراء الشركات التابعة ومدراء الإدارات ورؤساء الأقسام في الشركة القابضة والشركات التابعة.

الإطار النظري

مفهوم الإدارة الإستراتيجية

تعتبر الإدارة الإستراتيجية من مجالات الدراسة التي نالت اهتماماً واسعاً في العقود الثلاثة الأخيرة من القرن العشرين وذلك استجابةً للضغوط والمؤثرات البيئية الهائلة التي واجهتها منظمات الأعمال في تلك الحقبة. وتستمد كلمة الإستراتيجية جذورها من الكلمة اليونانية Strategos والتي ارتبطت مفهومها بالخطط المستخدمة في المعارك وفنون المواجهة العسكرية، إلا أنها امتدت بعد ذلك إلى مجال الفكر الإداري وصارت مفضلة الاستخدام لدى منظمات الأعمال وغيرها من المنظمات الأخرى المهمة بتحليل بيئتها وتحقيق المبادرة والريادة في مجالات نشاطها. (ادريس والمرسي، ٢٠٠٦)

حيث عرف Ansoff الإدارة الإستراتيجية بأنها "تصور المنظمة عن العلاقة بينها وبين بيئتها، بحيث يوضح هذا التصور نوع العمليات التي يجب القيام بها على المدى البعيد، والحد الذي يجب أن تذهب إليه المنظمة والغايات التي يجب أن تحققها". (Ansoff, 1998)

ويشير Andrews إلى الإستراتيجية على أنها "الأنشطة والخطط التي تقرها المنظمة على المدى البعيد بما يضمن التواء أهداف المنظمة مع رسالتها، والتقاء رسالتها مع البيئة المحيطة بها بطريقة فعالة وذات كفاءة عالية في ذات الوقت". (Andrews,1987)

أما Strickland و Thompson فيعرفا الإدارة الإستراتيجية بأنها "رسم الاتجاه المستقبلي للمنظمة وبيان غاياتها على المدى البعيد، واختيار النمط الإستراتيجي المناسب لتحقيق ذلك في ضوء العوامل والمتغيرات البيئية الداخلية والخارجية، ثم تنفيذ الإستراتيجية ومتابعتها وتقييمها". (Strickland &Thompson, 1997).

ومن التعريفات الأنفة الذكر يتضح أن الإدارة الإستراتيجية تنطوي على بعض المهام الرئيسية الواجب القيام بها هي:

- صياغة رسالة المنظمة والتي تتضمن عبارات هامة تعكس غرضها الرئيسي وفلسفتها وأهدافها.
- تنمية صورة المنظمة والتي تظهر ظروفها وقدراتها ومواردها الداخلية.
- تقييم البيئة الخارجية للمنظمة بما تتضمنه من قوى ومتغيرات تسود بيئتها العامة أو تلك التي تسود بيئتها التنافسية.
- تحليل البدائل الإستراتيجية من خلال محاولة إحداث التوافق بين مواردها والظروف السائدة في البيئة الخارجية.
- تحديد أكثر البدائل الإستراتيجية من حيث الجاذبية في ضوء رسالة المنظمة ومواردها وظروفها البيئية.
- اختيار مجموعة من الأهداف طويلة الأجل والإستراتيجيات العامة التي يمكن أن تساعد في تحقيق أكثر الفرص جاذبية.
- تحديد الأهداف السنوية والإستراتيجيات قصيرة الأجل والتي تتسق مع الأهداف طويلة الأجل والإستراتيجيات العامة.
- تنفيذ الخيارات الإستراتيجية من خلال تخصيص الموارد مع مراعاة الأبعاد الخاصة
- بالمهام، الأفراد، الهياكل، التكنولوجيا، وأنظمة الحوافز.
- تقييم مدى نجاح العملية الإستراتيجية والاستفادة بالمعلومات المتولدة في زيادة فعالية القرارات الإستراتيجية المستقبلية.

المكونات الرئيسية للإدارة الإستراتيجية:

١/ الإستراتيجية Strategy:

انبثق مفهوم الإستراتيجية من مصدرين رئيسيين هما: علم الإستراتيجية العسكرية ونظرية المباريات (Game Theory) باعتبار أنهما يشكلان الأساس العلمي لمفهوم ومعنى الإستراتيجية. لقد استخدم لفظ الإستراتيجية منذ قرون طويلة، ويرجع الاستخدام الأصلي لكلمة الإستراتيجية (Strategy) إلى المجال العسكري فهي مأخوذة من اللغة اليونانية القديمة، ومشتقة من كلمة (Strategos) وتعنى الجنرال أو القائد العسكري. أي كيف يستخدم القائد (الجنرال) القوة المتاحة له من مهارات سلوكية وسيكولوجية لضمان النصر في الحرب. (Miner,&Georga,1997)

وعلى نفس النهج نجد أن قاموس أكسفورد يبين معنى الإستراتيجية على أساس الفن المستخدم في تعبئة وتحريك المعدات الحربية بما يمكن من السيطرة على الموقف والعدو بصورة شاملة. وتطور مفهوم الإستراتيجية وانتقل من التراث العسكري إلى منظمات الأعمال، وأيضاً عرفت الإستراتيجية بأنها تصور المنظمة لما تريد أن تكون عليه في المستقبل وليس وصول المنظمة إلى هذا الوضع

وهي الإطار المرشد للاختيارات التي تحدد طبيعة منظمة ما واتجاهها، وتتصل هذه الخيارات بمجال المنتجات أو الخدمات والأسواق والقرارات الهامة والنمو العائد وتخصيص الموارد في المنظمة. (Tregoe, & Zimmer man, 1980)

٢ / التخطيط الإستراتيجي Strategic Planning:

التخطيط الإستراتيجي هو عملية اختيار أهداف المنظمة وتحديد السياسات والإستراتيجيات اللازمة لتحقيق الأهداف وتحديد الأساليب الضرورية لضمان تنفيذ السياسات والإستراتيجيات الموضوعية. ويمثل التخطيط الإستراتيجي العملية التخطيطية طويلة المدى التي يتم إعدادها بصورة رسمية لتحديد وتحقيق أهداف المنظمة. (المقلي, ٢٠٠٢)

مما سبق يمكن القول إن التخطيط الإستراتيجي يتميز بثلاث خصائص رئيسية هي:
أولاً: يركز التخطيط الإستراتيجي على ضرورة تطوير خطة شاملة للمنظمة ككل، وليس التخطيط لقسم أو إدارة معينة بالمنظمة.

ثانياً: يقوم هذا المفهوم على الاعتبارات طويلة المدى وليس الاعتبارات قصيرة المدى.

ثالثاً: يركز المفهوم على ضرورة وضع إجراءات رسمية للتخطيط الإستراتيجي والذي يعمل بالتزامن مع وضع الميزانيات للمدى القصير، فالأهداف والإستراتيجيات والخطط تدرج في وثائق المنظمة وتراجع بصورة دورية ويتم الاستفادة فيها من خبرات (خبراء) متفرغين أو متعاونين لتنسيق العملية التخطيطية.

٣ / الأهداف Objectives:

تعتبر الأهداف وتحديدها بصورة معقولة ركناً أساسياً في العملية الإدارية في كافة أشكالها وعلى كافة مستوياتها وذلك لأن الأهداف تحدد الاتجاه الذي تسير فيه المنظمة وتبنى عليها الإستراتيجيات والسياسات والخطط، كما أن وضوح الأهداف يوفر أساساً قوياً لتطوير المعايير اللازمة لتقييم أداء المنظمة وتحديد الإجراءات التصحيحية إذا لزم الأمر، حيث أن نجاح المنظمة يقاس بمدى تحقيقها لأهدافها بالكفاءة والفعالية المطلوبتين. وعرف الهدف بأنه أمل تسعى المنظمة إلى تحقيقه في الأجل الطويل وبمعنى آخر الهدف ما تريد المنظمة تحقيقه. (ابوقحف, ١٩٩٧)

٤ / رسالة المنظمة Mission:

وتعرف رسالة المنظمة بأنها تلك الخصائص الفريدة في المنظمة والتي تميزها عن غيرها من المنظمات المماثلة لها، ورسالة المنظمة هي صياغة لفظية لغرض توضيح التوجه/التوجهات الأساسية للمنظمة سواء كانت مكتوبة أو ضمنية. وتساعد رسالة المنظمة في الآتي:

أ- تحديد الأسباب الرئيسية لوجود المنظمة.

ب- تحديد النوعية الاجتماعية أو القانونية للمنظمة.

ج- تحديد الفلسفة العامة للمنظمة تجاه العملاء، والمجتمع، والمنتجات أو السلع والخدمات التي تقدمها، القوى العاملة، وأطراف التعامل الأخرى والنظرة للمستقبل.

د- الربط بين الوظيفة أو المسؤوليات الاجتماعية للمنظمة وأهدافها وغاياتها الرئيسية. (السيد, ١٩٩٣)

مراحل الإدارة الإستراتيجية

تمر الإدارة الإستراتيجية بثلاث مراحل متتالية تشكل في مجملتها عملية معالجة ذات خمس خصائص أساسية:

أولاً: لا يمكن البدء في مرحلة ما قبل الانتهاء من المرحلة السابقة لها.

ثانياً: إن جودة كل مرحلة تتوقف على جودة المرحلة السابقة لها.

ثالثاً: أن مشاكل الإدارة الإستراتيجية متداخلة ومتكاملة، فالتغيير الذي يحدث في أي منها يؤثر على المراحل الأخرى سواء السابقة أو اللاحقة لها. فالتغيير في الرسالة يؤثر على تغيير مفهوم البيئة الداخلية والبيئة الخارجية التي سوف يتم تقييم كل منهما، كما أن نتائج تقييم البيئة قد يؤدي إلى تغيير الرسالة.

رابعاً: إن الإدارة الإستراتيجية عملية مستمرة. فعملية تقييم ورصد التغيرات في البيئة الداخلية والخارجية لا تتوقف بل تتم على فترات دورية.

خامساً: أنه ينبغي النظر للإدارة الإستراتيجية باعتبارها عملية ضرورية تتطلب وجود تدفق مستمر للمعلومات تتم بواسطته مراجعة هذه العملية وإجراء الخطوات التصحيحية في أي من مكوناتها.

وتتكون الإدارة الإستراتيجية من ثلاثة مراحل أساسية هي:

١/مرحلة التصميم (الصياغة):

ويطلق عليها مرحلة التخطيط الإستراتيجي، وتهتم بوضع الرسالة وتقييم البيئة الداخلية والخارجية وتحديد الفجوة الإستراتيجية ووضع أهداف طويلة الأجل واختيار أفضل الاستراتيجيات الكلية واستراتيجيات الوحدات الإستراتيجية والاستراتيجيات الوظيفية. ويلاحظ إن رسالة المنظمة تحدد البيئة التي سوف يتم تجميع المعلومات عنها في نفس الوقت فإن اكتشاف نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات من خلال عملية التغيير يمكن أن تؤدي إلى تغيير رسالة المنظمة وتتطلب عملية التصميم تجميع المعلومات وتحليلها واتخاذ قرارات اختيار أفضل البدائل في كل خطوة من خطواتها وينبغي أن تمارس بأعلى درجة من الكفاءة حيث أن نتائجها ذات أثر طويل الأجل يحدد لفترة طويلة نوع النشاط الذي تركز عليه المنظمة وما تقدمه من خدمات و السلع والأسواق التي تخدمها والتكنولوجيا المستخدمة والبحوث التي سوف تجرى والموارد التي سوف تستخدم. (عوض، ٢٠٠٣)

٢/مرحلة التطبيق:

تهدف هذه المرحلة إلى تنفيذ الاستراتيجيات وتتضمن وضع الأهداف قصيرة الأجل ورسم السياسات وتخصيص الموارد المادية والبشرية وتوزيعها بين بدائل الإنفاق، كما تتطلب تهيئة المنظمة من الداخل بما قد يتطلبه ذلك من تعديل في الهيكل التنظيمي وإعادة توزيع السلطات والمسؤوليات ووضع الأنظمة المختلفة كأنظمة المعلومات وتحديد الإجراءات وتغيير مفهوم الأنشطة واهتماماتها وتحديد خصائص القوى العاملة وتوزيعها وتنميتها بما يساعد على تنفيذ الاستراتيجيات. وفي حين تحتاج مرحلة التصميم إلى نظرة فلسفية فإن هذه المرحلة تحتاج إلى نظرة عملية وقدرة على تحريك الموارد البشرية وغير البشرية بطريقة منظمة ومرتبطة تعمل على تنفيذ الاستراتيجيات التي وضعت في المرحلة السابقة. ولعل أهم أسس نجاح هذه المرحلة هو تحقيق التكامل والتعاون بين الأنشطة والوحدات الإدارية المختلفة في المنظمة لتنفيذ الاستراتيجيات بكفاءة وفاعلية ويحتاج التطبيق إلى أفكار جديدة ومبتكرة وليست تقليدية. (المرجع السابق)

٣/مرحلة التقييم:

تخضع كل الاستراتيجيات لعملية تقييم لمعرفة مدى تناسبها مع التغيرات التي تحدث في البيئة الداخلية والخارجية للمنظمة. وتقييم مدى دقة التنبؤات التي تحتويها الخطط يتطلب ذلك مقارنة النتائج الفعلية بالأهداف المتوقعة من تطبيق الإستراتيجية، واكتشاف الانحرافات التي قد تكون في مرحلة تصميم الإستراتيجية أو في مرحلة تطبيق الإستراتيجية. وتحتاج المنظمة إلى تجميع بيانات من البيئة الداخلية والبيئة الخارجية حتى يمكن الحكم على مدى نجاح الاستراتيجيات في تحقيق

أهدافها. ويتبع ذلك اتخاذ الخطوات التصحيحية في الاستراتيجيات أو لتغيير بعض الأنظمة وهياكل العمل التي كانت السبب في عدم تحقيق الأهداف التي استهدفتها الاستراتيجيات، وذلك بالقدر الذي يلزم لتحقيق التوازن في الأداء..(المرجع السابق)

نبذة عن مجموعة شركات جيااد لصناعة السيارات والشاحنات المحدودة:

تأسست المجموعة في عام ١٩٩٣م وفق رؤية تجعل منها كبرى المجموعات الصناعية في الإقليم، رسالتها العمل والمبادرة لتطوير المقدرات والاستغلال الأمثل للإمكانيات دفعا لمسيرة التنمية وتحقيق إستراتيجية الدولة الهادفة لاستكمال بناء أمة سودانية موحدة آمنة ومتطورة. يغطي نشاط المجموعة معظم مجالات الإنتاج الصناعي وتتخصص في توطين الصناعات والتقنية الحديثة بالتركيز علي الصناعات الهندسية من الآليات الثقيلة والمركبات والطيران والتعدين والصناعات المعدنية والصناعات الإلكترونية. يعتبر افتتاح مدينة جيااد الصناعية في ٢٦ أكتوبر ٢٠٠٠م نقطة تحول في تاريخ المجموعة. وكانت الدراسات الفنية والجدوى الاقتصادية لهذه المدينة قد بدأت في يونيو ١٩٩٦م ووضع حجر الأساس في مارس ١٩٩٧م، وبدأ العمل فعلياً في أعمال المنشآت المدنية والبنيات التحتية من طرق ومحطات كهرباء وتنقية المياه في يوليو ١٩٩٧م.(جيااد للسيارات دليل الجودة، دت)

وتقع مدينة جيااد الصناعية على الضفة الغربية للنيل الأزرق على مساحة ٥٠ كيلو متر جنوب مدينة الخرطوم في محافظة الكاملين ولاية الجزيرة مساحة المدينة حوالي ١٥ كيلو متر مربع. وتتكون المدينة من قسمين مدينة صناعية وسكنية، المدينة الصناعية تتكون من قطاع الصناعات المعدنية وقطاع المتحركات وقطاع إداري.(المرجع السابق).

• الرؤية: أن تكون جيااد من كبرى المجموعات الصناعية في أفريقيا.

• الرسالة: إننا في مجموعة جيااد الصناعية نسعى لقيام النهضة الصناعية والتقنية الشاملة في البلاد، وأن نصبح من رواد الصناعة في المنطقة بتقديم منتجات ومشاريع متطورة لدعم الاقتصاد الوطني.

تنتج المجموعة الشاحنات والمقطورات والبلدوزرات، عربات السكك الحديدية، عربات الإطفاء، عربات إصاح البيئة، الجرارات والمعدات الزراعية، العيادات البشرية والبيطرية المتحركة والسيارات نصف النقل إضافة إلي سيارات الصالون والبيك أب. كما تنتج المجموعة المعادن والمصنوعات المعدنية مثل الكابلات والأنابيب لمختلف الاستخدامات. ولقد خطت المجموعة خطوات مقدره حيث تقوم بتصنيع وتجميع طائرات التدريب والرش الزراعي والمهام الأخرى كما تقوم بتصنيع أجهزة الليزر والبصريات، أجهزة الرؤية بكافة أنواعها، الأجهزة الإلكترونية ومعدات الاتصال ومعدات الري الحديثة، المعدات والأجهزة الكهربائية، أنابيب الألياف الزجاجية، المنتجات البلاستيكية، معدات وآليات التخزين، مواد التغليف والبطاريات السائلة والأثاث والمعدات الطبية والتعليمية. تقدم المجموعة خدماتها المتميزة في العديد من المجالات الحيوية مثل البترول والنقل الجوي والبحري والنهري وصيانة الطائرات بكافة أنواعها حسب المعايير والمواصفات العالمية، إضافة إلي الدعم اللوجستي والتأهيل والتدريب ومنح رخص الطيران في مجالات القيادة، الهندسة، الملاحة والضيافة الجوية. وتهتم المجموعة بتقديم خدمات المعلومات والمعلوماتية والخدمات الاستشارية في مجال الإنشاءات والصناعة وإعداد دراسات الجدوى والدراسات الفنية والحلول المتكاملة. وان شركات المجموعة حاصلة على شهادة الأيزو ٩٠٠١-٢٠٠٠ منذ العام ٢٠٠٣م.(جيااد للسيارات: المركز الإعلامي).

الدراسات السابقة:

١/ دراسة (غراب، ١٩٩١) بعنوان: (القيادة ورؤية مدير الإدارة العليا السعودي لمحتوى الإدارة الإستراتيجية، دراسة ميدانية في مدينة الرياض). هدفت الدراسة إلى التعرف إلى أنماط القيادة السائدة بين المديرين الاستراتيجيين في منشآت الأعمال السعودية الهادفة لتحقيق الربح، وتحليل مقوماتها؛ لتحديد العوامل الأساسية التي تختص بكل نمط منها، وكذلك التعرف على مدى إدراك هؤلاء المديرين للمفاهيم الأساسية للإدارة الإستراتيجية، ومدى اختلاف ذلك من صناعة لأخرى، ومدى أخذهم بهذه المفاهيم. وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- معظم المنشآت بنسبة (٦٥.٤%) تمارس الإدارة الإستراتيجية بصورة جزئية ونسبة (٢١%) منها بصورة شاملة أو مكثفة.
- وجود اعتقاد عام وواسع بضرورة وأهمية ممارسة الإدارة الإستراتيجية بالنسبة للمديرين.
- أهمية ممارسة الإدارة الإستراتيجية، والأخذ بمفاهيمها تختلف باختلاف الصناعة والمعيار الذي تأخذه الإدارة وخاصة المعايير غير المالية التي يصعب التعبير عنها بصورة كمية والتي تتأثر بدرجة تقاؤل أو تشاؤم المدير بالنسبة للمنافسين. وأوصت الدراسة بأهمية ضرورة تطبيق الإدارة الإستراتيجية في المنشآت السعودية وذلك لدورها في ضمان الربح وتزايد، ونمو المنشأة وتطورها.

٢/ دراسة (Thomas & Wheelen, 1998) بعنوان: (أثر الاتجاه الاستراتيجي على الإنتاجية الربحية). هدفت الدراسة إلى التعرف على الاتجاه الاستراتيجي في الإدارة، وأثره على الربحية والإنتاجية. وتوصلت الدراسة إلى أن شركات الأعمال التي تطبق مفاهيم الإدارة الإستراتيجية قد أظهرت تحسنا ملموسا في المبيعات الربحية والإنتاجية، مقارنة بشركات ليس لديها أنشطة تخطيطية منتظمة، وأنه حتى (٨٠%) من التحسن الممكن في ربحية الشركة تم تحقيقه من خلال التغيرات في الاتجاه الاستراتيجي للشركة. وقد أظهر المسح أن أعلى ثلاثة فوائد في الترتيب نتيجة لتطبيق الإدارة الإستراتيجية للشركة هي:

- إدراك أوضح للرؤية المستقبلية الإستراتيجية للشركة.
- تركيز أقوى على كل ما هو مهم من الناحية الإستراتيجية.
- فهم أفضل للبيئة سريعة التغير والتصرف حسبها.

٣/ دراسة (عبد، ١٩٩٩) بعنوان: (الإدارة الإستراتيجية: أهميتها وضرورتها في مواجهة تحديات التنمية في الجمهورية اليمنية). هدفت الدراسة إلى التعرف على أبرز مشكلات ومعوقات التنمية، والتعرف عن طريقها على الوضع الاقتصادي والاجتماعي بصورة عامة و إبراز أهمية الإدارة الإستراتيجية وشروط نجاحها، وتوصلت إلي أن أهم معوقات التنمية (الفجوة بين معدلات النمو الاقتصادية ومعدل النمو السكاني) وذلك من حيث التوزيع والتركيب السكاني والخصائص النوعية للسكان، وكذلك (الغذاء والأمن الغذائي) والمتمثلة في عدم إمكانية تحقيق اكتفاء ذاتي على المدى القريب والمتوسط، وعدم قدرة الموارد المالية المتاحة على تأمين الغذاء، وكذلك (مشكلة المياه) المتمثلة في نوعية المياه وتلوثها. وأكدت الدراسة أن مشكلات ومعوقات التنمية إجمالاً لا تشكل دوافع حقيقية نحو التفكير في الإدارة الإستراتيجية فحسب، بل من الصعب تجاوزها ومواجهتها دون فعل استراتيجي مناسب وإدارة إستراتيجية فاعلة. أي يجب أن يكون المدخل الاستراتيجي أساساً للقيام بالإصلاحات وتحقيق الأهداف.

٤/ دراسة (الغزالي، ٢٠٠٠) بعنوان: (الإدارة الإستراتيجية في المؤسسات العامة الأردنية: دراسة ميدانية). هدفت الدراسة إلى التعرف إلى مدى وعي الإدارات العليا في المؤسسات العامة الأردنية

بمفهوم الإدارة الإستراتيجية ودرجة ممارستها في تلك المؤسسات، كما هدفت الدراسة إلى التعرف على درجة المشاركة في وضع الخطط الإستراتيجية والعوامل التي تؤخذ بعين الاعتبار عند وضع هذه الخطط واتجاهات المديرين (إدارة عليا) نحو مزايا التخطيط الإستراتيجي. وتوصلت إلي الأتي:

- لدى (٥٧.٣%) من مديري الإدارات العليا في المؤسسات العامة الأردنية فهم صحيح ووعي بمفهوم الإدارة والتخطيط الإستراتيجي. بينما لدى نسبة كبيرة بلغت (٤٢,٧%) غموض أو عدم وضوح في مفهوم الإدارة الإستراتيجية.
- تقوم المؤسسات العامة الأردنية بممارسة التخطيط الإستراتيجي بدرجة متوسطة حيث بلغ المتوسط الحسابي لقرارات هذا المجال (٣,٣٩).
- لدى مديري الإدارات العليا في المؤسسات العامة الأردنية اتجاهات إيجابية نحو مزايا التخطيط الإستراتيجي.
- وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) بين وضوح مفهوم التخطيط الإستراتيجي ودرجة ممارسته حيث بلغ معامل الارتباط " ٠.١٩ " .
- وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة " ٠.٠٥ " بين اتجاهات المديرين نحو مزايا التخطيط الإستراتيجي ودرجة ممارسته حيث بلغ معامل الارتباط (٠.٢١).

٥/ دراسة (Bonn,2001) بعنوان: (تطوير الفكر الإستراتيجي كأساس للمنافسة). هدفت الدراسة إلى التعرف على الفكر الإداري الإستراتيجي، ومدى الإبداع الذي يكمن في القدرة على الإدارة مع الظروف البيئية المتغيرة، مما يزيد من قدرة المنظمة على النمو والبقاء، كما هدفت الدراسة إلى إظهار أهمية الإدارة الإستراتيجية والتخطيط الإستراتيجي في إدارة المؤسسات، وذلك بما تحققه من إبداع وقدرة على التنبؤ بالمتغيرات التي تطرأ على البيئتين (الداخلية والخارجية). وخلصت الدراسة إلى أن الفكر الإداري الإستراتيجي يجب أن يبحث على مستويين وهما مستوى الفرد ومستوى المنظمة. ولقد توصلت الدراسة إلى أن المنظمات التي تحقق التكامل بين هذين البعدين سوف توجد الأساس لتحقيق ميزة تنافسية مستمرة.

٦/ دراسة (حسين، ٢٠٠١) بعنوان: (القيادة الإستراتيجية ودورها في صياغة التوجيه الإستراتيجي الجامعي). هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور القيادة الإستراتيجية لجامعتي عدن وصنعاء في اليمن في صياغة التوجيه الإستراتيجي الجامعي، وخصائص دور القيادة الإستراتيجية الأكاديمية والإجراءات وصياغة التوجيه الإستراتيجي لدى الجامعتين. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج والتي كان من أهمها:

- إن التوجيه الإستراتيجي في صياغة الأهداف لدى إدارتي جامعة عدن أكبر إيجابية منه لدى إدارتي جامعة صنعاء.
- إدارتي جامعة عدن هم أكثر توجيهها إستراتيجيا لعملية التنفيذ للأهداف الإستراتيجية للجامعة من إدارتي جامعة صنعاء.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أداء إدارتي جامعة عدن وأداء إدارتي جامعة صنعاء في التوجيه الإستراتيجي للتقويم والرقابة بنسبة تتراوح (٧٠.٨ - ٥١.٤) بالنسبة لجامعة عدن في حين تتراوح بين (٥٣-٤٤) بالنسبة لإدارتي جامعة صنعاء.
- رغم أن التوجه أكثر لصالح جامعة عدن إلا أنه لم يصل إلى درجة الطموح المطلوب في عملية التوجه. وفي ضوء النتائج السابقة أوصت الدراسة بضرورة التوجه الإستراتيجي في صياغة الأهداف من قبل إدارتي جامعة صنعاء.

٧/ دراسة (Brennan, 2003) بعنوان: (الإدارة الإستراتيجية والتسويق والقوى البشرية في كليات التعليم العالي). هدفت الدراسة إلى التحقق من مدى تطبيق التسويق الفعال في قطاع التعليم العالي في (بريطانيا)، وتقييم درجة التكامل بين الوظائف الإستراتيجية وبشكل خاص بين التسويق وإستراتيجية إدارة القوى البشرية. وتوصلت الدراسة إلى أن هناك سوء في التقدير لأهمية التسويق الفعال وإدارة القوى البشرية، وسوء التقدير للميزات التي يمكن الحصول عليها من خلال التكامل بين التسويق وإستراتيجيات القوى البشرية وتكاملهم جميعاً من ناحية الإدارة الإستراتيجية والجودة. وأوصت الدراسة بضرورة التكامل الفعال بين إستراتيجيات التسويق وإستراتيجيات القوى البشرية.

٨/ دراسة (Seibert, 2004) بعنوان: (تحديد الإدارة الإستراتيجية للاستشارة الفاعلة الضرورية للمشاريع الصغيرة وتطوير المراكز التقنية). هدفت الدراسة إلى التمييز بين ضروريات الكفاءة الإدارية (المعرفة، المهارة، المواقف) لدى مديري مؤسسات الأعمال والمشاريع الصغيرة ومراكز التطوير التقني في (كارولينا الشمالية)، كما هدفت إلى معرفة دور الإدارة الإستراتيجية في تغيير الإدارة وتطويرها ومدى تطبيق الإستراتيجيات في خدمة الزبائن، ومدى ربطها بمستوى الأداء المطلوب. وقد تم التركيز في هذه الدراسة على أسلوب ديلفي (Delphi) كأولوية لآراء الخبراء في رفع الكفاءات الإدارية. وتوصلت الدراسة إلى:

- للإدارة الإستراتيجية أثر واضح على تطور الأداء وتحسين فرص خدمة الزبائن.
- رغم عدم وجود بعض المعرفة لدى بعض المديرين بالإدارة الإستراتيجية إلا أنهم يمارسونها من خلال بعض المواقف.
- هناك علاقة إيجابية بين المعرفة والمهارة في تطبيق مبادئ الإدارة الإستراتيجية.

٩/ دراسة (عساف، ٢٠٠٥) بعنوان: (واقع الإدارة المدرسية في محافظات غزة في ضوء معايير الإدارة الإستراتيجية). هدفت الدراسة إلى دراسة واقع الإدارة المدرسية في ضوء معايير الإدارة الإستراتيجية ورصد مدى تطبيق هذا النمط الإداري في مدارس محافظة غزة وإلى التعرف إلى قدرة هذا النمط على الإصلاح داخل التغيير الكمي والنوعي في البيئة واستخدام الباحث المنهج الوصفي التحليلي وصمم لذلك استبانته مكونة من (٦٥) فقرة موزعة على ثلاثة أبعاد، وتكونت عينة الدراسة من جميع مديري مديريات المدارس الحكومية بمحافظة غزة وعددهم (١٢٨). وتوصلت الدراسة إلى الآتي:-

- إن مديري المدارس لديهم مفاهيم واضحة لمبادئ الإدارة الإستراتيجية، واتجاهات إيجابية نحو تطبيقها في الإدارة المدرسية إلا أنهم يمارسونها بنسبة (٨٢%).
- عدم وجود فروق دالة إحصائية في الممارسات الإدارية لدى مديري المدارس في ضوء معايير الإدارة الإستراتيجية تعزى لعامل الجنس، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، ولكن توجد فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى المرحلة التعليمية وذلك لصالح المرحلة الثانوية. وأوصت الدراسة بالآتي:-
- ضرورة صياغة إستراتيجية واضحة للمدرسة تتكامل مع الإستراتيجية العامة متضمنة الغايات التي تريد الإدارة الإستراتيجية تحقيقها والرؤية المستقبلية لدورها.
- ضرورة إعداد دورة تدريبية للمديرين حول مبادئ الإدارة الإستراتيجية والتخطيط الإستراتيجي.

١٠/ دراسة (Stedham, 2006) بعنوان: (كفاءات الإدارة الإستراتيجية بين مديري القوى البشرية في كليات المجتمع في ولاية تكساس الأمريكية). هدفت الدراسة إلى التعرف على المستويات المتوقعة والحقيقية للكفاءات الضرورية للإدارة الإستراتيجية الفعالة بين وجهات نظر

كل من مديرين القوي البشرية والمديرين التنفيذيين في كليات المجتمع في ولاية تكساس. وتوصلت الدراسة إلى الآتي:

- المديرون التنفيذيون ومديرو القوي البشرية اتفقوا في تقديرهم للكفاءات الضرورية المتوقعة للأداء الإستراتيجي لمديري القوي البشرية، علي الرغم من أن مديري القوي البشرية يعتقدون أن الكفاءة الحقيقية منسجمة مع درجة الكفاءة المطلوبة أو المتوقعة بعكس المديرين التنفيذيين.

- مديرو القوي البشرية لديهم مبالغة في عوامل الكفاءة في الإدارة الإستراتيجية عند مقارنتها بوجهات نظر المديرين التنفيذيين.

وأوصت الدراسة بضرورة بذل جهد أكبر سواء من المديرين التنفيذيين أو مديري القوي البشرية لمعالجة نقص الكفاءة في الإدارة الإستراتيجية.

١١ / دراسة (Coleman, 2006) بعنوان: (الإدارة الإستراتيجية وقياس الأداء في مؤسسات الشرطة الكندية). هدفت هذه الدراسة إلى دراسة قياس الأداء و الإدارة الإستراتيجية المنسجمة مع القطاع الخاص والقطاع العام بشكل معاصر. وكذلك هدفت الدراسة إلى تطوير النموذج التقليدي لهذه الشرطة، لكي يصبح نموذجاً مجتمعياً معاصراً ولتحقيق هدف الدراسة استخدم الباحث عينة مسحية مكونة من (٧٥) قائداً للمؤسسات الشرطة في كندا، أعد الباحث لذلك استبانته وزعت علي جميع أفراد العينة. وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- بعض الخدمات الشرطة كانت متقدمة بشكل واضح حتى إذا كان الاستخدام للبعد الإستراتيجي ومبدأ التركيز علي النتائج بشكل جزئي.

- غياب البعد الإستراتيجي في العديد من المؤسسات التي أجري عليها المسح. وأوصت الدراسة بضرورة تحديث العمل الشرطي وذلك باستخدام الإدارة الإستراتيجية وتقييم الأداء.

هدفت الدراسات السابقة والتي تم إيرادها على سبيل المثال وليس على سبيل الحصر إلي دراسة واقع تطبيق مفهوم الإدارة الإستراتيجية في مختلف المؤسسات الخدمية والربحية من خلال تطبيق هذا المفهوم ومعرفة مدى تأثيره على نواحي النشاط فيها. وقد تم إجراء هذه الدراسات في ظل واقع يهتم بتطبيق الأسس الحديثة في الإدارة في مجتمعات نالت حظها من التقدم الاقتصادي وأصبحت لها ميزات تنافسية مكنتها من تحقيق الريادة على المجتمعات الأخرى.

وهذه الدراسة هي محاولة للاستفادة من تطبيق مفهوم الإدارة الإستراتيجية في المؤسسات السودانية من خلال واقع المجتمع السوداني وأنشطته الاقتصادية التي تتسم بالحدثة في معظم المشروعات المتعلقة بالصناعات الثقيلة. ودراسة مدى فهم القائمين على أمر هذه المشروعات لمفهوم الإدارة الإستراتيجية وكيفية تطبيقه على الأنشطة الإدارية فيها بصفة عامة وأنشطتها التسويقية بصفة خاصة.

الدراسة الميدانية

توصيف البيانات الشخصية:

الاستبيانات الموزعة والمستلمة:

تم توزيع عدد مائة استبانة على المبحوثين واستلمت جميعها، أي بنسبة ١٠٠% كما موضح بالجدول.

توزيع المبحوثين حسب النوع:

تم سؤال المبحوثين عن النوع وقد أعطيت إجابتان هما ذكر وأنثى وجدول (١) يوضح إجاباتهم على هذا المتغير.

جدول (١) توزيع المبحوثين حسب النوع

النسبة %	العدد	النوع
٩٠	٩٠	ذكر
١٠	١٠	أنثى
١٠٠	١٠٠	المجموع

كشف جدول (١) أن ٩٠% منهم ذكور وأن ١٠% الباقية من الإناث، ويمكن تعليل ذلك على أن العمل في الشركة يحتاج إلي دوام صباحي ومسائي وهذا يوضح أن الشركة تفضل الاعتماد على العمالة من الذكور أكثر من الإناث لطبيعة الأنشطة التي يتم أدائها فيها.

توزيع المبحوثين حسب العمر:

بسؤال المبحوثين عن العمر أعطوا أربع إجابات محتملة وجدول (٢) يوضح إجاباتهم عن هذا المتغير.

جدول (٢) توزيع المبحوثين حسب العمر

النسبة %	العدد	العمر
٤٦	٤٦	أقل من ٣٠ سنة
٣٠	٣٠	٣٠ - ٣٩
١٨	١٨	٤٠ - ٤٩
٦	٦	٥٠ فأكثر
١٠٠	١٠٠	المجموع

يبين جدول (٢) أن ٤٦% منهم تتراوح أعمارهم من ٢١ سنة وأقل من ٣٠ سنة، و ٣٠% منهم تتراوح أعمارهم من ٣٠ وأقل من ٤٠ سنة، و ١٨% منهم تتراوح أعمارهم من ٤٠ وأقل من ٥٠ سنة و ٦ أفراد منهم أعمارهم أكثر من ٥٠ سنة.

توزيع المبحوثين حسب الحالة الزوجية:

تم سؤال المبحوثين عن الحالة الزوجية وقد منحوا ثلاث إجابات هي متزوج، عازب، أخرى (أرمل - مطلق)، فكانت إجاباتهم على هذا المتغير كما هو موضح في جدول (٣).

جدول (٣) توزيع المبحوثين حسب الحالة الزوجية

النسبة %	العدد	الحالة الزوجية
٣٥	٣٥	عازب
٦٤	٦٤	متزوج
١	١	أخرى (مطلق، أرمل)
١٠٠	١٠٠	المجموع

يوضح جدول (٣) أن ٣٥% منهم عزاب، وأن ٦٤% منهم متزوجين، وأن واحد منهم يقع تحت حالات أخرى (مطلق - أرمل).

توزيع المبحوثين حسب مستوى التعليم:

لمعرفة المستوى التعليمي للمبحوثين، تم إعطاء المبحوثين عدد من الإجابات تمثلت في مستويات التعليم المختلفة ولقد جاءت وفقاً لما موضح بالجدول (٤).

جدول (٤) توزيع المبحوثين حسب مستوى التعليم

النسبة %	العدد	مستوى التعليم
١٦	١٦	دبلوم
٦٨	٦٨	بكالوريوس
١٦	١٦	دراسات عليا
١٠٠	١٠٠	المجموع

يوضح جدول (٤) أن ١٦% منهم حملة الدبلوم سواء كانت دبلومات وسيطة أو مهنية، وأن ٦٨% منهم حملة البكالوريوس، وأن ١٦% منهم يحملون مؤهل علمي فوق الجامعي.

توزيع البيانات الأساسية:

مدى تطبيق الإدارة الإستراتيجية بالشركة:

تم سؤال المبحوثين في شركة جياذ للسيارات عن مدى تطبيق مفهوم الإدارة الإستراتيجية هل هو سليم أم غير سليم؟ وكانت إجاباتهم كما هي مبينة في جدول (٥).

جدول (٥) تطبيق الإدارة الإستراتيجية

النسبة %	العدد	تطبيق الإدارة الإستراتيجية
٣٠	٣٠	سليم
٥٨	٥٨	سليم إلى حد ما
١٢	١٢	غير سليم
١٠٠	١٠٠	المجموع

يبين جدول (٥) أن ٣٠% منهم أشاروا إلى أن تطبيق الإدارة الإستراتيجية سليم، بينما ٥٨% منهم بينوا أن تطبيق الإدارة الإستراتيجية سليم إلى حد ما، بينما ذكر ١٢% منهم بأن تطبيق الإدارة الإستراتيجية غير سليم. ولوحظ على بيانات الجدول أن معظم المبحوثين أشاروا إلى أن تطبيق الإدارة الإستراتيجية سليم إلى حد ما.

جودة تسويق المنتجات:

لمعرفة جودة تسويق المنتجات في شركة جياذ للسيارات تم استفسار المبحوثين عن ذلك وأعطى لهم ثلاث إجابات هي أوافق، محايد، لا أوافق، وجدول (٦) يوضح إجابات المبحوثين لهذا السؤال.

جدول (٦) جودة تسويق الخدمات

النسبة %	العدد	جودة تسويق الخدمات
٣٩	٣٩	أوافق
٢١	٢١	محايد
٤٠	٤٠	لا أوافق
١٠٠	١٠٠	المجموع

يوضح جدول (٦) بأن ٣٩% من المبحوثين وافقوا على جودة تسويق المنتجات في شركة جياذ للسيارات، بينما ٢١% من المبحوثين محايدين بينما ٤٠% منهم لا يوافقون على جودة تسويق المنتجات في الشركة.

تسعير المنتجات:

تم سؤال المبحوثين عن تسعير المنتجات في شركة جيااد للسيارات هل هو مرتفع أم متوسط أم منخفض ؟ وكانت إجاباتهم كما هي مبينة في جدول (٧).

جدول (٧) تسعير المنتجات في شركة جيااد للسيارات

النسبة %	العدد	تسعير الخدمات
١٥	١٥	منخفض
٨٥	٨٥	متوسط
٠	٠	مرتفع
١٠٠	١٠٠	المجموع

يوضح جدول (٧) أن ١٥% من المبحوثين بينوا أن تسعير المنتجات في شركة جيااد للسيارات منخفض، بينما ٨٥% من المبحوثين ذكروا أن تسعير الخدمات في الشركة متوسط، ولا يوجد أحد من المبحوثين يقول أن تسعير المنتجات في الشركة مرتفع.

ترويج المنتجات:

تم سؤال المبحوثين عن هل ترويج المنتجات في شركة جيااد للسيارات يحقق تسويق منتجات الشركة وتم تقسيمه إلى أوافق، محايد، غير موافق وكانت إجاباتهم كما هي مبينة في جدول (٨).

جدول (٨) ترويج المنتجات في شركة جيااد للسيارات يحقق تسويق منتجاتها

النسبة %	العدد	ترويج المنتجات
٥٣	٥٣	أوافق
٢٢	٢٢	محايد
٢٥	٢٥	لا أوافق
١٠٠	١٠٠	المجموع

يوضح جدول (٨) أن ٥٣% من المبحوثين يوافقون على أن ترويج المنتجات في شركة جيااد للسيارات يحقق تسويق منتجاتها، بينما ٢٢% من المبحوثين محايدين على أن ترويج المنتجات في الشركة يحقق تسويق منتجاتها، وأن ٢٥% من المبحوثين لا يوافقون على أن ترويج المنتجات في الشركة يحقق تسويق خدماتها.

توزيع المنتجات:

تم سؤال المبحوثين عن توزيع المنتجات في شركة جيااد للسيارات يغطي السوق المحلي، السوق الإقليمي، السوق العالمي. وكانت إجاباتهم كما هي مبينة في جدول (٩).

جدول (٩) تغطية توزيع المنتجات

النسبة %	العدد	تغطية توزيع المنتجات
٣٧	٣٧	السوق المحلي
٤٧	٤٧	السوق الإقليمي
١٦	١٦	السوق العالمي
١٠٠	١٠٠	المجموع

يوضح جدول (٩) أن هناك ٣٧% من المبحوثين بينوا أن توزيع المنتجات في شركة جياذ للسيارات يغطي السوق المحلي، بينما هناك ٤٧% منهم ذكر أن توزيع المنتجات في شركة جياذ للسيارات يغطي السوق الإقليمي، بينما هناك ١٦% من المبحوثين قالوا أن توزيع المنتجات في شركة جياذ للسيارات يغطي السوق العالمي.

تطوير المنتجات:

تم سؤال المبحوثين عن تطوير المنتجات في شركة جياذ للسيارات، وقد أعطوا ثلاث إجابات وهي كافي، كافي إلي حد ما، غير كافي، وكانت إجاباتهم كما هي مبينة في جدول (١٠).

جدول (١٠) تطوير المنتجات في شركة جياذ للسيارات

النسبة %	العدد	تطوير المنتجات
٥	٥	كافي
٣٧	٣٧	كافي إلي حد ما
٥٨	٥٨	غير كافي
١٠٠	١٠٠	المجموع

يوضح جدول "١٠" أن هناك ٥ أفراد من المبحوثين يرون أن تطوير المنتجات في شركة جياذ كافي، بينما هناك ٣٧% منهم يذكرون أن تطوير المنتجات في شركة جياذ كافي إلي حد ما. وأن هناك ٥٨% منهم يروا أن تطوير المنتجات في شركة جياذ غير كافي.

تحليل البيانات الأساسية:

طريقة تحليل البيانات:

لتحليل بيانات الدراسة تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS). باستخدام طريقة مربع كاي (س٢) عند مستوى معنوية ٥% (٠.٠٥) فأكثر كما هو متبع في العلوم الاجتماعية. يعني ذلك أنه إذا كانت قيمة كاي ٢ المحسوبة عند مستوى ٥% (٠.٠٥) أو درجة ثقة ٩٥% أكثر من قيمتها في جدول توزيع قيمة كاي. أما إذا كانت قيمة مربع كاي أقل من قيمتها في جدول توزيع مربع كاي أو عند مستوى معنوية أقل من ٥% فيعني ذلك قبول فرض العدم وبالتالي رفض الفرض البديل (فرض البحث). كما استخدم في هذا البحث معامل التوافق (ق ر) لقياس مستوى أو درجة العلاقة بين المتغيرين المستقل والتابع لكل فرض بديل. وبعد الوصف التحليلي للبيانات الخاصة بظواهر البحث وللوصول لمعرفة العلاقة بين الإدارة الإستراتيجية وتسويق وتسعير وترويج وتوزيع وتطوير المنتجات في شركة جياذ للسيارات. يتم استخدام طريقة مربع كاي (س٢) لكي تعطي بعض الأسس لاتخاذ القرارات بشأن هذه الحالة ويتم الاختبار على فرض العدم الذي يقول (ليس هناك علاقة بين الإدارة الإستراتيجية كمستقل وتسويق وتسعير وترويج وتوزيع وتطوير المنتجات في شركة جياذ للسيارات كمغيرات تابعة) فإذا كانت قيمة مربع كاي (س٢) المحسوبة عند مستوى معنوية ٥% فأكثر. أكبر من قيمة كاي (س٢) الجدولية يرفض حينها فرض العدم ويكون الفرض البديل (فرض البحث) صحيحاً. أما إذا كانت قيمة مربع كاي (س٢) المحسوبة عند مستوى معنوية أقل من ٥% فسيقبل عندها فرض العدم وبالتالي يكون الفرض البديل (فرض البحث) غير صحيح.

الفرضية الأولى: العلاقة بين الإدارة الإستراتيجية وتسويق المنتجات في شركة جياذ للسيارات: إن الهدف الأساسي لهذا البحث هو اختبار فرض البحث الذي يقول (هناك علاقة بين الإدارة الإستراتيجية وتسويق المنتجات في شركة جياذ للصناعات).

لتحقيق هذا الهدف تم تقسيم الظاهرة الأولى وهي تطبيق الإدارة الإستراتيجية (المتغير المستقل) إلى سليم، سليم إلي حد ما، غير سليم جدول (٥)، وتقسيم الظاهرة الثانية وهي تسويق المنتجات (متغير تابع) إلى أوافق، محايد، لا أوافق جدول (٦). ويمكن دراسة الظاهرتين معاً حسب هذا التقسيم كما هو مبين في جدول (١١).

جدول (١١) العلاقة بين الإدارة الإستراتيجية وتسويق المنتجات

تسويق المنتجات								تطبيق الإدارة الإستراتيجية
مجموع الصفوف		لا أوافق		محايد		أوافق		
النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	
٣٠	٣٠	٦	٦	١	١	٢٣	٢٣	سليم
٥٨	٥٨	٢٣	٢٣	٢٠	٢٠	١٥	١٥	سليم إلي حد ما
١٢	١٢	١١	١١	٠	٠	١	١	غير سليم
١٠٠	١٠٠	٤٠	٤٠	٢١	٢١	٣٩	٣٩	المجموع
مستوى المعنوية = ٠.٠٠٠		٤ درجات حرية				مربع كاي (س) = ٣٩.٣٨٤		
		مستوى المعنوية = ٠.٠٠٠				معامل التوافق (ق) = ٠.٦٥		

قيمة مربع كاي (س) المحسوبة هي ٣٩.٣٨٤، عند ٤ درجات حرية وتحت مستوى معنوية = ٠.٠٠٠. بينما تبلغ قيمة مربع كاي (س) الجدولية (القيمة الحرجة) عند ٤ درجات حرية ومستوى معنوية ٠.٠٥ = ٩.٤٨٨.

وبمقارنة مربع كاي (س) المحسوبة بقيمة مربع كاي (س) الجدولية يتم رفض صحة فرض العدم. وبالتالي فإن العلاقة بين الإدارة الإستراتيجية وتسويق المنتجات في شركة جياذ علاقة جوهرية ومن ثم فإن الفرض الذي يقول (هناك علاقة بين الإدارة الإستراتيجية وتسويق المنتجات في شركة جياذ) صحيح وهذه النتيجة تؤيد نتائج معظم الدراسات السابقة والنظريات العلمية في هذا المجال.

ونجد إن طريقة مربع كاي (س) حددت وجود العلاقة ذات الدلالة الإحصائية بين تطبيق الإدارة الإستراتيجية وتسويق المنتجات، ولكنها لم تحدد مستوى أو درجة هذه العلاقة. ومعامل التوافق يحدد ذلك. يوضح جدول اختبار كا ٢١ إن قيمة معامل التوافق (ق) تبلغ ٠.٦٥. وهذه القيمة لمعامل التوافق تعني أن معامل التوافق للعلاقة بين تطبيق الإدارة الإستراتيجية وتسويق المنتجات = ٠.٦٥.

الفرضية الثانية: العلاقة بين الإدارة الإستراتيجية وتسعير المنتجات في شركة جياذ للسيارات:
إن الهدف الأساسي لهذا البحث هو اختبار فرض البحث الذي يقول (هناك علاقة بين الإدارة الإستراتيجية وتسعير المنتجات شركة جياذ للسيارات).
ولتحقيق هذا الهدف تم تقسيم الظاهرة الأولى وهي تطبيق الإدارة الإستراتيجية (المتغير المستقل) إلى سليم، سليم إلي حد ما، غير سليم (جدول (٥))، وتقسيم الظاهرة الثانية وهي تسعير المنتجات (المتغير التابع) إلى منخفض، متوسط، مرتفع (جدول (٧)). ويمكن دراسة الظاهرتين معاً حسب هذا التقسيم كما هو مبين في جدول (١٢).

جدول (١٢) العلاقة بين الإدارة الإستراتيجية وتسعير المنتجات

تسعير الخدمات						تطبيق الإدارة الإستراتيجية			
مجموع الصفوف		مرتفع		متوسط				منخفض	
النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد			النسبة %	العدد
٣٠	٣٠	٠	٠	٣٠	٣٠	٠	٠	سليم	

٥٨	٥٨	٠	٠	٤٨	٤٨	١٠	١٠	سليم إلي حد ما
١٢	١٢	٠	٠	٧	٧	٥	٥	غير سليم
١٠٠	١٠٠	٠	٠	٨٥	٨٥	١٥	١٥	مجموع الأعمدة
مستوى المعنوية = ٠.٠٢		٢ درجات حرية				مربع كاي (س) = ١٢.٢١٥ -		
		مستوى المعنوية = ٠.٠٢				معامل التوافق (ق) = ٠.٤٧		

يبين اختبار كا ٢ إن قيمة مربع كاي (س) المحسوبة هي ١٢.٢١٥، عند ٢ درجات حرية وتحت مستوى معنوية = ٠.٠٢. بينما تبلغ قيمة مربع كاي (س) الجدولية (القيمة الحرجة) عند ٢ درجات حرية ومستوى معنوية ٠.٠٥ = ٠.٩٩١.

بمقارنة مربع كاي (س) المحسوبة بقيمة مربع كاي (س) الجدولية يرفض صحة فرض العدم. وبالتالي فإن العلاقة بين الإدارة الإستراتيجية وتسعير المنتجات في شركة جياذ علاقة جوهرية ومن ثم فإن الفرض الذي يقول (هناك علاقة بين الإدارة الإستراتيجية وتسعير المنتجات في شركة جياذ) صحيح وهذه النتيجة تؤيد نتائج معظم الدراسات السابقة والنظريات العلمية في هذا المجال.

كما نجد إن طريقة مربع كاي (س) حددت وجود العلاقة ذات الدلالة الإحصائية بين تطبيق الإدارة الإستراتيجية وتسعير المنتجات، ولكنها لم تحدد مستوى أو درجة هذه العلاقة. ونجد أن معامل التوافق يحدد ذلك. يوضح اختبار كا ٢ إن قيمة معامل التوافق (ق) تبلغ ٠.٤٧. وهذه القيمة لمعامل التوافق تعني أن معامل التوافق للعلاقة بين تطبيق الإدارة الإستراتيجية وتسعير الخدمات = ٤٧٪.

الفرضية الثالثة: العلاقة بين الإدارة الإستراتيجية وترويج المنتجات في شركة جياذ:

إن الهدف الأساسي لهذا البحث هو اختبار فرض البحث الذي يقول (هناك علاقة بين الإدارة الإستراتيجية وترويج المنتجات في شركة جياذ للسيارات).

ولتحقيق هذا الهدف تم تقسيم الظاهرة الأولى وهي تطبيق الإدارة الإستراتيجية (متغير مستغل) إلى سليم، سليم إلي حد ما، غير سليم، (جدول "٥")، وتقسيم الظاهرة الثانية وهي ترويج المنتجات (متغير تابع) إلى أوافق، محايد، لا أوافق جدول (٨). ويمكن دراسة الظاهرتين معاً حسب هذا التقسيم كما هو مبين في جدول (١٣).

جدول (١٣) العلاقة بين الإدارة الإستراتيجية وترويج المنتجات

ترويج المنتجات						تطبيق الإدارة الإستراتيجية		
مجموع الصفوف		لا أوافق		محايد				أوافق
النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	
٣٠	٣٠	١	١	٧	٧	٢٢	٢٢	سليم
٥٨	٥٨	١٨	١٨	١٥	١٥	٢٥	٢٥	سليم إلي حد ما
١٢	١٢	٦	٦	٠	٠	٦	٦	غير سليم
١٠٠	١٠٠	٢٥	٢٥	٢٢	٢٢	٥٣	٥٣	مجموع الأعمدة
مستوى المعنوية = ٠.٠٠٣		٤ درجات حرية				مربع كاي (س) = ١٥.٩٦٨		
		مستوى المعنوية = ٠.٠٠٣				مستوى التوافق (ق) = ٠.٤٦		

يوضح اختبار كا ٢ إن قيمة مربع كاي (س) المحسوبة هي ١٥.٩٦٨، عند ٤ درجات حرية وتحت مستوى معنوية = ٠.٠٠٣. بينما تبلغ قيمة مربع كاي (س) الجدولية (القيمة الحرجة) عند ٤ درجات حرية ومستوى معنوية ٠.٠٥ = ٩.٤٨٨.

وبمقارنة مربع كاي (س٢) المحسوبة بقيمة مربع كاي (س٢) الجدولية يرفض صحة فرض العدم. وبالتالي فإن العلاقة بين الإدارة الإستراتيجية وترويج المنتجات في شركة جيااد للسيارات علاقة جوهرية ومن ثم فإن الفرض الذي يقول (هناك علاقة بين الإدارة الإستراتيجية وترويج المنتجات في شركة جيااد للسيارات) صحيح وهذه النتيجة تؤيد نتائج معظم الدراسات السابقة والنظريات العلمية في هذا المجال.

ونجد إن طريقة مربع كاي (س٢) حددت وجود العلاقة ذات الدلالة الإحصائية بين تطبيق الإدارة الإستراتيجية وترويج الخدمات، ولكنها لم تحدد مستوى أو درجة هذه العلاقة. ولكن معامل التوافق يحدد ذلك. ويوضح اختبار كا٢ إن قيمة معامل التوافق (ق ر) الذي يبلغ ٠.٤٦. وهذه القيمة لمعامل التوافق تعني أن معامل التوافق للعلاقة بين تطبيق الإدارة الإستراتيجية وترويج المنتجات = ٤٦%.

الفرضية الرابعة: العلاقة بين الإدارة الإستراتيجية وتوزيع المنتجات في شركة جيااد للسيارات:
إن الهدف الأساسي لهذا البحث هو اختبار فرض البحث الذي يقول (هناك علاقة بين الإدارة الإستراتيجية وتوزيع المنتجات في شركة جيااد للسيارات).
ولتحقيق هذا الهدف تم تقسيم الظاهرة الأولى وهي تطبيق الإدارة الإستراتيجية (المتغير المستقل) إلى سليم، سليم إلي حد ما، غير سليم، (جدول "٥")، وتقسيم الظاهرة الثانية (المتغير التابع) وهي توزيع المنتجات إلى السوق المحلي، السوق الإقليمي، السوق العالمي جدول(٩). ويمكن دراسة الظاهرتين معاً حسب هذا التقسيم كما هو مبين في جدول(١٤).

جدول (١٤) العلاقة بين الإدارة الإستراتيجية وتوزيع المنتجات

توزيع الخدمات								تطبيق الإدارة الإستراتيجية
السوق المحلي		السوق الإقليمي		السوق العالمي		مجموع الصفوف		
العدد	النسبة%	العدد	النسبة%	العدد	النسبة%	العدد	النسبة%	سليم سليم إلي حد ما غير سليم مجموع الأعمدة
١٢	١٢	٣	٣	١٥	١٥	٣٠	٣٠	
١٥	١٥	٤٣	٤٣	٠	٠	٥٨	٥٨	
١٠	١٠	١	١	١	١	١٢	١٢	
٣٧	٣٧	٤٧	٤٧	١٦	١٦	١٠٠	١٠٠	
مربع كاي (س٢) = ٦٢.٠٢٠		٢ درجات حرية.		مستوى المعنوية = ٠.٠٠٠				
معامل التوافق (ق ر) = ٠.٧٦				مستوى المعنوية = ٠.٠٠٠				

يوضح اختبار كا٢ قيمة مربع كاي (س٢) المحسوبة هي ٦٢.٠٢٠، عند ٤ درجات حرية وتحت مستوى معنوية = ٠.٠٠٠. بينما تبلغ قيمة مربع كاي (س٢) الجدولية (القيمة الحرجة) عند ٤ درجات حرية ومستوى معنوية ٠.٠٥ = ٩.٤٨٨.

وبمقارنة مربع كاي (س٢) المحسوبة بقيمة مربع كاي (س٢) الجدولية يرفض صحة فرض العدم. وبالتالي فإن العلاقة بين الإدارة الإستراتيجية وتوزيع المنتجات في شركة جيااد للسيارات علاقة جوهرية ومن ثم فإن الفرض الذي يقول (هناك علاقة بين الإدارة الإستراتيجية وتوزيع المنتجات في شركة جيااد للسيارات) صحيح وهذه النتيجة تؤيد نتائج معظم الدراسات السابقة والنظريات العلمية في هذا المجال.

كما نجد إن طريقة مربع كاي (س٢) حددت وجود العلاقة ذات الدلالة الإحصائية بين تطبيق الإدارة الإستراتيجية وتوزيع المنتجات، ولكنها لم تحدد مستوى أو درجة هذه العلاقة. ومعامل التوافق يحدد ذلك. ويوضح اختبار كا٢ إن قيمة معامل التوافق (ق ر) تبلغ ٠.٧٦. وهذه القيمة لمعامل التوافق تعني أن معامل التوافق للعلاقة بين تطبيق الإدارة الإستراتيجية وتوزيع المنتجات = ٧٦%.

الفرضية الخامسة: العلاقة بين الإدارة الإستراتيجية وتطوير المنتجات في شركة جيايد للسيارات:
إن الهدف الأساسي لهذا البحث هو اختبار فرض البحث الذي يقول (هناك علاقة بين الإدارة الإستراتيجية وتطوير المنتجات في شركة جيايد للصناعات).
ولتحقيق هذا الهدف تم تقسيم الظاهرة الأولى وهي تطبيق الإدارة الإستراتيجية (متغير مستقل) إلى سليم، سليم إلي حد ما، غير سليم، (جدول "٥")، وتقسيم الظاهرة الثانية وهي تطوير المنتجات (متغير تابع) إلى كافي، كافي إلي حد ما (جدول "١٠")، غير كافي. ويمكن دراسة الظاهرتين معاً حسب هذا التقسيم كما هو مبين في جدول "١٥".

جدول (١٥) العلاقة بين الإدارة الإستراتيجية وتطوير المنتجات

تطوير المنتجات								تطبيق الإدارة الإستراتيجية	
مجموع الصفوف		غير كافي		كافي إلي حد ما		كافي			
النسبة%	العدد	النسبة%	العدد	النسبة%	العدد	النسبة%	العدد		
٣٠	٣٠	١٣	١٣	١٣	١٣	٤	٤	سليم	
٥٨	٥٨	٣٥	٣٥	٢٣	٢٣	٠	٠	سليم إلي حد ما	
١٢	١٢	١٠	١٠	١	١	١	١	غير سليم	
١٠٠	١٠٠	٥٨	٥٨	٣٧	٣٧	٥	٥	مجموع الأعمدة	
مستوى المعنوية = ٠.٠١٢		٤ درجات حرية.				١٢.٩٣٠ = (٢س)		مربع كاي	
		مستوى المعنوية = ٠.٠١٢				٠.٤٢ = (ق ر)		معامل التوافق	

يوضح اختبار كاي^٢ إن قيمة مربع كاي (س) المحسوبة هي ١٢.٩٣٠، عند ٤ درجات حرية وتحت مستوى معنوية (a) = ٠.٠١٢. بينما تبلغ قيمة مربع كاي (س) الجدولية (القيمة الحرجة) عند ٤ درجات حرية ومستوى معنوية ٠.٠٥ = ٩.٤٨٨.

وبمقارنة مربع كاي (س) المحسوبة بقيمة مربع كاي (س) الجدولية، يرفض صحة فرض العدم، وبالتالي فإن العلاقة بين الإدارة الإستراتيجية وتطوير المنتجات في شركة جيايد للسيارات حقيقية ذات دلالة إحصائية ٠.٠١٢. ومن ثم فإن الفرض الذي يقول (هناك علاقة بين الإدارة الإستراتيجية وتطوير المنتجات في شركة جيايد للسيارات) صحيح. وهذه النتيجة تتفق مع نتائج معظم النظريات والدراسات السابقة.

كما نجد إن طريقة مربع كاي (س) حددت وجود العلاقة ذات الدلالة الإحصائية بين تطبيق الإدارة الإستراتيجية وتطوير المنتجات، ولكنها لم تحدد مستوى أو درجة هذه العلاقة. ونجد أن معامل التوافق يحدد ذلك. اختبار كاي^٢ إن قيمة معامل التوافق (ق ر) تبلغ ٠.٤٢. وهذه القيمة لمعامل التوافق تعني أن معامل التوافق للعلاقة بين تطبيق الإدارة الإستراتيجية وتطوير المنتجات = ٤٢%.

الاستنتاج

دللت النتائج التي تم الوصول إليها عن على وجود علاقة جوهرية أو حقيقية بين كل من الإدارة الإستراتيجية وتسويق المنتجات، والإدارة الإستراتيجية وتسعير المنتجات، والإدارة الإستراتيجية وترويج المنتجات، والإدارة الإستراتيجية وتوزيع المنتجات، والإدارة الإستراتيجية وتطوير المنتجات في شركة جيايد. وتؤيد هذه النتائج نتائج معظم الدراسات السابقة والنظريات العلمية في هذا المجال.

التوصيات:

وفقاً لنتائج الدراسة فإنه يمكن التوصية بالآتي:

١. وضع خطط إستراتيجية طويلة المدى لكل المركز على مستوى الإدارات والأقسام والوظائف.
٢. توضيح وشرح رسالة وأهداف الشركة للعاملين بها.

٣. إشراك العاملين في المركز عند وضع الأهداف.
٤. الاهتمام بوسائل الاتصالات الحديثة وإدخال التكنولوجيا في كل أقسام وإدارات الشركة.
٥. والاعتماد عليها في تسيير العمل.
٦. يجب على المركز إنشاء مؤسسة تسويقية متخصصة لمتابعة الأسواق ومعرفة المنافسة، واتجاهات الأسعار وإجراء التحليلات والبحوث التسويقية.

المراجع:

- إسماعيل محمد السيد، الإدارة الاستراتيجية - مفاهيم وحالات تطبيقية (الإسكندرية: المكتب العربي الحديث)، ص ٤-١٩٩٣.
- ثابت عبد الرحمن إدريس، جمال الدين محمد المرسي، الإدارة الاستراتيجية "مفاهيم ونماذج تطبيقية، (القاهرة: الدار الجامعية)، ص ٢٢-٢٠٠٦.
- عبد السلام أبو قحف، أساسيات الإدارة الاستراتيجية (الإسكندرية: مكتبة الإشعاع للطباعة والنشر والتوزيع)- ص ٢٩-١٩٩٧.
- علي أبو بكر حسين - القيادة الاستراتيجية ودورها في صياغة التوجه الاستراتيجي الجامعي (رسالة ماجستير غير منشورة، عدن: جامعة عدن، اليمن)- ٢٠٠١.
- عمر أحمد عثمان المقلبي، الإدارة الاستراتيجية (الخرطوم: مطابع السودان للعملة) - ص ٣٤-٢٠٠٢.
- فؤاد راشد عبده - الإدارة الاستراتيجية أهميتها وضرورتها في مواجهة تحديات التنمية في الجمهورية اليمنية (مركز دراسات المستقبل، مجلة دراسات مستقبلية، جامعة أسيوط، السنة ٣، العدد ٤)- ص ٢٠٣-١٧٧-١٩٩٩.
- كامل السيد غراب - القيادة ورؤية مدير الإدارة العليا السعودي لمحتوى الإدارة الاستراتيجية دراسة ميدانية في مدينة الرياض (مجلة جامعة الملك سعود، المجلد ٣ (علوم إدارية ٢)- ص ٢٠٣-١٧٧-١٩٩١.
- كرمه ماجد الغزالي - الإدارة الاستراتيجية في المؤسسات العامة الأردنية دراسة ميدانية من وجهة نظر الإدارة العليا (جامعة اليرموك، الأردن) - ٢٠٠٠.
- محمد احمد عوض، الإدارة الاستراتيجية: الأصول والأسس العلمية (القاهرة، الدار الجامعية، ط٢)- ص ١٣-٢٠٠٣.
- محمود عساف- واقع الإدارة المدرسية في محافظات غزة في ضوء معايير الإدارة الاستراتيجية (رسالة ماجستير غير منشورة كلية التربية الجامعة الإسلامية غزة)- ٢٠٠٥.
- مجموعة جياذ الصناعية، جياذ للإنتاج الإعلامي، الخرطوم، ص ٦.
- مجموعة جياذ الصناعية - شركة جياذ للسيارات، دليل الجودة، د.ت.
- Ansoff, H. **The New Corporate Strategy**. Jon Wiley & Sons. New York, p 4, 1998.
- Andrews, K. **The Concept of Corporate Strategy**, Irwin, Homewood, p 18, 1987.
- Boon, Ingrid: **Strategic Thinking as Core Competency, Management Division**, Vol.39(1), 2001.
- Brennan, R: **Strategic Management Of Marketing And Human Resources In Further Education Colleges**, Journal Of Farther And Higher Education, Val. 27, NO.2, UK, 2003.
- Coleman, T.: **The Study Of Strategic Management And Performance Measurement In Canadian Police Organizations**, MAT 45/02, P. 648, APR., Canada, 2006.
- Seibert, M. j, **The identification of strategic management counseling competencies essential for the small Business and Technology Development Center**. north Carolina state university, 1215. 2004.
- Steadham, K.S.: **Strategic Management Competencies Among Chief Human Resource Of Facers In Texas Public Community Colleges**, DAT- A 67/11, P. 4075, May 2007.
- Steiner George A and John B, Miner, **Management Policy and Strategy** Macmilanpub co. new York, p.19, 1997
- Thomas & Wheelen, **The Effect of Strategic Attitude On Profit and Productivity**, 1998.
- Thompson, A. And Strickland, A. **Strategic Management**, Irwin. McGraw Hill, Boston, p. 3. 1997.
- W. Zimmer man and B. Tregoe, **Top Management Strategy What it and How to Make it Work**, by Kepner, tregoe incp. 18, 1980.

واقع أداء إدارة الإنتاج والعمليات بالمنشآت الصناعية السودانية: دراسة مسحية على قطاع الصناعات الغذائية ولاية الخرطوم

محمد الحسن شريف محمد (*)

المخلص: هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع أداء إدارة الإنتاج والعمليات بالمنشآت الصناعية السودانية من خلال التعرف على مستوى إلمام ومعرفة مدراء الإنتاج بالمنشآت الصناعية بقرارات ووظائف إدارة الإنتاج والعمليات. ولقد افترضت الدراسة بأن هنالك مستوى متدني من الإلمام والمعرفة الإدارية بوظائف وقرارات إدارة الإنتاج والعمليات لدي الكثير من مدراء الإنتاج بالمنشآت الصناعية السودانية. ولقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: إن معظم مدراء إدارة الإنتاج والعمليات بالمنشآت الصناعية السودانية على مستوى كبير من الإلمام والمعرفة بقرارات ووظائف إدارة الإنتاج والعمليات. ولقد أوصت الدراسة بضرورة تشجيع الجامعات السودانية على وضع مقررات جيدة لإدارة الإنتاج والعمليات تركز على كيفية اتخاذ القرارات الإدارية المتعلقة بوظائف إدارة الإنتاج وتوضيح دورها الكبير في زيادة كفاءة أداء إدارة الإنتاج والعمليات بالمنشآت الصناعية السودانية.

الكلمات الأساسية: مدراء الإنتاج، المنشآت الصناعية، القرارات، الوظائف.

The Reality of The Performance of Production and Operations Management in The Sudanese Industrial Installations: A Survey on The Food Industry Sector, The State of Khartoum

Mohammed ALhassan Sharef

Abstract: The study aimed to identify the reality of the performance of Production and Operations Management in the Sudanese industrial installations, by identifying the level of familiarity and knowledge of production managers in industrial installations in decisions and functions of the Production and Operations Management. The study assumed that there is a low level of knowledge in administrative functions and decisions of the management of production and operations among a lot of the Sudanese industrial installations production managers. The main finding of the study that, most production managers in the Sudanese industrial installations have high level of knowledge in decisions and functions of the Production and Operations Management. The study recommended to encourage the Sudanese universities to develop curricula of production and operations management to focus on how to take administrative decisions relating to the functions of production and operations management.

Key words: production managers, industrial installations, decisions, functions.

(*) أستاذ مساعد بجامعة النيلين: معار حاليا لجامعة نجران كلية العلوم الإدارية، منسق قسم إدارة الأعمال،
drsharef2011@gmail.com

المقدمة

أصبحت إدارة الإنتاج والعمليات تحتل مكانة بارزة في منشآت الدول الصناعية المتقدمة، نظراً لما لها من دور فعال في العمليات الإنتاجية والتي تنعكس أثارها على بقية الأنشطة، وعلى المركز المالي للمنشأة وعلى مستقبلها ككل. فهي تحظى باهتمام بالغ من قبل الإدارة العليا في المنشآت الصناعية بهذه الدول الصناعية المتقدمة وذلك من منطلق تفهم أهميتها بالنسبة لهذه المنشآت. أما في الدول النامية حيث يسود التخلف الصناعي، فأن الاهتمام بهذه الإدارة لازال ضعيفاً بالرغم من استخدام أساليب التقنية الحديثة في العمليات الإنتاجية، وربما يعود تخلف هذه الدول إلى عدم اهتمام الإدارة العليا بالمنشآت الصناعية بتطوير وتحسين أداء إدارة الإنتاج والعمليات.

وبما أن السودان وجه جهوده في الآونة الأخيرة نحو التصنيع كوسيلة لتنويع مصادر الدخل القومي لذلك زاد اهتمام الدولة ببيئة العمل في هذه المنشآت الصناعية وخاصة تلك المنشآت التي تعمل في مجال الصناعات التحويلية، بالإضافة إلى الاهتمام بتحسين وتطوير أداء إدارة الإنتاج كعامل أساسي في نجاح برنامج التصنيع، عليه فقد جاءت هذه الدراسة لتعكس واقع أداء إدارة الإنتاج والعمليات في المنشآت الصناعية السودانية من خلال دراسة مسحية تحاول أن تتعرف على مدى إلمام ومعرفة مدراء الإنتاج بالمنشآت الصناعية السودانية بوظائف وقرارات إدارة الإنتاج والعمليات.

مشكلة الدراسة:

أثبتت نتائج المسح الصناعي الشامل لوزارة الصناعة للعام ٢٠٠٥م إن أكثر من ٢٨% من المنشآت الصناعية السودانية متوقفة تماماً عن العمل نتيجة لأسباب عديدة في مقدمتها ضعف أداء الإدارة الإنتاجية وممارستها لأساليب إدارية تقليدية مما جعل الكثير من المنشآت الصناعية السودانية تواجه الترددي والتدني في أدائها، وفقدان مكانتها في السوق، وضعف قدرتها على تحقيق النمو والبقاء (المسح الصناعي، ٢٠٠٥)، استناداً على ما سبق وللتعرف على واقع أداء إدارة الإنتاج والعمليات في المنشآت الصناعية السودانية تم وضع الأسئلة التالية:

١. ما هو مستوى إلمام ومعرفة مدراء الإنتاج بالمنشآت الصناعية السودانية بوظائف إدارة الإنتاج والعمليات؟
٢. ما هو مستوى إلمام ومعرفة مدراء الإنتاج بالمنشآت الصناعية السودانية بقرارات إدارة الإنتاج والعمليات؟

فرضيات الدراسة:

- هنالك مستوى متدني من الإلمام والمعرفة الإدارية بوظائف إدارة الإنتاج لدى الكثير من مدراء إدارة الإنتاج والعمليات بالمنشآت الصناعية.
- هنالك مستوى متدني من الإلمام والمعرفة بقرارات إدارة الإنتاج والعمليات لدى الكثير من مدراء إدارة الإنتاج بالمنشآت الصناعية.

أهداف الدراسة:

١. معرفة واقع إدارة الإنتاج والعمليات بالمنشآت الصناعية السودانية.
٢. معرفة صفات مديري إدارة الإنتاج والعمليات بالمنشآت الصناعية السودانية.
٣. معرفة مدى إلمام ومعرفة مدراء الإنتاج بوظائف إدارة الإنتاج والعمليات.
٤. معرفة مستوى إلمام ومعرفة مدراء الإنتاج بقرارات إدارة الإنتاج والعمليات.

أهمية الدراسة:

١. تعتبر وظيفة الإنتاج والعمليات من أهم الوظائف التي تؤديها الشركات الإنتاجية.
٢. الغاية الرئيسية لوجود منظمات الأعمال تتمثل في إنتاج السلع والخدمات، وهذا يعني إن وظيفة الإنتاج والعمليات هي جوهر وجود المؤسسات الصناعية.
٣. تعتبر إدارة الإنتاج الإدارة المسؤولة عن النشاط الذي يستثمر فيه الجزء الأكبر من رأس المال المنشآت الصناعية وضعف هذه الإدارة يعني المخاطرة بهذه الأموال.
٤. تعتبر إدارة الإنتاج الإدارة المسؤولة عن تحسين وزيادة الإنتاجية وحسن استخدام الموارد الإنتاجية في ظل محدودية الموارد.

منهجية الدراسة:

في ضوء أهداف الدراسة وتساؤلاتها، استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي المرتكز على الدراسة المسحية ذلك لأنه المنهج المناسب وطبيعة الدراسة وأغراضها.

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من قطاع المنشآت الصناعية الغذائية بولاية الخرطوم وذلك اعتماداً على نتيجة المسح الصناعي الشامل للعام ٢٠٠٥م.

عينة الدراسة:

اعتمد الباحث على العينة الطبقية لاختيار عينة الدراسة وهم مدراء إدارة الإنتاج والعمليات بقطاع المنشآت الصناعية الغذائية بولاية الخرطوم.

مصادر جمع البيانات والمعلومات :

المصادر الأولية: تم جمع البيانات الخاصة بهذه الدراسة عن طريق الاستبيان، بسبب أن هذا النوع من أدوات جمع البيانات يتيح الفرصة للباحث لاستخدام بعض الأساليب الإحصائية لتحقيق أهداف الدراسة.

المصادر الثانوية: تتمثل في الكتب والمراجع والبيانات المنشورة من المنشآت الصناعية. إلى جانب الدراسات العلمية السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة والدوريات والنشرات والرسائل والمواقع الالكترونية.

حدود الدراسة:

الحدود المكانية: قطاع الصناعات الغذائية بولاية الخرطوم المسجلة في المسح الصناعي الشامل للعام ٢٠٠٥م.

الحدود الزمنية: الفترة من ٢٠٠٧ - ٢٠١٢ م

الدراسات السابقة:

١. دراسة تان (Tan) وهي دراسة تناولت صفات مدير الإنتاج والعمليات في المؤسسات الصناعية في سنغافورة من حيث: السن، المستوى التعليمي، الخبرة في الوظائف الإدارية الأخرى، نطاق الأشراف، والمسئوليات والمهارات. ولقد توصلت الدراسة إلى أن (٦٦%) من مديري الإنتاج والعمليات في المؤسسات الصناعية محل الدراسة تتراوح أعمارهم بين (٣١-٤٠) سنة، وأن (٤٦%) من مديري الإنتاج يحملون مؤهلات جامعية، وأن (٣٨%) من مديري الإنتاج لهم خبرة في الوظائف الإدارية الأخرى تتراوح بين (٦-١٠) سنوات، وأن (٤١%) من مديري الإنتاج في

هذه المؤسسات الصناعية محل الدراسة يتراوح عدد الأفراد الذين يعملون تحت إشرافهم بين (٥١ إلى ٢٠٠) فرد. أما مسؤوليات مديري الإنتاج والعمليات فقد تمثلت في تخطيط الطاقة الإنتاجية، تخطيط وجدولة الإنتاج، مراقبة الجودة، تخطيط رأس المال والميزانية، وضع معايير العمل، والأمن والسلامة (تان، ١٩٨٩).

٢. دراسة أوكلاند وسوهال (Oakland & Sohal) تناولت الدراسة صفات مدير الإنتاج والعمليات في المؤسسات الصناعية البريطانية من حيث: مستوى التعليم والتدريب، المسؤوليات، المسار الوظيفي، مدة الخبرة في مجال الإنتاج، ومدة الخبرة في الوظائف الأخرى. ولقد توصلت الدراسة إلى أن (٤٠.٣%) من مديري الإنتاج يحملون درجة البكالوريوس، وأن (٣٠.٨%) يحملون شهادات فوق جامعية. أما بالنسبة للخبرة في مجال الإنتاج فقد توصلت الدراسة إلى أن (٢٤.٢%) من مديري الإنتاج في الشركات الصناعية البريطانية لهم خبرة تزيد عن العشرين سنة في مجال الإنتاج و(٣٦%) منهم لهم خبرة في مجال الإدارة العمومية، وأن (٣٣.٦%) لهم خبرة في مجال التصميم و(٣٠.٨%) في مجال مراقبة الجودة، و(٢٩.٢%) في مجال البحث والتطوير. وفيما يتعلق بمسؤوليات مديري الإنتاج فقد توصلت الدراسة إلى أن (٦٩.٦%) من مديري الإنتاج يتحملون المسؤولية الكاملة عن التصنيع، و(٦٥.٢%) منهم يتحملون المسؤولية الكاملة عن مراقبة الإنتاج، و(٤١.١%) يتحملون المسؤولية عن هندسة الإنتاج، و(٣٩.٥%) عن الصيانة، و(٣٤.٤%) عن مراقبة الجودة، و(٢٩.٢%) عن الأفراد، و(٢٦.٢%) من مديري الإنتاج يتحملون المسؤولية عن الشراء والإمداد (أوكلاند، سوهال، ١٩٨٧).

٣. دراسة جوناتيلىك بعنوان إدارة الإنتاج العامل المنسي في سياسة التصنيع في الدول النامية، هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى توفر المواد العلمية في إدارة الإنتاج في الدول النامية، ولقد توصلت الدراسة إلى عدم توفر الاهتمام الكافي بهذه الدراسة في الدول النامية وذلك بعد إجراء مقارنة بين عدد المساقات التي تدرس للطلبة الجامعيين في إدارة الإنتاج والموضوعات ذات العلاقة مثل: الهندسة الصناعية، هندسة الإنتاج، الإدارة الصناعية في بعض الدول النامية. ولقد أشارت هذه الدراسة إلى دراستين تمتا في دولتين ناميتين هما نيجيريا وفيجي، تناولت الدراستين واقع إدارة الإنتاج في كل من نيجيريا وفيجي من حيث: مدى وجود قسم مستقل لتخطيط ومراقبة الإنتاج، مؤهلات مديري الإنتاج، مدى وجود تخطيط فعال للإنتاج، وكذلك تدريب مديري الإنتاج. ولقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها عدم وجود قسم مستقل لتخطيط ومراقبة الإنتاج، معظم مديري الإنتاج لا يحملون أي مؤهلات في إدارة الإنتاج وكذلك عدم وجود تخطيط فعال للإنتاج، وعدم أهلية مديري الإنتاج للقيام بالأعباء الوظيفية لإدارة الإنتاج (جوناتيلىك، ٢٠٠٧).

التعليق على الدراسات السابقة:

بالنظر إلى الدراسات السابقة نجد أن دراسة كل من (تان) و(أوكلاند) قد هدفتا إلى التعرف على صفات مدراء إدارة الإنتاج والعمليات بالمؤسسات الصناعية الكبرى من حيث: السن، المستوى التعليمي، الخبرة في الوظائف الإدارية الأخرى، مستوى التدريب، مدة الخبرة في الإنتاج والمسؤوليات والمهارات، وبذلك تتفق هاتين الدراستين مع الدراسة الحالية في تناول البيانات الشخصية لمدراء الإنتاج والعمليات، إلا أن هذه الدراسة تختلف عنهما في كونها تحاول معرفة مستوى إلمام مدراء الإنتاج بالمنشآت الصناعية بقرارات ووظائف إدارة الإنتاج والعمليات.

أما دراسة جوناتيلىك فقد هدفت إلى التعرف على مدى توفر الاهتمام الكافي بدراسة الإنتاج في الدول النامية وذلك بعد إجراء مقارنة بين عدد من المساقات التي تدرس للطلبة الجامعيين في إدارة الإنتاج والموضوعات ذات العلاقة. وبذلك تتفق هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في محاولة معرفة هل تم دراسة مقرر إدارة الإنتاج والعمليات أثناء الدراسة الجامعية أو فوق الجامعية.

عليه يمكن القول إن هذه الدراسة اختلفت عن بقية الدراسات السابقة في كونها قد اعتمدت على أسلوب الدراسة المسحية وهو أسلوب يعالج المتغيرات أو الظواهر باستخدام البيانات بدلا عن

أسلوب دراسة الحالة. أيضا تميزت الدراسة عن بقية الدراسات السابقة في كونها قد تناولت موضوع مهم جدا وهو مدي إلمام ومعرفة مدراء الإنتاج والعمليات في المنشآت الصناعية السودانية بقرارات ووظائف إدارة الإنتاج والعمليات وخاصة بعد أن تأكد لنا من نتائج الدراسة الميدانية إن معظم مدراء إدارة الإنتاج والعمليات في المنشآت الصناعية هم من حملة درجة البكالوريوس في الهندسة.

الإطار النظري للدراسة:

مفهوم النظام الإنتاجي:

يعتبر مفهوم الإنتاج أو " وظيفة الإنتاج" من المفاهيم الأساسية والهامة في إدارة الأعمال، ويقصد بكلمة إنتاج عملية خلق المنافع المادية المختلفة من منتجات وخدمات، وعلى هذا الأساس فإن الوظيفة الإنتاجية هي عبارة مجموعة العمليات والأنشطة المختلفة التي تؤدي بمجموعها إلى خلق هذه المنتجات أو الخدمات. أما المفهوم الشامل للإنتاج فيقوم على كونه النشاط الاقتصادي الذي يهدف إلى الجمع والمواءمة بين عوامل الإنتاج المختلفة للحصول على منتجات أو خدمات معينة (مخرجات). ومن الواضح أن هذا المفهوم الشامل يركز على وظيفة الإنتاج باعتبارها تقوم على الجمع والمواءمة بين عوامل الإنتاج. وهذا يعني تحديد التشكيلة المثلى لهذه العوامل اللازمة لتحقيق المخرجات بالنوعية المقررة وبالكمية والوقت والتكاليف المرغوب فيها (يوسف، ١٩٩٣).

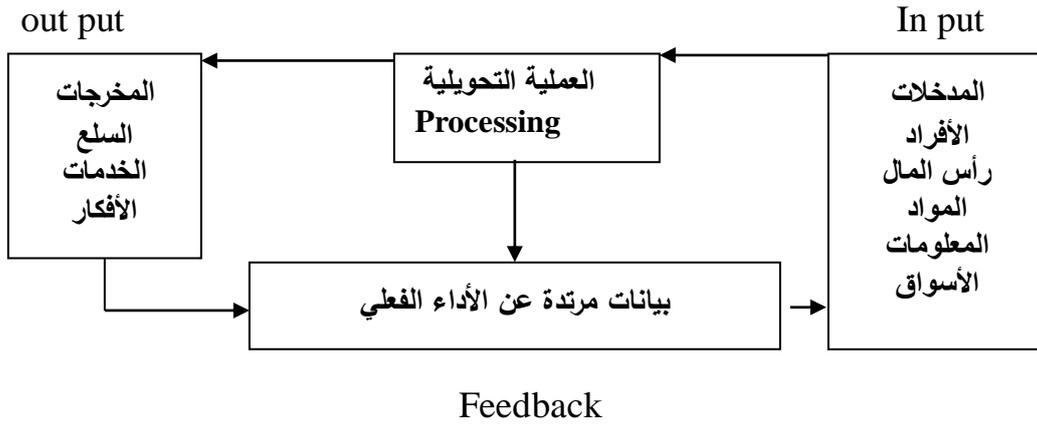
مفهوم إدارة الإنتاج والعمليات:

قبل التطرق لمفهوم إدارة الإنتاج والعمليات لا بد من التمييز ما بين الإنتاج كوظيفة، وإدارة الإنتاج والعمليات كنشاط إداري مجال تطبيقه الإنتاج، وذلك نسبة لصعوبة التمييز بينهما، ووجود تداخل كبير بين الاثنين، فوظيفة الإنتاج باعتبارها إحدى الوظائف الرئيسية في منظمات الأعمال هي تلك العملية التي يتم بمقتضاها خلق منتجات (سلع وخدمات) لها قيمة نفعية بأقل تكلفة ممكنة. وحتى تتمكن وظيفة الإنتاج من خلق السلع والخدمات فلا بد من توافر مجموعة من العناصر يطلق عليها المدخلات تتمثل في الآلات والمعدات والمواد والعمالة والأموال... الخ، والتي يتم إجراء واحدة أو أكثر من عمليات التحويل عليها للحصول على المخرجات والتي تتمثل في السلع والخدمات. أي أن وظيفة الإنتاج والعمليات هي الوظيفة التي تقوم بتحويل المدخلات إلى مخرجات طبقا لاحتياجات ورغبات العملاء، وعملية التحويل هي عبارة عن عملية فنية تدرج تحت هندسة الإنتاج، وتختلف باختلاف الصناعات، والعامل الأساسي لهذا الاختلاف هو درجة وأنماط التكنولوجيا المستخدمة المرتبطة بالآلات والمعدات، والمهارات، والمواد المستخدمة في العملية الإنتاجية. وبما أن نجاح المنشآت الصناعية في ممارسة عملية الإنتاج يحتاج إلى إدارة متطورة تسعى إلى ترشيد استخدام المدخلات للحصول على المخرجات التي تشبع رغبات واحتياجات العملاء وتحظى بقبولهم، فإن إدارة الإنتاج والعمليات هي الإدارة المنوط بها ممارسة اختصاصات مهام وظيفة الإنتاج والعمليات (حجازي، ١٩٩٠).

أما من ناحية التعريف العام لإدارة الإنتاج والعمليات فقد تعددت التعاريف التي تناولت مفهوم إدارة الإنتاج والعمليات، وهذا التعدد في رأي الباحث تناول معظم المفاهيم التي يمكن أن تتعلق بالإنتاج فعند مقارنة هذه التعاريف مع بعضها البعض نلاحظ وجود تشابه وتماتل كبير فيما بينها. فقد جاء تعريف إدارة الإنتاج والعمليات لدي كل كاتب وفقا للزاوية التي اعتبرها كل منهم أكبر أهمية أو تأثيرا في تحقيق أهداف المنظمة، فقد عرف الموسوي إدارة الإنتاج والعمليات بأنها " ذلك النشاط الذي يتولى عملية توحيد ومن ثم تحويل الموارد المتاحة لنظام معين وفق أسلوب محدد من أجل إضافة أو خلق قيمة تتلاءم مع السياسات التي تمارسها إدارة النظام" (الموسوي، ١٩٩٥). أما هدي سيد لطيف فقد عرفت الإنتاج بأنه " الوظيفة التي يتم فيها تحويل العناصر المختلفة من موارد وخامات إلى سلع تمثل المخرجات النهائية للمنظمة وفقا للمواصفات الموضوعية (هدي، ١٩٩٥). ففي

الماضي كان هنالك اعتقاد سائد لدي الكثيرين بأن وظيفة الإنتاج تقتصر على خلق السلع المادية أي أنها تقتصر على المنشآت الصناعية فقط، ولكن الحقيقة أن مفهوم الإنتاج تطور بدرجة كبيرة فأصبح يشمل المنشآت الصناعية إلى جانب المنظمات الخدمية سواء الهادفة لتحقيق الربح مثل البنوك وشركات التأمين والفنادق، أو الغير هادفة لتحقيق الربح مثل المنظمات التعليمية والمستشفيات العامة والمنظمات العسكرية. ولقد انعكس هذا التطور أيضا على المسمى الذي يستخدم ليبر عن هذه الوظيفة حيث بدأ باسم إدارة التصنيع أو الإدارة الصناعية، ثم تطور فأصبح يطلق عليه اسم إدارة الإنتاج، وحديثا أصبح يطلق عليه مصطلح إدارة الإنتاج والعمليات.

الشكل (١) عناصر إدارة الإنتاج والعمليات



أهداف إدارة الإنتاج والعمليات: -

يرى معظم المختصين في إدارة الإنتاج والعمليات بأن إنتاج السلع والخدمات ذات المنفعة التسويقية يعتبر هدف الإنتاج الواجب تحقيقه في المدى القريب لسد احتياجات المستهلكين وإشباع رغباتهم. أما الباحث فيرى إن الهدف المتكامل للإنتاج ينطوي على أكثر من القيام بتوفير السلع والخدمات بكميات كافية وفي الأوقات المناسبة وفق رغبات المستهلكين. إذ أن الإنتاج يعمل على تحقيق الكفاية الإنتاجية سواء من ناحية المجتمع أو من ناحية المشاركين في مد المشروع بعوامل الإنتاج المختلفة، وعلى الرغم من أن تحقيق الأرباح يظل هو الهدف الرئيسي للمشروعات لكن هنالك أهدافا أكثر اتصالاً وقرباً من طبيعة وظيفة إدارة الإنتاج والعمليات تتبع أساساً من الأهداف العامة للمنظمة، ويمكن تقسيم تلك الأهداف الأساسية إلى الآتي (أبو قحف، ٢٠٠٣): -

١. رضا المستهلكين: فمن الطبيعي أن يقوم النظام الإنتاجي أساساً من أجل إنتاج السلع والخدمات التي يطلبها المستهلك، ويعني ذلك أن تكون تلك المنتجات بتكلفة معقولة وأن يتم تقديم السلعة أو الخدمة في الوقت المناسب وبمستوى الجودة المرغوبة وعلى حسب المواصفات المطلوبة ويرى الباحث أن رضا المستهلكين يعتبر واحد من المعايير الهامة في تقييم كفاءة إدارة الإنتاج والعمليات في المنشآت الصناعية.

٢. الإنتاجية المرتفعة: يجب في النظام الإنتاجي ألا يكون رضا المستهلك على حساب كفاءته في استخدام الموارد المتاحة، فقد يؤدي ذلك إلى الخروج تماماً من السوق وبالتالي فشل المشروع، لذا لابد من وضع المعايير لقياس كفاءته في استخدام الموارد. ومن بين هذه المعايير معيار الإنتاجية.

١. بالإضافة لهذه الأهداف الأساسية التي ذكرت فإن هنالك أيضاً أهداف فرعية لإدارة الإنتاج والعمليات في المشروعات الاقتصادية هي: إنتاج السلع بالمواصفات المحددة، إنتاج الكميات المطلوبة من السلعة في حدود طاقة المنشأة الإنتاجية والطلب عليها، إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها بالوقت الذي يحتاجه المستهلك، ضمان الجودة المناسبة وتحقيق أقل تكلفة ممكنة في الإنتاج (فتحي، ١٩٩١).

٢. استناداً على ما سبق يمكن القول أن أهم الواجبات المتعلقة بوظيفة الإنتاج والعمليات يمكن أن تندرج في: تحديد الكمية اللازم إنتاجها خلال فترة زمنية معينة، المواصفات التفصيلية لها، العمليات الصناعية الخاصة بإنتاج السلع والخدمات، ترتيب تلك العمليات حسب تواليها، وجدولة العمليات لكل جزء وإعداد جداول التشغيل والتحميل على الآلات.

أهمية إدارة الإنتاج والعمليات: -

تعتبر وظيفة الإنتاج والعمليات من أهم الوظائف التي تؤديها الشركات الإنتاجية، فمن خلال أداء هذه الشركات الإنتاجية لوظيفة الإنتاج يتم إنتاج السلع والخدمات التي تعتبر من الاحتياجات الأساسية والضرورية للمستهلكين، بل وتعتبر بعضها ضرورية جداً لحياة الإنسان. فذا نظرنا إلى الغاية الرئيسية لوجود المؤسسات الصناعية نجدها تتمثل في إنتاج السلع والخدمات، وهذا يعني أن وظيفة الإنتاج والعمليات هي جوهر وجود هذه المؤسسات. فوجود هذه الوظيفة هو الذي يخلق المبرر لوجود الوظائف الأخرى من مالية وتسويق وغيرها. فإذا نظرنا إلى القوي العاملة في المجتمع لوجدنا أن وظيفة الإنتاج والعمليات توظف الجزء الأكبر من الأيدي العاملة. أيضاً من الأمور التي تعكس أهمية وظيفة الإنتاج هو أن هذه الوظيفة تتعامل مع الجزء الأكبر من موجودات المنشأة وتسيطر عليها. ولزيادة توضيح أهمية إدارة الإنتاج والعمليات في المنشآت الإنتاجية يمكن ذكر العوامل التي توضح أهمية إدارة الإنتاج والعمليات في الآتي (إبراهيم، ٢٠٠٤): -

١. العمليات الإنتاجية تقع في قلب الأنشطة لأي منظمة إنتاجية.
٢. تعتبر وظيفة الإنتاج الجزء التنظيمي المسؤول عن إنتاج السلع والخدمات التي يتم استهلاكها.
٣. تعتبر العمليات الإنتاجية الجزء المكلف في المنظمة إذا لم تدار بشكل جيد فأنها قد تكون سبباً في خروج المنظمة من السوق.
٤. تؤدي دراسة الإنتاج والعمليات إلى الوصول إلى فهم شامل عن وظيفة هذه الإدارة مما يساعد في تطوير الإطار النظري لتحليل أنواع المشاكل والقرارات التي تواجهها إدارة الإنتاج والعمليات.
٥. إن إدارة الإنتاج والعمليات يمكن أن توفر للمنظمة فرصة جيدة لتحسين ربحيتها أو لتنفيذ إمكانية نجاحها واستمرارها.
٦. هنالك استخدام للمصادر لخلق السلع والخدمات تؤدي إلى جعل المؤسسة ناجحة وفي موقع تنافسي جيد أو قد تؤدي إلى فشل المؤسسة.

وظائف إدارة الإنتاج والعمليات: -

تعتبر وظيفة الإنتاج والعمليات جوهر عمل المنظمة، وهي السبب في وجود منظمات الأعمال، وذلك لأن الهدف الرئيس لأي منظمة هو إنتاج السلع والخدمات، لذلك تعتبر هذه الوظيفة الأكثر أهمية، فبالإضافة إلى وظيفة الإنتاج هنالك وظائف أخرى تلعب دوراً مهماً في نشاط منظمات الأعمال وتترابط هذه الوظائف مع وظيفة الإنتاج والعمليات، لتحقيق الأهداف التي قامت من أجلها المنظمة. ويمكن استعراض بعض الوظائف المحددة لإدارة الإنتاج والعمليات في الوظائف التالية (البطل، ٢٠٠١): -

- ترجمة قيم النظام إلى أهداف عملية: وهذا يعني اختيار الأهداف العامة للمؤسسة التي نبعث من قيم النظام بإعطائها معنى عملي وبمعنى آخر ربط الأهداف العريضة للمؤسسة بالخصائص العملية للعملية الإنتاجية فإذا كان الهدف أن يكون الإنتاج ذو جودة ممتازة فيجب أن يترجم ذلك في شكل معنى كان يتمثل في تحديد نسبة التالف المسموح به في الإنتاج ودرجة الاعتمادية على المنتج. وبالنسبة للمؤسسات الخدمية فإن تقديم خدمة جيدة للعميل يجب أن يترجم بمقياس كمي كالوقت اللازم مثلاً لتقديم الخدمة دون الانتظار للحصول عليها. والحد الأعلى لحالات النقص وعدد الشكاوى من العملاء غير الراضين عن مستوى الخدمة.

- الهيكل التنظيمي للمؤسسة واستخدام القوي البشرية: على الرغم من التطور التكنولوجي وعلى الرغم من أهمية ذلك في مجال الإنتاج والعمليات إلا أن المصادر البشرية تبقى الموجودات الأكثر أهمية وقيمة بالنسبة للمنشآت الصناعية وفيما يتعلق بإدارة العمليات فإن هذا الأمر يعني إعطاء أهمية خاصة للشكل المرغوب بالنسبة للهيكل التنظيمي.
- تصميم نظام الإنتاج: إن فاعلية نظام الإنتاج لا تعتمد فقط على نوعية الموارد البشرية وكيفية استخدام هذه الموارد فقط، ولكنها تعتمد كذلك على نوعية الماكينات والآلات المستخدمة وعلى نوعية السلع والخدمات التي تقدمها. فتصميم نظام الإنتاج يتضمن قرارات عديدة ذات أجل طويل هذه القرارات من شأنها أن تحدد الخصائص الفنية والعملية للمنظمة.
- تخطيط العمليات: أن نظام الإنتاج الحديث بإنتاجه الكبير ما هو إلا امتداداً لتطور عدد من نظم الإنتاج صاحبت هذا الأمر بهدف تحديد كيفية استخدام المصادر المتوفرة أفضل استخدام ممكن وبذلك الشكل يمكن للمنظمة مواجهة الطلب المتوقع وتخطيط العمليات بشكل موازنة وفترة زمنية قد تصل إلى عام كامل وهو ما يطلق عليه بالتخطيط الإجمالي حيث تمثل الخطة الإجمالية الإطار العام المرشد للخطط التفصيلية قصيرة الأجل ويطلق على التخطيط قصير الأجل اسم جدولة العمليات.
- السيطرة على العمليات: وذلك للتأكد من أن النظام يعمل وفقاً لما خطط له فلا بد من ممارسة نوع من الرقابة حيث أن نظام الرقابة يسعى للتأكد بأن هنالك التزام بالخطة أو أنه يسعى لتحديد الأسباب الكامنة وراء التعديلات التي حدثت على الخطة.

قرارات إدارة الإنتاج والعمليات:

تلعب قرارات إدارة الإنتاج والعمليات دوراً هاماً وأساسياً في تحقيق الهدف المتكامل للإنتاج، فبرغم من كون الإنتاج يمثل عملية أو مرحلة واحدة في سلسلة عمليات ومراحل متعددة تبدأ بدراسات وأبحاث التسويق وتنتهي بتصريف المنتجات فإن عملية الإنتاج تبرز بشكل واضح ضمن هذه العمليات وتعتبر العامل الحاسم والأكثر تأثيراً في تحقيق أهداف المشروع. وهكذا فإن إدارة الإنتاج والعمليات تلعب دوراً حيوياً وهاماً نظراً للآثار الهامة لقراراتها على تحقيق الأهداف العام للمشروع، فقرارات هذه الإدارة تحدد جوهر وخصائص السلعة التي يجري إنتاجها أو الخدمة التي تقدمها، وكذلك تؤثر قرارات إدارة الإنتاج في حجم المصاريف والنفقات وربح المشروع وغيرها من المؤشرات الهامة الأخرى. فبالرغم من كون أن قرارات إدارة الإنتاج والعمليات تبدو ذات طبيعة خاصة فهي ترتبط بشدة بقرارات الإدارة العليا. فمثلاً للحصول على أرباح كبيرة للمشروع يتطلب تخفيض التكاليف إلى أقل حد ممكن وهذا لا يتحقق إلا من خلال قرارات إدارة الإنتاج والعمليات. كما أن تحقيق الربح العالي يمكن أن يتم باستخدام الموارد المتاحة استخداماً مثالياً وهذا أيضاً من قرارات إدارة الإنتاج. ونسبة لأن الإنتاج يعتبر أحد الوظائف الأساسية للإدارة لذلك يتطلب تخطيطاً علمياً سليماً وتنظيماً مناسباً وتنسيقاً وقيادة ورقابة. وهذه هي مهمة إدارة الإنتاج والعمليات في المشروع وتؤدي إدارة الإنتاج هذه المهام من خلال عملية اتخاذ القرارات لمعالجة المشاكل المختلفة. تحتاج المشكلات التي تعالجها إدارة الإنتاج والعمليات إلى اتخاذ نوعين أساسيين من القرارات: القرارات الإستراتيجية طويلة المدى وهذه تتعلق بتصميم النظام الإنتاجي، والقرارات التنفيذية قصيرة المدى وهي القرارات المتعلقة بتشغيل النظام الإنتاجي أي تنفيذ العمليات الإنتاجية والرقابة عليها. وسنوضح فيما يلي أهم هذه القرارات (برهان، ١٩٩٢):

(١) القرارات المتعلقة بتصميم النظام الإنتاجي (قرارات طويلة الأجل):

تكون هذه القرارات بعيدة المدى ويمتد تأثيرها إلى فترات زمنية طويلة نسبياً وأهم هذه القرارات:

١. اختيار نوع المنتج أو السلعة: إذ أن هنالك علاقة متينة بين المنتج وبين إمكانية الإنتاج ممثلة بالطاقة الإنتاجية للمشروع، والملائمة هنا تشمل النوع كما تشمل الكم والبدايل هنا كثيرة جدا مما يجعل عملية الاختيار صعبة تحتاج لاستخدام الأساليب العلمية الحديثة.
٢. اختيار موقع المشروع: قرار اختيار الموقع الملائم لقيام مشروع جديد أو لتغيير الموقع الحالي لمشروع قائم، له تأثير جوهري على عمل المشروع في الحاضر والمستقبل، فاستراتيجية اختيار موقع المشروع تعتبر قرارا استراتيجيا طويل الأجل وذلك لما له من تأثير كبير على التكاليف التي يتحملها المشروع. لذلك تعتبر مسألة اختيار الموقع الأمثل للمشروع من المسائل الهامة والتي لها علاقة قوية بمدى نجاح أو فشل المشروع.
٣. تصميم المنتج أو السلعة: يشمل تصميم المنتج تحديد الوظائف الفنية والاستثمارية وتحديد المواصفات (الخصائص) المختلفة المطلوبة في المنتج أو السلعة أو الخدمة.
٤. تصميم العمل: وهو جزء من التصميم الكلي لنظام الإنتاج والذي يتضمن التنظيم الأساسي للعمل وتحديد العمليات وحساب المعايير الزمنية والإنتاجية وتحديد خط سير الإنتاج ومراحله.
٥. تحديد النماذج الأساسية للإنتاج، ونظام العمل وإمكانية استخدام العمل الإضافي.
٦. تخطيط الإنتاج: وهي من أهم القرارات المتعلقة بالإنتاج وتشمل قرارات تخطيط الإنتاج القرارات التالية: -

- أ. تحديد الطلب المتوقع على المنتجات (التنبؤ)، وهذه العملية تعتمد على معطيات السنوات السابقة واتجاهات تطور الإنتاج ودارسات الأسواق وغيرها، وهنا يتم استخدام الأساليب العلمية الحديثة في عملية التنبؤ.
 - ب. قرارات الصنع أو الشراء: فبعد تحديد حجم الطلب المتوقع على المنتجات يجب اتخاذ قرار حول القطع أو الأجزاء التي تدخل في عملية تكوين هذه المنتجات وهل من الأفضل صنعها في المنشأة أو شرائها من الخارج. ولهذا النوع من القرارات أهمية كبيرة في تحديد التكلفة النهائية لإنتاج المنتج النهائي.
 - ج. وضع خطط الإنتاج السنوية وتوزيعها لفترات زمنية على حسب مراكز الإنتاج: ويتم ذلك على ضوء الطلب المقدر أو الطاقة المتوفرة.
 - د. برمجة الإنتاج: وهي المرحلة النهائية لوظيفة تخطيط الإنتاج وتتضمن إعداد برامج زمنية للنشاطات المختلفة. بمعنى تحديد أزمنة البداية والنهاية لتنفيذ كل نشاط أو لتحديد الموارد اللازمة لذلك وكمياتها والمواعيد التي يجب أن تكون فيه جاهزة. إذا وضع برامج الإنتاج يعتبر من الأمور الهامة للإدارة وخاصة في المشروعات التي تنتج تشكيلة واسعة من المنتجات المختلفة كالصناعات الهندسية مثلا.
- (٢) القرارات المتعلقة بتشغيل النظام الإنتاجي (قرارات قصيرة المدى):-

- أ. القرارات المتعلقة بالرقابة على الإنتاج والفترة التي يتم فيها تحميل الآلات والمعدات وتوازن خطوط الإنتاج والتنفيذ بما يتناسب مع البرنامج الموضوع.
- ب. القرارات المتعلقة بالرقابة على المخزون ومدى توفر مخزون الأمان ومستويات إعادة الطلب وحجم الطلبية وتحليل المخزون الراكد.
- ج. القرارات المتعلقة بالرقابة على الجودة وما تطلبه من تحديد للمواصفات المطلوبة لمختلف أنواع السلع والمنتجات قبل تشغيلها أي عندما تكون مواد أولية وخامات، كما أن قرارات الرقابة على الجودة تمتد لتشمل المواد الأولية وخصائصها وكذلك حدود التسامح فيها والرفض والقبول تماما كما هو الحال بالنسبة للسلع والمنتجات.
- د. القرارات المتعلقة بالرقابة على العمل ومدى التقيد بتنفيذ المعايير المحددة ومستويات الأداء الفعلية لعناصر الإنتاج وخاصة عند تخطيط الإنتاج. ولهذا يتم تحديد كمية العمل اللازم (الأزمنة المعيارية)

وأنظمة الأجور ومقدار الحوافز. وخلال ذلك يتم اتخاذ الكثير من القرارات المتعلقة بجوانب العمل المختلفة من أجل التخطيط والتنفيذ والمتابعة.

الدراسة الميدانية:

قبل تناول البيانات والمعلومات الخاصة بالدراسة الميدانية لا بد من الإشارة إلى المنهجية الخاصة بالبحث لعرض محتويات وتفصيل الدراسة، وكيفية الحصول علي البيانات.

منهجية الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي المرتكز على الدراسة المسحية في جمع البيانات بواسطة الاستبيان وتحليلها إحصائيا لاختبار صحة فرضيات الدراسة. بالإضافة إلى المسح المكتبي للاستفادة من الكتب والدوريات لكتابة الإطار النظري للدراسة.

مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من كل منظمات الأعمال السودانية العاملة في قطاع الصناعات الغذائية بولاية الخرطوم وذلك اعتمادا على نتيجة المسح الصناعي، ونسبة لكثرة الشركات التي تعمل في مجالات الصناعات الغذائية المختلفة في ولاية الخرطوم فقد تم حصر الشركات قيد الدراسة في الشركات الكبرى التي يتراوح حجم مبيعاتها كحد ادني ما بين أربعمئة ألف جنيه وستمئة ألف جنيه كحد أعلى، ويبلغ عدد العاملين أكثر من خمسين عامل.

عينة الدراسة:

اعتمد الباحث على العينة الطبقية لاختيار عينة الدراسة وهم مدراء إدارة الإنتاج والعمليات بقطاع المنشآت الصناعية الغذائية بولاية الخرطوم. ولقد تم توزيع عدد ٥٥ استمارة على كافة مدراء إدارة الإنتاج والعمليات بقطاع المنشآت الصناعية الغذائية بولاية الخرطوم، ولقد بينت الدراسة الميدانية الخصائص الديمغرافية للعينة على النحو التالي:

١. العمر:

جدول (١) توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا للعمر

الفئة العمرية	العدد	النسبة المئوية
30-20	3	5.5
40-31	24	43.6
50-41	18	32.7
60-51	8	14.5
60...<	2	3.6
الاجمالي	55	100.0

يمثل جدول (١) توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا للعمر، ويتضح من الجدول أن الفئة العمرية (40-31) من أفراد عينة الدراسة قد احتلت المرتبة الأولى بنسبة مئوية بلغت (43.6%) من حجم العينة، فيما جاءت الفئة العمرية (50-41) من أفراد عينة الدراسة في المرتبة الثانية بنسبة بلغت (32.7%)، وجاءت في المرتبة الرابعة والأخيرة الفئة العمرية (<60...) بنسبة بلغت (3.6%).

٢. التخصص العلمي:

الجدول (٢) توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا للتخصص العلمي

التخصص العلمي	العدد	النسبة المئوية
إدارة أعمال	1	1.8
محاسبة	5	9.1
اقتصاد	1	1.8
هندسة	44	80.0
إحصاء	2	3.6
أخرى	2	3.6
الإجمالي	55	100.0

يمثل جدول (٢) توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا للتخصص العلمي، ولقد أتضح من الجدول أن نسبة (80%) من أفراد عينة الدراسة متخصصون في الهندسة، بينما نسبة (9.1%) من أفراد عينة الدراسة تخصصهم في المحاسبة، ونسبة (3.6%) من أفراد عينة الدراسة تخصصهم في الإحصاء، ونسبة (1.8%) من أفراد عينة الدراسة تخصصهم إدارة الأعمال، ونسبة (1.8%) من أفراد عينة الدراسة تخصصهم في الاقتصاد. وعليه يستنتج الباحث أن الغالبية العظمى من مدراء إدارة الإنتاج والعمليات في المنشآت الصناعية هم من حملة بكالوريوس الهندسة.

٣. دراسة مقرر إدارة الإنتاج والعمليات:

جدول (٣) دراسة مقرر إدارة الإنتاج والعمليات أثناء الدراسة الجامعية أو فوق الجامعية

الإجابة	العدد	النسبة المئوية
نعم	44	80.0
لا	11	20.0
الاجمالي	55	100.0

يمثل جدول (٣) إجابة أفراد عينة الدراسة على دراسة مقررات إدارة الإنتاج والعمليات أثناء الدراسة الجامعية أو فوق الجامعية، وقد أتضح من الجدول أن نسبة (80%) من أفراد عينة الدراسة أقرت بدراسة مقررات إدارة الإنتاج والعمليات أثناء الدراسة الجامعية أو فوق الجامعية، بينما نسبة (20%) من أفراد عينة الدراسة إجابة بعدم دراسة مقررات الإنتاج والعمليات.

٤. عدد سنوات الخبرة في الإنتاج:

جدول (٤) عدد سنوات الخبرة في إدارة الإنتاج والعمليات بالشركة

سنوات الخبرة	العدد	النسبة المئوية
أقل من 5 سنوات	12	21.8
5-10	16	29.1
11-15	12	21.8
أكثر من 15 سنة	15	27.3
الاجمالي	55	100.0

يمثل جدول (٤) إجابة أفراد عينة الدراسة على عدد سنوات الخبرة في إدارة الإنتاج والعمليات في الشركة، ويتضح من الجدول أن أفراد عينة الدراسة اللذين تتراوح عدد سنوات خبرتهم في إدارة الإنتاج (5-10) سنوات كانوا في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (29.1%)، تلاهم في المرتبة الثانية أفراد عينة الدراسة اللذين تتراوح عدد سنوات خبرتهم (أكثر من 15 سنة) بنسبة بلغت (27.3%)، تلاهم في المرتبة الثالثة أفراد عينة الدراسة اللذين تتراوح عدد سنوات خبرتهم

(11-15) سنة بنسبة بلغت (21.8%)، تلاهم في المرتبة الرابعة أفراد عينة الدراسة الذين تتراوح عدد سنوات خبرتهم (أقل من 5 سنوات) بنسبة بلغت (21.8%).

٥. عدد الدورات التدريبية:

جدول (٥) عدد الدورات التدريبية التي شارك فيها مدير الإنتاج بالشركة

المشاركة في الدورات	العدد	النسبة المئوية
لم أشارك في أي دورة	13	23.6
أقل من خمسة دورات	19	34.5
أكثر من خمسة دورات	23	41.8
الإجمالي	55	100.0

يمثل جدول (٥) إجابة أفراد عينة الدراسة على عدد الدورات التدريبية التي شارك فيها مدراء الإنتاج والعمليات، وقد أتضح من الجدول أن أفراد عينة الدراسة اللذين شاركوا في (أكثر من 5 دورات تدريبية) كانوا في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (41.8%)، تلاهم في المرتبة الثانية مدراء الإنتاج اللذين شاركوا في (أقل من 5 دورات تدريبية) بنسبة بلغت (34.5%)، تلاهم في المرتبة الثالثة مدراء الإنتاج الذين لم يشاركوا في أي دورة تدريبية بنسبة بلغت (23.6%).

٦. الدورات التدريبية التي شارك فيها مدير الإنتاج:

جدول (٦) الدورات التدريبية التي شارك فيها مدير إدارة الإنتاج والعمليات

م	الدورات التدريبية	النسبة المئوية
١	العمليات الإنتاجية عموماً	58.3%
٢	تحليل المشكلات واتخاذ القرارات	58.2%
٣	تخطيط الاحتياجات من المواد	52.7%
٤	استخدام الأساليب العلمية الحديثة في حل مشاكل الإنتاج	49.1%
٥	تطوير المنتج	43.7%
٦	تحديد الطاقة الإنتاجية للمشروع	43.6%
٧	تحسين القدرات الإدارية لمدير الإنتاج	38.2%
٨	اختيار نوع المنتج	30.9%
٩	دورات خاصة حسب حاجة كل مدير	27.3%

يتناول جدول (٦) إجابة أفراد عينة الدراسة على الدورات التدريبية التي شارك فيها مدراء الإنتاج والعمليات، وقد أتضح من الجدول أن أهم الدورات التدريبية التي شارك فيها مدراء الإنتاج والعمليات كانت في مجال العمليات الإنتاجية عموماً بنسبة بلغت (58.3%)، تليها دورات في تحليل المشكلات واتخاذ القرارات بنسبة بلغت (58.2%)، تليها دورات في تخطيط الاحتياجات من المواد بنسبة بلغت (52.7%)، تليها دورات في استخدام الأساليب العلمية الحديثة في حل مشاكل الإنتاج بنسبة بلغت (49.1%)، تليها دورات في تحديد الطاقة الإنتاجية للمشروع بنسبة بلغت (43.6%)، تليها دورات في تحسين القدرات الإدارية لمدير الإنتاج بنسبة بلغت (38.2%)، أما الدورات الخاصة حسب حاجة كل مدير فكانت أقل نسبة (27.3%).

اختبار فرضيات الدراسة:

يعرض الباحث في هذا الجزء نتائج اختبار الفروض، ولقد اعتمد الباحث في ذلك على استخدام أساليب الإحصاء التحليلي لمعرفة نتائج بيانات الدراسة الميدانية، وفي سبيل تحقيق ذلك اتبع الباحث الخطوات التالية لاختبار فرضيات الدراسة:

١. قام الباحث بوضع معيار للحكم على مستوى إمام ومعرفة أفراد عينة الدراسة بالمحاور الأساسية لأسئلة الدراسة باستخدام المتوسطات الحسابية وذلك من خلال تحديد طول خلايا مقياس

ليكرت الخماسي (الحدود العليا والحدود الدنيا) المستخدمة في الاستبيان، فقد تم في البداية حساب قيمة المدى (أكبر مفردة - أصغر مفردة) ($5-1=4$)، وللحصول على طول الخلية الصحيح تم قسمة قيمة المدى على عدد خلايا مقياس ليكرت الخماسي ($4/5 = 0.8$) بعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى بداية المقياس وهي الواحد الصحيح وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية، وبالتالي يمكن تفسير قيمة المتوسط العام المرجح للعبارات على النحو التالي:

جدول (٧) المتوسط العام المرجح للعبارات

المتوسط الحسابي	مستوي الإلمام والمعرفة
١.٨ - ١	غير ملم إطلاقاً
٢.٦ - ١.٩	إلمام قليل
٣.٤ - ٢.٧	لا أدري
٤.٢ - ٣.٥	إلمام كبير
٥ - ٤.٣	إلمام كبير جداً

٢. قام الباحث باستخدام الانحراف المعياري للتعرف على مدى انحرافات إجابات أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات أسئلة الدراسة الأساسية عن متوسطها الحسابي، ويلاحظ الباحث أن الانحراف المعياري يوضح التشتت في إجابات أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من العبارات، فكلما اقتربت قيمة الانحراف المعياري من الصفر كلما تركزت الإجابة وانخفض تشتتها بين المقياس (أذا كان الانحراف المعياري أقل من الواحد الصحيح يدل على تركيز الإجابات وعدم تشتتها أما إذا كان الانحراف المعياري واحد صحيح أو أعلى فيدل على عدم تركيز الإجابات وتشتتها)، علماً بأن الانحراف المعياري يساعد في ترتيب العبارات حسب أعلى قيمة للمتوسط الحسابي وأقل قيمة تشتتت.

٣. قام الباحث باستخدام اختبار (t) للعينة الواحدة لفحص ما إذا كان متوسط متغير ما لعينة واحدة يساوي قيمة ثابتة. وتكتب الفرضية المتعلقة بهذا الاختبار (الرشيد، ٢٠٠٦):

$$H_0 : M_1 = M_0 \text{ فرض العدم}$$

$$H_1 : M_1 \neq M_0 \text{ الفرض البديل}$$

حيث M_0 تمثل قيمة ثابتة يتم حسابها عن طريق القيمة الوسطي على تدرج ما على النحو التالي: تحديد الأوزان لمقياس ليكرت الخماسي المستخدم في الاستبيان ثم نقوم بقسمة مجموع الأوزان على عدد العبارات:

إلمام كبير جداً (٥)، إلمام كبير (٤)، لا أدري (٣)، إلمام قليل (٢) وغير ملم إطلاقاً (١)
 $3 = 5/15 = 5 / (1+2+3+4+5)$ تمثل القيمة الثابتة للمتوسط العام للإجابات M_0 . ويتم استخدام هذا الاختبار على النحو التالي:

يكون مستوى الإلمام والمعرفة كبيراً نحو عبارة محددة إذا كان اختبار (t) دال إحصائياً ويحدث هذا في حالة تكون قيمة (t) المحسوبة موجبة ومستوى الدالة (sig) أقل من مستوى المعنوية (0.05)، وتفسير ذلك أن المتوسط يساوي القيمة الثابتة ($3 = M_0$).

يكون مستوى الإلمام والمعرفة متدني نحو عبارة محددة إذا كان اختبار (t) دال إحصائياً ويحدث هذا في حالة تكون قيمة (t) المحسوبة سالبة ومستوى الدالة (sig) أقل من مستوى المعنوية (0.05)، وتفسير ذلك أن المتوسط لا يساوي القيمة الثابتة ($3 \neq M_0$).

عرض نتيجة اختبار الفرضية الأولى: هنالك مستوى متدني من الإلمام والمعرفة بقرارات إدارة الإنتاج والعمليات لدى الكثير من مدراء إدارة الإنتاج بالمنشآت الصناعية السودانية.

لإثبات هذه الفرضية أعتمد الباحث على جدول (٨) الذي يوضح مستوى إلمام ومعرفة مدراء الإنتاج بوظائف إدارة الإنتاج والعمليات وسيقوم الباحث بتحليل إجابات أفراد عينة الدراسة

باستخدام المتوسطات الحسابية للتعرف على إجابات أفراد عينة الدراسة عن كل عبارة من عبارات السؤال (١٥ عبارة) والانحراف المعياري لترتيب العبارات حسب أعلى قيمة للمتوسط الحسابي وأقل قيمة نشئت واختبار (t) للعينة الواحدة لتحديد مستوى الإلمام والمعرفة. الجدول (٨) مستوى الإلمام والمعرفة بقرارات إدارة الإنتاج والعمليات

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة t	قيمة sig	مستوى الإلمام*	الرتبة
١	اختيار نوع المنتج أو السلعة	3.64	1.483	3.183	.002	كبير	14
٢	اختيار موقع المشروع	3.67	1.428	3.494	.001	كبير	12
٣	تصميم المنتج أو السلعة	4.13	1.055	7.924	.000	كبير جدا	7
٤	اختيار الآلات والمعدات	3.89	1.356	4.871	.000	كبير	10
٥	تحديد النماذج الأساسية للإنتاج	3.71	1.242	4.233	.000	كبير	11
٦	تحديد الطلب المتوقع على المنتج	4.11	.975	8.435	.000	كبير	8
٧	قرارات الصنع أو شراء	4.31	1.153	8.423	.000	كبير جدا	5
٨	وضع خطط الإنتاج السنوية	4.33	1.090	9.034	.000	كبير جدا	3
٩	جدولة الإنتاج	4.31	1.069	9.079	.000	كبير جدا	4
١٠	قرارات قياس كفاءة الإنتاج	4.25	.985	9.442	.000	كبير جدا	6
١١	قرارات الرقابة على الإنتاج	3.56	1.244	3.361	.001	كبير	15
١٢	قرارات تجديد فنون الإنتاج	3.65	1.322	3.671	.001	كبير	13
١٣	قرارات التحكم في بيئة العمل	4.09	.986	8.202	.000	كبير	9
١٤	قرارات حل مشكلات العاملين	4.35	.886	11.256	.000	كبير جدا	2
١٥	قرارات قياس الإنتاجية	4.42	.917	11.473	.000	كبير جدا	1

يتضح من جدول (٨) أن اختبار (t) دال إحصائيا لجميع العبارات وللمتوسط العام المرجح لعبارات المحور بوجه عام حيث أتضح أن قيمة الاختبار (t) كانت كلها موجبة وقيمة مستوى الدلالة المحسوبة (sig) أقل من قيمة مستوى المعنوية (0.05)، كما أن مستوى الإلمام كان يتراوح بين الإلمام الكبير جدا والكبير مما يشير إلى أن هنالك مستوى كبير من الإلمام والمعرفة بقرارات إدارة الإنتاج والعمليات من قبل أفراد عينة الدراسة في كل عبارات هذا السؤال. ولزيادة التوضيح يمكن ترتيب العبارات على حسب مستوى الإلمام والمعرفة ترتيبا تنازليا باستخدام المتوسط الحسابي لمستوى الإلمام والمعرفة لكل عبارة على النحو التالي:

١. جاءت العبارة الخاصة بقرار قياس الإنتاجية في الترتيب الأول من حيث مستوى إلمام ومعرفة مدراء الإنتاج بها، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (4.42) وبانحراف معياري بلغ (917). وبمستوى إلمام ومعرفة كبير جدا.
٢. جاءت العبارة الخاصة بقرار حل مشكلات العاملين في الترتيب الثاني من حيث مستوى إلمام ومعرفة مدراء الإنتاج بها، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (4.35) وبانحراف معياري بلغ (886). وبمستوى إلمام كبير جدا.
٣. جاءت العبارة الخاصة بقرار وضع خطط الإنتاج السنوية في الترتيب الثالث من حيث مستوى إلمام ومعرفة مدراء الإنتاج بها، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (4.33) وبانحراف معياري بلغ (1.090) وبمستوى إلمام ومعرفة كبير جدا.
٤. جاءت العبارة الخاصة بقرار تجديد فنون الإنتاج في الترتيب الثالث عشر من حيث مستوى إلمام ومعرفة مدراء الإنتاج بها، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3.65) وبانحراف معياري بلغ (1.322) وبمستوى إلمام ومعرفة كبير.

٥. جاءت العبارة الخاصة بقرار اختيار نوع المنتج أو السلعة في الترتيب الرابع عشر من حيث مستوى إلمام ومعرفة مدراء الإنتاج بها، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3.64) وبانحراف معياري بلغ (1.483) وبمستوى إلمام ومعرفة كبير.
٦. جاءت العبارة الخاصة بقرار الرقابة على الإنتاج في الترتيب الخامس عشر من حيث مستوى إلمام ومعرفة مدراء الإنتاج بها، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3.56) وبانحراف معياري بلغ (1.244) وبمستوى إلمام كبير.
- بناء على ما سبق يمكن القول أن اختبار (t) دال إحصائياً لجميع عبارات السؤال حيث أتضح أن قيمة (t) كانت كلها موجبة وذات مستوي دلالة أقل من (0.05)، وباستخدام المتوسط العام المرجح والانحراف المعياري أتضح إن مستوي إلمام ومعرفة مدراء الإنتاج بقرارات إدارة الإنتاج والعمليات كان يتراوح بين الإلمام الكبير جداً والإلمام الكبير الأمر الذي يدل بوضوح على أن هنالك مستوي كبير من الإلمام والمعرفة بقرارات إدارة الإنتاج والعمليات بين أفراد عينة الدراسة مما ينفي صحة الفرضية الأولى الفائلة " يوجد مستوى متدني من الإلمام والمعرفة بقرارات إدارة الإنتاج والعمليات لدى الكثير من مدراء إدارة الإنتاج بالمنشآت الصناعية " .

عرض نتيجة اختبار الفرضية الثانية: يوجد مستوى متدني من الإلمام والمعرفة الإدارية بمفهوم وظيفة إدارة الإنتاج والعمليات لدى الكثير من مدراء إدارة الإنتاج بالمنشآت الصناعية.

لإثبات هذه الفرضية أعتمد الباحث على جدول (٩) الذي يوضح مستوى إلمام ومعرفة أفراد عينة الدراسة بوظائف إدارة الإنتاج والعمليات وسيقوم الباحث بتحليل إجابات أفراد عينة الدراسة باستخدام المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري واختبار (t)، وبترتيب إجابات أفراد عينة الدراسة حسب أعلى قيمة للمتوسط الحسابي وأقل قيمة تشتت للانحراف المعياري.

الجدول (٩) مستوى الإلمام والمعرفة بوظائف إدارة الإنتاج والعمليات

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة t	قيمة sig	مستوى الإلمام*	الرتبة
١	تحديد مواصفات الوظيفة بالشكل المطلوب	4.13	1.203	6.951	.000	كبير	6
٢	تصميم المنتج	4.44	.739	14.406	.000	كبير جداً	4
٣	تصميم الطاقة الإنتاجية	4.07	.940	8.464	.000	كبير	7
٤	تصميم العمليات وتطوير تكنولوجيا الإنتاج	3.89	1.212	5.451	.000	كبير	10
٥	المقاييس وتصميم المنتجات	4.58	.658	17.828	.000	كبير جداً	1
٦	تخطيط ومراقبة الإنتاج	4.51	.836	13.386	.000	كبير جداً	2
٧	تخطيط الطاقة الإنتاجية	4.47	.900	12.140	.000	كبير جداً	3
٨	مراقبة الجودة	3.98	1.114	6.538	.000	كبير	8
٩	إدارة المخزون	4.15	1.044	8.138	.000	كبير جداً	5
١٠	تدريب العاملين في الإنتاج	3.93	1.152	5.968	.000	كبير	9
١١	الصيانة والإحلال	3.53	1.464	2.671	.010	كبير	11
١٢	تحديد موقع المصنع	3.53	1.372	2.849	.006	كبير	12
١٣	دراسة العمل وتصميم الوظائف	1.09	.442	- 32.039	.000	غير ملم	13

يتضح من الجدول (٩) أن اختبار (t) دال إحصائياً لجميع العبارات وللمتوسط العام المرجح لعبارات المحور بوجه عام حيث أتضح أن قيمة الاختبار (t) كلها موجبة ما عدا قيمة وظيفة دراسة العمل فكانت سالبة (-32.034)، كما أن قيمة مستوى الدلالة المحسوبة (sig) أقل من قيمة مستوى المعنوية (0.05)، كما أتضح من الجدول أن مستوى الإلمام والمعرفة يتراوح بين الإلمام الكبير جداً والإلمام الكبير مما يشير إلى أن هنالك مستوى كبير من الإلمام والمعرفة بوظائف إدارة الإنتاج

لمعرفة مستوى الإلمام والمعرفة في العمود رقم (٧) يمكن الرجوع إلى جدول المتوسط العام المرجح للعبارات.

والعمليات من قبل أفراد عينة الدراسة في كل عبارات هذا السؤال. ولزيادة التوضيح يمكن ترتيب العبارات على حسب مستوى الإلمام والمعرفة ترتيباً تنازلياً باستخدام المتوسط الحسابي لمستوى الإلمام والمعرفة لكل عبارة على النحو التالي:

١. جاءت العبارة الخاصة بوظيفة المقاييس وتصميم المنتجات في الترتيب الأول من حيث مستوى الإلمام ومعرفة مدراء الإنتاج بها، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (4.58) وبانحراف معياري بلغ (658). وبمستوى إلمام كبير جداً.
٢. جاءت العبارة الخاصة بوظيفة تخطيط ومراقبة الإنتاج في الترتيب الثاني من حيث مستوى الإلمام ومعرفة مدراء الإنتاج بها، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (4.51) وبانحراف معياري بلغ (836). وبمستوى إلمام كبير جداً.
٣. جاءت العبارة الخاصة بوظيفة تخطيط الطاقة الإنتاجية في الترتيب الثالث من حيث مستوى الإلمام ومعرفة مدراء الإنتاج بها، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (4.47) وبانحراف معياري بلغ (900). وبمستوى إلمام كبير جداً.
٤. جاءت العبارة الخاصة بوظيفة الصيانة والإحلال في الترتيب الحادي عشر من حيث مستوى الإلمام ومعرفة مدراء الإنتاج بها، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3.53) وبانحراف معياري بلغ (1.464) وبمستوى إلمام كبير.
٥. جاءت العبارة الخاصة بوظيفة تحديد موقع المصنع في الترتيب الثاني عشر من حيث مستوى الإلمام ومعرفة مدراء الإنتاج بها، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3.53) وبانحراف معياري بلغ (1.372) وبمستوى إلمام كبير.
٦. جاءت العبارة الخاصة بوظيفة دراسة العمل وتصميم الوظائف في الترتيب الثالث عشر من حيث مستوى الإلمام ومعرفة مدراء الإنتاج بها، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (1.09) وبانحراف معياري بلغ (442). وبمستوى إلمام ومعرفة كبير.

بناء على ما سبق يمكن القول أن اختبار (t) كان دال إحصائياً لجميع عبارات السؤال حيث أتضح أن قيمة (t) كانت كلها موجبة وذات مستوى دلالة (sig) أقل من (0.05)، وباستخدام المتوسط العام المرجح والانحراف المعياري أتضح أن مستوى الإلمام ومعرفة مدراء الإنتاج بوظائف إدارة الإنتاج والعمليات كان يتراوح بين الإلمام الكبير جداً والإلمام الكبير الأمر الذي يدل بوضوح على أن هنالك مستوى كبير من الإلمام والمعرفة بوظائف إدارة الإنتاج والعمليات بين أفراد عينة الدراسة مما ينفي صحة الفرضية الثانية القائلة " يوجد مستوى متدني من الإلمام والمعرفة بوظائف إدارة الإنتاج والعمليات لدى الكثير من مدراء إدارة الإنتاج بالمنشآت الصناعية السودانية".

الاستنتاجات:

١. أظهرت الدراسة الميدانية بأن إدارة الإنتاج والعمليات بالمنشآت الصناعية تحظى باهتمام كبير من قبل الإدارة العليا، ويتمثل ذلك في العناية الكبيرة التي توليها الإدارة العليا لاختيار وتعين مدراء إدارة الإنتاج من المؤهلين، فقد تبين من الدراسة بأن معظم مدراء الإنتاج تتراوح أعمارهم بين (٣١-٤٠) سنة مما يدل على أن غالبية مدراء إدارة الإنتاج هم في مرحلة العطاء.
٢. أوضحت الدراسة بأن معظم مدراء الإنتاج قاموا بدراسة مقررات إدارة الإنتاج أثناء الدراسة الجامعية أو فوق الجامعية، الأمر الذي يفسر بوضوح وجود مستوى كبير من الإلمام والمعرفة بقرارات ووظائف إدارة الإنتاج والعمليات.
٣. كما أوضحت الدراسة بأن معظم مدراء الإنتاج شاركوا في دورات تدريبية في إدارة الإنتاج والعمليات، وهذا يعتبر دليل آخر على مدى الاهتمام الكبير الذي تحظى به إدارة الإنتاج والعمليات بالمنشآت الصناعية السودانية.

٤. أتضح من الدراسة الميدانية بأن معظم مدراء إدارة الإنتاج والعمليات بالمنشآت الصناعية السودانية لديهم مستوى كبير من الإلمام والمعرفة بوظائف إدارة الإنتاج والعمليات.
٥. كما أظهرت الدراسة الميدانية بأن معظم مدراء إدارة الإنتاج والعمليات بالمنشآت الصناعية لديهم مستوى كبير من الإلمام والمعرفة بقرارات إدارة الإنتاج والعمليات، فقد أتضح بأن هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين دراسة مقررات إدارة الإنتاج والعمليات أثناء الدراسة الجامعية أو فوق الجامعية ومستوى الإلمام والمعرفة بهذه القرارات.
٦. أيضا أظهرت الدراسة أن هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية مؤثرة بين المتغيرات الشخصية (العمر، التخصص العلمي، دراسة مقررات الإنتاج... الخ) لمدراء إدارة الإنتاج والعمليات ومستوى الإلمام والمعرفة بكل من وظائف وقرارات إدارة الإنتاج.

التوصيات:

- في ضوء النتائج التي أسفرت عنها الدراسة يقترح الباحث عدة توصيات يمكن أن تساهم في تحسين واقع أداء إدارة الإنتاج بالمنشآت الصناعية السودانية:
١. نظرا لكون الإلمام بوظائف إدارة الإنتاج والعمليات أحدي العوامل المؤثرة في أداء إدارة الإنتاج بالمنشآت الصناعية، فمن الضروري العمل على تنمية هذه القدرات الوظيفية لمدراء الإنتاج عن طريق زيادة الجرعات التدريبية التي توضح أهم الوظائف التي تقوم بها إدارة الإنتاج والعمليات بالدول الصناعية المتقدمة.
 ٢. لقد أظهرت نتائج الدراسة الميدانية بأن هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين دراسة مقررات إدارة الإنتاج والعمليات أثناء الدراسة الجامعية أو فوق الجامعية ودرجة الإلمام والمعرفة بهذه القرارات، لذا فمن الضروري العمل على تشجيع الجامعات السودانية على وضع مقررات جيدة لإدارة الإنتاج والعمليات يمكن أن تدرس هذه المقررات أثناء الدراسة الجامعية أو فوق الجامعية على أن تركز هذه المقررات على أهمية دور هذه القرارات في زيادة كفاءة أداء إدارة الإنتاج والعمليات بالمنشآت الصناعية.
 ٣. الاهتمام بزيادة الجرعات التدريبية لمدراء الإنتاج والعمليات بالمنشآت الصناعية السودانية، لسد حاجات التطور والتطبيق المستقبلي لنظام إدارة الإنتاج والعمليات.
 ٤. يجب أن تعمل المنشآت الصناعية السودانية على التعاون والتنسيق مع المنشآت الصناعية الإقليمية والدولية وذلك لتبادل الخبرات والبحوث والتجارب وتوفير دعم إضافي لتحسين أداء إدارة الإنتاج والعمليات بالمنشآت الصناعية السودانية.
 ٥. ضرورة أن تقوم وزارة الصناعة السودانية بتخصيص قسم خاص بمكتبة الوزارة يهتم بإدارة الإنتاج والعمليات بحيث يضم هذا الجزء من المكتبة مراجع ودراسات وبحوث ونشرات حول المشاكل والمعوقات التي تواجه إدارة الإنتاج والعمليات بالمنشآت الصناعية المحلية والأجنبية.
 ٦. تشجيع المنشآت الصناعية السودانية على الاهتمام بإجراء مزيد من البحوث والدراسات العلمية في مجال إدارة الإنتاج والعمليات.

المراجع:

- عفيف شريف عبد الله، عطية محمد عطية، إدارة العمليات الإنتاجية، (ط١)، عمان، دار الفكر للنشر والتوزيع، ١٩٩٠م.
- طارق محمد الرشيد، الأساليب الكمية للبحث العلمي عرض وتحليل البيانات يدويا وباستخدام برنامج SPSS، الخرطوم، (ب.د)، ٢٠٠٦م.
- جمال طاهر أبو الفتوح حجازي، إدارة الإنتاج والعمليات مدخل إدارة الجودة الشاملة، القاهرة، مطبوعات كلية التجارة، ١٩٩٠.
- منعم زمير الموسوي، إدارة الإنتاج والعمليات: النظرية والتطبيق، عمان، دار زهران، ١٩٩٥م.

- هدي سيد لطيف، الأسس العلمية للإدارة، القاهرة، دار النهضة، ١٩٩٥م.
- عبد السلام محمود أبو قحف، مقدمة في إدارة الأعمال، الإسكندرية، دار الجامعة الجديدة للنشر، ٢٠٠٣م.
- محرم فتحي، إدارة الإنتاج وإنشاء المشروعات الصناعية، المنصورة، مكتبة الجلاء الجديدة، ١٩٩١م.
- مني محمد إبراهيم البطل، المبادئ العلمية والتطبيق العملي لإدارة الإنتاج والعمليات: مع نظرة مستقبلية لتحقيق القدرات التنافسية، قناة السويس، دار نشر الزليني، ٢٠٠١م.
- محمد نور برهان، البرمجة الخطية في إدارة الإنتاج، مجلة الإدارة العامة، المنظمة العربية للعلوم الإدارية، العدد ١١٢ مايو ١٩٩٢.
- درويش عبد الرحمن يوسف، إدارة الإنتاج في المؤسسات الصناعية بدولة الإمارات العربية المتحدة، مجلة الإدارة العامة، العدد ٨١ ديسمبر ١٩٩٣م.
- T.S. Tan, "Responsibilities and Activities of Singaporean Production Managers", International Journal of Operations. & Production Management , 1989.
- J.S. Oakland and A. Shoal, "Production and Operations Management Techniques in Manufacturing: Comparing the United Kingdom and the United States", Production and Inventory Management, 1987.
- Evart E. Adam& Ronald. Ebert. Production and Operations Management.5th ed. New York: prentice Hall.1992.

تقييم التأثير السمي لمستخلصات بعض الطحالب في خط خلايا سرطان الحنجرة البشري Hep-2

غيداء حسين الربيعي (*)

المخلص: تناولت الدراسة عزل وتشخيص ثلاثة أنواع من الطحالب *Anabaena cylindrical* و *Lyngbya sp.* التابع لشعبة الطحالب المزرققة و *Scenedesmus obliquus*، التابع لشعبة الطحالب الأخضر من قناة الحولية تابعة جامعة بغداد. استخدم الوسط الزراعي Chu 10 لتنمية الطحلب في مزرعة مستقرة في ظروف مختبرية ثابتة (25 °م وشدة إضاءة 200 مايكروانشتاين / م² / ثا ولمدة 6:18 ساعة إضاءة: ظلام). حصدت المزرعة بعد أربعة عشر يوماً من عمر المزرعة. أستخدم الميثانول 95% لأستخلاص المواد الفعالة الخام من الكتلة الحية الجافة. اختبرت كفاءة فعالية المستخلص تجاه الخط الخلوي Hep-2 في مركز التقنيات الإحيائية في جامعة النهرين وبتراكيز مختلفة (125 و 250 و 500 و 1000 و 2000 و 4000) ميكروغرام /مليتر، أظهرت الدراسة أن مستخلص الطحلب الأخضر *Scenedesmus obliquus* أفضل فعالية من مستخلص الطحالبين الأخضر المزرق *Anabaena cylindrical* و *Lyngbya sp.* تجاه الخط الخلوي Hep-2. فقد وجد أن المستخلص له تأثير سمي بجميع التراكيز وكان أعلى تأثير سمي لمستخلص *Scenedesmus obliquus* عند التركيز 4000 ميكروغرام /مليتر بمقدار 71.45%، في حين كان أعلى تأثير سمي عند التركيز 4000 ميكروغرام /مليتر بمقدار 70.9% و 71.8% لمستخلص الطحالبين الأخضر المزرق *Anabaena cylindrical* و *Lyngbya sp.* على التوالي. ولم يظهر تأثير مثبط عند التراكيز القليلة قيد الدراسة. وتمت تنقية المستخلص *S.obliquus* جزئياً إذ أظهر المستخلص المنقى جزئياً فعالية أعلى من المستخلص الخام تجاه الخط الخلوي Hep-2 حيث بلغ 20% عند التركيز 200 ميكروغرام /مليتر.

الكلمات المفتاحية: الطحالب الدقيقة، مستخلصات، الخطوط السرطانية، مركبات مثبطة.

Evaluation Cytotoxic Effect of Some Algae Extracts on Cell Line Hep-2 In Vitro

Ghaidaa H. Al-Rubaiei

Abstract: In this Study, isolate and identification Three types of algae *Scenedesmus obliquus* of the belong to Division of green -algae and *Anabaena cylindrical* and *Lyngbya sp.* Of the belong to Division of cyanobacteria from channel at the University of Baghdad. Use culture medium Chu- 10 for growth of algae on batch culture in the laboratory conditions (25 ° c ±2 and light intensity 200 μE/m²/sec the light: dark regime was used 16:8 hrs). Harvested culture after fourteen days of age farm. Use methanol 95% to extract active compound from raw dry biomass, Tested the effectiveness of the efficiency of the cell extract toward the cell line (human larynx cancer) Hep-2 from biotechnology center at the University of Alnahrain university and different concentrations (125, 250, 500, 1000, 2000 and 4000 μg / mL) The study showed that the extract of green algae *Scenedesmus obliquus* better the effectiveness of the extract blue green alga *Anabaena cylindrical* and *Lyngbya sp.* toward the cell line Hep -2 found that the extract has a toxic effect of all concentrations had a higher effect Higher toxic effect of the extract at concentration *Scenedesmus obliquus* 1000 μg / mL by 71.45%.while the toxic effect was higher when the concentration 4000 μg / mL by 70.9% and 71.8%% to blue-green alga extract *Anabaena cylindrical* and *Lyngbya sp.* respectively Did not show inhibitory effect at low concentrations in this study. These anti Hep-2 agents were partially purified and the pure active compounds proved to have higher activity comparing with the cruds extract about 20% at 200 μg / mL concentration.

Keywords: microalgae, extracts, cell line, active compound

المقدمة

تعد الطحالب الدقيقة من النباتات الواطئة ذاتية التغذية Autotrophic، إما بدائية النواة أو حقيقية النواة وتحول الطاقة الشمسية إلى طاقة كيميائية بعملية البناء الضوئي Photosynthesis وتكون بسيطة التركيب تفتقر إلى ساق وأوراق وجذور حقيقية ولها تراكيب تكاثيرية بسيطة، ولا تحاط بالغلغاف العقيم وتحتوي على الكلوروفيل [1].

أجريت في العقود الأخيرة عدد من الدراسات عن الكثير من المركبات التي يمكن أن تستخدم في تجارب على المركبات التي لها تأثير سمي في الخلايا السرطانية، ومن جانب آخر كان لبعض منها تأثيرات سمية جانبية كبيرة على الخلايا السليمة، ولذلك كان لابد من اختيار المركبات الأقل سمية في العلاج وتعد الأحياء المجهرية مصدراً فريداً للمركبات الأيضية الفعالة حيويًا والمهمة طبيًا، لذا فقد تم اختبار مجاميع من الأحياء المجهرية ومنها الطحالب الدقيقة لهذا الغرض [2,3]. إذ تنتشر الطحالب الدقيقة في بيئات مختلفة لتحملها الواسع للظروف البيئية المتغيرة من درجة الحرارة والملوحة والمغذيات والجفاف والأشعة فوق البنفسجية، لذا يجب أن تكيف بمثل هذه الظروف مما يجعلها تمتلك خصائص فسيولوجية فريدة من نوعها لذا تعد من المصادر الطبيعية لإنتاج المركبات الفعالة Natural products التي يمكن الاستفادة منها لعلاج كثير من الأمراض [4].

تنتج الطحالب الدقيقة مثل *Chlorella* و *Oscillatoria sp.* و *Nostoc sp.* و *Anabaena sp.* مركبات *Scenedesmus sp.* و *sp.* Secondary metabolism فعالة ناتجة من الأيض الثانوي من الأحمض الدهنية غير المشبعة، ذات وظيفة سمية للخلايا [1,5] ومن أهم هذه المركبات هي الأحماض الدهنية غير المشبعة، الكاروتينات B-carotein، فيكوسيانين، وفيكوارثين وتراكيز عالية من الفيتامينات B₁, B₂, B₆, B₁₂، فضلا عن فيتامين D, k والأنزيمات. وأن كل هذه المركبات الفعالة تعد مضادات الأكسدة الطبيعية ومضادة للالتهابات وسامة للخلايا [٤]. ويكون مسار تصنيع المركبات الحيوية في خارج وداخل الجسم الحي بنظام غاية الدقة، فقد لوحظ أن مستوى إنتاج المركبات الحيوية تتأثر بمسار الأنزيمات الذي يسيطر عليها بمستوى التعبير الجيني [6]. Level gene expression عزلت كثير من المركبات المستخلصة من الطحالب ومن أهمها *Nostocine* و *Cylinrospermopsin* cyanopeptides, cyanopeptolins, micropeptins, microginins, or aeruginosins التي عزلت من *Microcystis*, *Anabaena*, *Planktothrix* التي تتميز بفعاليتها ضد الأورام السرطانية إذ أثبتت هذه المستخلصات الخام والمنقاة جزئياً أنها تسبب الموت المبرمج apoptosis للخلايا الكبدية واللمفاوية والطلائية فضلا عن سرطان الجلد fibroblast وخلايا الأمعاء والخلايا النخامية وخلايا سرطان الحنجرة البشري [7,4,1]، إذ أظهرت هذه المستخلصات تأثيراً تثبيطياً للأورام السرطانية داخل الجسم *in vivo* وخارج الجسم *in vitro* وكان بعض هذه الأورام مقاومة للمعالجة الكيميائية [8]. ركزت هذه الدراسة على الطحالب الدقيقة لقلّة الدراسات عن فعالية مستخلصاتها ضد الأمراض السرطانية، ولتوافر هذه الطحالب في البيئة المحلية فقد هدفت الدراسة إلى: عزل وتشخيص أنواع من الطحالب المحلية وتشخيصها ثم دراسة التأثير التثبيطي لمستخلص الطحلب *Scenedesmus obliquus* و *Anabaena cylindrical* و *Lyngbya sp.* في الخط الخلوي (سرطان الحنجرة البشري) Hep-2

المواد وطرائق العمل

١- تحضير مجفف الخلايا

تم عزل الطحلب *Scenedesmus obliquus* باتباع طريقة [9] Serial dilution methods و الطحلب *Anabaena cylindrical* و *Lyngbya sp.* باتباع طريقة [10] Streak Plating من قناة الحولية تابعة جامعة بغداد. تم تشخيص الطحلب *Scenedesmus obliquus* التابع لشعبة

الطحالب الخضراء Chlorophyta والطحلب *Anabaena cylindrical* التابع لشعبة الطحالب الخضراء المزرقة Cyanophyta باستخدام المجهر الضوئي المركب Olympus وباستخدام مصدر التشخيص [12,11] على الترتيب، إذ استزرع الطحلب في الوسط الزرعى Ch-10 [10] وباستعمال المزارع المستقرة وفي ظروف مختبرية ثابتة (درجة حرارة 25م° وشدة إضاءة 200 مايكرو أنشتاين /م²/ثا ومدة ٦:١٨ ساعة إضاءة: ظلام) تم ترسيب المزارع بعد أربعة عشر يوماً وذلك بالنبد المركزي عند سرعة 3000 دورة/ دقيقة لمدة 15 دقيقة. جمع بعدها الراسب وجفف عند درجة حرارة ٤٠م° ولمدة ٤٨ ساعة [٨].

٢- استخلاص المواد الفعالة

تم استخلاص المركبات المنتجة الخام باستعمال جهاز الاستخلاص Soxhlet، إذ تم وزن ١ غرام من الطحلب المجفف وأضيف له ٢٥٠ ملليمترا من الميثانول بتركيز ٩٥% وتركت العينة ٢ ساعة لكي يتشبع المسحوق بالمذيب ثم أجري الاستخلاص ولمدة ٤ ساعات وجفف الراشح باستعمال جهاز المبخر الدوار عند درجة حرارة ٤٠م°، ووزن الناتج من عملية الاستخلاص [8].

٣- دراسة التأثير السمي لمستخلص الطحالب:-

أ- **الخط الخلوي (سرطان الحنجرة البشري Hep-2):** اختير خط الخلايا (سرطان الحنجرة البشري) واستعمل هذا الخط عند التمريرة 20. تم الحصول على الخط الخلوي السرطاني من مركز بحوث التقانة الإحيائية / جامعة النهريين. تمت تنمية الخط السرطاني في الزجاج في أطباق الزراعة النسيجية (Falcon 25cm³) وبدرجة حرارة ٣٧ م° وبشكل أفقي باستعمال الوسط الزرعى البقري Roswell Park Memorial Institute (RPMI-1640) المجهز بـ ١٠% من مصل جنين البقر Fetal calf Serum، وعند الحصول على طبقة أحادية كاملة Confluent monolayer، وعملت الخلايا بمحلول التريسين - فرسين لتقسيمها إلى مزرعة ثانوية أخرى [13] Subculture.

ب- **تهيئة الخط الخلوي Hep-2:** تم تقريغ وعاء الزرع النسيجي الذي يحتوي على الخلايا السرطانية من الوسط الزرعى القديم، ثم أضيفت له كمية قليلة من محلول التريسين - فرسين ٢-٣ مليلتر ووضع في الحاضنة بدرجة حرارة ٣٧ م° ولمدة ٢-٥ دقيقة. وبعد ذلك أضيف الوسط الزرعى الذي يحتوي على نسبة ١٠% من مصل الجنين البقري إلى الوعاء وبمقدار ٢٠ مليلتر مع إحداث حركة دورانية بسيطة لأجل إزالة أكبر كمية من الخلايا الموجودة في الوعاء وسكبت بعدها محتوياته في وعاء معقم.

ج- **التأثير السمي:** تم إجراء اختبار السمية لمستخلصات الطحالب في قيد الدراسة بعدة تراكيز في نمو الخط الخلوي Hep-2 بحسب طريقة [13] وهي كالآتي :

- **زرع الخلايا Cell Seeding:** استعملت أطباق الزرع النسيجي متعددة الحفر 96 Micro liter Plates القعر المسطح Flat bottom لزرع الخلايا السرطانية المستحصل عليها بعد تكون الطبقة الأحادية الكاملة وإزالتها من سطوح الأوعية وتفكيكها بمحلول التريسين /الفرسين.

- **الحضانة Incubation:** وضع الطبق في الحاضنة بدرجة ٣٧ م° مزودة بـ ٥% من غاز ثنائي أوكسيد الكربون إلى اليوم الثاني للسماح بالتصاق الخلايا Cell attachment .

المعاملة Treatment : فحصت الأطباق التي تحتوي على الخلايا السرطانية 2- Hep تحت المجهر المقلوب inverted microscope للتأكد من نمو الخلايا بشكل جيد في الحفر أعقبها إجراء الخطوات الآتية:-

١- حُضِر [14] كل من المستخلص الميثانولي للطحالب المدروسة بوساطة إذابة ٠.٠١ غرام من المستخلص الخام المركز في ١ مليلتر من المذيب الوسط (Dimethyl Sulf Oxide (DMSO ثم عُمِّم باستعمال مرشح ذي ثقوب بقطر ٠.٢٢ مايكروميتر وحُضِرَت منه ستة تراكيز مخففة وهي (١٢٥ و٢٥٠ و٥٠٠ و١٠٠٠ و٢٠٠٠ و٤٠٠٠) مايكروغرام/مليلتر وفي ظروف معقمة. إستخدمت جميع التراكيز المحضرة مباشرة بعد اكمال عملية التحضير.

٢- سكب الوسط الزراعي من الحفر في أطباق الزرع النسيجي بعد رفع اللاصق، ثم أضيف ٠.٢ مليلتر /حفرة من كل تركيز سابق وبواقع ٣ حفرات لكل تركيز مع زراعة حفر أخرى محتوية على الوسط الزراعي الخالي من مصم الجنين البقري فقط التي تعد السيطرة السالبة وحفر أخرى تحوي DMSO بتركيز ٠.١% مع الوسط الزراعي الخالي من المصل بوصفه سيطرة موجبة.

بعد مرور مدة التعريض Exposure time وهي ٤٨ ساعة، أخرج الطبق من الحاضنة وأضيف إليه ٥٠ مايكروليتر من محلول صبغة الأحمر المتعادل وأعيد الطبق مرة ثانية إلى الحاضنة مدة ساعتين. أخرج بعدها الطبق وأزيلت محتوياته وغسلت الخلايا بمحلول دارى الفوسفات الملحي (PBS) إلى حين زوال الصبغة الزائدة، أضيف بعد ذلك لكل حفرة ٥٠ مايكرو لترأ من محلول دارى الفوسفات الملحي المحمض بالايثانول المطلق ١:١ (محلول استخلاص الصبغة). وسجلت النتائج باستخدام جهاز الاليزا بطول موجي ٤٩٢ نانومتر. اعتمدت اختبار سمية الخلية cytotoxicity assay لتقويم تأثير تراكيز المستخلص في نمو الخلايا بدلالة النسبة المئوية لمعدل التنشيط IR%، حسب النسبة المئوية للتنشيط الخلايا (IR%) حسب المعادلة الآتية[15]:

$$IR\% = \frac{A-B}{A} \times 100$$

حيث A تعني السيطرة، B تعني معدل القراءات Test

٤-التنقية الجزئية لمستخلص الطحلب

أتبعت الطريقة الموصوفة من قبل Naviner et al. (١٩٩٩) للحصول على مركبات نقية جزئياً من الطحلب *Scenedesmus obliquus* وكما يأتي:

١- عُلِق 250 ملغم من مجفف الطحلب في 10 مليلتر من الميثانول (٩٥%)، ثم رُج المعلق لمدة ٣٠-٦٠ دقيقة باستعمال حاضنة هزازة بدرجة حرارة ٢٥م° وبسرعة ٧٠ دورة /دقيقة.

ب- نبذ المستخلص مركزياً بسرعة ٦٠٠٠ دورة /دقيقة مدة ١٥ دقيقة
ج- أضيف بعدها 5 مليلتر من كلوريد جمع الجزء العضوي وتم تركيزه بدرجة حرارة الغرفة للحصول على المستخلص الخام.

د- وضع الجزء العضوي في قمع الفصل وأضيف له كلوريد الميثيلين، مع الرج الجيد وترك مدة ٢-٥ دقائق

هـ - بإضافة ٥ مليلتر من كلوريد الميثيلين ورج جيدا وترك إلى أن ينفصل إلى طبقتين، ثم أخذت طبقة كلوريد الميثيلين. جمعت طبقة كلوريد الميثيلين وركزت وحفظت في الظلام في ٤م° إلى حين الاستعمال.

تم الكشف عن الأحماض الدهنية بعملية التحليل في جهاز كروموتغرافي الغاز السائل GC في قسم المواد الخطرة /وزارة العلوم والتكنولوجيا، إذ تم استعمال جهاز كروموتغرافي الغاز السائل من نوع GC Pyeunicam 204 باستعمال درجة حرارة الكاشف FID ٣٠٠ أما درجة حرارة الحاقن فكانت ٢١٠ م°، إذ تم استعمال العمود الخاص بالأحماض الدهنية DEGS من نوع (Diethylen

glycol succinate) وبطول 1.5 متر وقطر ٤ ملليمتر ودرجة حرارة ١٥٠ م° وباستعمال الغاز الناقل النيتروجين N₂.

النتائج والمناقشة

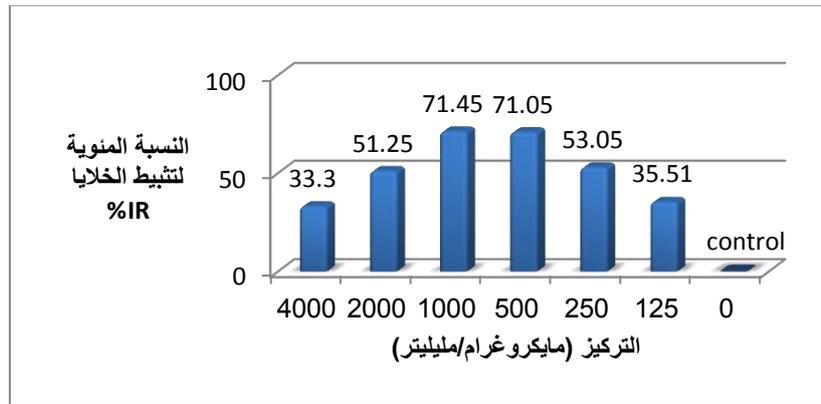
1- تأثير المستخلص *Scenedesmus obliquus* على الخط الخلوي Hep-2

يتضح من الدراسة أن التأثير سمي للطحلب *Scenedesmus obliquus* أكثر فعالية من الطحلبين الأخضر المزرق *Anabaena cylindrical* و *Lyngbya sp.*، إذ بينت النتائج أن التراكيز المختلفة لمستخلص الميثانولي للطحلب الأخضر *Scenedesmus obliquus* تأثيراً في نمو الخلايا Hep-2 (الجدول 1). وأظهرت نتائج التحليل الإحصائي لوجود فرق معنوي ($P < 0.05$) بين التراكيز المستعملة (1000 و 500) مايكروغرام/مليتر. فقد تبين أن لمستخلص الميثانول الخام تأثيراً سميّاً واضحاً في جميع التراكيز، إذ سجل أعلى تأثير مثبط 71.45% عند تركيز 1000 مايكروغرام/مليتر (الشكل 1). ويعود السبب في ذلك إلى نشاط الأحماض الدهنية التي تسبب عملية امتزاز على سطح الخلية وتغير في نفاذية أغشية الخلية [16]. تشير الدراسات أيضاً إلى أن الأحماض الدهنية المشبعة وغير المشبعة لها نشاط مضاد للأورام السرطانية، وجد أن نسبة الدهون في *Scenedesmus sp.* ١١-٥٥% من الوزن الجاف [17, 18]. وتعمل الأحماض الدهنية بوصفها عوامل غير مزدوجة Uncoupling Agents مما يجعل الأغشية نفاذة للبروتينات فيحدث تثبيط في بناء ATP، وأن الأحماض الدهنية غير المشبعة أقوى فعالية من الأحماض الدهنية المشبعة ويكون لموقع الأصرة المزدوجة ونوعها وطول السلسلة أثر في تحديد مدى فعالية هذه الأحماض [16]. وقد يرجع السبب الآخر لسمية الخلايا إلى الصبغات الكاروتينية التي لها دور في تثبيط نمو الخلايا السرطانية ويعتقد أن هذه الصبغات تقوم بكبح الجين المسؤول عن تحول الخلايا من الطور G0 إلى الطور G1 في دورة الخلايا [17] cell cycle.

الجدول ١- معدل نسبة التثبيط (%IR) للمستخلص الميثانولي للطحلب *Scenedesmus obliquus* في الخط الخلوي السرطاني Hep-2

التركيز (مايكروغرام/مليتر)	النسبة المئوية للتثبيط (%IR)
٤٠٠٠	٣٣.٣±1.73 a
٢٠٠٠	٥١.٢٥±2.88 b
١٠٠٠	٧١.٤٥±2.30 c
٥٠٠	٧١.٠٥±2.30 c
٢٥٠	٥٣.٠٥±1.73 d
١٢٥	٣٥.٥١±0.577 e
control	٠ ± ٠.٠٠

الحروف المختلفة في الأعمدة تعني وجود فرق معنوي عند مستوى ($P < 0.05$)



الشكل ١- التأثير التنشيطي للمستخلص للطحلب *Scenedesmus Obliguus* في الخط الخلوي Hep-2

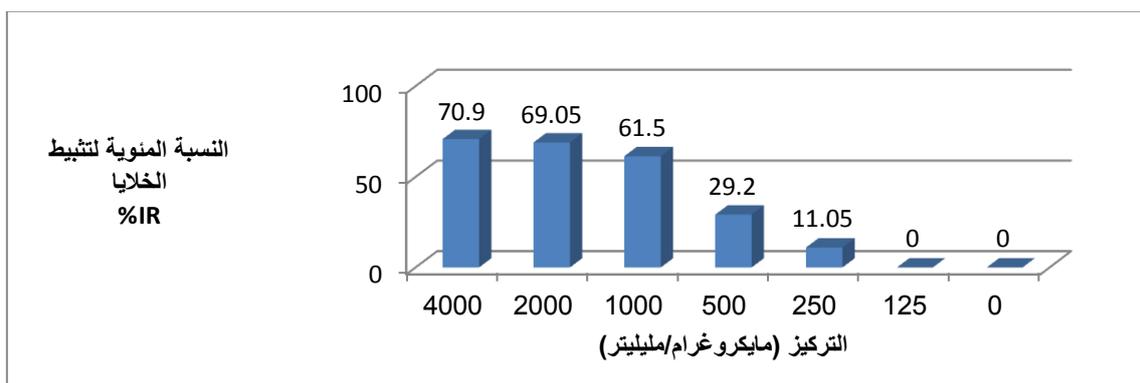
٢- تأثير المستخلص *Anabaena cylindrical* على الخط الخلوي Hep-2

يتضح من النتائج أن للتركيز المختلفة للمستخلص الميثانولي للطحلب *Anabaena cylindrical* تأثيراً في نمو الخلايا Hep-2 (الجدول ٢). وأظهرت نتائج التحليل الإحصائي لا يوجد فرق معنوي ($P < 0.05$) بين التراكيز (٤٠٠٠ و ٢٠٠٠ و ١٠٠٠) مايكروغرام/ملييلتر. فقد تبين أنه لمستخلص الميثانول الخام تأثيراً سميماً واضحاً في التراكيز العالية حسب الدراسة عند التركيز ١٢٥ مايكروغرام/ملييلتر الذي لم يظهر أي تأثير مثبط لنمو الخلايا، فقد سجل أعلى تأثير مثبط ٧٠.٩% عند تركيز ٤٠٠٠ مايكروغرام/ملييلتر. وأقل تأثير سمي على الخلايا عند التركيز ٢٥٠ مايكروغرام/ملييلتر يبلغ ١١.٠٥% (الشكل ٢). إن أكثر التفسيرات قبولاً للتأثيرات المثبطة التي تُبديها مستخلصات الطحالب ضد الخلايا السرطانية هو قدرتها على التحفيز على الموت المبرمج للخلايا [19,20]. وربما يعود في ذلك إلى سلوك الخلية [21]. أثبت أن بعض الطحالب الخضراء المزرقمة مثل *Oscillatoria sp.* و *Chroococcus sp.* و *Nostoc sp.* تنتج المركبات *microcystins* و *nodularins* والتي تثبط الأنزيم *protein-phosphatase* لخلايا الخط الخلوي للبانن، ومن ثم يقود هذا إلى نخر الخلايا وموتها، وأن المركب *microcystins*، والأحماض الدهنية المشبعة وغير المشبعة تحت على بدأ الموت المبرمج، ومحاولتها إيقاف تكاثر تلك الخلايا، وتعد عملية الموت المبرمج من الآليات المهمة والدقيقة في خلايا اللبانن، وتحدث غالباً عندما تعاني أي خلل وظيفي، لذا فهي تؤدي دوراً مهماً في عملية التسرطن [22,23].

الجدول ٢- التنشيط (%IR) للمستخلص الميثانولي للطحلب في *Anabaena cylindrical* الخط الخلوي Hep-2

التركيز (مايكروغرام /ملييلتر)	النسبة المئوية للتنشيط (%IR)
٤٠٠٠	٧٠.٩±1.73 a
٢٠٠٠	٦٩.٠٥ ±1.73 a
١٠٠٠	٦١.٥±2.88 a
٥٠٠	٢٩.٢±0.57 b
٢٥٠	11.05±1.73 c
١٢٥	0.00
control	0.00

الحروف المختلفة في الأعمدة تعني وجود فرق معنوي عند مستوى ($P < 0.05$)

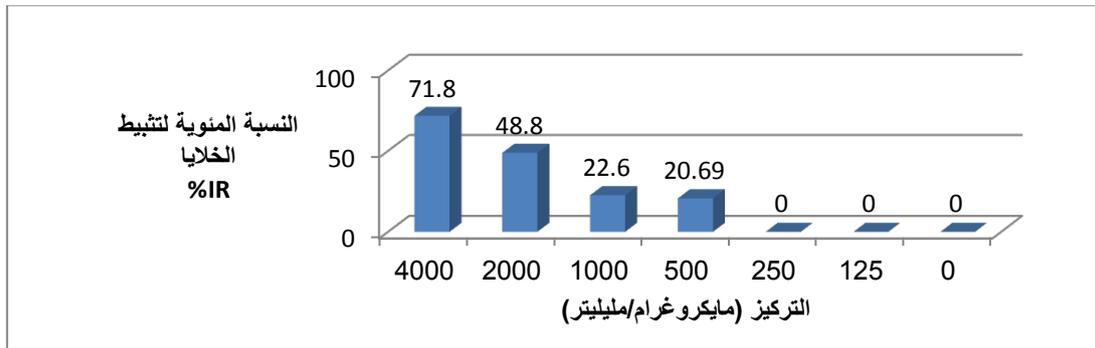
الشكل ٢- التأثير التثبيطي للمستخلص الطحلب *Anabaena cylindrical* في الخط الخلوي Hep-2

٣- تأثير المستخلص *Lyngbya Sp.* على الخط الخلوي Hep-2

يتضح من النتائج أن للتركيز المختلفة للمستخلص الميثانولي للطحلب *Lyngbya Sp.* أقل تأثيراً في نمو الخلايا Hep-2 مقارنة بالطحالب الأخرى قيد الدراسة (الجدول ٢). وأظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود فرق معنوي ($P < 0.05$) بين التركيزات المستعملة. فقد تبين أن لمستخلص الميثانول الخام تأثيراً سميّاً واضحاً في التركيزات العالية حسب الدراسة عدا التركيز ١٢٥ و ٢٥٠ مايكروغرام/ملييلتر الذي لم يظهر أي تأثير مثبط لنمو الخلايا، فقد سجل أعلى تأثير مثبط و ٧١.٨% عند تركيز ٤٠٠٠ مايكروغرام/ملييلتر. عدم وجود فروق معنوية بين التركيز ١٠٠٠ و ٥٠٠ مايكروغرام/ملييلتر بلغ وأقل تأثير سمي على الخلايا يبلغ ٢٢.٦% و ٢٠.٦% على التوالي (الشكل ٢). إن أكثر التفسيرات قبولاً للتأثيرات المثبطة التي تُبديها مستخلصات الطحالب ضد الخلايا السرطانية هو قدرتها على التحفيز على الموت المبرمج للخلايا [19,20]. وربما يعود في ذلك إلى سلوك الخلية [21]. أثبت أن بعض الطحالب الخضراء المزرقة مثل *Oscillatoria sp.* و *Chroococcus sp.* و *Nostoc sp.* تنتج المركبات *microcystins* و *nodularins* والتي تثبط الأنزيم *protein-phosphatase* لخلايا الخط الخلوي للبانن، ومن ثم يقود هذا إلى نخر الخلايا وموتها، وأن المركب *microcystins* يعمل أو يحدث على بدأ الموت المبرمج، ومحاولتها إيقاف تكاثر تلك الخلايا. وتعد عملية الموت المبرمج من الآليات المهمة والدقيقة في خلايا اللبانن وتحدث غالباً عندما تعاني أي خلل وظيفي، لذا فهي تؤدي دوراً مهماً في عملية التسرطن [22].

الجدول ٣- التأثير التثبيطي للمستخلص الطحلب *Lyngbya Sp.* في الخط الخلوي Hep-2

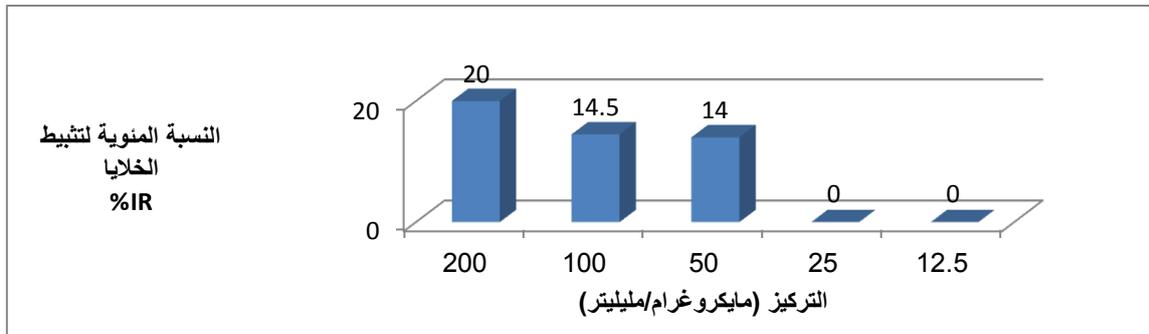
التركيز (مايكروغرام /ملييلتر)	النسبة المئوية المنوية للتثبيط (%IR)
٤٠٠٠	٧١.٨±1.73 a
٢٠٠٠	٤٨.٨±1.15 b
١٠٠٠	٢٢.٦ ±0.57 c
٥٠٠	٢٠.٦٩±0.57 c
٢٥٠	٠.٠٠
١٢٥	0.00
control	0.00

الشكل ٣- التأثير التثبيطي للمستخلص للطحلب *Lyngbya Sp* في الخط الخلوي Hep-2٤- تأثير المستخلص *Scenedesmus obliquus* المنقى جزئياً على الخط الخلوي Hep-2

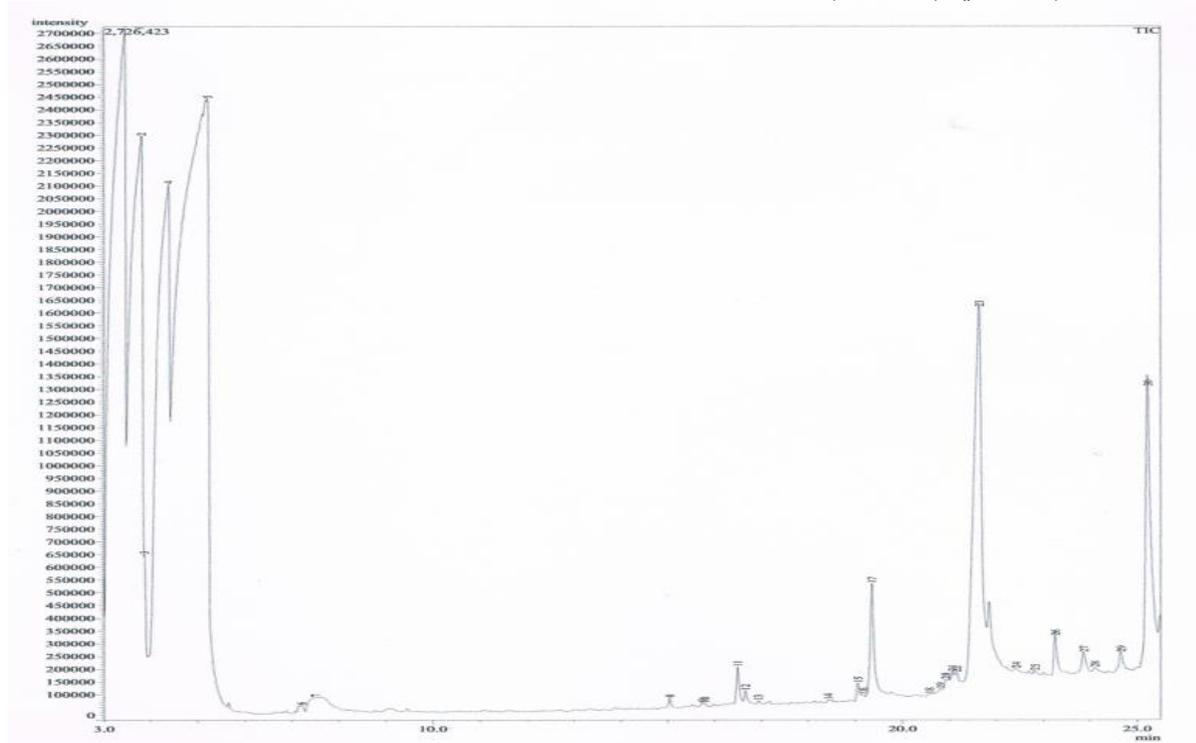
يتضح من النتائج أن التراكيز المختلفة للمستخلص المنقى جزئياً للطحلب *Scenedesmus obliquus* كان له تأثير سمي في نمو الخلايا Hep-2 (الجدول ٤). وأظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن هناك فرقاً معنوياً ($P < 0.05$) بين التراكيز المستعملة. فقد تبين أن لمستخلص المنقى جزئياً تأثيراً سميّاً واضحاً في جميع التراكيز عدا التركيز ٢٥ و ١٢.٥ مايكروغرام/ملييلتر الذي لم يظهر أي تأثير مثبط لنمو الخلايا، فقد سجل أعلى تأثير مثبط 20% عند تركيز ٢٠٠ مايكروغرام/ملييلتر. وأقل تأثير سمي على الخلايا عند التركيز ٥٠ مايكروغرام/ملييلتر يبلغ ١٤% (الشكل ٢). ليس هناك وجود فرق معنوي في التراكيز ١٠٠ و ٥٠ مايكروغرام/ملييلتر وهذا يشير إلى أن فعالية المركبات على الخط الخلوي Hep-2 لا تعتمد على التركيز، وهذا ربما يؤكد فعالية المستخلصات المنقاة جزئياً على الخط الخلوي لاحتوائها على الأحماض الدهنية التي تؤثر في عمل أنزيم او بروتين معين أو تسبب أضراراً في غشاء الخلية أو تغييراً في الفعالية الفسيولوجية أو تحليل الخلية [24]

الجدول (٤): معدل التثبيط %IR للمستخلص المنقى جزئياً للطحلب *Scenedesmus obliquus* في الخط الخلوي Hep-2 بعد تعريضه لمدة ٤٨ ساعة

التركيز (مايكروغرام/ملييلتر)	(%IR) النسبة المئوية للتثبيط
٢٠٠	20.00 ± 1.15 a
١٠٠	14.50 ± 1.73 b
٥٠	14.00 ± 0.57 b
٢٥	0.00
١٢.٥	0.00

الشكل ٤- التأثير التثبيطي للمستخلص المنقى جزئياً للطحلب *Scenedesmus Obliguus* بالخط الخلوي Hep-2

أظهرت النتائج أن هناك أنواعاً مختلفة من الأحماض الدهنية للمستخلص والمنقى جزئياً للطحلب *S.obliquus* وجد أن هناك اختلافاً في أوقات الفصل كان أفضل الحامض الدهني قد سجل أعلى تركيز (أكبر مساحة 37.61%) من بقية الأحماض الدهنية الأخرى، إذ بلغ وقت الفصل 5.21 دقيقة. بينما سجلت بقية الأحماض الدهنية أوقات فصل 3.45 و 3.80 دقيقة (ومساحة 18.38 و 13.55%) كما في (الشكل ٥).



الشكل (٥): الأحماض الدهنية في المستخلص *Scenedesmus Obliquus* التي شخصت بجهاز الكروماتوغرافي الغاز-السائل GC.

المراجع

- 1- Robert Edward Lee. Phycology 4th ed., 1-534 Cambridge unv. press (2008).
- 2- Okuzumi, J.; Nishino, H.; Murakoshi, M.; Iwashima, A.; Tanaka, Y.; Yamane, T.; Fujita, Y. and Takahashi, T. Inhibitory effects of fucoxanthin ,a natural carotenoid, onN,myc expression and cell cycle progression in human malignant tumor cell. *Cancer Letters*.55;75-81:pp34-35(1990).
- 3- Siyamak E.; Fatimah M.; Noorijahan B. Mehdi R.; Yeap S. Cytotoxic Effect of Ethanol Extract of Microalgae ,Chaetoceroscalcitrans, and its Mechanisms in inducing Apoptosis in Human Breast Cancer cell Line. *BioMed Research International* ;Vol.2(9):8-15:67-68(2013).
- 4- Burja A.M., Banaigs E.B, Abou-Mansour, Burgess JG, Wright PC: Marine cyanobacteria-a prolific source of natural products. *Tetrahedron*; 57: 9347–9377.(2001).
- 5- Tan L. T. Bioactive natural products from marine cyanobacteria for drug discovery. *Phytochemistry*; 68(7):954–979.(2007).
- 6- Olav M.S. Microalgae as a source of bioactive molecules-experience from cyanophyta research. *of Applied Phycology*, 12:341-348.(2000).
- 7- Welker M, von Dohren H: Cyanobacterial peptides—Nature’s own combinatorial biosynthesis. *FEMS Microbiol Rev*; 30(4):530–563. (2006).

- 8- Zorica, S.; Dragana, C.; Jelica, S.; Maja, K.; Dejan, S. Antibacterial ,antifungal and cytotoxic activity of terrestrial cyanobacterial strains from Serbia. *Science in China Series 51* (10):941-947.(2008).
- 9- Stein, J. *Handbook of phycological methods. Culture methods and growth measurements.* Cambridge University Press.pp:448.(1973).
- 10- Rippka, R. J.; Deruelles , J.; Waterbury, Herdman, M. and anier, R. Generic assiments, strain histories and properties of pure cultures of cyanobacteria.*J. Gen.Microbiol.*111:1-61(1979).
- 11- Prescott, G. W. Algae of the western lakes area.Brown ,W.M.C.Com. *Publisher, Dubuque.Iowa.*16th printing.1-123(1982).
- 12- Desikachary, T. V. *Cyanophyta.*Indian Council of Agricultural Research. New Delhi.(1959).
- 13- Freshney, R.I. *Culture of animal cells: A manual for basic technique* (3th ed.). Wiley-liss, A John Wiley & Sons Inc. publication, New York.pp540(1994)
- ١٤ - الحلي، زيد عبد المنعم علي، تأثير المستخلصات الخام لعشب السعد *Cyperusrotundus* L. في تثبيط نمو الخطوط الخلوية السرطانية. رسالة ماجستير /كلية العلوم /جامعة بغداد ٧٨-٩٨ (٢٠٠٤).
- 15-Freshney,R.I. *Culture of animal cell: Amanual for basic technique* (4th ed). *John wiley and Sons, Inc.* Publication, New Yorkpp1-89.(2000).
- 16- Jiunn-Tzong, W.; Yin-Ru ,C.; Wen-Ya,H. and Wann-Neng, J.Cytotoxic effects of free fatty acids on phytoplankton algae and cyanobacteria.*Aquatic Toxicology* ,80 (4) :338-345.(2006).
- ١٧ - يوسف، سامرة يونس وقاسم، ثائر أبراهيم والكبيسي، حارث كامل، التأثير المضاد للأورام السرطانية في المستخلص الخام لطحلب *Nitzschiapalea* (Kutez).W.sm مجلة أبحاث التقانة/الحيوية ٤١-٣٤:(١)٥ (٢٠٠٣).
- 18-Tüney, I.; Cadirci, B. h.; Unal, D. and Sukatar, A. M. (2007). In antimicrobial activities of the extracts of marine algae from the coast of Urla (izmir, Turkey). *Fres. Environ, Bull*,16:428-434.
- 19- Pavel ,H.; Jiri,K. and Blahosla ,M. (2005). Cytotoxic effect of soil cyanobacterial extracts to mammal cell lines YAC-1 and WEHI.*Czech phycology* ,5,79-90.
- 20- Al-Hilli, Z. A. (2009). A study of cytotoxic ,antioxidant ,inhibition of angiogenic factors and induction of apoptosis of *Cyperusrotundus* L.extracts on several cancer cell lines. Ph.D. thesis. Genetic Engineering and Biotechnology, Univ. of Baghdad, Iraq.pp75-76
- 21- Mohammed, Z. Y. Al-Jumaily, E. F. (2008)؛ Study the effect of the polyphenolic compound extracted from Grape Skin Fruit *Vitisvinifera* on some Cell lines (*in vitro*).M.Sc. thesis Genetic Engineering and Biotechnology, Univ. of Baghdad, Iraq.pp43
- 22- Ludmila ,V.; Jiri , K.; Tatiana, S.; Alla, P.; Nina ,T. and Pavel, H.; Valentina, D. Toxins and other bioactive compound produced by cyanobacteria Lake Ladoga.*Estonian J. of Ecology*,57(2):100-110. (2008).
- 23- Naveen B., Md. I.2, , and Tasneem F. Antimicrobial and Cytotoxic Activities of Cyanobacteria. *Inter. Jou. of Innovative Res. in Scie., Engineering and Technology.* Vol. 2, Issue 9, pp 4328 - 4343 (2013)
- 24- Jiunn-Tzong, W.; Yin-Ru ,C.; Wen-Ya,H. and Wann-Neng, J.Cytotoxic effects of free fatty acids on phytoplankton algae and cyanobacteria.*Aquatic Toxicology* ,80 (4) :338-345.(2006).

الوعي بانعكاسات ظاهرة العولمة على التعليم الجامعي من وجهة نظر أساتذة جامعة بغداد

أشواق سامي جرجيس لموزة (*)

الملخص: تهدف الدراسة إلى قياس ظاهرة العولمة وقياس انعكاسات ظاهرة العولمة على التعليم الجامعي لأساتذة جامعة بغداد والتعرف على العلاقة الارتباطية بين درجات ظاهرة العولمة ودرجات انعكاسات ظاهرة العولمة. وقد استعملت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي وتكونت عينة البحث من (٥٠٠) أستاذ من جامعة بغداد، قد اختيرت العينة بالطريقة الطبقيّة العشوائية، وكانت متغيرات البحث (اللقب العلمي والجنس والاختصاص). تم الاعتماد الاستبانة كأداة لجمع البيانات. وأهم النتائج التي أسفرت عنها الدراسة أن أساتذة جامعة بغداد لديهم وعي ومعرفة واسعة بظاهرة العولمة وأن أساتذة الجامعة باختلاف القابهم العلمية لديهم وعي متكافئ لظاهرة العولمة، وكذلك لمتغير الجنس والاختصاص. وبدت انعكاسات ظاهرة العولمة على أساتذة الجامعة يتأثر بتدرج اللقب العلمي، والتخصص، والجنس. وأن هناك علاقة ارتباطية دالة موجبة بين ظاهرة العولمة، وانعكاسات ظاهرة العولمة وهذا يوضح أن أساتذة الجامعة والمتعلمين هم أول من يستجيب لما يحدث في العالم من ثقافة وتقنية وغير ذلك بحسب موقعهم العلمي والثقافي.

الكلمات المفتاحية: ظاهرة العولمة، انعكاسات ظاهرة العولمة، التعليم الجامعي.

Awareness of the Implications of the Phenomenon of Globalization on Higher Education From the Perspective of Baghdad University Staff

Ashwaq S. J. Lammoza

Abstract: The study aims to measure the phenomenon of globalization and measuring the impact of globalization on higher education for professors University of Baghdad, and to identify the correlation between the scores of the phenomenon of globalization and extreme implications of globalization. The researcher used the descriptive analytical method and included the research sample included (500) professor as a selected sample from the University of Baghdad, it was stratified randomly. The research variables were (scientific title - sex - jurisdiction). Then the stratifying was relying on the questionnaire as a tool for data collection. Among the most prominent results of the study, It was proved that the majority of professors of Baghdad University have awareness and extensive knowledge of the phenomenon of globalization and in spite of their different scientific surnames, they are aware of their disproportionate to the phenomenon of globalization as well as to gender and competence. The implications of the phenomenon on the University professors are influenced by steeply title scientific specialization and sex. The correlation has a positive function on the phenomenon of globalization and the implications of the phenomenon of globalization, and this shows that the university professors and learners are the first to respond to what is happening in the world of culture and technology and so on, according to their scientific and cultural position.

Keywords: the phenomenon of globalization, higher education.

المقدمة:

تعدّ ظاهرة العولمة بأبعادها السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية من أهم الظواهر التي استحوذت ولازالت تستحوذ على اهتمام شرائح فكرية وفئات اجتماعية متعددة التخصصات من اقتصاديين، وساسة، وعلماء اجتماع، ومتقنين، وتربويين، لما لها من ارتباط وثيق بحياة الأفراد والمجتمعات، وغدت بمثابة موجة فكرية طاغية يؤازرها مد اعلامي متصاعد الأثار. ولقد برزت العولمة بشكل واضح خلال عقد التسعينات، وهي الآن القوة الرئيسية التي تقود البشرية ككل الى المستقبل. وأصبحت معظم التحولات الاقتصادية والسياسية والثقافية والاجتماعية المذهلة والمتسارعة التي يشهدها العالم بسبب العولمة أو نتيجة من نتائجها الضخمة والعميقة (عبدالله، ١٩٩٩:٣٩).

فالعولمة في الجانب الثقافي منها تهدف إلى توحيد الثقافة في العالم، باستعمال الجانب الثقافي، والاعلامي ذي الصلة بالجوانب النفسية وفي ضوء ذلك تمّ تكييف الثقافة من خلال وسائل اتصال ميسورة (القنوات الفضائية والالكترونيات و الحواسيب و الانترنت وغيرها) بقصد نقل الافكار والمبادئ ونشر المعلومات لمستوى الشبوع بين الناس جميعا، ومن ثم صياغة ثقافة عالمية لها قيمها ومعاييرها لزيادة معدلات التشابه، أو التجانس بين الجماعات والمجتمعات والمؤسسات في محصلة تبرز في اطارها وعلى مستوى النفس الإنسانية إمكانية تشكيل وعي وادراك ومفاهيم وقناعات عالمية الطابع (ولندزمن، ١٩٨٨:١٧).

إن التغيرات السريعة والمتلاحقة التي طرأت على العالم نتيجة العولمة وثورة المعلومات والتي ميزت هذا العصر ستحدث تغيرات في العملية التربوية بجميع عناصرها لتشمل الأهداف التربوية المنشودة والمناهج والبيئة التعليمية التعلمية والأساتذة والطلاب فالتحول في النظم الثقافية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية يفرض نفسه على كل جانب من جوانب المجتمع البشري، مما يستلزم الوعي بهذه التحولات. المؤثرة في النظم البشرية الآن ومستقبلاً ظاهرة العولمة التي كُثر الحديث عنها في العقود الأخيرة من حيث انعكاساتها على المجالات كافة: الثقافية والاقتصادية والمعلوماتية، وعلى العلاقات بين الأفراد والمجتمعات، ولم يعد في مقدور أي بلد أن يعد نفسه بمعزل عن تأثيرات الاحداث والتطورات الدولية لأن العالم بدأ يقترب من مفهوم (القرية الكونية) وأصبح كل فرد مواطناً من مواطني العالم، وأصبح على الجميع أن يتعلموا ليعيشوا في القرية العالمية، وأن يكونوا على معرفة الآخرين، والتفاهم والانسجام معهم، واحترام الثقافات الأخرى وتقبلها، وتحقيق مشروعات مشتركة مع الآخرين، وبناء السلام والتعاون الدوليين (اليونسكو، ١٩٩٦: أ).

وعليه فإن التفاعل بين ظاهرة العولمة والنظم الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية والتربوية في أي دولة من دول العالم سيؤدي إلى تحولات عديدة في هذا النظم، ومن جملة هذه التحولات ما تصيب العملية التعليمية من تغيرات جوهرية في الشكل والمضمون ولكل عنصر من عناصرها لتحمل مضمون التغيير المقصود إلى باقي النظم الأخرى إذ إن العملية التعليمية ذات علاقة تبادلية، تؤثر في هذا النظم وتتأثر مع باقي نظم المجتمع.

وبناءً على ما تقدم يجب علينا أن نعمل على بناء انسان جديد، وما يحدد ذلك هو طريقة تعاملنا مع ظاهرة العولمة. وإن دور التربية يتحدد بأن تنطلق التربية من داخل العولمة القائمة، وان تدرك آليات هذه العولمة، لكي تعمل على خلق الاجيال التي تملك الاتجاهات والمواقف والمهارات اللازمة والمعارف المطلوبة للتعامل مع العولمة، وبصورة انتقائية سليمة. (عبد الدايم، ٢٠٠٠) ومن هذا المنطلق فإن ظاهرة العولمة وما تمثله من ثورة علمية وتقنية ومعلوماتية شكلت ولازالت تشكل واقعاً قوياً لتجديد المفاهيم التربوية وأطرها ووسائلها ومضامينها وأشكالها وميادينها.

وهي بذلك تشكل ظاهرة كونية إن صح التعبير على اعتبار الخطر الأكبر الذي تنطوي عليه العولمة، هو محو الهوية الثقافية للشعوب وازالة الخصوصيات الحضارية للأمم.

- وفي ضوء ما تقدم تتجلى أهمية الدراسة الحالية بالآتي:
١. تناولها موضوع ظاهرة العولمة وهو موضوع حديث له دوره في تشكيل العالم الجديد وانعكاساتها على نواحي الحياة كافة.
 ٢. نوعية العينة التي تناولتها الدراسة وأهميتها المتمثلة بأعضاء هيئة التدريس في جامعة بغداد لما تتميز به هذه الفئة من ثقافة عالية ولما تتمتع به من مقدرة على تشكيل وعي الطلبة وتزويدهم بالخبرات العلمية والعملية النافعة التي تؤهلهم لممارسة أعمالهم بعد تخرجهم كل بحسب اختصاصه.
 ٣. تتعلق الدراسة بالمجتمع العراقي الذي يشهد استجابات بظاهرة العولمة في جوانبها الثقافية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية.
 ٤. ندرة الدراسات في هذا المجال في البيئة العراقية، وهي الدراسة الأولى في حدود علم الباحثة.

أهداف الدراسة:

- تهدف الدراسة التعرف على :
- (١) ظاهرة العولمة لدى اساتذة جامعة بغداد (عينة البحث) .
 - (٢) الفروق في ظاهرة العولمة بمكوناتها على وفق متغير أ- الاختصاص (علمي وإنساني) ب- اللقب العلمي (مدرس مساعد ومدرس وأستاذ مساعد وأستاذ) ج- متغير الجنس (ذكور وإناث) .
 - (٣) هل توجد فروق ذات دلالة احصائية في درجات ظاهرة العولمة لأفراد (عينة البحث) على وفق متغير الجنس (ذكور وإناث) .
 - (٤) هل توجد فروق ذات دلالة في درجات ظاهرة العولمة لأفراد (عينة البحث) وفق متغير اللقب العلمي (مدرس مساعد-مدرس-أستاذ مساعد-أستاذ) .
 - (٥) انعكاسات ظاهرة العولمة عند أساتذة جامعة بغداد (عينة البحث) .
 - (٦) الفروق في انعكاسات ظاهرة العولمة بمكوناتها على وفق متغير الاختصاص أ- (علمي وإنساني) ب- اللقب العلمي (مدرس مساعد ومدرس وأستاذ مساعد وأستاذ) ج- متغير الجنس (ذكور وإناث) .
 - (٧) الموازنة في درجات انعكاسات ظاهرة العولمة لأفراد (عينة البحث) على وفق متغير الجنس (ذكور وإناث) .
 - (٨) الموازنة في درجات انعكاسات ظاهرة العولمة لأفراد (عينة البحث) على وفق متغير اللقب العلمي (مدرس مساعدو مدرس وأستاذ مساعد وأستاذ) .
 - (٩) الكشف عن العلاقة الارتباطية بين مقياس ظاهرة العولمة ومقياس انعكاسات ظاهرة العولمة على التعليم الجامعي لدى أساتذة جامعة بغداد (عينة البحث) .

حدود الدراسة:

تحدد الدراسة الحالي بأساتذة جامعة بغداد المنتسبين في الكليات للفروع العلمية والانسانية للعام الدراسي ٢٠١٢/٢٠١٣ .

تحديد المصطلحات:

- العولمة (Globalization) عرفها كل من:
- (١) انكوني جيدنز (Giddens.A) أنها مرحلة جديدة من مراحل بروز وتطور الحداثة، تتكثف فيها العلاقات الاجتماعية على الصعيد العالمي إذ يحدث تلاحم غير قابل للفصل بين الداخل والخارج ويتم فيها ربط المحلي والعالمي بروابط اقتصادية وثقافية وسياسية وإنسانية.(المعقل، ٢٠٠٣:٥)

(٢) مالكو واترز (Waters.M) أنها المستجدات والتطورات التي تسعى بقصد أو من دون قصد إلى دمج سكان العالم في مجتمع محلي واحد. (الطاهر، ١٩٩٩: ٧)

(٣) العولمة: يمكن النظر إلى العولمة كمجموعة من الظواهر والمتغيرات والمستجدات في نواحي الحياة المختلفة، الاقتصادية والسياسة والاجتماعية، لرسم صورة العالم الجديد ويمكن تعريف كل بعد من ابعاد العولمة كالآتي:

أ- **العولمة الاقتصادية:** تعني الصورة الجديدة للاقتصاد العالمي الذي يتسم بتحرير التجارة العالمية وتقليص دور الدولة في الفعاليات المختلفة، واعلاء دور القطاع الخاص، وتسهيل وانتقال السلع والخدمات وحركة رأس المال بين دول العالم وإبراز مؤسسات هذا البعد هي شركات عابرة القارات، ومنظمة التجارة العالمية، والبنك الدولي، وصندوق النقد الدولي.

ب- **العولمة الاجتماعية:** بروز المنظمات والمؤسسات الدولية غير الحكومية التي تهدف الى السعي نحو خلق المجتمع المدني العالمي الذي يراقب نشاطات الدول وسياساتها في مجالات حقوق الانسان والبيئة والارهاب والمخدرات والجريمة والقضايا الاجتماعية والإنسانية الأخرى.

ج- **العولمة الثقافية:** وتعني بروز الأفكار والمعتقدات والقيم والقناعات وأنماط الحياة والأذواق ذات الصبغة الغربية على الصعيد العالمي عن طريق الانفتاح بين الثقافات العالمية بفعل وسائل الاتصال الحديثة، والانتقال الحر للأفكار والمعلومات.

التعريف الإجرائي للعولمة: وهي الدرجة التي يحصل عليها الأستاذ الجامعي من التقديرات على فقرات مقياس العولمة المعد لأغراض هذا البحث.

الخلفية النظرية:

مراحل العولمة:

إن للعولمة تاريخاً ضارباً في القدم، ولكن لم يحظ مفهومها بالشيوع والانتشار والازدهار إلا في السنوات الاخيرة، وفيما يأتي سنحاول التعرف على المراحل التي مرت بها العولمة.

اولاً// **مرحلة التكوين:**

ويطلق عليها البعض مصطلح الجينية، باعتبار أن العولمة مثلها مثل الكائن الحي لا بد من أن يمر بمرحلة تكوين جنينية، مرحلة يكون فيها المصطلح محل مراجعة ومراجعة، محل تفاوض ونقاش، ونقاش، واقناع واقتناع وقد مر بها المصطلح في بداية تكوينه ويمكن القول إن مراحل التكوين ترجع جذورها إلى فتوحات الفراعنة القدماء سواء أكان في رحلاتهم إلى بلاد "بونت" الصومال أو في رحلاتهم إلى بلاد الفينيقيين " الشام حالياً" أو في غزوهم للمجهول البعيد الشاسع عما تدل عليه آثارهم في الأمريكيتين ووصولهم إليها قبل غيرهم بالالف سنين، وفي هذه المرحلة برزت قضية العولمة ضمن قضايا إنسانية أخرى، وبذات صياغة مفاهيم عدة ومحاولة تنميطها على مستوى العالم ممثلة في الألعاب الأولمبية، جوائز نوبل للسلام، وانشاء عصبة الأمم، البنك الدولي للإنشاء والتعمير، صندوق النقد الدولي. (قابيل، ٢٠٠٠: ٢٥)

وفي هذه المرحلة تداخلت عوامل عدة المتشابكة ذات التأثير التفاعلي والتبادلي ومنها:

- (١) الغزو والاحتياح العسكري من أجل استلاب الآخرين والحصول على ماديهم عنوة وبالقوة، وفرض شرعية القوي على الضعيف وقد مارس هذا العامل القبائل والعشائر في حربها من أجل الماء والطعام، ثم من أجل المغنم والثروات، ثم من أجل فرض الجزية والضرائب.
- (٢) التجارة والتبادل القائم بين الأفراد، وبين الشعوب وكذا بين الدول، تنتقل عن طريقه فائض السلع، وينتقل معها وبها الفكر وتجمع عن طريقه البيانات والمعلومات والتي يتم التعامل معها

وبناء مرتكزات الدخول إلى الاسواق العالمية والتمركز فيها، ثم التوسع والانتشار والسيطرة والتحكم والتوجه لقوى السوق.

(٣) الاعلام الجائر الذي استطاع أن يمكننا من معايشة الحدث حال وقوعه فعلياً، وان يؤثر فينا ويدفعنا الى القيام بعمل معين والامتناع عن عمل آخر، وأن يسلب بذلك ارادتنا وحريرتنا على التفكير المنظم وعلى التعامل مع الحدث على وفق بعد الزمان الفاصل، بل أصبح التدخل في صياغة الخبر والاعلان عن الحدث واقع لارتجالية القرارات.(عمارة، ٢٠٠٠: ٣٠-٣٣)

ثانياً// مرحلة ميلاد المصطلح

وهي في الواقع حدث أكثر منها مرحلة، ويتبلور هذا الحدث في انتهاء عمل منظمة الجات، وبدء عمل التجارة الدولية وممارسة انشطتها في ازالة الحواجز والقيود كافة الفاصلة بين الدول، وتعظيم حرية خروج ودخول رؤوس الأموال عبر الدول، وفي الوقت ذاته الضغط بشدة على الحكومات من أجل التنازل على سيادتها، وعلى وفق ارادتها وفي اطار معاهدة دولية تم التوقيع عليها، واجازتها من السلطات التشريعية فأصبحت ملزمة بها ويصبح ومن ثم التوصل منها والخروج عنها أمر صعب ولان هناك عولمتين قديمة وحديثة، ظهرت الأولى مع الثورة الصناعية في القرن الثامن عشر، واستطاعت تنفيذ خطتها أن تزيد من إنتاج السلع زيادة كبيرة دفعت بأمريكا وآسيا وأفريقيا كما مكنتها هذه من الحصول على المواد الخام بأسعار جداً منخفضة، وهذا يفسر ما كان من اندماج الدول الفقيرة المستعمرة في اقتصاديات الدول الصناعية الأوروبية وترجع الإرهاصات الأولى لميلاد المصطلح إلى فترة الوفاق التي سادت فترة السبعينات بعد انتهاء الحرب الباردة التي كانت مشتتة بين القطبين الرئيسيين في العالم، الولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد السوفيتي وانتهت بتفكك الاتحاد السوفيتي والكتلة الاشتراكية، وكانت بدايتها انهيار سور برلين الذي كان يفصل ما بين المانيا الشرقية والمانيا الغربية وتوحد الالمانيتين تحت ضغط الإدارة الشعبية، وساعدت عملية انتشار المعلومات واتاحة البيانات، وبشكل فوري على ايجاد تقارب فكري على مستوى العالم، وفي الوقت ذاته زادت عمليات تدوير الفواصل والفوارق بين الدول، وتلاشي الحدود والفوارق الزمنية حتى أصبح العالم كله بمثابة سوق واحدة ضخمة تربط بينها شبكة عصبية من موصلات المعلومات والبيانات وفي الوقت ذاته زادت عملية التماثل والمحاكاة والتنميط ما بين الدول سواء أكان متصل بأنماط الإنتاج والسلع والخدمات والأفكار أو بأنماط التسويق والتوزيع والترويج والإعلان والاعلام (عربيات، ٢٠٠٦: ٤٢)

ثالثاً// مرحلة النمو والتمدد:

وهي مرحلة تتسم بالتداخل والتشابك الواضح لأمر الاقتصاد، وأمور السياسة والثقافة والاجتماع... الخ وأن تصبح المصالح متداخلة ومتفاعلة والعالم مفتوح من دون وجود حدود سياسية بين الدول ومن دون فواصل زمنية وجغرافية، فالنترامن حضوري، فوري. ومن ثم فقد ظهر للوجود كيان جديد، كيان انتماءاته جديدة وقواعد التفاعل معه جديدة وآلياته جديدة قائمة على الدمج والتكامل والحيازة وابتلاع الاخرين والسيطرة عليهم والتحكم فيهم وتوجيههم. وأن كان البعض يرى العولمة الحديثة هي عولمة التحالفات الاستراتيجية بالغة الضخامة فإن العولمة في الواقع تبني لذاتها كياناً أكثر شمولاً من التحالف وأكثر عمقاً من التكامل وأمضى فاعلية من الاندماج، وإن العولمة في صورتها الحالية ظاهرة تفرض تأثيرها على التاريخ الإنساني كله، تفرضه بقسوة على ماضيه ومستقبله كما انها تفرضه كحتمية تاريخية قاهرة ومن ثم فإن النظرة اليها على أنها حالة عابرة، أو فكرة طارئة يمكن طيها واعادتها إلى حيثما كانت يكون أمراً هزلياً، لأننا بالفعل نعيش اقتصاداً تحكمه وتتحكم فيه قوى عالمية تجتاح الدول والحكومات وهي أقوى من الدول والحكومات.(سعيد، ٢٠٠٢: ٩-١١)

العولمة ومسبباتها ما يأتي:

- (١) تدفق الاستثمارات الأجنبية المباشرة الى العالم العربي.
 - (٢) التقدم التكنولوجي.
 - (٣) كثرة الشركات متعددة الجنسيات.
- وللعولمة أنواع عدة منها:
- عولمة الإعلام.
 - العولمة السياسية تعني نشر القيم الغربية في مجال السياسة بدعوة الى الاخذ بالديمقراطية الغربية بوصفها نظام الحكم.
 - العولمة الاقتصادية.(حمدي، ٢٠٠١:٣٠)

إيجابيات العولمة:

- (١) العولمة تعمل على استقرار الحياة الإنسانية وازدهارها كما تؤثر تأثيراً إيجابياً في حركة التاريخ.
- (٢) ايجاد نوع من الحوار المتبادل بين الأديان والثقافات والذي يؤدي بدوره إلى التعاون بين الشعوب.
- (٣) الغاء المسافات بين الدول وتوحيد المقاييس والمواصفات للمنتجات في أنحاء العالم.
- (٤) توفير الديمقراطية الاجتماعية.
- (٥) فتح المجال أمام الأفراد لاختيار مايلانهم من الثقافات.

سلبيات العولمة:

- تحطيم مقومات المجتمع الأصلية من مبادئ.
- فقدان الهوية وطمس معالم الشخصية.
- القضاء على الترابط الأسري محاولة تفكيك المجتمع.
- تحطيم طفولة الأطفال واستغلالهم صناعياً وغيره.

دراسات سابقة:

دراسة جيبونز (Gibbons,2000) بعنوان "رؤية الكومنولث لعولمة التعليم الجامعي" سعت الدراسة الى بيان توجهات الكومنولث في عولمة التعليم الجامعي, يشير إلى أن قبول الطلبة في الجامعات أخذ يتزايد بشكل ملحوظ ولاسيما في الجامعات الاسترالية والتي بدأت تستقطب طلبة جنوب شرق آسيا. إلا أن الطلبة الأجانب عالمياً لا يتجاوز (١٠%) من مجموعة الطلبة. كما أستنتج الباحث أن تبادل الطلبة الأجانب ما زال يخضع إلى اعتبارات تاريخية فمعظم الطلبة الاجانب في بريطانيا هم من دول الكومنولث أو من أمريكا التي ترتبط بعلاقات تاريخية مع بريطانيا. كما أستنتج الباحث أن عدداً من الطلبة الأجانب في الجامعات سيأخذ في التلاشي تدريجياً وذلك لأن الدراسة في الخارج ستكون مكلفة من ناحية , كما أن التطورات العولمية تعمل على رفع كفاية التعليم العالي داخل كل قطر وتعزيز دور الجامعات في تطوير تعاون دولي في ميدان البحث العلمي وذلك لأن إنتاج الأفكار والطرائق والتقنيات أصبحت عملية خاضعة لاقتصاد السوق, ومما حفز هذا الاتجاه واحد أو أكثر من العوامل الآتية:

- (١) زيادة عدد مراكز البحث والعاملين فيها من الأشخاص ذوي الكفايات العلمية والتقنية العالية الحكومية منها والخاصة.

(٢) زيادة العلاقات بين مراكز البحوث المختلفة والمتشابهة الامر الذي ساعد على أغناء إنتاج المعرفة وتطويرها.

دراسة الخوالدة (٢٠٠٣): سعت الدراسة التعرف الى مستوى وعي أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية بظاهرة العولمة وتصوراتهم لانعكاساتها على التعليم الجامعي , عن طريق الاجابة عن الأسئلة الآتية:

أ-ما مستوى وعي أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية بظاهرة العولمة.
ب-هل يختلف متوسط وعي أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية بظاهرة العولمة باختلاف الكلية وبلد التخرج والرتبة والاكاديمية.

ج-هل تختلف تصورات أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الاردنية لانعكاسات ظاهرة العولمة على التعليم الجامعي باختلاف مستوى وعيهم لها. وتكونت عينة الدراسة من (٦٨٠) من عضو هيئة تدريس ممن يدرسون في الجامعات الاردنية للعام الدراسي (٢٠٠٢-٢٠٠٣) اختيرت بالطريقة الطبقيّة العشوائية. واستخدم الباحث الاحصاء الوصفي وتحليل التباين متعدد المتغيرات والموازات البعدية باستعمال اختبار (شيفيه) وأهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة على النحو الآتي :

١. وجود فروق ذات دلالة احصائية في متوسطات وعي أعضاء هيئة التدريس بظاهرة العولمة تعزى للكلية ولصالح أعضاء هيئة التدريس في الكليات الإنسانية.

٢. وجود فروق ذات دلالة احصائية في متوسطات وعي أعضاء هيئة التدريس بظاهرة العولمة لدولة التخرج ولصالح خريجي أمريكا بكندا وأوربا الغربية.

مناقشة الدراسات السابقة

تطرقت الدراسات السابقة المتعلقة بفهم ظاهرة العولمة الى تصورات المنظرين بظاهرة العولمة في جوانبها السياسية والاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية ومستوى وعيهم بهذه الظاهرة فتصور جوانب الظاهرة مرتبط حتما بالأيديولوجيات التي ينظر الناس من خلالها أما الوعي فيتضمن المعرفة بالأفعال التي تمارسها الدول في ظل العولمة وهي عوامل موضوعية لا تتأثر معرفة الفرد بها بافادته منها أو عدمه. وأبرزت العولمة في التعليم اتجاهات جديدة وادى ذلك الى زيادة عدد مراكز البحث والعاملين فيها وإلى زيادة العلاقات بين مراكز البحوث المختلفة والمتشابهة وان التطورات في ظاهرة العولمة يعمل على رفع كفاية التعليم العالي. وان ندرة الدراسات العربية ولاسيما العراقية منها على وجه التحديد. وافادت الباحثة من هذه الدراسات في أنها تناولت متغيرات لظاهرة العولمة في المجالات الاكاديمية المختلفة لأساندة الجامعة وانعكاسات ذلك على التعليم الجامعي.

منهجية الدراسة واجراءاتها

منهج الدراسة:

تم استعمال المنهج الوصفي التحليلي للحصول على المعلومات والبيانات اللازمة لتحليل النتائج وذلك نظراً لملاءمته لأغراض وأهداف الدراسة.

مجتمع الدراسة:

يتألف مجتمع البحث الحالي من أساتذة جامعة بغداد متمثلة بالكليات الإنسانية والعلمية بواقع (١٢) كلية متمثلة بالاختصاصات الإنسانية والعلمية بواقع (٦) كلية تمثل الاختصاصات الإنسانية و(٦) كلية تمثل الاختصاصات العلمية، وبلغ العدد الاجمالي لأساتذة جامعة بغداد (٣١٢٣) تدريسي، والجدول (١) يوضح أعداد التدريسيين في جامعة بغداد موزعين على وفق المرتبة العلمية، والنوع، والتخصص.

الجدول (١) أعداد التدريسيين في جامعة بغداد للعام الدراسي (٢٠١٣-٢٠١٤)

التخصص	مدرس مساعد			مدرس			أستاذ مساعد			أستاذ			المجموع	
	م	أ	ذ	م	أ	ذ	م	أ	ذ	م	أ	ذ	م	أ
كليات علمية	١٦٠	١٠٢	٢٦٢	٣٠٠	٢٨٠	٥٨٠	٤١٧	٢١٢	٦٢٩	٢٦١	٦٣	٣٢٤	١١٣٨	٦٥٧
كليات إنسانية	٢٠٣	١٤٥	٣٤٨	٣٣٨	٢٦٦	٦٠٤	٣٩٦	١٧٧	٥٧٣	٣٥٠	٦٣	٤١٣	١٢٨٧	١٢٠٦
المجموع	٣٦٣	٢٤٧	٦١٠	٦٣٨	٥٤٦	١١٨٤	٨١٣	٣٨٩	١٢٠٢	٦١١	١٢٦	٧٣٧	٢٤٢٥	١٨٦٣

عينة الدراسة:

١. **عينة البناء:** اختيرت (١٢) كلية (٦) منها من التخصص الانساني و(٦) منها من التخصص العلمي بالطريقة العشوائية البسيطة، والجدول (٢) يوضح ذلك. الجدول (٢) أسماء الكليات (عينة الدراسة)

ت	الكلية	التخصص	ت	الكلية	التخصص
١	التربية للبنات	انساني	١	العلوم للبنات	علمي
٢	التربية الرياضية	انساني	٢	العلوم	علمي
٣	الاعلام	انساني	٣	الهندسة	علمي
٤	العلوم السياسية	انساني	٤	الهندسة خوارزمي	علمي
٥	الأداب	انساني	٥	الصيدلة	علمي
٦	اللغات	انساني	٦	الطب	علمي

٢. **عينة بناء المقياسين:** تم اختيار (٥٠٠) تدريسي (عينة التحليل الاحصائي) بالطريقة التطبيقية العشوائية، بلغ عدد الكليات (١٢) كلية وبنسبة تتفق مع أعدادهم في كل قسم.

٣. **عينة التدريسيين:** شملت عينة الدراسة الحالية (٥٠٠) تدريسي تم اختيارهم بالطريقة التطبيقية العشوائية موزعين بين (١٢) كلية ضمن جامعة بغداد وعلى وفق متغير الجنس (ذكر-أنثى) ومتغير اللقب العلمي (مدرس مساعد، مدرس، أستاذ مساعد، أستاذ) والجدول (٣) يوضح ذلك.

الجدول (٣) عينة التطبيق النهائي موزعة بحسب متغير (الجنس و التخصص و اللقب العلمي)

المجموع	اللقب العلمي				التخصص	الجنس
	أستاذ	أستاذ مساعد	مدرس	مدرس مساعد		
٢٧٥	٢٠	١١	٥٠	٦٤	علمي	ذكر
	٢٦	٥٩	٣٦	٩	إنساني	
	٤٦	٧٠	٨٦	٧٣	المجموع	
٢٢٥	٢٠	٦٠	٦٠	١٦	علمي	أنثى
	٣٠	١١	٩	١٩	إنساني	
	٥٠	٧١	٦٩	٣٥	المجموع	
٥٠٠	٤٠	٧١	١١٠	٨٠	علمي	ذكور وإناث
	٥٦	٧٠	٤٥	٢٨	إنساني	ذكور وإناث
	٩٦	١٤١	١٥٥	١٠٨	المجموع	

أدوات الدراسة:

١ - مقياس ظاهرة العولمة

بعد اطلاع الباحثة على الأدبيات والدراسات السابقة (كدراسة الخوالدة، ٢٠٠٣) وبهذا تكون مقياس ظاهرة العولمة من (٢٦) فقرة وقد تم تحديد ثلاثة بدائل لكل موقف، وكانت البدائل التي وضعت امام كل فقرة من المقياس مندرجة (موافق بدرجة كبيرة و موافق و لا موافق) واعطيت الدرجات (١، ٢، ٣) لكل بديل عندما يكون اتجاه الفقرة ايجابياً، وبعكسها تعطى الفقرات السلبية (٣، ٢، ١).

١-١- الصدق الظاهري (Face Validity) آراء الخبراء بفقرات المقياس ومن أجل التأكد من صدق اداة البحث فقد تم عرض الأداة على (١٠) من المتخصصين في مجال التربية وعلم النفس، وقد تم الإبقاء على الفقرات التي حصلت على نسبة اتفاق (٨٠%) فأكثر وقد قبلت الفقرات جميعها لأنها حصلت على نسبة اتفاق أكثر من (٨٣%) ، وبذلك تكون المقياس من (٢٦) فقرة بعد ان تم اجراء التعديلات على صياغة بعض الفقرات على وفق رأي الخبراء.

١-٢- تمييز الفقرات: لغرض التحليل الاحصائي لفقرات مقياس ظاهرة العولمة وايجاد القوة التمييزية للفقرات، اختيرت عينة عشوائية من مجتمع البحث الأصلي والبالغ عددهم (٥٠٠) تدريسي، حددت الدرجة الكلية لكل استمارة ومن ثم رتبت الاستمارات من أعلى درجة الى أدنى درجة، وتم اختيار نسبة (٢٧%) من الاستمارات الحاصلة على الدرجات العليا في المقياس و(٢٧%) من الاستمارات الحاصلة على الدرجات الدنيا واللذان يمثلان مجموعتين بأقصى تمايز ممكن (Anastasi, 1976) وبذلك بلغ عدد الاستمارات في كل مجموعة (١٣٥) استمارة، أي أن عدد الاستمارات التي خضعت للتحليل (٢٧٠) استمارة ومن ثم طبق الاختبار التائي (t-test) لعينتين مستقلتين لاختبار الفروق بين الدرجات العليا والدنيا في كل فقرة وعدت القيمة التائية الجدولية (١,٩٦٠) والجدول (٤) يوضح ذلك.

الجدول (٤) تمييز الفقرات بطريقة المجموعتين المتطرفتين لمقياس ظاهرة العولمة

رقم الفقرة	المجموعة العليا		المجموعة الدنيا	
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
١	2.72	0.451	2.53	0.501
2	2.84	0.371	1.84	0.535
3	2.39	0.856	2.21	0.684
4	2.53	0.501	1.70	0.794
5	2.58	0.496	1.77	0.782
6	2.54	0.500	2.30	0.589
7	2.54	0.500	2.36	0.606
8	2.41	0.495	1.74	0.722
9	2.70	0.587	2.29	0.762
10	2.67	0.621	1.96	0.679
11	2.85	0.357	1.50	0.502
12	2.59	0.495	2.20	0.700
13	2.53	0.501	1.68	0.581
14	2.40	0.492	1.49	0.502
15	2.33	0.623	2.19	0.671
16	2.33	0.790	1.50	0.502
17	2.29	0.790	1.64	0.749

3.805	0.838	2.08	0.617	2.42	18
8.815	0.609	1.71	0.633	2.38	19
17.370	0.529	1.55	0.487	2.62	20
10.089	0.493	1.41	0.621	2.10	21
10.529	0.455	1.71	0.458	2.30	22
6.381	0.530	1.47	0.611	1.92	23
4.186	0.476	1.93	0.539	2.19	24
2.857	0.497	1.57	0.566	1.76	25
6.427	0.501	1.53	0.808	2.06	26

١-٣- علاقة درجة الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس: إن ارتباط درجة الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس يعني أن الفقرة تقيس المفهوم نفسه الذي تقيسه الدرجة الكلية للمقياس. (Allen & Yan, 1979) لذا استعملت الباحثة معامل ارتباط بيرسون لإيجاد العلاقة بين الدرجة الكلية للمقياس ودرجة كل فقرة من فقراته. وقد تبين أن الفقرات جميعها دالة احصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ، وبدرجة حرية (٤٩٨) ما عدا الفقرات (٣-١٥) كانت غير دالة وحذفت من المقياس بصيغته النهائية، والجدول (٥) يوضح ذلك.

الجدول (٥) علاقة درجة الفقرة بالدرجة الكلية لمقياس ظاهرة العولمة

معامل الارتباط	الفقرة	معامل الارتباط	الفقرة
٠.٦١٧	١٤	٠.٢١٦	١
٠.٥٢٥	١٦	٠.٦٠٧	٢
٠.٣٧٠	١٧	٠.٥٧٩	٤
٠.١٨٢	١٨	٠.٥٠٢	٥
٠.٣٤٥	١٩	٠.٣٠٦	٦
٠.٥٥٧	٢٠	٠.٢٧٥	٧
٠.٤١٨	٢١	٠.٣٢٨	٨
٠.٥٣٦	٢٢	٠.٢٧٣	٩
٠.٢٤٧	٢٣	٠.٤٦٤	١٠
٠.١٤١	٢٤	٠.٧١١	١١
٠.١٦٦	٢٥	٠.٣٩١	١٢
٠.٣٨٥	٢٦	٠.٥٣١	١٣

١-٤- الثبات Reliability:

أ) طريقة ألفا كرونباخ:

تم استخراج معامل التجانس الداخلي باستعمال معادلة ألفا كرونباخ إذ إن معامل الاتساق المستخرج بهذه الطريقة يعطينا تقديراً جيداً للثبات في أكثر المواقف (Nunnally, 1978) ولاستخراج الثبات بهذه الطريقة تم سحب (١٠٠) استمارة بشكل عشوائي من استمارات عينة التحليل الاحصائي تم استعملت معادلة ألفا كرونباخ وقد بلغ معامل الثبات للمقياس (٠,٧٩٠) وقد ظهر أن قيمة معامل الارتباط دالاً احصائياً وهو معامل ارتباط يمكن الركون اليه اعتماداً على المعيار المطلق.

ب) طريقة اعادة الاختبار:

وهي أحد الطرائق للحصول على معامل الثبات وذلك بتطبيق المقياس مرتين على العينة نفسها وبفاصل زمني مناسب، بهدف التأكد من استقرار المقياس (Marshall, 1992, p:104) وقد قامت الباحثة بتطبيق مقياس ظاهرة العولمة على عينة قوامها (٥٠) تدريسياً، تم اختيارهم بصورة عشوائية من مجتمع الدراسة. وبعد مرور اسبوعين تم اعادة تطبيق المقياس على العينة ذاتها

وباستعمال معامل ارتباط بيرسون بين درجات التطبيق الأول والثاني، بلغ معامل الارتباط (٠,٨٢) وهو معامل ارتباط دال احصائياً، ويمكن الركون إليه اعتماداً على المعيار المطلق.

٢- مقياس انعكاسات ظاهرة العولمة:

بعد اطلاع الباحثة على الأدبيات والدراسات السابقة كدراسة (الحوالدة، ٢٠٠٣) وبهذا تكون مقياس انعكاسات ظاهرة العولمة من (٣٧) فقرة دتم تحديد ثلاثة بدائل لكل موقف وكانت البدائل التي وضعت أمام كل فقرة من المقياس متدرجة (موافق بدرجة كبيرة، موافق، لا أوافق) واعطيت الدرجات (٣، ٢، ١) لكل بديل عندما يكون اتجاه الفقرة ايجابياً وبعكسها تعطى الفقرات السلبية (١، ٢، ٣).

٢-١- **الصدق الظاهري:** ويقصد به مدى انتساب مضمون الفقرات للسمة المقاسة ويعتمد الباحث في ذلك على المحكمين لذلك فإن العقبة الاساسية أمام الباحثة هنا هي اختيار الحكم المناسب الذي يهتم بالموضوع حتى لا يصل إلى نتائج مبنية على صدق زائف. وقد تحقق هذا النوع من الصدق في مقياس انعكاسات ظاهرة العولمة عندما قامت بعرض فقراته على مجموعة من الخبراء والاختصاصيين بتوجيهاتهم وآرائهم بشأن صلاحية فقرات المقياس وملاءمتها لمجتمع البحث. وقد حصلت فقرات المقياس المكونة من (٣٧) فقرة نسبة اتفاق (٨٦%) وتم إجراء بعض التعديلات على صياغة بعض الفقرات على وفق رأي بعض الخبراء.

٢-٢- **تحليل فقرات المقياس:** بهدف أعداد المقياس بشكله النهائي وبما يتلائم وخصائص المجتمع المدروس وقامت الباحثة بتطبيق المقياس على عينة مكونة من (٥٠٠) تدريسي وهي العينة نفسها التي تم تطبيق مقياس ظاهرة العولمة عليها لاستخراج قوته التمييزية استعملت الباحثة أسلوب العينتين المتطرفتين. إذ تم ترتيب استمارات المجيبين والبالغة (١٣٥)، استمارة تنازلياً من أعلى درجة إلى أدنى درجة واختيرت نسبة (٢٧%) العليا التي سميت بالمجموعة العليا الحاصلة على أعلى الدرجات وال (٢٧%) الدنيا التي سميت بالمجموعة الدنيا والحاصلة على أقل الدرجات، وبذلك تم تحديد مجموعتين أكبر واقصى تباين ممكن. وفي ضوء هذه النسبة بلغ عدد الاستمارات الخاضعة للتحليل (٢٧٠) استمارة قامت الباحثة باستعمال الاختبار التائي (t-test) لعينتين مستقلتين لكل فقرة من فقرات المقياس وعدت الفقرة التي حصلت على قيمة تائية (١,٩٦٠) فأكثر فقرة مميزة لكونها ذات دلالة احصائية عند مستوى (٠,٠٥)، والجدول (٦) يوضح ذلك.

الجدول (٦) تمييز الفقرات بطريقة المجموعتين المتطرفتين لمقياس انعكاسات ظاهرة العولمة

رقم الفقرة	المجموعة العليا		المجموعة الدنيا		قيمة "ت"
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	
1	2.93	0.250	2.09	0.465	18.588
2	2.77	0.58	2.09	0.58	9.604
3	2.02	0.94	2.12	0.69	-1.023
4	2.90	0.29	1.96	0.45	20.295
5	2.87	0.48	1.87	0.64	14.527
6	2.99	0.12	2.10	0.47	21.228
7	2.94	0.23	2.18	0.38	19.655
8	3.00	0.10	2.16	0.51	19.000
9	3.00	0.10	2.11	0.60	17.021
10	3.00	0.10	2.07	0.25	43.313
11	2.94	0.23	2.01	0.35	25.352
12	2.99	0.21	2.99	0.50	21.770

5.188	0.57	1.96	0.85	2.42	13
16.572	0.34	1.87	0.46	2.69	14
7.094	0.66	2.04	0.36	2.61	15
13.018	0.51	2.00	0.43	2.76	16
5.154	0.69	1.95	0.74	2.40	17
12.965	0.54	1.80	0.60	2.71	18
14.756	0.64	2.01	0.29	2.90	19
9.831	0.61	2.14	0.54	2.84	20
8.067	0.63	2.18	0.57	2.77	21
22.690	0.46	2.05	0.12	2.99	22
24.510	0.38	1.99	0.23	2.94	23
27.881	0.44	1.73	0.23	2.94	24
22.002	0.53	1.82	0.25	2.93	25
20.972	0.59	1.92	0.01	3.00	26
11.121	0.35	2.01	0.61	2.69	27
12.832	0.29	1.96	0.60	2.70	28
9.389	0.34	2.13	0.48	2.61	29
14.863	0.51	1.99	0.39	2.81	30
13.282	0.39	2.02	0.45	2.71	31
27.905	0.34	1.87	0.27	2.92	32
16.246	0.33	2.13	0.37	2.83	33
13.939	0.35	2.01	0.45	2.70	34
12.858	0.44	2.09	0.42	2.77	35
16.566	0.34	2.13	0.36	2.84	36
14.749	0.43	2.07	0.39	2.81	37

٢-٣- علاقة درجة الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس: تُعد هذه الطريقة من أكثر الطرائق شيوعاً في تحليل فقرات الاختبارات لما تتمتع به من تجانس للفقرات في قياسها ثم استعمال معامل ارتباط بيرسون لاستخراج العلاقة الارتباطية بين درجة كل فقرة من الفقرات والدرجة الكلية للمقياس (Allen, 1979) وقد تبين أن الفقرات جميعها دالة احصائياً عند مستوى (٠,٠٥) ، وبدرجة حرية (٤٩٨) ما عدا الفقرة رقم (٣) تم استبعادها والجدول (٧) يوضح ذلك.

الجدول (٧) علاقة درجة الفقرة بالدرجة الكلية لمقياس انعكاسات ظاهرة العولمة

معامل الارتباط	رقم الفقرة	معامل الارتباط	رقم الفقرة
.552	20	.593	1
.457	21	.485	2
.616	22	.646	4
.661	23	.571	5
.730	24	.560	6
.608	25	.553	7
.684	26	.584	8
.448	27	.604	9
.459	28	.756	10
.427	29	.723	11
.503	30	.601	12
.434	31	.274	13
.631	32	.561	14

.476	33	.371	15
.447	34	.538	16
.521	35	.326	17
.599	36	.604	18
.535	37	.496	19

٢-٤- الثبات طريقة ألفا كرونباخ: تم استخراج معامل التجانس الداخلي باستعمال معادلة ألفا كرونباخ إذ ان معامل التجانس المستخرج بهذه الطريقة يعطينا تقديراً جيداً للثبات في اكثر المواقع. ولاستخراج الثبات بهذه الطريقة سحبت (١٠٠) استمارة بشكل عشوائي من استمارات عينة التحليل الاحصائي، ثم استعملت معادلة ألفا كرونباخ، وقد بلغ معامل الثبات للمقياس الحالي (٠,٩٣١) وظهر أن قيمة معامل الارتباط دالة احصائياً، وهو معامل ثبات عالٍ.

التطبيق النهائي للمقياسين:

تم تطبيق المقياس على عينة الدراسة المؤلفة من (٥٠٠) أستاذ وأستاذة في جامعة بغداد موزعين بحسب الجنس (ذكور وإناث) والتخصص (علمي وإنساني) واللقب العلمي (مدرس مساعد ومدرس وأستاذ مساعد وأستاذ).

الوسائل الاحصائية:

لغرض معالجة البيانات التي تم الحصول عليها فقد استعملت الباحثة الاختبار التائي لعينتين مستقلتين (t-test)، والاختبار التائي لعينة ومجتمع (t-test) ومعامل ارتباط بيرسون ومعادلة ألفا كرونباخ وتحليل التباين الثلاثي واختبار شيفيه.

عرض نتائج الدراسة ومناقشتها

١) معرفة ظاهرة العولمة لدى اساتذة جامعة بغداد

الجدول (٨) نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين المتوسط الحسابي لدرجات العينة والمتوسط الفرضي على مقياس ظاهرة العولمة

عدد افراد العينة	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط الفرضي	القيمة التائية	الدلالة الاحصائية
٥٠٠	٥٠.٦٤	٦.١٦٧	٤٨	٩.٥٧٢	دال

يتضح من الجدول (٨) على أن هناك فروقا ذات دلالة احصائية عند مستوى (٠.٠٥) بين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وعند موازنتها بالمتوسط الفرضي وباستعمال الاختبار التائي (t-test) لعينة واحدة أشارت النتائج إلى أن أساتذة جامعة بغداد لديهم وعي بظاهرة العولمة.

٢) معرفة الفروق في ظاهرة العولمة بمكوناتها على وفق متغير.

أ- الاختصاص (علمي وإنساني) ب- اللقب العلمي (مدرس مساعد ومدرس وأستاذ مساعد وأستاذ) ج- متغير الجنس (ذكور وإناث). باستعمال تحليل التباين الثلاثي والجدول ذي الرقم (٩) يوضح ذلك

الجدول (٩) نتائج اختبار تحليل التباين الثلاثي للكشف عن الفروق بين المتوسطات التي تعزى إلى متغير (الاختصاص، واللقب العلمي، والجنس)

الدالة الاحصائية	القيمة الفائية	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
دال	١٨.٣٦١	٤٥٧.٩٤٢	٣	١٣٧٣.٨٢٥	اللقب العلمي
غير دال	١.٠٤٨	٢٥.٥٨٢	١	٢٥.٥٨٢	التخصص
دال	١٩.٨٦١	٤٨٤.٧٩٠	١	٤٨٤.٧٩٠	الجنس
دال	٢.٦٧٤	٦٥.٢٦٩	٣	١٩٥.٨٠٨	التخصص-اللقب
دال	٢.٨١٦	٦٨.٧٣٠	٣	٢٠٦.١٦١	الجنس-اللقب
غير دال	٠.٣٩٨	٩٧٢٤	١	٩.٧٢٤	الجنس-التخصص
دال	١٦.٨٠١	٤١٠.١٠٦	٢	٨٢٠.٢١٢	الجنس-التخصص-اللقب
		٢٤.٤٠٩	٤٨٥	١١٨٣٨.٣٨١	الخطأ

لقد أظهرت النتائج في الجدول (٩) على أن هناك تفاعل بين التخصص، واللقب العلمي دال احصائياً وكذلك تفاعل بين الجنس، واللقب العلمي، والتفاعل بين الثلاثة دال احصائياً عند مستوى (٠.٠٥) وبدرجة حرية (٤٩٩) وهناك تفاعل غير دال احصائياً في التخصص، والتفاعل ايضاً غير دال بين الجنس، واللقب.

(٣) هل توجد فروق ذات دلالة احصائية في درجات ظاهرة العولمة لأفراد عينة الدراسة على وفق متغير الجنس (ذكور، إناث) والجدول (١٠) يوضح ذلك.
الجدول (١٠) الموازنات المزدوجة تبعاً لمتغير الجنس (ذكور وإناث)

الدالة الاحصائية	الخطأ المعياري للفروق	الفروق بين المتوسطين	الخطأ المعياري	المتوسط	الجنس
دال احصائياً	٠.٥٧٠	٢.٧٩١	٠.٣٧٦	٤٩.٠٢٧	ذكور
			٠.٤٢٨	٥١.٨١٨	إناث

أظهرت النتائج في الجدول (١٠) على أن هناك فروقاً ذات دلالة احصائية عند مستوى (0,05) ، لصالح الإناث.

(٤) هل توجد فروق ذات دلالة احصائية في درجات ظاهرة العولمة لأفراد (عينة الدراسة) على وفق متغير اللقب العلمي (مدرس ومساعد، ومدرس، وأستاذ مساعد، وأستاذ) باستعمال اختبار شيفيه الجدول (١١) يوضح ذلك.

الجدول (١١) الموازنة في درجات ظاهرة العولمة وفق متغير اللقب العلمي

الدالة الاحصائية	الخطأ المعياري	متوسط الفروق	اللقب العلمي
دال احصائياً	٠.٦٤٥	٣.٠٨	أستاذ-أستاذ مساعد
دال احصائياً	٠.٦٣٧	٣.٨٤	أستاذ-مدرس
دال احصائياً	٠.٧٢١	٢.٢٠	أستاذ-مدرس مساعد
دال احصائياً	٠.٥٦٠	٦.٩٢	أستاذ مساعد-مدرس
دال احصائياً	٠.٦٥٣	٥.٢٨	أستاذ مساعد-مدرس مساعد
غير دال احصائياً	٠.٦٤٦	١.٦٤	مدرس-مدرس مساعد

أظهرت النتائج في الجدول (١١) على أن هناك فروقاً ذات دلالة احصائية في اللقب العلمي، لصالح الأستاذ المساعد موازنة بالمدرس والمدرس المساعد ولصالح الأستاذ المساعد موازنة مع المدرس والمدرس المساعد وغير دال احصائياً للمدرس موازنة مع المدرس المساعد.

٥) تعرّف ظاهرة العولمة عند أساتذة جامعة بغداد (عينة الدراسة) ، الجدول (١٢) يوضح ذلك الجدول (١٢) الاختبار التائي لدلالة الفروق بين المتوسط الحسابي لدرجات العينة والمتوسط الفرضي على مقياس انعكاسات ظاهرة العولمة

عدد أفراد العينة	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط الفرضي	القيمة التائية	الدلالة الاحصائية
٥٠٠	٨٥.٧٤	١١.٤٤٨	٧٢	٢٦.٨٣٤	دال

يتضح من الجدول (١٢) على أن هناك فروقات ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة (0,05) بين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وعند موازنتها بالمتوسط الفرضي، وباستعمال الاختبار التائي (t-test) لعينة واحدة أشارت النتائج إلى أن هناك انعكاسات لظاهرة العولمة على أساتذة جامعة بغداد (عينة الدراسة).

٦) تعرّف الفروق في انعكاسات ظاهرة العولمة بمكوناتها وفق متغير (علمي وانساني) ب- اللقب العلمي (مدرس مساعد، ومدرس، وأستاذ مساعد، وأستاذ) ج- متغير الجنس (ذكور واناث) . باستخدام تحليل التباين الثلاثي. والجدول (١٣) يوضح ذلك.

الجدول (١٣) نتائج اختبار تحليل التباين الثلاثي للكشف عن الفروق بين المتوسطات التي تعزى الى متغير الاختصاص واللقب العلمي والجنس

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	القيمة الفائية	الدلالة الاحصائية
اللقب العلمي	٤٤١١.١٥٢	٣	١٤٧٠.٣٨٤	١٧.٢٥١	دال
التخصص	٤٥٩١.٣٢٤	١	٤٥٩١.٣٢٤	٥٣.٨٦٦	دال
الجنس	١٤٥٧.١٢٨	١	١٤٥٧.١٢٨	١٧.٠٩٥	دال
التخصص-اللقب	٦٢٠٤.٠٦٣	٣	٢٠٦٨.٠٢١	٢٤.٢٦٢	دال
الجنس-اللقب	٢٠٦١.٧٠٠	٣	٦٨٧.٢٣٣	٨.٠٦٣	دال
الجنس-التخصص	٢.٠١٤	١	٢.٠١٤	٠.٠٢٤	غير دال
الجنس-التخصص-اللقب	٤٤٥.٤١٥	٢	٢٢٢.٧٠٨	٢.٦١٣	غير دال
الخطأ	٤١٣٣٩.٣٩٢	٤٨٥	٨٥.٢٣٦		

لقد أظهرت النتائج في الجدول (١٣) على أن هناك تفاعل بين التخصص واللقب العلمي دال إحصائياً التفاعل بين الجنس، والتخصص، واللقب العلمي غير دال إحصائياً أيضاً عند مستوى (0.05) .

٧) الموازنة في درجات انعكاسات ظاهرة العولمة لأفراد (عينة الدراسة) على وفق متغير الجنس (ذكور-إناث) والجدول (١٤) يوضح ذلك.

الجدول (١٤) المقارنات المزدوجة تبعاً لمتغير الجنس (ذكر- أنثى)

الجنس	المتوسط	الخطأ المعياري	الفروق بين المتوسطين	الخطأ المعياري للفروق	الدلالة الاحصائية
ذكور	٨٧.٥٥٣	٠.٧٠٣	٣.٤٠٩	١.٠٦٤	دال احصائياً
إناث	٨٤.١٤٤	٠.٧٩٩			

أظهرت النتائج في الجدول (١٤) على أن هناك فروقاً ذات دلالة احصائية عند مستوى (0,05) لصالح الذكور.

٨) الموازنة في درجات انعكاسات ظاهرة العولمة لأفراد (عينة الدراسة) على وفق متغير اللقب العلمي (مدرس مساعد، ومدرس، وأستاذ مساعد، وأستاذ) باستعمال اختبار شيفيه والجدول (١٥) يوضح ذلك.

الجدول (١٥) الموازنة في درجات انعكاسات ظاهرة العولمة وفق متغير اللقب العلمي

اللقب العلمي	متوسط الفروق	الخطأ المعياري	الدلالة الاحصائية
أستاذ-أستاذ مساعد	٤.٥٦ -	١.٢٠٥	دال احصائياً
أستاذ-مدرس	٤.٧٢	١.١٩٠	دال احصائياً
أستاذ-مدرس مساعد	٣.٤٢	١.٣٤٧	غير دال احصائياً
أستاذ مساعد-مدرس	٩.٢٨	١.٠٤٦	دال احصائياً
أستاذ مساعد-مدرس مساعد	٧.٩٩	١.٢٢١	دال احصائياً
مدرس-مدرس مساعد	١.٣٠ -	١.٢٠٧	غير دال احصائياً

أظهرت النتائج في الجدول (١٥) على أن هناك فروقاً ذات دلالة احصائية في اللقب العلمي لصالح الأستاذ المساعد موازنة بالأستاذ وللأستاذ موازنة بالمدرس وغير دال للأستاذ موازنة بالمدرس المساعد ولصالح الأستاذ المساعد موازنة مع المدرس والمدرس المساعد وغير دال للمدرس موازنة مع المدرس المساعد.

٩) العلاقة بين العولمة ودرجات انعكاساتها على التعليم الجامعي

بعد معالجة البيانات احصائياً باستعمال معامل ارتباط بيرسون بلغ معامل الارتباط بين درجات ظاهرة العولمة ودرجات انعكاسات الظاهرة على التعليم الجامعي (0,195).
الجدول (١٦) معامل الارتباط بين درجات ظاهرة العولمة ودرجات انعكاسات ظاهرة العولمة على التعليم الجامعي (عينة الدراسة)

المتغيرين	معامل الارتباط	القيمة التائية المحسوبة	القيمة التائية الجدولية (٠.٠٥)
ظاهرة العولمة-انعكاسات ظاهرة العولمة	٠.١٩٥	٤.٤٣٧	دال

من نتيجة الجدول (١٦) بين لنا ان الارتباط حقيقي بين المتغيرين في المجتمع المسحوبة منه عينة الدراسة.

تفسير النتائج ومناقشتها:

١. فيما يخص التعرف على ظاهرة العولمة أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة احصائية في ظاهرة العولمة ويمكن أن يعلل ذلك بأن (عينة البحث) أساتذة جامعة بغداد يمتلكون وعياً عالياً بظاهرة العولمة وهذا يتفق مع دراسة الخوالدة (٢٠٠٣).
٢. لقد أظهرت النتائج في الجدول (٩) على أن هناك تفاعل بين التخصص، واللقب العلمي وبين الجنس، واللقب العلمي دال احصائياً، وهناك تفاعل غير دال احصائياً في حالة التخصص وبين الجنس، واللقب العلمي لعل ذلك يعود إلى انطلاق أعضاء هيئة التدريس ذوي اللقب العلمي، المختلف من مجتمع متكافئ وتكاد ثقافتهم تكون متقاربة إلى حد ما على الرغم من اختلافهم في اللقب العلمي، وكذلك لمتغير الجنس، والتخصص.
٣. وعند الموازنة في درجات ظاهرة العولمة لأفراد (عينة الدراسة) على وفق متغير الجنس (ذكور وإناث) في الجدول (١٠) أشارت النتائج على أن هناك فروقاً ذات دلالة احصائية ولصالح الإناث وهذا يشير إلى أن لديهم وعياً عالياً واطلاعاً واسعاً على ظاهرة العولمة بأبعادها المختلفة.

٤. أظهرت النتائج في الجدول (١١) على أن هناك فروقاً ذات دلالة احصائية في اللقب العلمي في جميع تدرجات اللقب العلمي ماعدا الموازنة مع المدرس والمدرس المساعد كان غير دال احصائياً للمدرس موازنة مع المدرس المساعد. وهذا يوضح ان اللقب العلمي يؤثر بدرجة عالية على مستوى الوعي بظاهرة العولمة.
٥. أظهرت النتائج في الجدول (١٢) على أن هناك فروق ذات دلالة احصائية في انعكاسات ظاهرة العولمة على أساتذة جامعة بغداد (عينة الدراسة) وأشارت النتائج إلى أن هناك انعكاسات لظاهرة العولمة على التعليم الجامعي في مجالاته الاكاديمية المختلفة.
٦. وأظهرت النتائج في الجدول (١٣) على أن هناك فروقات في انعكاسات ظاهرة العولمة بمكوناتها وكان هناك تفاعل بين متغيرات البحث ماعدا الفروق بين الجنس والتخصص والتفاعل بين الجنس والتخصص واللقب العلمي وهذا يوضح أن انعكاسات ظاهرة العولمة على اساتذة جامعة بغداد يتأثر بتدرج اللقب العلمي والتخصص والجنس.
٧. اشارت النتائج في الجدول (١٤) على أن هناك فروقاً ذات دلالة احصائية في انعكاسات ظاهرة العولمة على وفق متغير الجنس (ذكور وإناث) والفروق لصالح الذكور قد يكون سبب ذلك الاطلاع على ابعاد انعكاسات ظاهرة العولمة بشكل أوسع.
٨. تبين من النتائج في الجدول (١٥) على أن هناك فروق ذات دلالة احصائية في اللقب العلمي بحسب التدرجات الموضحة في الجدول وكان غير دال بالموازنة مع الأستاذ والمدرس المساعد وايضاً غير دال احصائياً للمدرس والمدرس المساعد وهذا يشير إلى أن أساتذة جامعة بغداد ذوي الالقاب العلمية المختلفة من مجتمع متكافئ وتكاد تكون ثقافتهم متقاربة إلى حد ما على الرغم من اختلافهم في الألقاب العلمية.
٩. تشير المعالجة الاحصائية في الجدول (١٦) إلى وجود علاقة ارتباطية بين ظاهرة العولمة وانعكاسات ظاهرة العولمة. وهي علاقة ارتباطية دالة موجبة وهذا يعكس أن التعليم الجامعي باعتباره أعلى مراتب السلم التعليمي في اي بلد فأن اساتذة الجامعة والمتعلمين فيها اول من يستجيب في العالم لما يحدث من ثقافة وتقنية وغير ذلك بحسب موقعهم العلمي، والثقافي والاداري الذي يلهمهم لإدراك ما يحيط بهم في العالم من تطورات في المجالات المختلفة. ويعدّ التعليم الجامعي في اي من المجتمعات المرأة التي تعكس التطورات الهائلة في جوانب الحياة المختلفة سواء أكانت عقلية أم اجتماعية أم سياسية أم اقتصادية أم ثقافية وتعليمية الخ من جوانب الحياة اليومية.

الاستنتاجات:

- ١- نستنتج من نتائج البحث الحالي أن اساتذة جامعة بغداد لديهم اطلاع ومعرفة واسعة على العولمة وانعكاساتها على المجتمع.
- ٢- إن انعكاسات ظاهرة العولمة على أساتذة جامعة بغداد يتأثر بتدرج اللقب العلمي والتخصص، والجنس.

التوصيات:

- في ضوء النتائج التي توصل إليها البحث الحالي توصي الباحثة بما يأتي:
- (١) ضرورة تضمين الخطط الدراسية في الدراسات العليا مساقات تتصل بالعولمة وانعكاساتها في الحياة، نظراً لما تمثله هذه الظاهرة من تأثير في مجمل حياة الأفراد وما يخرطون فيه من مؤسسات.
 - (٢) توفير المناخ الملائم لانضباط العملية التعليمية وانطلاقها لتواكب العصر عن طريق تحديث عمليات الاتصال والادارة في المؤسسات التعليمية بالوسائل التكنولوجية الحديثة.

٣) الافادة من تقنيات التعليم الالكتروني والتعليم عن بعد مما يعطي فرصة أكبر للراغبين في التعلم علاوة على تحسين مستويات التدريس والتعليم.

المراجع:

- أبو عزور، محمد سعيد (٢٠٠٢) العولمة ماهيتها نشأتها اهدافها، دار البيارق، عمان.
حمدي، مصطفى (٢٠٠١) العولمة آثار ومتطلباتها، عالم الكتب، مصر.
الحوالدة، تيسير محمد احمد (٢٠٠٣) مستوى وعي اعضاء هيئة التدريس في الجامعات الاردنية بظاهرة العولمة، وتصوراتهم لانعكاساتها على التعليم الجامعي (اطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة عمان العربية للدراسات العليا.
الطاهر، شفيق (١٩٩٩) العولمة واحتمالات المستقبل، مجلة دراسات، العدد الأول.
عبد الدائم، عبدالله (٢٠٠٠) الأفاق المستقبلية للتربية في البلاد العربية، ط١، دار العلم للملايين، بيروت.
عبدالله، عبد الخالق (١٩٩٩) العولمة جذورها وفروعها وكيفية التعامل معها، عالم الفكر، مجلد ٢٨ عدد ٢، الكويت، ص ٣٩-٩٤.
عربيات، سليمان (٢٠٠٦) استراتيجيات التعليم في ظل العولمة جامعة مؤته، عمان.
عمارة، بثينة حسنين (٢٠٠٠) العولمة وتحديات العصر وانعكاساتها على المجتمع المصري، القاهرة، دار الأمين، ط١.
المعقل، عبدالله بن سعود (٢٠٠٣) العولمة والمناهج الدراسية، مجلة المناهج، العدد الثالث.
محمد، صفوت قابيل (٢٠٠٠) الدول النامية والعولمة، القاهرة، الدار الجامعية.
ولندزمن، جواد (١٩٨٨) الشخصية السليمة ترجمة حمد الكربولي وموفق الحمداني، بغداد، جامعة بغداد كلية الآداب.
اليونسكو، يوندياس (١٩٩٦، أ) تعزيز دور المعلم في عالم متغير، وثيقة العمل الرئيسة للاجتماع الاقليمي التحضيري للدورة الخامسة والأربعين للمؤتمر الدولي للتربية، ٨-١٠ نيسان، العين، الامارات.
Allen, M. J., & Yen, W. M. (1979). *Introduction to measurement theory*. Waveland Press.
Anastasia, A (1976). *Psychological testing*. New York: Macmillan.
Burbules, N. C., & Torres, C. A. (Eds.). (2000). *Globalization and education: Critical perspectives*. Psychology Press.
Gibbons M. (1998). A commonwealth perspective on the globalization of higher education. In Scott P. (eds.) *The globalization of higher education*. London: The Society for Research into Higher Education & Open University Press.
Marshall, G. N., Wortman, C. B., Kusulas, J. W., Hervig, L. K., & Vickers Jr, R. R. (1992). Distinguishing optimism from pessimism: Relations to fundamental dimensions of mood and personality. *Journal of personality and social psychology*, 62(6), 1067-1074.
Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. New York: MaGaw-Hill Company

الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني وتأثيرها في النية السلوكية المستمرة: دراسة ميدانية بإحدى المحافظات المصرية

سناء داود نكي داود (*)

المخلص: تناولت الدراسة الحالية الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني والنية السلوكية المستمرة لهذا التسوق في إحدى المحافظات المصرية نحو محاولة التوصل إلى إطار يوضح (بقدر الإمكان) أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني ومراحل النية السلوكية لتبنى التسوق الإلكتروني بالإضافة إلى تناول تأثير أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني في النية السلوكية المستمرة والاتجاه لهذا التسوق والتعرف على أهم الأبعاد أكثر تأثيراً بالإضافة إلى دراسة تأثير الاتجاه للتسوق الإلكتروني في النية السلوكية المستمرة ومعرفة الدور الوسيط الذي يلعبه الاتجاه للتسوق الإلكتروني في تأثير الجودة المدركة على النية السلوكية للتسوق الإلكتروني وأجريت الدراسة على عينة قوامها ٣٨٤ مفردة من مستخدمي الإنترنت بإحدى المحافظات المصرية وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها أولاً أن ٦٣٪ من إجمالي العينة يقومون بالتسوق الإلكتروني ثانياً اتفاق مفردات العينة على أبعاد الجودة المدركة فيما عدا بعد خصائص المستهلك بالإضافة إلى اتفاقهم على مراحل النية السلوكية المستمرة ثالثاً وجود تأثير معنوي لأبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني في مراحل النية السلوكية المستمرة والاتجاه لهذا التسوق ووجود تأثير معنوي للاتجاه للتسوق الإلكتروني في النية السلوكية المستمرة وأخيراً وجود دور وسيط للاتجاه للتسوق الإلكتروني في علاقة تأثير الجودة المدركة على النية السلوكية للتسوق الإلكتروني.

الكلمات الافتتاحية: الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني، النية السلوكية المستمرة، الاتجاه للتسوق الإلكتروني.

Perceived Quality of E-Shopping and Its Impact on The Continuing Behavioral Intention: A Field Study In One of The Egyptian Governorates

Sanaa D. Z. Daowd

Abstract:The present study addressed the perceived quality of e-shopping and continuing behavioral intention of this shopping in one of the Egyptian governorates about trying to reach the framework illustrates (as much as possible) the dimensions of perceived quality of e-shopping, and the stages of behavioral intention to adopt e-shopping. In addition to addressing the impact of the dimensions of perceived quality of e-shopping in the intention behavioral, Attitude for this shopping and identify the most important dimensions of the most influential, as well as to study the effect of the Attitude of e-shopping in the intention behavioral e-shopping, and knowledge of the intermediary role played by the Attitude of e-shopping in the effect of perceived quality on behavioral intention to e-shopping, and the study was conducted on a sample of 384 single of netizens, And the study found the results of the most important first that 63% of the total respondents who e-shopped, secondly agreement sample on the dimensions of perceived quality with the exception of post-consumer properties, in addition to agreeing on the stages of faith behavioral ongoing, thirdly the presence of significant effect of the dimensions of perceived quality e-shopping at stages of behavioral intention, the Attitude for this shopping, and the presence of significant effect of the trend of e-shopping in behavioral intention to e-shopping, and finally having a role of mediator for the Attitude of e-shopping in relation to the impact perceived quality of continuing behavioral intention of e-shopping.

Key words: perceived quality of e-shopping, continuing behavioral intention , attitude of e-shopping.

المقدمة

إذا كان السوق من وجهة النظر التقليدية يمثل المكان الذي يلتقي فيه البائعون والمشترون ويتم فيه تحويل ملكية المنتج ومن وجهة النظر التسويقية يمثل جميع المشتريين الفعليين والمحتملين للمنتج. فإن الإنترنت أوجدت مفهوماً جديداً هو مفهوم الفضاء السوقي "Market Space" الذي يعكس التواجد الإلكتروني الرقمي للسوق ويمثل دخول المشتريين شبكة الإنترنت للتسوق والشراء من الأسواق الإلكترونية ويعتبر التسوق الإلكتروني شكلاً من أشكال التجارة الإلكترونية بين المنظمة والمستهلك B2C والتي تتيح للمستهلكين شراء السلع أو الخدمات مباشرة من البائع عبر الإنترنت باستخدام مستعرض الويب. وبعبارة أخرى، يمكن للمستهلك في أوقات الفراغ شراء منتجاته الخاصة بالمنزل من المتجر على الإنترنت وعدم القيام برحلات التسوق الطويلة في المتاجر المادية ويشير (Ho & Yizeng (2013) إلى التسوق الإلكتروني بأنه تسوق يجري عبر الإنترنت حيث يزور المشتري الموقع على شبكة الإنترنت، ويقوم بالشراء والدفع عبر الإنترنت، ويتم تسليم المنتج فعلياً وفي أسرع وقت إليه ويرى Al-maghrabi (2009) & Dennis) أنه جميع الأنشطة المتعلقة بالبحث، وشراء السلع والخدمات من المنظمات إلى المستهلكين خلال شبكة الإنترنت وكما أشار كل (Gounaris, et al., (2010 بأن التسوق الإلكتروني يعرف أيضاً من قبل العديد من الباحثين بأسماء عديدة وكلها تعبيرات واحدة مثل: web-store, e-shop, e-store, Internet shop, web-shop, and online store، وقد بدأ هذا المفهوم لأول مرة في عام ١٩٧٩ قبل إنشاء شبكة الويب العالمية (WWW) عن طريق استخدام التلفزيون المحلي وإتمام الصفقة في أسرع وقت وأطلق على التكنولوجيا المستخدمة videotext حيث قام Aldrick بتصميم وتثبيت هذه الأنظمة في المملكة المتحدة، وفي عام ١٩٩٠ فتح العالم على نطاق واسع أول خادم ويب ومتصفح من خلال شبكة الإنترنت، ثم بدأ الاستخدام التجاري لهذه الشبكة في عام ١٩٩١ بعد ذلك ظهرت الابتكارات التكنولوجية اللاحقة في عام ١٩٩٤ مثل الخدمات المصرفية عبر الإنترنت وإقامة متجر على الإنترنت عن طريق بيتزا هت، بعدها مباشرة في عام ١٩٩٥ أطلق أول موقع للتسوق على الإنترنت وهو Amazon.com (2013) Nikalje ومن ثم تطورت تطبيقات التجارة الإلكترونية بصورة كبيرة وأبرز هذه التطبيقات ظهور ما يسمى بالتاجر الإلكتروني والمؤسسات الافتراضية التي ليس لها حضور مادي في السوق الحقيقية وتعمل فقط في الفضاء الإلكتروني المبني على الشبكات واستناداً إلى طبيعة التجارة الإلكترونية وانخفاض تكاليفها ومنذ عام ١٩٩٥ شاهدنا الكثير من التطبيقات المبدعة والتي تمثلت في أن كل منظمة كبيرة أو متوسطة الحجم اتجهت نحو الأتمتة وأنشأت لها موقعاً تسويقياً على الإنترنت، Gupta, et al., (2013) ويخلق هذا الوضع الجديد تحدياً كبيراً للمنظمات بصفة عامة ومنظمات الدول النامية بصفة خاصة.

ومع تزايد استخدام الإنترنت والأجهزة الإلكترونية، أدى إلى خلق الظروف المواتية لنمو التسوق الإلكتروني وبلغت نسبة التسوق الإلكتروني عالمياً من إجمالي تجارة التجزئة حوالي ٣٥٪ في عام ٢٠١٣ وبالرغم من الأزمة المالية فإن الدخل من التسوق الإلكتروني أخذ يتزايد بشكل واضح حيث أصبح ٧٠٪ من المنظمات يعتمدون على التسوق الإلكتروني لتحقيق مبيعات كبيرة ولقد ساهمت أيضاً شبكة الإنترنت في حدوث تغييرات في سلوك الإنفاق لدى المستهلكين مع تزايد المعرفة لديهم مما كان له دور في تطوير استراتيجية التسوق الإلكتروني التي قد تساعد في بناء ميزة تنافسية مستمرة (Barska (2013 مما أدى إلى خلق فرص للمنظمات للوصول إلى المستهلكين عالمياً ومباشرة ووفقاً (Shop.org) ومجموعة بوسطن للاستشارات، (٢٠١٣) نمت مبيعات قطاع الأعمال والمستهلكين عبر الإنترنت في الولايات المتحدة بنسبة ١٢٠٪ أيضاً أخذت معاملات التسوق الإلكتروني تنمو في الشرق الأوسط وشهد العالم العربي ارتفاعاً مذهلاً في نسبة المتسوقين عبر المواقع الإلكترونية حيث يتوقع مؤشر Euro monitor أن تصل المبيعات عبر المواقع الإلكترونية في الوطن العربي إلى مليار دولار بحلول العام ٢٠١٦.

كما حقق التسوق الإلكتروني في مصر نمواً متزايداً في الفترة ٢٠١٢-٢٠١٣ مقارنة بالسابق أيضاً يفضل المصريون فكرة التسوق من خلال شبكة الإنترنت كما ذكرت اتجاهات جوجل مصر بأن عام ٢٠١٣ يعتبر عاما نموا قويا لمنتجات معينة مثل الملابس حيث يعتبر شراء الملابس إلكترونياً الأكثر شعبية في مصر بنسبة (٦٩٪) وقد بدأت مواقع التسوق المحلية تأخذ مكان مواقع التسوق العالمية حيث وجدت مواقع تسوق متخصصة أصبحت تشهد إقبالا متزايداً من المصريين (تقارير اتجاهات جوجل مصر في عام ٢٠١٣) وأكد الباحثون على زيادة قيمة السلع والخدمات التي سيتم شراؤها عبر الإنترنت بصورة سريعة وأن الأرباح المتحققة من التسوق الإلكتروني ستكون مرتفعة بمقدار ثلاثة أضعاف في خمس سنوات (Rababah 2013)

ومع تزايد اهتمام الباحثين والممارسين في السنوات الأخيرة بالتسوق الإلكتروني نظرا للمنافع المترتبة عليه أدى إلى ضرورة التركيز على الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني Gupta, et al., (2013) ويعتمد ذلك إلى حد كبير على قدرة مواقع البيع بالتجزئة على الإنترنت لتلبية توقعات العملاء في بيئة التسوق الإلكتروني وتقديم تجربة متفوقة للمستهلكين حيث يؤثر ذلك في سلوكهم للتسوق الإلكتروني مما يحقق زيادة في المبيعات عدة مليارات من الدولارات سنويا ولذلك من المتوقع أن دراسة الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني تصبح التحدي الأساسي للتسوق الإلكتروني ونجاح المنظمات في المستقبل (Ha & Stoel 2011) وتقتصر نظرية TRA إمكانية تحديد السلوك من خلال ما يطلق عليه بالنوايا السلوكية وقد تعتبر هذه النية السلوكية نتيجة لاتجاه المستهلك نحو شيء معين (Almaghbi & Dennis 2009) Bauer, et al., (2005) وكذلك إشارة البعض بأن الاتجاه نحو التكنولوجيا الجديدة قادر على التنبؤ بالنية السلوكية لهذه التكنولوجيا (Çelik & Yılmaz 2011); Rababah (2013)

ومن الناحية البحثية توجد ندرة في الدراسات التي تناولت الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني، والنوايا السلوكية لاستمرار التسوق الإلكتروني في مصر وذلك على حد علم الباحثة وتحاول الدراسة الحالية تناول الدور الوسيط للاتجاه للتسوق الإلكتروني في تأثير الجودة المدركة على النية السلوكية للتسوق الإلكتروني.

ثانياً: مشكلة البحث:

على الرغم من الاهتمام المتزايد في الدراسات الأجنبية بالتسوق الإلكتروني إلا أن هناك قصور في تناول الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني فلم تحظ بالاهتمام الكافي من الباحثين والقليل منها ركز على بعض أبعاد الجودة المدركة (Çelik & Yılmaz 2011) بالإضافة إلى اختلاف نتائج الدراسات الأجنبية في تأثير بعض أبعاد الجودة المدركة على النية السلوكية للتسوق الإلكتروني على سبيل المثال بالنسبة لبعدها المخاطر المدركة توصلت دراسة Miyazak & Fernandez (2001) إلى وجود تأثير سلبي للمخاطر المدركة للتسوق الإلكتروني في النية السلوكية في حين توصلت دراسة (Kimery & Mccord 2002) إلى أنه لا يوجد تأثير، أيضاً اتضح أن هناك قصور في هذه الدراسات في الدول النامية بصفة عامة ومصر بصفة خاصة فيما يتعلق بموضوع الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني وتأثيرها على النية السلوكية حيث تناولت دراسة (الشوره، آخرون، ٢٠٠٩) الفوائد المدركة للتسوق الإلكتروني لدى المستهلك الأردني وركزت دراسة (أبو فارة، ٢٠٠٤) على خصائص المستهلك الفلسطيني وخصائص المتجر الإلكتروني.

وفي ضوء ما سبق تتمثل المشكلة الرئيسية للبحث في: " مدى تأثير الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني على النية السلوكية للمستهلك المصري " وبشكل أكثر تحديداً، فانه يمكن التعبير عن هذه المشكلة في شكل مجموعة من التساؤلات على النحو التالي:

١- ما أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني من وجهة نظر العاملين بمديريات الخدمات بالمحافظة موضع التطبيق؟ وما مدى الاختلاف على هذه الأبعاد؟

- ٢- ما مراحل النية السلوكية للتسوق الإلكتروني من وجهة نظر العاملين بمديريات الخدمات بالمحافظة موضع التطبيق؟ وما مدى الاختلاف على هذه المراحل؟
- ٣- ما تأثير أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني في النية السلوكية للتسوق الإلكتروني؟ وأي تلك الأبعاد أكثر تأثيراً عن غيرها في مراحل النية السلوكية؟
- ٤- ما تأثير أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني في الاتجاه للتسوق الإلكتروني؟ وأي تلك الأبعاد أكثر تأثيراً عن غيرها؟
- ٥- ما تأثير الاتجاه للتسوق الإلكتروني في النية السلوكية للتسوق الإلكتروني؟
- ٦- ما الدور الوسيط الذي يلعبه الاتجاه للتسوق الإلكتروني في تأثير الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني على النية السلوكية لهذا التسوق؟

ثالثاً: أهداف البحث:

يتمثل الهدف الرئيسي للبحث نحو محاولة التوصل إلى إطار يوضح (بقدر الإمكان) أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني ومراحل النية السلوكية لتبني التسوق الإلكتروني كما يهدف البحث إلى تحقيق مجموعة من الأهداف تتمثل في تناول تأثير أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني في النية السلوكية لتبني هذا التسوق، الاتجاه لهذا التسوق والتعرف على أهم الأبعاد أكثر تأثيراً بالإضافة إلى دراسة تأثير الاتجاه للتسوق الإلكتروني في النية السلوكية للتسوق الإلكتروني، ومعرفة الدور الوسيط الذي يلعبه الاتجاه للتسوق الإلكتروني في تأثير الجودة المدركة على النية السلوكية للتسوق الإلكتروني.

رابعاً: أهمية البحث:

يستمد هذا البحث أهميته من الجانبين التاليين:

- أ- الجانب العلمي: تعتبر الدراسة الحالية هامة من وجهة النظر الأكاديمية للأسباب التالية:-
 - ١- تعد هذه الدراسة من الدراسات العربية القليلة في هذا المجال، حيث تعتبر (على حد علم الباحثة) من أوائل الدراسات العربية التي تناولت أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني وتأثيرها في النية السلوكية المستمرة للتسوق الإلكتروني والدور الوسيط للاتجاه في هذه العلاقة.
 - ٢- وبمراجعة الدراسات الأجنبية التي تناولت التسوق الإلكتروني، وجد أن بعض هذه الدراسات تناولت بعداً واحداً أو أكثر للجودة المدركة للتسوق الإلكتروني كذلك ندرة الدراسات التي تناولت تأثير هذه الأبعاد على مراحل النية السلوكية أيضاً هناك ندرة في الدراسات التي اهتمت بالدور الوسيط للاتجاه للتسوق الإلكتروني، وتستكمل الدراسة الحالية ذلك الاتجاه بمحاولة حصر أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني ودراسة تأثيرها على النية السلوكية للتسوق الإلكتروني ومعرفة الدور الوسيط للاتجاه.
- ب- الجانب العملي:

تستمد هذه الدراسة أهميتها التطبيقية من النتائج المتوقعة من هذا البحث التي يمكن أن تساهم في معرفة الواقع العملي للجودة المدركة للتسوق الإلكتروني وأثرها على النية السلوكية للمستهلك المصري تجاه هذه التكنولوجيا الحديثة على البيئة العربية بشكل عام والبيئة المصرية بشكل خاص وهي بيئة مختلفة عن الدراسات التي أجريت في البيئة الأجنبية.

خامساً: الإطار النظري وفرضيات البحث:

يشمل الإطار النظري للبحث أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني و الاتجاه للتسوق الإلكتروني بالإضافة إلى النية السلوكية للتسوق الإلكتروني ومن ثم صياغة فروض البحث في ضوء هذا الإطار النظري والتي من خلال اختبار مدى صحتها يمكن تحقيق أهداف البحث وذلك على النحو التالي:

مفهوم وأبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني:

لقد اتفق كل من (Ha, & Stoel (2011) على مفهوم جودة التسوق الإلكتروني بأنها إدراك المستهلكين لأداء المتجر الإلكتروني وفعاليتها من حيث المنتجات التي يقدمها وما يستتبع التسوق من مجموعة متنوعة من المراحل مثل التصفح والبحث، والاستمرار في المعاملة وتقييم ما بعد الشراء ويؤكدنا على أربعة أبعاد للجودة المدركة للتسوق الإلكتروني تتعلق بالموقع الإلكتروني وتتمثل في الأمن المدرك، التصميم الجيد للموقع على شبكة الإنترنت وخدمة العملاء والتزام الموقع الإلكتروني أيضاً يرى (Çelik & Yılmaz (2011) أن جودة التسوق الإلكتروني تعتمد على جودة الموقع وأن المستهلك عند التسوق الإلكتروني يتوقع من الموقع على شبكة الإنترنت تقديم الدعم الكافي له على سبيل المثال من خلال إمكانية الحصول على المعلومات الصحيحة عن المنتجات والخدمات المستهدفة ويعتبر ذلك أمراً ضرورياً بالنسبة للمستهلكين وهناك ثلاثة عوامل تؤثر في تقييم مستوى جودة الموقع على شبكة الإنترنت وهي جودة المعلومات المدركة، جودة الخدمة وجودة النظام وأن هذه الأبعاد الثلاث تحدد جودة التسوق الإلكتروني، بينما يرى كل من Shih, 2004; Chang et al., 2005. أن الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني تتوقف على جودة المعلومات المقدمة من خلال الشبكة بطريقة محورها المستهلك، ويرى Shergill & Zhaobin (2005) أن الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني تتوقف على تصميم الموقع على الإنترنت، والثقة فيه، والتزام الموقع، وخدمة العملاء بالإضافة إلى أمن الموقع أيضاً ينظر Bauer, et al., (2006) للجودة المدركة للتسوق الإلكتروني بأنها تتوقف على الموقع الإلكتروني من خلال خمسة عناصر تتمثل في تصميم الموقع والتمتع به والموثوقية والاستجابة بينما يتفق كل من Kima, et al., (2013) ; Taghavi, et al., (2007) ; al., (2007) أنها تعتمد على بعد واحد وهو قبول للتكنولوجيا الجديدة وأنه إذا توفر لدى المستهلك قبول لهذه التكنولوجيا وكانت تتسم بسهولة الاستخدام تتحقق الجودة المدركة واهتم (Chen (2010) بالفوائد المدركة للتسوق الإلكتروني واعتبر أنها تحدد الجودة المدركة لدى المستهلك بينما أضاف (Alam & Yasin (2010) لتصميم الموقع والموثوقية بعدى تنوع المنتجات وعروض التسليم المتوفرة وأنها تعتبر الأبعاد الرئيسية الأربعة للجودة المدركة للتسوق الإلكتروني أيضاً تناولت بعض الدراسات بعداً واحداً فقط فعلى سبيل المثال اهتم (Bavarsad, et al., (2013) بالثقة المدركة للتسوق الإلكتروني وتناول Rababah, (2013) الأمن المدرك في حين ركز كل من (Ibrahim (2013) ; Naiyi (2004) على المخاطر المدركة أيضاً اهتم كل من (Nikalje (2013) ; Cha (2009) بنوع المنتج أخيراً تناول (Ho (2013) المؤثرات الاجتماعية واهتم المجال البحثي أيضاً بخصائص المستهلك كأحد أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني إلا أنه لا يوجد اتفاق بين الباحثين على هذه الخصائص فعلى سبيل المثال تناول (Lim, (2009) الخصائص الديموغرافية في حين ركز Shergill & Zhaobin (2005) على نمط الشراء لدى المستهلك، واهتم (Ibrahim (2013) بخبرات التسوق الإلكتروني السابقة لدى المستهلك وانطلاقاً مما أكدته (Nikalje (2013) أننا بحاجة إلى التعرف على خصائص المستهلكين الذين يتسوقون عبر الإنترنت كذلك تتفق الباحثة مع ما ذكره (Ha & Stoel (2011) بأن هناك فجوة في الأدبيات الموجودة التي تهدف تجريبياً إلى تحديد أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني و في ضوء التعريفات السابقة يمكن القول بأن الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني تتسم بالخصائص التالية:

- ١- تعبر الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني عن تجربة مرضية للمستهلك ويعتمد ذلك إلى حد كبير على قدرة مواقع البيع بالتجزئة على الإنترنت لتلبية توقعات العملاء.
- ٢- يشمل المفهوم الشامل للجودة المدركة للتسوق الإلكتروني على الأبعاد المادية مثل التصميم الجيد للموقع الإلكتروني ويركز أيضاً على جوانب الجودة الفنية مثل سهولة الاستخدام وجوانب جودة التقنية مثل القبول التكنولوجي.

٣- وبالإضافة إلى جوانب الفوائد النفعية من المنتجات أو الخدمات تتسم الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني بالعديد من الجوانب غير الملموسة والنفسية فالعوامل المادية يتولد عنها ردود فعل نفسية لدى العملاء أثناء تجربة التسوق تتمثل في الاستجابات العاطفية والاستمتاع بالتسوق الإلكتروني.

٤- تتسم الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني بإدخال الجماليات بالتالي أصبحت خصائص تصميم موقع الويب ضرورية.

٥- مفهوم الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني يتسم باحتوائه على بعد الاستجابة للمستهلك حيث أن تقييم الجودة يمكن أن يتم بعد الاستهلاك مما قد يؤدي إلى إعادة الشراء وبالتالي يجب تقديم مجموعة واسعة من خدمات ما بعد البيع مما يدل على استجابة مقدمي الخدمة لمشاكل العملاء هذا بدوره يقلل من تضائل الأمن لدى المستهلك الذي يقوم بالتسوق الإلكتروني.

بينما تناولت بعض الدراسات السابقة بعداً واحداً فقط أو بعض أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني بالإضافة إلى عدم اتفاق الباحثين على هذه الأبعاد وفي الدراسة الحالية سوف نتناول أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني.

وبناءً عليه يمكن صياغة الفرضية الأولى من فرضيات البحث كما يلي:

(١) يوجد اختلاف معنوي في أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني طبقاً لآراء العاملين بمديريات الخدمات موضع التطبيق.

مفهوم ومراحل النية السلوكية للتسوق الإلكتروني:

تكمن القيمة الحقيقية للجودة المدركة للتسوق الإلكتروني في النية السلوكية للمستهلك تجاه التسوق الإلكتروني ويؤكد (Gounaris, et al., 2010) على أهمية الاستثمار في جودة التسوق الإلكتروني والحفاظ على العملاء الحاليين بدلاً من جذب عملاء جدد حيث إن تكاليف جذب عملاء جدد أعلى بكثير من تكلفة الاحتفاظ بالعملاء الحاليين ويزداد الأمر أهمية للعملاء على شبكة الإنترنت بالتالي لا يمكن تجنب ردود فعل المستهلكين لجودة التسوق الإلكتروني والمتمثلة في النية السلوكية لهذا التسوق حيث ينظر (Gounaris, et al., 2010) إلى النية السلوكية للتسوق الإلكتروني بأنها استعداد المستهلكين لإعادة الشراء خلال شبكة الإنترنت بصفة عامة ولقد تناولت الدراسات الأجنبية هذا المفهوم على سبيل المثال اهتمت دراسة (Lim, et al., 2009) بنية استخدام الطلاب الأمريكيين للتسوق الإلكتروني أيضاً ركز (Ibrahim 2013) على استعداد المستهلك الماليزي للتسوق الإلكتروني كذلك تناول (Cheema 2010) نية استخدام المستهلك الصيني للتسوق الإلكتروني في حين يرى (Kim 2007) أن النية السلوكية للتسوق الإلكتروني عبارة إدراك المستهلك للتسوق الإلكتروني والتمتع به والمشاركة في تجربة التسوق الإلكتروني، الرغبة في البقاء ونية رعاية التسوق الإلكتروني بإقناع الآخرين به وأكدت هذه الدراسة على أن النية السلوكية المستمرة للتسوق الإلكتروني تمر بخمس مراحل التي تناولها المفهوم وانطلاقاً من هذا المفهوم فالنجاح السوقي للتسوق الإلكتروني لا يمكن تحديده من خلال تبني هذا الابتكار الجديد فقط ولكن ذلك لا يتحقق إلا إذا استطعنا التأكد من استخدامه بشكل مستمر من قبل المستهلكين ورعاية هذا التوجه الجديد في التسوق ويتحقق ذلك من خلال دراسة مراحل النية السلوكية للتسوق الإلكتروني والتي تشمل خمس مراحل هي إدراك المستهلك للتسوق الإلكتروني، المشاركة في تجربة التسوق الإلكتروني، التمتع به، الرغبة في البقاء والنية في رعاية التسوق الإلكتروني بإقناع الآخرين به وعلى حد علم الباحثة لم يتم تناول مراحل النية السلوكية المستمرة للمستهلك بالدراسة في أدبيات التسوق الإلكتروني ومن ثم يمكن صياغة الفرضية الثانية من فرضيات البحث على النحو التالي:-

(٢) يوجد اختلاف معنوي بين آراء العاملين بالمديريات موضع التطبيق حول مراحل النية السلوكية للتسوق الإلكتروني.

تأثير الجودة المدركة على الاتجاه والنية السلوكية للتسوق الإلكتروني:

من خلال إعادة النظر في الدراسات السابقة التي تناولت التسوق الإلكتروني ومن خلال البحث فقد تم التحقق من أن هذه الدراسات يمكن تصنيفها وفقاً لتشابهها وأنماط نتائجها لجانبين الأول منها ركز على النية السلوكية للتسوق الإلكتروني أما الثاني فلقد ركز على دراسة الاتجاه لهذا التسوق فبالنسبة للجانب الأول من هذه الدراسات على الرغم من تناول التسوق الإلكتروني والنية السلوكية لهذا التسوق بالدراسة إلا أن البحوث الأكاديمية في هذا المجال لا تزال في مراحلها الأولى لا سيما فيما يتعلق بالدراسات التي تناولت تأثير أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني على النية السلوكية لهذا التسوق، حيث تناولت هذه الدراسات أحد أو بعض أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني مثل دراسة (Ibrahim, 2013) التي تناولت تأثير المخاطر المدركة للتسوق الإلكتروني وخبرات التسوق الإلكتروني السابقة على النية السلوكية لهذا التسوق واهتمت دراسة Ho&Chen (2010) وYasin (2010) بالتصميم الجيد للموقع الإلكتروني في حين اهتم (Ho&Chen, 2013) بالأنواع والمعتقدات الاجتماعية وتأثيرهما على النية السلوكية. أما بالنسبة للجانب الثاني من الدراسات التي تناولت التسوق الإلكتروني والاتجاه لهذا التسوق فلقد أوضح (Nikalje, 2013) تعريف الاتجاه للتسوق الإلكتروني بأنه مشاعر إيجابية أو سلبية لدى المستهلك متعلقة بالقيام بسلوك شرائي على شبكة الانترنت، واهتم (BHAVAN, 2013) بدراسة الاتجاه للتسوق الإلكتروني مع التأكيد على ضرورة تناوله بالبحث وقد أجريت العديد من الدراسات من قبل الباحثين لدراسة العوامل المؤثرة في اتجاه المستهلكين للتسوق عبر الإنترنت لكن توجد ندرة في الدراسات التي تناولت تأثير الجودة المدركة على الاتجاه للتسوق. فعلى سبيل المثال تناولت دراسة Rababah (2013) تأثير الخصائص الديموغرافية وتصميم الموقع وفوائد التسوق الإلكتروني على اتجاه المستهلك الأردني للتسوق الإلكتروني في حين ركز (Hemamalini, et al., 2013) على تأثير نوع المنتج وتوصلت إلى أن الاتجاه للتسوق عبر الإنترنت يختلف تبعاً لاختلاف أنواع المنتجات، وبالرغم من أن هناك دراسات محدودة تناولت تأثير بعض أبعاد الجودة المدركة على اتجاه المستهلك للتسوق إلا أنه لم يحدث اتفاق في نتائج هذه الدراسات حيث وجدت دراسة Rababah (2013) أن تصميم الموقع الإلكتروني والخصائص الديموغرافية للمستهلك لها تأثير على الاتجاه للتسوق الإلكتروني في حين توصلت (Nikalje, 2013) إلى أن المتغيرات الديموغرافية (خبرة التسوق الإلكتروني، العمر، نمط الشراء، والمهنة) ليس لها تأثير على الاتجاه للتسوق الإلكتروني ولكن وجد أن الدخل له تأثير، وأكد (Lim, et al., 2009) أن تأثير نوع المنتج والفوائد المدركة في الاتجاه للتسوق الإلكتروني تأثير نسبي ويتوقف على الأنواع المختلفة من المواقع على شبكة الانترنت ويتضح أن الدراسات الأجنبية تناولت تأثير بعض أبعاد الجودة المدركة لاسيما كل بعد على حده وتأثيره على الاتجاه للتسوق الإلكتروني أو النية السلوكية بالإضافة إلى عدم الاتفاق على الأبعاد التي تؤثر في الاتجاه للتسوق الإلكتروني أو النية السلوكية وعلى حد علم الباحثة لا توجد دراسة أجنبية أو عربية تناولت تأثير أبعاد الجودة المدركة على الاتجاه للتسوق الإلكتروني أو النية السلوكية ومن خلال ما أوصت به دراسة (Ross, 2010) بضرورة فهم تأثير الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني على السلوكيات اللاحقة.

بالتالي تحاول الدراسة الحالية تناول تأثير أبعاد الجودة المدركة على النية السلوكية والاتجاه للتسوق الإلكتروني.

وبناءً عليه يمكن صياغة الفرضيتين الثالثة والرابعة من فرضيات البحث على النحو

التالي:-

(٣) يوجد تأثير معنوي للجودة المدركة في النية السلوكية للتسوق الإلكتروني.

(٤) يوجد تأثير معنوي للجودة المدركة في الاتجاه للتسوق الإلكتروني.

تأثير الاتجاه للتسوق الإلكتروني على مراحل النية السلوكية:

لقد تناولت بعض الدراسات تأثير الاتجاه للتسوق الإلكتروني على النية السلوكية مثل دراسة (2011) Islam, et al., (2009) ; Cha (2013) و Rababah وعلى حد علم الباحثة لم تتناول الدراسات السابقة الأجنبية أو العربية تأثير الاتجاه للتسوق الإلكتروني على مراحل النية السلوكية وبناءً عليه يمكن صياغة الفرضية الخامسة من فرضيات البحث على النحو التالي:-
(٥) يوجد تأثير معنوي للاتجاه للتسوق الإلكتروني في مراحل النية السلوكية.
الدور الوسيط للاتجاه نحو التسوق الإلكتروني في تأثير الجودة المدركة على النية السلوكية للتسوق الإلكتروني:

على الرغم من أهمية الجودة المدركة والنية السلوكية للتسوق الإلكتروني للمجتمع والممارسين للتسويق إلا أن البحوث الأكاديمية في هذا المجال لا تزال في مراحلها الأولى لا سيما فيما يتعلق بالدراسات التي تناولت الدور الوسيط للاتجاه نحو التسوق الإلكتروني في تأثير أبعاد الجودة المدركة على مراحل النية السلوكية للتسوق الإلكتروني حيث تناولت دراسة Cheema (2010) الدور الوسيط للاتجاه للتسوق الإلكتروني في تأثير سهولة الاستخدام المدركة والتمتع المدرك على النية السلوكية، وركز Ho & Chen (2013) على هذا الدور في تأثير الثقة المدركة والمعتقدات الاجتماعية على النية السلوكية، أيضاً اهتمت Cha (2009) بتناول تأثير نوع المنتج على النية السلوكية مع دراسة الدور الوسيط للاتجاه للتسوق الإلكتروني.

ويتضح أن الدراسات الأجنبية التي تناولت الدور الوسيط للاتجاه للتسوق الإلكتروني تناولت تأثير بعض أبعاد الجودة المدركة على النية السلوكية مما يعني أنه توجد ندرة في الدراسات الأجنبية التي اهتمت بالدور الوسيط للاتجاه للتسوق الإلكتروني في تأثير أبعاد الجودة المدركة على مراحل النية للتسوق الإلكتروني وعلى حد علم الباحثة لا توجد دراسة عربية تناولت الدور الوسيط للاتجاه للتسوق الإلكتروني في تأثير أبعاد الجودة المدركة على مراحل النية السلوكية وتناولت الدراسة الحالية تناول الدور الوسيط للاتجاه للتسوق الإلكتروني في تأثير أبعاد الجودة المدركة على مراحل النية للتسوق الإلكتروني.

وبناءً عليه يمكن صياغة الفرضية السادسة من فرضيات البحث على النحو التالي:-

(٦) يوجد تأثير معنوي لأبعاد الجودة المدركة على النية السلوكية للتسوق الإلكتروني من خلال الاتجاه للتسوق الإلكتروني.

سادساً: منهج البحث:

يتضمن منهج البحث تحديد متغيرات البحث وكيفية قياسها، مجتمع وعينة البحث، أنواع البيانات ومصادرها، أداة البحث وطريقة جمع البيانات بالإضافة إلى أساليب تحليل البيانات وذلك على النحو التالي:

(أ) متغيرات البحث وكيفية قياسها:

١- الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني:

تناولت بعض الدراسات التسويقية الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني، إلا أنه لا يزال هناك عدم اتفاق بين الباحثين حول أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني مما انعكس بدوره على عدم اتفاق الباحثين على مقياس لقياس الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني على سبيل المثال تناولت دراسة Çelik & Yılmaz (2011) الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني مستخدمة ثلاثة أبعاد تتمثل في جودة الخدمة المدركة، الثقة المدركة، جودة المعلومات المدركة وحددت (٣٨) عنصراً لقياسها بينما تناولت دراسة Ha & Stoel (2011) الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني اعتماداً على الأمن المدرك للتسوق الإلكتروني، التصميم الجيد والتزام الموقع الإلكتروني والخصوصية المدركة وأعدت استقصاء يتكون من (٤٢) عنصراً بينما اعتبرت دراسة Naiyi (2004) أن الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني تعتمد على المخاطر المدركة وأعدت استقصاء يتكون من (١٥) عبارة وأخيراً وفيما يتعلق بخصائص المستهلك فالبعض من الدراسات اعتمدت على المتغيرات الديموغرافية فقط ودراسات أضافت متغيرات أخرى على سبيل المثال ركزت دراسة Rababah

(2013) على مستوى استخدام الكمبيوتر والإنترنت، الابتكار لدى المستهلك، دوافع استخدام التسوق الإلكتروني وأعدت مقياس يتكون من (١٥) عبارة بينما تناولت دراسة (2013) Nikalje نمط الشراء، خبرة التسوق الإلكتروني وأعدت مقياس يتكون من (١٥) عبارة.

وفي ضوء عدم اتفاق الباحثين حول المتغيرات التي يمكن من خلالها قياس الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني تم الاعتماد على التحليل العاملي الاستكشافي بعد مراجعة الدراسات المرتبطة بالموضوع وذلك لوضع مقياساً للجودة المدركة للتسوق الإلكتروني حيث يستخدم التحليل العاملي لتقليل عدد المتغيرات وإيجاد العوامل الشائعة بينها وبالتالي التعبير عن متغيرين أو أكثر من خلال عامل واحد وقد تم التحليل العاملي باستخدام طريقة المكونات الأساسية والتي تعد من أكثر طرق التحليل العاملي دقة وشيوعاً كما تؤدي إلى تشعب دقيق لأن كل عامل يستخرج أقصى كمية من التباين وتؤدي إلى أقل قدر ممكن من البواقي (عبد الخالق، ١٩٩٤) وتم تدوير المحاور بطريقة Varimax كما استخدم محك جذر واحد صحيح جداً أدنى لقبول العامل و(٠,٤٠) مستوى دلالة للتشعب وفقاً لما ذكره (Lim, et al., 2009) ولتحقيق ذلك تم إجراء دراسة استطلاعية على (٢٠٠) مفردة من العاملين بمديريات الخدمات بالمحافظة موضع التطبيق.

وتمثلت مدخلات أسلوب التحليل العاملي المبدئية في (٨٢) عنصراً تم تجميعها من خلال مراجعة الدراسات السابقة وأنتجت المصفوفة العاملة لمتغيرات الدراسة بعد التدوير المتعامد بطريقة Varimax كما اتضح في الجدول رقم (١).

أسفرت نتائج التحليل العاملي عن (٣٢) عنصراً حملت على خمسة عوامل واستبعدت باقي العناصر لعدم انتمائها الواضح لأي من العوامل الخمسة التي فسرت مجتمعة معاً ما نسبته (٧١,٦٥) من مجموع التباين الكلي كما تجاوزت قيمة الجذر الكامن لكل من العوامل الخمسة الواحد الصحيح، وبذلك تحقق صدق الافتراض الذي تم على أساسه بناء العوامل.

ومن خلال مراجعة العناصر تم تسمية العوامل وفقاً لقائمة تشعب العناصر تحت كل عامل على النحو الآتي:

❖ **العامل الأول:** الخصائص المدركة على شبكة الإنترنت بلغ الجذر الكامن لهذا العامل (٤,٥) ويفسر (٢٢,٣%) من التباين الكلي وتشعب على هذا العامل ثمانية عناصر تعكس الجوانب المدركة على شبكة الإنترنت للتسوق الإلكتروني بتشعبات مرتفعة تراوحت بين (٠,٩٢) و(٠,٦١)

❖ **العامل الثاني:** خصائص الموقع المدركة واشتمل هذا العامل على ستة عناصر تبين الجوانب المتعلقة بالموقع الإلكتروني أثناء التسوق الإلكتروني وتراوحت تشعبات عناصر هذا العامل (٠,٨٣) و(٠,٥٩) وهي قيم مرتفعة تشير إلى علاقة ارتباط عالية بين هذه العناصر والعامل وبلغت قيمة الجذر الكامن لهذا العامل (٣,٦)، ويفسر (١٨,٨٤%) من التباين الكلي.

❖ **العامل الثالث:** خصائص المستهلك عبر الإنترنت ويحتوي هذا العامل على العناصر التي تعكس الخصائص الديموغرافية وخبرة المستهلك وتشعب على هذا العامل تسعة عناصر بتشعبات تراوحت بين (٠,٨٥) و(٠,٥٧)، ويفسر (١٣,٣٢%) من التباين الكلي وبلغ الجذر الكامن لهذا العامل (٣,٤).

❖ **العامل الرابع:** خصائص المنتج ويحتوي هذا العامل على العناصر التي تعكس خصائص المنتج، وتشعب على هذا العامل أربعة عناصر بتشعبات تراوحت بين (٠,٨١) و(٠,٥٦) ويفسر (١٢,١٣%) من التباين الكلي وبلغ الجذر الكامن لهذا العامل (٣,٢).

❖ **العامل الخامس:** قبول التكنولوجيا الجديدة وتشعب هذا العامل بخمسة عناصر تعكس استعداد المستهلك للتعامل مع التسوق الإلكتروني وتراوحت قيمة تشعبات هذه العناصر بين (٠,٧٢) و(٠,٥٤)، ويفسر هذا العامل (٩,٤) من التباين الكلي وبجذر كامن (٢,٣).

جدول رقم (١) نتائج التحليل العامل الاستكشافي

العنصر	التشيع	الجزر الكامن	نسبة التباين
العامل الأول: الخصائص المدركة على شبكة الانترنت: ١- الفوائد المدركة للتسوق الإلكتروني. ٢- المخاطر المدركة للتسوق الإلكتروني ٣- الثقة المدركة في التسوق الإلكتروني. ٤- جودة المعلومات المدركة. ٥- الأمن المدرك. ٦- جودة الصفقة المدركة. ٧- المتعة المدركة. ٨- جودة الخدمة المدركة.	٠,٩٢ ٠,٧٧ ٠,٦٩ ٠,٧٠ ٠,٧٢ ٠,٧١ ٠,٦١ ٠,٦٩	٤,٥	٢٢,٣
العامل الثاني: خصائص الموقع الإلكتروني: ١- تصميم جيد للموقع. ٢- التزام الموقع. ٣- الترويج الإلكتروني. ٤- جودة واجهة المستخدم. ٥- سهولة عملية الشراء بالموقع. ٦- جودة المحتوى.	٠,٨٣ ٠,٥٩ ٠,٦٠ ٠,٦٣ ٠,٧٣ ٠,٦١	٣,٦	١٨,٨٤
العامل الثالث: خصائص المستهلك الإلكتروني: ١- الخصائص الديموغرافية (النوع، العمر، الدخل، المستوى التعليمي، حجم الأسرة) ٢- مستوى استخدام الكمبيوتر والإنترنت. ٣- الابتكار لدى المستهلك. ٤- دوافع استخدام التسوق الإلكتروني (الاستمتاع، المنفعة). ٥- نمط الشراء (تجربة، عرضي، متكرر، منتظم) ٦- إدراك الفرد للإنترنت. ٧- خبرات التسوق الإلكتروني السابقة. ٨- المعتقدات الاجتماعية للمستهلك. ٩- مشاركة المستهلك في الإنترنت.	٠,٨٥ ٠,٧١ ٠,٦٨ ٠,٦٤ ٠,٥٧ ٠,٦٩ ٠,٧٥ ٠,٧٠ ٠,٦١	٣,٤	١٣,٣٢
العامل الرابع: خصائص المنتج: ١- نوع المنتج. ٢- عدم التأكد من المنتج. ٣- التطور المدرك للمنتج. ٤- جاذبية المنتج.	٠,٨١ ٠,٦٨ ٠,٥٦ ٠,٧٣	٣,٢	١٢,١٣
العامل الخامس: قبول التكنولوجيا الجديدة: ١- درجة التعقيد. ٢- الوضوح. ٣- النتائج المدركة للاستخدام. ٤- الرغبة في تجربة هذه التكنولوجيا. ٥- سهولة الاستخدام المدركة.	٠,٧٢ ٠,٥٤ ٠,٥٦ ٠,٧١ ٠,٦٠	٢,٣	٩,٤

ومما سبق استناداً إلى مراجعة الدراسات السابقة وباستخدام التحليل العامل الاستكشافي فقد تم تحديد خمسة أبعاد أساسية للجودة المدركة يمكن أن تفسر النية السلوكية للتسوق الإلكتروني وتشمل هذه الأبعاد تلك المتعلقة بالخصائص المدركة على شبكة الإنترنت، خصائص المنتج، خصائص الموقع، قبول التكنولوجيا الجديدة، وخصائص المستهلك عبر الإنترنت، كما تم التوقع بأن يلعب الاتجاه للتسوق الإلكتروني الدور الوسيط بين أبعاد الجودة المدركة، خصائص المستهلك وبين النية السلوكية للتسوق الإلكتروني.

الثبات:

تراوحت قيم ألفا كرونباخ بين ٠,٦٥، ٠,٩٠ وهي درجة مناسبة ويمكن توضيح معاملات ألفا لكل عامل من خلال الجدول (٢).

جدول (٢) نتائج اختبار درجة الاعتمادية لأبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني

المتغيرات	معامل الارتباط ألفا كرونباخ
١- الخصائص المدركة على الإنترنت	٠,٨١
٢- خصائص الموقع الإلكتروني	٠,٧٨
٣- خصائص المستهلك الإلكتروني	٠,٦٥
٤- خصائص المنتج	٠,٩٠
٥- قبول التكنولوجيا الجديدة	٠,٨٢

٢- **الاتجاه للتسوق الإلكتروني:** تم قياس الاتجاه للتسوق الإلكتروني بالاعتماد على مقياس (2013), Hemamalini, et al., وقد بلغ معامل ألفا كرونباخ (٠,٨٧).

٣- **النية السلوكية للتسوق الإلكتروني:** تم قياس مراحل النية السلوكية للتسوق الإلكتروني باستخدام مقياس Kim (2007) وقد بلغ معامل ألفا كرونباخ (٠,٩٤).

(ب) مجتمع وعينة البحث:

يشمل مجتمع البحث العاملين بمديريات الخدمات بمحافظة دمياط، وقد بلغ عددهم (١٤٦٠٣٥) مفردة في ٢٠١٣/١٢/٣٠ (مركز المعلومات، مديرية التنظيم والإدارة بمحافظة دمياط، ٢٠١٣)، ونظراً لأن مجتمع البحث يزيد عن (١٠٠٠٠٠) مفردة، لذا فإن حجم العينة طبقاً للجدول الإحصائية عند هذا المجتمع الأصلي يبلغ ٣٨٤ مفردة بحدود خطأ + ٥%، ونسبة توافر الخصائص موضع البحث ٥٠% ومعامل ثقة ٩٥% (بازرعة، ١٩٩٩، ص ١٤٠)، وتتمثل وحدة المعاينة من جميع العاملين في كافة مديريات الخدمات موضع التطبيق، وقد بلغ عدد الردود السليمة (٣٠٥) بنسبة (٧٩%) وبلغ حجم العينة في كل مديرية كما هو موضح في الجدول التالي رقم (٢)، وتم اختيار مفردات العينة من مجتمع البحث بشكل عشوائي اعتماداً على أسلوب التوزيع المتناسب الذي يأخذ في اعتباره التباين بين عدد العاملين في كل مديرية، كما تم اختيار مفردات العينة من المديريات موضع التطبيق بصورة عشوائية، وقد بلغت نسبة الذكور حوالي (٥٧) والإناث حوالي (٤٣) من بين الردود السليمة.

جدول (٢) أعداد العاملين في مديريات الخدمات في محافظة دمياط، حجم العينة، ونسبة الردود الصحيحة

اسم مديرية الخدمات	حجم المجتمع	حجم العينة	نسبة الاستجابة
التنظيم والإدارة	٢٩٧	١	١٠٠%
التربية والتعليم	٩٨٥٠٠	٢٥٩	٧٣%
الزراعة	٦٨٣٢	١٨	١٠٠%
الطب البيطري	١٢٤٨	٣	١٠٠%
التموين	٣٢٤٧	٨	١٠٠%
الضرائب العقارية	١٥٧٠	٤	١٠٠%
التضامن الاجتماعي	٢٥٠٦	٧	١٠٠%
الشباب والرياضة	٣٤٢٠	٩	١٠٠%
القوى العاملة	١١٥٣	٣	١٠٠%
الشؤون الصحية	٢٥٣٠٧	٦٦	٨٥%
الإسكان والمرافق	١٦٤٠	٥	١٠٠%
الطرق والنقل	٣١٥	١	١٠٠%
الإجمالي	١٤٦٠٣٥	٣٨٤	٧٩%

(ج) أنواع البيانات ومصادرها:

بناء على الأهداف والفروض المحددة فإن الباحثة اعتمدت على نوعين من البيانات وهي:

١- **البيانات الثانوية:** تمثلت البيانات الثانوية في اطلاع الباحثة على المراجع الأجنبية والعربية من كتب ودوريات متعلقة بالتسوق الإلكتروني لتحديد أبعاد الجودة المدركة و خصائص المستهلك وكذلك اتجاه العاملين بمديريات الخدمات موضع التطبيق بمحافظة دمياط نحو التسوق الإلكتروني ونيتهم السلوكية لهذا التسوق، تحديد الأصول العلمية والجوانب المنهجية للبحث والاطلاع على الإحصاءات المتعلقة بأعداد العاملين في مديريات الخدمات بمحافظة دمياط موضع التطبيق مما ساعد في تحديد عينة البحث.

٢- **البيانات الأولية:** تتمثل البيانات الأولية في البيانات التي تم الحصول عليها من الدراسة الميدانية وتعكس أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني، اتجاه العاملين ونيتهم السلوكية للتسوق الإلكتروني طبقاً لآراء العاملين بمديريات الخدمات بمحافظة دمياط.

(د) أساليب تحليل البيانات واختبار فرضيات البحث:

تم تحليل البيانات إحصائياً باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) The Statistical Package for Social Sciences واعتمدت الباحثة على الأساليب الإحصائية التالية لتحليل البيانات واختبار فرضيات البحث: اختبار (T) لعينة واحدة لاختبار الفرضية الأولى واختبار كا^٢ لاختبار الفرضية الثانية وتحليل الانحدار المتعدد وتحليل الانحدار المتدرج لاختبار الفرضية الثالثة، الرابعة والخامسة كما تم الاعتماد على تحليل الانحدار ذي المرحلتين باستخدام طريقة المربعات الصغرى لاختبار الفرضية السادسة، كذلك تم استخدام التحليل العاملي الاستكشافي لتحديد مدى الاتساق بين العناصر المكونة لأبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني.

سابعاً نتائج البحث:

يمكن توضيح النتائج التي تم التوصل إليها في ضوء التحليل الإحصائي واختبار فرضيات البحث كما يلي:

١- **مدى الاختلاف بين العاملين بمديريات الخدمات موضع التطبيق حول أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني:**

تم استخدام اختبار (T) لعينة واحدة لاختبار الفرضية الأولى التي تنص على:

" يوجد اختلاف معنوي في أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني طبقاً لآراء العاملين بمديريات الخدمات موضع التطبيق. "

وكانت نتائج اختبار (T) والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري كما يتضح من الجدول التالي جدول رقم (٤) نتائج اختبار (T) لعينة واحدة لمدى اختلاف آراء العاملين بمديريات الخدمات حول أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني

المعنوية	Sig.	قيمة ت المحسوبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني
غير معنوي	٠,١٨٢	١,١٢	٠,٦٧٤	٤,٥٣	١- الخصائص المدركة على الانترنت
غير معنوي	٠,٧٨٢	١,٠٤	٠,٦٤٨	٤,١٩	٢- خصائص الموقع الإلكتروني
غير معنوي	٠,١٣	٠,٩٨	٠,٣٧٩	٣,٩١	٣- خصائص المنتج
غير معنوي	٠,٠٨	٠,٩٧	٠,٧٤٢	٣,٨١	٤- قبول التكنولوجيا الجديدة
معنوي	٠,٠١	٤,٦٨	٠,٨٦١	٣,٦٨	٥- خصائص المستهلك الإلكتروني

من خلال تحليل الجدول السابق يتضح عدم وجود اختلاف بين آراء العاملين بمديريات الخدمات موضع التطبيق فيما يتعلق بأربعة أبعاد للجودة المدركة للتسوق الإلكتروني حيث أن قيم

(T) لهذه الأبعاد غير معنوية وذلك عند مستوى معنوية 5% ومن الجدول السابق يتضح أيضاً أن المتوسط الحسابي لهذه الأبعاد يتراوح ما بين ٣,٦٨ و ٤,٥٣ وهي متوسطات مرتفعة مما يدل على أهمية هذه الأبعاد من وجهة نظر العاملين بمديريات الخدمات موضع التطبيق وطبقاً لمدى اتفاقهم على أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني جاء في الترتيب الأول بعد الخصائص المدركة على الإنترنت ثم خصائص الموقع الإلكتروني يليه خصائص المنتج وأخيراً بعد قبول التكنولوجيا الجديدة على الترتيب أما بالنسبة لخصائص المستهلك الإلكتروني فكان دالاً إحصائياً عند مستوى معنوية 5% مما يدل على وجود اختلاف معنوي بين العاملين بمديريات الخدمات حول أهمية هذا البعد وبالتالي يتم قبول الفرض الأول جزئياً كما أكدت النتائج أن 63% من العاملين بمديريات الخدمات يقومون بالتسوق الإلكتروني من بينهم ما يقترب من ٤٠% مرة واحدة في العام و ٦٠% يقومون بالتسوق الإلكتروني مرات عديدة بالعام.

٢- مدى الاختلاف بين آراء العاملين بمديريات الخدمات موضع التطبيق حول مراحل النية السلوكية للتسوق الإلكتروني.

تم استخدام اختبار (كا^٢) لاختبار الفرضية الثانية التي تنص على:

" يوجد اختلاف معنوي بين آراء العاملين بمديريات الخدمات موضع التطبيق حول مراحل النية السلوكية للتسوق الإلكتروني." وكانت نتائج اختبار (كا^٢) كما يتضح من الجدول التالي رقم (٥).
جدول رقم (٥) نتائج اختبار (كا^٢) لمدى الاختلاف بين آراء العاملين بمديريات الخدمات حول مراحل النية السلوكية للتسوق الإلكتروني

المعنوية	Sig.	قيمة كا ^٢	مراحل النية السلوكية للتسوق الإلكتروني
غير معنوي	٠,٧٥٣	٢,٨٤	إدراك المستهلك للتسوق الإلكتروني
غير معنوي	٠,١٤	١,٣٣	تجربة التسوق الإلكتروني
غير معنوي	٠,١٧	١,٦٤	الاستمتاع بالتسوق الإلكتروني
غير معنوي	٠,١٤٧	١,٩٧	الرغبة في الاستمرار
غير معنوي	٠,١٣	١,١٢	رعاية التسوق الإلكتروني بإقناع الآخرين
غير معنوي	٠,٨٢	٠,٩٧	إجمالي مراحل النية السلوكية

ومن نتائج الجدول السابق رقم (٥) يتضح أنه لا يوجد اختلاف معنوي بين العاملين بمديريات الخدمات موضع التطبيق فيما يتعلق بإجمالي مراحل النية السلوكية للتسوق الإلكتروني والمراحل الفرعية حيث اتضح عدم معنوية قيمة (كا^٢) ويدل ذلك على وجود اتفاق معنوي بين آراء العاملين فيما يتعلق بإجمالي مراحل النية السلوكية بالإضافة إلى المراحل الفرعية ومن ثم يتم رفض الفرضية الثانية من فرضيات البحث.

٣- دراسة تأثير أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني على النية السلوكية لهذا التسوق:

تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد لاختبار الفرضية الثالثة والتي تنص على:

" يوجد تأثير معنوي لأبعاد الجودة المدركة على النية السلوكية للتسوق الإلكتروني."

واتضح من نتائج الاختبار تقديرات نموذج الانحدار المتعدد لانحدار المتغير التابع (النية السلوكية للتسوق الإلكتروني) على المتغير المستقل (الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني) واتضح معنوية نموذج الانحدار المقدر كما اتضح معنوية معامل الانحدار عند مستوى معنوية 5% وهذا يعني وجود علاقة تأثير معنوي لإجمالي أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني على إجمالي مراحل النية السلوكية لهذا التسوق كما تبين أيضاً أن هذا التأثير يتم بشكل طردي و أن معامل التحديد (٠,٦٣) أي أن الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني كمتغير مستقل تفسر ٦٣% من التغيرات التي تحدث في النية السلوكية لهذا التسوق.

ولتحديد أهم أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني التي تؤثر في مراحل النية السلوكية لهذا التسوق تم استخدام الانحدار المتدرج كما يعرض جدول رقم (٦) تقديرات نموذج الانحدار لانحدار مراحل النية السلوكية للتسوق الإلكتروني على المتغيرات المستقلة.

جدول رقم (٦) تقديرات نموذج الانحدار المتدرج لاختبار أثر المتغيرات المستقلة على مراحل النية السلوكية للتسوق الإلكتروني

مستوى المعنوية	قيمة F	معامل الانحدار	معامل التحديد R ²	المتغير التابع	المتغيرات المستقلة
٠,٠٠١	٣٦٣,٨٤	٠,٥٠٩	٠,٥٠٩	إدراك المستهلك للتسوق الإلكتروني	الخصائص المدركة على الإنترنت
٠,٠٠١	٢٢٣,٧٧	٠,٢٥٢	٠,٦١٧		خصائص الموقع الإلكتروني
٠,٠٠١	١٤٥,٧٨	٠,١٨٥	٠,٦٦١		خصائص المنتج
٠,٠٠١	١٥٦,٦٥	٠,١٥٤	٠,٦٦٥		قبول التكنولوجيا الجديدة
٠,٠٠١	١١٣,١٤	٠,١٢٢	٠,٦٦٩		خصائص المستهلك الإلكتروني
٠,٠٠١	٣٢٥,٨٠	٠,٣٨١	٠,٣٥١	تجربة التسوق الإلكتروني	الخصائص المدركة على الإنترنت
٠,٠٠١	٢٦٨,٣٢	٠,٣١٤	٠,٤٩١		خصائص الموقع الإلكتروني
٠,٠٠١	٢١٩,٢٥	٠,٢٤١	٠,٥٩٠		خصائص المنتج
٠,٠٠١	٢١١,٢٧	٠,٢١٨	٠,٦٠١		قبول التكنولوجيا الجديدة
٠,٠٠١	١٥٤,٢١	٠,١٥٤	٠,٦٣٣		خصائص المستهلك الإلكتروني
٠,٠٠١	٣٤٥,٧٣	٠,٣٥٤	٠,٣٨٤	الاستمتاع بالتسوق الإلكتروني	الخصائص المدركة على الإنترنت
٠,٠٠١	٢٤٨,١٥	٠,١٥٣	٠,٥٦٣		خصائص الموقع الإلكتروني
٠,٠٠١	٢٣٩,١٣	٠,١٢٢	٠,٥٩١		خصائص المنتج
٠,٠٠١	١٤١,٨٥	٠,٠٤٢	٠,٦٥١		قبول التكنولوجيا الجديدة
٠,٠٠١	١١٣,٧٤	٠,٠٢٣	٠,٦٨٣		خصائص المستهلك الإلكتروني
٠,٠٠١	٣١٨,١٣	٠,٣٤٠	٠,٣٤٠	الرغبة في الاستمرار	الخصائص المدركة على الإنترنت
٠,٠٠١	٢١٢,٤٣	٠,١٥١	٠,٣٩١		خصائص الموقع الإلكتروني
٠,٠٠١	٢١٧,٦٣	٠,١٣٣	٠,٣٩٩		خصائص المنتج
٠,٠٠١	١٥٤,٤٢	٠,٠٤٣	٠,٤٢٤		قبول التكنولوجيا الجديدة
٠,٠٠١	١١٣,٨١	٠,٠٢٥	٠,٤٥١		خصائص المستهلك الإلكتروني
٠,٠٠١	٣١٢,٠٣	٠,٣٢٠	٠,٤٢٠	رعاية التسوق الإلكتروني بإقناع الآخرين	الخصائص المدركة على الإنترنت
٠,٠٠١	٢٦٧,٣٢	٠,١١٠	٠,٦٠٤		خصائص الموقع الإلكتروني
٠,٠٠١	١٤٦,٧٢	٠,٠٤٣	٠,٦٦٢		خصائص المنتج
٠,٠٠١	١٥٣,٨٣	٠,٠٣٣	٠,٦٦٨		قبول التكنولوجيا الجديدة
٠,٠٠١	١٤٥,٣١	٠,٠١١	٠,٦٦٩		خصائص المستهلك الإلكتروني

يتضح من الجدول معنوية نموذج الانحدار بشكل إجمالي والمقدر من خلال معنوية معاملات الانحدار عند مستوى معنوية 5% ومن خلال قيمة F وقيمة (sig) وتشير نتائج الجدول رقم (٦) أيضاً إلى ما يأتي:

بالنسبة إلى مرحلة إدراك المستهلك للتسوق الإلكتروني:

تشير النتائج إلى أن أبعاد الجودة المدركة تؤثر في إدراك المستهلك للتسوق الإلكتروني كأحد مراحل النية السلوكية لهذا التسوق إلا أن البعد الأول وهو الخصائص المدركة على الإنترنت كان أكثرها تأثيراً أو احتل المرتبة الأولى في التأثير على إدراك المستهلك للتسوق الإلكتروني وفسر ٥٠% من التباين في المتغير التابع يتبعه خصائص الموقع الإلكتروني وفسر ٢٥%، يليه خصائص المنتج وفسر ١٨% ثم قبول التكنولوجيا الجديدة وفسر ١٥% وأخيراً خصائص المستهلك حيث فسرت ١٢% من التباين الذي يحدث في إدراك المستهلك للتسوق الإلكتروني كأحد مراحل النية السلوكية لهذا التسوق.

وفيما يتعلق بمرحلة تجربة التسوق الإلكتروني:

تشير النتائج أيضاً إلى أن أبعاد الجودة المدركة تؤثر في تجربة المستهلك للتسوق الإلكتروني كأحد مراحل النية السلوكية لهذا التسوق أيضاً الخصائص المدركة على الإنترنت كانت أكثرها تأثيراً في هذه المرحلة واحتلت المرتبة الأولى وفسرت ٣٨% من التباين في مرحلة تجربة التسوق الإلكتروني وكان أقلها تأثيراً في هذه المرحلة هو خصائص المستهلك وفسر ١٥% من التباين في هذه المرحلة.

وفيما يتعلق بمرحلة الاستمتاع بالتسوق الإلكتروني:

يتضح أيضاً أن أبعاد الجودة المدركة وخصائص المستهلك تؤثر في مرحلة الاستمتاع بالتسوق الإلكتروني وكانت الخصائص المدركة على الإنترنت كانت أكثرها تأثيراً في هذه المرحلة وفسرت ٣٥% من التباين في المتغير التابع يليه خصائص الموقع الإلكتروني وفسر ١٥% ثم خصائص المنتج وفسر ١٢% وقبول التكنولوجيا الجديدة حيث فسر ٤% وأخيراً خصائص المستهلك الإلكتروني وفسر ٢% من التباين في المتغير التابع.

أما فيما يتعلق بمرحلة الرغبة في الاستمرار بالتسوق الإلكتروني:

تشير النتائج إلى أن أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني تؤثر في مرحلة الاستمرار بالتسوق الإلكتروني وقد كانت الخصائص المدركة على الإنترنت في المرتبة الأولى أيضاً وفسرت ٣٤% يليها خصائص الموقع الإلكتروني وفسرت ١٥% ثم خصائص المنتج حيث فسر ١٣% وقبول التكنولوجيا الجديدة حيث فسر ٤%، وأخيراً خصائص المستهلك الإلكتروني الذي فسر ٢% من التباين في المتغير التابع.

وأخيراً فيما يتعلق بمرحلة رعاية التسوق الإلكتروني بإقناع الآخرين:

يتضح أن أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني تؤثر في مرحلة رعاية التسوق الإلكتروني وكان تأثير الخصائص المدركة على الإنترنت أيضاً في المرتبة الأولى حيث فسر ٣٢% من التباين في المتغير التابع يليها خصائص الموقع الإلكتروني وفسرت ١١% ثم خصائص المنتج حيث فسر ٤%، قبول التكنولوجيا الجديدة حيث فسر ٣% وأخيراً خصائص المستهلك الإلكتروني الذي فسر ١% من التباين في مرحلة رعاية التسوق الإلكتروني كأحد مراحل النية السلوكية لهذا التسوق ومن خلال تحليل نتائج الجدول (٧) يتضح أن إشارة معاملات الانحدار موجبة مما يدل على ان العلاقة طردية بين أبعاد الجودة المدركة وبين مراحل النية السلوكية مما سبق يتضح صحة الفرضية الثالثة بوجد تأثير معنوي لأبعاد الجودة المدركة في النية السلوكية للتسوق الإلكتروني.

٤- دراسة تأثير أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني على الاتجاه لهذا التسوق:

تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد لاختبار الفرضية الرابعة والتي تنص على:

" يوجد تأثير معنوي للجودة المدركة على الاتجاه للتسوق الإلكتروني".

واتضح من نتائج الاختبار تقديرات نموذج الانحدار المتعدد لانحدار المتغير التابع (الاتجاه للتسوق الإلكتروني) على المتغير المستقل (الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني) واتضح معنوية نموذج الانحدار المقدر كما يتضح معنوية معامل الانحدار عند مستوى معنوية 5% وهذا يعنى وجود علاقة تأثير معنوي لإجمالي أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني على الاتجاه للتسوق الإلكتروني كما تبين أيضاً أن هذا التأثير يتم بشكل طردي و أن معامل التحديد (٠,٨٤) أي أن الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني كمتغير مستقل تفسر ٨٤% من التغيرات التي تحدث في الاتجاه للتسوق الإلكتروني ولتحديد أهم أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني التي تؤثر في الاتجاه للتسوق الإلكتروني تم استخدام الانحدار المتدرج كما يعرض جدول رقم (٧) تقديرات نموذج الانحدار لانحدار الاتجاه للتسوق الإلكتروني على المتغيرات المستقلة.

ويتضح من الجدول رقم (٧) معنوية نموذج الانحدار بشكل إجمالي والمقدر من خلال معنوية معاملات الانحدار عند مستوى معنوية 5% ومن خلال قيمة t وقيمة (sig).

وتشير نتائج الجدول رقم (٧) أيضاً أن أهم المتغيرات المستقلة التي تؤثر في الاتجاه للتسوق الإلكتروني بترتيب الدخول في النموذج هي الخصائص المدركة على شبكة الإنترنت فقد احتلت المرتبة الأولى وفسرت (44%) من التباين في الاتجاه للتسوق الإلكتروني تليها خصائص الموقع الإلكتروني حيث فسرت (15%) بينما فسر خصائص المنتج (13%) وفسر قبول التكنولوجيا الجديدة (8%) وأخيراً خصائص المستهلك الإلكتروني كان أقل المتغيرات تفسيراً للتباين في الاتجاه للتسوق الإلكتروني حيث فسر (4%) ومن خلال تحليل نتائج الجدول (٧) يتضح أن إشارة معاملات الانحدار موجبة مما يدل على ان العلاقة طردية بين أبعاد الجودة المدركة وبين الاتجاه للتسوق الإلكتروني مما سبق يتضح صحة الفرضية الرابعة بوجود تأثير معنوي لأبعاد الجودة المدركة في الاتجاه للتسوق الإلكتروني.

جدول رقم (٧) تقديرات نموذج الانحدار المتدرج لاختبار أثر المتغيرات المستقلة على الاتجاه للتسوق الإلكتروني

المعنوية	Sig.	T	معامل الانحدار	معامل التحديد R ²	ترتيب دخول المتغيرات المستقلة في معادلة الانحدار
معنوي	٠,٠٠١	34.575	0.44	0.44	الخصائص المدركة على شبكة الإنترنت
معنوي	٠,٠٠١	9.258	0.15	0.52	خصائص الموقع الإلكتروني
معنوي	٠,٠٠١	8.629	0.13	0.59	خصائص المنتج
معنوي	٠,٠٠١	5.721	0.08	0.67	قبول التكنولوجيا الجديدة
معنوي	٠,٠٠١	2.683	0.04	0.71	خصائص المستهلك الإلكتروني

٥- دراسة تأثير الاتجاه للتسوق الإلكتروني على النية السلوكية لهذا التسوق:

تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد لاختبار الفرضية الخامسة والتي تنص على:

" يوجد تأثير معنوي للاتجاه للتسوق الإلكتروني على النية السلوكية لهذا التسوق".

يتضح من نتائج الاختبار معنوية نموذج الانحدار بشكل إجمالي والمقدر من خلال معنوية معاملات الانحدار عند مستوى معنوية 5%، أن معامل التحديد (٠,٨٧) أي أن الاتجاه للتسوق الإلكتروني كمتغير مستقل تفسر ٨٧% من التغيرات التي تحدث في النية السلوكية لهذا التسوق ومما سبق يتضح صحة الفرضية الخامسة بوجود تأثير معنوي للاتجاه للتسوق الإلكتروني في مراحل النية السلوكية للتسوق الإلكتروني.

٦- دراسة الدور الوسيط للاتجاه نحو التسوق الإلكتروني في تأثير الجودة المدركة على النية

السلوكية للتسوق الإلكتروني:

تم استخدام تحليل الانحدار ذي المرحلتين باستخدام طريقة المربعات الصغرى لاختبار الفرضية السادسة والتي تنص على:

" يوجد تأثير معنوي لأبعاد الجودة المدركة على النية السلوكية للتسوق الإلكتروني من خلال الاتجاه للتسوق الإلكتروني".

ولاختبار هذه الفرضية يتم القيام بخطوتين يمكن توضيحهما على النحو التالي:

الخطوة الأولى: تحديد مقدار التباين المفسر في المتغير التابع (النية السلوكية للتسوق الإلكتروني) بواسطة المتغيرات المستقلة مجتمعة (أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني) ولقد تم تناول هذه الخطوة من خلال إجراء تحليل الانحدار المتعدد في اختبار الفرض الثالث.

الخطوة الثانية: تحديد أثر دخول المتغير الوسيط على العلاقة بين المتغيرات المستقلة مجتمعة والمتغير التابع وذلك من خلال إجراء الانحدار ذي المرحلتين على متغير الاتجاه للتسوق الإلكتروني كمتغير وسيط ويوضح الجدول رقم (٨) النتائج على النحو التالي:

جدول رقم (٨) تأثير الاتجاه للتسوق الإلكتروني كمتغير وسيط مع أبعاد الجودة المدركة على النية السلوكية لهذا التسوق

التقديرات				F (sig.)	معامل التحديد R ²	متغيرات المعادلة
المعنوية	Sig.	T	β			
				٢.١٦٥٣ ٦٧ (0.001)	٨٩٠.	أبعاد الجودة المدركة والاتجاه للتسوق الإلكتروني
معنوي	٠,٠٠١	٦٥٤.٧٣	٩,١١٦			النية السلوكية لهذا التسوق

تشير نتائج الجدول السابق معنوية نموذج الانحدار بشكل إجمالي والمقدر من خلال معنوية معاملات الانحدار عند مستوى معنوية 5% ومن خلال قيمة t وقيمة (sig) أن معامل التحديد (٠,٨٩) أي أن الاتجاه للتسوق الإلكتروني كمتغير وسيط مع أبعاد الجودة المدركة تفسر ٨٩% من التغيرات التي تحدث في النية السلوكية لهذا التسوق كما أن هذه النسبة أعلى من نسبة التباين المفسر في النية السلوكية للتسوق الإلكتروني بواسطة أبعاد الجودة المدركة والتي بلغت ٦٣% ومما سبق يتضح صحة الفرضية السادسة بوجود تأثير معنوي لأبعاد الجودة المدركة على النية السلوكية للتسوق الإلكتروني من خلال الاتجاه للتسوق الإلكتروني.

ثامناً: مناقشة نتائج البحث:

استهدف البحث دراسة أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني ومراحل النية السلوكية لتبني التسوق الإلكتروني من وجهة نظر العاملين بمديريات الخدمات وكذلك بيان تأثير أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني في مراحل النية السلوكية والاتجاه لهذا التسوق والتعرف على أهم الأبعاد أكثر تأثيراً بالإضافة إلى دراسة تأثير الاتجاه للتسوق الإلكتروني على النية السلوكية للتسوق الإلكتروني ومعرفة الدور الوسيط الذي يلعبه الاتجاه للتسوق الإلكتروني في تأثير الجودة المدركة على النية السلوكية للتسوق الإلكتروني وتوصل البحث إلى نتائج يمكن توضيحها على النحو التالي:-

١- أوضحت نتائج اختبار الفرض الأول الذي استهدف دراسة مدى اختلاف آراء العاملين بمديريات الخدمات موضع التطبيق حول أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني عن وجود اتفاق بين آراء مفردات العينة على أهمية هذه الأبعاد ومعنويتها عند مستوى معنوية 5% وأن المتوسط الحسابي لهذه الأبعاد يتراوح ما بين ٣,٦٨ و ٤,٥٣ وكان ترتيب هذه الأبعاد وفقاً لمتوسط آرائهم الخصائص المدركة على الإنترنت في الترتيب الأول، يليه خصائص الموقع الإلكتروني ثم خصائص المنتج وأخيراً قبول التكنولوجيا الجديدة بينما لم يحدث اتفاق بين آراء العاملين حول خصائص المستهلك الإلكتروني كما أوضحت نتائج الدراسة الحالية أن أهم أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني بالنسبة للعاملين هو بعد الخصائص المدركة على شبكة الإنترنت بينما كان خصائص المستهلك أقل أهمية.

بالنسبة لبعد الخصائص المدركة على شبكة الإنترنت:

تتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسات تناولت الخصائص المدركة على شبكة الإنترنت وتوصلت إلى اتفاق مفردات العينة على أهمية هذه الخصائص وأنها أهم أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني مثل دراسة (Chen (2010); Bhandari & Kaushal (2013) التي أكدت على الفوائد المدركة للتسوق الإلكتروني وأنها تكون لدى المستهلك الشعور بأنه تسوق مريح يعمل على تحسين وتبسيط حياته كما تتفق نتيجة الدراسة الحالية مع ما أوضحه كل من (Ibrahim (2013) Naiyi (2004) التي تناولت المخاطر المدركة وأكدت على قلق المستهلك من المخاطر المدركة

مثل احتمال حدوث خطأ في تسليم المنتج أو فقدان النقدية عند التسوق عبر الإنترنت أيضاً تتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (Bhavan(2013); Çelik (2011); Al-maghrabi (2009) التي توصلت إلى أهمية الثقة المدركة للتسوق الإلكتروني وضرورة أن يدرك المشارك في التعامل مع آخرين بأن توقعاته منهم سوف تتحقق أيضاً تتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (Ha (2010); Gounaris et al., (2011); Stoel & التي توصلت إلى أهمية جودة الخدمة المدركة وحرص العميل الإلكتروني على أهمية الاستجابة لاحتياجاته على شبكة الإنترنت والرد على استفساراته كما تتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة كل من (Yang, et al., (2010); Maditinos & Theodoridis (2010) حول جودة المعلومات المدركة والتي توصلت إلى حرص مفردات العينة على أهمية كفاية المعلومات وتحديثها، سهولة فهم هذه المعلومات، اتساقها ومدى توافر هذه المعلومات على الموقع عن المنتجات واتفقت نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة (Kwon et al., (2014) التي أوضحت أهمية المتعة المدركة للتسوق الإلكتروني وتأكيد مفردات العينة على ضرورة شعور الفرد بالنشاط والحيوية، البهجة والسرور عند القيام بالتسوق الإلكتروني أما فيما يتعلق بالأمن المدرك تتفق نتائج الدراسة الحالية مع (Bavarsad (2013 التي أكدت على ضرورة أن تكون الشبكة العالمية آمنة للدفع ولنقل المعلومات الشخصية، ويعتبره العملاء مؤشر لجودة التسوق الإلكتروني وأخيراً تتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (Lim, et al., (2009) التي أوضحت اتفاق مفردات العينة على أهمية جودة الصفقة المدركة وضرورة توفر القدرة على البحث وتتبع حالة الطلب مما يؤدي إلى إتمام عملية الشراء بالشكل المرضي بينما اختلفت الدراسة الحالية عن هذه الدراسات بجمع العناصر في بعد واحد للجودة المدركة للتسوق الإلكتروني هو بعد الخصائص المدركة على شبكة الإنترنت.

وفيما يتعلق لبعد خصائص الموقع الإلكتروني:

تتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسات تناولت خصائص الموقع الإلكتروني وتوصلت إلى اتفاق مفردات العينة على أهمية هذه الخصائص في إدراك جودة التسوق الإلكتروني بينما اختلف مع هذه الدراسات في ترتيب أهميتها طبقاً لآراء العاملين حيث توصلت نتائج الدراسة الحالية أنها في الترتيب الثاني لأبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني مثل دراسة (Alam & Yasin, (2010) Zhong (2013) التي أوضحت أن تصميم الموقع الإلكتروني من أهم العوامل المؤثر في إدراك جودة التسوق الإلكتروني من خلال سهولة التنقل، سهولة الاستخدام، زمن الاستجابة و أمن الموقع أيضاً تتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (Alam (2010); Bavarsad (2013) التي توصلت إلى أهمية التزام الموقع الإلكتروني وضرورة الوفاء بما تعهد به في علاقة التبادل أيضاً تتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (Nuseir (2010) التي أوضحت أهمية عرض الموقع الإلكتروني والوسائل الترويجية المستخدمة لجذب المستهلك للتسوق الإلكتروني كما تتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (Maditinos & Theodoridis, (2010) التي أكدت على أهمية جودة واجهة المستخدم بالموقع الإلكتروني وسهولة عملية الشراء بالموقع وضرورة تخطيط شكل الموقع على شبكة الإنترنت، أخيراً فيما يتعلق بجودة المحتوى تتفق نتائج الدراسة الحالية مع ما توصلت إليه دراسة (Gupta, et al., (2013) والتي أكدت على أهمية تلبية الموقع لتوقعات المستهلك بينما اختلفت الدراسة الحالية عن هذه الدراسات بجمع العناصر في بعد واحد للجودة المدركة للتسوق الإلكتروني هو بعد خصائص الموقع الإلكتروني.

أما فيما يتعلق بخصائص المنتج:

تتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسات تناولت خصائص المنتج حيث أكدت نتائج هذه الدراسات على اتفاق مفردات العينة على أهمية خصائص المنتج في إدراك جودة التسوق الإلكتروني مثل دراسة (Hemamalini, et al., (2013) التي تناولت نوع المنتج ودراسة (Kwon, et al.,

(2014) التي اهتمت بعدم التأكد من المنتج وأخيراً اتفقت مع دراسة (2009) Cha على أهمية التطور المدرك للمنتج وجاذبية المنتج بينما اختلفت الدراسة الحالية عن هذه الدراسات بجمع العناصر في بعد واحد للجودة المدركة للتسوق الإلكتروني وهو بعد خصائص المنتج.

و فيما يتعلق بقبول التكنولوجيا الجديدة:

تتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسات تناولت عوامل قبول التكنولوجيا الجديدة وأوضحت نتائج دراسة (2013) Ibrahim على أهمية هذه العوامل في الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني ومدى تعقيد هذه التكنولوجيا، وضوحها والنتائج المدركة لاستخدامها، والرغبة في تجربة هذه التكنولوجيا.

وأخيراً فيما يتعلق بخصائص المستهلك:

١- بينما اختلفت نتائج الدراسة الحالية التي أوضحت عدم اتفاق عينة الدراسة حول أهمية بعد خصائص المستهلك مع نتيجة بعض الدراسات مثل دراسة (2013) Rababah التي أكدت على أهمية مستوى استخدام الكمبيوتر والإنترنت، المهارة المتاحة لدى المستهلك لاستخدام الإنترنت والكمبيوتر وفترة استخدامها تؤثر في الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني ودراسة Taghavia, et al., (2013) التي توصلت إلى أهمية الابتكار لدى المستهلك ودرجة تقبل المستهلك للأفكار الجديدة أيضاً أكدت دراسة (2010) Hung & Chun على أهمية دوافع المستهلك لاستخدام التسوق الإلكتروني فيما إذا كان بدافع الاستمتاع أو المنفعة كما أوضح (2005) Shergill أهمية نمط الشراء التجريبي، العرضي، المتكرر، أو المنتظم ودراسة (2013) Hemamalini, et al., والتي أوضحت أهمية إدراك الفرد للإنترنت كما أكدت دراسة (2013) Ibrahim على أهمية خبرات التسوق الإلكتروني السابقة، دراسة (2010) Maditinos & Theodoridis التي أوضحت أهمية مشاركة المستهلك في التسوق الإلكتروني وأخيراً أكدت دراسة (2013) Ho&Chen على أهمية المعتقدات الاجتماعية واعتقاد الفرد بأنه من المهم له تبني التسوق الإلكتروني واختلفت الدراسة الحالية عن هذه الدراسات أيضاً بجمع هذه العناصر في بعد واحد للجودة المدركة للتسوق الإلكتروني وهو بعد خصائص المستهلك كما توصلت نتائج الدراسة الحالية إلى أن 63% من العاملين بمديريات الخدمات يقومون بالتسوق الإلكتروني من بينهم ما يقرب من 60% مرة واحدة في العام، 40% يقومون بالتسوق الإلكتروني مرات عديدة بالعام وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (2013) Barska التي توصلت إلى أن 40% من المستهلكين في بولندا يقومون بالتسوق عبر الإنترنت عدة مرات في السنة تقريباً و 60% يقومون بالتسوق مرة واحدة في السنة تقريباً، ومن ثم تشير نتائج الفرض الأول إلى اهتمام المستهلك المصري بالدرجة الأولى بالخصائص المدركة على شبكة الإنترنت ويمكن تفسير ذلك بأن التسوق الإلكتروني في مراحل الأولى بالبيئة المصرية ويوجد لدى المستهلك قلق وعدم طمأنينة لهذا التسوق.

٢- أوضحت نتائج اختبار الفرض الثاني الذي استهدف دراسة مدى اختلاف آراء العاملين بمديريات الخدمات موضع التطبيق حول مراحل النية السلوكية للتسوق الإلكتروني عن وجود اتفاق معنوي بين العاملين بمديريات الخدمات موضع التطبيق فيما يتعلق بإجمالي مراحل النية السلوكية للتسوق الإلكتروني والمراحل الفرعية واتفقت نتائج الدراسة الحالية مع دراسة Al-maghrabi (2009) التي طبقت على 650 من مستخدمي الإنترنت بالمملكة العربية السعودية و توصلت إلي اتفاق مفردات العينة على أهمية النية لاستمرار التسوق الإلكتروني بينما اختلفت نتائج الدراسة مع ما توصلت إليه الدراسة التي قام بها (2007) Kim والتي أوضحت عدم اتفاق مفردات العينة على أهمية مراحل النية السلوكية المستمرة للتسوق الإلكتروني.

٣- أوضحت نتائج اختبار الفرض الثالث وجود تأثير معنوي لأبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني على النية السلوكية للتسوق الإلكتروني كما تبين أيضاً أن هذا التأثير يتم بشكل طردي وأن الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني كمتغير مستقل تفسر 63% من التغيرات التي تحدث في

النية السلوكية الإلكتروني وتتفق تلك النتيجة مع ما توصلت إليه عدد من الدراسات مثل Kwon, et al., (2014) التي أوضحت وجود تأثير معنوي لسهولة الاستخدام المدركة والاستمتاع المدرك للتسوق الإلكتروني على النية السلوكية وهذا ما أكدته دراسة Ibrahim (2013) بينما اختلفت الدراسة الحالية مع هذه الدراسة فيما يتعلق بتأثير المتغيرات الديموغرافية في البيئة الماليزية حيث وجدت التأثير السلبي للمتغيرات الديموغرافية على النية السلوكية في حين توصلت دراسة Taghavia, et al., (2013) بأن العمر والخبرة ليس لهما تأثير بينما توصلت Hung & Chun (2010) إلى تأثير النوع على النية السلوكية وأن الذكور تتوفر لديهم النية السلوكية للتسوق الإلكتروني أكثر من الإناث واتفقت الدراسة الحالية أيضاً مع Liebermann & Stashevsky (2010) Alam & Yasin (2010) التي توصلت إلى التأثير المعنوي لجودة المحتوى، الأمن المدرك، الثقة المدركة على النية السلوكية للتسوق الإلكتروني بينما اختلفت الدراسة الحالية مع Alam & Yasin (2010) التي توصلت إلى أن الفوائد المدركة ليس لها تأثير كما اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة Nuseir (2010) التي توصلت إلى التأثير المعنوي للترويج الإلكتروني ودراسة Naiyi (2004) التي أكدت على التأثير المعنوي للمخاطر المدركة على النية السلوكية بينما اختلفت مع كل من Bhandari & Kaushal (2013) التي توصلت إلى أن المخاطر المدركة تؤثر سلباً على نية التسوق الإلكتروني في حين أوضحت دراسة Miyazaki & Fernandez (2001) عدم وجود تأثير واتفقت أيضاً نتائج الدراسة الحالية مع Maditinos & Theodoridis (2010) التي أكدت على التأثير المعنوي لجاذبية المنتج وجودة المعلومات، دراسة Angeline & Kinney (2010) التي أوضحت التأثير المعنوي لدوافع التسوق كما اتفقت نتائج الدراسة الحالية مع Gounariset al., (2010) في التأثير المعنوي لجودة الخدمة على النية السلوكية للتسوق الإلكتروني بينما اختلفت مع دراسة Huang (2000) التي توصلت إلى أن لا يوجد تأثير معنوي لجودة الخدمة على النية السلوكية للتسوق الإلكتروني أيضاً اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة Taghavia, et al., (2013) التي أكدت على التأثير المعنوي لعوامل القبول التكنولوجي على النية السلوكية بينما اختلفت الدراسة الحالية عن عدد من الدراسات في تناول تأثير أبعاد الجودة المدركة على مراحل النية السلوكية حيث أوضح نتائج تحليل الانحدار وجود تأثير معنوي لأبعاد الجودة المدركة على مراحل النية السلوكية إلا أنها اتفقت مع دراسة Alam (2010) التي تناولت مرحلة واحدة من مراحل النية السلوكية وهي إدراك التسوق الإلكتروني كما اتفقت نتائج الدراسة الحالية مع دراسة Kim (2007) التي أوضحت وجود تأثير معنوي لبعد قبول التكنولوجيا على مراحل النية السلوكية وقد كان تأثير أبعاد الجودة المدركة على كل مرحلة من مراحل النية السلوكية للتسوق الإلكتروني كما توصلت نتائج الدراسة الحالية بأن بعد الخصائص المدركة هو الأكثر تأثيراً في مراحل النية السلوكية المستمرة إلا أنه تباين هذا التأثير من مرحلة إلى أخرى فكان أكثر تأثيراً في مرحلة إدراك المستهلك للتسوق الإلكتروني وأقلها تأثيراً في مرحلة الرغبة في الاستمرار بالتسوق الإلكتروني. مما يعنى أنه إذا أدرك المستهلك المصري لجودة التسوق الإلكتروني يدفعه إلى الاستمرار في النية السلوكية لهذا التسوق بالتالي على رجال التسويق استغلال هذه الفرصة وتوفير آليات الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني خاصة للعملاء الذين في مرحلة إدراك التسوق الإلكتروني.

٤- أوضحت نتائج اختبار الفرض الرابع وجود علاقة تأثير معنوي لإجمالي أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني على الاتجاه للتسوق الإلكتروني كما تبين أيضاً أن هذا التأثير يتم بشكل طردي وأن الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني تفسر ٨٤% من التغير في الاتجاه للتسوق الإلكتروني، كما اتضح أيضاً أن أهم المتغيرات المستقلة التي تؤثر في الاتجاه للتسوق الإلكتروني هي الخصائص المدركة على شبكة الإنترنت، فقد احتلت المرتبة الأولى وفسرت (44%) من التباين في الاتجاه للتسوق الإلكتروني، تليها خصائص الموقع الإلكتروني حيث فسرت (15%)، بينما فسرت خصائص المنتج (13%) وفسر قبول التكنولوجيا الجديدة (8%) وأخيراً خصائص المستهلك

الإلكتروني كان أقل المتغيرات تفسيراً للتباين في الاتجاه للتسوق الإلكتروني حيث فسر (4%)، وتتفق تلك النتيجة مع ما توصلت إليه عديد من الدراسات مثل (Shergill, 2005) التي أوضحت التأثير المعنوي لتصميم الموقع الإلكتروني، خدمة العملاء، أمن الموقع في الاتجاه للتسوق الإلكتروني وأنها من أقوى العوامل المؤثرة في اتجاه العملاء الجدد في نيوزيلندا للتسوق الإلكتروني كما تتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (Hemamalini, et al., 2013) التي توصلت إلى علاقة التأثير المعنوي لنوع المنتج في الاتجاه للتسوق الإلكتروني، ودعمت هذه النتيجة دراسة (Cha, 2009) التي أكدت على التأثير المعنوي لنوع المنتج، الفوائد المدركة بالإضافة إلى سهولة الاستخدام، والسن الأمن المدرك على الاتجاه للتسوق الإلكتروني بينما اختلفت مع دراسة (Rababah, 2013) التي توصلت إلى أن النوع لا يؤثر في الاتجاه للتسوق الإلكتروني وأكدت نتيجة الدراسة الحالية في التأثير المعنوي للدخل في الاتجاه للتسوق الإلكتروني ويمكن تفسير ذلك بأن الدخل المنخفض يجعل المستهلك لن يتحمل مخاطر التسوق عبر الإنترنت وبالتالي يكون أكثر حذراً من المستهلك مرتفع الدخل كما اختلفت نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (Zendehdel & Paim, 2013) والتي توصلت إلى أن الفوائد المدركة لدى طلاب الجامعات الماليزية للتسوق الإلكتروني لا تؤثر معنوياً في اتجاههم لهذا التسوق واتفقت نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (Islam, 2011) التي أوضحت التأثير المعنوي للمعتقدات الاجتماعية على الاتجاه للتسوق الإلكتروني بينما اختلفت نتائج الدراسة الحالية مع دراسة (Nikalje, 2013) التي أوضحت أن خصائص المستهلك المتمثلة في نمط الشراء للمستهلك، مشاركته، وخبرته في التسوق، الدخل، العمر، لا تؤثر في الاتجاه للتسوق الإلكتروني واختلفت الدراسة الحالية أيضاً في تناول تأثير أبعاد الجودة المدركة وخصائص المستهلك في الاتجاه للتسوق الإلكتروني كما أكدت نتيجة الدراسة الحالية في التأثير المعنوي لأمن المعلومات الشخصية على الاتجاه للتسوق الإلكتروني. وتشير نتائج الدراسة الحالية إلى أن الخصائص المدركة على شبكة الإنترنت من أقوى المتغيرات التي تتنبأ بالاتجاه للتسوق الإلكتروني وترى الباحثة أنه يمكن تفسير تلك النتيجة أن اختبار الفرض الأول أشار إلى اتفاق مفردات العينة بالدرجة الأولى على أهمية الفوائد المدركة، المخاطر المدركة، الثقة المدركة، الأمن المدرك، جودة الخدمة والمعلومات المدركة، المتعة المدركة بالإضافة إلى جودة الصفة المدركة مما يعني أن هذه العوامل إذا توفرت لدى المستهلك تنعكس على نيته السلوكية.

٥- أوضحت نتائج اختبار الفرض الخامس وجود علاقة تأثير معنوي للاتجاه للتسوق الإلكتروني في النية السلوكية للتسوق الإلكتروني، وأن الاتجاه للتسوق الإلكتروني كمتغير مستقل تفسر ٨٧% من التغيرات التي تحدث في النية السلوكية لهذا التسوق كما تبين أيضاً أن هذا التأثير يتم بشكل طردي، تؤكد نتائج الدراسة الحالية ما توصلت إليه دراسة (Rababah, 2013); Hemamalini, et al., (2013) التي أوضحت وجود تأثير معنوي للاتجاه للتسوق الإلكتروني على النية السلوكية لهذا التسوق بينما اختلفت الدراسة الحالية بإضافة أن الاتجاه للتسوق الإلكتروني يؤثر في مراحل النية السلوكية المستمرة للتسوق الإلكتروني حيث تشير نتائج تحليل الانحدار المتدرج إلى أن الاتجاه للتسوق الإلكتروني كمتغير مستقل يؤثر في مراحل النية السلوكية لهذا التسوق ولدية القدرة على التنبؤ بها وقد كان تأثيره على مرحلة الرغبة في الاستمرار بالتسوق الإلكتروني في المرتبة الأولى وفسر ٣٢% من التباين في هذه المرحلة يليها مرحلة رعاية التسوق الإلكتروني وفسر ٢٤%، ثم مرحلة الاستمتاع بالتسوق الإلكتروني وفسر ١٤% ومرحلة تجربة التسوق الإلكتروني وفسر ١٢% وأخيراً مرحلة إدراك التسوق الإلكتروني وفسر ٥% ومما سبق يتضح صحة الفرضية الخامسة بوجود تأثير معنوي للاتجاه للتسوق الإلكتروني في مراحل النية السلوكية للتسوق الإلكتروني ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن الاتجاه الإيجابي لدى المستهلك يجعله مقتنع بهذا التسوق ويدفعه إلى القيام به بشكل مستمر وإقناع الآخرين بالتالي تعتبر فرصة تسويقية يجب استغلالها من المهتمين بالتسوق الإلكتروني.

٦- أوضحت نتائج اختبار الفرض السادس أن الاتجاه للتسوق الإلكتروني كمتغير وسيط مع أبعاد الجودة المدركة تفسر ٨٩% من التغيرات التي تحدث في النية السلوكية لهذا التسوق كما أن هذه النسبة أعلى من نسبة التباين المفسر في النية السلوكية للتسوق الإلكتروني بواسطة أبعاد الجودة المدركة والتي بلغت ٦٣% مما يعني قدرة الاتجاه للتسوق الإلكتروني على تحسين التباين المفسر في النية السلوكية عند دخوله كمتغير وسيط مع الجودة المدركة مقارنة بنسبة التباين المفسر من قبل تلك المتغيرات عند دراسة أثرها المباشر على النية السلوكية وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع ما توصلت إليه دراسة كل من (Ho&Chen (2013) ; Cheema (2010) ودعمت تلك النتيجة دراسة (Nikalje (2013) ولكن بالنسبة لتأثير المتغيرات الديموغرافية، نمط الشراء، وإدراك المنتج على النية السلوكية بينما اختلفت نتائج الدراسة الحالية عن هذه الدراسات بتوضيح الدور الوسيط للاتجاه للتسوق الإلكتروني على علاقة تأثير أبعاد الجودة المدركة في مراحل النية السلوكية للتسوق الإلكتروني ومما يعنى وجود تأثير معنوي لأبعاد الجودة المدركة على النية السلوكية للتسوق الإلكتروني من خلال الاتجاه للتسوق الإلكتروني وقبول الفرضية السادسة من فرضيات البحث.

وبناءً على نتائج اختبار الفرضيات يمكن عرض نتائج البحث في الإطار الموضح بنهاية البحث .
تاسعاً: توصيات البحث:-

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة الحالية لآراء العاملين بمديريات الخدمات حول أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني، ومراحل النية السلوكية لهذا التسوق واتفق عليها العاملون والتي أكدت على التأثير الإيجابي للمتغير المستقل على المتغير التابع بالإضافة إلى الدور الوسيط للاتجاه للتسوق الإلكتروني في علاقة التأثير لأبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني في النية السلوكية المستمرة لهذا التسوق وفي ضوء التوصيات التي قدمها الباحثون يمكن للدراسة الحالية أن تقدم بعض التوصيات كما يلي:-

أ- نظراً لأن نتائج الدراسة الحالية قد أظهرت اتفاق مفردات العينة على أهمية أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني ومع تزايد مواقع التسوق الإلكتروني وزيادة حدة المنافسة في البيئة الإلكترونية فإن هذا يعنى اهتمام المنظمات بتفعيل أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني لزيادة القدرة التنافسية ومواجهة التغيرات التي يشهدها هيكل المنافسة على المستوى المحلي والعالمي وذلك من خلال ما يلي:

١- الاهتمام بالخصائص المدركة على شبكة الإنترنت: وذلك من خلال الاهتمام بما يلي:
- تغيير صورة المستهلك عن مخاطر التسوق الإلكتروني وتخفيض قلقه من السلوك الانتهازي من متاجر التجزئة على الإنترنت، احتمال حدوث خطأ في تسليم المنتج، فقدان النقدية عند التسوق عبر الإنترنت، فقدان الوقت، جودة المنتج وأدائه وأمن المعلومات الشخصية مع التأكيد على صحة المعلومات عن البائعين والمنتجات.

- ضرورة خلق الوعي بين المستهلكين بشأن فوائد التسوق الإلكتروني وأنه تسوق مريح يعمل على تحسين وتبسيط حياة المستهلك ويحقق العديد من الفوائد والمزايا على سبيل المثال توفير الوقت والجهد وتوفير العديد من بدائل المنتجات.

- ضرورة توفير آليات الثقة لدى المستهلك في التسوق الإلكتروني والمحافظة على خصوصية المعلومات الشخصية مع بذل الجهود اللازمة لتحسين أمن المعاملات الإلكترونية مع التأكيد على المستهلكين أن بياناتهم آمنة بما فيه الكفاية.

- الاهتمام بدمج عناصر الجودة النفعية والمتعة بالتسوق الإلكتروني معاً بالتالي الاهتمام بالمنافع التي تتحقق من التسوق الإلكتروني مع توفير الاستمتاع وعناصر الجذب المختلفة.

- توفير تكنولوجيا المعلومات عبر الإنترنت للمستهلك مع سهولة الحصول عليها وتنوعها، تحديثها، وتوفير الدعم الكافي للمستهلك في الحصول على المعلومات الصحيحة المتعلقة بالسلع والخدمات

المستهدفة مما ينتج عنه جودة مدركة لهذه المعلومات وتوفير وقت التسوق وبأقل جهد وأكبر كفاءة ممكنة.

- الاهتمام بجودة خدمة المستهلك مع التنسيق والتواصل داخل الشبكة بطريقة محورها المستهلك مع توفير آلية تصفح آراء مستهلكين آخرين للاستفادة من تجاربهم السابقة وأن يتم التعامل مع المستهلك بطريقة تعكس أهميته مع الاهتمام بالرد على استفساراته وحل مشاكله بطريقة مرضية.

- ربط موقع المنظمة الإلكتروني بمواقع العملاء لتتبع الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني على موقع المنظمة بشكل مستمر بما يسمح بإقامة تحالفات طويلة المدى مع العملاء الحاليين والمتوقعين على حدٍ سواء بحيث يعمل كل من البائع والمشتري معاً تجاه تحقيق هدف مشترك وهو جودة مدركة للتسوق الإلكتروني بالإضافة إلى التوجه بالعملاء وجمع المعلومات عن تفضيلاتهم بشكل مستمر وتوفير مننديات النقاش للبحث عن المعلومات والتواصل مع العملاء.

٢- الاهتمام بخصائص الموقع الإلكتروني: وذلك من خلال ما يلي:

- مراقبة عروض عمل المنافسين على موقعهم الإلكتروني ومحاولة الاستفادة من نقاط القوة لديهم واستغلال نقاط الضعف لديهم وذلك من خلال التوجه بالمنافسين.

- توفير الأدوات التي تساعد على خدمة العملاء على الموقع مثل أدوات البريد الإلكتروني، وأدوات الوصول إلى قواعد المعلومات وأخرى لمعالجة طلبات الشراء مع توفير أدوات شخصنة الموقع الإلكتروني بما يسمح بإمكانية تعديل محتوى صفحة الويب بما يتناسب مع اهتمامات العميل وبالتالي من الممكن أن يتحول العميل من زائر للموقع إلى عميل دائم.

- يجب أن تحتوى المواقع الإلكترونية وظائف الصفقة التي تساعد المتسوق الإلكتروني على استكمال أنشطة الشراء الإلكتروني بسهولة وكفاءة مثل سهولة التنقل وإكمال عملية التسوق.

- الاهتمام بجودة المحتوى المناسب للموقع الإلكتروني والمفيد للسوق المستهدفة وأن يكون مناسب لاحتياجات العملاء في القطاعات المختلفة.

- الاهتمام بتصميم الموقع من حيث الألوان، الحركة، سهولة القراءة،.....، سهولة البحث مع ضرورة التزام الموقع وقيامه بالوفاء بما تعهد به في علاقة التبادل.

- الاهتمام بالترويج الإلكتروني بالموقع من خلال عرض الموقع الإلكتروني والوسائل الترويجية لجذب وتشجيع التسوق الإلكتروني.

٣- الاهتمام بخصائص المنتج: نظراً لكثرة المنتجات المعروضة على شبكة الإنترنت وتنوعها فإنه ليس من الصعب على المستهلك أن يجد سلعا بديلة لمنتج المنظمة لذا يجب الاهتمام بخصائص المنتج وذلك من خلال ما يلي:

- ضرورة الاهتمام بتصنيف المنتجات على الموقع الإلكتروني وتوفير الآليات المناسبة التي تمكن المستهلك من التأكد جودة المنتجات التي تم شراؤها إلكترونياً.

- ضرورة مراعاة التشابه بين المنتج المطور وفئة المنتجات الحالية التابعة لنفس العلامة التجارية مما يقلل من حالة عدم التأكد لدى المستهلك والاهتمام بجاذبية المنتج على الموقع الإلكتروني للمنظمة حتى يتحقق قبول المستهلك للمنتجات.

٣- الاهتمام بعوامل قبول التكنولوجيا الجديدة: حيث يجب الاهتمام بتوضيح هذه التكنولوجيا الحديثة على العملاء بالبيئة المصرية مع التأكيد على أنها بسيطة من حيث الجهود المادية والعقلية، تتسم بسهولة الاستخدام، إمكانية التحكم فيها، الوضوح، المرونة، كما أنها سهلة لدرجة أن يصبح المستهلك ماهراً في استخدامها وحث العملاء على تجربة هذه التكنولوجيا والقيام بالتسوق الإلكتروني وتتبع تقييمهم لهذه العملية ومحاولة التعرف على أسباب رضا العميل عن هذه التجربة وأسباب عدم الرضا وتحويل هذا العميل إلى عميل دائم لديه النية المستمرة للتسوق الإلكتروني للمنظمة.

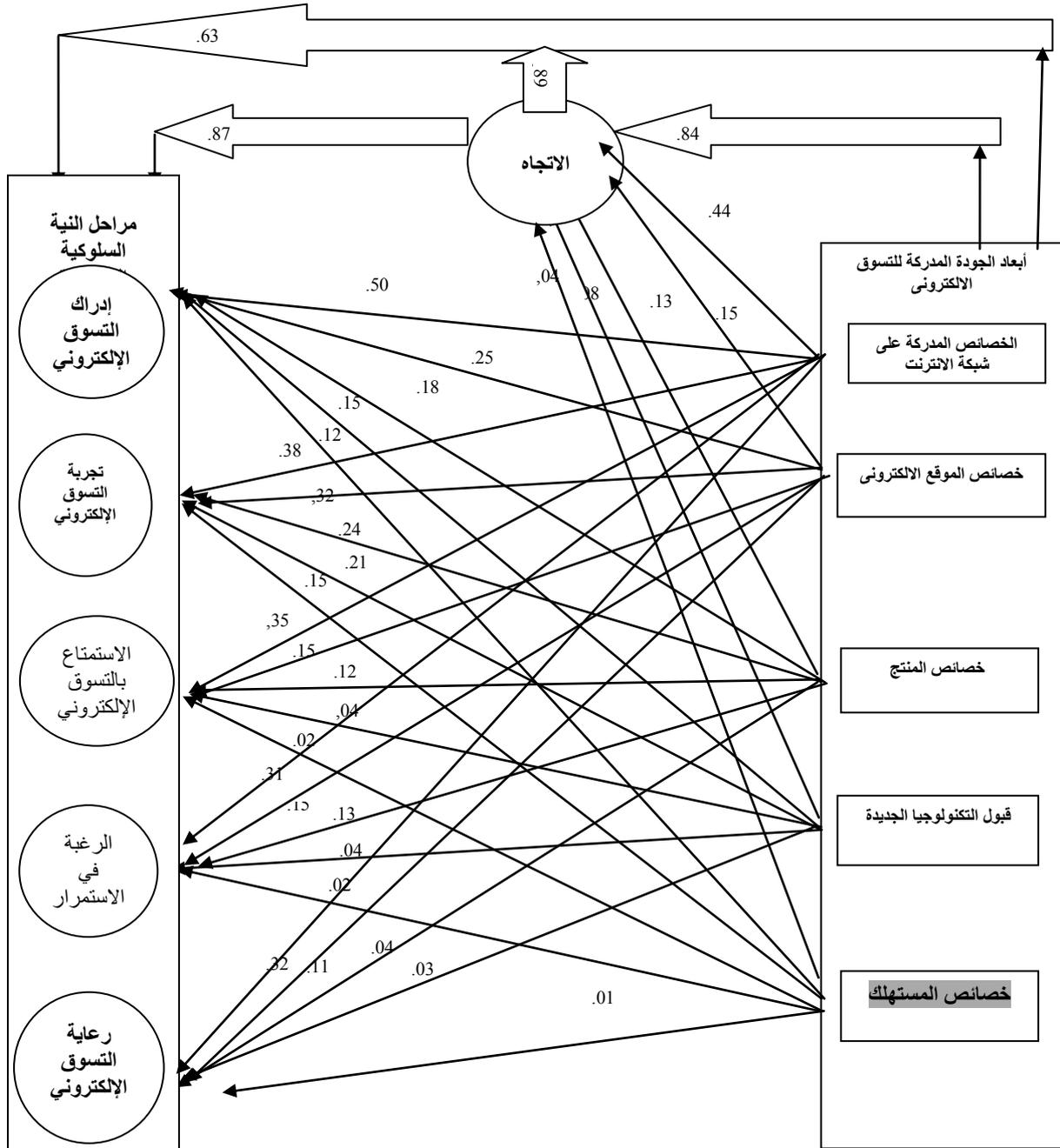
٤- الاهتمام بدراسة خصائص المستهلك الإلكتروني:

- الاهتمام بدراسة الفئات المختلفة من المستهلكين تبعاً للخصائص الديموغرافية المختلفة.

- ضرورة معرفة مستوى مهارة العملاء في استخدام الإنترنت والكمبيوتر، ودرجة تقبله للتكنولوجيا الحديثة ومدى مشاركته في التسوق الإلكتروني بشكل عام وعلى الموقع الإلكتروني.
- الاهتمام بدوافع العملاء للتسوق الإلكتروني هل هي لتحقيق منافع أم للاستمتاع فقط؟، بالتالي تجزئة العملاء طبقاً لهذا الأساس مما يعكس على الإستراتيجية التسويقية لكل فئة من العملاء.
- ضرورة معرفة نمط شراء العملاء تجريبي، عرضي، المتكرر والمنتظم والاهتمام بتحويل العملاء من الأنواع الثلاثة في نمط الشراء إلى النمط المنتظم وذلك من خلال استخدام عروض ترويجية مناسبة بالموقع الإلكتروني وخلق الطمأنينة لدى العميل وبالتالي يمكن تحويله من عميل يقبل على التسوق الإلكتروني بشكل تجريبي أو عرضي أو متكرر إلى عميل منتظم.
- الاهتمام بمعرفة المعتقدات الاجتماعية للعملاء بالنسبة للتسوق الإلكتروني.
- الاهتمام بمستوى مشاركة العملاء في التسوق الإلكتروني وخبراته السابقة عن هذا التسوق واستغلال ذلك في إقناع المستهلك المصري بهذا التسوق.
- ب- الاهتمام بالفهم الأفضل للنية السلوكية لدى المستهلك للتسوق الإلكتروني في مصر مع إجراء بحوث السوق والتركيز على كيفية تقبل المصريين لسلوك الشراء على الإنترنت وكيف يمكن تشجيعهم على الاستخدام الفعال لهذه التكنولوجيا الجديدة في الشراء وضرورة تجزئة العملاء للموقع الإلكتروني حسب مراحل النية السلوكية للتسوق الإلكتروني مع التركيز على العملاء في مرحلة رعاية التسوق الإلكتروني حيث يقوم العميل في هذه المرحلة بنشر المعلومات عن تجاربه الناجحة من خلال الكلمة المنطوقة الإلكترونية إلى باقي العملاء مع التركيز توفير آليات تحويل العملاء في مرحلة إدراك التسوق الإلكتروني وتجربته إلى مرحلة رعاية هذا التسوق.
- ج- الاهتمام بدراسة الاتجاه للتسوق الإلكتروني لدى العملاء وذلك بمحاولة خلق الاتجاه الإيجابي لدى المستهلك المصري لهذا التسوق من خلال التأكيد على أبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني وبالتالي ينعكس على النية السلوكية وتطوير استراتيجيات التسويق لتحويل العملاء المحتملين إلى دائمين مع الاحتفاظ بالعملاء الحاليين.
- عاشرًا: مقترحات لدراسات مستقبلية:-**

- بعد استعراض العناصر المختلفة للبحث وفي ضوء محددات البحث يمكن الإشارة إلى الدراسات المستقبلية على النحو التالي:
- ١- اعتمدت الدراسة في تحديد وتكوين مقياس لأبعاد الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني على عينة مقدارها (٢٠٠) مفردة شملتهم الدراسة الاستطلاعية وهو عدد كاف لما تم التوصل إليه من نتائج إلا أن المقياس يحتاج لمزيد من التعميم والمصادقية مما يعطى الفرصة لمصادقية أكثر للمقياس.
 - ٢- إن هذه الدراسة قد تم إجراؤها في مرحلة تنسم فيها النشاطات التسويقية للتسوق الإلكتروني ما زالت في طور البداية ومن ثم يضع هذا حدوداً على قياس واختبار كل المفاهيم المرتبطة بذلك المجال البحثي فمن الممكن إجراء نفس الدراسة في مرحلة زمنية لاحقة تتصف بازدياد الثقافة الخاصة بالتسوق الإلكتروني والممارسات الفعلية له.
 - ٣- اهتمت الدراسة بالعمالين بمديريات الخدمات من الممكن توسيع العينة لتشمل مراحل سنوية مختلفة بداية من المراحل الثانوية، طلاب الجامعات والعمالين.
 - ٤- دراسة الدور الوسيط لبعض المتغيرات الديموغرافية (السن والنوع) في تأثير الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني على النية السلوكية.
 - ٥- المقارنة بين مديريات الخدمات بالنسبة للعلاقات الواردة في البحث وتوسيع مجال التطبيق ليشمل قطاعات مختلفة.

(إطار) : لتوضيح نتائج البحث



المراجع

- أبو فارة، أحمد يوسف. (٢٠٠٤) العلاقة بين خصائص المشتري عبر الانترنت وخصائص المتجر الإلكتروني وبين حجم التسوق الإلكتروني، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، م٧، ١، ص ص ١١٨ - ١٤٦.
- الشوره، محمد سليم، أحرون. (٢٠٠٩). التسوق الإلكتروني باستخدام الشبكة العالمية (الانترنت) المحفزات والعوائق أمام المستهلك الأردني، المجلة العربية للإدارة، م٩، ١، ص ص ١-٣٥.
- بازرعة، محمود صادق. (١٩٨٩). بحوث التسويق للتخطيط والرقابة واتخاذ القرارات التسويقية، دار النهضة العربية، القاهرة، الطبعة الخامسة.
- عبد الخالق، أحمد محمد. (١٩٩٣). استخبارات الشخصية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية.

- Alam, S.(2010), “Young consumers online shopping: an empirical study”, **Journal of Internet Business Issue**, 5(2), pp. 81-92.
- Alam, S., and Yasin, N.(2010), “ An Investigation into the Antecedents of Customer Satisfaction of Online Shopping”, **Journal of Marketing Development and Competitiveness**, 5(1), pp. 71-78.
- Al-maghrabi, D. (2009),” Driving online shopping: Spending and behavioral differences among women in Saudi Arabia”, **International Journal of Business Science and Applied Management**, 5 (1) 30-47
- Angeline, G. and Kinney,K. (2010), “Beyond buying: Motivations behind consumers' online shopping cart use “,**Journal of Business Research**,63(5), pp. 986–992.
- Barska,A.(2013),” Online shopping in the opinion of young Consumers, **Journal of Management**, 17(1),346-357.
- Bauer, H. et al., (2006), eTrans Qual: A transaction process-based approach for capturing service quality in online shopping “,**Journal of Business Research**, 59, pp. 866–875.
- Bauer, H. et al., (2005), “Driving Consumer Acceptance of Mobile Marketing: A Theoretical Framework and Empirical Study “,**Journal of Electronic Commerce Research**, 6(3),181-1-92.
- Bavarsad,B. (2013), “ Developing a MIMIC Model for E-Shopping Purchase Intention “**World Applied Programming**, 3(7), pp.. 293-301.
- Bhandari, N. and Kaushal, P. (2013), “Online Consumer Behavior: Anexploratory Study “ **Global Journal of commerce and Management perspective**, 2(4), pp.98-107.
- Bhavan, S. (2013), “Internet Shoppyng: Consumers’ Attitude and Behaviour Towards Online Shopping with Refreence to Coimbatore, **International Research Journal of Business and Management**, – II, pp.1-11.
- Celik, Y. (2011),” Extending the Technology Acceptance model for Adoption of OF E-shopping by Consumers in Turkey “,**Journal of Electronic Commerce Research**, 12(2), 152-164.
- Cha, J.(2009), “Shopping on Social Networking Websites: Attitudes Toward Real Versus Virtualitems “,**Journal of Interactive Advertising**,1(1), pp. 77-93.
- Chang, A., et al., (2005), “Literature derived reference models for the adoption of online shopping,” **Information & Management**, 42(4), pp.543-559.
- Cheema, U. (2010), “The Trend OF Online Shopping IN 21 Century: Impact of Enjoyment in Tammmodel “, **Asian Journal of Empirical Research**, 3(2) pp.131-141.
- Chen, Y.(2010), “Confirmation of Expectations and Satisfaction with the Internet Shopping: The Role of Internet Self-efficacy “,**Computer and Information Science** 3(3), Pp. 14-22.
- Gounaris, S. et al., (2010), “An examination of the effects of service quality and satisfaction on customers’ behavioral intentions in e-shopping”, **Journal of Services Marketing**, 24(2),pp.142–156.

- Gupta, A. et al., (2013),” Online Shopping: A Shining Future”, **International Journal of Techno-Management Research**, 1(1), 321-344.
- Ha, S., & Stoel, L., (2011),” Online apparel retailing: roles of e-shopping quality and experiential e-shopping motives”, **Journal of Service Management**, 23 (2), pp. 197-215.
- Hemamalini, K. et al., (2013), “Influence of Product Types on Consumer’s Attitude towards Online Shopping: An Empirical Study in the Indian Context “,**International Journal of Marketing Studies**,5(5), pp.42-52.
- Ho, Y., and Chen, Y. (2013),” Vienames Consumers’ Intention to Online Shopping Adoption: A qualitative Approach”,**Asian Journal of Social Sciences and Humanities**, 2(3), pp.
- Huang, M. (2000),“ Information load: its relationship to online exploratory and shopping behavior, **International Journal of Information Management**, 20(2), pp. 337–347.
- Hung, H., and Chun, Y.(2010), “ Gender differences in adolescents’ online shopping motivations”, **African Journal of Business Management**, 4(6), pp. 849-857.
- Ibrahim, A. (2013), “Assessing the Effectiveness of Online Shopping Among Malaysian Consumers “,**Australian Journal of Basic and Applied Sciences**,7(7),pp. 603-612.
- Islam, A.et al.,(2011),“Factors that Influence Customers’ Buying Intention on Shopping Online, **International Journal of Marketing Studies**,3(1),pp.129-139.
- Kee-Sook Lim, K. et al., (2009),” Testing a MIMIC model of e-shopping site usage”, **International Journal of Retail & Distribution Management**, 37(10), pp. 852-866.
- Kim, J. (2007), “Influences of online store perception, shopping enjoyment, and
- Kimery, M., and McCord M. (2002),” Third-party assurances: mapping the road to trust in e-retailing “, **Journal of Information Technology**, 4 (2), pp. 63–81.
- Kwon, D. et al., (2014), “An Empirical Study on the Relationship between User Characteristics and Quality Factors for Effective Shopping Mall Websites Implementation, “**Software Engineering Research, Management and Applications**, 49(6), pp 117-127.
- Liebermann, Y., and Stashevsky, S. (2009), “Determinants of Online Shopping: Examination of an Early-Stage Online Market “,**Canadian Journal of Administrative Sciences**, 26(2),pp. 316–331.
- Lim, K.et al.,(2009),“Testing a MIMIC model of e-shopping site usage “,**International Journal of Retail & Distribution Management**, 37 (10), pp. 852-866.
- Maditinos, D., and Theodoridis, K. (2010),“Satisfaction determinants in the Greek online shopping context “,**Information Technology and People**,23(4),pp.312-329.
- Mehdi Taghavia, M. (2013), “An empirical study on different factors influencing information technology adoption for auditing purposes: A case study of a banking organization “,**Management Science Letters**,3(1), 1307-1307.

- Miyazaki, A., and Fernandez (2001),” Consumer perceptions of privacy and security risks for online shopping, **The Journal of Consumer Affairs**,35 (1), pp. 27–44.
- Naiyi,Y. (2004), “Dimensions of Consumer’s Perceived Risk in Online Shopping “,**Journal of Electronic Science and Technology of China**,2(3), pp.177-182.
- Nikalje, V. (2013), " To Study Factors That Influence the Attitude of Consumers towards Online Shopping in City of Pune, **International Center for Business Research**, 2(feb),pp.1-5.
- Nuseir, M. (2010), “Evidence of Online Shopping: A Consumer Perspective” , **International Review of Business Research**,6 (5), Pp. 90 - 106
- Rababah, O. (2013), “ Online Shopping: Perceptions and Expectations of the Students at The University of Jordan “,**Journal of American Science**, 9(3),pp.66-81.
- Ross, M. (2010), “Maturing ecommerce means web retailers must think differently”, **Psychology & Marketing**, 22 (4), pp. 313-331.
- Shergill, Z. (2005), ”Web-Based Shopping: Consumers’ Attitudes Towards Online Shopping in New Zealand, **Journal of Electronic Commerce Research**, 6(2),pp.80-92.
- Shih, H. (2004), “An empirical study on predicting user acceptance of e-shopping on the Web,” **Information & Management**, 41(3), pp. 351-368.
- Shopping involvement on consumer patronage behavior towards an online retailer,” **Journal of Retailing and Consumer Services**,14, pp. 95–107.
- Taghavia, M. et al., (2013),“An empirical study on different factors influencing information technology adoption for auditing purposes: A case study of a banking organization “,**Management Science Letters**, 3(1), pp.1307–1314.
- Yang, Z. et al., (2010), “ Development and validation of an instrument to measure user perceived service quality of information presenting Web portals”, **Information & Management**, 42 (5), pp.575–589.
- Zendehtdel, M., and Paim, L. (2013),” Predicting Consumer Attitude to Use On-line Shopping: Context of Malaysia “,**Life Science Journal**, 10(2), pp. 497-512.
- Zhong, J. (2013),” Modeling and Monitoring of Online Shopping Business Processes Based on System Behavior Patterns “,**Journal of Computational Information Systems**, 9(12), pp. 491–498.

أثر ولاء العميل على تحسين الميزة التنافسية لمصرف الجزيرة الأردني (السودان)

أمل علي محمد سليمان (*)

المخلص: هدفت الدراسة إلى معرفة أثر ولاء العميل على تحسين الميزة التنافسية لمصرف الجزيرة الأردني بالسودان، وبعد مراجعة أدبيات البحث تم بناء وضع الفرضيات اعتمادا على نظريه التبادل الاجتماعي (theory of social exchange) وقد تم تصميم استبانة لجمع البيانات الأولية اعتمادا على عينة عشوائية وقد تم توزيع ١٢٠ استبانة تم إرجاع ١٠٠ معبأة كاملة، وقد تم استخدام عدة أساليب إحصائية لمعرفة العلاقة بين ولاء العميل وتحسين الميزة التنافسية لمصرف الجزيرة الأردني بالسودان وبناء على تحليل الدراسة تم التوصل لعدة نتائج منها أن نسبة ولاء العملاء الحاليين لمصرف الجزيرة مرتفعة مما يحتم على إدارة المصرف العمل على وضع الاستراتيجيات التسويقية التي تعمل على زيادة وتحسين الميزة التنافسية.

الكلمات المفتاحية: العملاء، ولاء العميل، الميزة التنافسية.

The Effect of Customer Loyalty on Improving The Competitive Advantage of Gezira Sudanese Jordanian Bank

Amel Ali Mohamad

Abstract: The study objective to know the impact of client loyalty on the improve of competitive advantage to Jordanian Gazeera Bank, after reviewing the research literature hypothesis of were put relying on the theory of social exchange), a questionnaire was designed to collect data using a random sample a 120 questionnaire was given out and 100 form came back filed out completely. Many statistical methods were used to know the relation between the client loyalty and improve of competitive advantage of Jordanian Gazeera Bank, according to the study analysis many results were achieved on it recommendations were put.

Keywords: customer· customer loyalty· Competitive Advantage.

المقدمة:

في الماضي أهتم المنتجون في إيجاد عملاء جدد اعتماداً على رجال البيع مع اهتمام أقل بالعملاء الحاليين، أما اليوم مع المتغيرات التي طرأت على المستهلكين والسوق والتقنية أصبح هنالك شبه اتفاق بين المنظمات الإنتاجية والخدمية بأن المحافظة على العملاء وتنميتهم وعقد شركات معهم هو الأساس، وذلك بالعمل على الاستماع لهم واستلهم حاجاتهم لمعرفة كيف يرى العميل السلعة أو الخدمة، والعمل على إشباعه بغرض الوصول إلى رضائه ومن ثم ولاءه^(١).

مشكلة البحث

إن اشتداد حدة المنافسة بين المصارف واتساع السوق المصرفي مع تنوع وتطور الخدمات المصرفية وأساليب تقديمها إلى جانب تنوع العملاء وزيادة الوعي المصرفي لديهم، كل ذلك ساهم في زيادة توقعات العميل لجودة الخدمة المصرفية لمقدمة له مما فرض على المصارف مجموعة من القيود والتحديات في سبيل رضا العميل ومن ثم الوصول إلى ولاءه. وأيقنت المصارف إن ولاء العميل له مردود اقتصادي كبير فالمنظمات التي تتمتع بنصيب أكبر من ولاء العملاء تحقق مزيداً من الأرباح نتيجة لزيادة معدلات الشراء والاستعداد لدفع أسعارها علي إلى جانب توافر نية إعادة التعامل^(٢). إلى جانب التكلفة الأقل للخدمة نتيجة الخبرة والتعلم ومزيداً من العملاء الجدد نتيجة لکلمه الايجابية من العملاء الحاليين الراضيين^(٣). لذلك سعت المصارف العربية بوجه عام والسودانية بوجه خاص إلى زيادة ولاء عملائها عبر عدة وسائل وطرق منها التوجه بالتسويق التفاعلي (المباشر)، وإدارة علاقات الزبائن (Customer Relationship Management) (CRM)^(٤) وتبنى ما يعرف ببرامج الولاء (Loyalty programs) (LPs)^(٥) والتي من أهم أهدافها بناء ولاء حقيقي للعميل مما حتم على المصارف العمل بشكل مستمر لقياس ولاء عملائها^(٦) وقد حددت أدبيات التسويق المعاصر أربعة إبعاد لقياس ولاء العميل^(٧) هي ١- الكلمة المنطوقة ٢- نية إعادة التعامل ٣- عدم الحساسية للسعر ٤- سلوك الشاكي وهي التي سيتم الاعتماد عليها فيا لدراسة وبناء على ما سبق ومن خلال البحث سيتم الإجابة عن الأسئلة الآتية:

- ١- هل توجد علاقة بين ولاء العميل وتحسين الميزة التنافسية لمصرف الجزيرة الأردني بالسودان؟
- ٢- هل توجد علاقة بين الكلمة الايجابية المنطوقة من العميل وتحسين الميزة التنافسية لمصرف الجزيرة الأردني بالسودان؟
- ٣- هل توجد علاقة بين عدم إحساس العميل اتجاه السعر وتحسين الميزة التنافسية لمصرف الجزيرة الأردني بالسودان؟
- ٤- هل توجد علاقة بين سلوك العميل اتجاه الشكاوى وتحسين الميزة التنافسية لمصرف الجزيرة الأردني بالسودان؟

أهميه البحث

تظهر أهمية الدراسة في أنها تسلط الضوء على موضوع حيوي وهام لجميع المصارف السودانية التي تسعى إلى الاستمرارية والنمو إلا هو ولاء العميل والى أي مدى يمكن ان يسهم في تحسين الميزة التنافسية للمصارف السودانية بوجه عام ومصرف الجزيرة الأردني بالسودان بوجه خاص

أهداف البحث:

يهدف البحث إلى تحقيق عدة أهداف منها:

- ١- تقديم توصيات يمكن ان تساعد الإدارة العليا لمصرف الجزيرة الأردني بالسودان على اتخاذ القرارات التي تسهم في تحسين وزيادة ولاء العملاء للمصرف.
- ٢- التعرف على أهم العوامل التي تؤثر على ولاء عملاء مصرف الجزيرة الأردني
- ٣- دراسة أثر ولاء العملاء على تحسين الميزة التنافسية لمصرف الجزيرة الأردني بالسودان

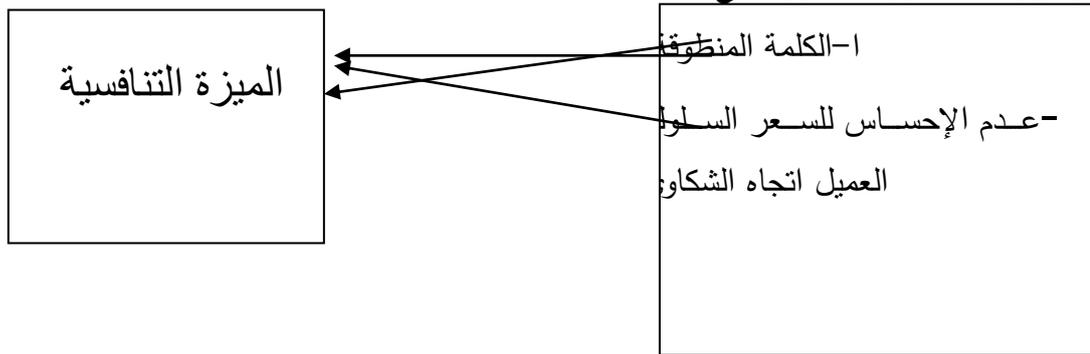
فروض البحث:

- بناء على أدبيات البحث والدراسات السابقة تم وضع الفرضية الرئيسية للبحث وهي:
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ولاء العميل وتحسين الميزة التنافسية لمصرف الجزيرة الأردني بالسودان. وقد تفرعت من الفرض الرئيسي عدة فروض فرعية هي:
١. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية للكلمة الايجابية المنطوقة من العميل وتحسين الميزة التنافسية لمصرف الجزيرة الأردني بالسودان.
 ٢. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عدم إحساس العميل اتجاه السعر وتحسين الميزة التنافسية لمصرف الجزيرة الأردني بالسودان.
 ٣. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لسلوك العميل اتجاه الشكاوى وتحسين الميزة التنافسية لمصرف الجزيرة الأردني بالسودان.

نموذج البحث:

١. نموذج الدراسة:

المتغيرات المستقلة (ولاء العميل)
مقياس ولاء العميل المتغير التابع



- الحدود الزمانية: يغطي البحث الفترة الزمنية بين ٢٠٠٩م-٢٠١٤م.
- الحدود المكانية: يغطي البحث الفرع الرئيسي لمصرف الجزيرة الأردني-الخرطوم.
- الحدود البشرية: يغطي البحث عملاء مصرف الجزيرة الأردني بمختلف شرائحهم - الفرع الرئيسي الخرطوم.

منهج البحث:

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي. دراسة حاله

مصادر البحث:

تم الاعتماد على نوعين من المصادر، المصادر الأولية، وتم جمعها من خلال الاستبيان الموجه إلى عملاء مصرف الجزيرة الاردني أما البيانات الثانوية تم الحصول عليها من الكتب العربية والأجنبية والبحوث والدوريات والتقارير والمواقع الالكترونية والمقالات التي لها علاقة بموضوع البحث.

الدراسات السابقة

- دراسة محمد عبد الرحمن ابو منديل، رسالة ماجستير بعنوان (واقع استخدام المزيج التسويقي وأثره على ولاء الزبائن)^(٨) دراسة حاله شركة الاتصالات الفلسطينية، هدفت الدراسة إلى معرفه العلاقة بين المزيج التسويقي وولاء الزبائن، أهم النتائج التي توصلت إليها أنّ هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المزيج التسويقي في شركة الاتصالات الفلسطينية وولاء الزبائن بنسبه ٦٤%.
- دراسة عبيد شاهر بعنوان^(٩) تعزيز الميزة التنافسية في الخدمات المصرفية الالكترونية قطاع البنوك محافظة جنين. هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الخدمات المصرفية الالكترونية على زيادة الميزة التنافسية لقطاع البنوك محافظة جنين. وأهم النتائج التي توصل إليها أنّ الخدمات المصرفية الالكترونية تعمل على زيادة الميزة التنافسية لقطاع البنوك وتسهم في زيادة رضا العملاء.
- دراسة أحمد حمزة خليفة وآخرون^(١٠) أثر جودة الخدمة على ولاء العملاء -دراسة تطبيقية على الخدمات الفندقية بمدينة عدن هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر جودة الخدمة على ولاء العملاء وأهم النتائج التي توصل إليها أنّ هنالك علاقة إيجابية بين أبعاد جودة الخدمة الفندقية (سرعه الاستجابة، التعاطف، الملموسة) وولاء العميل للفندق.
- دراسة نجود حاتم^(١١) بعنوان (تفعيل رضا الزبون كمدخل استراتيجي لبناء ولائه - دراسة حاله مصنع الجزائري للحديد) قامت الدراسة على عدة افتراضات منها أنّ هنالك علاقة ايجابية بين رضا الزبائن ومستوى ولائهم، وأهم النتائج التي توصل إليها أنّ الزبون الرضى إذا تم الاعتناء به سيتحول الرضا إلى ولاء.
- دراسة ممدوح طابع الزيادات، سامى فياض الغراوى^(١٢) بعنوان (تأثير المعرفة التسويقية للزبائن على الولاء للعلامة التجارية للسلع المعمرة -دراسة ميدانية على أرباب الأسر -عمان، أهم النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية للمعرفة السوقية للأرباب الأسر يعزى لبعض خصائصهم الديمغرافية (العمر، التحصيل العلمي، المهنة) أما الخصائص الديمغرافية الأخرى (الجنس، الحالة الاجتماعية والدخل الشهري) لم تكن سببا في اختلافهم في الولاء للعلامة التجارية بسبب المعرفة السوقية التي يمتلكونها.
- دراسة محمود عبود^(١٣) رسالة ماجستير بعنوان (واقع استخدام المزيج التسويقي وأثره على ولاء العملاء دراسة حالة: المؤسسة العامة للاتصالات في سوريا) هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام المزيج التسويقي المنتج، السعر، التوزيع، الترويج فيا لمؤسسة العامة للاتصالات وأثره على ولاء العملاء. ومن أهم نتائج الدراسة أنّ المزيج التسويقي يعد من أهم

العناصر التي تعمل على إرضاء العميل والمحافظة عليها عميل دائم وخلق حلقة وفاء بينه وبين الشركة، كذلك المزيج التسويقي هو القوى المؤثرة في تحقيق مردود مادي للمنظمات والحصول على ميزة تنافسية وكسب ولاء المستهلك وثقته حتى يصبح وفياً للشركة ومنتجاتها وهذا قد يعبر عن نجاح عملية التسويق في بيئة التنافس.

مصطلحات البحث:

العميل- العملاء: هم الأشخاص الذين يتعاملون مع المنظمة ويتلقون منها السلع والخدمات منها ويطلق عليهم المستهلكين أو الزبائن customer-client.^(١٤)

ولاء العميل customer loyalty^(١٥)

يرجع أصل كلمة ولاء في اللغة العربية إلى القرب والمحبة بينما في المعجم الانجليزي long man يعرف بأنه الرغبة الملحة في تقديم الدعم وإظهار مشاعر الود للأصدقاء أو المؤسسات أو الوطن. أما مفهوم الولاء من ناحية تسويقية يعرف (أنه الشعور بالقرب والارتباط الذي يصل للمودة والمحبة والانتماء والنصرة والدعم نحو الأفراد أو المؤسسات أو الشركات أو المنتجات وإظهار ذلك عبر مؤشرات مثل عدم اقتناء غير هذه المنتجات او الخدمات إلى جانب الوقوف مع المنظمة في الأزمات) اما فليب كوتلر فيعرف ولاء العميل بأنه مقياس العميل ورغبته في المشاركة التبادلية بأنشطة المنظمة^(١٦) أما عبيد العبدلي^(١٧) عرف ولاء العميل بأنها معاودته الشراء من الشركة نفسها مرات مع عدم قبوله الشراء من المنافسين على الرغم من محاولاتهم لجذبه. وهناك شكلين من الولاء يجب أن تحرص عليهما المنظمة وهما ولاء العميل للسلعة وولاء العميل للشركة وكلاهما يتم كسبه عن طريق الخدمة الجيدة وجودة المنتج. كما يوجد عدة أنواع من الولاء تخلق لدى العميل^(١٨) منها الولاء لسلعة أو خدمة وفيها يصبح سلوك المستهلك مبرمجا بشكل تام لشراء منتج أو خدمة معينة بذاتها عند الإحساس بالحاجة، أما الولاء العاطفي تؤدي صفات السلعة أو الخدمة في تفردا وإمكانية تذكرها إلى دفع العميل إلى شراءها أما الولاء للاسم هو الولاء للاسم معين يحمل قدرا من الاحترام لدى العملاء ويصبح جزء منهم، بينما الولاء السلوكي هو الإجراء المعين الملاحظ الذي أظهره العميل اتجاه منتج معين او خدمة أما الولاء الوقي هو ادراكات العميل وموقفه اتجاه سلعه او خدمه هنالك ارتباط طردي قوى بين الولاء الوقي والسلوكي لكن في بعض الأحيان يمكن أن يحدث العكس^(١٩) ومن أفضل الطرق للمحافظة على ولاء العملاء ترى سارة وبيسون^(٢٠) على المصارف إتباع أربعة طرق للمحافظة على عملائها أو لا أمنح عميلك شعورا" بالتميز، ثانيا عامل زبائنك الأوفياء بطريقة مختلفة ثالثا ابدأ بطرح برامج ولاء ورابعا قدم الحوافز للعملاء غير الدائمين. برامج الولاء (Loyalty programs LPs) هي عبارة عن عملية تسويق تنتج مكافآت للعملاء بناء على مشترياتهم المتكررة، وتهدف برامج الولاء إلى بناء الولاء الحقيقي والذي يكون خليطا بين الولاء السلوكي والوقفي إلى جانب تحقيق أرباح الكفاءة والتي تنتج من التغيير في سلوك العميل نتيجة لبرنامج الولاء ويمكن قياسه عن طرق حساسية السعر أو تعجل الشراء إضافة إلى تعديل القيمة أي حساب تكلفة العميل إلى الأرباح التي يدرها العميل إلى المنظمة. ومن أمثله لبرامج الولاء^(٢١) برامج المشتري المتكرر LP' برامج تحالف النجوم للمسافر جوا startAtliance.

الميزة التنافسية Competitive Advantage

تتعدد مفاهيم وتعريف الميزة التنافسية منها الميزة التنافسية هي المهارة أو التقنية أو المورد المتميز الذي يتيح للمنظمة إنتاج قيم ومنافع للعملاء تزيد عما يقدمه لهم المنافسون، ويؤكد تميزها

واختلافها عن هؤلاء المنافسين من وجهة نظر العملاء الذين يتقبلون هذا الاختلاف والتميز، حيث يحقق لهم المزيد من المنافع^(٢٢) أما نبيل خليل^(٢٣) يعرف الميزة التنافسية بأنها ميزة أو عنصر تفوق للمؤسسة يتم تحقيقه في حالة إتباعها لاستراتيجية معينة للتنافس.

وتتحقق الميزة التنافسية بعده طرق منها:

- ١- التكلفة الأقل: معناه قدرة الشركة على تصميم وتصنيع منتج أقل تكلفة بالمقارنة مع الشركات المنافسة بما يؤدي في النهاية إلى تحقيق عوائد أكبر
١. . -تميز المنتج: معناه قدرة الشركة على تقديم منتج متميز وفريد وله قيمة مرتفعة من وجهة نظر المستهلك (جودة أعلى خصائص خاصة للمنتج).
٣. تحقيق رغبات العملاء أحد المداخل الرئيسية لزيادة وتطوير القدرة التنافسية للبنوك.^(٢٤)
ولاء العميل وتحسين الميزة التنافسية.^(٢٥)

لدراسة العلاقة بين ولاء العميل وتحسين الميزة التنافسية للمصارف سيتم الاعتماد على نموذج الباحثة FonsCendrine والذي وضحت فيه طبيعة وحجم العلاقة بين العملاء ومصادر الميزة التنافسية ضمن الاستراتيجيات العامة لبورتر تر الشكل (رقم ١).

الشكل رقم ١: تطور مختلف مصادر الميزة التنافسية بدلالة قوة العلاقة مع الزبون.

إنشاء القيمة	التسويق بالعلاقات	التميز بالخدمات المرافقة	التميز بجودة المنتج	السيطرة بالتكاليف
--------------	-------------------	-----------------------------	---------------------	-------------------

علاقة قوية
مع الزبون

علاقة ضعيفة
مع الزبون

نلاحظ من خلال الشكل (رقم ١) بالاتجاه من اليسار إلى اليمين بأن إستراتيجية السيطرة بالتكاليف تعدّ الأقل تطبيقاً في البيئة الشديدة المنافسة، حيث أنّ تقليدها يكون سهلاً في حالة ظهور أي تطور تكنولوجي أو معرفي من جانب المنافسين، لهذا فإنّ تطبيق هذه الإستراتيجية يكون على المدى القصير، حيث تكون العلاقة بين المنظمة والعميل في هذه الحالة ضعيفة أما الخيار الاستراتيجي الثاني فيتمثل في التميز من خلال جودة المنتج ويعني ذلك قدرة المنظمة على تقديم منتج متميز وفريد وله قيمة مرتفعة من وجهة نظر العميل وضمن هذه الإستراتيجية تكون العلاقة بين المنظمة وعملائها قوية نوعاً ما. وفيما يخص الخيار الاستراتيجي الثالث فيتمثل في إقامة نظام فعال للخدمات المرافقة الذي يسمح للمنظمة بتقديم جودة عالية للخدمات ومساعدة متميزة للعملاء مع إقامة حوار بناء معهم من أجل التنبؤ وحل المشاكل التي يعاني منها العملاء هذا مما يساهم في بناء قاعدة للمعرفة المتبادلة، كما أنّ طبيعة مرونة أنظمة الخدمات المرافقة تسمح بالتكيف مع الحاجات والرغبات الخاصة بكل عميل، هذا بفضل التنسيق بين العلاقات الإنسانية والخبرة المهنية. أما إستراتيجية التميز عن طريق التسويق بالعلاقات مع العملاء تسمح هذه الإستراتيجية بالدخول في حوار تفاعلي بين المنظمة والعملاء بحيث يسهل الحصول على معلومات محدثة عن الحاجات والرغبات الخاصة بكل عميل فبترجمة هذه المعلومة، يمكن للمنظمة أن تكيف إستراتيجيتها التسويقية الحالية مع خصوصيات كل عميل، أما فيما يتعلق بالخيار الاستراتيجي الأخير إنشاء القيمة، نلاحظ أنها مرتكزة ليس فقط على فكرة أنّ الزبون هو

مشتري ومستهلك، بل هو شريك ذو قيمة في داخل إستراتيجية التسويق الاستراتيجي. وتعتمد بصفه أساسيه على خبرة المنظمة وخبرة العملاء من أجل إيجاد منتج خاص لكل عميل.

تحليل نتائج الدراسة الميدانية واختبار الفروض منهجية إجراء الدراسة الميدانية اعتمدت الباحثة عند إجراء الدراسة الميدانية الخطوات التالية:

- (١). تصميم أداة الدراسة
- (٢). اختبارات الصدق والاتساق والثبات الداخلي لمقاييس الدراسة.
- (٣). توصيف مجتمع وعينة الدراسة.
- (٤) أسلوب التحليل الإحصائي المستخدم في الدراسة:
- (٥). تحليل البيانات واختبار فروض الدراسة.

وفيما يلي عرض تفصيلي لهذه الخطوات:

أولاً- تصميم أداة الدراسة

اعتمدت هذه الدراسة على إعداد استبانة خاصة لإجراء الدراسة الميدانية. وتشتمل الاستبانة على قسمين: القسم الأول: يشمل على البيانات الشخصية الخاصة بأفراد عينة الدراسة: وهي:

١/ العمر ٢/ نوع العميل ٣/ فترة التعامل مع المصرف.
القسم الثاني: وشمل متغيرات الدراسة الأساسية: وهي أربعة محاور حسب النموذج المقترح للدراسة. عبارات المتغيرات المستقلة (مقياس ولاء العميل)

المحور الأول: الكلمة المنطوقة: ويتكون من (٣) عبارات.

المحور الثاني: عدم الإحساس للسعر: ويتكون من (٣) عبارات.

المحور الثالث: السلوك اتجاه الشكاوى: ويتكون من (٤) عبارات.

المحور الرابع: المتغير التابع (الميزة التنافسية): ويتكون من (٤) عبارات.

وقد اعتمدت الدراسة في إعداد هذا القسم على مقياس ليكرت (Likert Scale) الخماسي، والذي يتراوح بين (موافق جداً — غير موافق جداً)، إعطاء كل درجة من درجات مقياس ليكرت الخماسي وزن ترجيحي كالاتي: أوافق بشدة (٥)، موافق (٤)، لا رأي (٣)، غير موافق (٢)، غير موافق بشدة (١). بناءً عليه كلما ارتفع الوزن المرجح عن (٣) كانت هنالك موافقة وكلما قلَّ الوزن المرجح عن (٣) كانت هنالك عدم موافقة.

ثانياً" اختبارات الصدق والاتساق والثبات الداخلي لمقاييس الدراسة.

ويتم تقييم واختبار أدوات القياس من خلال المقاييس التالية:

(١). ثبات المقياس (الاستبانة):

يقصد بالثبات (استقرار المقياس وعدم تناقضه مع نفسه، أي أن المقياس يعطي نفس النتائج باحتمال مساو لقيمة المعامل إذا أعيد تطبيقه على نفس العينة)(١). ويستخدم لقياس الثبات "معامل الفا كرونباخ" (Cronbach' alpha)، والذي يأخذ قيمةً تتراوح بين الصفر والواحد صحيح، فإذا لم يكن هناك ثبات في البيانات فإن قيمة المعامل تكون مساوية للصفر، وعلى العكس إذا كان هناك ثبات تام في البيانات فإن قيمة المعامل تساوي الواحد صحيح.. وقد أخذت الباحثة في اعتبارها التأكد من ثبات المقياس الذي قام ببنائه قبل استخدامه في الدراسة بإعادة اختباره على عينة من مفردات المجتمع موضع الدراسة معامل الفا كرونباخ" (Cronbachs' alpha)، عن عبارات الدراسة والتي تمثل الفرضيات الثلاثة، وقد بلغت قيمته (0.89) وهو ثبات مرتفع ومن ثم يمكن

القول بان المقاييس التي اعتمدت عليها الدراسة تتمتع بالثبات الداخلي لعباراتها مما يمكننا من الاعتماد على هذه الإجابات في تحقيق أهداف الدراسة وتحليل نتائجها.

(٢). صدق المحكمين:

قامت الباحثة بعرض الاستبيان على عدد من المحكمين الأكاديميين والمتخصصين في مجال الإدارة والتسويق والبالغ عددهم (٦) محكمين، لتحليل مضامين عبارات المقاييس ولتحديد مدى التوافق بين عبارات كل مقياس تم إجراء التعديلات التي اقترحت عليه، وبذلك تم تصميم الاستبانة في صورتها النهائية.

مجتمع وعينة الدراسة.

يتكون مجتمع الدراسة من العملاء المتعاملين مع بنك الجزيرة الأردني. أما عينة الدراسة فقد تم اختيارها من مجتمع الدراسة، حيث قامت الباحثة بتوزيع عدد (١٢٠) استمارة على المستهدفين وقد استجاب عدد (١٠٠) بنسبة استجابة بلغت (٨٣%) وهذا مؤشر أولي جيد جداً لمدى تفاعل المبحوثين مع موضوع الدراسة. للخروج بنتائج دقيقة قدر الإمكان حرص الباحث على تنوع عينة الدراسة. فيما يلي تحليل للبيانات الشخصية لأفراد عينة البحث حسب خصائصهم المختلفة.

جدول (١) خصائص أفراد عينة الدراسة

المتغيرات	الفئات	التكرار	النسبة المئوية%
١- العمر	٢٠ وأقل من ٣٠	٢٨	٢٨
	٣٠-٤٠ سنة	٣٨	٣٨
	٤٠-٥٠ سنة	٢٠	٢٠
	٥٠-٦٠ سنة	١٤	١٤
٢- نوع العمل	شركات كبيرة	٢٤	٢٤
	شركات متوسطة	١٨	١٨
	شركات صغيرة	٦	٦
	منظمات	٢	٢
فترة التعامل مع المصرف	موظفين	٢٢	٢٢
	مرتبات	٤	٤
	أفراد	٢٢	٢٢
	تمويل اصغر	٢	٢
	١-٤ سنوات	٥٤	٥٤
	٤-٨ سنوات	٣٢	٣٢
	٨-١٢ سنة	١٤	١٤
	١٢ سنة فأكثر	٠	٠
	أكثر من ٢٠ سنة	٦	٦

رابعاً- أسلوب التحليل الإحصائي المستخدم في الدراسة:

لتحقيق أهداف البحث واختبار فروض الدراسة، تم استخدام الأدوات الإحصائية التالية:

١- إجراء اختبار الثبات (Reliability Test) لأسئلة الاستبانة المكونة من جميع البيانات باستخدام "معامل الفا كرونباخ".

٢- أساليب الإحصاء الوصفي: وذلك لوصف خصائص مفردات عينة الدراسة من خلال عمل المتوسط والذي يعكس الاتجاه العام لمفردات العينة بالنسبة لكل مقاييس الدراسة، والانحراف المعياري لتحديد مقدار التشتت في إجابات المبحوثين لكل عبارة عن المتوسط الحسابي. كذلك تحديد الأهمية النسبية لكل مقاييس الدراسة وترتيبها حسب أهمية العبارات داخل المقياس.

٣- أساليب تحليل الانحدار: وذلك لاختبار فروض الدراسة، وتمثلت هذه الأساليب في استخدام اختبار (تحليل الانحدار) وتم استخدام هذا الاختبار لاختبار الدلالة الإحصائية لفروض الدراسة عند مستوى معنوية ٥% وذلك من خلال استخدام كل من معامل الارتباط (R) لتحديد نوع ودرجة العلاقة بين متغيرات فروض الدراسة. ومعامل التحديد (R^2) لتحديد القوة التفسيرية لمتغيرات الدراسة. بالإضافة إلى اختبار (T) لتحديد الدلالة الإحصائية بين متغيرات الدراسة.

الإحصاءات الوصفية لمتغيرات الدراسة:

فيما يلي تعرض الباحثة المقاييس الأساسية لعبارات الدراسة وأهميتها النسبية وترتيبها وفقاً لإجابات المستقصى منهم عن عبارات كل مقياس والموضحة بالجدول التالية. أولاً "المتغيرات المستقلة (متغيرات قياس ولاء العميل) وتشمل المتغيرات التالية: ١/ الكلمة المنطوقة ٢/ عدم الحساسية للسعر ٣/ سلوك الشكوى. وفيما يلي التحليل الإحصائي لهذه المتغيرات:

(١). عبارات قياس الكلمة المنطوقة

جدول رقم (٢) الإحصاء الوصفي لبيانات محور عبارات قياس الكلمة المنطوقة

الترتيب	الدلالة	الانحراف	المتوسط	العبارات
١	أوافق	٠.٩٤٧	٤.١٤	انصح اقربائي بالتعامل مع مصرف الجزيرة الأردني دون غيره من المصارف.
٢	أوافق	١.٠٢	٤.٠٤	دائماً ما أتحدث بإيجابية عن مصرف الجزيرة الأردني في المناسبات الاجتماعية.
٣	أوافق	١.٠٦	٣.٨٢	إذا تصادف أن تحدث أحد أمامي بسوء عن مصرف الجزيرة الأردني أرد عليه بحسم وأمنعه وأدافع عن المصرف.
٤	أوافق	١.٩	٤	الإجمالي

يتضح من الجدول رقم (٢) ما يلي:

١/ أن جميع العبارات التي تقيس متغير الكلمة المنطوقة يزيد متوسطها عن الوسط الفرضي (3) وهذه النتيجة تدل على موافقة أفراد العينة على جميع العبارات التي تقيس متغير الكلمة المنطوقة

٢/ يتضح أن أهم عبارة من عبارات محور متغير الكلمة المنطوقة من وجهة نظر عينة الدراسة هي عبارة (واقل عبارة هي من حيث الموافقة عليها هي العبارة (إذا تصادف أن تحدث أحد أمامي بسوء عن مصرف الجزيرة الأردني أرد عليه بحسم وأمنعه وأدافع عن المصرف).

٣/ كما بلغ المتوسط العام لجميع العبارات التي تقيس متغير الكلمة المنطوقة (٤) وهذا يدل على أن غالبية أفراد العينة يوافقون على إجمالي العبارات التي تقيس المتغير.

(٢). متغير عدم الحساسية للسعر

جدول (٣) الإحصاء الوصفي لبيانات متغير عدم الحساسية للسعر

الترتيب	الدلالة	الانحراف	المتوسط	العبارات
١	أوافق	١.٠٨	٣.٥٨	١- يقدم مصرف الجزيرة الأردني أسعاراً مناسبة.
٢	أوافق	١.٢٢	٣.٣٤	٢- لن أترك التعامل مع مصرف الجزيرة الأردني حتى لو أن هنالك مصارف أخرى أسعارها أقل
٣	أوافق	١.٢٥	٣.٢٤	٣- على استعداد أن أقدم أي سعر يطلبه مصرف الجزيرة الأردني للتمتع بخدماته
٦	أوافق	١.٨	٣.٣٩	الإجمالي

يتضح من الجدول رقم (٣) ما يلي:

١/ أن جميع العبارات التي تقيس تغير عدم الحساسية للسعر يزيد متوسطها عن الوسط الفرضي (3) وهذه النتيجة تدل على موافقة أفراد العينة على جميع العبارات التي تقسيم تغير عدم الحساسية للسعر.

٢/ يتضح أن أهم عبارة من عبارات محور متغير عدم الحساسية للسعر من وجهة نظر عينة الدراسة هي العبارة (يقدم مصرف الجزيرة الأردني أسعاراً مناسبة) حيث بلغ متوسط العبارة (٣.٥٨) و أقل عبارة من حيث الموافقة هي (على استعداد أن أقدم أي سعر يطلبه مصرف الجزيرة الأردني للتمتع بخدماته).

٣/ كما بلغ المتوسط العام لجميع العبارات (٣.٣٩) وهذا يدل على أن غالبية أفراد العينة يوافقون على اجمالي عبارات محور متغير عدم الحساسية للسعر.

(٣). محور متغير سلوك الشكاوى

جدول رقم (٤) الإحصاء الوصفي لبيانات محور متغير سلوك الشكاوى

الترتيب	الدلالة	الانحراف	المتوسط	العبارات
٢	أوافق	١.٠٢	٣.٨٨	١- إذا واجهتني مشكلة أثناء التعامل مع مصرف الجزيرة الأردني لن اصعد المشكلة الى الشرطة.
٤	أوافق	١.٠٨	٣.٦٦	٢- إذا واجهتني مشكلة أثناء التعامل مع مصرف الجزيرة الأردني انقلها إلى الموظف الأعلى وسيقوم بحلها.
١	أوافق	١.٠٣	٤.١٤	٣- إذا واجهتني مشكلة أثناء التعامل مع مصرف الجزيرة الأردني لن اخبر العملاء الآخرين.
٣	أوافق	١.٠٥	٣.٨٤	٤- أتقدم بمقترحاتي وأفكاري لتطوير الخدمة داخل مصرف الجزيرة وأجد الاستماع من جهات الاختصاص.
٧	أوافق	١.٠٥	٣.٨٨	الاجمالي

يتضح من الجدول رقم (٤) ما يلي:

١/ أن جميع العبارات التي تقيس متغير سلوك الشكاوى يزيد متوسطها عن الوسط الفرضي (3) وهذه النتيجة تدل على موافقة أفراد العينة على جميع العبارات التي تقيس متغير سلوك الشكاوى.

٢/ يتضح أن أهم عبارة من عبارات محور متغير سلوك الشكاوى من وجهة نظر عينة الدراسة هي (إذا واجهتني مشكلة أثناء التعامل مع مصرف الجزيرة الأردني لن اخبر العملاء الآخرين) حيث بلغ متوسط العبارة (٤.١٤) و أقل عبارة من حيث الموافقة هي (إذا واجهتني مشكلة أثناء التعامل مع مصرف الجزيرة الأردني انقلها إلى الموظف الأعلى وسيقوم بحله).

٣/ كما بلغ المتوسط العام لجميع العبارات (٣.٨٨) وهذا يدل على أن غالبية أفراد العينة يوافقون على اجمالي عبارات محور متغير سلوك الشكاوى..

ثانيا- المتغير التابع (الميزة التنافسية)

الجدول (٥) الإحصاء الوصفي لبيانات محور متغير الميزة التنافسية

الترتيب	الدلالة	الانحراف	المتوسط	العبارات
١	أوافق	١.٠٣	٤.١٤	كفاءة العاملين بمصرف الجزيرة الأردني.
٤	لا رأي	١.٢١	٣.٧٢	الخدمات التي يقدمها مصرف الجزيرة الأردني تعتبر فريدة ومتميزة.
٣	أوافق	١.١٨	٣.٧٨	الخدمات التي يقدمها مصرف الجزيرة الأردني تعتبر ذات جودة عالية.

٢	أوافق	٠.٩٦٨	٣.٩٦	أسعار الخدمات التي يقدمها المصرف مناسبة
	أوافق	١.٠٩٧	٣٩	الاجمالي

يتضح من الجدول رقم (٥) ما يلي:

- ١/ أن جميع العبارات متغير الميزة التنافسية يزيد متوسطها عن الوسط الفرضي (3) وهذه النتيجة تدل على موافقة أفراد العينة على غالبية العبارات التي تقيس متغير الميزة التنافسية
- ٢/ يتضح أن أهم عبارة من عبارات محور الميزة التنافسية من وجهة نظر عينة الدراسة هي العبارة (كفاءة العاملين بمصرف الجزيرة الأردني) حيث بلغ متوسط العبارة (٤.١٤) وأقل عبارة من حيث الموافقة هي (الخدمات التي يقدمها مصرف الجزيرة الأردني تعتبر فريدة ومتميزة).
- ٣/ كما بلغ المتوسط العام لجميع العبارات (٣٩.٠٠) وهذا يدل على أن غالبية أفراد العينة يوافقون على اجمالي عبارات محور الميزة التنافسية.

سادسا- اختبار فروض الدراسة

فرضية الدراسة الرئيسية (توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ولاء العميل وتحسين الميزة التنافسية)

وتفرعت من هذه الفرضية ثلاث فروض فرعية وهي:

- ١/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الكلمة الايجابية المنطوقة من العميل وتحسين الميزة التنافسية.
 - ٢/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين عدم إحساس العميل تجاه السعر وتحسين الميزة التنافسية.
 - ٣/ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لسلوك العميل تجاه الشكاوى وتحسين الميزة التنافسية.
- ولإثبات هذه الفرضية تم استخدام أسلوب تحليل الانحدار لتحليل العلاقة بين المتغيرات المستقلة ومتمثلة في متغيرات (قياس ولاء العميل) والمتغير التابع ويمثله عبارات (الميزة التنافسية). وجاءت نتائج التحليل كما هو موضح في الجدول التالي:
- جدول رقم (٦) نتائج تحليل الانحدار لفرضية الدراسة

متغيرات ولاء العميل	معامل الارتباط	معامل التحديد	اختبار (T)	المعنوية	نتيجة الفرض
الكلمة الايجابية المنطوقة من العميل	٠.٧٦	٠.٥٥	٢.٢٧	٠.٠٣٠	قبول
عدم إحساس العميل تجاه السعر	٠.٨١	٠.٦٦	٢.٩٣	٠.٠٠٠	قبول
سلوك العميل تجاه الشكاوى	٠.٧٩	٠.٦٢	٦.١١	٠.٠٠٠	قبول

يتضح من الجدول رقم (٦):

١. تشير النتائج الواردة بالجدول رقم (٦) لجميع المتغيرات من خلال قيم معامل الارتباط وجود ارتباط طردي قوى بين المتغيرات المستقلة (متغيرات ولاء العميل) والمتغير التابع الميزة التنافسية) حيث بلغ معامل الارتباط للعلاقة بين الكلمة الايجابية المنطوقة والميزة التنافسية (٠.٧٦). وبين عدم إحساس العميل تجاه السعر والميزة التنافسية (٠.٨١) وبين سلوك العميل تجاه الشكاوى والميزة التنافسية (٠.٧٩).
٢. وجود تأثير لعبارات المتغير المستقل (ولاء العميل) على المتغير التابع (الميزة التنافسية) وذلك من خلال قيم معامل التحديد وهذا يدل على أن نسبة ما يفسره المتغير المستقل (ولاء العميل) من المتغير التابع (الميزة التنافسية) على التوالي (٥٥%). لمتغير الكلمة الايجابية المنطوقة و(66%) لمتغير عدم إحساس العميل تجاه السعر. و(٦٢%) لمتغير سلوك العميل تجاه الشكاوى والميزة التنافسية.
٣. كما يتضح من نتائج التحليل وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين جميع عبارات المتغير المستقل

(ولاء العميل) والمتغير التابع (الميزة التنافسية) وفقاً لاختبار (T) عند مستوى معنوية (5%) حيث بلغت قيمة (T) المحسوبة لمعامل متغير الكلمة الإيجابية المنطوقة (٢.٢٧) بمستوى معنوية (0.030) لمتغير عدم إحساس العميل تجاه السعر (٢.٩٣) بمستوى معنوية (0.000) لمتغير سلوك العميل تجاه الشكاوى والميزة التنافسية (6.11) بمستوى معنوية (0.000) وجميع قيم مستوى المعنوية لهذه العبارات أقل من مستوى المعنوية 5%. وعلية فإن هذه النتيجة تشير إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين جميع متغيرات ولاء العميل والميزة التنافسية. ومما تقدم نستنتج أن فرضية الدراسة التي نصت على: (توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ولاء العميل وتحسين الميزة التنافسية) تم التحقق من صحتها في جميع فروض الدراسة الفرعية.

النتائج والتوصيات

على ضوء الدراسة لميدانية تم التوصل إلى عدة نتائج منها:
أولاً. إن معظم أفراد العينة لديهم ولاء لمصرف الجزيرة الأردني وتلاحظ ذلك من خلال مقاييس الولاء المستخدمة في البحث ما يلي:

- إن معظم أفراد العينة يتحدثون بشكل إيجابي عن مصرف الجزيرة ويعمل العميل سفيراً للمصرف لعكس مزاياه حيث بلغ متوسط الإجابات ٤، ٤، ١، ٤، ٣ على التوالي (انصح أقربائي بالتعامل مع مصرف الجزيرة الأردني دون غيره من المصارف) (دائماً ما أتحدث بإيجابية عن مصرف الجزيرة الأردني في المناسبات الاجتماعية).
- اعتقاد معظم أفراد العينة أن أسعار المصرف معقولة ومناسبة (يقدم مصرف الجزيرة الأردني أسعاراً مناسبة) حيث بلغ متوسط العبارة (٣.٥٨). (ليس لدى العميل استعداد لترك مصرف الجزيرة والتحول إلى مصارف أخرى تقدم أسعاراً أقل) حيث بلغ متوسط العبارة ٣، ٤، ٣، ٤ ومع عدم استعداد العميل لدفع مبالغ إضافية.
- يعتقد معظم أفراد العينة في حالة مقابلة أي مشكله أثناء التعامل مع المصرف سيتم حلها بصورة ودية (إذا واجهتني مشكلة أثناء التعامل مع مصرف الجزيرة الأردني لن أخبر العملاء الآخرين) حيث بلغ متوسط العبارة (٤.١٤).

ثانياً. أهم المزايا التنافسية لمصرف الجزيرة الأردني حسب نتائج الدراسة الميدانية كالاتي أولاً كفاءة العاملين بالمصرف ثانياً أسعار الخدمات التي يقدمها المصرف مناسبة ثالثاً الخدمات التي يقدمها مصرف الجزيرة الأردني تعتبر ذات جودة عالية رابعاً الخدمات التي يقدمها مصرف الجزيرة الأردني تعتبر فريدة ومتميزة.

ثالثاً. وجود ارتباط طردي قوى بين المتغيرات المستقلة (متغيرات ولاء العميل) والمتغير التابع (الميزة التنافسية) حيث بلغ معامل الارتباط للعلاقة بين الكلمة الإيجابية المنطوقة والميزة التنافسية (٠.٧٦). وبين عدم إحساس العميل تجاه السعر والميزة التنافسية (٠.٨١) وبين سلوك العميل تجاه الشكاوى والميزة التنافسية (٠.٧٩).

التوصيات:

على ضوء النتائج السابقة تتقدم الباحثة بعده مقترحات وتوصيات يمكن أن تسهم في مساعدة إدارة مصرف الجزيرة في وضع استراتيجيات تسويقية تحقيق ولاء العملاء وتحسين الميزة التنافسية منها:

- ١- على مصرف الجزيرة الأردني العمل على الاستفادة من ارتفاع درجة الولاء لدى عملائه الحاليين لزيادة وتحسين الميزة التنافسية.
- ٢- وذلك برسم استراتيجية تسويقية مستقبلية تساعد على تحسين وزيادة درجة ولاء العملاء الحاليين والمتوقعين وذلك بالتركيز على المزايا التنافسية الحالية منها الاستمرار في تقديم خدمات بكفاءة مع الاحتفاظ بالعاملين الحاليين ورفع كفاءتهم مع مراعاة رسم سياسة سعريه بعناية.
- ٣- والعمل على إقامة علاقات جيدة ومباشره مع العملاء وذلك بالاستماع لهم.

المراجع:

- ١- بيتر فيسك، عبقريه معاملته العميل، ترجمه احمد طاهر محمد، ط١(القاهرة: عالم الكتاب ٢٠١٠م) ص٩٢.
- ٢- علاء الدين عبد الغنى محمود، دراسة تحليليه لأثر الجودة المدركة للخدمة على كل من رضا العميل عن الخدمة وولاء العميل للخدمة، بالتطبيق على سلاسل من المطاعم الوجبات السريعه، مجله الدراسات الماليه والتجاريه، ألسنه الثانيه عشر. العدد الأول، ٢٠٠٢، القاهرة، ص٢٥٧-٣٠٧.
- 3- Frederickf, reichheld, Robert G. Markeyjr, and Christopher Hopton, "The Loyalty Effect the Relationship between Loyalty and profits "European Business Journal12, no32000.p134-136
- 4-Bose Ramjet. Customer relationship management. New Mexico: Emerald Articles 2002.
- ٤- Timothy Keningham & Terry Varra. The Myths and Truths of "Customer Loyalty". Ipsos Ideas 2005.
- ٥- عمرو أبو اليمين عبد الغنى، دور الإنترنت في تغيير الاستراتيجيات التسويقية وتوجه العملاء نحو السوق الإلكترونية، الملتقى الإداري الثالث إدارة التطوير ومتطلبات التطوير في العمل الإداري، أيام ٢٩-٣٠ مارس ٢٠٠٥ بالسعوديه. الموقع، إدارة العلاقة مع الزبـون، <http://www.managementforum.org.sa/ar/Default.asp?Do=4&LinkToDisplay=52>
- ٦- عمرو أبو اليمين عبد الغنى، دور الإنترنت في تغيير الاستراتيجيات التسويقية وتوجه العملاء نحو السوق الإلكترونية، الملتقى الإداري الثالث إدارة التطوير ومتطلبات التطوير في العمل الإداري، أيام ٢٩-٣٠ مارس ٢٠٠٥ بالسعوديه. الموقع، إدارة العلاقة مع الزبـون، <http://www.managementforum.org.sa/ar/Default.asp?Do=4&LinkToDisplay=52>
- ٧- محمد الصديق مقال بعنوان (تجاهل المصارف لقياس رضا العميل يهدد تنافسيتها، صحيفة الأهرام اليوم الإلكترونية، يوم ١٦ يناير-٢٠١٣م.
- ٨- محمد عبد الرحمن ابو منديل، رسالة ماجستير بعنوان (واقع استخدام المزيج التسويقي وأثره على ولاء الزبائن -دراسة تطبيقية على شركات الاتصالات قطاع غزة) الجامعة الإسلامية، غزة، ٢٠٠٨م، ص ١٤.
- ٩- عبيد شاهر بعنوان (تعزير الميزة التنافسية في الخدمات المصرفية الالكترونية قطاع البنوك محافظه جنين) مقدمه إلى المؤتمر الاقتصادي جامعة القدس المفتوحة، ١٦-١٠-٢٠١٢م. ص٢
- ١٠- احمد حمزة خليفة وآخرون، أثر جودة الخدمة على ولاء العملاء -دراسة تطبيقية على الخدمات الفندقية بمدينة عدن، ٢٠١٠م ص ١٠.
- ١١- نجود حاتم بعنوان (تفعيل رضا الزبون كمدخل استراتيجي لبناء ولائه - دراسة حاله مصنع الجزائري للحديد) جامعة الجزائر- كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير- ٢٠٠٧م ص٥٣
- ١٢- ممدوح طابع الزيادات، سامي فياض الغراوي بعنوان (تأثير المعرفة التسويقية للزبائن على الولاء للعلامة التجارية للسلع المعمرة -دراسة ميدانية على أرباب الأسر -عمان -المجلة العربية للإدارة، مجلد ٣٠، العدد الأول ٢٠١٠م.
- ١٣- محمود عبود رسالة ماجستير بعنوان (واقع استخدام المزيج التسويقي وأثره على ولاء العملاء دراسة حالة: المؤسسة العامة للاتصالات في سوريا) جامعة دمشق -قسم ادارة الاعمال، ٢٠٠٩م، ص ١٤.
- ١٤- مامون سلمان الدراكية، إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء، ط١(عمان: دار الصفاء ٢٠٠٦)، ص١٨٢.

- ١٥- حسن عواد السريحي، أ. حاتم يوسف عز الدين، الولاء الإلكتروني (جده: جامعة الملك عبد العزيز ٢٠٠٧) ص ٢٩-٣٥.
- 16- Kotler, philip, Marking Insights from A to Z 80 concepts Every-Manager Need to know. new jersey. March 2003.
- ١٧- عبيد العبدلي مقال بعنوان (ولاء العميل)- (http://www.dralabdali.com/customer-loyalty28-2-2010)
- ١٨- طلعت اسعد عبد الحميد، التسويق الفعال (دار النهضة: القاهرة ٢٠٠٤م) ص ٣٣١
- ١٩- في كومار، وبيروياتر، إدارة علاقة العميل مدخل قاعدة البيانات. ترجمه سرور على ابراهيم (الرياض: دار المريخ للنشر ٢٠١٠م) ص ٣٠٩.
- ٢٠- جاى ماكيو مقالته بعنوان كيف تحافظ على ولاء عملائك مجله فوربيس ٢٠١٣م (http://www.forbesmiddleeast.com/read.phpstory)
- 21-David Pringles "Retailers Scrap High-tech Ideas for Marketing Safeway of Britain find sloyaltycard program Generated useless Date" wall street journal (Eastern edition) june 19-2000
- ٢٢- علي السلمي، إدارة الموارد البشرية الإستراتيجية، (دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع: القاهرة، ١٩٩٨) ص ١٠٤
- ٢٣- نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، قسم إدارة الأعمال، جامعة الإسكندرية، ١٩٩٨، ص ٩٨.
- ٢٤-، محمد كمال، مقال بعنوان مدخل لاكتساب وتعزيز القدرة التنافسية للمصارف الإسلامية صحيفة المدينة الإلكترونية، الجمعة ١٠/٣/٢٠١٣م (http://www.al-madina.com/node/367560)
- ٢٥- نوري منير. يبارك نعمه، إدارة العلاقات مع الزبائن كأداة لتحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الأعمال المتطلبات والتوصيات، جامعة حسيبه الجزائر ص ١٣.

وَسْطِيَّةُ الْأَخْلَاقِ عَلَى ضَوْءِ الْكِتَابِ وَالسُّنَّةِ

علي مهاما ساموه (*)

المخلص: اعتنى الإسلام ببيان أهمية الأخلاق ومكانتها في الإسلام، فهي من أهم الأسس التي تبني حضارة الأمة، وتحفظ كيانها، وتزيد من تقدّمها، ونتاج اقتصادياتها؛ بل هي ضرورة من ضروريات التنمية الصحيحة لها. والبحث يوضح وسطيّة الأخلاق الإسلامية على ضوء الكتاب والسنة بمظاهرها المتعددة؛ بما يساعد على فهم معالم الأخلاق وكيفية تطبيقها في بُعد عن ارتكاب السلوكيات الخاطئة وفق الخطة الآتية: في الفصل الأول تضمن البحث بيان مفهوم وسطيّة الأخلاق، ومكانتها في الإسلام، وأما الفصل الثاني ففيه بيان لمظاهر وسطيّة الأخلاق، وهي: الشمولية، والعدل، والأخلاق نتاج الفطرة والاكْتِسَاب، والثبات والاستمرارية، والواقعية. وخلص البحث إلى توصيات أهمها: أفراد دراسات تعني بتقعيد الأخلاق من خلال النصوص الشرعية والخروج بنتائج تفيد في تنمية الجانب الأخلاقي في المسلم.

الكلمات المفتاحية: الوسطيّة، الأخلاق، التوازن، الشمولية، الفطرة، الواقعية، الثبات.

A study on moderated ethics on the foundation of Qur'an and Sunnah

Ali Mahama Samoh

Abstract: Islam has emphasized the importance of ethical study and its role in developing the civilization of Muslim generation. It is also one of the major factors that bestows upon individuals in which significantly produces the rightful morality. This study has illustrated the notion of moderated ethics which based on the Qur'an and Sunnah fundamental in the diversely explicit examples and its root cause as well as the defensiveness from the immorality and sinful acts. The proposal includes the following scopes; first chapter consists of the definition and justification of moderated ethics. The second chapter stated the consequence and effect from the moderated ethics; those are the comprehensiveness, justice, manner obtained by fitrah (nature) and acquiring, determination, steadfastness, and contemporary. In conclusion, this research has suggested for further study on involvement of ethics on the foundation religious teaching in which contribute to the ethical development of the Muslim community.

Keywords: Moderation, ethics, balance, comprehensiveness, instinct, realism, steadiness.

(*) كلية الدراسات الإسلامية بقطاني، جامعة الأمير سونكلا (تايلاند)، samohaa10@hotmail.com

المقدمة:

اعتنى القرآن والسنة النبوية ببيان الأخلاق الكريمة وتوضيح سماتها، ولم تدع جانباً من جوانب شخصية الإنسان وسلوكياته المختلفة إلا بيّنا بشكل كامل شامل يتناسب مع حاجياته وطبيعته البشرية.

والمأمل في القرآن الكريم يجد أنه اشتمل على كثير من الآيات التي ترشد البشرية لسلوك معالي الأمور وجميل الخصال؛ ومن ذلك قوله تعالى: {وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا إِمَّا يَبُلُغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُمَّ وَلَا تَنْهَرُهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا} {٢٣} إلى أن قال سبحانه وتعالى: {كُلُّ ذَلِكَ كَانَ سَيِّئُهُ عِنْدَ رَبِّكَ مَكْرُوهًا} {٣٨} [الإسراء: ٢٣-٣٨].

ومعظم ما في هذه الآيات من الأوامر والنواهي متعلق بالتوجيهات الأخلاقية، ففيها: الأمر بالإحسان إلى الوالدين، والدعاء لهما، والإنفاق على المساكين والفقراء، والوفاء بالعهد، والنهي عن التبذير، والبخل، والزنا، وقتل النفس، وأكل مال اليتيم بالظلم، وعدم القول على الله بغير علم، والنهي عن تطفيف الكيل، واجتناب التكبر وغير ذلك.

كما جاءت السنة النبوية موضحة لمكانة الأخلاق في الإسلام؛ ومبينة لمدى تلازم الإيمان بها؛ قال ﷺ: ((أَكْمَلُ الْمُؤْمِنِينَ إِيمَانًا أَحْسَنُهُمْ خُلُقًا))^(١) وقال أيضاً مُبَيَّنًا أَنَّ الأخلاق من الأسباب المهمة في ارتقاء درجات المؤمن في الآخرة: ((إِنَّ الْمُؤْمِنَ لِيُذْرَكَ بِحُسْنِ خُلُقِهِ دَرَجَةً الصَّائِمِ الْقَائِمِ))^(٢).

إن القرآن والسنة النبوية رسماً للأخلاق بشكل متميز وشامل؛ بما يبعد المسلم عن الوقوع في المفاهيم الخاطئة لمعنى الأخلاق ومعالمها أو ارتكاب السلوكيات الخاطئة التي لا تتوافق مع المنهج الإسلامي، كل ذلك بمنهج معتدل ومثالي وواقعي، وهذا ما سيوضحه البحث ويبينه- إن شاء الله-، من خلال مباحثه المتعددة، وبالله التوفيق، ومنه يستمد العون.

أهمية البحث:

تتبع أهمية البحث من أهمية الأخلاق في الإسلام ومكانتها في الدين؛ فقد وردت نصوص كثيرة تدل على فضل الأخلاق وتحت على التحلي بها^(٣). إضافة إلى ذلك فإن الأخلاق من أهم الأسس والدعائم التي تبني حضارة الأمة، وتحفظ كيانها، وتزيد من تقدمها، ونتاج اقتصادياتها؛ بل هي ضرورة من ضروريات التنمية الصحيحة لها.

ثم إن البحث سيوضح وسطية الأخلاق الإسلامية على ضوء الكتاب والسنة بمظاهرها المتعددة؛ بما يساعد على فهم معالم الأخلاق وكيفية تطبيقها في بُعد عن ارتكاب السلوكيات الخاطئة.

أهداف البحث:

- يسعى البحث لتحقيق الأهداف الآتية:
- إبراز مفهوم وسطية الأخلاق.
- إبراز أهمية الأخلاق ومكانتها في الإسلام.
- توضيح مظاهر وسطية الأخلاق الإسلامية على ضوء الكتاب والسنة.

(١) رواه أبو داود في سننه: رقم الحديث (٤٦٨٢)، وصححه الألباني في صحيح الجامع رقم الحديث (١٢٣٠).

(٢) رواه أبو داود في سننه: رقم الحديث (٤٧٩٨) وصححه الألباني في صحيح الجامع رقم الحديث (١٦٢٠).

(٣) سيأتي بيان الأدلة على ذلك.

منهج البحث:

استخدم الباحث في دراسة الموضوع المنهجين الآتيين:
 ١- المنهج الوصفي الاستقرائي، ويفيد هذا المنهج في استقراء المصادر والمراجع المتعلقة بموضوع الدراسة، ومحاولة الاستفادة منها في تدعيم مباحثها.
 ٢- المنهج الوصفي الاستنباطي، ويستخدم هذا المنهج في استنباط الأدلة الشرعية وأقوال العلماء في بيان وسطية الأخلاق في الإسلام على ضوء الكتاب والسنة.
 بالإضافة إلى لوازم المنهج العلمي من: عزو الآيات القرآنية، وتخريج الأحاديث النبوية، وتوثيق النقولات، وعمل الفهارس اللازمة.

خطة البحث:

المقدمة.

الفصل الأول: الأخلاق: مفهومها، وأهميتها.

المبحث الأول: تعريف وسطية الأخلاق.

المبحث الثاني: أهمية الأخلاق ومكانتها في الإسلام.

الفصل الثاني: مظاهر وسطية الأخلاق على ضوء الكتاب والسنة.

المبحث الأول: الشمولية.

المبحث الثاني: العدل في الأخلاق.

المبحث الثالث: الأخلاق نتاج الفطرة والاكْتساب.

المبحث الرابع: الثبات والاستمرارية.

المبحث الخامس: الواقعية.

الخاتمة.

وصلى الله على نبينا محمد وعلى آله وصحبه وسلم تسليماً كثيراً.

الفصل الأول:

الأخلاق: مفهومها، وأهميتها.

المبحث الأول: تعريف وسطية الأخلاق

المطلب الأول: تعريف الوسطية في اللغة والشرع:

في اللغة:

الوسطية: مصدر مشتق من فعل (وسط)، وكلمة (الوسط) في اللغة العربية تأتي في عدة معانٍ، منها:

١- العدل والنصف. يقول ابن فارس: «الواو والسّين والطاء: بناء صحيح يدلّ على العدل والنّصف».

٢- وأعدل الشيء: أوسطه، ووسطه»^(٤).

٣- الخيرية والفضل. فأوسط الشيء أفضله وأخيرته^(٥).

٤- التوسط بين طرفين مذمومين^(٦)، يقال: السّخاء وسط بين البخل والتّبذير، والشّجاعة وسط بين الجبن والتّهوّر.

(٤) انظر: معجم مقاييس اللغة مادة: (وسط) ١٠٨/٦.

(٥) انظر: لسان العرب مادة (وسط) (٤٢٨/٧).

(٦) انظر: المفردات في غريب القرآن، مادة: وسط ص (٥٢٢).

في استعمال الشرع^(٧):

وردت الوسطية في الشرع على عدة معانٍ، ومن تلك المعاني التي لها صلة مباشرة بموضوعات البحث هي:

العدالة والخيرية والتوسط بين الإفراط والتفريط.

ومن ذلك قوله تعالى: { وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا } [البقرة: ١٤٣].

وقد فسر النبي ﷺ الوسط بالعدل^(٨).

كما فسر العلماء الوسط: بالخيار والأجود، قال ابن كثير في تفسير قوله تعالى: { وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا } (الوسط هنا: الخيار والأجود، كما يُقال في قريش: أوسط العرب نسبًا ودارًا، أي: خيرها^(٩)).

وجاء في تفسير السعدي: أي: عدلاً خياراً^(١٠).

وفسر ابن جرير الوسط بمعنى: التوسط بين الإفراط والتفريط^(١١).

المطلب الثاني: تعريف الأخلاق.**أولاً: الأخلاق في اللغة:**

الأخلاق جمع خُلُق، ومادة (خَلَق) في اللغة لها عدة معانٍ؛ منها: الفطرة، والسجية، والطبع، والدين^(١٢).

يقول ابن منظور في بيان حقيقة الخُلُق: «وَحَقِيقَتُهُ أَنَّهُ لُصُورَةُ الْإِنْسَانِ الْبَاطِنَةِ، وَهِيَ نَفْسُهُ وَأَوْصَافُهَا وَمَعَانِيهَا الْمُخْتَصَّةُ بِهَا بِمَنْزِلَةِ الْمَخْلُوقِ لُصُورَتِهِ الْمَظَاهِرَةَ وَأَوْصَافُهَا وَمَعَانِيهَا، وَلَهُمَا أَوْصَافٌ حَسَنَةٌ وَقَبِيحَةٌ...»^(١٣).

وبالنظر إلى ما قاله ابن منظور يتضح أن لمادة ((خُلُق)) في اللغة جانبان:

الجانب الأول: جانب يتعلق بظاهر الإنسان، وهو هيبته ومظهره وسمته، وهو ما يعبر

بالخُلُق.

الجانب الثاني: جانب نفسي باطني، ويتعلق بسجايا الإنسان، وصفاته الخُلُقِيَّة، وهو ما يعبر

بالخُلُق.

وهذا يعني أن كلمة الخُلُق هي الصورة الباطنة في الإنسان، والتي تنعكس آثارها على تصرفاته الظاهرة، وهي التي تسمى بالسلوك الأخلاقي.

ومن خلال هذا العرض اللغوي، فإنه يمكن تلخيص أبرز المعاني اللغوية المتعلقة بالخُلُق

فيما يأتي:

١- أن مادة (خلق) لها عدة معانٍ، منها: السجية، والطبع، والدين، والفطرة.

٢- أن حقيقة الخلق لها جانبان: جانب يتعلق بمظهر الإنسان وسمته، وجانب آخر يتعلق

بالجانب الباطني السلوكي.

٣- أن الأخلاق منها حسنة ومنها قبيحة.

٤- أن الخلق يدل على الصفات الجبلية الفطرية في خلق الإنسان غير أنه يكتسب ويصبح

وكانه خلق مع طبيعته الفطرية^(١٤).

(٧) للاستزادة حول الوسطية في استعمال الشرع: وسطية أهل السنة بين الفرق، للدكتور محمد باكريم (ص ١٨-٢٣)، والوسطية في القرآن الكريم، للدكتور علي محمد الصلابي (ص ١٧ وما بعدها).

(٨) رواه البخاري في صحيحه رقم الحديث (٤٤٨٧).

(٩) تفسير ابن كثير (١/٤٥٤).

(١٠) تفسير السعدي (ص ٧٠).

(١١) تفسير الطبري (٣/١٤٢).

(١٢) ينظر: لسان العرب (٤/١٩٤) ومصباح المنير للفيومي (ص ١٨٠) ومختار الصحاح للرازي (ص ١٢١).

(١٣) لسان العرب (٤/١٩٤).

٥- أن الخلق الذي يُعَوَّل عليه هو السلوك الظاهر الذي يمثل طويّة الإنسان.

ثانياً: الأخلاق في الاصطلاح:

أ- الاصطلاح العام: الأخلاق بمعنى الإسلام والقرآن، قال ابن عباس في تفسير قوله تعالى: {وَإِنَّكَ لَعَلَى خُلُقٍ عَظِيمٍ} [القلم: ٤] على دين عظيم وهو الإسلام^(١٥)، وقالت عائشة رضي الله عنها لما سئلت عن خلق النبي ﷺ ((كان خلقه القرآن))^(١٦).

- الاصطلاح الخاص:

تعددت تعريفات الأخلاق في الاصطلاح الخاص^(١٧)، ويدور معظمها حول معنى واحد، وهو أن الأخلاق عبارة عن أوصاف الإنسان التي يتعامل بها مع الغير^(١٨). ومن بين التعريفات الجامعة تعريف الغزالي في كتابه إحياء علوم الدين حيث عرّف الخُلق بأنه «عبارة عن هيئة في النفس راسخة، عنها تصدر الأفعال بسهولة من غير حاجة إلى فكر وروية، فإن كانت الهيئة بحيث تصدر عنها الأفعال الجميلة المحمودة عقلاً وشرعاً سميت تلك الهيئة خُلُقاً حسناً، وإن كان الصادر عنها الأفعال القبيحة سميت الهيئة التي هي المصدر خُلُقاً سيئاً»^(١٩).

ولهذا التعريف الدلالات الآتية:

أ - أن باعث السلوك الأخلاقي النفس الإنسانية، فهي التي تُصدر الأفعال سواءً كانت حسنة أم مذمومة.

وهذه الميزة تؤكد أن السلوك الأخلاقي ليس مقتصرًا على الأعمال الظاهرة فحسب، بل على الإنسان مراعاة أعمال القلوب من النيات الصالحة، والتأكد من سلامة البواعث والدوافع^(٢٠).

ب - لا بد من اتصاف الخُلق بالثبات والدوام والسهولة، فهو هيئة راسخة في النفس لا يوصف به إلا من داوم عليه، وصدر عنه بسهولة ويسر، فمن اصطنع الكرم أو فعله عرضاً أو تكلف فعله لا يسمى كريماً.

وهذا لا يعني عدم قبول الأخلاق للتغيير مطلقاً؛ إذ الأخلاق تتغير بالرياضة والتعليم وغيرها من الوسائل والطرق التي تنمي الأخلاق وتهذبها.

ج - أن مستند الخُلق الشرع والعقل، فالحسن ما يحمد شرعاً وعقلاً^(٢١)، والقبح ما يذم شرعاً وعقلاً، وما كان حسناً فهو محل ثواب، وما كان مذموماً فهو محل عقاب^(٢٢).

هذا وقد لاحظ البعض على التعريف الاصطلاحي السابق تغليب الجانب النفسي على الجانب العملي وهو السلوك، مع أن الجانب العملي مهم في تنمية الأخلاق وتهذيبها^(٢٣).

ويمكن أن يقال في الجواب على هذه الملاحظة: أن الجانب النفسي هو الأساس في منطلق الأخلاق والسلوك، والجانب العملي تابع له في الغالب، ومن هنا أتى التركيز عليه.

(١٥) التربية الأخلاقية الإسلامية، لمقداد يالجن (ص ٦٤).

(١٦) تفسير القرآن العظيم، لابن كثير (ص ١٥٠٩).

(١٧) أخرجه مسلم رقم الحديث (١٤٧٥).

(١٨) انظر: الذريعة إلى مكارم الشريعة للأصفهاني (ص ١١٤)، والتعريفات للجرجاني (ص ١٠٤) وتسهيل النظر وتعجيل الظفر، للماوردي (ص ٥).

(١٩) انظر: أصول التربية الإسلامية، لخالد الحازمي (ص ١٣٦).

(٢٠) إحياء علوم الدين (٤٩/٣).

(٢١) الأخلاق الفاضلة قواعد ومنطلقات لاكتسابها، لعبد الله ضيف الله الرحيلي (ص ٢٦) وجوانب التربية الإسلامية، لمقداد يالجن (ص ٢٨٧) وأسس التربية الإسلامية في السنة النبوية، للزنتاني (ص ٦٥٢).

(٢٢) انظر مسألة: هل يعرف حسن الأفعال وقبحها بالعقل أم بالشرع؟: كتاب التدمرية، لابن تيمية (ص ٢١٥-٢١٨).

(٢٣) المسؤولية الخلقية والجزاء عليها، لأحمد الحلبي (ص ١٨).

(٢٤) المرجع السابق (ص ١٩).

كما لاحظ البعض إغفال التعريف جانب الإرادة، والتركيز على الجانب الغريزي؛ مع أن الإرادة من أقوى أعمال النفس ومبدأ أفعالها^(٢٤).

ويمكن أن يجاب على هذه الملاحظة بأن تركيز التعريف على الجانب الغريزي وصدورها من غير حاجة إلى فكر وروية جاء على أساس أن الخلق قد تمكن من صاحبه بحيث تصبح تصرفاته الخلقية تلقائياً دون تردد يبعث على الفكر، وليس أنه لا يحتاج إلى الإرادة، بدليل أن الغزالي وغيره ممن عرّفوا هذا التعريف لم يهملوا في شرحهم للتعريف جانب الإرادة والتكلف، بل فصلوا هذا الجانب بالأدلة الشرعية والعقلية؛ ثم إن التعريف اشتمل على بيان الجانب النفسي، والإرادة من أعمال النفس، وعليه فهي داخلة في مجمل التعريف.

وبهذا العرض لمفهوم الاصطلاح يمكن تلخيصه في النقاط التالية:

- ١- أن الخلق أصله جبلي، وأن لدى الإنسان استعداداً وإرادة على تحسين خلقه أو تشويهه.
- ٢- لا يوصف المرء بخلقٍ ما إلا إذا كان على وجه دائم عليه، وثبت على ذلك، فإذا حصل منه الصفة سواء كانت حسنة أو سيئة على وجه الندرة؛ فإنه لا يوصف بذلك؛ لأنه ليس سجيّة من سجاياه، وإن كان قد يؤاخذ على ذلك.
- ٣- أن مستند الخلق الشرع والعقل، فالحسن ما يحمد شرعاً وعقلاً، والقبح ما يذم شرعاً وعقلاً، وهذا الأمر يعطي للأخلاق الإسلامية صفة الرسوخ والثبات.

المطلب الثالث: مفهوم وسطية الأخلاق

على ضوء تعريف الوسطية والأخلاق يمكن القول إن وسطية الأخلاق تعني: خيرية الأخلاق والتوازن والاعتدال في تطبيقها بما يعين على التحلي بها على الوجه الصحيح في بُعد عن ارتكاب السلوكيات الخاطئة.

المبحث الثاني: أهمية الأخلاق ومكانتها في الإسلام

إن الوقوف على أهمية الأخلاق ومكانتها في الإسلام مما يعين المسلم على التخلق بالأخلاق الحسنة والبعد عن مساوئها، ولذا يحسن الوقوف على بعض العناصر التي تبين مكانة الأخلاق في الإسلام، والتي منها:

أولاً: عظم أجر المتصف بالخلق الحسن وسمو منزلته في الجنة:

وعد الله -ﷻ- المؤمنين جنّات عرضها السماوات والأرض، فيها ما لا عين رأت، ولا أذن سمعت، ولا خطر على قلب بشر، واختص الله -ﷻ- أهل الأخلاق الحسنة من المؤمنين بالدرجات العلى في الجنة؛ قال ﷺ: ((مَا شَيْءٌ أَثْقَلُ فِي مِيزَانِ الْمُؤْمِنِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ مِنْ خُلُقٍ حَسَنٍ..))^(٢٥).

وأيضاً جاء في السنة أن الله -ﷻ- اختص أهل الخلق الحسن ببيت عال في الجنة؛ فقال ﷺ: ((أَنَا رَعِيمٌ بَيْتِي فِي رَبَضِ^(٢٦) الْجَنَّةِ لِمَنْ تَرَكَ الْمِرَاءَ وَإِنْ كَانَ مُحَقًّا، وَبَيْتِي فِي وَسْطِ الْجَنَّةِ لِمَنْ تَرَكَ الْكُذْبَ وَإِنْ كَانَ مَازِحًا، وَبَيْتِي فِي أَعْلَى الْجَنَّةِ لِمَنْ حَسَنَ خُلُقَهُ))^(٢٧).

كما وضحت السنة أن بحسن الخلق ينال العبد درجة الصائم القائم، قال ﷺ: ((إِنَّ الْمُؤْمِنَ لِيُذْرَكَ بِحُسْنِ خُلُقِهِ رَجَّةَ الصَّائِمِ الْقَائِمِ))^(٢٨).

ثانياً: ارتباط الأخلاق بالإيمان:

يبين الإيمان والأخلاق علاقة وطيدة فالإيمان هو أس الفضائل،... كما أن الأخلاق من علامات كمال الإيمان.

^(٢٤) المصدر السابق (ص ١٩).

^(٢٥) أخرجه الترمذي في سننه: رقم الحديث (٢٠٠٢) وقال: هذا حديث حسن صحيح.

^(٢٦) أي ما حولها خارجاً عنه (النهاية لابن الأثير: ٢١٨٥).

^(٢٧) أخرجه أبو داود في سننه: رقم الحديث (٤٨٠٠) وحسنه الألباني في صحيح الجامع رقم الحديث (١٤٦٤).

^(٢٨) تقدم تخريجه.

فالإيمان له تأثير بالغ على البواعث التي تؤثر في سلوك الإنسان وأخلاقه وتصرفاته؛ ولهذا فالمؤمن ترتقي أخلاقه وتكمل بقدر تمكّن العقيدة من قلبه، ويهبط سلوكه بقدر ضعف إيمانه^(٢٩). وفي المقابل فإن الأخلاق من علامات كمال الإيمان؛ فالمسلم كلما حسن خلقه وجمل آدابه كان أكمل إيماناً، وأقرب منزلة عند ربه؛ جاء في الحديث الصحيح الذي يبين ترابط الإيمان بالسلوك الحسن: ((أَكْمَلُ الْمُؤْمِنِينَ إِيمَانًا أَحْسَنُهُمْ خُلُقًا))^(٣٠). ومما يدل على ارتباط الأخلاق بالعقيدة أن القرآن الكريم كثيراً ما يحثّ على الأخلاق الفاضلة، فيبدأ بالإيمان قبل الأمر بها، وفي ذلك إشارة إلى أن الإيمان يقتضي ذلك^(٣١)، وأن الأخلاق من ثمار الإيمان؛ ومن ذلك قوله تعالى في الحث على التقوى قال: {يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ} [التوبة: ١١٩].

وبهذا يتبين مكانة الأخلاق في الإسلام وأنها ملازمة للإيمان، فالإيمان يوجّه سلوك الإنسان، والأخلاق تزيد من إيمانه، وهذا مما يحفز المسلم للتخلق بالأخلاق الحسنة، وتطبيقها في حياته العملية؛ ليكون بذلك من المؤمنين الصادقين.

ثالثاً: الأخلاق من أهداف الرسالة المحمدية:

اشتملت النصوص الشرعية التوجيهات الأخلاقية في جميع مجالات الإنسان ومناشئها، بل إن الأخلاق من أبرز أهداف بعثة النبي -ﷺ-، قال تعالى: {هُوَ الَّذِي بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولًا مِّنْهُمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِنْ كَانُوا مِن قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ}، وقال ﷺ مبيّناً الهدف من رسالته: ((إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ صَالِحَ الْأَخْلَاقِ))^(٣٢). والعلة في ذلك أن الأخلاق «على التحقيق شطر الدين»^(٣٣) وجماعه وملاكه، بها يستطيع العبد أن يحسن علاقته مع ربه -ﷻ-، ويحدّد علاقاته الجيدة وسلوكه الطيب مع الخلق أجمعين؛ ولهذا فسر ابن عباس -رضي الله عنهما- كلمة ((الخلق)) بالدين في قوله تعالى: {وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ} قال: على دين عظيم وهو الإسلام^(٣٤).

وبهذا يتضح أن الأخلاق الفاضلة هي غاية الدين التي يرمي إلى بلوغها من خلال تكوين الشخصية السوية للإنسان المسلم الذي لا يكمل إيمانه إلا إذ صلحت أخلاقه واستقامت أقواله وأعماله، وهذا مما يدل على أهمية الدعوة إلى تحقيق الخلق الحسن في المسلمين، وتطبيق ذلك في جميع مجالاتهم العلمية والاجتماعية والاقتصادية.

رابعاً: أن الأخلاق وقاية للمجتمعات من الفساد:

من المعلوم أن أخلاقيات الأفراد تنعكس على المجتمع، فإن كان الأفراد على خلق حسن كان المجتمع على خير وأمان، وإن كانوا على سيء الأخلاق كان المجتمع كذلك؛ «إذ الفرد يمثل المجتمع في خصائصه كما أن المجتمع يمثل أفراداً في أخلاقهم»^(٣٥)؛ وعليه فالأخلاق الحسنة تحفظ على المجتمع توازنه وأمنه في هذه الحياة الدنيا.

جاء في الأثر أنه ﷺ قال: ((يا معشر المهاجرين، خمس إذا ابتليتم بهن وأعوذ بالله أن تدركوهن: ما ظهرت الفاحشة في قوم حتى أعلنوا بها إلا ابتلوا بالطواغيت والأوجاع التي لم تكن في أسلافهم الذين مضوا، ولا نقص قوم المكيال والميزان إلا ابتلوا بالسنين وشدة المؤونة وجور

(٢٩) أصول التربية الإسلامية لخالد الحازمي (ص: ١١٣).

(٣٠) تقدم تخريجه.

(٣١) تربية الرسول -ﷺ- لأصحابه في الناحية الأخلاقية، للصدّيق عمر فضل الله (ص ١٣٩) والفساد الخلفي في المجتمع ناصر بن عبد الله التركي (ص ٧).

(٣٢) رواه أحمد في مسنده (٣٨١/٢). وقال السخاوي في المقاصد الحسنة (ص ١٠٥): رجاله رجال الصحيح.

(٣٣) موعظة المؤمنين، للقاسمي (٢٦٥).

(٣٤) تفسير القرآن العظيم، لابن كثير (ص ١٥٠٩).

(٣٥) دور التربية الأخلاقية الإسلامية لبناء الفرد والمجتمع والحضارة الإنسانية، لمقداد يالجن (ص: ٦٧).

السلطان، وما منع قوم زكاة أموالهم إلا منعوا القطر من السماء، ولولا البهائم لم يمطروا، ولم ينقضوا عهد الله وعهد رسوله إلا سلب الله عليهم عدواً فأخذوا بعض ما في أيديهم، وما لم تعمل أمتهم بكتاب الله ويتخيروا مما أنزل الله إلا جعل الله بأسهم بينهم))^(٣٦).

ومن هنا جاء الإسلام بشعيرة من أعظم الشعائر وهي الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، ودعا إلى تحقيقها في المجتمع المسلم، قال تعالى: {كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ} [آل عمران ١١٠]، وقال ﷺ: ((مثل القائم على حدود الله والواقع فيها كمثل قوم استهموا على سفينة فأصاب بعضهم أعلاها وبعضهم أسفلها، فكان الذي في أسفلها إذا استقوا من الماء مروا على من فوقهم فقالوا: لو أنا خرقنا في نصيبنا خرقاً ولم نؤذ من فوقنا، فإن يتركوهم وما أرادوا هلكوا جميعاً، وإن أخذوا على أيديهم نجوا ونجوا جميعاً))^(٣٧).

والمأمل لواقع المجتمع المسلم يرى أنه يواجه تحديات من الانحلال الخلقي والفساد في العلاقات الاجتماعية، وشيئاً من الفساد الخلقي في التطبيقات الإدارية والمالية والاقتصادية، بما يؤكد أهمية دراسة علم الأخلاق، والوقوف على مفهومه وضوابطه الشرعية، والتعرف على طرق اكتسابها، بما يعزز لديها التطبيقات الخلقية التي تضمنها المنهج الإسلامي حتى تستقيم أحوال الأفراد في كل جوانبها الشخصية، فتخرج المجتمعات الإسلامية كخير أمة أخرجت للناس كما كانت في السابق.

الفصل الثاني:

مظاهر وسطية الأخلاق الإسلامية على ضوء الكتاب والسنة

المبحث الأول: الشمولية

إن الأخلاق في مفهوم القرآن والسنة ليست محصورة في نطاق معين من نطاقات السلوك، إنما هي من أصول الدين وأساسه المتينة؛ قال تعالى واصفاً رسوله ﷺ بأعظم الصفات: {وَإِنَّكَ لَعَلَى خُلُقٍ عَظِيمٍ} أي: على دين عظيم وهو الإسلام^(٣٨).

ولما سئلت عائشة رضي الله عنها عن خلق النبي ﷺ أجابت بأن ((خلقته القرآن))^(٣٩). يقول قتادة: «هُوَ مَا كَانَ يَأْتِمُرُ بِهِ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ وَيَنْتَهِي عَنْهُ مِنْ نَهْيِ اللَّهِ، وَالْمَعْنَى إِنَّكَ لَعَلَى الْخُلُقِ الَّذِي أَمَرَكَ اللَّهُ بِهِ فِي الْقُرْآنِ»^(٤٠).

والمأمل في النصوص الشرعية يجد أنها لم تدع جانباً من جوانب شخصية الإنسان المتعلقة بالسلوكيات والأخلاق إلا وضحتها وبينت المنهج الأمثل والسلوك الصحيح بشكل متكامل شامل معتدل واقعي.

وإليك بعض النماذج^(٤١):

١- الأخلاق المتعلقة بجوانب شخصية الإنسان المختلفة:

أ- أخلاقيات متعلقة بحاجاته الجسمية من الأكل والشرب وغير ذلك، قال تعالى: {وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ} [الأعراف: ٣١]. وجاء في السنة مفصلة بتفصيل أوسع وأكثر، فعن أبي هريرة رضي الله عنه قال: ((ما عاب النبي ﷺ طعاماً قط، إن اشتهاه أكله، وإن كرهه تركه))^(٤٢) وفي الحديث: ((إِذَا أَكَلَ أَحَدُكُمْ فَلْيَذْكُرْ اسْمَ اللَّهِ، فَإِنْ نَسِيَ أَنْ يَذْكُرَ اسْمَ اللَّهِ فِي أَوَّلِهِ فَلْيَقُلْ بِسْمِ اللَّهِ أَوَّلَهُ وَآخِرَهُ))^(٤٣).

(٣٦) رواه ابن ماجه رقم الحديث (٤٠١٩)، وصححه الألباني في السلسلة رقم الحديث (١٠٦)

(٣٧) رواه البخاري رقم الحديث (٢٤٩٣).

(٣٨) تفسير ابن كثير (١٨٨/٨).

(٣٩) أخرجه مسلم رقم الحديث (١٤٧٥).

(٤٠) تفسير البيهقي (١٣٠/٥).

(٤١) انظر تلك النماذج بالتفصيل: الوسيطة في القرآن الكريم، للدكتور محمد الصلابي (ص ٤٥١ وما بعدها)

(٤٢) رواه البخاري رقم الحديث (٥٤٠٩).

(٤٣) رواه أبو داود في سننه رقم الحديث (٣٧٦٧) وصححه الألباني في صحيح الجامع رقم الحديث (٣٨٠).

وفي حديث آخر: ((إِذَا أَكَلَ أَحَدُكُمْ فَلْيَأْكُلْ بِيَمِينِهِ، وَإِذَا شَرِبَ فَلْيَشْرَبْ بِيَمِينِهِ، فَإِنَّ الشَّيْطَانَ يَأْكُلُ بِشِمَالِهِ، وَيَشْرَبُ بِشِمَالِهِ))^(٤٤).

ب- أخلاقيات متعلقة بالجانب التفكيرى؛ قال تعالى: {قُلْ انظُرُوا مَاذَا فِي السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَمَا تُغْنِي الْآيَاتُ وَالنُّذُرُ عَنْ قَوْمٍ لَّا يُؤْمِنُونَ} [يونس: ١٠١]، وفي الحديث: ((تَفَكَّرُوا فِي آيَةِ اللَّهِ، وَلَا تَفَكَّرُوا فِي اللَّهِ))^(٤٥).

ج أخلاقيات متعلقة بالجانب الاقتصادي، قال تعالى: {وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا} (الإسراء: ٢٩). وفي الحديث عن سعد بن أبي وقاص، عن أبيه رضي الله عنه، قال: كَانَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَعُودُنِي عَامَ حَجَّةِ الْوَدَاعِ مِنْ وَجَعٍ اسْتَدَّ بِي، فَقُلْتُ: إِنِّي قَدْ بَلَغَ بِي مِنَ الْوَجَعِ وَأَنَا ذُو مَالٍ، وَلَا يَرِثُنِي إِلَّا ابْنَةٌ، أَفَأَتَصَدَّقُ بِثَلَاثِي مَالِي؟ قَالَ: «لَا» فَقُلْتُ: بِالشُّطْرِ؟ فَقَالَ: «لَا» ثُمَّ قَالَ: «الثَّلْثُ وَالْثُلُثُ كَبِيرٌ - أَوْ كَثِيرٌ - إِنَّكَ أَنْ تَذَرَ وَرَثَتَكَ أَغْنِيَاءَ، خَيْرٌ مِنْ أَنْ تَذَرَهُمْ عَالَةً يَتَكَفَّفُونَ النَّاسَ، وَإِنَّكَ لَنْ تُنْفِقَ نَفَقَةً تَبْنَعِي بِهَا وَجْهَ اللَّهِ إِلَّا أُجِرْتَ بِهَا، حَتَّىٰ مَا تَجْعَلَ فِي فِي أَمْرَاتِكَ»^(٤٦).

- الأخلاق المتعلقة بالأسرة:

أ- أخلاقيات العلاقة بين الزوجين، قال تعالى: {وَعَاشِرُوهُنَّ بِالْمَعْرُوفِ فَإِنْ كَرِهْتُمُوهُنَّ فَعَسَىٰ أَنْ تَكْرَهُوا شَيْئًا وَيَجْعَلَ اللَّهُ فِيهِ خَيْرًا كَثِيرًا} [النساء: ١٩]. وفي الحديث: ((مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ، فَإِذَا شَهِدَ امْرَأًا فَلْيَتَكَلَّمْ بِخَيْرٍ أَوْ لَيْسَتْ، وَاسْتَوْصُوا بِالنِّسَاءِ، فَإِنَّ الْمَرْأَةَ خُلِقَتْ مِنْ ضَلَعٍ، وَإِنْ أَعْوَجَ شَيْءٌ فِي الصَّلَعِ أَعْلَاهُ، إِنْ ذَهَبَتْ نَفِيمُهُ كَسَرَتْهُ، وَإِنْ تَرَكْتَهُ لَمْ يَزَلْ أَعْوَجَ، اسْتَوْصُوا بِالنِّسَاءِ خَيْرًا))^(٤٧).

ب- أخلاقيات العلاقة بين الأبوين والأولاد، قال تعالى: {وَوَصَّيْنَا الْإِنْسَانَ بِوَالِدَيْهِ إِحْسَانًا} [الأحقاف: ١٥]، وقال تعالى: {وَلَا تَقْتُلُوا أَوْلَادَكُمْ خَشْيَةَ إِمْلَاقٍ نَحْنُ نَرْزُقُهُمْ وَإِيَّاكُمْ إِنْ قَتَلْتُمْ كَانَ خَطِئًا كَبِيرًا} [الإسراء: ٣١]. وعن النعمان بن بشير، أَنَّ أَبَاهُ نَحَلَ ابْنًا لَهُ غُلَامًا، فَأَتَى النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يُشْهَدُهُ، فَقَالَ: «أَكُلْ وَلَدِكَ نَحْلَهُ مِثْلَ مَا نَحَلْتَ هَذَا؟»، قَالَ: لَا، قَالَ: «فَارُدُّهُ»^(٤٨).

٣- الأخلاق المتعلقة بالمجتمع:

أ- في آداب المجتمع وأخلاقياته، قال تعالى: {يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَدْخُلُوا بُيُوتًا غَيْرَ بُيُوتِكُمْ حَتَّىٰ تَسْتَأْذِنُوا وَتَسَلِّمُوا عَلَىٰ أَهْلِهَا ذَلِكَ خَيْرٌ لَكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ} [النور: ٢٧]. وفي الحديث: ((الِاسْتِذْنَانُ ثَلَاثٌ، فَإِنْ أَدْنَىٰ لَكَ، وَإِلَّا فَارْجِعْ))^(٤٩).

ب- في المعاملات والبيوع، قال تعالى: {وَبِئْسَ لِلْمُطَفِّينَ الدِّينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ} [المطففين: ١-٣]. وقال تعالى: {يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ} [البقرة: ٢٨٢]. وفي الحديث: ((أَنَّ الرَّسُولَ ﷺ - مَرَّ عَلَى صَبْرَةَ طَعَامٍ، فَأَدْخَلَ يَدَهُ فِيهَا، فَقَالَتْ أَصَابِعُهُ بِلَاءٌ، فَقَالَ: مَا هَذَا يَا صَاحِبَ الطَّعَامِ؟ قَالَ: أَصَابَتْهُ السَّمَاءُ يَا رَسُولَ اللَّهِ! قَالَ: أَفَلَا جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ كَمَا يَرَاهُ النَّاسُ، وَمَنْ غَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي))^(٥٠).

(٤٤) رواه مسلم في صحيحه: رقم الحديث (٢٠٢٠).

(٤٥) رواه اللالكائي في شرح معتقد أهل السنة والجماعة (٣/ ٥٢٥) والبيهقي في شعب الإيمان، باب في الإيمان بالله عز وجل (١/ ١٣٦) عن ابن عمر مرفوعاً. والحديث حسنه الألباني بمجموع طرقه السلسلة الصحيحة، رقم الحديث (١٧٨٨).

(٤٦) رواه البخاري رقم الحديث (١٢٩٥)، ومسلم رقم الحديث (١٦٢٨).

(٤٧) رواه مسلم رقم الحديث (٦٠).

(٤٨) رواه الترمذي في سننه رقم الحديث (١٣٧٦) وقال: حديث صحيح حسن.

(٤٩) رواه مسلم رقم الحديث (٢١٥٣).

(٥٠) رواه البخاري في صحيحه رقم الحديث (٣٦٤٨) ومسلم في صحيحه: رقم الحديث (١٠٢).

وفيما سبق يظهر بجلاء شمولية القرآن الكريم والسنة النبوية في الأخلاق؛ بما يدل على وسطيتها واعتدالها وواقعيتها.

المبحث الثاني: العدل في الأخلاق

المطلوب في تطبيق الأخلاق: هو الاعتدال في تحقيقها دون إفراط ولا تفريط؛ وهذه الوسطية أرشد إليها القرآن الكريم؛ قال تعالى: {وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا} [الفرقان ٦٧].

على ضوء الآية السابقة استنبط العلماء قاعدة ((العدل في الأخلاق))، يقول ابن كثير في تفسير الآية: «{وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا} أي: ليسوا بمبذرين في إنفاقهم، فيصرفون فوق الحاجة، ولا بخلاء على أهلهم، فيقصرن في حقهم، فلا يكفونهم، بل عدلا خيارا، وخير الأمور أوسطها، لا هذا ولا هذا»^(٥١).

ويقول القاسمي معلقا على الآية: «والذي يدل على أن المطلوب هو الوسط في الأخلاق دون الطرفين أن السخاء خلق محمود شرعا، وهو وسط بين طرفي التذير والتقتير، وقد أثني الله -تعالى- عليه؛ فقال: {وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا} [الفرقان ٦٧]»^(٥٢). وفي موضع آخر من القرآن الكريم قال تعالى: {وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا} (الإسراء: ٢٩).

يقول القشيري في تفسيره: «لا تمسك عن الإعطاء فتكدي، ولا تسرف في البذل بكثرة ما تسدي، واسلك بين الأمرين طريقا وسطا»^(٥٣).

وجاء في كتاب التسهيل في علوم التنزيل: «لا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ استعارة في معنى غاية البخل كأن البخل حبست يده عن الإعطاء، وشدت إلى عنقه ولا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ استعارة في معنى غاية الجود، فنهى الله عن الطرفين: وأمر بالتوسط بينهما»^(٥٤).

وجاء في السنة ما يدل على التوسط في الأخلاق؛ فعن أبي هريرة رضي الله عنه قال: قال رسول الله ﷺ ((إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ صَالِحَ الْأَخْلَاقِ))^(٥٥).

يقول ابن عبد البر: ((وَهَذَا حَدِيثٌ مَدْنِيٌّ صَحِيحٌ وَيَدْخُلُ فِي هَذَا الْمَعْنَى: الصَّلَاحُ وَالْخَيْرُ كُلُّهُ.. وَالْعَدْلُ؛ فَبِذَلِكَ بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَهُ ﷺ))^(٥٦).

والعدل في الأخلاق: أن يكون بين طرفين مذمومين وسطا من دون إفراط ولا تفريط. وفي هذا يقول ابن القيم: «للاخلاق- حد متي جاوزته صارت- عدوانا،- ومتى قصرت- عنه كان- نقصا ومهانة،... وضابط هذا كله العدل، وهو الأخذ بالوسط الموضوع بين طرفي الإفراط والتفريط، وعليه بناء مصالح الدنيا والآخرة»^(٥٧).

ومما سبق يتبين أن لكل خلق حداً خاصاً به إذا فرط فيه الإنسان أو أفرط أخل به، ولتوضيح ذلك أذكر أمثلة على ذلك:

- ١- الغضب له حد وهو الشجاعة المحمودة والأنفة من الرذائل والنقائص وهذا كماله فإذا جاوز حده تعدى صاحبه وجار وإن نقص عنه جبن ولم يأنف من الرذائل^(٥٨).
- ٢- الحرص حده هو الكفاية في أمور الدنيا وحصول البلاغ منها، فمتى نقص من ذلك كان مهانة وإضاعة ومتى زاد عليه كان شرها ورغبة فيما لا تحمد الرغبة فيه.

(٥١) انظر: تفسير ابن كثير (٣/٣٢٥).

(٥٢) موعظة المؤمنين، للقاسمي (ص ٢٧٠).

(٥٣) تفسير القشيري (٢/٣٤٥).

(٥٤) (١/٤٥٥).

(٥٥) تقدم تخريجه.

(٥٦) التمهيد (٢٤/٣٣٤).

(٥٧) انظر هذه الأمثلة: المرجع السابق (ص ١٤٠-١٤١).

(٥٨) الفوائد (ص ١٣٩-١٤٠).

٣- الحسد حده هُوَ المنافسة في طلب الكمال والأنفة أن يتقدم عليه نظيره فمتى تعدى ذلك صار بغيا وظلما يتمنى معه زوال النعمة عن المحسود ويحرص على إبدائه ومتى نقص عن ذلك كان دناءة وضعف همة وصغر نفس.

٤- الجود له حد بين طرفين فمتى جاوز حده صار إسرافا وتبذيرا أو متى نقص عنه كان بخلا وتقتيرا.

٥- الشجاعة لها حد متى جاوزته صارت تهورا ومتى نقصت عنه صارت جبنا وخورا وحدها الإقدام في مواضع الإقدام والإحجام في مواضع الإحجام. ومما سبق يتبين أن المطلوب من المسلم عند التحلي بالأخلاق أن يأخذ بالوسط والاعتدال، بحيث يختار الحد الصحيح من الأخلاق، ويميزها عن غيرها، ولا يتجاوز المساحة المعينة لها سواء بالإفراط أو بالتقريط.

المبحث الثالث: الأخلاق نتاج الفطرة والاكْتساب

اختلفت آراء الناس وتعددت حول فطرية الأخلاق في الإنسان وعدمها؛ وجاء القرآن الكريم والسنة النبوية ليوضحا المفهوم الصحيح حولها؛ ليصورا بذلك صورة واقعية معتدلة. إن الأخلاق في مفهوم القرآن والسنة هي نتاج الفطرة والاكْتساب، فهي فطرية بحيث يُخلق الإنسان ويولد كامل العقل حسن الخلق، كما أنها مكتسبة بحيث يتصف بها الإنسان من خلال المجاهدة والتدريب وحمل النفس على الصفات التي يقتضيتها الخلق الحميد. قال تعالى: {وَنَفْسٍ وَمَا سَوَّاهَا} {٧} فَأَلْهَمَهَا فُجُورَهَا وَتَقْوَاهَا} {٨} قَدْ أَفْلَحَ مَنْ زَكَّاهَا} {٩} وَقَدْ خَابَ مَنْ دَسَّاهَا} [الشمس: ٧-١٠].

أي خلقها سووية مستقيمة على الفطرة القويمة، ثم بيّن لها الخير والشر، فمن زكى نفسه بالطاعة، وطهرها من الأخلاق الدنيئة والردائل؛ فقد أفلح، ومن أهملها، ووضع فيها بخذلانه إيّاها في الهوى وركوب المعاصي؛ فقد خاب وخسر^(٥٩).

وفي موضع آخر من القرآن قال تعالى: {فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا فِطْرَةَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا لَا تَبْدِيلَ لِخَلْقِ اللَّهِ ذَلِكَ الدِّينُ الْقَيِّمُ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ} [الروم: ٢٩]. قال السعدي: « وهذا الأمر الذي أمرناك به، هو {فِطْرَةَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا} ووضع في عقولهم حسننها، واستقبح غيرها، فإن جميع أحكام الشرع الظاهرة والباطنة، قد وضع الله في قلوب الخلق كلهم الميل إليها، فوضع في قلوبهم محبة الحق، وإيثار الحق، وهذا حقيقة الفطرة.

ومن خرج عن هذا الأصل، فلعارض عرض لفطرته أفسدها»^(٦٠). وأما في السنة فقد جاء أيضا تقرير أن الأخلاق نتاج الفطرة والاكْتساب، فعن النبي - ﷺ -: أنه قال: ((كُلُّ مَوْلُودٍ يُولَدُ عَلَى الْفِطْرَةِ فَأَبَوَاهُ يَهُودَانِهِ أَوْ يَنْصَرَانِهِ))^(٦١).

يقول ابن رجب: « الإنسان يولد مفطوراً على قبول الحق، فإن هداه الله سبب له من يعلمه الهدى، فصار مهتدياً بالفعل بعد أن كان مهتدياً بالقوة، وإن خذله الله، قَبِضَ له من يعلمه ما يُغير فطرته كما قال - صلى الله عليه وسلم -: ((كُلُّ مَوْلُودٍ يُولَدُ عَلَى الْفِطْرَةِ، فَأَبَوَاهُ يَهُودَانِهِ وَيَنْصَرَانِهِ وَيَمَجْسَانِهِ))^(٦٢) »^(٦٣).

^(٥٩) تفسير القرآن العظيم، لابن كثير (ص ١٥٨٩).

^(٦٠) تفسير السعدي (ص ٦٤١).

^(٦١) رواه البخاري في صحيحه رقم الحديث (١٣٨٥).

^(٦٢) تقدم تخريجه قريباً.

^(٦٣) جامع العلوم والحكم (٢/٦٣٣).

وفي حديث آخر أن النبي ﷺ قال للأشج بن عبد قيس: ((إِنَّ فِيكَ خَصْلَتَيْنِ يُحِبُّهُمَا اللَّهُ: الْحِلْمُ، وَالْأَنَاءُ. قَالَ: يَا رَسُولَ اللَّهِ كَمَا فِي أُمَّ حَدَّثَا؟ قَالَ: بَلْ قَدِيمٌ. قَالَ: قُلْتُ: الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي جَبَلَنِي عَلَى خُلُقَيْنِ يُحِبُّهُمَا))^(٦٤).

يقول ابن حجر معلقاً على هذا الحديث: «فَتَرَدِيدُهُ السُّؤَالَ وَتَقْرِيرُهُ عَلَيْهِ يُشْعِرُ بِأَنَّ فِي الْخُلُقِ مَا هُوَ جَبَلِيٌّ وَمَا هُوَ مَكْتَسَبٌ»^(٦٥).

فهذان الحديثان يدلان على أن الإنسان مفطور على الخلق الحسن.

وفي المقابل فإن هناك أحاديث تدل على أن الأخلاق تُكتسب بالمجاهدة والتدريب، منها: حديث: ((وَمَنْ يَسْتَعْفِفْ يُعِفَّهُ اللَّهُ، وَمَنْ يَسْتَغْنِ يُغْنِهِ اللَّهُ، وَمَنْ يَتَصَبَّرْ يُصَبِّرْهُ اللَّهُ، وَمَا أُعْطِيَ أَحَدٌ عَطَاءً خَيْرًا وَأَوْسَعَ مِنَ الصَّبْرِ))^(٦٦).

وحديث: ((إِنَّمَا الْعِلْمُ بِالتَّعَلُّمِ، وَإِنَّمَا الْحِلْمُ بِالتَّحَلُّمِ، وَمَنْ يَتَحَرَّ الْخَيْرَ يُعْطَهُ، وَمَنْ يَتَّقِ الشَّرَّ يُوقَهُ))^(٦٧).

جاء في فيض القدير في شرح الحديث: «الفضائل ضربان: نظري وعملي، وكل ضرب منها يحصل على وجهين؛ أحدهما: بتعلم بشري يحتاج إلى زمان وتدريب وممارسة ويتقوى الإنسان فيه درجة فدرجة... والثاني: يحصل بفيض إلهي نحو أن يولد إنسان عالماً بغير تعلم كعيسى ويحيى عليهما الصلاة والسلام وغيرهما من الأنبياء عليهم السلام الذين حصل لهم من المعارف بغير ممارسة ما لم يحصل لغيرهم... فقد يكون بالطبع كصبي يوجد صادق اللهجة وسخياً وجريئاً وآخر بعكسه وقد يكون بالتعلم والعادة»^(٦٨).

وهذه الوسطية في فهم الأخلاق من حيث أنها نتاج الفطرة والاكْتساب لها أهمية تبرز من خلال: - أثارها في الفهم ومن ثم الحكم والتطبيق السلوكي للأخلاق؛ ذلك أن البعض يؤول أو يسند تصرفاته الخلقية الخاطئة إلى عاداته المتأصلة في النفس وعدم قدرته على التغيير والتبديل، وكأنها أضحت أخلاقاً جبلية لا تقبل التحسين، ولا يمكن تركها بخير منها.

وفي الجانب الآخر يلاحظ أن البعض يعتذر عن تحسين أخلاقه واكتساب جميل العادات بحجة أنها غير فطرية، فمهما حاول في اكتساب معالي الأمور؛ والتخلق بها؛ فإنها لا تكون راسخة في النفس؛ ولا تثبت على الدوام، بما يؤدي به إلى اليأس من تغيير الأخلاق والسلوك نحو الأفضل والكمال الخلقى.

- ما لها من صلة وثيقة بالتطبيق الفعلي للخلق؛ إذ إن معرفة الفطرة الخلقية لدى الإنسان تساعد أن يوجهها إلى محاسن الأخلاق، ويتخذ الأسلوب المناسب لتهدئتها، والحد من مساوئها. كما يمكن من خلال معرفته بالفطرة تعميق هذا الخلق، وترسيخه بأسهل الطرق وأيسرها.

المبحث الرابع: الرسوخ والاستمرارية

غير خاف أن الشرع هو مصدر التكليف، والموضح للأحكام والأخلاق والمعاملات؛ فالدين الإسلامي مصدر ثمر بالقواعد الخلقية ومعايير القيم والمبادئ السمحة. فالقرآن الكريم وضح أحوال النفس البشرية بجميع جوانبها المختلفة: نفسياً، وفكرياً وأخلاقياً، وتعبدياً... إلخ، فما من قضية خلقية تهم الإنسان، وتمت له بصلته إلا ووضحها غاية التوضيح، وبين معالمها غاية التبيان، ورسم لها الطريق الأقوم والسبيل الأمثل في ذلك.

^(٦٤) رواه مسلم في صحيحه: رقم الحديث (٢٥).

^(٦٥) فتح الباري (٤٥٩/١٠).

^(٦٦) رواه البخاري في صحيحه: رقم الحديث (١٤٦٩) ومسلم في صحيحه: رقم الحديث (١٠٥٣) واللفظ للبخاري.

^(٦٧) رواه الطبراني في الأوسط رقم الحديث (٢٦٦٣)، وابن شاهين في الترغيب رقم الحديث (٢٤٣) وصححه الألباني في صحيح الجامع رقم الحديث (٢٣٢٨).

^(٦٨) فيض القدير، للمناوي (٥٦٩/٢-٥٧٠).

وإلى جانب ذلك المصدر الأصيل، فإن السنة النبوية كانت تطبيقاً عملياً، وسلوكاً يترجم ما ورد في القرآن الكريم على أرض الواقع. فهي مدرسة أخلاقية متكاملة متناسقة لجميع جوانب الإنسان الخلقية، حيث وضّحت الأخلاق الحسنة، وحثت عليها بجميع الوسائل والأساليب، وفي الوقت نفسه فإنها بيّنت سيء الأخلاق، وعواقبها الوخيمة، وحثّت الناس منه، إضافةً إلى أنها عالجت جميع الانحرافات الأخلاقية، والمشكلات السلوكية، بأسلوب فريد يتلاءم مع طبيعة النفس البشرية.

ومن هنا فإن من خصائص الأخلاق الإسلامية أن معيارها هو القرآن الكريم والسنة النبوية والعقل، فالحسن من الأخلاق ما يحمد شرعاً وعقلاً، والقبح ما يذم شرعاً وعقلاً.

وهذه الخصيصة تعطي للأخلاق الإسلامية صفة الرسوخ والاستمرارية، فهي لا تتغير بتغير المجتمع وحاجاته المالية والنفسية وغيرها، ولا تتبدل بتبدل الأزمنة والأحوال، وهذا الأمر يعدّ من أهم خصائص الأخلاق الإسلامية وأعظم مميزاتها التي تتفرد بها عن القيم والأخلاق الوضعية التي يتعارف عليها الناس بعيداً عن وحي الله المبارك^(٦٩)؛ إذ أنّ الاتجاه الذي يرى أن مصدر الخلق العقل أو الاعتماد على الذات أو المنفعة المالية أو الوقتية أو الحاجية غير ثابت على أصول أخلاقية، فإنها سرعان ما تنقل الرذيلة فضيلة والصفة المذمومة حسنة لمجرد التغيير أو اتباع الهوى أو غير ذلك^(٧٠)، فمثلاً التاجر الذي يستعمل الصدق والوفاء والإتقان لا من أجل الصدق والوفاء والإتقان ديانة وتعبداً ومراقبة لله تعالى، بل من أجل الربح وترويج البضاعة لا يلبث حين يجد الربح بوسيلة أخرى غير هذه الأخلاق، فإنه ولاشك سيهجرها؛ «لأنه في الحقيقة لم يتصف في نفسه بهذه الأخلاق، وإنما استعملها حين وجد الفائدة في استعمالها، وبهذا تتعثر عملية التنمية، ولا تسير في طريق مستقيم»^(٧١).

ولذا فإن القرآن الكريم والسنة النبوية يعرضان الأخلاق مرتبطة بالإيمان والعقيدة حتى تكون راسخة وثابتة لا تتغير بتغير المصالح والحاجات.

قال تعالى: {لَيْسَ الْبِرَّ أَنْ تُولُوا وَجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَآتَى الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَآتَى الزَّكَاةَ وَالْمُؤْفُونَ بَعْدَهُمْ إِذَا عَاهَدُوا وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ وَالضَّرَّاءِ وَحِينَ الْبَأْسِ أُولَئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ} [البقرة: ١٧٧].

فهذه الآيات جمعت أمور العقيدة من الإيمان بالله ﷻ واليوم الآخر والكتاب والنبیین وبين أمور في الأخلاق وهو الوفاء بالعهد والصبر والصدق والتقوى.

ومما يؤكد ارتباط الأخلاق بالعقيدة أن القرآن الكريم كثيراً ما يحثّ على الأخلاق الفاضلة، فيبدأ بالإيمان قبل الأمر بها، وفي ذلك إشارة إلى أن الإيمان يقتضي ذلك^(٧٢)، وأن الأخلاق من ثمار الإيمان؛ ومن ذلك قوله تعالى في الحث على التقوى قال: {يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ} [التوبة: ١١٩].

وفي السنة قوله ﷺ: ((أَكْمَلُ الْمُؤْمِنِينَ إِيمَانًا أَحْسَنُهُمْ خُلُقًا))^(٧٣).
فالحديث بيّن أن الأخلاق من علامات كمال الإيمان؛ فالمسلم كلما حسن خلقه وجمل آدابه كان أكمل إيماناً، وأقرب منزلة عند ربه.

وفي المقابل فإن فيه تلميحاً أن الإيمان له تأثير بالغ على البواعث التي تؤثر في سلوك الإنسان وأخلاقه وتصرفاته؛ ولهذا فالمؤمن ترتقي أخلاقه وتكمل بقدر تمكّن العقيدة من قلبه، ويهبط سلوكه بقدر ضعف إيمانه^(٧٤).

(٦٩) مسؤولية الأب المسلم في تربية الولد في مرحلة الطفولة، لعبدان باحارث (ص ٩٣).

(٧٠) المسؤولية الخلقية والجزاء عليها، لأحمد الحلبي (ص ٢٢).

(٧١) التربية المهنية والحرفية في الإسلام، لجمال الهندي (ص ٣٥١).

(٧٢) تربية الرسول ﷺ - لأصحابه في الناحية الأخلاقية، للصادق عمر فضل الله (ص ١٣٩) والفساد الخلق في المجتمع ناصر بن عبد الله التركي (ص ٧).

(٧٣) تقدم تخرجه.

كما أن القرآن الكريم والسنة النبوية يوجهان المسلم أن يخلصوا نياتهم في سلوكياتهم حتى تكون قربة وعبادة لله سبحانه وتعالى لا تدخلها المصالح الدنيوية؛ قال ﷺ: { وَمَا أَمْرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ } [البينة: ٥]

في الحديث الصحيح: ((أَنْ رَجُلًا جَاءَ إِلَى النَّبِيِّ ﷺ - فَقَالَ: الرَّجُلُ يُقَاتِلُ لِلْمَغْنَمِ، وَالرَّجُلُ يُقَاتِلُ لِلذَّكْرِ، وَالرَّجُلُ يُقَاتِلُ لِيُرَى مَكَانَهُ، فَمَنْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ؟ قَالَ: مَنْ قَاتَلَ لِيَكُونَ كَلِمَةً لِلَّهِ هِيَ الْعُلْيَا فَهُوَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ))^(٧٥).

ولا شك أن استحضار النية عند العمل الخلقى يكون لدى المسلم التقويم الذاتي المتمثل في مراقبة الله -ﷻ- في جميع الشؤون والأعمال، بما يكسبه الاستمرارية في التخلق بالأخلاق الحسنة والثبات عليها؛ لأن مقصوده الأول من تطبيقه الأخلاق هو ابتغاء وجه الله ﷻ ورغبة في رضاه، وليس لأجل منفعة وقتية تنتهي بانتهاء المصالح الدنيوية.

المبحث الخامس: الواقعية

إن منهج القرآن الكريم والسنة النبوية في الجانب الأخلاقي منهج واقعي؛ ولذا حينما يطالبان المسلم بالتأدب بالأخلاق الكريمة فإنه يطالبانه بما يوافق قدراته واستعداداته النفسية؛ قال تعالى: { لَا يَكْفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا } [البقرة: ٢٨٦].
ومن الشواهد على هذه الواقعية:

١- مراعاة تفاوت الناس في تحقيق الأخلاق وإقرارهم على ذلك:

فالناس متفاوتون في أداء الواجبات والتحلي بالأخلاق الحسنة؛ فمنهم يكون طموحاً سباقاً لطلب معالي الأمور، ومنهم من يكون مقتصداً، ومنهم دون ذلك؛ قال تعالى: { ثُمَّ أَوْرَثْنَا الْكِتَابَ الَّذِينَ اصْطَفَيْنَا مِنْ عِبَادِنَا فَمَنْهُمْ ظَالِمٌ لِنَفْسِهِ وَمِنْهُمْ مُقْتَصِدٌ وَمِنْهُمْ سَابِقٌ بِالْخَيْرَاتِ بإِذْنِ اللَّهِ ذَلِكَ هُوَ الْفَضْلُ الْكَبِيرُ } [فاطر: ٣٢].

فالآية شملت الأصناف الثلاثة على اختلاف مراتبهم وجعلهم من الأمة التي اصطفاه الله ﷻ، يقول السعدي رحمه الله: « فكلهم اصطفاه الله تعالى لوراثته هذا الكتاب، وإن تفاوتت مراتبهم، وتميزت أحوالهم، فكل منهم قسط من وراثته حتى الظالم لنفسه، فإن ما معه من أصل الإيمان من وراثته الكتاب؛ لأن المراد بوراثته الكتاب وراثته علمه وعمله ودراسة ألفاظه واستخراج معانيه»^(٧٦).

وجاء في السنة ما يبين تفاوت الناس في العبادات والأخلاق والمعاملات، قال ﷺ مبيناً تفاوت الصحابة في الأعمال والأخلاق مع جلاله قدرهم وعظيم مكانتهم: ((أرحم أمتي بأمتي أبو بكر، وأشدهم في أمر الله عمر، وأصدقهم حياء عثمان، وأعلمهم بالحلال والحرام معاذ بن جبل، وأفرضهم زيد بن ثابت، وأقروهم أبي بن كعب، ولكل أمة أمين. وأمين هذه الأمة أبو عبيدة بن الجراح))^(٧٧).

٢- توضيح أمهات الأخلاق وأصولها، بما يعين المسلم على تحقيقها على أكمل وجه:

من وسطية القرآن الكريم والسنة النبوية أنهما وضحا أمهات الأخلاق وأصولها، ولذا لا «يجهل المسلم أن الله يأمر بالعدل والإحسان بالوالدين، وبذي القربى واليتامى، والمساكين.. ولا يجهل مسلم أن الإسلام يبارك فضائل الصدق والأمانة والوفاء والصبر والعفاف...»^(٧٨)
قال تعالى: { وَوَقَضَى رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا إِمَّا يَبُلُغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا آفٌ وَلَا تُنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا } {٢٣} { وَأَخْفِضْ لَهُمَا جَنَاحَ الذَّلِّ مِنْ

^(٧٤) أصول التربية الإسلامية لخالد الحازمي (ص: ١١٣).

^(٧٥) أخرجه البخاري في صحيحه رقم الحديث (٢٨١٠)، ومسلم في صحيحه رقم الحديث (١٩٠٤) واللفظ للبخاري.

^(٧٦) تفسير السعدي (ص: ٦٨٩).

^(٧٧) أخرجه الترمذي في سننه: رقم الحديث (٣٧٩٠) وقال: هذا حديث حسن غريب.

^(٧٨) الوسطية في القرآن الكريم، للدكتور محمد الصلابي (ص: ٤٥٦).

الرَّحْمَةَ وَقُلْ رَبِّ ارْحَمْهُمَا كَمَا رَبَّيَانِي صَغِيرًا {٢٤} رَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَا فِي نُفُوسِكُمْ إِنْ تَكُونُوا صَالِحِينَ فَإِنَّهُ كَانَ لِلأَوَّابِينَ غَفُورًا {٢٥} وَأَتِ ذَا الْقُرْبَى حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذُرْ نَبْذِيرًا {٢٦} إِنَّ الْمُبْدِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا {٢٧} وَإِمَّا تُعْرِضَنَّ عَنْهُمْ ابْتِغَاءَ رَحْمَةٍ مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ قَوْلًا مَّيْسُورًا {٢٨} وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا {٢٩} إِنْ رَبَّكَ يَبْسُطُ الرِّزْقَ لِمَن يَشَاءُ وَيَقْدِرُ إِنَّهُ كَانَ بِعِبَادِهِ خَبِيرًا بَصِيرًا {٣٠} وَلَا تَقْتُلُوا أَوْلَادَكُمْ خَشْيَةَ إِمْلَاقٍ نَّحْنُ نَرْزُقُهُمْ وَإِيَّاكُمْ إِنْ قَتَلْتُمْ كَانَتْ خَطَاً كَبِيرًا {٣١} وَلَا تَقْرَبُوا الزَّوْجَ إِنَّهُ كَانَ فَاحِشَةً وَسَاءَ سَبِيلًا {٣٢} وَلَا تَقْتُلُوا النَّفْسَ الَّتِي حَرَّمَ اللَّهُ إِلَّا بِالْحَقِّ وَمَن قُتِلَ مَظْلُومًا فَقَدْ جَعَلْنَا لَوْلِيهِ سُلْطَانًا فَلَا يَسْرِفُ فِي الْقَتْلِ إِنَّهُ كَانَ مَنْصُورًا {٣٣} وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا {٣٤} وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزَنُوا بِالْقِسْطِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا {٣٥} وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا {٣٦} وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّكَ لَن تَخْرِقَ الْأَرْضَ وَلَن تَبْلُغَ الْجِبَالَ طُولًا {٣٧} كُلُّ ذَلِكَ كَانَ سَيِّئُهُ عِنْدَ رَبِّكَ مَكْرُوهًا {٣٨} [الإسراء: ٢٣-٣٧].

فالأيات السابقة احتوت على أمهات الأخلاق ومساوئها بما يدل على عناية القرآن الكريم في الحث على التخلق بها والتحذير من مساوئها.

٣-مراعاة الأخطاء الخلقية والدعوة إلى إصلاحها:

لا يخلو البشر من ارتكاب الأخطاء الخلقية؛ لأن النفس جبلت على حب الشهوات وارتكاب المنكرات؛ قال تعالى: {زُيِّنَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ الْمُقَنْطَرَةِ مِنَ الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ وَالْخَيْلِ الْمُسَوَّمَةِ وَالْأَنْعَامِ وَالْحَرْثِ ذَلِكَ مَتَاعُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَاللَّهُ عِنْدَهُ حُسْنُ الْمَآبِ} [آل عمران: ١٤].

وقال ﷺ: ((كل ابن آدم خطاء، وخير الخطائين التوابون))^(٧٩).

ولذا فإن من وسطية القرآن الكريم والسنة النبوية في الجانب الخلقى أنها تقدر الطبيعة البشرية وتراعي حقيقتها، وتدعو من وقع في سفاسف الأخلاق إلى إصلاح الخطأ بالتوبة والاستغفار وإتباع السيئة بالحسنة، قال تعالى: {وَتُوبُوا إِلَى اللَّهِ جَمِيعًا أَيُّهَا الْمُؤْمِنُونَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ} [النور: ١٣].

وقال ﷺ: {وَالَّذِينَ إِذَا فَعَلُوا فَاحِشَةً أَوْ ظَلَمُوا أَنْفُسَهُمْ ذَكَرُوا اللَّهَ فَاسْتَغْفَرُوا لِذُنُوبِهِمْ وَمَنْ يَغْفِرِ اللَّهُ لَهُمْ لَمْ يُصِرُّوا عَلَىٰ مَا فَعَلُوا وَهُمْ يَعْلَمُونَ} [آل عمران: ١٣٥].

وفي الحديث: ((اتق الله حيثما كنت وأتبع السيئة الحسنة تمحها وخالق الناس بخلق حسن))^(٨٠).

٤- الواقعية في الحكم الأخلاقي:

من أخلاقيات الإسلام أنه لا يحكم لشخص بخلق ما إذا صدرت منه على وجه الندرة؛ سواء لعارض أم لحاجة؛ فلا يصف الكريم بالبخل إذا طرأ له طارئ مالي ولم يبذل في حاجات الناس، وفي المقابل من يصدر عنه الإنفاق على وجه الندرة لمصلحة شخصية لا يقال: خلقه السخاء ما لم يثبت ذلك في نفسه ثبوت رسوخ.

وهذا الحكم السلوكي مستنبط من الحديث الصحيح الذي رواه البخاري أن النبي صلى الله عليه وسلم قال عن ناقته القصواء: ((ما خلأت القصواء، وما ذاك لها بخلق))^(٨١) يقول ابن حجر

^(٧٩) رواه الترمذي في سننه: رقم الحديث (٢٤٩٩)، وابن ماجه في سننه: رقم الحديث (٤٢٥١)، واللفظ للترمذي وصححه الألباني في صحيح الجامع رقم الحديث (٤٥١٥).

^(٨٠) رواه الترمذي في سننه: رقم الحديث (١٩٨٧)، وقال: هذا حديث حسن صحيح، والحاكم في مستدركه رقم الحديث (١٧٨) وقال: هذا حديث صحيح على شرط الشيخين ولم يخرجاه.

^(٨١) رواه البخاري رقم الحديث (٢٧٣١).

رحمه الله: «جواز الحكم على الشيء بما عرف من عاداته، وإن جاز أن يطرأ عليه غيره، فإذا وقع من شخص هفوة لا يعهد منه مثلها لا ينسب إليها»^(٨٢).

الخاتمة:

بعد جمع المصادر والمراجع وصياغة البحث على قالب البحث العلمي فإن الباحث قد توصل إلى الاستنتاجات والتوصيات الآتية:

أولاً: الاستنتاجات:

- ١- أن الوسطية في اللغة وفي استعمال الشرع لا يخرج معناها عن العدل والخيرية والتوسط بين شيء مذمومين.
- ٢- الخلق في الاصطلاح على مفهومين: المفهوم العام بمعنى القرآن والإسلام، والمفهوم الخاص هو ما يتصف به الإنسان من سلوكيات راسخة في النفس، بحيث تصدر منه بسهولة من غير حاجة إلى فكر وروية.
- ٣- وسطية الأخلاق تعني: خيرية الأخلاق الإسلامية والاعتدال والتوازن عند التطبيق بما يعين على التحلي بها على الوجه الصحيح في بُعد عن ارتكاب السلوكيات الخاطئة.
- ٤- أن للأخلاق أهمية ومكانة في الدين؛ وقد تضمن القرآن الكريم والسنة النبوية نصوصاً كثيرة تدل على أهميتها ومكانتها.
- ٥- من مظاهر وسطية الأخلاق الإسلامية: الشمولية، والعدل في الأخلاق، والأخلاق نتاج بين الفطرة والاكتساب، والثبات والاستمرارية، والواقعية.

ثانياً: التوصيات:

- ١- العمل على تصحيح المفاهيم الخاطئة حول الأخلاق، وذلك بتوضيح شموليتها وعدلها وخيريتها.
- ٢- أفراد دراسات تعني بتقعيد الأخلاق من خلال النصوص الشرعية والخروج بنتائج تفيد في تنمية الجانب الأخلاقي في المسلم.
- ٣- ضرورة تكثيف الدراسات حول أهمية الأخلاق ومكانتها وكيفية بنائها بما يعين على التطبيق السلوكي لها.
- ٤- العمل على إظهار وسطية الأخلاق من المفاهيم النظرية إلى التطبيق العملي من خلال التركيز عليها في بناء المنهاج الدراسي، وكذا من خلال المواقف التربوية المختلفة في البيئة المنزلية والمدرسية ووسائل الإعلام وسائر ميادين العلم والدعوة.

المصادر والمراجع

القرآن الكريم.

إحياء علوم الدين، أبو حامد محمد الغزالي، دار الكتب العلمية بيروت لبنان ط الأولى ١٤١٩هـ-١٩٩٨م.

الأخلاق الفاضلة: قواعد ومنطلقات لاكتسابها، د. عبد الله ضيف الله الرحيلي، مطبعة سفير، الرياض، ط الأولى ١٤١٧هـ-١٩٩٦م.

أسس التربية الإسلامية في السنة النبوية، عبد الحميد الصيد الزنتاني ط ٢ (١٩٩٣م) الدار العربية للكتاب، ليبيا، تونس.

أصول التربية الإسلامية، خالد بن حامد الحازمي، دار عالم الكتب، الرياض، ط الأولى ١٤٢٠هـ.

(٨٢) فتح الباري (٣٣٥/٥).

- الندمية، أحمد بن عبدالحليم ابن تيمية، تحقيق محمد بن عودة السعوي، مكتبة العبيكان، ط الخامسة، ١٤١٩هـ-١٩٩٨م.
- التربية الأخلاقية الإسلامية، مقاد يالجن، مكتبة الخانجي، مصر، الطبعة الأولى ١٣٩٧هـ-١٩٧٧م.
- تربية الرسول ﷺ - لأصحابه في الناحية الأخلاقية، الصديق عمر أحمد فضل الله، رسالة ماجستير، قسم الدعوة، كلية الدعوة وأصول الدين، الجامعة الإسلامية، المدينة المنورة، عام ١٤٠٧هـ.
- التربية المهنية والحرفية في الإسلام، جمال محمد الهندي، دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع، المنصورة، مصر، ط الأولى ١٤٢٠هـ-٢٠٠٠م.
- التسهيل لعلوم التنزيل (تفسير ابن جزي)، محمد بن أحمد ابن جزي، تحقيق: د. عبدالله الخالدي، شركة دار الأرقم بن أبي الأرقم، بيروت، ط الأولى ١٤١٦هـ.
- التعريفات، علي بن محمد الجرجاني، دار الكتب العلمية، بيروت، ط الأولى ١٤٠٣هـ - ١٩٨٣م.
- تفسير القرآن العظيم، ابن كثير، إشراف محمود الأرنؤوط، مكتبة الرشد، الرياض، ط الأولى ١٤٢٢هـ.
- تفسير القرآن العظيم، إسماعيل بن عمر ابن كثير الدمشقي، تحقيق: سامي بن محمد سلامة، دار طيبة للنشر والتوزيع، ط ٢، ١٤٢٠هـ-١٩٩٩م.
- تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان، عبدالرحمن السعدي،، اعتنى به عبدالرحمن بن معلا اللويحق، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط الأولى ١٤٢١هـ.
- جامع البيان (تفسير الطبري) محمد بن جرير بن الطبري، تحقيق: أحمد محمد شاكر، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط الأولى، ١٤٢٠هـ - ٢٠٠٠م.
- جامع العلوم والحكم، عبدالله بن أحمد ابن رجب، تحقيق: شعيب الأرنؤوط، الرسالة، بيروت، ط السابعة، ١٤٢٢هـ-٢٠٠١م.
- جوانب التربية الإسلامية الأساسية، مقاد يالجن، مؤسسة دار الريحاني للطباعة والنشر، بيروت لبنان، ط الأولى ١٤٠٦هـ - ١٩٨٦م.
- دور التربية الأخلاقية الإسلامية لبناء الفرد والمجتمع والحضارة الإنسانية، مقاد يالجن، دار عالم الكتب، الرياض، ط الأولى ١٤١٦هـ-١٩٩٦م.
- الذريعة إلى مكارم الشريعة، الراغب الأصفهاني، دار الكتب العلمية، بيروت لبنان، ط الأولى ١٤٠٠هـ-١٩٨٠م.
- سلسلة الأحاديث الصحيحة، محمد ناصر الدين الألباني، مكتبة المعارف للنشر والتوزيع، الرياض، ط ١٤١٥هـ-١٩٩٥م.
- السنن، أبو داود سليمان بن الأشعث السجستاني، إشراف صالح عبدالعزيز آل الشيخ، دار السلام، الرياض، ط الأولى محرم ١٤٢٠هـ-١٩٩٩م.
- السنن، محمد بن عيسى الترمذي، إشراف صالح عبدالعزيز آل الشيخ، دار السلام، الرياض، ط الأولى محرم ١٤٢٠هـ- أبريل ١٩٩٩م.
- شرح أصول اعتقاد أهل السنة والجماعة، أبو القاسم هبة الله اللالكائي، تحقيق أحمد حمدان، دار طيبة للنشر والتوزيع، الرياض، (د.ت).
- شعب الإيمان، أحمد بن الحسين البيهقي، تحقيق محمد زغلول، دار الكتب العلمية، بيروت لبنان، ط الأولى ١٤١٠هـ-١٩٩٠م.
- صحيح البخاري، محمد بن إسماعيل البخاري، دار السلام، الرياض، ط الأولى ١٤١٧هـ.
- صحيح الجامع الصغير وزيادته، محمد ناصر الدين الألباني، المكتب الإسلامي، ط الثالثة ١٤٠٨هـ-١٩٨٨م.
- صحيح مسلم، مسلم بن الحجاج النيسابوري، خدمة محمد فؤاد عبدالباقي، دار الفكر، بيروت، ط ١٣٩٨هـ.
- الفساد الخلقي في المجتمع، ناصر بن عبد الله التركي، طبع ونشر وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد، الرياض، الطبعة الأولى ١٤٢٣هـ.
- الفوائد، لابن القيم الجوزية، تحقيق: الحسين أيت سعيد، دار المعرفة، الدار البيضاء، المغرب (د.ت).

فيض القدير شرح الجامع الصغير، عبدالرؤف بن تاج المناوي، المكتبة التجارية الكبرى، مصر، ط الأولى ١٣٥٦هـ.

لسان العرب، ابن منظور، دار إحياء التراث الإسلامي، بيروت، لبنان، ط الثانية ١٤١٧هـ.

لطائف الإشارات (تفسير القشيري)، عبدالكريم بن هوازن القشيري، تحقيق: إبراهيم البسيوني، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، ط ٣ (د.ت).

محاسن التأويل، محمد جمال الدين القاسمي، تحقيق محمد فؤاد عبدالباقي، مؤسسة التاريخ العربي، بيروت لبنان، ط الأولى ١٤١٥هـ-١٩٩٤م.

مختار الصحاح، محمد بن أبي بكر الرازي، اعتناء نجوى أنيس ضو، دار إحياء التراث العربي، ط الأولى ١٤١٩هـ-١٩٩٩م.

مسؤولية الأب المسلم في تربية الولد في مرحلة الطفولة، عدنان حسن باحارث، دار المجتمع للنشر والتوزيع، جدة، ط السادسة، ١٤١٨هـ-١٩٩٧م.

المسؤولية الخلقية والجزاء عليها، أحمد بن عبد العزيز بن محمد الحلبي مكتبة الرشد الرياض، ط الأولى ١٤١٧هـ-١٩٩٦م. المستدرك على الصحيحين، محمد بن عبدالله الحاكم، تحقيق: مصطفى عبدالقادر عطا، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، ط الأولى، ١٤١٥هـ.

المسند، أحمد بن حنبل الشيباني، ط الثانية، ١٣٩٨هـ-١٩٧٨م. (د.ن).

المصباح المنير في غريب الشرح الكبير، أحمد بن محمد الفيومي، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، (د.ت).

معالم التنزيل في تفسير القرآن (تفسير البغوي)، الحسين بن مسعود البغوي، تحقيق: عبدالرزاق المهدي، دار إحياء التراث العربي، بيروت، ط الأولى ١٤٢٠هـ.

معجم مقاييس اللغة، أحمد بن فارس، تحقيق عبدالسلام هارون، دار الفكر (د.ت).

المفردات في غريب القرآن، الراغب الأصفهاني، ضبطه وراجعته: محمد خليل عيتاني، دار المعرفة، بيروت، لبنان، ط الأولى ١٤١٨هـ-١٩٩٨م.

المقاصد الحسنة في بيان كثير من الأحاديث المشتهرة على الألسنة، محمد عبدالرحمن السخاوي، تصحيح وتعليق عبدالله محمد الصديق، دار الكتب العلمية، بيروت لبنان، ط الأولى ١٣٩٩هـ-١٩٧٩م.

موعظة المؤمنين من إحياء علوم الدين، محمد جمال الدين القاسمي، تحقيق عاصم بهجة البيطار، دار النفائس للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت لبنان، ط الثانية ١٤١٤هـ-١٩٤٤م.

وسطية القرآن الكريم، د. محمد علي الصلابي، مكتبة الصحابة، الإمارات، الشارقة، ط الأولى ١٤٢٢هـ.

وسطية أهل السنة بين الفرق، د. محمد باكريم محمد با عبدالله، دار الراية للنشر والتوزيع، الرياض، ط الأولى ١٤١٥هـ-١٩٩٤م.

أثر الأنشطة اللاصفية الموجهة في تنمية الحاجة إلى المعرفة والتوجهات المستقبلية لدى الطلاب الموهوبين بالمرحلة الثانوية

مهنا عبد الله الدلامي (*)

الملخص: تهدف هذا الدراسة إلى إعداد أنشطة لاصفية موجهة، والكشف عن فاعليتها في تنمية الحاجة إلى المعرفة والتوجهات المستقبلية لدى الطلاب الموهوبين بالمرحلة الثانوية. وقد تكونت عينة الدراسة من (١٩) طالباً من الصفين الأول والثاني الثانوي بمدارس الأناجيل الأهلية، بمحافظة الأحساء بالسعودية، تم اختيارهم وفقاً لمعايير المركز الوطني للقياس والتقويم لتحديد الطلاب الموهوبين والتي تتمثل في: (١) الحصول على درجة مئوية تقع ضمن أعلى ٥% على اختبار القدرات المقنن على البيئة السعودية، (٢) تحصيل دراسي عام يتراوح بين ٩٠-١٠٠%، واستغرق تطبيق البرنامج (٨) أسابيع. وقام الباحث بإعداد وتنفيذ الأنشطة اللاصفية الموجهة، وقد تم تطبيق مقياس الحاجة إلى المعرفة، ومقياس التوجهات المستقبلية على الطلبة المشاركين في بداية تنفيذ الأنشطة وبعد نهايتها، وأظهرت نتائج اختبار Wilcoxon للمجموعات المرتبطة وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية في التطبيق القبلي والبعدي على الحاجة إلى المعرفة، وعلى أبعاد (التخطيط للمستقبل، ومنظور الوقت، وتوقع عواقب المستقبل)، والدرجة الكلية للتوجهات المستقبلية. وقد تم مناقشة وتقديم بعض التوصيات المرتبطة بنتائج البحث وموضوعه.

الكلمات المفتاحية: الأنشطة اللاصفية، والأنشطة اللاصفية الموجهة، والحاجة إلى المعرفة، والتوجهات المستقبلية.

The Effect of Oriented Non-Classroom Activities on Developing the need for knowledge and Future Orientations of High School Gifted Students

Mahanna A. Aldulami

Abstract: The current study aims at developing oriented non-classroom activities, and also to discover their effectiveness in developing the need for knowledge and future orientations of high school gifted students. The subjects of the study consisted of 19 students from the first and second grades of Al- anjal civil secondary schools at Al-Ahsa in Saudi Arabia. The sample of the study were selected according to the criteria of the National Center for measurement and evaluation to identify gifted students which include: (1) being among the top 5 percentile in the ability test designed for the Saudi secondary students, (2) academic achievement ranges from 90-100%. The administration of the program lasted for 8 weeks. The researcher prepared and administrated oriented non-classroom activities, the scale of need for knowledge, and the scale of future orientations had been applied to the participating students at the beginning and at the end of these activities. The results of Wilcoxon test for correlated groups showed that there were statistically significant differences between the mean scores of the experimental group in the pre and post application on the need for knowledge, on the dimensions of (planning for the future, perspective of time, and predicting the consequences of the future), and the overall degree of future orientations. Recommendations and suggestions for further research were provided based on these study results.

Keywords: non-classroom activities, oriented non-classroom activities, need for knowledge, future orientations.

المقدمة:

أصبح الاهتمام بالموهوبين ضرورة في عصر التميز والتسابق في كافة المجالات، فالموهوبين هم الثروة الوطنية الحقيقية للمجتمع والمنطلق الأساسي للتطور والتقدم لحضارات الأمم، لذا فإن رعايتهم وإشباع حاجاتهم وحسن توجيههم يعد أفضل أنواع الاستثمار في الرأس المال البشري، ومنطلق الاهتمام بالموهوبين نابع من دراسة واعية لخصائصهم وما قد ينتج عنها من تميز، أو ظهور لكثير من المشكلات التي تؤثر على أدائهم.

وتقدم النماذج التفاعلية الحديثة للموهبة مفهوم الموهبة كبناء معقد يتألف من عوامل معرفية وجدانية، (e.g., Renzulli, 2003, 2005; Heller, Pertel, & Lim, 2005; Gagné, 2003, 2005; Ziegler & Stoeger, 2007). وينظر الباحثون في مجال الموهبة إلى تلك العوامل على أنها مترابطة ومتفاعلة؛ فطريقة أداء الفرد لعمل ما بطريقة معرفية تتأثر بالجوانب الوجدانية للفرد وتؤثر فيها أيضاً (Ziegler & Heller, 2000). وتطور الموهبة يتطلب تكامل القدرة العقلية وكثير من العوامل غير العقلية بصرف النظر عن المجالات التي تظهر فيها الموهبة (Tannenbaum, 2003). هذه العوامل يمكن أن تكون لها تأثيرات أو إسهامات نسبية متباينة على تطور الأداء الموهوب (إبراهيم وأيوب، ٢٠١١).

ويعتبر مصطلحي الحاجة إلى المعرفة *the Need of Cognition*، والتوجهات المستقبلية *Future Orientations* من أكثر المصطلحات الشائعة في البحوث المعرفية والوجدانية التي اهتمت بدراسة الدافعية والمستقبل في مجال علم النفس والاجتماع والتربية (Carstensen, Isaacowitz & Charles, 1999; Husman & Lens, 1999; Simons, Vansteenkiste, Lens & Lacante, 2004).

فالحاجة إلى المعرفة شكل من أشكال الدافعية الداخلية للانفعال بالتفكير الذي يتطلب المزيد من الجهد، فعندما يكون الأفراد مدفوعين داخلياً للانفعال بنشاط ما يجدون أن هذا النشاط يتضمن مكافأة ذاتية، وهكذا يستمر الأفراد في بذل هذا النشاط مع غياب المكافآت الخارجية لأنهم يحسون بالميل والمتعة والإثارة، ويفسر هذا الجانب الانفعالي للحاجة إلى المعرفة لماذا يجد الطلاب ذوو الحاجة المرتفعة إلى المعرفة في التفكير نشاطاً ممتعاً (جرادات، والعلي، ٢٠١٠). وتستخدم الحاجة إلى المعرفة كمقياس للتعليم لأنها ترتبط بالنمو المعرفي (Goodman, 2011). كما ينظر إليها كمخرج أو ناتج مرغوب للتعليم (Association of Disered Learning Outcome, 2002) وأشارت (Coutinho, 2006) أن هناك علاقة بين الحاجة إلى المعرفة وبين النجاح، والأداء الأكاديمي، وتضيف أن الطلاب ذوي المستويات المرتفعة من الحاجة إلى المعرفة يستخدمون استراتيجيات تعلم شمولية، وعميقة تترجم إلى مستويات أعلى من الفهم، ومن ثم الوصول إلى مستويات أفضل من الأداء للمهام التعليمية، ومختلف المواقف التي تواجههم.

وفقاً لكل من نوتن ولنس (Nuttin & Lens, 1985) "فإن التوجهات المستقبلية تنبثق من الأهداف الدافعية، فهي تتشكل من خلال الأهداف البعيدة أو القريبة التي يطورها الفرد" (p. 22). لذا فإن تشكيل الأهداف الدافعية المستقبلية يساعد في تكوين التوجه المستقبلي المتسع والذي بدوره يقوي الدافعية للمثابرة من أجل تحقيق هذه الأهداف (Nuttin & Lens, 1985).

ويبدو أن الباحثين في مختلف المجالات السيكولوجية متفقون على أن المراهقة فترة حاسمة لتطور التوجهات المستقبلية (Kerpelman & Mosher, 2004; Simons et al., 2004). وهناك أيضاً اتفاق على أن التمثيلات العقلية للمستقبل في مرحلة المراهقة المتأخرة تؤثر في الدافعية

الأكاديمية للطلاب (Kerpelman & Mosher, 2004; Malka & Covington, 2005). لذا فإن معظم الدراسات التي اهتمت ببحث التوجهات المستقبلية في مختلف المجالات النفسية قد ركزت على مرحلة المراهقة (Bembenutty & Karabenick, 2004; Levy & Earleywine, 2004; Husman & Shell, 2008; Malka & Covington, 2005).

ويعد مفهوم الطلاب عن المستقبل متغير له تأثيرات دالة على معتقداتهم المعرفية والدافعية، وعلى أهدافهم نحو المهام الأكاديمية، والتي بدورها تؤثر على تحصيلهم وإنجازهم الأكاديمي (Kauffman & Husman, 2004).

ويرى العديد من الباحثين (e.g., Bloom, 1985; Simonton, 2003) أن تطور الجوانب المعرفية الوجدانية لدى الطلاب الموهوبين يتطلب الاندماج في التدريب والممارسة المكثفة في أنشطة موجهة لساعات طويلة يومياً.

وأشارت نتائج الكثير من البحوث والدراسات إلى ضرورة تقديم خبرات تعليمية، تسعى إلى تحسين نواتج التعلم لدى الطلاب وخاصة الموهوبين منهم لتنمية مواهبهم المتعددة (Berger, 1991). كما أشارت بحوث ودراسات إلى ضرورة توفر نماذج تعليمية تسعى لتحسين نواتج التعلم للموهوبين، وتنمية مواهبهم في جميع المجالات، مثل النماذج الاثرانية (Renzulli, 2003)، والأنشطة اللاصفية الموجهة (Tracy, 2001).

بالإضافة إلى ذلك فإن الطلاب الموهوبين والمتفوقين في حاجة إلى أنشطة تربوية لاصفية لرعاية مواهبهم وتمييزها باعتبار أن هذه الأنشطة اللاصفية تمثل فرصاً تربوية للكشف عن الموهوبين ومواهبهم وتطويرها (Tayler, 2004; Woolbaugh, 2004; Ferreire, 2004).

في ضوء ما سبق يهدف البحث الحالي إلى قياس أثر الأنشطة اللاصفية الموجهة في تنمية الجوانب المعرفية الوجدانية المتمثلة في الحاجة إلى المعرفة والتوجهات المستقبلية لدى طلاب المرحلة الثانوية بالمملكة العربية السعودية.

مشكلة البحث:

الطالب الموهوب في المرحلة الثانوية في مرحلة عمرية حرجة (مرحلة المراهقة)، وهي مرحلة انتقالية ينتقل فيها الطالب من الطفولة إلى الشباب، ويواجه الطالب الموهوب خلال هذه المرحلة عدداً من المشكلات، منها: الملل من الصف العادي، والتنافس على المعدل المدرسي، والتوقعات الوالدية المرتفعة، والحساسية الزائدة، والشعور بالعزلة، والرغبة في إشباع حاجاته إلى المعرفة، والتخبط في تحديد توجهاته المستقبلية.

وكثيراً ما طرح الباحثون أسئلة حول أهم الفروق بين أولئك الذين استطاعوا أن يطوروا مواهبهم ويصبحوا راشدين موهوبين وأولئك الذين خدمت مواهبهم مع مرور الوقت (Feldhusen, 2003; Sosniak, 2003; Tanenbaum, 2003). وظل السؤال مطروحاً: هل المنهج المدرسي كاف لتطور الموهبة؟ وهل الأنشطة الصفية يمكن أن تساهم في تنمية الجوانب المعرفية الوجدانية كحاجات الطلاب الموهوبين وتوجهاتهم؟

وللإجابة عن هذه الأسئلة، يجب أن نقف أمام عدد من المسلمات وهي أن المعلم يسعى إلى توفير جو من الدافعية والتشويق وتوفير الوسائل لحث طلابه على الاشتراك التلقائي في الأنشطة، وتوفير

مثل هذا الجو يخرج المعلم من كونه محشوراً بين مثلث له ثلاثة أضلاع، أولها كثافة عالية داخل الفصل، وثانيها كم هائل من المواد التعليمية، وثالثها وقت قصير هو زمن الحصة (شحاته، ٢٠٠٢). كل ذلك جعل الأنشطة الصفية هدفاً لإيصال المعلومات إلى الطلاب من الكتب المدرسية بتبسيطها أو شرحها وتكرارها لتأكيداتها واستظهارها دون الاهتمام بتحقيق الأهداف الأخرى.

وعلى الرغم مما أشارت إليه العديد من الدراسات والبحوث (Camp, 1990; Ferreire, 2004; Silliker & Jeffrey, 1997; Tayler, 2004; Tracy, 2001; Woolbaugh, 2004) فعالية الأنشطة اللاصفية في تحسين نواتج التعلم للطلاب الموهوبين. إلا أن بعض البحوث والدراسات توصلت إلى أن الأنشطة اللاصفية الراهنة المقدمة للطلاب الموهوبين بمختلف المراحل التعليمية في المملكة العربية السعودية تفتقر إلى العديد من المقومات التربوية المستقرة في الأدبيات والتوجهات العالمية (بنجر، ٢٠٠٢). بالإضافة إلى ذلك ضعف التطبيقات والممارسات التربوية في مجال الأنشطة اللاصفية إن وجدت، فهي شكلية وغير موجهة ولا ترتبط بالمنهج الدراسية وأهدافها كما أنها لا تخضع لقواعد التنظيم التربوي القاصدة إلى بناء شخصية متكاملة مبتكرة مبدعة، كما أنها تعد وسيلة ترفيحية ومضيعة للوقت لا يتقبلها بعض الآباء، ناهيك عن المعلمين والاداريين الذين يشغلهم التعليم للامتحانات بالدرجة الأولى لا صقل موهبة الموهوبين ورعايتها وتنميتها (شحاته، ٢٠٠٢).

لذا يسعى البحث الحالي إلى بناء أنشطة لاصفية موجهة وهادفة وقياس أثرها في تنمية الجوانب المعرفية والوجدانية المتمثلة في الحاجة إلى لمعرفة والتوجهات المستقبلية لدى الطلاب الموهوبين بالمرحلة الثانوية.

مما سبق يمكن تحديد وصياغة مشكلة البحث في الأسئلة الآتية:

١. ما أثر الأنشطة اللاصفية الموجهة لنوادي الموهوبين في تنمية الحاجة إلى المعرفة لدى الطلاب الموهوبين بالمرحلة الثانوية؟
٢. ما أثر الأنشطة اللاصفية الموجهة لنوادي الموهوبين في تنمية التوجهات المستقبلية لدى الطلاب الموهوبين بالمرحلة الثانوية؟

أهداف البحث: يهدف البحث الحالي إلى ما يلي:

١. إعداد أنشطة لاصفية موجهة، والكشف عن فاعليتها في تنمية الحاجة إلى المعرفة لدى الطلاب الموهوبين بالمرحلة الثانوية.
٢. الكشف عن فاعلية الأنشطة اللاصفية الموجهة في تنمية التوجهات المستقبلية لدى الطلاب الموهوبين بالمرحلة الثانوية.

محددات البحث:

يتحدد البحث الحالي بثلاثة محددات هي:

- الأنشطة اللاصفية الموجهة المقدمة للطلاب الموهوبين بمدارس الأناجى الأهلية (إعداد الباحث الحالي).

- الطلاب الموهوبين بالصفين الأول والثاني الثانوي.
- الأدوات المستخدمة في قياس متغيرات البحث.

أهمية البحث:

تتمثل أهمية البحث الحالي في التالي:

١. التعرف إلى أثر الأنشطة اللاصفية الموجهة بالمدارس على الطلاب الموهوبين له أهمية نظرية وعملية كبيرة، حيث تقدم نتائج الدراسة للباحثين والممارسين تفسيراً لعدد من التساؤلات المرتبطة ببعض العوامل المسؤولة عن تطور الأداء، أو عدم تطوره بالصورة المتوقعة لدى بعض الطلاب الموهوبين.
٢. يلفت البحث الحالي انتباه مصممي البرامج عن تصميم أنشطة لاصفية معرفية ووجدانية موجهة للموهوبين، ومن ثم ضرورة توجيه مزيد من الاهتمام بالعوامل المعرفية والوجدانية عند تصميم الأنشطة والبرامج الاثرانية للطلاب عام والطلاب الموهوبين بشكل خاص.
٣. توجيه الانتباه إلى أهمية الربط بين الجوانب المعرفية والجوانب الوجدانية، حيث تركز المدارس بصفة خاصة الاهتمام بالأهداف المعرفية على حساب الأهداف الوجدانية، وتعد الحاجة إلى المعرفة والتوجهات المستقبلية من الجوانب الشخصية الوجدانية التي ترتبط بالأداء الأكاديمي للطلاب.
٤. يقدم البحث الحالي للميدان النفسي والتربوي مقاييس جديدة تأخذ أبعاداً غير تقليدية وهما مقياس الحاجة إلى المعرفة ومقياس التوجهات المستقبلية.
٥. قد تشجع نتائج البحث الحالي الباحثين والتربويين للعناية بتصميم أنشطة لاصفية موجهة تعنى بتنمية الجوانب المعرفية والوجدانية والاجتماعية والبدنية.

مصطلحات البحث:

الأنشطة اللاصفية الموجهة:

يعرف تايلور (Tayler, 2004) الأنشطة اللاصفية الموجهة بأنها "خطة مدروسة ووسيلة لإثراء الطالب، وبرنامج يختاره الطالب ويمارسه برغبة وتلقائية، لتحقيق أهداف تعليمية وتربوية وثيقة الصلة بالمنهاج المدرسي داخل الفصل أو خارجه خلال اليوم الدراسي أو خارج الدوام، مما يؤدي إلى نمو المتعلم في جوانب نموه التربوي والاجتماعي والعقلي والوجداني والجسمي واللغوي، وينجم عنه شخصية متوافقة قادرة على الإنتاج" (p. 151).

وتحدد إجرائياً في البحث الحالي بمجموعة الممارسات (القراءة الحرة، والقراءة في السير الذاتية للمبدعين والمخترعين) التي يقوم بها الطلاب خارج القاعات الدراسية في المدرسة برغبة منهم وفقاً لميولهم واهتماماتهم، وتهدف إلى رعاية هؤلاء الطلاب رعاية متكاملة من الناحية المعرفية والوجدانية بإشراف من متخصصين مؤهلين، ووفق لجدول زمني يحدد ممارسة تلك الأنشطة كل يوم ولمدة (٨) أسابيع.

الحاجة إلى المعرفة:

يعرف كل من كاشيبو وبيتي وكاو (Cacioppo, Petty & Kao, 1984) الحاجة إلى المعرفة بأنها "ميل الفرد إلى أن ينشغل ويستمتع بمساعي معرفية مثمرة" (p. 307). وتحدد إجرائياً من خلال الدرجة التي يحصل عليها الطالب في مقياس الحاجة إلى المعرفة. وتشير الدرجة المرتفعة إلى مستوى عال من الحاجة إلى المعرفة، وتشير الدرجة المنخفضة إلى مستوى متدني من الحاجة إلى المعرفة.

التوجهات المستقبلية:

يشير ستينبرج وآخرون (Steinberg et al., 2009) إلى التوجهات المستقبلية بأنها "مجموعة البناءات الوجدانية، والموقفية، والمعرفية، والدافعية للفرد، وتتضمن قدرة الفرد على تخيل ظروف الحياة المستقبلية" (p. 30). وتحدد إجرائياً من خلال الدرجة التي يحصل عليها الطالب في الأبعاد الثلاثة التي يتضمنها مقياس التوجهات المستقبلية. وتشير الدرجة المرتفعة إلى مستوى عال من التوجهات المستقبلية، وتشير الدرجة المنخفضة إلى مستوى متدني من التوجهات المستقبلية.

الطلاب الموهوبون:

هم أولئك الأطفال أو الشباب الذين يظهرون أداءً متميزاً أو إمكانية للأداء بمستويات إنجاز عالية وبدرجة استثنائية، عند مقارنتهم بأخرين في مثل عمرهم أو خبرتهم أو بيئتهم. ويُظهر هؤلاء قدرة عالية على الإنجاز في المجالات العقلية، و/أو الإبداعية، و/أو الفنية، و/أو يتفوقون في مجال أكاديمي محدد، وهم لذلك يحتاجون إلى خدمات لا تقدم عادة في المدارس العادية (U.S. Department of Education, 1993).

أدبيات البحث والدراسات السابقة:

الأنشطة اللاصفية:

تعرف دائرة المعارف الأمريكية النشاط الطلابي بأنه تلك البرامج التي تنفذ بإشراف وتوجيه المؤسسات التربوية التي تتناول كل ما يتصل بالحياة التعليمية وأنشطتها المختلفة سواء ذات الارتباط بالمواد الدراسية أو بالجوانب الاجتماعية والبيئية أو ذات الاهتمامات الخاصة مثل نواحي التطبيقات العلمية أو العملية (شحاته، ٢٠٠٢).

ولقد أشارت الدراسات التربوية إلى أن الطلبة الذين يشاركون في الأنشطة اللاصفية بشكل عام لديهم القدرة على الانجاز الأكاديمي، ويتمتعون بنسب ذكاء مرتفعة، كما أنهم إيجابيون بالنسبة إلى زملائهم ومعلميهم، ويتمتعون بروح قيادية، وثبات انفعالي وتفاعل اجتماعي، ويكونون واثقين من الآخرين علاوة على أنهم يميلون إلى المشاركة في نشاط البيئة المحلية والتفاعل الاجتماعي، وتكون لديهم ثقة أكبر في الناس والمدرسة والعاملين بها (شحاته، ٢٠٠٢؛ Silliker & Quirk, 1997).

وقد أشارت بعض الدراسات (e.g., Berger, 1991; Van Tassel-Baska, 1992) إلى أن الطالب الموهوب يتمتع باستعدادات غير عادية للعمل المدرسي، والاتجاه نحو التعلم الذاتي، والرغبة في البحث والاكتشاف، والقدرة العالية على الاستدلال، وإنتاج الكثير من الأفكار، وحب الاستطلاع، والقدرة على طرح بدائل مختلفة ومداخل متنوعة لحل المشكلات، وسرعة في التعلم والفهم وإدراك المفاهيم والمبادئ، وقدرة عالية على الابتكار، وقدرة على تحمل المسؤولية،

والاستقلالية في أداء الاعمال، والقدرة علي نقد الذات وتقويمها؛ ومن ثم فالموهوبون في حاجة إلي خبرات تعليمية تتناسب مع خصائصهم واحتياجاتهم، وتساعدنا علي اكتشاف مواهبهم وتنميتها.

أهمية الأنشطة اللاصفية الموجهة للموهوبين:

يذكر بيتس (Betts, 1992) أن الطلاب الموهوبين والمتفوقين الذين يشاركون في أنشطة هادفة، يتعلمون كيفية المشاركة الفاعلة مع الأفراد والجماعات، ويمتلكون مهارات الاتصال والقدرة علي حل المشكلات، كما أن النشاطات تساعدهم علي إشباع حاجاتهم الفكرية والوجدانية والاجتماعية، وتنمي لديهم القدرة علي فهم الذات وفهم الآخرين.

إن التعلم عن طريق النشاط يعمل علي تحقيق الكثير من الأهداف، أهمها: تهيئة مواقف تربوية محببة إلي نفس الطالب، واكتشاف مواهب الطلبة وإبراز ميولهم والعمل علي تنميتها وتوجيهها بشكل سليم، ووقاية الطلبة باستغلال أوقات فراغهم فيما يفيدهم، وتنمية روح التعاون لديهم، وتنمية العلاقات الاجتماعية بينهم، وتربيتهم علي التخطيط والتنظيم وتحمل المسؤولية والقدرة علي القيادة، وعلاج الكثير من المشكلات التي يعانون منها، بالإضافة إلي الترويح عن النفس.

وأظهرت نتائج دراسة كل من كامب وجربير (Camp, 1990; Gerber, 1996) وجود علاقة موجبة بين الأنشطة التي يمارسها الطلبة وتحصيلهم الدراسي وصل مواهبهم. وأجرى كل من سيليكير وكويرك (Silliker & Quirk, 1997) دراسة عن أثر المشاركة في الأنشطة اللاصفية علي الاداء الاكاديمي لطلاب وطالبات المدرسة الثانوية، استهدفت فحص كل من المشاركة في الأنشطة الطلابية، وتحسين الاداء الاكاديمي لطلاب المدرسة الثانوية. وأوضحت نتائج الدراسة أن المشاركة في الأنشطة اللاصفية تحسن الاداء الأكاديمي.

ويؤكد تريسي (Tracy, 2001) من خلال تجربته الطويلة في العمل مع الطلبة المتفوقين والموهوبين أن النشاطات تزود الطلبة بخبرات مختلفة، وتسهم في تشكيل سلوكياتهم وتكوين القيم الاجتماعية لديهم، كما أن مشاركة الطلبة في النشاطات المختلفة تسهم في جعلهم قادرين علي تحمل المسؤولية وفهم ذواتهم.

وهذا ما أكدته دراسة تايلور (Tayler, 2004) التي هدفت إلي معرفة أثر استخدام الأنشطة العلمية الاثرائية اللاصفية ومرور الطلاب بخبرات تعليمية من خلال هذه الأنشطة في زيادة المعرفة التكنولوجية، والقدرة علي توظيف العلوم في التصميم والابداع التكنولوجي، وتحديد اتجاهاتهم ومواهبهم العلمية. ودراسة والينغ (Woolbaugh, 2004) التي هدفت إلي معرفة الممارسات والاساليب التعليمية ذات الاثر الفعال في زيادة التحصيل العلمي وانتهت إلي أن التعلم التعاوني، والتعلم القائم علي الأنشطة التي يكون فيها الدور النشط للطلاب في تحصيل المعرفة العلمية هما الاكثر فعالية في التحصيل العلمي. ودراسة فيريير (Ferreire, 2004) والتي هدفت إلي معرفة أثر استخدام ثلاثة طرق تدريسية القصص العلمية، الأنشطة العلمية، والحوار والمناقشة في تعلم الاطفال لمهارات عمليات العلم.

وتضيف البنا (٢٠٠٤) أن النشاط يثير الاهتمام ويدفع الي التساؤل مما يعد أسلوبا جيدا لتعليم الطالب كيف يفكر، كما أنه يمكنهم من توسيع اطلاعهم فيقرؤون في الدوريات مما يوسع دائرة معارفهم، وينوع ثقافتهم ويجدون في دوائر المعارف ضالته المنشودة في بحث أو مقال بحثاً عن حقيقة علمية أو نادرة مما يساعد علي تنمية مواهبهم.

مما سبق يتضح الدور الفعال للأنشطة اللاصفية في إشباع حاجات الطلاب المعرفية والوجدانية.

الحاجة إلى المعرفة:

تعبير "الحاجة" في هذا الموضوع لا يتضمن النقص أو الحرمان، بل يتضمن الميل بالمعنى الإحصائي: أي أن الطلاب ذوي الحاجة المرتفعة إلى المعرفة ينشغلون بقدر أكبر كميًا في نشاطات معرفية تتطلب المزيد من الجهد (Petty & Brinol, 2012).

وتشير الحاجة إلى المعرفة إلى ميل الطلاب للتباين في المدى الذي ينشغلون فيه ويستمتعون بالأنشطة المعرفية المثمرة. وبعض الطلاب لديهم دافعية قليلة نسبيًا للمهام المعرفية المثمرة في حين أن طلاب آخرين ينشغلون باتساق ويستمتعون بالأنشطة المعرفية التي تتطلب التحدي، وبالنسبة للطلاب المرتفعين في الحاجة إلى المعرفة يكون التفكير مشبعًا لرغبتهم ويكون قابلاً للمتعة، وبالنسبة للمنخفضين في الحاجة إلى المعرفة يمكن أن يكون التفكير عبئًا ينشغل به في الغالب عندما يقدم سبب (Petty, Brinol, Loersch & McCaslin, 2009).

والحاجة إلى المعرفة متغير مهم يؤثر في العمليات الدافعية، ويجب أن يتضمن في النماذج البنائية التي تصف العلاقة بين مفهوم الذات ومعتقدات الأفراد، كما وجد أن الطلاب المنخفضين في الحاجة إلى المعرفة يعالجون المعلومات باستخدام مسار أو طريقة سطحية مقارنة بالطلاب المرتفعين في الحاجة إلى المعرفة، وأن هذه الفروق تؤثر على تكوين توقعات الأداء (Reinhard & Dickhauser, 2009).

وبالتالي تعكس الحاجة إلى المعرفة الدافعية لبذل الجهد في حل المشكلات، والاستدلال، وجمع المعلومات وكلها مخرجات مهمة للتعلم، وعلى الرغم من الإشارة إليها كدافعية إلا أنها ليست فطرية بل يمكن تنميتها أو تغييرها مما يجعلها على قدم المساواة مع مخرجات التعلم الأخرى.

كما أن الطلاب المرتفعين في الحاجة إلى المعرفة يكونون أفضل في حل المشكلات المعقدة ولديهم نزعة مرتفعة للتحكم الذاتي وبالترتبة لديهم تحصيل مرتفع، ويستثمرون المزيد من المصادر المعرفية في معالجة المعلومات، وأكثر منطقية في نمط اتخاذهم لقراراتهم، ويميلون إلى السعي نحو اكتساب المعلومات ذات الصلة بحل المهام المعرفية والتفكير والتأمل فيها مقارنة بهؤلاء المنخفضين في الحاجة إلى المعرفة (Curseu, 2011).

ويميل المرتفعون في الحاجة إلى المعرفة إلى أن يبحثوا، ويكتسبوا، ويفكروا، ويتفكروا في المعلومات السابقة لفهم المنبهات والعلاقات والأحداث في بيئاتهم، ولديهم عقول نشطة ومستكشفة، أما الأفراد المنخفضين في الحاجة إلى المعرفة فإنهم يفضلون عدم الإنشغال في تفكير مثير أو إستيعاب بيئاتهم ومن المحتمل بشكل كبير الاعتماد على تلميحات سطحية غير مثمرة مثل الاستدلال المعرفي أو النصيحة من الآخرين (Njus & Johnson, 2008).

وقد كشفت نتائج بعض البحوث والدراسات السابقة أن الحاجة إلى المعرفة ترتبط إيجابياً بالأداء الأكاديمي للطلاب وينقديراتهم في المقررات الدراسية، وأن الطلاب مرتفعي الحاجة إلى المعرفة يستطيعون فهم المواد التي تتطلب جهداً معرفياً بشكل أفضل وبالتالي يحصلون على درجات مرتفعة، كما ترتبط الحاجة إلى المعرفة إيجابياً مع العديد من المتغيرات العقلية المعرفية.

فقد أجرى كوتينهو (Coutinho, 2006) دراسة هدفت إلى التعرف على العلاقة بين الحاجة إلى المعرفة وما وراء المعرفة وأداء المهمة العقلية لدى عينة من الطلاب الذين يدرسون بجامعة إلينوي الشمالية، وتكونت عينة الدراسة من (٤١٧) طالب. ومن بين ما توصلت إليه نتائج الدراسة وجود

علاقة دالة إحصائياً بين الحاجة إلى المعرفة وما وراء المعرفة وأداء المهمة العقلية، كما بينت نتائج الدراسة أن مكونات الحاجة إلى المعرفة منبئات بأداء المهمة العقلية.

وهدفت دراسة كل من داي وسبيجو وكوليك وبوتمان وماك إنتر (Day, Espejo, Kowollik, Boatman & McEntire, 2007) إلى نمذجة العلاقة بين الحاجة إلى المعرفة واكتساب المهارة المعقدة، وذلك من خلال تدريب الطلاب على أداء مهمة جديدة ومعقدة باستخدام الحاسب الآلي تنطوي على متطلبات معرفية وحركية عالية، ومن بين ما توصلت إليه نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين الحاجة إلى المعرفة واكتساب المهارة المعقدة وذلك عند استخدام توجه التعلم وفعالية الذات كمتغيرات وسيطة بينها.

وتوصلت دراسة زايد (٢٠٠٨) التي هدفت إلى الكشف عن علاقة المعرفة المتصلة والمنفصلة بالحاجة إلى المعرفة والجنس والتخصص لدى طلبة كلية التربية إلى أن الحاجة إلى المعرفة منبئية بالمعرفة المتصلة.

وقامت دواير (Dwyer, 2008) بدراسة حول العلاقة بين الحاجة إلى المعرفة والرضا عن الحياة والتحصيل الدراسي لدى عينة من طلبة الجامعة في أوهايو. تكونت عينة الدراسة من (٢١٤) طالب وطالبة من مختلف التخصصات، وأظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة طردية دالة إحصائياً بين الحاجة إلى المعرفة والتحصيل الأكاديمي، وكذلك بين التحصيل الأكاديمي والرضا عن الحياة، في حين لم توجد علاقة بين الحاجة إلى المعرفة والرضا عن الحياة.

وأجرى كل من الحموري وأبو مخ (٢٠١١) دراسة هدفت إلى الكشف عن مستوى الحاجة إلى المعرفة والتفكير ما وراء المعرفي لدى طلبة البكالوريوس في جامعة اليرموك، ومن بين ما توصلت إليه نتائج الدراسة أن مستوى الحاجة إلى المعرفة جاء بدرجة متوسطة، كما بينت النتائج وجود علاقة موجبة دالة إحصائياً بين الحاجة إلى المعرفة والتفكير ما وراء المعرفي، وأن هذه العلاقة لا تتأثر بمتغيرات النوع أو التخصص أو المستوى الدراسي.

وهدفت دراسة كورسيو (Curseu, 2011) إلى اختبار أثر الحاجة إلى المعرفة على البحث النشط عن المعلومات لدى طلاب الجامعة الألمانية، ومن ما توصلت إليه نتائج الدراسة من خلال التحليل متعدد المستويات مجموعات الطلاب ذوي الحاجة المرتفعة إلى المعرفة يطلوبون المزيد من النصائح في المهام المرتبطة بقضايا أو مشكلات التي تواجههم مقارنة بمجموعات الطلاب المنخفضين في الحاجة إلى المعرفة.

وأجرت سدخان (٢٠١٢) دراسة لعادات الاستذكار والحاجة إلى المعرفة والتحصيل الدراسي لدى طلاب الفرقين الأولى والرابعة بجامعة بغداد في الكليات العلمية والإنسانية، ومن بين ما توصلت إليه نتائج الدراسة وجود علاقة موجبة دالة إحصائياً بين عادات الاستذكار والحاجة إلى المعرفة، ووجدت علاقة موجبة دالة إحصائياً بين الحاجة إلى المعرفة والتحصيل الدراسي.

أما دراسة فايست (Feist, 2012) هدفت إلى التنبؤ بالميل والإتجاهات نحو العلوم لدى طلاب الجامعة من خلال العوامل الخمس الكبرى في الشخصية وبعد التفتح من قائمة العصابية - الإنطواء - التفتح، والحاجة إلى المعرفة، ومن بين ما توصلت إليه نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين درجات الطلاب على مقياس الحاجة إلى المعرفة ودرجاتهم على قائمة الإتجاه العلمي، وأن الحاجة إلى المعرفة تعد منبئية جيد بالدرجة الكلية للميل العلمي.

يتضح من العرض السابق للحاجة إلى المعرفة وجود ارتباط دال إحصائياً بين الحاجة إلى المعرفة كمكون للأهداف الدافعية وكل من: التحصيل الأكاديمي (Dwyer, 2008; Feist, 2012)؛ وما وراء المعرفة (الحموري، وأبومخ، ٢٠١١؛ Coutinho, 2006)؛ وأداء المهمة (Coutinho, 2006)؛ واكتساب المهارة المعقدة (Day et al., 2007)؛ والمعرفة المتصلة (زايد، ٢٠٠٨)؛ والرضا عن الحياة (Dwyer, 2008)؛ والبحث النشط عن المعلومات (Curseu, 2011)؛ وعادات الاستذكار (سدخان، ٢٠١٢)؛ والتنبؤ بالميل والاتجاهات والتفتح العقلي (Feist, 2012). وعليه تشير الحاجة إلى المعرفة إلى ميل الطالب إلى أن ينشغل ويستمتع ببذل الجهد في التعامل مع المعلومات والمهارات والعمليات المعرفية، والطلاب المرتفعون في الحاجة إلى المعرفة لديهم دافعية داخلية وطبيعية لطلب العلم. وفي السياق التربوي، يشير الدليل التجريبي إلى أن الدافعية للتعلم لدى الطلاب تتأثر وتؤثر في التوجهات المستقبلية لديهم.

التوجهات المستقبلية:

يؤدي منظور الزمن المستقبلي والتوجه المستقبلي دورا بارزا بما يشتمل عليه من تقييمات وتوقعات مستقبلية، يتدبر الفرد من خلالها آماله ومخاوفه، فليس منا من لم يخبر شعورا بالانشغال إزاء التوقعات المستقبلية وبخاصة مع ما يسود العالم اليوم من تغيرات متلاحقة تنبئ بمستقبل أكثر غموضا.

وفي الدراسات السيكولوجية تمثل أنسقة الطموحات المستقبلية وبنیان الأحداث المتوقعة معايير أساسية تشكل بدرجة أو أخرى محددات الصحة النفسية للأفراد والنجاح في الحياة، فالفرد الناجح هو القادر على استشراف المستقبل من خلال رؤية عقلية مثالية فريدة للمستقبل ولما سيبدو عليه الغد، ويتم ذلك بأن يستشعر الفرد طاقاته المحفزة ويعتد بإمكاناته ويعتبرها قابلة للتحقيق والانجاز.

ويشرح بولكنن ورونكا (Pulkinene & Ronka, 1994) منطلقات ثلاثة لدراسة توجهات الأفراد المستقبلية هي: الإدراكات الذاتية لمستوى أو درجة الضبط، تشكيل الهوية الفردية، والأهداف المستقبلية، وذلك في إطار دراسات وظيفية في علم النفس التوافقي ومجال الخبرات.

ويضيف لانج (Lang, 2002) أبعادا أخرى في دراسة التوجهات المستقبلية للأفراد متضمنة الصور الحالية، التمنيات، الآمال، المخاوف، ويشرح كيف يخطط الفرد لنفسه أهدافا مستقبلية متأثرا بخبرات حياتية سابقة وتطلعا إلى حياة تالية.

ويرى كل من كوسز وبوسنر (Kouzes & Posner, 1996) أن التوجهات المستقبلية هي تطلعات وتخيلات وعمليات عقلية نتخيل فيها صورا وحالات، ونبتكر ونخترع المستقبل، وكل ذلك برغبة غامضة في التحدي للذات أو للآخرين، وأنه يتم على مرحلتين:

- السعى إلى التميز: ويستهدف تحقيق الكمال والمثالية في تفاؤل وأمل استنادا إلى ما هو ممكن لا ما هو محتمل، وتطويرا لما هو قائم وابتكارا لما هو جديد.

- تحمل المسؤولية: فالتطلع إلى المستقبل يعنى الشعور بالمسئولية عن تحديد الغايات ورسم النهايات وبلوغ القمم لدى فرد يعتبر ذاته مختلفا عن الجميع، وبذلك يكون التوجه المستقبلي في أعلى درجات سلم تفضيلات القيم وترتيب الأولويات في عالم يسوده احترام الذات والحرص على سعادة الجميع.

ويبدو من مراجعة أدبيات البحث في هذا المجال (Bembenutty & Karabenick, 2004) أن التوجهات المستقبلية قصيرة المدى ترتبط بالميل لتفضيل الحوافز الصغيرة القريبة، في حين ترتبط التوجهات المستقبلية بعيدة المدى بالميل لتفضيل المكافآت الكبيرة الآجلة. أيضا تشير أدبيات البحث إلى أن التوجهات المستقبلية تعزز الدافعية والأداء في المهام الحاضرة مع الأخذ في الاعتبار أيضاً الأهداف البعيدة زمنياً (Husman, Smith & Johnson, 2001; Husman & Lens, 1999; Simons et al., 2004). ومن ثم فإن التوجهات المستقبلية تعزز لدى الفرد التنظيم الداخلي والخارجي للسلوك الحالي (Husman & Lens, 1999; Simons et al., 2000).

فالطلاب الذين لديهم توجهات مستقبلية بعيدة المدى يستبقون تطبيقات أنشطة التعلم الدراسية الحاضرة من أجل المزيد من الأنشطة الأكاديمية المستقبلية.

وقد قامت بعض من الدراسات السابقة بدراسة التوجهات المستقبلية لدى عينات مختلفة من الأفراد. ففي دراسة تتبعية ارتقائية قام بها أولسون (Olson, 1996) استهدفت معرفة كيف تتشكل وتتطور التوجهات المستقبلية في ظل الأسرة ومع الأصدقاء والمجتمع، وطبقت على عينة من (٧٠٠٠) من طلاب الصفوف الدراسية السادس، الثامن، العاشر، الاثني عشر، في ١٢ مدينة. كشفت نتائج الدراسة عن أن تطلعات المراهقين في معظمها تطلعات تفاؤلية براقة تفقز إلى المهن ذات الحيثية والمستقبل الباهر الذي يكفل مكانة اجتماعية اقتصادية متميزة، إلا أنه عندما طلب منهم تقديم ما لديهم من معلومات وإحاطة عن شروط أو متطلبات أو مهام يجب أن يكونوا على وعى بها فإنهم يعجزون عن ذلك، وهو ما يعنى أن برامج الإرشاد والانشطة يجب أن تكون أكثر تنوعا وامتدادا لتوفير هذه المعلومات ومساعدة الطلاب على الوقوف على ما يلزمهم من مهارات.

وقدمت دراسة كل من مارشال وأرفي (Marshall & Arvay, 1999) سؤالاً مفتوحاً لعينة من الشباب من الجنسين نصه كالتالي: "عندما تفكر في المستقبل: كيف يمكنك أن تتخيل شكل الحياة؟" كما طلب منهم القيام بسرد قصص عن المستقبل تتحدد فيها توجهاتهم المستقبلية، وبعد تحليل الاستجابات أشارت النتائج أن التوجهات المستقبلية لدى البنين جاءت غير يقينية وبدون تفصيلات واضحة مقارنة باستجابات الفتيات التي كانت أكثر تحديداً، وعبرن فيها عن خطط واضحة وأهداف محددة، وتلفت الدراسة في تحليلها النظر إلى ما طرأ من تغير جذري على متغيرات مرتبطة بتنشئة الذكور كالاستقلالية والاعتماد على النفس.

أما دراسة ماك كاب وبارنيت (McCabe & Barnett, 2000) فركزت على التوجه المستقبلية لدى عينة من المراهقين، وهدفت إلى تجميع معلومات كمية وكيفية حول أفكار ومشاعر عينة من المراهقين بلغ عددهم ٧٢ واستخدمت أداة لاستطلاع توجهاتهم المستقبلية نحو موضوعات محددة وتشكلت أبعادها كما يلي: التفاؤل، التشاؤم، الواقعية، والضبط السيكولوجي، وتحليل استجابات المراهقين أشارت نتائج الدراسة إلى أن هذه الاستجابات تتسم بدرجة من الوضوح والتفصيل الدقيق وكذلك التفاؤل والواقعية وبخاصة لدى من يتمتعون بدرجة أكبر من الضبط السيكولوجي ولم تحدد نتائج الدراسة فروقا بين الجنسين في طبيعة التوجهات، وألمحت إلى أهمية التركيز على استطلاع ودراسة التوجهات المستقبلية لدى عينات مختلفة من ذوى الاضطراب السلوكي ومن ذوى المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض ولدى عينات أخرى.

واختبرت دراسة كل من ليجينجر وكرافت ورويسمات (Leganger, Kraft & Roysmat, 2000) تأثيرات الكفاية الذاتية على اهتمامات الطلاب وحددت انجازاتهم الأكاديمية وتوجهاتهم المستقبلية، وطبقت الدراسة على عينة بلغت (٤٢١) من عمر (١٦-١٨)، وتوصلت إلى أن الكفاية

الذاتية ترتبط إيجابياً بتقدير الذات المرتفع والدافع للانجاز، وترتبط سلباً بالوحدة النفسية والقلق والاكنتاب، وأنها ذات تأثير دال على اهتمامات الفرد وتطلعاته وتوجهاته المستقبلية.

أما دراسة كل من كولنز وباربر (Collins & Barber, 2005) فقد طبقت مقياس القلق التنافسي، ومقياس ادراك التوقعات الوالدية ومقياس توجهات الأهداف والتوجهات المستقبلية على عينة من (٤١٦) من طلاب المدرسة الثانوية، وأشارت النتائج إلى علاقة ارتباطية دالة وإيجابية بين ادراك الأبناء للتوجهات المستقبلية الهادفة والتوجهات الإيجابية وزيادة معدلات الأداء، وأن الأبناء يمكنهم استدخال الادراك الإيجابي لتوقعات الوالدين الإيجابية والذي يلعب دوراً تشجيعياً ويكون جزءاً من ادراكاتهم لذواتهم ومحددات لتوجهاتهم المستقبلية.

ومن هنا تبدو الأهمية النظرية والتطبيقية لدراسة متغيري الحاجة إلى المعرفة والتوجهات المستقبلية لدى الطلاب الموهوبين بالمرحلة الثانوية لطبيعة نمو هذه المرحلة العمرية من جانب ولما لهذه المتغيرات تأثير قوي على متغيرات أخرى عديدة لها أهميتها على السلوك التعليمي الحالي والمستقبلي للطلاب.

فروض البحث:

في ضوء الأدبيات والأطر النظرية التي تناولت متغيرات البحث الحالي يمكن صياغة فروض البحث على النحو التالي:

١. لا توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المجموعة التجريبية في التطبيق القبلي والبعدي في الحاجة إلى المعرفة.
٢. لا توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المجموعة التجريبية في التطبيق القبلي والبعدي في التوجهات المستقبلية.

منهج البحث:

تصميم البحث:

استخدم الباحث في الدراسة الحالية التصميم شبه التجريبي Quasi-Experimental Design الذي يستخدم التطبيق القبلي والبعدي للمجموعة التجريبية. لم يستخدم الباحث في الدراسة الحالية مجموعة ضابطة نظراً لصعوبة إيجاد مجموعة ضابطة مكافئة لمجموعة البحث. تم التطبيق القبلي في الفترة التمهيديّة قبل البداية في الأنشطة اللاصفية، أما التطبيق البعدي فقد تم بعد الانتهاء من الأنشطة اللاصفية، وقد تم التطبيق في الفصل الدراسي الأول للعام الدراسي ٢٠١٢/٢٠١٣م. ويتمثل المتغير المستقل في الأنشطة اللاصفية الموجهة، أما المتغيرات التابعة تتمثل في الحاجة إلى المعرفة، والتوجهات المستقبلية.

عينة البحث:

تكونت عينة الدراسة من (١٩) طالباً من الصف الأول والثاني الثانوي، ومتوسط أعمارهم (١٦,٥) شاركوا جميعاً في التطبيقين القبلي والبعدي بشكل تطوعي. وقد تم اختيار أفراد العينة بطريقة عشوائية من بين (٤١) طالباً. وجددير بالذكر أن عينة البحث تم اختيارها وفقاً لمعايير المركز الوطني للقياس والتقويم لتحديد الطلاب الموهوبين. والتي تتمثل في:

- الحصول على درجة مئبية تقع ضمن أعلى ٥% على اختبار القدرات المقنن على البيئة السعودية والذي يجريه المركز الوطني للقياس والتقويم خصيصاً لاختيار طلاب برامج موهبة.
- تحصيل دراسي عام يتراوح بين ٩٠-١٠٠ %
- قد يؤخذ في الاعتبار عند القبول حصول الطالب على مستوى متقدم في أحد المسابقات.

أدوات البحث:

مقياس الحاجة إلى المعرفة:

استخدم الباحث في الدراسة الحالية المقياس الذي طوره كل من كاشيو وبيتي وكاو (Cacioppo, Petty & Kao, 1984)، وقد استخدم الباحث هذا المقياس نظراً لتمتع المقياس في صورته الأصلية بدلالات صدق وثبات عالية ومقبولة لتطبيقه على طلاب المرحلة الثانوية. ويتشكل هذا المقياس من (١٦) مفردة. ويحدد الطالب استجابته على مفردات المقياس باستخدام أسلوب ليكارت وذلك باختيار أحد البدائل الخمسة التالية: تنطبق تماماً (٥ درجات)، تنطبق (٤ درجات)، إلى حد ما (٣ درجات)، لا تنطبق (درجتين)، لا تنطبق على الإطلاق (درجة واحدة). وقد تم عكس درجات الفقرات (٤، ٥، ٨، ٩، ١٦) لتشير الدرجة المرتفعة إلى مستوى مرتفع من الحاجة إلى المعرفة في حين تشير الدرجة المنخفضة إلى مستوى منخفض من الحاجة إلى المعرفة.

وقد قام الباحث الحالي بترجمة المقياس وتنقيحه بعد عرضه على خمسة محكمين من بجامعة الملك فيصل، ومؤسسة الملك عبد العزيز ورجاله للموهبة والإبداع، والمركز الوطني لأبحاث الموهبة والإبداع.

وقد أجرى الباحث التحليل العائلي التوكيدي باستخدام برنامج LISREL (Version 8.5) على عينة (٢٩٢) طالب في المرحلة الثانوية، للتحقق من صدق البناء العائلي للمقياس وتشبع المفردات المفترضة للمقياس، وباستخدام طريقة الاحتمالية القصوى Maximum likelihood، وقد أسفر هذا الإجراء عن صدق التكوين العائلي الأحادي للمقياس، وتشبع جميع المفردات بتشبعات مرتفعة ودالة إحصائياً، مما يعني صدق المفردات التي تقيس الحاجة إلى المعرفة دون حذف أي منها (جدول ١):

جدول (١): نتائج التحليل العائلي التوكيدي لمقياس الحاجة إلى المعرفة

م	المفردات	التشبع	الخطأ المعياري	قيمة "ت"
١	أفضل المشكلات المعقدة عن المشكلات البسيطة	٠,٥٨	٠,٠٩	**٦,٤٤
٢	أفضل تحمل مسؤولية التعامل مع المواقف التي تتطلب الكثير من التفكير	٠,٤٣	٠,٠٩	**٤,٧٨
٣	التفكير أحد المفاهيم المرتبطة بالاستمتاع بالنسبة لي	٠,٣٩	٠,٠٨	**٤,٨٨
٤	أفضل المهام التي تتطلب مستويات تفكير منخفضة أكثر من القيام بأشياء تتحدى قدراتي التفكيرية	٠,٤٥	٠,٠٨	**٥,٦٣
٥	أحاول تجنب المواقف التي تتطلب مني التفكير في موضوع ما	٠,٧١	٠,٠٩	**٧,٨٩
٦	أشعر بالرضا عند حل مشكلة صعبة تتطلب ساعات عديدة	٠,٥٣	٠,٠٩	**٥,٨٩
٧	أفكر بأقصى قدر ممكن بالنسبة لي	٠,٣٤	٠,٠٩	**٣,٧٨
٨	أفضل التفكير في المشاريع اليومية الصغيرة أكثر من التفكير في المشاريع بعيدة المدى	٠,٢٨	٠,٠٨	**٣,٥٠

م	المفردات	التشبع	الخطأ المعياري	قيمة "ت"
٩	أحب المهام التي تتطلب مني مستويات تفكير منخفضة والتي قمت بتعلمها في السابق	٠,٤٧	٠,٠٨	**٥,٨٨
١٠	إن فكرة الاعتماد على التفكير لأداء جميع مهامها فكرة جيدة بالنسبة لي	٠,٦٣	٠,٠٨	**٧,٨٨
١١	استمتع حقاً بالمهمة التي تتطلب إيجاد حلول جديدة	٠,٣٦	٠,٠٨	**٤,٥٠
١٢	تعلم طرق جديدة في التفكير يثير اهتمامي كثيراً	٠,٥١	٠,٠٩	**٥,٦٧
١٣	أفضل أن تكون حياتي مليئة بالألغاز التي تتطلب مني إيجاد حلول لها	٠,٤٢	٠,٠٨	**٥,٢٥
١٤	مصطلح التفكير بطريقة مجردة يستهويني (بدون استخدام المحسوسات - الأدوات)	٠,٣٣	٠,٠٩	**٣,٦٧
١٥	أفضل المهمات المعقدة ذهنياً والصعبة على المهمات المهمة ولا تتطلب تفكير	٠,٦٩	٠,٠٩	**٧,٦٧
١٦	أهتم بمعرفة أنه تم أداء مهمة ما ولا أهتم كيف ولماذا حدثت	٠,٣٨	٠,٠٨	**٤,٧٥
	قيمة مربع كاي (χ^2)		١١٢,٠٨	

يتضح من جدول (١) أن قيمة مربع كاي (χ^2) تساوى (١١٢.٠٨) وهي قيمة غير دالة إحصائياً، وكانت قيم مؤشرات حسن المطابقة كالتالي: قيمة مؤشر جذر مربعات البواقي Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) (٠.١٧)، وقيمة مؤشر حسن المطابقة Goodness of Fit Index (GFI) (٠.٨٩)، وقيمة حسن المطابقة المصحح (AGFI) Adjusted Goodness of Fit Index (٠.٨٧)، وقيمة مؤشر المطابقة المعياري (NFI) Normed Fit Index (٠.٩٠). وهذه القيم تعني أن النموذج المقترح لمقياس الحاجة إلى المعرفة متفق مع البيانات وأن المقياس صادق عاملياً.

وتم حساب معامل الثبات لأبعاد المقياس باستخدام معادلة ألفا كرونباخ، وبلغت قيمة معامل الثبات لمقياس الحاجة إلى المعرفة (٠.٧٧)، وهي قيم دالة ومقبولة إحصائياً.

مقياس التوجهات المستقبلية:

استخدم الباحث في الدراسة الحالية المقياس الذي طوره كل من ستنبرج وآخرون (Steinberg et al., 2009). ويتشكل هذا المقياس من (١٥) مفردة موزعة على ثلاثة أبعاد بالتساوي هي: التخطيط للمستقبل، ومنظور الوقت، وتوقع عواقب المستقبل. ويحدد الطالب استجابته على مفردات المقياس باستخدام أسلوب ليكارت وذلك باختيار أحد البدائل الخمسة التالية: تنطبق تماماً (٥ درجات)، تنطبق (٤ درجات)، إلى حد ما (٣ درجات)، لا تنطبق (درجتين)، لا تنطبق على الإطلاق (درجة واحدة). وقد تم عكس درجات الفقرات (١، ٣، ٤، ٦، ٨، ١١، ١٤) لتشير الدرجة المرتفعة إلى مستوى مرتفع من التوجهات المستقبلية في حين تشير الدرجة المنخفضة إلى مستوى منخفض من التوجهات المستقبلية.

وقد قام الباحث الحالي بترجمة المقياس وتنقيحه بعد عرضه على خمسة محكمين من جامعة الملك فيصل، ومؤسسة الملك عبد العزيز ورجاله للموهبة والإبداع، والمركز الوطني لأبحاث الموهبة والإبداع.

وللتحقق من صدق البناء العملي للمقياس وتشبع المفردات المفترضة لكل عامل بالعامل الذي يقيس هذا البعد، قام الباحث بإخضاع استجابات عينة البحث على مفردات مقياس التوجهات المستقبلية للتحليل العملي التوكيدي Confirmatory Factor Analysis. وقد اختبر الباحث المكونات

الثلاثة للمقياس بواسطة طريقة الاحتمالية القصوى Maximum likelihood Procedure باستخدام برنامج LISREL 8.5. وقد أسفر هذا الإجراء عن صدق التكوين العاملي الثلاثي للمقياس، وتشبع جميع المفردات على العوامل المحددة بتشبعات مرتفعة ودالة إحصائياً، مما يعني صدق المفردات التي تقيس عوامل المقياس الثلاثة دون حذف أي منها (جدول ٢):

جدول (٢): نتائج التحليل العامل التوكيدي لمقياس التوجهات المستقبلية

م	المفردات	التشبع	الخطأ المعياري	قيمة "ت"
التخطيط للمستقبل				
١	أفضل التخطيط للأعمال والأشياء التي أقوم بها	٠,٥١	٠,١١	**٤,٦٤
٦	أضع عادة قوائم بما يجب أن أفعله	٠,٤٢	٠,١٢	**٣,٥٠
٧	أتخذ القرارات وأنفذها دون التخطيط لذلك	٠,٣٥	٠,١٢	**٢,٩٢
١٢	التفكير في الأشياء المستقبلية هو بمثابة مضيعة للوقت	٠,٤١	٠,١١	**٣,٧٣
١٣	أفضل عند العمل بمشروعات كبيرة تقسيمها أو تجزئتها الي خطوات صغيرة قبل العمل فيها	٠,٢٨	٠,١٠	**٢,٨٠
منظور الوقت				
٢	أقضي القليل من الوقت بالتفكير في كيفية تواجد الأشياء أو الامور في المستقبل	٠,٧٦	٠,١٠	**٧,٦٠
٥	أشعر بالسعادة اليوم أفضل من الحصول علي فرصه علي ما قد يحدث في المستقبل	٠,٥٤	٠,١١	**٤,٩١
٨	أفضل ادخار اموال للأوقات الصعبة بدلا من انفاقها علي أشياء ممتعة	٠,٣٢	٠,١١	**٢,٩١
١١	أفكر في كيف سوف تكون حياتي بعد عشر سنوات من الآن	٠,٣٩	٠,١٢	**٣,٢٥
١٤	لا أقلق علي المستقبل	٠,٢٩	٠,١٠	**٢,٩٠
توقع عواقب المستقبل				
٣	أفكر في الاحتمالات الجيدة والسيئة التي يمكن أن تحدث قبل اتخاذ القرار	٠,٦٣	٠,١٣	**٤,٨٥
٤	أفكر في النواتج قبل فعل أي شيء	٠,٦١	٠,١٢	**٥,٠٨
٩	يصعب علي تخيل كيف يمكن أن تسير الامور عبر الوقت	٠,٤٤	٠,١١	**٤,٠٠
١٠	لا أقلق من تأثير قراراتي علي الآخرين	٠,٢٧	٠,١٠	**٢,٧٠
١٥	أفضل التفكير جيداً في كافة العقبات المحتملة لقراراتي قبل تحديد ما سوف أفعله	٠,٣٥	٠,١١	**٣,١٨
	قيمة مربع كاي (χ^2)	٤٦,٥٣		

ويتضح من جدول (٢) أن قيمة مربع كاي (χ^2) تساوي (٤٦.٥٣) وهي قيمة غير دالة إحصائياً، وكانت قيم مؤشرات حسن المطابقة كالتالي: قيمة مؤشر جذر مربعات البواقي (RMSEA) (٠.١٢)، وقيمة مؤشر حسن المطابقة (GFI) (٠.٨٨)، وقيمة حسن المطابقة المصحح (AGFI) (٠.٩٠)، وقيمة مؤشر المطابقة المعياري (NFI) (٠.٨٩). وهذه القيم تعني أن النموذج المقترح لمقياس التوجهات المستقبلية متفق مع البيانات وأن المقياس صادق عاملياً.

وتم حساب معامل الثبات لأبعاد المقياس باستخدام معادلة ألفا كرونباخ، وبلغت قيمة معامل الثبات (٠.٧٣) بالنسبة لبعد التخطيط للمستقبل، و(٠.٧٠) بالنسبة لبعد منظور الوقت، و(٠.٦٩) بالنسبة لبعد توقع عواقب المستقبل، و(٠.٧٤) للدرجة الكلية على المقياس ككل، وهي قيم دالة ومقبولة إحصائياً.

المعالجة الإحصائية:

للإجابة على أسئلة البحث، والتحقق من الفروض قام الباحث بإدخال البيانات في برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الانسانية" (SPSS (Version, 16.00). ونظراً لعدم توفر المسلمات الضرورية لاستخدام اختبار "ت" في بيانات المجموعات المرتبطة، فقد استخدم الباحث اختبار "ويلكوكسون لإشارات الرتب للأزواج المترابطة" Wilcoxon Signed Rank Test للإجابة على أسئلة الدراسة. كما استخدم الباحث برنامج LISREL (Version 8.8) للتأكد من صدق البناء العاملي للمقياس المستخدمة في البحث من خلال التحليل العاملي التوكيدي وتحديد العوامل المكونة لكل متغير.

النتائج:

أولاً: الاحصاء الوصفي لمتغيرات البحث

جدول (٣): المتوسطات والانحرافات المعيارية لمتغيرات البحث

التطبيق القبلي (ن=١٩)		التطبيق البعدي (ن=١٩)		المتغيرات
المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري	
٣٥,٠٠	٢,٧٧	٦٦,٣٧	٦,٤٩	الحاجة إلى المعرفة
١٢,٨٤	١,٥٠	١٨,٩٥	١,٦٥	التوجهات المستقبلية
١٣,٠٥	١,١٣	١٨,٧٩	١,٧٥	
١٢,٥٨	١,٣٥	١٩,١٦	١,٤٣	
٣٨,٤٧	٢,٤٤	٥٦,٩٠	٣,٦٥	الدرجة الكلية

ثانياً: أثر البرنامج على الحاجة إلى المعرفة

للتحقق من الفرض الأول والذي ينص على "لا توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المجموعة التجريبية في التطبيق القبلي والبعدي في الحاجة إلى المعرفة لدى طلاب المرحلة الثانوية"، استخدم اختبار ويلكوكسون لإشارات الرتب للأزواج المترابطة Wilcoxon Signed Rank Test باستخدام درجات الطلاب في التطبيقين القبلي والبعدي، وذلك للوقوف على ما إذا كان توزيع الدرجات في التطبيقين القبلي والبعدي يختلفان عن بعضهما البعض اختلافاً دالاً أم لا، وتم تحليل بيانات الدرجة الكلية لمقياس الحاجة إلى المعرفة. ويوضح الجدول التالي نتائج اختبار "ويلكوكسون":

جدول (٤): نتائج اختبار ويلكوكسون لإشارات الرتب للأزواج المتطابقة بين متوسطات درجات الطلبة في التطبيقين القبلي والبعدي في مقياس الحاجة إلى المعرفة

العدد	متوسط الرتب	مجموع الرتب	قيمة "Z"	η^2
٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	**٣,٨٣	٠,٦٢
١٩	١٠,٠٠٠	١٩٠,٠٠٠		
٠				
١٩				
Cohen (1988):		$\eta^2 < 5$ (صغير)	$**p \leq 0.01$ $*p \leq 0.05$	
		$5 \leq \eta^2 < 8$ (متوسط)		
		$\eta^2 > 8$ (كبير)		

يشير الجدول (٤) إلى أن جميع المشاركين من الطلاب زادت درجاتهم التطبيق البعدي عن درجاتهم التطبيق القبلي، ولا توجد أي حالات أو تساوت درجاتهم في التطبيق البعدي والتطبيق القبلي. وبلغت قيمة (Z) المحسوبة من هذه القيم (٣.٨٣)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠١)، كما بلغت قيمة حجم الأثر (٠.٦٢). وهذه النتيجة تشير إلى أن هذه الفروق كانت لصالح التطبيق البعدي.

وبشكل عام، تشير النتائج إلى أن الأنشطة اللاصفية الموجهة قد نجحت في تحسين الحاجة إلى المعرفة لدى الطلبة المشاركين فيه.

ثالثاً: أثر البرنامج على التوجهات المستقبلية

للتحقق من الفرض الثاني والذي ينص على "لا توجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات المجموعة التجريبية في التطبيق القبلي والبعدي في التوجهات المستقبلية لدى الطلاب الموهوبين بالمرحلة الثانوية"، استخدام اختبار ويلكوسون لإشارات الرتب للأزواج المترابطة باستخدام درجات الطلاب في التطبيقين القبلي والبعدي، وتم تحليل بيانات أبعاد مقياس التوجهات المستقبلية (التخطيط للمستقبل، ومنظور الوقت، وتوقع عواقب المستقبل) وكذلك الدرجة الكلية. ويوضح الجدول التالي نتائج اختبار "ويلكوسون":

جدول (٥): نتائج اختبار ويلكوسون لإشارات الرتب للأزواج المتطابقة بين متوسطات درجات الطلبة في التطبيقين القبلي والبعدي في مقياس التوجهات المستقبلية

η^2	قيمة "Z"	مجموع الرتب	متوسط الرتب	العدد	الرتب السالبة	الرتب الموجبة	الرتب المحايدة	التخطيط للمستقبل
٠.٥٩	**٣.٦٥	٠.٠٠	٠.٠٠	٠	الرتب السالبة	١٧	٢	منظور الوقت
		١٥٣.٠٠	٩.٠٠	١٨	الرتب الموجبة	١		
		٠.٠٠	٠.٠٠	٠	الرتب السالبة	١٨	١	
٠.٦١	**٣.٧٤	٠.٠٠	٠.٠٠	٠	الرتب السالبة	١٨	١	توقع عواقب المستقبل
		١٧١.٠٠	٩.٥٠	١٨	الرتب الموجبة	١		
		٠.٠٠	٠.٠٠	٠	الرتب السالبة	١٨	١	
٠.٦٢	**٣.٨٣	٠.٠٠	٠.٠٠	٠	الرتب السالبة	١٩	٠	الدرجة الكلية
		١٩٠.٠٠	١٠.٠٠	١٩	الرتب الموجبة	٠		
		٠.٠٠	٠.٠٠	٠	الرتب السالبة	١٩	٠	

** > ٠.٠١

تظهر النتائج المتعلقة ببعد التخطيط للمستقبل وجود (١٧) حالة زادت فيها درجات التطبيق البعدي عن درجات التطبيق القبلي، كما تساوت الدرجات بين التطبيقين القبلي والبعدي في حالتين فقط، وبلغت قيمة (Z) المحسوبة لهذه القيم (٣.٦٥)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١)، وقد بلغت قيمة حجم الأثر (٠.٥٩). وهذه النتيجة تشير إلى أن هذه الفروق كانت لصالح التطبيق البعدي.

وفي بعد منظور الوقت أظهرت النتائج وجود حالة واحدة فقط تساوت فيها درجات التطبيق البعدي والتطبيق القبلي، في حين وجدت (١٨) حالة زادت فيها درجات التطبيق البعدي عن درجات التطبيق القبلي، وبلغت قيمة (Z) المحسوبة لهذه القيم (٣.٧٤)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١)، وقد بلغت قيمة حجم الأثر (٠.٦١). وهذه النتيجة تشير إلى أن هذه الفروق كانت لصالح التطبيق البعدي.

وفي بعد توقع عواقب المستقبل أظهرت النتائج وجود حالة واحدة فقط تساوت فيها درجات التطبيق البعدي والتطبيق القبلي، في حين وجدت (١٨) حالة زادت فيها درجات التطبيق البعدي عن درجات التطبيق القبلي، وبلغت قيمة (Z) المحسوبة لهذه القيم (٣.٧٥)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١)، وقد بلغت قيمة حجم الأثر (٠.٦١). وهذه النتيجة تشير إلى أن هذه الفروق كانت لصالح التطبيق البعدي.

وفي الدرجة الكلية على مقياس التوجهات المستقبلية تظهر النتائج وجود (١٩) حالة زادت فيها درجات التطبيق البعدي عن درجات التطبيق القبلي، وبلغت قيمة (Z) المحسوبة من هذه القيم (٣.٨٣)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠١)، وقد بلغت قيمة حجم الأثر (٠.٦٢). وهذه النتيجة تشير إلى أن هذه الفروق كانت لصالح التطبيق البعدي. وجميع هذه النتائج تشير إلى نجاح الأنشطة اللاصفية الموجهة في إحداث تأثيرات إيجابية في التوجهات المستقبلية لدى طلاب المرحلة الثانوية المشاركين في البحث الحالي.

مناقشة النتائج:

هدف البحث الحالي إلى التعرف على الأثر الذي يمكن أن تحدثه الأنشطة اللاصفية الموجهة التي تم تنفيذها بمدرسة الانجال الثانوية بمحافظة الأحساء على الحاجة إلى المعرفة، والتوجهات المستقبلية لدى الطلبة الموهوبين بالمرحلة الثانوية.

مناقشة نتائج الفرض الأول:

أولاً: أثر الأنشطة اللاصفية الموجهة على الحاجة إلى المعرفة

أظهرت النتائج أن الأنشطة اللاصفية الموجهة كان له تأثير دال إحصائياً على متغير الحاجة إلى المعرفة، وأن هذا التأثير كان دالاً إحصائياً عند مستوى ($p \leq 0.01$)، وبلغ حجم الأثر (٠.٦٢). وهذه النسبة تشير إلى درجة متوسطة من التأثير للبرنامج الحاجة إلى المعرفة لدى الطلبة المشاركين في الأنشطة اللاصفية.

ويمكن تفسير تلك النتيجة أن ما يساعد في تنمية الميل والحاجة إلى المعرفة لدى المتعلم هو إدراكه بالعمليات العقلية والمعرفية التي يقوم بها أثناء التعلم، وليس ذلك فقط بل والتحكم فيها. ويفسر الباحث تلك النتيجة بتركيز الأنشطة اللاصفية الموجهة على تنمية قدرات الطلبة على إدراك كيف يفكرون، وكيف يصلون إلى حلول للمشكلات التي تواجههم، لأنهم بهذه الطريقة يتمكنون من رسم مخطط واسع لمسار تفكيرهم، مما يسهل عليهم عملية التعلم، وكذلك يسهل عليهم سرعة وكفاءة إنجاز المهام التي تطلب منهم، ويخلق لديهم القدرة على التحليل والحاجة إلى المعرفة.

وتتفق النتيجة الحالية مع رأي كل من (Association of American Colleges and Universities, 2002; Cacioppo, Petty, Feinstein & Jarvis, 1996; Petty et al., 2009; Reinhard & Dickhauser, 2009) أن الطلاب الذين ينشغلون في الأنشطة اللاصفية المتحدية ينمو تفكيرهم ودافعيتهم وحاجتهم إلى المعرفة، وأن الأنشطة تعكس الحاجة إلى المعرفة والدافعية لدى الطلاب لبذل الجهد في حل المشكلات، والاستدلال، وجمع المعلومات. كما أشارت الدراسات إلى أن الحاجة إلى المعرفة ليست فطرية بل يمكن التدريب عليها وتنميتها وتغييرها مما يجعلها على قدم المساواة مع مخرجات التعلم الأخرى. كما أشارت دراسة كل من (Grant, Franklin & Langford, 2002) على أهمية فهم الطريقة التي يعمل بها العقل، وكيف تتولد

الأفكار، وتمكين المتعلمين من رسم مخططات واضحة لمسارات تفكيرهم وصولاً للحلول السليمة للتغلب على المشكلات.

ثانياً: أثر الأنشطة اللاصفية الموجهة على التوجهات المستقبلية

أظهرت النتائج أن الأنشطة اللاصفية كان لها تأثير دال إحصائياً على المرونة التوجهات المستقبلية، وأن هذا التأثير كان دالاً إحصائياً بالنسبة لبعده التخطيط للمستقبل ($p \leq 0.01$)، وبعد منظور الوقت ($p \leq 0.01$)، وبعد توقع عواقب المستقبل ($p \leq 0.01$)، كما كانت دالة أيضاً بالنسبة للدرجة الكلية على المقياس ($p \leq 0.01$). وبلغ حجم الأثر (٠.٥٩) بالنسبة لبعده التخطيط للمستقبل، و(٠.٦١) بالنسبة لبعده منظور الوقت، و(٠.٦١) بالنسبة لبعده توقع عواقب المستقبل، و(٠.٦٢) للدرجة الكلية على المقياس. وهذه النسبة تشير إلى درجة متوسطة من التأثير للأنشطة الصفية على أبعاد التوجهات المستقبلية والدرجة الكلية لدى الطلبة المشاركين فيه. ويشير التأثير الدال إحصائياً في أبعاد التوجهات المستقبلية إلى تطور قدرة الطلبة المشاركين في البرنامج على النظر إلى المواقف والمشكلات التي تواجههم من زوايا مختلفة، والتفكير في الطرق المختلفة لحل المشكلة مع جمع ومراعاة كل الحقائق والمعلومات المتاحة، والأخذ بعين الاعتبار الاختيارات المتعددة والمتنوعة قبل اتخاذ القرارات والتغلب على الصعوبات وحل المشكلات.

وهذا يشير إلى أن الأنشطة اللاصفية ساعدت الطلاب الموهوبين المشاركين في الأنشطة على تطوير توجهات مستقبلية قوية وأكثر اتساعاً وترابطاً. ويمكن أن تفهم هذه النتيجة في ضوء ما أكده الدليل التجريبي من أن التوجهات المستقبلية التي يتبناها الأفراد هي معتقدات شديدة الارتباط بالسياق الاجتماعي والثقافي، وأنها قابلة للتغير والتطور (Bond & Smith, 1996).

ويشير التأثير الدال إحصائياً إلى اتساع الأفق المستقبلي لدى الطلاب ودخول أهداف بعيدة زمنياً في النطاق الزمني المنظور بحيث تبدو هذه الأهداف البعيدة أكثر قرباً، وتطور قدرة الطلاب على إيجاد ارتباطات بين الأنشطة الحالية والأهداف المستقبلية، وعلى استباق الأهداف البعيدة من خلال توجيه الأفعال الحالية نحو تحقيق تلك الأهداف. ويمكن فهم هذه النتائج في ضوء علاقة التوجهات المستقبلية بالتنظيم الذاتي (Bembenutty & Karabenick, 2004)، وكذلك ما يتمتع به الطلاب الموهوبين من قدرة عالية على تنظيم وضبط الذات، والتنظيم الذاتي يستلزم وجود رؤية ذاتية حول الزمن المستقبلي وإدراك لتأثيره على السلوك الحالي، فالأهداف المستقبلية الأفعال والسلوكيات الضرورية للحصول عليها، يمكن أن تفهم بشكل أفضل إطار نظام أوسع من التنظيم الذاتي.

التوصيات وأوجه الاستفادة من نتائج البحث:

تقدم نتائج هذا البحث توصيات لمتخذي القرار بإدارات الموهوبين والمدارس داخل وزارة التربية والتعليم بالمملكة العربية السعودية بشكل عام، ومعلمي الموهوبين والقائمين على تصميم وتنفيذ برامج الموهوبين المهتمين بتطوير المواهب لدى الطلبة الموهوبين بشكل خاص.

١. إقامة دورات تدريبية خاصة لمعلمي الموهوبين حول أحدث النظريات والنماذج في مجال الموهبة، وأهم الخصائص التي يجب مراعاتها وتضمينها في الأنشطة الموجهة لهم.

٢. ضرورة إخضاع الأنشطة الإثرائية المختلفة لدراسات وبحوث تجريبية بصورة مستمرة؛ وذلك لقياس أثرها، والتعرف على نقاط القوة والضعف فيها، وتحديد فرص التحسين للارتقاء بها، وتحقيق الهدف المرجو منها.
٣. وضع خطة متكاملة في بداية كل عام دراسي للقياس بأنشطة لاصفية موجهة للطلاب الموهوبين.
٤. عقد ورش عمل متخصصة للمعلمين والمدارس ومراكز الموهوبين لإكسابهم مهارات متجددة في كيفية تخطيط وتنفيذ نشاطات لاصفية موجهة.
٥. تصميم الأنشطة اللاصفية وفقاً لاتجاهات وميول واهتمامات الطلاب الموهوبين.
٦. تعزيز الطلاب المتميزين في الأنشطة اللاصفية.

المراجع:

- إبراهيم، أسامة؛ وأيوب، علاء الدين (٢٠١١). النظريات الضمنية كمنبئات لتحيز المعلمين في ترشيح الطلاب لبرامج الموهوبين. *المجلة المصرية للدراسات النفسية*، ٢١ (٧٢)، ٣٣-٧٦.
- البناء، درية السيد (٢٠٠٤). واقع ممارسة الأنشطة التربوية الحرة بالمعاهد الأزهرية. *مجلة كلية التربية، جامعة الزقازيق*، ٤٧، ١٤٠-١٨٣.
- بنجر، آمنه راشد (٢٠٠٢). دور الأنشطة اللاصفية في رعاية التلميذات الموهوبات السعوديات في المرحلة الابتدائية من وجهة نظر تربوية. *مجلة رسالة الخليج العربي*، (٨٢)، ٦٣-١١٠.
- جرادات، عبدالكريم؛ العلي، نصر (٢٠١٠). الحاجة إلى المعرفة والشعور بالذات لدى الطلبة الجامعيين: دراسة استكشافية. *المجلة الأردنية في العلوم التربوية*، ٦ (٤)، ٣١٩-٢٣١.
- الحموري، فراس؛ وأبو مخ، أحمد (٢٠١١). الحاجة إلى المعرفة والتفكير ما وراء المعرفي لدى طلبة البكالوريوس في جامعة اليرموك. *مجلة جامعة النجاح للأبحاث*، ٢٥ (٦)، ١٤٦٣-١٤٨٨.
- زايد، نبيل (٢٠٠٨). علاقة المعرفة المتصلة والمنفصلة بالحاجة إلى المعرفة والجنس والصف والتخصص لدى طلبة كلية التربية. *المجلة المصرية للدراسات النفسية*، ١٨ (٦١)، ٤١٧-٤٦٧.
- سدخان، سهام (٢٠١٢). عادات الاستذكار وعلاقتها بالحاجة إلى المعرفة والتحصيل الدراسي لدى طلبة الجامعة. *رسالة دكتوراه غير منشورة. كلية التربية، جامعة بغداد*.
- شحاتة، حسن (٢٠٠٢). النشاط المدرسي مفهومة ووظائفه ومجالات تطبيقه. ط٧، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.
- Association of American Colleges and Universities (2002). *Greater Expectations: A new vision for learning as a nation goes to college*. Retrieved from; <http://www.greaterexpectations.org/>.
- Bembenutty, H., & Karabenick, S. A. (2004). Inherent association between academic delay of gratification, future time perspective, and self-regulated learning. *Educational Psychology Review*, 16, 35-57.
- Berger, S. L. (1991). *Differentiating curriculum for gifted students*. Reston, VA: CEC/ERIC. ED 342 175.
- Betts, G. (1992). *Autonomous learner model*. Melbourne: Hawker Brownlow Education.
- Bloom, B. S. (1985). *Developing talent in young people*. New York: Ballantine Books.

- Bond, M. H., & Smith, P. B. (1996). Cross-cultural social and organizational psychology. *Annu. Rev. Psychol*, 47, 205–35.
- Cacioppo, J. T., Petty, R. E., Feinstein, J. A., & Jarvis, W. B. G. (1996). Dispositional differences in cognitive motivation: The life and times of individuals varying in need for cognition. *Psychological Bulletin*, 119, 197–253.
- Cacippo, J. T., Petty, R. E. & Kao, C. F. (1984). The Efficient Assessment of need for cognition. *Journal of Personality Assessment*, 48(3), 306 - 311.
- Camp, W. G. (May-June, 1990). Participation in Student Activities and Achievement: A Covariance Structural Analysis. *Journal of Educational Research*. 83(5), 272-278.
- Carstensen, L., Isaacowitz, M. D., & Charles, S. T. (1999). Taking time seriously: A theory of socioemotional selectivity. *American Psychology*, 54, 165–181.
- Collins, K. & Barber, H. (2005). Female Athletes, Perceptions of Parental Influence, *Journal of Sport Behaviour*, 28(4), 295 – 314.
- Coutinho, S. (2006). The relationship between the need for cognition. metacognition and intellectual task performance. *Educational Research and Reviews*, 1(5), 162-164.
- Curseu, P. L. (2011). Need for cognition and active information search in small student groups. *Learning and Individual Differences*, 21(4), 415-418.
- Day, E. A., Espejo, J., Kowollik, V., Boatman, P. R., & McEntire, L. E. (2007). Modeling the links between need for cognition and the acquisition of a complex skill. *Personality and Individual Differences*, 42(2), 201-212.
- Dwyer, M. (2008). Need for cognition. life satisfaction. and academic achievement. Retrieved from <http://www.capital.edu/68/Arts-and-Sciences/23608/>.
- Feist, G. J. (2012). Predicting interest in and attitudes toward science from personality and need for cognition. *Personality and Individual Differences*, 52, 771-775.
- Feldhusen, J. F. (2003). Talented Youth at secondary level. In N. Colangelo, & G.A. Davis (Eds.), *Handbook of gifted education* (3rd ed.) (pp 229-237). Boston: Allyn & Bacon.
- Ferreira, L. B. M. (2004). The Role of a Science Story, Activities and Dialogue Modeled on Philosophy for Children in Teaching Basic Science Process Skills for Fifth Grade, *dissertation for Ed.D.*, Montclair State University (unpublished).
- Gagné, F. (2003). Transforming gifts into talents: The DMGT as a developmental theory. In N. Colangelo, & G.A. Davis (Eds.), *Handbook of gifted education* (3rd ed.) (pp 60 - 74). Boston: Allyn & Bacon.
- Gagné, F. (2005). From gifts to talents: The DMGT as a developmental model. In R. J. Sternberg & J. E. Davidson (Eds.). *Conceptions of giftedness* (pp. 246-279). Cambridge: Cambridge University Press.
- Gerber, S. (1996). Extracurricular activities and academic achievement. *Journal of Research and Development in Education*, 30(1), 42–50.

- Goodman, K. M. (2011). The influence of the campus climate for diversity on college students' need for cognitions. *Unpublished Doctoral Dissertation*, University of Iowa.
- Grant, A.M., Franklin, J., & Langford, P. (2002). The self-reflection and insight scale: A new measure of private self-consciousness. *Social behavior and personality*, 30(8), 821-836.
- Heller, K. A., Pertelh, C. & Lim, T. K. (2005). The Munich model of giftedness designed to identify and promote gifted students. In R. J. Sternberg & J. E. Davidson (Eds.), *Conceptions of giftedness* (pp. 147-170). Cambridge: Cambridge University Press.
- Husman, J., & Lens, W. (1999). The role of the future in student motivation. *Educational Psychology*, 34(2), 113-125.
- Husman, J., & Shell, D. F. (2008). Beliefs and perceptions about the future: A measurement of future time perspective. *Learning and Individual Differences*, 18, 166-175.
- Husman, J., Smith, S. D., & Johnson, E. (2001, April). Future time perspective and self-regulation: Looking to the future to better understand the present. Paper presented at *the annual meeting of the American Educational Research Association*, Seattle, WA.
- Kauffman, D., & Husman, J. (2004). Effects of Time Perspective on Student Motivation: Introduction to a Special Issue. *Educational Psychology Review*, 16, 1-7.
- Kerpelman, J. L., & Mosher, L. S. (2004). Rural African American adolescents' future orientation: The importance of self-efficacy, control and responsibility, and identity development. *Identity*, 4, 187-208.
- Kouzes, J. M., & Posner, B. Z. (1996). Envisioning your Future: Imagining Ideal Scenarios. *Futurist*, 30(3), 14-20.
- Lang, P. (2002). Adolescents Future Orientation. *Adolescence*, 37(147), 658 – 659.
- Leganger, A., Kraft, P. & Roysamt, E. (2000). Perceived Self – Efficacy in Health Behaviour Research: Conceptualization, Measurement, and Correlates. *Psychology & Health*, 15(1), 51 – 70.
- Levy, B., & Earleywine, M. (2004). Discriminating reinforcement expectancies for studying from future time perspective in the prediction of drinking problems. *Addictive Behaviors*, 29, 181-190.
- Malka, A., & Covington, M. V. (2005). Perceiving school performance as instrumental to future goal attainment: Effects on graded performance. *Contemporary Educational Psychology*, 30(1), 60-80.
- Marshall, A., & Arvay, M. (1999). Perspectives Voice and Sense of self Among Young Adolescents. *Professional School Counseling*, 3(1), 43-52.
- McCabe, K., & Barnett, D. (2000). First Comes Work, Then Comes Marriage: Future Orientation Among African American Young Adolescents. *Family Relations*, 49(1), 63-71.

- Njus, D., & Johnson, D. R. (2008). Need for cognition as a predictor of psychosocial identify development. *The Journal of Psychology*, 142(6), 645-655.
- Nuttin, J., & Lens, W. (1985). *Future time perspective and motivation: Theory and research method*. Leuven University Press: Leuven, Belgium.
- Olson , L. (1996) : The Career Game. *Education Week*, 16(5), 31 -36.
- Petty, R. E., & Briñol, P. (2012). The Elaboration Likelihood Model. In P. A. M. Van Lange, A. Kruglanski, & E. T. Higgins (Eds.), *Handbook of theories of social psychology* (Vol.1, pp. 224-245). London, England: Sage.
- Petty, R. E., Briñol, P., Loersch, C., & McCaslin, M. J. (2009). The need for cognition. In M. R. Leary & R. H. Hoyle (Eds.), *Handbook of individual differences in social behavior* (pp. 318-329). New York: Guilford Press.
- Pulkkinen, L., & Ronka, A. (1994). Personal Control Over Development, Identify Formation, and Future Orientation. *Developmental Psychology*, 30(2), 260 – 272.
- Reinhard, M.-A., & Dickhäuser, O. (2009). Need for cognition, task difficulty, and the formation of performance expectancies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 96, 1062–1076.
- Renzulli, J.S. (2003) Conception of giftedness and its relationship to the development of social capital. In N. Colangelo, & G.A. Davis (Eds.), *Handbook of gifted education* (3rd ed.) (pp. 75 - 87). Boston: Allyn & Bacon.
- Renzulli, J.S. (2005). The Three-ring conception of giftedness: A developmental model for promoting creative productivity. In R.J. Sternberg & J.E. Davidson (Eds.), *Conceptions of giftedness* (pp.246-279). Cambridge: Cambridge University Press.
- Silliker, S., & Quirk, J. (1997). The effect of extracurricular activity participation on ' the academic performance of male and female high students. *The School Counselor*, 44, 288-293.
- Simons, J., Vansteenkiste, M., Lens, W., & Lacante, M. (2004). Placing motivation and future time perspective theory in a temporal perspective. *Educational Psychology Review*, 16, 121–139.
- Simonton, D. (2003). When does giftedness become genius? And when not? In N. Colangelo, & G. Davis, *Handbook of Gifted Education* (pp. 358-372). Boston: Allyn & Bacon.
- Sosniak, L. A. (2003). Developing talent: Time, task and context. In N. Colangelo, & G. Davis, *Handbook of Gifted Education* (pp. 247-253). Boston: Allyn & Bacon.
- Steinberg, L., Graham, S., O'Brien, L., Woolard, J., Cauffman, E., & Banich, M. (2009). Age differences in future orientation and delay discounting. *Child Development*, 80, 28–44.
- Tannenbaum, A.J. (2003). Nature and nurture of giftedness. In N. Colangelo & G.A.S. Davis (Eds.), *Handbook of Gifted Education* (3rd Edition), (pp. 45-59). Boston: Allyn & Bacon.

- Taylor, J. (2004). Toward a strategy for internationalization: Lessons and practice from four universities. *Journal of Studies in International Education*, 8(2), 149-171.
- Tracy, L. C. (2001). Social / Emotional needs : The Rage of gifted students. *Gifted Child Today*, 24(2), 43-45.
- U. S. Department of Education, Office of Educational Research and Improvement. (1993). *National excellence: A case for developing Americas talent*. Washington, DC: U.S. Government Printing Office.
- VanTassel-Baska, J. (1992). *Developing learner outcomes for gifted students*. Reston, VA: CEC/ERIC. ERIC EC Digest #E514.
- Woolbaugh, W. H. (2004). Middle school science classroom practices in Crow and Northern Cheyenne schools. *Dissertation Abstracts International*, Volume: 65-03, Section: A, P. 823.
- Ziegler, A., & Heller, K. A. (2000). Conceptions of giftedness from a meta-theoretical perspective. In K. A. Heller, F. J. Mönks, R. J. Sternberg, & R. F. Subotnik, (Eds.), *International handbook of giftedness and talent* (2nd ed., pp.3-21). New York: Elsevier.
- Ziegler, A., & Stoeger, H. (2007). The Germanic view of giftedness. In S. N. Phillipson & M. McCann (Eds.), *What does it mean to be gifted? Socio-cultural perspectives* (pp. 65-98). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Zimbardo, P. G., & Boyd, J. N. (1999). Putting time in perspective: A valid, reliable individual-differences metric. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77(6), 1271-1288.

The Role of Sudanese Rural Women's Oral Folk Poetry in their Social Life: with Regard to Darfur Culture

Muhammad Al Tinawi^(*)

Abstract: Sudanese rural women's folk poetry plays an important role and covers a wide area in their social life. In Darfur region, which locates in Western Sudan, the rural women's oral folk poetry is of great significance in both social and cultural life. The folk poetry can be recited in some settings or recited and sung in other occasions. These tribal women come from different social backgrounds. Some are nomads whereas others are farmers. According to the rural folk poetry composers' language or vernacular, they are nicknamed as hakkama, tele abeera (singer), shaera (poetess) or badia (semi desert). Their poetry reflects Darfur clans' variety of cultures. The impact of such art, in undeveloped areas, is so great. Because it can be regarded the public information in its broader sense, where there are no media facilities nearby. Although most of these women are illiterate, their social contribution towards their communities is highly acknowledged. Hence, the rural folk poetess is of high prestige and widely respected by the clan members and her audience.

Key words: folklore, nomads, pastoral, vocal literature, poetess, hakkama, oral folk poetry, lampoonery, public information, Darfur.

دور الشعر الشعبي الشفاهي للنساء الريفيات السودانيات في حياتهن الاجتماعية: مع الأخذ بالاعتبار الى ثقافة دارفور

محمد الطيناوي

المخلص: إن للشعر الشعبي الشفاهي للنساء الريفيات السودانيات دوراً عظيماً يغطي مساحة واسعة في حياتهن الاجتماعية في إقليم دارفور الذي يقع في غرب السودان. وإن للشعر الشعبي الشفاهي للنساء الريفيات أهمية كبرى في كل مناحي الحياة الاجتماعية والثقافية. فالشعر الشعبي يمكن إلقاؤه في بعض المواقع أو تتشد وتغنى في مناسباتٍ أخرى. هؤلاء النساء القبليات ينحدرن من خلفيات اجتماعية مختلفة: بعضهن من القبائل البدوية بينما الأخريات من المزارعين. ووفقاً للغة مؤلفات هذا الشعر الشعبي الريفي أو لغتهن الدارجة فإن لهنّ ألقاب كثيرة مثل الحكامة والبننت المغنية وشاعرة البادية وغيرها. إن شعرهن يعكس الثقافات المتنوعة لقبائل دارفور. فتأثير مثل هذا الأدب في المناطق الأقل نمواً قد أصبح عظيماً. لأنه يمكن أن ينظر اليه على أنه الاعلام الشعبي بمعناه الواسع. حيث لا توجد وسائل اعلامية في المنطقة. وبالرغم من ان معظم هؤلاء النساء أميات إلا أن مساهمتهن تجاه مجتمعاتهن تثنى عليهن. لهذا السبب فإن شاعرة الفن الشعبي الريفي تحظى بمكانة مرموقة واحترام واسع من قبل أعضاء عشيرتها ومن جمهورها.

الكلمات المفتاحية: الفولكلور، بدو، رعاة، الأدب الشفاهي، شاعرة، حكامة، الشفاهي، الشعر الهجائي، الإعلام الشعبي، دارفور.

^(*) Department of English, Faculty of Arts and Education, Turaba Branch, Taif University, KSA.
dr.tinawi01@yahoo.com

Introduction

This paper is an attempt to investigate the role of the Sudanese rural women's folk poetry in its social and cultural life. It is known that Sudan is a big country with different ethnic groups, tribes, languages, dialects, cultures, with different climates, arts and colourful folklore. This diversity gives the Sudanese people their uniqueness in several fields including fiction, drama and poetry. Therefore, in the Sudanese culture, oral literature plays a very significant role throughout thousands of years. In this respect, the Sudanese poetry is divided into two major categories: written and oral or vocal verse. The latter is what this paper matters and concerns with. Especially the feminist voices are endowed with acute talent and considered as silent as a result of social or gender differences. Vast areas of the rural country constitute a potential storage of this type of poetry.

The Sudanese diversity of languages is spoken in different vernaculars and accents throughout the Sudanese regions. There was no written script before the independence of Sudan; since then, the writing of the Sudanese orthography has not had much effect on the composition and dissemination of oral poetry. The majority of the Sudanese, largely nomadic pastoralists, still remain illiterate. Even a literate populace has little relevance. However, since learned poets, considered the best male poet of the present generation, continue to transmit and publicize their poetry orally. Through their performances before live audiences or through their recordings of poetry on cassettes or videotapes, the oral dissemination process continues unabated. Sudanese literature is therefore still predominantly oral. It is orally composed, memorized, and recited. One cannot adequately summarize here the function of oral literature or poetry in the society, because it affects the daily lives of most of the Sudanese wherever they are. Poetry, proverbs, riddles, and other genres are used as acts of communication and as forms of education from elders to the young and from generation to generation.

These female poets play a significant role in traditional courts, tribal and political affairs. In times of conflict, poets adopt the position of journalists, spokespersons, and politicians rolled into one. Poets from different sides of the conflict exchange poetry that is performed at assemblies and traditional courts. These poetic compositions are also passed to different settlements and communities by word of mouth through the professional memorizers and recites. Proverbs are used in everyday verbal exchanges in both rural and urban societies. Riddles are more commonly used by nomads, who continue to test each other's knowledge and intelligence by presenting complicated oral puzzles to one another. Last but not least, other forms of oral literature are performed or listened to purely for entertainment. In this paper women's poetry will be examined. Sudanese classical poetry, the type of poetry best suited to address issues of serious interest, is classified into major themes and subjects such as descriptive, pride, lampooning, lyrics, seduction entertainment, ballads, wisdom, war and peace. According to this classification, based on the way the poem is chanted and the rhythmic pattern of words, some are seen as male genres while another is considered the female style.

During the last few years one can witness kinds of poetry by different Sudanese poetesses and can recognize the style adopted by a poet or a poetess depends on that particular artistic talent. There also seem to be regional influences on the artist's style. For example, women from the rural areas in East and Western regions of Sudan have composed fine types of poetry. In the past, there have also been examples of poets who

employed the Shukria, Kababeesh, and Butana tribes styles. Yet, there are very remarkable Sudanese rural poetic styles in Darfur and Kurdufan (except the Kababeesh) which have not been highlighted or investigated by researchers except for a very few of local interests and it is not in wide circulation.

The oral memorization and recitation is the main medium of publicizing and disseminating of poetry whatsoever its genre. The reciters are the factor who passes their favorite poetry from one area to another and from one generation to the next. In this sense Andrzejewski (1985:37) puts: "let us say, a hundred people can memorize a text from one performer, and that each of these hundred can perform it to a hundred more, and so on. In a very short time a story or poem can be known to several thousand people, without recourse to printing or to the radio." However, this otherwise effective medium of transmission does not work for women artists. The position of recite\dancer process has always been a male role; because of the restrictions imposed on women by Sudanese society. There have never been professional female reciters\dancers. The reciters commit to memory only poetry by male verbal artists, viewing the act of memorizing poetry by women as demeaning and insulting. As a result, women do not receive exposure through the traditional network. Since the Sudanese script was instituted decades later, attempts have been made to document in writing orally composed poetry.

However, traditionalists and scholars who made such an effort concentrated strictly on poetry by men. The little poetry by female artists collected so far happens to treat subjects associated with what are seen as female roles. These include oral poetry, which has now become a folk form without individual authorship, and lullabies when the mother sings to her baby. It is also known as lull rhyme or nursery rhyme.

Because Darfur region is remote from the capital of Sudan, its people's cultures had long been neglected. Yet, some efforts are initiated by individuals to register and collect this legacy. That is what let this paper attempt to investigate. Hence, it will concern with Darfur rural women's oral poetry.

1.1 Darfur Rural Women's Oral Folk Poetry

Darfur is the biggest region in Sudan. It is inhabited by more than 140 tribes with different languages, vernaculars, dialects and cultures. Some of them have extensions with their similar counterparts in the neighboring countries. The biggest Darfur clans can be exemplified in Fur, Zaghawa, Arabs, Berti, Meedoub, Masaleet, Dajo, Tama, Gimir, Borno, Borgoo, Birgid, Fallata, Erenga, Masalat, Abu Darag, Kinneen and others. Every clan, especially those which dwell the rural areas, has its renowned folk poetry poetesses. Such a woman is considered the spokesperson of her clan and its defender in some cases. The prototypes of this rural female poet have different nicknames such as: Hakkama (the woman whose poetry has the force of negative or positive provocation), Shaera (the poetess), Tele Abeera or Teneh Kaura (girl singer) and so forth. The recited poetry of some of these women will cause war against the neighboring tribes and consequently it breaks the social ties between these communities. On the other hand, she can call for peace and her clan will immediately execute her decision. This reform occurs as a result of social and political changes in the country. Furthermore, oral poetry is also sung by the same women.

1.0 Literature Review

Henning (1942) defines folklore as "the unwritten lore (stories, proverbs, riddles, songs, and [poetry])". Also Advanced Learner's Dictionary defines it as "the traditions and stories of a country or community...The story rapidly became part of family folklore". Furthermore, Roderick Beaton, in Amazon.com defines folk poetry as follows: "A wide ranging study of popular poetry and song in the Greek language from the last years of Byzantine Empire to the present day. The folk poetry of the title includes the songs, composed and handed down by word of mouth, of unlettered villagers, of wandering minstrels with pretension to professionalism, and in more recent times, of the poorer inhabitants..." Whereas Advanced Learner's Dictionary defines folk song in two respects:" 1. A song in the traditional style of a country or community. 2. A type of song that became popular in the US in the 1960s, played on a guitar and often about political topics".

As the folk poetry is associated with songs in most situations, therefore, the website www.poetrysoup.com presents forms of songs in the following respect: "Songs whose content is primarily lyrical rather than narrative conventionally grouped under the headings of love songs, wedding songs, religious songs, lullabies, exile songs, gnomic songs, dirges and songs of the lower world". Coles Notes also defines folk song as "A song that originated among the common people and has been transmitted, usually orally, from one generation to the next".

Furthermore, David Coplan (1986) thinks that the oral poetry is a study of popular culture, self- definition and social experience. Likewise, Amatzia Bar-Yosef explains it in terms of homogeneous style with distinctive musical characteristics of the rural musical tradition. Denis Wepman (1974) clarifies that folklore in the urban communities reveals expressions, and life styles. Moreover, Hasan Akca (2007) presents Asik Veysel as a folk poet and singer in a Turkish rural village. But David Atkinson (2004) justifies that oral traditions are considered as a defining characteristic of folk songs which can be described as vernacular, whether they are sung or printed.

2.0 Themes of the Folk Poetry

The feminist composers of the rural folk poetry are of two groups: nomads, who always travel from place to place raising camels and livestock. Then dwellers in rural areas who live stable in villages as farmers and raise livestock. Each group has its own way of composing and reciting oral folk poetry in accordance to the traditions, customs, institutions and the believes of the clan. Wikipedia avails an account of information about the pastoral themes. They include seduction, love, mourning, death, idealizing country life, and sometimes politics. A common type of pastoral poem genre is eclogue. Moreover, the rural poetess's verse cements itself on the bases of the rhythmic sound and sense. Also it depends on conventional thematic aspects of their poetry which run as follows:

- a. bravery and heroism.
- b. pride and generosity.
- c. dignity and wisdom.
- d. provocation and revenge.
- e. Good and Evil.
- f. virtuous values
- g. cooperation(nafeer and faza).

- h. respect and guest serving.
- i. family wise and traditions
- j. grace and patience
- k. respect and tolerance

3.0 Characteristics of the Rural Folk Poetry

Women voices in the pastoral and dwellers areas are overt especially in the traditional occasions like wedding, circumcision, planting and harvest festivals. Always the setting where the audience gathers to attend these folk poetry and songs will be in a public place, generally outdoors. The rural folk poetry must necessarily consist of the following characteristics:

- a. unrhymed verse as general.
- b. Usage of various languages, dialects and vernaculars.
- c. compliments: praising the brave, the generous, virtuous and with good ethics.
- d. lampoonery: insulting or disgracing the coward, selfish, miser, vicious and of any bad deeds.
- e. description: landscapes, seasons, images, the beloved, camels and horses.
- f. mourning: for death, loss, disaster, unhappy events...etc.
- g. war and peace: rejection of war and acceptance of peace settlement.
- h. travelling: migration, in diaspora, for work, tourism and desertion.
- i. farming: planting, harvesting, transporting, storing.
- j. festivals and ceremonies: marriage, wedding, arrivals, departures, circumcision, triumphant, religious or national occasions.
- k. al joodiyya: means a traditional way of mediation and facilitation to solve any big problem between two parts or enemies (persons or tribes) by a group of trusted elder people under a big tree, in the open air, even the big crimes like death, theft or robbery.

4.0 Anthology of Darfur Rural Women's Oral Folk Poetry

The following poems are just examples of Darfur rural women's oral folk poetry from different parts of the region through forms of their oral literature. These types of poetry convey situational occasions. It is worth mentioning that these poems are composed and sung at the same time.

Hence, this paper will provide names of some folk poetesses, aspects and themes of their poems, anonymous female works, the purposes and usages of their poetic forms and a considerable amount of excerpts by other women whose work has been transmitted through the audio-visual aids facilities.

4.1 Al Zayyadia Arab Hakkamas are female composers of folk poems.

They sing and dance at the same time, and the participants repeat the refrain after the singer. Usually these poems are composed of short dual lines and even of single line elongated by the chorus of a group of women. This tribe's dances are al jarray, al shiglab, al merdama, al hasees and umsigaardo. Al Hakkama Hediyya Al Shaikh Ajabad Dor describes beautiful girls of her clan while they are dancing as follows:

Hittenna al ma wisail azrag sebeebal khail.

Move your long unpaired braids black like the horse tail

The poetess asks the girls to dance moving their long hair that has not been joined with anything to make it longer, and it has not been dyed as black as the horse tail. Also Hediyya sings a social song simultaneously with the dance. She says:

Semhal leem wad demer tihtal juruf al hamar
So fine gathering and camping under the red drift

She admires the image of her nomad clan dwelling and fixing their tents at the brink of the red cliff. Being together in one site, will indicate the solidarity of her tribe in cases of roaming or encamping.

In the following line, she focuses on two significant social issues: her people's watering their camels and marriage wise. She declares that in sweet melody:

Tebber fim bayada sigayt akhayyer fi banatam makhidei
Overstayed in Um Bayada watering [and] chose his cousin to marry

She reminiscences an occasion in one summer when her relatives settled in a valley in North Darfur called Um Bayada, where the unnamed chap watered his heard of camels and chose his uncle's daughter to marry. She intends to date that season as an unforgettable setting where it evoked passion and happiness.

4.2 The following poem is one of the famous lyrics, composed by an anonymous

Darfurian woman and widely sang by some Sudanese singers in wedding festivals and through the audio- visual media. It became a prominent example of Darfur rural folklore heritage. It is entitled 'Woolaid Darfur' which means 'The Son of Darfur'. Its theme is a love ballad of a daring girl who declares her strong desire and passion to marry her lover, whom she conceals his name. It comprises of three stanzas. The first two lines recurrently recur as a refrain after every stanza. It runs as follows:

Woolaid Darfur bamshee maakal Leila,
Mahal ma'd door bamshee maakal Leila.
Hayyy..
Ummee galat ley:
Mitain bigeeti binei?!!
Irifti derbal ghei ?

Ligeetoo fougat beer,
Laihoo ramanish shoug.
Bijumbo ma maagoog.
Tagool sagani uroog.

Ligeetu fougat beer,
Ad daloo gisteer.
Bai haggoo mahoo ajeer.
Ya yumma khairoo keteer,
Ab sunoonan jeer,
Tagool akhatboo,ateer.!

Oh, Darfur's son, I'll go with you tonight,
Wherever you want, I'll go with you.

Oh,
My mother asked me:
'When have you become adolescent,
And know the path of love?!

I met him at the market place,
 To him, eagerness threw me
 Tightly, me and him.
 As though he irrigated me a medicine!

I met him at the well,
 The bail is made of tin.
 Wealthy, he is, and not hired.
 Mama, his fortune is great,
 May I engage him and fly with?!

The narrator of this poem is the intended girl. She is declaring an issue which is considered, in the past, as breaking the social traditions. It is unacceptable for a girl to reveal her passions to her semi-conservative family and society. But this girl rebels against such constraints, and directly imposes her prejudice towards her lover whom she nicknames the son of Darfur. In the first refrain, she tells her lover her acceptance and determination to elope with him wherever and whenever he chooses. Then she tells her audience, probably her peers, what her mother said blaming her of her open revelation.

In the second stanza she traces her lover's wanderings. She describes his image when she had a glimpse of him at the market. And that passion threw me in to his heart. Something is pulling her at him as though he is a magnetic field! She moves to the third stanza at the well while he was watering his livestock. She depicts him as a wealthy man who owns a lot of animals and he is not a wage earner. Meanwhile, she shifts to her mother telling her that his fortune is immense. Finally, she projects his teeth as white as the lime. And dramatically she 'asides' and discloses to herself willingly if she can engage him, fly away with him, and marry him.

4.3 The following poem was composed by Ashay Koonce a member of Zaghawa nation.

Her theme and subject matter are opposite to the latter girl's. She was a rural beautiful slender girl who had been engaged to a man against her will. She resisted her father's decision, who insisted not to retreat. Therefore, she rebelled and composed this poem\ song refusing that man. She complains the abuse and misjudgment of girls by their fathers and declares her refusal in the marketplaces, festivals and marriage weddings. Also she roams from village to village and from town to town singing and dancing in any opportunity. The poem runs in the Zaghawa language (Beria) as follows:

*Tuna Teenaru jari kana di aygona,
 Nanoo sururu jari kana di aygona,
 Khartoom Tootiru jari kana di aygona,
 Sorro Shirkaru jari kana di aygona,
 Khazzan durduru du jari kana di aygona.
 Gooji gooji Beybaru jari kana di aygona.*

*Usum boroogay no we,
 Taree terbo gay no we,
 Igaray tey di koiro,
 Bago meh gol di kidiyo,
 Tari ardi teree keiree,*

Ta kidiyeh nibiyar kei no.

*Ganjoo kayri gatar orbi kana di aygona,
Efir kayri noori orbi kana di aygona,
Gree gree tayar orbi kana di aygona.
Doori doori murkab orbiga, kana di aygona.*

From those inhabitants of Tuna Teeneh, I couldn't find justice,
From those inhabitants of NanooSuroo, I couldn't find justice,
From those inhabitants of KhartoomTuti, I couldn't find justice,
From those inhabitants of KhazzanDurdur, I couldn't find justice.

He is just a name of a man,
He isn't elegant like his peers.
He gets nothing when he accompanies others.
His speech sounds less than a woman's!
Dirty are his clothes.
Mindless to migrate to Libya for work.

From those travelers by smokefull train, I couldn't find justice.
From those travelers by dust full lorry, I couldn't find justice.
From those travelers by the roaring plane, I couldn't find justice.
From those travelers by a boat, I couldn't find justice.

In the opening stanza Ashay Koonnee mentions some places where she went to narrate bitterly her complaint to the local chiefs of these towns. But she became disappointed for not finding any justice in the courts of Alteena, Basao, Khartoom and Halfa in Sudan, and in Tchad the courts of Nanoo, Beyba and most probably Hiriba.

The second stanza describes her humiliation towards her suitor and insults him for his negative attitudes by saying that he is a man of nonsense. He is not fashionable and the worst thing is that his speech sounds less than a woman's. And that he gets nothing of advantage when accompanying his peers.

In the last stanza she changes her melody by shifting to describe the means of transport which she travelled by widening the scope of her complaint. She uses anomatopoeia in portraying the train, lorry, plane and the ferry. At the end of all these attempts, she could not get justice. Her tragic death without marriage and poems/songs became social remembrance.

5.0 Recommendations

The paper would like to recommend that this topic is a vast and important area to be dealt with in a few pages. But the problem resides in shortage of references which such studies lack. Hence, the researcher recommends further scholars and researchers to carry on in this rich neglected area. Because humanity will get great benefit of knowledge if this potential cultural legacy is given more concentration by the officials and academicians. Furthermore, I recommend the Sudanese Ministry of Culture and Information to facilitate the process of collecting Darfur cultural legacy and transmitting it through the media for the sake of the global knowledge.

5.0 Conclusion

The study comes to conclude that the role of the Sudanese rural women's oral folk poetry in Darfur is essential as the potential resource of regional and global literature. Darfur women voices are not widely focused on, nor investigated by researchers. In spite of that, this public information plays a significant role in the rural areas, where tribes interact positively on the one hand and negatively on the other hand according to the consequences of different occasions.

The impact of this poetry constitutes a cornerstone in the tribal life, where ethnicity has a strong effect on its subjects, themes and concepts. Hence, through these genres of the rural oral folk poetry, these poetesses portray the culture of Darfur region and try to transmit it worldwide in great difficulty and strong determination.

The paper could discover, when collecting data, some other rural female oral folk poetry composers and singers like the Hakkama Khadeeja Hammad, Meiram Meriam Abbo, Meriam Sasa, Hawa Ramadan, Haleema, Safia Hisain and Tombo Kujuga.

Bibliography

- Akca, Hasan. et al. Turkish Folk Poet and Folk Singer. Government Information Quarterly. Vol. 24, Issue 2, April 2007.pp.404-413.
- Atkinson, David. Folk Songs in Print: Text and Tradition. Folk Music Journal.2004. English Folk Dance Song Society. London.
- Bar-Yosef, Amatzia. Change: the Singing Style of the 'Hadday', Palestinian Folk Poet-Singers. Asian Music, Vol.29, No.2. 1998. Pp.57-82. University of Texas Press.
- Coplan, David. African Studies Review. Vol.29. Number1. March 1986.
- Renwick, Roger Dev. English Folk Poetry. Publications of American Folklore Society, New Series, Vol.2. Philadelphia: University of Pennsylvania Press,1980. Pp.xii.
- Vasvari, Lousie O. Comparative Literature and Culture: A Comparative Approach to European Folk Poetry and the Erotic Wedding Motif.Vol.1. 1999. Issue 4. Article 1.Purdue University Press.
- Wepman, Dennis. et al. Toasts: The Black Urban Folk Poetry. The Journal of American Folklore. Vol.87, Na345. 1974. pp.208-224.

The Language Used in five-Star Hotels

Mahmoud El Salman^(*)

Sireen Jobran

Abstract: The purpose of this study is to investigate the language used by the receptionists and the guests of three five-star hotels in Amman (Jordan). It has been observed that they use both English and Urban Arabic regardless of their social backgrounds in their speech, while the guests display a readiness to use English regardless of their level of proficiency of the language. English and the Arabic dialect which is considered the supra-dialectal low of the speaking Arabic world are used as tools to exhibit levels of prestige in these luxurious hotels. Code-switching quite evident in the language of the employees even when the interlocutors (i.e. the guests) show readiness to use English. Ninety percent of the employees exhibit a readiness to code-switch and sometimes even to code-mix. It is very clear that English is found to be the preferred language once the guests began using it. That is to say, the language used by the receptionists is launched and determined from the beginning by the language used by the guests. Linguistic accommodation and cost and reward principle are to be considered. The guests' perceptions of the quality of service are obviously affected by the language used in the hotels. Eighty-two percent of the guests believe that the use of English in the hotels reflects the fact that they are in a prestigious five-star hotel.

Key words: linguistic accommodation, code-switching.

اللغة المستخدمة في فنادق الخمس نجوم

محمود السلطان
سيرين جبران

المخلص: تهدف هذه الدراسة إلى معرفة اللغة المستعملة في فنادق الـ (خمس نجوم)، وقد أُقيمت هذه الدراسة على فنادق تُصنّف على أنها (خمس نجوم) في الأردن، وركّزت على موظفي الاستقبال والزبائن. الخلفية الاجتماعية للزبائن والموظفين قد درست لتحديد العلاقة الممكنة مع النمط اللغوي المستخدم من قبلهم. أظهرت الدراسة ان ٩٠ بالمائة من الزبائن على استعداد للانتقال اللغوي والانتقال بين لهجة للهجة او من لغة للغة. ٨٢ بالمائة من الزبائن يعتقدون أن استخدام اللغة الإنجليزية يعكس كينونتهم في مكان راق. وجدت الدراسة أنّ الزبائن وموظفي الاستقبال يميلون إلى استعمال اللغة الإنجليزية، أو اللهجة العربية المدنية في معظم الوقت. ومن أهم الأسباب لهذا التغيير اللغوي وتفضيل اللغة الإنجليزية في مثل هذه الأماكن التي تُصنّف على أنها راقية وعالية المستوى، الاعتقاد النفسي اللغوي بأنّ اللغة الإنجليزية ترفع مكانة المتكلم الرسمية، فالمكان يخلق الميل لاستعمال اللغة الإنجليزية، مما يُشعر المتحدث بأنّه الشخص المؤهل اجتماعياً الذي يستحق أن يكون في هذا المكان.

الكلمات المفتاحية: التغيير اللغوي، الانتقال اللغوي.

(*) جامعة البلقاء - الأردن، el_salman@hotmail.com

Introduction

In this section we provide background to this sociolinguistic study. Labov states that “one cannot understand the development of a language change apart from the social life of the community in which it occurs (Labov, 1972b: 3).”

Amman, the capital of Jordan and in which this study is carried out, is the commercial, industrial, and administrative center of the country. The city has an estimated population of about 2.5 million. Due to the city’s modern-day prosperity and temperate climate, almost half of Jordan’s population is concentrated in the Amman area (Jordan Tourism Board, 2010). The residential suburbs consist of mainly tree-lined streets and avenues flanked by elegant, almost uniformly white houses in accordance with a municipal law, which states that all buildings must be faced with local stone. The people of Amman are multi-cultural, multi-denominational, well-educated and extremely hospitable. They welcome visitors and take pride in showing them around their fascinating and vibrant city (Jordan Tourism Board, 2010).

Although Jordan’s tourism sector has grown steadily in the past, the sector has had to overcome a number of challenges. Following the 2005 hotel attacks, the sector proved to be resilient with its rapid recovery in terms of tourist arrivals and hotel occupancy levels (Rosenberg and Choufany 2009).

Methodology

This study has been conducted in light of the Labovian Paradigm (Labov, 1972a). In order to provide a full account, some of the informants will be discussed as individual cases first and then as a group because “even though most choices reflect some societal pattern, speakers make linguistic choices as individuals. That is, choices ultimately lie with the individual and are rationally based (Myers-Scotton and Bolonyal, 2001: 1).”

In order to collect data for the purpose of this research, we visited five-stars hotels in Amman during the summer of 2013. The language used by the Arab guests and the receptionists while talking to each other is the target of this study. Our hypothesis is that the norms of speech for this setting would be reflected in the language and code-switch that is used there. Should special sociolinguistic characteristics emerge in the typical speech of the persons within this setting, we will attempt to interpret both these and the reasons for them.

If we can determine and shed light on the reasons for shifting from one’s own language to another language in such social contexts and under the influence of the location, we can imagine the reasons for the shifts which might lead to change in similar places or phases in the past. Our method was to, sometimes, pretend that we were guests. On other occasions, we used the time in queuing up to book by listening to the discussions between the receptionists and other guests. In order not to forget the crucial words or important code-switches that took place, we would sit in the hotel lounges before leaving and write our notes. Deep linguistic data analyses would occur after returning home.

The Sample

Our study includes forty-eight informants as we did our best to listen to this number of formants at these hotels. Twenty-four of the informants are females, and twenty-four are males. This size of sample is acceptable and similar to the number of informants in many similar studies. For example, the number of informants in Trudgill's 1974 study was sixty in a city (Norwich) with a population of 118,610, and the number of informants in Daher's 1998 study, conducted in Damascus, was forty-six. Labov also notes that "the structured nature of social and stylistic variation of language can be studied through samples considerably smaller than those required for the study of other forms of social behavior (Labov, 1966: 638)."

The social network framework of Milroy (Milroy and Milroy 1978) has been followed as individuals whom we know work at some of these hotels played crucial roles in facilitating our task. It was difficult sometimes to be allowed to listen to the conversations between the receptionists and the guests. Many thanks to those friends who helped us overcome these obstacles. They helped us to carry out many successful interviews. Sometimes we failed to make the some interviews when we did not have a personal relation and contact with one of the employees at these hotels. The basic justification was that any conversation between employees and guests, especially regarding the booking of the room, is considered part of their privacy; thus, the hotel administration felt compelled to respect this. In other words, the task to approach the speech of our target (i.e. the guests and the receptionists) was not easy at all. It is worth mentioning that in the hotel business, the term "guests" is used instead of "customers" as this helps to create the intimacy needed in order to help the customer feel that he/she is at home rather than a hotel.

Findings and Discussion

Table (1)

Distribution of informants by gender and age (young 18-49, old 50+).

Age	Male	Female	Total
Young	12	12	24
Old	12	12	24
Total	24	24	48

Table (2)

shows the use of the different varieties (U,E and LJ) by age and gender.

Sex	M				F			
	Age	[U]%	[E]%	[LJ]%	N	[U]%	[E]%	[LJ]%
Young	20	77	3	189	26	73	1	240
Old	22	75	3	210	21	78	1	200

Note: U=urban dialect, E= English language, LJ=local Jordanian dialect.

It is found that, to a great extent, the receptionists accommodate their dialect and the language they use to that which is used by the guests. The guests in general tend to use English the majority of the time as table 2 shows, and if Arabic language is used, the Urban Arabic Dialect (UAD) dominates. 77% of young male guests and 75% of old male guests showed readiness to shift to English in their speech. While 73% of young female guests and 78% of old females showed this readiness. SPSS analysis

shows that sex, by contrast, has a very low significance in the use of the [E] variant. ($P < .05$ while $P < .278$ for sex in the use of the [E] variant). In general sex is a significant factor in making the speech of males and females differ as females prefer to use the variety that reflects softness and urbanization, features which are regarded as suiting the nature of women in some parts of the Arab world (Al-Wer, 1999: 41; Amara, 1999: 70), while Young males stereotypically used the local varieties that “carries the social meaning of locality (Al-Wer, 1991: 75)”.

It seems that financial reasons are not sufficient to give a guest the sense that he/she is prestigious and deserves to be at such fine hotels. This impression was confirmed by discussions which we had with my informants after the informal interviews.

Shifting into English by the guests was not an aimless task. The use of it helps one to attach to a level of prestige to him-/herself. According to Myers- Scotton (1995), “a major motivation for using one variety rather than another as a medium of an interaction is the extent to which this choice minimizes costs and minimizes rewards for the speaker (Myers-Scotton, 1995: 100).” The cost and reward principle goes beyond assessing things materially to assessing them psychologically. Nor it is an aimless task by the receptionists either. This impression was also confirmed by discussions which we had with the receptionists after the informal interviews. Their use of English helps reinforce this idea for the guests. It is as though the receptionists’ use of English with the guests is a kind of confirmation that they are in a luxurious place. Simply put, it is a role that is mutual; the guests use English to create a sense of prestige, and the receptionists use it to reinforce this idea for the guests by creating the atmosphere of a prestigious place. The place itself (being a luxurious place) stresses the use of English, and, therefore, the use of English by many guests enhances the impression that the place is prestigious. The linguistic behavior of all the informants become almost similar in these luxurious place, as if the place unifies the code used. In most of the studied (see, Abdel Jawad, 1981, Al Khatib, 1988, El Salman 2003) linguistically males and females behaved differently. In our study they behave similarly. Even the old and the young linguistically behave similarly in that the old and the young used English and the (UAD) in almost similar percentage, 77% young males used English and 20% of them used the (UAD) and 75% of the old males used English and 22% of them used the (UAD). Young females and old females also linguistically behave similarly as table 2 shows. SPSS analysis shows that age, has a very low significance in the use of [E] or (UAD). ($P < .05$ while $P < .300$ for age in the use of (E)).

Thus, the use of any code in this social context was not free. It was, to a great extent, governed by this social context. These three elements (i.e. the place, the guests, and the receptionists) play equal roles in creating this linguistic context where, decidedly, the English language became dominant. According to Gee (2011), language has a magical property: when we speak we craft what we have to say to fit the situation or context in which we are communicating. But, at the same time, how we speak creates that very situation or context (Gee, 2011). Our study shows that patronizing a five-star hotel presupposes a minimal ability of the English language to manage to fit the place to the guests. This was crystallized by the insistence on the use of English by some guests who did not show mastery in it. Second, in face-to-face interviews with some guests, 86% of them acknowledged that they use English in such places because English is more suitable. So, the place creates a willingness and tendency to use English.

The cost and reward principle (Scotton, 1995) seems to work clearly, as we stated, in this context. In using English, the guests' gain a reward in displaying their ability to use a prestigious language (English). The reward gained by the receptionists is the use of the language which the guests show readiness and desire to use even if they do not adequately master. In other words, the ability to accommodate linguistically to the guests (customers) exhibits efficiency in carrying out one's job. The principle that the customer is always right and we, the service-providers, have to adjust our habits to theirs is crucial among the reasons which dictate language use. Many linguists discovered that the speech of the interviewers (Trudgill, 1986:) mirrored that of their informants and the speech of the employees mirrored that of the customers (see Labov, department store study 1974). In our study, the language of the receptionists mirrored the mixture of dialects or languages that the guests might use. If Arabic is used by the guests, the receptionists shifts to Arabic, and if the guests code-switch into English, then the receptionists respond by code-switching to English.

Nonetheless, the nature of the Arab societies is also reflected in some behaviors of the guests and the receptionists. In other words, although we conducted our study in very prestigious and luxurious hotels, the nature of the local society is still easily noticeable in these places and is obviously mirrored within. It was apparent that the relation between some of the guests and the receptionists was intimate to the degree that terms reflecting this intimacy and friendship were dominant in their speech. The following dialogue exhibits this:

G (a guest): okay Marwan nazil assoq tabi shai? "Marwan, I'm going to the marketplace do you need anything?"
 R (a receptionist): la shokran Zahir haini bigoli 3agli arawih ba3d shwai laani ta3ban.
 No thanks Zahir. It comes to my mind to go home as I'm a little bit tired.

This dialogue shows that the relation between the two became very close. Notice the use of the first name (Marwan) without any title; this reflects a reciprocal informal relation between the two (see also Brown and Gilman, 1960). In addition, the use of the local dialect by the guest which indicates that he is from a Gulf country. It should also be noted that the receptionist uses neither the urban nor the English language in his speech. He uses the local Jordanian dialect distinguished by the use of its key feature, the /g/ variant, in the words /bigoli 3agli/ "it comes to my mind." It should be noted that the receptionist uses his local dialect with the guest once he talked to the guest as a friend but not as a customer. In other words, the style is casual and the topic they talk about has nothing to do with a hotel business.

Another dialogue sample:

R: "tfadli madam kiif ba? dar akhdimik"
 "Welcome, Madame. How can I help you?"
 She then directed her speech to her husband,
 Golo bidna lytiin"
 "Tell him that we want to stay two nights."
 R: "tfathal sho bto? mor?"
 "What do you want?"
 G: "Bidana ni7jiz l liltiin"
 "We want to book for two nights"

It is noticed here that the receptionist used the urban dialect when he directed his speech to the female guest. Then it is noticed that the dialect of the woman is not urban when she talked to her husband. This means that the receptionist automatically expects that the urban dialect is used by a female and as a result he used the urban code with a female guest as females prefer the urban dialect (Al-Wer, 1991) as it is “strongly associated with the forces of urbanization, modernization (Daher, 1998, 189).”

Females also appeared to use English more than males. Eighty percent of the female informants tried to use English and code-switched to it frequently. This is expected as females are known to show a tendency to use the language or the dialect which is considered prestigious. Thus in such luxurious places, females are expected to be more likely to use the prestigious code (in this case, English or the urban dialect). It was also noted that the receptionists reacted positively to this tendency in females by complying in all instances to the code used by females (see below). If the urban dialect were used by females, the receptionists would also use it, regardless of their origin. For example, some of the receptionists’ original dialects were discovered in the interviews that they are not urban dialects at all and that the [g] variant, which is the key feature of the local Jordanian dialect, is dominant in their speech. The example below shows this:

F1: kolna talat wma ba?dar astka ida samahit.
 ‘ we are all three and I could not wait, if you please.
 R: okay, hala? Barod ashooof ilkom athalath, tikrami madam.
 ‘Receptionist: ‘I will try to check again for the three of you, okay.’

In an interview with the receptionist, we learned that his original dialect is not the urban dialect of this study. Nevertheless, his use of the urban variant /t/ in hala?displays a switch in his speech in order to accommodate the speech of the guest. Indeed, it is however noted that he does not pronounce the word /thalath/ (three) using the correct urban dialect pronunciation regarding the variant /t/. This indicates that he does not fully master the urban dialect. But as Mesthrie et al put it, speakers do not necessarily accommodate to how their interlocutor actually speaks. Rather, they may not be able to do so. Speakers converge towards how they expect their interlocutor to speak, rather than towards their actual speech (Mesthrie et al, 2000).

Language varieties are meaningful: they are indexical of a speaker’s origin or of aspects of their social identity (for instance, their social class or ethnic group) (see, Abdel Jawad, 1981, Kanakrih, 1988, Al Khatib 1988, Mesthrei, El Salman, 2007, abdel-Jawad and Abu Radwan, 2013). It can be added here that language varieties are also indexical of a speaker’s desire to associate him- or herself with a given group once a linguistic shift is witnessed in his or her speech. A natural tendency to show worthiness to be in a place is to show the ability to use the favorite dominating language. As such, our study could be considered a social and psychological study that has attempted to shed light on the meanings that may be attributed to the different language varieties that the speakers try to use in our studied contexts.

The pressure of the place and the general social atmosphere played a crucial role in determining the language used. In other words, using English was to a great extent justified.

This language study has shown that no single language is used. The informants we succeeded to document exhibited features of code-switching. The highest percentage of code-switching was from Arabic into English.

Conclusion

Our study was conducted in 5-star hotels which are places that are considered luxurious and prestigious. Our hypothesis was that such places have a linguistically strong impact on the guests as well as the receptionists in that the language they use, or even the dialect, is, to a great extent, governed by the place and is not free. In other words, linguistic variation in the place was not free at all. Most of the guests tend to draw on two varieties, English or the urban Arabic dialect. Language varieties constitute a resource that may be drawn on in interaction with others (Mesthrei, 2000). Nonetheless, the choice of any of these varieties that people master depends solely on the avoidance of the use of any marked code that might be unsuitable to the social context (see also Ferguson, 1959, Scotton, 1995). The cost and reward principle (Scotton, 1995) works clearly in this context. In our case, the place appears to be the determinant to the code used.

The unmarked codes clearly appear to be the English language or the urban Arabic dialect; each of which aided psychologically in creating the sense that one belongs to the place and he or she has a legitimate right to be there. That is to say, the English language and one of the most prestigious Arabic dialects, the UAD, were used to enhance the sense that our existence in such a prestigious place is legitimate. In other words, linguistic tools were used to justify social matters. The need to communicate did not appear to be the reason for any choice. In most of the cases, the shift to English was between two informants who master Arabic language fully. In other cases the shift to the urban dialect was to accommodate the interlocutors but not to increase communication efficiency. Once one finds him- or herself in such a luxurious place, English and the urban dialect appear to be the codes preferred to display one's legitimacy to be at such a prestigious place. In other words, the place creates the language used and we are speaking and acting in this governed way because we are in such places.

References

- Abdel-Jawad, H (1981). *Lexical and Phonological Variation in Spoken Arabic in Amman*. University of Pennsylvania dissertation.
- Abdel-Jawad, H and Abu Radwan, A (2013). *Sociolinguistic Variation in Arabic: a New Theoretical Approach*. In M, Ennaji (ed), *languages and Linguistics* 31, 1-23.
- Al-Jehani, N. (1985). *Sociostylistic stratification of Arabic in Makkah*. PhD dissertation. The University of Michigan.
- Al Khatib, M (1988). *Sociolinguistic change in an expanding urban context A case study of Irbid city, Jordan*. PhD thesis. University of Durham.
- Al-Wer, E (1991). *Phonological Variation in The Speech of Women From Three Urban Areas in Jordan*. University of Essex dissertation
- Al-Wer, E (1999). *Why do different variables behave differently? Data from Arabic*. In Y. Suleiman (ed.), *Language and Society in the Middle East and North Africa*,

- Studies in Variation and Identity, 38-57. Surrey: Curzon Press. Essex research report in Linguistics, 24-47.
- Brown, R. and Gilman, A. (1968). The pronoun of power and solidarity. In J. Fishman (ed). Reading in the sociology of language, 1: 252-275. Netherlands: Mouton.
- Daher, J (1998). Gender In Linguistic Variation: The Variable (Q) In Damascus Arabic. In E, Benmamoun, M, Eid and N. Haeri (ed), Perspectives On Arabic Linguistics XI, 183-205. Amsterdam: Benjamins Publishing Company.
- Elgibali, A (1985). Towards a sociolinguistic Analysis of Language Variation In Arabic: Cairene and Kuwaiti Dialects (PhD thesis) University of Pittsburgh.
- El Salman, M (1991) Tirat Haifa Between 1900-1948. Irbid: Qudsiyyih Press
- El-Salman, M (2003). The [q] variant in the Arabic Dialect of Tirat Haifa. In D. Park(ed). Anthropological linguistics. V45, 413-425.
- El Salman, M (2007). Amazigh-Arabic Code-switching in Nador (Morocco). In M, Ennaji (ed), languages and Linguistics 20, 125-137.
- Ferguson, C. A. (1959). Diglossia. Word, 15, 325-340.
- Gee, G (2011). An introduction to Discourse analysis-Theory and methods. New York: Routledge.
- Giles, H. and Smith, P. (1979). Accommodation theory: optimal levels of convergence. In H. Giles, and R. St Claire (eds.), Language and social psychology. Oxford: Blackwell, 1: pp. 45-65.
- Jordan Tourism board (2010). A Modern City Built on The sands of Time. Amman.
- Kanakri, M (1988). Style and style shifting in the speech of educated speakers of Jordanian Arabic. PhD Diss. University of Wisconsin-Madison.
- Labov, W. (1966). The social stratification of English in New York City. Washington, DC: Center for Applied Linguistics.
- Labov, W. (1972a). The Study of Language in its Social context. In J. Pride And J. Holmes (ed), Sociolinguistics: Selected Reading, 180-201). Middlesex: Penguin Book.
- Labov, W. (1972b). Sociolinguistic Patterns. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Mesthrie, R. (2000). Clearing the ground: basic issues, concepts and approaches. In R. Mesthrie, J. Swann, A. Deumert and W. Leap (eds.), Introducing Sociolinguistics, 1-43. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Milroy, J. and Milroy, L. (1978). Belfast: Change and variation in an urban vernacular. In Trudgill (1978) 19-36).
- Milroy, J. and Milroy, L. (1997). Varieties and Variation. In F. Coulmas (ed.), The Handbook of socio-linguistics, 47-64. Oxford: Blackwell
- Myers-Scotton, C. (1995). Social Motivations for Code Switching: Evidence from Africa. Oxford: Clarendon Press.
- Myers-Scotton, C. M., and Bolonyal, A (2001) Calculating speakers: Code-switching in a rational choice model. Language in Society, 30: 1-28.
- Rosenberg, p and Choufany, H.(2009). Spiritual lodging- the Sharia compliment Hotel concept. Electronic article. <http://www.hospitalitynet.org/news/4041066.html>
- Trudgill, P. (1974). The Social Differentiation of English in Norwich. Cambridge: Cambridge University Press.

Towards Effective Reading Strategies

Mohammed AbdAlla AbdAlgane^(*)

Siddig Ahmed Ali (**)

Abstract: This study investigates the problems that EFL learners encounter in reading. Thus, it elucidates some proposed strategies that might facilitate the reading process. In other words, it's an attempt to tackle EFL learners' reading problems. The study comprises a number of different topics such as: basic reading problems, assessing one's current reading ability, the need for speed reading, factors contributing to reduced reading rates, goal setting, reading environment, materials needed for proper reading, the common reading techniques that are often used in the classroom, strategies good readers utilize, strategies for reading fiction as well as non-fiction texts, rapid eye technology, Neuro-Linguistic Programming (NLP), and Emotional Freedom Technique (EFT). Then the study is supported with a test on reading conducted on two different groups of EFL learners together with the statistically analyzed results of the test through SPSS as well as a discussion of the results. The selected sample was (120) Saudi male students. Their ages range between (18-22) years old. They studied English as their specialization and as a foreign language in a formal setting. They were divided into two groups: the first group studied two semesters whereas the second group studied seven semesters. The first group studied only introductory reading courses at foundation year program while the second group studied several courses that contribute to enrich their reading skills and vocabulary. Finally the study is concluded with a conclusion, references and an appendix of the reading test.

Key words: regression, eye movement, reading environment, scanning, skimming, rapid reading, critical reading, extensive reading, rapid eye technology, neuro-linguistic programming, emotional freedom technique.

نحو الاستراتيجيات الفاعلة للقراءة

محمد عبدالله الغني

صديق احمد علي

المخلص: تهدف هذه الدراسة إلى تقصي الصعوبات في مهارة القراءة التي يواجهها طلاب اللغة الإنجليزية كلفة أجنبية. تقوم الدراسة بتوضيح بعض الإستراتيجيات المقترحة التي يمكن أن تسهل عملية القراءة. بتعبير آخر هذه الدراسة محاولة لإيجاد حلول إلى معضلات القراءة لدى الطلاب. تشتمل الدراسة على مواضيع عدة مثل: معضلات القراءة الأساسية، تقييم مقدرات القراءة الحالية لدى الطالب، أهمية القراءة السريعة، العوامل التي تساهم في حل مشكلة مستويات الطلاب المتدنية، بالإضافة إلى بيئة القراءة، المواد التي يحتاجها الطلاب لقراءة مثلى وفاعلة. تستعرض الدراسة أكثر طرق القراءة شيوعاً في صفوف الدراسة، والإستراتيجيات التي يستخدمها القراء المتمكنون، وإستراتيجيات قراءة النصوص الواقعية، وإستراتيجيات قراءة النصوص الخيالية، تقنية الفحص السريع بالعين، البرمجة اللغوية العصبية، تقنية الحرية العاطفية. لقد تم دعم الدراسة باختبار في مهارات القراءة والذي تم تطبيقه على مجموعتين من الطلاب بالمملكة العربية السعودية بحيث يبلغ عدد الطلاب للمجموعتين ١٢٠ طالب مقسمين إلى مجموعتين: المجموعة (أ) وتتكون من ٦٠ طالب يدرسون بالسنة التحضيرية بالجامعة ولم يدرسوا مقررًا عدا مقرر "مقدمة في القراءة"، بينما المجموعة الأخرى (ب) والتي تتكون أيضا من ٦٠ طالب يدرسون بالسنة الأخيرة بالجامعة بحيث قاموا بدراسة العديد من مقررات القراءة. تم تحليل نتائج الاختبار إحصائياً ومقارنة النتائج ومن ثم تمت مناقشتها. اختتمت الدراسة بخاتمة وقائمة المراجع وملحق يبين اختبار القراءة الذي طبق على الطلاب.

الكلمات المفتاحية: القراءة السريعة، القراءة الناقدة، القراءة بتوسع، تقنية العين السريعة، البرمجة اللغوية العصبية، تقنية الحركة العاطفية.

(*) Department of English Language, College of Arts and Education, Turaba, Taif University, KSA, Dr.mohammed.saleem@hotmail.com

(**) Dept. of English language & Translation, College of Science and Arts, Arrass, Qassim University, [KSA.

Introduction

There is absolutely no single definition of reading; therefore, it is difficult to compose a perfect one. A broader definition presented by Rubin (1982:8) is that “reading is the bringing and the getting of meaning from the printed page”. This definition implies that readers bring their background, experiences, and emotion into play. Hittleman (1978:5) states that “reading is a verbal process interrelated with thinking and with all other communication abilities: listening, speaking, and writing”. Reading is a language process and communication that is a process which gives opportunity to readers to interact and communicate with different ideas. Herber's (1978:9) categorizes reading as a thinking process which includes decoding of symbols, interpreting the meanings of the symbols, and applying the ideas derived from the symbols.

Spratt (2005, P.21) defines Reading as a receptive skill that involves responding to a text, rather than producing it. Reading involves making sense of a text. Moreover, Spratt (2005, p.22) mention several reasons for reading, ways of reading or reading sub-skills: Shepherd and Mitchell (1997, p2-3) state: Reading may be defined as an individual's total inter-relationship with symbolic information. Reading is a communication process requiring a series of skills. As such reading is a thinking process rather than an exercise in eye movements. Effective reading requires a logical sequence of thinking or thought patterns, and these thought patterns require practice to set them into the mind. They may be broken down into the following seven basic processes:

1. Recognition: the reader's knowledge of the alphabetic symbols.
2. Assimilation: the physical process of perception and scanning.
3. Extra-integration: analysis, criticism, appreciation, selection & rejection. These are all activities which require the reader to bring his past experience to bear on the task.
4. Retention: this is the capacity to store the information in memory.
5. Recall: the ability to recover the information from memory storage.
6. Communication: this represents the application of the information and may be further broken down into at least 4 categories, which are:
 - Written communication;
 - Spoken communication;
 - Communication through drawing and the manipulation of objects;

1. Basic Reading Problems

a. Regression

Regression is the re-reading that you do when your eyes make a mistake in following lines or words in a line. In some cases your eyes may skip back to the same line and in other cases you may find that you have missed a few lines because your eyes moved down too far. In any case, the result is that you have to readjust your focus and re-read material, thus slowing your reading speed.

As a speed reader you will virtually eliminate this problem. By using pointing devices such as a ruler or your fingers, this problem is very easy to eliminate.

b. Word-by-word reading

From the beginning of school, we have been taught to read one word at a time. You started at the beginning of the line, read each word one at a time until you reached

the end of the line. Then you began at the line immediately following the one that you had just finished, and read this new line exactly as you had read the previous one, one word at a time. Chances are that you never changed this way of reading and still read one word at a time.

As a speed reader, you will change this method of reading. You will begin to see words as groups rather than individual words, and you will learn to extract meaning from the groups of words that you see. This method is much faster for obvious reasons.

c. Pronouncing words as you read

This is the other problem that has probably stayed with you from the time that you were learning how to read. When you were first taught how to read, you probably were saying the words out loud as you read them. Your teacher taught you to read the word dog, for example, by pronouncing each one of the letters, d, then o, then g, and after that pronouncing the word dog itself out loud. When you progressed to reading silently to yourself, you took this method that was taught to you and internalized it. You began to pronounce the words that you read to yourself, in your mind. This is known as vocalization, that is, the process of lending sounds to what is being read. While learning how to read, it is in fact, necessary to pronounce the words since that helps you make the connection between the object and the word representing it. However, once your reading skills progress beyond the first few school years, vocalization is no longer necessary for understanding and is a major factor slowing you down.

As an example, when you see a dog in the park, you do not need to say the word “dog” to yourself in order to recognize that the animal that you are looking at is a dog. You gather that information automatically from your memory. However, if you were to read the word “dog” when it appears in print, you still find yourself pronouncing it in your mind.

As a speed reader you will learn to minimize the problem of vocalization. You will begin to see words as pictures. You will probably never eliminate vocalization, and will often use it when you come across an unfamiliar word. This brings us naturally to the next problem faced by the average reader.

d. Lack of sufficient vocabulary

You may be among the many readers who are limited by their current vocabulary. This in turn limits your reading speed. When you come across an unfamiliar word, there is little choice, but to consult a dictionary. Many readers however just skip the word and continue reading, thus compromising their understanding of the material. By doing so, they lose the chance of learning a word and placing it in permanent memory by relating it to the context in which they were reading it. One of the best methods of improving your vocabulary is to relate a new word to the context in which you came across it.

Many authors will tell you that a powerful method of learning new words and building your vocabulary is to learn the constructions, common prefixes and suffixes found in the language. Using word lists is also a great method of building word power. Each word appears along with a sentence in which it is used. After reading this sentence you must then make a sentence of your own using that same word. If you find yourself limited by your word power, working through one of the books that help build vocabulary is strongly recommended.

If your vocabulary is large enough you can deduce the meaning of an unfamiliar word from the context that it appears in. When combined with speed reading this becomes a powerful method, allowing you to continue reading without loss in meaning of the sentence.

e. Lack of concentration

There is often a lack of concentration on the material that you are reading. You get to the end of the paragraph, and find that you have no idea of what you just read. No matter how good your IQ or memory may be, if your mind is not on it, you are not going to understand what you are reading, and will not remember the information.

This problem occurs mainly because you are not utilizing your brain at the level which it is comfortable with. As a result, your brain finds other, unrelated items to keep busy with. This in turn makes you lose concentration on your reading material. Many researchers believe that we use less than 10 percent of our brain power. When you speed read, you will utilize more of your available brain power for reading. Since your brain will be busier, it will wander much less than before. This also has the added benefit that you increase your comprehension and retain more of the material read.

2. Evaluate your current reading ability

Before you can measure your progress you have to know what your starting point is. This section will help you determine your current reading speed. You will also judge yourself on how well you do regarding the problems discussed above. Fill out the Start Evaluation sheet supplied to keep a record of your starting point.

Choose any 2 facing full printed pages in your practice book. You will time yourself as you read these pages. Place the watch so that you can easily and quickly make a mental note of the time.

Quickly glance at the watch, making note of the start time. Read the pages at a normal pace. At the end of the second page note the time again. This is the end time. Write both the times down on your Start Evaluation sheet. Fill in the rest of the items in the sheet. This is your current reading speed. Write this number down at the bottom of the sheet in the space marked Score A0.

The sheet also has each of the above discussed problems written on it. They are measured on a scale of 0 through 4. For each of the problems listed, consider carefully the processes that went through your mind while reading the pages. Now judge yourself according to the scale below and circle the number on the sheet.

- 0 - must improve
- 1 - room for improvement
- 2 - acceptable
- 3 - minimal
- 4 - does not exist

Add the circled numbers for each of the problems and write them down in the space provided at the bottom of the sheet marked Score B0.

Judge your comprehension of the material you read. Again score yourself on the 0 to 4 scale above. Circle the number and also write it at the bottom of the sheet in the space marked C0.

Scores A0, B0 and C0 are the numbers that you will judge yourself against as you work through the material in following pages. They are independent items related to reading and are therefore best evaluated independent of each other. For this reason, this course does not make use of a single representative number to judge your reading ability. As your reading skills improve, you should find that the scores A, B and C increase. You will evaluate your % improvement as you progress. There is a number of timing sheets supplied which you can use to keep track of your reading speed during practice reading sessions. There are also a number of evaluation sheets supplied. If you need more, make copies. In following pages, you will need to evaluate yourself several times. The evaluations will give you a good idea about your progress.

3. Do you need Speed Reading?

As we approach the start of the 21st century, we are undergoing a major revolution in information. Access to information is made easy by the many journals and magazines available on a multitude of subjects. In addition, there is a wealth of information on the World Wide Web (the Internet) which is available for access by all users. You can find information on almost any subject, common or obscure. Many search engines make it easy to find the information you want. It is up to you however, to find the exact information that suits your needs.

While information availability and access is increasing, most people find that they have less time available to read the material they are required to, or are interested in. In many cases, magazines and books lie on shelves waiting their turn to be read. You have to choose the material that you read in finer detail, at the expense of material that you would have liked to read if you had the time.

Speed reading will allow you to read more materials in the same time that you spend reading now. Thus, it allows you more time to read the materials that you want to. As your speed reading skills improve, you will also train yourself to focus in on important details within the reading material. You will begin to retain more of the material that you read, and also find time to continue doing the things that were preventing you from reading more in the past.

4. Factors contributing to reduced reading rates?

Some of the factors which contribute to a reduced reading rate are:

- (a) Faulty eye movements, inaccuracy in placement of the eye while reading.
- (b) Regression, or the re-reading of material already read.
- (c) Limited perception span leading to word-by-word reading.
- (d) Vocalization, the process of putting sounds to words you read.
- (e) The false belief that slow reading leads to better comprehension.
- (f) Poor evaluation regarding the relevant parts of the reading material.
- (g) Lack of concentration.

5. Goal Setting

It is very important to set an achievable speed reading goal for yourself, and work toward it. Make a decision that you will teach yourself how to read say, three times faster in the next three weeks. There are many exercises that are suggested in the

steps that will guide you toward reading faster. You should practice these as many times as needed until you become comfortable with the concepts that the step focuses on. Once you are comfortable, time yourself and calculate your reading speed. Use the timing sheets supplied for this. Also, always time yourself on the exercises within the course where indicated. This will allow you to determine how far away you are from your goal, and allow you to adjust your efforts toward meeting it. Use the timing and evaluation sheets supplied with this workbook to keep track of your progress. Please take the time to examine these sheets now. The sheets are at the end of the work-book. Make extra copies of the sheets if needed.

If you find that you are progressing faster than you had initially planned, achieve your original goal in the smaller time, then redo your goal statement for a faster speed. As an example, say that you find that you are reading three times faster at the end of week two rather than week three. Restate your goal at the end of the second week to read five times faster at the end of week four. Now work toward that goal.

6. Your reading environment

Before you start on the techniques of speed reading on following pages, evaluate the environment in which you will be doing your reading. Adjust it if necessary.

Treat this workbook for what it is, as learning material and not as leisure reading. Sit at a desk while reading this workbook, in a comfortable chair. Use a light fixture that is bright and falls evenly on the desk. Adjust the fixture so that the light does not hurt your eyes and there is no glare. An indirect light source is more pleasing than direct light falling on the reading material. Use your judgment and these few guidelines to arrange your work area accordingly.

7. Materials you will need

In addition to this workbook and the worksheets supplied, you will need the following materials. Take the time to gather these materials now.

A practice book - You will need a book to practice your reading. Choose a book that is of some interest to you, but one that you do not particularly want to read for understanding the material. It may be a novel or a non-fiction book. It should have reasonably sized type, neither too big nor too small. The type should be clear, and preferably, there are no illustrations in the book. You will read this book with the sole purpose of reading faster. Ignore comprehension while practicing your speed reading. You may even use a book that you have read before.

A pencil - This will serve to fill in the worksheets. It will also serve as a pointing device.

A foot-ruler - Serves as a pointing device, allowing you to follow lines within your practice book. Choose one that is not transparent, such as one made of wood.

A watch - You will use this to time yourself. It must have a seconds hand.

A calculator - Optional, but helps in the very few calculations you will make.

Keep all these materials in easy access while you are working on this course. It is very frustrating to stop what you are doing to find a pencil because you need to write

down your most recent achievement in a timing sheet. Use a pocket folder to keep all materials together while you are working on increasing your reading speed.

Preparing your practice book

Before you start on the course in the following pages, take some time to prepare your practice book. The pages of the book should be easy to turn. If the book binding is stiff, the book will tend to close when you let go of the pages that you are reading.

To loosen the binding, place the book on a flat surface and open it to about the middle of the book. Press down against the binding of the book until the book stays open without difficulty. Then grasp half the pages on either side of the middle page and press down on the binding again. Continue this, turning to about half the pages on all sides of the book.

Find the average number of words per line of the book. Count the number of words on ten full lines of the printed material. Divide the number by 10. Round the result to the closest whole number. Write this down on the preparation sheet supplied.

Example: Words in 10 full lines = 110

Average words per line = $110 / 10 = 11$ words per line.

Find the lines per page of the book. This is easily done by counting the number of lines in a full printed page of the book. Make sure that the page is not missing a few lines at the beginning or the end of the page. Now calculate the average number of words per page as shown below. Write down your results on the preparation sheet supplied.

Example: Lines per page = 34

Words per line = 11 (from above)

Therefore

Words per page = Words per line x Lines per page
 $= 11 \times 34 = 374$ words per page

8. The common reading techniques that are often used in the classroom:

- Scanning
- This technique involves moving your eyes quickly over a text to find something, or to see whether it contains anything you want to read.
- When using this technique, for example looking for a number in a telephone directory, you may be looking for a topic or phrase or searching more generally for words that are relevant to your task.
- Scanning, in contrast to skimming (see below), is useful when you are interested in finding out not so much the general drift, but rather whether or not the chapter or article addresses your particular area of concern - the textbooks are well-designed to help with this reading approach.

-
- Skimming
 - Skimming involves looking quickly through the whole book, passage or text to get a general sense of what it is about - you read as little as you can, while still picking up some idea of what is being discussed.
 - Refer to the subheadings and a couple of sentences from each paragraph (the first and last sentence).
 - The main aim of this reading technique is to ascertain the main ideas.
 - If you are skimming you should skip over any material which develops, further explains, qualifies or illustrates, or provides evidence for the main idea.
 - Skimming is a method to help you find relevant material quickly – it is not a substitute for detailed reading and analysis of that material.
 - Regular skimming of texts can help you learn to read more quickly and prioritize - it can also help your understanding of text materials, quickly and effectively.

 - Rapid Reading
 - This technique is similar to skim reading in that you progress quickly through a text by not reading every word, sentence or paragraph.
 - Unlike skim reading however, with rapid reading you make fast progress because you are already familiar with the material – what you are doing is half reading and half filling the gaps from memory.
 - Rapid reading is useful therefore, for re-reading already familiar material and for revision.

 - Critical Reading
 - Critical reading involves gaining a complete understanding of what has been written. It also involves asking questions of it, for increased understanding and then applying the information.
 - Reading critically can take time and requires a high level of concentration.
 - The workbooks help you to succeed with this approach by providing quick questions and question times to test your understanding – make sure that you use them.

 - Extensive Reading
 - Extensive reading is a more thorough method of reading than skim reading.
 - When using this technique, you read everything but you do not necessarily pause to reflect - this enables you to read a large amount of text in a single session.
 - This is useful for reading many sources, reading background information or when reading for pleasure, such as a novel.

9. Strategies good readers use

As a high school student, you read for many purposes, such as to:

- learn to do something
- conduct research
- seek specific information
- relax
- be inspired

Whatever the purpose, there are certain strategies which proficient readers use to make sense of what they read. Cathcart and others (1999:P1) state that these strategies include:

- recalling prior knowledge and experiences which relate to the material being read.
- thinking of what they already know about the genre or the author.
- predicting what will happen next.
- creating visual images of what the text is saying.
- summarizing important ideas and concepts both during and after the reading.
- drawing inferences, based on the text and their own prior knowledge, about ideas the author suggests but does not explicitly state.
- generating questions about author's purpose, character motivation, confusing passages, etc.
- developing an understanding of the message the author wishes to communicate by synthesizing the literal textual information into a thematic whole.
- making connections from the text to one's personal knowledge and experiences, as well as making connections with other texts and with one's understanding of the world (text-to-self, text-to-text, text-to-world).
- being mentally aware of when reading does and does not make sense, and knowing what to do when the meaning breaks down.

In the years before you entered high school, you probably spent more time reading fictional stories than you did reading informational text. In high school, that will undoubtedly change, and you will find that you are reading a much larger proportion of non-fiction, informational material than you did in the past.

Proficient readers do not approach reading informational text in the same way that they approach reading a narrative story. In order to make sense of nonfiction text, skilled readers use the strategies described in the box on the next page.

10. Strategies for reading nonfiction texts

A textbook or other text meant to give information is a nonfiction text.

a. BEFORE YOU READ, Cathcart and others (1999:P2)suggest:

Preview and skim the material.

1. What do you already know about the topic? Think about past experiences with other subjects you know about and how they may connect to what you are going to read.
2. What can you expect it to tell you?
3. How is the text organized?

- Non-fiction text is typically organized using one of the following structures:

Generic List Compare/Contrast

Sequential List Problem/Solution

Description Cause/Effect

When you preview the text, as well as while you are reading, pay attention to which text structure(s) the author has used to organize the information.

- Read the boldface chapter, headings, other titles and subtitles, focus questions, and any questions at the beginning of the chapter or text.
 - Read all the boldface print.
 - Look over all typographical aids such as italics, and visual aids such as graphs, charts, maps, pictures and diagrams.
 - Read the first sentence of each paragraph to determine the topic of each.
 - Read the last paragraph or summary and any end-of-the-chapter material.
4. Make a graphic organizer (chart, map, timeline, outline, etc.) to help you organize the material.
 5. If your purpose is to find a specific piece of information, think about where you will find it according to your preview and then read only the portion of the text necessary to find your answer.

b. AS YOU READ:

Increase your understanding by interacting with the text:

- Think of how the information you read fits with your overview.
- Fill out your graphic organizer or outline, make note cards, or keep a reading/learning log.
- When text becomes difficult, slow down, or reread sections as necessary.
- Summarize.
- Paraphrase – translate the material into your own words.
- Ask yourself questions about the subject.
- Predict what will come next.

c. AFTER YOU READ:

Check your understanding by asking yourself, "What did I learn?" Relate this new information to what you already know.

11. Strategies for reading fiction texts

When reading fictional text or any text that utilizes a story structure, proficient readers also utilize specific strategies to make sense of what they read. The box below summarizes those strategies.

a. BEFORE YOU READ:

Survey the material.

- Look at the title, chapter titles, pictures, etc. for clues to the content.
- Read the blurb or story synopsis on the back cover to get a sense of the overall plot of the story.
- Think about past experiences you may have had that might connect to the story.

- What do you already know about the genre? The author?

b. AS YOU READ:

Ask yourself questions and answer them, almost the way a teacher does.

1. What is the setting? How does it contribute to the over-all effectiveness of the story?
2. Who are the main characters and what are they like? How do they change?
3. What is the main character's conflict or goal?
4. What obstacles or problems stand in his or her way?
5. What will be the outcome and how will it come about?
6. What is unclear or confusing?
7. What predictions do you make?
8. What are you visualizing in your "mental movie" as you read?

c. AFTER YOU READ:

Check your understanding by retelling the story.

What messages or insights about life might the author be trying to communicate (the theme)?

12. Rapid Eye Technology

Bennette (1997) reports: Over the past 15 years, I've been involved with Rapid Eye Technology (RET) - both practice and training. Early on, I recognized the possibilities for RET in the educational arena. RET is a stress relief process that is effective and fast. Much of the reason most people have trouble reading is their stress about reading out loud in front of judgmental others (a "flashback" to childhood reading problems).

In addition to the emotional and mental processes RET addresses; there is also a strong spiritual basis that encourages inner growth and development. I suggest that the basis for reading is the same basis that underlies RET. That spiritual basis is how you can read at astronomical speeds, beyond your wildest dreams or expectations.

You have within you the ability to read millions of words per minute and comprehend it all!

Now, aside from what you are capable of, you will probably allow yourself to read in the thousands of words per minute range. Realistically, readers will probably see a substantial rise in both reading speed and comprehension. (P: 7-8).

13. NLP

Bennette (1997) mentions: Neuro-Linguistic Programming (NLP) is a powerful process for initiating and sustaining successful action. In a nutshell, NLP was originally developed after the "monkey-see-monkey-do" philosophy. That is, if you can see what someone is doing to achieve success, you can pattern after them and achieve success, too.

There are a number of successful reading strategies involved in this course. You will read and follow specific directions based on principles of NLP and other tactics of successful speed-readers and speed reading courses.

In addition to gleaning the most successful processes and techniques from many sources, this course includes processes and techniques for opening and increasing intuitive functions. (P: 8).

14. Emotional Freedom Technique (EFT)

Bennette (1997) adds: EFT is an emotional healing technique based on the idea that the cause of all negative emotions is a disruption in the body's energy system. EFT tends to relieve symptoms by use of a routine of tapping with the fingertips on various body locations. This tapping serves to balance energy meridians that become disrupted when the client thinks about or becomes involved in an emotionally disturbing circumstance.

EFT was developed by Gary Craig whose academic training includes a Stanford engineering degree. He is a Certified Master Practitioner of Neuro-Linguistic Programming (NLP) and is a Certified Master of The Callahan Techniques. Many of the concepts underlying EFT came from Gary's training in Thought Field Therapy (TFT) under the tutorship of Dr. Roger J. Callahan.

3. Methodology, results and discussion

The selected sample was (120) Saudi male students. Their ages range between (18-22) years old. They studied English as their specialization and as a foreign language in a formal setting. They were divided into two groups: the first group studied two semesters whereas the second group studied seven semesters. The first group studied only introductory reading courses at foundation year program while the second group studied several courses that contribute to enrich their reading skills and vocabulary as in the following tables:

Courses studied by the first group

Group (1)

Semester	Courses
One	<ul style="list-style-type: none"> An Introductory Reading Course.
Two	<ul style="list-style-type: none"> An Introductory Reading Course.

Courses studied by the second group

Group (2)

Semester	Courses
One	<ul style="list-style-type: none"> English Language Vocabulary. Techniques of Reading. Topics from the Internet. Literary Terms.
Two	<ul style="list-style-type: none"> Media English. Introduction to Translation. Situational English.
Three	<ul style="list-style-type: none"> Modern Short Stories.

	<ul style="list-style-type: none"> • Linguistic Terms. • Theories of Translation. • Discussion in English.
Four	<ul style="list-style-type: none"> • Debate in English.
Five	<ul style="list-style-type: none"> • Introduction to Linguistics. • Translation into Arabic.
Six	<ul style="list-style-type: none"> • Machine Translation into Arabic.
Seven	<ul style="list-style-type: none"> • Translation into English.

The whole groups of students that are mentioned before studied in a governmental Faculty of Arts and Education in Turabah Branch, Taif University, Saudi Arabia. They had a similar language history or background in the sense that they all had spent six years learning English, three years at the intermediate level and another three years at the secondary level. They rarely used English in order to achieve real-life purposes outside the classroom. None of them had been to an English-speaking country.

Students seemed interested particularly in reading because they realized that they need to score well in the examinations. They knew that English will most likely be the medium of instruction in many workplaces and educational institutions in Saudi Arabia. Thus, all the above-mentioned reasons seem to make most of them very keen to acquire a good command and grasp of English.

Instrument of the Study (The Test)

It is a one-hour test which is deliberately assigned this time limit because time is a crucially important psychological factor in tests as well as examination questions. This test is designed in order to evaluate the reading skills of two groups of EFL learners who both studied reading skills courses; one group studied only introductory courses whereas the other group studied several vocabulary and reading skills courses. The researcher is very concerned with tracing the difference that reading courses make in promoting EFL learners' reading skills.

The test is devoted to reading in which a comprehension passage entitled (Sporting Fever) has been selected in particular for the following reasons:

1. Sport is very popular among teenagers.
2. Competition is a very common trend among teenagers as well.
3. The passage presents a Nazi cultural background that learners are excited to know about.
4. The passage comprises a set of new words which are intentionally chosen so as to see if literature broadens learners' vocabulary repertoire.

Then the passage is followed by two main questions, the first is intended to check learners' comprehensibility at the word level (vocabulary test) and the second question is meant to evaluate their understandability at the sentence level (an overall understanding test).

The following graph shows the percentage as well as the rates of the learners in group one (60 students) who studied only introductory reading courses.

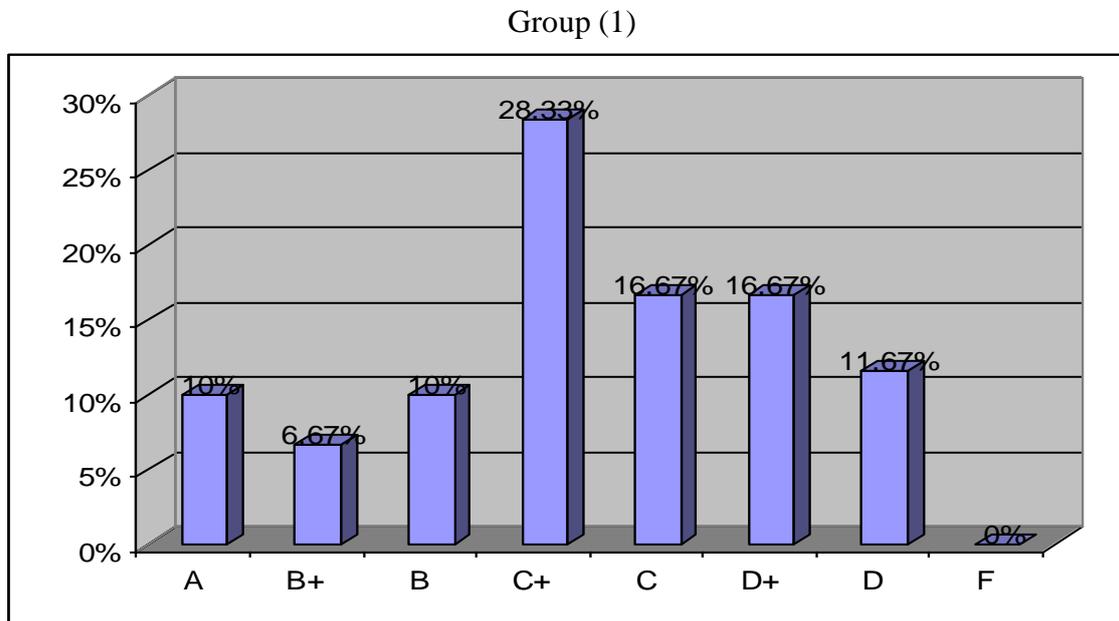


Fig (4.12) Number of reading courses (group I)

As the above graph shows that no student has failed the reading test F (0 %), whereas 7 students scored D (11.67%), 10 students scored D+ (16.67%), 10 students scored C (16.67%), 17 students scored C+ (28.33%), 6 students scored B (10%), 4 students scored B+ (6.67%), and 6 students scored A (10%).

The following graph shows the percentage as well as the rates of the learners in group two (60 students) who studied several reading courses.

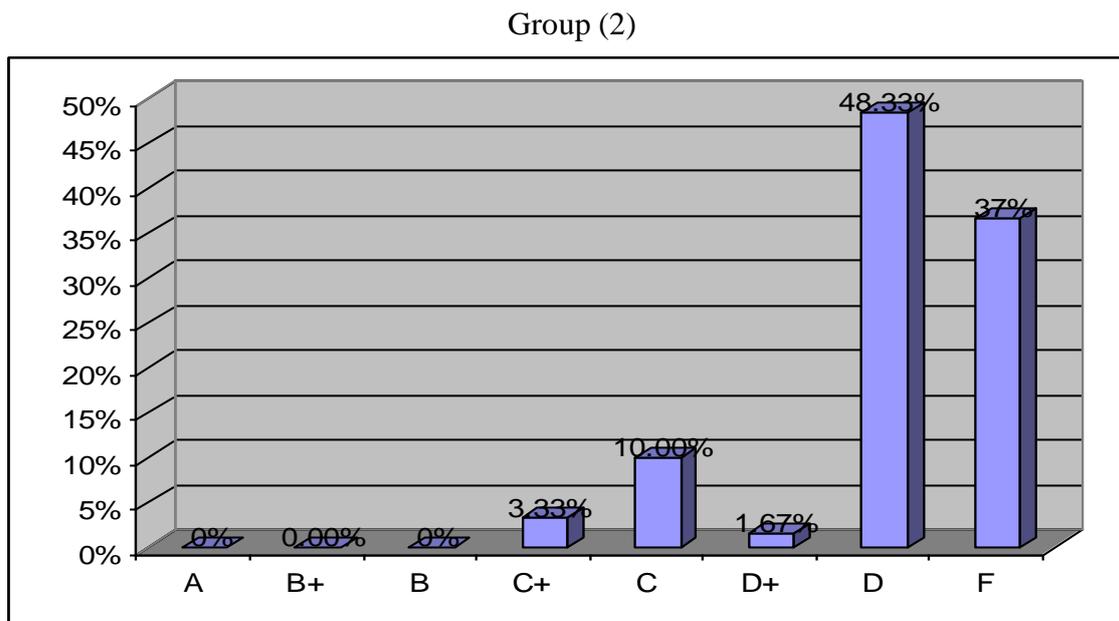


Fig (4.13) Number of reading courses (group II)

As the above graph shows that 22 students have failed the reading test F (37 %), whereas 29 students scored D (48.33%), 1 student scored D+ (1.67%), 6 students scored C (10.00%), 2 students scored C+ (3.33%), 0 student scored B (0.00%), 0 student scored B+ (0.00%), and 0 student scored A (0.00%).

The following graph shows a comparison between the rates and scores of learners in the two groups.

Group (1) and (2)

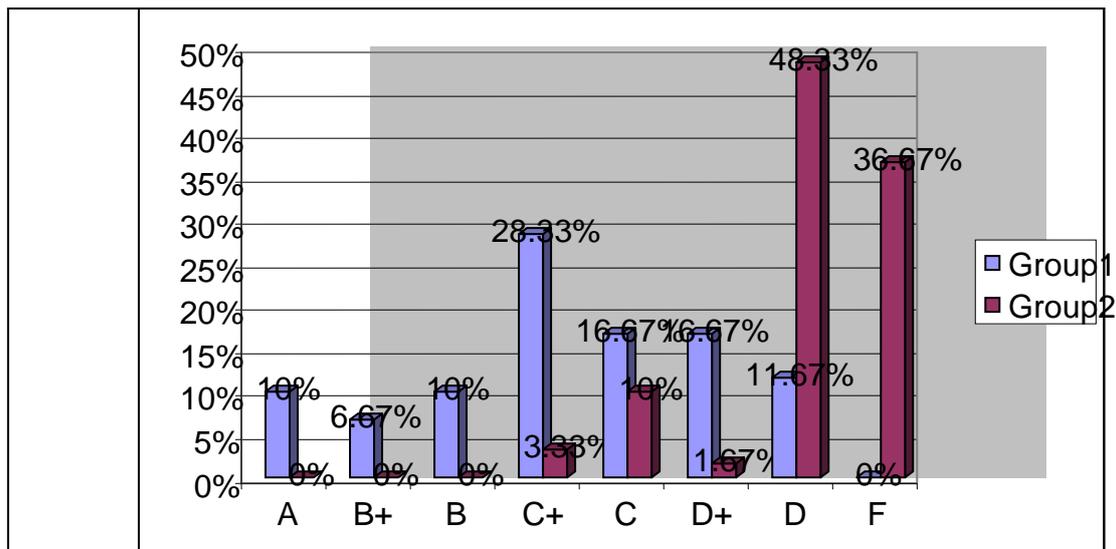


Fig (4.14) Comparison between group one and two

As the above graphs show the numbers, scores and rates of the two groups, this graph is summing up the above-mentioned two graphs.

15. Conclusion

This paper was devoted to the nature of comprehension process and highlighted the reading strategies that are necessary to be followed to achieve effective reading. The researcher encourages teachers and learners to review the techniques again and spend more time on the exercises and indicated practice sessions, repeating them several times each day until you are comfortable with the methods.

A summary of the techniques that will allow you to read faster is given below.

- (a) Improve placement. Use a pointer.
- (b) Increase your perception span. Read groups of words rather than single words.
- (c) Avoid vocalization. Do not pronounce words as you read them.
- (d) Improve your vocabulary so that you do not get stuck on a word you do not know.
- (e) Determine your purpose of reading the material. Skim to evaluate its relevance.
- (f) Read, Summarize, Question, Review. Improve comprehension and retention.

References

- Ali, A.S. and others, (2004), *Techniques of English Language Teaching*, Holy Quran University Press, Sudan.
- Herber, H. L. (1978). *Teaching reading in content areas*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Hittleman, D. R. 1978. *Developmental Reading: A Psycholinguistic Perspective*. Chicago: Rand McNally College Publishing Company.
- J Harmer (2001) *The Practice of English Language Teaching*. Pearson education. Cambridge.
- Joseph Bennette, (July 1997), *A Course in Light Speed Reading: A Return to Natural Intuitive Reading*, ISBN 0-9631506-9-4.
- McNamara, D. (2007) *Reading Comprehension Strategies*. Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers 10 industrial Avenue Mahwash, New Jersey.
- Nunan, D. (1999). *Second Language & Learning*. Boston: Heinle&Heinle Publishers.
- Pamela Cathcart and others, (1999), *Reading and Writing Handbook for High School Students*, The Office of Curriculum, Instruction, and Professional Development Christine Dominguez, Assistant Superintendent, California.
- Pearson, P. David, L.R. Roehler, J.A. Dole, and G.G. Duffy. 1992. "Developing Expertise in Reading Comprehension." In S. Jay Samuels and Alan Farstrup, eds. What Research Has to Say About Reading Instruction, 2nd Edition. Newark, DE: International Reading Association.
- Peter Shepherd and Gregory Unsworth-Mitchell, (1997), *The Speed Reading Course*.
- Peterson, P.W. (2001). Skills and strategies for proficient listening. In Celce-Murcia, M. (Ed.), *Teaching english as a second or foreign language* (pp. 87-100). Boston: Heinle&Heinle.
- Rubin, D. 1982. *Diagnosis and Correction in Reading Instruction*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Spratt, M. and others, (2005), *The Teaching Knowledge Test Course*, Cambridge: Cambridge University Press.
