



مجلة

الدراسات الاجتماعية

مجلة علمية رعية محكمة تصدر عن كليتي العلوم الإدارية والإنسانية -
جامعة العلوم والتكنولوجيا - اليمن
المجلد السابع والعشرون - العدد الثاني 2021م

p-ISSN: 2312-525X e-ISSN: 2312-5268

◀ دور مشروع التحصين المجتمعي الفلسطيني في تعزيز الجبهة الداخلية وسبل تفعيله

د. محمود عبد المجيد عساف - د. علاء محمد الغماري

◀ أثر خصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية - دراسة ميدانية في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية

أ.د. محمد علي الربيعي - أ. محمد منصور الماس

◀ مستوى الرضا الحياتي والتدفق النفسي لدى طالبات كلية عنيزة بالمملكة العربية السعودية

د. فائز هادي الحربي

◀ أثر استراتيجيات التسعير في زيادة الحصة السوقية - دراسة ميدانية في مصنع إسمنت عمران

أ.د. عبده أحمد علي الغامري - أ. أكرم عبده علي الحكيمي

◀ سلسلة قيمة العسل في منطقة العصيمات بمحافظة عمران - اليمن

د. ماهر عبدالله محرم

جامعة العلوم والتكنولوجيا

University of Science & Technology





المجلة مضمرة في المواقع التالية:



مجلة الدراسات الاجتماعية

المجلد السابع والعشرون - العدد (٢)، يونيو ٢٠٢١ م

الهيئة الاستشارية • هيئة التحرير

أعضاء الهيئة الاستشارية

- أ.د/ داود عبد الملك الحدادي، الجمهورية اليمنية
أ.د/ ناصر عبدالله العولقي، الجمهورية اليمنية
أ.د/ عبدالواحد عزيز الزنداني، الجمهورية اليمنية
أ.د/ محمد عبد الله الصوفي، الجمهورية اليمنية
أ.د/ عبدالرحمن عبدربه الدريجي، الجمهورية اليمنية
أ.د/ محمد حامد المخلافي، الجمهورية اليمنية
أ.د/ محمد سنان الجلال، الجمهورية اليمنية
أ.د/ عبدالعزيز صالح المقالح، الجمهورية اليمنية
أ.د/ محمد أحمد الأفندي، الجمهورية اليمنية
أ.د/ عبدالرحمن عبدالواحد الشجاع، الجمهورية اليمنية
أ.د/ عبدالوهاب لطف الديلمي، الجمهورية اليمنية
أ.د/ محمود فتحي عكاشة، جمهورية مصر العربية
أ.د/ رُشامي زين يوسف، ماليزيا
أ.د/ مدحت محمد أبو النصر، جمهورية مصر العربية
أ.د/ نوري عبد الودود الجناعي، العراق

التحرير والتدقيق اللغوي:

- أ.د/ محمد حسين خاقو، جامعة صنعاء، الجمهورية اليمنية
د/ محمد علي المحمدي، جامعة العلوم والتكنولوجيا، الجمهورية اليمنية
أ/ محمد أحمد صلح، جامعة العلوم والتكنولوجيا، الجمهورية اليمنية

المراجعة الإحصائية:

- مدرس مساعد. عمرو محمد صالح علي، جامعة العلوم والتكنولوجيا، الجمهورية اليمنية

التدقيق والإنتاج الفني:

- أ. حذيفة حسن الشميري، جامعة العلوم والتكنولوجيا، الجمهورية اليمنية

رئيس التحرير

- أ.د/ مراد محمد النشمي
كلية العلوم الإدارية، جامعة العلوم والتكنولوجيا، الجمهورية اليمنية

نواب رئيس التحرير

- أ.د/ عبداللطيف مصلح محمد
كلية العلوم الإدارية، جامعة العلوم والتكنولوجيا، الجمهورية اليمنية
د/ وليد محمد عبد الله أحمد
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العلوم والتكنولوجيا، الجمهورية اليمنية

هيئة التحرير

- أ.د/ محمد علي الربيدي
كلية العلوم الإدارية، جامعة العلوم والتكنولوجيا، الجمهورية اليمنية
أ.د/ صالح عبد الله الضبياني
كلية الشريعة والقانون، جامعة صنعاء، الجمهورية اليمنية
أ.د/ شيرين حامد أبو وردة
كلية الاقتصاد والإدارة، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية
أ.د/ محمد أحمد الحاوري
كلية التجارة والاقتصاد، جامعة صنعاء، الجمهورية اليمنية
أ.د/ إسماعيل مسعود ناجي
كلية التربية، جامعة صنعاء، الجمهورية اليمنية
أ.د/ عبدالوهاب عبد الله العمري
كلية العلوم الإدارية، جامعة العلوم والتكنولوجيا، الجمهورية اليمنية
أ.د/ عبدالله قائد السويدي
كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة قطر، قطر
د/ عبدالغني محمد العمراني
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العلوم والتكنولوجيا، الجمهورية اليمنية
د/ هلال حزام سند
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العلوم والتكنولوجيا، الجمهورية اليمنية

للمراسلات:

مجلة الدراسات الاجتماعية

قسم البحث العلمي والنشر – عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي

جامعة العلوم والتكنولوجيا – اليمن

ص. ب: 13064 – تلفون الجامعة: 373237 / 1/ 00967/ تحويلة (6137)

البريد الإلكتروني: jss@ust.edu

قواعد وإجراءات النشر في مجلة الدراسات الاجتماعية

أولاً: القواعد العامة:

بانتسبة للبحوث التي ترسل للنشر في مجلة الدراسات الاجتماعية التي تصدر عن جامعة العلوم والتكنولوجيا اليمنية يرجى مراعاة القواعد الآتية:

1. تقبل المجلة نشر البحوث باللغتين العربية والإنجليزية، وذلك في مجالات العلوم الاقتصادية والإدارية والتربوية والعلوم الإنسانية والاجتماعية الأخرى، والتي تتوافر فيها الشروط الآتية:

أ. أن يحتوي البحث على الآتي:

◀ مقدمة تتناول التالي:

- الخلفية النظرية والدراسات السابقة
- مشكلة/ قضية البحث
- أسئلة البحث
- أهداف البحث
- النموذج المعرفي (بحسب نوع البحث)
- فرضيات البحث (بحسب نوع البحث)
- أهمية البحث
- حدود البحث
- التعريفات الإجرائية
- ◀ منهجية البحث وإجراءاته
- ◀ نتائج البحث ومناقشتها
- ◀ استنتاجات البحث
- ◀ التوصيات والمقترحات

ب. يكون البحث أصيلاً، وتتوافر فيه شروط البحث العلمي المعتمد على الأصول العلمية والمنهجية المتعارف عليها في كتابة البحوث الأكاديمية.

ج. أن يكون البحث مكتوباً بلغة سليمة، ومراعياً لقواعد الضبط ودقة الرسوم والأشكال - إن وجدت - ومطبوعاً على نظام (OFFICE) ببرنامج (16) وبخط (Traditional Arabic)، وألا تزيد صفحات البحث عن (30) صفحة متضمنة المراجع.

د. يجب أن تكون الجداول والأشكال مدرجة في أماكنها الصحيحة، وأن تشمل العناوين والبيانات الإيضاحية الضرورية، ويراعى أن لا تتجاوز أبعاد الأشكال والجداول حجم الصفحة (11 سم).

هـ. أن يكون البحث ملتزماً بدقة التوثيق، وحسن استخدام المراجع على النحو الآتي:

- ◀ يكون الإستهناد في متن البحث بذكر الإسم الأخير للمؤلف وسنة النشر بين قوسين مثل العمران (2006) أو (العمران، 2006)، وفي حالة وجود مؤلفين فيذكر الإسم الأخير للمؤلفين، ثم سنة النشر مثل (خورشيد ويوسف، 2009)، وعند وجود ثلاثة إلى خمسة مؤلفين فيذكر الإسم الأخير لجميع المؤلفين عند أول استشهاده مثل (كين، هيث وستندريتو، 2002)، وعند الاستشهاده بنفس المرجع مرة أخرى في البحث فإنه يكتب اسم المؤلف الأول متبوعاً بكلمة وآخرون ثم سنة النشر مثل (كين وآخرون، 2005)، وعند وجود أكثر من خمسة مؤلفين فيذكر الإسم الأخير للمؤلف الأول متبوعاً بكلمة وآخرون ثم سنة النشر. وفي حالة الإقتباس النصي يتم إضافة رقم الصفحة بعد إسم المؤلف وسنة النشر مثل (الجاوري، 2016، 217).

◀ يراعى أن تكون قائمة المراجع في نهاية البحث وفق التوثيق المتبع في الجمعية الأمريكية لعلم النفس (APA)، وتحتوي على جميع المراجع التي استشهد بها في متن البحث، وترتب ترتيباً أبجدياً مع ترك مسافة بين كل مرجع والسدي يليه، وتأتي المراجع العربية أولاً ثم المراجع الأجنبية بعدها، وتذكر بيانات المراجع على النحو الآتي:

□ عند استخدام الكتب بوصفها مراجع للبحث:

يتم كتابة اسم المؤلف كاملاً (اللقب ثم بقية الاسم) ثم يوضع تاريخ النشر بين حاصرتين، يلي ذلك عنوان الكتاب بخط مائل، ورقم الطبعة، ويلى ذلك ذكر مكان النشر، واسم دار النشر.

أمثلة:

آرمسترونج، توماس (2006)، *الذكاءات المتعددة في غرفة الصف، الطبعة الثانية، ترجمة مدارس الظهران الأهلية، السعودية: دار الكتاب التربوي.*

الشوكاني، محمد بن علي بن محمد اليمني (1413هـ - 1993م)، *نيل الأوطار، الطبعة الأولى، تحقيق عصام الدين الصبابطي، مصر: دار الحديث.*

Gradner, H. (2005). *Multiple Intelligence New Horizons*. New York: Basic book.

□ عند استخدام الدوريات (المجلات) بوصفها مراجع للبحث:

يُذكر اسم صاحب المقالة كاملاً (اللقب ثم بقية الاسم)، ثم تاريخ النشر بين حاصرتين، ثم عنوان المقالة، ثم ذكر اسم المجلة بخط مائل، ثم رقم المجلد، ثم رقم العدد ورقم الصفحات.

أمثلة:

العمران، جيهان (2006)، *الذكاءات المتعددة للطلبة البحرينيين في المرحلة الجامعية وفقاً للنوع والتخصص الأكاديمي.. هل الطالب المناسب في التخصص المناسب؟ مجلة العلوم التربوية والنفسية، 7(3)، 13-45.*

Rabiee, F. (2007). Focus-group interview and data analysis. *Proceedings of the Nutrition Society, 63(4), 655-660.*

2. ألا يكون البحث قد سبق نشره أو قدّم للنشر في أي جهة أخرى

3. تحتفظ المجلة بحقها في إخراج البحث وإبراز عناوينه بما يتناسب وأسلوبها في النشر.

4. عمل ملخص للبحث في حدود (150-200 كلمة) باللغة العربية أو الإنجليزية (حسب اللغة التي قدم بها البحث)، بحيث يشمل على قضية/ مشكلة البحث، هدف البحث، منهج البحث، وأهم النتائج والاستنتاجات.

5. عمل كلمات مفتاحية للبحث (3-5 كلمات)، تلي ملخص البحث مباشرة.

6. عمل ترجمة لعنوان وملخص البحث باللغة الإنجليزية إن كان البحث باللغة العربية، وعنوان وملخص باللغة العربية إن كان البحث باللغة الإنجليزية، بالإضافة إلى ترجمة الكلمات المفتاحية.

ثانياً: إجراءات التقديم للنشر:

1. تُرسل البحوث والدراسات وجميع المراسلات المتعلقة بالمجلة إلى العنوان التالي:

الجمهورية اليمنية - ص. ب : 13064

قسم البحث العلمي والنشر - عمادة الدراسات العليا والبحث العلمي

جامعة العلوم والتكنولوجيا

أو على تلفون الجامعة : 00967/1/373237 تحويلة (6137)

البريد الإلكتروني: jss@ust.edu

Website: <https://ust.edu/ojs/index.php/JSS>

2. تُرسل نسخة الكترونية من البحث على إيميل المجلة أعلاه.
3. ينبغي أن يظهر اسم الباحث ولقبه العلمي، ومكان عمله ، ومجاله في الصفحة الأولى من البحث.
4. يرقق بالبحث موجز للسيرة الذاتية للباحث، متضمنا عنوان الباحث بالتفصيل، وأرقام هواتف المنزل والعمل والفاكس - إن وجد - لكي يسهل التواصل مع الباحث عند الضرورة.
5. يرقق بالبحث إقرار بأصالة البحث موقع من قبل الباحث.
6. في حالة قبول البحث مبدئياً، يتم عرضه على محكمين من ذوي الاختصاص في مجال البحث، ويتم اختيارهم بسرية تامة، ولا يعرض عليهم اسم الباحث أو بياناته، وذلك لإبداء آرائهم حول مدى أصالة البحث، وقيمته العلمية، ومدى التزام الباحث بالمنهجية المتعارف عليها، ويطلب من المحكم تحديد مدى صلاحية البحث للنشر في المجلة من عدمها.
7. يُخطر الباحث بقرار صلاحية بحثه للنشر من عدمها خلال شهرين - على الأكثر - من تاريخ الاستلام للبحث.
8. في حالة ورود ملاحظات من المحكمين، تُرسل تلك الملاحظات إلى الباحث لإجراء التعديلات اللازمة بموجبها، على أن تعاد للمجلة خلال مدة أقصاها أسبوعين.
9. الأبحاث التي لم تتم الموافقة على نشرها لا تعاد إلى الباحثين.
10. يمنح أصحاب البحوث المنشورة نسخة واحدة من عدد المجلة المنشور فيه بحوثهم.
11. تؤول جميع حقوق النشر للمجلة .

ثالثاً: رسوم النشر في المجلة :

تتقاضى المجلة مقابل نشر البحوث الرسوم الآتية :

1. المرسله من خارج الجمهورية اليمنية (\$ 150) مائة وخمسون دولارا أمريكيا.
 2. المرسله من داخل الجمهورية اليمنية (20.000) عشرون ألف ريال يمني.
 3. المقدمة من باحثي جامعة العلوم والتكنولوجيا اليمنية مجانا.
- ملاحظة: هذه الرسوم غير قابلة للإرجاع سواء تم قبول البحث للنشر أو لم يتم.

تؤول كافة حقوق النشر الى المجلة
الأبحاث المنشورة في هذه المجلة تبهر عن آراء أصحابها ولا تعبر بالضرورة عن رأي المجلة أو الجامعة

محتويات العدد:

الصفحة	الموضوع
1	دور مشروع التحصين المجتمعي الفلسطيني في تعزيز الجبهة الداخلية وسبل تفعيله د. محمود عبد المجيد عساف د. علاء محمد الغماري
29	أثر خصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية - دراسة ميدانية في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية أ.د. محمد علي الريدي أ. محمد منصور الماس
51	مستوى الرضا الحياتي والتدفق النفسي لدى طالبات كلية عنيزة بالمملكة العربية السعودية د. فائق هادي الحربي
75	أثر استراتيجيات التسعير في زيادة الحصة السوقية - دراسة ميدانية في مصنع إسمنت عمران أ.د. عبده أحمد علي العامري أ.أكرم عبده علي الحكيمي
113	سلسلة قيمة الغسل في منطقة العصيمات بمحافظة عمران - اليمن د. ماهر عبدالله محرم

دور مشروع التحصين المجتمعي الفلسطيني في تعزيز الجبهة الداخلية وسبل تفعيله

الاستلام: 3/مارس/2021
التحكيم: 10/مارس/2021
القبول: 14/مارس/2021

د. محمود عبد المجيد عساف⁽¹⁾
د. علاء محمد الغماري²

© 2021 University of Science and Technology, Yemen. This article can be distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution License](#), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.

© 2021 جامعة العلوم والتكنولوجيا، اليمن. يمكن إعادة استخدام المادة المنشورة حسب رخصة مؤسسة المشاع الإبداعي شريطة الاستشهاد بالمؤلف والمجلة.

¹ دكتوراه في الإدارة التربوية، وزارة التربية والتعليم، فلسطين
² دكتوراه في إدارة الأعمال، وزارة الداخلية والأمن الوطني، فلسطين
* عنوان المراسلة: massaf1000@hotmail.com

دور مشروع التحصين المجتمعي الفلسطيني في تعزيز الجبهة الداخلية وسبل تفعيله

الملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على درجة تقدير عينة من الإعلاميين والأمنيين لدور مشروع التحصين المجتمعي الفلسطيني الذي تنفذه اللجنة الوطنية لتعزيز السلوك القيمي في تعزيز الجبهة الداخلية وسبل تفعيله، وعلاقتها ببعض المتغيرات: (الجنس، طبيعة العمل، سنوات الخدمة)، ومن ثم صياغة بعض التوصيات التي قد تساهم في تفعيل هذا الدور، ولتحقيق ذلك اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي بتطبيق استبانة مكونة من (31) فقرة، على عينة قوامها (118) فرداً. وقد أظهرت النتائج أن درجة تقدير أفراد العينة لدور مشروع التحصين المجتمعي الفلسطيني في تعزيز مقومات الجبهة الداخلية كانت كبيرة عند وزن نسبي (81.00%)، حيث جاء بعد مكافحة التخاطر مع الاحتلال في المرتبة الأولى، وبعد بناء الشخصية الوطنية في المرتبة الأخيرة، وأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($0.05 >$) بين متوسطات درجات تقدير أفراد العينة لدور مشروع التحصين المجتمعي في تعزيز مقومات الجبهة الداخلية تعزى لعامل سنوات الخدمة، والجنس، في حين وجدت فروق تبعا لمتغير طبيعة العمل، وذلك لصالح الأمنيين. وقد أوصت الدراسة بدعم جهود الأجهزة الأمنية فيما يخص دورها الوقائي في بعد التوعية الأمنية، وذلك باستجلاء المعالم المميزه لثقافة المناخ الأمني والإعلامي الداعم للجبهة الداخلية، والتخطيط الجيد لأنشطة المشروع وتوفير كافة الإمكانيات المادية اللازمة لضمان استمراره.

الكلمات المفتاحية: الجبهة الداخلية، سبل التفعيل، مشروع التحصين المجتمعي.

Role of Community Protection Project in Strengthening Palestinian Home Front and Means for Activation

Abstract:

This study aimed to identify the assessment degree of a sample of media and security people regarding the role of the community protection project in Palestine, which is being implemented by the National Commission for Strengthening Values and Behaviors in the community, in relation to some variables (gender, work type and years of experience). The study also attempted to propose a set of recommendations that might contribute to activating the role of community protection. To achieve this, the descriptive analytical method was followed and a questionnaire of 31 items was used to collect data from a sample of 118 participants. The study findings revealed that the degree assessment of the role of community protection in supporting home front requirements was high at a relative weight of (81%). The first dimension (communication with the occupying forces) received the highest degree, whereas (building national affiliation) received the lowest degree. There were no statistically significant differences (<0.05) among the participants attributed to years of experience and gender. On the other hand, there were differences attributed to work type in favor of security people. The study stressed the need to support security organizations in their pursuit to raise security awareness by encouraging the culture of media and security climate that supports home front. It was also recommended that project activities should be well-planned and all requirements should be made available to make the project sustainable.

Keywords: home front, activating means, community protection project.

المقدمة:

سعى الإنسان منذ أن خلق الله الأرض وما عليها إلى تحقيق الأمن والاستقرار، ومقومات العيش الكريم له، باعتبار أن الأمن ضمان وجوده المادي، ويمثل حاجة بيولوجية، ترقى إلى مستوى المأكل والمشرب، وذلك من خلال إدراك المخاطر التي قد تؤثر على هذا الوجود، واتخاذ التدابير الاحترازية التي من شأنها أن توفر حياة يسودها الاطمئنان، وتقليل مستوى الخطورة، ولم يكن ذلك ليتوفر إلا من خلال التوعية الأمنية، والتربية السياسية والاجتماعية.

ولما كان التماسك الاجتماعي أساس السلم والتعاقد الاجتماعي القائم على احترام القيم والمبادئ، فإن تماسك الجبهة الداخلية يرقى بمستوى شعور المواطنين بالأمان، ويعد الحفاظ على مقوماتها أسلوباً وقائياً يجنب المجتمع ما يلحقه من انعكاسات اجتماعية واقتصادية وسياسية ومعنوية، ويعتمد على المبادئ التي تهتم بالتوعية والإرشاد لأفراد المجتمع من الانحراف، والجريمة لإشعارهم بخطورة الحوادث وانعكاساتها السيئة، وتوعيتهم بدورهم في التعاون مع الجهات المختصة للحفاظ على الأمن (الحديثي، 1416هـ).

ولما كان الوعي والثقافة الأمنية من أهم القضايا التي تستلزم المشاركة المجتمعية، خاصة بعد تطور مفهوم الأمن وخروجه من نطاق العمل الشرطي إلى نطاق العمل المجتمعي باعتباره مسؤولية عامة، فقد أثبتت العديد من الدراسات أهمية دوره في الحفاظ على النسيج المجتمعي، مثل دراسة أبو الخير (2017)، ودراسة بوجمعة ومسعودي (2017)، ونوفل (2018)، وعساف والأغا (2019)، فقد اتجهت الدول إلى توظيف الإعلام الأمني بكافة وسائله (المكتوبة، المسموعة، والالكترونية) في سبيل توسيع دائرة الوعي، وهو ما أكدته دراسة قيراط (2017).

ونظراً لما فرضته خصوصية المجتمع الفلسطيني من جهود تختلف عن أي مجتمع آخر للحفاظ على النسيج الاجتماعي والجبهة الداخلية، نتيجة لتعاظم انعكاسات الحصار، ومستوى الاستهداف الأمني للاحتلال، ومحاولاته المستمرة للنبيل من مصادر الصمود الشعبي، الذي لم يأل جهداً في سبيل زعزعة الجبهة الداخلية باستخدام أساليب الاسقاط والفساد الأخلاقي، والابتزاز، والاعتقالات المعنوية واستغلال حاجات الناس للمال والعمل والعلاج، عبر مواقع التواصل الاجتماعي (عساف، 2020)، فقد أطلقت وزارة الداخلية الفلسطينية في غزة مشروع "التحصين المجتمعي" وهو مشروع منبثق عن اللجنة الوطنية لتعزيز السلوك القيمي، تفرعت عنه الحملة الأمنية الكبيرة التي تتابع وترصد جهود الحفاظ على الجبهة الداخلية، من خلال أبعاد توعوية وتنقيفية تنويرية بشأن الأساليب الاتحافية والمثوية التي تدخل لبوت الناس على هيئات مختلفة بهدف الإيقاع بهم في فخ العمالة والتخابر (وكالة الرأي الفلسطينية، 2019).

ويستهدف مشروع التحصين المجتمعي كافة فئات المجتمع من خلال التوعية والتثقيف الأمني، وبحسب التقرير الإحصائي السنوي الصادر عن وزارة الداخلية والأمن الوطني بشأن المشروع في ديسمبر 2020 يكون قد استفاد منه أكثر من نصف مليون مواطن من خلال المحاضرات التربوية والأمنية لطلبة المدارس والجامعات والضباط وخطباء المساجد، وكذا المواد الإعلامية (لقاءات تليفزيونية وإذاعية، مقاطع فيديو ورسوم كاريكاتيرية، ومطبوعات) (وزارة الداخلية والأمن الوطني، 2020).

ويأتي هذا المشروع الذي أطلقته وزارة الداخلية منذ العام 2019، استجابة للمفهوم الواسع للأمن، وهو ما يجسد الإعلام الأمني المتخصص الهادف إلى زيادة تأثيره وفاعلية ما يصدر عن الأجهزة الأمنية عبر وسائل الإعلام لتوعية أكبر قدر ممكن من الجمهور توعية أمنية متوازنة تشري الروح المعنوية وتكفل للإنسان سلامته، كما أنه يندرج تحت الحملات الإعلامية الساعية إلى تغيير سلوكيات الجمهور المتلقي من خلال استخدام مختلف أنواع ونماذج ومستويات الاتصال لنشر المعلومات المتعلقة بمشكلة ما.

ولأن المجتمع الفلسطيني من أحوج المجتمعات إلى تعزيز مقومات صفه الداخلي؛ كونه يتمتع بخصوصية ثقافية عايشها وحافظ عليها في ظل الاحتلال الإسرائيلي، ولكونه تعرض لثتى محاولات الاستهداف من قبل الاحتلال لاستلاب كل ما يمت بصله إلى مصادر القوة والصمود التي يتمتع بها المجتمع، وتزيد من

قوته في الدفاع عن حقوقه (أبو الخير، 2017)، فإن من الضروري توظيف كافة السبل والوسائل لحماية الجيل ومقومات المجتمع من أي محاولة تقلل من انتمائه أو وعيه بالخطر الإسرائيلي، خاصة الوسائل التكنولوجية والالكترونية التي ألغت الحدود الزمانية والمكانية.

الخلاصة النظرية للدراسة:

في ظل التهديدات المحلية والإقليمية التي من الصعب التخفيف من حدتها أو تجنب آثارها إلا بالتربية والإعلام الأمني، وفي الوقت الذي تحظى فيه المفاهيم الأمنية باهتمامات دولية، وتركز فيه على الوعي الأمني لما له من دور فاعل في التقليل من المشكلات والحد من المخاطر، وتقليل فرص وقوع الأفراد تحت طائلة القانون، وتكوين الحس الأمني الذي يجعل الأفراد أكثر استشعاراً للتدابير الوقائية التي تقيهم من الجريمة أو إلحاق الضرر بالنفس والغير (Martorella, 1994, 71). وقد كان للإعلام الأمني المتمثل بالحملات والمشاريع التوعوية تأثير كبير في بعد مكافحة الجريمة وتعزيز القيم ومقومات الجبهة الداخلية، والحفاظ على النسيج المجتمعي سواء من خلال وسائل الإعلام أو قنوات الأجهزة الأمنية، وهو ما ركزت عليه المؤسسة الأمنية الفلسطينية خلال السنوات الأخيرة كاستراتيجية لتغيير الصورة الذهنية، وللقيام بدورها المجتمعي الوقائي في مكافحة الجريمة قبل وقوعها.

ولما كان المجتمع الفلسطيني من المجتمعات المحافظة الذي تقل فيه الجريمة مقارنة بالمجتمعات الأخرى، بقي هناك بالمقابل خطر غير موجود في المجتمعات الأخرى، تمثل في خطر السقوط في العمالة أو التخابر مع الاحتيال، والذي استلزم إجراءات أمنية تختلف عما تقوم به الأجهزة الأمنية أو الإعلامية في المجتمعات الأخرى التي كان أبرزها تشكيل اللجنة الوطنية لتعزيز السلوك القيمي، والتي اثبتت عنها مشروع التحصين المجتمعي الهادف إلى حماية المجتمع من محاولات الاحتيال التخريبية للإضرار بقيم المجتمع، وتقويض مساعيه في التحرر والصمود، وحماية كيانه غير الشرعي.

ونظراً للتطورات التكنولوجية وما صاحبها من قيود حياتية، أصبح الإعلام الأمني بشتى صوره الآن يتركز في بعد الوعي الأمني المعلوماتي على الانترنت، والمتعلق بالإحاطة بأمن المعلومات، وتدابير الحماية، في الوقت الذي انتشرت فيه برامج التجسس والجريمة الالكترونية وأصبحت متعددة الوجوه، بدءاً من الابتزاز الالكتروني، وانتهاء بالاعتداء على البيانات والمعلومات بكافة أنواعها (صور، مستندات)، ومن هذا المنطلق كان لزاماً أن يواكب هذا التطور فهم ودراية كاملة بالجريمة المعلوماتية ووسائل مكافحتها (Thakur, 2004).

كل ما سبق، إضافة إلى الاتجاه نحو سياسة الاستحواذ الدولي، وتداعيات الثورات العربية، والمؤامرات الصهيونية، والانقسام السياسي، والحصار الإسرائيلي، وما كان لهذه الأحداث والمتغيرات من انعكاسات على كافة المؤسسات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والتعليمية، أوجب ضرورة الحفاظ على المقومات الداخلية للمجتمع من خلال التوعية الأمنية التي تهدف إلى نشر الحقائق، وتعزيز المعرفة بغية إحداث تغيير أو تعديل أو تثبيت اتجاهات أفراد المجتمع نحو الأحداث والظواهر المرتبطة بالمصلحة الوطنية، ومساعدتهم على التفاعل معها بموضوعية، واتخاذ أنسب إجراءات الوقاية من التحديات، والتقليل من آثارها السلبية المحتملة.

ويكمن تعزيز الجبهة الداخلية والأمنية، وتحصين المجتمع من خلال تهذيب الأفكار لدى الشباب وتبصيرهم بحقائق الأمور، وبأهم التدابير والاحتياطات التي ينبغي الأخذ بها للحصول على حياة آمنة مستقرة قائمة على الوعي الوطني، والانتماء والتمثل بالأخلاق والسمات القيادية، وتعزيز الهوية والمواطنة (إبراهيم، 1408هـ).

مقومات الجبهة الداخلية للمجتمع الفلسطيني:

أولاً: الوعي الوطني والسياسي: تتجه فلسطين بخطى ثابتة نحو التقدم عبر مواجهة مباشرة مع قضايا ومشكلات عديده مثل الانقسام الداخلي، والصراع مع الاحتلال واعتداءاته المتكررة، في محاولة لتسويتها،

ولا بد أن يسبق أية محاولة للوصول إلى الحلول لهذه القضايا والمشكلات، الوعي الوطني بطبيعة الأوضاع السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي تواجهه في الحاضر والمستقبل، مع التمسك بالدين وأصالة وعراقة التاريخ في ظل التغيرات العالمية المعاصرة، وبناء عليه تتحدد ملامح الوعي الوطني كما يبين تقي وطابع (2000) في الجوانب الآتية:

- 1- الإمام بالأمور الدينية والمعارف والمعلومات والأحكام الشرعية، والتمسك بالقيم الدينية.
- 2- الإمام بالأحداث والقضايا والمشكلات السياسية في المجتمع الفلسطيني والعربي والعالمي، حتى يصبح الفرد عضواً فعالاً ومشاركاً في الأحداث المختلفة، مع ممارسة القيم السياسية في هذه المرحلة كالحرية والمساواة والديمقراطية وغيرها.
- 3- الإمام بالقضايا والمشكلات الاجتماعية، والقدرة على معرفة أسبابها، والمشاركة في إيجاد الحلول المناسبة لها في ظل إمكانيات المجتمع، كما يرسخ قيم التعاون والصدقة والطموح في نفوس الطلبة وغيرهم من القيم والعادات المفيدة لهم.
- 4- الإمام بالمشكلات الاقتصادية، وضرورة التخطيط للقضاء عليها، وتنمية قيم العمل والادخار وترشيد الاستهلاك في المجتمع، والإمام بالأحداث التاريخية، والبطولات الوطنية للشخصيات، وذلك للتصدي لكل من يحاول بأفكاره الهدامة أن يزعزع هذا النسيج التاريخي.

ثانياً: تعزيز الشخصية القيادية:

حيث تعرف الشخصية القيادية بأنها الشخصية التي تتمتع بالحماس المطلوب والرغبة القوية اللازمة لتحقيق الأهداف الوطنية، والشخص القيادي هو الذي يستطيع جمع الأشخاص وتوجيههم إلى تحقيق هذه الأهداف؛ لذلك تتميز الشخصية القيادية كما يبين الضامن (2012) بالآتي:

- 1- يتحمل المسؤوليات بكفاءة.
- 2- لديه ثقة كبيرة بنفسه.
- 3- يتصف بالجراؤم للتحدث أمام الآخرين.
- 4- اليقظة الدائمة مما يحدث حوله.
- 5- يعبر عما يدور في خاطره بوضوح.
- 6- يتمتع بالمرونة في التفكير.
- 7- اجتماعي ومتعاون في التصدي للجريمة أو كل ما يهدد المجتمع.
- 8- يشارك في العديد من الأنشطة، ويدير الأنشطة التي يشارك فيها.
- 9- ينسجم بسهولة مع الآخرين في العمل الجماعي.

ثالثاً: تعزيز الانتماء:

فالانتماء كمصطلح ينتمي إلى المفاهيم النفسية الاجتماعية، والتي تعني الاقتراب والاستمتاع بالتعاون أو التبادل مع آخر، حيث إن دافع الانتماء هو (الجوع الاجتماعي)، الذي إذا ما توافر لدى الفرد سيكون أكثر قوة وتحفيزاً على أن يعدل من سلوكه الفردي إلى أن يصبح مطابقاً لما يرضيه مجتمعه.

ويعرف الانتماء بأنه: "النزعة التي تدفع الفرد للدخول في إطار اجتماعي فكري معين بما يقتضيه هذا من التزام بمعايير وقواعد هذا الإطار وبنصرته والدفاع عنه في مقابل غيره من الأطر الاجتماعية والفكرية الأخرى" (أبو السعود، 1425هـ، 95).

ويعد الانتماء الوطني من أوضح نماذج التوحد مع المجتمع، حيث يلاحظ تأخير شخصية الأمة على شخصية الفرد وتطابق شخصيته مع النمط الثقافي السائد. أما إذا لم يتوفر دافع الانتماء يصبح الفرد في حالة حياد عاطفي بالنسبة للآخرين أو المجتمع، ومعنى ذلك إما أن ينحصر اهتمامه في ذاته أو يصبح في حالة ركود وعدم نشاط لعدم توفر الدافع لأداء فعل معين، والشخص غير الممتني قد انفصل عن ماضيه وحاضره ولم يعد يهتم بمستقبله (إبراهيم، 1993).

وبناء عليه يتجلى دور الإعلام الأمني في تعزيز الانتماء والولاء، كما يبين أبو فودة (2006) في الآتي:

- تنمية الشعور بالجنسية الفلسطينية والايان بها وأصولها العربية.
- تنمية الوعي الاقتصادي والاجتماعي ذي الخصوصية.
- التبصير بالأخطار التي تهدد وطنه وتحصينه من المخاطر الصهيونية (التخاير).
- تربية السلوك على أساس التعاون والعمل المشترك، واحترام حقوق الغير.
- تنمية الشعور بالفخر للانتماء للإسلام، الذي كفل له الحق في الفرص المتكافئة والمساواة الاجتماعية والسياسية.

رابعا: تعزيز الهوية الوطنية والثقافية:

فقد حظيت الهوية ومقوماتها بالاهتمام والبحث في الوقت الراهن أكثر من أي وقت مضى، وعقدت ندوات ومؤتمرات متعددة ناقشتها، وذلك سواء للهوية في ذاتها، أم في علاقتها بمفاهيم أخرى كالانتماء والشخصية القومية والتراث وغيرها من مفاهيم لها صلة وثيقة بالهوية والذاتية.

وتبرز أهمية تعزيز الهوية الوطنية في ضوء بعض المعطيات والتداعيات، كما يرى أحمد (2006) في الآتي:

- التحصين ضد عمليات الاستقطاب السياسي والفكري المنحرف، والعمالة (التخاير).
- التدريب على المشاركة الفاعلة في الحياة السياسية.
- إنماء قيم الحرية والمسئولية والوطنية والقوة في نفوس الشباب.
- تعميق الاعتزاز بالوطن والافتخار بالانتماء إليه، والتضحية من أجله.
- التدريب على التعامل مع الأزمات والحروب.
- التوعية بتاريخ الوطن وتراثه والحفاظ على ممتلكاته.
- التدريب على المعارضة المنظمة في إطار شرعي وعقلاني.
- التحفيز للحفاظ على ثقافة المجتمع وخصوصيتها.
- تعزيز القيم المرتبطة بالعتيدة الدينية كالوسطية، والاعتدال، ونبذ التطرف والغلو في الدين، والتسامح الديني والحوار الديني.

خامسا: تعزيز المواطنة الصالحة:

حيث تعد التربية للمواطنة هي الهدف المحوري للتربية السياسية، التي تعنى بمساعدة الناشئين والشباب على استيعاب الواقع، والتفاعل مع اشكالياته بطريقة موضوعية ناقدة، بما يتيح لهم اتجاها ايجابيا نحو المشاركة إضافة إلى حسن رعاية النخبة منهم وإعدادهم لتحمل مسئوليات القيادة والعمل الوطني. فتمثل قيم المواطنة " القوة الناعمة" في الجسم الاجتماعي والتي تعبر عن جهده وعمله ووعيه بإمكانات الحاضر والمستقبل، فالصورة الراهنة وتحديات المستقبل تعج بالأخطار المحدقة والمتوقعة، وتستلزم طاقات تفوق بكثير جهود المؤسسة الرسمية لمواجهة أزمات الماضي (مكروم، 2004).

وتهدف التربية للمواطنة الصالحة إلى:

- تثبيت وترسيخ مجموعة من المبادئ منها الإحساس بالهوية والتسامح والحوار المبني على الاحترام والإنسانية (الشرقاوي، 2005).
- دعم الاحتياجات الفردية للمواطن من خلال احترام التراث الوطني، والتفاعل مع قضايا المجتمع ايجابية ومسئولية، والتخلي بالسلوك الديمقراطي وقبول التعددية، والاندماج مع الجماعة بروح التضامن، وحب العمل، وتكوين مواقف ايجابية نحو الوطن والمواطن (عطية، 2008).

- ويمكن للباحثين إضافة أهداف تربوية أخرى للمواطنة الصالحة في فلسطين، هي:
- التدريب على المشاركة في القرارات التي تؤثر في البيئة المحيطة.
 - تزويد الفرد بفهم واع لواقع النظام السياسي.
 - معرفة وسائل التعبير القانونية عن الرأي، وتكوين اتجاهات ايجابية نحو الحوار وضد العنف والتطرف.
 - تنمية القدرات على اكتساب ومعالجة المعلومات المتصلة بشئون الجماعات والأحزاب.
 - تنمية القدرة على التفكير الناقد والعمل الجماعي.

الدراسات السابقة:

تعددت الدراسات التي تناولت متغيرات الدراسة الحالية سواء على مستوى التوعية الأمنية أو التحسين المجتمعي، وفيما يلي عرض لبعض هذه الدراسات في ضوء ما تتطلبه الدراسة الحالية، وما يمكن الاستفادة منها.

فقد هدفت دراسة عساف والأغا (2019) إلى التعرف على درجات تقدير طلبة الجامعات الفلسطينية بمحافظات غزة لدور الجامعات في تعزيز مقومات الجبهة الداخلية والكشف عن أثر كل من متغير (الجنس والتخصص) في درجة التقدير لهذا الدور، وأظهرت النتائج أن الدرجة الكلية لتقدير أفراد العينة لدور الجامعات في تعزيز مقومات الجبهة الداخلية كانت كبيرة عند وزن (71.46%)، وقد احتل البعد الأول (تعزيز الوعي الوطني والسياسي) المركز الأول بنسبة (83.42%) والبعد الثالث (تعزيز الانتماء والولاء) المركز الأخير بوزن نسبي (59.78%)، وأنه لا توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى (>0.05) بين درجات تقدير أفراد العينة لدور الجامعات الفلسطينية بمحافظات غزة في تعزيز مقومات الجبهة الداخلية تعزى إلى متغيرات الدراسة (الجنس والتخصص).

ومن حيث دور المؤسسة التربوية في التوعية الأمنية أجرى Duckworth-Loche (2018) دراسة هدفت إلى رصد آراء بين المرشدين التربويين والمعلمين فيما يتعلق بالأمن المدرسي ومدى علاقته بالوعي الأمني ضد العنف والإرهاب بولاية لويديانا الشمالية، وكذلك التعرف على الاستراتيجيات المستخدمة للتعامل مع العنف في تلك المدارس، وأظهرت النتائج مستوى متوسط من الرضا عن الاستراتيجيات المستخدمة في التوعية الأمنية، وأن هناك قصورا في دور الإعلام التربوي في بعد التوعية الأمنية حول العنف والإرهاب، والتوعية حول الانحراف.

وقد هدفت دراسة بدرخان وقطاوي (2017) إلى استقصاء آراء طلبة كليات الآداب في الجامعات الأردنية لدى تضمن مفاهيم الأمن الوطني في مادة التربية الوطنية في الفصل الدراسي الأول 2016 / 2015، وأظهرت النتائج أن درجة تقدير طلبة كليات الآداب في الجامعات الأردنية لتضمن مفاهيم الأمن الوطني في مادة التربية الوطنية جاءت عالية، حيث حصلت مفاهيم البعد الفكري على أعلى درجة ثم يليها مفاهيم البعد السياسي، يليها في المرتبة الثالثة مفاهيم البعد الاجتماعي ثم مفاهيم الأمن الاقتصادي في المرتبة الأخيرة، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في المتوسطات الحسابية لاستجابات الطلبة حول درجة حاجتهم في تضمين مفاهيم الأمن الوطني في مادة التربية الوطنية على الأداء ككل، تعزى لمتغيري الجنس والمستوى الدراسي.

وحول دور بعض المؤسسات في تعزيز الجبهة الداخلية، هدفت دراسة حجاج (2015) إلى التعرف على دور هيئة التوجيه المعنوي السياسي في تماسك الجبهة الداخلية وسبل تفعيله، وأظهرت النتائج أن دور الهيئة في تماسك الجبهة الداخلية من وجهة نظر أفراد العينة كان كبيرا عند وزن نسبي (77.6%)، وأنه لا يوجد أثر دال معنويًا عند مستوى دلالة (>0.05) للمتغيرات: (المؤهل العلمي، الرتبة العسكرية، والجهاز) على درجات تقدير أفراد العينة لهذا الدور.

كما هدفت دراسة سلمان وعسالية (2016) إلى تقييم دور الجامعات الفلسطينية بمحافظة فلسطين الجنوبية في تنمية الوعي بالثقافة الأمنية لمواجهة المخاطر الأمنية، وقد أظهرت النتائج أن: دور الجامعات الفلسطينية في تنمية وعي الطلاب بالثقافة الأمنية لمواجهة المخاطر الأمنية كان متوسطاً، وأن أضعف المظاهر كانت في بعد الأنشطة الطلابية، وأنه يوجد أثر للمتغيرات: (الجامعة، والمستوى، والجنس) على درجة تقدير أفراد العينة لهذا الدور لصالح الفئات: (الجامعة الإسلامية، والمستوى الأول، والذكور) على الترتيب.

وعن أسباب انتكاسات الجبهة الداخلية الفلسطينية أجرى عبد الحميد (2016) دراسة هدفت إلى التعرف على أسباب انتكاسات الجبهة الداخلية الفلسطينية من وجهة نظر النخبة الفلسطينية، وقد أظهرت النتائج أن هناك انتكاسات متتالية على الجبهة الداخلية، مصدرها التدخلات الخارجية، وممارسات الاحتلال الهادفة إلى بث الإشاعات، والتشكيك في القيادات الفلسطينية، واسقاط بعض ضعاف النفوس في وحل التخابر، وعرقلة جهود انهاء الانقسام السياسي، وحيادية المثقفين الناجمة عن حساسية التعامل مع حرية الرأي والتعبير.

كما هدفت دراسة معمر (2014) إلى تسليط الضوء على ظاهرة الاختراق الأمني الإسرائيلي للمجتمع الفلسطيني وتقديم توجيهات تربوية مستمدة من القرآن والسنة للحد منها، وقد أظهرت النتائج أن الأمن بمفهومه الشامل حاجة أساسية للإنسان، أن التربية الأمنية تمثل جانباً مهماً لا يمكن الاستغناء عنه في بناء الإنسان المعاصر، وهي فريضة في المجتمع الفلسطيني، لأن الاحتلال مارس الاختراق الأمني كاستراتيجية للحفاظ على أمنه من خلال الحرب النفسية (بث الإشاعات، والاسقاط، والعمليات النوعية)، وأن أهم المرتكزات التربوية المستمدة من القرآن والسنة للوقاية الفلسطينية من الاختراق: الضبط اللساني الشديد، والتعريف بالعملاء والتحذير من اتباعهم، والنهي عن ترديد الإشاعات، وإبلاغ القياد.

وأجرى أبو جحجوح (2012) دراسة هدفت إلى التعرف على دور الإدارة المدرسية في تنمية الوعي الأمني لدى طلبة المرحلة الثانوية، وسبل تفعيله، وقد أظهرت النتائج أن درجة تقدير أفراد العينة لدور الإدارة المدرسية في تنمية الوعي الأمني كانت متوسطة رغم العلاقة الإيجابية بين الأسرة والإدارة المدرسية، وأن هناك معوقات تحد من إسهام الإدارة المدرسية في تنمية الوعي الأمني، أهمها: الانقسام السياسي، والتعددية الحزبية، وأنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين تقديرات أفراد العينة لدور الإدارة المدرسية في تنمية الوعي الأمني تعزى للعوامل: (الجنس، والمؤهل العلمي، وسنوات الخدمة، والمنطقة التعليمية).

وفي البيئة السعودية، أجرى المحم (2009) دراسة هدفت التعرف إلى دور الجامعات في صناعة الأمن ومستوى تحقيق مقومات الأمن الفكري في السعودية، وكان من أهم النتائج: أن للجامعات دوراً بارزاً في التأسيس لتحديد اتجاه المجتمع ومقوماته الفكرية، وأن مقومات الأمن الداخلي والفكري ليس عملية بناء لأنظمة وقوانين يمكن أن يتم سنّها في المجتمع، ولكنه عملية ثقافية مرتبطة بشكل مباشر بالثقافة السائدة ونوعية البدائل الموجودة فيها، وأن عملية تعزيز مقومات الجبهة الداخلية مرتبطة ببناء أمن فكري آمن في الجامعات يعتمد على علاقة الجامعة بالمجتمع وعلاقة الجامعة بمخرجاتها.

وجاءت دراسة العفيضان (2009) لتهدف إلى التعرف على مستوى الوعي بمفهوم الأمن الداخلي ومقومات الحفاظ عليه لدى طلبة جامعة الملك سعود، وكان من أهم النتائج: توافق أفراد العينة بدرجة عالية حول الوعي بمفهوم الأمن ومقوماته الداخلية. كما أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة في وعي أفراد العينة حول مفهوم الأمن باختلاف جميع متغيرات الدراسة، وأن أهم مقومات الحفاظ على الأمن ومقوماته معرفة الطلبة بالحقوق والواجبات والالتزام بالوطنية الصالحة.

أما دراسة Phaneuf (2006) فهذهت إلى قياس مدى تأثير الممارسات الأمنية المدرسية على الخوف لدى الطلبة وروابطهم البيئية، وقد أظهرت النتائج أن الممارسات الأمنية المختارة لم تؤثر على مستويات الخوف لدى الطلبة وروابطهم البيئية، وأن المدارس التي لم تستخدم الاستراتيجيات الأمنية على مستوى (الفقر، والفوضى، والرعاية) كانت أفضل في تنبؤ الخوف وارتباط الطلاب من المدارس التي استخدمت الاستراتيجيات الأمنية.

التعقيب على الدراسات السابقة:

بعد الاطلاع على بعض الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة الحالية، وجد أنها تنوعت في أهدافها، ومبرراتها، فمنها ما تعلق بدور الهيئات المختلفة في حماية الجبهة الداخلية، وانتكاساتها مثل دراسات حجاج (2015)، عبد الحميد (2015)، وعساف والأغا (2016)، ومنها ما تعلق بدور المؤسسات التربوية كالجوامع والمدارس في تعزيز الأمن والوعي الأمني بأشكاله مثل دراسات أبو جحجوح (2012)، وبدرخان وقطاوي (2017)، وسلمان وعسلية (2016)، والملاحم (2006)، وPhaneuf (2006)، ومنها ما تعلق بتأثير القيم والتعرف إلى مستوى الوعي الأمني لدى الطلبة مثل دراسة العفيضان (2009)، ودراسة Duckworth-Loche (2018)، في حين ركزت كل من دراستي معمر (2014) وعبد الحميد (2016) على أسباب انتكاسات الجبهة الداخلية.

وقد اختلفت الدراسة الحالية مع جميع الدراسات السابقة في عينتها التي تمثلت في عينة من (الإعلاميين والأمنيين)، وفي نطاق الدراسة المتمثل في مشروع (التحصين المجتمعي)، رغم اتفاقها مع معظمها في استخدام الاستبانة كأداة، واختلافها مع دراسة Phaneuf (2006) التي استخدمت النماذج الهرمية، ودراسة معمر (2014) التي استخدمت بطاقة تحديد المشكلات، ولعل ما يميز الدراسة الحالية عن سابقتها أنها تهدف إلى تقييم دور مشروع التحصين المجتمعي، ووضع مقترحات لتفعيل هذا الدور، وقد استفاد الباحثان من هذه الدراسات في بناء أداة الدراسة، وتعميق الفهم حول المشكلة، وفي تفسير النتائج.

مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

لأن التوعية الإعلامية من أهم أولويات الأجهزة الأمنية في الدولة، كما أنها لا تقل أهمية بالنسبة للقطاعات المختلفة في المجتمع، ونظراً لأن موضوع الأمن والاستقرار الداخلي يهم كل أفراد ومؤسسات المجتمع، فإن أي مشروع يهدف إلى تحصين المجتمع وتعزيز وعيه الأمني من خلال توفير المعلومات والبيانات اللازمة حول قضية خطيرة، - ولا نعتقد أن هناك أخطر من قضية التخابر -، يجب أن يحظى باهتمام كافة قطاعات المجتمع، وكما اتضح من الدراسات السابقة، فإنه لا توجد أي دراسة - في حدود علم الباحثين - قد تناولت من قريب أو بعيد تقييم أو دراسة مشروع (التحصين المجتمعي)، في حين أثبتت بعض الدراسات انتكاسة الجبهة الداخلية نتيجة لعدد عوامل، أهمها: الانقسام السياسي، ومحاولات الاحتلال الإسرائيلي إلحاق الضرر والفرقة، مثل دراستي معمر (2014) وعبد الحميد (2016)، وبناء عليه جاءت هذه الدراسة لتجيب عن السؤال الرئيس الآتي:

ما دور مشروع التحصين المجتمعي الذي تنفذه اللجنة الوطنية لتعزيز السلوك القيمي في تعزيز الجبهة الداخلية وسبل تفعيله؟

ويتفرع من هذا السؤال، التساؤلات الفرعية الآتية:

- 1- ما درجة تقدير عينة من الإعلاميين والأمنيين لدور مشروع التحصين المجتمعي الذي تنفذه اللجنة الوطنية لتعزيز السلوك القيمي في تعزيز الجبهة الداخلية وسبل تفعيله؟
- 2- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($0.05 >$) بين متوسطات درجات تقدير أفراد العينة لدور مشروع التحصين المجتمعي في تعزيز الجبهة الداخلية تعزى لعامل الجنس (ذكر، أنثى)، طبيعة العمل (إعلامي، أمني)، وسنوات الخدمة الفعلية (أقل من 10 سنوات، 10 سنوات فأكثر)؟
- 3- ما سبل تفعيل دور مشروع التحصين المجتمعي الذي تنفذه اللجنة الوطنية لتعزيز السلوك القيمي في تعزيز الجبهة الداخلية؟

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى:

1. التعرف على درجات تقدير عينة من الإعلاميين والأمنيين لدور مشروع التحصين المجتمعي الذي تنفذه اللجنة الوطنية لتعزيز السلوك القيمي في تعزيز الجبهة الداخلية.
2. الكشف ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($0.05 >$) بين متوسطات درجات تقدير أفراد العينة لدور مشروع التحصين المجتمعي في تعزيز الجبهة الداخلية تعزى لعامل الجنس (ذكر، أنثى)، طبيعة العمل (إعلامي، أمني)، وسنوات الخدمة الفعلية (أقل من 10 سنوات، 10 سنوات فأكثر).
3. التوصل إلى بعض المقترحات التي قد تساهم في تفعيل دور مشروع التحصين المجتمعي الذي تنفذه اللجنة الوطنية لتعزيز السلوك القيمي في تعزيز الجبهة الداخلية.

أهمية الدراسة:

الأهمية الموضوعية:

جاءت هذه الدراسة استجابة للتوجهات العالمية نحو التأكيد على فهم مبادئ الحفاظ على وحدد الصف والجبهة الداخلية من خلال الوعي الأمني والسياسي، وتوظيف الإعلام الأمني في الحد من المخاطر، والذي نوهت إليه منظمة اليونيسكو في تقريرها حول ربط الإعلام الأمني بالجهود الشرطية من باب المسؤولية المجتمعية والتعاون المشترك.

كما أن أهمية هذه الدراسة جاءت من أهمية وندرته موضوعها فهي تعد الدراسة الأولى من نوعها في حدود علم الباحثين - التي تبحث في تقييم مشروع التحصين المجتمعي، والذي يعد تطبيقاً مباشراً لتوصيات المؤتمر العربي الأول للمسؤولين عن الإعلام الأمني العربي في تونس عام 2005، مع الاختلاف في طبيعة المخاطر.

الأهمية التطبيقية:

- قد تفيد نتائج هذه الدراسة في تقييم المشروع من وجهة نظر الأمنيين والإعلاميين باعتبارهم من أكثر الفئات ارتباطاً بتنفيذ المشروع.
- تعالج الدراسة موضوعاً يرتبط بالبعد الوطني الذي يعد أساس الانتماء والهوية وإيجاد حالة من اليقظة المستمرة تجاه ممارسات الاحتلال.
- قد يستفيد من نتائج هذه الدراسة كل المسؤولين الأمنيين عند تخطيط الأنشطة الوقائية وأساليب تنفيذها، وكذلك الباحثين في بعد الإعلام الأمني.

حدود الدراسة:

- < حد الموضوع: التعرف على دور مشروع التحصين المجتمعي في تعزيز مقومات الجبهة الداخلية وسبل تفعيله في الأبعاد: (تعزيز الوعي الوطني، ومكافحة التخاطر مع الاحتلال، وتعزيز روح المقاومة والانتماء، وبناء الشخصية الوطنية).
- < الحد البشري: عينة من العاملين في البعد الإعلامي والأمني.
- < الحد المؤسسي: بعض الإذاعات المحلية، ودوائر وزارة الداخلية.
- < الحد المكاني: محافظات غزة (الجنوبية لفلسطين).
- < الحد الزمني: تم تطبيق الشق الميداني من هذه الدراسة في شهر يناير 2021م.

مصطلحات الدراسة:

1. مشروع التحصين المجتمعي: تعرفه وزارة الداخلية والأمن الوطني (2020، 11) بأنه: "مشروع يهدف من خلال مجموعة من الإجراءات والأنشطة لرفع مستوى الوعي الأمني لدى المواطنين وحمايتهم من الوقوع في براثن الاحتيال وربطهم بأجهزته الأمنية وتحذيرهم من المخاطر التي يمكن أن يتعرضوا له من إسقاط وابتزاز ونصب واحتيال وأخبار كاذبة وإشاعات تستهدف قيم المجتمع الفلسطيني وضرب جبهته الداخلية أو تنال من الانتماء الوطني".

ويعرفه الباحثان إجرائيا بأنه: مشروع ينبثق عن اللجنة الوطنية لتعزيز السلوك القيمي التابعة لمجلس الوزراء الفلسطيني، والتي تصنف ضمن الحملات الأمنية التي تتابع وترصد جهود الحفاظ على الأمن الداخلي والسلم الاجتماعي في محافظات غزة، من خلال أبعاد تنقيفية تنويرية بشأن التوعية بالأساليب الالتهافية التي قد توقع الناس في جرائم التعاون الأمني أو التخابر مع العدو.

2. مقومات الجبهة الداخلية: يعرفها هلال (1986، 129) بأنها: "مجموعة المبادئ والأسس التي يعتمد عليها في تحصين كيان المجتمع داخليا ضد الأخطار التي تهدده، بما يضمن تأمين المصلحة وهيئة الظروف المناسبة لتحقيق الأهداف والغايات التي تعبر عن الرضا العام في المجتمع"، ويعرفها الجنحي (2000، 11) بأنها: "مجموعة الإجراءات التنقيفية والوقائية التي تتخذها المؤسسة الأمنية لضمان صيانة المجتمع واستتباب أمنه داخليا، من خلال ترسيخ المبادئ التي تدين بها الأمة، ولا تتعارض أو تتناقض مع المقاصد والمصالح الوطنية".

ويعرفها الباحثان إجرائيا بأنها: مجموعة الإجراءات والأسس الوقائية ذات البعد الاجتماعي والإعلامي التوعوي التي تحقق صالح المجتمع والمتمثلة في الدراسة بالأبعاد: (تعزيز الوعي الوطني، ومكافحة التخابر مع الاحتيال، وتعزيز روح المقاومة والانتماء، وبناء الشخصية الوطنية) والتي غايتها حماية الصف الداخلي، والحد من المخاطر والتحديات، والتي تتضح درجة تقدير مستواها من خلال استجابة أفراد العينة على الأداء.

3. سبل التفعيل: يعرفها الباحثان إجرائيا بأنها: مجموعة الإجراءات والمقتضيات واللوازم التي تعزز دور مشروع التحصين المجتمعي الذي تنفذه اللجنة الوطنية لتعزيز السلوك القيمي في تعزيز مقومات الجبهة الداخلية من خلال تحصين العقول بالأفكار السليمة المتعلقة بالدين والأمن والتي تضمن وحدة الصف الوطني.

إجراءات الدراسة:

يتضمن هذا الجزء من الدراسة الخطوات والإجراءات التي تمت في الجانب الميداني من حيث المنهجية المتبعة، ومجتمع الدراسة وعينتها، وأداتي الدراسة، والمعالجات الإحصائية التي استخدمت في تحليل البيانات لاختبار صدق وثبات أداة الدراسة، ومن ثم جمع البيانات من العينة الكلية للتوصل إلى النتائج النهائية للدراسة، وذلك على النحو الآتي:

منهج الدراسة:

استخدم الباحثان في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، الذي يهدف إلى "الإجابة عن تساؤلات محددة عن طريق جمع البيانات من أدوات مناسبة، ومن ثم الوصول إلى تفسيرات منطقية لها دلائل وبراهين تمنح الباحث القدرة على وضع أطر محددة للمشكلة محل الدراسة، تستخدم في تحديد نتائج البحث" (دعمس، 2008، 112).

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع الإعلاميين العاملين في الإذاعات المحلية، ورجال الأمن من الرتب السامية (رائد فما فوق) العاملين في وزارة الداخلية والأمن الوطني في محافظات غزة.

1. العينة الاستطلاعية: تكونت من (30) مبحوثا من الجنسين تم اختيارهم بالطريقة العرضية بهدف تقنين أداء الدراسة وحساب الصدق والثبات.
2. العينة الفعلية: تكونت عينة الدراسة من (118) مبحوثا تم اختيارهم بالطريقة العرضية، والجدول (1) يوضح عينة الدراسة بحسب متغيرات الدراسة.

جدول (1): توزيع أفراد العينة بحسب متغيرات الدراسة

المتغير	البيان	العدد	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	108	91.5 %
	أنثى	10	8.5 %
مجال العمل	المجموع	118	100 %
	أمني	93	78.8 %
	إعلامي	25	21.2 %
سنوات الخدمة الفعلية	المجموع	118	100 %
	أقل من 10 سنوات	33	28 %
	10 سنوات فأكثر	85	72 %
	المجموع	118	100 %

أداء الدراسة:

بعد الاطلاع على الأدب التربوي وبعض الدراسات السابقة ذات العلاقة، واستطلاع رأي عينة من المتخصصين عن طريق المقابلات الشخصية ذات الطابع غير الرسمي قام الباحثان بتحديد أبعاد الاستبانة وصياغة الفقرات ومن ثم إعداد الاستبانة على شكل نموذج إلكتروني مغلق باستخدام Microsoft forms (33) فقره في صورتها الأولية موزعة على أربعة أبعاد: (تعزيز الوعي الوطني، ومكافحة التخابر مع الاحتيال، وتعزيز روح المقاومة والانتماء، وبناء الشخصية الوطنية). حيث تأخذ كل فقره وزنا متدرجا وفق سلم ليكرت الخماسي، حسب الجدول (2).

جدول (2): مقياس ليكرت الخماسي

درجة الموافقة	كبيرة جدا	كبيرة	متوسطة	صغيرة	صغيرة جدا
الدرجة	5	4	3	2	1

اعتمد الوسط الحسابي في تصحيح الفقرات بحيث تشير الدرجة المنخفضة إلى تدني الموافقة على ما جاء في مضمون الفقره، بينما تدل الدرجة المرتفعة على ارتفاع درجة الموافقة على مضمون الفقره، وتحدد درجة التقدير من خلال مدى تدرج ليكرت الخماسي وهو (5-1=4) وطول الفتره (0.8) بوزن نسبي (16%)، كما في الجدول (3).

جدول (3): درجات التقدير لفقرات أبعاد أداء الدراسة

طول الخلية	الوزن النسبي	درجة الاحتياج
1.8-1	من 20 إلى 36	ضعيفة جدا
2.6-1.8	أكبر من 36 إلى 52	ضعيفة
3.4-2.61	أكبر من 52 إلى 68	متوسطة
4.2-3.41	أكبر من 68 إلى 84	كبيرة
5-4.21	أكبر من 84 إلى 100	كبيرة جدا

صدق الاستبانة:

1. صدق المحكمين: عرضت الاستبانة في صورتها الأولية على (9) من المتخصصين، في بعد علم الاجتماع والأمن، الذين أبدوا ملحوظاتهم حول مدى ملائمة الفقرات ومدى انتمائها للبعد، ومدى وضوح صياغتها اللغوية، وفي ضوء ذلك، تم حذف فقرتين متكررتين ضمنا، وخرجت الاستبانة في صورتها النهائية بـ (31) فقره.

2. صدق الاتساق الداخلي: بعد تطبيق الاستبانة على العينة الاستطلاعية (من خارج العينة الأصلية) جرى التحقق من صدق الاتساق الداخلي بحساب معامل ارتباط بيرسون بين كل فقره والدرجة الكلية للبعد، والجدول (4) يوضح ذلك.

جدول (4): معامل الارتباط بين كل فقره من فقرات المحور والدرجة الكلية للبعد الذي تتبع له

م	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	م	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	م	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
البعد الأول: تعزيز الوعي الوطني								
1	0.672**	0.000	2	0.843**	0.000	3	0.773**	0.000
4	0.793**	0.000	5	0.762**	0.000	6	0.729**	0.000
7	0.775**	0.000						
البعد الثاني: مكافحة التخابر مع الاحتلال								
1	0.759**	0.000	2	0.778**	0.000	3	0.804**	0.000
4	0.778**	0.000	5	0.755**	0.000	6	0.839**	0.000
7	0.775**	0.000	8	0.849**	0.000	9	0.820**	0.000
البعد الثالث: تعزيز روح المقاومة والانتماء								
1	0.755**	0.000	2	0.858**	0.000	3	0.807**	0.000
4	0.836**	0.000	5	0.813**	0.000	6	0.851**	0.000
7	0.778**	0.000	8					
البعد الرابع: بناء الشخصية الوطنية								
1	0.791**	0.000	2	0.875**	0.000	3	0.844**	0.000
4	0.781**	0.000	5	0.844**	0.000	6	0.816**	0.000
7	0.871**	0.000	8	0.874**	0.000			

ر الجدولية عند درجة حرية (28) وعند مستوى دلالة ($0.01 >$) = 0.393

ر الجدولية عند درجة حرية (28) وعند مستوى دلالة ($0.05 >$) = 0.304

يتضح من الجدول (4) أن جميع الفقرات ترتبط بالدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه ارتباطاً له دلالة إحصائية عند مستوى (0.01)، وهذا يؤكد أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الاتساق الداخلي.

1- صدق الاتساق البنائي: قام الباحثان بحساب معاملات الارتباط بين درجة كل بعد والبعد الآخر، وكذلك كل بعد بالدرجة الكلية للاستبانة والجدول (5) يوضح ذلك.

جدول (5): معامل الارتباط بين كل بعد من أبعاد الاستبانة مع الدرجة الكلية للاستبانة

م	البعد	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية sig
1	تعزيز الوعي الوطني	0.865**	0.000
2	مكافحة التخابر مع الاحتلال	0.915**	0.000
3	تعزيز روح المقاومة والانتماء	0.934**	0.000
4	بناء الشخصية الوطنية	0.941**	0.000

ثبات الاستبانة:

أجرى الباحثان خطوات التأكد من ثبات الاستبانة بطريقتين هما:

1. طريقة التجزئة النصفية: باستخدام استجابات أفراد العينة الاستطلاعية، فقد تم حساب درجة النصف الأول لكل بعد من أبعاد الاستبانة وكذلك درجة النصف الثاني من الدرجات، وذلك بحساب معامل الارتباط بين النصفين ثم جرى تعديل الطول باستخدام معادلة سببرمان براون

(Spearman-Brown)، (معامل الارتباط المعدل = $\frac{2r}{1+r}$) حيث r ترمز إلى معامل الارتباط بين درجات الأسئلة الفردية ودرجات الأسئلة الزوجية. والجدول (6) يوضح ذلك.
جدول (6): معامل الثبات (طريقة التجزئة النصفية) للاستبانة

م	البعد	عدد الفقرات	معامل الارتباط	معامل الارتباط المصحح
1	تعزيز الوعي الوطني	7	0.854	0.921
2	مكافحة التخابر مع الاحتلال	9	0.856	0.922
3	تعزيز روح المقاومة والانتماء	7	0.889	0.941
4	بناء الشخصية الوطنية	8	0.889	0.941
	الدرجة الكلية للاستبانة	31	0.967	0.983

من الجدول (6) يتضح أن معامل الثبات الكلي (0.983) مما يدل على أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات تجعل عملية التطبيق على العينة الفعلية مطمئن الباحثين إلى تطبيقها على عينة الدراسة.
2- طريقة ألفا كرونباخ: حيث تم الحصول على قيمة معامل ألفا لكل بعد من أبعاد الاستبانة وكذلك للاستبانة ككل والجدول (7) يوضح ذلك.

جدول (7): معامل الثبات باستخدام ألفا كرونباخ

م	البعد	معامل الثبات
1	تعزيز الوعي الوطني	0.88
2	مكافحة التخابر مع الاحتلال	0.93
3	تعزيز روح المقاومة والانتماء	0.92
4	بناء الشخصية الوطنية	0.94
	الدرجة الكلية	0.97

من الجدول (7) يتضح أن معامل الثبات الكلي (0.97)، مما يدل على أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات مطمئن الباحثين إلى تطبيقها على العينة الفعلية.

نتائج الدراسة وتفسيراتها:

أولاً: نتائج الإجابة عن السؤال الأول:

ينص السؤال الأول للدراسة على: "ما درجة تقدير عينة من الإعلاميين والأمنيين لدور مشروع التحسين المجتمعي في تعزيز الجبهة الداخلية؟"

للإجابة عن هذا التساؤل تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي والترتيب، والجدول (8) يوضح ذلك.

جدول (8): النسب المئوية لدرجة تقدير العينة لدور مشروع التحسين المجتمعي في تعزيز الجبهة الداخلية

م	البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الترتيب	التقدير اللفظي
1	تعزيز الوعي الوطني	4.08	0.588	%81.6	2	كبيرة
2	مكافحة التخابر مع الاحتلال	4.24	0.597	%84.8	1	كبيرة جداً
3	تعزيز روح المقاومة والانتماء	4.06	0.678	%81.2	3	كبيرة
4	بناء الشخصية الوطنية	3.82	0.719	%76.4	4	كبيرة
	البعد الكلي	4.05	0.591	%81		كبيرة

من الجدول (8) يتضح أن درجة تقدير أفراد العينة لدور مشروع التحصين المجتمعي في تعزيز الجبهة الداخلية كانت كبيرة بمتوسط حسابي (4.05) وعند وزن نسبي (81.00%)، حيث جاء بعد (مكافحة التخابر مع الاحتمال) في المرتبة الأولى بمتوسط (4.24)، ويوزن نسبي (84.8%) وبدرجة تقدير كبيرة جدا، وبعد (بناء الشخصية الوطنية) في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.82)، ويوزن نسبي (76.4%) وبدرجة تقدير كبيرة، واتضح أيضا أن النسب جميعها جاءت متقاربة من حيث الأوزان النسبية، وقد تعزى درجة التقدير الكلية الكبيرة إلى أن طبيعة الأهداف التي يسعى المشروع إلى تحقيقها من وجهة نظر أفراد العينة، والذين اشتركوا في تنفيذها باعتبار أن المشروع يقع ضمن مهام (الإعلام الأمني) الذي يهدف إلى ترسيخ قناعة أفراد المجتمع بأبعاد مسؤوليتهم الأمنية، وأهمية مشاركتهم بوصفهم أعضاء في المجتمع لمقاومة الظواهر التي قد تزعزع تماسك الجبهة الداخلية.

ومن الممكن أن يعزى السبب في أن جاء بعد (مكافحة التخابر مع الاحتمال)، جاء في المرتبة الأولى إلى أن هذا البعد يتعلق بأكثر القضايا الأمنية حساسية في ظل الصراع الفلسطيني الإسرائيلي والذي يسعى الاحتلال من خلاله النيل من صمود الشعب الفلسطيني وتحقيق أمنه، كما أن هذا البعد من أكثر القضايا الأمنية تعقيدا في ظل انتشار القرصنة الالكترونية، وارتباطا بحاجات الناس في ظل الحصار، وانعكاساته التي أدت إلى ارتفاع سقف المتطلبات: (الحاجة للعمل، الحاجة للسفر، الحاجة للعلاج...)، وهو ما أكدته دراسة معمر (2014).

ومن الممكن أن يعزى السبب في أن جاء بعد (بناء الشخصية الوطنية) جاء في المرتبة الأخيرة، رغم ارتفاع درجة التقدير إلى أن فقرات هذا البعد تشير إلى أهداف يشترك في تحقيقها مؤسسات أخرى غير الأمنية، مثل المحاضن التربوية (المدرسة، الجامعة، المسجد، البيت...) كما أن هذا البعد يعد من ضرورات أي مجتمع بغض النظر عن حساسية الوضع الأمني للمجتمع الفلسطيني.

وفيما يلي تحليل أبعاد وفقرات الاستبانة، كل على حدة:

البعد الأول: تعزيز الوعي الوطني:

تم حساب المتوسط الحسابي، والانحراف المعياري والوزن النسبي لاستجابات أفراد العينة، على فقرات البعد الأول، والجدول (9) يوضح النتائج.

جدول (9): المتوسط والانحراف والنسبة المئوية والرتب لمحور تعزيز الوعي الوطني

م	الفقره	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الرتبة	تقدير الفقره
1	يسهم المشروع في التنقيف الوطني من خلال المحاضرات والدورات.	4.02	0.627	80.4%	3	كبيرة
2	يعزز قيم المشاركة في خدمة المجتمع.	4.01	0.768	80.2%	4	كبيرة
3	يغرس مبادئ احترام القانون والأنظمة والالتزام بمبادئ الحرية والعدالة.	3.87	.833	77.4%	6	كبيرة
4	يشجع المشروع الانفتاح والاستفادة من خبرات الآخرين بما يخالف المبادئ الوطنية.	3.92	0.823	78.4%	5	كبيرة
5	يحذر من كل مظاهر التمييز (الديني، العرقي، الحزبي).	3.92	0.839	78.4%	5م	كبيرة
6	يحذر من الآثار السلبية لبث وترويج الاشاعات بأنواعها.	4.33	0.717	86.6%	2	كبيرة جدا
7	يسهم في رفع الروح المعنوية من خلال كشف زيف الرواية الإسرائيلية.	4.39	0.774	87.8%	1	كبيرة جدا
	الدرجة الكلية	4.06	0.588	81.6%		

من الجدول (9) يتضح أن درجات التقدير في هذا البعد تراوحت ما بين (77.40 – 87.80 %) ما بين كبيرة وكبيرة جداً، حيث جاءت الفقرة (7) "يسهم في رفع الروح المعنوية من خلال كشف زيف الرواية الإسرائيلية." في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.39) ووزن نسبي (87.80 %) وبدرجة تقدير كبيرة جداً، وقد يعزى السبب في ذلك إلى أن الاحتلال يعتمد في زعزعة النسيج الوطني وضرب النسيج المجتمعي على تزييف الحقائق بما يضمن لهم الاستمرارية في مخططاتهم، وهو ما ينبثق عنه الإشاعات والافتراءات المعنوية بما يضر حالة من الشك حول حق الشعب الفلسطيني في تقرير مصيره وفي التحرر، وهو ما ركز عليه المشروع في الحفاظ على الروح المعنوية وتعزيزها بما يحقق الصمود والتحدي، وهذا ما توافق مع ما أوصت به دراستي سلمان وعسليبة (2016)، وPhaneuf (2006).

وجاءت الفقرة (3) "يغرس مبادئ احترام القانون والأنظمة والالتزام بمبادئ الحرية والعدالة." في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.87) ووزن نسبي (77.40 %) وبدرجة كبيرة، وقد يعزى السبب في ذلك رغم ارتفاع درجة التقدير إلى أن أهم أهداف المشروع أو الإعلام الأمني هو التخفيف من وقوع المواطنين تحت طائلة القانون من خلال توجيههم نحو السلوك السليم القائم على قيم الأخلاق والاستقامة واحترام القوانين والأنظمة، وهو أمر منوط بالإعلام الشامل من باب المساواة.

البعد الثاني: مكافحة التخابر مع الاحتلال:

فقد تم حساب المتوسط الحسابي، والانحراف المعياري والوزن النسبي لاستجابات أفراد العينة، على فقرات البعد الثاني، والجدول (10) يوضح النتائج.

جدول (10): المتوسط والانحراف والنسبة المئوية والرتب لبعد مكافحة التخابر مع الاحتلال

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الرتبة	تقدير الفقرة
1	يوضح أساليب استغلال الاحتلال لاحتياجات المواطنين في عمليات الاسقاط.	4.35	0.684	%87	1	كبيرة جداً
2	يعزز الوازع الديني والأخلاقي بما يمنع الاسقاط الصهيوني.	4.15	0.758	%83	6	كبيرة
3	يحذر من المخاطر الأمنية لمواقع التواصل الاجتماعي المشبوهة.	4.35	0.789	%87	1م	كبيرة جداً
4	يبين طرق الاحتلال في إضعاف الروح المعنوية.	4.24	0.770	%84.8	4	كبيرة جداً
5	يوضح المصير المخزي للعملاء.	4.32	0.826	%86.4	2	كبيرة جداً
6	يحذر من مخاطر الاستجابة للرسائل والاتصالات الواردة من قنوات مشبوهة.	4.30	0.696	%86	3	كبيرة جداً
7	يسهم في رفع مستوى الوعي بالحساسية المجتمعية.	4.24	0.688	%84.8	5	كبيرة جداً
8	يكشف زيف المعلومات الموجهة عبر وسائل الاعلام الإسرائيلية.	4.15	0.747	%83	6	كبيرة
9	يكشف مخططات الاحتلال في إضعاف الجبهة الداخلية.	4.11	0.814	%82.2	7	كبيرة
	الدرجة الكلية	4.24	0.597	%84.8		

يتضح من الجدول (10) أن درجات التقدير في هذا البعد تراوحت ما بين (82.2 – 87.00 %) ما بين كبيرة وكبيرة جداً، حيث جاءت الفقرتان (1)، (3) "يوضح أساليب استغلال الاحتلال لاحتياجات المواطنين في عمليات الاسقاط"، "يحذر من المخاطر الأمنية لمواقع التواصل الاجتماعي المشبوهة" في المرتبة الأولى على التوالي بمتوسط حسابي (4.35) ووزن نسبي (87.00 %) وبدرجة تقدير كبيرة جداً، وقد يعزى

السبب في ذلك إلى انتشار الظاهره خلال السنوات السابقة بعد انقطاع السبل أمام الاحتلال في تجنيد المواطنين نتيجة للحصار، ونجاح حملات (فتح باب التوبة) أمام العملاء القدامى، كما أنه ونظرا لتراجع الوضع العام داخليا (اقتصاديا، وصحيا...) وتراجع مستوى الوعي الرقمي من قبل بعض المواطنين المحتاجين للمساعدة، جعل منهم أهدافا سهلة للإسقاط بطرق مباشرة أو غير مباشرة، الأمر الذي جعل الأجهزة الأمنية والإعلامية يركزون على التحري الجيد من أي عمليات تواصل على مواقع التواصل بهذا الخصوص، وهذا ما أكدته دراستي حجاج (2015) وأبو معمر (2014).

وجاءت الفقرة (9) "يكشف مخططات الاحتلال في إضعاف الجبهة الداخلية". في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (4.11) ووزن نسبي (82.2%) وبدرجة كبيرة، وقد يعزى السبب في ذلك رغم ارتفاع درجة التقدير إلى أن مخططات الاحتلال في إضعاف الجبهة الداخلية باتت مكشوفة ومعروفة لدى عوام الناس، ورغم ذلك يركز المشروع على هذا الهدف لضمان استمرار تمثين الجبهة الداخلية والحفاظ على وحدة الصف الوطني، وهو ما يتفق مع ما أوصت به دراسة عبد الحميد (2016).

البعد الثالث: تعزيز روح المقاومة والانتماء؛

فقد تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي لاستجابات أفراد العينة، على فقرات البعد الثالث، والجدول (11) يوضح النتائج.

جدول (11): المتوسط والانحراف والنسبة المئوية والترتب لبعد تعزيز روح المقاومة والانتماء

م	الفقره	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الرتبة	تقدير الفقره
1	يعزز أهمية مواجهة الاحتلال فكريا والكترونيا.	4.16	0.751	83.2%	3	كبيرة
2	يوضح أهمية الالتفاف حول مشروع المقاومة.	4.23	0.841	84.6%	2	كبيرة جدا
3	يؤكد على رفض التطبيع مع الاحتلال.	4.27	0.813	85.4%	1	كبيرة جدا
4	يعلي من قيمة التضحية في سبيل المشروع الوطني.	3.95	0.866	79%	6	كبيرة
5	يوضح مسارات المسؤولية الاجتماعية، والفردية.	3.89	0.814	77.8%	7	كبيرة
6	يوظف مواقع التواصل في تعزيز روح الانتماء الوطني.	3.97	0.876	79.4%	4	كبيرة
7	يؤكد على وحدة الغاية من مسيرة النضال الفلسطيني.	3.96	0.861	79.2%	5	كبيرة
	الدرجة الكلية	4.06	0.678	81.2%		

يتضح من الجدول (11) أن درجات التقدير في هذا البعد تراوحت ما بين (77.8 – 85.4%) ما بين كبيرة وكبيرة جدا، حيث جاءت الفقرة (3) "يؤكد على رفض التطبيع مع الاحتلال" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.27) ووزن نسبي (85.4%) وبدرجة تقدير كبيرة جدا، وقد يعزى السبب في ذلك إلى أن المشروع يأتي في سياق الهزيمة العربية خلال العام الماضي نحو التطبيع مع الاحتلال الإسرائيلي، والذي مهما كانت دوافعه لن تأتي بالخير على القضية الفلسطينية، الأمر الذي أوجب التأكيد على رفض التطبيع وتوعية الجمهور حول آثاره السلبية على مستقبل القضية الفلسطينية.

وجاءت الفقرة (5) "يوضح مسارات المسؤولية الاجتماعية، والفردية." في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.89) ووزن نسبي (77.8%) وبدرجة تقدير كبيرة، وقد يعزى السبب في ذلك إلى أن المشروع باعتباره صورة من صور الإعلام الأمني ووسيلة لتحقيق أمن المجتمع من خلال تهيئة وجلب البيئة المناسبة لاستتباب الأمن، وذلك من خلال توضيح مسارات المسؤولية الاجتماعية والفردية، وهذا ما يتفق مع ما جاءت به دراسة حجاج (2015)، ودراسة عساف والأغا (2019)، والتي اعتبرت أن وضوح المسؤولية والأدوار المنوطة بالأشخاص من أهم العوامل التي تسهم في تعزيز الجبهة الداخلية.

البعد الرابع: بناء الشخصية الوطنية :

فقد تم حساب المتوسط الحسابي، والانحراف المعياري والوزن النسبي لاستجابات أفراد العينة، على فقرات البعد الرابع، والجدول (12) يوضح النتائج.

جدول (12): المتوسط والانحراف والنسبة المئوية والترتيب لبعد بناء الشخصية الوطنية

م	الفقره	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الرتبة	تقدير الفقره
1	يسهم في تعزيز مفاهيم تحمل المسؤولية.	3.97	0.784	79.4%	2	كبيرة
2	يدفع في اتجاه تعزيز مهارات التوجيه والإرشاد التربوي.	3.86	0.794	77.2%	5	كبيرة
3	يعظم من مقومات العمل التوعوي والمجتمعي.	3.93	0.803	78.6%	3	كبيرة
4	يعزز روح الإبداع والمبادرة.	3.56	0.939	71.2%	8	كبيرة
5	يظهر مميزات الشخصية الوطنية الملتزمة بالدين والقانون.	3.65	0.909	73.0%	7	كبيرة
6	يشجع على الانخراط في المشاركة المجتمعية.	3.74	0.881	74.8%	6	كبيرة
7	يوضح القنوات الرسمية الموثوقة (التي تضمن صدق وسرية التعامل).	3.88	0.888	77.8%	4	كبيرة
8	يوضح الأثر السلبي للفراغ ورفاق السوء على السمعة والمستقبل.	4.04	0.871	80.8%	1	كبيرة
	الدرجة الكلية	3.82	0.719	76.4%		

يتضح من الجدول (12) أن درجات التقدير في هذا البعد تراوحت ما بين (71.2-80.8%) وبدرجات كبيرة، حيث جاءت الفقره (8) "يوضح الأثر السلبي للفراغ ورفاق السوء على السمعة والمستقبل" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.04) ووزن نسبي (80.8%) وبدرجة تقدير كبيرة، وقد يعزى السبب في ذلك إلى أن المشروع جاء في إطار تعزيز السلوك القيمي الذي تبنته وزارة الداخلية كمدخل للحفاظ على النسيج المجتمعي، وتوجيه المواطن نحو السلوك السليم القائم على الاستقامة، وتوعيته بوسائل المنع وطرق الوقاية من رفاق السوء، الأمر الذي ينعكس على سهولة الجذب والاستهداف من قبل الاحترار الإسرائيلي، وهذا ما يتفق مع ما جاءت به دراسة معمر (2014)، ودراسة أبو جحوح (2012).

وجاءت الفقره (4) "يعزز روح الإبداع والمبادرة." في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.56) ووزن نسبي (71.2%) وبدرجة تقدير كبيرة، وقد يعزى السبب في ذلك إلى تراجع مستوى الدافعية لدى أفراد المجتمع بسبب ضيق الحال وما آلت إليه الظروف بسبب الحصار والانقسام السياسي وانعكاساتها، الأمر الذي جعل من الصعوبة تعزيز روح المبادرة في ظل عدم توفر الاحتياجات الأساسية، وقد أكدت دراسة Duckworth-Loche (2018) ودراسة Phaneuf (2006) على أن تعزيز روح المبادرة من أهم عوامل الحد من الخوف والحد من العنف.

ثانياً: نتائج الإجابة عن السؤال الثاني:

ينص السؤال الثاني للدراسة على "هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (>0.05) بين متوسطات درجات تقدير أفراد العينة لدور مشروع التحصين المجتمعي في تعزيز الجبهة الداخلية تعزى إلى المتغيرات: (الجنس، وطبيعة العمل، وسنوات الخدمة الفعلية)؟"

وللإجابة عن هذا السؤال تم التحقق من فرضيات الدراسة باستخدام اختبار T لعينتين مستقلتين (Independent Samples T-Test):

الفرض الأول: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (>0.05) بين متوسطات درجات تقدير أفراد العينة لدور مشروع التحصين المجتمعي في تعزيز الجبهة الداخلية تعزى لعامل الجنس (ذكر، أنثى)؟"، وتم التحقق من هذا الفرض كما في الجدول (13).

جدول (13): اختبار T لإيجاد الفروق بين متوسطات درجات تقدير أفراد العينة تبعاً لعامل الجنس (ذكر، أنثى)

مستوى الدلالة	قيمة "T"	الانحراف المعياري	المتوسط	التكرار	الجنس	البعد
0.537	0.253	0.593	4.08	108	ذكر	تعزيز الوعي الوطني
		0.505	3.84	10	أنثى	
0.642	0.468	0.596	4.25	108	ذكر	مكافحة التخابر مع الاحتلال
		0.633	4.15	10	أنثى	
0.764	0.224	0.677	4.06	108	ذكر	تعزيز روح المقاومة والانتماء
		0.720	4.01	10	أنثى	
0.905	0.650	0.718	3.84	108	ذكر	بناء الشخصية الوطنية
		0.757	3.68	10	أنثى	
0.870	0.662	0.591	4.06	108	ذكر	الدرجات الكلية
		0.617	3.93	10	أنثى	

قيمة T الجدولية عند درجات حرية (116) ومستوى دلالة (>0.05) تساوي (1.96).

يتبين من الجدول (13) أن القيمة الاحتمالية للدرجة الكلية (0.870) وهي أكبر من مستوى الدلالة (>0.05)، وقيمة T المحسوبة تساوي (0.662)، وهي أقل من قيمة T الجدولية والتي تساوي (1.96)، مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (>0.05) بين متوسطات درجات تقدير أفراد العينة لدور مشروع التحصين المجتمعي في تعزيز مقومات الجبهة الداخلية تعزى لعامل الجنس (ذكر، أنثى). وقد يعزى السبب في ذلك إلى أن المشروع استهدف جميع فئات المجتمع، ومن كلا الجنسين، إضافة إلى الرسالة الإعلامية التي تم نشرها بهذا الخصوص كانت توجه إلى السلوك العام بغض النظر عن الجنس، وهذا ما يتفق مع ما جاءت به دراسات أبو جحجوح (2012)، وبدر خان وقطاوي (2017)، وعساف والأغا (2019)، ويختلف مع دراسة سلمان وعسافية (2016) التي كانت الفروق فيها لصالح الذكور. الفرض الثاني: "هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (>0.05) بين متوسطات درجات تقدير أفراد العينة لدور مشروع التحصين المجتمعي في تعزيز الجبهة الداخلية تعزى لعامل طبيعة العمل (إعلامي، أممي)؟"، وتم التحقق من هذا الفرض كما في الجدول (14).

جدول (14): اختبار T لإيجاد الفروق بين متوسطات درجات تقدير أفراد العينة تبعاً لعامل طبيعة العمل (إعلامي، أممي)

مستوى الدلالة	قيمة "T"	الانحراف المعياري	المتوسط	التكرار	طبيعة العمل	البعد
0.203	0.980	0.539	4.09	93	أممي	تعزيز الوعي الوطني
		0.742	3.94	25	إعلامي	
*0,047	2,077	0,555	4,28	93	أممي	مكافحة التخابر مع الاحتلال
		0,732	4,11	25	إعلامي	
*0,022	2,362	0,602	4,10	93	أممي	تعزيز روح المقاومة والانتماء
		0,903	3,89	25	إعلامي	
0,099	0,895	0,655	3,86	93	أممي	بناء الشخصية الوطنية
		0,928	3,71	25	إعلامي	
*0,043	2,029	0,532	4,09	93	أممي	الدرجات الكلية
		0,771	3,92	25	إعلامي	

* دالة إحصائية عند مستوى دلالة (>0.05).

يتبين من الجدول (14) أن القيمة الاحتمالية للدرجة الكلية (0.043) وهي أقل من مستوى الدلالة (>0.05)، وقيمة T المحسوبة تساوي (2.029)، وهي أكبر من قيمة T الجدولية والتي تساوي (1.96)، مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (>0.05) بين متوسطات درجات تقدير أفراد العينة لدور مشروع التحصين المجتمعي في تعزيز مقومات الجبهة الداخلية تعزى لعامل متغير العمل، وذلك لصالح (الأمنيين). وكذلك الأمر بالنسبة لبعدي (مكافحة التخاطر مع الاحتلال)، و(تعزيز روح المقاومة والانتماء) في حين لم توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (>0.05) في بعدي (بناء الشخصية الوطنية)، و(تعزيز الوعي الوطني).

وقد يعزى السبب في أن الفروق جاءت لصالح فئة الأمنيين في الدرجة الكلية، وبعدي (مكافحة التخاطر، وتعزيز روح المقاومة) إلى أن ارتباط المشروع والبعدين المحدد بالعمل الأمني أكثر من الإعلامي الذي تتحدد رسالته في بث الرسائل ذات العلاقة، والتعاون مع الأجهزة الأمنية في وضع ضوابط ثابتة تحكم التناول الإعلامي للقضايا ذات المردود الأمني.

الفرض الثالث: "هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (>0.05) بين متوسطات درجات تقدير أفراد العينة لدور مشروع التحصين المجتمعي في تعزيز مقومات الجبهة الداخلية تعزى لعامل سنوات الخدمة الفعلية (أقل من 10 سنوات و10 سنوات فأكثر)؟، وتم التحقق من هذا الفرض كما في الجدول (15).

جدول (15): اختبار T لإيجاد الفروق بين متوسطات درجات تقدير أفراد العينة تبعا لعامل سنوات الخدمة الفعلية

مستوى الدلالة	قيمة "T"	الانحراف المعياري	المتوسط	التكرار	سنوات الخدمة	البعد
0.308	0.046	0.552	4.06	33	أقل من 10 سنوات	تعزيز الوعي الوطني
		0.605	4.06	85	10 سنوات فأكثر	
0.274	0.485	0.537	4.23	33	أقل من 10 سنوات	مكافحة التخاطر مع الاحتلال
		0.622	4.24	85	10 سنوات فأكثر	
0.270	0.518	0.610	4.11	33	أقل من 10 سنوات	تعزيز روح المقاومة والانتماء
		0.705	4.04	85	10 سنوات فأكثر	
0.318	0.427	0.650	3.87	33	أقل من 10 سنوات	بناء الشخصية الوطنية
		0.747	3.81	85	10 سنوات فأكثر	
0.185	0.253	0.529	4.07	33	أقل من 10 سنوات	الدرجات الكلية
		0.617	4.04	85	10 سنوات فأكثر	

يتبين من الجدول (15) أن القيمة الاحتمالية للدرجة الكلية (0.185)، وهي أكبر من مستوى الدلالة (>0.05)، وقيمة T المحسوبة تساوي (0.253) وهي أقل من قيمة T الجدولية التي تساوي (1.96)، مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (>0.05) بين متوسطات درجات تقدير أفراد العينة لدور مشروع التحصين المجتمعي في تعزيز مقومات الجبهة الداخلية تعزى لعامل سنوات الخدمة الفعلية، وقد يعزى السبب في عدم تأثير عامل سنوات الخدمة في درجة تقدير أفراد العينة لدور مشروع إلى أهمية وحساسية القضايا التي تناولها المشروع، كما أن أبعاد الاستبانة وفقراتها تتناول قضايا تتعلق بمقومات الجبهة الداخلية التي تحمل المشروع الوطني، وتقلل من ممارسات الاحتلال أو أي خطر خارجي وهذا ما يتفق مع ما جاءت به دراسة أبو جحجوح (2012)، ودراسة حجاج (2015).

ثالثا: نتائج الإجابة عن السؤال الثالث:

ينص السؤال الثالث للدراسة على: "ما سبل تفعيل دور مشروع التحصين المجتمعي الذي تنفذه اللجنة الوطنية لتعزيز السلوك القيمي في تعزيز الجبهة الداخلية؟".

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة وربطها بنتائج الدراسة الحالية المتعلقة بالدور المهم والحساس للمشروع محل الدراسة، والذي أجمع معظم أفراد العينة على أن الهدف العام له هو صقل شخصية المواطن بجميع أبعادها ومكوناتها لتكون متكيفة مع حصانة المجتمع الذي يعيش فيه، وجد أن دور مشروع التحصين المجتمعي في تعزيز مقومات الجبهة الداخلية في ضوء التجاذبات والتحديات السياسية، ومحاولات الاحتلال الاسرائيلي ليس بالأمر الهين، وإنما هو أمر متشابك ومتنوع، تنطلق مبررات تفعيله من الآتي:

1- المسؤولية الأمنية المشتركة بين الأجهزة الأمنية والمواطن باعتباره رجل الأمن الأول الذي يواجه التحديات بوعيه ومساندته للأجهزة الأمنية.

2- الاتجاه نحو تطوير الرسالة الإعلامية الأمنية على نحو يواكب ما حظيت به هذه الرسالة من تطور.

3- الصدق في نقل الأخبار أو التعامل مع المعلومات أو الرسالة الإعلامية دون نقص أو زيادة بما يضمن الشفافية.

4- حماية الصف الداخلي، وتحصينه من خلال التوعية بأهمية تعزيز مقومات الجبهة الداخلية كأساس للأمن.

وبناء عليه، تتحدد سبل تفعيل دور مشروع التحصين المجتمعي الذي تنفذه اللجنة الوطنية لتعزيز السلوك القيمي في تعزيز مقومات الجبهة الداخلية، في ثلاثة محاور من خلال الآتي:

المحور الأمني:

- دعم جهود الأجهزة الأمنية فيما يخص دورها الوقائي في بعد التوعية الأمنية وتحسين صورتها الذهنية في المجتمع، وتبصير المواطنين بحقيقة دورها في الحفاظ على سلامة الجبهة الداخلية، وحماية الأفراد.

- الاستخدام الفعال لكل أدوات النشر والاتصال الإعلامي من قبل الأجهزة الأمنية كأداة رئيسة لنجاح استراتيجيات التعزيز القيمي.

- إبراز دور الأجهزة الأمنية في الحد من السلوكيات الإجرامية، والعمل على الوقاية منها من خلال خطة مشتركة بين الوزارات المعنية (الإعلام، والتربية، والداخلية).

- انتقاء الكوادر الأمنية المتخصصة والمؤهلة للتخطيط والتنفيذ لمثل هذه المشاريع التي توفر لهم كل ما يلزم كخطة توفر على المجتمع تبعات الانزلاق في الجريمة أو التخابر.

- الاستفادة من الخبرات السابقة والتجارب الدولية، بحيث يتم وضع دليل بالقياس بحسب طبيعة البيئة للأسباب والنتائج التي ترتب عليها استهداف الجبهة الداخلية.

المحور الإعلامي:

- التنسيق مع الإذاعات المحلية والفضائيات لتضمين دوراتها البرمجية مواد إعلامية تتعلق بالتوعية الأمنية من خلال: (المسلسلات، والبرامج الوثائقية، وأفلام الكرتون)

- استثمار طاقات الصحفيين (حديثي التخرج) بعقد دورات تدريبية لهم، تعزز دورهم في التوعية الأمنية عبر قنواتهم الإعلامية الخاصة.

- تحرير التصريحات الرسمية حول مقومات الجبهة الداخلية والمستجدات حولها من مصدر واحد ذو طابع قانوني وفني بشكل دقيق.

- التوعية الجماهيرية بوسائل المنع والوقاية، مع توضيح طبيعة ممارسات العدو والمصير الذي ينتظر كل من تسول له نفسه المشاركة في أي أعمال تضر المصلحة الوطنية.

- الإشادة عبر وسائل الإعلام بجهود الأجهزة الأمنية لأغراض تحسن الصورة الذهنية، وفوائد المشاركة الفعالة معها في مكافحة الجريمة.

المحور التربوي:

- التنسيق مع وزارة التربية والتعليم بحيث تتضمن أنشطة الجامعات والمدارس فعاليات تعزز الثقافة والوعي الأمني.
- تضمين المناهج الدراسية الاحتياجات الأمنية المتسارعة، وما طرأ على أساليب الإسقاط والجريمة من تطور.
- إعداد دليل إرشادي للمرشدين التربويين في المدارس لأغراض استكشاف الشخصيات الضعيفة، والعمل على تعزيز قدرتها في تحمل المسؤولية، وتوضيح الضرر الناجم عن السلبية في التعاون مع الأجهزة الأمنية.
- أن تتضمن برامج إعداد المعلمين وخطباء المساجد، دورات أمنية يوضح من خلالها استراتيجيات التوجيه القيمي المتعلق بالحد من الجريمة أو تعظيم نتيجة الاستهتار في الممارسات اليومية ولاسيما الممارسات الإلكترونية منها.

الاستنتاجات:

- تأسيسا على ما سبق تجدر الإشارة إلى أنه يلاحظ ارتفاع درجات التقدير لدور مشروع التحسين المجتمعي كمؤشر على نجاحه في تعزيز الجبهة الداخلية، ولكن التوعية الأمنية وتعزيز السلوك القيمي في أبعاد الدراسة الحالية، هي مسؤولية قومية ووطنية تتطلب تضافر جهود كل المؤسسات المختلفة، وأن التجديد ومواكبة أساليب التحسين المجتمعي أمر ضروري لمواجهة أساليب الإسقاط، وكشف زيف الرواية الإسرائيلية حول طبيعة الصراع.
- إن تطور الرسالة الإعلامية الأمنية من خلال مشروع التحسين المجتمعي على نحو يواكب التطور لمفهوم الجريمة المستحدثة يتطلب تدخلا علميا من حيث الدراسات والوعي بدور علم النفس الأمني في التعامل مع مستويات الخطورة، والفئات الخطرة، حيث إن استحداث أنماط الإجرام وتبعاتها اللاأخلاقية وانعكاساتها الخطيرة تحتاج إلى تكثيف الجهود بين كافة مؤسسات الدولة لتبصير المواطن ووقايته من أن يكون ضحية لها أو طرفا فيها.
- أن أساس التحسين المجتمعي هو بناء الشخصية الوطنية المتوازنة، الملتزمة بالآداب العامة والقيم الإسلامية، الأمر الذي يحقق الوازع الداخلي في مساندة الأجهزة الأمنية عند القيام بدورها في حماية الجبهة الداخلية.
- أن تحسين الصورة الذهنية للأجهزة الأمنية يعد من أهم عوامل نجاح المشاركة المجتمعية في تعزيز مقومات الجبهة الداخلية، حيث إن الهدف الرئيس لتعزيز السلوك القيمي هو تصحيح الأفكار والمفاهيم الخاطئة، وتغيير الاتجاهات السلبية.
- يترتب على قصور دور الإعلام الأمني في مشروع التحسين المجتمعي مشكلات خطيرة تساعد على التحول في المفاهيم حول الجريمة، وعلى التطور في أساليب التضليل حولها في ضوء التطورات التقنية الحديثة.

التوصيات:

- وفي ضوء استنتاجات الدراسة، يوصي الباحثان بالآتي:
- التأكيد على رفع مستوى المجتمع المحلي، وبناء التحالفات مع المؤسسات التعليمية والتدريبية والدينية للإسهام في تحقيق أهداف مشروع التحسين المجتمعي.
- إيجاد بيئة تشريعية وثقافية داعمة، تخدم التصبير في دور المؤسسة الإعلامية والتربوية في بعد التوعية الأمنية.
- استجلاء المعالم المميزة لثقافة المناخ الأمني والإعلامي الداعم لمقومات الجبهة الداخلية، والتحسين المجتمعي.

- التخطيط الجيد لأنشطة المشروع مستقبلا، وتوفير كافة الإمكانيات المادية اللازمة لضمان استمراره، واتساع دائرة التأثير.
- حماية الأطر الفكرية والقانونية لأحكام التعامل مع المواطنين الذين ارتكبوا أخطاء عن غير قصد، كبعد وقائي لدور الأجهزة الأمنية.
- التأكيد من قبل (المدارس والمساجد ووسائل الإعلام) على أن الهدف الأساس للوعي الوطني هو تكوين المواطن الصالح القادر على المشاركة الإيجابية في تنمية مجتمعه.

المقترحات:

- يقترح الباحثان، إجراء الدراسات في العناوين الآتية:
- دور مشروع التحصين المجتمعي الفلسطيني في تنمية الوعي الوطني القائم على الانتماء.
- مظاهر تعزيز رأس المال النفسي في مشروع التحصين المجتمعي الفلسطيني.
- مدى توافر مقومات الشرطة المجتمعية في مشروع التحصين المجتمعي الفلسطيني.

الاسهام البحثي:

وضع محمود عساف خطة الدراسة وقام ببناء الخلفية النظرية وتحديد المنهجية، وقام علاء الغماري بجمع البيانات، وتم تحليل وتفسير النتائج ومناقشتها من قبل محمود عساف، وقام علاء الغماري بصياغة الاستنتاجات والتوصيات، وأخيرا، رُوِجعت المسودّة النهائية للدراسة من قبل محمود عساف.

المراجع:

- إبراهيم، بيبي (1408هـ)، *العمالة الوافدة والمسألة الأمنية*، ندوة التنمية الشاملة وعلاقتها بالأمن، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض.
- إبراهيم، حميد (1993)، *أزمة الانتماء وأبعادها التربوية*، *مجلة التربية والتنمية*، 2(4).
- أبو الخير، رامي (2017)، *دور التربية الأمنية في تعزيز ثقافة المقاومة لدى طلبة جامعات غزة وسبل تفعيله* (رسالة ماجستير)، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين.
- أبو السعود، أشرف (1425هـ)، *مشكلة الانتماء والولاء - مظاهرها وأسبابها وعلاجها*، القاهرة: مكتبة الثقافة الدينية.
- أبو ججوح، رشيد (2012)، *دور الإدارة المدرسية في تنمية الوعي الأمني لدى طلبة المرحلة الثانوية بمدارس محافظات غزة وسبل تفعيله* (رسالة ماجستير)، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- أبو فودة، محمد (2006)، *دور الاعلام التربوي في تدعيم الانتماء الوطني لدى الطلبة الجامعيين في محافظات غزة* (رسالة ماجستير)، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين.
- أحمد، سمير عبد الحميد القطب (2006)، *الجامعة وتعميق قيم الانتماء في ضوء معطيات القرن الحادي والعشرين: دراسة ميدانية*، *مجلة كلية التربية بالمنصورة*، (60)، 258-356.
- بدرخان، سوسن، وقطاوي، محمد (2017)، *درجة حاجة طلبة كليات الآداب في الجامعات الأردنية تضمين مفاهيم الأمن الوطني في مادة التربية الوطنية*، *مجلة جامعة النجاح للأبحاث - العلوم الإنسانية*، 31(8)، 1339-1366.
- بوجمعة، عليوات، ومسعودي، أمال (2017)، *الإعلام الأمني ودوره في تعزيز منظومة الأمن الوطني في المجتمعات العربية: دراسة حالة السعودية* (رسالة ماجستير)، جامعة مولود معمري - تيزي وزو، الجزائر.
- تقى، علي عبد المحسن، وطابع، فيصل الراوي (2000)، *اتجاهات معاصرة في التربية ونظم التعليم*، الكويت: مطابع الحسن.
- الجنحي، علي فايز (2000)، *الاعلام الأمني والوقاية من الجريمة*، *مجلة الأمن*، 8(1)، 10-44.

- حجاج، نبيل فضل (2015)، دور هيئة التوجيه السياسي والمعنوي في تماسك الجبهة الداخلية وسبل تعزيزه (رسالة ماجستير)، جامعة الأقصى، غزة، فلسطين.
- الحديثي، مساعد (1416هـ)، مبادئ علم الاجتماع الجنائي، الرياض: مكتبة العبيكان.
- دعمس، مصطفى (2008)، منهجية البحث العلمي في التربية والعلوم الاجتماعية، عمان، الأردن: دار غيداء للنشر والتوزيع.
- سلمان، محمد، وعسلفية، محمد (2016)، دور الجامعات الفلسطينية بمحافظات غزة في تنمية وعي الطلاب بالثقافة الأمنية لمواجهة المخاطر الأمنية، مجلة جامعة الأقصى (سلسلة الدراسات الإنسانية)، 20(1)، 45-1.
- الشرقاوي، موسى علي (2005)، وعي طلاب الجامعة ببعض قيم المواطنة: دراسة ميدانية، دراسات في التعليم الجامعي، (9)، 112-192.
- الضامن، إبراهيم (2012)، القيادة ودور المراكز الريادية في تنمية الشخصية القيادية لدى الطلبة، المؤتمر الآسيوي ودول المحيط الهادي الثاني عشر للموهبة، 14-18 يوليو، مركز دبي الدولي للمؤتمرات والمعارض، الإمارات العربية المتحدة.
- عبد الحميد، مهند (2016)، انتكاسات في الجبهة الداخلية الفلسطينية، مجلة بيرسا الفلسطينية، 6(2)، 77-52.
- عساف، محمود (ديسمبر 24، 2020)، التحصين المجتمعي بين الخطاب والدور، استرجع بتاريخ فبراير 22، 2021 من <https://www.amad.ps/ar/post/381760>
- عساف، محمود، والأغا، هبة (2019)، دور الجامعات الفلسطينية بمحافظات غزة في تعزيز مقومات الجبهة الداخلية وسبل تفعيله، المجلة الالكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية، (15)، 33-1.
- عطية، علي حسين محمد (2008)، مدى وعي طلاب كلية التربية شعبة (الجغرافيا/ العلوم الزراعية) لمفهوم المواطنة، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الأول حول تربية المواطنة ومناهج الدراسات الاجتماعية، 19-20 يوليو، الجمعية المصرية للدراسات الاجتماعية، جامعة عين شمس، القاهرة.
- الغضبان، سليمان (2009)، مستوى الوعي بمفهوم الأمن الشامل لدى طلبة جامعة الملك سعود (رسالة ماجستير)، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض.
- قيراط، محمد (2017)، الإعلام والقضايا الأمنية: سبل التوعية وأليات المواجهة، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، (11)، 35-10.
- معمر، حمدي (2014)، التربية الأمنية الإسلامية وحاجة المجتمع الفلسطيني إليها في مواجهة الاختراق الأمني الإسرائيلي، مجلة جامعة الأقصى (سلسلة العلوم الإنسانية)، 17(1)، 36-1.
- مكروم، عبد الودود (2004)، القيم ومسئوليات المواطنة - رؤية تربوية، القاهرة: دار الفكر العربي.
- المحرم، بنية فهد (2009)، قراءة سوسيولوجية لعلاقة الجامعة بالأمن الفكري في المجتمع السعودي، المؤتمر الوطني الأول للأمن الفكري، 17-20 مايو، جامعة الملك سعود، الرياض.
- نوفل، عبير (2018)، الوعي الأمني لدى عينة من أبناء رجال الشرطة، المجلة العلمية لكلية رياض الأطفال بجامعة المنصورة، 4(1)، 272-249.
- هلال، علي (1986)، تحديات الأمن القومي العربي في العقد القادم، عمان، الأردن: منتدى الفكر العربي.
- وزارة الداخلية والأمن الوطني (2020)، التقرير الإحصائي لنشاطات مشروع التحصين المجتمعي، غزة، فلسطين.
- وكالة الرأي الفلسطينية (أكتوبر 13، 2020)، "التحصين المجتمعي" الوقاية من التخابر خير من قنطار خلاص، استرجع بتاريخ فبراير 12، 2021 من <https://alray.ps/ar/post/200953>

- Duckworth-Loche, S. (2000). *Perceptions of administrators, counselors, teachers, and students concerning school safety and violence in selected secondary schools in North Louisiana* (Doctoral dissertation). Louisiana Tech University, Ruston, Louisiana.
- Martorella, P. H. (1994). *Social studies for elementary school children: Developing young citizens*. New York: Merrill.
- Phaneuf, S. W. (2006). *School security practices: Investigating their consequences on student fear, bonding and school climate* (Doctoral dissertation). University of Maryland, College Park, Maryland.
- Thakur, R. (2004). A political worldview. *Security Dialogue*, 35(3), 347-348.

Arabic References in Roman Scripts:

- Abdel Hamid, Muhannad (2016). Intikasad fi aljabhat alddakhiliat alfilastiniati, *Majalat Birasa Alfilastiniat*, 6(2), 52-77.
- Abu Al-Khair, Rami (2017). *Dawr altarbiat al'amniat fi taeziz thaqafat almuqawamat ladaa talabat Jamieat Ghaza wasubul tafeilih* (Resalat majstyr), Jamieat Al'azhar, Ghaza, Filastin.
- Abu Al-Saud, Ashraf (1425). *Mushkilat alaintima' walwala' - mazahiruha wa'asbabuha waeilajiha*, Alqahrt: Maktabat althaqafat aldiyniat.
- Abu Fouda, Muhammad (2006). *Dawr al'ielam altarbawii fi tadeim alaintima' alwatanii ladaa altalabat aljamieiyin fi muhafazat Ghaza* (Resalat majstyr), Jamieat Al'azhar, Ghaza, Filastin.
- Abu Jahjough, Rashid (2012). *Dawr al'idarat almadrasiat fi tanmiat alwaey al'amni ladaa talabat almarhalat alththanawiat bimadaris muhafazat Ghaza wasubul tafeilih* (Resalat majstyr), Aljamieat Al'iislamiat, Ghaza, Filastin.
- Adams, Mustafa (2008). *Manhajiat albahth aleilmii fi altarbiat waleulum alaijtimaeiati*, Oman, Al'urdun: Dar Ghayda' Lilnashr Waltawzie.
- Ahmed, Samir Abdel-Hamid Al-Qutb (2006), Aljamieat wataemiq qiam alaintima' fi daw' muetiat alqarn alhadi waleishrina: Dirasat midaniatin, *Majalat Kuliyat Altarbiat Bialmansurat*, (60), 258-356.
- Al-Damen, Ibrahim (2012). *Alqiadat wadawr almarakiz alyadyt fi tanmiat alshakhsiat alqiadiat ladayi altalabat*, Almutamar Al'asiawii wa Dual Almuhit Alhadii Althany Ashr Lilmawhibati, 14-18 Yuliu, Markiz Dubay Alduwaliu Lilmutamarat wa Almaaridh, Al'iimarat Alearbiat Almutahadati.
- Al-Hadithi, Musaed (1416). *Mabadi eilm alaijtimae aljanayiyi*, Alriyad: Maktabat Aleubykan.

- Al-Janahi, Ali Fayez (2000). *Al'ielam al'amniyu walwiiqayat min aljarmiyati, Majalat Al'amin, 8(1)*, 10-44.
- Al-Melhem, Bunia Fahd (2009). *Qara'at susyulujiatan lialaaqat aljamieeat bial'amn alfikrii fi almujtamae alsaeudii*, Almutamar Alwatanii Al'awal Lil'amn Alfikrii, 17-20 Mayu, Jamieat Almalik Sueud, Alriyad.
- Al-Sharqawi, Musa Ali (2005). *Waey tullab aljamieeat bibaed qiam almuatnt: Dirasat midaniyat, Dirasat fi Altalim Aljamiei, (9)*, 112-192.
- Al-Ufaisan, Suleiman (2009). *Mustawaa alway bimafhum al'amn alshshamil ladaa talabat Jamieat Almalik Sueud* (Resalat majstyr), Jamieat Nayif Alarabiat Lileulum Al'amniati, Alriyad.
- Assaf, Mahmoud (Dysmbir 24, 2020). *Altahsin almujtamiei bayn alkhatab waldawri*, Ostarjae bitarikh Fibrayir 22, 2021, min <https://www.amad.ps/ar/post/381760>
- Assaf, Mahmoud, wa Al-Agha, Heba (2019). *Dawr aljamieeat alfilastiniyat bimuhafazat Ghaza fi taziz muqawimat aljabhat alddakhiliyat wasubul tafeilihi, Almajalat Al'iiliktruniyat Alshshamilat Mutaeadiyat Almaerifat Linashr Al'abhath Aleilmiat Waltarbiwiat, (15)*, 1-33.
- Attia, Ali Hussein Muhammad (2008). *Mada waey tullab Kuliyat Altarbiyat shueba (aljughrafia/ aleulum alziraeiatu) limafhum almuatinati*, Bahath muqadim 'iilaa Almutamar Aleilmii Al'awal hawl Tarbiyat Almuatinat wa Manahij Aldirasat Alaijtimaeiat, 19-20 Yuliu, Aljameiat Almisriat Lildirasat Alaijtimaeiati, Jamieat Ayan Shams, Alqahira.
- Badrakhan, Sawsan, wa Qatawi, Muhammad (2017). *Darajat hajat talabat Kuliyat Aladab fi Aljamieeat Al'urduniyat tadmin mafahim al'amn alwatanii fi madat altarbiyat alwataniiati, Majalat Jamieat Alnajah Lil'abhath - Aleulum Al'iinsaniyat, 31(8)*, 1339-1366.
- Boujmaa, Eliouat, wa Massoudi, Amal (2017). *Al'ielam al'amniyu wadawrih fi taziz manzumat al'amn alwatanii fi almujtamaeat alearabiati: Dirasat halat Alsewdyia* (Resalat majstyr), Jamieat Mawlud Maeamari - Tayzi Wazu, Aljazayir.
- Hajjaj, Nabil Fadl (2015). *Dawr Hayyat Altawjih Alsiyasii wa Almaenawii fi tamasuk aljabhat alddakhiliyat wasubul taezizih* (Resalat majstyr), Jamieat Al'aqsa, Ghaza, Filastin.
- Hilal, Ali (1986). *Tahadiyat al'amn alqawmii alarabii fi alaaq alqadimi*, Oman, Al'urdun: Muntadaa Alfikr Alarabi.
- Ibrahim, Bailey (1408). *Alamalat alwafidat walmas'alat al'amniatu*, Nadwat Altanmiat Alshshamilat wa Alaaqatuha Bil'amini, Jamieat Nayif Lilulum Al'amniati, Alriyad.
- Ibrahim, Hamida (1993). *'Azmat alaintima' wa'abeaduha altarbawiatu, Majalat Altarbiyat Waltanmiat, 2(4)*.

- Makroum, Abdel-Wadood (2004). *Alqiam wamasyuwliat almuatinat: Ruyat tarbawiatu*, Alqahirat: Dar Alfikr Alarabi.
- Muammar, Hamdi (2014). Altarbiat al'amniat al'iislatiyyat wahajat almujtamae alfilastinii 'iilayha fi muajahat alaiktiraq al'amnii al'iisrayiili, *Majalat Jamieat Al'aqsa (Silsilat Alulum Al'iinsaniat)*, 17(1), 1-36.
- Nofal, Abeer (2018). Alwaey al'amniyu ladaa ayinat min 'abna' rijal alshurtati, *Almajalat Alilmia li Kuliyat Riad Al'atfal bi Jamieat Almansurat*, 4(1), 249-272.
- Qirat, Muhammad (2017). Al'iislam walqadaya al'amniatu: Subul altaweiat waliat almuajahati, *Majalat Alhikmat Lildirasat Al'iislamiat Walaitisaliat*, (11), 10-35.
- Salman, Muhammad, wa Aslia, Muhammad (2016). Dawr aljamieat alfilastiniat bimuhafazat Ghazat fi tanmiat waeyi altullab bialthaqafat al'amniat limuajahat almakhatir al'amniati, *Majalat Jamieat Al'aqsa (Silsilat Aldirasat Al'iinsaniat)*, 20(1), 1-45.
- Taqi, Ali Abdul-Muhsin, wa Tayie, Faisal Al-Rawi (2000). *Aitijahat mueasarat fi altarbiat wanuzim altaelimi*, Alkuayta: Matabie Alhusn.
- Wikalat Alraay Alfilastinia (Okatubr 13, 2020). "*Alitahsin almujtmei*" *alwiqayat min altakhabur khayrun min qintar khalas*, Ostarjae bitarikh Fibrayir 12, 2021, min <https://alray.ps/ar/post/200953>
- Wizarat Alddakhiliat wa Al'amn Alwatanii (2020). *Altaqrir al'iislayiyya linashatat mashrue Altahsin Almujtamei*, Ghaza, Filastin.

أثر خصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية – دراسة ميدانية في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية

الاستلام: 5/يناير/ 2021
التحكيم: 14/مارس/ 2021
القبول: 4/أبريل/ 2021

أ.د. محمد علي الربيدي⁽¹⁾
أ. محمد منصور الماس²

© 2021 University of Science and Technology, Yemen. This article can be distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution License](#), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.

© 2021 جامعة العلوم والتكنولوجيا، اليمن. يمكن إعادة استخدام المادة المنشورة حسب رخصة مؤسسة المشاع الإبداعي شريطة الاستشهاد بالمؤلف والمجلة.

¹ أستاذ المحاسبة، قسم المحاسبة، كلية العلوم الإدارية، جامعة العلوم والتكنولوجيا، اليمن

² باحث، جامعة العلوم والتكنولوجيا، اليمن

* عنوان المراسلة: dr.marubaidi@hotmail.com

أثر خصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية – دراسة ميدانية في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى قياس أثر خصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية، ولتحقيق هدف الدراسة تم الاعتماد على الاستبانة أداة لجمع البيانات من مجتمع الدراسة المتمثل في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية، والبالغ عددها ست شركات في أمانة العاصمة – اليمن، وقد أخذت منه عينة من أربع شركات اتصالات غير حكومية عددها 135 موظفاً من موظفي الإدارة المالية، وإدارة التحليل المالي والموازنات، وإدارة المراجعة الداخلية، وإدارة تكنولوجيا المعلومات. وتحليل البيانات تم استخدام برنامج الحزم الإحصائي SPSS. وخلصت الدراسة إلى وجود أثر إيجابي له دلالة إحصائية لخصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية، وأوصت الدراسة بضرورة تطبيق أنظمة تخطيط موارد المؤسسة بالكامل للاستفادة من خصائص هذه الأنظمة، بما يؤدي إلى تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية.

الكلمات المفتاحية: الجمهورية اليمنية، خصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة، شركات الاتصالات، فاعلية نظام الموازنات التخطيطية.

The Impact of Characteristics of Enterprise Resource Planning System in Improving the Effectiveness of Budgeting Systems: A Field Study of Telecommunication Companies in Yemen

Abstract:

This study aimed to measure the impact of characteristics of enterprise resource planning (ERP) systems in improving the effectiveness of budgeting systems on telecommunication companies in Yemen. To achieve the objective of this study, a questionnaire was designed for collecting data from the target population in the six telecommunication companies in Sana'a city in the Republic of Yemen. A sample of 135 employees in four non-governmental telecommunication companies was selected from the departments of finance, budget and financial analysis, internal audit, and information technology. The Statistical Program for Social Sciences (SPSS) was used to analyze the data. The results of the study revealed that there is statistically significant positive impact of ERP characteristics on improving the effectiveness of the budgeting system. The study recommends that telecommunication companies need to adopt the implementation of ERP systems completely to improve the effectiveness of their budgeting systems.

Keywords: Republic of Yemen, ERP characteristics, telecommunication companies, effectiveness of the budgeting system.

المقدمة:

أشارت بعض الدراسات بأن نظام الموازنات التخطيطية يتسم بعدم الفاعلية، حيث ظهر هذا النظام للكثير من الممارسين والمهتمين والباحثين أنه دون المستوى الذي ينبغي أن يكون عليه من حيث جودته، والأساليب المتبعة في معالجة بياناته، وجوده المخرجات التي يقدمها ومدى خدمته للإدارة في إنجاز وظائف التخطيط والرقابة وتقييم الأداء (CIMA & ICAEW, 2004; Guo & Yang, 2018; Libby & Lindsay, 2003; Neely, Bourne, & Adams, 2003; خالد، 2010). ومع هذا أشارت دراسات متعددة إلى الأهمية والدور البارز لفاعلية نظام الموازنات التخطيطية في تعزيز وظائف التخطيط والرقابة وتقييم الأداء (Ojua, 2016)؛ جودة وأبو سردانة، 2010؛ جوذي، 2011؛ خالد، 2010؛ درغام وعيد، 2008؛ الهينيني وبدران، 2013).

وبالنظر إلى الدراسات التي تناولت الانتقادات التي تعرض لها نظام الموازنات التخطيطية بسبب عدم الفاعلية، فإنه يمكن تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية من خلال الاستفادة من التطور التكنولوجي، والتركيز على مشاكل الإعداد وأساليب المعالجة، وجود المخرجات. ويدعم هذا الاتجاه العديد من الباحثين منهم (Asogwa & Etim, 2017; Ekholm & Wallin, 2000; Neely et al., 2003)؛ العمري، رمضان، عيسى، وبكر، 2012؛ العناتي، 2008؛ فرحات وياسين، 2017)؛ لهذا تُعرف فاعلية نظام الموازنات التخطيطية بأنها: قدره نظام الموازنات التخطيطية على استغلال تسهيلات تكنولوجيا المعلومات، لتجميع وتسجيل بيانات الشركة ومعالجتها بالسرعة والدقة المناسبة، وتوفير المعلومات المستقبلية ذات الجودة، والتي تساعد الإدارة في إنجاز المهام الإدارية المتعلقة بالتخطيط والرقابة وتقييم الأداء (خالد، 2010).

ويلاحظ في الآونة الأخيرة وفي ظل التطورات الهائلة في مجال تكنولوجيا المعلومات، أن معظم الشركات تعتمد بشكل متزايد على أنظمة تخطيط موارد المؤسسة (ERP)؛ لغرض التكامل المعلوماتي، وزيادة الفاعلية الداخلية (Shao, Feng, & Hu, 2017). ويُقصد بأنظمة تخطيط موارد المؤسسة بأنها: "مجموعة من الأنظمة المتكاملة التي تعتمد على قاعدة بيانات مركزية وتعمل كنظام واحد متكامل في جميع أقسام وإدارات الشركة لتتمكن من استخدام وإدارة مواردها المعلوماتية والمادية والبشرية بفاعلية وبكفاءة" (العبيدي وإبراهيم، 2017، 10). وتعتبر هذه الأنظمة من أهم التطورات في استخدام الشركات للتكنولوجيا خلال القرن الماضي (حجر، 2010).

وقد أشارت العديد من الدراسات إلى خصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة التي تمثل مجموعة من الخصائص التي تنسب بشكل أساس إلى أنظمة تخطيط موارد المؤسسة والتي تميزها عن أنظمة المعلومات التقليدية، ومنها: الخصائص التقنية والخصائص التنظيمية والخصائص المعلوماتية (Uwizemungu & Raymond, 2005; Zughoul, Al-Refai, & El-Omari, 2016).

وبالنظر إلى تأثير خصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية، فقد أشارت نتائج الدراسة التي قام بها معهد IBM لقيمة الأعمال (IBM Institute for Business Value) إلى أن الشركات التي تستخدم أنظمة تخطيط موارد المؤسسة قد شهدت تحسناً في زمن إعداد وتجهيز الموازنات التخطيطية وانخفاض تكاليف إعداد وتجهيز ومعالجة بيانات الموازنات (Lin, & Nordman, 2013, 3). لذلك أصبحت أنظمة تخطيط موارد المؤسسة أحد المتغيرات الرئيسية التي تؤثر في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية. وشمل هذا التأثير كلا من جودة نظام الموازنات، وطريقة الإعداد والتجهيز، وعمليات القياس والمعالجة، وجود مخرجات نظام الموازنات، وتحقيق أهداف نظام الموازنات الأساسية المتعلقة بمهام التخطيط والرقابة وتقييم الأداء.

واستناداً إلى نظرية معالجة المعلومات التنظيمية (Galbraith, 1973)، فإن هناك أثراً إيجابياً لخصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية.

الإطار النظري:

فاعلية نظام الموازنات التخطيطية:

يُعد نموذج DeLone و McLean (1992، 2003)، المقياس الأفضل لفاعلية نظام الموازنات التخطيطية كنظام للمعلومات. واستناداً إلى هذا النموذج يتم قياس فاعلية نظام الموازنات التخطيطية كنظام المعلومات على ثلاثة مستويات، هي: المستوى التقني، ويشير إلى دقة وكفاءة النظام الذي ينتج المعلومات، والمستوى الدلالي، ويشير إلى نجاح المعلومات في نقل المعنى المقصود، ومستوى التأثير، ويشير إلى تأثير المعلومات على متلقيها أو مستلميها، وذلك من خلال الأبعاد الآتية: يُعد جودة نظام الموازنات التخطيطية، وُبعد جودة خدمة نظام الموازنات، وُبعد جودة معلومات نظام الموازنات، وُبعد إنجاز المهام.

1. يُعد جودة نظام الموازنات التخطيطية:

يُشير بُعد جودة نظام الموازنات التخطيطية إلى الخصائص المرغوبة في النظام، وتوجد مؤشرات متعددة لهذا البُعد، مثل: سهولة الاستخدام، وسهولة التعلم، ومرونة النظام، وتكامل النظام، والسرعة، والدقة، وزمن الاستجابة (DeLone & McLean, 1992, 2003; Petter, DeLone, 2010). وتعد جودة نظام الموازنات التخطيطية مقياساً لفاعليته من الناحية التقنية.

2. يُعد جودة خدمة نظام الموازنات:

يُشير بُعد جودة خدمة نظام الموازنات التخطيطية إلى حجم وجوده ونوعية الدعم الذي يتلقاه مستخدمو النظام من موظفي تكنولوجيا المعلومات أو من موردي النظام، وقد تم إضافة هذا المقياس إلى نموذج (DeLone & McLean, 1992) في التنقيح الذي أجريه على النموذج في العام 2003. ووفقاً لهذا النموذج فقد تم قياس جودة خدمة نظام الموازنات من خلال مؤشرات متعددة منها: للموسمية، والاستجابة، والتوكيدية، والتعاضف (DeLone & McLean, 2003, 18). وتمثل جودة خدمة نظام الموازنات التخطيطية مقياساً لفاعليته من الناحية التقنية أيضاً.

3. يُعد جودة معلومات نظام الموازنات التخطيطية:

يُشير بُعد جودة معلومات نظام الموازنات التخطيطية إلى خصائص مخرجاته من المعلومات، وقد تم قياس جودة المعلومات وفقاً لنموذج DeLone و McLean (1992، 2003)، و (Petter et al., 2008) من خلال المؤشرات، وهي: الملائمة، والموثوقية، والقابلية للفهم، والاكتمال، والدقة، والقابلية للمقارنة. وتمثل جودة معلومات نظام الموازنات التخطيطية مقياساً لفاعليته من ناحية الدلالة.

4. يُعد إنجاز مهام نظام الموازنات التخطيطية:

يُشير بُعد إنجاز مهام نظام الموازنات التخطيطية إلى تحقيق الأهداف الأساسية لنظام الموازنات المتمثلة بالتخطيط الجيد، والتنسيق الفعال، والتقييم العادل للأداء في ظل رقابة ناجحة توجه وتوحد الجهود لتتماشى مع الهدف العام للشركة (DeLone & McLean, 1992, 2003; Petter et al., 2008). ويتم قياس بُعد إنجاز المهام من خلال مؤشرات متعددة أهمها: مؤشر التخطيط الجيد، ومؤشر الرقابة الفعالة، ومؤشر تقييم الأداء. ويمثل إنجاز مهام نظام الموازنات التخطيطية مقياساً لفاعلية نظام الموازنات التخطيطية من ناحية الأثر.

خصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة:

تُشير خصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة كمتغير مستقل إلى مجموعة من السمات والمميزات والخصائص التي تنسب بشكل أساسي إلى أنظمة تخطيط موارد المؤسسة، والتي يمكن تبويبها إلى ثلاث مجموعات: الخصائص التقنية والخصائص التنظيمية، والخصائص المعلوماتية.

1. الخصائص التقنية :

تشير الخصائص التقنية إلى القدرات التقنية أو التسهيلات التي تسهم في تطوير الأنظمة والتطبيقات التي تقدمها أنظمة تخطيط موارد المؤسسة مقارنة بالأنظمة التقليدية (Uwizemungu & Raymond, 2005; Zughoul et al., 2016). ومدى قدرتها على التكيف مع التغيرات في ظل بيئة الأعمال الحديثة، وتشمل هذه الخاصية: المرونة، والانفتاح أو القابلية للتطور.

2. الخصائص التنظيمية :

تشير الخصائص التنظيمية إلى إمكانية تغطية أنظمة تخطيط موارد المؤسسة للوظائف المختلفة في الشركات، وهي (الإدارة المالية، الموارد البشرية، المشتريات والمخازن، والإنتاج، وإدارة علاقات العملاء)، من خلال تكامل وترابط هذه الأنظمة، والاعتماد على قاعدة بيانات مشتركة تتيح مشاركة المعلومات في الوقت الحقيقي لجميع أجزاء الشركة. وتشمل هذه الخصائص: التكامل، والتجانس، والتوجه نحو العمليات.

3. الخصائص المعلوماتية :

تشير الخصائص المعلوماتية إلى تلك الخصائص التي تتعلق بوجوده وفائدته المعلومات التي توفرها أنظمة تخطيط موارد المؤسسة (Uwizemungu & Raymond, 2005; Wimeina, 2015)، وتشمل هذه الخصائص توفير المعلومات في الوقت الحقيقي.

النظرية المفسرة للنموذج المعرفي:

نظرية معالجة المعلومات التنظيمية :

يعود تاريخ نظرية معالجة المعلومات التنظيمية إلى عام 1973م عندما قدم Galbraith رؤيته عن التباين في تصميم أنظمة الشركات. ويرى Galbraith (1973) أن مشكلة التباين في تصميم أنظمة الشركات تكمن في تبني تقنيات لا تسمح بالعمل المتكامل والمتناسق لعدد كبير من الأنظمة المترابطة، لهذا يجب على الشركات اعتماد تقنيات متكاملة تزيد من قدراتها على معالجة المعلومات، وذلك من خلال: (1) تسهيل العلاقات المتبادلة بين الوحدات الفرعية (أنظمة المعلومات الحاسوبية الفرعية): (2) تنفيذ نظم معلومات حاسوبية متكاملة كأنظمة تخطيط موارد المؤسسة (ERP).

لهذا يتم الاعتماد على نظرية معالجة المعلومات التنظيمية لتفسير العلاقة بين المتغيرات، وبالتالي تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية من خلال تحسين جودة المخرجات من المعلومات، وتحسين عملية اتخاذ القرارات، وإنجاز المهام الإدارية المنوطة بها.

الدراسات السابقة:

تشير الدراسات السابقة التي تناولت أثر خصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة في تحسين فاعلية أنظمة الموازنات التخطيطية إلى وجود تأثير إيجابي لخصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة على تحسين فاعلية الموازنات التخطيطية، حيث أشارت دراسة المحاميد والكساسبة (2018) إلى أن أنظمة تخطيط موارد المؤسسة تتضمن حلولاً متكاملة لجميع وظائف وأنشطة الشركة كالحاسوبية والتمويل والمشتريات والموارد البشرية وعلاقات العملاء وسلسلة التوريد وإدارة الأصول. وأشارت أيضاً دراسة Khataeev Meinagh .Vakilifard (2013) إلى التأثير الإيجابي لخصائص التقنية في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية من خلال تحسين جودة نظام الموازنات وتخفيض الوقت اللازم لإعداد الموازنات، وزيادة المرونة في توليد المعلومات والحصول عليها، وكذلك تحسين جودة معلومات نظام الموازنات من خلال دقة التقارير والمخرجات من المعلومات. وأكدت دراسة Kihn و Chapman (2009) إلى وجود علاقة ارتباط مباشرة بين أنظمة المعلومات المتكاملة كأنظمة تخطيط موارد المؤسسة والنجاح المدرك لنظام الموازنات التخطيطية ويمكن مناقشة هذا الأثر من خلال الخصائص التقنية، والخصائص التنظيمية، والخصائص المعلوماتية.

وفيما يخص الخصائص التقنية لأنظمة تخطيط موارد المؤسسة أشارت دراسة Yang و Guo (2018) إلى الأهمية البالغة للمرونة في نظام الموازنات التخطيطية، حيث أشارت الدراسة إلى أن المرونة، والسرعة، والقدرة على التكيف، والاتصال المباشر تمثل السمات الأساسية لنظام الموازنات الفعال. وأكدت دراسة Zughoul et al. (2016) إلى قابلية تطوير أنظمة تخطيط موارد المؤسسة لإدخال التعديلات عليها لتتلاءم مع احتياجات المستخدمين.

وفيما يتعلق بالخصائص التنظيمية لأنظمة تخطيط موارد المؤسسة، أشارت دراسة Uppatumwichian (2013) إلى أن أنظمة تخطيط موارد المؤسسة كان لها تأثير إيجابي على نظام الموازنات فيما يتعلق بخاصية التكامل. وأشارت أيضا دراسة Karia و Soliman (2015) إلى إسهام أنظمة تخطيط موارد المؤسسة في تحسين ممارسات وضع الموازنة السنوية من خلال الرقابة المالية التنظيمية الشاملة نتيجة لتكاملها الناجح. علاوة على أن نتائج دراسة Nicolaou (2000) أكدت على أن تحسين عملية التنسيق عن طريق تكامل أنظمة معلومات الشركة يساهم في جودة المخرجات من المعلومات التي تعتبر أساسا لوجود اتخاذ القرارات.

وبالنسبة لأثر الخصائص المعلوماتية لأنظمة تخطيط موارد المؤسسة في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية، أشارت دراسة Raymond و Uwizyemungu (2012) إلى أن أنظمة تخطيط موارد المؤسسة قد أسهمت بصورة ملموسة في تحسين عملية إعداد الموازنات التخطيطية والرقابة المالية، وذلك من خلال المعلومات ذات الجودة التي توفرها هذه الأنظمة في الوقت المناسب. كذلك، أكدت دراسة Haleem و Kaluarachchi (2013) على أن أنظمة تخطيط موارد المؤسسة كان لها تأثير بارز في عملية إعداد الموازنات الرأسمالية، حيث توفر هذه الأنظمة معلومات أكثر دقة، وفي الوقت الحقيقي للموازنات والتقارير. كما أوضحت دراسة Eker و Eker (2018) أن أنظمة تخطيط موارد المؤسسة لها تأثير إيجابي في معالجة المعلومات في الوقت الحقيقي.

مشكلة الدراسة:

يُستدل من خلال الدراسات التي تناولت فاعلية الموازنات التخطيطية في اليمن أن الشركات العاملة بالجمهورية اليمنية لم تكن بمنأى عن مشكلة عدم توافر نظام الموازنات التخطيطية المتكامل مع أنظمة المعلومات الأخرى، حيث أشارت دراسة خالد (2010) إلى أن الشركات الصناعية بالجمهورية اليمنية تعتمد على أنظمة موازنات غير متكاملة لا تتوافق مع طبيعة وتطور بيئة الأعمال الحديثة، وأن النتائج التي تقدمها تلك الأنظمة لا تتناسب مع متطلبات بيئة الأعمال الحالية، ومستوى التطور التكنولوجي فيها. كذلك، أشارت دراسة السياغي (2014) إلى أن المنظمات الخيرية بالجمهورية اليمنية لا تقوم بإعداد الموازنات التخطيطية لأنشطتها، كما أن إدارة هذه المنظمات لا تعي أهمية استخدام الموازنات التخطيطية ودورها في تحقيق أهداف هذه المنظمات.

وبناء على ما سبق، ظهرت التساؤلات الآتية:

1. ما مدى تحقق فاعلية نظام الموازنات التخطيطية في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية؟
2. ما مدى توافر خصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية؟
3. ما أثر خصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية؟

وينبثق عن التساؤل الرئيس الثالث ثلاثة تساؤلات فرعية وعلى النحو التالي:

- ما أثر الخصائص التقنية لأنظمة تخطيط موارد المؤسسة في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية؟
- ما أثر الخصائص التنظيمية لأنظمة تخطيط موارد المؤسسة في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية؟

- ما أثر الخصائص المعلوماتية لأنظمة تخطيط موارد المؤسسة في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية؟

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الرئيسة الآتية:

1. معرفة مدى تحقق فاعلية نظام الموازنات التخطيطية في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية.
2. تحديد مدى توافر خصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية.
3. قياس أثر خصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية.

ويمكن اشتقاق الأهداف الفرعية التالية من الهدف الرئيس الثالث وهي:

- قياس أثر الخصائص التقنية لأنظمة تخطيط موارد المؤسسة في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية.
- قياس أثر الخصائص التنظيمية لأنظمة تخطيط موارد المؤسسة في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية.
- قياس أثر الخصائص المعلوماتية لأنظمة تخطيط موارد المؤسسة في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية.

أهمية الدراسة:

الأهمية النظرية:

تتمثل الأهمية النظرية للدراسة في جوانب متعددة أهمها: إثراء الجانب المعرفي فيما يخص تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية من خلال خصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة، والتي لها أثر في تحقيق فاعلية نظام الموازنات التخطيطية من خلال زيادة قدرات المعالجة، والتكامل المعلوماتي، ومواكبة التطورات التكنولوجية في بيئة الأعمال الحديثة. علاوة على مناقشة أثر خصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة والمتمثلة بالخصائص التقنية، والخصائص التنظيمية، والخصائص المعلوماتية في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية. بالإضافة إلى تقديم نموذج معرفي يستند إلى نظرية معالجة المعلومات التنظيمية، لتوضيح أثر خصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة في فاعلية نظام الموازنات التخطيطية.

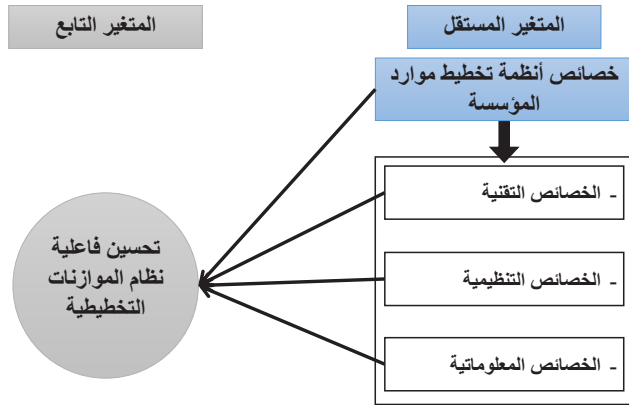
الأهمية العملية:

تكتسب الدراسة أهميتها العملية من خلال جوانب متعددة أهمها: أنها تناولت مشكلة مهنية تتعلق بتحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية، وهذا بدوره سيؤدي إلى تحسين عملية التخطيط والرقابة وتقييم الأداء من خلال تحسين جودة مخرجات نظام الموازنات التخطيطية، ويسهم في الاستخدام الفعال والكفء للموارد، علاوة على أن الأهمية العملية تتمثل في زيادة إدراك الإدارة، والعاملين في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية بأهمية الدور الذي تقدمه أنظمة تخطيط موارد المؤسسة في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية. وكذلك تتمثل الأهمية العملية لهذه الدراسة في أنها اعتمدت على نموذج McLean و DeLone (1992، 2003) لقياس فاعلية نظام الموازنات التخطيطية.

وأخيراً، تُعد هذه الدراسة الأولى - بحسب علم الباحثين - التي تناولت خصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة وأثرها في تحسين نظام الموازنات التخطيطية في شركات الاتصالات العاملة بالجمهورية اليمنية.

النموذج المعرفي:

يُشير النموذج المعرفي إلى العلاقة المتبادلة بين متغيرات الدراسة، الذي يوضح بصورة مباشرة مساهمة الدراسة في حل المشكلة (Kimunguyi, Memba, & Njeru, 2015, 166). ويتمثل المتغير التابع في هذه الدراسة بتحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية. بينما يتمثل المتغير المستقل في هذه الدراسة بخصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة، وبناء على الإطار النظري، تم بناء النموذج المعرفي كما هو موضح في الشكل (1).



شكل (1): النموذج المعرفي

صياغة الفرضيات:

الفرضية الرئيسية:

وفقا للإطار النظري والدراسات السابقة التي أشارت نتائجها إلى التأثير الإيجابي لأنظمة تخطيط موارد المؤسسة في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية، يُمكن صياغة الفرضية الرئيسية الآتية:

H: هناك أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لخصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية.

الفرضية الفرعية الأولى: الخصائص التقنية:

استنادا إلى الإطار النظري ونتائج دراسة Vakilifard et al. (2013) التي أشارت إلى التأثير الإيجابي لمرونة أنظمة تخطيط موارد المؤسسة في فاعلية نظام الموازنات التخطيطية فقد أصبح نظام الموازنات أكثر مرونة في توفير المعلومات الملائمة، وأكثر دقة في توليد التقارير وفي الوقت المناسب. ووفقا لنتائج دراسة Yigitbasioglu (2016) التي أشارت إلى أن مرونة أنظمة تخطيط موارد المؤسسة هي المحرك الأساسي لقدرة أنظمة المحاسبة الإدارية على التكيف في ظل بيئة عدم التأكد، وهذا بدوره سيؤدي إلى فاعليتها من خلال توفير معلومات ذات صلة بعملية اتخاذ القرار، وقد تمت صياغة الفرضية الفرعية الأولى كالآتي:

H1: هناك أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية للخصائص التقنية لأنظمة تخطيط موارد المؤسسة في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية.

الفرضية الفرعية الثانية: الخصائص التنظيمية:

وفقا للإطار النظري ولما توصلت إليه عدد من الدراسات التي أثبتت نتائجها أن لخاصية تكامل أنظمة تخطيط موارد المؤسسة تأثيرا مباشرا في نظام الموازنات التخطيطية من خلال تخفيض الوقت اللازم

والسرعة والسهولة لإعداد الموازنات (Guo & Yang, 2018; Hosseinzadeh & Davari, 2018; Scapens & Jazayeri, 2003; Uppatumwichian, 2013). علاوة على أن نتائج دراسة Nicolaou (2000) بينت أن تحسين عملية التنسيق من خلال تكامل أنظمة معلومات الشركة يمكن أن يسهم في تحسين جودة مخرجات نظام الموازنات والتي تعتبر أساساً لوجود التخطيط والرقابة وتقييم الأداء. وبناء على ما سبق يمكن صياغة الفرضية الفرعية الثانية:

H2: هناك أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية للخصائص التنظيمية لأنظمة تخطيط موارد المؤسسة في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية.

الفرضية الفرعية الثالثة: الخصائص المعلوماتية:

استناداً إلى الإطار النظري ونتائج دراسة Kihn و Chapman (2009) التي أكدت أن إحدى الطرق الفعالة لتقليل عدم التأكد، وزيادة فاعلية نظم المعلومات تتمثل في الاستثمار في قدرات معالجة المعلومات على أساس الوقت الحقيقي، حيث إن معظم الشركات اليوم تحاول ذلك من خلال استثمارات مكثفة في أنظمة المعلومات المتكاملة، وأهمها أنظمة تخطيط موارد المؤسسة، لهذا تمت صياغة الفرضية الفرعية الثالثة، وهي:

H3: هناك أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية للخصائص المعلوماتية لأنظمة تخطيط موارد المؤسسة في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية.

منهجية الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى قياس أثر خصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية، باستخدام التحليل الوصفي لعرض البيانات والتحليل الاستدلالي لاختبار الفرضيات. وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الكمي لتحويل متغيرات الدراسة إلى مقاييس كمية باستخدام مقياس ليكرت الخماسي، يمكن من خلالها تحليل النتائج والوصول إلى الاستنتاجات والتوصيات لتحقيق أهداف الدراسة.

أداء الدراسة:

تم الاعتماد في جمع البيانات على الاستبانة التي تم تقسيمها إلى محورين:

المحور الأول: يتعلق بالفقرات الخاصة بالمتغير التابع (تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية). وقد تم تبويبه إلى أربعة أبعاد، هي: جودة نظام الموازنات، وجود معلومات نظام الموازنات، وجود خدمة نظام الموازنات، وإنجاز مهام نظام الموازنات.

المحور الثاني: ويتعلق بالفقرات الخاصة بالمتغير المستقل (خصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة). ويشتمل على ثلاثة أبعاد، هي: الخصائص التقنية، والخصائص التنظيمية، والخصائص المعلوماتية.

صدق وثبات أداء الدراسة:

1. الصدق الظاهري للدراسة: تم تحكيم الاستبانة من قبل مجموعة من الأكاديميين في جامعتي صنعاء والعلوم والتكنولوجيا وعددهم (9)، علاوة على عدد من المحاسبين والمهندسين والمبرمجين العاملين في شركات الاتصالات وعددهم (11)، للتأكد من أن الاستبانة تتضمن العدد الكافي من الفقرات الملائمة لمتغيرات الدراسة. ونتج عن هذا التحكيم: إضافة أو تعديل أو حذف لبعض فقرات متغيرات الدراسة.
2. ثبات الدراسة: تم إجراء اختبار الثبات باستخدام معامل (ألفا كرونباخ) لأبعاد الدراسة؛ للتأكد من ثبات فقرات الاستبانة وترابطها. ويوضح الجدول (1) نتائج هذا الاختبار.

جدول (1): نتائج اختبار ألفا كرونباخ لأداة الدراسة

المتغير	عدد الفقرات	الأبعاد	درجة الثبات Alpha	درجة المصادقية Alpha ^{1/2}
فاعلية نظام الموازنات التخطيطية	10	جودة نظام الموازنات التخطيطية	0.879	0.938
	7	جودة معلومات نظام الموازنات	0.853	0.924
	7	جودة خدمة نظام الموازنات	0.864	0.93
	6	إنجاز المهام	0.81	0.9
خصائص أنظمة	9	الخصائص التقنية	0.797	0.893
تخطيط موارد المؤسسة (ERP)	10	الخصائص التنظيمية	0.843	0.918
	6	الخصائص المعلوماتية	0.836	0.914

ويلاحظ من الجدول (1) أن درجة الثبات لأبعاد الدراسة الرئيسية تراوحت بين (0.879) و(0.797)، وتدل هذه النتائج على اتساق فقرات الاستبانة وتربطها والاتساق والترابط الداخلي بين فقراتها؛ لكونها قريبة من درجة القياس المقبولة إحصائياً (0.80). وقد تراوحت درجة مصداقية الإجابات بين (0.938) و(0.893)؛ وهذا يعني أن درجة المصادقية للاستبانة مرتفعة أيضاً، وأنها صالحة لقياس متغيرات الدراسة.

مجتمع وعينة الدراسة:

مجتمع الدراسة:

يتضمن مجتمع الدراسة: الإدارة المالية، وإدارة التحليل المالي والموازنات، وإدارة المراجعة الداخلية، وإدارة تكنولوجيا المعلومات، في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية، والبالغ عددها ست شركات. وقد تم اختيار شركات الاتصالات كمجتمع للدراسة الحالية لأسباب متعددة أهمها: أن هذه الشركات تطبق أنظمة تخطيط موارد المؤسسة، ولديها نظام موازنات تخطيطية متكامل مع أنظمة تخطيط موارد المؤسسة، علاوة على أن هذه الشركات من المفترض أن تواكب التطورات التقنية والمعلوماتية.

عينة الدراسة:

تم توزيع استمارات الاستبانة على عينة قصدية من الموظفين في الإدارة المالية، والتحليل المالي والموازنات، وإدارة المراجعة الداخلية، وإدارة تكنولوجيا المعلومات، المناط بهم إعداد الموازنات التخطيطية بالاستعانة بأنظمة تخطيط موارد المؤسسة المتواجدين في المراكز الرئيسية لشركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية، والبالغ عددهم (135) بحسب إقادات شؤون العاملين في شركات الاتصالات. وقد توزع (135) استبانة على عينة الدراسة، استرجع منها (115) استبانة بنسبة (85.2%)، وبعد فحص الاستبانات لدى صلاحيتها للتحليل الإحصائي استبعد منها (13) استبانة لعدم صلاحيتها، بحيث أصبح عدد الاستبانات الصالحة للتحليل (102) استبانة وبنسبة (87%)، كما هو موضح في الجدول (2).

جدول (2): حجم عينة الدراسة

م	الشركة	موزعة	مفقودة	استبانات معاداً	استبانات صالحة للتحليل
				مكتمل	غير مكتمل
1	شركة سبأ فون	33	6	27	0
2	شركة يمن موبايل	35	4	29	2
3	شركة ام تي ان	32	4	23	5
4	شركة واي	35	6	23	6
	إجمالي	135	20	115	13
				نسبة الاستجابة 85.2%	

وحدة التحليل:

يتضح من خلال عنوان الدراسة، والتساؤلات، والنموذج المعرفي، والفرضيات أن وحدة التحليل للدراسة، هي: شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية، كونها منظمات تستخدم نظام الموازنات التخطيطية. وقد تم جمع بيانات المتغيرات المرتبطة بالدراسة من خلال الأفراد العاملين على نظام الموازنات التخطيطية المتكامل مع أنظمة تخطيط موارد المؤسسة.

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

تم استخدام برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، لتحليل وتفسير الأثر بين المتغيرات ذات الصلة بالدراسة، ومن خلاله تم استخدام الأساليب الإحصائية الآتية:

أولاً: الإحصاءات الوصفية: وتتكون الإحصاءات الوصفية من التكرارات والنسب المئوية، والمتوسط الحسابي، والانحراف المعياري.

ثانياً: الإحصاءات التحليلية: وتتضمن الأساليب الآتية:

- الانحدار الخطي البسيط: استخدم لاختبار الفرضية الرئيسية للدراسة.
- تحليل الانحدار الخطي المتعدد: استخدم لمعرفة تأثير المتغيرات المستقلة في المتغير التابع.
- تحليل التباين الأحادي (T-Test): استخدم لاختبار الفروق المعنوية بين المتوسطات لعينة واحدة أو لعينتين.
- معامل ارتباط بيرسون (Analysis Pearson): استخدم لتفسير قوة العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.
- معامل التحديد R^2 (R-squared): استخدم لتفسير قيمة أو نسبة التغيرات في المتغير التابع نتيجة تأثير المتغير المستقل.
- قيمة R^2 المعدلة: استخدمت لتفسير مدى أو قوة تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع، وتعتبر أكثر دقة من معامل التحديد.
- معامل ألفا كرونباخ (Cronbach Alpha): استخدم للتأكد من درجة ثبات المقياس المستخدم في الدراسة، وتعتبر القيم المعيارية لألفا كرونباخ في بحوث العلوم الإدارية والإنسانية مقبولة عند درجة 0.80 فأكثر.

نتائج الدراسة ومناقشتها:

التحليل الوصفي لمستوى تحقق فاعلية نظام الموازنات التخطيطية:

يوضح الجدول (3) التحليل الوصفي الخاص بنتائج إجابات المبحوثين فيما يتعلق بتحقيق فاعلية نظام الموازنات التخطيطية (الهدف الأول للدراسة).

جدول (3): نتائج التحليل الوصفي لتحقيق فاعلية نظام الموازنات التخطيطية

م	الأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة	قيمة T	Sig. الدلالة	التقدير اللفظي	الترتيب
1	جودة نظام الموازنات التخطيطية	3.87	0.592	77.4 %	14.91	0.000	عال	4
2	جودة معلومات نظام الموازنات	3.96	0.498	79.2 %	19.45	0.000	عال	2
3	جودة خدمة نظام الموازنات	4.01	0.529	80.2 %	19.37	0.000	عال	1
4	انجاز مهام نظام الموازنات	3.94	0.531	78.8 %	17.95	0.000	عال	3
	تحقق فاعلية نظام الموازنات التخطيطية	3.95	0.505	79.0 %	18.96	0.000	عال	

يتضح من الجدول (3) أن مستوى تحقق فاعلية نظام الموازنات التخطيطية بكافة أبعاده (جودة نظام الموازنات التخطيطية، وجوده معلومات نظام الموازنات، وجوده خدمة نظام الموازنات، وإنجاز مهام نظام الموازنات) كان مناسباً، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.95) ونسبة موافقة (79.0%)، وهو أعلى من المتوسط الحسابي الافتراضي (3). وبلغ الانحراف المعياري (0.505)؛ وهذا يدل على الاتفاق بين إجابات العينة. كما أن قيمة (t) المحسوبة ككل (18.96) معنوية عند مستوى دلالة إحصائية (0.000). وتشير جميع هذه النتائج إلى تحقق فاعلية نظام الموازنات التخطيطية في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية بمستوى عالٍ، بحسب إجابات المبحوثين.

التحليل الوصفي لمستوى توافر أنظمة تخطيط موارد المؤسسة:

ويوضح ذلك الجدول (4) الخاص بنتائج إجابات المبحوثين فيما يتعلق بتوافر أنظمة تخطيط موارد المؤسسة (الهدف الثاني للدراسة).

جدول (4): نتائج التحليل الوصفي لخصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة

م	خصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة	قيمة T	Sig. الدلالة	التقدير اللفظي	الترتيب
1	الخصائص التقنية	3.40	0.427	68.0%	9.54	0.000	متوافرة	3
2	الخصائص التنظيمية	4.03	0.529	80.6%	19.62	0.000	متوافرة	2
3	الخصائص المعلوماتية	4.12	0.684	82.4%	16.61	0.000	متوافرة	1
	خصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة	3.85	0.495	77.0%	17.39	0.000	متوافرة	

يتضح من الجدول (4) أن مستوى توافر أنظمة تخطيط موارد المؤسسة بكافة عناصره (الخصائص التقنية، والخصائص التنظيمية، والخصائص المعلوماتية) كان مناسباً، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.85) ونسبة موافقة (77.0%)، وهو أعلى من المتوسط الحسابي الافتراضي (3). وبلغ الانحراف المعياري (0.495)؛ وهذا يدل على الاتفاق بين إجابات العينة. علاوة على أن قيمة (t) المحسوبة ككل (17.39) معنوية عند مستوى دلالة إحصائية (0.000). وتشير جميع هذه النتائج إلى توافر أنظمة تخطيط موارد المؤسسة في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية بمستوى مناسب بحسب إجابات المبحوثين.

اختبار الفرضية الرئيسية:

استخدم الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر خصائص أنظمة تخطيط المؤسسة كمتغير مستقل في فاعلية نظام الموازنات التخطيطية كمتغير تابع. ويوضح الجدول (5) نتائج تحليل الانحدار البسيط للفرضية الرئيسية (الهدف الثالث للدراسة).

جدول (5): نتائج تحليل الانحدار البسيط للفرضية الرئيسية للدراسة

المتغير المستقل: خصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة						
معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	اختبار F القوة التفسيرية	Sig. الأهمية الإحصائية	Df درجة الحرية	بيتا B Beta	Sig. مستوى الدلالة
0.913 ^a	0.834	202.952	0.000	101	0.895	0.000

^a المتغير التابع (فاعلية نظام الموازنات التخطيطية).

ويتضح من الجدول (5) أن هناك أشراً إيجابياً له دلالة إحصائية لخصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة في فاعلية نظام الموازنات التخطيطية في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية، ويتضح ذلك من قيمة معامل الارتباط (R) والتي بلغت (0.913)، وهي دالة عند مستوى دلالة (0.000). كما بلغت

قيمة معامل التحديد (0.834) (R^2)؛ وهذا يعني أن خصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة استطاعت أن تفسر ما نسبته (0.834) من التغيير الحاصل في فاعلية نظام الموازنات التخطيطية، وهو ما يشير إلى أن نسبة (83.4%) من التغيير في فاعلية نظام الموازنات التخطيطية في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية تفسره خصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة، وأن نسبة (16.6%) من التغيير في فاعلية نظام الموازنات التخطيطية يعود لعوامل أخرى لم يتطرق لها نموذج الدراسة. أما قيمة معامل الانحدار Beta فقد بلغت (0.895)، وبافتراض تحييد أثر أي متغيرات أخرى لم تخضع للدراسة، ستؤدي الزيادة بدرجة واحدة في خصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة إلى زيادته مقدارها (89.5%) في فاعلية نظام الموازنات التخطيطية في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية، وهذا يدل على وجود أثر لخصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة في فاعلية نظام الموازنات التخطيطية، ويؤكد معنوية هذه النتيجة قيمة (F) المحسوبة والتي بلغت (202.952)، وهي دالة عند مستوى دلالة إحصائية (0.000)، وهذا يثبت وجود أثر له دلالة إحصائية لخصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية، وبالتالي إثبات فرضية الدراسة الرئيسية والتي تنص على أن "هناك أثراً إيجابياً لخصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية".

اختبار الفرضيات الفرعية:

استخدم تحليل الانحدار المتعدد لاختبار الفرضيات الفرعية، بهدف التعرف على مقدار التغيير الحاصل في المتغير التابع (تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية) نتيجة التغيير في المتغير المستقل (الخصائص التقنية، والخصائص التنظيمية، والخصائص المعلوماتية)، حيث إن تحليل الانحدار المتعدد يوفر مؤشرات توضح التأثير على مستوى كل متغير مستقل على حدة في المتغير التابع. ويوضح الجدول (6) نتائج تحليل الانحدار المتعدد.

جدول (6): نتائج تحليل الانحدار المتعدد

Sig.	خطأ الانحراف المعياري	تعديل R^2	التباين R^2	معامل الارتباط R	Model
0,000	0,1889	0,832	0,837	0,902 ^o	1

^o المتغيرات المستقلة (الخصائص التقنية، والخصائص التنظيمية، والخصائص المعلوماتية).

يتضح من الجدول (6)، أن قيمة معامل الارتباط (R) لجميع خصائص أنظمة تخطيط الموارد المستقلة مع المتغير التابع بلغت (0.902) عند مستوى دلالة (0.000)؛ وهذا يعني أن الخصائص التقنية، والخصائص التنظيمية، والخصائص المعلوماتية كان لها تأثير بنسبة (90.2%) في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية. علاوة على أن معامل التحديد R^2 يظهر بقيمة (0.837)، وهذا يُفسر ما نسبته (0.837) من التغييرات في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية في شركات الاتصالات العاملة في الجمهورية اليمنية ناتجة عن تطبيق خصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة المستقلة الفرعية. وتعتبر قيمة R^2 المعدلة بما يساوي (0.832) مرتفعة وعند مستوى دلالة (0.000).

كذلك تم استخدام قيمة تحليل التباين (ANOVA) لتقييم الدلالة الإحصائية والقوة التفسيرية للنموذج عن طريق قيمة (F). ويوضح الجدول (7) الآتي نتائج هذا التحليل.

جدول (7): نتائج تحليل ANOVA^o Test

النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة
1 الانحدار	19.369	3	6.456	180.845	0.000 ^b
البواقي	3.499	98	0.036		
الإجمالي	22.868	101			

^a المتغير التابع (تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية).

^b المتغيرات المستقلة (الخصائص المعلوماتية، والخصائص التقنية، والخصائص التنظيمية).

وتوضح النتائج الواردة في الجدول (7) نتيجة اختبار ANOVA والتي تشير إلى تأثير خصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة (الخصائص التقنية، والخصائص التنظيمية، والخصائص المعلوماتية) كمتغير مستقل في (تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية) كمتغير تابع. ويبين ذلك اختبار (F) بقيمة (180.845) عند مستوى دلالة إحصائية (0.000). ويوضح الجدول (8) تفاصيل أثر المتغيرات المستقلة الفرعية في المتغير التابع، وقد جاءت النتائج على النحو الآتي:

جدول (8): نتائج تفاصيل أثر المتغيرات المستقلة في المتغير التابع^a

النموذج	معاملات غير معيارية		معاملات موحدة		Sig. مستوى الدلالة
	B	الخطأ المعياري	Beta	قيمة T	
فاعلية نظام الموازنات التخطيطية	0.371	0.157		2.356	0.020
الخصائص التقنية	0.364	0.071	0.327	5.099	0.000
الخصائص التنظيمية	0.445	0.063	0.489	7.045	0.000
الخصائص المعلوماتية	0.135	0.036	0.202	3.751	0.000

^a المتغير التابع (تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية).

1. يتضح من الجدول (8) أن الخصائص التقنية تؤثر في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية بدلالة إحصائية (0.000) وقد بلغت قيمة معامل الانحدار Beta (0.364). وبافتراض تحييد أثر بقية متغيرات النموذج، فإن الزيادة بدرجة واحد في الخصائص التقنية ستؤدي إلى زيادة مقدارها (36.4%) في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية في الشركات مجتمعة الدراسة. وهذا يثبت وجود أثر له دلالة إحصائية للخصائص التقنية لأنظمة تخطيط موارد المؤسسة في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية، وبالتالي قبول الفرضية الفرعية الأولى التي تنص على أن "هناك أثراً إيجابياً له دلالة إحصائية للخصائص التقنية لأنظمة تخطيط موارد المؤسسة في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية". وهذا يعني أن الخصائص التقنية لأنظمة تخطيط موارد المؤسسة لها أثر إيجابي في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية، لما لها من تأثير من خلال مزايا إدارة البيانات، وتكامل المعلومات، والقدره العاليه على المعالجة. وتنسجم نتائج هذه الدراسة مع دراسة (Vakilifard et al. (2013) التي أثبتت نتائجها أن هناك تأثيراً إيجابياً للخصائص التقنية في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية من خلال تحسين جودة نظام الموازنات، وزيادة المرونة في توليد المعلومات والحصول عليها. وقد أكدت نتائج دراسة Yigitbasioglu (2016) أن الخصائص التقنية لأنظمة تخطيط موارد المؤسسة هو المحرك الأساسي لقدرة أنظمة المحاسبة الإدارية على التكيف في ظل بيئة عدم التأكد، وهذا بدوره سيؤدي إلى تحسين فاعليتها من خلال توفير معلومات ملائمة ذات صلة بعملية اتخاذ القرار. وتتوافق نتائج الدراسة الحالية أيضاً مع نتائج دراسات كل من Chapman و Kihn (2009)، و Ponorica، و Al-Saedi،

Sadik (2014) التي توصلت نتائجها إلى وجود أثر إيجابي للخصائص التقنية لأنظمة المعلومات المتكاملة في النجاح المدرك لنظام الموازنات التخطيطية.

2. يتبين أيضا من الجدول (8) أن الخصائص التنظيمية تؤثر بشكل كبير في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية، حيث كانت قيمة مستوى الدلالة الإحصائية (0.000)، وقد بلغت قيمة معامل الانحدار Beta (0.445). وبافتراض تحييد أثر بقية متغيرات النموذج، فإن الزيادة بدرجة واحدة في الخصائص التنظيمية ستؤدي إلى زيادته مقدارها (44.5%) في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية. وهذا يثبت وجود أثر له دلالة إحصائية للخصائص التنظيمية لأنظمة تخطيط موارد المؤسسة في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية، وبالتالي قبول الفرضية الفرعية الثانية والتي تنص على أن "هناك أثرا إيجابيا ذو دلالة إحصائية للخصائص التنظيمية لأنظمة تخطيط موارد المؤسسة في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية". ويعود ذلك إلى كون هذه الأنظمة تدعم التكامل المعلوماتي، وتساهم في تخفيض تكاليف التشغيل، والتخلص من الأنشطة الروتينية وغير الضرورية، وتمكن المستخدمين من مشاركة مختلف المعلومات في الوقت الحقيقي.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج عدد من الدراسات (Chapman & Kihn, 2009; Guo & Yang, 2013; Vakilifard et al., 2013; Uwizeyemungu & Raymond, 2012; الحديدي، 2018؛ الحياياري، وأبو زيد، 2016؛ خالد، 2010؛ المحاميد والكساسبة، 2018) التي توصلت نتائجها إلى وجود أثر لخاصية التكامل في فاعلية نظم معلومات الشركة، بما فيها نظام الموازنات التخطيطية. وتتواءم الدراسة الحالية أيضا مع نتائج دراسة Salin وNawawi. Suhaimi (2016) التي بينت نتائجها أن خاصية تجانس أنظمة تخطيط موارد المؤسسة قد عززت فاعلية نظم معلومات الشركة، وذلك من خلال تحقيق الانسجام بين مختلف الأنظمة ومكوناتها من أجهزة وبرامج وبيانات ومعلومات، واعتمادها على قاعدة بيانات واحدة، وكذلك لغة برمجية واحدة أيضا. كما تتسجم نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراستي Kallunki، Silvola وLaitinen (2011)، وUwizeyemungu وRaymond (2012)، التي توصلنا إلى أن الخصائص التنظيمية لأنظمة تخطيط موارد المؤسسة (خاصية التوجه نحو العمليات) قد أسهمت في تحقيق الفاعلية التشغيلية من خلال أتمتة العمليات التجارية وتكاملها، وتقليل عدد الأخطاء عند إعداد وتجهيز البيانات، والتخلص من الأنشطة الروتينية غير الضرورية، وحسن إدارته واستغلال الموارد.

3. يتضح أن الخصائص المعلوماتية كما يبين الجدول (8) تؤثر بشكل كبير في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية، حيث كانت قيمة مستوى الدلالة (0.000)، وقد بلغت قيمة معامل الانحدار Beta (0.135). وبافتراض تحييد أثر بقية متغيرات النموذج، فإن الزيادة بدرجة واحدة في الخصائص المعلوماتية لأنظمة تخطيط موارد المؤسسة ستؤدي إلى زيادته مقدارها (13.5%) في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية. ويثبت هذا وجود أثر له دلالة إحصائية للخصائص المعلوماتية لأنظمة تخطيط موارد المؤسسة في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية، وبالتالي قبول الفرضية الفرعية الثالثة التي تنص على أن "هناك أثرا إيجابيا ذو دلالة إحصائية للخصائص المعلوماتية لأنظمة تخطيط موارد المؤسسة في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية".

وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسات كل من Davari وHosseinzadeh (2018)، وRathore وOza (2017)، وVakilifard et al. (2013) والتي أشارت إلى أن هناك أثرا إيجابيا لخاصية الوقت الحقيقي في تحقيق فاعلية نظام الموازنات التخطيطية، وكذلك أيضا أن الخصائص المعلوماتية لأنظمة تخطيط موارد المؤسسة قد أسهمت في تحسين فاعلية أنظمة المحاسبة الإدارية بشكل عام، ونظام الموازنات التخطيطية بشكل خاص، حيث أشارت إلى أن هذه الأنظمة قد وفرت لقسم التخطيط والموازنات المعلومات الملائمة في الوقت المناسب، وبالتالي سيكون باستطاعة موظفي هذه الأقسام القيام بأنشطة الرقابة والتخطيط بسهولة أكبر، وبزمن قياسي.

وبشكل عام كشفت نتائج الدراسة الحالية والتي تتفق مع نتائج العديد من الدراسات أن هناك أثرا إيجابيا له دلالة إحصائية لخصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية، ويعزى ذلك الأثر إلى الخصائص الفريدة لهذه الأنظمة، وقدرات المعالجة العالية التي تتميز بها، والتكامل المعلوماتي مع بقية أنظمة معلومات الشركة، وقابليتها للتطوير، ودعم إعادة هندسة العمليات للتخلص من الأنشطة الروتينية التي لا تضيف قيمة.

الاستنتاجات:

على ضوء النتائج السابقة، توصلت الدراسة إلى عدد استنتاجات، منها:

1. تتحقق فاعلية نظام الموازنات التخطيطية في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية بمختلف أبعادها: جودة النظام، وجوده المعلومات، وجوده الخدمة، وإنجاز المهام.
2. تتوفر خصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة (الخصائص التقنية، والخصائص التنظيمية، والخصائص المعلوماتية) بمختلف أبعادها في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية.
3. يوجد تأثير إيجابي لخصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة في تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية، حيث إنه كلما توفرت خصائص أنظمة تخطيط موارد المؤسسة زاد تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية.

التوصيات:

بناء على الاستنتاجات التي توصلت إليها الدراسة، تم تقديم عدد من التوصيات أهمها:

1. تعزيز مشاركة مختلف المستويات الإدارية في استخدام نظام الموازنات التخطيطية في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية؛ لما لذلك من أثر في زيادة دقة التقديرات، وزيادة كفاءة توزيع الموارد، وتعزيز قدرة الإدارة على تقييم الإنجاز الحقيقي ومقارنته مع النتائج المتوقعة، وبالتالي تحسين فاعلية نظام الموازنات التخطيطية.
2. الالتزام بتطبيق أنظمة تخطيط موارد المؤسسة في شركات الاتصالات بالجمهورية اليمنية، للاستفادة من خصائصها الفريدة وبما يحقق الاستغلال الأمثل لمواردها، وبالتالي تحقيق رؤيتها الاستراتيجية.
3. يجب على شركات الاتصالات العاملة في الجمهورية اليمنية مواكبة التطورات التكنولوجية في مجال أنظمة تخطيط موارد المؤسسة؛ وذلك لما توفره هذه الأنظمة من مزايا تفوق تكلفة اقتناءها، والتخلص من التجزئة المعلوماتية، وضمان الرقابة الكاملة على الموارد.

الاسهام البحثي:

قام محمد الربيدي ومحمد الماس بوضع المقدمة وبناء الخلفية النظرية وصياغة المشكلة البحثية وتحديد المنهجية، وقام محمد الماس بجمع وتحليل البيانات، وقام كلاهما بعرض وتفسير النتائج ومناقشتها وكذلك صياغة الاستنتاجات والتوصيات، وأخيرا، رُوجعت المسودة النهائية للدراسة من قبل محمد الربيدي.

المراجع:

- جوده، عبد الحكيم، وأبو سردانة، جمال (2010)، تقييم نظام الموازنة التخطيطية في أمانة عمان الكبرى: دراسة ميدانية، مجلة البصائر، 13 (2)، 237-292.
- جودي، حيدر (2011)، دور التخطيط المالي في ترشيد الموازنة التقديرية وعلاقته بمكافحة الفساد الاداري والمالي، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، 13 (4)، 125-142.
- حجر، عبد الملك إسماعيل (2010)، نظم المعلومات المحاسبية، صنعاء، اليمن: دار الفكر للطباعة والنشر.
- الحديدي، ابتهاج، الحيارى، خليل، وأبو زيد، محمد (2016)، أثر تطبيق أنظمة تخطيط موارد منشآت الأعمال على الأداء المؤسسي: دراسة تطبيقية على المؤسسات الصناعية الصغيرة والمتوسطة في الأردن، دراسات: العلوم الإدارية، 43 (1)، 629-645.

- خالد، محمد (2010)، تقييم وتطوير نظام الموازنات في ظل تكنولوجيا الانتاج والمعلومات: دراسة تطبيقية على قطاع الصناعة في الجمهورية اليمنية (أطروحة دكتوراه)، جامعة حلوان، مصر.
- درغام، ماهر، وعيد، إبراهيم محمد الشيخ (2008)، مدى فاعلية الموازنات كأداة للتخطيط والرقابة في بلديات قطاع غزة من وجهة نظر القائمين على اعداد الموازنات، *المجلة الاردنية للعلوم التطبيقية*، 11(2)، 185-210.
- السياعي، محمد (2014)، دور الموازنة التقديرية في التخطيط والرقابة في المؤسسات الخيرية في اليمن والسودان (رسالة ماجستير)، جامعة الزعيم الازهري، السودان.
- العبيدي، فائق، و ابراهيم، روى (2017)، دور المتطلبات التنظيمية والسلوكية في نجاح تطبيق نظام تخطيط موارد المنظمة (ERP): دراسة استطلاعية على عينة من الشركات النفطية، *مجلة جامعة كركوك للعلوم الإدارية والاقتصادية*، 7(1)، 1-32.
- العمرى، مازن، رمضان، عبدالهادي، عيسى، سوزان، ويكر، عبد الرحمن (2012)، أهم مقومات النجاح لنظام الموازنات المعدّة على أساس الأنشطة في البنوك التجارية العاملة في الأردن وأهمية تلك الموازنات في اتخاذ القرارات الإدارية، *المجلة الدولية للدراسات المحاسبية*، 3(3)، 19-43.
- العناتي، رضوان محمد (2008)، أثر التكنولوجيا الالكترونية على فاعلية موازنات المصارف الاسلامية الاردنية، *مجلة الادارة والتنمية للبحوث والدراسات*، 3(3)، 225-242.
- فرحات، منى، وياسين، ايام (2017)، إمكانية تطبيق نظام الموازنة على أساس الأنشطة في المصارف - دراسة ميدانية على المصارف الخاصة في سوق دمشق للأوراق المالية، *مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية*، 39(4)، 91-110.
- المحاميد، اسعود، والكساسبة، محمد (2018)، أثر جودة نظام تخطيط موارد المنظمة في التمكين النفسي والالتزام التنظيمي للعاملين - دراسة ميدانية، *المجلة الاردنية في ادارة الأعمال*، 14(1)، 109-131.
- الهنيني، ايمان، ويدران، بلال (2013)، دور استخدام الموازنات التقديرية في تحسين التخطيط والرقابة واتخاذ القرارات في الشركات الزراعية المساهمة في الأردن، *مجلة جامعة النجاح للأبحاث: العلوم الإنسانية*، 27(1)، 25-56.

Asogwa, I. E., & Etim, O. (2017). Traditional budgeting in today's business environment. *Journal of Applied Finance & Banking*, 7(3), 111-120.

Chapman, C. S., & Kihn, L. A. (2009). Information system integration, enabling control and performance. *Accounting, Organizations and Society*, 34(2), 151-169.

CIMA & ICAEW (2004). *Better budgeting: A report on the better budgeting forum from CIMA and ICAEW*. Chartered Institute of Management Accountants (CIMA) and Faculty of Finance and Management, Institute of Chartered Accountants in England and Wales (ICAEW), London, United Kingdom.

DeLone, W. H., & McLean, E. R. (1992). Information systems success: The quest for the dependent variable. *Information Systems Research*, 3(1), 60-95.

DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9-30.

- Eker, M., & Eker, S. (2018). The impact of interaction between enterprise resource planning system and management control system on firm performance in the Turkish manufacturing sector. *Business and Economics Research Journal*, 9(1), 195-212.
- Ekholm, B. G., & Wallin, J. (2000). Is the annual budget really dead?. *European Accounting Review*, 9(4), 519-539.
- Galbraith, J. R. (1973). *Designing complex organizations*. Philippines: Addison-Wesley Publishing Company Inc.
- Guo, X., & Yang, Q. (2018). On the integration of IT system with the budgetary control system: Insights from the case of Wanhua chemical. *Wireless personal communications*, 102(4), 3687-3697.
- Hosseinzadeh, A., & Davari, B. (2018). The impact of enterprise management systems on management accounting in private companies of Iran. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 8(1), 83-89.
- Kallunki, J. P., Laitinen, E. K., & Silvola, H. (2011). Impact of enterprise resource planning systems on management control systems and firm performance. *International Journal of Accounting Information Systems*, 12(1), 20-39.
- Kaluarachchi, D. G. P., & Haleem, A. (2013). *The Impact of enterprises resource planning system on capital budgeting (Special reference in Sri Lankan organizations)*. In the 2nd Annual Research Conference (ARC). Faculty of Management and Commerce (FMC), South Eastern University of Sri Lanka (SEUSL), Oluvil, Sri Lanka.
- Kimunguyi, S., Memba, F., & Njeru, A. (2015). Effect of budgetary process on financial performance of NGOs in health sector in Kenya. *International Journal of Business and Social Science*, 6(12), 163-172.
- LaPrade, A., Lin, S., & Nordman, C. (2013). *Enterprise resource planning systems drive cost reduction and efficiency in finance and accounting operations*. New York: IBM Global Services.
- Libby, T., & Lindsay, R. M. (2010). Beyond budgeting or budgeting reconsidered? A survey of North-American budgeting practice. *Management Accounting Research*, 21(1), 56-75.
- Neely, A., Bourne, M., & Adams, C. (2003). Better budgeting or beyond budgeting? *Measuring Business Excellence*, 7(3), 22-28.
- Nicolaou, A. I. (2000). A contingency model of perceived effectiveness in accounting information systems: Organizational coordination and control effects. *International Journal of Accounting Information Systems*, 1(2), 91-105.

- Ojua, M. O. (2016). The importance of budget and budgetary process among non-publicly accountable entities (NPAEs): A survey of micro sized firms in Nigeria. *The International Journal of Business & Management*, 4(7), 305-312.
- Petter, S., DeLone, W., & McLean, E. (2008). Measuring information systems success: Models, dimensions, measures, and interrelationships. *European Journal of Information Systems*, 17(3), 236-263.
- Ponorîca, A. G., Al-Saedi, A. H. J., & Sadik, H. H. (2014). *The impact of enterprise resource planning systems on management accounting*. The 8th international conference about Challenges of the Knowledge Society, 16-17, May, Bucharest, Romania.
- Rathore, D. S., & Oza, H. S. (2017). A study on relationship between ERP implementation and management accounting practices. *International Journal of Advanced Research* 5(3), 808-820.
- Scapens, R. W., & Jazayeri, M. (2003). ERP systems and management accounting change: Opportunities or impacts? A research note. *European Accounting Review*, 12(1), 201-233.
- Shao, Z., Feng, Y., & Hu, Q. (2017). Impact of top management leadership styles on ERP assimilation and the role of organizational learning. *Information & Management*, 54(7), 902-919.
- Soliman, M., & Karia, N. (2015). Enterprise resource planning systems in higher education context: Functionalities and characteristics. *International Journal of Innovative Research in Science, Engineering and Technology*, 4(11), 10408-10413.
- Suhaimi, N. S. A., Nawawi, A., & Salin, A. S. A. P. (2016). Impact of enterprise resource planning on management control system and accountants' role. *International Journal of Economics & Management*, 10(1), 93-108.
- Uppatumwichian, W. (2013). Understanding the ERP system use in budgeting. In G. Poels (ed.), *Enterprise information systems of the future* (pp. 106-121). Heidelberg, Germany: Springer Berlin Heidelberg.
- Uwizeyemungu, S., & Raymond, L. (2005). Essential characteristics of an ERP system: Conceptualization and operationalization. *Journal of Information and Organizational Sciences*, 29(2), 69-81.
- Uwizeyemungu, S., & Raymond, L. (2012). Impact of an ERP system's capabilities upon the realisation of its business value: A resource-based perspective. *Information Technology and Management*, 13(2), 69-90.
- Vakilifard, H., Meinagh, S. A., & Khataee, M. R. (2013). Evaluating the effects of ERP systems on performance and management accounting in organizations. *European Online Journal of Natural and Social Sciences*, 2(3), 2412-2428.

- Wimeina, Y. (2015). Enterprise Resource Planning System Characteristic Development and Benefits of Implementation. *POLI BISNIS*, 7(2), 36-44.
- Yigitbasioglu, O. (2016). Firms' information system characteristics and management accounting adaptability. *International Journal of Accounting and Information Management*, 24(1), 20-37.
- Zughoul, B., Al-Refai, M., & El-Omari, N. (2016). Evolution characteristics of ERP systems that distinct from traditional SDLCs. *Evolution*, 5(7), 87-91.

Arabic References in Roman Scripts:

- Al-Anati, Radwan Muhammad (2008). 'Athar altiknuluja alalkutruniat alaa faeiliat muazanat almasarif alaslamiat Al'urduniati, *Majalat Alidarat Waltonmiat Lilbuhuth Waldirasati*, (3), 225-242.
- Al-Hadidi, Ibtihal, Al-Hayari, Khalil, wa Zaid, Muhammad (2016), 'Athar tatbiq 'anzimat takhtit mawarid munsh'aat al'amal alaa al'ada' almuasisii: Dirasatan tatbiqiatan alaa almuasasat alsinaeiat alsaghirat walmutawasitat fi Al'urduni, *Dirasati: Alulum Al'iidariati*, 43(1), 629-645.
- Al-Henini, Iman, wa Badran, Bilal (2013). Dawr aistikhdam almuazanat altaqdiriat fi tahsin altakhtit walraqabat waitikhadh alqararat fi alsharikat alziraeiat almusahimat fi Al'urduni, *Majalat Jamieat Alnajah Lil'abhathi: Alulum Al'iinsaniata*, 27(1), 25-56.
- Al-Mahameed, Asoud, wa Kasasbeh, Muhammad (2018). 'Athar jawdat nizam takhtit mawarid almunazamat fi altamkin alnafsii walialtizam altanzimii lileamilin: Dirasat maydania, *Almajalat Alurdiniat fi Idarat Al'aemali*, 14(1), 109-131.
- Al-Obaidi, Faiq, wa Ibrahim, Rawa (2017). Dawr almutatalabat altanzimiat walsulukiati fi najah tatbiq nizam takhtit mawarid almunazama (ERP): Dirasat aistitlaeiat alaa eayinat min alsharikatalnaftiati, *Majalat Jamieat Karkuk Lilulum Al'iidariat Walaiqtisadiati*, 7(1), 1-32.
- Al-Omari, Mazen, Ramadan, Abdul-Hadi, Issa, Suzan, wa Bakr, Abdul-Rahman (2012). 'Ahamu muqawimat alnajah linizam almuazanat almuadat alaa 'asas al'anshitat fi albnuk altijariat alamilat fi Al'urduni wa'ahamiyat tilk almuazanat fi aitikhadh alqararat al'iidariati, *Almajalat Alduwaliat Lildirasat Almuhasabiati*, (3), 19-43.
- Al-Siyaghi, Muhammad (2014). *Dawr almuazanat altaqdiriat fi altakhtit walraqabat fi almuasasat alkhayriat fi Alyaman walsuwdan* (Resalat majstyr), Jamieat Alzaeim Alaizhri, Alsuwdan.
- Dergam, Maher, wa Eid, Ibrahim Muhammad Al-Sheikh (2008). Madaa faeiliat almuazanat ka'adaat liltakhtit walraqabat fi baladiaat qitae Ghaza min wijhat nazar alqayimin alaa aedad almuazanati, *Almajalat Alurdniyat Lilulum Altatbiqiat*, 11(2), 185-210.

- Farhat, Muna, wa Yassin, Ayyam (2017). 'iimkaniat tatbiq nizam almuazanat alaa 'asas al'anshitat fi almasarif: Dirasat maydaniat alaa almasarif alkhasat fi suq Dimashq lil'awraq almaliati, *Majalat Jamieat Tishrin Lilbuhuth Waldirasat Alilmiati*, 39(4), 91-110.
- Hajar, Abdul-Malik Ismail (2010). *Nazam almalumat almuhasabiata*, Sana'a, Alyaman: Dar Alfikr Liltibaeati Walnashri.
- Jawdah, Abdel-Hakim, wa Abu Sardaneh, Jamal (2010). Taqyim nizam almuazanat altakhtitiat fi 'Amanat Amman Alkubraa: Dirasat maydaniatun, *Majalat Albasayir*, 13(2), 237-292.
- Judi, Haidar (2011). Dawr altakhtit almali fi tarshid almuazanat altaqdiriat waealaqatih bimukafahat alfasad alidari walmali, *Majalat Alqadisiat Lileulum Al'iidariat Walaiqtisadiati*, 13(4), 125-142.
- Khaled, Mohammed (2010). *Taqyim watatwir nizam almuazanat fi zili tiknulujiia alaintaj walmalumat: Dirasatan tatbiqiatan alaa qitae alsinaeat fi Aljumhuriat Alyamania* ('Utaruhah dukturah), Jamieat Hulwan, Misr.

مستوى الرضا الحياتي والتدفق النفسي لدى طالبات كلية عنيزة بالمملكة العربية السعودية

الاستلام: 25/مارس/2021

التحكيم: 6/أبريل/2021

القبول: 5/يونيو/2021

د. فاتن هادي الحربي (*1)

© 2021 University of Science and Technology, Yemen. This article can be distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution License](#), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.

© 2021 جامعة العلوم والتكنولوجيا، اليمن. يمكن إعادة استخدام المادة المنشورة حسب رخصة مؤسسة المشاع الإبداعي شريطة الاستشهاد بالمؤلف والمجلة.

¹ أستاذ علم النفس المساعد، كليات عنيزة الأهلية، المملكة العربية السعودية

* عنوان المراسلة: dr.faten1211@gmail.com

مستوى الرضا الحياتي والتدفق النفسي لدى طالبات كلية عنيزة بالمملكة العربية السعودية

الملخص:

تناولت الدراسة الحالية مستوى الرضا الحياتي والتدفق النفسي لدى طالبات كلية عنيزة بالمملكة العربية السعودية، ولتحقيق أهداف الدراسة تم اختيار عينة للدراسة بلغت (225) طالبة، منهن (79) طالبة متزوجة، و(146) طالبة غير متزوجة، وتم تطوير مقياس الرضا الحياتي واستخدام مقياس التدفق النفسي لـ Marsh و Jackson (1996) والمترجم إلى العربية، وتم التحقق من الخصائص السيكومترية للمقياسين من صدق وثبات، وقد تم تحليل البيانات باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية في العلوم الاجتماعية (SPSS)، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الطالبات المتزوجات كن أفضل في الرضا الحياتي من الطالبات غير المتزوجات، بينما لم يكن هناك فروق في التدفق النفسي بين الطالبات المتزوجات وغير المتزوجات، وكانت هناك علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الرضا الحياتي والتدفق النفسي، وفيما يتعلق بالتخصص فقد أبدت الطالبات من الكليات الهندسية رضا حياتياً وتدفقاً نفسياً أعلى من الطالبات في الكليات الإنسانية، وبناء على نتائج الدراسة تم الخروج ببعض التوصيات، أهمها: تشجيع الطالبات على الزواج في مرحلة الجامعة.

الكلمات المفتاحية: التدفق النفسي، الرضا الحياتي، الزواج والتخصص.

Level of Life Satisfaction and Psychological Flow among Female Students at Unaizah College, Saudi Arabia

Abstract:

This study investigated the level of life satisfaction and psychological flow among female students at Unaizah College in Saudi Arabia. To achieve this, a measure for life satisfaction was developed and the Arabic version of the psychological flow measure, developed by Marsh and Jackson (1996), was adopted. After verifying the psychometric properties of the two scales, they were administered to a sample of 225 female students (79 married and 146 unmarried). The collected data was processed and analyzed by using the SPSS. The findings revealed that married students had more life satisfaction than unmarried ones, but there were no differences between them regarding the psychological flow. There was also a statistically significant positive correlation between life satisfaction and the psychological flow. Regarding specialization, students of engineering colleges showed more life satisfaction and psychological flow than students of human colleges. The study concluded with a set of recommendations, including encouraging female students to get married while at college.

Keywords: psychological flow, life satisfaction, marriage and specialization.

مقدمة الدراسة والخلفية النظرية:

يعتبر الإقبال على الحياة الزوجية من أهم القرارات التي يتخذها المرء في حياته، وقد يترتب عليه الاستقرار بجميع مناحي الحياة، في حالة نجاح الزواج واستمر، بينما قد يترتب عليه الشعور بخبرة فشل كبيرة في حالة لم يستمر، ويقبل بعض الشباب على الزواج في مرحلة مبكرة من الحياة، وتقبل بعض الفتيات على الزواج في سن المدرسة والجامعة، وربما يؤثر ذلك إيجابيا في حياتهن أو سلبيا.

ويعد مفهوم الرضا الحياتي من المفاهيم النفسية التي حظيت باهتمام متزايد من قبل الباحثين في مجال علم النفس والصحة النفسية، وذلك على اعتبار أن الرضا عن الحياة مؤشر هام للدلالة على التكيف والصحة النفسية لدى الفرد، ويمثل أقصى هدف يطمح إليه الفرد؛ وذلك من أجل تجنب الإحباطات والاضغوطات التي يمر بها في المواقف المختلفة في الحياة (بني إسماعيل، 2011).

ويعتمد الرضا الحياتي على عملية تقييم الأفراد لنوعية حياتهم بناء على معاييرهم الخاصة التي يحدونها لأنفسهم، بحيث يمر الأفراد بتجربة رضا مرتفع عن الحياة، عندما تتطابق ظروف حياتهم مع المعايير التي فرضوها على أنفسهم، وتستمر عملية التقييم على مدار حياة الفرد (Treistman, 2004).

ويُعتبر الرضا الحياتي عن مدى تقبل الفرد لذاته، ولأسلوب الحياة التي يحيها في المجال المحيط به، من خلال توافقه مع ذاته وأسرته، وتقبله لأصدقائه، ورضاه عن أدائه في عمله والإنجازات التي حققها، وتفاؤله بالمستقبل، ومقدرته على تحقيق أهدافه وتقبله لبيئته المدركة (رضوان وهريدي، 2001). كما يُعد الرضا الحياتي بمثابة التقييم الموضوعي لدى الفرد، حول درجة الأهمية لمتطلباته، واحتياجاته، وأمنيته، وأهدافه المستقبلية، وقيمه التي لا بد من إشباعها في مجالات الحياة كافة، وفي قطاعات العمل، والمنزل، والمجتمع (King, 2005).

ويمثل الرضا الحياتي وفقا لمنظمة الصحة العالمية في معتقدات الفرد عن موقعه في الحياة، وأهدافه، وتوقعاته، واهتماماته، في ضوء المنظومة الثقافية والقيمية السائدة في المجتمع الذي يعيش فيه، وهو مفهوم واسع يتأثر بالصحة الجسمية للفرد وبحالته النفسية، وعلاقاته الاجتماعية، وكذلك علاقته بكل مكونات البيئة التي يعيش فيها (عيسى ورشوان، 2006).

ويرتبط الرضا الحياتي بعوامل متعددة في حياة المراهقين مثل: المتغيرات الديموغرافية كالجنس، والعوامل الاجتماعية، والعلاقات مع الوالدين، وزيادة التواصل بين أفراد الأسرة والأصدقاء والمجتمع (Proctor, Linley & Maltby, 2008).

ويشير Suldo و Huebner (2006) إلى أن الرضا الحياتي لدى المراهقين يرتبط بطريقة التنشئة الأسرية، وكيفية معاملة الوالدين للمراهقين، فالمرهقون الذين يعاملون بطريقة سلبية من قبل والديهم يشعرون بالنقص، والتوتر، وتدني درجة رضاهم عن حياتهم، ويدل هذا على ارتباط المناخ الأسري السلبي بتدني درجة الرضا الحياتي لدى المراهقين.

ويرى Veenhoven (2001) بأن الرضا الحياتي يتمثل بالدرجة التي يحكم فيها الفرد إيجابيا على نوعية حياته الحاضرة، واستمتاعه بها بناء على تقديراته وأحكامه الشخصية. بينما يرى Chaing (2010) أن الرضا الحياتي ينتج عن الحل الناجح لعدد من الأزمات النفسية والاجتماعية التي تواجه الفرد طوال فترة حياته، ويُعتبر عن الرضا الحياتي بالدرجة التي يشعر بها الفرد بالسعادة حول وضعه العام في الحياة.

ويقاس الرضا الحياتي بناء على نظرية المقارنة الاجتماعية الأبعاد الآتية:

أ- الرضا الحياتي عند المقارنة بين الذات والآخرين؛ ويقصد به أن الفرد يرى نفسه عند مقارنته مع الآخرين أفضل حالا منهم.

ب- الرضا الحياتي عند المقارنة بين الماضي والحاضر والمستقبل؛ ويقصد به أن الفرد ينظر للماضي برضا ويستفيد منه في بناء الحاضر، ويخطط من خلاله للمستقبل.

ج- الرضا الحياتي عند المقارنة مع المعايير الاجتماعية والاقتصادية السائدة؛ ويقصد به أن الفرد يتكيف مع القواعد والمثل الاجتماعية، ويعمل على مجاراتها بما يناسب الواقع، كما أنه يتكيف مع الظروف الاقتصادية والمالية التي يعيش بها (Fastingers & Easterlin, 2001).

وترى نظرية التكيف أو التعود أن الأفراد قادرون على التعود على الأحداث الجديدة في حياتهم، تبعاً لنمط شخصياتهم وردود أفعالهم، وأهدافهم في الحياة، وبالتالي مهما تعرّض الفرد لأحداث قد تؤثر سلباً عليه، فإن لديه القدرة على العودة إلى ما كان عليه قبل تعرضه لهذه الأحداث (Diener & Rahtz, 2009).

وتُشير نظرية التقييم إلى أنه يمكن قياس الرضا الحياتي بالاعتماد على معايير متعددة، وأهم هذه المعايير يعتمد على الفرد، وعلى القيم السائدة لديه، وعلى مزاجه والظروف المحيطة به التي تؤثر على الشعور بالرضا الحياتي لديه، فالأفراد عندما يريدون تقييم الرضا لديهم، فإنهم لا يفكرون بقدراتهم الحركية إلا إذا تواجدهم مع أفراد يعانون من إعاقة حركية، كما ترى هذه النظرية عدم وجود علاقة بين العمر والتعليم كمتغيرات للرضا الحياتي (Diener, 2000).

ويمثل التدفق النفسي الغاية القصوى، أو الدرجة النهائية في توظيف الانفعالات في خدمة الأداء والتعلم، وفي التدفق النفسي لا تستوعب الانفعالات وتُجدول فقط، بل تُوظف بنشاط وإيجابية وتنسيق مع العمل الذي يباشره الفرد، وعندما تكون في حالة ملل أو سأم أو اكتئاب أو في حال من التهيج القلق فهذا معناه نضوب التدفق النفسي أو عدم وجود الفرصة لحدوثه (صديق، 2009).

ويعد التدفق النفسي خبرة من الخبرات المهمة في حياة الفرد، والعلامة المميزة للتدفق هي الشعور بالسرور التلقائي حتى الغبطة، ولأن التدفق النفسي يشعر الفرد بالسرور فإنه يُعد مكافأة تدعيمية، وهي الحالة التي يستغرق فيها الناس بالأعمال بحيث يكونوا موجهين أقصى درجات الانتباه غير الموزع على العمل، في حين يكون الوعي مصاحباً للعمل، والتدفق النفسي في أحد جوانبه حالة من نسيان الذات وهي عكس التأمل والشعور بهم (الأعسر وكفاي، 2000).

ويعد التدفق النفسي عملية تتضمن شقين هما: اتزان الفرد مع نفسه، أو تناغمه مع ذاته؛ بمعنى مقدرته على مواجهة ما ينشأ داخله من صراعات، وما يتعرّض له من إحباطات، ومدى تحرره من التوتر والقلق الناجم، ونجاحه في التوفيق بين دوافعه ونواذعه المختلفة، ثم انسجام الفرد مع ظروف بيئته المادية (القريطي، 2003). وقد تناول (Normal, 1996) دراسة حول حالة التدفق؛ ورأى أنها تقابل كل الناس، وفيها يكون الشخص وكأنه في حالة غيبوبة وعدم وعي بالذات، فهو يؤدي نشاطه أو توما تيكيا وبتلقائية دون وعي بالعالم الخارجي، وينغمس بالكامل فيه مع عدم تأثره بالظروف الخارجية كالضوضاء، وتنحسر كل حالات تشتيت الانتباه، مع الشعور بالمتعة والبهجة.

إن التدفق النفسي عملية تشير إلى الحلول السليمة التي يلجأ إليها الناس لإحداث التكيف مع ظروف الحياة بإحدى الطرق الآتية: (الشناوي، 2001) إما من خلال المهادنة؛ وهي اتفاق للكف عن الصراع، على الرغم من عدم انتهاء المشكلة أو الوصول إلى حل، أو التوفيق؛ وهو عملية تنازل الفرد عن بعض مطالبه في سبيل إنهاء الأزمة القائمة.

ويشير الفنجرى (2000) إلى مجموعة من النظريات العلمية المفسرة للتوافق تتمثل في الآتي:

1. نظرية التحليل النفسي: التدفق النفسي هو قدرة الفرد على أن يقوم بعملياته العقلية والنفسية والاجتماعية على خير وجه، فلا يكون خاضعاً لرغبات الهوى ولا يكون عبداً لقسوة الأنا الأعلى وعذاب الضمير، ولا يتم ذلك إلا إذا توزعت الطاقة النفسية توزيعاً يحوز الأنا الأعلى أغلبه ليصير قوياً يستطيع أن يوازن بين متطلبات الهوى وتحذيرات الأنا الأعلى ومقتضيات الواقع.
2. النظرية السلوكية: ترى أن سوء التدفق النفسي نتيجة حتمية لخلل ما في عملية التعلم، ولما كانت هذه العملية يقوم بها في الغالب الكبار ويوجهونها نحو الصغار فإن هؤلاء الكبار يتحملون المسؤولية الأولى في خلق الاضطرابات النفسية لدى الفرد، وبناء على ذلك فإن مراجعة عملية التعلم من حيث المحتوى أو الأهداف أو الوسائل أمر لا بد منه في تعاملنا مع الاضطرابات.

3. نظرية الجشثالت؛ والتي يرى أصحابها أن الانسان طالما ظل محافظا على العلاقات التي تربط بين جوانب نموه المختلفة وطالما ظلت قوانين الحياة هي المنظمة لتلك الجوانب فإن الإنسان لا شك سيتمتع بالصحة النفسية.

4. النظرية الإنسانية؛ ويرى أصحاب هذه النظرية أن التدفق النفسي يعني تحقيق الفرد لإنسانيته تحقيقا كاملا وهذا لا يتأتى إلا بممارسة حرية يدرك مداها وحدودها وتحمل مسؤولياتها، ويكون قادرا على حب الذات والآخرين، ويكون ملتزما بقيم عليا مثل الحق والخير والجمال، وأن يشبع حاجاته الفسيولوجية والنفسية إشباعا متزنا.

الدراسات السابقة:

تناولت الدراسات الحديثة موضوع الرضا الحياتي والتدفق النفسي وما زالت تتناول الموضوعين بالبحث والاستكشاف، ولم تعثر الباحثة على دراسات تمكنت من الربط بين الرضا الحياتي والتدفق النفسي لدى المتزوجات وغير المتزوجات، وما وجدته هو دراسات ارتبطت بالتخصص، وسوف يتم تناول الدراسات من الأقدم إلى الأحدث في محورين كالآتي:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت الرضا الحياتي:

قام سليمان (2003) بدراسة حول الرضا الحياتي وعلاقته بتقدير الذات لدى مديري المدارس الحكومية ومديراتها في محافظات شمال فلسطين، وأظهرت النتائج عدم وجود علاقة بين درجة الرضا الحياتي وتقدير الذات لدى مديري ومديرات المدارس الحكومية، كما أشارت النتائج إلى وجود فروق بين الذكور والإناث، ولصالح الإناث في مجال الرضا الحياتي، ولم تظهر الدراسة فروقا في تقدير الذات بين الذكور والإناث.

كما أجرى Zullig، Valois، Huebner وDrane (2005) دراسة حول الترابطات في بنیان العائلة، والتوزيع السكاني ومدى الرضا الحياتي للمراهقين في الولايات المتحدة الأمريكية، وقد أظهرت النتائج أن درجة الرضا الحياتي لدى المراهقين مرتفعة في ظل الأساليب السوية للتنشئة بوجود الوالدين معا، وانخفاضها مع والد واحد سواء أكان ذكرا أم أنثى.

وقد أجرى Ayyash-Abdo وAlamuddin (2007) دراسة حول تنبؤات السعادة بين شباب الكلية في لبنان، وأظهرت النتائج أن الذكور كان لديهم أعلى متوسطات من الإناث في درجة الرضا الحياتي.

وقام Wang، Lin، Chen، وWang (2008) بدراسة هدفت إلى البحث في مدى تأثير المتعة والرضا الحياتي لدى المراهقين المهتمين بالألعاب على الأون لاين (Online)، وأظهرت النتائج وجود علاقة سلبية بين الاستخدام المتكرر لموقع الويب "الموقع" الإلكتروني والرضا الحياتي لدى المراهقين.

كما أجرى Kwan (2010) دراسة هدفت إلى الكشف عن الرضا الحياتي والتقييم النفسي الذاتي لدى المراهقين في المدارس الثانوية في هونغ كونغ، وقد أظهرت النتائج أن المراهقين الصينيين يمتلكون مستويات قليلة من التقييم النفسي الذاتي والرضا الحياتي، في حين ارتبطت حياة المدرسة، والعائلة بمستوى متدن جدا من الرضا، كما أشارت النتائج إلى أن وجود الأبوين كان دليلا إيجابيا لرضا المراهقين عن حياتهم، في حين لم يرتبط العامل الاقتصادي بذلك.

كما هدفت دراسة الدقوشي (2017) إلى معرفة التفاؤل والتشاؤم وعلاقتها بالرضا الحياتي لدى عينة من طلاب جامعة عمر المختار بالبيضاء بليبيا، في بنغازي وقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين التفاؤل والرضا الحياتي. ووجود علاقة ارتباطية سلبية ذات دلالة إحصائية بين التشاؤم والرضا الحياتي. ووجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في التفاؤل لصالح الإناث، ووجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في التشاؤم لصالح الذكور.

وهدفت دراسة الحميري وزوير (2018) إلى الكشف عن إمكانية التنبؤ بالرضا الحياتي من خلال العوامل الخمسة الكبرى للشخصية لدى طلبة جامعة دمار بالجمهورية اليمنية، وأظهرت النتائج أن الوزن النسبي للرضا عن الحياة لدى أفراد العينة بلغ (74.15%)، وأن مجموع ما تفسره العوامل الخمسة الكبرى للشخصية من تباين الرضا الحياتي كان (0.302)، وأن الرضا الحياتي يتأثر سلبيا بعامل العصائية وإيجابيا بعوامل الانبساط والهدفية (الجدية)، بقيم تأثير (- 0.27)، (0.28)، (0.22) على التوالي، وكانت الفروق دالة إحصائيا، ولكنها ضئيلة بين الذكور والإناث في الرضا الحياتي لصالح الذكور.

وسعت دراسة الغانم والفلاح (2018) إلى البحث عن العلاقات المحتملة، بين الاتجاهات الدينية وكل من: السعادة، والأمل، والتفاؤل، والرضا الحياتي، وحب الحياة لدى طلبة جامعة الكويت، وخلصت النتائج إلى وجود علاقة إيجابية بين الاتجاهات الدينية من جهة والتغيرات الإيجابية من جهة أخرى، كما أشارت النتائج إلى أن أقوى هذه الارتباطات كانت بين الاتجاهات الدينية والتفاؤل، ثم الأمل، ثم السعادة، ثم الرضا الحياتي، ثم حب الحياة. في مقابل ذلك، لم تسفر الدراسة عن وجود علاقة بين العوامل الديموغرافية ومتغيرات الدراسة فيما عدا العمر.

وهدفت دراسة الناصر (2019) إلى التعرف على العلاقة بين الذكاء الاجتماعي والرضا الحياتي لدى طلبة جامعة الملك سعود، وقد توصلت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الاجتماعي والرضا الحياتي، ولا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الاجتماعي والرضا الحياتي بحسب النوع (ذكر، أنثى)، أو بحسب التخصص (تخصصات علمية، تخصصات إنسانية).

وهدفت دراسة نجم (2019) إلى التعرف على مستوى التفاؤل والتشاؤم وعلاقته بالرضا الحياتي لدى الشباب الجامعي في الجامعة الإسلامية بغزة، المسجلين في الفصل الصيفي، وأظهرت النتائج: أن الدرجة الكلية للاستبانة حصلت على وزن نسبي (73.29%)، ووجود علاقة ارتباطية موجبة بين التفاؤل وجميع أبعاد الرضا الحياتي والدرجة الكلية، بينما تبين وجود علاقة سالبة بين التشاؤم وأبعاد الرضا الحياتي، كما تبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغيرات (الجنس والحالة الاجتماعية والتخصص والمستوى الدراسي والمعدل التراكمي).

وقد سعت دراسة قوقز و السعيدين (2019) إلى التعرف على مستوى الرضا الحياتي لدى طلبة كلية علوم الرياضة في جامعة مؤتة، وأظهرت النتائج أن مستوى الرضا الحياتي لدى طلبة كلية علوم الرياضة جاء مرتفعا، بالإضافة إلى وجود فروق تعزى لمتغير (الجنس) تشير إلى إن الفروق لصالح الإناث، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية لأثر متغيري (مكان السكن والتخصص الأكاديمي) في مستوى الرضا الحياتي لدى طلبة كلية علوم الرياضة في جامعة مؤتة.

وأجرى عبد المطلب (2019) دراسة للتعرف على مستوى الأفكار العقلانية الأكاديمية، وتحديد إمكانية التنبؤ بكل من الاندماج المعرفي، والرضا الحياتي من خلال الأفكار العقلانية الأكاديمية لدى طلبة كلية التربية بجامعة الزقازيق، وأظهرت النتائج أنه يمكن التنبؤ بالرضا الحياتي الدراسي لدى طلبة كلية التربية بجامعة الزقازيق من خلال الأفكار العقلانية الأكاديمية "الأفكار العقلانية الأكاديمية المتعلقة بالذات، والمتعلقة بالآخرين (الزملاء والأساتذة)، والأفكار العقلانية الأكاديمية المتعلقة ببيئة الدراسة".

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت التدفق النفسي

تناولت دراسة Chiou و Chin-Sheng (2007) التدفق النفسي كدافع نفسي لدى مدمني ألعاب الأون لاين (online)، في التعليم الثانوي بتايوان الذين حصلوا على درجات مرتفعة على مقياس إدمان الإنترنت ليونج، وتوصلت الدراسة إلى أن التدفق النفسي والتعزيز وصعوبة المهمة كانت من أهم دوافع إدمان الإنترنت، حيث إن مدمني الإنترنت ترتفع لديهم الدوافع الداخلية، كالتدفق، ومستوى الطموح، والسلوك الاستكشافي، وأن المحفزات الخارجية والمكافآت كان تأثيرهما محدودا خاصة عندما كانت تحديات الأداء مرتفعة.

وهدفت دراسة Abu Asa'd (2016) إلى التعرف على مستوى التدفق النفسي لدى طلبة جامعة مؤتة في محافظة الكرك وعلاقته بمرونتهم النفسية، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن مستوى التدفق النفسي والمرونة النفسية كان منخفضا لدى الذكور، ومتوسطا لدى الإناث، وقد جاء متوسطا لدى العينة ككل، كما توصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية بين التدفق النفسي والمرونة النفسية، وقد تبين أن التدفق النفسي لا يختلف باختلاف النوع الاجتماعي، ولكنه أفضل لدى الطلبة ذوي المستوى التحصيلي الأعلى، وأفضل لدى طلبة السنة الثالثة في الجامعة.

وتناولت دراسة عبد المهدي (2019) الكشف عن طبيعة العلاقة بين التدفق النفسي والتلكؤ الأكاديمي واليقظة العقلية لدى الطالبات بكلية التربية بالوادي الجديد في مصر، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الطالبات يتمتعن بالتدفق النفسي، ونسبة انتشار التلكؤ الأكاديمي متوسطة بينهن، كما أن مستوى اليقظة لدى عينة البحث مرتفعة.

وهدفت دراسة الرويلي (2019) إلى تحديد مستوى اليقظة العقلية والتدفق النفسي والمرونة النفسية لدى المرشدين الطلابيين في منطقة محافظة طريف، في المملكة العربية السعودية، وتحديد طبيعة العلاقة بين اليقظة العقلية والتدفق النفسي والمرونة النفسية لدى المرشدين الطلابيين، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن المرشدين الطلابيين في مستوى اليقظة العقلية ومرونة الأنا والتدفق النفسي كان مستوى متوسطا، كما توصلت إلى وجود علاقات ذات ارتباط بين اليقظة العقلية والمرونة النفسية والتدفق النفسي، وقد كانت العلاقة دالة إحصائيا وإيجابية، وعدم وجود اختلافات بين المرشدين والمرشدات الطلابيين في محافظة طريف تعزى إلى متغير الخبرة سواء في اليقظة العقلية أو المرونة النفسية أو التدفق النفسي.

كما هدفت دراسة بخاري (2019) إلى الكشف عن طبيعة العلاقة بين التدفق النفسي والرضا الحياتي، وانتهت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة بين التدفق النفسي والرضا الحياتي، كما وجدت علاقة ارتباطية موجبة بين التدفق النفسي والتوافق الدراسي، وقد تبين أن التدفق النفسي والرضا الحياتي يساهمان في التنبؤ بالتوافق الدراسي، كما أظهرت النتائج وجود فروق بين أفراد العينة من التخصصين العلمي والأدبي في التوافق الدراسي لصالح التخصص العلمي.

وأجرى الحارثي (2020) دراسة لبحث علاقة المعتقدات المعرفية وتوجهات الأهداف بالتدفق النفسي لدى طلبة جامعة أم القرى، ومعرفة مستوى المعتقدات المعرفية وتوجهات الأهداف ومستوى التدفق النفسي، وأشارت النتائج إلى امتلاك الطلبة مستوى مرتفعا في "التدفق النفسي"، ووجدت فروق دالة إحصائيا بين المعتقدات المعرفية والتدفق النفسي، وكانت قيمة (ت) للفروق بين الذكور والإناث في التدفق النفسي غير دالة في جميع الأبعاد باستثناء بعد "السيطرة"، حيث وجدت فروق لصالح الذكور، وكانت قيمة (ت) للفروق بين التخصصين العلمي والأدبي في التدفق النفسي غير دالة في جميع الأبعاد باستثناء بعد "تحديد الأهداف" حيث وجدت فروق لصالح التخصص الأدبي.

وتناولت دراسة القرالة (2020) معرفة مستوى التنبؤ بين التدفق النفسي والتمكين النفسي، إضافة إلى تحديد الأهمية النسبية للتدفق النفسي في تفسير التمكين النفسي لدى عينة من طلبة الثانوية العامة، في محافظة الكرك في المملكة الأردنية الهاشمية، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن هناك مستوى منخفضا من التمكين النفسي والتدفق النفسي لدى الطلبة، وأشارت النتائج أيضا إلى أن أبعاد التمكين النفسي، تساهم في تفسير تباين درجات أفراد العينة على مقياس التدفق النفسي بنسبة (94%)، وقد أسهم بعد حرية التصرف في أكبر تأثير ثم بعد الكفاءة، كما توصلت نتائج الدراسة إلى عدم وجود فروق بين الذكور والإناث في التمكين النفسي والتدفق النفسي.

التعقيب على الدراسات السابقة:

وقد لوحظ أن الدراسات التي تناولت متغيري الدراسة الحالية كانت من ثقافات وبيئات مختلفة محلية وعربية ودولية، وقد تنوعت النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة حيث أن معظمها توصلت إلى أن مستوى التدفق النفسي والمرونة النفسية كانت متوسطة، ومنها دراسة Abu Asa'd (2016) ودراسة Alamudding وAyyash-Abdo (2007).

وقد لوحظ تنوع الدراسات التي تناولت الرضا الحياتي والتدفق النفسي لدى الطلبة، وتركيز العديد من الدراسات على مرحلة الجامعة لدراسة المتغيرين، وتنوع الدراسات بين الدراسات الوصفية والارتباطية، وتركيزها على الدراسات الوصفية، واهتمامها بعينات متنوعة الحجم، وتتميز الدراسة الحالية بتركيزها على البيئة السعودية وعلى طالبات الجامعة فيها، وربطها بين المتغيرين معا وهو ما لم تتجه إليه أي من تلك الدراسات، بحيث تربط المتغيرين بحسب متغير الزواج، وقد استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في تطوير المنهجية، واختيار العينة، وتطوير المقاييس، وفي مناقشة النتائج.

مشكلة الدراسة:

لقد نبعت مشكلة الدراسة الحالية من ضرورة استكشاف مستوى الرضا الحياتي والتدفق النفسي لدى طالبات كلية عنيزة دراسة مقارنة بحسب متغير الزواج لديهن، حيث إن الباحثة كونها تتعامل مع فئات مختلفة من الطالبات قد لاحظت أن الطالبات اللواتي لديهن رضا حياتي وتدفق نفسي يختلف بحسب متغير الزواج، ورغبت في معرفة الفروق بين الطالبات في هذين المتغيرين، للعمل على تقديم التوجيه والإرشاد المناسب للطالبات بناء على نتائج الدراسة، حيث لاحظت الباحثة أن مستوى الرضا الحياتي والتدفق النفسي لدى الطالبات المتزوجات أو غير المتزوجات كان متدينا، كما في دراسة الجهني (2014)، والدواش (2020) حول الرضا الحياتي، وكما في دراسة عبده (2016)، والموسوي (2016) حول التدفق النفسي؛ ولذلك ارتأت الباحثة إجراء الدراسة الحالية للتعرف على المستوى لكل من الرضا الحياتي والتدفق النفسي بحسب متغير الزواج لديهن، وتبرز مشكلة الدراسة الحالية أيضا في توجيه الأنظار نحو هذين المتغيرين ومساعدة الطالبات في تحديد الفروق بحسب متغير الزواج لديهن، ومن هنا نبعت مشكلة الدراسة الحالية، وهي تدور حول السؤال الرئيسي الآتي:

ما مستوى الرضا الحياتي والتدفق النفسي لدى طالبات كلية عنيزة بالمملكة العربية السعودية؟

وينبثق عن هذا السؤال الأسئلة الفرعية الآتية:

1. ما مستوى الرضا الحياتي والتدفق النفسي لدى طالبات كلية عنيزة بالمملكة العربية السعودية؟
2. هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الرضا الحياتي لدى طالبات كلية عنيزة بحسب متغير الزواج؟
3. هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التدفق النفسي لدى طالبات كلية عنيزة بحسب متغير الزواج؟
4. هل هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($0.05 <$) بين الرضا الحياتي والتدفق النفسي لدى طالبات كلية عنيزة؟
5. هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الرضا الحياتي لدى طالبات كلية عنيزة يعزى إلى التخصص؟
6. هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التدفق النفسي لدى طالبات كلية عنيزة يعزى إلى التخصص؟

أهداف الدراسة:

سعت الدراسة الحالية إلى تحقيق الهدف الرئيس الآتي:

التعرف على مستوى الرضا الحياتي والتدفق النفسي لدى طالبات كلية عنيزة بالمملكة العربية السعودية،

وينبثق عن هذا الهدف الأهداف الفرعية الآتية:

1. معرفة مستوى الرضا الحياتي والتدفق النفسي لدى طالبات كلية عنيزة بالمملكة العربية السعودية.
2. معرفة إن كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الرضا الحياتي لدى طالبات كلية عنيزة بحسب متغير الزواج.

3. معرفة إن كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التدفق النفسي لدى طالبات كلية عنيزة بحسب متغير الزواج.
4. معرفة إن كان هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($0.05 <$) بين الرضا الحياتي والتدفق النفسي لدى طالبات كلية عنيزة.
5. معرفة إن كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الرضا الحياتي لدى طالبات كلية عنيزة يعزى إلى التخصص.
6. معرفة إن كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التدفق النفسي لدى طالبات كلية عنيزة يعزى إلى التخصص.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة الحالية من الناحيتين النظرية والتطبيقية على النحو الآتي:

- الناحية النظرية: تقدم الدراسة الحالية معلومات نظرية تفيد في التعرف على طبيعة بعض الجوانب النفسية لدى الطالبات في الجامعة، وإثراء الأدب المرتبط بمفهوم الرضا الحياتي والتدفق النفسي، ولا سيما فيما يتعلق بمتغيري الزواج والتخصص.
- الناحية التطبيقية: توجيه عمادة شؤون الطالبات في كلية عنيزة حول كيفية التعامل مع الطالبات المتزوجات وغير المتزوجات، وتنفيذ برامج إرشادية تناسبهن، والتعرف على الفئة الأكثر التي تحتاج إلى رعاية واهتمام، كما يمكن أن توجه أعضاء هيئة التدريس من أجل القيام بتوعية الطالبات أثناء المحاضرات للعمل على رفع مستوى الرضا الحياتي والتدفق النفسي، وتوجيه بعض النشاطات والواجبات البيتية مما يزيد من الرضا الحياتي والتدفق النفسي لهن.

حدود الدراسة:

- < حدود زمنية: تتمثل في الفصل الدراسي الثاني للعام الدراسي 2020-2021م.
- < حدود مكانية: تتمثل في طالبات كلية عنيزة في المملكة العربية السعودية.
- < حدود بشرية: تتمثل في الطالبات بمرحلة البكالوريوس المتزوجات وغير المتزوجات، وفي التخصصات الإنسانية والهندسية.
- < حدود موضوعية: تتمثل في مقياسي: الرضا الحياتي والتدفق النفسي.

التعريفات المفاهيمية والإجرائية:

الرضا الحياتي:

يُعرّف الرضا الحياتي بأنه: شعور الفرد وتقديراته المعرفية لوجوده حياته، والذي يعكس تقديره العام لنواح معينة في حياته، كالأسرة، والذات (Gilman, Ashby, Sverko, Florell, & Varjas, 2005).

التعريف الإجرائي: هو الدرجة التي تحصل عليها طالبات كلية عنيزة في مقياس الرضا الحياتي المطور في هذه الدراسة.

التدفق النفسي:

هو خبرة مثالية تحدث لدى الفرد من وقت إلى آخر عندما يؤدي المهام بأقصى درجات الأداء، ويتحدد هذا التدفق النفسي من خلال الانشغال التام بالأداء، وانخفاض الوعي بالزمان والمكان في أثناء الأداء، ونسيان احتياجات الذات، والسرور التلقائي المصحوب بالبهجة والمتعة في أثناء الحياة (البهاص، 2010).

التعريف الإجرائي: هو الدرجة التي تحصل عليها طالبات كلية عنيزة في مقياس التدفق النفسي وهو المقياس المطور في الدراسة الحالية.

متغير الزواج: يقصد به أن الفتاة تزوجت قبل تطبيق الدراسة الحالية وما زالت متزوجة إلى الآن.
متغير التخصص: قسم إلى متغيرين: دراسات إنسانية وما يحتويها من تشعبات، ودراسات هندسية وما يشملها من تشعبات.

المنهجية والتصميم:

منهجية الدراسة: تم استخدام المنهج الوصفي؛ نظراً لملائمته لموضوع الدراسة.

مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من جميع طالبات كلية عنيزة في مرحلة البكالوريوس والبالغ عددهن (1225) طالبة في مرحلة البكالوريوس، في كلية الدراسات الإنسانية والإدارية وكلية الهندسة وتقنية المعلومات والمتزوجات وغير المتزوجات.

عينة الدراسة:

تم اختيار أفراد عينة الدراسة من خلال العينة المتوفرة المتاحة، حيث تم توزيع رابط المقاييس على الطالبات لمدة شهر، وقد استجاب للرابط (225 طالبة)؛ منهن (79) طالبة متزوجة، و(146) طالبة غير متزوجة. والجدول (1) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة.

جدول (1): توزيع افراد عينة الدراسة بحسب المتغيرات

المتغير	الفئات	العدد	النسبة
متغير الزواج	متزوجة	79	% 35
	غير متزوجة	146	% 65
التخصص	إنسانية	143	% 64
	هندسية	82	% 36

أدوات الدراسة:

لتحقيق أهداف هذه الدراسة تم تطوير الأدوات الآتية: مقياس الرضا الحياتي، ومقياس التدفق النفسي.

أولاً: مقياس الرضا الحياتي:

تم تطوير مقياس الرضا الحياتي من خلال مقاييس بني إسماعيل (2011)، والدقوشي (2017)، وسليمان (2003) ووقزة والسعيد (2019)، وقد تكون المقياس بصورة أولية من (25) فقرة وثلاثة أبعاد، هي: المقارنة بين الذات والآخرين وعدد فقراتها بصورة نهائية (8) فقرات، والمقارنة بين الماضي والحاضر والمستقبل وعدد فقراتها (8) بصورة نهائية، والمقارنة مع المعايير الاجتماعية والاقتصادية وعدد فقراتها بصورة نهائية (9) فقرات. وللتأكد من مناسبة المقياس للبيئة ولأهداف الدراسة تم إجراء الآتي:

الصدق الظاهري (صدق المحكمين):

تم عرض الأداة بصورتها الأولية على (8) من أعضاء هيئة التدريس وذوي الاختصاص في الجامعات السعودية، وطلب منهم إبداء الرأي من حيث وضوح الصياغة، وانتماء الفقرات للأداة، وإبداء أية ملحوظات تتعلق بالحذف أو الإضافة، وتم اعتماد اجماع (6) محكمين للحكم على صلاحية الفقرات، وبناء على رأي المحكمين تم إعادة صياغة لغوية لبعض الفقرات، وحذف (5) فقرات ليصبح المقياس يتكون من (25) فقرة في صيغتها النهائية.

صدق البناء الداخلي (الاتساق الداخلي):

تم حساب معاملات الارتباط بين أداء أفراد العينة الاستطلاعية على كل فقرة من فقرات مقياس الرضا الحياتي من خلال تطبيق الأداة على أفراد العينة الاستطلاعية، والبالغ عددهن (30) طالبة من

طالبات الكلية من خارج عينة الدراسة وداخل المجتمع، وقد تبين من خلال معامل ارتباط بيرسون بين الفقرة والدرجة الكلية أن جميع الفقرات دالة عند مستوى الدلالة ($0.05 <$)، وقد تراوحت القيم بين (0.41 - 0.77)، والجدول (2) يوضح معاملات الارتباط لمقياس الرضا الحياتي.

جدول (2) معاملات صدق البناء الداخلي لمقياس الرضا الحياتي بين الفقرة والدرجة الكلية

الرقم	معامل الارتباط	الرقم	معامل الارتباط	الرقم	معامل الارتباط
1	*0.47	10	**0.63	19	**0.64
2	*0.45	11	**0.60	20	**0.60
3	*0.49	12	**0.68	21	**0.58
4	**0.58	13	*0.47	22	**0.57
5	*0.41	14	**0.51	23	*0.47
6	**0.70	15	**0.50	24	**0.62
7	**0.58	16	**0.58	25	**0.52
8	**0.64	17	**0.68		
9	**0.60	18	**0.77		

الثبات بطريقتي الاعادة ووفق معادلة كرونباخ ألفا:

تم التحقق من ثبات الأداة من خلال تطبيقها على عينة استطلاعية مكونة من (30) طالبة من طالبات الكلية، ومن خارج عينة الدراسة ممن أبدین رغبة في تطبيق المقياس، وتم حساب معامل الثبات بطريقة الإعادة بفاصل زمني مقداره ثلاثة أسابيع، حيث بلغت قيمة معامل الثبات بطريقة الإعادة (0.89)، كما تم التحقق من ثبات الأداة وفقاً لمعادلة كرونباخ ألفا، وبلغت قيمة معامل الثبات بطريقة الاتساق الداخلي (0.88)، وهي قيم مناسبة في الدراسات التربوية.

كيفية تصحيح فقرات المقياس وتفسير درجاتها:

يتكون المقياس بصورة نهائية من (25) فقرة، وجميعها فقرات إيجابية، يُجاب عنها بتدرج خماسي يشتمل البدائل الآتية: "أوافق بشدة" وتعطى عند تصحيح المقياس (5) درجات، و"أوافق" وتعطى (4) درجات، و"محايد" وتعطى لها (3) درجات، و"لا أوافق" وتعطى لها درجتان، و"لا أوافق بشدة" وتعطى لها درجة واحدة. ولتفسير الإجابات التي تحصل عليها الطالبة يتم استخدام المدى لتفسير الدرجة التي تحصل عليها الطالبة حيث إن المدى = أكبر قيمة - أصغر قيمة / عدد القيم، أعلى خيار - أدنى خيار = $5 - 1 = 3$ ، ثم يتم تقسيم الفرق على عدد المستويات التي تم اختيارها وعددها (3) وهي: $3/4 = 1.33$ ، ثم يتم إضافة (1.33) إلى الحد الأدنى لكل فئة، فالدرجة من (1 - 2.33) للفقرة الواحدة تدل على مستوى منخفض من امتلاك الطالبة للرضا الحياتي، والدرجة من (2.34 - 3.67) للفقرة الواحدة تدل على مستوى متوسط من امتلاك الطالبة للرضا الحياتي، والدرجة من (3.78 - 5) للفقرة الواحدة تدل على مستوى مرتفع من امتلاك الطالبة للرضا الحياتي.

ثانياً: مقياس التدفق النفسي:

تم استخدام مقياس التدفق النفسي لـ Jackson و Marsh (1996) المترجم من قبل دراسة المحادين (2014)، وقد تكون المقياس بصورة أولية من (36) فقرة، ودرجة كلية واحدة دون ابعاد، وللتأكد من مناسبة المقياس للبيئة السعودية وطالبات الكلية ولأهداف الدراسة تم إجراء التكيف له على النحو الآتي:

1. الصدق الظاهري: تم عرض الأداة بصورتها الأولية على (8) محكمين من أعضاء هيئة التدريس وذوي الاختصاص في كلية عنيزة، وطلب منهم إبداء الرأي بوضوح الصياغة، وانتماء الفقرات

للأداة، وإبداء أية ملحوظات تتعلق بال حذف أو الإضافة، وتم اعتماد إجماع (6) محكمين للحكم على صلاحية الفقرات، وبناء على رأي المحكمين تم إعادة صياغة لغوية لبعض الفقرات.

2. صدق البناء (الاتساق الداخلي): تم حساب معاملات الارتباط بين أداء أفراد عينة الصدق على كل فقره من فقرات مقياس التدفق النفسي من خلال تطبيق الأداة على أفراد العينة الاستطلاعية والبالغ عددهم (30) طالبة من طالبات الكلية من خارج عينة الدراسة وداخل المجتمع، وقد تبين من خلال معامل ارتباط بيرسون أن جميع الفقرات دالة عند مستوى دلالة ($0.05 <$), وقد تراوحت القيم بين (0.49 - 0.88). والجدول (3) يوضح معاملات الارتباط لمقياس التدفق النفسي.

جدول (3) معاملات صدق البناء الداخلي لمقياس التدفق النفسي بين الفقره والدرجة الكلية

الرقم	معامل الارتباط	الرقم	معامل الارتباط	الرقم	معامل الارتباط
1	**0,58	13	**0,64	25	**0,68
2	**0,64	14	**0,60	26	**0,69
3	**0,71	15	**0,55	27	**0,74
4	**0,75	16	**0,58	28	**0,71
5	*0,49	17	**0,60	29	**0,73
6	**0,66	18	**0,68	30	**0,78
7	**0,70	19	**0,88	31	**0,68
8	**0,77	20	**0,82	32	**0,60
9	**0,78	21	**0,78	33	**0,68
10	**0,70	22	**0,83	34	**0,64
11	**0,80	23	**0,68	35	**0,58
12	**0,81	24	*0,49	36	**0,52

3. الثبات بطريقتي الإعادة ووفق معادلة كرونباخ ألفا: تم التحقق من ثبات الأداة من خلال تطبيقها على عينة استطلاعية مكونة من (30) طالبة من طلبة الكلية، ومن خارج عينة الدراسة ممن أبدين رغبة في تطبيق المقياس، وتم حساب معامل الثبات بطريقة الإعادة بفواصل زمني مقداره ثلاثة أسابيع، حيث بلغت قيمة معامل الثبات بطريقة الإعادة (0.90)، وقد تم التحقق من ثبات الأداة وفقا لمعادلة كرونباخ ألفا (الاتساق الداخلي)، وبلغت قيمة معامل الثبات بطريقة كرونباخ ألفا (0.91)، وهي قيم مناسبة في الدراسات التربوية.

كيفية تصحيح فقرات مقياس التدفق النفسي وتفسير درجاتها:

يتكون المقياس بصورة نهائية من (36) فقره، وجميعها فقراته إيجابية، يُجاب عنها بتدرج خماسي يشتمل على بدائل وهي: "كبيره جدا" وتعطى عند تصحيح المقياس (5) درجات، و"كبيره" وتعطى (4) درجات، و"متوسطة" وتعطى (3) درجات، و"منخفضة" تعطى درجتان، و"منخفض جدا" وتعطى درجة واحدة).

إجراءات الدراسة:

تمت الدراسة وفق الخطوات الآتية:

1. تم الاطلاع على الأدب النظري والدراسات السابقة للإلمام بموضوع هذه الدراسة من جميع الجوانب فيما يتعلق بالرضا الحياتي والتدفق النفسي.
2. تم الاطلاع على المقياس السابقة وتطوير مقياس الرضا الحياتي والتحقق من الخصائص السيكومترية للمقياس لتناسب البيئة المحلية وهدف الدراسة.

3. تم استخدام مقياس التدفق النفسي وإخضاعه للصدق والثبات ليناسب البيئة وهدف الدراسة.
4. تم وضع المقياسين على رابط الالكتروني لتوزيعه على الطالبات بسبب جائحة كورونا.
5. تم اختيار عينة الدراسة من طالبات كلية عنيزة وتطبيق الدراسة عليهن.
6. تم تحليل البيانات بواسطة برنامج الحزمة الإحصائية في العلوم الاجتماعية (SPSS) واستخدمت أساليب الإحصاء الوصفي والاستدلالي للتوصل إلى النتائج، ومناقشتها.

نتائج الدراسة ومناقشتها:

فيما يلي عرض لنتائج الدراسة ومناقشتها:

عرض النتائج للسؤال الأول ومناقشته: ما مستوى الرضا الحياتي والتدفق النفسي لطالبات كلية عنيزة بالمملكة العربية السعودية؟ للإجابة عن هذا السؤال تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والجدول (4) يوضح النتائج.

جدول (4) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى الرضا الحياتي والتدفق النفسي

الرتبة	التقدير	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	البعد	المقياس
3	متوسط	1.16	3.33	المقارنة بين الذات والآخرين	الرضا الحياتي
1	متوسط	1.08	3.45	المقارنة بين الماضي والحاضر والمستقبل	
2	متوسط	1.23	3.34	المقارنة مع المعايير الاجتماعية والاقتصادية	
	متوسط	1.27	3.36	الدرجة الكلية	التدفق النفسي
	متوسط	1.16	3.53		

يتبين من نتائج الجدول (4) أن طالبات كلية عنيزة حققن مستوى متوسطاً في الرضا الحياتي سواء في الدرجة الكلية أو في الأبعاد، وجاء مستوى الرضا الحياتي الكلي (3.36) بانحراف معياري (1.27)، ويلاحظ أيضاً أن أعلى بعد جاء في المقارنة بين الماضي والحاضر والمستقبل، وأقل بعد جاء في المقارنة بين الذات والآخرين، كما يلاحظ من الجدول (4) أن التدفق النفسي جاء مستواه متوسطاً بمتوسط حسابي بلغ (3.53) وانحراف معياري بلغ (1.16)، مما يشير إلى أن هناك عوامل تؤدي دوراً مهماً في تنمية الرضا الحياتي والتدفق النفسي لدى الطالبات، بالمقابل هناك بعض العوامل التي تعيق حصول الطالبات على مستوى مرتفع، وربما يعزى ذلك إلى أن الطالبات في المرحلة الجامعية لديهن العديد من الآمال والطموحات اللاحقة والتي يمكن أن تنعكس على حياتهن، ويخططن للحصول عليها، ويسعين لتحقيقها، ولكن يبدو أن هناك بعض المعوقات التي تقف عائقاً أمام تحقيق الطالبات لطموحاتهن مما يؤثر في مستوى الرضا الحياتي والتدفق النفسي لديهن.

عرض النتائج للسؤال الثاني ومناقشته: هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية في الرضا الحياتي لدى طالبات كلية عنيزة بحسب متغير الزواج؟

لمعرفة الفروق بين متوسطات الأداء على الدلالة الإحصائية في مستوى الرضا الحياتي لاختلاف متغير الزواج (غير متزوجة ومتزوجة) تم استخدام اختبار (ت) للعينات المستقلة، والجدول (5) يوضح ذلك:

جدول (5): نتائج اختبار (ت) لمتوسطات الرضا الحياتي تبعا لمتغير الحالة الاجتماعية (غير متزوجة، متزوجة)

البعد	فئة الزواج	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة المتغير (ت)	مستوى الدلالة
المقارنة بين الذات والآخرين	متزوجة	79	3.69	1.34	223	3.26	0.00
	غير متزوجة	146	3.13	1.00			
المقارنة بين الماضي والحاضر والمستقبل	متزوجة	79	3.72	1.30	223	2.58	0.01
	غير متزوجة	146	3.29	0.92			
المقارنة مع المعايير الاجتماعية والاقتصادية	متزوجة	79	3.65	1.46	223	2.79	0.01
	غير متزوجة	146	3.13	1.04			
الدرجة الكلية	متزوجة	79	3.69	1.35	223	2.92	0.00
	غير متزوجة	146	3.19	0.94			

يظهر من الجدول (5) وجود فروق بين الطالبات بحسب متغير الزواج في الرضا الحياتي في جميع الأبعاد والدرجة الكلية، حيث بلغت قيمة (ت) للدرجة الكلية (2.92)، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية، مما يشير إلى أن الطالبات المتزوجات في كلية عنيذو يتمتعن برضا حياتي أفضل، ويتضح أن الأعلى متوسطا في الدرجة الكلية هو لصالح المتزوجات، ما يعني أن الفرق لصالحهن؛ لأن الطالبات استطاعت أن تجمع بين الدراسة والزواج، وربما استقرت في حياتها، مما أدى إلى أن تمتلك رضا حياتيا بشكل أفضل، من الطالبات غير المتزوجات التي لم تحصل على فرصة الزواج بعد، والذي يعد قرارا مهما في حياتها لم تختبره بعد، ويعد الزواج عموما عاملا مهما يساعد في استقرار الفرد والمحافظة على الصحة النفسية لديه.

ويعد الرضا الحياتي هو التقييم الموضوعي لدى الفرد عن حياته، ويبدو أن الطالبات المتزوجات قيمن حياتهن ومستقبلهن بشكل أفضل؛ لأنهن أصبحن أكثر دراية به، ويتفق ذلك مع ما أشارت إليه دراسة Maltby و Linley و Proctor (2008) التي أثبتت أن التوافق الزوجي يتفق مع العلاقات الاجتماعية والتواصل مع الآخرين، وهذا ما دفع الفتيات المتزوجات من تقديم خبرة إيجابية عن حياتهن في اللحظة الحالية، مما يساعدهن في النظر إلى مهاراتهن بأنهن أصبحن أكثر قدرة على إدارة الازمات، ويبدو أن الأزواج يدعمون زوجاتهم للوصول إلى هذا الرضا الحياتي.

وقد ظهر الرضا الحياتي لدى الفتاة عند مقارنتها نفسها مع الطالبات الأخريات اللواتي لم تتزوجن، كما ظهر من خلال مقارنة حياتها في الوقت الماضي والحاضر والمستقبل، فهذا أعطاها أملا للمستقبل، كما يبدو أنها تقارن حياتها بالمعايير الاجتماعية، حيث إن المجتمع يشجع الفتاة ويرحب بزواجها، كما تقارن نفسها بالمعايير الاقتصادية، حيث إن الزواج يسهم في تحسين الحياة الاقتصادية للفتاة ويوفر لها فرصة للاكتفاء ذاتيا.

ويرتبط ذلك مع نظرية التكيف أو التعود التي ترى أن الفرد قادر على التكيف مع الأحداث الجديدة في الحياة، وينعكس ذلك عليه إيجابيا في الرضا عن حياته وشعوره بالسعادة. كما يرتبط مع نظرية التقييم التي رأت أن الفتيات المتزوجات قد قيمن حياتهن بشكل أفضل مقارنة مع القيم السائدة في المجتمع.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة Zullig et al. (2005) التي أظهرت مستوى رضا حياتيا مرتفعا.

بينما تختلف مع نتائج دراسة Kwan (2010) التي أظهرت مستوى منخفضا من الرضا الحياتي.

عرض النتائج للسؤال الثالث ومناقشته: هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التدفق النفسي لدى طالبات كلية عنيذو بحسب متغير الزواج؟

لخص الفروق بين متوسطات الأداء على الدلالة الإحصائية في مستوى التدفق النفسي لاختلاف متغير الزواج (غير متزوجة ومتزوجة) تم استخدام اختبار (ت) للعينات المستقلة، والجدول (6) يوضح ذلك.

جدول (6): نتائج اختبار (ت) لمتوسطات التدفق النفسي تبعاً لمتغير الزواج (غير متزوجة ومتزوجة)

المقياس	فئة الزواج	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة المتغير مستوى الدلالة (ت)
التدفق النفسي	متزوجة	79	3.62	1.11	223	1.58
	غير متزوجة	146	3.36	1.26		0.13

يظهر من الجدول (6) عدم وجود فروق بين الطالبات بحسب متغير الزواج في التدفق النفسي في الدرجة الكلية، حيث بلغت قيمة (ت) للدرجة الكلية (1.58)، وهي قيمة ليست ذات دلالة إحصائية، مما يشير إلى أن الطالبات في كلية عنيذة المتزوجات وغير المتزوجات يتمتعن بمستوى تدفق نفسي متقارب، وربما تؤثر عوامل أخرى في زيادته وتحسين التدفق النفسي لغير متغير الزواج.

ويبدو أن كلا من المتزوجات وغير المتزوجات لا يختلف اندماجهن في المهمة الموكلة لهن وشعورهن بالسعادة والسرور، وتوجهن للقيام بالعمل بشكل دقيق، ويبدو أن وجود الزواج أو عدمه لدى الفتاة لا يسهم في زيادته أو نقصان انغماسها بالكامل مع المهمة التي تنجزها أو يسهم في تحسين استمتاعها بالمهمة أو يبعدها عن التشقت، ويتفق ذلك مع ما أشارت له نظرية التحليل النفسي فنزعات الهوى لا تؤدي دوراً في التدفق النفسي، كما يتفق ذلك مع النظرية السلوكية التي ترى أن التدفق النفسي عملية متعلمة من خلال البيئة التي يعيش فيها الفرد، كما يتفق مع نظرية الجشتالتي التي رأت أن الإنسان ينظر إلى حياته نظرة كلية، وبناء عليها يحدث له التدفق النفسي. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Abu Asa'd (2016).

عرض النتائج للسؤال الرابع ومناقشته: هل هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($0.05 <$) بين الرضا الحياتي والتدفق النفسي لدى طالبات كلية عنيذة؟

للإجابة عن السؤال تم استخدام معامل ارتباط بيرسون للتعرف على طبيعة العلاقة بين الرضا الحياتي والتدفق النفسي، والجدول (7) يبين النتائج.

جدول (7): معامل الارتباط بين الرضا الحياتي والتدفق النفسي لدى طالبات في كلية عنيذة

معامل الارتباط	المقارنة بين الذات والآخرين	المقارنة بين الماضي والحاضر والمستقبل	المقارنة بين المعايير الاجتماعية والاقتصادية الكلية	الدرجة الكلية
التدفق النفسي	**0.65	**0.55	**0.71	**0.72

يتبين من الجدول (7) وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين الرضا الحياتي وأبعاده وبين التدفق النفسي، حيث بلغ معامل الارتباط للدرجة الكلية (0.72)، وهو معامل ارتباط إيجابي دال عند مستوى الدلالة الإحصائية (0.01)، مما يظهر أنه كلما زاد الرضا الحياتي وأبعاده لدى الطالبات بغض النظر عن كونهن متزوجات أو غير متزوجات، تحسن لديهن امتلاك التدفق النفسي.

إن كلا من المتغيرين: الرضا الحياتي وأبعاده والتدفق النفسي تقع ضمن علم النفس الإيجابي الذي يعد من أحدث المتغيرات في الإرشاد النفسي، وبناء عليه فقد ظهرت العلاقة الإيجابية بين المتغيرين.

وتتفق نتائج الدراسة الحالية جزئياً مع نتائج دراسة سليمان (2003)، ودراسة Wang et al. (2008)، ودراسة الدقوشي (2017)، ودراسة الناصر (2019)، ودراسة الغانم والفلح (2018)، كما تتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة الرويلي (2019)، ونتائج دراسة بخاري (2019).

عرض النتائج للسؤال الخامس ومناقشته: هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الرضا الحياتي لدى طالبات كلية عنيذة يعزى إلى التخصص؟

لخص الفروق بين متوسطات الأداء على الدلالة الإحصائية في مستوى الرضا الحياتي لاختلاف متغير التخصص (الكلية: إنسانية، وهندسية) تم استخدام اختبار (ت) للعينات المستقلة، والجدول (8) يوضح ذلك.

جدول (8): نتائج اختبار (ت) لمتوسطات الرضا الحياتي تبعا لمتغير الكلية (إنسانية وهندسية)

البعد	فئة التخصص	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة المتغير (ت)	مستوى الدلالة
المقارنة بين الذات والآخرين	إنسانية	143	2.86	0.94	223	- 9.24	0.00
	هندسية	82	4.14	1.03			
المقارنة بين الماضي والحاضر والمستقبل	إنسانية	143	2.99	0.91	223	- 9.83	0.00
	هندسية	82	4.23	0.91			
المقارنة مع المعايير الاجتماعية والاقتصادية	إنسانية	143	2.84	1.05	223	- 8.93	0.00
	هندسية	82	4.14	1.07			
الدرجة الكلية	إنسانية	143	2.89	0.93	223	- 9.75	0.00
	هندسية	82	4.17	0.97			

يظهر من الجدول (8) وجود فروق بين الطالبات بحسب متغير التخصص في الرضا الحياتي في جميع الأبعاد والدرجة الكلية جاءت لصالح الطالبات في التخصصات الهندسية، حيث بلغت قيمة (ت) للدرجة الكلية (9.75)، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية، مما يشير إلى أن الطالبات في كلية عنيزة ذوات التخصصات الهندسية يتمتعن برضا حياتي أفضل؛ نظرا لكونهن استطعن أن يجمعن بين الدراسة والتخصص الذي يرغبن به، وربما هؤلاء الفتيات يبذلن مجهودا منظما في حياتها الدراسية حاليا، حيث أن مستقبلهن سيكون أفضل غالبا في الجانب المهني.

ويبدو أن الطالبات اللواتي يدرسن في الكليات الهندسية يملن لقضاء وقت بالذاكرة وقد حققن أهدافهن نظرا لمعدلاتهن الأعلى، ويستمتعن بالدراسة بشكل أكثر، وهذا انعكس على رضاهن عن الحياة، كما كان لدى هؤلاء الطالبات رضا حياتي أكبر، نظرا لكونهن يركزن على المهمة ويبذلن جهدا كبيرا بإنجاز المتطلبات الجامعية والنجاح في المساقات التي يدرسنها، وربما يكون ذلك الجهد أكثر مما تبذله الطالبات في الكليات الإنسانية، وهذا مما شكل عاملا ضروريا لدى الفتيات في الكليات الهندسية للحصول على مستوى متقدم من الرضا الحياتي والتدفق النفسي مقارنة مع الطالبات في الكليات الإنسانية.

وتختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة الناصر (2019) التي أظهرت عدم وجود فروق في الرضا الحياتي بحسب التخصص ومع دراسة نجم (2019)، وكذلك نتائج دراسة قوقزة والسعيدين (2019).

عرض النتائج للسؤال السادس ومناقشته: هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التدفق النفسي لدى طالبات كلية عنيزة تعزى إلى التخصص؟

لخص الفروق بين متوسطات الأداء على الدلالة الإحصائية في مستوى التدفق النفسي لاختلاف متغير التخصص: (كليات إنسانية وكليات هندسية) تم استخدام اختبار (ت) للعينات المستقلة، والجدول (9) يوضح ذلك.

جدول (9): نتائج اختبار (ت) لمتوسطات التدفق النفسي تبعا لمتغير الكلية (كليات إنسانية وكليات هندسية)

المقياس	فئة الكلية	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة المتغير (ت)	مستوى الدلالة
التدفق النفسي	إنسانية	143	3.39	1.27	223	- 2.37	0.02
	هندسية	82	3.77	0.92			

يظهر من الجدول (9) وجود فروق بين الطالبات بحسب متغير الكلية في التدفق النفسي في الدرجة الكلية لصالح الطالبات في كلية الهندسة، حيث بلغت قيمة (ت) للدرجة الكلية في الرضا الحياتي (2.37)، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية، مما يشير إلى أن الطالبات في كلية عنيزة في الكليات الهندسية أفضل في

التدفق النفسي من الطالبات في الكليات الإنسانية؛ وربما يعود ذلك إلى اختيار التخصص الذي من الممكن أن يؤدي إلى إيجاد فرصة عمل في المستقبل، وينظر له المجتمع بشكل أفضل، وإلى بذل مجهود كبير في الدراسة يجعل الطالبات ينعمن فيه، وتختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة الحارثي (2020).

الاستنتاجات:

بناء على نتائج الدراسة نستنتج أنه يمكن أن يسهم الرضا الحياتي في تنمية التدفق النفسي والعكس، ويمكن أن ينعكس زيادة الرضا الحياتي والتدفق النفسي لدى الطالبات المتزوجات وغير المتزوجات على سعادتهن الحياتية، كما نستنتج أن الزواج يسهم بصورة أفضل في استقرار الحياة الشخصية للطالبة، وكذلك أن الطالبات اللواتي يدرسن في تخصصات علمية يمتلكن رضا حياتيا وتدققا نفسيا أفضل، مما يشير إلى ضرورة مساعدة الطالبات في الكليات الإنسانية لتحسين حياتهن النفسية.

التوصيات:

- بناء على نتائج الدراسة الحالية فإنه يمكن تقديم التوصيات الآتية:
- العمل على تشجيع الطالبات على الزواج في سن الجامعة؛ لأنه يمكن أن يسهم في تحسين رضاهن الحياتي.
- العمل على تعزيز أفكار الطالبات ذات التخصصات الإنسانية حول أهمية التخصص، وتغيير النشاطات، وزيادة التواجبات عليهن؛ لكي يشعرن أكثر بالرضا الحياتي والتدفق النفسي لدى الطالبات.
- العمل على الاهتمام بالعلاقة الارتباطية الإيجابية بين الرضا الحياتي والتدفق النفسي من خلال برامج إرشادية.
- المقترحات:
- إجراء دراسة حول برنامج إرشادي للطالبات لتحسين الرضا الحياتي والتدفق النفسي لدى عينة من الطالبات المقبلات على الزواج.
- الاستمرار بإجراء الدراسات التربوية المعنية بالتخصصات ومتغير الزواج وعلاقتها ببعض المتغيرات الأخرى كدور البرامج الإرشادية في تحقيق الرضا الحياتي.

المراجع:

- الأعسر، صفاء وكفاي، علاء (2000)، *النكاء الوجداني، القاهرة؛ دار قباء للطباعة والنشر.*
- بخاري، نبيلة (2019)، *التوافق الدراسي في علاقته بالتدفق النفسي والرضا عن الحياة لدى طالبات الدبلوم التربوي بالتخصصات العلمية والأدبية بجامعة جدو، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، 27(3)، 241-272.*
- بني إسماعيل، أحمد (2011)، *الرضا عن الحياة لدى المراهقين وعلاقته بأساليب التنشئة الأسرية والرضا عن الأداء المدرسي وفعالية برنامج تدريبي في تحسين الرضا عن الحياة لديهم (أطروحة دكتوراه)، الجامعة الأردنية، عمان.*
- البهاص، سيد (2010)، *التدفق النفسي والقلق الاجتماعي لدى عينة من المراهقين مستخدمين الإنترنت؛ دراسة سيكومترية - إكلينيكية، ورقة مقدمة إلى المؤتمر السنوي الخامس عشر حول الإرشاد الأسري وتنمية المجتمع نحو آفاق إرشادية رحبة، مركز الإرشاد النفسي، جامعة عين شمس، مصر.*
- الجهني، محمد (2014)، *أنماط التواصل لدى أبناء طلبة المرحلة المتوسطة في المملكة العربية السعودية وعلاقتها بالرضا الحياتي لهم (رسالة ماجستير)، جامعة مؤتة، الأردن.*
- الحارثي، صبحي (2020)، *المعتقدات المعرفية وتوجهات الأهداف وعلاقتها بالتدفق النفسي لدي طلاب الجامعة، مجلة التربية بجامعة الأزهر، 185(1)، 667-711.*

- الحميري، عبده، وزوير، عبدالرحمن (2018)، التنبؤ بالرضا عن الحياة من خلال العوامل الخمسة الكبرى للشخصية لدى طلبة الجامعة، *مجلة الآداب بجامعة ذمار*، 6، 187-155.
- الدقوشي، حليلة (2017)، التفاؤل والتشاؤم وعلاقتها بالرضا عن الحياة لدى عينة من طلبة جامعة عمر المختار البيضاء، *مجلة العلوم والدراسات الإنسانية*، 36، 1-16.
- الدواش، فؤاد (2020)، النموذج المنظم لعلاقة خواء المعنى والرضا الحياتي والكمالية التكيفية لدى طلاب الجامعة، *مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية*، 14(6)، 339-402.
- رضوان، شعبان، وهريدي، عادل (2001)، العلاقة بين المساندة الاجتماعية وكل من مظاهر الاكتئاب وتقدير الذات والرضا عن الحياة، *مجلة علم النفس*، 58(15)، 72-105.
- الرويلي، النشمي (2019)، اليقظة العقلية والمرونة والتدفق النفسي لدى المرشدين الطلابيين في محافظة طريف بالمملكة العربية السعودية: دراسة مقارنة بين المرشدين الجدد والقدامى، *مجلة العلوم التربوية والنفسية*، 3(7)، 114-130.
- سليمان، عادل (2003)، الرضا عن الحياة وعلاقته بتقدير الذات لدى مديري المدارس الحكومية ومديراتها في مديريات محافظات فلسطين الشمالية (رسالة ماجستير)، جامعة النجاح الوطنية، نابلس.
- الشناوي، محمد (2001)، *التنشئة الاجتماعية للطفل*، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- صديق، محمد (2009)، التدفق وعلاقته ببعض العوامل النفسية لدى طلاب الجامعة، *دراسات نفسية*، 19(2)، 313-357.
- عبد المطلب، السيد (2019)، الأفكار العقلانية الأكاديمية وعلاقتها بكل من الاندماج المعرفي والرضا عن الحياة الدراسية لدى طلبة كلية التربية، *المجلة التربوية بجامعة سوهاج*، 68، 455-504.
- عبد المهدي، أسماء (2019)، التدفق النفسي وعلاقته بالتكؤ الأكاديمي واليقظة العقلية لدى الطالبات بكلية التربية بالوادي الجديد، *مجلة الطفولة والتربية*، 11(40)، 333-391.
- عبده، إبراهيم (2016)، التدفق النفسي وعلاقته بالعوامل الكبرى الخمسة للشخصية، *المجلة الدولية للعلوم التربوية والنفسية*، 1، 223-277.
- عيسى، جابر، ورشوان، ربيع (2006)، الذكاء الوجداني وتأثيره على التوافق والرضا عن الحياة والإنجاز الأكاديمي لدى الأطفال، *دراسات تربوية واجتماعية*، 4(4)، 35-130.
- الغانم، سعود والفلاح، عبد الرحمن (2018)، الاتجاهات الدينية وعلاقتها بالسعادة والأمل والتفاؤل والرضا عن الحياة وحب الحياة لدى طلبة جامعة الكويت، *مجلة العلوم التربوية والنفسية*، 19(4)، 109-139.
- المنجري، حسن (2000)، التغيرات الاجتماعية في محافظة الوادي الجديد وعلاقتها بالتدفق النفسي في مرحلة ما قبل مشروع توشكي، *مجلة كلية التربية بجامعة اسيوط*، 16(1).
- القرالة، عبد الناصر (2020)، التنبؤ بالتدفق النفسي في ضوء أبعاد التمكين النفسي لدى طلبة الصف الثاني الثانوي في محافظة الكرك، *مجلة جامعة الحسين بن طلال للبحوث*، 6(1)، 193-209.
- القريطي، عبد المطلب (2003)، *في الصحة النفسية* (ط2)، القاهرة: دار الفكر العربي.
- قوقزة، صالح والسعيدين، محمد (2019)، الرضا عن الحياة لدى طلبة كلية علوم الرياضة في جامعة مؤتة، *مؤتة للبحوث والدراسات*، 34(2)، 161-180.
- المحادين، رائدة (2014)، فعالية برنامج إرشادي جمعي ديني في تنمية التسامح والتدفق لدى طالبات الصف العاشر في محافظة الكرك "سورة يوسف نموذجاً" (رسالة ماجستير)، جامعة مؤتة، الكرك.
- الموسوي، عبد العزيز (2016)، التدفق النفسي على وفق التفكير الإيجابي لدى طلبة الجامعة، *مجلة كلية التربية للبنات للعلوم الإنسانية*، 10(18)، 49-92.
- الناصر، نورة (2019)، الذكاء الاجتماعي وعلاقته بالرضا عن الحياة لدى طلبة جامعة الملك سعود في ضوء بعض المتغيرات، *مجلة القراءه والمعرفة*، 211، 225-256.

نجم، أمل (2019)، التفاضل والتشاؤم وعلاقته بالرضا عن الحياة لدى الشباب الجامعي: دراسة ميدانية على عينة من طلبة الجامعة الإسلامية بغزة، *المجلة التربوية*، 132 (33)، 265-300.

- Abu Asa'd, A. A. E. (2016). Level of psychological flow and its relationship with psychological flexibility among Mu'tah University students in Al-Karak Governorate/South Jordan. *Research on Humanities and Social Sciences*, 6(6), 100-108.
- Ayyash-Abdo, H., & Alamuddin, R. (2007). Predictors of subjective well-being among college youth in Lebanon. *The Journal of Social Psychology*, 147(3), 265-284.
- Chiang, L. M. (2010). *The development of a leisure and life satisfaction scale for outpatient (LLSSOP) leisure activity programs in Iowa* (Doctoral dissertation). University of Northern Iowa, Cedar Falls, Iowa.
- Chin-Sheng, W., & Chiou, W. B. (2007). The motivations of adolescents who are addicted to online games: A cognitive perspective. *Adolescence*, 42(165), 179.
- Diener, E. (2000). Subjective well-being: The science of happiness and a proposal for a national index. *American Psychologist*, 55(1), 34.
- Diener, E., & Ryan, K. (2009). Subjective well-being: A general overview. *South African Journal of Psychology*, 39(4), 391-406.
- Easterlin, R. A. (2001). Life cycle welfare: Evidence and conjecture. *The Journal of Socio-Economics*, 30(1), 31-61.
- Gilman, R., Ashby, J. S., Sverko, D., Florell, D., & Varjas, K. (2005). The relationship between perfectionism and multidimensional life satisfaction among Croatian and American youth. *Personality and Individual Differences*, 39(1), 155-166.
- Jackson, S. A., & Marsh, H. W. (1996). Development and validation of a scale to measure optimal experience: The flow state scale. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 18(1), 17-35.
- King, J. J. (2005). *Gender ideology: Impact on dual-career couples' role strain, marital satisfaction, and life satisfaction* (Doctoral dissertation). Texas A&M University, College Station, Texas.
- Kwan, Y. K. (2010). Life satisfaction and self-assessed health among adolescents in Hong Kong. *Journal of Happiness Studies*, 11(3), 383-393.
- Normal, D. (1996). Optimal flow. *Arts Education Policy Review*, 97(4), 35-38.
- Proctor, C. Linley, P & Maltby, J. (2008). Youth life satisfaction: Review of the literature. *Journal of Happiness Studies*, 10(8)902-922.
- Suldo, S. M., & Huebner, E. S. (2006). Is extremely high life satisfaction during adolescence advantageous? *Social Indicators Research*, 78(2), 179-203.

- Treistman, D. (2004). *Work-family conflict and life satisfaction in female graduate students: Testing mediating and moderating hypotheses* (Doctoral dissertation). University of Maryland, Maryland.
- Veenhoven, R. (2001). *What we know about happiness*. Paper presented at the dialogue on Gross National Happiness, 14-15 January, Woudschoten, Zeist, The Netherlands.
- Wang, E. S. T., Chen, L. S. L., Lin, J. Y. C., & Wang, M. C. H. (2008). The relationship between leisure satisfaction and life satisfaction of adolescents concerning online games. *Adolescence*, 43(169), 177-84
- Zullig, K. J., Valois, R. F., Huebner, E. S., & Drane, J. W. (2005). Associations among family structure, demographics, and adolescent perceived life satisfaction. *Journal of Child and Family Studies*, 14(2), 195-206.

Arabic References in Roman Scripts:

- Abdel Muttalib, El-Sayed (2019). Al'afkar aleaqlaniat al'akadimiat waealaqatuha bikulin min alaindimaj almaerifii walrida ean alhayaat aldirasiat ladaa talbat kuliyat altarbiati, *Almajalat Altarbawiat Bijamieat Suhaj*, 68, 455-504.
- Abdo, Ibrahim (2016). Altadafuq alnafsiu waealaqatuh bialeawamil alkubraa alkhamsat lilshakhsiati, *Almajalat Aldawliat Lileulum Altarbawiat Walnafsiati*, 1, 223-277.
- Abdul-Mahdi, Asma (2019). Altadafuq alnafsiu waealaqatuh bialtalakuw al'akadimii walyaqazat aleaqliat ladaa altaalibat bikuliyat altarbiat bialwadi aljadidi, *Majalat Altufulat Waltarbiati*, 11(40), 333-391.
- Al-Assar, Safaa wa Kafafi, Alaa (2000). *Aldhaka' alwiijdani*, Alqahirata: Dar Qaba' Liltibaeat Walnashri.
- Al-Bahas, Syed (2010). *Altadafuq alnafsiu walqalaq alaijtimaieiu ladaa eayinat min almurahiqaqin mustakhdimi al'iintirnta: Dirasat sikumitriat - 'iiklinikiatan*, Waraaqat muqadimat 'iilaa almutamar alsanawii alkhamis eashar hawl Al'iirshad Al'usarii Watanmiat Almujtamae Nahw Afaq 'Iirshadiat Rahbata, Markiz Al'iirshad Alnafsi, Jamieat Eayn Shams, Misr.
- Al-Daqoushi, Halima (2017). Altafawul waltashawum waealaqatuhuma bialrida ean alhayaat ladaa eayinat min talabat Jamieat Omar Almuhtar Albayda', *Majalat Aleulum Waldirasat Al'iinsaniati*, 36, 1-16.
- Al-Dawash, Fouad (2020). Alnamudhaj almunazam liealaqat khiwa' almaenaa walrida alhayatii walkamaliat altakayufiat ladaa tulaab aljamieati, *Majalat Jamieat Alfayuwum Lileulum Altarbawiat Walnafsiati*, 14(6), 339-402.

- Al-Fangari, Hasan (2000). *Altaghayurat alaijtimaeiat fi muhafazat alwadi aljadid waealaqatiha bialtadafuq alnafsii fi marhalat ma qabl mashru'e tushki*, *Majalat Kuliyyat Altarbiat Bijamieat Asyut*, 16(1).
- Al-Ghanim, Saud wa Al-Falah, Abdul Rahman (2018). *Aliatijahat aldiyniat waealaqatuha bialsaeadat wal'amal waltafawul walrida ean alhayat wahubu alhayaat ladaa talabat Jamieat Alkuayta*, *Majalat Aleulum Altarbawiat Walnafsati*, 19(4), 109-139.
- Al-Harthy, Sobhi (2020). *Almuetaqadat almaerifiat watawajuhāt al'ahdaf waealaqatuhuma bialtadafuq alnafsii ladaya tulaab aljamieati*, *Majalat Altarbiat Bijamieat Alaizhr*, 185(1), 667-711.
- Al-Humairi, Abdo, wa Zuwer, Abdul Rahman (2018). *Altanabuw bialrida ean alhayaat min khilal aleawamil alkhamsat alkuabraa lilshakhsiat ladaa talabat aljamieati*, *Majalat Aladab Bijamieat Dhimar*, 6, 155-187.
- Al-Juhani, Muhammad (2014). *'Anmat altawasul ladaa aba' talabat almarhalat almutawasitat fi Almamlakat Alearabiat Alsa'udiya waealaqatiha bialrida alhayaatii lahum* (Risalat majistir), *Jamieat Mutata*, Al'urdunn.
- Al-Mahadin, Raeda (2014). *Faeaaliat barnamaj 'iirshadiin jameiun diniun fi tanmiat altasamuh waltadafuq ladaa talbaant alsafi aleashir fi Muhafazat Alkark "Surat Yusif anmwdhjaan"* (Risalat majistir), *Jamieat Mutata*, Alkarka.
- Al-Moussawi, Abdulaziz (2016). *Altadafuq alnafsii ealaa wifq altafkir al'iijabii ladaa talabat aljamieati*, *Majalat Kuliyyat Altarbiat Lilbanat Lileulum Al'iisaniati*, 10(18), 49-92.
- Al-Nasser, Noura (2019). *Aldhaka' aliajtimaeiu waealaqatuh bialrida ean alhayaat ladaa talabat jamieat almalik sueud fi daw' baed almutaghayirati*, *Majalat Alqira'at Walmaerifati*, 211, 225-256.
- Al-Qarala, Abdel-Nasser (2020). *Altanabuw bialtadafuq alnafsii fi daw' 'abeed altamkin alnafsii ladaa talabat alsafi althaani althaanawii fi Muhafazat Alkarka*, *Majalat Jamieat Alhusayn bin Talal Lilbuhuth*, 6(1), 193-209.
- Al-Quraiti, Abdel-Muttalib (2003). *Fi alsihat alnafsia* (Taba'a 2), Alqahirata: Dar Alfikr Alearabii.
- Al-Ruwaili, Al-Nashmi (2019). *Alyaqazat aleaqliat walmurunāt waltadafuq alnafsii ladaa almurshidin altulaabiin fi muhafazat tarif bialmamlakat alearabiat alsueudiati: Dirasat muqaranat bayn almurshidin aljudud walqudamaa*, *Majalat Aleulum Altarbawiat Walnafsati*, 3(7), 114-130.
- Al-Shennawi, Muhammad (2001). *Altanshiat aliajtimaeiat liltifli*, Amman: Dar Safa' Lilnashr Waltawziei.
- Bani Ismail, Ahmed (2011). *Alrida ean alhayaat ladaa almurahiqin waealaqatih bi'asalib altanshiat al'usariat walrida ean al'ada' almadrasii wafaeiliat barnamaj tadriibin fi tahsin alrida ean alhayaat ladayhim* ('Utaruhāt dukturah), *Aljamieat Al'urduniyatu*, Amman.

- Bukhari, Nabila (2019). Altawafuq aldirasiu fi ealaqatih bialtadafuq alnafsii walrida ean alhayaat ladaa talibat aldiblum altarbawii bialtakhasusat aleilmiat wal'adabiat bijamieat ijdat, *Majalat Jamieat Almalik Eabd Aleaziza*, 27(3), 241-272.
- Issa, Jaber, Wa Rashwan, Rabie (2006). Aldhaka' alwijdaniu watathiruh ealaa altawafuq walrida ean alhayat wal'iinjaz al'akadimii ladaa al'atfali, *Dirasat Tarbawiat Wajtimaediatun*, (4), 35-130.
- Najm, Amal (2019). Altawafuwul waltashawum waealaqatuh bialrida ean alhayaat ladaa alshabab aljamieii: Dirasat maydaniat ealaa eayinat min talabat *Aljamieat Aliislamiat bi Ghaza, Almajalat Altarbawiat*, 132(33), 265-300.
- Quqazah, Saleh wa Al-Saeedin, Muhammad (2019). Alrida ean alhayaat ladaa talbat kuliyat eulum alriyadat fi Jamieat Mutata, *Mutatan Lilbuhuth Waldirasati*, 34(2), 161-180.
- Radwan, Shaban wa Haridi, Adel (2001). Alealaqat bayn almusanadat aliaijtimaieiat wakulin min mazahir alaiktiaab wataqdir aldhaat walrida ean alhayati, *Majalat Eilm Alnafs*, 58(15), 72-105.
- Siddiq, Muhammad (2009). Altadafuq waealaqatuh bibaed aleawamil alnafsiat ladaa tulaab aljamieati, *Dirasat Nafsiat*, 19(2), 313-357.
- Suleiman, Adel (2003). *Alrida ean alhayaat waealaqatih bitaqdir aldhaat ladaa mudiri almadaris alhukumiat wamudiratiha fi mudiriat muhafazat filastin alshamalia* (Risalat majistir), Jamieat Alnajah Alwataniani, Nabuls.



أثر استراتيجيات التسعير في زيادة الحصة السوقية - دراسة ميدانية في مصنع إسمنت عمران

الاستلام: 27/فبراير/2021
التحكيم: 10/مارس/2021
القبول: 17/أبريل/2021

أ.د. عبده أحمد علي العامري⁽¹⁾
أ. أكرم عبده علي الحكيمي²

© 2021 University of Science and Technology, Yemen. This article can be distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution License](#), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.

© 2021 جامعة العلوم والتكنولوجيا، اليمن. يمكن إعادة استخدام المادة المنشورة حسب رخصة مؤسسة المشاع الإبداعي شريطة الاستشهاد بالمؤلف والمجلة.

¹ أستاذ إدارة الأعمال المشارك، جامعة العلوم والتكنولوجيا، اليمن
² باحث في مجال العلوم الإدارية، جامعة العلوم والتكنولوجيا، اليمن
* عنوان المراسلة: alamri-70@hotmail.com

أثر استراتيجيات التسعير في زيادة الحصة السوقية - دراسة ميدانية في مصنع إسمنت عمران

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد أثر استراتيجيات التسعير في زيادة الحصة السوقية في مصنع إسمنت عمران، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتم تطوير الأداة "استمارة استبانة" لجمع البيانات، وكان مجتمع الدراسة من العاملين في الإدارات العليا والوسطى والتنفيذية بمصنع إسمنت عمران، وقد بلغ عددهم (110)، وتم استخدام طريقة الحصر الشامل للمجتمع، وتم استرجاع (107) استبانة منها (105) صالحة للتحليل الإحصائي، وبعد إجراء التحليلات الإحصائية المناسبة باستخدام الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: وجود أثر إيجابي له دلالة إحصائية لاستراتيجيات التسعير في زيادة الحصة السوقية، كما أظهرت النتائج أن مصنع إسمنت عمران يطبق استراتيجيات التسعير بدرجة مرتفعة، وأن مستوى الحصة السوقية في مصنع إسمنت عمران مرتفعة من وجهة نظر أفراد العينة، وخرجت الدراسة بتوصيات متعددة أهمها: ضرورة تعزيز اهتمام الإدارة في المصنع باستراتيجية التسعير وذلك لأهميتها الفعالة في زيادة الحصة السوقية.

الكلمات المفتاحية: استراتيجيات التسعير، الحصة السوقية، مصنع إسمنت عمران.

The Impact of Pricing Strategies on Increasing the Market Share: A Field Study in Amran Cement Factory

Abstract:

This study aimed to determine the Impact of pricing strategies on increasing the market share in Amran Cement Factory (ACF). The descriptive analytical approach was adopted; and a questionnaire was developed for collecting the data. The study population was the members of the senior, middle, and executive management at ACF with a total number of (110) employees. The complete consensus method was used, and a total of (107) questionnaires were returned; however, 105 were valid for analysis using SPSS. The study results showed that there is a positive statistically significant effect of pricing strategies on increasing the market share of ACF. Results also revealed that the factory applies a high degree of pricing strategies, and the market share of ACF is high. The study recommends enhancing pricing strategies at ACF for its importance in increasing the market share.

Keywords: pricing strategies, market share, Amran Cement Factory.

المقدمة:

تمثل الحصة السوقية إحدى المؤشرات المهمة والفاعلة للمنظمات، إذ أن المنظمات بصورة عامة تسعى إلى المحافظة على حصتها في السوق، فضلاً عن زيادتها عن طريق تقديم المنتجات المناسبة من حيث الجودة والسعر وبقنوات تسويقية متنوعة وتطوير أنشطتها وفعاليتها بما يتناسب مع حاجات السوق وتوقعات الزبائن، وعلى الرغم من عدم وجود مقاييس مثالية شائعة يمكن استخدامها في قياس الأداء التسويقي على نحو شامل، واختلاف هذه المقاييس من منظمة لأخرى بحسب طبيعة عملها وحجمها وأهميتها النسبية، فإنه يمكن القول: أن الحصة السوقية تمثل أحد المؤشرات المهمة والفاعلة التي تعزز المركز التنافسي للمنظمة على المنظمات المنافسة (عمر، محمد، وعلي، 2015).

ويعد السعر من أهم عناصر المزيج التسويقي الذي يدر العوائد على المنظمة، حيث إنه يأخذ العديد من الأشكال والاستراتيجيات بما يتوافق مع أهداف المنظمة وطبيعة منتجاتها والأسواق التي تعمل بها (الطائي، الصميدعي، العلاق، والقرم، 2006).

ويؤدي خطأ المنظمات في تسعير المنتجات إلى التضحية بالعديد من العملاء المحتملين لشراء هذه المنتجات، وهذا بدوره سيؤثر بالضرورة سلباً على الحصة السوقية للمنظمة، وبالتالي يؤثر على تحقيق مستوى الربحية المستهدف، بالإضافة إلى ذلك فإن أهمية الأسعار تستمد من علاقتها المباشرة مع المبيعات والتكاليف والأرباح، ودورها في تعزيز قوى المنافسة وتحقيق التفوق التنافسي على المنظمات من خلال زيادة عدد العملاء (الخيز، 2009).

ومن أجل أن تحقق المنظمات النجاح، يتعين عليها القيام بتحديد العوامل التي تؤثر على ربحيتها، وأن تعتمد على هذه العوامل في تحديد أهدافها، وتعتبر الحصة السوقية واحداً من أهم العوامل التي تسعى إليها العديد من المنظمات دائماً لتحقيق الربحية، ويستند النهج المميز للسياسات التجارية إلى الأهداف والاستراتيجيات الموضوعية من أجل أداء أفضل يؤدي بدوره إلى المزيد من الأرباح (سليمان، 2017).

وتعتبر المؤسسات الصناعية العمود الفقري للتنمية الاقتصادية في العصر الحديث، فهي النشاط الإنتاجي القادر على تحقيق نقلة نوعية في مسار التطور الاقتصادي والاجتماعي، حيث لا يوجد خلاف على أهمية وأولوية الاعتماد على التصنيع في عملية التنمية الشاملة، ولكن بالمقابل نجد أن العديد من هذه المؤسسات تجد صعوبة في المحافظة على حصتها السوقية، بسبب حدة المنافسة واتساع نطاقها، والسبب في ذلك يعود غالباً إلى أخطاء في عملية التسعير؛ ذلك أن المؤسسات بشكل عام لا تأخذ بعين الاعتبار العوامل المؤثرة في زيادة الحصة السوقية، أو تنتهج استراتيجيات تسعيرية في عملية التسعير قائمة على الفهم الصحيح للمناهج العلمية في هذا المجال.

ويعمل مصنع إسمنت عمران ضمن إحدى القطاعات الاقتصادية المهمة في اليمن، وهذا القطاع يعد من أعمدة الاقتصاد اليمني، وهو قطاع صناعة الإسمنت، ويتمثل طبيعة نشاط مصنع إسمنت عمران في تقديم منتج الإسمنت، ويتميز منتج المصنع بالجودة العالية في السوق، ونتيجة للمنافسة الحادة لمصنع إسمنت عمران سواءً من المصانع المحلية أو من المنتجات المستوردة، بالإضافة إلى التطورات التقنية المتسارعة في أساليب الإنتاج، توجب على المصنع مواكبة التطورات المتسارعة، وكذا مواجهة المنافسة من خلال اتباع استراتيجيات تسعير مناسبة، وتلبية احتياجات ومتطلبات العميل، وتحقيق ميزة تنافسية.

مفهوم الحصة السوقية :

الحصة السوقية هي مفهوم مكون من كلمتين هما الحصة والسوق، فالحصة هي النصيب، أو المقدار الذي يحصل عليه الفرد من قسمة شيء ما، أما السوق فهو المكان الذي يتم فيه بيع وتداول السلع والمنتجات بين الأفراد، وبالتالي يمكن تعريف الحصة السوقية بأنها مصطلح يشير إلى قوة المنظمة ومدى تأثيرها وحجم مشاريعها التي تنفذها مقارنة بالمنافسين الآخرين، وهي تعبر عن مقدار مبيعات المنظمة بالنسبة إلى إجمالي المبيعات لجميع المنظمات التي تعمل في نفس المجال (باقر، 2019).

كما تعرف الحصة السوقية بأنها: نسبة مبيعات العلامة التجارية إلى إجمالي مبيعات العلامات التجارية للمنافسين، أو نسبة مبيعات شركة ما إلى إجمالي مبيعات كافة المنظمات التي تعمل في القطاع الصناعي ذاته وكلما زادت هذه النسبة زادت حصة المنظمة (طاطة، 2009).

وتعرف أيضا الحصة السوقية بأنها: "نسبة المبيعات مقارنة مع مجموع المبيعات الكلية للمنظمة وللمنافسيها المباشرين" (أوديجه، 2008، 45).

كما أن الحصة السوقية تعتبر من المؤشرات المهمة لمنظمات الأعمال؛ إذ أنها تعبر عن مدى كفاءة أنشطتها التسويقية التي ينعكس أثرها على حجم مبيعاتها في السوق مقارنة بالمبيعات الكلية للصناعة في ذلك السوق (الزعيبي، 2005).

وتعرف الحصة السوقية من المنظور التسويقي بأنها: مجموعة من الأفراد أو المنظمات الذين تتوفر لديهم الحاجة لمنتجات معينة، ولديهم القدرة والاستعداد والسلطة لشراء مثل هذه المنتجات (المشترين) التي يقوم بعرضها مجموعة أخرى من الأفراد والمنظمات (المنتجون، البائعون) (عزام، 2009).

وعرفت الحصة السوقية بأنها: عبارة عن حجم نشاط المنظمة في الصناعة الواحدة التي تعمل بها قياسا بالمنافسين الآخرين، وبالتالي فهي مؤشر لمدى القوة التأثيرية التي تمتلكها المنظمة (البكري، 2008).

بناء على ما سبق يمكن تعريف الحصة السوقية بأنها إجمالي مقدار ما تمتلكه المنظمات من عملاء، وكذلك حجم مبيعاتها مقارنة بالمنافسين، وهي مؤشر على قوة تفوق المنظمة على منافسيها.

أهمية الحصة السوقية:

تعتبر الحصة السوقية من أهم المؤشرات التي تعزز المركز التنافسي للمنظمة، حيث إن جميع المنظمات تعمل على زيادتها حصتها السوقية وإلى الهيمنة على السوق؛ لأن جميع المنظمات تسعى إلى المحافظة على حصتها في السوق، من خلال السياسة السعرية وتقديم منتجات وخدمات ذات جودة وكفاءة عالية من خلال تطوير وتحسين أنشطتها الإنتاجية والخدمية والتسويقية من أجل الوصول إلى تحقيق الحصة السوقية المستهدفة (الصميدعي، جاسم، وردينة، 2001).

وتعد الحصة السوقية إحدى المزايا التي تسعى المنظمة جاهداً إلى تحقيقها، فقد تبحث المنظمة عن حصتها في السوق عن طريق السيطرة على منتج أو مجموعة أصناف من المنتجات، أو السيطرة على خدمة أو مجموعة خدمات تنفرد بها، وقد تندمج الشركة مع شركات أخرى منافسة للحصول على الحصة السوقية، كما أن هناك شركات تحصل على حصتها في السوق عن طريق علامتها التجارية (الكبيسي، 2012).

والجدير بالذكر، أن سر نجاح مؤسسات الأعمال اليابانية وتفوقها على المؤسسات الأمريكية والأوروبية في الأسواق الدولية يكمن في إدراكها لأهمية الحصة السوقية وتأثيرها الإيجابي على معدل العائد على رأس المال المستثمر، وذلك من خلال مضاعفة حجم إنتاجها واستفادتها من ظاهرة منحني الخبرة في تخفيض أسعار بيع منتجاتها في الأسواق الدولية بغرض زيادتها حصتها السوقية (أبو أمين، 2014).

بناء على ما سبق يمكن القول إن إدراك المنظمات لأهمية الحصة السوقية باعتبارها من المؤشرات المهمة التي تعزز المركز التنافسي للمنظمة، يجعلها تراجع سياساتها السعرية، وجوده منتجاتها وكفاءتها، والمزايا التي تقدمها؛ لأنها الأساس في كسب ولاء العميل تجاه منتجاتها بما ينعكس على حصتها السوقية.

أهداف الرخصة السوقية :

يعد وضع أهداف الرخصة السوقية القضية الاستراتيجية الرئيسية للإدارة العليا، وتعتمد هذه الأهداف على عدد من العوامل تتضمن: قوة المنافسة، والموارد المتاحة (المالية والإدارية)، والوعي الإداري؛ لكسب فرصة موجوده للحصول على نتائج مستقبلية (العائد على الاستثمار وعوائد الربحية والرخصة السوقية الكبيرة) (أبو أمين، 2014)، وفيما يلي بعض الأهداف للرخصة السوقية (عمر وآخرون، 2015) :

1. أن هدف الرخصة السوقية هو التمييز بين التغييرات في المبيعات التي تنتج عن تصرفات المنظمة وتلك التغييرات التي تنشأ عن التطورات في العوامل البيئية الخارجية، مثل التطورات في البنية الاقتصادية.
2. يمثل هدف الرخصة السوقية مقياسا عادلا ومعقولا؛ إذ أنه يقارن مبيعات المنظمة مع إجمالي مبيعات كافة المنظمات المنافسة بدلا من مقارنتها مع مبيعات بعض المنظمات المنافسة للمنظمات القيادية.
3. مقارنة بكل من مقياس الربح والمبيعات فإن مستوى الرخصة السوقية يعد أكثر ملائمة لإظهار كفاءة المدراء في الوحدات التسويقية؛ إذ أنه يستبعد تأثير العوامل الطارئة في السوق التي لا يمتلك المدير السيطرة عليها ومثال ذلك التغيير في هيكل الصناعة.

عناصر الرخصة السوقية :

للرخصة السوقية العديد من العناصر، وقد اكتفى الباحثان بذكر العناصر التي أخذت كأبعاد لهذه الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

1. رضا العملاء :

يرى المصطفى (2013) أن الرضا لدى العميل هو إدراك العميل لمستوى تلبية مطالبه وحاجاته مقارنة بما قدمه من تضحيات (مال، وجهد، ووقت)، ويجري ذلك بمقارنة النتائج أو المنافع المتوقعة من استخدام السلعة أو الخدمة بالنتائج أو المنافع المجربة التي يختبرها العميل عند السلعة أو الخدمة شراء أو استهلاكها، وهو إحساس الفرد الناتج عن المقارنة بين أداء الخدمة كما يدركها العميل وبين توقعات العميل؛ وهذا يعني أن رضا العميل هو مؤشر للفرق بين الأداء والتوقعات، وأن رضا العميل يمثل البهجة التي يشعر بها عندما يحقق الإشباع المطلوب والمتوقع الحصول عليه من منفعة السلعة، وأن هذا الرضا يتكون من خلال مقارنة ما يتوقع العميل الحصول عليه، وما يحصل عليه فعلا (بلحسن، 2012).

كما أن الرضا يمثل استجابة عاطفية للتجارب التي قام بها العميل، وترتبط بالمنتجات أو الخدمات التي قام بشراؤها، وأن الاستجابة العاطفية تمثل رد فعل العميل الناجمة عن عملية التقييم والإدراك المعرفية مع ما كان يعتقد بأنه سوف يحصل عليه (شبلوي، 2018).

ويمكن تعريف رضا العميل: بأنه الشعور المتولد لدى العميل نتيجة لتطابق توقعاته لمواصفات المنتج مع المواصفات الفعلية.

2. المبيعات :

والمقصود بالمبيعات الكميات التي تباعها المؤسسة خلال فترة زمنية محددة، ويمثل حجم المبيعات مقياسا لنجاح المنظمات، وزيادة حصتها السوقية، ويمكن تعريف المبيعات بأنها: منتجات تقدمها الشركة والجهات التمويلية وغيرها من منتجات أو خدمات يقوم قسم المبيعات ببيعها للجهات المستفيدة (عبيدات، الضمور، وحداد، 2001)، كما تعرف المبيعات بأنها: "السلعة أو الخدمة التي يتم تبادلها مقابل تقديم المال فورا، أو من خلال سند مالي، وهذا السند يكون فاتورة أو عقدا أو أي شيء آخر" (عثمان، 2017، 36).

مفهوم السعر والتسعير:

يعرف السعر بأنه: انعكاس لقيمة الشيء في مدد معينة، والقيمة مسألة مرنة وشخصية: فقد تكون ملموسة مثل النقود والسلع المادية، وقد تكون غير ملموسة مثل الشعور بالفخر عند امتلاك منفعة معينة، وغالبا ما يكون لمنتوج ما أكثر من قيمة بالنسبة لشخصين مختلفين. والقيمة هي المنفعة التي يحصل عليها المستهلك، وهي كذلك مبلغ من المال يدفع مقابل الحصول على منتج معين؛ أي أن القيمة مادية ومعنوية في الوقت نفسه (McCarthy & Perreault, 1990).

كما يعرف السعر بأنه: "تعبير عن القيمة لساعة أو خدمة أو كليهما فيما يتعلق بالبائع أو المشتري" (الجياشي، 2002، 6).

وعُرف السعر بأنه: "كمية النقود اللازمة لمبادلته مع مزيج من صفات السلعة المادية والنفسية والخدمات" (الحاج، ربايعة، الباشا، والخليلي، 1997، 118).

وعرف السعر أيضا بأنه: مبلغ من المال يمثل ثمن السلعة أو الخدمة، وبشكل أوسع فإن السعر يمثل مجموعة القيم التي يحصل عليها المستهلك نتيجة امتلاكه للسلعة أو الخدمة (الخطيب والعواد، 2000).

وعرف السعر أيضا بأنه "القيمة التي يدفعها شخص ما مقابل الاستفاد من المزايا والفوائد التي تمثلها السلعة أو الخدمة موضوع اهتمامه" (عبيدات، 2004، 19).

وتعرف عملية التسعير بأنها قرار تحديد الأسعار الذي يتخذ من خلال عملية إدارية متكاملة، مع مراعاة جملة أمور تتداخل في مفهوم السعر، فالتسعير هو وضع أسعار عالية بما يكفي لتغطية التكاليف والحصول على الأرباح من جانب، وأسعار منخفضة بما يكفي لاجتذاب الزبائن من جانب آخر، والتسعير الأمثل ليس طريقة لتغطية تكاليف واحداث غطاء إيجابي فحسب، بل إنه استراتيجية كبيرة يجب أن تراعي كل الأهداف التسويقية خلال عملية التسويق (البكري، 2005).

وتعرف عملية التسعير بأنها: قرار تحديد السعر المناسب الذي يكون له تأثير على ربحية المنظمة ومن ثم قدرة الشركة على تحقيق أهدافها، مع ضرورة مراعاة احتياجات ورغبات المستهلك، والسعر الذي يكون المستهلك على استعداد لدفعه للسلعة والذي يتفق مع قيمتها في نظره (الصحن، 2005).

وبناء على ما سبق يمكن تعريف السعر بأنه: عبارة عن المبالغ المالية التي يدفعها الفرد مقابل اقتنائه للسلعة والخدمة، والاستفاد من مزاياها.

كما يمكن القول بأن عملية التسعير تعني القرارات والإجراءات التي يتم اتخاذها من قبل المنظمة من أجل تحديد السعر المناسب الذي يضمن تحقيق أهداف المنظمة، ويراعي قدره ورغبات الأفراد المستهلكين.

أهداف التسعير:

تقوم المنظمة بتحديد هدف أو أكثر لقراراتها التسعيرية وفقا لأهدافها العامة والتي تشتق منها أهداف التسويق، وبالتالي أهداف التسعير بما يساعد على تحديد معالم النتائج الأولية لقرار السعر وتقييم هذه النتائج مقارنة بالهدف المحدد مسبقا. وتصنف أهداف التسعير إلى الآتي (العلاق والعبدي، 1999):

أولا: الأهداف المتعلقة بالربح: وأهم تلك الأهداف:

1. تغطية التكاليف التي يتم إنفاقها على توفير المنتج وإتاحته للمستهلك.
2. تحقيق أهداف أصحاب رؤوس الأموال من عملية الاستثمار.
3. تحقيق عائد مناسب من الأموال التي تحتاج إليها المنظمة.

ثانياً: الأهداف المتعلقة بالمبيعات؛ وتشمل هذه الأهداف:

1. زيادة كمية الوحدات المباعة؛ بمعنى تحقيق أقصى إيراد من المبيعات من خلال أقصى حجم من المبيعات.
2. زيادة القيمة النقدية للوحدات المباعة؛ ويكون التركيز ضمن هذا الأسلوب على زيادة الإيرادات المتحققة من المبيعات، ولكن على عكس الأسلوب الأول فإن التركيز يكون على زيادة القيمة النقدية المتحققة من هذه المبيعات برفع السعر لخلق انطباع مميز عن السلعة وتوجيهها نحو شريحة سوقية محددة قادرة على دفع أسعار أعلى مقابل الحصول عليها.
3. زيادة الحصة السوقية؛ عندما يزداد الحجم الكلي للمبيعات على مستوى السوق ويدخل منافسون جدد، يجب على المنظمات أن تراقب بعناية نسبة مبيعاتها في السوق حتى تتمكن من البقاء.

ثالثاً: أهداف المحافظة على الوضع الراهن:

يمكن إدراج أكثر من هدف يرجى الوصول إليه ضمن محور الاستمرار والمحافظة على الوضع الراهن وأهم تلك الأهداف (الجياشي، 2002):

1. التوجه نحو المستهلك؛ ويعد هذا الهدف من الأهداف الحيوية؛ كونه يضمن ولاء واستمرار شراء المستهلك لمنتجات المنظمة، وذلك من خلال:
 - مستويات سعر مناسبة للمستهلك.
 - تأكيد سمعة المنظمة بين المستهلكين.
 - خلق قيمة للمستهلك مقابل النقد المدفوع.
2. المحافظة على الحصة السوقية؛ وذلك عندما لا تسمح ظروف البيئة التسويقية بالنمو والتوسع فإن المنظمة تكتفي بالمحافظة على حصتها السوقية.
3. مواجهة المنافسين؛ قد تلجأ المنظمات للحفاظ على وضعها إلى الابتعاد عن مواجهة السعرية مع المنافسين، والاعتماد على المنافسة غير السعرية كالترويق أو تطوير منتجاتها.
4. المحافظة على صورة المنظمة؛ في إطار هذا الهدف تحاول المنظمة الالتزام بالسياسة السعرية التي خلقت لها مكانة مميزة وصوره قوية في القطاعات السوقية المتعامل معها.
5. البقاء؛ يعتبر البقاء في ظل المنافسة الشرسة التي تعرفها الأسواق اليوم هدفاً أساسياً عندما تضع المنظمة سياستها السعرية في تحديد درجة التسعير أحياناً بأسعار التكلفة أو حتى بأسعار تغطي التكلفة المتغيرة فقط، وذلك في الحالات الآتية:
 - المنافسة الحادة.
 - وجود طاقة إنتاجية كبيرة معطلة.
 - اضطراب أوضاع المنظمة نتيجة ظروف اقتصادية طارئة.
 - تغير رغبات وأذواق المستهلكين.

وبناء على ما سبق يمكن القول إن المنظمات تهدف من خلال عملية التسعير إلى تحقيق مجموعة من الأهداف أهمها: تحقيق الربح المناسب، وتحقيق أهداف أصحاب رؤوس الأموال، وزيادة حجم المبيعات، وزيادة الإيرادات المتحققة من المبيعات، وزيادة الحصة السوقية، وإعطاء سعر مناسب للمستهلك، وتعزيز سمعة المنظمة والمحافظة على صورتها الذهنية عند الغير، ومواجهة المنافسين، وكذلك من أجل النمو والبقاء والاستمرار في النشاط.

استراتيجيات التسعير:

توجد مجموعة من الاستراتيجيات يمكن للمنظمات اتباعها في تسعير منتجاتها، ومن أهم هذه الاستراتيجيات الآتي (الخطيب والعواد، 2000):

1) استراتيجيات تسعير المنتجات الجديدة:

تزداد أهمية التسعير بصفة خاصة عند قيام الشركة بتسعير منتجاتها لأول مرة، ويعتمد تسعير المنتجات الجديدة على درجة الحداثة، وتحتوي استراتيجية التسعير الرائدة على الاستراتيجيات الآتية:

أ. استراتيجية كشط السوق (إغراق السوق):

حيث تقوم الشركة بوضع أسعار عالية لمنتجاتها التي تقدمها إلى السوق من أجل كشط العوائد أولاً بأول لتغطية التكاليف، وهنا فإن المنتج يحتوي على خصائص فريدة غير موجوده في المنتجات الأخرى المنافسة، وبعد أن تبدأ المبيعات بالانخفاض تقوم الشركة بتخفيض السعر، وتنجح هذه الاستراتيجية في الظروف الآتية:

- جودة المنتج وصورته الذهنية تدعم السعر العالي.
- وجود عدد كافٍ من المستهلكين يريدون هذا المنتج بهذا السعر.
- المنافسون غير قادرين على دخول السوق بسهولة.

ب. استراتيجية اختراق السوق (التغلغل في السوق):

تقوم بعض الشركات بوضع سعر منخفض من أجل اختراق السوق (التغلغل في السوق) بشكل سريع وعميق، أي من أجل جذب عدد أكبر من المستهلكين بسرعة وكسب حصة سوقية كبيرة، وهنا تستفيد الشركة من وفورات الحجم الكبير للإنتاج الذي يؤدي إلى تخفيض التكاليف للوحدة الواحدة، حيث يؤدي السعر المنخفض إلى زيادة الحصة السوقية وحجم المبيعات، الأمر الذي يتطلب زيادة حجم الإنتاج لمواجهة الطلب، وبالتالي تنخفض تكلفة إنتاج الوحدة الواحدة؛ لأن التكاليف الثابتة تتوزع على عدد أكبر من الوحدات، وبالتالي يمكن للشركة أن تضع أسعاراً منخفضة، وهناك ظروف لنجاح هذه الاستراتيجية وهي:

- يجب أن يكون السوق حساساً للسعر، بحيث يؤدي السعر المنخفض إلى زيادة الكميات المباعة.
- يجب أن تنخفض تكاليف التوزيع والإنتاج نتيجة لزيادة حجم المبيعات
- يجب أن يساعد السعر المنخفض في بقاء المنافسين خارج السوق.

2) استراتيجية التمييز السعري:

حيث تقوم الشركة ببيع السلعة أو الخدمة بسعرين أو أكثر وهذا الاختلاف ليس له علاقة بالتكلفة، ويأخذ التسعير التمييزي أشكالاً متعددة، أهمها:

- التسعير على أساس تقسيم المستهلكين: مثلاً رسوم الطالب الجامعي تكون أقل فيما يخص المواطنين وأعلى للأجانب.
- التسعير على أساس شكل المنتج: حيث تعطى الأشكال المتعددة من المنتج أسعاراً مختلفة اعتماداً على إدراك المستهلك لكل شكل، والاختلاف في السعر ليس له علاقة بالتكلفة، على سبيل المثال فإن تعبئة النوع نفسه والكمية من العطر في زجاجات مختلفة من حيث التصميم وإعطائها أسعاراً مختلفة.
- التسعير على أساس المواقع: حيث يعطى كل موقع سعراً مختلفاً على الرغم من أن تكلفة التقديم في كل موقع متساوية، على سبيل المثال، فإن سعر التذكرة في الصفوف الأولى (الأمامية) يختلف عن سعر التذكرة في الصفوف الخلفية.

(3) استراتيجية التسعير على أساس جودة المنتج:

إذا أرادت المنظمة قيادة الصناعة التي تمثلها في السوق فإنها تقدم منتجات ذات جودة عالية عما يقدمه المنافسون في الصناعة نفسها، وعملية تقديم منتجات بجودة عالية يحتاج إلى زيادة الاهتمام بالبحث العلمي وعملية التطوير، كما يحتاج إلى الأيدي العاملة الماهرة التي تقدم خدماتها بشكل راق إلى زبائننا، لكن هذا قد يؤدي إلى زيادة التكاليف الناتجة في الاستثمار والإنتاج والمستلزمات المرافقة، وهذه السياسة تلائم شركات صناعة المنتجات الرائدة في السوق بحيث تطرح بعض المنتجات عالية الجودة (شيت، 2014).

(4) استراتيجية التسعير النفسي:

يقوم بعض المنتجين بوضع أسعار لمنتجاتهم مستغلين الاعتقاد السائد لدى المستهلكين، وهو أن السعر العالي يعني جودة عالية، فقد أشارت بعض الدراسات إلى أن السلع ذات الأسعار العالية يتم إدراكها على أنها جودة عالية، كما يقوم بعض تجار التجزئة بوضع أسعار ذات أرقام ناقصة في النهاية، فقد يضع التاجر سعر 2,99 ريال، حيث يتم إدراك هذا السعر من قبل المستهلكين على أنه ريالين وليس ثلاثة ريالات.

(5) استراتيجية التسعير الترويجي:

يأخذ التسعير الترويجي أشكالاً متعددة، وهي:

أ. استراتيجية التنزيلات السعرية:

وتعرف استراتيجية تسعير التنزيلات بأنها سياسة تتبعها المنظمات لتخفيض الأسعار لفترة زمنية محددة ومؤقتة، تستهدف زيادة الكمية المطلوبة من سلع معينة، وتستخدم هذه السياسة من ضمن سياسات التسعير الترويجي في فصول محددة من السنة من خلال تخفيض نسبة الأسعار إلى حد معين وذلك لزيادة المبيعات، وتقوم هذه الاستراتيجية على تقديم أسعار مخفضة لبعض المنتجات الموجودة في المنشأة في مناسبات معينة، مثل الأعياد والمواسم، أو أية مناسبة أخرى، وتستخدم هذه السياسة كوسيلة ترويجية لزيادة المبيعات، وزيادة التدفقات النقدية، وتتطلب هذه السياسة تنسيقاً دقيقاً بين مختلف أقسام المنشأة لضمان توفير المنتج المناسب وبجودة مناسبة خلال فترة التنزيلات (عبيدات، 2003).

ب. استراتيجية الخصومات السعرية:

تقوم أغلب الشركات بوضع أسعارها من أجل تشجيع المستهلكين على الدفع مباشرة وشراء كميات أكبر، أو شراء المنتجات في غير مواسمها، وهناك أنواع متعددة من الخصومات (زرقان ولعربي، 2014)، أهمها:

- الخصم النقدي: وهو الخصم الممنوح للمشتري إذا قام بدفع قيمة الفاتورة خلال مدة زمنية محددة.
- خصم الكمية: وهو الخصم الممنوح للمشتري إذا قام بشراء كمية كبيرة من المنتج.
- الخصم الوظيفي: يسمى أيضاً الخصم التجاري، وهو الخصم المقدم من المنتج إلى الوسيط؛ لقيامهم ببعض الوظائف مثل النقل، التخزين، حفظ السجلات... إلخ.
- الخصم الموسمي: وهو الخصم المقدم إلى المشتري إذا قام بشراء المنتج في غير موسمه.
- المسموحات: وهو نوع آخر من التخفيض في السعر، مثل إعطاء المشتري خصماً على السعر عندما يقوم بشراء منتج جديد ويعيد المنتج القديم.

ج. التسعير بواسطة تقديم حزمة منتجات:

ويعرف بأنه : سياسة يتم من خلالها تعديل الأسعار لكي تتناسب مع المستهلك من خلال اختيار مجموعة من المنتجات التي عادة ما تكون عبارة عن منتج رئيس، وبعض المنتجات المتعلقة بها، وذلك في مغلف واحد وسعر منخفض. وتتضمن هذه الاستراتيجية قيام المنظمة المنتجة للسلعة ببيعها مع مجموعة سلع أخرى من منتجاتها كحزمة واحدة بسعر منخفض، أقل مما لو تم شراؤها بشكل فردي، مما يؤدي إلى زيادة المبيعات عن طريق إقناع الزبائن بالمنافع المحققة (سمارة، 2005)

(6) استراتيجية التسعير الجغرافي:

وهذه الاستراتيجية تشير إلى الطرق التي تتبعها الشركة في تسعير منتجاتها في المناطق المختلفة من الدولة، حيث تقرر الشركة هل ستضع أسعارا عالية للمستهلكين القاطنين في مناطق جغرافية بعيدة لتغطية تكاليف النقل والمخاطرة؟ أم أنها ستضع سعرا موحدا لجميع المستهلكين بغض النظر عن أماكن تواجدهم، وبالتالي تتحمل تكاليف النقل والمخاطرة.

مما سبق يمكن القول إنه توجد مجموعة من الاستراتيجيات تتبعها المنظمات في تسعير منتجاتها ومن أهم هذه الاستراتيجيات:

□ استراتيجية الريادة السعرية : حيث تعتبر قيادة الأسعار شكلا مهما من أشكال احتكار القلة، وبموجبه تحدد شركة واحدة السعر، بينما يتبعها الآخرون، وتأتي قيادة السعر أيضا إما عبر اتفاق ضمني أو رسمي، أو أن المنظمة تطرح المنتج بسعر منخفض عن المنافسين من خلال اتباع السياسات المناسبة في العملية الإنتاجية التي تعمل على تخفيض سعر المنتج، كسياسات الإنتاج بحجم كبير مثلا.

□ استراتيجية الخصومات السعرية : وهي عبارة عن وضع أسعار تشجع المستهلك على الشراء والدفع كالخصم النقدي ويتم عندما يقوم المستهلك بالسداد نقدا أثناء الشراء أو خلال فترة معينة، وأيضا الخصم الممنوح للمشتري إذا قام بشراء كمية كبيرة من المنتج، وكذا الخصم المقدم من المنتج إلى الوسطاء في مقابل الخدمات التي يقدمونها، وغير ذلك من الخصومات.

□ استراتيجية التمييز السعري : وتعني هذه الاستراتيجية طرح سعريين مختلفين أو أكثر للسلعة نفسها أو الخدمة، وهذا الاختلاف ليس له علاقة بالتكلفة.

□ استراتيجية التسعير على أساس جودة المنتج : وهي أن تقدم المنظمة منتجات ذات جودة عالية عما يقدمه المنافسون في الصناعة نفسها.

□ استراتيجية التسعير النفسي : وتعتمد هذه الاستراتيجية على استغلال عواطف المشتريين لدفعهم للشراء.

□ استراتيجية التسعير الترويجي : ويمكن أن تتم من خلال لجوء المنظمة إلى تخفيض أسعار السلع أو الخدمات لديها إلى أدنى ما يمكن، وقد تتم هذه الاستراتيجية لفترة محددة مثلا خلال المواسم، أو بيع مجموعة معينة من السلع المتقاربة بسعر منخفض.

□ استراتيجية التسعير الجغرافي : وهي طرح السلع والخدمات بأسعار مختلفة، وذلك بحسب اختلاف المناطق الجغرافية التي يتواجد فيها العملاء.

الدراسات السابقة:

تناولت العديد من الدراسات السابقة استراتيجية التسعير والحصص السوقية، وفيما يأتي أبرز هذه الدراسات:

دراسة Ugkperه وOgbo، Chiemeke، Agbaeze (2020): هدفت إلى تحديد تأثير إدارة ممارسات التسعير على أداء واستدامة محلات السوبر ماركت في المنطقة الحضرية لولاية اينوجو، نيجيريا، وأظهرت الدراسة أن اعتماد ممارسة التسعير المستنيرة بالقيمة ليس لها تأثير كبير، وممارسة التسعير المستنيرة للمنافسة لها تأثير كبير سلبي، وممارسة التسعير الواعية بالتكلفة من قبل الإدارة لها تأثير إيجابي مهما على أداء المتاجر الكبرى واستدامتها، ووجدت الدراسة أيضا أن تأثير ممارسات التسعير الثلاثة على أداء واستدامة محلات السوبر ماركت في المنطقة الحضرية لولاية اينوجو يتغير بشكل كبير عندما تكون ميزة المنتج النسبية و / أو الكثافة التنافسية تعمل على تعديل المتغير (المتغيرات). من بين أمور أخرى.

دراسة محمد (2019): هدفت إلى التعرف على أثر الأنشطة الترويجية في زيادة الحصص السوقية في شركات الوساطة المالية العاملة في سوق الخرطوم للأوراق المالية، وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر له دلالة إحصائية للأنشطة الترويجية في زيادة الحصص السوقية لشركات الوساطة المالية العاملة في سوق الخرطوم للأوراق المالية.

دراسة محمد (2018): هدفت إلى معرفة أثر سياسات التسعير في زيادة الحصص السوقية في شركة شيكان للتأمين، وقد أظهرت الدراسة وجود أثر لسياسات التسعير (سياسة التسعير النفسي، سياسة الخصومات التسعيرية، وسياسة التسعير بالإنترنت) في زيادة الحصص السوقية في شركة شيكان للتأمين، كما أظهرت اهتمام شركة شيكان بسياسات التسعير (سياسة التسعير النفسي، وسياسة الخصومات التسعيرية، وسياسة التسعير بالإنترنت) بمستوى مرتفع.

دراسة إبراهيم (2018): هدفت إلى معرفة أثر السياسات التسويقية على سلوك المستهلك، وزيادة الحصص السوقية في الشركات العاملة في توزيع الملابس الجاهزة، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين سياسات التسويق (المنتج، والتوزيع، والترويج) وزيادة الحصص السوقية (البيئة السوقية، ورضا العملاء، والميزة التنافسية).

دراسة Wachira وKiragu، Wangui (2018): هدفت إلى دراسة تأثير استراتيجية التسعير على نمو بعض الفنادق المختارة في مقاطعة نيروي، كينيا، وأشارت النتائج إلى أن هناك علاقة إيجابية وذات دلالة إحصائية بين استراتيجية التسعير ونمو الفنادق في مقاطعة نيروي، وأن السعر كان له تأثير إيجابي على نمو الفنادق.

دراسة إدريس (2016): هدفت إلى التعرف على أثر سياسات التسعير على المبيعات في شركة سيقا لمطاحن الغلال، وتوصلت الدراسة إلى أن التغيرات في السعر وهيكل السعر لها تأثير في حجم المبيعات في شركة سيقا لمطاحن الغلال، كما وجدت علاقة ذات دلالة إحصائية بين سياسة خصومات التسعير وحجم المبيعات.

دراسة Cant، Wiid، Saphapo (2016): هدفت إلى التحقق من العوامل التي تراعيها مؤسسات الأعمال الصغيرة (SME's) عند تطوير استراتيجيات التسعير الخاصة بها، وقد أظهرت الدراسة أن الشركات الصغيرة والمتوسطة تتفق عموما على أن تحديد الأسعار يتأثر بمعلومات المنافسين والعوامل البيئية الكلية، مثل أسعار الوقود والتضخم، وكان هناك اتفاق عام بين الشركات الصغيرة والمتوسطة على أن علاقات المستهلكين والفوائد التي يتمتع بها المستهلكون من المنتج وكذلك أداء المنتج تعد جوانب مهمة يجب مراعاتها عند تحديد الأسعار.

دراسة تصور وعبود (2015): هدفت إلى تسليط الضوء على سياسات السعر الترويجي المتبعة في فندق اللاذقية السياحي خلال فترة الأزمات التسويقية التي تمر بها المنشأة بشكل عام، والأزمة الحالية بشكل خاص، وأظهرت الدراسة نتائج متعددة، أهمها: أن سياسة السعر الترويجي المطبقة في فندق اللاذقية هي سياسة ناجحة بشكل عام على الرغم من عدم أخذ العامل النفسي بعين الاعتبار، وإن سياسة التنزيلات، وسياسة سعر الحزمة المطبقة في المنشأة ناجحة، وتؤثر بشكل إيجابي على الطلب السياحي، في حين أن سياسة السعر السيكولوجي غير ناجحة، وتكاد تكون معدومة في المنشأة من وجهة نظر العاملين الإداريين في فندق اللاذقية.

دراسة أبو أمين (2014): هدفت إلى التعرف على العوامل المؤثرة على استراتيجية التسعير، وأثر كل منها في الحصة السوقية للشركة، والتعرف على مستوى الحصة السوقية في الشركات محل الدراسة، وقد بينت النتائج وجود تأثير له دلالة إحصائية للعوامل الخارجية لاستراتيجية التسعير (المنافسة وحجم الطلب) على الحصة السوقية في شركات الأدوات الكهربائية المنزلية، ووجود تأثير له دلالة إحصائية للعوامل الداخلة لاستراتيجية التسعير (الأهداف والتكلفة والوجود) على الحصة السوقية في شركات الأدوات الكهربائية المنزلية.

دراسة شيت (2014): هدفت إلى معرفة الدور الذي تمارسه السياسات التسعيرية في الوصول إلى رضا الزبون في بعض المنظمات الصناعية في مدينة الموصل، وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر له دلالة إحصائية للتسعير في رضا الزبون في المنظمات الصناعية، ووجود علاقة ارتباط معنوية بين التسعير ورضا الزبون في المنظمات الصناعية، وأن مؤشر قيادة الحصة السوقية يمثل المؤشر الفاعل في تحديد اتجاه رضا الزبون قياساً بالمؤشرات الأخرى، الأمر الذي يعطي انطباعاً بأن قيادة الحصة السوقية تجد أن المنظمات تمتلك مرونة عالية للاستجابة للتطورات الفجائية، فضلاً عن تبني المنظمات الجودة كأسلوب لزيادة حصتها السوقية.

دراسة الصعر (2013): هدفت إلى التعرف على أثر الأنشطة التسويقية على زيادة المبيعات في مصنع إسمنت عمران، وأظهرت الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأنشطة التسويقية المستخدمة (المنتج، وسعر المنتج، والترويج، والتوزيع) وزيادة المبيعات في مصنع إسمنت عمران، كما بينت أن مستوى ممارسة الأنشطة التسويقية مرتفع بجميع أبعاده، وقد جاءت بالترتيب (المنتج، والترويج، والتوزيع، وسعر المنتج).

دراسة حسين ومصطفى (2012): هدفت إلى التعرف على أثر سياسات التسعير في الحصة السوقية لدى تجار الجملة في مدينة نابلس، وتوصلت الدراسة إلى عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين سياسات التسعير (سياسة الكشط، والتغلغل)، والحصة السوقية لدى تجار الجملة في مدينة نابلس، ووجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين سياسة التسعير الترويجي والحصة السوقية لدى تجار الجملة.

دراسة جبالي، الظاهر، نزال، وشرف (2011): هدفت إلى دراسة وتحليل العلاقة والأثر بين سياسات التسعير الترويجي (تسعير الحزمة، تسعير التنزيلات، التسعير السيكولوجي) في حجم الطلب على الأجهزة الكهربائية في مدينة نابلس من وجهة نظر أصحاب محلات الأجهزة الكهربائية، وقد توصلت الدراسة إلى عدم وجود علاقة ارتباط معنوية بين سياسات التسعير الترويجي وحجم الطلب على الأجهزة الكهربائية. وأن حجم الطلب على الأجهزة الكهربائية لم يتأثر بشكل واضح بسياسة التسعير بالتنزيلات.

دراسة Mercy (2009): هدفت إلى معرفة مدى تأثير الأسعار التي تقوم بها الشركات لتحفيز الشراء من خلال الإنترنت (أون لاين)، والتحقق من طبيعة مرونة الأسعار وتأثيرها على رضا المستهلك خلال الشراء وأيضاً معرفة الأفضل في الأسعار (المستقرة، أم المرنة)، وقد توصلت الدراسة إلى أن آلية التسعير المرن (مرونة الأسعار) ذات تأثير كبير على سلوك المستهلك الشرائية من خلال الإنترنت، فهي تعمل على استمرار جذب المستهلك للشراء وجعله مخلصاً ووفياً لمنتج الشركة، وأن آلية التسعير المرن تعمل من خلال استخدام نظام المزاد الإلكتروني على المفاوضة والمساومة بين البائع والمشتري إلكترونياً.

دراسة خطاب (2007)؛ هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور استراتيجيات تسعير المنتجات في زيادة الحصة السوقية في المنشآت الصناعية بمدينة الرياض، والتعرف على مدى أهمية اتباع سياسات التسعير على أساس (التكلفة، المنافسة، الطلب) في زيادة الحصة السوقية، وقد أظهرت النتائج أن لاستراتيجيات تسعير المنتجات أثرا في زيادة الحصة السوقية في المنشآت الصناعية بمدينة الرياض، وأن أكثر السياسات في عملية التسعير استخداما هي سياسة التسعير على أساس التكلفة، تليها سياسة التسعير على أساس الطلب، ثم سياسة التسعير على أساس المنافسة.

ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة :

- تعتبر الدراسة الحالية من أولى الدراسات في الجمهورية اليمنية التي تناولت استراتيجية التسعير وأثرها في زيادة الحصة السوقية.
- من خلال اطلاع الباحثين على العديد من الدراسات السابقة العربية والأجنبية فإنه لم توجد أي دراسة تناولت استراتيجية التسعير وأثرها في زيادة الحصة السوقية في قطاع صناعة الإسمنت وتعتبر هذه الدراسة فريدة من نوعها لأنها تتناول هذا القطاع.
- الخروج بالمقترحات والتوصيات اللازمة لقطاع صناعة الإسمنت للاستفادة منها في تحسين الاستراتيجيات المتبعة في التسعير، والتي تؤدي إلى زيادة الحصة السوقية.
- وتميزت أيضا الدراسة الحالية في أنها ستقدم صورة متكاملة عن طبيعة وأهمية استراتيجية التسعير؛ نظرا للدور الفعال لها في زيادة الحصة السوقية.

مشكلة الدراسة:

تعمل مصانع تصنيع وتسويق الإسمنت في ظروف المنافسة والتقدم الفني والتكنولوجي؛ لذلك كان لا بد لإدارة هذه المصانع من الاهتمام باستراتيجية التسعير بشكل عام وبالقرارات المرتبطة بالتسعير بشكل خاص، لتتمكن من الوصول إلى سياسة سعرية فاعلة وقادرة على إنجاح العملية التسويقية، ويعبر السعر عن مواصفات المنتج وجودته، حيث يلاحظ دائما لجوء العملاء للمقارنة بين مستوى جودة المنتج والسعر المعروض به هذا المنتج، إذ كلما كان هناك توافق بينهما أدى ذلك إلى زيادة ثقة العملاء بالشركة وبمنتجاتها بصفة عامة.

ومن خلال واقع عمل أحد الباحثين في مصنع إسمنت عمران منذ فترة طويلة، لاحظ أنه يوجد تناقص في أرباح المصنع بسبب ارتفاع تكاليف الإنتاج، وبسبب انعدام الوقود (المازوت+ الديزل)، فهي تمثل حوالي 60% من تكلفة الإنتاج، فمنذ أن بدأت الحرب على اليمن منذ أكثر من خمس سنوات، فقد ارتفعت تكلفة الوقود، مع وجود صعوبة في الاستيراد للوقود بما أثر على المصنع، فأحيانا يتوقف عن الإنتاج لفترات طويلة.

كما أن العديد من الدراسات والأبحاث التي حاولت التوصل إلى أثر استراتيجية التسعير في زيادة الحصة السوقية لها نتائج متناقضة حول هذا الأثر، حيث توصلت بعضها إلى وجود أثر لاستراتيجية التسعير في زيادة الحصة السوقية في الشركات، ومن هذه الدراسات دراسة محمد (2018)، ودراسة خطاب (2007)، فيما توصلت دراسات أخرى إلى عدم وجود أثر لاستراتيجية التسعير في زيادة الحصة السوقية، مثل دراسة حسين ومصطفى (2012).

ومن خلال تتبع الدراسات السابقة لاحظ الباحثان ندره الدراسات المحلية التي تناولت أثر استراتيجية التسعير في زيادة الحصة السوقية في المنظمات اليمنية. وبناء على ما سبق يمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤلات الآتية :

- ما واقع تطبيق استراتيجيات التسعير في مصنع عمران من وجهة نظر أفراد العينة؟
- ما واقع توافر أبعاد الحصة السوقية في مصنع عمران من وجهة نظر أفراد العينة؟
- هل توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية لاستراتيجيات التسعير في زيادة الحصة السوقية لمصنع أسمنت عمران؟

- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات إجابات أفراد العينة حول زيادة الحصة السوقية تعزى للمتغيرات الديمغرافية: (العمر، والمؤهل العلمي، والمستوى الوظيفي، وسنوات الخدمة)؟

أهداف الدراسة:

تتمثل أهداف الدراسة في الآتي:

1. التعرف على واقع تطبيق استراتيجيات التسعير في مصنع عمران من وجهة نظر أفراد العينة.
2. التعرف على واقع توافر أبعاد الحصة السوقية في مصنع عمران من وجهة نظر أفراد العينة.
3. تحديد أثر استراتيجيات التسعير في زيادة الحصة السوقية لمصنع أسمنت عمران.
4. التعرف على مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات إجابات أفراد العينة حول زيادة الحصة السوقية تعزى للمتغيرات: (العمر، والمؤهل العلمي، والمستوى الوظيفي، وسنوات الخدمة).

أهمية الدراسة:

يمكن تناول أهمية الدراسة من جانبين هما:

أولاً: الأهمية النظرية:

1. تأتي أهمية هذه الدراسة كونها تتناول موضوعاً حديثاً في الفكر الإداري، فهي تعد من الدراسات المحلية النادرة (بحسب علم الباحثين). كما أنها تتناول موضوعاً جديداً من الموضوعات التسويقية الحديثة والمتمثل في استراتيجيات التسعير وأثرها في زيادة الحصة السوقية.
2. الإسهام في رفد المكتبة اليمنية والعربية؛ بالدراسات ذات الموضوعات التسويقية الحديثة في مجال استراتيجيات التسعير والحصة السوقية.

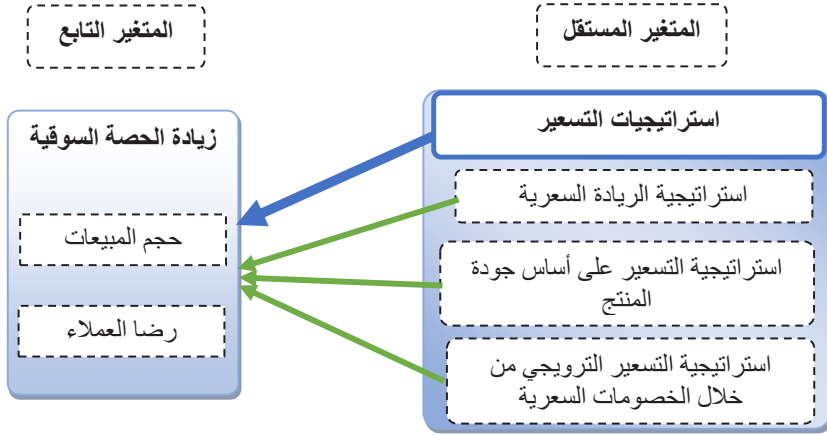
ثانياً: الأهمية العملية:

تتبع أهمية الدراسة العملية من الآتي:

1. كونها تركز على قطاع مهم (مصانع الإسمنت) فهو من أهم القطاعات الصناعية اليمنية، ويعتبر أحد أهم ركائز الاقتصاد الوطني؛ ولما له من دور إيجابي في الدفع بعجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وبالتالي الحاجة الملحة إلى معرفة أدائه وتطوره واستمراره في ظل المنافسة الشديدة.
2. لفت أنظار صناع القرار في مصنع إسمنت عمران إلى أهمية استراتيجيات التسعير؛ لما لها من أثر في زيادة الحصة السوقية، وذلك من خلال تقديم معلومات مفيدة تساعد متخذي القرار في وضع استراتيجيات التسعير المناسبة لتطوير الأداء وزيادة الحصة السوقية.

النموذج المعرفي للدراسة:

يتكون النموذج المعرفي للدراسة من جزأين: يتمثل الجزء الأول في استراتيجيات التسعير (استراتيجية الريادة السعرية، واستراتيجية التسعير على أساس جودة المنتج، واستراتيجية التسعير الترويجي من خلال الخصومات السعرية) (كمتغير مستقل)، بينما يتمثل الجزء الثاني بالحصة السوقية (كمتغير تابع)، وقد تم تحديد أبعاد المتغير المستقل (استراتيجيات التسعير) من خلال الدراسات السابقة والتي كان أهمها: دراسة محمد (2018)، ودراسة ادريس (2016)، ودراسة شيت (2014)، ودراسة حسين ومصطفى (2012)، وقد قام الباحثان باختيار المتغيرات التي تتناسب مع منتج المصنع؛ كونه منتجاً نمطياً. أما المتغير التابع (الحصة السوقية) فأغلب الدراسات التي تناولته متغيراً تابعاً لم تحدد له أبعاداً إلا دراسة محمد (2018)، ودراسة إبراهيم (2018)، وقد اعتمد الباحثان عليهما في تحديد أبعاد المتغير التابع (الحصة السوقية) وهما بعدان: (حجم المبيعات، ورضا العملاء)، والشكل (1) يوضح النموذج المعرفي للدراسة.



شكل (1): النموذج المفاهيمي للدراسة

فرضيات الدراسة:

1. الفرضية الرئيسية الأولى: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستراتيجيات التسعير في زيادة الحصة السوقية بمصنع إسمنت عمران. ويتفرع من هذه الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية الآتية:
 - يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستراتيجية الريادة السعرية في زيادة الحصة السوقية بمصنع إسمنت عمران.
 - يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستراتيجية التسعير على أساس جودة المنتج في زيادة الحصة السوقية بمصنع إسمنت عمران.
 - يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستراتيجية التسعير الترويجي من خلال الخصومات السعرية في زيادة الحصة السوقية بمصنع إسمنت عمران.
2. الفرضية الرئيسية الثانية: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات إجابات أفراد العينة حول زيادة الحصة السوقية تعزى للمتغيرات الشخصية والوظيفية: (العمر، المؤهل العلمي، المستوى الوظيفي، سنوات الخدمة).

حدود الدراسة:

فقد تم الالتزام بالحدود الآتية:

- < حدود مكانية: اقتصرَت الدراسة على مصنع إسمنت عمران.
- < الحدود البشرية: اقتصرَت الدراسة على العاملين في الإدارات العليا والوسطى والتنفيذية: (مدراء الإدارات ومدراء الدوائر ورؤساء الأقسام) في مصنع إسمنت عمران.
- < الحدود الموضوعية: تمثلت الحدود الموضوعية للدراسة في تحديد أثر استراتيجيات التسعير في زيادة الحصة السوقية في مصنع إسمنت عمران.

التعريفات الإجرائية:

1. السعر: عبارة عن المبلغ الذي يدفعه الفرد مقابل ما يحصل عليه من سلع وخدمات.
2. استراتيجيات التسعير: وهي عبارة عن الأساليب والإجراءات التي يتبعها المصنع لتحديد السعر المناسب لمنتجاته من أجل تحقيق أهدافه بكفاءة.
3. قيادة السعر: وضع المصنع أسعارا يسترشد بها غيره من مصانع الإسمنت في تحديد أسعارهم.

4. جودة المنتج: إنتاج المصنع لمنتجاته بمستوى عالٍ من الجودة يفوق جودة المنافسين بما يمكنه من تحقيق رضا العملاء، وبالتالي زيادة مشترياتهم.
5. الخصومات السعرية: هي قيام المصنع بتقديم مجموعة من الخصومات للموزعين والمستهلكين كحافز لهم على الشراء.
6. الحصة السوقية: هي عبارة عن نسبة مبيعات المصنع إلى مبيعات جميع مصانع الإسمنت في اليمن.

منهجية الدراسة وإجراءاتها:

منهج الدراسة:

بناء على طبيعة الدراسة ولتحقيق أهدافها استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، الذي يسعى لوصف الظواهر أو الأحداث المعاصرة أو الراهنة كما هي موجودة في الواقع، فهو يعد أحد أشكال التحليل والتفسير المنظم لوصف ظاهرة أو مشكلة، ويقدم بيانات عن خصائص معينة في الواقع تتطلب معرفة المشاركين في الدراسة والظواهر التي ندرسها والأوقات التي نستعملها لجمع البيانات (الإحصائي، 2006).

وحدة التحليل:

إن وحدة التحليل هي المنظمة (المصنع)، وسيتم من خلالها جمع البيانات من العاملين في مصنع إسمنت عمران، حيث إن استراتيجية التسعير تقاس بمستوى المنظمة، وكذلك الحال بالنسبة للحصة السوقية. مبررات اختيار مجتمع الدراسة:

تم اختيار مصنع إسمنت عمران ميداناً لتطبيق الدراسة للأسباب الآتية:

1. أن بيانات مصنع إسمنت عمران متاحة للباحثين، مما يتيح إمكانية جمع المعلومات من عينة الدراسة بسهولة ويسر وبشكل أفضل.
2. يمثل مصنع إسمنت عمران أهمية اقتصادية للبلد؛ كون قطاع صناعة الإسمنت في اليمن يعد من أهم القطاعات التي ترفد الاقتصاد الوطني، وذلك بعد صناعة النفط والتي يجري تشجيعها والترويج للاستثمار فيها؛ نظراً لما تتمتع به هذه الصناعة من عائد مرتفع، ومخاطر منخفضة مقارنة بالصناعات الأخرى، كما تعد صناعة الإسمنت في اليمن طاقة كامنة مؤهلة لتكون المصدر الخامس للنقد الأجنبي بعد النفط والأسماك والزراعة والسياحة، ويمتلك الاقتصاد اليمني مقومات لم تستغل بعد في صناعة الإسمنت.
3. تم اختيار مصنع إسمنت عمران باعتباره من المنشآت الصناعية المهمة في الجمهورية اليمنية، والتي لم تحظ بالاهتمام الكافي من الدراسات في هذا المجال، ولا سيما مجال استراتيجيات التسعير والحصة السوقية؛ لذا أراد الباحثان تطبيق متغيرات الدراسة على المصنع للتعرف على أثر استراتيجيات التسعير في زيادة الحصة السوقية.

مجتمع الدراسة وعينتها:

تمثل مجتمع الدراسة في العاملين في الإدارات العليا والوسطى والتنفيذية (مدراء العموم، ومدراء الإدارات ومدراء الدوائر ورؤساء الأقسام) في مصنع إسمنت عمران، والبالغ عددهم (110)، وقد تم إجراء المسح الشامل لمجتمع الدراسة، وتم توزيع (110) استمارة، وتم استرجاع (107) استبانة من الاستبانات الموزعة، وبعد الاطلاع على الاستبانات المستردة وتدقيقها تبين أن هناك استبانتين غير صالحة لأغراض التحليل الإحصائي، وبهذا يكون عدد الاستبانات التي تم اعتمادها للتحليل الإحصائي (105)، والجدول (1) يوضح الاستبانات الموزعة والمسترجعة والصالحة للتحليل الإحصائي.

جدول (1): عدد الاستبانات الموزعة والمسترجعة والصالحة للتحليل الإحصائي

مجتمع الدراسة	الاستمارات الموزعة	الاستمارات المسترجعة	نسبة الاستمارات المسترجعة إلى حجم العينة	الاستمارات المسترجعة القابلة للتحليل إلى حجم العينة	نسبة الاستمارات القابلة للتحليل إلى حجم العينة
مصنع إسمنت عمران	110	107	% 97.27	105	% 95.45

والجدول (2) يوضح خصائص مجتمع الدراسة.

جدول (2): خصائص مجتمع الدراسة

النسبة	التكرار	الحد الأقصى	الحد الأدنى	المستجيبين
		4	1	العمر
% 8.57	9			أقل من 30 سنة
% 59.05	62			من 30 إلى 40 سنة
% 24.76	26			من 41 إلى 50 سنة
% 7.62	8			أكثر من 50 سنة
100 %	105			الإجمالي
		4	1	المؤهل العلمي
% 18.10	19			دبلوم متوسط فأقل
% 64.76	68			بكالوريوس
% 15.24	16			دراسات عليا
% 1.90	2			أخرى
100 %	105			الإجمالي
		4	1	سنوات الخدمة
% 14.29	15			10 سنوات فأقل
% 45.71	48			من 11 إلى 15 سنة
% 16.19	17			من 16 إلى 20 سنة
% 23.81	25			أكثر من 20 سنة
100 %	105			الإجمالي
		6	1	المستوى الوظيفي
% 3.81	4			مدير عام/ نائب مدير
% 22.86	24			مدير إدارة
% 12.38	13			مدير دائرة
% 47.62	50			رئيس قسم
% 10.48	11			مختص
% 2.86	3			أخرى
100 %	105			الإجمالي

يتضح من الجدول (2) أن ما يقارب (68 %) من أفراد العينة أعمارهم (40 سنة فأقل)، وأن ما يقارب (80 %) من أفراد العينة هم من حملة المؤهل العلمي بكالوريوس فأعلى، كما يتضح أن أكثر من 85 % من عينة الدراسة سنوات خدمتهم تتجاوز 10 سنوات.

أداة الدراسة :

تم الاعتماد على الاستبانة كأداة لجمع البيانات، حيث تم تصميم وتطوير استبانة بالاعتماد على الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة، وتم الاعتماد في بناء فقرات متغيرات الدراسة على مجموعة من الدراسات السابقة أهمها: دراسة شيت (2014)، ودراسة إبراهيم (2018)، ودراسة محمد (2018)، ودراسة تصور وعبود (2015)، وقد بنيت الاستبانة وفقا لمقياس ليكرت الخماسي المكون من خمس درجات، حيث أعطى الرقم (5) للبدليل موافق بشدة، والرقم (4) للبدليل موافق، والرقم (3) للبدليل محايد، والرقم (2) للبدليل غير موافق، والرقم (1) للبدليل غير موافق بشدة، وتكونت الاستبانة من جزأين: الجزء الأول: المعلومات الديمغرافية التي شملت: (العمر، والمؤهل العلمي، وسنوات الخدمة، والمستوى الوظيفي).

الجزء الثاني: الفقرات الخاصة بقياس أثر استراتيجية التسعير في زيادة الحصة السوقية في مصنع إسمنت عمران ويحتوي على (43 فقرة)، مقسمة على متغيري الدراسة: المستقل والتابع، كما في الجدول (3).

جدول (3): متغيرات الدراسة وأبعادها وعدد فقراتها

عدد الفقرات	البعد	المتغير
9	استراتيجية الريادة السعرية	المتغير المستقل
8	استراتيجية التسعير على أساس جودة المنتج	استراتيجيات التسعير
10	استراتيجية التسعير الترويجي من خلال الخصومات السعرية	
8	حجم المبيعات	المتغير التابع:
8	رضا العملاء	زيادة الحصة السوقية
43	الإجمالي	

أساليب التحليل الإحصائي:

اعتمدت الدراسة على برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) في عملية تحليل البيانات، وقد تم استخدام الأساليب الإحصائية الآتية:

الإحصاء الوصفي: ويهتم بجمع البيانات وترتيبها وتلخيصها وتسهيل عرضها مما يساعد في توصيف الظاهرة محل الدراسة، ولعرفة درجة التحقق أو التوافر لخصائص معينة (الأديمي، 2010، 282) ومن أساليب الإحصاء الوصفي المستخدمة: التكرارات والنسب المئوية: لوصف البيانات الديموغرافية لأفراد العينة، والمتوسط الحسابي الذي يعد أحد مقاييس النزعة المركزية، والانحراف المعياري لمعرفة مدى تشتت إجابات العينة عن المتوسط.

الإحصاء الاستدلالي: يتضمن تحليل الانحدار الخطي البسيط (Simple Regression)، وهو أسلوب إحصائي يتم من خلاله إيجاد أثر خطي أو معادلة من الدرجة الأولى بين البيانات التي تحتوي على متغيرين؛ أي يقوم بتلخيص ودراسة الأثر بين متغير كمي واحد وهو المتغير التابع y مع متغير كمي آخر وهو المتغير المستقل x ، ويهدف إلى التنبؤ بقيمة المتغير التابع بمعرفة قيمة المتغير المستقل (Moore & McCabe, 2004). كما يتضمن الإحصاء الاستدلالي تحليل التباين F الأحادي (One-Way ANOVA) لاختبار الفروق في آراء العينة حول المتغيرات التي تحتوي على ثلاث فئات فأكثر: (العمر، وسنوات الخدمة، والمؤهل العلمي، والمستوى الوظيفي)، وهو الأسلوب الذي يستخدم لفحص تباين المجتمع؛ لمعرفة مدى تساوي متوسطات المجتمع.

اختبار الصدق والثبات لأداة الدراسة:

أ- اختبار الصدق الظاهري (صدق المحكمين):

تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين في مجال الإدارة والإحصاء والبحث العلمي؛ لمعرفة وجهات نظرهم والاستفادة من آرائهم في مدى مناسبة العبارات لقياس ما وضعت لأجله، وفي ضوء ملحوظات المحكمين تم التعديل في صياغة بعض الفقرات، أو إضافة فقرات أو حذف فقرات أخرى.

ب- اختبار ثبات أداة الدراسة:

لمعرفة درجة الثبات لمتغيرات الدراسة ومصداقية إجابات العينة على فقرات الاستبانة تم إجراء اختبار كرونباخ ألفا (Cronbach's alpha)؛ وذلك للتأكد من نسبة ثبات المتغيرات وصدق آراء العينة فيه، حيث تكون النتيجة مقبولة إحصائياً إذا كانت قيمتها أكبر من (0.60)، وكلما اقتربت القيمة من (1)، دل هذا على درجات ثبات أعلى لأداة الدراسة (Sekaran & Bougie, 2010)، ويتضح من النتائج الموضحة في الجدول (4) أن قيمة معامل الثبات للأداة بشكل عام جاءت بنسبة (94.60%)، ما يعني أن نسبة الثبات مرتفعة، وجاءت نسبة المصدقية لإجابات العينة (97.26%)؛ أي أن درجة مصداقية الإجابات مرتفعة، مما يؤهلها لتكون أداة قياس مناسبة وفاعلة لهذه الدراسة، ويمكن الاعتماد على النتائج في تعميمها على مجتمع الدراسة.

جدول (4): نتائج اختبار ألفا كرونباخ لأداة الدراسة

محاور الاستبيان	عدد الفقرات	درجة الثبات Alpha	درجة المصدقية ½Alpha
استراتيجية الريادة السريعة	9	91.50%	95.66%
استراتيجية التسعير على أساس جودة المنتج	8	77.20%	87.86%
استراتيجية التسعير الترويجي من خلال الخصومات السريعة	10	87.60%	93.59%
إجمالي أبعاد استراتيجيات التسعير	27	89.50%	94.60%
حجم المبيعات	8	88.70%	94.18%
رضا العملاء	8	86.50%	93.01%
إجمالي أبعاد زيادة الحصة السوقية	16	92.70%	96.28%
الاستبيان بشكل عام	43	94.60%	97.26%

* درجة المصدقية هي الجذر التربيعي لدرجة الثبات.

نتائج الدراسة ومناقشتها:

تم تحليل فقرات الاستبانة باستخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لإثبات موافقة أو عدم موافقة العينة على الفقرات والمحاور، وقد تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لأخذ آراء العينة حول أبعاد الدراسة المختلفة في الاستبانة، والجدول (5) يوضح كيفية تفسير قيم المتوسط الحسابي والنسب الموجودة في جداول النتائج التي تضمنتها الجداول.

جدول (5): كيفية تفسير قيم المتوسط الحسابي والنسب الموجودة في جداول النتائج

إذا كان المتوسط	إذا كانت النسبة (درجة الموافقة)	التقدير اللفظي	مستوى التوفر
أقل من 1.8	أقل من 36%	غير موافق بشده	ضعيفة جدا
من 1.8 إلى أقل من 2.6	من 36% إلى أقل من 52%	غير موافق	ضعيفة
من 2.6 إلى أقل من 3.4	من 52% إلى أقل من 68%	محايد	متوسطة
من 3.4 إلى أقل من 4.2	من 68% إلى أقل من 84%	موافق	مرتفعة
من 4.2 حتى 5	من 84% حتى 100%	موافق بشده	مرتفعة جدا

أولاً: التحليل الوصفي لأبعاد المتغير المستقل: استراتيجيات التسعير؛

الجدول (6) يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية والرتب لأبعاد المتغير المستقل: استراتيجيات التسعير.

جدول (6): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد استراتيجيات التسعير

م	البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	مستوى التوفر	الرتبة
1	استراتيجية الريادة السعرية	3.62	0.64	72.49%	مرتفع	2
2	استراتيجية التسعير على أساس جودة المنتج	3.90	0.56	77.98%	مرتفع	1
3	استراتيجية التسعير الترويجي من خلال الخصومات السعرية	3.33	0.67	66.53%	متوسط	3
	المتوسط الكلي لمتغير استراتيجيات التسعير	3.617	0.49	72.33%	مرتفعة	

يتضح من الجدول (6) أن استراتيجيات التسعير في مصنع إسمنت عمران حصلت على درجة موافقة مرتفعة من قبل عينة الدراسة، فقد حصلت على نسبة موافقة (72.33%) ومتوسط حسابي (3.617)، وبانحراف معياري (0.49).

كما يتضح من الجدول (6) أن جميع أبعاد استراتيجية التسعير متوفرة بدرجات متفاوتة، فقد جاء بُعد استراتيجية التسعير على أساس جودة المنتج في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.90) ونسبة موافقة (77.98%)، وبانحراف معياري (0.56)، وجاء في المرتبة الثانية بُعد استراتيجية الريادة السعرية بمتوسط حسابي (3.62) ونسبة موافقة (72.49%)، وبانحراف معياري (0.64)، وجاء في المرتبة الأخيرة بُعد استراتيجية التسعير الترويجي من خلال الخصومات السعرية بمتوسط حسابي (3.33) ونسبة موافقة (66.53%) وبانحراف معياري (0.67).

ولعرفة واقع استراتيجيات التسعير في مصنع إسمنت عمران، بحسب فقرات كل بُعد يتضح الآتي:

تحليل فقرات البعد الأول: استراتيجية الريادة السعرية:

الجدول (7) يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية والرتب لإجابات عينة الدراسة على بُعد استراتيجية الريادة السعرية.

جدول (7): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبُعد استراتيجية الريادة السعرية

رقم الفقرة	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	مستوى التوفر	الرتبة
2	يعتمد المصنع سياسات تسعير تحقق أرباح مناسبة.	3.85	0.85	76.95%	مرتفع	1
4	الاستخدام الأمثل للطاقة الإنتاجية في المصنع يساعد على تحقيق الريادة في السعر.	3.85	1.06	76.95%	مرتفع	2
1	يستخدم المصنع سياسة الحد الأدنى من الأسعار لتحقيق الريادة السعرية في السوق.	3.68	1.00	73.52%	مرتفع	3
9	تحقق استراتيجية قيادة السعر للمصنع فوائد مختلفة.	3.65	0.91	72.95%	مرتفع	4
3	يستفيد المصنع من الإنتاج بكميات كبيرة لتخفيض كلفة الوحدة الواحدة	3.64	0.99	72.76%	مرتفع	5
5	يسعى المصنع إلى تخفيض تكاليف التوزيع للمنتج قدر الإمكان	3.54	0.94	70.86%	مرتفع	6

جدول (7)؛ يتبع

الرقم الفقره	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	مستوى التوفر	الرتبة
8	تحقق سياسة التسعير المتبعة في المصنع ميزة تنافسية في السعر مقارنة بالمنافسين.	3.50	1.03	70.10 %	مرتفع	7
6	يستفيد المصنع من الخبرة والتعلم لخفض تكاليف الإنتاج.	3.50	1.05	69.90 %	مرتفع	8
7	يسعى المصنع لزيادة المبيعات ولو أدى ذلك إلى تقليل الربحية في الأمد القصير.	3.42	0.93	68.38 %	مرتفع	9
	متوسط استراتيجية الريادة السعرية	3.624	0.64	72.49 %	مرتفعة	

يتضح من الجدول (7) أن جميع فقرات بُعد استراتيجيية الريادة السعرية حصلت على درجة موافقة مرتفعة من قبل عينة الدراسة، وتتراوح المتوسطات الحسابية للفقرات بين (3.85) و(3.42)، وبنسب موافقة بين (76.95 %) و(68.38 %)، وقد جاءت في المرتبة الأولى الفقرة رقم (2) التي تنص على (يعتمد المصنع سياسات تسعير تحقق أرباح مناسبة) بمتوسط حسابي (3.85) ونسبة موافقة (76.95 %) وبلغ الانحراف المعياري (0.85)، وجاءت في المرتبة الأخيرة الفقرة رقم (7) التي تنص على (يسعى المصنع لزيادة المبيعات ولو أدى ذلك إلى تقليل الربحية في الأمد القصير) بمتوسط حسابي (3.42) ونسبة (68.38 %)، وبنحرف معياري بلغ (0.93). وبشكل عام بلغ المتوسط الحسابي لبُعد استراتيجيية الريادة السعرية (3.624)، وبنسبة موافقة بلغت (72.49 %)، وانحراف معياري (0.64)؛ مما يدل على درجة موافقة مرتفعة من قبل أفراد العينة بوجود تطبيق من قبل المصنع لاستراتيجيية الريادة السعرية.

تحليل فقرات البُعد الثاني: استراتيجيية التسعير على أساس جودة المنتج؛

الجدول (8) يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية والرتب لإجابات عينة الدراسة على بُعد استراتيجيية التسعير على أساس جودة المنتج.

جدول (8)؛ المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبُعد استراتيجيية التسعير على أساس جودة المنتج

الرقم الفقره	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	مستوى التوفر	الرتبة
5	يتميز منتج المصنع بمطابقته للمواصفات العالية.	4.50	0.68	89.90 %	مرتفع جدا	1
3	يلتزم المصنع بالمعايير الدولية للجودة.	4.43	0.69	88.57 %	مرتفع جدا	2
1	يتبنى المصنع الجودة كاستراتيجيية لزيادة حصته السوقية	4.39	0.77	87.81 %	مرتفع جدا	3
8	يحرص المصنع على تعزيز علاقته بالمجتمع من خلال المسؤولية الاجتماعية.	4.00	0.83	80.00 %	مرتفع	4
2	يعمل المصنع على وضع الأسعار تناسباً مع مستوى جودة المنتج.	3.70	0.95	74.10 %	مرتفع	5
4	لدى العاملين في المصنع ثقافة حول الجودة.	3.70	1.06	74.10 %	مرتفع	6
6	يتميز المصنع بسرعة الاستجابة لطلبات العملاء.	3.27	1.03	65.33 %	متوسط	7
7	يحرص المصنع على متابعة شكاوى العملاء وتقديم الحلول المناسبة لها.	3.20	1.12	64.00 %	متوسط	8
	متوسط استراتيجيية التسعير على أساس جودة المنتج	3.90	0.56	77.98 %	مرتفعة	

يتضح من الجدول (8) أن الفقرات (5، 3، 1) في بُعد استراتيجية التسعير على أساس جودة المنتج حصلت على درجة موافقة مرتفعة جدا من قبل عينة الدراسة، حيث بلغت المتوسطات الحسابية لتلك الفقرات (4.50، 4.43، 4.39) على التوالي، والانحرافات المعيارية (0.68، 0.69، 0.77) على التوالي، في حين كانت درجة الموافقة مرتفعة على الفقرات (2، 4، 8) فقد حصلت على متوسطات حسابية بلغت (3.7، 3.70، 4) على التوالي، فيما حصلت الفقرتان (6، 7) على درجة موافقة متوسطة. فقد حصلت على متوسطات حسابية (3.27، 3.20) على التوالي، وقد جاءت في المرتبة الأولى الفقرة رقم (5) التي تنص على (يتميز منتج المصنع بمطابقته للمواصفات العالمية) بمتوسط (4.50) ونسبة (89.90%) وبلغ الانحراف المعياري (0.68)، وجاءت في المرتبة الأخيرة الفقرة رقم (7) التي تنص على (يحرص المصنع على متابعة شكاوى العملاء وتقديم الحلول المناسبة لها) بمتوسط حسابي (3.20) ونسبة (64.00%)، وبانحراف معياري (1.12). وبشكل عام بلغ المتوسط الحسابي لبُعد استراتيجية التسعير على أساس جودة المنتج (3.90)، ونسبة (77.98%)، وبلغ الانحراف المعياري (0.56)؛ مما يدل على درجة موافقة مرتفعة من قبل أفراد العينة بوجود تطبيق لاستراتيجية التسعير على أساس جودة المنتج في مصنع إسمنت عمران، وقد حصلت هذه الاستراتيجية على أعلى درجة موافقة.

تحليل فقرات البُعد الثالث: استراتيجية التسعير الترويجي من خلال الخصومات السعرية:

الجدول (9) يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية والرتب لإجابات عينة الدراسة على بُعد استراتيجية التسعير الترويجي من خلال الخصومات السعرية.

جدول (9): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبُعد استراتيجية التسعير الترويجي من خلال الخصومات السعرية

رقم الفقرة	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	مستوى التوفر	الرتبة
8	يتبع المصنع سياسة منح حافز لجميع الموزعين لزيادة مشترياتهم من المصنع.	3.77	0.86	75.43%	مرتفع	1
4	تساعد الخصومات السعرية في زيادة الطلب على منتج المصنع.	3.76	0.86	75.24%	مرتفع	2
6	يهتم العملاء بحجم الخصومات التي يقدمها المصنع.	3.63	0.95	72.57%	مرتفع	3
7	استراتيجية الخصومات السعرية ناجحة في المصنع.	3.27	1.00	65.33%	متوسط	4
3	يطبق المصنع استراتيجية الخصومات السعرية لزيادة حصته السوقية.	3.25	0.97	64.95%	متوسط	5
2	يعمل المصنع على تقديم خصم للعملاء.	3.22	1.00	64.38%	متوسط	6
9	يطبق المصنع استراتيجية الخصومات السعرية منذ زمن طويل.	3.18	1.08	63.62%	متوسط	7
10	يعمل المصنع على تطوير استراتيجية الخصومات السعرية بصورة دورية.	3.18	0.99	63.62%	متوسط	8
1	يعمل المصنع على تقديم خصم تجاري للوسطاء.	3.07	1.01	61.33%	متوسط	9
5	يقدم المصنع خصومات للعملاء الذين يدفعون نقداً.	2.94	1.05	58.86%	متوسط	10
	متوسط استراتيجية التسعير الترويجي من خلال الخصومات السعرية	3.33	0.67	66.53%	متوسط	

يتضح من الجدول (9) أن جميع فقرات بُعد استراتيجية التسعير الترويجي من خلال الخصومات السعرية حصلت على درجة موافقة متوسطة من قبل عينة الدراسة، عدا الفقرات (4)، (6، 8) فقد حصلت على درجة موافقة مرتفعة، وتتراوح المتوسطات الحسابية للفقرات بين (3.77) و(2.94)، وبنسب موافقة بين (75.43%) و(58.86%)، وقد جاءت في المرتبة الأولى الفقره رقم (8) التي تنص على (يتبع المصنع سياسة منح حافظ لجميع الموزعين لزيادة مشترياتهم من المصنع) بمتوسط (3.77) ونسبة (75.43%) وبلغ الانحراف المعياري (0.86)، وجاءت في المرتبة الأخيرة الفقره رقم (5) التي تنص على (يقدم المصنع خصومات للعملاء الذين يدفعون نقدا) بمتوسط حسابي بلغ (2.94) ونسبة (58.86%)، وبانحراف معياري (1.05)، وبشكل عام بلغ المتوسط الحسابي لبُعد استراتيجية التسعير الترويجي من خلال الخصومات السعرية (3.33)، ونسبة (66.53%)، وبلغ الانحراف المعياري (0.67)؛ مما يدل على درجة موافقة متوسطة من قبل أفراد العينة بوجود تطبيق لاستراتيجية التسعير الترويجي من خلال الخصومات السعرية في مصنع إسمنت عمران.

وبعد استكمال التحليل الوصفي لأبعاد المتغير المستقل يمكن القول أن التساؤل الأول للدراسة الذي ينص على: ما واقع تطبيق استراتيجيات التسعير في مصنع عمران من وجهة نظر أفراد العينة؟ قد تم الإجابة عليه.

ثانياً: التحليل الوصفي لأبعاد المتغير التابع: الحصة السوقية:

الجدول (10) يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية والرتب لإجابات عينة الدراسة على أبعاد المتغير التابع: الحصة السوقية.

جدول (10): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد الحصة السوقية

م	البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	مستوى التوفر	الرتبة
1	حجم المبيعات	3.59	0.71	71.88%	مرتفع	2
2	رضا العملاء	3.65	0.66	73.02%	مرتفع	1
	المتوسط الكلي لتغير الحصة السوقية	3.623	0.64	72.45%	مرتفعة	

يتضح من الجدول (10) أن مستوى الحصة السوقية في مصنع إسمنت عمران مرتفعة بحسب تقديرات عينة الدراسة، فقد حصلت على نسبة موافقة (72.45%)، وبلغ المتوسط الحسابي (3.623)، وبانحراف معياري (0.64)، كما يتضح من الجدول (10) أن أبعاد الحصة السوقية في مصنع إسمنت عمران حصلت على استجابة مرتفعة من قبل عينة الدراسة، وقد جاء بُعد رضا العملاء في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.65) ونسبة موافقة (73.02%)، وبانحراف معياري (0.66)، وجاء في المرتبة الثانية بُعد حجم المبيعات بمتوسط حسابي (3.59) ونسبة موافقة (71.88%)، وبانحراف معياري (0.71).

ولمعرفة مستوى الحصة السوقية في مصنع إسمنت عمران، بحسب فقرات كل بُعد من أبعاد الحصة السوقية سيتم توضيحها على النحو الآتي:

تحليل فقرات البُعد الأول: حجم المبيعات:

الجدول (11) يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية والرتب لإجابات عينة الدراسة على بُعد حجم المبيعات.

جدول (11): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبُعد حجم المبيعات

رقم الفقره	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	مستوى التوفر	الرتبة
8	الحوافز المجزية للموزعين تؤثر إيجابا في زيادة المبيعات.	3.98	0.84	79.62 %	مرتفع	1
2	يزاد أعداد عملاء المصنع بشكل مستمر.	3.64	0.92	72.76 %	مرتفع	2
4	يحقق المصنع زيادة في حصته السوقية من المبيعات عبر الزمن.	3.63	0.88	72.57 %	مرتفع	3
3	يحقق المصنع معدلات نمو كبيره من وقت لآخر.	3.61	0.84	72.19 %	مرتفع	4
7	يحصل المصنع على حصة سوقية أكبر خلال العام الحالي مقارنة مع العام السابق.	3.60	0.99	72.00 %	مرتفع	5
1	يزداد حجم مبيعات المصنع مقارنة مع المنافسين.	3.59	0.95	71.81 %	مرتفع	6
5	تزداد مبيعات المصنع مقارنة مع مبيعات أكبر المنافسين له.	3.50	1.02	69.90 %	مرتفع	7
6	يحرص المصنع على نشاط البحث والتطوير لتحقيق متطلبات العملاء واشباع رغباتهم.	3.21	1.09	64.19 %	متوسط	8
	متوسط حجم المبيعات	3.59	0.71	71.88 %	مرتفعة	

يتضح من الجدول (11) أن جميع فقرات بُعد حجم المبيعات حصلت على درجة موافقة مرتفعة من قبل عينة الدراسة، عدا الفقره رقم (6)، فقد حصلت على درجة موافقة متوسطة، وقد تراوحت المتوسطات الحسابية للفقرات بين (3.98) و(3.21)، وبنسب موافقة بين (79.62%) و(64.19%)، وقد جاءت في المرتبة الأولى الفقره رقم (8) التي تنص على (الحوافز المجزية للموزعين تؤثر إيجابا في زيادة المبيعات) بمتوسط (3.98) ونسبة (79.62%)، وبلغ الانحراف المعياري (0.84)، وجاء في المرتبة الأخيرة الفقره رقم (6) التي تنص على (يحرص المصنع على نشاط البحث والتطوير لتحقيق متطلبات العملاء واشباع رغباتهم) بمتوسط حسابي (3.21) ونسبة موافقة (64.19%)، وبنحرف معياري (1.09).

وبشكل عام بلغ المتوسط الحسابي لبُعد حجم المبيعات (3.59)، وبنسبة موافقة (71.88%)، وانحراف معياري (0.71)؛ مما يدل على درجة موافقة مرتفعة من قبل أفراد العينة بأن حجم المبيعات في مصنع إسمنت عمران مرتفع.

تحليل فقرات البُعد الثاني: رضا العملاء:

الجدول (12) يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية والرتب لإجابات عينة الدراسة على بُعد رضا العملاء.

جدول (12): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبُعد رضا العملاء

رقم الفقره	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	مستوى التوفر	الرتبة
8	عملاء المصنع يلعبون دورا أساسيا في زيادة الحصة السوقية.	4.23	0.68	84.57 %	مرتفع جدا	1
4	يقدم المصنع منتج بحدود مناسبة لجذب العملاء.	4.15	0.69	83.05 %	مرتفع	2
1	يقدم المصنع منتج للعملاء بمستوى يحقق رضاهم.	3.73	0.95	74.67 %	مرتفع	3

جدول (12): يتبع

رقم الفقره	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	مستوى التوفر	الرتبة
5	يقدم المصنع منتجه بالمكان المناسب لتحقيق رضا العملاء.	3.54	0.91	70.86 %	مرتفع	4
3	يقدم المصنع منتجه بتكلفة مناسبة لجذب العملاء.	3.54	0.95	70.86 %	مرتفع	5
6	يحرص المصنع دائما على تحقيق رضا العميل.	3.45	1.01	68.95 %	مرتفع	6
2	يعمل المصنع على استقطاب عملاء جدد والحفاظ على العملاء الحاليين.	3.33	1.03	66.67 %	متوسط	7
7	يعمل المصنع باستمرار على قياس رضا العملاء من وقت لآخر.	3.23	1.05	64.57 %	متوسط	8
	متوسط رضا العملاء	3.65	0.66	73.02 %	مرتفعة	

يتضح من الجدول (12) أن معظم فقرات بُعد رضا العملاء حصلت على درجة موافقة مرتفعة من قبل عينة الدراسة، وقد حصلت الفقره (8) على درجة موافقة مرتفعة جدا، بينما حصلت الفقرتين رقم (2، 7)، على درجة موافقة متوسطة، وقد تراوحت المتوسطات الحسابية للفقرات بين (4.23) و(3.23)، وبنسب موافقة بين (84.57%) و (64.57%)، وقد جاءت في المرتبة الأولى الفقره رقم (8) التي تنص على (عملاء المصنع يلعبون دورا أساسيا في زيادة الحصة السوقية) بمتوسط (4.23) ونسبة (84.57%)، وبلغ الانحراف المعياري (0.68)، وجاء في المرتبة الأخيرة الفقره رقم (7) التي تنص على (يعمل المصنع باستمرار على قياس رضا العملاء من وقت لآخر) بمتوسط حسابي (3.23) ونسبة موافقة (64.57%)، وبانحراف معياري (1.05). وبشكل عام بلغ المتوسط الحسابي لبُعد رضا العملاء (3.65)، وبنسبة موافقة (73.02%). وانحراف معياري (0.66)؛ مما يدل على درجة موافقة مرتفعة من قبل أفراد العينة بوجود رضا للعملاء في مصنع إسمنت عمران، وبدرجة مرتفعة.

وبعد استكمال التحليل الوصفي لأبعاد المتغير التابع يمكن القول إن التساؤل الثاني للدراسة الذي ينص على: ما واقع توافر أبعاد الحصة السوقية في مصنع عمران من وجهة نظر أفراد العينة؟ قد تم الإجابة عليه.

ثالثا: نتائج اختبار فرضيات الدراسة:

ولاختبار فرضيات الدراسة تم استخدام اختبار تحليل الانحدار الخطي البسيط، كما تم استخدام تحليل التباين F الأحادي (One-Way ANOVA) لاختبار الفروق في آراء العينة حول الحصة السوقية في مصنع إسمنت عمران حسب المتغيرات التي تحتوي على ثلاث فئات فأكثر (العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخدمة، المستوى الوظيفي)، وذلك كالآتي:

اختبار الفرضية الرئيسية الأولى:

تنص هذه الفرضية على أنه: يوجد أثر له دلالة إحصائية لاستراتيجيات التسعير في زيادة الحصة السوقية في مصنع إسمنت عمران.

وتهدف هذه الفرضية إلى تحديد أثر استراتيجيات التسعير في زيادة الحصة السوقية في مصنع إسمنت عمران، والجدول (13) يوضح نتائج اختبار الانحدار البسيط لاختبار هذه الفرضية.

جدول (13): نتائج اختبار الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الرئيسية الأولى

Sig.T	اختبار	الانحدار	Sig.F	اختبار	R ²	R
مستوى الدلالة	T	β	مستوى الدلالة	F	معامل التحديد	معامل الارتباط
0,000	13,84	0,806	0,000	191,45	0,650	0,806

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (13) وجود أثر إيجابي له دلالة إحصائية لاستراتيجيات التسعير في زيادة الحصة السوقية في مصنع إسمنت عمران، فقد بلغ معامل التحديد R² (0.650)؛ وهذا يفسر أن نسبة (65%) من التباين (المتغيرات) في زيادة الحصة السوقية ناتج عن تطبيق استراتيجيات التسعير، أما النسبة المتبقية والبالغة (35%) من التباين تفسره متغيرات أخرى لم يتضمنها نموذج الدراسة، كما تفسر قيمة درجة التأثير β التي بلغت (0.806)، أنه بافتراض تحييد بقية المتغيرات فإن الزيادة بدرجة واحدة في تطبيق استراتيجيات التسعير سيؤدي إلى تعزيز زيادة الحصة السوقية بنسبة (80.60%)، ويؤكد معنوية هذا الأثر قيمة F المحسوبة التي بلغت (191.45)، وهي دالة عند مستوى دلالة (0.01)؛ وهذا يعني قبول الفرضية الرئيسية الأولى للدراسة التي تنص على أنه:

يوجد أثر له دلالة إحصائية لاستراتيجيات التسعير في زيادة الحصة السوقية في مصنع إسمنت عمران. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة خطاب (2007) في أن لاستراتيجيات تسعير المنتجات أثرا في زيادة الحصة السوقية في المنشآت الصناعية بمدينة الرياض، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة حسين ومصطفى (2012) والتي توصلت نتيجتها إلى عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين سياسات التسعير والحصة السوقية لدى تجار الجملة في مدينة نابلس.

اختبار الفرضية الفرعية الأولى:

تنص هذه الفرضية على أنه: يوجد أثر له دلالة إحصائية لاستراتيجية الريادة السعرية في زيادة الحصة السوقية في مصنع إسمنت عمران.

وتهدف هذه الفرضية إلى تحديد أثر استراتيجية الريادة السعرية في زيادة الحصة السوقية في مصنع إسمنت عمران، والجدول (14) يوضح نتائج اختبار الانحدار البسيط لاختبار هذه الفرضية.

جدول (14): نتائج اختبار الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الأولى

Sig.T	اختبار	الانحدار	Sig.F	اختبار	R ²	R
مستوى الدلالة	T	β	مستوى الدلالة	F	معامل التحديد	معامل الارتباط
0,000	8,65	0,649	0,000	74,77	0,421	0,649

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (14) وجود أثر له دلالة إحصائية لاستراتيجية الريادة السعرية في زيادة الحصة السوقية في مصنع إسمنت عمران، فقد بلغ معامل التحديد R² (0.421)؛ وهذا يفسر أن نسبة (42.10%) من التباين (المتغيرات) في زيادة الحصة السوقية ناتجة عن ممارسة المصنع لاستراتيجية الريادة السعرية، أما النسبة المتبقية والبالغة (57.90%) من التباين تفسره متغيرات أخرى لم يتضمنها نموذج الدراسة، كما تفسر قيمة درجة التأثير β التي بلغت (0.649)، أنه بافتراض تحييد بقية المتغيرات فإن الزيادة بدرجة واحدة في ممارسة استراتيجية الريادة السعرية، سيؤدي إلى زيادة الحصة السوقية بنسبة (64.90%)، ويؤكد معنوية هذا الأثر قيمة F المحسوبة التي بلغت (74.77)، وهي دالة عند مستوى دلالة (0.01)؛ وهذا يعني قبول الفرضية الفرعية الأولى للدراسة التي تنص على أنه:

يوجد أثر له دلالة إحصائية لاستراتيجية الريادة السعرية في زيادة الحصة السوقية في مصنع إسمنت عمران.

اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

تنص هذه الفرضية على أنه: يوجد أثر له دلالة إحصائية لاستراتيجية التسعير على أساس جودة المنتج في زيادة الحصة السوقية في مصنع إسمنت عمران.

وتهدف هذه الفرضية إلى تحديد أثر استراتيجية التسعير على أساس جودة المنتج في زيادة الحصة السوقية في مصنع إسمنت عمران، والجدول (15) يوضح نتائج اختبار الانحدار البسيط لاختبار هذه الفرضية.

جدول (15): نتائج اختبار الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الثانية

Sig.T مستوى الدلالة	اختبار T	الانحدار β	Sig.F مستوى الدلالة	اختبار F	R ² معامل التحديد	R معامل الارتباط
0,000	10,52	0,720	0,000	110,69	0,518	0,720

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (15) وجود أثر له دلالة إحصائية لاستراتيجية التسعير على أساس جودة المنتج في زيادة الحصة السوقية في مصنع إسمنت عمران، فقد بلغ معامل التحديد R² (0,518)؛ وهذا يفسر أن نسبة (51,80%) من التباين (التغيرات) في زيادة الحصة السوقية ناتج عن ممارسة المصنع لاستراتيجية التسعير على أساس جودة المنتج، أما النسبة المتبقية والبالغة (48,20%) من التباين تفسره متغيرات أخرى لم يتضمنها نموذج الدراسة، كما تفسر قيمة درجة التأثير β التي بلغت (0,720)، أنه بافتراض تحييد بقية المتغيرات فإن الزيادة بدرجة واحدة في تطبيق استراتيجية التسعير على أساس جودة المنتج سيؤدي إلى زيادة الحصة السوقية بنسبة (72%)، ويؤكد معنوية هذا الأثر قيمة F المحسوبة التي بلغت (110,69)، وهي دالة عند مستوى دلالة 0,01؛ وهذا يعني قبول الفرضية الثانية للدراسة التي تنص على أنه:

يوجد أثر له دلالة إحصائية لاستراتيجية التسعير على أساس جودة المنتج في زيادة الحصة السوقية في مصنع إسمنت عمران.

اختبار الفرضية الفرعية الثالثة:

تنص هذه الفرضية على أنه: يوجد أثر له دلالة إحصائية لاستراتيجية التسعير الترويجي من خلال الخصومات السعرية في زيادة الحصة السوقية في مصنع إسمنت عمران.

وتهدف هذه الفرضية إلى تحديد أثر استراتيجية التسعير الترويجي من خلال الخصومات السعرية في زيادة الحصة السوقية في مصنع إسمنت عمران، والجدول (16) يوضح نتائج اختبار الانحدار البسيط لاختبار هذه الفرضية.

جدول (16): نتائج اختبار الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة

Sig.T مستوى الدلالة	اختبار T	الانحدار β	Sig.F مستوى الدلالة	اختبار F	R ² معامل التحديد	R معامل الارتباط
0,000	6,78	0,556	0,000	45,99	0,309	0,556

يتضح من البيانات الواردة في الجدول (16) وجود أثر له دلالة إحصائية لاستراتيجية التسعير الترويجي من خلال الخصومات السعرية في زيادة الحصة السوقية في مصنع إسمنت عمران، فقد بلغ معامل التحديد R² (0,309)، وهذا يفسر أن نسبة (30,90%) من التباين (التغيرات) في زيادة الحصة السوقية ناتج عن ممارسة المصنع لاستراتيجية التسعير الترويجي من خلال الخصومات السعرية، أما النسبة المتبقية والبالغة (69,10%) من التباين تفسره متغيرات أخرى لم يتضمنها نموذج الدراسة، كما تفسر قيمة درجة التأثير β التي بلغت (0,556)، أنه بافتراض تحييد بقية المتغيرات فإن الزيادة بدرجة واحدة في

تطبيق استراتيجية التسعير الترويجي من خلال الخصومات السعرية سيؤدي إلى زيادة الحصة السوقية بنسبة (55.60%)، ويؤكد معنوية هذا الأثر بقيمة F المحسوبة والتي بلغت (45.99)، وهي دالة عند مستوى دلالة 0.01؛ وهذا يعني قبول الفرضية الفرعية الثالثة للدراسة التي تنص على أنه:

يوجد أثر له دلالة إحصائية لاستراتيجية التسعير الترويجي من خلال الخصومات السعرية في زيادة الحصة السوقية في مصنع إسمنت عمران.

ولتحديد ترتيب تأثير أبعاد استراتيجية التسعير (استراتيجية الريادة السعرية، واستراتيجية التسعير على أساس جودة المنتج، واستراتيجية التسعير الترويجي من خلال الخصومات السعرية) في زيادة الحصة السوقية في مصنع إسمنت عمران، فإن الجدول (17) يوضح ذلك.

جدول (17): ترتيب تأثير أبعاد استراتيجية التسعير في زيادة الحصة السوقية

الترتيب	Sig.F مستوى الدلالة	اختبار F	الانحدار β	R ² معامل التحديد	البعد
2	0.000	74.77	0.649	0.421	استراتيجية الريادة السعرية
1	0.000	110.69	0.720	0.518	استراتيجية التسعير على أساس جودة المنتج
3	0.000	45.99	0.556	0.309	استراتيجية التسعير الترويجي من خلال الخصومات السعرية

يتضح من الجدول (17) أن تأثير أبعاد استراتيجية التسعير في زيادة الحصة السوقية في مصنع إسمنت عمران متفاوتة، فقد جاء بُعد استراتيجية التسعير على أساس جودة المنتج الأعلى تأثيراً في زيادة الحصة السوقية، يليه بُعد استراتيجية الريادة السعرية، وفي المرتبة الأخيرة بعد استراتيجية التسعير الترويجي من خلال الخصومات السعرية.

ومن خلال اختبار الفرضية الرئيسية الأولى والفرضيات الفرعية لها يمكن القول أن التساؤل الثالث للدراسة الذي ينص على: هل توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية لاستراتيجيات التسعير في زيادة الحصة السوقية لمصنع إسمنت عمران؟ قد تم الإجابة عليه.

اختبار الفرضية الرئيسية الثانية:

تنص الفرضية على أنه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات إجابات أفراد العينة حول زيادة الحصة السوقية تعزى للمتغيرات الشخصية والوظيفية (العمر، والمؤهل العلمي، والمستوى الوظيفي، وسنوات الخدمة).

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين F الأحادي (One-Way ANOVA) لاختبار الفروق في آراء العينة حول زيادة الحصة السوقية في مصنع إسمنت عمران بحسب المتغيرات التي تحتوي على ثلاث فئات فأكثر: (العمر، والمؤهل العلمي، والمستوى الوظيفي، وسنوات الخدمة)، وقد تم ذلك على النحو الآتي:

أ- نتائج اختبار الفروق بحسب متغير العمر:

الجدول (18) يوضح الفروق في آراء عينة الدراسة حول زيادة الحصة السوقية في مصنع إسمنت عمران تعزى لمتغير العمر.

جدول (18): الفروق في آراء أفراد العينة حول زيادة الحصة السوقية حسب متغير العمر

One-Way ANOVA						
المحور	العمر	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	اختبار F	مستوى الدلالة عند 0.05
زيادة الحصة السوقية	اقل من 30 سنة	9	4.10	0.47	2.14	.100
	من 30 إلى 40 سنة	62	3.57	0.69		
	من 41 إلى 50 سنة	26	3.55	0.57		
	أكثر من 50 سنة	8	3.76	0.44		
	الإجمالي	105	3.62	0.64		

يتضح من الجدول (18) أن قيمة F جاءت غير دالة بحسب متغير العمر؛ مما يعني عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) < في استجابات عينة الدراسة حول زيادة الحصة السوقية في مصنع إسمنت عمران تعزى لمتغير العمر.

ب- نتائج اختبار الفروق بحسب متغير المؤهل العلمي:

الجدول (19) يوضح الفروق في آراء عينة الدراسة حول زيادة الحصة السوقية في مصنع إسمنت عمران تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

جدول (19): الفروق في آراء أفراد العينة حول زيادة الحصة السوقية حسب متغير المؤهل العلمي

One-Way ANOVA						
المحور	المؤهل	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	اختبار F	مستوى الدلالة عند 0.05
زيادة الحصة السوقية	دبلوم متوسط فاقل	19	3.89	0.74	1.730	.166
	بكالوريوس	68	3.60	0.58		
	دراسات عليا	16	3.41	0.75		
	أخرى	2	3.56	0.18		
	الإجمالي	105	3.62	0.64		

يتضح من الجدول (19) أن قيمة F جاءت غير دالة بحسب متغير المؤهل العلمي، وقيمة F غير دالة تعني عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) < بين استجابات أفراد العينة حول زيادة الحصة السوقية في مصنع إسمنت عمران تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

ويمكن تفسير هذه النتيجة إلى أن ما يقارب (82%) من العينة يحملون مؤهل بكالوريوس فأعلى، وهذا خلق انسجاماً حول إدراكهم للحصة السوقية، وهذا يشير إلى أن المؤهل العلمي لم يؤثر في رؤية أفراد المجتمع حول زيادة الحصة السوقية في المصنع.

ج- نتائج اختبار الفروق بحسب متغير سنوات الخدمة:

الجدول (20) يوضح الفروق في آراء عينة الدراسة حول زيادة الحصة السوقية في مصنع إسمنت عمران تعزى لمتغير سنوات الخدمة.

جدول (20): الفروق في آراء أفراد العينة حول زيادة الحصة السوقية حسب متغير سنوات الخدمة

One-Way ANOVA						
المحور	سنوات الخدمة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	اختبار F	مستوى الدلالة عند 0.05
زيادة الحصة السوقية	10 سنوات فأقل	15	3.96	0.79	2.93	*0.037
	من 11 إلى 15 سنة	48	3.45	0.63		
	من 16 إلى 20 سنة	17	3.74	0.56		
	أكثر من 20 سنة	25	3.67	0.55		
	الإجمالي	105	3.62	0.64		

(*) ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (> 0.05).

يتضح من الجدول (20) أن قيمة F جاءت دالة بحسب متغير سنوات الخدمة، وقيمة F دالة تعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (> 0.05) بين استجابات أفراد العينة حول زيادة الحصة السوقية في مصنع إسمنت عمران تعزى لمتغير سنوات الخدمة، وقد كانت الفروق لصالح فئة سنوات الخدمة (10 سنوات فأقل).

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن العاملين أصحاب الخدمة (10 سنوات فأقل) هم الأقل خبرةً وفهمًا لمتطلبات الحصة السوقية، وبالتالي جاءت إجاباتهم مختلفة عن غيرهم.

د- نتائج اختبار الفروق بحسب متغير المستوى الوظيفي:

الجدول (21) يوضح الفروق في آراء عينة الدراسة حول زيادة الحصة السوقية في مصنع إسمنت عمران تعزى لمتغير المستوى الوظيفي.

جدول (21): الفروق في آراء أفراد العينة حول زيادة الحصة السوقية حسب متغير المستوى الوظيفي

One-Way ANOVA						
المحور	المستوى الوظيفي	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	اختبار F	مستوى الدلالة عند 0.05
زيادة الحصة السوقية	مدير عام/ نائب مدير	4	3.63	0.49	2.035	.080
	مدير إدارة	24	3.59	0.55		
	رئيس قسم	50	3.52	0.69		
	مختص	11	4.18	0.57		
	مدير دائرة	13	3.57	0.57		
	أخرى	3	3.71	0.64		
الإجمالي	105	3.62	0.64			

يتضح من الجدول (21) أن قيمة F جاءت غير دالة بحسب متغير المستوى الوظيفي، وقيمة F غير دالة تعني عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (> 0.05) بين استجابات أفراد العينة حول زيادة الحصة السوقية في مصنع إسمنت عمران تعزى لمتغير المستوى الوظيفي.

ويمكن تفسير عدم وجود اختلافات في إجابات الباحثين بحسب المستوى الوظيفي حول زيادة الحصة السوقية في مصنع إسمنت عمران أن المسميات الوظيفية للعاملين في المصنع لم تؤثر في رؤيتهم للحصة السوقية، وقد يكون السبب أن الباحثين يخضعون للظروف نفسها التي زرعت فيهم ثقافة مشتركة.

وبعد الانتهاء من اختبار الفرضية الرئيسية الثانية اتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند

مستوى دلالة (0.05) في استجابات عينة الدراسة حول زيادة الحصة السوقية تعزى للمتغيرات (العمر، والمؤهل العلمي، والمستوى الوظيفي).

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة محمد (2019) التي أظهرت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية حول أثر الأنشطة الترويجية في زيادة الحصة السوقية تعزى لمتغيري العمر والوظيفة. كما تتفق ما نتائج دراسة الصعر (2013) التي بينت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 تعزى للمتغيرات: العمر، والمؤهل، والوظيفة، فيما يتعلق بموضوع الدراسة، وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة محمد (2019) بوجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

كما أظهرت نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثانية عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين استجابات أفراد العينة حول زيادة الحصة السوقية تعزى للمتغير: سنوات الخدمة.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة محمد (2019) التي أظهرت وجود فروق ذات دلالة إحصائية حول أثر الأنشطة الترويجية في زيادة الحصة السوقية تعزى لمتغير الخبرة العلمية، وتختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة محمد (2019) التي أظهرت وجود فروق ذات دلالة إحصائية حول أثر الأنشطة الترويجية في زيادة الحصة السوقية تعزى لمتغيري المؤهل العلمي والخبرة العلمية.

ومن خلال اختبار الفرضية الرئيسية الثانية يمكن القول إن التساؤل الرابع للدراسة الذي ينص على: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات إجابات أفراد العينة حول زيادة الحصة السوقية تعزى للمتغيرات الديمغرافية: العمر، والمؤهل العلمي، والمستوى الوظيفي، وسنوات الخدمة؟ قد تم الإجابة عليه.

الاستنتاجات والتوصيات:

الاستنتاجات:

بناء على نتائج الدراسة، تم التوصل إلى مجموعة من الاستنتاجات، وهي على النحو الآتي:

1. يطبق مصنع إسمنت عمران استراتيجية الريادة السعرية بدرجة مرتفعة؛ ويرجع ذلك إلى أن المصنع يستخدم سياسة الحد الأدنى من الأسعار لتحقيق الريادة السعرية في السوق، ويساعده على تحقيق الريادة في السعر الاستخدام الأمثل للطاقة الإنتاجية، والاستفادة من الإنتاج بكميات كبيرة لتخفيض تكلفة الوحدة الواحدة، وتخفيض تكاليف التوزيع للمنتج قدر الإمكان، كما يستفيد المصنع من الخبرة والتعلم لخفض تكاليف الإنتاج.
2. يطبق مصنع إسمنت عمران استراتيجية التسعير على أساس جودة المنتج بدرجة مرتفعة، وقد حصلت هذه النتيجة على أعلى موافقة من قبل العينة؛ أي أن المصنع يتبنى الجودة كاستراتيجية لزيادة حصته السوقية، ويعمل المصنع على وضع الأسعار تناسباً مع مستوى جودة المنتج.
3. يطبق مصنع إسمنت عمران استراتيجية التسعير الترويجي من خلال الخصومات السعرية بدرجة متوسطة؛ أي أن المصنع يتبع سياسة منح حافز لجميع الموزعين لزيادة مشترياتهم من المصنع، وتساعد الخصومات السعرية في زيادة الطلب على منتج المصنع، ويهتم العملاء بحجم الخصومات التي يقدمها المصنع، لكن ما يزال يوجد قصور في هذه الاستراتيجية.
4. أن مستوى الحصة السوقية في مصنع إسمنت عمران مرتفعة بحسب تقديرات عينة الدراسة، وتتوفر أبعاد زيادة الحصة السوقية بدرجة مرتفعة.
5. أن استراتيجيات التسعير (استراتيجية الريادة السعرية، واستراتيجية التسعير على أساس جودة المنتج، استراتيجية التسعير الترويجي من خلال الخصومات السعرية) تؤثر في زيادة الحصة السوقية في مصنع إسمنت عمران، وأن تأثير أبعاد استراتيجيات التسعير في زيادة الحصة السوقية في مصنع إسمنت عمران متفاوت، فقد جاء بعد استراتيجيات التسعير على أساس جودة المنتج الأعلى تأثيراً في زيادة الحصة السوقية، يليه بعد استراتيجية الريادة السعرية، وفي المرتبة الأخيرة بعد استراتيجية التسعير الترويجي من خلال الخصومات السعرية.

التوصيات:

1. تعزيز اهتمام الإدارة في مصنع اسمنت عمران باستراتيجيات التسعير وجعلها جزءاً من اهتماماتها الأساسية؛ وذلك لأهميتها الفعالة في زيادة الحصة السوقية.
2. إعادة النظر في استراتيجيات التسعير في المصنع بما يتلاءم مع الظروف المحيطة الداخلية والخارجية، مع التأكيد على أهمية الدراسة العلمية لعملية التسعير بالاعتماد على المبادئ العلمية الحديثة في ذلك لما للسعر من دور في زيادة الحصة السوقية.
3. تعزيز تطبيق استراتيجية الريادة السعرية في المصنع بشكل أكبر مما هو عليه الآن وفي جميع الأنشطة.
4. ضرورة الاهتمام باستراتيجية التسعير الترويجي من خلال الخصومات السعرية بأشكالها لما لها من أثر في زيادة الحصة السوقية.
5. ضرورة الاستفادة من تجارب المصانع والمنظمات العالمية العاملة في صناعة الإسمنت من حيث الاعتماد على بدائل أخرى للوقود (المازوت، الديزل) المرتفع التكلفة.
6. ضرورة إنشاء منظومة للإحراق بالغاز؛ كونه متوفرًا بكميات تجارية محلياً، وحتى لا يقع المصنع تحت رحمة الخارج.
7. ضرورة تفعيل الأبحاث السابقة التي تم البدء بها ثم توقفت بشأن الوقود البديل (الصخري) لقرب مواقع توفره من المصنع.

المراجع:

- إبراهيم، عبد الله أحمد محمد (2018)، *أثر السياسات التسويقية على سلوك المستهلك وزيادة الحصة السوقية: دراسة تطبيقية على الشركات العاملة في توزيع الملابس الجاهزة قطاع أم درمان* (رسالة ماجستير)، جامعة النيلين، السودان.
- أبو أمين، وسام (2014)، *دور عوامل استراتيجية التسعير في الحصة السوقية: دراسة ميدانية على شركات الأدوات الكهربائية المنزلية* (رسالة ماجستير)، جامعة دمشق، سوريا.
- ادريس، هيثم ادريس محجوب (2016)، *أثر سياسات التسعير على المبيعات: دراسة تطبيقية شركة سيقا لمطاحن الغلال* (رسالة ماجستير)، جامعة البحر الأحمر، السودان.
- الأديمي، منصور (2010)، *منهج البحث العلمي وتطبيقاتها في العلوم التجارية والاقتصادية، صنعاء، اليمن: الأمين للنشر والتوزيع.*
- أوديجيه، غي (2008)، *التسويق في خدمة المشروع، تعريب نبيل جواد، بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات.*
- باقر، جاسم وفاء (2019)، *أثر استراتيجيات التسويق الإسلامي على الحصة السوقية للمشروعات الصغيرة، المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية، (12)، 1-23.*
- البكري، ثامر ياسر (2005)، *تسويق الخدمات الصحية، عمان، الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.*
- البكري، ثامر ياسر (2008)، *استراتيجيات التسويق، عمان، الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.*
- بلحسن، سميحة (2012)، *تأثير جودة الخدمات المصرفية على تحقيق رضا الزبون* (رسالة ماجستير)، جامعة قاصدي مرباح، الجزائر.
- جبالي، باسل، الظاهر، ثائر، نزال، احمد، وشرف، عبدالرؤوف (2011)، *أثر تبني سياسة التسعير الترويجي في حجم طلب الزبائن على الأجهزة الكهربائية من وجهة نظر أصحاب محلات الأجهزة الكهربائية، مشروع تخرج، كلية الاقتصاد، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين.*
- الجياشي، علي (2002)، *التسعير - مدخل تسويقي، عمان، الأردن: مكتبة الراتب العلمية.*

- الحاج، طارق، ربابعة، علي، الباشا، محمد، والخليلي، منذر (1997)، *التسويق من المنتج إلى المستهلك* (ط2)، عمان، الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- حسين، مراد، ومصطفى، عماد (2012)، *أثر سياسات التسعير في الحصة السوقية لدى تجار الجملة في مدينة نابلس، فلسطين: جامعة النجاح الوطنية.*
- الجمداني، موفق (2006)، *مناهج البحث العلمي*، عمان، الأردن: مؤسسة الوراق للنشر.
- خطاب، عاطف محمد (2007)، *دور استراتيجيات تسعير المنتجات في زيادة الحصة السوقية: دراسة تطبيقية في المنشآت الصناعية بمدينة الرياض* (رسالة ماجستير)، جامعة العلوم والتكنولوجيا، اليمن.
- الخطيب، فهد سليمان، والعواد، محمد سليمان (2000)، *مبادئ التسويق: مفاهيم أساسية*، عمان، الأردن: دار الفكر.
- الخبر، طارق (2009)، *مبادئ التسويق*، سوريا: منشورات جامعة دمشق.
- زرقان، وفاء، ولعريبي، نسيم (2014)، *تأثير السعر على قرار شراء سلع التسوق: دراسة ميدانية على عينة من المستهلكين* (رسالة ماجستير)، جامعة أكلى محند أولحاج- البويرة، الجزائر.
- الزعيبي، علي فلاح مفلح (2005)، *الأفاق المستقبلية لاستراتيجيات التسويق المحلي والدولي في شركات القطاع الخاص: دراسة تحليلية ميدانية* (أطروحة دكتوراه)، جامعة دمشق، سوريا.
- سليمان، أيمن علي سليمان (2017)، *أثر الحصة السوقية على ربحية الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق عمان المالي، دراسة تحليلية على شركات الأدوية الأردنية* (رسالة ماجستير)، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- سمارة، عبد الله (2005)، *مبادئ التسويق: مدخل مفاهيمي*، فلسطين: جامعة النجاح الوطنية.
- شبلابي يعقوب جبار (2018)، *علاقة جودة الخدمات المصرفية لتحقيق رضا الزبون* (رسالة ماجستير)، جامعة القادسية، العراق.
- شيت، نضال بدر (2014)، *السياسات التسعيرية وأثرها في رضا الزبون: دراسة تحليلية لآراء عينة من مديري بعض المنظمات الصناعية، دراسات إدارية، 6(12)، 268-235.*
- الصحن، محمد فريد (2005)، *التسويق، الإسكندرية، مصر: الدار الجامعية.*
- الصعر، معين عبد الله أحمد (2013)، *أثر الأنشطة التسويقية على زيادة المبيعات: دراسة حالة على مصنع إسمنت عمران* (رسالة ماجستير)، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، صنعاء، اليمن.
- الصميدعي، محمود، جاسم، يوسف، وردينة، عثمان (2001)، *التسويق المصرفي: مدخل استراتيجي كمي تحليلي* (ط1)، عمان، الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع.
- طاظة، مذكره عتيقة (2009)، *سياسات الإعلان ودورها في زيادة الحصة السوقية*، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، سوريا. استرجع من <https://elibrary.medi.u.edu.my/books/MAL03676.pdf>
- الطائي، حميد، الصميدعي، محمود، العلاق، بشير، والقرم، إيهاب (2006)، *الأسس العلمية للتسويق*، عمان، الأردن: دار اليازوري للنشر والتوزيع.
- عبيدات، محمد إبراهيم (2003)، *استراتيجية التسويق: مدخل سلوكي* (ط3)، عمان، الأردن: دار وائل للنشر.
- عبيدات، محمد إبراهيم (2004)، *أساسيات التسعير في التسويق المعاصر مدخل سلوكي*، عمان، الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- عبيدات، محمد، الضمور، هاني، وحداد، شفيق (2001)، *إدارة المبيعات* (ط2)، عمان، الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع.
- عثمان، محمد فضل حامد (2017)، *دور بحوث التسويق في زيادة المبيعات: دراسة ميدانية - شركة سور العالمية (مصنع نسيج شندي) في الفترة من 2014 - 2016* (رسالة ماجستير)، جامعة شندي، السودان.

- عزام، زكريا أحمد (2009)، *مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق* (ط5)، عمان، الأردن: دار المسيرة.
- العلاق، بشير، والعدلي، قحطان (1999)، *استراتيجيات التسويق*، عمان، الأردن: دار زهران للنشر والتوزيع.
- عمر، محمد عبد الرحمن، محمد، روش إبراهيم، وعلي، نزار محمد (2015)، *استراتيجيات المزيح التسويقي ودورها في زيادة الحصة السوقية: دراسة استطلاعية لأراء عينة من الأفراد العاملين في شركة ستي سنتر التجارية في مدينة زاخو، مجلة جامعة زاخو، 3(2)، 556-573.*
- الكبيسي، محمد عادل حمد (2012)، *أثر التخطيط التسويقي في تبني التجارة الإلكترونية على الحصة السوقية: دراسة على شركة البرمجيات المتبينة للتجارة الإلكترونية في الأردن* (رسالة ماجستير)، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- محمد، دفع الله قسم الله عبد الكافي (2019)، *أثر الأنشطة الترويجية في زيادة الحصة السوقية بالتطبيق على شركات الوساطة المالية العاملة في سوق الخرطوم للأوراق المالية، مجلة السودان الأكاديمية للبحوث والعلوم، 5(14)، 19-45.*
- محمد، غادة فاروق (2018)، *دور سياسات التسعير في زيادة الحصة السوقية: دراسة حالة شركة شيكان للتأمين المحدودة في الفترة من 2015 - 2018* (رسالة ماجستير)، جامعة أفريقيا العالمية، السودان.
- المصطفى، سامر (2013)، *أثر خدمة ضمان المنتج في تعزيز رضا العملاء* (رسالة ماجستير)، جامعة دمشق، سوريا.
- نصور، ريزان، وعبود، حسن (2015)، *دور السعر الترويجي في الأزمات التسويقية السياحية من وجهة نظر العاملين في المنشآت السياحية: دراسة حالة فندق اللاذقية السياحي، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، 37(1)، 301-316.*

- Agbaeze, E., Chiemeke, M. N., Ogbo, A., & Ukpere, W. I. (2020). Impact of pricing practice management on performance and sustainability of supermarkets in the urban area of Enugu State, Nigeria. *Sustainability, 12*(15), 6019.
- Cant, M. C., Wiid, J., & Sephapo, C. M. (2016). Key factors influencing pricing strategies for small business enterprises (SMEs): Are they important?. *Journal of Applied Business Research (JABR), 32*(6), 1737-1750.
- McCarthy, E., & Perreault, W. (1990). *Basic Marketing* (10th ed.). Richard D. Irwin, Inc.
- Mercy, O. (2009). *Price flexibility in relation to consumer purchasing behaviour on-line (Business to consumer electronic commerce)* (Master thesis). Blekinge Institute of Technology, Karlskrona, Sweden.
- Moore, D. S., & McCabe, G. P. (2004). *Introduction to the practice of statistics* (5th ed.). London, United Kingdom: W. H. Freeman.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2010). *Research methods for business: A skill building approach* (5th ed.). Chichester: John Wiley & Sons Ltd.
- Wangui, W. L., Kiragu, D. N. U., & Wachira, A. W. (2018). Effect of pricing strategy and growth of selected hotels in Nyeri county, Kenya. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences, 8*(1), 205-214.

Arabic References in Roman Scripts:

- Abu Amin, Wissam (2014). *Dawr eawamil astiratijiati altaseir fi alhisat alsuwqiyati: Dirasat maydaniat ealaa sharikat al'adawat alkahrabayiyat almanzilia* (Risalat majjistir), Jamieat Dimashqa, Suria.
- Al-Adimi, Mansour (2010). *Manhaj albahth aleilmii watatbiqatuha fi aleulum altijariat waliaqtisadiati*, Sana'a, Alyamanu: Al'amin Lilnashr Waltawziei.
- Al-Alaq, Bashir, wa Al-Abdali, Qahtan (1999). *Astiratijiiaat altaswiqi*, Amman, Al'urdunu: Dar Zahran Lilnashr Waltawziei.
- Al-Bakri, Thamer Yasser (2005). *Taswiq alkhidmat alsihiyati*, Amman, Al'urdunu: Dar Alyazurii Aleilmiat Lilnashr Waltawziei.
- Al-Bakri, Thamer Yasser (2008). *Astiratijiiaat altaswiqi*, Amman, Al'urdun: Dar Alyazurii Aleilmiat Lilnashr Waltawziei.
- Al-Hajj, Tariq, Rabay'ah, Ali, Al-Basha, Muhammad, wa Al-Khalili, Munther (1997). *Altaswiq min almuntaj 'iilaa almustahlik* (Taba'a 2), Amman, Al'urdunu: Dar Safa' Lilnashr Waltawziei.
- Al-Hamdani, Muwaffaq (2006). *Manahij albahth alealmii*, Amman, Al'urduni: Muasasat Alwaraq Lilnashri.
- Al-Jiashi, Ali (2002). *Altaseir - madkhal taswiqi*, Amman, Al'urdun: Maktabat Alraatib Aleilmiati.
- Al-Khair, Tariq (2009). *Mabadi altaswiqi*, Suria: Manshurat Jamieat Dimashqa.
- Al-Khatib, Fahd Suleiman, wa Al-Awwad, Muhammad Suleiman (2000). *Mabadi altaswiqi: Mafahim 'asasiatin*, Amman, Al'urdunu: Dar Alfikri.
- Al-Kubaisi, Muhammad Adel Hamad (2012). *'Athar altakhtit altaswiqii fi tabaniy altijarat al'iiliktruniat ealaa alhisat alsuwqiyati: Dirasat ealaa sharikat Albarmajiaat Almutabayinat Liltijarat Al'iiliktruniat fi Al'urduni* (Risalat majjistir), Jamieat Alsharq Al'awsata, Al'urdunn.
- Al-Mustafa, Samer (2013). *'Athar khidmat daman almuntaj fi taeziz rida aleumala'* (Risalat majjistir), Jamieat Dimashqa, Suria.
- Al-Sa`ar, Muin Abdullah Ahmed (2013). *'Athar al'anshitat altaswiqiat ealaa ziadat almabieati, dirasat halatan ealaa masnae 'iismant eumran* (Risalat majjistir), Al'akadimiat Alearabiat Lileulum Almaliat Walmasrafiati, Sana'a, Alyaman.
- Al-Sahn, Mohamed Farid (2005). *Altaswiq, al'iiskandiriatu*, Misir: Aldaar Aljamieati.
- Al-Sumaida'i, Mahmoud, Jassem, Youssef, wa Rudaina, Othman (2001). *Altaswiq almasrifu: Madkhal astiratijiun kamiyun tahlili* (Taba'a 1), Amman, Al'urdunu: Dar Almanahij Lilnashr Waltawziei.

- Al-Ta'i, Hamid, Al-Sumaida'i, Mahmoud, Al-Alaq, Bashir, wa Al-Qarm, Ihab (2006). *Al'usus aleilmiat liltaswiqi*, Amman, Al'urdun: Dar Alyazurii Lilnashr Waltawziei.
- Al-Zoubi, Ali Falah Mufleh (2005). *Al'afaq almustaqbaliat liastiratijiaat altaswiq almahaliyi walduwalii fi sharikat alqitae alkhasi - dirasat tahliliat maydania* ('Utaruhāt dukturah), Jamieat Dimashqa, Suria.
- Azzam, Zakaria Ahmed (2009). *Mabadi altaswiq alhadith bayn alnazariat waltatbiq* (Taba'a 5), Amman, Al'urduni: Dar Almasirati.
- Baqer, Jassem Wafaa (2019). 'Athar astiratijiaat altaswiq all'iislamii ealaa alhisat alsuwqiat lilmashrueat alsaghirati, *Almajalat Al'iiliktruniat Alshamilat Mutaeadidat Almaerifiat Linashr Al'abhath Aleilmiat Waltarbawiat*, (12), 1-23.
- Belhassen, Samiha (2012). *Tathir jawdat alkhadamat almasrifiat ealaa tahqiq rida' alzubun* (Risalat majistir), Jamieat Qasidi Mirbah, Aljazayir.
- Hussein, Murad, wa Mustafa, Imad (2012). *'Athar siyasat altaseir fi alhisat alsuwqiat ladaa tujaar aljumlat fi madinat Nabuls*, Filastin: Jamieat Alnajah Alwataniati.
- Ibrahim, Abdullah Ahmed Mohamed (2018). *'Athar alsiyasat altaswiqiat ealaa suluk almustahlik waziadat alhisat alsuwqiat: Dirasat tatbiqiat ealaa alsharikat aleamilat fi tawzie almalabis aljahizat qitae 'am dirman* (Risalat majistir), Jamieat Alnylin, Alsuwdan.
- Idris, Haitham Idris Mahjoub (2016). *'Athar siyasat altaseir ealaa almabieati: dirasat tatbiqiatan sharikat siqana limatahin alghilal* (Risalat majistir), Jamieat Albahr Al'ahmaru, Alsuwdan.
- Jabali, Basil, Al-Zaher, Thaer, Nazzal, Ahmed, wa Sharaf, Abdel-Raouf (2011). *'Athar tabaniy siyasat altaseir altarwiji fi hajm talab alzabayin ealaa al'ajhizat alkahrabayyat min wijhat nazar 'ashab mahalaat al'ajhizat alkahrabayyati*, Mashrue takhruju, Kuliyat Alaiqtisadi, Jamieat Alnajah Alwataniati, Filastin.
- Khattab, Atef Muhammad (2007). *Dawr astiratijiaat taseir almuntajat fi ziyadat alhisat alsuwqiat: Dirasat tatbiqiat fi alminshat alsinaeiāt bimadinat alriyad* (Risalat majistir), Jamieat Aleulum Waltiknuluja, Alyaman.
- Mohamed, Ghada Farouk (2018). *Dawr siyasat altaseir fi ziyadat alhisat alsuwqiat: Dirasat halat sharikat Shikan Liltaamin Almahdudat fi alfatrat min 2015-2018* (Risalat majistir), Jamieat 'Afriqia Alealamiati, Alsuwdan.
- Muhammad, Daffa Allah Qismallah Abdul Kafi (2019). 'Athar al'anshitat altarwijiāt fi ziyadat alhisat alsuwqiat bialtatbiq ealaa sharikat alwisatāt almalīāt aleamilat fi suq Alkhartum lil'awraq almalīati, *Majalat Alsuwdan Al'akadimiāt Lilbuhuth Waleulumi*, 5(14), 19-45.

- Nassour, Rizan, wa Abboud, Hassan (2015). dawr alsier altarwijii fi al'azamat atlaswiqiat alsiyahiat min wijhat nazar aleamilin fi alminshat alsiyahiat: dirasat halat Funduq Allaadhiqiat Alsiyahi, *Majalat Jamieat Tishrin Lilbuhuth Waldirasat Aleilmiati*, 37(1), 301-316.
- Obeidat, Muhammad Ibrahim (2003). *Astiratijiat atlaswiqi: Madkhal sulukiun* (Taba'a 3), Amman, Al'urduni: Dar Wayil Lilnashri.
- Obeidat, Muhammad Ibrahim (2004). *'Asasiaat altaseir fi atlaswiq almueasir madkhal sluki*, Amman, Al'urdunu: Dar Almasirat Lilnashr Waltawzie.
- Obeidat, Muhammad, Damour, Hani, wa Haddad, Shafiq (2001). *'Iidarat almabieat* (Taba'a 2), Amman, Al'urdunu: Dar Wayil Lilnashr Waltawziei.
- Odijih, Ghi (2008). *Atlaswiq fi khidmat almashruei*, Taerib Nabil Jawad, Bayrut: Almuasasat Aljamieiat Lildirasati.
- Omar, Muhammad Abd al-Rahman, Muhammad, Rosh Ibrahim, wa Ali, Nizar Muhammad (2015). Astiratijiaat almazij atlaswiqii wadawruha fi ziadat alhisat alsuwqiat: Dirasatan aistitlaeiat lara' eayinat min al'afrad aleamilin fi sharikat Siti Sintar Altijariat fi madinat Zakhu, *Majalat Jamieat Zakhu*, 3(2), 556-573.
- Osman, Mohamed Fadl Hamid (2017). *Dawr buhuth atlaswiq fi ziadat almabieati: Dirasat maydaniat - Sharikat Sur Alealamia (Masnae Nasij Shandi) fi alftrat min 2014-2016* (Risalat majjistir), Jamieat Shandi, Alsuwdan.
- Samara, Abdullah (2005). *Mabadi atlaswiqi: Madkhal mafahimay*, Filastin: Jamieat Alnajah Alwataniani.
- Sheet, Nidal Badr (2014). Alsiyasat altaseiriat wa'atharuha fi rida alzabun: dirasat tahliliat lara' eayinat min mudiri baed almunazamat alsinaeiat, *Dirasat 'Idaria*, 6(12), 235-268.
- Shiblawi Yaqoub Jabbar (2018). *Ealaqat jawdat alkhadamat almasrifiat lithahqiq rida alzabun* (Risalat majjistir), Jamieat Alqadisiat, Aleiraqu.
- Suleiman, Ayman Ali Suleiman (2017). *'Athar alhisat alsuwqiat ealaa ribhiat alsharikat almusahamat aleamat almudrajat fi suq eaman almaliu: Dirasat tahliliat ealaa sharikat al'adwiat al'urduniya* (Risalat majjistir), Jamieat Alsharq Al'awsat, Al'urdunn.
- Tata, Mudhakira Atiqa (2009). *Siasat all'ielan wadawruha fi ziadat alhisat alsuwqiat*, Kuliyyat Alaiqtisadi, Jamieat Dimashqa, Suria. Aistarjie min <https://elibrary.medi.u.edu.my/books/MAL03676.pdf>
- Zarkan, Wafa, wa Lauribi, Nassima (2014). *Tathir alsier ealaa qarar shira' sile altasuqi: Dirasat maydaniat ealaa eayinat min almustahlikin* (Risalat majjistir), Jamieat 'Aklaa Muhanad 'Uwlhaji, Albuyr, Aljazayir.

Honey Value Chain at Al Osaimat District in Ammran Governorate, Yemen

Dr. Maher Abdulla Moharram^(1,*)

Received: 30 March 2021
Revised: 25 April 2021
Accepted: 10 June 2021

© 2021 University of Science and Technology, Yemen. This article can be distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution License](#), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.

© 2021 جامعة العلوم والتكنولوجيا، اليمن. يمكن إعادة استخدام المادة المنشورة حسب رخصة مؤسسة المشاع الإبداعي شريطة الاستشهاد بال مؤلف والمجلة.

¹ Assistant Professor of Business Administration, Collaborated Programs Department, University of Science and Technology, Yemen

* Corresponding author: dr.maherpage@gmail.com

Honey Value Chain at Al Osaimat District in Ammran Governorate, Yemen

Abstract

Due to its varied ecological and climatic conditions, Yemen has a favorable natural resource endowment for the beekeeping and comparative advantage in the production of honey. Al Osaimat is not an exception where Al Osaimat honey is a well-known brand name inside and outside Yemen. Value chain development is a growing approach used worldwide to increase incomes of small producers and the economically active poor families. This study aimed to investigate the flow of honey production by exploring the status of the value chain and identifying the opportunities and constraints in the chain, where appropriate interventions are possible to minimize the chain risks and maximize value. A sample of 72 beekeeping households was surveyed, and for the deeper understanding of the state of honey chain, two focus group discussions and key informant interview were conducted. The results showed the absence of any official attention to the apiculture in the area and the lack of proper training to the chain actors, the domination of old-fashioned beekeeping practices, and the non-availability of supportive actors particularly the financial institutions. Furthermore, the study summarized the seven most important constraints and recommended intervention(s) for the value chain development.

Keywords: Al Osaimat honey, marketing channels, value chain, Yemen.

سلسلة قيمة العسل في منطقة العصيمات بمحافظة عمران - اليمن

الملخص:

بسبب الظروف البيئية والمناخية المتنوعة تتمتع اليمن بموارد طبيعية مواتية لتربية النحل تمنحه ميزة نسبية في إنتاج العسل، والعصيمات بمحافظة عمران ليست استثناء؛ حيث أن الاسم التجاري لعسل العصيمات يعتبر علامة تجارية معروفة داخل وخارج اليمن، ويعتبر تطوير سلسلة القيمة نهج متنام في جميع أنحاء العالم لزيادة دخل صغار المنتجين والأسر الفقيرة النشطة اقتصادياً، وقد هدفت هذه الدراسة إلى فهم تدفق إنتاج العسل من خلال دراسة حالة سلسلة القيمة ومعرفة الفرص والقيود في سلسلة قيمة العسل في العصيمات حيث يمكن أن تكون هذه التدخلات مناسبة وممكنة لتقليل مخاطر السلسلة وتعظيم القيمة، وقد تم مسح عينة من 72 أسرة تعتمد على تربية النحل ومن أجل فهم أعمق لحالة سلسلة العسل تم إجراء مناقشتين جماعيتين مركزه وكذا مقابلة مع اشخاص من ذوي المعرفة بمجال تربية النحل أيضاً، وأظهرت نتائج الدراسة عدم وجود أي اهتمام رسمي بتربية النحل في المنطقة، وكذلك عدم وجود تدريب مناسب لمثلي السلسلة وهيمنة ممارسات تربية النحل القديمة، وعدم توفر الجهات الداعمة وخاصة المؤسسات المالية، بالإضافة إلى أن الدراسة لخصت أهم سبعة قيود في سلسلة القيمة والتدخلات الموصى بها لتطوير سلسلة القيمة.

الكلمات المفتاحية: عسل العصيمات، قنوات التسويق، سلسلة القيمة، اليمن.

1. Introduction

Yemen is among the major producers of honey in the Arab world and in the Arab Peninsula in particular. According to the Federation of Yemeni Beekeepers, Yemen exported 50,000 tons of honey per year before the war took place in 2015, but exports have since fallen by more than 50%, and there are around 100,000 people working in honey farms (Reuters, 2018). There are many honey production areas in Yemen and Al Osaimat District is one of them. Al Osaimat is an undeveloped geographical district of Amman Governorate in the north of Yemen. It has a rich natural resource base for the production of honey and other apiculture products particularly Jujube trees (*Ziziphus Spina-Christi* known as Christ's thorn jujube) which is a source of Sidr honey, the premium Yemeni honey inside and outside Yemen. Beekeeping in Al Osaimat is a very old profession, and has recently gained commercial fame and Osaimat honey is its brand name. Although beekeeping has been practiced for a long period in Yemen, this profession is still dominated by the traditional production system.

Al Osaimat apiculture has many challenges like bee disease and lack of proper business practices (personal communication with beekeepers, the day, month and year); the absence of government support leads to major drawbacks such as lack of necessary knowledge and skills among beekeepers, substandard veterinary and extension services, non-availability of access to capital, inadequate equipment, underdeveloped support services, and limited infrastructure. All these challenges result in the slow development of the sector and prevent it from becoming a truly leading component of a well-established business. The Royal Tropical Institute and the International Institute of Rural Reconstruction, Nairobi-KIT & IIPP- emphasized that the value chain development is a growing approach worldwide used to increase incomes of small producers and the economically active poor (KIT & IIRR, 2010). The importance of this study stems from the criticality of understanding the honey value chain in Al Osaimat as to identify the different market channels that honey production takes before reaching the end consumer; that is, to identify bottlenecks, along with potential opportunities that may not be apparent otherwise. By understanding the chain constraints and opportunities, and designing appropriate interventions as projects or programs, this can assist to provide support to some value chain actors to achieve the desired development outcome which eventually helps as poverty-reduction in the target area. A value chain is the entire system of production, processing,

and marketing of a particular product, from inception to the finished product and its end-use. KIT and IIRR (2010) defined the value chain as a series of chain actors, linked together by flows of products, finance, information, and services. According to Kaplinsky (1999), value chain describes the full range of activities that are required to bring a product or service from conception, through the intermediary phases of production (involving a combination of physical transformation and the input of various producer services), delivery to final consumers, and final disposal after use. Therefore, the value chain is a basic tool for diagnosing competitive advantage and finding ways to create and sustain it (Porter, 1998).

This study aimed to investigate the flow of honey production through exploring the status of honey value chain and identifying the opportunities and constraints in the chain, where appropriate interventions are possible to minimize the chain risks and maximize value. This may lead to improve the chain members' business practices, resilience, and household income and ultimately result in poverty alleviation.

Value chain

The idea of a value chain was first suggested by Porter (1985), to depict how customer value accumulates along a chain of activities that lead to an end product or service. The term value chain refers to the full range of activities that are required to bring a product (or a service) from conception through the different phases of production to delivery to final consumers and disposal after use (Kaplinsky & Morris 2001).

A value chain is a supply chain made up of a series of actors—from input suppliers to producers and processors to exporters and buyers—engaged in the full range of activities required to bring a product from its conception to its end use (Kula, Downing, & Field, 2006).

Value chain analysis

Value chain analysis can be used to identify and target interventions aimed at improving the quality and distribution of specific product in the system. It is the process of looking at the activities that go into changing the inputs for a product or service into an output that is valued by the customer (Porter, 1988).

Value chain development

Value chain development is a positive or desirable change in the value chain to extend or improve productive operations and generate social benefits: poverty reduction, income and employment generation, economic growth, environmental performance, gender equity and other development goals (UNIDO, 2011).

Honey value chain in Yemen

Key concepts related to value chain development are win-win relationships, upgrading, innovation, and added value. Pro-poor value chain development has been defined as a “positive or desirable change in a value chain to extend or improve productive operations and generate social benefits: poverty reduction, income and employment generation, economic growth, environmental performance, gender equity and other development goals” (UNIDO, 2011, p. 1).

The International Fund for Agricultural Development (IFAD), in the development of Sri Lanka’s rubber value chain, confirmed that the development of the chain led to a number of specific development goals, particularly poverty reduction and income generation for small rubber producers, especially women (Henriksen, Riisgaard, & Ponte, 2010).

Concerning Yemen, searching secondary government data for honey value chain shows no record of prominent studies. In 2009, the World Bank Agricultural and Rural Development Team as part of its ongoing work on agricultural development in Yemen - Pathways out of rural poverty study-commissioned a study to assist the Ministry of Planning and International Cooperation (MOPIC) of Yemen in assessing the efficiency and competitiveness of the selected value chains. The study was conducted by the Small Micro Enterprise Promotion Service (SMEPS) from Yemen in cooperation with the Royal Tropical Institute (KIT) from the Netherlands. The study aimed to analyze 5 value chains in Yemen (i.e. Fish, Honey, Coffee, Wheat, and Qat). For the honey value chain, the study selected four governorates: Hadramout, Abyan, Hodiedah, and Ammran while the present study focuses only on the most famous Sidr honey producing area in the northern of Yemen (Al Osaimat District in Ammran Governorate). Another study conducted by The International Fund for Agricultural Development (IFAD) in 2008 upon a request from the Yemeni Government found that honey constitutes (6%) of the agricultural export (IFAD, 2008). The study indicated that the price

of Yemeni honey was among the highest in the world. Yemeni honey was high priced on the international market and attracts lucrative prices, between 2001 and 2007; the average price was between three and five times the average price of the world's twenty largest honey exporters. Furthermore, the average price of Yemeni honey was significantly higher than the highest price among the world's 20 largest exporters (that of New Zealand) for all years except 2007. There are over 40000 beekeepers in the country working on an estimated 1.21 million traditional beehives. The export value of Yemeni honey has risen by an average of 26% per annum over the past five years, reaching USD 8.4 million in 2005.

A report by Reuters in 2018, based on the Federation of Yemeni beekeepers, indicates that Yemen exported 50,000 tons of honey per year before the war took place in 2015, but exports have since fallen by more than 50 percent, and around 100,000 people are working in honey farms.

2. Research Problem

Honey production is considered an economic resource for countries and a livelihood for many families and communities in many parts of the world. Yemen has a favorable natural resource endowment for beekeeping and comparative advantage in the production of honey. However, the lack, or if available, ineffective institutional support to the honey production sector in Yemen has resulted in backward production practices in general. According to Reuters (2018), Yemeni honey export has fallen by more than 50%. The production of Al -Osaimat honey, in particular, still adheres to traditional methods and means though it is one of the brand names of honey which has gained popularity during the last two decades. Since 2011, the country instability has affected every aspect of people's life including the targeted area of the current study i.e. Al -Osaimat District. Thus, this study tries to shed light on the status and required intervention of the honey value chain development in one of the most famous areas of honey in the north of Yemen i.e. Al-Osaimat. Furthermore, to the best knowledge of the researcher, this study is considered to be the first to investigate solely the honey value chain in Al Osaimat District in Ammran Governorate in Yemen.

3. Research questions

This research addresses the following questions:

- A. What is the status of the honey value chain in AL Osaimat District at Ammran Governorate in Yemen?
- B. What are the major constraints and recommended intervention(s) for the honey value chain in AL Osaimat District at Ammran Governorate in Yemen?

4. Research Objectives

This research attempts to achieve the following objective:

- A. To explore the status of the honey value chain in AL Osaimat District at Ammran Governorate in Yemen.
- B. To identify the major constraints and recommended intervention(s) for the honey value chain in AL Osaimat District at Ammran Governorate in Yemen.

5. Research Limitations

Due to the money, time, and security constraints, this study is limited to the honey value chain in Al Osaimat District at Ammran Governorate although the brand of Osaimat honey is generally tagged to the majority of honey production in the north part of Yemen. The fieldwork for the study was carried out in December 2018.

6. Research Methodology

This study sought to explore the different actors in the honey value chain in Al- Osaimat District. To achieve this, as recommended by Hellin and Meijer (2006), a mixed methods-approach with qualitative and quantitative tools was used for collecting data on different categories of actors along the value chain.

A structured questionnaire was used to collect quantitative data from beekeepers, and semi structured interviews and focus group discussions (FGDs) were used to obtain qualitative data on different opinions about the value chain. Key informant interviews (KIIs) were conducted with veterinarians to further gather in-depth data about all aspects of honey chain in the area. The study fieldwork was carried out in December 2018.

Frequencies, percentages, averages and charts were used in analyzing quantitative data by Statistical Package for Social Science SPSS Version 21. For FGDs, the researcher transcribed the participants discussions and afterward the main themes were summarized.

Sampling

A convenience non-probability sampling method was used in the study where a total number of 72 apiarists were selected due to the geographical and security constraints in Al Osaimat. Two FGDs (each consisted of 10 participants) were conducted in Al Ashaa Center where farmers and beekeepers seek veterinary help along with key informant interviews KIIs (with 3 veterinarians) from the center.

7. Findings and Discussion

- A. Firstly, to answer the question "What is the status of the honey value chain in Al Osaimat District at Ammran Governorate in Yemen?", the following section discusses the status of value chain in Al Osaimat.

Honey value chain analysis

Value chain analysis includes an assessment of the factors that affect value chain performance, including tangible constraints such as access to finance, technology, and markets, and less tangible dynamics that involve the nature of relationships and incentives that can equally constrain competitiveness (Kula et al., 2006). The following parts show the honey value chain in Al Osaimat District at Ammran Governorate in Yemen:

Honey production

According to data analysis, there are two honey harvesting periods in Al Osaimat: August for Maraii honey (flora honey) and October for Sidr honey (premium honey). The beekeepers keep moving their beehives after October's harvesting time to western coastal areas where the weather is warmer and the feed is good till April of the next year. In April, they move the hives to the middle governorates, i.e. Ibb and Dhamar, and then go back home. These tours cost beekeepers a lot of money. This operational cost had moved some of the beekeepers to change their way of practicing apiculture where they buy bees along with the hives before the main season of October and as soon as they harvest the honey, they sell out the hives with the bees. Honey production in Al Osaimat is a male-dominated activity like the case in some African countries such as Uganda and Zambia (Chemurot, 2001; Ogaba & Akongo, 2001).

Beekeeping experience

As Figure (1) shows, the majority of the beekeepers (27.8%) have experience that ranges from 610- years or less than two years. The current economic condition has attracted people to take beekeeping as a source of livelihood. A little percentage of beekeepers (12.5%) have more than 15 years of experience.

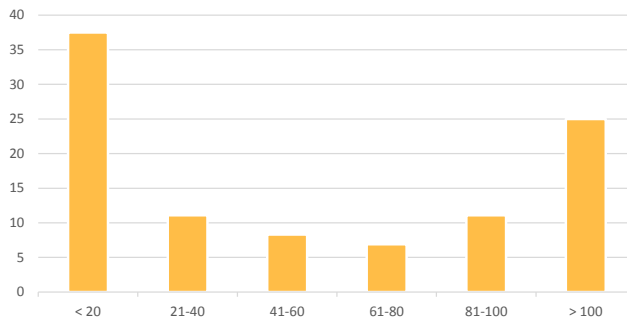


Figure 1: Beekeeping Experience

Type of beehives

The study showed the domination of traditional beekeeping practices as presented in Figure (2). This finding is similar to findings of the study conducted by Affognon et al. (2015) which found the domination of traditional beekeeping in countries such as Sudan, Uganda, Somali, and Ethiopia that largely use traditional beehives compared to countries such as Kenya, South Africa, and Tunisia. Data analysis indicates that 75% of the actors have traditional Plywood hives, and the traditional honey production is predominant. A minor percentage of actors (1%) use pure modern beehives and 24% of them use mixed beehives. Due to traditional hives design, the hives are low yielding in terms of honey production which is the main verifiable indicator. Modern hives productivity is very high compared to the traditional one and the income of a modern hive is almost three times of what one would get from the traditional hive as Abebe (2011) found in some parts of Ethiopia; however, this is still unaffordable. It is very clear that the apicultural practices are still primitive in Al Osaimat District.

The average production of single modern hives is 2 kilograms of honey in total while the single traditional beehive average production is 1 kilogram. Normally 1.5 kg of honey comb produces one kilogram of liquid honey. The average production per beekeepers is 15.3 bottles of a 4-liter plastic gallon. Figure (2) below shows the percentages of beehives types in the area.

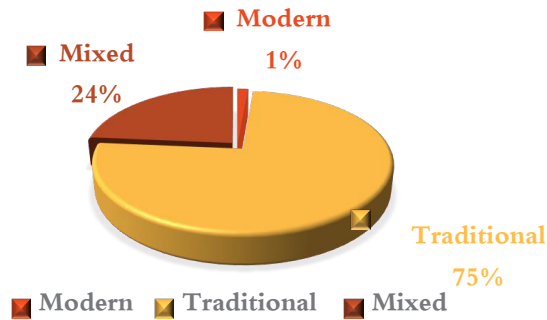


Figure 2: Beehives types

Types of honey

The primary products of beekeeping are honey and wax, but pollen, propolis, royal jelly, venom, queens, bees, and their larvae are also marketable primary bee products. In Al Osaimat, liquid honey is the only product which is being marketed and processed-wise. It is prepared by cutting the wax capping and removing honey by exposing the honeycombs to the sun lights and collecting the liquid honey. Honey of this type is normally packed in a 4-liter plastic container, which is most widespread. Besides liquid honey, no other product is being marketed due to many reasons such as the undeveloped market, lack of knowledge and training; even honeycomb wax is never commercially being used, where 100% of the surveyed beekeepers' household use it to feed cows and as children's sweeteners.

Number of beehives, productivity, and income

The analyzed data show that 37.5% of input actors own less than twenty hives and 25% of the beekeepers have more than 100 hives as Figure (3) indicates. The average production is 15.3 bottles of 4 liter (average of 84.15 kg) per beekeepers. It is worth mentioning here that 36% of the survey household consists of 10 to 15 family members forming what can be considered a huge family. Due to Sidr honey's medicinal properties, the mean price of last harvesting time in 2018 was 112.500 Yemeni Rial for a 4-liter bottle (about \$150 where \$1=YR750 on 29/2018/10/), that is roughly \$25 per kg. This paid price is four times higher than the price paid per kg in countries such as Uganda and Kenya where the average price per kg is estimated at \$6 US (Amulen et al., 2019).

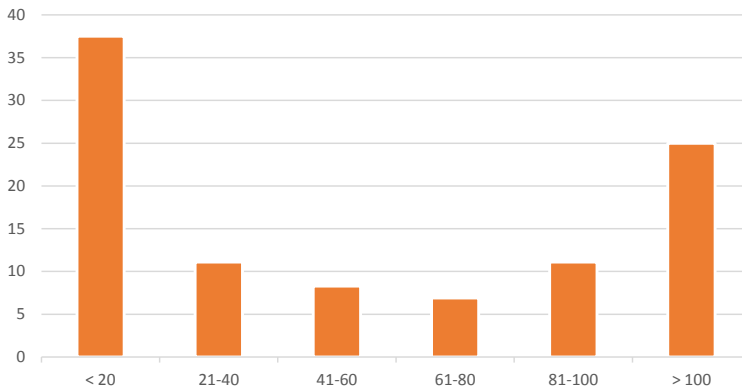


Figure 3: Number of owned beehives

Honey value chain actors and their roles

Value chain actors are all the individuals or organizations, enterprises, and public agencies related to a value chain and therefore important for understanding the functioning and performance of the value chain. They are often – but not necessarily – associated with particular value chain activities (Stein & Barron, 2017).

The honey value chain is very short where different actors and their roles are involved in the value chain of honey in Al Osaimat. The chain actors follow a quality grading system, such as honey color, smell, and thickness, which goes with prices paid. The major actors involved in honey in the study area are input suppliers, producers (beekeepers), individual honey collectors (whole sellers), and final consumers. Beekeepers require 40 to 50 days for placing the beehives and extracting the honey. Some of them usually have other business lines. Honey traders usually purchase honey in bulk and introduce it to the market over a period of time. Honey prices depend on many factors other than quality grading, for instance, FGDs revealed that beekeepers who are in cash crunch tend to be more lenient in price negotiations with the buyers. Table (1) shows the value chain map in Al Osaimat District.

Table 1: Honey value chain actors and functions map

	1	2	3	4
Value chain actors	Inputs provision	Production	Processing/ Assembling	Trading
Chain function	Input dealers supply keeping equipment like: hives, smokers, extension, and some veterinary medicines if available	Beekeeping, bulking, cleaning, packing, transferring beehives from field to field according to honey seasons around west coastal areas and central regions (packing in 4lt gallon gives 6kg)	Bulking, Extracting, and Packaging predominantly in 4lt plastic bottles, or in 1kg the comb cans	Transporting to their premises, storage, and selling to final consumers locally or regionally; Rare reprocess takes place; Individual honey collector, wholesaling, retailing and exporting the packaged honey in 4lt plastic bottles
Actor profile	Normally beekeepers sell beehives with bees. Other honey production requirements are traded small individual shop owners with a limited variety of choices.	Individual male apiarists, with 75% of traditional beehives. Single beehive produces average 1kg honey. 48.6% and 63.9% have not attended any training in apiarists or honey marketing respectively.	Honey extracting is done by some old traditional method of exposing honeycomb to sunlight, hand squeezing, and smashing honeycomb.	Majority of which are individual middlemen honey collector. Not very common to operate in partnerships with Beekeepers.
Main constraint	-Old practices of apiculture results in low demand for the modern requirement.	-High operational costs -Non-availability of supportive financial services -Bee diseases -Intensive use of the pesticide for Qat shrubs -Lack of proper training -High intensity of outsiders' beekeepers during Sidr season	-Old fashioned mains of honey processing and extracting -Poor-packaging	-Poor honey processing -Poor knowledge of marketing mix especially packaging -Imports of Pakistani, Kashmiri honey, and cheating/mixing of local Sidr honey
Main opportunities	-Local production of wax -Production of modern hives locally	-Better packing for the honey -Promotion for the modern beehives -Reproduction for the local wax	-Modern extracting processing methods	-Better packing for the honey -Honey by-product new lines for example wax production, and cosmetics.

a. Input

The first actor in the honey value chain involves various linkages among the beekeepers, the traders of hive carpentry, bee breeders, and equipment suppliers. The core problem for this sector is the lack of effective value chain linkages among input providers, beekeepers, processors if available, traders and service providers. The input suppliers constitute the initial node of the value chain and they are comprised of individuals who are involved in the construction of beekeeping equipment. The inputs in the honey production are mainly the production or selling equipment (beehives, smokers, and bee suits).

This study revealed the total absence of any official government participation in the input or any financial services provided to the farmers. The findings showed high operational expenses and that the apiculture industry was being jeopardized by the excessive use of insecticides in the booming business of Qat cultivation.⁽¹⁾

b. Producers

Honey producers are the major actors who perform most of the value chain functions from the procurement of the inputs to harvesting and marketing. Generally, the honey produced is sold directly by beekeepers to small shops, customers, and individual honey collectors who are normally frequent buyers from nearby cities of Sana'a and Ammran, and a fraction of production is directly exported to Gulf countries, especially in the last three years.

Analyzed data indicated that majority of the respondents (52.8%) were young beekeepers aged between 21 and 30, and most of whom are high school graduates.

The analyzed data, as presented in Figure (4), also revealed that 48.6% of the respondents have not ever taken any kind of training on beekeeping or apiculture. The long-lasting official authorities' negligence has resulted in poor business practices, increasing operational costs and low produced quality honey.

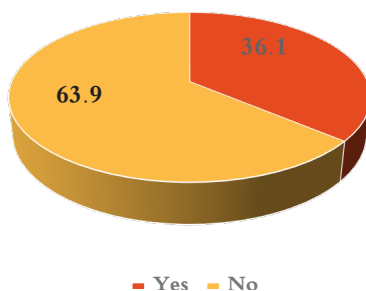


Figure 4: Beekeeping training

The study revealed the lack of basics of marketing concept knowledge amongst beekeepers and also showed that marketing practices are still very recessive. Particular aspects of clean honey extracting process and packaging, as those concepts affect the ultimate value to the producers and to the end-users, are still absent. The findings indicated, as shown in Figure (5), that

⁽¹⁾ According to United Nation Office for Drugs and Crime (UNODC, 1956), Khat (Qat) is a shrub the leaves of which are used as a stimulant or a medicine in certain regions of East Africa and Arabia.

63.9% of the apiarists neither have knowledge nor have attended any honey marketing training. Nevertheless, 36.1% of the respondents indicated that they have had marketing training; the qualitative methods of marketing, however, indicated a weak knowledge of honey marketing.

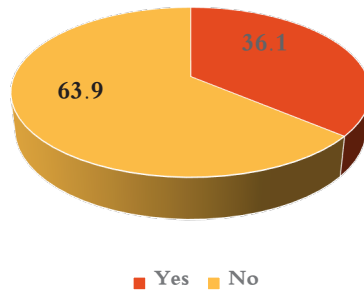


Figure 5: Marketing training

c. Processing/Assembling

Old methods of honey extracting are the common way of extracting the honey in Al Osaimat. The study findings revealed that no other honey processes take place other than sun heating or comb hand squeezing to extract honey.

d. Traders

The market survey conducted in Al Osaimat revealed that most of the buyers buy unbranded honey from the producers they know personally. Traders constitute the retailers, wholesalers, exporters and individual collectors who buy honey directly from smallholder producers at the farm. They are the majority percentage buyers of the honey and they sometimes add value to the honey-like storage, promotion, and packaging honey into glass or plastic containers. Wholesalers generally receive honey directly from local collectors and normally export the collected honey to nearby countries i.e., the Gulf States.

Chain supporters

Chain supporters provide financial or non-financial support services, such as bankers and credit agencies, business service providers, government, researchers, and extensions. The study findings revealed the absolute absence of such chain supporters in this area. This is probably due to the low financial inclusion in Yemen as a whole and in the rural areas in particular.

Honey marketing channels

The produced honey of AL Osaimat Sider is considered as top honey and a medical property that is trusted by end-users. It was found that hardly any of the bulked harvested honey was refined further locally or properly packed into well-recommended honey containers for sale in the target markets; so, this part of the marketing mix is still very retrograde. A report by Reuters (2018) indicated that Yemen exported 50,000 tons of honey per year before the war took place in 2015. The honey market comprises two main nodes:

- (1) The local bulking agents and market constitute the most popular direct market as it offers the easiest way to sell the honey harvest via middlemen/ individual honey collectors.
- (2) The external and export traders’ market usually exports the collected honey to the Gulf States, i.e. Saudi Arabia, the United Arab Emirates, Oman, and Qatar.

According to the findings of this study, Al Osaimat has 5 channels in which honey flows to reach the end consumer. Table (2) shows these five honey marketing channels.

Table 2: Honey marketing channels

1 st Channel:	Producer	End Consumer	=2.8%	
2 nd Channel:	Producer	Retailers	Consumer	= 9.7%
3 rd Channel:	Producer	Wholesalers	Retailers Consumer	= 1.4%
4 th Channel:	Producer	Collector	Wholesalers/Retailers Consumer	=68.1%
5 th Channel:	Producer	Exporters	Wholesalers/Retailers Consumer	=18%

B. Secondly, to answer the question “What are the major constraints and recommended intervention(s) for the honey value chain in Al Osaimat District at Ammran Governorate in Yemen?”.

The study identified the following major constraints and recommended intervention(s) for the honey value chain in Al Osaimat District at Ammran as shown in Table (3).

Table 3: Constraints and potential interventions recommended by the honey value chain actors

Constraints	Recommended intervention(s) for the Government bodies
Underdeveloped market links - particularly for inputs requirements, processing, and channels of distribution	Establishing a bee cooperative association that helps beekeepers in doing their business effectively and efficiently and marketing the final products
Beekeepers' poor access to veterinary services and "now-how" due to low levels of education	Facilitating technical capacity building for beekeepers and private veterinarians, through various means including private colleges
High cost and non-existent capacity of inputs, services, access to financial services, honey modern hives and packing for start-up and established apiarists	Facilitating the provision of grant and/or loan support to beekeepers and service providers
Poor processing capacities	Facilitating the provision of grant and/or loan support to the beekeepers and service providers for the acquisition of proper consolidation and processing equipment or a joint processing unit for the area or on household bases
Inefficient business practices in general	Providing technical training in apiculture and marketing to the beekeepers in the area
Insufficient capacity of quality assurance laboratories and quality assurance	Advocating for the establishment of a full capacity laboratory closer to producers for instance in Ammran University
Inadequate national regulations and non-existent food quality and safety monitoring mechanisms that help to brand Al Osaimat honey abroad	Developing the required regulations, rules, and standards that can help honey production which meets international standards

Table (3) shows that there are several constrains for the honey value chain in Al Osaimat District at Ammran. Some of these constrains were to some extent reported by Abebe (2009) who investigated the market chain analysis of honey production in Atsbi Wemberta District at the Eastern zone of Tigray National Regional State. The constrains reported by Abebe include lack of adequate beekeeping skill, lack of adequate training and better knowledge about beekeeping practices, quality problem (adulteration), lack of supervision or follow up, and shortage of finance. However, the constrains found by the present study are different than those found by ACDI/VOCA (2017) in which the only constrain for the honey value chain in Liberia is

the limited number of small micro enterprises (SMEs) buying, bottling and distributing honey.

In Table (3), some interventions are recommended for improving the honey value chain in Al Osaimat District at Ammran and attempting to overcome such constrains. These recommended interventions include establishing a bee cooperative association that would help beekeepers in doing their business effectively and efficiently, facilitating technical capacity building for beekeepers and private veterinarians, facilitating the provision of grant and/or loan support to beekeepers and service providers, providing technical training in apiculture and marketing to the beekeepers in the area, advocating for the establishment of a full capacity laboratory closer to producers for instance in Ammran University and finally developing the required regulations, rules, and standards that can help honey production which meets international standards.

8. Conclusion

Al Osaimat has a long experience of traditional beekeeping and adequate natural resources. Nevertheless, due to the lack of government institutional supports, low educational levels, limited access to technology, poor infrastructure, limited access to market and value chain development, the district, in general, has not been sufficiently benefited from beekeeping. Opportunities and potentials to boost honey production and market the products are huge. Providing know-how and marketing skills to the target beneficiaries can help exploit the untapped potential of the beekeeping profession in Al Osaimat District. Improving beekeeping input equipment, tools, and bee veterinary service, honey extracting process, and the marketing mix especially the packaging aspect of it can also elevate the apicultural in Al Osaimat.

Enhancing beekeepers' knowledge and skills about beekeeping management, (including colony multiplication techniques) and pre-and post-harvest handling of hive products can boom the honey business in the area. Encouraging women and marginalized youth people to participate in beekeeping and enhancing the capacity of the existing beekeepers to increase the sustainable and adequate supply of quality honey is important for rapid promotion of apiculture in Al Osaimat.

The non-availability of beekeeper cooperatives that may help them in business with the total absence of government agencies has doubled the beekeepers'

struggle to sustain a profitable business. Establishing honey cooperatives and equipping them with the necessary facilities should be done to elevate the apicultural industry in the district. This study was limited to the value chain of Al Osaimat in Ammran governate and the results can not be generalized to the chains in Yemen. Future work may include studies on honey value chain in South governates of Yemen, such as honey value chain in Tarim, Dawan, and Abyan.

References

- Abebe, W. (2009). *Market chain analysis of honey production: In Atsbi Wemberta District, Eastern Zone of Tigray National Regional State* (Master thesis). Haramaya University, Dire Dawa, Ethiopia.
- Abebe, W. (2011). Financial benefits of box hive and the determinants of its adoption in selected district of Ethiopia. *American Journal of Economics*, 1(1), 21-29.
- ACDI/VOCA (2017). *Value chain gap analysis of targeted agricultural product value chains in Liberia: Final report*. Prepared for the Forest Incomes for Environmental Sustainability (FIFES) Project, USAID. Retrieved July 7, 2019, from http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PA00SZ8Z.pdf
- Affognon, H. D., Kingori, W. S., Omondi, A. I., Diiro, M. G., Muriithi, B. W., Makau, S., & Raina, S. K. (2015). Adoption of modern beekeeping and its impact on honey production in the former Mwingi District of Kenya: assessment using theory-based impact evaluation approach. *International Journal of Tropical Insect Science*, 35(2), 96-102.
- Amulen, D. R., D'Haese, M., D'Haene, E., Acai, J., Agea, J. G., Smagghe, G., & Cross, P. (2019). Estimating the potential of beekeeping to alleviate household poverty in rural Uganda. *PloS One*, 14(3), e0214113.
- Chemurot, M. (2011). Beekeeping in Adjumani district, Uganda. *Bee World*, 88(3), 58-61.
- Hellin, J., & Meijer, M. (2006) *Guidelines for value chain analysis*. Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), Rome, Italy.
- Henriksen, L.F., Riisgaard, L., & Ponte, S., (2010). *Agro-food Value Chain Interventions in Asia and the Pacific: A review and analysis of case studies* (Working Paper). United Nations Industrial Development Organization (UNIDO), Vienna, Austria.
- IFAD (2008). *Republic of Yemen: economic opportunities programme (EOP)*. Programme final design report. Retrieved May 18, 2019, from https://www.academia.edu/11793130/Yemen_Development_Rural_Business_Opportunities

- Kaplinsky, R. (2000). Globalisation and unequalisation: what can be learned from value chain analysis? *Journal of Development Studies*, 37(2), 117-146.
- Kaplinsky, R., & M. Morris (2001). *A handbook for value chain research*. Brighton, United Kingdom: Institute of Development Studies, University of Sussex.
- KIT & IIRR (2010). *Value chain finance: Beyond microfinance for rural entrepreneurs*. Royal Tropical Institute, Amsterdam; and International Institute of Rural Reconstruction, Nairobi.
- Kula, O., Downing, J., & Field, M. (2006). *Globalization and the small firm: A value chain approach to economic growth and poverty reduction*. USAID, Washington DC.
- Ogaba, M. R., & Akongo, T. (2001). *Gender issues in beekeeping: The Uganda case*. In APIMONDIA Congress, 28 October – 1 November, Durban, South Africa.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage*. New York: Free Press.
- Porter, M. E. (1998). *Competitive advantage, creating and sustaining superior performance with a new introduction*. New York: Free Press.
- Reuters (August 7, 2018). *Beekeeping in Yemen becomes a dangerous profession in war*. Retrieved May 18, 2019, from <https://www.reuters.com/article/us-yemen-security-honey-idUSKBN1KS1N2>
- SMEPS & KIT (2009). *Analysis of 5 value chains in Yemen (Fish, honey, coffee, wheat and qat)*. Report for the World Bank. Retrieved June 1st, 2019, from <http://www.value-chains.org/dyn/bds/docs/769/yemenvaluechainsstudy.pdf>
- Stein, C., & Barron, J. (2017). *Mapping actors along value chains: Integrating visual network research and participatory statistics into value chain analysis*. Giza, Egypt: International Water Management Institute (IWMI).
- UNIDO (2011). *Pro-poor value chain development: 25 guiding questions for designing and implementing agroindustry projects*. United Nations Industrial Development Organization (UNIDO), Vienna, Austria.
- UNODC (1956, January 1). *Khat*. Retrieved August 18, 2019, from https://www.unodc.org/unodc/en/data-and-analysis/bulletin/bulletin_1956-01-01_4_page004.html



Contents:

Subject	Page
Honey Value Chain at Al Osaimat District in Amran Governorate, Yemen Dr. Maher Abdulla Moharram	113

6. Researcher is informed of the referee's decision in two months' time after its submission. If research is to be published, researcher will be informed about date of publication and issue number in which the research will appear.
7. Referees comments, if any, will be sent to the researcher in order to enable him/her to make necessary modifications. The modified version of the paper should be returned in no more than a fortnight's time.
8. Research which is not considered for publication shall not be returned to the author(s).
9. Authors of research papers shall receive one copy of the issue of the journal that includes their paper.
10. All publication rights belong to the Journal (JSS).

Publication Fees:

The journal charges the follow publication fees:

1. One hundred and fifty US dollars (\$150) for a research paper sent from outside Yemen.
2. Twenty thousand Yemeni riyals (20.000YR) for a research paper sent from inside Yemen.
3. Research papers written by UST researchers are free of charge.

Note: Fees are nonrefundable either the research for publication paper is accepted or not.

Indexing services:

JSS is indexed in the following sites:

 EBSCO

 Google
Scholar

 Crossref

 DOAJ | DIRECTORY OF
OPEN ACCESS
JOURNALS

Opinions expressed in the journal are merely those of their authors and do not reflect those of the journal or the University

Example:

Rabiee, F. (2007). Focus-group interview and data analysis. *Proceedings of the Nutrition Society*, 63(4), 655–660.

2. The research paper must not have been previously published or considered for publication elsewhere.
3. The journal reserves the right to print the research and present its captions according to its own style.
4. An abstract of the manuscript (150-200 words) in both Arabic and English must be submitted. The abstract should include the issue of research, the purpose of the study, the method adopted in the study and important results and conclusions.
5. Including Keywords (3-5 words) below the abstract.
6. Translating the title of the research paper, the abstract and the keywords from Arabic into English and vice versa based on the language of the research paper.

Publication Procedures:

1. Researches, studies and all correspondence should be sent to the following address:

Department of Scientific Research and Publication, Deanship of Postgraduate Studies and Scientific Research, University of Science and Technology

P.O. Box: 13064, Yemen

University Tel.: 00967/ 1 /1373237 Ex. 6137

E-mail: jss@ust.edu

Website: <https://ust.edu/ojs/index.php/JSS>

2. An electronic copy of the research paper is to be sent to the journal address above. Research cover must show researcher's name, the degree he/she holds and the place of work.
3. A brief C.V must also be sent including researcher's address in details, home and work telephone number and fax to facilitate necessary contact with the researcher.
4. An author declaration form should be signed and submitted by the author(s).
5. If research gains initial appreciation, it will be sent to referees with strong credentials in the same subject area. Their identity is kept confidential and similarly the identity of the researcher will not be revealed to them. They will assess the research in terms of its originality, scientific value, and researcher commitment to research methodology. Referees are asked to decide whether or not research is valid for publication in the journal.

- e. Tables and graphs should be inserted in the correct place including captions and necessary explanations. The size of the graphs and tables should not exceed that of the paper (11 cm).
- f. Research must be well-documented. Citation and refer-ences are to be included in the following way:
- When formatting an in-text citation, give the last name of the author of the cited work and the year it was published (e.g. Postman (1979) or (Postman, 1979). If the cited work is by two authors, give the names of both authors followed by the year of publication (e.g. Wegener and Petty (1994) or (Wegener & Petty, 1994). If the work is by three to five authors, list all the authors the first time you cite the source (e.g. Kernis, Cornell, Sun, Berry, & Harlow, 1993); and then in subsequent citations, only use the first author's last name followed by "et al." (e.g. Kernis et al., 1993). When the work is by more than five authors, use the first author's last name followed by "et al." and year of publication (e.g. Harris et al., 2001). In case of quoting the exact words from a work, the number of page(s) should be written after the author(s) name(s) and year of publication (e.g. Wegener, Petty, & Smith, 1995, p. 6).
 - Each reference cited in the text must appear in the reference list. All references are to be arranged in alphabetical order and spaces should be left between one reference and the other.
 - References should be included in the following style:
 - * **When books are used as a reference:**
 - Author's full name (surname and then first name(s)).
 - Date of publication (within round brackets).
 - Book title (Italicized).
 - Edition number.
 - Place of publication.
 - Publisher.
 - Example:**
Gradner, H. (2005). *Multiple Intelligence New Horizons*. New York: Basic book.
 - * **When Periodicals are used as a reference:**
 - Author / authors' full name.
 - Date of publication within round brackets.
 - Article title (Italicized).
 - Volume number.
 - Issue number.
 - Number of pages.

•.....• Publication Rules and Procedures •.....•

General Rules:

Research papers sent for publication in the Journal of Social Studies at University of Science and Technology – Yemen, should meet the following requirements:

1. The journal publishes research papers in Arabic and English, in the fields of economics, administration, education and other human and social sciences, provided that they comply with the following conditions:
 - a) The research paper should contain the following:
 - Introduction that addresses the following:
 - Theoretical background and previous studies
 - Problem / issue of research
 - Research questions
 - Research objectives
 - Theoretical framework (based on type of research)
 - Research hypotheses (based on type of research)
 - Significance of research
 - Research limitations
 - Operational definition(s)
 - Research methodology and procedures
 - Results and discussion
 - Conclusions
 - Recommendations and suggestions
 - b) The research should be original and fulfill the requirements of the scientific research. It should be based on the widely-known scientific and methodological techniques followed in academic research papers.
 - c. A sound language should be used. Drawings and Graphs, if any, must be clear and precise.
 - d. The research paper must be typed using (OFFICE) computer program. It should be between 5000 and 7000 words or between 12 and 15 pages in font (Times New Roman), and font size (12) with single space.

Advisory Board

- Prof. Dr. Dawood Abdulmalik Alhidabi,
University of Science and Technology, Yemen
- Prof. Dr. Nasser Abdullah Al-Awlaqi, Yemen
- Prof. Dr. Abdulwahed Aziz Al-Zendani, Yemen
- Prof. Dr. Mohammed Abdullah Al-Soofi, Yemen
- Prof. Dr. Abdelrahman Abdrabou Al-Dirbijji, Yemen
- Prof. Dr. Mohammed Hamed Al-Mekhlafy, Yemen
- Prof. Dr. Mohammed Sinan Al-Jalal, Yemen
- Prof. Dr. Abdulaziz Saleh Al-Makaleh, Yemen
- Prof. Dr. Mohammed Ahmed Al-Afandi, Yemen
- Prof. Dr. Abdulrahman Abdulwahid Al-Shoga'a, Yemen
- Prof. Dr. Abdul-Wahhab Lutf Al-Dailamy, Yemen
- Prof. Dr. Mahmood Fathi Okasha, Egypt
- Prof. Dr. Rushami Zien B Yusoff, Malaysia
- Prof. Dr. Medhat Mohamed Abo El Nasr, Egypt
- Assoc. Prof. Dr. Nori Abdulwadood Al-Genae'e, Iraq

Copy Editors

Prof. Dr. Mohammed Hussain Khaqo
Sana'a University, Yemen

Dr. Mohammed Ali Al-Mohammedy
University of Science and Technology, Yemen

Mohammed Ahmed Sulh
University of Science and Technology, Yemen

Statistical Review

Assistant Lecturer. Amr Mohammed Saleh Ali,
University of Science and Technology, Yemen

Production Technician

**Hudhaifa Hasan Al-Shameri, University of Science and
Technology, Yemen**

Editorial Staff

Editor In Chief

Assoc. Prof. Dr. Murad Mohammed Al-Nashmi
Faculty of Administrative Sciences, University of
Science and Technology, Yemen

Deputy Editors-in-Chief

Prof. Dr. Abdullatif Musleh Mohammed
Faculty of Administrative Sciences, University of
Science and Technology, Yemen

Dr. Waleed Mohammed A. Ahmed
Faculty of Human and Social Sciences, University of
Science and Technology, Yemen

Editorial Board

Prof. Dr. Mohammed Ali Al-Robaigy
Faculty of Administrative Sciences, University of
Science and Technology, Yemen

Prof. Dr. Saleh Abdullah Al-Dhabiani
Faculty of Sharia, Sana'a University, Yemen

Prof. Dr. Sherin Hamed Abouwarda
Faculty of Economics and Administration,
King Abdulaziz University, Saudi Arabia

Assoc. Prof. Dr. Mohammed Ahmed Al-Hawri
Faculty of Commerce and Economics,
Sana'a University, Yemen

Assoc. Prof. Dr. Ismail Masoud Naji
Faculty of Education, Sana'a University, Yemen

Assoc. Prof. Dr. Abdulwahab Abdullah Al-Mamari
Faculty of Administrative Sciences, University of
Science and Technology, Yemen

Assoc. Prof. Dr. Abdullah Kaid Al-Swidi
College of Business and Economics, Qatar University, Qatar

Dr. Abdulghani Mohammed Alamrani
Faculty of Human and Social Sciences, University of Science and
Technology, Yemen

Dr. Helal Hizam Sanad
Faculty of Human and Social Sciences, University of Science and
Technology, Yemen

To Contact

Journal of Social Studies
Department of Scientific Research and Publication, Deanship of
Postgraduate Studies and Scientific Research, University of Science and
Technology
P.O. Box: 13064, Yemen
University Tel.: 00967/1/373237 Ex. 6137
E-mail: jss@ust.edu

Journal of Social Studies

Volume 27 - No.2 June, 2021

جامعة العلوم والتكنولوجيا
University of Science & Technology





JOURNAL OF SOCIAL STUDIES

An Academic Quarterly Refereed Journal Published by Faculty of
Administrative Sciences and Faculty of Human and Social Sciences
University of Science and Technology – Yemen

(Volume 27 – No.2) 2021

p-ISSN: 2312-525X

e-ISSN: 2312-5268

- ▶ **Role of Community Protection Project in Strengthening Palestinian Home Front and Means for Activation**

Dr. Mahmoud A. Assaf Dr. Alaa M. Al-Ghamary

- ▶ **The Impact of Characteristics of Enterprise Resource Planning System in Improving the Effectiveness of Budgeting Systems: A Field Study of Telecommunication Companies in Yemen**

Prof. Dr. Mohammed Ali M. Al-Rubaidi Mohammed Mansor Al-Mass

- ▶ **Level of Life Satisfaction and Psychological Flow among Female Students at Unaizah College, Saudi Arabia**

Dr. Faten Hadi Alhrbi

- ▶ **The Impact of Pricing Strategies on Increasing the Market Share: A Field Study of Amran Cement Factory**

Assoc. Prof. Dr. Abdu Ahmed Ali Al-Ameri Akram Abdo Ali Al-Hakimi

- ▶ **Honey Value Chain at Al Osaimat District in Amran Governorate, Yemen**

Dr. Maher Abdulla Moharram