

دراسة استكشافية لتعامل المستهلك الكويتي مع الوقت

عادل عبدالله الوقيان

جامعة الكويت - دولة الكويت

مصطلحات علمية

سلوك المستهلك الكويتي؛
الدراسة النفسية للوقت؛
استهلاك الوقت؛ الاعتقادات
المرتبطة بالوقت؛ تشكيل
المزيج التسويقي.

الملخص

تناولت هذه الدراسة الميدانية العلاقة النفسية بين المستهلك الكويتي والوقت، من حيث نوع الانطباعات الذهنية للكويتيين عن الوقت، ودرجة تنظيمهم له، وتوزيع أنشطتهم عليه، وذلك في ضوء تنامي تسويق منتجات عديدة على أنها توفر الوقت. وقد خلصت الدراسة إلى وجود اختلافات مهمة تتعلق بتعامل الكويتيين مع الوقت ضيقاً وتنظيماً، وكشفت عن وجود رتبة زمنية لبعض الأنشطة الاستهلاكية، كما حددت المجال الزمني الذي يسيطر عليهم عند أداء عدة أنشطة استهلاكية. وتساعد هذه النتائج المسوقين على تحديد مواعيد عمل متاجر التجزئة، وتوقيت عرض الإعلان وغيرها من أنشطة التسويق.

تحظى

دراسة الوقت بأهمية خاصة في التسويق بصفة عامة، وفي مجال علم سلوك المشتري على وجه الخصوص. ويعد توفير الوقت أحد أهم مزايا التفوق التي تتنافس على أساسها كثير من المنتجات الجديدة في السوق. فالأفراد يرغبون دوماً في الحصول على منتجات تؤدي وظائفها بسرعة، ومن هنا يتفوق البريد الإلكتروني على البريد الاعتيادي، والوجبات السريعة على خدمات المطاعم التقليدية، ويدفع المسافر مبلغاً أكبر للطيران بسرعة الصوت بدلاً من

الطائرات العادية، وتحوز القيادة فوق السرعة على نسبة كبيرة من المخالفات المرورية، ويؤكد ذلك (Berry, 1979) بقوله "إنه قد ظهر المستهلك الذي يشتري الوقت". ويقوم مبدئاً توفير الوقت على افتراض مؤداه أن المشتري ينظر إلى الوقت على أنه مورد نادر، وأنه يرغب في تعظيم منفعة استخدامه والحفاظ عليه، وهذا سيدفع باتجاه نشأة مجتمعات تنظر إلى أن الحفاظ على الوقت وحسن استغلاله ضروريان لرفع مستوى الإنتاجية، وزيادة

تم تسلّم البحث في فبراير ٢٠٠٣، وأجيز للنشر في يوليو ٢٠٠٣.

موضوع الدراسة وأهدافها

إن أقصر الطرق وأبسطها لمعرفة أنماط توزيع الناس لأوقاتهم هو أسلوب "موازنة الوقت Time Budget"، تلك التي يسجل بها المبحوث أنشطته التي يقوم بها خلال اليوم. ويدل ذلك المسوقين على تحديد أنواع الأنشطة الشرائية المختلفة التي يمارسها المستهلك، ويساعد كذلك على التنبؤ بحجم الطلب على المنتجات الجديدة التي تعتمد على خاصية توفير الوقت بوصفها ميزة تنافسية لها، وعلى الموعد المناسب لتقديمها. وبالرغم من ذلك، فإن هذا الجانب لا يتعدى كونه متعلقاً بوصف استخدام الوقت، وهذا لا يمثل سوى جانب واحد فقط من الجوانب المتعددة لدراسة الوقت. ولكي تتم دراسة الوقت بمزيد من العمق العلمي، ينبغي على أي مجهود بحثي أن ينصرف إلى معرفة المحركات الأساسية لاستخدام الوقت، ودراسة ما يمكن تسميته "بالانطباع الشخصي للوقت"، ويتأثر هذا الانطباع مباشرة بعواطف المستهلك الداخلية، وقيمته الفردية والاجتماعية، واعتقاداته الراسخة في أعماقه، ويشكل طبيعة تعامل المستهلك مع وقته، وبخاصة في مجال الاستهلاك. وتهدف الدراسة الحالية إلى استكشاف بعض الجوانب المهمة في العلاقة بين المستهلك الكويتي والوقت، وستعرض الدراسة للجوانب التالية تحديداً:

١ - تحديد الانطباعات الذهنية والتوجهات النفسية للكويتيين تجاه الوقت.

مستوى الإحساس بالسعادة والرفاهية الاجتماعية.

ومع أن افتراض أهمية خاصة توفير الوقت للمستهلك الغربي قد يبدو منطقياً للوهلة الأولى، فإن أهمية ذلك للمستهلك الكويتي لا تزال غامضة، ويستتبع ذلك أن تحديد مدى جاذبية خاصة توفير الوقت في المنتجات في أثناء التسوق والشراء لا تزال أيضاً محل تساؤل. ويأتي ذلك متسقاً مع عدة دلائل تبين أن علاقة الأفراد بالوقت تختلف وفقاً للثقافة السائدة في المجتمع. فهناك عدة دراسات تمت على الوقت عبر ثقافات مختلفة تشير إلى أن هناك اختلافات واضحة بين سرعة حياة الأفراد بين الدول، ومن ثم بالتالي في أهمية توفير الوقت للأفراد (e.g., Levine *et al.*, 1980; Levine and Wolff, 1985)، حيث إنها أسرع بكثير في الدول الصناعية مقارنة بالدول غير الصناعية، كما أن سرعة الحياة في المدن الكبيرة تبدو أكبر منها في المدن الصغيرة (Levine, 1988)، وأشارت إحدى الدراسات إلى أن هناك علاقة وطيدة بين سرعة الحياة وتعرض الفرد للأمراض مثل أمراض القلب والدورة الدموية (Levine and Hofstede, 1984). كما تشير دراسة Bartlett (1994) إلى أن الإحساس بضغط الوقت يزداد بين مواطني بعض المجتمعات التي تنزع إلى تجنب المجهول في الحياة (Avoiding the Uncertain)، ومع هذا الضغط يتزايد الشعور بالقلق والإحساس بسرعة توالي أنشطة الحياة.

٢ - تحديد درجة تنظيم الكويتيين لاستخدام الوقت وتوزيع أنشطتهم عليه.

٣ - توضيح الفرق بين فئات الكويتيين المختلفة بشأن التعامل مع الوقت.

أهمية الدراسة

تحدث كل الأنشطة البشرية والأحداث الطبيعية في حيز الوقت. ويمكن القول بأننا نعيش في عالم يتحدد إجمالاً بالوقت، والمساحة، والممتلكات (Settle, et al., 1978:316). ويتشكل سلوك الأفراد بناءً على اعتقاداتهم الاجتماعية التي تكونت عبر احتكاك مستمر ومتفاعل بين محسوسات العالم الخارجي، ومن أهم اعتقادات الأفراد الاجتماعية هي نظرهم إلى الوقت، وتعد أحد موجبات سلوكهم الاجتماعي بصفة عامة، والاستهلاك على وجه الخصوص.

وتكتسب دراسة الوقت أهمية خاصة للمختصين بالتسويق لتأثيره على جهتي الطلب والعرض في آن واحد. فمن جهة الطلب نلاحظ أن للوقت تأثيراً مباشراً على سرعة حياة المستهلك وتصرفاته في التسوق والاستهلاك والادخار والاختيار، على حين نجد من جانب العرض أن بائعي المنتجات يقدمونها على أنها قد تساعد على ضبط الوقت (كالساعات) وعلى توفير الوقت (فرن المايكرويف مقارنةً بالفرن العادي)، وبوصفها أدوات تزيد من استمتاع المستهلك بالوقت (الرحلات السياحية والأفلام والقصص). وبالرغم من أهمية الوقت لكل أنشطة التسويق، فإن الدراسات

التسويقية التي تدرس علاقة المستهلكين العرب بالوقت واستخدامهم للوقت ومدى أهميته بوصفه عاملاً تفضيلاً عند الاختيار بين المنتجات ما زالت غائبة عن الأبحاث المنشورة في الدوريات العربية الإدارية المتخصصة.

أدبيات الدراسة

خصائص الوقت والاستهلاك

أشارت الدراسات الغربية السابقة لموضوع الوقت إلى أنه يتصف بعدة صفات مهمة: (١) أنه مورد محدود ونادر لذلك فهو ذو قيمة اقتصادية، (٢) أنه لا يمكن تخزين الوقت ولا تأجيله، (٣) أنه يمثل الوعاء الذي يشمل جميع العلاقات التي تربط بين الأسباب والنتائج في الحياة (Jacopy et al., 1976)، (٤) أنه يتمتع بعرض وتدفق مستمر ومنظم خلال فترة حياة الأفراد (Nicosia and Mayer 1976). وتعد دراسة (Ornstien, 1969) من الدراسات الرائدة التي تناولت الوقت من منظور ذهني؛ حيث يشير إلى أن قياس الوقت بالساعة هو في الواقع بدعة إنسانية، وأن الوقت في الأصل هو مفهوم ذهني ونفسي بحث يتكون في صورة مشاعر نفسية لدى الفرد وهو مستقل عن الساعة. ووفقاً لهذه النظرة، قام المؤلف بتقسيم الوقت النفسي إلى أربعة أنواع هي: (١) الوقت القصير المتعلق بما يشعر به الفرد في أثناء قيامه بالنشاط، (٢) "الأمم"، ويقصد به مشاعر الوقت الذي يظل في ذاكرة الفرد عن الوقت المستغرق في أداء النشاط، (٣) المنظور

وتوزيعه على ٩٦ صنفاً من الأنشطة الاستهلاكية التقليدية.

وعلى الرغم من أن موازنة الوقت المعنية بجدولة الأنشطة الاستهلاكية تتسم بكونها مفيدة في التعرف إلى ممارسة النشاط في حيز الوقت، إلا أنها تعاني من مشكلتين أساسيتين عند تطبيقها في الكويت: (١) أن الأنشطة الاستهلاكية متعددة، ويتفاوت قيام الكويتيين بأنفسهم بتنفيذها أو إسنادها لغيرهم لتنفيذها، نظراً لانتشار العمالة المنزلية، و(٢) أن هذه الطريقة هي من الدراسات التي تعالج الوصف الخارجي للسلوك، حيث إن المعلومات المجمعة في نهاية المطاف قد تقيس السلوك، لكنها لا تفيد في التعرف إلى العوامل التي يمكن أن تسهم في تفسير هذا السلوك. ويشير Juster and Stafford (1985) إلى أن الصدق والثبات في المعلومات التي يزودنا بها المشتري عن المكونات الثلاثة الأولى (نوعية الأنشطة، ترتيب أداء الأنشطة، أداء الأنشطة في وقت واحد) تبدو منخفضة لأن المبحوث سيركز على تزويد الباحثين بالأنشطة غير المرحجة والمقبولة اجتماعياً. ومن هنا، فإنه يبدو من المفيد استبعاد هذه المكونات والتركيز على معرفة مدى إحساس الفرد بضغط الوقت، ومدى استخدامه لأدوات ضبط الوقت وإدارته، وقياس مقدار تخطيطه لأنشطته الاستهلاكية. ولذلك، يؤكد Gronmo and Christensen (1986) أن

الزمني وهو الملامح العامة للوقت التي يحددها الفرد بناء على معتقداته وفلسفته، (٤) التتابع والآنية وتعنيان مدى إحساس الفرد نفسياً بتوالي الأنشطة في حيز الزمن ومدى ارتباطه أو انفصامه عنها. وقام Lauer (1981) بدراسة تتعلق بالوقت بوصفه "نظاماً" بدلا من كونه "مفهوماً"، واقترح تقسيم الوقت إلى ثلاثة أقسام هي: (١) الأنماط الزمنية، (٢) التوجه الوقتي، (٣) المنظور الوقتي، وهي موضحة على الوجه التالي:

أ. أنماط توزيع الأنشطة الاستهلاكية على الوقت

ينصرف مفهوم توزيع الوقت على الأنشطة الاستهلاكية إلى: (١) نوعية الأنشطة الاستهلاكية التي يمارسها الأفراد عموماً باستمرار، (٢) مدى ترتيب قيامهم بتكرار النشاط الاستهلاكي نفسه لفترات منتظمة من الزمن، (٣) مدى تفضيلهم لأداء النشاط الاستهلاكي نفسه في موعد معين، (٤) درجة شعور الفرد بضغط الوقت في أثناء القيام بالنشاط المتكرر، (٥) مدى قيام الفرد بالتخطيط المستقبلي للنشاط الاستهلاكي قبل التنفيذ. ويستخدم أسلوب "موازنة الوقت Time Budgeting" الذي وضعه (Sorokin and Berger, 1939) لقياس علاقات الأنشطة الاستهلاكية بالوقت، وطبقه كثير من الباحثين مثل (Szalai, 1972) على مواطني ١٢ دولة مسلطاً الضوء على استخدام الأفراد لوقتهم

ويقضون وقتاً أقصر عند اتخاذ قراراتهم الشرائية.

ج. الاعتقادات المرتبطة بالوقت

ويشير هذا المفهوم إلى الوقت النفسي والذي تطرق له (Hall, 1983) في كتابه المشهور (The Dance of Life: The Other Dimension of Time)، وهو مفهوم يختلف عن الوقت الفيزيائي المقيس بالساعة، حيث يتكون من ثلاثة أجزاء أساسية: (١) الصورة الذهنية للوقت من حيث كون الوقت إما عبارة عن مفهوم دائري متكرر ومتعاقب، وإما أنه خط مستقيم له نقطتي بداية ونهاية. (٢) المشاعر النفسية المرتبطة بتوالي الأحداث في حيز الوقت وتفاعلها مع الحالة الشعورية والانفعالية للفرد، ومدى إحساسه بالسعادة أو بالملل في أثناء مضي الوقت، ودرجة شعوره بضغط الوقت. (٣) بعض تصرفات الفرد في علاقته بالوقت مثل تكرار النظر إلى الساعة، ودرجة محافظته على المواعيد، وبذل الوقت في التحدث بهدف التواصل مع الأصدقاء وبناء شبكة العلاقات الاجتماعية وغيرها. وتشكل الاعتقادات المرتبطة بالوقت حجر الزاوية في تكوين الاتجاهات نحو الوقت كما تحدد التصرفات التي يبديها الفرد في توزيع الأنشطة على الوقت وتحديد أولويات تنفيذها.

أسئلة الدراسة

مما سبق يتضح لنا مقدار أهمية التعرف إلى الجوانب المتعلقة بتعامل الكويتيين

هذه المكونات الثلاثة لا تساعد على معرفة معنى الوقت وأسباب الاستمتاع به، كما أنه مبدأ واسع وشامل لكنه في الوقت نفسه ضحل (Szalai, 1977).

ب. تحديد التوجهات النفسية نحو الوقت

يختلف الأفراد من حيث نوع مشاعرهم النفسية التي يحملونها تجاه المراحل المختلفة للوقت. وفي هذا الصدد، تشير إحدى الدراسات (Settle et al., 1978) إلى أن درجة انتباه الأفراد للوقت (Focus of Time) يمكن أن يكون موجهها بالماضي (Past Oriented)، حيث يسترجع الفرد أحداث الماضي ويتأمل بها، أو موجهها بالحاضر (Present Oriented) عندما يتفاعل الفرد مع أحداث الحاضر وينغمس في أدائها ناسياً ما سبق وما سيأتي، أو موجهها بالمستقبل (Future Oriented)، حيث يتخيل سيناريوهات الأحداث القادمة، ويمضي معها بعقله قبل أن تحدث فعلاً.

وتتبع أهمية دراسة هذه التوجهات النفسية العامة تجاه الوقت من أن لها أثراً تسويقية تستحق الاهتمام. فقد أشارت الدراسة السابقة في هذا المجال إلى أن الأفراد الموجهين بالماضي يشوب سلوكهم الشرائي قدر كبير من الحذر، ويترددون في المفاضلة والاختيار بين البدائل، ويخشون نتائجها، كما أنهم يشعرون بضغط الوقت في حياتهم باستمرار. أما أولئك الموجهون بالمستقبل، فهم أكثر شعوراً بالأمان تجاهه مقارنة بالماضي، كما أنهم أكثر إقبالاً على المنتجات الجديدة والغريبة والباهظة الثمن،

منهجية الدراسة

وفقاً لطبيعة أسئلة البحث، تم اختيار المنهج المسحي في تجميع البيانات، وذلك باستخدام استمارة استقصاء تحتوي على أسئلة البحث، ويجيب عنها المبحوث مباشرة، أو بمساعدة جامع البيانات (انظر الملحق). ويأتي استخدام هذا المنهج متوافقاً مع المناهج المستخدمة في الأبحاث السابقة في هذا المجال في العالم الغربي (Block *et al.*, 1996). وتم تحديد مجتمع الدراسة بالمواطنين الكويتيين البالغين من الجنسين، والموزعين على المحافظات الست في الكويت باستخدام عينة طبقية، في حين تم استخدام أسلوب السحب العشوائي للعينة من كل محافظة. وتم استخدام دليل الهاتف إطاراً للمعينة، لكون الهاتف المنزلي منتشراً بين الغالبية العظمى من الكويتيين. تم سحب الأرقام عشوائياً من دليل الهاتف، وتم الإبقاء على الكويتيين فقط، واستبعاد غير الكويتيين من ذوي الأرقام الموجودة في الدليل، بحيث تبقى العينة طبقية، وتمثل نسبة السكان الكويتيين في كل محافظة من إجمالي سكان دولة الكويت. واستخدام الاتصال الهاتفي العشوائي من دليل الهاتف، لتحديد موعد لمقابلة المفردة للتأكد من هويتها.

وقد بدأت عملية جمع البيانات بتوزيع ٢٥٠ استبانة، وبلغ عدد الاستمارات التي تم تعبئتها واسترجاعها من العينة حوالي ١٥٧ استمارة، بنسبة استجابة تعادل ٦٣٪، وبعد المراجعة، استبعدت ٣٤ استمارة كانت نسبة البيانات

مع الوقت، مع التركيز على فهم محددات هذا التعامل بدلاً من وصف استخدام الوقت. وتحديداً تسعى الدراسة الحالية للإجابة عن الأسئلة الآتية:

- ١ - إلى أي مدى يهتم الكويتيون باستخدام أجهزة ضبط الوقت وأجهزة تنظيم الوقت وأجهزة توفير الوقت؟ وهل يخطط المستهلك الكويتي لأنشطته الشرائية المتكررة؟ وهل يحدد مدى زمنياً واضحاً لبداية أنشطته ونهايتها؟
- ٢ - هل يفضل المستهلك الكويتي أداء الأنشطة الشرائية المتكررة برتبة زمنية أم أن القيام بها يأتي عشوائياً في أوقات مختلفة؟
- ٣ - ما المجال الزمني العام الذي يسيطر على تفكير الكويتيين؟ وهل يتركز اهتمامهم وتفكيرهم على الماضي أم الحاضر أم المستقبل؟
- ٤ - ما طبيعة الاعتقادات والتوجهات والتفضيلات لدى المستهلك الكويتي بشأن استخدام الوقت؟
- ٥ - هل توجد أية اختلافات معنوية بين رتبة الأنشطة والمجال الزمني والاعتقادات العقلية وفقاً للتوجهات النفسية للوقت (الموجهون بالماضي أو بالحاضر أو بالمستقبل)، ووفقاً لبعض المتغيرات الديموغرافية وبالتحديد نوع المفردة والسن وعدد سنوات التعليم؟

عادل الوقيان

استخدام الكويتيين لمنتجات إدارة الوقت، وتنظيم وقتهم الاستهلاكي، ومدى رتبة أنشطتهم الاستهلاكية، والكشف عن المجال الزمني السائد في تفكير الكويتيين واعتقاداتهم بشأن الوقت، والكشف عن الاختلافات التي ترجع لثلاثة عوامل ديموغرافية وهي النوع، والسن، وسنوات التعليم. واحتوت الاستبانة عدة أسئلة تتعلق بهذه المتغيرات وهي كالتالي:

١ - توزيع الأنشطة على الوقت: احتوت الاستبانة ٨ أسئلة تعنى بمدى امتلاك المبحوثين لأدوات ضبط وتنظيم الوقت مثل الساعة والمنبه والمفكرة، ومدى التنظيم والرتابة في ممارسة بعض الأنشطة الإنسانية الأساسية (مثل الاستيقاظ من النوم ومغادرة المنزل وتناول الوجبات) في أوقات محددة من اليوم، كما تم قياس درجة تنظيم القيام بثلاثة أنشطة استهلاكية اعتيادية متكررة وهي: التسوق في الأسواق المركزية (شراء سلع ملموسة) وزيارة البنك (خدمات عامة) وزيارة الطبيب (خدمات متخصصة). وتم استخدام

الناقصة عالية (تفوق ٧٪ من إجمالي الأسئلة) ليصبح الحجم النهائي للعيينة ١٢٣ استبانة كاملة، وبنسبة استجابة تمثل ٤٩٪ من الإجمالي. أما بالنسبة للإجابات الناقصة، فلم تزد على نسبة ٣٪ من إجمالي أسئلة الاستمارة في أسوأ الأحوال، وتم استخدام المتوسط لملء تلك الإجابات الناقصة. وتعتبر نسبة الرفض المذكورة سلفاً في البحث عن الأفراد الذين أبدوا موافقتهم المبدئية للمشاركة بعد الاتصال الأولي، ثم رفضوا بعد ذلك مقابلة الباحث، إما بسبب اعتقادهم بأن البحث غير مهم بالنسبة لهم، أو في أحيان كثيرة دون إبداء أسباب واضحة. ومع أن الحجم النهائي للعيينة قد يتناسب مع طبيعة الدراسة لكونها استكشافية، فإنه لا يمكننا التأكد من أن النتائج يمكن تعميمها على الكويتيين جميعاً، وذلك لصغر حجمها نسبياً. ويبين الجدول (١) بعض الصفات الديموغرافية للعيينة.

المقاييس ومعالجة البيانات وتحليلها

تناولت هذه الدراسة كثيراً من الأسئلة الاستكشافية التي تدرس طبيعة

جدول ١
خصائص العينة

المتغير	الفئات
النوع	ذكر = ٤٦٪، أنثى = ٥٤٪
السن	المتوسط = ٣٣ سنة
الحالة الاجتماعية	متزوج = ٨١٪، أعزب = ١٥٪، مطلق = ٢٪، أرمل = ٢٪
العمل	نعم = ٧٦٪، لا = ٢٤٪

بالسيطرة على الوقت، ومقدار ميل الفرد لادخار الوقت، وإحساس الفرد بسرعة مرور الوقت نفسياً.

معالجة البيانات

حسب ما تقتضيه الإجراءات المعروفة للمعالجة الإحصائية، فقد تم ترميز جميع أسئلة الاستبانة وعكس جميع الأسئلة ذات الصيغة السلبية؛ لضمان توافق أرقام المقياس مع مدلول الإجابات. وتم استخدام برنامج SPSS 11.0، والتحقق من أن قيم جميع متغيرات الدراسة تقع ضمن الحدود المسموح بها حسب مفتاح الترميز المستخدم. وتم عمل استكشاف الصفات التوزيعية للبيانات باستخدام مجموعة المعالجات الإحصائية البسيطة مثل التوزيع التكراري والتبويب المتداخل، كما هو مبين بجدول (٢).

مقياس ثنائي الإجابة (الموافقة / عدم الموافقة).

٢ - تحديد التوجهات النفسية للوقت: تم قياس التوجهات النفسية للوقت باستخدام ٩ أسئلة تتعلق بالمجال الزمني الذي يميل إليه الفرد بشكل عام، وتم قياس الإجابات على هذه الأسئلة باستخدام مقياس اسمي ثلاثي (الماضي/الحاضر/المستقبل).

٣ - الاعتقادات المرتبطة بالوقت: يتألف هذا الجزء من ٣٥ عبارة (e.g., Hall, 1983) باستخدام مقياس ليكرت الذي يتكون من خمس درجات يتدرج من "موافق بشدة" إلى "معارض بشدة". وتتناول هذه العبارات جوانب مختلفة من علاقة الفرد بالوقت، مثل مقدار الشعور

جدول ٢

تحليل وصفي لاستخدام أدوات ضبط الوقت وتنظيمه ورتابة تنفيذ الأنشطة الأساسية

المتغير	نسبة الإجابة بنعم	نسبة الإجابة بلا	قيمة كاي المربعة	الاحتمال لقيمة كاي المربعة	اختبار ذو الحدين Binomial Test
هل لديك ساعة ؟	٪٩٨	٪٢	١١٥,١٣٠	,٠٠٠	,٠٠٠
هل لديك فكرة ؟	٪٤٠	٪٦٠	٥,٠٨١	,٠٢٤	,٠٣٠
تقسيم المفكرة لساعات	٪٣٥	٪٦٥	٢١,٦٣١	,٠٠٠	,٠٠٠
توقيت بداية النشاط	٪٤٢	٪٥٨	١٢,٠٠٠	,٠٠١	,٠٠٠
توقيت نهاية النشاط	٪٧٠	٪٣٠	١٣,٤٦٠	,٠٠٠	,٠٠٠
الاستيقاظ في نفس الموعد	٪٧٥	٪٢٥	٢٩,٥٠٨	,٠٠٠	,٠٠٠
الاستيقاظ بالمنبه في نفس الموعد	٪٧٥	٪٢٥	٢٩,٥٠٨	,٠٠٠	,٠٠٠
مغادرة المنزل في نفس الموعد	٪٥٩	٪٤١	٣,٥٨٥	,٠٥٨	,٠٧١
التوقيت للغداء في نفس الموعد	٪٥٩	٪٤١	٣,٥٨٥	,٠٥٨	,٠٧١
التوقيت للعشاء في نفس الموعد	٪٤٠	٪٦٠	٥,٠٨١	,٠٢٤	,٠٣٠
التوقيت النوم في نفس الموعد	٪٤٩	٪٥١	,١٣١	,٧١٧	,٧١٨

يتعلق هذا البحث بالإجابة على عدة تساؤلات مهمة تتلخص فيما يلي:

أولاً: مدى استخدام أدوات الضبط والرقابة بالنسبة للوقت وتنظيم الأنشطة الاعتيادية

يتركز الهدف من هذا الاستفسار البحثي على التعرف إلى مرحلتين مهمتين من التحكم بالوقت: ضبط الوقت وتنظيم الوقت. فمن الأرقام المعروضة في الجدول (٢) نلاحظ شيوع أداة ضبط الوقت لدى الكويتيين، حيث إن الغالبية العظمى من الكويتيين يمتلكون ساعة بنسبة (٩٨٪)، وهذا يدل على أن الشرط الأول لتنظيم الوقت قد تحقق. ومع ذلك فإن نسبة من يمتلكون فكرة لتنظيم الوقت لا يتعدى ٤٠٪ من إجمالي المبحوثين، وهذه النسبة تمثل أقل من نصف من يملك ساعة. ومن بين من يمتلكون المفكرة والساعة، فإن ٣٥٪ منهم لديهم مفكرة مفصلة بالساعات، كما نلاحظ أنه على عكس المتوقع، يتبين من البحث أن الاهتمام بتوقيت نهاية النشاط (٧٠٪) أكبر من نسبة من يقومون بتحديد بداية النشاط (٤٢٪). وتعني هذه النتائج أن معظم الكويتيين لا يميلون إلى استخدام أدوات ضبط الوقت الرسمية المكتوبة بقدر ما ينظمون وقتهم باستخدام الذاكرة العقلية.

وكذلك توضح نتائج الجدول السابق أن هناك تبايناً واضحاً في مدى رتبة تنفيذ بعض الأنشطة اليومية الاعتيادية. حيث يشير ثلاثة أرباع أفراد العينة إلى أنهم

يستيقظون في نفس الموعد باستخدام المنبه، في حين أن نسبة النوم في نفس الموعد لا يتجاوز ٤٩٪ من أفراد العينة. كما تشير النتائج إلى نسبة من يقومون بمغادرة المنزل في نفس الموعد وتناول الغداء في نفس الموعد تصل إلى ٥٩٪ لكن نسبة تناول العشاء في نفس الموعد تساوي ٤٠٪. ويلاحظ من هذه النتائج أن الأنشطة النهارية للكويتيين تحدث وفق ترتيب زمني أكبر من الأنشطة الليلية بشكل عام.

ثانياً: مقدار رتبة الأنشطة

تعتبر درجة رتبة الأنشطة عن درجة التنظيم المقصود أو غير المقصود لاستخدام الفرد لوقته. ولدراسة الرتبة تم اختيار ثلاثة أماكن شائعة بين المواطنين الكويتيين وهم السوق المركزي والبنك والطبيب العام. ويأتي هذا الاختيار ليشمل تسوق السلع (السوق المركزي) وخدمات عامة (البنك) وخدمات متخصصة (الطبيب). وتشير النتائج الموضحة بجدول (٣) إلى هناك علاقة وثيقة بين المكان الذي يتم ارتياده بتكرار أكبر ومدى رتبة تنفيذ هذا النشاط (مثل السوق المركزي أجاب معظم المبحوثين أنهم يزورونه أكثر من مرة بالأسبوع، ولهم نية لزيارته في المستقبل بنسبة ٧٩٪).

وتشير نتائج البحث كذلك إلى أن هناك علاقة بين كثرة التردد على المكان وبين استقرار موعد التردد على ذلك

فقد كانت محصورة ما بين ٢٣٪ و ٣٣٪ من إجمالي المبحوثين، كما أن نية التخطيط للزيارة في المرة القادمة لم ترتفع إلا بنسبة طفيفة (ما بين ٤٪ و ٩٪ أعلى من الذين قاموا بالتخطيط لهذه الزيارات في الماضي). ولم يكن التخطيط السابق أو المستقبلي و لزيارة هذه الأماكن الثلاثة مرتبطا بمعدل تكرار الزيارة لهذه المواقع، حيث إن التخطيط لزيارة البنك تصدرت الرغبة في التخطيط في السابق أو في المستقبل، يليها السوق المركزي، ثم الطبيب البشري، وربما يفهم ذلك لارتباط معظم الزيارات للطبيب بأزمات طبية بدلا من زيارات دورية مخطط لها.

المكان. وتوضح النتائج أن نسبة من يقومون بزيارة السوق المركزي في نفس الفترة من اليوم كان ٦٢٪ من إجمالي المبحوثين، وهي نسبة أعلى من رتبة زيارة البنك والطبيب، كما أن التردد على السوق المركزي في نفس اليوم من الأسبوع ونفس اليوم من الشهر قد سجل نفس الاتجاه وذلك بالمقارنة مع البنك والطبيب.

أما فيما يتعلق بقيام المبحوثين بالتخطيط لزياراتهم لأماكن استهلاكية مختلفة، حيث تبين من نتائج الجدول أن قيام المبحوثين بالتخطيط مسبقا لزياراته للأماكن الاستهلاكية الثلاثة لم تكن مرتفعة،

جدول ٣
رتابة تنفيذ ثلاثة أنشطة استهلاكية تقليدية

الطبيب	البنك	السوق المركزي	
		لا	نعم
لا	نعم	لا	نعم
عناصر الترتيب في أداء الأنشطة الاستهلاكية			
٨٧,٨٪	١٢,٢٪	٦٥,٠٪	٣٥,٠٪
الذهاب إلى المكان في يوم معين من الأسبوع			
٨٧,٨٪	١٢,٢٪	٧١,٥٪	٢٨,٥٪
الذهاب إلى المكان في يوم معين من الشهر			
٧٠,٧٪	٢٩,٣٪	٥٠,٤٪	٤٩,٦٪
الذهاب إلى المكان في نفس الفترة من اليوم			
عناصر التخطيط في أداء الأنشطة الاستهلاكية			
٧٧,٢٪	٢٢,٨٪	٦٧,٥٪	٣٢,٥٪
تحديد موعد مسبق أو تحديده في المفكرة			
٦٨,٣٪	٣١,٧٪	٦٢,٦٪	٣٧,٤٪
مستقبلا، سوف يحدد موعداً أو يتحدد في المفكرة			
٦٥,٠٪	٣٥,٠٪	٣٠,٩٪	٦٩,١٪
سيزور هذا المكان في المستقبل			
معدل تكرار الزيارة للمكان (النوال)			
أكثر من مرة		٣ - ٤	مرة كل ٤ - ٦ أشهر
بالأسبوع		أسابيع	

ثالثاً: المجال الزمني السائد لتفكير الكويتيين

وفي هذا الجزء، طرحت تسعة أسئلة تتعلق باختيارات الأفراد للمجال الزمني من تفضيل للماضي والحاضر والمستقبل. وبلغت درجة موثوقية المقياس المستخدم ٠,٥٩، وهي نسبة تعتبر مقبولة في العلوم الاجتماعية (Hair et al., 1995:641). وقد تم الكشف عن هيكل عناصر المقياس باستخدام تحليل العوامل الاستكشافي (Exploratory Factor Analysis)، حيث أشارت هذه النتائج إلى أن المجال الزمني السائد للكويتيين لا يشكل بعداً واحداً فقط، بل هو مفهوم متعدد الأبعاد، ويتكون من أربعة عوامل كشفها المقياس وهي: (١) المجال الزمني المفضل للحياة، (٢) المجال

الزمني المفضل للترفيه، (٣) المجال الزمني-النفسي المفضل للفرد، و(٤) المجال الزمني المفضل للآخرين، كما هو موضح بالجدول ٤. ونستطيع من تفحص العناصر المكونة للعامل الأول القول بأن هذا العامل يشير إلى تقييم عام للمبحوثين للحقبة الزمنية التي يعتقدون أنها الأفضل، سواء كانت تتعلق بالماضي أو الحاضر أو المستقبل، في حين أن العامل الثاني يتعلق بتفضيل المبحوثين لأحد المجالات الزمنية الثلاثة عند قراءة القصص ومشاهدة الأفلام. ويدلنا ذلك على تفضيل المبحوثين للعيش مع شخوص القصص والأفلام في مجال زمني معروف التفاصيل (الماضي والحاضر) أو مجهول التفاصيل (المستقبل). أما فيما يتعلق بالعامل الثالث،

جدول ٤
أربعة عوامل مدورة لمقياس المجال الزمني

العنصر	المجال الزمني المفضل للحياة	المجال الزمني المفضل للترفيه	المجال الزمني-النفسي المفضل للآخرين	المجال المفضل
أفضل وقت في حياتي هو:	٨٤٩	٠٠٧	١١٥	١٣٤-
إذا كان لي الخيار، فإنني سوف اختار الحياة في الأشياء بشكل عام أفضل في:	٨٠٣	١٣٣	١٦١	١٥٠
أنا أفضل الأفلام عن:	٧٥٢	٠٠٥	٠٠٢-	٣٦٣
أنا أفضل القصص عن:	٠٠١٣ -	٨٤٨	٠٠٥-	٢٦٤
عندما اسرح أو استغرق في أحلام اليقظة، فأفكر في:	٢٥٦	٧٩٩	٠٠٤	٢٣٢-
معظم الوقت أنا أتكلم عن:	١١٨-	٠٠٢	٧٦٦	١١٠
أنا لا أخاف من:	٢٠٧	١٧٦	٦٦٣	١٢٢
معظم الناس يفضلون:	١٦٣-	١٦٩	٥٢٢-	١٠٢
نسبة التباين المفسر لكل عامل	١٧٥	٠٠٣٣	١٠٧	٩١٤
	٢٨,٥%	١٥%	١٢,٧%	١١,٤%

نسبة موثوقية المقياس = ٠,٥٩، نسبة التباين المفسر لكل العوامل: ٦٨٪، تم الاحتفاظ بالعنصر ذو قيمة أيجن = ١ وفقاً لقاعدة كايزر.

المقياس المستخدم هو مقياس يشمل الإجابات التالية: (١=الماضي، ٢=الحاضر، ٣=المستقبل)

بالمستقبل. ويتشكل انطباع عام بين الكويتيين أن غيرهم عادة ما يفضل الماضي، على الرغم من أن البيانات الحالية تشير إلى أن معظم أفراد العينة يفضلون الحاضر.

رابعاً: اعتقادات الكويتيين بشأن الوقت

يتعلق هذا الجزء بالتعرف علي علاقة الفرد النفسية بالوقت، وتضمن المقياس ٣٥ سؤالاً، يتعلق جزء منها باعتقادات الأفراد عن الوقت، في حين يرتبط الجزء الآخر بنتائج نظرة الفرد تجاه الوقت وأثرها على تصرفه ومشاعره نحو ذلك الوقت. وقد سجل المقياس درجة موثوقية جيدة (مقياس ألفا = ٠,٧) ونتج عن تحليل أبعاد المقياس الكشف عن ١٣ عنصراً أسهمت في تفسير ٠,٦٨ من إجمالي التباين (كما ما هو مبين بجدول ٦). وبالتدقيق في العناصر المستخرجة،

فإن عناصره تشير إلى المجال الزمني الذي يكون محور تفكير الفرد بينه وبين نفسه، أو مادة لحديثه مع الآخرين، أو مصدراً للخوف والقلق (مع ملاحظة التحميل السالب لهذا العنصر). و يشير العامل الرابع إلى ما يسمى بانطباع الفرد عن المجال الزمني المفضل للآخرين، وهو عامل فريد (Unique) أي يتكون من عنصر واحد.

وبتحليل البيانات الخاصة بهذا المقياس والمبينة بجدول (٥)، يتبين لنا أن المجال الزمني للوقت المفضل للحياة هو الوقت الحاضر بصفته منوال الاختيارات، في حين أن معظم الأفراد ينظرون إلى المستقبل بنظرة تشاؤمية أكبر من الماضي. وفي المقابل، يفضل معظم الكويتيين الترفيه والقراءة عن الماضي، فيما نجد الأحداث الجارية حازت النصيب الأكبر من اهتمام الكويتيين، في حين أن التخيل مرتبط

جدول ٥

النسب المئوية لمقياس المجال الزمني مرتب حسب العوامل المستخلصة

العنصر	الماضي	الحاضر	المستقبل
العامل الأول: المجال الزمني المفضل للحياة			
- أفضل وقت في حياتي هو	٪٢٧,٦	٪٦٤,٢	٪٨,١
- إذا كان لي الخيار، فإنني سوف اختار الحياة في	٪٣٢,٥	٪٤٤,٧	٪٢٢,٨
- الأشياء بشكل عام أفضل في:	٪٣٤,١	٪٤٥,٥	٪٢٠,٣
العامل الثاني: المجال الزمني المفضل للترفيه			
- أنا أفضل الأفلام عن:	٪٥٢,٠	٪٢٣,٦	٪٢٤,٤
- أنا أفضل القصص عن:	٪٧١,٥	٪١٤,٦	٪١٣,٨
العامل الثالث: المجال الزمني-النفسي المفضل			
- عندما اسرح أو استغرق في أحلام اليقظة، فأفكر في:	٪١٩,٥	٪٢٦,٠	٪٥٤,٥
- معظم الوقت أنا أتكلم عن:	٪٢٢,٨	٪٤٤,٧	٪٣٢,٥
- أنا لا أخاف من:	٪٢٢,٠	٪٣٩,٠	٪٣٩,٠
العامل الرابع: المجال الزمني المفضل للآخرين			
- معظم الناس يفضلون:	٪٦٥,٩	٪١٤,٦	٪١٩,٥

بالتخطيط لأنشطتهم، ويوافق ٦٠٪ من العينة أنهم ينغمسون في قضاء أنشطتهم متناسين الوقت، وأنهم يحبون قضاء الوقت في التحدث مع الآخرين.

خامساً: الاختلافات الديموغرافية

تساعد النتائج السابقة على فهم طبيعة العلاقة بين الكويتيين والوقت، لكن افتراض ثبات هذه العلاقة وتواجدها بدرجة واحدة بين جميع أفراد العينة الكويتيين هو تساؤل لا يمكن الإجابة عليه بلا دليل علمي. وللإجابة على هذا التساؤل، فقد تم استخدام أسلوبين للتحليل وهما: (١) تحليل كاي المربع (χ^2) لتمييز الفروق بين المجموعات المختلفة، و(٢) استخدام مؤشر وضوح التشابه (Salient Similarity Index S) الذي وضعه كاتل (Cattell and Baggily, 1960; وضعه كاتل (Tabachnick and Fidell, 1989). وقد تم استخدام ثلاثة عوامل ديموغرافية تتمثل في النوع (ذكر-أنثى)، والسن، سنوات التعليم (تقسيم مدى السن وسنوات التعليم لثلاثة مجموعات متساوية) لما يبدو لها من أثر منطقي على الوقت، كما تم تقسيم أفراد العينة وفقاً للمجال النفسي للوقت (تم تكوين ٣ مجموعات تمثل الموجهين بالماضي والحاضر والمستقبل). وللتعرف إلى مقدار معنوية هذه الاختلافات، تم إجراء اختبار كاي المربع لأحد عشر سؤالاً يتعلق بضبط الوقت و المرتابة في استخدام الوقت (الجدول ٧) وتقدير معنوية الاختلاف بين المجموعات. ومن نتائج الجدول ٧ نلاحظ أن للعوامل الديموغرافية أثراً غير معنوي باستثناء ثلاثة أسئلة (الاحتمال أكبر من ٠,٠٥).

يتبين لنا ٨ عناصر تمثل الاعتقادات العقلية بشأن الوقت هي الميل للتخطيط، التحكم بالوقت، الوقت الاجتماعي، مضي الوقت، مضيعات الوقت، الانطباع الذهني عن تدفق الوقت، الشعور بأهمية الوقت، التفاؤل بالمستقبل، الانفصال عن المستقبل. في حين تم تحديد ٥ عناصر تمثل الجوانب العاطفية - السلوكية لاعتقادات الأفراد بشأن الوقت، وهي على الوجه التالي: الشعور بضغط الوقت، التوجه بالماضي، التوجه بالمستقبل والسيطرة على الوقت.

يتبين لنا من تحليل أهم نتائج الجدول السابق أن ٥٧٪ من الكويتيين يوافقون على أن الوقت عبارة عن خط مستقيم مما يشير إلى أن تدفق الوقت مستمر، لكنه يتناقص باستمرار. في حين أن ٣٠٪ يعتقدون بأن الوقت دائري لكونه يمر في تعاقب مستمر. ويتفق معظم المبحوثين (٧٥٪) على أن الوقت هو مورد نادر، وأن الوقت المفقود لا يمكن تعويضه (٩٣٪) وأن التخطيط هو مفتاح النجاح (٩٤٪)، وأنه على الناس عدم إضاعتهم للوقت (٦٨٪). ومع ازدياد أهمية الوقت والاتفاق حول أهمية إدارته بنجاح فإن ٧٤٪ يشعرون بأنه لا يوجد لديهم الوقت الكافي للقيام بكل الأنشطة، ويشعر ٧٠٪ منهم أن انقضاء وقت اليوم دون إنجاز الأنشطة المطلوبة يصيبهم بخيبة الأمل، كما أن ٧٥٪ من المبحوثين يشعرون نسبياً بأن الوقت متاح للأفراد في السابق أكبر من الآن (٧٥٪)، وأن ٧٤٪ يراقبون مضي الوقت أثناء إنجازهم للنشاط. ومن الجانب العاطفي - السلوكي، نستنتج من نتائج الجدول أن ٦٨٪ تقريباً يؤكّدون قيامهم

جدول ٦
اعتقادات الكويتيين تجاه الوقت

العوامل المستخلصة		التحليل الوصفي		هيكل المقياس وفق تحليل العوامل	
موافق	محايد	غير موافق	تحميل	مقدار تفسير العامل	
٧٧٪	١٤٪	٩٪			العامل الأول (الميل للتخطيط)
٦٨٪	٢٣٪	٩٪	٧٠٤	٥٨٧	أنا أخطط لتسوقي
٦٨٪	٢٣٪	٩٪	٦٩٢	٦٥٤	أنا أخطط لأنشطتي كل يوم
٩٤٪	٥٪	١٪	٦٨٧	٥٨٠	التخطيط مفتاح النجاح
٨٠٪	١٥٪	٥٪	٥٩٥	٦٤٢	أنا أعرف كم يستغرق كل نشاط
٧٥٪	٣٪	٢٢٪	٤٧٢	٦٢٧	أتعامل مع الوقت على أنه مورد نادر
٥٨٪	١٨٪	٢٤٪			العامل الثاني (التحكم بالوقت)
٣٥٪	٢٢٪	٤٣٪	٨٠٤	٧٦٨	أشعر بأن لدي تحكم قليل بالوقت
٦٥٪	٢٤٪	١١٪	٧٥١-	٧٨٠	أنا أتحكم بوقتي
٧٤٪	٩٪	١٧٪	٤٩٢	٥٨٧	لا يوجد لدي وقت للقيام بكل الأنشطة
٧١٪	١٩٪	١٠٪			العامل الثالث (الشعور بضغط الوقت)
٧٠٪	١٧٪	١٣٪	٨٠٩	٧٢٠	إذا لم أكمل ما نويت قضاءه اليوم، فإنني أشعر بالخيبة
٧٢٪	٢١٪	٧٪	٤٨١	٥٩٥	أفضل أن يكون سرعة الوقت أبطأ
٦٠٪	٢٣٪	١٨٪			العامل الرابع (التوجه بالماضي)
٥٠٪	٢٤٪	٢٦٪	٧٥٣	٦٢٣	الوقت يشفي كل الجروح
٥٤٪	٣٠٪	١٦٪	٦٧٢	٧٣١	الوقت أكثر إشراقاً وازدهاراً في المستقبل
٧٥٪	١٤٪	١١٪	٥١٥	٦٧٧	الناس في السابق لديهم وقت أكثر من الوقت المتاح هذه الأيام
٤٩٪	١٤٪	٣٧٪			العامل الخامس (التوجه بالمستقبل)
٩٪	١٤٪	٧٧٪	٧٤٢-	٧٢٣	الماضي أهم من المستقبل
٧٠٪	١٧٪	١٣٪	٦٥٣	٦٢٩	ما لا أستطيع قضاءه اليوم، أكمله غداً
٦٨٪	١٠٪	٢٢٪	٥٠٢	٧٠١	يجب على الناس عدم إضاعة وقتهم
٨٠٪	١٣٪	٧٪			العامل السادس (السيطرة على الوقت)
٩٢٪	٧٪	١٪	٦٩١	٥٣٥	أحب قضاء الأعمال بشكل عادي ومنظم
٦٢٪	٢٣٪	١٥٪	٦٤٦	٧٠٩	أحب العمل الجماعي وذلك لتوفير الوقت
٨٧٪	٩٪	٤٪	٤٩٢	٧١٨	أفضل معرفة نهاية الوقت لأي عمل
٥٠٪	٢٧٪	٢٤٪			العامل السابع (الانطباع الذهني عن تدفق الوقت)
٣٠٪	٣٧٪	٣٣٪	٧٨٨-	٧٤٠	اعتقد بأن الوقت دائري
٥٧٪	٢٧٪	١٦٪	٦٩٦	٦٦٦	أعتقد بأن الوقت عبارة عن خط مستقيم
٦٢٪	١٦٪	٢٢٪	٤٢٩-	٦٤٦	أحب أن أكمل العمل بغض النظر عن الوقت الذي يستغرقه
٥٧٪	٦٪	٣٨٪			العامل الثامن (الشعور بأهمية الوقت)
٩٣٪	٥٪	٢٪	٦٩٠	٦٠٧	الوقت المفقود لا يمكن استرجاعه أبداً
٢٠٪	٦٪	٧٤٪	٦٤٩-	٧٠٤	نادراً ما انظر إلى ساعتني أو ساعة الحائط

عادل الوقيان

تابع: جدول ٦

اعتقادات الكويتيين تجاه الوقت

العوامل المستخلصة		التحليل الوصفي		هيكل المقياس وفق تحليل العوامل	
موافق	محايد	غير موافق	تحميل	مقدار تفسير العامل	العامل
٤٢٪	٣٠٪	٢٩٪	٧٧٢	٦٨٣	العامل التاسع (الوقت الاجتماعي)
٦٠٪	٢٦٪	١٤٪	٧٧٢	٦٨٣	أنا أحب قضاء الوقت في التحدث إلى أصدقائي وعائلتي
٢٣٪	٣٤٪	٤٣٪	٥٥٠	٧٥٧	أقضي وقتاً طويلاً في التفكير بالماضي
٦٠٪	١٧٪	٢٣٪	٧٣٧	٥٧٨	العامل العاشر (مضي الوقت)
٦٠٪	١٧٪	٢٣٪	٧٣٧	٥٧٨	في العادة، أنا أنسى نفسي في قضاء العمل المطلوب
٥٢٪	١٨٪	٣١٪	٧٣٧	٦٩٥	العامل الحادي عشر (التفاؤل بالمستقبل)
٥٦٪	١٥٪	٢٩٪	٧٣٧	٦٩٥	المستقبل ليس له نهاية
٤٧٪	٢٠٪	٣٣٪	٥٤٥	٧١٥	ليس هناك عذر للوصول متأخراً
٣٣٪	٢٤٪	٤٣٪	٧٩٩	٧٠٢	العامل الثاني عشر (الانفصال عن المستقبل)
٣٣٪	٢٤٪	٤٣٪	٧٩٩	٧٠٢	أقضي وقتاً ضئيلاً في التفكير بشأن المستقبل
٥٩٪	٢٠٪	٢٢٪	٧٨٧	٧٠٥	العامل الثالث عشر (مضيعات الوقت)
٣٧٪	٣١٪	٣٢٪	٧٨٧	٧٠٥	مشاهدة التلفزيون إضاعة للوقت
٨١٪	٨٪	١١٪	٤٤٢-	٥٧٨	عندما استمتع بوقتي، عادة ما أنسى الوقت

نسبة موثوقية المقياس = ٠,٧٠، نسبة التباين المفسر لكل العوامل: ٦٨٪، تم الاحتفاظ بالعامل ذو قيمة أيجن = ١ وفقاً لقاعدة كايزر. المقياس المستخدم هو مقياس ليكرت على الإجابات التالية: (١ = أوافق بشدة، ٢ = أوافق، ٣ = محايد، ٤ = أعارض، ٥ = أعارض بشدة)

جدول ٧

الاختلافات بين أسئلة مختارة من قائمة الاستقصاء الزمني وفقاً لنوع المفردة والسن وسنوات التعليم والتوجهات النفسية للوقت

السؤال	النوع	السن	سنوات التعليم	التوجهات النفسية للوقت
هل لديك ساعة؟	١١٣ ^a	٢٠٤	٨٢٤	٦٤٤
هل لديك فكرة؟	٦٨٧	٣١٥	٣٧٨	٥٢٥
تقسيم المفكرة لساعات	٣٧٢	٢١٢	٢٨٨	٧٣٢
توقيت بداية النشاط	٦٦٢	٨١٢	١٧٥	٥٨٠
توقيت نهاية النشاط	١٧٢	٢٢٩	٢٢٣	١٦٩
الاستيقاظ في نفس الموعد	٧٧٥	٠٦٨	٣٢٠	٣٣٢
الاستيقاظ بالمنبه في نفس الموعد	٣٧٢	١٩٦	٨٢٩	٢٤٥
مغادرة المنزل في نفس الموعد	٧٦٧	١٨٣	٠٤٢*	٨١٨
التوقيت للغداء في نفس الموعد	٠٤٨*	٦٧٣	٧٤٩	٨٠٥
التوقيت للعشاء في نفس الموعد	٩٧٤	٥٣٢	٧٧٠	٦٨٧
التوقيت النوم في نفس الموعد	٦١٦	٠٢٢*	٢٢١	١٨٤

*** قيمة p أقل من ٠.٠١. * قيمة p أقل من ٠.٠٥. a قيمة كاي المربعة باختبار Kruskal Wallis

تطابق عناصر هذين المقياسين بين الذكور والإناث. وتبدأ عملية حساب هذا المؤشر بتحليل عناصر كل مقياس لكل مجموعة، وعمل مقارنات ثنائية للارتباط بين كل متغير والعناصر المستخرجة من المقياس، بحيث يكون حجم الارتباط أكبر من ٣٠، هو ارتباطاً معنوياً موجباً، ويكون أي ارتباط أقل من ٣٠، ارتباطاً معنوياً سالباً، في حين أن الارتباط الذي يقع ما بين هذين الحدين يعد ارتباطات ضعيفة (Tabachnick and Fidell, 1989: 642)، وباستخدام التفحص بالنظر لكل من العناصر والمتغيرات المحملة على كل عنصر، أمكن اختيار عنصر من كل مجموعة للمقارنة وحساب مؤشر S، حيث تكون قيمتها ما بين صفر ويعني انعدام التشابه و١،٠ ويعني التطابق التام، كما

ولفهم العلاقة بين العوامل الديموغرافية والتوجه الزمني للمبحوثين من جهة، ولاعتقادات الكويتيين بشأن الوقت من جهة أخرى، تم استخدام تحليل Kruskal Wallis Test وقيمة كاي المربع (X^2) للكشف عن المعنوية الاحصائية للاختلافات. وكما يظهر في الجدول رقم ٨ سجلت المجموعات الثلاثة للتوجهات النفسية اختلافات معنوية لخمسة عناصر من أصل ١٣ عنصراً تم الكشف عنها باستخدام تحليل العناصر (باحتمال أكبر من ٠،٠٥).

أما بالنسبة لقياس مدى تشابه هيكل المقاييس المستخدمة (المجال الزمني والاعتقادات الزمنية)، فقد تم استخدام مؤشر وضوح التشابه (Cattel's S) للتعرف إلى مدى

جدول ٨

لاختلافات بين عوامل اتجاهات الكويتيين نحو الوقت وفقاً لجنس المفردة والسن وسنوات التعليم والتوجهات النفسية للوقت

العوامل	النوع	السن	سنوات التعليم	التوجهات النفسية للوقت
العامل الأول (الميل للتخطيط)	١١٦ ^a	٩٥٨	٠٨٨	٠٠٧ ^{**}
العامل الثاني (التحكم بالوقت)	٤٣٠	٦٥٦	٦٢٠	٠٤٩ [*]
العامل الثالث (الشعور بضغط الوقت)	٦١٨	٥٠٦	٦٦٢	٩٧١
العامل الرابع (التوجه بالماضي)	٤٩٥	١٥٩	٤٠٠	٠٠١ [*]
العامل الخامس (التوجه بالمستقبل)	٤١٩	٥٤٧	٢٧٣	٥٧٤
العامل السادس (السيطرة على الوقت)	٣٣١	٠٦٢	٧٩٥	٦٥٢
العامل السابع (الانطباع عن تدفق الوقت)	٥٥٩	٥١٤	٤٦٤	٠٤٣ [*]
العامل الثامن (الشعور بأهمية الوقت)	٢١٦	٦٢٤	٤٩٣	٩٧١
العامل التاسع (الوقت الاجتماعي)	٧٧٢	٢٢٤	٢٤٥	١٢٧
العامل العاشر (مضي الوقت)	٠٣٩ [*]	٤٧٤	١٤٧	٢٠٦
العامل الحادي عشر (التفاؤل بالمستقبل)	٠٤٦ [*]	٢٢٢	٤٤٧	٣٨٩
العامل الثاني عشر (الانفصال عن المستقبل)	٣٣١	١٥٢	٦١٧	١٩٨
العامل الثالث عشر (مضيق الوقت)	١٤٢	٧١٤	٣٥٣	٠١٠ [*]

*** قيمة p أقل من ٠.٠١ * قيمة p أقل من ٠.٠٥ a قيمة كاي المربعة باختبار Kruskal Wallis

عادل الوقيان

جدول ٩

المقارنة بين هيكل العناصر والعوامل للتوجه بالوقت للذكور والإناث

الذكور الإناث	المجال النفسي المفضل	المجال المفضل للترفيه	المجال المفضل للحياة
المجال النفسي المفضل	قيمة س = ٥	قيمة س أقل من ٤، المعنوية قيمة س أقل من ٤، المعنوية	المجال المفضل للترفيه
المجال المفضل للترفيه	قيمة س أقل من ٤، المعنوية	قيمة س = ٨	قيمة س أقل من ٤، المعنوية
المجال المفضل للحياة	قيمة س أقل من ٤، المعنوية	قيمة س أقل من ٤، المعنوية	قيمة س = ٨

أما بالنسبة لمقياس الاعتقادات الزمنية، فنجد أن العناصر: الثالث والسادس والثاني عشر والثالث عشر لم تتطابق بسبب اختلاف المتغيرات المكونة لكل عنصر، مما جعلها عناصر لا تتعلق إلا بجنس دون آخر (انظر الجدول ١٠).

مناقشة النتائج واستخلاصات

تناول هذا البحث استكشافاً لعلاقة عينة من المواطنين الكويتيين ببعض جوانب الوقت، ومدلولات هذه العلاقة مع السلوك

استخدام جدول الاحتمالات لقيمة S (Tabachnick and Fidell, 1989) لتحديد مدى معنوية التطابق. وكما هو معروض في الجدول (٩)، تم مقارنة العناصر الثلاثة المكونة لمقياسي المجال الزمني (العنصر الرابع يتكون من متغير واحد فقط وتم إثبات تطابقه بالنظر) وتم تحديد القيمة S الحرجة الجدولية (٠,٤)، وتبعاً لذلك، فإن العناصر الأربعة قد تطابقت بين الذكور والإناث دون اختلاف.

جدول ١٠

المقارنة بين هيكل العناصر والعوامل للتوجه بالوقت للكويتيين من الذكور والإناث

العناصر	قيمة س لمقارنة الجنسين	الاحتمال المرتبط بقيمة س
العنصر الأول (الميل للتخطيط)	*,٦	,٠٠١
العنصر الثاني (التحكم بالوقت)	*,٥٠	,٠٠١
العنصر الثالث (الشعور بضغط الوقت)	.	NA
العنصر الرابع (التوجه بالماضي)	*,٢٩	,٠٤٣
العنصر الخامس (التوجه بالمستقبل)	*,٣٣	,٠٠٨
العنصر السادس (السيطرة على الوقت)	.	NA
العنصر السابع (الانطباق عن تدفق الوقت)	*,٥٠	,٠٠١
العنصر الثامن (الشعور بأهمية الوقت)	*,٤٠	,٠٠١
العنصر التاسع (الوقت الاجتماعي)	*,٣٣	,٠٠٨
العنصر العاشر (مضي الوقت)	*,٣٣	,٠٠٨
العنصر الحادي عشر (التفاؤل بالمستقبل)	*,٤٠	,٠٠٦
العنصر الثاني عشر (الانفصال عن المستقبل)	.	NA
العنصر الثالث عشر (مضيعات الوقت)	.	NA

** قيمة p أقل من ٠,٠١ * قيمة p أقل من ٠,٠٥

تبين أن تكرار تنفيذ الأنشطة يدفع باتجاه ترتيب أداء هذه الأنشطة سواء بتحديد أيام معينة من الشهر أو الأسبوع، أو بتحديد ساعات معينة من اليوم، لكن التخطيط لهذه الأنشطة المتكررة ينخفض بدرجة ملحوظة مع تكرارها لثبوتها بالذاكرة العقلية. ولعل لعدم تركيز الكويتيين على تحديد بدايات ونهايات للوقت تأثير مباشر على سير العلاقات الاجتماعية، إذ إن مواعيد الالتقاء لا تمثل في الغالب نقطة زمنية يجب الالتزام بها، ولكنها قد تمثل نطاقاً زمنياً يفضل الحضور في ظل حدوده، كما لا يعد التأخر عن موعد اجتماعي أمراً غريباً يحتاج إلى تبرير أو حتى اعتذار. ولهذا أيضاً انعكاس على طريقة الإعلان للكويتيين، حيث إن تصوير مشهد للإعلان يحتوي على حرص شخص ما على لقاء اجتماعي في وقت معين بالذات ربما يظهر وكأنه أمر غير مألوف للكويتيين، ومن ثم يفشل في فرض واقعيته وتحقيق الهدف منه.

وتشير نتائج تحليل مقياس المجال الزمني إلى أن الكويتيين يفضلون عموماً الأحوال المعيشية في الوقت الحاضر، يليه الوقت الماضي، يأتي أخيراً الوقت في المستقبل. ولعل ذلك يعكس حالة قلق نسبية تجاه ظروف المستقبل والتي يتوقع المواطنون أنها ستكون أسوأ من الحاضر والماضي. وهذا قد يبدو متوافقاً مع حجم الرعاية الممنوحة للمواطنين في "دولة الرفاه الاجتماعي"، وما توفره الحكومة من خدمات عديدة لمواطنيها في ظل استقرار نسبي للدخل العام للدولة. لكن بدأ المواطنون بالشعور بأن استمرار هذه الوضع يبدو صعباً في ظل استمرار تقلب

الاستهلاكي لهم. وتعرضت الدراسة لتنظيم تنفيذ الأنشطة ورتابتها، حيث اتضح الاهتمام الكبير للكويتيين بمراقبة مرور الوقت الفيزيائي في أثناء تنفيذ الأنشطة باستخدام الساعات الخاصة التي يمتلكها الغالبية، أو بمراقبة ثلاثة أرباع العينة للوقت من خلال ساعات الحائط. وتبين كذلك أن تنظيم الكويتيين لوقتهم هو تنظيم عام يعتمد بدرجة كبيرة على الذاكرة والتخطيط العقلي بدلاً من التخطيط الرسمي المكتوب، ويفتقر إلى الدقة الملحوظة في التنظيم بالساعات، وتحديد مواعيد بداية النشاط ونهايته كما هو ممارس في مفكرات تنظيم الوقت الشائعة بين مواطني الدول الصناعية. ويلاحظ كذلك من نتائج البحث أن ثمة علاقة تربط بين موعد حدوث الأنشطة المتكررة من اليوم وبين رتبة تنفيذ هذه الأنشطة المتكررة؛ إذ إن الأنشطة المتكررة النهارية للكويتيين تتم في نفس الوقت، بينما يختلف موعد إجراء هذه الأنشطة إذا كانت ليلية، مع الانتباه إلى أن عدد مرات تكرار هذه الأنشطة متساو لكل المبحوثين. وتفيد هذه النتائج في تحديد وقت تقديم عدة خدمات ترتبط بحركة الاستيقاظ من النوم والخروج من المنزل، مثل مواعيد بث الإعلان الإذاعي، وخدمات تقديم وجبات الأغذية الصباحية وغيرها. كما اكتشفنا أن لجنس المفردة علاقة واضحة مع رتبة تنفيذ الأنشطة، حيث يتناول الذكور وجبة الغداء في نفس الموعد برتبة أكبر من الإناث، ولاحظنا وجود علاقة طردية للسن مع النوم في موعد محدد، حيث يخلد كبار السن إلى النوم برتبة أكبر ممن هم أصغر سناً. وبدراسة النتائج المستخلصة من دراسة رتبة تنفيذ الأنشطة

بتحليل المجال الزمني المسيطر على الكويتيين أن هذا المجال لا يشكل ظاهرة عامة تمثل شتى مناحي حياة الفرد وأنشطته، بل إن لكل مجموعة من أنشطة الفرد تفضيلاً لمجال زمني محدد، وهذا بدوره يؤكد ضرورة توخي الحرص عند الرغبة في تعميم النتائج على أفراد المجتمع.

ونستخلص من نتائج تحليل اعتقادات الكويتيين بشأن الوقت مقدار التعقد في هيكل عوامل هذا الجانب من الزمن؛ حيث تم استخراج ١٣ عاملاً، كما أن نتائج مقارنة الهيكل العاملي للمقياس لم يستقر عند المقارنة بين الجنسين، حيث تبين لنا الاختلاف في أربعة عوامل. ويتضح كذلك أن الكويتيين ليس لهم منهج واحد في قضاء أنشطتهم في حيز الوقت، ويعدون مزيجاً من "الأحاديين Monochronic" وهم من يفضلون القيام بعمل واحد فقط في كل حيز زمني، و"المتعددين Polychronic" وهم الذين يفضلون قضاء عدة أعمال في وقت واحد، أو يرغبون في العمل الجماعي لتوفير الوقت (Hall, 1983). كما أن بعض النتائج المستخلصة من هذا المقياس لا تتسق مع إجابات المبحوثين في المجال الزمني. فعلى الرغم من هيمنة الماضي والحاضر على تفكير أعضاء العينة، إلا أن ٤٣٪ من الإجابات تشير إلى قضاء وقت طويل بالتفكير بشأن المستقبل. وتشير تحليلات المقارنة الكمية إلى أن السلوك المتعلق بالوقت لا يتغير تغيراً معنوياً بين الجنسين

أسعار البترول وبرز حالات من التأزم الاقتصادي لأسباب قد تعود لسوء إدارة الاقتصاد أو لتقلبات سياسية لا يمكن تجنبها. ويمكن للمسوقين استثمار مثل القلق من عدة زوايا؛ مثل العمل على توفير منتجات تثير الحنين إلى العيش بأجواء الماضي (Nostalgic Products)، أو بتوفير خدمات استثمار وتأمين تسهم في تقليل المخاطر بما يحفظ جودة الحياة الحالية للمواطن، وتحميه من احتمالات تردي أحوال المستقبل. كما تؤكد نتائج المجال الزمني المفضل للترفيه على أن غالبية الكويتيين يفضلون قصص الماضي وبدرجة أقل أحداث الحاضر، فيما لم تحز قصص خيال المستقبل على تفضيل كبير. وقد يساعد هذا على تسويق هذه المنتجات التي تسمى "بمنتجات الأفكار"، وتعطي مؤشراً واضحاً لمنتجاتي برامج التلفزيون ومؤلفي القصص حول ضرورة تمحور مؤلفاتهم حول الشخصيات والأحداث في الماضي والحاضر. وليس بمقدور هذه الدراسة التعمق للتعرف إلى أسباب بروز هذا التفضيل، حيث لا نعرف ما إذا كانت الممارسات السابقة لمؤلفي هذه المنتجات الفكرية هي التي شكلت هذا المجال الزمني للكويتيين، أم أن هذه المنتجات لا تمثل إلا استجابة لما هو موجود فعلاً. كما نلاحظ أنه لا توجد أي اختلافات تستحق الذكر بين نوع المجال الزمني السائد للذكور والإناث إلا فيما يتعلق بالأفلام، حيث يميل الذكور إلى الحاضر بينما تميل عينة الإناث إلى الماضي. ونلاحظ من النتائج الخاصة

ويعد هذا البحث محاولة رائدة وجادة لدراسة علاقة المواطن الكويتي بالوقت، ولم يكن الهدف منها حصر كل جوانب العامل مع الوقت، بل اختيار عدة علاقات للمواطن الكويتي مع الوقت وتعرضها للدراسة والتحصيص العلمي والتطبيقي، ومن ثم فإنه من الممكن أن تصبح هذه الدراسة مدخلاً لدراسات لاحقة تساعد على تحسين معرفة المسوقين بأهمية الوقت للمشتريين الكويتيين، ومن ثم تصميم كثير من مكونات مزيجهم التسويقي وفقاً لذلك.

أو حسب السن والتعليم أو حتى حسب التوجهات النفسية إلا في حدود ضيقة جداً لا تكاد تذكر.

ومن المفيد القول بأنه على الرغم من أن العينة قد تم اختيارها بعناية، فإن النتائج يجب أن تعد استكشافية ولا يمكن تعميمها على كل فئات المجتمع الكويتي وفقاً لمعدلات عدم الاستجابة. ويمكن اعتبار هذا البحث الاستطلاعي مؤشراً أولياً لاعتقادات الكويتيين حول الوقت، ويتطلب إجراء بحوث تطبيقية أخرى لاحقة تساعد على تعميم النتائج بصورة أفضل.

المراجع

- Berry, Leonard. 1979. The Time-Buying Consumer. *Journal of Retailing*, 55:4 (winter): 58-69
- Block, R.A., Buggie S. E., and Matsui F. 1996. Beliefs About Time: Cross-Cultural Comparisons, *The Journal of Psychology*, 130: 5-22.
- Cattel, R. B. and A. R. Baggaley. 1960. The Salient Variable Similarity Index for Factor Matching, *British Journal of Statistical Psychology*, 13: 33-46.
- Gronmo, Sigmund and Elisabeth S. Christensen. 1986. Meaning of Time: A Field Research Approach, in D. as et al. (eds.), *Time Use Studies: Dimensions and Applications*. Helsinki: Central Statistical Office of Finland, p. 89-107.
- Hair Joseph, Rolph Anderson, Ronald Tatham, and William Black. 1995. *Multivariate Data Analysis with Readings*, Fourth Edition, Prentice Hall: New Jersey.
- Hall, Edward T. 1983. *The Dance of Life: The Other Dimension of Time*, Garden City, NY: Doubleday.
- Hofstede. Geert. 1994. *Culture and Organizations: Software of the Mind, Intercultural Cooperation and its Importance for Survival*, Hammer-smith, UK: HarperCollins Business, pp.121-122.
- Jacopy, Jacob, George Szybillo, and Carol Berning. 1976. Time and Consumer Behavior: An Interdisciplinary Overview. *Journal of Consumer Research*, 2 (March): 320-339.

- Juster, Frank T. and F. R. Stafford, eds. 1985. *Time, Goods, and Well-Being*, Ann Arbor: Institute for Social Research.
- Lauer, Robert H. 1981. *Temporal Man: The Meaning and Uses of Social Time*. New York: Praeger.
- Levine R. V. and Bartlett K. 1984. Pace of Life, Punctuality and Coronary Heart Disease in Six Countries. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 15: 233-255.
- Levine, R. V. 1988. The Pace of Life Across Cultures. In J. E McGarth (Eds.), *The Social Psychology Of Time: New Perspectives* (pp. 3960), Newbury Park, CA: sage.
- Levine, R. and Wolff, E. 1985. Social time: The Heartbeat of Culture. *Psychology Today*, pp. 28-35.
- Levine, Robert, J. West, and H.T. Reis. 1980. "Perceptions of Time and Punctuality in the United Sates and Brazil. *Journal of Personality and Social Psychology*, 38 (4): 541-50.
- Nicosia, Franco and Robert Mayer. 1976. *Toward A Sociology of Consumption*. *Journal of Consumer Research*, 3: 65-75.
- Ornstein, R. E. 1969. *On the experience of time*. Baltimore: Penguin.
- Settle, Robert, Pamela Alreck, and John Glasheen. 1978. Individual Time Orientation and Consumer Life Style. *Advances in Consumer Research*, 5: 315-319.
- Sorokin, Pitirim A., and Clarence Q Berger. 1939. *Time Budgets of Human Behavior*, Cambridge, Ma: Harvard University Press.
- Szalai, A. 1972. *The use of time*. The Hague, Netherlands: Mouton.
- Szalai, Alexander. 1977. The Concept of Time Budget Research, in A. S. Harvey et al. (Eds), *Cross-National Time Budget Analysis: A Workbook*. Halifax: Institute of Public Affairs, Dalhousie University, pp. 1.1-1.18.
- Tabachnick H. and Fidell L. 1989. *Using Multivariate Statistics* 2nd Eds, New York: Harper and Row.

الملحق نسخة من الاستبانة

الجزء الأول

تعليمات: سوف نتطرق في هذا الجزء من الاستقصاء إلى السؤال عن ست خدمات،
تمارس في الحياة العادية. هذه الخدمات تشمل الآتي: الشراء من الجمعية أو الأسواق
المركزية، والخدمات المصرفية والبنكية، وخدمات الطبيب العام. الرجاء وضع دائرة حول رقم
الإجابة المناسبة مقابل كل خدمة في الجدول الآتي:

- ١ - هل حاولت (أو على الأقل رغبت) في الذهاب في يوم معين من الأسبوع (مثلا
السبت / الاثنين) إلى هذه الأماكن؟

السوق المركزي / الجمعية	البنك / المصرف	الطبيب العام
١	١	١
٢	٢	٢
.....		
إذا نعم، ففي أي يوم؟		

- ٢ - هل حاولت (أو على الأقل رغبت) في الذهاب إلى هذه الأماكن في نفس اليوم من
الشهر ؟

السوق المركزي / الجمعية	البنك / المصرف	الطبيب العام
١	١	١
٢	٢	٢
.....		
إذا نعم، ففي أي يوم؟		

- ٣ - هل حاولت (أو على الأقل رغبت) في الذهاب إلى هذه الأماكن في نفس الوقت
(الصباح أو الظهر مثلا) في كل مرة ذهبت فيها إلى:

السوق المركزي / الجمعية	البنك / المصرف	الطبيب العام
١	١	١
٢	٢	٢
.....		
إذا نعم، ففي أي يوم؟		

عادل الوقيان

- ٤ - آخر مرة ذهبت فيها إلى هذه الأماكن، هل حددت موعداً مسبقاً. أو وضعته على جدول أعمالك في مفكرتك؟

السوق المركزي / الجمعية	البنك / المصرف	الطبيب العام	
١	١	١	نعم
٢	٢	٢	لا

- ٥ - عند زهابك - في المرة القادمة - إلى هذه الأماكن، هل ستحدد موعداً أو ت جدول الوقت لنفسك؟

السوق المركزي / الجمعية	البنك / المصرف	الطبيب العام	
١	١	١	نعم
٢	٢	٢	لا

- ٦ - بشكل عام، ما هو درجة رضاك عن هذا المكان والذي تستخدمه حالياً؟

السوق المركزي / الجمعية	البنك / المصرف	الطبيب العام	
١	١	١	راضٍ بشكل كبير
٢	٢	٢	راضٍ
٣	٣	٣	غير راضٍ
٤	٤	٤	غير راضٍ بشكل كبير

الجزء الثاني

تعليمات: يتعلق هذا الجزء بدراسة الوقت المتعلق ببعض الأنشطة و الممتلكات.
الرجاء وضع دائرة على الرقم المناسب.

٧ - هل لديك (أو تحتفظ) أو (تستعمل) فكرة لرصد الوقت و جدولته؟

نعم ١

لا ٢

٨ - لأي وقت في المستقبل تقوم بوضع مواعيده ؟

١ خلال الأيام القليلة القادمة

٢ الأسبوع القادم

٣ الشهر القادم فقط

٤ من ٢-٣ أشهر فقط

٥ من ٤-٦ أشهر فقط

٦ من ٧-١٢ اشهر فقط

٧ من سنة إلى سنتين

٨ أكثر من سنتين

٩ - هل تحتوي مفكرتك عن اليوم المقسم إلى ساعات أم لا؟

نعم ١

لا ٢

١٠ - هل تقوم بوضع ساعة بداية النشاط / الموعد في المفكرة؟

نعم ١

لا ٢

١١ - هل تقوم بتقدير الوقت الذي سوف ينتهي في النشاط / الموعد؟

نعم ١

لا ٢

عادل الوقيان

١٢ - خلال يوم من أيام الأسبوع (من السبت حتى الأربعاء أو الخميس) و بشكل اعتيادي/هل تقوم بـ:

النشاط	نعم	لا
- تستيقظ في نفس الوقت	١	٢
- تستيقظ على صوت الساعة/المنبه، تقوم بجدولة وقت للأنشطة الخاصة (تنظيف أسنانك، تناول طعام لإفطار....الخ)	١	٢
- تغادر منزلك في نفس الساعة كل يوم	١	٢
- توقت ساعة معينه للغداء	١	٢
- تأكل العشاء (أو أي وجبه أخرى) في نفس الوقت	١	٢
- ترتاح أو تنام في نفس الوقت؟	١	٢

١٣ - هل تحمل معك ساعة؟

١ نعم ٢ لا

١٤ - ما الأشياء التي تملكها في هذه القائمة؟

الأشياء	تمتلك	لا تمتلك
تلفزيون/تلفاز	١	٢
راديو/مذياع	١	٢
جهاز تصوير صوري/فيديو	١	٢
فرن مايكرويف	١	٢
جهاز تلفون/هاتف	١	٢

الجزء الثالث

تعليمات: في هذا الجزء، سوف نتطرق إلى عدة اعتقادات وتوجهات، وتفضيلات في استخدام الوقت. يحتوي هذا الجزء على مقطعين، لكل من هذه المقاطع تعليماته الخاصة به.

المقطع الأول

تعليمات: يحتوي هذا الجزء عدة عبارات أو مواقف، الرجاء وضع دائرة على الرقم المناسب:-

المستقبل	الحاضر	الماضي	العبرة
٣	٢	١	١٥. عندما أصرح أو أستغرق في أحلام اليقظة، فإنني أفكر في:
٣	٢	١	١٦. أفضل وقت في حياتي هو :
٣	٢	١	١٧. إذا كان لي الخيار، فإنني سوف أختار الحياة في:
٣	٢	١	١٨. الأشياء بشكل عام أفضل في:
٣	٢	١	١٩. معظم الناس يفضلون:
٣	٢	١	٢٠. معظم الوقت أنا أتكلم عن:
٣	٢	١	٢١. أنا لا أخاف من:
٣	٢	١	٢٢. أنا أفضل القصص عن:
٣	٢	١	٢٣. أنا أفضل الأفلام عن:

المقطع الثاني

تعليمات: هناك مجموعة من العبارات تتعلق بعدة جوانب من الوقت. الرجاء التعبير عن درجة موافقتك أو عدم موافقتك على أي منها وذلك بوضع دائرة حول الرقم المناسب.

أعارض بشدة	أعارض	محايد	أوافق بشدة	أوافق	العبرة
٥	٤	٣	٢	١	٢٤. مشاهدة التلفزيون إضاعة للوقت
٥	٤	٣	٢	١	٢٥. يبدو أنه لا يوجد وقت كاف للقيام بكل الأنشطة
٥	٤	٣	٢	١	٢٦. قطع الروتين الذي خططته يضايقني
٥	٤	٣	٢	١	٢٧. يجب على الناس عدم إضاعة وقتهم
٥	٤	٣	٢	١	٢٨. أقوم بتخطيط أنشطتي لكل يوم
٥	٤	٣	٢	١	٢٩. ليس هناك عذر للوصول متأخرا
٥	٤	٣	٢	١	٣٠. تخطيط الوقت وإدارته مفتاح النجاح في الحياة
٥	٤	٣	٢	١	٣١. أنا دائما أخطط مسبقا لتسوقي
٥	٤	٣	٢	١	٣٢. دائما أحب أن أعرف كم من الوقت سيستغرق العمل قبل البدء به
٥	٤	٣	٢	١	٣٣. نادرا ما أنظر إلى ساعتني أو ساعة الحائط
٥	٤	٣	٢	١	٣٤. أنا دائما محافظ على مواعيدي
٥	٤	٣	٢	١	٣٥. إذا لم أكمل ما نويت قضاءه اليوم، فإنني أشعر بالخيبة
٥	٤	٣	٢	١	٣٦. أنا أحب قضاء الوقت في التحدث إلى أصدقائي وعائلتي
٥	٤	٣	٢	١	٣٧. لدي السيطرة على كيفية استخدام وقتي
٥	٤	٣	٢	١	٣٨. أحب قضاء الأعمال بشكل عادي ومنظم
٥	٤	٣	٢	١	٣٩. أشعر بدرجة عالية من ضغط الوقت

عادل الوقيان

تابع المقطع الثاني

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	أعارض	أعارض بشدة
٤٠. أحب أن أكمل العمل بغض النظر عن الوقت الذي يستغرقه	١	٢	٣	٤	٥
٤١. الناس في السابق لديهم وقت أكثر من الوقت المتاح هذه الأيام	١	٢	٣	٤	٥
٤٢. أعتقد أن الوقت عبارة عن خط مستقيم	١	٢	٣	٤	٥
٤٣. أعتقد أن الوقت دائري	١	٢	٣	٤	٥
٤٤. الوقت يشفي كل الجروح	١	٢	٣	٤	٥
٤٥. الوقت أكثر إشراقاً وازدهاراً في المستقبل	١	٢	٣	٤	٥
٤٦. ما لا أستطيع قضاءه اليوم، أكمله غداً	١	٢	٣	٤	٥
٤٧. أفضل معرفة نهاية الوقت لأي عمل كما أحب أن أعرف بدايته	١	٢	٣	٤	٥
٤٨. أشعر بأن لدي قدر ضئيل من القدرة على التحكم بوقتي	١	٢	٣	٤	٥
٤٩. أحب العمل الجماعي، وذلك لتوفير الوقت	١	٢	٣	٤	٥
٥٠. في العادة، أنا أنسى نفسي في قضاء العمل المطلوب	١	٢	٣	٤	٥
٥١. الوقت المفقود لا يمكن استرجاعه أبداً	١	٢	٣	٤	٥
٥٢. أتعامل مع الوقت على أساس أنه مورد نادر	١	٢	٣	٤	٥
٥٣. أقضي وقتاً ضئيلاً في التفكير بشأن المستقبل	١	٢	٣	٤	٥
٥٤. أفضل أن يكون سرعة الوقت أبطأ	١	٢	٣	٤	٥
٥٥. عندما أستمع بوقتي، عادة ما أنسى الوقت	١	٢	٣	٤	٥
٥٦. أقضي وقتاً طويلاً لأفكر بالماضي	١	٢	٣	٤	٥
٥٧. الماضي أهم من المستقبل	١	٢	٣	٤	٥
٥٨. المستقبل ليس له نهاية	١	٢	٣	٤	٥

الجزء الرابع

تعليمات: في هذا الجزء، نرغب في سؤالك بعض الأسئلة عنك، وذلك حتى نلخص الإجابات في مجموعات

٥٩. الجنس ١. ذكر ٢. أنثى
٦٠. العمر:
٦١. الحالة الاجتماعية: ١. متزوج ٢. عزب ٣. مطلق ٤. منفصل ٥. أرمل
٦٢. ما درجتك التعليمية:
١. أمي ٢. أقل من ثانوية متوسط ٣. أكملت إلى ثانوية متوسط
٤. أقل من الثانوية ٥. أكملت الثانوية ٦. بعض التعليم الجامعي
٧. أكملت الجامعة ٨. بعض الدراسات العليا ٩. أكثر من شهادة عليا
٦٣. هل تعمل حالياً؟ ١. نعم ٢. لا أعمل
٦٤. هل تدرس حالياً؟ ١. نعم ٢. لا أدرس حالياً

عادل الوقيان

ABSTRACT

THE RELATIONSHIP BETWEEN KUWAITIS AND TIME: AN EXPLORATORY STUDY

ADEL A. AL-WUGAYAN

Kuwait University

This study questions the validity of emphasizing time saving as a competitive feature in products marketed in Kuwait without a clear delineation of the how Kuwaitis perceive and deal with time. The author conducted an empirical investigation to uncover some elements of the deep psycho-social relationships between Kuwaitis time. Results revealed a pattern in timing certain consumption activities and showed that Kuwaitis differ in terms of their focus of time, however, only few demographic variations were observed. The study discussed the implications of uncovered differences on marketers activities in Kuwait.

عادل عبدالله الوقيان (دكتوراه الفلسفة في إدارة الأعمال تخصص
تسويق، جامعة روود إيلاوند - الولايات المتحدة الأمريكية،
١٩٩٨). مدرس، قسم الإدارة والتسويق، كلية العلوم الإدارية،
جامعة الكويت. له اهتمامات بحثية تشمل استراتيجيات التسويق،
وعلم سلوك المشتري، وتسويق الخدمات المالية، وأخلاقيات
المستهلكين.