

تعامل الكويتيين مع الوقت: دراسة تأبعية مقارنة

* عادل عبدالله الوقيان
** محمد إبراهيم النغمش
* جامعة الكويت
** قطاع خاص، الكويت

المخلص

تهدف الدراسة إلى الكشف عن أبعاد تعامل الكويتيين مع الوقت، والتغيرات التي طرأت مقارنة بالدراسة المرجعية (2003). استخدمت الدراسة المنهج المسحي لتجميع البيانات من عينة طبقية (الجنس والمحافظة) قوامها 730 مفردة من المواطنين الكويتيين. بينت النتائج المستخلصة من التحليل الوصفي وتحليل العوامل اختلافات عدة لامتلاك الكويتيين لأنواع ضبط الوقت وتنظيمه، وعادات تنفيذ أنشطة اعتيادية وتأثرها بالتكنولوجيا. مال معظم الكويتيين للحاضر، وتدني قلقهم بشأن المستقبل على الرغم من الظروف السياسية والاقتصادية السلبية، وتبين أن معظمهم هم أحاديو الزمن (monochronic). تهم النتائج المسوقين والمخططين؛ لكونها تقدم مقارنة علمية بين حقتين زمنيتين، وبخاصة وأن معظم المنتجات والخطط الحكومية مرتبطة بعامل الوقت.

مصطلحات علمية

الآفاق النفسية للوقت،
المستهلك الكويتي، التسويق
والوقت.

تمهيد

يقوم الوقت بدور أساسي في مختلف جوانب حياة البشر، حيث تدور في فلكه جميع أنشطتهم الذهنية والبدنية. وقد أظهرت دراسات عدة أن التوجهات النفسية والذهنية للأفراد تجاه الوقت وآفاقه الزمنية تؤثر في اختياراتهم لأنواع الأنشطة التي يمارسونها، فضلاً عن أنواع الخدمات والمنتجات التي يقبلون عليها، كما تختلف نتائج تلك الأنشطة وتبعاتها على الأفراد في حيز الوقت الحالي أو المستقبلي (McGrath and Tschan, 2004; Reisch, 2001; George and Jones, 2000; Charles and Carstensen, 1999; Feldman and Hornik 1981). فعلى سبيل المثال، يميل الأفراد ذوو التوجهات المستقبلية إلى العناية بصحتهم، وممارسة الرياضة بانتظام، وتفضيل الأغذية الصحية، وتجنب التدخين ومجالسة المدخنين، في حين يغلب على الأفراد ذوي التوجهات الزمنية الحالية استهلاك ما يحقق لهم المتعة والسعادة في الزمن

تم تسلّم البحث في أكتوبر 2016، وأُجيز للنشر في أبريل 2017.

الحاضر متجاهلين العواقب المستقبلية لهذه الأنشطة على تدهور الصحة. وبالرغم من تلك الأهمية البالغة لعامل الوقت، والبساطة الظاهرة لمفهومه، فإن دراسة علاقته بالأنشطة الإنسانية بوجه عام، وتأثيره في السلوكين الاستهلاكي والاستثماري بوجه خاص، لم يحظ بالاهتمام المطلوب من الباحثين في مجالي التسويق وسلوك المستهلكين وباقي التخصصات الإدارية الأخرى (Bergadaa, 1990). ونتج عن ذلك استمرار التعامل مع الوقت على أنه عامل مركب، أو ما يطلق عليه "بالمتغير الإطارى الخلفي" (Background Variable) باعتباره لا يتأثر بشيء محدد، لكنه في الواقع يؤثر في السلوك الإنساني بشكل يصعب وصفه، أو بالأحرى عزله عن باقي المتغيرات، ومن ثم يصعب دراسته وتحليله، وذلك ما أدى إلى تجاهله بوصفه متغيراً بحثياً مستقلاً يستحق البحث والدراسة. وتعزى ظاهرة العزوف البحثي عن دراسة الوقت بشكل ملحوظ بين أوساط الباحثين المعنيين بدراسة بيئة الأعمال وسلوك العملاء في الأسواق العربية إلى شح الأبحاث المنشورة عن الوقت بوصفه متغيراً محورياً للدراسة، كما تكاد تنعدم الدراسات التتابعية للمفاهيم المرتبطة بالوقت خصوصاً – وبالأزمن بصورة عامة – للكشف عن التغيرات التي تطرأ على نظرة الأفراد والمجتمعات تجاه الوقت. وفي ظل استمرار وجود هذه الفجوة البحثية، تأتي الدراسة الحالية استكمالاً للدراسة الميدانية الاستكشافية للوقت التي سلطت الضوء لأول مرة على تعامل المستهلك الكويتي معه، وتناولت جوانب ذهنية ونفسية وسلوكية متعددة له (الوقيان، 2003).

أولاً: أهمية الدراسة ومجالاتها

تنطلق أهمية الدراسة من ضرورة الوقوف على مدى إدراك أفراد المجتمع لقيمة الوقت، وتعاملهم معه بصفته إطاراً تسير في حدوده جميع الأنشطة الذهنية والبدنية. ويأتي ذلك بدراسته على مستوى أفراد المجتمع لتحديد الأبعاد المشتركة والاختلافات بين المفاهيم والتوجهات التي قد تظهر بين فئات المجتمع. وتخدم نتائج هذه الدراسة المهتمين بالأبعاد الاجتماعية للوقت وأثارها في تسويق المنتجات وإدارة الأعمال في الأسواق العربية. فعلى الصعيد الاجتماعي، يتركز سعي الدراسة الحالية في الكشف عن حجم التغيرات التي طرأت على جوانب متعددة من العلاقة بين الكويتيين والوقت خلال الأعوام الثلاثة عشر التي فصلت بين الدراسة السابقة والدراسة الحالية. وبذلك، تكشف الدراسة الحالية للباحثين والمهتمين بقضايا الوقت حجم التغير الذي أحدثته العوامل والتغيرات المجتمعية، منذ نشرت الدراسة السابقة عام 2003 على مدى إدراك الوقت والتعامل معه، وطرق توظيفه في المجتمع الكويتي وفئاته، لاسيما أن المجتمع الكويتي يعد أحد المجتمعات العربية التي تتصف بانفتاح كبير على الثقافات الأخرى لأسباب تاريخية، ولموقعه الجغرافي، فضلاً عن انفتاحه على وسائل التواصل الاجتماعي ومناخ الحرية الإعلامية، وهي كلها وسائل تجعل أفراد هذا المجتمع عرضة للتأثر بالتغيرات الخارجية. وعزز ذلك ارتفاع متوسط دخل الفرد في الكويت الذي يعد

من الدخول المرتفعة عالمياً، وهذا ما سهل من انفتاحه على الثقافات الأخرى من خلال السفر للاستجمام والدراسة والسياحة الذي ازدادت وتيرته في الآونة الأخيرة.

كذلك تمهد هذه الدراسة الطريق أمام المهتمين بالتعمق في بحث السلوك الشرائي والاستهلاكي ومراجعة افتراضاتهم عن دوافع شراء الأفراد للمنتجات، حيث تقدم مجموعة من المنتجات فائدة "توفير الوقت" (كالحواشب السريعة والمأكولات السريعة والقطارات السريعة)، في حين تقدم مجموعة منتجات أخرى منافع "الاستمتاع بالوقت" بغض النظر عن طوله أو قصره (كالسفر للاستجمام والهواتف الذكية المحمولة والمتاحف ودور السينما). وهذا يتسق مع ما أشار إليه أحد الباحثين من أن أحد المنافع المهمة في المنتجات التي يبحث عنها المستهلك في السوق هو شراء الوقت (Berry, 1997). وهذا ما يحدث فعلياً في ظل تنامي حمى البحث عن كل ما من شأنه تسريع القرار الشرائي، كالتطبيقات الهاتفية، مثلاً، تلك التي بشرائها بات العميل "يشترى" أو "يوفر" وقتاً ثميناً كان يمكن أن يهدره في قضاء حوائجه أو معاملاته بنفسه، وهو ما أضحى توجه حكومات لجعل معظم معاملات المواطنين عبر التطبيقات الهاتفية، كمثال عملي على شراء الوقت وأهمية هذه الدراسة في فهم سلوك أفراد المجتمع تجاه عنصر الوقت. كما تؤثر التوجهات النفسية للوقت في القرارات المالية للأفراد والأسر، حيث يقبل من يميلون نحو المستقبل على الادخار أملاً في الاستثمار لتأمين مستقبل أفضل، والتركيز على الدراسة خلال أول سنة في الدراسة الجامعية (Horstmanshof and Zimitat, 2007)، في حين يقبل من يميلون بطبعهم نحو الحاضر على مزيد من الاستهلاك والاستدانة للاستمتاع على المدى القصير، وربما يظهر تدني اهتمامهم بالمستقبل الدراسي.

وتكتسب الدراسة الحالية أهمية متزايدة لدى المهتمين بالتخطيط وإستراتيجيات وصناع القرار والمديرين؛ نظراً لدراستها مفاهيم التعامل مع الوقت السائدة بين المواطنين، وبخاصة أن الوقت يحمل معاني مختلفة للأفراد، وأن المفهوم السائد للوقت يؤثر في اختيارات الفرد وتفضيلاته. وقد بينت الدراسات السابقة مثل دراسة (Das, 1988) أن ميل العاملين في المؤسسات نحو التوجه المستقبلي للوقت يميز بين القادرين على القيام بالتخطيط الإستراتيجي لتصيد الفرص واغتنامها، وتوقع المشكلات والتعامل معها، وبين المتشككين في قدرة التخطيط على رسم المستقبل لكونه سريع التغير، ومن ثم غير قابل للإدارة والتنبؤ. ونظراً لكون الوقت مورداً محدوداً ذا خصائص فيزيائية يمكن قياسها بدقة، فإنه من المتوقع أن تتطور وسائل قياسه وتنظيمه وإدارته واستهلاكه بالتوازي مع التطور المذهل للتكنولوجيا، تلك التي ساعدت على توفير الوقت في التنقل والاتصال وأداء العمليات. غير أن الواقع يبين أن هناك تبايناً شديداً في طبيعة تعامل الأفراد والمجتمعات مع قياس الوقت وإدارته وتوظيفه للإنتاج. ويستدعي هذا التباين الوقوف على أسباب حدوث هذه الاختلافات وتحليلها والتعامل معها على نحو يساهم في رفع التنمية الاقتصادية للبلدان العربية في ظل تدني معدلات تنافسيتها النسبية.

- وبوجه عام، تغطي الدراسة الحالية ثلاثة مجالات تتعلق بالوقت وهي على الوجه الآتي:
- 1 - قياس العلاقة النفسية بين الكويتيين والوقت، وتحديد جوانب إختلاف النتائج الحالية عن نتائج الدراسة السابقة.
 - 2 - دراسة درجة تخطيط الكويتيين لوقتهم وعاداتهم المرتبطة بتنظيم وإدارة الوقت والتعرف إلى حجم التغير الذي طرأ على هذه العادات مقارنة بالدراسة السابقة.
 - 3 - تحديد الاختلافات التي تتبين من دراسة الفروق بين المجموعات الديموغرافية في العينة الحالية.

ثانياً: أدبيات الدراسة

(1) مفاهيم الوقت والزمن وتأثيرهما في السلوك الاستهلاكي

من الأهمية بمكان توضيح الفارق بين مفهومي "الوقت" و"الزمن" وما يمثلانه بالنسبة للفرد والمجتمع على الرغم من ارتباطهما الوثيق. فإذا كان الوقت يعبر عن المدة الفاصلة بين نقطتين زمنيتين وما يتم خلالها من أحداث ومواقف وتجارب وأنشطة، فإن مفهوم الزمن يشمل كل الأوقات، وينصرف إلى مرور تلك الأحداث وتتابعها بالنسبة لحياة الإنسان والمجتمع. بعبارة أخرى، يعد الزمن إطاراً واسعاً تكمن فيه شتى أنواع الأحداث، وهو بذلك يمثل البعد الفيزيائي الرابع المرتبط بالأبعاد الثلاثية للمكان بما يجعله أحد الحقائق الكونية والقوانين الطبيعية التي تسير دفته. ويرتبط مفهوم الزمن عادة بالماضي، فعلى مستوى الفرد، يتعلق زمنه الشخصي بحصيلة ما مر به من أحداث، على حين يمثل التصور المجتمعي للزمن الرصيد المتراكم للأحداث والخبرات والتجارب والإنجازات والكوارث الخاصة بالمجتمع، والتي يتم حفظها بالتأريخ لنقلها من جيل لآخر، وهو ما يشكل هويته، ويسهم في تحديد أهدافه ومستقبله. ويختلف البشر في تعاملهم مع الوقت باختلاف مفاهيمهم العقلية عنه، حيث ينظر فصيل من أفراد المجتمع إلى الوقت باعتباره دائرياً ومتكرراً ناتجاً عن تعاقب الأحداث (كالليل والنهار، والمد والجزر، وفصول السنة)، بينما يعده آخرون خطأً زمنياً متصلاً يتدفق بثبات من بداية عمر الإنسان حتى نهايته، ومن ثم ينقضي، وتعهده هذه الفئة أمراً لا يعود أو لا يتكرر. على ذلك، فمن الطبيعي أن تتأثر تصرفات الإنسان وفق نظرته العقلية للوقت.

ويكتسب الوقت أهمية خاصة في مجالات الاقتصاد والتجارة والتسويق، حيث يصنف الاقتصاديون الزمن على أنه أحد عوامل الإنتاج المرتبط بالعمالة والآلات (Becker, 1965). وتتغير قيمة النقود وفقاً للزمن عند استخدامها عند الإقراض أو الشراء أو الاستثمار، ويتأثر السلوك الشرائي للأفراد والأسر بعامل الوقت بما يجعله أحد أسس المفاضلة بين المنتجات. وفي مجال سلوك المستهلك، تدل الأبحاث على ميل الأسر التي تعمل فيها الزوجة خارج

المنزل إلى شراء المنتجات التي توفر الوقت إذا ما قورنت بالأسر ذات الزوجات المتفرغات (Nickols and Fox, 1983). ولا ينحصر تأثير عامل الوقت في أسباب شراء المنتجات الاستهلاكية فحسب، بل يمتد ليشمل جوانب عدة مهمة مثل تأثيره في القرارات المرتبطة بالادخار والاستثمار والاقتراض والتمويل الاستهلاكي، وقرارات المشاركة في أنشطة التسويق الاجتماعي مثل الاستهلاك الصديق للبيئة، حيث لوحظ إقبال المستهلكين من ذوي التوجه إلى الأمد البعيد على هذا النوع من الاستهلاك المستدام في حين كان يحجم أصحاب التوجهات الزمنية القصيرة عنه (Verdugo, Sing, and Pinheiro, 2006).

ويتمتع الوقت بصفات تجعله متغيراً بحثياً مهماً سواء بقيامه بدور المسبب للسلوك البشري أو بدوره مؤثراً أو موجهاً للسلوك خلال المراحل العمرية التي يمر بها الإنسان. فالوقت الفيزيائي متاح في اليوم متساوٍ للجميع، إلا أن الإحساس بسرعة مروره أو بطئه مرتبط بالحالة النفسية للفرد. فمن الممكن أن يكون وقت الانتظار لتلقي الخدمة ووقت الاستمتاع بأحد الألعاب متساوياً في الدقائق، إلا أن الإحساس بسرعة مرورهما على الشخص الواحد مختلف تماماً. وتؤكد بعض الدراسات إلى تجنب المشتري للانتظار الساكن (بدون أنشطة)، وذلك لقوة العلاقة العكسية بين مستويات رضا العملاء وطول وقت الانتظار في أثناء الخدمة (Davis and Vollmann, 1990; Hornik, 1984). وانطلاقاً من ذلك، ينبغي التعرف إلى الأدوار المختلفة للوقت وتأثيرها في سلوك المستهلك العربي وعلاقتها بأنشطته المتكررة.

(2) قياس الوقت والتحكم به

يتميز الوقت الفيزيائي بخاصية إمكان قياسه بسهولة ودقة متناهية، وهو ما يجعله قابلاً للضبط والمراقبة، ويمكن للراغبين من الأفراد تنظيمه وإدارته في حياتهم اليومية. ويؤكد (Grondin, 2001) أن من أهم وسائل رفع كفاءة أداء الفرد ما يكمن في قدرته على تتبع الوقت في أثناء تادية الأنشطة ومنع تشتته؛ لكي لا يحيد عن تحقيق الهدف المنشود في موعده المحدد. وبالرغم من أن الأفراد يوزعون أنشطتهم على الوقت بطرق مختلفة (وفقاً للتلقائية، أو العادة، أو التخطيط المسبق والتنظيم المقصود)، فإن الإحساس بضغط الوقت عادة ما يدفع باتجاه التنظيم. ويعني ذلك أن ازدحام الأنشطة في حيز الوقت يزيد من الرغبة في تنظيمه، وذلك تجنباً للوقوع في الخطأ والخسارة أو التعرض للفشل والإحراج. كما تقل الرغبة في التنظيم في حالة الوقت الفائض عندما يفوق مقدار الوقت المتاح حجم الأنشطة المطلوب إتمامها، أو عند ضعف الاهتمام المجتمعي بالالتزام بالمواعيد، ومن ثم بالوقت وتنظيمه.

وتتعد عملية متابعة الوقت (والشعور بضغطه) بسبب التغير الذي يتعرض له الوقت الفيزيائي في أثناء عملية الإدراك والتنظيم الذهني؛ لينتج عن تلك المعالجة الذهنية وقت نفسي تختلف وتيرة سرعته ودرجة الإحساس بمروره عن الوقت الفيزيائي المقاس بالساعة.

ومن ثم، فإن الوقت النفسي (السيكولوجي) هو في الأساس وقت فيزيائي تمت معالجته في ذهن الفرد، وتأثر الإحساس ببطئه أو سرعته بعوامل عدة منها ما يتعلق بالفرد (درجة الانتباه، النشاط العقلي، مقدار الاستمتاع بالأنشطة) أو البيئة (عدد المثيرات وقوتها وتنوعها) أو عوامل أخرى مختلفة (Wackermann, 2005). كما يؤثر الإحساس النفسي بمرور الوقت لدى المستهلك في تكوين درجات الرضا أو السخط لديه مقارنة بمرور الوقت الفيزيائي. وفي هذا الشأن، يفرق بعض الباحثين عند الحكم على مقدار السعادة أو الألم الناتجين عن أداء أنشطة معينة خلال وقت محدد بين الإدراك المتتابع لما يتولد من أحاسيس ومشاعر عن تلك الأنشطة لحظة بلحظة وبين الانطباع الشعوري العام الذي يتحدد بنهاية الوقت عن مجمل الأنشطة خلال ذلك الوقت. ويشير (Kahneman, 2003) من خلال تجاربه على انطباعاتنا عن السعادة والألم في حيز الوقت إلى أن تقيمينا للسعادة والألم ليس مقياساً لكل لحظة من المتعة والألم في فترات الوقت (مقياساً بالدقائق والثواني)، ولكنها تمثل ملخصاً لما نتذكره شخصياً عن ذلك الوقت والذي يتأثر بأعلى مستوى من الاستمتاع أو الألم (قمة المشاعر) وبشعورنا بالسعادة أو بالألم (أو غياب الألم بعد معاناة شديدة أو انخفاض السعادة بعد تلذذ مستمر) في أثناء المراحل الأخيرة من الوقت. ووفقاً لهذا الرأي، فإن لهذه الانطباعات الشعورية أثراً كبيراً على الاختيار بين البدائل بناء على المشاعر المستقاة من الخبرات السابقة، حيث نختار وفقاً لذكرياتنا النابعة من تجاربنا السابقة وليس من أحاسيسنا المتصلة لحظة بلحظة عن مشاعرنا في أثناء التجارب السابقة.

(3) الأفق النفسي للوقت

توصل الباحثون إلى تأكيد الارتباط بين الإدراك النفسي لأفق الوقت مع درجة سعي الأفراد لتحقيق أهدافهم الشخصية والاجتماعية، وتم قياس تأثيره في درجة تكون المشاعر لدى الأفراد ومجال تفكيرهم وقوة دافعيتهم للعمل والإنجاز (Carstensen, Isaacowitz, and Charles, 1999). وينشأ هذا الإدراك بصورة لاشعورية نتيجة التفاعل بين الفرد والبيئة الاجتماعية التي يعيش في وسطها. ويقوم كل فرد بتقسيم مجموع خبراته وأنشطته الشخصية تبعاً لأفاق زمنية عدة طبقاً لمجال الوقت (الماضي أو الحاضر أو المستقبل)، حيث يتم في معظم الأحيان تفضيل أفق زمني يسيطر على نمط تفكير الفرد، ويؤثر في أنواع القرارات التي يتخذها (Lewin, 1951). وقد تناول الباحثان زيمباردو وبويد الوقت من منظور نفسي ناتج عن قيام الأفراد بتقسيم إدراكي للأنشطة والخبرات الخاصة بهم إلى مجالات زمنية (Zimbardo and Boyd, 1999, 2015)، منها ما يرتبط بخبرات إيجابية أو سلبية في الماضي، أو ميلاً نحو الاستمتاع الفوري في الحاضر، أو التوجه نحو المستقبل باستخدام أسلوب التفكير المرتبط بحساب المنفعة والتكلفة. ووفقاً للباحثين، يتم اكتساب الخبرات والقواعد من الماضي، ويتم استخدامها لتقييم بدائل القرارات في الوقت الراهن، وتنتج عنها آثار تتعلق بالحاضر أو المستقبل. إن هذا التقسيم الشخصي للخبرات وتصنيفها

وفق الأفق الزمني يؤثر في مدى إدراك الفرد للأسباب التي تقف وراء ما تعرض له من أحداث في الماضي. على سبيل المثال، يمكن أن يكون هذا التصنيف للخبرات الماضية دافعاً نحو الإنجاز (الماضي الإيجابي) أو أن يكون مصدراً للإحباط وتوقع الفشل والتردد (الماضي السلبي)، ومن ثم يؤثر ذلك كله في مدى دافعية الفرد بوجه عام. كما ينتج عن سيطرة التوجه بالأفق الحاضر على تفكير الفرد ازدياد ميله تجاه الاستهلاك السريع للمتعة (Hedonistic Consumption) بنوعيه النافع والضرار. وقد يجنح ذلك بالفرد نحو سلوك اجتماعي غير مقبول.

إن من أقوى الآثار المترتبة على آفاق الوقت الذهنية والنفسية التي تسيطر على تفكير الأفراد وتصرفاتهم ما يكمن في تأثيرها المباشر في الاختيارات التي يتعرضون لها في الحياة، والتي تنقسم بين الانجرار نحو الإغراءات أو مقاومتها. وفي مثل هذه المواقف، يتعين على الفرد اتخاذ قراره في ما يتعلق بالمفاضلة بين بديلين (أو أكثر) يتعلق أحدهما بأداء سلوك ينتج عنه استمتاع حالي مؤقت مقابل بديل يتطلب صبراً وتضحية، لكنه يؤدي لمنافع واستمتاع أكبر في المستقبل. وفي مثل هذه المواقف التي تتضمن المفاضلة بين إغراء المتعة الحالية أو الصبر والتضحية لنيل قدر أكبر من الاستمتاع المستقبلي، يتجلى أثر الآفاق الزمنية النفسية على توجيه سلوك الأفراد وتحديد نوع قراراتهم التي يتخذونها، والتي تؤثر في الميل للإنجاز وتحقيق الذات والشعور بالذنب واستغلال الآخرين والتخطيط للمستقبلين المالي والاجتماعي. ومن المهم التأكيد على أن توجه الفرد نحو الماضي أو المستقبل هي عملية نسبية وليست مطلقة، بل ليست منطلقاً عاماً يشمل كل قرارات الفرد وتصرفاته، غير أنها تعطي مؤشراً لتحيزه الواضح نحو تبني إطار زمني يستحوذ على أنشطته الذهنية والبدنية في معظم الأحيان.

وعند دراسة الآفاق الزمنية على مستوى المجتمع، يبرز بجلاء مدى اختلاف الآفاق الزمنية التي تسيطر على الأفراد باختلاف الثقافات والشعوب، وارتباطها بالسلوك الاجتماعي العام والسياسات والتشريعات والممارسات السائدة ودرجة نزعتهم نحو الاستثمار والاستهلاك. وفي دراسة للباحث هوفستيد، أضيف الوقت بوصفه بعداً جديداً لأبعاده الأربعة المعروفة عن تقسيمه لثقافات دول العالم، في دراسة شملت عشرات المجتمعات، حيث بين أن ثقافات العالم تختلف أيضاً من حيث الأفق الزمني، حيث تتوجه بعض الثقافات نحو المستقبل في حين تميل بعض الحضارات نحو الماضي والحاضر (Hofstede, 1991). وأكدت دراسة لاحقة وجود هذا البعد الزمني المهم في ثقافات الشعوب باستخدام المسح العالمي للقيم (World Value Survey) بما يؤكد وجود هذا البعد وتأثيره الاجتماعي المباشر في تفكير أفرادهم وقراراتهم (Minkov and Hofstede, 2010). وعلى ذلك، يمثل البعد الزمني دافعية المجتمع ومدى إقباله على التعليم العالي التنافسي والتميز، وهو الأمر الذي يعد توجهاً محموداً للمستقبل في الدول المعنية به في حين يمثل عبئاً لا قيمة له ولا يميز أفراد المجتمع ولا يساهم في رقيهم الاجتماعي في الأمم الموجهة نحو الحاضر والماضي، في حين قد يمثل استشراف ظواهر الغش وشراء الشهادات الوهمية وتفشي الكيانات التعليمية متدنية الجودة أمراً مقبولاً عند تبنيها منظوراً قصيراً الأجل موجهاً

نحو الاستمتاع بـ الحاضر، في حين تعدد الأمم ذات التوجه إلى المستقبل أمراً مدمراً لا بد من منعه ومحاربته.

ثالثاً: تساؤلات البحث وأهدافه

تتمحور الدراسة الحالية حول التساؤلات الآتية:

أولاً: ما الأنماط الحالية لاستخدام الوقت ورتابة أنشطته بين الكويتيين؟ وما مدى استخدام أدوات ضبط الوقت ورقابته وتنظيم وتوزيع الأنشطة الاعتيادية المتكررة؟

ثانياً: ما نوع التوجهات الشائعة بين الكويتيين تجاه آفاق الوقت، وما المجال الزمني السائد لديهم سواء كان نحو الماضي أو الحاضر أو المستقبل؟

ثالثاً: ما ملامح الاعتقادات والتصورات النفسية عن الوقت لدى الكويتيين؟

رابعاً: ما أهم التحولات التي حدثت على الجوانب السابقة خلال الفترة الفاصلة بين الدراسة الحالية والدراسة السابقة؟

رابعاً: منهج البحث

تتألف الدراسة الحالية من جانبين متكاملين: جانب إطاري نظري وآخر ميداني تطبيقي. فأما الجانب النظري، فقد تم تسليط الضوء من خلاله على المفاهيم المختلفة للوقت وأنواعه وأساليب استخدامه، وتم التطرق إلى الدراسات العلمية النظرية والتطبيقية ذات الصلة، في حين تركز الجانب التطبيقي الميداني على الكشف عن واقع استخدام الكويتيين للوقت وانطباعاتهم النفسية عنه باستخدام المنهج الوصفي القائم على الدراسة الميدانية وتجميع البيانات الأولية باستخدام قوائم الاستبانة (انظر ملحق الدراسة)، وذلك اتساقاً مع الدراسة الأساسية السابقة (الوقيان، 2003).

استخدمت الدراسة المنهج المسحي لتجميع البيانات من 730 مفردة من المواطنين الكويتيين البالغين (18 سنة فأكثر) مقارنة باستخدام 123 مفردة بالدراسة السابقة، لتلافي صغر حجم العينة، وتعميم نتائج البحث على المجتمع. وروعي في تحديد العينة التمثيل المتوازن لكل من الجنسين والوزن النسبي لسكان كل محافظة والهرم العمري للسكان وفق أحدث الإحصاءات السكانية الرسمية المنشورة، وتم اختيارهم بصورة عشوائية طبقية⁽¹⁾ من المحافظات الست المكونة لدولة الكويت. ونظراً لأهمية الدراسات التتابعية وندرته الشديدة

(1) تم اختيار مفردات العينة من مجموعة المرتدين على الأماكن الموصوفة بالاستبانة (الأسواق المركزية، البنوك، الطبيب، الخ) مع المحافظة على التوزيع النسبي لأفراد العينة حسب النوع ومحافظة السكن باستخدام الأسلوب النسبي (Proportional Sampling) وفقاً لإحصائيات الهيئة العامة للمعلومات المدنية.

في المنطقة العربية، فقد روعي تطبيق معايير الجودة الميدانية العالمية في تحديد العينة ومراجعة قوائم الاستبانة وجمع البيانات وتدقيقها وإدخالها ومراجعتها باستخدام شركة عالمية معروفة متخصصة لتجميع البيانات. وتم تدريب جميع المشرفين وجامعي البيانات على الفهم الكامل لأسئلة الاستبانة وتطبيق التجربة المبدئية لتعبئة الاستقصاء (Pilot Launch) لكشف أي صعوبات تتعلق بغموض الأسئلة أو إجاباتها للتعامل معها عند طرحها لأفراد العينة. وطبقت إجراءات ضبط الجودة بإشراف متعدد من المؤلفين والجهاز الإداري لضمان التحقق من سلامة إجراءات جمع البيانات والتحقق من هوية كل مفردة، منها إجراء اتصالات هاتفية لاحقة لنسبة كبيرة من المشاركين لضمان التحقق من جودة البيانات. فضلاً عن عدم قبول أي استبانة ناقصة بما يهدد عملية التحليل واستخلاص النتائج، حيث تمهد هذه الدراسة الفرصة للباحثين لتتبع اتجاهات التغير الفردي والمجمعي للوقت عبر فترات زمنية لا تقل عن عقد من الزمان.

خامساً: المقاييس والعينة ومعالجة وتحليل البيانات

اشتملت الدراسة الحالية على المقاييس المستخدمة في الدراسة السابقة بهدف تثبيت طريقة قياس المتغيرات وتحليل الفروق بمنهجية واحدة، حيث تضمنت قوائم الاستقصاء مقاييس عدة يرتبط الأول منها بتوزيع الكويتيين لأنشطتهم على الوقت ودرجة امتلاكهم واستخدامهم لأدوات قياس الوقت وتنظيمه، والتعرف إلى عاداتهم الزمنية في الاستهلاك المتكرر لشراء السلع (الأسواق المركزية)، والخدمات العامة (المصارف والبنوك) والخدمات المتخصصة (الطبيب). ويتضمن المقياس الثاني أسئلة تكشف عن توجهات الكويتيين النفسية تجاه الوقت وتحديد الآفاق الزمنية (الماضية أو الحالية أو المستقبلية) التي يميلون نحوها بوجه عام في أثناء أداء بعض الأنشطة المرتبطة بالتفكير. ويرتبط المقياس الثالث المكون من 35 عبارة بالكشف عن التصورات والاعتقادات التي تشكلت لدى أفراد العينة تجاه الوقت والإحساس والتحكم به وسرعته وضغطه وطريقة التعامل معه.

طبقت الإجراءات الخاصة بالمعالجة الإحصائية قبل البدء بعملية تحليل البيانات، ويشمل ذلك إجراءات ترميز الأسئلة ومقاييسها، والتحقق من صحة إدخال القيم وفق المقاييس المستخدمة وعدم خروجها عن القيم العليا والدنيا للمقياس، إضافة إلى تحليل توزيع البيانات للتعرف إلى مدى جنوح توزيع البيانات لكل سؤال عن التوزيع الطبيعي، مع قياس توافر العلاقات الخطية بين المتغيرات قبل التحليل باستخدام برنامج (SPSS v.23). كما تم تحديد أثر استخدام أحادية المنهجية (الاستقصاء) في تحيز إجابات العينة، ولاسيما في ما يتعلق بملل المستقصى منهم والإجابة التلقائية دون تفكير لإنهاء البحث بسرعة، إذ تم حساب الانحراف المعياري لإجابات كل مفردة على المجموعات الرئيسة لأسئلة البحث ولم تقل القيمة عن (0.5)، وهو الأمر الذي يعكس تبايناً جيداً لإجابات المبحوثين، إضافة إلى تأكيد

التقارير الميدانية من عدم انتهاء المبحوث من تعبئة الاستبانة قبل الوقت الأدنى، الذي تم التوصل إليه في مرحلة تجربة الاستقصاء بما يضيف قدراً من الثقة وفهماً كافياً للأسئلة والإجابات. ويبين الجدول (1) أهم صفات العينة الحالية مقارنة بالعينة السابقة. ويتبين التحسن الملحوظ في خصائص عينة الدراسة الحالية مقارنة بالسابقة، حيث ارتفع حجم العينة ما يقارب 5 أمثال (من 123 مفردة إلى 730 مفردة) بما سمح بوجود معامل قوة أكبر لكشف ملامح مدركات الوقت، وتحديد الاختلافات بين الفئات، وتوازن التوزيع النوعي في عينة الدراسة الحالية مقارنة بالدراسة السابقة. وقد انخفض متوسط أعمار العينة ليحقق مزيداً من التناسب مع الهرم السني للمجتمع الكويتي، وتحسن توزيع الحالة الاجتماعية، حيث يتبين ميل عينة الدراسة السابقة إلى شريحة المتزوجين بنسبة أكبر من العزاب، في حين تقاربت تلك النسبة تقارباً واضحاً في عينة الدراسة الثانية. وتوازن توزيع أفراد العينة على حالة العمل حيث مالت ثلاثة أرباع عينة الدراسة السابقة إلى العمل، في حين توازنت نسبة العاملين وغير العاملين في عينة الدراسة الحالية.

جدول 1
خصائص العينة

المتغير	الدراسة السابقة	الدراسة الحالية
حجم العينة ونوعها	123 مفردة (طبقية عشوائية)	730 مفردة (طبقية عشوائية)
النوع	ذكر 46% أنثى 54%	ذكر 51% أنثى 49%
السن	المتوسط = 33 المدى (19 - 57)	المتوسط = 28.79 المدى (20 - 61)
الحالة الاجتماعية	أعزب = 15%، متزوج 81%، مطلق 2%، أرمل 2%	أعزب 51.7%، متزوج 47.1%، مطلق 1.2%، أرمل 0.1%
العمل	نعم = 76%، لا = 24%	نعم = 52.6%، لا = 47.7%

وبينت النتائج في الجدول (2) مصداقية تمثيل العينة للمجتمع، حيث توضح النسب المذكورة في الجدول التشابه الجيد بين خصائص العينة المستخدمة في الدراسة وبين خصائص مجتمع الدراسة المتمثل في أفراد الشعب الكويتي والمحدد بالدراسة. وتحليل مدى التباين بين النسب المرتبطة بالعينة وتلك الخاصة بمجتمع الدراسة، نلاحظ أن الفروق المسجلة تعد فروقاً طفيفة بوجه عام، ولا تؤثر في تعميم النتائج. وبتفصيل أئق، يتضح أن أقصى فرق بين نسب العينة ونسب المجتمع لم يتجاوز 2% في خاصية الجنس. كما تبين البيانات أن مدى الاختلافات بين الفئات العمرية انحصر بين 2% و 5% (أكبر فرق مسجل). ويظهر تحليل البيانات أن مدى الاختلافات المسجلة بين فئات التعليم تراوح بين 4% و 10% للفئات المدروسة. أما الحالة الاجتماعية فقد سجلت بيانات الجدول مدى اختلاف تراوح بين

5.8% و 11.7% للفئات الثلاثة. وإجمالاً، يمكن القول بأن مجمل الاختلافات في الفئات الأربع المذكورة لا تكاد تذكر لكونها لا تهدد سلامة تعميم نتائج البحث.

جدول 2
جدول مصداقية تمثيل العينة

النسبة في مجتمع الدراسة	النسبة في العينة	الخاصية الديموغرافية الخاضعة للدراسة
		الجنس
49.1%	50.7%	الذكور
50.9%	49.3%	الإناث
		العمر
20%	23%	20-23
32%	34%	24-30
48%	43%	30-
		المستوى التعليمي
40%	34%	أقل من الثانوية
23%	33%	دبلوما (2 سنة جامعي)
37%	33%	جامعي فأعلى
		الحالة الاجتماعية
40%	51.7%	أعزب
53%	47.1%	متزوج
7%	1.2%	آخر

(1) أدوات وممارسات إدارة الوقت لدى الكويتيين

تتطلب عملية إدارة الوقت المقدرة على متابعته وقياسه وضبطه، ومدى استخدام وسائل تخطيطه وتنظيمه. وكما هو مبين في الجدول (3)، تشير نتائج تحليل النسب والمبينة لأدوات ضبط الوقت وتنظيمه إلى حدوث تغير ملحوظ في امتلاك الكويتيين لأدوات ضبط الوقت وتنظيمه بين الدراسة الحالية والدراسة السابقة، كما حملت هذه التغيرات في النسب دلالة إحصائية معنوية عند احتمال 0.01 تبين عدم حدوثها بشكل عشوائي. وتدل النتائج المقارنة المبينة بالشكل (1) على انخفاض نسبة حمل الساعات الشخصية بمقدار الربع تقريباً، وارتفاع نسبة من يمتلكون مفكرات بمقدار 25% مقارنة بأرقام الدراسة السابقة، وتميزت المفكرات المحمولة بتقسيم مفصل للساعات في المفكرة المحمولة لأكثر من 56% من العينة مقارنة ب 35% في العينة السابقة. ويمكن تفسير هذه التغيرات بظهور نماذج حديثة لضبط الوقت وتنظيمه في جهاز واحد كالحواسيب اللوحية والهواتف الذكية، وهو أمر يختلف عن ما كان عليه الحال في عام 2003 الذي لم يشهد ثورة الخيارات الإلكترونية التي تقدم نماذج شتى سهلة

الاستخدام للمفكرات الإلكترونية والساعة. كل ذلك عزز انتشارها بين أفراد العينة. ويلاحظ أنه بالرغم من أن نسبة محددي بداية النشاط في الدراسة الحالية قد ازدادت عن الدراسة السابقة، إلا أن توقعيتهم لنهاية النشاط في مفكراتهم قد انخفض بصورة ملحوظة مقارنة بالدراسة السابقة. ويعني ذلك أن معظم الأنشطة الحالية تبدو منضبطة في وقت البدء وغير مقيدة بمدة محددة للانتهاء. وتخالف النتيجة الأخيرة ما كان يمكن توقعه مع ارتفاع ملكية المفكرات المقسمة للساعات، وقد تعزى أسباب عدم الالتزام الملحوظ لأفراد العينة بضبط مواعيد الانتهاء من النشاط إلى أسباب عدة، منها عدم إدراك أفراد العينة الحالية لتوافر مثل هذه الخاصية، أو عدم رغبتهم في استخدامه الضبط نهاية وقت كل نشاط وتنظيمه، أو ضعف إلمامهم بكيفية تفعيل خاصية التنبيه بنهاية الوقت "notification" التي تظهر تنبيهات مرئية أو مسموعة عند قرب حلول نشاط آخر ليسارع المرء بإنهاء النشاط الحالي.

جدول 3

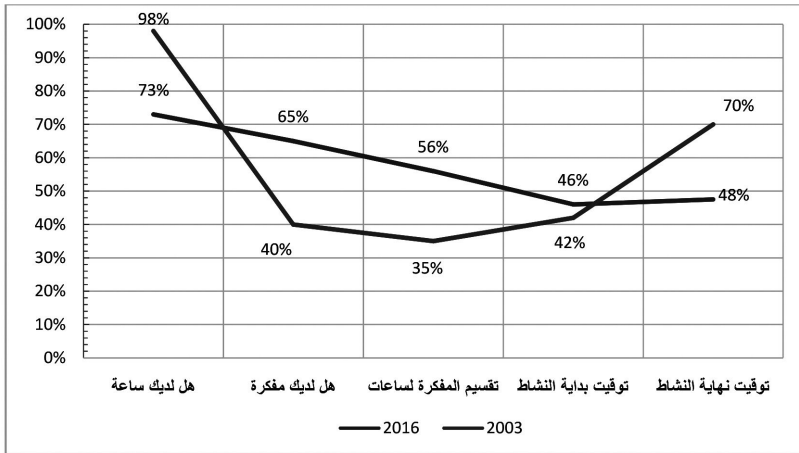
ضبط الوقت وتنظيمه ورتابة تنفيذ بعض الأنشطة اليومية

المتغير	نسبة الإجابة بنعم	نسبة الإجابة بلا	قيمة (χ^2) اختبار الفروق	قيمة الاحتمال
هل لديك ساعة؟	73% (98%) ⁽¹⁾	27% (2)	37.459	.000
هل لديك مفكرة؟	65% (40%)	35% (60%)	28.389	.000
تقسيم المفكرة لساعات	56% (35%)	44% (65%)	30.933	.000
توقيت بداية النشاط	46% (42%)	54% (58%)	6.342	.001
توقيت نهاية النشاط	47.5% (70%)	52.5% (30%)	15.25	.000
الاستيقاظ في نفس الموعد	65% (75%)	35% (25%)	3.183	.074
الاستيقاظ بالمنبه في نفس الموعد	68% (75%)	32% (25%)	2.254	.133
مغادرة المنزل في نفس الموعد	55% (59%)	45% (41%)	0.452	.501
التوقيت للغداء في نفس الموعد	59% (59%)	41% (41%)	0.02	.984
التوقيت للعشاء في نفس الموعد	49% (40%)	51% (60%)	3.451	.063
التوقيت للنوم في نفس الموعد	56% (49%)	44% (51%)	2.351	.125

(1) تمثل الأرقام بين الأقواس نسبة من أجابوا بالموافقة في الدراسة السابقة للمقارنة.

أما النتائج الخاصة بتنظيم أداء الأنشطة الاعتيادية، فيبين تحليل النسب عدم وجود اختلافات معنوية بين الدراستين. ويعني ذلك أنه بالرغم من انخفاض نسبة من يستيقظون في الوقت نفسه، أو يستخدمون المنبه للاستيقاظ في الموعد نفسه وهي بين 75% إلى الثلثين تقريباً، غير أن الاختبارات الإحصائية بينت أن هذه الفروق ترجع إلى تغير عشوائي غير منتظم بين

العينتين وفق ما دلت عليه حسابات قيم كاي المربعة غير المعنوية إحصائياً. كما أن رتبة الأنشطة المنزلية (مغادرة المنزل وتناول وجبتي الغداء والعشاء والإخلاد إلى النوم في الموعد نفسه) لكلا الدراستين كانت متساوية تقريباً، وكانت منقسمة بحدود نصف مفردات العينة. ويمكن الاستدلال من هذه النتائج على أن عادات هيكل الوقت الزمنية للكويتيين اتصفت بالثبات عبر المدة الزمنية الفاصلة بين الدراستين، مع استمرار الارتفاع النسبي لرتبة الأنشطة النهارية (أكثر من 50%) مقارنة برتبة الأنشطة الليلية، وأنه لا توجد ميول واضح لرتبة أنشطة الكويتيين لوقوع معظم النسب المحسوبة ما بين +15% و -1% حول منتصف قيمة المقياس (50%).



الشكل 1 أدوات ضبط الوقت وتنظيمه

(2) رتبة الأنشطة الاعتيادية

يرتكز هذا الجزء على تحليل عادات الكويتيين بشأن زيارة ثلاثة أماكن نمطية، وهي السوق المركزي، والبنك، والطبيب العام باستخدام الأسئلة نفسها المستخدمة في الدراسة السابقة للتمكن من إجراء عملية المقارنة بصورة علمية منضبطة. وكشفت الدراسة الحالية عن حدوث تغيرات ملموسة في تكرار تنفيذ هذه الأنشطة الاعتيادية مقارنة بنتائج الدراسة السابقة جدول (4)، حيث ازدادت معدلات زيارة كل الأماكن الثلاثة المحددة (السوق المركزي، والبنك، والطبيب) في العينة الحالية كما يوضحها منوال تكرار الزيارة. أما فيما يخص الرتبة في أداء الأنشطة، فقد مال الكويتيون إلى التبضع من السوق المركزي والبنك في الفترة نفسها من اليوم في الدراسة الحالية أكثر من السابق، ويعني ذلك أن هذين النشاطين قد انحصرا في فترة محددة من اليوم، بما قد يشير إلى أنه قد سبق زيارتهما قدر بسيط من التخطيط تمثل في تفضيل عام لنطاق من الوقت من اليوم قبل الزيارة. لكن هذا الاتجاه انعكس عند تحليل نتائج رتبة زيارة الطبيب البشري، حيث تبين أن 12% فقط يفضلون فترة معينة من اليوم لزيارة الطبيب، مقارنة

بنسبة 22% في العينة السابقة، وباحتمال بلغ 0.01 مؤكداً توافر دلالة إحصائية معنوية. وقد تعزى هذه النتائج إلى أن المبحوثين ربما سئموا من كثرة المواعيد التي تزدهم بها هواتفهم فضلاً عن إزعاج خاصية التنبيه، كما توافر في كل منطقة سكنية تقريباً مستوصف حكومي مجاني يسهل الوصول إليه من دون مواعيد (Walk-in-Service). وتؤكد هذه النتيجة المهمة للشركات الخاصة والمؤسسات الحكومية ضرورة التأمل في نمط حياة أفراد المجتمع الكويتي الذي يبدو أنه أصبح أكثر ميلاً نحو تفضيل المرونة في المواعيد لتقديم خدماتها بما يزيد من رضا المواطنين. وتتفق هذه النتائج مع دراسة (Hornik, 1984) الذي بين العلاقة العكسية بين مستويات رضا العملاء وطول وقت انتظارهم في أثناء الخدمة.

جدول 4
رتابة تنفيذ أنشطة استهلاكية تقليدية

العنصر	السوق المركزي %		البنك %		الطبيب %	
	الدراسة الحالية (الدراسة السابقة)	قيمة χ^2 (الاحتمال)	الدراسة الحالية (الدراسة السابقة)	قيمة χ^2 (الاحتمال)	الدراسة الحالية (الدراسة السابقة)	قيمة χ^2 (الاحتمال)
الذهاب الى المكان في نفس الفترة من اليوم	50%*	8.1 (0.01)	35%	6.04 (0.01)	12%	6.40 (0.01)
الذهاب الى المكان في يوم معين من الأسبوع	39%	4.81 (0.03)	28%	1.51 (0.22)	12%	3.2 (0.07)
الذهاب الى المكان في يوم معين من الشهر	62%	0.034 (0.85)	50%	0.88 (0.35)	29%	9.57 (0.01)
تحديد موعد مسبق أو تحديده في المفكرة	30%	97.8 (0.001)	41%	70.2 (0.001)	23%	0.202 (0.65)
مستقبلاً، ستحدد موعداً وتسجله في المفكرة؟	34%	88.99 (0.001)	37%	90.1 (0.001)	32%	2.1 (0.143)
زيارة هذا المكان في المستقبل	79%	88.99 (0.001)	69%	96.1 (0.001)	35%	360.7 (0.001)
معدلات تكرار الزيارة للمكان (المنوال)	أكثر من مرة أسبوعياً (مرة كل 3 أسابيع)		مرة كل 4-3 أسابيع (مرة كل 3 شهور)		مرة كل 4-6 أسابيع (مرة كل 3 شهور)	

* هذه القيم تمثل نسبة الإجابة بنعم، الأرقام بين الأقواس تمثل النسبة المقارنة المستخلصة من الدراسة السابقة.

أما بخصوص رتابة أداء الأنشطة الأسبوعية والشهرية، فأظهرت النتائج ارتفاع ميل الكويتيين إلى تفضيل يوم معين في الأسبوع للتبضع من السوق المركزي فقط، في حين أن زيارة البنك والطبيب العام لم تظهر أي تفضيل محدد ليوم معين في الأسبوع أو الشهر. وقد تعزى هذه النتائج إلى التأثير الناتج عن تكرار إقامة الأسواق المركزية مهرجانات تسويقية ليوم واحد محدد

أسبوعياً، في حين تبقى زيارة البنك والطبيب العام حسبما تقتضيه الحاجة وهي بطبيعتها غير دورية ولا تخضع لتأثير وسائل تنشيط المبيعات التي عادة ما تستخدم في تجارة التجزئة. ومن الناحية العملية، تساعد هذه النتائج، وبخاصة ارتفاع نسبة تفضيل وقت معين من اليوم ويوم محدد من الأسبوع لزيارة السوق المركزي، على اختيار الفترة المثلى لإطلاق برامج الترويج المناسبة التي تستهدف شرائح المستهلكين حسب تفضيلاتها لزيارة هذه الأماكن. كما تدل النتائج أيضاً على أنه بالرغم من وقوع المراكز الطبية العامة بجانب نطاق خدمات المناطق السكنية بما فيها الأسواق المركزية الكبرى والبنوك، إلا زيارة الطبيب العام، التي أصبحت متاحة من جدولة مسبقة بسبب عشوائية حدوث الأمراض غير المزمنة والتي لا يمكن أن تحدد مسبقاً بفترة معينة، بالإضافة إلى أثر تمديد عمل ساعات المراكز الطبية العامة (وكذلك مراكز القطاع الخاص) بما أتاح للمريض اختيار أي وقت للزيارة دون موعد أو التزام بفترة محددة، وهو الأمر الذي زاد من إمكان الوصول للخدمة مقابل ازدياد تكاليف تقديم هذه الخدمة العامة على الميزانية العامة للدولة أو على ميزانية المواطن عند اللجوء للمراكز الصحية الخاصة.

(3) التغيير في المجال الزمني السائد

تم استخدام مقياس المجال الزمني السائد والمستخدم في الدراسة السابقة والمكون من 9 أسئلة تمثل أبعاداً للمجال الزمني الشائع للعيينة. بلغت قيمة كرونباخ ألفا لقياس موثوقية المقياس 0.82، وطُبقت إجراءات تحليل العناصر الاستكشافي (Exploratory Factor Analysis)، حيث تم الإبقاء على العناصر التي زادت قيمة أيغن (Eigen Value) عن 1 وفقاً لقاعدة كايزر، وتم تأكيد فحص هيكلها باستخدام تحليل هورن للتوافق (Horn Parallel Analysis) لتأكيد عدد العوامل المستخلصة. نتج عن عملية تحليل العناصر لهيكل مقياس المجال الزمني استخلاص عاملين فقط (مقارنة بأربعة عوامل مستخلصة في الدراسة السابقة لنفس المقياس)، وبنسبة تفسير تباين مرتفعة نسبياً بلغت 54.5%، حيث عكست هذه النتائج تبسيطاً أفضل لهيكل المقياس في الدراسة الحالية مقارنة بالدراسة السابقة. تكون العامل الأول من عناصر مرتبطة بالمجال الزمني المفضل، في حين تعلق العامل الثاني بعناصر تتصل بالمجال الزمني السائد للتفكير الجدول (5).

تبين مقارنة نتائج العناصر المكونة للعامل الأول بين العينة الحالية والسابقة نزوع أكثر الكويتيين للتوجه نحو الحاضر في كلتا العينتين. فقد اختار ما لا يقل عن 43% من عينة كلتا الدراستين الحاضر بوصفه مجالهم المفضل للحياة، وحدد أكثر من النصف لكلتا العينتين الحاضر على أنه أفضل وقت لحياتهم. وأظهرت المقارنة ارتياعاً نسبياً أكبر تجاه المستقبل في العينة الحالية (بزيادة تفضيل 10% تقريباً للمستقبل وانخفاض تفضيل بلغ 6.3% للماضي)، وتفضيل قراءة القصص ومشاهدة الأفلام المرتبطة بالمستقبل في الدراسة الحالية مقارنة بالماضي الذي كان سائداً بوضوح في عينة الدراسة السابقة.

جدول 5
هيكل مقياس المجال الزمني

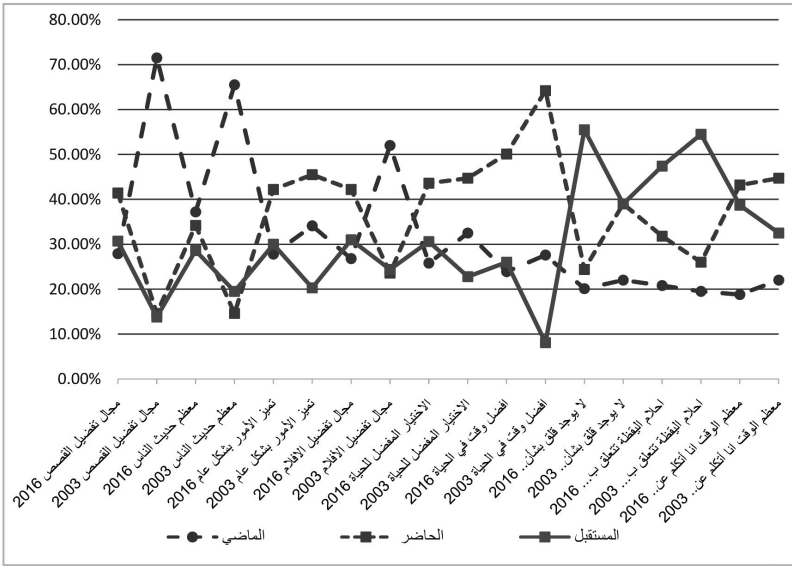
عناصر المقياس	الماضي	الحاضر	المستقبل	العامل الأول (c)	العامل الثاني المجال الزمني السائد للتفكير
1 - أفضل القصص عن:-(*)	27.9%	41.4%	30.7%	0.75	—(a)
2 - معظم الناس يتحدثون عن:-(**)	37.2%	34.2%	28.6%	0.72	—
3 - انطباعي عن تميز الأمور بشكل عام في:-(*)	27.8%	42.2%	30%	0.73	—
4 - أفضل الأفلام عن:-(*)	26.8%	42.2%	31%	0.75	—
5 - اختياري المفضل للحياة في:-(***)	25.8%	43.6%	30.6%	0.62	—
6 - أفضل وقت في حياتي في:-(NS)	23.9%	50.1%	26%	0.70	—
7 - أنا لست قلقاً من:-(*)	20.1%	24.4%	55.5%	—	0.86
8 - عندما أسرح أو أستغرق في أحلام اليقظة، فإنني أفكر في:-(***)	20.8%	31.8%	47.4%	—	0.52
9 - معظم الوقت أنا أتكلم عن:-(***)	18.8%	43.2%	38.7%	—	0.41
نسبة التباين المفسر لكل عامل	(22%)	(44.7%)	(32.5%)	39.5%	15%

نسبة موثوقية المقياس = 0.82، نسبة التباين المفسر للعاملين 54%، تم الاحتفاظ بالعوامل التي تخطت قيمة أيغن 1 وفق قاعدة كايزر. المقياس المستخدم يتضمن الإجابات التالية (1) الماضي، (2) الحاضر، (3) المستقبل. (*) قيمة اختبار مان-ويتني للفرق بين نسب العينة الحالية والعينة السابقة ذات معنوية إحصائية عند احتمال $p < 0.05$ ، أما (**) فتمثل قيمة اختبار مان-ويتني ذات معنوية إحصائية عند احتمال $p < 0.01$ ، (NS) تمثل قيمة غير معنوية لاختبار مان-ويتني

(a) = قيم تحميل العنصر التي تقل عن 0.40 وتعد غير معنوية.

(b) = نتائج الدراسة السابقة (N=123).

(C) تم استخلاص عاملين في الدراسة الحالية مقارنة بأربعة عوامل في الدراسة السابقة، حيث يتضمن العامل الأول في الدراسة الحالية هذه العناصر في الدراسة السابقة العامل الأول "المجال الزمني المفضل للحياة"، ويتضمن ثلاثة عناصر (3 و 5 و 6) والعامل الثاني "المجال الزمني المفضل للترفيه" ويتضمن عنصرين هما (4 و 1)، والعامل الرابع "المجال الزمني المفضل للآخرين" ويتضمن عنصراً وحيداً (2). أما العامل الثاني في الدراسة الحالية فهو ينطبق تماماً على العامل الثالث في الدراسة السابقة "المجال الزمني - النفسي المفضل للآخرين" ويتكون من العناصر (6 و 7 و 8).



الشكل (2): المجالات الزمنية المفضلة للكويتيين

وبتحليل نتائج مكونات العامل الثاني، تؤكد متوسطات العنصر الأول عدم وجود قلق ملموس من المستقبل لأكثر من نصف العينة، مؤيداً لما تمخض عن نتائج تحليل العامل الأول، وبما يدل على ارتياح عام لما يحمله المستقبل من فرص ورفاهية، بالرغم من الظروف الاقتصادية السلبية السائدة وقت جمع البيانات وعلى رأسها انخفاض أسعار النفط والعجز المستمر في ميزانية دولة الكويت. وتشير هذه النتائج إلى عدم اقتناع المواطنين بما تعلنه الحكومة عن ضعف الحالة الاقتصادية وتباطؤ نموه نتيجة انكماش أسعار البترول، والتحذير من استمرار أثر تلك التداعيات الاقتصادية في الأمد المنظور وضرورة عدم التراخي بشأن المستقبل وأهمية الاستعداد له بجملة من المعالجات الاقتصادية الضرورية. وتشير هذه النتائج قدراً كبيراً من الشك في قدرة الإدارة الحكومية على حشد التأييد الشعبي اللازم للتغلب التدريجي على الاختلالات الهيكلية الاقتصادية، والتي تتطلب من المواطنين الحد من الإسراف وترشيد الإنفاق في ظل بروز ارتياح عام بشأن المستقبل وشيوع حالة من الاطمئنان الزائف وعدم التخوف من تقلباته وانعكاساته على القدرة على استمرار رفاهية المواطنين الحاليين وامتدادها لتشمل الأجيال المقبلة التي لها الحق، بطبيعة الحال، في التمتع بهذه الدرجة من جودة الحياة.

(4) هيكل الوقت النفسي للكويتيين

تم تحليل مقياس الهيكل النفسي للوقت والمكون من 35 سؤالاً، وقد بلغت موثوقيته 0.78، وذلك بتطبيق أسلوب تحليل العناصر الاستكشافي الذي سبق تفصيل إجراءات

استخدامه في تحليل المجال الزمني السائد. كشفت نتائج التحليل الوصفي في الجدول (6) عن التوصل إلى 8 عوامل مختلفة فسرت %52.2 من إجمالي التباين، وبانخفاض 5 عوامل عما تم الكشف عنه للمقياس نفسه في العينة السابقة والبالغة 13 عاملاً، وقد أدى ذلك إلى مزيد من الاستخلاص الوافي والمبسط (Parsimony) لنتائج الدراسة الحالية مقارنة بالسابقة. وإجمالاً، تعبر النتائج المقارنة عن تغيرات نسبية لانطباعات الكويتيين النفسية عن الوقت بعد أكثر من عقد من الزمن بين الدراستين مع بعض الاستثناءات القليلة.

أظهرت متوسطات كل عنصر من عناصر العامل الأول ارتفاع ميل أفراد العينة الحالية نحو التفكير بأحداث الماضي والمستقبل أكثر من الحاضر، واستحوذهما على حيز كبير من وقت تفكيرهم. وتزامن ذلك مع الشعور بوفرة الوقت في الماضي مع الإحساس بمزيد من السيطرة عليه، إلا أن أفراد العينة أعربوا عن شعورهم بانخفاض أهمية الماضي بالنسبة لهم. ويعني ذلك بروز اتجاهين نفسيين متعاكسين في آن واحد، يرتبط أولهما بالحنين إلى إيجابية الماضي، ويتعلق الثاني بالاعتقاد بعدم أهمية الماضي عملياً في تحسين مستوى الحياة في الحاضر والمستقبل فضلاً عن شعور %43 منهم بضعف سيطرتهم على الوقت. أما التحليل المقارن للنسب بين العينتين، فقد أظهر نزوعاً أكبر إلى التفكير بالماضي في الدراسة الحالية، وارتفاعاً ملحوظاً في أهمية الماضي مقارنة بالمستقبل، كما انخفض الإحساس بتوافر الوقت في الماضي مقارنة بالحاضر وذلك عند مستويات معنوية إحصائية.

أما تحليل العامل الثاني، فتبين محتويات عناصره ارتباطه بقياس اهتمام أفراد العينة بتخطيط أنشطتهم والتزامهم بالمواعيد، حيث تشير البيانات إلى ثبات الميل نحو التخطيط العام للأنشطة، ونحو درجة الانضباط في المواعيد لكلتا الدراستين، مع بروز انخفاض في درجة التخطيط للتسوق مع ارتفاع طفيف تجاه الالتزام بالمواعيد في عينة الدراسة الحالية، إلا أن الحساسية تجاه مفهوم التأخر عن الحضور في الموعد المحدد قد ازدادت وتيرته بنسبة كبيرة مقارنة بالدراسة السابقة، بمعنى أن تأخر الكويتيين عن مواعيدهم، وفق الدراسة الحالية، لم يعد مقبولاً كما كان في السابق.

يرتبط العامل الثالث باستشعار ضغوط الوقت. وبتفحص متوسطات عناصر العامل الثالث، يتبين انخفاض درجة شعور العينة بضغوط الوقت بوجه عام عن الدراسة الماضية، حيث انخفضت ضغوط الوقت بنسبة %13 عن عينة الدراسة السابقة، وانخفض الشعور بعدم كفاية الوقت عن الدراسة السابقة بنسبة %11، كما انخفض الشعور بالقلق تجاه عدم تحقيق الأنشطة المخطط لها في أثناء اليوم بما يعكس جواً من الارتياح النسبي تجاه ضغط الوقت في العينة الحالية مقارنة بالسابقة. إلا أن هذا الارتياح لم يترجم إلى شعور بالسعادة عند استخدام الوقت للأنشطة الممتعة بدلالة انخفاض نسبة الموافقة %15 عن الدراسة السابقة، في حين لم ينجح الانشغال بإنجاز ما هو مطلوب في جعل الفرد ينسى مرور الوقت مقارنة بالدراسة السابقة.

جدول 6
اعتقادات الكويتيين تجاه الوقت

هيكل المقياس ⁽¹⁾ وفق تحليل العوامل		التحليل الوصفي			العوامل المستخلصة
مقدار تفسير العامل	قيمة تحميل العامل	غير موافق % (الدراسة السابقة)	محايد % (الدراسة السابقة)	موافق % (الدراسة السابقة)	
العامل الأول (التوجه بالماضي)					
.644	.770	(43)40	(34)21	(23)39	أقضي وقتاً طويلاً أفكر بالماضي (*)
.61	.729	(77)53	(14)18	(9)29	الماضي أهم من المستقبل (**)
.59	.646	(43)44	(24)17	(33)39	أقضي وقتاً ضئيلاً لأفكر بالمستقبل (NS)
.41	.511	(11)14	(14)19	(75)67	في الماضي كان الوقت كافياً للناس (*)
.50	.501	(43)45	(22)12	(35)43	أشعر أن لدي سيطرة ضعيفة على الوقت (NS)
55.1	63.1	(43)39	(22)17	(35)44	متوسطات العامل الأول
العامل الثاني (الميل للتخطيط)					
.59	.743	(9)14	(23)18	(68)68	أخطط لأنشطتي كل يوم (NS)
.55	.673	(9)18	(23)18	(68)64	أخطط لتسوقي (**)
.48	.545	(33)17	(20) 20	(47)63	لا يوجد عذر للوصول متأخراً عن الموعد (**)
.47	.542	(4)4	(21)18	(75)78	أنا منضبط في مواعيدي (NS)
52.3	62.6	(14)13	(22)18	(65)68	متوسطات العامل الثاني
العامل الثالث (الشعور بضغط الوقت)					
.48	.641	(15)7	(23)18	(62)75	أحب العمل الجماعي لتوفير الوقت (**)
.58	.621	(17)16	(9)21	(74)63	لا يوجد وقت كاف لأداء كل الأنشطة (**)
.57	.595	(12)25	(22)23	(65)52	أشعر بضغط كبير للوقت علي (**)
.46	.475	(11)11	(8)23	(81)66	أنسى نفسي عندما أكون مستمتعاً بالوقت (*)
.43	.442	(23)9	(17)17	(60)74	أنسى نفسي عندما أنجز النشاط المرغوب (**)
.51	.430	(13)16	17(27)	(70) 57	أشعر بالاستياء إذا لم أتم أنشطتي خلال اليوم (**)
50.5	53.4	(15)14	(16)22	(69)64	متوسطات العامل الثالث

تابع / جدول 6

اعتقادات الكويتيين تجاه الوقت

(1) هيكل المقياس وفق تحليل العوامل		التحليل الوصفي			العوامل المستخلصة
مقدار تفسير العامل	قيمة تحميل العامل	غير موافق % (الدراسة السابقة)	محايد % (الدراسة السابقة)	موافق % (الدراسة السابقة)	
العامل الرابع (استشعار أهمية الوقت)					
.52	.657	(2)4	(5) 10	(93)86	الوقت المفقود لا يعوض أبداً (**)
.48	.631	(22) 15	(3) 22	(75) 63	أتعامل مع الوقت على أنه مورد نادر ومحدود (NS)
.51	.588	(1) 4	(5) 9	(94)87	التخطيط مفتاح النجاح (**)
.49	.564	(22) 3	(10) 10	(68)87	على الناس عدم إضاعة وقتهم (NS)
50	61	(12)13	(6) 102	(82)77	متوسطات العامل الرابع
العامل الخامس (انطباعات الوقت الذهنية)					
.62	.773	(16)11	(27)13	(57)76	الوقت خط مستقيم (**)
.53	.585	(16)9	(30)12	(54)79	المستقبل مزهر (**)
.65	-.527	(33)46	(37)18	(30)36	الوقت دائري متكرر (NS)
60	63	(22)22	(31)14	(47)64	متوسطات العامل الخامس
العامل السادس (الإحساس بالوقت)					
.73	-.833	(74)81.7	(6) 5	(20)14	نادراً ما أنظر إلى الساعة (NS)
.71	.804	(5) 11	(15)13	(80)76	أحب تحديد مدة النشاط قبل البدء به (NS)
.53	.638	(4)8	(9) 16	(87)76	أرغب بالتعرف على موعد نهاية كل نشاط (**)
6	76	(28)34	(10)11	(62)55	متوسطات العامل السادس
العامل السابع (التدفق النفسي للوقت)					
.56	.693	(13)9	(17)19	(70)72	ما لا ينتهي اليوم يستكمل غداً (NS)
.63	.594	(29)21	(15)21	(56)58	المستقبل ليس له نهاية (NS)
.46	.574	(14)7	(26)14	(60)79	أحب التحدث إلى أهلي وأصدقائي (**)
.38	.416	(22)10	(16)18	(62)72	أحب قضاء النشاط بغض النظر عن الوقت المحدد (**)
50.8	56.9	(19)12	(19)18	(62)70	متوسطات العامل السابع

تابع / جدول 6
اعتقادات الكويتيين تجاه الوقت

هيكل المقياس ⁽¹⁾ وفق تحليل العوامل		التحليل الوصفي			العوامل المستخلصة
مقدار تفسير العامل	قيمة تحميل العامل	غير موافق % (الدراسة السابقة)	محايد % (الدراسة السابقة)	موافق % (الدراسة السابقة)	
.85	.711	(32)39	(31)18	(37)43	العامل الثامن (مضيعات الوقت) مشاهدة التلفزيون مضيعة للوقت (NS)

(1) نسبة موثوقية المقياس = 0.78، نسبة التباين المفسر لكل العوامل: 52.2%، تم الإبقاء على العوامل التي بلغت قيمة أيجن 1 أو أكثر وفق قاعدة كايزر. يتكون المقياس المستخدم (ليكرت) من 5 درجات تتراوح من موافق تماماً (1)، موافق (2)، محايد (3)، غير موافق (4) و غير موافق تماماً (5)، وتم دمج درجات الموافقة وعدم الموافقة لتبسيط عرض النتائج.
(**) قيمة اختبار مان-ويتني للفرق بين نسب العينة الحالية والعينة السابقة ذات معنوية إحصائية عند احتمال $p < 0.01$. (*) قيمة اختبار مان-ويتني ذات معنوية إحصائية عند احتمال $p < 0.05$ ، (NS) تمثل قيمة غير معنوية لاختبار مان-ويتني.

تؤكد نتائج التحليل المقارن للعامل الرابع والمتعلق بالإحساس بأهمية الوقت ما تم استخلاصه من تحليل عناصر العامل الثالث، حيث انخفض الشعور بأهمية الوقت انخفاضاً ملحوظاً في هذه الدراسة مقارنة بالعينة السابقة. ويمكن القول إن هناك نوعاً من المفارقة الواضحة في استشعار أهمية الوقت. فمن جهة أكد 87% من العينة أنه ينبغي على الناس عدم إضاعة وقتهم وأن التخطيط مفتاح النجاح، وعدّ 86% أن الوقت المفقود لا يعود، فإنه بالمقابل، أكدت ما نسبته 49% فقط من العينة أنها تتعامل مع الوقت على أنه مورد محدود ونادر. وهذه الازدواجية في استشعار أهمية الوقت من جهة واستصغار قيمته من جهة أخرى تفسران ما ذهب إليه نتائج تنظيم الوقت في الكويت من تدني مستويات إدارته إدارة فعالة.

أما عناصر العامل الخامس، فعكست الانطباعات الذهنية لأفراد العينة عن الوقت من حيث تصورهم لتدفعه بوصفه خطأ مستقيماً أو حلقة دائرية، ومدى توقعاتهم لازدهار المستقبل؛ إذ اتضح أن معظم أفراد العينة (79%) ينظرون إلى الوقت على أنه خط مستقيم في حين تنظر إليه الأقلية (36%) باعتباره دائرياً ومتكرراً. وتعني استقامة خط الوقت أن ما يمضي من أوقاتنا لا يعود، وذلك ما أكدته نتائج العامل الرابع التي أكدت أن 86% أفادوا بأن الوقت الفاتئ لا يعوض أبداً. وتوضح النتائج شيوع نظرة إيجابية متفائلة تجاه المستقبل في العينة الحالية بزيادة قدرها 25% عن العينة السابقة وبمعنوية إحصائية عالية بما يعكس اطمئناناً - غير مبرر- للمستقبل مقارنة بالعينة السابقة، بالرغم من الأجواء الاقتصادية المتوترة بسبب الانخفاض الحاد لأسعار النفط في عام 2015 واستمرار تأثيرها البالغ في تدني معدلات النمو الاقتصادي وما يمكن توفيره لتمويل التنمية الاجتماعية في ظل النمو المستمر للسكان والحاجة إلى خلق فرص وظيفية بمعدلات متزايدة نتيجة اتساع الهرم الشبابي للسكان بما يفوق قدرة الدولة على استيعاب هذا الفائض في القطاع العام المتخم أصلاً بالعمالة ضعيفة الإنتاج الاقتصادي.

وأكدت نتائج تحليل العامل السادس استمرار الإحساس النفسي المرتفع بمرور الوقت الفيزيائي من خلال مراقبة الساعة لكتا العينتين، كما أن الإحساس بمرور وقت الساعة قد ترجم إلى رغبة أكبر في السيطرة على تحديد أمد النشاط. إلا أن هذه الرغبة ظلت تمنياً دون تطبيق؛ فقد انخفضت نسبة أولئك الذين يفضلون تحديد نهاية النشاط بنسبة 11% في العينة الحالية عن العينة السابقة، وهو ما يؤكد ما كشف عنه سابقاً مقياس إدارة وتنظيم الوقت من تدني نسبة من يستخدمون المفكرة لتوقيت نهاية النشاط.

وبالنظر إلى العناصر المكونة للعاملين السابع والثامن، فإن كليهما يتعلق بمجالي الشعور بالاطمئنان للوقت وتمضيته اجتماعياً خارج إطار العمل. وبتفصيل أدق، يتكون العامل السابع من 4 عناصر؛ اثنان منهما يتعلقان بالنظر للمستقبل بوصفه مورداً مستمراً وأفقاً مقبولاً لاستكمال الأعمال الناقصة، في ما يرتبط العنصران الآخران بميل العينة إلى قضاء وقت أطول بالتواصل مع الأقرباء والأصدقاء، وهذا ما يعكس الطبيعة الاجتماعية السائدة للمجتمع الكويتي. أما العامل الثامن، فهو عامل أحادي العنصر، ويتعلق بقياس درجة الشعور بالذنب أو الأسف على تخصيص وقت لمشاهدة التلفزيون بوصفه إحدى وسائل الترفيه والتسلية المنتشرة والمشاركة بين الدراساتتين. وتبين أن 43% فقط من العينة وافقت على ذلك، وعكس ذلك ميلاً قوياً نوعاً ما تجاه تخصيص الوقت للتلفزيون على الرغم من بروز الإنترنت والهواتف الذكية منافساً شرساً، وكان مستوى الموافقة مساوياً تقريباً لما تم الكشف عنه في عينة الدراسة السابقة. وتعد هذه الجزئية مهمة للمعلنين من جهة أن التلفزيون مازال حاضراً في المجتمع الكويتي بالرغم من بزوغ نجم الملهيئات الإلكترونية الأخرى ومنها الهواتف الذكية التي لا يكاد يغيب عنها رابط لأي برنامج تلفزيوني. ولم تتمكن بعد هذه الوسائل من إقصاء الشاشة الفضية من مسرح أنشطة أفراد المجتمع الكويتي.

(5) إدارة الوقت والفروق الديموغرافية

تهتم الدراسة بالتعرف إلى طبيعة الفروق في أدوات وممارسات إدارة الكويتيين لوقتهم، والتي من الممكن أن تظهر وفقاً للنوع (ذكر أو أنثى) أو السن (ثلاث مجموعات متساوية 1= أقل من 23 سنة، 2= أكبر من 23 سنة وأقل من 30 سنة، 3= 30 سنة وأكبر) أو سنوات التعليم (ثلاث مجموعات متساوية، 1 = الثانوية أو أقل، 2= سنتين للدبلوم، 3= جامعي أو أعلى). فعند التقسيم وفقاً للنوع وسنوات التعليم، يتبين وجود اختلافات واضحة لمعظم من يمتلك ويستخدم وسائل ضبط وتنظيم الوقت جدول (7)، في حين لم تظهر مجموعات السن أي فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بمستوى احتمال أقل من 0.05 المستخدمة حداً أدنى إلا لعنصرين فقط، وتبين الأشكال البيانية اللاحقة فروق النسب التي كانت لها دلالة إحصائية معنوية.

جدول 7

الاختلافات الديموغرافية لضبط الوقت وتنظيمه (اختبار كاي المربع Kruskal-Wallis -)

العنصر	النوع ^(a)	السن ^(b)	سنوات التعليم ^(b)
هل لديك ساعة؟	21.1 ^{** (c)}	1.04	8.54 ^{**}
هل لديك مفكرة؟	9.71	.37	27.07 ^{**}
تقسيم المفكرة لساعات	9.51 ^{**}	.63	16.9 ^{**}
توقيت بداية النشاط	1.46	3.00	7.35 [*]
توقيت نهاية النشاط	2.07	5.09	9.23 ^{**}
الاستيقاظ في نفس الموعد	27.39 ^{**}	.96	30.3 ^{**}
الاستيقاظ بالنمب في نفس الموعد	25.30 ^{**}	3.03	12.9 ^{**}
مغادرة المنزل في نفس الموعد	51.74 ^{**}	3.67	25.4 ^{**}
التوقيت للغداء في نفس الموعد	18.97 ^{**}	2.92	1.3
التوقيت للعشاء في نفس الموعد	17.69 ^{**}	6.35 ^{**}	2.9
التوقيت للنوم في نفس الموعد	33.44 ^{**}	7.77 ^{**}	2.7

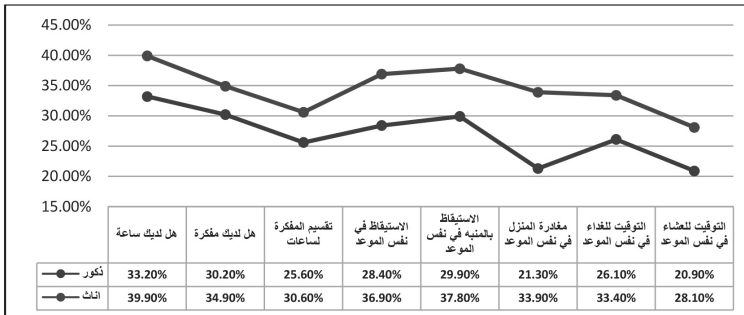
(a) النسبة المحسوبة للإجابة بنعم للذكور أقل من النسبة المحسوبة للإجابة بنعم للإناث لكل العناصر.

(b) ترتفع النسبة مع ارتفاع سنوات التعليم للعناصر ذات قيمة معنوية باختبار Kruskal-Wallis.

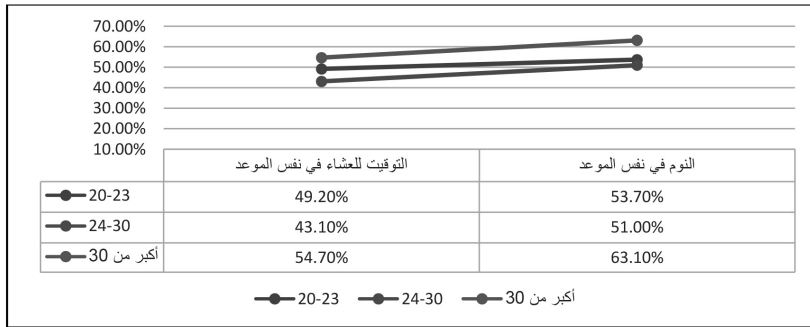
(c) قيمة (كاي المربعة) X^2 .

*** قيمة معنوية عند احتمال 0.01، * قيمة معنوية عند احتمال 0.05.

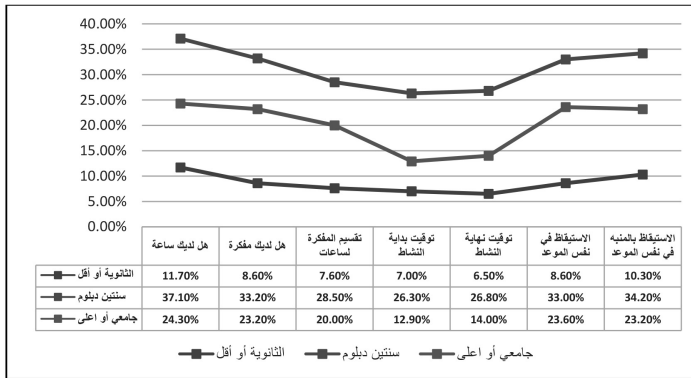
اقتصرت الأشكال البيانية (3-أ، 3-ب، 3-ج) على الاختلافات ذات الدلالات الإحصائية المعنوية باستخدام أدوات ضبط الوقت وإدارته. ويتبين من الشكل 3-أ أن نسب الإناث فاقت الذكور في امتلاك الساعات، واستخدام المفكرات العادية والمقسمة إلى ساعات، ورتابة الأنشطة الاعتيادية. وبالمقارنة مع الدراسة الأولى، تظهر هذه النتائج بروز ميل أكبر للإناث في معظم عناصر ضبط وإدارة الوقت ورتابة الأنشطة، وذلك بعكس نتائج الدراسة السابقة والتي أكدت عدم وجود أي فروق معنوية بين الجنسين.



الشكل (3-أ): الاختلافات الديموغرافية (النوع) لضبط الوقت وتنظيمه



الشكل (3-ب): الاختلافات الديموغرافية (السن) لضبط الوقت وتنظيمه



الشكل (3-ج): الاختلافات الديموغرافية (التعليم) لضبط الوقت وتنظيمه

يوضح الجدول (7)، بشكل عام، عدم وجود علاقة بين السن وامتلاك أدوات ضبط الوقت وتنظيم استخدامه بما يجعله عاملاً ديموغرافياً غير مؤثر في كل من الدراستين الحالية والسابقة. أما رتبة الأنشطة حسب السن، فيتبين من الشكل 3-ب أن رتبة الأنشطة الليلية (موعد العشاء والنوم) كانت عالية للفئة العمرية الأكبر، وهي بذلك تتفق مع نتائج الدراسة السابقة والخاصة بعلاقة السن الطردية مع تثبيت موعد النوم.

وعند تحليل الفروق وفقاً للمجموعات الثلاث لسنوات التعليم، يتبين من الشكل 3-ج أن الفئة المتوسطة للتعليم أظهرت استخداماً أعلى لأدوات ضبط الوقت وتنظيمه، وتلا ذلك من أتموا تعليمهم العالي، يليهم فئة التعليم الأدنى. كما نلاحظ نوعاً من الارتباط بين زيادة عدد سنوات التعليم واستخدام أدوات ضبط الوقت، وذلك بخلاف ما توصلت إليه الدراسة السابقة والتي لم تتوصل لأي فروق إحصائية معنوية. كما ارتبطت سنوات التعليم برتبة الأنشطة الاعتيادية لأفراد العينة، في حين ازدادت نسب الاستيقاظ المنتظم واستخدام المنبه والمغادرة المنتظمة للمنزل مع

ارتفاع سنوات التعليم. وبمقارنة هذه النتائج مع الدراسة السابقة، يتضح عدم وجود تأثير يذكر لتلك العوامل عند دلالة إحصائية معنوية على استخدام أدوات ضبط الوقت وتنظيمه.

(6) هيكل توجهات الوقت والعوامل الديموغرافية والنفسية

اهتمت الدراسة بالتعرف إلى الاختلافات الناتجة من النوع والسن وسنوات التعليم وتأثير الأفق النفسي للوقت (الماضي أو الحاضر أو المستقبل) على توجهات الكويتيين نحو الوقت، والتي تم قياس هيكلها باستخراج ثمانية عوامل كما تم تفصيله آنفاً في الجدول (6) (رقم متوسط أكبر يدل على عدم موافقة أكبر للعناصر المكونة للعوامل). وتؤكد النتائج المبينة في الجدول (8) اختلاف متوسطات سبعة عوامل تبعاً لجنس العينة وذلك بدلالة إحصائية معنوية. وبالنظر إلى الشكل (4-أ)، يتبين تفوق نسب "عدم الموافقة" التي أبداهما الذكور على الإناث للعامل الأول فقط، بما يعني أن توجهات الذكور للمستقبل بدت أكبر من الإناث، وظهر العكس في بقية العوامل الأخرى، في حين لم يظهر للعامل الثالث (الشعور بضغط الوقت) أي اختلاف لتلك النسب (تم عرض متوسطات العوامل ذات الدلالات الإحصائية المعنوية فقط في الأشكال البيانية للتبسيط). ويتبين من مقارنة نتائج الدراستين أن تأثير جنس العينة على متوسطات عوامل توجهات الكويتيين للوقت في الدراسة السابقة كان محدوداً جداً (عاملان لكل منهما عنصر وحيد، وهما سرعة مضي الوقت عند الإنجاز والتفاؤل بالمستقبل)، ووفقاً لهذه النتائج، يمكن عدّ النوع عاملاً ديموغرافياً مؤثراً في الدراسة الحالية بعكس الدراسة السابقة.

جدول 8

الاختلافات الديموغرافية والنفسية لهيكل توجهات الكويتيين نحو الوقت

العوامل	النوع ^(أ)	السن ^(ب)	سنوات التعليم ^(ب)	التوجهات النفسية للوقت ^(ب)
العامل الأول (التوجه بالماضي)	**9.82	1.20	**52.45	**254.96
العامل الثاني (الميل للتخطيط)	**37.97	3.13	**36.68	**164.34
العامل الثالث (الشعور بضغط الوقت)	2.15	.67	**30.69	**312.90
العامل الرابع (استشعار أهمية الوقت)	**57.15	**7.15	**19.02	**33.89
العامل الخامس (انطباعات الوقت الذهنية)	**15.57	**6.39	**26.54	**152.89
العامل السادس (الإحساس بالوقت)	**10.62	5.11	**31.58	**102.13
العامل السابع (التدفق النفسي للوقت)	**13.93	1.79	**38.15	**207.90
العامل الثامن (مضيعات الوقت)	**7.63	.91	15.46	**50.95

(أ) قيمة (كاي المربعة) X^2 ، بخلاف العامل الأول، ازدادت نسب موافقة الإناث عن تلك الخاصة بالذكور للعوامل التي أظهرت قيمة معنوية ذات دلالة إحصائية.

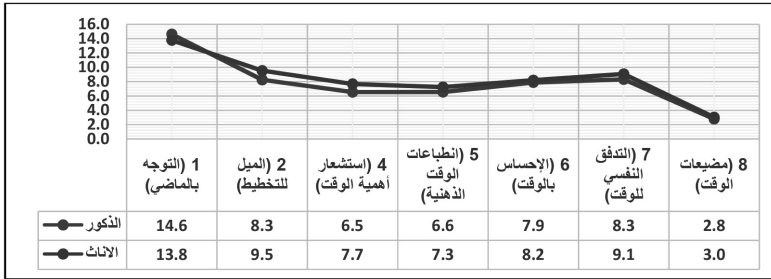
(ب) اختبار (Kruskal-Wallis)

* يتكون المقياس المستخدم (ليكرت) من 5 درجات تتراوح من موافق تماماً (1)، موافق (2)، محايد (3)، غير موافق (4) و غير موافق تماماً (5). وكلما ارتفعت متوسط العامل، كلما دل ذلك على عدم الموافقة.

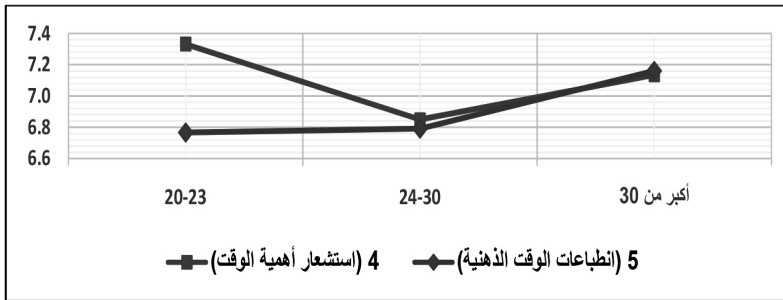
** قيمة معنوية عند احتمال 0.01، * قيمة معنوية عند احتمال 0.05

وبتحليل أثر السن على توجهات الكويتيين للوقت، يتبين من نتائج الجدول (8) عدم تأثيره إجمالاً على التوجهات النفسية للوقت في العينة الحالية بخلاف العاملين الرابع (استشعار أهمية الوقت) والخامس (انطباعات الوقت الذهنية). ويوضح الشكل 4-ب نتائج تستحق الانتباه، فقد أبدت الفئة العمرية المتوسطة إحساساً أكبر بأهمية الوقت من كلا الفئتين الأقل والأكثر سناً، في حين أبدت الفئة الأكبر سناً تشاوفاً أكبر تجاه ازدهار المستقبل، ولم يعد الوقت خطأ مستقيماً كما هو الحال مع الفئات الأقل سناً. وعند مقارنة النتائج الحالية بالدراسة السابقة، نلاحظ بروز دور محدود للسن، في حين لم يكن له أي أثر يذكر على أي عامل من عوامل توجهات الكويتيين للوقت.

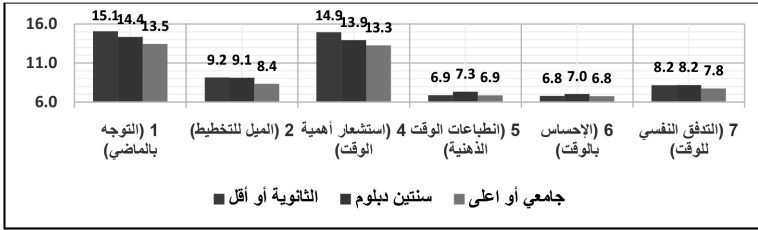
أظهرت سنوات التعليم تأثيراً واضحاً على كافة عوامل التوجهات النفسية للوقت في هذه العينة، وذلك بخلاف ما أسفرت عنه نتائج تحليل العينة السابقة. فكلما ازدادت سنوات التعليم، ارتفع كل من درجة التوجه بالماضي، والميل للتخطيط، والاستشعار بأهمية الوقت وبمروره وتدفقه، والشعور بدائية الوقت، والإحساس بالتفاؤل نحو المستقبل.



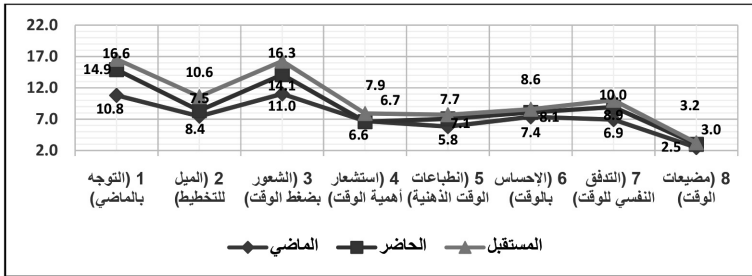
الشكل 4-أ: عوامل التوجهات النفسية والنوع



الشكل 4-ب: عوامل التوجهات النفسية والسن



الشكل 4-ج: عوامل التوجهات النفسية والتعليم



الشكل 4-د: عوامل التوجهات النفسية والمجال الزمني المفضل

كان التعرف إلى مدى تأثير الأفق النفسي للوقت (الماضي أو الحاضر أو المستقبل) في اعتقادات الكويبيين تجاه الوقت هو أحد التساؤلات المطروحة في الدراستين السابقتين. وتم تقسيم العينة إلى 3 مجموعات بناء على مجالاتها النفسية (الماضي - الحاضر - المستقبل)، ومن ثم استخدم اختبار (Kruskal-Wallis) لتحديد مدى وجود تلك الاختلافات. وعلى العكس من نتائج الدراسة السابقة التي أظهرت محدودية تأثير الأفق النفسي في الاعتقادات (5 عوامل من أصل 13 عاملاً)، تبين في هذه الدراسة وجود تأثير واضح ومباشر للأفاق النفسية على جميع العوامل الثمانية المستخلصة من العينة الحالية، وباحتمال يقل عن 0.01 لكل العوامل.

أكدت النتائج المبينة في الشكل 4-د أن الموجهين بالماضي أبداً، كما هو متوقع، ميلاً أكبر للحنين إلى الماضي والتفكير به والاعتقاد بأن الوقت كان متاحاً بشكل أكبر في الماضي، وكذلك الإحساس بأن تحكمهم بالوقت كان أكبر من الموجهين بالمستقبل، وهو ما يدعم اتساق النتائج بين مخرجات المقاييس المختلفة في هذه الدراسة. وبالعكس ما توقعنا، أظهرت نتائج العامل الثاني أن الموجهين بالماضي أبداً ميلاً أكبر لتخطيط تسوقهم اليومي وعدم التماس العذر للمتأخرين عن مواعيدهم، فضلاً عن درجة انضباط أكبر للمواعيد مقارنة بالموجهين بالمستقبل. كما شعر الموجهون بالماضي بضغط وقت أقل من أولئك الموجهين بالمستقبل أو بالحاضر، وكانوا أقل رغبة من الموجهين بالمستقبل في العمل على هيئة فريق لتوفير الوقت، وأبداً استمتاعاً أقل بالوقت من نظرائهم. وتؤكد النتائج أيضاً أن الموجهين

بالماضي باتوا أكثر استشعاراً للوقت، وندماً على مضيه، وأكثر نصحاً للآخرين بشأن الحفاظ عليه، وأبداً تشاؤماً تجاه المستقبل، كما أظهروا نقداً أكبر لمظاهر التسلية والترفيه. وفي ما يتعلق بالموجهين نحو الحاضر، أظهرت النتائج تموضعهم الواسطي بوجه عام بين الموجهين نحو الماضي والمستقبل في جميع العوامل الثمانية المتعلقة بالتوجهات النفسية نحو الوقت، في ما عدا العامل الرابع (ارتفاع استشعارهم بأهمية الوقت) والعنصر الثامن والمتعلق بتدني اعتقادهم بأن مشاهدة التلفزيون مضيعة للوقت. ودلت نتائج تحليل الموجهين نحو المستقبل على أنهم الأقل تفكيراً بالماضي، وأقل شعوراً بضغط الوقت، وأقل نقداً لتضييع الوقت وندماً على فقدانه، وانخفض ميلهم للتحدث مع الأقرباء والأصدقاء، وهم أكثر ضبطاً لوقتهم عند أداء الأنشطة، ولم ينظروا إلى الوقت باعتباره خطأ مستقيماً يتدفق بلا نهاية أو انقطاع.

سادساً: النتائج والتوصيات

تأتي هذه الدراسة لتتخطى حدود الدراسات النمطية للوقت القائمة على المفهوم الفيزيائي المعتمد على الساعة، وتستكمل استكشاف الجوانب المهمة للعلاقات النفسية والاجتماعية والسلوكية بين الكويتيين وعنصر الوقت، وأثرها على ممارساتهم وخبراتهم في إطار الزمن، وعلى نمط تفكيرهم الزمني، والآفاق الزمنية التي تحكم ذلك التفكير، وترتيب وإدارة الوقت وتوزيعه على الأنشطة اليومية والخاصة باستهلاك السلع والخدمات، إضافة إلى تحديد التغير الحادث على جوانب تلك العلاقات المتعددة للوقت مع السلوك الاستهلاكي. وجاءت هذه الدراسة المتابعة لسد الفجوة في الأدبيات العلمية السابقة في هذا المجال وبخاصة في المجتمعات العربية، ولتساعد الباحثين في مجالات التسويق وسلوك المستهلك وكذلك المهتمين بالسلوك الاجتماعي وعلاقته بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية، وذلك بتلمس التغيرات التي طرأت على ما يربو على عقد من الزمان بين الدراساتتين. وتركز الدراسة على أن علاقة الفرد مع الوقت لا يمكن التعامل معها بوصفها عملية جامدة، بل يجب النظر إليها على أنها عملية ديناميكية بوصفها جزءاً أصيلاً من جوانب التغير المجتمعي الذي تمر به الأمم تدريجياً بسبب انفتاحها الواسع على الحضارات والثقافات الأخرى، والذي يتطلب دائماً من الباحثين رصدتها وتحديد ملامحها ونتائجها ومساراتها المتوقعة.

تبين نتائج التحليل العام لبيانات الدراسة أن معظم الكويتيين (76%) هم من فئة أحادي الزمن (monochronic) أو التي تعكف على فعل النشاط الواحد حتى تنجزه، في حين أن 36% كانوا متعددي الزمن (polychronic) وهي فئة من الناس تشغل بأكثر من عمل في آن. وربما تعني هذه النتائج أن تكون جودة عمل أحادي الزمن أعلى من الفئة الثانية بحكم التركيز العقلي المنصب على نشاط واحد، وتقسيم الوقت إلى وحدات متتالية يتم توزيع النشاط عليها لرفع إنتاجية الفرد. لكن التعمق في التحليل يبين ازدواجية المفهوم العقلي للوقت لدى الكويتيين بوجه عام، فقد أبدى ما نسبته ربع العينة ازدواجية في الموافقة على أن

الوقت يمكن اعتباره خطأً مستقيماً ودائرياً أيضاً في آن واحد، وهذا يعني أنهم يحملون كلا المفهومين (أحادية الزمن وتعدديته) في وقت واحد. ووفقاً لذلك، فهم أكثر عرضة لدمج أنشطة أخرى في وقت واحد، ومن ثم، فهو يعكس احتمالية رغبة أفراد المجتمع الكويتي شراء سلع أو خدمات تمكنهم من أداء أنشطة مع انشغالهم في أعمال أخرى في آن واحد. وهذا يعني أيضاً شيوع بعض أنواع السلوك الخطر مثل اقتران القيادة مع استخدام الهاتف وإرسال الرسائل النصية بالرغم من خطورتها البالغة على سلامة مرتادي الطرق، أو السلوك الذي ينتج عنه جودة عمل منخفضة مثل محاولة أداء عمل متأخر واجب التسليم ويتطلب تركيزاً ذهنياً مع مشاركة الأصدقاء في قضاء وقت للتسلية والترفيه.

وتناولت الدراسة مسألة مهمة تتمثل في مدى تغير عادات الكويتيين في التعامل مع الوقت طوال ما يزيد عن عقد من الزمان، منذ نشر الدراسة السابقة (الوقيان، 2003). وتكشف نتائج الدراسة الحالية انتقالاً واضحاً في أدوات متابعة وتنظيم الوقت، حيث تدني استخدام الساعات الشخصية، وارتفاع ملكية المفكرات الشخصية وخصوصاً نوات التقسيم المفصل للساعات نتيجة ظهور الحواسيب اللوحية والهواتف الذكية، بخلاف ما كان عليه الحال في عام 2003 الذي لم يشهد فورة الخيارات الإلكترونية التي تقدم نماذج شتى سهلة الاستخدام للمفكرات الإلكترونية وربطها بالساعة. وفي مقارنة سريعة بين الدراستين، يتضح أن الكويتيين صاروا أكثر اهتماماً بتوقيت موعد بداية أنشطتهم مقارنة بالدراسة السابقة، غير أن المفارقة كانت في أنهم لم يعودوا يكثرثون بصورة ملحوظة بتوقيت نهاية أنشطتهم مقارنة بالسابق. ومن خلال هذه النتائج، يتبين أنه على الرغم من أن الكويتيين قد أظهروا أن الوقت ذو أهمية بالغة بالنسبة إليهم، فإن حقيقة إدارتهم وتنظيمهم له لا تعكس تطابق هذا التصور المعلن مع سلوكهم الفعلي، وبخاصة وأن أمد الأنشطة التي يتم تخطيطها ما زال يتمتع بمرونة كبيرة غير منضبطة، حيث يتم تحديد بدايتها ولكن لا يتم معرفة نهايتها سلفاً، فتبقى عرضة لتمدد أمد النشاط ليملاً الوقت بلا ضابط. وذلك يشير إلى البعد عن تطبيق المنظور الإنتاجي للوقت السائد في الدول المتقدمة، والذي يقوم على اعتبار الوقت ثميناً وذو قيمة، ويتم التعامل اليومي معه باستمرار على أنه مورد اقتصادي طبيعي (comoditized) يمكن إنفاقه وحفظه وتجنب إهداره.

ومن الناحية العملية، يمكن للمسوقين وموظفي المبيعات في الشركات والمؤسسات الاستفادة من هذه النتائج عند ترويجهم لمنتجات مرتبطة بعنصر الوقت، كالساعات التي يركز تسويقها على تقديمها لخدمة ضبط الوقت والاستيقاظ وخاصية التنبيه للمواعيد والتي تنافسها التطبيقات المجانية في الهواتف الذكية، ومن ثم يتطلب ترويج الساعات الشخصية، مثلاً، تقليل التركيز على وظيفة ضبط الوقت لصالح التوسع في ذكر منافع أخرى تتعلق بالإنفاق الشخصية أو المنافع الصحية (كقياس المشي أو ضغط الدم أو دقات القلب) أو التكامل الإلكتروني الرقمي مع الهواتف والحواسيب الآلية، وبخاصة أن الأمر لم يعد مرتبطاً

بالفئة العمرية الصغيرة المولعة بالتكنولوجيا فقط، فحتى لدى متوسطي وكبار السن أصبحت هذه الأجهزة سهلة الاستخدام مع انتشار خاصية تزامنية الأجهزة Synchronization والتي جعلت المفكرات والساعات قابلة للتحديث الفوري. كذلك عزز من انتشارها بين أفراد العينة. كما يمكن توظيف النتائج المتعلقة بالاهتمام بموعد بدء النشاط عند استهداف شريحة الكويتيين لاجتماع عمل أو مجموعة تركيز Focus Group، إذ يمكن مد موعد الانتهاء ما دام الاجتماع أو اللقاء يحتوي على أفكار أو منتجات أو خدمات تصب في إطار اهتمامهم، أو قد يكون استعداد موظف المبيعات اللافت للقاء قد أبهر عملاءه فلم يعودوا يكثرثون لموعد الانتهاء بحكم انهماكهم باللقاء الممتع والمفيد.

وعند تأمل نتائج تنظيم أداء الأنشطة الاعتيادية، يتبين الارتفاع النسبي لرتابة الأنشطة النهارية (أكثر من 50%) مقارنة برتابة الأنشطة الليلية. وهذا يمكن فهمه لكون معظم أفراد المجتمع في نهاية المطاف موظفين حكوميين وفق ساعات عمل محددة (97 من الكويتيين في القطاع العام وفق إحصائيات جهاز إعادة هيكلة القوى العاملة 2016) خلافاً لبلدان أخرى يتطلب عمل سكانها في تجارة القطاع الخاص ساعات عمل أطول لتأمين مصدر رزقها. وتعود الرتابة العالية في عدة أنشطة منزلية مثل مواعيد تناول وجبتي الغداء والعشاء، والإخلاد إلى النوم في الموعد نفسه، أو موعد مغادرة المنزل في كلتا الدراستين إلى طبيعة نمط حياة الأسرة الكويتية. حيث تخرج أفواج الموظفين من مقر أعمالها في أوقات واحدة تقريباً، كما أن عادات المنزل مثل تناول وجبة الغداء الرئيسية والعشاء والنوم مازالت ثابتة لالتقاء الأسرة على مائدة الأكل في وقت واحد، وعزز ذلك انتشار مسألة السكن لدى الوالدين، حيث مازال يعيش معظم فئة الشباب معهم في بيت واحد (عكس المجتمعات الغربية). وهذا الأمر رسخ ما دأبت عليه شريحة كبيرة من الأسر الكويتية، وهي مسألة الوقت المحددة للتناول الغداء. ومن الأمور المترتبة على ذلك، أهمية تجنب التسويق الهاتفي أو المنزلي لأي خدمة أو منتج في أثناء مواعيد الغداء أو في ساعات الذروة المرورية في أثناء عودة هذه الأعداد الغفيرة من أعمالها، فقد تكون نتائج الاستجابة سلبية أو انفعالية. أما ثبات الأنشطة الليلية التي تبين أنها ثابتة في الدراستين، فلها ما يسوغها من جهة أن مواعيد إغلاق الأسواق في المجتمع مازالت ثابتة ولم تتجاوز في أكثر الأحوال العاشرة مساءً حتى منتصف الليل. وكذلك جرى العرف في المجتمع الكويتي أن الديوانيات (مجالس الرجال) يغادرها روادها في الفترة نفسها تقريباً.

ومن أهم النتائج للدراسة الحالية شيوع حالة اطمئنان زائفة بشأن المستقبل (55%) ليس لديهم قلق من المستقبل). ويعني ذلك أن غالبية أفراد المجتمع لم يصلوا إلى الحد الذي يمكن معه تعديل سلوكهم الاستهلاكي لتنقيته من الاستهلاك الزائد والهدر بلا مردود، في حين لا يتوافر الحد الأدنى من درجات القلق والخوف من المستقبل بما يحفز التسليح بالمعرفة والاستثمار في التعليم الجاد الرافع لتنافسية الأفراد في سوق العمل، وزيادة فرص

التوظيف خارج نطاق الدولة وبخاصة في الكيانات التجارية العالمية ذات الدخول العالية، واستيفاء الشروط العالية للطلب العالمي على الخبرات والمهارات الرفيعة. كما تشير النتائج إلى أن 57% من الإناث ليس لديهن شعور بالقلق من المستقبل مقابل 50% للذكور، وأظهرت الإناث توجهاً أكبر بالماضي مقارنة بالذكور، وربما يحمل ذلك خطورة على مستقبل الأبناء لأهمية دور الأم في تحفيز النشء للإقبال على التميز والتفوق، وبخاصة أن الأم هي الغارس الرئيس للقيم في نفوس النشء في المراحل العمرية الأولى.

ومن مفارقات نتائج الدراسة أنها جاءت بخلاف التوقعات السائدة عندما يتعلق الأمر بالمستوى التعليمي وعنصر الوقت. حيث تبين النتائج أن متوسطي المستوى التعليمي هم أعلى امتلاكاً لأدوات تنظيم الوقت وتخطيطه، يليهم الحاصلون على الشهادات العليا يليهم ذوو التعليم المتدني. وهذه المفارقة تشير إلى ملاك ومديري الأعمال وشركات التوظيف بعدم الاعتماد على عنصر المستوى التعليمي فقط في استهداف القوى البشرية المطلوب توظيفها لدى المؤسسة أو لدى الغير، أو المبالغة في افتراض حسن تدبيرهم للوقت بناء على الشهادة العلمية فقط، مع ضرورة أن تأخذ هذه الجهات في الحسبان عناصر أخرى بجانب التعليم للوصول إلى شرائحها المستهدفة.

والتأمل لهذه النتائج يجد أيضاً أن التغيرات الحادثة في الهيكل النفسي الزمني وعادات استخدام الوقت قد تلقي بظلالها على جوانب متعددة من سلوك المستهلك وبخاصة الميل لشراء المنتجات والخدمات التي تقدم منافع مستقبلية أو منفعة توافر الوقت مقابل الزيادة في السعر. فعلى سبيل المثال، يزداد ميل الموجهين بالمستقبل نحو توجيه مدخراتهم لصناديق الاستثمار وبرامج التقاعد مقابل التوفير في الشراء في الوقت الحاضر، مع ميل معاكس مرتبط بالموجهين بالحاضر والماضي. كما يرغب العميل في المجتمع الكويتي عند المفاضلة بين سلعتين أو خدمتين نحو تلك التي توفر عليه وقتاً أكثر من غيرها وإن كانت أعلى سعراً.

تناولت الدراسة تناولاً عميقاً الاختلافات الناتجة عن النوع والسن وسنوات التعليم وتأثير الأفق النفسي للوقت (الماضي أو الحاضر أو المستقبل) على توجهات الكويتيين نحو الوقت. وتبين أن للعوامل الديموغرافية الثلاثة (النوع وسنوات التعليم والأفق النفسي) أثراً فاعلاً على متوسطات عوامل توجهات الكويتيين نحو الوقت مقارنة بالدراسة السابقة. وتعني هذه النتائج ضرورة مراعاة النوع والتعليم والأفق النفسي عند تسويق منتجات للكويتيين ترتبط بالوقت وذلك في مراحل تقسيم السوق وتحديد الشرائح المستهدفة، وكذلك التأكد من تنوع المشاركين في جماعات التركيز Focus Group وفق العوامل الثلاثة لرفع مستوى تمثيل العينة المشاركة للفئات المختلفة في السوق لكي يمكن التعويل على نتائجها في إنجاح المنتجات أو الخدمات المقدمة.

النتائج السابقة جميعها، تشير إلى أن هناك عدداً من الاختلافات بين نتائج هذه الدراسة المقارنة التتابعية وبين سابقتها المنشورة عام 2003. وهذه الاختلافات تهم الباحثين المهتمين بمسألة الوقت في العالم العربي، تلك التي تعاني من ندرة الدراسات فيها، وبخاصة الدراسات التتابعية، وتهم أيضاً المسوّقين وموظفي المبيعات وملاك الأعمال التجارية الصغرى والمتوسطة والكبرى؛ لأنها تعطي نظرة مقارنة بين حقتين زمنيتين تصل إلى ثلاثة عشر عاماً طرأت عليها من التغييرات التكنولوجية والاجتماعية الملحوظة ما يستدعي وقفة بحثية معمقة لمعرفة ماذا جرى، وهذا ما تحاول هذه الدراسة فعله.

سابعاً: حدود الدراسة ومقترحات للدراسات اللاحقة

تواجه هذه الدراسة، مثل غيرها من الدراسات، عدداً من الحدود limitations التي تجدر الإشارة إليها. وستتناول عدداً من المقترحات للدراسات المستقبلية. ونظراً للندرة الشديدة في الدراسات المتوافرة في مجال إدارة الوقت في دولة الكويت، فقد استخدم الباحثان منهج الإخبار الذاتي self-report لقياس متغيرات الدراسة. وعلى الرغم من أن هذا المنهج قد يعثره شيء من الانحياز بحيث لا يعكس الواقع بدقة (Mittal, Powell et al, 2008) (and Dhar, 2015)، فمن غير الممكن متابعة سلوك المبحوثين على مدار الساعة ولمدد طويلة، وبخاصة وأن مثل هذه الطرق تعد اقتحامية (Intrusive) وتؤثر في السلوك المراد مراقبته وقياسه، كما أن طبيعة هذه الدراسة التتابعية تحتم استخدام ذات المنهج ليتم مقارنة نتائج الدراسة الحالية بنتائج الدراسة السابقة التي استخدمت ذات المقاييس. وعلى ذلك، فإنه سيكون من المفيد للدراسات المستقبلية تبني أدوات قياس أخرى، وبخاصة بيانات أطراف أخرى كالوصول على رأي وتقييم المتعاملين مع أفراد العينة لتقييم كيفية التعامل الحقيقي للمبحوثين مع وقتهم. ومن ذلك مثلاً أخذ رأي المديرين أو الموظفين في سلوكيات المبحوثين في العمل، أو رأي أقاربهم أو أصدقائهم وأفراد أسرهم للتوصل إلى صورة أقرب لحال المبحوث، وهو ما يعرف بتقييم الآخرين Peer-Report.

ونظراً لأهمية الدراسة من جهة ارتباطها بالمواطنين في دولة الكويت ومدى تعاملهم مع عنصر الوقت الذي تسير في إطاره كل أنشطتهم اليومية، فإنه سيكون من المفيد عدم التوقف عند هذه الدراسة، وإنما التفكير في إعادة هذه الدراسة بعد عقد من الزمان لمعرفة مدى التغيير الذي طرأ على الكويتيين في تعاملهم مع الوقت، وبخاصة أن بالإمكان ابتكار منتجات وخدمات جديدة قد تؤثر في الحياة اليومية للمواطنين على نحو يتطلب مزيداً من البحث والتمحيص. كما أن إعادة إجراء هذه الدراسة لمقارنة التعامل مع الوقت في بيئات العمل في القطاع العام والقطاع الخاص يعد أمراً مهماً، لاسيما أن الجهود الحكومية تسعى لمزيد من توظيف المواطنين في القطاع الخاص، وهي فرصة لقياس مدى تغيير سلوكيات العاملين في بيئات الأعمال في القطاع الخاص والمختلف بطبيعة الحال عن متطلبات القطاع

العام من جهة العناصر البشرية العاملة فيه وأجواء العمل التي تتطلب مهارات أكبر في التعامل مع الوقت أو السباق مع الزمن لتحقيق إنجازات تنافسية ونتائج مالية مربحة. وتتيح هذه الدراسة الفرصة للباحثين الراغبين في دراسة الوقت تطبيق أساليب ميزانية الوقت باستخدام مناهج مشابهة لما هو متبع في أسلوب وضع موازنة الأسرة، وبخاصة وأن العمل المدر للدخل يقاس على أساس الوقت المقضي في العمل والإنتاجية في حيز الوقت الزمني المتاح.

المراجع

- عادل عبدالله الوقيان، 2003، دراسة استكشافية لتعامل المستهلك الكويتي مع الوقت، *المجلة العربية للعلوم الإدارية*، مجلد، 10 العدد 3: 307 – 335.
- Becker, G. S. 1965. A Theory of the Allocation of Time. *The Economic Journal*, 75 (299): 493-517.
- Bergadaa, M. M. 1990. The Role of Time in the Action of the Consumer. *Journal of Consumer Research*, 17(3): 289-302.
- Berry, L. L. 1979. Time-Buying Consumer. *Journal of Retailing*, 55(4) Winter: 58-69.
- Block, R. A. and Zakay, D. 1996. Models of Psychological Time Revisited. *Time and Mind*, (33):171-195.
- Carstensen, L. L., Isaacowitz, D. M., and Charles, S. T. 1999. Taking Time Seriously: A Theory of Socioemotional Selectivity. *American Psychologist*, 54(3), 165.
- Charles, S. T., & Carstensen, L. L. 1999. The Role of Time in the Setting of Social Goals Across the Life Span, In F. Blanchard-Fields & T. Hess (Eds.), *Social Cognition and Aging*: 319-342.
- Das, T. K. 1987. Strategic planning and individual temporal orientation. *Strategic Management Journal*, 8(2): 203-209.
- Davis, M. M., & Vollmann, T. E. 1990. A Framework for Relating waiting Time and Customer Satisfaction in a Service Operation *Journal of Services Marketing*, 4(1): 61-69.
- Feldman, L. P., & Hornik, J. 1981. The Use of Time: An Integrated Conceptual Model. *Journal of Consumer Research*, 7(4): 407-419.

- George, J. M., & Jones, G. R. 2000. The Role of Time in Theory and Theory Building. *Journal of Management*, 26(4): 657-684.
- Grondin, S. 2001. From Physical Time to the First and Second Moments of Psychological Time. *Psychological Bulletin*, 127(1): 22.
- Hofstede, G. 1980. *Culture's Consequences: International Differences In Work-Related Values*. Beverly Hills, CA: Sage
- Hofstede, G. 1991. *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. London: McGraw-Hill
- Hornik, J. 1984. Subjective vs. Objective Time Measures: A Note on the Perception of Time in Consumer Behavior. *Journal of Consumer Research*, 11(1): 615-618.
- Horstmannshof, Louise. and Zimitat, Craig. 2007. Future Time Orientation Predicts Academic Engagement Among First-Year University Students. *British Journal of Educational Psychology*, 77: 703-718. doi:10.1348/000709906X160778
- Kahneman, D., Kahneman, D., & Tversky, A. 2003. Experienced Utility and Objective Happiness: A Moment-Based Approach. *The Psychology of Economic Decisions*, 1: 187-208.
- Le Poidevin, R. 2015. The Experience and Perception of Time", *The Stanford Encyclopedia of Philosophy* (Summer 2015 Edition), Edward N. Zalta (ed.), URL = <<http://plato.stanford.edu/archives/sum2015/entries/time-experience/>> .
- Lewin, K. 1951. *Field Theory in the Social Sciences: Selected Theoretical Papers*. New York: Harper
- McGrath, J. E., & Tschan, F. 2004. *Temporal Matters in Social Psychology: Examining the Role of Time in the Lives of Groups and Individuals*. American Psychological Association.
- Minkov, M., & Hofstede, G. 2010. Hofstede's Fifth Dimension: New Evidence From The World Values Survey. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 43(1): 3-14
- Mittal, S, & Dhar, R. 2015. Transformational Leadership and Employee Creativity Mediating Role of Creative Self-Efficacy And Moderating Role of Knowledge Sharing, *Management Decision*, 53(5): 894-910.
- Nickols, S. Y., & Fox, K. D. 1983. Buying Time and Saving Time: Strategies for Managing Household Production. *Journal of Consumer Research*, 10(2): 197-208.

- Powell, R, Johnston, M, & Johnston, D. 2008. The Effects of Negative Affectivity on Self-Reported Activity Limitations in Stroke Patients: Testing the Symptom Perception, Disability and Psychosomatic Hypotheses', *Psychology & Health*, 23(2): 195-206.
- Reisch, L. A. 2001. Time and Wealth: The Role of Time and Temporalities for Sustainable Patterns of Consumption. *Time & Society*, 10(2-3): 367-385.
- Verdugo, V. C., Sing, B. F., & Pinheiro, J. Q. 2006. Sustainable Behavior and Time Perspective: Present, Past, and Future Orientations and Their Relationship With Water Conservation Behavior. *Revista interamericana de psicología*, Interamerican Journal of Psychology, 40(2): 139-147.
- Wackermann, J. I. Ø. Í. 2005. Experience of Time Passage: Phenomenology, Psychophysics, and Biophysical Modelling. In *Endophysics, Time, Quantum and the Subjective*, 1 (October): 189-208.
- Zimbardo, P. G., & Boyd, J. N. 2015. Putting Time in Perspective: aA Valid, Reliable Individual-Differences Metric. In *Time Perspective Theory; Review, Research and Application*: 17-55.
- Zimbardo, P. G., & Boyd, J. N. 1999. Putting Time in Perspective: A Valid, Reliable Individual-Differences Metric. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77(6): 1271-1288.

الاستبانة المستخدمة

سوف نتطرق في هذا الجزء من الاستقصاء إلى السؤال عن ستة خدمات عادة ما تمارس في الحياة العادية. هذه الخدمات تشمل التالي: الشراء من الجمعية أو الأسواق المركزية، تنظيف تعليمات: الملابس لدى المصيبة، محلات الحلاقة للرجال والصالونات للنساء، الخدمات المصرفية والبنكية، طبيب الأسنان، والطبيب العام. الرجاء وضع دائرة حول رقم الإجابة المناسبة مقابل كل خدمة في الجدول التالي:

1. كم مرة تقوم بزيارة

السوق المركزي/ الجمعية	المصيبة/ تنظيف الملابس	الحلاق/ صالون التجميل	البنك/ المصرف	طبيب الأسنان	الطبيب العام
1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
6	6	6	6	6	6
7	7	7	7	7	7
8	8	8	8	8	8
9	9	9	9	9	9
0	0	0	0	0	0

2. هل حاولت (أو على الأقل رغبت) في الذهاب في يوم معين من الأسبوع (مثلاً السبت/ الاثنين) إلى هذه الأماكن؟

السوق المركزي/ الجمعية	المصيبة/ تنظيف الملابس	الحلاق/ صالون التجميل	البنك/ المصرف	طبيب الأسنان	الطبيب العام
1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	2	2
.....					

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

السوق المركزي/ الجمعية	المصيبة/ تنظيف الملابس	الحلاق/ صالون التجميل	البنك/ المصرف	طبيب الأسنان	الطبيب العام
1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	2	2
.....					

4. هل حاولت (أو على الأقل رغبت) في الذهاب إلى هذه الأماكن في نفس الوقت (الصباح أو الظهر مثلاً) في كل مرة ذهبت فيها إلى :

السوق المركزي/ الجمعية	المصيبة/ تنظيف الملابس	الحلاق/ صالون التجميل	البنك/ المصرف	طبيب الأسنان	الطبيب العام
1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	2	2
.....					

عادل الوقيان و محمد النعيمش

5. آخر مرة ذهبت فيها إلى هذه الأماكن، هل أخذت موعد مسبق أو وضعته على جدول أعمالك في مفكرتك ؟

	السوق المركزي/ الجمعة	المصبغة/ تنظيف الملابس	الحلاق/ صالون التجميل	البنك/ المصرف	طبيب الأسنان	الطبيب العام
نعم	1	1	1	1	1	1
لا	2	2	2	2	2	2

6. عند ذهابك - في المرة القادمة- إلى هذه الأماكن، هل ستأخذ موعد أو تجدد الوقت لنفسك ؟

	السوق المركزي/ الجمعة	المصبغة/ تنظيف الملابس	الحلاق/ صالون التجميل	البنك/ المصرف	طبيب الأسنان	الطبيب العام
نعم	1	1	1	1	1	1
لا	2	2	2	2	2	2

7. الرجاء التفكير في آخر مرة ذهبت فيها إلى هذه الأماكن،

أ. كم دقيقة قضيت؟

	السوق المركزي/ الجمعة	المصبغة/ تنظيف الملابس	الحلاق/ صالون التجميل	البنك/ المصرف	طبيب الأسنان	الطبيب العام
						

ب. من الوقت الذي خرجت فيه من بيتك أو عملك إلى المكان، كم من الوقت استغرقت رحلتك؟

	السوق المركزي/ الجمعة	المصبغة/ تنظيف الملابس	الحلاق/ صالون التجميل	البنك/ المصرف	طبيب الأسنان	الطبيب العام
						

8. هل لديك أي فكرة أي من الأماكن سوف تقوم بزيارته في المستقبل ؟

	السوق المركزي/ الجمعة	المصبغة/ تنظيف الملابس	الحلاق/ صالون التجميل	البنك/ المصرف	طبيب الأسنان	الطبيب العام
						

9. في المرة القادمة، وفي اعتقادك الشخصي، كم دقيقة سوف يستغرق انتظارك في ذلك المكان ؟

	السوق المركزي/ الجمعة	المصبغة/ تنظيف الملابس	الحلاق/ صالون التجميل	البنك/ المصرف	طبيب الأسنان	الطبيب العام
						

10. في المرة القادمة، وفي اعتقادك الشخصي، كم دقيقة سوف تستغرق رحلتك (بالدقائق) من ساعة الخروج إلى الرجوع؟

	السوق المركزي/ الجمعة	المصبغة/ تنظيف الملابس	الحلاق/ صالون التجميل	البنك/ المصرف	طبيب الأسنان	الطبيب العام
						

المجلة العربية للعلوم الإدارية

11. فكر في آخر مرة قمت بها بزيارة هذه الأماكن، كم من المدة انتظرت ؟

الطبيب العام	طبيب الأسنان	البنك/المصرف	الحلاق/صالون التجميل	المصيفة/تنظيف الملابس	السوق المركزي/الجمعية	
1	1	1	1	1	1	لم انتظر أبدا
2	2	2	2	2	2	أقل من 5 دقائق
3	3	3	3	3	3	من 5 إلى 10 دقائق
4	4	4	4	4	4	من 10 إلى 15 دقيقة
5	5	5	5	5	5	من 16 إلى 30 دقيقة
6	6	6	6	6	6	من 31 إلى 45 دقيقة
7	7	7	7	7	7	من 46 إلى ساعة
8	8	8	8	8	8	أكثر من ساعة

12. إذا استدعتك الظروف إلى الانتظار في ذلك المكان، ما الذي تفعله خلال الانتظار؟

.....	السوق المركزي/الجمعية
.....	المصيفة/تنظيف الملابس
.....	الحلاق/صالون التجميل
.....	البنك/المصرف
.....	طبيب الأسنان
.....	الطبيب العام

13. هل تعتقد أنك سوف تنتظر إذا ذهبت إلى:

الطبيب العام	طبيب الأسنان	البنك/المصرف	الحلاق/صالون التجميل	المصيفة/تنظيف الملابس	السوق المركزي/الجمعية	
1	1	1	1	1	1	نعم
2	2	2	2	2	2	لا
.....						إذا نعم، كم دقيقة؟

14. هل تشعر بالضيق أو الضجر إذا اضطرت إلى الانتظار عند:

الطبيب العام	طبيب الأسنان	البنك/المصرف	الحلاق/صالون التجميل	المصيفة/تنظيف الملابس	السوق المركزي/الجمعية	
1	1	1	1	1	1	لا أتضايق
2	2	2	2	2	2	نوعا ما

15. كم دقيقة تعتقد أنه وقت "مناسب" للانتظار عند:

الطبيب العام	طبيب الأسنان	البنك/المصرف	الحلاق/صالون التجميل	المصيفة/تنظيف الملابس	السوق المركزي/الجمعية	
1	1	1	1	1	1	يجب ألا انتظر أبدا
2	2	2	2	2	2	أقل من 5 دقائق
3	3	3	3	3	3	من 5 إلى 10 دقائق
4	4	4	4	4	4	من 10 إلى 15 دقيقة
5	5	5	5	5	5	من 16 إلى 30 دقيقة
6	6	6	6	6	6	من 31 إلى 45 دقيقة
7	7	7	7	7	7	من 46 إلى ساعة
8	8	8	8	8	8	أكثر من ساعة

عادل الوقيان و محمد النعيمش

16. لأنك انتظرت طويلا، هل حاولت الذهاب إلى مكان آخر ؟

	السوق المركزي/ الجمعية	للصيفة/ تنظيف الملابس	الحلاق/ صالون التجميل	البنك/ المصرف	طبيب الأسنان	الطبيب العام
نعم	1	1	1	1	1	1
لا	2	2	2	2	2	2

17. استرجع آخر مرة ذهبت فيها إلى هذه الأماكن، هل كان الذهاب إلى هذا المكان هو من النشاطات الرئيسية في ذلك الوقت بالنسبة لك أم أنه كان هناك نشاطات ورحلات أخرى في ذلك الوقت؟

	السوق المركزي/ الجمعية	للصيفة/ تنظيف الملابس	الحلاق/ صالون التجميل	البنك/ المصرف	طبيب الأسنان	الطبيب العام
كان هو النشاط الرئيسي	1	1	1	1	1	1
واحد من عدة أنشطة	2	2	2	2	2	2

18. بشكل عام، ما هو درجة رضاك عن هذا المكان والذي تستخدمه حاليا ؟

	السوق المركزي/ الجمعية	للصيفة/ تنظيف الملابس	الحلاق/ صالون التجميل	البنك/ المصرف	طبيب الأسنان	الطبيب العام
راضي بشكل كبير	1	1	1	1	1	1
راضي	2	2	2	2	2	2
غير راضي	3	3	3	3	3	3
غير راضي بشكل كبير	4	4	4	4	4	4

الجزء الثاني

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

19. هل لديك (أو تحتفظ) أو (تستعمل) مفكرة لرصد الوقت و جدولته؟

1	نعم
2	لا

20. لأي وقت في المستقبل تقوم بوضع مواعيده ؟

1	خلال الأيام القليلة القادمة
2	الأسبوع القادم
3	الشهر القادم فقط
4	من 2-3 أشهر فقط
5	من 4-6 أشهر فقط
6	من 7-12 أشهر فقط
7	من سنة إلى سنتين
8	أكثر من سنتين

21. هل تحتوي مفكرتك عن اليوم المقسم إلى ساعات أم لا؟

1	نعم
2	لا

22. هل تقوم بوضع ساعة بداية النشاط/الموعد في المفكرة؟

1	نعم
2	لا

المجلة العربية للعلوم الإدارية

23. هل تقوم بتقدير الوقت الذي سوف ينتهي فيه النشاط/الموعد؟

1 نعم
2 لا

24. خلال يوم من أيام الأسبوع (من السبت حتى الأربعاء أو الخميس) وبشكل اعتيادي/هل تقوم بـ:

النشاط	نعم	لا
-تستيقظ خلال نفس الوقت	1	2
-تستيقظ على صوت الساعة/المنبه ،تقوم بجدولة وقت للانشطة الخاصة (تنظيف أسنانك، تناول طعام لإفطار....الخ)	1	2
-تغادر منزلك في نفس الساعة كل يوم	1	2
-توقت ساعة معينة للقاء	1	2
-تأكل العشاء (أو أي وجبة أخرى) في نفس الوقت	1	2
-ترتاح أو تنام في نفس الوقت؟	1	2

25. هل تحمل معك ساعة؟

2 لا 1 نعم

26. كم ساعة تمتلك ؟

27. ما هي الأشياء التي تمتلكها في هذه القائمة؟

الأشياء	تمتلك	لا تمتلك
تلفزيون/تلفاز	1	2
راديو/مذياع	1	2
جهاز تصوير صوتي/فيديو	1	2
فرن ميكرويف	1	2
جهاز تلفون	1	2

الجزء الثالث

تعليمات: في هذا الجزء، سوف نتطرق أي عدة اعتقادات، توجهات، وتقنيات، واستخدام الوقت. يحتوي هذا الجزء على مقطعين، لكل من هذه المقاطع تعليماته الخاصة به.

المقطع الأول

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

المستقبل	الحاضر	الماضي	
3	2	1	29. عندما اسرح أو استغرق في أحلام اليقظة، فأنتي أفكر في:
3	2	1	30. أفضل وقت في حياتي هو :
3	2	1	31. إذا كان لي الخيار، فأنتي سوف اختار الحياة في:
3	2	1	32. الأشياء بشكل عام أفضل في:
3	2	1	33. معظم الناس يفضلون:
3	2	1	34. معظم الوقت أنا أكلم عن:
3	2	1	35. أنا لا أخاف من:

عادل الوقيان و محمد النعيمش

36. أنا أفضل القصص عن:	1	2	3
37. أنا أفضل الأفلام عن:	1	2	3

المقطع الثاني

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

	أوافق بشدة	أوافق	محايد	أعارض	أعارض بشدة
39. مشاهدة التلفزيون عبارة عن إضاعة للوقت	1	2	3	4	5
40. يبدو أنه لا يوجد وقت كافٍ للقيام بكل الأنشطة	1	2	3	4	5
41. قطع الروتين الذي خططته يضاهيني	1	2	3	4	5
42. يجب على الناس عدم إضاعة وقتهم	1	2	3	4	5
43. أقوم بتخطيط أنشطتي لكل يوم	1	2	3	4	5
44. ليس هناك عذر للوصول متأخرا	1	2	3	4	5
45. تخطيط وإدارة الوقت مفتاح النجاح في الحياة	1	2	3	4	5
46. أنا دائما أخطط مسبقا لتسوقي	1	2	3	4	5
47. دائما أحب إن أعرف كم من الوقت	1	2	3	4	5
48. نادرا ما انظر إلى ساعتي أو ساعة الحائط	1	2	3	4	5
49. أنا دائما أحافظ على مواعيدي	1	2	3	4	5
50. إذا لم أكل ما نويت قضاءه اليوم، فإنني أشعر بالخيبة	1	2	3	4	5
51. أنا أحب قضاء الوقت في التحدث إلى أصدقائي وعائلتي	1	2	3	4	5
52. لدي السيطرة على كيفية استخدام وقتي	1	2	3	4	5
53. أحب قضاء الأعمال بشكل عادي ومنظم	1	2	3	4	5
54. أشعر بدرجة عالية من ضغط الوقت	1	2	3	4	5
55. أحب أن أكمل العمل بغض النظر عن الوقت الذي يستغرقه	1	2	3	4	5
56. الناس في السائق لديهم وقت أكثر من الوقت المتاح هذه الأيام	1	2	3	4	5
57. أعتقد بأن الوقت عبارة عن خط مستقيم	1	2	3	4	5
55. أعتقد بأن الوقت دائري	1	2	3	4	5
59. الوقت يشفي كل الجروح	1	2	3	4	5
60. الوقت أكثر إشراقا وازدهارا في المستقبل	1	2	3	4	5
61. ما لا أستطيع قضاءه اليوم، أكمله غدا	1	2	3	4	5
62. أفضل معرفة نهاية الوقت لأي عمل	1	2	3	4	5

المجلة العربية للعلوم الإدارية

أوافق بشدة	أوافق	محايد	أعارض	أعارض بشدة	
1	2	3	4	5	63. أشعر بأن لدي قدر ضئيل من القدرة على التحكم بوقتي
1	2	3	4	5	64. أحب العمل الجماعي وذلك لتوفير الوقت
1	2	3	4	5	65. في العادة، أنا أنسى نفسي في قضاء العمل المطلوب
1	2	3	4	5	66. الوقت المفقود لا يمكن استرجاعه أبدا
1	2	3	4	5	67. أتعامل مع الوقت على أساس أنه مورد نادر
1	2	3	4	5	68. أقضي وقت ضئيل في التفكير بشأن المستقبل
1	2	3	4	5	69. أفضل أن يكون سرعة الوقت أبطأ
1	2	3	4	5	70. عندما استمتع بوقتي، عادة ما أنسى الوقت
1	2	3	4	5	71. أقضي وقت طويل لأفكر بالماضي
1	2	3	4	5	72. الماضي أهم من المستقبل
1	2	3	4	5	73. للمستقبل ليس له نهاية

الجزء الرابع

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

74. الجنس 1. ذكر 2. أنثى
75. العمر:
76. الحالة الاجتماعية: 1. متزوج 2. أعزب 3. مطلق 4. منفصل 5. أرمل
77. ما هي درجتك التعليمية: 1. أمي 2. أقل من ثانية متوسط 3. أكملت إلى ثانية متوسط 4. أقل من الثانوية
4. أكملت الثانوية 6. بعض التعليم الجامعي 7. أكملت الجامعة 8. بعض الدراسات العليا 9. أكثر من شهادة عليا
78. هل تعمل حاليا؟ 1. نعم 2. كم ساعة في الأسبوع:
الوظيفة: 2. لا أعمل
79. هل تدرس حاليا؟ 1. نعم ما هو تخصصك؟:
2. لا أدرس حاليا
80. كم شخص يعيش معك في المنزل؟

ABSTRACT

Kuwaitis Interaction with Time: A comparative Follow-up Study

Adel A. Alwugayan

Mohammed I. Alnughaimish

Kuwait University

This study aims to uncover the underlying dimensions of the relationship between Kuwaitis and time along with the changes that occurred since the publication of the pioneering reference study in 2003. Survey method was used to collect data from a stratified sample (Gender and District, n = 730) composed of Kuwaiti citizens. Using a multitude of descriptive analysis, Confirmatory Factor Analysis and other multivariate techniques, several changes were observed regarding ownership and utilization of time-control conduits, changing habits in performing regular activities, and high influence of technology on their behavior. The majority of Kuwaitis were found to be present-oriented, were generally ambivalent regarding the future despite the negative political and economic conditions, and most Kuwaitis appeared to be monochronic in time utilization. Results reported in this study are important for marketers and planners as they offer a scientific empirical comparison between two time frames for the same population, especially as most products and government plans are primarily concerned with the future.

عادل عبدالله الوقيان، حاصل على شهادة الدكتوراه من جامعة
روود آيلاند بالولايات المتحدة الأمريكية. يشغل منصب أستاذ
مشارك بقسم الإدارة والتسويق بكلية العلوم الإدارية بجامعة
الكويت. عمل أميناً عاماً للمجلس الأعلى للتخطيط والتنمية، دولة
الكويت (2007-2014) وشغل منصب العميد المساعد بكلية العلوم
الإدارية وكذلك مدير مركز التميز بكلية العلوم الإدارية بجامعة
الكويت (2003-2007). تشمل اهتماماته البحثية: التسويق
الإستراتيجي، وسلوك المشتري، وأخلاقيات التسويق، والمسؤولية
الاجتماعية للمؤسسات التسويقية والتسويق الاجتماعي لأغراض
السياسة العامة. wugayan@yahoo.com

محمد إبراهيم النعيمش، باحث دكتوراه بالإدارة في جامعة ساوثهامبتون، المملكة المتحدة، وحاصل على ماجستير MBA من كلية ماسترخت للإدارة. عمل مسؤولاً ومستشاراً في مجال الاستثمار والعقار والإدارة، كان آخرها منصب القائم بأعمال الرئيس التنفيذي لشركة أنوفست المدرجة في سوق الأوراق المالية بالكويت والبحرين. وشغل عضوية عدد من مجالس الإدارات، وكاتب متخصص في الإدارة بصحيفة الشرق الأوسط اللندنية. تشمل اهتماماته البحثية: الإدارة والقيادة ومهارات التواصل.

m.nughaimish@gmail.com