

اتجاه طالبات السكن وإدارة المنزل نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج والمعتمرين

The Conversion of Housing and Home Management Female Students towards Small Projects for the Production of Gifts for Hajj and Umrah Pilgrims

د. هنادي محمد عمر سراج قمره

أستاذ مشارك السكن وإدارة المنزل - كلية التصميم والفنون - جامعة أم القرى

المملكة العربية السعودية

مستخلص البحث

يهدف البحث إلى التعرف على اتجاه طالبات السكن وإدارة المنزل نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج والمعتمرين، وقد اتبع المنهج الوصفي التحليلي، وتم جمع البيانات من خلال استبيان طبق على عينة من 233 طالبة من تخصص السكن وإدارة المنزل، و 52 من أرباب الطوائف للتعرف على آرائهم في المشروعات الصغيرة لهدايا الحجاج والمعتمرين.

أهم النتائج:

- ان النسبة الأعلى لاستجابات أفراد العينة من " أرباب الطوائف" تجاه وجود مشروعات صغيرة لإنتاج هدايا الحجاج والمعتمرين كانت بالموافقة حيث 98.1% من أفراد عينة البحث يفضلون وجود مشروعات صغيرة بأيدي سعودية لإنتاج الهدايا التذكارية، و أكد أفراد العينة على إمكانية الدعم والدعاية للمشروع الصغير بنسبة 92,3% ، وتوفير التمويل بنسبة 96.2% ، والتسويق للمنتج بنسبة 90.4% .
- ان اهم الصعوبات والمشكلات التي تواجه طالبات السكن وإدارة المنزل للبدء بعمل مشروع صغير في مجال هدايا الحجاج والمعتمرين كانت عدم وجود التمويل بنسبة 72.5% ، وعدم معرفة الجهات الداعمة بنسبة 67,8% ، كما ان 66.5% لا يستطيعون إنجاز المعاملات الإدارية الخاصة بالمشروع ، 63.1% تواجهن صعوبة في التزامتهن المادية ، 60.9% لم يلقوا التوجيه المناسب أكاديميا ، 58.4% لا يستطيعن تسويق منتجاتهن .
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة من الطالبات في اتجاهتهن نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج والمعتمرين عند مستوى دلالة (0.01) تبعاً لمتغيرات الدراسة، لصالح غير المتزوجات، و اللاتي تتراوح أعمارهن من 25 سنة لأقل من 30 سنة. ولصالح نوات الدخل المنخفض .
- توجد علاقة ارتباط طردي بين استبيان اتجاه طالبات السكن وأداره المنزل نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج والمعتمرين وبعض متغيرات الدراسة (العمر، الدخل الشهري) عند مستوى دلالة 0.01.
- بالنسبة لجودة هدايا الحجاج والمعتمرين المتوافرة في السوق فإن أفراد عينة البحث من أرباب الطوائف يرون إنها غير مناسبة بنسبة 51.9% . وان السعر غير مناسب بنسبة 61.5% ، كما يرى أفراد العينة أن الهدايا المتوافرة بالسوق لا تحمل هوية مكة المكرمة بنسبة 55.8% . وأخيراً فإن 63.5% لا يناسبهم ان الهدايا الخاصة بالحجاج والمعتمرين مستوردة من دول اخرى.
- بالنسبة لجودة هدايا الحجاج والمعتمرين المتوافرة في السوق فإن أفراد عينة البحث من الطالبات يرون انها غير جيدة بنسبة 49.8% ، واسعارها غير مناسبة بنسبة 53.2% ، و 42.5% لا تناسبهن الخامات المستخدمة في صناعة هدايا الحجاج والمعتمرين ، كذلك وزن وحجم الهدايا التذكارية المتوافرة بالسوق ترى 43.3% من افراد العينة انه غير مناسب .وبالنسبة لتغليف الهدايا التذكارية الخاصة بالحجاج والمعتمرين لم يناسبهن بنسبة 52.7% .

و ترى العينة من الطالبات أن الهدايا المتوافرة بالسوق لا تحمل هوية مكة المكرمة بنسبة 57.9% . ولا يناسبها كذلك أن الهدايا مستوردة من دول أخرى بنسبة 66.1% .

الكلمات المفتاحية:

هدايا الحجاج والمعتمرين ، المشروعات الصغيرة، طالبات السكن وإدارة المنزل .

المقدمة ومشكلة البحث:

ان الحج فريضة تتضمن عدة ابعاد في ان واحد ، البعد الايماني والتعبدي في مناسك الحج ، والبعد الزمني المخصص في أيام الحج ، والبعد الجغرافي والمكاني المرتبط بمكة المكرمة والمشاعر المقدسة والمدينة المنورة ، واجتماع هذه الابعاد في ظاهرة واحدة وفي ان واحد يجعل الحج ظاهرة فريدة واجتماع بشري له انعكاسات متعددة منها اقتصادية وإدارية وتنظيمية وامنية ، وعلى المستوى الاقتصادي هناك انعكاسات واثار اقتصادية للحج يمكن رصدها على المستوى الكلي من خلال الاثار الاقتصادية الكلية للحج على اقتصاد المملكة ، وعلى المستوى الجزئي ، فان قدوم الحجاج واقامتهم بمكة ينشئ نمطا متعددًا للإنفاق وبالتالي طلبا في أسواق السلع مثل شراء الهدايا والاطعمة والخدمات . ويبلغ متوسط قيمة الانفاق على الهدايا 2050 ريال للحاج القادم من الخارج من متوسط 8351 ريال لتكلفة الحج، ومتوسط الانفاق على الهدايا 1125 ريال من متوسط الانفاق 4500 ريال لحجاج الداخل. أي بنسبة 25% من متوسط الانفاق الكلي (العبدلي ،2009، اقتصاديات الحج، <https://iefpedia.com/arab/?p=8585>).

و هدايا الحجاج والمعتمرين المتوافرة الأسواق لا يزال اكثرها مستوردا، رغم وجود بعض المنتجات الوطنية ، وعلى هذا لا بد من الاهتمام بمجال المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج والمعتمرين لأنها مصدر مهم في تنمية الاقتصاد ، و أشارت بندقجي (2014) الى ضرورة الاهتمام من قبل المختصين بالتخطيط الاقتصادي بتحديد أفضل مجالات المشروعات الصغيرة وأنسبها للمرأة مما يكون سوق انتاج محلية تحمل الطابع الوطني .

ولابد من تحفيز الإنتاج المحلي وزيادة الطاقة الإنتاجية للمشاريع الصغيرة التي تعمل على تقليص المستوردات الأجنبية وتطوير المفهوم الريادي للمشاريع الصغيرة ، والتي بدورها تساهم في نمو الاقتصاد الوطني (السكرانه،2007).

وقد اثبتت دراسة إسماعيل (2014) اعتماد العينة على المشروع الخاص بها كمصدر رئيسي للدخل وهذا دليل ان المشروع الصغير يحقق اهداف التنمية البشرية ، ويعمل على زيادة دخل الافراد .

وبما أن وضع المرأة ومكانتها هو انعكاس لدرجة التقدم التي وصل اليها المجتمع ، ومن هنا يصبح استثمار طاقاتها المهذرة أحد الضرورات التي يجب تحقيقها ، وهذا يظهر واضحا في خطط التنمية للمملكة العربية السعودية (اليزيدي ، 2017). بدأ من خطة التنمية الأولى 1395/1390 والتي اهتمت بتعليم المرأة ، ومن بعدها الخطط التي اهتمت بعمل المرأة وتفعيل دورها في التنمية بما لا يتعارض مع تعاليم الدين الإسلامي ، وصولا الى رؤية 2030 للمملكة والتي اهتمت بتمكين المرأة في كافة المجالات . وسعت الى تشجيع المرأة على العمل وعززت دورها في المشاركة في القطاع الخاص وقطاع الاعمال وفي المشروعات الصغيرة (وزارة الاقتصاد التخطيط،2020).

<https://mep.gov.sa/ar>

وركزت رؤية المملكة 2030 على دعم المنشآت الصغيرة والمتوسطة ، نظرا لدعمها لنمو الاقتصاد ، حيث ان أحد الأهداف الأساسية لرؤية 2030 يهتم برفع مستوى مساهمة المنشآت الصغيرة والمتوسطة في الناتج المحلي الإجمالي ، من 20% الى 35% بحلول 2030.(رؤية المملكة 2030) <https://vision2030.gov.sa/> هذا و تسعى وزارة التجارة ممثلة في الغرف التجارية الى دعم المشروعات الصغيرة والعمل على تحسين التجربة للمستفيدين من خدماتها ، ومن ضمنها الغرفة التجارية الصناعية بمكة المكرمة التي تسعى تحقيقا لرؤية المملكة 2030 لتمكين المجتمع المكي ودعم مشاريع الاسر المنتجة وخلق فرص العمل وتطوير الصناعات والحرف

الوطنية من خلال العديد من البرامج والمبادرات التي تخدم الاسر المنتجة وتساعد على تمكينها اقتصاديا من خلال دورات تأهيلية وتسويقية وتشجيعها على إقامة مشروعات صغيرة او متناهية الصغر بهدف الارتقاء بهذه الفئة لتصبح شريكا أساسيا في التنمية المستدامة حيث تسعى الى تعميق ثقافة العمل الحر بين افراد المجتمع وتشجيع الاسر المنتجة على زيادة الإنتاج المتنوع بجودة عالية ومواصفات عالمية (غرفة مكة ، بوابة الاسر المنتجة ، <http://pf.makkaheci.org.sa/> (2020

وقد بلغ عدد المشتغلين من النساء في المنشآت المتناهية الصغر 35,147 ، وفي المنشآت الصغيرة 183,823 (هيئة الإحصاءات العامة، مسح المنشآت الصغيرة والمتوسطة ، 2018، ص13). https://www.stats.gov.sa/sites/default/files/small_and_medium-sized_establishments_survey_2018_ar.pdf

و أكدت العبدلي (2008، ص155) ان عمل المرأة في الاستثمار هو اسهام حقيقي في تنمية الاقتصاد و قد يفوق في قيمته المضافة للنتاج المحلي الإجمالي أي نوع اخر من مشاركات المرأة في التنمية. وهذه المشاريع الصغيرة تساهم في دعم الاقتصاد الوطني فهي تقلل حجم البطالة وتساهم في إيجاد فرص وظيفية لعدد كبير من الافراد ، حيث اشارت دراسة بالخوير (2004) بان اهم أسباب التفكير العمل من المنزل هو عدم وجود وظائف حكومية وزيادة دخل الاسرة واستغلال وقت الفراغ. حيث ان محاصرة البطالة والفقر ومعالجة أسبابها في الدول ليس فقط حاجة إنسانية ملحة بل صمام امان اجتماعي وتطوير للتنمية البشرية والاقتصادية ، و اتساع هوة الفقر والبطالة من العوامل التي تهدد التنمية البشرية ، لانها معنية بتحقيق المساواة ومبدأ التكافؤ للفرص وتجاهل هاتين الدعامتين هو السبب الرئيسي في انتشار تلك الظواهر السالبة بين الشعوب . كما يعتبر ان مصدر المشكلات وكافة الشرور التي يعاني منها الافراد في أي مجتمع (إسماعيل، 2014).

وقد أكدت دراسة الزهراني (2013) وجود علاقة ارتباطية موجبة بين المشروعات الصغيرة والتنمية الاقتصادية والاجتماعية للأسرة .ومن الضروري تقديم حلول لمعالجة المشاكل التي تعاني منها الاسرة والعمل على فتح مجالات جديدة امام المرأة في مجالات القطاعات الخاصة وفي مجال المشاريع الصغيرة والاسر المنتجة ودعم المؤسسات الحكومية لمنظمات المجتمع المدني التي تديرها النساء (عبدالرحمن ، د.ت) . ولا بد من الاهتمام بدور المرأة في التنمية الاقتصادية والعمل على زيادة مشاركتها من خلال توسيع مجالات التخصص المتاحة لها بما يتناسب مع حاجة السوق وطبيعة تكوين المرأة (العبدلي، 2008 ، ص329) . و كما تساهم المشروعات الصغيرة في القضاء على البطالة المتزايدة بين الخريجات من مختلف الكليات ، فإنها الطريق لتكوين جيل جديد من صغار المستثمرات على مستوى عال من الابداع والابتكار والكفاءة (بندججي، 2014) حيث ان تنمية المرأة هي احدى العوامل الرئيسية للتنمية في ظل التغيرات الاقتصادية والاجتماعية ، فلا بد من تسليحها بالمهارات والقدرات لمساعدتها على التمكن من القيام بدورها الفعال والحيوي في كل عمليات التنمية ، مما يجعلها قادرة على إدارة شئون اسرتها ومن ثم كان التفكير في كيفية النهوض بها (إبراهيم، 2007). وتشجيعها على الالتحاق بالعمل في القطاع الخاص ، ومنحها حقوقها في الترقى والتأهيل والتدريب لتطوير قدراتها ومسايرة الاتجاهات الحديثة في تنمية عوامل الابتكار (الطلاق ، المرونة ، الاصاله ، الحساسية للمشكلات) من خلال برامج تدريبية مقصودة ، تتناسب وتنمية الابتكار في مهارات التصميم الداخلي والاعمال الفنية واليدوية لدى السيدات صاحبات المشروعات الصغيرة (حسنين ، 2011، ص237) . ، حيث لا بد ان يتمتع أصحاب المشروعات بخصائص وقدرات ومهارات معينة تمكنهم من إدارة هذه المشاريع لتكون ريادية . خلال دورة حياة المشروع ليتمكن من الاستمرار والنجاح والبقاء (السكرانه، 2007).

وتكتسب طالبات السكن وإدارة المنزل الخبرات والمهارات اللازمة والتي تؤهلهن لممارسة المشروعات الصغيرة من خلال خطة الدراسية تحتوي على مقررات نظرية تكون لديهن المعلومات والمعارف اللازمة للبدء بمشروع صغير وإدارته بطريقة صحيحة ، ومقررات عملية تطبيقية للمهارات والفنون التي يمكن تطبيق المنتجات من خلالها .

وبما ان السوق المحلي يطلب المنتج المميز بأيدي سعودية والذي يحمل هوية صنع في مكة فهي فرصة مميزة لطالبات السكن وإدارة المنزل بان يحققن فرصة عمل مميزة ومصدر دخل مستمر وقد يستثمر ويتطور ليصبح

- مشروعاً أكبر. من خلال مشروعات صغيرة لإنتاج هدايا الحجاج والمعتمرين بأيدي سعودية وتحمل هوية مكة المكرمة. وعلى هذا يمكننا تحديد تساؤلات البحث من خلال التساؤلات التالية:
- 1- ما رأي أفراد عينة البحث "أرباب الطوائف، و الطالبات" في الهدايا التذكارية الخاصة بالحجاج والمعتمرين المستوردة المتوافرة في الأسواق.
 - 2- ما أثر العوامل الديموغرافية على اتجاه طالبات السكن وإدارة المنزل نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج المعتمرين .
 - 3- ما العلاقة بين اتجاه طالبات السكن و إدارة المنزل نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج المعتمرين وبين متغيرات الدراسة.

أهمية البحث:

- توظيف مخرجات قسم السكن وإدارة المنزل ضمن احتياجات السوق المحلي والعالمي في مخرجات لهدايا الحجاج والمعتمرين .
- زيادة فرص العمل لطالبات وخريجات السكن وإدارة المنزل في المشروعات الخاصة بهن او العمل ضمن هذه المشروعات وخفض نسبة البطالة بسبب قلة الوظائف.
- إيجاد منتجات محلية تحمل الهوية الوطنية من مكة المكرمة تعزز الاقتصاد الوطني وتحمل هوية المملكة العربية السعودية الى العالم الاسلامي.

أهداف البحث:

- يهدف البحث إلى التعرف على اتجاه طالبات السكن وإدارة المنزل نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج من خلال:
- 1- التعرف على آراء أفراد عينة البحث "أرباب الطوائف، الطالبات" في الهدايا التذكارية الخاصة بالحجاج والمعتمرين المستوردة المتوافرة في الأسواق.
- 2- التعرف على أثر متغيرات الدراسة على اتجاه طالبات السكن وإدارة المنزل نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج المعتمرين .
- 3- تحديد نوع العلاقة بين اتجاه طالبات السكن وإدارة المنزل نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج المعتمرين ومتغيرات الدراسة.
- 4- معرفة أولوية اتجاهات طالبات السكن وإدارة المنزل نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج المعتمرين

فروض البحث:

- الفرض الأول : ما هي آراء أفراد عينة البحث "أرباب الطوائف ، الطالبات" اتجاه الهدايا التذكارية الخاصة بالحجاج والمعتمرين المستوردة المتوافرة في الأسواق.
- الفرض الثاني : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة في اتجاهاتهن نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج المعتمرين تبعاً لمتغيرات الدراسة .
- الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية بين استبيان اتجاه طالبات السكن وإدارة المنزل نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج المعتمرين ومتغيرات الدراسة.
- الفرض الرابع : تختلف الأوزان النسبية لأولوية اتجاهات طالبات السكن و إدارة المنزل نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج المعتمرين.

مصطلحات البحث:

الاتجاه:

عرف Bogardus (1931) الاتجاه بأنه (نزعة للتصرف سواء إيجابيا أو سلبيا نحو وضع ما في البيئة التي تحدد قيمة إيجابية أو سلبية لهذا التصرف) نقلا عن صديق (2000، ص301) وللاتجاه ثلاث مكونات رئيسية هي:

- المكون العاطفي (الانفعالي) الذي يعود الى مشاعر الشخص ورغباته تجاه قضية او قيمة او موضوع ما . اما اقباله عليه او نفوره منه .
- المكون المعرفي الذي يشير الى المعلومات والحقائق والمعارف والقيم والاراء التي ترتبط بموضوع الاتجاه .
- المكون السلوكي الذي يتمثل في استجابة الفرد تجاه موضوع الاتجاه بطريقة ما . قد تكون نسبية او إيجابية (صديق، 2012).

المشروعات الصغيرة:

هي المشروعات التي تستخدم عددا قليلا من العاملين ، وتدار من قبل المالكين ، وتتخذ من المنزل مقرا له ، او في مؤسسة خارج المنزل ، ويعتمد نجاحها على الحافز الذاتي والتخطيط الجيد (العطية، 2004).
وعرفها الحسيني (2006، ص21) بأنها الأنشطة ذات الكيانات المحدودة والتي يتراوح عدد العاملين فيها بين خمسة الى عشرة اشخاص وهي تحدد بأنشطة معينة وتمارس عملياتها وفعاليتها الاقتصادية في مناطق جغرافية معينة .

هدايا الحجاج والمعتمرين :

يقصد بها في هذا البحث المنتجات التي يشتريها الحجاج والمعتمرين في مكة المكرمة اثناء فترة الحج والعمرة ، ويحملونها معهم الى أهلهم كهدايا من أرض الحرم . وتتمثل في التذكارات الصغيرة والهدايا الدينية من السجاد والسبح و الملابس والعباب الأطفال والصور بعض التحف المنزلية وغيرها .

حدود البحث:**الحدود الزمانية:**

أقيمت الدراسة خلال العام 1435 هـ، الفصل الدراسي الثاني وهي الفترة التي تم فيها بناء أدوات البحث وتوزيعها وتحليلها احصائيا .

الحدود المكانية:

تم تطبيق البحث في منطقة مكة المكرمة، حيث هي المدينة التي تقام فيها شعائر الحج والعمرة ويقام فيها الحجاج والمعتمرين، ومقر إقامة عينة البحث.

الحدود البشرية:

اشتملت عينة البحث على عينة من 233 طالبة من كلية التصميم تخصص السكن وإدارة المنزل، من مستويات اجتماعية واقتصادية مختلفة. للتعرف على اتجاهاتهن نحو المشروعات الصغيرة الخاصة بهدايا الحجاج والمعتمرين.

و52 من ارباب الطوائف للتعرف على آرائهم في المشروعات الصغيرة الخاصة بهدايا الحجاج والمعتمرين . (أرباب الطوائف : هم المطوفين من أصحاب مكاتب الطوافة والذين يعملون على خدمة الحجاج والمعتمرين خلال فترة أدائهم لمناسك الحج والعمرة)،

الأسلوب البحثي:**أولاً: منهج البحث:**

اتبع في هذا البحث المنهج الوصفي التحليلي ، و أوضحه عبيدات وآخرون (2017 : 180) بأنه الأسلوب الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما وجدت في الواقع ، ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً ، ويعبر عنها تعبيراً كمياً أو كيفياً

، فالتعبير الكيفي يصف الظاهرة ، ويوضح خصائصها ، أما التعبير الكمي فيعطي وصفاً رقمياً يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها ، ودرجات ارتباطها مع الظواهر المختلفة الأخرى ومختلف الموضوعات المرتبطة بها ، وتحليلها وتفسيرها ؛ للوصول إلى تعميمات بشأنها ، والمقارنة بينها وبين الطرق المختلفة ، كما أنه يحدد الظروف والعلاقات التي توجد بين الوقائع ، ولا يقتصر على جمع البيانات وتبويبها ، وإنما يتضمن قدراً من التفسير لهذه البيانات .

ثانياً: إعداد وبناء الأدوات:

تطلب إجراء هذه الدراسة إعداد وبناء الأدوات اللازمة لجمع البيانات؛ وذلك لتحقيق هدف الدراسة واستخلاص النتائج، ولكي تعد الباحثة أدوات البحث، فقد تم إعداد استبيان يحتوي مجموعة من المحاور؛ لجمع البيانات العامة لأفراد العينة، والمعلومات التي يمكن من خلالها التحقق من صحة فروض البحث؛ للوصول إلى النتائج النهائية للدراسة من خلال:

(أ): إعداد وبناء الاستبيان:

اشتملت استمارة الاستبيان عدد من المحاور على النحو التالي:

استمارة البيانات العامة لأرباب الطوائف / استمارة بيانات طالبات السكن وإدارة المنزل.

استبيان قياس اتجاه طالبات السكن وأداره المنزل نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج والمعتمرين.

(1) استمارة البيانات العامة :

تم إعداد هذه الاستمارة في صورة جدولية، حيث احتوت على البيانات العامة لأفراد العينة وتشتمل هذه الاستمارة على جميع البيانات والمعلومات الأولية، لتحديد الحالة الاجتماعية، والاقتصادية، والثقافية لأفراد عينة البحث، حيث تحتوي على البيانات التالية:

استمارة البيانات العامة لأرباب الطوائف:

أ- العمر: وتم تقسيمه إلى ثلاث فئات، كل فئة تختلف عن سابقتها بعشر سنوات بداية من 25 سنة لأقل من 35 سنة ، من 35 سنة لأقل من 45 سنة ، من 45 سنة فأكثر ؛ وذلك لتحديد عمر افراد العينة.

ب- سنوات الخبرة والعمل في مجال الحج والعمرة: وتم تقسيمه الى أربع فئات ، كل فئة تختلف عن سابقتها بخمس سنوات بداية من أقل من 10 سنوات ، من 10 سنوات لأقل من 15 سنة ، من 15 سنة لأقل من 20 سنة ، من 20 سنة فأكثر ؛ لتحديد عدد سنوات العمل والخبرة في مجال خدمات الحج والعمرة .

ج- المستوى التعليمي: لتحديد درجة تعليم العينة، وتم تقسيمها إلى مستويين، الشهادة الثانوية وما اقل ، الشهادة الجامعية وما فوق ، وذلك لتناسب الاجراءات الاحصائية.

استمارة بيانات طالبات السكن وإدارة المنزل:

أ- الحالة الاجتماعية: وتم تقسيمها الى فئتين ، متزوجة وغير متزوجة ؛ وذلك لتحديد الحالة الاجتماعية لعينة البحث ب- العمر: وتم تقسيمه إلى ثلاث فئات، كل فئة تختلف عن سابقتها بخمس سنوات بداية من 20 سنة لأقل من 25 سنة ، من 25 سنة لأقل من 30 سنة، من 30 سنة فأكثر ؛ وذلك لتحديد عمر افراد العينة.

ج- الدخل الشهري للأسرة : وتم تقسيمها الى أربع فئات مختلفة بدء من 800 ريال فاقل ، من 800 ريال إلى أقل من 2000 ريال ، من 2000 ريال إلى أقل من 4000 ريال ، من 4000 ريال فأكثر، وذلك لتحديد مستوى الدخل لعينة البحث لتناسب الاجراءات الاحصائية.

(2) استبيان قياس اتجاه طالبات السكن وأداره المنزل نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج والمعتمرين:

تكون من (27) عبارة قسمت على ثلاث محاور (المكون المعرفي "العقلي"، المكون الانفعالي "العاطفي"، المكون السلوكي "المهارات") مستخدماً في تصحيحه مفتاح تصحيح ثلاثي متدرج متصل في جميع محاور الاستبيان وهو (دائماً، أحياناً، أبداً) وإعطاء درجات (3, 2, 1) على الترتيب للإجابات الثلاثة ذات الاتجاه الايجابي، و (1, 2, 3) على الترتيب للإجابات ذات الاتجاه السلبي،

وقد اشتمل المحور الأول على عبارات تقيس المكون المعرفي "العقلي" عن المعلومات والحقائق والمعارف لدى الطالبات عن المشروعات الصغيرة الخاصة بهدايا الحاج والمعتمرين .

واشتمل المحور الثاني عبارات تقيس المكون العاطفي (الانفعالي) عن رغبة الطالبات في العمل في المشروعات الصغيرة لهدايا الحجاج والمعتمرين ورغبتهم في ذلك والقيمة التي يمثلها الموضوع لديهن .

واشتمل المحور الثالث عبارات تقيس المكون السلوكي عن المهارات والتقنيات التي تنتقنها الطالبات والتي تؤهلن للعمل في المشروعات الصغيرة الخاصة بهدايا الحجاج والمعتمرين .

ثالثاً: تقنين أدوات البحث (الصدق والثبات):

استبيان اتجاه طالبات السكن وأداره المنزل نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج والمعتمرين :

صدق الاتساق الداخلي :

حساب معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من العبارات المكونة للاستبيان، والدرجة الكلية للاستبيان .
تم حساب الصدق باستخدام الاتساق الداخلي وذلك بحساب معامل الارتباط (معامل ارتباط بيرسون) بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للاستبيان (اتجاه طالبات السكن وأداره المنزل نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج والمعتمرين) ، والجدول التالي يوضح ذلك :

جدول (1) قيم معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للاستبيان

م	الارتباط	الدالة	م	الارتباط	الدالة
-1	0.786	0.01	-15	0.912	0.01
-2	0.751	0.01	-16	0.857	0.01
-3	0.935	0.01	-17	0.702	0.01
-4	0.847	0.01	-18	0.951	0.01
-5	0.871	0.01	-19	0.807	0.01
-6	0.635	0.05	-20	0.891	0.01
-7	0.794	0.01	-21	0.602	0.05
-8	0.642	0.05	-22	0.628	0.05
-9	0.735	0.01	-23	0.835	0.01
-10	0.682	0.01	-24	0.946	0.01
-11	0.961	0.01	-25	0.772	0.01
-12	0.611	0.05	-26	0.748	0.01
-13	0.928	0.01	-27	0.863	0.01
-14	0.813	0.01			

يتضح من الجدول أن معاملات الارتباط كلها دالة عند مستوى (0.01 – 0.05) لاقترابها من الواحد الصحيح مما يدل على صدق وتجانس عبارات الاستبيان .

الثبات:

يقصد بالثبات reability دقة الاختبار في القياس والملاحظة، وعدم تناقضه مع نفسه ، واتساقه واطراده فيما يزودنا به من معلومات عن سلوك المفحوص ، وهو النسبة بين تباين الدرجة على المقياس التي تشير إلى الأداء الفعلي للمفحوص ، وتم حساب الثبات عن طريق :

معامل الفا كرونباخ Alpha Cronbach ، طريقة التجزئة النصفية Split-half ، جيوتمان Guttman

جدول (2) قيم معامل الثبات لاستبيان اتجاه طالبات السكن وإدارة المنزل نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج والمعتمرين

جيوتمان	التجزئة النصفية	معامل الفا	ثبات استبيان اتجاه طالبات السكن وإدارة المنزل نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج والمعتمرين ككل
0.840	0.891 – 0.826	0.865	

يتضح من الجدول السابق أن جميع قيم معاملات الثبات: معامل الفا ، التجزئة النصفية ، جيوتمان دالة عند مستوى 0.01 مما يدل على ثبات الاستبيان .

وصف العينة

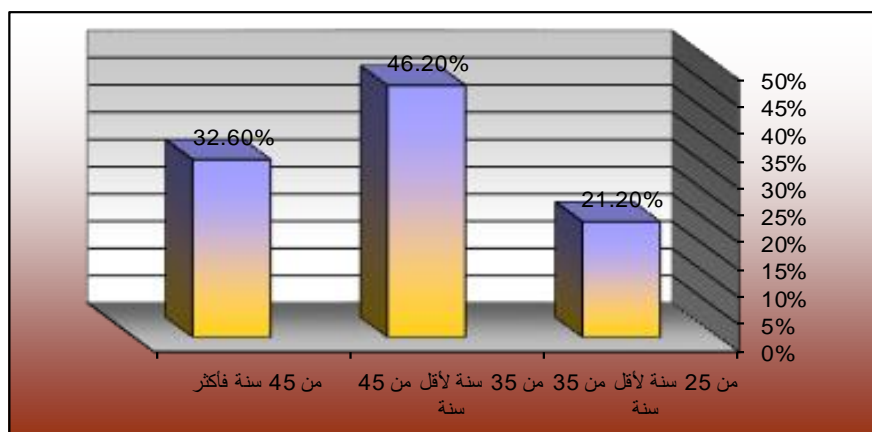
فيما يلي وصف شامل لعينة الدراسة "أرباب الطوائف" موضحة في الجداول من (3 إلى 7) ، و عينة الطالبات موضحة في الجداول من (8 إلى 12) وذلك من حيث :
وصف عينة الدراسة "أرباب الطوائف" :

1- العمر:

يوضح الجدول (3) والشكل البياني (1) توزيع أفراد عينة البحث تبعاً لمتغير العمر

جدول (3) توزيع أفراد عينة البحث تبعاً لمتغير العمر

النسبة %	العدد	العمر
21.2%	11	من 25 سنة لأقل من 35 سنة
46.2%	24	من 35 سنة لأقل من 45 سنة
32.6%	17	من 45 سنة فأكثر
100%	52	المجموع



شكل (1) يوضح توزيع أفراد عينة البحث تبعاً لمتغير العمر

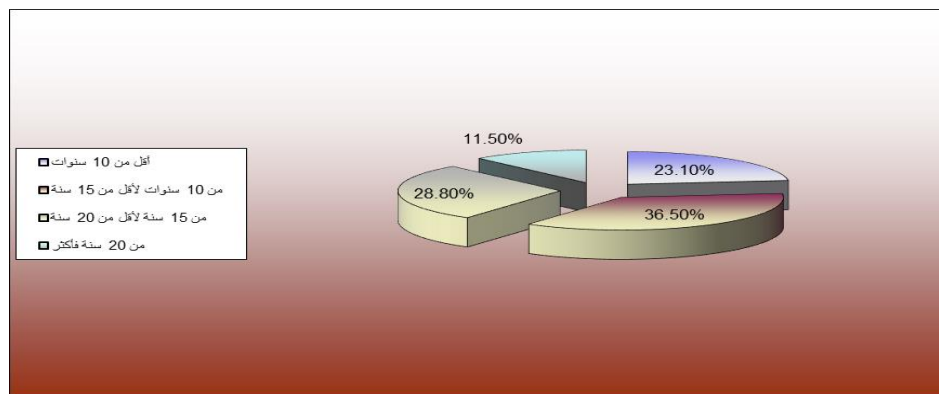
يتضح من الجدول (3) والشكل البياني (1) أن 46.2% من أفراد عينة البحث تراوحت أعمارهم من 35 سنة لأقل من 45 سنة ، بينما 32.6% من أفراد عينة البحث كانت أعمارهم من 45 سنة فأكثر ، وأخيراً 21.2% من أفراد عينة البحث تراوحت أعمارهم من 25 سنة لأقل من 35 سنة.

2- سنوات الخبرة والعمل في مجال الحج والعمرة:

يوضح الجدول (4) والشكل البياني (2) توزيع أفراد عينة البحث تبعاً لمتغير سنوات الخبرة والعمل في مجال الحج والعمرة

جدول (4) توزيع أفراد عينة البحث تبعاً لمتغير سنوات الخبرة والعمل في مجال الحج والعمرة

النسبة %	العدد	سنوات الخبرة والعمل في مجال الحج والعمرة
23.1%	12	أقل من 10 سنوات
36.5%	19	من 10 سنوات لأقل من 15 سنة
28.8%	15	من 15 سنة لأقل من 20 سنة
11.5%	6	من 20 سنة فأكثر
100%	52	المجموع



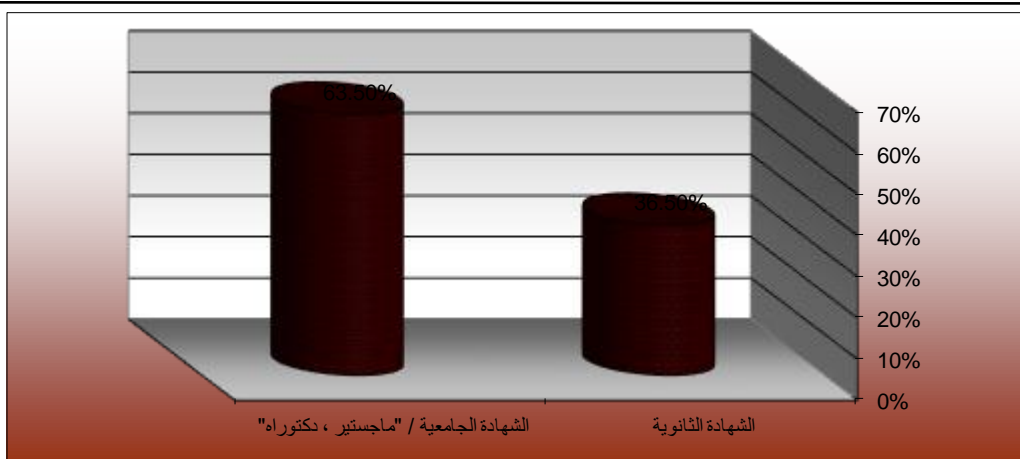
شكل (2) يوضح توزيع أفراد عينة البحث تبعاً لمتغير سنوات الخبرة والعمل في مجال الحج والعمرة يتضح من الجدول (4) والشكل البياني (2) أن 36.5% من أفراد عينة البحث تراوحت سنوات الخبرة والعمل من 10 سنوات لأقل من 15 سنة ، بينما 28.8% تراوحت سنوات الخبرة والعمل من 15 سنة لأقل من 20 سنة ، و23.1% كانت سنوات الخبرة والعمل أقل من 10 سنوات ، وأخيراً 11.5% من أفراد عينة البحث كانت سنوات الخبرة والعمل من 20 سنة فأكثر.

1- المستوى التعليمي:

يوضح الجدول (5) والشكل البياني (3) توزيع أفراد عينة البحث تبعاً لمتغير المستوى التعليمي

جدول (5) توزيع أفراد عينة البحث تبعاً لمتغير المستوى التعليمي

النسبة %	العدد	المستوى التعليمي
36.5%	19	الشهادة الثانوية
63.5%	33	الشهادة الجامعية / "ماجستير، دكتوراه"
100%	52	المجموع



شكل (3) يوضح توزيع أفراد عينة البحث تبعاً لمتغير المستوى التعليمي

يتضح من الجدول (5) والشكل البياني (3) أن 63.5% من أفراد عينة البحث حاصلين على الشهادة الجامعية وأعلى، بينما 36.5% من أفراد عينة البحث حاصلين على الشهادة الثانوية.

رأي العينة "ارباب الطوائف" في وجود مشروعات صغيرة لهدايا الحجاج والمعتمرين :
يوضح الجدول (6) رأي أفراد العينة "ارباب الطوائف" في وجود مشروعات صغيرة لهدايا الحجاج والمعتمرين

جدول (6) - رأي العينة "ارباب الطوائف" في وجود مشروعات صغيرة لهدايا الحجاج والمعتمرين

م-	العبارات	نعم		لا	
		العدد	النسبة %	العدد	النسبة %
1-	هل تفضل وجود مشروعات صغيرة بأيدي سعودية لإنتاج الهدايا التذكارية	51	%98.1	1	%1.9
2-	هل يمكن دعم المشروع الصغير من خلال الدعاية له لدى الحجاج الخاصين بمؤسستكم	48	%92.3	4	%7.7
3-	هل يمكن تمويل المشروعات الخاصة بهدايا الحجاج والمعتمرين من مؤسستكم بما يضمن لكم المستوى الجيد للمنتجات	50	%96.2	2	%3.8
4-	هل يمكن تسويق منتجات الهدايا التذكارية الخاصة بالحجاج والمعتمرين من خلال مؤسستكم	47	%90.4	5	%9.6

يتضح من الجدول ان النسبة الأعلى لاستجابات أفراد العينة " أرباب الطوائف" تجاه وجود مشروعات صغيرة لإنتاج هدايا الحجاج والمعتمرين كانت بالموافقة على النحو التالي :

98.1% من أفراد عينة البحث يفضلون وجود مشروعات صغيرة بأيدي سعودية لإنتاج الهدايا التذكارية.
92.3% من أفراد عينة البحث يمكنهم دعم المشروع الصغير من خلال الدعاية له لدى الحجاج الخاصين بمؤسستهم.
96.2% من أفراد عينة البحث يمكنهم تمويل المشروعات الخاصة بهدايا الحجاج والمعتمرين من مؤسستهم بما يضمن لهم المستوى الجيد للمنتجات.
90.4% من أفراد عينة البحث يمكنهم تسويق منتجات الهدايا التذكارية الخاصة بالحجاج والمعتمرين من خلال مؤسستهم .

- الهدايا التذكارية التي تناسب الحاج والمُعتمَرين من وجهة نظر أفراد عينة البحث "ارباب الطوائف":
يوضح الجدول (7) الهدايا التذكارية التي تناسب الحاج والمُعتمَرين من وجهة نظر أفراد عينة البحث "ارباب الطوائف":

جدول (7) الهدايا التذكارية التي تناسب الحاج والمُعتمَرين من وجهة نظر أفراد عينة البحث

النسبة %	العدد	الهدايا التذكارية التي تناسب الحاج والمُعتمَرين
17.3%	9	الملابس والإكسسوارات
57.7%	30	التوزيعات الدينية
11.5%	6	التمور والمأكولات
9.6%	5	المستلزمات المنزلية
3.8%	2	العطور ومواد التجميل
100%	52	المجموع

يتضح من الجدول أن 57.7% من أفراد عينة البحث يرون أن التوزيعات الدينية هي الهدايا التذكارية الأكثر مناسبة الحاج والمُعتمَرين وهي النسبة الأعلى ، ومن ثم حصلت الهدايا التذكارية من الملابس والإكسسوارات نسبة 17.3% ، يليها التمور والمأكولات بنسبة 11.5% ، في حين أن الهدايا التذكارية من المستلزمات المنزلية حصلت على نسبة 9.6% ، العطور ومواد التجميل بنسبة 3.8% .

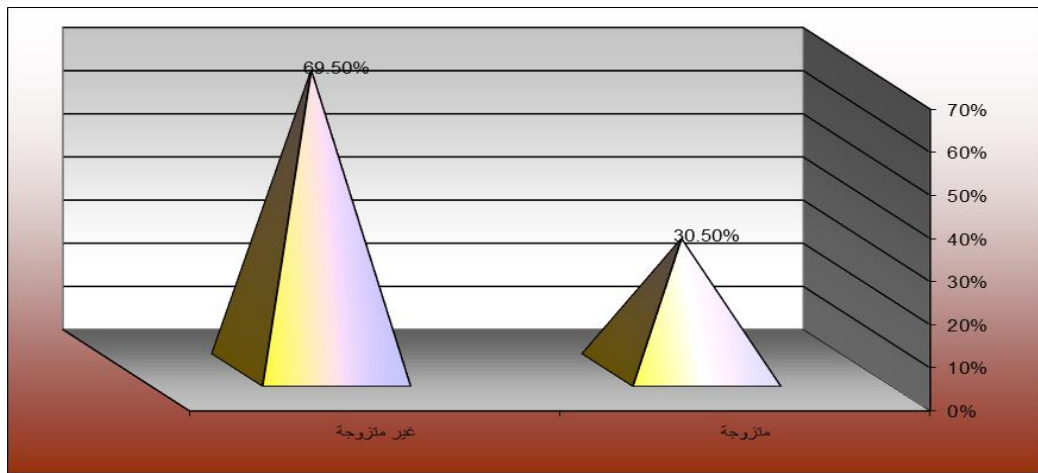
وصف عينة الدراسة "طالبات تخصص السكن وإدارة المنزل " :

1- الحالة الاجتماعية:

يوضح الجدول (8) والشكل البياني (4) توزيع أفراد عينة البحث "الطالبات" تبعاً لمتغير الحالة الاجتماعية

جدول (8) توزيع أفراد عينة البحث "الطالبات" تبعاً لمتغير الحالة الاجتماعية

النسبة %	العدد	الحالة الاجتماعية
30.5%	71	متزوجة
69.5%	162	غير متزوجة
100%	233	المجموع



شكل (4) يوضح توزيع أفراد عينة البحث تبعاً لمتغير الحالة الاجتماعية

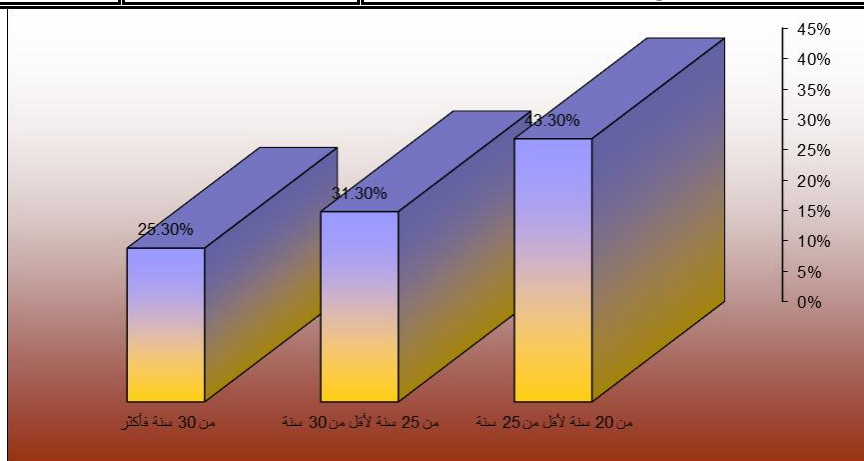
ينضح من الجدول (8) والشكل البياني (4) أن 69.5% من أفراد عينة البحث غير متزوجات، و 30.5% متزوجات.

2- العمر:

يوضح الجدول (9) والشكل البياني (5) توزيع أفراد عينة البحث "الطالبات" تبعاً لمتغير العمر

جدول (9) توزيع أفراد عينة البحث "الطالبات" تبعاً لمتغير العمر

النسبة %	العدد	العمر
43.3%	101	من 20 سنة لأقل من 25 سنة
31.3%	73	من 25 سنة لأقل من 30 سنة
25.3%	59	من 30 سنة فأكثر
100%	233	المجموع



شكل (5) يوضح توزيع أفراد عينة البحث تبعاً لمتغير العمر

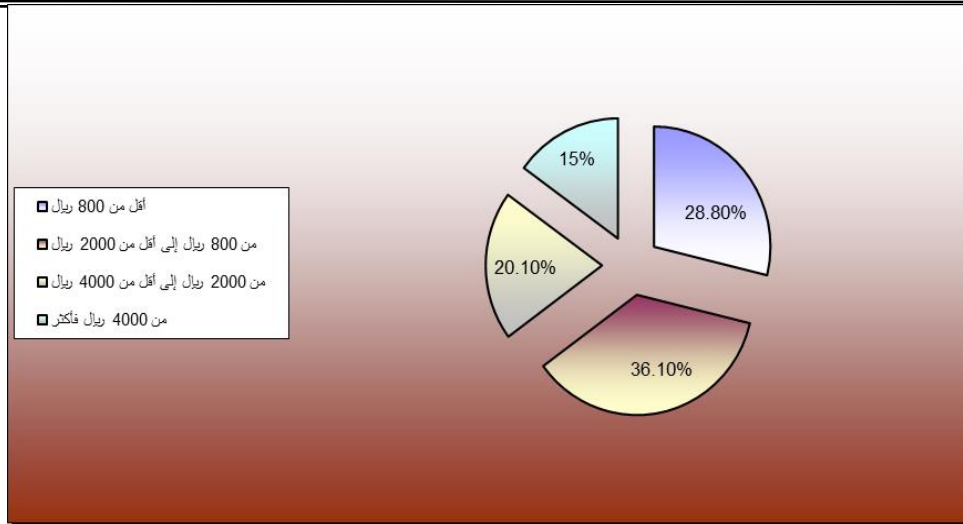
يتضح من الجدول (9) والشكل البياني (5) أن 43.3% من أفراد عينة البحث تراوحت أعمارهن من 20 سنة لأقل من 25 سنة ، بينما 31.3% من أفراد عينة البحث تراوحت أعمارهن من 25 سنة لأقل من 30 سنة ، وأخيرا 25.3% من أفراد عينة البحث كانت أعمارهن من 30 سنة فأكثر.

3- الدخل الشهري للأسرة:

يوضح الجدول (10) والشكل البياني (6) توزيع أفراد عينة البحث "الطالبات" وفقا لفئات الدخل المختلفة

جدول (10) توزيع أفراد عينة البحث "الطالبات" وفقا لفئات الدخل

النسبة %	العدد	الدخل الشهري
28.8%	67	أقل من 800 ريال
36.1%	84	من 800 ريال إلى أقل من 2000 ريال
20.1%	47	من 2000 ريال إلى أقل من 4000 ريال
15%	35	من 4000 ريال فأكثر
100%	233	المجموع



شكل (6) يوضح توزيع أفراد عينة البحث وفقا لفئات الدخل المختلفة

يتضح من الجدول (10) والشكل البياني (6) أن أكثر فئات الدخل الشهري لأفراد عينة البحث كان في الفئة (من 800 ريال إلى أقل من 2000 ريال)، تليها الفئة (أقل من 800 ريال) ، فقد بلغت نسبتهم على التوالي (36.1% ، 28.8%) ، ويأتي بعد ذلك أفراد العينة نوات الدخل (من 2000 ريال إلى أقل من 4000 ريال) حيث بلغت نسبتهم 20.1% ، وأخيرا أفراد العينة نوات الدخل (من 4000 ريال فأكثر) حيث بلغت نسبتهم 15% .

المشكلات التي تواجه عينة البحث " طالبات السكن وإدارة المنزل " للبدء بعمل مشروع صغير لهدايا الحجاج والمعتمرين :

يوضح الجدول (11) المشكلات التي تواجه أفراد عينة البحث "الطالبات" للبدء بعمل مشروع صغير لهدايا الحجاج والمعتمرين .

جدول (11) المشكلات التي تواجه أفراد عينة البحث " الطالبات " للبدء بعمل مشروع صغير

م	العبارات	نعم		لا	
		العدد	النسبة %	العدد	النسبة %
1-	أسرتي ترفض عملي في مجال المشروعات الصغيرة	26	11.2%	207	88.8%
2-	لا يتقبل المجتمع من حولي طبيعة العمل الحر	45	19.3%	188	80.7%
3-	لا يوجد ممول لمشروعي	169	72.5%	64	27.5%
4-	أواجه صعوبة في التزاماتي المادية	147	63.1%	86	36.9%
5-	لا اعرف جهة داعمة لمشروعي	158	67.8%	75	32.2%
6-	لم ألقى أي توجيه من الجهة الأكاديمية	142	60.9%	91	39.1%
7-	لا أستطيع تسويق منتجاتي	136	58.4%	97	41.6%
8-	لا أستطيع إنجاز المعاملات الإدارية الخاصة بمشروعي	155	66.5%	78	33.5%

يتضح من الجدول الصعوبات والمشكلات التي تواجه طالبات السكن وإدارة المنزل للبدء بعمل مشروع صغير في مجال هدايا الحجاج والمعتمرين على النحو التالي :

11.2% من أفراد عينة البحث ترفض أسرهن العمل في مجال المشروعات الصغيرة وهي نسبة قليلة مقابل 88.8% من أفراد عينة البحث توافق أسرهن على ذلك .

19.3% من أفراد عينة البحث لا يتقبل المجتمع من حولهن طبيعة العمل الحرة ، بينما 80.7% من أفراد عينة البحث يتقبل مجتمعهن ذلك .

72.5% من أفراد عينة البحث لا يوجد لديهم ممول لمشروعهن، بينما 27.5% من أفراد عينة البحث يوجد لديهم ممول لمشروعهن.

63.1% من أفراد عينة البحث يواجهن صعوبة في التزامتهن المادية ، بينما 36.9% من أفراد عينة البحث لا يواجهن صعوبات مادية .

67.8% من أفراد عينة البحث لا تعرف جهة داعمة لمشروعها ، بينما 32.2% يعرفن جهة داعمة لمشروعهن.

60.9% من أفراد عينة البحث لم يلقوا توجيها من الجهة الأكاديمية ، بينما 39.1% كان تلقين توجيه من الجهة الأكاديمية.

58.4% من أفراد عينة البحث لا يستطيعون تسويق منتجاتهن ، بينما 41.6% يستطيعون تسويق منتجاتهن.

66.5% من أفراد عينة البحث لا يستطيعون إنجاز المعاملات الإدارية الخاصة بالمشروع ، بينما 33.5% يمكنهم ذلك .

ومما سبق نجد التفاوت بين أفراد العينة في الاستجابة وتوضيح المعوقات الخاصة بهن ، وهذا يتفق مع دراسة (حسنين، 2011) التي أكدت على أهمية دور الأسرة في الدعم المادي والمعنوي لصاحبة المشروع الصغير ، والعمل على مساعدتها ، مما يزيد وينمي القدرة الابتكارية لديها . والتي أكدت ان اهم المشاكل التي تواجه سيدات الاعمال هي بيع منتجات مشروعتهن بنسبة 53,2% من عينة البحث ، تواجهن مشكلة في بيع المنتجات لمشروعتهن بسبب عدم وجود منافذ للبيع في المرتبة الأولى ، وعدم وجود إعلانات عن منتجات المنشأة ، يليها عدم توفر وسائل نقل سهلة للسوق ، وأخيرا وجود منافسة شديدة من قبل المنتجات المستوردة والمقلدة .

و دراسة الجريفاني (2002) التي أكدت على وجود العديد من المعوقات والتحديات لسيدات الاعمال السعوديات واهمها مشكلة الحصول على التراخيص ، ثم التمويل ، ثم التدريب والتأهيل ودراسة العبدلي (2008) التي اوصت بالتنسيق بين الكلية الاكاديمية ومراكز سيدات الاعمال حول توظيف الخريجات في مشروعات سيدات الاعمال .

الهدايا التذكارية التي ترغب عينة البحث "طالبات السكن وإدارة المنزل" في تنفيذها وعملها للحجاج والمعتمرين :
يوضح الجدول (12) الهدايا التذكارية التي تفضل عينة البحث "الطالبات" عملها للحجاج والمعتمرين .

جدول (12) الهدايا التذكارية التي تفضل عينة البحث "الطالبات" عملها للحجاج و المعتمرين

النسبة %	العدد	الهدايا التذكارية التي تفضل الطالبات عملها للحجاج والمعتمرين
3.9%	9	الملابس
16.3%	38	الإكسسوارات
11.6%	27	العطور
6.9%	16	التمور
27.5%	64	التذكارات والتحف
33.9%	79	التوزيعات الدينية
100%	233	المجموع

ينضح من الجدول أن 33.9% من أفراد عينة البحث تفضلن عمل التوزيعات الدينية كهدايا تذكارية ، بينما 27.5% تفضلن عمل التذكارات والتحف كهدايا تذكارية ، و 16.3% تفضلن عمل الإكسسوارات كهدايا تذكارية ، و 11.6% من أفراد عينة البحث يفضلن عمل العطور كهدايا تذكارية ، و 6.9% تفضلن عمل التمور كهدايا تذكارية ، وأخيرا 3.9% تفضلن عمل الملابس كهدايا تذكارية.

النتائج في ضوء الفروض

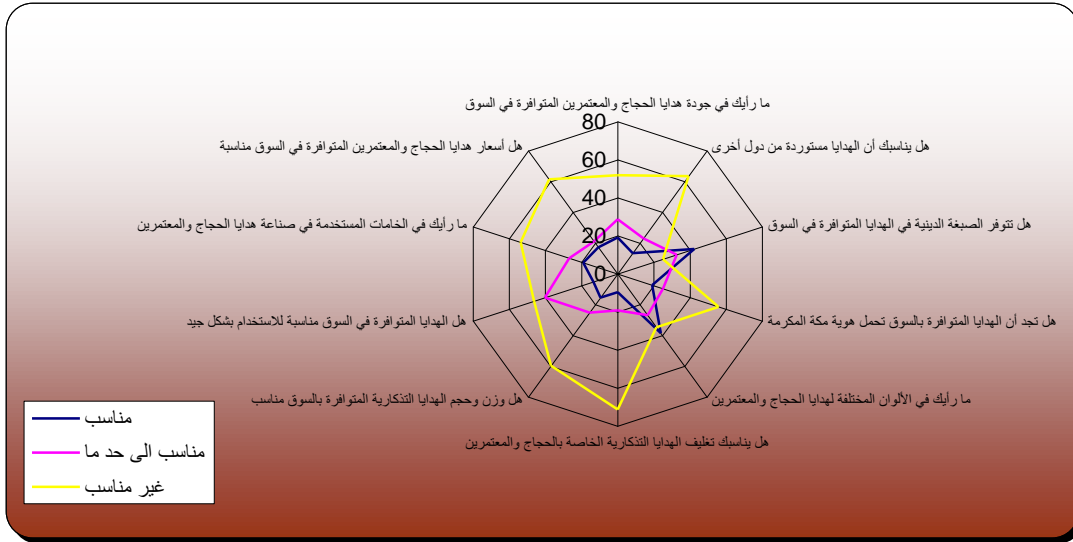
الفرض الأول :

ما آراء أفراد عينة البحث "أرباب الطوائف ، الطالبات" اتجاه الهدايا التذكارية الخاصة بالحجاج والمعتمرين المستوردة المتوافرة في الأسواق.

وللتحقق من هذا الفرض تم حساب التكرارات والنسب المئوية لآراء أفراد عينة البحث "أرباب الطوائف ، الطالبات" تجاه الهدايا التذكارية الخاصة بالحجاج والمعتمرين المستوردة المتوافرة في الأسواق والجدول (13) و (14) توضح ذلك :

جدول (13) يوضح التكرارات والنسب المئوية لآراء أفراد عينة البحث "أرباب الطوائف" اتجاه الهدايا التذكارية الخاصة بالحجاج والمعتمرين المتوافرة في الأسواق

م-	العبارات	مناسب		مناسب الى حد ما		غير مناسب	
		العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %
1-	مارأيك في جودة هدايا الحجاج والمعتمرين المتوافرة في السوق	10	19.2%	15	28.8%	27	51.9%
2-	هل أسعار هدايا الحجاج والمعتمرين المتوافرة في السوق مناسبة	9	17.3%	11	21.2%	32	61.5%
3-	مارأيك في الخامات المستخدمة في صناعة هدايا الحجاج والمعتمرين	10	19.2%	14	26.9%	28	53.8%
4-	هل الهدايا المتوافرة في السوق مناسبة للاستخدام بشكل جيد	7	13.5%	21	40.4%	24	46.2%
5-	هل وزن وحجم الهدايا التذكارية المتوافرة بالسوق مناسب	8	15.4%	13	25%	31	59.6%
6-	هل يناسبك تغليف الهدايا التذكارية الخاصة بالحجاج والمعتمرين	5	9.6%	10	19.2%	37	71.2%
7-	مارأيك في الألوان المختلفة لهدايا الحجاج والمعتمرين	20	38.5%	14	26.9%	18	34.6%
8-	هل تجد أن الهدايا المتوافرة بالسوق تحمل هوية مكة المكرمة	10	19.2%	13	25%	29	55.8%
9-	هل تتوفر الصبغة الدينية في الهدايا المتوافرة في السوق	22	42.3%	17	32.7%	13	25%
10-	هل يناسبك أن الهدايا مستوردة من دول أخرى	7	13.5%	12	23.1%	33	63.5%



شكل (7) يوضح التكرارات والنسب المئوية لأراء أفراد عينة البحث "أرباب الطوائف" اتجاه الهدايا التذكارية الخاصة بالحجاج والمعتمرين المتوافرة في الأسواق

يتضح من الجدول رقم (13) والشكل البياني (7) استجابات افراد العينة من أرباب الطوائف على العبارات على النحو التالي :

1- بالنسبة للعبارة (1) ما رأيك في جودة هدايا الحجاج والمعتمرين المتوافرة في السوق :
يتضح أن أفراد عينة البحث يرون إنها مناسبة بنسبة 19.2% ، بينما يرون إنها مناسبة الي حد ما بنسبة 28.8% ، و يرون إنها غير مناسبة بنسبة 51.9% .

2- بالنسبة للعبارة (2) هل أسعار هدايا الحجاج والمعتمرين المتوافرة في السوق مناسبة :
يتضح أن أفراد عينة البحث يرون إنها مناسبة بنسبة 17.3% ، بينما يرون إنها مناسبة الي حد ما بنسبة 21.2% ، و يرون إنها غير مناسبة بنسبة 61.5% .

3- بالنسبة للعبارة (3) ما رأيك في الخامات المستخدمة في صناعة هدايا الحجاج والمعتمرين :
يتضح أن 19.2% من أفراد عينة البحث يرون إنها مناسبة ، بينما 26.9% من أفراد عينة البحث يرون إنها مناسبة الي حد ما ، و 53.8% من أفراد عينة البحث يرون إنها غير مناسبة .

4- بالنسبة للعبارة (4) هل الهدايا المتوافرة في السوق مناسبة للاستخدام بشكل جيد :
يتضح أن 13.5% من أفراد عينة البحث يرون إنها مناسبة ، بينما 40.4% من أفراد عينة البحث يرون إنها مناسبة الي حد ما ، و 46.2% من أفراد عينة البحث يرون إنها غير مناسبة .

5- بالنسبة للعبارة (5) هل وزن وحجم الهدايا التذكارية المتوافرة بالسوق مناسب :
يتضح أن 15.4% من أفراد عينة البحث يرون إنها مناسبة ، بينما 25% من أفراد عينة البحث يرون إنها مناسبة الي حد ما ، و 59.6% من أفراد عينة البحث يرون إنها غير مناسبة.

6- بالنسبة للعبارة (6) هل يناسبك تغليف الهدايا التذكارية الخاصة بالحجاج والمعتمرين :
يتضح أن 9.6% من أفراد عينة البحث يرون إنها مناسبة ، بينما 19.2% من أفراد عينة البحث يرون إنها مناسبة الي حد ما ، و 71.2% من أفراد عينة البحث يرون إنها غير مناسبة .

7- بالنسبة للعبارة (7) ما رأيك في الألوان المختلفة لهدايا الحجاج والمعتمرين :
يتضح أن 38.5% من أفراد عينة البحث يرون إنها مناسبة ، بينما 26.9% من أفراد عينة البحث يرون إنها مناسبة الي حد ما ، و34.6% من أفراد عينة البحث يرون إنها غير مناسبة.

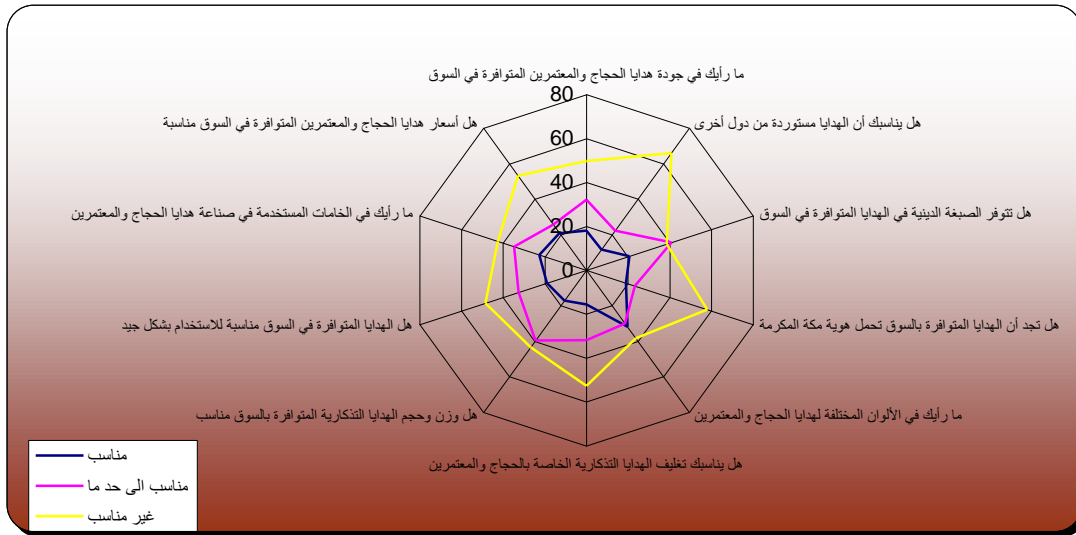
8- بالنسبة للعبارة (8) هل تجد أن الهدايا المتوافرة بالسوق تحمل هوية مكة المكرمة :
يتضح أن 19.2% من أفراد عينة البحث يرون إنها مناسبة ، بينما 25% من أفراد عينة البحث يرون إنها مناسبة الي حد ما ، و55.8% من أفراد عينة البحث يرون إنها غير مناسبة.

9- بالنسبة للعبارة (9) هل تتوفر الصبغة الدينية في الهدايا المتوافرة في السوق :
يتضح أن 42.3% من أفراد عينة البحث يرون إنها مناسبة ، بينما 32.7% من أفراد عينة البحث يرون إنها مناسبة الي حد ما ، و25% من أفراد عينة البحث يرون إنها غير مناسبة.

10- بالنسبة للعبارة (10) هل يناسبك أن الهدايا مستوردة من دول أخرى :
يتضح أن 13.5% من أفراد عينة البحث يرون إنها مناسبة ، بينما 23.1% من أفراد عينة البحث يرون إنها مناسبة الي حد ما ، و63.5% من أفراد عينة البحث يرون إنها غير مناسبة.

جدول (14) يوضح التكرارات والنسب المئوية لأراء أفراد عينة البحث "الطالبات" اتجاه الهدايا التذكارية الخاصة بالحجاج والمعتمرين المتوافرة في الأسواق

م-	العبارات	مناسب		مناسب الي حد ما		غير مناسب	
		العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %
1-	ما رأيك في جودة هدايا الحجاج والمعتمرين المتوافرة في السوق	42	18%	75	32.2%	116	49.8%
2-	هل أسعار هدايا الحجاج والمعتمرين المتوافرة في السوق مناسبة	49	21%	60	25.8%	124	53.2%
3-	ما رأيك في الخامات المستخدمة في صناعة هدايا الحجاج والمعتمرين	53	22.7%	81	34.8%	99	42.5%
4-	هل الهدايا المتوافرة في السوق مناسبة للاستخدام بشكل جيد	44	18.9%	76	32.6%	113	48.5%
5-	هل وزن وحجم الهدايا التذكارية المتوافرة بالسوق مناسب	40	17.2%	92	39.5%	101	43.3%
6-	هل يناسبك تغليف الهدايا التذكارية الخاصة بالحجاج والمعتمرين	36	15.5%	74	31.8%	123	52.7%
7-	ما رأيك في الألوان المختلفة لهدايا الحجاج والمعتمرين	74	31.8%	70	30%	89	38.2%
8-	هل تجد أن الهدايا المتوافرة بالسوق تحمل هوية مكة المكرمة	44	18.9%	54	23.2%	135	57.9%
9-	هل تتوفر الصبغة الدينية في الهدايا المتوافرة في السوق	48	20.6%	95	40.8%	90	38.6%
10-	هل يناسبك أن الهدايا مستوردة من دول أخرى	27	11.6%	52	22.3%	154	66.1%



شكل (8) يوضح التكرارات والنسب المئوية لأراء أفراد عينة البحث "الطالبات" اتجاه الهدايا التذكارية الخاصة بالحجاج والمعتمرين المتوافرة في الأسواق

يتضح من الجدول رقم (14) والشكل البياني (8) استجابات افراد العينة من طالبات السكن وإدارة المنزل على العبارات على النحو التالي :

- 1- بالنسبة للعبارة (1) ما رأيك في جودة هدايا الحجاج والمعتمرين المتوافرة في السوق : يتضح أن 18% من أفراد عينة البحث يرون إنها مناسبة بنسبة ، بينما 32.2% من أفراد عينة البحث يرون إنها مناسبة الي حد ما ، و 49.8% من أفراد عينة البحث يرون إنها غير مناسبة.
- 2- بالنسبة للعبارة (2) هل أسعار هدايا الحجاج والمعتمرين المتوافرة في السوق مناسبة: يتضح أن 21% من أفراد عينة البحث يرون إنها مناسبة بنسبة ، بينما 25.8% من أفراد عينة البحث يرون إنها مناسبة الي حد ما ، و 53.2% من أفراد عينة البحث يرون إنها غير مناسبة.
- 3- بالنسبة للعبارة (3) ما رأيك في الخامات المستخدمة في صناعة هدايا الحجاج والمعتمرين: يتضح أن 22.7% من أفراد عينة البحث يرون إنها مناسبة ، بينما 34.8% من أفراد عينة البحث يرون إنها مناسبة الي حد ما ، و 42.5% من أفراد عينة البحث يرون إنها غير مناسبة.
- 4- بالنسبة للعبارة (4) هل الهدايا المتوافرة في السوق مناسبة للاستخدام بشكل جيد : يتضح أن 18.9% من أفراد عينة البحث يرون إنها مناسبة ، بينما 32.6% من أفراد عينة البحث يرون إنها مناسبة الي حد ما ، و 48.5% من أفراد عينة البحث يرون إنها غير مناسبة.
- 5- بالنسبة للعبارة (5) هل وزن وحجم الهدايا التذكارية المتوافرة بالسوق مناسب : يتضح أن 17.2% من أفراد عينة البحث يرون إنها مناسبة ، بينما 39.5% من أفراد عينة البحث يرون إنها مناسبة الي حد ما ، و 43.3% من أفراد عينة البحث يرون إنها غير مناسبة.
- 6- بالنسبة للعبارة (6) هل يناسبك تغليف الهدايا التذكارية الخاصة بالحجاج والمعتمرين :

ينضح أن 15.5% من أفراد عينة البحث يرون إنها مناسبة ، بينما 31.8% من أفراد عينة البحث يرون إنها مناسبة الي حد ما ، و 52.7% من أفراد عينة البحث يرون إنها غير مناسبة.

7- بالنسبة للعبارة (7) ما رأيك في الألوان المختلفة لهدايا الحجاج والمعتمرين :
يتضح أن 31.8% من أفراد عينة البحث يرون إنها مناسبة ، بينما 30% من أفراد عينة البحث يرون إنها مناسبة الي حد ما ، و 38.2% من أفراد عينة البحث يرون إنها غير مناسبة.

8- بالنسبة للعبارة (8) هل تجد أن الهدايا المتوافرة بالسوق تحمل هوية مكة المكرمة :
يتضح أن 18.9% من أفراد عينة البحث يرون إنها مناسبة ، بينما 23.2% من أفراد عينة البحث يرون إنها مناسبة الي حد ما ، و 57.9% من أفراد عينة البحث يرون إنها غير مناسبة.

9- بالنسبة للعبارة (9) هل تتوفر الصبغة الدينية في الهدايا المتوافرة في السوق :
يتضح أن 20.6% من أفراد عينة البحث يرون إنها مناسبة بنسبة ، بينما 40.8% من أفراد عينة البحث يرون إنها مناسبة الي حد ما ، و 38.6% من أفراد عينة البحث يرون إنها غير مناسبة.
10- بالنسبة للعبارة (10) هل يناسبك أن الهدايا مستوردة من دول أخرى :
يتضح أن 11.6% من أفراد عينة البحث يرون إنها مناسبة ، بينما 22.3% من أفراد عينة البحث يرون إنها مناسبة الي حد ما ، و 66.1% من أفراد عينة البحث يرون إنها غير مناسبة.

مما سبق نستنتج اتفاق آراء عينة البحث من أرباب الطوائف و طالبات السكن وإدارة المنزل على جودة هدايا الحجاج والمعتمرين المتوافرة بالأسواق من حيث انهم يرونها غير جيدة بنسبة 51.9% للمطوفين و بنسبة 49.8% للطالبات .
من حيث كونها مستوردة فقط اجمع 63.5% من المطوفين و 66,1% من الطالبات انه لا يناسبهم ان الهدايا الخاصة بالحجاج والمعتمرين مستوردة من دول اخرى. كما اتفق افراد العينة من المطوفين 55.8% ومن الطالبات بنسبة 57,9% أن الهدايا المتوافرة بالسوق لا تحمل هوية مكة المكرمة .
ومن حيث السعر غير المناسب بلغت النسبة لمن يرون ذلك 61.5% من المطوفين و 53.2% من الطالبات .
ومن حيث الخامات المستخدمة في صناعة هدايا الحجاج والمعتمرين يرى 53.8% من المطوفين و 42.5% من الطالبات انها غير مناسبة.
ومن حيث الوزن والحجم يرى 59.6% من المطوفين و 43.3% من الطالبات انه غير مناسب .
كذلك التغليف 71.2% من المطوفين و 52,7% من الطالبات يرون انه غير مناسب.
وعلى هذا لا بد من وجود منتجات لهدايا الحجاج والمعتمرين يمثل مكة المكرمة بتصميم و مواصفات مناسبة من حيث الخامات والألوان والوزن المناسب لحمله كهدايا من بلد الى آخر .

الفرض الثاني:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة في اتجاهاتهن نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج والمعتمرين تبعاً لمتغيرات الدراسة .

وللتحقق من هذا الفرض تم تطبيق اختبار (ت) ، وحساب تحليل التباين لمتوسط درجات أفراد العينة في اتجاهاتهن نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج والمعتمرين والجدول التالي توضح ذلك :

جدول (15) الفروق في متوسط درجات أفراد العينة في اتجاهاتهم نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج المعتمرين تبعاً لمتغير الحالة الاجتماعية

الدالة	قيمة (ت)	درجات الحرية	العينة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الحالة الاجتماعية
دال عند 0.01 لصالح غير المتزوجات	20.021	231	71	1.078	44.195	متزوجة
			162	3.624	76.215	غير متزوجة

يتضح من الجدول أن قيمة (ت) كانت (20.021) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01) لصالح غير المتزوجات، حيث بلغ متوسط درجة غير المتزوجات (76.215)، بينما بلغ متوسط درجة المتزوجات (44.195)، مما يدل على أن غير المتزوجات كانت اتجاهاتهم نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج المعتمرين أكبر من المتزوجات، وقد يرجع ذلك إلى قلة المسؤوليات الاجتماعية لدى غير المتزوجات وتوفر الوقت لديهن للتفرغ للمشروع الخاص بهن، بينما المتزوجات أكثر انشغالا بسبب المسؤوليات الاجتماعية ولا يتوفر لديهن الوقت الكافي لذلك.

جدول (16) تحليل التباين لدرجات أفراد العينة في اتجاهاتهم نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج المعتمرين تبعاً لمتغير العمر

الدالة	قيمة (ف)	درجات الحرية	متوسط المربعات	مجموع المربعات	العمر
0.01 دال	47.772	2	3940.374	7880.748	بين المجموعات
		230	82.483	18970.986	داخل المجموعات
		232		26851.734	المجموع

يتضح من الجدول إن قيمة (ف) كانت (47.772) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى (0.01)، مما يدل على وجود فروق بين درجات أفراد العينة في اتجاهاتهم نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج المعتمرين تبعاً لمتغير العمر، ولمعرفة اتجاه الدلالة تم تطبيق اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (17) اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة

العمر	من 20 سنة لأقل	من 25 سنة لأقل	من 30 سنة فأكثر
	م = 53.447	م = 71.035	م = 38.839
من 20 سنة لأقل من 25 سنة	-		
من 25 سنة لأقل من 30 سنة	**17.588		
من 30 سنة فأكثر	**14.608	**32.196	

يتضح من الجدول وجود فروق في الاتجاه نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج المعتمرين بين أفراد العينة اللاتي تتراوح أعمارهن من 25 سنة لأقل من 30 سنة وكلا من أفراد العينة اللاتي تتراوح أعمارهن "من 20 سنة لأقل من 25 سنة، من 30 سنة فأكثر" لصالح أفراد العينة اللاتي تتراوح أعمارهن من 25 سنة لأقل من 30 سنة عند مستوى دلالة (0.01)، كما توجد فروق بين أفراد العينة اللاتي تتراوح أعمارهن من 20 سنة لأقل من 25 سنة وأفراد العينة اللاتي كانت أعمارهن من 30 سنة فأكثر لصالح أفراد العينة اللاتي تتراوح أعمارهن من 20 سنة لأقل من 25 سنة عند مستوى دلالة (0.01)، فباتي في المرتبة الأولى أفراد العينة اللاتي تتراوح أعمارهن من 25 سنة لأقل من 30 سنة حيث بلغ متوسط درجاتهن (71.035)، وفي المرتبة الثانية أفراد العينة اللاتي تتراوح أعمارهن من 20 سنة لأقل من 25 سنة بمتوسط (53.447)، وأخيراً أفراد العينة اللاتي كانت أعمارهن من 30 سنة فأكثر بمتوسط (38.839).

جدول (18) تحليل التباين لدرجات أفراد العينة في اتجاهاتهم نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج المعتمرين تبعاً لمتغير الدخل الشهري

الدلالة	قيمة (ف)	درجات الحرية	متوسط المربعات	مجموع المربعات	الدخل الشهري
0.01 دال	33.616	2	3803.539	7607.078	بين المجموعات
		230	113.148	26023.986	داخل المجموعات
		232		33631.064	المجموع

يتضح من الجدول إن قيمة (ف) كانت (33.616) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (0.01) ، مما يدل على وجود فروق بين درجات أفراد العينة في اتجاهاتهم نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج المعتمرين تبعاً لمتغير الدخل الشهري ، ولمعرفة اتجاه الدلالة تم تطبيق اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة والجدول التالي يوضح ذلك :

جدول (19) اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة

المرتفع	المتوسط	المنخفض	الدخل الشهري
م = 29.110	م = 31.625	م = 59.847	
		-	منخفض
	-	**28.222	متوسط
-	*2.515	**30.737	مرتفع

يتضح من الجدول وجود فروق في الاتجاه نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج المعتمرين بين أفراد العينة نوات الدخل المنخفض وكلا من أفراد العينة نوات الدخل المتوسط والمرتفع لصالح أفراد العينة نوات الدخل المنخفض عند مستوى دلالة (0.01) ، بينما توجد فروق بين أفراد العينة نوات الدخل المتوسط وأفراد العينة نوات الدخل المرتفع لصالح أفراد العينة نوات الدخل المتوسط عند مستوى دلالة (0.05) ، فيأتي في المرتبة الأولى أفراد العينة نوات الدخل المنخفض حيث كانت اتجاهاتهم نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج المعتمرين أكبر فقد بلغ متوسط درجاتهم (59.847) ، ثم في المرتبة الثانية أفراد العينة نوات الدخل المتوسط بمتوسط (31.625) ، وأخيراً أفراد العينة نوات الدخل المرتفع بمتوسط (29.110) ، وقد يرجع ذلك إلى أن الدخل عامل مهم في تحديد اتجاه الأفراد فنوات الدخل المنخفض يرغب في زيادة الدخل وبالتالي يتجهن نحو المشروعات الصغيرة لتحقيق ذلك . وهذا يتفق مع دراسة إسماعيل (2014) التي أكدت اعتماد العينة على المشروع الخاص بها كمصدر رئيسي للدخل وهذا دليل أن المشروع الصغير يحقق أهداف التنمية البشرية ويساعد على رفع مستوى دخل صاحبة المشروع .

الفرض الثالث :

توجد علاقة ارتباطية بين استبيان اتجاه طالبات السكن وإدارة المنزل نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج المعتمرين ومتغيرات الدراسة.

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم عمل مصفوفة ارتباط بين استبيان اتجاه طالبات السكن وإدارة المنزل نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج المعتمرين ومتغيرات الدراسة والجدول التالي يوضح قيم معاملات الارتباط :

جدول (20) مصفوفة الارتباط بين استبيان اتجاه طالبات السكن وإدارة المنزل نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج المعتمرين ومتغيرات الدراسة

اتجاه طالبات السكن وإداره المنزل نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج المعتمرين	
0.142	الحالة الاجتماعية
**0.856	العمر
**0.791	الدخل الشهري

بدون نجوم غير دال

**دال عند 0.01

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباط طردي بين استبيان اتجاه طالبات السكن وإدارة المنزل نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج المعتمرين وبعض متغيرات الدراسة عند مستوى دلالة 0.01 ، فكلما زاد العمر كلما زاد اتجاه طالبات السكن وإدارة المنزل نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج المعتمرين للأطفال ، بينما لا توجد علاقة ارتباط بين استبيان اتجاه طالبات السكن وإدارة المنزل نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج المعتمرين للشهر الذي كان الدخل والعمر من العوامل المؤثرة على إدارة المشروعات بنسبة 72,6% للدخل ، يليه العمر بنسبة 64,6%

الفرض الرابع :

تختلف الأوزان النسبية لأولوية اتجاهات طالبات السكن وإداره المنزل نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج المعتمرين .

وللتحقق من هذا الفرض تم إعداد جدول الوزن النسبي التالي :

جدول (21) الوزن النسبي لأولوية اتجاهات طالبات السكن وإداره المنزل نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج المعتمرين

الترتيب	النسبة المئوية%	الوزن النسبي	
الأول	36.5%	301	المكون المعرفي "العقلي"
الثالث	30.1%	248	المكون الإنفعالي "العاطفي"
الثاني	33.4%	276	المكون السلوكي "المهارات"
	100%	825	المجموع

يتضح من الجدول السابق أن أولوية اتجاهات طالبات السكن وإداره المنزل نحو المشروعات الصغيرة لإنتاج هدايا الحجاج المعتمرين كان المكون المعرفي "العقلي" بنسبة 36.5% ، يليه في المرتبة الثانية المكون السلوكي "المهارات" بنسبة 33.4% ، ويأتي في المرتبة الثالثة المكون الإنفعالي "العاطفي" بنسبة 30.1% .

التوصيات :

- دعم المشروعات الصغيرة الخاصة بهدايا الحجاج والمعتمرين من الجهات المسؤولة وصاحبة الصلاحية باستثمار الطاقات المحلية لإنتاج منتجات محلية تنطلق نحو العالم الإسلامي بهوية مكية .
- عقد دورات تدريبية لطالبات السكن وإدارة المنزل في الغرف التجارية وبدعم من وزارة التجارة لزيادة خبراتهم ومعرفتهم بالإجراءات الإدارية والحكومية لبدء مشروع صغير بشكل نظامي معتمد
- عمل لقاءات و ورش عمل بين الحجاج والمعتمرين و ارباب الطوائف وأصحاب المشروعات الصغيرة للتعرف على احتياجات المشروع نقاط الضعف والقوة للمنتجات .
- زيادة الأبحاث في مجال المشروعات الصغيرة ومجالات العمل المتوقعة لخريجات السكن وإدارة المنزل لتعزيز دورهن في التنمية الاقتصادية والاجتماعية .

المراجع :

- إسماعيل، عادل حسن. (2014). إدارة المشروعات الصغيرة ودورها في التنمية البشرية ، رسالة دكتوراه ، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا .
- الجريفاني ، غيداء.(2002). دور المرأة السعودية في الاعمال الصغيرة والمتوسطة – الدافع ومقومات التطور ندوة واقع ومشكلات المنشآت الصغيرة وز المتوسطة وسبل دعمها وتمييزها – الغرفة التجارية الصناعية – الرياض .
- الحسيني ، فلاح.(2006). إدارة المشروعات الصغيرة ، مدخل استراتيجي للمنافسة والتميز ، ط1 ، الشروق للنشر والتوزيع ، الأردن .
- الزهراني ، نورة مسفر عطية الزهراني.(2013). إدارة المشروعات الصغيرة ودورها في تحقيق التنمية الاقتصادية والإجتماعية للأسرة بمنطقة الباحة ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، قسم السكن وإدارة المنزل ، كلية الفنون والتصميم الداخلي ، جامعة ام القرى .
- السكارنة ، بلال خلف . (2007). المشاريع الصغيرة والريادة ، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة ، العدد 15 ، ص 33-79 ، كلية بغداد للعلوم الاقتصادية .
- العبدلي ، سميرة أحمد.(2008). المهارات الإدارية لسيدات الاعمال وعلاقتها بفاعلية الإنجاز ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، قسم السكن وإدارة المنزل ، كلية التربية للاقتصاد المنزلي ، جامعة ام القرى .
- العبدلي، عابد (2009): اقتصاديات الحج، موسوعة الاقتصاد والتمويل الإسلامي، مسترجع من؛ <https://iefpedia.com/arab/?p=8585>
- العطية، ماجدة.(2004). إدارة المشروعات الصغيرة ، ط2، دار المسرة للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن .
- اليزيدي ، مها سعيد.(2017) المرأة السعودية ودورها في تنمية المجتمع ، مؤتمر تعزيز دور المرأة السعودية في تنمية المجتمع في ضوء رؤية المملكة 2030 ، جامعة الجوف .
- بالخوير ، اميرة احمد.(2004). الاستفادة من دراسة الاقتصاد المنزلي في انشائية الصناعات الصغيرة لزيادة دخل الأسرة ، ندوة الاقتصاد المنزلي الثانية .
- بندقي ديمة محمد صالح.(2014). وعي سيدات الاعمال بإدارة القيمة وانعكاسها على كفاءة الأداء في المشروعات الصغيرة - رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم السكن وإدارة المنزل ، كلية التصميم ن جامعة ام القرى .
- حسنين ، عهدو ظلال.(2011). إدارة المشروعات الصغيرة وعلاقتها بالقدرة الابتكارية لدى المرأة السعودية (دراسة ميدانية على عينة من سيدات الاعمال بمنطقة مكة المكرمة) ، رسالة ماجستير غير منشورة ن قسم السكن وإدارة المنزل ، كلية الفنون والتصميم الداخلي ، جامعة ام القرى .
- صديق، حسين.(2012). الاتجاه من منظور علم الاجتماع، مجلة جامعة دمشق، المجلد 28، العدد 3+4، جامعة دمشق، سوريا.
- عبدالرحمن ، أسامة.(د.ت) تنمية التخلف وإدارة التنمية ، مركز دراسات الوحدة العربية المصرية .
- عبيدات، ذوقان. عدس، عبد الرحمن. عبد الحق، كايد.(2017). البحث العلمي مفهومه/ادواته / اساليبه، دار الفكر، عمان .
- الهيئة العامة للإحصاءات.(2018). مسح المنشآت الصغيرة والمتوسطة مسترجع من ؛
- https://www.stats.gov.sa/sites/default/files/small_and_medium-sized_establishments_survey_2018_ar.pdf
- رؤية المملكة العربية السعودية (2030). مسترجع من؛ <https://vision2030.gov.sa/>
- وزارة الاقتصاد التخطيط، (2020). مسترجع من <https://mep.gov.sa/ar>

The Conversion of Housing and Home Management Female Students towards Small Projects for the Production of Gifts for Hajj and Umrah Pilgrims

Dr. Hanadi Mohamad Omar Siraj Kamra

Assistant Professor of Housing and Home Management - College of Art and Design
- Umm Al-Qura University Kingdom of Saudi Arabia

Abstract

This research aims to identify the conversion of housing and home management female students towards small projects for the production of gifts for Hajj and Umrah Pilgrims. The research adopted the descriptive analytical approach. The data was collected through a questionnaire applied to a sample of 233 female students, and 52 leaders of Tawafa Employers to get acquainted with their views on small projects of gifts for Umrah and Hajj pilgrims.

Most Important Findings:

-The highest percentage of agreement was for Tawafa Employers respondents towards the existence of small projects for the production of gifts for Hajj and Umrah pilgrims, as 98.1% of the research sample preferred having small projects with Saudi hands to produce gifts. 92.3 % of sample members emphasized the possibility of supporting and advertising the small projects, and 96.2 % emphasized providing financing, and 90.4 % emphasized marketing of the product.

-The most important difficulties and problems facing female students in housing and home management to start a small project in the field of gifts for Hajj and Umrah pilgrims were represented in the lack of funding by 72.5%, and the lack of knowledge of the supporting bodies by 67.8%, and 66.5% were unable to complete the administrative transactions of the project, 63.1 % faced difficulty in their financial obligations, 60.9% of the research sample did not receive any guidance from the academic authority, and 58.4% could not market their products.

-There are statistically significant differences between the average scores of the housing and home management female students in their conversion towards small enterprises to produce gifts for Hajj and Umrah pilgrims at the level of (0.01) according to the study variables, for the benefit of unmarried women whose ages range from 25 years to less than 30 years, and in favor of low-income women.

-There is a direct correlation relationship between the questionnaire of housing and home management female students towards small projects for the production of gifts for Hajj and Umrah pilgrims and some study variables (age, monthly income) at the level of 0.01.

-With regard to the quality of gifts for Hajj and Umrah pilgrims available in the market, the Tawafa Employers believe that they are inappropriate by 51.9%, and that the price is inappropriate by 61.5%, and the sample members see that the gifts available in the market do not carry the identity of Makkah by 55.8%. Finally, 63.5% do not agree that the gifts for Hajj and Umrah performers are imported from other countries.

-With regard to the quality of gifts for Hajj and Umrah pilgrims available in the market, the members of the research sample of female students believe that they are not good by 49.8%, and their prices are inappropriate by 53.2%, and 42.5% believe that the materials used in the manufacture of gifts for Hajj and Umrah pilgrims do not suit them. As for the weight and size of gifts available in the market; 43.3% of the sample respondents believe that they are not suitable. As for packaging gifts for Hajj and Umrah pilgrims, 52.7% saw that these gifts did not suit them. 57.9% of the female students believe that the gifts available in the market do not bear the identity of Makkah. 66.1% of the female students think that the gifts imported from other countries do not suit them.

Keywords:

Gifts for Hajj and Umrah pilgrims, Small Projects, Housing and Home Management Female Students .