



كلية التربية

كلية معتمدة من الهيئة القومية لضمان جودة التعليم

إدارة: البحوث والنشر العلمي (المجلة العلمية)

=====

**اتجاه الشباب الجامعي نحو عمل المرأة السعودية
في المحلات التجارية
دراسة مطبقة على طلاب بكالوريوس كلية الآداب
جامعة الملك سعود**

إعداد

إيمان بنت عائض القحطاني

دكتوراه في علم اجتماع التنمية والتغير الاجتماعي

استاذ مساعد غير متفرغ بجامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية

كلية العلوم الاجتماعية - قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية

إشراف الدكتورة

أحلام العطا محمد عمر

أستاذ مشارك بجامعة الملك فيصل

﴿ المجلد السادس والثلاثون - العدد العاشر - أكتوبر ٢٠٢٠ م ﴾

http://www.aun.edu.eg/faculty_education/arabic

ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى التعرف على نوعية المحلات التجارية التي يرى الشباب الجامعي أنها مناسبة لعمل المرأة السعودية، وأسباب قبول وشروط الشباب الجامعي لعمل المرأة السعودية في المحلات التجارية، وكذلك التعرف على أسباب رفض الشباب الجامعي لعمل المرأة السعودية في المحلات التجارية، وكذلك معرفة الفروق في اتجاهات الشباب الجامعي نحو عمل المرأة السعودية في المحلات التجارية بناء على : العمر - الحالة الاجتماعية - المستوى الدراسي - الحالة الاقتصادية - مكان النشأة - المستوى التعليمي للوالدين.

وقد استخدمت الباحثة منهج المسح الاجتماعي، كما استخدمت أداة الاستبانة كأداة أساسية في الدراسة، وتم تطبيق العينة العشوائية البسيطة، حيث بلغ حجمها (١٠٦) طالب من جامعة الملك سعود - بكالوريوس الآداب.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- أن أفراد عينة الدراسة موافقون على نوعية المحلات التجارية التي يرون أنها مناسبة لعمل المرأة السعودية بمتوسط (٣.٤٤ من ٥.٠٠)، وجاء نوع المحل (أسواق تجارية نسائية) بالمرتبة الأولى من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة بشدة بمتوسط (٤.٥٧ من ٥.٠٠).

- يتضح أن أفراد عينة الدراسة موافقون على عمل المرأة في المحلات التجارية بمتوسط (٤.١١ من ٥.٠٠)، وجاءت عبارة أن تكون محتشمة بالمرتبة الأولى من حيث الموافقة بمتوسط (٤.٨٩ من ٥.٠٠).

هناك تفاوت في موافقة أفراد عينة الدراسة على أسباب رفضهم لعمل المرأة السعودية في المحلات التجارية ما بين متوسط (٢.٨٨ إلى ٤.٢٢)، وأيضاً موافقون بشدة على واحد من أسباب رفضهم لعمل المرأة السعودية في المحلات التجارية تتمثل في العبارة (عملها في المحلات يعرضها لمضايقات وتحرش من قبل الزبائن) بمتوسط (٤.٢٢ من ٥.٠٠).

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٥% فأقل في اتجاهات الشباب الجامعي نحو عمل المرأة في المحلات التجارية تبعا (للعمر - التخصص - المستوى الدراسي - الحالة الاجتماعية - الحالة الاقتصادية - مكان النشأة - مستوى تعلم الوالدين - ملكية السكن)، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠٥ فأقل في اتجاهات أفراد الدراسة الذين سكنهم بيت شعبي واتجاهات الأفراد الذين سكنهم (شقة، دور في فيلا، قصر) حول (أسباب رفض الشباب الجامعي لعمل المرأة السعودية في المحلات التجارية) لصالح أفراد الدراسة الذين سكنهم بيت شعبي.

الكلمات المفتاحية: اتجاهات الشباب - عمل المرأة السعودية - سوق العمل .

Abstract

The study aims to identify the types of shops which seen by university students as suitable work place for Saudi women, and to identify the causes which make the university students agree or dis agree for the working of Saudi women in shops. This study also aims to identify the reasons behind the university students refusal for the work of Saudi women in shops basis on (age, marital status, study level, economic situation, place of growing, parents educational level.

Methodology: the methodology used in this study was social survey method and the study tool was questionnaire. The sample of this study (simple random) consisted from (106) students from King Saud University- Bachelor of Arts.

Findings:

- The member of the study sample agreed to the types of shops that average of (3.44 out of 5.00), the commercial markets for women's ranked as the first appropriate working place for Saudi women with average of (4.57 out of 5.00).
- It is clear that the study sample agreed to work of women in shoppes with average of (4.11 out of 5.00). the phrase which contain decency ranked first with average of (4.89 out of 5.00).
- There were some variations about the reasons of disagree with averages ranged from (2.88 to 4.22), and the phrase (working in shops will lead to harassment) faced with strong disagree from university students to work of Saudi women in shop with average of (4.22 out of 5.00).

- There were no statistically significant differences at the level of 5% or less between the trends of university students towards working of Saudi women in shops depending on (age – specialty – study level – marital status – educational level– economic situation – place of growing – parent learning level and ownership of house). And the persence of Statistically significant differences at a level of 0.05 or less in the trends of study individuals who have their residence public house and trends of individuals who have their residence (apartment, the role of the villa, mansion) about (the reasons for rejection of university students for the work of Saudi women in shopes) for the benefits of members of the study who residence public house.

Key words: Youth trends – Saudi women's work – Labor market.

مدخل إلى الدراسة:

مقدمة:

العمل ضرورة اجتماعية في سائر المجتمعات الإنسانية، فمن خلال العمل يسد الإنسان حاجاته المادية، ويستغني به عن مسألة الناس، والعمل من ناحية أخرى ليس وسيلة لكسب الرزق، وسد الاحتياجات فقط، بل يتجاوز ذلك إلى كونه وسيلة من وسائل الاندماج والتفاعل مع الآخرين، وتحقيق الذات والقبول الاجتماعي (الزبد، ٢٠١٢: ٣).

وبالنظر إلى التاريخ العربي الإسلامي يتبين لنا أن المرأة كانت تقوم بأعمال متنوعة في مجالات الحياة المختلفة، وكانت لها مكانة مرموقة ونشاط ظاهر في مجالات العمل والاكتساب من أجل تحقيق العيش الكريم، فقد شاركت المرأة في الحياة التجارية للمجتمع، حيث كانت تعمل في البيع والشراء، ومن النساء العربيات المسلمات اللواتي عملن بالتجارة الخارجية السيدة خديجة بنت خويلد وهند بنت عتبة، كما كانت هناك تجارة داخلية محدودة تباع فيها المرأة ما تنتجه (العمار، ١٩٨٢: ١٤).

وكانت المرأة المسلمة تشارك في الحياة السياسية والاجتماعية، فقد هاجرت إلى الحبشة وإلى المدينة، كما أنها بايعت الرسول في يوم مستقل عن الرجال، وفي مجال العمل المهني عملت في الرعي والزراعي والصناعات اليدوية والعلاج والتمريض وتعليم بنات جنسها (حماد، ١٩٩٧: ٢٦).

أما المرأة في المملكة العربية السعودية ومع ازدياد أعداد المتعلقات والمتدربات والمؤهلات واللاتي لديهن القدرة على الإنتاج، ولتقليل الحاجة من استقطاب العمالة الأجنبية، ولحاجة المجتمع السعودي للعمالة النسائية السعودية في بعض القطاعات والمجالات المهمة، فقد أصدر مجلس الوزراء السعودي قراراته بهدف زيادة فرص عمل المرأة السعودية واثاحة الفرصة لها في جميع المجالات وتنظيم عملية توظيف المرأة السعودية في القطاع الأهلي والجهات التي تشرف على عملية توظيفها (الفوزان، ٢٠١٢: ٤٠).

أولاً: مشكلة الدراسة:

المرأة لا تمثل نصف المجتمع إحصائياً فقط، ولكن المرأة هي دعامة قواه الفعالة، وتأكيد ذاتها كإنسان، ودخولها إلى ساحة المجتمع اليومي كقوة منتجة، فتبني وتسهم في تطوير المجتمع وتساعد في تطوير إمكاناتها الإنسانية (عبادة، ٢٠١١: ٧).

وفيما يخص المملكة العربية السعودية عملت المرأة السعودية قديماً في كثير من المهن التي تناسب طبيعة مجتمعتها، فمارست الرعي والزراعة بجانب الرجل، وبعد التطورات التي طرأت على المجتمع السعودي في جميع الجوانب، والتي أهمها استخراج النفط، وانتشار تعليم البنات نتج عن ذلك فتح مجالات كثيرة للمرأة، ومع تطور نظام التعليم، والانفتاح على العالم الخارجي ظهرت مهن مختلفة تتناسب مع التغيرات المختلفة، كالعامل في المجال الصحي والاجتماعي ومجال البنوك، وظهرت مطالب لتوسيع مجالات العمل، وزيادة أعداد الخريجات مما أدى إلى ارتفاع نسبة البطالة بين النساء (العيدان، ٢٠١٣: ١٥).

وهكذا فإن مشكلة الدراسة تدور حول اتجاه الشباب الجامعي نحو عمل المرأة في المحلات التجارية، ومعظم الدراسات الحديثة تتناول عمل المرأة السعودية في مختلف المجالات، ولكن تفتقر في دراسات عن عملها في المحلات التجارية كالمحاسبة أو بائعة في محلات المستلزمات النسائية أو بائعة في محلات الملابس، فهناك اتجاهات قائمة في بعض من أفراد المجتمع منها تحدد نوع المهن المطلوبة، وتستهن بعض المهن الجديدة والحديثة، وجاءت هذه الدراسة بهدف استقصاء اتجاه الشباب الجامعي نحو عمل المرأة في المحلات التجارية، وتأثير المرحلة الدراسية والمستوى الاقتصادي والاجتماعي وقياسه؛ لتسهيل كشف الواقع بإيجابياته وسلبياته والتصرف حياله أو تحسينه، وبالتالي فهذه الدراسة تسعى إلى التعرف إلى أهمية التعليم الجامعي باعتباره نوعاً من التعليم الفعال في تغيير أنماط الاتجاه، وأين تتجه في ظل التغير الذي يشهده المجتمع السعودي نحو عمل المرأة في مجال البيع في المحلات التجارية، وقيامها بنفس المهام التي يقوم بها الرجل، وما مدى قبول الشباب الجامعي وموافقته في عمل المرأة في المحلات التجارية؟.

ثانيا: أهمية الدراسة

الأهمية العلمية:

تتمثل أهمية هذه الدراسة علميا فيما يلي:

- التعرف على اتجاهات الشباب الجامعي مهم؛ حيث أنه يقع عليه العبء الكبير في تطوير المجتمع وتنميته.
- معرفة الاتجاهات لها فائدة ليتم تعديلها نحو الأفضل.
- تقتقر الدراسات إلى شريحة كبيرة من المجتمع النسائي التي لها دور كبير في الاقتصاد.

الأهمية العملية:

أما الأهمية العلمية لهذه الدراسة، فهي كما يلي

- مساعدة الباحثين لمزيد من الاستقصاءات الموضوعية نحو هذا الموضوع.
- توفير المعلومات الدقيقة الموثقة لصاحب القرار تعينه بعد الله لاتخاذ القرارات الصائبة.
- ندرة الدراسات التطبيقية حول عمل المرأة في المحلات التجارية.

ثالثا: أهداف الدراسة:

- تهدف الدراسة إلى التعرف على اتجاه الشباب الجامعي السعودي بجامعة الملك سعود نحو عمل المرأة السعودية في المحلات التجارية، ويتفرع من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية:
- التعرف على نوعية المحلات التجارية الأكثر مناسبة لعمل المرأة السعودية.
 - التعرف على أسباب قبول وشروط الشباب الجامعي لعمل المرأة السعودية في المحلات التجارية.
 - التعرف على أسباب رفض الشباب الجامعي لعمل المرأة السعودية في المحلات التجارية.
 - معرفة الفروق في اتجاهات الشباب الجامعي نحو عمل المرأة السعودية في المحلات التجارية تبعا (للعمر - التخصص - الحالة الاجتماعية - المستوى الدراسي - الحالة الاقتصادية (الدخل الشهري للأسرة) - مكان النشأة - نوع السكن - ملكية السكن - المستوى التعليمي للوالدين).

النظرية البنائية الوظيفية:

أهم مؤسسيها راد كليف براون ومالينوفسكي، والتي تؤكد على أن لكل مجتمع احتياجات رئيسية، ولاستمرار هذا المجتمع لابد من إشباع رغبات هذا المجتمع.

وتعرف بأنها هي أن لكل جزء من أجزاء البناء الاجتماعي وظيفة مهمة يؤديها ويسعى من خلالها إلى إشباع الاحتياجات الرئيسية لدى الأفراد، ومن أهم العلماء المحدثين المؤيدين لها تالكون بارسونز وروبرت ميرتون (الخطيب، ٢٠٠٩: ٢٣٠).

تقوم على عدة مبادئ منها:

- يتكون المجتمع أو المؤسسة أو الجماعة مهما يكن غرضها وحجمها من أجزاء أو وحدات مختلفة عن بعضها، وبالرغم من اختلافها إلا أنها مترابطة ومتساندة ومتجاوبة مع بعضها.
 - كل جزء من أجزاء المؤسسة أو النسق له وظائف بنوية نابعة من طبيعة الجزء.
 - الوظائف التي تؤديها المؤسسة أو الجماعة قد تكون وظائف ظاهرة أو كامنة أو بناءة أو هدامة.
 - وجود نظام قيمى أو معيارى تسيّر البنى الهيكلية للمجتمع أو المؤسسة في مجاله.
 - نظام الاتصال يحدد العلاقات في الأنساق العمودية للبناء (الحسن، ٢٠١٠، ٥٦).
- وبناء على هذه النظرية؛ فإن العمل وحدة أساسية من وحدات المجتمع، وعمل المرأة جزء منه وبناء على ما حدث من التطور الاقتصادي الذي حدث في عمل المرأة السعودية وفتح مجالات واسعة لها لمساهمة بناء مجتمعها.

ثانياً: الدراسات السابقة: ومن هذه الدراسات

أولاً: الدراسات المحلية:

١- دراسة العمار، سلوى (١٩٨٢)، بعنوان: أثر التعليم في الاتجاهات نحو عمل المرأة في السعودية:

هدفت الدراسة إلى معرفة مستوى التعليم وتأثيره في الاتجاه نحو عمل المرأة سلباً أو إيجاباً واختلاف الاتجاهات نحو عمل المرأة باختلاف المستوى الاقتصادي والتعرف على موقف الطلبة تجاه عمل المرأة، استخدمت الدراسة استبيان تم توزيعه في جامعة الرياض، وتكونت العينة من (٩٦٠) طالب وطالبة.

ووجد أن هناك فروق بين طلبة المرحلة الثانوية والمرحلة الجامعية، وهذا يعني أن المستوى التعليمي له تأثير في اتجاهات الطلبة نحو عمل المرأة، أيضا هناك فروق بين الطلاب والطالبات، وكانت الطالبات الأكثر تأييدا، وكان ذوي الدخل المرتفع أكثر ميلا لعمل المرأة ذات الدخل المنخفض، وكانت أكثر المهن المرغوبة لدى الطلاب هي الخياطة والتعليم والحضانة، وعند الطالبات التعليم والخياطة أيضا وخصائية اجتماعية.

٢- دراسة حسن، محمد بيومي (١٩٨٦)، بعنوان: الاتجاهات النفسية للشباب السعودي نحو عمل المرأة في المجتمع:

هدفت الدراسة إلى دراسة اتجاهات الشباب من الجنسين نحو عمل المرأة السعودية ومعرفة أسباب موافقتهم ورفضهم أو شروط موافقتهم ونوع العمل المناسب للمرأة السعودية، وتكونت عينة البحث من (٢٠٠) من الشباب نفهم من الطلاب، والنصف الآخر من الطالبات.

كان للطالبات ميل لعمل المرأة، وكان هناك موافقة من عينة الدراسة على عمل المرأة في مجالات معينة مثل التدريس للبنات والطب النسائي وكافة الأعمال التي تخدم فيها المرأة بنات جنسها، وأيضا ارتبطت الموافقة بالتزام المرأة بعدم الاختلاط والتحجب، وذلك ما يفرضه المجتمع السعودي بالالتزام بالقيم والعادات والمحافظة عليها.

٣- دراسة: النمر، سعود، بعنوان: اتجاهات الطالبة السعودية في جامعة الملك سعود نحو العمل. هدفت الدراسة إلى التعرف إلى اتجاهات الطالبة الجامعية حول المهن التي تراها ملائمة لعمل المرأة السعودية، وأيضا حول دور المرأة ودوافعها للعمل، وحول مساواتها بالرجل في أداء العمل، واستخدمت الباحثة المسح الاجتماعي، وتكونت العينة من (٦٠٠) طالبة.

وكان من أهم النتائج: المحافظة على المهن التي يحق للمرأة السعودية الالتحاق بها مثل التدريس والخياطة الأخصائية الاجتماعية، وغيرها، وأن الدوافع الذاتية تأتي في الأولوية على الدوافع المالية، فالمرأة تعمل لتحقيق ذاتها قبل حاجتها للمال.

وأظهرت الدراسة قدرة المرأة على أداء العمل بنفس مستوى أداء الرجل في حالة توفر المؤهلات الكافية لذلك، وكلما ارتفع مستوى الوالدين كان الاتجاه إيجابيا نحو المساواة في العمل بين الرجل والمرأة في العمل.

ثانيا: الدراسات العربية:

٤- دراسة: الشبول: نايف (٢٠٠٥)، بعنوان: وجهات نظر طلبة جامعة اليرموك بالأردن نحو عمل المرأة في المسرح.

هدفت الدراسة إلى التعرف على وجهات نظر الطلبة نحو عمل المرأة في المسرح، وللوصول إلى نتائج الدراسة تم عمل استبيان وتوزيعه على طلبة جامعة اليرموك، وتكونت عينة البحث من (٨٦٥) طالبا.

وأشارت النتائج إلى أن وجهات نظر الذكور نحو عمل المرأة في المسرح كانت سلبية، وكانت وجهات نظر الإناث أكثر إيجابية.

كما أن وجهات نظر الذين أمهاتهم في مستوى التعليم الجامعي كانت إيجابية أكثر من غيرهم، ولم يتم العثور على دلالة إحصائية لمتغيرات مكان السكن ومستوى الدخل في وجهات نظر الطلبة نحو عمل المرأة في المسرح.

٥- دراسة: الجندي، نزية (٢٠٠٥)، بعنوان: اتجاهات العاملين والعاملات العمانيين نحو تولي المرأة الوظائف الإدارية القيادية في سلطنة عمان:

استهدف البحث تحديد نوعية الاتجاه لدى العاملين والعاملات نحو تولي المرأة الوظائف الإدارية القيادية في مؤسسات العمل المختلفة في المجتمع العماني ومعرفة الفروق بين اتجاهات العاملين والعاملات في ضوء متغيرات الجنس والحالة الاجتماعية والخبرة بالعمل والعمر والمستوى التعليمي، وتكونت العينة من (١٤٩) من العاملين والعاملات العاملين في القطاعين العام والخاص.

أظهرت النتائج وجود اتجاه إيجابي لدى العينة نحو تولي المرأة الوظائف الإدارية القيادية في مؤسسات العمل المختلفة مع وجود فروق ذات دلالة إحصائية، ووجود اتجاه إيجابي من للمتزوجين وغير المتزوجين لتولي المرأة عمل قيادي في مؤسسات العمل المختلفة في المجتمع العماني.

ثالثاً: الدراسات الأجنبية:

٦- دراسة فرانسوا بلو - مارياني فبرير (١٩٩٠)، بعنوان: "المرأة والعمل والحياة":

عرضت الدراسة الوضع الاقتصادي للمرأة حول العالم، مع تركيز خاص حول الأوضاع الوظيفية المتعلقة بالرجال التي أصبحت المرأة ترتادها، ووجدت الدراسة وجود فروق بين الدول والأقاليم لوجود فجوة بين الإناث والذكور في الأمور المتعلقة بالمشاركة في القوة العاملة والتمييز الوظيفي والرواتب والتعلم والوقت الذي تقضيه المرأة في الاهتمام بشؤون المنزل، ومن الواضح أن المرأة لم تحصل على المساواة الكاملة بالرجل.

جمعت الدراسة المعلومات من منظمات حكومية وغير حكومية في العديد من الدول، وإضافة إلى التحليلات الدورية الصادرة حول وضع المرأة الاقتصادي والمهني الاجتماعي حول العالم.

توصلت الدراسة إلى أن الصورة كانت معقدة وهناك فروق كبيرة بين الدول والأقاليم مما جعل عملية التعليم صعبة، كذلك هناك بعض الدول والأقاليم ليس لديها البيانات الكافية، ولكن من الواضح جداً أن الدول الصناعية حققت المساواة بين الرجل والمرأة بناء على البيانات المتوفرة في هذه الدول، وتوصلت أيضاً إلى أن التغيرات المتعلقة بالمساواة في تطور مستمر مع مرور الوقت، ولكن الأدوار التي يلعبها الرجال والنساء لن تتغير بسهولة.

٧- دراسة هورينر، دينس (٢٠٠٦م)، بعنوان: تأثير المرأة العاملة على العمل وعلى الحياة:

وصفت هذه الدراسة تأثير المرأة التي دخلت إلى سوق العمل بعد العام ١٩٧٠، على القضايا المتعلقة بالعمل والحياة، حيث كان للمرأة في هذه الفترة وجهات نظر مختلفة عما سبق، فظنت المرأة أنها تستطيع منافسة الرجال في الوظيفة، وأيضاً المشاركة المتماثلة تجاه الأمور المتعلقة بالحياة الشخصية، كذلك قام الباحث بمناقشة العمل منذ العام ١٩٦٠ إلى العام ٢٠٠٦، حيث قام الباحث بتقديم عدة نظريات المتعلقة بعمل المرأة في مجال الأعمال.

توصلت الدراسة إلى أن تأثير المرأة العاملة على قضايا العمل والحياة خلق الفرص بالنسبة للرجال والنساء على حد سواء، وساعدهم على إعادة تقييم الأجندة المهنية والشخصية.

التعليق على الدراسات السابقة:

- من خلال استعراض الدراسات السابقة وذات الصلة والقريبة من موضوع الدراسة الحالية أنها تقيس اتجاهات الأفراد في المجتمع نحو عمل المرأة.
- اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في دراسات الاتجاهات نحو عمل المرأة وخاصة الدراسات المحلية.
- اختلفت الدراسة الحالية بدراسة عمل المرأة في المحلات التجارية، والدراسات العربية اتفقت مع الدراسة الحالية في أنها درست الاتجاه، ولكن اختلفت في نوعية العمل.
- اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات الأجنبية في تناول جانب عمل المرأة، واختلفت في أنها تدرس اتجاه الشباب الجامعي نحو عمل المرأة وخصسته بعمل المرأة في المحلات التجارية.
- وهناك تفاوت في الدراسات ما بين القبول والرفض حسب المتغيرات، ولكن تبين من خلال الدراسات التي تم استعراضها أن المرأة كانت أكثر قبولا وأكثر اتجاها إيجابيا للعمل.

ثالثا: الأدبيات (محاور الدراسة)

الشباب:

تشكل الشباب من (١٥ - ٢٩ سنة) نسبة عالية من سكان المملكة العربية السعودية، وتضم الشريحة طلاب وطالبات المرحلتين الثانوية والجامعية، وحديثي التخرج، والموظفين والموظفات من خريجي مؤسسات التعليم العالي، وغيرهم من المتوقفين والمتسربين من التعليم الثانوي والجامعي، والخريجين الذين ما زالوا يبحثون عن عمل، ولهذه الفئة أهمية استراتيجية كبيرة في البناء الوطني؛ لأنها تشمل شبابا في مرحلة التكوين العلمي والعمل الاجتماعي، وستشكل خلال سنوات قليلة نسبة عالية من القوى الوطنية العاملة في القطاعين العام والخاص، وهم آباء وأمهات الجيل السعودي المقبل، والشباب أكثر الفئات تأثرا والمستقبل مرهون به (مركز أسبار للبحوث والإعلام - www.asbar.com).

وهناك محددات أخرى لمرحلة الشباب لا تقل أهمية من الناحية البيولوجية، ونقص ذلك أنهم يتميزون بصفات جسدية معينة، ففي هذه المرحلة يغلب عليهم اكتمال بنيتهم الجسدية، ووضوح طبقة الصوت، وظهور الشعر على الوجه كما يتميزون بالقوة الجسدية (باقادر، ٢٠٠٥: ٢٣).

أولويات واهتمامات الشباب السعودي:

في دراسة قام بها (مركز رؤية للدراسات الاجتماعية، ٢٠١٠) على الشباب السعودي على مستوى مناطق المملكة الخمس، وأبرز الاستطلاع إلى أن اهتمام الشباب الجامعي السعودي كان أبرزه ما يلي:

- الاستقرار المادي أول الأولويات بالنسبة للشباب السعودي الجامعي، ثم تليه فرص الحصول على العمل، ثم الزواج، وأخيرا التعليم.
- تكاد تجمع عينة الدراسة من الشباب السعودي على أن تكون الزوجة السعودية الجنسية.
- تعد المشكلات المادية هي المعوق الأساسي لرغبة الشباب في الزواج.
- يقضي الشباب السعودي الجامعي وقت فراغه على الانترنت ثم يليه مشاهدة التلفاز، ثم احتل العمل التطوعي آخر الأولويات.
- جاءت البطالة في مقدمة المشكلات التي تواجه الشباب، تليها قضيتا المخدرات والإرهاب.
- جاءت قضية فلسطين أهم القضايا العربية والإسلامية التي تشغل تفكير الشباب السعودي، تليها العراق ولبنان وأفغانستان والصومال، وأخيرا السودان.

عمل المرأة:

- تختلف تقسيمات العمل تبعا للزمن، دائم أو مؤقت، أو تبعا للقوانين رسمي أو غير رسمي، أو نوع القطاع التي تعمل به حكومي أم أهلي، ويصنف العمل دون أجر إلى ثلاثة أنواع:
- العمل المنزلي ورعاية الأطفال والخدمات المتعلقة بالأسرة.
 - الإنتاج الزراعي لاستهلاك الأسرة المعيشي.
 - المشاريع الأسرية المنتجة التي يقوم بها أكثر من فرد (العيدان، ٢٠١٣).

والعمل حق من حقوق المرأة بما يتناسب مع فطرتها وطبيعتها، ولا يعرضها لتجاوز الحدود الشرعية والتقاليد الاجتماعية، والرجل يمارس من العمل ما يتناسب مع فطرته، ومع قدرته، ولكل منهما نصيبه من الكسب، وعمل المرأة في عمل شريف من أجل كسب عيشها حق لها، وقيام المرأة بعمل من الأعمال الضرورية للنساء كالتعليم والطب والتمريض، فالمرأة إذن مخلوق مستقل من حيث المسؤولية عن العمل، كما أن الرجل كذلك (التركستاني، ١٤١٩: ٥٥).

عمل المرأة في الشريعة الإسلامية:

إن الشريعة الإسلامية منحت المرأة حقوقها وكرامتها أفضل التكريم، وأعطتها حقوقها منذ خمسة عشر قرناً من الزمان، وقد وقفت عاجزة أمام تلك الحقوق جميع القوانين الوضعية والاتفاقات والمعاهدات الدولية التي نادت بحقوق المرأة وحريتها، وقد حثتنا الشريعة الإسلامية على العمل والسعي إلى الرزق من أجل الحياة ورضا المولى سبحانه (الفوزان، ٢٠١٢: ٨٢)، قال تعالى: {وَلَا تَحْمِلُوا مَا فَضَّلَ اللَّهُ بِهِ بَعْضَكُمْ عَلَى بَعْضٍ لِلرِّجَالِ نَصِيبٌ مِّمَّا اكْتَسَبُوا وَلِلنِّسَاءِ نَصِيبٌ مِّمَّا اكْتَسَبْنَ وَسَأَلُوا اللَّهَ مِنْ فَضْلِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمًا} [سورة النساء: ٣٢] ، وهذه الآية الكريمة تقرر حق العمل للمرأة ونصيبها من كسبها مثلها مثل الرجل في العمل سواء داخل الأسرة أو خارجها.

وفي المجال الاقتصادي فأعطاه الأهلوية المالية الكاملة في جميع التصرفات حين تبلغ سن الرشد، ولم يجعل لأحد عليها في أموالها ولاية، ولم يتعرض الإسلام على أن تتولى المرأة المسؤوليات الاجتماعية والاقتصادية كمديرة ومسئولة، أو عاملة ما عدا توليها الولاية العامة وهي رئاسة الدولة، فلا يجوز لها أن تتولى هذا المنصب العام لما يترتب على من يتولاه مسؤوليات كبرى وأعمال لا تتحملها المرأة الضعيفة والرقيقة فطرياً (العبد القادر، ١٩٩٥: ١١٧).

وأن المرأة كانت ومنذ فجر الدولة الإسلامية في عهد الرسول صلى الله عليه وسلم كانت تعمل في أسواق المدينة، ولم ينكر رسولنا الكريم عليها ذلك الصحابة ولا التابعون، فكان الرجال والنساء يمارسون التجارة، وكانت المرأة تبيع السمن والمأكولات والأعمال اليدوية (الفوزان، ٢٠١٢: ٥٥).

وتتصرف المرأة المسلمة في مالها دون إذن زوجها، فقد عتقت السيدة ميمونة أم المؤمنين جاريته دون علم رسول الله صلى الله عليه وسلم، وأهدت أم سليم بنت ملحان هدية لرسول صلى الله عليه وسلم يوم عرسه باسمها لا باسم زوجها، كما كان يؤخذ بمشورة المرأة وبرأيها (حماد، ١٩٩٧: ٢٦-٢٧).

عمل المرأة في المملكة العربية السعودية:

لن تخرج المرأة السعودية للعمل إلا منذ وقت قريب، ففرصة التعليم لم تنتهياً لها إلا قبل أربعة عقود من الزمان، كان التعليم قبلها يقدم بمجهودات فردية فردية ضمن مجارس خاصة، وتعمل المرأة في المملكة العربية السعودية بشكل منفصل تماماً عن الرجل في معظم جهات العمل، كالمدارس والجامعات والإشراف التربوي وكليات تعليم البنات...، أما في المستشفيات فإنها تعمل كطبيبة وممرضة وإدارية وفنية، إلا أنها لا تسنقل بعملها هناك عن الرجل بحكم طبيعة العمل (حلواني، ٢٠٠٠: ٤).

لذا فإن مساهمة المرأة في حدود مبادئ الإسلام مع عدم الإخلال بمسئولياتها الأولى تجاه أسرتها مساهمة مطلوبة ومهمة (بو علي، ١٤٢٩: ٦٢).

لم تظهر ملامح سياسة توظيف المرأة في المملكة العربية السعودية إلا بعد أن بدأت الرئاسة العامة لتعليم البنات في عام ١٣٨٠ هـ في افتتاح المدارس التابعة لها، ويعد هذا بداية لفتح مجال عمل رسمي حكومي للمرأة في المملكة العربية السعودية في مجال تعليم البنات، ومنع تشغيل النساء في الأعمال التي تعد ضارة بالصحة أو من شأنها تعرض النساء لأخطار معينة، وأيضاً عدم تشغيل النساء أثناء فترة الليل فيما بين غروب الشمس وشرورها إلا في الحالات التي يصدر بها قرار من وزير العمل في المهن غير الصناعية وحالات الظروف القاهرة (الرشيد، ١٤٢٩: ٢٣).

حق المرأة في العمل من خلال خطط التنمية:

تسهم المرأة في المملكة العربية السعودية في عملية الإنتاج الاقتصادي في القطاعين العام والخاص، وتعد مساهمتها في الاقتصاد ذات أهمية كبيرة حيث تمثل المرأة نصف الموارد البشرية، ولذا فهي عامل مهم في تحقيق التنمية الاقتصادية في القطاعات المختلفة، وبما أن زيادة مساهمة المرأة في الاقتصاد ستؤدي إلى رفع معدلات النمو الاقتصادي، فإنها ستساهم في زيادة فرص العمل المتاحة في المجتمع (المرأة السعودية رؤية عالمية: ١٤٢٩، ٨٢).

ورغن أن خطة التنمية الأولى لم تقدر مدى مشاركة المرأة ومساهمتها بالشكل الكافي والقوي (خطة التنمية الأولى: ١٣٩٠ - ١٣٩٥هـ) إلا خطة التنمية الثانية أوضحت أنه من خلال خطة التنمية الأولى ارتفاع نسبة مشاركة المرأة السعودية ٠.٥% (نصف المائة) إلى ١.٠٠% (واحد في المائة) من القوى العاملة البشرية، وهذا إن دل فهو يدل على بداية عمل المرأة وخروجها إلى ميدان العمل وتكسيها للعادات والتقاليد الموروثة، ومن نتائج هذه الخطة التحسن الملموس في مدى كفاءة الفرد واستيعابه لأعماله وكفاءته الإنتاجية العالية غير أن هذا التطور الملموس ما زال خارج التطور الشامل والمنشود، وقد وصل عدد السعوديات اللاتي دخلن مجال العمل إلى ١٤٨ ألف موظفة مقارنة بخطة التنمية الأولى التي وصل فيها عدد السعوديات ٢٧ ألف موظفة (الفوزان، ٢٠١٢: ١٠٨).

وتعتبر خطة التنمية الثالثة (١٤٠٤ - ١٤٠٥هـ) نقطة البداية الحقيقية لعمل المرأة السعودية، فقد أشارت هذه الخطة إلى توجيه وتوعية المرأة بمجالات العمل المتاحة والمناسبة لها، أما عن خطة التنمية الرابعة (١٤٠٥ - ١٤١٠هـ) أشار البند الرابع من الأساس الاستراتيجي الخامس بها إلى تحديد مجال أو أسس عمل المرأة بما لا يتعارض مع الدين الإسلامي الحنيف، وقد أشارت هذه الخطة إلى أن هناك مشكلة تتعلق بتوظيف النساء السعوديات يعود سببها من الناحية الفنية إلى تزايد عدد النساء الخريجات مما يتطلب زيادة فرص عملهن في سوق العمل (الفوزان، ٢٠١٢: ١٠٨).

أما خطة التنمية الخامسة فأشارت إلى ضرورة إيجاد الوسائل الكفيلة بتوفير فرص عمل للنساء وأن (٦٠.٠٠٠) من النساء السعوديات يتوقع دخولهن سوق العمل خلال فترة الخطة.

أما الخطة الخمسية السادسة فأشارت إلى عدم تمكن الخريجات بصفة خاصة من اللحاق بالفرص الوظيفية الشاغرة في مناطق بعيدة عن أماكن إقامتهن، وقد كان من أهداف الخطة زيادة مجالات فرص العمل للمرأة بما يتفق مع الشريعة الإسلامية.

وفي الخطة السابعة: نصت على نفس الهدف وهو زيادة مجالات فرص عمل المرأة السعودية وزيادة إسهامها في سوق العمل بما لا يتعارض مع الشريعة الإسلامية (الشمري، ٢٠٠٨: ٢٤).

مشاركة المرأة السعودية في التنمية الوطنية:

على الرغم من أن أعلى نسبة عمل تساهم بها المرأة السعودية في قوة العمل هي القطاع الحكومي حيث لا تتعدى نسبة العمالة النسائية في القطاع الخاص ٠.٤٨% من إجمالي العمالة النسائية في القطاعات المختلفة إلا أن إحصاءات ٢٠٠٥ تشير إلى أن النساء بالمملكة قد دخلن القطاع الخاص، ففي مجال التجارة بلغ عدد سيدات الأعمال ما بين ٤٠٠ إلى ١٢٠٠ سيدة تملك أو تدير أعمالها التجارية بنفسها، وبلغ عدد المؤسسات التي تملكها النساء ٢٤٧ مؤسسة والتي تديرها ٩٠ مؤسسة، وشاركت النساء السعوديات للمرة الأولى في انتخابات الغرفة التجارية والصناعية بجدة، وتم فتح باب التوظيف للنساء في الفنادق لخدمة النساء والتوزيع البريدي المعروف DHL في مدينة جدة بمنصب مديرة خدمة العملاء في المملكة العربية السعودية (مجلة التريبة، ٢٠٠٧: ٩٥).

مجالات عمل المرأة السعودية:

توضح دراسة (الأنصاري، ١٩٩٠) أن مجالات عمل المرأة السعودية تنحصر في ما يلي:

- المجال التعليمي (معلمة، موجهة..).
- المجال الطبي (طبيبة، ممرضة..).
- المجال الإعلامي والثقافي (صحفية، كاتبة، مذيعة في الإذاعة والتلفزيون..).
- المجال الاقتصادي (الملكية الخاصة، استثمار اقتصادي..) (العبد القادر، ١٩٩٥: ١٢١).

مجالات عمل المرأة السعودية الحديثة:

أولاً: الأعمال خارج المنزل:

المجالات العامة، ومنها:

- خدمات البيع والتسويق، تصميم الأزياء، أعمال المحاسبة والشؤون البنكية والمالية، مكاتب سفر وسياحة النساء، تشغيل وصيانة الأجهزة المكتبية، اختصاصات العلاج الطبيعي، مهن الكمبيوتر، أعمال تجهيز الطعام بالفنادق، مكاتب الترجمة، صالونات التجميل، وغير ذلك الكثير. (الفوزان، ٢٠١٢: ١٣١).

مجالات عمل المرأة عن بعد:

- المرسم (الفن التشكيلي)، العمل ضمن الجامعات والمعاهد المفتوحة، صناعة الحلبي، تصميم الدعاية والإعلان، التسويق الهاتفي، وغيرها الكثير. (الفوزان، ٢٠١٢: ١٤٠).

عمل المرأة في محلات بيع المستلزمات النسائية:

بدأ عمل المرأة في المحلات التجارية أولاً في بيع محلات المستلزمات النسائية بعد الاطلاع على الأمر الملكي رقم ١٢١ بشأن الموافقة على الخطة التفصيلية والجدول الزمني والحلول المستقبلية؛ لمعالجة مشكلة زيادة عدد الخريجات، جاء قرار قصر العمل في محلات بيع المستلزمات النسائية على المرأة السعودية (دليل أنظمة عمل المرأة في المملكة العربية السعودية، ٢٠١٢).

شروط عمل المرأة في محلات بيع المستلزمات النسائية: منها:

أولاً: يقصد بمحلات بيع المستلزمات النسائية المحلات الخاصة ببيع الملابس الداخلية، وبيع أدوات التجميل، سواء كانت في مراكز تجارية مغلقة وعليها حراسة أمنية كافية، أو في مراكز تجارية مفتوحة، أو في محلات قائمة بذاتها.

ثانياً: يقتصر العمل في هذه المحلات على المرأة السعودية ولا يتطلب التوظيف تصريح من أي جهة.

ثالثاً: يراعى في محلات بيع المستلزمات النسائية ما يلي:

- يجب على صاحب المحل حماية رؤية ما بداخله إذا كان مخصصاً للنساء فقط ومنع دخول الرجال.
- يحظر توظيف عاملات وعاملين في محل واحد إلا المحلات متعددة الأقسام التي يجوز لها توظيف العاملين والعاملات متى ما كانوا في أقسام مختلفة.
- يجب توفير نظام أمني إلكتروني أو حارس أمني، ما لم يكن هناك حراسة أمنية عامة موفرة من قبل المركز التجاري المفتوح الذي يقع فيه المحل.

• يجب على صاحب العمل توفير دورة مياه أو أكثر لضرورة وجودها إذا لم يتوفر في المركز التجاري دورة مياه في مسافة لا تبعد أكثر من خمسين مترا عن المحل.

رابعاً: يجب الالتزام بالاحتشام في الزي والملبس والالتزام بضوابط الحجاب الشرعي والذي يجب أن يكون في كل الأحوال محتشماً وغير شفاف (دليل أنظمة عمل المرأة في المملكة العربية السعودية، ٢٠١٢: ٢٢).

• يبلغ هذه القرار لمن يلزم للعمل بموجبه، وينشر في موقع العمل الإلكتروني، والجرائد الرسمية في الدولة.

ومما لا شك فيه أن هذه القرارات ومجالات عمل المرأة الحديثة فتحت آفاق واسعة للمرأة السعودية في مجالات العمل المختلفة، وقد جاء دورها؛ لتؤكد الثقة فيها ومدى طموحها وثبتت دورها في سوق العمل؛ لدفع عجلة التقدم والتنمية.

الإجراءات المنهجية:

أولاً: نوع الدراسة:

هذه الدراسة تقع تحت ما يسمى (دراسة استطلاعية)، وهي تقوم على زيادة خبرة الباحث واستبصاره بموضوع البحث؛ لتحديد مشكلته البحثية بدقة ووضوح، وتوضح للباحث المفاهيم الرئيسية المتضمنة في مشكلته البحثية (السيد، ١٩٩٥، ٣٧٠).

ثانياً: منهج الدراسة:

تقوم هذه الدراسة على المسح الاجتماعي عن طريق العينة، من خلال جمع معلومات وبيانات بهدف التعرف على حجم الظاهرة، ويمثل هذا المنهج محاولة منظمة لتقرير وتحليل الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو جماعة أو بيئة معينة.

ثالثاً: أداة الدراسة:

أداة جمع البيانات المستخدمة في هذه الدراسة هي الاستبانة، وهي الأكثر استخداماً في البحوث العلمية والاجتماعية، واستخدمت الباحثة مقياس ليكرت لقياس الاتجاهات ذوي المسافات الخمس، ثم قامت باختبار صدق الاستمارة (الضبط الظاهري) بعرضها على مجموعة من المحكمين في علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، للاستفادة من توجيهاتهم والتعديل عليها قبل كتابتها بشكل نهائي وقبل تعبئتها.

رابعاً: مجالات الدراسة:

المجال البشري:

هذه الدراسة موجهة إلى طلاب كلية الآداب بجامعة الملك سعود، فقد تم إجراء الدراسة الميدانية على عينة من طلاب البكالوريوس في كلية الآداب بجميع أقسامها، وتم أخذ نسبة ٥% من المجموع الكلي (٢٠٨٨)، فأصبحت العينة ١٠٦ بهدف التعرف على اتجاه الشباب الجامعي نحو عمل المرأة السعودية في المحلات التجارية لديهم.

المجال المكاني:

جامعة الملك سعود، كلية الآداب، بمدينة الرياض.

المجال الزمني:

تم إجراء هذه الدراسة وجمع بياناتها في الفصل الدراسي الأول ١٤٣٤/١٤٣٥ هـ.

خامساً: عينة الدراسة:

العينة المستخدمة في البحث هي عينة عشوائية بسيطة، وهي إحدى العينات الاحتمالية، وتختار في حالة توفر شرطين، الأول: أن يكون جميع أفراد المجتمع الأصلي معروفين، والثاني: يكون هناك تجانس بين هؤلاء الأفراد (عبيدات وآخرون، ١٩٨٤: ١١٣).

سادساً: صدق أداة الدراسة: (صدق الاتساق الداخلي للأداة)

بعد التأكد من الصدق الظاهري لأداة الدراسة، قامت الباحثة بتطبيقها ميدانياً وعلى بيانات العينة، وتم حساب معامل الارتباط بيرسون لمعرفة صدق الاختبار، حيث تم حساب معامل الارتباط بين درجة كل عبارة من عبارات الاستبانة بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه العبارة.

اتجاه الشباب الجامعي نحو عمل المرأة السعودية
أ/ إيمان بنت عائض القحطاني
د/ أحلام العطا محمد عمر

الجدول (١) معاملات ارتباط بيرسون لعبارات المحور الأول

معامل الارتباط بالمحور	رقم العبارة	معاملات الارتباط بالمحور	رقم العبارة
**٠.٧٧٢	٧	**٠.٦١٧	١
**٠.٦٨٨	٨	**٠.٧٠٧	٢
**٠.٥٣٧	٩	**٠.٦٨٨	٣
**٠.٥٢٥	١٠	**٠.٦٨٢	٤
**٠.٥٧٤	١١	**٠.٧٢٧	٥
—	—	**٠.٨١٤	٦

يلاحظ ** دال عند مستوى الدلالة ٠.٠١ فأقل

الجدول (٢) معاملات ارتباط بيرسون لعبارات المحور الثاني بالدرجة الكلية للمحور

معامل الارتباط بالمحور	رقم العبارة	معاملات الارتباط بالمحور	رقم العبارة
**٠.٥٨٩	٧	**٠.٣٨٨	١
**٠.٣٥٤	٨	**٠.٤٨٣	٢
**٠.٤٢٢	٩	**٠.٤١٢	٣
**٠.٥١٠	١٠	**٠.٥٩٨	٤
**٠.٤٩٢	١١	**٠.٣٨٥	٥
**٠.٥٤٠	١٢	**٠.٤٦٨	٦

يلاحظ ** دال عند مستوى الدلالة ٠.٠١ فأقل

الجدول (٣) معاملات ارتباط بيرسون لعبارات المحور الثالث بالدرجة الكلية للمحور

معامل الارتباط بالمحور	رقم العبارة	معاملات الارتباط بالمحور	رقم العبارة
**٠.٣٨٦	٧	**٠.٤٥١	١
**٠.٦٥٩	٨	**٠.٦٠٠	٢
**٠.٧٠١	٩	**٠.٥٩٤	٣
**٠.٧٢٧	١٠	**٠.٦٥١	٤
**٠.٧٣٧	١١	**٠.٧٣٤	٥
**٠.٦١٢	١٢	**٠.٧١٩	٦

يلاحظ * دال عند مستوى الدلالة ٠.٠١ فأقل

يتضح من الجدول (٣-١) أن قيم معامل ارتباط كل عبارة من العبارات مع محاورها موجبة ودالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (٠.٠١) فأقل مما يدل على صدق اتساقها مع محاورها.

سابعا: ثبات أداة الدراسة:

لقياس مدى ثبات الإدارة (الاستبانة) استخدمت الباحثة معادلة ألفا كرونباخ للتأكد من ثبات أداة الدراسة.

ثبات المحور	عدد العبارات	محاور الاستبانة
٠.٨٧٥٤	١١	نوعية المحلات التجارية التي يرى الشباب الجامعي أنها مناسبة لعمل المرأة السعودية
٠.٧٥٤٣	١٢	أسباب قبول وشروط الشباب الجامعي لعمل المرأة السعودية في المحلات التجارية
٠.٨٦٥٥	١٢	أسباب رفض الشباب الجامعي لعمل المرأة السعودية في المحلات التجارية
٠.٧٥٥٢	٣٥	الثبات العام

وهذا يدل على أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات يمكن الاعتماد عليها في التطبيق الميداني للدراسة.

ثامناً: أساليب المعالجة الإحصائية:

تم استخدام العديد من الأساليب الإحصائية المناسبة، وذلك باستخدام الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية التي يرمز لها بالرمز (SPSS).

وبعد ترميز وادخال البيانات على الحاسب الآلي، تم حساب المقاييس الإحصائية التالية:

- التكرارات والنسب المئوية للتعرف على الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة، وتحديد استجابات أفرادها تجاه عبارات المحاور الرئيسية التي تتضمنها أداة الدراسة.
- المتوسط الحسابي الموزون (المرجح)؛ لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد الدراسة على كل عبارة من متغيرات الدراسة الأساسية.
- المتوسط الحسابي "Mean"؛ لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد الدراسة عن المحاور الرئيسية.
- تم استخدام الانحراف المعياري "Standard Deviation" للتعرف على مدى انحراف استجابات أفراد الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة ولكل محور من المحاور الرئيسية عن متوسطها الحسابي.
- تم استخدام اختبار (ت) للعينات المستقلة، للتعرف على ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات أفراد الدراسة نحو محاور الدراسة باختلاف متغيراتهم التي تنقسم إلى فئتين.
- تم استخدام (تحليل التباين الأحادي) للتعرف على ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات أفراد الدراسة نحو محاور الدراسة باختلاف متغيراتهم الشخصية والوظيفية التي تنقسم إلى أكثر من فئتين.
- تم استخدام اختبار شيفيه للتحقق من صالح الفروق التي بينها اختبار تحليل التباين.

التحليل الإحصائي:

أولاً: تحليل خصائص أفراد العينة (الطلاب):

جدول (٤) توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير العمر

العمر	التكرار	النسبة
١٩ سنة	١١	١٠.٤
٢٠ سنة	٣٤	٣٢.١
٢١ سنة	٢٨	٢٦.٤
٢٢ سنة	١٢	١٩.٨
٢٣ سنة فأكثر	٢١	١٩.٨
المجموع	١٠٦	%١٠٠

وبتحليل خصائص أفراد العينة اتضح أن ٣٤ من أفراد العينة يمثلون ٣٢.١% أعمارهم ٢٠ سنة، وهم الفئة الأكثر من أفراد الدراسة، بينما ٢٨ منهم يمثلون ٢٦.٤% أعمارهم ٢١ سنة، مقابل ٢١ منهم يمثلون ما نسبته ١٩.٨% عمرهم ٢٣ سنة، و ١١ بنسبة ١٠.٤% عمرهم ١٩ سنة، مما يعني أن الغالبية العظمى من عينة الدراسة من المستويات الدراسية الأولى، فبالتالي عمر ٢٠ سنة هم الأكثر من أفراد العينة.

توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير التخصص:

جدول (٥) توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير التخصص

التخصص	التكرار	النسبة
دراسات اجتماعية	٣٧	٣٤.٩
تاريخ	١١	١٠.٤
جغرافيا	١٢	١١.٣
لغة عربية	٥	٤.٧
لغة إنجليزية	١٩	١٧.٩
إعلام	١٣	١٢.٣
علوم ومكتبات	٩	٨.٥
المجموع	١٠٦	%١٠٠

ويعد دراسة تخصصات أفراد العينة اتضح أن ٣٧ فرد بنسبة ٣٤.٩% كان تخصصهم دراسات اجتماعية وهم الأكثر، ١٩ بنسبة ١٧.٩% تخصص لغة إنجليزية، ١٣ بنسبة ١٢.٣% تخصص إعلام، و ١٢ بنسبة ١١.٣% تخصص جغرافيا، و ١١ بنسبة ١٠.٤% تخصص تاريخ، و ٩ بنسبة ٨.٥% تخصص علوم ومكتبات، و ٥ بنسبة ٤.٧% تخصص لغة عربية.

وتوضح تلك النتيجة أن عدد الطلاب في قسم الدراسات الاجتماعية للعام الدراسي ١٤٣٤-١٤٣٥ هـ كان أكثر أعداد في كلية الآداب لهذا العام، فقد بلغ عددهم الإجمالي (٤٠١) طالب فبالتالي هم أكثر أفراد عينة الدراسة.

توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير المستوى الدراسي:

جدول (٦) توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير المستوى الدراسي

النسبة	التكرار	المستوى الدراسي
٥.٧	٦	الأول
٤٥.٣	٤٨	الثالث
٤.٧	٥	الرابع
١٨.٩	٢٠	الخامس
١.٩	٢	السادس
١١.٣	١٢	السابع
١٢.٣	١٣	الثامن
١٠٠%	١٠٦	المجموع

ويعد دراسة متغير المستوى الدراسي لأفراد العينة اتضح أن ٤٨ بنسبة ٤٥.٥% في المستوى الثالث وهم الأكثر لأن العينة كانت عشوائية، ٢٠ بنسبة ١٨.٩% في المستوى الخامس ١٣ بنسبة ١٢.٣% في المستوى لثالث، ١٢ بنسبة ١١.٣% في المستوى السابع، ٦ بنسبة ٥.٧% في المستوى الأول، ٥ بنسبة ٤.٧% في المستوى الرابع، ٢ بنسبة ١.٩% في المستوي السادس.

توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير الحالة الاجتماعية:

جدول (٧) توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير الحالة الاجتماعية

النسبة	التكرار	الحالة الاجتماعية
٤.٧	٥	متزوج
٩٥.٣	١٠١	أعزب
%١٠٠	١٠٦	المجموع

وبعد دراسة متغير الحالة الاجتماعية لأفراد العينة اتضح أن ٩٥.٣% كانوا عزابا، و ٤.٧% متزوجين، وتفسير تلك النتيجة أن عينة الدراسة هم طلاب بكالوريوس والذين لا تتجاوز أعمارهم فوق سن الخامسة والعشرين؛ فلذلك من الطبيعي أن يكونوا غير متزوجين.

توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير المستوى التعليمي للأب:

جدول (٨) توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير المستوى التعليمي للأب

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي للأب
٣.٨	٤	غير متعلم
١٩.٨	٢١	يقرأ ويكتب
٨.٥	٩	ابتدائي
٢١.٧	٢٣	متوسط
١٩.٨	٢١	ثانوي
١٨.٩	٢٠	جامعي
٤.٧	٥	فوق الجامعي
٢.٨	٣	أخرى
%١٠٠	١٠٦	المجموع

وبعد دراسة متغير المستوى التعليمي لآباء أفراد العينة اتضح أن أعلى نسبة هي ٢٣ من أفراد العينة ما نسبته ٢١.٧% لوالدهم متوسط من الفئة الأكثر من أفراد الدراسة، وأقل قيمة هي ٣ أفراد بنسبة ٢.٨% والدهم له مستويات تعليمية أخرى.

توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير المستوى التعليمي للأم:

جدول (٩) توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير المستوى التعليمي للأم

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي للأم
١٥.١	١٦	غير متعلمة
١٨.٩	٢٠	تقرأ وتكتب
١٢.٣	١٣	ابتدائي
١٦.٠	١٧	متوسط
٢٠.٨	٢٢	ثانوي
١٢.٣	١٣	جامعي
٤.٧	٥	فوق الجامعي
١٠٠%	١٠٦	المجموع

وبعد دراسة متغير المستوى التعليمي لأمهات أفراد العينة اتضح أن أعلى قيمة هي ٢٢ فرد بنسبة ٢٠.٨% المستوى التعليمي لوالدتهم ثانوي وهم الفئة الأكبر، وأقل نسبة كانت ١٣ فرد بنسبة ١٢.٣% من إجمالي المستوى التعليمي لوالدتهم جامعي.

توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير الدخل الشهري للأسرة:

جدول (١٠) توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير الدخل الشهري للأسرة

النسبة	التكرار	الدخل الشهري للأسرة
٨.٥	٩	أقل من ٤٠٠٠ ريال
٢٠.٨	٢٢	من ٤٠٠٠ إلى أقل من ٨٠٠٠ ريال
١٥.١	١٦	من ٨٠٠٠ إلى أقل من ١٢٠٠٠ ريال
٤٥.٣	٤٨	من ١٢٠٠٠ ريال فأكثر
١٠.٤	١١	لا يوجد دخل ثابت
١٠٠%	١٠٦	المجموع

وبعد دراسة متغير الدخل الشهري للأسرة لأفراد العينة اتضح أن ٤٨ من العينة بنسبة ٤٥.٣% الدخل الشهري لأسرهم من ١٢٠٠٠ ريال فأكثر وهم الفئة الأكثر، والأقل كانوا ٩ أفراد بنسبة ٨.٥% الدخل الشهري لأسرهم ٤٠٠٠ ريال.

توزيع أفراد العينة وفق متغير مكان المنشأ:

جدول (١١) توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير مكان المنشأ

النسبة	التكرار	مكان المنشأ
٨٨.٧	٩٤	مدينة
٧.٥	٨	قرية
٠.٩	١	بادية
٢.٨	٣	خارج المملكة
١٠٠%	١٠٦	المجموع

وبعد دراسة متغير مكان المنشأ لأفراد العينة اتضح أن ٩٤ فرد بنسبة ٨٨.٧% مكان نشأتهم مدينة وهم الفئة الأكبر، بينما الأقل كانوا ١ فرد بنسبة ٠.٩% مكان نشأته البادية.

توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير نوع السكن:

جدول (١٢) توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير نوع السكن

نوع السكن	التكرار	النسبة
بيت شعبي	٨	٧.٥
شقة	١١	١٠.٤
دور في فيلا	١٧	١٦.٠
فيلا	٦٧	٦٣.٢
قصر	٣	٢.٨
المجموع	١٠٦	١٠٠%

وبعد دراسة متغير نوع السكن لأفراد العينة اتضح أن ٦٧ فرد بنسبة ٦٣.٢% وهم الأكثر مكان سكنهم فيلا، بينما الأقل كانوا ٣ أفراد بنسبة ٢.٨% سكنهم قصر.

توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير ملكية السكن:

جدول (١٣) توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير ملكية السكن

ملكية السكن	التكرار	النسبة
ملك	٨٢	٧٧.٤
إيجار	٢٤	٢٢.٦
المجموع	١٠٦	١٠٠%

وبعد دراسة متغير ملكية السكن لأفراد العينة اتضح أن ٨٢ فرد بنسبة ٧٧.٤% سكنهم ملك وهم الأكثرية، بينما الأقلية كانت ٢٤ فرد بنسبة ٢٢.٦% سكنهم إيجار، وهذا يدل على تملك أفراد عينة الدراسة للسكن، وارتفاع المستوى المعيشي لأفراد العينة.

ثانياً: تحليل بيانات أفراد العينة (الطلاب) (محاوَر الاستبانه):

١- نوعية المحلات التجارية التي يرى الشباب الجامعي السعودي أنها مناسبة لعمل المرأة السعودية:

جدول (١٤) نوعية المحلات التجارية التي يرى الشباب الجامعي أنها مناسبة لعمل المرأة السعودية

رقم العبارة	العبارة	النسبة %	درجة الموافقة					الانحراف المعياري	الرتبة
			أوافق بشدة	أوافق	غير متأكد	لا أوافق	لا أوافق بشدة		
١	أسواق تجارية نسائية	ك ٧٩ %	١٧	٣	٥	٢	١٠٩١	٤٠٥٧	١
٤	محلات بيع الملابس الداخلية وملابس النوم النسائية	ك ٨٥ %	٩	٢	٤	٦	١٠١٠	٤٠٥٤	٢
٦	محلات بيع العبااءات النسائية	ك ٦٢ %	٢٧	٧	٥	٥	١٠٠٩	٤٠٢٨	٣
٥	محلات بيع فساتين السهرة	ك ٥٩ %	٢٦	١٠	٧	٤	١٠١٠	٤٠٢٢	٤
٧	محلات بيع الأقمشة النسائية	ك ٥٧ %	٢٣	٨	٩	٩	١٠٣٢	٤٠٠٤	٥
٢	مستلزمات الأطفال	ك ٣٧ %	٢٨	٢٣	١٢	٦	١٠٢١	٣٠٧٤	٦
٣	محلات بيع العطور وأدوات التجميل	ك ٣٥ %	٢٣	١٦	١٩	١٣	١٠٤٢	٣٠٤٥	٧
٨	محلات بيع المجوهرات	ك ٢٢ %	٢١	٢٢	٢٣	١٨	١٠٣٩	٣٠٠٦	٨
١٠	البيع في الصيدليات	ك ٦ %	١١	١٧	٣٤	٣٨	١٠١٩	٢٠١٨	٩
٩	محلات الاتصالات	ك ٦ %	٤	١٥	٣٢	٤٩	١٠١٣	١٠٩٢	١٠
١١	البيع في السوبر ماركت	ك ٤ %	٧	١٢	٣٣	٥٠	١٠٠٩	١٠٨٩	١١
المتوسط العام									٠٠٧٩
									٣٠٤٤

ومن خلال نتائج هذه الدراسة اتضح أن أفراد عينة الدراسة موافقون على نوعية المحلات التجارية التي يرى الشباب الجامعي السعودي أنها مناسبة لعمل المرأة السعودية بمتوسط ٣.٤٤ من ٥.٠٠ وهو متوسط في الفئة الرابعة من المقياس الخماسي وتعني أوافق.

وبينت النتائج أن أفراد العينة موافقون على ثلاث نوعيات من المحلات التجارية، بيع الاقمشة النسائية، ومستلزمات العطور ولعب الأطفال، لان ذلك ربما اكثر ملائمة لها

اتجاه الشباب الجامعي نحو عمل المرأة السعودية

أ/ إيمان بنت عائض القحطاني

د/ أحلام العطا محمد عمر

وبينت النتائج أنهم غير موافقون على البيع في الصيدليات والسوبر ماركت ومحلات الاتصالات، ربما لأنها غير خاصة بالنساء وتتعرض المرأة فيها للاختلاط مما قد يضعها في مشكلات، وغير متأكدون من محلات بيع المجوهرات.

ونجد أن النتائج اتفقت مع دراسة حسن، محمد بيومي (١٩٨٦)، وتتسق مع نظرية الدور في ان العمل مؤسسة كبيرة للمرأة الحق في الدخول إليها لأنها جزء منها واستهجان دورها ينعكس على أدائها بالعمل كما وضعنا سابقا، وتتفق أيضا مع دراسة العمار، سلوى (١٩٨٢)، ودراسة النمر، سعود (١٤٠٩).

٢- شروط عمل المرأة في المحلات التجارية الذي يرى الشاب أنه يناسبها:

جدول (١٥) شروط عمل المرأة في المحلات التي يرى الشاب أنها تناسبها

رقم العبارة	العبارة	التكرار النسبة %	درجة الموافقة				المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
			أوافق بشدة	أوافق	غير متأكد	لا أوافق بشدة			
٥	أن تكون محتشمة	٩٦ %	٨ ٧.٥	٢ ١.٩	— —	— —	٤.٨٩	٠.٣٧	١
٧	وجود قوانين وأنظمة تحميها في المحلات	٨٣ %	١٥ ١٤.٢	٦ ٥.٧	١ ٠.٩	١ ٠.٩	٤.٦٨	٠.٧١	٢
٣	عدم الاختلاط بالرجال في مكان العمل	٨٠ %	١٣ ١٢.٣	٧ ٦.٦	١ ٠.٩	٥ ٤.٧	٤.٥٣	١.٠١	٣
١١	أن يؤمن لها المحل تأمين صحي	٧٠ %	٢٢ ٢٠.٨	١٣ ١٢.٣	١ ٠.٩	— —	٤.٥٢	٠.٧٥	٤
٤	أن يؤمن لها المحل المواصلات	٧٠ %	٢٠ ١٨.٩	١٠ ٩.٤	٤ ٣.٨	٢ ١.٩	٤.٤٣	٠.٩٥	٥
٢	أن يقدم لها دورات تدريبية قبل البدء بالعمل	٤٦ %	٤١ ٣٨.٧	١٠ ٩.٤	٦ ٥.٧	٣ ٢.٨	٤.١٤	١.٠٠	٦
٨	أن تكون ساعات العمل قليلة	٤٨ %	٢٧ ٢٥.٥	٢٦ ٢٤.٥	٣ ٢.٨	٢ ١.٩	٤.٠٩	٠.٩٩	٧
١٠	أن تحصل على مرتب مرتفع	٤١ %	٣٧ ٣٤.٩	٢٢ ٢٠.٨	٥ ٤.٧	١ ٠.٩	٤.٠٦	٠.٩٣	٨
٦	أن لا يكون عملها على حساب أسرته	٣٩ %	٢٤ ٢٢.٦	٣٤ ٣٢.١	٣ ٢.٨	٦ ٥.٧	٣.٨٢	١.١٤	٩
١٢	أن لا تكون معرضة للطرده العمل	٤١ %	٢٤ ٢٢.٦	٢٥ ٢٣.٦	١٣ ١٢.٣	٣ ٢.٨	٣.٨٢	١.١٦	١٠
٩	في حالة وجود عائل لها	٣٧ %	٢٣ ٢١.٧	٣٥ ٣٣.٠	٦ ٥.٧	٥ ٤.٧	٣.٧٦	١.١٣	١١
١	أن تكون غير متزوجة	١١ %	٩ ٨.٥	٣٩ ٣٦.٨	٢٣ ٢١.٧	٢٤ ٢٢.٦	٢.٦٢	١.٢٢	١٢
المتوسط العام									٠.٤٤

من خلال نتائج هذه الدراسة اتضح أن أبرز شروط عمل المرأة في المحلات التجارية التي يرى الشباب أنه يناسبها تتمثل في موافقتهم على أن تكون محتشمة وتفسر هذه النتيجة بأن الشباب السعودي يرغبون في المحافظة على القيم الدينية التي تميز المجتمع السعودي، وذلك يوضح أن أفراد عينة الدراسة اتجاهاهم يميل نحو المحافظة والالتزام، وأنهم موافقون بشدة على التزامها بالاحتشام، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة حسن، محمد بيومي (١٩٨٦).

٣- أسباب رفض الشباب الجامعي لعمل المرأة السعودية في المحلات التجارية:

جدول (١٦) أسباب رفض الشباب الجامعي لعمل المرأة السعودية في المحلات التجارية

رقم العبارة	العبارة	التكرار النسبة %	درجة الموافقة				المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	
			أوافق بشدة	أوافق	غير متأكد	لا أوافق بشدة				
٤	عملها بالمحلات التجارية يعرضها لمضايقات وتحرش الزبائن	ك	٥٣	٣٢	١٤	٥	٢	٤.٢٢	٠.٩٨	١
		%	٥٠.٠	٣٠.٢	١٣.٢	٤.٧	١.٩			
٩	عملها في المحلات التجارية قد يعرضها للابتزاز	ك	٤٣	٢٨	٢٠	٧	٨	٣.٨٦	١.٢٤	٢
		%	٤٠.٦	٢٦.٤	١٨.٩	٦.٦	٧.٥			
٢	عدم قدرتها على التوفيق بين عملها وواجبات بيتها	ك	٢٩	٣٩	١٨	١٨	٢	٣.٧١	١.١٠	٣
		%	٢٧.٤	٣٦.٨	١٧.٠	١٧.٠	١.٩			
٥	عملها في المحلات التجارية غير مناسب مع عادات وتقاليد المجتمع	ك	٢٩	٢٩	٢٤	١٥	٩	٣.٥١	١.٢٧	٤
		%	٢٧.٤	٢٧.٤	٢٢.٦	١٤.٢	٨.٥			
٣	وقت العمل في المحلات التجارية غير مناسب لعمل المرأة	ك	٢٨	٢٩	٢٤	١٧	٨	٣.٤٩	١.٢٥	٥
		%	٢٦.٤	٢٧.٤	٢٢.٦	١٦.٠	٧.٥			
١٢	عملها في بعض المحلات التجارية قد يدفعها للمطالبة بحقوق أخرى	ك	٢٤	٢٨	٣١	١٤	٩	٣.٤٢	١.٢٢	٦
		%	٢٢.٦	٢٦.٤	٢٩.٢	١٣.٢	٨.٥			
١	ينقصها الوعي بمفهوم التجارة	ك	١٥	٣٠	٤٣	١٠	٨	٣.٣٢	١.٠٧	٧
		%	١٤.٢	٢٨.٣	٤٠.٦	٩.٤	٧.٥			
٦	عملها في المحلات التجارية يقلل من فرص زواجها	ك	٢٥	٢١	٣٠	١٩	١١	٣.٢٨	١.٢٩	٨
		%	٢٣.٦	١٩.٨	٢٨.٣	١٧.٩	١٠.٤			
٧	عملها في المحلات اتجارية يخلق نوع من التنافس مع الرجل	ك	١٥	٢٩	٣٧	٢٠	٥	٣.٢٧	١.٠٧	٩
		%	١٤.٢	٢٧.٤	٣٤.٩	١٨.٩	٤.٧			
١١	عملها في المحلات التجارية قد يدفعها لتترك الحجاب	ك	٣٠	١٦	٢٥	١٧	١٨	٣.٢٢	١.٤٥	١٠
		%	٢٨.٣	١٥.١	٢٣.٦	١٦.٠	١٧.٠			
١٠	عملها في المحلات التجارية قد يفسد أخلاقها	ك	٢٠	٢٤	٢٤	٢١	١٧	٣.٠٨	١.٣٥	١١
		%	١٨.٩	٢٢.٦	٢٢.٦	١٩.٨	١٦.٠			
٨	عملها في المحلات التجارية يزيد من معدلات البطالة عند الشباب	ك	١٤	١٨	٣٠	٢٩	١٥	٢.٨٨	١.٢٤	١٢
		%	١٣.٢	١٧.٠	٢٨.٣	٢٧.٤	١٤.٢			
المتوسط العام							٣.٤٤	٠.٧٧		

من خلال نتائج هذه الدراسة اتضح أن هناك أسباب لرفض الشباب الجامعي لعمل المرأة السعودية في المحلات التجارية وأهمها أنه قد يعرضها لمضايقات وتحرش من قبل الزبائن وعدم قدرتها على التوفيق بين عملها وواجبات بيتها، وأيضاً يعترضون على وقت العمل وأنه غير مناسب للعادات والتقاليد؛ لأن عمل المرأة في المحلات التجارية يأخذ وقت طویل، بينما كانوا غير متأكدين من عبارات مثل عملها في المحلات التجارية يقلل من فرص زواجها، أو يفسد أخلاقها، أ، يخلق نوع من التنافس بينها وبين الرجل.

وتتسق النتائج مع النظرية الوظيفية والتي يمكن أن تفسر في ضوءها بأن المجتمع يسعى إلى تحقيق نوع من التوازن بين اتجاه الشباب الجامعي بين القبول والرفض لعمل المرأة في المحلات التجارية.

وتختلف مع نتيجة دراسة الجندي، نزيه (٢٠٠٥) والتي بينت وجود اتجاه إيجابي لكل من الجنسين نحو تولي الوظائف القيادية في مؤسسات العمل المختلفة.

٤- الفروق في اتجاهات الشباب الجامعي نحو عمل المرأة في المحلات التجارية:

• الفروق باختلاف متغير العمر:

تم استخدام تحليل التباين الأحادي للوصول إلى النتائج، وتم التوصل أن العمر ليس له علاقة في الاتجاه نحو عمل المرأة في المحلات التجارية.

• الفروق باختلاف متغير التخصص:

تم استخدام تحليل التباين الأحادي، وتبين من نتائج الدراسة أن هذا المتغير ليس له علاقة، ولا يغير في اتجاهات أفراد عينة الدراسة، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة الجندي، علياء (١٤١٩) والتي بينت أن هناك أثر لمتغير التخصص في الاتجاه نحو عمل المرأة في المهن العلمية.

• الفروق باختلاف متغير المستوى الدراسي:

تم استخدام تحليل التباين الأحادي وتبين من نتائج الدراسة أن المستوى الدراسي لا يغير في اتجاه أفراد العينة، وتختلف مع نتيجة درازسة الزيد، طرفة (٢٠١٢) والتي بينت وجود علاقة بين اتجاهات المبحوثات نحو عمل المرأة السعودية في الإذاعة والتلفزيون، وبين بعض المتغيرات الشخصية والاجتماعية، وهي المستوى الدراسي للمبحوثة.

• الفروق باختلاف متغير الحالة الاجتماعية:

تم استخدام اختبار (ت) وبينت النتائج أن هذه الدراسة تتفق مع دراسة حسن، محمد بيومي (١٩٨٦) والتي توصلت انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المتزوجين وغير المتزوجين في اتجاهاتهم نحو عمل المرأة في المجتمع.

• الفروق باختلاف متغير المستوى التعليمي للأب:

تم استخدام تحليل التباين الأحادي، وتبين من نتائج الدراسة وجود اختلاف في متغير المستوى التعليمي للأب، وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة النمر، سعود (١٤٠٩) والتي بينت أن تعليم الأب يؤثر على اتجاه الطالبات حول المساواة بين الرجل والمرأة في أداء العمل، فكلما ارتفع مستوى التعليم الأب كان الاتجاه إيجابيا نحو المساواة والعكس صحيح.

وأیضا توضح وتفسر تلك النتيجة أن اتجاه أفراد العينة لا يؤثر على اتجاههم باختلاف المستوى التعليمي للأب وأن لا يوجد له علاقة، وذلك راجع إلى الميل نحو المحافظة في الاتجاه في عمل المرأة في المحلات التجارية، وذلك راجع إلى أن عمل المرأة في المحلات التجارية عمل جديد، ومن الأعمال الجديدة في المجتمع السعودي.

• الفروق باختلاف متغير المستوى التعليمي للأم:

تم استخدام تحليل التباين الأحادي، وتبين من نتائج الدراسة أن الاتجاه نحو الإيجابية بالمساواة يظهر بين الطالبات اللواتي تحملن أمهاتهن مؤهلا عاليا، وتختلف هذه الدراسة مع نتيجة الزيد، طرفة (٢٠١٢)، والتي بينت وجود علاقة بين اتجاهات المبحوثات نحو عمل المرأة السعودية في الإذاعة والتلفزيون، وبين بعض المتغيرات الشخصية والاجتماعية وهي الحالة التعليمية للأم.

ونتيجة الشبول، نايف (٢٠٠٥) والتي بينت أن وجهات النظر نظر الأفراد الذين أمهاتهم في مستوى التعليم الجامعي كانت أكثر إيجابية وبشكل دال من وجهات نظر الأفراد الذين أمهاتهم في مستوى التعليم الأساسي.

• الفروق باختلاف متغير الدخل الشهري للأسرة:

تم استخدام تحليل التباين الأحادي، وتبين من نتائج الدراسة باختلاف الدخل الشهري للأسرة، وتختلف هذه الدراسة مه نتيجة دراسة العمار، سلوى (١٩٨٢) والتي بينت أن المستوى الاقتصادي له تأثير في اتجاهات الطلبة نحو عمل المرأة، فذوو الدخل المرتفع كانوا أكثر تأييداً لعمل المرأة من ذوي الدخل المنخفض.

كما تختلف مع نتيجة الزيد، طرفة (٢٠١٢) والتي بينت أن هناك علاقة بين اتجاهات المبحوثات نحو عمل المرأة السعودية في الإذاعة والتلفزيون وبين بعض المتغيرات الشخصية والاجتماعية ومنها الدخل الشهري للأسرة.

• الفروق باختلاف متغير مكان النشأة:

تم استخدام تحليل التباين الأحادي، وتبين من نتائج الدراسة أن اختلاف مكان النشأة لا يغير في اتجاهات أفراد عينة الدراسة، وذلك راجع إلى تنشئتهم الاجتماعية والمحافظة على قيم وعادات المجتمع سواء كان نشئته في مدينة أو قرية أو خارج المملكة.

• الفروق باختلاف متغير نوع السكن:

تم استخدام تحليل التباين الأحادي، وتبين من نتائج الدراسة نجد ان الأفراد أصحاب البيوت الشعبية رافضين عمل المرأة السعودية في المحلات التجارية وذلك راجع لخلفيتهم الثقافية النابعة من البيئة الشعبية لأفراد عينة الدراسة الذين منزلهم شعبي، وأن ما طرأ على المجتمع السعودي من تنمية اقتصادية وانفتاح في فكر الشباب السعودي إلا أنه لم يتغير من هذه النظرة والمحافظة والتحفظ في بعض المهن والأعمال التي تقوم بها المرأة السعودية العاملة.

• الفروق باختلاف متغير ملكية السكن:

اختارت الباحثة اختبار (ت) وتبين من نتائج الدراسة أن الاتجاه نحو عمل المرأة السعودية في المحلات التجارية ليس له أثر، وعلاقة في إن كان ملك السكن أم إيجار أي أن الاتجاه من ناحية القبول والرفض لا يتأثر بملكية السكن، وذلك نابع من حداثة وجدية موضوع عمل المرأة في المحلات التجارية، وأن هذه المهنة دخيلة على المجتمع السعودي فتتعرض إلى الكثير من الميل نحو المحافظة على الاتجاهات، وخاصة الشباب الذين يقودون عجلة التغير في المجتمع.

النتائج والتوصيات:

أولاً: من أهم النتائج:

- يتضح أن أفراد العينة عددهم ٣٤ يمثلون ٣٢.١% من عينة الدراسة وهم أعمارهم ٢٠ سنة، وهم الأكثر من أفراد الدراسة، و ١٢ بنسبة ١٠.٤% عمرهم ١٩ سنة.
- ٣٧ فرد بنسبة ٣٤.٩% كان تخصصهم دراسات اجتماعية وهم الأكثر، و ٥ بنسبة ٤.٧% تخصص لغة عربية.
- ٤٨ بنسبة ٤٥.٥% في المستوى الثالث وهم الأكثر لأن العينة كانت عشوائية، وبنسبة ١.٩% في المستوى السادس.
- ٩٥.٣% كانوا عزابا، و ٤.٧% متزوجين، ونفسر ذلك بأن عينة الداية هم طلاب بكالوريوس وطبيعي يكونوا غير متزوجين.
- نجد أن أعلى نسبة هي ٢٣ من أفراد العينة ما نسبته ٢١.٧% لوالدهم متوسط من الفئة الأكثر من أفراد الدراسة، وأقل قيمة هي ٣ أفراد بنسبة ٢.٨% والدهم له مستويات تعليمية أخرى.
- نجد ان أعلى قيمة هي ٢٢ فرد بنسبة ٢٠.٨% المستوى التعليمي لوالدهم ثانوي وهم الفئة الأكبر، وأقل نسبة كانت ١٣ فرد بنسبة ١٢.٣% المستوى الدراسي لوالدهم جامعي.
- ٤٨ من العينة بنسبة ٤٥.٣% الدخل الشهري لأسرهم من ١٢٠٠٠ ريال فأكثر وهم الفئة الأكثر، والأقل كانوا ٩ أفراد بنسبة ٨.٥% الدخل الشهري لأسرهم ٤٠٠٠ ريال.
- ٩٤ فرد بنسبة ٨٨.٧% مكان نشأتهم مدينة وهم الفئة الأكبر، بينما الأقل كانوا ١ فرد بنسبة ٠.٩% مكان نشأته البادية.
- ٦٧ فرد بنسبة ٦٣.٢% وهم الأكثر مكان سكنهم فيلا، بينما الأقل كانوا ٣ أفراد بنسبة ٢.٨% سكنهم قصر.
- ٨٢ فرد بنسبة ٧٧.٤% سكنهم ملك وهم الأكثرية، بينما الأقلية كانت ٢٤ فرد بنسبة ٢٢.٦% سكنهم إيجار.

- وافقت أفراد عينة الدراسة على أربعة من نوعيات المحلات التجارية التي يرى الشباب الجامعي أنها مناسبة لعمل المرأة السعودية تتمثل في:

- أسواق تجارية نسائية، حيث بلغ المتوسط الحسابي (٤.٥٧ من ٥).
- محلات بيع الملابس الداخلية وملابس النوم النسائية، حيث بلغ المتوسط الحسابي (٤.٥٤ من ٥).

- محلات بيع العباءات النسائية، حيث بلغ المتوسط الحسابي (٤.٢٨ من ٥).
 - محلات بيع فساتين السهرة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (٤.٢٢ من ٥).
- وافقت أفراد عينة الدراسة على ثلاثة من نوعيات المحلات التجارية التي يرى الشباب الجامعي أنها مناسبة لعمل المرأة السعودية أبرزها تتمثل في:

- محلات بيع الأقمشة النسائية، حيث بلغ المتوسط الحسابي (٤.٠٤ من ٥).
 - محلات مستلزمات الأطفال، حيث بلغ المتوسط الحسابي (٣.٧٤ من ٥).
 - محلات العطور، حيث بلغ المتوسط الحسابي (٣.٤٥ من ٥).
- أفراد عينة الدراسة غير متأكدين من واحدة من نوعيات المحلات التجارية التي يرى الشباب الجامعي أنها مناسبة لعمل المرأة السعودية تتمثل في:
- محلات بيع المجوهرات.

- أفراد عينة الدراسة غير موافقين على ثلاثة من نوعيات المحلات التجارية التي يرى الشباب الجامعي أنها مناسبة لعمل المرأة السعودية تتمثل في:

- البيع في الصيدليات، حيث بلغ المتوسط الحسابي (٢.١٨ من ٥).
- محلات الاتصالات، حيث بلغ المتوسط الحسابي (١.٩٢ من ٥).
- البيع ف السوبر ماركت، حيث بلغ المتوسط الحسابي (١.٨٩ من ٥).

ثانيا: توصيات الدراسة:

بناء على ما توصلت إليه الدراسة من نتائج نوصي بالآتي:

- على وزارة العمل أن تقدم مواد ثقافية من خلال وزارة الإعلام تعرض فيها طيبة ونوعية عمل المرأة في المحلات التجارية.
- على وزارة العمل أن تقدم بروشورات لأفراد المجتمع توضح فيها أهمية عمل المرأة في المحلات التجارية.
- على وزارة الإعلام تقديم برامج وثائقية لإبراز المفهوم الحقيقي لعمل المرأة في المحلات التجارية وتوضيح الجوانب الإيجابية فيه.
- أن التعليم الجامعي مطالب بتعزيز قيم العمل في نفوس الشباب وتوعيتهم بأهمية المهن التي تمارسها المرأة السعودية بكافة مجالاتها وتوضيح أهمية دور المرأة في العملية التنموية وحاجة البلاد إلى خدماتها.
- إدخال مقررات تعني بالمرأة والعمل في الجامعات السعودية.
- إجراء دراسة كافية على عمل المرأة السعودية بغير الوصول إلى قاعدة معلومات موثوقة عن عمل المرأة في المحلات التجارية لزيادة اطلاع واثراء الشباب بالمعلومات الكافية.

المراجع:

أولاً: المصادر:

- القرآن الكريم.

- السنة النبوية.

ثانياً الكتب:

- اتجاهات الشباب السعودي نحو تعلم وعمل المرأة. (٢٠٠٧). مجلة التربية. جامعة الأزهر، (١٣٤)، ص ٨١، ٩٣-٩٥.

- باقادر، أبو بكر محمد. (٢٠٠٥). الشباب في المملكة العربية السعودية. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.

- بو علي، عبد الله جوادير. (١٤٢٩هـ). دور عمل المرأة في اقتصاد الأسرة السعودية (رسالة ماجستير). كلية العلوم الإدارية، قسم الاقتصاد، جامعة الملك سعود.

- التركستاني، معتبر محمد. (١٤١٩هـ). مدى تجارب برامج التعليم الفني والمهني للبنات في ترميز فرص وظيفة جديدة للفتاة السعودية (رسالة ماجستير). كلية الاقتصاد والإدارة، جامعة الملك سعود.

- جليبي، علي عبد الرزاق. (٢٠١١م). أصول البحث الاجتماعي. القاهرة: دار الكتب المصرية.

- الجندي، علياء. (١٤١٩هـ). اتجاه طلاب وطالبات المرحلة الثانوية نحو عمل المرأة في المهن العلمية في محافظة الأحساء بالمملكة العربية السعودية. مجلة جامعة الملك عبد العزيز، (١٢)، ص ١٣١.

- الجندي، نزيه أحمد. (٢٠٠٩م). اتجاهات العاملية العمانيين نحو تولي المرأة الوظائف الإدارية القيادية: دراسة ميدانية في ولايات مسقط ومصمار والرساق. مجلة جامعة دمشق، ٥ (٤)، ص ١٧٩-١٨٠.

- الحسن، إحسان محمد. (٢٠١٠م). النظريات الاجتماعية المتقدمة. عمان - الأردن: دار وائل للنشر.

- حسن، محمد بيومي. (١٩٨٦). *الاتجاهات النفسية للشباب السعودي نحو عمل المرأة في المجتمع (بحث منشور)*. كلية التربية، قسم علم النفس، جامعة الملك عبد العزيز.
- حلواني، ابتسام. (٢٠٠٠م). *العوائق التي تقف في طريق المرأة العاملة وتعرقل مسيرة نجاحها*. ورقة عمل في مؤتمر الإبداع والتجديد في الإدارة العامة، نوفمبر ٢٠٠٠م.
- حماد، سهيلة زين العابدين. (١٩٩٧م). *عمل خروج المرأة إلى سوق العمل*. ورقة عمل للمشاركة في ندوة المرأة بين الأسرة والعمل، أبريل ١٩٩٧م.
- الخطيب، سلوى عبد الحميد. (٢٠٠٩م). *نظرة في علم الاجتماع المعاصر*. القاهرة: مطبعة النيل.
- دليل أنظمة عمل المرأة في المملكة العربية السعودية، غرفة الشرقية. (٢٠١٢). حقوق الطبع محفوظة للغرفة التجارية الصناعية بالمنطقة الشرقية.
- الرشيد، غادة. (١٤٢٩هـ). *مدى إقبال المرأة السعودية على العمل في القطاع الخاص (رسالة ماجستير)*. كلية العلوم الإدارية. جامعة الملك سعود.
- الزيد، طرفة. (٢٠١٢). *اتجاهات الطالبات الجامعيات نحو عمل المرأة السعودية في بعض مجالات الإعلام (رسالة ماجستير)*. كلية الآداب، قسم الدراسات الاجتماعية، جامعة الملك سعود.
- السيد، سميرة. (١٩٩٥). *استراتيجيات وأساليب البحث الاجتماعي*. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.
- الشبول، نايف محمد. (٢٠٠٥م). *وجهات طلبة اليرموك نحو عمل المرأة في المسرح (رسالة ماجستير)*. كلية الفنون الجميلة، جامعة اليرموك، الأردن.
- عبادة، مديحة أحمد. (٢٠١١). *قضايا المرأة العربية بين تحديات الواقع وطموحات المستقبل*. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- العبد القادر، علي عبد العزيز. (١٩٩٥م). *اتجاهات طالبات جامعة الملك فيصل نحو عمل المرأة السعودية: دراسة مطبقة على طالبات جامعة الملك فيصل بالأحساء*. مجلة العلوم الاجتماعية، ٢٣ (١)، ص ١١٥-١١٧.

اتجاه الشباب الجامعي نحو عمل المرأة السعودية أ/ إيمان بنت عائض القحطاني د/ أحلام العطا محمد عمر

- العمار، سلوى إبراهيم. (١٩٨٢م). أثر التعليم في الاتجاهات نحو عمل المرأة في السعودية: دراسة ميدانية في جامعة الأردن (رسالة ماجستير). كلية الآداب، قسم علم الاجتماع، الجامعة الأردنية.
- العيدان، مها عبد الله. (٢٠١٣م). المرأة السعودية العاملة في قطاع الاقتصادي غير الرسمي: دراسة لعينة من السيدات نوات المهدي الهامشية (رسالة دكتوراه). كلية الآداب، قسم الدراسات الاجتماعية، جامعة الملك سعود.
- الفوزان، محمد براك. (٢٠١٢م). عمل المرأة في المملكة العربية السعودية. الرياض: مكتبة القانون.
- مركز رؤية للدراسات الاجتماعية. (٢٠١٠م). الشباب السعودي الأولويات والاهتمامات "استطلاع رأي". الرياض: مكتبة الملك فهد للنشر.
- النمر، سعود. (١٩٨٩م). اتجاهات الطالبة السعودية في جامعة الملك سعود نحو العمل. دروية الإدارة العامة، (٦١)، ص ١٤-١٨-١٩.

المراجع الأجنبية:

- Homer, demsis. (2006). *The impact of working women on work life balance perspectives university of penny lvania*.
- Blan, Francine D; Ferber, Marianne A. (1990). *Women's lives: Acom paytive economic perspective. National bareaaof economai research*.