

فاعلية برنامج تدريبي لتسعير منتجات الملابس الجاهزة

أ.د. ماجدة محمد ماضي

د. خالد مصطفى عابد

أستاذ تصنيع وإنتاج الملابس بقسم الملابس

مدرس بقسم الملابس والنسيج

والنسيج كلية الاقتصاد المنزلي جامعة حلوان

كلية الاقتصاد المنزلي جامعة حلوان

محمد مسعد محمد قطب

بكالوريوس الاقتصاد المنزلي قسم الملابس

والنسيج-جامعة حلوان عام ٢٠١٣ م

المستخلص

يهدف البحث الي تصميم وتجريب برنامج تدريبي لتسعير الملابس الجاهزة من خلال حساب التكاليف لخريجين الكليات المتخصصة والعاملين بالمشروعات الصغيرة وذلك للمساهمة في رفع كفاءة الخريج بما يؤهله لمستقبل مهني ناجح، قياس فاعلية البرنامج التدريبي في تنمية المعارف والمهارات الذهنية لدى الخريجين على لتسعير منتجات الملابس الجاهزة من خلال حساب التكاليف، و توصل البحث الي توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسطي درجات المتدربين في المعارف والمهارات المتضمنة بالبرنامج التدريبي في التطبيقين القبلي والبعدي لصالح التطبيق البعدي و توجد فروق دالة إحصائيا بين متوسطي درجات المتدربين في الاختبار المعرفي والمهارى قبل وبعد تطبيق البرنامج التدريبي لصالح التطبيق البعدي

Sourcing Merchandiser at Benetton Group S.R.L**Abstract**

The aim of the research is to design and test a training program for the pricing of ready-made garments through the costing of graduates of specialized colleges and small- project workers to contribute to the graduation of the graduates in order to qualify for a successful career.

The research found that there are statistically significant differences between the average trainees in the knowledge and skills included in the training program in the tribal and remote applications in favour of the post application. There are statistically significant differences between the average trainees in the cognitive and skill tests before and after the application of the training program

المقدمة

تعاني المشروعات الصغيرة في مصر، مثل غيرها من دول المنطقة، من صعوبات جمة، منها ما هو متعلق بصاحب العمل ومنها ما هو متعلق ببيئة العمل ومنها ما هو متعلق بتوافر الخامات وظروف التسويق في بعض الأحيان من المنافسة وخاصة فيما يتعلق بجودة المنتج وسعره. تواجه جميع المنظمات - سواء كانت تهدف إلى ربحاً أو لا تهدف - مشكلة تحديد السعر لمنتجاتها وخدماتها، في كثير من الحالات يكون المنتج جيداً، وأحياناً متميزاً، لكن صاحب المشروع يضع أسعاراً عشوائية عادة ما يكون مغالى فيها، فمهاره تسعير المنتج لديه مفقودة. وفي هذه الحالة سوف يفشل المشروع، وعملية التسعير مهمة للغاية، وكثير من المنتجين يقع في فخ أنه ينتج سلعة مميزة ويضع أسعاراً لا تتناسب مع السوق؛ فتحديد السعر مهم، وكيفية حساب السعر أهم. (سيد كساب - جمال كمال الدين، ٢٠٠٧).

لذلك يسعى المسعر المكلف باتخاذ قرار التسعير في المؤسسة الاقتصادية إلى إتباع سياسة تسعير ناجحة تجمع بين هدف تحقيق الأرباح والذي هو الهدف الأساسي لأي مؤسسة اقتصادية بالإضافة إلى خلق قيمة ذهنية مدركة للمنتج لدى المستهلك ويعزز وضعها التنافسي، ويضمن استمرار نشاطها وبقائها (هادفي خالد، ٢٠١٣)، لذلك تميل منظمات الأعمال التي تتنافس سعرياً لقبول أقل هامش من الربح فالتنافس على أساس السعر يتطلب القدرة على الإنتاج بتكلفة منخفضة. وإن الاجتهاد في خفض كافة عناصر التكاليف بشكل عام يعد مطلباً أساسياً لتعزيز القدرة التنافسية لمنظمة الأعمال. (بيومي محمد، ٢٠٠٩)

ومن المفترض أن يكون هامش الربح معقولاً وعادلاً، حيث ترضى المنشأة بالربح العادل في المدى القصير مقابل تعظيم الأرباح على المدى الطويل، ويتحقق ذلك وفقاً للتحليل الاقتصادي بتعظيم الإيرادات أو تدنية التكاليف باختيار المزيج الأمثل لعناصر الإنتاج، أو المزيج السلعي الأمثل. (عبلة بخاري، ٢٠٠٩)

كما ان للبرامج المتخصصة أهمية خاصة في عملية حساب تكاليف المنتج والقرارات المتعلقة بها وانعكاس هذه القرارات على سعر البيع النهائي والربح المناسب للمنتجات، وعلى الرغم من انتشار البرامج المتخصصة في مجال صناعة الملابس الجاهزة عالمياً الا ان انتشارها محلياً ليس على المستوى المطلوب ويرجع ذلك الي ان أسعار هذه البرامج تفوق قدرات بعض المصانع. (عواطف إبراهيم- جيهان عبد الحميد، ٢٠١٣)

وقد اوصت دراسة (داليا قنديل- ٢٠٠٨) والتي تهدف الي دراسة المشاكل التسويقية للملابس النسائية المصنعة محلياً بالاهتمام بتسعير المنتجات المصنعة محلياً مع إمكانيات وتوقعات المستهلكين، مقارنة بأسعار السلع المستوردة المنافسة. وأوصى مجلس التدريب الصناعي خلال ورشة عمل تحت مسمى تطوير وتنمية ورعاية المنشآت الصناعية الصغيرة في مصر خلال معرض صناع مصر من اجل مصر في دورته الثانية في عام ٢٠١٣ بعقد دورات تدريبية في مجالات التسويق والتسعير والجودة والمواصفات

ويحتل التدريب موقعاً محورياً وأساسياً في المؤسسات والمنظمات الحديثة، ويشكل العمود الفقري للمجهودات التي تبذلها هذه المؤسسات نحو التطوير والتحديث، فالاهتمام بالقوى البشرية هو السبيل الوحيد للنهوض بالمجتمعات. (طارق السويدان ٢٠٠٩م)

وتتطلب أهمية التدريب من كونه عملية مستمرة نظراً للتطور السريع في كافة الأنشطة والمجالات ، مما يستلزم مواكبة هذا التطور (أكرم رضا ٢٠٠٥م)، فهو وسيلة لإعداد الكوادر البشرية المؤهلة لدفع قطاعات الإنتاج نحو النمو والاستمرارية . (هشام الطالب ٢٠٠٦م)

مشكلة البحث:

١. ما التصور المقترح لأعداد البرنامج التدريبي لتعلم كيفية تسعير الملابس الجاهزة من خلال حساب التكاليف؟
 ٢. ما فاعلية البرنامج التدريبي المقترح على رفع المستوى المعرفي للخريجين لتسعير منتجات الملابس الجاهزة من خلال حساب التكاليف؟
 ٣. ما فاعلية البرنامج التدريبي المقترح على رفع مستوى المهارة الذهنية للخريجين لتسعير منتجات الملابس الجاهزة من خلال حساب التكاليف؟
- أهداف البحث:** يهدف هذا البحث الى:

١. تصميم وتجريب برنامج تدريبي لتسعير الملابس الجاهزة من خلال حساب التكاليف للخريجين الكليات المتخصصة وذلك للمساهمة في رفع كفاءة الخريج بما يؤهله لمستقبل مهني ناجح
 ٢. قياس فاعلية البرنامج التدريبي في تنمية المعارف لدى للخريجين على لتسعير منتجات الملابس الجاهزة من خلال حساب التكاليف
 ٣. قياس فاعلية البرنامج التدريبي في تنمية المهارة الذهنية لدى للخريجين على لتسعير منتجات الملابس الجاهزة من خلال حساب التكاليف
- أهمية البحث:** ترجع أهمية هذا البحث الى:

١. يساهم في تنمية معارف ومهارات المتدربين على كيفية تسعير منتجات الملابس الجاهزة
٢. محاولة ان يكون خريجي قسم الملابس والنسيج أكثر فعالية وإيجابية في مواقع عملهم
٣. يفيد في التسويق الجيد لمنتجات الملابس الجاهزة من خلال التسعير الأمثل للمنتج
٤. يساعد المشروعات الصغيرة على الاستمرارية والنمو من خلال التسعير الأمثل للمنتج
٥. يساهم في تنمية معارف ومهارات المتدربين على تحليل الجيد للمنتج

مصطلحات البحث:

١. **الفعالية Effectiveness:** القدرة على إنجاز الأهداف أو المدخلات لبلوغ النتائج المرجوة والوصول إليها بأقصى حد ممكن (عالية خلف، ٢٠٠٦) كما يشير مصطلح الفعالية الي درجة التطابق بين المخرجات الفعلية للنظام والمخرجات المرغوبة أو المنشودة بمعنى مقارنة النتائج بالأهداف (كوثر كوجك ، ١٩٩٧) القدرة على إحداث أثر حاسم في زمن محدد (احمد حامد منصور - عن هالة محمد مصطفى- ٢٠١٣) المقصود بالفاعلية في هذه

الدراسة هو تحديد الأثر المرغوب أو المتوقع الذي يحدثه البرنامج المقترح بغرض تحقيق الأهداف التي وضعت من أجلها

٢. برنامج Program: يعرف البرنامج بالمعجم بأنه الخطة المرسومة لعمل ما كبرنامج لمؤتمر و جمعها برامج (مجمع اللغة العربية ، المعجم الوجيز ٢٠٠٠) و هو نوع من التخطيط المنظم ، يتكون من مجموعة مرتبطة ببعضها و هي الأهداف والمحتوى ، أساليب التدريس ، أدوات التحكم و يستخدمه المعلم أو المتعلم بقصد إحداث تغير متوقع أي تحقيق الأهداف المحددة لهذا البرنامج في مدة زمنية معينة (أحمد صالح ١٩٧٢) عدد محدد من الخطوات لتنفيذ مهمة بأسلوب محدد في أوقات محددة (أكرم رضا ٢٠٠٥)

٣. التدريب Training: في اللغة العربية يعني التعويد والتأديب والمران فيقال درب الفرس أي أدبه و علمه و مرنة (محمد عبد اللطيف ٢٠٠٨) و هو عملية منظمة مستمرة محورها الفرد و تهدف الي أحداث تغيرات محددة سلوكية و فنية و ذهنية لمقابلة احتياجات محددة حالياً أو مستقبلياً ، يتطلبها الفرد والعمل الذي يؤديه والمنظمة التي يعمل فيها (أمل عبدالرحمن ٢٠١٠)

٤. البرنامج التدريبي Training Program : و هو نشاط متجدد و مستمر يبدأ بالتخطيط و ينتهي بالتقييم ، و يهدف الي تزويد الافراد بمعارف و مهارات في مجالات محددة لتحسين أدائهم في العمل ، أو تغيير اتجاهاتهم وانماط سلوكهم لأداء عملهم الحالي أو المستقبلي بما يساعد على تحقيق غايات هذا العمل (أكرم رضا ٢٠٠٥)

٥. التنمية Development : عملية تحدث نتيجة لتفاعل مجموعة من العوامل والمدخلات المتعددة من اجل الوصول الي تحقيق تأثيرات و تشكيلات في حياة الانسان في سياقة المجتمعي (محمود المساد ، ٢٠٠١)

٦. المعارف Knowledge: مجموعة من الحقائق والمعلومات والمفاهيم (محمود المساد ، ٢٠٠١)

٧. المهارات Skills : القدرة على الأداء المنظم المتكامل للأنشطة الحركية أو العقلية بدقة مع الاقتصاد في الوقت والجهد والتكاليف مع الظروف المحيطة بالعمل (عبدالرحمن عيسوي ١٩٩٦) انها نشاط معقد يتطلب فترة من التدريب و لممارسة المنظمة والخبرة المضبوطة ، وتنظيم وحدات العمل و كذلك التدريب المستمر تحت الاشراف والتوجيه" (فؤاد أبو حطب ، آمال صادق ٢٠٠٠)

٨. التسعير Pricing: يعرف التسعير على انه قرار وضع الأسعار والذي يتخذ من خلال عملية إدارية متكاملة مع مراعاة جملة أمور تدخل في مفهوم السعر ، فالتسعير هو وضع أسعار عالية بما يكفي لتغطية التكاليف والحصول على أرباح من جانب ، و وضع أسعار رخيصة لاجتذاب الزبائن من جانب آخر ، كما انه لا يمثل طريقة لتغطية تكاليف التشغيل وإحداث غطاء ايجابي فحسب ، بل انه استراتيجية تسويق كبيرة أيضا و عليه يجب أن يؤخذ كل البرنامج التسويقي بعين الاعتبار خلال عملية التسعير (تامر البكري، ٢٠٠٥)

٩. **الملابس الجاهزة Readymade Garments** : هي السلعة الجاهزة من الاقمشة المختلفة التي تغطي أعضاء الجسم سواء كانت تستخدم خارج المنزل أو داخله و بمعنى الحصول عليها من الأسواق تامه الصنع ، و تقوم بإنتاجها المصانع الخاصة بإنتاج الملابس (أسامة حسين ١٩٩٩)

١٠. **حساب تكاليف Costing** : هي تجميع و تخصيص و تحليل لبيانات تكلفة الإنتاج أوالنشاط لتوفير المعلومات اللازمة لإعداد التقارير الخارجية و للتخطيط الداخلي ولرقابة العمليات الجارية و لاتخاذ القرارات الخاصة (محمد الفيومي ١٩٩٠)

فروض البحث :

١. البرنامج التدريبي المقترح له فاعلية في التسعير منتجات الملابس الجاهزة
٢. يوجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطي درجات المتدربين في الاختبار المعرفي قبل وبعد تطبيق البرنامج لصالح التطبيق البعدي
٣. يوجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطي درجات المتدربين في الاختبار المهاري قبل وبعد تطبيق البرنامج لصالح التطبيق البعدي

منهج البحث: اتبع البحث المنهج الآتي

المنهج شبه التجريبي: في الدراسة التجريبية التطبيقية للبحث ، تعتمد على تصميم المجموعة التجريبية الواحدة بهدف التعرف على مدى تأثير المتغير المستقل (البرنامج التدريبي) على المتغير التابع (مستويات المعرفة لخريجين أقسام الملابس والنسيج بالكلية المختلفة) و يعد الفرق بين الاختبارات القبليّة والبعديّة للمجموعة التجريبية دليل على تأثير البرنامج المقترح

عينة البحث: عينة قوامها (٣٠) متدرب من خريجين أقسام الملابس والنسيج بالكلية المختلفة

حدود البحث: يقتصر البحث على

١. بناء برنامج تدريبي لتنمية معارف مهارة التسعير من خلال حساب التكاليف ل (تي شيرت ، بولو شيرت)
٢. تطبيق البرنامج التدريبي لتنمية معارف مهارات لخريجين أقسام الملابس والنسيج بالكلية المختلفة على كيفية تسعير منتجات الملابس الجاهزة من خلال حساب التكاليف .

أدوات البحث:

١. استمارة استطلاع رأي المتخصصين في مجال التسعير منتجات الملابس الجاهزة .
٢. استمارة تحكيم لخبراء متخصصين في تصميم البرامج التدريبية .
٣. البرنامج التدريبي لتسعير منتجات الملابس الجاهزة .
٤. اختبار قبلي وبعدي لقياس مدى تحصيل المتدرب للمعارف .
٥. اختبار قبلي وبعدي لقياس مدى تنمية المهارة الذهنية لدى المتدرب .

إجراءات البحث:

أولاً: الإطار النظري

التدريب

التمهيد: يعد العنصر البشري من العناصر المهمة التي تحيا به منظمات الأعمال، كما يعد المحرك الأساسي لجميع نشاطات المنظمة ومصدر من المصادر المهمة لفاعليتها خاصة عندما لا يتميز بنوعية مهارية ومعرفية وقدرات وقابليات تتلاءم مع طبيعة الأعمال التي يمارسها في المنظمة (حسن الطعاني، ٢٠٠٧)

وتعتبر وظيفة التدريب في منظمات الأعمال الحديثة من أهم مقومات التنمية التي تعتمد عليها هذه المنظمات في بناء جهاز قادر في الحاضر والمستقبل على مواجهة الضغوطات والتحديات الإنسانية. (عصام عطا الله، ٢٠١٠)

فالتدريب المستمر للموارد البشرية بمختلف فئاته يعتبر من أهم مقومات ومستلزمات التطوير وخلق جيل من الكوادر والكفاءات القادرة على مواكبة المتغيرات والتعامل مع التكنولوجيا الحديثة التي بدونها لا مجال للدخول ضمن مجموعة البلدان المتقدمة التي تفرض علينا المنافسة الشرسة، وقوامها المستويات العالمية في الإنتاج والانتاجية والجود (مدحت أبوالنصر، ٢٠٠٩)

مفهوم التدريب: يعرف التدريب على أنه تلك الجهود التي تهدف إلى تزويد المتدرب بالمعلومات والمعارف، التي تكسبه المهارة في أداء العمل، أو تنمية وتطوير ما لديه من مهارات ومعارف الخبرات، بما يزيد من كفاءته في أداء عمله الحالي أو يعده لأداء عمل ذات مستوى أعلى. يعرف التدريب بأنه نشاط مخطط يهدف إلى تزويد الأفراد بمجموعة من المعلومات والمهارات وتغيير السلوكيات (صلاح الدين محمد، ٢٠٠٠)

المفهوم التقليدي للتدريب هو عبارة عن المحتويات العلمية لموضوع التدريب التي يتم تنظيمها بشكل منطقي لتقديمها إلى المشاركين في البرامج التدريبية، طبقاً لرؤية القائمين بالإعداد للمادة التدريبية والمدرّب، المفهوم الحديث للتدريب هو عبارة عن حصر للمادة العلمية المطلوب تقديمها للمشاركين طبقاً لاحتياجاتهم التدريبية، ولتحقيق الأهداف المطلوبة لهم، مع تحديد الأساليب والوسائل والأنشطة والوقت اللازم، على أن يكون ذلك في صورة بناء متناسق. (محمد هلال، ٢٠١٥)

أهمية التدريب: أصبح التدريب أكثر من مجرد المحتويات التفصيلية للموضوعات التدريبية، والتي يطلب من المشارك التعرف على حقائقها، وتحصيل ما تشتمل عليه من مفاهيم ومدرّكات دون وضع المشارك نفسه في الاعتبار من حيث استعداداته الفطري والمؤثرات التي يخضع لها. وأصبح المنهج التدريبي الحديث يتعدى ذلك ليشمل كل الخبرات المنظمة التي يحصل عليها المشاركون، والتي يكتسبونها بسبب التدريب بصورة مباشرة أو غير مباشرة من المدرّب أو من المشاركين الآخرين (محمد هلال، ٢٠١٥)

أ. أهمية التدريب للمنظمة: تحقق العملية التدريبية الفاعلة المصممة وفقا لمبادئ التعلم الفوائد التالية:

١. ارتفاع معدل الإنتاجية والأداء التنظيمي من خلال الوضوح في الأهداف وطرق وإجراءات التنفيذ وتعريف الأفراد بما هو مطلوب منهم، وتطوير مهاراتهم لتحقيق الأهداف التنظيمية .
٢. العمل على تحسين الخدمات أو السلع التي تقدمها المنظمة بما يعكس على زيادة رضا وولاء العملاء ويؤدي بذلك إلى زيادة مركز المنظمة التنافسي في السوق .
٣. تقليل الحاجة إلى الإشراف بحيث تمكن الفرد العامل من أداء العمل دون الحاجة المتكررة إلى توجيهات الرئيس المباشر .
٤. يساهم في تجديد وإثراء المعلومات التي تحتاجها المنظمة لصياغة أهدافها وتنفيذ سياساتها.
٥. تخفيض معدل حوادث العمل، وتقليل نسبة إهمال العاملين كنتيجة لزيادة وعيهم .
٦. يساهم في عمل ترابط بين أهداف الأفراد العاملين وأهداف المنظمة .
٧. يؤدي إلى تطوير الأساليب القيادية وترشيد القرارات الإدارية .

(رأفت عبد الفتاح ، ٢٠٠١)

ب. أهمية التدريب للأفراد العاملين

١. يكسب الأفراد العاملين معارف ومهارات واتجاهات ذات علاقة مباشرة بالعمل مما يطور أدوارهم، ومهاراتهم في العمل، ويرفع من إنتاجيتهم، وبالتالي إنتاجية المنشأة ككل
٢. يساعد العاملين في تحسين قدراتهم على اتخاذ القرارات، وحل المشاكل التي تواجههم، والارتقاء بمستواهم الوظيفي، وتحمل مسؤوليات أكبر وربما مسؤوليات قيادية
٣. يكسب العاملين ثقة بأنفسهم وقدرة على العمل من دون الاعتماد على الآخرين، ويدعم احترامه لنفسه واحترام الآخرين له، ويرفع روحه المعنوية
٤. يساهم في تقليل حدة القلق الناجم عن عدم المعرفة بالعمل أو قلة المهارات التي ينجم عنها ضعف في مستوى الأداء
٥. يساعد الأفراد في تطوير مهارات الاتصال والتفاعلات مع بيئة العمل بما يحقق الأداء الفاعل .
٦. يساهم التدريب في الإقلال وتسهيل الإشراف، فالموظف أو العامل المدرب جيداً تقل نسبة أخطائه ، ويمكن أن يمارس الرقابة الذاتية على عمله .
٧. ينمي التدريب لدى العاملين المرونة والقدرة على التكيف في حياتهم العملية .

(أحمد الصوافيين ، ٢٠٠٥)

أهداف التدريب: الهدف التدريبي هو بيان مكتوب يصف نتيجة مقصودة من منطلق أداء المشاركين في نهاية وحدة التدريب ، ويتم التركيز في التدريب على الأهداف التدريبية التي ينبغي صياغتها قبل تنمية عملية التعليم والتدريب . وللأهداف التدريبية متضمنات من أجل المحتوى والمنهج والتقييم ، ولذلك ينبغي تكريس الوقت والعناية بكتابتها وصياغتها (محمد هلال ، ٢٠١٥)

يذكر (عصام عطا الله، ٢٠١٠) أن "الأهداف الرئيسية لعملية التدريب تتمثل في زيادة المعرفة وتطوير المهارة وتغيير السلوك إلى ما هو إيجابي، ويسعى التدريب إلى رفع كفاءة المتدربين بالقدر الذي يمكنهم من أداء أعمالهم بأفضل صورة عن طريق الالتحاق بالبرامج التدريبية

١. زيادة معارف المتدربين ومعلوماتهم
٢. إكساب المتدربين بعض المهارات اللازمة لتطوير كفاءتهم
٣. زيادة قدرة الفرد على التفكير المبدع، بما يمكنه من التكيف مع عمله من ناحية، ومواجهة مشكلاته والتغلب عليها من ناحية أخرى
٤. زيادة الإنتاجية ورفع مستوى أداء الفرد لمواكبة المتغيرات
٥. تنمية الاتجاهات الإيجابية نحو العمل والعاملين معهم
٦. تحقيق عملية التكيف بين العامل وبين البيئة التي يعمل بها (حسن الطعاني، ٢٠٠٧) ويضيف (محمد هلال، ٢٠١٥)
٧. تقديم الأسس التي بموجبها يتم قياس فاعلية التدريب، وذلك بالنسبة للمعلومات والمهارات والاتجاهات، ويراعى الظروف التي يتم فيها التدريب

التسعير

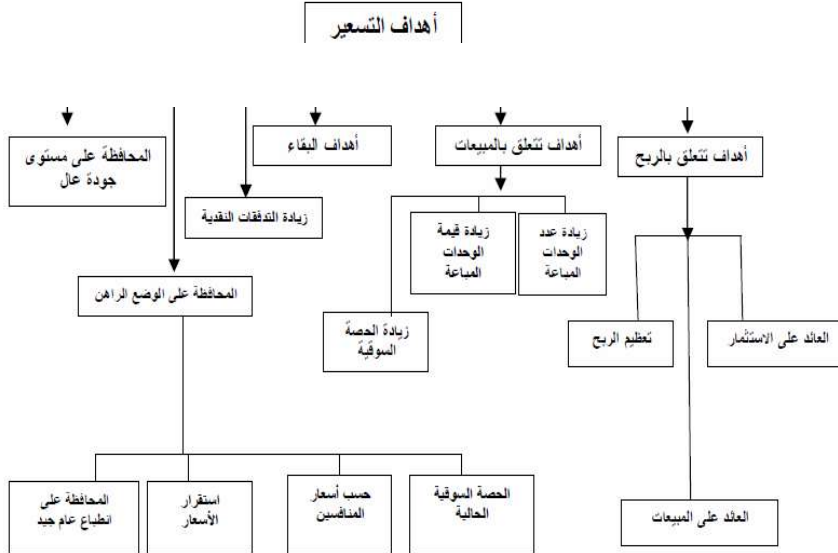
يعتبر التسعير أحد أهم القرارات الاستراتيجية التي تؤثر على نجاح أو فشل أي مؤسسة فتحديد السعر المناسب له تأثير على ربحية المؤسسة ومن ثم على قدرة المؤسسة على تحقيق أهدافها. كما ينبغي أن يؤخذ في الاعتبار احتياجات ورغبات المستهلك والسعر الذي يكون المستهلك على استعداد لدفعه للمنتج والتي تتفق مع قيمتها في نظره. (دحمان ليندة، ٢٠١٠) عملية التسعير مهمة للغاية، وكثير من المنتجين يقع في فخ أنه ينتج سلعة مميزة ويضع أسعارا لا تتناسب مع السوق؛ فتحديد السعر مهم، وكيفية حساب السعر أهم. وبناء على ذلك يمكن للمنتج تحديد هامش الربح ونسب الخصم التي تمنح للموزعين. وهناك عوامل مهمة في عملية التسعير منها: سعر الخام المستخدم، وتكلفة العمالة والنقل والطاقة والعائد على رأس المال وهامش الربح. (سيد كساب - جمال كمال الدين، ٢٠٠٧)

يعرف التسعير: على أنه قرار وضع الأسعار والذي يتخذ من خلال عملية إدارية متكاملة مع مراعاة جملة أمور تدخل في مفهوم السعر، فالتسعير هو وضع أسعار عالية بما يكفي لتغطية التكاليف والحصول على أرباح من جانب، ووضع أسعار رخيصة لاجتذاب الزبائن من جانب آخر، كما أنه لا يمثل طريقة لتغطية تكاليف التشغيل وإحداث غطاء إيجابي فحسب، بل أنه استراتيجية تسويق كبيرة أيضا وعليه يجب أن يؤخذ كل البرنامج التسويقي بعين الاعتبار خلال عملية التسعير (تامر البكري، ٢٠٠٥)

أهداف التسعير: تعني أهداف التسعير الغايات التي تسعى إليها المنظمة من وراء، تختلف أهداف التسعير من منشأة لأخرى وتتراوح هذه الأهداف من البقاء والاحتفاظ بالحالة الراهنة إلى تعظيم الربح وزيادة الحصة السوقية. (جعفر القواس، ٢٠١٤) الأهداف التسعيرية لمعظم الشركات وبشكل عام يمكن أن تكون أهداف ربحية، وأهداف تتعلق بالمبيعات أو البقاء أو الجودة (شكل رقم ١) (وسام أبوامين، ٢٠١٤)

زيادة التدفقات النقدية، أو المحافظة على الوضع الراهن أو المحافظة على مستوى عالي

شكل رقم ١ أهداف التسعير



أهداف ربحية، وأهداف تتعلق بالمبيعات أو البقاء أو زيادة التدفقات النقدية، أو المحافظة على الوضع الراهن أو المحافظة على مستوى عالي من الجودة (شكل رقم ١) (وسام أبوامين، ٢٠١٤) أهمية التسعير: وتبرز أهمية السعر من الناحية العملية إلى أنه واحد من ثلاثة عوامل تؤثر بشكل مباشر على الربح، وهي السعر والتكلفة وكمية المبيعات، باعتبار أن الربح هو الفرق بين الإيرادات والتكاليف. (بشير العلق، ٢٠٠٧)، يكتسب السعر أهمية كبرى على ثلاثة محاور: المستهلك، المنظمة، والاقتصاد القومي.

أ. أهمية السعر للمستهلك: كان ولا يزال السعر أهم العوامل التي تؤثر في عملية الشراء، لاسيما في المجتمعات الفقيرة وخصوصاً بالنسبة للمنتجات الاستهلاكية. إذ يتأثر سلوك المستهلك مباشرة بسعر المنتج فيوازن أو يقارن المستهلك بين دخله وأسعار المنتجات التي يرغب في شرائها، ويؤثر سعر المنتج على إدراك المستهلك لجودته. فيتوقع لمستهلك جودة أعلى للمنتج الأعلى سعراً، ذلك لأن السعر يمثل الواجهة المعبرة عن جودة المنتج في شكل رقمي.

ب. أهمية السعر لمنظمة الأعمال: يستمد السعر أهميته من أنه العنصر الذي يعول عليه في تحقيق معدل العائد على الأموال المستثمرة الذي ترغب فيه المنظمة. يؤدي التسعير الفاعل إلى النجاح التسويقي للمنظمة ولمنتجاتها في السوق، والعكس صحيح. وتؤثر قرارات التسعير على مختلف وظائف المنظمة.

ت. أهمية السعر للاقتصاد القومي: يلعب السعر في الوقت الحاضر دوراً رئيساً كوسيلة لتنظيم الأنشطة الاقتصادية واستخدام عوامل الإنتاج الأربعة: الأرض، العمل، رأس المال، والمنظم. إذ يعتبر السعر عنصراً أساسياً للنظام الاقتصادي الحر القائم على آليات السوق، لأنه يؤثر على جميع عوامل الإنتاج وتوجيهها نحو المجالات التي تحقق عوائد أعلى فالأجور العالية تجتذب عنصر العمل، ومعدلات الفائدة المرتفعة تجتذب رأس المال، وهكذا. ومن ثم فإن أي تغيير في سعر المنتج النهائي يؤثر في مدى ندرة أو وفرة عناصر الإنتاج لهذا المنتج يؤثر السعر على العرض والطلب لمختلف المنتجات (بيومي محمد، ٢٠٠٩)

استراتيجيات التسعير :

النفوذ إلى السوق: تحدد الشركة أسعار منخفضة حتى تستطيع تحقيق النمو والحصول على النصيب الأكبر

كشط السوق: تحديد سعر مرتفع للسلع على أساس حصول الشركة على أقصى ما يمكن من المشترين، ثم تخفيض السعر بالتدرج للدخول إلى القطاعات التسويقية الأكثر مرونة للسلعة وتحاول الشركات التي تتبع هذه الاستراتيجية كسب أكبر مبيعات ممكنة قبل ظهور منافسين.

التغطية النقدية السريعة: الشركة تضع السعر الذي يؤدي التغطية النقدية السريعة لتقليل فترة استرداد الأموال المستثمرة في أقل فترة ممكنة. تحقيق العائد المقبول في الأجل الطويل

الترويج لخط المنتجات: تحدد الشركة أسعارها بما يساهم في تحسين سعر خط المنتجات حيث يتم تسعير المنتج الأصلي بسعر منخفض حتى يجذب عددا كبيرا من المشترين الذين يشترون منتجات أخرى للبائع. (سيد كساب - جمال كمال الدين، ٢٠٠٧)

سياسات التسعير:

سياسة التسعير النفسي "السيكولوجي": تعتمد هذه السياسة على التأثير النفسي الذي يمكن أن يحدثه السعر لدى المستهلك وهذه السياسة تستخدم بشكل أكبر في سوق السلع الاستهلاكية عنه في سوق السلع الصناعية

سياسة التسعير الترويجي: يقصد بالتسعير الترويجي الذي يكون الهدف الأساسي منه العمل على ترويج وتنشيط المبيعات وبأخذ عدة صور

سياسات أسعار المزايدات والمنافسات: وتتميز هذه الحالة بمنافسة شديدة بين الشركات ولكن من نوع معين تقوم على ما تتوقعه الشركة وليس على الواقع الفعلي، حيث أنها لا تمتلك معلومات كافية عن الأسعار التي يقدمها المنافسون. (وسام أبوامين، ٢٠١٤)

التسعير للتصدير: قد يكون سعر التصدير إما أقل أو أكبر من الأسعار المحلية، أو نفس أسعار البيع في السوق المحلية. ويتوقف ذلك على الهدف من التصدير (التخلص من مخزون راكد أو فائض إنتاج، تحقيق ربح سريع ومغادرة السوق نهائياً وتحقيق الأرباح على المدى الطويل وبناء حصة سوقية كبيرة)،

تتعلق هذه العروض بمراحل انتقال ملكية المنتجات من المصدر إلى المستورد، وتحديد المسئول عن تحمل العناصر المختلفة لتكاليف النقل والتأمين وتختلف قيمة عرض سعر التصدير وفقاً لعدة عوامل أهمها الطرف الذي يتحمل مسؤولية ترتيب إجراءات النقل والتأمين والشحن والتفريغ في بلدي المصدر والمستورد. ولعل أكثر أنواع عروض أسعار التصدير شيوعاً في السوق الدولية هي FOB، C&F، CIF . (بيومي محمد، ٢٠٠٩)

طرق التسعير

هناك طرق عديدة تتبع لتحديد الأسعار، فمنها ما يعتمد على كلفة الإنتاج ومنها ما يعتمد على أسعار المنافسة وطبيعة السوق ومنها ما يعتمد على السعر الذي تحدده بعض المنشآت التي لها وزن في السوق (الشاذلي حمد، ٢٠١٧)

التسعير على أساس المنافسة: تحدد النظرية الاقتصادية عدة مجالات تقليدية للسوق تميل فيها الأسعار إلى التحرر من القيود منها: المنافسة الكاملة، والمنافسة الاحتكارية، والاحتكار المطلق

التسعير على أساس الطلب: إن طلب المستهلك على سلعة أو خدمة يمثل قدرته ورغبته على الشراء بأسعار مختلفة خلال فترة زمنية معينة، مع بقاء العناصر الأخرى ثابتة، حيث أن المستهلك سوف يزيد من مشترياته من منتج معين إذا ما انخفض سعره والعكس صحيح، فالعلاقة بين السعر والطلب عكسية (وسام أبوامين، ٢٠١٤)

التسعير على أساس التكلفة: تعتبر هذه الطريقة من أبسط وأوضح الطرق التي يمكن أن تتبعها معظم الشركات في تسعير منتجاتها، فهي تعتمد على إضافة هامش معين إلى مجمل التكاليف (الثابتة والمتغيرة) التي تتحملها الشركات أثناء عملية الإنتاج كما قد يكون هذا الهامش نسبة من سعر بيع المنتج نفسه. ويخضع هذا الهامش لاعتبارات المديرين الشخصية البعيدة عن ظروف المنافسة والسوق، وبالتالي فإن السعر الفعلي قد يكون أبعد ما يمكن عن السعر العادل الذي يعكس المنتج وخصائصه بشكل واضح. يتضمن اللجوء إلى استخدام هذه الاستراتيجية عدداً من الاعتبارات وهي:

١. الشعور بالعدالة الاجتماعية من قبل الشركة والزبائن على حد سواء، والحصول على عائد مقبول للاستثمار.
٢. اعتماد التسعير على مصادر جاهزة للمعلومات دون الحاجة للاهتمام بدراسة حركة المستهلك، وبرسائل السوق المختلفة.
٣. عدم الحاجة إلى القيام بتعديلات سعرية متكررة عند تغير ظروف الطلب.
٤. تقليل المنافسة السعرية بين الشركات التي تستخدم هذه الطريقة في التسعير، بسبب تشابه الكلف والهوامش الربحية فيها

تنص هذه الطريقة على إضافة نسبة مئوية معينة وتأخذ المعادلة الشكل التالي:

السعر = التكلفة المتغيرة للوحدة + نصيب الوحدة من التكاليف الثابتة + هامش الربح.

(النور، إياذ، ٢٠١٢)

ثانياً: الإطار التطبيقي (إجراءات البحث (الدراسة التطبيقية))

أولاً إعداد البرنامج التدريبي: قام الدارس بإعداد برنامج تدريبي لتنمية مهارات خريجي قسم الملابس والنسيج على معايير جودة منتجات الملابس الجاهزة، وفقاً للخطوات المنهجية السليمة، وفيما يلي خطوات إعداد البرنامج التدريبي:

أ. **مرحلة تحديد وتحليل الاحتياجات التدريبية:** تم تحديد أهداف التدريب، وتحديد فئة وعدد الأفراد المستهدفين بالتدريب، ونوع التدريب المطلوب، وأساليب التدريب، وتوجيه الإمكانيات التدريبية المتاحة في الاتجاه الصحيح لتحسين أداء المتدربين ومعارفهم ومهارتهم الذهنية، ليتمكن المتدربين من أداء ما دُرِب من أجله بكفاءة عالية، لمعالجة الفجوة بين الوضع الحالي والوضع المطلوب مستقبلياً. وأستخدم الدارس أسلوب الاستبيان (ملحق رقم ١) لتحديد الاحتياجات التدريبية لبناء البرنامج التدريبي وقد أضاف أصحاب العمل بعض المهارات الأخرى من وجهه نظرهم مثل:

أ. لديه مهارات اتصال كتابية وشفوية

ب. ان يكون قادر على التفاوض.

ت. **مرحلة تخطيط التدريب:** وأستخدم الدارس أسلوب الاستبيان (ملحق رقم ٢) لتحكيم البرنامج

التدريبي والمخطط الزمني ل

١. تحديد أهداف البرنامج التدريبي.

٢. تحديد محتوى البرنامج التدريبي.

٣. تحديد مواد التدريب والمادة العلمية.

٤. اختيار المدربين وتدريبهم.

٥. تحديد أساليب ووسائل التدريب والمساعدات التدريبية.

٦. تحديد زمان ومكان التدريب.

٧. اختيار المتدربين

تحديد أهداف البرنامج التدريبي: ووفقاً لنتائج استبيان تحديد الاحتياجات التدريبية، قام الدارس بتحديد الأهداف التدريبية للبرنامج التدريبي (الهدف العام للبرنامج التدريبي) و(الأهداف الإجرائية للبرنامج التدريبي) (ملحق رقم ٢) **الهدف العام للبرنامج التدريبي** كالتالي: بعد الانتهاء من دراسة البرنامج التدريبي يكون المتدرب قادراً على:

١. اكتساب المعارف والمهارات الذهنية المتعلقة بتسعير منتجات الملابس الجاهزة

٢. تحليل عناصر ومكونات المنتج

٣. حساب تكاليف وتسعير المنتج

تحديد محتوى البرنامج التدريبي: وقد قام الدارس بتنظيم موضوعات محتوى البرنامج التدريبي

بتسلسل منطقي يستطيع من خلاله المتدرب الفهم الجيد لمحتواه ويحقق الهدف المرجو منه،

حيث تم شرح موضوعات محتوى البرنامج شرحاً تفصيلياً، وتم تقسيم محتوى البرنامج إلى

خمس وحدات تدريبية وهي كالتالي

١. الوحدة الأولى: التسعير

٢. الوحدة الثانية: أنواع الغزول وأقمشة التريكو المختلفة

٣. الوحدة الثالثة: الإنتاج

٤. الوحدة الرابعة: القيمة المضافة (المكملات، المستلزمات، الطباعة والتطريز)

٥. الوحدة الخامسة: الشحن، التسليم وورقة التكاليف

تحديد مواد التدريب والمادة العلمية: المادة العلمية في صورة ورقية متكاملة توضح محتوى البرنامج التدريبي (الملحق رقم ٣) مقسمة لخمس وحدات تدريبية وموضح في كل وحدة ما يلي (الجدول الزمني لكل وحدة تدريبية، الهدف العام للوحدة، والأهداف الإجرائية (معرفية، مهاري)، محتوى كل وحدة تدريبية، أساليب التدريب، أساليب التقييم)

تحديد أساليب ووسائل التدريب: وقد استعان الدارس ببعض الأساليب التدريبية في ظل البرنامج التدريبي وبعض الأدوات والوسائل التدريبية المساعدة لزيادة فاعلية التدريب وبيوضها (الملحق رقم ٣)

تحديد زمان ومكان التدريب: وفي ضوء ما سبق تم تحديد البرنامج التدريبي بواقع (٣٣) ساعة تدريبية خلال خمس وحدات تدريبية وبيوضها (الملحق رقم ٣)

اختيار المتدربين: تم اختيار المتدربين عن طريق إجراء المقابلات مع الخريجين من قسم الملابس والنسيج - كلية الاقتصاد المنزلي بإدارة وحدة التدريب وهددهم (٣٠) متدرب

ثانياً إعداد أدوات تقويم البرنامج التدريبي: اشتمل البرنامج التدريبي على الأدوات التالية: اختبار معرفي (قبلي -بعدي) (ملحق رقم ٤): يهدف الاختبار إلى الحصول على مقياس ثابت وصادق بدرجة مرضية لتحديد مدى تحصيل المتدربين للمعارف المتضمنة بالبرنامج التدريبي، وصمم هذا الاختبار ليضم أسئلة تغطي محتوى البرنامج وتتفق اتفاقاً وثيقاً مع أهداف البرنامج التدريبي، حيث يطبق قبل وبعد تطبيق البرنامج التدريبي.

اختبار لأداء المهاري الذهني (ملحق رقم ٥): يهدف هذا الاختبار إلى قياس مدى اكتساب المتدربين للمهارات المتضمنة بالبرنامج التدريبي

ثالثاً الصدق والثبات وأدوات البحث

صدق وثبات الاختبار التحصيلي:

١-الصدق: يتعلق موضوع صدق الاختبار بما يقيسه الاختبار وإلى أي حد ينجح في قياسه. الصدق المنطقي: تم عرض الاختبار التحصيلي على لجنة تحكيم من الأساتذة المتخصصين بغرض التأكد من مدى سهولة ووضوح عبارات الاختبار، وارتباط الأهداف بأسئلة الاختبار، وقد أجمع المحكمين على صلاحية الاختبار التحصيلي للتطبيق مع إبداء بعض المقترحات، وقد تم تعديل الآتي بناءً على مقترحاتهم: (تقليل عدد الأسئلة، مراعاة سهولة ووضوح الصياغة)

٢-الثبات: يقصد بالثبات أن يكون الاختبار منسجماً فيما يعطي من النتائج، وقد تم حساب معامل ثبات الاختبار التحصيلي بالطرق الآتية:

أ- الثبات باستخدام التجزئة النصفية: تم التأكد من ثبات الاختبار التحصيلي باستخدام طريقة التجزئة النصفية، وكانت قيمة معامل الثبات $0.810 - 0.888$ للتسعير، $0.722 - 0.792$ لأنواع الغزول والأقمشة المختلفة، $0.773 - 0.846$ للإنتاج، $0.881 - 0.952$ للقيمة المضافة، $0.741 - 0.816$ للشحن والتسليم، $0.833 - 0.909$ للمجموع الكلي للاختبار التحصيلي، وهي قيم دالة عند مستوى 0.01 لاقتربها من الواحد الصحيح، مما يدل على ثبات الاختبار التحصيلي.

ب- ثبات معامل ألفا: وجد أن معامل ألفا = 0.849 للتسعير، 0.751 لأنواع الغزول والأقمشة المختلفة، 0.809 للإنتاج، 0.912 للقيمة المضافة، 0.778 للشحن والتسليم، 0.861 للمجموع الكلي للاختبار التحصيلي، وهي قيم مرتفعة وهذا دليل على ثبات الاختبار التحصيلي عند مستوى 0.01 لاقتربها من الواحد الصحيح.

جدول ١ ثبات الاختبار التحصيلي

معامل ألفا		الثبات الاختبار التحصيلي	
قيم الارتباط	الدلالة	قيم الارتباط	الدلالة
٠.٨٤٩	٠.٠١	٠.٨١٠ - ٠.٨٨٨	٠.٠١
٠.٧٥١	٠.٠١	٠.٧٢٢ - ٠.٧٩٢	٠.٠١
٠.٨٠٩	٠.٠١	٠.٧٧٣ - ٠.٨٤٦	٠.٠١
٠.٩١٢	٠.٠١	٠.٨٨١ - ٠.٩٥٢	٠.٠١
٠.٧٧٨	٠.٠١	٠.٧٤١ - ٠.٨١٦	٠.٠١
٠.٨٦١	٠.٠١	٠.٨٣٣ - ٠.٩٠٩	٠.٠١

صدق وثبات الاختبار المهاري :

١- الصدق: (الصدق المنطقي): تم عرض الاختبار على مجموعة من الأساتذة المتخصصين وأقروا جميعاً بصلاحيته للتطبيق.

٢- الثبات: (ثبات المصححين): يمكن الحصول على معامل ثبات المصححين بحساب معامل الارتباط بين الدرجات التي يعطيها مصححان أو أكثر لنفس الأفراد أو لنفس الاختبارات، وبعبارة أخرى فإن كل مفحوص يحصل على درجتين أو أكثر من تصحيح اختبار واحد. وتم التصحيح بواسطة ثلاثة من الأساتذة المحكمين وذلك باستخدام بطاقة الملاحظة في عملية التقويم وقام كل مصحح بعملية التقويم بمفرده.

وقد تم حساب معامل الارتباط بين الدرجات الثلاث التي وضعها المصححين (س، ص، ع) للاختبار التطبيقي البعدي باستخدام معامل ارتباط الرتب لكل عينة على حدة والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول رقم 2 معامل الارتباط بين المصححين للاختبار المهاري

المصححين	التسعير	أنواع الغزول والأقمشة المختلفة	الإنتاج	القيمة المضافة	الشحن والتسليم	المجموع ككل
س ، ص	٠.٨٣٦	٠.٧١٦	٠.٧٦٤	٠.٧٣١	٠.٩٠٢	٠.٨١٣
س ، ع	٠.٧٤٦	٠.٨٠٢	٠.٩١٣	٠.٨٦٤	٠.٧٩١	٠.٧٢٥
ص ، ع	٠.٩٠٥	٠.٧٨٢	٠.٨٩١	٠.٧٠٧	٠.٧٥٨	٠.٨٥١

يتضح من الجدول السابق ارتفاع قيم معاملات الارتباط بين المصححين، وجميع القيم دالة عند مستوى ٠.٠١ لاقترابها من الواحد الصحيح، مما يدل على ثبات الاختبار التطبيقي الذي يقيس الأداء المهارى، كما يدل أيضاً على ثبات بطاقة الملاحظة وهي أداة تصحيح الاختبار المهارى.

خامساً: إجراءات الدراسة الأساسية: مرحلة تنفيذ التدريب: وقد بدأ تنفيذ التدريب الفعلي للبرنامج التدريبي يوم (٢٠١٨/١٢/١٨) وفقاً للمخطط الزمنى (ملحق رقم ٢) للبرنامج التدريبي سادساً مرحلة تقييم التدريب: لابد أن يتضمن البرنامج التدريبي على أساليب التقييم المختلفة التي تشمل الجوانب المعرفية والمهارة الذهنية، واعداد الأدوات المناسبة لقياس هذه المعارف والمهارات الذهنية. وبعد الانتهاء من تطبيق البرنامج التدريبي ومحتواه على العينة الأساسية تم تطبيق الاختبارات البعدية على المتدربين (اختبار معرفي، اختبار مهاري) ،

نتائج البحث

الفرض الأول: ينص الفرض الأول على ما يلي :

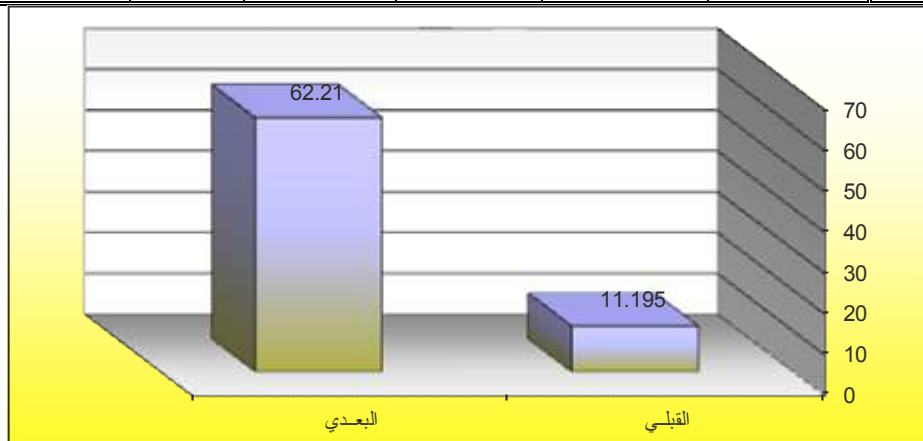
"توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطي درجات المتدربين في المعارف والمهارات المتضمنة

بالبرنامج التدريبي في التطبيقين القبلي والبعدى لصالح التطبيق البعدى"

وللتحقق من هذا الفرض تم تطبيق اختبار "ت" والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (٣) دلالة الفروق بين متوسط درجات المتدربين قبل وبعد تطبيق البرنامج التدريبي

الفاعلية	المتوسط لحسابي "م"	الانحراف المعياري "ع"	عدد أفراد العينة "ن"	درجات الحرية "د.ح"	قيمة ت	مستوى الدلالة واتجاهها
القبلي	١١.١٩٥	٢.٦٣٧	٢٠	١٩	٣٧.٧١	٠.٠١ لصالح البعدى
البعدى	٦٢.٢١٠	٥.١١١				



شكل (٢) يوضح الفروق بين متوسط درجات المتدربين قبل وبعد تطبيق البرنامج التدريبي

يتضح من الجدول (٣) والشكل (٢) : أن قيمة "ت" تساوي "٣٧.٧١٣" وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ ، حيث كان متوسط درجات المتدربين في التطبيق البعدي "٦٢.٢١٠" ، بينما كان متوسط درجات المتدربين في التطبيق القبلي "١١.١٩٥" ، مما يشير إلى وجود فروق حقيقية بين التطبيقين لصالح التطبيق البعدي ، أي أن البرنامج التدريبي في هذه الدراسة ناجح في تحقيق الهدف منه ويعلم بالفعل للأسس التي تتضمنها وذلك بالنسبة للمعارف والمهارات.

ولمعرفة حجم التأثير تم تطبيق معادلة ايتا: $t = \text{قيمة (ت)} = ٣٧.٧١٣$ ، $df = \text{درجات الحرية} = ١٩$

$$n^2 = \frac{t^2}{t^2 + df} = 0.987$$

وبحساب حجم التأثير وجد إن $n^2 = ٠.٩٨٧$

$$d = \frac{\sqrt[4]{n^2}}{\sqrt{1 - n^2}} = 17,37$$

ويحدد حجم التأثير ما إذا كان كبيراً أو متوسطاً أو صغيراً كالآتي:

(٠.٢ = حجم تأثير صغير) ، (٠.٥ = حجم تأثير متوسط) ، (٠.٨ = حجم تأثير كبير)

وهذا يعني أن حجم التأثير كبير، وبذلك يتحقق الفرض الأول.

الفرض الثاني: ينص الفرض الثاني على ما يلي :

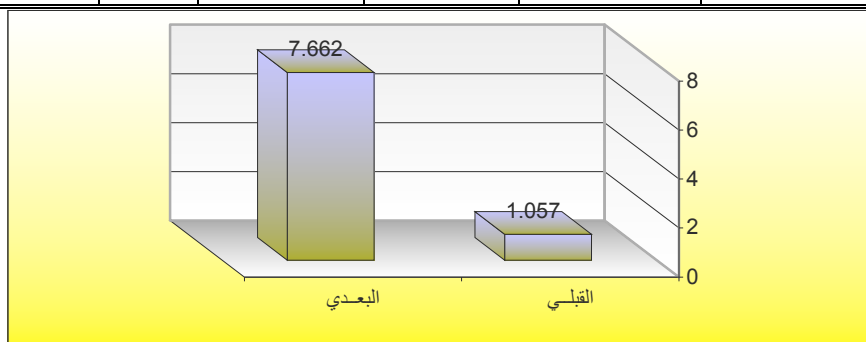
"توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطي درجات المتدربين في الاختبار المعرفي قبل وبعد

تطبيق البرنامج التدريبي لصالح التطبيق البعدي"

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم تطبيق اختبار "ت" والجدول التالي توضح ذلك:

جدول (4) دلالة الفروق بين متوسطي درجات المتدربين في التطبيق القبلي والبعدي للوحدة الأولى "التسعير"

التسعير	المتوسط الحسابي "م"	الانحراف المعياري "ع"	عدد أفراد العينة "ن"	درجات الحرية "د.ح"	قيمة ت	مستوى الدلالة واتجاهها
القبلي	١.٠٥٧	٠.٨٥٢	٢٠	١٩	٩.١٧٦	٠.٠١ لصالح البعدي
البعدي	٧.٦٦٢	١.٢٣٧				

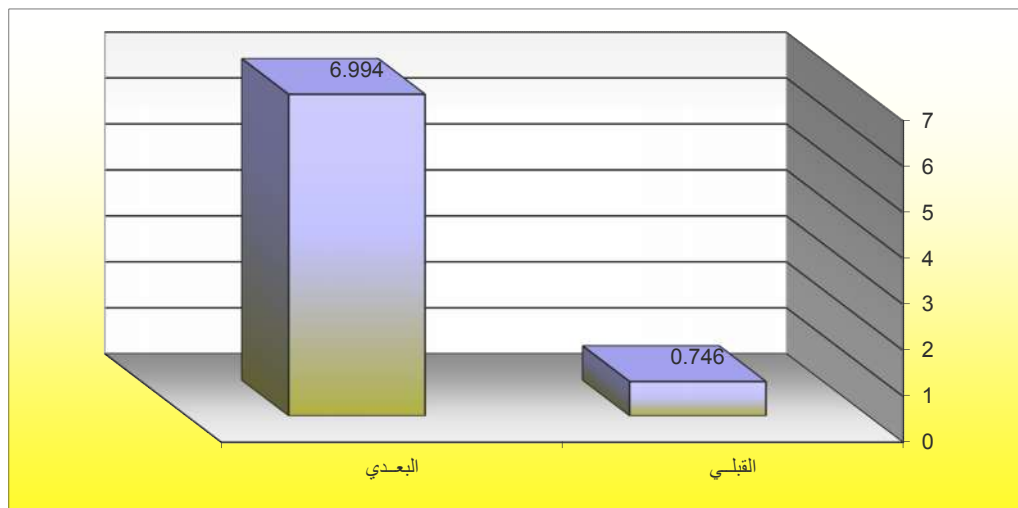


شكل (٣) يوضح الفروق بين متوسطي درجات المتدربين في التطبيق القبلي والبعدي للوحدة الأولى "التسعير"

يتضح من الجدول (٤) والشكل (٣) :

أن قيمة "ت" تساوي "٩.١٧٦" للوحدة الأولى "التسعير" ، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ لصالح التطبيق البعدي ، حيث كان متوسط درجات المتدربين في التطبيق البعدي "٧.٦٦٢" ، بينما كان متوسط درجات المتدربين في التطبيق القبلي "١.٠٥٧" .
جدول (٥) دلالة الفروق بين متوسطي درجات المتدربين في التطبيق القبلي والبعدي للوحدة الثانية "أنواع الغزول والأقمشة المختلفة"

أنواع الغزول والأقمشة المختلفة	المتوسط الحسابي "م"	الانحراف المعياري "ع"	عدد أفراد العينة "ن"	درجات الحرية "د.ح"	قيمة ت	مستوى الدلالة واتجاهها
القبلي	٠.٧٤٦	٠.٢٢١	٢٠	١٩	٨.٠٨١	٠.٠١
البعدي	٦.٩٩٤	١.٨٣٦				٠.٠١ لصالح البعدي



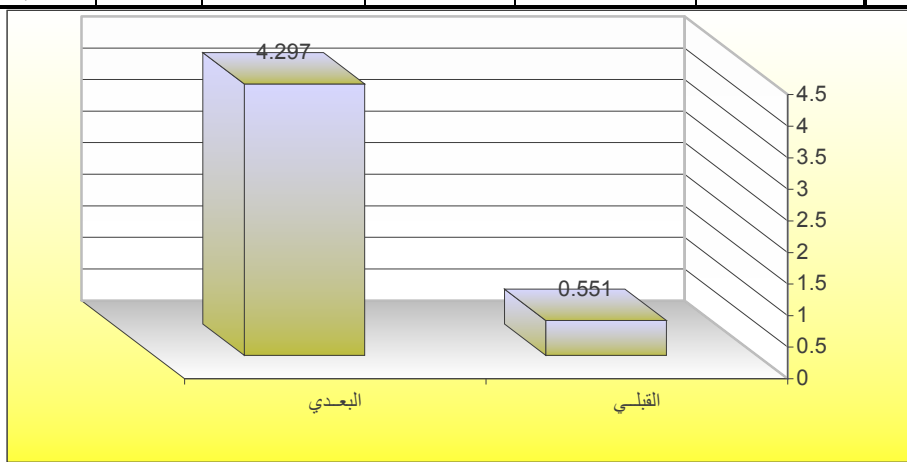
شكل (٤) يوضح الفروق بين متوسطي درجات المتدربين في التطبيق القبلي والبعدي للوحدة الثانية "أنواع الغزول والأقمشة المختلفة"

يتضح من الجدول (٥) والشكل (٤) :

أن قيمة "ت" تساوي "٨.٠٨١" للوحدة الثانية "أنواع الغزول والأقمشة المختلفة" ، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ لصالح التطبيق البعدي ، حيث كان متوسط درجات المتدربين في التطبيق البعدي "٦.٩٩٤" ، بينما كان متوسط درجات المتدربين في التطبيق القبلي "٠.٧٤٦" .

جدول (٦) دلالة الفروق بين متوسطي درجات المتدربين في التطبيق القبلي والبعدي للوحدة الثالثة "الإنتاج"

الإنتاج	المتوسط الحسابي "م"	الانحراف المعياري "ع"	عدد أفراد العينة "ن"	درجات الحرية "د.ح"	قيمة ت	مستوى الدلالة واتجاهها
القبلي	٠.٥٥١	٠.١٢٧	٢٠	١٩	٥.٥٥٩	٠.٠١ لصالح البعدي
البعدي	٤.٢٩٧	١.٠٠٩				



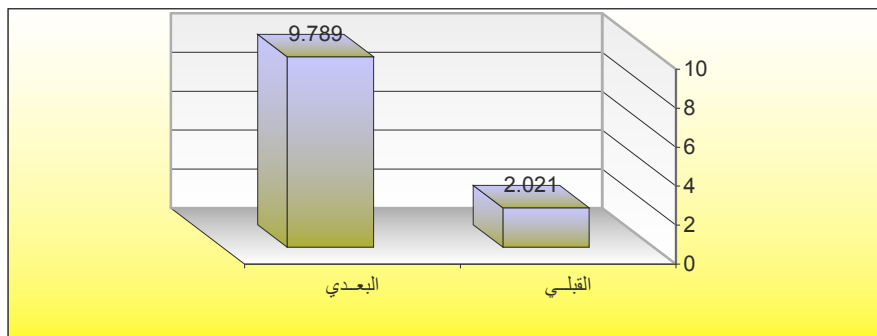
شكل (٥) يوضح الفرق بين متوسطي درجات المتدربين في التطبيق القبلي والبعدي للوحدة الثالثة "الإنتاج"

يتضح من الجدول (٦) والشكل (٥) :

أن قيمة "ت" تساوي "٥.٥٥٩" للوحدة الثالثة "الإنتاج"، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ لصالح التطبيق البعدي، حيث كان متوسط درجات المتدربين في التطبيق البعدي "٤.٢٩٧"، بينما كان متوسط درجات المتدربين في التطبيق القبلي "٠.٥٥١".

جدول (٧) دلالة الفرق بين متوسطي درجات المتدربين في التطبيق القبلي والبعدي للوحدة الرابعة "القيمة المضافة"

القيمة المضافة	المتوسط الحسابي "م"	الانحراف المعياري "ع"	عدد أفراد العينة "ن"	درجات الحرية "د.ح"	قيمة ت	مستوى الدلالة واتجاهها
القبلي	٢.٠٢١	٠.٩١٥	٢٠	١٩	٨.٧٢٩	٠.٠١ لصالح البعدي
البعدي	٩.٧٨٩	٢.٠١٨				

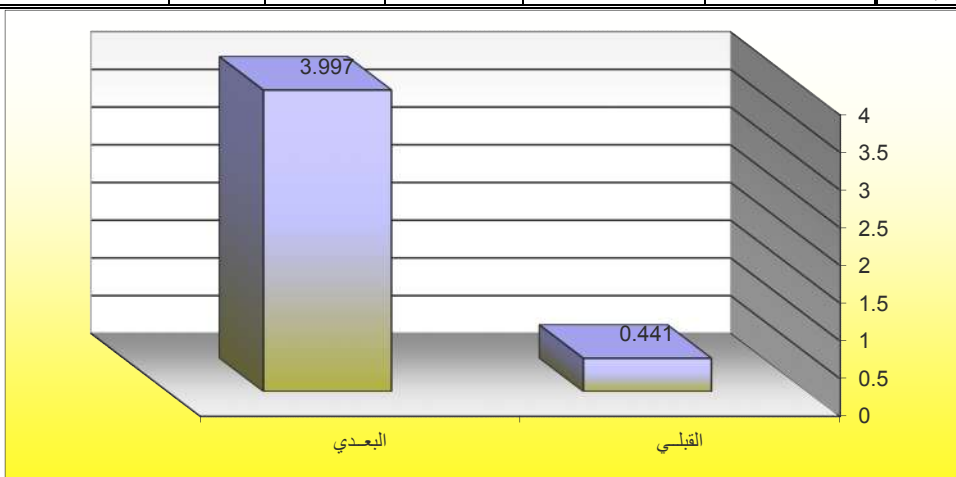


شكل (٦) يوضح الفروق بين متوسطي درجات المتدربين في التطبيق القبلي والبعدي للوحدة الرابعة "القيمة المضافة"

يتضح من الجدول (٧) والشكل (٦):

أن قيمة "ت" تساوي "٨.٧٢٩" للوحدة الرابعة "القيمة المضافة"، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ لصالح التطبيق البعدي ، حيث كان متوسط درجات المتدربين في التطبيق البعدي "٩.٧٨٩" ، بينما كان متوسط درجات المتدربين في التطبيق القبلي "٢.٠٢١" . جدول (٨) دلالة الفروق بين متوسطي درجات المتدربين في التطبيق القبلي والبعدي للوحدة الخامسة "الشحن والتسليم"

الشحن والتسليم	المتوسط الحسابي "م"	الانحراف المعياري "ع"	عدد أفراد العينة "ن"	درجات الحرية "د.ح"	قيمة ت	مستوى الدلالة واتجاهها
القبلي	٠.٤٤١	٠.١٠٣	٢٠	١٩	٤.١٥	٠.٠١
البعدي	٣.٩٩٧	١.٥٨٠			٩	لصالح البعدي

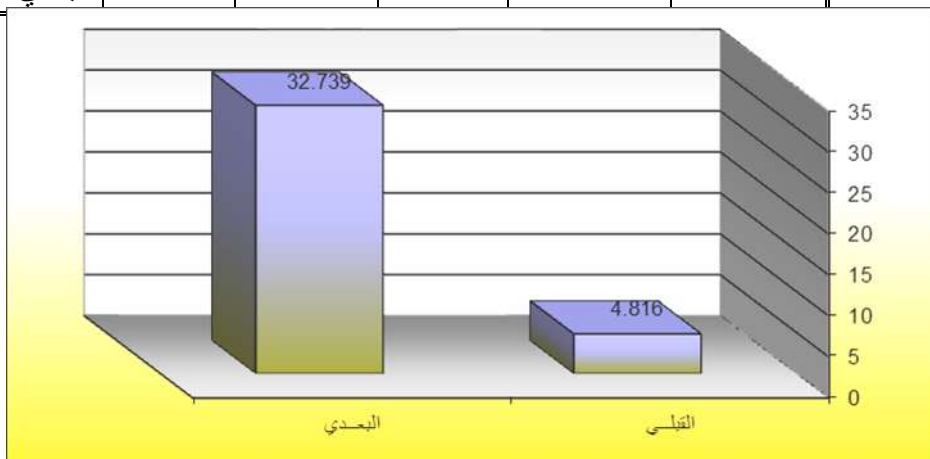


شكل (٧) يوضح الفروق بين متوسطي درجات المتدربين في التطبيق القبلي والبعدي للوحدة الخامسة "الشحن والتسليم"

يتضح من الجدول (٨) والشكل (٧) :

أن قيمة "ت" تساوي "٤.١٥٩" للوحدة الخامسة "الشحن والتسليم" ، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ لصالح التطبيق البعدي ، حيث كان متوسط درجات المتدربين في التطبيق البعدي "٣.٩٩٧" ، بينما كان متوسط درجات المتدربين في التطبيق القبلي "٠.٤٤١" .
جدول (٩) دلالة الفروق بين متوسطي درجات المتدربين في التطبيق القبلي والبعدي للمجموع الكلي للاختبار المعرفي

المجموع الكلي لاختبار المعرفي	المتوسط الحسابي "م"	الانحراف المعياري "ع"	عدد أفراد العينة "ن"	درجات الحرية "د.ح"	قيمة ت	مستوى الدلالة واتجاهها
القبلي	٤.٨١٦	١.٠١٨	٢٠	١٩	١٩.٧٣٦	٠.٠١ لصالح البعدي
البعدي	٣٢.٧٣٩	٣.٥٠٥				



شكل (٨) يوضح الفروق بين متوسطي درجات المتدربين في التطبيق القبلي والبعدي للمجموع الكلي للاختبار المعرفي

يتضح من الجدول (٩) والشكل (٨) :

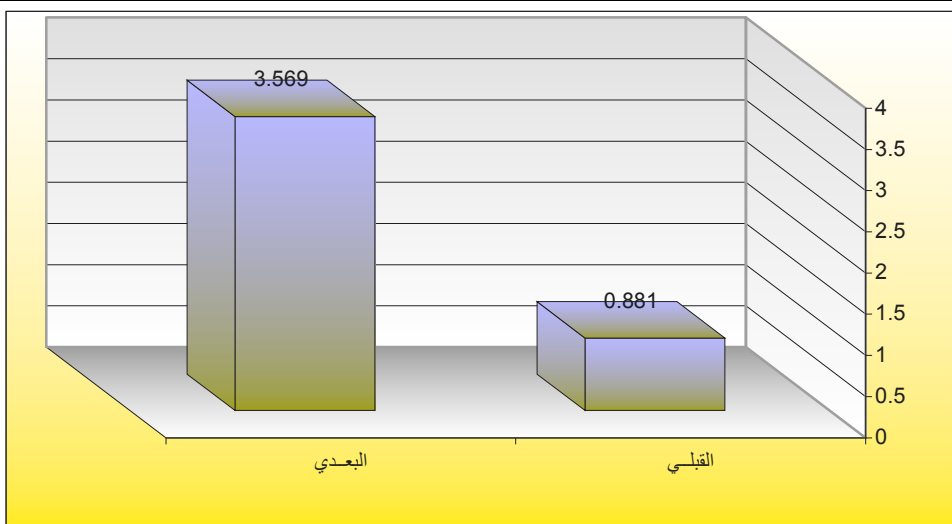
أن قيمة "ت" تساوي "١٩.٧٣٦" للمجموع الكلي للاختبار المعرفي ، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ لصالح التطبيق البعدي ، حيث كان متوسط درجات المتدربين في التطبيق البعدي "٣٢.٧٣٩" ، بينما كان متوسط درجات المتدربين في التطبيق القبلي "٤.٨١٦" ، وبذلك يتحقق الفرض الثاني .

الفرض الثالث: ينص الفرض الثالث على ما يلي:

"توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطي درجات المتدربين في الاختبار المهاري قبل وبعد تطبيق البرنامج التدريبي لصالح التطبيق البعدي"

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم تطبيق اختبار "ت" والجداول التالية توضح ذلك:
جدول (١٠) دلالة الفروق بين متوسطي درجات المتدربين في التطبيق القبلي والبعدي للوحدة الأولى "التسعير"

التسعير	المتوسط الحسابي "م"	الانحراف المعياري "ع"	عدد أفراد العينة "ن"	درجات الحرية "د.ح"	قيمة ت	مستوى الدلالة واتجاهها
القبلي	٠.٨٨١	٠.٢٢٠	٢٠	١٩	٤.٠٩١	٠.٠١
البعدي	٣.٥٦٩	١.١١٩				لصالح البعدي

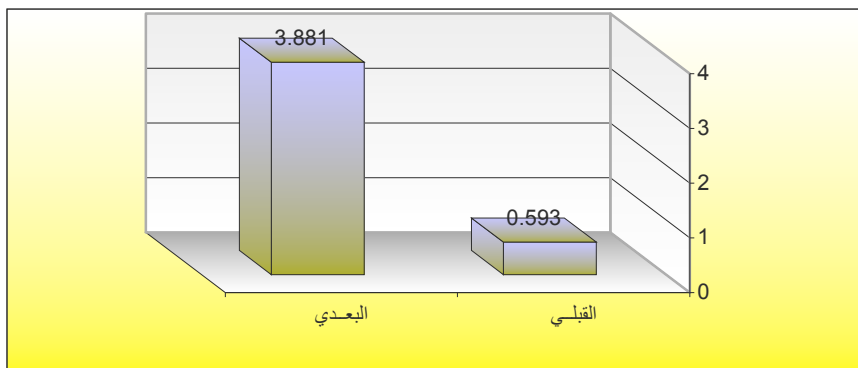


شكل (٩) يوضح الفروق بين متوسطي درجات المتدربين في التطبيق القبلي والبعدي للوحدة الأولى "التسعير"

يتضح من الجدول (١٠) والشكل (٩) :

أن قيمة "ت" تساوي "٤.٠٩١" للوحدة الأولى "التسعير" ، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ لصالح التطبيق البعدي ، حيث كان متوسط درجات المتدربين في التطبيق البعدي "٣.٥٦٩" ، بينما كان متوسط درجات المتدربين في التطبيق القبلي "٠.٨٨١" .
جدول (١١) دلالة الفروق بين متوسطي درجات المتدربين في التطبيق القبلي والبعدي للوحدة الثانية "أنواع الغزول والأقمشة المختلفة"

أنواع الغزول والأقمشة المختلفة	المتوسط الحسابي "م"	الانحراف المعياري "ع"	عدد أفراد العينة "ن"	درجات الحرية "د.ح"	قيمة ت	مستوى الدلالة واتجاهها
القبلي	٠.٥٩٣	٠.٣٦٦	٢٠	١٩	٥.٣٧٨	٠.٠١
البعدي	٣.٨٨١	١.٤٥٦				لصالح البعدي



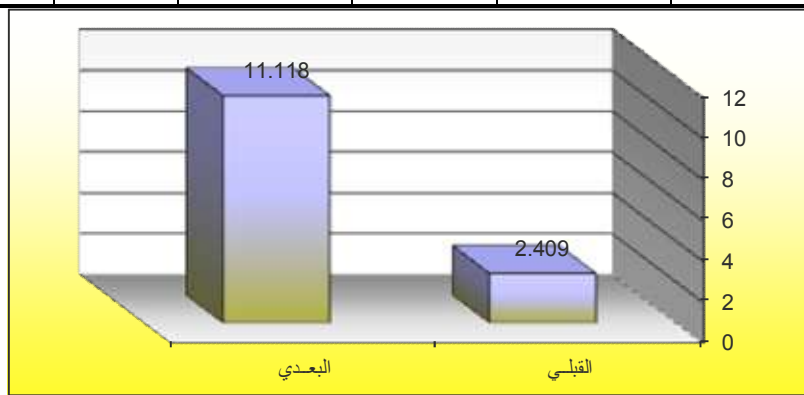
شكل (١٠) يوضح الفروق بين متوسطي درجات المتدربين في التطبيق القبلي والبعدي للوحدة الثانية "أنواع الغزول والأقمشة المختلفة"

يتضح من الجدول (١١) والشكل (١٠) :

أن قيمة "ت" تساوي "٥.٣٧٨" للوحدة الثانية "أنواع الغزول والأقمشة المختلفة" ، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ لصالح التطبيق البعدي ، حيث كان متوسط درجات المتدربين في التطبيق البعدي "٣.٨٨١" ، بينما كان متوسط درجات المتدربين في التطبيق القبلي "٠.٥٩٣" .

جدول (١٢) دلالة الفروق بين متوسطي درجات المتدربين في التطبيق القبلي والبعدي للوحدة الثالثة "الإنتاج"

الإنتاج	المتوسط الحسابي "م"	الانحراف المعياري "ع"	عدد أفراد العينة "ن"	درجات الحرية "د.ح"	قيمة ت	مستوى الدلالة واتجاهها
القبلي	٢.٤٠٩	٠.٨٨٣	٢٠	١٩	١٠.١٠٩	٠.٠١ لصالح البعدي
البعدي	١١.١١٨	٢.١٥١				

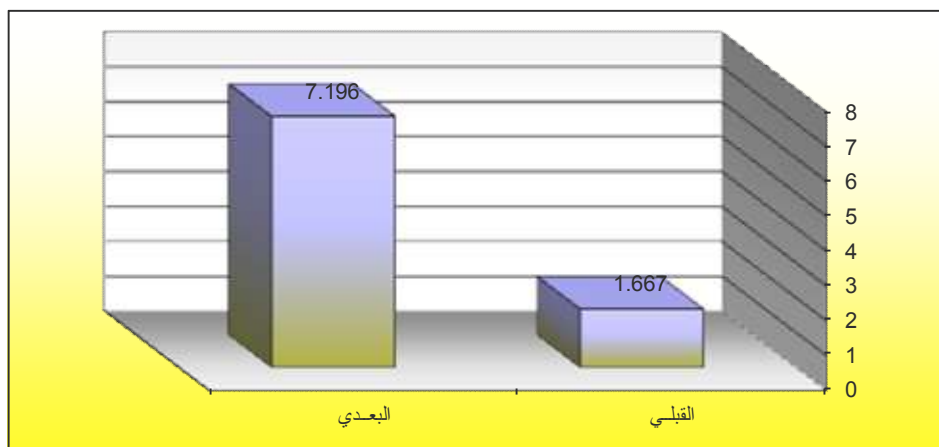


شكل (١١) يوضح الفروق بين متوسطي درجات المتدربين في التطبيق القبلي والبعدي للوحدة الثالثة "الإنتاج"

يتضح من الجدول (١٢) والشكل (١١) :

أن قيمة "ت" تساوي "١٠.١٠٩" للوحدة الثالثة "الإنتاج" ، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ لصالح التطبيق البعدي ، حيث كان متوسط درجات المتدربين في التطبيق البعدي "١١.١١٨" ، بينما كان متوسط درجات المتدربين في التطبيق القبلي "٢.٤٠٩" .
جدول (١٣) دلالة الفروق بين متوسطي درجات المتدربين في التطبيق القبلي والبعدي للوحدة الرابعة "القيمة المضافة"

القيمة المضافة	المتوسط الحسابي "م"	الانحراف المعياري "ع"	عدد أفراد العينة "ن"	درجات الحرية "د.ح"	قيمة ت	مستوى الدلالة واتجاهها
القبلي	١.٦٦٧	٠.٧٦٠	٢٠	١٩	٧.٣٢٩	٠.٠١
البعدي	٧.١٩٦	١.٣٣٣				لصالح البعدي

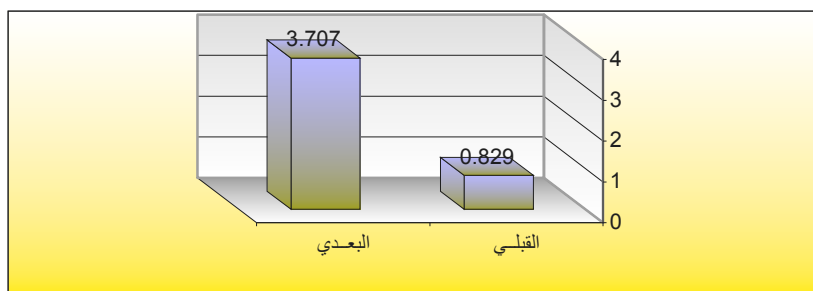


شكل (١٢) يوضح الفروق بين متوسطي درجات المتدربين في التطبيق القبلي والبعدي للوحدة الرابعة "القيمة المضافة"

يتضح من الجدول (١٣) والشكل (١٢) :

أن قيمة "ت" تساوي "٧.٣٢٩" للوحدة الرابعة "القيمة المضافة" ، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ لصالح التطبيق البعدي ، حيث كان متوسط درجات المتدربين في التطبيق البعدي "٧.١٩٦" ، بينما كان متوسط درجات المتدربين في التطبيق القبلي "١.٦٦٧" .
جدول (١٤) دلالة الفروق بين متوسطي درجات المتدربين في التطبيق القبلي والبعدي للوحدة الخامسة "الشحن والتسليم"

الشحن والتسليم	المتوسط الحسابي "م"	الانحراف المعياري "ع"	عدد أفراد العينة "ن"	درجات الحرية "د.ح"	قيمة ت	مستوى الدلالة واتجاهها
القبلي	٠.٨٢٩	٠.٤٠١	٢٠	١٩	٥.٠٠٥	٠.٠١
البعدي	٣.٧٠٧	١.٦٦٠				لصالح البعدي

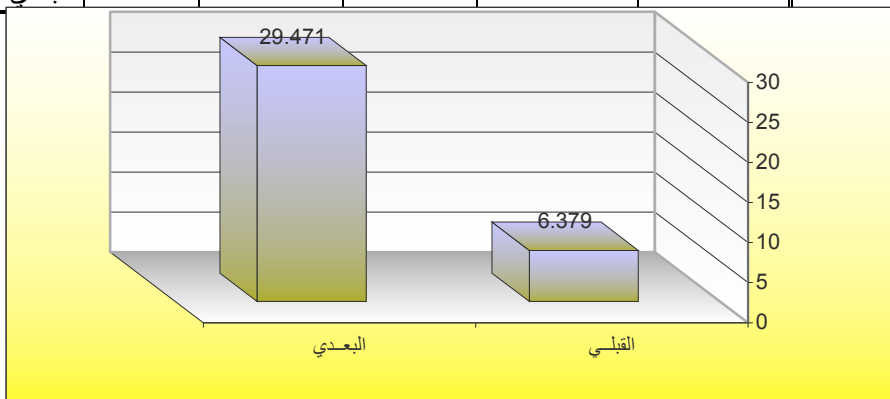


شكل (١٣) يوضح الفروق بين متوسطي درجات المتدربين في التطبيق القبلي والبعدي للوحدة الخامسة "الشحن والتسليم"

يتضح من الجدول (١٤) والشكل (١٣): أن قيمة "ت" تساوي "٥.٠٠٥" للوحدة الخامسة "الشحن والتسليم"، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ لصالح التطبيق البعدي، حيث كان متوسط درجات المتدربين في التطبيق البعدي "٣.٧٠٧"، بينما كان متوسط درجات المتدربين في التطبيق القبلي "٠.٨٢٩".

جدول (١٥) دلالة الفروق بين متوسطي درجات المتدربين في التطبيق القبلي والبعدي للمجموع الكلي للاختبار المهاري

المجموع الكلي للاختبار المهاري	المتوسط الحسابي "م"	الانحراف المعياري "ع"	عدد أفراد العينة "ن"	درجات الحرية "د.ح"	قيمة ت	مستوى الدلالة واتجاهها
القبلي	٦.٣٧٩	١.٠٢٨	٢٠	١٩	١٧.٦٠٦	٠.٠١ لصالح البعدي
البعدي	٢٩.٤٧١	٣.٥٢٠				



شكل (١٤) يوضح الفروق بين متوسطي درجات المتدربين في التطبيق القبلي والبعدي للمجموع الكلي للاختبار المهاري

يتضح من الجدول (١٥) والشكل (١٤):

أن قيمة "ت" تساوي "١٧.٦٠٦" للمجموع الكلي للاختبار المهاري، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ لصالح التطبيق البعدي، حيث كان متوسط درجات المتدربين في التطبيق البعدي "٢٩.٤٧١"، بينما كان متوسط درجات المتدربين في التطبيق القبلي "٦.٣٧٩"، وبذلك يتحقق الفرض الثالث .

قائمة المراجع

- احمد زكي صالح "علم النفس التربوي"، ط ١، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، ١٩٧٢
- اسامة محمد حسين أبو هشيمة رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة حلوان، ١٩٩٩
- اكرم رضا برنامج تدريب المدربين ، دار التوزيع والنشر الإسلامية، القاهرة، ٢٠٠٥
- الشاذلي عيسى حمد الشانور، إياد عبد الفتاح "الاقتصاد الإداري ، جامعة النيل الأبيض ، ٢٠١٧
- امل عبدالرحمن السيد استراتيجيات التسويق مدخل نظري وكمي، عمان: دار صفاء، الطبعة الأولى، ٢٠١٢
- بشير العلاق إدارة الموارد البشرية ، كلية التجارة ، جامعة القاهرة ، ٢٠١٠
- بيومي محمد عماره التسويق الصيدلاني، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة العربية، عمان، الأردن ٢٠٠٧
- ثامر البكري سياسات التسعير وخصومات البيع، برنامج مهارات البيع والتسويق، كلية تجارة جامعة بنها، ٢٠٠٩
- جعفر القواس "تسويق الخدمات الصحية"، دار اليازوري، الاردن، ٢٠٠٥
- حسن أحمد الطعاني محاسبة التكاليف وتسعير المنتجات ، ريتاج ، ٢٠١٤
- داليا عبدالكريم أحمد قنديل "التدريب الإداري المعاصر"، الطبعة الأولى، عمان الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧
- دحمان ليندة ، العمري دراسة بعض المشاكل التسويقية للملابس الجاهزة النسائية المصنعة في منطقة مكة المكرمة ، رسالة ماجستير ، كلية التربية للاقتصاد المنزلي والتربية الفنية ، جامعة الملك عبد العزيز، ٢٠٠٨
- رأفت السيد عبد الفتاح التسويق الصيدلاني حالة مجمع (صيدال) ، جامعة دالي إبراهيم – الجزائر ، ٢٠١٠ ،
- سيد كاسب ،جمال "سيكولوجية التدريب وتنمية الموارد البشرية"، دار الفكر العربي، القاهرة ، ٢٠٠١
- سيد كاسب ،جمال "مشروعات الصغيرة الفرص والتحديات ، مركز تطوير الدراسات العليا والبحوث في العلوم الهندسية كلية الهندسة – جامعة القاهرة ، ٢٠٠٧
- صلاح الدين محمد "إدارة الموارد البشرية من الناحية العلمية والعملية"، الادارة الجامعية، الإسكندرية، ٢٠٠٠
- طارق سويدان الترتيب والتدريس الإبداعي ، دار الكتاب العربي ،بيروت ،لبنان ، ٢٠٠٩
- عالية خلف: المسألة والفاعلية في الإدارة التربوية ،دار الحامد للطباعة والنشر ،عمان، ٢٠٠٦

- عبد الرحمن عيسوي علم النفس في المجال التربوي، الطبعة الثانية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ١٩٩٦
- عبلة عبد الحميد سياسات التسعير، اقتصاد إداري، كلية الاقتصاد والإدارة، جامعة الملك بخاري عبد العزيز، ٢٠٠٩
- عصام عطا الله تحديد الاحتياجات التدريبية لضمان فاعلية البرامج التدريبية"، ط ١١ دار حسين صفا للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١
- عواطف بهيج إبراهيم، استخدام تكنولوجيا الحاسب الآلي في اعداد برنامج لحساب تكاليف الملابس الجاهزة، مجلة علوم وفنون المجلد الخامس والعشرون، العدد الحميد الرابع، أكتوبر ٢٠١٣
- فؤاد أبو حطب، أمال علم النفس التربوي، الطبعة الثالثة، مكتبة الانجلو، القاهرة، ٢٠٠٠ صادق
- كوثر حسين كوجك الاتجاهات في المناهج و طرق التدريس، ط ٣ ، عالم الكتب ، القاهرة ٢٠٠١
- مجمع اللغة العربية "المعجم الوجيز"، الهيئة العامة لشئون المطابع الأميرية، القاهرة، ٢٠٠٠
- محمد الفيومي محمد مقدمة في أصول محاسبة التكاليف، الدار الجامعية، بيروت، لبنان، ١٩٩٠
- محمد أيمن عبد إدارة الموارد البشرية في مواقع العمل - الأسس العلمية والممارسات اللطيف التطبيقية، كلية التجارة، جامعة القاهرة، الطبعة الأولى، ٢٠٠٨ م
- محمد عبد الغني تصميم وإعداد المناهج التدريبية، مركز تطوير الأداء والتنمية للنشر حسن هلال والتوزيع، القاهرة مصر ، ٢٠١٥
- محمود المساد: الاشراف التربوي الحديث، مكتبة الاسراء، الكويت، ٢٠٠١
- مدحت محمد "مراحل العملية التدريبية- تخطيط ونتائج وتقويم البرامج التدريبية"، الطبعة أبوالنصر الأولى، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، ٢٠٠٩
- نضال بدر شيت السياسات التسعيرية وأثرها في رضا الزبون دراسة تحليلية لأراء عينة من مديري بعض المنظمات الصناعية، مجلة دورية نصف سنوية تصدر عن كلية الإدارة والاقتصاد/جامعة البصر، ٢٠١٤
- هادفي خالد دور المحاسبة التحليلية في تحديد سياسة التسعير للمؤسسة الاقتصادية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسعير جامعة محمد خيضر، ٢٠١٣
- هشام الطالب دليل التدريب القيادي، الدار العربية للعلوم، ٢٠٠٦
- وسام أبوامين دور عوامل استراتيجية التسعير في الحصة السوقية ،جامعة دمشق ، سوريا ٢٠١٤ ،