

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Faculty of Management
Midocean University

تأثير الذكاء العاطفي على تحسين جودة المنتجات والخدمات في المنشآت
الصغيرة والمتوسطة في مجال الطفولة بالتطبيق على أكاديمية الطفولة
العالمية في السعودية

أسم الطالب

مريم فيصل أحمد

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د.

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

2026- الفصل الدراسي العاشر

جدول المحتويات

3	1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
4	1.1. المقدمة:
6	1.2. مشكلة الدراسة
6	1.2.1. فجوات على المستوى النظري
7	1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي
8	1.3. أهمية الدراسة
8	1.3.1. على المستوى النظري:
	1.3.2. على المستوى التطبيقي:
9	1.4. أسئلة الدراسة
9	1.5. أهداف الدراسة
10	1.6. فرضيات الدراسة
11	1.7. نموذج الدراسة
11	1.8. منهجية الدراسة
12	1.9. الدراسة الميدانية
	1.10. مخطط المشروع المقترح
	2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة
خ	طأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
14	2.1. المقدمة:
15	2.2. المتغير المستقل
18	2.3. المتغير التابع
20	2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع
21	2.5. الخاتمة
31	قائمة المراجع

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

يشهد العالم في عصرنا الراهن طفرات متسارعة في مختلف مجالات الحياة، ولا سيما في قطاع الأعمال والتكنولوجيا وتقنيات التواصل الإنساني الفعّال، أصبحت البيئات الاجتماعية والمهنية تتطلب من الأفراد امتلاك مجموعة مختلفة من المهارات والقدرات الشخصية. وفي ظل هذا الواقع المتغير، لم يعد النجاح مرتبطاً فقط بالمؤهلات العلمية أو المهارات التقنية، بل إن فهم القدرات الشخصية تمكّن الأفراد من فهم أنفسهم والتعامل بفاعلية مع الآخرين، مما يساهم في تحسين جودة حياتهم ونتاجيتهم في العمل على حدٍ سواء.

وقد بيّنت الدراسات الحديثة أن العنصر البشري له دور أساسي في عمليات التقدّم والنمو للمؤسسات والمجتمعات الحديثة، وهو العامل الأكثر تأثيراً في جودة ما تقدمه هذه المؤسسات من خدمات ومنتجات لعملائها. ومع تزايد التحديات والتغيرات العالمية، برزت الحاجة الملحة إلى تعزيز القدرات النفسية والعاطفية للعاملين في مجالات إدارة الخدمات وتطوير المنتجات، بما يمكنهم من فهم احتياجات العملاء وتلبية متطلباتهم، وتشير الأدلة البحثية إلى أن هذه القدرات تمثل ركيزة أساسية لتحقيق الكفاءة والإنتاجية والتميز في دعم عمليات التطوير والابتكار، وتحقيق النمو والتنمية المستدامة.

ومن هنا، اتجهت الدراسات نحو الذكاء العاطفي باعتباره أحد أهم المفاهيم الحديثة التي تجمع بين الجوانب النفسية والاجتماعية والمهنية، ويُعدّ من المقومات الأساسية للنجاح الفردي والجماعي داخل المؤسسات. فالذكاء العاطفي لا يقتصر على فهم العواطف فحسب، بل يشمل القدرة على إدراك المشاعر الذاتية ومشاعر الآخرين والتأثير فيها بطريقة تمكّن الفرد من اتخاذ قرارات أكثر توازناً، وتعزيز علاقاته من خلال الفهم العميق للآخرين والتعاطف معهم، حيث يشير مفهوم الذكاء العاطفي (Emotional Intelligence) إلى القدرة على إدراك العواطف وفهمها وتنظيمها واستخدامها في توجيه السلوك لتحقيق أهداف إيجابية. (Goleman, 1995; Mayer & Salovey, 1997)

وفي هذا السياق، وبفضل الفهم العميق لأهمية الذكاء العاطفي وتأثيره على العلاقة مع الآخرين، لا سيما في المجالات التي تتطلب تفاعلاً مباشراً مع العملاء، مثل تقديم المنتجات والخدمات، علاقة العملاء، خدمات ما بعد البيع وغيرها، يمكن للذكاء العاطفي أن يكون له أثر كبير على تصميمها وتطويرها. وقد أظهرت العديد من الدراسات أن الذكاء العاطفي يُعدّ من العوامل الأساسية لتحسين جودة الخدمات، من خلال فهم احتياجات العملاء وتطوير المنتجات

والخدمات المناسبة لهم. كما يسهم الذكاء العاطفي في تحفيز العاملين على الابتكار والإبداع وتعزيز قدراتهم على تقديم حلول تلبي متطلبات السوق والعملاء.

ومنذ انطلاق رؤية المملكة 2030، شهدت المملكة نموًا وتسارعًا ملحوظًا في عدد المنشآت الصغيرة والمتوسطة، من حيث حجم تأثيرها في سوق العمل السعودي وذلك على مستوى إجمالي عدد الموظفين، أو حجم المبيعات، أو غيرها من المؤشرات الاقتصادية. وتشير التقديرات الصادرة عن الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة في السعودية "منشآت" إلى وجود أكثر من 1.3 مليون منشأة صغيرة ومتوسطة في المملكة حتى عام 2024م فقد بلغ حجم المنشآت متناهية الصغر في المملكة 1,138,588 فيما وصل عدد المنشآت الصغيرة في جميع مناطق المملكة إلى نحو 150,788 منشأة صغيرة، في الوقت الذي تجاوزت فيه المنشآت المتوسطة حازم الـ 18,723 منشأة (منشآت، 2024) ، ومن هذا المنطلق تبرز الحاجة لإجراء بحوث حول تحسين الخدمات والمنتجات في المنشآت الصغيرة والمتوسطة في المملكة العربية السعودية، بهدف التعرف على مدى إسهام المهارات العاطفية والاجتماعية في تعزيز الأداء وجودة الخدمات المقدمة.

أن تصميم الخدمات والمنتجات النوعية بشكل احترافي يتطلب مهارات عالية، ويعتمد بشكل أساسي على الذكاء العاطفي لفهم احتياجات الإنسان كعميل، وهو جانب محوري بالنسبة للمنشآت. ومن هذا المنطلق، يركز هذا البحث على تأثير الذكاء العاطفي لتحسين الخدمات والمنتجات في المنشآت الصغيرة والمتوسطة في السعودية، حيث يسعى إلى دراسة كيفية مساهمة الذكاء العاطفي في تحسين جودة الخدمات وتطوير المنتجات في هذه المنشآت، من خلال تحليل أبعاده النظرية واستعراض نماذج تطبيقية في المملكة العربية السعودية توضح أثره في تعزيز الأداء المؤسسي وتحقيق التفوق التنافسي في بيئات الأعمال المعاصرة.

1.2. مشكلة الدراسة

على الرغم من النمو الملحوظ للمنشآت الصغيرة والمتوسطة في المملكة العربية السعودية، وما تحقّقه من مؤشرات اقتصادية مهمة في ظل رؤية 2030، وبناء على ما سبق في المقدمة فإن المنشآت العاملة في مجال الطفولة تواجه تحديات متزايدة في تقديم خدمات ومنتجات ذات جودة عالية تتوافق مع احتياجات الأطفال وخصائصهم النفسية والعاطفية. ويُعد هذا القطاع من أكثر القطاعات حساسية، نظرًا لاعتماده الكبير على التفاعل الإنساني المباشر مع فئة عمرية تتطلب أساليب خاصة في الفهم والتواصل، ويرجع جزء كبير من هذه التحديات إلى ضعف القدرة على إدراك مشاعر الأطفال وفهم احتياجاتهم العاطفية والتفاعل معها بشكل فعّال، مما ينعكس سلبيًا على جودة تصميم الخدمات التعليمية والتربوية، ويحدّ من قدرة المنشآت على الابتكار وتحقيق التميز في تقديم تجربة متكاملة للطفل.

بناءً على ذلك، يبرز التساؤل البحثي حول مدى تأثير الذكاء العاطفي لدى العاملين ومصممي الخدمات في المنشآت الصغيرة والمتوسطة العاملة في مجال الطفولة بالمملكة العربية السعودية، ومدى إسهام مهاراتهم العاطفية والاجتماعية في تحسين جودة الخدمات والمنتجات المقدمة للأطفال، وتعزيز تجربة المستفيدين، وتحقيق النمو المستدام لهذه المنشآت.

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

تتمثل الفجوة النظرية لهذه الدراسة في وجود قصور لدى العديد من المنشآت الصغيرة والمتوسطة العاملة في مجال الطفولة في استيعاب وتطبيق مفهوم الذكاء العاطفي لدى العاملين فيها، رغم الأهمية الكبيرة لهذا المفهوم في التعامل مع الأطفال الذين يتطلبون مستوى عالٍ من الفهم العاطفي والتفاعل الإنساني. ويعكس ذلك نقصًا في الفهم العلمي المتعمق للعلاقة بين الذكاء العاطفي وتحسين جودة الخدمات والمنتجات المقدمة للأطفال، خصوصًا في البيئات التي تعتمد على التفاعل المباشر مع هذه الفئة العمرية.

كما يبرز هذا القصور الحاجة إلى إجراء دراسات أكثر عمقًا تساهم في توضيح الدور الذي يمكن أن يؤديه الذكاء العاطفي في تصميم وتطوير الخدمات التعليمية والتربوية الموجهة للأطفال، وتعزيز تجربة الطفل داخل المنشأة، من خلال فهم احتياجاته النفسية والعاطفية والاستجابة لها بفعالية.

وعلى الرغم من تعدد الدراسات التي تناولت الأداء المؤسسي في مختلف البيئات التنظيمية، إلا أن الأبحاث التي تربط بين الذكاء العاطفي وتحسين جودة الخدمات الموجهة للأطفال ما تزال محدودة، وغير واضحة بشكل كافٍ، خاصة في سياق المنشآت الصغيرة والمتوسطة داخل البيئة السعودية، التي تتميز بخصوصيتها الثقافية والاجتماعية، وطبيعة تعاملها مع الأطفال وأولياء الأمور، كما أن العديد من الأطر النظرية السابقة ركزت على الجوانب السلوكية والعاطفية للعاملين بشكل عام، دون ربطها بشكل مباشر بمخرجات الأداء المرتبطة بجودة الخدمات التعليمية والتربوية المقدمة للأطفال، مثل جودة التجربة التعليمية، ومستوى التفاعل، ورضا أولياء الأمور. وقد أدى ذلك إلى وجود فجوة معرفية واضحة في هذا المجال.

ومن هنا تسعى هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على كيفية الدمج بين البعد العاطفي للعاملين (الذكاء العاطفي) والبعد الخدمي والتربوي للمنشأة (تحسين جودة الخدمات والمنتجات المقدمة للأطفال)، بما يساهم في سد الفجوات النظرية القائمة، ويساعد في تطوير نماذج علمية تفسر هذه العلاقة، ويعزز الفهم الأكاديمي لممارسات الإدارة الفعالة في قطاع الطفولة داخل المملكة العربية السعودية.

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

على الرغم من أن الخدمات والمنتجات تمثل المخرجات الرئيسية لأي منشأة صغيرة أو متوسطة، إلا أن جودتها في قطاع الطفولة تتأثر بدرجة كبيرة بمستوى الذكاء العاطفي لدى العاملين والإدارة، نظرًا لطبيعة التعامل مع الأطفال التي تتطلب مهارات عالية في الفهم العاطفي والتفاعل الإنساني. فعند ضعف الوعي العاطفي، وعدم القدرة على إدارة الانفعالات أو فهم احتياجات الأطفال وأولياء الأمور، ينعكس ذلك سلبًا على جودة الخدمات التعليمية والتربوية، ويحد من قدرة المنشأة على تقديم تجربة متكاملة ومتميزة.

ويلاحظ أن العديد من المنشآت الصغيرة والمتوسطة في المملكة العربية السعودية العاملة في مجال الطفولة تركز بشكل أكبر على الجوانب التشغيلية والفنية، مثل تصميم البرامج أو تقديم الأنشطة، دون الاهتمام الكافي بتنمية المهارات العاطفية والسلوكية لدى العاملين. ويؤدي هذا القصور إلى ضعف في بناء علاقات فعالة مع الأطفال، وصعوبة في فهم احتياجاتهم النفسية، وكذلك محدودية في التواصل مع أولياء الأمور واستيعاب توقعاتهم بدقة، كما أن ضعف توظيف الذكاء العاطفي داخل هذه المنشآت ينعكس سلبًا على مستوى رضا المستفيدين، وجودة التجربة المقدمة للطفل، واستمرارية العلاقة مع أولياء الأمور، إضافة إلى انخفاض مستوى الابتكار في تطوير الخدمات والمنتجات التعليمية.

ومن هنا تنشأ الفجوة التطبيقية في هذه الدراسة، حيث لا تزال العديد من المنشآت تفتقر إلى آليات واضحة وعملية لدمج مهارات الذكاء العاطفي ضمن عمليات تقديم وتحسين الخدمات

الموجهة للأطفال. ومن ثم تأتي أهمية هذا البحث في تحليل وقياس أثر الذكاء العاطفي على جودة الخدمات والمنتجات في قطاع الطفولة، وتقديم نموذج تطبيقي يساعد المنشآت على توظيف هذا الذكاء كأداة استراتيجية لتحسين الأداء، ورفع جودة الخدمات، وتعزيز قدرتها التنافسية في السوق.

1.3. أهمية الدراسة

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من تناولها لدور الذكاء العاطفي في تحسين جودة الخدمات والمنتجات في المنشآت الصغيرة والمتوسطة العاملة في مجال الطفولة، وهو مجال يتطلب مستوى عاليًا من الفهم العاطفي والتفاعل الإنساني نظرًا لطبيعة الفئة المستهدفة. كما تسهم الدراسة في ربط الجوانب النفسية والسلوكية للعاملين بمخرجات الأداء الفعلية، مثل جودة الخدمات التعليمية والتربوية المقدمة للأطفال ومستوى رضا المستفيدين، مما يمنحها أهمية علمية وتطبيقية في آنٍ واحد.

1.3.1. على المستوى النظري:

تكتسب الدراسة أهميتها النظرية من كونها تسهم في سد فجوة معرفية واضحة في الأدبيات العلمية المتعلقة بالذكاء العاطفي وجودة الخدمات والمنتجات، خاصة في سياق المنشآت الصغيرة والمتوسطة العاملة في مجال الطفولة في المملكة العربية السعودية. إذ ركزت معظم الدراسات السابقة على الجوانب النظرية والسلوكية للعاملين بشكل عام، دون التعمق في دراسة تأثير هذه الجوانب على جودة الخدمات المقدمة للأطفال.

كما تقدم الدراسة إطارًا مفاهيميًا يوضح العلاقة بين الذكاء العاطفي لدى العاملين ومخرجات الأداء المؤسسي في بيئات الطفولة، مثل جودة التجربة التعليمية، ومستوى التفاعل مع الأطفال، ورضا أولياء الأمور. ويسهم ذلك في تعزيز الفهم الأكاديمي لكيفية توظيف المهارات العاطفية في تحسين جودة الخدمات والمنتجات في هذا القطاع الحيوي.

1.3.2. على المستوى التطبيقي:

تكتسب الدراسة أهميتها التطبيقية من خلال تقديم حلول عملية للمنشآت الصغيرة والمتوسطة العاملة في مجال الطفولة، تساعد على توظيف الذكاء العاطفي في تحسين جودة الخدمات والمنتجات التعليمية والتربوية، إذ توفر الدراسة توصيات تسهم في تطوير مهارات العاملين في فهم مشاعر الأطفال، وإدارة الانفعالات، وبناء علاقات إيجابية مع الأطفال وأولياء الأمور.

كما ينعكس ذلك على تحسين تجربة الطفل داخل المنشأة، ورفع مستوى رضا أولياء الأمور، وزيادة كفاءة الأداء المؤسسي، وتعزيز القدرة التنافسية للمنشآت في السوق المحلي. بالإضافة إلى ذلك، تقدم الدراسة بيانات ميدانية تسهم في دعم صناع القرار والباحثين لفهم آليات دمج الذكاء العاطفي ضمن استراتيجيات تحسين الخدمات، بما يحقق نتائج ملموسة على مستوى جودة البرامج والخدمات المقدمة للأطفال.

1.4. أسئلة الدراسة

سؤال البحث الرئيسي: ما مدى تأثير الذكاء العاطفي لدى العاملين على تحسين جودة الخدمات والمنتجات المقدمة للأطفال في المنشآت الصغيرة والمتوسطة العاملة في مجال الطفولة بالمملكة العربية السعودية؟

الأسئلة الفرعية:

1. ما مستوى جودة الخدمات والمنتجات المقدمة للأطفال في المنشآت الصغيرة والمتوسطة العاملة في مجال الطفولة بالمملكة العربية السعودية؟
2. ما مستوى ممارسة الذكاء العاطفي لدى العاملين في المنشآت الصغيرة والمتوسطة العاملة في مجال الطفولة بالمملكة العربية السعودية؟
3. ما مدى تأثير الوعي الذاتي لدى العاملين في تحسين جودة الخدمات والمنتجات المقدمة للأطفال في هذه المنشآت؟
4. ما مدى تأثير ضبط الذات لدى العاملين في تحسين جودة الخدمات والمنتجات المقدمة للأطفال في هذه المنشآت؟
5. ما مدى تأثير الدافعية لدى العاملين في تحسين جودة الخدمات والمنتجات المقدمة للأطفال في هذه المنشآت؟
6. ما مدى تأثير التعاطف لدى العاملين في تحسين جودة الخدمات والمنتجات المقدمة للأطفال في هذه المنشآت؟
7. ما مدى تأثير المهارات الاجتماعية لدى العاملين في تحسين جودة الخدمات والمنتجات المقدمة للأطفال في هذه المنشآت؟

1.5. أهداف الدراسة

الهدف الرئيسي: التعرف على مدى تأثير الذكاء العاطفي لدى العاملين على تحسين جودة الخدمات والمنتجات المقدمة للأطفال في المنشآت الصغيرة والمتوسطة العاملة في مجال الطفولة بالمملكة العربية السعودية.

الأهداف الفرعية:

1. التعرف على مستوى ممارسة الذكاء العاطفي لدى العاملين في المنشآت الصغيرة والمتوسطة العاملة في مجال الطفولة بالمملكة العربية السعودية.
2. تقييم مستوى جودة الخدمات والمنتجات المقدمة للأطفال في هذه المنشآت، ومدى توافقها مع احتياجاتهم النفسية والتربوية.
3. دراسة مدى تأثير أبعاد الذكاء العاطفي (الوعي الذاتي - ضبط الذات - الدافعية - التعاطف - المهارات الاجتماعية) لدى العاملين على تحسين جودة الخدمات والمنتجات المقدمة للأطفال.
4. التعرف على دور الذكاء العاطفي في تحسين تجربة الطفل ورفع مستوى رضا أولياء الأمور عن الخدمات المقدمة.
5. تقديم توصيات عملية تساعد صناع القرار في المنشآت الصغيرة والمتوسطة العاملة في مجال الطفولة على توظيف الذكاء العاطفي لتحسين جودة الخدمات، ورفع مستوى الأداء، وتعزيز القدرة التنافسية.

1.6. فرضيات الدراسة

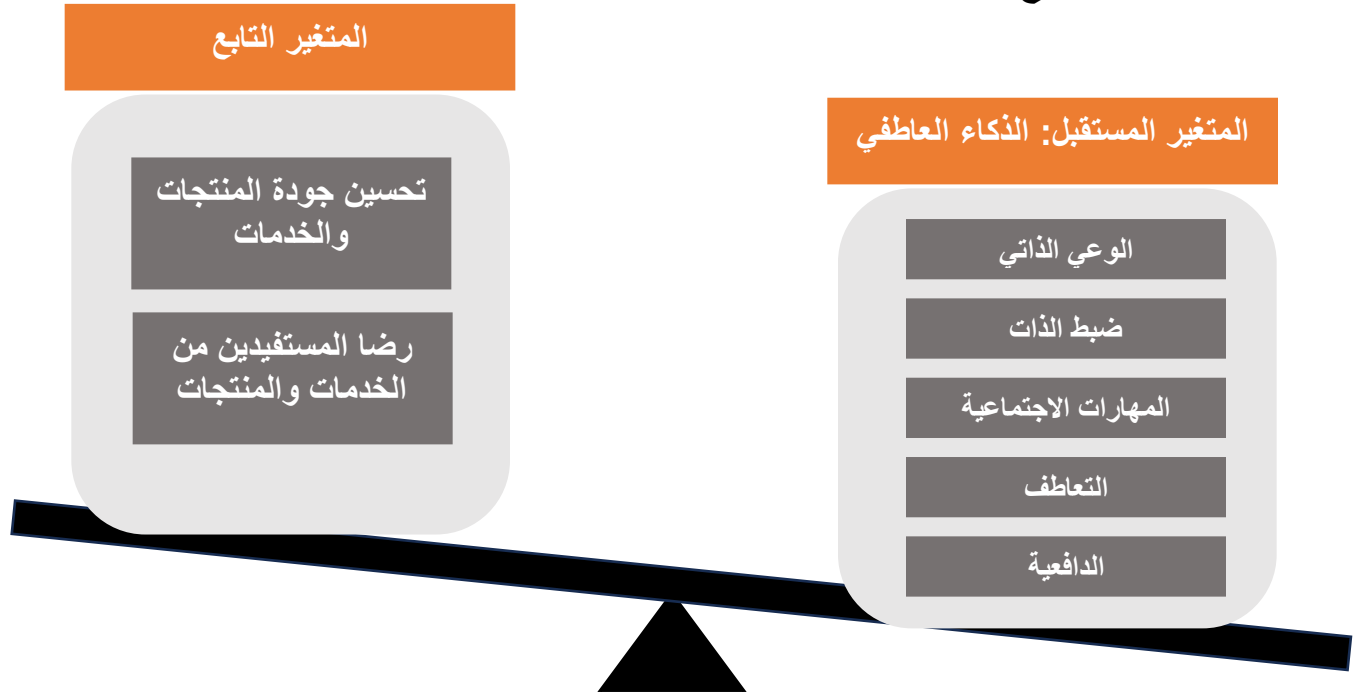
• الفرضية الصفرية الرئيسية (H0) :

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الذكاء العاطفي بأبعاده مجتمعة لدى العاملين وتحسين جودة الخدمات والمنتجات المقدمة للأطفال في المنشآت الصغيرة والمتوسطة العاملة في مجال الطفولة بالمملكة العربية السعودية.

• الفرضية البديلة الرئيسية - الاتجاهية (Ha) :

توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الذكاء العاطفي بأبعاده مجتمعة لدى العاملين وتحسين جودة الخدمات والمنتجات المقدمة للأطفال في المنشآت الصغيرة والمتوسطة العاملة في مجال الطفولة بالمملكة العربية السعودية.

1.7. نموذج الدراسة

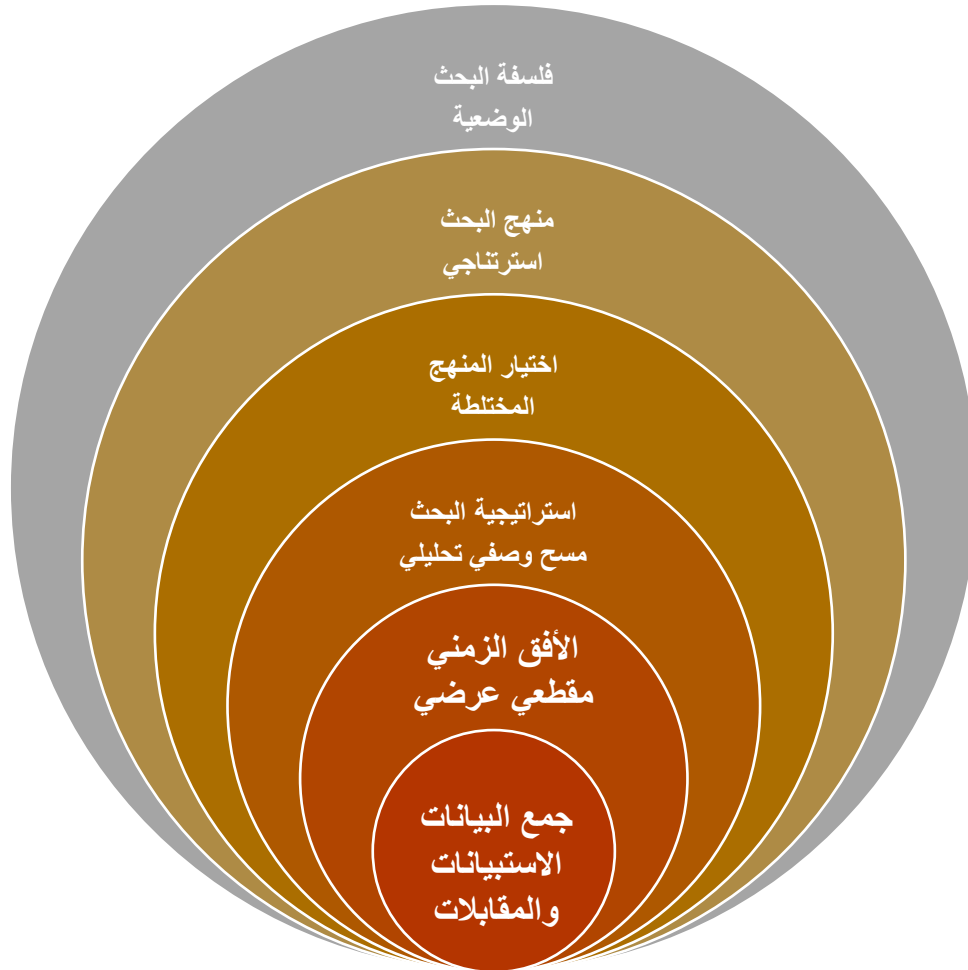


تم التصميم بواسطة الباحث (2026)

1.8. منهجية الدراسة

تعتمد الدراسة الحالية منهجياً على المنهج المختلط المتسلسل التوضيحي، حيث يتم تطبيق استبانة إلكترونية على عينة من العاملين في مجال التعليم في المملكة العربية السعودية، بهدف قياس مستوى الذكاء العاطفي لديهم، ومستوى جودة الخدمات والمنتجات المقدمة للأطفال، بالإضافة إلى اختبار العلاقات الإحصائية بين متغيرات الدراسة، كما سوف يتم إجراء عدد من المقابلات شبه المنظمة مع العاملين في مجال الطفولة الذين تم اختيارهم بطريقة قصدية، وذلك بهدف تفسير النتائج الكمية بشكل أعمق، وفهم كيفية توظيف الذكاء العاطفي في تحسين جودة الخدمات التعليمية والتربوية المقدمة للأطفال، واستخلاص رؤى عملية قابلة للتطبيق في المنشآت الصغيرة والمتوسطة العاملة في مجال الطفولة.

- فلسفة البحث: الوضعية
- منهج البحث: استنتاجي
- اختيار المنهج: المناهج المختلفة
- استراتيجية البحث: المسح الوصفي التحليلي
- الأفق الزمني: تصميم مقطعي عرضي
- تقنيات جمع وتحليل البيانات: الاستبيانات، ومقابلات



1.9. الدراسة الميدانية

سوف يتم تطبيق الدراسة على مجموعة من العاملين في المنشآت الصغيرة والمتوسطة في مجال الطفولة من إداريين ومعلمين ومشرفين على الخدمات المقدمة للأطفال.

2- الفصل الثاني: الدراسات السابقة

في إطار هذه الدراسة التي تركز على أثر الذكاء العاطفي في تحسين جودة المنتجات والخدمات في المنشآت الصغيرة والمتوسطة، وبخاصة في المملكة العربية السعودية، اطلع الباحث على أحدث الدراسات الأكاديمية ذات الصلة بهذا المفهوم، واستفاد منها في بناء الإطار النظري وتطوير المنهجية البحثية، بما يسهم في تعزيز دقة النتائج وموثوقيتها.

2.1 المقدمة:

تناولت العديد من الدراسات الحديثة مفهوم الذكاء العاطفي ودوره في تحسين الأداء التنظيمي وجودة الخدمات المقدمة في مختلف القطاعات، ولا سيما في المؤسسات الخدمية والتعليمية التي تعتمد على التفاعل المباشر مع المستفيدين، مثل المنشآت العاملة في مجال الطفولة، ويُعد هذا المفهوم من المفاهيم الإدارية والسلوكية المهمة التي تسهم في تحسين جودة الخدمات المقدمة للأطفال، من خلال تعزيز قدرة العاملين على فهم المشاعر وإدارتها والتعامل الفعّال مع احتياجات الأطفال وأولياء أمورهم.

قد أشار Goleman (1998) إلى أن الذكاء العاطفي لدى القادة والعاملين يؤثر بشكل مباشر على طريقة إدارة الأنشطة وتنفيذها، وعلى جودة التفاعل داخل بيئة العمل، وهو ما ينعكس على مستوى تحقيق الأهداف التنظيمية، خاصة في البيئات التي تتطلب تواصلًا إنسانيًا عالي الحساسية، مثل بيئات الطفولة والتعليم المبكر.

وفي هذا السياق، أوضحت دراسة Kernbach & Schutte (2005) أن ارتفاع مستوى الذكاء العاطفي لدى مقدمي الخدمة يرتبط بزيادة رضا المستفيدين عن الخدمة المقدمة، حيث يسهم في تحسين جودة التعامل مع المواقف المختلفة، خصوصًا في الحالات التي تتطلب استجابة عاطفية مرنة ومهارات تواصل عالية. وتُعد هذه النتائج ذات أهمية خاصة في المنشآت التي تقدم خدمات للأطفال، حيث تتداخل الجوانب العاطفية والتربوية في تقديم الخدمة.

كما بينت دراسات أخرى أن العاملين في المنشآت الصغيرة والمتوسطة، وخاصة العاملة في مجال الطفولة، عندما يتمتعون بمستويات مرتفعة من

الذكاء العاطفي، فإنهم يكونون أكثر قدرة على فهم احتياجات الأطفال النفسية والسلوكية، والتعامل مع أولياء الأمور بشكل أكثر فعالية، مما يساهم في تحسين جودة الخدمات والمنتجات المقدمة. كما أن الذكاء العاطفي يعزز العمل الجماعي داخل هذه المنشآت، ويرفع مستوى الرضا الوظيفي، ويحسن جودة اتخاذ القرار، وهو ما ينعكس بشكل غير مباشر على جودة البيئة التعليمية والخدمية المقدمة للطفل.

وفي السياق ذاته، أشار Wong & Law (2002) إلى أن الذكاء العاطفي لدى الموظفين والقادة يرتبط بشكل إيجابي بالأداء الوظيفي والرضا الوظيفي، وأن هذه العلاقة تتأثر بعوامل مرتبطة ببيئة العمل والجهد العاطفي المبذول، وهو ما يُعد ذا أهمية كبيرة في المنشآت الصغيرة والمتوسطة التي تعتمد بشكل كبير على التفاعل المباشر بين العاملين والمستفيدين.

وبالنظر إلى طبيعة المنشآت الصغيرة والمتوسطة العاملة في مجال الطفولة، فإنها تواجه تحديات متعددة مثل محدودية الموارد، وغياب أنظمة الجودة المتقدمة، والحاجة المستمرة لتطوير مهارات العاملين، لذلك فإن تنمية الذكاء العاطفي لدى العاملين يُعد مدخلاً مهماً لتحسين جودة الخدمات المقدمة للأطفال، ورفع مستوى رضا أولياء الأمور، وتعزيز القدرة التنافسية لهذه المنشآت في قطاع الطفولة.

أما في السياق السعودي، فقد اهتمت العديد من الدراسات الحديثة بدور رأس المال البشري في دعم نمو المنشآت الصغيرة والمتوسطة وتحقيق مستهدفات رؤية السعودية 2030، حيث أظهرت النتائج أن تطوير المهارات السلوكية والعاطفية لدى العاملين يساهم في تحسين جودة الخدمات، ورفع مستوى رضا العملاء، وتعزيز الابتكار المؤسسي.

وعلى الرغم من أهمية هذه الدراسات، إلا أن معظمها تناول الذكاء العاطفي بصورة عامة، دون التعمق في أثره المباشر على تحسين جودة تصميم وتقديم المنتجات والخدمات داخل المنشآت الصغيرة والمتوسطة في المملكة العربية السعودية، ولا سيما في مجال الطفولة. وهو ما يبرز فجوة بحثية تسعى الدراسة الحالية إلى معالجتها من خلال تحليل أثر الذكاء العاطفي لدى العاملين على جودة الخدمات والمنتجات المقدمة للأطفال، ورضا أولياء الأمور عنها.

1- المتغير الأول (المتغير المستقل)

يُعد الذكاء العاطفي من المفاهيم الحديثة نسبياً في مجال العلوم الإدارية والسلوكية، وقد حظي باهتمام متزايد من قبل الباحثين لماله من دور مهم

في تحسين الأداء الفردي والمؤسسي (Goleman, 1995). وقد أرسلت العديد من المؤسسات موظفيها إلى دورات تدريبية متنوعة في الذكاء العاطفي تُقدّمها شركات استشارية إدارية، إذ يرى مؤيدو هذا المفهوم أنه يؤثر إيجابياً على الصحة البدنية والنفسية للفرد، فضلاً عن إنجازاته المهنية. ويشير الذكاء العاطفي إلى قدرة الفرد على إدراك مشاعره ومشاعر الآخرين وفهمها وإدارتها بفعالية، بما يساهم في تحسين التفاعل الإنساني وجودة اتخاذ القرار داخل بيئات العمل. وفي ظل التنافس المتزايد الذي تواجهه المنشآت الصغيرة والمتوسطة، يبرز الذكاء العاطفي كأحد العوامل الأساسية التي يمكن أن تساهم في تحسين جودة المنتجات والخدمات وتعزيز تجربة العملاء.

- مفهوم الذكاء العاطفي:

هناك عدد من تعريفات الذكاء العاطفي بتعدد الاتجاهات الفكرية للباحثين، إلا أنها تتفق في مضمونها العام على ارتباط هذا المفهوم بالقدرة على التعامل الواعي مع المشاعر. فقد عرّف Daniel Goleman الذكاء العاطفي بأنه قدرة الفرد على التعرف على مشاعره ومشاعر الآخرين، وتحفيز الذات، وإدارة الانفعالات بطريقة إيجابية تساهم في تحسين الأداء والعلاقات الاجتماعية داخل بيئة العمل. (Goleman, 1998)

كما عرّف Salovey & Mayer (1990) الذكاء العاطفي على أنه مجموعة من القدرات العقلية التي تتعلق بإدراك المشاعر، وفهمها، وتنظيمها، واستخدامها بطريقة تعزز التفكير وحل المشكلات. ويركز هذا التعريف على الجانب المعرفي للذكاء العاطفي بوصفه قدرة يمكن تعلمها وتطويرها.

وفي السياق التنظيمي، يُنظر إلى الذكاء العاطفي على أنه أحد مكونات رأس المال البشري، حيث يساهم في تحسين التواصل بين العاملين والعملاء، وتعزيز العمل الجماعي، ورفع مستوى الرضا الوظيفي، مما ينعكس إيجاباً على جودة المنتجات والخدمات المقدمة.

- نظريات الذكاء العاطفي:

تطورت نظريات الذكاء العاطفي عبر عدة نماذج رئيسية، من أبرزها:

1- نظرية القدرة (Ability Model)

يرى هذا النموذج، الذي قدمه **Salovey & Mayer**، أن الذكاء العاطفي يُعد نوعاً من أنواع الذكاء العقلي، ويتضمن أربع قدرات رئيسية، هي: إدراك المشاعر، واستخدام المشاعر في تسهيل التفكير، وفهم المشاعر، وتنظيم المشاعر. ويركز هذا النموذج على الجانب المعرفي والقدرات العقلية المرتبطة بالمشاعر.

2- نموذج المختلط (Mixed Model)

قدم هذا النموذج **Daniel Goleman**، حيث وسّع مفهوم الذكاء العاطفي ليشمل مجموعة من الكفاءات الشخصية والاجتماعية، مثل الوعي الذاتي، وضبط النفس، والتحفيز، والتعاطف، والمهارات الاجتماعية. ويُعد هذا النموذج من أكثر النماذج استخداماً في الدراسات الإدارية والتنظيمية، لارتباطه المباشر بالأداء الوظيفي وجودة المخرجات.

3- نموذج السمات (Trait Model)

يركز هذا النموذج، الذي قدمه **Petrides**، على السمات الشخصية المرتبطة بالذكاء العاطفي، مثل الثقة بالنفس، والقدرة على التكيف، وإدارة الضغوط. ويُنظر إلى الذكاء العاطفي هنا بوصفه سمة شخصية تؤثر في سلوك الفرد وتفاعله داخل بيئة العمل.

- منهجيات تطبيق الذكاء العاطفي على فرق العمل وتطويره

يعتبر تطبيق الذكاء العاطفي في بيئة العمل أحد العوامل الرئيسية التي تسهم في تحسين أداء الفرق وتعزيز جودة المنتجات والخدمات. ولتحقيق ذلك، يمكن اتباع عدد من المنهجيات العملية التي تساعد في تطوير مهارات الأفراد والعلاقات بين أعضاء الفريق:

1. **تدريب وتطوير الوعي الذاتي:** يركز هذا النوع من التدريب على مساعدة الأفراد على التعرف على مشاعرهم وفهم تأثيرها على سلوكهم واتخاذ القرار، مما يتيح لهم إدارة انفعالاتهم بشكل أفضل أثناء العمل. (Goleman, 1998) ويتضمن ذلك تمارين تقييم المشاعر اليومية، والملاحظات الذاتية، وتقنيات التأمل الواعي.
2. **تنمية مهارات التعاطف وفهم الآخرين:** يساعد تدريب التعاطف أعضاء الفريق على قراءة المشاعر واحتياجات زملائهم والعملاء، مما يعزز التعاون وحل النزاعات بشكل فعال. ويمكن تطبيق ذلك عبر

تمارين لعب الأدوار، وتحليل الحالات العملية، وورش العمل التفاعلية (Salovey & Mayer, 1990).

3. **تعزيز التواصل الفعال والمهارات الاجتماعية:** يشمل هذا تطوير القدرة على الاستماع الفعال، والتواصل بوضوح، وبناء علاقات إيجابية داخل الفريق. ويُعد هذا الجانب حاسماً لضمان تنسيق الجهود، وتحسين رضا العملاء، وتحقيق أهداف الفريق بكفاءة (Wong & Law, 2002).

4. **إدارة الانفعالات والضغط داخل بيئة العمل:** يُعلم هذا التدريب أعضاء الفريق كيفية التعامل مع المواقف الصعبة والضغط، بما يقلل من الصراعات الداخلية ويحافظ على إنتاجية الفريق. وتتضمن المنهجيات شيوعاً برامج الاسترخاء، وتقنيات حل المشكلات، وتطوير المرونة النفسية. (Petrides & Furnham, 2006)

5. **التقييم المستمر وردود الفعل البناءة:** يعد التقييم الدوري لأداء الأفراد فيما يتعلق بالذكاء العاطفي خطوة مهمة لتعزيز التطوير المستمر. يمكن استخدام الاستبيانات، والملاحظات، وجلسات التغذية الراجعة الفردية والجماعية لقياس التقدم وتحديد المجالات التي تحتاج إلى تحسين (Higgs, 2009).

2- المتغير الثاني (المتغير التابع)

تُعد جودة المنتجات والخدمات من العوامل الأساسية التي تسهم في تحديد نجاح المنشآت الصغيرة والمتوسطة واستمراريتها في السوق، خصوصاً في ظل المنافسة المتزايدة والتحديات الاقتصادية التي تشهدها المملكة العربية السعودية في إطار رؤية 2030. وتعكس جودة المنتجات والخدمات مدى قدرة المنشأة على تلبية توقعات العملاء واحتياجاتهم بشكل فعال، بما ينعكس على مستوى رضاهم، ويعزز من القدرة التنافسية، ويدعم استدامة الأداء المؤسسي.

وفي سياق هذه الدراسة، يُعد المتغير التابع (جودة المنتجات والخدمات المقدمة للأطفال) متغيراً محورياً يتأثر بمستوى الذكاء العاطفي لدى العاملين داخل المنشآت الصغيرة والمتوسطة العاملة في مجال الطفولة،

حيث يسهم هذا الذكاء في تحسين أساليب التفاعل مع الأطفال وأولياء الأمور، ورفع كفاءة تقديم الخدمة، وجودة التجربة الشاملة.

مفهوم جودة المنتجات والخدمات

تشير جودة المنتجات والخدمات إلى الدرجة التي تلبي بها المخرجات المقدمة توقعات العملاء واحتياجاتهم الفعلية، من حيث الأداء والكفاءة والملاءمة وسهولة الاستخدام. وتشمل جودة المنتجات الجوانب المادية مثل المتانة، والمواصفات، والسلامة، والملاءمة للفئة العمرية المستهدفة. أما جودة الخدمات فتتعلق بعناصر مثل سرعة الاستجابة، واحترافية العاملين، والقدرة على حل المشكلات، ومستوى الاهتمام بالتجربة الكلية للمستفيد.

وفي المنشآت العاملة في مجال الطفولة، تكتسب جودة الخدمات بعداً أكثر حساسية، إذ لا تقتصر على تقديم خدمة تقليدية، بل تمتد لتشمل الجوانب التربوية والنفسية للطفل، إضافة إلى مستوى التواصل مع أولياء الأمور وفهم احتياجاتهم. ويُعد تحقيق جودة مستمرة في هذا السياق عنصراً أساسياً لتعزيز رضا أولياء الأمور، وبناء الثقة، وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة. (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2018)

- أبعاد جودة الخدمات والمنتجات:

تتكون جودة المنتجات والخدمات في المنشآت الصغيرة والمتوسطة من عدة أبعاد رئيسية تعكس مدى قدرة المنشأة على تلبية احتياجات العملاء وتحقيق توقعاتهم، ومن أبرز هذه الأبعاد:

- **جودة المنتج:** وتشمل الأداء، والموثوقية، والمتانة، والمظهر، ومدى التوافق مع احتياجات العملاء المستهدفين، خاصة الفئة المستفيدة من الأطفال في سياق هذه الدراسة.
- **جودة الخدمة:** وتتضمن سرعة الاستجابة، والاحترافية في تقديم الخدمة، والقدرة على حل المشكلات، ومستوى التواصل الفعال مع العملاء، إضافة إلى جودة التجربة الشاملة للمستفيد.
- **الابتكار والتحسين المستمر:** ويقصد به قدرة المنشأة على تطوير منتجات وخدمات جديدة أو تحسين القائم منها بشكل مستمر بما يتماشى مع توقعات العملاء المتغيرة واحتياجاتهم.

وُثِّقَ جُودَةُ الْمُنْتَجَاتِ وَالْخِدْمَاتِ فِي الْمُنْشَآتِ الصَّغِيرَةِ وَالْمَتَوَسُّطَةِ بِاسْتِخْدَامِ مَجْمُوعَةٍ مِنَ الْمَوْشُرَاتِ الْكَمِيَّةِ وَالنَّوْعِيَّةِ، مِثْلَ مَسْتَوِيَّاتِ رِضَا الْعَمَلَاءِ، وَمَعْدَلَاتِ الشَّكَاوَى، وَكِفَاءَةِ الْعَمَلِيَّاتِ الدَّاخِلِيَّةِ، وَمَدَى الْإِلْتِمَازِ بِالْمَعَايِيرِ وَالْمَوَاصِفَاتِ الْمَعْتَمَدَةِ

- أَمْهِية جُودَةِ الْمُنْتَجَاتِ وَالْخِدْمَاتِ فِي الْمُنْشَآتِ الصَّغِيرَةِ وَالْمَتَوَسُّطَةِ:

تَكْتَسِبُ جُودَةُ الْمُنْتَجَاتِ وَالْخِدْمَاتِ أَمْهِيةً كَبِيرَةً فِي تَعْزِيزِ أَدَاءِ الْمُنْشَآتِ الصَّغِيرَةِ وَالْمَتَوَسُّطَةِ وَاسْتِمْرَارِيَّتِهَا، وَيُمْكِنُ إِبْرَازَ ذَلِكَ فِي النُّقَاطِ التَّالِيَةِ:

- **تَحْسِينُ تَجْرِبَةِ الْعَمَلَاءِ:** تَسْهَمُ الْجُودَةُ فِي رَفْعِ مَسْتَوَى رِضَا الْعَمَلَاءِ وَتَعْزِيزِ وَلَائِهِمُ لِلْمُنْشَأَةِ.
- **زِيَادَةُ الْقُدْرَةِ التَّنَافُسِيَّةِ:** تَسَاعِدُ الْمُنْشَآتُ عَلَى تَعْزِيزِ مَوْقِعِهَا التَّنَافُسِيِّ فِي السُّوقِ الْمَحَلِيِّ وَتَحْقِيقِ مِيزَةِ تَّنَافُسِيَّةٍ مُسْتَدَامَةٍ.
- **دَعْمُ الْإِبْتِكَارِ وَالتَّطْوِيرِ:** إِذْ تَشْكَلُ الْجُودَةُ الْعَالِيَّةُ دَافِعًا لِتَطْوِيرِ الْمُنْتَجَاتِ وَالْخِدْمَاتِ وَتَحْفِيزِ الْإِبْتِكَارِ الْمُؤَسَّسِيِّ.
- **تَحْقِيقُ الْإِسْتَدَامَةِ الْمُؤَسَّسِيَّةِ:** تُعَدُّ الْجُودَةُ عُنْصَرًا أَسَاسِيًّا فِي اسْتِمْرَارِيَّةِ الْأَدَاءِ الْمَالِيِّ وَالتَّشْغِيلِيِّ لِلْمُنْشَآتِ الصَّغِيرَةِ وَالْمَتَوَسُّطَةِ.

وَتَشِيرُ الْأَدْبِيَّاتُ إِلَى أَنَّ تَوْظِيفَ مَهَارَاتِ الذِّكَاةِ الْعَاطِفِيِّ لَدَى الْعَامِلِينَ يَسْهَمُ بِشَكْلٍ مُبَاشِرٍ وَغَيْرٍ مُبَاشِرٍ فِي تَحْسِينِ جُودَةِ الْمُنْتَجَاتِ وَالْخِدْمَاتِ، مِنْ خِلَالِ تَعْزِيزِ التَّفَاعُلِ الْفَعَّالِ مَعَ الْعَمَلَاءِ، وَرَفْعِ كِفَاءَةِ الْعَمَلِ الْجَمَاعِيِّ، وَزِيَادَةِ الْقُدْرَةِ عَلَى حُلِّ الْمَشْكَلاتِ بِأَسَالِيِبٍ مُبْتَكِرَةٍ

(Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988; Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2018).

3- الْعِلَاقَةُ بَيْنَ الْمَتَغِيرِ الْمُسْتَقِلِّ وَالْمَتَغِيرِ التَّابِعِ

يَعْتَمِدُ الذِّكَاةُ الْعَاطِفِيُّ عَلَى قُدْرَةِ الْفَرْدِ عَلَى إِدْرَاكِ مَشَاعِرِهِ وَمَشَاعِرِ الْآخَرِينَ، وَفَهْمِهَا وَإِدَارَتِهَا بِفَعَالِيَّةٍ، وَهُوَ بِذَلِكَ يُعْتَبَرُ مَتَغِيرًا مُسْتَقْلًا أَسَاسِيًّا يُوَثِّرُ عَلَى تَصَرُّفَاتِ الْإِنْسَانِ وَتَفْكِيرِهِ وَسُلُوكِهِ فِي بِيئَةِ الْعَمَلِ. وَمِنْ خِلَالِ هَذَا التَّأْثِيرِ، يَنْعَكِسُ الذِّكَاةُ الْعَاطِفِيُّ عَلَى تَطْوِيرِ الْمُنْتَجَاتِ وَالْخِدْمَاتِ وَتَحْسِينِ جُودَتِهَا، مِمَّا يَجْعَلُ جُودَةَ الْمُنْتَجَاتِ وَالْخِدْمَاتِ الْمَتَغِيرَ التَّابِعَ الَّذِي يَتَأَثَّرُ بِشَكْلٍ مُبَاشِرٍ بِمَسْتَوَى الذِّكَاةِ الْعَاطِفِيِّ لِلْعَامِلِينَ فِي الْمُنْشَآتِ الصَّغِيرَةِ وَالْمَتَوَسُّطَةِ خَاصَّةً لِلْعَامِلِينَ فِي مَجَالِ الطُّفُولَةِ.

الخاتمة

يُعد الذكاء العاطفي أحد العوامل الأساسية المؤثرة في الأداء الفردي والجماعي داخل المنشآت الصغيرة والمتوسطة، لا سيما تلك العاملة في مجال الطفولة والتربية والتعليم، حيث يسهم في تعزيز قدرة العاملين على فهم مشاعر الأطفال وإدارتها بفعالية، وتحسين جودة التفاعل مع أولياء الأمور، وتنمية مهارات التواصل وحل المشكلات داخل البيئة التعليمية. وينعكس ذلك بشكل مباشر على جودة الخدمات التربوية المقدمة، وعلى مستوى التجربة التعليمية للطفل، بما يحقق رضا المستفيدين ويعزز ثقة أولياء الأمور بالمنشأة.

كما تشير الأدبيات إلى أن تنمية مهارات الذكاء العاطفي لدى العاملين في هذا القطاع لا تقتصر على تحسين الأداء الفردي فحسب، بل تمثل مدخلاً استراتيجياً لرفع جودة البيئة التعليمية وتحقيق أداء مؤسسي أكثر كفاءة واستدامة، خصوصاً في المنشآت الصغيرة والمتوسطة العاملة في مجال الطفولة في المملكة العربية السعودية، والتي تواجه تحديات تتعلق بتنوع احتياجات الأطفال، وارتفاع توقعات أولياء الأمور، والحاجة المستمرة لتحسين جودة الخدمات التربوية.

وبناءً على ما سبق، فإن دراسة العلاقة بين الذكاء العاطفي وجودة الخدمات والمنتجات المقدمة للأطفال تُعد خطوة مهمة لفهم كيفية توظيف هذه المهارات داخل البيئات التعليمية والتربوية، بما يسهم في تقديم توصيات عملية تدعم المنشآت الصغيرة والمتوسطة، وتعزيز جودة مخرجاتها التربوية، وتواكب متطلبات التطوير في قطاع الطفولة بالمملكة العربية السعودية.

3- الفصل الثالث: منهجية الدراسة البحثية

3.1 المقدمة:

يتناول هذا الفصل المنهجية المتبعة لدراسة تأثير الذكاء العاطفي على تحسين جودة المنتجات والخدمات في المنشآت الصغيرة والمتوسطة في مجال الطفولة، من خلال قديم إطار شامل لخطوات إجراءات البحث المستخدمة لتحقيق أهداف الدراسة، يشمل ذلك التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث، وتصميم البحث، وتحديد مجتمع الدراسة وطرق وتقنيات أخذ العينات، كما يوضح الفصل طرق جمع البيانات، وأنواعها، وإجراءات تحليلها لضمان دقة وموثوقية النتائج، ويختتم الفصل بخاتمة تلخص ما تم عرضه، مما يساهم في تسهيل فهم الأسس المنجية التي بنيت عليها هذه الدراسة.

3.2 التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث:

تتضمن العريفات الإجرائية لمتغيرات البحث تحديد وتوضيح المتغيرات الأساسية لدراسة "تأثير الذكاء العاطفي على تحسين جودة المنتجات والخدمات في المنشآت الصغيرة والمتوسطة في مجال الطفولة"، من خلال تبني الموظف أو العامل في الجهات التعليمية أبعاد الذكاء العاطفي الواعي الذاتي، ضبط الذات، الدافعية، التعاطف، المهارات الاجتماعية في تحسين المنتجات والخدمات ورفع مستوى رضا العميل من أولياء الأمور أو حتى الأطفال.

أولاً: المتغير المستقل (الذكاء العاطفي):

يُعرّف الذكاء العاطفي إجرائياً في هذه الدراسة بأنه قدرة العاملين في المنشآت الصغيرة والمتوسطة على إدراك مشاعرهم ومشاعر الآخرين وإدارتها والتفاعل معها بشكل إيجابي بما يساهم في تحسين بيئة العمل وجودة الخدمات والمنتجات. ويتكون من الأبعاد التالية:

- **الوعي الذاتي:** يُعرّف إجرائياً بأنه قدرة العامل على إدراك مشاعره وفهم تأثيرها على سلوكه وقراراته أثناء أداء العمل.
- **ضبط الذات:** يُعرّف إجرائياً بأنه قدرة العامل على التحكم في انفعالاته وإدارة ردود أفعاله العاطفية بطريقة إيجابية أثناء التعامل مع الأطفال أو أولياء الأمور.
- **الدافعية:** تُعرّف إجرائياً بأنها قدرة العامل على تحفيز نفسه لتحقيق أهداف العمل والاستمرار في الأداء الجيد رغم التحديات أو الضغوط، وتحديد مستوى الحماس والالتزام لديه.
- **التعاطف:** يُعرّف إجرائياً بأنه قدرة العامل على فهم مشاعر الآخرين واحتياجاتهم والتفاعل معهم بطريقة إنسانية وإيجابية، وقياس مدى مراعاته لمشاعر الأطفال واحتياجاتهم.
- **المهارات الاجتماعية:** تُعرّف إجرائياً بأنها قدرة العامل على بناء علاقات إيجابية مع الآخرين والتواصل الفعال مع زملائه ومع أولياء الأمور.

ثانياً: المتغير التابع (تحسين جودة المنتجات والخدمات ورضا المستخدمين):

يُعرّف إجرائياً في هذه الدراسة بأنه مدى قدرة المنشأة على تقديم منتجات وخدمات ذات جودة عالية تلبي احتياجات المستخدمين وتحقق مستوى مرتفعاً من الرضا لديهم، ويتكون من البعدين التاليين:

1- تحسين جودة المنتجات والخدمات

يُعرّف إجرائياً بأنه مدى قدرة المنشأة على تطوير منتجاتها وخدماتها وتحسين مستوى أدائها بما يتوافق مع احتياجات المستخدمين وتوقعاتهم. ويتم قياسه من خلال مجموعة من العبارات التي تقيس:

- مستوى جودة المنتجات المقدمة
- جودة الخدمات المقدمة
- التطوير المستمر للمنتجات والخدمات
- كفاءة تقديم الخدمة.

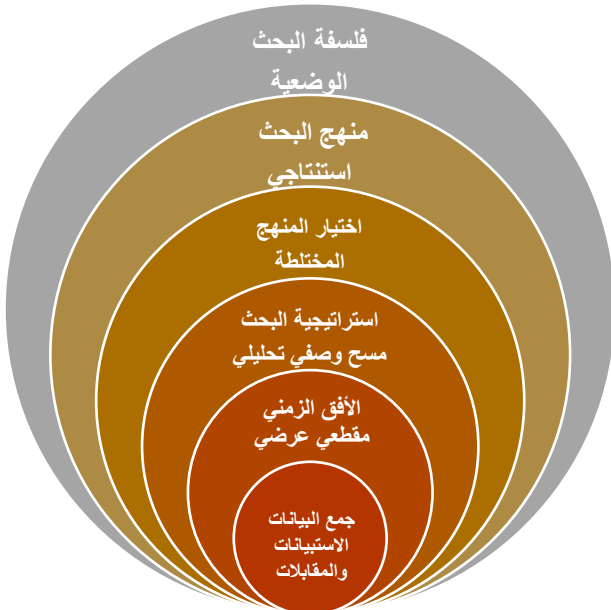
2- رضا المستخدمين

يُعرّف إجرائياً بأنه مدى شعور المستخدمين بالرضا عن المنتجات والخدمات المقدمة من قبل المنشأة ومدى توافقها مع احتياجاتهم وتوقعاتهم، ويتم قياسه من خلال مجموعة من العبارات التي تقيس:

- مستوى رضا المستخدمين عن الخدمات المقدمة
- مدى تلبية المنتجات والخدمات لاحتياجاتهم
- رغبة المستخدمين في الاستمرار في الاستفادة من خدمات المنشأة
- انطباعهم العام عن جودة الخدمات.

3.3 تصميم البحث (بصلة البحث):

- فلسفة البحث: الوضعية
- منهج البحث: استنتاجي
- اختيار المنهج: المناهج المختلطة
- استراتيجية البحث: المسح الوصفي التحليلي
- الأفق الزمني: تصميم مقطعي عرضي
- تقنيات جمع وتحليل البيانات: الاستبيانات، ومقابلات



3.4 مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات:

أولاً: مجتمع البحث

يتكون مجتمع البحث في هذه الدراسة من العاملين في مجال الطفولة والتربية والتعليم في المملكة العربية السعودية، والذين يعملون في المنشآت الصغيرة والمتوسطة المقدمة للخدمات والمنتجات التعليمية والتربوية للأطفال. ويُعد هذا القطاع واسع الانتشار ومتعدد التخصصات، حيث تتوزع هذه المنشآت في مختلف مناطق المملكة.

ولغرض التركيز والدقة في جمع البيانات، ستقتصر الدراسة على اختيار عينة من منطقتين رئيسيتين، هما: منطقة الرياض ومنطقة مكة المكرمة، وذلك لكونهما من أكبر مناطق المملكة من حيث الكثافة السكانية، إضافة إلى تنوع المنشآت التعليمية والتربوية فيهما، وتعدد الخدمات المقدمة للأطفال، مما يتيح تمثيلاً مناسباً لمجتمع الدراسة.

جدول رقم (1) مجتمع البحث

المصدر	المنطقة	عدد المشاركين
العاملين في المؤسسات التعليمية	الرياض ومكة المكرمة	38

ثانياً: طرق وتقنيات أخذ العينة:

سيتم في هذه الدراسة استخدام أسلوب العينة العشوائية البسيطة لاختيار أفراد الدراسة من العاملين في أكاديمية الطفولة العالمية، وذلك بهدف ضمان تمثيل مناسب لمختلف فئات العاملين الذين لهم دور مباشر أو غير مباشر في تقديم الخدمات والمنتجات التعليمية والتربوية للأطفال.

وقد تم اختيار العينة من بين الإداريين والمعلمين والموظفين العاملين في المنشآت التعليمية الصغيرة والمتوسطة، وبوجه خاص الذين يساهمون في تحسين جودة الخدمات والمنتجات التعليمية أو يتعاملون بشكل مباشر مع الأطفال، لما لذلك من ارتباط وثيق بمتغير الدراسة المتعلق بالذكاء العاطفي وأثره في جودة المخرجات التعليمية.

سيتم تحديد حجم العينة بما يتناسب مع طبيعة مجتمع الدراسة، وبما يضمن تمثيلاً كافياً وملائماً لأفرادها، على نحو يحقق الدقة والموثوقية في جمع البيانات، ويسهم ذلك في توفير معلومات

مناسبة لتحليل العلاقة بين أبعاد الذكاء العاطفي لدى العاملين وتحسين جودة الخدمات والمنتجات التعليمية، وانعكاس ذلك على مستوى رضا المستفيدين.

ثالثاً: عينة الدراسة

نظراً لطبيعة الدراسة وأهدافها، تم تقسيم عينة الدراسة إلى الفئات التالية:

1. **عينة الموظفين (المتغير المستقل):** تم استخدام أسلوب المسح المميز الذي يركز على من يؤثر على الخدمات والمنتجات تحسين رضا المستفيد من أكاديمية الطفولة العالمية، نظراً لمحدودية عدد العاملين في المنشآت الصغيرة والمتوسطة، ويهدف ذلك إلى قياس مستوى الذكاء العاطفي لدى الموظفين بشكل دقيق، باعتباره المتغير المستقل في الدراسة، ولتحديد مدى تأثيره في تحسين جودة المنتجات والخدمات المقدمة.
2. **عينة أولياء الأمور (المتغير التابع):** تم اختيار عينة عشوائية بسيطة من أولياء أمور الأطفال المستفيدين من خدمات كل منشأه، وذلك بهدف قياس مستوى رضا المستفيدين وإدراكهم لجودة المنتجات والخدمات التعليمية والتربوية المقدمة.
3. **عينة المقابلات (الدراسة النوعية):** تم اختيار عينة قصدية من إدارة المنشآت المستهدفة، والمتمثلة في مدير المؤسسة التعليمية أو من ينوب عنه، وذلك لإجراء مقابلات نوعية تهدف إلى الحصول على رؤية إدارية معمقة حول دور الذكاء العاطفي في تحسين جودة الخدمات والمنتجات المقدمة، وكذلك فهم السياسات والممارسات المتبعة في تطوير العمل داخل الأكاديمية.

3.5 طرق جمع البيانات:

لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها، تم استخدام مجموعة من أدوات جمع البيانات الكمية والنوعية، وذلك على النحو الآتي:

1. **استبيان الموظفين:** تم تصميم استبيان موجه إلى موظفي أكاديمية الطفولة العالمية، بهدف قياس مستوى الذكاء العاطفي لديهم. وقد اشتمل الاستبيان على مجموعة من العبارات التي تغطي أبعاد الذكاء العاطفي الخمسة، وهي: الوعي الذاتي، وضبط الذات، والمهارات الاجتماعية، والتعاطف، والدافعية، وذلك بهدف التعرف على مدى إسهام هذه الأبعاد في تحسين جودة المنتجات والخدمات التعليمية المقدمة للأطفال.
2. **أسئلة مقابلات أولياء الأمور:** تم تصميم استبيان موجه إلى أولياء أمور الأطفال المستفيدين من خدمات المؤسسة التعليمية، بهدف قياس مستوى جودة المنتجات والخدمات التعليمية والتربوية المقدمة، بالإضافة إلى قياس مستوى رضاهم عن هذه الخدمات، بما يعكس مدى فاعلية الأداء المؤسسي وجودة المخرجات التعليمية.

3. **المقابلة الشخصية:** تم استخدام المقابلة الشخصية كأداة نوعية موجهة إلى الإدارة العليا في الأكاديمية، ممثلة في المديرية أو من ينوب عنها، وذلك بهدف تعميق فهم نتائج الدراسة، واستكشاف وجهة النظر الإدارية حول دور الذكاء العاطفي في تحسين جودة المنتجات والخدمات. كما تهدف المقابلات إلى الحصول على رؤى وتوصيات عملية تسهم في تطوير الأداء وتحسين جودة العمل داخل المؤسسة التعليمية.

جدول (2) مجالات الدراسة

المتغيرات	أبعاد المتغير	عدد الفقرات
المتغير المستقل	الوعي الذاتي	2
	ضبط الذات	2
	الدافعية	2
	التعاطف	2
	المهارات الاجتماعية	4
المتغير التابع	الجودة	5
	الرضا	7

3.6 أنواع البيانات:

اعتمدت هذه الدراسة على نوعين رئيسيين من البيانات، هما البيانات الأولية والبيانات الثانوية، وذلك بما يحقق أهداف الدراسة ويُسهم في الإجابة عن تساؤلاتها.

1- **البيانات الأولية:** وهي البيانات التي يتم جمعها بشكل مباشر من مجتمع الدراسة، حيث تم الحصول عليها من خلال أدوات البحث المتمثلة في الاستبيانات الموجهة إلى الموظفين وأولياء الأمور، إضافة إلى المقابلة الشخصية مع إدارة المؤسسة التعليمية، وتهدف هذه البيانات إلى قياس مستوى الذكاء العاطفي لدى الموظفين، وتحديد مدى تأثيره في تحسين جودة المنتجات والخدمات المقدمة، فضلاً عن قياس مستوى رضا المستفيدين عن هذه الخدمات.

2- **البيانات الثانوية:** وهي البيانات التي تم الحصول عليها من مصادر علمية متنوعة، مثل الكتب والدراسات السابقة والمقالات العلمية والتقارير ذات الصلة بموضوع الذكاء العاطفي وجودة المنتجات والخدمات. وقد تم الاعتماد على هذه البيانات في بناء الإطار النظري للدراسة، ودعم التفسير والتحليل العلمي للنتائج.

3.7 إجراءات التحليل الإحصائي:

سيتم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لمعالجة البيانات، وتشمل أهم الاختبارات:

- معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) للتحقق من ثبات أدوات الدراسة وموثوقيتها.
- التكرارات والنسب المئوية: ستستخدم لوصف خصائص مفردات عينة الدراسة من خلال إعداد جداول تكرارية تتضمن التكرارات والنسب المئوية بالإضافة إلى الرسوم البيانية لمتغيرات الدراسة.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية: لوصف وتحليل استجابات العينة.
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson) لقياس قوة واتجاه العلاقة بين الذكاء العاطفي وجودة الخدمات.

الخيار	الوزن الرقمي
موافق بشدة	5
موافق	4
محايد	3
غير موافق	2
موافق بشدة	1

سيتم بناء جميع الاستبيانات اعتماداً على مقياس ليكرت الخماسي (Likert 5-Point Scale) حيث يُطلب من المشارك (الموظف أو ولي الأمر) تحديد درجة موافقته على كل عبارة من خلال خمسة خيارات مرتبة. في التحليل الإحصائي، يُعطى كل خيار وزناً رقمياً، مما يتيح حساب المتوسطات الحسابية لكل سؤال وتقييم النتائج بدقة.

3.8 ملحق الاستبيانات:

أولاً: استبيان مخصص لعينة الموظفين:

المقدمة:

يهدف هذا الاستبيان إلى جمع بيانات لبحث تخرج بعنوان "تأثير الذكاء العاطفي على تحسين جودة المنتجات والخدمات". نأمل منكم التكرم بالإجابة على الفقرات التالية بكل شفافية، علماً بأن إجاباتكم ستعامل بسرية تامة وتستخدم لأغراض البحث العلمي فقط. شاكرين لكم وقتكم وتعاونكم.

م	العبارة	موافق (5) بشدة	موافق (4)	محايد (3)	غير موافق (2)	غير موافق (1) بشدة
1	(الوعي الذاتي): أدرك تماماً كيف تؤثر مشاعري الشخصية على تعاملتي مع الأطفال وزملائي.					
2	(الوعي الذاتي): لدي القدرة على تحديد نقاط قوتي وضعفي في إدارة المواقف العاطفية بالعمل.					

3	(ضبط الذات): أحافظ على هدوئي واتزاني الانفعالي عند مواجهة ضغوط العمل المفاجئة.				
4	(ضبط الذات): أستطيع التحكم في ردود أفعالي الغاضبة تجاه ملاحظات أولياء الأمور أو الإدارة.				
5	(المهارات الاجتماعية): أمتلك مهارات تواصل فعالة لبناء علاقات إيجابية مع الزملاء والمستفيدين.				
6	(المهارات الاجتماعية): أجيد حل النزاعات والمشكلات المهنية بروح تعاونية داخل الأكاديمية.				
7	(التعاطف): أحرص على فهم احتياجات ومشاعر الأطفال وأولياء الأمور والتعامل معها بحساسية.				
8	(التعاطف): أراعي الظروف النفسية والاجتماعية للمحيطين بي في بيئة العمل.				
9	(الدافعية): أسعى باستمرار لتطوير مهاراتي المهنية بدافع داخلي لتحقيق التميز في العمل.				
10	(الدافعية): أضغ لنفسي أهدافاً طموحة للمساهمة في رفع كفاءة الخدمات التي تقدمها الأكاديمية.				
11	أعتقد أن ممارستي للذكاء العاطفي تساهم في تقديم خدمات تعليمية أكثر دقة وجودة.				
12	أرى أن التعامل اللبق مع أولياء الأمور هو العامل الأساسي في زيادة رضاهم عن الأكاديمية.				

ثانياً: أسئلة مخصصة لعينة أولياء الأمور

م	العبارة
1	(الجودة): ألتزم الاحترافية العالية في تعامل الكادر التعليمي والإداري مع طفلي.
2	(الجودة): تلتزم الأكاديمية بتقديم خدمات تعليمية وتربوية ذات معايير متميزة.
3	(الجودة): أجد استجابة سريعة ومرنة من إدارة الأكاديمية عند تقديم أي ملاحظة.
4	(الجودة): البيئة التعليمية والوسائل المستخدمة في الأكاديمية متطورة وتلبي احتياجات طفلي.
5	(الجودة): هناك وسائل تعليمية متجددة تتناسب مع احتياطات أطفالتي المهارية والعاطفية.
6	(الرضا): أشعر بالأطمئنان والراحة النفسية تجاه الطريقة التي يُعامل بها طفلي عاطفياً.
7	(الرضا): يتمتع موظفو الأكاديمية بمهارات تواصل ولباقة عالية تشعرني بالتقدير كولي أمر.
8	(الرضا): ألاحظ تطوراً إيجابياً في سلوك وشخصية طفلي منذ التحاقه بالأكاديمية.
9	(الرضا): بناءً على تجربتي، أرى أن الأكاديمية هي الخيار الأفضل لرعاية وتربية طفلي.
10	(الرضا): سأقوم بالتوصية للأصدقاء والأقارب بالتسجيل في هذه الأكاديمية.
11	(الرضا): لدي رغبة حقيقية في الاستمرار بالاستفادة برامج وخدمات الأكاديمية خارج إطار المنهج الدراسي.
12	(الرضا): يوجد مهارات عالية لفريق عمل الأكاديمية في التواصل والتعامل معي كولي أمر ومع أطفالتي.

ثالثاً: أسئلة المقابلات الشخصية:

تعتبر المقابلة (Qualitative Interview) في بحثك هي "الكرزة التي توضع فوق الكعكة"، لأنها ستعطيك تفسيرات عميقة لا تستطيع الأرقام في الاستبيان توضيحها. هذه المقابلة تُجرى عادةً مع (مديرة الأكاديمية، أو المشرفة الأكاديمية، أو صاحب المنشأة) بصفتهم صناع القرار.

المقدمة: نشكركم على إتاحة الفرصة لإجراء هذه المقابلة التي تهدف لفهم دور الذكاء العاطفي في نجاح الأكاديمية وتحسين جودة خدماتها.

المحور الأول: ثقافة الذكاء العاطفي في الأكاديمية

1. من وجهة نظركم الإدارية، كيف تصفون أهمية "الذكاء العاطفي" (التعامل مع المشاعر، ضبط النفس، التعاطف) كشرط أساسي عند اختيار وتوظيف الكادر التعليمي في الأكاديمية؟
2. هل توجد برامج تدريبية أو ورش عمل دورية تقدمها الأكاديمية للموظفين لتعزيز مهارات التواصل والذكاء العاطفي لديهم؟

المحور الثاني: الرابط بين الذكاء العاطفي وجودة الخدمة

3. كيف يساهم استقرار الموظف "عاطفياً" وقدرته على "ضبط ذاته" في تقليل الأخطاء المهنية أو النزاعات مع أولياء الأمور؟
4. هل تعتقدون أن هناك علاقة مباشرة بين مستوى "تعاطف" المعلمات مع الأطفال وبين جودة المخرجات التعليمية والتربوية التي يلمسها الأهل؟

المحور الثالث: التحديات والتوصيات (الخدمة الهدف الرابع في بحثك)

5. ما هي أبرز التحديات التي تواجهونها في الحفاظ على مستوى عالٍ من "الذكاء العاطفي" لدى الموظفين، خاصة في ظل ضغوط العمل اليومية؟
6. ما هي مقترحاتكم المستقبلية لتعزيز استخدام أدوات الذكاء العاطفي كإستراتيجية لرفع التنافسية وضمان رضا المستفيدين في قطاع الطفولة؟

3.8 جدول أدوات الدراسة:

عرض الجدول التالي أدوات جمع البيانات المستخدمة في الدراسة، موضحاً لكل أداة الهدف منها، الفئة المستهدفة، وأبعاد المتغيرات التي تقيسها. يهدف هذا التنظيم إلى توضيح كيفية ربط كل أداة بالمتغيرات البحثية ودعم التحليل الإحصائي لاحقاً، في البداية جدول توضيح للمجالات التي سوف تشملها الدراسة.

م	المجال	الوصف
1	المجال الموضوعي	دراسة أثر الذكاء العاطفي بأبعاده (الوعي الذاتي، ضبط الذات، الدافعية، التعاطف، المهارات الاجتماعية) في تحسين جودة المنتجات والخدمات ورفع مستوى رضا المستفيدين.
2	المجال المكاني	المؤسسات التعليمية المتوسطة والصغيرة في منطقة الرياض ومكة بالمملكة العربية السعودية.
3	المجال البشري	العاملين والمشرفين والمهتمين بقطاع الطفولة من الناحية التعليمية والتربوية
4	المجال الزماني	تم إجراء الدراسة خلال العام الدراسي 2026.

جدول يوضح ربط الأسئلة بالأهداف والأدوات المستخدمة في جمع البيانات

سؤال الدراسة	الهدف المرتبط به	أداة جمع البيانات	الفئة المستهدفة
السؤال الرئيسي: ما أثر الذكاء العاطفي على جودة الخدمات؟	الهدف الرئيسي: التعرف على أثر الذكاء العاطفي على الجودة والرضا.	الاستبيان + المقابلة	الموظفون + أولياء الأمور + الإدارة
سؤال 1: ما مستوى ممارسة الذكاء العاطفي؟	هدف 1: التعرف على واقع ممارسة الذكاء العاطفي.	الاستبيان (المحور 1)	الموظفون والمعلمون
سؤال 2: ما مستوى جودة الخدمات والمنتجات؟	هدف 2: تقييم مستوى الجودة والرضا الحالي.	الاستبيان (المحور 2)	أولياء الأمور
أسئلة 3 إلى 7: ما أثر (أبعاد الذكاء العاطفي) على الجودة؟	هدف 3: قياس أثر الأبعاد الخمسة للذكاء العاطفي إحصائياً.	الاستبيان (كافة المحاور)	الموظفون + أولياء الأمور
سؤال إضافي: كيف يمكن تطوير الجودة؟	هدف 4: تقديم توصيات عملية لصناع القرار.	المقابلة الشخصية	الإدارة (المديرة/المشرفة)
السؤال الرئيسي: ما أثر الذكاء العاطفي على جودة الخدمات؟	الهدف الرئيسي: التعرف على أثر الذكاء العاطفي على الجودة والرضا.	الاستبيان + المقابلة	الموظفون + أولياء الأمور + الإدارة
سؤال 1: ما مستوى ممارسة الذكاء العاطفي؟	هدف 1: التعرف على واقع ممارسة الذكاء العاطفي.	الاستبيان (المحور 1)	الموظفون والمعلمون
سؤال 2: ما مستوى جودة الخدمات والمنتجات؟	هدف 2: تقييم مستوى الجودة والرضا الحالي.	الاستبيان (المحور 2)	أولياء الأمور
أسئلة 3 إلى 7: ما أثر (أبعاد الذكاء العاطفي) على الجودة؟	هدف 3: قياس أثر الأبعاد الخمسة للذكاء العاطفي إحصائياً.	الاستبيان (كافة المحاور)	الموظفون + أولياء الأمور
سؤال إضافي: كيف يمكن تطوير الجودة؟	هدف 4: تقديم توصيات عملية لصناع القرار.	المقابلة الشخصية	الإدارة (المديرة/المشرفة)

الخاتمة

تناول هذا الفصل الثالث " منهجية البحث "، حيث تم استعراض المنهجية المتبعة في دراسة "أثر تطبيق الذكاء العاطفي على تحسين جودة الخدمات والمنتجات " تم تعريف المتغيرات الرئيسية المستخدمة في الدراسة كما تم تحديد مجتمع الدراسة وتوضح طرق تقنيات أخذ العينات، حيث تم اختيار عينة عشوائية من المعلمين والمعلمات والمهتمين بالقطاع التعليمي في الرياض ومكة لتسهيل جمع البيانات ، وتم توزيع استمارة استبيان إلكترونية على العينة المستهدفة ، مما ساعد في الوصول إلى أكبر عدد من المشاركين . اعتمد الباحث على المصادر الثانوية من كتب ومقابلات شخصية ومواقع معتمدة إلكترونية لجمع المعلومات الأساسية. يتم جمع البيانات من الاستبانة كأداة رئيسية لقياس المتغيرات المستقلة والتابعة. بالنسبة لإجراءات التحليل الإحصائي تم استخدام التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، بالإضافة إلى معامل ألفا كرونباخ لتحديد ثبات الأداة .

4 - الفصل الرابع: التحليل لنتائج الدراسة

4,1 المقدمة:

يتناول هذا الفصل عرضاً وتحليلاً للنتائج الإحصائية الناتجة عن تحليل البيانات الميدانية التي تم جمعها من خلال الاستبانة الإلكترونية المطبقة على عينة الدراسة المكونة من (38) مشاركاً ومشاركة. وقد تمت معالجة البيانات وتحليلها باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) ، بهدف استخراج الإحصاءات الوصفية والاستدلالية، مع التحقق من ثبات أداة الدراسة.

يبدأ الفصل بعرض الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة (الجنس، الفئة العمرية، المؤهل العلمي، وسنوات الخبرة)، ثم يستعرض النتائج الإحصائية المتعلقة بمتغيرات الدراسة الرئيسية، ويختتم بمناقشة هذه النتائج ومقارنتها بالدراسات السابقة ذات الصلة.

4,2 خصائص عينة البحث

❖ تم توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً للجنس – الفئة العمرية – عدد سنوات الخبرة – والمؤهل العلمي.

❖ رابط الاستبانة:

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeTOBPq01o6gzjsv8qcmTfADJRxtfaCkrG7Yh29s7i-yy1f0A/viewform?usp=header>

❖ تم احتساب التكرار والنسب المئوية لأفراد عينة الدراسة وتتمثل في المعلومات الديموغرافية التي تشمل:

- النوعي ويشمل على (ذكر، أنثى)
- الفئة العمرية وتشمل (أقل من 25 سنة، 25-30 سنة، 31-40 سنة، أكثر من 41 سنة)
- المؤهل العلمي وتشمل (دبلوم، بكالوريوس، ماجستير، دكتوراه)
- عدد سنوات الخبرة في مجال التعليم وتشمل (لا يوجد خبرة، أقل من 5 سنوات، من 6-10 سنوات، أكثر من 10 سنوات)

الجدول، الرسومات والفقرات التالي توضح تصنيف العينة محل الدراسة، كما يلي:

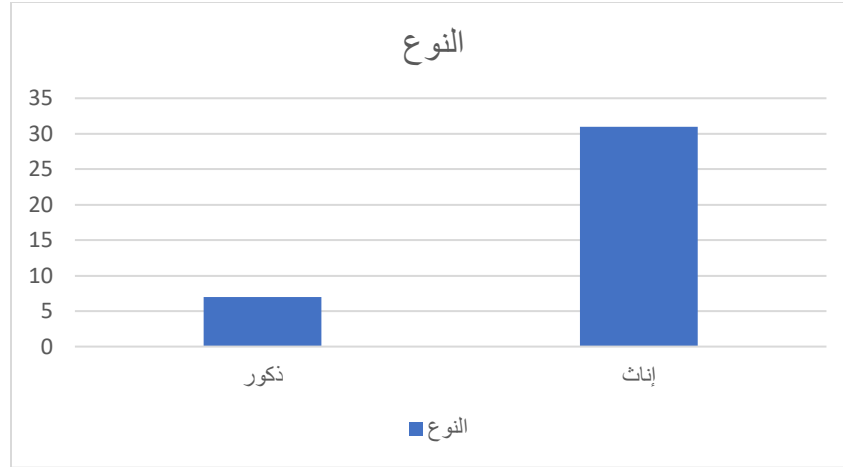
المتغير	فئات المتغير	العدد	النسبة من إجمالي العينة
	1- ذكر	7	18,4%

النوع	2- أنثى	31	81,6%
الإجمالي		38	100%
الفئة العمرية	1- أقل من 25 سنة	2	5,3%
	2- (25-30 سنة)	13	34,2%
	3- (31-40 سنة)	15	39,5%
	4- أكثر من 41 سنة	8	21,1%
الإجمالي		38	100%
المؤهل العلمي	1- دبلوم	5	13,2%
	2- بكالوريوس	28	73,7%
	3- ماجستير	5	13,2%
	4- دكتوراه	0	0%
الإجمالي		38	100%
عدد سنوات الخبرة في مجال التعليم	1- لا يوجد خبرة	5	13,2%
	2- أقل من 5 سنوات	7	18,4%
	3- من 6-10 سنوات	10	26,3%
	4- أكثر من 10 سنوات	16	42,1%
الإجمالي		38	100%

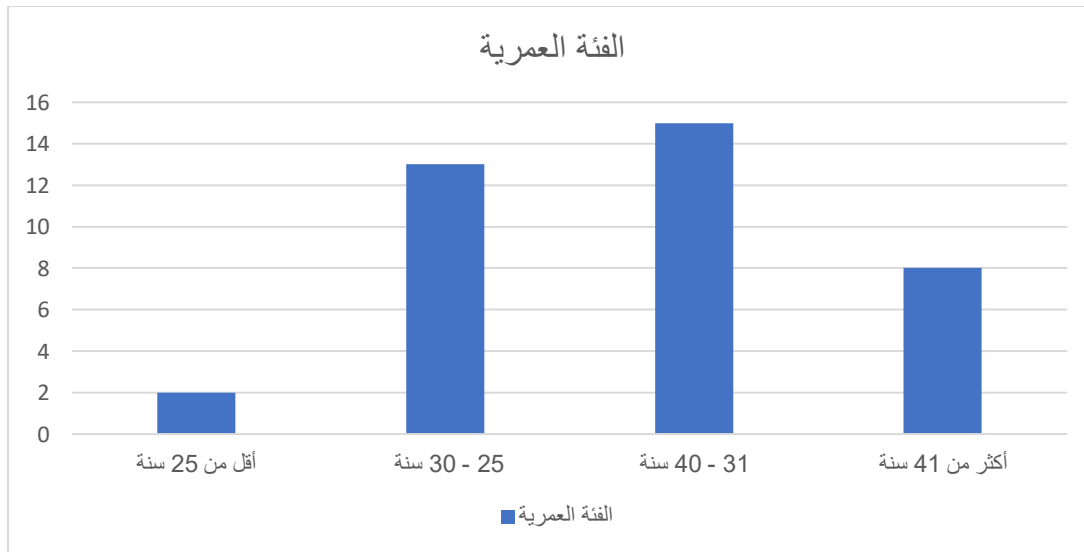
(جدول رقم 3)

4,3 من بيانات جدول رقم (3) تم استخلاص النتائج التالية:

- **بالنسبة للنوع:** أظهرت النتائج الإحصائية تفوقًا واضحًا للإناث في عينة الدراسة، حيث بلغ عددهن 31 مفردة بنسبة 81.6% من إجمالي العينة، مقابل 7 مفردات للذكور بنسبة 18.4%. ويرى الباحث أن هذا التفوق يصب في مصلحة الدراسة، وذلك لما تتميز به الإناث من خصائص عاطفية ومهارات تواصل مباشر وفعال مع الأطفال في مرحلة الطفولة المبكرة (خاصة دون سن العاشرة)، الأمر الذي ينعكس إيجابًا على نوعية المنتجات والخدمات المقدمة في المؤسسات التعليمية.

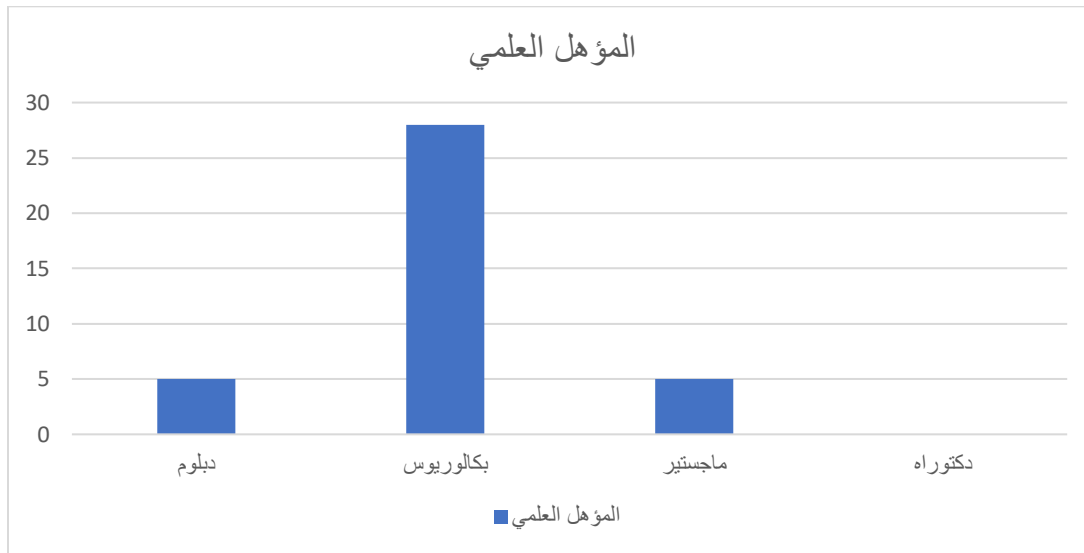


- **أما فيما يتعلق الفئة العمرية:** أما فيما يتعلق بالفئة العمرية، فقد سيطرت فئتان عمريتان على عينة الدراسة، حيث شكلت الفئة العمرية (31-40 سنة) نسبة 39.5% (15 مفردة)، والفئة العمرية (25-30 سنة) نسبة 34.2% (13 مفردة)، ليصل المجموع إلى 73.7% من إجمالي العينة. أما الفئة العمرية (41 سنة فأكثر) فقد بلغت نسبتها 21.1% (8 مفردات)، بينما لم تتجاوز نسبة الأفراد أقل من 25 سنة 34% (مفردتان)، وتشير هذه النتائج إلى أن غالبية المستجيبين يقعون ضمن الفئة العمرية النشطة مهنيًا (25-40 سنة)، والتي تتمتع بخبرة تراكمية في مجال التعليم، مما يعزز من مصداقية النتائج ويمنحها قوة تفسيرية أكبر.

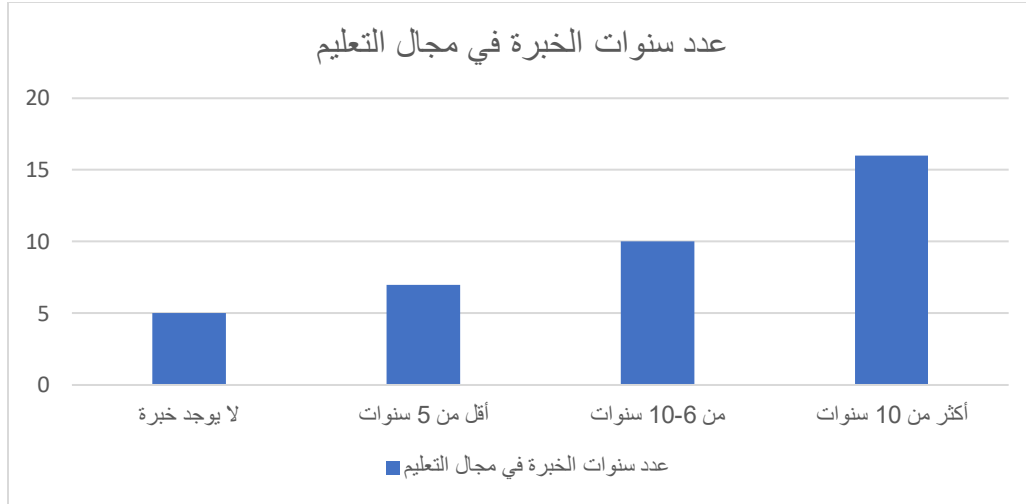


- **وفيما يتعلق بالموهل العلمي:** أظهرت النتائج أن أكبر نسبة في عينة الدراسة كانت من حملة درجة البكالوريوس، حيث بلغ عددهم 28 مفردة بنسبة 73.7% من إجمالي العينة. يليهم حملة درجة الماجستير بعدد 5 مفردات بنسبة 13.2%، ثم حملة الدبلوم

بعدد 5 مفردات بنسبة 13.2%، في حين لم تسجل أي مفردة تحمل درجة الدكتوراه، ويرى الباحث أن سيطرة حملة البكالوريوس والماجستير على عينة الدراسة (بنسبة إجمالية تصل إلى 86.9%) يعطي النتائج مصداقية أكاديمية أكبر، وذلك لما يمتلكه هؤلاء من خلفية علمية وخبرة أكاديمية تمكنهم من فهم متطلبات المهنة وممارستها بفاعلية أكبر.



- **إما بخصوص عدد سنوات الخبرة في مجال التعليم:** فقد أظهرت النتائج أن غالبية المشاركين يتمتعون بخبرة تزيد عن 6 سنوات، حيث بلغ عددهم 26 مفردة بنسبة 68.4% من إجمالي العينة. ومن بينهم، يمتلك 16 مفردة خبرة تزيد عن 10 سنوات بنسبة 42.1%. أما باقي المشاركين، فقد بلغ عدد الذين تقل خبرتهم عن 5 سنوات 7 مفردات بنسبة 18.4%، بينما بلغ عدد الذين ليس لديهم خبرة سابقة في مجال التعليم 5 مفردات بنسبة 13.2%، وهم يمثلون غالبًا إداريين أو عاملين ضمن المنشأة التعليمية، ويرى الباحث أن الخبرة التراكمية لدى غالبية أفراد العينة (أكثر من 6 سنوات) تعطي قوة إضافية لنتائج الدراسة، إذ تعكس هذه الخبرة فهمًا عميقًا لمتطلبات المهنة وممارساتها اليومية، مما يزيد من مصداقية النتائج وموثوقيتها.



4.1 التحليل الإحصائي وقياس درجة الثبات

- الإحصاءات الوصفية لمقياس الذكاء العاطفي والجودة : ظهر المتوسط الحسابي للذكاء العاطفي (41.58 من 50) مستوى مرتفع نسبياً، مما يشير إلى أن العاملين في المنشآت الصغيرة والمتوسطة في مجال الطفولة يتمتعون بدرجة جيدة من الذكاء العاطفي. أما جودة المنتجات والخدمات فقد حققت متوسطاً مرتفعاً أيضاً (8.58 من 10)، وهو ما يعكس تقييماً إيجابياً عاماً لجودة الخدمات المقدمة.

المقياس	عدد البنود	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الحد الأدنى	الحد الأعلى
الذكاء العاطفي (الدرجة الكلية)	10	41.58	4.74	30	50
جودة المنتجات والخدمات (الدرجة الكلية)	2	8.58	1.22	6	10

المتوسطات الحسابية للبنود (مرتبة تنازلياً)

أ- بنود مقياس الذكاء العاطفي

الترتيب	البند	المتوسط الحسابي
1	أسعى باستمرار لتطوير مهاراتي المهنية بدافع داخلي...	4.47
2	أراعي الظروف النفسية والاجتماعية للمحيطين بي...	4.29
3	أحرص على فهم احتياجات ومشاعر الأطفال وأولياء الأمور...	4.26
4	أمتلك مهارات تواصل فعالة لبناء علاقات إيجابية...	4.21
5	أجيد حل النزاعات والمشكلات المهنية بروح تعاونية...	4.18
6	أحافظ على هدوئي واتزاني الانفعالي عند مواجهة ضغوط العمل...	4.16
7	أضع لنفسي أهدافاً طموحة للمساهمة في رفع كفاءة الخدمات...	4.11
8	لدي القدرة على تحديد نقاط قوتي وضعفي...	4.00
9	أستطيع التحكم في ردود أفعالي الغاضبة...	4.00
10	أدرك تماماً كيف تؤثر مشاعري الشخصية على تعاملتي...	3.89

ب- بنود مقياس جودة المنتجات والخدمات

الترتيب	البند	المتوسط الحسابي
1	أرى أن التعامل اللبق مع أولياء الأمور هو العامل الأساسي في زيادة رضاهم...	4.34
2	أعتقد أن ممارستي للذكاء العاطفي تساهم في تقديم خدمات تعليمية أكثر دقة وجودة	4.24

أعلى بنود الذكاء العاطفي تركز على الدافعية الذاتية والتعاطف، بينما أقلها يتعلق بالوعي الذاتي بتأثير المشاعر. أما بنود الجودة فكلاهما مرتفع، مما يؤكد الإيجابية العامة في تقييم المشاركين لدور الذكاء العاطفي في تحسين الجودة.

موثوقية المقاييس باستخدام معامل ألفا كرونباخ

يعد معامل ألفا (0.832) لمقياس الذكاء العاطفي موثوقية جيدة ومقبولة علمياً. أما معامل الجودة (0.501) فهو متوسط بسبب قلة عدد البنود (فقط بندين)، وهو أمر شائع في مثل هذه الحالات. يُنصح في البحوث المستقبلية بزيادة عدد بنود مقياس الجودة لرفع الموثوقية.

المقياس	عدد البنود	معامل ألفا كرونباخ	مستوى الموثوقية
الذكاء العاطفي	10	0.832	جيدة
جودة المنتجات والخدمات	2	0.501	متوسطة (مقبولة مع التحفظ)

معامل الارتباط بيرسون بين الذكاء العاطفي وجودة المنتجات والخدمات

يوجد ارتباط إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.01$) بين الذكاء العاطفي وجودة المنتجات والخدمات. ($r = 0.468$) وهذا يعني أنه كلما ارتفع مستوى الذكاء العاطفي لدى العاملين في المنشآت الصغيرة والمتوسطة في مجال الطفولة، تحسنت جودة المنتجات والخدمات المقدمة. يفسر هذا الارتباط حوالي 22% من التباين في جودة الخدمات ($r^2 \approx 0.219$). تتفق هذه النتيجة مع العديد من الدراسات السابقة التي أكدت دور الذكاء العاطفي في تعزيز الأداء المهني والجودة الخدمية، خاصة في بيئات الطفولة التي تتطلب تعاطفاً عالياً وتحكماً انفعالياً.

المتغيران	معامل الارتباط	قيمة الدلالة (P)	مستوى الدلالة	قوة الارتباط
الذكاء العاطفي ↔ جودة المنتجات والخدمات	0.468	0.003	0.01	متوسط إيجابي

4.2 ثبات أداة الدراسة:

أظهر معامل ألفا كرونباخ لمقياس الذكاء العاطفي قيمة قدرها 0.832، وهي قيمة جيدة ومقبولة علمياً (تتجاوز الحد المقبول 0.70 وتقترب من 0.80). يشير ذلك إلى وجود اتساق داخلي قوي بين بنود المقياس، مما يعني أن البنود العشرة تقيس مفهوم الذكاء العاطفي بشكل متماسك وموثوق.

أما معامل ألفا لمقياس جودة المنتجات والخدمات، فقد بلغ 0.501، وهو مستوى متوسط. يرجع هذا الانخفاض النسبي بشكل أساسي إلى قلة عدد البنود (بنتين فقط)، حيث يُعد عدد البنود القليل أحد العوامل الشائعة التي تؤثر سلباً على قيمة ألفا كرونباخ. ومع ذلك، يظل المقياس مقبولاً في الدراسات الاستكشافية، مع التوصية بتطويره بإضافة بنود إضافية في البحوث المستقبلية لرفع مستوى الثبات.

بشكل عام، يمكن القول إن أداة الدراسة تتمتع بدرجة مقبولة من الثبات، مما يعزز من مصداقية النتائج التي تم التوصل إليها، خاصة فيما يتعلق بمقياس الذكاء العاطفي الذي يمثل المتغير المستقل الرئيسي في الدراسة.

4.3 التوصيات

توصلت الدراسة إلى وجود ارتباط إيجابي ذي دلالة إحصائية بين الذكاء العاطفي وجودة المنتجات والخدمات في المنشآت الصغيرة والمتوسطة العاملة في مجال الطفولة ($r = 0.468$) ، ($p = 0.003$). يفسر هذا الارتباط ما يقارب 22% من التباين في جودة الخدمات ($R^2 = 0.219$)، مما يعني أن الذكاء العاطفي يُعد متغيراً مهماً في تفسير تحسن الجودة، وإن كانت هناك عوامل أخرى تؤثر أيضاً.

يتوافق هذا الاستنتاج مع نتائج دراسات سابقة أكدت أن الذكاء العاطفي يعزز القدرة على التعاطف مع الأطفال وأولياء الأمور، ويحسن مهارات التواصل والتحكم في الضغوط، وهي عناصر أساسية في تقديم خدمات تعليمية ورعائية عالية الجودة. كما أظهرت الإحصاءات الوصفية مستوى مرتفعاً نسبياً للذكاء العاطفي (متوسط = 41.58 من 50)، وهو ما يعكس وعياً جيداً لدى العاملين في هذا القطاع بأهمية الجانب العاطفي في بيئة الطفولة الحساسة.

أما فيما يتعلق بالمتغيرات الديموغرافية، فلم تظهر فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الذكاء العاطفي أو جودة الخدمات بين الجنسين ($p > 0.05$) ، وكذلك لم تختلف الدرجات بشكل معنوي حسب سنوات الخبرة (ANOVA) ، ($p > 0.05$). يشير ذلك إلى أن الذكاء العاطفي قد يكون سمة نسبياً مستقرة لا تتأثر كثيراً بالخبرة أو الجنس في هذه العينة، على عكس بعض الدراسات التي وجدت تأثيراً للخبرة في تطوير الذكاء العاطفي.

من ناحية أخرى، أظهرت بنود الذكاء العاطفي أعلى المتوسطات في أبعاد الدافعية الذاتية ورعاية الظروف النفسية والاجتماعية، بينما كان أقلها في الوعي الذاتي بتأثير المشاعر الشخصية. هذا يوحي بأن العاملين يركزون أكثر على الجانب التطبيقي والخارجي للذكاء العاطفي، بينما قد يحتاجون إلى تعزيز الجانب الداخلي (الوعي الذاتي والتحكم في الانفعالات).

أما موثوقية المقاييس فقد كانت جيدة لمقياس الذكاء العاطفي ($\alpha = 0.832$) ، في حين كانت متوسطة لمقياس الجودة بسبب قلة عدد بنوده (فقط بندين). وهذا يُعد قيداً منهجياً يوصى بمعالجته في البحوث المستقبلية.

التوصيات العملية (للمنشآت الصغيرة والمتوسطة في مجال الطفولة):

1. دمج برامج تطوير الذكاء العاطفي ضمن خطط التدريب السنوية للمعلمين والمشرفين، مع التركيز على الوعي الذاتي والتحكم في الانفعالات، لأنها أظهرت متوسطات أقل نسبياً.
2. تصميم بيئة عمل تدعم الذكاء العاطفي، مثل ورش عمل حول إدارة الضغوط ومهارات التعاطف مع الأطفال وأولياء الأمور.
3. ربط تقييم الأداء بمؤشرات الذكاء العاطفي، خاصة في عمليات التوظيف والترقية، لرفع جودة الخدمات المقدمة.
4. تطوير مقاييس أكثر شمولاً لقياس جودة المنتجات والخدمات في مجال الطفولة، بحيث تشمل أبعاداً متعددة (رضا أولياء الأمور، جودة البرامج التعليمية، السلامة...).

التوصيات للبحوث المستقبلية:

1. تكرار الدراسة على عينة أكبر وأكثر تنوعاً جغرافياً داخل المملكة العربية السعودية.
2. استخدام مقاييس أطول وأكثر موثوقية لقياس جودة الخدمات (أكثر من بندين).
3. إجراء دراسات شبه تجريبية أو تجريبية لقياس أثر برامج تدريب الذكاء العاطفي على جودة الخدمات قبل وبعد التدخل.
4. دراسة المتغيرات الوسيطة مثل الرضا الوظيفي أو الالتزام التنظيمي في علاقة الذكاء العاطفي بالجودة.
5. استخدام منهجيات مختلطة (كمية + كيفية) لفهم أعمق لكيفية تأثير الذكاء العاطفي في الواقع اليومي للمنشآت.

4.4 الخاتمة

سعى هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير الذكاء العاطفي على تحسين جودة المنتجات والخدمات في المنشآت الصغيرة والمتوسطة العاملة في مجال الطفولة في المملكة العربية السعودية. وقد تم تحقيق هدف الدراسة من خلال تطبيق استبانة إلكترونية على عينة قوامها (38) مشاركاً ومشاركة من العاملين في هذه المنشآت.

أظهرت نتائج الدراسة وجود ارتباط إيجابي ذي دلالة إحصائية بين الذكاء العاطفي وجودة المنتجات والخدمات ($p = 0.003$ ، $r = 0.468$)، مما يؤكد أن ارتفاع مستوى الذكاء العاطفي لدى العاملين يساهم في تحسين جودة الخدمات المقدمة. كما بيّنت الإحصاءات الوصفية أن مستوى الذكاء العاطفي في العينة جاء مرتفعاً نسبياً (متوسط = 41.58 من 50)، وكذلك جودة المنتجات والخدمات (متوسط = 8.58 من 10).

وقد أكدت الدراسة موثوقية أداة القياس، حيث بلغ معامل ألفا كرونباخ لمقياس الذكاء العاطفي (0.832)، وهي قيمة جيدة تدعم مصداقية النتائج. أما مقياس جودة المنتجات والخدمات فقد جاء معامل ألفا (0.501) وهو مقبول مع التحفظ نظراً لقلّة عدد بنوده.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع العديد من الدراسات السابقة التي أكدت الدور المهم للذكاء العاطفي في تعزيز الأداء المهني والجودة الخدمية، خاصة في المجالات التي تتطلب تفاعلاً مباشراً مع الأطفال وأولياء الأمور.

أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- 1- وجود ارتباط إيجابي ذي دلالة إحصائية بين الذكاء العاطفي وجودة المنتجات والخدمات.
- 2- ارتفاع نسبي في مستوى الذكاء العاطفي لدى العاملين في منشآت الطفولة الصغيرة والمتوسطة.
- 3- تمتع أداة الدراسة بدرجة جيدة من الثبات، خاصة مقياس الذكاء العاطفي.
- 4- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الذكاء العاطفي أو جودة الخدمات تعزى إلى المتغيرات الديموغرافية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة).

4.5 قائمة المراجع

- Emotional Intelligence Competencies as Antecedents of Innovation — Mariza Tsakalerou (2016). تدرس كيف تؤثر مهارات الذكاء العاطفي على عملية الابتكار وتطوير المنتجات والخدمات. Academic Publishing
- A study on emotional intelligence and its impact on service quality: evidence from the banking industry — Meenaprabha et al (2025). تبحث العلاقة بين الذكاء العاطفي وجودة الخدمة في قطاع البنوك.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). Services marketing: Integrating customer focus across the firm (7th ed.). New York: McGraw-Hill.
- ISO 9001:2015. Quality management systems — Requirements.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing, 64(1), 12–40. SpringerOpen
- Emotional and Learning Capability and Their Impact on Team Performance and Product Innovativeness in R&D Teams — Zehir, Gemici & Kole (2017). تركز على تأثير القدرات العاطفية والتعلمية على أداء الفريق وابتكار المنتج.
- Emotional Intelligence, Innovative Work Behavior, and Cultural Intelligence Reflection on Innovation Performance in the Healthcare Industry — (2022) (Healthcare context). تبحث الذكاء العاطفي والإبداع والذكاء الثقافي.
- Impact of emotional intelligence on SME employees' performance: Mediating role of organizational citizenship behavior — Alenezi et al (2024). بحث ميداني في السعودية للمنشآت الصغيرة والمتوسطة يدرس الذكاء العاطفي وأدائه.
- Emotional Intelligence And Its Impact On Service Quality: Empirical Evidence From The Pakistani Banking Sector — Naeem et al (2009). تبحث العلاقة بين الذكاء العاطفي وجودة الخدمة.
- The Role of Corporate Social Responsibility and Emotional Intelligence Towards Effective Management: Empirical Evidence from Saudi Arabia — Alhumoudi & Alfarhan (2024). تدرس الذكاء العاطفي ضمن الإطار الإداري في السعودية.