



مركز الاستشارات والبحوث والتطوير
بأكاديمية السادات للعلوم الإدارية

مجلة البحوث الإدارية

Journal of Management Research

علمية - متخصصة - مُدكّمة - دورية ربع سنوية

للسنة
الثانية والأربعين

Vol. 42, No.3; Jul. 2024

عدد يوليو 2024



jso.journals.ekb.eg

رئيس مجلس الإدارة
أ.د. محمد حسن عبد العظيم
رئيس أكاديمية السادات للعلوم الإدارية

رئيس التحرير
أ.د. أنور محمود النقيب
مدير مركز الاستشارات والبحوث والتطوير

ISSN : 1110-225X

أثر تداول الكلمة المنطوقة في وسائل التواصل الاجتماعي على ترشيد استهلاك الكهرباء
"دراسة ميدانية على عملاء شركة جنوب القاهرة لتوزيع الكهرباء، قطاع كهرباء الهرم"

اعداد الباحثة:

علياء حسن فكري الصباحي

ملخص البحث:

يتمثل الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في دراسة أثر تداول الكلمة المنطوقة في وسائل التواصل الاجتماعي على ترشيد استهلاك الكهرباء وتفسير الأبعاد والعناصر المتعلقة بها. وتم إجراء الدراسة على عينة من عملاء شركة جنوب القاهرة لتوزيع الكهرباء (قطاع كهرباء الهرم) (العينة = ٣٦٤ مفردة) من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي وقد تم تحليل البيانات باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (IBM SPSS V.28) وذلك في حساب الإحصائيات الوصفية وبعض الأساليب الاستدلالية. تم استخدام برنامج نمذجة المعادلات البنائية (SmartPLS V. 3.2.9) في النمذجة باستخدام طريقة المربعات الصغرى الجزئية Partial Least Squares.، وتم استخدام معامل الارتباط لبيرسون بهدف تحديد طبيعة علاقة الارتباط بين متغيرات الدراسة، وقد تم اختبار الفروض عن طريق نمذجة المعادلات البنائية باستخدام طريقة SEM-PLS وقد أشارت النتائج إلى وجود أثر ايجابي مباشر للكلمة المنطوقة عبر وسائل التواصل الاجتماعي على ترشيد استهلاك الكهرباء كذلك يوجد تأثير معنوي لمصدر وحساسية الكلمة المنطوقة على ترشيد استهلاك الكهرباء في حين لا يوجد تأثير معنوي لمصادقية الكلمة المنطوقة على ترشيد استهلاك الكهرباء.

الكلمات المفتاحية: (اعلانات وسائل التواصل الاجتماعي - ترشيد استهلاك الطاقة الكهربائية- شركة جنوب القاهرة لتوزيع الكهرباء .

Abstract:

Research Summary

The main objective of this study is to examine the impact of spoken word in social media on rationalizing electricity consumption and to explain its dimensions and related elements.

The study was conducted on a sample of 364 social media users who are clients of the South Cairo Electricity Distribution Company (Haram Electricity Sector). Data was analyzed using the statistical package for social sciences (IBM SPSS V.28) for descriptive statistics and some inferential methods. The Structural Equation Modeling (SEM) technique was used to test the hypotheses of the study through Partial Least Squares (PLS) using SmartPLS V.3.2.9. Pearson correlation coefficient was used to determine the nature of the relationship between the study variables.

The results indicate a direct positive effect of spoken word through social media on electricity consumption rationalization. There is also a significant effect of the source and sensitivity of the spoken word on electricity consumption rationalization, while there is no significant effect of the credibility of the spoken word on electricity consumption rationalization.

"Keywords: Social media advertisements – Energy consumption optimization – South Cairo Electricity Distribution Company.

مقدمة:

تعد الطاقة الكهربائية من أهم مقومات التنمية الاقتصادية والاجتماعية على مستوى كافة الدول. لذا اهتمت العديد من الدول سواء المتقدمة أو النامية بتبنى تكنولوجيا وتطبيقات ترشيد استهلاك الطاقة الكهربائية ورفع كفاءة الطاقة (أبو العلا وآخرون ٢٠١٣) ، ومع تزايد معدلات استهلاك الطاقة الكهربائية وارتفاع تكاليفها ومع ما يصاحب هذا الاستهلاك من هدر وتكاليف باهظة تتحملها كاهل الأفراد والمؤسسات والمصانع والمنشآت على حد سواء فقد ظهرت الحاجة إلى ترشيد استهلاك الطاقة الكهربائية (الدمناوى، ٢٠١٩).

وبالرغم من الجهود المبذولة من الجهات المختصة نحو ترشيد استهلاك الكهرباء إلا أن النتائج لا تزال دون المستوى المأمول وهو ما استدعى البحث عن أساليب أخرى أثبتت نجاحها وفعاليتها في التأثير على السلوك والمعتقدات والاتجاهات لدى الأفراد كوسائل التواصل الاجتماعي والتي تعد أكثر الوسائل استخداماً في الاتصال والتفاعل بين الأفراد في العالم الحديث والتي من خلالها يمكن تداول الكلمة المنطوقة فهي واحدة من أهم أشكال التواصل الأساسية في هذه الوسائل حيث أكدت العديد من الدراسات قوة وقدرة الكلمة المنطوقة في وسائل التواصل الاجتماعي على التأثير في سلوك المستهلكين وتغيير انطباعاتهم تجاه منتج أو خدمة ما (Oladeji, 2018)، لذا أتت اهتمامات هذه الدراسة في السعي نحو بحث أثر تداول الكلمة المنطوقة في وسائل التواصل الاجتماعي على ترشيد استهلاك الكهرباء وتفسير الأبعاد والعناصر المتعلقة بهذا السلوك وتحديد معالمه.

أولاً: الدراسات السابقة:

تناولت الباحثة في هذه الجزئية أهم الدراسات السابقة ذات الصلة بمتغيرات الدراسة وعلاقتها بعضها البعض وذلك بهدف تكوين الخلفية النظرية للبحث وتحديد المنهج العلمي المستخدم في الدراسة الحالية.

١- تحليل الدراسات السابقة :

أ- الدراسات المتعلقة بالكلمة المنطوقة :

تعددت الدراسات المتعلقة بالكلمة المنطوقة سواء بطريق مباشر أو غير مباشر ومن أهمها

دراسة : (Smith, J.D (2021

والتي هدفت إلى تحليل تأثير الكلمة المنطوقة عبر وسائل التواصل الاجتماعي على المستخدمين وتحديد الآثار الاجتماعية والنفسية لهذه الظاهرة على المستخدمين، وتحديد الآثار الاجتماعية والنفسية لهذه الظاهرة على المجتمعات المعاصرة.

وقد أجريت الدراسة على عينة عشوائية من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي بشكل متكرر وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر كبير للكلمة المنطوقة عبر وسائل التواصل الاجتماعي على المستخدمين وعلى المجتمعات بشكل عام وخاصة فيما يتعلق بالتأثير النفسي والاجتماعي كما توصلت الدراسة إلى أن الكلمة المنطوقة تؤثر على مستويات السعادة والاضطراب النفسي

دراسة : (Lee.H (2021

فقد هدفت إلى دراسة تأثير الكلمة المنطوقة على قرارات العملاء في صناعة الأزياء كما هدفت إلى تحليل الطرق المختلفة التي يمكن استخدامها لزيادة تأثير الكلمة المنطوقة على العملاء, وقد أجريت الدراسة على عينة مكونة من ٥٠٠ عميل.

وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن الكلمة المنطوقة يمكن أن تؤثر بشكل كبير على قرارات العملاء في صناعة الأزياء كما توصلت الدراسة أن الكلمات الإيجابية تؤثر بشكل أكبر على العملاء
في حين هدفت دراسة عبد الكريم (٢٠٢٠) إلى تحديد أثر جودة الخدمة والكلمة المنطوقة على تحقيق الميزة التنافسية للخدمات الصحية بالتطبيق على مستشفيات القطاع الخاص في محافظة الدقهلية وقد اجريت الدراسة على عدد ٣٨٦ مفرده من عملاء المستشفيات الخاصة

وقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة احصائية بين جودة الخدمة الصحية وأبعاد الكلمة المنطوقة وأبعاد الميزة التنافسية كما توصلت النتائج إلى وجود تأثير ايجابي معنوي لكل من أبعاد جودة الخدمة الصحية وأبعاد الكلمة المنطوقة على كل من التكلفة المناسبة للميزة التنافسية، ومرونة الميزة التنافسية، سرعة تسليم الخدمة للميزة التنافسية، الصورة الذهنية للميزة التنافسية كما توصلت النتائج إلى عدم وجود فروق معنوية بين إدراك عملاء المستشفيات الخاصة بمحافظة الدقهلية حول أبعاد جودة الخدمة الصحية بأبعاد الكلمة المنطوقة وأبعاد الميزة التنافسية وفقاً للمؤهل العلمي، السن ومستوى الدخل

بينما توصلت الدراسة أيضاً إلى وجود فروق معنوية بين إدراك عملاء المتشفيات الخاصة بمحافظة الدقهلية حول أبعاد جودة الخدمة الصحية، أبعاد الكلمة المنطوقة وأبعاد الميزة التنافسية وفقاً للنوع.

وهدفت دراسة محمد (٢٠١٩) :

إلى بحث تأثير الكلمة المنطوقة الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على نوايا الشباب للشراء عبر الإنترنت وقد أجريت الدراسة على عينة عمدية من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك وتويتر من الشباب المصري المتراوح أعمارهم بين ١٨-٣٤ عاماً، وقد خضعت ٦٨٢ إستمارة للمعالجة الإحصائية.

وقد توصلت الدراسة إلى وجود تأثير معنوي للكلمة المنطوقة الإلكترونية بأبعادها مجتمعة على نوايا الشراء عبر الإنترنت، فقد بلغت القدرة التفسيرية للكلمة المنطوقة الإلكترونية في نوايا الشراء عبر الإنترنت ٥٦.١٪.

(2018) Oladeji كما هدفت دراسة :

إلى التعرف على تأثير الكلمة المنطوقة على السلوك الشرائي للمستهلك لمقدمي خدمات الاتصالات في ولاية كوارا. وقد أجريت الدراسة على عدد ٣٩٠ طالباً في جامعة ولاية كوارا.

وقد توصلت الدراسة إلى أن للكلمة المنطوقة لها تأثير على السلوك الشرائي كما توصلت الدراسة إلى أن الكلمة المنطوقة المكتقة لها تأثير كبير على ولاء العملاء للعلامة التجارية وسلوكهم الشرائي.

كذلك هدفت دراسة عبد المجيد (٢٠١٦) إلى التعرف على أثر الكلمة المنطوقة على قرار شراء العملاء لمستحضرات التجميل وقد أجريت الدراسة على عدد (٣٨٤) مفردة من العملاء المهتمين بمستحضرات التجميل ببعض مراكز التسوق التجاري.

وقد توصلت الدراسة إلى وجود تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية لمصادر الكلمة المنطوقة الإيجابية أو السلبية تسويقياً.

وهدفت دراسة أحمد (٢٠١٥) إلى قياس أثر مصداقية الكلمة المنطوقة الإلكترونية على اتجاهات المستهلكين، بالإضافة إلى التعرف على أهم العوامل المؤثرة على مصداقية الكلمة المنطوقة الإلكترونية وقد تم إجراء الدراسة على عدد (٣٠١) من الأفراد الذين يقومون باستخدام مواقع التعليقات عبر الإنترنت، وقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة معنوية موجبة بين العوامل المعلوماتية (مصداقية المصدر، سمعة مصدر التعليق وجودة التعليق واتساق التعليق مع معتقدات المستقبل) ومصداقية الكلمة المنطوقة الإلكترونية.

كما توصلت الدراسة إلى عدم معنوية تأثير إطار التعليق السلبي كأحد العوامل المعلوماتية على مصداقية الكلمة المنطوقة الإلكترونية، أيضاً توصلت الدراسة على وجود تأثير معنوي إيجابي لخبرة المستقبل بموضوع التعليق على العلاقة بين العوامل المعلوماتية المعيارية ومصداقية الكلمة المنطوقة الإلكترونية.

أما دراسة عبد الحميد (٢٠١٢) فقد هدفت إلى معرفة دور الكلمة المنطوقة في إدراك العملاء لجودة الخدمات الصحية. كذلك هدفت إلى تحديد مصادر الكلمة المنطوقة وأكثر هذه المصادر تأثيراً على العملاء وهدفت أيضاً إلى معرفة درجة تأثير مصادر الكلمة المنطوقة على إدراك العملاء لجودة

الخدمات الصحية. وقد جريت الدراسة على عينة عشوائية قوامها ٥٠٠ مقرده من المترددين الى مستشفيات وزارة الصحة ومستشفيات الجامعة.

وقد توصلت الدراسة إلى وجود تأثير معنوي لمصادر الكلمة المنطوقة (اللييقة، العامة) أفراد الأسرة، الأقارب، الأصدقاء، زملاء العمل، الصحف والمجلات والتلفزيون، الانترنت على إدراك العملاء لجودة الخدمة الصحية في المستشفيات محل الدراسة كذلك توصلت الدراسة إلى أن هناك إرتفاع للوزن الذي يعطيه العملاء للكلمة المنطوقة السلبية عن الوزن الذي يعطيه العملاء للكلمة المنطوقة الإيجابية..

ب- الدراسات المتعلقة بترشيد استهلاك الكهرباء:

تعددت الدراسات المتعلقة بترشيد استهلاك الكهرباء سواء بطريق مباشر أو غير مباشر ومن أهمها :

دراسة الحربى (٢٠٢١) حيث هدفت الرسالة إلى تصميم وتحليل نظام ذكى يعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعى لتحسين كفاءة استهلاك الكهرباء فى المبانى السكنية وبالتالي توفير الطاقة والحد من الانبعاثات الكربونية وقد أجريت الدراسة على المبانى السكنية فى المملكة العربية السعودية.

وقد توصلت الدراسة إلى أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعى فى تحكم وإدارة استهلاك الكهرباء يمكن أن يحسن كفاءة استهلاك الطاقة فى المبانى السكنية ويقلل من تكلفة الفواتير الكهربائية للمستخدمين بشكل كبير، كما تشير النتائج إلى أن الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعى يمكن أن يقلل من الانبعاثات الكربونية المرتبطة بإنتاج الكهرباء.

دراسة عاطف (٢٠٢١) والتي هدفت إلى اقتراح نظام تحكم تنبؤى متكامل يمكنه التنبؤ والتحكم فى استخدام الكهرباء اليومى فى القطاع السكنى كما هدفت إلى الحصول على نموذج تنبؤ فعال.

وتوصلت النتائج إلى أنه يمكن استخدام هذا النظام لجدولة استخدام العديد من الأجهزة المنزلية للكهرباء، كما توصلت النتائج إلى أن نظام التحكم فى المنزل الذى يعتمد على الذكاء الاصطناعى يقلل بشكل كبير من الأحمال القصوى، ويحافظ على استخدام الكهرباء، ويوفر التكاليف

دراسة Sarigollu, Ertz(2020)

هدفت الدراسة إلى دراسة مدى تفاعل إستراتيجية التسويق مع المتغيرات الوسيطة الرئيسية للتأثير على النوايا لترشيد استهلاك الكهرباء وقد أجريت الدراسة على عينة من ٣٥٩ مقرده باستخدام طريقة العينة العشوائية الطبقيية لتعكس توزيع السكان فى محافظات قطاع غزة الخمس.

وقد توصلت الدراسة إلى أن للكلمة المنطوقة الكترونياً تأثير إيجابى على ثقة المستهلكين المحتملين عبر الانترنت. كذلك توصلت النتائج إلى أن للكلمة المنطوقة الكترونياً تأثير إيجابى على نية الشراء. وأن للثقة تأثير إيجابى على نية الشراء المحتملة.

دراسة (Xiaoxiao Xu, Bing Xiao, Clyde Zhengdao (2019)

وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة لإستهلاك الكهرباء في المباني السكنية.

وكذلك تحليل العوامل المتعلقة بخصائص السكان وتأثيرها على استهلاك الكهرباء مع مراعاة الأهداف المختلفة لاستهلاك الكهرباء على وجه الخصوص من خلال تطوير نموذج إحصائي يعتمد على مجموعة كبيرة من البيانات التي نشرتها وزارة الطاقة الأمريكية. وقد توصلت النتائج إلى أن استهلاك الكهرباء يمكن أن يتأثر بشكل كبير بالعوامل المتعلقة بخصائص الشاغل بما في ذلك: عمر أصحاب المنازل وحجم الأسرة والدخل ومستوى التعليم ونوع الإشغال وطول مدة الإقامة. وأن العوامل الأكثر تأثيراً على استهلاك الكهرباء هي نوع الإشغال، يليه المستوى التعليمي ومدة الإقامة و حجم الأسرة ثم الإيرادات.

دراسة الدمنأوى (٢٠١٩) هدفت الدراسة إلى قياس التأثير المباشر لسياسات التسويق العكسي على كل من ترشيد الطاقة الكهربائية ونية شراء اللمبات والأجهزة الكهربائية المنزلية الموفرة، وقياس التأثير المباشر لترشيد استهلاك الطاقة الكهربائية على نية شراء اللمبات والأجهزة المنزلية الموفرة ، هذا بالإضافة إلى قياس التأثير غير المباشر لسياسات التسويق العكسي على نية شراء اللمبات والأجهزة الكهربائية المنزلية الموفرة عند توسيط ترشيد استهلاك الطاقة الكهربائية في العلاقة بينهما ، بالإضافة إلى التحقق من وجود فروق معنوية بين آراء العملاء محل الدراسة لمتغير الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموجرافية وقد أجريت الدراسة على عينة من عملاء شركة شمال الدلتا لتوزيع الكهرباء بمصر

وقد توصلت الدراسة إلى أن ترشيد استهلاك الطاقة الكهربائية يتوسط العلاقة بين سياسة نشر الوعي وزيادة الثقافة الاستهلاكية كاحدى سياسات استراتيجة التسويق العكسي ونية شراء اللمبات والأجهزة الكهربائية الموفرة بينما لا يزداد تأثير باقى سياسات التسويق العكسي المتمثلة فى سياستى رفع الأسعار وبرمجة التوزيع على نية شراء اللمبات والأجهزة الكهربائية الموفرة عند توسيط ترشيد استهلاك الكهرباء

دراسة (Marriette,Felix and others(2019) هدفت الدراسة إلى دراسة العلاقة بين

مستوى المعيشة واستهلاك الكهرباء فى الأسر الحضريه الغانية.

(أجريت الدراسة على عدد ٦٠ أسره من الأسر الحضريه ذات المستوى المرتفع فى مدينة تيما بغانا) وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة طرديه بين مستوى المعيشة واستهلاك الكهرباء فى الأسر الحضريه، كما توصلت النتائج أن النسبة المرتفعه لاستخدام الكهرباء فى المنازل ترجع إلى نوعيه الأجهزة العالميه المستخدمه ونمط وأسلوب الحياه.

دراسة عبد اللطيف (٢٠١٨):هدفت الدراسة إلى القاء الضوء على الآثار المترتبة على زيادة استهلاك الكهرباء و نضوب مصادر الطاقة التقليديه (الفحم والبتروى والغاز الطبيعى) والمتوقع حدوثه .

كذلك إلقاء الضوء على مصادر الطاقة النظيفة المستدامة باختلاف أنواعها كخيار استراتيجي لتوفير المتطلبات المستقبلية للتنمية المستدامة من الطاقة خاصة مع وجود العديد من التحديات لعل أهمها نزوب مصادر الطاقة التقليدية. كما هدفت إلى زيادة الوعي بأهمية الاتزان الحالى لمزيج الطاقة وضرورة إعادة النظر فى تنوع مصادر الطاقة بما يحقق تعظيم الاستفادة من الموارد المحلية والتي تتمتع بصفة الاستدامة.

وقد توصلت الدراسة إلى: ان مصر تقع فيما يعرف بنطاق الحزام الشمسى ما يشجع على استغلال الطاقة الشمسية فى توليد الكهرباء وأن دراسة الإشعاع الشمسى فى مصر تعتمد على البيانات الخاصة بمتوسط الإشعاع الشمسى فى مصر لمدة ٣٠ عاماً للفترة من ١٩٧٠ - ٢٠٠٠.

ج- الدراسات المتعلقة بالكلمة المنطوقة وترشيد استهلاك الكهرباء:

تلاحظ انخفاض عدد الدراسات المتعلقة بالكلمة المنطوقة وترشيد استهلاك الكهرباء ومن هذه الدراسات:

دراسة السليمان (٢٠١٢): هدفت الدراسة إلى تحديد تأثير الاتصال اللفظى على تحفيز المستخدمين لترشيد استهلاك الكهرباء فى المباني السكنية وقد أجريت الدراسة على عينة مكونة من ٢٠٠ مبنى سكنى فى منطقة الرياض.

وقد توصلت نتائج الدراسة إلى وجود تأثير ايجابي للاتصال اللفظى على ترشيد استهلاك الكهرباء فى المباني السكنية.

دراسة (Schultz(2007): هدفت الدراسة إلى تحديد مدى فعالية استخدام التعليقات الكلامية والارشادات فى تشجيع الترشيح فى استهلاك الطاقة الكهربائية فى المنازل.

وقد توصلت النتيجة أن استخدام التعليقات الكلامية تعد أدوات فعالة فى تحسين السلوك الخاص بالترشيح فى استهلاك الطاقة الكهربائية فى المنازل

٢- التعليق العام على الدراسات السابقة:

من خلال استعراض الباحثة للدراسات السابقة يمكن استخلاص أن هناك اختلافاً وتبايناً بين الدراسات السابقة سواء فيما يتعلق بنتائجها أو متغيراتها، فالمتغير الذى يمثل محور أساسياً فى دراسة معينة قد لا يكون له الأهمية نفسها فى دراسة أخرى وهذا ناتج عن اختلاف البيئه والقطاع الذى تم فيه البحث وذلك يتضح جلياً فيما يلى :

أ- فيما يتعلق بالدراسات التى تناولت الكلمة المنطوقة :

- معظم الدراسات التى تناولت الكلمة المنطوقة تناولتها كمتغير مستقل من خلال تأثيرها على مناحى مختلفة: اتخاذ القرار الشرائى/اتجاهات ونوايا المستهلكين/تشكيل اتجاهات الرأى العام.

- أكدت معظم الدراسات على الأثر الإيجابي الناشئ من استخدام الكلمة المنطوقة الإلكترونية في المجالات المختلفة.
 - أكدت معظم الدراسات على أن الكلمة المنطوقة الإلكترونية تعتبر من أهم القوى المؤثرة على اتجاهات المستهلكين وسلوكهم.
- ب- فيما يتعلق بالدراسات التي تناولت ترشيد استهلاك الكهرباء
- معظم الدراسات التي تناولت ترشيد استهلاك الكهرباء تناولته كمتغير تابع من خلال دراسة بعض المتغيرات الأخرى عليه مثل: أثر التأثيرات المناخية/ أثر نوعية المباني السكنية/أثر مستوى المعيشة ،والدخل.

٣- الفجوة البحثية:

مما سبق تتمثل الفجوة البحثية في الآتي:

- تسعى الدراسة الحالية إلى إختبار أثر الكلمة المنطوقة والمحددات المرتبطة بها في مواقع التواصل الاجتماعي على ترشيد استهلاك الكهرباء
- تعتبر الدراسة الحالية من الدراسات الحديثة التي جمعت بين متغيران هامين أملاً في إحداث مشاركة فعالة لإستمرار الخدمة الكهربائية .
- تشكل اضافة جديده الى الرصيد المعرفى يمكن الاستفاده منها بالتطبيق على جوانب أخرى مماثلة مثل المياه والغاز الطبيعي..

ثانياً: مفاهيم الدراسة:

فيما يلي إشارة لبعض المفاهيم المتعلقة بالدراسة:

١- إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي: Social media advertsing

نشاط اتصالي يهدف إلى الترويج لأفكار أو خدمات أو منتجات ، ويبث بشكل مرئى أو مسموع أو مقروء، وتنقل من خلاله رسالة تهدف للتأثير على سلوك الأفراد من مرتادى مواقع التواصل الاجتماعي، ومن ثم على قرارات الشراء لديهم وإغرائهم عبر هذا النشاط وما يحتويه من تفاصيل ومضمون بالرسالة الإعلانية.

٢- مفهوم ترشيد استهلاك الكهرباء Energy consumption optimization

يقصد به الاستغلال الأمثل للطاقة الكهربائية مع إشباع الحاجات الأساسية بدون إفراط من أجل الحفاظ على الطاقة للأجيال القادمة أى استغلال أقل ما يمكن من الكهرباء ويعنى أيضاً الاستخدام

العقلاني للكهرباء وعدم الإسراف أو التبذير في استهلاكها وصولاً إلى الاستخدام الأمثل للطاقة الكهربائية (حسن وصالح، ٢٠١٢).

٣- شركة جنوب القاهرة لتوزيع الكهرباء: **South Cairo Electricity Distribution Company**

هي إحدى كبريات الشركات الثمانية التي تتولى توزيع الطاقة الكهربائية في جمهورية مصر العربية حيث أنها تغذى أحياء هامة في محافظة القاهرة ومحفة الجيزه بالكامل (البوابة الالكترونية).

ثالثاً: المشكلة البحثية:

لتحديد مشكلة الدراسة قامت الباحثة استطلاعية^(١) وذلك من خلال القيام بعدد من المقابلات الشخصية مع بعض العملاء المترددين لعى قطاع كهرباء الهرم وقد كشفت نتائجها عن:

- ١- استخدام العديد من العملاء للمبات غير الموفره والاعتماد عليها كلياً فى الإضاءة وعدم الاعتماد على الإضاءة الطبيعية أثناء النهار.
- ٢- جميع الأجهزة المستخدمه فى منازل العديد من العملاء أجهزة غير موفره للطاقة.
- ٣- استخدام العديد من العملاء لأجهزة التكييف صيفاً وشتاءً
- ٤- استخدام السخان الكهربائى طوال العام وعلى درجات حراره مرتفعه.

وفى ضوء نتائج الدراسة الاستطلاعية يمكن بلورة مشكلة البحث كالاتى:

"إنعدام ثقافة ترشيد استهلاك الكهرباء والإسراف الشديد فى استخدام العديد من مصادر الطاقة الكهربائيه لدى العديد من العملاء وذلك نتيجة نقص الوعى لديهم عن الضوابط الأساسية لترشيد استهلاك الكهرباء بالإضافة إلى عدم توافر وسائل التوعيه المؤثرة للحفاظ على الطاقة"

التساؤلات البحثية:

١- ماهى طبيعة العلاقة بين كل من أبعاد الكلمة المنطوقة فى وسائل التواصل الاجتماعى وترشيد استهلاك الكهرباء؟

٢- هل هناك تأثير لكلمة المنطوقة عبر وسائل التواصل الاجتماعى على ترشيد استهلاك الكهرباء؟

ويتفرع منه التساؤلات الآتية :

أ- هل هناك تأثير لمصدر الكلمة المنطوقة عبر وسائل التواصل الاجتماعى على ترشيد استهلاك الكهرباء ؟

ب- هل هناك تأثير لمصداقية الكلمة المنطوقة عبر وسائل التواصل الاجتماعى على ترشيد استهلاك الكهرباء؟

ج- هل هناك تأثير لحساسية الكلمة المنطوقة عبر وسائل التواصل الاجتماعى على استهلاك الكهرباء؟

(١) قامت الباحثة بإجراء مقابلة شخصية فى الفتره من ٢٠٢١/١/١ إلى ٢٠٢٣/٣/١ لعينه ميسره مقدارها (٤٠) مفردة لإستطلاع آراء العملاء فى متغيرات الدراسة وتم تقسيم العينه كالاتى:

- (٢٠) عميل من إدارة هرم (١)
- (٢٠) عميل من إدارة هرم (٢)

رابعاً: أهمية البحث:

يستمد هذا البحث أهميته من أهمية متغيراته المتمثلة في: الكلمة المنطوقة، وترشيد استهلاك الكهرباء والتي تظهر من خلال الجانبين العملي والتطبيقي كالاتي:

١- الجانب العلمي:

تتضح الأهمية العلمية لهذه الدراسة من الآتي:

- أ- نركز هذه الدراسة على مفهوم وأبعاد الكلمة المنطوقة في وسائل التواصل الاجتماعي والذي لم يلق اهتماماً مناسباً من قبل الدراسات العربية.
- ب- المساعدة في تحديد طبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة، حيث تلاحظ ندرة الدراسات العربية في حدود علم الباحثة التي تناولت العلاقة بين هذان المتغيران معاً.

٢- الجانب التطبيقي:

أما عن الأهمية التطبيقية فيمكن ايضاحها كالاتي:

- أ- المساهمة بشكل أو بآخر في حل أزمة الطاقة الكهربائية التي واجهت مصر في الأونة الأخيرة بسبب زيادة معدلات الإستهلاك عن ماينتج سنوياً من الكهرباء ما نتج عنه حدوث تلك الأزمة.
- ب- يقدم هذا البحث إطار علمياً يمكن من خلاله استخدام المسؤولين لبعض السبل الفعالة والحديثة في سبيل توعية المستهلكين بضرورة ترشيد استهلاك الكهرباء حيث أن موضوع ترشيد الإستهلاك يحتاج إلى تحديث السبل والممارسات والوصول إلى أكبر قد من العملاء المستهدفين من خلال أحدث وسائل الاتصال في العصر الحالي ألا وهي شبكات التواصل الاجتماعي وتداول الكلمة المنطوقة من خلالها .

خامساً: أهداف البحث:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- ١- بيان طبيعة علاقة الارتباط بين أبعاد الكلمة المنطوقة وترشيد استهلاك الكهرباء.
- ٢- قياس التأثير المباشر لأبعاد الكلمة المنطوقة على ترشيد استهلاك الكهرباء.

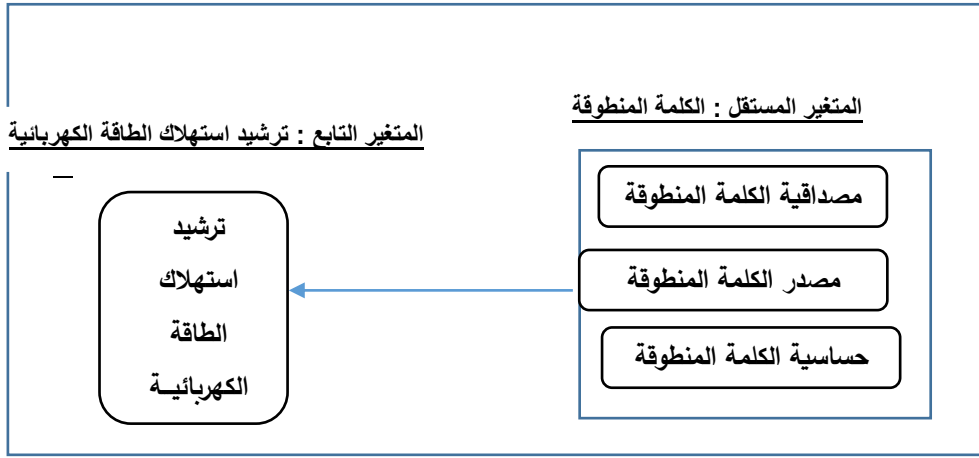
سادساً: فروض البحث:

سعياً لتحقيق أهداف الدراسة قامت الباحثة بصياغة الفروض التالية:

- ١- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين أبعاد الكلمة المنطوقة وترشيد استهلاك الكهرباء.
- ٢- يوجد تأثير ايجابي معنوي لأبعاد الكلمة المنطوقة على ترشيد استهلاك الكهرباء وينبثق من هذا الفرض الفروض التالية :

- أ- يوجد تأثير ايجابي معنوي لمصدر الكلمة المنطوقة على ترشيد استهلاك الكهرباء .
ب- يوجد تأثير ايجابي معنوي لمصداقية الكلمة المنطوقة على ترشيد استهلاك الكهرباء
ج- يوجد تأثير ايجابي معنوي لحساسية الكلمة المنطوقة على ترشيد استهلاك الكهرباء .
ويمكن للباحثة وضع تصور مقترح لنموذج الدراسة فى الشكل التالى

شكل رقم (١) :تصور مقترح لنموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الباحثة فى ضوء الإطلاع على الدراسات السابقة.

سابعاً: الخلفية النظرية لمتغيرات البحث:

عرضت الباحثة فى هذه الجزئية من البحث الخلفية النظرية لمتغيرات البحث وذلك على النحو التالى :
١- المتغير المستقل: الكلمة المنطوقة

أ- مفهوم الكلمة المنطوقة **Concept of Word Of Mouth**:

ومن خلال مراجعة الدراسات والأبحاث العلمية توصلت الباحثة إلى مجموعه من التعريفات الخاصة بالكلمة المنطوقة وذلك على النحو التالى:

عرفها "Robert, Zniva (2020) أنها أى بيان إيجابى أو سلبى صادر عن عملاء محتملين أو فعليين أو سابقين حول منتج أو شركة يتم توفيره للعيد من الأشخاص والمؤسسات عبر الإنترنت.

وعرفها (خراز، ٢٠١٩) أنها "منشور على الإنترنت أو وسائل التواصل الإجتماعى يحوى ملخص خبرة وأراء إما أن يصنف إيجابياً أو سلبياً وقد يكون حيادياً أيضاً، يؤثر بطريق ما على عملية إتخاذ القرار

لدى المستهلك كونه يناقش منتج، خدمة أو يتعدى ذلك إلى مؤسسات وعلامات تجارية، وهي نشاط غير رسمي كونها لا تخضع لأي ضغط تجارى ما يجعلها ذات مصداقية أكثر بالنسبة للمستهلكين الآخرين" ويرى (أبو عامر، ٢٠١٨) أن الكلمة المنطوقة الإلكترونية هي عملية اتصال بين المستهلكين تتم بصفة غير رسمية عبر مختلف وسائل التواصل بالإنترنت ولعل أهمها وأكثرها استخداماً الفيسبوك واليوتيوب.

أما (النسور، ٢٠١٧): فيرى أنها مجموعة من الإقتراحات والتوصيات والإنطباعات اللفظية، السلبية أو الإيجابية التي يتبادلها الأفراد مع بعضهم البعض، ضمن المحتوى الإجتماعى الذى يسيطر على طبيعة ونوعية العلاقات فيما بينهم.

فى حين يرى (business dictionary, 2015) ، بأنها توصية شفوية أو نصيحة من العملاء يتحدثون من خلالها عن مدى ارتياحهم عن تجربة سلعة أو خدمة معينة إلى زبائن محتملين وتعد الكلمة المنطوقة من أكثر وسائل الرويج فعالية، ومن الخطأ وصف الكلمة المنطوقة بأنها إعلان لأنها غير مدفوعة الثمن ولا تهدف لأى مصالح مادية أو شخصية .

وفي ضوء التعريفات السابقة ترى الباحثة أن الكلمة المنطوقة الإلكترونية EWOM هي عملية اتصال شخصي غير رسمي يتم بين فردين أو مجموعه أفراد من خلال مواقع التواصل الاجتماعى المختلفة يتم من خلالها نقل وتبادل المعلومات بشكل عام والمعلومات حول القضايا الهامة بشكل خاص ولها تأثير ملحوظ فى التأثير على آرائهم وتصوراتهم وقرارتهم.

ب- أهمية الكلمة المنطوقة :

تؤكد الأدبيات تاريخياً أن الكلمة المنطوقة الإلكترونية هي محدد رئيسى فى التأثير على العملاء سواء الكلمة المنطوقة الإيجابية أو السلبية ..(سرجيوس، ٢٠٢١).

كما يعتبر الاتصال بالكلمة المنطوقة الإلكترونية من العوامل المؤثرة فى إدراك المستهلك لجودة المنتج ويصعب السيطرة عليها بسبب إستقلالية الشخص الذى ينقلها حيث أنها غير مدفوعة الثمن ، وتعتمد ردة فعل المستهلك نحوها على تجربته الشخصية وقدرتها فى تشكيل توقعات الخدمة مما يعطى للكلمة المنطوقة أهمية باعتبارها مصدر للمعلومات كونها غير متحيزه (مجاهد، ٢٠١٩).

وتكمن أهمية الكلمة المنطوقة فى كونها أكثر فاعلية من أدوات التسويق التقليدية للبيع الشخصى وأنواع مختلفة من الإعلانات، وينظر إليها بأنها ذات مصداقية ومصممة حسب الطلب ومولده من قبل الأشخاص الذين ليس لديهم إهتمام ذاتى بدفع المنتج (Kundu&Rajan, 2017).

وهي ذات أهمية كبيرة بالنسبة للمستهلك كونها تعزز قراراته الشرائية للسلع والخدمات سواء بالرفض أو القبول ، أما بالنسبة للمؤسسة فتكون لها بمثابة ترويج لخدماتها أو منتجاتها بدون مقابل مادي، وتظهر أهمية الكلمة المنطوقة جلياً في قطاع الخدمات أكثر منها في السلع المادية ، التي تتميز بعدم ملموسيتها وصعوبة تجربتها، التي تزيد من حالة عدم التأكد والمخاطرة بالنسبة للمستهلك، مما يدفعه إلى الإعتماد على مستهلكين آخرين جربوا هذه الخدمة. (أمينة، ٢٠١٥)

ومن خلال الدراسات والأبحاث السابقة استخلصت الباحثة أهمية الكلمة المنطوقة في الآتي:

تستمد هذه الكلمة أهميتها من المزايا التي تتمتع بها وهي الثقة العالية، سرعة وصولها ، وقدرتها على اختراق ضوضاء الاعلان.

كذلك تستمد أهميتها من قدرتها في التأثير على اتجاهات المستهلكين ونواياهم بل وسلوكياتهم حيث أنها تعد قائد رئيسي في نشر الأفكار من خلال الأسرة، الأصدقاء، والقرين الاجتماعي في المواقع الاجتماعية عبر الانترنت.

ج-دوافع الكلمة المنطوقة:

يقصد بالدوافع هنا قوة داخلية تدفع الفرد نحو هدف معين، وهناك العديد من الدراسات في التسويق اهتموا بتحديد الدوافع التي تجعل الفرد ينقل كلاماً عن المنتجات والخدمات والخبرات لأشخاص آخرين، وقد توصلوا إلى أن دوافع الكلمة المنطوقة يمكن إدراجها في أربعة مجموعات رئيسية:

- **المجموعة الأولى:** تتمثل في مشاركة المنتج ، فالأشخاص لديهم ميل للحديث عن الأشياء المفرحة والمحفزة ، فالكلام بصفة عامة يخفف من شدة الفرح والحماس الناتج عن استخدام منتج معين أو تجربة تسوق ما،
- **المجموعة الثانية:** فعلا مشاركة الذات، فالمتحدث يريد الوصول إلى القرار الرشيد وتأكده من خلال أقرانه كطريقة لتخفيض التنافر الإدراكي ومن خلال هذا السلوك يجب الاهتمام ، ويظهر ذوقه ويعزز إحساسه كونه الأول في شيء ما وما بين إمتلاكه للمعلومات ويقدم إقتراحات،.
- **المجموعة الثالثة:** تتمثل في مشاركة الآخرين أين يكون أهم دافع هو الحاجه والنية لمساعدة الآخرين وتقاسم الفرحه معهم بالمنتج ، فالمنتج يمكن أن يعبر عن مشاعر الجوار والصدقة والمحبة،

- المجموعة الرابعة: وتتمثل في مشاركة الرسالة وينبعث من طبيعة الرسالة في حد ذاتها، الإشهار قد يحفز إتصالات الكلمة المنطوقة لعدة أسباب ، وهو في حد ذاته قد يصبح محور محادثات..(شعور، ٢٠١٩).

الأبعاد	مصدر الكلمة المنطوقة	مصادقية الكلمة المنطوقة	كثافة الكلمة المنطوقة	محتوى الكلمة المنطوقة	حساسية الكلمة المنطوقة	التأثير الإيجابي والسلبى للكلمة المنطوقة
سعودي (٢٠٢٠)	*	*			*	*
لينده (٢٠٢٠)	*	*	*	*		*
خراز (٢٠١٩)		*				*

د-
أبعاد
الكلمة
المنطوقة

ق: تناولت الدراسات السابقة العديد من أبعاد الكلمة المنطوقة وذلك على النحو التالي:
جدول رقم (١): أبعاد الكلمة المنطوقة وفقاً للدراسات السابقة:

المصدر: من إعداد الباحثة في ضوء الدراسات السابقة.

ومن خلال الجدول السابق تبين تركيز العديد من الدراسات على الأبعاد الآتية :
(مصدر الكلمة المنطوقة- مصادقية الكلمة المنطوقة-حساسية الكلمة المنطوقة) وهي الأبعاد التي تم الاعتماد عليها في الدراسة الحالية نظراً لأهميتها وفيما يلي توضيح لهذه الأبعاد:

أ-مصدر الكلمة المنطوقة: (Source Of The Word- Of Mouth)

ويعتمد الأفراد عادة على مصدرين رئيسيين للحصول على المعلومات تساعد في اتخاذ القرار وهذان المصدران هما:

- مصادر خاصة: ممثلة بتأثيرات الكلمة المنطوقة من الأصدقاء، العائلة وزملاء العمل،
- مصادر عامة: ممثلة بما يتلقاه الأفراد من معلومات عبر التلفزيون ، المجالات ، الانترنت ، والصحف : (عبد الحميد وآخرون ٢٠١٢)

ب-مصادقية الكلمة المنطوقة: (Validity Of The Word-Of Mouth)

تعتبر المصداقية من أهم المكونات التي تجعل المعلومة أكثر فعالية وتأثير ولفهم مصداقية الكلمة المنطوقة الإلكترونية لابد من دراسة العوامل المؤثرة على هذه المصداقية (حجازي، ٢٠١٥).

ج- حساسية الكلمة المنطوقة: (Susceptibility Of The Word- Of Mouth)

أشار (Goyette et al., 2010) أن حساسية الكلمة المنطوقة تقاس بمدى تأثير الكلمة المنطوقة على المستهلكين، فإذا كانت النتائج إيجابية، فإن المؤسسة تحاول استغلال ذلك لصالحها بأن تقوم بعملية تسريع عملية انتشار منتجاتها، أما إذا كانت النتائج سلبية فهذا تسعى المؤسسة إلى إعادة توجيه الرسائل لصالحها من خلال إعاة حفز الكلمة المنطوقة وتدارك الأخطاء من خلال الاستعانة بالمستهلكين الراضين في محاولة لإقناع المستهلكين غير الراضين بتغيير معتقداتهم السلبية نحوها.

وقد حدد (Goyette et al., 2010) أسئلة تمثل مؤشرات لقياس حساسية الكلمة المنطوقة وهي:

- تكلمت عن هذه المؤسسة بتكرار كثير حول خدمات المؤسسة.
- تكلمت عن هذه المؤسسة أكثر بكثير من الآخرين حول مؤسسات أخرى.
- تكلمت عن هذه المؤسسة إلى العديد من الأفراد.

٢/٦ المتغير التابع: ترشيد استهلاك الكهرباء

٢- ترشيد استهلاك الطاقة الكهربائية (المتغير التابع):

أ- مفهوم ترشيد استهلاك الطاقة الكهربائية:

إن ترشيد استهلاك الكهرباء يعنى استخدام الكهرباء بكفاءة أعلى وتحقيق أقصى قدر من الفائدة مقابل الطاقة المستخدمة، من خلال توفير الطاقة وتقليل الهدر والإسراف في استهلاك الكهرباء (مجلة العلوم والتكنولوجيا، في العالم العربي ٢٠٢١).

كذلك يشير مفهوم ترشيد استهلاك الطاقة الكهربائية إلى استخدام الطاقة الكهربائية بطريقة فعالة ومسؤولة مما يؤدي إلى تقليل استهلاك الطاقة الزائد والتكاليف المرتبطة بها، ويساعد على الحفاظ على الموارد الطبيعية والبيئية بشكل عام، يشمل الترشيد أيضاً التخفيف من تأثير الاستهلاك الزائد للكهرباء وتقليل انبعاثات الكربون المتصلة بإنتاج الكهرباء. (موقع وزارة الطاقة السعودي ٢٠٢٠).

ويرى (أبو العلا وآخرون، ٢٠١٣) أن ترشيد استهلاك الكهرباء لا يعنى تقليل الاستهلاك وإنما يعنى الاستهلاك الأمثل للموارد المتاحة من الطاقة بما يحذر من إهدارها، ويتم تحقيق هذا الهدف من خلال اعتماد أساليب وتدابير حكيمة ورشيده في عملية الاستهلاك في مختلف قطاعات الاستهلاك أيّاً كان مجالها لتحقيق أفضل الفوائد والنتائج من عملية الاستهلاك ومنها وقف الهدر وتجنب الفاقد وتوفير التكاليف المترتبة على ذلك .

في حين يرى (حسن وصالح، ٢٠١٢) أن ترشيد الكهرباء يعنى الاستغلال الأمثل للطاقة الكهربائية مع إشباع الحاجات الأساسية بدون إفراط من أجل الحفاظ على الطاقة للأجيال القادمة أى استغلال أقل ما يمكن من الكهرباء، ويعنى أيضاً الاستخدام العقلانى للكهرباء وعدم الإسراف أو التبذير فى استهلاكها وصولاً إلى الاستخدام الأمثل للطاقة الكهربائية".

وقد أوضح (المركز الوطنى لبحوث الطاقة/٢٠٠٨) أن المقصود بترشيد الطاقة هو حسن استخدام المتاح منها باستثماره بكفاءة الوسائل الممكنة للحصول على أقصى عائد ممكن عن طريق الحد من الإسراف وتقليل الضائع منها وتحسين التقنيات دون التأثير على مستويات المعيشة والإنتاج وهو ما يمكن تحقيقه بمجموعة من السياسات والبرامج السياسية والاقتصادية والفنية والإدارية التى تتبعها الدولة بطريقة تدريجية لتعديل هياكل إنتاج الطاقة وأنماط استهلاكها فى مختلف القطاعات.

ويرى (James L.Sweeney): أن ترشيد الاستهلاك فى المفهوم الاقتصادى هو تعبير يقصد به إنتاج الطاقة واستثمارها واستهلاكها والعوائد الناجمة عنها، ويشمل ذلك جميع الوسائل والاجراءات التى تهدف إلى زيادة مردود استخدام الطاقة وخفض ضياعها إلى الحد الأدنى من دون التأثير فى معدل النمو الاقتصادى، أى استهلاك أقل مقدار من الطاقة لإنتاج أكبر كمية من السلع أو الخدمات من دون المساس بمواصفاتها واستغلال الطاقة الاستغلال الأفضل بأقل كلفة ممكنة

ب- أهمية ترشيد استهلاك الطاقة الكهربائية

تأتى أهمية الترشيد من أهمية الكهرباء وما تمثله فى حياة المجتمعات وللدور الحيوى الذى تؤديه ومدى مساهمتها فى شتى القطاعات الاقتصادية ودفع عجلة التنمية فهى من مستلزمات التطور الصناعى والزراعى والتجارى وهى تمثل العامل الرئيسى فى تقدم وتطور المجتمعات وتنميتها الحضاريه بشكل عام.

إضافة إلى أن ترشيد استهلاك الطاقة الكهربائية يؤدي إلى تقليل استهلاك الوقود الأحفوري وانخفاض الانبعاثات الناتجة عن إنتاج الطاقة الكهربائية (محمود، ٢٠١٩)

كما أن ترشيد استهلاك الطاقة الكهربائية يشكل معياراً أساسياً لتقدم الولة وتطورها (الدمناوى، ٢٠١٩).

كذلك يساهم ترشيد استهلاك الطاقة الكهربائية فى تحسين الاقتصاد على مستوى الفرد والدولة ككل فمن وجهة نظر اقتصادية يبلغ متوسط تكلفة إنشاء قدرات توليد جديدة حوالى مليون دولار/ميغاوات أى أن توفير (٣٠٠٠) ميغا وات قيمة الترشيد من خلال توفير (١٠٪) فقط من استهلاك كل فرد فإنه

يترجم إلى (٣) مليار دولار أى حوالى (٦٠) مليار جنية يمكن الاستفادة منها فى تحسين الخدمة أو توجيهها فى مجالات أخرى كالصحة والتعليم بما يحسن الأداء الاقتصادى وكذلك توفير الوقود الهائل الذى تستهلكه تلك القدرات والذى يمكن الاستفادة منه فبالمجالات الأخرى وتحسين البيئة وتوفيره كطاقة دائمة.

كما أن الاستغلال الأمثل لمصادر الطاقة مثل البترول ومشتقاته التى تستخدم فى محطات توليد الكهرباء يساعد على الحفاظ على تلك المصادر، وخفض الاستثمارات اللازمة لبناء محطات التوليد وخفض تكاليف الصيانة اللازمة للشبكات الكهربائية، وخفض استهلاك الوقود بمحطات التوليد الحرارية بما يساهم فى خفض انبعاث غازات الاحتباس الحرارى وتحسين البيئة، (أبو العلا وآخرون، ٢٠١٣).

سادساً: منهج البحث:

١- نوع الدراسة:

تدرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية حيث انها بحوث ذات علاقة بدراسة مشكلة علمية عن طريق وصفها والتعرف على أسبابها ومن ثم وضع نتائج علمية دقيقة تسهم فى ايجاد الحلول المناسبة.

٢- أنواع البيانات المطلوبة ومصادر الحصول عليها:

اعتمدت الباحثة فى هذه الدراسة على نوعين من البيانات هما :

أ-بيانات ثانوية Secondary Data

تتمثل فى البيانات التى سبق نشرها، وتم الحصول عليها عن طريق مراجعة الدراسات السابقة اعتماداً على المراجع العربية والأجنبية من الكتب والدوريات والبحوث والمجلات والرسائل العلمية التى تناولت متغيرات الدراسة والموضوعات المتعلقة بها بما يمكن الباحثة من تأصيل المفاهيم وإعداد الإطار النظرى للدراسة، كما تشمل بيانات بأعداد العملاء محل الدراسة ، وتم الحصول عليها من سجلات إدارة العملاء والمشاركين بقطاع كهرباء الهرم التابع لشركة جنوب القاهرة لتوزيع الكهرباء ..

ب-بيانات أولية Primary Data:

تتمثل فى البيانات التى يتم تجميعها لأول مرة وذلك من خلال قائمة الاستبيان التى يتم تجميعها من العملاء محل الدراسة وتفرغها وتحليلها بما يمكن الباحثة من اختبار صحة أو عدم صحة فروض الدراسة والتوصل إلى النتائج.

٣-مجتمع وعينة الدراسة :Population and Sample

يتمثل مجتمع هذه الدراسة في جميع العملاء التابعين لشركة جنوب القاهرة لتوزيع الكهرباء (الاستهلاك المنزلي فقط) من مستخدمى وسائل التواصل الاجتماع بقطاع كهرباء الهرم (هرم ١،هرم ٢) حيث يضم قطاع كهرباء الهرم اربعة ادارات رئيسية هم [أكتوبر - زايد- هرم ١-هرم ٢] تم اختيار اثنان منهما (هرم ١،هرم ٢) بما يمثل ٥٠٪ وفق اعتبارات أنهما تمثلان أكبر عدد من العملاء بالنسبة لقطاع كهرباء الهرم وأكثر شهرة في التردد عليها من جانب العملاء) ،حيث بلغ إجمالي عدد العملاء وقت إجراء الدراسة الاستطلاعية في ٢٠٢٢/٥/١ حوالى (١٢٤٩٧٣٣) وذلك عام ٢٠٢٢.

نظراً لتشابه (المشتركين) مجتمع الدراسة في العديد من الخصائص، ولكون عدد المشتركين بقطاع الكهرباء يزيد عن (١٠٠٠٠٠٠) مشترك فقد تم تحديد حجم العينة الممثلة لمجتمع الدراسة عند مستوى ثقة ٩٥٪ وهو المستوى الشائع في بحوث التسويق ، وفي حدود خطأ معيارى ٥٪وهى حدود خطأ مقبولة في بحوث التسويق أيضاً ومع افتراض أن أكبر احتمال لنسبة توافر الخصائص المطلوب دراستها هو ٥٠٪ ما يعطى أكبر حجم ممكن للعينة، وبالرجوع إلى الجداول الإحصائية (بازرعة،٢٠٠٥،ص١٥٠) وبافتراض أن نسبة توافر الخصائص المطلوب دراستها في مجتمع البحث ٥٠٪ وعند مستوى الثقة ٩٥٪ فإن حجم العينة في مجتمع تزيد مفرداته عن ٥٠٠ الف مفردة هو (٣٨٤) مفردة وذلك عند خطأ معيارى ٥٪ . .

ويوضح الجدول التالى توزيع العملاء التابعين لشركة جنوب القاهرة لتوزيع الكهرباء بمصر (لقطاع كهرباء الهرم- الاستهلاك المنزلى) على الإدارات محل الدراسة.

جدول رقم (٢)

عدد العملاء التابعين لشركة جنوب القاهرة لتوزيع الكهرباء بمصر (قطاع كهرباء الهرم - الاستهلاك

(المنزلى)

م	الادارة	عدد العملاء	حجم العينة
١	هرم ١ (عمرانية١،عمرانية٢،الجيزه)	٧٩١١٩٨ (٩٦٤٢٥، ١٣٠٥٤٩ ،١٠٥٦٨٩)	١٩٥
٢	هرم ٢ (طالبية١،طالبية٢، نصر الدين)	٤٥٨٥٣٥ (١٤٥٣٢٢،١٣٣٩٧٢،١٧٩٢٤١)	١٨٩
	الإجمالي	١٢٤٩٧٣٣	٣٨٤

المصدر: سجلات إدارة خدمة العملاء والمشاركين بقطاع الشؤون التجاريه هرم بشركة جنوب القاهرة

لتوزيع الكهرباء بتاريخ ٢٠٢٢/٥/١

٤-أداة جمع البيانات الأولية:

اعتمدت الباحثة في تجميع بيانات الدراسة الميدانية من مصادرها الأولية على قائمة استبيان قامت بأعدادها خصيصاً لهذا الغرض في ضوء ما كشفت عنه الدراسة الاستطلاعية "ملحق رقم (١) وتتضمن هذه القائمة مجموعة عبارات لقياس متغيرات الدراسة (الكلمة المنطوقة ، ترشيد استهلاك الكهرباء).

٥-قياس متغيرات البحث:

يحتوى هذا البحث على نوعين من المتغيرات تتمثل في:

أ-المتغير المستقل Independent Variable: ويشمل الكلمة المنطوقة بأبعادها المتمثلة في (مصادقية الكلمة المنطوقة، مصدر الكلمة المنطوقة، حساسية الكلمة المنطوقة) وتم قياسه من خلال القسم الأول من قائمة ساتقصاء الدراسة الميدانية ومن خلال مقياس مكون من (١١) عبارة تم قياس الوزن النسبى لكل منهما باستخدام مقياس ليكرت الخماسى وذلك على النحو التالى:

- مصداقية الكلمة المنطوقة وتم قياسها بالعبارات من رقم (٤-١) فى القسم الأول من قائمة استقصاء الدراسة الميدانية .
- مصدر الكلمة المنطوقة : وتم قياسها بالعبارات من رقم (٩-٥) فى القسم الأول من قائمة استقصاء الدراسة الميدانية.
- حساسية الكلمة المنطوقة: وتم قياسها بالعبارات من رقم (١١-٩) فى القسم الأول من قائمة استقصاء الدراسة الميدانية.

ب-المتغير التابع Dependent Variable : ويتمثل في ترشيد استهلاك الطاقة الكهربائية اعتمدت الباحثة فى قياس ترشيد استهلاك الطاقة الكهربائية على مقياس (Reaves,2014) ويتكون هذا المقياس من (٢٠) عبارة تم قياس الوزن النسبى لكل منها باستخدام ميزان ليكرت الخماسى، وتم قياسه بالعبارات من (٢٠-١) فى الجزء الثانى من قائمة استقصاء الدراسة الميدانية.

٦-الأساليب الإحصائية لتحليل البيانات:

قامت الباحثة بتفريغ وتحليل بيانات الاستبيان باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (IBM SPSS V.28) وذلك في حساب الإحصائيات الوصفية وبعض الأساليب الاستدلالية. حيث تم استخدام معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation لتحديد طبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة. كما اعتمدت على تحليل المسار باستخدام برنامج نمذجة المعادلات البنائية (SmartPLS V. 3.2.9) في النمذجة باستخدام طريقة المربعات الصغرى الجزئية Partial Least Squares وذلك لقياس التأثيرات المباشرة وغير المباشرة بين متغيرات الدراسة ، واعتمدت على اختبار Independent

Samples t Test لمعرفة إذا كانت هناك فروقا معنوية ذات دلالة احصائية بين آراء مفردات العينة وفقا لمتغير النوع، واعتمدت على اختبار تحليل التباين ANOVA. لمعرفة إذا كانت هناك فروقا ذات دلالة احصائية وفقا لمتغير السن، المؤهل العلمي، الدخل الشهري.

٧- ثبات وصدق قائمة الاستقصاء:

أولاً: تقييم نموذج القياس - Assessment of Measurements Model

في هذا الجزء من البحث يتم اختبار الصدق Validity والثبات Reliability، يقصد بثبات المقياس "درجة خلو المقياس من الأخطاء"، أي درجة الاتساق الداخلي بين العبارات المختلفة والتي تقيس متغير ما، والثبات يعني الاستقرار أي الحصول على نفس القيم عند إعادة استخدام أداة القياس وبالتالي فهو يؤدي إلى الحصول على نفس النتائج أو نتائج متوافقة في كل مرة يتم فيها إعادة القياس وكلما زادت درجة الثبات واستقرار الأداة كلما زادت درجة الثقة فيه، كذلك يعني امكانية الاعتماد على قائمة الاستبيان المستخدمة في الدراسة من حيث ثبات النتائج التي يتم التواصل إليها إذا ما تكررت عملية القياس بنفس القائمة وتحت نفس الظروف. أما صدق الدراسة فمعناه أن تؤدي وتقيس أسئلة الاستبانة ما وضع لقياسه فعلاً، ويقصد بوضوح الإستانة وفقراتها ومفرداتها ومفهومة لمن سوف يشملهم الاستبان وكذلك تكون صالحة للتحليل الإحصائي. تتم عملية تقييم نموذج القياس من خلال اختبار الثبات والصدق التقاربي والصدق التمييزي.

ثانياً: اختبار الثبات Reliability Test

يعتبر معامل ألفا كرونباخ Cronbach's alpha المعيار التقليدي للاتساق الداخلي Internal Consistency، والذي يوفر تقديراً للاعتمادية على أساس الارتباطات المتبادلة لمتغيرات المؤشرات المشاهدة. يعاب علي هذا المقياس أنه يفترض أن جميع العبارات يمكن الاعتماد عليها على حد سواء (أي أن جميع العبارات لها تحميلات خارجية متساوية على المحور) كما أنه يتأثر إذا كانت عدد عبارات المقياس قليلة (Pallant, 2010, Hair et al., 2017). تعطي طريقة PLS-SEM الأولية للمؤشرات وفقاً لموثوقيتها الفردية، لذا نعتمد علي معاملات ومؤشرات اخري أكثر دقة، مثل معيار الموثوقية المركبة (Composite Reliability (CR) (Hair et al., 2017).

جدول (٣): نتائج مؤشرات الثبات

النتيجة	Composite Reliability	Cronbach's Alpha	المحور
تحقق ثبات المقاييس	0.83	0.768	لكلمة المنطوقة
	0.901	0.883	ترشيد استهلاك الكهرباء
	0.798	0.531	حساسية الكلمة المنطوقة
	0.746	0.523	مصداقية الكلمة المنطوقة
	0.806	0.68	مصدر الكلمة المنطوقة

يُعد مقياس الموثوقية المركبة مقياساً للموثوقية أفضل من ألفا كرونباخ، نظرًا لأنه يعتمد على معاملات التحميل أيضا يأخذ في الحسبان مختلف التحويلات الخارجية للعبارات، والقيمة المقبولة احصائيا لهذه المعاملات هي "أكبر من ٠.٦". نلاحظ من جدول (١) أن قيم الموثوقية المركبة جميعها أكبر من ٠.٦ مما يؤكد علي اتساق داخلي عال بين عبارات هذه المحاور.
ثالثاً: اختبار الصدق:

أ- اختبار الصدق التقاربي Convergent Validity

هو مؤشر لمدى تقارب وتوافق العبارات من بعضها البعض، واستنادا إلى (Hair et al, 2017) فمعايير تقييم الصدق التقاربي هي متوسط التباين المستخرج Average Variance Extracted (AVE)، ومعامل التحميل (Factor loading).

جدول (٤) نتائج معامل متوسط التباين المستخرج

النتيجة	Average Variance Extracted (AVE)	المحور
تحقق الصدق التقاربي من خلال متوسط التباين المستخرج	0.42	ترشيد استهلاك الكهرباء
	0.668	حساسية الكلمة المنطوقة
	0.5	مصداقية الكلمة المنطوقة
	0.517	مصدر الكلمة المنطوقة

ب- اختبار الصدق التمييزي Discriminant Validity

الصدق التمييزي هو المدى الذي يكون فيه المتغير/المحور متمایزا بالفعل عن المتغيرات/المحاور الأخرى وفقا لمعايير تطبيقية. واختبار الصدق التمييزي، تم معيار (Hetrotrait-Monotrait ratio (HTMT (Hair et al, 2017). يعبر معيار HTMT عن الإرتباط الحقيقي بين متغيرين/محورين اثنين إذا تم قياسهما بطريقة مثالية (Hair et al, 2017). ولا بد أن تكون قيمة هذا المعيار للمتغيرات أقل من ١ حتي نحكم علي النموذج بالصدق التمييزي (Gaskin et al., 2018). وتشير النتائج في جدول (٣) أن جميع قيم HTMT كانت أقل من ١، مما يدل علي الصدق التمييزي لمحاور الدراسة.

جدول (٥): اختبار الصدق التمييزي (معيار HTMT)

مصدر الكلمة المنطوقة	مصداقية الكلمة المنطوقة	حساسية الكلمة المنطوقة	ترشيد استهلاك الكهرباء	
				ترشيد استهلاك الكهرباء
			0.558	حساسية الكلمة

				المنطوقة
		0.959	0.51	مصدقية الكلمة المنطوقة
	0.993	0.928	0.579	مصدر الكلمة المنطوقة
النتيجة: تحقق الصدق التمييزي				

٨- حدود الدراسة: تم إجراء البحث في إطار الحدود التالية:

- الحدود الزمنية: تم تنفيذ هذا البحث في عام ٢٠٢٣.
- الحدود المكانية: تم تنفيذ البحث على قطاع كهرباء الهرم بشركه جنوب القاهرة لتوزيع الكهرباء
- الحدود الموضوعية: اقتصر البحث على دراسة متغيرين أساسيين: المتغير المستقل وهو الكلمة المنطوقة بأبعادها المتمثلة في مصداقية الكلمة المنطوقة، مصدر الكلمة المنطوقة، حساسية الكلمة المنطوقة. أما المتغير التابع فهو ترشيد استهلاك الكهرباء.
- الحدود البشرية: تم تنفيذ هذه الدراسة على عملاء شركة جنوب القاهرة لتوزيع الكهرباء بالقطاع محل الدراسة.

٧- نتائج البحث:

تتناول الباحثة في هذه الجزئية خصائص عينة البحث وتوصيف بيانات البحث واختبار مدى صحة فرضية البحث، وذلك على النحو التالي:

أ- خصائص عينة البحث:

تكونت عينة البحث من (٣٦٤) مفردة من عملاء شركة جنوب القاهرة لتوزيع الكهرباء (قطاع كهرباء الهرم) وكانت خصائص العينة كما هي موضحة بالجدول التالي:

جدول رقم (٦): خصائص عينة البحث

المتغير	الفئة	العدد	النسبة
النوع	ذكر	180	49.5%
	أنثى	184	50.5%
السن	أقل من ٢٥ عام	62	17.0%
	من ٢٥ إلى أقل من ٣٥ عام	80	22.0%
	من ٣٥ إلى أقل من ٤٥ عام	76	20.9%
	من ٤٥ إلى أقل من ٥٥ عام	64	17.6%
المؤهل العلمي	أكثر من ٥٥ عام	82	22.5%
	ثانوي	49	13.5%
	جامعي	243	67.1%
	دراسات عليا	70	19.3%

33.3%	121	أقل من ٥٠٠٠ جنيه	الدخل الشهري
26.4%	96	من ٥٠٠٠ جنيه إلى أقل من ١٠٠٠٠ جنيه	
27.8%	101	من ١٠٠٠٠ جنيه إلى أقل من ١٥٠٠٠ جنيه	
12.4%	45	أكثر من ١٥٠٠٠ جنيه	

ن = ٣٦٤ - المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي .
ويتضح من الجدول السابق: أن عينة الدراسة تمثل كافة فئات العينة المحددة، وأن نسبة كبيرة من مفرداتها تتراوح أعمارهم من (٢٥) إلى أقل من (٣٥)، أكثر من (٥٥) عام، وأن المستوى العلمي السائد هو الجامعي وأن مستوى الدخل السائد أقل من (٥٠٠٠).

ب-توصيف متغيرات الدراسة:

الإحصاءات الوصفية لمحاوَر الإِستبيان Descriptive Statistics

تم حساب الإحصاءات الوصفية لمحاوَر الدراسة وهي المتوسط (Mean (M) والانحراف المعياري Standard Deviation (SD) ومعامل الإختلاف Coefficient of Variation (CV)، وذلك للتعرف علي خصائصها من ناحية بعض مقاييس النزعة المركزية والتشتت لهذه المتغيرات.

جدول (٧): الإحصاءات الوصفية لمحاوَر الدراسة

CV	SD	Mean	
29.17%	0.669	2.295	مصادقية الكلمة المنطوقة
46.16%	0.766	1.660	مصدر الكلمة المنطوقة
38.59%	0.807	2.091	حساسية الكلمة المنطوقة
31.09%	0.626	2.015	الكلمة المنطوقة
19.98%	0.641	3.211	ترشيد استهلاك الكهرباء

نجد أن المتغير التابع "ترشيد استهلاك الكهرباء" ($M = 3.211, SD = 0.641, CV = 19.98\%$) هو الأعلى في المتوسط والأقل في التشتت مقارنة بالمتغير المستقل "الكلمة المنطوقة" ($M = 2.015, SD = 0.626, CV = 31.09\%$).

ج-تحليل الارتباط Correlation Analysis

لقياس العلاقات بين متغيرات الدراسة، تم استخدام معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation بين متغيرات الدراسة. وتشير النتائج بين 0.3 ± 0.0 إلى ارتباط ضعيف، وبين 0.7 ± 0.3 إلى ارتباط متوسط، وبين 1 ± 0.7 إلى ارتباط قوي، أيضا تشير الارتباطات الموجبة إلى علاقات طردية والارتباطات السالبة إلى علاقات سالبة.

جدول (٨) ارتباط بيرسون بين متغير الكلمة المنطوقة وأبعاده

الكلمة المنطوقة	حساسية الكلمة المنطوقة	مصدر الكلمة المنطوقة	مصداقية الكلمة المنطوقة		
			--	ارتباط بيرسون	مصداقية الكلمة المنطوقة
			368	العدد	
		--	.611**	ارتباط بيرسون	مصدر الكلمة المنطوقة
			<.001	الدلالة	
		368	368	العدد	
	--	.563**	.485**	ارتباط بيرسون	حساسية الكلمة المنطوقة
		<.001	<.001	الدلالة	
	368	368	368	العدد	
--	.831**	.867**	.813**	ارتباط بيرسون	الكلمة المنطوقة
	<.001	<.001	<.001	الدلالة	
368	368	368	368	العدد	

فيما يخص المعنوية الإحصائية، إذا كانت قيمة الدلالة أكبر من ٠.٠٥ فإن هذا يدل علي عدم معنوية العلاقات أي ليست ذا دلالة إحصائية، وإذا كانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من ٠.٠٥ فإن هذا يدل علي دلالة إحصائية عند مستوى ثقة ٩٥٪، وإذا كانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من ٠.٠١ فإن هذا يدل علي دلالة إحصائية عند مستوى ثقة ٩٩٪، وإذا كانت قيمة الدلالة الإحصائية أقل من ٠.٠٠١ فإن هذا يدل علي دلالة إحصائية عند مستوى ثقة ٩٩.٩٪.

تظهر النتائج الموضحة في جدول (٨) أن جميع الارتباطات بين الكلمة المنطوقة وأبعادها طردية وذات دلالة إحصائية قوية عند ٠.٠٠١، وتراوحت هذه الارتباطات بين متوسطة (٠.485) وقوية (٠.٨٦٧).

جدول(٩): ارتباط بيرسون بين المحاور الرئيسية

الكلمة المنطوقة	الكلمة المنطوقة	الكلمة المنطوقة	الكلمة المنطوقة
ارتباط بيرسون	--	الارتباط بيرسون	الكلمة المنطوقة
الدلالة		الدلالة	
العدد	368	العدد	
ارتباط بيرسون	.456**	الارتباط بيرسون	ترشيد استهلاك الكهرباء
الدلالة	<.001	الدلالة	
العدد	368	العدد	
	368	368	

فيما يخص العلاقات بين المحاور الرئيسية، نستنتج أن هناك ارتباطاً طردياً ذا دلالة إحصائية بين الكلمة المنطوقة وترشيد استهلاك الكهرباء حيث كان معامل الارتباط والدلالة كما يلي $(r(368) = .456, P < 0.001)$.

د- نتائج اختبار مدى صحة فرضية البحث:

يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية للكلمة المنطوقة عبر وسائل التواصل الاجتماعي على ترشيد استهلاك الكهرباء وينبثق من هذا الفرض الفروض التالية :

- يوجد تأثير معنوي إيجابي لمصدر الكلمة المنطوقة على ترشيد استهلاك الكهرباء .
- لا يوجد تأثير معنوي لمصادقية الكلمة المنطوقة على ترشيد استهلاك الكهرباء .
- يوجد تأثير معنوي إيجابي لحساسية الكلمة المنطوقة على ترشيد استهلاك الكهرباء .

هـ- المسارات واختبار الفرضيات الرئيسية Path and Main Hypothesis Testing

تم الحصول على تقديرات للعلاقات للنموذج الهيكلي (أي معاملات المسار)، والتي تمثل العلاقات المفترضة بين المتغيرات. معاملات المسار لها قيم موحدة تقريباً بين $1+$ و $1-$ حيث تمثل معاملات المسار المقدر الأقرب من $1+$ علاقة إيجابية قوية (والعكس بالعكس للقيم السالبة) وتكون عادة ذات دلالة إحصائية. وكلما كانت المعاملات المقدر أقرب إلى الصفر، كلما كانت العلاقات أضعف. والقيم المنخفضة جداً القريبة من الصفر عادة لا تكون ذات دلالة إحصائية. تكون العلاقة معنوية وذات دلالة إحصائية إذا كانت قيمة P-value الخاصة بمعامل التقدير الخاص بهذه العلاقة أقل من ٠.٠٠٥.

(جدول ١٠): اختبار الفرضية الرئيسية

القرار	فترات الثقة عند ٩٥%		P- value	t- value	قيمة B	المسار	الفرض
	الحد الأعلى	الحد الأدنى					
قبول	0.58 2	0.411	<.00 1	11.91 7	0.50 6	الكلمة المنطوقة -> ترشيد استهلاك الكهرباء	الرئيسي ي الأول
قبول	0.29 1	0.032	0.01 5	2.439	0.16 2	حساسية الكلمة المنطوقة -> ترشيد استهلاك الكهرباء	الفرعي الأول
رفض	0.17	- 0.094	0.49 1	0.689	0.04 7	مصادقية الكلمة المنطوقة -> ترشيد استهلاك الكهرباء	الفرعي الثاني
قبول	0.49 7	0.25	<.00 1	5.928	0.37 6	مصدر الكلمة المنطوقة -> ترشيد استهلاك الكهرباء	الفرعي الثالث

. كانت نتائج الفروض الفرعية التابعة لهذا الفرض كالتالي: تأثير معنوي موجب لحساسية الكلمة المنطوقة على ترشيد استهلاك الكهرباء حيث أن $(\beta = 0.162, t = 2.439, P < 0.05, 95\% \text{ CI for } \beta = [0.032, 0.291])$ ، وحيث أن قيمة الدلالة أقل من ٠.٠٥، وعليه فإنه يتم قبول الفرض الفرعي الأول. أيضا هنا تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية لمصدر الكلمة المنطوقة على ترشيد استهلاك الكهرباء حيث أن $(\beta = 0.376, t = 5.928, P < 0.001, 95\% \text{ CI for } \beta = [0.25, 0.497])$ ، وحيث أن قيمة الدلالة أقل من ٠.٠٥، وعليه فإنه يتم قبول الفرض الفرعي الثالث. أخيرا، لا يوجد تأثير معنوي لمصادقية الكلمة المنطوقة على ترشيد استهلاك الكهرباء حيث أن $(\beta = 0.047, t = 0.689, P > 0.05, 95\% \text{ CI for } \beta = [-0.094, 0.17])$ ، وحيث أن قيمة الدلالة أكبر من ٠.٠٥، وعليه فإنه يتم رفض الفرض الفرعي الثاني.

في ضوء ما سبق من نتائج، يتم قبول صحة فرضية البحث، بصفة إجمالية للدراسة.

٨- مناقشة وتفسير نتائج البحث:

كشفت الدراسة عن وجود علاقة موجبة معنوية بين معظم أبعاد الكلمة المنطوقة على ترشيد استهلاك الطاقة الكهربائية بالنسبة لعملاء شركة جنوب القاهرة لتوزيع الكهرباء (قطاع كهرباء الهرم). إذ أن مصدر وحساسية الكلمة المنطوقة لهما تأثير معنوي على ترشيد استهلاك الكهرباء وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (عبد الحميد، ٢٠١٢) والتي أوضحت نتائجها وجود تأثير معنوي لمصادر الكلمة المنطوقة (الصديقة، العامة) والمتمثلة في أفراد الأسرة، الأقارب، الأصدقاء وزملاء العمل، الصحف والمجلات والتلفزيون وكذلك الانترنت على إدراك العملاء لجودة الخدمة الصحية.

كما كشفت الدراسة الحالية عن عدم وجود تأثير معنوي لمصادقية الكلمة المنطوقة على ترشيد استهلاك الكهرباء وذلك بالنسبة للقطاع محل الدراسة وتتفق هذه الدراسة مع دراسة (عبد الكريم، ٢٠٢٠) والتي أوضحت نتائجها وجود تأثير ايجابي معنوي لمصادقية الكلمة المنطوقة كأحد أبعاد الكلمة المنطوقة على أبعاد الميزة التنافسية للخدمات الصحية وذلك في القطاع محل الدراسة.

وفي ضوء ما سبق فإن العمل على نشر الوعي وترسيخ مفهوم ترشيد استهلاك الكهرباء من خلال تداول الكلمة المنطوقة عبر وسائل التواصل الاجتماعي و بذل الجهود لتوفير أبعاد الكلمة المنطوقة من شأنه التأثير في سلوك العملاء نحو ترشيد استهلاك الكهرباء بدرجة مرتفعه.

٩- توصيات البحث

التوصيات	الإجراءات والخطط المقترحة للتنفيذ	آليات تنفيذها	الجهة المنوط بها التنفيذ	الأطار الزمني المقترح
توصيات خاصة (بقطاع الكهرباء)	- تطوير منظومة العدادات مسبقة الدفع من حيث : * تعدد مراكز الشحن. * توفير امكانية الشحن من خلال الهاتف.	* انشاء مراكز شحن فى المدن الجديده والمتطرفه. * يمكن اعطاء كود شحن مميز يتم من خلاله شحن الكارت الخاص بالعداد مسبق الدفع	الإدارة العليا ومديرى مراكز شحن العدادات مسبقة الدفع	خطط طويلة الأجل المده من الآن ولمدة تزيد عن عام
توصيات خاصة (بقطاع الكهرباء)	نشر التعليقات والكلمات الايجابية عن التطورات الحادثه فى منظومة العدادات مسبقة الدفع.	يتم نشر التعليقات والكلمات الإيجابية عبر وسائل التواصل الاجتماعى .	الإدارة العليا ومديرى التسويق	خطط طويلة الأجل المده من الآن ولمدة تزيد عن عام
توصيات خاصة (بقطاع الكهرباء)	تشجيع العملاء على نشر الكلمة المنطوقة الايجابية عن تجربتهم نحو العدادات الذكيه وأثرها فى ترشيد استهلاك الكهرباء .	من خلال التواصل المباشر بين العاملين بمركز الشحن وخدمة العملاء والعملاء	الإدارة العليا مسئولى مركز الشحن وخدمة العملاء	خطط طويلة الأجل المده من الآن ولمدة تزيد عن عام
توصيات خاصة (بقطاع الكهرباء)	- الإهتمام التام بشكاوى العملاء ومقترحاتهم وسرعة الرد على استفساراتهم حول العدادات مسبقة الدفع.	- يتم ذلك من خلال وجود أكثر من خط ساخن على مدار اليوم لتسجيل وحل مشاكل العملاء وتسجيل مقترحاتهم وعرضها بصفه دوريه على المسئولين	الإدارة العليا مسئولى خدمة العملاء	خطط طويلة الأجل المده من الآن ولمدة تزيد عن عام
توصيات خاصة (بقطاع الكهرباء)	التركيز على إنشاء رسائل مصممة خصيصاً بهدف نشر الوعى نحو ترشيد إستهلاك الكهرباء مع استهداف الفئات العمرية أقل من ٢٥ عام على وجه الخصوص والتي أثبتت الدراسة أنها أكثر اسرافاً فى استهلاك الطاقة الكهربائيه.	يتم ذلك عن طريق نشر رسائل عبر وسائل التواصل الاجتماعى تستهدف الفئات العمرية أقل من ٢٥ عام تركز على تنمية الوعى لديهم نحو ترشيد استهلاك الكهرباء .	الإدارة العليا و مسئولى التسويق	خطط طويلة الأجل المده من الآن ولمدة تزيد عن عام

خطط طويلة الأجل المده من الآن ولمدة تزيد عن عام	الإدارة العليا ومسئولى التسويق	يتم ذلك عن طريق نشر رسائل عبر وسائل التواصل الاجتماعى على الصفحات الخاصة بالمصانع والشركات .	إنشاء رسائل تهدف إلى تعزيز مفهوم ترشيد استهلاك الطاقة الكهربائية فى المصانع والشركات.	توصيات خاصة (بقطاع الكهرباء)
خطط طويلة الأجل المده من الآن ولمدة تزيد عن عام	الإدارة العليا ومسئولى التسويق	يتم ذلك أثناء تصميم إستراتيجية لتسويق الكلمة المنطوقة تمهيداً لتمريرها على ملتقى الرسائل وانتشارها إلكترونياً عبر مواقع التواصل الاجتماعى .	يجب مراعاة إمداد المستهلكين بكافة المعلومات والإرشادات الخاصة بفوائد وطرق ترشيد استهلاك.	توصيات خاصة (بقطاع الكهرباء)

١- قائمة المراجع:

أولاً: المراجع المكتوبة باللغة العربية:

- ١- أبو العلا، أكثم محمد، كاميليا يوسف، وفيولا جميل (٢٠١٣). ترشيد استهلاك الطاقة الكهربائية الأهداف والمسئوليات والإجراءات، لجنة الترشيد (مجموعة التوعية): وزارة الكهرباء والطاقة.
- ٢- أبو العلا، أكثم محمد، كاميليا يوسف، وفيولا جميل (٢٠١٣). ترشيد استهلاك الطاقة الكهربائية الأهداف والمسئوليات والإجراءات، لجنة الترشيد (مجموعة التوعية): وزارة الكهرباء والطاقة.
- ٣- أبو عامر، عائشة (٢٠١٨): "أثر الكلمة المنطوقة الإلكترونية على تحسين صورة العلامة التجارية- مجلة جيل العلوم الانسانية والاجتماعية العدد ٤٤ الصفحة ٧١- الجزائر.
- ٤- أحمد، نرمين عاطف (٢٠١٥): "أثر مصداقية الكلمة المنطوقة الإلكترونية على اتجاهات المستهلكين" رسالة ماجستير - كلية التجارة - جامعة القاهرة.
- ٥- الحربي، عبدالرحمن (٢٠٢١): "تصميم وتحليل تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتحسين كفاءة استهلاك الكهرباء فى المباني السكنية". رسالة دكتوراه - جامعة الملك فهد للبترول والمعادن - المملكة العربية السعودية.
- ٦- حسن، ميسر أحمد، ومصطفى نجيب صالح (٢٠١٢): "إمكانية تطبيق استراتيجيات التسويق العكسى فى ترشيد استهلاك الكهرباء" بحث فى إقليم كردستان - العراق - حالة فى محافظة دهوك: مجلة دكرت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (٨)، العدد (٢٤)، ص ١٢٧-١٤٨.
- ٧- خراز، مريم (٢٠١٩): "أثر الكلمة المنطوقة الإلكترونية على إختيار الوجهة السياحية" رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير - جامعة قاصدى مبراح ورقلة.
- ٨- الدماوى، زينب المتولى (٢٠١٩): "دور سياسات استراتيجية التسويق العكسى فى ترشيد الاستهلاك المنزلى للطاقة الكهربائية وتأثيرها على نية شراء اللمبات والأجهزة الكهربائية المنزلية الموفرة" بالتطبيق على شركة شمال الدلتا لتوزيع الكهرباء بمصر.
- ٩- سرجيوس، أنطوان اسكندر (٢٠٢١): "تأثير أنشطة التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعى على الكلمة المنطوقة إلكترونياً"، كلية التجارة جامعة الاسكندرية.
- ١٠- سعودى، نجوى (٢٠١٥): "مدى تأثير خصائص المنتج ومصدر الكلمة المنطوقة فى تقييم خدمات الهاتف النقال فى الجزائر، رسالة دكتوراه - جامعة محمد بو ضياف - الجزائر.
- ١١- السليمان، محمد بن ابراهيم (٢٠١٢): "أثر الاتصال اللفظى فى ترشيد استهلاك الكهرباء فى المباني السكنية" جامعة الملك سعود - المملكة العربية السعودية.

- ١٢- شعور، أسماء (٢٠١٩): "أثر الكلمة المنقولة على القرار الشرائي" رسالة دكتوراه - كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان.
- ١٣- طريف، أمينة (٢٠١٥): "أثر الكلمة المنطوقة على قرار تبني المستهلك للمنتجات الجديدة، دراسة ميدانية لخدمات الجيل الثالث 3G لمؤسسة موبيليس بولاية الأغواط كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير - جامعة عمار ثليجي الاغواط. مجلة أداء المؤسسات الجزائري- العدد ٧.
- ١٤- عاطف، سارة (٢٠٢١): "ترشيد استخدام الطاقة باستخدام الذكاء الاصطناعي" - رسالة دكتوراه - الجامعة المصرية اليابانية - قسم الهندسة الصناعية والتصنيع في مدرسة التصميم الابداعي بالجامعة.
- ١٥- عبد الحميد طلعت أسعد، منى محمد القصبي، ماجدة أحمد عبد القادر الهجرسي (٢٠١٢). دور الكلمة المنطوقة في إدراك العملاء لجودة الخدمات الصحية : دراسة مقارنة بين المستشفيات الجامعية ومستشفيات وزارة الصحة، مجلة المصرية للدراسات التجارية، جامعة المنصورة، العدد الرابع، المجلد السادس والثلاثون.
- ١٦- عبد اللطيف، عبد العزيز ومعوض، معوض بدوي، محمد، هبه الله فتحى (٢٠١٨) "المردود البيئي لاستخدامات الطاقة الشمسية في مصر - دراسة باستخدام تقنيات نظم المعلومات الجغرافية والاستشعار عن بعد - كلية الآداب - جامعة عين شمس.
- ١٧- عبد المجيد، جميلة هاشم (٢٠١٦): "أثر الكلمة المنطوقة على قرار شراء العملاء لمستحضرات التجميل" جزء من متطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال - كلية التجارة جامعة بنها.
- ١٨- عبدالكريم، نانسي محمود (٢٠٢٠): "أثر جودة الخدمة والكلمة المنطوقة على تحقيق الميزة التنافسية للخدمات الصحية " رسالة ماجستير - جامعة المنصورة.
- ١٩- لينده بواب (٢٠٢٠): "أثر الكلمة المنطوقة على قرار شراء الخدمات الصحية"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير - قسم علوم تجارية.
- ٢٠- مجاهد، دعاء سلامة (٢٠١٩): "علاقة أبعاد الكلمة المنطوقة عبر وسائل التواصل الإجتماعي بقبولها ومتابعتها إلكترونياً - رسالة ماجستير - جامعة القاهرة.
- ٢١- محمد، رحاب عبد العال (٢٠١٩): "أثر الكلمة المنطوقة إلكترونياً عبر مواقع التواصل الإجتماعي على نوايا الشباب للشراء عبر الإنترنت" - كلية التجارة وإدارة الأعمال - جامعة حلوان.

- ٢٢- محمود،رحاب محمد (٢٠١٩) : "تحليل الآثار الاقتصادية والبيئية لترشيد استهلاك الطاقة الكهربائية فى القطاع السكنى فى مصر، رسالة ماجستير- كلية الاقتصاد والعلوم السياسية جامعة القاهرة.
- ٢٣- محمود،رحاب محمد (٢٠١٩) : "تحليل الآثار الاقتصادية والبيئية لترشيد استهلاك الطاقة الكهربائية فى القطاع السكنى فى مصر، رسالة ماجستير- كلية الاقتصاد والعلوم السياسية جامعة القاهرة.
- ٢٤- النصور،إياد عبد الفتاح (٢٠١٧):"تأثير الكلمة المنطوقة على قرار شراء الخدمة الصحية فى المستشفيات الأردنية، كلية الإقتصاد والعلوم الإدارية، قسم إدارة الأعمال ،جامعة الإمام محمد بن مسعود الإسلامية، مجلة العلوم الانسانية والإجتماعية ، العلوم ،العدد ٤٦، محرم ١٤٣٩ هـ الموافق لـ ٢٠١٧،ص٢٥.

ثانياً:المراجع المكتوبة باللغة الإنجليزية:

- 1- Goyette, Elsabelle&Al.(2010).E-WOmScale: Word- Of-Mouth Measurement Scale For E-Services Context", Canadian Journal Of Administative Sciences,V1027,N°1,2010,P15
- 2- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., and Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, 2nd Ed., Sage: Thousand Oaks.
- 3- Huang,Y,(2021).The impact of spoken language in social media on attitudes and behavior.Doctoral dissertation,Universitz of California,Irvine.
- 4- James L. Sweeney "Economics of Energy" Department of Management Science and Engineering ,Stanford University ,Volume:4.9 Article:48 iti(WWW.;pca;emergu.org/pdfs.. Energy 20% Econo.
- 5- Kundu &Rajan ,Supratim Kundu and CR Sundara Rajan (2017),"Word of Mouth ;Alliterate Review", International journal of Economics & Management Seiences,Vol6.N.6.2017.p2
- 6- Lee, H. (2021). The Impact of Spoken Word on Customer Decisions: A Case Study in the Fashion Industry. Doctoral dissertation, University of Texas, Austin.

-
- 7- Marriette Sakah ,Felix amankwah & others" A study of appliance ownership and electricity consumption determinates in urban Ghanaian households, Sustainable Cities and Society ,Volume 44 January 2019,Pages 559–581.
- 8- Oladej, Oladoke Sunday (2018), Impact of word–of–mouth marketing on Consumer Buying Behavior in Telecommunication Service Providers in Kwara. Kwara state University (Nigeria).
- 9- Oladej, Oladoke Sunday (2018), Impact of word–of–mouth marketing on Consumer Buying Behavior in Telecommunication Service Providers in Kwara. Kwara state University (Nigeria).
- 10- Pallant, J. (2010). *SPSS survival manual*, 4th. England: McGraw–Hill Education.
- 11- Robert, Zniva (2020):"Types of Electronic Word– of Mouth and Their Impact on Consumer Attitudes" Advances in Digital Marketing and E–Commerce pp. 62–69.
- 12- Sarigollu, Emine, Ertz, Myriam & Salem Mohamed. (2020) :Demarcating strategies to rationalize electricity consumption in the Gaza Strip, Palestine.

-
- 13- Sarigollu, Emine, Ertz, Myriam & Salem Mohamed. (2020)
:Demarcating strategies to rationalize electricity consumption in the
Gaza Strip Palestine.
- 14- **Schultz, P. W., Nolan, J. M., Cialdini, R. B., Goldstein, N. J., & Griskevicius, V. (2007). The constructive, destructive, and reconstructive power of social norms. Psychological science, 18(5), 429–434.**
- 15- Smith, J.D. (2021): "The impact of spoken word on social media"
An analytical study of the social and psychological effects on
users. Doctoral dissertation university of California, Los Angeles.
- 16- Xiaoxiao Xu a, b, c, Bing Xiao d & Clyde Zhengdao a Sino–
Australia Joint Research Center in BIM and Smart Construction,
Shenzhen University, Shenzhen, China b Office of Projects Victoria,
Australia c Department of Civil and Construction Engineering and
Centre for Sustainable Infrastructure, Swinburne University of
Technology, Australia.

١١- ملحق البحث:

"قائمة استقصاء الدراسة الميدانية"

الأستاذ الفاضل/..... الأستاذة الفاضلة/.....

تحية طيبة وبعد ،،

تقوم الباحثة /علياء حسن فكرى الصباحى ابراهيم بإجراء دراسة عن : "أثر تداول الكلمة المنطوقة فى وسائل التواصل الاجتماعى على ترشيد استهلاك الكهرباء" وذلك فى إطار إعدادة لرسالة الدكتوراه فى إدارة الأعمال،

ويشرفنى مشاركة سيادتكم فى الرد على هذا الاستبيان المتضمن عدداً من الأسئلة وذلك من خلال اختيار الاجابة التى تعبر عن وجهة نظركم الفعلية .

علماً بأن ذكر الاسم غير مطلوب، كما أكدأن جميع ما تبذونه سيادتكم من آراء فى هذه الاستمارة يتسم بالسرية التامة ولا يستخدم إلا فى أغراض البحث العلمى فقط.

وإذ نشكر لسيادتكم صادق تعاونكم سلفاً للوقت والجهد المبذول ..

نرجو التفضل بقبول فائق التحية والتقدير،،

الباحثة

علياء حسن فكرى الصباحى إبراهيم

الفهم الأول:

فيما يلي قائمة عبارات تعبر عن رأي سيادتكم فبرجاء تحديد درجة موافقتك عليها بوضع علامة (صح) أمام كل عبارة أسفل الاختيار الذي يعبر عن درجة موافقتك، بحيث تحصل العبارة الأعلى موافقة على موافق تمام (٥) . والأقل موافقة على غير موافق على الاطلاق (١):

م	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
البعد الأول: مصداقية الكلمة المنطوقة						
١	أهتم بالكلمة المنطوقة ممن لديهم تجربة مسبقه وفعلية فى ترشيد استهلاك الكهرباء					
٢	يقوم بالتعليق من لهم سمعة طيبة					
٣	اتلقى كثير من التعليقات من أشخاص مجهولين					
٤	غالباً ما أحصل على معلومات جيدة عن ترشيد استهلاك الكهرباء من التعليقات على مواقع التواصل الاجتماعي .					
البعد الثانى: مصدر الكلمة المنطوقة						
٥	تمثل وسائل الاعلام مصدر اساسى للمعلومات يمكن الاعتماد عليه .					
٦	إن أفراد الأسرة يمثلون مصدر هام للمعلومات حول ترشيد استهلاك الكهرباء .					
٧	الأصدقاء مصدر جيد للمعلومات المتعلقة بترشيد استهلاك الكهرباء .					
٨	يعتبر زملاء العمل مصدر ضعيف للمعلومات					
٩	أتابع مواقع شركات الكهرباء من خلال شبكة الإنترنت فهى مصدر جيد للمعلومات					
البعد الثالث: حساسية الكلمة المنطوقة						
١٠	أتلقي معلومات عن ترشيد استهلاك الكهرباء بصورة متكررة.					
١١	تتوافق الكلمات الواردة بالتعليقات مع ثقافة الناس					

القسم الثاني: ترشيد استهلاك الكهرباء

م	العبرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
١	اعتمد على الانارة الطبيعية (من النوافذ) أثناء النهار بدلاً من اللمبات الكهربائية.					
٢	أقوم بتشغيل الإضاءة الكهربائية معظم الأوقات.					
٣	أقوم بتشغيل التكييف على نظام البارد فقط					
٤	أفضل شطف الملابس بالمياه الساخنة عن المياه الباردة					
٥	لا أقوم بتشغيل غسالة (الملابس الأوتوماتيكية/الأطباق) إلا عند امتلائها بالكامل.					
٦	أستخدم المياه الساخنة لغسل الملابس المتسخة جداً فقط					
٧	أقوم بتعليق أو نشر الملابس في الهواء بدلاً من استخدام المجفف في الغسالة.					
٨	أقوم بضبط السخان على درجات حرارة مرتفعة					
٩	أقوم بتشغيل السخان الكهربائي طوال الوقت					
١٠	أفضل استخدام السخان الغاز عن السخان الكهربائي.					
١١	أعتاد على الاستحمام بمياه ساخنة أغلب السنة.					
١٢	أضطر إلى فتح باب الثلاجة لعدة مرات في اليوم.					
١٣	أفصل التيار الكهربائي عن الثلاجة في حالة مغادرة منزلي لمدة تزيد عن أسبوع (في حالة عدم وجود أطعمة بها)					
١٤	أستخدم حافظ حرارة المياه (الكولمان) للشرب صيفاً.					
١٥	أقوم بإغلاق التلفزيون بعد انتهاء البرامج التي خطت لمشاهدتها مع فصل التيار الكهربائي عنه					
١٦	أقوم بفصل التيار الكهربائي عن الكمبيوتر الشخصي في حالة عدم استخدامه لمدة طويلة.					
١٧	أقلل من استهلاكى لبعض الأجهزة الكهربائية مثل					

					الغسالة والمكواه والمكنسة أثناء ساعات الذروة.
١٨					أقوم بتشغيل مروحة الطرد (شفاط المطبخ) أثناء الطهي فقط
١٩					أقوم بشراء الأجهزة التي يوجد عليها ملصق كفاءة الطاقة.
٢٠					أحرص على استخدام اللمبات والأجهزة الكهربائية (LED) من أجل توفير الكهرباء.

القسم الثالث: البيانات الديموغرافية والوظيفية:

(١) النوع:

نكر	-١
أنثى	-٢

(٢) السن

أقل من (٢٥) عام	-١
من (٢٥) إلى أقل من (٣٥) عام	-٢
من (٣٥) إلى أقل من (٤٥) عام	-٣
من (٤٥) إلى أقل من (٥٥) عام	-٤
أكثر من (٥٥) عام	-٥

(٣) المؤهل العلمي

ثانوى	-١
جامعى	-٢
دراسات عليا	-٣

(٤) مستوى الدخل

أقل من (٥٠٠٠) جنيه	-١
من (٥٠٠٠) جنيه إلى أقل من (١٠٠٠٠) جنيه	-٢
من (١٠٠٠٠) جنيه إلى أقل من (١٥٠٠٠) جنيه	-٣
أكثر من (١٥٠٠٠) جنيه	-٤

ولسيادتكم جزيل الشكر