

## البنية العاملية لمقياس الولاء القومي CETSCALE The factorial structure of the CETSCALE Ethnocentrism scale

فاطيمة الزهراء بن سيروود<sup>1</sup>، نور الهدى بن سيروود<sup>2</sup>

<sup>1</sup> أستاذة محاضرة أ، مخبر الدراسات والبحوث التسويقية، جامعة قسنطينة 2 عبد الحميد مهري، الجزائر

fatima.bensiroud@univ-constantine2.dz

<sup>2</sup> طالبة دكتوراه، مخبر حاضنات الأعمال والتنمية المحلية، جامعة عباس لغرور خنشلة، الجزائر

nourelhoudabensiroud@univ-khenchela.dz

تاريخ الاستلام: 2021/12/19 تاريخ القبول: 2021/01/19 تاريخ النشر: 2022/03/15

### ملخص:

تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على البناء العاملي لمقياس الولاء القومي CET SCALE المكون من 17 فقرة، حيث استخدام التحليل العاملي على عينة نهائية من 313 فردا من قسنطينة تم اختيارهم من خلال العينة الاحتمالية الطباقية متعددة المراحل. لقد أسفر التحليل عن عامل وحيد أساسي تتشعب عليه خمس فقرات بعد استبعاد بقية الفقرات عند إجراء الدراسات الاستطلاعية والنهائية لعدم توافر الشروط فيها. **كلمات مفتاحية:** الولاء القومي، التحليل العاملي، طريقة المكونات الرئيسية، التدوير المتعامد.

تصنيف JEL : M39، C38

### Abstract:

This study aims to recognize the factorial composition of the ethnocentrism scale (CETSCALE) composed of 17 items, by using the factorial analysis on a final sample of 313 members from Constantine were chosen through the Stratified Random Sampling.

The analysis has shown a principal single factor present in five items excluding the rest of items over the course of the survey and the final studies because of the unavailability of conditions.

**Keywords:** Ethnocentrisme; Analyse factorielle; Méthode des composantes principales; Rotation orthogonale.

**Jel Classification Codes:** M39, C38.

المؤلف المرسل: فاطيمة الزهراء بن سيرود، الإيميل: [fatima.bensiroud@univ-constantine2.dz](mailto:fatima.bensiroud@univ-constantine2.dz)

### 1. مقدمة:

إن تعقد الظواهر الإنسانية وتشابكها جعل تطور وسائل قياسها وتحليلها أمراً ضرورياً، ولعل تطور العلوم الإحصائية وطرقها في مختلف المجالات هو نتيجة الحاجة الملحة للوصول إلى فهم دقيق وواضح لمعنى الظواهر، ومن أهم الطرق الإحصائية المتعددة المتغيرات التحليل العاملي.

لقد أصبح الاتجاه العام في البحوث الاجتماعية هو استخدام طرق قياس كمية ومناهج إحصائية متعددة، وذلك لتصنيف الظواهر العلمية وإبراز خصائصها وتحليل العلاقات المتبادلة بين الظواهر على أساس موضوعي، لذلك أصبح التحليل العاملي يحتل مكانة مهمة في مجال البحوث الاجتماعية، حيث أن هذه العلوم تخضع لكثير من المتغيرات المتداخلة التي يكون بينها مجموعة من الارتباطات السلبية أو الإيجابية وفي بعض الأحيان لا توجد ارتباطات مطلقاً.

يختلف أسلوب التحليل العاملي عن الطرق الرياضية الأخرى في العلوم الاجتماعية، حيث أنه يعتمد على افتراضات إحصائية تحاول أن تجيب عن ما هو أقل عدد من المفاهيم التي يمكن أن تنظم تعقد الظاهرة وتصفها فالتحليل العاملي يطبق مبدأ الإيجاز عن طريق البحث عن العناصر الأساسية للظواهر أو المفاهيم، إذن فالاستخدام المباشر للتحليل العاملي يتجه نحو فحص العلاقات الارتباطية بين عدد من المتغيرات واستخلاص الأسس التصنيفية العامة بينها.

#### ● مشكلة الدراسة:

بناء على ما سبق يمكن بناء إشكالية الدراسة إنطلاقاً من صياغة السؤال الرئيس الآتي:

ما طبيعة البناء العاملي لمقياس الولاء القومي *CETSCALE* ؟

#### ● فرضية الدراسة:

ترمي الدراسة إلى معرفة البناء العاملي لمقياس الولاء القومي باستخدام التحليل العاملي الاستكشافي من خلال اختبار الفرضية التالية:

تتشعب المكونات الأساسية لمقياس الولاء القومي *CETSCALE* على عدد من العوامل.

#### ● أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على البناء العاملي لمقياس الولاء القومي باستخدام التحليل العاملي الاستكشافي، كما تهدف الدراسة إلى تقديم الأسس المنهجية لاستخدام التحليل العاملي الاستكشافي من خلال التعريف بطريقة وخطواته وشروطه كأسلوب إحصائي في الدراسات التسويقية.

#### ● أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في توجهها لاستقصاء البنية العاملية لمقياس الولاء القومي، الذي لم تقع بين يدي الباحثة أية دراسة عربية تناولته، كما أن الدراسات الأجنبية التي تناولته بالبحث والدراسة لم تكن مجمعة على البناء العملي، وأوصت العديد من الدراسات بمزيد من الاستقصاء والتحري لبنية هذا المقياس قبل استخدامه، فضلاً عن ذلك تتضح أهمية هذه الدراسة في توفيرها لنسخة عربية من مقياس الولاء القومي تحققت له دلالات صدق وثبات مناسبة.

### • منهجية الدراسة

اعتمدت الدراسة على الأسلوب الوصفي والأسلوب التحليلي في معالجة الظاهرة، فقد استخدمت المنهجية الوصفية لوصف خصائص مفردات عينة الدراسة، ووصف استجابة مفردات العينة لمتغير الدراسة حيث استخدمت الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) في تحليل البيانات المختلفة التي تم جمعها، سواء في الإحصاء الوصفي لتحديد قراءات عامة عن خصائص وملامح هيكل عينة الدراسة وتوزيعها، إذ تم استخدام التوزيع التكراري، والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية لبيان مدى تركيز إجابات عينة الدراسة لمجموع فقرات الدراسة التي تمثل متغير الدراسة. كما تم استخدام إجراء التحليل العملي الاستكشافي من أجل معرفة البناء العملي لمقياس الولاء القومي.

تمثل مجتمع الدراسة في الأفراد المتواجدين في قسنطينة، وتكونت العينة الاستطلاعية (Pilot study) من 40 فرداً أختيرت من نفس مجتمع الدراسة، أما العينة النهائية فتكونت من 313 فرداً، وعن نوع العينة في هذه الدراسة، فهي العينة الاحتمالية الطبقيّة متعددة المراحل وذلك باختيار ولاية قسنطينة، ومن ثم أخذ دوائرها وبلدياتها، حيث تم الاستعانة بالإحصائيات المتعلقة بولاية قسنطينة والموجودة على مستوى الديوان الوطني للإحصائيات، حيث تم تحديد عدد المفردات المطلوب مقابلته في كل بلدية تابعة لكل دائرة من دوائر قسنطينة الستة بحيث يعكس التوزيع النسبي لهذه المفردات التوزيع التقريبي لتوزيع الأفراد في قسنطينة وذلك لمجرد ضمان التغطية الشاملة، وفيما يتعلق بحجم العينة، فمع كبر حجم المجتمع وعند مستوى ثقة 95% ومستوى معنوية 5%، يمكن الاعتماد على 385 مفردة كحجم للعينة (Malhotra, Décaudin, & Bouguerra, 2007, p.286) ، وقد تم زيادة المفردات إلى 400 مفردة لمواجهة احتمالات عدم الرد.

لقد تكونت أداة الدراسة بشكلها النهائي من جزأين:

- الجزء الأول: المعلومات التعريفية لأفراد عينة الدراسة مثل: (الجنس، والعمر، والمستوى التعليمي والدخل).

- الجزء الثاني: يتألف من مجموعة الفقرات المتعلقة بمقياس الولاء القومي والذي يتم قياسه من خلال مقياس CETSCALE على العبارات (Shimp & Sharma, 1987, p. 282).

تم استخدام مقياس Likert الخماسي الذي يقوم على إعطاء مفردات العينة مجموعة من العبارات ويطلب منهم التعبير عن درجة موافقتهم من عدمها على سلم متدرج من (1) غير موافق على الإطلاق إلى (5) موافق تماماً على كل عبارة من العبارات المعطاة.

لقد تم استخراج معامل الاتساق الداخلي كرونباخ- ألفا (Cronbach Alpha) لجميع فقرات الاستبانة وقد وجد أنه تجاوز القيمة 0.6 وهي الحد الأدنى المقبول لمعامل ألفا. كما تم استخدام اختبار توزيع الإجابات عن طريق اختبار Kolmogorov-Smirnov لمعرفة إذا ما كانت إجابات أفراد العينة الاستطلاعية موزعة توزيعاً طبيعياً، فقد كانت مستويات دلالة الاختبار لجميع أبعاد المتغيرات أكبر من 0.05، مما دل على أن البيانات موزعة توزيعاً طبيعياً، علماً بأن مستوى الدلالة المستخدمة في هذه الدراسة هو 0.05.

## 2. الأطار النظري

### 1.1 الولاء القومي:

اهتمت العديد من الدراسات المتعلقة بأثر دولة المنشأ بميل المستهلكين نحو شراء المنتجات المحلية دون سواها من المنتجات. إن الميل نحو شراء المنتجات المحلية غالباً ما يعطي انطباعاً لدى المستهلك بأنه يدعم الاقتصاد الوطني ويوجد مناصب شغل، في حين أن الاستيراد يؤدي إلى غلق المؤسسات الوطنية وإلى وجود البطالة، من ذلك أشير إلى أن المستهلكين الذين لديهم ميولاً قومية أقل تقبلوا للمنتجات الأجنبية ويحكمون عليها بأنها غير مرغوبة (Samiee, Shimp, & Sharma, 2005, p. 385).

لقد أشار Shimp and Sharma إلى أن تفضيل المنتجات الأجنبية يعتبر جزءاً من قومية المستهلك، حيث يمكن وصف المستهلك بأنه قومي عندما يعتقد أن شراء المنتجات المستوردة بدل المنتجات المحلية عمل لا أخلاقي وغير وطني لأن ذلك من شأنه أن يحدث أثراً سلبياً على الاقتصاد الوطني خاصة قلة مناصب الشغل، وعلى العكس من ذلك يوصف المستهلك بأنه غير قومي عندما يقيم المنتجات الأجنبية بالاعتماد على معايير أخرى غير دولة المنشأ. من ذلك وضع الباحثان سلماً للمقياس أطلق عليه سلم الميول القومية (Consumer Ethnocentric Tendency Scale (CET SCALE) من أجل تقييم درجة قومية المستهلك الأمريكي وميله لشراء المنتجات المحلية (السيارات كمثال) دون غيرها من المنتجات الأجنبية. يتكون السلم من 17 فقرة، قيست بسلم من نوع ليكرت Likert ذو النقاط السبع بهدف قياس قدرة مفهوم القومية على التنبؤ بنية الشراء وشراء المنتجات الأجنبية، وبذلك يكون مجموع الفقرات ما بين 17 و119، وكلما كان المجموع أقرب إلى القيمة الأعلى كلما وصف المستهلك بأنه قومي كما هدف إلى تحديد اتجاهات المستهلكين الأمريكيين، وقد تم اختبار السلم في أربع ولايات أمريكية هي Carolinas, Denver, Los Angeles and Detroit، وقد توصل الباحثان إلى أن الميل القومي للمستهلكين في الولايات الأربع يرتبط سلباً مع تقييم المستهلك وإلى أن المستهلكين ذوي القومية المرتفعة هم أكثر من يملكون سيارات محلية كما أن لديهم ميولاً إلى شراء سيارات محلية (Shimp & Sharma, 1987, p. 284).

غالباً ما ترتبط القومية ارتباطاً قوياً بالوطنية وارتباطاً سلبياً بالانفتاح على العالم، إذ من العوامل التي تفسر تفضيل شراء المنتجات المحلية نجد الوطنية Patriotism والتي تعكس مشاعر قوية لارتباط وولاء الفرد لدولته دون الاسترسال في العداوة نحو الدول الأخرى (Balabanis, Diamantopoulos, & Mueller, 2001, p. 160).

إن الوطنية تؤثر في التقييم المعرفي للمنتجات، كما تؤثر في نية الشراء، فكلما كان المستهلكين قوميين كلما كان لديهم انتباه نحو منشأ المنتجات، إذ تظهر دولة المنشأ بالنسبة لهؤلاء الأفراد كخاصية تمكنهم من تنشيط ميولهم القومية (Huddleston, Good, & Stoel, 2001, p. 237).

كما أشار بعض الباحثين إلى أن انفتاح المستهلك على العالم من شأنه التأثير في شراء وتقييم المنتجات المحلية، حيث أن المستهلكين المنفتحين على العالم لا يستعملون دولة المنشأ بنفس الطريقة التي يستعملها الآخرون إذ تقل أهميتها، فهؤلاء الأفراد أكثر تقبلاً لشراء المنتجات المستوردة، وذلك لدعم ومساندة الانتعاش العالمي وكذا مساندة الأفراد في باقي الدول (Balabanis, Diamantopoulos, & Mueller, 2001, p. 163).

كما أن هناك مفهوماً آخر يفسر ميل المستهلكين إلى شراء المنتجات المحلية بدلاً من المنتجات الأجنبية وهو العداوة نحو دولة ما Animosity، إذ يمكن أن تؤثر دولة المنشأ على سلوكيات المستهلكين عن طريق العاطفة أو الشعور بدون التأثير على الجانب المعرفي، أي أنه حتى ولو لم يكن لدولة المنشأ المعننى عنها أثر سلبي على المكون المعرفي للاتجاهات، فمن الممكن أن يكون لها أثر سلبي على الجانبين العاطفي والسلوكي، حيث يوجه تأثير دولة المنشأ سلوك المستهلك من خلال شعوره، إذ قد يفكر المستهلكون بشكل عقلائي أن دولة معينة خبيثة في بعض فئات المنتجات ولكن المشاعر السلبية المرتبطة بهذه الدولة قد تؤدي إلى نتائج سلوكية سلبية (Han, Yoon, & Vargas, 2005, pp. 263,264).

حسب Klein et al فإن العداوة شكل من أشكال الضغينة نحو دولة معينة، تنتج من أحداث ماضية على المستوى الاقتصادي أو السياسي أو العسكري، وقد أشاروا إلى مقاطعة المنتجات الفرنسية من طرف المستهلكين الاستراليين بسبب التجارب النووية لفرنسا جنوب المحيط الهادي، وكذا غضب المستهلكين الأمريكيين في سنة 2003، حيث حذف مطعم Lentini في نيويورك كل المشروبات الفرنسية من قائمة الطعام وذلك احتجاجاً على معارضة فرنسا للولايات المتحدة الأمريكية من أجل التدخل العسكري في العراق (Lyn, Chao, & Arnold, 2005, p. 124).

إن المستهلك الذي لديه درجة عداوة عالية نحو دولة ما يعزف عن شراء منتجات تلك الدولة حتى ولو كانت ذات جودة عالية، وفي هذه الحالة فإن الرغبة في شراء أو عدم شراء المنتجات الأجنبية مستقلة تماماً عن تقييم جودة تلك المنتجات، فقد أظهرت دراسة Klein et al أن المستهلكين الصينيين في Nanjing نتيجة الأعمال الوحشية لليابانيين خلال الاحتلال يعزفون عن شراء المنتجات اليابانية وذلك لحقدهم نحو اليابان، على الرغم من أن اليابان ينظر المستهلكين الصينيين كثيراً ما ينظر إليها أنها بلد مصنع لمنتجات عالية الجودة (Papadopoulos, Laroche, Heslop, & Bergeron, 2003, p. 234).

## 2.2 التحليل العاملى الاستكشافى

يقصد التحليل العاملى به مجموعة الأساليب الإحصائية التي تهدف إلى تخفيض عدد المتغيرات أو البيانات Data Reduction المتعلقة بظاهرة معينة ويتم ذلك من خلال بناء

مجموعة جديدة من المتغيرات المحددة على العلاقات ومن ثم تحويلها لمجموعة من المكونات الأساسية التي لا ترتبط فيما بينها ارتباطاً عالياً، حيث يشكل التوفيق الأفضل للمكونات الأساسية العامل الأول، كما يحدد التوفيق الأفضل للمكونات الأساسية الثانية التي لم تحسب في العامل الأول لتحديد العامل الثاني وهكذا لبقية العوامل (نامق، 2013، صفحة 99).

يفترض التحليل العاملية وجود ارتباط بين مجموعة من المتغيرات نتجت لوجود عوامل مشتركة تؤثر في هذه المتغيرات وان قيم هذه الارتباطات تعود إلى واقع تلك العوامل ومعامل الارتباط بين أي متغيرين يعود إلى طبيعة تشعبها بالعوامل المشتركة ويطلق عليها (Factors) ودرجة هذا التشعب (الرزاق، 2011، صفحة 3)، تعني عبارة "العامل" هنا مجموعة أبعاد أو متغيرات خفية تتضمن عدداً من المتغيرات المرتبطة خطياً، وتتحدد المتغيرات في العامل وفقاً لدرجة تشعبها Loadings. وباعتبار المتغيرات مرتبطة، بنسب مختلفة، بكافة العوامل المستخرجة فإن تحديد انتماء المتغير إلى عامل ما يتم وفقاً لأعلى درجة من درجات التشعب.

نميز بين دورين مختلفين للتحليل العاملية هو دور الاستطلاع أو الاستكشاف لطبيعة البنية التي تربط بين متغيرات متعددة (التحليل العاملية الاستكشافية Exploratory Factory Analysis)، أما الدور الآخر فهو دور اختبار الفروض (التحليل العاملية التوكيدية Confirmatory Factory Analysis)، وتجدر الإشارة إلى أن بداية التحليل العاملية كانت في جوهرها من النوع التوكيدي وليس الاستكشافية، فالطريقة الإحصائية التي ابتكرها Charles Spearman مؤسس التحليل العاملية - كانت في جوهرها تهدف إلى اختبار فرض العامل العام، وحين وضع Thurstone البديل النظري لذلك كانت طرقة الإحصائية في التحليل العاملية في جوهرها تسعى لاختبار فرض العوامل المتعددة، بعدها توجه التحليل العاملية تدريجياً من التوكيدي إلى الاستكشافية حتى أصبح هو الأسلوب السائد منذ بداية الثلاثينات من القرن العشرين، إلا أن هذا التيار لم يكتب له الاستمرار إلى ما لانهاية، فمع تراكم الأدلة من عدد كبير من الدراسات الاستكشافية السابقة، وظهور نماذج نظرية جيدة حول الظواهر النفسية والتربوية والاجتماعية، وصل العلم إلى النقطة التي يمكن عندها صياغة فروض صريحة حول عدد العوامل المتوقعة وطبيعتها، ولهذا عاد التحليل العاملية إلى أصوله الأولى، وبدأ الاهتمام بالتحليل العاملية التوكيدي، ففي سنوات 1966، 1967، 1969 طور Joreskog طريقة الإمكان الأعظم Maximum Likelihood حيث اشتقت طريقتة من إحصائيات تأكيد الفرضيات باستخدام الفرضيات البديلة وتأتي هذه المقاربة خلفاً لمنهجية التحليل الاستكشافية (Tucker & MacCallum, 1997, p. 145)

ترتبط بالتحليل العاملية مجموعة من المفاهيم في البحث والتي ينبغي توضيحها وهي (نامق، 2013، صفحة 99):

- **الجذر الكامن Eigen Value** : يقيس الجذر الكامن حجم التباين في كل المتغيرات التي تحسب على عامل واحد ويتم قبول العامل الذي تكون فيه قيمة الجذر أكبر من الواحد الصحيح .

- **الاشتراكات Communalities** : عند استخراج المصفوفة العاملية يتم معرفة درجة إسهام كل متغير لكل عامل من العوامل وأن مجموع مربعات هذا الإسهامات هو قيمة الاشتراكات.

- **استخلاص العوامل Extraction** : والمقصود به اختيار المتغيرات التي تفسر أكبر قدر ممكن من التباين الكلي.

- **التدوير Rotation** : بعد التوصل إلى العوامل وتشبعاتها تأتي مرحلة تدوير العوامل إلى مكان آخر يسهم في تفسيرها والهدف من ذلك هو التوصل إلى التشكيلة المناسبة لتفسير العوامل تفسيراً منطقياً.

للتحليل العاملي عدة طرق من أهمها (سلمان، 2012، صفحة 2، 3):

- **طريقة المكونات الأساسية Principal components** : وضع ( هوتلنج

Hottelling ) عام 1933م طريقة المكونات الأساسية والتي هي من أكثر طرق التحليل العاملي دقة وشيوعاً واستخداماً في بحوث التربية الرياضية حالياً نظراً لدقة نتائجها بالمقارنة ببقية الطرق. ولهذه الطريقة مزايا عدة منها أنها تؤدي إلى تشبعات دقيقة، وكل عامل يستخرج أقصى كمية من التباين، وإنها تؤدي إلى أقل قدر ممكن من البواقي، كما أن المصفوفة الارتباطية تختزل إلى أقل عدد من العوامل المتعامدة غير المرتبطة.

- **الطريقة القطرية Diagonal method** : وهي من الطرق المباشرة والسهلة في

التحليل العاملي وتستخدم عندما يكون لدينا عدد قليل من المتغيرات وتؤدي إلى استخلاص أكبر عدد ممكن من العوامل، وهذه الطريقة تتطلب معرفة مسبقة بقيم شيوع المتغيرات أي إنه بدون هذه المعرفة لا يمكن استخدامها، وسميت هذه الطريقة بالقطرية نظراً لكونها تقوم على استخدام القيم القطرية في المصفوفة الارتباطية مباشرة، وتبدأ الطريقة القطرية باستخلاص هذه القيمة بكاملها في العامل الأول وبذلك يكون جذر هذه القيمة هو تشبع المتغير الأول على العامل الأول ويطلق عليه اسم التشبع القطري وهكذا.

- **الطريقة المركزية Centroid method** : تعد هذه الطريقة من أكثر طرق التحليل

العاملي استخداماً وشيوعاً إلى وقت قريب نظراً لسهولة حسابها فضلاً عن استخلاص عدد قليل من العوامل العامة، إلا أن الطريقة لثريستون تفتقر إلى عدد من المزايا الهامة والتي من أهمها أنها لا تستخلص إلا قدرًا محدوداً من التباين الارتباطي وتتحدد قيم الشيوع في المصفوفة الارتباطية وفق تقديرات غير دقيقة حيث تستخدم أقصى ارتباط بين المتغير وأي متغير في المصفوفة وهو إجراء يؤدي إلى خفض رتبة المصفوفة.

- **الطريقة المركزية باستخدام متوسط الارتباطات Averoid method** : تختلف

هذه الطريقة عن الطريقة المركزية السابقة بكونها تستخدم تقدير الشيوع الذي هو عبارة عن متوسط ارتباطات المتغير ببقية المتغيرات في المصفوفة ثم حساب العوامل بعد وضع المتوسط الخاص بارتباطات كل متغير في خليته القطرية ولهذا السبب يطلق على هذا

الأسلوب اسم الطريقة المركزية باستخدام المتوسطات، إلا أن هذه الطريقة لا توفر نفس الدقة التي نحصل عليها في الطريقة المركزية السابقة، إلا أنها مناسبة عند وجود عدد كبير من المتغيرات وفي حالة عدم توفر برنامج لإجراء المعالجات الإحصائية .

إن التحليل العاملية لمصفوفة ارتباط، باستخدام أية طريقة من الطرائق العاملية يهدف إلى استخلاص مجموعة من العوامل، بمعنى آخر، عبارة عن محاور متعامدة إحداثياتها تمثل تشبعات المتغيرات، غير أنه ليس هناك ما يضمن لنا دائماً الحصول على عوامل يمكن تفسيرها بسهولة من خلال ارتباطاتها مع المتغيرات، وهي تتحدد بطريقة عشوائية، ويختلف هذا التحديد للمحاور من طريقة عاملية إلى أخرى، فهل يمكننا قبول العوامل الناتجة في تحليلاتنا على أنها الصورة النهائية التي تلخص لنا العلاقات الارتباطية المتعددة وبصورة مقبولة، وهنا يقوم الباحث بإجراء جديد ألا وهو آلية التدوير لهذه العوامل أو المحاور يهدف أساساً إلى إعادة تحديد مواضعها، وهنا نوعان من التدوير تبعاً للزاوية التي تفصل بين المحاور المرجعية وهما التدوير المتعامد Orthogonal Rotation والتدوير المائل Oblique Rotation ففي التدوير المتعامد تدار العوامل معاً (اثنين منها مثلاً) مع الاحتفاظ بالتعامد بينها. أما التدوير المائل ففيه تدار المحاور دون إحتفاظ بالتعامد وتترك لتتخذ الميل الملائم له، والعوامل المتعامدة غير المرتبطة معاً هي معاملات الارتباط التي قيمها تساوى صفراً، أما العوامل المائلة فهي عوامل بينها ارتباط أي أنها عوامل متداخلة، لذا فإن الهدف الرئيسي من تدوير المحاور هو لتحقيق البناء البسيط .

تتعدد الطرق العملية للتدوير في محاولة لتقديم حل رياضي للبناء البسيط ثم تناولت بعد ذلك عدة طرق رياضية لعل أشهرها طريقة الفاريماكس Varimax لكايزر Kaiser والتي تقبل فكرة البناء البسيط مع الإحتفاظ بالتعامد بين العوامل، ويميل أغلب الباحثون في مجال التربية الرياضية إلى استخدام طريقة الفاريماكس لكايزر والتي تؤدي إلى أفضل الحلول التي تستوفى خصائص البناء البسيط . كما يوجد عدد من الأساليب التحليلية لحساب العوامل المائلة ومنها ( طرق الكوارتيمين Quartimin ، لأوبليمين Oblimin لكارول Carroll ، والـ Covarimin لكايزر، والـ Binornamin لكايزر وديكمان Dickman والـ Promax ( لهندريكسون ووايت Hendrickson and White ) (سلمان، 2012، صفحة 5)

### 3. عرض النتائج ومناقشتها:

#### 1.3 الوصف الإحصائي لاجابات افراد العينة عن المعلومات الشخصية:

قبل أن نتناول نتائج إجراء التحليل العاملية لا بد من أن نتناول التحليل الوصفي للدراسة الميدانية حيث:

الجدول 1 : توزيع العينة وفقاً لمتغيرات الدراسة

النسبة (%)	التكرار	البيان	الجنس
41.2	12	أنثى	
58.8	18	ذكر	



42.5	13 <sub>3</sub>	18- أقل من 30 سنة	العمر
40.9	12 <sub>8</sub>	30- أقل من 45 سنة	
16.6	52	45 سنة و أكثر	
11.8	37	ابتدائي	المستوى التعليمي
14.1	44	متوسط	
27.2	85	ثانوي	
47	14 <sub>7</sub>	جامعي	
40.6	12 <sub>7</sub>	أقل من 15000 دج	الدخل
26.2	82	15000-أقل من 30000 دج	
33.2	10 <sub>4</sub>	30000 دج وأكثر	

المصدر : من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي Spss

بعدما تم توزيع الاستبيان بالاستعانة بمجموعة من الأفراد ذوي الخبرة في مجال البحوث الميدانية، استرجع منه 313 استبيان (أي أن نسبة الإجابة 78.25%) صالح للمعالجة من خلال برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS، ويوضح الجدول رقم 1 توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغيرات الدراسة حيث يظهر أن عدد الذكور أكبر من الإناث الذين يمثلون نسبة 41.2% من عينة الدراسة. كما يظهر أن نسبة الأفراد من 18 سنة وأقل من 30 سنة أكبر وتأتي بعدها الفئة العمرية ذوي أعمار 30 سنة وأقل من 45 سنة متبوعة بالفئة العمرية 45 سنة وأكثر بنسبة 16.6%. بالنسبة للمستوى التعليمي نجد أن الأفراد ذوي المستوى الجامعي يمثلون أكبر عدد بنسبة تقدر ب 47% متبوعين بالأفراد ذوي المستوى التعليمي ثانوي 27.2% والمتوسط 14.1% ويأتي الأفراد ذوي المستوى التعليمي الابتدائي في المرتبة الأخيرة بنسبة 11.8%. ويظهر الجدول أن الأفراد من ذوي الدخل أقل من 15000 دج الدخول يمثلون أكبر نسبة من أفراد العينة (40.6%) متبوعين بالأفراد ذوي الدخل 30000 دج وأكثر بنسبة 33.2% والأفراد الذين يتراوح دخلهم بين 15000 وأقل من 30000 دج بنسبة 26.2%.

### 2.3 اختبار فرضيات الدراسة:

نظرا لكون متغير الولاء القومي يحمل العديد من الفقرات، ومن أجل التوصل إلى توصيف عملي لهيكل الولاء القومي تم إخضاع المقياس الذي يتمتع بدرجة ثبات عالية ( بعد الاختبار الأولي للدراسة) إلى التحليل العاملي باستخدام المكونات الرئيسية وذلك للتوصل إلى ما يلي:

- تخفيض عدد المتغيرات التي يشمل عليها المقياس من خلال التخلص من البيانات

الزائدة؛

- استخراج العوامل الرئيسية في بيانات المقياس والتي تعبر بالفعل عن المجموعات المختلفة للولاء؛

- تحديد هيكل الولاء القومي الذي يتمتع بدرجة عالية من الثبات والمصدقية والذي يعتمد عليه في تفسير وتوصيف الولاء القومي.

للوصول إلى درجة عالية من المصدقية في استخراج العوامل الرئيسية المعبرة عن هيكل الولاء القومي، فقد تقرر إتباع الخطوات التالية من أجل استبعاد المتغيرات (Loussaief, 2002, pp. 126,127):

- اختبار قيمة Kaiser-Meyer-Olkin وقيمة Test de sphéricité de Bartlett، إذ يسمح ذلك بمعرفة إذا يمكن القيام بالتحليل العاملي أم لا ؛

- فحص مصفوفة الارتباط بين العوامل لمعرفة إذا ما يجب القيام بالتدوير وفق الطرق العمودية أو طريقة التدوير المائل Rotation Oblique، حيث تفضل الطريقة الثانية في وجود ارتباط قوي ذو دلالة بين المتغيرات مما يعني احتمال وجود ارتباط داخلي بين المتغيرات Multicollinearity؛

- التأكد بعد التدوير من استيفاء المتغيرات لمجموعة من الشروط وهي أن يكون المتغير ذو ارتباط جيد بالعامل (معامل تحميل أكبر من 0.5) وأن يوجد فرق أكبر من 0.3 في معاملات التحميل في حالة ارتباط المتغير بأكثر من عامل من العوامل المستخرجة في نفس الوقت، بالإضافة إلى ضرورة أن يتجاوز مقدار شيوخ المتغير قيمة 0.5؛

- فحص نسبة التباين المفسر، إذ يجب أن تقسّر العوامل أكثر من 0.6 من التباين الكلي؛

- فحص قيمة معامل الثبات Alpha de Cronbach والتي يجب أن تتجاوز 0.6. بعد التأكد من أن بيانات الدراسة الأولية لمتغير الولاء القومي موزعة بشكل طبيعي، وذلك من خلال اختبار Kolmogorov-Simirnov لحسن المطابقة Goodness Of Fit تم قبول الفرضية الصفرية التي تؤكد على أن البيانات موزعة بشكل طبيعي.

كما تم التأكد من أن البيانات قابلة لإجراء لتحليل العاملي عليها وذلك بواسطة مقياس Kaiser-Meyer-Olkin والذي بلغت قيمته 0.691 وهي قيمة مناسبة طالما أنها تزيد عن 0.5 كحد أدنى يمكن قبوله، بالإضافة إلى أن قيمة الدلالة La signification والتي يجب أن تكون أقل من 0.05 تشير إلى أن هناك اختلاف ذو دلالة بين مصفوفة الارتباط ومصفوفة الوحدة والتي يكون فيها الارتباط بين المتغيرات مساويا للصفر.

في ضوء المعايير السابقة أمكن التوصل إلى أن هناك أربعة عوامل رئيسية تضم عشر متغيرات فقط تحدد معالم هيكل الولاء القومي، ولقد ساهمت هذه العوامل مجتمعة في تفسير حوالي 80.159% من التباين الكلي وأمکن توصيف هذه العوامل المستخرجة والمحددة لمعالم هيكل الولاء القومي على النحو الذي يظهر في الجدول رقم 2 حيث تم استخراج أربعة عوامل وهي:

**العامل الأول:** يضم هذا العامل ثلاث متغيرات تم اختيارها على أساس مقدار تشبع المتغير بالعامل، ويسهم العامل في تفسير 41.898% من التباين الكلي للبيانات الخاصة بالولاء القومي، ويعكس هذا العامل الفقرات الثلاثة المكونة للولاء وهي الفقرة رقم 9 "علينا

فقط شراء المنتجات التي لا يمكن صنعها في الجزائر "والفقرة رقم 2" تأتي المنتجات الجزائرية قبل غيرها من المنتجات" والفقرة رقم 1 " يمكن فقط استيراد المنتجات غير المتوفرة في السوق الجزائرية؛

**العامل الثاني:** يفسر هذا العامل 14.905 % من التباين الكلي لظاهرة الولاء القومي، ويضم متغيرين تم اختيارهما على أساس أكبر قيمة تشبع بالعامل الحالي مقارنة بالعوامل الأخرى، يتمثل المتغيرين في الفقرة رقم 17 "لا بد أن نضع قيودا على كل الواردات" والفقرة رقم 16 "يجب وضع رسوم مرتفعة على المنتجات الأجنبية عند دخولها للسوق الجزائرية؛

**العامل الثالث:** يحتوي هذا العامل على ثلاث متغيرات (رقم 12 ورقم 7 ورقم 13) ويسهم في تفسير 12.538 % من التباين الكلي في البيانات الخاصة بالولاء القومي، وتعكس المتغيرات التي تم تحميلها على هذا العامل ظاهرة الولاء القومي كأن شراء المنتجات المصنوعة في الجزائر يحمي الاقتصاد الجزائري وأنه لا يجب على الجزائريين شراء المنتجات الأجنبية لأن ذلك من شأنه إضعاف التجارة الجزائرية وزيادة البطالة، بالإضافة إلى أنه من الأفضل دائما شراء المنتجات الجزائرية؛

**العامل الرابع:** يشتمل هذا العامل على متغيرين فقط (رقم 3 ورقم 4) ويسهم في تفسير 10.819 % من التباين الكلي في البيانات الخاصة بالولاء القومي، ويعكس المتغيرين اللذان تم تحميلهما على هذا العامل ظاهرة الولاء القومي باعتبار أن شراء المنتجات الأجنبية فعلا ضد الجزائر وأنه ليس من الجيد شراء المنتجات الأجنبية لأن ذلك يجعل الجزائريين في بطلاة.

الجدول 2: نتائج التحليل العاُملي على العينة الاستطلاعية

المتغيرات	العوامل	الأول	الثاني	الثالث	الرابع
علينا فقط شراء المنتجات التي لا يمكن صنعها في الجزائر	0.944				
تأتي المنتجات الجزائرية قبل غيرها من المنتجات	0.821				
يمكن فقط استيراد المنتجات غير المتوفرة في السوق الجزائرية	0.747				
لا بد أن نضع قيودا على كل الواردات	0.923				
يجب وضع رسوم مرتفعة على المنتجات الأجنبية عند دخولها للسوق الجزائرية	0.805				
إن شراء المنتجات المصنوعة في الجزائر يحمي الاقتصاد الجزائري	0.931				
لا يجب على الجزائريين شراء المنتجات الأجنبية لأن ذلك من شأنه إضعاف التجارة الجزائرية وزيادة البطالة	0.704				

البنية العاملية لمقياس الولاء القومي CETSACLE

	0.598			من الأفضل دائما شراء المنتجات الجزائرية
0.915				يعتبر شراء المنتجات الأجنبية فعلا ضد الجزائر
0.836				ليس من الجيد شراء المنتجات الأجنبية لأن ذلك يجعل الجزائريين في بطلاة
<b>10.81</b>	<b>12.53</b>	<b>14.90</b>	<b>41.898</b>	%التباين الذي أمكن تفسيره
<b>0</b>	<b>8</b>	<b>5</b>		
<b>80.15</b>	<b>69.34</b>	<b>56.80</b>	<b>41.898</b>	%المتجمعة للتباين الذي أمكن تفسيره
<b>0</b>	<b>1</b>	<b>3</b>		

المصدر : من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي Spss

بعدما تم إجراء التحليل العاملي على العينة الاستطلاعية تم إجراء التحليل العاملي أربع مرات على العينة النهائية، بعدما تم التأكد من أن البيانات قابلة لإجراء التحليل العاملي عليها. تم التوصل عند إجراء التحليل العاملي في المرة الأولى إلى وجود عاملين رئيسيين يضمنان عشر متغيرات ، ولقد ساهم هذين العاملين في تفسير حوالي 60.679 % من التباين الكلي وأمکن توصيف هذين العاملين المستخرجين والمحددین لمعالم هيكل الولاء القومي على النحو الذي يظهر في الجدول 3:

الجدول 3 : نتائج التحليل العاملي على العينة النهائية

الاختبار 4	الاختبار 3	الاختبار 2		الاختبار 1		العوامل المتغيرات
		الثاني	الأول	الثاني	الأول	
الأول	الأول	0.46 7	0.68 3		0.65 7	علينا فقط شراء المنتجات التي لا يمكن صنعها في الجزائر
		0.44 7	0.69 3		0.66 5	تأتي المنتجات الجزائرية قبل غيرها من المنتجات
	0.69 0	0.37 6	0.72 7		0.67 9	يمكن فقط استيراد المنتجات غير المتوفرة في السوق الجزائرية
0.75 4	0.80 3		0.78 9		0.74 7	لا بد أن نضع قيودا على كل الواردات
0.84 3	0.82 2		0.76 7		0.75 7	يجب وضع رسوم مرتفعة على المنتجات الأجنبية ....
0.78 9	0.75 3		0.74 7		0.75 8	إن شراء المنتجات المصنوعة في الجزائر يحمي الاقتصاد الجزائري
0.73 7	0.71 2		0.65 0	0.32 7	0.67 7	لا يجب على الجزائريين شراء المنتجات الأجنبية... وزيادة البطالة
0.80 1	0.78 0		0.75 5	0.18 8	0.77 3	من الأفضل دائما شراء المنتجات الجزائرية
				0.50 8	0.60 1	يعتبر شراء المنتجات الأجنبية فعلا ضد الجزائر

				0.42 3	0.58 9	ليس من الجيد شراء المنتجات الأجنبية لأن ذلك يجعل الجزائريين في بطلاة
61.7 54	57.9 57	12.9 86	52.9 40	12.6 18	48.0 61	% التباين الذي أمكن تفسيره
61.7 54	57.9 57	65.9 26	52.9 40	60.6 79	48.0 61	% المتجمعة للتباين الذي أمكن تفسيره

المصدر : من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي Spss

لقد تم استخراج عاملين:

**العامل الأول:** يضم هذا العامل سبع متغيرات تم اختيارها على أساس مقدار تشبع المتغير بالعامل، ويسهم العامل في تفسير 48.061% من التباين الكلي للبيانات الخاصة بالولاء القومي، ويعكس هذا العامل الفقرات السبع الأولى المكونة للولاء القومي وهي:

- علينا فقط شراء المنتجات التي لا يمكن صنعها في الجزائر؛
- تأتي المنتجات الجزائرية قبل غيرها من المنتجات؛
- يمكن فقط استيراد المنتجات غير المتوفرة في السوق الجزائرية؛
- لا بد أن نضع قيودا على كل الواردات؛
- يجب وضع رسوم مرتفعة على المنتجات الأجنبية عند دخولها للسوق الجزائرية؛

- إن شراء المنتجات المصنوعة في الجزائر يحمي الاقتصاد الجزائري؛
- لا يجب على الجزائريين شراء المنتجات الأجنبية لأن ذلك من شأنه إضعاف التجارة الجزائرية وزيادة البطالة.

**العامل الثاني:** يفسر هذا العامل 12.618% من التباين الكلي لظاهرة الولاء القومي، ويضم المتغيرات الثلاث الأخيرة للولاء القومي تم اختيار هذه المتغيرات على أساس أكبر قيمة تشبع بالعامل الحالي مقارنة بالعوامل الأخرى، غير أن الفقرتين الأخيرتين لديهما تشبع بالعامل الأول ولا يتجاوز الفرق بين مقداري التشبع 0.3، من ذلك سيتم إعادة إجراء التحليل العملي من جديد، ولكن في هذه المرة نقوم بإجراء التحليل العملي مع التدوير بطريقة *Varimax*، تجدر الإشارة إلى أن التحليل العملي تم من دون تدوير مائل، وذلك لعدم وجود مشكلة ارتباط داخلي بين المتغيرات.

بعد عملية إجراء التحليل العملي مع التدوير بطريقة *Varimax*، بقي الفرق بين مقداري التشبع للعامل الأول وللعامل الثاني أقل من 0.3 وهذا للفقرتين الأخيرتين من فقرات الولاء القومي والمتعلقتين ب " يعتبر شراء المنتجات الأجنبية فعلا ضد الجزائر " وليس من الجيد شراء المنتجات الأجنبية لأن ذلك يجعل الجزائريين في بطلاة" على التوالي، مما يستدعي حذف الفقرتين، وإعادة إجراء التحليل العملي من جديد.

بعد إجراء التحليل العملي في المرة الثانية أمكن التوصل إلى أن هناك عاملين رئيسيين يضمنان ثمان متغيرات تحدد معالم هيكل الولاء القومي، ولقد ساهم هذين العاملين

في تفسير حوالي 65.926% من التباين الكلي وأمكن توصيف هذين العاملين المستخرجين والمحددتين لمعالم هيكل الولاء القومي على النحو الذي يظهر في الجدول رقم 3 إذ تم استخراج عاملين، يضم العامل الأول ثمانية متغيرات تم اختيارها على أساس مقدار تشبع المتغير بالعامل، ويسهم العامل في تفسير 52.940% من التباين الكلي للبيانات الخاصة بالولاء القومي، ويعكس هذا العامل جميع الفقرات المكونة للولاء القومي، غير أن الفقرات الثلاث الأولى لديها تشبع كبير بالعامل الثاني الذي يفسر هذا العامل 12.986% من التباين الكلي لظاهرة الولاء القومي، غير أن الفقرتين الأولى والثانية المتعلقةتين بـ "علينا فقط شراء المنتجات التي لا يمكن صنعها في الجزائر" و"تأتي المنتجات الجزائرية قبل غيرها من المنتجات" على التوالي لديهما تشبع بالعامل الأول ولا يتجاوز الفرق بين مقداري التشبع 0.3، من ذلك سيتم إعادة إجراء التحليل العملي من جديد، ولكن في هذه المرة نقوم بإجراء التحليل العملي مع التدوير بطريقة Varimax غير أن العملية أفضت إلى ضرورة حذف الفقرتين الأولى والثانية وإعادة إجراء التحليل العملي من جديد.

بعد إجراء التحليل العملي في المرة الثالثة أمكن التوصل إلى أن هناك عامل رئيسي يضم المتغيرات التي تحدد معالم هيكل الولاء القومي، ولقد ساهم هذا العامل في تفسير حوالي 57.957% من التباين الكلي وأمكن توصيف هذا العامل المستخرج والمحدد لمعالم هيكل الولاء القومي على النحو الذي يظهر في الجدول رقم 3 إذ تم استخراج عامل فقط يضم المتغيرات الست والتي يتجاوز مقدار تشبعها بالعامل 0.5، ويسهم العامل في تفسير 57.957% من التباين الكلي للبيانات الخاصة بالولاء القومي، ويعكس هذا العامل جميع الفقرات المكونة للولاء القومي، غير أن الفقرة الثالثة المتعلقة بـ "يمكن فقط استيراد المنتجات غير المتوفرة في السوق الجزائرية" مقدار شيوعها أقل من 0.5 مما يستدعي حذفها وإعادة إجراء التحليل العملي من جديد.

بعد إجراء التحليل العملي في المرة الرابعة أمكن التوصل إلى أن هناك عامل رئيسي يضم المتغيرات التي تحدد معالم هيكل الولاء القومي، ولقد ساهم هذا العامل في تفسير حوالي 61.754% من التباين الكلي وأمكن توصيف هذا العامل المستخرج والمحدد لمعالم هيكل الولاء القومي على النحو الذي يظهر في الجدول رقم 3 إذ تم استخراج عامل فقط يضم خمس متغيرات يتجاوز مقدار تشبعها بالعامل 0.5، ويسهم العامل في تفسير 61.754% من التباين الكلي للبيانات الخاصة بالولاء القومي، ويعكس هذا العامل جميع الفقرات المكونة للولاء القومي وهي:

- لا بد أن نضع قيودا على كل الواردات؛
- يجب وضع رسوم مرتفعة على المنتجات الأجنبية عند دخولها للسوق الجزائرية؛
- إن شراء المنتجات المصنوعة في الجزائر يحمي الاقتصاد الجزائري؛
- لا يجب على الجزائريين شراء المنتجات الأجنبية لأن ذلك من شأنه إضعاف التجارة الجزائرية وزيادة البطالة؛
- من الأفضل دائما شراء المنتجات الجزائرية.

مما تقدم وبعد احتساب معامل الثبات للمتغيرات المتبقية بلغت قيمة ألفا كرونباخ 0.844 واعتماداً على نتائج التحليل العاملي يمكن القول بأن الولاء القومي ظاهرة وحيدة العامل أو البعد.

#### 4. خاتمة:

أظهرت النتائج أن مقياس الولاء القومي يتمتع بدرجة جيدة من الصدق العاملي، حيث تم التوصل إلى العامل الرئيسي الذي تتجمع فيه فقرات المقياس باستخدام طريقة المكونات الأساسية، كما اعتمدت طريقة المحاور المتعامدة لتدوير العوامل، إذ كشف التحليل تشبع جميع فقرات المقياس في عامل وحيد يحتوي على تشبعات جوهرية موجبة، تراوحت بين 0.737 و 0.843، ويفسر نسبة 61.754% من التباين الكلي وهي نسبة متوسطة من التباين العاملي المستخلص وتُعد مؤشراً مقبولاً من مؤشرات صدق الأداة في قياس الولاء القومي كما تعكس هذه النتائج احتمالية وجود عوامل وأبعاد أخرى لمفهوم الولاء القومي لم يتضمنها المقياس، وبالتالي رفض فرضية الدراسة القائلة بأن المكونات الأساسية لمقياس الولاء القومي CETSCALE تشبع على عدد من العوامل.

في ضوء النتائج السابقة - فإن الدراسة الحالية تؤكد عدم الاكتفاء بالتحكيم للحكم على بنية المقاييس ووقف الممارسات الخاطئة والشائعة في هذا المجال، وتوصي بعدم تجاهل الطرق الأخرى ومن بينها التحليل العاملي - على الرغم من محاولة بعضهم تجنبه لطبيعته الرياضية -، والاستعانة به كدلالة إضافية لصدق البناء للمقاييس حيثما تم الافتراض بوجود عدة أبعاد مكونة للمقياس.

#### 5. قائمة المراجع:

##### المؤلفات:

- Malhotra, N, Décaudin, J.M & Bouguerra, A.(2007).Etudes marketing avec SPSS, Pearson Education, France

##### الأطروحات:

- Loussaief, L. (2002). La sensibilité du consommateur à l'origine nationale perçue des marques :une variable modératrice de l'effet de l'image d'un pays sur la qualité perçue d'un produit , Sciences de gestion, Université Paris ix dauphine , France

##### المقالات:

- عبد الرزاق، خولة بهجت. (2011). استخدام التحليل العاملي لبيان العوامل المؤثرة في زيادة ظاهرة الغش بين الطلبة. مجلة التقني، المجلد 24(9) ، 181-189  
- فيصل ناجي نامق، (2013). توظيف التحليل العاملي الاستكشافي لاستخلاص عوامل الولاء المنظمي والرضا الوظيفي دراسة حالة في الكلية التقنية الإدارية - بغداد، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارة، المجلد 19(70)، 96-123

- Balabanis,G; Adamantios,D & Mueller,R. (2001).The impact of nationalism , patriotism and internationalism on consumer ethnocentric tendencies ,Journal of international business studies ,volume 32(1) , 80-95.

- Han, S; Yoon, S; Vargas, P. T.( 2005). Think it's good, but feel it's bad, country of origin effects on cognition, affect and behavior , Advances in consumer research , volume 32 , 263-264.
- Huddleston, P; Good ,L. K & Stoel, L. (2001). Consumer ethnocentrism, product necessity and Polish consumers' perceptions of quality, International journal of retail & distribution management , volume 29 (5), 236-246.
- Lyn, A. S; Chao M. C H & Arnold, M. J. (2005). Executive insights Exploring the practical effects of country of origin ,animosity and price quality issues : two case studies of Taiwan and Acer in China , Journal of international marketing , volume 13(2), 114-150

#### مواقع الانترنت:

- سلمان، ثائر داود . (2012). التحليل العاملي مفهومه، طرق تحليله، محكات تحديد عدد العوامل ومثالا توضيحيا بكيفية استخراجها بنظم SPSS، 2012: [www.cope.uobaghdad.edu.iq](http://www.cope.uobaghdad.edu.iq)(consulté le 1/ 12/2020)

- Ledyard, R. T & MacCallem, R.C. (1997). Exploratory factor analysis: [http://www.ffzg.unizg.hr/psiho/phm/nastava/Book\\_Exploratory%20Factor%20Analysis.PDF](http://www.ffzg.unizg.hr/psiho/phm/nastava/Book_Exploratory%20Factor%20Analysis.PDF) (consulté le 1/12/2020)