
**الإتجاه نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن
وعلاقته بالسلوك الشرائى لدى الشباب المقبل على الزواج**

إعداد

د. منى مصطفى الزاكي

أستاذ مساعد ورئيس قسم إدارة مؤسسات الأسرة والطفولة
كلية الإقتصاد المنزلي جامعة الأزهر

مجلة بحوث التربية النوعية - جامعة المنصورة
عدد (٣٧) - يناير ٢٠١٥

الإتجاه نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وعلاقته بالسلوك الشرائى لدى الشباب المقبل على الزواج

إعداد

د. منى مصطفى الزاكي*

المستخلص العربى

استهدف البحث بصفة رئيسية تحديد طبيعة العلاقة بين اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وسلوكهم الشرائى، وتحدد مشكلة البحث في الكشف عن طبيعة العلاقة بين اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وسلوكهم الشرائى، تكونت عينة البحث من (٢٤٠) من الشباب المقبل على الزواج (ذكور وإناث) من مستويات اقتصادية واجتماعية مختلفة، تم تجميع العينة من محافظة الغربية "طنطا"، نواج، سبرباى" بطريقة صدفية غرضية، تم التطبيق الميدانى خلال شهر نوفمبر ٢٠١٤م، وتكونت اداة البحث من: استمارة البيانات العامة للشباب المقبل على الزواج، استبيان اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن، استبيان السلوك الشرائى للشباب المقبل على الزواج (وجميعها من إعداد الباحثة).

وكانت أهم النتائج التى توصل إليها البحث:

- وجود علاقة ارتباطية بين اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن بمحاوره وسلوكهم الشرائى بمحاوره.
- وجود تباين دال احصائياً في السلوك الشرائى للشباب المقبل على الزواج تبعاً لمستوى اتجاههم نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن لصالح المستوى الأعلى.
- وجود فروق دالة احصائياً بين متوسطات الشباب عينة البحث في اتجاههم نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن تبعاً لبعض متغيرات المستوى الاقتصادي والاجتماعي للشباب (الجنس) لصالح الاناث - مكان السكن "لصالح الريف".
- وجود فروق دالة احصائياً بين متوسطات الشباب عينة البحث في السلوك الشرائى تبعاً لبعض متغيرات المستوى الاقتصادي والاجتماعي للشباب (الجنس) "لصالح الاناث" - عمل الشاب "لصالح الشباب الذى لا يعمل" - مكان السكن "لصالح الريف".
- عدم وجود فروق دالة احصائياً بين متوسطات الشباب عينة البحث في اجمالى اتجاههم نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن.

* أستاذ مساعد ورئيس قسم إدارة مؤسسات الأسرة والطفولة - كلية الإقتصاد المنزلي - جامعة الأزهر

- عدم وجود تباين دال احصائيا فى إتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وفى سلوكهم الشرائى تبعا لمستوى الدخل الشهرى للأسرة.

من أهم توصيات البحث:

- عمل دورات تدريبية بكلليات الاقتصاد المنزلى للشباب المقبل على الزواج عن شروط وشكل المسكن الصحى واساليب وطرق الشراء الصحيحة.
- عمل دورات تدريبية فى المؤسسات المختلفة "المعنية بالأسرة" عن كيفية اختيار الأثاث المناسب للمسكن ومناسبته لاحتياجات الأسرة المستقبلية.
- توعية الأسر بضرورة اشتراك الشباب المقبل على الزواج فى شراء احتياجاتهم من خلال فقرات فى البرامج التلفزيونية لتوعية الشباب المقبل على الزواج بالسلوك الشرائى الرشيد.

مقدمة ومشكلة البحث :

الشباب هو رأس مال الأمة وحاضرها ومستقبلها ،وهو ثروة الأمة التى تفوق ثرواتها ومواردها كلها، فإذا أدركت الأمة كيف تحافظ على أعلى ثرواتها وكيف تنميها وكيف تواجهها وتستفيد منها استطاعت أن تؤدى رسالتها فى الحياة، فالشباب هم المستقبل والرجاء، وهو أمل الأمة وعماد قوتها، على أكتافه تلقى تابعات المستقبل، (بدر، ٢٠٠٠: ٧) وبما أن مرحلة الشباب مرحله هامة وخطيرة، حيث يحقق الفرد نضجه الكامل لهذه المرحلة وتتكون فيه معظم ميوله واتجاهاته فى الحياة ويصبح مستعداً لتحمل مسؤوليات الحياة، (منصور والشربيني، ٢٠٠٥: ٣٤)، كما يتركز اهتمام الفرد من خلال هذه المرحلة حول تحقيق ذاته واستقلاليته عن طريقة الاستمرار المهنى والتخطيط لتكوين أسرة جديدة (زهران، ٢٠٠١: ٨١).

الزواج مطلب أساسى من مطالب النمو فإذا تحقق إشباعه بنجاح أدى إلى الشعور بالسعادة وأدى إلى النجاح فى تحقيق مطالب النمو مستقبلا ، بينما يؤدى الفشل فى إشباعه إلى نوع من الشقاء وعدم التوافق مع مطالب الفترات التالية من الحياة ، فللزواج أهمية كبيرة كعملية اجتماعية أوخطوة أساسية فى تكوين الأسرة للدور الذى يسهم به فى تحقيق التوافق النفسى للشباب ، فالشباب يتزوجون لأسباب عديدة منها شخصية مثل تبادل الحب مع شخص آخر والبحث عن الأمان العاطفى والأمن الاقتصادى والمنزل المستقل وإنجاب الأطفال والاستجابة لرغبات الوالدين ومنها ما هو اجتماعى للوصول إلى الوضع الاجتماعى المقبول (عبدالرحمن، ١٩٩٨: ١٢- ١٣)، ويعتبر الزواج من المشكلات الملحة بالنسبة للشباب نظراً لارتفاع تكاليف الزواج وعدم توافر الشقق السكنية وارتفاع نسبة البطالة وزيادة المعروض على سوق العمل أكثر من الاحتياجات الفعلية للسوق والركود الاقتصادى ، حيث ترتب على ذلك ارتفاع معدلات سن الزواج (بدر، ٢٠٠٧: ٢١- ٢٢).

تري محمد (٢٠٠٤) أن عدم توافر المسكن اللائم يمثل مشكلة أساسية للشباب المقبل على الزواج فى ضوء اعتباره احد محددات المكانة الاجتماعية ، وباعتباره المكان الأساسى لإشباع الاحتياجات الإنسائية المختلفة.

حيث يعتبر المسكن أهم حيز معماري يتعامل معه الإنسان فيقضي فيه معظم أوقاته وذلك بغض النظر عن مساحته الداخليه فعندما يقوم المصمم بالتعامل معه تخضع تصميماته تبعاً لمتطلبات وشخصيه وثقافه قاطنيه التي تختلف من عائله لأخرى بل ومن شخص لأخر داخل العائله الواحده كما يجب تصميم المسكن بحيث يعبر عن شخصيه مالكه (علي، ٢٠٠٦: ٨٤).

فالمسكن ليس مجرد الفراغ الذى يحيطه جدران وأسقف، ولا يقصد به عدد من الحجرات والمنافع، ولكن يقصد به تكوين هذه الوحدات وتأثيرها بالقيمة اللازمه وترتيبها وتنسيقها وازداده للمسات الجمالية والفنية اليها، كما يجب مراعاة بعض العوامل العامه عند التفكير فى اختيار الأثاث اللازم والملائم لحجرات المسكن حتى التصميم الداخلى للمسكن بما يوفره لأفراد الأسرة من الاحساس بالخصوصية وحرية الحركة عند مزاوله الأنشطة المختلفه والتنقل من منطقه الى اخرى دون عائق (نوفل، ٢٠٠٦: ١٩٧).

ولابد من اشتراك الأفراد الذين سيقومون فى الوحدات السكنية فى وضع التصميم لما له من دور إيجابى فى تصميم الوحدات وتنفيذها حسب احتياجاتهم وكذلك مراعاة المحددات الإجتماعية والثقافية والنفسية التى تؤثر فى تشكيل فراغات المسكن وهذا يعمل على الوصول بالمسكن إلى درجة من الجمال تحقق الراحة النفسية والجسدية لشاغليه (الحداد، ١٩٩٩: ٨٦).

ويلعب التصميم الداخلى والأثاث دوراً هاماً فى تأثير وتجميل المسكن حيث أن عملية تأثير وتجميل المسكن عملية مرتبة، مقسمة، محددة تتكون من عناصر كثيرة مثل اللون، الخطوط، الضوء، الأثاث، والإكسسوارات، والنسب وكلها تجتمع سوياً لخلق مكان واحد له طابع خاص، ويعد الأثاث هو العنصر الرئيسى فى عناصر التصميم الداخلى لأى فراغ (شمس و عبد الحليم، ١٩٩٧: ٢١٢) ولقد أثبتت بعض الدراسات والأبحاث الاجتماعية أن الإنسان يقضى معظم عمره متعايشاً مع الأثاث، حيث لا يخلو مكان عام أو خاص من قطعة الأثاث سواء كانت من الخشب أو المعدن أو البلاستيك أو الزجاج... الخ لتؤدي وظيفة وتشبع رغبات أفراد المجتمع، وتضفى على المكان جمالاً وروعة وتعطى الإحساس بالراحة من ناحية الألوان ومدى تواؤمها مع العناصر الأخرى التى تشمل على الإضاءة والدهانات والأرضيات والتهويه والتي تعتبر بدورها عنصراً مهماً ولا يمكن الإستغناء عنه أبداً (عريضة، ٢٠٠٠: ٧٢-٧٣).

ونظراً لما يقوم به الأثاث والمفروشات من دور هام فى حياتنا حيث يعد الأثاث والمفروشات من السلع الهامه التى لا يتكرر شراؤها إلا مره واحده فى معظم الأحوال كما أن مستهلكيها من نوعية ومستوى عمرى معين بالإضافة إلى كونها من سلع المباهاة والتفاخر، وقد لوحظ فى الأونه الأخيره أن طرأت تغيرات سريعه على نمط التأثير واختيار الأثاث والمفروشات والذى كان انعكاساً للتطور السريع فى تقنيات هذه الصناعة مما كان له أكبر الأثر فى اتجاه المستهلك نحو اختيار الأثاث والمفروشات حيث تشير أبو سكينه (٢٠٠٠: ٣) إلى اتجاه إقبال المستهلك على الاختيار وفقاً لمؤثرات الموضة والرغبة فى التقليد والمحاكاة ودون مراعاة مدى ملائمة قطع الأثاث المؤثثة فى الشكل والوظيفة لكان شاغليه.

ويرى (محمد، ١٩٩٥ : ٦٥) أن الخطأ الشائع فى الأثاث الذى ينتجه الإنسان لنفسه فى منزله هو المبالغة فى أبعادها بحيث يفقدها أحيانا تناسبها الجمالى ، كما تؤكد حنا (١٩٩٧ : ٢٩٣) أن الجمال الحقيقى يكمن فى كيفية تكيف الأثاث مع متطلبات الفرد ، وأن الزخارف والنقوش والحلايا المكثفة لم تكن أبداً هي السبيل إلى الجمال ، فالأثاث ليس مجرد كتلة صماء تقبع بعيداً فى أحد الأركان مستندة إلى جدار ما ، أو مجرد وعاء نلقى بداخله متاعنا ، أو نحبس فيه أدواتنا ، لكن الأثاث منتج فعال ، يتفاعل مع احتياجات الإنسان والبيئة المحيطة به (قاسم ، ٢٠٠٣ : ٩٩) .

ويراعى عند تصميم الفراغ الداخلى مراعاة كافة الأنشطة والإحتياجات الأساسية والثانوية للإنسان، كما لا بد أن يراعى الجوانب الفكرية والنفسية والعضوية كذلك العادات والتقاليد بالإضافة إلى عامل التجديد وهذا ما أكدته دراسته (أحمد ، ١٩٩٩ : ٢) ، ولا بد أن يكون المسكن معبراً عن احتياجات الفرد محققاً لمتطلباته بالصورة المثلى التى يرغب فيها (محمود ، ٢٠٠٥ : ٣٤) .

وتفيد دراسة (محمد، ٢٠٠٤ : ٩٤) أنه كلما تحسن مستوى المسكن فسيولوجيا وسيكولوجيا وصحيا كلما انخفض السلوك العدوانى لدى قاطنيه ، كما أثبتت دراسة (توفيق، ٢٠٠٧ : ١٨٧) أن هناك علاقة ارتباطية موجبة بين التصميم الداخلى والتوافق النفسى والإجتماعى للفرد لصالح التصميم الأفضل ، وترى أن المسكن الملائم له أثره فى تنمية العلاقات الإجتماعية بين قاطنيه بعضهم البعض من ناحية وبينهم وبين بيئتهم من ناحية أخرى وهذا يساهم فى تحقيق توافق إجتماعى نفسى جيد لقاطنيه لذلك ينصح السيكولوجيون بأن يراعى المصمم متطلبات الأفراد الذين يستخدمون الفراغات ،

وترى (أبو سكينه، ٢٠٠٠ : ٣) أن الإنسان لى ينجح فى حياته العامة والخاصة يحتاج أن يكون مسكنه مكانا يخلد فيه للراحة النفسية والجسمية من خلال حياة عائلية مترابطة ، وذلك لأن التصميم الجيد للمسكن من حيث التوزيع الأمثل للفراغات والتأثير المناسب والتشطيبات الجيدة ومدى توفير هذا المسكن لجميع الأنشطة المطلوبة هو المدخل الأساسى لإحداث نوع من الرضا النفسى وراحة البال والإطمئنان (الحداد، ١٩٩٩ : ٣) .

وتعد المفروشات من المنتجات الهامة التى لا يستطيع أى منزل عصري الإستغناء عنها لأنها من أساسيات تأثيثه وذلك لإعطائها المظهر الجمالى والإحساس بالراحة بالإضافة لأهميتها الوظيفية (أحمد ، ٢٠٠٢ : ٢٤) .

تمثل عملية الشراء جزءاً هاماً من أعمال الأسرة، فلا يخلو يوم دون أن تقوم الأسرة بشراء سلعة ما ، فيقوم الأفراد باتخاذ العديد من القرارات الشرائية اللازمة لإشباع حاجاتهم ورغباتهم، وقد تتفاوت هذه القرارات فى درجة خطورتها وأهميتها ومن ثم العوامل أو المتغيرات الواجب أخذها فى الاعتبار عند تقييم بدائل السلع المختلفة (أبو طالب، عطوة ، ٢٠٠٤) .

وتتيح خطة تأثيث المنزل طويلة المدى للأسرة أن تضع احتياجاتها فى قوائم وكذلك الأشياء التى يجب شراؤها أو إعادة تجديدها وتقييم تكلفة كل هذه الأشياء والتاريخ الخاص بشراؤها

حيث تمدنا هذه الخطة كمرشد عند الشراء في المستقبل ،عند اختيار الأثاث يكون الذوق الشخصي هو أول الاعتبارات التي يجب أن يتحدد على أساسها الاختيار ، ينطوي قرار الشراء على اختيار بديل واحد من البدائل الكثيرة المعروضة وعلى ذلك يواجه المستهلك أثناء السوق مشكلة الاختيار بين العديد من القرارات وهي: أين تذهب؟ من أى متجر تشتري؟ ما الأنواع المعروضة؟ ما الأسعار؟ ويذكر (عبد الحميد، ١٩٩٩)

الشراء مهارة تنمو مرة بعد الأخرى وتقل أخطاء الشراء كلما اكتسب الفرد معرفة وخبرة أكثر بالسوق، ولكي يكون الشراء واعياً يجب أن يتعلم الفرد كيفية الشراء، فعن طريق ورقة وقلم يحدد احتياجاته، ويرتبها حسب الأولوية ثم يجمع المعلومات عما يريد شراءه ويقرر الشراء عندما يجد السلعة الأجود بالسعر الأفضل، فالمستهلك الماهر يستخدم كل مصادره للحصول على أفضل النتائج، فكلما أحسن الشراء كلما كان التسوق واعياً (لطفى، ١٩٩٧: ١٢٣).

وأشارت دراسة محمد (١٩٩٣) و الحجار (٢٠٠١) ان المستوى الاقتصادي والاجتماعى يؤثر على السلوك الشرائى فكلمما ارتفع المستوى الاقتصادي والاجتماعى قل التأثير على السلوك الشرائى.

وتري الباحثة أن عملية الحصول على مسكن مناسب وتصميمه وتجهيزه بطريقة تشبع جميع احتياجات الشاب الفسيولوجية والنفسية والاجتماعية أمر صعب فى ظل الظروف الاقتصادية الحالية مثل عدم توافر فرص العمل المناسبة وقلة العائد المادي وخصوصا إذا كان الشاب لديه الرغبة فى الاعتماد على نفسه فى تجهيز وتأثيث مسكنه دون المساعدة من الآخرين، حيث أن رغبة الاعتماد على النفس والاستقلال من سمات هذه المرحلة ، وكذلك فان الشراء مهارة ممكن ان يكتسبها الشاب اثناء ممارسته للشراء ومن اكثر الفترات التى يتم فيها الشراء هى فترة ما قبل الزواج (تجهيز المقبل على الزواج) ومن هنا جاءت مشكلة البحث فى الربط بين اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى وسلوكهم الشرائى ،ومما سبق تتحدد مشكلة البحث توضيح العلاقة بين اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وسلوكهم الشرائى؟

أهداف البحث :

يهدف البحث بصفة رئيسية إلى دراسة العلاقة بين اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وسلوكهم الشرائى ، ولتحقيق هذا الهدف يستلزم تحقيق الأهداف الفرعية التالية:

١- تحديد مستوى اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن ومستوى سلوكهم الشرائى.

٢- دراسة العلاقة بين اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وسلوكهم الشرائى؟

- ٣- توضيح العلاقة بين بعض متغيرات المستوى الاقتصادي والاجتماعي للشباب عينة البحث (المستوى التعليمى لكل من الشاب، الأب، الأم - الدخل الشهري للأسرة) واتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وسلوكهم الشرائى.
- ٤- تحديد أوجه التباين في السلوك الشرائى للشباب المقبل على الزواج تبعاً لمستوى اتجاهم نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن.
- ٥- توضيح الفروق في اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وسلوكهم الشرائى تبعاً لبعض متغيرات المستوى الاقتصادي والاجتماعي للشباب "الجنس - عمل الشاب - مكان السكن".
- ٦- دراسة أوجه التباين فى اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وفى سلوكهم الشرائى تبعاً لمستوى الدخل الشهري للأسرة .

أهمية البحث :

- ١- تساعد هذه الدراسة الشباب المقبل على الزواج فى معرفة مواصفات واحتياجات التصميم الداخلى لمسكنهم من حيث التصميم والتأثير والتجميل حتى يمكن للجهات المسئولة تلبية احتياجاتهم باعتبارهم شريحة هامة فى المجتمع.
- ٢- إلقاء الضوء على أهمية وجود تصميم داخلى جيد ومسكن يساعد أفراد الأسرة على أداء الأنشطة اليومية بلا إجهاد أو معاناة بدنية أو نفسية.
- ٣- تناولت الدراسة موضوعاً هاماً وهو أهمية الحصول على مسكن مناسب وتصميمه وتجهيزه بطريقة تشبع احتياجات ساكنيه حيث أن ذلك ينعكس على الحالة النفسية للفرد ويصبح أكثر فاعلية فى المجتمع
- ٤- إلقاء الضوء على أهمية توافر الوعي الشرائى لدى الشباب المقبل على الزواج حتى يستطيعوا أن يلبوا احتياجاتهم ورغباتهم المستقبلية.
- ٥- محاولة إسهام الدراسة فى إضافة أدوات جديدة لمكتبة إدارة مؤسسات الاسرة والطفولة تتمثل فى استبيان عن اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن ،وكذلك استبيان عن السلوك الشرائى للشباب المقبل على الزواج.

الأسلوب البحثى

أولاً: فروض البحث :

- ١- توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وسلوكهم الشرائى.

- ٢- توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين بعض متغيرات المستوى الاقتصادي والاجتماعي للشباب عينة البحث (المستوى التعليمي لكل من الشاب، الاب، الام - الدخل الشهري للأسرة) واتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وسلوكهم الشرائي.
- ٣- يوجد تباين دال احصائياً في السلوك الشرائي للشباب المقبل على الزواج تبعاً لمستوى اتجاههم نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن.
- ٤- توجد فروق دالة احصائياً بين متوسطات الشباب عينة البحث في اتجاههم نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وسلوكهم الشرائي تبعاً لبعض متغيرات المستوى الاقتصادي والاجتماعي للشباب "الجنس - عمل الشاب - مكان السكن".
- ٥- يوجد تباين دال احصائياً في اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وفي سلوكهم الشرائي تبعاً لمستوى الدخل الشهري للأسرة.

ثانياً: المصطلحات العلمية والمفاهيم الإجرائية :

- **التصميم الداخلي** : هو فن معالجة الفراغ أو المساحة وكافة أبعادها بطريقة تستغل جميع عناصر التصميم على نحو جمالي يساعد على العمل داخل المبنى مما ينعكس على النشاط الذي يتعامل مع الفراغ المعماري مباشرة لتحقيق الراحة والجمال لمكان ما بما يتصف به من المرونة في التخطيط والتغير والتطوير فبواسطته يمكن خلق التوافق بين طبيعة المكان ونوعه وشكله وحجمه مع نشاط شاغله لتحقيق الناحية الجمالية والوظيفية (رقبان ، ٢٠١٠ : ٣١) .
- **المفهوم الاجرائي لاتجاه الشباب نحو متطلبات التصميم الداخلي**: هي ما يفضلها الشباب المقبل على الزواج في مواصفات الفراغ الداخلي لمسكن الشباب المقبل على الزواج من حيث التصميم والتأثيث والتجميل واختيار الألوان والإضاءة المناسبة لكل منطقة من مناطق المسكن وتكامل هذه العناصر مع بعضها البعض وانسجامها بحيث تلبي احتياجات الشباب داخل مسكنهم.
- **السلوك** : هو الذي يمكن الفرد من التعامل مع الحياة والبيئة بطريقة فعالة وكافية (البياني ، ٢٠٠٢، ١٣١) ، ويعرفه فوزي (٢٠٠٣، ١٥٠) بأنه كل ما يصدر عن الإنسان من تصرفات وحركات وأفعال أو نشاط.
- **السلوك الشرائي**: تلك العمليات المرتبطة بقيام فرد ما او جماعة من الأفراد باختيار وشراء واستخدام والتخلص من منتج ما أو خدمة أو فكرة أو حتى خبرة بغرض إشباع الحاجات والرغبات (نوفل، ٢٠٠٦، ب: ٧٩).
- **المفهوم الاجرائي للسلوك الشرائي**: هو ما يمارسه الشباب المقبل على الزواج عند شراء متطلباتهم واحتياجاتهم من الاثاث والمفروشات والجهزة والادوات والأغراض الشخصية وكل ما يقومون بشراءه لتجهيز وتأثيث وتجميل مسكنهم بعد الزواج مراعين قواعد الشراء الصحيحة.

ثالثاً : منهج البحث:

يتبع البحث الحالي المنهج الوصفي التحليلي وهو "المنهج الذي يقوم علي الوصف الدقيق والتفصيلي للظاهرة أو موضوع الدراسة أو المشكلة قيد البحث وصفاً كميًا Quantitative أو وصفاً نوعياً Qualitative" وبالتالي فهو يهدف أولاً إلي جمع بيانات ومعلومات كافية ودقيقة عن الظاهرة ومن ثم دراسة وتحليل ما تم جمعه بطريقة موضوعية وصولاً إلي العوامل المؤثرة علي تلك الظاهرة (القاضي، البياتي، ٢٠٠٨ : ٦٦) .

رابعاً: حدود البحث : يتحدد البحث فيما يلي :

- الحدود البشرية "عينة البحث": تم اخذ عينة مكونة من (٢٤٠) من الشباب (ذكور واناث) المقبل على الزواج من مستويات اقتصادية واجتماعية مختلفة.
 - الحدود المكانية: تجمع العينة من محافظة الغربية "مدينة طنطا وبعض القرى التابعة لها" نواج - سبرباى" بطريقة صدفية غرضية.
 - الحدود الزمنية: تم التطبيق الميدانى خلال شهر نوفمبر ٢٠١٤ م.
- خامساً : بناء واعداد وتقنين أدوات البحث :

تكونت اداة البحث من : (وجميعها من إعداد الباحثة)

- ١- استمارة البيانات العامة للشباب المقبل على الزواج.
- ٢- استبيان اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن.
- ٣- استبيان السلوك الشرائى للشباب المقبل على الزواج.

أولاً : استمارة البيانات العامة للأسرة :

الجنس (ذكر- أنثى) ، المنطقة التي سيقع فيها السكن (ريف- حضر) ، الحالة الاجتماعية (مرتبط- غير مرتبط) ، العمل (يعمل- لا يعمل) ، ، عدد أفراد الأسرة كاملة شاملة الأب والأم (٥ فأقل- ٥ : ٧- أكثر من ٧) ، نوع السكن (تمليك- إيجار) ، المسكن المفضل (عائلي- مستقل) ، المستوى التعليمي لكل من الأب والأم والشباب : تم تقسيمة إلى ٨ فئات (أمي- يقرأ ويكتب- حاصل على شهادة ابتدائية او اعدادية - حاصل على الشهادة الثانوية او ما يعادلها- حاصل على شهادة فوق المتوسط- تعليم جامعي- ماجستير- دكتوراه) ، الدخل الشهري للأسرة بالجنية : تم تقسيمها إلى ٦ فئات (أقل من ١٠٠٠ - من ١٠٠٠ إلى أقل من ١٥٠٠ - من ١٥٠٠ إلى أقل من ٢٠٠٠ - من ٢٠٠٠ إلى أقل من ٢٥٠٠ - من ٢٥٠٠ إلى أقل من ٣٠٠٠ - من ٣٠٠٠ فأكثر).

ثانياً : إستمارة اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن:

والهدف منه التعرف على متطلبات التصميم الداخلى لمسكن الشباب المقبل على الزواج وحتى يمكن إعداد أداة تحقق هذا الهدف تم اتباع الخطوات التالية:

تم إعداد الاستبيان فى ضوء التعريفات الإجرائية والذي تكون من (١١١) عبارة مقسمة إلى أربع محاور:

- **تصميم المسكن:** هو فن التعامل مع الفراغات الداخلية وتهيئتها لتأدية وظيفتها بكفاءة وأقل مجهود ممكن وتحقيق الراحة النفسية عن طريق توزيع وتوظيف عناصر التصميم الداخلي، ويتضمن (٢٧) عبارة.
- **تأثير المسكن:** تحديد واختيار قطع الأثاث اللازمة والمناسبة لكل منطقة من مناطق المسكن وترتيبها وتنسيقها بصورة تيسر على أفراد الأسرة مزاوله أنشطتهم المختلفة ومراعاة الفردية والناحية الاقتصادية والوظيفيه والجمالية، ويتضمن (٢٦) عبارة.
- **الألوان والإضاءة:** من عناصر التصميم الداخلي التى تلعب دورا إيجابياً فى الراحة النفسية والبصرية للإنسان داخل الفراغ وتعد أحد العناصر الأساسية لتهيئة فراغ مناسب للعمل وتستخدم فى معالجة الفراغ الداخلي للمسكن، يتضمن (٢٥) عبارة.
- **تجميل المسكن:** إضافة بعض اللمسات الفنية والجمالية التى تضى على حجرات المسكن طابعا مميذا يعبر عن شخصيات أصحابه، يتضمن (٣٣) عبارة.

تصحيح الاستبيان : تم تصحيح استبيان اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلي للمسكن ، بأن يتم اختيار واحد من متعدد (نعم ،لحدهما ،لا) فى كل عبارة من عبارات الاستبيان وتم التصحيح على ميزان (٣ ، ٢ ، ١) للعبارات الايجابية و ميزان (٣ ، ٢ ، ١) للعبارات السلبية ، وبذلك تكون اقل درجة لاتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلي للمسكن هو (١١١) واعلى درجة هى (٣٣٣).

وقامت الباحثة بحساب صدق الاستبيان Validity باستخدام صدق التكوين :

تم حساب الاتساق الداخلي لاستبيان اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وذلك عن طريق ايجاد معامل الارتباط لكل عبارة مع مجموع المحور التابعة له العبارة ووجدت جميع قيم معامل الارتباط قوية وذات مستوى دلالة أقل من (٠,٠٥) ، كما تم حساب قيم معامل الارتباط لكندال بين درجة كل محور من محاور استبيان اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلي للمسكن (التصميم - تأثير المسكن - الألوان والاضاءة - تجميل المسكن) والمجموع الكلى للاستبيان وكانت كالاتى (٠,٤٥٠، ٠,٦٥٤، ٠,٤٧٢، ٠,٤٤٨) على التوالي وجميعها قيم دالة عند مستوى معنوية اقل من ٠,٠٠١ مما يدل على صدق الاستبيان.

ثبات الاستبيان :

قامت الباحثة بحساب ثبات الاستبيان Reliability باستخدام معامل الثبات وذلك عن طريق معادلة الفاكرونباخ Alpha Cronbach وذلك من خلال رصد درجات العينة الاستطلاعية لكل عبارة ، ثم حساب قيمة ألفا حيث كانت مرتفعة (يوضحه جدول ١) في كل المحاور وكانت قيمة

ألفا لاستبيان إتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن (٠,٨٧٣) وهي قيم مرتفعة تؤكد اتساق الاستبيان وثباته لقياس ما وضع من أجله.

جدول (١) معامال الثبات بطريقة ألفا كرونباخ لمحاور استبيان إتجاه الشباب المقبل

على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن

المتغيرات	العدد	قيمة ألفا
التصميم	٢٧	٠,٦٢٨
تأثيث المسكن	٢٦	٠,٦٢٠
الألوان والأضاءة	٢٥	٠,٦٠٢
تجميل المسكن	٣٣	٠,٦٠٤
اجمالي الاستبيان	١١١	٠,٨٧٣

ثالثاً: استبيان السلوك الشرائى:

والهدف منه هو التعرف على السلوك الشرائى للشباب المقبل على الزواج وحتى يمكن إعداد أداة تحقق هذا الهدف تم اتباع الخطوات التالية:

تم اعداد الاستبيان في ضوء التعريفات الإجرائية والذي تكون من (٥٦) عبارة مقسمة إلى ثلاث محاور:

- الأثاث: ويتضمن (١٦) عبارة تقيس سلوك الشباب اثناء اختيار وشراء الاثاث.
- المتطلبات والأغراض الشخصية والمفروشات ويتضمن (٢٢) عبارة تقيس سلوك الشباب اثناء اختيار وشراء المتطلبات والأغراض الشخصية والمفروشات.
- الأجهزة والأدوات المنزلية: ويتضمن (١٨) عبارة تقيس سلوك الشباب اثناء اختيار وشراء الاجهزة والادوات.

تصحيح الاستبيان : تم تصحيح استبيان إدراك السلوك الشرائى ، بأن يتم اختيار واحد من متعدد (دائماً ، أحياناً ، نادراً) فى كل عبارة من عبارات الاستبيان وتم التصحيح على ميزان (٣ ، ٢ ، ١) للعبارة الايجابية و ميزان (٣ ، ٢ ، ١) للعبارة السلبية ، وبذلك تكون اقل درجة للسلوك الشرائى للشباب المقبل على الزواج هو (٥٦) و أعلى درجة هي (١٦٨).

وقامت الباحثة بحساب صدق الاستبيان Validity باستخدام صدق التكوين :

تم حساب الاتساق الداخلى لاستبيان السلوك الشرائى لدى الشباب المقبل على الزواج وذلك عن طريق ايجاد معامال الارتباط لكل عبارة مع مجموع المحور التابعة له العبارة ووجدت جميع قيم معامال الارتباط قوية وذات مستوى دلالة أقل من (٠,٠٥) ، كما تم حساب قيمة معامال الارتباط لكندال بين درجة كل محور من استبيان السلوك الشرائى (شراء الأثاث - شراء المتطلبات الشخصية والمفروشات - شراء الاجهزة والادوات) والمجموع الكلى للاستبيان وكانت كالاتى (٠,٨٤٥ ، ٠,٨٢٦ ، ٠,٨٤٥) على التوالي وجميعها قيم دالة عند مستوى معنوية اقل من ٠,٠٠١ مما يدل على صدق الاستبيان.

ثبات الاستبيان :

قامت الباحثة بحساب ثبات الاستبيان Reliability باستخدام معامل الثبات وذلك عن طريق معادلة الفاكرونباخ Alpha Cronbach وذلك من خلال رصد درجات العينة الاستطلاعية لكل عبارة ، ثم حساب قيمة ألفا حيث كانت مرتفعة (يوضحه جدول ٢) في كل المحاور وكانت قيمة ألفا لاستبيان السلوك الشرائي (٠,٨٧٦) وهي قيم مرتفعة تؤكد اتساق الاستبيان لقياس ما وضعنا من اجله .

جدول (٢) معامل الثبات بطريقة الفا كرونباخ لمحاور استبيان السلوك الشرائي لدى الشباب المقبل على الزواج

المتغيرات	العدد	قيمة الفا
شراء الاثاث	١٦	٠,٦٥٢
شراء المتطلبات الشخصية والمفروشات	٢٢	٠,٧٩٢
شراء الاجهزة والادوات المنزلية	١٨	٠,٦٦٨
اجمالي الاستبيان	٥٦	٠,٨٧٦

سادساً : المعاملات الإحصائية المستخدمة في البحث :

تم تحليل البيانات وإجراء المعالجات الإحصائية باستخدام برنامج SPSS لاستخراج النتائج وقامت الباحثة بمراجعة البيانات لضمان صحة النتائج ودقتها . من خلال استخدام بعض المعاملات والأساليب الإحصائية التي استخدمت لكشف العلاقة بين متغيرات الدراسة واختبار صحة الفروض منها (حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل متغيرات الدراسة- حساب معامل الفا كرونباخ لحساب ثبات الاستبيان واتساقه- حساب مصفوفة معاملات الارتباط Correlation - حساب قيمة (ت) T test - حساب قيمة (ف) تحليل التباين في اتجاه واحد ONE WAY ANOVA واستخدام اختبار "LSD". لحساب دلالة الاختلافات.

النتائج تحليلها وتفسيرها:

أولاً: النتائج الوصفية:

فيما يلي وصف شامل لعينة البحث موضحة في جدول (٣).

جدول (٣) التوزيع النسبي لعينة البحث وفقاً للمتغيرات الاجتماعية والاقتصادية لأسرة الشاب

البيان	الفئة	العدد	النسبة المئوية %
مكان السكن	ريف	٩٦	٤٠
	حضر	١٤٤	٦٠
	المجموع	٢٤٠	١٠٠
الجنس	ذكر	٧٨	٣٢,٥
	أنثى	١٦٢	٦٧,٥
	المجموع	٢٤٠	١٠٠
عمل الشاب	يعمل	٨٠	٣٣,٣
	لا يعمل	١٦٠	٦٦,٧
	المجموع	٢٤٠	١٠٠

الإتجاه نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وعلاقته بالسلوك الشرائى لدى الشباب المقبل على الزواج

البيان	الفئة	العدد	النسبة المئوية %
عمل الأم	تعمل	١٠٠	٤١,٧
	لا تعمل	١٤٠	٥٨,٣
	المجموع	٢٤٠	١٠٠
نوع السكن المفضل	عائلى	١١٦	٤٨,٣
	مستقل	١٢٤	٥١,٧
	المجموع	٢٤٠	١٠٠
عدد أفراد الأسرة	اقل خمسة افراد	١١٢	٤٦,٧
	من ٥ - ٧ افراد	١٠٤	٤٣,٣
	أكثر من ٧ افراد	٢٤	١٠,٠٠
	المجموع	٢٤٠	١٠٠
فئات الدخل الشهرى للأسرة	اقل من ١٠٠٠ جنيه	٢٨	١١,٧
	من ١٠٠٠ : اقل من ١٥٠٠ جنيه	٦٤	٢٦,٧
	من ١٥٠٠ : اقل من ٢٠٠٠ جنيه	٤٦	١٩,٢
	من ٢٠٠٠ : اقل من ٢٥٠٠ جنيه	٤٤	١٨,٣
	من ٢٥٠٠ : اقل من ٣٠٠٠ جنية	٣٦	١٥,٠٠
	٣٠٠٠ جنية فأكثر	٢٢	٩,١٦
المجموع	٢٤٠	١٠٠	

يتضح من جدول (٣) ان نسبة ٤٠ % من أفراد العينة يقيمون فى الريف مقابل ٦٠ % يقيمون فى الحضر، كما مثل الذكور ٣٢,٥ % مقابل ٦٧,٥ % اناث، كما بلغت نسبة الشباب الذى يعمل ٣٣,٣ % مقابل ٦٦,٧ % لا يعمل، كما تمثلت نسبة الامهات العاملات بـ ٤١,٧ % مقابل ٥٨,٣ % غير عاملات، كما بلغت نسبة الشباب الذى يفضل السكن المنفصل عن العائلة "المستقل" ٥١,٧ % مقابل ٤٨,٣ % يفضلون السكن العائلى، وكانت اقل نسبة للعائلات الاكثر من ٧ افراد حيث مثلت ١٠,٠٠ %، كما بلغت اعلى نسبة للدخل الشهرى للأسرة ٢٦,٧ % لفئة الدخل (من ١٠٠٠ : اقل من ١٥٠٠ جنيه) واقل نسبة ٩,١٦ % لأكثر من ٣٠٠٠ جنية مصرى.

جدول (٤) التوزيع النسبى لأفراد العينة حسب المستوى التعليمى لكل من الأب والأم والشباب عينة البحث ن = ٢٤٠

مستوى تعليم الأم		مستوى تعليم الأب		مستوى تعليم الشباب		المستوى التعليمى
العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	
-	-	٤٠	١٦,٧	٤	١,٧	لا يجيد القراءة والكتابة (أمي)
٦	٢,٥	١٢	٥	٢٤	١٠,٠	يقراء ويكتب
٦	٢,٥	٣٤	١٤,٢	١٦	٦,٧	حاصل على شهادة ابتدائية أو إعدادية
١٤	٥,٨	٥٠	٢٠,٨	٦٢	٢٥,٨	حاصل على الشهادة الثانوية أو ما يعادلها
١٨	٧,٥	٣٦	١٥	٣٦	١٥	حاصل على مؤهل فوق المتوسط
١٨٨	٧٨,٣	٦٨	٢٨,٣	٩٢	٣٨,٣	حاصل على مؤهل جامعي
٨	٣,٣	-	-	٢	٠,٨	ماجستير
-	-	-	-	٤	١,٧	دكتوراه
٢٤٠	١٠٠	٢٤٠	١٠٠	٢٤٠	١٠٠	المجموع

يتضح من جدول (٤) أن أعلى نسبة للمستوي التعليمي "للفئة حاصل علي تعليم جامعي" لكل من (رب الأسرة ، ربة الأسرة ، الشاب) حيث بلغت نسبتها (٣٨.٣ % ، ٢٨.٣ % ، ٧٨.٣ %) على التوالي.

• وصف استجابات الشباب عينة البحث على استبيان اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلي للمسكن:

جدول (٥) التوزيع النسبي لإستجابات الشباب عينة البحث في اتجاههم نحو تصميم المسكن ن=٢٤٠

م	العبارة	نعم		لا	
		عدد	نسبة %	عدد	نسبة %
١	أفضل أن تساعدني أسرتي في تكاليف مسكني	٦٦	٢٧,٥	١١٦	٤٨,٣
٢	أفضل النظام المفتوح (ريسيبشن) للصالة في تصميم المنزل	٥٤	٢٢,٥	١١٦	٤٨,٣
٣	أرغب أن يكون مسكني في منطقة شعبية	١٦٤	٦٨,٣	٥٤	٢٢,٥
٤	أفضل اختيار مسكن يتناسب مع احتياجاتي المستقبلية	١٩٨	٨٢,٥	٣٢	١٣,٣
٥	أسعي وراء التقليد والمحاكاة في اختياري للأثاث	١٢٢	٥٥,٠	٧٨	٣٢,٥
٦	أفضل شراء المستلزمات من (الأثاث - الخ) بما يتناسب مع ظروفى الاقتصادية	١٩٢	٨٠	٤٠	١٦,٧
٧	أراعى عند شراء الأثاث المساحة المناسبة له	٢٠٨	٨٦,٧	٣٠	١٢,٥
٨	أرغب أن تكون مساحة مسكني كبيرة	١٤٨	٦١,٧	٨٤	٣٥,٠
٩	يؤثر موقع الوحدة السكنية على اختياري لمسكني	١٤٠	٥٨,٣	٨٤	٣٥,٠
١٠	أفضل وجود حجرة صالون مستقلة	١٨٠	٧٥,٠	٥٦	٢٣,٣
١١	أرغب في وجود مدخل من خارج المسكن لحجرة الصالون	١٧٤	٧٢,٥	٤٤	١٨,٣
١٢	أحب أن تكون غرف النوم في جزء قريب من أرجاء المسكن	١٠٢	٤٢,٥	٩٢	٣٨,٣
١٣	أرغب في تركيب سلك على النوافذ	١٤٨	٦١,٧	٦٦	٢٧,٥
١٤	أحب تركيب بانويو في الحمام غيرمتفيدة بمساحة	٦٢	٢٥,٨	٧٠	٢٩,٢
١٥	أرغب في وجود حمام واحد في مسكني	٩٤	٣٩,٢	١٠٨	٤٥,٠
١٦	أفضل أن تكون غرفة المعيشة بعيدة عن غرفة الطعام	٦٠	٢٥,٠	٩٦	٤٠,٠
١٧	أفضل أن تكون غرفة المعيشة بعيدة عن المطبخ	٨٠	٣٣,٣	٦٦	٢٧,٥
١٨	أفضل استخدام التهوية الصناعية فقط	١٥٠	٦٢,٥	٨٠	٣٣,٣
١٩	أؤجل تجهيز حجرة الأطفال بعد الزواج	١١٨	٤٩,٢	٩٠	٣٧,٥
٢٠	أقوم بتحديد عدد العجرات اللازم تأثيثها وقياس مساحتها وكذلك أغراض استعمالها	١٧٤	٧٢,٥	٥٠	٢٠,٨
٢١	أفضل أن تكون مساحة المطبخ صغيرة	١٧٦	٧٣,٣	٢٨	١١,٧
٢٢	أفضل أن يكون المطبخ بعيد عن المدخل الرئيسي	١٧٤	٧٢,٥	٥٠	٢٠,٨
٢٣	أعتقد أن أفضل مكان للحمام بين حجرة المعيشة والنوم	١٢٢	٥٠,٨	٩٤	٣٩,٢
٢٤	أفضل مكان للمطبخ في الجهة البحرية من المسكن	٥٠	٢٠,٨	٦٢	٢٥,٨
٢٥	أفضل أن تكون حجرة النوم بعيدة عن الحمام	١٥٢	٦٣,٣	٤٨	٢٠
٢٦	أفضل أن لا يقل عدد حجرات النوم عن حجرتين	١٧٢	٧١,٧	٥٤	٢٢,٥
٢٧	أفضل توافر جزء في حجرة المعيشة لزاولة النشاطات	١٠٦	٤٤,٢	١٠٢	٤٢,٥
المتوسط والانحراف المعياري		٥,٥٢ ± ٦٤,٨٤			

جدول (٦) توزيع عينة البحث حسب مستوى إتجاه الشباب عينة البحث نحو تصميم المسكن

إتجاه الشباب نحو متطلبات التصميم الداخلى	عدد	نسبة %	قيمة كاي	مستوى الدلالة
إتجاه إيجابى	٢٨	١١,٧	٦٥,١	٠,٠٠١
إتجاه محايد	١٣٠	٥٤,٢		
إتجاه سلبى	٨٢	٣٤,٢		

يتضح من جدول (٥) أن ٨٢,٥% لا يفضلون اختيار مسكن يتناسب مع احتياجاتهم المستقبلية، كما وجد أن ٨٠,٠% يفضلون شراء المستلزمات بما يتناسب مع ظروفهم الاقتصادية، كما وجد أن ٧٣,٣% يفضلون أن تكون مساحة المطبخ صغيرة، كما وجد أن ٤,٢% لا يفضلون استخدام التهوية الصناعية فقط، كما وجد أن ٠,٨% لا يراعون عند شراء الأثاث المساحة المناسبة له، كما وجد أن ٥٥,٠% يسعون وراء التقاليد والمحاكاة فى اختيار الأثاث، كما بلغ قيمة المتوسط الحسابى والانحراف المعيارى $٦٤,٨٤ \pm ٥,٥٢$ ، يتضح من جدولى (٥) و(٦) وجود فروق بين استجابات الشباب عينة البحث على المحور الخاص بتصميم المسكن بمستوياته الثلاثة حيث بلغت قيمة كاي (٦٥,١) وهى قيمة دالة احصائياً عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٠١).

جدول (٧) التوزيع النسبى لإستجابات الشباب عينة البحث في إتجاههم نحو تأثيث المسكن ن=٢٤٠

م	العبارة	نعم		لحدا		لا	
		عدد	نسبة %	عدد	نسبة %	عدد	نسبة %
١	أفضل قطع الأثاث المتعددة الأغراض	١٧٦	٧٣,٣	٥٤	٢٢,٥	١٠	٤,٢
٢	أفضل اختيار المسكن أولاً ثم اختيار الأثاث	١٩٨	٨٢,٥	٢٦	١٠,٨	١٦	٦,٧
٣	أرغب في أن يكون أثاث مسكني معبرا عني	١٨٤	٧٦,٧	٤٦	١٩,٢	١٠	٤,٢
٤	أرغب في وضع الغسالة بالحمام	١١٢	٤٦,٧	٨٤	٣٥,٠	٤٤	١٨,٣
٥	أفضل أن تكون وحدات الأثاث مناسبة لأبعاد جسمي	١٢٤	٥٥,٨	٨٤	٣٥,٠	٢٢	٩,٢
٦	أرغب في وضع السرير أسفل النافذة	١٠٦	٤٤,٢	٧٤	٣٠,٨	٦٠	٢٥,٠
٧	لايد من مراعاة ممرات للحركة عند ترتيب الأثاث	٢١٢	٨٨,٣	١٨	٧,٥	١٠	٤,٢
٨	أفضل استخدام الأثاث كبير الحجم	٧٦	٣١,٧	١١٨	٤٩,٢	٤٦	١٩,٢
٩	اهتم باختيار الأثاث ذو الغرامة الجيدة	١٩٨	٨٢,٥	٣٦	١٥,٠	٦	٢,٥
١٠	اعتقد أن أفضل مكان لوضع الموقد أسفل النافذة	٤٤	١٨,٣	٧٤	٣٠,٨	١٢٢	٥٠,٨
١١	أعتقد إن قطع الأثاث المصنعة أفضل من الجاهزة	١٢٠	٥٠,٠	١٠٦	٤٤,٢	١٤	٥,٨
١٢	أختار الأثاث علي حسب الموضة	٢٤	١٠,٠	٩٠	٣٧,٥	١٢٦	٥٢,٥
١٣	أريد وضع منضدة لتناول الطعام في المطبخ	١٤٨	٦١,٧	٧٦	٣١,٧	١٦	٦,٧
١٤	أرغب في وجود ركن خاص في حجرة النوم لمزاولة أنشطة أخرى	٧٨	٣٢,٥	١١٠	٤٥,٨	٥٢	٢١,٧
١٥	لايد من استخدام مراوح طرد الأبخرة (الشفاط) في المطبخ والحمام	١٩٦	٨١,٧	٣٤	١٤,٢	١٠	٤,٢
١٦	أرغب في اختيار قطع الأثاث التي تتسم بالبساطة	١٦٤	٦٨,٣	٦٠	٢٥,٠	١٦	٦,٧
١٧	أرغب في وجود وحدة أثاث لتخزين المناشف و أدوات الاستحمام بالقرب من الحمام	١٨٠	٧٥,٠	٤٨	٢٠,٠	١٢	٥,٠

م	العبارة	نعم		لا	
		عدد	نسبة %	عدد	نسبة %
١٨	أرى إن التهوية الطبيعية كافية في المطبخ	١٠٦	٤٤,٢	٨٢	٣٤,٢
١٩	أفضل استخدام السيرير المزوج في حجرة الأطفال في حالة ضيق المساحة	١١٤	٤٧,٥	٩٠	٣٧,٥
٢٠	أفضل استخدام الأثاث المتحرك	١١٠	٤٥,٨	١٠٢	٤٢,٥
٢١	أرغب في تأثيث كل حجرات المسكن قبل الزواج	١٤٢	٥٩,٢	٦٨	٢٨,٣
٢٢	أسعى إلى تقليد الآخرين عند اختيار قطع الأثاث	١٥٦	٦٥,٠	٦٢	٢٥,٨
٢٣	أراعي تناسق ارتفاعات مسطحات العمل في المطبخ مع أبعاد جسمي	١٥٨	٦٥,٨	٦٤	٢٦,٧
٢٤	أفضل اختيار أغطية مناسبة تتحمل الغسيل لأثاث مسكني	١٨٠	٧٥,٠	٥٠	٢٠,٨
٢٥	أعتقد أنه من الأفضل تنوع طراز الأثاث في المسكن	١٣٢	٥٥,٠	٩٤	٣٩,٢
٢٦	أراعي إتباع العادات والتقاليد عند اختيار قطع الأثاث	٨٤	٣٥,٠	٩٢	٣٨,٣
المتوسط والانحراف المعياري		٥,٢٠ ± ٦٢,١٨			

جدول (٨) توزيع عينة البحث حسب اتجاه الشباب عينة البحث نحو تأثيث المسكن

اتجاه الشباب نحو متطلبات التصميم الداخلي	عدد	نسبة %	قيمة كاي	مستوى الدلالة
اتجاه إيجابي	٢٠	٨,٣	٧٩,٦	٠,٠٠١
اتجاه محايد	٨٨	٣٦,٧		
اتجاه سلبي	١٣٢	٥٥		

يتبين من جدول (٧) أن وجد 88.3% يراعون ممرات للحركة عند ترتيب الأثاث، كما وجد أن 82.5% يفضلون اختيار المسكن أولاً ثم اختيار الأثاث، كما وجد أن 4.2% لا يفضلون قطع الأثاث متعدد الأغراض، كما بلغ قيمة المتوسط الحسابي والانحراف المعياري 62.18 ± 5.20 ، يتضح من جدول (٧) و(٨) وجود فروق بين استجابات الشباب عينة البحث على المحاور الخاص بتأثيث المسكن بمستوياته الثلاثة حيث بلغت قيمة كاي (٧٩.٦) وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٠١).

جدول (٩) التوزيع النسبي لإستجابات الشباب عينة البحث في اتجاههم نحو اختيار الالوان والاضاءة ن=٢٤٠

م	العبارة	نعم		لا	
		عدد	نسبة %	عدد	نسبة %
١	أراعي تناسق لون الحجرة مع النشاط الذي يمارس فيها	٢٠٢	٨٤,٢	٣٦	١٥,٠
٢	أرغب في اختيار الألوان المتناسبة مع بعضها والمتناغمة	١٣٦	٥٦,٧	٦٤	٢٦,٧
٣	أفضل اختيار اللون علي حسب مساحة المسكن	١٨٢	٧٥,٨	٥٢	٢١,٧
٤	أحب اختيار لون قطع الأثاث متناسبة مع لون الحيوانات	١١٤	٤٧,٥	١٠٢	٤٢,٥
٥	أفضل استخدام أكثر لون في المسكن	٣٤	١٤,٢	١٢٠	٥٠,٠
٦	أرغب في اختيار الأرضيات ذات اللون الفاتح في الحجرات الواسعة	١٣٦	٥٦,٧	٧٦	٣١,٧
٧	أفضل دهان أسقف المسكن بلون فاتح إذا كان منخفضاً	١٠٢	٤٢,٥	٨٢	٣٤,٢

الإتجاه نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وعلاقته بالسلوك الشرائى لدى الشباب المقبل على الزواج

م	العبارة	نعم		لا	
		عدد	نسبة %	عدد	نسبة %
٨	أفضل دهان حوائط المطبخ بألوان داكنة مثل (الأحمر)	١٣٨	٥٧,٥	٦٨	٢٨,٣
٩	أفضل طلاء الحمام بلون يوحى بالدفء	٦٦	٢٧,٥	١١٢	٤٦,٧
١٠	أبتعد عن اختيار المفروشات ذات الألوان الزاهية	٤٤	١٨,٣	٧٦	٣١,٧
١١	أفضل استخدام اللون الأصفر في حجرة المكتبة	١٧٤	٧٢,٥	٥٤	٢٢,٥
١٢	أريد أن تكون ألوان المسكن مناسبة للإضاءة المستخدمة سواء أكانت طبيعية أو صناعية	١٣٨	٥٧,٥	٧٨	٣٢,٥
١٣	أفضل اختيار الألوان علي أساس موقع الحجرة	٩٢	٣٨,٣	١١٤	٤٧,٥
١٤	أحب إظهار قطع الأثاث ذات القيمة العالية باستخدام إضاءة صناعية	١٦٦	٦٩,٢	٦٢	٢٥,٨
١٥	لايبد أن يتناسب لون وسيلة الإضاءة مع لون الحجرة التي توضع فيها	٨٢	٣٤,٢	١٥٤	٤٣,٣
١٦	أرغب بالاكتماء بالإضاءة العامة في حجرة النوم	١٠٢	٤٢,٥	١٠٦	٤٤,٢
١٧	أرغب في وجود إضاءة جانبية دولاب الملابس	٦٢	٢٥,٨	٩٨	٤٠,٨
١٨	أفضل استخدام إضاءة خافتة في الحمام	٧٦	٣١,٧	٨٢	٣٤,٢
١٩	أرى أن المطبخ يحتاج الي إضاءة عامة فقط	١٢٤	٥١,٧	٩٤	٣٩,٢
٢٠	أفضل استخدام الإضاءة المركزية في حجرة المعيشة	١٤٠	٥٨,٣	٧٢	٣٠,٠
٢١	أفضل وضع إضاءة مباشرة علي جانبي المرآة في الحمام	٢١٠	٨٧,٥	٢٤	١٠,٠
٢٢	أحب استعمال الألوان التي تبعث علي الراحة والاسترخاء في حجرة النوم الرئيسية	١٩٢	٨٠,٠	٤٠	١٦,٧
٢٣	أفضل استخدام وحدات إضاءة ثابتة في السقف في مدخل المسكن والطرفات	١١٦	٤٨,٣	٩٠	٣٧,٥
٢٤	أرغب في استخدام أكثر من نوع إضاءة في حجرة المعيشة	١٠٠	٤١,٧	١٢٢	٥٠,٨
٢٥	أستخدم الألوان الباردة في الحجرات القبلية والألوان التي توحى بالدفء في الحجرات البحرية	١٨	٧,٥	١٢٢	٥٠,٨
المتوسط والانحراف المعياري		٥٩,٢٣ ± ٥,١١			

جدول (١٠) توزيع عينة البحث حسب اتجاه الشباب عينة البحث نحو اختيار الالوان والاضاءة

مستوى الدلالة	قيمة كاي	نسبة %	عدد	اتجاه الشباب نحو متطلبات التصميم الداخلى
٠,٠٠١	٨١,٣	٩,٢	٢٢	اتجاه ايجابي
		٥٦,٧	١٣٦	اتجاه محايد
		٣٤,٢	٨٢	اتجاه سلبي

اتضح من جدول (٩) أن ٨٠,٠٪ يفضلون استعمال الألوان التي تبعث على الراحة والاسترخاء في حجرة النوم الرئيسية، كما وجد أن ٤٧,٥٪ يحبون اختيار لون قطع الأثاث متناسبة مع لون الحوائط، كما وجد أن ٥٦,٧٪ يرغبون في اختيار الألوان المتناسبة مع بعضها والمتناغمة، كما بلغ قيمة المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ٥٩,٢٣ ± ٥,١١، كما يتضح من جدول (٩) و (١٠) وجود فروق بين استجابات الشباب عينة البحث على المحور الخاص باختيار الالوان والاضاءة بمستوياته الثلاثة حيث بلغت قيمة كاي (٨١,٣) وهى قيمة دالة احصائياً عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٠١).

جدول (١١) التوزيع النسبي لإستجابات الشباب عينة البحث في اتجاههم نحو تجميل المسكن ن=٢٤٠

م	العبرة	نعم		لعدم		لا
		عدد	نسبة %	عدد	نسبة %	
١	أرغب في استخدام نوع واحد من الأرضية (خشب - سيراميك)	١٦	٦,٧	٧٦	٣١,٧	١٤٨
٢	استبعد استخدام البلاط الموزيكو في الحجرات	٩٤	٣٩,٢	١٠٠	٤١,٧	٤٦
٣	أفضل استخدام الزيت في دهان الحوائط	٥٨	٢٤,٢	٨٢	٣٤,٢	١٠٠
٤	أرغب في عمل ستارة علي شبك المطبخ	٧٢	٣٠	٧٠	٢٩,٢	٩٨
٥	أفضل وجود ساعة حائط في المطبخ	١٣٠	٥٤,٢	٧٤	٣٠,٨	٣٦
٦	أفضل استخدام الستائر المزخرفة في حجره الصالون	١٨	٧,٥	٦٨	٢٨,٢	١٥٤
٧	أرغب في استخدام أغطية للأرضيات ذات ألوان بسيطة وبدون زخارف	١٠٢	٤٢,٥	١٠٨	٤٥,٠	٣٠
٨	أتجنب استخدام ستارة للباثيو في الحمام	١٢٨	٥٣,٣	٥٤	٢٢,٥	٥٨
٩	أحب استخدام السيراميك في حوائط المطبخ	١٩٨	٨٢,٥	٣٤	١٤,٢	٨
١٠	أفضل استخدام الستائر لفصل بعض مناطق المسكن عن بعضها	١٣٦	٥٦,٧	٧٨	٣٢,٥	٢٦
١١	أرغب أن تكون تصميمات أغطية الأرضية متناسقة مع أغطية الأثاث	١٩٠	٧٩,٢	٤٢	١٧,٥	٨
١٢	أتجنب استخدام سجاجيد كبيرة الحجم	٩٦	٤٠,٠	١٢٢	٥٠,٨	٢٢
١٣	أفضل استخدام الأرضيات المقاومة للرطوبة	١٦٦	٦٩,٢	٦٤	٢٦,٧	١٠
١٤	أعتقد أن ورق الحائط غير عملي	١٠٢	٤٢,٥	١٠٤	٤٣,٣	٣٤
١٥	أفضل دهان الحوائط بغطوط أفقية في حالة اتساع الحجرات	٩٢	٣٨,٣	١٠٠	٤١,٧	٤٨
١٦	أرغب في استخدام الستائر السميكة علي أبواب البلكونات	١٥٦	٦٥,٠	٦٤	٢٨,٢	٢٠
١٧	أراعي وجود رسومات والألوان زاهية في حجره الأطفال	١٩٤	٨٠,٨	٤٤	١٨,٢	٢
١٨	أرغب في وجود لوحات فنية في حجره الصالون	١٤٦	٦٠,٨	٧٨	٣٢,٥	١٦
١٩	استبعد استخدام الستائر المزخرفة أو ذات الزخارف الكبيرة	٨٢	٣٤,٢	١٢٨	٥٣,٣	٣٠
٢٠	أفضل استخدام نباتات الزينة الطبيعية في تجميل المسكن	١٢٨	٥٣,٣	٨٨	٣٦,٧	٢٤
٢١	أقلل قدر الإمكان من الورد والنباتات الصناعية	٩٦	٤٠,٠	١١٤	٤٧,٥	٣٠
٢٢	أستبعد استخدام الستائر الأكثر من طبقة	٦٢	٢٥,٨	١٢٢	٥٠,٨	٥٦
٢٣	أفضل استخدام الستائر ذات الألوان الفاتحة في حجره الصالون	٨٤	٣٥,٠	١٣٦	٥٦,٧	٢٠
٢٤	أرغب في وضع مرآة في مدخل المسكن	١٣٤	٥٥,٨	٧٠	٢٩,٢	٣٦
٢٥	أراعي استخدام اللوحات في إخفاء عيوب الحوائط	١٠٤	٤٣,٣	٨٨	٣٦,٧	٤٨
٢٦	أفضل أن يكون أثاث المطبخ من الألومنيال	١١٨	٤٩,٢	٨٢	٣٤,٢	٤٠
٢٧	أتجنب استخدام النجف في حجره النوم	٩٨	٤٠,٨	٧٨	٣٢,٥	٦٤
٢٨	أرغب في استخدام النباتات الصناعية في حجره الصالون	٧٨	٣٢,٥	١٠٤	٤٣,٣	٥٨
٢٩	أتجنب استخدام أكثر من لون في حوائط الحجره الواحدة	٧٦	٣١,٧	١١٢	٤٦,٧	٥٢
٣٠	أرغب في إتباع الموضة عند اختيار وسائل تجميل مسكني	٣٢	١٣,٣	٨٨	٣٦,٧	١٢٠
٣١	أفضل استخدام الموكيت في المساحات الواسعة	٧٤	٣٠,٨	١٠٤	٤٣,٣	٦٢
٣٢	أتجنب الإفراط في وسائل تجميل المسكن	١٢٨	٥٣,٣	٧٦	٣١,٧	٢٦
٣٣	أراعي عند توزيع وسائل تجميل مسكني أن تتناسب كل قطعة مع المكان الذي ستوضع فيه	٢١٠	٨٧,٥	٢٤	١٠,٠	٦
المتوسط والانحراف المعياري لتجميل المسكن		٤,٩٤ ± ٧٤,٦٢				
المتوسط والانحراف المعياري لاجمالي استبيان اتجاه الشباب نحو متطلبات التصميم الداخلي للمسكن		١٤,٣٧ ± ٢٦٠,٩٠				

جدول (١٢) توزيع عينة البحث حسب اتجاه الشباب عينة البحث نحو تجميل المسكن

و اجمالى اتجاه الشباب المقبل على الزواج حو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن

مستوى الدلالة	قيمة كاي	نسبة %	عدد	اتجاه ايجابى	تجميل المسكن
٠,٠٠١	١٠,٨٧	١٩,٢	٤٦	اتجاه ايجابى	
		٦٥	١٥٦	اتجاه محايد	
		١٥,٨	٣٨	اتجاه سلبى	
٠,٠٠١	٦٨,٧	١٥	٣٦	اتجاه ايجابى	اجمالى استبيان اتجاه الشباب المقبل على الزواج حو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن
		٥٧,٥	١٣٨	اتجاه محايد	
		٢٧,٥	٦٦	اتجاه سلبى	

يتضح من جدول (١١) وأن ٨٧,٥ % يراعى عند توزيع وسائل تجميل مسكنه أن تتناسب كل قطعة مع المكان الذي ستوضع فيه ، أن ١٣,٣ % يرغبون فى اتباع الموضة عند اختيار وسائل تجميل المسكن ، كما بلغ قيمة المتوسط الحسابى والانحراف المعياري ٥٩,٢٣ ± ٥,١١ ، كما يتضح من جدولى (١١) و(١٢) وجود فروق في استجابات الشباب عينة البحث على المحور الخاص بتجميل المسكن حيث بلغت قيمة كاي (١٠,٨٧) ، كما وجدت فروق في مستوى اجمالى اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن حيث بلغت قيمة كاي (٦٨,٧) وهى قيمة دالة احصائياً عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٠١).

• وصف استجابات الشباب عينة البحث على استبيان السلوك الشرائى لديهم:

جدول (١٣) التوزيع النسبى لإستجابات الشباب عينة البحث في محور السلوك الشرائى للأثاث ن=٢٤٠

م	العبارة	دائما		احيانا		نادرا	
		عدد	نسبة %	عدد	نسبة %	عدد	نسبة %
١	أقوم بشراء الأثاث من أماكن مشهود لها بالجودة	٢١٢	٨٨,٣	٢٤	١٠,٠	٤	١,٧
٢	أحدد احتياجاتي من قطع الأثاث قبل الشراء	١٩٦	٨١,٧	٤٤	١٨,٣	٠	٠
٣	أقوم باصطحاب شخص لديه خبرة بشراء الأثاث معى عند الشراء	١٨٠	٧٥,٠	٥٢	٢١,٧	٨	٣,٣
٤	أفضل قطع الأثاث كبيرة الحجم	٩٤	٣٩,٢	١٢٠	٥٠,٠	٢٦	١٠,٨
٥	أراعى تناسق الألوان في قطع الأثاث	٢٠٤	٨٥,٠	٣٠	١٢,٥	٦	٢,٥
٦	أحدد مقاسات قطع الأثاث على حسب المساحة لدي	٢١٢	٨٨,٣	٢٦	١٠,٨	٢	٠,٨
٧	أفاضل بين الأسعار في المحلات عند الشراء وأستري الأفضل	١٨٦	٧٧,٥	٥٠	٢٠,٨	٤	١,٧
٨	أقوم بشراء أحدث الموديلات من الأثاث	١٤٠	٥٨,٣	٩٠	٣٧,٥	١٠	٤,٢
٩	أراعى عند شراء الأثاث أن يتناسب مع الأماكن التي ستوضع فيه	٢٢٠	٩١,٧	١٤	٥,٨	٦	٢,٥
١٠	أستري قطع الأثاث متعدد الأغراض	١٤٠	٥٨,٣	٩٠	٣٧,٥	١٠	٤,٢
١١	أتجنب شراء الأثاث بالتقسيط	١٥٠	٦٢,٥	٧٢	٣٠,٠	١٨	٧,٥
١٢	أخذ رأي الأصدقاء في شكل ونوع الأثاث الذي أقوم بشراؤه	٩٨	٤٠,٨	١١٨	٤٩,٢	٢٤	١٠,٠
١٣	أقوم بشراء الأثاث سهل التنظيف	١٧٦	٧٣,٣	٥٨	٢٤,٢	٦	٢,٥
١٤	أفضل النوع في الطرز الخاص بأثاث مسكني	١٣٨	٥٧,٥	٩٠	٣٧,٥	١٢	٥,٠
١٥	أراعى العادات والتقاليد عند اختيار أثاث مسكني	٦٠	٢٥,٠	١٠٠	٤١,٧	٨٠	٣٣,٣
١٦	أفضل شراء قطع الأثاث التي نفي باحتياجاتي فقط	١١٤	٤٧,٥	١٠٠	٤١,٧	٢٦	١٠,٨
		المتوسط والانحراف المعياري				٢,١٥ ± ٤١,٤٩	

جدول (١٤) توزيع عينة البحث حسب مستوى السلوك الشرائى للأثاث

المستويات	عدد	نسبة %	قيمة كاي	مستوى الدلالة
مستوى منخفض	٢٤	١٠	٩٨,٨	٠,٠٠١
مستوى متوسط	١٤٨	٦١,٧		
مستوى مرتفع	٦٨	٢٨,٣		

يتضح من جدول (١٣) أن ٨٨,٣% من أفراد العينة يقومون بشراء الأثاث من أماكن مشهودة لها بالجودة، كما وجد أن ٦٢,٥% من أفراد العينة يتجنبون شراء الأثاث بالتقسيط، كما وجد أن ٢٥% من أفراد العينة يراعون العادات والتقاليد عند اختيار أثاث مسكنهم، كما وجد أن ٥% من أفراد العينة لا يفضلون التنوع في الطراز الخاص بأثاث مسكنه، كما بلغ قيمة المتوسط الحسابي والانحراف المعياري $٤١,٤٩ \pm ٣,١٥$ ، يتضح من جدول (١٣) و (١٤) وجود فروق في استجابات الشباب عينة البحث في السلوك الشرائى للأثاث لديهم حيث بلغت قيمة كاي (٩٨,٨) وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٠١).

جدول (١٥) التوزيع النسبي لإستجابات الشباب عينة البحث في محور السلوك الشرائى

للمتطلبات والأغراض الشخصية والمفروشات ن=٢٤٠

م	العبارة	دائماً		أحياناً		نادراً	
		عدد	نسبة %	عدد	نسبة %	عدد	نسبة %
١	أفضل شراء ملابس علي أحدث صيحات الموضة	٢٨	١١,٧	١١٢	٤٦,٧	١٠٠	٤١,٧
٢	أقوم بإعداد قائمة بجميع احتياجاتي الملبسة قبل الشراء	٢٨	١١,٧	١١٢	٤٦,٧	١٠٠	٤١,٧
٣	أراعي الميزانية المخصصة للشراء قبل الذهاب للسوق	١٩٦	٨١,٧	٤٢	١٧,٥	٢	٠,٨
٤	أقلد أصدقائي وجيراني عند شراء الملابس	١٦٢	٦٧,٥	٤٨	٢٠,٠	٣٠	١٢,٥
٥	أحدد مواصفات الملابس من حيث (اللون - الشكل - الموضة - المقاس) قبل الذهاب للشراء	١١٢	٤٦,٧	٩٦	٤٠,٠	٣٢	١٣,٣
٦	أشتري ملابس من محلات التجزئة	٦٦	٢٧,٥	١١٨	٤٩,٢	٥٦	٢٣,٣
٧	أشتري الإكسسوارات التي تتناسب مع ملابس	١٢٤	٥١,٧	٩٠	٣٧,٥	٢٦	١٠,٨
٨	الإطلاع علي كتالوجات قبل الشراء يساعدي علي اتخاذ قرارا الشراء السليم	٩٦	٤٠,٠	١١٦	٤٨,٣	٢٨	١١,٧
٩	أقوم بشراء ملابس تكفييني لمدة طويلة	١٢٢	٥٠,٨	٩٢	٣٨,٢	٢٦	١٠,٨
١٠	أفحص القطع الملبسية جيداً قبل الشراء	١٧٤	٧٢,٥	٥٨	٢٤,٢	٨	٣,٣
١١	لايبد من توافر مواصفات معينة في الملابس الداخلية	١٧٨	٧٤,٢	٥٢	٢١,٧	١٠	٤,٢
١٢	أشتري ملابس خاصة للمناسبات	١٥٢	٦٣,٣	٨٠	٣٣,٣	٨	٣,٣
١٣	أجتنب شراء الملابس الصيفية المصنوعة من الألياف الصناعية	١٣٦	٥٦,٧	٧٨	٣٢,٥	٢٦	١٠,٨
١٤	أراعي شراء الملابس التي تعطيني الإحساس بالراحة النفسية والجسمية	٢٢٠	٩١,٧	١٤	٥,٨	٦	٢,٥
١٥	أفضل عند استخدام كمالات الملابس (جوارب - حثائب - قبعات - أحزمة) أن تناسق مع بعضها البعض	١٩٠	٧٩,٢	٤٦	١٩,٢	٤	١,٧
١٦	أحرص على شراء الملابس القطنية	١٩٤	٨٠,٨	٤٤	١٨,٣	٢	٠,٨

الإتجاه نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وعلاقته بالسلوك الشرائى لدى الشباب المقبل على الزواج

م	العبارة	دائما		احيانا		نادرا		
		عدد	نسبة %	عدد	نسبة %	عدد	نسبة %	
١٧	أشعر بالرضا بعد شراء ملابسى	١٤٨	٦١,٧	٧٨	٣٢,٥	١٤	٥,٨	
١٨	أراجع فأتورة الشراء قبل الخروج من المحل	١٢٨	٥٣,٣	٩٠	٣٧,٥	٢٢	٩,٢	
١٩	أتجنب شراء ملابسى من الأوكازيونات	٦٤	٢٦,٧	١٢٢	٥٠,٨	٥٤	٢٢,٥	
٢٠	أقوم بشراء العطور من ماركات مشهورة	١٢٦	٥٢,٥	٨٦	٣٥,٨	٢٨	١١,٧	
٢١	تشاركنى الأسرة الرأى عند شراء ملابسى	٩٦	٤٠,٠	١٠٠	٤١,٧	٤٤	١٨,٣	
٢٢	أشترى ملابسى من محلات مشهور لها بالجودة	١٥٦	٦٥,٠	٧٨	٣٢,٥	٦	٢,٥	
		٤٠,٩٢ ± ٥٤,٢٩						المتوسط والانحراف المعيارى

جدول (١٦) توزيع عينة البحث حسب مستوى السلوك الشرائى للمتطلبات والأغراض الشخصية والمفروشات

المستويات	عدد	نسبة %	قيمة كاي	مستوى الدلالة
مستوى منخفض	١٤	٥,٨	٨٨,٩	٠,٠٠١
مستوى متوسط	٩٦	٤٠		
مستوى مرتفع	١٣٠	٥٤,٢		

تبين من جدول (١٥) أن ١١,٧% يقومون بإعداد قائمة بجميع احتياجاتهم الملبسية قبل الشراء ، كما وجد أن ٨١,٧ يراعون الميزانية المخصصة للشراء قبل الذهاب للسوق ، كما بلغ قيمة المتوسط الحسابى والانحراف المعيارى $٤٠,٩٢ \pm ٥٤,٢٩$ ، كما يتضح من جدولى (١٥) و(١٦) وجود فروق في استجابات الشباب عينة البحث فى السلوك الشرائى للمتطلبات والأغراض الشخصية والمفروشات لديهم حيث بلغت قيمة كاي (٨٨,٩) وهى قيمة دالة احصائياً عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٠١).

جدول (١٧) التوزيع النسبى لإستجابات الشباب عينة البحث فيمحور السلوك الشرائى الأجهزة والأدوات المنزلية ن=٢٤٠

م	العبارة	دائما		احيانا		نادرا	
		عدد	نسبة %	عدد	نسبة %	عدد	نسبة %
١	أحدد احتياجاتى من الأجهزة المنزلية قبل عملية الشراء	٢٠٨	٨٦,٧	٢٦	١٠,٨	٦	٢,٥
٢	أحرص أن يكون للجهاز مدة ضمان	٢١٠	٨٧,٥	٢٦	١٠,٨	٤	١,٧
٣	أفضل بين الأسعار فى المحلات عند الشراء وأشترى الأفضل	١٩٢	٨٠,٠	٤٠	١٦,٧	٨	٣,٣
٤	أراعى أن يكون الجهاز مرفق بكتيب خاص لمعرفة طريقة استخدامه الصحيحة	١٧٨	٧٤,٢	٥٠	٢٠,٨	١٢	٥,٠
٥	أفضل شراء الجديد من الأجهزة المنزلية بغض النظر عن احتياجى إليها	١٣٠	٥٤,٢	٥٨	٢٤,٢	١٣٠	٥٤,٢
٦	أراعى عند شراء الأجهزة أن تتناسب مع الأماكن التى ستوضع فيها	٢٠٤	٨٥,٠	٣٤	١٤,٢	٢	٠,٨
٧	أشترى الأجهزة المنزلية من محلات مشهود لها بالجودة	١٦٠	٦٦,٧	٣٦	١٥,٠	٤٤	١٨,٣
٨	أتجنب شراء الأجهزة المنزلية من الأوكازيونات	٤٦	١٩,٢	١٠٠	٤١,٧	٩٤	٣٩,٢
٩	أشترى الأجهزة المنزلية متعددة الأغراض	٦٠	٢٥,٠	١٢٤	٥١,٧	٥٦	٢٣,٣
١٠	أراجع الفاتورة قبل مغادرتى للمحل	١٤٨	٦١,٧	٧٨	٣٢,٥	١٤	٥,٨
١١	أستبعد شراء احتياجاتى من الأجهزة المنزلية بالتسبيط	١٧٤	٧٢,٥	٥٦	٢٣,٣	١٠	٤,٢
١٢	أخذ رأى الأصدقاء الذين سبق لهم شراء الأجهزة المنزلية	١٢٤	٥١,٧	٨٠	٣٣,٣	٣٦	١٥,٠

م	العبرة	دائماً		أحياناً		نادراً	
		عدد	نسبة %	عدد	نسبة %	عدد	نسبة %
١٣	أثارت بالإعلانات عند اختيار الأجهزة المنزلية	١٤٤	٦٠,٠	٨٢	٣٤,٢	١٤	٥,٨
١٤	أفضل الدفع النقدي عند شراء الأجهزة المنزلية	١٠٨	٤٥,٠	٩٢	٣٨,٣	٤٠	١٦,٧
١٥	أرغب بشراء أدوات وأجهزة منزلية كالكمبيوتر	١٨٤	٧٦,٧	٤٤	١٨,٣	١٢	٥,٠
١٦	أشترى الأدوات والأجهزة المنزلية غالية الثمن	٨٨	٣٦,٧	٨٤	٣٥,٠	٦٨	٢٨,٣
١٧	أشترى أدوات المنزلية من محلات التجزئة	٨٨	٣٦,٧	٨٤	٣٥,٠	٦٨	٢٨,٣
١٨	أسعى إلى التباهي والتفاخر في شراء الأدوات والأجهزة المنزلية الخاصة بي	٥٤	٢٢,٥	١٢٦	٥٢,٥	٦٠	٢٥,٠
المتوسط والانحراف المعياري للسلوك الشرائي للأجهزة والادوات		٤٦,٤٨ ± ٤,١٣					
المتوسط والانحراف المعياري لاجمالي استبيان السلوك الشرائي		١٤٢,١٩ ± ٩,٨١					

جدول (١٨) توزيع عينة البحث حسب مستوى السلوك الشرائي للأجهزة والأدوات المنزلية وجمالي السلوك الشرائي

مستوى	المستويات	عدد	نسبة %	قيمة كاي	مستوى الدلالة
السلوك الشرائي للأجهزة والأدوات المنزلية	مستوى منخفض	٢٦	١٠,٨	٧٥,٧	٠,٠٠١
	مستوى متوسط	١٣٦	٥٦,٧		
	مستوى مرتفع	٧٨	٣٢,٥		
اجمالي السلوك الشرائي	مستوى منخفض	٢٤	١٠	٨٧,٧	٠,٠٠١
	مستوى متوسط	١٤٢	٥٩,٢		
	مستوى مرتفع	٧٤	٣٠,٨		

تبين من جدول (١٧) أن ١١,٧ أن ٨٦,٨% يقومون بتحديد احتياجاتهم من الأجهزة المنزلية قبل الشراء، كما وجد أن ٢٥,٠٧% يقومون بشراء الأجهزة المنزلية متعددة الأغراض، كما وجد أن ٢٢,٥% من أفراد العينة يسعون إلى التباهي والتفاخر في شراء الأدوات والأجهزة المنزلية الخاصة بهم، كما وجد أن ٥,٨% من أفراد العينة لا يقومون مراجعة الفاتورة قبل مغادرة المحل، كما بلغ قيمة المتوسط الحسابي والانحراف المعياري $٤٦,٤٨ \pm ٤,١٣$ ، كما يتضح من جدولي (١٧) و(١٨) وجود فروق في استجابات الشباب عينة البحث في السلوك الشرائي للأجهزة والأدوات المنزلية حيث بلغت قيمة كاي (٧٥,٧)، وتباين مستويات اجمالي السلوك الشرائي حيث بلغت قيمة كاي (٨٧,٧) وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٠١).

ثانياً: تفسير النتائج في ضوء الفروض

الفرض الأول: ينص الفرض الأول على أنه "توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلي للمسكن وسلوكهم الشرائي"، وللتحقق من صحة هذا الفرض إحصائياً تم ايجاد معاملات ارتباط بيرسون بين المتغيرات الخاصة باتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلي للمسكن بمحاورة (التصميم - التأثير - الالوان والاضاءة - تجميل المسكن - جمالي الاستبيان) واستبيان السلوك الشرائي لديهم بحاورة

الإتجاه نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وعلاقته بالسلوك الشرائى لدى الشباب المقبل على الزواج

شراء الأثاث - شراء الاغراض والمتطلبات الشخصية والمفروشات - شراء الاجهزة والادوات المنزلية - اجمالى السلوك الشرائى، ويوضح ذلك جدول (١٩).

جدول (١٩) معاملات ارتباط بيرسون لاتجاه الشباب المقبل على الزواج

نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن والسلوك الشرائى لديهم بمحاورة

السلوك الشرائى اتجاه الشباب نحو متطلبات التصميم	الاثاث	الاعراض الشخصية والمفروشات	الاجهزة والادوات المنزلية	اجمالى السلوك الشرائى
التصميم	**٠,٣٠٧	**٠,٣١٦	**٠,٢٩٤	**٠,٣٩٥
تأثيثا المسكن	**٠,٥٠٠	**٠,٥٠٧	**٠,٤٣٢	**٠,٥٩٦
الالوان والاضاءة	**٠,٣٥٩	**٠,٣٠٥	**٠,١٤٥	**٠,٣٣١
تجميل المسكن	**٠,٥١١	**٠,٤٠٢	**٠,٢٩٨	**٠,٤٨٨
اجمالى اتجاه الشباب نحو متطلبات التصميم	**٠,٦٠٦	**٠,٥٤٦	**٠,٤١٠	**٠,٦٤٦

❖ دال عند مستوى دلالة ٠,٠٥ ❖ دال عند مستوى دلالة ٠,٠١

يتضح من جدول (١٩) وجود علاقة ارتباطية موجبة عند مستوى دلالة (٠,٠١) لجميع محاور اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن بمحاورة (التصميم - التأثيث - الالوان والاضاءة - تجميل المسكن - اجمالى الاستبيان) واستبيان السلوك الشرائى لديهم بحاورة (شراء الأثاث - شراء الاغراض والمتطلبات الشخصية والمفروشات - شراء الاجهزة والادوات المنزلية - اجمالى السلوك الشرائى) وبذلك يتحقق الفرض الاول كليا.

الفرض الثانى: ينص الفرض الثانى على أنه "توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين بعض متغيرات المستوى الاقتصادي والاجتماعي لأسر الشباب (المستوى التعليمى لكل من "الشاب، الاب، الام" - الدخل الشهرى للأسرة) واتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وسلوكهم الشرائى" وللتحقق من صحة هذا الفرض إحصائياً تم ايجاد معاملات ارتباط بيرسون بين المتغيرات الخاصة باتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن بمحاورة (التصميم - التأثيث - الالوان والاضاءة - تجميل المسكن - اجمالى الاستبيان) واستبيان السلوك الشرائى لديهم بحاورة (شراء الأثاث - شراء الاغراض والمتطلبات الشخصية والمفروشات - شراء الاجهزة والادوات المنزلية - اجمالى السلوك الشرائى) وبعض متغيرات المستوى الاقتصادي الاجتماعى للأسرة (المستوى التعليمى للاب والأم والشاب والدخل الشهرى للأسرة) ويوضح ذلك جدول (٢٠).

جدول (٢٠) معاملات ارتباط بيرسون للمتغيرات الكمية لعينة البحث واتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن واستبيان السلوك الشرائى لديهم بمحاورة

المتغيرات	المستوى التعليمى للاب	المستوى التعليمى للام	المستوى التعليمى للشباب	الدخل الشهرى للأسرة
التصميم	٠,٢٦-	٠,١٠٠	**٠,٢٣٨	**٠,٣٠٨
تأثير المسكن	٠,٠٦٩-	٠,٠٣٣-	*٠,١٤٢	٠,١٤٤
الألوان والاضاءة	**٠,١٧٤-	٠,٠٥٧-	٠,٠٧٧	٠,٠٤٩
تجميل المسكن	٠,١٧٥-	٠,١٣١-	٠,٠٥٧	٠,٠٥١
اجمالى اتجاه الشباب نحو متطلبات التصميم	*٠,١٦٥-	٠,٠٤٥-	**٠,١٩٠-	**٠,١٧٧
شراء الاثاث	٠,١٠٠-	٠,٠٦٨-	٠,٠٢٧-	٠,١٠٠
شراء المتطلبات الشخصية والمفروشات	٠,٠١٩	٠,٠٠١-	٠,٠٦٥	**٠,١٦٩
شراء الاجهزة والادوات المنزلية	٠,٠٧٦-	٠,٠٢٣-	٠,٠٠٨-	٠,١١٤
اجمالى السلوك الشرائى	٠,٠٦١-	٠,٠٣٧-	٠,٠١٨	**٠,١٥٢

❖ دال عند مستوى دلالة ٠.٠١

❖ دال عند مستوى دلالة ٠.٠٥

يتضح من جدول (٢٠) وجود علاقة ارتباطية سالبة عند مستوى دلالة (٠.٠١) بين اجمالى اتجاه الشباب نحو متطلبات التصميم وكل من المستوى التعليمى للأب وللشباب حيث بلغت قيمة ر(- ١.٦٥ - ٠.١٩٠) على التوالى عند مستوى معنوية أقل من (٠.٠١، ٠.٠٥) لكل منهما على التوالى، كما وجدت علاقة ارتباطية موجبة عند مستوى دلالة (٠.٠١) بين اجمالى اتجاه الشباب نحو متطلبات التصميم والدخل الشهرى للأسرة حيث بلغت قيمة ر ٠.١٧٧، كما وجدت علاقة ارتباطية موجبة عند مستوى دلالة (٠.٠١) بين اجمالى السلوك الشرائى و الدخل الشهرى للأسرة حيث بلغت قيمة ر ٠.١٥٢، وانفقت هذه النتائج مع نتائج دراسة حماقي (١٩٩٠) والتي أظهرت عدم وجود علاقة معنوية ارتباطية بين الدخل والاتجاه نحو التأثير، وكذلك اتفقت مع ما توصلت اليه دراسة العوادلى (١٩٩٥) انه لا توجد علاقة بين المستوى التعليمى والسلوك الشرائى.

واختلفت مع نتائج دراسة حسانين (٢٠٠٩) :دراسة مسلم والدويك(٢٠٠٣) ،غنيم(٢٠٠٠) ،مسلم(١٩٩٧) ،سليمان(١٩٩٤) ،سالم(١٩٩٣) ،محمد(١٩٩٣) وقد أظهرت النتائج هناك ارتباط موجب دال إحصائيا بين دوريات الأسر في إختيارهن للأثاث والمفروشات والمستوى الإجماعى والإقتصادي للأسرة ويشمل (مستوى التعليم - الدخل الشهرى للأسرة) وهذا يوضح علاقة المستوى الاقتصادي الاجتماعي علي السلوك الشرائى ، وبذلك يتحقق الفرض الثانى جزئيا.

الفرض الثالث: ينص الفرض الثالث على أنه " يوجد تباين دال احصائيا في السلوك الشرائى للشباب المقبل على الزواج تبعا لمستوى اتجاههم نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن"، وللتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام حساب أوجه الاختلاف باستخدام اختبار تحليل اتجاه التباين فى اتجاه واحد (ANOVA) للسلوك الشرائى للشباب عينة البحث بمحاورة المختلفة تبعا لمستوى اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن ويوضح ذلك جدول (٢١).

جدول (٢١) تحليل التباين احدى الإتجاه للسلوك الشرائى للشباب عينة البحث تبعاً

لمستوى إتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن ن = ٢٤٠

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
شراء الاثاث	بين المجموعات	٦٨٦,٩٠	٢	٣٤٣,٤٥	٤٨,١٩	٠,٠٠١
	داخل المجموعات	١٦٨٩,٠٨	٢٢٧	٧,١٣		
	الكلى	٢٣٧٥,٩٨	٢٢٩			
شراء المتطلبات الشخصية والمفروشات	بين المجموعات	١٤٦٠,٦٦	٢	٧٣٠,٣٣	٣٩,٩١	٠,٠٠١
	داخل المجموعات	٤٣٣٦,٩٢	٢٢٧	١٨,٢٩		
	الكلى	٥٧٩٧,٥٨	٢٢٩			
شراء الاجهزة والادوات المنزلية	بين المجموعات	٥٧٠,٠٣	٢	٢٨٥,٠٢	١٩,٢٢	٠,٠٠١
	داخل المجموعات	٣٥١٣,٩٠	٢٢٧	١٤,٨٣		
	الكلى	٤٠٨٣,٩٣	٢٢٩			
اجمالى السلوك الشرائى	بين المجموعات	٧٦٥٧,٨٥	٢	٣٨٢٨,٩٣	٥٩,٠٧	٠,٠٠١
	داخل المجموعات	١٥٣٦٣,٣٣	٢٢٧	٦٤,٨٢		
	الكلى	٢٣٠٢١,١٨	٢٢٩			

يتضح من جدول (٢١) وجود تباين دال احصائياً فى السلوك الشرائى للشباب المقبل على الزواج بمحاوره (شراء الاثاث - شراء الاغراض والمتطلبات الشخصية والمفروشات - شراء الاجهزة والادوات المنزلية - اجمالى السلوك الشرائى) تبعاً لمستوى اتجاهاهم نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن عند مستوى معنوية اقل من (٠,٠١) ، ولبيان اتجاها الدلالة قامت الباحثة باستخدام اختبار "LSD" للمقارنات المتعددة ، كما يوضحه جدول (٢٢).

جدول (٢٢) اتجاه دلالة الفروق بين متوسطات درجات السلوك الشرائى للشباب المقبل على الزواج

تبعاً لمستوى اتجاهاهم نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن ن = ٢٤٠

المتغيرات	المستويات	منخفض ن = ٣٦	متوسط ن = ١٢٨	مرتفع ن = ٦٦
شراء الاثاث	منخفض م = ٣٧,٧٢	-		
	متوسط = ٤١,٧١	*٣,٩٩-	-	
	مرتفع = ٤٣,٠٩	*٥,٣٧-	*١,٣٨-	-
شراء المتطلبات الشخصية والمفروشات	منخفض = ٤٩,٦١	-		
	متوسط = ٥٤,٠٠	*٠,٤,٨٩	-	
	مرتفع = ٥٧,٤٥	*٧,٨٤-	*٧,٨٤-	-
شراء الاجهزة والادوات المنزلية	منخفض م = ٤٣,١١	-		
	متوسط = ٤٦,٦٢	*٣,٥١-	-	
	مرتفع = ٤٨,٤٨	*٤,٩٢-	*١,٤١-	-
اجمالى السلوك الشرائى	منخفض = ١٣٠,٤٤	-		
	متوسط = ١٤٢,٢٠	*١١,٧٨-	-	
	مرتفع = ١٤٨,٥٨	*١٨,١٣-	*٦,٣٧-	-

❖ دال عند ٠,٠٥

يتضح من جدول (٢٢) وجود تباين دال احصائياً فى السلوك الشرائى للشباب المقبل على الزواج بمحاوره (شراء الأثاث - شراء الاغراض والمتطلبات الشخصية والمفروشات - شراء الاجهزة والادوات المنزلية - اجمالى السلوك الشرائى) تبعاً لمستوى اتجاههم نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن عند مستوى معنوية اقل من (٠,٠٥) لصالح المستوى الأعلى ، وبذلك يكون الفرض الثالث قد تحقق كلياً.

الفرض الرابع: ينص الفرض الثالث على أنه " توجد فروق دالة احصائياً بين متوسطات الشباب عينة البحث في اتجاههم نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وسلوكهم الشرائى تبعاً لبعض متغيرات المستوى الاقتصادي والاجتماعي للشباب "الجنس - عمل الشاب - مكان السكن"، وللتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام حساب الفروق باستخدام اختبارات (T test) فى اجمالى اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن واجمالى سلوكهم الشرائى تبعاً لكل من الجنس "ذكر، انثى" - عمل الشاب "يعمل، لايعمل - مكان السكن "ريف، حضر" ويوضح ذلك من جدول (٢٣) الى جدول(٢٨).

جدول (٢٣) دلالة الفروق بين متوسطات درجات اتجاه الشباب المقبل على الزواج

نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن بمحاوره تبعاً للجنس ن = ٢٤٠

المتغيرات	انثى = ١٦٢		ذكر = ٧٨		قيمة ت	مستوي الدلالة	اتجاه الدلالة لصالح
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
محور التصميم	٦٥,٢٥	٥,٤٧	٦٤,٠٠	٥,٥٧	١,٦٥	غير دالة	-
محور التأنيث	٦٢,٩٠	٤,٩٨	٦٠,٦٧	٥,٣٦	٣,١٦	٠,٠٠٢	الاناث
محور الألوان والاضاءة	٥٩,٤٨	٤,٧٠	٥٨,٧٢	٥,٨٧	١,٠٨	غير دالة	-
محور التجميل	٧٤,٧٤	٤,٤٩	٧٤,٤١	٥,٧٨	٠,٤٨	غير دالة	-
اجمالى اتجاه الشباب نحو متطلبات تصميم المسكن	٢٦٢,٤٠	١٢,٢٨	٢٥٧,٧٩	١٧,٦٥	٢,٣٤	٠,٠٢	الاناث

جدول (٢٤) دلالة الفروق بين متوسطات درجات السلوك الشرائى للشباب المقبل على الزواج

بمحاوره تبعاً للجنس ن = ٢٤٠

المتغيرات	انثى = ١٦٢		ذكر = ٧٨		قيمة ت	مستوي الدلالة	اتجاه الدلالة لصالح
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
شراء الاثاث	٤١,٩١	٢,٧١	٤٠,٦٢	٣,٧٩	٣,٠٤	٠,٠٠٣	الاناث
شراء المتطلبات الشخصية والمفروشات	٥٥,٠٠	٤,٦١	٥٢,٨٢	٤,٦١	٣,٢٨	٠,٠٠١	الاناث
شراء الاجهزة والادوات المنزلية	٤٦,٩٦	٣,٧٧	٤٥,٤٨	٤,٦٦	٢,٦٢	٠,٠٠٩	الاناث
اجمالى السلوك الشرائى	١٤٣,٦٩	٨,٤٢	١٣٨,٦٩	١١,٥١	٣,٩٥	٠,٠٠١	الاناث

الإتجاه نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وعلاقته بالسلوك الشرائى لدى الشباب المقبل على الزواج

يتبين من جدولى (٢٣) و (٢٤) وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الشباب عينة البحث في كل من محور التأثير وجمالى استبيان اتجاء الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن حيث بلغت قيمة ت(٣,١٦ ، ٢,٣٤) على التوالي وهى قيم دالة احصائيا عند مستوى دلالة اقل من ٠,٠٥ لصالح الاناث.

كما وجدت فروق ذات دلالة احصائية بين الشباب عينة البحث في جميع محاور وجمالى استبيان السلوك الشرائى لديهم حيث بلغت قيمة ت (٣,٠٤ ، ٣,٢٨ ، ٢,٦٢ ، ٣,٩٥) على التوالي وجميعها قيم دالة احصائيا عند مستوى دلالة اقل من (٠,٠١ ، ٠,٠١ ، ٠,٠٠١ ، ٠,٠٠١) على التوالي وجميعها دالة لصالح الاناث ، وهذه النتيجة تمشى مع ما هو معروف فالاناث اكثر اهتماما بمتطلبات التصميم وخاصة عندما تجهز وتأث منزل الزوجية وكذلك الاناث يقمن بالشراء اكثر من الذكور ، واتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت اليه دراسة غنيم (٢٠٠٠) الى وجود فروق دالة احصائيا بين الجنسين فى اتجاء الأفراد نحو تأثيث المدخل تأثيث منطقة المعيشة تأثيث الصالون ودراسة عمارة (٢٠٠٤) والتي توصلت الى وجود علاقة بين الجنس والسلوك الشرائى.

جدول (٢٥) دلالة الفروق بين متوسطات درجات اتجاء الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن بمحاوره تبعاً لعمل الشاب ن = ٢٤٠

اتجاه الدلالة لصالح	مستوي الدلالة	قيمة ت	يعمل = ٨٠		لا يعمل = ١٦٠		المتغيرات
			الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
لا يعمل	٠,٠٠٢	٣,١٧	٦,٤٥	٦٣,٢٨	٤,٨٢	٦٥,٦٣	محور التصميم
-	غير دالة	١,٧٩	٥,٧٦	٦١,٣٣	٤,٨٦	٦٢,٦٠	محور التأثيث
-	غير دالة	٠,١٢٥	٥,٤١	٥٩,١٨	٤,٩٧	٥٩,٢٦	محور الألوان والاضاءة
-	غير دالة	٠,٠٩٤	٤,١٤	٧٤,٩٠	٥,٣١	٧٤,٥٠	محور التجميل
-	غير دالة	١,٨٩	١٥,٢٧	٢٥٨,٤٢	١٣,٧٣	٢٦٢,١٤	اجمالى اتجاء الشباب نحو متطلبات تصميم المسكن

جدول (٢٦) دلالة الفروق بين متوسطات درجات السلوك الشرائى للشباب المقبل على الزواج بمحاوره تبعاً لعمل الشاب ن = ٢٤٠

اتجاه الدلالة لصالح	مستوي الدلالة	قيمة ت	يعمل = ٨٠		لا يعمل = ١٦٠		المتغيرات
			الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
-	غير دالة	١,٥٤	٣,٣٧	٤١,٠٥	٣,٠٢	٤١,٧١	شراء الاناث
لا يعمل	٠,٠١	٢,٥٧	٤,٨١	٥٣,١٥	٤,٨٩	٥٤,٨٦	شراء المتطلبات الشخصية والمفروشات
-	غير دالة	١,٨٢	٤,٤٧	٤٥,٨٠	٣,٩٢	٤٦,٨٣	شراء الاجهزة والادوات المنزلية
لا يعمل	٠,٠٠٧	٢,٧٢	١٠,٥٥	١٣٩,٧٨	٩,٢٣	١٤٣,٤٠	اجمالى السلوك الشرائى

يتبين من جدول (٢٥) و (٢٦) عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الشباب عينة البحث في جميع محاور وجمالى استبيان اتجاء الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن ، كما وجدت فروق ذات دلالة احصائية بين الشباب عينة البحث في كل من شراء المتطلبات

والأغراض الشخصية والمفروشات واجمالي استبيان السلوك الشرائى لديهم حيث بلغت قيمة ت (٢,٥٧) ، (٢,٧٣) على التوالي وهى قيم دالة احصائياً عند مستوى دلالة اقل من ٠,٠١ لصالح الشباب الذى لا يعمل ،ويرجع ذلك الى ان الشباب الذى يعمل يكونوا اكثر حاجة واكثر حرص على مواردهم المالية بعكس الشباب الذى لا يعمل فهو يعتمد على اسرته في تجهيز وإعداد منزل الزوجية وتزويد حاجاتهم ويقبلون اكثر على الشراء وخاصة شراء المتطلبات والأغراض الشخصية والمفروشات.

جدول (٢٧) دلالة الفروق بين متوسطات درجات اتجاه الشباب المقبل على الزواج

نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن بمحاوره تبعاً لكان السكن ن = ٢٤٠

المتغيرات	ريف = ٩٦		حضر = ١٤٤		قيمة ت	مستوي الدلالة	اتجاه الدلالة لصالح
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
محور التصميم	٦٦,١١	٥,٢٣	٦٤,٠٠	٥,٥٦	٢,٩٤	٠,٠٠٤	الريف
محور التأثيث	٦٢,٨١	٤,٥٨	٦١,٧٥	٥,٥٦	١,٥٥	غير دالة	-
محور الألوان والاضاءة	٥٨,٩٨	٥,٠٢	٥٩,٤٠	٥,١٨	٠,٦٣	غير دالة	-
محور التجميل	٧٥,٢٩	٥,٥٥	٧٤,١٩	٤,٤٦	١,٦٩	غير دالة	-
اجمالي اتجاه الشباب نحو متطلبات تصميم المسكن	٢٦٣,١٩	١٤,٠٧	٢٥٩,٣٨	١٤,٤٢	٢,٠٢	٠,٠٤	الريف

جدول (٢٨) دلالة الفروق بين متوسطات درجات السلوك الشرائى للشباب المقبل على الزواج

بمحاوره تبعاً لكان السكن ن = ٢٤٠

المتغيرات	ريف = ٩٦		حضر = ١٤٤		قيمة ت	مستوي الدلالة	اتجاه الدلالة لصالح
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
شراء الاثاث	٤١,٩٦	٢,٦١	٤١,١٨	٣,٤٤	١,٨٨	غير دالة	-
شراء المتطلبات الشخصية والمفروشات	٥٤,٥٢	٤,٨٦	٥٤,١٤	٤,٩٨	٠,٥٩	غير دالة	-
شراء الاجهزة والادوات المنزلية	٤٧,٣٩	٣,٨٤	٤٥,٨٨	٤,٢٢	٢,٨٣	٠,٠٠٥	الريف
اجمالي السلوك الشرائى	١٤٣,٦٩	٨,٤٢	١٤١,١٩	١٠,٥٥	١,٩٤	٠,٠٥	الريف

يتضح من جدول (٢٧) و (٢٨) وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الشباب عينة البحث في محور التصميم واجمالي استبيان اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن حيث بلغت قيمة ت (٢,٩٤ ، ٢,٠٣) وهى قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة اقل من (٠,٠١) ، (٠,٠٥) لصالح الشباب الذى يسكن في الريف ، كما وجدت فروق ذات دلالة احصائية بين الشباب عينة البحث في محور شراء الأجهزة والأدوات المنزلية واجمالي استبيان السلوك الشرائى لديهم حيث بلغت قيمة ت (٢,٨٣ ، ١,٩٤) وهى قيم دالة احصائياً عند مستوى دلالة اقل من (٠,٠١) ، (٠,٠٥) على التوالي لصالح الشباب الذى يسكن في الريف ، واتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت اليه دراسة المستكوى

الإتجاه نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وعلاقته بالسلوك الشرائى لدى الشباب المقبل على الزواج

(٢٠٠٦) والتي أوضحت نتائجها وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الريف و الحضر فى تأثير وتأثير وتنسيق منطقة المعيشة، واختلفت هذه النتيجة مع ما توصلت اليه دراسة الزوم (٢٠١٢) التي اوضحت عدم وجود فروق فى متطلبات التصميم الداخلى تبعاً لمكان السكن، واختلفت هذه النتيجة مع ما توصلت اليه دراسة أبو سكينه (٢٠٠٠) والتي أوضحت نتائجها عدم وجود فروق بين طالبات الريف والحضر بين متوسط درجات السلوك الاقتصادى لاختيار الأثاث والمفروشات، وبذلك يتحقق الفرض الرابع كلياً.

الفرض الخامس: ينص الفرض الخامس على أنه " يوجد تباين دال احصائياً فى إتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وفى سلوكهم الشرائى تبعاً لمستوى الدخل الشهرى للأسرة"، وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب الفروق باستخدام اختبار ت (T test) فى إتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وفى سلوكهم الشرائى تبعاً لمستوى الدخل الشهرى للأسرة ويوضح ذلك جدول (٢٩) و(٣٠) و(٣١).

جدول (٢٩) تحليل التباين أحادى الإتجاه لاجمالي إتجاه الشباب المقبل على الزواج

نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن تبعاً لمستوى الدخل الشهرى للأسرة ن = ٢٤٠

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوي الدلالة
محور التصميم	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	٢٧٢,٧٧ ٦٩٠٧,٢٢ ٧٢٧٩,٩٨	٢ ٢٣٧ ٢٣٩	١٨٦,٣٨ ٢٩,١٤	٦,٣٩	٠,٠٠٢
محور التأثيث	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	٧٧,٤٢ ٦٢٩٢,٢٣ ٦٤٧٠,٦٥	٢ ٢٣٧ ٢٣٩	٣٨,٧١ ٢٦,٩٨	١,٤٤	غير دالة
محور الألوان والاضاءة	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	١٥,٣٣ ٦٢٢٧,٦٠ ٦٢٤٢,٩٣	٢ ٢٣٧ ٢٣٩	٧,٦٧ ٢٦,٢٧	٠,٢٩٢	غير دالة
محور التجميل	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	١١٣,٦٦ ٥٧٢٦,٠٨ ٥٨٣٩,٧٣	٢ ٢٣٧ ٢٣٩	٥٦,٨٣ ٢٤,١٦	٢,٣٥	غير دالة
اجمالي إتجاه الشباب نحو متطلبات تصميم المسكن	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	١١٢٣,٣٠ ٤٨٢٥٠,٣٠ ٤٩٣٧٣,٦٠	٢ ٢٣٧ ٢٣٩	٥١٦,٦٥ ٢٠٣,٥٨	٢,٧٦	غير دالة

جدول (٣٠) تحليل التباين أحادى الاتجاه لاجمالي السلوك الشرائى لدى الشباب المقبل على الزواج تبعاً

لمستوى الدخل الشهرى للأسرة ن = ٢٤٠

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
شراء الاثاث	بين المجموعات	١٥,٦٥	٢	٧,٨٢	٠,٧٩	غير دالة
	داخل المجموعات	٢٣٦٠,٢٣	٢٣٧	٩,٩٦		
	الكلية	٢٣٧٥,٩٨	٢٣٩			
شراء المتطلبات الشخصية والمفروشات	بين المجموعات	١٥٢,١٦	٢	٧٦,٥٨	٠,٠٤	
	داخل المجموعات	٥٦٤٤,٤٢	٢٣٧	٢٣,٨٢		
	الكلية	٥٧٩٧,٥٨	٢٣٩			
شراء الاجهزة والادوات المنزلية	بين المجموعات	٨٢,٨٨	٢	٤١,٩٤	٢,٤٩	غير دالة
	داخل المجموعات	٤٠٠٠,٠٦	٢٣٧	١٦,٨٨		
	الكلية	٤٠٨٢,٩٢	٢٣٩			
اجمالي السلوك الشرائى	بين المجموعات	٤٢٧,٤٢	٢	٢١٣,٧١	٢,٢٤	غير دالة
	داخل المجموعات	٢٢٥٩٣,٧٧	٢٣٧	٩٥,٣٣		
	الكلية	٢٣٠٢١,١٨	٢٣٩			

جدول (٣١) اتجاه دلالة الفروق بين متوسطات درجات اتجاه الشباب المقبل على الزواج

نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن واستبيان السلوك الشرائى لديهم بمحاوره ن = ٢٤٠

المتغيرات	المستويات	منخفض ن = ٩٢	متوسط ن = ٩٠	مرتفع ن = ٥٨
محور التصميم	منخفض م = ٦٣,٤٦	-		
	متوسط = ٦٥,٠٩	* ١,٦٣-	-	
	مرتفع = ٦٦,٦٦	* ٣,١٩-	١,٥٧-	-
شراء المتطلبات الشخصية والمفروشات	منخفض = ٥٢,٢٣	-		
	متوسط = ٥٤,٦٤	١,٣٢-	-	
	مرتفع = ٥٥,٢٧	* ١,٩٥-	٠,٦٣-	-

❖ دال عند ٠,٠٥

يتضح من جدول (٢٩) و(٣٠) و(٣١) عدم وجود تباين دال احصائياً فى اجمالى اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن واجمالي سلوكهم الشرائى تبعاً لمستوى الدخل الشهرى للأسرة وقد يرجع عدم وجود فروق بين الشباب المقبل على الزواج فى متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وفى سلوكهم الشرائى حسب مستوى الدخل الشهرى لأسرهم الى ان الاسر مهما كان دخلها لا تقصر فى تجهيز ابناءها ذكورا واناثاً بل تتبع العادات والتقاليد فى الكم والكيف لاعداد منزل الزوجية لأبنائهم بغض النظر عن مستوى دخل الاسرة ،واتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت اليه دراسة الزوم (٢٠١٢) التى اوضحت ان مستوى الدخل لا يؤثر على التصميم الداخلى ،وقد اختلفت هذه النتيجة مع ما توصلت اليه دراسة مصطفى (٢٠٠٦) ،لطفي (١٩٩٦) والتى اوضحت

تأثير خصائص الأسر الإجتماعيه والإقتصاديه على انماط شراء الأثاث والاجهزة المنزليه "تأثير معنوى قوى ، ودراسة ابو صيرى (٢٠٠٣) التى اوضحت تأثير دخل الأسرة لأفرادها على مستوى الوعى الشرائى بتجهيز وتأثيث المسكن وبذلك لم يتحقق الفرض الخامس كلياً.

توصيات البحث:

- عمل دورات تدريبية بكليات الاقتصاد المنزلى للشباب المقبل على الزواج عن شروط وشكل المسكن الصحى واساليب وطرق الشراء الصحيحة.
- عمل دورات تدريبية فى المؤسسات المختلفة عن كيفية اختيار الأثاث المناسب للمسكن ومناسبة لاحتياجات الاسرة المستقبلية.
- توعية الأسر بضرورة اشتراك الشباب المقبل على الزواج فى شراء احتياجاتهم من خلال فقرات فى البرامج التلفزيونية لتوعية الشباب المقبل على الزواج بالسلوك الشرائى الرشيد.

المراجع:

١. أبوسكينة. نادية حسن (٢٠٠٠): الاختيار للأثاث والمفروشات وعلاقته بالسمات الشخصية وبعض العوامل الاجتماعية، بحث منشور، مجلة بحوث الاقتصاد المنزلى، جامعة المنوفية، مجلد (١٠) العدد (٣) يوليو.
٢. أبو صيرى. حنان محمد السيد (٢٠٠٣): فاعلية برنامج ارشادى لتنمية الوعى بالسلوك الشرائى لدى الفتيات المقبلات على الزواج، المجلد الثالث عشر يوليو- اكتوبر، مجلة كلية الاقتصاد المنزلى، جامعة المنوفية.
٣. أبوظالب. مها سليمان ، وعطوة . محمد جمال (٢٠٠٤): إدارة شؤون الأسرة - نور للكمبيوتر والطباعة - الإسكندرية.
٤. أحمد .عبد اللطيف (٢٠٠٢): التسويق وأثره فى تطوير أقمشة المفروشات فى ظل الأسواق المفتوحة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان.
٥. أحمد، احمد عبد المعطي (١٩٩٩): أساليب التصميم الاقتصادية والتكنولوجية وأثرها على الفراغ فى المسكن المعاصر، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان.
٦. أحمد. طارق عبد الرحمن (٢٠٠٢): اللون كعنصر من عناصر التصميم والتراكيب النسيجية على عمقه ودلالته فى تصميم المنسوجات، بحث منشور، علوم وفنون، جامعة حلوان، المجلد الخامس عشر، العدد الرابع، أكتوبر.
٧. البيانى. خليل ابراهيم (٢٠٠٢) : علم النفس الفسيولوجى، الطبعة الأولى، دار وائل للطباعة والنشر، عمان ، الأردن.
٨. الحجار .محمد بركات (٢٠٠١): أثر الاعلان التجارى على السلوك الشرائى لنستخدمى خدمات الهواتف الذكية فى مدينة عمان بدراسة ميدانية ،رسالة ماجستير ،جامعة الشروق.

٩. الحداد. جيهان محمد (١٩٩٩): أثر التصميم الداخلي للمسكن على التوافق النفسي لربة الأسرة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية.
١٠. الزوم. ابتسام عبدالله (٢٠١٢): التصميم الداخلي لمسكن الأسر الناشئة وعلاقته باحتياجاتهم السكنية، بحث منشور، مجلة الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية.
١١. العوادلى. سلوى محمد يحيى (١٩٩٥): تأثير الاعلان التليفزيونى على السلوك الشرائى للشباب الجامعى المصرى رسالة ماجستير، كلية التجارة، جامعة عين شمس.
١٢. القاضي. دلال، البياتي. محمود (٢٠٠٨): منهجية وأساليب البحث العلمى وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائى SPSS، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
١٣. المستكاوي. إيمان عبده السيد (٢٠٠٦): أثر البيئة السكنية على تأثيث وتنسيق منطقة المعيشة للأسر حديثي الزواج"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية.
١٤. بدر، يحيى مرسى عيد (٢٠٠٧): الإدراك المتغير للشباب المصري (دراسة في الأثروبولوجيا المعرفية)، البيطاش سنتر للنشر والتوزيع، الإسكندرية.
١٥. - - - - (٢٠٠٠): الشباب في مجتمع متغير، الطبعة الأولى، دار الهدى للمطبوعات، الإسكندرية.
١٦. توفيق، شيماة احمد نبوي (٢٠٠٧): التصميم الداخلي لحجرة طلاي الجامعة وعلاقته بتوافقهم النفسي الاجتماعي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية.
١٧. حسانين. شيماة متولي محمد (٢٠٠٩): " متطلبات التصميم الداخلي لمسكن الشباب المقبل على الزواج وعلاقته بالطموح المهني لديهم"، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية.
١٨. حماقي. منال نبيل أحمد (١٩٩٠): دراسة أنماط الأثاث المستخدم في الوحدات السكنية واتجاه قاطنيتها نحو النمط الأمثل للتأثيث بمحافظة الإسكندرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد المنزلي - جامعة الإسكندرية.
١٩. حنا. دوريس حنا دوس (١٩٩٧): الصميم الداخلي والأثاث للمسكن المعاصر من منظور فلسفة مدارس التصميم في القرن العشرين، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم التصميم الداخلي والأثاث، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان.
٢٠. زهران. حامد عبد السلام (٢٠٠١): علم نفس النمو، الطفولة والمراهقة، الطبعة الخامسة، عالم الكتب، القاهرة.
٢١. رقبان. نعمة مصطفى (٢٠١٠): تأثيث المسكن وتجميله، دار السماح للطبع والنشر، الاسكندرية، ط١.
٢٢. سالم. ماجدة إمام إمام (١٩٩٣): تأثيث منطقة المعيشة في المسكن الاقتصادي المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة حلوان.

٢٣. سليمان. مها احمد حسن (١٩٩٤): اتجاهات الأسر المصرية نحو النمط الأمثل لتأثيث المسكن، بحث منشور مجلة الاقتصاد المنزلي، العدد العاشر، ديسمبر، جامعة حلوان.
٢٤. شمس. علي عبد المنعم & عبد الحلیم. سيادة (١٩٩٧): معايير تصميمية لتأثيث المسكن في البيئة المحلية، بحث منشور، مؤتمر الاقتصاد المنزلي، جامعة حلوان.
٢٥. عبد الرحمن. سعد (١٩٩٨): القياس النفسي - النظرية والتطبيق - دار الفكر العربي، القاهرة.
٢٦. عبد الحميد. طلعت أسعد (١٩٩٩): التسويق الفعال، الأساسيات والتطبيق مكتبة الشقري.
٢٧. عريضة. أحمد السيد (٢٠٠٠): اختبارات الجودة الشاملة للأثاث (المطبخ) بحث منشور المؤتمر العلمي الخامس (الاقتصاد المنزلي والبيئة)، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية، (١٦ - ١٧) يوليو.
٢٨. علي. أحمد سمير كامل (٢٠٠٦): الاستخدام المتكامل للفضاء في المسكن المصري ذو المساحات الصغير، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان.
٢٩. عمارة. ناريمان محمد (٢٠٠٤): أثر اعلانات الانترنت على السلوك الشرائى للشباب الجامعى المصرى، رسالة ماجستير، كلية التجارة، جامعة عين شمس.
٣٠. غنيم. رحاب غنيم عبد الكريم (٢٠٠٠): العوامل المؤثرة على تأثيث مسكن المقبل على الزواج، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم إدارة المنزل والمؤسسات، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية.
٣١. فوزى. أحمد أمين (٢٠٠٣): مبادئ علم النفس الرياضى المفاهيم والتطبيقات، دار الفكر العربى، الإسكندرية.
٣٢. قاسم. أميمة إبراهيم (٢٠٠٣): اختبارات الأثاث كأحد وسائل تقييم جودة المنتج بحث منشور، علوم وفنون، جامعة حلوان، المجلد الخامس عشر، العدد الرابع، أكتوبر.
٣٣. لطفي. فاتن مصطفى كمال (١٩٩٦): دراسة تأثير بعض العوامل الاقتصادية والاجتماعية على آراء الفتيات المقبلات على الزواج نحو تأثيث وتجهيز المسكن الحديث، بحث منشور المؤتمر المصري للاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية، (٢٤ - ٢٥ مارس).
٣٤. لطفي. سامية إبراهيم (١٩٩٧): موسوعة الملابس، كلية الزراعة - جامعة الإسكندرية.
٣٥. محمد. سامي عبد الرحمن (١٩٩٥): التأثير الجمالي والوظيفي للون في تشطيب الأسطح الخشبية، بحث منشور علوم وفنون، جامعة حلوان، المجلد السابع، العدد الرابع، أكتوبر.
٣٦. محمد. عدلى سيد (١٩٩٣): اثر اعلانات التليفزيون على السلوك الشرائى للجمهور المصرى دراسة ميدانية على عينة من مدينة القاهرة.
٣٧. محمد. سمحاء سمير إبراهيم (٢٠٠٤): الملائمة الوظيفية للمسكن وعلاقتها بالسلوك العدوانى لشباب الجامعة، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية.
٣٨. محمود. داليا محمد أنور (٢٠٠٥): العوامل المؤثر على تصميم المسكن المتميز، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الهندسة، جامعة المنوفية.

٣٩. مسلم. مهجة محمد إسماعيل & الدويك. عبير محمود (٢٠٠٣): دورية الأسرة في اختيار الأثاث والمفروشات وعلاقته بالتوافق الأسري والرضا السكني، مجلة بوث الاقتصاد المنزلي، مجلد ١٣، العدد ٣٣، ٤، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية.
٤٠. مسلم. مهجة محمد إسماعيل (١٩٩٧): مشكلات التأثيث في الإسكان الاقتصادي، دراسة تقييمية على عينة من الإسكان الاقتصادي الحكومي بشبين الكوم، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية.
٤١. مصطفى. ولاء عبد الرحمن محمد محمد (٢٠٠٦): وعي وممارسات ربة الأسرة نحو اختيار واستخدام والعناية بالأثاث والمفروشات المنزلية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية.
٤٢. منصور. عبد المجيد سيد احمد & الشربيني. زكريا احمد (٢٠٠٥): الشباب بين صراع الأجيال المعاصر والهدى الإسلامي (المشكلات - القضايا - مهارات الحياة)، الطبعة الأولى، دار الفكر العربي، القاهرة.
٤٣. نوفل. ربيع محمود على (٢٠٠٦ أ): الإدارة المنزلية الحديثة، دار الناشر الدولي، الرياض.
٤٤. - - - - (٢٠٠٦ ب): اقتصاديات الأسرة وترشيد الاستهلاك، دار الناشر الدولي، الرياض.

Direction towards the interior design of the house and its relationship to the requirements of the buying behavior among young couples

Mona Moustafa AL-Zaki

Assistant Professor and Head of Department of Management institutions of family and childhood Home Economics College – AL.Azhar University

Abstract

The research was mainly study the relationship between the direction of the young couples about interior design requirements for dwelling and behavior SPV and determined the research problem in the detection of the relationship between the youth trend couples about interior design requirements for dwelling and behavior SPV formed the research sample of 240 young people couples (Zkoroanat) from different economic and social levels, the sample was collected from the western province of psoriasis way object-been field application during the month of December 2014, and formed the search tool of: public data for young people form couples, the next questionnaire youth trend to marry about interior design requirements for housing, purchasing behavior for young people to get married next questionnaire (all of which are prepared by the researcher).

Summary of results :

- The presence of correlation between the direction of the relationship of young couples about the interior design of analgesic requirements Bmahorh and the buying behavior Bmahorh.
- The presence of D. contrast statistically in purchasing behavior for young couples depending on the level of their direction towards the interior design of the house for the benefit of top-level requirements.
- There are significant differences between the averages of the youth in the total sample their direction towards the interior design of the house depending on the requirements of some of the economic and social level of youth variables (sex "in favor of females" - the place of residence "for the benefit of the countryside").

- There are significant differences between the averages of young research sample in purchasing behavior according to some of the economic and social levels of youth variables (sex "in favor of the female" Served young "for the benefit of young people who do not work" - the place of residence "for the benefit of the countryside").
- The lack of statistically significant differences between the averages of the youth in the total sample their direction towards the interior design of the house depending on the requirements of the work of the young man, "for the benefit of young people who do not work."
- Lack of D. contrast statistically in the direction of the young couples about interior design requirements for dwelling and in the buying behavior depending on the level of monthly household income.

Research Recommendations :

- Work training colleges Home Economics for young couples on the conditions and the form of the health of housing styles and ways to correct the purchase.
- Work training courses in various institutions on how to choose the right furniture for the house and its relevance to the needs of the future family.
- The need to educate families on the involvement of young people coming in to buy their marriage through paragraphs in television programs to educate the next young to marry the buying of good behavior.