

العوامل المؤثرة على السلوك الشرائى لمكملات الملابس للمرأة العاملة

د / علا على علوان عمر

مدرس بقسم الملابس والنسيج - كلية الاقتصاد المنزلى - جامعة حلوان

ملخص البحث

يهدف البحث الى التعرف على العوامل المؤثرة فى سلوك المرأة العاملة فى جمهورية مصر العربية عند شرائها مكملات الملابس من خلال بعض المتغيرات وهى العمر والمؤهل الدراسى والمستوى الوظيفى ودخل الاسرة ، ومعرفة ما إذا كان هناك تباين بين هذه العوامل مع المتغيرات المتعلقة بالمرأة المصرية العاملة .

وذلك بتطبيق استبيان العوامل المؤثرة على السلوك الشرائى فى مكملات الملابس على عينة مكونة من (٦٠) سيدة فى مدينة القاهرة فى القطاع الحكومى والخاص ، باستخدام تحليل التباين الأحادى ، واختبار مان ويتنى واختبار كرسكل والليز للبيانات واختبار (ت) .

أوضحت النتائج ان متغير السن والمؤهل الدراسى ليس له علاقة بالعوامل المؤثرة على السلوك الشرائى ، فى حين كانت متغير الوظيفة ودخل الاسرة لهم تأثير فى ترشيد المرأة المصرية لشراء وانتقاء مكملات ملابسها ، مما يدل على مدى وعيها فى اشباع حاجتها من مكملات الملابس بحسب دخلها الشهرى لأسرتها وبحسب وظيفتها التى تسمح لها بتحقيق ذاتيتها فى محيط العمل ، وهذا يدل على الوعى الثقافى الملبسى فى المجتمع المصرى .

Factors affecting the behavior of purchasing supplementary clothing working women

Abstract

This research aims to identify the factors affecting the behavior of working women in Egypt when purchasing their clothes through some variables such as age, qualification, level of education and family income and whether there is a difference between these factors and the variables related to working Egyptian women.

By applying the questionnaire on the factors affecting the behavior of purchasing in clothes and their supplements one sample of (60) women in Cairo city in both the governmental and private sectors by using statistical analysis of one way analysis of variance, kruskal Wallis test, also T .test and two independent t. test.

The results indicated that the age variable and the educational Qualification has nothing to do with the factors affecting the purchasing behavior while the variable job and family income had an impact on the rationalization of Egyptian women to buy and pick up their clothes which indicate the extent of awareness in the satisfaction of the need of clothing supplementation according to the monthly income of her family and according to her job that. Allows her to achieve herself in the work place.

That show cultural and clothing awareness in Egyptian society.

مقدمة :-

تمثل المرأة نسبة كبيرة من المستهلكين لدى السلع والاحتياجات الاساسية والتي تقع من بينها السلع الملبيسية ومكملاتها ، والمرأة العاملة هي إحدى هذه الشرائح حيث بلغت نسبة إقبال المرأة العاملة على الملابس ومكملاتها في جمهورية مصر العربية (٨٠%) .

وقد أوضحت الدراسات دور المرأة الفعال في الاقتصاد المحلى والعالمى والعوامل المؤثرة على سلوكها الشرائى والذى يؤثر بدوره على فلسفة التسويق الموجه نحو المستهلك ، حيث أوضح (شريف العاصى - ١٩٩١) ان الزوجة فى الأسرة المصرية لها تأثير نسبي أكبر من الزوج فى اتخاذ قرار شراء الطعام والسلع ذات الاستخدام الفردى الذى يغلب عليها طابع التأثير الفردى . والسلوك الشرائى للمرأة العاملة يعكس منها بالذات التصورات الشخصية لديها فإن هذا السلوك من الأهمية بدرجة فى مجال التسويق لمعرفة هذه السلوكيات والعوامل المؤثرة عليها ، فالمرأة هى التى تشتري سلعها من الملابس ومكملاتها بغرض استخدامها واستعمالها الشخصى او الاستعمال من قبل أحد أفراد أسرتها أو لتهديتها لآخر .

وتعد العوامل المؤثرة على السلوك الشرائى لدى الفرد هى المسئولة عن اتخاذ المستهلك القرار الشرائى للملابس ومكملاتها . فالمستهلك يصنع العديد من القرارات الشرائية التى تساعدها على حل مشكلاتها الشرائية وهى بالتالى لها أهداف تسعى الى تحقيقها وإرضائها حتى تستطيع إشباع رغباتها . فالأفراد يتخذون قراراتهم الشرائية من أجل حل المشاكل الاستهلاكية التى تواجههم وعادة ما يختلف الاسلوب فى الحل طبقاً لعوامل كثيرة منها نوع المنتج وقيمه المالية ومدى أهمية الشراء للمستهلك وكمية ونوع المعلومات المطلوب جمعها ودرجة تكرار الشراء والمخاطرة المدركة المحيطة بعملية الشراء . وغالباً ما تتصف نسبة كبيرة من قرارات الشراء بالتعقيد فى البداية ثم تتحول بعد ذلك الى قرارات روتينية أو شبه روتينية بتكرار عملية الشراء . (أحمد سليمان - ٢٠٠٠) .

وبالنظر الى المؤسسات التسويقية يتضح انها تقوم بالتركيز على العملية الشرائية أكثر من التركيز على محور قرار الشراء نفسه وتبذل الجهود التسويقية فى مساعدة المستهلكين للبحث عن مشاكلهم وإمدادهم بالمعلومات لأجل تحديد السلع من الملابس ومكملاتها وغيرها والتى تتناسب مع حاجاتهم ورغباتهم وأكدت (هيفاء الجفرى - ١٩٩٥) ان الاعلان لا يزال هو الوسيلة التى لها التأثير الأكبر على المرأة فى عملية الشراء وهى تعتمد على رأيها عند اتخاذ قرار الشراء .

ومما سبق أدى الى توجه البحث الحالى لمحاولة دراسة العوامل المؤثرة على السلوك الشرائى لدى المرأة العاملة داخل المجتمع المصرى حتى يمكن الوصول الى تحديد اتجاهاتها الشرائية ومحاولة ترشيدها وتوجيهها لما فيه الأصح لها ولأسرتها والمجتمع ككل .

مشكلة البحث :-

تعد المرأة العاملة قوة إجتماعية لا يستهان بها لدورها الحيوي فى المجتمع المصرى ، فمشاركتها فى الاعمال الميدانية المختلفة فى الحياة الاجتماعية تعود الى نمو وتوسع ثقافتها ومستواها التعليمي فى شتى العلوم المختلفة . والمرأة العاملة لها رغبات واحتياجات ومتطلبات تسعى الى اشباعها لكى تستطيع الاستمرار فى العطاء لمجتمعها المحيط بها ، ومكملات الملابس تعد من الامور التى تلقى الاهتمام لدى المرأة العاملة ، فهى تعتبر مظهراً وواجهة اجتماعية بالاضافة الى انها تعد من الاحتياجات المهمة التى توفر لها فرص التغيير فى الشكل الخارجى للملبس .

والسلوك الشرائى لدى المرأة العاملة يتأثر بعدة عوامل مختلفة تحيط بها . ودراسة هذه العوامل وعلاقتها بالمتغيرات المرتبطة بالمرأة العاملة تساعد فى تفسير سلوكها الشرائى على أسس علمية سليمة تؤخذ بعين الاعتبار حتى يمكن من تلبية احتياجاتها ومتطلباتها فى السوق الخاص بالملابس ومكملاتها . ويمكن تلخيص مشكلة البحث فى الاجابة على التساؤلات الآتية :-

- ١- هل هناك فروق دالة إحصائياً بين عمر المرأة العاملة فى العوامل المؤثرة على السلوك عند شرائها لمكملات الملابس ؟
- ٢- هل هناك فروق دالة إحصائياً بين المستوى الدراسى للمرأة العاملة فى العوامل المؤثرة على السلوك عند شرائها لمكملات الملابس ؟
- ٣- هل هناك فروق دالة إحصائياً بين المستوى الوظيفى للمرأة العاملة فى العوامل المؤثرة على السلوك عند شرائها لمكملات الملابس ؟
- ٤- هل هناك فروق دالة إحصائياً بين دخل الأسرة لدى المرأة العاملة فى العوامل المؤثرة على السلوك عند شرائها لمكملات الملابس ؟

هدف البحث :-

يهدف البحث الى التعرف على العوامل المؤثرة فى سلوك المرأة العاملة عند شرائها لمكملات الملابس من خلال بعض المتغيرات وهى(العمر والمؤهل الدراسى والمستوى الوظيفي ودخل الاسرة) وهل يوجد إختلاف بين هذه العوامل مع المتغيرات المتعلقة بالمرأة العاملة داخل المجتمع المصرى .

أهمية البحث :-

تبرز أهمية البحث فيما يلي :

- ١- يتناول شريحة هامة من المجتمع وهي المرأة العاملة ويحاول التعرف على طبيعة احتياجاتها من السلع الاستهلاكية بالنسبة لمكملات الملابس حتى يمكن تحقيق إشباع الرغبات والاحتياجات بالصور التي توضحها .
- ٢- تساهم نتائج هذه الدراسة كمرشد للشركات والمؤسسات التسويقية لسلع الملابس ومكملاتها في وضع الاستراتيجيات التسويقية اللازمة لتحقيق أهداف المؤسسة في تلبية رغبات المستهلك بالنسبة لهذه السلعة .

حدود البحث :-

يعتمد هذا البحث على تطبيق استبيان العوامل المؤثرة على السلوك الشرائى فى مكملات الملابس للمرأة العاملة فى مدينة القاهرة فى القطاع الحكومى والخاص فى مرحلة عمرية لا تقل عن (٢٢ سنة) ولا تزيد عن (٥٠ سنة) ومن مستويات إجتماعية مختلفة .

مصطلحات البحث :-

- **السلوك الشرائى كما تقصدها هذه الدراسة :** هو التصرف الناتج عن تفاعل العوامل المؤثرة على اتخاذ قرار الشراء والذى يصدر من المرأة العاملة عند القيام بشرائها لسلعة من مكملات الملابس .
- **المرأة العاملة :** يقصد بالمرأة العاملة هي المرأة التى تمتلك المؤهل العلمى والعملى المناسب للعمل . (خالد العيسى - ١٩٩٨)
- **ويقصد بالمرأة العاملة فى هذه الدراسة :** هي المرأة التى تمارس عملاً حكومياً او خاصاً وتحصل على أجر مادي مقابل عملها سواء كانت متزوجة او أرملة أو مطلقة .
- **مكملات الملابس :**
- **مكملات :** الكمال التام . (الرازى ، مختار الصحاح - ١٣٢٣ هـ) وهما مترادفان وتكامل الشئ وكماله ، أتمه وجمله .
- **الزينة :** هي تحسين الشئ بغير لبسه أو حلية أو هيئة . (الزبيدى - السيد محمد مرتضى - تاج العروس - ١٣٠٦ هـ) .

• **العوامل المؤثرة** : تتعد العوامل المؤثرة فى هذا البحث الى ستة عوامل وهى (العامل الاقتصادى - العامل الاجتماعى - عامل الجودة - عامل الوعى - عامل التعامل وعامل تحقيق الذات) وكلها تؤثر على سلوك المستهلك الشرائى .

وسوف نتناول تعريف كل عامل بشئ من التفصيل المبسط :

١- **العامل الاقتصادى** :- المقصود به فى هذا البحث هو تحقيق حاجة الفرد وإشباعه من شراء مكملات الملابس لتوفر الدخل بشكل محدود لإشباع هذه الحاجة عن طريق سلوك الفرد فى الإنفاق . ويختلف الأشخاص فى قدراتهم الشرائية حسب مستوى الدخل . (منى الغيص - ٢٠٠٠) .

٢- **العامل الاجتماعى** :- هو سلوك الفرد الاجتماعى الانسانى الناتج عن التفاعل فى الحياة الاجتماعية المؤدى الى التنظيم الاجتماعى من حيث سلوك الفرد تجاه الملابس ومكملاتها نتيجة لتفاعله مع المحيط بالمجتمع تبعاً للمفاهيم السائدة فى هذا المجتمع . (زكى المساعد - ١٩٩٧) .

٣- **عامل الجودة** :- تعنى تحقيق احتياجات وتوقعات العملاء او تجاوزها من خلال الاتصال المباشر بهم للتعرف على رغباتهم وتوقعاتهم . (صلاح المعيوف- ١٩٩٩) .

٤- **عامل التعامل** :- تفاضيل الفرد للمتجر على متجر آخر فى الشراء لمكملات الملابس من حيث (نوعية المتجر - موقع المتجر - حجم المتجر - السعر والتخفيضات - الماركة - الخدمات أثناء البيع وما بعد البيع وجاذبية نوافذ العرض) .

٥- **عامل تحقيق الذات** :- هو إدراك الفرد لنفسه ورغبته فى التعبير عنها من خلال شكل مكملات الملابس التى توضح وتؤكد اتجاهاته وقيمه وسلوكه التى يقر انها تحدد شخصيته وتميزه ، محاولاً فى ذلك التكيف النفسى والاجتماعى عن طريق ملائمة الملابس لفرد وللنشاط الذى يمارسه وتحقيق الراحة الجسمية والنفسية والاعتماد على نفسه فى اختيار وشراء احتياجاته الملابسية . (زينب عبد الحفيظ - ٢٠٠٢)

الدراسات السابقة :-

١- **دراسة (أمل مختار تركستانى - ١٩٩٩)** عن : " الخصائص السلوكية لمستهلكى الذهب والمجوهرات دراسة تطبيقية على المرأة السعودية بمدينة جدة " . والتي هدفت الى دراسة بعض الاهداف المرتبطة بدوافع واتجاهات المستهلكات السعوديات نحو شراء الذهب والمجوهرات فى مدينة جدة ، من ناحية التفضيلات والميول نحو الانواع المختلفة من الذهب ، وتحديد العلاقة الديموجرافية بينها وبين دوافع واتجاهات المستهلكات نحو بعض الجوانب المرتبطة بشراء الذهب .

٢- دراسة (هيفاء عبد الله الجفري - ١٩٩٤) عن : " سلوك المستهلك فى الشراء بالتطبيق على سلوك المرأة السعودية الشرائى لمستحضرات التجميل " . والتي هدفت الى توصيف سلوك المرأة السعودية كمستهلك أخير لمستحضرات التجميل والتعرف على خصائصها المرتبطة بعملية الشراء من ناحية السن ، درجة التعليم ، الوظيفة ، الحالة الاجتماعية ، الدخل الشهري وكذلك دراسة المؤثرات النفسية للمرأة فى شراء تلك المستحضرات ودراسة عاداتها وتصرفاتها فى الشراء .

٣- دراسة (ملكة محمود الطنحى ١٩٨٢) عن : " سلوك المستهلك الملبسي وعلاقته بمفهوم الذات وبعض القيم فى المجتمع المصرى " . وتهدف الدراسة الى التعرف على خصائص السلوك الملبسي وخصائص الاحتشام لدى كل من المتعلمين والأميين وذلك مقارنة الذكور والاناث وعلاقة هذه الخصائص بالقيم العامة ومفهوم الذات الواقعي والمثالي .

٤- دراسة (نادية محمود خليل - ١٩٨٢) عن : " دراسة أثر مكملات الزينة على الازياء فى العصر الاسلامى " . واشتملت الدراسة على الزخارف والمواد الخام التي استخدمت فى صناعة مكملات الزينة فى العصرين العباسي والفاطمي وأوضحت أنواع المكملات الملبسية من أغطية الرأس ، أحزمة ، حلى وألبسة قدم وقامت بعمل تطبيقات عليه لمكملات الملابس مقتبسة من العصرين العباسي والفاطمي وأوضحت العلاقة الوطيدة بين المكملات والزى .

٥- دراسة (نادية محمود خليل - ١٩٨٨) عن : " مكملات الملبس ودورها كأحد مقومات الأناقة لدى المرأة العاملة " . والتي هدفت الى التعرف على أفضل أساليب اختيار مكملات الملبس وكيفية توافقها مع الملبس بحيث تحقق التكامل الملبسي ، مما يعكس أثره على نفسية المرأة حيث استخدم البحث المنهج الوصفي التطبيقي وعمل استبيان ل (٤٠٠) سيدة عاملة فى المصالح الحكومية والشركات العامة والخاصة ، بالاضافة للمقابلة الشخصية ، وكانت أهم نتائج البحث هى أن للمكملات دوراً فعالاً فى تحويل الزى الذى تملكه المرأة العاملة الى زى مشرق وجميل يصلح لأكثر من مناسبة كما أن له أثراً نفسياً للمرأة من خلال تغييرها للزى وتجديد مظهره ، كما أن مكملات الملابس ساعدت على توفير النفقات ، وأوصت مصممي الأزياء بإقامة عروض تقوم أساساً على مكملات الملابس وتصميم وسائل تعليمية لعرض المكملات بالشرائح الملونة للطلاب لتتيح لهم الاختيار المناسب للمكملات ، والملائم مع الملابس التي ينفذونها .

٦- دراسة (هديل حسن إبراهيم - ١٩٩١) عن : " مداخل التدريس للأشغال الفنية بالاستعانة بمكملات الزينة المصرية القديمة القائمة على توليف الخامات " . وتناولت الدراسة بعض مكملات الزينة القائمة على توليف الخامات فى الدولة الحديثة ، وأوضحت الباحثة الخامات التى أستخدمت فى صناعة المكملات ، وتصنيف مكملات الملابس فى الدولة الحديثة وأهم السمات المميزة لها وكذلك الاساليب الزخرفية المختلفة وقامت بتوليف الخامات فى الاشغال الفنية على أساس التوافق بين أكثر من خامة فى العمل الواحد .

٧- دراسة (علا على علوان - ١٩٩٤) عن : " دراسة مكملات الزينة فى العصر القديم والافادة منها فى عمل تصميمات حديثة للأشغال الفنية " . وتهدف الدراسة الى دراسة الانواع المختلفة لمكملات الزينة فى العصر المصرى القديم وأهم السمات المميزة بها فى الدولة القديمة والوسطى والحديثة من الزخارف المستخدمة فى صناعة المكملات وكذلك المواد الخام المستخدمة وأساليب الزخرفة المستخدمة فى العصر المصرى القديم . وأشتملت على عرض تصميمات مقتبسة من العصر المصرى القديم لبعض أنواع المكملات الملبسية المستخدمة فى العصر المصرى القديم ومنفذه على خامات متنوعة تناسب العصر الحالى .

وبالنظر الى جميع هذه الدراسات يتضح أنها أتفقت مع الدراسة الحالية فى مدى أهمية دراسة العوامل المؤثرة على السلوك الشرائى للمرأة العاملة .

فروض البحث :-

- ١- لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير السن فى العوامل المؤثرة على السلوك الشرائى لمكملات الملابس لدى المرأة العاملة .
- ٢- لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير المؤهل الدراسى فى العوامل المؤثرة على السلوك الشرائى لمكملات الملابس لدى المرأة العاملة .
- ٣- لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير مستوى الوظيفة فى العوامل المؤثرة على السلوك الشرائى لمكملات الملابس لدى المرأة العاملة .
- ٤- لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير دخل الاسرة فى العوامل المؤثرة على السلوك الشرائى لمكملات الملابس لدى المرأة العاملة .

منهج البحث :-

يهدف البحث الى دراسة العوامل المؤثرة على السلوك الشرائى لمكلمات الملابس للمرأة العاملة ، وبذلك فإن البحث يعتمد على المنهج الوصفى الميدانى .

عينة البحث :-

تتكون عينة البحث من (١٠٠) امرأة عاملة من مستويات اجتماعية مختلفة ومن مختلف مستويات العمل سواء فى القطاع الحكومى أو الخاص ، وبعد إستبعاد الاستثمارات الغير مكتملة البيانات أو الغير مكتملة الاجابة على جميع العبارات فأصبح العدد النهائى للعينة (٦٠) سيدة عاملة . والجدول التالى يوضح توصيف العينة تبعاً لمتغيرات البحث .

جدول (١)

توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغيرات البحث

مستوى الوظيفة	عمل إدارى	عمل قيادى	عمل مهنى	المجموع
العدد	٩	١٠	٤١	٦٠
النسبة	% ١٥	% ١٧	% ٦٨	% ١٠٠

جدول (٢)

توزيع أفراد العينة تبعاً للسن

السن	كبير (أكبر من ٣٥ سنة)	صغير (٢٠ - ٣٥ سنة)	المجموع
العدد	١١	٤٩	٦٠
النسبة	% ١٨	% ٨٢	% ١٠٠

جدول (٣)

توزيع أفراد العينة تبعاً للمؤهل الدراسى

المؤهل الدراسى	عالى	منخفض	المجموع
العدد	٤١	١٩	٦٠
النسبة	% ٦٨	% ٣٢	% ١٠٠

جدول (٤)

توزيع أفراد العينة تبعاً لنوع الوظيفة

نوع الوظيفة	عالى (قيادات)	منخفض (مهنيات)	المجموع
العدد	١٥	٤٥	٦٠
النسبة	% ٢٥	% ٧٥	% ١٠٠

جدول (٥)

توزيع أفراد العينة تبعاً لدخل الأسرة

دخل الأسرة	مرتفع (أعلى من ١٠٠٠٠)	منخفض (من ٢٥٠٠ الى ١٠٠٠٠)	المجموع
العدد	٢٨	٣٢	٦٠
النسبة	% ٤٧	% ٥٣	% ١٠٠

أدوات البحث :-

مقياس السلوك الشرائي للمرأة العاملة لمكلمات الملابس من تصميم الباحثة ويتكون من ستة محاور هي (المحور الاقتصادي - المحور الاجتماعي - محور الجودة - محور التعامل - محور تحقيق الذات) ويشمل كل محور على (١٠) عبارات تعكس السلوك الشرائي للمرأة العاملة ، ويوضح الجدول التالي أرقام العبارات الخاصة بكل محور من مقياس السلوك الشرائي للمرأة العاملة .

جدول (٦)

أرقام العبارات الخاصة بكل محور من محاور مقياس السلوك الشرائي للمرأة العاملة

م	المحاور	أرقام العبارات	المجموع
١	المحور الاقتصادي	٣ ، ١٠ ، ٨ ، ١٣ ، ٢٣ ، ٣٣ ، ٣٨ ، ٤١ ، ٤٨ ، ٥٨	١٠
٢	المحور الاجتماعي	٢٤ ، ١٤ ، ٥ ، ٢٦ ، ٣١ ، ٣٢ ، ٣٩ ، ٤٣ ، ٥٤ ، ٥٧	١٠
٣	محور الجودة	١ ، ٤ ، ٧ ، ١٦ ، ٢١ ، ٣٠ ، ٣٦ ، ٤٤ ، ٤٧ ، ٥١	١٠
٤	محور الوعي	٩ ، ١٢ ، ٢٥ ، ٢٢ ، ١٥ ، ٢٨ ، ٣٥ ، ٤٠ ، ٤٦ ، ٥٢	١٠
٥	محور التعامل	٢ ، ١٨ ، ٣٧ ، ٢٧ ، ١٩ ، ٤٥ ، ٥٠ ، ٥٣ ، ٥٦ ، ٦٠	١٠
٦	محور تحقيق الذات	٦ ، ٢٠ ، ١٧ ، ١١ ، ٢٩ ، ٣٤ ، ٤٢ ، ٤٩ ، ٥٥ ، ٥٩	١٠
		المجموع	٦٠

صدق وثبات المقياس :-

أولاً : صدق المقياس :- قامت الباحثة للتحقق من صدق المقياس بالاعتماد على طريقتين :-
 (أ) صدق المحتوى : والذي تم من خلال عرض المقياس على مجموعة من المحكمين ، وبلغ صدق المحكمين ١٠٠ % حيث اختارت الباحثة كل العبارات التي أجمعت عليها المحكمين .

(ب) الصدق الداخلي : تم التحقق من الاتساق الداخلي للمقياس عن طريق معاملات الارتباط ل (سبيرمان) بين كل مفردة والدرجة الكلية للمحور الخاص بها ، ثم بين درجة كل محور من المحاور الأساسية مع الدرجة الكلية للمقياس وتم استبعاد العبارات الغير دالة.

جدول (٧)

معاملات الارتباط لعبارات مقياس السلوك الشرائي للمرأة العاملة

المحور	م	ر	مستوى الدلالة	المحور	م	ر	مستوى الدلالة		
الاقتصادي	١	٠,٢٨٦	*	الوعى	١	٠,٦١١	**		
	٣	٠,٤٧٤	**		٣	٠,٢٥٥	*		
	٤	٠,١١٩	-		٤	٠,٥٤٩	**		
	٥	٠,٥٦٨	**		٥	٠,٤٣٥	**		
	٦	٠,٢٨٨	*		٧	٠,٤٤٧	**		
	٧	٠,٥١٧	**		٨	٠,٦٢٣	**		
	٩	٠,٥٦١	**		٩	٠,٣٦٦	**		
	١٠	٠,٥٧٧	**		١٠	٠,٤٤٨	**		
	الاجتماعى	١	٠,٥٧٠		**	التعامل	١	٠,٦١٩	**
		٢	٠,٦٠٤		**		٣	٠,٧١٢	**
٣		٠,٦٥٤	**	٤	٠,٥٦٥		**		
٤		٠,٦١٢	**	٥	٠,٢٩٧		*		
٧		٠,٣٧٠	**	٦	٠,٥٢٧		**		
٨		٠,٦٥١	**	٧	٠,٥٤٢		**		
٩		٠,٦٥٣	**	٨	٠,٦٨٦		**		
١٠		٠,٧٤٤	**	١٠	٠,٥٩٦		**		
الجودة		١	٠,٦٠٣	**	تحقيق الذات		١	٠,٣٩٨	**
		٢	٠,٠٩٣	-			٣	٠,٢٨٥	*
	٤	٠,٢٧١	**	٤		٠,٤٧٠	**		
	٥	٠,٥٤٠	**	٦		٠,٣٢٨	**		
	٦	٠,٤٩٣	**	٧		٠,٣٢٨	*		
	٨	٠,٥١٨	**	٨		٠,٣٣١	**		
	٩	٠,١٤٩	-	٩		٠,١٦٨	-		
	١٠	٠,٢٦٨	*	١٠		٠,٣٨٥	**		

* عند مستوى ٠,٠٥

** عند مستوى ٠,٠١

يتضح من الجدول السابق ان معاملات الارتباط فى الغالبية العظمى للعبارات دالة عند مستوى ٠,٠١ فى حين بلغ مستوى الدلالة ٠,٠٥ لبعض العبارات للمحاور الاخرى .

والجدول التالي يوضح معاملات ارتباط محاور مقياس السلوك الشرائى للمرأة العاملة والدرجة الكلية للمقياس .

جدول (٨)

معاملات ارتباط محاور مقياس السلوك الشرائى للمرأة العاملة والدرجة الكلية للمقياس

المحاور	الاقتصادى	الاجتماعى	الجودة	الوعى	التعامل	تحقيق الذات
ر	٠,٣٩٢	٠,٦٩٧	٠,٥٠٦	٠,٦٨٠	٠,٧٧٥	٠,٢٤٣
مستوى الدلالة	*	**	**	**	**	*

يتضح من الجدول السابق ان معاملات الارتباط لمحاور المقياس (الاجتماعى - الجودة - الوعى - التعامل) والدرجة الكلية للمقياس عند مستوى ٠,٠١ ، بينما كانت دالة عند مستوى ٠,٠٥ ، بالنسبة للمحور الاقتصادى ومحور تحقيق الذات ، وبالتالي يشير ان صدق المقياس يعد مقبولاً .

ثانياً : ثبات المقياس :

قامت الباحثة باستخدام اختبار " قيم الفا " للتأكد من ثبات المقياس ، والجدول التالي يبين قيم معامل الفا للتحقق من الثبات .

جدول (٩)

قيم الفا بالنسبة لمحاور المقياس للتحقق من الثبات

المحاور	الاقتصادى	الاجتماعى	الجودة	الوعى	التعامل	تحقيق الذات
قيمة الفا	٠,٧٣٧٢	٠,٦٣٢٣	٠,٦٧٣٤	٠,٦٢٧٥	٠,٥٩٨٨	٠,٧٠٩٨

يتبين من الجدول السابق ان قيم الفا لمحاور المقياس الستة (الاقتصادى - الاجتماعى - الجودة - الوعى - التعامل - تحقيق الذات) قريبة من الواحد الصحيح زدالة عند مستوى ٠,٠١ مما يدل على ثبات المقياس .

المعالجة الاحصائية :-

للتحقق من فروض البحث قامت الباحثة باستخدام الأساليب التالية :

- ١- معاملات الارتباط لـ " سبيرمان " لحساب الاتساق الداخلى لأداة البحث .
- ٢- " قيم ألفا " لأختبار ثبات المقياس .
- ٣- أختبار تحليل التباين للفئات الثلاث .
- ٤- أختبار كرسكل والليز للبيانات التى لا تتبع التوزيع الطبيعي .
- ٥- أختبار " ت " لدلالة الفروق بين المتوسطات .
- ٦- أختبار مان ويتى للبيانات التى لا تتبع التوزيع الطبيعي .

نتائج فروض البحث :-

أولاً : بالنسبة للفرض الأول والذي ينص على " لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير السن فى العوامل المؤثرة على السلوك الشرائى للمرأة العاملة " ، وللتحقق من هذا الفرض تم استخدام اختبار تحليل التباين و كرسكل والليز واختبار " ت " ومان ويتنى .

جدول (١٠)

تحليل التباين بين متوسطات درجات المجموعات لمتغير السن للمرأة العاملة فى العوامل المؤثرة على السلوك الشرائى لمكلمات الملابس

المحور	مجموع المربعات	د.ح	التباين	ف	مستوى الدلالة
الاقتصادى	داخل المجموعات	٢	١٢,١٧٢	٠,٨٥٦	-
	بين المجموعات	٥٧	١٤,٢٢٢		
	الكلى	٥٩	٨٣٤,٩٨٣		
الاجتماعى	داخل المجموعات	٢	٤٣,٥٣٨	١,٨٥٥	-
	بين المجموعات	٥٧	٢٣,٤٦٥		
	الكلى	٥٩	١٤٢٤,٥٨٣		
الجودة	داخل المجموعات	٢	٠,٦٧٤	٠,٠٧٠	-
	بين المجموعات	٥٧	٩,٥٧٣		
	الكلى	٥٩	٥٤٦,٩٨٣		
التعامل	داخل المجموعات	٢	١٤,٢٧٠	٠,٥٧٩	-
	بين المجموعات	٥٧	٢٤,٦٤٠		
	الكلى	٥٩	١٤٣٣		
تحقيق الذات	داخل المجموعات	٢	٦,٨٨٥	٠,٨٠٨	-
	بين المجموعات	٥٧	٨,٥١٧		
	الكلى	٥٩	٤٩٩,٢٥٠		

يتضح أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية لمتغير السن بين متوسطات المجموعات للمرأة العاملة للمحور الاقتصادي والاجتماعي ومحور الجودة والتعامل وتحقيق الذات .

جدول (١١)

أختبار كرسكل والليز بين متوسطات درجات المجموعات لمتغير السن للمرأة العاملة في العوامل المؤثرة على السلوك الشرائي لمكملات الملابس

مستوى الدلالة	٢كا	ح.د	ن			متوسط الرتب			المحور
			-٤٠	-٣٠	-٢٠	-٤٠	-٣٠	-٢٠	
			٥٠	٣٩	٢٩	٥٠	٣٩	٢٩	
-	٠,٦٥٨	٢	٧	٢٧	٢٦	٢٥,٥	٣١,٠٤	٣١,٢٩	الوعى
-	١,٢٥٤	٢	٧	٢٧	٢٦	٢٦,٦٤	٣١	٣١,٨٣	المقياس ككل

يتضح انه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات المجموعات لمتغير السن للمرأة العاملة لمحور الوعى وللمقياس ككل ، والجدول التالي يوضح نتائج اختبار " ت " .

جدول (١٢)

أختبار " ت " بين متوسطى درجات المجموعتين لمتغير السن للمرأة العاملة في العوامل المؤثرة على السلوك الشرائي لمكملات الملابس

مستوى الدلالة	قيمة (ت)	متغير السن						المحاور	م
		صغير (٢٠ - ٣٥)			كبير (أكبر من ٣٥)				
		ع	م	ن	ع	م	ن		
-	٠,٨٢٢-	٤,٩٥	٣١,١٨	٤٩	٤,٧٨	٢٩,٧٣	١١	الاجتماعي	١
-	٠,٤٣٣	٣,٠١	٣١,١	٤٩	٣,٣٣	٣١,٥٥	١١	الجودة	٢
-	٠,٦٨٨-	٣,٧٥	٣١,٣٣	٤٩	٤,٠١	٣٠,٤٥	١١	الوعى	٣
-	٠,٣٧	٥,١٣	٢٦,٣٩	٤٩	٤,٠٧	٢٧	١١	التعامل	٤

يتضح من قيم " ت " أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية لمتغير السن بين المجموعتين (كبير - صغير) وذلك للمحور الاجتماعي والجودة والوعى والتعامل ، والجدول التالي يوضح اختبار مان ويتى .

جدول (١٣)

أختبار مان ويتى بين متوسطى درجات المجموعتين لمتغير السن للمرأة العاملة فى العوامل المؤثرة على السلوك الشرائى لمكملات الملابس

مستوى الدلالة	قيمة (Z)	متغير السن						المحاور	م
		صغير (٢٠ - ٣٥)			كبير (أكبر من ٣٥)				
		مجموع الرتب	رتب المتوسطات	ن	مجموع الرتب	رتب المتوسطات	ن		
-	١,١٠٥-	١٤٣٧	٢٩,٣٣	٤٩	٣٩٣	٣٥,٧٣	١١	الاقتصادى	١
-	٠,٠٦٧-	١٤٩١	٣٠,٤٣	٤٩	٣٣٩	٣٠,٨٢	١١	تحقيق الذات	٢

من الجدول السابق يتضح من قيم (Z) أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعتين لمتغير السن ، وذلك لمحورى الاقتصادى وتحقيق الذات .

ثانياً : بالنسبة للفرض الثانى والذى ينص على ما يلى : " لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير المؤهل الدراسى فى العوامل المؤثرة على السلوك الشرائى للمرأة العاملة " وتم التحقق من صحة الفرض باستخدام اختبار كرسكل والليز وأختبار " ت " وأختبار مان ويتى .

جدول (١٤)

أختبار كرسكل والليز بين متوسطات درجات المجموعات لمتغير المؤهل الدراسى للمرأة العاملة فى العوامل المؤثرة على السلوك الشرائى لمكملات الملابس

مستوى الدلالة	٢ك	ح.د	ن			متوسط الرتب			المحور
			عالى	جامعى	عادى	عالى	جامعى	عادى	
-	١,١٩٨	٢	٣	٥١	٦	٢٢,٦٧	٣١,٥	٢٥,٩٢	الاقتصادى
-	٠,٨٨٨	٢	٣	٥١	٦	٢٩,٨٣	٢٩,٧٩	٣٦,٨٣	الاجتماعى
-	٠,٢٢٣	٢	٣	٥١	٦	٣٠,٦٧	٣٠,٨٦	٢٧,٣٣	الجودة
-	١,٢٣٢	٢	٣	٥١	٦	٣٥,٣٣	٢٩,٤٦	٣٦,٩٢	الوعى
-	٠,٤٩٤	٢	٣	٥١	٦	٣٢,١٧	٢٩,٨٧	٣٥	التعامل
-	٠,٨٦٧	٢	٣	٥١	٦	٣٢,٣٣	٢٩,٦٩	٣٦,٥	تحقيق الذات
-	٠,٦٨٤	٢	٣	٥١	٦	٣١,٣٣	٢٩,٨	٣٦	المقياس ككل

يتضح من الجدول السابق أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المجموعات لمتغير المؤهل الدراسى للمرأة العاملة فى المحور الاقتصادى والاجتماعى ومحور

الجودة والوعى والتعامل وتحقيق الذات والمقياس ككل . والجدول التالي يوضح نتائج اختبار "ت".

جدول (١٥)

اختبار " ت " بين متوسطى درجات المجموعتين لمتغير المؤهل الدراسي للمرأة العاملة فى العوامل المؤثرة على السلوك الشرائى لمكملات الملابس

مستوى الدلالة	قيمة (ت)	متغير السن						المحاور	م
		منخفض			عالى				
		ع	م	ن	ع	م	ن		
-	٠,٩٩٣-	٥,١١	٣١,٨٤	١٩	٤,٨٢	٣٠,٤٩	٤١	الاجتماعى	١
-	٢,٢١	٣,٣١	٢٩,٩٥	١٩	٢,٧٧	٣١,٧٦	٤١	الجودة	٢
-	٠.٦٤٥-	٢,٣٦	٣١,٦٣	١٩	٤,٣	٣٠,٩٥	٤١	الوعى	٣
-	٠,٦٤٤	٥,٦٧	٢٥,٨٩	١٩	٤,٦	٢٦,٧٨	٤١	التعامل	٤
-	٠,٩٢٩	٢,٧٧	٢٩,٧٤	١٩	٢,٩٨	٣٠,٤٩	٤١	تحقيق الذات	٥

من الجدول السابق يتضح من قيم " ت " انه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطى درجتى المجموعتين لمتغير المؤهل الدراسي (عالى ، منخفض) للمحور الاجتماعى والجودة والوعى والتعامل وتحقيق الذات ، والجدول التالي يوضح اختبار مان ويتنى .

جدول (١٦)

اختبار مان ويتنى بين متوسطى درجات المجموعتين لمتغير المؤهل الدراسي للمرأة العاملة فى العوامل المؤثرة على السلوك الشرائى لمكملات الملابس

مستوى الدلالة	قيمة (Z)	متغير السن						المحاور	م
		منخفض			عالى				
		مجموع الرتب	رتب المتوسطات	ن	مجموع الرتب	رتب المتوسطات	ن		
-	١,٣٤٢-	٦٦٣,٥	٣٤,٩٢	١٩	١١٦٦,٥	٢٨,٤٥	٤١	الاقتصادى	١

من الجدول السابق يتضح من قيمة (Z) أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطى درجتى المجموعتين لمتغير المؤهل الدراسي للمحور الاقتصادى .

ثالثاً : بالنسبة للفرض الثالث والذى ينص على ما يلى : " لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير مستوى الوظيفة فى العوامل المؤثرة على السلوك الشرائى للمرأة العاملة لمكملات الملابس " . وتم التحقق من الفرض السابق بأستخدام اختبار تحليل التباين .

جدول (١٧)

تحليل التباين بين متوسطات درجات المجموعات لمتغير الوظيفة للمرأة العاملة فى العوامل المؤثرة على السلوك الشرائى لمكملات الملابس

مستوى الدلالة	ف	التباين	د.ح	مجموع المربعات	المحور	
-	٠,٣٤٣	٤,٩٦٩	٢	٩,٩٣٨	داخل المجموعات	الاقتصادى
		١٤,٤٧٤	٥٧	٨٢٥,٠٤٥	بين المجموعات	
			٥٩	٨٣٤,٩٨٣	الكلى	
-	١,٨٥٥	٢٦,٤٢٤	٢	٥٢,٤٨٣	داخل المجموعات	الاجتماعى
		٢٤,٠٧٢	٥٧	١٣٧٢,١	بين المجموعات	
			٥٩	١٤٢٤,٥٨٣	الكلى	
-	١,٢١	١١,١٤٢	٢	٢٢,٢٨٤	داخل المجموعات	الجودة
		٩,٢٠٥	٥٧	٥٢٤,٦٩٩	بين المجموعات	
			٥٩	٥٤٦,٩٨٣	الكلى	
-	٠,٧٥٨	١٠,٩٤٢	٢	٢١,٨٨٣	داخل المجموعات	الوعى
		١٤,٤٢٩	٥٧	٨٢٢,٤٥	بين المجموعات	
			٥٩	٨٤٤,٣٣٣	الكلى	
-	٠,١٢٩	٣,٢٢٣	٢	٦,٤٤٧	داخل المجموعات	التعامل
		٢٥,٠٢٧	٥٧	١٤٢٦,٥٥٣	بين المجموعات	
			٥٩	١٤٣٣	الكلى	
*	٢,٧٣١	٢١,٨٢٨	٢	٤٣,٦٥٥	داخل المجموعات	تحقيق الذات
		٧,٩٩٣	٥٧	٤٥٥,٥٩٥	بين المجموعات	
			٥٩	٤٩٩,٢٥	الكلى	
-	٠,٢٥٤	٣٩,٢٧٢	٢	٧٨,٥٤٤	داخل المجموعات	المقياس ككل
		١٥٤,٨٥	٥٧	٨٨٢٦,٤٥٦	بين المجموعات	
			٥٩	٨٩٠٥	الكلى	

من الجدول السابق يتضح انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المجموعات لمتغير الوظيفة للمرأة العاملة فى المحور الاقتصادى والاجتماعى ومحور الجودة والوعى والتعامل والمقياس ككل . بينما يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المجموعات لمتغير الوظيفة للمرأة العاملة لمحور تحقيق الذات حيث بلغت قيمة ف = ٢,٧٣١

، والجدول التالي يوضح اختبار " ت " بين متوسطى درجتى المجموعتين المستقلتين لمتغير الوظيفة (عالى ، منخفض) . وللتحقق من دلالة الفروق تم استخدام اختبار (ت) .

جدول (١٨)

أختبار " ت " بين متوسطى درجات المجموعتين لمتغير الوظيفة للمرأة العاملة فى العوامل المؤثرة على السلوك الشرائى لمكملات الملابس

مستوى الدلالة	قيمة (ت)	متغير الوظيفة						المحاور	م
		منخفض (مهنى)			عالى (قيادى)				
		ع	م	ن	ع	م	ن		
-	٠,١٧٧ -	٣,٧٣	٢٨,٥٣	٤٥	٣,٩٩	٢٨,٣٣	١٥	الاقتصادى	١
-	٠,٣٧٦	٥,١٦	٣٠,٧٨	٤٥	٤,٢٤	٣١,٣٣	١٥	الاجتماعى	٢
-	٠,٢٦٧ -	٣,٠٨	٣١,٢٤	٤٥	٣,٠٥	٣١	١٥	الجودة	٣
**	٢,٧٨٨ -	٣,٢١	٣١,٩١	٤٥	٤,٥٦	٢٨,٩٣	١٥	الوعى	٤
-	٠,٧٥٣ -	٤,٩٤	٢٦,٧٨	٤٥	٤,٩٥	٢٥,٦٧	١٥	التعامل	٥
-	١,٣٦٨	٣,٠٦	٢٩,٩٦	٤٥	٢,٢٦	٣١,١٣	١٥	تحقيق الذات	٦

من الجدول السابق يتضح من قيم (ت) أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطى درجتى المجموعتين لمتغير الوظيفة (عالى ، منخفض) للمحور الاقتصادى والاجتماعى والجودة والتعامل وتحقيق الذات ، بينما يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطى درجتى المجموعتين لمتغير الوظيفة لدى محور الوعى حيث كانت قيمة ت = - ٢,٧٨٨ لصالح الوظيفة المهنية وهى دالة إحصائية عند مستوى المعنوية ٠,٠١ بدرجة ثقة ٩٩ % .

ولتفسير وجود تحقيق الذات ودرجة الوعى عند الشراء لمتغير الوظيفة يدل على وجود درجة من الوعى بين العاملات باختلاف نوع الوظيفة فيجد (سعود النمر - ١٩٨٨) أن الدافع وراء خروج المرأة الى العمل هو إثبات الذات وتحقيق مكانة إجتماعية لدى المرأة الذى جعل لديها من الوعى عند ممارستها للعمل .

رابعاً : بالنسبة للفرض الرابع والذى ينص على ما يلى : " لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير دخل الاسرة فى العوامل المؤثرة على السلوك الشرائى للمرأة العاملة لمكملات الملابس " . وتم التحقق من الفرض باستخدام اختبار تحليل التباين .

جدول (١٩)

تحليل التباين بين متوسطات درجات المجموعات لمتغير دخل الاسرة للمرأة العاملة في العوامل المؤثرة على السلوك الشرائى لمكملات الملابس

مستوى الدلالة	ف	التباين	د.ح	مجموع المربعات	المحور	
-	٠,٠٦٥	٠,٩٤٦	٢	١,٨٩٢	داخل المجموعات	الاقتصادى
		١٤,٦١٦	٥٧	٨٣٣,٠٩٢	بين المجموعات	
			٥٩	٨٣٤,٩٨٣	الكلى	
-	٠,٨٢٧	٠,٨٢٧	٢	١٥,٤٢٢	داخل المجموعات	الجودة
		٩,٣٢٦	٥٧	٥٣١,٥٦٢	بين المجموعات	
			٥٩	٥٤٦,٩٨٣	الكلى	
*	٣,١٧٤	٤٢,٣٠٢	٢	٨٤,٦٠٥	داخل المجموعات	الوعى
		١٣,٣٢٩	٥٧	٧٥٩,٧٢٨	بين المجموعات	
			٥٩	٨٤٤,٣٣	الكلى	
-	٠,١٥٤	٣,٨٤٤	٢	٧,٦٨٨	داخل المجموعات	التعامل
		٧٥,٠٠٥	٥٧	١٤٢٥,٣١٢	بين المجموعات	
			٥٩	١٤٣٣	الكلى	
-	١,٤٢	١١,٨٤٣	٢	٢٣,٦٨٧	داخل المجموعات	تحقيق الذات
		٨,٣٤٣	٥٧	٤٧٥,٥٦٣	بين المجموعات	
			٥٩	٤٩٩,٢٥٠	الكلى	
*	١,٠٤	١٥٦,٨١	٢	٣١٣,٦٢١	داخل المجموعات	المقياس ككل
		١٥٠,٧٢٦	٥٧	٨٥٩١,٣٧٩	بين المجموعات	
			٥٩	٨٩٠٥	الكلى	

من الجدول السابق يتضح أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المجموعات لمتغير دخل الاسرة للمرأة العاملة للمحور الاقتصادى والجودة والتعامل وتحقيق الذات والمقياس ككل . بينما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المجموعات لمتغير دخل الاسرة للمرأة العاملة لمحور الوعى، حيث بلغت قيمة ف (٣,١٧٤).

جدول (٢٠)

أختبار " ت " بين متوسطى درجات المجموعتين لمتغير دخل الاسرة للمرأة العاملة فى العوامل المؤثرة على السلوك الشرائى لمكملات الملابس

مستوى الدلالة	قيمة (ت)	متغير دخل الاسرة						المحاور	م
		منخفض (من ٢٥٠٠ الى ١٠٠٠٠)			مرتفع (أعلى من ١٠٠٠٠)				
		ع	م	ن	ع	م	ن		
-	٠,٨٥٨	٤,٩٢	٣٠,٤١	٣٢	٤,٩٣	٣١,٥	٢٨	الاجتماعى	١
-	٠,٤١١	٢,٩٧	٣١,٠٣	٣٢	٣,١٨	٣١,٣٦	٢٨	الجودة	٢
-	١,٢٨٤ -	٣,٣٣	٣١,٧٥	٣٢	٤,٢	٣٠,٥	٢٨	الوعى	٣
-	٠,٩٤٤	٤,٧	٢٥,٩٤	٣٢	٥,١٩	٢٧,١٤	٢٨	التعامل	٤
-	٠,٦١٩	٣,٢٧	٣٠,٠٣	٣٢	٢,٤٧	٣٠,٥	٢٨	تحقيق الذات	٥

من الجدول السابق يتضح من قيم " ت " أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطى درجتى المجموعتين لمتغير دخل الاسرة (عالى ، منخفض) للمحور الاجتماعى والجودة والوعى والتعامل وتحقيق الذات ، والجدول التالى يوضح نتائج اختبار مان ويتنى .

جدول (٢١)

أختبار مان ويتنى بين متوسطى درجات المجموعتين لمتغير دخل الاسرة للمرأة العاملة فى العوامل المؤثرة على السلوك الشرائى لمكملات الملابس

مستوى الدلالة	قيمة (Z)	متغير دخل الاسرة						المحاور	م
		منخفض (من ٢٥٠٠ الى ١٠٠٠٠)			مرتفع (أعلى من ١٠٠٠٠)				
		مجموع الرتب	رتب المتوسطات	ن	مجموع الرتب	رتب المتوسطات	ن		
-	٠,٥٤٤-	١٠١٢,٥	٣١,٦٤	٣٢	٨١٧,٥	٢٩,٢	٢٨	الاقتصادى	١

من الجدول السابق يتضح من قيمة (Z) أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطى درجتى المجموعتين لمتغير دخل الاسرة للمحور الاقتصادى . ومما سبق نلاحظ انه يوجد درجة من الوعى لصالح الموظفة ذات الدخل المنخفض . وهذا يدل على وعى المرأة العاملة عند شرائها مكملات الملابس بحسب دخلها الشهرى لأسرتها المحدودة الدخل .

المراجع العربية :

١	أحمد على سليمان	سلوك المستهلك بين النظرية والتطبيق مع التركيز على السوق السعودي ، الرياض - مركز البحوث - ٢٠٠٠ م .
٢	أمل مختار تركستاني	الخصائص السلوكية لمستهلكي الذهب والمجوهرات دراسة تطبيقية على المرأة السعودية بمدينة جدة ، جامعة الملك عبد العزيز ، كلية الاقتصاد والإدارة ، قسم إدارة أعمال - ١٩٩٩ م .
٣	الرازي ، محمد بن أبي بكر بن عبد القادر	مختار الصحاح ، ط ١ - المطبعة الأميرية بمصر - ١٣٢٣ هـ .
٤	الزبيدي ، السيد محمد مرتضى	تاج العروس ، ط ١ المطبعة الخيرية ، دار ليبيا للنشر والتوزيع - ١٣٠٦ هـ .
٥	خالد عبد الرحمن العيسى	إمكانية تطبيق أسلوب العمل على بعد للمساهمة في إيجاد فرص وظيفية للمرأة السعودية العاملة ، جامعة الملك سعود ، كلية العلوم الإدارية - قسم الإدارة العامة - ١٩٩٨ م .
٦	زكى خليل المساعد	التسويق في المفهوم الشامل ، عمان - دار زهران للنشر والتوزيع - ١٩٩٧ م .
٧	سعود بن محمد النمر	المرأة السعودية العاملة دراسة ميدانية على عينة من العاملات السعوديات بمدينة الرياض ، جامعة الملك سعود ، مركز البحوث - ١٩٨٨ م .
٨	شريف أحمد شريف العاصي	سلوك اتخاذ القرار الشرائي في الاسرة المصرية وتضميناته التسويقية على المستويين الجزئي والكلّي - ١٩٩١ م .
٩	طلعت أسعد عبد الحميد وآخرون	التسويق الفعال الاساسيات والتطبيق ، القاهرة - ١٩٩٧ م .
١٠	طلعت أسعد عبد الحميد وآخرون	تحليل سلوك الشراء لدى السيدات السعوديات والمقيمات بمدينة جدة ، الغرفة التجارية الصناعية بجدة - ١٩٩٢ م .
١١	علا على عنوان	دراسة المكملات التراثية في العصر المصري القديم والافادة منها في عمل تصميمات حديثة للاشغال الفنية ، جامعة حلوان ، كلية الاقتصاد المنزلي ، قسم الملابس والنسيج - ١٩٩٤ م .
١٢	عايدة نخلة رزق الله	سلوك المستهلك والاستراتيجيات التسويقية منهج بيئي إجتماعي ، القاهرة ، د.ت ، مكتبة عين شمس .
١٣	منى راشد الغيص	مبادئ التسويق ، الكويت ، ذات السلاسل - ٢٠٠٠ م .
١٤	ملكة محمود الطنخي	السلوك الملبسي وعلاقته بمفهوم الذات وبعض القيم في المجتمع المصري ، جامعة حلوان ، كلية الاقتصاد المنزلي ، قسم الملابس والنسيج -

		١٩٨٢ م .
١٥	نادية محمود خليل	دراسة أثر مكملات الزينة على الأزياء فى العصر الاسلامي ، جامعة حلوان ، كلية الاقتصاد المنزلى ، قسم الملابس والنسيج - ١٩٨٢ م .
١٦	نادية محمود خليل	مكملات الملابس ودورها كأحد مقومات الأناقة لدى المرأة العاملة، جامعة حلوان ، كلية الاقتصاد المنزلى ، قسم الملابس والنسيج - ١٩٨٨ م .
١٧	هديل حسن إبراهيم	مداخل التدريس للأشغال الفنية بالاستعانة بمكملات الزينة المصرية القائمة على توليف الخامات ، جامعة حلوان ، كلية التربية الفنية - ١٩٩١ م .
١٨	هيفاء عبدالله الجفرى	سلوك المستهلك فى الشراء بالتطبيق على سلوك المرأة السعودية الشرائى لمستحضرات التجميل ، جامعة الملك عبد العزيز ، كلية الاقتصاد والأدارة ، قسم إدارة أعمال - ١٩٩٤ م .

المراجع الأنجليزية :

19	Charlotte Mankey Calasibetta	“Fairchild’s Dictionary of Fashion “, Second Edition, Fairchild Books, New York, 2000 .
20	Leslie Burns, Nancy Bryant	“ The Business of Fashion, Designing, Manufacturing and Marketing “, Fairchild publications, Inc. New York, 2002.
21	Ruth E. Glock	“Apparel Manufacturing Sewn product analysis”, Third Edition, by prentice-Hall, Inc. New Jersey, 2000.
22	Sara J.Kadolph	“Quality Assurance for Textiles and Apparel”, Fairchild publication, New York, 1998.