

” اتجاه الزوجة نحو الاستهلاك الأخضر وأثره علي الادارة المالية للأسرة ”
"The wife's tendency towards green consumption "
and its impact on the family financial management"

أميرة حسن عبد العال* إلهام أسعد عبد السميع**

ملخص البحث :

يهدف هذا البحث الي قياس اتجاه الزوجة نحو الاستهلاك الأخضر وأثره علي الادارة المالية للأسرة ، وقد استخدم المنهج الوصفي التحليلي ، وذلك من خلال تطبيق أدوات الدراسة التي أعدتها الباحثتان وهي كالتالي (استمارة البيانات العامة ، استبيان اتجاه الزوجة نحو الاستهلاك الأخضر ، استبيان الادارة المالية للأسرة) وتكونت عينة البحث من (٢٥٠) زوجة تم اختيارهن بطريقة غرضية بمحاظفة القليوبية من مستويات اجتماعية واقتصادية مختلفة ، وقد تم تطبيق الأساليب الاحصائية المناسبة لاستخلاص النتائج الوصفية والنتائج في ضوء الفروض ، وكانت من أهم النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين زوجات عينة البحث في الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر بمكوناته الثلاثة تبعا لعمل الزوجة لصالح العاملات ، وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين زوجات عينة البحث في الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر بمكوناته الثلاثة تبعا لتعليم الزوجة لصالح التعليم العالي ، وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين زوجات عينة البحث في الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر بمكوناته الثلاثة تبعا للدخل الشهري لصالح الدخل المرتفع ، وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين زوجات عينة البحث في الادارة المالية للأسرة بمحاوره تبعا لعمل الزوجة لصالح العاملات ، وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين زوجات عينة البحث في الادارة المالية للأسرة بمحاوره تبعا لتعليم الزوجة لصالح التعليم العالي ، وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين زوجات عينة البحث في الادارة المالية للأسرة بمحاوره تبعا للدخل الشهري لصالح الدخل المرتفع ، وجود علاقة

* أستاذ مساعد ادارة المنزل- قسم الاقتصاد المنزلي - كلية التربية النوعية جامعة عين شمس
 **أستاذ مساعد ادارة المنزل- قسم الاقتصاد المنزلي - كلية التربية النوعية جامعة عين شمس

ارتباطية موجبة بين الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر بمكوناته الثلاثة (المعرفي ، السلوكي ، الوجداني) وبين الإدارة المالية للأسرة بمحاوره (إدارة الدخل المالي ، استثمار الدخل المالي ، إدارة الازمات المالية) و عند مستوي دلالة ٠,٠١ و ٠,٠٥ ، وتم تقديم بعض التوصيات منها الأهتمام بنشر الوعي بالاستهلاك الأخضر من خلال برامج المرأة والأسرة بأجهزة الإعلام المختلفة لما لها من أثر كبير في تفعيل دور الأسرة في الحفاظ علي البيئة، إقامة دورات تدريبية لمساعدة المرأة في تنمية السلوكيات الاستهلاكية السليمة في جميع المجالات الاستهلاكية ، إعداد برامج وكتيبات إرشادية تهدف إلي توعية أفراد الاسرة بالاسس العلمية في الإدارة المالية للأسرة لما له الاثر في تحقيق الاستقرار المالي للأسرة .

الكلمات المفتاحية : اتجاه ، الزوجة ، الاستهلاك الأخضر ، الادارة المالية للأسرة.

ABSTRACT

This research aims to measures the wife's tendency towards green consumption and its impact on the family financial management, the analytical descriptive method was used by applying the research tools prepared by the two researchers, (general data form, wife questionnaire towards green consumption, family financial management questionnaire),The research sample consisted of (250) wife's chosen in a purposeful manner at Qalubia Governorate from different economic and social levels, the appropriate statistical methods has been used to extract descriptive results and the results in the hypothe, It was one of the most important results ,There are statistically significant differences between the wives of the research sample in the trend towards green consumption with its three components, according to the wife's work in favor of female workers ,There are statistically significant differences between the wives of the research sample in the trend towards green consumption with its three components, according to the wife's education in favor of higher education ,There are statistically significant differences between the wives of the research sample in the trend towards green consumption with its three components

depending on the monthly income in favor of the high income , There are statistically significant differences between the wives of the research sample in the financial management of the family with its axes according to the wife's work in favor of the female workers ,There are statistically significant differences between the wives of the research sample in the financial management of the family with its axes, according to the wife's education in favor of higher education ,There are statistically significant differences between the wives of the research sample in the financial management of the family with its axes according to the monthly income in favor of the high income ,There is a positive correlation between the trend towards green consumption with its three components (cognitive, behavioral, and emotional) and the financial management of the family with its axes (financial income management, financial income investment, financial crises management) and at the level of significance 0.01 and 0.05 ,Some recommendations were presented, including the interest in spreading awareness of green consumption through women and family programs in the various media because of their significant impact on activating the role of the family in preserving the environment, holding training courses to assist women in developing sound consumer behaviors in all areas of consumption, preparing programs and brochures A guideline aimed at educating family members about the scientific foundations of family financial management, as it has an impact on achieving financial stability for the family.

Key words: trend, wife, green consumption, family financial management

مقدمة ومشكلة البحث :

تعتبر المرأة هي المسؤولة الأولى والرئيسية لأي تطوير بالأسرة فهي مسؤولة ليس فقط عن نفسها ولكن أيضا عن أسرتها ، فمن المعلوم أن طبيعة الحياة الأسرية في

الوقت الحاضر والظروف الاقتصادية التي نعيشها تجعل كل أسرة تفكر كثيرا في تكيف حياتها ولا يتأتي ذلك الا بالادارة السليمة التي تساعد علي حسن استغلال تلك الموارد (اية عبد الرحمن ، ٢٠١٨ : ١٣٣).

واتجاهات المرأة ووعيها وقدراتها من أهم موارد البشرية التي تشكل سلوكها وتلعب دورا هاما في أسلوب تعاملها مع عناصر البيئة التي تحيط بها فهي بمثابة الواقع للقبال علي شئ أو تجنبه.

و قد تواجه المرأة في ظل المتغيرات الاقتصادية والتكنولوجية والثقافية العديد من المشكلات والصعوبات مما يحد من قدرتها علي أداء مسؤولياتها المنزلية ومنها قلة دخل الأسرة وارتفاع أسعار المنتجات المختلفة (فاطمة مصطفى ، ٢٠٢٠ : ٧٥).

وللتحولات الاجتماعية والاقتصادية التي عرفتها المجتمعات المعاصرة في ظل العولمة وانتشار تكنولوجيا المعلومات دورا كبيرا في تحويل مجتمعاتنا الي مجتمعات استهلاكية بالدرجة الأولى ، والثقافة الاستهلاكية تعتبر مظهرا من مظاهر الثقافة العامة للمجتمع المعاصر (وفاء عبد النبي ، ٢٠٢٠ : ٩).

وقد أدى تطور الحياة الحديثة وكثرة متطلباتها الي ظهور أنماط استهلاكية جديدة (سناء محمد ، ٢٠١٧ : ٢٢).

والاستهلاك سلوك انساني مكتسب بالفطرة ، ويفترض علم الاقتصاد أن المستهلك يعرف حاجاته ورغباته وخصائص السلع وبدائلها وقدراتها علي الاشباع وكيفية توزيع دخله ليحقق له أقصى منفعة (انعام أحمد ، ٢٠١٩ : ٢٣٧).

ويختلف السلوك الاستهلاكي بين فرد وآخر نتيجة التفاعل بين معرفة المستهلك بحاجاته ورغباته وبين معرفته بالمتوافر من السلع والخدمات في السوق ودرجة اشباعها لحاجاته بما يتلائم مع ما يمتلكه من نقود ، فالمستهلك الرشيد لا بد أن يستعوض بما لديه من معلومات متاحة عن السلع وبدائلها وأن يكون له سلم أفضليات يستطيع أن يختار من خلاله وفقا لترتيب أفضليتها بالنسبة له ووفقا لما يحققه من أقصى اشباع ومنفعة (فاطمة محمد ، ٢٠٢٠ : ٢٢).

ومما لا شك فيه ان معظم المشاكل البيئية ترجع الي تدني الأنماط السلوكية في التفاعل مع البيئة والتي تعزي بدورها الي الافتقار للمعارف والاتجاهات البيئية وعلي

هذا الأساس فان تقليل الأضرار البيئية والمحافظة علي ترشيد سلوكيات الانسان في علاقته بالبيئة بما يعود عليه وعلي المجتمع بالنفع والفائدة انما يرجع الي مدي وعي الانسان ومعرفته ببيئته وكيفية الحفاظ عليها (سناء محمد ، ٢٠١٧ : ٢٢).

هذا وتعتبر القضايا البيئية من أكثر القضايا المعاصرة التي أخذت حيزا كبيرا في عصرنا الحالي ، وأفادت العديد من الدراسات أن أنماط الاستهلاك الحالية تشكل تهديدا كبيرا علي الأجيال القادمة في المستقبل (Taval & The odoropoul , 619 : 2018) بالإضافة للتدمير المتزايد للبيئة الناتج عن عدم تغير السلوك الشرائي والاستهلاكي للأفراد (Triplh & Singh , 316 : 2016) الأمر الذي دعا المنظمات للتحرك سريعا وبذل المزيد من الجهد لخلق بيئة نظيفة والحفاظ علي الموارد الطبيعية باعتبارها جزءا هاما من مسؤولياتها الاجتماعية والتحول لانتاج منتجات صديقة للبيئة واستخدام أدوات تسويقية تؤثر علي زيادة الوعي البيئي لفئات متنوعة من المستهلكين (Sharma & Aswal , 33 : 2017) ولم يقتصر زيادة الوعي علي الدول المتقدمة فقط وانما كانت هناك خطوات لتوليد مزيد من الوعي للدول النامية ، فجميع المستهلكين علي مستوي العالم علي استعداد لتبني " المنتجات الخضراء " التي تعكس نمطا صحيا للحياة، كما تساهم في حماية البيئة والحفاظ علي الطاقة وتقليل اهدار الموارد والقضاء علي التلوث والنفايات (Dangelico , 560 : 2015) .

ومنذ بداية الستينات شهد العالم ظهور حركة متنوعة المصادر ، تعمل علي نشر مبادئ الحفاظ علي البيئة ، وقد أدت وسائل الاعلام دورها في هذا الاتجاه حيث كانت الوسيلة الأكثر فعالية في ابلاغ الفرد أينما كان عن تلك المفاهيم الجديدة المتعلقة بالبيئة ، ومع مرور الزمن وزيادة دعائم اتجاه الحفاظ علي البيئة هيأ المناخ الملائم لوجود مستهلكين خضر لهم ما يميزهم عن المستهلكين غير الخضر سواء في السلوك أو في الأهداف ويظهر ذلك في اقتنائهم للمنتجات الخضراء (محمد عبيدات ، ٢٠٠٤ : ٢٠٦) .

كل هذا دفع بالهيئات الحكومية وغير الحكومية الي ضرورة وضع حد للممارسات السلبية علي البيئة والتفكير في السبل الممكنة لحمايتها ، كالتوعية البيئية للأفراد وفرض غرامات علي المؤسسات التي تحدث الأثر السلبي علي البيئة ، وهو

ما أدى بالمستهلكين الي التفكير في ضرورة المحافظة علي البيئة التي يعيشون فيها ورفض الممارسات التي تضر بها واتخاذ مواقف سلبية تجاه المؤسسات التي تلحق ضررا بالبيئة ، وكان هذا نقطة البداية لظهور المستهلك الأخضر (الياس شاهد ، ٢٠١٧ : ٣٤٨).

ولذا أصبح من الضروري الاهتمام بضرورة ضبط نمط سلوك المستهلك وتغيير ثقافته من ثقافة الاستهلاك غير الرشيد الي الاستهلاك الأخضر الذي يحمي البيئة بكل عناصرها ويحفظ حقوق الأجيال القادمة بها ، حيث أصبح الحد من التداعيات السلبية لثقافة الاستهلاك علي البيئة ضرورة ملحة للحفاظ علي وجود الانسان وضمان استمراريته.

مما تسبب ذلك في ظهور ما يسمى بـ (الاستهلاك الأخضر) الذي يعد امتدادا لعدد من المصطلحات مثل الاقتصاد الأخضر ، التسوق الأخضر ، والتعليم الأخضر (وفاء عبد النبي ، ٢٠٢٠ : ٩).

وسلوك المستهلك الأخضر لا يختلف بشكل جوهري عن سلوك أي مستهلك عادي ، لكن الاختلاف الأساسي يكمن في انه قد يتأثر بمجموعة من العوامل بشكل يختلف عن غيره ، كما يحاول دائما جمع قدر كبير من المعلومات حول الخصائص البيئية لكل منتج قبل تفضيله عن غيره ومن ثم شرائه واستعماله (محمد قويدري ، خديجة قورين ، ٢٠١٦ : ٢٤٣).

وفي ظل الوعي البيئي لدي العديد من المستهلكين وزيادة نشاط الحركات الاستهلاكية وظهور المستهلكين الأخضر أصبح المستهلك محور تطوير المنتجات الخضراء ، اذ يبدأ المسوق بالتعرف علي حاجات ورغبات المستهلكين ثم بعد ذلك يقوم بوضع الاستراتيجيات اللازمة لتلبية هذه الحاجات (الياس شاهد ، ٢٠١٧ : ٣٤٥).

يشكل المستهلكون الخضر القوة الدافعة نحو تحسين الأداء البيئي للمؤسسات التي تتبنى التسويق الأخضر ، وتهدف من خلال تبنيه الي تلبية حاجات ورغبات المستهلكين والتي تشهد تغيرا وتطورا باستمرار، وهو ما أدى الي زيادة الاستهلاك الفردي في مختلف دول العالم وبالتالي زيادة الانتاج وارتفاع معدل استخدام الموارد الطبيعية وزيادة حجم النفايات الصناعية والاستهلاكية وبالتالي زيادة الضرر علي البيئة والموارد الطبيعية (الياس شاهد ، ٢٠١٧ : ٣٤٨).

ومن خصائص المستهلك الأخضر الالتزام الذاتي والواضح بأساليب وأنماط الحياة الخضراء ورفضه لأي ممارسات سلبية تلحق الضرر بالبيئة وسعيه المتواصل للعمل علي تحقيق حماية البيئة (ثامر البكري، ٢٠١٤ : ٢٤٦).

ويختلف سلوك المستهلك الأخضر عن سلوك المستهلك العادي لأنه نابع من ايمانه بأن البيئة تعاني من العديد من المشكلات المؤثرة علي سلامتها وديمومتها ، وهذه المشكلات يجب التعامل معها بأسلوب فاعل للحفاظ علي البيئة ، وأنه بإمكان الفرد أن يشارك ولو بشكل قليل في حل تلك المشكلات عبر توجهاته الاستهلاكية للحفاظ علي البيئة (هاجر عبد الدايم ، ٢٠٢٠ : ١٦٦).

ويساعد تحديد القيم الاستهلاكية الخضراء في وضع الاستراتيجيات التسويقية المناسبة بالإضافة لفتح المجال للاهتمام بمفهوم الاستهلاك المستدام الذي يقوم علي نهج التحول من الاستهلاك التقليدي الي الاستهلاك الأخضر (نرmin أحمد ، ٢٠١٩ : ١٩١).

وتوصي (ايمان سوفا ، ٢٠١٧ : ٣٣٥، ٣٢٣) بتبني مزيد من السياسات والحوافز للدفع نحو الاستهلاك الواعي الذي يسترشد بقيم مثل : الادخار والتدبير والبساطة والاكتفاء الذاتي ، بالإضافة لتشجيع المستهلكين علي تحقيق الاستهلاك المتوازن عبر اعادة استخدام السلع الاستهلاكية وضرورة تثقيف المواطنين وبذل الجهود لمنع المنتجات التي تضر بالبيئة.

وتواجه ربة الأسرة العديد من المشكلات والتحديات الاقتصادية خاصة في الوقت الحاضر الملئ بالمتغيرات الاقتصادية بالمجتمع ، فالمرأة اليوم بجانب الرجل مسئولة عن رفع المستوي الاقتصادي لأسرتها ، والارتقاء بمستواها المعيشي خاصة في ظل المتغيرات الاقتصادية المتلاحقة بالمجتمع لذا فان ادارتها للدخل المالي للأسرة يعمل علي حماية ووقاية الأسرة من الأزمات المالية المتوقعة (ريهام السعيد ، ٢٠٢١ : ٢٥٢).

وتقوم الادارة المالية للأسرة علي عدة عناصر أولها الدخل ومعظم الأسر تعتمد في دخلها علي الراتب سواء من القطاع الحكومي أو الخاص، وتتباين دخول الأسر بحسب أفراد الأسرة العاملين وطبيعة الأعمال التي يعملون فيها (عبد الخالق بن علي ، ٢٠١٧ : ١).

ويعد المال هو عماد الحياة والمصدر الأساسي لاشباع الكثير من حاجات الفرد وتحقيق معظم أهدافه وكلما زاد المتوفر منه لدي الفرد واقتران ذلك بكفايته في

ادارة مواردها واستطاع أن يحسن معيشتة والارتقاء بها وأن ينهض بمسئوليته (أمل النوبصر ، ٢٠٢٠ : ٤٠٧) .

هذا ويعتبر دخل الأسرة هو عماد حياتها لذلك يجب تخطيطه وادارته لتحقيق أهداف ومتطلبات الأسرة فالتغيير السريع المتواصل في الحياة الحديثة والاقتصاد الحديث لا يسمح بوضع نموذج جامد لانفاق دخل الأسرة وذلك لأن وضع ميزانية للأسرة يتطلب تقديرا وتقييما شخسيا وذاتيا لدخل الأسرة من جانب وبين أهدافها من جانب آخر (نعمة رقبان ، ٢٠٠٨ : ١٣٢) .

ويعتبر المورد المالي من الموارد الهامة للأسرة وعمودها الفقري ، وجزء من الدخل الكلي لها ، ويكون اما أجر عن عمل أو ايرادا ماليا من الممتلكات أو عائد للاستثمارات ، أو كسبا من أعمال حرة ، ويحظى المورد المالي أكثر من أي مورد آخر باهتمام الأفراد والأسرة (أمل عازب ، ٢٠٠٧ : ٤٠) .

ويتمثل دور الأسرة في توزيع دخلها المالي علي احتياجاتها في تحديد أهدافها القريبة والبعيدة المدى ، وعمل ميزانية لتوزيع الدخل مع المراجعة المستمرة أثناء تنفيذها ، مع تقييم النتائج وربطها بالأهداف المنشودة ، بهدف الانتفاع من ذلك المورد بأقصى منفعة ممكنة وفي فترة زمنية محددة يؤدي للاستقرار المالي للأسرة (فاطمة محمد ، ٢٠٢٠ : ٢٣) .

ومما لا شك فيه أن كل فرد منا يبحث عن الاستقرار المالي الذي يوفر له أحد أهم ركائز الاستقرار المعيشي في حياته ، والذي ينعكس ايجابيا علي رضاء الفرد وأسرته التي يعولها ، وأنه لا بد من وضع خطة استراتيجية تهدف لتحقيق الأهداف الممكنة التي تتوافق مع قدرات الأسرة المالية ، وعند ادارة الأسرة لدخلها لا بد ان تضع الأولوية للنفقات الحقيقية والممكنة وتستبعد النفقات المستقبلية (فاتن مصطفى ، ٢٠٢٠ : ٢٣٦) .

وتظهر أهمية الوعي بادارة الدخل المالي للأسرة في ظل المتغيرات المعاصرة في جميع جوانب الحياة الاجتماعية والاقتصادية والتكنولوجية حتي يمكن احداث التكيف المطلوب مع هذه المتغيرات (فاتن مصطفى ، ٢٠٢٠ : ٢٣٧) .

ومع التغيير في أساليب الانتاج ووفرتة والتوافر في السلع المعروضة وتعدد البدائل تجد ربة الأسرة المصرية نفسها أمام العديد من البدائل التي يجب أن تختار من بينها ما يتناسب مع امكانياتها (فاطمة محمد ، ٢٠٢٠ : ٢٣) .

وأوضحت دراسة (سميرة عياد ، ٢٠١٤ : ١٣٨) وجود علاقة ارتباطية بين سلوك الفرد الاستهلاكي وبين الاستقرار المالي للأسرة فكلما زاد تمسك المستهلك بحقوقه وواجباته زاد الاستقرار المالي للأسرة.

وكلما ارتقى الوعي كانت ربة الأسرة أكبر قدرة علي التصرف المالي المتوازن بين الاستهلاك والاستثمار لأموالها ، وكلما ارتقى وعي ربة الأسرة وتقدمت ثقافتها الاقتصادية تحققت الاتجاهات الاستهلاكية الايجابية والواعية لديها (أنعام أحمد ، ٢٠١٩ : ٢٤٠) .

وتضامنا مع سياسة الدولة المستمرة للحفاظ علي البيئة وتنمية وعي المواطنين تجاه البيئة ولتقليل أثر الأنماط الاستهلاكية السلبية علي البيئة بالاستمرار في شراء المنتجات الخضراء والحث علي التوسع والانتشار لثقافة الاستهلاك الأخضر فقد نشأت فكرة البحث الحالي وذلك للتعرف علي أثر اتجاه الزوجة نحو الاستهلاك الأخضر علي ادارتها المالية للأسرة ويمكن بلورة مشكلة البحث في الاجابة علي التساؤلات الآتية :

- ١- ما اتجاهات الزوجات عينة البحث الاستهلاكية.
- ٢- ما مستوي الإدارة المالية للزوجات عينة البحث .
- ٣- هل توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطات استجابات الزوجات عينة البحث في الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر بمكوناته الثلاثة (المعرفي- السلوكي- الوجداني) تبعا لمتغيرات الدراسة (عمل الزوجة - تعليم الزوجة - سن الزوجة - عدد أفراد الأسرة - الدخل الشهري) .
- ٤- هل توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطات استجابات الزوجات عينة البحث في الإدارة المالية للأسرة بمحاوره (ادارة الدخل المالي - استثمار الدخل المالي- ادارة الأزمات المالية) عينة البحث تبعا لمتغيرات الدراسة (عمل الزوجة - تعليم الزوجة - سن الزوجة - عدد أفراد الأسرة - الدخل الشهري) .
- ٥- هل توجد علاقة ارتباطية بين استبيان الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر بمكوناته الثلاثة (المعرفي- السلوكي- الوجداني) وبين استبيان الادارة المالية للأسرة بمحاوره (ادارة الدخل المالي - استثمار الدخل المالي - ادارة الأزمات المالية) .
- ٦- ما مدى تأثيرات المتغيرات المستقلة على كلا من الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر و الادارة المالية للأسرة على الزوجات عينة البحث؟

أهداف البحث:

- يهدف البحث الحالي بصفة رئيسية إلي التعرف علي اتجاه الزوجة نحو الاستهلاك الأخضر وأثره علي الادارة المالية للأسرة وذلك من خلال:
- تحديد مستوي اتجاه الزوجات نحو الاستهلاك الأخضر.
- تحديد مستوي الادارة المالية للأسرة.
- الكشف عن الفروق بين متوسطات استجابات الزوجات عينة البحث في الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر بمكوناته الثلاثة (المعرفي- السلوكي - الوجداني) تبعاً لمتغيرات الدراسة (عمل الزوجة - تعليم الزوجة - سن الزوجة - عدد أفراد الأسرة - الدخل الشهري).
- توضيح الفروق بين متوسطات استجابات الزوجات عينة البحث في الادارة المالية للأسرة بمحاوره (ادارة الدخل المالي - استثمار الدخل المالي - ادارة الأزمات المالية) عينة البحث تبعاً لمتغيرات الدراسة (عمل الزوجة - تعليم الزوجة - سن الزوجة - عدد أفراد الأسرة - الدخل الشهري).
- الكشف عن طبيعة العلاقة بين اتجاه الزوجة عينة البحث نحو الاستهلاك الأخضر وبين الادارة المالية للأسرة.
- التعرف على نسبة مشاركة المتغيرات المستقلة في تفسير نسبة التباين في المتغير التابع (الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر) ، و(الادارة المالية للأسرة) تبعاً لأوزان معاملات الإنحدار ودرجة الارتباط.

أهمية البحث:

تتمثل أهمية البحث فيما يلي :

- مساعدة المنظمات في التأثير علي اتجاه الزوجات لتحسين الشراء الصديق للبيئة وزيادة عدد المستهلكين المسؤولين بيئياً وتشجيعهم علي اختيار المنتجات الخضراء وزيادة معرفتهم ووعيهم بفوائد استخدام المنتجات الخضراء وتفضيلها والميل نحو شرائها.
- الخروج بتوصيات يمكن تعميمها نحو سلامة البيئة المنزلية ونظام إدارة جودة البيئة السكنية، ووضعها في بؤرة إهتمام الجهات المعنية بشئون المرأة والبيئة وبرامج التوعية الأسرية بأجهزة الإعلام المختلفة.

- القاء الضوء علي أهمية الادارة الناجحة خاصة للدخل المالي من قبل ربة الأسرة باعتباره أهم الوسائل لتجنب حدوث المشكلات الاقتصادية المحتملة.
- الخروج بتوصيات يمكن تعميمها لتشجيع الاستهلاك الأخضر ووضع في بؤرة اهتمام الجهات المعنية بشئون حماية المستهلك.
- التأكيد علي أهمية دور الزوجات بأنها نصف المجتمع وهي العمود الفقري للنصف الآخر وأن الادارة المالية السليمة للأسرة تتوقف علي مدي وعيها وثقافتها.

فروض البحث:

- **الفرض الأول:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط استجابات الزوجات عينة البحث في الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر بمكوناته الثلاثة (المعرفي- السلوكي - الوجداني) تبعا لمتغيرات الدراسة (عمل الزوجة - تعليم الزوجة - سن الزوجة - عدد أفراد الأسرة - الدخل الشهري).
 - **الفرض الثاني:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات الزوجات عينة البحث في الادارة المالية للأسرة بمحاوره (ادارة الدخل المالي - استثمار الدخل المالي - ادارة الأزمات المالية) عينة البحث تبعا لمتغيرات الدراسة (عمل الزوجة - تعليم الزوجة - سن الزوجة - عدد أفراد الأسرة - الدخل الشهري).
 - **الفرض الثالث:** توجد علاقة إرتباطية بين استبيان الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر بمكوناته الثلاثة (المعرفي- السلوكي - الوجداني) وبين استبيان الادارة المالية للأسرة بمحاوره (ادارة الدخل المالي - استثمار الدخل المالي - ادارة الأزمات المالية).
 - **الفرض الرابع:** تختلف نسبة مشاركة متغيرات الدراسة في تفسير نسبة التباين الخاصة بالمتغير التابع (الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر) تبعا لأوزان معاملات الانحدار ودرجة الارتباط.
 - **الفرض الخامس:** تختلف نسبة مشاركة متغيرات الدراسة في تفسير نسبة التباين الخاصة بالمتغير التابع (الادارة المالية للأسرة) تبعا لأوزان معاملات الانحدار ودرجة الارتباط.
- الأسلوب البحثي للدراسة:**

أولاً: المصطلحات العلمية والمفاهيم الإجرائية:**الاتجاه : Tendency**

هو ميل الفرد نحو اتخاذ موقف معين أو تبني فكرة ما في ضوء تفضيل أو عدم تفضيل (طارق طه ، ٢٠٠٦ : ٣٦٥) وايضا يعرف الاتجاه بأنه هو المواقف التي يتخذها الأفراد في مواجهة القضايا والمسائل والأمور المحيطة بهم بحيث يمكن أن نستعمل على هذه المواقف من خلال النظر إلى الاتجاه باعتباره بناء يتكون من ثلاثة أجزاء الأول يغلب عليه الطابع المعرفي ويشير إلى المعلومات التي لدى الفرد والمتعلقة بهذه القضايا أو المسائل والثاني سلوكي ويتمثل في الأفعال التي يقوم بها الفرد أو يعمل على الدفاع عنها أو تسهيلها فيما يتصل بمثل هذه القضايا والثالث انفعالي ويعبر عن تقويمات الفرد لكل ما يتصل بهذه القضايا (باعمر الزهرة ، ٢٠٠٦ : ٢٥).

الاستهلاك الأخضر : Green Consumption

هو استعمال المنتجات والخدمات التي تستجيب للإحتياجات الأساسية للأفراد وتضمن جودة الحياة مع إنقاص في استعمال الموارد الطبيعية والمواد السامة أو المشعة طوال مراحل الإنتاج (براهيمي عبدالرزاق ، ٢٠١٤ : ٢٩٧) وايضا هو الاستهلاك الذي يرتبط ارتباطا وثيقا بالتنمية المستدامة أو سلوك المستهلكين المستدام ، وهو شكل من أشكال الاستهلاك يتوافق مع حماية البيئة في الحاضر وللأجيال القادمة مستقبلا (وفاء عبد النبي ، ٢٠٢٠ : ٩).

ويعرف الاتجاه نحو الأستهلاك الأخضر إجرائياً بأنه مجموعة من السلوكيات والتصرفات التي تدفع الزوجات نحو تفضيل وشراء واستخدام المنتجات الصديقة للبيئة (المنتجات الخضراء) والابتعاد عن المنتجات الضارة والملوثة للبيئة حفاظا علي الموارد .

الإدارة المالية : Financial Management

تعرف انها الوظيفة التي تتضمن علي التنبؤ والتخطيط المالي ، وإعداد الموازنات التقديرية المتعلقة بالتمويل والاستثمار والرقابة المالية (أسعد حميد ، ٢٠١٠ : ١٩).

الإدارة المالية للأسرة : Family Financial Management

تعرف بأنها مجموعة الأنشطة الإدارية التي تتعلق بالبحث عن الأموال اللازمة وتوفيرها، والتأكد من حسن استخدامها وفقاً لأوجه الإنفاق المحددة و يترتب عليها التخطيط لمصادر الإيرادات المتوقعة خلال فترة زمنية قادمة، كما أنها تتناول من ناحية أخرى تحديد أوجه الإنفاق لهذه الإيرادات وفقاً لما هو محدد لها، فهي لا تقوم

فقط بدور البحث عن المال وإنفاقه، وإنما تعمل أيضاً على تحديد الأوجه اللازمة للإنفاق من حيث أهميتها والأولوية التي يجب أن تحتلها بين مصادر الإنفاق الأخرى (أشرف دوابه، ٢٠١٨).

ادارة الدخل المالي : Financial Income Management

المنظور الشامل لكيفية حصول الفرد علي الأموال من مصادرهما المختلفة وكيفية استخدام هذه الاموال بطريقة تمكن من الحصول علي أكبر عائد وراء هذا الاستخدام (مايسة الحيشي ، وجيدة نصر، ٢٠١٥ : ٢٥).

وتعرف الادارة المالية للأسرة إجرائياً بأنها الأسلوب الذي تتبعه الأسرة في إدارة الدخل المالي من حيث الاستخدام في تغطية النفقات و الادخار و الاستثماره وايضا التعامل مع الازمات المالية التي تمر بالاسرة خلال فترة زمنية محددة حيث تعمل علي توفير الظروف المالية المناسبة لتلبية الاحتياجات الحالية والمستقبلية للأسرة وتحقيق أهداف الأسرة المالية.

ثانياً: منهج البحث :- يتبع هذا البحث المنهج الوصفي التحليلي .

ثالثاً: عينة البحث

أ-عينة الدراسة الإستطلاعية: وقوامها (٣٠) ربة أسرة من المقيمات بمركز ومدينة الخانكة بمحافظة القليوبية ، ومن مستويات إجتماعية وإقتصادية مختلفة حيث تم اختيارهن بطريق غرضية، وذلك لتقنين أدوات الدراسة عليهن.

ب-عينة الدراسة الأساسية: وقوامها (٢٥٠) ربة أسرة من المقيمات بمركز ومدينة الخانكة بمحافظة القليوبية ، ومن مستويات إجتماعية وإقتصادية مختلفة حيث تم اختيارهن بطريق غرضية.

رابعاً: أدوات البحث :

- ١- إستمارة البيانات العامة. (إعداد الباحثان).
 - ٢- استبيان الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر. (إعداد الباحثان).
 - ٣- استبيان الادارة المالية للأسرة. (إعداد الباحثان).
- ١-إستمارة البيانات العامة : أعدت هذه الإستمارة بهدف الحصول علي البيانات العامة للأسرة وبعض المعلومات في إمكانية تحديد خصائص عينة الدراسة الديموجرافية واشتملت الإستمارة علي ما يلي: (عمل الزوجة ، تعليم الزوجة ، سن الزوجة ، عدد أفراد الأسرة ، الدخل الشهري).

٢- استبيان الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر : أُعد هذا الاستبيان بهدف التعرف علي اتجاه الزوجات عينة البحث الأساسية نحو الاستهلاك الأخضر وقامت الباحثتان باعداد الاستبيان الذي تكون في صورته النهائية من (٣٠) عبارة مقسمة الي ثلاث محاور ، وتتحدد الاستجابة عليها وفق ثلاث خيارات (دائماً-أحياناً- نادراً) بمفتاح تصحيح (٣ ، ٢ ، ١) للعبارة موجبة الصياغة ، (١ ، ٢ ، ٣) للعبارة سالبة الصياغة ، وبذلك تكون أعلى درجة تحصل عليها المفحوصة (٩٠) وأقل درجة (٣٠) وتتمثل محاور الاستبيان فيما يلي:

المحور الأول : المكون المعرفي

يتضمن هذا المحور (١٠) عبارات تقيس المعلومات والمعارف لدي الزوجات اتجاه الاستهلاك الأخضر.

المحور الثاني: المكون السلوكي

يتضمن هذا المحور (١٠) عبارات تقيس تصرفات وأفعال الزوجات في المواقف الشرائية المرتبطة بالشراء المنتجات الخضراء.

المحور الثالث: المكون الوجداني

يتضمن هذا المحور (١٠) عبارات تقيس تعبيرات واستجابات الزوجات وحرصهم علي الاستهلاك الأخضر.

صدق الاستبيان :

إعتمدت الباحثتان في ذلك علي كل من:

١- صدق المحتوي : *Validity Content*

وذلك بعرض الاستبيان علي مجموعة من الأساتذة المحكمين المتخصصين بقسم إدارة مؤسسات الأسرة والطفولة بكلية الاقتصاد المنزلي جامعة حلوان، والمتخصصين بإدارة منزل بكلية التربية النوعية جامعة عين شمس، لإبداء الرأي في مدى ملائمة عبارات المقياس والاستجابات للعبارة و صياغتها لما تهدف إلي تجميعه من معلومات وبيانات، وقد أبدوا موافقتهم علي أسئلة المقياس بنسبة ٩٣٪ مع تعديل وحذف بعض العبارات في بعض المحاور، وقامت الباحثتان بالتعديلات المشار إليها.

٢- صدق التكوين : *Construct Validity*

تم تطبيق الاستبيان على العينة الاستطلاعية ومن ثم حساب التجانس الداخلي لعبارات الاستبيان وذلك بحساب معامل الارتباط بين كل عبارة والدرجة الكلية للبعد الذي تمثله وجاءت قيم معاملات الارتباط بالنسبة للمحاور الثلاثة دالة عند مستوى (

(٠,٠١)، كما تم حساب معاملات ارتباط محاور الاستبيان بالدرجة الكلية للاستبيان، وجاءت قيم معاملات الارتباط كما يوضحها الجدول (١).
جدول (١) قيم معاملات الارتباط بين درجة كل محور ودرجة استبيان الاستهلاك الأخضر

الدالة	الارتباط	محاور الاستبيان
٠,٠١	٠,٧٦٨	المحور الأول : المكون المعرفي
٠,٠١	٠,٩٥١	المحور الثاني : المكون السلوكي
٠,٠١	٠,٨٠٨	المحور الثالث : المكون الوجداني

يتضح من الجدول أن معاملات الارتباط كلها دالة عند مستوى (٠,٠١) لاقترابها من الواحد الصحيح مما يدل على صدق وتجانس محاور الاستبيان.
ثبات الاستبيان :

يقصد بالثبات reability دقة الاختبار في القياس والملاحظة ، وعدم تناقضه مع نفسه ، واتساقه واطراده فيما يزودنا به من معلومات عن سلوك المفحوص ، وهو النسبة بين تباين الدرجة على الاستبيان التي تشير إلى الأداء الفعلي للمفحوص ، وتم حساب الثبات عن طريق :

١- معامل الفا كرونباخ Alpha Cronbach

٢- طريقة التجزئة النصفية Split-half

٣- جيوتمان Guttman

وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول (٢) .

جدول (٢) قيم معامل الثبات لمحاور استبيان الاستهلاك الأخضر

المحاور	معامل الفا	التجزئة النصفية	جيوتمان
المحور الأول : المكون المعرفي	٠,٩٠٨	٠,٨٧١ – ٠,٩٣٧	٠,٨٩١
المحور الثاني : المكون السلوكي	٠,٧٧١	٠,٧٤٢ – ٠,٨٠٦	٠,٧٦٠
المحور الثالث : المكون الوجداني	٠,٨٥٩	٠,٨٢١ – ٠,٨٨٨	٠,٨٤٢
ثبات استبيان الاستهلاك الأخضر ككل	٠,٨١٥	٠,٧٨٤ – ٠,٨٤٠	٠,٨٠٣

يتضح من الجدول السابق أن جميع قيم معاملات الثبات : معامل الفا ، التجزئة النصفية ، جيوتمان دالة عند مستوى ٠,٠١ مما يدل على ثبات الاستبيان .

٣- استبيان الادارة المالية للأسرة :

أعد هذا الاستبيان بهدف التعرف على الاسلوب المتبع من الأسرة في التعامل مع الدخل المالي في تحديد أوجه انفاقه لتلبية احتياجات الاسرة الحالية والمستقبلية واستثمار الفائض منه والقدرة علي مواجهة الأزمات المالية التي قد تتعرض لها. وقامت الباحثتان بإعداد الاستبيان الذي تكون في صورته النهائية من (٤٧) عبارة مقسمة إلي ثلاثة محاور، وتتحدد الإستجابة عليها وفق ثلاث خيارات (دائماً- أحياناً- نادراً) بمفتاح تصحيح (٣،٢،١) للعبارة موجبة الصياغة (١،٢،٣) للعبارة سالبة الصياغة، وبذلك تكون أعلى درجة تحصل عليها المفحوصة (١٤١) وأقل درجة (٤٧) وتتمثل محاور الاستبيان فيما يلي:

المحور الأول : ادارة الدخل المالي

يتكون هذا المحور من (٢٤) عبارة تقيس الطريقة التي تتبعها الزوجة في ادارة الدخل المالي للأسرة.

المحور الثاني: استثمار الدخل المالي

يتكون هذا المحور من (١٠) عبارات تقيس اتجاه الزوجة نحو استثمار الفائض من دخل الأسرة المالي.

المحور الثالث: ادارة الأزمات المالية

يتكون هذا المحور من (١٣) عبارة تقيس مدي قدرة الزوجة علي ادارة الأزمات المالية التي تتعرض لها الأسرة.

صدق الاستبيان :

إعتمدت الباحثتان في ذلك علي كل من:

١-صدق المحتوي : Validity Content

وذلك بعرض الاستبيان علي مجموعة من الأساتذة المحكمين المتخصصين بقسم إدارة مؤسسات الأسرة والطفولة بكلية الاقتصاد المنزلي جامعة حلوان، والمتخصصين بإدارة منزل بكلية التربية النوعية جامعة عين شمس، لإبداء الرأي في مدي ملائمة عبارات المقياس والإستجابات للعبارة و صياغتها لما تهدف إلي تجميعه

من معلومات وبيانات، وقد أبدوا موافقتهم علي أسئلة المقياس بنسبة ٨٩٪ مع تعديل وحذف بعض العبارات في بعض المحاور، وقامت الباحثتان بالتعديلات المشار إليها.

٢- صدق التكوين : *Construct Validity*

تم تطبيق الاستبيان على العينة الاستطلاعية ومن ثم حساب التجانس الداخلي لعبارات الاستبيان وذلك بحساب معامل الارتباط بين كل عبارة والدرجة الكلية للبعد الذي تمثله وجاءت قيم معاملات الارتباط بالنسبة للمحاور الثلاثة دالة عند مستوى (٠,٠١)، كما تم حساب معاملات ارتباط محاور الاستبيان بالدرجة الكلية للاستبيان، وجاءت قيم معاملات الارتباط كما يوضحها الجدول (٣).

جدول (٣) قيم معاملات الارتباط بين درجة كل محور ودرجة استبيان الادارة المالية للأسرة

محاور الاستبيان	الارتباط	الدالة
المحور الأول : ادارة الدخل المالي	٠,٨٣٤	٠,٠١
المحور الثاني : استثمار الدخل المالي	٠,٧٧١	٠,٠١
المحور الثالث : ادارة الأزمات المالية	٠,٩٣٥	٠,٠١

يتضح من الجدول أن معاملات الارتباط كلها دالة عند مستوى (٠,٠١) لاقترابها من الواحد الصحيح مما يدل على صدق وتجانس محاور الاستبيان
ثبات الاستبيان :

يقصد بالثبات *reability* دقة الاختبار في القياس والملاحظة ، وعدم تناقضه مع نفسه ، واتساقه واطراده فيما يزودنا به من معلومات عن سلوك المفحوص ، وهو النسبة بين تباين الدرجة على الاستبيان التي تشير إلى الأداء الفعلي للمفحوص ، و تم حساب الثبات عن طريق :

١- معامل الفا كرونباخ Alpha Cronbach

٢- طريقة التجزئة النصفية Split-half

٣- جيوتمان Guttman

وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول (٤) .

جدول (٤) قيم معامل الثبات لمحاور استبيان الادارة المالية للأسرة

المحاور	معامل الفا	التجزئة النصفية	جيوتمان
المحور الأول : ادارة الدخل المالي	٠,٧٣٦	٠,٧٠٩ – ٠,٧٦٥	٠,٧٢١
المحور الثاني : استثمار الدخل المالي	٠,٨٢١	٠,٧٩١ – ٠,٨٥٣	٠,٨١٩
المحور الثالث : ادارة الأزمات المالية	٠,٩١٥	٠,٨٨٨ – ٠,٩٤٠	٠,٩٠٤
ثبات استبيان الادارة المالية للأسرة ككل	٠,٨٦٩	٠,٨٣١ – ٠,٨٩٢	٠,٨٥٣

يتضح من الجدول السابق أن جميع قيم معاملات الثبات : معامل الفا ، التجزئة النصفية ، جيوتمان دالة عند مستوى ٠,٠١ مما يدل على ثبات الاستبيان .
إجراءات الدراسة الميدانية:

تم تطبيق أدوات البحث على عينة الدراسة الأساسية وقوامها (٢٥٠) ربة أسرة وإستغرق التطبيق شهرين ونصف (من منتصف شهر ديسمبر حتى نهاية شهر فبراير من عام (٢٠٢٢) ، وتمت المعالجة الإحصائية بإستخدام الحاسب الآلي وقد استخدم برنامج (S.P.S.S) وذلك لإجراء الأساليب الإحصائية للتأكد من صحة الفروض.

النتائج تحليلها وتفسيرها

أولاً النتائج الوصفية للدراسة:

١- وصف العينة:

وصف العينة الأساسية للبحث :

جدول (٥) وصف عينة البحث الأساسية (ن=٢٥٠)

البيان	الفئة	العدد	النسبة %
منطقة السكن	ريف	٩٣	٣٧,٢%
	حضر	١٥٧	٦٢,٨%
	المجموع	٢٥٠	١٠٠%
المستوي التعليمي للزوجة	حاصل علي الشهادة الإعدادية فأقل	٤٥	١٨%
	مؤهل متوسط (دبلوم)	٥٣	٢١,٢%
	مؤهل فوق المتوسط (معهد)	٦٧	٢٦,٨%
	مؤهل جامعي / (ماجستير ، دكتوراه)	٨٥	٣٤%
	المجموع	٢٥٠	١٠٠%
المستوي التعليمي للزوج	حاصل علي الشهادة الإعدادية فأقل	٣٧	١٤,٨%
	مؤهل متوسط (دبلوم)	٥٦	٢٢,٤%
	مؤهل فوق المتوسط (معهد)	٦٩	٢٧,٦%
	مؤهل جامعي / (ماجستير ، دكتوراه)	٨٨	٣٥,٢%
	المجموع	٢٥٠	١٠٠%
السن	أقل من ٣٥ سنة	٥٥	٢٢%
	من ٣٥ سنة لأقل من ٤٥ سنة	١٠٩	٤٣,٦%
	من ٤٥ سنة فأكثر	٨٦	٣٤,٤%
	المجموع	٢٥٠	١٠٠%
عمل الزوجة	تعمل	١٤٢	٥٦,٨%
	لا تعمل	١٠٨	٤٣,٢%
	المجموع	٢٥٠	١٠٠%
مدة الزواج	أقل من ١٠ سنوات	٥٢	٢٠,٨%
	من ١٠ سنوات لأقل من ١٥ سنة	١١٥	٤٦%
	من ١٥ سنة فأكثر	٨٣	٣٣,٢%
	المجموع	٢٥٠	١٠٠%
عدد أفراد الأسرة	أقل من ٤ أفراد	٧٥	٣٠%
	من ٤ أفراد إلي ٦ أفراد	١٢٤	٤٩,٦%
	٧ أفراد فأكثر	٥١	٢٠,٤%
	المجموع	٢٥٠	١٠٠%
الدخل الشهري	من ٣٠٠٠ فأقل	٥٨	٢٣,٢%
	من ٣٠٠٠ لأقل من ٥٠٠٠	٨٩	٣٥,٦%
	من ٥٠٠٠ فأكثر	١٠٣	٤١,٢%
	المجموع	٢٥٠	١٠٠%

يتضح من جدول (٥) ان غالبية الزوجات عينة البحث كن من الحضر بنسبة ٦٢,٨٪ والنسبة الاقل كانت للريف بنسبة ٣٧,٢٪ واتضح ايضا ان غالبية الزوجات عينة البحث من حاملي المؤهل الجامعي بنسبة ٣٤٪ واقل نسبة للحاصلين على الشهادة الاعدادية فاقل بنسبة ١٨٪ وبالنسبة لتعليم الزوج احتل المؤهل الجامعي النسبة الاعلى بنسبة ٣٥,٢٪ والنسبة الاقل كانت للشهادة الاعدادية فاقل بنسبة ١٤,٨٪ كذلك يتضح من الجدول أن اغلب الزوجات عينة البحث كانت تتراوح اعمارهن من ٣٥ لاقل من ٤٥ سنة بنسبة ٤٣,٦٪ واقلها للزوجات اقل من ٣٥ سنة بنسبة ٢٢٪ واتضح ايضا ان اغلب الزوجات عينة البحث من العاملات بنسبة ٥٦,٨٪ واقلهن لاتعمل بنسبة ٤٣,٢٪ كما اتضح ان غالبية الزوجات عينة البحث تتراوح مدة زواجهن من ١٠ سنوات لاقل من ١٥ سنة بنسبة ٤٦٪ وان النسبة الاقل كانت للزواج تتراوح مدة زواجهن اقل من ١٠ سنوات بنسبة ٢٠,٨٪ كذلك يتبين ان اغلب اسر عينة البحث متوسطة الحجم (من ٤ افراد لاقل من ٦ افراد) بنسبة ٤٩,٦٪ واقلها كبيرة الحجم (من ٧ فاكثر) بنسبة ٢٠,٤٪ واما عن الدخل الشهري فاعلبي الاسر عينة البحث دخلهم يتراوح من ٥٠٠٠ جنيه فاكثر بنسبة ٤١,٢٪ واقلها يتراوح دخلهم من ٣٠٠٠ جنيه فاقل بنسبة ٢٣,٢٪

- هل يوجد دخل إضافي للأسرة :

جدول (٦)

النسبة %	العدد	هل يوجد دخل إضافي للأسرة
٥٩,٢٪	١٤٨	نعم
٤٠,٨٪	١٠٢	لا
١٠٠٪	٢٥٠	المجموع

يتضح من جدول (٦) ان غالبية عينة البحث كان يتوافر لديهم دخل اضافي بنسبة ٥٩,٢٪

- هل يكفي الدخل احتياجات الأسرة :

جدول (٧)

النسبة %	العدد	هل يكفي الدخل احتياجات الأسرة
٥٤,٤ %	١٣٦	نعم
٤٥,٦ %	١١٤	لا
١٠٠ %	٢٥٠	المجموع

يتضح من جدول (٧) ان دخول غالبية اسر عينة البحث كانت تكفي للاحتياجات الاسرية بنسبة ٥٤,٤ %

- هل تحرص علي عمل ميزانية للأسرة :

جدول (٨)

النسبة %	العدد	هل تحرص علي عمل ميزانية للأسرة
٥٥,٢ %	١٣٨	نعم
٤٤,٨ %	١١٢	لا
١٠٠ %	٢٥٠	المجموع

يتضح من جدول (٨) ان غالبية اسر عينة البحث كانت تحرص على وضع ميزانية للدخل الاسرى

- إذا كانت الاجابة بنعم هل هي ميزانية :

جدول (٩)

النسبة %	العدد	إذا كانت الاجابة بنعم هل هي ميزانية
٢٢,٥ %	٣١	ذهنية
٤٧ %	٦٥	شهرية
٣٠,٥ %	٤٢	سنوية
١٠٠ %	١٣٨	المجموع

يتضح من جدول (٩) ان اغلب الاسر كانت تضع ميزانية شهرية بنسبة ٤٧ % و اقلها للميزانية الذهنية بنسبة ٢٢,٥ %

٢- الوزن النسبي لمحاور استبيان الاستهلاك الأخضر :

جدول (١٠) الوزن النسبي لاتجاه الزوجات نحو الاستهلاك الأخضر

الترتيب	النسبة المئوية %	الوزن النسبي	الاستهلاك الأخضر
الأول	٣٥,٩ %	٣٠٦	المكون المعرفي
الثاني	٣٣,٥ %	٢٨٥	المكون السلوكي
الثالث	٣٠,٦ %	٢٦١	المكون الوجداني
	١٠٠ %	٨٥٢	المجموع

يتضح من جدول (١٠) ان المكون المعرفي يحتل المرتبة الاولى بنسبة ٣٥,٩ % يليه المكون السلوكي ويحتل المرتبة الثانية بنسبة ٣٣,٥ % بينما احتل المكون الوجداني المرتبة الثالثة والاخيرة بنسبة ٣٠,٦ %

٣- الوزن النسبي لمحاور استبيان الإدارة المالية للأسرة :

جدول (١١) الوزن النسبي للإدارة المالية للأسرة

الترتيب	النسبة المئوية %	الوزن النسبي	الإدارة المالية للأسرة
الثاني	٣٣,٤ %	٣٠٢	إدارة الدخل المالي
الأول	٣٥,٩ %	٣٢٥	استثمار الدخل المالي
الثالث	٣٠,٦ %	٢٧٧	إدارة الأزمات المالية
	١٠٠ %	٩٠٤	المجموع

يتضح من جدول (١١) ان استثمار الدخل المالي يحتل المرتبة الاولى بنسبة ٣٥,٩ % يليه إدارة الدخل المالي ويحتل المرتبة الثانية بنسبة ٣٣,٤ % بينما احتل إدارة الأزمات المالية المرتبة الثالثة والاخيرة بنسبة ٣٠,٦ %

ثانيا : النتائج في ضوء فروض البحث :

الفرض الأول :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر بمكوناته الثلاثة (المعرفي ، السلوكي ، الوجداني) تبعا لمتغيرات الدراسة (عمل الزوجة ، تعليم الزوجة ، سن الزوجة ، عدد أفراد الاسرة ، الدخل الشهري).

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم إجراء اختبار (ت) للوقوف علي دلالة الفروق بين متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر تبعاً لمتغير (عمل الزوجة)، وتحليل التباين لإيجاد قيمة (ف) للوقوف علي دلالة الفروق في الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر تبعاً لمتغيرات (تعليم الزوجة ، سن الزوجة ، عدد أفراد الاسرة ، الدخل الشهري) ، واختبار LSD لإيجاد اتجاه الفروق في حالة وجودها لمتغيرات (تعليم الزوجة ، سن الزوجة ، عدد أفراد الاسرة ، الدخل الشهري) والجدول من رقم (١٢) إلى رقم (٢٠) توضح ذلك .
جدول (١٢) دلالة الفروق في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر تبعاً لمتغير عمل الزوجة (ن=٢٥٠)

الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر	عمل الزوجة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العينة	درجات الحرية	قيمة (ت)	الدلالة
المكون المعرفي	تعمل	٢٧,١٥٧	٢,٦٦٩	١٤٢	٢٤٨	١٠,١٠٣	دال عند ٠,٠١ لصالح العاملات
	لا تعمل	١٨,٣١٤	١,٩٠٢	١٠٨			
المكون السلوكي	تعمل	٢٦,٤٤٤	٢,٩٨١	١٤٢	٢٤٨	١٣,٢١٥	دال عند ٠,٠١ لصالح العاملات
	لا تعمل	١٥,٣٢٤	١,٣٠٢	١٠٨			
المكون الوجداني	تعمل	٢٥,٣٦٧	٣,٢٥٨	١٤٢	٢٤٨	١٤,٠٣٦	دال عند ٠,٠١ لصالح العاملات
	لا تعمل	١٣,٠٤٨	١,٢٣٧	١٠٨			
الاستبيان ككل	تعمل	٧٨,٩٦٨	٦,٣٢٩	١٤٢	٢٤٨	٢٧,٣٦٠	دال عند ٠,٠١ لصالح العاملات
	لا تعمل	٤٦,٦٨٦	٤,٠٠٤	١٠٨			

يتضح من الجدول السابق ان هناك فروقا ذات دلالة إحصائية بين المرأة العاملة وغير العاملة في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر بمكوناته الثلاثة (المعرفي ، السلوكي ، الوجداني) و عند مستوى دلالة ٠,٠١ لصالح العاملات .

ويدل ذلك علي أن المرأة بصف عامة والمرأة العاملة بصفة خاصة أكثر معرفه واهتمام فيما يتعلق بصحة وسلامة أفراد أسرتها وبالتالي تختار المنتج الذي يؤدي الغرض منه بأعلي فائدة وأقل ضرر ويتحقق ذلك في الاستهلاك الأخضر للسلع والخدمات مما يعود بالنفع علي الفرد والمجتمع ككل من حيث الحفاظ علي الافراد والبيئة من أي ضرر، ويرجع ذلك ايضا إلى اكتساب الزوجات العاملات خبرات

مختلفة نتيجة خروجها للعمل وارتفاع مستوي الوعي لديها بالمقارنة بالزوجات غير العاملة حيث أظهرت دراسة (Hashemzadeh, 2016) أهمية كل من الوعي والاتجاهات في التوجه نحو السلوك المؤيد للبيئة وايضا أوضحت دراسة اسية أحمد (٢٠١٨) ودراسة سمية عمراوي (٢٠١٧) وجود علاقة بين سلوك المستهلك الاخضر ومسؤولية المستهلك البيئية والمعرفة والاهتمام البيئي، وتتفق هذا النتيجة مع دراسة سناء النجار (٢٠١٧) التي أوضحت أن المرأة العاملة أكثر دراية بالسياسات الاستهلاكية للأسرة ككل كما أن لديها القدرة علي تقديم النصح والإرشاد لأسرتها في سبيل توفير بيئة هادئة وامنة وصحية، وايضا دراسة (Song et. , 2019) التي أكدت علي أن زيادة الوعي البيئي لدي المستهلك تجعله أكثر إقبالا علي شراء المنتجات الخضراء جدول (١٣) تحليل التباين للفروق في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر تبعاً لمتغير المستوى التعليمي للزوجة (ن=٢٥٠)

الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر	مستوى تعليم الزوجة	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	الدلالة
المكون المعرفي	بين المجموعات	١٤٢٥٦,٨٠٣	٢	٧١٢٨,٤٠٢	٥٦,٠٣١	٠,٠١ دال
	داخل المجموعات	٣١٤٢٤,١٦٦	٢٤٧	١٢٧,٢٢٣		
	المجموع	٤٥٦٨٠,٩٦٩	٢٤٩			
المكون السلوكي	بين المجموعات	١٤٤٦٥,٦٧٠	٢	٧٢٣٢,٨٣٥	٦٥,٥٥٤	٠,٠١ دال
	داخل المجموعات	٢٧٢٥٢,٥٠١	٢٤٧	١١٠,٣٣٤		
	المجموع	٤١٧١٨,١٧١	٢٤٩			
المكون الوجداني	بين المجموعات	١٢١٩٢,٩٩٨	٢	٦٠٩٦,٤٩٩	٣٦,٣٨٢	٠,٠١ دال
	داخل المجموعات	٤١٣٨٩,٥٢٤	٢٤٧	١٦٧,٥٦٩		
	المجموع	٥٣٥٨٢,٥٢٢	٢٤٩			
الاستبيان ككل	بين المجموعات	١٣٩٦٠,٤١٧	٢	٦٩٨٠,٢٠٨	٤٥,٣١٩	٠,٠١ دال
	داخل المجموعات	٣٨٠٤٣,٦٤٧	٢٤٧	١٥٤,٠٢٣		
	المجموع	٥٢٠٠٤,٠٦٤	٢٤٩			

يتضح من الجدول السابق رقم (١٣) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر تبعاً لمتغير المستوى التعليمي للزوجة حيث قيمة (ف) دالة عند مستوى دلالة ٠,٠١. ولبيان اتجاه دلالة الفروق تم تطبيق اختبار (LSD) للمقارنات المتعددة والجدول التالي رقم (١٤) يوضح ذلك.

جدول (١٤) دلالة الفروق في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر تبعاً لمتغير مستوى تعليم الزوجة (ن=٢٥٠)

مستوى تعليم الزوجة			الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر
منخفض م = ١٥,٨٢٧	متوسط م = ٢١,٥٣٦	عالي م = ٢٨,٤٤٤	المستوي التعليمي للزوجة
-	-	-	منخفض
**٥,٧٠٩	-	-	متوسط
**١٢,٦١٧	**٦,٩٠٨	-	عالي
منخفض م = ١٣,٥٢٠	متوسط م = ١٩,٣٥٨	عالي م = ٢٥,١١١	المستوي التعليمي للزوجة
-	-	-	منخفض
**٥,٨٣٨	-	-	متوسط
**١١,٥٩١	**٥,٧٥٣	-	عالي
منخفض م = ٢٠,٠٢١	متوسط م = ٢٢,١٥٢	عالي م = ٢٨,١٤٩	المستوي التعليمي للزوجة
-	-	-	منخفض
*٢,١٣١	-	-	متوسط
**٨,١٢٨	**٥,٩٩٧	-	عالي
منخفض م = ٤٩,٣٦٨	متوسط م = ٦٣,٠٤٦	عالي م = ٨١,٧٠٤	المستوي التعليمي للزوجة
-	-	-	منخفض
**١٣,٦٧٨	-	-	متوسط
**٣٢,٣٣٦	**١٨,٦٥٨	-	عالي

يتضح من جدول السابق أن اتجاه دلالة الفروق في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر تبعاً لتعليم الزوجة كان لصالح مستوي التعليم الاعلي ثم لصالح المستوي المتوسط ثم يأتي المستوي المنخفض في الترتيب الاخير ، وأظهرت هذه النتيجة تفوق المستوي التعليمي العالي ويرجع ذلك إلي كلما ارتفع المستوي التعليمي لزوجات كلما اصبحت أكثر قدرة علي فهم العلاقات بين العوامل الشخصية والبيئية لسلوك الإنسان مما يدفعها لتبني اتجاه استهلاكي معين وايضا كلما زادت المعلومات والمعارف لدي الزوجة زاد الوعي بأهمية الاتجاه نحو الاستهلاك الاخضر مما يعود بالنفع علي أفراد الأسر ككل وتتفق نتيجة الدراسة مع دراسة (Henning Best,2009) حيث أثبتت الدراسة أن ارتفاع المستوي الثقافي للأفراد كلما زاد قلق الأفراد اتجاه البيئة ، فكلما ارتفع المستوي التعليمي للزوجة كلما كانت قادرة علي اتخاذ قرار الشراء السليم يحقق الجودة في شراء السلع والحصول علي الخدمات، وايضا دراسة (Lin & Huang, 2012) التي توصلت أن العوامل الرئيسية في الاتجاه نحو الاستهلاك الاخضر الرغبة في المعرفة والعائد النفسي من استخدام السلع الخضراء، وايضا توصلت دراسة فاطمة عبدالعاطي وحنان عبدالعاطي (٢٠١٥) إلي أن ارتفاع المستوي التعليمي يؤدي إلي سلوكيات إقتصادية رشيدة من خلال تحديد الاحتياجات الفعلية للأسرة.

واظهرت دراسة (Rahaman, 2016) أن من العوامل المؤثرة علي السلوك المؤيد للبيئة مستوي المعرفة لدي الأفراد وايضا اوضحت دراسة (Bulut et. 2017) أن الزوجات ذات توجه أعلى لسلوك الاستهلاك المستدام في كل من الشراء وإعادة الاستخدام للمنتجات . وأظهرت دراسة علي عباس (٢٠١٨) وجود علاقة إيجابية بين التعليم و الاتجاهات والمعرفة والاهتمام البيئي في السلوك الشرطي نحو المنتجات الخضراء.

جدول (١٥) تحليل التباين للفروق في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر تبعاً لمتغير سن الزوجة (ن=٢٥٠)

الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر	سن الزوجة	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	الدلالة
المكون المعرفي	بين المجموعات	١٤٠٥٨,٧٩٠	٢	٧٠٢٩,٣٩٥	٤٨,٥٦٢	٠,٠١
	داخل المجموعات	٣٥٧٥٣,٣٧٤	٢٤٧	١٤٤,٧٥١		
	المجموع	٤٩٨١٢,١٦٤	٢٤٩			
المكون السلوكي	بين المجموعات	١٣٧٠٩,١٤٣	٢	٦٨٥٤,٥٧١	٣٨,١٩٤	٠,٠١
	داخل المجموعات	٤٤٣٢٨,١٥٤	٢٤٧	١٧٩,٤٦٦		
	المجموع	٥٨٠٣٧,٢٩٧	٢٤٩			
المكون الوجداني	بين المجموعات	١٢٤٨٦,٩١٥	٢	٦٢٤٣,٤٥٨	٤٤,٤٨٢	٠,٠١
	داخل المجموعات	٣٤٦٦٩,٠٨٦	٢٤٧	١٤٠,٣٦١		
	المجموع	٤٧١٥٦,٠٠١	٢٤٩			
الاستبيان ككل	بين المجموعات	١٤٣١٨,٨٧١	٢	٧١٥٩,٤٣٥	٥٨,٦٦٧	٠,٠١
	داخل المجموعات	٣٠١٤٢,٨١٠	٢٤٧	١٢٢,٠٣٦		
	المجموع	٤٤٤٦١,٦٨١	٢٤٩			

يتضح من الجدول السابق رقم (١٥) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر تبعاً لسن الزوجة ، وليبيان اتجاه دلالة الفروق تم تطبيق اختبار (LSD) للمقارنات المتعددة والجدول التالي رقم (١٦) يوضح ذلك .

جدول (١٦) دلالة الفروق في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر تبعاً لمتغير سن الزوجة (ن=٢٥٠)

سن الزوجة			الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر
السن	أقل من ٣٥ سنة م = ١٢,٤٠٥	من ٣٥ سنة لأقل من ٤٥ سنة م = ٢٠,١١٣	من ٤٥ سنة فأكثر م = ٢٦,٠٦١
أقل من ٣٥ سنة	-	-	المكون المعرفي
من ٣٥ سنة لأقل من ٤٥ سنة	**٧,٧٠٨	-	
من ٤٥ سنة فأكثر	**١٣,٦٥٦	**٥,٩٤٨	
السن	أقل من ٣٥ سنة م = ١٩,٠٩٥	من ٣٥ سنة لأقل من ٤٥ سنة م = ٢١,١٥٢	من ٤٥ سنة فأكثر م = ٢٧,٤٨٣
أقل من ٣٥ سنة	-	-	المكون السلوكي
من ٣٥ سنة لأقل من ٤٥ سنة	*٢,٠٥٧	-	
من ٤٥ سنة فأكثر	**٨,٣٨٨	**٦,٣٣١	
السن	أقل من ٣٥ سنة م = ١٢,٥٠٨	من ٣٥ سنة لأقل من ٤٥ سنة م = ١٩,٤٤٠	من ٤٥ سنة فأكثر م = ٢٦,٦٥٩
أقل من ٣٥ سنة	-	-	المكون الوجداني
من ٣٥ سنة لأقل من ٤٥ سنة	**٦,٩٣٢	-	
من ٤٥ سنة فأكثر	**١٤,١٥١	**٧,٢١٩	
السن	أقل من ٣٥ سنة م = ٤٤,٠٠٨	من ٣٥ سنة لأقل من ٤٥ سنة م = ٦٠,٧٠٥	من ٤٥ سنة فأكثر م = ٨٠,٢٠٣
أقل من ٣٥ سنة	-	-	الاستبيان ككل
من ٣٥ سنة لأقل من ٤٥ سنة	**١٦,٦٩٧	-	
من ٤٥ سنة فأكثر	**٣٦,١٩٥	**١٩,٤٩٨	

يتضح من جدول السابق أن اتجاه دلالة الفروق في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر تبعاً لسن الزوجة كان لصالح المرحلة العمرية من ٤٥ سنة فأكثر ثم لصالح المرحلة العمرية من ٣٥ سنة لأقل من ٤٥ سنة ثم يأتي في الترتيب الأخير المرحلة العمرية من أقل من ٣٥ سنة ، ويرجع ذلك الي أن الزوجات التي تتراوح أعمارهم ما بين ٤٥ سنة فأكثر يكون سلوكهم الاستهلاكي أكثر خبرة واستقرار في اتخاذ القرارات الشرائية حيث تتميز هذا المرحلة بالعقلانية والرشد في الاستهلاك حيث تشتري المرأة خلال حياته العديد من السلع والخدمات والتي تختلف تبعاً لكل مرحلة عمرية ، فكلما تقدمت الزوجة في العمر كلما ازداد وعيها واصبح لديها القدر الملائم من المعرفة والثقافة والخبرات والقدرات والمهارات الذي يمكنها من تحسين نوعية حياتها اليومية وحياة أسرتها ، وحيث أوضحت دراسة (Tripathi & Singh, 2016) أن الزوجات لديهن اهتماماً بالقضايا الاجتماعية

والبيئية حيث يقوموا بعمليات الشراء الصديقة للبيئية وذلك يدعم الاتجاه نحو الاستهلاك الاخضر للمنتجات .

جدول (١٧) تحليل التباين للفروق في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر تبعاً لمتغير عدد أفراد الاسرة (ن = ٢٥٠)

الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر	عدد أفراد الاسرة	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	الدلالة
المكون المعرفي	بين المجموعات	١٣٦٠١,١٠٩	٢	٦٨٠٠,٥٥٥	٣٥,٥٦٧	٠,٠١ دال
	داخل المجموعات	٤٧٢٢٧,٥٢٨	٢٤٧	١٩١,٢٠٥		
	المجموع	٤٩٨١٢,١٦٤	٢٤٩			
المكون السلوكي	بين المجموعات	١٤١٦٢,٢٥٣	٢	٧٠٨١,١٢٧	٥٢,٢٩٦	٠,٠١ دال
	داخل المجموعات	٣٣٤٤٥,٠٧٥	٢٤٧	١٣٥,٤٠٥		
	المجموع	٤٧٦٠٧,٣٢٨	٢٤٩			
المكون الوجداني	بين المجموعات	١٣٠٧٦,٥٣٠	٢	٦٥٣٨,٢٦٥	٢٥,٥٩٧	٠,٠١ دال
	داخل المجموعات	٦٣٠٩٠,٨٧٢	٢٤٧	٢٥٥,٤٢٩		
	المجموع	٧٦١٦٧,٤٠٢	٢٤٩			
الاستبيان ككل	بين المجموعات	١٢٤١٩,١٧٧	٢	٦٢٠٩,٥٨٨	٤٢,٤٥٦	٠,٠١ دال
	داخل المجموعات	٣٦١٢٥,٧٤٣	٢٤٧	١٤٦,٢٥٨		
	المجموع	٤٨٥٤٤,٩٢٠	٢٤٩			

ينتضح من الجدول السابق رقم (١٧) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر تبعاً عدد أفراد الأسرة ،

ولبيان اتجاه دلالة الفروق تم تطبيق اختبار (LSD) للمقارنات المتعددة والجدول التالي رقم (١٨) يوضح ذلك .

جدول (١٨) دلالة الفروق في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر تبعاً لمتغير عدد أفراد الأسرة (ن=٢٥٠)

عدد أفراد الأسرة			الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر
عدد أفراد الأسرة	أقل من ٤ أفراد م = ٢٥,٢٢٩	من ٤ أفراد إلى ٦ م = ١٧,٣٦٢	٧ أفراد فأكثر م = ١٥,٠٠٣
أقل من ٤ أفراد	-	-	-
من ٤ أفراد إلى ٦ أفراد	**٧,٨٦٧	-	-
٧ أفراد فأكثر	**١٠,٢٢٦	*٢,٣٥٩	-
عدد أفراد الأسرة	أقل من ٤ أفراد م = ٢٧,٣١٠	من ٤ أفراد إلى ٦ م = ٢٢,٥١٤	٧ أفراد فأكثر م = ١٤,٣٠٢
أقل من ٤ أفراد	-	-	-
من ٤ أفراد إلى ٦ أفراد	**٤,٧٩٦	-	-
٧ أفراد فأكثر	**١٣,٠٠٨	**٨,٢١٢	-
عدد أفراد الأسرة	أقل من ٤ أفراد م = ٢٣,٣٢٥	من ٤ أفراد إلى ٦ م = ١٥,٢١١	٧ أفراد فأكثر م = ١٤,٨٣٧
أقل من ٤ أفراد	-	-	-
من ٤ أفراد إلى ٦ أفراد	**٨,١١٤	-	-
٧ أفراد فأكثر	**٨,٤٨٨	٠,٣٧٤	-
عدد أفراد الأسرة	أقل من ٤ أفراد م = ٧٥,٨٦٤	من ٤ أفراد إلى ٦ م = ٥٥,٠٨٧	٧ أفراد فأكثر م = ٤٤,١٤٢
أقل من ٤ أفراد	-	-	-
من ٤ أفراد إلى ٦ أفراد	**٢٠,٧٧٧	-	-
٧ أفراد فأكثر	**٣١,٧٢٢	**١٠,٩٤٥	-

يتضح من جدول السابق أن اتجاه دلالة الفروق في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر تبعاً لعدد أفراد الأسرة كان لصالح الأسر التي عددها أقل من ٤ أفراد ثم لصالح الأسر التي عددها من ٤ أفراد إلي ٦ أفراد ثم يأتي في الترتيب الأخير الأسر التي عددها ٧ أفراد فأكثر ، وأظهرت هذه النتيجة كلما أقل عدد أفراد الأسرة كلما كان الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر أقوى حيث تتميز الاسر صغيرة الحجم اتاحة الوقت والطاقة للزوجة لتنمية معارفها ومهارتها مما يجعلها أكثر وعي بمشكلات البيئية حيث أظهرت العديد من الدراسات وجود علاقة ايجابية بين قيم الاستهلاك والوعي البيئي للمستهلكين تجاه المنتجات الخضراء وايضا القيمة الاجتماعية لها تأثير كبير علي الاهتمام البيئي للمستهلكين لشراء المنتجات الخضراء كدراسة (Norazah &

Norbayah, 2015).

جدول (١٩) تحليل التباين للفروق في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر تبعاً لمتغير الدخل الشهري (ن = ٢٥٠)

الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر	الدخل الشهري	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	الدلالة
المكون المعرفي	بين المجموعات	١٤٣٨٦,٦٧٧	٢	٧١٩٣,٣٣٩	٦١,٧٢٨	٠,٠١
	داخل المجموعات	٢٨٧٨٣,٤٥١	٢٤٧	١١٦,٥٣٢		
	المجموع	٤٣١٧٠,١٢٨	٢٤٩			
المكون السلوكي	بين المجموعات	١٢٠٤٩,٤٧٣	٢	٦٠٢٤,٧٣٧	٣٣,٠٢٥	٠,٠١
	داخل المجموعات	٤٥٠٥٩,٧٣٨	٢٤٧	١٨٢,٤٢٨		
	المجموع	٥٧١٠٩,٢١١	٢٤٩			
المكون الوجداني	بين المجموعات	١٤١١٥,٦٤٠	٢	٧٠٥٧,٨٢٠	٥٠,٥٧٠	٠,٠١
	داخل المجموعات	٣٤٤٧٢,٤٠٣	٢٤٧	١٣٩,٥٦٤		
	المجموع	٤٨٥٨٨,٠٤٣	٢٤٩			
الاستبيان ككل	بين المجموعات	١٢٧١١,٨٣٩	٢	٦٣٥٥,٩٢٠	٥١,٩٦١	٠,٠١
	داخل المجموعات	٣٠٢١٣,٥٦٦	٢٤٧	١٢٢,٣٢٢		
	المجموع	٤٢٩٢٥,٤٠٥	٢٤٩			

يتضح من الجدول السابق رقم (١٩) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر تبعاً للدخل الشهري. ولبيان اتجاه دلالة الفروق تم تطبيق اختبار (LSD) للمقارنات المتعددة والجدول التالي رقم (٢٠) يوضح ذلك جدول (٢٠) دلالة الفروق في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر تبعاً لمتغير الدخل الشهري (ن=٢٥٠)

الدخل الشهري			الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر
مرتفع م = ٢٨,٧٨٩	متوسط م = ٢٣,١٢٥	منخفض م = ١٦,٢٣٨	المكون المعرفي
		-	منخفض
		**٦,٨٨٧	متوسط
	**٥,٦٦٤	**١٢,٥٥١	مرتفع
مرتفع م = ٢٤,١٢٠	متوسط م = ١٥,٧٥٩	منخفض م = ١٣,٢٦٦	المكون السلوكي
		-	منخفض
		*٢,٤٩٣	متوسط
	**٨,٣٦١	**١٠,٨٥٤	مرتفع
مرتفع م = ٢٦,٦٦٢	متوسط م = ٢١,١٣٦	منخفض م = ١٥,٢٢٧	المكون الوجداني
		-	منخفض
		**٥,٩٠٩	متوسط
	**٥,٥٢٦	**١١,٤٣٥	مرتفع
مرتفع م = ٧٩,٥٧١	متوسط م = ٦٠,٠٢٠	منخفض م = ٤٤,٧٣١	الاستبيان ككل
		-	منخفض
		**١٥,٢٨٩	متوسط
	**١٩,٥٥١	**٣٤,٨٤٠	مرتفع

يتضح من جدول السابق أن اتجاه دلالة الفروق في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر تبعاً الدخل الشهري كان لصالح الأسر ذات الدخل المرتفع ثم لصالح الأسر ذات الدخل متوسط ثم يأتي مستوى الدخل المنخفض في الترتيب الأخير ، وأظهرت هذه النتيجة أن بارتفاع مستويات دخول الأسر يزداد الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر ويرجع ذلك إلى الدور الهام الذي يلعبه مستوى دخل الأسرة الشهري في تحديد درجة إقبالها على الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر نتيجة لارتفاع أسعار المنتجات والخدمات ذات التأثير الإيجابي على البيئة والفرد ، وتشير نتائج دراسة

أن القيمة الوظيفية للذوق والسعر ، والقيمة المعرفية ، والقيمة الصحية لها

أثار (Rahnama, 2017) إيجابية علي اختيار الزوجات للمنتجات الخضراء، وايضا دراسة أثبتت (Sharma & Aswal, 2017) عدم وجود علاقة مباشرة أو غير مباشرة بين القيمة المادية و الاتجاه نحو الشراء الأخضر.

ملخص نتائج الفرض الاول:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المرأة العاملة وغير العاملة في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر بمكوناته الثلاثة (المعرفي ، السلوكي ، الوجداني) و عند مستوى دلالة ٠,٠١ لصالح العاملات .

- توجد فروق في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر تبعاً لتعليم الزوجة لصالح مستوى التعليم الاعلي .

- توجد فروق في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر تبعاً لسن الزوجة كان لصالح المرحلة العمرية من ٤٥ سنة فأكثر .

- توجد فروق في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر تبعاً لعدد أفراد الأسرة لصالح الأسر التي عددها أقل من ٤ أفراد .

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر تبعاً الدخل الشهري لصالح الأسر ذات الدخل المرتفع .

من خلال ما سبق يتضح تحقق الفرض الاول.

الفرض الثاني :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الإدارة المالية للأسرة بمحاوره (إدارة الدخل المالي ، استثمار الدخل المالي ، إدارة الازمات المالية) عينة البحث تبعاً لمتغيرات الدراسة (عمل الزوجة ، تعليم الزوجة ، سن الزوجة ، عدد أفراد الاسرة ، الدخل الشهري).

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم إجراء اختبار (ت) للوقوف علي دلالة الفروق بين متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الإدارة المالية للأسرة بمحاوره تبعاً لمتغير (عمل الزوجة)، وتحليل التباين لإيجاد قيمة (ف) للوقوف علي دلالة الفروق في الإدارة المالية للأسرة بمحاوره تبعاً لمتغيرات (تعليم الزوجة ، سن الزوجة ، عدد أفراد الاسرة ، الدخل الشهري) ، واختبار LSD لإيجاد اتجاه الفروق في حالة وجودها لمتغيرات (تعليم الزوجة ، سن الزوجة ، عدد أفراد الاسرة ، الدخل الشهري) والجدول من رقم (٢١) إلى رقم (٢٩) توضح ذلك .

جدول (٢١) دلالة الفروق في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الإدارة المالية للأسرة تبعاً لمتغير عمل الزوجة (ن=٢٥٠)

الإدارة المالية للأسرة	عمل الزوجة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العينة	درجات الحرية	قيمة (ت)	الدلالة
إدارة الدخل المالي	تعمل	٥٨,٩٣٧	٥,١٢٩	١٤٢	٢٤٨	١٧,٧١٩	دال عند ٠,٠١ لصالح العاملات
	لا تعمل	٤١,٠٣٤	٤,٣٣٨	١٠٨			
إستثمار الدخل المالي	تعمل	٢٥,٥٩٨	٢,٦٣٧	١٤٢	٢٤٨	١٥,٥٢٩	دال عند ٠,٠١ لصالح العاملات
	لا تعمل	١٣,٢١٠	١,٨٩٠	١٠٨			
إدارة الازمات المالية	تعمل	٣٦,٤٠٢	٣,٢٧١	١٤٢	٢٤٨	١٣,٢٣٢	دال عند ٠,٠١ لصالح العاملات
	لا تعمل	٢٤,٤٩١	٢,٦٣٧	١٠٨			
الاستبيان ككل	تعمل	١٢٠,٩٣٧	٨,١٩٨	١٤٢	٢٤٨	٣٥,٢٠٦	دال عند ٠,٠١ لصالح العاملات
	لا تعمل	٧٨,٧٣٥	٦,٣٥٢	١٠٨			

يتضح من الجدول السابق ان هناك فروقا ذات دلالة إحصائية بين المرأة العاملة وغير العاملة في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الإدارة المالية للأسرة

بمحاوره (إدارة الدخل المالي ، استثمار الدخل المالي ، إدارة الازمات المالية) عند مستوى دلالة ٠,٠١ لصالح العاملات . حيث يساعد عمل الزوجة علي اتساع مدركها وإكسابها المعلومات والمهارات المختلفة التي تساعد في إدارة الدخل الاسري، ويرجع ذلك الي أن المرأة العاملة تكون مسئولة بقدر كبير عن إدارة موارد أسرتها وخاصة المورد المالي وبالتالي تسعى الي تحقيق إدارة مالية سليمة للدخل الاسري عن طريق عمل ميزانية للدخل وايضا وترشيد الاستهلاك للحد من الاستهلاك ويعمل ذلك علي تقليل الازمات المالية وايضا تحقيق فائض مالي للأسرة يمكن استثماره ، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة فاطمة الزهري (٢٠٢٠) حيث توصلت الي وجود فروق في إدارة الدخل لصالح ربات الأسر العاملات ، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة هبة الله شعيب (٢٠١٨) و دراسة سلوي عيد (٢٠١٧) التي اثبتت وجود فروق في إدارة الدخل لصالح ربات الأسر غير العاملات .

جدول (٢٢) تحليل التباين للفروق في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الإدارة المالية للأسرة تبعاً لمتغير المستوى التعليمي للزوجة (ن=250)

الإدارة المالية للأسرة	مستوى تعليم الزوجة	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	الدلالة
إدارة الدخل المالي	بين المجموعات	١٢٩٧٣,٥٦٠	٢	٦٤٨٦,٧٨٠	٦٢,٢٥١	٠,٠١ دال
	داخل المجموعات	٢٥٧٣٨,٢٨١	٢٤٧	١٠٤,٢٠٤		
	المجموع	٣٨٧١١,٨٤١	٢٤٩			
استثمار الدخل المالي	بين المجموعات	١٢٨٥٠,٤٠٢	٢	٦٤٢٥,٢٠١	٥٧,١٨٧	٠,٠١ دال
	داخل المجموعات	٢٧٧٥١,٦٢٤	٢٤٧	١١٢,٣٥٥		
	المجموع	٤٠٦٠٢,٠٢٦	٢٤٩			
إدارة الازمات المالية	بين المجموعات	١٤٠٧٩,٨٣٥	٢	٧٠٣٩,٩١٧	٤٩,٢٩٤	٠,٠١ دال
	داخل المجموعات	٣٥٢٧٥,٥٧٥	٢٤٧	١٤٢,٨١٦		
	المجموع	٤٩٣٥٥,٤١٠	٢٤٩			
الاستبيان ككل	بين المجموعات	١٣٩١٨,٥٠٠	٢	٦٩٥٩,٢٥٠	٤٤,٠٢١	٠,٠١ دال
	داخل المجموعات	٣٩٠٤٨,٢٤٨	٢٤٧	١٥٨,٠٩٠		
	المجموع	٥٢٩٦٦,٧٤٨	٢٤٩			

يتضح من الجدول السابق رقم (٢٢) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الإدارة المالية للأسرة تبعاً لمتغير المستوى التعليمي للزوجة.

ولبيان اتجاه دلالة الفروق تم تطبيق اختبار (LSD) للمقارنات المتعددة والجدول التالي رقم (٢٣) يوضح ذلك .

جدول (٢٣) دلالة الفروق في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الإدارة المالية للأسرة تبعاً لمتغير مستوى تعليم الزوجة (ن=٢٥٠)

مستوى تعليم الزوجة			الإدارة المالية للأسرة
منخفض م = ٣٨,٦٢٠	متوسط م = ٥١,٤٣٩	عالي م = ٦٨,٥٥٢	إدارة الدخل المالي
منخفض			
متوسط			
عالي			
منخفض م = ١٧,٥٩١	متوسط م = ٢٢,٤٣٥	عالي م = ٢٧,٦٣٩	إستثمار الدخل المالي
منخفض			
متوسط			
عالي			
منخفض م = ٢٠,٣٦٠	متوسط م = ٢٧,٨١٩	عالي م = ٣٥,٢٢٦	إدارة الازمات المالية
منخفض			
متوسط			
عالي			
منخفض م = ٧٦,٥٧١	متوسط م = ١٠١,٦٩٣	عالي م = ١٣١,٤١٧	الاستبيان ككل
منخفض			
متوسط			
عالي			

يتضح من جدول السابق أن اتجاه دلالة الفروق في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الإدارة المالية للأسرة تبعا لتعليم الزوجة كان لصالح مستوي التعليم الاعلي ثم لصالح المستوي المتوسط ثم يأتي المستوي المنخفض في الترتيب الاخير ، وأظهرت هذه النتيجة تفوق المستوي التعليمي العالي في الادارة المالية للأسرة عن المستوي المتوسط والمنخفض ، ويرجع ذلك إلي الزوجات في المستوي التعليمي العالي يكون لديهم الوعي والخبرة الكافية لإدارة الدخل المالي للأسرة حيث عدم المبالغة في الاستهلاك والاتجاه نحو تحقيق الاستهلاك الرشيد للسلع والخدمات وبالتالي تقليل النفقات مما يعمل علي تحقيق الامان المالي للأسرة ، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة حنان يوسف وشيرين فرحات (٢٠١٢) التي اثبتت وجود علاقة ارتباطية موجبة بين إدارة الدخل والمستوي التعليمي لربة الأسرة ، وكذلك توصلت ودراسة مابسة الحبشي و جيدة حماد (٢٠١٤) لوجود فروق دالة احصائيا بين ربات الأسر في إدارة الدخل

واضح أن ربات الأسر ذات (Brown, 2011) لصالح المستوي التعليمي المتوسط ، وايضا دراسة المستوي التعليمي المنخفض أكثر تعرض للأزمات المالية ، وايضا دراسة سلوي عيد (٢٠١٧) التي اثبتت وجود فروق دالة احصائيا بين ربات الأسر في إدارة الدخل لصالح المستوي التعليمي العالي ، وجود تأثير كبير (Betle & Mason, 2017) وايضا أظهرت دراسة رشا منصور (٢٠١٥) و دراسة (Andrades, 2015) للمستوي التعليمي لربة الأسرة علي إدارة الدخل المالي للأسرة، وتوصلت دراسة الي أن مستوي وعي المتعلمات أعلي من غير المتعلمات بكيفية عمل الميزانية .

جدول (٢٤) تحليل التباين للفروق في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الإدارة المالية للأسرة تبعاً لمتغير سن الزوجة (ن = ٢٥٠)

الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	سن الزوجة	الإدارة المالية للأسرة
٠,٠١ دال	٣٤,٨١٠	٦٠٦٣,٨٤٣	٢	١٢١٢٧,٦٨٦	بين المجموعات	إدارة الدخل المالي
		١٧٤,١٩٩	٢٤٧	٤٣٠٢٧,٢١٣	داخل المجموعات	
			٢٤٩	٥٥١٥٤,٨٩٩	المجموع	
٠,٠١ دال	٤٨,٥١٦	٦٣٠٦,٣٥٣	٢	١٢٦١٢,٧٠٦	بين المجموعات	إستثمار الدخل المالي
		١٢٩,٩٨٤	٢٤٧	٣٢١٠٦,٠٨٦	داخل المجموعات	
			٢٤٩	٤٤٧١٨,٧٩٢	المجموع	
٠,٠١ دال	٣٢,٧١٥	٦٧٣٥,٩٣٣	٢	١٣٤٧١,٨٦٥	بين المجموعات	إدارة الازمات المالية
		٢٠٥,٨٩٨	٢٤٧	٥٠٨٥٦,٩١٧	داخل المجموعات	
			٢٤٩	٦٤٣٢٨,٧٨٢	المجموع	
٠,٠١ دال	٥٣,٤٩٠	٧٠٩٦,٧٠٠	٢	١٤١٩٣,٤٠٠	بين المجموعات	الاستبيان ككل
		١٣٢,٦٧٢	٢٤٧	٣٢٧٧٠,٠٧٨	داخل المجموعات	
			٢٤٩	٤٦٩٦٣,٤٧٨	المجموع	

يتضح من الجدول السابق رقم (٢٤) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الإدارة المالية للأسرة تبعاً لمتغير سن الزوجة. ولبيان اتجاه دلالة الفروق تم تطبيق اختبار (LSD) للمقارنات المتعددة والجدول التالي رقم (٢٥) يوضح ذلك .

جدول (٢٥) دلالة الفروق في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الإدارة المالية للأسرة تبعاً لمتغير سن الزوجة (ن=٢٥٠)

سن الزوجة			الإدارة المالية للأسرة
السن	أقل من ٣٥ سنة ٣٥ من ٤٥ سنة أكثر من ٤٥ سنة	أقل من ٣٥ سنة ٣٥ من ٤٥ سنة أكثر من ٤٥ سنة	إدارة الدخل المالي
	٦٥,١٤٣ = م	٤٨,١١٢ = م	
	من ٣٥ سنة لأقل من ٤٥ سنة	من ٣٥ سنة لأقل من ٤٥ سنة	
	٦٣,٠٩١ = م	٤٨,١١٢ = م	
	-	-	
	-	**١٤,٩٧٩	أقل من ٣٥ سنة
	-	**١٧,٠٣١	من ٣٥ سنة لأقل من ٤٥ سنة
	*٢,٠٥٢	-	من ٤٥ سنة فأكثر
السن	أقل من ٣٥ سنة ٣٥ من ٤٥ سنة أكثر من ٤٥ سنة	أقل من ٣٥ سنة ٣٥ من ٤٥ سنة أكثر من ٤٥ سنة	إستثمار الدخل المالي
	٢٥,٥٢١ = م	١٢,٣١٠ = م	
	من ٣٥ سنة لأقل من ٤٥ سنة	من ٣٥ سنة لأقل من ٤٥ سنة	
	١٨,٢٢٢ = م	١٢,٣١٠ = م	
	-	-	
	-	**٥,٩١٢	أقل من ٣٥ سنة
	-	**١٣,٢١١	من ٣٥ سنة لأقل من ٤٥ سنة
	**٧,٢٩٩	-	من ٤٥ سنة فأكثر
السن	أقل من ٣٥ سنة ٣٥ من ٤٥ سنة أكثر من ٤٥ سنة	أقل من ٣٥ سنة ٣٥ من ٤٥ سنة أكثر من ٤٥ سنة	إدارة الإزمات المالية
	٣٧,٠٠٨ = م	٢٩,٠٥٥ = م	
	من ٣٥ سنة لأقل من ٤٥ سنة	من ٣٥ سنة لأقل من ٤٥ سنة	
	٣١,٢٦٨ = م	٢٩,٠٥٥ = م	
	-	-	
	-	*٢,٢١٣	أقل من ٣٥ سنة
	-	**٧,٩٥٣	من ٣٥ سنة لأقل من ٤٥ سنة
	**٥,٧٤٠	-	من ٤٥ سنة فأكثر
السن	أقل من ٣٥ سنة ٣٥ من ٤٥ سنة أكثر من ٤٥ سنة	أقل من ٣٥ سنة ٣٥ من ٤٥ سنة أكثر من ٤٥ سنة	الإستبيان ككل
	١٢٧,٦٧٢ = م	٨٩,٤٧٧ = م	
	من ٣٥ سنة لأقل من ٤٥ سنة	من ٣٥ سنة لأقل من ٤٥ سنة	
	١١٢,٥٨١ = م	٨٩,٤٧٧ = م	
	-	-	
	-	**٢٣,١٠٤	أقل من ٣٥ سنة
	-	**٣٨,١٩٥	من ٣٥ سنة لأقل من ٤٥ سنة
	**١٥,٠٩١	-	من ٤٥ سنة فأكثر

يتضح من جدول السابق أن اتجاه دلالة الفروق في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الإدارة المالية للأسرة تبعاً لسن الزوجة كان لصالح المرحلة العمرية من ٤٥ سنة فأكثر ثم لصالح المرحلة العمرية من ٣٥ سنة لأقل من ٤٥ سنة ثم يأتي في الترتيب الأخير المرحلة العمرية من أقل من ٣٥ سنة ويرجع ذلك الي أن الزوجات التي تتراوح أعمارهم ما بين ٤٥ سنة فأكثر يكون لديهم الخبرة الكافية للإدارة المالية للأسرة نتيجة لتعرض لعدد من الخبرات في المراحل العمرية السابقة ويكونوا علي وعي كافي بمنتجات الضرورية التي تغطي احتياجات اسرتهم دون اسراف وبما يتناسب مع ميزانية الأسرة ولديهم القدرة علي إدارة الأزمات المالية بكفاءة عالية في حالة حدوثها، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة ريهام النقيب (٢٠٢١) حيث اثبتت وجود فروق دالة إحصائياً لصالح الفئة العمرية ٤٠ سنة فأكثر ، وايضا مع دراسة حنان يوسف وشيرين فرحات (٢٠١٢) التي اثبتت وجود علاقة ارتباطية موجبة بين إدارة الدخل وعمر ربة الأسرة .

جدول (٢٦) تحليل التباين للفروق في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الإدارة المالية للأسرة تبعاً لمتغير عدد أفراد الأسرة (ن=٢٥٠)

الإدارة المالية للأسرة	عدد أفراد الأسرة	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	الدلالة
إدارة الدخل المالي	بين المجموعات	١٣٨٤٠,١٧٢	٢	٦٩٢٠,٠٨٦	٤١,٧١٨	٠,٠٠١
	داخل المجموعات	٤٠٩٧٢,٠٨٠	٢٤٧	١٦٥,٨٧٩		
	المجموع	٥٤٨١٢,٢٥٢	٢٤٩			
إستثمار الدخل المالي	بين المجموعات	١٢٢٥٢,١٩٧	٢	٦١٢٦,٠٩٨	٣٧,٨٧٥	٠,٠٠١
	داخل المجموعات	٣٩٩٥١,٢٨٥	٢٤٧	١٦١,٧٤٦		
	المجموع	٥٢٢٠٣,٤٨٢	٢٤٩			
إدارة الأزمات المالية	بين المجموعات	١٣٢٧٤,٦٠٩	٢	٦٦٣٧,٣٠٥	٢٨,٨٩٢	٠,٠٠١
	داخل المجموعات	٥٦٧٤٣,٢٨١	٢٤٧	٢٢٩,٧٣٠		
	المجموع	٧٠٠١٧,٨٩٠	٢٤٩			
الاستبيان ككل	بين المجموعات	١٢٣٤٨,١٨٧	٢	٦١٧٤,٠٩٣	٤٠,٤٣٩	٠,٠٠١
	داخل المجموعات	٣٧٧١٠,٨٩٧	٢٤٧	١٥٢,٦٧٦		
	المجموع	٥٠٠٥٩,٠٨٤	٢٤٩			

يتضح من الجدول السابق رقم (٢٦) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الإدارة المالية للأسرة تبعاً لمتغير عدد أفراد الأسرة.

ولبيان اتجاه دلالة الفروق تم تطبيق اختبار (LSD) للمقارنات المتعددة والجدول التالي رقم (٢٧) يوضح ذلك .

جدول (٢٧) دلالة الفروق في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الإدارة المالية للأسرة تبعاً لمتغير عدد أفراد الأسرة (ن=٢٥٠)

عدد أفراد الأسرة			الإدارة المالية للأسرة
أقل من ٤ أفراد م = ٦٦,٠٦٦	من ٤ أفراد إلي ٦ أفراد م = ٥٠,٢٥٤	٧ أفراد فأكثر م = ٤٣,٣٨١	إدارة الدخل المالي
-	-	-	أقل من ٤ أفراد
**١٥,٨١٢	-	-	من ٤ أفراد إلي ٦ أفراد
**٢٢,٦٨٥	**٦,٨٧٣	-	٧ أفراد فأكثر
أقل من ٤ أفراد م = ٢٣,٣٩٠	من ٤ أفراد إلي ٦ أفراد م = ١٦,١٦٢	٧ أفراد فأكثر م = ١٤,٠٢٥	إستثمار الدخل المالي
-	-	-	أقل من ٤ أفراد
**٧,٢٢٨	-	-	من ٤ أفراد إلي ٦ أفراد
**٩,٣٦٥	*٢,١٣٧	-	٧ أفراد فأكثر
أقل من ٤ أفراد م = ٣٤,٢٦١	من ٤ أفراد إلي ٦ أفراد م = ٢٤,٥١٣	٧ أفراد فأكثر م = ٢٣,٨٠٦	إدارة الازمات المالية
-	-	-	أقل من ٤ أفراد
**٩,٧٤٨	-	-	من ٤ أفراد إلي ٦ أفراد
**١٠,٤٥٥	٠,٧٠٧	-	٧ أفراد فأكثر
أقل من ٤ أفراد م = ١٢٣,٧١٧	من ٤ أفراد إلي ٦ أفراد م = ٩٠,٩٢٩	٧ أفراد فأكثر م = ٨١,٢١٢	الاستبيان ككل
-	-	-	أقل من ٤ أفراد
**٣٢,٧٨٨	-	-	من ٤ أفراد إلي ٦ أفراد
**٤٢,٥٠٥	**٩,٧١٧	-	٧ أفراد فأكثر

يتضح من جدول السابق أن اتجاه دلالة الفروق في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الإدارة المالية للأسرة تبعاً لعدد أفراد الأسرة كان لصالح الأسر التي عددها أقل من ٤ أفراد ثم لصالح الأسر التي عددها من ٤ أفراد إلى ٦ أفراد ثم يأتي في الترتيب الأخير الأسر التي عددها ٧ أفراد فأكثر ، وأظهرت هذه النتيجة كلما كان العدد أقل كلما كانت الأسرة أعلى كفاءة في الإدارة المالية ، ويرجع ذلك الي أن هذه الاسر لديها قدرة علي التخطيط الجيد لدخل حيث كلما قل العدد قلت النفقات وبالتالي يساهم ذلك في الي اختلاف بنود (Majid, 2012) تحقيق الاستقرار المالي لتلك الاسر عن غيرها ، وتوصلت دراسة

النفقات من أسرة لأخرى حسب عدد أفرادها ، وتتفق نتيجة هذه الدراسة مع دراسة مايسة الحبشي و وجيدة حماد (٢٠١٤) حيث توصلت الي وجود فروق ذات دلالة احصائية لصالح عدد الابناء الأقل حيث أنه كلما قل عدد الأبناء كلما كان ذلك أكثر إيجابياً لرفع مستوي إدارة الدخل المالي ، ولكن تختلف نتيجة هذه الدراسة مع دراسة علياء مختار (٢٠١٩) حيث توصلت الي عدم وجود علاقة ارتباطية بين عدد أفراد الأسرة والوعي بالتخطيط للدخل المالي للأسرة .

جدول (٢٨) تحليل التباين للفروق في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الإدارة المالية للأسرة تبعاً لمتغير الدخل الشهري (ن=٢٥٠)

الإدارة المالية للأسرة	الدخل الشهري	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	الدلالة
إدارة الدخل المالي	بين المجموعات	١٣٤٠٢,٩٦٢	٢	٦٧٠١,٤٨١	٣١,٣١١	٠,٠١
	داخل المجموعات	٥٢٨٦٤,٧٩٩	٢٤٧	٢١٤,٠٢٨		
	المجموع	٥٤٨١٢,٢٥٢	٢٤٩			
إستثمار الدخل المالي	بين المجموعات	١٣٠٧٠,٥٧٢	٢	٦٥٣٥,٢٨٦	٦٦,٥٢٣	٠,٠١
	داخل المجموعات	٢٤٢٦٥,٤٢٧	٢٤٧	٩٨,٢٤١		
	المجموع	٣٧٣٣٥,٩٩٩	٢٤٩			
إدارة الازمات المالية	بين المجموعات	١٤٢٢٧,٢٥٩	٢	٧١١٣,٦٢٩	٥٤,٨٢٨	٠,٠١
	داخل المجموعات	٣٢٠٤٦,٦٥٥	٢٤٧	١٢٩,٧٤٤		
	المجموع	٤٦٢٧٣,٩١٤	٢٤٩			
الاستبيان ككل	بين المجموعات	١٢٩١١,٤٩١	٢	٦٤٥٥,٧٤٦	٥٩,٦٤٩	٠,٠١
	داخل المجموعات	٢٦٧٣٢,٦٦٩	٢٤٧	١٠٨,٢٢٩		
	المجموع	٣٩٦٤٤,١٦٠	٢٤٩			

يتضح من الجدول السابق رقم (٢٨) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الإدارة المالية للأسرة تبعاً لمتغير الدخل الشهري. وألبان اتجاه دلالة الفروق تم تطبيق اختبار (LSD) للمقارنات المتعددة والجدول التالي رقم (٢٩) يوضح ذلك .

جدول (٢٩) دلالة الفروق في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الإدارة المالية للأسرة تبعاً لمتغير الدخل الشهري (ن=٢٥٠)

الدخل الشهري			الإدارة المالية للأسرة
مرتفع م = ٦٨,٦٢٤	متوسط م = ٥٧,٧٦٣	منخفض م = ٥٥,٠٢١	إدارة الدخل المالي
		-	منخفض
		*٢,٧٤٢	متوسط
	**١٠,٨٦١	**١٣,٦٠٣	مرتفع
مرتفع م = ٢٨,٢٦٥	متوسط م = ٢١,١٥٨	منخفض م = ١٣,٦٧٩	إستثمار الدخل المالي
		-	منخفض
		**٧,٤٧٩	متوسط
	**٧,١٠٧	**١٤,٥٨٦	مرتفع
مرتفع م = ٣٦,٣٦٢	متوسط م = ٢٨,٥٤٦	منخفض م = ١٩,٧٥١	إدارة الازمات المالية
		-	منخفض
		**٨,٧٩٥	متوسط
	**٧,٨١٦	**١٦,٦١١	مرتفع
مرتفع م = ١٣٣,٢٥١	متوسط م = ١٠٧,٤٦٧	منخفض م = ٨٨,٤٥١	الاستبيان ككل
		-	منخفض
		**١٩,٠١٦	متوسط
	**٢٥,٧٨٤	**٤٤,٨٠٠	مرتفع

يتضح من جدول السابق أن اتجاه دلالة الفروق في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الإدارة المالية للأسرة تبعاً للدخل الشهري كان لصالح الأسر ذات

الدخل المرتفع ثم لصالح الاسر ذات الدخل متوسط ثم ياتي مستوي الدخل المنخفض في الترتيب الاخير ، ويرجع ذلك الي توفير الدخل المالي يساعد الزوجة علي إدارة مواردها بكفاءة عالية وخاصة الدخل المالي حيث يؤثر ارتفاع الدخل تأثيرا إيجابيا علي القرارات الشرائية ، فالأسر ذوي الدخول المرتفعة أكثر قدرة علي الاستثمار والادخار وايضا أقل تعرض للالزمات المالية من غيرها. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة مايسة الحبشي و جيدة حماد (٢٠١٤) و دراسة ريهام السعيد (٢٠٢١) حيث اثبتت وجود فروق دالة احصائيا بين ربان الأسر في إدارة الدخل لصالح مستوي الدخل المرتفع ، ولكن تختلف هذه النتيجة مع دراسة فاطمة أحمد (٢٠٢٠) التي توصلت لوجود فروق دالة احصائيا بين ربان الأسر في إدارة الدخل لصالح مستوي الدخل المنخفض.

ملخص نتائج الفرض الثاني:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المرأة العاملة وغير العاملة في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الإدارة المالية للأسرة بمحاوره (إدارة الدخل المالي ، إستثمار الدخل المالي ، إدارة الالزمات المالية) عند مستوى دلالة ٠,٠١ لصالح العاملات .
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الإدارة المالية للأسرة تبعا لتعليم الزوجة كان لصالح مستوي التعليم الاعلي
- في متوسطا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الإدارة المالية للأسرة تبعا لسن الزوجة كان لصالح المرحلة العمرية من ٤٥ سنة فأكثر
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الإدارة المالية للأسرة تبعا لعدد أفراد الأسرة كان لصالح الأسر التي عددها أقل من ٤ أفراد .
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات إستجابات الزوجات عينة البحث في الإدارة المالية للأسرة تبعا الدخل الشهري كان لصالح الاسر ذات الدخل المرتفع .

من خلال ما سبق يتضح تحقق الفرض الثاني.
الفرض الثالث:

- توجد علاقة ارتباطية بين استبيان الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر بمكوناته الثلاثة (المعرفي ، السلوكي ، الوجداني) وبين استبيان الإدارة المالية للأسرة بمحاوره (إدارة الدخل المالي ، استثمار الدخل المالي ، إدارة الأزمات المالية) .
وللتحقق من صحة الفرض تم عمل مصفوفة الارتباط بين استبيان الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر بمكوناته الثلاثة و استبيان الإدارة المالية للأسرة بمحاوره على النحو التالي:

جدول (٣٠) قيم معاملات الارتباط بين استبيان الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر بمكوناته و استبيان الإدارة المالية للأسرة بمحاوره

الإدارة المالية للأسرة ككل	ادارة الأزمات المالية	استثمار الدخل المالي	ادارة الدخل المالي	
**٠,٨٥١	**٠,٧٤٨	**٠,٨٨٩	*٠,٦٠٥	المكون المعرفي
**٠,٧٠٦	**٠,٩١٧	*٠,٦١٨	**٠,٧٣٣	المكون السلوكي
**٠,٨٩٠	**٠,٨٢٤	**٠,٩٠٦	*٠,٦٢٤	المكون الوجداني
**٠,٧٥١	**٠,٨٦٣	**٠,٧٢٨	**٠,٨٠٣	الاستهلاك الأخضر ككل

* دال عند ٠,٠٥

** دال عند ٠,٠١

يتضح من جدول أن هناك علاقة ارتباطية موجبة بين الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر بمكوناته الثلاثة (المعرفي ، السلوكي ، الوجداني) وبين الإدارة المالية للأسرة بمحاوره (إدارة الدخل المالي ، استثمار الدخل المالي ، إدارة الأزمات المالية) و عند مستوي دلالة ٠,٠١ و ٠,٠٥ ، فكلما زاد الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر بمكوناته الثلاثة (المعرفي ، السلوكي ، الوجداني) زادت الإدارة المالية للأسرة بمحاوره (إدارة الدخل المالي ، استثمار الدخل المالي ، إدارة الأزمات المالية) . حيث يساعد الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر المستهلكين علي التبصر وفهم عملية الشراء والاستهلاك للسلع والخدمات بالإضافة إلي مقدرتهم علي الاختيار بين البدائل المتاحة و ايضا يجعلهم أكثر معرفة بواجباتهم وحقوقهم ، فيكونوا أكثر حرصا علي جودة

السلع والخدمات وبالتالي يؤثر ذلك علي الطريقة التي تتبعها الأسرة في الإدارة المالية فيزداد الحرص علي الاستثمار والتخطيط الجيد لدخل المالي المالي للأسرة لمواجهة الازمات المالية مما يحقق الاستقرار الاقتصادي للأسرة وتساهم في تحقيق التنمية و الرخاء للأسرة والمجتمع . وتتفق هذه نتيجة مع دراسة منال الشامي وآخرون (٢٠٢١) حيث أثبتت وجود علاقة دالة إحصائياً بين البعد المعرفي للمسؤولية البيئية وبين الاستهلاك الأخضر ، وايضا مع دراسة هبه الله شعيب (٢٠١٨) حيث أكدت علي وجود علاقة ارتباطية موجبة بين إدارة ربات الأسر للدخل الأسري والسلوك الشرائي ، و ايضا أظهرت دراسة سناء النجار (٢٠١٧) أن اتباع ربة الأسرة لاستراتيجيات وسياسات رشيدة في الاستهلاك والعمل علي حسن استخدام الموارد وعدم الأسراف وتقليل الفاقد بقدر الإمكان والمحافظة علي البيئة تمثل الركيزة الأولى في تحقيق التنمية المستدامة ، وايضا دراسة زينب يوسف (٢٠١٥) حيث أكدت علي وجود علاقة إرتباطية موجبة بين استراتيجيات ترشيد الاستهلاك وتحقيق التنمية المستدامة ، وكذلك دراسة

واوضحت أن الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر يتأثر بشكل كبير (Irاندست & Bamdad, 2014)

بالاتجاهات والمعرفة ، وايضا دراسة آمال غراب (٢٠١٣) توصلت الي ضرورة تدعيم دور المرأة في تحقيق الاستدامة في الاستهلاك الرشيد من خلال الاتجاه الي الاقتصاد البيئي الأخضر .

ملخص نتائج الفرض الثالث:

- توجد علاقة ارتباطية موجبة بين الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر بمكوناته الثلاثة (المعرفي ، السلوكي ، الوجداني) وبين الإدارة المالية للأسرة بمحاوره (إدارة الدخل المالي ، استثمار الدخل المالي ، إدارة الازمات المالية) و عند مستوي دلالة ٠,٠١ و ٠,٠٥ ، فكلما زاد الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر بمكوناته الثلاثة (المعرفي ، السلوكي ، الوجداني) زادت الإدارة المالية للأسرة بمحاوره (إدارة الدخل المالي ، استثمار الدخل المالي ، إدارة الازمات المالية) من خلال ما سبق يتضح تحقق الفرض الثالث.

الفرض الرابع:

- تختلف نسب مشاركة متغيرات الدراسة في تفسير نسبة التباين الخاصة بالمتغير التابع (الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر) تبعا لأوزان معاملات الانحدار ودرجة الارتباط .

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام معامل الانحدار المتعدد (Multi Regression Analysis) للتعرف علي العوامل الاكثر مساهمة في تفسير نسبة التباين في المتغير التابع، والجدول (٣١) يوضح هذه النتائج.

جدول (٣١) الأهمية النسبية للعوامل المؤثرة علي الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر

المتغير المستقل	معامل الارتباط	نسبة المشاركة	قيمة (ف)	الدلالة	معامل الانحدار	قيمة (ت)	الدلالة
المستوي التعليمي	٠,٩٢٣	٠,٨٥٢	١٦١,٣٠٥	٠,٠١	٠,٧٢٨	١٢,٧٠١	٠,٠١
العمل	٠,٨٩٠	٠,٧٩٢	١٠٦,٥٣٩	٠,٠١	٠,٦٥١	١٠,٣٢٢	٠,٠١
السن	٠,٨٢٧	٠,٦٨٤	٦٠,٥٢٤	٠,٠١	٠,٥٢٢	٧,٧٨٠	٠,٠١
عدد أفراد الأسرة	٠,٧٨٠	٠,٦٠٩	٤٣,٥٣٢	٠,٠١	٠,٤٣٩	٦,٥٩٨	٠,٠١

المتغير التابع
الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر

يتضح من الجدول أن المستوي التعليمي لزوجات كان أكثر العوامل تفسيراً لنسبة التباين في الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر يليه العمل، يليه السن، واخيراً يأتي عدد أفراد الأسرة، ومن هنا يتضح أن المستوي التعليمي لزوجات أكثر العوامل المؤثرة علي الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر ويرجع ذلك أن التعليم له دور كبير في اكتساب العديد من المفاهيم والسلوكيات التي تساعد علي بناء اتجاه ايجابي نحو سلوك شرائي صحيح قائم علي أسس ومعايير جودة السلع ، وهذا يوضح أهمية التوعية والتنقيف للزوجات كأولوية اولي لزيادة الاتجاه نحو الاستهلاك الاخضر ، مما يعود علي الاسرة والمجتمع ككل بالنفع.

ملخص نتائج الفرض الرابع:

- اتضح ان المستوي التعليمي للزوجات كان أكثر العوامل تفسيراً لنسبة التباين في الاتجاه نحو الاستهلاك الأخضر يليه العمل، يليه السن، واخيراً يأتي عدد أفراد الأسرة .

من خلال ما سبق يتضح تحقق الفرض الرابع.

الفرض الخامس :

- تختلف نسب مشاركة متغيرات الدراسة في تفسير نسبة التباين الخاصة بالمتغير التابع (الإدارة المالية للأسرة) تبعاً لأوزان معاملات الانحدار ودرجة الارتباط .
وللتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام معامل الانحدار المتعدد (Multi Regression Analysis) للتعرف على العوامل الأكثر مساهمة في تفسير نسبة التباين في المتغير التابع، والجدول (٣٢) يوضح هذه النتائج.
جدول (٣٢) الأهمية النسبية للعوامل المؤثرة على الإدارة المالية للأسرة

المتغير التابع	المتغير المستقل	معامل الارتباط	نسبة المشاركة	قيمة (ف)	الدلالة	معامل الانحدار	قيمة (ت)	الدلالة
الإدارة المالية للأسرة	المستوي التعليمي	٠,٩١٢	٠,٨٣١	١٣٧,٧٠٣	٠,٠١	٠,٧٠١	١١,٧٣٥	٠,٠١
	الدخل الشهري	٠,٨٧٧	٠,٧٦٩	٩٣,٢١٤	٠,٠١	٠,٦٢٢	٩,٦٥٥	٠,٠١
	العمل	٠,٨٤٧	٠,٧١٨	٧١,٣١٩	٠,٠١	٠,٥٦٢	٨,٤٤٥	٠,٠١
	السن	٠,٨١٢	٠,٦٥٩	٥٤,١٤١	٠,٠١	٠,٤٩٤	٧,٣٥٨	٠,٠١

يتضح من الجدول أن المستوى التعليمي لزوجات كان أكثر العوامل تفسيراً لنسبة التباين في الإدارة المالية للأسرة يليه الدخل الشهري، يليه العمل، وأخيراً يأتي السن ، ومن هنا يتضح أن المستوى التعليمي لزوجات أكثر العوامل المؤثرة على الإدارة المالية للأسرة وهذا يوضح أهمية التعليم بالنسبة للمرأة حيث يؤثر المستوى التعليمي للزوجة على القدرة على التخطيط السليم للدخل المالي للأسرة مما يحقق أهداف الأسرة المالية
ملخص نتائج الفرض الخامس:

- اتضح أن المستوى التعليمي للزوجات كان أكثر العوامل تفسيراً لنسبة التباين في الإدارة المالية للأسرة يليه الدخل الشهري، يليه العمل، وأخيراً يأتي السن .

من خلال ما سبق يتضح تحقق الفرض الخامس.

توصيات البحث:

- وفقا لنتائج البحث الحالي توصي الباحثان بما يلي:
- ١- عقد ندوات ومحاضرات في مراكز تجمع المرأة لتوعية المرأة بأهمية الاستهلاك الأخضر ونشر المفاهيم الخاصة بثقافة الاستهلاك الصديق للبيئة لما لها من تأثير ايجابي علي الأسرة والمجتمع.
 - ٢- تدريس مقررات دراسية خاصة بمجال البيئة في المناهج الدراسية للمراحل التعليم المختلفة للعمل علي نشر الوعي البيئي لما لها من أثر في التوجه نحو الاستهلاك الأخضر مما يعود علي الاسرة بالنفع والمجتمع ككل.
 - ٣- الأهتمام بنشر الوعي بالاستهلاك الأخضر من خلال برامج المرأة والأسرة بأجهزة الإعلام المختلفة لما لها من أثر كبير في تفعيل دور الأسرة في الحفاظ علي البيئة .
 - ٤- إقامة دورات تدريبية لمساعدة المرأة في تنمية السلوكيات الاستهلاكية السليمة في جميع المجالات الاستهلاكية وايضا إدارة مواردها المختلفة حتي يساعدها في الارتقاء بمستوي معيشتها.
 - ٥- إعداد برامج وكتيبات إرشادية تهدف إلي توعية أفراد الاسرة بالاسس العلمية في الإدارة المالية للاسرة لما له الاثر في تحقيق الاستقرار المالي للأسرة .
 - ٦- تبني الجهات المعنية بالأسرة للبرامج الإرشادية والقوافل التثقيفية لنهوض بإدارة موارد الاسرة والعمل علي مساعدة ربات الأسر وتثقيفهم وتعليمهم أسس الإدارة السليمة .
 - ٧- توجيه نظر المسؤولين والمختصين بتوفير المنتجات الخضراء بسعر مناسب لدعم الاتجاه نحو الاستهلاك الاخضر.
 - ٨- قيام الشركات التجارية بتوفير الدعاية الكافية عن المنتج الاخضر لدعم الاستهلاك الاخضر.
 - ٩- إجراء مزيد من الدراسات حول الاستهلاك الأخضر و الإدارة المالية للاسرة وأثره في رفع الأعباء الاقتصادية عن الأسرة .

المراجع

- ١- إبراهيمي عبد الرزاق (٢٠١٤) : المستهلك الأخضر ضمن سياق التنمية المستدامة، مجلة الحقوق والعلوم الانسانية ، دراسات في الاقتصاد ، مج ١ ، ٢٦٤
- ٢- أسعد حميد العلي (٢٠١٩) : الإدارة المالية "الأسس العلمية والتطبيقية" ، دار وائل للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن .
- ٣- آسية بن أحمد (٢٠١٨) : "أثر توجه المستهلك نحو المنتجات الخضراء علي السلوك الشرائي دراسة ميدانية علي طلبة الجامعات الجزائرية" ، مجلة إقتصاديات المال والأعمال ، ٥٤ ، المركز الجامعي ، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، الجزائر.
- ٤- أشرف دوابه (٢٠١٨) : إدارة المالية للأسرة المسلمة ، مجلة المجتمع ، الكويت
- ٥- إلياس شاهد ، عقبة عبد اللاوي ، عبد النعيم دفرور (٢٠١٧) : " السعر الأخضر وأثره علي قرار الشراء لدي المستهلك النهائي " ، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات ، العدد الخامس.
- ٦- أمال يوسف غراب (٢٠١٣) : " ترشيد الشباب لسياسات إدارة البيئة وعلاقتها بتحقيق الاقتصاد البيئي الأخضر في ضوء منظومة التنمية المستدامة " ، المؤتمر الدولي الاول للاقتصاد المنزلي في الفترة (٨-٩) مايو ، كلية الاقتصاد المنزلي ، جامعة حلوان ، مصر.
- ٧- أمل عازب الزهراني (٢٠٠٧) : " انعكاس ممارسة السلوك الاداري في المسكن التدريبي علي المهارات المكتسبة لطالبات الاقتصاد المنزلي بمكة المكرمة " ، رسالة ماجستير ، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعه أم القري - المملكة العربية السعودية.
- ٨- أمل عبد الرحمن النويصر (٢٠٢٠): " ادارة الدخل المالي لطلاب الجامعة وعلاقته بقلق المستقبل - دراسة ميدانية مطبقة علي طلاب جامعة القصيم " مجلة بحوث التربية النوعية - جامعة القصيم ، العدد (٥٨) المجلد ابريل ٢٠٢٠.

- ٩- انعام أحمد عابد (٢٠١٩) : " قياس اتجاهات الأسرة السعودية نحو الاستهلاك الذكي " ، مجلة الفنون والأدب وعلوم الانسانيات والاجتماع ، العدد (٤٣) سبتمبر ٢٠١٩ ، كلية الامارات للعلوم التربوية.
- ١٠- إيمان سوفا (٢٠١٧) : " دور الاعلام في تفعيل ثقافة ترشيد الاستهلاك " ، مجلة العلوم الانسانية ، جامعة منتوري قسنطينة ، الجزائر، العدد (٤٧) .
- ١١- اية عبد الشافي أبو سليم (٢٠١٨) : " ادارة أولويات الاستهلاك وعلاقته بلامن الاقتصادي الأسري في ضوء التسعير النفسي من منظور ربة الأسرة " ، المجلة المصرية للاقتصاد المنزلي العدد (٣٤).
- ١٢- باعمر الزهرة (٢٠٠٦) : اتجاهات المرأة نحو بعض القضايا الاجتماعية في ظل بعض المتغيرات الديمغرافية ، رسالة ماجستير ، جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، كلية الآداب والعلوم الإنسانية ، قسم علم النفس وعلوم التربية، الجزائر.
- ١٣- ثامر البكري (٢٠١٤) : " قضايا معاصرة في التسويق " ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن.
- ١٤- حنان حنا عزيز يوسف ، شيرين عبد الباقي فرحات (٢٠١٢) : " دور ربة الأسرة في إدارة الدخل المالي وعلاقته بالتوافق الزوجي " ، المؤتمر العلمي السنوي العربي الرابع ، كلية التربية النوعية ، جامعة المنصور ، مصر.
- ١٥- رشا رشاد منصور (٢٠١٥) : " وعى ربة الأسرة بإدارة مواردها وعلاقته بالدخل غير المنظور " ، مجلة الاسكندرية للعلوم الزراعية ، مج ٦٠ ، ٢٤ ، جامعة الاسكندرية ، مصر.
- ١٦- ريهام كامل السعيد (٢٠٢١) : " التفكير الابداعي لربة الأسرة وعلاقته بإدارة الدخل المالي الأسري " المجلة المصرية للاقتصاد المنزلي ، المجلد (٣٧) ديسمبر ٢٠٢١ .
- ١٧- زينب صلاح محمد يوسف (٢٠١٥) : " استراتيجية ترشيد الاستهلاك الأسري من أجل التنمية المستدامة وعلاقتها بجودة الحياة " ، المؤتمر العلمي السنوي

- العربي العاشر الدولي السابع في الفترة (١٥-١٦) ابريل ، كلية التربية النوعية ، جامعة المنصورة ، مصر.
- ١٨- سمة عمراوي (٢٠١٧) : "أثر التسويق الأخضر في توجيه السلوك الاستهلاكي نحو حماية البيئة" ، بالنسبة لمنتج سيرغاز لمؤسسة نفال ، مجلة العلوم الانسانية ، ١٧٤ ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، الجزائر.
- ١٩- سميرة بنت سالم عياد (٢٠١٤) : " السلوك الاستهلاكي في ضوء المواصفات القياسية للجودة وعلاقته بالاستقرار المالي للأسرة السعودية " ، رسالة دكتوراه ، كلية التصاميم ، جامعة أم القرى ، المملكة العربية السعودية.
- ٢٠- سلوي محمد علي عيد (٢٠١٧) : "وعي ربات الأسر باستخدام الأجهزة المنزلية في ظل سياسة ترشيد دعم الطاقة المنزلية وعلاقته بإدارة الدخل المالي" ، المؤتمر الدولي الاول في الفترة (٢٤-٢٧) اكتوبر ، كلية التربية النوعية ، جامعة كفر الشيخ ، مصر.
- ٢١- سناء محمد النجار (٢٠١٧) : " سياسات الاستهلاك الأسري وتأثيرها علي البصمة البيئية في ضوء التنمية المستدامة " ، مجلة الاقتصاد والمجتمع ، جامعة المنصورة ، العدد (٨)
- ٢٢- طارق طه (٢٠٠٦) : " التسويق بالانترنت والتجارة الالكترونية " دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية.
- ٢٣- عبد الخالق بن علي (٢٠١٧) : " الادارة المالية للأسرة " ، مقال صحيفة مال ، المملكة العربية السعودية.
- ٢٤- علي علاء الدين عباس (٢٠١٨) : "العوامل المؤثرة في السلوك الشرائي للمستهلك النهائي تجاه المنتجات الصديقة للبيئة" : دراسة تطبيقية علي المصائبح الموفرة للطاقة في مصر ، المجلة العلمية للبحوث التجارية ، ٤٤ ، جامعة المنوفية ، كلية التجارة ، مصر.
- ٢٥- فاتن مصطفى كمال ، عبير ياسين أحمد حجازي ، سلوي محمد زغلول (٢٠٢٠) : " ممارسات ربات الأسر لادارة الدخل المالي وعلاقة ذلك بوعيهن الاستهلاكي عند تأثيث المسكن " ، المجلة العلمية بحوث في العلوم والفنون

- النوعية ، العدد الثالث عشر – المجلد الأول يونيو ٢٠٢٠ ، كلية الاقتصاد المنزلي ، جامعة المنوفية.
- ٢٦- فاطمة محمد بهاء الدين (٢٠٢٠) : " السمات الشخصية لربة الأسرة وعلاقتها بالسلوك الاستهلاكي " ، المجلة المصرية للدراسات المتخصصة ، المجلد (٨) العدد (٢٦) ابريل ٢٠٢٠.
- ٢٧- فاطمة مصطفى أحمد (٢٠٢٠) : " فاعلية برنامج ارشادي لتنمية وعي المرأة بإدارة الدخل المالي للأسرة وعلاقته ببعض طرق حفظ الأغذية منزليا " ، المجلة المصرية للاقتصاد المنزلي ، المجلد السادس و الثلاثون ، العدد (١) .
- ٢٨- فاطمة محمد عبد العاطي ، حنان سامى عبد العاطي (٢٠١٥) : " دور شبكة الانترنت في إثراء القيم الجمالية عند تأثيث وتنسيق المسكن وعلاقته بالسلوك الاقتصادي للأسرة " ، مجلة بحوث التربية النوعية ، ٣٩٤ ، جامعة المنصورة ، مصر.
- ٢٩- مایسة محمد الحبشي ، وجيدة محمد نصر (٢٠١٥) : " فاعلية برنامج ارشادي لتنمية وعي ربة الأسرة بالدعم السلعي وعلاقته بإدارة الدخل المالي " ، بحث منشور -مجلة بحوث التربية النوعية ، جامعة المنصورة ، العدد (٣٨) .
- ٣٠- محمد ابراهيم عبيدات (٢٠٠٤) : " التسويق الاجتماعي الأخضر والبيئي " ، الطبعة الأولى ، دار وائل للنشر ، عمان.
- ٣١- محمد قويدري ، خديجة قورين (٢٠١٦) : " العوامل المؤثرة علي سلوك المستهلك في اتخاذ قرار شراء المنتج الأخضر " ، دراسة حالة مصابيح الاقتصاد في الطاقة ، ديسمبر ٢٠١٦.
- ٣٢- منال مرسي الدسوقي، نورهان محمد علي صقر، رشاشا عبدالله عبدالرازق علوان،إلهام عبدالعزيز محمد حسين،هنا أحمد شوقي شيهه،منار مرسي الدسوقي الشامي (٢٠٢١): "الشعور بالمسؤولية البيئية لدي طلاب جامعة الطائف وعلاقته بسلوكهم الاستهلاكي الأخضر " ، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، مج٧، ٣٧٤ ، كلية التربية النوعية ، جامعة المنيا ، مصر.

- ٣٣- نرمين أحمد عبد المنعم (٢٠١٩) : " قيم الاستهلاك الأخضر لدي الشباب الجامعي ودورها في زيادة الوعي البيئي ونية الاستمرار لشراء المنتجات الغذائية العضوية " ، المجلة العلمية للبحوث التجارية ، العدد الثالث يوليو ٢٠١٩ .
- ٣٤- نعمة مصطفى رقبان (٢٠٠٨): " دليلك الي الادارة العلمية للشئون المنزلية " ، مصر، النور للطباعة.
- ٣٥- هاجر عبد الدائم ، راضية بولقرون (٢٠٢٠) : " التسويق الأخضر كآلية لجذب المستهلك الأخضر " ، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة ، المجلد (٥) ، العدد (١) .
- ٣٦- هبة الله علي محمود شعيب (٢٠١٨): "إدارة ربات الأسر للدخل الأسري وعلاقته بسلوكهن الشرائي في ظل تعويم الجنيه المصري " ، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، ١٧٤، ج ١ ، كلية التربية النوعية ، جامعة المنيا ، مصر.
- ٣٧- وفاء عبد النبي محمد حسين (٢٠٢٠): " رؤية مقترحة لتفعيل دور المجتمع في نشر ثقافة الاستهلاك الأخضر " ، مجلة ابداعات تربوية ، العدد الثالث عشر ابريل ٢٠٢٠ ، رابطة التربويين العرب.
- 38- Andrades, Garay (2015):" **Effect to Methods of Teaching Computerized Family Budgeting to Literate and non Literate women's in Puerto rice**". PhD: The Ohio, State- University.
- 39- Betle & Mason (2017): "**Family Cash Flow C of Dissertat-ion** "Abstracts International Budgeting.
- 40- Brown, Lindsey. (2011): "**A comparison of adolescent mothers and adult mothers with low levels of education**". M.S., Iowa State University, Human Development and Family Studies. United States - Iowa: Ann Arbor.
- 41- Bulut, Z, A, Kokalan Clmrin, F, & Dogan, O, (2017):" **Gender generation and sustainable consumption Exploring the**

-
- behavior of consumers from Izmir, Turkey**, International Journal of consumer studies, vol41(6).
- 42- Dangelico,R.(2015) : " **Green Productinnovation : where we are and where we are going** " Business Strategy and Environment,25(8)
- 43- Hashemzadeh,F (٢٠١٦): "**Environmental Awareness attitudes and Behaviour of Secondary School Students and Teachers in Tehran Iran**", Thesis Doctor of Philosophy(PhD) , Hashemzadeh,Hamilton.
- 44- Henning Best(2009): "**Structural and Ideological Determinants of Household Waste Recycling**":Results from an Empirical Study in Cologne, Germany, Berghahn Journals Nature and Culture 4(2), Summer.
- 45- Irandust,M , & Bamdad,N, (2014): "**The Role of Customer's believability and attitude in Green purchase intention**", Arabian Journal of Business and Management Review,vol3(7).
- 46- Lin,P,C, Huang,Y,H (2012):"**The fluence factors on choice behavior regarding green Products based on the theory of consumption values**", Journal of Cleaner Production,vol22.
- 47- Majid, Hadia. (2012) : "**Parental Decision-Making and Intra-Household Resource Allocation**". Ph.D., The Ohio State University, Agricultural, Environmental, and Development Economics. United States - Ohio: Ann Arbor.
- 48- Norazah,M ,Suki, Norbayah,M ,S ,(2015): "**Impact of Consumption Values on Consumer Environmental Concern Regarding Green Products Comparing Light Average and Hverage and Heavy Users**", International Journal of Economic and Financial ,vol5.
-

-
- 49- Rahman,N,A (2016): "**Knowledge Internal and Environmental Factors on Environmental Care Behavior Among Aboriginal Students in Malaysia**", International Journal of Environmental and Scienc Education, vol11,no12.
- 50- Rahnama,H , (2017): "**Effect of Consumption Values on Women Choice Behavior Toward Organic Foods the case of Organic Yogurt in Iran** ",Journal of food products Marketing,vol23(2).
- 51- Sharma,k.,& Aswal,c. (2017) : "**Green Purchase Intentions, Collectivism and Materialism : An Empirical Investigation** " Journal of the Humanties and the Soocial Sciences.
- 52- Song, Y,Qin, Z, Yuan, Q, (2019): "**The Ipact of Eco-Label on the Young Chinese Generation**": The Mediation Role of Environmental Awareness and Product Attributes in Green Purchase Sustainability,vol11(4).
- 53- Tripathi,A.,& Singh,M.P. (2016) : "**Detrminants of Sustainable/green consumption:a review International** ", Journal of Environmental Technology and Management,19(3-4).
- 54- Zavali,M.,&Theodoropoulou.H. (2018) :"**Investigating determinants of green consumption** : evidence from Greece So- cial Responsibitlity Journal,14(4).
-