



البحث السادس

بعض المهارات الشخصية وعلاقتها بأساليب النسوق لدى عينة من ربان الأسر

إعداد:

أ.د/ منى مصطفى الزاكي
أستاذ ورئيس قسم إدارة مؤسسات الأسرة
والطفولة كلية الاقتصاد المنزلي جامعة الأزهر

أ.د/ ربيع محمود علي نوفل
أستاذ بقسم إدارة المنزل والمؤسسات
كلية الاقتصاد المنزلي جامعة المنوفية

أ / فاطمة البكري محمد البسيوني
معيدة بقسم إدارة مؤسسات الأسرة والطفولة
كلية الاقتصاد المنزلي جامعة الأزهر

د/ منى محمد زكي طفر
مدرس بقسم إدارة المنزل والمؤسسات
كلية الاقتصاد المنزلي جامعة المنوفية



Some Personal Skills and Its Relationship to the Shopping Methods among a Sample of Households

Rabie Mahmoud Ali Nofal

Mona Mustafa EL-Zaki

Mona Mohamed Zaki Saqr

Fatema El-Bakry Mohammed El-Bassiouny

Abstract

The objectives of the study were to identify the nature of the relationship between some of the personal skills in the four axes (time management and effort - skill of using technology - the skill of communication with others - the skill of commercial negotiation), and shopping methods in its four dimensions (trade - - Trade-off based on location The number of years of marriage, the age of the husband, the age of the wife, the level of education of the husband, the educational level of the wife, the categories of monthly income, the amount of the wife's participation in household expenses, The number of hours used by the housewife for the Internet), the study of the differences between wives (women and non-workers, participants in household expenses and non-participants) in each of the four personal skills and the shopping methods followed by female heads of households. The study was followed by an analytical and descriptive approach. A questionnaire was prepared on some personal skills and a survey on shopping methods and their unification. The questionnaire was applied to a sample of selected wives in a targeted, targeted manner consisting of 300 wives from the Western and Menoufia governorates with different social and economic levels. The results showed that there is a positive correlation relationship at the level of significance (0.01) between some personal skills in the four axes and the shopping methods followed by female heads of households in the four dimensions of the study as a whole. There are no statistically significant differences between female heads of household and non-working women in some personal skills Four, and no significant differences There were statistically significant differences between female heads of household who participated in income and non-participation in favor of female heads of households who participated in the questionnaire of some personal skills in their four dimensions. There were also no significant differences between Household heads of income and non-income participants in the four-dimensional shopping styles questionnaire. The study presented a number of

recommendations, the most important of which was the need to raise the awareness of female heads of households to the proper dealing with shopping networks and websites so that they can obtain their goods and services without effort, effort and high quality. The researcher also recommended that educational courses for female heads of household Especially aimed at developing their personal abilities, especially in the use of technology because it is one of the most important requirements of modern times, and it is necessary to The competent authorities provide a sound legal environment that allows the safe use of the Internet by setting some laws and regulations aimed at simplifying electronic transactions, providing security and safety for consumers from fraud and deception when using e-shopping, and the need to provide security and protection for electronic payment methods in terms of maximum limits for storage. The researcher guides marketers in general to the need to pay attention to after-sale services because of their significant impact on the attractiveness and confidence of many consumers in the products of the marketer.

Keywords: skill, personality, personal skills, shopping, housewife .

• مقدمة ومشكلة الدراسة :

لقد حظي القرن الحادي والعشرون بالعديد من التغيرات العلمية والتكنولوجية التي أوصلت العالم إلى قمة التطور والتي صبغت شتى مجالات الحياة ويات التقدم العلمي والتكنولوجي معياراً يقاس به قوة وتقدم الأمم والحضارات (صبري ومحمد، ٢٠٠٤: ٢٨٧).

ويعد إمداد الفرد بالعلم الصحيح المرتبط باكتساب المهارات اللازمة لمعيشة الحياة الحالية أمر جدير بالتقدير، فالتصرف التلقائي القائم على التفكير الفطري في مواقف الحياة المختلفة قد يجر الفرد إلى سلسلة من الأخطاء التي لا نهاية لها نظراً لأنه قد يقيس الأحداث على غير وجهها الصحيح في حين أن المعرفة المبنية على أساس من العلم السليم تساعد الأفراد في الوصول إلى الحقائق بصورة واضحة (عمران وآخرون، ٢٠٠١: ١٠).

والإنسان بطبيعته كائن بشري معقد في تكوينه النفسي من حيث الغرائز والإمكانات والقدرات والمهارات التي يمتلكها، ويتوقف إتقان المهارة على مستوى التناسق والتسلسل والتكامل بين الخطوات المكونة لها، والزمن الذي تؤدي فيه وعلى قدرة ربة الأسرة على التنسيق بين المتطلبات المكانية والزمانية التي تتعرض لها (خضر، ٢٠٠٦، ٣٤٧).

ومن المعلوم أن لكل فرد شخصيته التي ترتبط بالأفكار والمعتقدات التي يؤمن بها والتي تؤثر على كافة قراراته التي سيتخذها وبالتالي يكون القرار متطابقاً مع تلك الأفكار والتوجهات الشخصية للفرد (سويد، ٢٠٠٧: ١٣٨)، ونتيجة لتوسع المعرفة والتطور الذي جعل العالم قرية صغيرة أصبح من الضروري امتلاك الفرد للعديد من المهارات الشخصية من أجل إمكانية التعامل مع هذه التطورات (مازن، ٢٠٠٢: ٣٥٢-٣٥٣).

وتشتمل المهارات الشخصية على مهارة إدارة الوقت، ومهارة استخدام التكنولوجيا، ومهارة التفاوض التجاري، ومهارة الاتصال بالآخرين، ونظراً لأن الوقت هو عمر الإنسان وحياته، فهو مورد شديد الندرة، مورد غير قابل للتخزين، فاللحظة التي لا تستغل تفسى، وهو مورد غير قابل للتعويض أو البديل يحاسب عليه الإنسان مرتين، قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "لا تزول قدما عبد يوم القيامة حتى يسأل عن عمره فيما أفناه، وعن علمه فيم فعل، وعن ماله من أين اكتسبه وفيم أنفقه، وعن جسمه فيم أبلاه" (الباحوث، ٢٠١٣: ١٨). ويعد القدرة على إدارة الوقت وتنظيمه مفتاح النجاح في أي عمل من الأعمال أو نشاط من الأنشطة، لذا فإن إدارة الوقت يترتب عليها قدرة الفرد على إدارة ذاته لأن من لا يستطيع إدارة وقته لن يتمكن من إدارة ذاته (أبو شيخة، ٢٠٠٩: ٢٨).

كما تعد مهارة المفاوضات التجارية من أقدم وأهم المهارات الإنسانية التي تتم بين طرفين أو أكثر من أجل تحقيق اتفاق معين أو مقايضة سلعة بأخرى أو شراء أو بيع سلعة معينة، مما أكسب الإنسان مهارات تفاوضية على المستوى الشخصي والأسري (ريمة، ٢٠١٤: ١).

ولا شك أن التفاوض التجاري وسيلة جيدة لحل أية منازعات، فهو وسيلة سلمية وطريقة تفاهم مباشرة بين الطرفين المعنيين في أمر يمثل مصلحة مشتركة بينهما، والمفاوضات ليست إجراءً شكلياً بل لأبد من توافر النية الحقيقية للوصول إلى حلول تفاوضية (أندرسون، ٢٠١٠: ٣٣).

كما اتضح أهمية مهارة الاتصال والتواصل بين الأفراد بواسطة العلاقات الشخصية التي تكونها مع الآخرين من حولنا سواء كانت هذه العلاقات قديمة أو حديثة سواء قصيرة أو طويلة المدى، سطحية أو حميمية، مستقرة أو مضطربة، مليئة بالحب أو باليغض، فنحن نحتاج هذه العلاقات بغض النظر عن الطريقة التي نصف بها علاقاتنا، فالإتصال الشخصي هو تبادل المعلومات والأفكار والأخبار التي تتم بين الأشخاص دون عوامل أو قنوات وسيطة (آل سعد والعقبواوي، ٢٠١١: ٨٩). ونظراً للتطور الهائل الذي يشهده العالم في مختلف مجالات الحياة وفي استخدام تكنولوجيا المعلومات بوجه خاص، أدى ذلك إلى تغيير طبيعة ونمط الحياة الاقتصادية لكافة الأفراد سواء في

الدول المتقدمة أو النامية على حد سواء، وأصبحت شبكة الإنترنت أداة للتواصل الإنساني السريع (Commerce, 2008:45).

وعلى الرغم من أن الإنترنت في بداية استخدامه كان في الأعمال التجارية ولم ينظر إليه على أنه وسيلة اتصال أساسية، إلا أنه اليوم أحد أهم الوسائل الاستراتيجية التي تسعى المنظمات إلى تحقيق أهدافها من خلالها، فالخدمات التي تقدمها هذه الوسيلة ذات فوائد غير محدودة (الزامل وشموط، ٢٠٠٩:٣٤٠).

لذا فإن الإنترنت أصبح وسيلة اتصال جماهيرية حديثة لنقل الأخبار والمعلومات والأفكار إلكترونياً عن طريق شبكة الحاسب الآلي المتصلة بالهاتف باستخدام الألياف الضوئية ويمكن من خلالها نشر واستقبال الأخبار والمعلومات والصور بأسلوب سهل وبسيط (عالية، ٢٠١١:٦٣).

ويوضح Kitchen (2004:202) أن سلوك ربة الأسرة لا يأتي من فراغ بل هو نابع من متغيرات وعوامل داخلية في ذاتها وعوامل خارجية أخرى محيطتها بها تدفعها لإختيار أسلوب شرائي معين دون غيره، وتتعدد هذه المتغيرات وتتداخل تبعاً لطبيعة الفرد وخلفيته الثقافية والاجتماعية والذاتية فضلاً عن خصوصية السوق المتاحة وما هو مطروح من سلع وخدمات.

وتتمثل الخطوة الأولى في عملية اتخاذ القرار الشرائي في التعرف على الحاجات، وينشأ الشعور بالحاجة حين يبدأ المستهلك بإدراك الفرق بين الوضع الحقيقي الذي هو عليه والوضع الذي يرغب في الوصول إليه، وقد يكون السبب في هذا الشعور عضوياً وقد يكون سبباً خارجياً يثير الرغبة لدى الشخص في الشراء كتأثير الدعاية والإعلان وأساليب الترويج الأخرى، كما قد يؤدي عدم الرضا عن سلعة إلى دفع الشخص للبحث عن سلعة بديلة تحقق الإشباع والرضا بطريقة أفضل (توفيق، ٢٠٠٥:١٣٦).

كما أكدت دراسة تايه (٢٠٠٧: ١٦٨-١٧٤) على أنه توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠٥ بين الشباب الجامعي (ذكور وإناث) فيما يتعلق بأثر إعلانات الإنترنت على مراحل اتخاذ القرار الشرائي تبعاً لعمر ومستوى تعليم ودخل الشباب الجامعي، في حين لا توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بينهم تبعاً للجنس ونوع الجامعة.

وتتضمن قرارات الشراء التي تقوم بها ربة الأسرة مجموعة من جهود مكثفة في كل مرحلة من مراحل اتخاذ قرار الشراء، وذلك عندما يكون المنتج معقد أو غالي الثمن أو غير مألوف أو له خصوصية معينة بالنسبة لها (الصحن وعباس، ٢٠٠٤: ١١٩-١٢٠). وهذا ما أكدته دراسة Rahaul & Dolphy (2001: 45-55) والتي أجرتها بهدف تحديد العلاقة بين طبيعة السلع التي يمكن تسوقها من خلال شبكة الإنترنت وتكلفة شرائها، فلقد

اتضح من تلك النتائج أن تسوق بعض السلع من خلال الانترنت قد يخفض من تكلفة شرائها بينما توجد سلع أخرى قد تزيد عن تكلفة شرائها وبالتالي فان طبيعة السلعة هي التي تحدد السعر الإجمالي للشراء، حيث تبين أن تكلفة شراء الكتب مثلا قد تكون منخفضة وتتم بسهولة ويسر وأما الأحذية فتكلفة شرائها مرتفعة وتسبب إرباكا للعملاء لأنهم يريدون فحص السلعة قبل شرائها.

فيتضمن هذا القرار المقارنة بين الماركات والبدايل والأسواق الإلكترونية والتقليدية المختلفة والخدمات المقدمة لها بعد عملية الشراء وتستخدم ربة الأسرة العديد من المهارات والخصائص في ذلك بهدف تقييم جودة المنتج كما تعتمد على العديد من المصادر والمعلومات مثل رجال البيع والإعلانات والأفراد المحيطين والأصدقاء ممن يمتلكون نفس المنتج ويمكن لرجال التسويق أن يزودوا من قيمة احتياجات المستهلك من خلال الاتصالات التسويقية والتي تقارن بين بدائل عديدة في أماكن مختلفة بخصوص الخصائص الأساسية للمنتج من وجهة نظر ربة الأسرة (الصحن وعباس، ٢٠٠٤: ١١٩-١٢٠).

ولقد أكدت بعض الدراسات ومنها دراسة السواح (٩٣٥:٢٠١٣) على أنه توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠٥ بين متوسط درجات طلاب الجامعة الذين يشترون عبر الإنترنت ومن لا يشترون عبر الإنترنت في أسلوب اتخاذ القرارات الشرائية لصالح من لا يشترون عبر الإنترنت، وكذلك وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١ بين أسلوب استخدام طلاب الجامعة للإنترنت وأسلوب اتخاذ قراراتهم الشرائية، ولا توجد فروق دالة إحصائية بين متوسط درجات الذكور والإناث في أسلوب استخدام الإنترنت وأسلوب اتخاذ قراراتهم الشرائية، وأيضاً توجد فروق دالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠٥ بين متوسط درجات من يشترون عبر الإنترنت ومن لا يشترون عبر الإنترنت.

كما أدى التحول في الشراء من الأسلوب التقليدي إلى الشراء من المتاجر والمراكز الافتراضية عبر مواقع الإنترنت إلى تغيير عادات وأنماط الشراء لدى المستهلكين وحدوث بعض التغييرات مثل إقناع الأفراد والمستهلكين بأن التعاملات عبر الإنترنت تتصف بالأمان والسهولة وضمان جودة المنتجات مع توافر قنوات لاستبدال وإرجاع المنتجات وتحديد الطرق المختلفة المتاحة لتسليم المنتجات وتعريف المستهلكين بالقاعدة العريضة من المنتجات والإضافات التي تحدث عليها أولاً بأول (المنياوي، ٢٠٠٢: ٣٢).

حيث توصلت دراسة (Brown,2003:11-12) إلى أن اتجاهات وميول المستهلكين نحو الشراء عبر الإنترنت لا تتأثر فقط بسهولة الاستخدام والفائدة والمتعة، بل تتأثر بعوامل أخرى مثل: صفات المستهلك، خصائص

المنتج، الخبرة السابقة للمستهلك، وتوافر الثقة في بعض مواقع الإنترنت، كما بينتا أن كل من نوع المنتج وعمليات الشراء السابقة التي قام بها المستهلك تؤثر على نية شراؤه في المرات المستقبلية من تلك الشبكات والمواقع.

كما أكدت دراسة فقيه (١١٣:٢٠١٣) على أنه توجد علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية عالية بين جميع محاور استبيان التسوق الإلكتروني (مرحلة ما قبل الشراء - مرحلة الشراء الفعلي - مرحلة ما بعد الشراء) في عصر المعلوماتية وجميع محاور استبيان الاتجاهات الاستهلاكية (المكون المعرفي - المكون الوجداني - المكون السلوكي) حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (٠.٨٧٦) عند مستوى دلالة (٠.٠١).

وبسبب حالة الصراع القائم بين البائعين والمشتريين في الأسواق المختلفة، حيث كل طرف يحاول كسب المعركة من الطرف الآخر لتحقيق أهدافه ومراميه، بما يخدم كافة أطراف الصراع، فإن النتيجة الحتمية لهذا الصراع ستعكس على الأسعار بالذات لتصبح أكثر قرباً وارتباطاً بالقيمة السوقية الحقيقية (العلاق، ٢٠١٠:١٤١).

ومع تنامي النزعة الاستهلاكية في المجتمعات العربية والارتفاع المتزايد في الأسعار الأمر الذي يشكل عبء على ميزانية الأسرة كان من الضروري القيام بدراسة لقياس تأثير بعض المهارات الشخصية لدى ربة الأسرة على أساليب الشراء التي تتبعها.

ومن هنا يمكن صياغة مشكلة الدراسة الحالية في التساؤلات التالية:

٤ ما مستوى كل من: بعض المهارات الشخصية بمحاورها الأربعة (إدارة الوقت والجدول - استخدام التكنولوجيا - التواصل مع الآخرين - التفاهة والتجارة) وأساليب التسوق، بأبعادها الأربعة من خلال المفاضلة على أساس (السعر - الدفع والتوصيل - مكان الشراء - خدمات ما بعد البيع) لدى عينة من ربوات الأسرة؟

٤ ما طبيعة العلاقة بين بعض متغيرات المستوى الاجتماعي الاقتصادي للأسرة (عدد الأبناء، عدد سنوات الزواج، سن الزوج، سن الزوجة، المستوى التعليمي للزوج، المستوى التعليمي للزوجة، فئات الدخل الشهري، مقدار مشاركة الزوجة في الدخل، عدد ساعات استخدام ربة الأسرة للإنترنت)، وبعض المهارات الشخصية بمحاورها الأربعة لدى ربوات الأسرة الدراسة؟

٤ ما طبيعة العلاقة بين بعض متغيرات المستوى الاجتماعي الاقتصادي للأسرة (عدد الأبناء، عدد سنوات الزواج، سن الزوج، سن الزوجة، المستوى التعليمي للزوج، المستوى التعليمي للزوجة، فئات الدخل الشهري، مقدار مشاركة الزوجة في الدخل، عدد ساعات استخدام ربة الأسرة للإنترنت) وأساليب التسوق بأبعادها الأربعة لدى عينة من ربوات الأسرة؟

- ◀ ما طبيعة الفروق بين ربات الأسر عينة الدراسة العاملات وغير العاملات في كل من المهارات الشخصية بمحاورها الأربعة وأساليب التسوق بأبعادها الأربعة ؟
- ◀ ما طبيعة الفروق بين ربات الأسر عينة الدراسة المشاركات في الدخل وغير المشاركات في كل من المهارات الشخصية بمحاورها الأربعة وأساليب التسوق بأبعادها الأربعة ؟
- ◀ ما طبيعة التباين بين ربات الأسر عينة الدراسة في كل من بعض المهارات الشخصية بمحاورها الأربعة وأساليب التسوق بأبعادها الأربعة تبعا (عدد سنوات الزواج، مستوى تعليم الزوجة، فئات الدخل الشهري)؟

• أهداف الدراسة

- تهدف الدراسة الحالية بصفة رئيسة إلى دراسة بعض المهارات الشخصية، وعلاقتها بأساليب التسوق اللتي تتبعها ربات الأسر عينة الدراسة، ولتحقيق هذا الهدف يستلزم تحقيق الأهداف الفرعية الآتية :
- ◀ تحديد مسته، ك، من، بعض، المهارات الشخصية بمحاورها الأربعة (أداة الوقت والجهد - مهارة استخدام التكنولوجيا - مهارة التواصل مع الآخرين - مهارة التفاهة، التحاض، أساليب التسوق، بأبعادها الأربعة، خلافا، المفاضلة على أساس (السعر - طريقة الدفع والتوصيل - مكان الشراء - خدمات ما بعد البيع) لدى عينة من ربات الأسر.
- ◀ دراسة العلاقة بين بعض متغيرات المستوى الاجتماعي الاقتصادي للأسرة (عدد الأبناء، عدد سنوات الزواج، سن الزوج، سن الزوجة، المستوى التعليمي للزوج، المستوى التعليمي للزوجة، فئات الدخل الشهري، مقدار مشاركة الزوجة في الدخل، عدد ساعات استخدام ربة الأسرة للإنترنت)، وبعض المهارات الشخصية بمحاورها الأربعة لدى ربات الأسر عينة الدراسة.
- ◀ دراسة العلاقة بين بعض متغيرات المستوى الاجتماعي الاقتصادي للأسرة (عدد الأبناء، عدد سنوات الزواج، سن الزوج، سن الزوجة، المستوى التعليمي للزوج، المستوى التعليمي للزوجة، فئات الدخل الشهري، مقدار مشاركة الزوجة في الدخل، عدد ساعات استخدام ربة الأسرة للإنترنت) وأساليب التسوق بأبعادها الأربعة لدى عينة من ربات الأسر.
- ◀ توضيح الفروق بين ربات الأسر عينة الدراسة العاملات وغير العاملات في كل من بعض المهارات الشخصية بمحاورها الأربعة وأساليب التسوق بأبعادها الأربعة.
- ◀ توضيح الفروق بين ربات الأسر عينة الدراسة المشاركات في الدخل وغير المشاركات في كل من بعض المهارات الشخصية بمحاورها الأربعة وأساليب التسوق بأبعادها الأربعة.
- ◀ الكشف عن طبيعة التباين بين ربات الأسر عينة الدراسة في كل من بعض المهارات الشخصية بمحاورها الأربعة وأساليب التسوق بأبعادها الأربعة تبعا (لعدد سنوات الزواج، مستوى تعليم الزوجة، فئات الدخل الشهري).

• أهمية الدراسة

تتلخص أهمية الدراسة الحالية في اتجاهين رئيسيين هما:

أولاً: خدمة المجتمع المحلي

يمكن أن تسهم نتائج الدراسة الحالية في خدمة المجتمع المحلي من خلال تقديم مجموعة من الطوعيات لربات الأسر للتعرف على بعض المهارات الشخصية اللاتي يمتلكونها من أجل تنميتها واستغلالها الاستغلال الأمثل في مواجهة مشاكل الغش والخداع التسويقي المنتشر، ومن أجل الحصول على السلع والخدمات التي تحتاج إليها بأقل جهد ووقت ممكن وفي حدود الإمكانيات المادية المتاحة للأسرة وذلك عن طريق اتباع طرق وأساليب التسوق السليمة بما يعود بالنفع على الأسرة والمجتمع.

ثانياً: في خدمة مجال التخصص

لعل هذه الدراسة تكون إضافة في مجال التخصص وذلك من خلال تدعيم مكتبة قسم إدارة مؤسسات الأسرة والطفولة في كليات الاقتصاد المنزلي جامعتي المنوفية والأزهر بالمادة العلمية التي تفيد الطالبات حيث تجمع بين المهارات الشخصية وأساليب التسوق؛ باعتبارها من أساس المستقب، حيث تفتق كليات الاقتصاد المنزلي - على حد علم الباحثون - لهذه النوعية من الدراسات، بالإضافة إلى تزويد مكتبة القسم باستبيان عن أساليب التسوق لربات الأسر، وتعتبر نتائج هذه الدراسة إضافة في مجال إدارة مؤسسات الأسرة والطفولة؛ وذلك من خلال دراسة وتدريس المواد المرتبطة بقسم إدارة مؤسسات الأسرة والطفولة والتي تخص الأسرة؛ لارتباطها بتدعيم شخصية ربة الأسرة ومساعدتها على معرفة الأساليب المثلى للتسوق بما يعود بالنفع على أسرتها.

• الأسلوب البحثي

• أولاً: التعريفات العلمية والإجرائية لمصطلحات الدراسة الحالية

• المهارة Skill

هي قدرة الفرد على أداء أنواع من المهام العلمية بكفاءة عالية بحيث يقوم الفرد بالمهمة بسرعة ودقة وإتقان مع اقتصاد في الوقت والجهد (اللؤلؤ، ٢٠٠٥: ١٥).

وهي الأداء الأسهل الدقيق، القائم على الفهم لما يتعلمه الإنسان حركياً وعقلياً، مع توفير الوقت والجهد والتكاليف (اللقاني والجمل، ٢٠٠٣: ٣١٠).

• الشخصية Personal

لغة: تأتي من فعل (الشخص) أي الظهور أمام الآخرين، ولا يختلف الحال بالنسبة للأصل الأجنبي لكلمة الشخصية (Personality) فقد اشتقت

من لفظ Persona أي القناع الذي كان الممثلون اليونانيون القدامى يرتدونه في أدائهم للأدوار المسرحية (فائق، ٢٠٠٣: ٣٠٧). وهي مشتقة من كلمة (ش-خ-ص) والشخص كل جسم له ارتفاع وظهور والمراد به اثبات الذات فاستعير لها لفظ الشخص (ابن منظور، د.ت: ٤٥/٧).

ومفهوم الشخصية يعد من المفاهيم الأكثر تعقيداً، فعلماء النفس والباحثون لا يتفقون على تعريف موحد شامل له ومن هذه التعريفات:

اصطلاحاً يعرفها Pierre (٢٠٠٣: ٨٣) بأنها مجموعة من المميزات والسمات التي يتحلى بها الفرد والتي تسمح له بالتفكير والعمل في اتجاه معين .

كما عرفها الصميدعى و يوسف (٢٠٠٧: ١٤٨-١٥٠) بأنها مجموعة من السمات البشرية التي تميز كل فرد وتختلف من شخص لآخر تبعاً لعوامل وراثية داخلية أو عوامل خارجية .

ويعرفها عمر (٢٠٠٦: ٧٧) بأنها عبارته عن نمط من ردود الأفعال أو الاستجابات المستقرة والمتوقعة من الفرد والتي تميزه عن غيره من خلال طريقة إدراكه وأفعاله وتفاعله مع البيئة المحيطة .

ويعرفها Eysenck بأنها التنظيم الأكثر أو الأقل ثباتاً، واستمراراً لخلق الفرد، ومزاجه، وعقله، وجسمه، والذي يحدد توافقه المميز للبيئة التي يعيش فيها (عسيلة، ٢٠٠٥: ١٨).

• تعريف المهارات الشخصية:

يعرفها (moos,2000:370) بأنها مجموعة من السلوكيات التي تم تعلمها، ويتم استخدامها من أجل تحقيق العديد من الأهداف المتنوعة، والحصول على مصادر للتعزيز أثناء موقف بينشخصي.

ويرى فرج (٢٠٠٣: ٥٢٩) بأنها قدرة الفرد على أن يعبر بصورة لفظية وغير لفظية عن مشاعره وآرائه وأفكاره للآخرين، وأن ينتبه ويدرك في الوقت نفسه نفس الرسائل اللفظية وغير اللفظية عن مشاعره وآرائه وأفكاره للآخرين.

ويعرفها النمر وآخرون (٢٠٠١: ٥٢) بأنها عبارة عن عمليات التفاعل بين مجموعته القوى الجسمية والنفسية والعوامل الخارجية والداخلية والتي تميز الفرد عن غيره من الأفراد الآخرين.

وتعرف المهارات الشخصية إجرائياً بأنها مجموعة القدرات الجسمية والنفسية والعقلية لدى ربة الأسرة والتي تمكنها من الأداء السهل الدقيق بهدف الوصول إلى العمل المراد بأقل ما يمكن من الوقت والجهد وبدرجة معقولة من السرعة والإتقان وتم الاقتصار على أربعة مهارات فقط من المهارات الشخصية وهي:

◀ إدارة الوقت والجهد: هي قدرة ربة الأسرة على الاستخدام الجيد للوقت والجهد المستغرقين في البحث والحصول على السلع والخدمات وتنظيمهما، وذلك بهدف تلبية تلك الاحتياجات من السلع والخدمات بأعلى درجة من الكفاءة والجودة وبأقل وقت وجهد وسعر ممكن.

◀ مهارة استخدام التكنولوجيا: هي قدرة ربة الأسرة على استخدام التكنولوجيا الحديثة (الانترنت- الهاتف المحمول) والتعامل معها جيداً، بهدف معرفة وتخزين كافة المعلومات عن كل جديد من السلع والخدمات في مختلف الأماكن، مع إمكانية الحصول عليها بسهولة ويسر.

◀ مهارة التواصل مع الآخرين: هي قدرة ربة الأسرة على التعبير الجيد لما في داخلها من آراء وأفكار ومعلومات وتوصيله إلى البائعين، وذلك بغرض الحصول منهم على كافة المعلومات والمواصفات المتعلقة بالسلع والخدمات التي تحتاجها لاتخاذ القرار الرشيد والذي يلبي تلك الاحتياجات.

◀ مهارة التفاوض التجاري: هي قدرة ربة الأسرة على الحوار والمناقشة مع البائع حول المنتج (سلعة - خدمة) الذي تريد الحصول عليه بحيث تستخدم كل ما لديها من مهارات لتبادل الحوار والإقناع للحصول على تلك الاحتياجات من السلع والخدمات بأقل سعر ممكن.

• ربة الأسرة

وتعرفها الباحثون من الناحية الإجرائية بأنها كل إمراه عاقلة بالغة متزوجة لديها طفل أو أكثر بالإضافة إلى استخدامها للوسائل التكنولوجية الحديثة في الشراء بصفة خاصة وتستطيع التعامل معها جيداً بصفة عامة.

• التسوق The Shopping

يعرف (أحمد، ٢٠١٠: ٥٣) السوق بأنه عبارة عن محل من التعاملات والمعاملات والعلاقات من أجل تبادل المنتجات والخدمات والمعلومات والأموال وعندما تكون هيئة السوق إلكترونية فإن السوق ليس بنائية أو ما شابهه بل هو محل شبكي يحوي تعاملات تجارية.

ويعرف المرسي وعبدالرحمن (٢٠٠٥: ٥٨) التسوق بأنه مجموعه من الأنشطة التي يقوم بها الفرد لتلبية احتياجاته من المواد، الخدمات التي يحتاجها.

ويرى عالم و شاهين (٢٠٠٥: ٢٥٦) التسوق في معناه التقليدي بأنه "عبارة عن مكان يتم فيه عرض السلع وتتم فيه المعاملات والعلاقات بين البائعين والمشتريين من أجل تبادل المنتجات والخدمات"

كما يعرف بامخرمة (٢٠١١: ٢٨١) التسوق عبر الإنترنت بأنه "نظام يتيح حالياً عبر الانترنت حركات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات كما يتيح أيضاً الحركات الإلكترونية التي تدعم توليد العوائد مثل عمليات تعزيز

الطلب على تلك السلع والخدمات والمعلومات، ويمكن تشبيه التجارة الإلكترونية بسوق إلكتروني يتواصل فيه البائعون والمشترون وتقدم فيه المنتجات والخدمات في صيغها افتراضية أو رقمية كما يتم دفع ثمنها بالنقود الإلكترونية."

كما يعرفه عقل و النادي (٢٠٠٧، ١٩، ٢٠) بأنه عملية جمع المعلومات والبيانات عن السلع والخدمات التي تزود المستهلك بالمعلومات التي يحتاجها لكي يتخذ على أساسها قرار الشراء الصحيح، ويتم ذلك بواسطة زيارة المواقع (المتاجر) الإلكترونية المختلفة، واستعراض السلع والخدمات التي تعرضها للحصول على معلومات إضافية مفصلة عن أنواعها ومواصفاتها وأسعارها.

ويعرف الباحثون أساليب التسوق من الناحية الإجرائية بأنها: قدرة ربة الأسرة على المفاضلة والاختيار بين أساليب التسوق بنوعيتها سواء التقليدية ويقصد بها (المحلات التجارية وأماكن البيع المباشرة) أو الافتراضية ويقصد بها شبكات الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي وتتم المفاضلة بينهما من حيث السعر، وطرق الدفع والتوصيل، ومكان الشراء، وخدمات ما بعد البيع، حتى تتمكن ربة الأسرة من تلبية احتياجاتها من السلع والخدمات بأعلى درجة من الإشباع والرضا والجودة والكفاءة المطلوبة.

التعريفات الإجرائية لأبعاد أساليب التسوق:

◀ **المفاضلة على أساس السعر:** هي مقدار التضحية المادية والمعنوية التي تتحملها ربة الأسرة عند الاختيار بين السلع أو الخدمات وفقاً لمميزات كل منها في سبيل الحصول على تلك السلع أو الخدمات التي تلي احتياجاتها سواء كان ذلك بالطرق التقليدية أو الإلكترونية.

◀ **المفاضلة على أساس طريقة الدفع والتوصيل:** هي قيام ربة الأسرة بالاختيار بين وسائل وطرق الدفع والتوصيل التقليدية أو الإلكترونية، والتي يقدمها لها البائع بهدف تبادل وإتمام كافة المعاملات بينهما، وتسهيل الحصول على السلع والخدمات التي تحتاجها في أسهل صورة ممكنة.

◀ **المفاضلة على أساس مكان الشراء:** هي قدرة ربة الأسرة على الاختيار بين متاجر البيع سواء كانت تقليدية (المحلات التجارية) أو الافتراضية (مواقع الإنترنت) والتي تستطيع ربة الأسرة من خلالها جمع كافة البيانات عن السلع والخدمات التي تحتاجها كي تتمكن من اتخاذ قرار الشراء السليم ومن ثم شراء السلعة أو الحصول على الخدمة والانتفاع بها.

◀ **المفاضلة على أساس خدمات ما بعد البيع:** مقدار التسهيلات والخدمات التي تحصل عليها ربة الأسرة من التاجر الذي تم شراء السلعة منه بعد شرائها بالفعل أو بعد الحصول على الخدمة منه والانتفاع بها؛ بهدف تكرار عملية الشراء منه مرة أخرى سواء تمت عملية البيع والشراء من خلال المحلات التجارية أو من مواقع الإنترنت.

• ثانياً : فروض الدراسة

- تم صياغة الفروض بصورة صفرية كما يلي
- ◀ لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين بعض المهارات الشخصية بمحاورها الأربعة (إدارة الوقت والجهد - مهارة استخدام التكنولوجيا - مهارة التواصل مع الآخرين - مهارة التفويض، التحدي)، وأساليب التسوق، بأبعادها الأربعة من خلال المفاضلة على، أساس، (السعر - طريقة الدفع والتوصيل - مكان الشراء - خدمات ما بعد البيع) لدى عينة من ربوات الأسر.
 - ◀ لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين بعض متغيرات المستوى الاجتماعي الاقتصادي للأسرة (عدد الأبناء، عدد سنوات الزواج، سن الزوج، سن الزوجة، المستوى التعليمي للزوج، المستوى التعليمي للزوجة، فئات الدخل الشهري، مقدار مشاركة الزوجة في الدخل، عدد ساعات استخدام ربوة الأسرة للإنترنت)، وبعض المهارات الشخصية بمحاورها الأربعة لدى ربوات الأسر عينة الدراسة.
 - ◀ لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين بعض متغيرات المستوى الاجتماعي الاقتصادي للأسرة (عدد الأبناء، عدد سنوات الزواج، سن الزوج، سن الزوجة، المستوى التعليمي للزوج، المستوى التعليمي للزوجة، فئات الدخل الشهري، مقدار مشاركة الزوجة في الدخل، عدد ساعات استخدام ربوة الأسرة للإنترنت) وأساليب التسوق بأبعادها الأربعة لدى عينة من ربوات الأسر.
 - ◀ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين ربوات الأسر عينة الدراسة العاملات وغير العاملات في كل من المهارات الشخصية بمحاورها الأربعة وأساليب التسوق بأبعادها الأربعة.
 - ◀ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين ربوات الأسر عينة الدراسة المشاركات في الدخل وغير المشاركات في كل من المهارات الشخصية بمحاورها الأربعة وأساليب التسوق بأبعادها الأربعة.
 - ◀ لا يوجد تباين دال إحصائي بين ربوات الأسر عينة الدراسة في كل من بعض المهارات الشخصية بمحاورها الأربعة وأساليب التسوق بأبعادها الأربعة تبعاً (لعدد سنوات الزواج، مستوى تعليم الزوجة، فئات الدخل الشهري).

• ثالثاً : منهج الدراسة

تتبع الدراسة الحالية المنهج الوصفي التحليلي، ويقصد بالمنهج الوصفي المنهج الذي يقوم على الوصف الدقيق والتفصيلي للظاهرة موضوع الدراسة أو المشكلة قيد البحث بحثاً كمياً أو وصفاً نوعياً، وبالتالي فهو يهدف أولاً إلى جمع البيانات ومعلومات كافية ودقيقة عن الظاهرة، والمنهج التحليلي يهتم بدراسة وتحليل ما تم جمعه بطريقة موضوعية موصلاً إلى العوامل المؤثرة على تلك الظاهرة (القاضي، البياتي، ٢٠٠٨، ٦٦).

• رابعا : عينة الدراسة

اشتملت عينة الدراسة على ٣٠٠ ربة أسرة من ربوات الأسر العاملات وغير العاملات والتي لديها على الأقل طفل وتستخدم الإنترنت في التسوق بصفة خاصة، في كل من: ديف وحضر محافظته، الغربية (نواج- طنطا)، المنوفية (سلامون بحري - السادات)، وتم اختيارهن بطريقة غرضية صدفية من مستويات اقتصادية واجتماعية مختلفة.

• خامسا : أدوات الدراسة

تطلب إجراء هذه الدراسة إعداد الأدوات اللازمة لجمع البيانات واستخلاص النتائج، حيث اشتملت الدراسة الحالية على الأدوات التالية:

- ◀ استمارة البيانات العامة للأسرة.
- ◀ استبيان بعض المهارات الشخصية لربوات الأسر بمحاورها الأربعة (إدارة الوقت والجهد، استخدام التكنولوجيا، التواصل مع الآخرين، التفاوض التجاري).
- ◀ استبيان أساليب التسوق لربوات الأسر بأبعادها الأربعة من خلال المفاضلة على أساس (السعر، طريقة الدفع والتوصيل، مكان الشراء، خدمات ما بعد البيع).

• استمارة البيانات العامة للأسرة:

أعد الباحثون استمارة البيانات العامة للأسرة بهدف الحصول على بيانات ومعلومات تفيد في توصيف الخصائص الشخصية والأسرية لربوات الأسر عينة الدراسة، واشتملت استمارة البيانات العامة على:

- ◀ مكان سكن الأسرة: وتم قياسه من خلال تقسيمه إلى، فئتين (ديف - حضر).
- ◀ عدد الأبناء: وتم تقسيمه إلى، ٤ فئات (ابن واحد - ابنان - ثلاثة أبناء - أربعة أبناء - خمسة أبناء - ستة أبناء فأكثر).
- ◀ سن كل من الزوج والذو حجة: وتم تقسيمه إلى، (أقل من ٢٥ سنة - من ٢٥ سنة وحتى، أقل من ٣٥ سنة - من ٣٥ سنة وحتى أقل من ٤٥ سنة - من ٤٥ سنة وحتى، أقل من ٥٥ سنة - ٥٥ سنة فأكثر).
- ◀ عدد سنوات الزواج: وتم تقسيمه إلى، (أقل من ٥ سنوات - من ٥ وحتى، أقل من ١٠ سنوات - من ١٠ وحتى أقل من ١٥ سنة - من ١٥ وحتى أقل من ٢٠ سنة - ٢٠ سنة فأكثر).
- ◀ المستوى التعليمي للزوج والزوجة: وتم تقسيمه إلى (أمي- يقرأ ويكتب- حاصل على الابتدائية- حاصل على الإعدادية- حاصل على الثانوية أو ما يعادلها- تعليم جامعي- مرحلة ماجستير- مرحلة دكتوراه).
- ◀ مهنة كل من الزوج والذو حجة: وتم تقسيمها إلى، (وظيفة حكومية- قطاع خاص، - أعمال حرة علم، المعاش، متوفى لا يعمل).
- ◀ نوع سكن الأسرة: وتم تقسيمه إلى (ملك- إيجار- تابع للعمل).

- ◀ طبيعة سكن الأسرة: وتم تقسيمه إلى (شقة- منزل مستقل- مسكن مشترك مع الأقارب).
- ◀ الدخل المالي للأسرة: وتم تقسيمه إلى (أقل من ١٠٠٠ جنيه- من ١٠٠٠ إلى أقل من ٢٠٠٠ - من ٢٠٠٠ إلى أقل من ٣٠٠٠ - من ٣٠٠٠ إلى أقل من ٤٠٠٠ - من ٤٠٠٠ إلى أقل من ٥٠٠٠ - من ٥٠٠٠ إلى أقل من ٦٠٠٠ - من ٦٠٠٠ إلى أقل من ٧٠٠٠ - من ٧٠٠٠ إلى أقل من ٨٠٠٠ - ٨٠٠٠ فأكثر).
- ◀ مدى مشاركة الزوجة بجزء من دخلها في مصروف البيت: وتم قياسه عن طريق سؤال ربّة الأسرة هل تشارك الزوجة بجزء من دخلها في مصروف البيت وكانت الاستجابة (نعم، لا)، وفي حالة الإجابة (بنعم) ما مقدار مشاركتها (كل الراتب - نصف الراتب - ربع الراتب).
- ◀ عدد المرات التي قامت بها فعلياً بالشراء عبر الإنترنت: وقد اختارت ربات الأسر عينة الدراسة ما بين (مرة واحدة- أكثر من مرة).
- ◀ أكثر الخدمات التي تستخدم الإنترنت لتلستها: وتم تقسيمها إلى (الخدمات صحية - الخدمات تعليمية - الخدمات السياحية (السفر، الفنادق))
- ◀ أدواء السلع التي تفضل استخدام الإنترنت لتلستها: وقد اختارت ربات الأسر عينة الدراسة من بين السلع التالية (السيارات - الأثاث والمفروشات - العقارات - مواد التحميل - الملابس - الأحذية والحقائب - الأطعمة الغذائية - الأدوات المنزلية - الإكسسوار والمجوهرات - الكتب والمراجع - أخرى تذكر).
- ◀ عدد الساعات التي تقضيها في استخدام الإنترنت يومياً: وقد اختارت ربات الأسر عينة الدراسة من بين (أقل من ساعتين - من ٢ إلى أقل من ٥ - من ٥ إلى أقل من ٨ - أكثر من ٨ ساعات - لا أستخدم الإنترنت) .
- ◀ طبيعة استخدام ربات الأسر عينة الدراسة للإنترنت: وتم تقسيمه إلى (البحث والدراسة - التسوق - الترفيه - العمل - تعليم الأولاد - التواصل مع الأهل والأصدقاء - أخرى تذكر).

• إسنيان بعض المهارات الشخصية:

كان الهدف من هذا الاستبيان هو دراسة بعض المهارات الشخصية لدى ربات الأسر عينة الدراسة بمحاذاة الأبعاد (أداة الوقت والحصد - استخدام التكنولوجيا - التواصل مع الآخرين - التفاوض التجاري)، ولكي يعد الباحثون أداة تحقق هذا الهدف السابق تم الاطلاع على الدراسات والقراءات السابقة للاستعانة بها في وضع الأسلوب الأمثل للاستبيان وهي دراسة دوهيه (٢٠١٧)، إبراهيم (٢٠١٦)، دراسة التلاوي (٢٠١٦)، دراسة عبدالفتاح (٢٠١٥)، الميهي (٢٠١٤)، وتم إعداد استبيان أولي مكون من (٨٤) عبارة موزعة على أربعة محاور (أداة الوقت والجهد - استخدام التكنولوجيا - التواصل مع الآخرين - التفاوض التجاري)، حيث تضمن المحور الأول (إدارة الوقت والجهد) ٢١ عبارة، والمحور الثاني (استخدام

التكنولوجيا) ١٩ عبارة، والمحور الثالث (التواصل مع الآخرين) ٢٠ عبارة، والمحور الرابع (التفاوض التجاري) ٢٤ عبارة.

قام الباحثون بحساب الصدق للاستبيان بعدة طرق هي كما يلي:

• أولاً: صدق المحتوى content validity

تم عرض الاستبيان في صورته الأولية على مجموعة من المحكمين من أساتذة إدارة المنزل والمؤسسات بكلية الاقتصاد المنزلي جامعة المنوفية و حلوان و الأزهر، كلية التربية النوعية جامعة كفر الشيخ، وبلغ عددهم (٢١) محكم، وتم حساب نسبة اتفاه المحكمين، وذلك من خلال حساب تكافؤات نسبة الاتفاق، لدى الأساتذة المحكمين في كل عبارة من عبارات الاستبيان، وقد كانت أرقام نسبة اتفاه: ٧٦,٢٪، وأعلى نسبة اتفاه: ١٠٠٪، وتم تعديداً صياغة بعض العبارات حسب توصيات الأساتذة المحكمين وحذف العبارات التي قل نسبة الاتفاق عليها عن ٩٠٪ وكان عددهم ٩ عبارات موزعة على المحاور الأربعة، وأصبح العدد الكلي لمحاور استبيان المهارات الشخصية بعد حذف العبارات ٧٥ عبارة، وبذلك يكون الاستبيان قد خضع لصدق المحتوى في قياس بعض المهارات الشخصية لدى عينة من ربات الأسر.

• ثانياً: صدق النكوبين باستخدام معامل ارتباط بيرسون person

م تطبيق الاستبيان في صورته الأولية على عينة قوامها ٣٠ ربة أسرة التي تتوافر فيها نفس شروط عينة الدراسة وبعد التطبيق تم حساب الصدق من خلال معامل ارتباط بيرسون بين عبارات كل محور والدرجة الكلية له، وجدول (١) يوضح ذلك:

جدول (١) معامل ارتباط بيرسون لعبارات كل محور من محاور بعض المهارات الشخصية والدرجة الكلية للمحور

مهارة استخدام التكنولوجيا					مهارة إدارة الوقت والهدد				
البيان	م	البيان	م	البيان	م	البيان	م	البيان	م
♦♦٠,٣٠٨	١٥	♦♦٠,٦٢٧	٨	♦♦٠,٥٥٦	١	♦♦٠,٣٢٣	١٥	♦♦٠,٣٣١	٨
		♦♦٠,٥٨٣	٩	♦♦٠,٥٩٣	٢	♦♦٠,١٥٠	١٦	♦♦٠,٢٦٥	٩
		♦♦٠,٥٨٨	١٠	♦♦٠,٣٧٥	٣	♦♦٠,٣٠٨	١٧	♦♦٠,١١٠	١٠
		♦♦٠,١٨	١١	♦♦٠,٤١٩	٤	♦♦٠,١٢٤	١٨	♦♦٠,٤٣١	١١
		♦♦٠,٢٤١	١٢	♦♦٠,٠٣٤	٥	♦♦٠,٢٦٦	١٩	♦♦٠,٤٣٨	١٢
		♦♦٠,٠٨٥	١٣	♦♦٠,٠٥٤	٦	♦♦٠,٤٤٤	٢٠	♦♦٠,٣٦٤	١٣
		♦♦٠,٦٢١	١٤	♦♦٠,٣٦٤	٧	♦♦٠,٢٠٥	٢١	♦♦٠,٣٨٦	١٤
مهارة التفاوض التجاري					مهارة التواصل مع الآخرين				
البيان	م	البيان	م	البيان	م	البيان	م	البيان	م
♦♦٠,٤٩٣	١٥	♦♦٠,٤١٨	٨	♦♦٠,٤٠٨	١	♦♦٠,٣١٥	١٥	♦♦٠,٢١١	٨
♦♦٠,٤٤٧	١٦	♦♦٠,٢٨٠	٩	♦♦٠,٤١٣	٢	♦♦٠,٤٢٨	١٦	♦♦٠,٣٤٠	٩
♦♦٠,٢١٩	١٧	♦♦٠,٣٠٧	١٠	♦♦٠,٢٧٤	٣	♦♦٠,٥١٣	١٧	♦♦٠,٤٠٧	١٠
♦♦٠,٤٧١	١٨	♦♦٠,٤٥٧	١١	♦♦٠,٣١٥	٤	♦♦٠,٤١٦	١٨	♦♦٠,٢٧٨	١١
♦♦٠,١٦٠	١٩	♦♦٠,١٧٥	١٢	♦♦٠,٣٦٨	٥	♦♦٠,٢٧٧	١٩	♦♦٠,٣٥٣	١٢
♦♦٠,١٥٤	٢٠	♦♦٠,٣٨٣	١٣	♦♦٠,٢٩٢	٦			♦♦٠,١٤٦	١٣
		♦♦٠,١٥٠	١٤	♦♦٠,٠٢٣	٧			♦♦٠,٣٣٣	١٤

يوضح جدول (١) وجود علاقات ارتباطية موجبة بين جميع محاور الاستبيان فيما عدا العبارة (٦) في المحور الأول والعبارة (١٣,٦,٥) في المحور الثاني، وعبارة رقم

(٧) في المحور الرابع تم حذفهم من الاستبيان وبذلك نجد أن الاستبيان صادق في المتغيرات الخاصة به.

وتم حساب ثبات الاستبيان Reliability باستخدام معادلة ألفا كرونباخ Alpha-Cronbach لحساب معامل الثبات لتحديد قيمة الاتساق الداخلي للاستبيان حيث تم حساب معامل ألفا لكل محور على حدة وللإستبيان ككل بمحاورة الثلاثة، واستخدام اختبار التحنئة النصفية (Split-half) ه للتصحيح من أثر التجزئة النصفية تم استخدام معادلة التصحيح لسبيرمان - براون (Spearman-Brown)، معادلة جتمان (Guttman). ويوضح جدول (٢) ذلك:

جدول (٢) اختبار معامل الفا كرونباخ، والتجزئة النصفية لاستبيان بعض المهارات الشخصية

المحاور	عدد العبارات	الفا كرونباخ	التجزئة النصفية	
			سبيرمان - براون	جتمان
إدارة الوقت والجهد	٢٠	٠,٦٠٤	٠,٥٢٠	٠,٥١٠
استخدام التكنولوجيا	١١	٠,٧٢٥	٠,٦٧٨	٠,٦٧٠
التواصل مع الآخرين	١٩	٠,٦٤٠	٠,٥٥٩	٠,٥٥٤
التفاوض التجاري	١٩	٠,٥٣٢	٠,٤٦٧	٠,٤٦٢
إجمالي استبيان بعض المهارات الشخصية	٦٩	٠,٧٢٧	٠,٤٣٤	٠,٤٣٥

يوضح جدول (٢) أن معامل ألفا لاستبيان بعض المهارات الشخصية ككل هو (٠,٧٢٧) وتعتبر هذه القيمة مقبولة لهذا النوع من حساب الثبات وتؤكد الاتساق الداخلي للاستبيان.

كما يتضح أن قيم معاملات التقاط التحنئة النصفية لمحمء عبارات استبيان بعض المهارات الشخصية ككل هو لسبيرمان - براون ٠,٤٣٤، لجتمان ٠,٤٣٥ مما يدل على اتساق وثبات عبارات الاستبيان بمحاورة الثلاثة وبذلك يكون الاستبيان صالح للتطبيق.

بناءً على ما سبق، أصبح استبيان بعض المهارات الشخصية مكوناً من (٦٩) عبارة موزعة على ثلاثة محاور، (إدارة الوقت والجهد - استخدام التكنولوجيا - التواصل مع الآخرين - التفاوض التجاري)، المحور الأول وهو إدارة الوقت والجهد (٢٠) عبارة، والمحور الثاني وهو استخدام التكنولوجيا (١١) عبارة، والمحور الثالث وهو التواصل مع الآخرين (١٩) عبارة، والمحور الرابع التفاوض التجاري (١٩) عبارة.

ملحق (١) استبيان بعض المهارات الشخصية في صورته النهائية بمحاورها الأربعة

هتحدد استجابات باء الأس عنة الداسة على كا، عبارة هفة، ثلاث استجابات (نعم - أحياناً - لا) وعلى مقياس متدرج متصل (١، ٢، ٣) وذلك للعبارات ذات الاتجاه الإيجابي، و(١، ٢، ٣) للعبارات ذات الاتجاه السلبي.

جدول (٣) القراءات الصغرى والكبرى والمدى وطول الفئمة ومستويات بعض المهارات الشخصية بمحاورها الأربعة

مستوى المهارات الشخصية			طول الفئمة	المدى	القراءة الكبرى	القراءة الصغرى	عدد العبارات	المحور البيان
مستوى مرتفع	مستوى متوسط	مستوى منخفض						
(٥٥-٤٨)	(٤٧-٤٠)	(٣٩-٣٣)	٧	٢٢	٥٥	٣٣	٢٠	إدارة الوقت والجهد
(٣٣-٢٧)	(٢٦-٢٠)	(١٩-١٣)	٧	٢٠	٣٣	١٣	١١	استخدام التكنولوجيا
(٥٧-٤٨)	(٤٧-٤٠)	(٣٩-٣٢)	٨	٢٥	٥٧	٣٢	١٩	التواصل مع الآخرين
(٥٦-٤٧)	(٤٦-٣٩)	(٣٨-٣١)	٨	٢٥	٥٦	٣١	١٩	التفاوض التجاري
(١٨٤-١٦٦)	(١٤٨-١٦٥)	(١٤٧-١٣٠)	١٨	٥٤	١٨٤	١٣٠	٦٩	إجمالي استبيان بعض المهارات الشخصية

يتضح من جدول (٣) أن أعلى درجة حصلت عليها المبحوثات في استبيان بعض المهارات الشخصية ككل كانت ١٨٤ درجة، وأقل درجة كانت ١٣٠ درجة، والمدى ٥٤ وطول الفئمة ١٨ وبذلك يمكن تقسيم درجات الاستبيان إلى ثلاثة مستويات (منخفض - متوسط - مرتفع).

• استبيان أساليب التسوق

كان الهدف من إجراء هذا الاستبيان هو دراسة أساليب التسوق لدى عينتنا من زبائن الأسر سواء التقليدية أو الألكترونية والمفاضلة بينهما على أساس (السعر - طريقة الدفع والتوصيل - المكان - خدمات ما بعد البيع).

قام الباحثون بالاطلاع على المراجع والدراسات السابقة الخاصة بأبعاد أساليب التسوق، لإعداد استبيان أساليب التسوق مطابقاً للإطار النظري للدراسة وفي إطار المفاهيم الإجرائية وهي دراسة جباس (٢٠١٧)، دراسة داود (٢٠١٤)، دراسة الحجار (٢٠١١)، دراسة عيد الرحيم (٢٠٠٩)، من خلال ما سبق تم إعداد الاستبيان المقيد وذلك وفقاً للإطار النظري للدراسة وفي إطار التعريفات الإجرائية المحددة وقد اشتمل الاستبيان على (٧٢) عبارة موزعة على أربعة أبعاد (المفاضلة على أساس السعر - المفاضلة على أساس طريقة الدفع والتوصيل - المفاضلة على أساس المكان - المفاضلة على أساس خدمات ما بعد البيع)، حيث تضمن المحور الأول (المفاضلة على أساس السعر) ١٥ عبارة، والمحور الثاني (المفاضلة على أساس طريقة الدفع والتوصيل) ١٦ عبارة، والمحور الثالث (المفاضلة على أساس المكان) ٢٥ عبارة، والمحور الرابع (المفاضلة على أساس خدمات ما بعد البيع) ١٦ عبارة.

قام الباحثون بحساب الصدق للاستبيان بعدة طرق هي كما يلي:

• أولاً: صدق المحتوى content validity

ولتحقيق ذلك تم عرض الاستبيان في صورته الأولى على مجموعة من المحكمين من أساتذة إدارة المنزل والمؤسسات بكلية الاقتصاد المنزلي جامعة المنوفية، وقسم إدارة مؤسسات الأسرة والطفولة جامعة حلوان، وقسم إدارة مؤسسات الأسرة والطفولة جامعة الأزهر، وقسم إدارة المنزل والمؤسسات كلية التربية النوعية جامعة كفر الشيخ، وبلغ عددهم (٢١) محكم، وتم حساب نسبة اتفاق المحكمين وذلك من خلال حساب تكرارات نسبة الاتفاق لدى الأساتذة المحكمين في كل عبارة من عبارات الاستبيان وقد كانت أقل، نسبة اتفاق ٧٦.٢٪، وأعلى نسبة اتفاق ١٠٠٪، وتم تعديل صياغة بعض العبارات حسب تعليمات الأساتذة المحكمين والمشرفين وحذف العبارات التي قل نسبة الاتفاق عليها عن ٩٠٪ وكان عددهم ٨ عبارات موزعه على أبعاد الاستبيان الأربعة ليصبح العدد الكلي لاستبيان أساليب التسوق بعد حذف تلك العبارات ٦٤ عبارة، وبذلك يكون الاستبيان قد خضع لصدق المحتوى في قياس بعض أساليب التسوق لدى عينته من ربات الأسر.

جدول (٤) معامل ارتباط بيرسون لعبارات كل بعد من أبعاد أساليب التسوق، والدرجة الكلية للبعد

المفاضلة على أساس السعر				المفاضلة على أساس طريقة الدفع والتوصيل			
م	البيان	م	البيان	م	البيان	م	البيان
١	٠.١٩٩	٩	٠.٤٧٩	١	٠.٤١٩	٩	٠.٤١٩
٢	٠.٤٦١	١٠	٠.٤٢٢	٢	٠.٤٩٢	١٠	٠.٤٩٢
٣	٠.٤٧٣	١١	٠.٢٣٩	٣	٠.١٧١	١١	٠.١٧١
٤	-٠.٤٤-	١٢	٠.١٢٠	٤	٠.٢٢٣	١٢	٠.٢٢٣
٥	-٠.١١٦-	١٣	٠.٣٩٢	٥	٠.٢٨٦	١٣	٠.٢٨٦
٦	٠.٢٩٠	١٤	٠.١٧٢	٦	٠.٤٥٤	١٤	٠.٤٥٤
٧	٠.٥٨٩	١٥	٠.٥٧٢	٧	٠.٤٠٦	١٥	٠.٤٠٦
٨	٠.٥٦٧		٠.٢٦٠	٨			
المفاضلة على أساس مكان الشراء				المفاضلة على أساس خدمات ما بعد البيع			
م	البيان	م	البيان	م	البيان	م	البيان
١	٠.٣٠٠	١١	٠.٣٤٠	١	٠.٢٩٥	٩	٠.٢٩٥
٢	٠.٣٣٨	١٢	٠.٣٢٦	٢	٠.٠٥١	١٠	٠.٠٥١
٣	٠.٣٧٦	١٣	٠.٢٥٦	٣	٠.٢٢٧	١١	٠.٢٢٧
٤	٠.٣٣٥	١٤	٠.٣٥٦	٤	٠.٥٤٠	١٢	٠.٥٤٠
٥	٠.٢٣١	١٥	٠.١٦٦	٥	٠.٣٦٢	١٣	٠.٣٦٢
٦	٠.٩٨	١٦	٠.٣٦٥	٦	٠.٥٣٦	١٤	٠.٥٣٦
٧	٠.٢٩٣	١٧	٠.٤٠٤	٧	٠.٤٩٠	١٥	٠.٤٩٠
٨	٠.٤١٤	١٨	٠.٢٢١	٨			
٩	٠.٣٨١	١٩	٠.٢٨٠	٩			
١٠	٠.٠٥٦			١٠			

❖ دلالة عند مستوى دلالة ٠.٠٥

❖ دلالة عند مستوى دلالة ٠.٠١

يوضح جدول (٤) وجود علاقات ارتباطية موجبة بين جميع أبعاد الاستبيان فيما عدا العبارة (٤،٥) في البعد الأول، وعبارة رقم (١٠) في البعد الثالث، وعبارة

العرو الثالث عشر

يناير.. ٢٠١٩م

رقم (١٠) في البعد الرابع فهي عبارات غير دالة إحصائياً وتم حذفها، وبذلك نجد أن المقياس صادق في المتغيرات الخاصة به.

وتم حساب ثبات المقياس **Reliability** : باستخدام معادلة ألفا كرونباخ **Alpha-Cronbach** لحساب معامل الثبات لتحديد قيمة الاتساق الداخلي للاستبيان حيث تم حساب معامل ألفا لكل بُعد على حدة وللإستبيان ككل بأبعاده الثلاثة، واستخدام اختبار التجزئة النصفية (**Split-half**) وللتصحيح من أثر التجزئة النصفية تم استخدام معادلة التصحيح لسبيرمان - براون (**Spearman-Brown**)، معادلة جتمان (**Guttman**). ويوضح جدول (٥) ذلك

جدول (٥) اختبار معامل ألفا كرونباخ، والتجزئة النصفية لاستبيان أساليب التسوق بأبعاده الأربعة

الأبعاد	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ	التجزئة النصفية	
			معامل ارتباط جتمان	معامل ارتباط سبيرمان - براون
المفاضلة على أساس السعر	١٣	٠,٦٥١	٠,٧٠٤	٠,٦٩٦
المفاضلة على أساس طريقة الدفع والتوصيل	١٥	٠,٢٨٢	٠,٤٦٩	٠,٤٦٨
المفاضلة على أساس مكان الشراء	١٨	٠,٤٣٦	٠,٠٩٧	٠,٠٩٧
المفاضلة على أساس خدمات ما بعد البيع	١٤	٠,٥٣٨	٠,٤٤٥	٠,٤٤٥
إجمالي استبيان أساليب التسوق	٦٠	٠,٧٣٤	٠,٧٣٨	٠,٧٣٧

يوضح جدول (٥) أن معامل ألفا لاستبيان أساليب التسوق ككل هو (٠,٧٣٤) وتعتبر هذه القيمة مقبولة لهذا النوع من حساب الثبات وتؤكد الاتساق الداخلي للاستبيان، كما يتضح من جدول (٥) أن قيم معاملات ارتباط التجزئة النصفية لمجموع عبارات استبيان أساليب التسوق، ككل، هو ٠,٧٣٨ لسبيرمان - براون، ٠,٧٣٧ لجتمان مما يدل على اتساق وثبات عبارات الاستبيان بأبعاده الثلاثة وبذلك يكون الاستبيان صالح للتطبيق.

من خلال ما سبق أصبح الاستبيان في صورته النهائية يتكون من ٦٠ عبارة خبرية تتضمن أربعة أبعاد المفاضلة على أساس السعر (١٣) عبارة، المفاضلة على أساس طريقة الدفع والتوصيل (١٥) عبارة، والمفاضلة على أساس مكان الشراء (١٨) عبارة، والمفاضلة على أساس خدمات ما بعد البيع (١٤) عبارة. ملحق (٢) أساليب التسوق في صورته النهائية بأبعاده الأربعة

وتحدد استجابات ربات الأسر عينة الدراسة علم، كل عبارة وفقة، ثلاث استجابات (نعم - أحياناً - لا) وعلى مقياس متدرج متصل (١، ٢، ٣) وذلك للعبارات ذات الاتجاه الإيجابي، و(١، ٢، ٣) للعبارات ذات الاتجاه السلبي.

جدول (٦) القراءات الصغرى والكبرى والمدى وطول الفئة ومستويات اساليب التسوق بإبعاده الأربعة

البيان	الم	القراءة الصغرى	القراءة الكبرى	المدى	طول الفئة	مستويات اساليب التسوق		
						مستوى منخفض	مستوى متوسط	مستوى مرتفع
المفاضلة على أساس السعر	١٣	٢١	٣٩	١٨	٦	(٢٦-٢١)	(٢٢-٢٧)	(٣٩-٣٣)
المفاضلة على أساس طريقة الدفع والتوصيل	١٥	٢١	٤١	٢٠	٧	(٢٧-٢١)	(٣٤-٢٨)	(٤١-٣٥)
المفاضلة على أساس المكان	١٨	٣٠	٥١	٢١	٧	(٣٦-٣٠)	(٤٣-٣٧)	(٥١-٤٤)
المفاضلة على أساس خدمات ما بعد البيع	١٤	٢١	٤٢	٢١	٧	(٢٧-٢١)	(٣٤-٢٨)	(٤٢-٣٥)
إجمالي استبيان أساليب التسوق	٦٠	١٠٨	١٦٠	٥٢	١٧	(١٢٤-١٠٨)	(١٤١-١٢٥)	(١٦٠-١٤٢)

يتضح من جدول (٦) أن أعلى درجة حصلت عليها المبحوثات في استبيان أساليب التسوق ككل كانت ١٦٠ درجة، وأقل درجة كانت ١٠٨ درجة، والمدى ٥٢ وطول الفئة ١٧، وبذلك أمكن تقسيم درجات المقياس إلى ثلاثة مستويات (منخفض - متوسط - مرتفع).

• سادساً: إجراءات تطبيق أدوات البحث على العينة

قام الباحثون بعد الانتهاء من إعداد وتقنين أدوات الاستبيان بتطبيق الاستبيان في صورته النهائية ودمج كل من استمارة البيانات العامة للأسرة، واستبيان بعض المهارات الشخصية، واستبيان أساليب التسوق في استمارة واحدة حتى تسهل، وتزعمها وتطبقها على العينة التي تتوافق فيها الشروط الموضوعية (تستخدم الإنترنت - لديها على الأقل طفل) والتي بلغ عددها ٣٠٠ من ربات الأسر اللاتي يستخدمن الإنترنت بصفة عامة وفي التسوق بصفة خاصة، وتم تطبيق الدراسة الميدانية مدة شهرين تقريباً ابتداءً من ١٠/٣/٢٠١٨ م إلى ١/٥/٢٠١٨ م.

• سادساً: التحليلات وأساليب المعالجة الإحصائية المستخدمة لتحليل نتائج الدراسة

بعد تصحيح الاستبيان تم تفريغ البيانات على الإكسيل Excel، ثم تم نقل البيانات على برنامج SPSS (الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية)، وتم تحليل البيانات ومعالجتها إحصائياً لاستخراج النتائج.

وفيما يلي بعض المعاملات الإحصائية المستخدمة لكشف العلاقة بين متغيرات الدراسة واختبار صحة الفروض:

◀ حساب معامل ارتباط بيرسون Person correlation Coefficient (صدق الاتساق الداخلي) لاستبيان بعض المهارات الشخصية واستبيان أساليب التسوق، كذلك حساب صدق المحكمين وصدق التكوين.

◀ حساب معامل ألفا لحساب الثبات للاستبيان والتجزئة النصفية Split Half بطريقة سبيرمان - براون وجيثمان لعبارات كل من استبيان بعض المهارات الشخصية بمحاورة الأربعة واستبيان أساليب التسوق بأبعاده الأربعة.

◀ حساب العدد والنسبة المئوية لكل متغيرات الدراسة وحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة الكمية.

◀ حساب العلاقات الارتباطية بطريقة بيرسون Person correlation بين كل من متغيرات المستوى الاجتماعي والاقتصادي واستبيان بعض المهارات الشخصية بمحاورة الأربعة، واستبيان أساليب التسوق بأبعاده الأربعة.

◀ حساب اختبارات T.test للوقوف على دلالة الفروق بين متوسط درجات ربوات الأسر عينة الدراسة لكل من (الريف والحضر، العاملات وغير العاملات، المشاركة في الدخل وعدم المشاركة، عدد مرات الشراء مرة وأكثر من مرة) في بعض المهارات الشخصية بمحاورها الأربعة، وأساليب التسوق بأبعاده الأربعة

◀ تحليل التباين ANOVA (Analysis of Variance) في اتجاه واحد لمعرفة دلالة الفروق بين متوسطات درجات عينة الدراسة في كل من كل من استبيان بعض المهارات الشخصية بمحاورة الأربعة واستبيان أساليب التسوق بأبعاده الأربعة تبعا لكل من مدة الزواج والمستويات التعليمية للأم، فئات الدخل الشهري للأسرة، وفي حالة وجود فروق تم تطبيق اختبار Tukey لمعرفة دلالة الفروق بين المتوسطات .

• نتائج الدراسة الميدانية

• أولًا: وصف عينة البحث

أ. وصف العينة وفقا للمتغيرات الديموغرافية

فيما يلي وصف لعينة الدراسة الميدانية والتي بلغت ٣٠٠ ربة أسرة تم اختيارهن بطريقة عشوائية وجدول (١٧) يوضح ذلك:

الدرء الثالث عشر

يناير.. ٢٠١٩م

جدول (٧) التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموجرافية

المتغير	العدد	النسبة المئوية	المتغير		العدد	النسبة المئوية
			العدد	النسبة المئوية		
مكان السكن			عدد الأبناء			
ريف	١٥	٣٥	ابن واحد	٦٢	٢١	
حضر	١٩٥	٦٥	اثنان	١٠٩	٣٦	
الإجمالي	٣٠٠	١٠٠.٠	ثلاثة أبناء	٧٥	٢٥	
سن كل من الزوج والزوجة						
المتغير	الزوج		الزوجة		العدد	النسبة المئوية
	م	٪	م	٪		
أقل من ٢٥ سنة	٨	٣	١٢	٣٥	٣٠٠	١٠٠.٠
م: ٢٥ سنة وحتى أقل من ٣٥ سنة	١٢٧	٤٢	١٧١	٥٧	٦٧	٢٢
م: ٣٥ سنة وحتى أقل من ٤٥ سنة	١١٦	٣٩	٦٨	٢٣	١٥	٣٥
م: ٤٥ سنة وحتى أقل من ٥٥ سنة	٣٥	١٢	٢١	٧	٦١	٢٠
٥٥ فأكثر	١٤	٥	٥	٢	٣٦	١٢
المجموع	٣٠٠	١٠٠.٠	٣٠٠	١٠٠.٠	٣٠٠	١٠٠.٠
المستوى التعليمي للزوج والزوجة						
المتغير	الزوج		الزوجة		العدد	النسبة المئوية
	م	٪	م	٪		
بفأ و يكتب	٠	٠	١	٠	١٣	٠.٣
حاصل على الابتدائية	٠	٠	٣	٠	١	٠.٣
حاصل على الإعدادية	٣	١٧	٥	١٧	٢	٠.٦
حاصل على الثانوية أو ما يعادلها	٥١	١٧	٥٣	١٧	١٨	٦.٠
تعليم جامع	٢٠٣	٦٨	١٧٦	٥٩	٥٩	١٩.٦
م: حلتها ماجستير	٣٠	١٠	٣٥	١٢	١٢	٤.٠
م: حلتها دكتوراه	١٣	٤	٢٧	٩	٩	٣.٠
المجموع	٣٠٠	١٠٠.٠	٣٠٠	١٠٠.٠	٣٠٠	١٠٠.٠
مهنة كل من الزوج والزوجة						
وظيفة حكومية	١١٧	٣٩	١٠٦	٣٥	٣٥	١١.٦
قطاع خاص	١٠٦	٣٥	٢٧	٩	٩	٣.٠
أعمال حرة	٦٢	٢١	١٥	٥	٥	١.٦
على العاش	٦	٢	٠	٠	٠	٠.٢
متوفي	٧	٢	٠	٠	٠	٠.٢
لا يعمل	٢	١	١٥٢	٥١	٥١	١٧.٠
المجموع	٣٠٠	١٠٠.٠	٣٠٠	١٠٠.٠	٣٠٠	١٠٠.٠
نوع السكن						
ملك	٢١٥	٧٢	١٨٨	٦٣	٦٣	٢١.٠
إيجار	٨٢	٢٧	٥٤	١٨	١٨	٦.٠
تابع للعمل	٣	١	٥٨	١٩	١٩	٦.٣
المجموع	٣٠٠	١٠٠.٠	٣٠٠	١٠٠.٠	٣٠٠	١٠٠.٠
مقدار مشاركة الزوج في مصروف البيت						
فئات الدخل الشهري						
المتغير	الزوج		الزوجة		العدد	النسبة المئوية
	م	٪	م	٪		
أقل من ١٠٠٠	٦	٢	١٠٤	٣٥	٥١	١٧.٠
م: ١٠٠٠ إلى أقل من ٢٠٠٠	٣٨	١٣	٨١	٢٧	٢٧	٩.٠
م: ٢٠٠٠ إلى أقل من ٣٠٠٠	٦٣	٢١	٤٩	١٦	١٦	٥.٣
م: ٣٠٠٠ إلى أقل من ٤٠٠٠	٥٩	٢٠	١٦	٦	٦	٢.٠
م: ٤٠٠٠ إلى أقل من ٥٠٠٠	٤٩	١٦	١٦	٦	٦	٢.٠
م: ٥٠٠٠ إلى أقل من ٦٠٠٠	٣٥	١٢	١٦	٦	٦	٢.٠
م: ٦٠٠٠ إلى أقل من ٧٠٠٠	١٣	٤.٣	١٣٩	٤٦	٤٦	١٥.٣
م: ٧٠٠٠ إلى أقل من ٨٠٠٠	١٣	٤.٣	١٦١	٥٤	٥٤	١٨.٠
م: ٨٠٠٠ فأكثر	٢٤	٨	١٦١	٥٤	٥٤	١٨.٠
المجموع	٣٠٠	١٠٠.٠	٣٠٠	١٠٠.٠	٣٠٠	١٠٠.٠
عدد مرات الشراء من الإنترنت						
مرة واحدة	١٣	٤.٣	١٣٩	٤٦	٤٦	١٥.٣
أكثر من مرة	٢٤	٨	١٦١	٥٤	٥٤	١٨.٠
المجموع	٣٠٠	١٠٠.٠	٣٠٠	١٠٠.٠	٣٠٠	١٠٠.٠

يتضح من جدول (١٧) ما يلي:

◀ أن أكثر من ثلث العينة من ربات الأسر عينة الدراسة يقمن في الحضر حيث كانت نسبتهم ٦٥٪ في حين أن نسبة ربات الأسر المقيمين في الريف كانت ٣٥٪.

◀ النسبة الأكبر من ربات الأسر عينة الدراسة لديهن ابنان، حيث بلغت نسبتهم ٣٦٪، في حين أن ٢٥٪ منهم كان لديهن ثلاثة أبناء، و ٢١٪ منهم لديهن ابن واحد، و ١٣٪ كان لديهن ابنة أبناء، وانخفضت نسبة ربات الأسر اللاتي لديهن خمسة أبناء وستة فأكثر حيث بلغت نسبتهم (٢٪/٤٪) على الترتيب.

◀ بلغت النسبة الأعلى للأزواج الذين تتراوح أعمارهم من (٢٥ سنة وحتى أقل من ٣٥ سنة، ٣٥ سنة وحتى أقل من ٤٥ سنة) حيث بلغت نسبتهم ٤٢٪، ٣٩٪ على الترتيب، في حين كانت النسبة الأقل من الأزواج الذين تبلغ أعمارهم ٥٥ سنة فأكثر حيث بلغت نسبتهم ٥٪، كما تبين أن النسبة الأعلى من ربات الأسر عينة الدراسة تتراوح أعمارهن من (٢٥ سنة وحتى أقل من ٣٥ سنة) حيث بلغت نسبتهم ٥٧٪، في حين كانت النسبة الأقل من ربات الأسر عينة الدراسة أعمارهن تبلغ ٥٥ سنة فأكثر حيث بلغت نسبتهم ٢٪.

◀ اتفقت نسبة ربات الأسر المتزوجات لمدة (٥ سنوات وحتى أقل من ١٠ سنوات) حيث بلغت ٣٥٪، وقد كانت نسبة ربات الأسر المتزوجات (أقل من ٥ سنوات) ٢٢٪، في حين أن عدد ربات الأسر المتزوجات لمدة (١٠ سنوات وحتى أقل من ١٥ سنة) كانت نسبتهم ٢٠٪، بينما ربات الأسر المتزوجات لمدة (١٥ سنوات وحتى أقل من ٢٠ سنة) حيث بلغت ١٢٪، وانخفضت نسبة ربات الأسر المتزوجات لمدة (٢٠ سنة فأكثر) بنسبة ١٠٪.

◀ أما بقى من ثلث الأزواج عينة الدراسة كان مسته، تعلمهم مرتفع حيث بلغت نسبتهم ٨٢٪، بينما ١٨٪ منهم مستوى تعليمهم متوسط، وأقل من ثلث ربات الأسر عينة الدراسة مسته، تعلمهم مرتفع حيث بلغت نسبتهم ٨٠٪، في حين كانت نسبة ربات الأسر اللاتي، تعلمهم متوسط ٢٠٪، يليها ربات الأسر ذات المستوى التعليمي المنخفض بنسبة ١٣٪.

◀ أما بقى من ثلث العينة من ربات الأسر عينة الدراسة لا يعملن، حيث بلغت نسبتهم ٥١٪، بينما ربات الأسر اللاتي، يعملن في وظيفة حكومية نسبتهم ٣٥٪، في حين كانت نسبة ربات الأسر اللاتي، بشغل أعمال في القطاع الخاص ٩٪، وانخفضت نسبة ربات الأسر اللاتي يعملن أعمال حرة حيث بلغت نسبتهم ٥٪، و بلغت النسبة الأعلى من الأزواج بشغل وظائف حكومية حيث بلغت نسبتهم ٣٩٪، بينما القطاع الخاص بنسبة ٣٥٪، وانخفض معدل الأزواج الذين لا يعملون، حيث بلغت نسبتهم ١٪.

◀ أما بقى من ثلث العينة سكنهن في مساكن ملك حيث بلغت نسبتهم ٧٢٪، و ٢٧٪ منهن يسكنون بالإيجار، و ١٪ فقط من ربات الأسر عينة الدراسة يسكنون في سكن تابع للعمل.

◀ النسبة الأعلى من ربات الأسر عينة الدراسة كانت طبعته مسكنهن، شقة حيث بلغت نسبتهم ٦٣٪، يليها نسبة ربات الأسر اللاتي يعشن في مسكن

مشترك مع الأقارب حيث كانت نسبتهم ١٩٪، وكانت النسبة الأقل لربات الأسر اللاتي، بعشن، في منزل مستقل ١٨٪.

النسبة الأعلى، كانت لصالح فئة الدخل ذات المستوى المتوسط ٤٨٪ حيث بلغت، لديها الفئة ذات الدخل المنخفض بنسبة ٢٦٪، وكانت النسبة الأقل للفئة ذات الدخل المرتفع حيث بلغت ١٧٪.

النسبة الأكبر من ربات الأسر عينة الدراسة لا يشاركن في الدخل حيث بلغت نسبتهم ٥١٪. لديها نسبة ربات الأسر اللاتي، يشاركن بكل الراتب حيث كانت ٢٧٪ وكانت النسبة الأقل منهن يشاركن بربع الراتب حيث بلغت ٦٪.

بلغت نسبة ربات الأسر اللاتي، قمن بالشراء عبر شبكات الإنترنت أكثر من مرة ٥٤٪ وهي ما يقرب من ثلثي العينة، في حين أن ٤٦٪ منهن تسوقوا عبر شبكات الإنترنت مرة واحدة.

ب- البيانات الخاصة باستخدام ربات الأسر للإنترنت في التسوق

فيما يلي وصف للبيانات الخاصة باستخدام ربات الأسر للإنترنت في التسوق، وجدول (٧ ب) يوضح ذلك:

جدول (٧ ب) التوزيع النسبي والتكراري لاستجابات العينة على بعض استخدامات الإنترنت في التسوق

المتغير	التكرار	المتغير	التكرار	المتغير	التكرار	المتغير	النسبة المئوية
أكثر الخدمات التي تستخدم فيها الإنترنت	٩٠	السلع التي تفضل استخدام الإنترنت لتلبيتها	٣٣	عدد ساعات استخدام ربات الأسر للإنترنت	١٠٥	خدمات صحية	٣٥
السيارات	٩٠	السيارات	٣٣	أقل من ٢ أس	١٠٥	خدمات تعليمية	٤٤
الأثاث والمفروشات	١٦٩	الأثاث والمفروشات	٦٧	من ٢ إلى أقل من ٥ أس	١٣٢	سياحية (السفر - الفنادق)	١٧
العقارات	١٠٩	العقارات	٣٧	من ٥ أس إلى أقل من ٨ أس	٥٠	طبيعية استخدام الإنترنت	٤
مواد التجميل	٨٥	مواد التجميل	٨٥	أكثر من ٨ أس	١٣	البحث والدراسة	١٧١
الملابس	٩٨	الملابس	١٧١			التسوق	٩١
الأحذية والحقائب	١٧٧	الأحذية والحقائب	٩١			الترفيه	٥٥
الأطعمة الغذائية	١٨٢	الأطعمة الغذائية	٥٥			العمل	١٣٠
الأدوات المنزلية	٥٤	الأدوات المنزلية	١٣٠			تعليم الأولاد	٦١
الإكسسوارات والمجوهرات	١٦٢	الإكسسوارات والمجوهرات	٦١			التواصل مع الأهل والأصدقاء	٦٢
الكتب والمراجع	٢٤٦	الكتب والمراجع	٦٢			أخرى (أجهزة الإتصالات - مكملاته)	٩

يتضح من جدول (٧ ب) ما يلي:

تعتبر الخدمات التعليمية أكثر الخدمات التي تلجأ ما يقرب من ثلثي ربات الأسر عينة الدراسة إلى الإنترنت لتلبيتها حيث بلغ تكرارهن ١٦٩ تليها الخدمات السياحية (السفر - الفنادق) بعدد ١٠٩، في حين انخفض معدل تكرار ربات الأسر عينة الدراسة على الخدمات الصحية بعدد ٩٠.

تعد الملابس أكثر السلع التي تفضل فيها ربوات الأسر عينة الدراسة استخدام الإنترنت لتلبية احتياجاتها منه حيث بلغ تكرارهن عليها ١٧١ ربة أسرة، يليها الأدوات المنزلية بتكرار ١٣٠ ربة أسرة، في حين كان عدد ربوات الأسر اللاتي يفضلن شراء الأحذية والحقائب من خلال شبكات ومواقع الإنترنت ٩١ ربة أسرة يليها مواد التجميل بعدد ٨٥ ربة أسرة، في حين انخفض عدد ربوات الأسر اللاتي يفضلن شراء سلع أجهزة الاتصالات من خلال شبكات ومواقع الإنترنت حيث بلغ ٩ فقط من ربوات الأسر عينة الدراسة.

أكثر من ثلث ربوات الأسر عينة الدراسة يقضون من ساعتهم أقل من خمس ساعات في استخدام شبكات ومواقع الانترنت حيث بلغت نسبتهم ٤٤٪، يليهم ربوات الأسر اللاتي يقضين أقل من ساعتين بنسبة ٣٥٪، في حين كانت نسبة ربوات الأسر اللاتي يقضون من خمس ساعات إلى أقل من ثمانية ساعات ١٧٪، وانخفض معدداً ربوات الأسر اللاتي يستخدمن الإنترنت لأكثر من ثمانية ساعات يومياً حيث بلغت نسبتهم ٤٪.

ارتفع تكرار ربوات الأسر عينة الدراسة على طبيعة استخدام الإنترنت بغرض التواصل مع الأهل والأصدقاء حيث بلغ عددهن ٢٤٦ ربة أسرة، يليها استخدامه بغرض الترفيه بتكرار ١٨٢ ربة أسرة، في حين كان عدد ربوات الأسر اللاتي يستخدمن الإنترنت بهدف التسوق ١٧٧ ربة أسرة، و ١٦٢ من ربوات الأسر عينة الدراسة يستخدمن الإنترنت بغرض تعليم الأبناء، وبلغ عدد ربوات الأسر اللاتي يستخدمن الإنترنت بغرض البحث والدراسة ٩٨ ربة أسرة، وانخفض عدد ربوات الأسر عينة الدراسة اللاتي يستخدمن الإنترنت لطبيعة العمل حيث بلغ عددهن ٥٤ ربة أسرة.

• ثانياً: النسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة على أدوات الدراسة:

• بعض المهارات الشخصية

يشتمل هذا الجزء على التوزيع التكراري والنسبي لاستجابات ربوات الأسر عينة الدراسة على استبيان بعض المهارات الشخصية بمحاورة الأربعة، وجدول (٨) يوضح ذلك:

جدول (٨) التوزيع النسبي وفقاً لمستويات استجابات العينة في بعض المهارات الشخصية بمحاورة الأربعة

المحور	البيان		المستوى المنخفض		المستوى المتوسط		المستوى المرتفع	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
مهارة إدارة الوقت والجهد	٢٧	٩	١٦٣	٥٤,٣٣	١١٠	٣٦,٦٧		
مهارة استخدام التكنولوجيا	٤٠	١٣,٣٣	١٦٨	٥٦	٩٢	٣٠,٧٦		
مهارة التواصل مع الآخرين	٦٣	٢١	١٦٧	٥٥,٦٧	٧٠	٢٣,٣٣		
مهارة التفاوض التجاري	٤٦	١٥,٣٣	١٩٣	٦٤,٣٣	٦١	٢٠,٣٣		
إجمالي استبيان بعض المهارات الشخصية	٦٥	٢٢,٦٧	١٦٨	٥٦	٦٧	٢٢,٣٣		

- يتضح من جدول (٨) أن:
- ◀ فئة المستوى المنخفض لبعض المهارات الشخصية: تضمنت ربات الاسر التي كانت استجابتهن تتراوح من ١٣٠-١٤٧ وكان عددهن ٦٥ ربة أسرة بنسبة مئوية ٢٢,٦٧٪.
 - ◀ فئة المستوى المتوسط لبعض المهارات الشخصية: تضمنت ربات الاسر التي كانت استجابتهن تتراوح من ١٤٨ - ١٦٥ وكان عددهن ١٩٣ ربة أسرة بنسبة مئوية ٦٤,٣٣٪.
 - ◀ فئة المستوى المرتفع لبعض المهارات الشخصية: تضمنت ربات الاسر التي كانت استجابتهن تتراوح من ١٦٦: ١٨٤ وكان عددهن ٦٧ ربة أسرة بنسبة مئوية ٢٢,٣٣٪.

• استبيان أساليب التسوق:

يشتمل هذا الجزء على التوزيع التكراري والنسبي لاستجابات عينة الدراسة على استبيان أساليب التسوق بأبعاده الأربعة، و جدول (٩) يوضح ذلك:

جدول (٩) التوزيع النسبي وفقاً لمستويات استجابات العينة لاستبيان أساليب التسوق بأبعاده الأربعة

البيان	المستوى المنخفض		المستوى المتوسط		المستوى المرتفع	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%
المفاضلة على أساس السعر	٤٢	١٤	١٣٩	٤٦,٣٣	١١٩	٣٩,٦٧
المفاضلة على أساس طريقة الدفع والتوصيل	٤٠	١٣,٣٣	٢١٤	٧١,٣٣	٤٦	١٥,٣٣
المفاضلة على أساس مكان الشراء	٢٨	٩,٣٣	١٧٨	٥٩,٣٣	٩٤	٣١,٣٣
المفاضلة على أساس خدمات ما بعد البيع	١٥	٥	١٢١	٤٠,٣٣	١٦٤	٥٤,٦٧
إجمالي استبيان أساليب التسوق	٣٢	١١,٦٧	١٥٣	٥١	١١٥	٣٨,٣٣

- يتضح من جدول (٩) أن:
- ◀ فئة المستوى المنخفض لاستبيان أساليب التسوق: تضمنت ربات الاسر التي كانت استجابتهن تتراوح من ١٠٨-١٢٤ وكان عددهن ٣٢ ربة أسرة بنسبة مئوية ١١,٦٧٪.
 - ◀ فئة المستوى المتوسط لاستبيان أساليب التسوق: تضمنت ربات الاسر التي كانت استجابتهن تتراوح من ١٢٥ - ١٤١ وكان عددهن ١٥٣ ربة أسرة بنسبة مئوية ٥١٪.
 - ◀ فئة المستوى المرتفع لاستبيان أساليب التسوق: تضمنت ربات الاسر التي كانت استجابتهن تتراوح من ١٤٢: ١٦٠ وكان عددهن ١١٥ ربة أسرة بنسبة مئوية ٣٨,٣٣٪.

• ثالثاً: النتائج في ضوء فروض الدراسة

يتضمن هذا الفصل نتائج الدراسة الميدانية التي أجريت على عينة قوامها ٣٠٠ ربة أسرة بهدف الوصول إلى العلاقة بين بعض المهارات الشخصية وعلاقتها بأساليب التسوق لدى عينة من ربوات الأسر، وتفسير هذه النتائج، وبناءً على ما تم الوصول إليه من نتائج يتم عرض توصيات الدراسة.

النتائج في ضوء الفرض الأول

ينص الفرض الأول على أنه "لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين بعض المهارات الشخصية بمحاورها الأربعة (مهارة إدارة الوقت والجهد- مهارة استخدام التكنولوجيا- مهارة التواصل مع الآخرين- مهارة التفاوض التجاري، وإحماله، بعض المهارات الشخصية)، وأساليب التسوق، بأبعادها الأربعة (المفاضلة على أساس السعر - المفاضلة على أساس طريقة الدفع والتوصيل - المفاضلة على أساس مكان الشراء - المفاضلة على أساس خدمات ما بعد البيع، وإجمالي أساليب التسوق) لدى عينة من ربوات الأسر .

وللتحقق من صحة الفرض الأول إحصائياً تم إيجاد معاملات الارتباط بطريقة بيرسون بين بعض المهارات الشخصية بمحاورها الأربعة (إدارة الوقت والجهد - مهارة استخدام التكنولوجيا - مهارة التواصل مع الآخرين - مهارة التفاوض التجاري، وإحماله، بعض المهارات الشخصية) وأساليب التسوق، بأبعادها الأربعة (المفاضلة على أساس السعر - المفاضلة على أساس طريقة الدفع والتوصيل - المفاضلة على أساس مكان الشراء - المفاضلة على أساس خدمات ما بعد البيع، وإجمالي أساليب التسوق) وجدول (١٠) يوضح ذلك:

جدول (١٠) معاملات ارتباط بيرسون لكل من بعض المهارات الشخصية بمحاورها الأربعة وأساليب التسوق بأبعادها الأربعة لدى ربوات الأسر

المتغيرات	المفاضلة على أساس السعر	المفاضلة على أساس طريقة الدفع والتوصيل	المفاضلة على أساس مكان الشراء	المفاضلة على أساس خدمات ما بعد البيع	إجمالي استبيان أساليب التسوق
إدارة الوقت والجهد	♦♦٠,١٩٧	♦♦٠,١٥٦	♦♦٠,١٩٥	♦♦٠,٢٤٤	♦♦٠,٢٨٣
استخدام التكنولوجيا	♦♦٠,٣١	♦♦٠,٤١٨	♦♦٠,٢٣٥	♦♦٠,١٣٦	♦♦٠,٢٥٩
التواصل مع الآخرين	♦♦٠,٣٢٣	♦♦٠,١٥١	♦♦٠,٣٣٩	♦♦٠,٢٣٤	♦♦٠,٣٨٠
التفاوض التجاري	♦♦٠,٢٨٢	♦♦٠,١٤٩	♦♦٠,٣١٢	♦♦٠,٢٧٠	♦♦٠,٣٦٦
إجمالي استبيان المهارات الشخصية	♦♦٠,٣٢٨	♦♦٠,٣٥٠	♦♦٠,٤٤٦	♦♦٠,٣٦٦	♦♦٠,٥٣٢

♦♦ دال عند ٠,٠٥

♦♦ دال عند ٠,٠١

يوضح جدول (١٠) ما يلي .:

◀ توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين محور إدارة الوقت والجهد وكل المفاضلة على أساس السعر ، المفاضلة على أساس طريقة الدفع والتوصيل ، المفاضلة على أساس مكان الشراء ، المفاضلة على أساس خدمات ما بعد البيع ، وإجمالي استبيان أساليب التسوق حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (١٩٧ ، ١٥٦ ، ١٩٥ ، ٢٤٤ ، ٢٨٣) على التوالي وهي دالة عند مستوى (٠،٠١) ويعنى أنه كلما كانت ربة الأسرة قادرة على إدارة وقتها وجهدها بدقة وعناية كلما تمكنت من المفاضلة بين أساليب التسوق بقدر عالٍ من الجودة والكفاءة.

◀ توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين محور استخدام التكنولوجيا وكل من المفاضلة على أساس طريقة الدفع والتوصيل ، المفاضلة على أساس مكان الشراء ، وإجمالي استبيان أساليب التسوق حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٤١٨ ، ٢٣٥ ، ٢٥٩) على التوالي وهي دالة عند مستوى (٠،٠١) وذلك يعنى أنه كلما كانت ربة الأسرة قادرة على ممارسة استخدام التكنولوجيا بشكل جيد كلما ساعدها ذلك في تحديد مكان الشراء وطريقة الدفع والتوصيل المناسبة لها ، وتوجد علاقة ارتباطية موجبة دالة عند مستوى (٠،٥) بين محور استخدام التكنولوجيا والمفاضلة على أساس خدمات ما بعد البيع ، ولا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين محور استخدام التكنولوجيا والمفاضلة على أساس السعر وقد يرجع ذلك إلى اهتمام العديد من ربات الأسر إلى تلبية احتياجاتها من السلع والخدمات بغض النظر عن سعرها المعلن عنه، وتتفق تلك النتيجة مع دراسة السواح (٢٠١٣) والتي أثبتت وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠،٠١) بين أسلوب استخدام طلاب الجامعة للإنترنت واسلوب اتخاذ قراراتهم الشرائية.

◀ توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين محور التواصل مع الآخرين وكل من المفاضلة على أساس السعر ، المفاضلة على أساس طريقة الدفع والتوصيل ، المفاضلة على أساس مكان الشراء ، المفاضلة على أساس خدمات ما بعد البيع ، وإجمالي استبيان أساليب التسوق حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٣٢٣ ، ١٥١ ، ٣٣٩ ، ٢٣٤ ، ٣٨٠) على التوالي وهي دالة عند مستوى (٠،٠١) ويعنى أنه كلما كانت ربة الأسرة قادرة على التعبير عن ما بداخلها من آراء وأفكار ومعلومات ولديها القدرة على توصيلها للآخرين كلما تمكنت من الحصول على أسلوب التسوق المناسب لها والتواصل الفعال مع البائعين للحصول على السلع والخدمات المناسبة لاحتياجاتها.

◀ توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين محور التفاوض التجاري وكل من المفاضلة على أساس السعر ، المفاضلة على أساس طريقة الدفع والتوصيل ، المفاضلة على أساس مكان الشراء ، المفاضلة على أساس خدمات ما

بعد البيع، و إجمالي استبيان أساليب التسوق حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠,٢٨٢، ١٤٩، ٣١٢، ٢٧٠، ٠,٣٦٦) على التوالي وهي دالة عند مستوى (٠,٠١) ويرجع ذلك إلى أنه كلما كانت ربة الأسرة قادرة على المناقشة والحوار الهادف البناء مع الآخرين كلما تمكنت من جمع كافة المعلومات المتعلقة بالسلع والخدمات التي تحتاجها بأعلى كفاءة ممكنة.

◀ توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين إجمالي استبيان بعض المهارات الشخصية وكل من المفاضلة على أساس السعر، المفاضلة على أساس طريقة الدفع والتوصيل، المفاضلة على أساس مكان الشراء، المفاضلة على أساس خدمات ما بعد البيع، وإجمالي استبيان أساليب التسوق حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠,٣٢٨، ٣٥٠، ٤٤٦، ٠,٣٦٦، ٠,٥٣٢) على التوالي وهي دالة عند مستوى (٠,٠١) ويرجع ذلك إلى أنه كلما كانت ربة الأسرة لديها المهارات الأربعة خاصة البحث وتمارسها بطريقة جيدة، كلما تمكنت من المفاضلة بين أساليب التسوق المتاحة لها بكفاءة.

مما سبق يتضح أنه:

◀ توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠١ بين بعض المهارات الشخصية بمحاورها (إدارة الوقت والجهد، التواصل مع الآخرين، التفاوض التجاري، إجمالي استبيان بعض المهارات الشخصية)، وأساليب التسوق بأبعادها الأربعة.

◀ لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كل من استخدام التكنولوجيا والمفاضلة على أساس السعر، وبالتالي يتحقق صحة الفرض الأول جزئياً.

النتائج في ضوء الفرض الثاني

نص الفرض الثاني، علم، أنه " لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين بعض متغيرات المستوى الاقتصادي والاجتماعي، للأسرة (عدد الأبناء - سن، الزوج والزوجة - عدد سنوات الزواج - المستوى التعليمي، للزوج والزوجة - فئات الدخل الشهري للأسرة - مقدار مشاركة الزوجة في الدخل - عدد ساعات استخدام الانترنت) وبعض المهارات الشخصية بمحاورها الأربعة لدى ربوات الأسر عينة الدراسة"

وللتحقق من صحة الفرض الثاني إحصائياً تم إيجاد معاملات الارتباط بطريقة بيرسون بين بعض متغيرات المستوى الاقتصادي والاجتماعي، للأسرة (عدد الأبناء - سن، الزوج والزوجة - عدد سنوات الزواج - المستوى التعليمي، للزوج والزوجة - فئات الدخل الشهري للأسرة - مقدار مشاركة الزوجة في الدخل - عدد ساعات استخدام الانترنت) وبعض المهارات الشخصية بمحاورها (إدارة الوقت والجهد - مهارة استخدام التكنولوجيا - مهارة التواصل مع الآخرين - مهارة

العرو الثالث عشر

يناير.. ٢٠١٩م

التفاوض التجاري، وإجمالي بعض المهارات الشخصية) ويوضح جدول (١١) ذلك:

جدول (١١) معاملات ارتباط بيرسون بين بعض متغيرات المستوى الاجتماعي والاقتصادي وبعض المهارات الشخصية بمحاورها الأربعة

المهارات الشخصية	التفاوض التجاري	التواصل مع الآخرين	استخدام التكنولوجيا	إدارة الوقت والجهد	المتغير
٠.١٨-	٠.٤١	٠.٦٩	٠.٢٤٥-	٠.٦٦	عدد الأبناء
٠.٦٦	٠.٩٢	٠.١٤١	٠.٢٦٩-	٠.١٦٣	سن الزوج
٠.٢٧-	٠.٠٤	٠.٦٦	٠.٢٩١-	٠.١٢٤	سن الزوجة
٠.١٦-	٠.٧٩	٠.٩٧	٠.٣٢٤-	٠.٧٤	عدد سنوات الزواج
٠.٢٨	٠.٩٤-	٠.٥٠	٠.١٢٦	٠.٠٩-	مستوى تعليم الزوج
٠.٣٨	٠.١٣٦-	٠.٧١	٠.١٣٩	٠.٢٢	مستوى تعليم الزوجة
٠.٢٩	٠.٨٩-	٠.٥٦	٠.٧٠	٠.٣٥	دخل الأسرة
٠.٧٦	٠.٣٢	٠.١٢-	٠.٤٢	٠.١٢٦	مقدار المشاركة
٠.١٢-	٠.١٢٢-	٠.١١-	٠.١٨٨	٠.١٤٨-	عدد الساعات التي تستخدم فيها الانترنت

◆◆ دال عند ٠.٠١ ◆◆ دال عند ٠.٠٥

يوضح جدول (١١) ما يلي ..

- ◀ توجد علاقة ارتباطية موجبة بين محور إدارة الوقت والجهد وسن الزوج حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (١٦٣)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١)، بينما توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة عند مستوى دلالة (٠.٠٥) بين محور إدارة الوقت والجهد وكل من (سن الزوجة، و مقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت، وعدد الساعات التي تستخدم فيها الإنترنت) في حين لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين محور إدارة الوقت والجهد وكل من عدد الأبناء، عدد سنوات الزواج، مستوى تعليم الزوج والزوجة، دخل الأسرة، وتختلف تلك النتيجة مع دراسة كل من التلاوي (٢٠١٦:١٠٨) والتي أثبتت وجود علاقة ارتباطية موجبة عند مستوى دلالة (٠.٠١) بين محور إدارة الوقت والجهد وكل من عدد الأبناء، مستوى تعليم الزوج، و دراسة الميهي (٢٠١٤:١٦٤) والتي أكدت على وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية عند نفس المستوى بين الوعي بإدارة الوقت وعدد أفراد الأسرة، وتتفق مع الدراسة الحالية في وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الوعي بإدارة الوقت وكل من مستوى تعليم الأب، مستوى تعليم الأم، دخل الأسرة .
- ◀ توجد علاقة ارتباطية سالبة بين محور استخدام التكنولوجيا وكل من (عدد الأبناء، سن الزوج، سن الزوجة، عدد سنوات الزواج) حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٢٤٥، ٢٦٩، ٢٩١، ٣٢٤) على الترتيب وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١) وتتفق تلك النتيجة مع دراسة العشري (٢٠٠٨:١٨٤) والتي أثبتت وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية

(٠،١) بين الاشتراك واستخدام الإنترنت وعدد سنوات الزواج. بينما توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة عند مستوى دلالة (٠،١) بين محور استخدام التكنولوجيا وعدد الساعات التي تستخدم فيها ربة الأسرة الإنترنت حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (١،٨٨)، في حين توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة عند مستوى دلالة (٠،٥) بين محور استخدام التكنولوجيا وكل من مستوى تعليم الزوج ومستوى تعليم الزوجة، وتبين عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين محور استخدام التكنولوجيا وكل من دخل الأسرة، ومقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت، وتتفق تلك النتائج مع دراسة عوف (١٨١:٢٠١٥) والسواح (٢٠١٣) حيث أكدتا على وجود علاقة ارتباطية سالبة دالة إحصائياً بين أسلوب استخدام المراهقين شبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الإنترنت وعدد ساعات استخدام الإنترنت، واختلفت مع دراسة صقر (١٥٧:٢٠١٣) حيث أكدت نتائجها على عدم وجود علاقة ارتباطية بين أسلوب استخدام طلاب الجامعة للإنترنت وبين عدد ساعات استخدام الإنترنت، واتفقت معها في عدم وجود علاقة ارتباطية بين أسلوب استخدام الإنترنت والسن .

أوضحت دراسة كل من عباس (٢٠١٠) والخمسي (٢٠١٠) على وجود علاقة ارتباطية بين المعلومات والمعارف بشأن الإنترنت والسن والمستوى الاجتماعي والاقتصادي للأسرة، والمستوى التعليمي للأم.

توجد علاقة ارتباطية موجبة عند مستوى دلالة (٠،٥) بين محور التواصل مع الآخرين وسن الزوج حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (١،١٤١)، في حين لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين محور التواصل مع الآخرين وكل من عد الأبناء، سن الزوجة، عدد سنوات الزواج، مستوى تعليم الزوج، مستوى تعليم الزوجة، دخل الأسرة، مقدار المشاركة في مصروف البيت، عدد الساعات التي تستخدم فيها ربة الأسرة للإنترنت وتختلف تلك النتائج مع دراسة وهبه (١٤٦:٢٠١٣) والتي أكدت على عدم وجود ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين محور التواصل الاجتماعي وكل من عدد أفراد الأسرة، مستوى تعليم الأب، مستوى تعليم الأم.

توجد علاقة ارتباطية سالبة دالة عند مستوى دلالة (٠،١) بين محور التفاوض التجاري و عدد الساعات التي تستخدم فيها ربة الأسرة للإنترنت حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (١،١٦٢)، في حين توجد علاقة ارتباطية سالبة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠،٥) بين و محور التفاوض التجاري ومستوى تعليم الزوجة حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠،١٣٦)، بينما لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين محور التفاوض التجاري وكل من عدد الأبناء، سن الزوج، سن الزوجة، عدد سنوات الزواج، مستوى تعليم الزوج، دخل الأسرة، مقدار المشاركة في مصروف البيت.

لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين إجمالي بعض المهارات الشخصية وكل من (عدد الأبناء، و سن الزوج، و سن الزوجة، وعدد سنوات

الدور الثالث عشر يناير.. ٢٠١٩م

الزواج، والمستوى التعليمي للزوج، والمستوى التعليمي للزوجة، فئات الدخل الشهري، مقدار مشاركة الزوجة في الدخل، عدد ساعات استخدام الإنترنت).

مما سبق يتضح عدم وجود علاقة ارتباطية بين إجمالي بعض المهارات الشخصية وبعض متغيرات المستوى الاجتماعي والاقتصادي، وبالتالي تحقق صحة الفرض الثاني.

النتائج في ضوء الفرض الثالث

نص الفرض الثالث علم، أنه "لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين بعض متغيرات المستوى الاقتصادي والاجتماعي، للأسرة (عدد الأبناء - سن الزوج والزوجة - عدد سنوات الزواج - المستوى التعليمي للزوج والزوجة - فئات الدخل الشهري للأسرة - مقدار مشاركة الزوجة في الدخل - عدد ساعات استخدام الإنترنت) وأساليب التسوق بأبعدها الأربعة لدى ربوات الأسر عينت الدراسة"

وللتحقق من صحة الفرض الثالث إحصائياً تم إيجاد معاملات الارتباط بطريقة بيرسون بين بعض متغيرات المستوى الاقتصادي والاجتماعي، للأسرة (عدد الأبناء - سن الزوج والزوجة - عدد سنوات الزواج - المستوى التعليمي للزوج والزوجة - فئات الدخل الشهري للأسرة - مقدار مشاركة الزوجة في الدخل - عدد ساعات استخدام الإنترنت) وأساليب التسوق بأبعدها الأربعة من خلال المفاضلة على أساس (السعر - طريقة الدفع والتوصيل - مكان الشراء - خدمات ما بعد البيع) ويوضح جدول (١٢) ذلك:

جدول (١٢) معاملات ارتباط بيرسون بين بعض متغيرات المستوى الاجتماعي والاقتصادي وأساليب التسوق بأبعدها الأربعة

المتغير	المفاضلة على أساس السعر	المفاضلة على أساس طريقة الدفع والتوصيل	المفاضلة على أساس المكان	المفاضلة على أساس خدمات ما بعد البيع	إجمالي استبيان أساليب التسوق
عدد الأبناء	٠,٠٠٤	٠,٠٢٤	٠,١٥٦	٠,٠٢٦	٠,٠٥٦
سن الزوج	٠,١٢٠	٠,١٠٢	٠,٠٨٢	٠,٠٥٢	٠,٠٠١
سن الزوجة	٠,٠٧٥	٠,١٥٤	٠,٠٨٣	٠,٠١١	٠,٠٤٨
عدد سنوات الزواج	٠,٠١٦	٠,١٢٢	٠,١٦٧	٠,٠٤٦	٠,١١١
مستوى تعليم الزوج	٠,١٠٣	٠,٠٥٤	٠,٠٩٣	٠,٠٦٥	٠,١١٤
مستوى تعليم الزوجة	٠,٢١٩	٠,٠٦٠	٠,٠٨١	٠,١١١	٠,١٧٣
دخل الأسرة	٠,١٨٢	٠,١٤٠	٠,١٠١	٠,١١٢	٠,١٩٢
مقدار المشاركة	٠,٠٢٨	٠,٠٣٦	٠,٠٨٠	٠,٠٠٩	٠,٠٢٦
عدد الساعات التي تستخدم فيها الإنترنت	٠,١٧٨	٠,١٢١	٠,٠٣٦	٠,١٠٣	٠,٠٥٤

◆◆ دال عند ٠,٠١ ◆◆ دال عند ٠,٠٥

يوضح جدول (١٢) ما يلي .:

◀ توجد علاقة ارتباطية موجبة بين بعد المفاضلة على أساس السعر وكل من مستوى تعليم الزوجة، دخل الأسرة حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٢١٩، ٠١٨٢) على الترتيب وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠،٠١)، بينما توجد علاقة ارتباطية سالبة دالة عند نفس المستوى بين بعد المفاضلة على أساس السعر وعدد الساعات التي تستخدم فيها ربة الأسرة للإنترنت حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠،١٧٨)، بينما توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠،٠٥) بين كل من بعد المفاضلة على أساس السعر و سن الزوج حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠،١٢٠)، في حين لا توجد علاقة ارتباطية بين بعد المفاضلة على أساس السعر وكل من عدد الأبناء، سن الزوجة، عدد سنوات الزواج، مستوى تعليم الزوج، مقدار مشاركة الزوجة في الدخل، وتختلف تلك النتيجة مع دراسة طحطاح (١٦١:٢٠٨) والتي أثبتت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠،٠١) بين اتخاذ قرار الشراء وعدد أفراد الأسرة.

◀ توجد علاقة ارتباطية سالبة دالة إحصائياً بين بعد المفاضلة على أساس طريقة الدفع والتوصيل و سن الزوجة حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠،١٥٤) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠،٠١)، في حين توجد علاقة ارتباطية سالبة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠،٠٥) بين بعد المفاضلة على أساس طريقة الدفع والتوصيل وعدد سنوات الزواج بقيمة (٠،١٢٢)، بينما توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً عند نفس المستوى بين بعد المفاضلة على أساس طريقة الدفع والتوصيل و كل من دخل الأسرة و عدد الساعات التي تستخدم فيها ربة الأسرة للإنترنت حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (٠،١٤٠، ٠،١٢١) على الترتيب، وتبين عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين بعد المفاضلة على أساس طريقة الدفع والتوصيل وكل من عدد الأبناء، سن الزوجة، مستوى تعليم الزوج، مستوى تعليم الزوجة، مقدار مشاركة الزوجة في الدخل.

◀ توجد علاقة ارتباطية سالبة دالة إحصائياً بين بعد المفاضلة على أساس مكان الشراء وكل من عدد الأبناء، عدد سنوات الزواج حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠،١٥٦، ٠،١٦٧) على الترتيب وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠،٠١)، كما تبين عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين بعد المفاضلة على أساس مكان الشراء وكل من سن الزوج، سن الزوجة، مستوى تعليم الزوج، مستوى تعليم الزوجة، دخل الأسرة، مقدار مشاركة الزوجة في الدخل، عدد الساعات التي تستخدم فيها ربة الأسرة للإنترنت.

◀ لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين بعد المفاضلة على أساس خدمات ما بعد البيع و كل من عدد الأبناء - سن الزوج و والذ وحت - عدد سنوات الزواج - المستوى التعليمي للزوج والزوجة - فئات الدخل الشهري للأسرة - مقدار مشاركة الزوجة في الدخل - عدد ساعات استخدام الانترنت لربة الأسرة.

◀ توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠١) بين إجمالي استبيان أساليب التسوق وكل من مستوى تعليم الزوجة ودخل الأسرة حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠,١٧٣، ٠,١٩٢) على الترتيب، كما تبين وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين إجمالي استبيان أساليب التسوق ومستوى تعليم الزوج حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (٠,١١٤)، بينما لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين إجمالي استبيان أساليب التسوق وكل من عدد الأبناء، سن الزوج، سن الزوجة، عدد سنوات الزواج، مقدار مشاركة الزوجة في الدخل، عدد ساعات استخدام ربة الأسرة للإنترنت.

كما سبق يتضح أنه:

- ◀ وجود علاق ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين إجمالي أساليب التسوق وكل من (مستوى تعليم الزوجة، ودخل الأسرة، مستوى تعليم الزوج.
- ◀ لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين إجمالي أساليب التسوق وكل من (عدد الأبناء، سن الزوج، سن الزوجة، عدد سنوات الزواج، مقدار مشاركة الزوجة في الدخل، عدد ساعات استخدام ربة الأسرة للإنترنت)، وبالتالي يتحقق صحة الفرض الثالث جزئياً.

النتائج في ضوء الفرض الرابع

ينص الفرض الرابع على أنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين ربات الأسر عينة الدراسة العاملات وغير العاملات في كل من المهارات الشخصية بمحاورها الأربعة وأساليب التسوق بأبعادها الأربعة.

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم إيجاد قيمة (ت) بين متوسط درجات ربات الأسر عينة الدراسة العاملات وغير العاملات في كل من المهارات الشخصية بمحاورها الأربعة وأساليب التسوق بأبعادها الأربعة ويوضح ذلك جدول (١٣)

جدول (١٣) دلالة الفروق بين متوسطات درجات ربات الأسر في استبيان بعض المهارات الشخصية بمحاوره الأربعة تبعاً لمهنة الزوجة

م	البيان المحور	غير عاملات ن=١٥٢		عاملات ن=١٤٨		الفرق بين المتوسطات	قيمة ت	مستوى الدلالة
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
١	مهارة إدارة الوقت والجهد	٤٥,٠٨	٤,٧٢	٤٥,٧٨	٤,٣٥	-٠,٧	-١,٣٣	غير دالة ٠,١٨٤
٢	مهارة استخدام التكنولوجيا	٢٤,٣٠	٣,٦٠	٢٣,٨٧	٤,٥٧	٠,٤٣	٠,٩٠٩	غير دالة ٠,٣٦٤
٣	مهارة التواصل مع الآخرين	٤٣,٤٢	٤,٨٤	٤٣,٨٢	٤,٨٣	-٠,٤	-٠,٧١	غير دالة ٠,٤٧٨
٤	مهارة التفاوض التجاري	٤٢,٩٧	٤,٤١	٤٢,٩١	٤,٤١	٠,٠٦	٠,١٠٨	غير دالة ٠,٩١٤
٥	إجمالي استبيان المهارات الشخصية	١٥٥,٧٨	١٠,٦١	١٥٦,٣٨	١١,٢١	-٠,٥١	-٠,٤٨٣	غير دالة ٠,٦٢٩

يتضح من جدول (١٣) ما يلي:

◀ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات ربات الأسر العاملات وغير العاملات في محور إدارة الوقت والجهد حيث بلغت قيمة (ت) المحسوبة (-١.٣٣) وهي قيمة غير دالة إحصائياً، وتتفق تلك النتيجة مع دراسة كل من الميهي (١٤٨:٢٠١٤) والتي أثبتت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أبناء العاملات وغير العاملات، ورضا (٢٣٠:٢٠١٠) حيث أكدت على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموع الوعى بإدارة الموارد وإدارة الوقت والجهد وإدارة المهارات تبعا لنوع عمل الأم، والتلاوي (١١٢:٢٠١٦) والضحيان (١١٩٥:٢٠١٣) واللاتي أكدتا على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين ربات الأسر العاملات وغير العاملات.

◀ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات ربات الأسر العاملات وغير العاملات في محور استخدام التكنولوجيا حيث بلغت قيمة (ت) المحسوبة (٠.٩٠٩) وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

◀ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات ربات الأسر العاملات وغير العاملات في محور التواصل مع الآخرين حيث بلغت قيمة (ت) المحسوبة (-٠.٧١٠) وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

◀ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات ربات الأسر العاملات وغير العاملات في محور التفاوض التجاري حيث بلغت قيمة (ت) المحسوبة (٠.١٠٨) وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

◀ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات ربات الأسر العاملات وغير العاملات في إجمالي استبيان بعض المهارات الشخصية حيث بلغت قيمة (ت) المحسوبة (-٠.٤٨٣) وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

وقد يرجع ذلك إلى ارتفاع تعليم عينة البحث حيث ٨٠٪ من ربات الأسر عينة الدراسة مستوى تعليمهن مرتفع الأمر الذي أدى إلى ارتفاع وعيهن بالمهارات خاصة البحث وحسن ممارستها مما أدى إلى عدم وجود فروق بين ربات الأسر العاملات وغير العاملات في بعض المهارات الشخصية، كما أن المهارة تكتسب بالممارسة والخبرة أكثر من مستوى التعليم.

مما سبق يتضح أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين ربات الأسر العاملات وغير العاملات في بعض المهارات الشخصية بمحاورها الأربعة.

يتضح من جدول (١٣) ما يلي

◀ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات ربات الأسر العاملات وغير العاملات في بعد المفاضلة على أساس السعر حيث بلغت قيمة (ت) المحسوبة (٠.١٦٤) وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

◀ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات ربات الأسر العاملات وغير العاملات في بعد المفاضلة على أساس طريقة الدفع والتوصيل حيث بلغت قيمة (ت) المحسوبة (-٠.١١٩) وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

العرو الثالث عشر

يناير.. ٢٠١٩م

- ◀ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات ربات الأسر العاملات وغير العاملات في بعد المفاضلة على أساس مكان الشراء حيث بلغت قيمة (ت) المحسوبة (٠,٢٧٥) وهي قيمة غير دالة إحصائياً.
- ◀ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات ربات الأسر العاملات وغير العاملات في بعد المفاضلة على أساس خدمات ما بعد البيع حيث بلغت قيمة (ت) المحسوبة (-٠,٨٦٢) وهي قيمة غير دالة إحصائياً.
- ◀ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات ربات الأسر العاملات وغير العاملات في استبيان أساليب التسوق حيث بلغت قيمة (ت) المحسوبة (-٠,٢٠٧) وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

جدول (١٤) دلالة الفروق بين متوسطات درجات ربات الأسر في استبيان أساليب التسوق بأبعاده الأربعة تبعاً لمهنة الزوجية

م	البيان	غير عاملات ن=١٥٢		عاملات ن=١٤٨		الفرق بين المتوسطات	قيمة ت	مستوى الدلالة
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
١	المفاضلة على أساس السعر	٣٠,٩٧	٣,٧٤	٣٠,٨٩	٤,١٥	٠,٠٧٥	٠,١٦٤	٠,٧٨٠ غير دالة
٢	المفاضلة على أساس طريقة الدفع والتوصيل	٣١,١٥	٣,٥٥	٣١,٢٤	٣,٠٨	٠,٠٩١	-٠,٢٣٩	٠,٨١١ غير دالة
٣	المفاضلة على أساس مكان الشراء	٤١,٥١	٣,٥٨	٤١,٣٩	٤,٠٥	٠,١٢١	٠,٢٧٥	٠,٧٨٤ غير دالة
٤	المفاضلة على أساس خدمات ما بعد البيع	٣٣,٩٠	٣,٣٧	٣٤,٢٥	٣,٦٣	٠,٣٤٩	-٠,٨٦٢	٠,٣٩٠ غير دالة
٥	إجمالي استبيان أساليب التسوق	١٣٧,٥٤	٩,٤٣	١٣٧,٧٨	١٠,٩٩	-٠,٢٤٤	-٠,٢٠٧	٠,٨٣٦ غير دالة

وقد يرجع ذلك إلى قدرة ربات الأسر عينة الدراسة العاملات وغير العاملات في استخدام التكنولوجيا بغرض التسوق بصفة خاصة حيث بلغ تكرارهن ١٧٧ ربة أسرة أي ما يزيد عن نصف العينة مما ساعدها في الحصول على كافة المعلومات المتعلقة بالسلع والخدمات التي تحتاجها من حيث السعر، وطريقة الدفع والتوصيل المناسبة لها، وتحديد أي الأماكن مناسبة لتلبية احتياجاتها، وكيفية التواصل لضمان جودة وسلامة المنتج بعد البيع، الأمر الذي أدى إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين ربات الأسر العاملات وغير العاملات في أساليب التسوق التي تتبعها بمحاورها الأربعة.

في ضوء ما تم عرضه ومناقشته من نتائج الفرض الرابع يتضح ما يلي:

- ◀ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين ربات الأسر العاملات وغير العاملات في بعض المهارات الشخصية بمحاورها الأربعة.

٤ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين ربات الأسر العاملات وغير العاملات في أساليب التسوق التي تتبعها بأبعدها الأربعة، وبالتالي تحقق صحة الفرض الرابع.

النتائج في ضوء الفرض الخامس

ينص الفرض الخامس على أنه "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين ربات الأسر عينة الدراسة المشاركات في الدخل وغير المشاركات في الدخل في كل من بعض المهارات الشخصية بمحاورها الأربعة وأساليب التسوق بأبعدها الأربعة"

وللتحقق من صحة الفرض إحصائياً تم استخدام اختبار T.test للوقوف على دلالة الفروق بين ربات الأسر عينة الدراسة المشاركات في الدخل وغير المشاركات في كل من: بعض المهارات الشخصية بمحاورها الأربعة (إدارة الوقت والجهد - استخدام التكنولوجيا - التواصل مع الآخرين - التفاوض التجاري، وإحماله، استئمان بعض المهارات الشخصية)، وأساليب التسوق، اللاتب، نتغنها بأبعاده الأربعة (المفاضلة علم، أساس، السعر - المفاضلة علم، أساس، طبقة الدفع والتوصيل - المفاضلة على أساس مكان الشراء - المفاضلة على أساس خدمات ما بعد البيع) وجدولي (١٥)، (١٦) يوضحان ذلك:

جدول (١٥) دلالة الفروق بين متوسطات درجات ربات الأسر في استئمان بعض المهارات الشخصية بمحاورها الأربعة تبعاً لمشاركة الزوجة في الدخل

م	البيان المحور	تشارك ن=١٤٤		لا تشارك ن=١٥٦		الفرق بين المتوسطات	قيمة ت	مستوى الدلالة
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
١	مهارة إدارة الوقت والجهد	٤٦.١٨	٤.٣٩	٤٤.٨١	٤.٦١	١.٣٨	٢.٤٦	٠.١٤ (عند ٠.٠٥)
٢	مهارة استخدام التكنولوجيا	٢٣.٩٣	٤.٥٢	٢٤.٢٤	٣.٧٩	٠.٣١	٠.٦٥	٠.٥١٩ غير دالت
٣	مهارة التواصل مع الآخرين	٤٣.٦٩	٤.٨١	٤٣.٥٥	٤.٨٧	٠.١٤	٠.٢٤	٠.٨٠٨ غير دالت
٤	مهارة التفاوض التجاري	٤٣.١٩	٤.١٢	٤٢.٧١	٤.٦٥	٠.٤٩	٠.٩٦	٠.٣٣٧ غير دالت
٥	إجمالي استئمان المهارات الشخصية	١٥٦.٩١	١٠.٨٣	١٥٥.٣١	١٠.٩٥	١.٦٠	١.٢٧	٠.٢٠٤ غير دالت

يتضح من جدول (١٥) ما يلي:

٤ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات ربات الأسر عينة الدراسة المشاركات في الدخل وغير المشاركات لصالح الزوجات المشاركات في

العرو الثالث عشر

يناير.. ٢٠١٩م

مجموع عبارات محور إدارة الوقت والجهد حيث بلغت قيمة (ت) المحسوبة (٢,٤٦) وهي قيمة دالة إحصائياً.

◀ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات ربات الأسر عينة الدراسة المشاركات في الدخل وغير المشاركات في محور استخدام التكنولوجيا حيث بلغت قيمة (ت) المحسوبة (-٠,٦٥) وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

◀ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات ربات الأسر عينة الدراسة المشاركات في الدخل وغير المشاركات في محور التواصل مع الآخرين حيث بلغت قيمة (ت) المحسوبة (٠,٢٤) وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

◀ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات ربات الأسر عينة الدراسة المشاركات في الدخل وغير المشاركات في محور التفاوض التجاري حيث بلغت قيمة (ت) المحسوبة (٠,٩٦) وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

◀ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات ربات الأسر عينة الدراسة المشاركات في الدخل وغير المشاركات في إجمالي استبيان بعض المهارات الشخصية حيث بلغت قيمة (ت) المحسوبة (١,٢٧) وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

جدول (١٦) دلالة الفروق بين متوسطات درجات ربات الأسر في استبيان أساليب التسوق بإبعاده الأربعة تبعاً لمشاركة الزوجة في الدخل

م	المحور	البيان	تشارك ن=١٤٤		لا تشارك ن=١٥٦		الفرق بين المتوسطات	قيمة ت	مستوى الدلالة
			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
١	المفاضلة على أساس السعر		٣٠,٨٥	٤,١٤	٣١,٠٢	٣,٧٧	-٠,١٧٢	٠,٣٧٧	غير دالة
٢	المفاضلة على أساس طريقة الدفع والتوصيل		٣١,٢٩	٣,٥٩	٣١,١١	٣,٥٦	٠,١٨٣	٠,٤٧٥	غير دالة
٣	المفاضلة على أساس مكان الشراء		٤١,١٧	٤,١٤	٤١,٧٢	٣,٤٨	-٠,٥٥١	١,٢٥٢	غير دالة
٤	المفاضلة على أساس خدمات ما بعد البيع		٣٣,٩٩	٣,٦٧	٣٤,١٥	٣,٣٦	-٠,١٥٤	٠,٣٨١	غير دالة
٥	إجمالي استبيان أساليب التسوق		١٣٧,٢٩	١١,١٦	١٣٧,٩٩	٩,٢٩	-٠,٦٩٥	٠,٥٨٨	غير دالة

يتضح من جدول (١٦) ما يلي:

◀ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات ربات الأسر عينة الدراسة المشاركات في الدخل وغير المشاركات في بعد المفاضلة على أساس السعر حيث بلغت قيمة (ت) المحسوبة (-٠,٣٧٧) وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

◀ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات ربات الأسر عينة الدراسة المشاركات في الدخل وغير المشاركات في بعد المفاضلة على أساس طريقة الدفع والتوصيل حيث بلغت قيمة (ت) المحسوبة (٠,٤٧٥) وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

◀ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات ربات الأسر عينة الدراسة المشاركات في الدخل وغير المشاركات في بعد المفاضلة على أساس مكان الشراء حيث بلغت قيمة (ت) المحسوبة (-١,٢٥٢) وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

◀ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات ربات الأسر عينة الدراسة المشاركات في الدخل وغير المشاركات في بعد المفاضلة على أساس خدمات ما بعد البيع حيث بلغت قيمة (ت) المحسوبة (-٠,٣٨١) وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

◀ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات ربات الأسر عينة الدراسة المشاركات في الدخل وغير المشاركات في إجمالي استبيان أساليب التسوق حيث بلغت قيمة (ت) المحسوبة (-٠,٥٨٨) وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

في ضوء ما تم عرضه ومناقشته من نتائج الفرض الخامس يتضح ما يلي:

◀ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين ربات الأسر المشاركات في الدخل وغير المشاركات لصالح ربات الأسر المشاركات في استبيان بعض المهارات الشخصية بمحاورة الأربعة.

◀ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين ربات الأسر المشاركات في الدخل وغير المشاركات في الدخل في استبيان أساليب التسوق التي تتبعها بأبعاده الأربعة، وبالتالي تحقق الفرض الخامس جزئياً.

النتائج في ضوء الفرض السادس

ينص الفرض السادس على أنه " لا يوجد تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينة الدراسة في بعض المهارات الشخصية بمحاورها الأربعة وأساليب التسوق بأبعاده الأربعة تبعاً (عدد سنوات الزواج، ومستوى تعليم الزوجة، فئات الدخل الشهري)".

وللتحقق من صحة الفرض إحصائياً تم استخدام أسلوب تحليل التباين في اتجاه واحد ANOVA لكل من استبيان بعض المهارات الشخصية بمحاورها الأربعة واستبيان أساليب التسوق بأبعاده الأربعة تبعاً (عدد سنوات الزواج، مستوى تعليم الزوجة، فئات الدخل الشهري) وتم تطبيق اختبار Tukey لمعرفة دلالة الفروق بين المتوسطات، والجداول (١٧)، (١٨) توضح ذلك:

العرو الثالث عشر

يناير .. ٢٠١٩م

جدول (١٧) تحليل التباين لاستبيان بعض المهارات الشخصية لربات الأسر بمحاورها الأربعة وفقاً لعدد سنوات الزواج (ن=٣٠٠)

البعد	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
إدارة الوقت والجهد	بين المجموعات	١٣٩,٢٣	٤	٣٤,٨١	١,٧٩	٠,١٥٠ غير دالة
	داخل المجموعات الكلي	٦٠٤٢,٣١	٢٩٥	٢٠,٤٨		
استخدام التكنولوجيا	بين المجموعات	٥٣١,٥٧	٤	١٣٢,٨٩	٨,٦٩	٠,٠٠٠ دالة عند (٠,٠٠١)
	داخل المجموعات الكلي	٤٥١٠,٩٩	٢٩٩	١٥,٢٩		
التواصل مع الآخرين	بين المجموعات	١٠٤,٩٨	٤	٢٦,٢٤	١,١٣	٠,٣٤٥ غير دالة
	داخل المجموعات الكلي	٦٨٧٩,٩٤	٢٩٩	٢٣,٣٢		
التفاوض التجاري	بين المجموعات	٦٦,٦٥	٤	١٦,٦٦	٠,٨٥٨	٠,٤٩٠ غير دالة
	داخل المجموعات الكلي	٥٧٣٠,٢٧	٢٩٥	١٩,٤٣		
إجمالي بعض المهارات الشخصية	بين المجموعات	١٢١,٨٩	٤	٣٠,٤٥	٠,٢٥٤	٠,٩٠٧ غير دالة
	داخل المجموعات الكلي	٣٥٣٩٧,٤٤	٢٩٥	١١٩,٩٩		

جدول (١٨) اختبار Tukey لمعرفة دلالة الفروق بين متوسطات درجات محور استخدام التكنولوجيا لربات الأسر عينة الدراسة وفقاً لعدد سنوات الزواج

عدد سنوات الزواج	العدد	المتوسط الحسابي
أقل من ٥ سنوات	٦٧	٢٥,٧٦
من ٥ وحتى أقل من ١٠ سنوات	١٠٥	٢٤,٧٩
من ١٠ سنوات وحتى أقل من ١٥	٦١	٢٣,٣٨
من ١٥ وحتى أقل من ٢٠ سنة	٣٦	٢٢,٥٦
٢٠ سنة فأكثر	٣١	٢١,٦١

يتضح من جدولتي (١٧)، (١٨) ما يلي:

◀ عد وجود تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينة الدراسة في كل من (إدارة الوقت والجهد، والتواصل مع الآخرين، والتفاوض التجاري، إجمالي بعض المهارات الشخصية) تبعاً لعدد سنوات الزواج حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة (٠,١٥٠، ٠,٣٤٥، ٠,٤٩٠، ٠,٩٠٧) على التوالي وهي قيم غير دالة إحصائياً، وتتفق تلك النتيجة مع دراسة التلاوي (١١٩:٢٠١٦) والتي أكدت على عدم وجود تباين دال إحصائياً بين الزوجات عينة في كل من الوعي بإدارة الوقت، والوعي بإدارة الجهد، وإجمالي الوعي بإدارة الموارد) تبعاً لعدد سنوات الزواج.

◀ وجود تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر في استخدام التكنولوجيا تبعاً لعدد سنوات الزواج حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة (٨,٦٩) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٠١)، ولبيان اتجاه الدلالة تم استخدام اختبار Tukey للمقارنات المتعددة وذلك لمعرفة دلالة الفروق بين متوسط درجات ربات الأسر عينة الدراسة في استخدام التكنولوجيا تبعاً لعدد سنوات الزواج، وقد وجد أن هذه الاختلافات لصالح ربات الأسر المتزوجات في المدة من ٥ وحتى أقل من ١٠ سنوات.

الدرء الثالث عشر

يناير .. ٢٠١٩م

جدول (١٩) تحليل التباين أحادي الاتجاه لاستبيان أساليب التسوق لربات الأسر بأبعاده الأربعة وفقاً لعدد سنوات الزواج (ن=٣٠٠)

البعد	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
المفاضلة على أساس السعر	بين المجموعات	٦,٠٧	٤	١,٥٢	٠,٩٦	غير دالة
	داخل المجموعات الكلي	٤٦٤٧,٧٢	٢٩٥	١٥,٧٦		
المفاضلة على أساس طريقة الدفع والتوصيل	بين المجموعات	٦,٥٤	٤	١٥,١٣	١,٣٧٨	غير دالة
	داخل المجموعات الكلي	٣٢٤٠,٨٦	٢٩٥	١٠,٩٩		
المفاضلة على أساس مكان الشراء	بين المجموعات	١٢٤,٠١	٤	٣١,٠٠	٢,١٦٦	غير دالة
	داخل المجموعات الكلي	٤٢٢٢,٣٤	٢٩٥	١٤,٣١		
المفاضلة على أساس خدمات ما بعد البيع	بين المجموعات	٣١,٦٢	٤	٧,٩١	٠,٦٤١	غير دالة
	داخل المجموعات الكلي	٣٦٣٦,٧٧	٢٩٥	١٢,٣٣		
إجمالي استبيان أساليب التسوق	بين المجموعات	٤٠٢,٢٨	٤	١٠٠,٥٧	٠,٩٦٣	غير دالة
	داخل المجموعات الكلي	٣٠٨١١,٠٤	٢٩٥	١٠٤,٤٤		

يتضح من جدول (١٩) ما يلي:

٤ عد وجود تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينة الدراسة في كل من المفاضلة على أساس (السعر، الدفع والتوصيل، مكان الشراء، خدمات ما بعد البيع، إجمالي أساليب التسوق) تبعاً لعدد سنوات الزواج حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة (٠,٩٨٤، ٠,٢٤٢، ٠,٠٧٣، ٠,٦٣٣، ٠,٤٢٨) على التوالي وهي قيم غير دالة إحصائياً.

جدول (٢٠) تحليل التباين لاستبيان بعض المهارات الشخصية لربات الأسر بمحاورها الأربعة وفقاً لمستوى تعليم الزوجة (ن=٣٠٠)

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
إدارة الوقت والجهد	بين المجموعات	٢٦,٧٢	٢	١٣,٣٦	٠,٦٤٥	غير دالة
	داخل المجموعات الكلي	٦١٥٤,٨١	٢٩٧	٢٠,٧٢		
استخدام التكنولوجيا	بين المجموعات	٢٣٦,٤٢	٢	١١٨,٢١	٧,٣١	دالة عند (٠,٠١)
	داخل المجموعات الكلي	٤٨٠٦,١٦	٢٩٧	١٦,١٨		
التواصل مع الآخرين	بين المجموعات	١٢,٠١	٢	٦,٠١	٠,٢٦	غير دالة
	داخل المجموعات الكلي	٦٩٧٢,٩١	٢٩٧	٢٣,٤٨		
التفاوض التجاري	بين المجموعات	٩٢,٥٩	٢	٤٦,٢٩	٢,٤١	غير دالة
	داخل المجموعات الكلي	٥٧٠٤,٣٣	٢٩٧	١٩,٢١		
إجمالي استبيان المهارات الشخصية	بين المجموعات	٣٢,٦٧	٢	١٦,٣٤	٠,١٤	غير دالة
	داخل المجموعات الكلي	٣٥٤٨٦,٥٧	٢٩٧	١١٩,٤٨		

العرو الثالث عشر

يناير .. ٢٠١٩ م

جدول (٢١) اختبار Tukey معرفة دلالة الفروق بين متوسطات درجات محور استخدام التكنولوجيا لربات الأسر وفقاً لمستويات تعليم الزوجات

مستويات تعليم الزوجات	العدد	المتوسط الحسابي
مستوى المنخفض	٤	١٦,٧٥
المستوى المتوسط	٥٨	٢٣,٦٩
المستوى المرتفع	٢٣٨	٢٤,٣١

يتضح من جدولتي (٢٠)، (٢١) ما يلي:

٤ لا يوجد تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينة الدراسة في كل من (إدارة الوقت والجهد، والتواصل مع الآخرين، والتفاوض التجاري، وإجمالي بعض المهارات الشخصية) تبعاً لمستويات تعليم الزوجات حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة (٠,٦٥، ٠,٢٦، ٠,٤١، ٠,١٤) وهي قيم غير دالة إحصائياً، وتختلف تلك النتيجة مع دراسة التلاوي (٢٠١٦:١٣٢) والتي أثبتت وجود تباين دال إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين الزوجات عينة الدراسة في الوعي بإدارة موردي الوقت والجهد لصالح الزوجات ذوات المستوى التعليمي المرتفع.

٤ وجود تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر في استخدام التكنولوجيا تبعاً لمستويات تعليم الزوجات حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة (٧,٣١) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٠١)، ولبيان اتجاه الدلالة تم استخدام اختبار Tukey للمقارنات المتعددة وذلك لمعرفة دلالة الفروق بين متوسط درجات ربات الأسر عينة الدراسة في استخدام التكنولوجيا تبعاً لمستويات تعليم الزوجات، وقد وجد أن هذه الاختلافات لصالح ربات الأسر ذوي التعليم المتوسط.

جدول (٢٢) تحليل التباين لاستبيان أساليب التسوق لربات الأسر بأبعادها الأربعة وفقاً لمستويات تعليم الزوجات (ن=٣٠٠)

البعد	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
المفاضلة على أساس السعر	بين المجموعات	٢٠٣,٨٥	٢	١٠١,٩٢	٦,٨٠	٠,٠١
	داخل المجموعات الكلي	٤٤٤٩,٩٥	٢٩٧	١٤,٩٨		
المفاضلة على أساس طريقة الدفع والتوصيل	بين المجموعات	٦٣,٢٨	٢	٣١,٦٤	٢,٩٠	٠,٠٥٦
	داخل المجموعات الكلي	٣٢٣٨,١٢	٢٩٧	١٠,٩٠		
المفاضلة على أساس مكان الشراء	بين المجموعات	١٦,٣٣	٢	٨,١٦	٠,٥٦	٠,٥٧٢
	داخل المجموعات الكلي	٤٣٣٠,٠٢	٢٩٧	١٤,٥٨		
المفاضلة على أساس خدمات ما بعد البيع	بين المجموعات	٦٨,٤٤	٢	٣٤,٢٢	٢,٨٢	٠,٠٦١
	داخل المجموعات الكلي	٣٥٩٩,٩٥	٢٩٧	١٢,١٢		
إجمالي استبيان أساليب التسوق	بين المجموعات	٧١١,٩٠	٢	٣٥٥,٩٥	٣,٤٧	٠,٠٣٣
	داخل المجموعات الكلي	٣٠٥١,٤٢	٢٩٧	١٠٢,٦٩		

العرو الثالث عشر

يناير.. ٢٠١٩م

جدول (٢٣) اختبار Tukcy لمعرفة دلالة الفروق بين متوسطات درجات كل من (المفاضلة على أساس السعر، وإجمالي أساليب التسوق) لربات الأسر وفقاً لمستويات تعليم الزوجة، ن=٣٠٠

الأبعاد	مستويات تعليم الزوجة	العدد	المتوسط الحسابي
المفاضلة على أساس السعر	مستوى المنخفض	٤	٣٢,٥٠
	المستوى المتوسط	٥٨	٢٩,٢٨
	المستوى المرتفع	٢٣٨	٣١,٣٢
إجمالي أساليب التسوق	مستوى المنخفض	٤	١٣٥,٢٥
	المستوى المتوسط	٥٨	١٣٤,٦٠
	المستوى المرتفع	٢٣٨	١٣٨,٤٥

يتضح من جدولي (٢٢)، (٢٣) ما يلي:

◀ لا يوجد تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينة الدراسة في كل من المفاضلة على أساس (طريقة الدفع والتوصيل، و مكان الشراء، وخدمات ما بعد البيع) تبعا لمستويات تعليم الزوجة حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة (٢,٩٠، ٠,٥٦، ٢,٨٢) وهي قيم غير دالة إحصائياً.

◀ وجود تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينة الدراسة في كل من (المفاضلة على أساس السعر)، تبعا لمستوى تعليم الزوجة حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة (٦,٨٠) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٠١)، وليبان اتجاه الدلالة تم استخدام اختبار Tukey للمقارنات المتعددة وذلك لمعرفة دلالة الفروق بين متوسط درجات ربات الأسر عينة الدراسة في كل من (المفاضلة على أساس السعر) تبعا لمستويات تعليم الزوجة، وقد وجد أن هذه الاختلافات لصالح ربات الأسر ذوي التعليم المنخفض.

◀ وجود تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينة الدراسة في إجمالي أساليب التسوق تبعا لمستويات تعليم الزوجة حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة (٣,٤٧) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥)، وليبان اتجاه الدلالة تم استخدام اختبار Tukey للمقارنات المتعددة وذلك لمعرفة دلالة الفروق بين متوسط درجات ربات الأسر عينة الدراسة في (إجمالي أساليب التسوق) تبعا لمستويات تعليم الزوجة، وقد وجد أن هذه الاختلافات لصالح ربات الأسر ذوي التعليم المرتفع.

جدول (٢٤) تحليل التباين لاستبيان بعض المهارات الشخصية لربات الأسر بمحاورها الأربعة وفقاً لفئات الدخل الشهري (ن=٣٠٠)

المحور	مصدر التباين	مجموع التباين	درجات الحرية	متوسط التباين	قيمة ف	مستوى الدلالة
إدارة الوقت والجهد	بين المجموعات	١٢٩,٥٨	٨	١٦,١٩	٠,٧٨	٠,٢٢٢
	داخل المجموعات الكلي	٦٠٥١,٩٥ ٦١٨١,٥٣	٢٩١ ٢٩٩	٢٠,٧٩		غير دالة
استخدام التكنولوجيا	بين المجموعات	٨١,٢٧	٨	١٠,١٦	٠,٥٩	٠,٧٨١
	داخل المجموعات الكلي	٤٩٦١,٢٩ ٥٠٤٢,٥٧	٢٩١ ٢٩٩	١٧,٠٥		غير دالة
التواصل مع الآخرين	بين المجموعات	٩٨,٠٤	٨	١٢,٢٥	٠,٥٢	٠,٨٤٣
	داخل المجموعات الكلي	٦٨٨٦,٩١ ٦٩٨٤,٩٢	٢٩١ ٢٩٩	٢٣,٦٧		غير دالة
التفاوض التجاري	بين المجموعات	٢٠٩,١٩	٨	٢٦,١٥	١,٣٦	٠,٢١٣
	داخل المجموعات الكلي	٥٥٨٧,٧٣ ٥٧٩٦,٩٢	٢٩١ ٢٩٩	١٩,٢٠		غير دالة
إجمالي استبيان المهارات الشخصية	بين المجموعات	٥٩٥,٢٨	٨	٧٤,٤١	٠,٦٢	٠,٧٦١
	داخل المجموعات الكلي	٣٤٩٢٣,٩٥ ٣٥٥١٩,٢٤	٢٩١ ٢٩٩	١٢٠,٠١		غير دالة

يتبين من خلال جدول (٢٤) التالي:

العروض الثالث عشر

يناير .. ٢٠١٩م

◀ لا يوجد تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينة الدراسة في كل من (إدارة الوقت والجهد، واستخدام التكنولوجيا، والتواصل مع الآخرين، والتفاوض التجاري، وإجمالي بعض المهارات الشخصية) تبعاً لفئات الدخل الشهري حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة (٠,٧٨، ٠,٥٩، ١,٣٦، ٠,٦٢) وهي قيم غير دالة إحصائياً، وتتفق تلك النتيجة مع دراسة التلاوي (٢٠١٦: ١٣٧) والتي أكدت على عدم وجود تباين دال إحصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في كل من (الوعي بإدارة الوقت، والوعي بإدارة الجهد، وإجمالي إدارة الموارد) تبعاً لفئات الدخل الشهري.

جدول (٢٥) تحليل التباين لاستبيان أساليب التسوق لربات الأسر بمحاورها الأربعة وفقاً لفئات الدخل الشهري (ن=٣٠٠)

البعد	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
المفاضلة على أساس السعر	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	٢٢٣,٨٦ ٤٤٢٩,٩٣ ٤٦٥٣,٧٩	٨ ٢٩١ ٢٩٩	٢٧,٩٨ ١٥,٢٢	١,٨٤	٠,٠٧٠ غير دالة
المفاضلة على أساس طريقة الدفع والتوصيل	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	١٣٢,٩٩ ٣١٦٨,٤٠ ٣٣٠١,٣٩	٨ ٢٩١ ٢٩٩	١٦,٦٣ ١٠,٨٩	١,٥٣	٠,١٤٧ غير دالة
المفاضلة على أساس مكان الشراء	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	١٧٥,٦٠ ٤١٧٠,٧٥ ٤٣٤٦,٣٥	٨ ٢٩١ ٢٩٩	٢١,٩٥ ١٤,٣٣	١,٥٣	٠,١٤٦ غير دالة
المفاضلة على أساس خدمات ما بعد البيع	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	١٣٥,٥٥ ٣٥٣٣,٣٣ ٣٦٦٨,٣٩	٨ ٢٩١ ٢٩٩	١٦,٨٨ ١٢,١٤	١,٣٩	٠,٢٠٠ غير دالة
إجمالي استبيان أساليب التسوق	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	١٩٨٥,٣٩ ٢٩٢٢٧,٩٤ ٣١٢١٣,٣٢	٨ ٢٩١ ٢٩٩	٢٤٨,١٧ ١٠٠,٤٤	٢,٤٧	٠,٠١٣ دالة عند (٠,٥)

جدول (٢٥) اختبار Tukey لمعرفة دلالة الفروق بين متوسطات درجات إجمالي أساليب التسوق لربات الأسر وفقاً لفئات الدخل الشهري (ن=٣٠٠)

فئات الدخل الشهري	العدد	المتوسط الحسابي
أقل من ١٠٠٠	٦	١٣٢,٨٣
من ١٠٠٠ إلى أقل من ٢٠٠٠	٣٨	١٣٤,٠٣
من ٢٠٠٠ إلى أقل من ٣٠٠٠	٦٣	١٣٧,٣٢
من ٣٠٠٠ إلى أقل من ٤٠٠٠	٥٩	١٣٦,٧١
من ٤٠٠٠ إلى أقل من ٥٠٠٠	٤٩	١٣٦,٨٩
من ٥٠٠٠ إلى أقل من ٦٠٠٠	٣٥	١٤١,٠٦
من ٦٠٠٠ إلى أقل من ٧٠٠٠	١٣	١٤٤,٧٧
من ٧٠٠٠ إلى أقل من ٨٠٠٠	١٣	١٣٧,٨٥
٨٠٠٠ فأكثر	٢٤	١٤٠,٥٠

يتضح من جدولتي (٢٤)، (٢٥) ما يلي:

- ◀ لا يوجد تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينة الدراسة في كل من المفاضلة على أساس (السعر، طريقة الدفع والتوصيل، و مكان الشراء، وخدمات ما بعد البيع) تبعاً لفئات الدخل الشهري حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة (١،٨٤، ١،٥٣، ١،٥٣، ١،٣٩) وهي قيم غير دالة إحصائياً.
- ◀ وجود تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينة الدراسة في إجمالي أساليب التسوق تبعاً لفئات الدخل الشهري حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة (٢،٤٧) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠،٠٥)، ولبيان اتجاه الدلالة تم استخدام اختبار Tukey للمقارنات المتعددة وذلك لمعرفة دلالة الفروق بين متوسط درجات ربات الأسر عينة الدراسة في (إجمالي أساليب التسوق) تبعاً لفئات الدخل الشهري، وقد وجد أن هذه الاختلافات لصالح ربات الأسر ذوى الدخل من ٦٠٠٠ إلى أقل من ٧٠٠٠.
- مما سبق يتضح أنه:

- ◀ وجود تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينة الدراسة في بعض المهارات الشخصية تبعاً ل (عدد سنوات الزواج، ومستوى تعليم الزوجة).
- ◀ لا يوجد تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينة الدراسة في بعض المهارات الشخصية تبعاً لفئات الدخل الشهري
- ◀ وجود تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينة الدراسة في أساليب التسوق تبعاً ل (مستوى تعليم الزوجة، وفئات الدخل الشهري).
- ◀ لا يوجد تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينة الدراسة في أساليب التسوق تبعاً لعدد سنوات الزواج، وبالتالي يتحقق صحة الفرض السادس جزئياً.

ملخص لأهم نتائج البحث

- ◀ توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠،٠١ بين بعض المهارات الشخصية بمحاورها (إدارة الوقت والجهد، التواصل مع الآخرين، التفاوض التجاري، إجمالي استبيان بعض المهارات الشخصية)، وأساليب التسوق بأبعادها الأربعة.
- ◀ لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كل من استخدام التكنولوجيا والمفاضلة على أساس السعر
- ◀ توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠،٠١) بين أساليب التسوق بأبعادها الأربعة ومحور التواصل مع الآخرين.
- ◀ توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠،٠١) بين أساليب التسوق بأبعادها الأربعة ومحور التفاوض التجاري.

- ◀ توجد علاقة ارتباطية سالبة عند مستوى دلالة (٠,٠١) بين محور استخدام التكنولوجيا وكل من عدد الأبناء، سن الزوج، سن الزوجة، عدد سنوات الزواج .
- ◀ توجد علاقة ارتباطية موجبة عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين محور التواصل مع الآخرين وسن الزوج في حين لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين محور التواصل مع الآخرين وكل من عدد الأبناء، سن الزوجة، عدد سنوات الزواج، مستوى تعليم الزوج، مستوى تعليم الزوجة، دخل الأسرة، مقدار المشاركة في مصروف البيت، عدد الساعات التي تستخدم فيها ربة الأسرة للإنترنت.
- ◀ توجد علاقة ارتباطية سالبة دالة عند مستوى دلالة (٠,٠١) بين محور التفاوض التجاري و عدد الساعات التي تستخدم فيها ربة الأسرة للإنترنت، في حين توجد علاقة ارتباطية سالبة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين و محور التفاوض التجاري ومستوى تعليم الزوجة، بينما لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين محور التفاوض التجاري وكل من عدد الأبناء، سن الزوج، سن الزوجة، عدد سنوات الزواج، مستوى تعليم الزوج، دخل الأسرة، مقدار المشاركة في مصروف البيت.
- ◀ توجد علاقة ارتباطية سالبة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠١) بين بعد المفاضلة على أساس مكان الشراء وكل من عدد الأبناء، عدد سنوات الزواج، كما تبين عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين بعد المفاضلة على أساس مكان الشراء وكل من سن الزوج، سن الزوجة، مستوى تعليم الزوج، مستوى تعليم الزوجة، دخل الأسرة، مقدار مشاركة الزوجة في الدخل، عدد الساعات التي تستخدم فيها ربة الأسرة للإنترنت.
- ◀ لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين بعد المفاضلة على أساس خدمات ما بعد البيع وكل من عدد الأبناء - سن الزوج والزوجة - عدد سنوات الزواج - المستوى التعليمي للزوج والزوجة - فئات الدخل الشهري للأسرة - مقدار مشاركة الزوجة في الدخل - عدد ساعات استخدام الإنترنت لربة الأسرة.
- ◀ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين ربات الأسر العاملات وغير العاملات في بعض المهارات الشخصية بمحاورها الأربعة.
- ◀ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين ربات الأسر العاملات وغير العاملات في أساليب التسوق بأبعادها الأربعة.
- ◀ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين ربات الأسر المشاركات في الدخل وغير المشاركات لصالح ربات الأسر المشاركات في استبيان بعض المهارات الشخصية بمحاوره الأربعة.
- ◀ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين ربات الأسر المشاركات في الدخل وغير المشاركات في الدخل في استبيان أساليب التسوق بأبعادها الأربعة.
- ◀ وجود تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينته الدراسة في بعض المهارات الشخصية تبعاً ل (عدد سنوات الزواج، ومستوى تعليم الزوجة).

- ◀ لا يوجد تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينت الدراسة في بعض المهارات الشخصية تبعاً لفئات الدخل الشهري
- ◀ وجود تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينت الدراسة في أساليب التسوق تبعاً ل(مستوى تعليم الزوجة، وفئات الدخل الشهري).
- ◀ لا يوجد تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينت الدراسة في أساليب التسوق تبعاً لعدد سنوات الزواج.

• نوصيات البحث:

- من خلال ما تم التوصل إليه من نتائج يوصي البحث الحالي بما يلي:
- ◀ الاهتمام بتقديم برامج توعوية لربات الأسر على أيدي متخصصين في مجال إدارة المنزل والمؤسسات وذلك من خلال وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمقروءة بهدف تعليمهن أسس التعامل الصحيحة مع شبكات ومواقع الإنترنت الخاصة بالتسوق حتى يتسنى لها الحصول على احتياجاتها من السلع والخدمات دون عناء وجهد وبكفاءة وجودة عالية.
- ◀ عقد دورات تثقيفية لربات الأسر من خلال مراكز رعاية الأمومة والطفولة ومكاتب التوجيه والاستشارات الأسرية والمجلس القومي للمرأة لتنمية قدراتهن الشخصية وخاصة في استخدام التكنولوجيا لأنه من أهم متطلبات العصر الحديث ويقوم بتقديم تلك الدورات والندوات متخصصين في مجال إدارة المنزل والمؤسسات.

• قائمة المراجع:

- ابن منظور، أبي الفضل جمال الدين محمد بن مكرم (ب،ت): **لسان العرب**، المجلد السابع، دار صادر للنشر والتوزيع، بيروت، لبنان.
- أبو شيخة . نادر أحمد (٢٠٠٩): **أصول التفاوض**، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن.
- أحمد . أيمن حسب الرسول حسين (٢٠١٠): "اتجاهات العملاء نحو استخدام التسوق الإلكتروني"، **رسالة ماجستير**، كلية الدراسات العليا، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان.
- الباحث . عبدالله عبدالعزيز (٢٠١٣): "مهارات إدارة الوقت وعلاقتها بضغط العمل"، **رسالة ماجستير منشورة**، قسم العلوم الإدارية، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- التلاوي. أسماء عبدالمجيد (٢٠١٦): "الوعي بإدارة بعض الموارد وعلاقته بالرضا عن الحياة لدى زوجات الأسر الممتدة"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، قسم إدارة المنزل والمؤسسات، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية، القاهرة.
- الحجاب . محمد ب كات (٢٠١١): " أثر الاعلان التجاري، على السلوك الشرائي لمتخدم خدمات الهواتف الذكية المحمولة في مدينة عمان - دراسة ميدانية"، **رسالة ماجستير منشورة**، قسم إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، عمان.
- الخمشى. سارة صالح عبادة (٢٠١٠): الآثار الاجتماعية السلبية لاستخدام الفتاة في مرحلة المراهقة للإنترنت، **مجلة العلوم الإنسانية**، العدد (٤٥)، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة الأميرة نورة، الرياض.

- القاضي . دلال ، والساتر . محمد (٢٠٠٨): منهجية وأساليب البحث العلمي، وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS ، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- الزامل . أحمد محمد و شموط . مروان مصطفى (٢٠٠٩) : " أثر العوامل الديموغرافية على استخدام المستهلك السعودي للشراء عبر الانترنت " ، **المجلة العلمية لقطاع كليات التجارة** ، العدد الخامس ، يوليو ، جامعة الأزهر ، جمهورية مصر العربية .
- آل سعد . حصه و العقباوي . أحلام (٢٠١١) : **مهارات الاتصال والتفاعل**، الطبعة الأولى ، دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع ، القاهرة ، جمهورية مصر العربية.
- السواح . الهام عبدالرؤوف (٢٠١٣) : " استخدام الانترنت وعلاقته بالقرارات الشرائية لدى عينة من طلاب الجامعة المنصورة " ، **رسالة ماجستير غير منشورة**، قسم الاقتصاد المنزلي ، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة ، جمهورية مصر العربية .
- الصحن . محمد فريد و عباس . نبيلة (٢٠٠٤) : **مبادئ التسويق** ، الدار الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، الإسكندرية، جمهورية مصر العربية.
- الصميدعى . محمود جاسم و يوسف . رديته عثمان (٢٠٠٧) : **سلوك المستهلك**، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- الضحيان . منيرة بنت صالح (٢٠١٣): " كفاءة ربة الأسرة في إدارة الوقت وعلاقته بإدارة الأزمات الأسرية " ، **بحث منشور** ، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة، العدد، جمهورية مصر العربية.
- العلاق . بشير (٢٠١٠): **التسويق الإلكتروني**، الطبعة الأولى، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- العشري . صفاء حسين جميل (٢٠٠٨): "الأثار الإيجابية والسلبية المترتبة على اقتناء واستخدام أجهزة الاتصال المختلفة" ، **رسالة ماجستير منشورة**، قسم السكن وإدارة المنزل، كلية التربية للاقتصاد المنزلي، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية.
- اللقاني . أحمد و الجمل . على (٢٠٠٣) : **معجم المصطلحات التربوية والمعرفية في المناهج وطرق التدريس**، الطبعة الثالثة ، عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع ، القاهرة ، جمهورية مصر العربية.
- المرسي . جمال الدين محمد و عبدالرحمن . إدريس ثابت (٢٠٠٥) : **إدارة الشراء** ، الدار الجامعية للنشر والتوزيع والطباعة ، جمهورية مصر العربية .
- المياوي . عائشة مصطفى (٢٠٠٢) : **الاتجاهات الحديثة للتسويق الإلكتروني** ، مجلة مركز البحوث والمعلومات ، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية ، العدد الرابع ، السنة العشرون ، أكتوبر ، جمهورية مصر العربية.
- الميهي . بسنت أحمد مصطفى (٢٠١٤): " الوعي بإدارة الموارد وعلاقته بالدفاعية للإنجاز والتفكير الابتكاري لدى الشباب " ، **رسالة دكتوراه**، قسم إدارة المنزل والمؤسسات، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية، القاهرة.
- النمر . سعود بن محمد وآخرون (٢٠١١) : **الإدارة العامة الأسس والوظائف**، الطبعة الخامسة ، مطابع الفرزدق للنشر والتوزيع ، الرياض ، المملكة العربية السعودية.
- اللولو . فتحية (٢٠٠٥) : **المهارات الحياتية المتضمنة في محتوى المناهج الفلسطينية للصفين الأول والثاني الأساسيين**، **المؤتمر التربوي الثاني " الطفل الفلسطيني بين تحديات الواقع وطموحات المستقبل "**، كلية التربية، الجامعة الإسلامية، غزة.

- إبراهيم . نجاة غنيمي الديداموني (٢٠١٦): "إدارة الوقت والجهد وعلاقته بتحمل المسؤولية لدى المراهقين"، رسالة ماجستير، قسم الاقتصاد المنزلي، كلية التربية النوعية، جامعة المنوفية، القاهرة.
- اندرسون . باربارا (٢٠١٠): **التفاوض الفعال (مهارات التفاوض الاحترافي)** ، مكتبة الهلال للنشر والتوزيع ، جواد حسنى عابدين للترجمة، القاهرة ، جمهورية مصر العربية.
- بامخرمه . أحمد سعيد (٢٠١١): " دراسة سوق خدمات التسوق الإلكتروني في المملكة العربية السعودية من خلال الأكوياك الإلكتروني "، مجلة الأندلس للعلوم الاجتماعية، مجلد ٣، عدد(٦)، كلية الاقتصاد والإدارة، قسم الاقتصاد، جامعة الملك عبدالعزيز، المملكة العربية السعودية.
- تايه . نضال عبدالله (٢٠٠٧) : "تأثير إعلانات الإنترنت على مراحل اتخاذ قرار الشراء عند الشباب الجامعي الفلسطيني في قطاع غزة"، رسالة ماجستير منشورة ، قسم إدارة الأعمال ، كلية التجارة ، الجامعة الإسلامية، غزة ، فلسطين.
- توفيق . رائف و معلا . ناجى (٢٠٠٥): **أصول التسويق** ، دار وائل للنشر والتوزيع ، الأردن .
- جباس . سعيد (٢٠١٧) : " خدمات ما بعد البيع وتأثيرها على قرار المستهلك"، رسالة ماجستير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التيسير، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، الجزائر.
- خضر . فخرى رشيد (٢٠٠٦) : **طرق تدريس الدراسات الاجتماعية**، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن.
- داود . سناء داود زكى (٢٠١٤) : "الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني وتأثيرها في النية السلوكية المستمرة : دراسة ميدانية بإحدى المحافظات المصرية"، مجلة الأكاديمية الأمريكية العربية للعلوم والتكنولوجيا، مجلد ٥، عدد ١٤، الولايات المتحدة الأمريكية.
- رصاص . نهاد على بدوى (٢٠١٠): "وعى الشباب بإدارة الموارد وعلاقته بمشاركتهم الاجتماعية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية، المنوفية، جمهورية مصر العربية.
- ريمه . كايلى (٢٠١٤) : " التفاوض ودوره في تفعيل العملية البيعية دراسة حاله ش ذ م م للخدمات العامة والتجارية آل دوداح " ، رسالة ماجستير ، تخصص تسويق ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التيسير ، قسم العلوم التجارية ، جامعة أمحمد بوقرة بومرداس ، الجزائر .
- سويد . عبد المعطى (٢٠٠٣) : **مهارات التفكير ومواجهة الحياة** ، دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع ، الإمارات العربية المتحدة .
- صبري . ماهر اسماعيل و محمد . محمد أبو الفتوح (٢٠٠٤) : تطوير مناهج التكنولوجيا وتنمية التفكير للمرحلة الاعداية على ضوء مجالات التنوير التكنولوجى وأبعاده ، المؤتمر العلمي الثامن "الأبعاد الغائبة في مناهج العلوم بالوطن العربى" ، الجمعية المصرية للتربية ، مجلد ٢ "٢٥-٢٨ يوليو" ، فندق المرجان بالإسماعيلية ، كلية التربية ، جامعة عين شمس ، مصر الجديدة، جمهورية مصر العربية.
- صقر. نورهان محمد على (٢٠١٣) : " أسلوب استخدام الهاتف المحمول والإنترنت وعلاقتهما بمشكلات طلاب الجامعة "، رسالة دكتوراه، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية، جمهورية مصر العربية.
- طحطاح . أحمد (٢٠٠٨): "دراسة مدى تأثير العوامل الاجتماعية على قرار شراء سلع التسوق"، رسالة ماجستير، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر.

- عالم. محمد أسعد و شاهين. محمد عبد السميع (٢٠٠٥): ثورة الاتصالات والمعلومات وأثرها على الحياة المعاصرة، الطبعة الأولى ، مكتبة الملك فهد الدولية ، الرياض ، المملكة العربية السعودية.
- عالية . بوياح (٢٠١١) : دور الانترنت في مجال تسويق الخدمات دراسة حالة قطاع الاتصالات ، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التيسير ، جامعة منتوري، قسنطينة ، الجزائر.
- عباس، وسام عزت (٢٠١٠): إدمان الإنترنت وبعض المشكلات النفسية الأكثر شيوعاً، مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس، القاهرة، جمهورية مصر العربية.
- عبد الفتاح . فايزة عبدالمعتم سليمان (٢٠١٥): "استخدام الإنترنت وعلاقته بإدارة بعض الموارد لدى المراهقين" ، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية، المنوفية، جمهورية مصر العربية.
- عبدالرحيم . أسيل غالب (٢٠٠٩) : " تحديد العوامل المؤثرة على استخدام الإنترنت كوسيط للتسوق : حالة دراسية عن المرأة الأردنية"، رسالة ماجستير منشورة، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن.
- عوف. منى السيد عبد الحميد (٢٠١٥): أسلوب استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بتحمل المسؤولية لدى المراهقين"، رسالة ماجستير، قسم إدارة المنزل والمؤسسات، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية، جمهورية مصر العربية.
- عقل . سعيد جمعه و النادي . نور الدين أحمد (٢٠٠٧) : التسويق عبر الانترنت، الطبعة الأولى ، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع ، عمان .
- عسيلة . محمد (٢٠٠٥): سيكولوجية الشخصية، مكتبة الطالب الجامعي، غزة، فلسطين.
- عمر . أيمن على (٢٠٠٦) : قراءات في سلوك المستهلك، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، جمهورية مصر العربية.
- عمران . تغريد و الشناوي . رجاء وآخرون (٢٠٠١) : المهارات الحياتية ، دار زهراء الشرق ، القاهرة ، جمهورية مصر العربية.
- فائق . أحمد (٢٠٠٣): مدخل عام لعلم النفس، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، جمهورية مصر العربية.
- فرج. طريف شوقي(٢٠٠٣) : المهارات الاجتماعية والاتصالية، دار غريب للتوزيع والنشر، القاهرة.
- فقيه. تهاني محمد عبد الرحمن (٢٠١٣): "التسوق الإلكتروني وأثره على اتجاهات الأسرة الاستهلاكية في عصر المعلوماتية" ، رسالة ماجستير، تخصص سكن وإدارة المنزل، كلية الفنون والتصميم الداخلي، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية.
- مازن . حسام محمد (٢٠٠٢) : نموذج مقترح لتضمين بعض المهارات الحياتية في منظومة المنهج التعليمي في اطار مفاهيم الاداء والجودة الشاملة ، المؤتمر العلمي الرابع عشر "مناهج التعليم في ضوء الاداء" (٢٤-٢٥) يوليو ، المجلد الاول ، دار الضيافة ، الجمعية المصرية للمناهج وطرق التدريس ، جامعة عين شمس ، القاهرة ، جمهورية مصر العربية..
- وهبه. سماح جوده (٢٠١٧): " الدعم الأسري لمشاركة الشباب في العمل التطوعي بالمؤسسات الخيرية وعلاقته بإدارتهم لبعض الموارد"، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم إدارة المنزل والمؤسسات، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية، المنوفية، جمهورية مصر العربية.
- _____ (٢٠١٣) : " بعض مهارات إدارة الذات وعلاقتها بتحمل المسؤولية لدى عينته من الشباب الجامعي"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية، المنوفية، جمهورية مصر العربية.

- Brown . Mar. et.al (2003) : "Buving or browsing: An shopping orientations and online purchase intention" . **European journal** of Marketing, Vol. 37 , MCB university press.
- Commerce. Perry and Schneider (2008) : Core technology , U S A, Boston .
- Kitchen. P(2004): Integrated Marketing Communications, A primer USA and Canada attributes.
- Moos. R. (2000) : Social of training. Encvlopedia of Psychology, Oxford University Press, Vol.(7), Washington
- Rahul -D. Mathew. Biju. and Dolnhv .M (2001): "Critical construct for Analyzing business : investment. user experience and revenue models "Logistics information management, vol14, No.1,U.S.A..
- Pierre. Jean (2003) : Markting,6 emendation , Velbert , Paris , France .

