

## السلوك الشرائي والاستهلاكي لدى ربوات الأسر خلال عروض تخفيض الأسعار على السلع الاستهلاكية في مدينة الاسماعيلية

نبيلة الورداني عبد الحافظ، نيفين العربي، هبة محمد نصر، اسماء كمال عبد الجواد  
تخصص إدارة المنزل والمؤسسات- كلية التربية النوعية- جامعة بورسعيد

تاريخ القبول: ٢٠١٦/٨/٢٩

تاريخ التسليم: ٢٠١٦/٨/٧

### الملخص

استهدف هذا البحث بصفة رئيسية دراسة السلوك الشرائي والاستهلاكي لدى ربوات الأسر خلال عروض تخفيض الأسعار على السلع الاستهلاكية في مدينة الاسماعيلية وذلك بالاستعانة باستمارة استبيان بالمقابلة الشخصية لعينة عشوائية قوامها ٢٠٠ ربة أسرة بمدينة الاسماعيلية وتمت المعالجة الإحصائية باستخدام الحاسب الآلي وتطبيق برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS وذلك لحساب النسب المئوية، والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، اختبار "T test"، حساب مربع كاي، درجة الحرية، حساب معامل الارتباط، وقد اتبع هذا البحث المنهج الوصفي التحليلي، وقد أسفرت نتائج الدراسة عن فروق ذات دلالة إحصائية في مفهوم عروض تخفيض الأسعار على السلع الاستهلاكية وفقاً لبعض الخصائص الديموجرافية لدى ربوات الأسر المبحوثة (عمر ربة الأسرة، المستوى التعليمي لرب الأسرة، دخل الأسرة الشهري)، عدم وجود فروق دالة إحصائية في مستوى السلوك الشرائي خلال عروض تخفيض الأسعار على السلع الاستهلاكية وفقاً لبعض الخصائص الديموجرافية لدى ربوات الأسر المبحوثة (الحالة الاجتماعية لربة الأسرة، عدد أفراد الأسرة، المستوى التعليمي لربة ورب الأسرة، عمل ربة ورب الأسرة)، بينما دلت النتائج عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية في السلوك الاستهلاكي خلال عروض تخفيض الأسعار وفقاً لبعض الخصائص (قيمة الدخل الشهري للأسرة، الدخل الشهري المنتظم). كما تبين وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مفهوم ربوات الأسر المبحوثة عن عروض تخفيض الأسعار على السلع الاستهلاكية وكلاً من سلوكهن الشرائي والاستهلاكي، كذلك علاقة ارتباطية موجبة عند مستوى احتمالي ٠,٠١ بين السلوك الشرائي وبين السلوك الاستهلاكي لدى ربوات الأسر المبحوثة خلال عروض تخفيض الأسعار على السلع الاستهلاكية، وكذلك تبين فروق ذات دلالة إحصائية في الكميات المشتراه من السلع الاستهلاكية وفقاً لكل من مفهوم عروض تخفيض الأسعار، والسلوك الشرائي، والسلوك الاستهلاكي لدى ربوات الأسر المبحوثة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١، ٠,٠٥.

الكلمات الدلالية: عروض تخفيض الأسعار، السلوك الشرائي، السلوك الاستهلاكي، ربة الأسرة.

### المقدمة والمشكلة البحثية

تختص إدارة الشؤون المنزلية أو إدارة شؤون الأسرة بموازنة موارد الأسرة المحدودة سواء البشرية أو غير البشرية مع حاجاتها وغاياتها وأهدافها الإنسانية التي تتغير خلال الزمن، وقد زاد الاهتمام بإدارة شؤون الأسرة منذ عام ١٨٩٩ بعد المؤتمر الأول للاقتصاد المنزلي بنيويورك، وأصبحت هناك حاجة لدراسة قدرات الفرد وحماية المستهلك، الاستفادة من نتائج البحوث (سهير نور وآخرون: ١٩٩١). وقد شهدت السنوات الأخيرة اهتماماً بدراسة سلوك وأنماط الأسرة كمؤسسة استهلاكية، ويتطلب دراسة سلوك المستهلك فهماً للسلوك الإنساني، ويمثل السلوك الشرائي والاستهلاكي للفرد نوعاً من أنواع السلوك الإنساني يمارسه كل منا (أحمد خاطر: ٢٠٠٣).

كما يعد السلوك الشرائي والاستهلاكي من بين أنماط السلوك الاقتصادي، والذي يشير إلى الكيفية التي تقوم بها الأفراد بانفاق مواردهم وكيف يقومون بتقويم مختلف البدائل المتاحة لهم، وكيف يتخذ المستهلكون قراراتهم الشرائية من أجل تحقيق أقصى مستويات الإشباع لحاجاتهم المستمرة والملحة (زياد بركات: ٢٠٠٧). وفي هذا الصدد نجد أن ربة الأسرة في وقتنا الحاضر الملئ بالمتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية تواجه الكثير من المشكلات والعديد من التحديات مما يؤثر على الإدارة والموازنة السليمة بين موارد أسرتها والاحتياجات الفعلية والضرورية، وهذا يتطلب تخطيطاً مالياً

واقتصادي لبنود الانفاق بميزانية أسرتها وفي حدود دخلها (مها أبو طالب و محمود حمزة: ١٩٩٩). والشراء علم وفن ومهارة، والمستهلك الرشيد هو الذي يحسن عملية الشراء ليحصل على أعلى درجات المنفعة في حدود الموارد المتاحة وتهدف عملية الشراء إلى الحصول على الأصناف والأنواع المطلوبة بالجودة المناسبة من مصدر الشراء وبكمية ونوعية مناسبة في الوقت المناسب (Lendol Calder: 2001).

ومع التغير في أساليب الإنتاج ووفرتة والتنوع في السلع المعروضة وتعدد البدائل تجد ربة الأسرة المصرية نفسها أمام العديد من البدائل التي يجب ان تختار من بينها ما يتناسب مع إمكانياتها (إيمان عبد الرحمن: ٢٠٠٦). وتكمن نجاح عملية الشراء في اختيار نوع المنتج وتصحيحه وتحديد مكان الشراء، الوقت، السعر المناسب الشراء، وطريقة الدفع. و اليوم نتيجة للارتفاع المضطرد في الأسعار ومحدودية دخل الأسرة مقابل الحاجات المتعددة والمتجددة بها، إتجهت ربوات الأسر إلى استخدام الوسائل الممكنة والمتاحة للحصول على السلع اليومية والحياتية بأسعار مخفضة، معتمدة في ذلك على مصادر وسائل الدعاية والإعلان المفعلة والمنتشرة في المجتمع (نبيلة عبدالحافظ: ٢٠١٤). هذا وتعد عروض تخفيض الأسعار على السلع الاستهلاكية من وسائل الإعلان المؤثرة بشكل واضح على السلوك الشرائي والاستهلاكي لربة الأسرة، فبعض الأسر تسعى إلى تلبية احتياجات الأسرة بأقل الأسعار وليس لديهن الوعي بالمفهوم

- 1- دراسة الخصائص الاجتماعية والاقتصادية لربيات الأسر عينة الدراسة.
- 2- تحديد مفهوم ربات الأسر عينة الدراسة عن عروض تخفيض الأسعار على السلع الاستهلاكية.
- 3- قياس الكميات المشتراه من السلع الاستهلاكية خلال عروض تخفيض الأسعار.
- 4- تحديد السلوك الشرائي المتبع خلال عروض تخفيض الأسعار على السلع الاستهلاكية.
- 5- تحديد السلوك الاستهلاكي المتبع خلال عروض تخفيض الأسعار على السلع الاستهلاكية.
- 6- تحديد العلاقة بين كل من مفهوم عروض تخفيض الأسعار على السلع الاستهلاكية لدى ربات الأسر عينة البحث، وسلوكهن الشرائي والاستهلاكي المتبع خلال فترة العروض تبعاً للخصائص الاجتماعية والاقتصادية لأسر عينة البحث (الحي السكني، الحالة الاجتماعية، عدد أفراد الأسرة، عمر ربة ورب الأسرة، المستوى التعليمي لربة ورب الأسرة، عمل رب وربة الأسرة، دخل الأسرة الشهري).

#### أهمية البحث

- 1- تعد نتائج هذه الدراسة إضافة علمية لسلسلة الدراسات التي أجريت عن دور ربة الأسرة في اقتصاديات الأسرة والسلوك الشرائي والاستهلاكي، خاصة بما يتعلق بعروض تخفيضات الأسعار، فما زالت ظاهرة عروض تخفيضات الأسعار للسلع الاستهلاكية الحياتية للأسرة في حاجة إلى مزيد من البحث والتقييم نحو الأساليب المختلفة لهذه العروض.
- 2- تعريف المجتمع بطبيعة التسوق خلال عروض تخفيضات الأسعار وإتخاذ التدابير اللازمة من خلال تفعيل دور إحصائيات الاقتصاد المنزلي لتلافي خداع وغيوب عروض التخفيضات للأسعار.
- 3- كما تصل تلك النوعية من الدراسات الى مؤشرات وتوجيهات للمسؤولين ومنتخذي القرار لنقادي السلبيات وخداع عروض الاسعار التجارية التي تضر بالاسرة المصرية.

#### فروض البحث

- 1- توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين مفهوم ربات الأسر عن عروض تخفيض الأسعار والخصائص الاقتصادية والاجتماعية لديهن (الحي السكني، الحالة الاجتماعية، عدد أفراد الأسرة، عمر ربة ورب الأسرة، المستوى التعليمي لربة ورب الأسرة، عمل رب وربة الأسرة، دخل الأسرة الشهري).
- 2- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين السلوك الشرائي لدى ربات الأسر عينة الدراسة خلال عروض تخفيض الأسعار على السلع الاستهلاكية والخصائص الاجتماعية والاقتصادية لديهن.
- 3- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين السلوك الاستهلاكي لدى ربات الأسر عينة الدراسة خلال عروض تخفيض الأسعار على السلع الاستهلاكية والخصائص الاجتماعية والاقتصادية لديهن

الصحيح والفائدة من عروض تخفيض الأسعار على السلع الاستهلاكية. وبعضهن لا يمتلكن القدرة على السيطرة على رغباتهن في الشراء والتسوق وانتهاز الفرص دون الحاجة الحقيقية إليها (سميرا لشيخ: ٢٠٠٥). ولهذا فلا يمكن تجاهل الأثر الكبير لعروض تخفيض الأسعار على ربة الأسرة وتوجهاتها واختياراتها وسلوكها الشرائي والاستهلاكي والذي ينعكس على المجتمع ككل. وقد واجهت ربات الاسر العديد من أساليب الخداع التي تمارسها منظمات الأعمال والمؤسسات التجارية لترويج وتسويق بضائعهم والتأثير بأساليب وجدانية على المستهلكين لدفعهم إلى التقليد وانتهاز الفرص وحب التملك حتى تتحقق المكاسب والأرباح لهذه المؤسسات بصرف النظر عن الآثار السلبية الناجمة عن بعض الأنماط الاستهلاكية غير المرغوبة والضارة بالمستهلك (زياد بركات: ٢٠٠٧). لذلك فإنه من الضروري وضع خطة لتثقيف المستهلك من خلال معلومات يتم ترويجها في المحلات لتوضيح وإعلام المستهلك بمعنوية وصدق التخفيضات على السلع وأسبابها، من خلال بطاقات للإرشاد نحو التخفيضات وأسبابها توضع على المنتج، وتساهم في اتخاذ المستهلك للقرار السليم عند الشراء (Monon 2000) وآخرون.

وفي ضوء ذلك فإن حماية المستهلك خلال فترة العروض والتخفيضات على السلع و المنتجات تتضمن توعيته وزيادة خبرته ومعارفه بشأن سلع المختلفة وكيفية التحقق من جودتها ومعرفة بدائل السلع المختلفة والوقوف على صدق التخفيضات، وذلك حتى لا يقع فريسة لخداع العروض والتخفيضات (مها أبو طالب: ١٩٩٦). الأمر الذي يتطلب التعرف على المشكلات واقتراح الحلول لها، ومدى تناسب هذه السياسات البيعية للظروف الحياتية للأسرة، والتي تؤثر في حجم المعروض من السلع وحجم الكميات المشتراة، ذلك من خلال دراسة السلوك الشرائي والاستهلاكي للعميل خلال فترة تخفيضات الأسعار على السلع المختلفة، والتعرف على السمات الشخصية والاجتماعية له (سماح مشرف: ٢٠٠٢). ومن هنا تتمثل مشكلة هذا البحث في الاجابة على التساؤلات الآتية:

ما هو مفهوم العروض والتخفيضات من وجهة نظر ربات الأسر المبحوثة، هل هناك علاقة بين مفهوم عروض التخفيضات والسلوك الشرائي والاستهلاكي لدى ربات الأسر، وهل هناك فروق بين السلوك الشرائي والسلوك الاستهلاكي تبعاً للخصائص الاجتماعية والاقتصادية لأسر عينة البحث، وما هي طبيعة العلاقة بين السلوك الشرائي، السلوك الاستهلاكي لربيات الأسر عينة البحث.

#### أهداف البحث

يهدف البحث بصفة رئيسية إلى دراسة السلوك الشرائي والاستهلاكي لدى ربات الأسر خلال عروض تخفيض الأسعار على السلع الاستهلاكية في مدينة الإسمايلية وذلك من خلال تحقيق الاهداف الفرعية التالية:

(هبة نصر: ٢٠١٠).

**ويعرف إجرائياً:** بأنه نشاط إتصالي ووسيلة من وسائل الدعاية التي تتبعها المحلات والمراكز التجارية بهدف تنشيط وزيادة المبيعات للسلع الاستهلاكية عن طريق إعلانات مطبوعة أو منشورات تتضمن توافر السلع الاستهلاكية بأسعار مخفضة عن الأسعار الأصلية لفترات محدودة لأغراض وجذب المستهلكين إلى استهلاك هذه السلع.

### ثالثاً: الشاملة وعينة الدراسة:

أجريت هذه الدراسة على ربوات الأسر في مدينة الإسماعيلية والتي تشمل ٣ أقسام موضحة بجدول (١)، ومدينة الإسماعيلية هي عاصمة المحافظة وهي أكبر المراكز وتكثر فيها المراكز التجارية فهي أهم المراكز من حيث المساحة وعدد السكان، حيث يبلغ عدد سكانها بأقسامها الثلاثة ما يقرب من نصف مليون نسمة، ويبلغ عدد الأسر ٧٣٣٧٤ أسرة (الجهة المركزي للتعينة والإحصاء: ٢٠١٦) وهم يمثلون شاملة البحث، وتمثلت عينة الدراسة في ٢٠٠ ربة أسرة مقيمت بالاقسام والأحياء الثلاثة بمدينة الإسماعيلية حيث تم اختيارهن بطريقة عشوائية.

### جدول ١: أقسام مدينة الإسماعيلية

البيان	الأقسام
قسم أول الإسماعيلية	التمساح- العباسي- مكة
قسم ثان الإسماعيلية	العريشية الجديد- الحكر- منشية الشهداء

قسم ثالث الإسماعيلية حي الشيخ زايد- الحرفيين الاسكان

الحدود الزمانية: استغرقت الدراسة الميدانية الفصل

الدراسي الأول من العام الجامعي ٢٠١٥/٢٠١٦

### رابعاً: أدوات الدراسة:

تمثلت أدوات الدراسة في استمارة استبيان وتم استيفائها بالمقابلة الشخصية مع أفراد العينة وقد تضمنت الاستمارة ٦ محاور رئيسية لتغطي أهداف الدراسة:

### ١- الخصائص الديموجرافية:

وتشمل الحي التابع له منطقة سكن الأسرة (حي أول، حي ثان، حي ثالث)، الحالة الاجتماعية لربة الأسرة حيث صنفت إلى متزوجة، أخرى (أرملة، مطلقة، لم يسبق لها الزواج). عمر كل من ربوات وأرباب الأسر حيث قسمت إلى أربعة فئات (أقل من ٣٠ عاماً، ٣٠ إلى أقل من ٤٠ عاماً، ٤٠ عاماً إلى أقل من ٥٠، ٥٠ عاماً فأكثر). السعة الأسرية النفرية ويقصد بها عدد الأفراد بالأسرة وقد قسم إلى فئتين، أسرة صغيرة (أقل من ٥ أفراد)، أسرة كبيرة تتكون من (٥ أفراد فأكثر)، والمستوى التعليمي لكل من ربة ورب الأسرة وقد رتب إلى ثلاث مستويات رئيسية: مستوى تعليمي منخفض ويشتمل على الزوج والزوجة الحاصلين على الابتدائية والحاصلين على الشهادة الإعدادية، مستوى تعليمي متوسط ويشتمل على الزوجين تدرجوا وحصلوا على

٤. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مفهوم ربوات الأسر عينة الدراسة عن عروض تخفيض الأسعار على السلع الاستهلاكية وكلاً من السلوك الشرائي والاستهلاكي لديهن.

٥. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الكميات المشتراه من السلع خلال عروض تخفيض الأسعار على السلع الاستهلاكية تبعاً لكل من مفهوم عروض تخفيض الأسعار والسلوك الشرائي والاستهلاكي لدى ربوات الأسر عينة الدراسة.

٦. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين السلوك الشرائي والاستهلاكي لدى ربوات الأسر عينة الدراسة خلال عروض تخفيض الأسعار على السلع الاستهلاكية.

### الأسلوب البحثي

#### أولاً: منهج الدراسة:

اتبع في هذا البحث المنهج الوصفي التحليلي، ويعرفه بشير الرشيد (٢٠٠٢) بأنه مجموعة الإجراءات التي تتكامل لوصف الظاهرة أو الموضوع اعتماداً على جمع الخصائص والبيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليلًا دقيقاً لاستخلاص دلالتها والوصول إلى نتائج أو تعميمات عن الظاهرة أو الموضوع محل البحث.

#### ثانياً: التعاريف الإجرائية والعلمية لبعض المصطلحات البحثية:

١. **السلوك الشرائي:** عرفه كل من زياد بركات (٢٠٠٧)، سماح مشرف (٢٠٠٦) بأنه تلك العمليات المرتبطة بقيام فرد ما أو جماعة من الأفراد باختيار، وشراء، واستخدام والتخلص من منتج ما، أو خدمة، أو فكرة، أو حتى خبرة بغرض إشباع الحاجات والرغبات.

**ويعرف إجرائياً في هذه الدراسة بأنه** النشاط المتعلق بعملية شراء ربة الأسرة للسلع أو الخدمات التي تشبع حاجاتها وحاجات أفراد أسرتها بما يتضمنه هذا النشاط من عمليات البحث والمقارنة والمفاضلة والاختيار.

٢. **السلوك الاستهلاكي:** عرفه كل من زياد بركات (٢٠٠٧)، فاتن لطفى (١٩٩٥) بأنه الأنشطة والتصرفات التي يقدم المستهلكون عليها أثناء بحثهم عن السلع والخدمات التي يحتاجون إليها، بهدف إشباع حاجاتهم بها، ورغبتهم فيها، وأثناء تقييمهم لها والحصول عليها واستعمالها والتخلص منها، وما يصاحب ذلك من عمليات اتخاذ القرارات.

**ويعرف إجرائياً:** ما تقوم به ربة الأسرة خلال شراء السلع في أوقات بذاتها، واستخدام هذه السلع واستهلاكها بحيث تشبع حاجاتها وحاجات أفراد أسرتها، متضمناً استعمال وتخزين وتقييم وكذلك كيفية التخلص من السلع المستهلكة والتعامل معها

٣- **عروض تخفيض الأسعار:** ما هي إلا وسيلة من وسائل الدعاية والإعلان عن المنتجات الموجودة داخل المتاجر والمحلات، بهدف الترويج للسلع وإثارة دوافع وإغراء المستهلكين إلى استهلاك السلع والخدمات

الحياة المختلفة، وقد تم تقسيمها إلى:

٨ سلع غذائية، ٦ سلع في مجال الملابس، ٧ سلع في مجال المسكن وتأثيثه، ٥ سلع في مجال متطلبات الأبناء، ٣ سلع في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، ٣ سلع في مجال العناية الشخصية، ٣ سلع للأعياد والترفيه، وتحددت الإجابات في (اشترى الكمية التي احتاجها، لا اشترى، أشترى بكميات أكبر)

#### ٥- السلوك الاستهلاكي لدى ربات الأسر المبحوثة: تم

إعداد هذا المقياس بعد الاطلاع على بعض الدراسات والبحوث المرتبطة بموضوع البحث كدراسة فاتن كمال (١٩٩٥)، حسن فرج (٢٠٠٧)، ناديدة الحداد (٢٠٠٨) وذلك لتحديد مستوى السلوك الاستهلاكي لربات الأسر المبحوثة خلال فترات عروض تخفيض الأسعار، حيث تضمن (١٢) عبارة تمثل الإجراءات والتصرفات التي تقوم بها ربة الأسرة عند الاحتياج للسلع الاستهلاكية وكذلك نمط استعمال واستهلاك وتخزين السلع الاستهلاكية المخفضة السعر، وقد تحددت الإجابات في (دائما - أحيانا - أبدا)، ووضعت درجات رقمية (٣، ٢، ١) للإجابات الإيجابية أو العكس للإجابات السلبية، وتم توزيع المبحوثات وفقا للقيم الرقمية الدالة على مستوى السلوك الاستهلاكي بين حد أدنى (١٦ درجة) وحد أعلى (٣٥) درجة، وصنفت المبحوثات إلى ثلاث مستويات: سلوك سلبي (أقل من ٢٤ درجة)، محايد (٢٤ - > ٣١ درجة)، ايجابي (٣١ درجة فأكثر).

٦- خداع عروض تخفيض الأسعار: وتضمن مدى تعرض المبحوثات لأساليب الغش والخداع خلال فترات تخفيضات الأسعار، وأنواع السلع الاستهلاكية اللاتي تعرضن من خلالها للخداع، وأهم الاقتراحات الضمانية من وجهة نظر المبحوثات لمواجهة أساليب الغش والخداع التسويقي خلال فترات تخفيضات الأسعار.

#### قياس صدق الاستبيان

##### أ- صدق المحتوى:

حيث تم عرض الاستبيان في صورته الأولية على مجموعة من الأساتذة المحكمين للتحقق من مدى مناسبة العبارات وصياغتها وتراوحت نسبة اتفاق المحكمين على كل العبارات بين (٨٠% - ١٠٠%) وأصبحت الاستمارة مكونة من (١٠٦) عبارة موزعين على محاورها.

##### ب- صدق الاتساق الداخلي:

تم حساب معاملات الارتباط بين مجموع درجات كل محور من الاستبيان وتبين أن قيم معاملات الارتباط دالة إحصائيا عند مستوى ٠,٠١، بما يشير إلى صدق المحتوى. كما تم تطبيق طريقة التجزئة النصفية *Splithalf*، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط بين نصفي الاستمارة ٠,٨٣٤، وبعد تصحيح أثر التجزئة بمعادلة جيتمان بلغت قيمة الثبات ٠,٩٠٩، مما يشير أن الاستمارة تتم بدرجة مناسبة من الثبات

#### جدول ٢: قيم معاملات الارتباط، وقيم معاملات ألفا

الثانوية العامة أو ما يعادلها إلى الحاصلين على مؤهل متوسط بعد الثانوية العامة، مستوى تعليمي مرتفع ويشتمل على الزوجين الحاصلين على مؤهل جامعي أو دراسات عليا (ماجستير - دكتوراه)، وعمل ربة ورب الأسرة (تعمل، لا تعمل، بالمعاش)، ومستوى دخل الأسرة الشهري، وقد رتب إلى ثلاث مستويات: مستوى دخل منخفض (أقل من ١٥٠٠ جنيه)، مستوى دخل متوسط (١٥٠٠ جنيه إلى أقل من ٣٠٠٠)، مستوى دخل مرتفع (من ٣٠٠٠ فأكثر)، كما تم تقسيم نوع الدخل الأسري وفقالمدى انتظام الدخل إلى دخل منتظم، دخل متغير.

#### ٢- مفهوم ربات الأسر نحو عروض تخفيض الأسعار:

وقد أعد هذا المحور بعد الاطلاع على بعض الدراسات المرتبطة بالموضوع كدراسة منير عوض (٢٠٠٢)، هبة نصر (٢٠١٠)، وقد تضمن (١٤) عبارة عن مفهوم عروض الأسعار من وجهة نظر المبحوثات حيث تحددت الإجابات في (أوافق - إلى حد ما - لا)، ووضعت درجات رقمية (٣، ٢، ١) للإجابات الإيجابية، أو (٣، ٢، ١) للإجابات السلبية، حيث تم توزيع المبحوثات وفقا للقيم الرقمية الدالة على مستوى المفهوم نحو عروض الأسعار والتي تراوحت بين حد أدنى (٢٠) والأعلى (٤٢) درجة وقد تم تصنيف المبحوثات إلى ثلاث مستويات: مفهوم خاطئ (أقل من ٢٩ درجة)، مفهوم صحيح لحدما (٢٩ - > ٣٤)، مفهوم صحيح (٣٤ درجة فأكثر).

#### ٣- السلوك الشرائي لربات الأسر خلال عروض تخفيض

الأسعار: الهدف من هذا المحور تحديد مستوى السلوك الشرائي لربات الأسر المبحوثة من خلال التعرف على تدرج منظومة الشراء للمبحوثات (قبل وأثناء وبعد الشراء) حيث تضمن ٤٥ عبارة مقسمة إلى (١٥) عبارة لدراسة السلوك قبل الشراء، (١٧) عبارة للدراسة أثناء الشراء، (١٣) عبارة لدراس السلوك بعد الشراء وقد تحددت الإجابات في (دائما، أحيانا - أبدا)، ووضعت درجات رقمية (٣، ٢، ١) للإجابات الإيجابية أو، العكس للإجابات السلبية، وتم توزيع المبحوثات وفقا للقيم الرقمية الدالة على مستوى السلوك الشرائي، والتي تراوحت بين حد أدنى (٧٩)، الأعلى (١١٦) درجة، حيث صنفت المبحوثات إلى ثلاث مستويات: سلوك سلبي (أقل من ٨٩ درجة)، سلوك محايد (٨٩ - > ١٠٢)، سلوك ايجابي (١٠٢ درجة فأكثر)

#### ٤- الكميات المشتراه من السلع الاستهلاكية خلال

عروض تخفيض الأسعار: تم إعداد هذا المقياس بعد الاطلاع على دراسة نبيلة عبدالحافظ (٢٠١٤)، هبة نصر (٢٠١٠) للتعرف أنواع السلع الأكثر شراء أثناء عروض تخفيض الأسعار وكذلك كمياتها بالإضافة إلى الاستفادة من نتائج تطبيقه في التحقق من صحة الفرض الخامس، قد تضمن هذا المقياس ٣٥ سلع استهلاكية تمثل احتياجات الأسرة في مجالات

وقد تم استخدام حساب النسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة، حساب معامل الصدق إحصائياً لأدوات البحث، ومعامل الثبات، واختبار *Ttest* للكشف عن الفروق، حساب مربع كاي، وحساب معامل الارتباط لإيجاد العلاقة بين متغيرات الدراسة.

### مناقشة النتائج في ضوء الفروض البحثية

**أولاً: الخصائص الديموجرافية لربات الأسر المبحوثة:**  
ذكرت نبيلة عبدالحافظ (٢٠١٤)، وفاطمة النبوية (٢٠٠٠)، أن سياسات البيع المخفض أ وبالنتسب في سوق المستهلك النهائي يتأثر بالتغيرات السكانية والاستهلاك في البلاد النامية، ويستلزم ذلك التعرف على التركيب الجنسي والعمرى والسماة الاقتصادية لعميل البيع المخفض، وقد أظهرت النتائج كما هو وارد بجدول (٣) أن ٤٥% من ربات الأسر يقطن في حي ثان، وتوزعت النسبة الباقية منهن ما بين حي أول،

المحاور	معايير الارتباط		القيم
	قيم معاملات ألفا	مستوى الدلالة	
مفهوم العروض	٠,٨٢٦	٠,٠١	٠,٨٢٤
السلوك الشرائي	٠,٨٤٣	٠,٠١	٠,٧٥٩
السلع المشتراه	٠,٨٣١	٠,٠١	٠,٨٢٤
السلوك الاستهلاكي	٠,٨٥٢	٠,٠١	٠,٨١٢

### ج- حساب ثبات المقياس:

ذلك باستخدام معامل ألفا كرونباخ، طريقة التجزئة النصفية كما تم جدول (٢).

### الأساليب الإحصائية:

تم المعالجة الإحصائية باستخدام البرنامج الإحصائي المعروف اختصاراً (SPSS)،

### جدول ٣: التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً للخصائص الديموجرافية ن=٢٠٠

الخصائص	العدد	%
منطقة السكن	٥٢	٢٦
حي أول	٩٠	٤٥
حي ثان	٥٨	٢٩
حي ثالث	١٦٤	٨٢
الحالة الاجتماعية	٣٦	١٨
أخرى	٦٨	٣٤
عمر ربات الأسر بالسنة	٧٢	٣٦
٣٠ > ٤٠	٢٦	١٣
٤٠ > ٥٠	٣٤	١٧
٥٠ فأكثر	٢١	١٢,٨
عمر أرباب الأسر بالسنة ن=١٦٤	٩٣	٥٦,٧
٣٠ > ٤٠	٢١	١٢,٨
٤٠ > ٥٠	٢٩	١٧,٧
٥٠ فأكثر	٤	٢
تعليم ربات الأسر	٢٧	١٣,٥
تعليم منخفض	١٦٩	٨٤,٥
تعليم متوسط	٤	١,٢
تعليم مرتفع	٢٤	٧,٣
تعليم أرباب الأسر ن=١٦٤	١٣٦	٨٢
تعليم منخفض	١٣٦	٦٨
تعليم متوسط	٦٤	٣٢
تعليم مرتفع	١٢٣	٦١,٥
عمل ربات الأسر	٦٧	٣٣,٥
يعمل	١٠	٥
لا يعمل	١٤٨	٩٠
عمل أرباب الأسر	٠	٠
لا يعمل	١٦	١٠
بالمعاش	٢٢	١١
منخفض	١٠٢	٥١
متوسط	٧٦	٣٨
مرتفع	١٣٢	٦٦
متنظم	٦٨	٣٤,٠
متغير		

من أقل من ٣٠ - > ٤٠ عاماً، ٦٩,٥% من أرباب الأسر إختصوا بنفس المرحلة العمرية، وعن المستوى التعليمي،

ثالث (٢٦%، ٢٩% على التوالي)، وأن ٨٢% منهن متزوجات، وأن ٧٠% من المبحوثات تتراوح أعمارهن

ووجدان المستهلك.

#### ١- مستوى مفهوم ربات الأسر نحو عروض تخفيض الأسعار:

تبين من النتائج الواردة بجدول (٤) ان غالبية المبحوثات (٧٩%) لديهن مفهوم صحيح أو صحيح لحد ما عن عروض تخفيض الأسعار، اما ٢١% فقد كان مفهومهن خاطئ.

#### جدول ٤: توزيع المبحوثات وفقا للفئات الدالة على مستوى مفهومهن نحو عروض تخفيض الأسعار

فئات المفهوم	الدرجة	العدد	%
مفهوم خاطئ	(أقل من ٢٨)	٤٢	٢١,٠
مفهوم صحيح لحد ما	(٢٩ > ٣٤)	٨٨	٤٤,٠
مفهوم صحيح	(٣٤ فأكثر)	٧٠	٣٥,٠
المجموع		٢٠٠	١٠٠

المتوسط الحسابي = ٣٣,٢ الانحراف المعياري = ٤,٣

٢- وعند دراسة استجابات ربات الأسر نحو العبارات جدول (٥) اتضح أن بعض العبارات أشارت إلى المفهوم الصحيح كالعبارات (٢، ١١، ٤) على التوالي والمرتبطة بالتخطيط المالي لرب الأسرة، والتي توضح أن تخفيض الأسعار يوفر السلع بسعر أقل من الأصلي، وأنه فرصة لشراء المستلزمات قبل الأعياد، ووسيلة للشراء بالسعر المناسب في المكان المناسب وترى الباحثة أن هذه الاستجابات تتوافق وتعاكس علو المفهوم الصحيح عن عروض التخفيضات.

#### جدول ٥: توزيع ربات الأسر المبحوثات وفقا لاجابتهن على عبارات مفهوم تخفيض الأسعار

م	العبارات	أوافق	لا أوافق	المجموع
		العدد	العدد	العدد
		%	%	%
١	تمكن من شراء السلع المعروضة بكمية أكبر	٦٧	٣٣,٥	١٠٠
٢	توفر السلع بسعر أقل من السعر الأصلي	١٤٢	٧١	١٠٠
٣	تساعد على التوفير والادخار	١٢١	٦٠,٥	١٠٠
٤	وسيلة للشراء بالسعر المناسب من المكان المناسب	١٣٥	٦٧,٥	١٠٠
٥	تفيد في شراء احتياجات الأسرة كلها في وقت واحد	٩٦	٤٨	١٠٠
٦	تحقق الرغبة في تقليد المحيطين	٣٥	١٧,٥	١٠٠

#### تابع جدول ٥:

م	العبارات	أوافق	لا أوافق	المجموع
		العدد	العدد	العدد
		%	%	%
٧	عروض التخفيض وهمية وتهدف إلى جذب المستهلك للمكان واضطراره لشراء أى سلعة منعا للاجراج	٥٥	٢٧,٥	١٠٠
٨	تساعد في ترتيب احتياجات الأسرة وتوزيع الدخل المالي عليها	٩٠	٤٥	١٠٠
٩	خدعة كبيرة تدفعني لشراء سلع لا احتاجها فعليا	٤١	٢٠,٥	١٠٠
١٠	تتيح للمستهلك تجريب سلع جديدة	١٢٥	٦٢,٥	١٠٠
١١	فرصة للشراء قبل المواسم والأعياد	١٣٩	٦٩,٥	١٠٠
١٢	قد تكون العروض غير حقيقية وتوحي للمستهلك انه يوفر بينما الأسعار لا يوجد فيها أى وفر	٨٢	٤١	١٠٠
١٣	فرصة لشراء أكثر من سلعة في وقت واحد	١٠٦	٥٣	١٠٠

١٠٠	٢٠٠	٢٧	٥٤	٣٤,٥	٦٩	٣٨,٥	٧٧	١٤
وهذه النتائج مؤداهازيادةالوعي بالمفهوم الخاص بعروض تخفيض الأسعار لدى ربوات الأسر المبحوثة اللاتي عمرهن أقل من ٣٠ عاماً، وزيادته لدى ارباب الأسر من الحاصلين على الابتدائية، وكذلك لدى الأسر ذو الدخل الشهري المرتفع الأكثر من ٣٠٠٠ جنيه شهرياً. وبهذا يتحقق الفرض الأول جزئياً. وقد يرجع ذلك أن سن ما قبل الثلاثين يسمى (بالمرحلة العمرية الفتية)، حيث تتميز بالحيوية والنشاط والبحث عن الوسائل لإشباع الحاجات وهذا يمثل مؤشر إيجابياً نحو المفهوم عن عروض تخفيض الأسعار لدى ربوات الأسر، وكذلك قد يكون تدني المستوى التعليمي لأرباب الأسر الحاصلين على الابتدائية الذي يؤدي إلى تدني مستوى الدخل الشهري لديهم مكوناً حافزاً للبحث عن العروض والأسعار المخفضة وبالتالي مفهوم صحيح نحو عروض التخفيض التي قد تكون وسيلة لتحقيق وإشباع حاجاتهم، ومستوى الدخل الشهري المرتفع الذي يشير إلى تحسن أوضاع الأسر المادية مما يجعلهم أكثر قدرة على مسايرة متطلبات الحياة والأنماط الاستهلاكية المستحدثة وأكثر قدرة على الوفاء بالالتزامات التي توفرها عروض الأسعار.								عروض وهمية لا تتناسب مع حجمها في الدعاية عنها
<b>٣- نتائج التحقق من صحة الفرض الأول الذي ينص:</b> توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى مفهوم عروض تخفيض الأسعار على السلع الاستهلاكية تبعاً للخصائص الديموجرافية لأسر المبحوثات(المنطقة السكنية، الحالة الاجتماعية، السعة الأسرية، والعمر، المستوى التعليمي والعمل لربوات وأرباب الأسر، قيمة الدخل الشهري ونوعه) حيث استخدم اختبار تحليل التباين (ف) بين أفراد عينة البحث، واختبار "T" للمجموعات المستقلة، واختبار Scheffe حيث تبين من النتائج الواردة بجدول(٦) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين ربوات الأسر من المبحوثات في مفهومهن عن عروض تخفيض الأسعار تبعاً لمنطقة السكن، عمر رب الأسرة المستوى التعليمي لربة الأسرة، عمل ربة الأسرة، نوع الدخل الشهري. بينما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مفهوم عروض تخفيض الأسعار تبعاً لكل من عمر ربة الأسرة عند مستوى احتمالي ٠,٠٥ لصالح المرحلة العمرية(أقل من ٣٠ عاماً)، المستوى التعليمي لرب الأسرة عند مستوى احتمالي ٠,٠١ لصالح أرباب الأسر الحاصلين على الابتدائية، مستوى الدخل الشهري للأسرة عند مستوى احتمالي ٠,٠٥ لصالح الأسر التي يزيد دخلها عن ٣٠٠٠ جنيه شهرياً، وبهذا يقبل الفرض الأول جزئياً.								

جدول ٦: تحليل التباين بين ربوات الأسر المبحوثات في مفهوم عروض تخفيض الأسعار تبعاً للمنطقة السكنية، العمر والمستوى التعليمي والعمل لربوات وأرباب الأسر، قيمة الدخل الشهري

المتغيرات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة
الحي السكني	بين المجموعات	٠,٥٤٦	٢	٠,٢٧٣	٠,١٥	غير دالة
	داخل المجموعات	٣٥٣٠,٤	١٩٧	١٧,٩		
	المجموع	٣٥٣٠,٩	١٩٩	-		
عمر ربة الأسرة	بين المجموعات	١٣٩,٤	٣	٤٦,٥	٢,٧	٠,٠٥
	داخل المجموعات	٣٣٩١,٦	١٩٦	١٧,٣		
	المجموع	٣٥٣٠	١٩٩	-		
عمر رب الأسرة	بين المجموعات	٧٣,٣	٣	٢٤,٤	١,٤	غير دالة
	داخل المجموعات	٣٤٥٧,٦	١٩٦	١٧,٦		
	المجموع	٣٥٣٠,٩	١٩٩	-		
تعليم ربة الأسرة	بين المجموعات	١٣٤,٨	٧	٢٢,٥	١,٣	غير دالة
	داخل المجموعات	٣٣٩٦,١	١٩٢	١٧,٦		
	المجموع	٣٥٣٠,٩	١٩٩	-		
تعليم رب الأسرة	بين المجموعات	٣٨١	٧	٥٤,٤	٣,٣	٠,٠١
	داخل المجموعات	٣١٤٩,٩	١٩٢	١٦,٤		
	المجموع	٣٥٣٠,٩	١٩٩	-		
عمل ربة الأسرة	بين المجموعات	١٣,١	٢	٦,٥	٠,٣٧	غير دالة
	داخل المجموعات	٣٥١٧,٨	١٩٧	١٧,٨		
	المجموع	٣٥٣٠,٩	١٩٩	-		
عمل رب الأسرة	بين المجموعات	٢,٦	٢	١,٣	٠,٥٦	غير دالة
	داخل المجموعات	٣٥٢٨,٣	١٩٧	١٧,٨		
	المجموع	٣٥٣٠,٩	١٩٩	-		

المتغيرات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة
الدخل الشهري	بين المجموعات	١١٦,٣	٢	٥٨,٢	٣,٤	٠,٠٥
	داخل المجموعات	٣٤١٤,٦	١٩٧	١٧,٣		
	المجموع	٣٥٣٠,٩	١٩٩	-		

جدول ٧: دلالة الفروق بين ربات الأسر المبحوثات في مفهوم عروض الأسعار تبعاً للمرحلة العمرية، تعليم رب الأسرة، قيمة الدخل الشهري باستخدام اختبار Sheffe

المتغيرات	الفئات	المتوسط
المرحلة العمرية لربة الأسرة	أقل من ٣٠	٣٥,٦
	٣٠ > ٤٠	٣٢,٨
	٤٠ > ٥٠	٣٢,١
مستوى تعليم رب الأسرة	٥٠ فأكثر	٣٣,٤
	حاصل على الابتدائية	٣٦,٧
	حاصل على الإعدادية	٣٣,٤
الدخل الشهري	حاصل على الثانوية العامة	٣٢,٥
	دبلوم	٣٠,٧
	تعليم جامعي	٣٤,٥
الدخل الشهري	حاصل على الماجستير	٣٤,١
	حاصل على الدكتوراه	٣٣,٨
	أقل من ١٥٠٠ جنيه	٣٣,٤
الدخل الشهري	١٥٠٠ > ٣٠٠٠	٣٢,٨
	٣٠٠٠ فأكثر	٣٧,٣

جدول ٨: المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيمة "ت" ومستوى دلالتها طبقاً للحالة الاجتماعية، عدد أفراد الأسرة، نوع الدخل الشهري في مفهوم عروض الأسعار على السلع الاستهلاكية

المتغير	العينة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	مستوى الدلالة
الحالة الاجتماعية	متزوجة	١٦٤	٣٢,٣	٤,٢	٠,٢٤	غير دالة
	غير متزوجة	٣٦	٣٢,٢	٤,٣		
عدد أفراد الأسرة	أقل من ٥	١٣٦	٣٢,١	٤,٢	٠,٥٧٦	غير دالة
	٥ فأكثر	٦٤	٣٢,٥	٤,٤		
نوع الدخل الشهري	منتظم	١٣٢	٣٢,٥	٣,٩	١,٢	غير دالة
	غير منتظم	٦٨	٣٢,٥	٤,٧		

خاصة أن منطقة البحث بما تتميز به من خصائص سكانية وجغرافية وزمنية حيث أنها من المحافظات الحديثة نسبياً إنشائها ويغلب فيها فئة الأعمار الشبابية (المركز الديموجرافي للسكان: ٢٠١١). ومشجعة لتحسين أنماط الشراء والاستهلاك لدى السكان.

جدول ٩: توزيع المبحوثات وفقاً للفئات الدالة على مستوى سلوكهن الشرائي خلال فترات عروض تخفيضات الأسعار

فئات السلوك	الدرجة	العدد	النسبة المئوية
سلوك سلبي	(أقل من ٨٩)	٣٦	١٨
سلوك محايد	(٨٩ > ١٠٢)	١١٩	٦٠
سلوك ايجابي	(١٠٢ فأكثر)	٤٥	٢٢
المجموع		٢٠٠	١٠٠

ثالثاً: السلوك الشرائي لدى ربات الأسر خلال عروض تخفيض الأسعار:

ذكر (William 2000) أن السلوك الشرائي والاستهلاكي لدى السكان يختلف تبعاً لمدى تحضر وتقدم الدول، وكذلك ايدولوجية السكان، من حيث خبرتهم في تحديد العلامة التجارية التي يرغبون في شرائها، والبحث عن المعلومات قبل الشراء، أو اختلاف الاتجاهات نحو الإعلان، وتقييمهم ما بعد الشراء

١- مستوى السلوك الشرائي لدى ربات الأسر المبحوثة خلال عروض التخفيض:

تبين من النتائج الواردة بجدول (٩) أن الغالبية من المبحوثات (٦٠%) سلوكهن الشرائي محايد خلال فترات تخفيضات الأسعار على السلع الاستهلاكية بينما تبين أن ٢٢% من المبحوثات سلوكهن الشرائي ايجابي، وقد انخفضت نسبة المبحوثات ذو السلوك السلبي (١٨%) من جملة المبحوثات، وترى الباحثة أن هذه النتائج مشجعة لئلا بعض الجهود نحو تحسين مستوى السلوك الشرائي.

المرغوبة قبل الشراء، وأن عروض الأسعار أحيانا تؤثر في قرار ٦١% من المبحوثات، وأن ٥٦,٥% منهن يستفدن أحيانا من خبرة البعض قبل الشراء، بينما تبين أن إيجابية الاستجابات لربات الأسر المبحوثة نحو العبارات المعبرة عن مرحلة أثناء الشراء، وذلك كما في العبارات (١٦، ١٧، ١٩، ٢٠، ٢٧، ٣٢) والتي تعكس السلوك الرشيد العقلاني أثناء الشراء،

المتوسط الحسابي = ٩٧,٥ الانحراف المعياري  $\pm ٧,٦$   
٢- وعند دراسة إستجابات ربات الأسر المبحوثة نحو العبارات التي تقيم السلوك الشرائي المتبع خلال عروض تخفيض الأسعار على السلع الاستهلاكية جدول (١٠) متضمنا ما قبل الشراء، أثناء الشراء، وبعد الشراء، حيث تبين أن النسب الأعلى من إجابات المبحوثات تنسم بأحيانا (جدول ١٠) وهذا ما توضحه العبارات المعبرة عن مرحلة ما قبل الشراء (١، ٢، ٧، ١١) حيث أن ٦٢,٥% من ربات الأسر لكلا من العبارتين ١، ٢ يحددن المكان المناسب، والسلع

جدول ١٠: توزيع عينة الدراسة من ربات الأسر وفقا لإستجاباتهن نحو عبارات السلوك الشرائي خلال عروض تخفيض الاسعار

م	العبارة	دائما		أحيانا		أبدا		المجموع
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	
<b>قبل الشراء</b>								
١	أحدد المكان المناسب لشراء السلع	٦٢	٣١	١٢٥	٦٢,٥	١٣	٦,٥	٢٠٠
٢	أقوم بتحديد السلع المراد شرائها الموجودة بعرض التخفيض قبل الذهاب إلى مكان العرض	٥١	٢٥,٥	١٢٥	٦٢,٥	٢٤	١٢	٢٠٠
٣	أخصص جزء من الميزانية لشراء السلع وقت العروض	٤٠	٢٠	٨٩	٤٤,٥	٧١	٣٥,٥	٢٠٠
٤	أجمع معلومات عن السلع من مصادر موثوق منها قبل شرائها	٥٥	٢٧,٥	٩٢	٤٦	٥٣	٢٦,٥	٢٠٠
٥	لا أخطط لعملية الشراء أثناء فترة التخفيضات	٥٠	٢٥	١٠٠	٥٠	٥٠	٢٥	٢٠٠
٦	أتجول في الأسواق قبل الشراء لأحصل على أفضل العروض والأسعار على السلع الاستهلاكية	٦٠	٣٠	٨٨	٤٤	٥٢	٢٦	٢٠٠
٧	تؤثر عروض التخفيض على قراري عند الشراء	٥٥	٢٧,٥	١٢٢	٦١	٢٣	١١,٥	٢٠٠
٨	أتبع الموضة وأواكب كل ما هو جديد ولا أنتظر العروض	٢٨	١٤	٩٢	٤٦	٨٠	٤٠	٢٠٠
٩	أناثر برأي المحيطين عندما اتخذ قرار الشراء	٢٥	١٢,٥	١٠٩	٥٤,٥	٦٦	٣٣	٢٠٠
١٠	أكتب قائمة بالمشتريات قبل النزول إلى السوق	٦٠	٣٠	٨٠	٤٠	٦٠	٣٠	٢٠٠
١١	أستفيد من أهل الخبرة قبل الشراء من خلال العروض	٥٣	٢٦,٥	١١٣	٥٦,٥	٣٤	١٧	٢٠٠
١٢	أدخر جزء من دخل الأسرة لأعتم العروض والتخفيضات	١٦	٨	٨٧	٤٣,٥	٩٧	٤٨,٥	٢٠٠
١٣	أتابع العروض وأحرص على اقتناء نسخة من العرض المطبوع لتحديد مشرواتي	٣٧	١٨,٥	١٠٣	٥١,٥	٦٠	٣٠	٢٠٠
١٤	أقوم بكتابة البدائل ضمن قائمة مشرواتي	١٧	٨,٥	٨٤	٤٢	٩٩	٤٩,٥	٢٠٠
١٥	أقارن أسعار السلع في عروض التخفيض بأسعارها ما قبل التخفيض	٩٣	٤٦,٥	٨٨	٤٤	١٩	٩,٥	٢٠٠
<b>أثناء الشراء:</b>								
١٦	أقترب لأغتنام فرصة وجود عرض على السلع الاستهلاكية	١٤	٧	٦٣	٣١,٥	١٢٣	٦١,٥	٢٠٠
١٧	أشتري السلع التي يوجد عليها عروض تخفيض بكميات تزيد عن حاجة الأسرة	٢٣	١١,٥	٦٧	٣٣,٥	١١٠	٥٥	٢٠٠
١٨	أشتري السلع الجديدة عندما تبطل موضة القديمة رغم صلاحيتها للاستخدام	٢٣	١١,٥	١١٠	٥٥	٦٧	٣٣,٥	٢٠٠
١٩	أشتري سلع عليها عروض بالرغم من عدم حاجتي له	١٤	٧	٥٣	٢٦,٥	١٢٣	٦٦,٥	٢٠٠
٢٠	أشتري السلع الرخيصة جدا بغض النظر عن جودتها	١٣	٦,٥	٣٨	١٩	١٤٩	٧٤,٥	٢٠٠
٢١	أقرأ المكونات وتاريخ الصلاحية للسلع عند شرائها	١٢٨	٦٤	٥٦	٢٨	١٦	٨	٢٠٠
٢٢	أشتري السلع عند وجود عرض عليها دون عمل حساب لكمية المصروف المحدد لها	٢١	١٠,٥	٨٢	٤١	٩٧	٤٨,٥	٢٠٠
٢٣	أنفق جزء كبير من دخل الأسرة على السلع في العرض	١١	٥,٥	٦٧	٣٣,٥	١٢٢	٦١	٢٠٠
٢٤	أستفيد بعروض تخفيض الأسعار في شراء احتياجات الأسرة	٧١	٣٥,٥	١٢٣	٦١,٥	٦	٣	٢٠٠
٢٥	لا أشتري السلع الثمينة - مثال: لاب توب - إلا إذا كان عليها عروض تخفيض	٣٤	١٧	٨٠	٤٠	٨٦	٤٣	٢٠٠
٢٦	أشتري السلع الجيدة مهما كان ثمنها مرتفعاً ولا يوجد عليها عروض	٦٦	٣٣	١٠٣	٥١,٥	٣١	١٥,٥	٢٠٠

م	العبارة	دائما		أحيانا		أبدا		المجموع
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	
٢٧	أقلد الآخرين في شراء السلع الاستهلاكية المخفضة	١١	٥,٥	٦٤	٣٢	١٢٥	٦٢,٥	٢٠٠
٢٨	أشترى السلع المعروضة بشكل جذاب	٣٥	١٧,٥	١٠٣	٥١,٥	٦٢	٣١	٢٠٠
٢٩	أشترى سلع جديدة في المناسبات و الأعياد	٦٩	٣٤,٥	١٠٤	٥٢	٢٧	١٣,٥	٢٠٠
٣٠	أفضل بين السلع حسب الوزن والحجم	٥٩	٢٩,٥	١٠٢	٥١	٣٩	١٩,٥	٢٠٠
٣١	أشترى السلع التي لها مدة ضمان أو مدة صلاحية جيدة	١٢٦	٦٣	٦٤	٣٢	١٠	٥	٢٠٠
٣٢	أفحص المشتريات جيدا عند الشراء خلال عروض تخفيض الأسعار	١١٠	٥٥	٧١	٣٥,٥	١٩	٩,٥	٢٠٠

تابع جدول ١٠:

م	العبارة	دائما		أحيانا		أبدا		المجموع
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	
<b>بعد الشراء</b>								
٣٣	أشعر بالرضا عند شراء سلعة أحتاجها بسعر مخفض	١٤٠	٧٠	٦٠	٣٠	٠	٠	٢٠٠
٣٤	تحدث خلافات زوجية بسبب اسرافي في الشراء	٢٨	١٤	٨٠	٤٠	٩٢	٤٦	٢٠٠
٣٥	أشعر بالإحباط لأضطرارى لشراء السلع المخفضة قليلة الجودة	٤٢	٢١	١٠٣	٥١,٥	٥٥	٢٧,٥	٢٠٠
٣٦	أشعر بالضيق بعد شرائى سلع لا أحتاجها ولكن عليها عرض تخفيض أسعار	٤٣	٢١,٥	١٠٩	٥٤,٥	٤٨	٢٤	٢٠٠
٣٧	أشعر بالفخر عند توفير احتياجات اسرتى من السلع بأقل الأسعار	١٣٨	٦٩	٦٠	٣٠	٢	١	٢٠٠
٣٨	أراجع فاتورة الشراء وأقارنها بالأسعار الموجودة فى العرض	٩٩	٤٩,٥	٧٦	٣٨	٢٥	١٢,٥	٢٠٠
٣٩	أهتم بتقديم شكوى أو اقتراح لإدارة المتجر عندما يلزم الأمر	٢٧	١٣,٥	٩٤	٤٧	٧٩	٣٩,٥	٢٠٠
٤٠	لا أخجل من تقديم طلب استرجاع عندما لا أرضى عن السلعة التي اشتريتها	٥٧	٢٨,٥	١٠٨	٥٤	٣٥	١٧,٥	٢٠٠
٤١	أقيم عملية الشراء وأقرر ما إن كنت سوف أكررها أو لا	٦٩	٣٤,٥	١١٢	٥٦	١٩	٩,٥	٢٠٠
٤٢	أشعر بالندم عند إنفاق جزء كبير من الدخل حتى وإن كان الأمر يستحق	٤٣	٢١,٥	٩١	٤٥,٥	٦٦	٣٣	٢٠٠
٤٣	أنقل تجربتى الشرائية لغيرى ولا أكتفى بها لنفسى	٩٥	٤٧,٥	٨٢	٤١	٢٣	١١,٥	٢٠٠
٤٤	أكتفى بالشراء مرة واحدة فى العرض الواحد ولا أكررها مرة أخرى مراعاة لبنود أخرى فى ميزانية اسرتى	٩٤	٤٧	٨٦	٤٣	٢٠	١٠	٢٠٠
٤٥	أتجنب وانا لافى الأخطاء حتى لا أكررها فى العروض المقبلة	١٢٣	٦١,٥	٦٤	٣٢	١٣	٦,٥	٢٠٠

مخفضة، وكذلك يشعرون بالفخر لتوفير لا يقمن بشراء السلع الرخيصة جدا لعدم جودتها، وتبين أن ٦٢,٥% من المبحوثات لا يقلدن الآخرين في شراء السلع الاستهلاكية، ٥٥% منهن يفحصن المشتريات جيدا عند الشراء، وقد أوضحت الاستجابات بجدول (١٠) الإيجابية لربات الأسر نحو العبارات المعبرة عن مرحلة ما بعد الشراء، وذلك كما فى العبارات (٣٣، ٣٧، ٤٣، ٤٥) والتي تعكس تقريبا للسلوك الشرائى للمبحوثات فيما بعد الشراء، حيث أن ٧٠%، ٦٩% على التوالي من ربات الأسر المبحوثة يشعرون بالرضا لشرائهن سلع فى حاجة إليها وبأسعار مخفضة، وكذلك يشعرون بالفخر لتوفير احتياجاتهن من السلع بأقل الأسعار، و ٤٧,٥% من المبحوثات تقمن بنقل تجربتهن الشرائية لغيرهن، ٦١,٥% يحرصن فى العروض على عدم تكرار ما وقعن فيه من أخطاء.

حيث أن ٦١,٥%، ٥٥% على التوالي من ربات الأسر لا يلجأن إلى الاقتراض أو شراء سلع بكميات أكبر تزيد عن الحاجة أثناء عروض التخفيض، وأن ٦٦,٥%، ٧٤,٥% على التوالي من المبحوثات لا يلجأن إلى شراء سلع مخفضة فى حالة عدم الحاجة، وكذلك لا يقمن بشراء السلع الرخيصة جدا لعدم جودتها، وتبين أن ٦٢,٥% من المبحوثات لا يقلدن الآخرين فى شراء السلع الاستهلاكية، ٥٥% منهن يفحصن المشتريات جيدا عند الشراء، وقد أوضحت الاستجابات بجدول (١٠) الإيجابية لربات الأسر نحو العبارات المعبرة عن مرحلة ما بعد الشراء، وذلك كما فى العبارات (٣٣، ٣٧، ٤٣، ٤٥) والتي تعكس تقريبا للسلوك الشرائى للمبحوثات فيما بعد الشراء، حيث أن ٧٠%، ٦٩% على التوالي من ربات الأسر المبحوثة يشعرون بالرضا لشرائهن سلع فى حاجة إليها وبأسعار

## ٣- نتائج التحقق من صحة الفرض الثانى الذى ينص:

من ٣٠ عامًا)، مستوى الدخل للأسرة عند مستوى احتمالي ٠,٠٥ لصالح الأسر التي يزيد دخلها عن ٣٠٠٠ جنيه شهريًا.

كما تبين بالنتائج الواردة بجدول ١١، ١٣، عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى السلوك الشرائي للمبحوثات عينة الدراسة تبعًا لكل من المنطقة السكنية، السعة الأسرية، المستوى التعليمي لربة ورب الأسرة، عمل ربة ورب الأسرة، نوع الدخل الشهري، والحالة الاجتماعية، وهذا يعني إيجابية السلوك الشرائي لدى ربوات الأسر المبحوثة ذو المرحلة العمرية أقل من ٤٠ عامًا، ولدى أرباب الأسر الذين عمرهم أقل من ٣٠ عامًا،

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى السلوك الشرائي خلال عروض تخفيض الأسعار على السلع الاستهلاكية تبعًا للخصائص الديموجرافية للأسر المبحوثات. وللتحقق من صحة الفرض تم استخدام اختبار تحليل التباين (ف) بين أفراد عينة البحث، واختبار "T" test للمجموعات المستقلة، واختبار Scheffe، حيث تبين من النتائج الواردة بجدول (١١)، (١٢)، (١٣)، وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى السلوك الشرائي أثناء عروض تخفيضات الأسعار جدول (١١) تبعًا لكل من عمر ربة الأسرة عند مستوى احتمالي ٠,٠١ لصالح المرحلة العمرية (٣٠- >٤٠ عامًا)، وعمر رب الأسرة عند مستوى احتمالي ٠,٠٥ لصالح المرحلة العمرية (أقل

جدول ١١: تحليل التباين بين ربوات الأسر في مستوى سلوكهن الشرائي تبعًا للمنطقة السكنية، العمر، المستوى التعليمي، والعمل لربوات وأرباب الأسر، قيمة الدخل الشهري

المتغيرات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	مستوى الدلالة
الحي السكني	بين المجموعات	٩٣,٥	٢	٤٦,٧	٠,٧٨	غير دالة
	داخل المجموعات	١١٦٤٧,١	١٩٧	٥٩,٦		
	المجموع	١١٨٩٣,٦	١٩٩	-		
عمر ربة الأسرة	بين المجموعات	٦٩٣,٨	٣	٢٣١,٣	٤,١	٠,٠١
	داخل المجموعات	١١١٤٥,٧	١٩٦	٥٦,٩		
	المجموع	١١٨٣٩,٥	١٩٩	-		
عمر رب الأسرة	بين المجموعات	٣٨٥,٢	٣	١٢٨,٤	٢,٢	٠,٠٥
	داخل المجموعات	١١٤٥٤,٤	١٩٦	٥٨,٤		
	المجموع	١١٨٣٩,٦	١٩٩	-		
تعليم ربة الأسرة	بين المجموعات	١٥٣,٢	٦	٢٥,٥	٠,٤٢	غير دالة
	داخل المجموعات	١١٦٨٦,٤	١٩٣	٦٠,٦		
	المجموع	١١٨٣٩,٦	١٩٩	-		
تعليم رب الأسرة	بين المجموعات	٢٦٢,٨	٦	٤٣,٨	٠,٧٣	غير دالة
	داخل المجموعات	١١٥٧٦,٨	١٩٣	٥٩,٩		
	المجموع	١١٨٣٩,٦	١٩٩	-		
عمل ربة الأسرة	بين المجموعات	١٠٩,١	٢	٥٤,٥	٠,٩٢	غير دالة
	داخل المجموعات	١١٧٣٠,٥	١٩٧	٥٩,٥		
	المجموع	١١٨٣٩,٦	١٩٩	-		
عمل رب الأسرة	بين المجموعات	٠,٠٣٥	١	٠,٠٣٥	٠,٠١	غير دالة
	داخل المجموعات	١١٨٣٩,٥	١٩٨	٥٩,٨		
	المجموع	١١٨٣٩,٦	١٩٩	-		
الدخل الشهري	بين المجموعات	٣١٦,٨	٢	١٥٨,٤	٢,٧	٠,٠٥
	داخل المجموعات	١١٥٢٢,٨	١٩٧	٥٨,٥		
	المجموع	١١٨٣٩,٦	١٩٩	-		

جدول ١٢: اختبار Scheffe لدلالة الفروق بين ربوات الأسر المبحوثات في مستوى سلوكهن الشرائي خلال عروض التخفيض تبعًا للمرحلة العمرية لربة ورب الأسرة، قيمة الدخل الشهري

المتغيرات	الفئات	المتوسط
المرحلة العمرية لربة الأسرة	أقل من ٣٠	٩٧,١
	٣٠ - >٤٠	٩٨,٨
	٤٠ - >٥٠	٩٧,٥
المرحلة العمرية لرب الأسرة	أقل من ٣٠	٩٧,٤
	٣٠ - >٤٠	٩٨,١
	٤٠ - >٥٠	٩٧,٨

٩٧,٥	٥٠ > ٤٠
٩٧,٤	٥٠ فأكثر
٩٧,٢	أقل من ١٥٠٠ جنيه
٩٧,٦	٣٠٠٠ > ١٥٠٠
٩٨,٤	٣٠٠٠ فأكثر

جدول ١٣: المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيمة "ت" ومستوى دلالتها طبقاً للحالة الاجتماعية، عدد أفراد الأسرة، نوع الدخل الشهري في مستوى السلوك الشرائي لربات الأسر خلال عروض تخفيض الأسعار

المتغير	العينة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	مستوى الدلالة
الحالة الاجتماعية	متزوجة	١٦٤	٩٧,١	٧,٨	١,٣	غير دالة
	غير متزوجة	٣٦	٩٨,٩	٧,٣		
عدد أفراد الأسرة	أقل من ٥	١٣٦	٩٧,٥	٧,٩	٠,٠٦١	غير دالة
	٥ فأكثر	٦٤	٩٧,٤	٧,٤		
نوع الدخل الشهري	منتظم	١٣٢	٩٨,٤	٩٨,٤	٢,٥	٠,٠٥
	متغير	٦٨	٦٨	٩٥,٦		

خلال المعيشة لمجتمع البحث أن هذه النتائج قد تتعلق ببعض ببعض الخصائص المميزة بربيات الأسر (المستهلكين) كالخبرات السابقة والتعرض لمخاطر وشرك عروض التخفيضات حيث أن ظاهرة العروض والتخفيضات السعري أصبحت تمثل نمط وثقافة شرائية واستهلاكية لمجتمع البحث. وهذا يلقي الضوء نحواهمية نشر واستخدام علوم اقتصاديات الأسرة في هذه المناطق والمشابهة.

جدول ١٤: توزيع ربات الأسر المبحوثات وفقاً للفئات الدالة على مستوى سلوكهن الاستهلاكي خلال عروض تخفيضات الأسعار

السلوك الاستهلاكي	الدرجة	العدد	النسبة المئوية
سلوك سلبي	(أقل من ٢٤)	١٣	٦,٥
سلوك محايد	(٢٤ > ٣١)	١٤٩	٧٤,٥
سلوك ايجابي	(٣١ فأكثر)	٣٨	١٩
المجموع		٢٠٠	١٠٠

المتوسط الحسابي = ٢٧,٨ الانحراف المعياري  $\pm ٣,٢$

٢- وعند دراسة استجابات ربات الأسر نحو العبارات التي تقيم السلوك الاستهلاكي المتبع خلال عروض تخفيض الأسعار على السلع الاستهلاكية جدول (١٥)، حيث تبين السلوك الإيجابي للمبحوثات الذي اتضح من استجاباتهم نحو العبارات (٣، ١٢، ٨، ٤) والتي توضح جودة الأداء للمبحوثات نحو السلع غير الآمنة، فترات صلاحية للسلع، التخزين السليم، المواد الغذائية غير الصحية حيث كانت النسب على التوالي (٨٣,٥٠٪، ٧٠,٥٠٪، ٦٩,٥٠٪، ٥٨,٥٠٪) كما تبين أن استجابات المبحوثات نحو بعض العبارات تتسم بأحيانا كما في العبارات (٧، ١٠، ٩، ٤) من حيث استغلال ربات الأسر المبحوثات للعروض أحيانا لتجديد المنزل باستخدام سلع جديدة، الشراء أحيانا للسلع المخفضة لتقديمها في المجاملات والمناسبات، وكذلك القيام بتجميل وتزيين بعض السلع المخفضة لتقديمها بشكل جيد أحيانا حيث كانت النسب على التوالي (٧٥,٥٠٪، ٥٦,٥٠٪، ٥٦,٥٠٪، ٥٥,٥٠٪).

وكذلك لدى الأسر ذو الدخل الشهري الأكثر من ٣٠٠٠ جنيه وبها تحقق الفرض الثاني جزئياً. وترجع الباحثة أنه يتقدم المرحلة العمرية للمبحوثات تزداد الخبرة والممارسات الحياتية مما ينعكس إيجابياً على سلوكهن الشرائي خاصة في فترات التخفيضات، وقد تكون المرحلة العمرية المبكرة لأرباب الأسر وما تتضمنه من مسؤوليات وأعباء محدودة سبباً في التفرغ الجزئي لعمليات الشراء وما يعكسه ذلك من ارتفاع مستوى السلوك الشرائي لهم، وكذلك بارتفاع مستوى الدخل الشهري الأسري ويتبدى الشعور بالمخاطرة أو المجازفة حيال أساليب الخداع لعروض تخفيضات الأسعار مما ينعكس إيجابياً على تحسن مستوى السلوك الشرائي لربات الأسر. وقد اتفقت هذه النتائج مع بعض نتائجها أبو طالب (١٩٩٦)، سماح مشرف (٢٠٠٦)، حيث تبين من نتائجها أن عمر ربة الأسرة بالإضافة إلى مستواها التعليمي ومهنتها، ومدة الزواج ومتوسط الدخل الشهري للأسرة تؤثر في السلوك الشرائي ودوافع الشراء لدى ربات الأسر.

رابعاً: السلوك الاستهلاكي لدى ربات الأسر خلال عروض تخفيض الأسعار:

ذكرت انجى ابوالغيط (٢٠٠٩) أن أهمية دراسة سلوك المستهلك ترجع إلى تحديد مستوى معيشة ورفاهية المستهلك في المجتمع وتحديد الامكانيات المالية للمجتمع تطويره، وإمكانية التعرف على الرغبات والعادات تجاه السلعة ومدى الرغبة فيها وبالتالي الطلب عليها ويساعد على التنبؤ بمستوى الطلب الحالي والمستقبلي على السلع والخدمات الضرورية والكمالية.

١- مستوى السلوك الاستهلاكي لدى ربات الأسر المبحوثات خلال عروض التخفيض:

أوضحت النتائج بجدول (١٤) حيادية السلوك الاستهلاكي لثلاثة أرباع المبحوثات (٧٤,٥٠٪) خلال عروض تخفيض الأسعار على السلع الاستهلاكية، بينما تبين أن ١٩٪ من المبحوثات سلوكهن الاستهلاكي ايجابي، وقد تدنت نسبة المبحوثات ذو السلوك الاستهلاكي السلبي (٦,٥٠٪) من جملة المبحوثات. وترى الباحثة من

جدول ١٥ : توزيع عينة الدراسة من ربوات الأسر وفقا لإستجاباتهم نحو عبارات السلوك الاستهلاكي خلال عروض تخفيض الأسعار

م	العبارة	دائما		أحيانا		أبدا		المجموع العدد %
		العدد %	العدد %	العدد %	العدد %			
١	أقوم بعمل جرد للسلع الموجودة كل فترة حتى أحدد احتياجات الأسرة ومدى صلاحية هذه السلع	٩٥	٤٧,٥	٧٨	٣٩	٢٧	١٣,٥	٢٠٠
٢	أحرص على استخدام السلع التي أوشكت مدة صلاحيتها على الانتهاء واستهلاكها في أسرع وقت	١١٧	٥٨,٥	٥٨	٢٩	٢٥	١٢,٥	٢٠٠
٣	أتخلص من السلع غير الصالحة وغير المستخدمة	١٦٧	٨٣,٥	٢١	١٠,٥	١٢	٦	٢٠٠
٤	تنتهي صلاحية بعض السلع قبل استخدامها	٢٦	١٣	١١١	٥٥,٥	٦٣	٣١,٥	٢٠٠
٥	أستهلك سلع كثيرة لها نفس الاستخدام في وقت واحد	٢١	١٠,٥	٧٥	٣٧,٥	١٠٤	٥٢	٢٠٠
٦	أستهلك أكثر من سلعة متشابهة في نفس الوقت	١٣	٦,٥	٨٨	٤٤	٩٩	٤٩,٥	٢٠٠
٧	استغل العروض في تجديد منزلي واستخدام سلع جديدة	٢٢	١١	١٥٠	٧٥	٢٨	١٤	٢٠٠
٨	أقلل من استهلاك اسرتي لكل ماهو غير صحي حتى في حالة تخفيض سعره	١٣٨	٦٩	٥١	٢٥,٥	١١	٥,٥	٢٠٠
٩	أقوم بتجميل وتزيين بعض المنتجات المخفضة وتقديمها في شكل جديد	٢٦	١٣	١١٢	٥٦	٦٢	٣١	٢٠٠
١٠	أشترى بعض السلع المخفضة السعر واحتفظ بها لاستخدامها وتقديمها في المجالات والمناسبات	٢٩	١٤,٥	١١٣	٥٦,٥	٥٨	٢٩	٢٠٠
١١	أقيم استهلاكي للسلع ومدى الاستفادة منها	٨٢	٤١	١٠١	٥٠,٥	١٧	٨,٥	٢٠٠
١٢	أخزن السلع بطريقة صحيحة لضمان جودتها والحفاظ عليها لحين استخدامها	١٤١	٧٠,٥	٤٦	٢٣	١٣	٦,٥	٢٠٠

النتائج الواردة بجدول (١٦، ١٧)، عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى السلوك الاستهلاكي تبعا لكل الخصائص الديموجرافية لأسر المبحوثات عينة الدراسة فيما عدا فروقا دالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١ وفقا لنوع الدخل الشهري باستخدام اختبار Scheffe تبين أنها لصالح أصحاب الدخل المنتظم. وبهذا لم يتحقق الفرض الثالث.

٣- نتائج التحقق من صحة الفرض الثالث الذي ينص: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى السلوك الاستهلاكي خلال عروض تخفيض الأسعار على السلع الاستهلاكية تبعا للخصائص الديموجرافية لأسر المبحوثات وللتحقق من صحة الفرض تم استخدام اختبار تحليل التباين (ف) بين أفراد عينة البحث، واختبار "T" للمجموعات المستقلة، واختبار Scheffe، حيث تبين من

جدول ١٦ : تحليل التباين بين ربوات الأسر في مستوى سلوكهم الاستهلاكي تبعا للمنطقة السكنية، العمر، المستوى التعليمي، والعمل لأرباب وربوات الأسرة، قيمة الدخل الشهري

المتغيرات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف" مستوى الدلالة
الحي السكني	بين المجموعات	٣٠,٤	٢	١٥,٢	١,٥
	داخل المجموعات	٢٠١٢,٢	١٩٧	١٠,٢	
	المجموع	٢٠٤٢,٦	١٩٩	-	
عمر ربة الأسرة	بين المجموعات	٢٣,٢	٣	٧,٧	٠,٧٥
	داخل المجموعات	٢٠١٩,٤	١٩٦	١٠,٣	
	المجموع	٢٠٤٢,٦	١٩٩	-	
عمر رب الأسرة	بين المجموعات	٥٢,٧	٣	١٧,٥	١,٧
	داخل المجموعات	١٩٨٩,٩	١٩٦	١٠,٢	
	المجموع	٢٠٤٢,٦	١٩٩	-	
تعليم ربة الأسرة	بين المجموعات	٦٥,٩	٦	١٠,٩	١,١
	داخل المجموعات	١٩٧٦,٧	١٩٣	١٠,٢	
	المجموع	٢٠٤٢,٦	١٩٩	-	
تعليم رب الأسرة	بين المجموعات	٦٣,٩	٦	١٠,٧	١,١
	داخل المجموعات	١٩٧٨,٧	١٩٣	١٠,٣	
	المجموع	٢٠٤٢,٦	١٩٩	-	
عمل ربة الأسرة	بين المجموعات	٣,٧	٢	١,٨	٠,١٨
	داخل المجموعات	٢٠٣٨,٩	١٩٧	١٠,٤	
	المجموع	٢٠٤٢,٦	١٩٩	-	
عمل رب الأسرة	بين المجموعات	١١,٣	١	١١,٣	١,١

المتغيرات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف" مستوى الدلالة
	داخل المجموعات	٢٠٣١,٣	١٩٨	١٠,٣	
	المجموع	٢٠٤٢,٦	١٩٩	-	
	بين المجموعات	٨,٥	٢	٤,٣	
الدخل الشهري	داخل المجموعات	٢٠٣٤,١	١٩٧	١٠,٣	غير دالة
	المجموع	٢٠٤٢,٦	١٩٩	-	٠,٤٢

جدول ١٧: المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيمة (ت) ومستوى دلالتها طبقاً للحالة الاجتماعية، عدد أفراد الأسرة، نوع الدخل الشهري في مستوى السلوك الاستهلاكي لربات الأسر خلال عروض تخفيض الأسعار

المتغير	العينة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	مستوى الدلالة
الحالة الاجتماعية	المتزوجات	١٦٤	٢٧,٨	٣,٣	١,٣	غير دالة
	غير المتزوجات	٣٦	٢٨,٣	٢,٦		
عدد أفراد الأسرة	أقل من ٥	١٣٦	٢٧,٦	٣,١	١,٦	غير دالة
	٥ فأكثر	٦٤	٢٨,٤	٣,٤		
نوع الدخل الشهري	منتظم	١٣٢	٢٨,٥	٢,٧	٤,١	٠,٠٥
	غير منتظم	٦٨	٢٦,٦	٣,٧		

النشاط السكاني (حيث يغلب عليه الطابع الزراعي والتجاري) مما أوجد نمط وثقافة شرائية واستهلاكية سليمة لدى الأفراد السكان، وخاصة ربات الأسر الأمر الذي أدى إلى ارتفاع المفهوم، وكذلك سلوكهن الشرائي والاستهلاكي نحو نظام العروض والتخفيضات السعرية بمدينة الإسماعيلية.

جدول ١٨: قيم معاملات الارتباط ودلالاتها بين مفهوم ربات الأسر وكل من السلوك الشرائي والسلوك الاستهلاكي خلال عروض تخفيض الأسعار

المتغيرات	قيمة معامل الارتباط	مستوى الدلالة
السلوك الشرائي	٠,٧٥٤	٠,٠١
السلوك الاستهلاكي	٠,٧٢١	٠,٠١

سادساً: السلع الاستهلاكية المشتراه خلال عروض تخفيض الأسعار:

ذكرت هبة نصر (٢٠١٠) أن رد فعل المستهلك تجاه سياسة التنزيلات أو ما يسمى بالتخفيضات المفتعلة (الأوكازيون)، يتمثل بزيادة الطلب والإقبال الكبير على شراء المنتجات، والتي خفضت أسعارها لفترة مؤقتة، في حين يتغير الطلب بالانخفاض بعد انتهاء فترة التنزيلات

١- أنواع وكميات السلع الاستهلاكية المشتراه خلال عروض التخفيض:

تضمن هذا المحور ٣٥ سلعة استهلاكية تمثل احتياجات الأسرة في مجالات الحياة المختلفة، وعند دراسة كميات هذه السلع تبين من النتائج الواردة بجدول (١٩) بالنسبة للسلع الغذائية أن النسبة الغالبة من ربات الأسر قامت بشراء الكميات التي تحتاجها فقط وذلك يتضح في الخضروات والفاكهة لحوم والدواجن والأسماك، والحبوب والنشويات وكذلك البيض ومنتجات الألبان حيث كانت النسب على التوالي ٧٦%، ٦٥%، ٦٣%، ٦١% من ربات الأسر المبحوثة، وقد تبين أن الزيت والسمن، والمشروبات والعصائر، البقالة، من

وهذه النتائج تختلف ودراسة فاتن لطفى (١٩٩٥) عن وجود علاقة ارتباطية بين الأنماط الاستهلاكية بعض الخصائص لدى أفراد الأسرة وتختلف أيضاً مع ما توصلت إليه نادية الحداد (٢٠٠٨) حيث تبين عدم وجود علاقة بين مختلف سلوك والنمط الاستهلاكي للمرأة بالإسكندرية ومدى انتظام الدخل الشهري للأسرة وذلك في دراسة السلوك الشرائي الاستهلاكي التقسيمي لربات الأسر.

خامساً: العلاقة بين مفهوم ربات الأسر المبحوثات عن عروض تخفيض الأسعار على السلع الاستهلاكية خلال عروض تخفيض الأسعار وسلوكهن الشرائي والاستهلاكي:

وللتحقق من مدى هذه العلاقة تم صياغتها في صورة الفرض الرابع:

"توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مفهوم ربات الأسر عن عروض تخفيض الأسعار على السلع الاستهلاكية وبين سلوكهن الشرائي والاستهلاكي خلال عروض تخفيض الأسعار" لذلك تم استخدام معامل الارتباط التتابعي لبيرسون وذلك لحساب قيمة معامل الارتباط (R) بين مفهوم ربات الأسر المبحوثة خلال عروض تخفيض الأسعار على السلع الاستهلاكية وكل من مستوى سلوكهن الشرائي وسلوكهن الاستهلاكي لهن، حيث تبين من جدول (١٨) وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائية بين مفهوم ربات الأسر نحو عروض تخفيض الأسعار على السلع الاستهلاكية وكل من سلوكهن الشرائي والاستهلاكي. وبهذا تحقق الفرض الرابع.

وهذه النتائج مؤداها ان المفهوم الصحيح نحو عروض تخفيضات الأسعار للسلع الاستهلاكية، يؤدي الى ايجابية كل من السلوك الشرائي، والاستهلاكي لدى ربات الأسر المبحوثات خلال فترات عروض التخفيضات السعرية. وترجح الباحثة أنه نظراً للتركيب السكاني المتميز لمنطقة البحث (حيث يغلب عليه الفئة العمرية الشبابية) وكذلك

أعلى تمثل الشراء بكميات أكبر من الاحتياج حيث كانت النسب (٤٢,٥%، ٣٣%، ٣١% على التوالي، جدول ١٩: توزيع ربات الأسر وفقا لإستجابتهن نحو الأصناف والكميات المشتراه من السلع الاستهلاكية خلال عروض تخفيض الأسعار

المجموع	أشترى بكميات أكبر		لا أشترى		أشترى الكمية التي احتاجها		السلعة
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	
١٠٠	٢٠٠	١٨,٥	٣٧	١٦,٥	٣٣	٦٥	١٣٠
١٠٠	٢٠٠	٢٣	٤٦	١٦	٣٢	٦١	١٢٢
١٠٠	٢٠٠	٣١	٦٢	٩	١٨	٦٠	١٢٠
١٠٠	٢٠٠	٤٢,٥	٨٥	٣,٥	٧	٥٤	١٠٨
١٠٠	٢٠٠	٢٨,٥	٥٧	٨	١٦	٦٣,٥	١٢٧
١٠٠	٢٠٠	١٤,٥	٢٩	٩,٥	١٩	٧٦	١٥٢
١٠٠	٢٠٠	٣٣	٦٦	٢٢	٤٤	٤٥	٩٠
١٠٠	٢٠٠	١١	٢٢	٥٠,٥	١٠١	٣٨,٥	٧٧
١٠٠	٢٠٠	١٨,٥	٣٧	١٦,٥	٣٣	٦٥	١٣٠
١٠٠	٢٠٠	٢٣	٤٦	١٦	٣٢	٦١	١٢٢
١٠٠	٢٠٠	٣١	٦٢	٩	١٨	٦٠	١٢٠
١٠٠	٢٠٠	٤٢,٥	٨٥	٣,٥	٧	٥٤	١٠٨
١٠٠	٢٠٠	٢٨,٥	٥٧	٨	١٦	٦٣,٥	١٢٧
١٠٠	٢٠٠	١٤,٥	٢٩	٩,٥	١٩	٧٦	١٥٢
١٠٠	٢٠٠	٣,٥	٧	٣٥	٧٠	٦١,٥	١٢٣
١٠٠	٢٠٠	٣	٦	٢٥	٥٠	٧٢	١٤٤
١٠٠	٢٠٠	١٤	٢٨	٢٦	٥٢	٦٠	١٢٠
١٠٠	٢٠٠	١٣,٥	٢٧	٢٤,٥	٤٩	٦٢٣	١٢٤
١٠٠	٢٠٠	١٠	٢٠	١٢	٢٤	٧٨	١٥٦
١٠٠	٢٠٠	٤١	٨٢	٦,٥	١٣	٥٢,٥	١٠٥
١٠٠	٢٠٠	٢٢	٤٤	١٣,٥	٢٧	٦٤,٥	١٢٩
١٠٠	٢٠٠	٤٤	٨٨	٢٧,٥	٥٥	٢٨,٥	٥٧
١٠٠	٢٠٠	٤٠,٥	٨١	١٤,٥	٢٩	٤٥	٩٠
١٠٠	٢٠٠	٦,٥	١٣	١٦,٥	٣٣	٧٧	١٥٤
١٠٠	٢٠٠	٤٢,٥	٨٥	٩	١٨	٤٨,٥	٩٧
١٠٠	٢٠٠	٢٣,٥	٤٧	٢٣	٤٦	٥٣,٥	١٠٧
١٠٠	٢٠٠	٢,٥	٥	٢٨	٥٦	٦٩,٥	١٣٩
١٠٠	٢٠٠	٢,٥	٥	٣٣	٦٦	٦٤,٥	١٢٩
١٠٠	٢٠٠	٤,٥	٩	٣٤	٦٨	٦١,٥	١٢٣
١٠٠	٢٠٠	١٢	٢٤	٢٤,٥	٤٩	٦٣,٥	١٢٧
١٠٠	٢٠٠	١٦	٣٢	١٧	٣٤	٦٧	١٣٤
١٠٠	٢٠٠	٢,٥	٥	٥١,٥	١٠٣	٤٦	٩٢
١٠٠	٢٠٠	١١	٢٢	١٣,٥	٢٧	٧٥,٥	١٥١
١٠٠	٢٠٠	١٨	٣٦	٩,٥	١٩	٧٢,٥	١٤٥
١٠٠	٢٠٠	١٤,٥	٢٩	٢٤	٤٨	٦١,٥	١٢٣

بينما تبين أن الوجبات الجاهزة والسريعة التحضير لم تقم بشرائها ٥٠,٥% من المبحوثات خلال عروض تخفيض الأسعار. وفي مجال الملابس تبين من جدول (١٩) أن الجوارب والأحزمة، الملابس لأفراد الأسرة، أحذية والحقائب قامت ربات الأسر المبحوثات بشراء الكميات التي تحتاجها فقط منهم حيث كانت النسب على التوالي ٧٦%، ٦٥%، ٦٣,٥%، وقد تبين أن ٤٢,٥% من ربات الأسر قامت بشراء كميات من الأقمشة أكثر من الاحتياج، وكذلك ٣١% من المبحوثات قامت بشراء كميات الملابس أكثر من الاحتياج خلال فترات

بينما تبين أن الوجبات الجاهزة والسريعة التحضير لم تقم بشرائها ٥٠,٥% من المبحوثات خلال عروض تخفيض الأسعار. وفي مجال الملابس تبين من جدول (١٩) أن الجوارب والأحزمة، الملابس لأفراد الأسرة، أحذية والحقائب قامت ربات الأسر المبحوثات بشراء الكميات التي تحتاجها فقط منهم حيث كانت النسب على التوالي ٧٦%، ٦٥%، ٦٣,٥%، وقد تبين أن ٤٢,٥% من ربات الأسر قامت بشراء كميات من الأقمشة أكثر من الاحتياج، وكذلك ٣١% من المبحوثات قامت بشراء كميات الملابس أكثر من الاحتياج خلال فترات

بالكميات المطلوبة فقط لبعض أنواع السلع، وكذلك عدم الشراء، أو الشراء بكميات أكبر، متسقاً مع أهمية هذه السلع، ومستوى أسعارها، وكيفية التخزين وتوائمه مع فترات الصلاحية لتلافى الوقوع في اغراء عروض تخفيض الأسعار، كما أنه يتسق مع النمط التجاري والتسويقي لمحافظة الإسماعيلية الذي تمثل عروض الأسعار فيها أهمية كبيرة.

## ٢- نتائج التحقق من صحة الفرض الخامس الذي ينص:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الكميات المشتراه من السلع الاستهلاكية تبعاً لكل من مفهوم عروض تخفيض الأسعار والسلوك الشرائي والاستهلاكي لدى ربان الأسر عينة الدراسة

وللتحقق من صحة الفرض تم حساب قيم مربع كاي بين الكميات المشتراه من السلع، تبعاً للمتغيرات المستقلة. وتشير نتائج اختبار مربع كاي والموضحة بجدول (٢٠) إلى أن هناك فروق معنوية بين الكميات المشتراه من السلع الاستهلاكية عدا سلع الاعياد والترفيه وذلك كمتغير تابع وبين مفهوم عرض تخفيض الأسعار لدى ربان الأسر المبحوثة كمتغير مستقل عند المستوى الاحتمالي ٠,٠١، حيث بلغت قيم مربع كاي كما هو موضح بجدول (٢٠).

كما تبين من النتائج الواردة بنفس الجدول (٢٠) أن هناك فروق معنوية عند المستوى الاحتمالي ٠,٠١ بين الكميات المشتراه من جميع السلع الاستهلاكية وذلك كمتغير تابع وبين مستوى السلوك الشرائي لدى ربان الأسر المبحوثة كمتغير مستقل، عدا السلع الخاصة بالأعياد والترفيه حيث كانت عند المستوى الاحتمالي ٠,٠٥.

عروض التخفيضات. وعن السلع التي تمثل المسكن وتأثيره، تبين من جدول (١٩) ارتفاع نسب المبحوثات نحو شراء الكميات التي تمثل احتياجاتهن فقط، وذلك كما في الأدوات المنزلية، أجهزة المنزلية، مبيدات والمعطرات، وحدات الاضاءة حيث كانت النسب على التوالي ٧٨%، ٧٢%، ٦٤,٥%، ٦٢% بينما تبين أن ٣٥% من المبحوثات لم يشتري الأثاث خلال فترات العروض وتخفيضات الأسعار.

وعن السلع التي تمثل متطلبات الأبناء، فقد تبين من جدول (١٩) أن لعب الأطفال، والقصص والكتب والمجلات قد مثلت الكميات المطلوبة فقط لـ ٧٧%، ٥٣,٥% على التوالي من ربان الأسر، بينما تبين أن ٤٤%، ٤٠,٥% على التوالي من ربان الأسر قمن بشراء حفاظات للأطفال، مناديل مبللة للأطفال بكميات أكبر من الاحتياجات. وقد تبين بالنسبة للسلع الخاصة بالتكنولوجيا والاتصالات، فقد تغلبت نسب ربان الأسر المبحوثة نحو الشراء بالكميات المطلوبة فقط كما في الموبايل، أجهزة الكمبيوتر، فلاش ميموري بنسب ٦٩,٥%، ٦٤,٥%، ٦١,٥% على التوالي. وعن السلع الخاصة بالعناية الشخصية جدول (١٩) فقد مثلت الأدوات والأجهزة الرياضية السلع التي امتنعت عن شرائها ربان الأسر المبحوثة (٥١,٥%)، وقد قامت ٦٣,٥%، ٦٧% منهن بشراء الكميات المطلوبة فقط من أدوات ومستحضرات التجميل، أدوات النظافة والعناية بالبشرة خلال فترات عروض تخفيض الأسعار.

وعن السلع الخاصة بالأعياد والمواسم، فقد تغلبت نسب ربان الأسر المبحوثة نحو الشراء طبقاً للاحتياجاتهن فقط من هذه السلع، من حيث ٧٥,٥%، ٧٢,٥%، ٦١,٥% على التوالي من ربان الأسر قمن بشراء هدايا الأعياد والمواسم، مسليات والحلويات، مكمالات الزينة وأعياد الميلاد طبقاً لاحتياجاتهن فقط. وترى الباحثة أن هذه النتائج تمثل توجه رشيد وموضوعي لدى ربان الأسر المبحوثة من حيث الشراء

## جدول ٢٠: قيم كاي ومستوى دلالتها لأنواع وكميات السلع الاستهلاكية المشتراه وفقاً لكل من مفهوم عروض الأسعار، ومستوى السلوك الشرائي والسلوك الاستهلاكي لدى ربان الأسر المبحوثات

المتغيرات	مفهوم العروض		السلوك الشرائي		السلوك الاستهلاكي ن=٢٠٠	
	قيمة كاي	مستوى الدلالة	قيمة كاي	مستوى الدلالة	قيمة كاي	مستوى الدلالة
مجال الغذاء	٦٢,٥٨	٠,٠١	٥٥,١٦	٠,٠١	٤٠,١٨	٠,٠١
مجال الملابس	٤٦,٣٨	٠,٠١	٨١,٥٢	٠,٠١	٦٣,١٤	٠,٠١
مجال المسكن والتأثيث	١٢,٣٥	٠,٠٥	٦١,٩٤	٠,٠١	٨١,٤٢	٠,٠١
مجال متطلبات الأبناء	٧٩,٢٤	٠,٠١	٣٤,٨٢	٠,٠١	٢٤,٦٠	٠,٠١
مجال تكنولوجيا المعلومات	٩٢,٤٠	٠,٠١	٦٦,٦٤	٠,٠١	٣٥,٣٣	٠,٠١
مجال العناية الشخصية	١٣,٦٨	٠,٠٥	٣٨,١١	٠,٠١	٦١,٢١	٠,٠١
مجال الأعياد والترفيه	٤,٢٨	غير دالة	١١,٠٥	٠,٠٥	٢٥,٥٤	٠,٠١

بينما تبين من النتائج أن هناك فروق معنوية عند المستوى الاحتمالي ٠,٠١ بين الكميات المشتراه من جميع السلع الاستهلاكية كمتغير تابع وبين مستوى السلوك الاستهلاكي لدى ربان الأسر المبحوثة كمتغير مستقل، حيث بلغت قيم مربع كاي كما هو موضح بجدول (٢٠) وبهذا تحقق الفرض الخامس، هذه النتائج مؤداها أن ا

الاحتمالي ٠,٠١ بين الكميات المشتراه من جميع السلع الاستهلاكية كمتغير تابع وبين مستوى السلوك الاستهلاكي لدى ربان الأسر المبحوثة كمتغير مستقل، حيث بلغت قيم مربع كاي كما هو موضح بجدول (٢٠) وبهذا تحقق الفرض الخامس، هذه النتائج مؤداها أن ا

**ثامنا: خداع عروض تخفيضات الأسعار:**

مع التطور السريع في ميادين الصناعة والتي دفعت وما زالت تدفع بالكثير والجديد من السلع المتنوعة وما صاحب ذلك استحداث أشكال أنماط للإعلانات والعروض التسويقية لتغري المستهلكين باستهلاك مختلف السلع، مما زاد مع الاهتمام المحلي الدولي بإصدار التشريعات اللازمة التي تحدد كل من مواصفات الإنتاج وإجراءات الدعاية والعروض التسويقية وكذلك انتشار الحركات التي تدعو لحماية المستهلك وإمداده بالمعلومات عن السلع المقدمة له خلال فترات الدعاية وعروض تخفيضات الأسعار على السلع والخدمات والتي أطلق عليها حرب الأسعار (Kotler & Dubois: 2005)

**١- مدى تعرض ربات الأسر المبحوثات للغش والخداع:**

تبين النتائج الواردة بجدول (٢٢) مدى تعرض المبحوثات من ربات الأسر إلى الغش والخداع التسويقي خلال مرحلة عروض تخفيضات الأسعار، وأنواع السلع الاستهلاكية التي تمثلت فيها صور وأنواع الغش، بالإضافة إلى الإجراءات التي قامت بها المبحوثات وكذلك الضمانات والاقتراحات المطروحة نحو غش وخداع العروض التخفيضات الأسعار، حيث تبين أن ٧٥% من المبحوثات تعرضن لأساليب غش مختلفة للسلع المخفضة، وعن أهم السلع التي تعرضن من خلالها للغش خلال تخفيض الأسعار تبين من جدول (٢٢) أن السلع الغذائية ثم الأجهزة الكهربائية ثم الملابس وذلك بنسب ٣٠%، ٢٨%، ١٨%، على التوالي، وعن الإجراءات التي قامت بها المبحوثات حيال الخداع الواقع عليهن، قامت ٣٤% من المبحوثات بطلب استرجاع القيمة النقدية للسلعة، ٢٤% منهن قررن تجنب الشراء خلال العروض، بينما تبين أن ٣٤% من المبحوثات لم يصدر عنهن أي رد فعل تجاه الخداع اللاتي تعرضن له.

**٢- الإجراءات الضمانية والاقتراحات من وجهة نظر المبحوثات نحو حماية المستهلك من خداع عروض تخفيض الأسعار:**

ذكرت أمانة الرباعي (٢٠٠٨) أن إمام المستهلك بقوانين حماية المستهلك، وتفعيل دور الجهاز الرقابي المسئول بالدولة من الوسائل المضمونة لحماية المستهلك من الغش والخداع التسويقي، وبسؤال المبحوثات جدول (٢٣) عن الضمانات أو الاقتراحات من وجهة نظرهن

**جدول ٢٢: توزيع ربات الأسر المبحوثات وفقا لمدى التعرض والإجراءات المتبعة بعد التعرض لخداع عروض تخفيض الأسعار**

المتغيرات	العدد ٢٠٠	%
مدى التعرض للخداع	١٥٠	٧٥,٠
نعم	٥٠	٢٥,٠
لا	٤٥	٣٠,٠
سلع غذائية	٤٢	٢٨,٠
أجهزة كهربائية	٢٧	١٨,٠
ملابس	١٥	١٠,٠
أخرى	٢١	١٤,٠
كل ما سبق		

وتختلف هذه النتائج مع نتائج كل من نبيلة عبدالحافظ (٢٠١٤)، نادية الحداد (٢٠٠٨)، حيث تبين عدم وجود فروق معنوية بين مستوى السلوك الشرائي والكميات المشتراه من السلع والأثاث المنزلي والأجهزة المنزلية وأجهزة الموبايل والكمبيوتر والمفروشات المنزلية من أكثر السلع التي عليها إقبال في الشراء التقسيطي، ويتم شراؤها أكثر من مرة.

**سابعاً: العلاقة بين السلوك الشرائي والسلوك الاستهلاكي لدى ربات الأسر المبحوثات خلال فترات عروض تخفيض الأسعار على السلع الاستهلاكية:**

انتشرت ظاهرة التخفيضات السعرية على السلع والخدمات في وقتنا الحاضر، إلى درجة طغى فيها في بعض البلدان على البيع بالأسعار الأصلية، حيث أنه يبسر التعامل ويفيد كلا من البائع والمشتري على وجه السواء، إذ يحقق البائع معدل مبيعات أعلى للسلع والخدمات، ويمكن المشتري من تملك السلعة واستخدامها بسعر أقل. (منير عوض: ٢٠٠٦).

وللتحقق من مدى العلاقة بين السلوك الشرائي والسلوك الاستهلاكي تم صياغتها في الفرض السادس: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين السلوك الشرائي والسلوك الاستهلاكي لدى ربات الأسر عينة الدراسة خلال عروض تخفيض الأسعار على السلع الاستهلاكية." وباستخدام معامل الارتباط (R) تبين من جدول (٢١) وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠١ بين درجات السلوك الشرائي والسلوك الاستهلاكي لدى ربات الأسر المبحوثات خلال عروض تخفيض الأسعار بهذا يتحقق الفرض السادس. أي أن إيجابية السلوك الشرائي لدى ربات الأسر، تؤدي إلى تحسن وإيجابية السلوك الاستهلاكي لهم، وتتفق ذلك مع دراسة كل من نبيلة السيد (٢٠٠٣)، تحسين منصور (٢٠٠٢) الذي توصل إلى علاقة ارتباطية موجبة بين مستوى السلوك الشرائي وبين السلوك الاستهلاكي للمتعرضين لتكنولوجيا المعلومات ولمشاهدي الإعلانات.

**جدول ٢١: قيمة معامل الارتباط بين درجات المبحوثات في مستوى السلوك الشرائي وبين مستوى السلوك الاستهلاكي خلال عروض تخفيض الأسعار**

المتغيرات	قيمة معامل الارتباط	مستوى الدلالة
السلوك الشرائي	٠,٧٥١	٠,٠١
السلوك الاستهلاكي		

الإجراء المتبع نحو خداع التخفيضات ن=١٥٠	طلب استرجاع قيمة السلعة	٥١	٣٤,٠
	تجنب الشراء أثناء العروض	٣٦	٢٤,٠
	شكوى لجهاز حماية المستهلك	٩	٦,٠
	لم افعل شيئا	٥١	٣٤,٠
	أخرى	٣	٢,٠

جدول ٢٣: توزيع ربات الأسر المبحوثات وفقا للضمانات والاقتراحات نحو حماية المستهلك من خداع عروض التخفيض الاسعار

الضمانات والاقتراحات	العدد ن=٢٠٠	%
ا-اقتراحات خاصة بالمستهلك	١٣٠	٦٥,٠
ب-ضمانات خاصة بالأجهزة الرقابية والمسؤولين	١٦٤	٨٢,٠
ج-ضمانات خاصة بالأجهزة الرقابية والمسؤولين	١٢٤	٦٢,٠
د-ضمانات خاصة بالأجهزة الرقابية والمسؤولين	١٨٢	٩١,٠

٤- تفعيل دور أخصائيات الاقتصاد المنزلي نحو الاستفادة من الجانب الإيجابي للدعاية والإعلان في نشر المعلومات الحقيقية والصادقة لتخفيضات الأسعار من خلال المراكز التجارية الكبرى بالمدن المختلفة.

٥- تصميم كتيبات إرشادية أو نشرات إرشادية لتوعية ربات الأسر بالأساليب الفعالة لإدارة التسوق خلال عروض التخفيضات للأسعار وتحسين الأنماط الشرائية والاستهلاكية.

#### المراجع

احمد حسن خاطر (٢٠٠٣): الادارة ومنظمات الدعاية الاجتماعية-المكتب الجامعي الحديث-كلية الخدمة الاجتماعية-جامعة الاسكندرية.

الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء(٢٠١٦): تعداد سكان ج.م.ع. ٢٠١١ القاهرة

المركز الديموجرافي للسكان(٢٠١١): إسقاطات السكان المستقبلي لمحافظة مصر لأغراض التخطيط والتنمية-المقطم-القاهرة.

انجي صالح ابوالغيط(٢٠٠٩): محددات اقبال الشباب نحو التسوق الالكتروني-رسالة ماجستير قسم الاقتصاد المنزلي- كلية الزراعة-جامعة الاسكندرية.

آمنة على أحمد الرباعي(٢٠٠٨):الاعلان التلفزيوني والسلوك الاستهلاكي "دراسة مسحية لعينة من المراهقين في مدينة أريد"- ماجستير كلية الاداب- جامعة الشرق الاوسط-الاردن.

ايمان فهمي عبدالرحمن(٢٠٠٦):الهجرة المؤقتة لرب الأسرة وعلاقتها باتخاذ القرارات داخل الأسرة رسالة ماجستير-كلية الاقتصاد المنزلي جامعة حلوان.

بشير صالح الرشيد(٢٠٠٢): "مناهج البحث التربوي- رؤية تطبيقية مبسطة"، ط ١، دار الكتاب الحديث، القاهرة.

نحو حماية المستهلك من خداع عروض تخفيض الأسعار، أمكن حصر الإجابات في اقتراحات خاصة بالمستهلك وتمثلت في إمام المستهلك بحقوقه وواجباته، نحو الشراء في التخفيضات من حيث إمام المستهلك بحقوقه وواجباته نحو شراء واستهلاك السلع المخفضة حيث كانت النسبة ٦٥%، والتأكد من السعر الحقيقي قبل التخفيض حتى يتم مقارنته بأسعار التخفيض بنسبة ٧٠%، واقتراحات تخص الأجهزة الرقابية والمسؤولين وتمثلت في تطبيق قانون حماية المستهلك (٨٥%)، تنفيذ حملات توعية للمستهلك (٩١%).

#### التوصيات

في ضوء ما تقدم من عروض ومناقشة النتائج ومن خلال معايشة الباحثة لمجتمع البحث، الذي أصبحت عروض تخفيضات الأسعار تمثل نمط وثقافة المجتمع الشرائية وبالتالي الاستهلاكية من خلال الأشكال والصور المعاصرة والمتطورة لنظام العروض الشرائية والتخفيضات السعرية متدرجة من عرض الساعة الواحدة إلى عروض اليوم الواحد حتى عروض التخفيضات لفترات محددة أو حتى نفاذ الكمية

١- حاجة ربات الأسر إلى برامج إرشادية داعمة لتنمية وعي ومفهوم ربة الأسرة نحو الاستفادة الممكنة من نظم الشراء المخفض خلال فترات عروض التخفيضات في ظل الدخول الأسرية المختلفة- تتناسب مع طبيعة البيئة المحيطة والنشاط السكاني(صناعي- تجاري- زراعي).

٢- تعظيم الاستفادة من الدور الرقابي للمؤسسات المعنية بالدولة لمواجهة أشكال الغش والخداع التسويقي المختلفة خلال عروض التخفيضات.

٣- الاستفادة من الوحدات ذات الطابع الخاص بالمؤسسات التعليمية الجامعية في إعداد وتنفيذ ندوات وورش عمل لربات الأسر في مجال موارد واقتصاديات الأسرة.

الجودة، السعودية- مجلة الرياض الاقتصادي، العدد ١٢٧٦٤، مجلد ٣٩.

مها سليمان ابوطالب، محمود حمزة(١٩٩٩): ادارة الدخل لدى عينة من ربوات الاسر بدولة الامارات المتحدة- مجلة الاسكندرية للبحوث الزراعية- ٤٤(٢).

مها سليمان ابوطالب(١٩٩٦): تقييم مستوى الوعي بإدارة شؤون الاسرة لطالبات كلية التربية النوعية بالزقازيق- نشرة بحوث الاقتصاد المنزلي-جامعة المنوفية-٦-١٤

نادية إسماعيل محمد الحداد (٢٠٠٨): العوامل المؤثرة على النمط الشرائي التفسيطي لربوات الأسر بمدينة الإسكندرية- رسالة ماجستير- قسم الاقتصاد المنزلي- كلية الزراعة- الإسكندرية.

نبيلة الورداني عبد الحافظ(٢٠١٤): السلوك الشرائي التفسيطي لربوات الأسر بمحافظة البحيرة مجلة إسكندرية للتبادل العلمي- مجلد ٣٥ العدد ٢.

نبيلة عبد الستار السيد(٢٠٠٣): تكنولوجيا المعلومات وأثرها على السلوك الاستهلاكي للأسرة المصرية- رسالة دكتوراه غير منشورة- كلية الاقتصاد المنزلي- جامعة المنوفية.

هبة محمد نصر(٢٠١٠): ارتفاع الأسعار وأثره على السلوك الاستهلاكي لدى ربوات الأسر في مدينة بورسعيد وانعكاساته على الحياة الأسرة- كلية التربية النوعية- قسم الاقتصاد المنزلي - جامعة بورسعيد.

Johnson, C.W. and Chang, C. L. (2000) A Comparison of car Buying Behavior -Between Amrican and Chinese people Living in north America, University of central Arkansas

Kotler, Phililip (2005) "Marketing Management Prentic Hall international – London.

Lendol Calder (2001) "Finacing the American dream [A Cultural history of consumer credit]" Princeton University- New Jersey

Monon, A, Chowdhury, J, and Jankovich, (2000) "Evolving Paradigm for Environmental sensitivity in marketing programs" Journal of marketing theory and practice, 7 (2).

تحسين خليل منصور (٢٠٠٢): أثر الإعلان التليفزيوني في السلوك الاستهلاكي، مجلة مؤتة للبحوث والدراسات، مجلد ٢، العدد ٤.

حسن توفيق فرج (٢٠٠٧): أثر العوامل الدافعة إلى السلوك الاستهلاكي على السياسات التسويقية في المشروعات الصغيرة- رسالة دكتوراه- أكاديمية السادات للعلوم الإدارية- الإسكندرية.

ذوقات محمد عبيدات (٢٠٠٦): البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه- دار أسامة للنشر والتوزيع، جدة.

زياد صبري بركات (٢٠٠٧): سيكولوجية التسوق، مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية)، المجلد (١٩) العدد ٣.

سامي خليل الصمادي(٢٠٠٢): إتجاهات المستهلكين نحو الإعلان التجاري المتلفز، دراسة ميدانية من منظور المستهلك الأردني في مدينة الزرقاء، مجلة المنارة- جامعة اليرموك.

سماح محمد سعيد مشرف(٢٠٠٦): السلوك الشرائي للمرأة المصرية وأثره على اختيار الاستراتيجيات التسويقية المناسبة للسلع الاستهلاكية- رسالة ماجستير- كلية الاقتصاد المنزلي- جامعة حلوان.

سمير عابد الشيخ(٢٠٠٥): الخداع البصري والسمعي في الاعلانات التجارية يؤثر على السلوك الاستهلاكي، مجلة اهلا وسهلا- فبراير ٢٠٠٥

سهير نور وايزيس نوار ومنى بركات(١٩٩١): الاقتصاد الاستهلاكي الاسرى-كلية الزراعة- جامعة الاسكندرية

فاتن مصطفى كمال لطفي(١٩٩٥): أثر العوامل الاقتصادية والاجتماعية للأسرة المصرية على الأنماط الاستهلاكية- رسالة دكتوراه-كلية الاقتصاد المنزلي-جامعة المنوفية.

فاطمة النبوية إبراهيم (٢٠٠٠): دراسة بعض الأجهزة المنزلية والمعمرة، وعوامل إقبال الأسرة المصرية على اقتنائها، رسالة دكتوراه- كلية الاقتصاد المنزلي- جامعة حلوان.

منير إبراهيم عوض(٢٠٠٢): التسويق المخادع في المنزل. من يسوق الآخر الماركة المعروفة أو

## Purchasing & Consuming Behavior of Housewives in offers lower Prices of Consumer Goods in Ismailia

Nabila El Werdany Abdelhafez, Nivin elaraby hussin, Heba mohammed nasr, Asmaa kamal abd el-gawad abdin  
Home management, Faculty of specific education, Portsaid university

### Abstract

This study aims mainly to tackle the purchasing and consumer behavior by housewives in offers lower prices of consumer goods in Ismailia city using a questionnaire form of interviews with a random sample consisting of 200 housewives in Ismailia. Statistical treatment was made using computer and applying the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) program to calculate percentage, arithmetic means, standard deviations, the T test, chi square test, freedom degree and correlation coefficient. This study followed the descriptive analytical method. Results of this study found that there are statistically significant differences in the concept of price discount sales of consumer goods according to some demographic characteristics of the respondent housewives (housewife's age, education level of the parent, monthly income of the family), there are no statistically significant differences in the level of buying behavior in price discount sales of consumer goods according to some demographic characteristics of the respondent housewives (marital status of the housewife, number of family members, education level of both parents and jobs of both parents). In addition, results showed that there are statistically significant differences in consumer behavior in price discount sales according to some characteristics (the value of the family's monthly income and regular monthly income), there is a statistically significant correlation between the concept of respondent housewives in price discount sales on consumer goods with both their purchasing and consumer behaviors, a positive correlation at possibility level 0.01 between buying and consumer behaviors of the housewives in offers lower prices on consumer good. Finally, there are statistically significant differences in the amounts bought from consumer goods according to the concepts of price discount sales, purchasing behavior and consumer behavior of housewives at significance levels 0.01 and 0.05.

**Keywords: Offers lower prices, purchasing behavior, consumer behavior, housewives.**