

المؤثرات الاستهلاكية وعلاقتها بالتوجه نحو التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي للأسرة

إيناس ماهر بدير* رشا عبد العاطي راغب**

سلسبيل محمد عبد الظاهر***

مقدمة ومشكلة البحث :

يعد الدخل المالي أحد الموارد الهامة بالنسبة للأسرة من أجل مساعدتهم على تدبير شؤون الحياة المختلفة وخاصة تلك التي تتطلب مورداً مالياً من أجل استيفائها (تغريد عمران وآخرون، ٢٠٠٦). وتعد إدارة دخل الأسرة المالي من العمليات الاجتماعية التي يجب أن تقوم بها الأسرة مجتمعة لتحقيق أهدافها وإشباع حاجاتها في ضوء إمكاناتها المادية ووفقاً للأنماط الاستهلاكية السائدة بها فهي الوسيلة لتحقيق التوازن الاجتماعي والاقتصادي لها والارتقاء بمستواها في أطوار حياتها المختلفة (فاطمة النبوية حلمي، ربيع نوفل، ٢٠٠٠).

فطبيعة الحياة الأسرية في الوقت الحاضر والظروف الاقتصادية التي تعيشها تجعل كل أسرة تفكر جيداً في نكيف حياتها، وتنظيم الإنفاق بقدر المستطاع، ولا يتأتى ذلك إلا بالإدارة السليمة لموارد الأسرة والتي تساعدها على حسن استغلالها لتحقيق أهدافها. (منى موسى، ٢٠٠٥)، فالتخطيط لإدارة الموارد الأسرية ومنها الدخل المالي يعد أحد العوامل الحيوية التي تساعد على تفاعل بوعي وكفاءة وإيجابية للمواقف والمشكلات في جميع نواحي الحياة (رشا علوان، ٢٠٠٧).

كما يعد دخل الأسرة هو عماد الحياة والمصدر الأساسي لإشباع الكثير من الاحتياجات وكلما زاد المتوفر منه لدى الأسرة اقتصرت ذلك بكفايتها في لدلرة مواردها واستطاعت ان تحسن معيشتها والارتقاء بها وأن تنهض بمسئولياتها لافراتها والمجتمع. (وفاء شلبي وآخرون، ٢٠١٦)

لذا أصبح التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي أكثر إلحاحاً في زمن كثرت فيه أساليب وطرق الإنفاق والاستهلاك وتتوعد التسهيلات المصاحبة له. (محمد اليمان، ٢٠٠١)، مع الحرص على عمل ميزانية لتوزيع الموارد المحدودة على الحاجات المتعددة والمتنافسة والمتغيرة مع عمل حساب المستقبل بتخصيص نسبة معينة من هذا الدخل للدخار، مع الحرص على استثماره والموازنة بين إيرادات الأسرة ومصروفاتها، للحصول على أقصى منفعة ممكنة بأقل التضحيات مع حساب الأهداف طويلة المدى (وفاء شلبي وآخرون، ٢٠١٦)

* أستاذ الإدارة ورئيس قسم إدارة مؤسسات الأسرة والطفولة - كلية الاقتصاد المنزلي - جامعة حلوان

** أستاذ الإدارة بقسم إدارة مؤسسات الأسرة والطفولة - كلية الاقتصاد المنزلي - جامعة حلوان

*** الباحثة بقسم إدارة مؤسسات الأسرة و الطفولة - كلية الاقتصاد المنزلي - جامعة حلوان

وتشير دراسة (إيناس بدير ورشا راغب، ٢٠١٢) أن هناك علاقة بين الأنماط الاستهلاكية للأسرة والوفاء بالمتطلبات والأهداف المستقبلية من تعليم الأبناء وزواجهم والاستعداد لمرحلة التقاعد مما يتطلب معه التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي وتحقيق التوازن الاستهلاكي وذلك لأن الخلل في إحداث هذا التوازن سواء كان من عوامل داخلية أو خارجية قد ينتج عنه تعرض الأسرة للآزمات والتوترات، والقلق من عدم القدرة على تحقيق الأهداف المستقبلية لكل فرد من أفراد الأسرة.

وفي ظل هذا فان المستهلك المصري يواجه ضغوطاً اقتصادية نتيجة الموارد المحدودة مع الزيادة المستمرة في عدد السكان مما أدى إلى تفاقم المشكلات المتصلة باستهلاك الغذاء والملبس والمياه والكهرباء ومستلزمات التعليم والإسكان (منى الجرف، ٢٠٠٥).

كما يواجه قصوراً في الثقافة الاستهلاكية وحرص الأفراد على تنظيم الاستهلاك الفردي والأسري والقومي من أهداف التنمية بشقيها الاقتصادي والاجتماعي حتى يمكن أن يوجه الجزء الأكبر من ميزانية الدولة نحو مشروعات التنمية والتي تستهدف الإنسان مادياً أو معنوياً وتمكنه من تحقيق ذاته وإشباع حاجاته المادية (نعمة رقبان، ٢٠٠٨).

وتبرز أهمية ربة الأسرة كعضو فعال وموضع تأثير وثقة من أفراد الأسرة في تغيير وتوجيه استهلاك أفراد الأسرة التوجيه السليم، وخلق وعي استهلاكي سليم لديهم. وهنا تظهر أهمية الوعي التخطيطي و الاستهلاكي في حياة الأسرة من خلال الموازنة السليمة بين مواردها واحتياجاتها الفعلية، حتى يمكنها التكيف مع متطلبات هذا العصر (عبير الدويك، ٢٠٠٢).

والاستهلاك ليس مشكلة فردية وإنما هو مشكلة اجتماعية تتدخل فيها دوافع إنسانية كثيرة متعددة، فالاستهلاك في حد ذاته سلوكياً طبيعياً للإنسان للمحافظة على وجوده، ولتلبية حاجاته ومتطلباته (ربيع نوفل، ٢٠٠٦). ولم يعد الاستهلاك مجرد إشباعاً للحاجات الأساسية، بل أصبح هدفاً يتم ربطه بأسلوب الحياة العصرية، وما تشمله من مؤثرات متعددة ودوافع مستحدثة بغض النظر عن الاحتياجات الفعلية، الأمر الذي يساهم في زيادة الاستهلاك ويشكل عبئاً أكبر على اقتصاديات الأسرة والمجتمع (Durham, 2004).

فالمستهلك يتأثر بالعديد من النواحي السلوكية المختلفة مثل خبراته وشخصيته وهذه تعد مؤثرات داخلية بالنسبة للفرد. علاوة على وجود مؤثرات خارجية مثل البيئة التي يعيش فيها ووسائل الإعلان والعروض المختلفة على السلع، حيث إنها تعمل دائماً على إثارة الانتباه وتغيير اتجاهه من استخدامه لسعة أو خدمة إلى أخرى. حيث إن الإعلان يؤدي إلى تغيير في نمط الاستهلاك وزيادة معدلاته من خلال إثارة البواعث الداخلية لدى المستهلك (وفاء شلبي وآخرون، ٢٠١٢)، (قططان العبادلي، سميير العبادلي، ٢٠١٣).

وتلعب المؤثرات الاجتماعية دور كبير في تشكيل سلوك المستهلكين ومن أهم العوامل الاجتماعية: الأسرة والجماعات المرجعية، والأدوار الاجتماعية، فالأسرة هي الخلية الأولى التي يتربى فيها الفرد

وتكون اتجاهاته ودوافعه، وهي أول وحدة استهلاكية ينمو فيها الفرد وتكون لديه العادات الاستهلاكية الجيدة أو السيئة على حد سواء، كما أن للأسرة دور كبير في التأثير على القرارات الشرائية للمستهلك (منى عبد الوارث، ٢٠٠٤).

كما تعتبر المؤثرات الاقتصادية من أهم العوامل التي تؤثر على سلوك المستهلك، فرغبات المستهلك لا تمثل طلباً فعلياً ما لم يصاحبها قوة شرائية مناسبة، واختلاف القوة الشرائية من مستهلك لآخر يؤدي بالتبعية إلى اختلاف مستويات الإشباع. ومن ناحية أخرى وجد أن نوع السوق الذي يتعامل معه المستهلك يؤثر بدرجة كبيرة على نوع و عدد البدائل المتاحة للإشباع، ومن ثم على فرص المستهلك في الاختيار، وعلى درجة التعقيد في اتخاذ القرارات الاستهلاكية كما أن مرحلة النمو الاقتصادي التي يمر بها المجتمع يكون لها انعكاساتها على الأنماط الاستهلاكية (إيمان خليل، ٢٠٠٦).

وأشارت حنان أبو صيري وإيمان إبراهيم (٢٠٠٧) إن نمط الاستهلاك المستحدث يتأثر باختلاف المتغيرات والعوامل الاقتصادية والاجتماعية، والعادات، والمعتقدات، حتى يمكن الوصول إلى الكفاية الاستهلاكية للأسرة المصرية. فالاستهلاك للأسرة المصرية و ما يتضمنه من نمط إنفاقي يعد من أهم العوامل المؤثرة على اقتصادنا القومي، فهو يشكل الجزء الأكبر من الإنفاق الاستهلاكي العام بالمجتمع المصري. وتكتسب الأسر الكثير من المعتقدات، كما تتبنى العديد من الاتجاهات و هو ما يعني من وجهة النظر التسويقية أن سلوكها الشرائي يتشكل أو يتأثر وفقاً لتلك المعتقدات أو هذه الاتجاهات (طارق طه، ٢٠٠٦).

وأوضحت إيريني عوض (٢٠١٥) أنه في الآونة الأخيرة انتشرت في المجتمع المصري سلوكيات شرائية غير رشيدة شكلت عبئاً على الاقتصاد الأسري والوطني، وتمثلت تلك السلوكيات في إدمان الشراء والترف الاستهلاكي، واستهلاك الماركات، وزيادة قيم المظهرية والمباهاة مما أدى إلى التأثير على الاتجاهات الاستهلاكية والأنماط الإنفاقية للأسرة.

وتشير دراسة (EBRI, 2003) أنه عندما تقوم الأسرة بإدارة وتخطيط دخلها المالي فلا بد من الانتقال من العشوائية في الاستهلاك والإنفاق، إلى الاستهلاك الواعي والنفقات الحقيقية وتستبعد النفقات الضعيفة.

كما أوضحت دراسة سارة نجدي (٢٠١٩) وجود علاقة ارتباط عكسية بين محاور استبيان الاتجاهات الحديثة لسلوك المستهلكين ومحاور استبيان قلق المستقبل لأفراد الأسرة، فكلما كانت الاتجاهات الحديثة لسلوك المستهلكين رشيدة انخفض مستوى قلق المستقبل لدى أفراد الأسرة.

وبذلك تزداد أهمية تبني الأنماط الاستهلاكية الواعية في ظل محدودية الدخل، وزيادة المغريات، والعرض المتنوع والمغري للسلع الاستهلاكية التي تدفع الأسر إلى شراء سلع لا تكون لها حاجة ماسة أو ضرورة لشرائها. (Rudolph, 1999).

ويعتبر التخطيط الاستراتيجي لب العملية الإدارية، فهو يحدد الموارد اللازم استخدامها سواء كانت مادية أو بشرية، وبذلك يتسنى الاستعداد للمستقبل و تحقيق أهداف الأسرة، مما يقلل الفوضى أو الارتجالية في أداء الأعمال، وتوفير ما يلزم حتى لا تكون هناك مفاجآت أو مشاكل مستقبلية لم يتم الإعداد لها (وفاء شلبي وآخرون، ٢٠١٦).

وتسعى الأسرة إلى توفير جزء من الدخل والاحتفاظ به في شكل مدخرات، بغرض انتظار الفرص الاستثمارية في محاولة للحصول على المزيد من الربح وتحسين مستوى الدخل (أريج عقران، ٢٠٠٤).

ويعتبر الادخار أهم النتائج المترتبة على حسن تخطيط الدخل. ومن أهم أشكاله الادخار النقدي، والذي يمثل الجانب الأكبر من النشاط الاقتصادي في الدولة ومن ثم في الأسرة (هنادي قمر، ٢٠٠٨).

ونحن الآن في ظل ندرة الموارد - وخاصة الاقتصادية - في حاجة ماسة للكفاءة الادارية في استخدام الموارد الأسرية وتوجيهها إلى إشباع حاجات أفراد الأسرة وبناء المجتمع (وفاء شلبي وآخرون، ٢٠١٦).

والزوجة هي صاحبة الدور الفعال في إدارة وتخطيط المورد المالي للأسرة (وفاء شلبي، حنان أبو صيري، ٢٠٠٥)، (نعمة رقبان، ٢٠٠٨)، ، وكما اتفقت دراسة (حنان عبد العاطي، ٢٠٠٠)، (عبير الدويك، ٢٠٠٢) على أنه بارتفاع المستوى الاقتصادي الاجتماعي للأسرة يرتفع مستوى الوعي التخطيطي للدخل المالي، كما أن لحجم الأسرة دور فعال في التخطيط الاستراتيجي لدخل الأسرة حيث أثبتت (عبير الدويك، ٢٠٠٩) أن الأسرة صغيرة الحجم أكثر قدرة على تخطيط مواردها المالية. وقد أثبت (أيمن عمر، ٢٠٠٦) أن المستوى الاقتصادي والاجتماعي للأسرة أثر على الأنماط الاستهلاكية لصالح المستوى الأعلى.

وقد اتضح من دراسة (سماح سعيد، ٢٠٠٤)، (هنادي قمر، ٢٠٠٨) أن الاختلاف في درجة التعليم يؤثر على الأنماط الاستهلاكية وعلى أنواع المنتجات التي يقبل عليها الأفراد.

ومما سبق نجد أن هناك العديد من المؤثرات الاستهلاكية في الأسرة المصرية التي تؤثر على التخطيط الاستراتيجي مما قد يؤدي إلى سلوكيات استهلاكية رشيدة أو غير رشيدة تبعاً لمستوى التخطيط. ومن هنا كانت مشكلة البحث في دراسة المؤثرات الاستهلاكية الأسرية و علاقتها في التوجه نحو التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي للأسرة ، وتحددت مشكلة البحث من خلال الإجابة على التساؤلات التالية:

- ما الأهمية النسبية للمؤثرات الاستهلاكية الأسرية (تسويقية- اجتماعية- نفسية- اقتصادية) لأسر عينة البحث؟

- ما الأهمية النسبية ومستوى الوعي بمحاور التخطيط الاستراتيجي لدخل الأسرة المالي (استثمار المال - تعليم الأبناء - زواج الأبناء - مواجهة احتياجات كبار السن ومرحلة التقاعد) لدى عينة البحث؟
- هل هناك فروق في المؤثرات الاستهلاكية الأسرية (تسويقية - اجتماعية - نفسية - اقتصادية) على أفراد عينة البحث الأساسية تبعاً للمتغيرات الديموجرافية (مدة الحياة الزوجية، مستوى تعليم الزوجة، عمل الزوجة، حجم الأسرة، متوسط الدخل الشهري للأسرة)؟
- هل توجد فروق في استجابات عينة البحث الأساسية لمقياس التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي (استثمار المال - تعليم الأبناء - زواج الأبناء - مواجهة احتياجات كبار السن) تبعاً للمتغيرات الديموجرافية لأفراد عينة البحث الأساسية (مدة الحياة الزوجية، مستوى تعليم الزوجة، عمل الزوجة، حجم الأسرة، متوسط الدخل الشهري للأسرة)؟
- ما طبيعة العلاقة بين محاور التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي والمؤثرات الاستهلاكية الأسرية لأفراد عينة البحث الأساسية؟
- ما مدى تأثير المتغيرات المستقلة (المؤثرات الاستهلاكية، المتغيرات الديموجرافية) في تفسير نسب التباين في المتغير التابع (التخطيط الاستراتيجي) لدى عينة البحث الأساسية؟

أهداف البحث:

- يهدف البحث إلى دراسة علاقة المؤثرات الاستهلاكية بالتوجه نحو التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي للأسرة. ومن خلال الأهداف الفرعية التالية:
- ١- الكشف على الأهمية النسبية للمؤثرات الاستهلاكية الأسرية (تسويقية - اجتماعية - نفسية - اقتصادية) لأسر عينة البحث الأساسية.
 - ٢- تحديد الأهمية النسبية ومستوى الوعي بمحاور التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي للأسرة (استثمار المال - تعليم الأبناء - زواج الأبناء - مواجهة احتياجات كبار السن ومرحلة التقاعد).
 - ٣- الكشف عن الفروق في تأثير المؤثرات الاستهلاكية الأسرية (مؤثرات تسويقية - اجتماعية - نفسية - اقتصادية) على أفراد عينة البحث الأساسية تبعاً للمتغيرات الديموجرافية (مدة الحياة الزوجية، مستوى تعليم الزوجة، عمل الزوجة، حجم الأسرة، متوسط الدخل الشهري للأسرة).
 - ٤- إيجاد الفروق في استجابات عينة البحث الأساسية لمقياس التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي (استثمار المال - تعليم الأبناء - زواج الأبناء - مواجهة احتياجات كبار السن) تبعاً للمتغيرات

- الديموجرافية لأفراد عينة البحث الأساسية (مدة الحياة الزوجية، مستوى تعليم الزوجة ، عمل الزوجة، حجم الأسرة، متوسط الدخل الشهري للأسرة).
- ٥- الكشف عن طبيعة العلاقة بين محاور التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي و المؤثرات الاستهلاكية الأسرية لأفراد عينة البحث الأساسية.
- ٦- تحديد نسب اختلاف مشاركة المتغيرات المستقلة (المؤثرات الاستهلاكية، المتغيرات الديموجرافية) في تفسير نسب التباين مع المتغير التابع (التخطيط الاستراتيجي) تبعاً لأوزان معاملات (الانحدار - درجة الارتباط).

أهمية البحث:

يسهم البحث الحالي في:

- ١- التأكيد على أهمية المؤثرات الاستهلاكية والتنبؤ لها في إحداث تغيرات متلاحقة في الأنماط و السلوكيات الاستهلاكية داخل الأسرة المصرية مما قد يعرضها لمواجهة أزمات اقتصادية تهدد كيانها.
- ٢- إلقاء الضوء على أهمية التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي بأبعاده المختلفة باعتباره أحد المداخل الرئيسية لتحقيق توجه إيجابي نحو المؤثرات الاستهلاكية.
- ٣- المشاركة في تنمية الوعي الاستثماري للأسرة ومن ثم المساهمة في التنمية الاقتصادية للأسرة والمجتمع باعتبار أن الأسرة هي الركيزة الأساسية في تحديد المعالم الاقتصادية للأسرة والدولة.

فروض البحث:

يفترض البحث الحالي ما يلي:

- ١- توجد فروق ذات دلالة احصائية في تأثير المؤثرات الاستهلاكية الأسرية (تسويقية- اجتماعية- نفسية- اقتصادية) على أفراد عينة البحث الأساسية تبعاً للمتغيرات الديموجرافية (مدة الحياة الزوجية ، المستوى التعليمي للزوجة ، عمل الزوجة ، حجم الأسرة، متوسط الدخل الشهري للأسرة).
- ٢- توجد فروق ذات دلالة احصائية في استجابات عينة البحث الأساسية لمقياس التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي(استثمار المال - تعليم الأبناء - زواج الأبناء - مواجهة احتياجات كبر السن) تبعاً للمتغيرات الديموجرافية لأفراد عينة البحث الأساسية (مدة الحياة الزوجية ، المستوى التعليمي للزوجة ، عمل الزوجة ، حجم الأسرة، متوسط الدخل الشهري للأسرة).

٣- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين محاور التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي والمؤثرات الاستهلاكية الأسرية لأفراد عينة البحث الأساسية.

٤- تختلف نسبة مشاركة المتغيرات المستقلة المدروسة (المؤثرات الاستهلاكية، المتغيرات الديموجرافية) مع المتغير التابع (التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي) تبعا لأوزان معاملات الانحدار ودرجة الارتباط.

الأسلوب البحثي:

أولاً : منهج البحث:

يتبع هذا البحث المنهج الوصفي التحليلي. ويعرف بأنه المنهج الذي يقوم على الدراسة العلمية للظواهر وتحليلها ثم استخلاص النتائج وإجراء المقارنات بينها (ذوقان عبيدات وآخرون، ٢٠١٤).

ثانياً : المفاهيم والمصطلحات البحثية :

• المؤثرات الاستهلاكية الأسرية: Family Consumption Effects

تعرف رشا راغب وأسماء الأنصاري (٢٠٢٠) المؤثرات الاستهلاكية بأنها: القوة الداخلية والخارجية التي تثير الفرد وتوجه سلوكه لتحقيق اهدافه ، وتتوقف كثيرا على الخصائص السيكولوجية للطبيعة البشرية وعلى عادات المجتمع وتقاليده، بالاضافة الى الخصائص والبيانات الاقتصادية في المجتمع .

وتعرف إجرائيا بأنها: "الدوافع والعوامل الداخلية والخارجية التي تؤثر وتشكل السلوك الاستهلاكي للأسرة ومحددات الإنفاق الأسري وتتمثل في مؤثرات (تسويقية- اجتماعية- نفسية - اقتصادية)".

- وتعرف المؤثرات الاستهلاكية التسويقية إجرائياً بأنها: العوامل الخارجية المرتبطة بالسياسات التي تستخدمها الشركات، والمؤسسات، والمتاجر، وتؤثر تأثيراً مباشراً أو غير مباشر في توجيه أفراد الأسرة نحو الشراء ومنها (الإعلام - تنشيط المبيعات من هدايا تذكارية وعينات بجانب المعارض).
- وتعرف المؤثرات الاستهلاكية الاجتماعية إجرائياً بأنها: المعايير والأطر التي تحكم سلوك المستهلك عند الإقبال على شراء أو استخدام المنتجات والخدمات، وتتمثل في الثقافة - الطبقة الاجتماعية - حجم الأسرة - الجماعات المرجعية.
- وتعرف المؤثرات الاستهلاكية النفسية إجرائياً بأنها: القوى الداخلية المحركة لسلوك المستهلكين، وترسم الصورة الذهنية لدى الاشباع الذي تحققه السلع والخدمات وتشمل الدوافع، والادراك الحسي، والاتجاهات النفسية.

- وتعرف المؤثرات الاستهلاكية الاقتصادية إجرائياً بأنها: القوة المؤثرة في الاقتصاد والتي يمكن أن تؤثر على القدرات الشرائية لأفراد الأسرة ورغبتهم في السلع والخدمات وتشمل (النمط الاستهلاكي للأسرة - الدخل - الميزانية).

• التوجه : Approaching

شعور داخلي يتم التعبير عنه بسلوكيات خارجية (Maxwell, J, 2006).

ويعرف التوجه إجرائياً بأنه: الشعور الداخلي لربة الأسرة الذي يدفعها بالقيام بسلوكيات تعكس اشباعها لهذا الشعور.

التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي:

• التخطيط الاستراتيجي : Strategic Planning

تعرف إيناس بدير ورشا راغب (٢٠١٢) التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي للأسرة: بأنه وعي الأسرة بالمتطلبات المستقبلية التي تحدها في فترة زمنية معينة وتقدير الموارد المالية اللازمة لها مع وضع تصور للاحتتمالات والظروف التي تطرأ عليها وطرق مواجهتها.

ويعرف التخطيط الاستراتيجي إجرائياً بأنه "الأسلوب الذي تتبعه الأسرة في إدارة مواردها المالية بغرض تحقيق اهدافها المستقبلية من استثمار للأموال وتعليم وزواج الأبناء ومواجهة احتياجات كبر السن والتقاعد وبما يحقق أبعاد التنمية المستدامة".

- التخطيط الاستراتيجي للاستثمار المالي:

ويعرف إجرائياً بأنه: وضع تصور لأسلوب الأسرة في كيفية زيادة دخلها المادي وما يتبعه من صياغة لممارسات تكفل زيادة الدخل من خلال أنواع متعددة من الاستثمار والادخار في ضوء رؤيتها المستقبلية.

- ويعرف التخطيط الاستراتيجي لتعليم الأبناء إجرائياً بأنه: تصور وتحديد للاحتياجات المادية اللازمة للأبناء في مراحل التعليم المختلفة وكيفية التخطيط لتوفير هذه الاحتياجات لتحقيق الأهداف التعليمية للأسرة.

- ويعرف التخطيط الاستراتيجي لزواج الأبناء إجرائياً بأنه: وضع تصور مستقبلي لأسلوب الأسرة في تحديد احتياجات أبنائها الزوجية قبل فترة زمنية وافية من هذه الاحتياجات، ووضع خطة لتوفير هذه الاحتياجات إما بشكل مالي أو بشكل عيني.

- ويعرف التخطيط الاستراتيجي لمواجهة احتياجات كبر السن والتقاعد إجرائياً بأنه: تصور وخطوط عريضة لأسلوب الأسرة في توفير المتطلبات المادية التي تتطلبها المرحلة المستقبلية في تقدم العمر ومايلازمها في زيادة المصروفات المنفقة على الجوانب الصحية والاجتماعية... الخ.

• الدخل المالي : Financial Income

يعرف بأنه "هو الدخل النقدي ويكون إما أجراً عن عمل أو إيراداً من ممتلكات أو تلك السلع العينية والخدمات التي تحصل عليها الأسرة في فترة زمنية معينة، وتحقق للأسرة الإشباع لاحتياجاتها". (وفاء شلبي وآخرون، ٢٠١٦).

ثالثاً : حدود البحث:

يتحدد البحث على النحو التالي:

أولاً : عينة البحث:

أ- النطاق الجغرافي :

يتحدد النطاق الجغرافي في عينة من الأسر المصرية من مستويات اقتصادية واجتماعية مختلفة ومن سكان محافظات القاهرة الكبرى (القاهرة والجيزة والقليوبية).

ب- النطاق البشري:

تتكون عينة البحث من:

١. عينة البحث الاستطلاعية (٣٠) ربة أسرة بمحافظة القاهرة والجيزة والقليوبية وذلك لتقنين أدوات البحث.

٢. عينة البحث الأساسية وتتكون من ٢٢٠ ربة أسرة بمحافظة القاهرة الكبرى (القاهرة والجيزة والقليوبية) ، وقد تم الحصول عليهم من محيط المعرفة من أعضاء هيئة التدريس والعاملين بكلية الاقتصاد المنزلي وتم نشر الاستبانة إلكترونياً في جروبات الدراسات العليا وتمثل شروط اختيار العينة في:

(١) أن يكون الزوج و الزوجة في معيشة مشتركة.

(٢) إلا تقل مدة الزواج عن ٥ سنوات ولديهم أبناء.

(٣) من مستويات اجتماعية واقتصادية مختلفة.

رابعاً : أدوات البحث:

تشمل أدوات البحث الحالي على:

١- استمارة البيانات الأولية:

تم تقسيم استمارة البيانات الأولية إلى:

أ- بيانات عن والزوجة (مدة الزواج - المستوى التعليمي - عمل الزوجة)

ب- بيانات عن الأسرة من حيث (حجم الأسرة - متوسط الدخل الشهري للأسرة).

٢- مقياس المؤثرات الاستهلاكية الأسرية :

يهدف هذا المقياس إلى التعرف على المؤثرات التي تؤثر على الاستهلاك الأسري وتأثيرها على تبني الزوجة الاتجاهات (الإيجابية - السلبية) نحو التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي، واستخدام نتائج تطبيقه في التحقق من صحة فروض البحث على عينة البحث الأساسية.

وتكون المقياس في صورته الإجمالية على (٧٢) اثنان وسبعون عبارة خيرية وتحدد الاستجابة على كل عبارة وفق ثلاث اختيارات وهي (غالباً - أحياناً - أبداً) وعند تصحيح المقياس استخدم المقياس المتصل من الدرجات (٣، ٢، ١) على الترتيب للاستجابات على العبارات موجبة الصياغة وتعطى الدرجات (١، ٢، ٣) على الترتيب للاستجابات على العبارات سالبة الصياغة، وقد حددت الباحثات ثلاث مستويات لدرجات الوعي بالمؤثرات الاستهلاكية الأسرية بحيث يمكن اعتبارها معياراً للمقارنة في ضوءها على مستوى الوعي بالمؤثرات الاستهلاكية سواء ضعيفة أو متوسطة أو عالية وهذه المستويات هي (٥٠% : ٦٥% ضعيف، أكثر من ٦٥% : ٨٠% متوسط، أكثر من ٨٠% مرتفع) وقد تم استشارة بعض متخصصي الإحصاء في هذه المستويات وفيما يلي نبذة عن محاور المقياس :

(١) المؤثرات التسويقية:

يتكون المحور من (٢١) عبارة تقيس سلوك ربة الأسرة نحو شراء السلع المختلفة من خلال العوامل المؤثرة فيها والتي تنتجها الشركات والمؤسسات والمتاجر والسياسات المرتبطة بالتسويق لتنشيط المبيعات لديها من الإعلانات - هدايا - معارض - مندوب المبيعات - العروض الخاصة - المسابقات - التخفيضات... الخ) ودور هذه المؤثرات في القرار الشرائي للأسرة.

(٢) المؤثرات الاجتماعية:

ويتضمن هذا المحور من (١٧) عبارة تقيس سلوك ربة الأسرة نحو شراء السلع المختلفة بناء على المعايير والأطر الاجتماعية التي تتحكم في سلوكها عند الإقبال على الشراء، واستهلاك المنتجات والسلع المختلفة وتأثرها بخلفيات ثقافية تنتمي لها وجماعات مرجعية تتأثر بها، والمكانة الاجتماعية التي تتمتع بها الأسرة والعادات والتقاليد المؤثرة عليها والتي تلتزم بها.

(٣) المؤثرات النفسية:

ويتضمن هذا المحور (١٦) عبارة تقيس سلوك ربة الأسرة نحو شراء السلع المختلفة من خلال التعرف على القوى الداخلية والرغبة والسعادة التي تشعر بها عند شراء وامتلاك المنتجات والسلع المختلفة،

وكذلك مدى الاشباع النفسي الذي يحققه هذا الامتلاك، ومعرفة الدوافع النفسية التي تدفعها للادراك الحسي والذهني للاتجاه نحو شراء تلك السلع.

(٤) المؤثرات الاقتصادية:

ويتضمن هذا المحور على (١٨) عبارة تقيس سلوك ربة الأسرة عند الشراء والقوى الاقتصادية المؤثرة عليها في قراراتها الشرائية أثناء محاولة الوصول إلى اشباع رغبات أفراد الأسرة. **صدق المقياس** : وقد اعتمد البحث الحالي على حساب الصدق بالطرق التالية :

أ . **صدق المحتوى Validity Content** : وللتأكد من صدق المقياس تم عرضه في صورته الأولية على مجموعة من الأساتذة المحكمين في مجال تخصص إدارة مؤسسات الأسرة والطفولة، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة حلوان، وذلك للتعرف على آرائهم في المقياس من حيث ملائمة المقياس للهدف منه، مدى صحة صياغة العبارات والمواقف علمياً، مدى ارتباط كل عبارة بمفهوم المحور الذي يتضمنها وصحة تقدير درجات كل استجابة، وبعد تعديل المقياس وفقاً لما أبداه السادة المحكمين من آراء ومقترحات كانت نسبة الاتفاق ٩٨% على مناسبة المقياس وصلاحيته للتطبيق.

ب . **صدق التكوين Construct Validity** : تم حساب صدق التكوين للمقياس بطريقة صدق الاتساق الداخلي عن طريق إيجاد معاملات الارتباط باستخدام معامل بيرسون قبل ثبات الاستبيان .

جدول (١) يوضح قيم معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل محور والدرجة الكلية لمقياس المؤثرات الاستهلاكية

الدالة	الارتباط	مقياس المؤثرات الاستهلاكية
٠,٠١	٠,٩٢٨	المحور الأول : المؤثرات التسويقية
٠,٠١	٠,٧٤٥	المحور الثاني : المؤثرات الاجتماعية
٠,٠١	٠,٨١٣	المحور الثالث : المؤثرات النفسية
٠,٠١	٠,٧٤٩	المحور الرابع : المؤثرات الاقتصادية

يتضح من جدول (١) أن معاملات ارتباط محاور مقياس المؤثرات الاستهلاكية الأسرية والدرجة الكلية للمقياس دالة عند مستوى (٠,٠١) مما يدل على تجانس كل محاور المقياس والدرجة الكلية له.

ثبات المقياس : وقد تم حساب الثبات للمقياس بطريقة ألفا كرونباخ وقد كان معامل ثبات المقياس (٠,٨٧١) وتعتبر هذه القيمة عالية مما يدل على إمكانية استخدام المقياس وبذلك تكون الدرجة القصوى للمقياس هي

$$٧٢ \times ٣ = ٢١٦ \text{ درجة.}$$

٣- مقياس التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي للأسرة :

وضع هذا المقياس للتعرف على الأسلوب الذي تتبعه الأسرة في إدارة مواردها المالية بغرض تحقيق أهدافها المستقبلية من استثمار للأموال وتعليم وزواج الأبناء ومواجهة احتياجات كبار السن والتقاعد وبما يحقق أبعاد التنمية المستدامة واستخدام نتائجه في التحقق من صحة فروض البحث على عينة البحث الأساسية.

وقد تكون المقياس من (٤٩) عبارة خبرية تقديرية على مقياس متدرج متصل بوزن تقديري (١، ٢، ٣) للاتجاه الإيجابي (١، ٢، ٣) للاتجاه السلبي وتكون المقياس من أربعة محاور هي:

١. التخطيط الاستراتيجي للاستثمار المالي :

ويتضمن هذا المحور على (١٤) عبارة تقيس الأساليب التي تتبعها ربة الأسرة مع أفراد أسرتها والتي تساعد على تحقيق فائض من الدخل لاستخدامه في الاستثمار من خلال التخطيط ولموازنة الإنفاق مع الدخل المتاح، ومقياس مدى وعي ربة الأسرة بأنواع وطرق الاستثمار المختلفة من (شراء عقار- أو شراء سبائك ذهبية - مشاريع استثمارية- فائدة بالبنوك من الودائع - شهادات الاستثمار ... الخ) من الطرق التي تراها ربة الأسرة مناسبة لها ولظروفها الاقتصادية.

٢. التخطيط الاستراتيجي لتعليم الأبناء:

ويتضمن هذا المحور على (١١) عبارة تقيس سلوك ربة الأسرة في التخطيط المستقبلي للدخل المالي للأسرة بحيث تكفل عملية تعليمية ومستوى تعليمي مناسب ترتضيه لأبنائها تبعاً للقيم التي تتبناها والمؤمنة بها لتحقيق مستوى تعليمي جيد لهم، من خلال توفير المال اللازم لذلك مستقبلياً بدراسة الاحتياجات المستقبلية المتعلقة بالنفقات التعليمية وتوفير المصروفات للمدارس والجامعات بأنواعها والتخطيط لتنمية اتجاهاتهم نحو التعليم الجيد .

٣. التخطيط الاستراتيجي لزواج الأبناء:

ويتضمن هذا المحور على (١٠) عبارات تقيس وعي ربة الأسرة بتصورها المستقبلي لاحتياجات أبنائها الزوجية قبل فترة زمنية وافية، من مقابلة هذه الاحتياجات ووضع خطة زمنية ومالية لتوفير المطلوب مع استغلال الوقت المناسب لشراء بعض المستلزمات التي يمكن تخزينها واقتنائها لحين الحاجة إليها فيما بعد في مرحلة الزواج، والسلوك الذي تتبعه لتوفير هذه الالتزامات فيما بعد.

٤. التخطيط الاستراتيجي لمواجهة احتياجات كبار السن والتقاعد:

ويتضمن هذا المحور على (١٤) عبارة تقيس التصور والخطط العريضة التي تستطيع ربة الأسرة توفير المتطلبات المادية التي تتطلبها المرحلة المستقبلية من تقدم العمر بها وبزوجها وما يتبعها

من زيادة النفقات على الجوانب الصحية والاجتماعية، وسلوكها في الحرص على الادخار لهذه الفترة العمرية والتي قد تتعرض فيها بعض الأزمات المالية وخاصة بعد التقاعد.

وللتحقق من صدق الاستبيان تم عرضه في صورته الأولية على مجموعة من المحكمين من الأساتذة في تخصص إدارة مؤسسات الأسرة والطفولة في كلية الاقتصاد المنزلي جامعة حلوان وكذلك قسم إدارة المنزل والمؤسسات كلية الاقتصاد المنزلي جامعة المنوفية. وبعد تعديل الاستبيان ووفقاً لما أبداه السادة المحكمين من حذف وإضافة بعض العبارات وكذلك تعديل صياغة بعض العبارات كانت نسبة الاتفاق ٩٨% على مناسبة الاستبيان وصلاحيته للتطبيق.

كما تم حساب الصدق بطريقة الاتساق الداخلي كما هو موضح بالجدول التالي :

جدول (٢) قيم معاملات الارتباط بين محاور مقياس التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي للأسرة والدرجة الكلية للمقياس

الدالة	الارتباط	مقياس التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي
٠,٠١	٠,٨٢٧	المحور الأول: التخطيط الاستراتيجي للاستثمار المالي
٠,٠١	٠,٧٤٧	المحور الثاني: التخطيط الاستراتيجي لتعليم الابناء
٠,٠١	٠,٦٨٦	المحور الثالث: التخطيط الاستراتيجي لزواج الابناء
٠,٠١	٠,٨٦٨	المحور الرابع: التخطيط الاستراتيجي لكبار السن (التقاعد)

ويتضح من جدول (٢) أن معاملات ارتباط محاور مقياس التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي للأسرة والدرجة الكلية له دالة إحصائية عند مستوى (٠,٠١) مما يدل على تجانس المقياس. كما تم حساب ثبات المقياس باستخدام معامل ألفا وكانت قيمة معامل ألفا للمقياس (٠.٩١١) وهي دالة إحصائية عند مستوى ٠.٠١ مما يدل على ثبات المقياس وبذلك يكون المقياس صالحاً للتطبيق، وبهذا أصبحت عبارات المقياس الكلية ٤٩ درجة والدرجة القصوى للمقياس هي $٣ \times ٤٩ = ١٤٧$ درجة.

التطبيق الميداني : أجرى التطبيق الميداني على عينة البحث والمكونة من ٢٢٠ ربة أسرة وذلك في نطاق محافظات القاهرة الكبرى (القاهرة والجيزة والقليوبية).

المعاملات الإحصائية : تمت المعالجة الإحصائية باستخدام برنامج Statistical Package for Social Program (S.P.S.S) وتم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية وحساب معامل ألفا كرونباخ، واختبار التجزئة النصفية ومعامل ارتباط بيرسون وتحليل التباين واختبار (ت) واختبار (L.S.D) لمعرفة دلالة الفروق بين متوسطات المتغيرات لاختبار صحة الفروض.

نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها :

أولاً : النتائج الوصفية :

أ. وصف عينة البحث :

جدول (٣)

توزيع أفراد عينة البحث الأساسية وفقاً لمتغيرات الدراسة (ن=٢٢٠)

النسبة %	العدد	مدة الزواج
٣٥,٥%	٧٨	أقل من ١٠ سنوات
٢٦,٨%	٥٩	من ١٠ سنوات الى أقل من ٢٠ سنة
٣٧,٧%	٨٣	أكثر من ٢٠ سنة
١٠٠%	٢٢٠	المجموع
النسبة %	العدد	مستوى تعليم الزوجة
١٣,٦%	٣٠	حاصلة على مؤهل فوق متوسط (معهد)
٤٩,١%	١٠٨	حاصلة على الشهادة الجامعية
٣٧,٣%	٨٢	أعلى من الشهادة الجامعية (ماجستير- ودكتوراه)
١٠٠%	٢٢٠	المجموع
النسبة %	العدد	عمل الزوجة
٦٥,٥%	١٤٤	تعمل
٣٤,٥%	٧٦	لا تعمل
١٠٠%	٢٢٠	المجموع
النسبة %	العدد	حجم الاسرة
٢٩,١%	٦٤	صغيرة (أقل من ٤ أفراد)
٤٠,٤%	٨٩	متوسطة من (٤ الى ٦ أفراد)
٣٠,٥%	٦٧	كبيرة (٧ أفراد فأكثر)
١٠٠%	٢٢٠	المجموع
النسبة %	العدد	متوسط الدخل الشهري للأسرة
٢٠%	٤٤	أقل من ٥٠٠٠ جنيه (منخفض)
٣٦,٤%	٨٠	من ٥٠٠٠ جنيه لاقل من ١٥٠٠٠ جنيه (متوسط)
٤٣,٦%	٩٦	من ١٥٠٠٠ جنيه فأكثر (مرتفع)
١٠٠%	٢٢٠	المجموع

يتضح من جدول (٣) أن أعلى نسبة كانت لصالح مدة الحياة الزوجية الأكثر من ٢٠ سنة لأسر عينة البحث الأساسية بنسبة ٣٧,٧%، وأقل نسبة كانت لصالح مدة الزواج من ١٠ إلى ٢٠ سنة لأسر عينة البحث الأساسية بنسبة ٢٦,٨%، وأن أعلى نسبة من المستوى التعليمي كانت لصالح الحاصلين على شهادة جامعية من الأزواج عينة البحث بنسبة ٦٣,٢%، يليهم الحاصلين على أعلى من الشهادة الجامعية (ماجستير - دكتوراه) من الأزواج عينة البحث بنسبة ٣٦,٨%، وأن أعلى نسبة من المستوى التعليمي كانت لصالح المستوى التعليمي (حاصلة على الشهادة الجامعية) للزوجات عينة البحث بنسبة ٤٩,١%، وأقل نسبة للمستوى التعليمي (مؤهل فوق متوسط) للزوجات عينة البحث بنسبة ١٣,٦%، كما يتضح أن ٦٥,٥% من الزوجات عينة البحث تعمل، بينما ٣٤,٥% من زوجات عينة البحث لاتعمل، وهي النسبة الأقل، وأن أكبر نسبة من الزوجات عينة البحث كانت لصالح المستوى المهني (المرتفع) بنسبة ٥٠%، وأقل نسبة للمستوى المهني (المنخفض) بنسبة ١٩,٤%، وتبين أن أكبر نسبة من الأسر عينة البحث كانت لصالح الأسر (المتوسطة "٤ إلى ٦ أفراد") بنسبة ٤٠,٤%، بينما النسبة الأقل لصالح الأسر (الصغيرة "أقل من ٤ أفراد") بنسبة ٢٩,١%، وأن أكبر نسبة من دخل الأسر عينة البحث كانت لصالح الدخل (من ١٥٠٠٠ جنيه فأكثر "المرتفع") بنسبة ٤٣,٦%، يليها الدخل (من ٥٠٠٠ جنيه لأقل من ١٥٠٠٠ "المتوسط") بنسبة ٣٦,٤%، وكانت أقل نسبة لصالح الدخل (أقل من ٥٠٠٠ جنيه "المنخفض") بنسبة ٢٠%.

ب- الأهمية النسبية لأكثر أبعاد المؤثرات الاستهلاكية وعيا لدى أفراد عينة الدراسة الأساسية:

جدول (٤) الأهمية النسبية لأبعاد المؤثرات الاستهلاكية وعيا لدى أفراد

عينة الدراسة الأساسية

الترتيب	النسبة النسوية %	Sum	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	المؤثرات الاستهلاكية
الثاني	٢٦	٦٢٨٥,٠٠	٦,٨٤٥٩٨	٢,٩٤	٢٨,٥٦٨٢	المؤثرات التسويقية
الثالث	٢٤	٥٩١٥,٠٠	٦,٨٨٩٢٦	٢,٢٨	٢٦,٨٨٦٤	المؤثرات الاجتماعية
الرابع	٢٣	٥٦٥٩,٠٠	٦,٧٣٩٨١	١,٨٣	٢٥,٧٢٢٧	المؤثرات النفسية
الاول	٢٧	٦٥٨٦,٠٠	٨,٣١٤٣٥	٢,٩٥	٢٩,٩٣٦٤	المؤثرات الاقتصادية
	١٠٠%			١٠	١١١,١٣٧	المجموع

يتضح من جدول (٤) أكثر المؤثرات الاستهلاكية تأثيرا على الزوجات عينة الدراسة هي المؤثرات الاقتصادية بنسبة ٢٧%، يليها في المرتبة الثانية المؤثرات التسويقية بنسبة ٢٦%، وتأتي في المرتبة الثالثة المؤثرات الاجتماعية بنسبة ٢٤%، بينما جاءت في المرتبة الأخيرة المؤثرات النفسية بنسبة

٢٣%. وتفسر الباحثة ذلك بأن المؤثرات الاستهلاكية الاقتصادية هي المحرك الأقوى والأساسي للاستهلاك لدى عينة البحث، فكلما زاد الدخل وزادت القوة الشرائية للنقود زاد الاستهلاك والعكس صحيح، وكذلك التغير في أسعار السلع.

ج- الأهمية النسبية لمحاور التخطيط الاستراتيجي لأفراد عينة الدراسة الأساسية:

جدول (٥) الأهمية النسبية لمحاور التخطيط الاستراتيجي لأفراد عينة الدراسة الأساسية

الترتيب	النسبة المئوية %	Sum	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	التخطيط الاستراتيجي
الاول	٣٢	٤٧٨٩,٠٠	٥,٤٠٦٤٠	٣,٥٣	٢١,٧٦٨٢	الاستثمار المالي
الثالث	٢١	٣٢٣٨,٠٠	٥,٠١٣٤٦	١,٨٨	١٤,٧١٨٢	تعليم الأبناء
الرابع	٢٠	٣٠٠١,٠٠	٣,٤٤٨٦٧	١,٤٦	١٣,٦٤٠٩	زواج الأبناء
الثاني	٢٧	٤٠٤٤,٠٠	٤,٧٤٢٦٦	٣,١٣	١٨,٣٨١٨	التقاعد
	%١٠٠			١٠	٦٨,٥٠٩١	المجموع

يتضح من جدول (٥) أن أكثر محاور التخطيط الاستراتيجي أهمية لدى عينة البحث هي التخطيط الاستراتيجي للاستثمار المالي حيث كان ترتيبها الأول بنسبة ٣٢%، تلاها في الترتيب التخطيط الاستراتيجي لمرحلة التقاعد في المرتبة الثانية بنسبة ٢٧%، ثم جاء في الترتيب الثالث التخطيط الاستراتيجي لتعليم الأبناء ٢١%، واحتل التخطيط الاستراتيجي لزواج الأبناء المرتبة الرابعة بنسبة ٢٠%، وتفسر الباحثة ذلك بأن التخطيط للاستثمار المالي هو محور هام من محاور التخطيط الاستراتيجي لهذه الدراسة ولعينة البحث، حيث أنه في حالة النجاح في التخطيط الاستراتيجي للاستثمار المالي فإن الأسرة بذلك قد ضمنت توافر الوسائل المادية والتغطية المالية التي تسهل عليها التخطيط الاستراتيجي لأي محور فيما بعد.

ثانياً : نتائج صحة الفروض :

الفرض الأول :

"توجد فروق ذات دلالة احصائية في تأثير المؤثرات الاستهلاكية الأسرية (تسويقية- اجتماعية- نفسية- اقتصادية) على أفراد عينة البحث الأساسية تبعاً لمتغيرات الدراسة".

١/١ "توجد فروق ذات دلالة احصائية لدى عينة الدراسة الأساسية في تأثير المؤثرات

الاستهلاكية الأسرية تبعاً لمتغير مدة الحياة الزوجية"

جدول (٦) تحليل التباين لدرجات أفراد العينة في مقياس المؤثرات الاستهلاكية تبعا لمتغير مدة الحياة الزوجية ن=٢٢٠

مستوى الدلالة	قيمة ف	درجات الحرية	متوسط المربعات	مجموع المربعات	التباين مصدر التباين
٠,٠١ دال	٦,٨٧١	٢	٩٤١,٠٤٧	١٨٨٢,٠٩٤	بين المجموعات
		٢١٧	١٣٦,٩٥٨	٢٩٧١٩,٩٩٣	داخل المجموعات
		٢١٩		٣١٦٠٢,٠٨٦	المجموع

يتضح من جدول (٦) إن جميع قيم (ف) دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١)، مما يدل على وجود فروق بين درجات أفراد العينة في تأثير المؤثرات الاستهلاكية تبعا لمتغير مدة الحياة الزوجية، ولمعرفة اتجاه الدلالة تم تطبيق اختبار (LSD).

جدول (٧) دلالة الفروق لدرجات أفراد العينة الأساسية في مقياس المؤثرات الاستهلاكية الأسرية تبعا لمتغير مدة الحياة الزوجية ن=٢٢٠

مدة الزواج	أقل من ١٠ سنوات	من ١٠ - أقل من ٢٠ سنة	من ٢٠ سنة فأكثر
	م = ١٠٩,٤٧٤٤	م = ١٠٢,٣٢٢٠	م = ١٠٤,٦١٤٥
أقل من ١٠ سنوات	-		
من ١٠ - أقل من ٢٠ سنة	*٧,١٥٢٣٣	-	
من ٢٠ سنة فأكثر	*٤,٨٥٩٩٠	٢,٢٩٢٤٢	-

** دالة عند ٠,٠١

* دالة عند ٠,٠٥

يتضح من جدول (٧) وجود فروق بين أفراد العينة في تأثير المؤثرات الاستهلاكية تبعا لاختلاف مدة الحياة الزوجية لصالح مدة الزواج الأقل حيث أن قلة مدة الحياة الزوجية يقل معها خبرة الزوجة ويجعلها أكثر تأثراً بالمؤثرات الاستهلاكية التي تتعرض لها، وتتفق هذه الدراسة مع دراسة كل من إيناس بدير (٢٠٠٧)، هبة الفولي (٢٠١٤)، سارة نجدي (٢٠١٩) والتي أثبتت أنه كلما زادت مدة الزواج كلما كانت اتجاهات ربة الأسرة أكثر رشداً وإيجابية في اتباع الاتجاهات المعتدلة في الاستهلاك حتى تتمكن من استيفاء جميع احتياجات أفراد الأسرة وذلك لزيادة وعيها وخبرتها.

٢/١ "توجد فروق ذات دلالة احصائية في تأثير المؤثرات الاستهلاكية الأسرية تبعا لمستوى تعليم الزوجة"

جدول (٨) تحليل التباين لدرجات أفراد العينة في مقياس المؤثرات الاستهلاكية تبعا لمتغير مستوى تعليم الزوجة ن=٢٢٠

التباين مصدر التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (ف)	الدلالة
بين المجموعات	٥٦٢٩,٦٩٧	٢٨١٤,٨٤٩	٢	١١,٧٧٥	٠,٠١ دال
داخل المجموعات	٥١٨٧٦,٤٦٢	٢٣٩,٠٦٢	٢١٧		
المجموع	٥٧٥٠٦,١٥٩		٢١٩		

يتضح من جدول (٨) إن جميع قيم (ف) دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١)، مما يدل على وجود فروق بين درجات أفراد العينة في تأثير المؤثرات الاستهلاكية الأسرية تبعا لمتغير "المستوى التعليمي للزوجة"، ولمعرفة اتجاه الدلالة تم تطبيق اختبار (LSD).

جدول (٩) دلالة الفروق لدرجات أفراد العينة الأساسية في مقياس المؤثرات الاستهلاكية الأسرية تبعا لمتغير المستوى التعليمي للزوجة ن=٢٢٠

المستوى التعليمي للزوجة	منخفض م=٩٤,٢١٠٦	متوسط م=١٠٥,٤٦٩٥	مرتفع م=١٢٨,٦٠٢٣
منخفض	-		
متوسط	**١١,٢٥٨٩	-	
مرتفع	**٣٤,٣٩١٧	**٢٣,١٣٢٨	-

يتضح من جدول (٩) وجود فروق بين أفراد العينة في تأثير المؤثرات الاستهلاكية (التسويقية - الاجتماعية - النفسية - الاقتصادية) تبعا لمتغير المستوى التعليمي للزوجة لصالح المستوى التعليمي المرتفع عند مستوى دلالة (٠,٠١) يليه المستوى التعليمي المتوسط ثم المستوى التعليمي المنخفض وتفسر الباحثة ذلك بأنه كلما ارتفع المستوى التعليمي للزوجة كانت أكثر وعياً وإدراكاً وخبرة عند تعرضها للمؤثرات الاستهلاكية المختلفة، وأكثر إدراكاً بمستوى الأسعار للسلع والخدمات المختلفة وقدرة عالية على تحقيق أقصى اشباع لاحتياجاتها واحتياجات أفراد أسرتها في حدود مواردها المالية المتاحة دون اهدار لها. و تتفق هذه النتيجة ودراسة زينب عبد الصمد (٢٠٠٧) التي وجدت علاقة ارتباطية موجبة بين المستوى التعليمي للزوجة والسلوك الاستهلاكي الرشيد والعوامل المؤثرة عليه بينما كانت العلاقة سالبة مع السلوك الاستهلاكي غير الرشيد، كما تتفق أيضاً ودراسة سارة نجدي (٢٠١٩) والتي أسفرت عن أنه كلما ارتفع مستوى تعليم الزوجة كلما كانت اتجاهات الأسرة إيجابية بمعنى أنه بارتفاع المستوى التعليمي للزوجة تتبنى الأسرة النمط الاستهلاكي المعتدل والرشيد.

٣/١ "توجد فروق ذات دلالة احصائية في تأثير المؤثرات الاستهلاكية الأسرية تبعا لعمل الزوجة"

جدول (١٠) الفروق في متوسطات درجات أفراد العينة في تأثير المؤثرات الاستهلاكية

الأسرية تبعا لعمل الزوجة ن=٢٢٠

عمل الزوجة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العينة	درجات الحرية	قيمة (ت)	الدلالة
تعمل	١١٢,٦١١١	١٧,١٧٢١٥	١٤٤	٢١٨	١,٨٩٨	دال ٠,٠٥ لصالح العاملة
لا تعمل	١٠٨,٢٧٦٣	١٣,٨٥٧٩٤	٧٦			

من جدول (١٠) يتضح أن الفروق في متوسطات درجات أفراد العينة في تأثير المؤثرات الاستهلاكية الأسرية تبعا لعمل الزوجة دالة احصائيا عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بالنسبة للمؤثرات الاستهلاكية النفسية وللمؤثرات الاستهلاكية ككل لصالح الزوجة العاملة، وغير دالة احصائيا بالنسبة للمؤثرات الاستهلاكية التسويقية، والمؤثرات الاستهلاكية الاجتماعية، والمؤثرات الاستهلاكية الاقتصادية، وتفسر الباحثة ذلك لتعرض كل من الزوجة العاملة وغير عاملة للمؤثرات الاستهلاكية التسويقية والاجتماعية والاقتصادية على حد سواء وذلك لانتشار وسائل الدعايا والإعلان المختلفة وسهولة الدخول واستخدام شبكات الانترنت حتى من المنزل وكذلك فاعلية وسائل التواصل الاجتماعي.. الخ مما ساعد على تلاشي الفروق بين الزوجة العاملة وغير عاملة في التعرض للمؤثرات الاستهلاكية التسويقية والاجتماعية والاقتصادية.

٤/١ "توجد فروق ذات دلالة احصائية في تأثير المؤثرات الاستهلاكية الأسرية تبعا لحجم الأسرة"

جدول (١١) تحليل التباين لدرجات أفراد العينة في تأثير المؤثرات الاستهلاكية الأسرية

تبعا لمتغير حجم الاسرة ن=٢٢٠

التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (ف)	الدلالة
بين المجموعات	١٨٢٣٨,٠٠٨	٩١١٩,٠٠٤	٢	٥٠,٣٩٣	دال ٠,٠١
داخل المجموعات	٣٩٢٦٨,١٥١	١٨٠,٩٥٩	٢١٧		
المجموع	٥٧٥٠٦,١٥٩		٢١٩		

يتضح من جدول (١١) إن جميع قيم (ف) دالة احصائيا عند مستوى (٠,٠١)، مما يدل على وجود فروق بين درجات أفراد العينة في تأثير المؤثرات الاستهلاكية الأسرية تبعا لمتغير "حجم الاسرة"، ولمعرفة اتجاه الدلالة تم تطبيق اختبار (LSD).

جدول (١٢) دلالة الفروق لدرجات افراد العينة الأساسية في تأثير المؤثرات الاستهلاكية الأسرية تبعا لمتغير حجم الاسرة ن=٢٢٠

حجم الاسرة	أقل من ٤ أفراد م=	من ٤ أفراد الى ٦ أفراد م=	٧ أفراد فأكثر م=
أقل من ٤ أفراد	-		
من ٤ أفراد الى ٦ أفراد	**١٤,٦٥٠٦	-	
٧ أفراد فأكثر	**٢٤,٧٨٢٨	**١٠,١٣٢٢	-

يتضح من جدول (١٢) وجود فروق بين أفراد العينة في تأثير المؤثرات الاستهلاكية الأسرية (تسويقية- اجتماعية- نفسية- اقتصادية) تبعا لمتغير حجم الأسرة عند مستوى دلالة (٠,٠١) لصالح الأسرة الأقل من أربع أفراد أي للأسرة صغيرة الحجم عن الأسرة كبيرة الحجم وتفسر الباحثة ذلك بأن ربة الأسرة التي يزداد حجم أفراد أسرتها تحاول جاهدة ألا تؤثر تلك المؤثرات عليها حتى لاتختل ميزانية الأسرة والتخطيط لها في ظل زيادة عدد الأفراد داخل الأسرة، وتكون واعية وحريصة قد المستطاع على تلبية احتياجات أفراد أسرتها دون ارهاق لميزانية الأسرة، واتباع أنماط رشيدة في الاستهلاك حتى وإن تعرضت للمؤثرات الاستهلاكية (تسويقية- اجتماعية- نفسية- اقتصادية) . وتتفق هذه النتيجة مع دراسة دراسة ايناس بدير ورشا راغب (٢٠١٢) التي وجدت علاقة ارتباطية سالبة بين أنماط الاستهلاك في النمط الترفيهي والتعويضي وبين مستوى تعليم الزوجة ووجود علاقة ارتباطية موجبة بين النمط الاستهلاكي المعتدل للأسرة وتعليمها، وتتفق أيضا مع دراسة هبة الفولي (٢٠١٤) التي أظهرت أن هناك علاقة ارتباطية بين المستوى التعليمي وبين السلوك الاستهلاكي لعينة الدراسة، كما تتفق ودراسة سارة نجدي (٢٠١٩) التي أوضحت أن الأسر الأقل عدداً يكون حجم استهلاكها أقل فتظهر الاتجاهات الرشيدة بشكل أوضح لدى الأسر صغيرة الحجم.

٥/١ " توجد فروق ذات دلالة احصائية في تأثير المؤثرات الاستهلاكية الأسرية تبعا

لمتوسط الدخل الشهري للأسرة "

جدول (١٣) تحليل التباين لدرجات افراد العينة في تأثير المؤثرات الاستهلاكية الأسرية تبعا لمتغير

متوسط الدخل الشهري للأسرة (ن=٢٢٠)

الدلالة	قيمة (ف)	درجات الحرية	متوسط المربعات	مجموع المربعات	التباين مصدر التباين
٠,٠١ دال	٢٦,٥٩٦	٢	٥٦٦٠,٥٦٨	١١٣٢١,١٣٧	بين المجموعات
		٢١٧	٧٢١٢,٨٣٤	٤٦١٨٥,٠٢٣	داخل المجموعات
		٢١٩		٥٧٥٠,٦١٥٩	المجموع

يتضح من جدول (١٣) إن جميع قيم (ف) دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١)، مما يدل على وجود فروق بين درجات أفراد العينة في تأثير المؤثرات الاستهلاكية الأسرية تبعاً لمتغير "متوسط الدخل الشهري للأسرة"، ولمعرفة اتجاه الدلالة تم تطبيق اختبار (LSD).

جدول (١٤) دلالة الفروق لدرجات أفراد العينة الأساسية في تأثير المؤثرات الاستهلاكية الأسرية تبعاً لمتغير متوسط الدخل الشهري للأسرة ن=٢٢٠

متوسط الدخل الشهري للأسرة	أقل من ٥٠٠٠ جنيه	من ٥٠٠٠ الى أقل من ١٥٠٠٠ جنيه	من ١٥٠٠٠ جنيه فأكثر
متوسط الدخل الشهري للأسرة	أقل من ٥٠٠٠ جنيه	من ٥٠٠٠ الى أقل من ١٥٠٠٠ جنيه	من ١٥٠٠٠ جنيه فأكثر
أقل من ٥٠٠٠ جنيه	-	-	-
من ٥٠٠٠ الى أقل من ١٥٠٠٠ جنيه	**٨,٧٣٧٣	-	-
من ١٥٠٠٠ جنيه فأكثر	**٣٢,٠٦٦٨	**٢٣,٣٢٩٥	-

يتضح من جدول (١٤) وجود فروق دالة إحصائياً بين أفراد عينة البحث الأساسية في تأثير المؤثرات الاستهلاكية تبعاً لمستوى دخل الأسرة وذلك لصالح دخل الأسرة المرتفع عند مستوى دلالة (٠,٠١)، وتفسر الباحثة ذلك بأن ارتفاع دخل الأسرة يجعل لديها القدرة المالية التي تدفعها إلى الاستجابة للدعايا والعروض المختلفة والاستراتيجيات التسويقية المتعددة، وكذلك تكون أكثر تأثراً بالمؤثرات الاجتماعية، وتزداد دوافعها الشرائية وحاجتها إلى إشباع رغباتها النفسية وتتفق هذه النتيجة مع دراسة رغبة محمود (٢٠١٢) والتي أظهرت فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة البحث في أنماط الإنفاق الاستهلاكي واستخدام مستحدثات التسوق وطرق الدفع الإلكترونية لصالح الأسر ذات الدخل المرتفع. وبذلك يتحقق صحة الفرض الأول.

الفرض الثاني:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي للأسرة (استثمار المال - تعليم الأبناء - زواج الأبناء - مواجهة احتياجات كبار السن) تبعاً لمتغيرات الدراسة.

١/٢ "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي للأسرة تبعاً لمدة الحياة الزوجية"

جدول (١٥) تحليل التباين لدرجات أفراد العينة في تأثير التخطيط الاستراتيجي للدخل
المالي تبعا لمتغير مدة الزواج ن=٢٢٠

الدلالة	قيمة (ف)	درجات الحرية	متوسط المربعات	مجموع المربعات	التباين
					مصدر التباين
٠.٠١ دال	٩,٧٦٦	٢	١٤٣٣,٩٥٩	٢٨٦٧,٩١٨	بين المجموعات
		٢١٧	١٤٦,٨٢٥	٣١٨٦١,٠٦٤	داخل المجموعات
		٢١٩		٣٤٧٢٨,٩٨٢	المجموع

يتضح من جدول (١٥) إن جميع قيم (ف) دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١)، مما يدل على وجود فروق بين درجات أفراد العينة في التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي تبعا لمتغير "مدة الزواج"، ولمعرفة اتجاه الدلالة تم تطبيق اختبار (LSD)

جدول (١٦) دلالة الفروق لدرجات أفراد العينة الأساسية في التخطيط الاستراتيجي
للدخل المالي تبعا لمتغير مدة الزواج ن=٢٢٠

مدة الزواج	أقل من ١٠ سنوات	من ١٠ - أقل من ٢٠ سنة	من ٢٠ سنة فأكثر
أقل من ١٠ سنوات	-	٦٩,٠٥٠٢ = م	٧٤,٠٩١٧ = م
من ١٠ - أقل من ٢٠ سنة	**٦,١٣٩٣	-	-
من ٢٠ سنة فأكثر	**١١,١٨٠٨	**٥,٠٤١٥	-

يتضح من جدول (١٦) وجود فروق بين أفراد العينة في التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي للأسرة (استثمار المال - تعليم الأبناء - زواج الأبناء - مواجهة احتياجات كبار السن) تبعا لمتغير مدة الزواج عند مستوى دلالة (٠,٠١) لصالح مدة الزواج الأعلى وتفسر الباحثة ذلك بأنه بزيادة مدة الزواج يزداد وعي ربة الأسرة وتزداد حاجتها للاستفادة من الدخل المالي الأسري لمواجهة ما يطرأ على الأسرة من تغيرات يتبعها زيادة الحاجة إلى المال. وتتفق تلك النتيجة مع دراسة منى الخيني (٢٠١٩) التي أظهرت وجود تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينة الدراسة في السلوك الشرائي والادخاري للأسرة ككل تبعا لمدة الزواج لصالح ربات الأسر التي تتراوح مدة زواجهن من ١٠ لأقل من ١٥ سنة.

٢/٢ "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تأثير التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي للأسرة تبعا لمستوى تعليم الزوجة"

جدول (١٧) تحليل التباين لدرجات أفراد العينة في تأثير التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي تبعا لمتغير المستوى التعليمي للزوجة (ن=٢٢٠)

الدالة	قيمة (ف)	درجات الحرية	متوسط المربعات	مجموع المربعات	التباين / مصدر التباين
٠.٠١ دال	٧,٠٧٧	٢	١٠٦٣,٢٨٥	٢١٢٦,٥٦٩	بين المجموعات
		٢١٧	١٥٠,٢٤٢	٣٢٦٠٢,٤١٣	داخل المجموعات
		٢١٩		٣٤٧٢٨,٩٨٢	المجموع

يتضح من جدول (١٧) إن جميع قيم (ف) دالة إحصائيا عند مستوى (٠,٠١)، مما يدل على وجود فروق بين درجات أفراد العينة في تأثير التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي تبعا لمتغير "المستوى التعليمي للزوجة"، ولمعرفة اتجاه الدلالة تم تطبيق اختبار (LSD).

جدول (١٨) دلالة الفروق لدرجات افراد العينة الأساسية في تأثير التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي تبعا لمتغير المستوى التعليمي للزوجة ن=٢٢٠

مرتفع	متوسط	منخفض	المستوى التعليمي للزوجة
٧٤,٢٣٩٦=م	٦٨,٩٠٣١=م	٥٨,٥٨٢٢=م	
		-	منخفض
	-	**١٠,٣٢٠٩	متوسط
-	**٥,٣٣٦٥	**١٥,٦٥٧٤	مرتفع

يتضح من جدول (١٨) وجود فروق بين أفراد العينة في تأثير التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي للأسرة (استثمار المال - تعليم الأبناء - زواج الأبناء - مواجهة احتياجات كبار السن) تبعا لمتغير المستوى التعليمي للزوجة عند مستوى دلالة (٠,٠١) لصالح المستوى التعليمي المرتفع، وتفسر الباحثة ذلك بأن ارتفاع المستوى التعليمي للزوجة يصاحبه ارتفاع في مستوى الوعي والإدراك بأهمية التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي، واستثماره بالطرق المختلفة والتي تتناسب مع الظروف الاقتصادية والاجتماعية للأسرة، وذلك لمواجهة المتطلبات المتزايدة لإشباع الحاجات الأساسية لأفراد الأسرة من التعليم (مدارس - جامعات) ومواجهة احتياجات الأبناء عند الإقبال على الزواج، وكيفية اشباع احتياجات كبار السن مع الانخفاض الملحوظ للدخل المالي في هذه الفترة، وتتفق هذه النتيجة جزئيا مع دراسة بوسي عبد الرحيم (٢٠١٦) والتي أوضحت وجود فروق دالة إحصائيا في التخطيط الاستراتيجي للموارد المادية للمتقاعدين في (سن المعاش) وفقا لمتغير المستوى التعليمي لصالح مستوى التعليم المرتفع.

٣/٢ "توجد فروق ذات دلالة احصائية في تأثير التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي للأسرة تبعاً لعمل الزوجة".

جدول (١٩) دلالة الفروق لدرجات افراد العينة الأساسية في تأثير التخطيط الاستراتيجي

للدخل المالي تبعاً لمتغير عمل الزوجة ن=٢٢٠

عمل الزوجة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العينة	درجات الحرية	قيمة (ت)	الدلالة
تعمل	٧٠,٢٠٨٣	١٣,٢٨٢٧٦	١٤٤	٢١٨	٢,٧٩٨	٠,٠٥
لا تعمل	٦٥,٢٨٩٥	١٠,٥١٧٠٥	٧٦			

يتضح من الجدول (١٩) أن قيم (ف) غير دالة إحصائياً للتخطيط الاستراتيجي للاستثمار المالي وللتخطيط الاستراتيجي لزواج الأبناء وللتخطيط الاستراتيجي لمواجهة احتياجات كير السن، ودالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بالنسبة للتخطيط الاستراتيجي لتعليم الأبناء، وللتخطيط الاستراتيجي ككل لصالح الزوجة العاملة مما يدل على وجود فروق بين درجات أفراد العينة في تأثير التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي تبعاً لمتغير عمل الزوجة.

٤/٢ "توجد فروق ذات دلالة احصائية في تأثير التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي للأسرة تبعاً لحجم الأسرة"

جدول (٢٠) تحليل التباين لدرجات أفراد العينة في تأثير التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي

تبعاً لمتغير حجم الاسرة ن=٢٢٠

الدلالة	قيمة (ف)	درجات الحرية	متوسط المربعات	مجموع المربعات	التباين مصدر التباين
٠,٠١ دال	٥٤,٠٨٧	٢	٥٧٧٦,٥٨٧	١١٥٥٣,١٧٥	بين المجموعات
		٢١٧	١٠٦,٨٠١	٢٣١٧٥,٨٠٧	داخل المجموعات
		٢١٩		٣٤٧٢٨,٩٨٢	المجموع

يتضح من جدول (٢٠) إن جميع قيم (ف) دالة إحصائياً عند مستوى (٠,٠١)، مما يدل على وجود فروق بين درجات أفراد العينة في تأثير التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي تبعاً لمتغير "حجم الاسرة"، ولمعرفة اتجاه الدلالة تم تطبيق اختبار (LSD).

جدول (٢١) دلالة الفروق لدرجات افراد العينة الأساسية في تأثير التخطيط الاستراتيجي للدخل المالى تبعا لمتغير حجم الأسرة

حجم الأسرة	أقل من ٤ أفراد	من ٤ أفراد الى ٦ أفراد	٧ أفراد فأكثر
أقل من ٤ أفراد	-	م = ٦٥,٩٤٢	م = ٦١,١٥٥٧
من ٤ أفراد الى ٦ أفراد	** ١٣,٣٨٦٤	-	-
٧ أفراد فأكثر	** ١٨,١٧٢٧	** ٤,٧٨٦٣	-

يتضح من جدول (٢١) وجود فروق بين أفراد العينة فى تأثير التخطيط الاستراتيجي للدخل المالى للأسرة بمحاورة (استثمار المال - تعليم الأبناء - زواج الأبناء - مواجهة احتياجات كبار السن) تبعا لمتغير حجم الأسرة عند مستوى دلالة (٠,٠١) لصالح الأسرة الأقل عددا من (٤) أفراد أي كلما قل عدد أفراد الأسرة زادت القدرة على استثمار المال وتحقيق فائض من المال لاستخدامه في مجالات الحياة المتعددة، وتتفق هذه النتيجة ودراسة مايسة الحبشي (٢٠١١) والتي أوضحت وجود فروق ذات دلالة احصائية في مدى التخطيط الاستراتيجي للدخل المالى لمرحلة التقاعد تبعا لمتغير حجم الأسرة لصالح الأسرة صغيرة الحجم، وتختلف هذه النتيجة جزئيا مع دراسة بوسي عبد الرحيم (٢٠١٦) والتي أظهرت عدم وجود فروق دالة احصائيا في اجمالي التخطيط الاستراتيجي للموارد المادية للمتقاعدين وفقا لمتغير حجم الأسرة.

٥/٢ "توجد فروق ذات دلالة احصائية في تأثير التخطيط الاستراتيجي للدخل المالى للأسرة تبعا لمتوسط الدخل الشهري للأسرة".

جدول (٢٢) تحليل التباين لدرجات أفراد العينة في تأثير التخطيط الاستراتيجي للدخل المالى تبعا لمتغير الدخل الشهري للأسرة ن=٢٢٠

التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (ف)	الدلالة
بين المجموعات	٦٠٨٥,٧٤٦	٣٠٤٢,٨٧٣	٢	٢٣,٠٥٣	٠.٠١ دال
داخل المجموعات	٢٨٦٤٣,٢٣٦	١٣١,٩٩٦	٢١٧		
المجموع	٣٤٧٢٨,٩٨٢		٢١٩		

يتضح من جدول (٢٢) إن جميع قيم (ف) دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠١)، مما يدل على وجود فروق بين درجات أفراد العينة في تأثير التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي تبعاً لمتغير "متوسط الدخل الشهري للأسرة"، ولمعرفة اتجاه الدلالة تم تطبيق اختبار (LSD).

جدول (٢٣) دلالة الفروق لدرجات أفراد العينة الأساسية في تأثير التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي تبعاً لمتغير متوسط الدخل الشهري للأسرة ن=٢٢٠

الدخل الشهري للأسرة	أقل من ٥٠٠٠ جنية	من ٥٠٠٠ الى أقل من ١٥٠٠٠ جنية	من ١٥٠٠٠ جنية فأكثر
٥٧,٥٠٦٦ = م	٦٥,٢٢٠٣ = م	٧٧,٣٥٠ = م	
أقل من ٥٠٠٠ جنية	-	-	
من ٥٠٠٠ الى أقل من ١٥٠٠٠ جنية	**٧,٧١٣٧	-	
من ١٥٠٠٠ جنية فأكثر	**١٩,٨٤٣٤	**١٢,١٢٩٧	-

يتضح من جدول (٢٣) وجود فروق بين أفراد العينة في تأثير التخطيط الاستراتيجي تبعاً لمتغير متوسط الدخل الشهري للأسرة عند مستوى دلالة (٠,٠١) لصالح الأسر ذات الدخل الشهري المرتفع وتفسر الباحثة ذلك بأنه بزيادة الدخل المالي للأسرة يسهل التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي لها حيث إنها تكون قادرة على اقتطاع مبلغ من دخلها وتوجهه لوسائل الاستثمار المالي المختلفة سواء بشراء الأسهم والسندات أو الودائع البنكية... إلخ، وبزيادة الدخل المالي أيضاً يسهل التخطيط لتعليم الأبناء تعليماً جيداً حيث يتوافر المال اللازم لاشباع احتياجاتهم ومتطلباتهم التعليمية وكذلك القدرة على التخطيط لزواج الأبناء من خلال إتاحة بدائل أكثر لتوفير متطلبات زواج الأبناء في المستقبل، كما أن زيادة الدخل المالي للأسرة فإنه يسهل عليها اقتطاع مبالغ مناسبة وتوجيهها للاستثمار أو الادخار لمواجهة احتياجات كبار السن ويسهل التخطيط الاستراتيجي لهذه المرحلة. وتتفق هذه النتيجة ودراسة نجلاء حسين (٢٠١٤) والتي أوضحت وجود فروق في التوافق الاجتماعي بين المسنين وبين متغير متوسط الدخل الشهري لصالح الدخل الشهري المرتفع. وبذلك يتحقق صحة الفرض الثاني.

الفرض الثالث:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين أبعاد المؤثرات الاستهلاكية الأسرية ومحاور التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي لأفراد عينة البحث الأساسية. جدول (٢٤) قيم معامل الارتباط بين المؤثرات الاستهلاكية الأسرية بمحاوره التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي ن = (٢٢٠)

التخطيط الاستراتيجي ككل	التخطيط الاستراتيجي				المؤثرات الاستهلاكية ككل
	التقاعد	زواج الأبناء	تعليم الأبناء	الاستثمار المالي	
*٠,٣٨١	٠,١٠٠	**٠,١٧٨	**٠,٧١١	**٠,٩٦٣	المؤثرات التسويقية
*٠,٣٦٣	٠,١١٧	**٠,١٩٣	٠,١١٠	**٠,٩٦٩	المؤثرات الاجتماعية
*٠,٥٨٥	*٠,٥٦٨	**٠,٥٦٣	**٠,٧٠٣	*٠,١٤٦	المؤثرات النفسية
*٠,٣٧٥	*٠,٤٣٧	*٠,٤٠٣	*٠,٥٧٥	*٠,٣٠٠	المؤثرات الاقتصادية
**٠,٧٥١	*٠,٣٦٩	*٠,٢٨٤	*٠,٦٩١	**٠,٧٠٤	المؤثرات الاستهلاكية ككل

* دال عند ٠,٠٥

** دال عند ٠,٠١

يتضح من جدول (٢٤) وجود علاقة ارتباط طردية بين محاور مقياس المؤثرات الاستهلاكية ومحاور مقياس التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي عند مستوى دلالة (٠,٠١) و(٠,٠٥) فكلما زاد الوعي بالعوامل المؤثرة على استخدام الدخل، وكلما زاد ادراك الزوجة للجوانب الإيجابية للمؤثرات الاستهلاكية اتجهت إلى التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي و زادت كفاءتها في التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي لأسرتها.

الفرض الرابع:

تختلف نسبة مشاركة المتغيرات المستقلة المدروسة (المؤثرات الاستهلاكية، متغيرات المستوى الاقتصادي والاجتماعي) مع المتغير التابع (التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي) تبعا لأوزان معاملات الانحدار ودرجة الارتباط.

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام معاملات الانحدار المتعددة بإسخدام طريقة الخطوة المتدرجة الى الامام Stepwise للتعرف على نسبة مشاركة المتغيرات المستقلة فى التأثير على المتغير التابع والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (٢٥) معاملات الإنحدار بإسخدام طريقة الخطوة المتدرجة الى الامام Stepwise للمتغيرات المستقلة لعينة البحث مع التخطيط الاستراتيجي ن=(٢٢٠)

المتغير المستقل	معامل الارتباط	نسبة المشاركة	قيمة (ف)	الدلالة	معامل الانحدار	قيمة (ت)	الدلالة
المستوى التعليمي للزوجة	٠,٩١٤	٠,٨٣٥	١٤٢,٠٣٣	٠,٠١	٠,٥٧٥	١١,٩١٨	٠,٠١
الدخل المالي	٠,٨٣٧	٠,٧٠١	٦٥,٦٧٢	٠,٠١	٠,٣٧٩	٨,١٠٤	٠,٠١
المؤثرات الاقتصادية	٠,٨٠٩	٠,٦٥٤	٥٢,٨٩٩	٠,٠١	٠,٣٢٠	٧,٢٧٣	٠,٠١
المؤثرات التسويقية	٠,٧٨٧	٠,٦١٩	٤٥,٥٣٠	٠,٠١	٠,٢٧٨	٦,٧٤٨	٠,٠١

المتغير التابع
التخطيط الاستراتيجي

يتضح من الجدول السابق أن المستوى التعليمي للزوجة كان من أكثر العوامل المؤثرة على التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي للأسرة بنسبة ٨٣,٥%، يليه الدخل المالي بنسبة ٧٠%، وفي المرتبة الثالثة المؤثرات الاستهلاكية الاقتصادية الأسرة بنسبة ٦٥,٤%، وأخيرا المؤثرات الاستهلاكية التسويقية بنسبة ٦١,٩% وبهذا فإن للمستوى التعليمي للزوجة دور كبير في اكسابها المعلومات والمهارات التي تساعدها في التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي لأسرتها، كذلك فإن مقدار الدخل المالي للأسرة يؤثر في الطرق والأساليب المتبعة عند التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي لها.

توصيات البحث:

في ضوء ما أسفرت عنه نتائج الدراسة، فإن البحث يوصي بما يلي:

وزارة الإعلام:

- ١- القيام بعمل لقاءات وندوات وبرامج تعريف بالمؤثرات الاستهلاكية وأولوياتها وكيفية التعامل السليم معها، وكيفية الاستفادة منها .
- ٢- حث وسائل الاعلام على نشر برامج تحث على أهمية التخطيط الاستراتيجي للاستثمار المالي للأسرة.
- ٣- إلقاء الضوء على أهمية الاستثمار في تعليم الأبناء وتوفير التعليم الجيد لهم وكيفية اختيار البدائل المناسبة لكل أسرة بما يحقق تعليم أفضل لأبنائها.

الجهات البحثية والاكاديمية:

- ١- العمل على الاستفادة من نتائج الدراسات والأبحاث المختلفة بقسم ادارة مؤسسات الأسرة والطفولة وجميع الجهات البحثية وتفعيل نتائجها من خلال إصدار برامج توعوية و كتيبات ارشادية يتم نشرها على كافة الوسائل الاعلامية والالكترونية تهدف إلى توعية الأسر باتباع أنماط استهلاكية رشيدة وكذلك كيفية التعامل الأفضل مع المؤثرات الاستهلاكية المختلفة.

- ٢- التعاون الفعال بين قسم إدارة مؤسسات الأسرة والطفولة بكلية الاقتصاد المنزلي جامعة حلوان وأجهزة حماية المستهلك لإعداد برامج توعوية بتأثير الإعلانات ووسائل الدعايا المختلفة على المستهلك وكيفية التعامل معها بشكل واعي ومعرفة المضلل منها.
- ٣- إنشاء وزارة التأمينات لقاعدة بيانات للمساهمة في تنمية المجتمع وخدمة الأسر عن طريق نشر مفاهيم التخطيط الاستراتيجي للاستثمار المالي للأسرة والتخطيط الاستراتيجي لتعليم الأبناء وزواجهم والتخطيط الاستراتيجي لمواجهة احتياجات كبر السن وكيفية تحقيقها.

وزارة الاستثمار والبنوك:

- ١- نشر الإعلانات التعريفية بطرق ووسائل الاستثمار والادخار المختلفة إعلاميا وإلكترونيا للمساهمة في نشر المعلومات التي من شأنها أن تساعد الأسر عند التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي لهم وتشمل :
- ٢- تشجيع وحث الأسر على الاستثمار من خلال نشر المعلومات عن أهمية الاستثمار وكيفية.
- ٣- العمل على ابتكار طرق استثمارية بسيطة تتناسب مع فئات الدخل المختلفة للأسر.
- ٤- تسهيل إجراءات تمويل المشاريع الصغيرة والمتناهية الصغر وتشجيع الأسر المنتجة.

وزارة التربية والتعليم:

- ١- نشر ثقافة الاستهلاك الواعي والرشيد وعدم التأثر بالدعايا والإعلانات المضللة من خلال المناهج التعليمية والندوات واللقاءات الثقافية داخل المدارس.
- ٢- إدماج مبادئ وأسس التخطيط والمهارات الخاصة بها في التدريبات العملية للطلاب.
- مراكز رعاية الأمومة والطفولة والجمعيات المعنية بالأسرة :
- ١- عمل ندوات تثقيفية ومحاضرات توعوية للزوجات تتعلق بمفاهيم المؤثرات الاستهلاكية المختلفة (التسويقية والاجتماعية والنفسية والاقتصادية) وكيفية التعامل السليم عند التعرض لهذه المؤثرات.
- ٢- عمل منشورات ومطويات توعوية لإرشاد ربة الأسرة بأنماط الاستهلاك الرشيدة وكيفية إعادة تدوير المخلفات وإعادة استخدامها.

- ٣- عمل دورات تدريبية وورش عمل لتأهيل المقبلات على الزواج أو المتزوجات خاصة بتعليمهن كيفية التخطيط الاستراتيجي للاستثمار المالي والتخطيط الاستراتيجي لتعليم الأبناء والتخطيط الاستراتيجي لزواج الأبناء، والتخطيط الاستراتيجي لمواجهة احتياجات كبر السن.
- ٤- مساعدة الأسر على اقامة معارض لتسويق منتجات المشروعات الصغيرة والمتناهية الصغر ودعمهم مما يساعدهم على توفير نفود ودخل إضافي لأسرهم والتي يمكن أن يقوموا بادخالها أو استثمارها مما يساعدهم عند التخطيط الاستراتيجي لدخلهم المالي.
- ٥- القيام بورش عمل ودورات تدريبية عن كيفية إنشاء وإدارة المشروعات الصغيرة وأهميتها في زيادة دخل الأسرة وبالتالي المساعدة في التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي.

المراجع :

أولاً: المراجع العربية:

١. أريج احمد سعيد عقران (٢٠٠٤): التخطيط لإدارة مورد الأسرة المالي في مرحلة التقاعد للمرأة السعودية العاملة (في محافظة جدة)- رسالة الماجستير في الاقتصاد المنزلي تخصص السكن وإدارة المنزل- كلية التربية للاقتصاد المنزلي والتربية الفنية بجدة- المملكة العربية السعودية.
٢. إيريني سمير عوض (٢٠١٥): أنماط استخدام بطاقات الائتمان في ظل تكنولوجيا العولمة وانعكاساتها على قيم الأسرة وسلوكها الشرائي (دراسة تحليلية) - كلية التربية النوعية - جامعة عين شمس - مصر.
٣. إيمان سليمان حافظ خليل (٢٠٠٦) ثقافة الاستهلاك في المجتمع المصري، دراسة انثروبولوجية لنوعية الحياة في أحد المجتمعات المحلية- رسالة ماجستير غير منشورة- كلية الآداب- جامعة حلوان.
٤. أيمن علي عمر (٢٠٠٦): قراءات في سلوك المستهلك- ط١- الدار الجامعية - الإسكندرية.
٥. إيناس ماهر بدير (٢٠٠٧): اتجاهات الامهات نحو تنمية السلوك الاستهلاكي للابناء و اثرها على الوعي البيئي لديهم- مجلة بحوث الاقتصاد المنزلي- مجلد ١٧- العدد ٤- اكتوبر - كلية الاقتصاد المنزلي - جامعة المنوفية- شبين الكوم- مصر.
٦. إيناس ماهر بدير، رشا عبد العاطي راغب (٢٠١٢): التخطيط الاستراتيجي لدخل الأسرة المالي وانعكاسه على النمط الاستهلاكي للزوجة في ظل تداعيات الأزمة الاقتصادية، بحث منشور في مجلة علوم وفنون، دراسات وبحوث، جامعة حلوان- المجلد الرابع والعشرين- العدد الرابع- أكتوبر.
٧. بوسى عبد العال عبد الرحيم (٢٠١٦): التخطيط الاستراتيجي للموارد المادية لمرحلة التقاعد وعلاقته بديناميات التفاعل العائلي- رسالة ماجستير- كلية الاقتصاد المنزلي - جامعة حلوان.
٨. تغريد عمران ورجاء الشناوي وعفاف صبحي (٢٠٠٦): المهارات الحياتية- مكتبة زهراء الشرق- الطبعة الأولى- القاهرة.
٩. حنان سامي محمد عبد العاطي (٢٠٠٠) : العادات والتقاليد المرتبطة بالأعياد والمناسبات وأثرها على إدارة الدخل المالي للأسرة، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم إدارة مؤسسات الأسرة والطفولة، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة حلوان.
١٠. حنان محمد السيد أبو صيري وإيمان شعبان أحمد إبراهيم (٢٠٠٧): الممارسات الاستهلاكية المستحدثة للشباب وعلاقتها بالمناخ الأسري كما يدرسه الأبناء- مجلة الاقتصاد المنزلي - مجلد (١٧) العدد (٤) اكتوبر -جامعة المنوفية - شبين الكوم.
١١. ذوقان عبيدات وعبد الرحمن عدس وعابيد عبد الحق (٢٠١٤): البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه - ط١٦ - دار الفكر للنشر - عمان.
١٢. ربيع محمود نوفل (٢٠٠٦): اقتصاديات الأسرة وترشيد الاستهلاك - ط١- دار الناشر الدولي - الرياض.
١٣. رشا عبد العاطي راغب، وأسماء محمد الأنصاري (٢٠٢٠): اقتصاديات الاستهلاك الأسري - رؤية معاصرة - ط١ - مصر.

١٤. رشا عبد الله عبد الرازق علوان (٢٠٠٧): أثر استخدام الأسرة للتقنيات الحديثة على أساليب التواصل الزوجي وعلاقتها بالكفاءة الادارية للزوجة، رسالة دكتوراه غير منشورة- كلية الاقتصاد المنزلي- جامعة حلوان
١٥. رعدة محمود أحمد (٢٠١٢): أنماط الإنفاق الاستهلاكي في ضوء مستحدثات التسوق وطرق الدفع الالكترونية وأثرها على توافق أفراد الأسرة- رسالة دكتوراه غير منشورة- كلية الاقتصاد المنزلي - جامعة حلوان- القاهرة- مصر .
١٦. زينب محمد عبد الصمد (٢٠٠٧): مقومات الكفاءة الادارية وعلاقتها بأنماط السلوك الاستهلاكي والادخاري لدى الزوجات بمدينة جدة- مجلة بحوث الاقتصاد المنزلي- المجلد السابع عشر- العدد الرابع- أكتوبر- كلية الاقتصاد المنزلي جامعة المنوفية- شبين الكوم- مصر .
١٧. سارة مصطفى نجدي (٢٠١٩): الاتجاهات الحديثة لسلوك المستهلك في ظل تعويم الجنيه المصري وانعكاساته على القلق المستقبلي لأفراد الأسرة (دراسة تحليلية للأسرة متوسطة الدخل)- رسالة ماجستير- كلية الاقتصاد المنزلي- جامعة حلوان.
١٨. سماح محمد سعيد (٢٠٠٤): "السلوك الشرائي للمرأة المصرية وأثره على اختيار الاستراتيجيات التسويقية المناسبة للسلع الاستهلاكية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة حلوان.
١٩. طارق طه (٢٠٠٦): التسويق بالانترنت والتجارة الالكترونية - دار الفكر الجامعي - الإسكندرية - مصر .
٢٠. عبير محمود الدويك (٢٠٠٢): تخطيط موارد الأسرة وعلاقته بالمشاركة في التنمية الريفية لدى ربة الأسرة- المؤتمر العلمي السابع للاقتصاد المنزلي- جامعة حلوان- كلية الاقتصاد المنزلي- ٢١-٢٢ / إبريل / ٢٠٠٢ .
٢١. عبير محمود الدويك (٢٠٠٩): دور الأبناء في إدارة شئون الأسرة وعلاقته بالتوافق الأسري. مجلة بحوث الاقتصاد المنزلي مجلد (١٩)، ٣ع (جامعة المنوفية).
٢٢. فاطمة النبوية إبراهيم حلمي وريبع محمود نوفل (٢٠٠٠): تخطيط ربة الأسرة لمواردها وعلاقته بدافعية الإنجاز ووجهة الضبط لدى أبنائها المراهقين- المؤتمر العلمي السادس للاقتصاد المنزلي- كلية الاقتصاد المنزلي - جامعة حلوان.
٢٣. قحطان بدر العبادلي ، سمير العبادلي (٢٠١٣): الترويج والإعلان - دار زهران للنشر والتوزيع - عمان - الأردن.
٢٤. مایسة محمد أحمد الحبشي (٢٠١١): أثر العوامل الاجتماعية والاقتصادية على التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي لمرحلة التقاعد وعلاقته بالرضا عن الحياة - مجلة بحوث التربية النوعية - جامعة المنصورة - عدد (٢٢) - يوليو .
٢٥. محمد اليماني (٢٠٠١): التخطيط المالي للأسرة <http://www.Aljazirah.com>.
٢٦. منى الجرف (٢٠٠٥): البعد الاقتصادي لحماية المستهلك - ورقة عمل مقدمة بمنندى المرأة وحماية المستهلك - اللجنة الاقتصادية - المجلس القومي للمرأة - مصر .
٢٧. منى بنت عبد العزيز الخنيني (٢٠١٩): التسوق الالكتروني وعلاقته بالسلوك الاستهلاكي والادخاري لعينة من ربات الأسر السعوديات- مجلة بحوث التربية النوعية - جامعة المنصورة - عدد (٥٥) - يوليو .

٢٨. منى حامد موسى (٢٠٠٥): دراسة مستوى إتفاق الأسرة السعودية على خدمات السياحة الترفيهية وعلاقته بتخطيط مورها المالي، دراسة ميدانية بمنطقة مكة المكرمة، رسالة دكتوراه، قسم السكن وإدارة المنزل، كلية التربية للاقتصاد المنزلي، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية.
٢٩. منى عبد الوارث (٢٠٠٤): التحولات الاجتماعية والاقتصادية وعلاقتها بتغير أنماط الاستهلاك في القرية المصرية "دراسة ميدانية لتأثير الإعلان التلفزيوني - رسالة ماجستير - كلية الآداب - جامعة المنوفية - شبين الكوم.
٣٠. نجلاء سيد حسين (٢٠١٤): التخطيط الاستراتيجي للتقاعد وعلاقته بالتوافق النفسي والاجتماعي للمسنين - مجلة بحوث التربية النوعية - جامعة المنصورة - عدد (٣٣) - جزء (٢) - يناير.
٣١. نعمة مصطفى رقبان (٢٠٠٨): دليلك إلى الإدارة العلمية للشئون المنزلية - مكتبة النور - القاهرة.
٣٢. هبة محمود حسن الفولي (٢٠١٤): تفعيل آليات المسؤولية المجتمعية لمنظمات حماية المستهلك وعلاقتها بالسلوك الاستهلاكي للأسرة في ضوء متطلبات الجودة، رسالة دكتوراه - كلية الاقتصاد المنزلي - جامعة حلوان.
٣٣. هنادي محمد عمر قمر (٢٠٠٨) : دراسة استراتيجية الاستثمار في سوق المال للأسر السعودية، رسالة دكتوراه، كلية التربية للاقتصاد المنزلي، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية.
٣٤. وفاء فؤاد شلبي، حنان محمد أبو صيري (٢٠٠٥) : إدارة الموارد الأسرية، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة حلوان.
٣٥. وفاء فؤاد شلبي وحنان محمد السيد أبو صيري و سناء محمد أحمد النجار (٢٠١٢): الثقافة الاستهلاكية وترشيد الاستهلاك - دار الكتب للنشر والتوزيع - القاهرة.
٣٦. وفاء فؤاد شلبي و إيناس بدير ومنار خضر ورشا راغب (٢٠١٦): إدارة الموارد في ظل متغيرات العصر - مكتبة النجاح للنشر - القاهرة - مصر .

ثانياً : المراجع الأجنبية :

43. Durham wisely t.(2004): **The family planning communication of voluntarily child- free couples.** Dissertation Abstracts international vol.65-11A.
44. Rudolph, Roger L. (1999) : **The Effects of advertising message on consumer risk perception and decision making** PHD, University of Minnesota.
45. EBRI(employee benefit research institute)(2003):**Family savings:results of the survey of consumer finances** Abril Epril.EBRI Washington,dc.
46. Good, D.(1999): **Thinking about and discussing QoL prespectives and Issues.** , New York : W.W. Norton & Co Publisher, USA.
47. Lino, M.M. (1999): **Factors affecting expenditures of single parent households,** home economics research journal, vol. 18, no (3) march.
48. Maxwell, J. (2006): **The difference maker . Making your attitude your greatest asset.** The John C. Maxwell Co .

ملخص البحث

المؤثرات الاستهلاكية وعلاقتها بالتوجه نحو التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي للأسرة

يهدف البحث إلى دراسة المؤثرات الاستهلاكية وعلاقتها بالتوجه نحو التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي للأسرة. وتكونت عينة البحث الأساسية من (٢٢٠) ربة أسرة بمحافظة القاهرة والجيزة والقليوبية، بشرط أن يكون الزوج والزوجة في معيشة مشتركة ولا تقل مدة زواجهم عن ٥ سنوات ولديهم أبناء ومن مستويات اجتماعية واقتصادية مختلفة وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي. وتم تطبيق الأدوات التالية: ١- استمارة البيانات العامة للأسرة. ٢- مقياس المؤثرات الاستهلاكية الأسرية ويتضمن مؤثرات. ٣- مقياس التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي للأسرة. وأسفرت نتائج الدراسة عن: وجود فروق ذات دلالة احصائية بين أفراد عينة البحث الأساسية في تأثير المؤثرات الاستهلاكية الأسرية تبعاً لمتغيرات البحث (مدة الحياة الزوجية - مستوى تعليم الزوجة - عمل الزوجة - حجم الأسرة - متوسط الدخل الشهري للأسرة) لصالح مدة الزواج الأقل والمستوى التعليمي الأعلى للزوجة ودخل الأسرة المرتفع عند مستويات دلالة (٠,٠١). وجود فروق ذات دلالة احصائية بين أفراد عينة البحث الأساسية في التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي للأسرة تبعاً لمتغيرات البحث لصالح مدة الزواج الأعلى، والمستوى التعليمي المرتفع للزوجة، والزوجة العاملة، والأسرة الأقل من (٤) أفراد، ودخل الأسرة المرتفع عند مستويات دلالة (٠,٠١)، و(٠,٠٥). -اختلاف نسبة مشاركة المتغيرات المستقلة في تفسير نسب التباين في المتغير التابع (التخطيط الاستراتيجي) تبعاً لأوزان معاملات (الانحدار - درجة الارتباط) وفق الترتيب التالي المستوى التعليمي للزوجة بنسبة ٨٣,٥%، يليه متوسط الدخل الشهري الدخل المالي بنسبة ٧٠%، وفي المرتبة الثالثة المؤثرات الاستهلاكية الاقتصادية الأسرة بنسبة ٦٥,٤%، وأخيراً المؤثرات الاستهلاكية التسويقية بنسبة ٦١,٩%.

ومن توصيات البحث: القيام بعمل لقاءات وندوات وبرامج تعرف بالمؤثرات الاستهلاكية والتعامل السليم معها، وكيفية الاستفادة منها وحث وسائل الاعلام على نشر برامج تحث على أهمية التخطيط الاستراتيجي للاستثمار المالي للأسرة.

Abstract

The consumption effects and their relationship with approaching the strategic planning of family's financial income

This research aims to study the consumption effects and their relationship with approaching the strategic planning of family's financial income.

The basic research sample comprised 220 housewives in the governorates of Cairo, Giza and Qalyubia, provided that the spouses are co-living at one home, their marriage period shall not be less than 5 years and have children and belong to different social and economic levels. The study used the analytical descriptive approach.

The study applied the following tools: 1. Form of general data for family, 2. Scale of family consumption effects, including, 3. Scale of strategic planning for family's financial income.

The study concluded the following results:- There are statistically significant differences between the members of the basic research sample in the influence of family consumption effects according to the research variables (marriage period, wife's education level, wife's work, family size, place of residence, family's average monthly income), in favor of shorter marriage period, wife's higher education level, and family's higher income at the significance levels of (0,01).

-There are statistically significant differences between the members of the basic research sample in the strategic planning of family's financial income according to the research variables, in favor of longer marriage period, wife's higher education level, working wife, family of less than (4) members, and family's higher income at the significance levels of (0, 01), and (0,05).

-The percentage of participation of the independent variables in the interpretation of the variance percentages in the dependent variable (strategic planning) varies according to the weights of the coefficients (regression - and the degree of correlation) according to the following order; wife's education level which came in the first place by (83.5%), followed by the financial income which came in the second place by (70%), followed by family's economic consumption effects which came in the third place by (65.4%), and eventually, the marketing consumption effects which came in the last place by (61.9%).

Recommendations of the research: Conducting meetings, seminars and programs that show consumption effects and how to direct the consumer to deal positively with such effect, and Urging the media to broadcast programs underscoring the importance of strategic planning for family's financial investment.