

## التسوق الإلكتروني وعلاقته بإدارة الوقت وإدارة الدخل المالي لدى عينة

### من الزوجات

#### إعداد

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

م. / خلود محمد البكري معيدة بقسم إدارة المنزل والمؤسسات كلية الاقتصاد المنزلي جامعة  
المنوفية

#### ملخص الدراسة

هدفت الدراسة الحالية الي التعرف علي طبيعة العلاقة بين التسوق الإلكتروني بمحاوره الثلاثة (مرحلة ما قبل الشراء - مرحلة الشراء الفعلي - مرحلة ما بعد الشراء)، و إدارة الوقت بأبعادها الثلاثة (تخطيط - تنفيذ - تقييم)، و إدارة الدخل المالي بجوانبه الثلاثة (تخطيط - تنفيذ - تقييم) لدي الزوجات عينة الدراسة، دراسة الفروق بين الزوجات (الريفيات والحضریات، والعاملات وغير العاملات) في كلٍ من التسوق الإلكتروني بمحاوره الثلاثة، وإدارة الوقت بأبعادها الثلاثة، وإدارة الدخل المالي بجوانبه الثلاثة لدي الزوجات عينة الدراسة في التسوق الإلكتروني بمحاوره الثلاثة، وإدارة الوقت بأبعادها الثلاثة، وإدارة الدخل المالي بجوانبه الثلاثة وفقاً لكلٍ من (عدد أفراد الأسرة- سن الزوج والزوجة- عدد سنوات الزواج- المستوى التعليمي للزوج والزوجة - مهنة الزوج- الدخل المالي للأسرة- مقدار مشاركة الزوجة في الدخل- عدد مرات التسوق عبر الإنترنت).

وانتبتت الدراسة الحالية المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم إعداد وتقنين استبيان عن التسوق الإلكتروني، واستبيان عن إدارة الوقت، واستبيان عن إدارة الدخل المالي وتم تطبيق الاستبيان إلكترونياً عن طريق الإنترنت على عينة من الزوجات تم اختيارها بطريقة صدفية غرضية مكونة من ١٧٠ زوجة من مستويات اجتماعية واقتصادية مختلفة. وأوضحت النتائج أنه توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة احصائية بين التسوق الإلكتروني بمحاوره الثلاثة وإدارة الوقت بأبعادها الثلاثة وإدارة الدخل بجوانبها الثلاثة عند مستوى دلالة ٠،٠١، لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسط درجات الزوجات الريفيات والحضریات في التسوق الإلكتروني بمحاوره الثلاثة، و إدارة الوقت بأبعادها الثلاثة، و إدارة الدخل المالي بجوانبها الثلاثة، عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين متوسط درجات الزوجات العاملات وغير العاملات في التسوق الإلكتروني بمحاوره الثلاثة، وإدارة الوقت بأبعادها الثلاثة، و إدارة الدخل المالي بجوانبها الثلاثة.

وقدمت الدراسة مجموعة من التوصيات كان من أهمها اعداد برامج توعية في وسائل الاعلام المختلفة المرئية والمسموعة من خلال المتخصصين من اساتذة علم الإدارة والمؤسسات وأخصائيين إدارة العلاقات وشئون الأسرة للتوعية بمزايا وعيوب التسوق الإلكتروني علي الزوجة والأسرة خاصة والمجتمع عامة لحسن استخدامه من قبل المستهلك، وعقد الندوات واللقاءات مع الزوجات بالاستعانة بمتخصصين في علم ادارة المنزل والمؤسسات من خلال الجامعات والنوادي وجمعيات المجتمع المدني لتوعية الزوجات وتنقيهن بضرورة التدريب الجيد علي حسن إدارة الدخل المالي والوقت للأسرة، عقد الندوات واللقاءات للجهات التسويقية لتوعيتهم بنقاط الضعف وعيوب التسوق الإلكتروني لمعالجتها وتدعيم جوانب القوة فيه وكذلك تزويد جمعية حماية المستهلك بذلك لزيادة الاقبال علي استخدام التسوق الإلكتروني عن التقليدي.

الكلمات المفتاحية: التسوق، التسوق الإلكتروني، الإدارة، إدارة الوقت، إدارة الدخل المالي.

## مقدمة ومشكلة الدراسة

يشهد العالم اليوم تطوراً هائلاً في وسائل الاتصالات وتقنية المعلومات، حتي أصبح يطلق علي هذا العصر - عصر الثورة المعلوماتية وذلك للتغيرات السريعة والمتلاحقة المترتبة علي التقدم العلمي والتقني والتي شملت معظم جوانب الحياة (شمسه، ٢٠٠٩ : ١).

وقد كان التوسع في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات عموماً وشبكة الإنترنت خصوصاً، ناتجاً عن تأثيرات العولمة، كونها فرضت نفسها بقوة في البيئة العالمية، مما أدى إلي تطوير في المنتجات والخدمات المقدمة وحتى في بنية وتكوين المجتمعات، حيث أصبح معدل انتشار استخدام الإنترنت مقياساً لمدي تقدم المجتمع (سعادى، ٢٠٠٦ : ٤٨). وقد أدرك المستهلكون ومنظمات الأعمال المزايا الفريدة والجديدة التي يمكن تحقيقها عبر الارتباط بالإنترنت فالأفراد يستطيعون أن يتصلوا بالبائعين ويبحثون عن المنتجات من سلع وخدمات ويخططون وينفون عملية الشراء عبر توفير البدائل المتعددة علي الإنترنت وإجراء مقارنات الأسعار واتخاذ قرار الشراء (أبو فارة، ٢٠٠٤ : ١٣).

وتعد شبكة الإنترنت عهد جديد في عالم التسويق لكل من المنتج والمستهلك، إذ تمكنت الشركات من إدارة معلوماتها بشكل علمي ووضعت استراتيجيات دقيقة وعلمية للتسويق عبر الإنترنت، حيث تتيح هذه الشبكة فرصة للشركات لدخول الأسواق العالمية وزيادة فرص البيع والأرباح إذ كان بإمكانها تلبية متطلبات الزبائن في جو من المنافسة الحادة، فالمستهلك هو الأساس الذي يعتمد عليه لإنتاج منتجات مختلفة وتسويقها لإشباع حاجاته المختلفة (هاشم & أبو حميدة، ٢٠٠٧ : ٢).

وقد ظهر التسويق الإلكتروني والذي يعد تطبيقاً حقيقياً لفكرة العولمة، واعتمد علي إمكانيات شبكة الإنترنت وجعلها سوقاً لاتصال الشركات بعملائها بكفاءة، الأمر الذي أدى إلي تحول شكل التجارة العالمية من الشكل التقليدي إلي الإلكتروني (أبو اليمين، ٢٠٠٤ : ٢).

إن التسوق الإلكتروني لا يعني التسويق الإلكتروني، حيث التسوق الإلكتروني يعني البيع والشراء عبر التقنيات الرقمية، والتي يمثل الإنترنت أبرزها وليس وحدها، بينما يشمل التسويق الإلكتروني علي العمليات التي تسبق العملية الانتاجية كافة، وانشاءها، وبعد الحصول علي السلع أو الانتفاع بالخدمات. وفي هذا الإطار، فإن التسوق الإلكتروني هو جزء لا يتجزأ من التسويق الإلكتروني، مثلما أن التسويق عبر الإنترنت هو جزء لا يتجزأ من التسويق الإلكتروني (العلاق، ٢٠٠٩ : ١٥-١٧).

وأصبح التسوق عبر الإنترنت ظاهرة معاصرة، إذ يُعَيِّل ملايين الناس علي التسوق بانتظام مستخدمين أجهزة الكمبيوتر الشخصية، وفي ذلك اقتصاد للوقت، لعدم وجود حاجة للذهاب إلي المركز التجاري للشراء، كما يقصد في المال لأنه

يوفر تكاليف التنقل وربما السفر فضلاً عن أن المتسوق يقوم بعملية تسوق واسعة عبر الإنترنت ليختار السلعة أو الخدمة المناسبة بالسعر المناسب (عقل & النادي، ٢٠٠٧: ١٥١).

وانتقدت دراسة كل من (Ward & Lee، ٢٠٠١: ٦) و (Vrechopoulos, et. Al, 2001: 142) أن من الأسباب التي تدعو المستهلكين للقيام بنشاط التسوق عبر الشبكة تكمن في السهولة التي يستطيع من خلالها المستهلك العثور على العديد من المنتجات عبر الإنترنت، إضافة إلى المعلومات التفصيلية عن تلك المنتجات وتعدد الخيارات، وتوافر الخدمة على مدار ٢٤ ساعة وتوفير الوقت للمستهلك وثبينة الطلبات بأرقام قياسية.

ويعتبر كل من (Wolfenbarger & Gilly, 2002: 34-35) أن التسوق المباشر عبر الإنترنت يتسم بالكفاءة والعقلانية وإن العملاء يقومون بالتسوق بشكل سريع، كما كشفت بحوث التسويق لبعض الشركات ان من ٦٦% ألي ٨٠% من عملاء المواقع الالكترونية يقومون بالبحث عن منتجات محددة.

وأشارت دراسة إبراهيم (٢٠٠٢: ٣٠) أن نسبة ٧٧,٤٦% يؤيدون ويشجعون التسوق الإلكتروني، مقابل ٢٢,٥٤% وهذا ما يدل على أن مستقبل التسوق الإلكتروني واعد فيما لو أتاحت الوسائل الضرورية واللازمة لذلك.

وقد أشارت نتائج مسح واسعة لمستخدمي الإنترنت في السعودية إلى استخدام واسع للتجارة الإلكترونية في السعودية تجاوز ٣,٥ مليون مستخدم بنسبة ١٤,٢٦% من عدد سكان المملكة (القيهي، ٢٠٠٩: ٢٣).

وبينت دراسة ققيه (٢٠١٣: ١١٣) على وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية عالية بين جميع محاور استبيان التسوق الإلكتروني (مرحلة ما قبل الشراء - مرحلة الشراء الفعلي - مرحلة ما بعد الشراء) في عصر المعلوماتية وجميع محاور استبيان الاتجاهات الاستهلاكية (المكون المعرفي - المكون الوجداني - المكون السلوكي) حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (٠,٨٧٦) عند مستوي دلالة (٠,٠١).

فمن خلال التسوق الإلكتروني يبذل المستهلك جهود بسيطة للبحث عن السلع وشرائها مقارنة بالتسوق التقليدي، فيقوم المستهلك بقضاء القليل من الوقت في فحص البدائل، أو المنتجات المختلفة والمقارنة بينهما كما يوفر السهولة والسرعة في التحول بين المواقع التجارية ممل يساعد على تخفيض تكلفة البحث عن المعلومات الخاصة بالمنتجات الي جانب الخصوصية في عملية التسوق وعدم المخالطة الاجتماعية والحرية المطلقة خلال عملية التسوق (الصحن & السيد، ٢٠٠٧: ١١٩).

وإن دخل الأسرة هو عماد حياتها فمن الأهمية بمكان تخطيطه وإدارته لتحقيق أهداف ومتطلبات الأسرة فكل أسرة تترك بشكل أو بآخر أهمية تخطيط وإدارة دخلها وذلك لرغبتها في أن يكفيها دخلها خلال الفترة المحددة له، سواء كانت أسبوعيه أم شهريه أم سنوية... الخ حتى لا تضطر إلي الاستئانة (قبان، ٢٠٠٨: ١٣١).

ترجع أهمية الدخل المالي للأسرة إلي أنه يحدد للأسرة الخطوط العامة لشكل حياة الفرد والأسرة ومستوي معيشتها، والهدف من إدارة الدخل المالي للأسرة هو تحقيق أقصى ما يمكن إشباعه من رغبات ومتطلبات الأسرة، وعلي ذلك يمكن القول أن إدارة الدخل المالي مسؤلية أسرية تتوقف عليها سعادة الأسر وتؤثر تأثير مباشر علي أفرادها، كما تعرف أيضاً بأنها عملية توزيع الدخل الكلي للأسرة بما يحقق أهداف الأسرة القريبة والبعيدة المدى، والتي تتمثل في التخطيط والتنفيذ والتقييم (طه، ٢٠١٧ : ١٢٥).

لوقت أهمية كبرى في حياتنا المعاصرة، وخاصة أنه مورد نادر يصعب علي الكثير من الناس إدارته، فلا يمكن شراؤه ولا بيعه ولا استعارته (الأسطل، ٢٠٠٩ : ٢).

إن مفهوم الوقت مفهوم شخصي وبالتالي فإن طريقة قضاء المرء لوقته في العمل إنما هي تعبير صادق عن شخصية الفرد وأسلوب تعامله وطريقة معالجته للأعمال التي توكل إليه، ولذا يجب أن نعمل في الوقت المتاح لنا ولا نضيع أي دقيقة منه وبالتالي نستطيع أن نقوم بالعمل علي الوجه الأكمل (كارنيغي، ٢٠١٠ : ٣٢).

وموضوع الوقت وإدارته، وحسن اغتنامه من الموضوعات المهمة في الإدارة بشكل عام وإدارة الأسرة علي نحو الخصوص، وتعد إدارته من أهم الأعمال الواجب التعامل معها بكفاءة وفاعلية، حيث تعتبر مؤشراً أساسياً لقياس مدى فاعلية الفرد في تنظيمه للوقت واستثماره وتوظيفه وتوزيعه بفاعلية علي المهام المختلفة، ومحاولة تقليل الضائع منه هداراً، لتحقيق أهدافه (يوسف، ٢٠٠٦ : ٢).

وتعد القدرة علي إدارة الوقت مفتاح النجاح في أي عمل من الأعمال أو نشاط من الأنشطة، لذا فإن إدارة الوقت يترتب عليها قدرة الفرد علي إدارة ذاته لأن من لا يستطيع إدارة وقته لن يتمكن من إدارة ذاته (أبو شيخة، ٢٠٠٩ : ٢٨).

وتبرز أهمية الوقت في العصر الحالي إلي نتائج حصيلية الفرد المترجمة إثر التطورات التكنولوجية المتسارعة والمتلاحقة والمنعكسة علي منافع الإنسانية، سواء في حسن استغلاله للموارد المتاحة أو اكتشاف الجديد منها لتعظيم معدلات الإنتاج الإنساني (المشوحى، ٢٠١٣ : ٣٣).

وتؤكد علييات (٢٠٠٢ : ١٧٠) أن ارتباط التخطيط والإدارة بالوقت بصفة دائمة عند أداء الأنشطة المختلفة إنما يكفل تحقيق فعالية مرتفعة في استغلال الوقت المتاح للوصول إلي الأهداف المنشودة.

وأوضحت دراسة الفيفي (٢٠١٣ : ١٨٧) أن كفاءة ربة الأسرة في إدارتها لمواردها بما فيها الوقت يؤثر تأثيراً إيجابياً علي التوافق الاجتماعي لها، حيث يجعلها قادرة علي تحقيق الملائمة السليمة بين احتياجاتها واحتياجات أسرته ومتطلبات البيئة المحيطة بها، وبالتالي التغلب علي كافة المشكلات والأزمات التي تواجهها. وأكدت دراسة الديسبي (٢٠١٣ : ٢٢) علي أن إدارة وتنظيم الوقت يساعد علي تقسيم العمل وكلما أمكن تقسيم العمل ازدادت القدرة علي تنفيذه، كما يساعد ذلك في استخدام كافة الموارد المتاحة.

ومن هنا يمكن صياغة مشكلة الدراسة الحالية في السؤال التالي: ما طبيعة العلاقة بين التسوق الإلكتروني، وكل من إدارة الوقت وإدارة الدخل المالي لدي عينة من الزوجات؟

### أهداف الدراسة

تهدف الدراسة الحالية بصفة رئيسة إلى دراسة الاتجاه نحو التسوق الإلكتروني وعلاقته بإدارة الوقت وإدارة الدخل المالي لدي عينة من الزوجات. ولتحقيق هذا الهدف يستلزم تحقيق الأهداف الفرعية الآتية :

- ١- تحديد طبيعة العلاقة بين التسوق الإلكتروني بمحاوره الثلاثة (مرحلة ما قبل الشراء - مرحلة الشراء الفعلي - مرحلة ما بعد الشراء)، وإدارة الوقت بأبعدها الثلاثة (تخطيط - تنفيذ - تقييم)، وإدارة الدخل المالي بجوانبه الثلاثة (تخطيط - تنفيذ - تقييم) لدي الزوجات عينة الدراسة.
- ٢- الكشف عن طبيعة العلاقة بين بعض متغيرات المستوى الاجتماعي الاقتصادي للأسرة (عدد أفراد الأسرة، سن الزوج / والزوجة، عدد سنوات الزواج، المستوى التعليمي للزوج / والزوجة، عمل الزوج / والزوجة، الدخل المالي للأسرة، مقدار مشاركة الزوجة في الدخل)، و التسوق الإلكتروني بمحاوره الثلاثة، وإدارة الوقت بأبعدها الثلاثة، وإدارة الدخل المالي بجوانبه الثلاثة لدى الزوجات عينة الدراسة.
- ٣- دراسة الفروق بين الزوجات الريفيات والحضرية في كل من التسوق الإلكتروني بمحاوره الثلاثة، وإدارة الوقت بأبعدها الثلاثة، وإدارة الدخل المالي بجوانبه الثلاثة لدى الزوجات عينة الدراسة.
- ٤- دراسة الفروق بين الزوجات العاملات وغير العاملات في كل من التسوق الإلكتروني بمحاوره الثلاثة، وإدارة الوقت بأبعدها الثلاثة، وإدارة الدخل المالي بجوانبه الثلاثة لدى الزوجات عينة الدراسة.
- ٥- الكشف عن طبيعة التباين بين الزوجات في التسوق الإلكتروني من وجهة نظر الزوجة بمحاوره الثلاثة، وفقاً لكل من (عدد أفراد الأسرة- مدة الزواج- سن الزوج والزوجة- المستوى التعليمي للزوج والزوجة - مهنة الزوج- الدخل المالي للأسرة- مقدار مشاركة الزوجة في الدخل- عدد مرات التسوق عبر الانترنت).
- ٦- الكشف عن طبيعة التباين بين الزوجات في إدارة الوقت بأبعدها الثلاثة وفقاً لكل من (عدد أفراد الأسرة- مدة الزواج- سن الزوج والزوجة- المستوى التعليمي للزوج والزوجة - مهنة الزوج- الدخل المالي للأسرة- مقدار مشاركة الزوجة في الدخل- عدد مرات التسوق عبر الانترنت).
- ٧- الكشف عن طبيعة التباين بين الزوجات في إدارة الدخل المالي بجوانبه الثلاثة وفقاً لكل من (عدد أفراد الأسرة- مدة الزواج- سن الزوج والزوجة- المستوى التعليمي للزوج / الزوجة - مهنة الزوج- الدخل المالي للأسرة- مقدار مشاركة الزوجة في الدخل- عدد مرات التسوق عبر الانترنت).

## أهمية الدراسة

تتمثل أهمية الدراسة الحالية في اتجاهين رئيسيين هما:

### أولاً : خدمة المجتمع المحلي

يمكن أن تسهم نتائج الدراسة الحالية في خدمة المجتمع المحلي من خلال:

١- تأتي أهمية هذه الدراسة من أهمية متغيراتها فهي تتناول التسوق الإلكتروني كما تناولت إدارة الدخل المالي وإدارة الوقت لدي الزوجات، وبالتالي إذا اتجهت الزوجات نحو التسوق الإلكتروني وكان بجودة وكفاءة وتكلفة التسوق التقليدي ساعد ذلك علي حسن ادارة الدخل المالي والوقت لدي الزوجة خاصة والاسرة عامة.

٢- الاستفادة من البحث في إعداد وتقديم برامج وتوعية ارشادية للأسرة لتوجيههم نحو التسوق الإلكتروني لتوفير الوقت والجهد والمال والتعرف علي مزاياه وتجنب عيوبه.

٣- إمداد الجهات التسويقية ببعض النتائج المتعلقة بنقاط الضعف في التسوق الإلكتروني لمعالجتها، ونقاط القوة لتدعيمها، وذلك من أجل زيادة الاقبال عليه من قبل ربات الاسر.

### ثانياً : خدمة مجال التخصص

١- تتضح أهمية هذه الدراسة من خلال أهمية الموضوع الذي تناولته الدراسة إذ لا توجد دراسة واحدة عربية (على حد علم الباحثة) تناولت التسوق الإلكتروني وعلاقته بإدارة الدخل المالي والوقت لدي الزوجات مما يجعل هذه الدراسة سابقة في هذا المجال.

٢- استخدام نتائج هذه الدراسة لتكون بداية لدراسات تهتم بتتمة الاتجاه نحو التسوق الإلكتروني بصفه خاصة للزوجات وجميع أفراد الأسرة بصفة عامة من خلال برامج إرشادية تدريبية ومقاومة ومعالجة الأسباب التي تعيق التسوق الإلكتروني من قبل جهات التسويق.

٣- تفتح الدراسة الحالية الطريق أمام الباحثين لإجراء المزيد من الدراسات المستقبلية حول هذا الموضوع من خلال ما ستتوصل إليه الدراسة من نتائج وتضع من توصيات.

٤- لعل هذه الدراسة تكون إضافة في مجال التخصص حيث أنها تدعم مكتبة قسم إدارة المنزل والمؤسسات في كلية الاقتصاد المنزلي جامعة المنوفية بمادة علمية ونتائج للدراسة واستبان عن التسوق الإلكتروني وإدارة الدخل المالي والوقت لدي الزوجات مما يفيد الطلبة والطالبات باعتبارهم أرباب وربات أسر المستقبل ويسهم في التوعية المستقبلية لهم لتكوين أسر مستقرة وناجحة.

## الأسلوب البحثي

أولاً: التعريفات العلمية والإجرائية لمصطلحات الدراسة الحالية

### ١- التسوق الإلكتروني

#### التسوق

يعرفه المرسي & عبد الرحمن (٢٠٠٥: ٥٨) بأنه مجموعة من الأنشطة التي يقوم بها الفرد لتلبية احتياجاته من السلع، والخدمات، ويري عالم & شاهين (٢٠٠٥: ٢٥٦) أن التسوق في معناه التقليدي عبارة عن الذهاب لمكان يتم فيه عرض السلع وتتم فيه المعاملات بين البائعين والمشتريين من أجل تبادل المنتجات والخدمات، كما عرف النونو (٢٠٠٧: ٤٢) التسوق الإلكتروني "بأنه شكل من أشكال التبادل التجاري الذي يتم بين الشركات والمستهلكين وذلك من خلال وسائل إلكترونية".

#### التسوق الإلكتروني

يعرفه (Kaur: 2013: 1) بأنه عملية شراء السلع والخدمات من التجار الذين يبيعون علي الانترنت، وعرفه (Shin: 2013: 52) بأنه شكل جديد من أشكال التسوق ينطوي علي استخدام وسائل الاعلام الاجتماعية الإلكترونية، والتي تدعم التفاعل الاجتماعي بين الأفراد من مناطق مختلفة، من أجل مساعدة بعضهم البعض في شراء وبيع المنتجات والخدمات عبر الانترنت، ويري (Saad & Paul: 2013: 1) بأنه هو أحد أشكال التجارة الإلكترونية والتي بواسطتها يستطيع المستهلك شراء المنتجات أو الخدمات مباشرة من البائعين عبر الإنترنت، وهو نظام يتيح حالياً عبر الانترنت حركات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات، كما يتيح أيضاً الحركات الإلكترونية التي تدعم توليد العوائد مثل عمليات تعزيز الطلب علي تلك السلع والخدمات والمعلومات، ويمكن تشبيه التجارة الإلكترونية بسوق إلكتروني يتواصل فيه البائعون والمشترون وتقدم فيه المنتجات والخدمات في صيغها افتراضية أو رقمية كما يتم دفع ثمنها بالنقود الإلكترونية (بامخرمة، ٢٠١١: ٢٨١)، كما عرفه عقل & النادي (٢٠٠٧، ٢٠-١٩) بأنه عملية جمع المعلومات والبيانات عن كافة السلع والخدمات التي تزود المستهلك بالمعلومات التي يحتاجها لكي يتخذ علي أساسها قرار الشراء الصحيح، ويتم ذلك بواسطة زيادة المواقع (المتاجر) الإلكترونية المختلفة، واستعراض السلع والخدمات التي تعرضها للحصول علي معلومات إضافية مفصلة عن أنواعها ومواصفاتها وأسعارها، ويعرف Kotler (٢٠٠٠، ٥١٧) و شاهين (٢٠٠٠،

٦٢) التسوق عبر الانترنت يستخدم مجازاً للإشارة إلى عمليات التجارة الالكترونية التي تتم بين الأعمال والمستهلكين، حيث أنه يوفر للمستهلك المعلومات والخدمات التي تتيح له القدر المناسب من المعرفة والتي تمكنه من اتخاذ قرار الشراء الصحيح.

## ٢- إدارة الوقت

### الإدارة

اصطلاحاً: تُعرف الإدارة من وجهة نظر الزغبى & دودين (٢٠١٥: ١) بأنها فن قيادة الأفراد بهدف إنجاز الأعمال وتحقيق الأهداف، فهي عملية مستمرة ومتفاعلة تهدف إلى توجيه الجهود الفردية والجماعية نحو تحقيق أهداف مشتركة باستخدام الموارد المتاحة بأعلى درجة من الفاعلية والكفاءة، كما تُعرف شرف الدين (٢٠١٣: ١٣) الإدارة بأنها الآلية التي تمكن الأسرة من تحقيق أهدافها وأفرادها بأقل قدر من المدخلات أو الموارد سواء البشرية أو المادية وذلك من خلال فعالية وكفاءة عمليات التخطيط والتنظيم والتنفيذ والتقييم، بينما تُعرف أبو العلا (٢٠١٣: ٢١) الإدارة بأنها فن التعامل مع البشر وتوجيه جهودهم لتحقيق الأهداف، ويُعرفها إرحيم (٢٠١٢: ١٠) بأنها توفير نوع من التعاون والتنسيق بين الجهود البشرية المختلفة من أجل تحقيق هدف معين، هي الاستخدام الأمثل للموارد بهدف رفع الكفاءة وتحقيق أهداف محددة، ويتطلب ذلك القدرة على التخطيط - التنظيم - التوجيه - المتابعة - التقييم (عبد الرحمن، ٢٠١٢ : ٢٠٤)، أما الإدارة عند (Goal & et al (2009: 1550) تعني حسن إنجاز الأمور في أفضل صورها وتعتبر أداة مهمة في هذا العالم لحل أي مشكلة وتحقيق النجاح أو الحصول على أقصى قدر من المنافع بعد وضع أدنى حد من المدخلات، وعرفها الأسطل (٢٠٠٩ : ٦٠) أنها فن التنسيق بين الجهود البشرية والإمكانات المتاحة، من أجل رفع مستوى المؤسسة وتحقيق الأهداف المنشودة مع مراعاة العلاقات الاجتماعية داخل المؤسسة، والإدارة هي الاستخدام الأمثل للموارد بهدف رفع الكفاءة وتحقيق أهداف محددة ويتطلب ذلك القدرة على التخطيط والتنظيم والتوجيه والمتابعة والتفسير (الدرمكي & على، ٢٠٠٨: ٤)، ويعرفها أبو النصر (٢٠٠٨ : ٢٢) أنها عملية تحقيق الأهداف المخطط لها؛ وذلك بأقل قدر ممكن من الموارد المتاحة، وفي الإطار الزمني المحدد لها، ومن هنا نجد أن الإدارة هي حسن استخدام الأسرة لما لديها من موارد من أجل تحقيق أهدافها ومن هنا نجد أن أهمية الموارد تتركز في أنها أدوات تحقق بها الأسرة أهدافها (نوفل، ٢٠٠٦: ٣٤)، وترى شرف وآخرون (٢٠٠٥: ٢١٥) أن

الإدارة بمعناها العام تعنى النشاط الموجه نحو توفير التعاون المثمر والتنسيق الفعال بين الجهود البشرية المختلفة العاملة من أجل تحقيق هدف معين بدرجة عالية من الكفاءة، وأن محور العملية الإدارية هو العنصر البشرى.

### الوقت

اصطلاحًا: تعرفه **عبد الرحمن (٢٠١٢ : ٢٠٤)** بأنه الوحدة الزمنية التي يتم الاعتماد عليها في قياس وتحديد الفترات الزمنية التي يتم تحديدها لأي من الفعاليات اليومية أو المهنية أو العلمية.

### إدارة الوقت

إدارة الوقت من المفاهيم الشاملة والمتكاملة التي تصلح لأي مكان وزمان وأي إنسان فهي لا تقتصر على فرد دون آخر، وهذا يرجع إلى ارتباط مفهوم إدارة الوقت بالعمل الإداري، والحقيقة أنه لا يقتصر على إدارة وقت العمل فقط، ولكنه يشمل أيضًا على إدارة الوقت الخاص ووقت الترفيه والنوم، كما أن مفهوم إدارة الوقت يختلف من ثقافة إلى أخرى ومن فرد لآخر باختلاف احتياجاتهم، ودوافعهم، وطبيعة وظائفهم (مرجان، ٢٠٠٧: ٥٤)، وقد أشار (Alay & Kocak 2002:9) بأن إدارة الوقت قضية حاسمة لكل من الأفراد والمؤسسات، وأن قيمة إدارة الوقت ليست في السيطرة على الوقت في حد ذاته، ولكن باتباع طرق ووسائل يستعملها الناس ليستطيعوا أن يحسنوا حياتهم، وهي إدارة الوقت هي قدرة الشخص على استخدام وقت الوظيفة لإنجاز المهام في التوقيت المحدد لها (غنيم، ٢٠١٠: ٢١-٢٢)، كما أوضح الجريسي (٢٠٠٥: ١٩) تعريف إدارة الوقت بقوله إدارة الوقت تعني إدارة الذات والاستخدام الجيد والصابر للوقت المحدد والمسموح به لتحقيق غاية ما، وعرفها رقبان (٢٠١٣: ١٦٠) بأنها تخطيط الوقت وتنظيمه ومتابعة ذلك وتنفيذه بأكبر درجة من الكفاءة والفعالية، بينما يعرفها الدرمني & علي (٢٠٠٨: ٥) بأنها الاستخدام الأمثل للوقت وتحقيق أهداف محددة وذلك بالتخطيط والتوجيه والمتابعة والتقييم الفعال للأنشطة والواجبات خلال فترة زمنية محددة، وتعرف شتات (٢٠٠٨: ٣٢) إدارة الوقت بأنها قدرة الفرد على تحديد أولويات العمل وجدولتها، فهي تعنى الاستفادة القصوى من الوقت، ويُعرف المكاوي (٢٠١٤: ٨) إدارة الوقت بأنها عملية الاستفادة بما هو متاح لدينا من الوقت وكذلك المواهب الشخصية لتحقيق ما نسعى إليه من أهداف مهمة في حياتنا، مع مراعاة التوازن بين متطلبات العمل والحياة الخاصة وبين حاجات الجسد والروح والعقل، بينما يُعرف (Mackenzie 2000:797) إدارة الوقت بأنها إدارة الذات، حيث يُعد الانضباط الذاتي

بمثابة مفتاح إدارة الوقت، كما يُعرف عبد اللطيف (٢٠:٢٠١٥) إدارة الوقت بأنها الطرق والوسائل التي تعين الفرد على الاستفادة القصوى من وقته في تحقيق أهدافه وخلق التوازن في حياته ما بين الواجبات والرغبات والأهداف، بينما يعرف عبودي (٢٣:٢٠٠٦) إدارة الوقت بأنها فن وعلم الاستخدام الرشيد للوقت، هي علم استثمار الزمن بشكل فعال، وهي عملية قائمة على التخطيط والتنظيم والتنسيق والتحفيز والتوجيه والمتابعة والاتصال، وعرفتها سالم (٢٠٠٩، ١٣٥) بأنها تخطيط وتنفيذ وتقييم الوقت المتاح لدينا لتحقيق الأهداف التي نسعى لتحقيقها في حياتنا مع المحافظة على التوازن بين متطلبات العمل والمواقف الحياتية اليومية، وهي بأنها القيام بتوزيع الأعمال المطلوب أداؤها على ما لدي الفرد من ساعات محددة لتحقيق أقصى درجة من الاستفادة الممكنة لتحقيق الأهداف المنشودة لديهم وتتكون من ثلاث مراحل (التخطيط - التنفيذ - التقييم) (إبراهيم، ٢٠١٦: ١٧٢)، وتعرف إدارة الوقت بأنها كيفية استخدام ما لدى الفرد من ساعات محدودة لأداء ما عليه من التزامات وواجبات وأعباء، فالزمن يحدد الإطار الذي يتم بداخله إنجاز أعمال الإنسان وأنشطته (نوار، ٢٠٠٨: ٢١٤)، وعرفها شحادة (٢٠٠٥: ٥٢٩) أنها تخطيط وتنظيم وتنسيق الأعمال والجهود للاستخدام الكفء والأمثل لمورد الوقت وتوفيره وحسن استثماره والقضاء على مضيعاته لتحقيق الأهداف المنشودة، وعرفت خضير (٢٠١٩: ٦٦) إدارة الوقت والجهد بأنها مهارة ربة الأسرة في التخطيط للاستفادة من وقتها بطريقة صحيحة وعلى أسس وقواعد ومعلومات تساعد في إتمام وإنجاز أعمالها بأقل وقت وبكل راحة، كما تعرف بأنها وسيلة لرصد ومراقبة الوقت وتحديد الأهداف من الحياة، ومتابعة استخدام الوقت وتحديد الأولويات والمهام من الأهداف، كما تشتمل على تخطيط منظم وهادف للحياة (Richard, 2009: 147)، كما تعرف بأنها الاستخدام الأمثل للوقت بهدف تحقيق أهداف محددة وذلك بالتخطيط والتنظيم والتوجيه والمتابعة والتقييم الفعال للأنشطة والواجبات خلال فترة زمنية محددة (قطناني، ٢٠١٤: ٣٨).

### ٣- إدارة الدخل الهالي:

يري نوفل (٢٠٠٦: ١٤٩) أن دخل الأسرة مورد حيوي وهام لأنه أحد العوامل الحاسمة التي تساعد الأسرة علي إشباع حاجاتها وتحقيق أهدافها، وتعرف حقي (١٩٩٨: ١٦٣) إدارة الدخل المالي للأسرة بأنه الموازنة التي تضعها الأسرة لتوضح بها طريقة وأسلوب توزيع دخلها المالي علي بنود الإنفاق المختلفة في فترة زمنية محددة والهدف منها توزيع الموارد المحددة علي

الحاجات المتعددة للحصول علي أقصى منفعة بأقل التضحيات مع عمل حساب للمستقبل بتخصيص نسبة معينة من الدخل للدخار مع الحرص علي استثماره، حسن استخدام ربة الاسرة لدخل اسرتها المالي للحصول علي اقصي منفعة ممكنة باقل التضحيات مع عمل حساب للمستقبل بتخصيص نسبة معينة من الدخل للدخار مع الحرص علي استمراره (زعتز، ٢٠١٣: ٢٥).

#### ٤- الزوجات

عرف الباحثون الزوجات من الناحية الاجرائية بأنهم الزوجات من ريف وحضر المحافظات المختلفة، سواء كانوا عاملات او غير عاملات، ومن مستويات اجتماعية واقتصادية مختلفة، تقوم بالتسوق الالكتروني.

#### ثانياً: فروض الدراسة

##### تم صياغة الفروض بصورة صفيرية كها يلي:-

- ١- لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين التسوق الالكتروني بمحاورة الثلاثة (مرحلة ما قبل الشراء - مرحلة الشراء الفعلي - مرحلة ما بعد الشراء)، وإدارة الوقت بأبعاها الثلاثة (تخطيط - تنفيذ - تقييم)، وإدارة الدخل بجوانبها الثلاثة (تخطيط - تنفيذ - تقييم) لدي الزوجات عينة الدراسة.
- ٢- لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين بعض متغيرات المستوى الاجتماعي الاقتصادي للزوجات (عدد أفراد الأسرة، سن الزوج / والزوجة، عدد سنوات الزواج، المستوى التعليمي للزوج / والزوجة، عمل الزوج/ والزوجة، الدخل المالي للأسرة، مقدار مشاركة الزوجة في الدخل)، والتسوق الالكتروني بمحاورة الثلاثة لدى الزوجات عينة الدراسة.
- ٣- لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين بعض متغيرات المستوى الاجتماعي الاقتصادي للطالب (سن الطالب/ الطالبة، الفرقة الدراسية، عدد أفراد الأسرة، المستوى التعليمي للأب والأم، فئات الدخل الشهري للأسرة، عدد ساعات استخدامك للإنترنت، عدد سنوات استخدامك للإنترنت)، وإدارة الوقت بأبعاها الثلاثة لدى الزوجات عينة الدراسة.
- ٤- لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين بعض متغيرات المستوى الاجتماعي الاقتصادي للطالب (سن الطالب/ الطالبة، الفرقة الدراسية، عدد أفراد الأسرة، المستوى التعليمي للأب

- والأم، فئات الدخل الشهري للأسرة، عدد ساعات استخدام للإنترنت، عدد سنوات استخدمك للإنترنت)، وإدارة الدخل بجوانبها الثلاثة لدى الزوجات عينة الدراسة.
- ٥- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الزوجات الريفيات والحضرية في كل من التسوق الإلكتروني بمحاورة الثلاثة، وإدارة الوقت بأبعدها الثلاثة، وإدارة الدخل المالي بجوانبها الثلاثة لدى الزوجات عينة الدراسة.
- ٦- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الزوجات العاملات وغير العاملات في كل من التسوق الإلكتروني بمحاورة الثلاثة، وإدارة الوقت بأبعدها الثلاثة، وإدارة الدخل بجوانبها الثلاثة لدى الزوجات عينة الدراسة.
- ٧- لا يوجد تباين دال إحصائياً بين طلاب الزوجات في التسوق الإلكتروني من وجهة نظر الزوجة بمحاورة الثلاثة، وفقاً لكل من (عدد أفراد الأسرة- سن الزوج والزوجة- عدد سنوات الزواج- المستوى التعليمي للزوج والزوجة - مهنة الزوج- الدخل المالي للأسرة- مقدار مشاركة الزوجة في الدخل- عدد مرات التسوق عبر الإنترنت).
- ٨- لا يوجد تباين دال إحصائياً بين الزوجات في إدارة الوقت بأبعدها الثلاثة وفقاً لكل من (عدد أفراد الأسرة- سن الزوج والزوجة- عدد سنوات الزواج- المستوى التعليمي للزوج والزوجة - مهنة الزوج- الدخل المالي للأسرة- مقدار مشاركة الزوجة في الدخل- عدد مرات التسوق عبر الإنترنت).
- ٩- لا يوجد تباين دال إحصائياً بين الزوجات في إدارة الدخل بجوانبها الثلاثة وفقاً لكل من (عدد أفراد الأسرة- سن الزوج والزوجة- عدد سنوات الزواج- المستوى التعليمي للزوج والزوجة - مهنة الزوج- الدخل المالي للأسرة- مقدار مشاركة الزوجة في الدخل- عدد مرات التسوق عبر الإنترنت).

### ثالثاً: منهج الدراسة

اتبعت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وهو المنهج الذي يقوم على الوصف الدقيق والتفصيلي للظاهرة أو موضوع الدراسة أو المشكلة قيد البحث وصفاً كمياً أو نوعياً وبالتالي فهو يهدف أولاً إلى جمع بيانات ومعلومات كافية ودقيقة عن الظاهرة ومن ثم دراسة وتحليل ما تم جمعه بطريقة موضوعية وصولاً إلى العوامل المؤثرة على تلك الظاهرة (القاضي & البياتي، ٢٠٠٨: ٦٦).

## رابعاً: عينة الدراسة

اشتملت عينة الدراسة على عينة قوامها ١٧٠ زوجة من ريف وحضر المحافظات المختلفة، عاملات او غير العاملات، وتم اختيارهن بطريقة صدفية غرضية من مستويات اجتماعية واقتصادية مختلفة.

## خامساً: أدوات الدراسة

من أجل تحقيق أهداف الدراسة والتحقق من صحة الفروض قام الباحثين بإعداد مجموعة من الأدوات هي: -

- ١- استمارة البيانات العامة الخاصة بالزوجة وأسرتها، بالإضافة إلى بيانات وصفية تتعلق بالتسوق الإلكتروني.
- ٢- استبيان التسوق الإلكتروني.
- ٣- استبيان إدارة الوقت.
- ٤- استبيان إدارة الدخل المالي.

### ١- استمارة البيانات العامة للأسرة:

تم إعداد استمارة البيانات العامة بهدف الحصول على بعض المعلومات عن الزوجة عينة الدراسة وأسرتها، والتي تخدم أهداف الدراسة الحالية، وقد اشتملت على مكان السكن، نوع السكن، طبيعة السكن، وعدد أفراد الأسرة، مدة الزواج، وسن الزوج والزوجة، مستوى تعليم الزوج والزوجة، ومهنة الزوج والزوجة، دخل الأسرة، ومقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت.. كذلك اشتملت الاستمارة على بيانات وصفية عن التسوق الإلكتروني منها عدد مرات التسوق الإلكتروني التي قمتي بيها، أي السلع التي تفضلين شرائها عبر الانترنت، كم عدد ساعات التصفح اليومي على الانترنت.

### ٢- استبيان التسوق الإلكتروني لدي الزوجات

كان الهدف من الاستبيان الكشف عن التسوق الإلكتروني لدي الزوجات، ولكي يعد الباحثون أداة تحقق هذا الهدف السابق تم الاطلاع على عدد من الدراسات السابقة في هذا المجال للاستعانة بها في وضع الأسلوب الأمثل للاستبيان وهي دراسة النونو (٢٠٠٧)، البسيوني (٢٠١٨)، فقيه (٢٠١٣)، البطاينة & العفيف (٢٠١٨) ومن خلال ما سبق تم إعداد استبيان اولي مكون من (٣٩) عبارة موزعة على ثلاث محاور (محور ما قبل التسوق، محور التسوق الفعلي، محور تقييم ما بعد التسوق)، حيث تضمن المحور الأول (ما قبل التسوق) ١٠

عبارات ، والمحور الثاني (التسوق الفعلي) ١٣ عبارة، والمحور الثالث (تقييم التسوق) ١٦ عبارة.

قام الباحثين بحساب الصدق للاستبيان عن طريق حساب الاتساق الداخلي للاستبيان التسوق الالكتروني لدي الزوجات عن طريق ايجاد معامل ارتباط بيرسون بين درجة كل محور من محاور الاستبيان والمجموع الكلي للاستبيان والجدول التالي يوضح ذلك:  
جدول (١) معامل ارتباط بيرسون لعبارات كل محور من محاور التسوق الالكتروني والدرجة الكلية للمحور

محور ما قبل التسوق		محور التسوق الفعلي		محور تقييم التسوق	
0,426**	1	0,635**	1	0,505**	1
0,656**	2	0,739**	2	0,533**	2
0,694**	3	0,655**	3	0,584**	3
0,693**	4	0,790**	4	0,539**	4
0,344**	5	0,736**	5	0,148*	5
0,721**	6	-0,026-	6	0,633**	6
0,637**	7	0,540**	7	0,353**	7
0,222**	8	0,517**	8	0,306**	8
0,643**	9	0,685**	9	0,512**	9
0,725**	10	0,816**	10	0,589**	10
		0,736**	11	0,021	11
		0,719**	12	-0,129*	12
		0,652**	13	0,581**	13
				0,569**	14
				0,620**	15
				0,695**	16

يوضح جدول (١) وجود علاقات ارتباطية موجبة دالة إحصائياً عند ٠,٠١، ٠,٠٥ بين كل عبارة مع مجموع المحور الواردة ضمنه فيما عدا العبارة رقم (٦) في المحور الثاني، وعبارة رقم (١١ و ١٢) في المحور الثالث تم حذفهما، وبالتالي يكون الاستبيان صادق ويقاس الغرض الذي وضع من أجله.

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

جدول (٢) اختبار معامل ألفا كرونباخ، والتجزئة النصفية لاستبيان التسوق الالكتروني

التجزئة النصفية		الفا كرونباخ	عدد العبارات	المحور
سبيرمان برون	جتمان			
0,719	0,719	0,765	10	محور ما قبل التسوق

0,862	0,861	0,899	12	محور التسوق الفعلي
0,786	0,781	0,797	14	محور تقييم التسوق
0,865	0,865	0,923	36	اجمالي استبيان التسوق الالكتروني

يوضح جدول (٢) أن معامل ألفا لاستبيان التسوق الالكتروني ككل هو (٠,٩٢٣) وتعتبر هذه القيمة مقبولة لهذا النوع من حساب الثبات وتؤكد الاتساق الداخلي للاستبيان. كما يتضح أن قيم معاملات ارتباط التجزئة النصفية لمجموع عبارات استبيان التسوق الالكتروني ككل هو لسبيرمان-براون ٠,٨٦٥ لجمتان ٠,٨٦٥ مما يدل على اتساق وثبات عبارات الاستبيان بمحاوره الثلاثة وبذلك يكون الاستبيان صالح للتطبيق. بناءً على ما سبق أصبح استبيان التسوق الالكتروني مكوناً من (٣٦) عبارة موزعة على محاور (ما قبل التسوق - التسوق الفعلي - تقييم التسوق)، المحور الأول وهو ما قبل التسوق (١٠) عبارة، المحور الثاني التسوق الفعلي (١٢) عبارة، المحور الثالث تقييم التسوق (١٤) عبارة.

وتحدد استجابات الزوجات عينة الدراسة على كل عبارة وفق ثلاثة استجابات (نعم - أحياناً-لا) وعلى مقياس متصل (١,٢,٣) وذلك بالنسبة للعبارات الايجابية، و(٣,٢,١) في العبارات السلبية، وكان عدد العبارات الموجبة (٣٠) وعدد العبارات السالبة (٦). جدول (٣) القراءات الصغرى والكبرى والمدى وطول الفئة ومستويات التسوق الالكتروني بمحاوره الثلاثة

المحور	العدد	القراءة الصغرى	القراءة الكبرى	المدى	طول الفئة	مستوى منخفض	مستوى متوسط	مستوى مرتفع
ما قبل التسوق	10	12	30	18	6	(12- 17)	(18- 23)	(24- 30)
التسوق الفعلي	12	12	36	24	8	(12- 19)	(20- 27)	(28- 36)
تقييم التسوق	14	18	42	24	8	(18- 25)	(26- 33)	(34- 42)
التسوق الالكتروني	36	43	103	60	20	(43- 62)	(63- 82)	(83- 103)

يتضح من جدول (٣) أن أعلى درجة حصل عليها المبحوثين في استبيان التسوق الالكتروني ككل كانت ١٠٣ درجة، وأقل درجة كانت ٤٣ درجة، والمدى ٦٠ وطول الفئة ٢٠ وبذلك أمكن تقسيم درجات الاستبيان إلى ثلاثة مستويات (منخفض - متوسط - مرتفع).

### ٣- استبيان إدارة الوقت

كان الهدف من الاستبيان الكشف عن إدارة الوقت لدى الزوجات، ولكي يعد الباحثون أداة تحقق هذا الهدف السابق تم الاطلاع على عدد من الدراسات السابقة في هذا المجال للاستعانة بها في

وضع الأسلوب الأمثل للاستبيان وهي دراسة البسيوني (٢٠١٨) ، الخطيب (٢٠٠٩) ، زعتر (٢٠١٣)، الباحث (٢٠١٣)، أبو عطية (٢٠٢١) ومن خلال ما سبق تم إعداد استبيان اولي مكون من (٣٩) عبارة موزعة على ثلاثة أبعاد (التخطيط - التنفيذ - التقييم)، والبعد الاول (التخطيط) ١١ عبارات، والبعد الثاني (التنفيذ) ١٤ عبارة، والبعد الثالث (التقييم) ١٤ عبارة.

قام الباحثين بحساب الصدق للاستبيان عن طريق حساب الاتساق الداخلي لاستبيان إدارة الوقت لدي الزوجات عن طريق ايجاد معامل ارتباط بيرسون بين درجة كل بعد من أبعاد الاستبيان والمجموع الكلي للاستبيان والجداول التالي يوضح ذلك:  
جدول (٤) معامل ارتباط بيرسون لعبارات كل بعد من أبعاد إدارة الوقت والدرجة الكلية للبعد

بعد التقييم		بعد التنفيذ		بعد التخطيط	
0,0342**	1	0,575**	1	0,574**	1
0,0357**	2	0,670**	2	0,509**	2
0,0569**	3	0,556**	3	0,628**	3
0,0285**	4	0,542**	4	0,517**	4
0,0190**	5	0,485**	5	0,474**	5
0,0489**	6	0,557**	6	0,487**	6
0,0570**	7	0,248**	7	0,446**	7
0,0508**	8	0,316**	8	0,636**	8
0,0485**	9	0,391**	9	0,495**	9
0,0307**	10	0,417**	10	0,653**	10
0,0263**	11	0,580**	11	0,456**	11
0,385**	12	0,026	12		
0,621**	13	0,248**	13		
0,491**	14	0,288**	14		

يوضح جدول (٤) وجود علاقات ارتباطية موجبة دالة احصائياً عند مستوي دلالة ٠,٠١ بين كل عبارة مع مجموع الأبعاد الوارد ضمنه فيما عدا عبارة (١٢) في البعد الثاني وبذلك نجد أن الاستبيان صادق في المتغيرات الخاصة به ويقاس الذي وضع من أجله.  
وتم حساب ثبات الاستب ان Reliability باستخدام معادلة ألفا كرونباخ Alpha-Cronbach لحساب معامل الثبات لتحديد قيمة الاتساق الداخلي للاستبيان حيث تم حساب معامل ألفا لكل بعد على حدة وللإستبيان ككل بأبعاده الثلاثة، واستخدام اختبار التجزئة النصفية

(Split-half) وللتصحيح من أثر التجزئة النصفية تم استخدام معادلة التصحيح لسبيرمان - براون (Spearman-Brown)، معادلة جتمان (Guttman). ويوضح جدول (٥) ذلك:  
جدول (٥) اختبار معامل الفا كرونباخ، والتجزئة النصفية لاستبيان إدارة الوقت

التجزئة النصفية	الفا	عدد العبارات	البعد	التجزئة النصفية	
				جتمان	سبيرمان برون
	0,746	11	بعد التخطيط	0,371	0,371
	0,650	13	بعد التنفيذ	0,672	0,690
	0,646	14	بعد التقييم	0,759	0,761
	0,831	38	اجمالي استبيان إدارة الوقت	0,771	0,776

يوضح جدول (٥) أن معامل ألفا لاستبيان إدارة الوقت ككل هو ٠,٨٣١ وتعتبر هذه القيمة مقبولة لهذا النوع من حساب الثبات وتؤكد الاتساق الداخلي للاستبيان.  
كما يتضح أن قيم معاملات ارتباط التجزئة النصفية لمجموع عبارات استبيان إدارة الوقت ككل هو لسبيرمان - براون ٠,٧٧٦، لجتمان ٠,٧٧١، مما يدل على اتساق وثبات عبارات الاستبيان بأبعاده الثلاثة وبذلك يكون الاستبيان صالح للتطبيق.

بناءً على ما سبق أصبح استبيان إدارة الوقت مكوناً من (٣٨) عبارة موزعة على ثلاث أبعاد (التخطيط - التنفيذ - التقييم)، والبعد الأول (التخطيط) ١١ عبارة، والبعد الثاني (التقييم) ١٣ عبارة، والبعد الثالث (التقييم) ١٤ عبارة.

وتتحدد استجابات الزوجات عينة الدراسة على كل عبارة وفق ثلاث استجابات (نعم - أحياناً - لا) وعلى مقياس متدرج متصل (٣، ٢، ١) وذلك للعبارات ذات الاتجاه الإيجابي، و(١، ٢، ٣) للعبارات ذات الاتجاه السلبي وكان عدد العبارات الموجبة (١٧) وعدد العبارات السالبة (٢١).

جدول (٦) القراءات الصغرى والكبرى والمدى وطول الفئة ومستويات إدارة الوقت بأبعدها الثلاثة

البعد	العدد	القراءة الصغرى	القراءة الكبرى	المدى	طول الفئة	مستوى منخفض	مستوى متوسط	مستوى مرتفع
التخطيط	11	14	33	19	6	(14- 19)	(20- 25)	(26- 33)
التنفيذ	13	20	38	18	6	(20- 25)	(26- 31)	(32- 38)
التقييم	14	19	42	23	8	(19- 26)	(27- 34)	(35- 42)
اجمالي استبيان إدارة الوقت	38	61	111	50	17	(61- 77)	(78- 94)	(95- 111)

يتضح من جدول (٦) أن أعلى درجة حصلت عليها المبحوثين في استبيان إدارة الوقت ككل كانت ١١١ درجة، وأقل درجة كانت ٦١ درجة، والمدى ٥٠، وطول الفئة ١٧، وبذلك يمكن تقسيم درجات الاستبيان إلى ثلاثة مستويات (منخفض - متوسط - مرتفع).

## ٤- إدارة الدخل

كان الهدف من الاستبيان الكشف عن إدارة الدخل لدى الزوجات، ولكي يعد الباحثون أداة تحقق هذا الهدف السابق تم الاطلاع على عدد من الدراسات السابقة في هذا المجال للاستعانة بها في وضع الأسلوب الأمثل للاستبيان وهي دراسة البسيوني (2018)، زعتر (٢٠١٣)، أبو

عطية (٢٠٢١) ومن خلال ما سبق تم إعداد استبيان اولي مكون من (٣٢) عبارة موزعة على ثلاث جوانب (التخطيط - التنفيذ - التقييم)، حيث تضمن الجانب الأول (التخطيط) ١١ عبارة، والجانب الثاني (التنفيذ) ١٣ عبارة، والجانب الثالث (التقييم) ٨ عبارات.

قام الباحثين بحساب الصدق للاستبيان عن طريق حساب الاتساق الداخلي لاستبيان إدارة الدخل لدي الزوجات عن طريق ايجاد معامل ارتباط بيرسون بين درجة كل جانب من جوانب الاستبيان والمجموع الكلي للاستبيان والجداول التالي يوضح ذلك:  
جدول (٧) معامل ارتباط بيرسون لعبارات كل جانب من جوانب إدارة الدخل والدرجة الكلية للجانب

جانب تقييم الدخل		جانب تنفيذ الدخل		جانب تخطيط الدخل	
0,589**	1	0,579**	1	0,611**	1
0,598**	2	0,645**	2	0,693**	2
0,431**	3	0,671**	3	0,557**	3
0,638**	4	0,639**	4	0,662**	4
0,538**	5	0,612**	5	0,710**	5
0,475**	6	0,527**	6	0,600**	6
0,619**	7	0,480**	7	0,619**	7
0,489**	8	0,358**	8	0,308**	8
		0,582**	9	0,452**	9
		0,377**	10	0,266**	10
		0,441**	11	0,578**	11
		0,369**	12		
		0,283**	13		

يوضح جدول (٧) وجود علاقات ارتباطية موجبة دالة إحصائياً عند ٠,٠١ بين كل عبارة مع مجموع الجانب الواردة ضمنه، وبالتالي يكون الاستبيان صادق وقياس الذي وضع من أجله.

وتم حساب ثبات الاستبيان Reliability باستخدام معادلة ألفا كرونباخ Alpha-Cronbach لحساب معامل الثبات لتحديد قيمة الاتساق الداخلي للاستبيان حيث تم حساب معامل ألفا لكل جانب على حدة وللإستبيان ككل بجوانبه الثلاثة، واستخدام اختبار التجزئة النصفية (Split-half) وللتصحيح من أثر التجزئة النصفية تم استخدام معادلة التصحيح لسبيرمان - براون (Spearman-Brown)، معادلة جتمان (Guttman). ويوضح جدول (٨) ذلك:

جدول (٨) اختبار معامل ألفا كرونباخ، والتجزئة النصفية لاستبيان إدارة الدخل

التجزئة النصفية		ألفا كرونباخ	عدد العبارات	الجانب
سبيرمان برون	جتمان			
0,413	0,401	0,764	11	الجانب التخطيط
0,643	0,624	0,737	13	الجانب التنفيذ
0,411	0,411	0,662	8	الجانب التقييم
0,876	0,868	0,882	32	اجمالي استبيان إدارة الدخل

يوضح جدول (٨) أن معامل ألفا لاستبيان إدارة الدخل ككل هو ٠,٨٨٢. وتعتبر هذه القيمة مقبولة لهذا النوع من حساب الثبات وتؤكد الاتساق الداخلي للاستبيان.

كما يتضح أن قيم معاملات ارتباط التجزئة النصفية لمجموع عبارات استبيان إدارة الدخل ككل هو لسبيرمان-براون ٠,٨٧٦ لجتمان ٠,٨٦٨ مما يدل على اتساق وثبات عبارات الاستبيان بجوانبه الثلاثة وبذلك يكون الاستبيان صالح للتطبيق.

بناءً على ما سبق أصبح استبيان إدارة الدخل مكوناً من (٣٢) عبارة موزعة على ثلاث أبعاد (التخطيط - التنفيذ - التقييم)، حيث تضمن الجانب الأول (التخطيط) ١١ عبارة، والجانب الثاني (التنفيذ) ١٣ عبارة، والجانب الثالث (التقييم) ٨ عبارة.

وتحدد استجابات الزوجات عينة الدراسة على كل عبارة وفق ثلاثة استجابات (نعم - أحياناً-لا) وعلى مقياس متصل (١,٢,٣) وذلك بالنسبة للعبارات الايجابية، و(٣,٢,١) في العبارات السلبية، وكان عدد العبارات الموجبة (٢٢) وعدد العبارات السالبة (١٠).

جدول (٩) القراءات الصغرى والكبرى والمدى وطول الفئة ومستويات إدارة الدخل بجوانبه الثلاثة

العدد	القراءة الصغرى	القراءة الكبرى	المدى	طول الفئة	مستوى منخفض	مستوى متوسط	مستوى مرتفع	البعد
11	13	33	20	7	(13- 19)	(20- 26)	(27- 33)	التخطيط
13	21	39	18	6	(21- 26)	(27- 32)	(33- 39)	التنفيذ
8	11	24	13	4	(11- 14)	(15- 18)	(19- 24)	التقييم
32	46	96	50	17	(46- 62)	(63- 79)	(80- 96)	اجمالي استبيان إدارة الدخل

يتضح من جدول (٩) أن أعلى درجة حصل عليها المبحوثين في استبيان إدارة الدخل ككل كانت ٩٦ درجة، وأقل درجة كانت ٤٦ درجة، والمدى ٥٠ وطول الفئة ١٧ وبذلك أمكن تقسيم درجات الاستبيان إلى ثلاثة مستويات (منخفض - متوسط - مرتفع).

### سائلاً: إجراءات تطبيق أدوات البحث علم الهيئة

قام الباحثين بعد الانتهاء من إعداد وتقنين أدوات الدراسة تم تطبيق الاستبيان إلكترونياً في صورته النهائية وكان يتضمن استمارة البيانات الأولية الخاصة بالزوجة وأسرتها، واستبيان التسوق الإلكتروني، واستبيان إدارة الوقت، واستبيان إدارة الدخل والتي بلغ عدده ١٧٠ زوجة من جامعات مختلفة، واستغرق تطبيق أدوات الدراسة على العينة ثلاث أسابيع في الفترة من ٢٠٢١/٦/١م وحتى ٢٠٢١/٦/٢١م.

## سابقاً: المقاملات الإحصائية المستخدمة في الدراسة

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

وتم حساب معامل ارتباط بيرسون Person correlation Coefficient ( صدق الاتساق الداخلي) لاستبيان التسوق الالكتروني، واستبيان إدارة الوقت، واستبيان إدارة الدخل، كذلك حساب صدق المحكمين وصدق التكوين، ومعامل ألفا لحساب الثبات للاستبيان والتجزئة النصفية Split Half بطريقة سبيرمان - براون وجتمان لعبارات كل من استبيان التسوق الالكتروني بمحاورة الثلاثة، واستبيان إدارة الوقت بأبعاده الثلاثة، واستبيان إدارة الدخل بجوانبه الثلاثة، والتكرارات والنسب المئوية لكل متغيرات الدراسة، والعلاقات الارتباطية بطريقة بيرسون Person correlation بين كل من متغيرات المستوى الاجتماعي والاقتصادي واستبيان التسوق الالكتروني بمحاورة الثلاثة، واستبيان إدارة الوقت بأبعاده الثلاثة، واستبيان إدارة الدخل بجوانبه الثلاثة، واختبار T.test للوقوف على دلالة الفروق بين متوسط درجات الطلاب عينة الدراسة لكل من (الريفيات والحضرية، اللاتي يسكن في الملك واللاتي يسكن في الايجار، العاملات وغير عاملات، المشاركات، وغير المشاركات في مصرف البيت) في استبيان التسوق الالكتروني بمحاورة الثلاثة، واستبيان إدارة الوقت بأبعاده الثلاثة، واستبيان إدارة الدخل بجوانبه الثلاثة، حساب تحليل التباين في اتجاه واحد Anova لمعرفة دلالة الفروق بين عينة الدراسة في كل من استبيان التسوق الالكتروني بمحاورة الثلاثة، واستبيان إدارة الوقت بأبعاده الثلاثة، واستبيان إدارة الدخل بجوانبه الثلاثة، تبعاً ل (طبيعة السكن - عدد افراد الاسرة - مدة الزواج - سن الزوج - سن الزوجة - مستوى تعليم الزوج والزوجة - مهنة الزوج والزوجة - دخل الاسرة - مقدار مشاركة الزوجة في مصرف البيت - عدد مرات التسوق الالكتروني - عدد ساعات التصفح علي الانترنت)، وفي حالة وجود تباين تم استخدام اختبار Tukey لمعرفة دلالة الفروق.

## نتائج الدراسة الميدانية

### أولاً: وصف عينة البحث

فيما يلي وصف لعينة الدراسة الميدانية والتي بلغت ١٧٠ زوجة تم اختيارهن بطريقة غرضية صدفية عبر الانترنت وجدول (١٠) يوضح ذلك:

جدول (١٠) التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية

المتغير	العدد	%	المتغير	العدد	%
١- مكان السكن			٢- نوع السكن		
ريف	75	44,1	ملك	144	84,7
حضر	95	55,9	ايجار	26	15,3
المجموع	170	100	المجموع	170	100
٣- طبيعة السكن			٤- عدد أفراد الأسرة		

المتغير	العدد	%	المتغير	العدد	%
شقة	81	47,6	٢ فرد	8	4,7
منزل مستقل	45	26,5	٣ فرد	33	19,4
منزل مشترك مع الاهل	44	25,9	٤ فرد	54	31,8
المجموع	170	100	٥ فرد	36	21,2
٥- مدة الزواج					
أقل من ٥ سنوات	34	20	٦ فرد	27	15,9
٥ إلى أقل من ١٠ سنوات	57	33,6	٧ فرد	12	7
١٠ إلى أقل من ١٥ سنوات	16	9,4	المجموع	170	100
١٥ إلى أقل من ٢٠ سنوات	7	4,1	٦- سن الزوج		
٢٠ سنة فأكثر	56	32,9	أقل من ٢٥ سنة	2	1,2
المجموع	170	100	من ٢٥ الي أقل من ٣٥ سنة	65	38,2
٧- سن الزوجة					
أقل من ٢٥ سنة	12	7,1	من ٣٥ الي أقل من ٤٥ سنة	39	22,9
من ٢٥ الي أقل من ٣٥ سنة	84	49,4	من ٤٥ الي أقل من ٥٥ سنة	38	22,4
من ٣٥ الي أقل من ٤٥ سنة	34	20	٥٥ فأكثر	26	15,3
من ٤٥ الي أقل من ٥٥ سنة	32	18,8	المجموع	170	100
٥٥ فأكثر	8	4,7	٨- تعليم الزوج		
المجموع	170	100	المستوي المنخفض	10	5,9
٩- تعليم الزوجة					
المستوي المنخفض	9	5,3	المستوي المتوسط	47	27,6
المستوي المتوسط	116	68,2	المستوي المرتفع	113	66,5
المجموع	170	100	المجموع	170	100
١٠- مهنة الزوج					
المستوي المنخفض	45	26,5	وظيفة حكومية	58	34,1
المستوي المتوسط	116	68,2	قطاع خاص	51	30
المجموع	170	100	أعمال حرة	49	28,8
١١- مهنة الزوجة					
وظيفة حكومية	47	27,7	علي المعاش	7	4,1
قطاع خاص	14	8,2	لا يعمل	5	2,9
أعمال حرة	7	4,1	المجموع	170	100
لا يعمل	102	60	١٢- دخل الأسرة		
المجموع	170	100	أقل من ٢٠٠٠	15	8,8
١٣- مقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت					
كل الراتب	49	28,8	من ٢٠٠٠ إلى أقل من ٤٠٠٠	71	41,8
نصف الراتب	19	11,2	من ٤٠٠٠ إلى أقل من ٦٠٠٠	40	23,5
ربع الراتب	3	1,8	من ٦٠٠٠ إلى أقل من ٨٠٠٠	19	11,2
لا تشارك	99	58,2	٨٠٠٠ فأكثر	25	14,7
المجموع	170	100	المجموع	170	100

يتضح من جدول (١٠) أن النسبة الأكبر من الزوجات عينة الدراسة مقيمت في الحضر حيث كانت نسبتهن ٥٥,٩ %، في حين أن نسبة الأقل للزوجات المقيمت في الريف كانت ٤٤,١ %، والنسبة الأعلى من الزوجات عينة الدراسة يعيشن في مسكن ملك حيث بلغت نسبتهن ٨٤,٧ %، في حين كانت نسبة الزوجات اللاتي يعيشن في مسكن إيجار ١٥,٣ %،

والنسبة الأعلى من الزوجات عينة الدراسة كانت طبيعة مسكنهم شقة حيث بلغت نسبتهن ٤٧,٦%، يليها نسبة الزوجات اللاتي يعشن في منزل مستقل حيث كانت نسبتهن ٢٦,٥%، وكانت النسبة الأقل للزوجات اللاتي يعشن في مسكن مشترك مع الاهل ٢٥,٩%، والنسبة الأكبر من الزوجات عينة الدراسة عدد أفرادهن ٤ حيث بلغت نسبتها ٣١,٨%، وكانت النسبة الأقل من الزوجات عدد أفرادهن ٢ حيث بلغت نسبتهن ٤,٧%، تقارب نسب الزوجات عينة الدراسة المتزوجات من (٥ إلى أقل من ١٠ سنوات) و من (٢٠ سنة فأكثر) حيث كانت نسبتهن علي التوالي ٣٣,٦% و ٣٢,٩% وهي النسب الأكبر، وكانت النسبة الأقل منهن متزوجات (١٥ إلى أقل من ٢٠ سنوات) حيث بلغت نسبتهن ٤,١%، النسبة الأكبر من الأزواج تتراوح اعمارهم من (٢٥ الي اقل من ٣٥ سنة) ونسبتهن ٣٨,٢%، في حين كانت النسبة الأقل من الأزواج أعمارهم (أقل من ٢٥ سنة) حيث بلغت نسبتهم ١,٢%، كما يتبين أن النسبة الأعلى من الزوجات تتراوح أعمارهن من (من ٢٥ الي اقل من ٣٥ سنة) حيث بلغت نسبتهن ٤٩,٤%، في حين كانت النسبة الأقل من الزوجات أعمارهن (٥٥ فأكثر) حيث بلغت نسبتهن ٤,٧%، وتبين أن النسبة الأعلى من الزوجات عينة الدراسة كانت مهنة أزواجهن وظيفة حكومية حيث بلغت نسبتهن ٣٤,١%، في حين كانت النسبة الأقل للزوجات اللاتي لا يعملن أزواجهن حيث بلغت نسبتهن ٢,٩%، النسبة الأعلى من الزوجات عينة الدراسة كان دخل أسرتهن يتراوح من (٢٠٠٠ إلى أقل من ٤٠٠٠) حيث بلغت نسبتهن ٤١,٨%، في حين كانت النسبة الأقل للزوجات اللاتي كان دخل أسرتهن (أقل من ٢٠٠٠) حيث بلغت نسبتهن ١١,٢%، تبين أن النسبة الأعلى من الزوجات عينة الدراسة لا يشاركن بدخلهن في مصروف البيت حيث بلغت نسبتهن ٥٨,٢%، في حين كانت النسبة الأقل للزوجات اللاتي يشاركن برقع الراتب في مصروف البيت ١,٨%.

جدول (١١) التوزيع النسبي لأسلوب ووقت وطريقة استخدام الزوجة للتسوق الالكتروني

المتغير	العدد	النسبة المئوية	المتغير	العدد	النسبة المئوية
١- كم عدد مرات التسوق عبر الانترنت			٢- وسائل النقل المختلفة		
مرة واحدة	61	35,9	أشتري	12	7,1
أكثر من مرة	89	52,4	لا اشتري	158	92,9
كنت اتعامل سابقاً وتوقفت	20	11,8	المجموع	170	100
المجموع	170	100	٣- الاثاث والمفروشات		
٤- العقارات			أشتري	25	14,7
أشتري	7	4,1	لا اشتري	145	85,3
لا اشتري	163	95,9	المجموع	170	100
المجموع	170	100	٥- الملابس والإكسسوار		

61,8	105	أشترى	٦- مواد التجميل		
38,2	65	لا اشترى	32,4	55	أشترى
100	170	المجموع	67,6	115	لا اشترى
٧- الادوات والاجهزة المنزلية			100	170	المجموع
33,5	57	أشترى	٨- الأطعمة المختلفة		
66,5	113	لا اشترى	35,3	60	أشترى
100	170	المجموع	64,7	110	لا اشترى
عدد ساعات التصفح اليومي علي الانترنت			100	170	المجموع
15,3	26	أقل من ٢ ساعة	١٠- الكتب والمراجع		
32,9	56	من ٢ الي اقل من ٤ ساعات	١٤,١	24	أشترى
24,7	42	من ٤ الي اقل من ٦ ساعات	٨٥,٩	146	لا اشترى
27,1	46	٦ ساعات فاكثر	100	170	المجموع
100	170	المجموع			

يتضح من جدول (١١) أن النسبة الأكبر من الزوجات عينة الدراسة يتسوقن أكثر من مرة حيث كانت نسبتهن ٥٢,٤ %، في حين أن نسبة الأقل للزوجات كانتا يتسوقن قبل ذلك وتوقفن كانت ١١,٨ %، أن النسبة الأكبر من الزوجات عينة الدراسة لا يشتريين وسائل نقل المختلفة حيث كانت نسبتهن ٩٢,٩ %، في حين أن النسبة الأقل للزوجات كانتا يشتريين وسائل النقل المختلفة وكانت ٧,١ %، أن النسبة الأكبر من الزوجات عينة الدراسة لا يشتريين العقارات حيث كانت نسبتهن ٩٥,٩ %، في حين أن النسبة الأقل للزوجات كانتا يشتريين العقارات وكانت ٤,١ %، أن النسبة الأكبر من الزوجات عينة الدراسة لا يشتريين الآثاث والمفروشات حيث كانت نسبتهن ٨٥,٣ %، في حين أن النسبة الأقل للزوجات كانتا يشتريين الآثاث والمفروشات وكانت ١٤,٧ %، أن النسبة الأكبر من الزوجات عينة الدراسة يشتريين الملابس والاكسسوار حيث كانت نسبتهن ٦١,٨ %، في حين أن النسبة الأقل للزوجات كانتا لا يشتريين الملابس والاكسسوار وكانت ٣٨,٢ %، أن النسبة الأكبر من الزوجات عينة الدراسة لا يشتريين مواد التجميل حيث كانت نسبتهن ٦٧,٦ %، في حين أن النسبة الأقل للزوجات كانتا يشتريين مواد التجميل وكانت ٣٢,٤ %، أن النسبة الأكبر من الزوجات عينة الدراسة لا يشتريين الادوات والاجهزة المنزلية حيث كانت نسبتهن ٦٦,٥ %، في حين أن النسبة الأقل للزوجات كانتا يشتريين الادوات والاجهزة وكانت ٣٣,٥ %، والنسبة الأكبر من الزوجات عينة الدراسة لا يشتريين الأطعمة المختلفة حيث كانت نسبتهن ٦٤,٧ %، في حين أن النسبة الأقل للزوجات كانتا يشتريين الأطعمة المختلفة وكانت ٣٥,٣ %، والنسبة الأكبر من الزوجات عينة الدراسة لا يشتريين الكتب والمراجع حيث كانت نسبتهن ٨٥,٩ %، في حين أن النسبة الأقل للزوجات كانتا يشتريين الكتب والمراجع وكانت

١٤,١%، والنسبة الأكبر للزوجات كانتا يتصفحاً يومياً علي الانترنت من ٢ الي اقل من ٤ ساعات ٣٢,٩% والنسبة الأقل كانتا للزوجات اللاتي يتصفحاً يومياً علي الانترنت أقل من ٢ ساعة.

### ثانياً: التوزيع النسبي لاستجابات عينة الدراسة حول ادوات الدراسة

١- التوزيع النسبي لاستجابات عينة الدراسة علي استبيان التسوق الالكتروني بمحاورة الثلاثة: يشتمل هذا الجزء على التوزيع التكراري والنسبي لاستجابات الزوجات عينة الدراسة على استبيان التسوق الالكتروني بمحاورة الثلاثة ، وجدول (١٢) يوضح ذلك: جدول (١٢) التوزيع النسبي وفقاً لمستويات استجابات العينة لاستبيان التسوق الالكتروني بمحاورة الثلاثة

المحور	البيان		المستوى المنخفض		المستوى المتوسط		المستوى المرتفع	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
ما قبل التسوق	10	٥,٩	53	٣١,٢	107	٦٢,٩		
التسوق الفعلي	12	٧,١	46	٢٧,١	112	٦٥,٩		
تقييم التسوق	11	٦,٥	78	٤٥,٩	81	٤٧,٦		
اجمالي استبيان التسوق الالكتروني	8	4,7	51	30	111	65,3		

يتضح من جدول (١٢) أن:

- فئة المستوى المنخفض للتسوق الالكتروني: تضمنت الزوجات اللاتي كانوا استجاباتهم تتراوح من (٤٣-٦٢) وكان عددهم ٨ زوجة بنسبة مئوية ٤,٧%.
- فئة المستوى المتوسط للتسوق الالكتروني: تضمنت الزوجات اللاتي كانوا استجاباتهم تتراوح من (٦٣-٨٢) وكان عددهم ٥١ زوجة بنسبة مئوية ٣٠%.
- فئة المستوى المرتفع للتسوق الالكتروني: تضمنت الزوجات اللاتي كانوا استجاباتهم تتراوح من (٨٣-١٠٣) وكان عددهم ١١١ زوجة بنسبة مئوية ٦٥,٣%.

٢- التوزيع النسبي لاستجابات عينة الدراسة علي استبيان إدارة الوقت بأبعاده الثلاثة: يشتمل هذا الجزء على التوزيع التكراري والنسبي لاستجابات عينة الدراسة على استبيان إدارة الوقت بأبعاده الثلاثة، وجدول (١٣) يوضح ذلك:

جدول (١٣) التوزيع النسبي وفقاً لمستويات استجابات العينة لاستبيان إدارة الوقت بأبعاده الثلاثة

البيان	المستوى المنخفض		المستوى المتوسط		المستوى المرتفع	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%
التخطيط	15	٨,٨	94	٥٥,٣	61	٣٥,٩
التنفيذ	7	٤,١	69	٤٠,٦	94	٥٥,٣
التقييم	52	٣٠,٦	106	٦٢,٤	12	٧,١
اجمالي استبيان إدارة الوقت	45	26,5	95	55,9	30	17,6

يتضح من جدول (١٣) أن:

- فئة المستوى المنخفض لاستبيان إدارة الوقت: تضمنت الزوجات اللاتي كانوا استجابتهم تتراوح من (٦١-٧٧) وكان عددهم ٤٥ زوجة بنسبة مئوية ٢٦,٥%.
  - فئة المستوى المتوسط لاستبيان إدارة الوقت: تضمنت الزوجات اللاتي كانوا استجابتهم تتراوح من (٧٨-٩٤) وكان عددهم ٩٥ زوجة بنسبة مئوية ٥٥,٩%.
  - فئة المستوى المرتفع لاستبيان إدارة الوقت: تضمنت الزوجات اللاتي كانوا استجابتهم تتراوح من (٩٥-١١١) وكان عددهم ٣٠ زوجة بنسبة مئوية ١٧,٦%.
- ٣- التوزيع النسبي لاستجابات عينة الدراسة علي استبيان ادارة الدخل بجوانبه الثلاثة: يشتمل هذا الجزء على التوزيع التكراري والنسبي لاستجابات عينة الدراسة على استبيان ادارة الدخل بجوانبه الثلاثة ، و جدول (١٤) يوضح ذلك:

جدول (١٤) التوزيع النسبي وفقاً لمستويات استجابات العينة لاستبيان إدارة الدخل بجوانبه الثلاثة

المستوى المرتفع		المستوى المتوسط		المستوى المنخفض		البيان الجانب
العدد	%	العدد	%	العدد	%	
58	34,1	96	56,5	16	9,4	التخطيط
74	43,5	60	35,3	36	21,2	التنفيذ
78	45,9	84	49,4	8	4,7	التقييم
58	34,1	96	56,5	16	9,4	اجمالي استبيان إدارة الدخل

يتضح من جدول (١٤) أن:

- فئة المستوى المنخفض لاستبيان إدارة الدخل: تضمنت الزوجات اللاتي كانوا استجابتهم تتراوح من (٢٤-٣٩) وكان عددهم ١٦ زوجة بنسبة مئوية ٩,٤%.
- فئة المستوى المتوسط لاستبيان إدارة الدخل: تضمنت الزوجات اللاتي كانوا استجابتهم تتراوح من (٤٠-٥٥) وكان عددهم ٩٦ زوجة بنسبة مئوية ٥٦,٥%.
- فئة المستوى المرتفع لاستبيان إدارة الدخل: تضمنت الزوجات اللاتي كانوا استجابتهم تتراوح من (٥٦-٧١) وكان عددهم ٥٨ زوجة بنسبة مئوية ٣٤,١%.

### ثالثاً: النتائج في ضوء فروض الدراسة

يتضمن هذا الجزء نتائج الدراسة الميدانية التي أجريت على عينة قوامها ١٧٠ زوجة بهدف الوصول إلى العلاقة بين استبيان التسوق الالكتروني وعلاقته بإدارة الوقت والدخل لدي عينة من الزوجات، وتفسير هذه النتائج، وبناءً على ما تم الوصول إليه من نتائج يتم عرض توصيات الدراسة.

#### ١- النتائج في ضوء الفرض الأول

ينص الفرض الأول على أنه :- "لا توجد علاقة ارتباطية ذات دالة إحصائية بين كلٍ من متوسط درجات الزوجات عينة الدراسة في التسوق الالكتروني بمحاوره الثلاثة (مرحلة ما قبل

الشراء - مرحلة الشراء الفعلي - مرحلة ما بعد الشراء)، و إدارة الوقت بأبعاده الثلاثة (التخطيط - التنفيذ - التقييم)، و إدارة الدخل بجوانبها الثلاثة (التخطيط - التنفيذ - التقييم)". وللتحقق من صحة الفرض إحصائياً تم استخدام معامل ارتباط بيرسون بين متوسط درجات عينة الدراسة في التسوق الإلكتروني بمحاوره الثلاثة وإدارة الوقت بأبعاده الثلاثة وإدارة الدخل بجوانبه الثلاثة وجدول (١٥، ١٦، ١٧) يوضح ذلك:-

جدول (١٥) معامل ارتباط بيرسون بين التسوق الإلكتروني بمحاوره الثلاثة وإدارة الوقت بأبعاده الثلاثة

التسوق الإلكتروني	تقييم التسوق	التسوق الفعلي	ما قبل التسوق	التسوق الإلكتروني إدارة الوقت
0,259**	0,298**	0,157*	0,247**	التخطيط
0,406**	0,386**	0,345**	0,341**	التنفيذ
0,096	0,123	0,028	0,121	التقييم
0,309**	0,329**	0,213**	0,289**	إدارة الوقت

\* دال عند ٠,٠٥

\*\* دال عند ٠,٠١

يتضح من جدول (١٥) ما يلي:-

- توجد علاقة ارتباطية موجبة بين محور ما قبل التسوق وكلٍ من بعد التخطيط وبعد التنفيذ واجمالي إدارة الوقت حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون ٠,٢٤٧\*\*، ٠,٣٤١\*\*، ٠,٢٨٩\*\* وهي دالة إحصائياً عند مستوي دلالة ٠,٠١ علي التوالي، بينما لا توجد علاقة ارتباطية بين محور ما قبل التسوق وبعد حيث كانت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠,١٢١ وهي قيمة غير دالة إحصائية.
- توجد علاقة ارتباطية موجبة بين محور التسوق الفعلي وكلٍ من بعد التخطيط وبعد التنفيذ واجمالي إدارة الوقت حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون ٠,١٥٧\*، ٠,٣٤٥\*\*، ٠,٢١٣\*\* وهي قيم دالة إحصائياً عند مستوي دلالة ٠,٠٥، ٠,٠١، ٠,٠١ علي التوالي، بينما لا توجد علاقة ارتباطية بين محور التسوق الفعلي وبعد التقييم حيث كانت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠,٠٢٨ وهي قيمة غير دالة إحصائية.
- توجد علاقة ارتباطية موجبة بين محور تقييم التسوق وكلٍ من بعد التخطيط وبعد التنفيذ واجمالي إدارة الوقت حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون ٠,٢٩٨\*\*، ٠,٣٨٦\*\*، ٠,٣٢٩\*\* وهي قيم دالة إحصائياً عند مستوي دلالة ٠,٠١ علي التوالي، بينما لا توجد علاقة ارتباطية بين محور تقييم التسوق وبعد التقييم حيث كانت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠,١٢٣ وهي قيمة غير دالة إحصائية.
- توجد علاقة ارتباطية موجبة بين اجمالي التسوق الإلكتروني وكلٍ من بعد التخطيط وبعد التنفيذ واجمالي إدارة الوقت حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون ٠,٢٥٩\*\*، ٠,٤٠٦\*\*، ٠,٣٠٩\*\* وهي قيم دالة إحصائياً عند مستوي دلالة ٠,٠١ علي التوالي، بينما لا توجد علاقة ارتباطية بين اجمالي التسوق الإلكتروني وبعد التقييم حيث كانت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠,٠٩٦ وهي قيمة غير دالة إحصائية.

جدول (١٦) معامل ارتباط بيرسون بين التسوق الإلكتروني بمحاوره الثلاثة و إدارة الدخل بجوانبها الثلاثة

التسوق الإلكتروني	تقييم التسوق	التسوق الفعلي	ما قبل التسوق	التسوق الإلكتروني إدارة الدخل المالي
0,460**	0,427**	0,400**	0,386**	التخطيط
0,487**	0,445**	0,412**	0,434**	التنفيذ
0,390**	0,357**	0,289**	0,409**	التقييم
0,511**	0,470**	0,425**	0,463**	إدارة الدخل المالي

\* دال عند ٠,٠٥

\*\* دال عند ٠,٠١

يتضح من جدول (١٦) ما يلي:-

- توجد علاقة ارتباطية موجبة بين محور ما قبل التسوق وكلٍ من جانب التخطيط وجانب التنفيذ وجانب التقييم واجمالي إدارة الدخل حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون ٠,٣٨٦ ، ٠,٤٣٤ ، ٠,٤٠٩ ، ٠,٤٦٣ ، وهي قيم دالة احصائياً عند مستوي دلالة ٠,٠١ علي التوالي.
- توجد علاقة ارتباطية موجبة بين محور التسوق الفعلي وكلٍ من جانب التخطيط وجانب التنفيذ وجانب التقييم واجمالي إدارة الدخل حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون ٠,٤٠٠ ، ٠,٤١٢ ، ٠,٢٨٩ ، ٠,٤٢٥ ، وهي قيم دالة احصائياً عند مستوي دلالة ٠,٠١ علي التوالي.
- توجد علاقة ارتباطية موجبة بين محور تقييم التسوق وكلٍ من جانب التخطيط وجانب التنفيذ وجانب التقييم واجمالي إدارة الدخل حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون ٠,٤٤٥ ، ٠,٣٥٧ ، ٠,٤٧٠ ، وهي قيم دالة احصائياً عند مستوي دلالة ٠,٠١ علي التوالي.
- توجد علاقة ارتباطية موجبة بين اجمالي التسوق الإلكتروني وكلٍ من جانب التخطيط وجانب التنفيذ وجانب التقييم واجمالي إدارة الدخل حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون ٠,٤٦٠ ، ٠,٤٨٧ ، ٠,٣٩٠ ، ٠,٥١١ ، وهي قيم دالة احصائياً عند مستوي دلالة ٠,٠١ علي التوالي.

جدول (١٧) معامل ارتباط بيرسون بين إدارة الوقت بأبعادها الثلاثة و إدارة الدخل بجوانبها الثلاثة

ادارة الوقت	التقييم	التنفيذ	التخطيط	أدارة الدخل المالي
0,583**	0,419**	0,481**	0,514**	التخطيط
0,497**	0,243**	0,550**	0,423**	التنفيذ
0,686**	0,544**	0,590**	0,530**	التقييم
0,651**	0,434**	0,604**	0,546**	إدارة الدخل المالي

\* دال عند ٠,٠٥

\*\* دال عند ٠,٠١

يتضح من جدول (١٧) ما يلي:-

- توجد علاقة ارتباطية موجبة بين بعد التخطيط وكل من جانب التخطيط وجانب التنفيذ وجانب التقييم وجمالي ادارة الدخل حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون  $0,014^{**}$ ،  $0,023^{**}$ ،  $0,030^{**}$ ،  $0,046^{**}$  وهي قيم دالة احصائيا عند مستوي دلالة  $0,01$  علي التوالي.
  - توجد علاقة ارتباطية موجبة بين بعد التنفيذ وكل من جانب التخطيط وجانب التنفيذ وجانب التقييم وجمالي ادارة الدخل حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون  $0,481^{**}$ ،  $0,050^{**}$ ،  $0,090^{**}$ ،  $0,604^{**}$  وهي قيم دالة احصائيا عند مستوي دلالة  $0,01$  علي التوالي.
  - توجد علاقة ارتباطية موجبة بين بعد التقييم وكل من جانب التخطيط وجانب التنفيذ وجانب التقييم وجمالي ادارة الدخل حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون  $0,419^{**}$ ،  $0,243^{**}$ ،  $0,044^{**}$ ،  $0,434^{**}$  وهي قيم دالة احصائيا عند مستوي دلالة  $0,01$  علي التوالي.
  - توجد علاقة ارتباطية موجبة بين اجمالي إدارة الوقت وكل من جانب التخطيط وجانب التنفيذ وجانب التقييم وجمالي ادارة الدخل حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون  $0,083^{**}$ ،  $0,497^{**}$ ،  $0,686^{**}$ ،  $0,651^{**}$  وهي قيم دالة احصائيا عند مستوي دلالة  $0,01$  علي التوالي.
- مما سبق يتضح وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة احصائية بين التسوق الالكتروني بمحاوره الثلاثة وإدارة الوقت بأبعادها الثلاثة وإدارة الدخل بجوانبها الثلاثة عند مستوي دلالة  $0,01$  وبذلك لم يتحقق صحة الفرض الأول.

## ٢- النتائج في ضوء الفرض الثاني

ينص الفرض الثاني على أنه: "لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية لكل من متوسط درجات الزوجات عينة الدراسة في المتغيرات الكمية للأسرة (عدد أفراد الأسرة، سن الزوج / والزوج، عدد سنوات الزواج، المستوى التعليمي للزوج / والزوج، عمل الزوج / والزوج، الدخل المالي للأسرة، مقدار مشاركة الزوجة في الدخل)، والتسوق الالكتروني بمحاوره الثلاثة".

للتحقق من صحة الفرض إحصائياً تم استخدام معامل ارتباط بيرسون بين متوسط درجات عينة الدراسة في المتغيرات الكمية والتسوق الالكتروني بمحاوره الثلاثة وجدول (١٨) يوضح ذلك.

جدول (١٨) معامل ارتباط بيرسون بين التسوق الالكتروني بمحاوره الثلاثة و بعض المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية

التسوق الالكتروني	تقييم التسوق	التسوق الفعلي	ما قبل التسوق	التسوق الالكتروني المتغيرات الكمية والرتبية
-0,035	-0,040	-0,022	-0,031	عدد أفراد الأسرة
-0,208**	-0,203**	-0,167*	-0,183*	مدة الزواج
-0,223**	-0,224**	-0,160*	-0,217**	سن الزوج
-0,214**	-0,228**	-0,152*	-0,191*	سن الزوجة
0,125	0,051	0,114	0,178*	مستوي تعليم الزوج
0,137	0,123	0,112	0,133	مستوي تعليم الزوجة
0,132	0,073	0,155*	0,113	دخل الأسرة
0,074	0,067	0,063	0,068	مقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت
0,163*	0,110	0,175*	0,138	عدد مرات التسوق عبر الانترنت
0,060	-0,018	0,093	0,085	عدد ساعات التصفح اليومي علي الانترنت

\*دال عند  $0,05$

\*\* دال عند  $0,01$

يتضح من جدول (١٨) ما يلي:-

- لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين عدد أفراد الأسرة وكلٍ من محور ما قبل التسوق ومحور التسوق الفعلي ومحور تقييم التسوق وإجمالي التسوق الإلكتروني حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون -٠,٠٣١، ٠,٠٢٢، ٠,٠٤٠، ٠,٠٣٥، علي التوالي وهي قيم غير دالة إحصائياً.

اختلفت تلك النتائج مع دراسة عبد الحافظ (٢٠١٤: ١٩٧) التي تؤكد علي وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين حجم الأسرة واتجاهات ربات الأسر الشرائية الاستهلاكية.

- توجد علاقة ارتباطية سالبة ذات دلالة إحصائية بين مدة الزواج وكلٍ من محور ما قبل التسوق ومحور التسوق الفعلي ومحور تقييم التسوق وإجمالي التسوق الإلكتروني حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون -٠,١٦٧، \*، -٠,٢٠٣، \*\*، -٠,٢٠٨، \*\* وهي قيم دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥، ٠,٠١، ٠,٠١، علي التوالي.

واتفقت تلك النتائج مع دراسة عبد الحافظ (٢٠١٤: ١٩٧) علي وجود علاقة ارتباطية موجبة عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين كلٍ من مدة الزواج واتجاهات ربات الأسر الشرائية الاستهلاكية وتقييم القرارات الشرائية.

واتفقت تلك النتائج مع دراسة البسيوني (٢٠١٨: ١٣٦) لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ربات الأسر في استبيان أساليب التسوق عدد سنوات الزواج.

- توجد علاقة ارتباطية سالبة ذات دلالة إحصائية بين سن الزوج وكلٍ من محور ما قبل التسوق ومحور التسوق الفعلي ومحور تقييم التسوق وإجمالي التسوق الإلكتروني حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون -٠,١٦٠، \*، -٠,٢٢٤، \*\*، -٠,٢٢٣، \*\* وهي قيم دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥، ٠,٠١، ٠,٠١، علي التوالي.

اختلفت تلك النتائج مع دراسة البسيوني (٢٠١٨: ١٣٦) لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ربات الأسر في استبيان أساليب التسوق و سن رب الأسرة.

- توجد علاقة ارتباطية سالبة ذات دلالة إحصائية بين سن الزوجة وكلٍ من محور ما قبل التسوق ومحور التسوق الفعلي ومحور تقييم التسوق وإجمالي التسوق الإلكتروني حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون -٠,١٩١، \*، -٠,١٥٢، \*، -٠,٢٢٨، \*\*، -٠,٢١٤، \*\* وهي قيم دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥، ٠,٠١، ٠,٠١، علي التوالي.

واتفقت تلك النتائج مع دراسة تايه (٢٠٠٧: ١٦٨-١٧٤) على أنه توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠٥ بين الشباب الجامعي (ذكور وإناث) فيما يتعلق بأثر إعلانات الإنترنت على مراحل اتخاذ القرار الشرائي تبعاً لعمر الشباب الجامعي.

واتفقت تلك النتائج مع دراسة البسيوني (٢٠١٨: ١٣٦) لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ربات الأسر في استبيان أساليب التسوق و سن ربة الأسرة.

- توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة احصائية بين مستوي تعليم الزوج و محور ما قبل التسوق حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون  $0,178^*$  وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوي دلالة  $0,05$ ، بينما لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين مستوي تعليم الزوج وكل من محور التسوق الفعلي ومحور تقييم التسوق واجمالي التسوق الإلكتروني حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون  $0,114$ ،  $0,051$ ،  $0,125$  علي التوالي وهي قيم غير دالة احصائياً.

واختلفت تلك النتائج مع دراسة عبد الحافظ (٢٠١٤: ١٩٧) ووجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين المستوى التعليمي لرب الأسرة وبين تقييم القرارات الشرائية.

واختلفت تلك النتائج دراسة البسيوني (٢٠١٨: ١٣٦) توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ربات الأسر في استبيان أساليب التسوق بأبعادها الأربعة ومستوى تعليم رب الأسرة. لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين مستوي تعليم الزوجة وكل من محور ما قبل التسوق ومحور التسوق الفعلي ومحور تقييم التسوق واجمالي التسوق الإلكتروني حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون  $0,133$ ،  $0,112$ ،  $0,123$ ،  $0,137$  علي التوالي وهي قيم غير دالة احصائياً.

واختلفت تلك النتائج مع دراسة تايه (٢٠٠٧: ١٦٨-١٧٤) على أنه توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة  $0,05$  بين الشباب الجامعي (ذكور وإناث) فيما يتعلق بأثر إعلانات الإنترنت على مراحل اتخاذ القرار الشرائي تبعاً لمستوى تعليم الشباب الجامعي.

واختلفت تلك النتائج مع دراسة عبد الحافظ (٢٠١٤: ١٩٧) ووجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين المستوى التعليمي ربة الأسرة وبين تقييم القرارات الشرائية.

واختلفت تلك النتائج دراسة البسيوني (٢٠١٨: ١٣٦) توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ربات الأسر في استبيان أساليب التسوق بأبعادها الأربعة ومستوى تعليم ربة الأسرة. توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة احصائية بين دخل الاسرة و محور التسوق الفعلي حيث كانت قيمة معامل ارتباط بيرسون  $0,155^*$  وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوي دلالة  $0,05$ ، بينما لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين دخل الاسرة وكل من محور ما قبل التسوق ومحور تقييم التسوق واجمالي التسوق الإلكتروني حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون  $0,113$ ،  $0,073$ ،  $0,132$  علي التوالي وهي قيم غير دالة احصائياً.

واتفقت تلك النتائج مع دراسة تايه (٢٠٠٧: ١٦٨-١٧٤) على أنه توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة  $0,05$  بين الشباب الجامعي (ذكور وإناث) فيما يتعلق بأثر إعلانات الإنترنت على مراحل اتخاذ القرار الشرائي تبعاً لمستوى دخل الشباب الجامعي .

واتفقت تلك النتائج مع دراسة عبد الحافظ (٢٠١٤: ١٩٧) ووجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين الدخل الشهري وبين تقييم القرارات الشرائية. واتفقت تلك النتائج مع دراسة السواح (٢٠١٧: ١٦٧) والتي توصلت إلي عدم وجود علاقة ارتباطية بين محور الاتجاه نحو التسوق الإلكتروني والدخل الشهري للأسرة. اختلفت تلك النتائج دراسة البسيوني (٢٠١٨: ١٣٦) توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ربات الأسر في استبيان أساليب التسوق بأبعادها الأربعة وفئات الدخل اشهري للأسرة.

- لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين مقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت وكلٍ من محور ما قبل التسوق ومحور التسوق الفعلي ومحور تقييم التسوق واجمالي التسوق الإلكتروني حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون ٠,٠٦٨، ٠,٠٦٣، ٠,٠٦٧، ٠,٠٧٤، علي التوالي وهي قيم غير دالة احصائياً.
- توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة احصائية بين عدد مرات التسوق الالكتروني وكلٍ من محور التسوق الفعلي واجمالي التسوق الالكتروني حيث كانت قيمة معامل ارتباط بيرسون ٠,١٧٥، \*٠,١٦٣، \* وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوي دلالة ٠,٠٥، واتفقت تلك النتائج مع السواح (٢٠١٣، ٩٣٥) علي وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥ بين متوسط درجات طلاب الجامعة الذين يشرون عبر الإنترنت ومن لا يشرون عبر الإنترنت في أسلوب اتخاذ القرارات الشرائية لصالح من لا يشرون عبر الإنترنت.
- بينما لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين عدد مرات التسوق الالكتروني وكلٍ من محور ما قبل التسوق ومحور تقييم التسوق حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون ٠,١٣٨، ٠,١١٠، علي التوالي وهي قيم غير دالة احصائياً.
- لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين عدد ساعات التصفح اليومي علي الانترنت وكلٍ من محور ما قبل التسوق ومحور التسوق الفعلي ومحور تقييم التسوق واجمالي التسوق الإلكتروني حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون علي التوالي وهي قيم غير دالة احصائياً.

مما سبق يتضح ما يلي:-

- ١- توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة احصائية بين عدد مرات التسوق الالكتروني و واجمالي التسوق الالكتروني بمحاورة الثلاثة عند مستوي دلالة ٠,٠٥.
- ٢- توجد علاقة ارتباطية سالبة ذات دلالة احصائية بين مدة الزواج وسن الزوج وسن الزوجة واجمالي التسوق الالكتروني بمحاورة الثلاثة عند مستوي دلالة ٠,٠١.

٣- لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين عدد أفراد الأسرة ومستوي تعليم الزوج والزوجة ودخل الاسرة ومقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت وعدد ساعات التصفح اليومي علي الانترنت واجمالي التسوق الالكتروني بمحاورة الثلاثة وبذلك يتحقق صحة الفرض الثاني جزئياً.

### ٣- النتائج في ضوء الفرض الثالث:-

ينص الفرض الثالث على أنه: "لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية لكلٍ من متوسط درجات الزوجات عينة الدراسة في المتغيرات الكمية للأسرة (عدد أفراد الأسرة، سن الزوج / والزوجة، عدد سنوات الزواج، المستوى التعليمي للزوج / والزوجة، عمل الزوج / والزوجة، الدخل المالي للأسرة، مقدار مشاركة الزوجة في الدخل)، وإدارة الوقت بأبعادها الثلاثة".

للتحقق من صحة الفرض إحصائياً تم استخدام معامل ارتباط بيرسون بين متوسط درجات عينة الدراسة في المتغيرات الكمية وإدارة الوقت بأبعادها الثلاثة وجدول (١٩) يوضح ذلك.

جدول (١٩) معامل ارتباط بيرسون بين إدارة الوقت بأبعادها الثلاثة و بعض المتغيرات الكمية

إدارة الوقت	التقييم	التنفيذ	التخطيط	إدارة الوقت المتغيرات الكمية والرتبية
-0,089	-0,111	-0,069	-0,035	عدد أفراد الأسرة
-0,057	-0,015	-0,091	-0,036	مدة الزواج
-0,058	0,004	-0,054	-0,091	سن الزوج
-0,049	0,026	-0,067	-0,081	سن الزوجة
0,090	0,090	0,054	0,071	مستوي تعليم الزوج
0,118	0,092	0,115	0,082	مستوي تعليم الزوجة
-0,011	0,045	0,001	-0,070	دخل الاسرة
-0,009	0,028	0,001	-0,051	مقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت
0,033	0,021	0,086	-0,022	عدد مرات التسوق عبر الانترنت
-0,141	-0,088	-0,148	-0,107	عدد ساعات التصفح اليومي علي الانترنت

\*\* دال عند ٠,٠١ ، \* دال عند ٠,٠٥

يتضح من جدول (١٩) ما يلي:-

- لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين عدد أفراد الأسرة وكلٍ من بعد التخطيط وبعد التنفيذ وبعد التقييم واجمالي ادارة الوقت حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون -٠,٠٣٥، -٠,٠٦٩، -٠,١١١، -٠,٠٨٩، علي التوالي وهي قيم غير دالة احصائياً.

- لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين مدة الزواج وكلٍ من بعد التخطيط وبعد التنفيذ وبعد التقييم واجمالي ادارة الوقت حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون -٠,٠٣٦، -٠,٠٩١، -٠,٠١٥، -٠,٠٥٧، علي التوالي وهي قيم غير دالة احصائياً.

أكدت دراسة البسيوني (٢٠١٨ : ١٥١) لا يوجد تباين دال إحصائياً بين مجموع درجات ربات الأسر عينة الدراسة ومحور إدارة الوقت والجهد تبعاً لعدد سنوات الزواج حيث بلغت قيمة (ف) ١,١٥ وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

- لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين سن الزوج وكل من بعد التخطيط وبعد التنفيذ وبعد التقييم وجمالي ادارة الوقت حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون -٠,٠٩١ ، -٠,٠٥٤ ، ٠,٠٠٤ ، -٠,٠٥٨ علي التوالي وهي قيم غير دالة احصائياً.

- لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين سن الزوجة وكل من بعد التخطيط وبعد التنفيذ وبعد التقييم وجمالي ادارة الوقت حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون -٠,٠٨١ ، -٠,٠٦٧،٠,٠٢٦ ، -٠,٠٤٩ علي التوالي وهي قيم غير دالة احصائياً.

- لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين مستوى تعليم الزوج وكل من بعد التخطيط وبعد التنفيذ وبعد التقييم وجمالي ادارة الوقت حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون ٠,٠٧١ ، ٠,٠٥٤ ، ٠,٠٩٠ ، ٠,٠٩٠ علي التوالي وهي قيم غير دالة احصائياً.

- لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين مستوى تعليم الزوجة وكل من بعد التخطيط وبعد التنفيذ وبعد التقييم وجمالي ادارة الوقت حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون ٠,٠٨٢ ، ٠,١١٥ ، ٠,٠٩٢ ، ٠,١١٨ علي التوالي وهي قيم غير دالة احصائياً.

- لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين دخل الاسرة وكل من بعد التخطيط وبعد التنفيذ وبعد التقييم وجمالي ادارة الوقت حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون -٠,٠٤٥،٠,٠٠١،٠,٠٧٠،٠,٠١١- علي التوالي وهي قيم غير دالة احصائياً.

- لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين مقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت وكل من بعد التخطيط وبعد التنفيذ وبعد التقييم وجمالي ادارة الوقت حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون -٠,٠٥١ ، ٠,٠٠١ ، ٠,٠٢٨ ، -٠,٠٠٩ علي التوالي وهي قيم غير دالة احصائياً.

- لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين عدد مرات التسوق عبر الانترنت وكل من بعد التخطيط وبعد التنفيذ وبعد التقييم وجمالي ادارة الوقت حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون -٠,٠٢٢ ، ٠,٠٨٦ ، ٠,٠٢١ ، ٠,٠٣٣ علي التوالي وهي قيم غير دالة احصائياً.

- لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين عدد ساعات التصفح اليومي علي الانترنت وكل من بعد التخطيط وبعد التنفيذ وبعد التقييم واجمالي ادارة الوقت حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون -0,148، -0,107، -0,141، -0,088 علي التوالي وهي قيم غير دالة احصائياً.

مما سبق يتضح انه لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين عدد أفراد الأسرة ومدة الزواج وسن الزوج والزوجة ومستوي تعليم الزوج والزوجة ودخل الاسرة ومقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت وعدد مرات التسوق عبر الانترنت وعدد ساعات التصفح اليومي علي الانترنت واجمالي ادارة الوقت بجوانبها الثلاثة وبذلك يتحقق صحة الفرض الثالث.

#### ٤- النتائج في ضوء الفرض الرابع:-

ينص الفرض الرابع على أنه: "لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية لكل من متوسط درجات الزوجات عينة الدراسة في المتغيرات الكمية للأسرة (عدد أفراد الأسرة، سن الزوج / والزوجة، عدد سنوات الزواج، المستوى التعليمي للزوج / والزوجة، عمل الزوج / والزوجة، الدخل المالي للأسرة، مقدار مشاركة الزوجة في الدخل)، وادارة الدخل بجوانبه الثلاثة".

للتحقق من صحة الفرض إحصائياً تم استخدام معامل ارتباط بيرسون بين متوسط درجات عينة الدراسة في المتغيرات الكمية وادارة الدخل بجوانبها الثلاثة وجدول (٢٠) يوضح ذلك.

جدول (٢٠) معامل ارتباط بيرسون بين ادارة الدخل بجوانبها الثلاثة و بعض المتغيرات الكمية

إدارة الدخل	التقييم	التنفيذ	التخطيط	إدارة الدخل المتغيرات الكمية والرتبية
-0,156*	-0,112	-0,149	-0,145	عدد أفراد الأسرة
-0,253**	-0,171*	-0,301**	-0,180*	مدة الزواج
-0,196*	-0,123	-0,261**	-0,119	سن الزوج
-0,174*	-0,063	-0,254**	-0,114	سن الزوجة
0,154*	0,149	0,162*	0,100	مستوي تعليم الزوج
0,194*	0,172*	0,237**	0,104	مستوي تعليم الزوجة
0,012	0,091	-0,001	-0,035	دخل الاسرة
-0,009	-0,047	0,062	-0,055	مقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت
0,132	0,090	0,209**	0,040	عدد مرات التسوق عبر الانترنت
-0,089	-0,118	-0,084	-0,045	عدد ساعات التصفح اليومي علي الانترنت

\* دال عند ٠,٠٥

\*\* دال عند ٠,٠١

- توجد علاقة ارتباطية سالبة ذات دلالة احصائية بين عدد أفراد الأسرة واجمالي ادارة الدخل حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون -0,106\* وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوي دلالة ٠,٠٥، بينما لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين عدد أفراد الأسرة وكل من جانب التخطيط

- وجانب التنفيذ وجانب التقييم حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون -٠,١٤٥، -٠,١٤٩، -٠,١١٢، علي التوالي وهي قيم غير دالة احصائياً.
- اختلفت تلك النتائج مع دراسة (لطفي، ٢٠٢٠: ٢٥٧) علي عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الأسرة و ممارسات ربات الأسر عند ادارتهن لدخلهن المالي.
- واختلفت تلك النتائج مع دراسة (الأشي، ٢٠١٧: ٤٨-٤٩) التي تؤكد علي عدم وجود علاقة ارتباطية بين حجم الأسرة وتخطيط المورد المالي للمرأة السعودية.
- توجد علاقة ارتباطية سالبة ذات دلالة احصائية بين مدة الزواج وكل من جانب التخطيط وجانب التنفيذ وجانب التقييم واجمالي ادارة الدخل حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون -٠,١٨٠، \*، -٠,٣٠١، \*\*، -٠,١٧١، \*، -٠,٢٥٣، \*\* وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوي دلالة ٠,٠٥، ٠,٠١، ٠,٠٥، ٠,٠١، علي التوالي.
- توجد علاقة ارتباطية سالبة ذات دلالة احصائية بين سن الزوج وجانب التنفيذ واجمالي ادارة الدخل حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون -٠,٢٦١، \*\*، -٠,١٩٦، \* وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوي دلالة ٠,٠١، ٠,٠٥، علي التوالي، بينما لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين سن الزوج وكل من جانب التخطيط وجانب التقييم حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون -٠,١١٩، -٠,١٢٣، علي التوالي وهي قيم غير دالة احصائياً.
- توجد علاقة ارتباطية سالبة ذات دلالة احصائية بين سن الزوجة وجانب التنفيذ واجمالي ادارة الدخل حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون -٠,٢٥٤، \*\*، -٠,١٧٤، \* وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوي دلالة ٠,٠١، ٠,٠٥، علي التوالي، بينما لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين سن الزوجة وكل من جانب التخطيط وجانب التقييم حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون -٠,١١٤، -٠,٠٦٣، علي التوالي وهي قيم غير دالة احصائياً.
- واتفقت تلك النتائج مع دراسة (الأشي، ٢٠١٧: ٤٨-٤٩) التي تؤكد علي وجود علاقة ارتباطية بين عمر المرأة وتخطيط المورد المالي للمرأة السعودية.
- توجد علاقة ارتباطية سالبة ذات دلالة احصائية بين مستوي تعليم الزوج وجانب التنفيذ واجمالي ادارة الدخل حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون ٠,١٦٢، \*، ٠,١٥٤، \* وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوي دلالة ٠,٠٥، ، بينما لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين مستوي تعليم

الزوج وكلٍ من جانب التخطيط وجانب التقييم حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون  $0,100$  ،  $0,149$  علي التوالي وهي قيم غير دالة احصائياً.

- توجد علاقة ارتباطية سالبة ذات دلالة احصائية بين مستوى تعليم الزوجة وجانب التنفيذ وجانب التقييم واجمالي ادارة الدخل حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون  $0,237^{**}$  ،  $0,172^*$  ،  $0,194^*$  وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة  $0,01$  ،  $0,05$  ،  $0,05$  ، بينما لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين مستوى تعليم الزوج و جانب التخطيط حيث كانت قيمة معامل ارتباط بيرسون  $0,104$  وهي قيمة غير دالة احصائياً.

اختلفت تلك النتائج مع دراسة (لطفي، ٢٠٢٠: ٢٥٧) علي عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي لربة الأسرة و ممارسات ربات الأسر عند ادارتهن لدخلهن المالي.

واختلفت تلك النتائج مع دراسة (الأشي، ٢٠١٧: ٤٨-٤٩) التي تؤكد علي عدم وجود علاقة ارتباطية بين المستوى التعليمي للمرأة وتخطيط المورد المالي للمرأة السعودية.

- لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين دخل الأسرة وكلٍ من جانب التخطيط وجانب التنفيذ وجانب التقييم واجمالي ادارة الدخل حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون  $0,035$  ،  $0,001$  ،  $0,091$  ،  $0,012$  وهي قيم غير دالة احصائياً.

اتفقت تلك النتائج مع دراسة (لطفي، ٢٠٢٠: ٢٥٧) علي عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متوسط الدخل المالي الأسري و ممارسات ربات الأسر عند ادارتهن لدخلهن المالي.

واتفقت تلك النتائج مع دراسة (الأشي، ٢٠١٧: ٤٨-٤٩) التي تؤكد علي وجود علاقة ارتباطية بين الدخل الشهري للأسرة وتخطيط المورد المالي للمرأة السعودية.

- لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين مقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت وكلٍ من جانب التخطيط وجانب التنفيذ وجانب التقييم واجمالي ادارة الدخل حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون  $0,055$  ،  $0,062$  ،  $0,047$  ،  $0,009$  وهي قيم غير دالة احصائياً.

- توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة احصائية بين عدد مرات التسوق الالكتروني وجانب التنفيذ حيث كانت قيمة معامل ارتباط بيرسون  $0,209^{**}$  وهي قيمة غير دالة احصائياً عند مستوى دلالة  $0,01$  ، بينما لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين عدد مرات التسوق الالكتروني وكلٍ

من جانب التخطيط وجانب التقييم واجمالي ادارة الدخل حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون ٠,٠٩٠,٠٤,٠,١٣٢ علي التوالي وهي قيم غير دالة احصائياً.

- لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين عدد ساعات التصفح اليومي علي الانترنت وكل من جانب التخطيط وجانب التنفيذ وجانب التقييم واجمالي ادارة الدخل حيث كانت قيم معامل ارتباط بيرسون -٠,٠٤٥,٠,٠٨٤- -٠,١١٨,٠,٠٨٩- وهي قيم غير دالة احصائياً.

#### مما سبق يتضح ما يلي :-

١- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين عدد أفراد الأسرة ومدة الزواج وسن الزوج والزوجة ومستوي تعليم الزوج والزوجة واجمالي ادارة الدخل بجوانبها الثلاثة عند مستوي دلالة ٠,٠٥, ٠,٠١, ٠,٠٥, ٠,٠٥, ٠,٠٥, ٠,٠٥ علي التوالي.

٢- لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين مهنة الزوج والزوجة ودخل الاسرة ومقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت وعدد مرات التسوق عبر الانترنت وعدد ساعات التصفح اليومي علي الانترنت واجمالي ادارة الدخل بجوانبها الثلاثة وبذلك يتحقق صحة الفرض الرابع جزئياً.

#### ٥- النتائج في ضوء الفرض الخامس

ينص الفرض الخامس على أنه :- "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات الزوجات الريفيات والحضرية عينة الدراسة في كلٍ من التسوق الالكتروني بمحاورة الثلاثة (مرحلة ما قبل الشراء - مرحلة الشراء الفعلي - مرحلة ما بعد الشراء)، و إدارة الوقت بأبعاها الثلاثة (التخطيط - التنفيذ - التقييم)، و إدارة الدخل بجوانبها الثلاثة (التخطيط - التنفيذ - التقييم)". وللتحقق من صحة الفرض إحصائياً تم استخدام اختبار T.test للوقوف علي دلالة الفروق بين متوسط درجات الزوجات الريفيات والحضرية في كلٍ من التسوق الالكتروني بمحاورة الثلاثة، و إدارة الوقت بأبعاها الثلاثة، و إدارة الدخل المالي بجوانبها الثلاثة وجدول (٢١) (٢٢) (٢٣) يوضح ذلك.

جدول (٢١) دلالة الفروق بين متوسط درجات الزوجات الريفيات والحضرية في التسوق الالكتروني بمحاورة الثلاثة

مستوى الدلالة	قيمة (ت)	الفروق بين المتوسطات	حضر ن=95		ريف ن=75		البيان التسوق الالكتروني
			الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
0,727 (غير دال)	0,350	0,20	3,77	24,25	3,64	24,45	ما قبل التسوق
0,359 (غير دال)	- 0,921	-0,80	5,85	29,40	5,32	28,60	التسوق الفعلي
0,269 (غير دال)	1,110	0,81	4,87	32,16	4,61	32,97	تقييم التسوق
0,911 (غير دال)	0,112	0,22	12,78	85,81	12,02	86,03	التسوق الالكتروني

### ويوضح جدول (٢١) ما يلي

- لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسط درجات الزوجات الريفيات والحضرية في محور ما قبل التسوق حيث كانت قيمة (ت) ٠,٣٥٠ وهي قيمة غير دالة احصائياً.
  - لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسط درجات الزوجات الريفيات والحضرية في محور التسوق الفعلي حيث كانت قيمة (ت) - ٠,٩٢١ وهي قيمة غير دالة احصائياً.
  - لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسط درجات الزوجات الريفيات والحضرية في محور تقييم التسوق حيث كانت قيمة (ت) ١,١١٠ وهي قيمة غير دالة احصائياً.
  - لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسط درجات الزوجات الريفيات والحضرية في اجمالي التسوق الالكتروني حيث كانت قيمة (ت) ٠,١١٢ وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- اختلفت تلك النتائج مع دراسة (Xinyu et al(2010: 45) أن السكان الذين يعيشون في المناطق الحضرية يميلون للتسوق الإلكتروني عن التقليدي أكثر من سكان المناطق الريفية. كما اختلفت تلك النتائج مع دراسة الديسبي (٢٠١٦: ١٩) علي وجود فروق ذات دلالة احصائية بين سكان الريف والحضر عند مستوى دلالة ٠,٠٥ في مراحل التسوق الإلكتروني لصالح سكان الحضر.
- واتفقت تلك النتائج مع دراسة البسيوني (٢٠١٨: ١٣٨) لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطات درجات ربات الأسر عينة الدراسة الريفيات والحضرية في إجمالي أساليب التسوق حيث بلغت قيمة (ت) - ٠,٨٨٠ وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- كما اتفقت تلك النتائج مع دراسة السواح (٢٠١٣: ٩٣١) على عدم وجود ذات دلالة احصائية بين متوسط درجات سكان الريف والحضر في أسلوب استخدام الإنترنت واتخاذ قراراتهم الشرائية

### جدول (٢٢) دلالة الفروق بين متوسط درجات الزوجات الريفيات والحضرية في ادارة الوقت بأبعادها الثلاثة

مستوى الدلالة	قيمة (ت)	الفروق بين المتوسطات	حضر ن=95		ريف ن=75		البيان إدارة الوقت
			الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
0,354 (غير دال)	0,929	0,56	3,80	24,16	4,056	24,72	التخطيط
0,182 (غير دال)	-1,339	-0,74	3,36	31,50	3,89	30,76	التنفيذ
0,238 (غير دال)	1,184	0,72	3,84	28,29	4,04	29,01	التقييم
0,709 (غير دال)	0,374	0,53	8,56	83,96	10,12	84,49	إدارة الوقت

### ويوضح جدول (٢٢) ما يلي

- لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسط درجات الزوجات الريفيات والحضرية في بعد التخطيط حيث كانت قيمة (ت) ٠,٩٢٩ وهي قيمة غير دالة احصائياً.
  - لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسط درجات الزوجات الريفيات والحضرية في بعد التنفيذ حيث كانت قيمة (ت) -١,٣٣٩ وهي قيمة غير دالة احصائياً.
  - لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسط درجات الزوجات الريفيات والحضرية في بعد التقييم حيث كانت قيمة (ت) ١,١٨٤ وهي قيمة غير دالة احصائياً.
  - لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسط درجات الزوجات الريفيات والحضرية في اجمالي ادارة الوقت حيث كانت قيمة (ت) ٠,٣٧٤ وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- اتفقت تلك النتائج مع دراسة البسيوني (٢٠١٨: ١٣٧) التي أكدت أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطات درجات ربات الأسر عينة الدراسة الريفيات والحضرية في محور إدارة الوقت والجهد حيث بلغت قيمة (ت) المحسوبة ٠,٧١٤ وهي قيمة غير دالة احصائياً.

اتفقت تلك النتائج مع دراسة الأشي (٢٠١٧: ٥٣) التي تؤكد علي انه لا توجد فروق معنوية دالة احصائياً عند مستوي دلالة معنوية ٠,٠٥ يعزي الي اختلاف مهنة المرأة السعودية، بمعنى أنه لا توجد فروق دالة احصائية بين متوسط آراء المرأة السعودية التي تعمل والتي لا تعمل.

جدول (٢٣) دلالة الفروق بين متوسط درجات الزوجات الريفيات والحضرية في ادارة الدخل بجوانبه الثلاثة

مستوى الدلالة	قيمة (ت)	الفروق بين المتوسطات	حضر ن=95		ريف ن=75		البيان ادارة الدخل
			الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
0,311 (غير دال)	1,015	0,65	4,24	24,62	3,95	25,27	التخطيط
0,807 (غير دال)	0,244	0,16	4,15	31,25	4,40	31,41	التنفيذ
0,941 (غير دال)	0,075	0,04	2,80	18,67	2,94	18,71	التقييم
0,586 (غير دال)	0,546	0,84	10,05	74,55	9,84	75,39	إدارة الدخل

ويوضح جدول (٢٣) ما يلي

- لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسط درجات الزوجات الريفيات والحضرية في جانب التخطيط حيث كانت قيمة (ت) ١,٠١٥ وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسط درجات الزوجات الريفيات والحضرية في جانب التنفيذ حيث كانت قيمة (ت) ٠,٢٤٤ وهي قيمة غير دالة احصائياً.

- لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسط درجات الزوجات الريفيات والحضرية في جانب التقييم حيث كانت قيمة (ت) ٠,٠٧٥ وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسط درجات الزوجات الريفيات والحضرية في اجمالي ادارة الدخل حيث كانت قيمة (ت) ٠,٥٤٦ وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- اتفقت تلك النتائج مع دراسة (لطي، ٢٠٢٠: ٢٥١) التي تؤكد عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطات ربات الأسر الحضرية والريفية خلال مراحل إدارة الدخل المالي (التخطيط - التنظيم - التنفيذ - التقييم).
- مما سبق يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين متوسط درجات الزوجات الريفيات والحضرية في التسوق الالكتروني بمحاورة الثلاثة، و إدارة الوقت بأبعادها الثلاثة، و إدارة الدخل المالي بجوانبها الثلاثة، وبذلك يتحقق صحة الفرض الخامس.

#### ٦- النتائج في ضوء الفرض السادس

ينص الفرض السادس على أنه :- "لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسط درجات الزوجات العاملات وغير العاملات عينة الدراسة في كل من التسوق الالكتروني بمحاورة الثلاثة (مرحلة ما قبل الشراء - مرحلة الشراء الفعلي - مرحلة ما بعد الشراء)، و إدارة الوقت بأبعادها الثلاثة (التخطيط - التنفيذ - التقييم)، و إدارة الدخل بجوانبها الثلاثة (التخطيط - التنفيذ - التقييم)".

وللتحقق من صحة الفرض احصائياً تم استخدام اختبار T.test للوقوف علي دلالة الفروق بين متوسط درجات الزوجات اللاتي يعشن في ملك واللاتي يعشن في ايجار في كل من التسوق الالكتروني بمحاورة الثلاثة، و إدارة الوقت بأبعادها الثلاثة، و إدارة الدخل المالي بجوانبها الثلاثة (٢٤) (٢٥) (٢٦) يوضح ذلك.

جدول (٢٤) دلالة الفروق بين متوسط درجات الزوجات العاملات وغير العاملات في التسوق الالكتروني بمحاورة الثلاثة

البيان	لا تعمل ن=102		تعمل ن=68		الفروق بين المتوسطات	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
التسوق الالكتروني ما قبل التسوق	24,42	3,62	24,22	3,85	0,20	0,346	0,730 (غير دال)
التسوق الفعلي	29,04	5,31	29,06	6,11	-0,02	-0,022	0,982 (غير دال)
تقييم التسوق	32,46	4,55	32,60	5,09	-0,14	-0,0190	0,849 (غير دال)
التسوق الالكتروني	85,92	11,47	85,88	13,79	0,04	0,020	0,984 (غير دال)

ويوضح جدول (٢٤) ما يلي

- لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسط درجات العاملات وغير العاملات في محور ما قبل التسوق حيث كانت قيمة (ت) ٠,٧٣٠ وهي قيمة غير دالة إحصائياً.
- لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسط درجات الزوجات العاملات وغير العاملات في محور التسوق الفعلي حيث كانت قيمة (ت) ٠,٩٨٢ وهي قيمة غير دالة إحصائياً.
- لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسط درجات الزوجات العاملات وغير العاملات في محور تقييم التسوق حيث كانت قيمة (ت) ٠,٨٤٩ وهي قيمة غير دالة إحصائياً.
- لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسط درجات الزوجات العاملات وغير العاملات في إجمالي التسوق الالكتروني حيث كانت قيمة (ت) ٠,٠٢٠ وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

اتفقت تلك النتائج مع دراسة البسيوني (٢٠١٨: ١٤١) التي تؤكد انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات ربات الأسر عينة الدراسة العاملات وغير العاملات في استبيان أساليب التسوق حيث بلغت قيمة (ت) -٠,٢٠٧ وهي قيمة غير دالة إحصائياً. جدول (٢٥) دلالة الفروق بين متوسط درجات الزوجات العاملات وغير العاملات في ادارة الوقت بأبعادها الثلاثة

مستوى الدلالة	قيمة (ت)	الفروق بين المتوسطات	تعمل ن=68		لا تعمل ن=102		البيان إدارة الوقت
			الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
0,799 (غير دال)	-0,255	-0,16	4,11	24,50	3,80	24,34	التخطيط
0,320 (غير دال)	-0,997	-0,56	3,61	31,51	3,62	30,95	التنفيذ
0,333 (غير دال)	-0,971	0,60	3,65	28,97	4,11	28,37	التقييم
0,364 (غير دال)	-0,910	-1,32	9,29	84,99	9,24	83,67	إدارة الوقت

ويوضح جدول (٢٥) ما يلي

- لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسط درجات الزوجات العاملات وغير العاملات في بعد التخطيط حيث كانت قيمة (ت) -٠,٢٥٥ وهي قيمة غير دالة إحصائياً.
- لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسط درجات الزوجات العاملات وغير العاملات في بعد التنفيذ حيث كانت قيمة (ت) -٠,٩٩٧ وهي قيمة غير دالة إحصائياً.
- لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسط درجات الزوجات العاملات وغير العاملات في بعد التقييم حيث كانت قيمة (ت) -٠,٩٧١ وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

- لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسط درجات الزوجات العاملات وغير العاملات في اجمالي ادارة الوقت حيث كانت قيمة (ت) -٠,٩١٠ وهي قيمة غير دالة احصائياً. اتفقت تلك النتائج مع دراسة البسيوني (٢٠١٨ : ١٣٩) التي أكدت أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطات درجات ربات الأسر عينة الدراسة العاملات وغير العاملات في محور إدارة الوقت والجهد حيث بلغت قيمة (ت) -١,٣٣ وهي قيمة غير دالة احصائياً. كما اتفقت تلك النتائج مع دراسة الميهي (٢٠١٤ : ١٤٨) علي عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين أبناء العاملات وغير العاملات، وريصاص (٢٠١٠ : ٢٣) أكدت أيضاً علي عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين مجموع الوعي بإدارة الموارد وإدارة الوقت والجهد وإدارة المهارات تبعاً لنوع عمل الأم.

واختلفت تلك النتائج مع دراسة التلاوي (٢٠١٦ : ١١٢) والضحيان (٢٠١٣ : ١٩٥) واللاتي أكدت على وجود فروق ذات دلالة احصائية بين ربات الأسر العاملات وغير العاملات في إدارتها لمواردها، والنشار (٢٠٠٩ : ١١٧) والتي أكدت على وجود فروق ذات دلالة احصائية بين ربات الأسر العاملات وغير العاملات وفقاً لمقياس الوعي بقيمة الموارد. جدول (٢٦) دلالة الفروق بين متوسط درجات الزوجات العاملات وغير العاملات في ادارة الدخل بجوانبها الثلاثة

مستوى الدلالة	قيمة (ت)	الفروق بين المتوسطات	تعمل ن=68		لا تعمل ن=102		البيان إدارة الدخل
			الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
0,958 (غير دال)	-0,053	-0,04	4,40	24,93	3,94	24,89	التخطيط
0,633 (غير دال)	0,478	0,32	4,30	31,13	4,23	31,45	التنفيذ
0,406 (غير دال)	-0,832	-0,37	2,82	18,91	2,89	18,54	التقييم
0,955 (غير دال)	-0,057	-0,09	10,41	74,97	9,65	74,88	إدارة الدخل

ويوضح جدول (٢٦) ما يلي

- لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسط درجات الزوجات العاملات وغير العاملات في جانب التخطيط حيث كانت قيمة (ت) -٠,٠٥٣ وهي قيمة غير دالة احصائياً.

- لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسط درجات الزوجات العاملات وغير العاملات في جانب التنفيذ حيث كانت قيمة (ت) ٠,٤٧٨ وهي قيمة غير دالة إحصائياً.
- اختلفت تلك النتائج مع دراسة (لظفي، ٢٠٢٠: ٢٥٢) التي تؤكد علي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات ربات الأسر العاملات وغير العاملات في مرحلة التنفيذ حيث بلغت قيم (ت) ٢,٧٢١ علي التوالي وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوي ٠.٠١ وذلك لصالح ربات الأسر غير العاملات.
- لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسط درجات الزوجات العاملات وغير العاملات في جانب التقييم حيث كانت قيمة (ت) -٠,٨٣٢ وهي قيمة غير دالة إحصائياً.
- اختلفت تلك النتائج مع دراسة (لظفي، ٢٠٢٠: ٢٥٢) التي تؤكد علي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات ربات الأسر العاملات وغير العاملات في المستوى الكلي لإدارة الدخل المالي حيث بلغت قيم (ت) ٢,٠٣٩ علي التوالي وهي قيم دالة إحصائياً عند مستوى معنوي ٠.٠٥ وذلك لصالح ربات الأسر غير العاملات.
- لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسط درجات الزوجات العاملات وغير العاملات في إجمالي ادارة الدخل حيث كانت قيمة (ت) -٠,٠٥٧ وهي قيمة غير دالة إحصائياً.
- انفتحت تلك النتائج مع دراسة الميهي (٢٠١٤: ١٤٨) علي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أبناء العاملات وغير العاملات، وريصاص (٢٠١٠: ٢٣) أكدت أيضاً علي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموع الوعي بإدارة الموارد وإدارة المهارات تبعاً لنوع عمل الأم.
- اختلفت تلك النتائج مع دراسة (لظفي، ٢٠٢٠: ٢٥٢) التي تؤكد علي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات ربات الأسر العاملات وغير العاملات في المستوى الكلي لإدارة الدخل المالي حيث بلغت قيم (ت) ٢,٥٩٠ علي التوالي وهي قيم دالة إحصائياً عند مستوى معنوي ٠.٠١ وذلك لصالح ربات الأسر غير العاملات.
- كما اختلفت تلك النتائج مع دراسة التلاوي (٢٠١٦: ١١٢) والضحيان (٢٠١٣: ١٩٥) واللاتي أكدتا على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين ربات الأسر العاملات وغير العاملات في إدارتها لمواردها، والنشار (٢٠٠٩: ١١٧) والتي أكدت على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين ربات الأسر العاملات وغير العاملات وفقاً لمقياس الوعي بقيمة الموارد.

مما سبق يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين متوسط درجات الزوجات العاملات وغير العاملات في التسوق الالكتروني بمحاورة الثلاثة، وإدارة الوقت بأبعادها الثلاثة، وإدارة الدخل المالي بجوانبها الثلاثة، وبذلك يتحقق صحة الفرض السادس.

#### ٧- النتائج في ضوء الفرض السابع

ينص الفرض السابع على أنه :- "لا يوجد تباين دال إحصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في التسوق الالكتروني من وجهة نظر الزوجة بمحاورة الثلاثة (محور ما قبل التسوق - محور التسوق الفعلي - تقييم التسوق) وفقاً لكل من (عدد أفراد الأسرة - سن الزوج والزوجة - عدد سنوات الزواج - المستوى التعليمي للزوج والزوجة - مهنة الزوج - الدخل المالي للأسرة - مقدار مشاركة الزوجة في الدخل - عدد مرات التسوق عبر الانترنت).

وللتحقق من صحة الفرض إحصائياً تم استخدام تحليل التباين في اتجاه واحد ANOVA للتسوق الالكتروني بمحاورة الثلاثة وفقاً لكل من (محور ما قبل التسوق - محور التسوق الفعلي - تقييم التسوق) وفقاً لكل من (- عدد أفراد الأسرة - سن الزوج / والزوجة - عدد سنوات الزواج - المستوى التعليمي للزوج / والزوجة - عمل الزوج / والزوجة - الدخل المالي للأسرة - مقدار مشاركة الزوجة في الدخل) وتم تطبيق اختبار Tukey لمعرفة دلالة الفروق بين المتوسطات والجدول التالية توضح ذلك.

#### ١- عدد أفراد الأسرة

جدول (٢٧) تحليل التباين في اتجاه واحد للزوجات عينة الدراسة في التسوق الالكتروني بمحاورة الثلاثة وفقاً لعدد أفراد الأسرة

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	البيان التسوق الالكتروني
0.608 (غير دال)	0,722	9.987 13.831	5 164 169	49,937 2268,275 2318,212	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	ما قبل التسوق
0.074 (غير دال)	2.049	62.845 30.667	5 164 169	314.224 5029.400 5343.624	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	التسوق الفعلي
0,280 (غير دال)	1.267	28.500 22.487	5 164 169	142.501 3687.946 3830.447	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	تقييم التسوق
0,150 (غير دال)	1.650	249.472 151.178	5 164 169	1247.360 24793.134 26040.494	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	التسوق الالكتروني

يوضح جدول (٢٧) ما يلي:-

- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور ما قبل التسوق وفقاً لعدد أفراد الأسرة حيث كانت قيمة (ف) ٠,٧٢٢ وهي قيمة غير دالة احصائياً.
  - لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور التسوق الفعلي وفقاً لعدد أفراد الأسرة حيث كانت قيمة (ف) ٢.٠٤٩ وهي قيمة غير دالة احصائياً.
  - لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور تقييم التسوق وفقاً لعدد أفراد الأسرة حيث كانت قيمة (ف) ١.٢٦٧ وهي قيمة غير دالة احصائياً.
  - لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في إجمالي التسوق الإلكتروني وفقاً لعدد أفراد الأسرة حيث كانت قيمة (ف) ١.٦٥٠ وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- واختلفت تلك النتائج مع دراسة فقيه (٢٠١٣ : ١٢٦) علي وجود فروق ذات دلالة إحصائية في خطوات الشراء الإلكتروني تبعاً لعدد أفراد الأسرة عند مستوى دلالة ٠,٠١ لصالح الأسرة التي يقل عدد أفرادها عن (٥ أفراد).
- واتفقت تلك النتائج مع دراسة البسيوني (٢٠١٨ : ١٦٠) أنه لا يوجد تباين دال إحصائياً بين مجموع درجات ربات الأسر عينة الدراسة واستبيان أساليب التسوق تبعاً لعدد الأبناء مما سبق يتضح عدم وجود تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان التسوق الإلكتروني بمحاورة الثلاثة وفقاً لعدد أفراد الأسرة.

### ٢- مدة الزواج

جدول (٢٨) تحليل التباين في اتجاه واحد للزوجات عينة الدراسة في التسوق الإلكتروني بمحاورة الثلاثة وفقاً لمدة الزواج

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	البيان التسوق الإلكتروني
0,045 (دالة عند ٠,٠٥)	2.498	33.094 13.247	4 165 169	132.375 2185.837 2318.212	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	ما قبل التسوق
0,032 (دالة عند ٠,٠٥)	2.710	82.364 30.389	4 165 169	329.458 5014.166 5343.624	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	التسوق الفعلي
0,001 (دالة عند ٠,٠١)	4.654	97.085 20.861	4 165 169	388.341 3442.106 3830.447	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	تقييم التسوق
0,005 (دالة عند ٠,٠٥)	3.843	554.831 144.371	4 165 169	2219.322 23821.172 26040.494	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	التسوق الإلكتروني

جدول (٢٩) المتوسطات الحسابية وفق اختبار Tukey لمحور ما قبل التسوق والتسوق الفعلي وتقييم التسوق والتسوق الإلكتروني

التسوق الإلكتروني	تقييم التسوق	التسوق الفعلي	ما قبل التسوق	العدد	فئات مدة الزواج
85,38	31,91	28,68	24,79	34	أقل من ٥ سنوات
90,23	34,49	30,70	25,04	57	٥ إلى أقل من ١٠ سنوات
86,13	32,75	29,44	23,94	16	١٠ إلى أقل من ١٥ سنة
88,29	32,75	30,00	26,29	7	١٥ إلى أقل من ٢٠ سنة
81,46	30,88	27,36	23,23	56	٢٠ سنة فأكثر

يوضح جدول (٢٨) و (٢٩) ما يلي:-

- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور ما قبل التسوق وفقاً لمدة الزواج حيث كانت قيمة (ف) ٢.٤٩٨ وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥ ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار Tukey حيث وجد أن متوسط درجات مدة الزواج للزوجات عينة الدراسة تتدرج من الزوجات اللاتي تتراوح مدة زواجهن من ٢٠ سنة فأكثر ٢٣,٢٣ إلي اللاتي تتراوح مدة زواجهن من ١٥ إلى أقل من ٢٠ سنة وهذا يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور ما قبل التسوق وفقاً لمدة الزواج عند مستوى دلالة ٠,٠٥ لصالح الزوجات اللاتي مدة زواجهن من ١٥ إلى اقل من ٢٠ سنة.
- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور التسوق الفعلي وفقاً لمدة الزواج حيث كانت قيمة (ف) ٢.٧١٠ وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥ ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار Tukey حيث وجد أن متوسط درجات مدة الزواج للزوجات عينة الدراسة تتدرج من الزوجات اللاتي تتراوح مدة زواجهن من ٢٠ سنة فأكثر ٢٧,٣٦ إلي اللاتي تتراوح مدة زواجهن من ٥ إلى أقل من ١٠ سنوات ٣٠,٧٠ وهذا يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور التسوق الفعلي وفقاً لمدة الزواج عند مستوى دلالة ٠,٠٥ لصالح الزوجات اللاتي تتراوح مدة زواجهن من ٥ إلى اقل من ١٠ سنوات .
- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور تقييم التسوق وفقاً لمدة الزواج حيث كانت قيمة (ف) ٤.٦٥٤ وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠١ ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار Tukey حيث وجد أن متوسط درجات مدة الزواج للزوجات عينة الدراسة تتدرج من الزوجات اللاتي تتراوح مدة زواجهن من ٢٠ سنة فأكثر ٣٠,٨٨ إلي اللاتي تتراوح مدة زواجهن من ٥ إلى أقل من ١٠ سنوات ٣٤,٤٩ وهذا يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور تقييم التسوق وفقاً لمدة الزواج عند مستوى دلالة ٠,٠١ لصالح الزوجات اللاتي تتراوح مدة زواجهن من ٥ إلى اقل من ١٠ سنوات .
- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في إجمالي التسوق الإلكتروني وفقاً لمدة الزواج حيث كانت قيمة (ف) ٣.٨٤٣ وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥ ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار Tukey حيث وجد أن متوسط درجات مدة الزواج للزوجات عينة الدراسة تتدرج من الزوجات اللاتي تتراوح مدة

زواجهن من ٢٠ سنة فأكثر ٨١,٤٦ إلي اللاتي تتراوح مدة زواجهن من ٥ إلي أقل من ١٠ سنوات ٩٠,٢٣ وهذ يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في اجمالي التسوق الالكتروني وفقاً لمدة الزواج عند مستوي دلالة ٠,٠٥ لصالح الزوجات اللاتي تتراوح مدة زواجهن من ٥ إلي أقل من ١٠ سنوات .

اختلفت تلك النتائج مع دراسة البسيوني (٢٠١٨ : ١٦٢) أنه لا يوجد تباين دال احصائياً بين مجموع درجات ربات الأسر عينة الدراسة واستبيان أساليب التسوق تبعاً لعدد سنوات الزواج.

مما سبق يتضح وجود تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان التسوق الالكتروني بمحاورة الثلاثة وفقاً لمدة الزواج حيث كانت قيمة (ف) ٣.٨٤٣ وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوي دلالة ٠,٠٥ لصالح الزوجات اللاتي تتراوح مدة زواجهن من ٥ إلي أقل من ١٠ سنوات.

### ٣- سن الزوج

جدول (٣٠) تحليل التباين في اتجاه واحد للزوجات عينة الدراسة في التسوق الالكتروني بمحاورة الثلاثة وفقاً لسن الزوج

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	البيان التسوق الالكتروني
0,033 (دالة عند ٠,٠٥)	2.680	35.362 13.193	4 165 169	141.448 2176.764 2318.212	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	ما قبل التسوق
0,037 (دالة عند ٠,٠٥)	2.616	79.656 30.455	4 165 169	318.624 5025.000 5343.624	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	التسوق الفعلي
0,004 (دالة عند ٠,٠١)	3.957	83.830 21.183	4 165 169	335.320 3495.127 3830.447	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	تقييم التسوق
0,009 (دالة عند ٠,٠١)	3.481	506.647 145.539	4 165 169	2026.590 24013.904 26040.494	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	التسوق الالكتروني

جدول (٣١) المتوسطات الحسابية وفق اختبار Tukey لمحور ما قبل التسوق والتسوق الفعلي وتقييم التسوق والتسوق الالكتروني

العدد	ما قبل التسوق	التسوق الفعلي	تقييم التسوق	التسوق الالكتروني	فئات سن الزوج
2	23,50	24,00	30,00	78,00	أقل من ٢٥ سنة
65	25,48	30,12	33,49	89,09	من ٢٥ الي أقل من ٣٥ سنة
39	23,92	29,97	33,85	87,74	من ٣٥ الي أقل من ٤٥ سنة
38	23,55	27,05	30,63	81,24	من ٤٥ الي أقل من ٥٥ سنة
26	23,35	28,23	31,04	82,62	٥٥ فأكثر

يوضح جدول (٣٠) و (٣١) ما يلي:-

- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور ما قبل التسوق وفقاً لسن الزوج حيث كانت قيمة (ف) ٢.٦٨٠ وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوي دلالة ٠,٠٥ ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار

Tukey حيث وجد أن متوسط درجات سن الزوج للزوجات عينة الدراسة تتدرج من الزوجات اللاتي تتراوح سن أزواجهن من ٥٥ سنة فأكثر ٢٣,٣٥ إلي اللاتي تتراوح سن أزواجهن من ٢٥ إلي أقل من ٣٥ سنة ٢٥,٤٨ وهذا يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور ما قبل التسوق وفقاً لسن الزوج عند مستوي دلالة ٠,٠٥ لصالح الزوجات اللاتي تتراوح سن أزواجهن من ٢٥ إلي أقل من ٣٥ سنة .

- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور التسوق الفعلي وفقاً لسن الزوج حيث كانت قيمة (ف) ٢.٦١٦ وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوي دلالة ٠,٠٥ ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار Tukey حيث وجد أن متوسط درجات سن الزوج للزوجات عينة الدراسة تتدرج من الزوجات اللاتي تتراوح سن أزواجهن من أقل من ٢٥ سنة ٢٤,٠٠ إلي اللاتي تتراوح سن أزواجهن من ٢٥ إلي أقل من ٣٥ سنة ٣٠,١٢ وهذا يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور التسوق الفعلي وفقاً لسن الزوج عند مستوي دلالة ٠,٠٥ لصالح الزوجات اللاتي تتراوح سن أزواجهن من ٢٥ إلي أقل من ٣٥ سنة .

- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور تقييم التسوق وفقاً لسن الزوج حيث كانت قيمة (ف) ٣.٩٥٧ وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوي دلالة ٠,٠١ ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار Tukey حيث وجد أن متوسط درجات سن الزوج للزوجات عينة الدراسة تتدرج من الزوجات اللاتي تتراوح سن أزواجهن من أقل من ٢٥ سنة ٣٠,٠٠ إلي اللاتي تتراوح سن أزواجهن من ٣٥ إلي أقل من ٤٥ سنة ٣٣,٨٥ وهذا يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور تقييم التسوق وفقاً لسن الزوج عند مستوي دلالة ٠,٠١ لصالح الزوجات اللاتي تتراوح سن أزواجهن من ٣٥ إلي أقل من ٤٥ سنة .

- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في إجمالي التسوق الإلكتروني وفقاً لسن الزوج حيث كانت قيمة (ف) 3.481 وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوي دلالة ٠,٠١ ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار Tukey حيث وجد أن متوسط درجات سن الزوج للزوجات عينة الدراسة تتدرج من الزوجات اللاتي تتراوح سن أزواجهن من أقل من ٢٥ سنة ٧٨,٠٠ إلي اللاتي تتراوح سن أزواجهن من ٢٥ إلي أقل من ٣٥ سنة ٨٩,٠٩ وهذا يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في إجمالي التسوق الإلكتروني وفقاً لسن الزوج عند مستوي دلالة ٠,٠١ لصالح الزوجات اللاتي تتراوح سن أزواجهن من ٢٥ إلي أقل من ٣٥ سنة .

واتفقت تلك النتائج مع دراسة فقيه (٢٠١٣ : ١١٩) علي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأزواج في محور خطوات الشراء الإلكتروني عند مستوى دلالة ٠,٠١ لصالح الأزواج في المرحلة العمرية (٤٥ سنة لأقل من ٥٥ سنة).

واختلفت تلك النتائج مع دراسة البسيوني (٢٠١٨ : ١٦١) أنه لا يوجد تباين دال إحصائياً بين مجموع درجات ربات الأسر عينة الدراسة واستبيان أساليب التسوق تبعاً لسن رب الأسرة.

واختلفت تلك النتائج مع دراسة النونو (٢٠٠٧: ١٠٠) علي عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين المتبئين للتسوق عبر الانترنت تبعاً للسنة. مما سبق يتضح وجود تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان التسوق الالكتروني بمحاورة الثلاثة وفقاً لسنة الزوج حيث كانت قيمة (ف) 3.481 وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠١ لصالح الزوجات اللاتي يتزوج سن أزواجهن من ٢٥ إلي أقل من ٣٥ سنة.

#### ٤- سن الزوجة

جدول (٣٢) تحليل التباين في اتجاه واحد للزوجات عينة الدراسة في التسوق الالكتروني بمحاورة الثلاثة وفقاً لسنة الزوج

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	البيان التسوق الالكتروني
0,013 (دالة عند ٠,٠٥)	3.259	42.432 13.021	4 165 169	169.729 2148.483 2318.212	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	ما قبل التسوق
0,036 (دالة عند ٠,٠٥)	2.634	80.178 30.442	4 165 169	320.711 5022.912 5343.624	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	التسوق الفعلي
0,000 (دالة عند ٠,٠٠١)	5.822	118.442 20.344	4 165 169	473.767 3356.680 3830.447	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	تقييم التسوق
0,001 (دالة عند ٠,٠٠١)	4.744	671.457 141.543	4 165 169	2685.827 23354.667 26040.494	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	التسوق الالكتروني

جدول (٣٣) المتوسطات الحسابية وفق اختبار Tukey المحور ما قبل التسوق والتسوق الفعلي وتقييم التسوق والتسوق الالكتروني

العدد	ما قبل التسوق	التسوق الفعلي	تقييم التسوق	التسوق الالكتروني	فئات سن الزوجة
12	24,00	27,33	30,33	81,67	أقل من ٢٥ سنة
84	25,33	30,42	34,13	89,88	من ٢٥ الي أقل من ٣٥ سنة
34	23,18	27,91	31,59	82,68	من ٣٥ الي أقل من ٤٥ سنة
32	23,31	27,84	30,90	82,06	من ٤٥ الي أقل من ٥٥ سنة
8	23,50	26,88	29,25	79,63	٥٥ سنة فأكثر

يوضح جدول (٣٢) و (٣٣) ما يلي:-

- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور ما قبل التسوق وفقاً لسنة الزوجة حيث كانت قيمة (ف) ٣.٢٥٩ وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥ ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار Tukey حيث وجد أن متوسط درجات سن الزوجة للزوجات عينة الدراسة تتدرج من الزوجات اللاتي يتزوج سنهن من ٣٥ إلي أقل من ٤٥ سنة ٢٣,١٨ إلي اللاتي يتزوج سنهن من ٢٥ إلي أقل من ٣٥ سنة ٢٥,٣٣ وهذا يعني انه يوجد

- تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور ما قبل التسوق وفقاً لسن الزوجة عند مستوى دلالة ٠,٠٥ لصالح الزوجات اللاتي يتراوح سنهن من ٢٥ إلى اقل من ٣٥ سنة.
- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور التسوق الفعلي وفقاً لسن الزوجة حيث كانت قيمة (ف) 2.634 وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥ ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار Tukey حيث وجد أن متوسط درجات سن الزوجة للزوجات عينة الدراسة تتدرج من الزوجات اللاتي يتراوح سنهن من ٥٥ سنة فأكثر ٢٦,٨٨ إلى اللاتي يتراوح سنهن من ٢٥ إلى أقل من ٣٥ سنة ٣٠,٤٢ وهذا يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور التسوق الفعلي وفقاً لسن الزوجة عند مستوى دلالة ٠,٠٥ لصالح الزوجات اللاتي يتراوح سنهن من ٢٥ إلى اقل من ٣٥ سنة.
- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور تقييم التسوق وفقاً لسن الزوجة حيث كانت قيمة (ف) ٥.٨٢٢ وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠١ ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار Tukey حيث وجد أن متوسط درجات سن الزوجة للزوجات عينة الدراسة تتدرج من الزوجات اللاتي يتراوح سنهن من ٥٥ سنة فأكثر ٢٩,٢٥ إلى اللاتي يتراوح سنهن من ٢٥ إلى أقل من ٣٥ سنة ٣٤,١٣ وهذا يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور تقييم التسوق وفقاً لسن الزوجة عند مستوى دلالة ٠,٠١ لصالح الزوجات اللاتي يتراوح سنهن من ٢٥ إلى اقل من ٣٥ سنة.
- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في إجمالي التسوق الالكتروني وفقاً لسن الزوجة حيث كانت قيمة (ف) ٤.٧٤٤ وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٠١ ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار Tukey حيث وجد أن متوسط درجات سن الزوجة للزوجات عينة الدراسة تتدرج من الزوجات اللاتي يتراوح سنهن من ٥٥ سنة فأكثر ٧٩,٦٣ إلى اللاتي يتراوح سنهن من ٢٥ إلى أقل من ٣٥ سنة ٨٩,٨٨ وهذا يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في إجمالي التسوق الالكتروني وفقاً لسن الزوجة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١ لصالح الزوجات اللاتي يتراوح سنهن من ٢٥ إلى اقل من ٣٥ سنة.

اختلفت تلك النتائج مع دراسة البسيوني (٢٠١٨: ١٦١-١٦٢) أنه لا يوجد تباين دال احصائياً بين مجموع درجات ربات الأسر عينة الدراسة واستبيان أساليب التسوق تبعاً لسن ربة الأسرة.

اتفقت تلك النتائج مع دراسة فقيه (٢٠١٣: ١٢٧) علي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين ربات الأسر في محور خطوات الشراء الإلكتروني عند مستوى دلالة ٠,٠١ لصالح ربات الأسر في المرحلة العمرية (٣٥ سنة لأقل من ٤٥ سنة).  
 مما سبق يتضح وجود تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان التسوق الإلكتروني بمحاورة الثلاثة وفقاً لسن الزوجة حيث كانت قيمة (ف) ٤.٧٤٤ وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٠١ لصالح الزوجات اللاتي يتراوح سنهن من ٢٥ إلي اقل من ٣٥ سنة .

#### ٥- مستوى تعليم الزوج

جدول (٣٤) تحليل التباين في اتجاه واحد للزوجات عينة الدارسة في التسوق الإلكتروني بمحاورة الثلاثة وفقاً لتعليم الزوج

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	البيان التسوق الإلكتروني
0,036 (دالة عند ٠,٠٥)	3.395	45.286 13.339	2 167 169	90.726 2227.486 2318.212	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	ما قبل التسوق
0,185 (غير دالة)	1.706	53.486 31.357	2 167 169	106,973 5236.651 5343.624	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	التسوق الفعلي
0,797 (غير دالة)	0,228	5.208 22.874	2 167 169	10.415 3820.032 3830.447	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	تقييم التسوق
0,185 (غير دالة)	1.706	260.665 152.809	2 167 169	521.330 25519.164 26040.494	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	التسوق الإلكتروني

جدول (٣٥) المتوسطات الحسابية وفق اختبار Tukey لمحور ما قبل التسوق

فئات مستوى تعليم الزوج	العدد	ما قبل التسوق
المستوي المنخفض	10	23,50
المستوي المتوسط	47	23,28
المتوسط المرتفع	113	24,86

يوضح جدول (٣٤) و (٣٥) ما يلي:-

- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور ما قبل التسوق وفقاً لمستوي تعليم الزوج حيث كانت قيمة (ف) ٣.٣٩٥ وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥ ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار Tukey حيث وجد أن متوسط درجات مستوى تعليم الزوج يتدرج من المستوي المتوسط ٢٣,٢٨ إلي مستوي التعليم المرتفع ٢٤,٨٦ وهذا يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور ما قبل التسوق وفقاً لمستوي تعليم الزوج عند مستوى دلالة ٠,٠٥ لصالح مستوى تعليم الزوج مرتفع.

- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور التسوق الفعلي وفقاً لمستوي تعليم الزوج حيث كانت قيمة (ف) ١.٧٠٦ وهي قيمة غير دالة احصائياً.
  - لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور تقييم التسوق وفقاً لمستوي تعليم الزوج حيث كانت قيمة (ف) ٠,٢٢٨ وهي قيمة غير دالة احصائياً.
  - لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في إجمالي التسوق الإلكتروني وفقاً لمستوي تعليم الزوج حيث كانت قيمة (ف) ١.٧٠٦ وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- واتفقت تلك النتائج مع دراسة البسيوني (٢٠١٨: ١٦٣) والتي تؤكد علي أنه لا يوجد تباين دال إحصائياً بين مجموع درجات ربات الأسر عينة الدراسة واستبيان أساليب التسوق تبعاً لمستوي تعليم رب الأسرة.
- واختلفت تلك النتائج مع دراسة فقيه (٢٠١٣: ١٢٤) ودراسة السواح (٢٠١٧: ١٨٩) والتي تؤكد علي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين ربات الأسر في محور خطوات الشراء الإلكتروني تبعاً لمستوي تعليم رب الأسرة عند مستوى دلالة ٠,٠١ لصالح الأزواج الحاصلين علي الماجستير.
- مما سبق يتضح عدم وجود تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان التسوق الإلكتروني بمحاورة الثلاثة وفقاً لمستوي تعليم الزوج.

#### ٦- مستوى تعليم الزوجة

جدول (٣٦) تحليل التباين في اتجاه واحد للزوجات عينة الدراسة في التسوق الإلكتروني بمحاورة الثلاثة وفقاً لتعليم الزوجة

البيان التسوق الإلكتروني	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
ما قبل التسوق	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	46.572 2271.640 2318.212	2 167 169	23.286 13.603	1.712	0,184 (غير دالة)
التسوق الفعلي	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	98.356 5245.267 5343.624	2 167 169	46.178 31.409	1.566	0,212 (غير دالة)
تقييم التسوق	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	65.069 3765.378 3830.447	2 167 169	32.535 22.547	1.443	0,239 (غير دالة)
التسوق الإلكتروني	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	606.133 25434.361 26040.494	2 167 169	303.067 152.302	1.990	0,140 (غير دالة)

يوضح جدول (٣٦) ما يلي:-

- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور ما قبل التسوق وفقاً لمستوي تعليم الزوجة حيث كانت قيمة (ف) ١.٧١٢ وهي قيمة غير دالة احصائياً.
  - لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور التسوق الفعلي وفقاً لمستوي تعليم الزوجة حيث كانت قيمة (ف) ١.٥٦٦ وهي قيمة غير دالة احصائياً.
  - لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور تقييم التسوق وفقاً لمستوي تعليم الزوجة حيث كانت قيمة (ف) ١.٤٤٣ وهي قيمة غير دالة احصائياً.
  - لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في إجمالي التسوق الإلكتروني وفقاً لمستوي تعليم الزوجة حيث كانت قيمة (ف) ١.٩٩٠ وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- واختلفت تلك النتائج مع دراسة فقيه (٢٠١٣: ١٢٤) التي تؤكد علي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين ربات الأسر في محور خطوات الشراء الإلكتروني تبعاً لمستوي تعليم ربة الأسرة عند مستوى دلالة ٠,٠١ لصالح ربات الأسر الحاصلة علي (الماجستير - دكتوراه).
- واختلفت تلك النتائج مع دراسة البسيوني (٢٠١٨: ١٦٤) التي تؤكد علي أنه يوجد تباين دال إحصائياً بين مجموع درجات ربات الأسر عينة الدراسة واستبيان أساليب التسوق تبعاً لمستوي تعليم الزوجة حيث كانت قيمة (ف) ٢,٨٦ وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥ لصالح ربات الأسر اللاتي في مرحلة الدكتوراه.
- مما سبق يتضح عدم وجود تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان التسوق الإلكتروني بمحاورة الثلاثة وفقاً لمستوي تعليم الزوجة.

#### ٧- مهنة الزوج

دول (٣٧) تحليل التباين في اتجاه واحد للزوجات عينة الدراسة في التسوق الإلكتروني بمحاورة الثلاثة وفقاً لمهنة الزوج

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	البيان التسوق الإلكتروني
0,048 (دالة عند ٠,٠٥)	2.449	32.481 13.262	4 165 169	129.924 2188.288 2318.212	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	ما قبل التسوق
0,009 (دالة عند ٠,٠١)	3.524	105.144 29.837	4 165 169	420.576 4923.048 5343.624	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	التسوق الفعلي
0,216 (غير دالة)	1.461	32.756 22.421	4 165 169	131.022 3699.425 3830.447	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	تقييم التسوق
0,027 (دالة عند ٠,٠٥)	2.823	417.008 147.712	4 165 169	1668.032 24372.462 26040.494	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	التسوق الإلكتروني

جدول (٣٨) المتوسطات الحسابية وفق اختبار Tukey لمحور ما قبل التسوق والتسوق الفعلي والتسوق الإلكتروني

التسوق الإلكتروني	التسوق الفعلي	ما قبل التسوق	العدد	فئات مهنة الزوج
86,00	28,71	24,88	58	وظيفة حكومية
87,08	29,73	24,59	51	قطاع خاص
87,18	29,94	24,12	49	اعمال حرة
78,29	26,14	22,57	7	علي المعاش
71,00	21,40	20,20	5	لا يعمل

يوضح جدول (٣٧) و (٣٨) ما يلي:-

- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور ما قبل التسوق وفقاً لمهنة الزوج حيث كانت قيمة (ف) ٢.٤٤٩ وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥ ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار Tukey حيث وجد أن متوسط درجات مهنة الزوج للزوجات عينة الدراسة تتدرج من علي المعاش ٢٠,٢٠ إلي وظيفة حكومية ٢٤,٨٨ وهذا يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور ما قبل التسوق وفقاً لمهنة الزوج عند مستوى دلالة ٠,٠٥ لصالح مهنة الزوج الحكومية.
- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور التسوق الفعلي وفقاً لمهنة الزوج حيث كانت قيمة (ف) ٣.٥٢٤ وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠١ ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار Tukey حيث وجد أن متوسط درجات مهنة الزوج للزوجات عينة الدراسة تتدرج من علي المعاش ٢١,٤٠ إلي الأعمال الحرة ٢٩,٩٤ وهذا يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور ما قبل التسوق وفقاً لمهنة الزوج عند مستوى دلالة ٠,٠١ لصالح مهنة الأعمال الحرة.
- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور تقييم التسوق وفقاً لمهنة الزوج حيث كانت قيمة (ف) ١.٤٦١ وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في إجمالي التسوق الإلكتروني وفقاً لمهنة الزوج حيث كانت قيمة (ف) ٢.٨٢٣ وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥ ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار Tukey حيث وجد أن متوسط درجات مهنة الزوج للزوجات عينة الدراسة تتدرج من علي المعاش ٧١,٠٠ إلي الأعمال الحرة ٨٧,١٨ وهذا يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور ما قبل التسوق وفقاً لمهنة الزوج عند مستوى دلالة ٠,٠٥ لصالح مهنة الأعمال الحرة.

واختلفت تلك النتائج مع دراسة البسيوني (٢٠١٨: ١٦٥) التي تؤكد أنه لا يوجد تباين دال إحصائياً بين مجموع درجات ربات الأسر عينة الدراسة واستبيان أساليب التسوق تبعاً لمهنة رب الأسرة.

مما سبق يتضح وجود تباين دال إحصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان التسوق الإلكتروني بمحاورة الثلاثة وفقاً لمهنة الزوج عند مستوي دلالة ٠,٠٥ لصالح مهنة الأعمال الحرة.

#### ٨- دخل الأسرة

جدول (٣٩) تحليل التباين في اتجاه واحد للزوجات عينة الدراسة في التسوق الإلكتروني بمحاورة الثلاثة وفقاً لدخل الأسرة

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	البيان التسوق الإلكتروني
0,018 (دالة عند ٠,٠٥)	3.067	40.103 13.078	4 165 169	160.410 2157.802 2318.212	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	ما قبل التسوق
0,015 (دالة عند ٠,٠٥)	3.180	95.622 30.067	4 165 169	382.488 4961.136 5343.624	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	التسوق الفعلي
0,205 (غير دالة)	1.499	33.588 22.401	4 165 169	134.353 3696.094 3830.447	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	تقييم التسوق
0,030 (دالة عند ٠,٠٥)	2.756	407.766 147.936	4 165 169	1631.064 24409.430 26040.494	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	التسوق الإلكتروني

جدول (٤٠) المتوسطات الحسابية وفق اختبار Tukey لمحور ما قبل التسوق والتسوق الفعلي والتسوق الإلكتروني

التسوق الإلكتروني	التسوق الفعلي	ما قبل التسوق	العدد	فئات دخل الأسرة
80,27	26,00	22,33	15	أقل من ٢٠٠٠
84,06	28,23	24,01	71	من ٢٠٠٠ إلى أقل من ٤٠٠٠
90,18	30,88	25,28	40	من ٤٠٠٠ إلى أقل من ٦٠٠٠
88,95	30,84	25,95	19	من ٦٠٠٠ إلى أقل من ٨٠٠٠
85,40	28,23	23,76	25	٨٠٠٠ فأكثر

يوضح جدول (٣٩) و (٤٠) ما يلي:-

- يوجد تباين دال إحصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور ما قبل التسوق وفقاً لدخل الأسرة حيث كانت قيمة (ف) ٣.٠٦٧ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة ٠,٠٥ ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار Tukey حيث وجد أن متوسط درجات دخل الأسرة للزوجات عينة الدراسة يتدرج من أقل من ٢٠٠٠ جنيه ٢٢,٣٣ إلى ٦٠٠٠ إلى أقل من ٨٠٠٠ جنيه ٢٥,٩٥ وهذا يعني انه يوجد تباين دال إحصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في

محور ما قبل التسوق وفقاً لدخل الأسرة عند مستوى دلالة ٠,٠٥ لصالح فئات الدخل من ٦٠٠٠ إلى أقل من ٨٠٠٠.

- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور التسوق الفعلي وفقاً لدخل الأسرة حيث كانت قيمة (ف) ٣.١٨٠ وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥ ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار Tukey حيث وجد أن متوسط درجات دخل الأسرة للزوجات عينة الدراسة تتدرج من أقل من أقل من ٢٠٠٠ جنيه ٢٦,٠٠ إلى من ٤٠٠٠ إلى أقل من ٦٠٠٠ جنيه ٣٠,٨٨ وهذا يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور التسوق الفعلي وفقاً لدخل الأسرة عند مستوى دلالة ٠,٠٥ لصالح فئات الدخل من ٤٠٠٠ إلى أقل من ٦٠٠٠.

- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور تقييم التسوق وفقاً لدخل الأسرة حيث كانت قيمة (ف) ١.٤٩٩ وهي قيمة غير دالة احصائياً.

- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في إجمالي التسوق الإلكتروني وفقاً لدخل الأسرة حيث كانت قيمة (ف) ٢.٧٥٦ وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥ ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار Tukey حيث وجد أن متوسط درجات دخل الأسرة للزوجات عينة الدراسة تتدرج من أقل من ٢٠٠٠ جنيه ٨٠,٢٧ إلى من ٤٠٠٠ إلى أقل من ٦٠٠٠ جنيه ٩٠,١٨ وهذا يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في إجمالي التسوق الإلكتروني وفقاً لدخل الأسرة عند مستوى دلالة ٠,٠٥ لصالح فئات الدخل من ٤٠٠٠ إلى أقل من ٦٠٠٠.

واتفقت تلك النتائج مع دراسة كل من الشيميري & أبو حمادة (٢٠٠٦ : ٩٨)، فقيه (٢٠١٣ : ١٢٢) والتي أكدت علي أن أصحاب الدخل المرتفعة يمثلون النسبة الأكبر في استخدام التسوق الإلكتروني عن التسوق التقليدي.

أكدت دراسة البسيوني (٢٠١٨ : ١٦٧ - ١٦٨) أنه يوجد تباين دال إحصائياً بين مجموع درجات ربات الأسر عينة الدراسة واستبيان أساليب التسوق تبعاً لفئات الدخل الشهري للأسرة حيث كانت قيمة (ف) ٢,٤٧ وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥ لصالح ربات الأسر ذوات الدخل من ٦٠٠٠ إلى أقل من ٧٠٠٠ جنيه شهرياً.

مما سبق يتضح وجود تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان التسوق الالكتروني بمحاورة الثلاثة وفقاً لدخل الأسرة حيث كانت قيمة (ف) ٢.٧٥٦ وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوي دلالة ٠,٠٥ لصالح فئات الدخل من ٤٠٠٠ إلي أقل من ٦.٠٠٠.

#### ٩- مقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت

جدول (٤١) تحليل التباين في اتجاه واحد للزوجات عينة الدراسة في التسوق الالكتروني بمحاورة الثلاثة وفقاً لمشاركة الزوجة في مصروف البيت

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	البيان التسوق الالكتروني
0,027 (دالة عند ٠,٠٥)	3.135	41.434 13.216	3 166 169	124.303 2193.909 2318.212	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	ما قبل التسوق
0,136 (غير دالة)	1.876	58.413 31.135	3 166 169	175.240 5168.384 5343.624	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	التسوق الفعلي
0,075 (غير دالة)	2.341	51.836 22.138	3 166 169	155.509 3674.938 3830.447	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	تقييم التسوق
0,032 (دالة عند ٠,٠٥)	3.010	447.811 148.777	3 166 169	1343.432 24697.062 26040.494	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	التسوق الالكتروني

جدول (٤٢) المتوسطات الحسابية وفق اختبار Tukey لمحور ما قبل التسوق والتسوق الالكتروني

التسوق الالكتروني	ما قبل التسوق	العدد	فئات مقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت
85,35	28,73	49	كل الراتب
84,00	28,68	19	نصف الراتب
66,67	22,00	3	ربع الراتب
87,13	29,48	99	لا تشارك

يوضح جدول (٤١) و (٤٢) ما يلي:-

- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور ما قبل التسوق وفقاً لمقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت حيث كانت قيمة (ف) ٣.١٣٥ وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوي دلالة ٠,٠٥ ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار Tukey حيث وجد أن متوسط درجات مقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت للزوجات عينة الدراسة تتدرج من ربع الراتب ٢٢,٠٠ إلي لا تشارك ٢٩,٤٨ وهذا يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور ما قبل التسوق وفقاً لمقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت عند مستوي دلالة ٠,٠٥ لصالح الزوجات اللاتي لا تشارك.
- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور التسوق الفعلي وفقاً لمقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت حيث كانت قيمة (ف) ١.٨٧٦ وهي قيمة غير دالة احصائياً.

- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور تقييم التسوق وفقاً لمقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت حيث كانت قيمة (ف) ٢.٣٤١ وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في اجمالي التسوق الالكتروني وفقاً لمقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت حيث كانت قيمة (ف) ٣.٠١٠ وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوي دلالة ٠,٠٥ ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار Tukey حيث وجد أن متوسط درجات مقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت للزوجات عينة الدراسة تتدرج من ريع الراتب ٦٦,٦٧ إلي لا تشارك ٨٧,١٣ وهذا يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في اجمالي التسوق الالكتروني وفقاً لمقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت عند مستوي دلالة ٠,٠٥ لصالح الزوجات اللاتي لا تشارك.

واختلفت تلك النتائج مع دراسة البسيوني (٢٠١٨: ١٦٨-١٦٩) التي أكدت أنه لا يوجد تباين دال احصائياً بين مجموع درجات ربات الأسر عينة الدراسة واستبيان أساليب التسوق تبعاً لمقدار المشاركة في الدخل.

مما سبق يتضح وجود تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان التسوق الالكتروني بمحاورة الثلاثة وفقاً لمقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت حيث كانت قيمة (ف) ٣.٠١٠ وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوي دلالة ٠,٠٥ لصالح الزوجات اللاتي لا تشارك.

#### ١٠- عدد مرات التسوق عبر الانترنت

جدول (٤٣) تحليل التباين في اتجاه واحد للزوجات عينة الدراسة في التسوق الالكتروني بمحاورة الثلاثة وفقاً لعدد مرات التسوق الالكتروني

البيان	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
التسوق الالكتروني ما قبل التسوق	بين المجموعات	183.351	2	91.675	7.171	0,001 (دالة عند ٠,٠٠١)
	داخل المجموعات الكلي	2134.861	167	12.784		
	الكلي	2318.212	169			
التسوق الفعلي	بين المجموعات	767.196	2	383.598	13.998	0,000 (دالة عند ٠,٠٠١)
	داخل المجموعات الكلي	4576.427	167	27.404		
	الكلي	5343.624	169			
تقييم التسوق	بين المجموعات	274.808	2	137.404	6.454	0,002 (دالة عند ٠,٠١)
	داخل المجموعات الكلي	3555.639	167	21.291		
	الكلي	3830.447	169			
التسوق الالكتروني	بين المجموعات	3338.920	2	1669.460	12.281	0,000 (دالة عند ٠,٠٠١)
	داخل المجموعات الكلي	22701.574	167	135.938		
	الكلي	26040.494	169			

جدول (٤٤) المتوسطات الحسابية وفق اختبار Tukey لمحور ما قبل التسوق والتسوق الفعلي وتقييم التسوق والتسوق الالكتروني

فئات عدد مرات التسوق عبر الانترنت	العدد	ما قبل التسوق	التسوق الفعلي	تقييم التسوق الالكتروني
مرة واحدة	61	23,16	26,69	31,16
أكثر من مرة	89	25,33	31,07	33,73
كنت اتعامل سابقاً وتوقفت	20	23,55	27,25	31,25

يوضح جدول (٤٣) و (٤٤) ما يلي:-

- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور ما قبل التسوق وفقاً لعدد مرات التسوق الالكتروني حيث كانت قيمة (ف) 7.171 وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٠١، ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار Tukey حيث وجد أن متوسط درجات عدد مرات التسوق الالكتروني للزوجات عينة الدراسة تتدرج من التسوق مرة واحدة ٢٣,١٦ إلي التسوق أكثر من مرة ٢٥,٣٣ وهذا يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور ما قبل التسوق وفقاً لعدد مرات التسوق الالكتروني عند مستوى دلالة ٠,٠٠١ لصالح الزوجات اللاتي تسوقن أكثر من مرة.
- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور التسوق الفعلي وفقاً لعدد مرات التسوق الالكتروني حيث كانت قيمة (ف) 13.998 وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٠١، ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار Tukey حيث وجد أن متوسط درجات عدد مرات التسوق الالكتروني للزوجات عينة الدراسة تتدرج من التسوق مرة واحدة ٢٦,٦٩ إلي التسوق أكثر من مرة ٣١,٠٧ وهذا يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور التسوق الفعلي وفقاً لعدد مرات التسوق الالكتروني عند مستوى دلالة ٠,٠٠١ لصالح الزوجات اللاتي تسوقن أكثر من مرة.
- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور تقييم التسوق وفقاً لعدد مرات التسوق الالكتروني حيث كانت قيمة (ف) 6.454 وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠١، ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار Tukey حيث وجد أن متوسط درجات عدد مرات التسوق الالكتروني للزوجات عينة الدراسة تتدرج من التسوق مرة واحدة ٣١,١٦ إلي التسوق أكثر من مرة ٣٣,٧٣ وهذا يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في محور تقييم التسوق وفقاً لعدد مرات التسوق الالكتروني عند مستوى دلالة ٠,٠١ لصالح الزوجات اللاتي تسوقن أكثر من مرة.
- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في اجمالي التسوق الالكتروني وفقاً لعدد مرات التسوق الالكتروني حيث كانت قيمة (ف) 12.281 وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٠١، ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار Tukey حيث وجد أن متوسط درجات عدد مرات التسوق الالكتروني للزوجات عينة الدراسة تتدرج من التسوق مرة واحدة ٨١,٠٢ إلي التسوق أكثر من مرة ٩٠,١٢ وهذا يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في اجمالي التسوق الالكتروني وفقاً لعدد مرات التسوق الالكتروني عند مستوى دلالة ٠,٠٠١ لصالح الزوجات اللاتي تسوقن أكثر من مرة.

اتفقت تلك النتائج مع دراسة السواح (٢٠١٣، ٩٣٥) التي أكدت علي وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥ بين متوسط درجات طلاب الجامعة الذين يشرون عبر الإنترنت ومن لا يشتررون عبر الإنترنت في أسلوب اتخاذ القرارات الشرائية لصالح من لا يشتررون عبر الإنترنت، وكذلك وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠١ بين أسلوب استخدام طلاب الجامعة للإنترنت وأسلوب اتخاذ قراراتهم الشرائية.

مما سبق يتضح وجود تباين دال إحصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان التسوق الالكتروني بمحاورة الثلاثة وفقاً لعدد مرات التسوق الالكتروني حيث كانت قيمة (ف) 12.281 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٠١ لصالح الزوجات اللاتي تسوقن أكثر من مرة.

مما سبق يتضح أن خلاصة نتائج الفرض السابع تتمثل فيما يلي:-

- ١- عدم وجود تباين دال إحصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان التسوق الالكتروني بمحاورة الثلاثة وفقاً لكل من عدد أفراد الأسرة و تعليم الزوج وتعليم الزوجة.
- ٢- يوجد تباين دال إحصائياً بين الطلاب عينة الدراسة في استبيان التسوق الالكتروني بمح الثلاثة وفقاً لكل من مدة الزواج وسن الزوج وسن الزوجة ودخل الأسرة ومقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت وعدد مرات التسوق عبر الانترنت عند مستوى دلالة ٠,٠٥، ٠,٠١، ٠,٠٥، ٠,٠٥، ٠,٠٥، ٠,٠٠١، ٠,٠٠١ علي التوالي لصالح الزوجات اللاتي تتراوح مدة زواجهن من ٥ إلي أقل من ١٠ سنوات والزوجات اللاتي تتراوح سن أزواجهن من ٢٥ إلي أقل من ٣٥ سنة و الزوجات اللاتي يتراوح سنهن من ٢٥ إلي أقل من ٣٥ سنة و مهنة الزوج الأعمال الحرة و فئات الدخل من ٤٠٠٠ إلي أقل من ٦٠٠٠ والزوجات الاتي لا تشارك في مصروف البيت والزوجات اللاتي تسوقن أكثر من مرة الكترونياً ، وبذل يتحقق صحة الفرض السابع جزئياً.

## ٨- النتائج في ضوء الفرض الثامن

ينص الفرض الثامن على أنه :- "لا يوجد تباين دال إحصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في إدارة الوقت من وجهة نظر الزوجة بأبعادها الثلاثة(التخطيط- التنفيذ - التقييم) وفقاً لكل من (طبيعة السكن - عدد أفراد الأسرة- سن الزوج / والزوجة- عدد سنوات الزواج- المستوى التعليمي للزوج / والزوجة - عمل الزوج / والزوجة- الدخل المالي للأسرة- مقدار مشاركة الزوجة في الدخل- عدد مرات التسوق عبر الانترنت.

وللتحقق من صحة الفرض إحصائياً تم استخدام تحليل التباين في اتجاه واحد ANOVA لإدارة الوقت بأبعادها الثلاثة وفقاً لكل من (التخطيط- التنفيذ - التقييم) وفقاً لكل من (عدد أفراد الأسرة- سن الزوج / والزوجة- عدد سنوات الزواج- المستوى التعليمي للزوج / والزوجة - مهنة

الزوج- الدخل المالي للأسرة- مقدار مشاركة الزوجة في الدخل- عدد مرات التسوق عبر الانترنت) ، وتم تطبيق اختبار Tukey لمعرفة دلالة الفروق بين المتوسطات والجدول التالية توضح ذلك.

#### ١- عدد أفراد الأسرة

جدول (٤٥) تحليل التباين في اتجاه واحد للزوجات عينة الدراسة في إدارة الوقت بأبعادها الثلاثة وفقاً لعدد أفراد الأسرة

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	البيان إدارة الوقت
0,199 (غير دالة)	1.480	22.370 15.117	5 164 169	111.851 2479.143 2590.994	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	التخطيط
0,010 (دالة عند ٠,٠١)	3.126	38.371 12.273	5 164 169	191.854 2012.852 2204.706	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	التنفيذ
0,087 (غير دالة)	1.963	29.520 15.041	5 164 169	147.598 2466.778 2614.376	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	التقييم
0,040 (دالة عند ٠,٠٥)	2.388	196.475 82.270	5 164 169	982.377 13492.217 14474.594	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	إدارة الوقت

جدول (٤٦) المتوسطات الحسابية وفق اختبار Tukey لبعده التنفيذ وإدارة الوقت

فئات عدد أفراد الأسرة	العدد	التنفيذ	إدارة الوقت
٢ فرد	8	27,88	79,88
٣ فرد	33	31,91	85,73
٤ فرد	54	32,04	85,50
٥ فرد	36	30,50	82,72
٦ فرد	27	31,15	85,85
٧ فرد	12	29,58	77,67

يوضح جدول (٤٥) و (٤٦) ما يلي:-

- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التخطيط وفقاً لعدد أفراد الأسرة حيث كانت قيمة (ف) 1.480 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التنفيذ وفقاً لعدد أفراد الأسرة حيث كانت قيمة (ف) 3.126 وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠١ ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار Tukey حيث وجد أن متوسط درجات عدد أفراد الأسرة للزوجات عينة الدراسة تتدرج من عدد فردين ٢٧,٨٨ إلي عدد ٤ أفراد ٣٢,٠٤ وهذا يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التنفيذ وفقاً لعدد أفراد الأسرة عند مستوى دلالة ٠,٠١ لصالح عدد ٤ أفراد.

- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التقييم وفقاً لعدد أفراد الأسرة حيث كانت قيمة (ف) 1.963 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في اجمالي ادارة الوقت وفقاً لعدد أفراد الأسرة حيث كانت قيمة (ف) 2.388 وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوي دلالة ٠,٠٥، ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار Tukey حيث وجد أن متوسط درجات عدد أفراد الأسرة للزوجات عينة الدراسة تتدرج من عدد ٧ أفراد ٧٧,٦٧ إلي عدد ٣ أفراد ٨٥,٧٣ وهذا يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في اجمالي ادارة الوقت وفقاً لعدد أفراد الأسرة عند مستوي دلالة ٠,٠٥ لصالح عدد ٣ أفراد.
- اختلفت تلك النتائج مع دراسة *النسيوني (٢٠١٨: ١٤٧)* أنه لا يوجد تباين دال إحصائياً بين مجموع درجات ربات الأسر عينة الدراسة ومحور إدارة الوقت والجهد تبعاً لعدد الأبناء حيث بلغت قيمة (ف) ٠,٩٨ وهي قيمة غير دالة إحصائياً، اتفقت تلك النتائج مع دراسة كل من *التلاوي (٢٠١٦: ١١٧)* والتي أكدت علي أنه كلما زاد عدد الأبناء كلما قل مستوى إدارة الأم لوقتها حيث يقل ما لديها وقت نتيجة تعدد المسؤوليات الأسرية مع زيادة عدد الأبناء.
- مما سبق يتضح وجود تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان إدارة الوقت بأبعاده الثلاثة وفقاً لعدد أفراد الأسرة حيث كانت قيمة (ف) ٣.٠١٠ وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوي دلالة ٠,٠٥ لصالح عدد ٣ أفراد.
- ٢- مدة الزواج  
جدول (٤٧) تحليل التباين في اتجاه واحد للزوجات عينة الدراسة في إدارة الوقت بأبعاده الثلاثة وفقاً لمدة الزواج

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	البيان إدارة الوقت
0,278 (غير دالة)	1.285	19.567 15.229	4 165 169	78.268 2512.726 2590.994	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	التخطيط
0,000 (دالة عند ٠,٠٠١)	5.367	63.458 11.823	4 165 169	253.833 1950.873 2204.706	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	التنفيذ
0,469 (غير دالة)	0,894	13.870 15.508	4 165 169	55.481 2558.895 2614.376	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	التقييم
0,054 (غير دالة)	2.374	196.957 82.950	4 165 169	787.830 13686.764 14474.594	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	إدارة الوقت

جدول (٤٨) المتوسطات الحسابية وفق اختبار Tukey لبعء التنفيذ

التنفيذ	العدد	فئات مدة الزواج
30,03	34	أقل من ٥ سنوات
32,21	57	٥ إلى أقل من ١٠ سنوات
32,75	16	١٠ إلى أقل من ١٥ سنوات
33,57	7	١٥ إلى أقل من ٢٠ سنوات
30,07	56	٢٠ سنة فأكثر

يوضح جدول (٤٧) و (٤٨) ما يلي:-

- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التخطيط وفقاً لمدة الزواج حيث كانت قيمة (ف) ١.٢٨٥ وهي قيمة غير دالة احصائياً.
  - يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التنفيذ وفقاً لمدة الزواج حيث كانت قيمة (ف) ٥.٣٦٧ وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٠١ ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار Tukey حيث وجد أن متوسط درجات مدة الزواج للزوجات عينة الدراسة تتدرج من أقل من ٥ سنوات ٣٠,٠٣ إلى من ١٥ إلى أقل من ٢٠ سنة ٣٣,٥٧ وهذا يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التنفيذ وفقاً لمدة الزواج عند مستوى دلالة ٠,٠٠١ لصالح مدة الزواج من ١٥ إلى أقل من ٢٠ سنة.
  - لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التقييم وفقاً لمدة الزواج حيث كانت قيمة (ف) 0,894 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
  - لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في اجمالي ادارة الوقت وفقاً لمدة الزواج حيث كانت قيمة (ف) 2.374 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- اتفقت تلك النتائج مع دراسة البسيوني (٢٠١٨: ١٥١) أنه لا يوجد تباين دال احصائياً بين مجموع درجات ربات الأسر عينة الدراسة ومحور إدارة الوقت والجهد تبعاً لعدد سنوات الزواج حيث بلغت قيمة (ف) ١,١٥ وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- مما سبق يتضح عدم وجود تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان إدارة الوقت بأبعاده الثلاثة وفقاً لمدة الزواج.

### ٣- سن الزوج

جدول (٤٩) تحليل التباين في اتجاه واحد للزوجات عينة الدراسة في إدارة الوقت بأبعادها الثلاثة وفقاً لسن الزوج

إدارة الوقت	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
التخطيط	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	43.203 2547.791 2590.994	4 165 169	10.801 15.441	0,699	0,593 (غير دالة)
التنفيذ	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	249.396 1955.310 2204.706	4 165 169	62.349 11.850	5,261	0,001 (دالة عند ٠,٠١)
التقييم	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	22.003 2592.374 2614.376	4 165 169	5.501 15.711	0,350	0,844 (غير دالة)
إدارة الوقت	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	591.652 13882.942 14474.594	4 165 169	147.913 84.139	1.758	0,140 (غير دالة)

جدول (٥٠) المتوسطات الحسابية وفق اختبار Tukey لبعده التنفيذ

التنفيذ	العدد	فئات سن الزوج
23,50	2	أقل من ٢٥ سنة
31,34	65	من ٢٥ الي أقل من ٣٥ سنة
32,59	39	من ٣٥ الي أقل من ٤٥ سنة
30,03	38	من ٤٥ الي أقل من ٥٥ سنة
30,92	26	٥٥ سنة فأكثر

يوضح جدول (٤٩) و (٥٠) ما يلي:-

- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التخطيط وفقاً لسن الزوج حيث كانت قيمة (ف) ٠,٦٩٩ وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التنفيذ وفقاً لسن الزوج حيث كانت قيمة (ف) ٥,٢٦١ وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠١ ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار Tukey حيث وجد أن متوسط درجات سن الزوج للزوجات عينة الدراسة تتدرج من أقل من ٢٥ سنة ٢٣,٥٠ إلي من ٣٥ إلي أقل من ٤٥ سنة ٣٢,٥٩ وهذا يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التنفيذ وفقاً لسن الزوج عند مستوى دلالة ٠,٠١ لصالح سن الزوج من ٣٥ إلي أقل من ٤٥ سنة.
- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التقييم وفقاً لسن الزوج حيث كانت قيمة (ف) 0,350 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في اجمالي ادارة الوقت وفقاً لسن الزوج حيث كانت قيمة (ف) 1.758 وهي قيمة غير دالة احصائياً.

اختلفت تلك النتائج مع دراسة البسيوني (٢٠١٨: ١٤٨) يوجد تباين دال إحصائياً بين مجموع درجات ربات الأسر عينة الدراسة ومحور إدارة الوقت والجهد وفقاً لسن رب الأسرة حيث بلغت قيمة (ف) ٢,٥٤ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥ لصالح ربات الأسر اللاتي يبلغ أعمار أزواجهن (٥٥ سنة فأكثر).

مما سبق يتضح عدم وجود تباين دال إحصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان إدارة الوقت بأبعاده الثلاثة وفقاً لسن الزوج.

#### ٤- سن الزوجة

جدول (٥١) تحليل التباين في اتجاه واحد للزوجات عينة الدراسة في إدارة الوقت بأبعاده الثلاثة وفقاً لسن الزوجة

إدارة الوقت	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
التخطيط	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	59.056 2531.938 2590.994	4 165 169	14.764 15.345	0,962	0,430 (غير دالة)
التنفيذ	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	146.515 2058.191 2204.706	4 165 169	36.629 12.474	2.936	0,022 (دالة عند ٠,٠٥)
التقييم	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	60.893 2553.484 2614.376	4 165 169	15.223 15.476	0,984	0,418 (غير دالة)
إدارة الوقت	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	469.691 14004.903 14474.594	4 165 169	117.423 84.878	1.383	0,242 (غير دالة)

جدول (٥٢) المتوسطات الحسابية وفق اختبار Tukey لبعده التنفيذ

فئات سن الزوجة	العدد	التنفيذ
أقل من ٢٥ سنة	12	29,00
من ٢٥ الي اقل من ٣٥ سنة	84	32,00
من ٣٥ الي اقل من ٤٥ سنة	34	30,68
من ٤٥ الي اقل من ٥٥ سنة	32	30,31
٥٥ فأكثر	8	31,38

يوضح جدول (٥١) و (٥٢) ما يلي:-

- لا يوجد تباين دال إحصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التخطيط وفقاً لسن الزوجة حيث كانت قيمة (ف) ٠,٩٦٢ وهي قيمة غير دالة إحصائياً.
- يوجد تباين دال إحصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التنفيذ وفقاً لسن الزوجة حيث كانت قيمة (ف) ٢,٩٣٦ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥ ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار Tukey حيث وجد أن متوسط درجات سن الزوجة للزوجات عينة

- الدراسة تتدرج من أقل من ٢٥ سنة ٢٩,٠٠ إلى من ٢٥ الي اقل من ٣٥ سنة ٣٢,٠٠ وهذ يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التنفيذ وفقاً لسن الزوجة عند مستوي دلالة ٠,٠١ لصالح سن الزوجة من ٢٥ إلى اقل من ٣٥ سنة.
- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التقييم وفقاً لسن الزوجة حيث كانت قيمة (ف) ٠,٩٨٤ وهي قيمة غير دالة احصائياً.
  - لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في اجمالي ادارة الوقت وفقاً لسن الزوجة حيث كانت قيمة (ف) ١,٣٨٣ وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- اتفقت تلك النتائج مع دراسة البسيوني (٢٠١٨ : ١٥٠٠) لا يوجد تباين دال إحصائياً بين مجموع درجات ربات الأسر عينة الدراسة ومحور إدارة الوقت والجهد تبعاً لسن ربة الأسرة حيث بلغت قيمة (ف) ١,١٥ وهي قيمة غير دالة إحصائياً.
- مما سبق يتضح عدم وجود تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان إدارة الوقت بأبعاده الثلاثة وفقاً لسن الزوجة.

#### ٥- مستوي تعليم الزوج

جدول (٥٣) تحليل التباين في اتجاه واحد للزوجات عينة الدراسة في إدارة الوقت بأبعاده الثلاثة وفقاً لتعليم الزوج

إدارة الوقت	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
التخطيط	بين المجموعات	17,199	2	8.600	0,558	0,573 (غير دالة)
	داخل المجموعات الكلي	2573.795	167	15.412		
		2590.994	169			
التنفيذ	بين المجموعات	12.376	2	6.188	0,471	0,625 (غير دالة)
	داخل المجموعات الكلي	2192.330	167	13.128		
		2204.706	169			
التقييم	بين المجموعات	35.125	2	17.563	1.137	0,323 (غير دالة)
	داخل المجموعات الكلي	2579.251	167	15.445		
		2614.376	169			
إدارة الوقت	بين المجموعات	117.009	2	58.505	0,680	0,508 (غير دالة)
	داخل المجموعات الكلي	14357.585	167	86.974		
		14474.594	169			

يوضح جدول (٥٣) ما يلي:-

- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التخطيط وفقاً لتعليم الزوج حيث كانت قيمة (ف) 0,558 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التنفيذ وفقاً لتعليم الزوج حيث كانت قيمة (ف) 0,471 وهي قيمة غير دالة احصائياً.

- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التقييم وفقاً لتعليم الزوج حيث كانت قيمة (ف) 1.137 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في اجمالي ادارة الوقت وفقاً لتعليم الزوج حيث كانت قيمة (ف) 0,680 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- اتفقت تلك النتائج مع دراسة البسيوني (٢٠١٨ : ١٥١-١٥٢) لا يوجد تباين دال إحصائياً بين مجموع درجات ربات الأسر عينة الدراسة ومحور إدارة الوقت والجهد تبعاً لمستوى تعليم رب الأسرة حيث بلغت قيمة (ف) ١,٢٧ وهي قيمة غير دالة إحصائياً.
- واختلفت تلك النتائج مع دراسة التلاوي (٢٠١٦ : ١٢٦) وجود تباين دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠١ بين أرباب الأسر في كلٍ من الوعي بإدارة الوقت، وإجمالي إدارة الموارد لصالح المستوي التعليمي المنخفض، كما أكدت دراسة النشار (٢٠٠٩ : ١١٤) والتي أكدت علي وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١ بين كلٍ من المستوي التعليمي لرب الأسر ومورد المهارات.
- مما سبق يتضح عدم وجود تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان إدارة الوقت بأبعاده الثلاثة وفقاً لتعليم الزوج.

#### ٦- مستوي تعليم الزوجة

جدول (٥٤) تحليل التباين في اتجاه واحد للزوجات عينة الدراسة في إدارة الوقت بأبعاده الثلاثة وفقاً لتعليم الزوجة

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	البيان إدارة الوقت
0,570 (غير دالة)	0,564	8.684 15.411	2 167 169	17.369 2573.625 2590.994	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	التخطيط
0,290 (غير دالة)	1.247	16.225 13.008	2 167 169	32.450 2172.256 2204.706	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	التنفيذ
0,455 (غير دالة)	0,790	12.658 15.503	2 167 169	24.516 2589.860 2614.376	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	التقييم
0,290 (غير دالة)	1.246	106.386 85.400	2 167 169	212.771 14261.823 14474.594	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	إدارة الوقت

يوضح جدول (٥٤) ما يلي:-

- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التخطيط وفقاً لتعليم الزوجة حيث كانت قيمة (ف) 0,564 وهي قيمة غير دالة احصائياً.

- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التنفيذ وفقاً لتعليم الزوجة حيث كانت قيمة (ف) 1.247 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التقييم وفقاً لتعليم الزوجة حيث كانت قيمة (ف) 0,790 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في اجمالي ادارة الوقت وفقاً لتعليم الزوجة حيث كانت قيمة (ف) 1.246 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- اتفقت تلك النتائج مع دراسة البسيوني (٢٠١٨ : ١٥٣) أنه لا يوجد تباين دال إحصائياً بين مجموع درجات ربات الأسر عينة الدراسة ومحور إدارة الوقت والجهد تبعاً لمستوى تعليم ربة الأسرة حيث بلغت قيمة (ف) ٠,٥٨ وهي قيمة غير دالة إحصائياً.
- اختلفت تلك النتائج مع دراسة التلاوي (٢٠١٦ : ١٣٢) وجود تباين دال إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥ بين درجات الأسر عينة الدراسة في إدارة الوقت والجهد لصالح ربات الأسر ذوات التعليم المرتفع.
- مما سبق يتضح عدم وجود تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان إدارة الوقت بأبعاده الثلاثة وفقاً لتعليم الزوجة.

#### ٧- مهنة الزوج

جدول (٥٥) تحليل التباين في اتجاه واحد للزوجات عينة الدراسة في إدارة الوقت بأبعاده الثلاثة وفقاً لمهنة الزوج

البيان إدارة الوقت	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
التخطيط	بين المجموعات	35.997	4	8.999	0,581	0,677 (غير دالة)
	داخل المجموعات	2554.997	165	15.485		
	الكلية	2590.994	169			
التنفيذ	بين المجموعات	25.733	4	6.433	0,487	0,745 (غير دالة)
	داخل المجموعات	2178.973	165	13.206		
	الكلية	2204.706	169			
التقييم	بين المجموعات	147.099	4	36.775	2.459	0,047 (غير دالة)
	داخل المجموعات	2467.277	165	14.953		
	الكلية	2614.376	169			
إدارة الوقت	بين المجموعات	380.749	4	95.187	1.114	0,352 (غير دالة)
	داخل المجموعات	14093.845	165	85.417		
	الكلية	14474.594	169			

يوضح جدول (٥٥) ما يلي:-

- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التخطيط وفقاً لمهنة الزوج حيث كانت قيمة (ف) 0,581 وهي قيمة غير دالة احصائياً.

- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التنفيذ وفقاً لمهنة الزوج حيث كانت قيمة (ف) 0,487 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
  - لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التقييم وفقاً لمهنة الزوج حيث كانت قيمة (ف) 2.459 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
  - لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في اجمالي ادارة الوقت وفقاً لمهنة الزوج حيث كانت قيمة (ف) 1.114 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- اختلفت تلك النتائج مع دراسة البسيوني (٢٠١٨ : ١٥٤) أنه يوجد تباين دال إحصائياً بين مجموع درجات ربات الأسر عينة الدراسة في محور إدارة الوقت والجهد تبعاً لمهنة رب الأسرة حيث بلغت قيمة (ف) ٢,٤٩ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥ لصالح ربات الأسر اللاتي لا يعمل أزواجهن.
- مما سبق يتضح عدم وجود تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان إدارة الوقت بأبعاده الثلاثة وفقاً لمهنة الزوج.

#### ٨- دخل الأسرة

جدول (٥٦) تحليل التباين في اتجاه واحد للزوجات عينة الدراسة في إدارة الوقت بأبعاده الثلاثة وفقاً لدخل الأسرة

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	البيان إدارة الوقت
0,413 (غير دالة)	0,993	15.232 15.334	4 165 169	60.929 2530.065 2590.994	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	التخطيط
0,458 (غير دالة)	0,913	11.937 13.072	4 165 169	47.750 2156.956 2204.706	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	التنفيذ
0,355 (غير دالة)	1.108	17.093 15.430	4 165 169	68.371 2546.005 2614.376	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	التقييم
0,507 (غير دالة)	0,832	71.554 85.990	4 165 169	286.216 14188.378 14474.594	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	إدارة الوقت

يوضح جدول (٥٦) ما يلي:-

- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التخطيط وفقاً لدخل الأسرة حيث كانت قيمة (ف) 0,993 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التنفيذ وفقاً لدخل الأسرة حيث كانت قيمة (ف) 0,913 وهي قيمة غير دالة احصائياً.

- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التقييم وفقاً لدخل الأسرة حيث كانت قيمة (ف) 1.108 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في اجمالي ادارة الوقت وفقاً لدخل الأسرة حيث كانت قيمة (ف) 0,832 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- اتفقت تلك النتائج مع دراسة البسيوني (٢٠١٨ : ١٥٦) أنه لا يوجد تباين دال إحصائياً بين مجموع درجات ربات الأسر عينة الدراسة ومحور إدارة الوقت والجهد تبعاً لفئات الدخل الشهري حيث بلغت قيمة (ف) ٠,٧٨ وهي قيمة غير دالة إحصائياً.
- كما اتفقت تلك النتائج مع دراسة التلاوي (٢٠١٦ : ١٣٧) عدم وجود تباين دال إحصائياً بين ربات الأسر عينة الدراسة في الوعي بإدارة الوقت تبعاً لفئات الدخل الشهري، مهني (٢٠١٦ : ١٢٤) والتي أكدت على عدم وجود تباين دال احصائياً بين ربات الأسر عينة الدراسة وعي وممارسة ربات الأسر لمهارة التفاوض تبعاً لفئات الدخل الشهري للأسرة.
- مما سبق يتضح عدم وجود تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان إدارة الوقت بأبعاده الثلاثة وفقاً لدخل الأسرة.

٩- مقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت  
جدول (٥٧) تحليل التباين في اتجاه واحد للزوجات عينة الدراسة في إدارة الوقت بأبعاده الثلاثة وفقاً لمشاركة الزوجة في مصروف البيت

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	البيان إدارة الوقت
0,458 (غير دالة)	0,870	13.370 15.367	3 166 169	40.111 2550.883 2590.994	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	التخطيط
0,968 (غير دالة)	0,086	1.138 13.261	3 166 169	3.415 2201.291 2204.706	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	التنفيذ
0,771 (غير دالة)	0,376	5.878 15.643	3 166 169	17.634 2596.742 2614.376	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	التقييم
0,814 (غير دالة)	0,316	27.425 86.701	3 166 169	82.275 14392.319 14474.594	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	إدارة الوقت

يوضح جدول (٥٧) ما يلي:-

- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التخطيط وفقاً لمقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت حيث كانت قيمة (ف) 0,870 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التنفيذ وفقاً لمقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت حيث كانت قيمة (ف) 0,086 وهي قيمة غير دالة احصائياً.

- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التقييم وفقاً لمقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت حيث كانت قيمة (ف) 0,376 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
  - لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في اجمالي ادارة الوقت وفقاً لمقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت حيث كانت قيمة (ف) 0,316 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- اتفقت تلك النتائج مع دراسة البسيوني (٢٠١٨: ١٥٦-١٥٧) أنه لا يوجد تباين دال احصائياً بين مجموع درجات ربات الأسر عينة الدراسة ومحور إدارة الوقت والجهد تبعاً لمقدار المشاركة في الدخل حيث بلغت قيمة (ف) ٢,٠٩ وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- مما سبق يتضح عدم وجود تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان إدارة الوقت بأبعاده الثلاثة وفقاً لمقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت.

١٠- عدد مرات التسوق عبر الانترنت  
جدول (٥٨) تحليل التباين في اتجاه واحد للزوجات عينة الدراسة في إدارة الوقت بأبعاده الثلاثة وفقاً لعدد مرات التسوق عبر الانترنت

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة	البيان إدارة الوقت
بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	1.234 2589.760 2590.994	2 167 169	0,617 15.508	0,040	0,961 (غير دالة)	التخطيط
بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	36.714 2167.992 2204.706	2 167 169	18.357 12.982	1.414	0,246 (غير دالة)	التنفيذ
بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	47.520 2566.856 2614.376	2 167 169	23.760 15.370	1.546	0,216 (غير دالة)	التقييم
بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	142.936 14331.658 14474.594	2 167 169	71.468 85.818	0,833	0,437 (غير دالة)	إدارة الوقت

يوضح جدول (٥٨) ما يلي:-

- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التخطيط وفقاً لعدد مرات التسوق الالكتروني حيث كانت قيمة (ف) 0,040 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
  - لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التنفيذ وفقاً لعدد مرات التسوق الالكتروني حيث كانت قيمة (ف) 1.414 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
  - لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التقييم وفقاً لعدد مرات التسوق الالكتروني حيث كانت قيمة (ف) 1.546 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
  - لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في اجمالي ادارة الوقت وفقاً لعدد مرات التسوق الالكتروني حيث كانت قيمة (ف) 0,833 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- مما سبق يتضح عدم وجود تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان إدارة الوقت بأبعاده الثلاثة وفقاً لعدد مرات التسوق الالكتروني.

- مما سبق يتضح أن خلاصة نتائج الفرض الثامن تتمثل فيما يلي:-
- 1- عدم وجود تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان ادارة الوقت بأبعاده الثلاثة وفقاً لكل من مدة الزواج وسن الزوج وسن الزوجة وتعليم الزوج وتعليم الزوجة ومهنة الزوج ودخل الأسرة ومقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت وعدد مرات التسوق عبر الانترنت.
  - 2- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان ادارة الوقت بأبعاده الثلاثة وفقاً لكل من عدد أفراد الأسرة عند مستوي دلالة ٠,٠٥، علي التوالي لصالح عدد أفراد الأسرة ٣ و ٤، وبذلك تتحقق صحة الفرض الثامن جزئياً.
- ٩- النتائج في ضوء الفرض التاسع

ينص الفرض التاسع على أنه :- "لا يوجد تباين دال إحصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في إدارة الدخل من وجهة نظر الزوجة بجوانبها الثلاثة (التخطيط- التنفيذ - التقييم) وفقاً لكل من (طبيعة السكن- عدد أفراد الأسرة- سن الزوج / والزوجة- عدد سنوات الزواج- المستوى التعليمي للزوج / والزوجة - عمل الزوج / والزوجة- الدخل المالي للأسرة- مقدار مشاركة الزوجة في الدخل).

وللتحقق من صحة الفرض إحصائياً تم استخدام تحليل التباين في اتجاه واحد ANOVA لإدارة الدخل بجوانبها الثلاثة وفقاً لكل من (التخطيط- التنفيذ - التقييم) وفقاً لكل من (طبيعة السكن- عدد أفراد الأسرة- سن الزوج / والزوجة- عدد سنوات الزواج- المستوى التعليمي للزوج / والزوجة - عمل الزوج / والزوجة- الدخل المالي للأسرة- مقدار مشاركة الزوجة في الدخل) وتم تطبيق اختبار Tukey لمعرفة دلالة الفروق بين المتوسطات والجداول التالية توضح ذلك.

#### ١- عدد أفراد الأسرة

جدول (٥٩) تحليل التباين في اتجاه واحد للزوجات عينة الدراسة في إدارة الدخل بجوانبها الثلاثة وفقاً لعدد أفراد الأسرة

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	البيان إدارة الدخل
0,111 (غير دالة)	1.821	30.128 16.548	5 164 169	150.642 2713.852 2864.494	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	التخطيط
0,085 (غير دالة)	1.976	34.652 17.536	5 164 169	173.259 2875.947 3049.206	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	التنفيذ
0,019 (دالة عند ٠,٠٥)	2.784	21.569 7.748	5 164 169	107.843 1270.633 1378.476	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	التقييم
0,040 (دالة عند ٠,٠٥)	2.394	226.878 94.783	5 164 169	1134.389 15544.458 16678.847	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	إدارة الدخل

جدول (٦٠) المتوسطات الحسابية وفق اختبار Tukey البعد التقييم وإدارة الدخل

فئات عدد أفراد الأسرة	العدد	التقييم	إدارة الدخل
٢ فرد	8	16,63	71,13
٣ فرد	33	19,27	77,67
٤ فرد	54	19,28	77,09
٥ فرد	36	18,47	72,19
٦ فرد	27	18,52	73,85
٧ فرد	12	16,83	70,67

يوضح جدول (٥٩) و(٦٠) ما يلي:-

- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التخطيط وفقاً لعدد أفراد الأسرة حيث كانت قيمة (ف) 1.821 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التنفيذ وفقاً لعدد أفراد الأسرة حيث كانت قيمة (ف) ١.٩٧٦ وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التقييم وفقاً لعدد أفراد الأسرة حيث كانت قيمة (ف) ٢.٧٨٤ وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥ ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار Tukey حيث وجد أن متوسط درجات عدد أفراد الأسرة للزوجات عينة الدراسة تتدرج من ٢ فرد ١٦,٦٣ إلى ٤ أفراد ١٩,٢٨ وهذا يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التقييم وفقاً لعدد افراد الأسرة عند مستوى دلالة ٠,٠٥ لصالح عدد ٤ افراد من الاسرة.
- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في اجمالي ادارة الدخل وفقاً لعدد أفراد الأسرة حيث كانت قيمة (ف) ٢.٣٩٤ وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥ ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار Tukey حيث وجد أن متوسط درجات عدد أفراد الأسرة للزوجات عينة الدراسة تتدرج من ٧ فرد ٧٠,٦٧ إلى ٣ أفراد ٧٧,٦٧ وهذا يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التنفيذ وفقاً لعدد افراد الأسرة عند مستوى دلالة ٠,٠٥ لصالح عدد ٣ افراد من الاسرة.
- مما سبق يتضح وجود تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان إدارة الدخل بأبعاده الثلاثة وفقاً لعدد أفراد الأسرة حيث كانت قيمة (ف) ٢.٣٩٤ وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥ لصالح عدد ٣ افراد من الاسرة.

## ٢- مدة الزواج

جدول (٦١) تحليل التباين في اتجاه واحد للزوجات عينة الدراسة في إدارة الدخل بجوانبها الثلاثة وفقاً لمدة الزواج

إدارة الدخل	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
التخطيط	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	147.982 2716.512 2864.494	4 165 169	36.995 16.464	2.247	0,066 (غير دالة)
التنفيذ	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	330.324 2718.882 3049.206	4 165 169	82.581 16.478	5.012	0,001 (دالة عند ٠,٠١)
التقييم	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	64.818 1313.659 1378.476	4 165 169	16.204 7.962	2.035	0,092 (غير دالة)
إدارة الدخل	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	1323.543 15355.304 16678.847	4 165 169	330.886 93.062	3.556	0,008 (دالة عند ٠,٠١)

جدول (٦٢) المتوسطات الحسابية وفق اختبار Tukey لبعث التنفيذ وإدارة الدخل

فئات مدة الزواج	العدد	التنفيذ	إدارة الدخل
أقل من ٥ سنوات	34	32,24	76,38
٥ إلى أقل من ١٠ سنوات	57	32,53	77,88
١٠ إلى أقل من ١٥ سنوات	16	31,50	73,81
١٥ إلى أقل من ٢٠ سنوات	7	32,29	75,14
٢٠ سنة فأكثر	56	29,38	71,30

يوضح جدول (٦١) و (٦٢) ما يلي:-

- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التخطيط وفقاً لمدة الزواج حيث كانت قيمة (ف) 2.247 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التنفيذ وفقاً لمدة الزواج حيث كانت قيمة (ف) ٥.٠١٢ وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠١ ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار Tukey حيث وجد أن متوسط درجات مدة الزواج للزوجات عينة الدراسة تتدرج من ٢٠ سنة فأكثر ٢٩,٣٨ إلى من ٥ إلى أقل من ١٠ سنوات ٣٢,٥٣ وهذا يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التنفيذ وفقاً لمدة الزواج عند مستوى دلالة ٠,٠١ لصالح مدة الزواج من ٥ إلى أقل من ١٠ سنوات.
- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التقييم وفقاً لمدة الزواج حيث كانت قيمة (ف) 2.035 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في اجمالي ادارة الدخل وفقاً لمدة الزواج حيث كانت قيمة (ف) 3.556 وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠١ ولتحديد

اتجاه التباين تم تطبيق اختبار Tukey حيث وجد أن متوسط درجات مدة الزواج للزوجات عينة الدراسة تتدرج من ٢٠ سنة فأكثر ٧١,٣٠ إلي من ٥ إلي اقل من ١٠ سنوات ٧٧,٨٨ وهذا يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في اجمالي ادارة الدخل وفقاً لمدة الزواج عند مستوي دلالة ٠,٠١ لصالح مدة الزواج من ٥ الي اقل من ١٠ سنوات. مما سبق يتضح وجود تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان إدارة الدخل بأبعاده الثلاثة وفقاً لمدة الزواج حيث كانت قيمة (ف) 3.556 وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوي دلالة ٠,٠١ لصالح مدة الزواج من ٥ الي اقل من ١٠ سنوات

### ٣- سن الزوج

جدول (٦٣) تحليل التباين في اتجاه واحد للزوجات عينة الدراسة في إدارة الدخل بجوانبها الثلاثة وفقاً لسن الزوج

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	البيان إدارة الدخل
0,063 (غير دالة)	2.279	37.501 16.451	4 165 169	150.002 2714.492 2864.494	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	التخطيط
0,000 (دالة عند ٠,٠٠١)	5.418	88.495 16.335	4 165 169	353.978 2695.228 3049.206	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	التنفيذ
0,095 (غير دالة)	2.015	16.051 7.965	4 165 169	64.205 1314.271 1378.476	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	التقييم
0,005 (دالة عند ٠,٠١)	3.914	361.333 92.324	4 165 169	1445.332 15233.515 16678.847	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	إدارة الدخل

جدول (٦٤) المتوسطات الحسابية وفق اختبار Tukey لبعده التنفيذ وإدارة الدخل

إدارة الدخل	التنفيذ	العدد	فئات سن الزوج
67,50	30,00	2	أقل من ٢٥ سنة
77,77	32,75	65	من ٢٥ الي اقل من ٣٥ سنة
75,49	31,69	39	من ٣٥ الي اقل من ٤٥ سنة
70,39	29,03	38	من ٤٥ الي اقل من ٥٥ سنة
74,12	30,65	26	٥٥ فأكثر

يوضح جدول (٦٣) و (٦٤) ما يلي:-

- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التخطيط وفقاً لسن الزوج حيث كانت قيمة (ف) ٢.٢٧٩ وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التنفيذ وفقاً لسن الزوج حيث كانت قيمة (ف) ٥.٤١٨ وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوي دلالة ٠,٠٠١ ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار Tukey حيث وجد أن متوسط درجات سن الزوج للزوجات عينة الدراسة تتدرج من

- ٤٥ الي اقل من ٥٥ سنة ٢٩,٠٣ إلي من ٢٥ الي اقل من ٣٥ سنة ٣٢,٧٥ وهذ يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التنفيذ وفقاً لسن الزوج عند مستوي دلالة ٠,٠٠١ لصالح سن الزوج من ٢٥ الي اقل من ٣٥ سنة.
- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التقييم وفقاً لسن الزوج حيث كانت قيمة (ف) ٢٠١٥ وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في اجمالي ادارة الدخل وفقاً لسن الزوج حيث كانت قيمة (ف) ٣.٩١٤ وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوي دلالة ٠,٠١ ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار Tukey حيث وجد أن متوسط درجات سن الزوج للزوجات عينة الدراسة تتدرج من اقل من ٢٥ سنة ٦٧,٥٠ إلي من ٢٥ الي اقل من ٣٥ سنة ٧٧,٧٧ وهذ يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في اجمالي ادارة الدخل وفقاً لسن الزوج عند مستوي دلالة ٠,٠٠١ لصالح سن الزوج من ٢٥ الي اقل من ٣٥ سنة.
- مما سبق يتضح وجود تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان إدارة الدخل بأبعاده الثلاثة وفقاً لسن الزوج حيث كانت قيمة (ف) 3.914 وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوي دلالة ٠,٠١ لصالح سن الزوج من ٢٥ الي اقل من ٣٥ سنة.

#### ٤- سن الزوجة

جدول (٦٥) تحليل التباين في اتجاه واحد للزوجات عينة الدراسة في إدارة الدخل بجوانبها الثلاثة وفقاً لسن الزوجة

إدارة الدخل	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
التخطيط	بين المجموعات	240.548	4	60.137	3.782	0,006 (دالة عند (٠,٠١))
	داخل المجموعات الكلي	2623.946	165	15.903		
	المجموع الكلي	2864.494	169			
التنفيذ	بين المجموعات	361.403	4	90.351	5.546	0,000 (دالة عند (٠,٠٠١))
	داخل المجموعات الكلي	2687.802	165	16.290		
	المجموع الكلي	3049.206	169			
التقييم	بين المجموعات	82.541	4	20.635	2.627	0,036 (دالة عند (٠,٠٥))
	داخل المجموعات الكلي	1295.935	165	7.854		
	المجموع الكلي	1378.476	169			
إدارة الدخل	بين المجموعات	1691.076	4	422.769	4.654	0,001 (دالة عند (٠,٠١))
	داخل المجموعات الكلي	14987.771	165	90.835		
	المجموع الكلي	16678.847	169			

جدول (٦٦) المتوسطات الحسابية وفق اختبار Tukey لبعث التخطيط والتنفيذ والتقييم وإدارة الدخل

فئات سن الزوجة	العدد	التخطيط	التنفيذ	التقييم	إدارة الدخل
أقل من ٢٥ سنة	12	25,33	31,25	17,67	74,25
من ٢٥ الي اقل من ٣٥ سنة	84	25,75	32,74	19,30	77,80
من ٣٥ الي اقل من ٤٥ سنة	34	22,62	29,47	17,68	69,76
من ٤٥ الي اقل من ٥٥ سنة	32	25,00	30,03	18,44	73,47
٥٥ فأكثر	8	24,75	29,63	19,00	73,38

يوضح جدول (٦٥) و (٦٦) ما يلي:-

- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التخطيط وفقاً لسن الزوجة حيث كانت قيمة (ف) **3.782** وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠١، ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار **Tukey** حيث وجد أن متوسط درجات سن الزوجة للزوجات عينة الدراسة تتدرج من ٣٥ الي اقل من ٤٥ سنة ٢٢,٦٢ إلي من ٢٥ الي اقل من ٣٥ سنة ٢٥,٧٥ وهذ يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التخطيط وفقاً لسن الزوجة عند مستوى دلالة ٠,٠١ لصالح سن الزوجة من ٢٥ الي اقل من ٣٥ سنة.
- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التنفيذ وفقاً لسن الزوجة حيث كانت قيمة (ف) **5.546** وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٠١، ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار **Tukey** حيث وجد أن متوسط درجات سن الزوجة للزوجات عينة الدراسة تتدرج من ٣٥ الي اقل من ٤٥ سنة ٢٩,٤٧ إلي من ٢٥ الي اقل من ٣٥ سنة ٣٢,٧٤ وهذ يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التنفيذ وفقاً لسن الزوجة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١ لصالح سن الزوجة من ٢٥ الي اقل من ٣٥ سنة.
- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التقييم وفقاً لسن الزوجة حيث كانت قيمة (ف) **2.627** وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥، ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار **Tukey** حيث وجد أن متوسط درجات سن الزوجة للزوجات عينة الدراسة تتدرج من أقل من ٢٥ سنة ١٧,٦٧ إلي من ٢٥ الي اقل من ٣٥ سنة ١٩,٣٠ وهذ يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التقييم وفقاً لسن الزوجة عند مستوى دلالة ٠,٠٥ لصالح سن الزوجة من ٢٥ الي اقل من ٣٥ سنة.
- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في اجمالي ادارة الدخل وفقاً لسن الزوجة حيث كانت قيمة (ف) **4.654** وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠١، ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار **Tukey** حيث وجد أن متوسط درجات سن الزوجة للزوجات عينة الدراسة تتدرج من ٣٥ الي اقل من ٤٥ سنة ٦٩,٧٦ إلي من ٢٥ الي اقل من ٣٥ سنة ٧٧,٨٠ وهذ يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في اجمالي ادارة الدخل وفقاً لسن الزوجة عند مستوى دلالة ٠,٠١ لصالح سن الزوجة من ٢٥ الي اقل من ٣٥ سنة.

مما سبق يتضح وجود تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان إدارة الدخل بأبعاده الثلاثة وفقاً لسن الزوجة حيث كانت قيمة (ف) 4.654 وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوي دلالة ٠,٠١ لصالح سن الزوجة من ٢٥ الي اقل من ٣٥ سنة.

#### ٥- مستوي تعليم الزوج

جدول (٦٧) تحليل التباين في اتجاه واحد للزوجات عينة الدراسة في إدارة الدخل بجوانبها الثلاثة وفقاً لتعليم الزوج

مستوي الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	البيان إدارة الدخل
0,422 (غير دالة)	0,868	14,736 16,976	2 167 169	29.472 2835.022 2864.494	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	التخطيط
0,108 (غير دالة)	2.257	40,117 17.778	2 167 169	80,235 2968.971 3049.206	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	التنفيذ
0,142 (غير دالة)	1.975	15,922 8.064	2 167 169	31.844 1346.632 1378.476	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	التقييم
0,132 (غير دالة)	2,047	159.581 97.483	2 167 169	399.162 16279.685 16678.847	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	إدارة الدخل

يوضح جدول (٦٧) ما يلي:-

- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في جانب التخطيط وفقاً لمستوي تعليم الزوج حيث كانت قيمة (ف) 0,868 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
  - لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في جانب التنفيذ وفقاً لمستوي تعليم الزوج حيث كانت قيمة (ف) 2.257 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
  - لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في جانب التقييم وفقاً لمستوي تعليم الزوج حيث كانت قيمة (ف) 1.975 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
  - لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في اجمالي ادارة الدخل وفقاً لمستوي تعليم الزوج حيث كانت قيمة (ف) 2,047 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- مما سبق يتضح عدم وجود تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان إدارة الدخل بجوانبه الثلاثة وفقاً لمستوي تعليم الزوج.

## ٦- مستوى تعليم الزوجة

جدول (٦٨) تحليل التباين في اتجاه واحد للزوجات عينة الدراسة في إدارة الدخل بجوانبها الثلاثة وفقاً لتعليم الزوجة

إدارة الدخل	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
التخطيط	بين المجموعات	49,719	2	24,860	1.475	0,232 (غير دالة)
	داخل المجموعات الكلي	2814,775	167	16.855		
		2864.494	169			
التنفيذ	بين المجموعات	208.593	2	104.297	6.132	0,003 (دالة عند ٠,٠١)
	داخل المجموعات الكلي	2840.613	167	17.010		
		3049.206	169			
التقييم	بين المجموعات	76,400	2	38,200	4,899	0,009 (دالة عند ٠,٠١)
	داخل المجموعات الكلي	1302,076	167	7.797		
		1378.476	169			
إدارة الدخل	بين المجموعات	895,624	2	447,812	4.738	0,010 (دالة عند ٠,٠١)
	داخل المجموعات الكلي	15783,223	167	94.510		
		16678.847	169			

جدول (٦٩) المتوسطات الحسابية وفق اختبار Tukey بعد التنفيذ والتقييم وإدارة الدخل

فئات مستوي تعليم الزوجة	العدد	التنفيذ	التقييم	إدارة الدخل
المستوي المنخفض	9	30,00	18,78	73,56
المستوي المتوسط	45	29,64	17,58	71,24
المتوسط المرتفع	116	32,08	19,11	76,45

يوضح جدول (٦٨) و (٦٩) ما يلي:-

- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في جانب التخطيط وفقاً لمستوي تعليم الزوجة حيث كانت قيمة (ف) 1.475 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التنفيذ وفقاً لمستوي تعليم الزوجة حيث كانت قيمة (ف) 6.132 وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوي دلالة ٠,٠١ ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار Tukey حيث وجد أن متوسط درجات مستوي تعليم الزوجة للزوجات عينة الدراسة تتدرج من مستوي تعليم الزوجة المتوسط ٢٩,٦٤ الي مستوي تعليم الزوجة المرتفع ٣٢,٠٨ وهذ يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التنفيذ وفقاً لمستوي تعليم الزوجة عند مستوي دلالة ٠,٠١ لصالح مستوي تعليم الزوجة المرتفع.
- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التقييم وفقاً لمستوي تعليم الزوجة حيث كانت قيمة (ف) 4,899 وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوي دلالة ٠,٠١ ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار Tukey حيث وجد أن متوسط درجات مستوي تعليم الزوجة للزوجات عينة الدراسة تتدرج من مستوي تعليم الزوجة المتوسط ١٧,٥٨ الي مستوي

تعليم الزوجة المرتفع ١٩,١١ وهذا يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التقييم وفقاً لمستوي تعليم الزوجة عند مستوي دلالة ٠,٠١ لصالح مستوي تعليم الزوجة المرتفع.

- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في اجمالي ادارة الدخل وفقاً لمستوي تعليم الزوجة حيث كانت قيمة (ف) 4.738 وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوي دلالة ٠,٠١ ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار Tukey حيث وجد أن متوسط درجات لمستوي تعليم الزوجة للزوجات عينة الدراسة تتدرج من مستوي تعليم الزوجة المتوسط ٧١,٢٤ الي مستوي تعليم الزوجة المرتفع ٧٦,٤٥ وهذا يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في اجمالي ادارة الدخل وفقاً لمستوي تعليم الزوجة عند مستوي دلالة ٠,٠١ لصالح مستوي تعليم الزوجة المرتفع.

مما سبق يتضح وجود تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان إدارة الدخل بأبعاده الثلاثة وفقاً لمستوي تعليم الزوجة حيث كانت قيمة (ف) 4.738 وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوي دلالة ٠,٠١ لصالح مستوي تعليم الزوجة المرتفع.

#### ٧- مهنة الزوج

جدول (٧٠) تحليل التباين في اتجاه واحد للزوجات عينة الدراسة في إدارة الدخل بجوانبها الثلاثة وفقاً لمهنة الزوج

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	البيان إدارة الدخل
0,471 (غير دالة)	0,890	15.122 16.994	4 165 169	60.487 2804.007 2864.494	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	التخطيط
0,629 (غير دالة)	0,648	11.794 18.194	4 165 169	47.177 3002.029 3049.206	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	التنفيذ
0,082 (غير دالة)	2.112	16.787 7.947	4 165 169	67.147 1311.329 1378.476	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	التقييم
0,368 (غير دالة)	1.080	106.398 98.505	4 165 169	425.592 16253.255 16678.847	بين المجموعات داخل المجموعات الكلية	إدارة الدخل

يوضح جدول (٧٠) ما يلي:-

- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في جانب التخطيط وفقاً لمهنة الزوج حيث كانت قيمة (ف) 0,890 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في جانب التنفيذ وفقاً لمهنة الزوج حيث كانت قيمة (ف) 0,648 وهي قيمة غير دالة احصائياً.

- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في جانب التقييم وفقاً لمهنة الزوج حيث كانت قيمة (ف) 2.112 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
  - لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في اجمالي ادارة الدخل وفقاً لمهنة الزوج حيث كانت قيمة (ف) 1.080 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- مما سبق يتضح عدم وجود تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان إدارة الدخل بجوانبه الثلاثة وفقاً لمهنة الزوج.

#### ٨- دخل الأسرة

جدول (٧١) تحليل التباين في اتجاه واحد للزوجات عينة الدراسة في إدارة الدخل بجوانبها الثلاثة وفقاً لمهنة الزوجة

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	البيان إدارة الدخل
0,366 (غير دالة)	1.085	18.357 16.916	4 165 169	73.430 2791.064 2864.494	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	التخطيط
0,185 (غير دالة)	1.569	27.935 17.803	4 165 169	111.738 2937.467 3049.206	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	التنفيذ
0,350 (غير دالة)	1.118	9.094 8.134	4 165 169	36.375 1342.101 1378.476	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	التقييم
0,361 (غير دالة)	1.095	107.854 98.469	4 165 169	431.417 16247.430 16678.847	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	إدارة الدخل

يوضح جدول (٧١) ما يلي:-

- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في جانب التخطيط وفقاً لدخل الأسرة حيث كانت قيمة (ف) 1.085 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
  - لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في جانب التنفيذ وفقاً لدخل الأسرة حيث كانت قيمة (ف) 1.569 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
  - لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في جانب التقييم وفقاً لدخل الأسرة حيث كانت قيمة (ف) 1.118 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
  - لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في اجمالي ادارة الدخل وفقاً لدخل الأسرة حيث كانت قيمة (ف) 1.095 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- مما سبق يتضح عدم وجود تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان إدارة الدخل بجوانبه الثلاثة وفقاً لدخل الأسرة.

## ٩- مقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت

جدول (٧٢) تحليل التباين في اتجاه واحد للزوجات عينة الدراسة في إدارة الدخل بجوانبها الثلاثة وفقاً لمشاركة الزوجة في مصروف البيت

مستوى الدلالة	قيمة (ف)	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	البيان إدارة الدخل
0,331 (غير دالة)	1.149	19.424	3	58.273	بين المجموعات	التخطيط
		16.905	166	2806.221	داخل المجموعات	
			169	2864.494	الكلية	
0,481 (غير دالة)	0,826	14.948	3	44.845	بين المجموعات	التنفيذ
		18.099	166	3004.360	داخل المجموعات	
			169	3049.206	الكلية	
0,219 (غير دالة)	1.491	12.056	3	36.168	بين المجموعات	التقييم
		8.086	166	1342.308	داخل المجموعات	
			169	1378.476	الكلية	
0,327 (غير دالة)	1.159	114.014	3	342.042	بين المجموعات	إدارة الدخل
		98.414	166	16336.805	داخل المجموعات	
			169	16678.847	الكلية	

يوضح جدول (٧٢) ما يلي:-

- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في جانب التخطيط وفقاً لمقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت حيث كانت قيمة (ف) 1.149 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
  - لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في جانب التنفيذ وفقاً لمقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت حيث كانت قيمة (ف) 0,826 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
  - لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في جانب التقييم وفقاً لمقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت حيث كانت قيمة (ف) 1.491 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
  - لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في إجمالي إدارة الدخل وفقاً لمقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت حيث كانت قيمة (ف) 1.159 وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- مما سبق يتضح عدم وجود تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان إدارة الدخل بجوانبها الثلاثة وفقاً لمقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت.

### ١٠- عدد مرات التسوق عبر الانترنت

جدول (٧٣) تحليل التباين في اتجاه واحد للزوجات عينة الدراسة في إدارة الدخل بجوانبه الثلاثة وفقاً لعدد مرات التسوق عبر الانترنت

إدارة الدخل	البيان	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
التخطيط	بين المجموعات	34.757	2	17.379	1.026	0,361 (غير دالة)	
	داخل المجموعات الكلي	2829.737	167	16.945			
		2864.494	169				
التنفيذ	بين المجموعات	137.630	2	68.815	3.947	0,021 (دالة عند ٠,٠٥)	
	داخل المجموعات الكلي	2911.576	167	17.435			
		3049.206	169				
التقييم	بين المجموعات	19.460	2	9.730	1.196	0,305 (غير دالة)	
	داخل المجموعات الكلي	1359.017	167	8.138			
		1378.476	169				
إدارة الدخل	بين المجموعات	400.470	2	200.235	2.054	0,131 (غير دالة)	
	داخل المجموعات الكلي	16278.377	167	97.475			
		16678.847	169				

جدول (٧٤) المتوسطات الحسابية وفق اختبار Tukey لبعده التنفيذ

التنفيذ	العدد	فئات عدد مرات التسوق الالكتروني
30,18	61	مرة واحدة
31,80	89	أكثر من مرة
32,70	20	كنت اتسوق سابقاً وتوقفت

يوضح جدول (٧٣) و (٧٤) ما يلي:-

- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في جانب التخطيط وفقاً لعدد مرات التسوق الالكتروني حيث كانت قيمة (ف) ١.٠٢٦ وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في جانب التنفيذ وفقاً لعدد مرات التسوق الالكتروني حيث كانت قيمة (ف) ٣.٩٤٧ وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوي دلالة ٠,٠٥، ولتحديد اتجاه التباين تم تطبيق اختبار Tukey حيث وجد أن متوسط درجات عدد مرات التسوق الالكتروني للزوجات عينة الدراسة تتدرج من التسوق مرة واحدة ٣٠,١٨ إلى كنت اتعامل سابقاً وتوقفت ٣٢,٧٠ وهذا يعني انه يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في بعد التنفيذ وفقاً لعدد مرات التسوق الالكتروني عند مستوي دلالة ٠,٠٥ لصالح كنت اتسوق سابقاً الكترونياً وتوقفت.
- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في جانب التقييم وفقاً لعدد مرات التسوق الالكتروني حيث كانت قيمة (ف) ١.١٩٦ وهي قيمة غير دالة احصائياً.
- لا يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في اجمالي ادارة الدخل وفقاً لعدد مرات التسوق الالكتروني حيث كانت قيمة (ف) ٢.٠٥٤ وهي قيمة غير دالة احصائياً.

- مما سبق يتضح عدم وجود تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان إدارة الدخل بجوانبه الثلاثة وفقاً لعدد مرات التسوق الالكتروني.
- مما سبق يتضح أن خلاصة نتائج الفرض التاسع تتمثل فيما يلي:-
- 1- عدم وجود تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان إدارة الدخل بجوانبه الثلاثة وفقاً لكل من مستوي تعليم الزوج ومهنة الزوج ودخل الأسرة ومقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت وعدد مرات التسوق عبر الانترنت.
  - 2- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان إدارة الدخل بجوانبه الثلاثة وفقاً لكل من عدد أفراد الأسرة ومدة الزواج وسن الزوج والزوجة ومستوي تعليم الزوجة عند مستوي دلالة ٠,٠٥ ، ٠,٠١ ، ٠,٠١ ، ٠,٠١ ، ٠,٠١ ، ٠,٠١ علي التوالي لصالح عدد ٣ افراد من الاسرة ومدة الزواج من ٥ الي اقل من ١٠ سنوات و سن الزوج من ٢٥ الي اقل من ٣٥ سنة وسن الزوجة من ٢٥ الي اقل من ٣٥ سنة و مستوي تعليم الزوجة المرتفع ، وبذل يتحقق صحة الفرض التاسع جزئياً.

#### ملخص لأهم نتائج البحث

- 1- وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة احصائية بين التسوق الالكتروني بمحاوره الثلاثة وادارة الوقت بأبعادها الثلاثة وادارة الدخل بجوانبها الثلاثة عند مستوي دلالة ٠,٠١
- 2- توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة احصائية بين عدد مرات التسوق الالكتروني واجمالي التسوق الالكتروني بمحاوره الثلاثة عند مستوي دلالة ٠,٠٥ .
- 3- توجد علاقة ارتباطية سالبة ذات دلالة احصائية بين مدة الزواج وسن الزوج وسن الزوجة واجمالي التسوق الالكتروني بمحاوره الثلاثة عند مستوي دلالة ٠,٠١ .
- 4- لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين عدد أفراد الأسرة ومستوي تعليم الزوج والزوجة ودخل الاسرة ومقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت وعدد ساعات التصفح اليومي علي الانترنت واجمالي التسوق الالكتروني بمحاوره الثلاثة
- 5- لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين عدد أفراد الأسرة ومدة الزواج وسن الزوج والزوجة ومستوي تعليم الزوج والزوجة ودخل الاسرة ومقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت وعدد مرات التسوق عبر الانترنت وعدد ساعات التصفح اليومي علي الانترنت واجمالي ادارة الوقت بجوانبها الثلاثة
- 6- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين عدد أفراد الأسرة ومدة الزواج وسن الزوج والزوجة ومستوي تعليم الزوج والزوجة واجمالي ادارة الدخل بجوانبها الثلاثة عند مستوي دلالة ٠,٠٥ ، ٠,٠١ ، ٠,٠٥ ، ٠,٠٥ ، ٠,٠٥ ، ٠,٠٥ علي التوالي.

- ٧- لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين مهنة الزوج والزوجة ودخل الاسرة ومقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت وعدد مرات التسوق عبر الانترنت وعدد ساعات التصفح اليومي علي الانترنت واجمالي ادارة الدخل بجوانبها الثلاثة
- ٨- عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين متوسط درجات الزوجات الريفيات والحضریات في التسوق الالكتروني بمحاورة الثلاثة، وإدارة الوقت بأبعاده الثلاثة، و إدارة الدخل المالي بجوانبها الثلاثة
- ٩- عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين متوسط درجات الزوجات العاملات وغير العاملات في التسوق الالكتروني بمحاورة الثلاثة، وإدارة الوقت بأبعاده الثلاثة، و إدارة الدخل المالي بجوانبها الثلاثة
- ١٠- عدم وجود تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان التسوق الالكتروني بمحاورة الثلاثة وفقاً لكلٍ من عدد أفراد الأسرة و تعليم الزوج وتعليم الزوجة ومهنة الزوجة.
- ١١- يوجد تباين دال احصائياً بين الطلاب عينة الدراسة في استبيان ادمان وسائل التواصل الاجتماعي بجوانبه الثلاثة وفقاً لكلٍ من مدة الزواج وسن الزوج وسن الزوجة ومهنة الزوج ودخل الأسرة ومقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت وعدد مرات التسوق عبر الانترنت عند مستوي دلالة ٠,٠٥ ، ٠,٠١ ، ٠,٠٥ ، ٠,٠٥ ، ٠,٠٥ ، ٠,٠٥ ، ٠,٠٥ ، علي التوالي لصالح الزوجات اللاتي تتراوح مدة زواجهن من ٥ إلي اقل من ١٠ سنوات والزوجات اللاتي تتراوح سن أزواجهن من ٢٥ إلي اقل من ٣٥ سنة و الزوجات اللاتي يتراوح سنهن من ٢٥ إلي اقل من ٣٥ سنة و مهنة الزوج الأعمال الحرة و فئات الدخل من ٤٠٠٠ إلي أقل من ٦٠٠٠ والزوجات الاتي لا تشارك في مصروف البيت والزوجات اللاتي تسوقن أكثر من مرة إلكترونياً
- ١٢- عدم وجود تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان ادارة الوقت بأبعاده الثلاثة وفقاً لكلٍ من مدة الزواج وسن الزوج وسن الزوجة و تعليم الزوج وتعليم الزوجة ومهنة الزوج والزوجة ودخل الأسرة ومقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت.
- ١٣- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان ادارة الوقت بأبعاده الثلاثة وفقاً لكلٍ من عدد أفراد الأسرة عند مستوي دلالة ٠,٠٥ علي التوالي لصالح عدد أفراد الأسرة ٣.
- ١٤- عدم وجود تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان إدارة الدخل بجوانبه الثلاثة وفقاً لكلٍ من طبيعة السكن ومستوي تعليم الزوج ومهنة الزوج ودخل الأسرة ومقدار مشاركة الزوجة في مصروف البيت وعدد مرات التسوق عبر الانترنت.

١٥- يوجد تباين دال احصائياً بين الزوجات عينة الدراسة في استبيان إدارة الدخل بجوانبه الثلاثة وفقاً لكلٍ من عدد أفراد الأسرة ومدة الزواج وسن الزوج والزوجة ومستوي تعليم الزوجة عند مستوي دلالة ٠,٠٥، ٠,٠١، ٠,٠١، ٠,٠١، ٠,٠١، ٠,٠١ علي التوالي لصالح عدد ٣ افراد من الاسرة و مدة الزواج من ٥ الي اقل من ١٠ سنوات و سن الزوج من ٢٥ الي اقل من ٣٥ سنة و سن الزوجة من ٢٥ الي اقل من ٣٥ سنة و مستوي تعليم الزوجة المرتفع

### توصيات البحث

من خلال ما تم التوصل إليه من نتائج يوصي الباحثون بما يلي:

- ١- اعداد برامج توعية في وسائل الاعلام المختلفة المرئية والمسموعة من خلال المتخصصين من اساتذة علم الإدارة والمؤسسات وأخصائيين إدارة العلاقات وشئون الأسرة للتوعية بمزايا وعيوب التسوق الالكتروني علي الزوجة والأسرة خاصة والمجتمع عامة لحسن استخدامه من قبل المستهلك.
- ٢- عقد الندوات واللقاءات للجهات التسويقية لتوعيتهم بنقاط الضعف وعيوب التسوق الالكتروني لمعالجتها وتدعيم جوانب القوة فيه وكذلك تزويد جمعية حماية المستهلك بذلك لزيادة الاقبال علي استخدام التسوق الالكتروني عن التقليدي.
- ٣- إصدار القوانين الخاصة بحقوق حماية المستهلك الالكتروني عند استخدام التسوق الالكتروني لحمايته من عمليات النصب والغش.
- ٤- وعقد الندوات واللقاءات مع الزوجات بالاستعانة بمتخصصين في علم ادارة المنزل والمؤسسات من خلال الجامعات والنوادي وجمعيات المجتمع المدني لتوعية الزوجات وتثقيفهن بضرورة التدريب الجيد علي حسن إدارة الدخل المالي والوقت للأسرة لارتقاء مستوي معيشتهم.
- ٥- يجب الاهتمام بضرورة نشر الوعي الاداري بين الزوجات وتوعيتهم بضرورة إدارة مواردهم والتخطيط الاستراتيجي لدخلهم المالي بكفاءة وذلك عن طريق التعاون بين برامج المرأة في وسائل الاعلام المختلفة وقسم إدارة الاسرة.

## قائمة المراجع

### أولاً: المراجع العربية

- ١- إبراهيم . نجاة غنيمي الديداموني (٢٠١٦): " إدارة الوقت والجهد وعلاقته بتحمل المسؤولية لدى المراهقين "، رسالة ماجستير، جامعة المنوفية، المنوفية، مصر.
- ٢- إبراهيم. بختي(٢٠٠٢): الانترنت في الجزائر، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، ع.١٤.
- ٣- أبو العلا . ليلي محمد حسنى (٢٠١٣): مفاهيم ورؤى في الإدارة والقيادة التربوية بين الأصالة والحداثة، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن.
- ٤- أبو النصر . مدحت محمد (٢٠٠٩): إدارة الوقت - المفهوم والقواعد والمهارات-، الطبعة الثانية، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، مصر.
- ٥- أبو شيخة. نادر أحمد (٢٠٠٩): إدارة الوقت ، دار المسيرة، عمان.
- ٦- أبو فارة. يوسف أحمد (٢٠٠٤): التسويق الالكتروني" عناصر المزيج التسويقي عبر الانترنت"، الطبعة الاولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان.
- ٧- ابو اليمن. عمرو عبد الغني (٢٠٠٤م/١٤٢٥هـ): "فرص وتحديات التسويق الالكتروني في ظل الاتجاه نحو العولمة"، ورقة بحث مقدمة الي الملتي الاداري الثاني الادارة والمتغيرات العالمية الجديدة، الجمعية السعودية للادارة ٧-٨ مارس الرياض.
- ٨- أبو عطية. مروي مختار عبد العاطي (٢٠٢١): "إدارة الوقت والجهد وعلاقتها بمواجهة الضغوط الحياتية لدي أمهات المعاقين سمعياً"، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية.
- ٩- الأشي. ألفت بنت عبد العزيز حسن (٢٠١٧): "تخطيط المورد المالي للمرأة السعودية وعلاقته بالأمن النفسي، دراسة ميدانية على عينة من الأسر"، عالم التربية، المؤسسة العربية للاستشارات العلمية وتنمية الموارد البشرية، بمدينة جدة، عالم التربية.
- ١٠- التلاوي. أسماء عبد المجيد (٢٠١٦): "الوعي بإدارة بعض الموارد وعلاقته بالرضا عن الحياة لدي زوجات الأسر الممتدة"، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم إدارة المنزل والمؤسسات غير منشورة، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية، المنوفية، مصر.
- ١١- إرحيم . عبد الحميد عبد السلام (٢٠١٢): الإدارة منهج وأسلوب، الطبعة الأولى، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر.

- ١٢- الأسطل. أميمة عبد الخالق عبد القادر (٢٠٠٩): "فاعلية إدارة الوقت وعلاقتها بالأنماط القيادية لدي مديري المدارس الثانوية بمحافظة غزة من وجهة نظرهم"، رسالة ماجستير منشورة، قسم أصول التربية، كلية التربية، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- ١٣- البسيوني. فاطمة البكري محمد (٢٠١٨): "بعض المهارات الشخصية وعلاقتها بأساليب التسوق لدي عينة من ربات الأسر"، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية.
- ١٤- البطاينة. محمد & العفيف. محمد (٢٠١٨): "التسوق عبر الانترنت، وجهة نظر النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا"، دراسة ميدانية علي المستهلكين في محافظات (اريد، جرش، عجلون والمفرق)، كلية الاقتصاد والعلوم الادارية، جامعة جرش، الأردن.
- ١٥- الباحث. عبد الله العزيز (٢٠١٣): مهارات إدارة الوقت وعلاقتها بضغوط العمل"، من وجهة نظر موظفي وكالة وزارة المالية لشئون الميزانية والتنظيم بالرياض، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية.
- ١٦- الجريسي . خالد (٢٠٠٥). إدارة الوقت من المنظور الإسلامي والإداري، الطبعة الأولى، مؤسسة الجريسي للتوزيع والإعلان، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- ١٧- الخطيب. عبير فوزي (٢٠٠٩): "إدارة الوقت وأثارها في مستوي أداء العاملين"، دراسة ميدانية علي شركات الاتصال الخلوية في الأردن، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا.
- ١٨- الزغبى . على فلاح & دودين. أحمد (٢٠١٥): الأسس والأصول العلمية في إدارة الأعمال، دار اليازوري، الأردن.
- ١٩- الدرمني . أسماء علي عباس (٢٠٠٨): مهارات تنظيم الوقت، الطبعة الأولى، مركز الإرشاد الجماعي، جامعة الإمارات العربية المتحدة، الإمارات.
- ٢٠- الديسبي. آيات عبد المنعم (٢٠١٣): "طبيعة عمل ربة الأسرة وعلاقته بكل من الاتجاه نحو العمل المنزلي والاستقرار الأسري"، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم إدارة المنزل والمؤسسات، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية، جمهورية مصر العربية.
- ٢١- الديسبي. آيات عبد المنعم (٢٠١٦): "التسوق الإلكتروني وعلاقته بالسلوك الاستهلاكي لدي الشباب، مجلة العلوم التطبيقية، الزقايق، مصر.

- ٢٢- السواح. إلهام عبد الرؤوف (٢٠١٣): "استخدام الانترنت وعلاقته بالقرارات الشرائية لدي عينة من طلاب الجامعة المنصورة"، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الاقتصاد المنزلي، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة، جمهورية مصر العربية.
- ٢٣- السواح. إلهام عبد الرؤوف (٢٠١٧): "فاعلية برنامج إرشادي لتنمية وعي طلاب الجامعة بالتسوق الإلكتروني وعلاقته بالرضا الاستهلاكي"، رسالة دكتوراه، قسم الاقتصاد المنزلي، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة، جمهورية مصر العربية.
- ٢٤- الشميميري. أحمد بن عبد الرحمن & أبو حمادة. عبد الموجود عبد المقصود (٢٠٠٦): "استخدام التسوق الإلكتروني من وجهة نظر المستهلك النهائي في جمهورية مصر العربية والمملكة السعودية"، إبريل، مجلد ١٠، عدد ٣، جمهورية مصر العربية.
- ٢٥- الصحن. محمد فريد & السيد. إسماعيل (٢٠٠٧) : التسويق، الدار الجامعية للطباعة والنشر، الإسكندرية، جمهورية مصر العربية.
- ٢٦- الضحيان. منيرة بنت صالح (٢٠١٣): "كفاءة ربة الأسرة في إدارة الوقت وعلاقته بإدارة الأزمات الأسرية"، بحث منشور، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة، العدد ٤، مصر.
- ٢٧- العلاق. بشير عباس(٢٠٠٩): إدارة العمليات التسويقية ونشاطاتها، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، عمان.
- ٢٨- الفقيه. خوله علي(٢٠٠٩): "التجارة الإلكترونية للسلع والخدمات في المملكة العربية السعودية"، تقرير للحصول علي درجة البكالوريوس، قسم الاقتصاد كلية اقتصاد وإدارة، جامعة الملك عبد العزيز.
- ٢٩- الفيفي. سميرة أحمد حسن العبدلي (٢٠٠٣): "إدارة موارد الأسرة وعلاقته بالتوافق الاجتماعي والدراسي للطالبة المتزوجة بالمرحلة الجامعية بمكة"، رسالة ماجستير، كلية التربية للاقتصاد المنزلي، وزارة المعارف، مكة المكرمة، المملكة العربية السعودية.
- ٣٠- القاضي. دلال & البياتي. محمود (٢٠٠٨): منهجية وأساليب البحث العلمي وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي *spss*، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- ٣١- المرسي . جمال الدين & عبد الرحمن .ادريس ثابت (٢٠٠٥) : ادارة الشراء، الدار الجامعية للنشر والتوزيع والطباعة، جمهورية مصر العربية.

- ٣٢- المكايي . عاطف عبدالله (٢٠١٤): إدارة الوقت، الطبعة الأولى، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر .
- ٣٣- المشوخي. حمد سليمان (٢٠١٣): اقتصاديات الوقت، دار الكتب والوثائق، الإسكندرية، جمهورية مصر العربية.
- ٣٤- الميهي. بسنت أحمد مصطفى (٢٠١٤): "الوعي بإدارة الموارد وعلاقته بالدافعية للإنجاز والتفكير الابتكاري لدى الشباب"، رسالة الدكتوراه غير منشورة، قسم إدارة منزل والمؤسسات، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية، مصر .
- ٣٥- النشار. نجلاء يسري أحمد (٢٠٠٩): "وعي ربة الأسرة بقيمة بعض مواردها وعلاقته بسلوكها الشرائي"، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم إدارة منزل والمؤسسات، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية، مصر .
- ٣٦- النونو. عماد أحمد إسماعيل (٢٠٠٧): "التسوق عبر الانترنت - دوافع التبني أو الرفض دراسة ميدانية" ، رسالة دكتوراه، دكتوراه في إدارة الأعمال والتخطيط الاقتصادي، غزة .
- ٣٧- بامخرمة. احمد سعيد (٢٠١١): "دراسة سوق خدمات التسوق الالكتروني في المملكة العربية السعودية من خلال الأكواد الإلكترونية"، قسم الاقتصاد، كلية الاقتصاد والإدارة، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، مجلة الأندلس للعلوم الاجتماعية مج ٣، ع ٦.
- ٣٨- تايه. نضال عبد الله (٢٠٠٧): "تأثير إعلانات الإنترنت علي مراحل اتخاذ قرار الشراء عند الشباب الجامعي الفلسطيني في قطاع غزة"، رسالة ماجستير منشورة، قسم إدارة الأعمال، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- ٣٩- حقي . زينب محمد حسين (١٩٩٥): "علاقة إدارة الوقت بالدافعية للإنجاز والتحصيل الدراسي لدى طلاب كلية الاقتصاد المنزلي" ، مجلة الاقتصاد المنزلي، العدد (١١)، الجمعية المصرية للاقتصاد المنزلي، القاهرة، مصر .
- ٤٠- خضير . سهام نصر عبد الحميد (٢٠١٩): " المشاركة الاجتماعية والسياسية وعلاقتها بمهارات إدارة الذات لدى ربة الأسرة "، رسالة ماجستير، قسم إدارة المنزل والمؤسسات، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية، المنوفية، مصر .
- ٤١- رصاص. نهاد علي بدوي (٢٠١٠): "وعي الشباب بإدارة الموارد وعلاقته بمشاركتهم الاجتماعية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية، مصر .

- ٤٢ - رقبان. نعمة مصطفى (٢٠٠٨): الادارة العلمية للشئون المنزلية، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية، دار السماح للطباعة بالإسكندرية.
- ٤٣ - رقبان . نعمة مصطفى (٢٠١٣): دليلك الى الإدارة العلمية للشئون المنزلية، الطبعة الثانية، دار السماح للطبع والنشر، الإسكندرية، مصر.
- ٤٤ - زعتر. غادة سلامة (٢٠١٣): "السلوك الإداري لربة الأسرة وعلاقته بترشيد الاستهلاك الأسري"، رسالة ماجستير، كلية التربية النوعية، جامعة بنها، المنوفية.
- ٤٥ - طه. سلوي محمد زغول (٢٠١٧): الإدارة العلمية للموارد الحياتية وتطبيقاتها العلمية، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية، الحنفي للطباعة الحديثة، شبين الكوم.
- ٤٦ - سعادى. الخنساء (٢٠٠٦): "التسويق الالكتروني وتفعيل التوجه نحو الزبون، من خلال المزيج التسويقي- دراسة تقييميه لمؤسسة بريد الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم العلوم التجارية، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة بن يوسف بن خده.
- ٤٧ - سالم . رفقة خليف (٢٠٠٨): " علاقة فاعلية الذات والفرع الأكاديمي بدافع الإنجاز الدراسي لدى طالبات كلية الجامعية"، مجلة البحوث التربوية والنفسية، العدد(٢٣)، جامعة بغداد، بغداد، العراق.
- ٤٨ - شاهين. بهاء (٢٠٠٠) : "العولمة والتجارة الالكترونية - رؤية إسلامية"، الفاروق الحديثة للطباعة والنشر، القاهرة، الطبعة الأولى.
- ٤٩ - شتات . ابتسام محمود على(٢٠٠٨): " العلاقة بين إدارة الوقت وأساليب مواجهة الضغوط ودافعية الإنجاز لدى طلاب المرحلة الثانوية"، رسالة دكتوراه، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، القاهرة، مصر.
- ٥٠ - شحاتة . محمد أيمن (٢٠٠٥): إدارة الوقت بين التراث والمعاصرة، الطبعة الأولى، دار ابن الجوزي، القاهرة، مصر.
- ٥١ - شرف الدين . لمياء محمد (٢٠١٣): الإدارة المنزلية في ضوء معايير الجودة الشاملة، الطبعة الأولى، دار الزهراء للنشر والتوزيع، الرياض، السعودية.
- ٥٢ - شرف. منى & ماضي. نجدة & نوار. إيزيس(٢٠٠٥): مدخل في العلوم الأسرية، الطبعة الأولى، مكتبة بستان المعرفة للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر.

- ٥٣- شمسه. رجاء نظام(٢٠٠٩): الإطار القانوني للتحكيم الالكتروني "دراسة مقارنة"، رسالة ماجستير غير منشورة في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين.
- ٥٤- عالم. محمد أسعد & شاهين . محمد عبد السميع (٢٠٠٥): ثورة الاتصالات والمعلومات وأثرها علي الحياة المعاصرة، الطبعة الاولى، مكتبة الملك فهد الدولية، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- ٥٥- عبد الرحمن . حنان محمد (٢٠١٢): "فاعلية برنامج تدريبي لتنمية مهارة إدارة الوقت لدى طلاب الجامعة"، رسالة دكتوراه، كلية الآداب، جامعة المنوفية، مصر.
- ٥٦- عبد الحافظ. نبيلة الورداني (٢٠١٤): " السلوك الشرائي الاستهلاكي التقسيطي لربات الأسر بمحافظة البحيرة"، مجلة الإسكندرية للتبادل العلمي، مجلد ٣٥، عدد ٢، في الفترة من (ابريل - يونيو)، الإسكندرية، مصر.
- ٥٧- عبد اللطيف . عصام (٢٠١٥): مهارات إدارة الوقت، الطبعة الأولى، نيولينك للنشر والتدريب، القاهرة، مصر.
- ٥٨- عبودي & زيدان (٢٠٠٦): إدارة الوقت في الإدارة. الطبعة الأولى، ، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع. القاهرة، مصر.
- ٥٩- عقل. سعيد جمعه & النادي. نور الدين احمد (٢٠٠٧): التسويق عبر الانترنت، الطبعة الاولى، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان.
- ٦٠- عليّات. ناصر صالح (٢٠٠٢): توزيع الوقت علي أداء المهام المهنية لأعضاء الهيئة التدريسية في جامعة اليرموك، مجلة العلوم التربوية والنفسية، العدد ٤، كلية التربية، جامعة البحرين، البحرين.
- ٦١- غنيم . أحمد محمد(٢٠١٠): مهارات إدارة الوقت، سلسلة الفكر الإداري المعاصر، الطبعة الثالثة، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، المنصورة، مصر.
- ٦٢- فقيه. تهاني محمد عبد الرحمن (٢٠١٣) : "التسوق الالكتروني وأثره علي اتجاهات الأسرة الاستهلاكية في عصر المعلوماتية" ، رسالة ماجستير، كلية الفنون والتصميم الداخلي، قسم السكن وإدارة المنزل، المملكة العربية السعودية.
- ٦٣- قطناني . محمد حسين (٢٠١٤): مهارات وفن إدارة الوقت، الطبعة الأولى، عمان، الأردن.

- ٦٤ - كارنيغي، دايل (٢٠١٠): "فن إدارة الوقت"، مكتبة جزيرة الورد، الطبعة الأولى.
- ٦٥ - لطفي. فانتن مصطفى كمال & حجازي. عبير ياسين أحمد & طه، سلوي محمد زغول (٢٠٢٠): ممارسات ربة الأسرة لإدارة الدخل المالي وعلاقة ذلك بوعيهم الاستهلاكي عند تأثيث المسكن"، مجلة بحوث في العلوم والفنون النوعية، كلية التربية النوعية، جامعة الإسكندرية.
- ٦٦ - مرجان . رانيا قدرى أحمد (٢٠٠٧): مدخل إدارة الوقت لتحسين أداء أعضاء هيئة التدريس بكليات التربية، جامعة قناة السويس ( دراسة ميدانية )، رسالة ماجستير، كلية التربية ببورسعيد، جامعة قناة السويس، مصر.
- ٦٧ - مهني. هناء سليمان (٢٠١٦): "مهارات التفاوض وعلاقتها بإدارة الأزمات الأسرية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية، مصر.
- ٦٨ - نوار . إيزيس (٢٠٠٨): مدخل الي الاقتصاد المنزلي، علم الأسرة وبناء الإنسان، الطبعة الثانية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر.
- ٦٩ - نوفل . ربيع محمود علي (٢٠٠٦): الإدارة المنزلية الحديثة، الطبعة الأولى، دار الناشر الدولي، الرياض، السعودية.
- ٧٠ - هاشم. طارق نائل، ابو حميدة. عمر صالح (٢٠٠٧م): "اثر الخطر المدرك علي مراحل عملية اتخاذ قرار شراء الاجهزة الكهربائية المنزلية عبر الانترنت للمستهلك الاردني"، قسم التسويق، كلية العلوم الادارية والمالية، جامعة البترا، وكلية الاقتصاد والعلوم الادارية، جامعة الزيتونية الاردنية.
- ٧١ - يوسف. أيمن حمد أحمد (٢٠٠٦): "إدارة الوقت ومضيعاته لدي مديري ومديرات المدارس الأساسية في محافظة رام الله والبيرة في فلسطين"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة النيلين، السودان.



## ثانيا: المراجع الاجنبية

- 72- Alay S., Koçak S. (2002): Validity and Reliability Of Time Management Questionnaire , Hacettepe universities Egotism Faculties zergisi, (22).pp9-13.
- 73- Goal, M. ; Gaur, D. & Mishra, R. (2009). Time management among adolescent need of the Hour. The Internet Journal of Epidemiology, 6, (2), 1540-2614.
- 74- Mackenzie, A. (2000): Team Work through Time Management , Dartncll Corporation .
- 75- Richard Roberts (2009): The assessment of time management in middle-school students personality and individual difference , volume 47 , issue 3, August, p : 147-179 .
- 76- Wolfin barger, Mary and Mary C.Gilly (2002): **Shopping Online for freedom, control and fun**, California Management Review, Vol. 43, No. 2. Winter.
- 77- Vrechopoulos , A.p. siomkos , GJ. And Doukidis ,G. I.(2001); internet shopping Adoption by Geerk Consumers , **European journal of innovation Management** , Vol 4..No.3.
- 78- Saad, A & paul, T.(2013): Thailand Conswners attitude towards online shopping factors influencing employees of crazy domains to shop online, **Journal of Management and Marketing Research**, James Bangkok University.
- 79- Shin. D (2013): **User experience in social commerce**: in friendswe trust, Behaviour & Information Technology,32(1).
- 80- Kaur. Amandeep (2013): E- shopping\_ A Changing Shopping Trend, **IOSR Journal of Business and Management**, May, volume 10, Issue 2.
- 81- Kotler .Philip & Keller. Kiven (2006): **Marketing management** 12 edition prentice Hall.
- 82- Kotler. Philip (2000): "**Marketing management**" the Millennium ed, prentice-hall,Inc.New Jersy ,p51.
- 83- Xinyu, C., Frank, D., Fay, C., & Zhiyi, X. (2010): The Interactions between E-Shopping and Store Shopping: A Case Study of the Twin Cities, Humphrey Institute of Public Affairs, University of Minnesota, 301,19th Ave.





## Online Shopping and Its Relationship to Time and Financial Income Management in a Sample of Wives

Preparation  
Rabie Mahmoud Ali Nofal<sup>5</sup> Kholoud Reda Mohamed El-Bakri Hadhood<sup>6</sup>

### Abstract

The present study aimed to identify the nature of the relationship between online shopping with its three aspects (the pre-purchase stage- the actual purchase stage - the post-purchase stage), time management in its three aspects (planning- implementation - evaluation), and financial income management with its three aspects (planning- implementation- evaluation) for the wives of the study sample, studying the differences between wives (rural and urban, working and non-working) in each of the online shopping with its three aspects, time management in its three aspects, and managing financial income in its three aspects for the wives of the sample of the study, clarifying the difference between wives sample of study in online shopping with its three aspects, time management in its three aspects, and financial income management in its three aspects according to (number of family members - age of husband and wife - number of marriage years - educational level of husband and wife - husband's profession - family financial income - the amount of the wife's participation in income - online shopping times).

The present study followed the descriptive analytical approach, where a questionnaire on electronic shopping, another questionnaire on time management, and a third questionnaire on financial income management were prepared and standardized. The questionnaire was applied electronically via the internet on a sample of wives selected in a purposive way consisting of (170) wives from social and economic levels different.

The results showed that there is a positive, statistically significant correlation between online shopping with its three aspects, time management with its three aspects, and income management with its three aspects at significant level 0.01. There are no statistically significant differences between the average scores of rural and urban wives in online shopping with its three aspects, and the management of time in its three aspects, and the management of financial income in its three aspects. There are no statistically significant differences between the average scores of working and non-working wives in online shopping with its three aspects, time management in its three aspects, and financial income management in its three aspects.

The study presented a set of recommendations, the most important of which was the preparation of awareness programs in the various audio-visual media by specialists from professors of management science and institutions and specialists in the management of relations and family affairs to raise awareness of the advantages and disadvantages of online shopping for family in particular and society in general for its good use by the consumer; and holding seminars and meetings with the wives, with the help of specialists in the science of managing the home and institutions through universities, clubs and civil society organizations to educate wives about the need for good training on good management of financial income and time for the family; holding seminars and meetings for the marketing authorities to educate them about the weaknesses and disadvantages of online shopping to address them and support its strengths, as well as providing the Consumer Protection Association with such support to increase the demand for the use of online shopping over the traditional one.

**Keywords: shopping, online shopping, management, time management, financial income management.**

<sup>5</sup> Professor and Head of Department, Department of Home and Institutional Management, Faculty of Home Economics, Menoufia University  
<sup>2</sup> Demonstrator, Management of House and Institutions Department Faculty of Home Economics Menoufia University

