
فاعلية برنامج لتنمية الوعي الاستهلاكي في ضوء المواصفات القياسية للجودة لدى الشباب الجامعي

إعداد

أ.د. / نادية السيد الحسيني

أستاذ علم النفس بكلية التربية
جامعة عين شمس

م.م/ أسماء عبده حسن

مدرس مساعد بكلية التربية النوعية
جامعة أسيوط

أ.د/ وفاء فؤاد شلبي

أستاذ الإدارة بكلية الاقتصاد المنزلي
جامعة حلون

أ.م.د/ كامل عمر عارف

أستاذ إدارة المنزل المساعد بكلية التربية
جامعة عين شمس

مجلة بحوث التربية النوعية – جامعة المنصورة

عدد (٢٥) – أبريل ٢٠١٢

فاعلية برنامج لتنمية الوعي الاستهلاكي في ضوء المواصفات القياسية للجودة لدى الشباب الجامعي

إعداد

أ.د/نادية السيد الحسيني**

أ.د/وفاء فؤاد شلبي*

م.م/ أسماء عبده حسن***

أ.م.د/ كامل عمر عارف***

الملخص :

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة فاعلية البرنامج المعد باستخدام برمجيات الحاسب الآلي في تنمية الوعي الاستهلاكي في ضوء المواصفات القياسية للجودة لدى الشباب الجامعي الأكثر استهلاكاً للسلع والخدمات.

وتكونت عينة البحث الأساسية من (٢٩٨) طالب وطالبة من طلاب جامعة أسيوط طبق عليهم استمارة البيانات العامة ومقياس الوعي الاستهلاكي في ضوء المواصفات القياسية للجودة أما عينة البحث التجريبية فكان قوامها (٧٥) طالب وطالبة. وقد استخدم المنهج الوصفي التحليلي والمنهج التجريبي ، وقد أوضحت النتائج ما يلي:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في محاور مقياس الوعي الاستهلاكي وفقاً لجنس الشباب وطبيعة الدراسة.
- عدم وجود علاقة ارتباطيه بين مكان سكن الأسرة ومقياس الوعي الاستهلاكي .
- وجود علاقة ارتباطيه موجبة بين كلاً من (تعليم الوالدين ، المستوى المهني للوالدين، حجم الأسرة) وبين مقياس الوعي الاستهلاكي في ضوء المواصفات القياسية للجودة بمحاوره .
- وجود علاقة ارتباطيه سالبة بين دخل الأسرة وبين مقياس الوعي الاستهلاكي في ضوء المواصفات القياسية للجودة بمحاوره .
- وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة التجريبية للبحث قبل وبعد تطبيق البرنامج لصالح التطبيق البعدي.

* أستاذ الإدارة بكلية الاقتصاد المنزلي جامعة حلون

** أستاذ علم النفس بكلية التربية جامعة عين شمس

*** أستاذ إدارة المنزل المساعد بكلية التربية جامعة عين شمس

**** مدرس مساعد بكلية التربية النوعية جامعة أسيوط

The effectiveness of consumption awareness development program in regard with the quality standard traits for the university youth

Summary

the aim of this study is to know the efficiency of the prepared program by using the computer to develop the consumption awareness in regard with the quality standard specifications to the goods and services most consumptive youth.

The basic sample of the research consists of (298) male and female students of assiut university the experimental research sample consists of (75) male and female students. The analysis descriptive curriculum and the experimental curriculum were used in this study the results:-

- 1- The presence of statistically significant differences in the axes scale consumer awareness depending on the gender of youth and nature of the study.
- 2- there is no relation between the family residence and measuring the consumptive awareness.
- 3- the existence of appositive relation (the parents education – the parents professional level, the family size) and the consumptive awareness with its four principles.
- 4- the existence of a negative relation between the family income and the consumptive awareness with its principles.
- 5- the existence of significant statistical differences between the experimental sample individuals averages before and after applying the research for the after application.

فاعلية برنامج لتنمية الوعي الاستهلاكي في ضوء المواصفات القياسية للجودة لدى الشباب الجامعي

إعداد

أ.د/ نادية السيد الحسيني**

أ.د/ وفاء فؤاد شلبي*

م.م/ أسماء عبده حسن***

أ.م.د/ كامل عمر عارف***

مقدمة البحث:

تشهد الساحة العالمية تغيرات سوف تترك آثارها الاقتصادية علي العلم أجمع بصفة عامة وعلي المنطقة العربية بصفة خاصة حيث تشير دراسات خبراء الإدارة والتسويق أن الاهتمام بالإنتاج وجودة السلع والخدمات بما يلي احتياجات المستهلك ورغباته في الأسواق المحلية والدولية هو أحد المدخل الهامة لمواجهة النظام العالمي الجديد في ظل اتفاقيات الشراكة وإستراتيجيات التجارة الدولية (Johnson, 1993) (وفاء شلبي ونجلاء حسين، ٢٠٠٥).

وأخذ مفهوم جودة السلع والخدمات الأولوية في الاهتمام نحو تحسين الإنتاجية والاهتمام بالمواصفات. (محمود عيسي، ٢٠٠٢).

وتعتمد المنافسة السلعية في مجملها علي وضع سياسة إنتاجية في إطار الالتزام بالمعايير الخاصة بالمواصفات القياسية طبقاً لمعايير دولية وإتباع أسلوب توكيد الجودة للتأكد من مطابقتها وجودة الأداء للمنتجات مع التركيز علي الوفاء بمتطلبات العميل وإرضاءه ومراعاة أمنه وسلامته (علي السلمي، ٢٠٠٢).

فلم يعد السعر هو العامل المحرك لسلوك المستهلك بل ظهرت جوانب أخرى أهتم بها المستهلك في الاونه الأخيرة ومنها الثقة في جودة السلع وابتكار خصائص جديدة للمنتجات قد تؤدي إلي التميز في الأداء وتحقيق الميزة التنافسية واستمرار التفضيل لدي المستهلك (سونيا البكري، ٢٠٠٠).

* أستاذ الإدارة بكلية الاقتصاد المنزلي جامعة حلون

** أستاذ علم النفس بكلية التربية جامعة عين شمس

*** أستاذ إدارة المنزل المساعد بكلية التربية جامعة عين شمس

**** مدرس مساعد بكلية التربية النوعية جامعة أسيوط

كما تعتبر قضايا الاستهلاك من أهم القضايا بالنسبة للدول النامية التي تهدف إلى تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية فقد أدى تطور الحياة الحديثة وكثرة متطلباتها إلى ظهور أنماط استهلاك جديدة مع زيادة في تكاليف المعيشة. (إسماعيل عبد الفتاح، ٢٠٠٥).

كما أدت العولمة إلى تغيير القيم الاستهلاكية فازداد الإقبال على شراء السلع الاستهلاكية المرتبطة العولمة ومن المظاهر الاستهلاكية الخاصة بالأسرة ازدياد نسبة الأسر التي لديها أطباق لاقطة. كما أصبح الكمبيوتر من الضروريات الأساسية لكل أسرة (عبد العزيز الخزاعلة، ٢٠٠٣).

وفي ظل الاهتمام بالشباب وقضاياهم المختلفة وباعتباره أحد أهم الفئات الرئيسية التي تشارك في كافة المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية في داخل المجتمع تبرز هذه الشريحة باعتبارها تمثل قوة شرائية متعاظمة لكافة أنواع السلع والخدمات المختلفة مما يزيد من قوة التنافس بين الشركات والمؤسسات للتأثير في القرارات الشرائية لهذه الفئة. (غادة سيف، ٢٠٠٣).

ونظراً لما يتميز به هذا العصر من التطور السريع في شتى جوانب المعرفة ومع التقدم التكنولوجي أصبحت أهم التحديات التي تواجه الأسر وخاصة الشباب هو كيفية مساعدة الأجيال الصاعدة على مواجهه هذا التطور السريع وإعدادهم إعداداً سليماً بتزويده بالمعارف والمهارات والاتجاهات التي تمكنهم مع التكيف مع هذا المجتمع (وفاء شلبي، ١٩٩٩).

مشكلة البحث:

شهدت السنوات الأخيرة اهتماماً ملحوظاً بدراسة سيكولوجية المستهلك والتي تعتبر من المحددات الرئيسية للعمل التسويقي ويعتبر السلوك الاستهلاكي نوعاً أساسياً من أنواع السلوك الإنساني الذي يمارسه كل منا مهما اختلفت السبل وهو يلخص عملية الشراء للسلع والخدمات المختلفة والتي يري الأفراد أنها صالحة لإشباع رغباتهم واحتياجاتهم. (علي السلمي، ١٩٩٩).

فالأفراد يقومون باستهلاك العديد من السلع ويستخدمون أصنافاً وأنواعاً متعددة من الخدمات والمستهلك الرشيد يسعى إلى الحصول على أفضل الخدمات وأجود السلع بأنسب الأسعار. (فاطمة عبد الكريم، ١٩٩٤).

وكما أظهرت دراسة كلاً من (Ordonez, 1998) و(رشا حسين، ١٩٩٨) إلى تزايد إقبال المستهلك على المنتجات ذات الجودة العالية والسعر المرتفع عن المنتجات ذات الجودة المنخفضة والسعر الرخيص، وأن هناك تفاوت في درجة تأثير متغيرات الجودة على رضا المستهلك. وأكدت دراسات كلاً من (Nes, 1981) (Drumwright, 1986) (Muker, 1989) (Poginles (Dawar, 1994) (Rinehrt, 1998) (وفاء شلبي والطاهرة العدوي، ١٩٩٩) أن المستهلك يتعرض لكثير من العوامل التي تؤثر على سلوكه الاستهلاكي وعلى مفاهيمه تجاه جودة السلعة، ومن هذه العوامل: البيانات المدونة على السلعة، بلد المنشأ، العلامة التجارية، سمعة الشركة المنتجة، والمكان الذي يسكن فيه المستهلك بالإضافة إلى مقاييسه الشخصية ومعلوماته وخبراته.

ولا يمكن إغفال دور الشباب المؤثر علي عملية الاستهلاك ففئة الشباب قوة اجتماعية يمكن أن تضغط علي صانعي القرار وهم أكثر فئات المجتمع عرضة للتأثر بالعولمة وما تحمله من ثقافة استهلاك (جاد الله أبو المكارم ، ٢٠٠٤).

ويري (علي إبراهيم، ٢٠٠٥) أن الشباب المصري تسود بينهم قيم واتجاهات وسلوكيات هي أبعد ما تكون عن الإنتاج ومع ذلك فإنهم أكثر الفئات ميلاً ورغبة في تبني ثقافة الاستهلاك.

وتؤكد دراسة (سعيدة سلمان، ١٩٩٧) أن الشباب الجامعي تسوده ثقافة استهلاكية تتسم بالإسراف والمبالغة في شراء السلع غير الضرورية وشراء السلعة أكثر من مرة، وشراء السلع المكلفة كانت أهم مظاهر الميل إلي الاستهلاك.

وحيث أن الشباب هم أكثر فئات المجتمع استهلاكاً للسلع والخدمات واستخداماً لتكنولوجيا المعلومات لذلك لا بد من تنمية الوعي الاستهلاكي لدي الشباب الجامعي في ضوء المواصفات القياسية للجودة باستخدام برمجيات الحاسب الآلي وذلك من خلال الإجابة علي التساؤلات الآتية.

- ١- ما هي الفروق في محاور مقياس الوعي الاستهلاكي (الوعي بالمواصفات القياسية - الغذاء - الملابس - الاتصالات والمعلومات) في ضوء المواصفات القياسية للجودة وفقاً لمتغيرات (جنس الشباب - طبيعة الدراسة)
- ٢- ما هي العلاقة بين محاور الوعي الاستهلاكي في مجالات وبين متغيرات (مكان سكن الأسرة - المستوى التعليمي للوالدين - المستوى المهني للوالدين - حجم الأسرة - دخل الأسرة) ؟
- ٣- ما مدى فاعلية البرنامج المعد باستخدام برمجيات الحاسب الآلي لتنمية الوعي الاستهلاكي في ضوء المواصفات القياسية للجودة في رفع مستوى وعي الشباب الجامعي الاستهلاكي ؟

أهداف البحث:

يهدف البحث الحالي إلي التعرف علي فاعلية البرنامج المعد باستخدام برمجيات الحاسب الآلي لتنمية الوعي الاستهلاكي في ضوء المواصفات القياسية للجودة لدي الشباب الجامعي وذلك من خلال:

- ١- توضيح الفروق في محاور مقياس الوعي الاستهلاكي (الوعي بالمواصفات القياسية - الغذاء - الملابس - الاتصالات والمعلومات) في ضوء المواصفات القياسية للجودة وفقاً لمتغيرات (جنس الشباب - طبيعة الدراسة).
- ٢- توضيح العلاقة بين محاور الوعي الاستهلاكي في مجالات وبين متغيرات (مكان سكان الأسرة - المستوى التعليمي للوالدين - المستوى المهني للوالدين - حجم الأسرة - دخل الأسرة).

٣- التعرف علي مدي فاعلية البرنامج المعد باستخدام برمجيات الحاسب الآلي لتنمية الوعي الاستهلاكي في ضوء المواصفات القياسية للجودة في رفع مستوي وعي الشباب الجامعي الاستهلاكي.

أهمية البحث:

تبرز أهمية البحث الحالي في:

- ١- المشاركة في تنمية الوعي الاستهلاكي للشباب ومن ثم المساهمة في التنمية الاقتصادية للمجتمع باعتبار أن الشباب هو حجر الزاوية لأي تقدم اقتصادي.
- ٢- التأكيد علي أهمية اختيار الشباب الجامعي للسلع الاستهلاكية في ضوء المواصفات القياسية للجودة .
- ٣- التأكيد علي أهمية الاستهلاك للسلع الاستهلاكية المختلفة عند الاختيار والشراء والاستخدام والعناية بها والإلمام بكل جوانب العملية الاستهلاكية وفوائدها .

الأسلوب البحثي:

أولاً: فروض البحث:

- ١- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي في محاور مقياس الوعي الاستهلاكي في ضوء المواصفات القياسية (الوعي بالمواصفات القياسية - الغذاء - الملابس - الاتصالات والمعلومات) وفقاً لمتغيرات (جنس الشباب - طبيعة الدراسة) .
- ٢- توجد علاقة إرتباطية بين محاور الوعي الاستهلاكي وبين متغيرات (مكان سكن الأسرة - المستوي التعليمي للوالدين - المستوي المهني للوالدين - حجم الأسرة - دخل الأسرة) .
- ٣- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوي وعي الشباب الاستهلاكي في ضوء المواصفات القياسية للجودة قبل تطبيق البرنامج وبعده لصالح التطبيق البعدي.

ثانياً: مصطلحات البحث:

البرنامج: هو خطة منظمة تشمل مجموعة من الخبرات التربوية المترابطة المتكاملة ومجموعة من الأنشطة والمواقف التعليمية المتنوعة لتحقيق مجموعة من الأهداف وتزويد الشاب الجامعي بمفاهيم ومعلومات وبيانات تساعده علي رفع مستوي وعيه الاستهلاكي وتزيد من خلال مجموعة من الدروس محدد لها أهدافها مسبقاً .

الحاسب الآلي: هو جهاز إلكتروني يتم تغذيته بالبيانات والمعلومات في كافة أشكالها وأنماطها فيقوم بمعالجتها تحت إشراف برنامج تعليمات مخزن بالجهاز للحصول علي النتائج المطلوبة واستخراجها بشكل مقبول يسهل الاستفادة منها .

تنمية الوعي الاستهلاكي: هو النهوض أو رفع السلوك الاستهلاكي الرشيد للشباب وتكوين عادات واتجاهات سلوكية سليمة بكيفية اختيار وشراء السلع أو الخدمات ومعرفة المعلومات

الخاصة بكيفية الاستخدام والعناية وصيانتها بالطريقة السليمة والانتفاع بها انتفاعاً كاملاً لإشباع الرغبات.

المواصفات القياسية: هي نظم محددة توضع علي هيئة قواعد تحدد خواص المنتج وطرق الفحص والاختبار وتسهل تداول المنتجات في الأسواق المحلية الخارجية وتبسط عمليات الإنتاج. **الجودة:** هي تزويد المستهلك بما يحتاجه من سلع وخدمات ذات خصائص وسمات معينة تحقق رغباته ومتطلباته كمستهلك في أي وقت وفي كل مكان وبسعر مقبول يلائمه.

الشباب الجامعي: هم فئة عمرية تتميز بحالة من النشاط والديناميكية لهم دورهم الفعال في تنمية المجتمع والمشاركة في جميع المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية في المجتمع ونخص في هذه الدراسة الشباب في مرحلة التعليم الجامعي ويتراوح أعمارهم م(١٧:٢٢) سنة.

ثالثاً: منهج البحث:

يتبع هذا البحث المنهج الوصفي التحليلي ويعني تحديد الظروف والعلاقات التي توجد بين الوقائع، ويتم خلاله تجميع البيانات وتبويبها وتفسير هذه البيانات (آمال صادق، فؤاد أبو حطب، ١٩٩١). والمنهج التجريبي ويعني التغير المتعمد والمضبوط للشروط المحددة لحادثة ما وملاحظة التغيرات الناتجة ذاتها وتفسيرها بحيث يتم وصف حالة معينة وملاحظة ما هو موجود وكذلك معالجة عوامل معينة تحت شروط مضبوطة ضبطاً دقيقاً لكي يتم التحقق من كيفية حدوث شرط أو حادثة معينة وأسبابها. (آمال صادق، فؤاد أبو حطب، ١٩٩١) (ديوليب فان دالين، ٢٠٠٧).

رابعاً: عينة البحث:

- ١- عينه البحث الاستطلاعية : وقوامها (٥٠) طالب وطالبة من طلاب جامعة أسيوط اختيرت بطريقة عشوائية وذلك لتقنين أدوات الدراسة أي حساب الصدق والثبات إحصائياً.
- ٢- عينه الدراسة الأساسية: وقوامها (٢٩٨) طالب وطالبة من مستويات اجتماعية واقتصادية مختلفة من طلاب جامعة أسيوط.
- ٣- عينه الدراسة التجريبية : وقوامها (٧٥) طالب وطالبة تمثل الربع الأدنى في مستوى الوعي الإستهلاكي .

خامساً: أدوات البحث:

- ١- استمارة البيانات العامة للشباب الجامعي:
وتشتمل علي:
أ- بيانات عن الطلاب من حيث (السن - الجنس - النوع - الكلية - طبيعة الدراسة - مكان السكن - المصروف الشخصي).
ب- بيانات عن الأسرة من حيث (المستوي التعليمي للوالدين - المستوي المهني للوالدين - حجم الأسرة - متوسط الدخل الشهري للأسرة).

٢- مقياس الوعي الاستهلاكي في ضوء المواصفات القياسية للجودة :

بعد الاطلاع على العديد من القراءات والدراسات المتعلقة بموضوع المقياس بالمراجع المختلفة وفي ضوء تعريف الوعي الاستهلاكي تم تحديد محاور المقياس وعباراته تم اعداد المقياس كالآتي:

- اعداد المقياس في صورته المبدئية:

يتكون مقياس الوعي الاستهلاكي في ضوء المواصفات القياسية للجودة للشباب الجامعي من (٥٧) عبارة موزعين علي أربعة محاور:-

- المحور الأول: الوعي بالمواصفات القياسية للجودة ويتكون من (١١) عبارة ويهدف للتعرف علي مفهوم الشباب الجامعي للجودة والأيزو والمواصفات القياسية للجودة وحرصهم علي شراء السلع والمنتجات الحاصلة علي علامة الجودة.
- المحور الثاني: الوعي الاستهلاكي في مجال الغذاء ويتكون من (١٦) عبارة تقيس سلوك الشاب الجامعي أثناء اختيار وشراء السلع الغذائية ومدى اهتمامهم بتوافر مواصفات الجودة عليها.
- المحور الثالث: الوعي الاستهلاكي في مجال الملابس: ويتكون من (١٨) عبارة تقيس سلوك الشباب الجامعي أثناء اختيار وشراء السلع الملبسية ومدى اهتمامهم بتوافر مواصفات الجودة عليها.
- المحور الرابع: الوعي الاستهلاكي في مجال الاتصالات والمعلومات ويتكون من (١٢) عبارة تقيس سلوك الشباب الجامعي أثناء اختيار وشراء واستخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة (كمبيوتر، موبايل) ومدى اهتمامهم بمدى جودتها

صدق المقياس: ويقصد به "قدرة المقياس لقياس ما وضع لقياسه، كما يهدف إلي الحكم علي مدى تمثيل الاستبيان الذي يقيسه (ذوقان عبيدات وآخرون ، ٢٠٠٦) وقد تم تعيين صدق الاستبيان عن طريق صدق المحتوي Contact validity بعرضه علي مجموعة من أساتذة المحكمين في مجال إدارة مؤسسات الأسرة والطفولة بكلية الاقتصاد المنزلي جامعة حلوان لإبداء رأيهم حول: (مدى سلامة الصياغة اللغوية لبندود الاستبيان ومدى ارتباط العبارات بالمحور والموضوع ، اتجاه تصحيح العبارات واضح وصحيح) . وقد أبدى السادة المحكمين بعض الملاحظات عن صياغة بعض العبارات وحذف بعضها وأخذت في الاعتبار وتم التعديل في ضوء ، وقد اتفق السادة المحكمين بنسبة (٩٦٪) علي صلاحية المقياس وقدرته علي قياس "الوعي الاستهلاكي في ضوء المواصفات القياسية للجودة" وبالتالي صلاحية تطبيق المقياس .

ثبات المقياس: ثم استخدام معامل ألفا كرونباخ (Alpha Cronbac) وقد كانت قيمته ٠.٨٠٤ وبطريقة التجزئة النصفية ٠.٧٣٢ ولتصحيح أثر التجزئة النصفية بمعامل سبيرمان براون كان الثبات ٠.٨٤٥ ، ٠.٧٧٢ بطريقة جيتمان وهي قيم عالية الثبات ، وهذا يدل علي إمكانية استخدام المقياس.

٣- برنامج كمبيوتر باستخدام برمجيات الحاسب الآلي لتنمية الوعي الاستهلاكي في ضوء المواصفات القياسية للجودة لدى الشباب الجامعي. (إعداد الباحث)

بعد قيام الباحثة باستخلاص نتائج مقياس الوعي الاستهلاكي في ضوء المواصفات القياسية للجودة ووجدت الباحثة أن بعض الشباب الجامعي والفتيات الجامعيات لديهم قصور في إلمامهم ببعض حقوقهم وواجباتهم كمستهلكين وأبعاد الجودة ومفهومها بالإضافة إلي لذلك وجدت الباحثة ضرورة احتواء البرنامج المعد علي (المواصفات القياسية للجودة - الوعي الاستهلاكي في مجالات الغذاء - الملابس - الاتصالات والمعلومات).

- تحديد الأهداف العامة للبرنامج.

الهدف من البرنامج :

يهدف البرنامج إلي رفع مستوى وعي الشباب الجامعي الاستهلاكي في مجالات متعددة من خلال إكسابهم بعض المفاهيم والمهارات المرتبطة بكل مجال من مجالات الوعي الاستهلاكي ، ضمن محتوى كل موضوع من موضوعات البرنامج.

محتوي البرنامج:

تحدد محتوى البرامج في (١٠) جلسات إرشادية يحدد لكل جلسة عنوان والهدف منها ويتم تطبيق البرنامج علي مدي ثلاثة أسابيع بواقع ٣ جلسات في الأسبوع مدة الجلسة ٩٠ دقيقة وفقاً للجدول التالي:

جدول رقم (١)

محتوي الجلسات والأهداف التعليمية والعناصر والوسائل والأنشطة التعليمية المستخدمة لتنمية وعي الشباب الجامعي الاستهلاكي

موضوع الجلسة	أهداف الجلسة	عناصر الجلسة	الوسائل والأنشطة المستخدمة
جلسة رقم (١) التعريف بالبرنامج ومكوناته وأهدافه	أهداف معرفية: ١- يحدد موضوعات البرنامج المعد لتنمية الوعي الاستهلاكي. ٢- يذكر خطوات تشغيل البرنامج أهداف مهارية. ٣- يطبق ما تعلمه من تعليمات البرنامج عند التشغيل. أهداف وجدانية: ١- يتابع باهتمام مجالات البرنامج وموضوعاته. ٢- يشارك بحماس في حضور البرنامج.	- التعرف بين الباحثة وأفراد العينة. - التطبيق القبلي لمقاييس البحث. - التعريف بالبرنامج والإرشادات العامة لتشغيله وكيفية التنقل بين الصفحات. - توضيح أهداف البرنامج.	- جهاز كمبيوتر لعرض الرسوم التي توضح مجالات البرنامج وموضوعاته.

فأصلفة برنامآ لتنمية الوعى الاستهلاكى فى ضوء المواصفات القياسفة للمآودة لئى الشباب الجامعى

موضوع الجلسة	أهداف الجلسة	عناصر الجلسة	الوسائل والأنشطة المستخدمة
جلسة رقم (٢) المواصفات القياسفة للآودة	أهداف معرففة: ١- يعرف الآودة والمواصفات القياسفة. ٢- يتعرف على مراحل تطور الآودة وأبعاد وممفزاتها. ٣ أهداف مهارفة: ١- يفرفق بفن المواصفات ISO9001,9002,9003 ٢- فربط بفن أبعاد الآودة وأهمفة الحصول على علامة الآودة. أهداف وجدانفة: ١- ففهم بالتعرف على المواصفات القياسفة. ٢- فقدر أهمية الحصول على علامة الآودة.	- تعرففات مهمة. - من أفن آاءت المواصفات. - سلسلة المواصفات القياسفة للآودة أفزو ٩٠٠٠ - مراحل تطور الآودة. - أبعاد الآودة. - ممفزات الآودة. - بعض التصورات الخاطئة عن الآودة. - الففئسة المصرفة العامة للمواصفات والآودة.	- آهاز الكمبفوتر لعرض الرسوم ولقطات الففءفو الخاصة بالموضوع. - آهاز العرض Data show
جلسة رقم (٣) آقوق وواجبات المستهلك	أهداف معرففة: ١- يتعرف على آقوق وواجبات المستهلك. ٢- يعرف كفف فقدم شكوى لآهاز آمافة المستهلك. أهداف مهارفة: ١- ففمسك بفقه فى استبدال واستراآاع السلع. ٢- فآدرب على مارسة آقوقه وواجباته عند الشراء. أهداف وجدانفة: ١- ففهم بتطبفق وواجباته عند الاستهلاك. ٢- فراعف آقوقه عند التعامل مع التجار.	- تعرففات ومعلومات مهمة. - آمافة المستهلك (تعرففه - أنواعه - الأآرة المعنية بآمافة المستهلك). - آقوق المستهلك. - واجبات المستهلك. - سفاسة الاستبدال والاستراآاع. - كفف فآقدم بالشكوى لآهاز آمافة المستهلك.	- آهاز كمبفوتر لعرض الصور والرسوم ولقطات الففءفو. - آهاز العرض Data show - بعض مطبوعات وملصقات. - آهاز آمافة المستهلك.
جلسة رقم ٤ ، ٥ الوعى الاستهلاكى فى مجال الغذاء	أهداف معرففة: ١- يتعرف على مفهوم ترشفد استهلاك الغذاء ومراحله. ٢- فآآسب معلومات عن البطاقة الإرشادفة الغذائفة. أهداف مهارفة: ١- ففشرفى السلع التى فآآوى على بطاقة إرشادفة. ٢- فمففر السلع الصعففة من المشوشة. أهداف وجدانفة: ١- ففغفل شراء أآذفة فآآوى على بطاقة إرشادفة. ٢- ففهم بدراسة طرق غش الأآذفة.	- تعريف ترشفد استهلاك الغذاء. - مراحل ترشفد الغذاء. - البطاقة الإرشادفة الغذائفة. - طرق غش السلع الاستهلاكفة. - غش اللبن. - غش الأآذفة السرففة.	- آهاز كمبفوتر لعرض الرسوم والصور ولقطات الففءفو. - Data show .

موضوع الجلسة	أهداف الجلسة	عناصر الجلسة	الوسائل والأنشطة المستخدمة
جلسة رقم ٧، ٦، الوعي الاستهلاكي في مجال الملابس	أهداف معرفية: ١- يذكر معنى ترشيد استهلاك الملابس. ٢- يتعرف على البطاقة الإرشادية. أهداف مهارية: ١- يقنن الملابس في ضوء خطة موضوعة مسبقاً. ٢- يشتري الملابس طبقاً لوجودتها. أهداف وجدانية: ١- يتابع باهتمام المعلومات التي تنشر عن جودة الملابس. ٢- يدرك أهمية شراء الملابس في ضوء خطة.	- مفهوم ترشيد استهلاك الملابس. - مراحل ترشيد استهلاك الملابس. - البطاقة الإرشادية المناسبة. - دور هيئة المواصفات والجودة في جودة الملابس. - دليل المواصفات القياسية المصرية للفزل والنسيج.	- جهاز كمبيوتر لعرض الرسوم والصور ولقطات الفيديو. - Data show.
جلسة رقم ٨، ٩، الوعي الاستهلاكي في مجال الاتصالات والمعلومات	أهداف معرفية: ١- يتعرف على نصائح تحمي حاسية الشخص. ٢- يكتب معلومات عن المخاطر التي تواجه الأجهزة المحمولة. أهداف مهارية: ١- ينفذ خطوات حماية حاسية الشخص من مخاطر الإنترنت. ٢- يحافظ على جهازه المحمول. أهداف وجدانية: ١- يعي كيفية استخدام تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات الصديقة للبيئة. ٢- يقدر أهمية حماية المحمول من المخاطر.	- ثمان نصائح لحماية الجهاز الشخصي من مخاطر الإنترنت. - خطوات حماية المعلومات الشخصية. - جرائم النصب والاحتيال المالي الإلكتروني. - بعض المخاطر التي تواجه الأجهزة المحمولة. - دليل المواصفات القياسية المصرية لتوثيق المعلومات	- جهاز كمبيوتر لعرض الرسوم والصور ولقطات الفيديو. - Data show. - التطبيق العملي لخطوات حماية الحاسب الشخصي من مخاطر الإنترنت.
جلسة رقم ١٠ الجلسة الختامية	نهاية البرنامج والتطبيق البعدي		القياس

لحساب صدق البرنامج تم عرضة في صورته الأولية علي مجموعة من الأساتذة المحكمين في مجال إدارة مؤسسات الأسرة والطفولة بكلية الاقتصاد المنزلي – جامعة حلوان لمعرفة مدى ملائمة البرنامج للهدف الذي أعد من أجله، وقد أئفق المحكمون بنسبة ٩٩٪ علي صحة محتوى البرنامج وملاءمته للهدف الذي وضع من أجله .

أساليب تقييم البرنامج

أ- **تقويم قبلي:** يتم عن طريق تطبيق مقياس الوعي الاستهلاكي في ضوء المواصفات القياسية للجودة قبل البدء في تطبيق البرنامج للتعرف علي مستوي وعيهم الاستهلاكي

- ب- **تقويم بنائي:** يستمر هذا التقييم طوال فترة تطبيق البرنامج حيث يوجد في نهاية كل موضوع من موضوعات البرنامج الإرشادي اختبار مكون من مجموعة من الأسئلة المتعلقة بالموضوع .
- ج- **تقويم بعدي:** يتم بإعادة تطبيق مقياس الوعي الاستهلاكي في ضوء المواصفات القياسية للجودة علي عينة البحث التجريبية بعد الانتهاء من جميع جلسات البرنامج للتعرف علي مدى التحسن الذي تم تحقيقه من تطبيق البرنامج .

رابعاً: التطبيق الميداني علي عينة البحث:

١- التطبيق الميداني علي عينة البحث الأساسية:

- استغرقت الدراسة الميدانية لتطبيق أدوات البحث علي العينة الأساسية وقوامها (٢٩٨) شاب وفتاة جامعيين ثلاثة أشهرهم (يناير - فبراير - مارس) سنة ٢٠١٠م تم التطبيق في كليات عملية (الطب - الصيدلة - الحاسبات والمعلومات - الهندسة - التربية النوعية) وكليات نظرية مثل (التجارة - الحقوق - الآداب - التربية) جامعة أسيوط.

٢- التطبيق الميداني علي عينة البحث التجريبية:

- استغرقت الدراسة الميدانية لتطبيق البرنامج علي العينة التجريبية وقوامها (٧٥) طالب وطالبة علي مدي شهرين في الفترة من (٢٠١٠/١١/١٥) إلي (٢٠١٠/١٢/١٥).
- تم التطبيق القبلي والوعي الاستهلاكي في ضوء المواصفات القياسية للجودة.
- تم تطبيق البرنامج المعد لتنمية الوعي الاستهلاكي في ضوء المواصفات القياسية للجودة علي عينة البحث التجريبية حيث لم تزد جلسات البرنامج عن ثلاث جلسات أسبوعياً بواقع (٩٠) دقيقة للجلسة الواحدة .
- بعد الانتهاء من تطبيق البرنامج تم تطبيق مقياس الوعي الاستهلاكي في ضوء المواصفات القياسية للجودة لمعرفة التحسن الذي تحقق لهم بعد تطبيق البرنامج .

خامساً: إجراء التحليلات الإحصائية:

تمت المعالجة الإحصائية باستخدام الحاسب الآلي وقد استخدم برنامج (S.P.S.S) Statistical Package For Social Science Program وذلك إجراء الأساليب الإحصائية علي متغيرات الدراسة للتحقق من صحة فروض البحث.

نتائج الدراسة

أولاً النتائج الوصفية:

١- وصف عينة الدراسة:

فيما يلي وصف شامل لعينة البحث:

(١) عينة البحث الأساسية:

جدول (٢)

وصف عينة البحث الأساسية

المتغير	الفئات	ك	%	المتغير	الفئات	ك	%
النوع	ذكر	١٢١	٤٠,٦	طبيعية	نظرية	١٩٢	٦٤,٤
	أنثى	١٧٧	٥٩,٤	الدراسة	عملية	١٠٦	٣٥,٦
مكان السكن	ريف	١٦١	٥٤	السن	من ١٧ : ١٨ سنة	٨٥	٢٨,٥
	حضر	١٣٧	٤٦		من ١٩ : ٢٠ سنة	١١٤	٣٨,٣
					من ٢١ الي ٢٢ سنة	٩٩	٣٣,٢
تعليم الأب	منخفض	٧٢	٢٤,١	تعليم الأم	منخفض	٨١	٢٧,٢
	متوسط	١٠١	٣٣,٨		متوسط	٩٨	٣٢,٨
	عالي	١٢٥	٤٢		عالي	١١٩	٤٠
مهنة الأب	دنيا	٨٢	٢٧,٥	عمل الأم	تعمل	١٣٢	٤٤,٣
	متوسطة	٩٥	٣١,٥		لا تعمل	١٦٩	٥٥,٧
	عليا	١٢١	٤٠,٦				
حجم الأسرة	صغير	٩٧	٣٢,٦	دخل الأسرة	منخفض	٨٨	٢٩,٥
	متوسط	١٢٧	٤٢,٦		متوسط	٩٤	٣١,٥
	كبير	٧٤	٢٤,٨		مرتفع	١١٦	٣٩

- يتبين من جدول (٢) أن اعلي نسبة من نوع الشباب كانت من الإناث بنسبة ٥٩,٤ % بينما الذكور ٤٠,٦ % أما بالنسبة لطبيعة الدراسة فكانت نسبة الكليات النظرية ٦٤,٤ % والعملية ٣٥,٦ % . وبلغت نسبة أفراد عينة البحث التي تسكن بالريف ٥٤ % بينما الحضر ٤٦ % وبالنسبة لسن الشباب فكانت اكبر نسبة للشباب في السن من ١٩ : ٢٠ سنة بنسبة ٣٨,٣ % . وبالنسبة لتعليم الوالدين فبلغت اعلي نسبة في التعليم العالي بنسبة ٤٢ % للأباء ٤٠ % وللأمهات . أما عن مهنة الأب فإن ٣١,٥ % من الآباء كانت مهتم متوسط ، والأمهات نسبة ٥٥,٧ % فهن لا تعمل . أما لحجم الأسرة فإن أكبرها نسبة المتوسطة بنسبة ٤٢,٦ % . بينما تبلغ أكبر نسبة لدخل الأسرة للدخل المرتفع بنسبة ٣٩ % .

٢- عينة البحث التجريبية:

جدول (٣)

وصف عينة البحث التجريبية

المتغير	الفئات	ك	%	المتغير	الفئات	ك	%
النوع	ذكر	٢٩	٣٨,٧	طبيعية	نظرية	٤٥	٦٠
	أنثى	٤٦	٦١,٣	الدراسة	عملية	٣٠	٤٠
مكان السكن	ريف	٢٤	٣٢	السن	من ١٧ : ١٨ سنة	٢٤	٣٢
	حضر	٥١	٦٨		من ١٩ : ٢٠ سنة	٢٩	٣٨,٧
					من ٢١ الي ٢٢ سنة	٢٢	٢٩,٣%
تعليم الأب	منخفض	١٠	١٣,٣	تعليم الأم	منخفض	٧	٩,٣
	متوسط	٣٦	٤٨		متوسط	٤٥	٦٠
	عالي	٢٩	٣٨,٧		عالي	٢٣	٣٠,٧
مهنة الأب	دنيا	١٦	٢١,٣	عمل الأم	تعمل	٣١	٤١,٣
	متوسطة	٣٢	٤٢,٧		لا تعمل	٤٤	٥٨,٧
	عليا	٢٧	٣٦				
حجم الأسرة	صغير	٢٥	٣٣,٣	دخل الأسرة	منخفض	١٤	١٨,٧
	متوسط	٣٤	٤٥,٣		متوسط	٤١	٥٤,٧
	كبير	١٦	٢١,٤		مرتفع	٢٠	٢٦,٦

- يتبين من جدول (٣) أن اعلي نسبة في نوع الشباب كانت من الإناث بنسبة ٦١,٣% بينما الذكور ٣٨,٧% أما بالنسبة لطبيعة الدراسة فكانت نسبة الكليات النظرية ٦٠% أما العملية ٤٠%. وبلغت نسبة أفراد عينة البحث التي تسكن بالريف ٣٢% بينما الحضر ٦٨% وبالنسبة لسن الشباب فكانت اكبر نسبة للشباب من سن ١٩ : ٢٠ سنة بنسبة ٣٨,٧%. وبالنسبة لتعليم الوالدين فبلغت اعلي نسبة للتعليم المتوسط بنسبة ٤٨% للآباء ، ٦٠ للأمهات.
- أما عن مهنة الأب فإن ٤٢,٧% كانت مهنتهم متوسطة ، والأمهات نسبة ٥٨,٧% لا يعملن.
- أما لحجم الأسرة فإن أكبر كانت للأسرة المتوسطة بنسبة ٤٥,٣%.
- بينما تبلغ اكبر من دخل الأسرة للدخل المتوسط بنسبة ٥٤,٧%.

ثانياً: تفسير النتائج في ضوء الفروض:

الفرض الأول:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي في محاور مقياس الوعي الاستهلاكي في ضوء المواصفات القياسية للجودة وفقاً لمتغيرات (جنس الشباب - طبيعة الدراسة)

١/١ توجد فروق ذات دلالة إحصائية في محاور مقياس الوعي الاستهلاكي في ضوء المواصفات القياسية للجودة لدى الشباب الجامعي تبعاً لجنس الشباب؛ ولتحقق من صحة هذا الغرض تم إجراء اختبار "ت" T. test للوقوف على دلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد عينة البحث الأساسية في الوعي الاستهلاكي في ضوء المواصفات القياسية للجودة تبعاً لاختلاف الجنس.

جدول (٤) الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة الأساسية في محاور مقياس الوعي الاستهلاكي في ضوء المواصفات القياسية للجودة وفقاً لاختلاف الجنس (ن=٢٩٨)

معاور مقياس الوعي الاستهلاكي	دلالة الفروق الجنس	المتوسط الحسابي (م)	الانحراف المعياري "ع"	العينة (ن)	درجات الحرية (ج.د)	قيمة "ت"	مستوي الدلالة
الوعي بالمواصفات القياسية للجودة	ذكر	١٦,١٩٨	٤,٠٧٩	١٢١	٢٩٦	٢٢,١٣٦	٠,٠١ دال لصالح الإناث
	أنثى	٢٧,٢٠٣	٤,٣٠٤	١٧٧			
مجال الغذاء	ذكر	٢٢,٨٤٣	٥,٠٢٨	١٢١	٢٩٦	٢١,٦٧٤	٠,٠١ دال لصالح الإناث
	أنثى	٣٧,٦٤٤	٦,٢٥٥	١٧٧			
مجال الملابس	ذكر	٢٥,٥٩٥	٥,٣٤٦	١٢١	٢٩٦	١٩,٨٩٨	٠,٠١ دال لصالح الإناث
	أنثى	٤١,٢٠٣	٧,٤٠٩	١٧٧			
مجال الاتصالات والمعلومات	ذكر	٣١,٣٣١	٣,٥٦٧	١٢١	٢٩٦	٢٢,٤٨	٠,٠١ دال لصالح الذكور
	أنثى	١٩,٧١٢	٤,٨٥٩	١٧٧			

- يتضح من جدول (٤) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الأساسية في مجالات الوعي الاستهلاكي وفقاً لجنس الشباب، وبمستوي دلالة ٠,٠١ في جميع محاور الوعي الاستهلاكي.
- ويتضح من الجدول أن تلك الفروق كانت دالة لصالح الإناث في كل من (الوعي بالمواصفات القياسية للجودة، الوعي الاستهلاكي في مجال الغذاء، الوعي الاستهلاكي في مجال الملابس) وترجع الباحثة ذلك إلى أن الأسرة المصرية بطبيعتها تلقي بعبء الوعي والسلوك الاستهلاكي على الإناث لذلك تكون الإناث الأقرب إلى الأمهات أثناء عمليات شراء المواد الغذائية وإعدادها لذلك تكتسب الإناث سلوكيات في الشراء واستخدام السلع أكثر من الذكور. وكذلك بالنسبة للملابس فالفتاة الجامعية أكثر اهتماماً باختيار ملابسها وفقاً لأحدث خطوط الموضة وطبقاً للأجود والأفضل. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كلا من (إيناس ماهر، ١٩٩٩) و(سناء النجار، ٢٠١٠).
- ويتضح أيضاً أن الفروق كانت دالة لصالح الذكور في الوعي الاستهلاكي في مجال الاتصالات والمعلومات) وترجع الباحثة ذلك إلى أن الذكور لديهم مساحة أكبر من الحرية لاستخدام الإنترنت خاصة في مقاهي الإنترنت وشغف الذكور بمتابعة أحدث الوسائل

التكنولوجية سواء أجهزة الكمبيوتر أو موبايل . وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كلاً من (إيمان دراز، ٢٠٠٠) و (حنان أبو صيري وإيمان شعبان، ٢٠٠٧) و (سناء النجار، ٢٠١٠) .

٢/١ توجد فروق ذات دلالة إحصائية في محاور مقياس الوعي الاستهلاكي في ضوء المواصفات القياسية للجودة لدى الشباب الجامعي تبعا لطبيعة الدراسة. وللتحقق من صحة الفرض تم: إجراء اختبار " ت " t. test للوقوف على دلالة الفروق بين متوسطات أفراد العينة الأساسية في محاور مقياس الوعي الاستهلاكي في ضوء المواصفات القياسية للجودة وتبعا لطبيعة الدراسة.

جدول (٥) الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة الأساسية في محاور مقياس الوعي الاستهلاكي في ضوء المواصفات القياسية للجودة وفقا لطبيعة الدراسة (ن=٢٩٨)

مقاييس الوعي الاستهلاكي	مقاييس الوعي الاستهلاكي	مقاييس الوعي الاستهلاكي	مقاييس الوعي الاستهلاكي	مقاييس الوعي الاستهلاكي	مقاييس الوعي الاستهلاكي	مقاييس الوعي الاستهلاكي	مقاييس الوعي الاستهلاكي
مقاييس الوعي الاستهلاكي	مقاييس الوعي الاستهلاكي	مقاييس الوعي الاستهلاكي	مقاييس الوعي الاستهلاكي	مقاييس الوعي الاستهلاكي	مقاييس الوعي الاستهلاكي	مقاييس الوعي الاستهلاكي	مقاييس الوعي الاستهلاكي
الوعي بالمواصفات القياسية للجودة	نظرية	١٨,٧٠٢	٤,٨٦٨	١٩٢	٢٢,٣٧٤	٢٩٦	٠,٠١
	عملية	٣٠,٠٢٨	٢,٥١١	١٠٦			
مجال الغذاء	نظرية	٣٥,٩٣٨	٧,١٤٨	١٩٢	١٣,٧٤١	٢٩٦	٠,٠١
	عملية	٢٣,٨٣٩	٧,٥٠٢	١٠٦			
مجال الملابس	نظرية	٣٨,٩٨٤	٨,٤٦٦	١٩٢	١١,٢٤٣	٢٩٦	٠,٠١
	عملية	٢٧,٤٠٦	٨,٥٩٢	١٠٦			
مجال الاتصالات والعلوم	نظرية	٢٠,٨٣٣	٥,٤٠٤	١٩٢	١٥,٦٨٠	٢٩٦	٠,٠١
	عملية	٣٠,٩٤٢	٥,١٨٨	١٠٦			

- يتضح من جدول (٥) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينه البحث الأساسية في مجالات الوعي الاستهلاكي وفقاً لطبيعة الدراسة ، وبمستوي دلالة ٠,٠١ في جميع محاور الوعي الاستهلاكي.
- ويتضح أيضاً أن تلك الفروق كانت دالة لصالح الدراسة العملية في محاور (الوعي بالمواصفات القياسية للجودة - الوعي الاستهلاكي في مجال الاتصالات والمعلومات) وترجع الباحثة ذلك طبيعة الدراسة العملية تشمل الجانب النظري والتطبيقي وبالتالي يحتاج الشباب إلى الوسائل التكنولوجية الحديثة لتابعة الدروس العملية واعتماد الدراسة العملية علي استخدام الحاسب الآلي .
- ويتضح أيضاً أن الفروق كانت دالة لصالح الدراسة النظرية في محاور (الوعي الاستهلاكي في مجال الغذاء - الوعي الاستهلاكي في مجال الملابس) وترجع الباحثة ذلك إلى أن الشباب في الكليات النظرية لديهم المزيد من الوقت للتجول والتسوق في محلات الملابس والمقارنة والحصول علي الأجود وكذلك لديهم الوقت للاهتمام بالجانب الغذائي وتناول الطعام في المنزل أكثر من الكليات العملية التي غالباً ما يعتمد طلابها علي الوجبات الجاهزة. وتختلف

هذه النتيجة مع دراسة (سنا النجار، ٢٠١٠) والتي لم تجد أي فروق بين طبيعة الدراسة (العملية - النظرية) في الوعي الاستهلاكي.

الفرض الثاني:

توجد علاقة إرتباطية بين مستويات الوعي الاستهلاكي في مجالات (الوعي بالمواصفات القياسية - الغذاء - الملابس ومكملاتها - الاتصالات والمعلومات) وبين متغيرات (مكان سكن الأسرة - المستوى التعليمي للوالدين - المستوى المهني للوالدين - حجم الأسرة - دخل الأسرة).

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم إجراء معاملات الارتباط باستخدام معاملات ارتباط بيرسون بين مقياس الوعي الاستهلاكي بمجالاته المختلفة ومتغيرات الدراسة كما هو موضح بجدول (٦)

جدول (٦)

معاملات الارتباط بين مجالات الوعي الاستهلاكي في ضوء المواصفات القياسية للجودة ومتغيرات الدراسة

مقياس الوعي الاستهلاكي	الوعي الاستهلاكي في مجال الاتصالات والمعلومات	الوعي الاستهلاكي في مجال الملابس	الوعي الاستهلاكي في مجال الغذاء	الوعي بالمواصفات القياسية	مجالات الوعي الاستهلاكي متغيرات الدراسة
٠,١٦٨	٠,٢٠٣	٠,٢١٢	٠,١٨٤	٠,١٥٧	مكان سكن الأسرة
٠,٨٤٥ **	٠,٨٢٦ **	٠,٦٣٧ **	٠,٩٤٢ **	٠,٨٩٧ **	تعليم الأب
٠,٧٦٧ **	٠,٦٢١ **	٠,٧٥٢ **	٠,٧٣٤ **	٠,٨١٥ **	تعليم الأم
٠,٨٥٧ **	٠,٩١١ **	٠,٨٧١ **	٠,٦١٦ **	٠,٧١٦ **	مهنة الأب
٠,٧٧٤ **	٠,٧١٢ **	٠,٨٣٤ **	٠,٩٢١ **	٠,٨١٧ **	مهنة الأم
٠,٨٠٢ **	٠,٨٣٣ **	٠,٦٣١ **	٠,٧٦١ **	٠,٨٥٢ **	حجم الأسرة
٠,٧٩١ **	٠,٧٥٣ **	٠,٧٠٢ **	٠,٦٠٤ *	٠,٨٩١ **	دخل الأسرة

• يتضح من هذا الجدول عدم وجود علاقة إرتباطية بين مكان سكن الأسرة وكلاً من مقياس الوعي الاستهلاكي بمحاوره الأربعة أي ليس هناك تأثير لمكان سكن الأسرة علي الوعي الاستهلاكي وتتفق هذه الدراسة مع (سنا النجار، ٢٠١٠) وترجع الباحثة ذلك إلي التقارب بين الريف والحضر في المستوى فالريف حالياً توجد به جميع وسائل الإعلام من راديو وتلفزيون وقنوات فضائية وموبايل وكمبيوتر وإنترنت ساعدت مع رفع الوعي الاستهلاكي في الريف .

• وجود علاقة إرتباطية موجبة بين تعليم الوالدين ومقياس الوعي الاستهلاكي في ضوء المواصفات القياسية ككل وذلك عند مستوي دلالة ٠,٠١ أي أنه يرتفع المستوي التعليمي للوالدين يزداد الوعي الاستهلاكي للشباب الجامعي . وتتفق هذه النتيجة مع الدراسة زينب حقي (١٩٩٣) التي وجدت علاقة إرتباطية موجبة بين المستوي التعليمي لأم والوعي

الاستهلاكي . أما دراسة كلاً من (فاطمة النبوية ، ٢٠٠٦) و سناء النجار (٢٠١٠م) فأشارت إلي وجود علاقة إرتباطية موجبة بين المستوي التعليمي للوالدين وبين مستوي وعي أبناءهم الاستهلاكي.

• وجود علاقة إرتباطية موجبة بين المستوي المهني للوالدين ومحاور الوعي الاستهلاكي عند مستوي دلالة ٠,٠١ ، ٠,٠٥ أي أنه بارتفاع المستوي المهني للوالدين يزداد وعي الشباب الجامعي الاستهلاكي . وتتفق دراسة كلاً من (فاطمة النبوية حلمي ، ٢٠٠٦م) و (سناء النجار ، ٢٠١٠م) والتي فسرت ذلك بأن ارتفاع المستوي المهني للوالدين يساهم في رفع مستوي مشاركة الأبناء في القرارات الاقتصادية.

• وجود علاقة إرتباطية موجبة بين حجم الأسرة ومحاور الوعي الاستهلاكي عند مستوي دلالة ٠,٠١ أي أنه بازيادة عدد أفراد الأسرة يزداد وعي شبابها الاستهلاكي . وترجع الباحثة ذلك إلي أنه كلما زاد حجم الأسرة تتعدد بنود الإنفاق مقارنة بالدخل مما يجعلها تركز علي شراء الاحتياجات الضرورية لذلك يتم اختيار السلع التي تفي بالعديد من الأغراض للأسرة . وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كلاً من (رشيدة أبو النصر ، شرين جلال ، ٢٠٠٥) و (زينب عبد الصمد ، ٢٠٠٧) . وتختلف هذه النتيجة مع دراسة كلاً من (فاتن مصطفى ، ١٩٩٥م) و (إيمان شعبان ، ١٩٩٧م) و (Donald etal , 1997) و (فاطمة النبوية حلمي ، ٢٠٠٦) و (سناء النجار ، ٢٠١٠م).

• وجود علاقة إرتباطية سالبة بيني دخل الأسرة وكلاً من الوعي بالمواصفات القياسية ، والوعي الاستهلاكي في مجال الغذاء ، والوعي الاستهلاكي في مجال الملابس ، والوعي الاستهلاكي في مجال الاتصالات والمعلومات عند مستوي دلالة ٠,٠١ ، ٠,٠٥ أي أنه كلما زاد دخل الأسرة كلما قل وعي الشباب الجامعي الاستهلاكي وترجع الباحثة ذلك إلي أنه زاد دخل الأسرة كلما زاد المستوي التريفي للأسرة ولا يوجد تخطيط جيد ورشيد لهذا الدخل ويزداد إقبال أفراد الأسرة علي الشراء ليس لمجرد الشراء ولكن للتباهي والتقليد والإسراف والاتجاه للشراء . وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كلا من : (Donald , 1997) و (سعيدة عبيد ، ١٩٩٧) ودراسة (سناء النجار ، ٢٠١٠) . وتختلف هذه النتيجة مع دراسة كلاً من (إيمان شعبان ، ١٩٩٧) و (هناء يوسف ، ٢٠٠٢) و (رشيدة أبو النصر ، شرين جلال ، ٢٠٠٥) .

الفرض الثالث:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تنمية وعي الشباب الجامعي الاستهلاكي في ضوء المواصفات القياسية للجودة قبل تطبيق البرنامج وبعده لصالح التطبيق البعدي. وللتحقيق من صحة هذا الفرض تم إيجاد قيمة " ت " (T.test) للوقوف علي دلالة الفروق بين الشباب عينة البحث التجريبية في تنمية وعي الشباب الجامعي الاستهلاكي في ضوء المواصفات القياسية للجودة قبل تطبيق البرنامج وبعده والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (٧)

الفروق بين متوسطات عينة البحث التجريبية في الوعي الاستهلاكي في ضوء المواصفات القياسية للجودة قبل تطبيق البرنامج وبعده (ن = ٧٥).

نصالح التطبيق	مستوي الدلالة	قيمة ت	الانحراف المعياري		المتوسط الحسابي		المتغيرات محاور الوعي الاستهلاكي
			قبلي	بعدي	قبلي	بعدي	
البعدي	٠,٠١	٢٢,٧٢٣	١,٩٧٧	٤,٣٩٢	٢٩,١٠٧	١٦,٣٧٢	الوعي بالمواصفات القياسية
البعدي	٠,٠١	٢٦,٣٩٢	٢,٨٩٨	٥,٥٥١	٤٣,٧٦٠	٢٣,٢٣٥	الوعي الاستهلاكي في مجال الغذاء
البعدي	٠,٠١	٣٣,٦٥٢	٢,٢٥٦	٥,٤٤٩	٤٩,٤٩٣	٢٥,٦٩٢	الوعي الاستهلاكي في مجال الملابس
البعدي	٠,٠١	٢١,٣٣٥	٢,٩٠٩	٤,٤٢٤	٣٠,٤٠٠	١٧,٧٨٧	الوعي الاستهلاكي في مجال الاتصالات والمعلومات
البعدي	٠,٠١	٢٢,٠٧٥	٥,١٥٦	١٧,٢٣٢	١٥٢,٧٦٠	٨٢,١٠٧	إجمالي مقياس (الوعي الاستهلاكي)

- يتضح من هذا الجدول أن قيم " ت " كانت جميعها دالة عند مستوى ٠,٠١ لمقياس الوعي الاستهلاكي في ضوء المواصفات القياسية للجودة - حيث نجد أن المحاور المرتبطة بمقياس الوعي الاستهلاكي (الوعي بالمواصفات القياسية - الوعي الاستهلاكي في مجال الغذاء - الوعي الاستهلاكي في مجال الملابس - الوعي الاستهلاكي في مجال الاتصالات والمعلومات) جميعها دال عند مستوى ٠,٠١ لصالح التطبيق البعدي وهذا يدل على تأثير البرنامج المعد باستخدام برمجيات الحاسب الآلي في تنمية الوعي الاستهلاكي في ضوء المواصفات القياسية ولتحديد حجم تأثير البرنامج المعد لتنمية الوعي الاستهلاكي في ضوء المواصفات القياسية للجودة استخدمت الباحثة مربع إيتا $(N)^2$.

$$N^2 = \frac{T^2}{T^2 + df}$$

حيث أن T^2 هي مربع قيمة (ت)، df درجات الحرية (ن - ١) ويتحدد حجم التأثير ما إذا كان كبيراً أو متوسطاً أو صغيراً كالآتي:

قيمة $N^2 = ٠,٢$ حجم التأثير صغير

قيمة $N^2 = ٠,٥$ حجم التأثير متوسط

قيمة $N^2 = ٠,٨$ حجم التأثير كبير

وبحساب حجم التأثير وجد أن $N^2 = ٠,٩٣$

ويمكن تحويل قيمة إيتا (N^2) إلى قيمة (d) المقابلة لها ومقدار حجم التأثير باستخدام

العلاقة

$$D = \frac{2\sqrt{n^2}}{\sqrt{1-n^2}}$$

معادلة إيتا، $T =$ قيمة ت = $٣٢,٠٧٥ = Df$ درجات الحرية = ٧٤

$$D = 0.706 \cdot \text{حجم التأثير كبير}$$

- مما سبق يتضح تأثير فاعلية البرنامج المعد باستخدام برمجيات الحاسب الآلي لتنمية الوعي الاستهلاكي في ضوء المواصفات القياسية للجودة علي تنمية الوعي الاستهلاكي لدى الشباب الجامعي.

المراجع

أولاً: المراجع العربية:

١. إسماعيل عبد الفتاح (٢٠٠٥): الطفولة والمستقبل (دراسات في إعلام وثقافة وأدب وحقوق الطفل - مركز الإسكندرية للكتاب .
٢. أمال صادق، فؤاد أبو حطب (١٩٩١): "مناهج البحث وطرق التحليل الإحصائي في العلوم النفسية والاجتماعية"، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.
٣. إيمان السيد محمد دراز (٢٠٠٠): اتجاهات الشباب نحو تناول الوجبات السريعة الجاهزة وتأثيرها علي اقتصاديات الأسرة - رسالة ماجستير ، قسم الاقتصاد المنزلي .
٤. إيمان شعبان أحمد (١٩٩٧): أثر العوامل الاجتماعية والاقتصادية لدي ربات الأسر العاملات وغير العاملات عي أنماط السلوك الادخاري، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد المنزلي ، جامعة المنوفية.
٥. ايناس ماهر بدير (١٩٩٩): فاعلية برنامج إرشادي لتنمية الوعي الاستهلاكي لدي الأطفال - رسالة ماجستير غير منشورة - كلية الاقتصاد المنزلي - جامعة حلوان.
٦. جاد الله أبو المكارم جاد الله (٢٠٠٤): وسائط التربية ودورها في إعداد الشباب للتنمية - سلسلة الدراسات التربوية والنفسية - البيطاش سنتر للنشر والتوزيع - توزيع الملتقى المرثي للإبداع والتنمية.
٧. حنان محمد السيد أبو صبري، إيمان شعبان أحمد إبراهيم (٢٠٠٧): الممارسات الاستهلاكية المستحدثة للشباب وعلاقتها بالمتاح الأسري كما يدركه الأبناء - مجلة بحوث الاقتصاد المنزلي - جامعة المنوفية - مجلد (١٧) - العدد (٤) - أكتوبر.
٨. ديوليب فان دالين (٢٠٠٧): "مناهج البحث في التربية وعلم النفس"، ترجمة محمد نبيل نوفل، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.
٩. ذوقان عبيدات، عبد الرحمن عدس وكايد عبد الحق (٢٠٠٦): البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه. دار أسامة للنشر والتوزيع. جدة.
١٠. رشا حسين عبد العزيز مصطفى (١٩٩٨): قياس رضا العملاء عن جودة السلع الاستهلاكية المعمرة - رسالة ماجستير غير منشورة - كلية التجارة - جامعة عين شمس.
١١. رشيدة محمد أبو النصر وشرين جلال محفوظ (٢٠٠٥): فاعلية برنامج إرشادي لتنمية الوعي الاستهلاكي لدي الفتيات المراهقات، مجلة بحوث الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية، مجلد (١٥) ، العدد (١ - ٢)
١٢. زينب حسين حقي (١٩٩٣): علاقة الوعي بالترشيد الاستهلاك الغذائي بالإنفاق علي الطعام لدي ربه الأسرة المصرية ، مجلة المنوفية للاقتصاد المنزلي ، إبريل ، المجلد الثاني ، العدد الثاني.
١٣. زينب محمد عبد الصمد (٢٠٠٧): مقومات الكفاءة الإدارية وعلاقتها بأنماط السلوك الادخاري لدي الزوجات بمدينه جدة ، مجلة بحوث الاقتصاد المنزلي ، جامعة المنوفية ، مجلد (١٧) العدد (٤) .

١٤. سعيدة عبید سليمان (١٩٩٧): تأثير ثقافة الاستهلاك على عملية التحديث في مجتمع الإمارات العربية المتحدة " دراسة ميدانية " على عينه من الأسر - دولة الإمارات العربية المتحدة - رسالة ماجستير غير منشورة - قسم علم الاجتماع - كلية الآداب - جامعة عين شمس.
١٥. سلوى محمد زغلول (٢٠٠٠): السلوك الاقتصادي للشباب والعوامل المرتبطة به - رسالة دكتوراه غير منشورة - قسم إدارة المنزل - كلية الاقتصاد المنزلي - جامعة المنوفية.
١٦. سناء محمد أحمد عبد الله النجار (٢٠١٠): فاعلية برنامج باستخدام الكمبيوتر لتنمية مهارات وسمات السلوك الإداري قائم على تحديث الثقافة الاستهلاكية للشباب الجامعي - رسالة دكتوراه غير منشورة - كلية الاقتصاد المنزلي - جامعة حلوان.
١٧. سونيا البكري (٢٠٠٠): إدارة الإنتاج والعمليات - الدار الجامعية ، القاهرة.
١٨. عبد العزيز الخزاولة (٢٠٠٣): العولة والأسرة: تحليل سوسيولوجي - كلية الآداب - جامعة القاهرة.
١٩. عبد اللطيف خليفة وشاكر عبد الحميد (١٩٩٠): علاقة المستوي الاجتماعي الاقتصادي للوالدين وكل من حب الاستطلاع والإبداع لدى عينه من تلاميذ المرحلة الإعدادية ، مجلة علم النفس ، العدد ١٥، السنة ٤.
٢٠. عدلي السيد رضا (١٩٩٣): أثر الإعلانات التليفزيونية على السلوك الشرائي للجمهور المصري ، مجلة بحوث الاتصال بكلية الإعلام ، جامعة القاهرة العدد (٩)
٢١. علي السلمي (٢٠٠٢): عالم المواصفات والجودة (تحديث مصر)، الهيئة العامة للتوحيد القياسي وجودة الإنتاج ، القاهرة.
٢٢. علي عبد الرازق إبراهيم (٢٠٠٥): ثقافة الشباب بين ثقافة الإنتاج وثقافة الاستهلاك (دراسة ميدانية) مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية - كلية الآداب - جامعة المنيا - العدد ٢٨.
٢٣. غادة سيف (٢٠٠٣): دور الإعلان التليفزيوني في السلوك الشرائي للشباب المصري - ماجستير - كلية الآداب - جامعة المنيا.
٢٤. فاتن محمد كمال (١٩٩٥): أثر العوامل الاقتصادية والاجتماعية للأسرة المصرية على الأنماط الاستهلاكية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الاقتصاد المنزلي - جامعة المنوفية.
٢٥. فاطمة النبوية إبراهيم محمد حلمي (٢٠٠٦): فاعلية برنامج إرشادي لتنمية الوعي الاستهلاكي لطلاب المرحلة الثانوية، مجلة بحوث الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية، المجلد (١٦) ، العدد (٤).
٢٦. فاطمة عبد العزيز عبد الكريم باكر (١٩٩٤): دراسة السلوك الاستهلاكي لدى عينه من طالبات الاقتصاد المنزلي في جامعة قطر "حولية كلية تربية - العدد ١١ - جامعة قطر.
٢٧. محمد عبيدات (١٩٩٤): تأثير الحالة الوظيفية على بعض أنماط السلوك الاستهلاكي للمرأة، مجلة أبحاث اليرموك ، المجلد (١٠) ، العدد (٣) ، جامعة اليرموك.
٢٨. محمود عبد الرحمن عيسى (٢٠٠٢): عالم المواصفات والجودة ، الهيئة المصرية العامة للتوحيد القياسي وجودة الإنتاج ، القاهرة.

٢٩. نجوى عبد الجواد (٢٠٠٣): مهارات السلوك الإداري لدي البناء للشباب وعلاقته باستقلالهم النفسي عن الوالدين (في ضوء متغيري الجنس والسن) مجلة دراسات الطفولة - المجلد (٦) - العدد (١٨) - معهد دراسات الطفولة - جامعة عين شمس.
٣٠. هناء يوسف (٢٠٠٢): وعي الأمهات بأهمية تنمية السلوك الاستهلاكي للطفل وأثره علي تحمل المسؤولية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد المنزلية، جامعة المنوفية.
٣١. وفاء شلبي والطاهرة محمد العدوي (١٩٩٩): اقتصاديات الأسرة وترشيد المستهلك في مجالات الاقتصاد المنزلي - دار الكاتب المصري.
٣٢. وفاء شلبي ونجلاء حسين (٢٠٠٥): إدارة ومراقبة الجودة، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة حلوان.
٣٣. يسري أحمد سيد (٢٠٠٥): فاعلية برنامج تدريبي مقترح في ما وراء المعرفة لتنمية بعض مهارات الفهم القرائي ودافعية الإنجاز لتلاميذ الصف الثاني الإعدادي ذوي صعوبات التعلم - رسالة ماجستير غير منشورة - كلية التربية - جامعة أسيوط.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

34. Dawer, niraj , parker , (1994): arketing universals , consumers use Brand Name ,price ,Journal of marketing, vol-58(2).
35. Donald ,R.M, Jayce E. ;All Smith and patricia E.M. (1997): -Food Expenditures and economic characteristes focus on income class, J.of Americam Agricultures Economics Assocation VoL.79,No.5.
36. Durmwright minette- Evalyn, (1986): the Effects of prior beliefs and time pressureon covariation Assess ments of price quality Relationships for aconsumer service, the university of North Carolian - at shape - Hill .
37. Gregory , R.M (1995): Pa rental style Consumer Socialization and Developmental philosoply Doetoral Dissertation ,university of Oregon , U.,M.I Datrix Direct.
38. inehrts shelly - marie, (1998): Iocus of control and the service encounter , theimpact of individual different secon perceptions of quality customer satisfaction and consumer complaint behavior , the university of Oklahoma .
39. Johnson, peroy .L.(1993): ISO 9000 : Meeting the New International Standards , Mc Graw . Hill , New York .
40. Muker. Astri - Brigitta - chamber lain (1989): Three Essays on Consumer in Formation and product quality, Princeton university.
41. NES -Erik , Bertin (1981): Consumer perceptions of product Risk and ouality for Goods Manufactured in Dereloping versus Industrialized Nations , the university of Wisconsin - Madison.

42. Ordonez , liza . D.(1998): The Effect Correlation Between Priceand Quality on consumer choice , organizational behavior and human Decision processes , vol . 75(3).
43. Pogiavals ,Notis –A, (1996): Franchise Evaluations of promoted Brands, Examinig , the in Fluence of type of sales promotion, product quqlity , company Reputation , and consumer Involve ment, the university of Texas – Arligton .