

فعالية برنامج ارشادي عبر منصة موديل لتنمية وعي الشباب بالسلوك الاستهلاكي  
الذكي المستدام كمخرج آمن لتحديات وسائل التواصل وعلاقته بالكفاءة الذاتية المدركة

## The effectiveness Of A Guidance Program Via the Model Platform To Develop Youth Awareness Of Smart Sustainable Consumer Behavior As a Safe Way Out of The Challenges of Social Media and Its Relationship to Perceived Self-Efficacy

أ.م.د/ نهاد علي رصاص

استاذ المساعد ادارة المنزل والمؤسسات  
كلية التربية النوعية- جامعة المنوفية  
[dr-nehad.ali@rossas@yahoo.com](mailto:dr-nehad.ali@rossas@yahoo.com)

أ.د/ نعمة مصطفى رقبان

استاذ ادارة المنزل والمؤسسات  
كلية الاقتصاد المنزلي- جامعة المنوفية  
[neamarak543@hotmail.com](mailto:neamarak543@hotmail.com)

### المخلص:

يهدف البحث الي دراسة فعالية برنامج ارشادي عبر منصة موديل لتنمية وعي الشباب بالسلوك الاستهلاكي الذكي المستدام كمخرج آمن لتحديات وسائل التواصل وعلاقته بالكفاءة الذاتية المدركة لديهم، والكشف عن الفروق بين بعض المتغيرات الديموغرافية ومستوى وعي عينة الشباب بالسلوك الاستهلاكي الذكي المستدام بأبعادها (ادارة الشراء الذكي – المؤثرات الاستهلاكية الذكية – الممارسات الاستهلاكية المستدامة – الادخار والاستثمار) والكفاءة الذاتية المدركة لديهم بأبعادها (إدارة الذات – اتخاذ القرارات – الاستشارة الانفعالية)، وقد تم تخطيط وتنفيذ وتقييم برنامج إرشادي الكتروني عبر منصة موديل التعليمية واعداد الجلسات والفيديوهات اللازمة لإكساب الطلاب السلوك الاستهلاكي الذكي المستدام، وقياس نسبة التغير الحادث في مستوى الاستجابة بعد البرنامج بمقارنة النتائج قبل وبعد التطبيق. وقد تكونت عينة البحث الاساسية للبحث من (٢٥٠) شاب/فتاة في عمر ١٧ - ١٩ بالفرقة الأولى من كلية التربية النوعية وقد تم اختيار العينة بطريقة عشوائية بسيطة من بين كل ثلاثة طلاب من القوائم الطلابية، كما تكونت العينة التجريبية من (٦٥) مفردة بطريقة عمدية من الإرباع الأدنى للوعي بالسلوك الاستهلاكي الذكي المستدام والكفاءة الذاتية المدركة، وقد استخدم المنهج الوصفي التحليلي والمنهج التجريبي، وتم تطبيق أدوات الدراسة وبعد جمع البيانات تم تفرغها وتبويبها وتحليلها احصائياً باستخدام برنامج (Spss Ver25). وأسفرت أهم النتائج عن وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠١ بين وعي عينة الشباب بالسلوك الاستهلاكي الذكي المستدام بأبعادها والكفاءة الذاتية المدركة لديهم بأبعادها. كما تبين وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات التطبيق القبلي والبعدي في مستوى الوعي بالاستهلاكي الذكي المستدام للشباب حيث أثبت ان اتجاه الفروق لصالح التطبيق البعدي نظراً لتأثير البرنامج المُعد وقد بلغ حجم التأثير (١٧.٣٦)، (١٥.٢٣) على التوالي، لذا نوصي باتخاذ الاسرة التدابير اللازمة لرفع وعي الأبناء بإيجابيات وسلبيات تقنيات التكنولوجيا الحديثة؛ وحثهم على اتخاذ قرارات صديقة للبيئة لتبني ممارسات استهلاكية مستدامة تحافظ علي معايير الادخار والاستثمار وقواعد التسوق الذكي دون الاستسلام لمؤثرات استهلاكية مضللة.

الكلمات الافتتاحية: الاستهلاك الذكي - الشباب - الكفاءة الذاتية - منصة موديل.

## The effectiveness Of A Guidance Program Via the Model Platform To Develop Youth Awareness Of Smart Sustainable Consumer Behavior As a Safe Way Out of The Challenges of Social Media and Its Relationship to Perceived Self-Efficacy

**Asst. Prof. Dr. Nihad Ali Rasas**

*Assistant Professor of  
Home and Institutional Management  
Faculty of Specific Education - Menoufia University  
[dr-nehad.ali@rossas@yahoo.com](mailto:dr-nehad.ali@rossas@yahoo.com)*

**Prof. Dr. Neama Mustafa Raqban**

*Professor of Home and Institutional Management  
Faculty of Home Economics - Menoufia University  
[neamarak543@hotmail.com](mailto:neamarak543@hotmail.com)*

### Abstract:

The research aims to study the effectiveness of a guidance program via the Model platform to develop youth awareness of smart sustainable consumer behavior as a safe outlet for the challenges of social media and its relationship to their perceived self-efficacy, and to reveal the differences between some demographic variables and the level of awareness of the youth sample of smart sustainable consumer behavior in its dimensions (smart purchasing management - smart consumer influences - sustainable consumer practices - saving and investment) and their perceived self-efficacy in its dimensions (self-management - decision-making - emotional arousal). An electronic guidance program was planned, implemented and evaluated via the Model educational platform, and the necessary sessions and videos were prepared to teach students smart sustainable consumer behavior, and to measure the percentage of change in the level of response after the program by comparing the results before and after implementation. The basic research sample consisted of (250) young men and women aged 17-19 in the first year of the College of Specific Education. The sample was chosen randomly from every three students from the student lists. The experimental sample consisted of (65) individuals intentionally from the lower quartiles of awareness of smart sustainable consumer behavior and perceived self-efficacy. The descriptive analytical approach and the experimental approach were used. The study tools were applied. After collecting the data, they were unloaded, tabulated and statistically analyzed using the (Ver25 (Spss) program. The most important results showed the existence of a statistically significant correlation at a significance level of 0.01 between the awareness of the sample of young people of smart sustainable consumer behavior in its dimensions and their perceived self-efficacy in its dimensions. It also showed the existence of statistically significant differences between the averages of the pre- and post-application scores in the level of awareness of smart sustainable consumerism for young people, as it was proven that the direction of the differences was in

favor of the post-application due to the effect of the prepared program. The effect size reached (17.36) and (15.23) respectively. Therefore, we recommend that families take the necessary measures to raise children's awareness of the positives and negatives of modern technology; and urge them to make environmentally friendly decisions to adopt sustainable consumer practices that maintain the standards of saving and investment and the rules of smart shopping without surrendering to misleading consumer influences.

**Keywords:** Smart consumption - Youth - Self-efficacy- Model Platform

## مقدمة ومشكلة البحث:

يشهد مجتمعنا اليوم تحولات سريعة في شتى مجالات الحياة الاجتماعية والثقافية والاقتصادية وقد انعكست تلك التحولات بشكل أو بآخر على الأفراد والمؤسسات الرسمية وغير الرسمية (عامر، ٢٠٠٧) فالتطور الهائل في شبكة الاتصال وشبكة المعلومات الالكترونية أتاح للأفراد المزيد من الانفتاح المعلوماتي الذي تجاوز الحدود والحوجز التقليدية حيث تتميز بانتشارها الواسع وتغلغل نشاطاتها في كافة نواحي الحياة وقيامها بكافة الوظائف الاتصالية (تريان، ٢٠١٠). ويعد الانترنت احد أهم انجازات تكنولوجيا الشبكات في عالمنا المعاصر فقد اصبح استخدامه ميسورا ومتنولا للجميع كما تبوأ بالفعل مكانة متميزة بدخوله في جميع مجالات الحياة وفي قطاعات الأعمال (عكاشة، ٢٠١٥).

ومما لاشك فيه أن الشباب هم عمود الأمة ومخزون طاقتها المتدفق الذي يملأها نشاط وحيوية، فهم وقودا لحركات التغيير في كافة المجتمعات وهمزة الوصل بين الحاضر والمستقبل؛ اذ يتمتع الشباب بحماسة الاداء وذكاء العقل وحب التجديد (الجب، ٢٠١٢) فالجدير بالذكر أنه في مطلع الألفية الجديدة قدرت الأمم المتحدة حجم الشباب على مستوى العالم بنحو ١,٠٣ مليار، أي ١٨% من سكان العالم (السيد، ٢٠٢١) كما كشف الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء أن عدد الشباب في الفئة العمرية (١٨ - ٢٩ سنة) في مصر بلغ نحو ٢١,١ مليون نسمة، بنسبة ١٩.٩% من إجمالي السكان، منهم ٥١.٩% ذكور، و٤٨.١% إناث (طبقاً لتعداد السكان -

يناير، ٢٠٢٤) - <https://www.albayan.ae/economy/the-world-today/2013-11-04/>

1.1992291

وقد أشارت المؤشرات الأساسية لقياس مجتمع المعلومات عام ٢٠٢٢، إلى أن نسبة مستخدمي شبكة الإنترنت من الشباب بلغت ٨٩% في الفئة العمرية (١٨ - ٢٩ سنة)، وكذلك بلغت نسبة حصولهم على معلومات عن السلع والخدمات ٧٥.١% (٧٢.٩% ذكور، ٧٧.٨% إناث)، وإجراء مكالمات عبر الإنترنت ٧٢.٦% (٧٣.٩% ذكور، ٧١.١% إناث)، كما بلغت نسبة مستخدمي الإنترنت من الشباب للحصول على معلومات عن الصحة والخدمات الصحية ٥٢.٦% (٤٩.٧% ذكور، ٥٦.٢% إناث)، بينما الحصول على معلومات من الجهات الحكومية إلكترونياً ٥١.٥% (٤٩.٢% ذكور، ٥٤.٢% إناث) (الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء، ٢٠٢٢).

[https://www.capmas.gov.eg/Pages/Publications.aspx?page\\_id=5104](https://www.capmas.gov.eg/Pages/Publications.aspx?page_id=5104)

ومع التطور التكنولوجي الهائل في الآونة الأخيرة وظهور تطبيقات ومستحدثات الجيل الثالث والرابع لشبكة الانترنت فقد ارتبط استخدام كلمة الذكي بتوظيف المستحدثات التكنولوجية في كثير

من المجالات كالجهاز الذكي والهاتف الذكي واللوحات الذكية والساعة الذكية، كذلك هناك ماديات تعتمد على العنصر التكنولوجي في الاستهلاك والذي يعني بثقافة السلوك الشرائي عبر المنصات التسويقية المتداولة مؤخرًا، وهو ما يركز عليه البحث الحالي حيث انتقل التسوق التقليدي من الاسواق والمحلات التجارية إلى الفضاء الإلكتروني، ولقد أصبح عدد كبير من الشركات تعتمد على تسويق منتجاتها الكترونيا عبر الانترنت ومع تطور شبكات الاتصال وتقنية المعلومات تحولت ثقافة الاستهلاك من المادية الى الافتراضية فأصبحت عمليات التسوق تتم من اي مكان وفي اي وقت واصبحت كل متطلبات الفرد تقبع بين انامله فقد ظهر خلال هذه المرحلة الحاجة لتبني ثقافة استهلاكية مغايرة عن ما كان معروف؛ الامر الذي يدعو حاليا لتحديد الاولويات وترشيد السلوك وحماية البيانات والمعلومات عبر شبكة سميت بالاستهلاك الذكي ( آل مرعي، ٢٠٢٢).

ويعرف **المريخي (٢٠١٢)** الاستهلاك الذكي بأنه سلوك ترشيدي استهلاكي يقوم به المستهلك أثناء تسوقه الإلكتروني من خلال وضع خطة للتسوق وجمع معلومات عن السلعة واجراء مقارنات سعرية والاستفادة من الحملات الترويجية السعرية بغرض تحقيق أكبر عائد على المحفظة الادخارية للأفراد ويقوم الاستهلاك الذكي على سلوك المستهلك ورشده والذي يعتمد على البحث عن المعلومة حول الخدمة أو السلعة واختيار أفضل سبل التوفير وتحسين القدرة علي استخدام السلع والخدمات لذا يُعرف بأنه استخدام الموارد الإلكترونية المتاحة بأفضل طريقة ممكنة في عملية التسوق مع البحث عن البدائل ذات الجودة العالية بقدر الامكان (**شعبي، ٢٠١٩**). ويعرفه أيضا **آل مرعي (٢٠٢٢)** بأنه السلوك الذي يسلكه الأفراد أثناء القيام بالتسوق الإلكتروني لإشباع الحاجات الأولية والثانوية عن طريق شراء السلع والخدمات الكترونيا مشتملا على التأكد من خصائص المنتج وبدائله المتوفرة ورسم خطة اجرائية لتحديد اولويات الشراء، ومراعاة أمن المعلومات الشخصية على الانترنت وفحص موثوقية العروض واختيار فترات التسوق والاستفادة من الفرص المتاحة وقراءة التغذية الراجعة التي يقدمها الآخرون عن المنتج وسياسة البيع ومدى مراجعة قوائم المشتريات.

ويرتبط الاستهلاك الذكي من هذا المنظور بالسلوك الشرائي المتعلق بالتفكير بأنشطة ما قبل الشراء حيث يتكون هذا النشاط من خلال الوعي المتزايد بالحاجة والبحث عن المعلومات والخدمات المماثلة وتصنيف العلامة التجارية المستدامة والبحث عن البدائل وأنشطة اتخاذ قرار الشراء وأنشطة ما بعد الشراء وتقييم الخدمة وقياس رضا المستخدم النهائي (**Kahle, & Close, (النور، ٢٠٢٠)**)، لذا فهناك اتجاه جديد في أنماط التفكير الاستهلاكي الذكي يتلخص في الوعي بأهمية حماية المستخدم لبياناته ومعلوماته البنكية والشخصية أثناء عمليات الشراء والمحافظة عليها حتي لا يقع في مصيدة الاحتيال السبيريالي ويتم ذلك بمعرفة ودراية امتدادات الروابط المصاحبة للإعلانات وعدم الرد علي رسائل التصيد الاحتيالي والشراء حيث يعدّ تزويد المستخدم بمهارات التعامل مع المعلومات والبيانات أثناء الانتفاع من خدمات شبكة الانترنت خط الدفاع الاول للحماية من الاحتيال الإلكتروني (**البار، المرحبي، ٢٠١٨**).

ويوصي **البنك المركزي السعودي (٢٠٢٢)** بضرورة اتباع ست خطوات مهمة في مجال الاستهلاك الذكي تبدأ بتحديد قائمة المشتريات واعداد ميزانية للتسوق وتجنب الشراء العاطفي والتحقق من اعلانات التسوق ومراعاة الحالة الفسيولوجية ومراجعه الفاتورة. وترى الباحثتان أن السلوك الاستهلاك الذكي يؤمن للفرد قرار شرائي سليم مراعيًا جميع الخطوات الازمة، مع ضرورة أن يتصف المنتج بالاستدامة؛ لذا أصبح الاستهلاك المستدام أكثر أهمية من أي وقت

مضى. ففي ظل تصاعد آثار تغير المناخ، وتناقص الموارد الطبيعية، وتزايد عدد سكان العالم والمتوقع أن يصل إلى ما يقرب من ٨ مليارات نسمة، فإن الدعوة إلى ممارسات الاستهلاك المستدام تدق بصوت أعلى من أي وقت مضى. فهذا التحول ليس مجرد اتجاه؛ بل هو محور أساسي نحو ضمان صحة ورفاهية الكوكب والسكان (جرين، ٢٠٢٤).

[https://sigmaearth.com/ar/what-is-the-importance-of-sustainable-consumption-in-2024/#google\\_vignette](https://sigmaearth.com/ar/what-is-the-importance-of-sustainable-consumption-in-2024/#google_vignette)

وجدير بالذكر ان الدراسات الحديثة تؤكد على الضرورة الملحة للاستهلاك المستدام حيث يسלט التقرير الصادر عن برنامج الأمم المتحدة للبيئة (UNEP) الضوء على أنه إذا استمرت أنماط الاستهلاك الحالية غير المسبوقة، فإننا سنحتاج إلى موارد ثلاثة كواكب أرضية تقريبا للحفاظ على أنماط حياتنا بحلول عام ٢٠٥٠. وفي الوقت نفسه، تشير بيانات البنك الدولي إلى أن الاستهلاك المستدام يمكن أن يؤدي إلى انخفاض الاستخدام العالمي للطاقة بنسبة تصل إلى ٣٠% وخفض انبعاثات الغازات الدفيئة بنسبة تصل إلى ٢٠%، لذا فإن تبني الاستهلاك المستدام ليس مجرد خيار، بل ضرورة لتأمين مستقبل مرن وحيوي للأجيال القادمة. لذلك فقد ظهرت أصوات منادية بضرورة تبني ثقافة الاستهلاك الذكي المستدام للمحافظة على الموارد الطبيعية بالبيئة، فالاستهلاك الذكي هو نمط من أنماط الاستهلاك يهدف إلى تحسين الممارسات الاستهلاكية نحو شراء واستخدام السلع والخدمات وتحقيق أقصى استفادة منها (UNEP, 2016).

الاستهلاك الذكي أصبح من المتطلبات الضرورية لعملية التنمية الاقتصادية، فهو من العناصر الراضية لكل مظاهر الإسراف داخل المجتمع. فالاستهلاك الذكي المستدام أصبح ضرورة ملحة تواكب التطور، فهو يتأثر بعدد من العوامل منها العوامل الاجتماعية والتي تلعب دور كبير في تشكيل سلوك المستهلكين ومن أهم العوامل الاجتماعية: الأسرة والجماعات المرجعية، والأدوار الاجتماعية وثقافة وقيم ومعتقدات الأفراد والطبقة الاجتماعية التي ينتمي لها الفرد والتي ترسم أسلوب حياته (شعبي، ٢٠١٩، بن يحيى، ٢٠٢٠).

وترى عبد الوارث (٢٠٠٤) أهمية ضبط الممارسات الاستهلاكية الخاطئة داخل الأسرة والتي تعمل على زعزعة استقرارها وتغييرها إلى ممارسات استهلاكية ذكية تحمي البيئة بكل عناصرها وتضمن المحافظة على استقرار الأسرة وتماسكها فممارسة الاستهلاك الذكي المستدام من السلع والخدمات يساعد على التقليل من معدل انبعاث الغازات الدفيئة (الغازات المسببة للاحتباس الحراري) مما يقلل من تلوث البيئة ومن ثم البصمة البيئية و يقلل من التأثيرات السلبية للتغيرات المناخية عليها، الامر الذي يسهم في تحقيق الاستقرار البيئي بشكل أفضل، ومن ناحية أخرى فإن ممارسة الاستهلاك الذكي داخل الأسرة يعمل على خلق جو من التعاون وشعور أفراد الأسرة بتحمل المسؤولية نحو المحافظة على موارد الأسرة (النقيب، ٢٠٢٣).

وجدير بالملاحظة ان وسائل التواصل الاجتماعي والاعلام الجديد يؤثر سلبا على الاستهلاك الذكي من حيث عدم مراعاة جودة المنتج والميل الي التسوق اللا عقلاني وزيادة في رغبات التقليد والمحاكاة وتوسع في السلوك الاستهلاكي بين المستهلكين والترويج للسلع الغربية وخلق تطلعات استهلاكية جديدة، الامر الذي ينعكس على ثقافة الاستهلاك بشكل عام وشعور عام بسهولة التسوق واقتناء الحاجات (القرشي، ٢٠٢٠).

ويؤكد القحطاني (٢٠١٥) أن من العوامل المؤثرة على السلوك الاستهلاكي الذكي مدى الثقة في الجهة الالكترونية المسوقة للمنتج وجودة الموقع الالكتروني وجاذبيته والفائدة المتوقعة منه وجاذبية الصور المعروضة في اعلان المنتجات وطريقة الدفع وعامل السعر وتوفر المنتج في السوق



وخدمات التوصيل. حيث لعبت وسائل التواصل الاجتماعي دورا رئيسيا في تغيير ثقافة الاستهلاك. كما يؤكد بن يحي (٢٠٢٠) الى أن وسائل التواصل الاجتماعي خلقت نوعا من توحيد الثقافات بين الأقاليم والشعوب المختلفة وأثرت على الترويج للسلع الغربية بين أوساط الشباب وخلق تطلعات استهلاكية جديدة الأمر الذي يرجع الى امكانية شراء أي سلعة دون قيود بالاضافة الى التنوع الموجود في الأسعار والسلع ، توفير سلع ذات ماركات عالمية. وفي السياق فإن المنصات الالكترونية تعدّ سوقا خصبا لتسويق المنتجات والسلع والخدمات لتلك الفئات حيث تساعد هذه التقنية على تحديد الفئة المستهدفة ومعرفة اهتماماتهم وقيمهم وأصبح الوصول إليهم سهلا عن ذي قبل.

واكدت دراسة كلا من (Melanie (2018)، Taylor (2015)، اسماعيل (٢٠١٩) على أن وسائل الاعلام الجديد بما تتضمنه من وسائل تواصل اجتماعي وبما تتسم به من خصائص تواصلية اجتماعية وابعاد تفاعلية تتخطى حدود الزمان والمكان صارت اليوم قادرة على رسم الرؤى في اذهان الجماهير وإقناعهم بمحتواها والمعاني التي تتضمنها وقد فتحت الانترنت مجالا جديدا للتواجد والذي أثر تأثيرا إيجابيا على المؤسسات التجارية ومنحها فرصة أكبر للتنافس والإعلان والانتشار فالיום اصبح بإمكانها أن تصل بمنتجاتها الى الاسواق المحلية والإقليمية والعالمية بطرق اكثر سهولة بأقل تكلفة.

كما يشير محمد (٢٠١٧) الى ان وسائل التواصل الاجتماعي والاعلام الجديد مكنّ قطاع الأعمال من مشاركة ونشر منتجاتهم وإتاحة الفرصة للمستهلكين لمشاركة خيراتهم وسهولة إيصال العلامات التجارية وتغيير اتجاهات المستهلك والوصول لأكثر شريحة من الجمهور المستهدف بأقل تكلفة تسويقية للمنتج.

جدول (١) تحليل مستخدمي السوشيال ميديا في مصر ٢٠٢٤ (digital Egypt) ٢٠٢٤

<https://indd.adobe.com/view/60e49d07-7320-4fbd-a769-9add904a1fb9?allowFullscreen=true&wmode=opaque>

منصات	المستخدمين	%النمو (٢٠٢٣-٢٠٢٤)	مستخدمون ذكور	مستخدمون اناث	فئات عمرية رئيسية
فيسبوك	٤٥,٤٠ مليون	+٨,١٩٦	٦١,٤	٣٨,٦	١٨-٦٥
انستجرام	١٨,١٥ مليون	+١٨,٢	٥٢,٩	٤٧,١	١٨-٤٤
تيك توك	٣٢,٩٤ مليون	+٣٨,٨	٦١,٧	٣٨,١	١٨-٣٤
سناب شات	١٧,٢٤ مليون	+١١,٩	٤١,٩	٥٥,٩	١٨-٣٤

كما أشار العلماء ان العوامل السيكولوجية قد تؤثر في الدوافع الاستهلاكية والتي تعتبر القوي المحركة للرغبات ثم يأتي الإدراك حيث يستقبل الفرد المعلومات عن السلع ثم يقارنها بمخزونه المعرفي وانطباعه وقيمه (رقبان، ٢٠١٣، القحطاني، ٢٠١٥، عيفة، ٢٠١٦، الزيادات، ٢٠١٩). كذلك تعتبر المؤثرات الاقتصادية من أهم العوامل التي تؤثر على سلوك المستهلك، فرغبات المستهلك لا تمثل طلبا فعليا ما لم يصاحبها قوة شرائية مناسبة، واختلاف القوة الشرائية من مستهلك لآخر يؤدي بالتبعية إلى اختلاف مستويات الإشباع .

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

وعلي ذلك فمن الأهمية تبني الأنماط الاستهلاكية الواعية في ظل محدودية الدخل، وزيادة المغريات، والعرض المتنوع والمغري للسلع الاستهلاكية التي تدفع الأسر إلى شراء سلع لا

تكون لها حاجة ماسة أو ضرورية لشرائها والسعى إلى توفير جزء من الدخل والاحتفاظ به في شكل مدخرات، بغرض انتظار الفرص الاستثمارية في محاولة للحصول على المزيد من الربح وتحسين مستوى الدخل (غقران، ٢٠٠٤).

وتعدّ مسؤولية تعزيز ثقافة الادخار في المجتمع مسؤولية مشتركة تتقاسمها الأسر والحكومات على حد سواء، فكما تسعى الدولة إلى تنفيذ برامج اقتصادية وفقاً لما لديها من موارد، فإن الأسرة يمكنها تدعيم السلوك الادخاري من خلال أساليب التنشئة الاجتماعية التي يكون من ثمرها انتشار الوعي الادخاري الذي يعدّ مؤشراً على اعتدال الانفاق، فيعرف بأنه ذلك الجزء غير المستهلك من الدخل، ويكشف عن قدرة الفرد على تحقيق الاعتدال في الانفاق وفقاً للضرورة مع قدرته على استثمار ما يملك بشكل أمثل (رقبان، ٢٠١٣، العمرو وآخرون، ٢٠١٨).

ومن هذا المنطلق فإن الارشاد والتوجيه باليات الاستهلاك الذكي المستدام من الأهمية فهو ليس توجه فردا او أسرة أو مجتمع وإنما توجه دولة تريد أن تنهض بأفرادها ليحيوا حياة كريمة ولضمان مستقبل مشرق لأجيال قادمة. لذا فإن المجتمعات تولي اهتماماً أكيداً بالشباب من أجل نضوج العقول وغرس القيم المجتمعية التي تؤهلهم لتحقيق الأهداف وتفعيل المشاركة التي باتت محكاً رئيسياً تعتمد عليه دول العالم وصولاً للتنمية المستدامة (محمد، ٢٠٢٢).

ويرى كلا من الزق (٢٠٠٩)، الضمور (٢٠١١)، دبي (٢٠١٧)، دغيش (٢٠١٧) أن مفهوم الكفاءة الذاتية محور رئيسي للنظرية المعرفية الاجتماعية التي تؤمن بأن الفرد لديه القدرة على التحكم في سلوكه نتيجة معتقداته الشخصية حيث يمتلك الأفراد نظاماً من المعتقدات الذاتية تمكنهم من التحكم في مشاعرهم وأفكارهم. ويُمثل مصطلح الكفاءة الذاتية مكوناً حاسماً لشعور الفرد بال ضبط الشخصي والتحكم في مصيره والتوافق مع أحداث الحياة والاحساس بال ضبط والسيطرة الشخصية يعملان على التوافق والتقليل من مستوى الضغوط النفسية (الشوا، ٢٠١٦).

كذلك تعتبر الكفاءة الذاتية من المتغيرات النفسية المهمة التي تُوجه سلوك الفرد، وتُسهم في تحقيق أهدافه الشخصية حيث تعرف الكفاءة الذاتية "بأنها مجموعة من الأحكام الصادرة عن الفرد والتي تستند إلى معتقداته وقناعاته حول قدرته على أداء سلوكيات معينة، ومرونته في التعامل مع المواقف الصعبة والمعقدة وتحدي الصعاب ومن ثم المثابرة على إنجاز المهام (الخفاف، ٢٠١٣).

وفيما يتعلق بنمو وتطور المفاهيم المرتبطة بالكفاءة الذاتية المدركة فإن كفاءة الذات يبدأ التطور بإدراكها منذ التنشئة الأولى وتقوم ممارسة الوالدين والمحيط العائلي بالطفل بدور مهم في هذا التطور؛ وان شمول الطفل بالاهتمام والرعاية من خلال الحصول على الطعام والاحساس بالدفء والحب والحنان يعطانه شعوراً بقيمته وأهميته، الامر الذي يساعده أن يكون إدراكاً ملائماً لكفاءته الذاتية (هيئات، ٢٠٠٧). ولما كانت الأحكام والمعتقدات التي يمتلكها الفرد حول قدراته وإمكاناته لها دور مهم في التحكم في البيئة المحيطة به؛ اذن فمن المتوقع زيادة القدرة على الإنجاز؛ لذا فقد اكد العرسان (٢٠١٧) أن الكفاءة الذاتية احد اهم العوامل النفسية المؤثرة في أداء الافراد. كما بينت تاحوليت (٢٠٢١) أن هناك علاقة بين الكفاءة الذاتية والقدرة على التعامل مع المشكلات وصولاً لحلول وبدائل مناسبة.

في السياق يوضح (٢٠٠٠) Bandura أن الكفاءة الذاتية تشعر الفرد بأنه قادراً على أداء السلوك الذي يحقق النتائج المرجوة في موقف معين. وهذا يعني أنه عندما يواجه الفرد مشكلة ما أو موقف يتطلب حلاً فإن الفرد قبل أداء هذا السلوك يعزو لنفسه القدرة على أدائه، وهذا ما يشكل الشق الأول من الكفاءة الذاتية، بينما يشكل إدراك تلك القدرة الشق الثاني من الكفاءة الذاتية، أي

على الفرد أن يكون مقتنعاً على أساس من المعرفة والقدرة والقناعة بأنه يمتلك بالفعل الكفاءة اللازمة للقيام بالسلوك بنجاح ، مما يشير إلى الميل العام لمراقبة الذات وضبطها، ومن ثم يضمن الشخص بذلك الفاعلية الذاتية (أبوأسعد، ٢٠١١).

ويمثل مفهوم الكفاءة الذاتية المدركة أهمية لدى التربويين والمربين لجعل الشباب يرون أنفسهم بكفاءة مدركة عاليه وبصورة إيجابية وبشكل يسهم في استنهاض استعداداتهم وقدراتهم في كافة الميادين ولقد أضحت أمراً جلياً أن الكفاءة المدركة العالية تقود الى الفاعلية والكفاية في التعامل مع الكثير من مهام الحياة مما دفع العلماء النفسيين الى الاهتمام بمفهوم الكفاءة الذاتية المدركة كونها تسهم في تعديل السلوك ومؤشر الى توقعات ذاته حول الفرد (يونس، ٢٠١٨).

ويرى (٢٠٠٠) Bandura أن الشباب من ذوي الكفاءة الذاتية المدركة العالية يبذلون جهداً عالياً، ويُظهرون مثابرة ومرونة مرتفعة في مواجهة المواقف الاكاديمية المختلفة، وأن المعتقدات عن إمكانياته وقدرته على القيام بمهام معينة تعدّ محددات قوية لمستوى الإنجاز. ومنه فإن الكفاءة الذاتية المدركة تسهم بشكل كبير في النمو المعرفي الذي يقود بدوره إلى التفرد والتميز، وهذا وقد لاقت النظرية اهتماماً ورواجاً كبيرين بين العلماء في الأونة الأخيرة، وذلك لما لها من دور بارز في التصدي لمجابهة المشكلات حيث يواجه الفرد في حياته العديد من الصعوبات والعقبات التي تهدد استقراره وتوافقه النفسي الاجتماعي ومن ثم يسعى محاولاً التعامل معها بأساليب عدة قصد التقليل من الخطر وإعادة التوازن للحياة (تأهوليت، 2021).

وقد أشارت كرماش (٢٠١٦) أن للكفاءة الذاتية عوامل لها تأثيرات فعالة على دافعية السلوك لدى الفرد تتمثل في **تحديد الأنشطة**: حيث يختار الإنسان النشاط الذي يؤديه بنجاح، لأن النجاح يدفع إلى كفاءة ذاتية أعلى ويتجنب النشاط الذي يقود لأي احتمال للفشل. **الجهد والمثابرة**: إن الفرد مهما واجه من الصعوبات ولديه كفاءة ذاتية فإنه يستطيع تخطي تلك الصعوبات والمشاكل والقيام بالعمل بحماس. **التعلم والإنجاز**: إن الفرد الذي يكون كفاءة ذاتية عالية ويدركها، فإن ذلك يساعد على تحقيق درجات تعلم أعلى وكذا درجة عالية من الإنجاز. **ردود الفعل العاطفية**: فإن الأفراد الذين يتمتعون بالكفاءة الذاتية المدركة بدرجة عالية يركزون في تفكيرهم على متطلبات وتحديات النشاط، ويتجاوبون مع تحديات المهمة بأداء حماسي ومتفائل، وبالمقابل فإن الأفراد الذين يعانون من الشعور بعدم الكفاءة الذاتية يشعرون بإحباط وقلق وتوقع الفشل والشعور بالنقص والتشاؤم. **التفكير واتخاذ القرار**: فالأفراد الذين لديهم إيمان بفاعليتهم في حل المشكلات، يكون لديهم القدرة على التفكير واتخاذ القرار عند إنجاز المهمات المعقدة، وعلى عكس الأفراد الذين لديهم شك وعدم ثقة بكفاءتهم الذاتية يكون لديهم نمط تفكير سطحي. لذا لا يوجد شيئاً يخلق احترام النفس بين الأفراد أفضل من المشاركة في عملية اتخاذ القرارات (فتحي، ٢٠٠٠) و (عبدالرحيم، ٢٠٠١).

ويرى كل من أسعد والأزايذة (٢٠١٥) أن هناك أربعة مصادر يستطيع من خلالها أن يكتسب الفرد الكفاءة الذاتية، وهي **الإنجازات الأدائية** وتعني قناعة الفرد بقدراته الذاتية على أداء المهام الصعبة، وإنجازها بنجاح، مما يقتضي تنظيم تفكيره، وتقييمه لأدائه، ومواجهة الصعاب، وتحمله المسؤولية، والمثابرة في تحقيق أهدافه مع شعوره بالثقة بنفسه. **والخبرات البديلة** وهي كل ما يمكن اكتسابه من خلال ملاحظة لأداء الآخرين، وأنشطتهم الناجحة وكذلك ما يمر به في خبرات سابقة، مما يساعد الفرد على تكوين توقعات عن أدائه في المواقف المشابهة، **الإقناع اللفظي** وهو قدرة الفرد ومهاراته للاستماع إلى الآخرين أثناء تقديم عمليات التشجيع والتدعيم، والتي تهدف إلى إقناعه بقدرته على إنجاز المهام بفعالية ويعتمد الإقناع اللفظي على مصداقية مصدر الإقناع والثقة به. **الاستشارة الانفعالية** وهي حالة الفرد الانفعالية التي يشعر بها وتؤثر على قوة فعاليته الذاتية ،



وتمكنه من مواجهة المواقف. لذا تؤكد دراسة الشبول، الجراح (٢٠٢٠) أن الافراد ذو الكفاءة العالية أقدر على التحكم بالانفعالات مقارنة بذوي الكفاءة الذاتية المنخفضة، والفرد ذو الكفاءة المرتفعة يكون لديه الانفعالات في مستواها الطبيعي.

ويرى الزاكي (٢٠١٤) ان إدارة الذات هي استغلال الفرد لكل ما يملكه من مشاعر وأفكار وإمكانات الاستغلال الأمثل لتحقيق الأهداف، أما عثمان (2009) فتري أن إدارة الذات تشتمل على الجانبين المعرفي والسلوكي حيث إن أسلوب إدارة الذات أياً كانت وجهته، يعبر بالدرجة الأولى عن نمط التفكير المستخدم لهذا الأسلوب أو ذلك، وبالتالي تظل العملية العقلية هي الأساس الذي ينطلق منه الفرد ولكن هذا التفكير لن يترجم إلى واقع ملموس إلا من خلال سلوك إجرائي عملي يتعامل به الفرد مع الواقع.

لذا يؤكد (٢٠٠٠) Bandura أن الكفاءة الذاتية تعد المرجع الذاتي للفرد لتوجيه قدراته نحو مهام محددة حيث تشكل متباً قويا للسلوك الذي سيظهره، فالكفاءة الذاتية لا تشير على قدرات أو مهارات الفرد الحقيقية فقط ولكنها تشير إلى ما يعتقد الفرد انه قادر على القيام به في ظروف معينة

(Evers, & Tomic, 2002) فهي تشير إلى قدرته على ابتكار نواتج إبداعية (Naidoo, & Naidoo, 2023). ويرى الشبول، الجراح (٢٠٢٠) أن الكفاءة الذاتية تعمل إما كمعينات ذاتية او معوقات ذاتية في مواجهة المشكلات فالفرد الذي لديه كفاءة ذاتية مرتفعة يكون تركيزه عند مواجهة مشكلة ما على جوانب القوة لديه؛ أما إذا كان لديه كفاءة ذاتية منخفضة فسيكون تركيزه على التفكير نحو الداخل (أفكار تشاؤمية) فيكون تركيزه على جوانب الضعف ومن ثم يبعد عن حل المشكلات التي تواجهه.

لذا ترى الباحثتان بأنه من الأهمية بمكان تزويد الشباب بالمهارات التي ترسخ معتقداته حول قدرته على ضبط الأحداث التي تؤثر على إدارة موارده عبر المنصات الالكترونية ، والسيطرة على انفعالاته اثناء ممارسة السلوك الشرائي، وتكوين علاقات اجتماعية متزنة عبر وسائل التواصل، ومن ثم مثارته على المشكلات التي تواجهه اثناء تحديد أولويات الانفاق والتفكير قبل اتخاذ القرار الاستهلاكي مرورا بالمراحل العلمية لاتخاذ القرار الشرائي وتحمل مسؤوليته. الامر الذي يعزز قدرة الشاب على الاختيار المدرك بين البدائل اثناء موقف التسوق بأسلوب علمي مقنن وبشكل يضمن أمن بياناته المالية والشخصية واختيار منتجات لها طابع الاستدامة وصديقة للبيئة بأفضل سبل التوفير وتحقيقاً لمبدأ الاستثمار - اي التفكير في موقف الشراء من منظور الاستثمار وليس الانفاق حتي اذا كان الخيار هو الأكثر تكلفة كي تكون المشتريات صحية وداعمة للاستدامة " فاذا اشتريت ما لا تحتاجه - سيأتي وقت تضطر لبيع ما تحتاجه ". لذا ينبغي التفكير في الاحتياجات الحقيقية مع الاخذ في الاعتبار بان الاستحواذ الجديد للسلعة يكون فيما يرتبط بالتداعيات البيئية والوقوف علي معرفة ما اذا كان ما نريد شراءه صديقا للبيئة ام لا. الامر الذي يجعل الشاب اكثر قدرة على تحقيق أكبر عائد على المحفظة الرقمية الشخصية بأفضل الطرق.

وبناء على ذلك يزداد اعتقاد الشاب وإدراكه وإيمانه بأن لديه من الإمكانيات لتنظيم وتنفيذ إجراءات العمل في التعامل مع التجارة الالكترونية لتحقيق إنتاج وإنجاز معين من خلال إدارة وقته على المنصات الرقمية وتقويمه لذاته عند الخطأ؛ أي التغلب على المؤثرات التسويقية الالكترونية التي توجه الشباب للشراء العاطفي، واستخدام أفضل الطرق والتقنيات في التعامل مع موارده لتحسين قدرته اثناء الموقف الشرائي واستخدام المنتجات بممارسات مقننة وصولاً الي الاستهلاك المستدام لموارده وعدم الانسياق وراء نهم الشراء الذي يدفع به للاستهلاك المفرط مع ضبط النفس في تحديد اولويات الانفاق والالتزام بها في ضوء أبعاد الكفاءة الذاتية: إدارة الذات - اتخاذ القرارات

– الاستثارة الانفعالية ؛ فمعتقدات الفرد عن إمكانياته وقناعاته على القيام بالمهام التسويقية للحفاظ على الموارد تعد محددات قوية للسلوك الاستهلاكي الذكي المستدام ومنه فإن الكفاءة الذاتية المدركة تسهم بشكل كبير في النمو المعرفي الذي يقود الشباب بدوره إلى اتخاذ قرارات مستنيرة ومسؤولة كمستهلك، مع مراعاة الآثار الاجتماعية والاقتصادية والبيئية للمشتريات.. وفي ضوء ذلك تحددت مشكلة البحث في السؤال الرئيسي التالي:

ما مدى فعالية برنامج ارشادي عبر منصة موديل لتنمية وعي الشباب بالسلوك الاستهلاكي الذكي المستدام كمخرج آمن لتحديات وسائل التواصل بأبعاده (إدارة الشراء الذكي – المؤثرات الإستهلاكية الذكية – الممارسات الإستهلاكية المستدامة – الإدخار والاستثمار) والاجمالي وعلاقته بالكفاءة الذاتية المدركة لديهم بأبعادها (إدارة الذات – اتخاذ القرارات – الاستثارة الانفعالية) والاجمالي؟ وتنبثق منه الأسئلة الفرعية الآتية:

- ما مستوي وعي (عينة البحث) بالسلوك الاستهلاكي الذكي المستدام كمخرج آمن لتحديات وسائل التواصل بأبعاده والإجمالي، والكفاءة الذاتية المدركة بأبعادها والإجمالي؟
- ما العلاقة بين وعي عينة البحث بالسلوك الاستهلاكي الذكي المستدام كمخرج آمن لتحديات وسائل التواصل بأبعاده والإجمالي والكفاءة الذاتية المدركة لديهم بأبعادها الإجمالي؟
- ما الفروق في وعي عينة البحث بالسلوك الاستهلاكي الذكي المستدام كمخرج آمن لتحديات وسائل التواصل بأبعاده والاجمالي والكفاءة الذاتية المدركة لديهم بأبعادها والإجمالي وفقاً لبعض المتغيرات الديموغرافية (النوع، بيئة السكن، عمل الأم)؟
- ما التباين بين كلا من وعي عينة البحث بالسلوك الاستهلاكي الذكي المستدام كمخرج آمن لتحديات وسائل التواصل بأبعاده والاجمالي والكفاءة الذاتية المدركة لديهم بأبعادها والإجمالي وفقاً لبعض المتغيرات الديموغرافية (الترتيب بين الأخوة ، مهنة الأب ، المستوى التعليمي للأب ، المستوى التعليمي للأم، الدخل الشهري للأسرة) ؟
- ما نسبة مشاركة المتغيرات المستقلة المدروسة في تفسير نسبة التباين في المتغيرات التابعة (الاستهلاك الذكي المستدام كمخرج آمن لتحديات وسائل التواصل بأبعاده والكفاءة الذاتية المدركة لديهم بأبعادها) لعينة البحث الأساسية ؟
- ما الفروق بين متوسطات وعي الشباب بالسلوك الاستهلاكي الذكي المستدام كمخرج آمن لتحديات وسائل التواصل بأبعاده والاجمالي والكفاءة الذاتية المدركة لديهم بأبعادها والاجمالي قبل وبعد تنفيذ البرنامج الارشادي عبر منصة موديل ؟

### هدف البحث:

يهدف البحث بصفة رئيسية إلى دراسة فعالية برنامج ارشادي عبر منصة موديل كمخرج آمن لتحديات وسائل التواصل بأبعاده (إدارة الشراء الذكي – المؤثرات الإستهلاكية الذكية – الممارسات الإستهلاكية المستدامة – الإدخار والاستثمار) والاجمالي وعلاقته بالكفاءة الذاتية المدركة لديهم بأبعادها (إدارة الذات – اتخاذ القرارات – الاستثارة الانفعالية) والاجمالي من خلال الأهداف الفرعية التالية:-

- ١- تحديد مستوى وعي عينة البحث بالسلوك الاستهلاكي الذكي المستدام كمخرج آمن لتحديات وسائل التواصل بأبعاده والاجمالي والكفاءة الذاتية المدركة لديهم بأبعادها والاجمالي.
- ٢- دراسة العلاقة بين وعي عينة البحث بالسلوك الاستهلاكي الذكي المستدام كمخرج آمن لتحديات وسائل التواصل بأبعاده والإجمالي والكفاءة الذاتية المدركة بأبعادها والإجمالي.
- ٣- توضيح الفروق في وعي عينة البحث بالسلوك الاستهلاكي الذكي المستدام كمخرج آمن لتحديات وسائل التواصل بأبعاده والإجمالي والكفاءة الذاتية المدركة بأبعادها والإجمالي وفقاً لبعض المتغيرات الديموغرافية (النوع، بيئة السكن، عمل الأم).

٤- توضيح التباين بين كلا من وعي عينة البحث بالسلوك الاستهلاكي الذكي المستدام كمخرج آمن لتحديات وسائل التواصل بأبعاده والإجمالي والكفاءة الذاتية المدركة بأبعادها والإجمالي وفقاً لبعض المتغيرات الديموغرافية (الترتيب بين الأخوة، تعليم الأب، تعليم الأم، مهنة الأب، الدخل الشهري للأسرة).

٥- الكشف عن نسبة مشاركة المتغيرات المستقلة المدروسة في تفسير نسبة التباين في المتغيرات التابعة (الاستهلاك الذكي المستدام كمخرج آمن لتحديات وسائل التواصل بأبعادها والكفاءة الذاتية المدركة لديهم بأبعادها) لدى عينة البحث الأساسية.

٦- تخطيط وتنفيذ برنامج إرشادي لتنمية وعي شباب الجامعة (عينة البحث التجريبية) بالسلوك الاستهلاكي الذكي المستدام كمخرج آمن لتحديات وسائل التواصل بأبعادها وفقاً للكفاءة الذاتية المدركة لديهم بأبعادها والإجمالي قبل وبعد تنفيذ البرنامج باستخدام طرق ووسائل تعليمية مختلفة.

٧- الكشف عن الفروق بين متوسطات وعي (عينة البحث التجريبية) بالسلوك الاستهلاكي الذكي المستدام كمخرج آمن لتحديات وسائل التواصل والإجمالي والكفاءة الذاتية المدركة لديهم بأبعادها والإجمالي قبل وبعد تنفيذ البرنامج الإرشادي عبر منصة موديل.

٨- دراسة حجم تأثير البرنامج الإرشادي المُعد عبر منصة موديل لتوعية شباب الجامعة (عينة البحث التجريبية) بالسلوك الاستهلاكي الذكي المستدام كمخرج آمن لتحديات وسائل التواصل بأبعادها وفقاً للكفاءة الذاتية المدركة لديهم.

### أهمية البحث:

يمكن توضيح أهمية البحث من خلال محورين رئيسيين كما يلي:

#### أ- الأهمية النظرية في مجال التخصص:

- الاستفادة من نتائج البحث في تطوير وتدعيم مناهج الاقتصاد المنزلي بموضوع الاستهلاك الذكي المستدام في المراحل التعليمية المختلفة بغرض تنمية المهارات اللازمة للاستهلاك الذكي بشكل يتناسب مع اتجاهات الشباب ومسايرتهم للتكنولوجيا الحديثة بشكل إيجابي يسعى للحفاظ على الموارد واستدامتها .
- يعتبر هذا البحث إضافة للتخصص حيث يحاول الدمج بين مجالين في غاية الأهمية وهم الاستهلاك الذكي المستدام والكفاءة الذاتية المدركة .
- ألقاء الضوء على أهمية الفئة المستهدفة بالبحث وهي فئة شباب الجامعة، إذ تعدّ طاقة بشرية قوية، وبارتفاع كفاءتهم الذاتية يزداد اعتقاد الشاب وإدراكه وقناعاته بأن لديه الإمكانيات لتنظيم وتنفيذ إجراءات العمل المطلوبة والتعامل مع موارده الإلكترونية وصولاً للإنجاز .
- حداثة الأدوات التي تم استخدامها على حد علم الباحثين بحيث يوفر البحث المزيد من المقاييس (الاستهلاك الذكي المستدام – الكفاءة الذاتية) التي تُسهم في إثراء المكتبة العلمية.
- تصديه لمشكلة لم يتناولها إلا عدد قليل جداً من البحوث العربية والأجنبية والمحلية في حدود علم الباحثين، بينما البحوث ركزت على كل من الاستهلاك والكفاءة الذاتية وعلاقته بمتغيرات أخرى، لذلك تعد الدراسة الحالية امتداداً للبحوث السابقة ومكملة لها.
- يمكن أن تسهم نتائج البحث في توفير معلومات مهمة عن القيمة التنبؤية والعلاجية للكفاءة الذاتية لتعديل نمط السلوك الاستهلاكي للشباب، والتي تقيد في تفعيل برامج للمختصين بالإرشاد النفسي تساعد علي تعزيز مستوى الكفاء الذاتية .

#### ب- الأهمية التطبيقية في مجال خدمة المجتمع:

- تسهم نتائج البحث في الاستفادة من المعلومات والبيانات والنتائج المتحصل عليها في إعداد وتصميم برامج إرشادية تهدف إلى تنمية الوعي لكافة فئات المجتمع ومؤسساته بالاستهلاك الذكي المستدام للمنتجات حفاظاً على الموارد الأُسرية والبيئية فالاستهلاك الذكي ليس مجرد اتجاه عابر. إنما هو تغيير في العقلية يمكن أن يسهم في حل أكثر المشكلات إلحاحاً في العصر الحالي، مثل تغير المناخ، والاستهلاك المفرط، والظلم الاجتماعي من خلال التحلي بالمسؤولية في خياراتنا الاستهلاكية.
- اللقاء الضوء على أهمية الاستفادة من نتائج البحث الحالي بتوصيات للمؤسسات المعنية التي تدعم الاقتصاد، فالاستهلاك الذكي ليس مجرد شراء مسؤول من الناحية الاجتماعية والبيئية، بل هو أيضاً دعم للاقتصاد الوطني.
- اللقاء الضوء على أهمية الكشف عن الكفاءة الذاتية المدركة التي تعدّ من أهم الاسس التي يقوم بها العلاج العقلائي والانفعالي لكثير من مشكلات الاحباط ومشكلات الضبط الذاتي للسلوك.
- جذب انتباه المعلمين وأعضاء هيئة التدريس بأهمية الكفاءة الذاتية المدركة للأجيال الامر الذي يسهم في النمو المعرفي الذي يقود بدوره إلى تلبية نداء المجتمع لتقليل معدل الاستهلاك غير المسبوق بين صفوف الشباب .

### فروض الدراسة:

- ١- توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين وعى عينة البحث بالسلوك الاستهلاكي الذكي المستدام كمخرج آمن لتحديات وسائل التواصل بأبعاده (ادارة الشراء الذكي – المؤثرات الاستهلاكية الذكية – الممارسات الاستهلاكية المستدامة – الادخار والاستثمار) والاجمالي والكفاءة الذاتية المدركة لديهم بأبعاده (إدارة الذات – اتخاذ القرارات – المثابرة وضبط الانفعال) والاجمالي.
- ٢- يوجد تباين بين كل من وعى عينة البحث بالسلوك الاستهلاكي الذكي المستدام كمخرج آمن لتحديات وسائل التواصل بأبعاده والاجمالي والكفاءة الذاتية المدركة لديهم بأبعاده والاجمالي وفقاً لبعض المتغيرات الديموغرافية (الترتيب بين الأخوة، مهنة الأب، المستوى التعليمي للأب، الأم، الدخل الشهري للأسرة).
- ٣- توجد فروق ذات دلالة احصائياً بين متوسطات وعى عينة البحث بالسلوك الاستهلاكي الذكي المستدام كمخرج آمن لتحديات وسائل التواصل بأبعاده والاجمالي والكفاءة الذاتية المدركة لديهم بأبعاده والاجمالي وفقاً لبعض المتغيرات الديموغرافية (النوع، بيئة السكن، عمل الام).
- ٤- تختلف نسبة مشاركة المتغيرات المستقلة المدروسة في تفسير نسبة التباين في المتغيرات التابعة السلوك الاستهلاكي الذكي المستدام كمخرج آمن لتحديات وسائل التواصل بأبعاده والكفاءة الذاتية المدركة لديهم بأبعاده لعينة البحث الأساسية.
- ٥- توجد فروق ذات دلالة احصائياً بين متوسطات وعى عينة البحث بالسلوك الاستهلاكي الذكي المستدام كمخرج آمن لتحديات وسائل التواصل بأبعاده والاجمالي والكفاءة الذاتية المدركة لديهم بأبعاده والاجمالي قبل وبعد تنفيذ البرنامج الارشادي عبر منصة موديل.
- ٦- يوجد تأثير للبرنامج الارشادي المُعد عبر منصة موديل لتوعية شباب الجامعة (عينة البحث التجريبية) بالسلوك الاستهلاكي الذكي المستدام كمخرج آمن لتحديات وسائل التواصل بأبعاده وفقاً للكفاءة الذاتية المدركة لديهم.

### - الأسلوب البحثي:

### أولاً: المصطلحات العلمية والمفاهيم الإجرائية:

- **فعالية Effectiveness:** القدرة على الأداء المتوقع لتحقيق الأهداف المرجوة، وتقاس من خلال ارتفاع أو انخفاض متوسطات الدرجات (أبو حطب، صادق، ٢٠١٣). تعرف الفعالية إجرائياً: بأنها الأثر المرغوب الذي يحققه البرنامج المُعد لتحقيق الأهداف المنشودة التي وُضع لأجلها.

- البرنامج الإرشادي **A counseling program**: يُعرف علمياً: بأنه تصميم مخطط ومنظم على أسس منهجية، ويحتوي على مجموعه من الاجراءات تساعد على حل المشكلات التي تواجه الأفراد في مجالات التوافق والتكيف والانسجام وفق أهداف الارشاد والتوجيه، الأمر الذي يؤدي إلى توافق الفرد والتحصين ضد المشكلات والتغلب عليها مستقبلاً (عبدالله، خوجة، ٢٠١٤). يُعرف البرنامج الإرشادي إجرائياً: بأنه مجموعة من الجلسات المحدده والمنظمة والتي تتضمن مجموعة من المعلومات والأنشطة واللقاءات العلمية لمجموعة من الشباب الجامعي الذين تجمعهم مشكلة واحدة وهي انخفاض الوعي بالسلوك الاستهلاكي الذكي المستدام بهدف حل تلك المشكلة.

- منصة مودل **MODEL** هو نظام ادارة التعلم مفتوح المصدر مما يعني أنه يمكن الوصول إليه واستخدامه مجاناً ويتميز بمرونة التكوين والتخصيص، متعدد اللغات، متنوع الأنشطة والأدوات، أمان وحماية البيانات ويوفر بيئة تعلم مرنة وقوية تتيح للمؤسسات التعليمية بناء تجارب تعلم مبتكرة وفعالة (جامعة بوليتكنك، ٢٠٢٤) وتعرف منصة موديل إجرائياً بأنها " بيئة تعلم تفاعلية قائمة على منصة تعلم اجتماعية مجانية توفر للباحثين ولشباب عينة البحث التجريبية بيئة آمنة للاتصال والتعاون، وتبادل المحتوى التعليمي وتطبيقاته الرقمية والأنشطة، إضافة إلى الواجبات والتكليفات والمناقشات، وتشجع على تبادل ومشاركة الأفكار والآراء والملفات، وتدعم التفاعلية بين الباحثان والشباب مما يساعد على تحقيق الأهداف التعليمية وتحقيق الجو النفسي والاجتماعي الأيمن بينهم. <https://drnihad.gnomio.com/view/cours>

**التنمية Development**: هي عملية بناء وتطوير للمعلومات والمعارف والمهارات بهدف تدعيم القدرات البشرية وتأمين الاستخدام الكامل والكفاء لهذه القدرات في كافة المجالات (رقبان، أبو سليم، ٢٠٢٢). وتُعرف التنمية إجرائياً: بأنها عملية الارتقاء بالشباب الجامعي نحو السلوك الاستهلاكي الذكي المستدام كمخرج آمن من براثن وسائل التواصل.

- شباب الجامعة- **University youth**: هم الشريحة المنتمية إلى المؤسسات التعليمية الجامعية، والتي يعود عليها احتلال المكانة الاجتماعية المستقلة داخل المجتمع وتلعب الجامعة دوراً هاماً في حياتهم وتنمية شخصياتهم (العوضي، ٢٠٢٣). ويُعرف شباب الجامعة إجرائياً: بأنهم الشريحة من الشباب الذين ينتمون إلى المؤسسة التعليمية بجامعة المنوفية من النوعين الذكور والإناث حيث تتراوح أعمارهم من ١٧-١٩ عاماً.

- الإستهلاك الذكي المستدام- **Smart sustainable consumption**: يعرف المرخي (٢٠١٢) الإستهلاك الذكي بأنه سلوك ترشيد استهلاك يقوم به المستهلك باستخدام الموارد المتاحة بأفضل طريقة ممكنة في عملية التسوق والبحث عن البدائل ذات الجودة العالية بقدر الإمكان، وذلك بوضع خطة لتسوقه وجمع معلومات عن السلعة وإجراء مقارنات سعرية والإستفادة من الحملات الترويجية بغرض تحقيق أكثر عائد على المحفظة الادخارية للشخص. (شعبي، ٢٠١٩) ويُعرف أيضاً بأنه السلوك الذي يسلكه الأفراد أثناء قيامهم بالتسوق لأشباع حاجاتهم الأولية والثانوية عن طريق شراء السلع والخدمات مشتملاً على مهارات تحديد خصائص المنتج وبدائله المتوفرة ورسم خطة اجرائية لتحديد الاولويات الشرائية وأمن المعلومات الشخصية على الانترنت وفحص موثوقية العروض واختيار فترات التسوق والاستفادة من الفرص المتاحة وقراءة التغذية الراجعة التي يقدمها الآخرون عن المنتج وسياسة البيع وما بعده ومراجعة قوائم المشتريات (أل مرعي، ٢٠٢٢).

ويُعرف سلوك الإستهلاك الذكي المستدام كمخرج آمن لتحديات وسائل التواصل إجرائياً:



بأنه الاستهلاك القائم على سلوك المستهلك ورشده مستخدما موارده المتاحة بأفضل طريقة ممكنة في عملية التسوق الإلكتروني وذلك بوضع خطة لتسوقه وجمع معلومات عن السلعة والبحث عن البدائل عن طريق إجراء مقارنات سعرية علي مواقع وسائل التواصل الإلكتروني والحرص علي الاستفادة من الحملات الترويجية الآمنة بغرض تحسين قدرته قبل واثناء الموقف الشرائي واستخدام المنتجات بشكل مستدام لتحقيق أكبر عائد مالي علي المحفظة الادخارية للشخص بشكل يضمن أمن البيانات الشخصية ويشمل (ادارة الشراء الذكي – المؤثرات الاستهلاكية – الممارسات الاستهلاكية المستدامة – الادخار والاستثمار) وقد تم تقسيمه إلى أربعة أبعاد:

### البعد الأول:- إدارة الشراء الذكي Smart Purchasing Management

يعرف إدارة الشراء الذكي إجرائيا بأنه وضع خطة تسوق للشراء بداية من تحديد خصائص استدامة السلعة ثم جمع معلومات عن السلعة والبحث كذلك عن البدائل المستدامة ذات الجودة العالية واختيار أفضلها ثم التنفيذ والتقييم للاستفادة منها في اتخاذ قرارات عمليات الشراء القادمة وتشتمل على ثلاث مراحل رئيسية (مرحلة التفكير المسبق للشراء – مرحلة الشراء - مرحلة تقييم ما بعد الشراء) : وقد تم تقسيمها إلى ثلاث مراحل:

**مرحلة أولي:- مرحلة التفكير المسبق للشراء Pre-purchase stage:** تعرف إجرائيا بأنها المرحلة التي تسبق عملية الشراء الفعلي حيث يقوم الفرد بالمفاضلة بين مختلف السلع والخدمات والمواقع الإلكترونية المختلفة وخدماتها لاختيار أفضلها.

**مرحلة ثانية: مرحلة الشراء purchase stage:** يقصد بها مرحلة الشراء الفعلي والتي يقوم فيها الشاب بالشراء الفعلي من خلال اختيار وتحديد الموقع الإلكتروني الذي يقوم بالشراء منه وتحديد المنتجات وادخال البيانات الخاصة بعملية الشراء .

**مرحلة ثالثة: مرحلة تقييم ما بعد الشراء Post-purchase stage:** تعرف إجرائيا بأنها المرحلة التي يقوم فيها الفرد بتقييم عملية الشراء عبر المواقع الإلكترونية وتحديد مقدار شعوره بالرضا عن عملية الشراء.

### البعد الثاني:- المؤثرات الاستهلاكية الذكية Smart consumer influencers:

تعرف إجرائيا بأنها العوامل التي تؤثر وتشكل السلوك الاستهلاكي للشباب ومحددات الإنفاق وتتمثل في (مؤثرات تسويقية الإلكترونية كإعلانات المتاجر ومراكز التسوق، الصفحات الإعلانية على وسائل التواصل الاجتماعي- مؤثرات اجتماعية كالجماعات المرجعية الاجتماعية للشباب (الأسرة والأصدقاء) . وقد تم تقسيمها إلى:

#### أ- المؤثرات التسويقية الإلكترونية Electronic marketing influencers

تعرف إجرائيا بأنها العوامل المرتبطة بالنظم والسياسات التي تستخدمها الشركات، والمؤسسات، والمتاجر، وتؤثر تأثيرا مباشرا أو غير مباشر في توجيه الشباب نحو الشراء الفعلي.

ب - المؤثرات الاجتماعية Social influencers: تعرف إجرائيا بأنها: المعايير والأطر الاجتماعية التي تحكم سلوك الشباب عند الإقبال على الشراء الإلكتروني.

#### ج - الممارسات الاستهلاكية المستدامة sustainable consumption practices

تعرف إجرائيا بأنها الممارسات التي يقوم بها الفرد أثناء وبعد استهلاكه للسلع بشكل يضمن استدامة الموارد ويحافظ علي البصمة البيئية .

د- الادخار والاستثمار Saving and investment يعرف إجرائيا بأنه قدرة الشباب علي ادارة الشراء بشكل يضمن توفير جزء من موارده وتحقيق أكبر عائد على المحفظة الادخارية والاستفادة منه في عمليات أخرى.

### -الكفاءة الذاتية Self-efficacy:

تُعرف بانها إدراك الفرد لقدراته على إنجاز السلوك المرغوب فيه بإتقان رغبتة في أداء الأعمال الصعبة، وتعلم الأشياء الجديدة والتزامه بالمبادئ وحسن تعامله مع الآخرين، وحل ما يواجهه من مشكلات واعتماده على نفسه في تحقيق أهدافه بمتابعة وإصرار (القرشي، ٢٠١١) ويُعرفها **تأهوليت (2021)** بأنها القدرة الإجرائية المدركة، والتي لا ترتبط بما يملكه الفرد وإنما بإيمانه بما يستطيع عمله مهما كانت المصادر المتوافرة، فلا يُسأل الفرد عن درجة تمتعه بالقدرة، ولكن عن قوة ثقته بقدرته على تنفيذ الأنشطة المطلوبة في ظل متطلبات الموقف، ويعكس تقييم الأفراد لكفاءتهم الذاتية مستوى الصعوبة التي يعتقدون أنهم سيواجهونها. **وتُعرف الكفاءة الذاتية إجرائيا بانها:** معتقدات الشاب حول قناعاته علي قدرته لضبط الأحداث التي تؤثر على شؤون حياته، والسيطرة على استثارة انفعالاته، وتكوين علاقات اجتماعية ناجحة علي وسائل التواصل، ومثابرتة على تحقيق متطلباته التسويقية ، والتغلب على المشكلات التي تواجهه بشكل يساعده على تحديد أولويات انفاقه واتخاذ قرار شرائي مسؤول كمستهلك لاختيار أفضل البدائل بأفضل سبل التوفير لإشباع حاجاته وتحقيق رغباته ويتضح ذلك في ثلاثة عناصر للكفاءة الذاتية: إدارة الذات – اتخاذ القرارات – الاستثارة الانفعالية وقد تم تقسيمها إلى ثلاثة محاور:

**المحور الأول:- إدارة الذات Self management** تعرف بأنها قدرة الفرد على توجيه مشاعره وأفكاره وامكاناته نحو الاهداف التي يصبو الي تحقيقها (محمود ، ٢٠١٢) ويعرفها **السعودي ، (٢٠١٤)** **مهارات إدارة الذات** بأنها: "مجموعة من المهارات وآليات يستخدمها الفرد في مواقف متعددة لتحسين سلوكه، وتحديد احتياجاته، ومن ثم تحقيق أهدافه التي يسعى إليها .  
**وتعرف إدارة الذات إجرائيا** بأنها مجموعة المهارات التي تساعد الشاب على إدارة وقته ، والتخطيط السليم لحياته ، وقدرته على العمل تحت شتى الضغوط ، وتقويمه لذاته عند الخطأ ، واستخدام أفضل الطرق في التعامل الالكتروني مع موارده وتحسين قدرته قبل واثناء عملية الشراء واستخدام المنتجات والخدمات بشكل مستدام وصولا للاستهلاك الذكي المستدام لموارده.

**المحور الثاني:- اتخاذ القرارات Decision making** يعرف اتخاذ القرارات بأنه الاختيار الأحسن بين عدة بدائل مطروحة بقصد تحقيق هدف أو عدة أهداف معينة (رقبان، ٢٠١٣) وينفق مع تعريف **حريم (٢٠٠٤)** بأن اتخاذ القرارات هو الاختيار الواعي بين بديلين فأكثر ثم تحليلها ويتبعه فعل أو إجراء لتنفيذ هذا الإختيار. **يعرف اتخاذ القرارات إجرائيا بأنه:-** قدرة الشاب على الاختيار المدرك بين البدائل في موقف معين والتي تمكنه من مواجهة المشكلات التي تعترضه في عملية التسوق الالكتروني بأسلوب علمي مدروس وبشكل يضمن أمن بياناته الشخصية وتجعله أكثر قدرة على تحقيق أكبر عائد على المحفظة الادخارية بأفضل طريقة ممكنة باتخاذ قرارات شرائية رشيدة ويشمل (التعرف على المشكلة وتحديدها- إيجاد حلول وبدائل- تقييم البدائل- اختيار الأفضل- تنفيذ الحل وتحمل مسؤوليته).

**المحور الثالث:- الاستثارة الانفعالية Emotional Arousal** تعرف بأنها حالة الفرد الانفعالية التي يشعر بها وتؤثر على قوة فعالية الذات لديه، وتمكنه من مواجهة المواقف ( أسعد والأزيدة، ٢٠١٥) **وتعرف الاستثارة الانفعالية إجرائيا بأنها:** قدرة الشاب على عدم الانسياق وراء نهم الشراء العاطفي وضبط النفس عند تحديد أولويات الانفاق والالتزام بها اثناء التسوق الالكتروني.

### ثانيا: منهج البحث:

اعتمد هذا البحث على المنهجين "الوصفي التحليلي والمنهج التجريبي". يُعرف المنهج الوصفي التحليلي بأنه طريقة لوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية وتصوير النتائج التي يتم التوصل إليها علي أشكال رقمية معيرة يمكن تفسيرها (علي، ٢٠١٩). فهو يهدف إلى جمع الحقائق والبيانات عن ظاهرة معينة مع محاولة تفسير هذه الحقائق (الدليمي، صالح، ٢٠١٤).

أما المنهج التجريبي يُعرف بأنه المنهج الذي تخضع فيه مجموعة واحدة تجريبية للمتغير المستقل بعد أن يتم اختبارها اختباراً قلياً، ثم تُختبر بعد التجربة لمقارنة نتائجها بنتائج الاختبارات القبلية لدراسة أثر المتغير المستقل (العساف، ٢٠١٠).

**ثالثاً:- حدود البحث Research Samples** تتمثل حدود البحث فيما يلي:

**أ- الحدود البشرية :- Human Samples**

- الشاملة:- اشتمل مجتمع البحث علي شباب كلية التربية النوعية - جامعة المنوفية.

ب- عينة البحث :-

١- عينة البحث الاستطلاعية :- قوامها ٤٠ من الشباب الجامعي وذلك لتقنين أدوات البحث.  
٢- عينة الدراسة الأساسية :- تم تطبيق ادوات البحث علي ٢٨٠ شاب/ فتاه وتم استبعاد ٣٠ استمارة لعدم اكتمال البيانات فتكونت عينة البحث من (٢٥٠) شاب / فتاة من طلاب الفرقة الأولى بقسم الاقتصاد المنزلي وتم الاختيار بطريقة عشوائية بسيطة من بين كل ثلاثة طلاب من القوائم الطلابية للفرقة الأولى بكلية التربية النوعية- جامعة المنوفية.

٣- عينة البحث التجريبية: تم تطبيق البرنامج الإرشادي المُعد عبر منصة موديل واستبيان الاستهلاك الذكي المستدام كمخرج آمن من برائن وسائل التواصل واستبيان الكفاءة الذاتية المدركة على عينة من الشباب الجامعي من الجنسين والذين لديهم نسبة انخفاض في مستوى السلوك الاستهلاكي الذكي المستدام وكذلك الكفاءة الذاتية المدركة كاستبيان قبلي كان عددهم (٦٥) من الشباب الجامعي من الجنسين بكلية التربية النوعية جامعة المنوفية. وجدول (10) يوضح الخصائص الديموجرافية والوصفية لمفردات عينة البحث التجريبية. " وقد تم الأخذ بالإجراءات الاحترازية أثناء التنفيذ وذلك بعد موافقة المبحوثين على المشاركة في تطبيق أدوات البحث وفقاً لمبادئ أخلاقيات البحث العلمي".

ج- الحدود الزمنية :

تم تطبيق الدراسة الميدانية لأدوات البحث في صورتها النهائية في الفترة من ٢٠٢٤/٨ حتى ٢٠٢٤/١٠. حيث تم تطبيق العينة الاستطلاعية والعينة الأساسية ٢٠٢٤/٨ ، وتم تطبيق البرنامج في شهري ٩- ٢٠٢٤/١٠ ، وقد تم تقييم لاحق في شهر نوفمبر؛ لدراسة حجم الأثر.

د- الحدود المكانية(العينة الأساسية والتجريبية): تم تطبيق أدوات البحث على عينة البحث الأساسية والتجريبية في كلية التربية النوعية جامعة المنوفية.

**رابعاً: أدوات البحث:** اشتملت أدوات البحث على ما يلي: ( إعداد الباحثان)

تم استخدام عدة أدوات للحصول على البيانات اللازمة للبحث وقد اشتملت على :

- استمارة البيانات العامة لشباب الجامعة وأسرهم.
- استبيان الوعي بالسلوك الإستهلاكي الذكي المستدام كمخرج آمن لتحديات وسائل التواصل بأبعاده (إدارة الشراء الذكي- المؤثرات الإستهلاكية الذكية- الممارسات الإستهلاكية المستدامة- الإدخار والإستثمار) للشباب.
- استبيان الكفاءة الذاتية المدركة بأبعاده(إدارة الذات- اتخاذ القرارات- الاستشارة الانفعالية) للشباب.
- برنامج ارشادي لتنمية وعي شباب عينة البحث بالسلوك الإستهلاكي الذكي المستدام كمخرج آمن لتحديات وسائل التواصل (منصة مودل MODEL - إلكترونية تعليمية )

أولاً: استمارة البيانات العامة للشباب الجامعي وأسرهم:- تم اعداد استمارة البيانات العامة بهدف دراسة عينة البحث ووصفها والاستفادة منها للتحقق من فروض البحث الحالي، وقد اشتملت على بيانات اجتماعية واقتصادية لعينة البحث كما يلي: مكان السكن: تم تقسيمه إلى (ريف، حضر)، النوع: تم تقسيمه إلى (ذكور، إناث)، عمل الأم: تم تقسيمه إلى (تعمل، لا تعمل)، السن: تم تقسيمه إلى (من ١٧ - أقل من ١٨ ، من ١٨ إلى ١٩) الترتيب بين الأخوة: تم تقسيمه إلى (الأول، الأوسط، الأخير)، المستوى التعليمي للأب: تم تصنيفه إلى (أقل من المتوسط، متوسط، فوق المتوسط، مؤهل جامعي، حاصل على دراسات عليا) المستوى التعليمي للأم: تم تصنيفه إلى (أقل من المتوسط، متوسط، فوق المتوسط، مؤهل جامعي، حاصل على دراسات عليا)، مهنة الأب، الأم: تم تصنيفها وفقاً لمقياس مهن هولنجسهد إلى (مهن دنيا" عمال غير المهرة، العمال أنصاف المهرة"، مهن متوسطة" العمال اليدويين المهرة الكتابيون المساعدون الفنيون وأصحاب المحلات الصغيرة والحرف الفنية"، مهن عليا" الفائمون بالأعمال الإدارية والفنية واصحاب المهن المستقلة والإدارات العليا" (رقبان، ١٩٩٤)، الدخول الشهري لأسر أفراد عينة البحث: تم تقسيمه إلى (٢٠٠٠ إلى > ٤٠٠٠ ، من ٤٠٠٠ إلى > ٦٠٠٠ ، من ٦٠٠٠ إلى > ٨٠٠٠ ، من ٨٠٠٠ إلى > ٨٠٠٠). فاكتر).

ثانياً: إستبيان الوعي بالإستهلاك الذكي المستدام كمخرج آمن لتحديات وسائل التواصل :-  
- بناء الاستبيان: تم بناء الاستبيان طبقاً للمفهوم الإجرائي وبعد الإطلاع على البحوث والدراسات السابقة والتي لها علاقة بالإستهلاك الذكي المستدام للشباب للاستفادة منها في وضع بنود الاستبيان. مثل دراسة كل من خير الدين (٢٠١٤)، بن يحيى (٢٠٢٠)، القرشي (٢٠٢٠)، بدير وآخرون (٢٠٢١)، آل مرعي (٢٠٢٢)، محمد (٢٠٢٢)، النقيب (٢٠٢٣)، العايدى (٢٠٢٣).

- وصف استبيان الوعي بالسلوك الإستهلاكي الذكي المستدام كمخرج آمن من برائن وسائل التواصل: تم إعداده وتصميمه في ضوء المفهوم الاجرائي " الاستهلاك القائم على سلوك المستهلك ورشده مستخدماً موارده المتاحة بأفضل طريقة ممكنة في عملية التسوق الالكتروني وذلك بوضع خطة لتسوقه وجمع معلومات عن السلعة والبحث عن البدائل عن طريق إجراء مقارنات سعرية علي وسائل التواصل والاستفادة من الحملات الترويجية بغرض تحسين قدرته قبل واثناء الموقف الشرائي واستخدام المنتجات بشكل مستدام وتحقيق أكبر عائد على المحفظة الادخارية للشخص، واشتمل على (٨٨) عبارة تم تحديدها في ٤ محاور وهي (إدارة الشراء الذكي- المؤثرات الإستهلاكية الذكية- الممارسات الإستهلاكية المستدامة - الإذخار والإستثمار) وتم حساب مستوياتها بطريقة النسب المئوية للدرجات المطلقة للاستبيان وكانت كما يلي:

-البعد الأول: ادارة الشراء الذكي: ضم (38) عبارة منهم ٤ عبارات سالبة ٣٤ عبارة موجبة الإتجاه وتكون الاستجابة علي هذا البعد وفقاً لمقياس ليكرت الثلاثي (نعم، أحياناً، لا)، وبتقييم (٣، ٢، ١) للعبارات الموجبة وبتقييم (٣، ٢، ١) للعبارات السالبة وتم إعداده وتصميمه في ضوء المفهوم الاجرائي " وضع خطة تسوق للشراء بداية من تحديد السلعة ثم جمع معلومات عن السلعة والبحث عن البدائل ذات الجودة العالية واختيار أفضل البدائل ولذا تضمن اربع مراحل هي:- (مرحلة التفكير المسبق قبل الشراء - مرحلة الشراء الفعلي - مرحلة تقييم ما بعد الشراء ) . المرحلة الأولى: مرحلة التفكير المسبق قبل الشراء وتضمنت ١٤ عبارة تعبر عن المرحلة التي تسبق عملية الشراء الفعلي حيث يقوم فيها الفرد بإعادة التفكير في المفاضلة بين مختلف السلع والخدمات والمواقع الالكترونية المختلفة وخدماتها لاختيار أفضلها ويجيب عنها الشباب الجامعي من الجنسين وتطور هذه العبارات حول: إعادة التفكير في تحديد الاحتياجات قبل الشراء، أحدد ميزانية للشراء، أقرأ المعلومات المتوفرة عن المنتج لمعرفة مدى مناسبه لي، أسأل عن المتاجر التي تبيع بسعر الجملة، أحدد أولويتي من قائمة الشراء



أبحث عن البدائل في حالة عدم تواجد ما أريد ،أقارن بين أسعار المنتجات في المتاجر المختلفة ،أقضي وقتا لتصفح العروض عبر الانترنت ،أتحقق من صحة العروض المقدمة ،قبل اتخاذ قرار الشراء أقرأ ما يكتبه السابقون عن المنتج ،أهتم بشكل المنتج وقياساته وجودته قبل الشراء ،أفرك بين الصفحات الدعائية و صفحات البائعين الرسميين ،أبحث عن العروض المغرية ، أسأل زملائي عن العلامات التجارية المتميزة للمنتج المراد شرائه.

**المرحلة الثانية:** مرحلة الشراء الفعلي وتضمنت ١٤ عبارة تعبر عن المرحلة التي يقوم فيها الفرد بالشراء الفعلي من خلال اختيار وتحديد الموقع الإلكتروني الذي يقوم بالشراء منه وتحديد السلع وادخال البيانات الخاصة بعملية الشراء ويجب عنها الشباب الجامعي من الجنسين ومن هذه العبارات :: أتأكد ان السلع ذات خصائص مستدامة، أشتري المنتجات وفق الميزانية المحددة لها ، أذهب لشراء أي منتج دون معرفة اثاره البيئية، أتجنب شراء أي منتج اثناء مزاج متقلب، أميل للدفع نقدا عند الاستلام وليس الكترونيا، أتسوق في أوقات العروض الاستثنائية كالجمعة البيضاء ، أتفاوض عند الشراء للحصول على أفضل سعر، أفضل المتاجر الإلكترونية لأنها توفر الامان والخصوصية ، افضل الشراء من المتاجر التي تلتزم بموعد التسليم، أشتري من المواقع التي بها تكاليف شحن مخفض، أدفع بالبطاقة الائتمانية التي تخص والدي أو والدتي، أتأكد من ادخال البيانات بشكل صحيح، اسعي وراء الاعلانات فأشتري كل ما هو جديد، أشتري الأعلى سعرا فهو الأعلى جودة.

**المرحلة الثالثة:** مرحلة تقييم ما بعد الشراء وتضمنت ١٠ عبارات تعبر عن المرحلة التي يقوم فيها الفرد بتقييم عملية الشراء عبر المواقع الإلكترونية وتحديد مقدار شعوره بالرضا عن عملية الشراء ويجب عنها الشباب الجامعي من الجنسين وتدور هذه العبارات حول:أفحص علامات استدامة المنتجات جيدا قبل استلامها، أقدم بشكوى لجهاز حماية المستهلك حال وجود أي تأثير علي البصمة البيئية،أحرص على كوبونات وقسائم شراء استفيد منها في المرات القادمة ، أراجع فواتير الشراء للتأكد من صحة ما تم دفعها ، أحرص على أخذ فاتورة الشراء، أرفض استلام السلع التي بها عيوب ،أتحقق من وجود شهادة الضمان عند استلام المنتج ، احرص على ابداء الرأي على موقع الشركة، أتغاضى عن عيوب المنتج الذي تم شراؤه الكترونيا ، أكرر المنتجات التي أجربها وثبتت جودتها.

**-البعد الثاني: المؤثرات الاستهلاكية الذكية:** ضم (٢٧) عبارة منها ٧ عبارات سلبية ، ٢٠ عبارة موجبة الإتجاه وتكون الاستجابة علي هذا البعد وفقاً لمقياس ليكرت الثلاثي (نعم، أحيانا، لا)، بتقييم (٣، ٢، ١) للعبارات الموجبة وبتقييم (٣،٢،١) للعبارات السالبة وتم إعداده وتصميمه في ضوء المفهوم الاجرائي " العوامل التي تؤثر وتشكل السلوك الاستهلاكي للشباب ومحددات الإنفاق وتتمثل في (مؤثرات تسويقية الإلكترونية كإعلانات المتاجر ومراكز التسوق، الصفحات الإعلانية على وسائل التواصل الاجتماعي - مؤثرات اجتماعية الجماعات المرجعية الإجتماعية للشباب الأسرة والأصدقاء وبهذا قد تضمنت (المؤثرات التسويقية الإلكترونية - المؤثرات الاجتماعية).

**أولاً: المؤثرات التسويقية الإلكترونية :** وتضمنت ١٢ عبارة تعبر عن العوامل المرتبطة بالسياسات التي تستخدمها الشركات ،والمؤسسات، والمتاجر، وتؤثر تأثيرا مباشرا أو غير مباشر في توجيه الشباب نحو الشراء، يجب عنها الشباب الجامعي من الجنسين وتدور هذه العبارات حول: وسائل التواصل الاجتماعي تفيد في شراء أي منتج أحتاجه، أفضي معظم وقتي على وسائل التواصل الاجتماعي للتعرف علي كل ما هو جديد وشراءه ، يوجد على وسائل التواصل العديد من منصات المتاجر الإلكترونية، أشتري كل ما أحتاجه من المتاجر الإلكترونية دون جهد أو تعب، تساعدني وسائل التواصل الاجتماعي على التعرف مناجر الكترونيا رخيصة الثمن، أتعامل مع منصات الكترونيا توفر منتجات



محلية وعالمية، لا أثق في جودة المنتجات التي تعلن عنها المتاجر الإلكترونية، تساعدني وسائل التواصل والإعلانات الإلكترونية في معرفة مواعيد العروض والمناسبات التسويقية، تساعد الإعلانات الإلكترونية للمنتجات على الاحتفاظ بصورة المنتج والتشاور مع زملائي عنه دون جهد، تبهرني عروض الإعلانات الإلكترونية فأشتري أكثر من قطعة لمنتج واحد، بعض الإعلانات تعطي أفكار استهلاكية مضللة، أتأثر بما يضعه اليوتيوبر على صفحاتهم.

**ثانياً: المؤثرات الاجتماعية:** وتضمن ١٥ عبارة تعبر عن المعايير والأطر الاجتماعية التي تحكم سلوك الشاب عند الإقبال على الشراء الإلكتروني أو استخدام المنتجات والخدمات، وتتمثل في الأسرة - والاصدقاء يجيب عنها الشباب الجامعي من الجنسين وتدور هذه العبارات حول: يجعلني والداي أدون قائمة المشتريات الخاصة بالأسرة، يجعلني والداي أشتري الضروريات فقط وليس كل ما أرغب فيه، تعلمت من أمي مهارة التفاوض والبحث عن فرص للخصم، تشتري أمي في أوقات الخصومات (الاو كازيون)، أذهب مع والداي لنشتري ما حددناه في القائمة، ترفض أمي أن أشتري ما احتاجه عبر المتاجر الإلكترونية، يشترك والداي في النشرات الإخبارية للمتاجر الإلكترونية لترسل لنا إعلاناتها أثناء فترة الخصم، تبحث أمي عن بديل عندما لا تجد المنتج الذي تريده، يجعلني والداي أتأكد من غلق مصابيح الانارة وصنابير المياه عندما تغادر الغرفة أو تغادر المنزل، يشتري والداي المصابيح الموفرة، يشتري والداي المنتجات ذات الجودة العالية على المدى الطويل، يساعدني أصدقائي بإمدادي بالمعلومات التي أريدها عن أي منتج، أفضل أخذ رأي أصدقائي في كل ما اشتريه، يحدد لي زملائي المتاجر التي أتعامل معها، أتسابق انا وزملائي علي أي منتج جديد لتجربته.

**ثالثاً:- الممارسات الاستهلاكية المستدامة:** ضم (١٣) عبارة موجبة الاتجاه وتكون الاستجابة علي هذا البعد وفقاً لمقياس ليكارت الثلاثي (نعم، أحياناً، لا)، بتقييم (٣، ٢، ١) وتم إعداده وتصميمه في ضوء المفهوم الاجرائي " الممارسات التي يقوم بها الفرد أثناء وبعد استهلاكه للسلع بشكل يضمن استدامة الموارد ويحافظ علي البصمة البيئية " يجيب عنها الشباب الجامعي من الجنسين ومن هذه العبارات: أفاضل بين المنتجات وأختار المنتجات صديقة للبيئة، أتبنى ممارسات استهلاكية صحيحة، أشتري ما احتاجة فقط، أشتري المنتج ذات جودة عالية على المدى الطويل، أتجنب الانفاق الزائد، أستفيد قدر الامكان من الانفاق اليومي الذي أحده نفسي، بعد نهاية استهلاكي لأي منتج أحاول الاستفادة منه في شيء آخر، أصنع كل ما يلزمني في منزلي، أجمل ملابسني القديمة واستخدمها مرة ثانية، أبحث عن سلع بديلة في حالة عدم توافر ما يلزمني، أتجنب الديون غيرالضرورية، أفضل تناول الطعام خارج المنزل، اتجنب الاسراف في استهلاك الموارد كالماء والكهرباء، شراء الاحتياجات الفعلية وقت العروض الإلكترونية.

**رابعاً:- الادخار والاستثمار:** ضم (١٠) عبارات موجبة الاتجاه وتكون الاستجابة علي هذا البعد وفقاً لمقياس ليكارت الثلاثي (نعم، أحياناً، لا)، بتقييم (٣، ٢، ١) وتم إعداده وتصميمه في ضوء المفهوم الاجرائي " قدرة الشباب علي ادارة الشراء بشكل يضمن توفير جزء من موارده وتحقيق أكبر عائد على المحفظة الادخارية والاستفادة منه في عمليات أخرى " يجيب عنها الشباب الجامعي من الجنسين وتدور هذه العبارات حول: تدخر أسرتي ما يفيض عن حاجتها، لا تشتري أسرتي أي منتجات غذائية مصنعة، أدخر من مصروفي ما يلزم شراء احتياجاتي، أوفر جزء من مصروفي لعمل مشروع صغير باستخدام شبكة الانترنت، أستطيع تنفيذ بعض المنتجات التي تلزم محيط عائلتنا وكسب مبلغ مالي، استثمر وقت فراغي واعمل علي الانترنت وأوفر مقدار من المال، أحرص على العمل

بجانب دراستي ، أحاول أن أساعد أسرتي بتقليل نفقاتي ،لدي قناة على اليوتيوب تقدم محتوى وتدر لي دخلا ، أقوم أنا وأخوتي بمشروع بالمنزل.

### تقنين الأدوات : يقصد بها حساب صدق وثبات المقاييس:

صدق المقاييس:- اعتمد البحث الحالي للتحقق من صدق المقاييس علي طريقتين:

أ: **صدق المحتوى ( المحكمين):-** للتحقق من صدق الاستبيان وتمثيلة للهدف الذي يقيسه تم عرض الاستبيان في صورته الأولية على عدد( ١١) من المحكمين المتخصصين بإدارة المنزل والمؤسسات بكلية الاقتصاد المنزلي جامعة المنوفية، الأزهر ، كلية التربية النوعية بأشمون، أسوان، المنصورة للحكم علي مدي مناسبة صياغة كل عبارة للمحور الخاص به وتحديد اتجاه كل عبارة. وتم حساب نسبة الاتفاق لكل عبارة ، وتراوحت نسبة الاتفاق ما بين (٩٣% : ١٠٠%) تم اجراء بعض التعديلات.

ب-**صدق الاتساق الداخلي (صدق التكوين):** لحساب صدق الاتساق الداخلي للادوات تم تطبيق الاستبيان بعد تعديل آراء المحكمين علي ٤٠ شاب افراد العينة الاستطلاعية والتي تتوافر فيهم نفس شروط العينة الأساسية وبعد التطبيق تم حساب الصدق باستخدام معامل ارتباط بيرسون وذلك عن طريق حساب معامل ارتباط درجات كل بُعد بالدرجة الكلية للاستبيان ويوضح جدول (٢) قيم معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل بُعد والدرجة الكلية لاستبيان الوعي الاستهلاك الذكي المستدام. جدول (٢) قيم معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل بُعد والدرجة الكلية لاستبيان الوعي بالسلوك الاستهلاك الذكي المستدام ن=٤٠

الدالة	الارتباط	أبعاد السلوك الاستهلاكي الذكي المستدام
٠.٠١	٠.٨٣٤	البعد الأول : الشراء الذكي
٠.٠١	٠.٩٥١	البعد الثاني : المؤثرات الاستهلاكية الذكية
٠.٠١	٠.٧٦٦	البعد الثالث : الممارسات الاستهلاكية المستدامة
٠.٠١	٠.٨٨٥	البعد الرابع : الادخار والاستثمار

\*\*دالة احصائيا عند مستوى ٠,٠١

يتضح من جدول (٢) أن معاملات الإرتباط بين درجات كل بُعد والدرجة الكلية لاستبيان الوعي بالسلوك الاستهلاك الذكي المستدام دالة عند مستوى (٠.٠١) لاقتربها من الواحد الصحيح مما يدل على أن الاستبيان بوجه عام يتمتع بدرجة عالية من الصدق وصادق لما وضع لقياسه .

### ثانياً: حساب ثبات الاستبيان Reliability:

ثبات الاستبيان:- يقصد بالثبات " قدرة الاختبار في إعطاء نفس النتائج أو نتائج قريبة منها إذا أعيد تطبيقه علي نفس الأفراد" وتم حساب معاملات الثبات للاستبيان باستخدام طريقة التجزئة النصفية Split-half - جتمان Guttman - سبيرمان وبراون Spearman-Brown - ألفا كرونباخ Alpha. جدول(٣) يوضح معاملات ثبات إستبيان الوعي بالسلوك الاستهلاك الذكي المستدام وأبعاده جدول(٣) معاملات ثبات إستبيان الوعي بالسلوك الاستهلاك الذكي المستدام كمخرج آمن من برائن وسائل التواصل وأبعاده وفقاً للتجزئة النصفية (جتمان - سبيرمان وبراون) - ألفا كرونباخ. ن=٤٠

جتمان	اسبيرمان براون	التجزئة النصفية	معامل الفا	أبعاد السلوك الإستهلاكي الذكي المستدام
٠.٧٧٣	٠.٨٢٥	٠.٧٤٣	٠.٧٨٩	البعد الأول : الشراء الذكي
٠.٨٩١	٠.٩٤١	٠.٨٦١	٠.٩٠٧	البعد الثاني : المؤثرات الاستهلاكية الذكية
٠.٧٣٢	٠.٧٨٠	٠.٧٠٥	٠.٧٤٣	البعد الثالث : الممارسات الاستهلاكية المستدامة
٠.٧٩٥	٠.٨٤٦	٠.٧٦٣	٠.٨٠٩	البعد الرابع : الادخار والاستثمار
٠.٨٤٢	٠.٨٩١	٠.٨١٢	٠.٨٥١	اجمالي استبيان الاستهلاك الذكي المستدام

يتضح من جدول (٣) أن إستبيان الوعي السلوك الاستهلاكي الذكي المستدام وأبعاده حقق معاملات ثبات علي درجة مقبولة علمياً، حيث بلغت قيم معاملات ثبات استبيان الإستهلاك الذكي المستدام

وأبعاده وفقاً لمعامل التجزئة النصفية (٠.٧٤٣، ٠.٨٦١، ٠.٧٠٥، ٠.٨١٢، ٠.٧٦٣) ولمعامل جتمان (٠.٨٩١، ٠.٧٧٣، ٠.٧٩٥، ٠.٧٣٢، ٠.٨٤٢) بينما كانت قيم معاملات الارتباط سيبرمان - براون (٠.٨٢٥، ٠.٧٨٠، ٠.٩٤١، ٠.٨٤٦، ٠.٨٩١) على الترتيب كما يتضح أن معاملات ثبات ألفا كرونباخ للاستبيان (٠.٧٤٣، ٠.٩٠٧، ٠.٧٨٩، ٠.٨٠٩، ٠.٨٥١) وجميعها دالة عند مستوى معنوية ٠.٠١ مما يشير إلى تمتع الاستبيان بدرجة ثبات مرتفعة.

من خلال ما سبق أصبح الاستبيان في صورته النهائية وتم تطبيق أدوات الدراسة " استبيان الوعي بالإستهلاك الذكي المستدام بأبعاده وتم تقييم العبارات الايجابية (٣-٢-١) والعبارات السلبية (١-٢-٣) وفقاً لمقياس ليكرت الثلاثي (نعم، أحياناً، لا). ثم تم تقسيم استجابات أفراد العينة إلى ثلاث مستويات كما يوضحها جدول (٤).

جدول (٤) المدى والمستويات لاستبيان وعي عينة البحث بالسلوك الاستهلاكي الذكي المستدام

المستوي المرتفع أكثر من ٧٠%	المستوي المتوسط من ٥٥ الي ٧٠%	المستوي المنخفض أقل من ٥٥%	المدى	عدد العبارات	أبعاد السلوك الاستهلاك الذكي المستدام
٧٩ : ١١٤	٦٢ > ٧٩	٦٢ >	١١٤ - ٣٨	٣٨	إدارة الشراء الذكي
٥٦ : ٨١	٤٤ > ٥٦	٤٤ >	٨١ - ٢٧	٢٧	المؤثرات الإستهلاكية الذكية
٢٧ : ٣٩	٢١ > ٢٧	٢١ >	٣٩ - ١٣	١٣	الممارسات الإستهلاكية المستدامة
٢١ : ٣٠	١٦ > ٢١	١٦ >	٣٠ - ١٠	١٠	الإدخار والاستثمار
١٤٨ : ٢٦٤	١٤٥ > ١٤٨	١٤٥ >	٢٦٤ - ٨٨	٨٨	اجمالي الاستهلاك الذكي المستدام

ويتضح من جدول (٤) مايلي:**البعد الاول: إدارة الشراء الذكي** : كانت الدرجة العظمي =  $3 \times 38 = 114$  درجة، والدرجة الصغري =  $1 \times 38 = 38$  درجة مقسمة إلى ثلاث مستويات: حيث كان المستوي المنخفض (أقل من ٥٥%) من الدرجة العظمي (أقل من ٦٢)، المستوي المتوسط (من ٥٥% > : ٧٠%) من الدرجة العظمي (من ٦٢ > : ٧٩)، المرتفع (٧٠% فأكثر) من الدرجة العظمي (٧٩ : ١١٤).

**البعد الثاني: المؤثرات الإستهلاكية الذكية** : كانت الدرجة العظمي =  $3 \times 27 = 81$  درجة، والدرجة الصغري =  $1 \times 27 = 27$  درجة مقسمة إلى ثلاث مستويات: حيث كان المستوي المنخفض (أقل من ٥٥%) من الدرجة العظمي (أقل من ٤٤)، المستوي المتوسط (من ٥٥% > : ٧٠%) من الدرجة العظمي (من ٤٤ > : ٥٦)، المستوي المرتفع (٧٠% فأكثر) من الدرجة العظمي (٥٦ : ٨١).

**البعد الثالث : الممارسات الإستهلاكية المستدامة** : كانت الدرجة العظمي =  $3 \times 13 = 39$  درجة، والدرجة الصغري =  $1 \times 13 = 13$  درجة مقسمة إلى ثلاث مستويات: حيث كان المستوي المنخفض (أقل من ٥٥%) من الدرجة العظمي (أقل من ٢١)، المستوي المتوسط (من ٥٥% > : ٧٠%) من الدرجة العظمي (من ٢١ > : ٢٧)، المرتفع (٧٠% فأكثر) من الدرجة العظمي (٢٧ : ٣٩).

**البعد الرابع : الإدخار والاستثمار** : كانت الدرجة العظمي =  $3 \times 10 = 30$  درجة، والدرجة الصغري =  $1 \times 10 = 10$  درجة مقسمة إلى ثلاث مستويات: حيث كان المستوي المنخفض (أقل من ٥٥%) من الدرجة العظمي (أقل من ١٦)، المستوي المتوسط (من ٥٥% > : ٧٠%) من الدرجة العظمي (من ١٦ > : ٢١)، المستوي المرتفع (٧٠% فأكثر) من الدرجة العظمي (٢١ : ٣٠).

**اجمالي استبيان الاستهلاك الذكي المستدام** :- يضم الاستبيان (٨٨) عبارة وكانت الدرجة العظمي =  $3 \times 88 = 264$  درجة، والدرجة الصغري =  $1 \times 88 = 88$  درجة مقسمة إلى ثلاث مستويات: حيث كان المستوي المنخفض (أقل من ٥٥%) من الدرجة العظمي (أقل من ١٤٥)، المستوي المتوسط (من ٥٥% > : ٧٠%) من الدرجة العظمي (من ١٤٥ > : ١٨٤)، المرتفع (٧٠% فأكثر) من الدرجة العظمي (١٨٤ : ٢٦٤).

## ثانياً: استبيان الوعي بالكفاءة الذاتية المدركة :-

- **بناء الاستبيان:** تم بناء الاستبيان طبقاً للمفهوم الإجرائي وبعد الإطلاع على البحوث والدراسات السابقة والتي لها علاقة بالكفاءة الذاتية المدركة للشباب للاستفادة منها في وضع بنود الاستبيان. مثل دراسة كل من فتحى (٢٠٠٠)، عبدالرحيم (٢٠٠١)، أبوأسعد (٢٠١١)، أبوأسعد، الأزييدة (٢٠١٥)، كرماش (2016)، الشبول، الجراح (٢٠٢٠)، تاحوليت (2021).

- **وصف استبيان الكفاءة الذاتية المدركة:** تم إعداده وتصميمه في ضوء المفهوم الاجرائي " معتقدات الشباب حول قدرته على ضبط الأحداث التي تؤثر على حياته، والسيطرة على انفعالاته، وتكوين علاقات اجتماعية ناجحة، ومثابرتة على تحقيق متطلباته، والتغلب على المشكلات التي تواجهه بشكل يساعده على تحديد أولويات انفاقه واتخاذ القرار الشرائي الرشيد باختيار أفضل البدائل بأفضل سبل التوفير لإشباع حاجاته ويتضح ذلك في ثلاثة أبعاد للكفاءة الذاتية " واشتمل على (٤٨) عبارة وقد تم تحديدها في (إدارة الذات – اتخاذ القرارات – الاستئارة الانفعالية) وتم تقسيم مستوياتها بطريقة النسب المئوية للدرجات المطلقة للاستبيان وكانت كما يلي:

-**البعد الأول: إدارة الذات:** ضم (١٨) عبارة ١٥ عبارة موجبة الاتجاه ٣ عبارات سلبية وتكون الاستجابة علي هذا البعد وفقاً لمقياس ليكرت الثلاثي (نعم، أحياناً، لا)، وبتقييم (٣، ٢، ١) للعبارات الموجبة وبتقييم (٣، ٢، ١) للعبارات السالبة وتم إعداده وتصميمه في ضوء المفهوم الاجرائي والذي يشتمل علي مجموعة المهارات التي تساعد الشباب على إدارة وقته، والتخطيط السليم لحياته، وقدرته على العمل تحت شتى الضغوط، وتقويمه لذاته عند الخطأ، واستخدام أفضل الطرق والعادات في التعامل مع موارده الالكترونية وتحسين قدرته في عملية الشراء واستخدام السلع والخدمات بشكل مستدام للوصول الي الاستهلاك المستدام لموارده. يجب عنها الشباب الجامعي من الجنسين واشتمل على عبارات تدور حول: أحدد وقت لشراء احتياجاتي، أخطط لشراء مستلزماتي من متاجر معينة، أرتب بنود إنفاقي وفقاً لأهميتها، أذخر جزء من المال لشراء مستلزمات لي في المستقبل، أحرص على أن يكون مظهري مهني، أستطيع تفادي أخطائي السابقة في الشراء وحلها، أستعرق لشراء احتياجاتي وقتاً أطول من الازم، أشتري مستلزماتي بعيداً عما خططت له، أشعر بتقدير أسرتي عندما أشتري منتجات بجودة عالية وسعرها مناسب، أكرر المتاجر التي تتميز بجودة منتجاتها وسهولة التعامل معها، أحرص على تدوين كل ما أخطط لشرائه، أشعر بالتقدير عندما أستطيع شراء كافة احتياجاتي، أشعر بالتقصير عندما اتسرع في شراء منتج غير ضروري، أحافظ على حقوقي عند أي مشكلة تظهر مع المتجر، ألقى اللوم علي نفسي عندما أقوم بعملية شراء غير ناجحة، أوفر بدائل لمنتجات لا أستطيع شراءها، أضبط أعصابي عندما أغضب أمام الآخرين.

-**البعد الثاني: اتخاذ القرارات:** ضم (١٤) عبارة ١٢ عبارة موجبة الاتجاه ٢ عبارة سلبية الاتجاه وتكون الاستجابة علي هذا البعد وفقاً لمقياس ليكرت الثلاثي (نعم، أحياناً، لا)، وبتقييم (٣، ٢، ١) للعبارات الموجبة وبتقييم (٣، ٢، ١) للعبارات السالبة وتم إعداده وتصميمه في ضوء المفهوم الاجرائي واشتمل علي قدرة الشباب على الاختيار المدرك بين البدائل في موقف معين والتي تمكنه من مواجهة المشكلات التي تعترضه في عملية التسوق بأسلوب علمي بما تحقيق أكبر عائد على المحفظة الادخارية بأفضل طريقة ممكنة باتخاذ قرارات شرائية مستنيرة ويشمل (التعرف على المشكلة وتحديدتها- إيجاد حلول وبدائل- تقييم البدائل- اختيار الأفضل- تنفيذ الحل وتحمل مسؤوليته). يجب عنها الشباب الجامعي من الجنسين واشتمل على عبارات تدور حول: أفكر في كل مشكلة تواجهني دون تسرع، أرتب مشكلاتي وفق أولوياتي، أضع حلول لكل مشكلة تواجهني، أندفع في اتخاذ القرارات الشرائية، أجمع معلومات حلول المنتج الذي أريده، أضع حلول وبدائل لكل منتج يصعب شراؤه، أدرس مزايا وعيوب كل بديل، أستعين بخبرات الآخرين في المنتجات التي أريدها، أتردد في

اتخاذ القرار الشرائي المناسب، أسعى الي شراء منتجات متميزة ومتفردة ،تشاركني أسرتي في اتخاذ القرارات الشرائية، أختار الحل المناسب لمشكلتي ، ،أتحمل مسؤولية قراراتي التسويقية.

**البعد الثالث : الاستثارة الانفعالية:** ضم (١٦) عبارة ٩ عبارات موجبة الاتجاه ٧ عبارات سلبية الاتجاه وتكون الاستجابة علي هذا البعد وفقاً لمقياس ليكرت الثلاثي (نعم، أحياناً، لا)، وبتقييم (٣، ٢، ١) للعبارات الموجبة وبتقييم (٣، ٢، ١) للعبارات السالبة وتم إعداده وتصميمه في ضوء المفهوم الاجرائي كقدرة الشباب على عدم الانسياق وراء نهم الشراء العاطفي وضبط النفس في تحديد الاولويات الانفاق والالتزام بها. يجب عنها الشباب الجامعي من الجنسين واشتمل على عبارات تدور حول: أثار على شراء ما أريده ،لا أقطع الأمل فأبحث عن بديل لأي منتج لا أجده ،أستفيد من خبرات الآخرين في الشراء ،أجد صعوبة في التعبير عن ما أحتاجه ،أتعلم من البرامج التليفزيونية مهارات جديدة تفيد في ترشيد المنتجات ،أأثر بأراء المحيطين بي عند الشراء ،أحقق الأهداف التي أهددها ،أنتهي من كل عمل في الوقت المحدد له ،أشعر بالاضطراب عندما لا أجد المنتج الذي أريده، من عاداتي عدم الانسياق وراء الاعلانات الالكترونية، افتخر عند شراء منتجات من ماركات عالمية ،أفضل المجازفة عند الشراء ،أشتري كل ما هو جديد، أشعر بالارتباك حين اختلف بالرأي مع الآخرين ، أفقد الدافعية والحماس عندما تواجهني بعض الصعوبات فأشتري أي شيء.

#### - تقنين الأدوات : يقصد بها حساب صدق وثبات المقاييس:

صدق المقاييس:- اعتمد البحث الحالي للتحقق من صدق المقاييس علي طريقتين :

**أ: صدق المحتوى ( المحكمين):-** للتحقق من مدي صدق الاستبيان وتمثيلة للهدف الذي يقيسه تم عرض استبيان الكفاءة الذاتية المدركة في صورته الأولية على عدد(١١) محكم متخصصين بإدارة المنزل والمؤسسات بكلية الاقتصاد المنزلي جامعة المنوفية ، الأزهر، كلية التربية النوعية بأشمون، أسوان، المنصورة. للحكم علي مدي مناسبة كل عبارة للمحور الخاص به وصياغة العبارات وتحديد اتجاه كل عبارة. وتم حساب نسبة الاتفاق لكل عبارة ، وتراوحت ما بين ( ٩٣% : ١٠٠%).

**ب-صدق الاتساق الداخلي (صدق التكوين):** لحساب صدق الاتساق الداخلي للادوات تم تطبيق الاستبيان بعد تعديل آراء المحكمين علي ٤٠ شاب من افراد العينة الاستطلاعية والتي تتوافر فيهم نفس شروط العينة الأساسية وبعد التطبيق تم حساب الصدق باستخدام معامل ارتباط بيرسون وذلك بحساب معامل ارتباط درجات كل بُعد بالدرجة الكلية للاستبيان ويوضح جدول(٥) قيم معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل بُعد والدرجة الكلية لاستبيان الوعي الكفاءة الذاتية المدركة.

جدول (٥) قيم معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل بُعد والدرجة الكلية لاستبيان الوعي الكفاءة الذاتية المدركة ن=٤٠

الدالة	الارتباط	أبعاد الكفاءة الذاتية المدركة
٠.٠١	٠.٨٤٤	البعد الأول : إدارة الذات
٠.٠١	٠.٧٩٣	البعد الثاني : اتخاذ القرارات
٠.٠١	٠.٩٢٧	البعد الثالث : الاستثارة الانفعالية

\*\*دالة احصائيا عند مستوى ٠,٠١

**يتضح من الجدول** أن معاملات الارتباط بين درجات كل بُعد والدرجة الكلية لاستبيان الوعي بالكفاءة الذاتية المدركة دالة عند مستوى (٠.٠١) لاقتربها من الواحد الصحيح مما يدل على أن الاستبيان بوجه عام يتمتع بدرجة عالية من الصدق وصادق لما وضع لقياسه .

#### ثانياً: حساب ثبات الاستبيان Reliability:

**ثبات الاستبيان:-** يقصد بالثبات " قدرة الاختبار في إعطاء نفس النتائج أو نتائج قريبة منها إذا أعيد تطبيقه علي نفس الأفراد" وتم حساب معاملات الثبات للاستبيان باستخدام التجزئة النصفية



**Alpha - Split-half - Guttman - Spearman-Brown** - ألفا كرونباخ Cronbach . وجدول (٦) يوضح معاملات ثبات استبيان الوعي الكفاءة الذاتية بأبعادها وفقاً لذلك . جدول (٦) معاملات ثبات استبيان الوعي بالكفاءة الذاتية المدركة وأبعادها وفقاً لمعامل (جتمان - سبيرمان وبراون - ألفا كرونباخ).  $n=40$

جثمان	اسبيرمان براون	التجزئة النصفية	معامل الفا	أبعاد الكفاءة الذاتية المدركة
٠.٨٥١	٠.٩٠٩	٠.٨٢٠	٠.٨٦٤	البعد الأول : ادارة الذات
٠.٧٦٢	٠.٨١٣	٠.٧٣٥	٠.٧٧٥	البعد الثاني : اتخاذ القرارات
٠.٩٠٣	٠.٩٥٥	٠.٨٧٦	٠.٩١٤	البعد الثالث : الإستشارة الإنفعالية
٠.٨١٤	٠.٨٦٠	٠.٧٨١	٠.٨٢٩	إجمالي الكفاءة الذاتية المدركة

يتضح من جدول (٦) أن استبيان الوعي بالكفاءة الذاتية المدركة وأبعاده حقق معاملات ثبات علي درجة معقولة ومقبولة علمياً، حيث بلغت قيم معاملات ثبات استبيان الكفاءة الذاتية المدركة وأبعادها وفقاً لمعامل التجزئة النصفية (٠.٨٢٩، ٠.٩١٤، ٠.٧٣٥، ٠.٨٢٠) ولمعامل جتمان (٠.٨١٤، ٠.٩٠٣، ٠.٧٦٢، ٠.٨٥١)، بينما كانت قيم معامل الارتباط سبيرمان- براون (٠.٨١٣، ٠.٩٠٩، ٠.٨٦٠، ٠.٩٥٥) علي الترتيب كما يتضح أن معامل ثبات ألفا كرونباخ (٠.٨٦٤، ٠.٨٢٩، ٠.٩١٤، ٠.٧٧٥) وجميعها دالة عند مستوى معنوية عند مستوى ٠.٠١ مما يشير إلى تمتع الاستبيان بدرجة ثبات مرتفعة.

وفي ضوء ما سبق أصبح الاستبيان في صورته النهائية وتم تطبيق أدوات الدراسة "استبيان الوعي بالكفاءة الذاتية المدركة بأبعادها وتم تقييم العبارات الايجابية (٣-٢-١) والعبارات السلبية (١-٢-٣) وفقاً لمقياس ليكرت الثلاثي (نعم، أحياناً، لا). ثم تم تقسيم استجابات أفراد العينة إلي ثلاث مستويات كما يوضحها جدول (٧).

**جدول (٧) المدى والمستويات لاستبيان وعي عينة البحث بالكفاءة الذاتية المدركة بأبعادها**

المستوي المرتفع أكثر من ٧٠%	المستوي المتوسط من ٥٥ الي ٧٠%	المستوي المنخفض أقل من ٥٥%	المدى	عدد العبارات	أبعاد الكفاءة الذاتية المدركة
٣٧ : ٥٤	٢٩ > ٣٧	٢٩ >	١٨ - ٥٤	١٨	إدارة الذات
٢٩ : ٤٢	٢٣ > ٢٩	٢٣ >	١٤ - ٤٢	١٤	اتخاذ القرارات
٣٣ : ٤٨	٢٦ > ٣٣	٢٦ >	١٦ - ٤٨	١٦	الإستشارة الإنفعالية
١٠٠ : ١٤٨	٧٩ > ١٠٠	٧٩ >	٤٨ - ١٤٤	٤٨	إجمالي الكفاءة الذاتية المدركة

ويتضح من جدول (٧) أن **البعد الأول: إدارة الذات**: كانت الدرجة العظمي =  $3 \times 18 = 54$  درجة، والدرجة الصغري =  $1 \times 18 = 18$  درجة مقسمة إلي ثلاث مستويات: حيث كان المستوي المنخفض (أقل من ٥٥%) من الدرجة العظمي (أقل من ٢٩)، المستوي المتوسط (من ٥٥% > : ٧٠%) من الدرجة العظمي (من ٢٩ > : ٣٧)، المستوي المرتفع (٧٠% فأكثر) من الدرجة العظمي (٣٧ : ٥٤) . **البعد الثاني: اتخاذ القرارات**: كانت الدرجة العظمي =  $3 \times 14 = 42$  درجة، والدرجة الصغري =  $1 \times 14 = 14$  درجة مقسمة إلي ثلاث مستويات: حيث كان المستوي المنخفض (أقل من ٥٥%) من الدرجة العظمي (أقل من ٢٣)، المستوي المتوسط (من ٥٥% > : ٧٠%) من الدرجة العظمي (من ٢٣ > : ٢٩)، المستوي المرتفع (٧٠% فأكثر) من الدرجة العظمي (٢٩ : ٤٢) . **البعد الثالث : الإستشارة الإنفعالية**: كانت الدرجة العظمي =  $3 \times 16 = 48$  درجة، والدرجة الصغري =  $1 \times 16 = 16$  درجة مقسمة إلي ثلاث مستويات: حيث كان المستوي المنخفض (أقل من ٥٥%) من

الدرجة العظمي (أقل من ٢٣)، المستوي المتوسط (من ٥٥% >: ٧٠%) من الدرجة العظمي (من ٢٣ >: ٢٩)، المستوي المرتفع (٧٠% فأكثر) من الدرجة العظمي (٢٩ : ٤٢) .  
اجمالي استبيان الكفاءة الذاتية المدركة :- يضم الإسبتيان (٤٨) عبارة وكانت الدرجة العظمي = ٤٨ × ٣ = ١٤٤ درجة، والدرجة الصغري = ١ × ٤٨ = ٤٨ درجة مقسمة إلي ثلاث مستويات: حيث كان المستوي المنخفض (أقل من ٥٥%) من الدرجة العظمي (أقل من ٧٩)، المتوسط (من ٥٥% >: ٧٠) من الدرجة العظمي (من ٧٩ >: ١٠٠)، المرتفع (٧٠% فأكثر) من الدرجة العظمي (١٠٠ : ١٤٤).

#### **رابعًا: برنامج إرشادي إلكتروني عبر منصة موديل لتنمية وعي الشباب الجامعي بالسلوك الإستهلاكي الذكي المستدام كمخرج آمن لتحديات وسائل التواصل وعلاقته بالكفاءة الذاتية المدركة لديهم**

من خلال البيانات المستمدة من استجابات الشباب عينة البحث الأساسية على أدوات البحث؛ تم اعداد البرنامج على شباب عينة البحث التجريبية من خلال تطبيق عملي لورش وجلسات إرشادية عبر منصة موديل الالكترونية لتنمية وعي الشباب ، حيث قامت الباحثتان بما يلي:

- الاطلاع على الدراسات السابقة الخاصة بالبرامج الارشادية للاستفادة منها في تصميم البرنامج الالكتروني وكيفية تقييمه، وقد تم إعداد محتوى جلسات البرنامج الإرشادي بالاستعانة بالعديد من المراجع العلمية. خير الدين (٢٠١٤)، بن يحيى (٢٠٢٠)، القرشي (٢٠٢٠)، آل مرعي (٢٠٢٢)، محمد (٢٠٢٢)، النقيب (٢٠٢٣)، العايدي (٢٠٢٣). - تمت المقابلات الشخصية مع الشباب أفراد عينة التجريبية للكشف عن الخلفية المعرفية لديهم حول مفهوم السلوك الإستهلاكي الذكي المستدام بالإضافة إلى التعرف على مدى وعيهم بالمؤثرات الاستهلاكية الذكية ، و ممارستهم اليومية الاستهلاكية السلبية والإيجابية. وكيفية التعامل مع مواردهم الالكتروني والحفاظ على بياناتهم المالية ومعلوماتهم الشخصية ومدى قدرتهم على الادخار والاستثمار . وللتواصل بشباب العينة التجريبية تم اعداد جروب علي الوات ساب للاتفاق على مواعيد الجلسات مع التنسيق مع إدارة الكلية التي سيتم بها التدريب لتوفير المكان المناسب لتنفيذ البرنامج بالمقابلة الشخصية اثناء الدخول علي المنصة وقت التدريب؛ وذلك للمتابعة والتوجيه ومساعدتهم في التغلب على أية عقبات اثناء جلسات التطبيق.

#### **- أولاً: التخطيط العام للبرنامج الإرشادي المطبق علي ما يلي:**

- **تحديد الهدف العام منه:** وهو تحسين الخلفية المعرفية، وتعديل اتجاهات وممارسات الشباب الجامعي حول السلوك الاستهلاك الذكي المستدام القائم على سلوك المستهلك وذلك بزيادة قدرة شباب عينة البحث على وضع خطة لتسوقه وجمع معلومات عن السلعة والبحث عن البدائل ذات الجودة العالية واختيار أفضل البدائل بأفضل سبل التوريد عن طريق إجراء مقارنات سعرية والاستفادة من الحملات الترويجية بغرض تحسين قدرته في عمليات الشراء واستخدام السلع والخدمات بشكل مستدام لتحقيق أكبر عائد على المحفظة الادخارية مستخدماً موارده المتاحة بأفضل طريقة ممكنة في عملية التسوق وبشكل يضمن أمن بياناته الشخصية .

- **الأهداف الخاصة للبرنامج:** تشتمل الأهداف الخاصة للبرنامج على الجوانب المعرفية-المهارية-الوجدانية) وقد راعت الباحثتان أن تتحقق جميع الأهداف.

وتم صياغة الأهداف كما يلي:- **الأهداف المعرفية:** يُقصد بها الأهداف التي تركز على الجانب العقلي والنشاط الذهني وتهتم بالمعلومات المكتسبة حول مفهوم الاستهلاك الذكي المستدام والفرق بينه وبين أنواع الاستهلاك الأخرى وحقوق وواجبات المستهلك، ودور جهاز حماية المستهلك ومراحل إدارة الشراء الذكي والاجراءات المتبعة لكل مرحلة وكذلك الاجراءات الازمة عند وجود عيوب بالسلعة عند استلامها ونظم الدفع الإلكترونية والمخاوف التي يواجهها المستهلك عند الشراء لإلكتروني كسرقة الهوية - المتاجر الزائفة على الإنترنت - البيانات غير المشفرة - اختراقات البيانات - التقييمات الزائفة - التطبيقات الزائفة - شبكة Wi-Fi غير الأمنة - البرامج الإعلانية - التصيد

الاحتياالي رسائل البريد الإلكتروني الإحتيالية) وتقديم بعض النصائح المفيدة للتسوق عبر الإنترنت بصورة أكثر أمناً وكذلك دور الاستهلاك الذكي المستدام في تحقيق التنمية المستدامة لخطة الدولة ٢٠٣٠ ومن بينها يستطيع الشاب في نهاية المدة المحددة للجلسة أن:

- يحدد أهداف البرنامج - يوضح الخطوات الإجرائية للبرنامج - يحدد معايير ما هو مقبول وإيجابي أو مرفوض وسلبى- يذكر مدى الاستفادة التي ستحقق من تطبيق هذا البرنامج - يوضح مراحل إدارة الشراء الذكي- يعدد أنواع المؤثرات الإستهلاكية الذكية - يشرح كيفية التسوق عبر الإنترنت بطرق امنه حفاظا على بياناته المالية ومعلوماته الشخصية - يوضح مفهوم الادخار والاستثمار - يعرف نظم الدفع الإلكتروني - يعرف الاجراءات الازمة عند شراء سلعة بها عيوب .

- **الأهداف المهارية:** يُقصد بها الأهداف التي تهتم بالجانب النفس حركي، وتنمية المهارات الأساسية التي تساعد الشباب على صقل وعيهم بالسلوك الإستهلاكي الذكي المستدام، وتشمل كيفية إدارة الشراء الذكي وفق خطوات مدروسة واستخدام المؤثرات التسويقية الإلكترونية بحذر والحرص على استدامة الموارد حفاظا على حق الاجيال القادمة في مواردها . أي يستطيع الشاب في نهاية المدة المحددة للجلسة أن:- يتبع السلوك العلمي المستنير في الشراء الذكي - يستخدم وسائل التواصل الاجتماعي بشكل آمن - يضع خطة لتحديد احتياجاته؛ يختار طرق دفع الكترونية آمنه.

-**الأهداف الوجدانية:** يُقصد بها الأهداف التي تدعم الأحاسيس والمشاعر والانفعالات الثابتة بتكوين الاتجاهات والقيم الإيجابية نحو استخدام الشباب الموارد الإلكترونية المتاحة بأفضل طريقة ممكنة في عملية التسوق والبحث عن البدائل ذات الجودة العالية بقدر الامكان لاشباع حاجاتهم الأوليه والثانوية عن طريق شراء السلع والخدمات الكترونيا أي يستطيع الشاب في نهاية المدة المحددة للجلسة أن:- يبدي حماسه لأهداف البرنامج ومدى النفع العائد عليه من تطبيقه - يبدي استعداداً لمشاركته في البرنامج - يشارك بإيجابية في مناقشة أهداف البرنامج وآلية تنفيذه- يدرك المردود النفعي له وللمجتمع جراء تنفيذ البرنامج - يشجع زملائه على أن يكون هدف البرنامج الوصول إلى الاستهلاك الذكي المستدام بقناعات ذاتية مدركة من قبل الشباب. وقد روعي في صياغة تلك الأهداف أن يكون الهدف واضحاً، واقعياً، يُمكن قياسه، ولا يتداخل مع هدف آخر ويُعبر عن السلوك الذي سوف يتكون لدى الشباب.

**ثانياً: الإجراءات العملية لتنفيذ البرنامج : تتطلب تحديد ما يلي:**

أ- **المحتوى العلمي للبرنامج:** - يتضمن البرنامج عشر جلسات موزعة على مفهوم الاستهلاك الذكي المستدام والكفاءة الذاتية المدركة كما يلي:

جدول (٨) عناوين وعدد جلسات البرنامج الإرشادي الإلكتروني

عنوان الجلسة	الجلسات
جلسة تمهيدية إفتتاحية	الجلسة الأولى
التعريف بطبيعة البرنامج وآلية العمل في الجلسات المتتالية	الجلسة الثانية
مفهوم السلوك الإستهلاكي الذكي المستدام	الجلسة الثالثة
مقدمة عن الاستهلاك	الجلسة الرابعة
التسوق الإلكتروني وتداعياته	الجلسة الخامسة
الإستهلاك الذكي المستدام	الجلسة السادسة
إدارة الشراء الذكي	الجلسة السابعة
الشراء الذكي والمحافظة على أمن المعلومات	الجلسة الثامنة
الممارسات الإستهلاكية المستدامة	الجلسة التاسعة
المؤثرات الإستهلاكية التسويقية	الجلسة العاشرة
الإدخار والإستثمار	
الختامية (الاستهلاك الذكي في ضوء الكفاءة الذاتية )	
تطبيق الاستبيان البعدي	

وبعد تحديد الموضوعات الرئيسية للبرنامج وصياغتها في صورة جلسات تعليمية، يُراعى تضمين كل جلسة العناصر التالية: عنوان الجلسة، الأهداف الإرشادية لكل جلسة، استراتيجيات التدريس المستخدمة، المادة العلمية، الأنشطة التعليمية، التقويم المرحلي للجلسة.

ب - **التخطيط للبرنامج الإرشادي:** من البيانات المستمدة من استمارة استبيان وعي الشباب بالاستهلاك الذكي المستدام، والتي أعدت لغرض الحصول على البيانات والمعلومات التي يمكن من خلالها معرفة السلوكيات والممارسات التي يقوم بها الشباب الجامعي أثناء استهلاكه اليومي لموارده وقد تم تحديد الاحتياجات الإرشادية والتوعوية الفعلية في مجتمع الدراسة كلية التربية النوعية بجامعة المنوفية . <https://drnihad.gnomio.com/course/view>

ج - **محتوى البرنامج:** بعد التعرف على خصائص عينة البحث الأساسية واستجابات العينة على أدوات البحث تم تحديد محتوى جلسات البرنامج في (١٠) جلسات إرشادية ومدة كل جلسة (٦٠ دقيقة) يتخللها (١٠ دقائق) استراحة بواقع جلستين أسبوعياً. وقد تم توزيع جلسات البرنامج كما هو موضح بجدول (٨)

- شرح لمحتوى جلسات البرنامج: **الجلسة الأولى: عنوان الجلسة:** "التعريف بطبيعة البرنامج والأهداف العامة له" **مقدمة عن الاستهلاك الذكي المستدام " محتوى الجلسة:** التعارف بين الباحثان وطلاب عينة الدراسة التجريبية - تطبيق الاختبار القبلي من خلال إجابة الشباب على عبارات الاستبيان - التعريف بأهداف البرنامج وأهميته من خلال اكسابهم المعلومات والمهارات والاتجاهات الايجابية نحو الاستهلاك الذكي المستدام - التعريف بمحتوى البرنامج بصفة عامة وآلية العمل في الجلسات بالاتفاق على نظام سير الجلسات وتحديد مواعيد الجلسات القادمة - تحديد الوسائل التعليمية والأنشطة المستخدمة.

- **الجلسة الثانية عنوان الجلسة:** "مقدمة عن الاستهلاك " **محتوى الجلسة** تشمل مفهوم الاستهلاك - حقوق وواجبات المستهلك- انماط السلوك الاستهلاكي- الفرق بين التسوق التقليدي والتسوق الالكتروني (المميزات والعيوب) ثم بتوضيح كل نقطة مثل: **أهمية الاستهلاك:** ترجع أهمية الاستهلاك إلى أنه الشرط الأساسي لتوازن النظام الاقتصادي في الأجل القصير ويعتمد على تحقيق التوازن بين العرض والطلب ولو لم يتحقق التعادل بين كمية النقود التي يرغب المشترون في إنفاقها مع كمية السلع والخدمات المعروضة فلن تكون هناك حالة توازن. **الولاء للمنتج المستدام** يعني أن سلوك المستهلك يصبح مبرمجاً بشكل تام لشراء منتج معين بذاته عند الإحساس بالحاجة ، **أنواع الولاء** (ولاء عاطفي - الولاء المرتبط بالراحة- الولاء للاسم - الولاء للصفات الحاكمة- الولاء بالتعامل الطويل المألوف- الولاء الناتج عن ارتفاع تكلفة التغيير - ولاء الارتباط) **حقوق المستهلك الذكي:** حق المستهلك في الاختيار بين المنتجات وعلامات الاستدامة - حقه في الحصول على المعلومات والبيانات الصحيحة عن المنتجات - حق الأمان وسلامة المنتج علي البيئة. **واجبات المستهلك نحو الاستهلاك الذكي:** يتعرف بدقة على ما يشتريه من سلع وخدمات التي تحقق أطول عمر استهلاك ، يتمسك بحقوقه في الأسعار وفي مستوى ما يحصل عليه من خدمات ، يتعاون مع الجهات المعنية في تنفيذ القرارات المرتبطة بترشيد الاستهلاك الذكي، يقدم شكواه ضد البائع أو المنتج عند حدوث أي خلل بالقوانين المنظمة للاستهلاك وأن يتقدم بما يراه من اقتراحات تضمن له حقوقه ، يكون لديه قدر من المعرفة يمكنه من التفرد بين الجيد والرديء من السلع.

**حماية المستهلك .. والمواقع المضللة:** يقصد بحماية المستهلك عملية حفظ حقوق المستهلك وضمان حصوله على تلك الحقوق من قبل منصات التسوق التجارية بكافة صورهم سواء كانوا تجاراً أو صناعاً أو مقدمي خدمات أو ناشري أفكار وذلك في إطار التعاون التسويقي.

أنواع حماية المستهلك: حماية سعرية - حماية صحية - حماية أمنية - حماية المستهلك في مجال السلع وتشمل الصحة والأمان - توفير المعلومات والبيانات - المواصفات الفنية - مستوى الجودة - الصيانة والإصلاح - مستوى الأسعار - منع التلوث.

### الجلسة الثالثة - عنوان الجلسة: " التسوق الإلكتروني وتداعياته "

محتوى الجلسة: مفهوم التسوق الإلكتروني- العوامل المؤثرة على التسوق الإلكتروني - خصائص المستهلك الإلكتروني - معايير رضا العملاء عن التسوق عبر الإنترنت - مواقع التسوق وتطبيقاتها - نظم الدفع الإلكترونية وأنواعها.

التسوق الإلكتروني هو عملية البيع والشراء عبر التقنيات الرقمية والتي من أبرزها الإنترنت. العوامل المؤثرة على التسوق الإلكتروني (الخصائص الديموغرافية للأفراد - المؤثرات الثقافية والاجتماعية - العروض المقدمة على مواقع التسوق الإلكتروني). خصائص المستهلك الإلكتروني ، معايير رضا العملاء عن التسوق عبر الإنترنت حيث رضا العميل هو المعيار الأساسي لنجاح أي خدمة ومن تلك المعايير: السهولة والبساطة في التعامل مع الإنترنت - الخصوصية والأمان - جودة العلاقة والتعامل مع العميل - متابعة خدمة العميل. مواقع التسوق الإلكتروني (Amazon - Walmart- Aliexpress - Namshi - E-testtur - Walmart- Aliexpress - Namshi) ، أهم التطبيقات الإلكترونية (الفييس بوك - الواتس أب- سناب شات). نظم الدفع: هي عملية تحويل الأموال وهي في الأساس ثمن السلعة أو الخدمة بطريقة رقمية، أنواع نظم الدفع (الشيك الإلكتروني - البطاقات الذكية - بطاقة الائتمان - بطاقات الدين - المحفظة الإلكترونية - الفوترة الإلكترونية - البطاقة المدفوعة مسبقا).

### الجلسة الرابعة عنوان الجلسة: " الاستهلاك الذكي المستدام "

محتوى الجلسة: الاستهلاك الذكي المستدام نستعرض مفهوم الاستهلاك الذكي المستدام فهو الاستهلاك القائم على سلوك المستهلك وذلك بوضع خطة لتسوقه وجمع معلومات عن السلعة والبحث عن البدائل ذات الجودة العالية واختيار أفضل البدائل بأفضل سبل التوفير عن طريق إجراء مقارنات سعرية والاستفادة من الحملات الترويجية مستخدما موارده الإلكترونية المتاحة بأفضل طريقة ممكنة في عملية التسوق وبشكل يضمن أمن بياناته الشخصية ويشمل (ادارة الشراء الذكي - المؤثرات الاستهلاكية الذكية - الممارسات الاستهلاكية المستدامة - الادخار والاستثمار).

أهداف الاستهلاك الذكي المستدام. دور المستهلك الذكي دور الاستهلاك الذكي في تحقيق التنمية المستدامة الاستهلاك المستدام في جميع مجالات الحياة

الجلسة الخامسة عنوان الجلسة: " إدارة الشراء الذكي " محتوى الجلسة: مفهوم ادارة الشراء الذكي ومراحله والاجراءات المتبعة لكل مرحلة حيث تعرف إدارة الشراء الذكي بوضع خطة تسوق للشراء بداية من تحديد السلعة ثم جمع معلومات عن السلعة والبحث عن بدائل ذات الجودة العالية واختيار أفضل البدائل، الاجراءات المتبعة لمرحلة ما قبل الشراء: تحديد السلع المراد شراؤها، ومقدارها، وميزانية الشراء- تحديد المواقع المراد الشراء منها بعد الخطوات التالية أسال عن المتاجر الإلكترونية التي تبيع بسعر الجملة، أتحقق من صحة العروض المقدمة، و أقارن بين أسعار المنتجات في المتاجر المختلفة، أقرأ المعلومات المتوفرة عن المنتج لمعرفة مدى مناسبه للميزانية، أبحث عن البدائل في حالة عدم تواجد ما اريد، قراءة ما يكتبه السابقون عن المنتج، التفرقة بين الصفحات الدعائية وصفحات البائعين الرسمي، البحث عن العروض المغرية، الاهتمام بشكل المنتج وجودته - تحديد طريقة الدفع الملائمة.

ويتم الشراء الفعلي بطلب العميل للسلعة أو الخدمة ويمثل هذا عقد صفقة أو ابرام تعاقد بين البائع والمشتري حيث يتم الإيجاب والقبول عبر الإنترنت وتتطلب هذه المرحلة تسجيل الدخول بحساب على الموقع للتأكد من حفظ بيانات التسوق ويتطلب التسجيل وجود بريد الكتروني صالح وحفظ



كلمة السر ثم الذهاب الي السلعة المراد شراؤها إضافتها الي الربة التسوق وكتابة العنوان أو من خلال شركة وسيطة تضع عنوانها مع رقم المشتري للتواصل والتأكد من سلامة التوصيل. ثم يقوم الفرد بتقييم عملية الشراء عبر المواقع الالكترونية وتحديد مقدار شعوره بالرضا عن عملي الشراء حيث يكون المشتري على تواصل لتجهيز الطلب مع خدمة العملاء بالموقع وفي حالة بدأ الشحن لا بد من إرسال رقم الطرد ومراقبة سير الشحن على الموقع ويفضل بعد الاستلام فحص السلعة جيدا قبل الاستلام فقد تكون السلعة اقل جودة فيتم استرجاعها لذلك يفضل العودة الي الموقع وترك رأي يستفيد منه المشترون الاخرون بناء على تجربتك وطلبك.

#### - الجلسة السادسة: عنوان الجلسة " الشراء الذكي والمحافظة على أمن المعلومات "

**محتوى الجلسة:** (إيجابيات الشراء الذكي - معوقات الشراء الذكي للمستهلك وأصحاب المتاجر - المخاطر التي يمكن التعرض لها أثناء الشراء الذكي) وتضمن الايجابيات (وجود خيارات كثيرة ومتوفرة - السهولة والسرعة في التحول بين المواقع التجارية - توفير الوقت والجهد - الحرية المطلقة خلال عملية التسوق - سرعة المقارنة والوصول لأفضل العروض - الراحة وسرعة الخدمة - تخفيض تكلفة البحث - الخصوصية وعدم المخالطة الاجتماعية. ومن المخاوف التي يتعرض لها تورط البعض والاندفاع وراء اعلانات المتاجر الالكترونية وشراء سلع قد لا يحتاج إليها - مخاطر طرق الدفع غير الأمنة .

**تشمل المخاطر التسوق عبر الإنترنت ما يلي:** (سرقة الهوية - المتاجر الزائفة على الإنترنت - البيانات غير المشفرة - اختراقات البيانات - التقييمات الزائفة - التطبيقات الزائفة - شبكة Wi-Fi غير الآمنة - البرامج الإعلانية - التصيد الاحتمالي رسائل البريد الإلكتروني الاحتمالية).  
**بعض النصائح المفيدة للتسوق عبر الإنترنت بصورة أكثر أماناً:** البحث بأمان على الإنترنت - كتابة عنوان الموقع في شريط العناوين- الحصول على بطاقة ائتمان مؤقتة - الحصول على بطاقة ائتمان مؤقتة- تخصيص حاسوب للمعاملات المصرفية والتسوق عبر الإنترنت - استخدام عنوان بريد إلكتروني مخصص- إدارة كلمات المرور على الإنترنت وحمايتها - الحذر من استخدام شبكة Wi-Fi عامة - التفكير في استخدام الجهاز اللوحي.

#### - الجلسة السابعة: - عنوان الجلسة: " الممارسات الاستهلاكية المستدامة: "

**محتوى الجلسة: الاستهلاك المستدام ، مبررات الاستهلاك المستدام، متطلبات تحقيق الاستهلاك المستدام** حيث يعرف بأنه الاستهلاك الذي يلبي احتياجات اجيل الحاضر دون المساس بقدرة الاجيال في المستقبل على تلبية احتياجاتهم. فالاستهلاك المستدام لا يعني الاستهلاك الاقل، بل الاستهلاك بطريقة مختلفة أي الاستهلاك بطريقة أفضل وأكثر مسئولية الاستهلاك من اجل تحسين نوعية الحياة مبررات الاستهلاك المستدام: ضرورة تغيير أنماط الاستهلاك الحالية والتحول إلى أنماط استهلاك مستدامة، تستند علي عدة حقائق :

١- الضغط على البيئة وندرة الموارد

٢- النمط التنموي الصناعي للمجتمعات الغربية الرأسمالية المستفيد من الثورة الصناعية والتطور التكنولوجي الذي يركز على ثقافة النزعة الاستهلاكية والنتيجة أن الاستهلاك بعدما كان يتم لضرورة استخدام الشيء، أمسى الاستهلاك يحدث من أجل الاستهلاك ذاته، ليصبح يشير إلى دلالات تتعلق بالمتعة والرضا والنجاح والمظاهر، والانخراط في التراكم المادي والرفاهية، وإنفاق بغير جدوى وبلا حدود.

٣ - ارتفاع الميل الحدي للاستهلاك، الميل للمحاكاة والتقليد للنمط الغربي.

٤ - غياب العدالة والمساواة.

- **متطلبات تحقيق الاستهلاك المستدام** تشجيع زيادة الكفاءة في استخدام الطاقة والموارد عن طريق

- تشجيع استعمال التكنولوجيات النظيفة وأعمال البحث والتطوير المتعلقة بها.
- تشجيع الاستخدام السليم بيئياً والمستدام للموارد الطبيعية ولمصادر الطاقة الجديدة والمتجددة.
- التقليل من توليد النفايات. - تشجيع إعادة التدوير
- تقديم المساعدة للأفراد والأسر لاتخاذ قرارات شراء سليمة بيئياً، من خلال التشجيع على ظهور جمهور مستنير من المستهلكين، وتوفير المعلومات المتعلقة بالآثار المترتبة على خيارات الاستهلاك، بغية تشجيع الطلب على المنتجات السليمة بيئياً.
- التوعية بالآثار الصحية والبيئية للمنتجات عن طريق وسائل مثل: قانون المستهلك، وضع العلامات البيئية وكيفية استعمال المنتجات، تشجيع البرامج الموجهة نحو المستهلك على وجه التحديد، مثل نظم إعادة التدوير واسترداد التأمين.
- تعزيز القيم التي تدعم الاستهلاك المستدام، بحيث يجب على كل الأطراف (الحكومات، منظمات الأعمال - الأفراد).

### الجلسة الثامنة: - عنوان الجلسة: " الممارسات الاستهلاكية المستدامة:"

**محتوى الجلسة: (المؤثرات الاستهلاكية الذكية) الاستهلاك ليس مشكلة فردية وإنما هو مشكلة اجتماعية تتدخل فيها مؤثرات كثيرة متعددة، فالاستهلاك في حد ذاته سلوكياً طبيعياً للإنسان للمحافظة على وجوده، وتلبية حاجاته ومتطلباته.**

**أولاً: المؤثرات الاجتماعية -** لم يعد الاستهلاك مجرد إشباعاً للحاجات الأساسية، بل أصبح هدفاً يتم ربطه بأسلوب الحياة العصرية، وما تشمله من مؤثرات متعددة بغض النظر عن الاحتياجات الفعلية، الأمر الذي يساهم في زيادة الاستهلاك ويشكل عبئاً أكبر على اقتصاديات الأسرة والمجتمع. وتلعب المؤثرات الاجتماعية دور كبير في تشكيل سلوك المستهلكين ومن أهمها الأسرة والجماعات المرجعية، والأدوار الاجتماعية، فالأسرة هي الخلية الأولى التي يتربى فيها الفرد وتكون اتجاهاته ودوافعه، وهي أول وحدة استهلاكية ينمو فيها الفرد وتكون لديه العادات الاستهلاكية الجيدة أو السيئة على حد سواء، كما أن للأسرة دور كبير في التأثير على القرارات الشرائية للمستهلك.

**ثانياً: المؤثرات التسويقية الالكترونية** فالمستهلك يتأثر بالعديد من النواحي السلوكية المختلفة مثل خبراته وشخصيته وهذه تعد مؤثرات داخلية بالنسبة للفرد. علاوة على وجود مؤثرات خارجية مثل البيئة التي يعيش فيها ووسائل الإعلان ووسائل التواصل الاجتماعي والعروض المختلفة على السلع، حيث إنها تعمل دائماً على إثارة الانتباه وتغيير اتجاهه من استخدامه لسلعة إلى أخرى. حيث إن الإعلان يؤدي إلى تغيير في نمط الاستهلاك وزيادة معدلاته من خلال إثارة البواعث الداخلية لدى المستهلك.

وتؤثر وسائل التواصل الاجتماعي والإعلام على الاستهلاك الذكي من حيث التأثير في الوعي بجودة المنتج والميل الي التسوق العقلاني وزيادة في رغبات التقليد والمحاكاة بين المستهلكين والترويج للسلع الغربية وخلق تطلعات استهلاكية جديدة وتأثير على ثقافة الاستهلاك والشعور بسهولة التسوق واقتناء الحاجات. فمن العوامل المؤثرة علي السلوك الاستهلاكي الذكي مدى الثقة في الجهة الالكترونية المسوقة للمنتج وجودة الموقع الالكتروني وجاذبيته والفائدة المتوقعة منه وجاذبية الصور المعروضة في اعلان المنتجات وطريقة الدفع وتوفير المنتج في السوق وخدمات التوصيل حيث لعبت وسائل التواصل الاجتماعي دوراً رئيسياً في تغيير ثقافة الاستهلاك .

### الجلسة التاسعة: - عنوان الجلسة " الادخار والاستثمار:"

**محتوى الجلسة:** سبق وقد عرفنا الاستهلاك الذكي المستدام لذا يعتبر الادخار والاستثمار هما متطلبين لتحقيق الاستهلاك الذكي المستدام. **الادخار والاستثمار** تعني قدرة الشباب على ادارة الشراء بشكل يضمن توفير جزء من موارده وتحقيق أكبر عائد على المحفظة الادخارية والاستفادة منه في

عمليات أخرى. ثم مناقشة ماهي الممارسات التي يمكن الادخار والاستثمار عن طريقها في ضوء الممارسات الاستهلاكية اليومية.

### الجلسة العاشرة: - عنوان الجلسة: "الختامية"

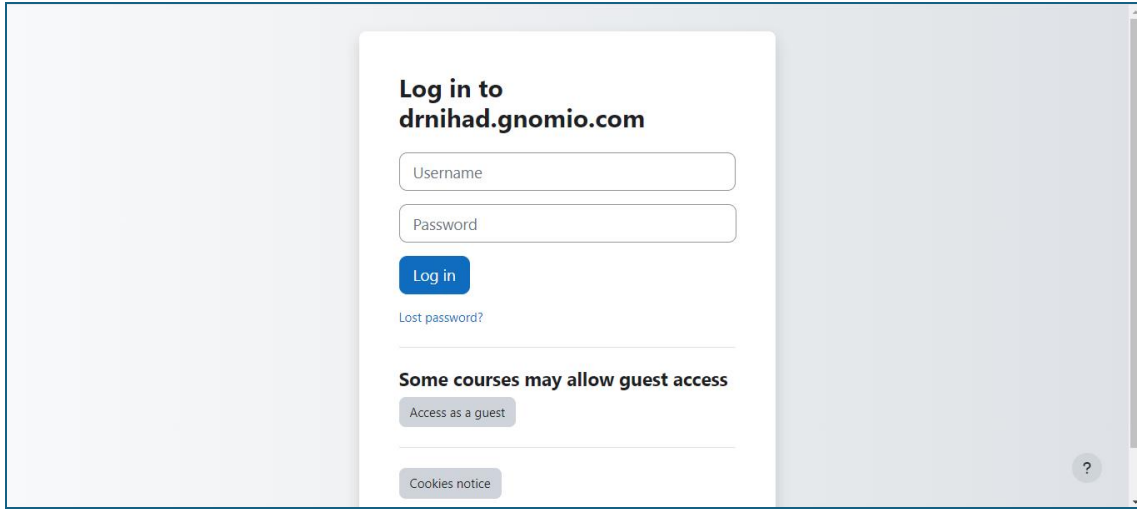
**محتوى الجلسة:** مراجعة النقاط الهامة في البرنامج مع الطلاب المستهدفين: نلاحظ مما سبق أن الشاب الجامعي القادر علي تحديد احتياجاته وفق أهداف واضحة ومحددة ويستطيع أن يأخذ القرار الشرائي بأسلوب علمي ويحافظ على أمن بياناته ومعلوماته الشخصية والمالية بوضع خطة لتسوقه. وبذلك يكون أصبح لديه القدرة على التحكم في سلوكه نتيجة معتقداته الشخصية التي كونها من التجارب الأدائية والخبرات البديلة واتخاذ القرارات والاستثارة الإنفعالية مكونا نظاماً من المعتقدات الذاتية بما يمكنه من التحكم في مشاعره وأفكاره تجاه المواقف الشرائية بمواقع التسوق الالكترونية. **فيستطيع إدارة ذاته:** أي يستغل كل ما يملكه من مشاعر وأفكار وإمكانات الاستغلال الأمثل لتحقيق أهدافه. **ويتخذ قراراته** فتزداد قدرته على الاختيار المدرك بين البدائل في موقف معين والتي تمكنه من مواجهة المشكلات التي تعترضه في عملية التسوق بأسلوب مستنير وتجعله أكثر قدرة على تحقيق أكبر عائد على المحفظة الادخارية بأفضل طريقة ممكنة باتخاذ قرارات شرائية رشيدة ويشمل (التعرف على المشكلة وتحديد حلها- إيجاد حلول وبدائل- تقييم البدائل- اختيار الأفضل- تنفيذ الحل وتحمل مسؤوليته). **وكذلك يستطيع ضبط انفعالاته:** بعدم الانسياق وراء الشراء العاطفي والنهم الشرائي وضبط النفس في تحديد اولويات الانفاق والالتزام بها وبالتالي يصبح الفرد في حالة إنفعالية تؤثر على قوة فعالية الذات لديه، وتمكنه من مواجهة المواقف التسوقية بنجاح. - **تقييم البرنامج الإرشادي** وذلك من خلال التطبيق البعدي للاستبيان واعادة تطبيقه بعد شهر من التطبيق- وتوجيه الشكر للطلاب المستهدفين بالتوعية والارشاد على تعاونهم لاتمام البرنامج.

### - الطرق والوسائل التعليمية والإرشادية المستخدمة في تنفيذ البرنامج:-

- **المناقشة والحوار:** وإثارة التساؤلات أثناء المقابلات الشخصية مع أفراد العينة للتفاعل علي المنصة التعليمية "موديل" وتحقيق الأهداف المرجوة من البرنامج، والعصف الذهني، عرض فيديوهات توضيحية لنماذج من الممارسات السلبية والإيجابية للاستهلاك عبر المنصة ، **تطبيق WhatsApp:** وهي وسيلة لسهولة التواصل بين الشباب الجامعي من الجنسين والباحثتان.

- **الأنشطة:** سرد كل شاب تجربته مع المواقف السلبية التي تعرض لها أثناء التعامل الرقمي وكيفية التصدي لها، وما هي الدروس المستفادة من كل موقف من خلال المناقشة الجماعية وتمثيل الأدوار. وتم عرض مواقف توضيحية للممارسات الإيجابية للاستهلاك الذكي المستدام،/ وعرض صور توضيحية للآليات المتبعة عند الشراء الذكي.

- **المحتوى العلمي لجلسات البرنامج:** يتضمن الأهداف التعليمية، واستراتيجيات التدريس، والوسائل الارشادية كما يتضح بجدول (٩).




جدول (٩) محتوى الجلسات والأهداف التعليمية والطرق والوسائل الإرشادية المستخدمة في البرنامج الإرشادي عبر منصة موديل لتنمية وعي الشباب بالسلوك الاستهلاكي الذكي المستدام.

الزمن	الوسائل الإرشادية المعنية	أنشطة إرشادية	عناصر المحتوى	الأهداف التعليمية للجلسات			موضوع الجلسة وعنوانها
				معرفية	مهارية	وجدانية	
٦٠ دقيقة / ١٠ دقيقة استراحة	بعض نماذج الاستهلاك الذكي المستدام عرض تقديمي من برنامج power point منصة موديل الالكترونية	- المناقشة الجماعية والحوار المفتوح من العمل بجماعات - العصف الذهني - عرض فيديو توضيحية (فيلم قصير) الالكتروني، آثارها على	<b>الجلسة الأولى : التعريفية</b> <b>الجلسة (التعارف) بين الباحثان والشباب عن برنامج ارشادي الاستهلاك الذكي المستدام</b> - التعارف بين الباحثين والطلاب المتدربين عينة الدراسة التجريبية - تطبيق الاختبار القبلي من خلال إجابة الشباب على عبارات الاستبيان - التعريف بأهداف البرنامج وأهميته من خلال اكسابهم المعلومات والمهارات والاتجاهات الايجابية نحو الاستهلاك الذكي المستدام - التعريف بمحتوى البرنامج بصفة عامة وآلية العمل في الجلسات - الاتفاق على نظام سير الجلسات وتحديد مواعيد الجلسات القادمة - تحديد الوسائل التعليمية والأنشطة التي سوف تقوم بها الباحثان <b>الأنشطة:</b>	<b>أولاً: لأهداف معرفية:-</b> يحدد الأهداف العامة للبرنامج يستخلص أهمية البرنامج يستعرض آلية العمل في الجلسات يكتسب معارف عن مفهوم الاستهلاك الذكي المستدام <b>ثانياً: الأهداف المهارية:-</b> يتبع سياسات أمانة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي. يتبادل الأفكار والمعلومات حول المحتويات الهادفة . يستفيد بشكل إيجابي من الاستهلاك الذكي المستدام			<b>الجلسة الأولى: افتتاحية (تمهيدية):</b>

الزمن	الوسائل الإرشادية المعينة	أنشطة إرشادية	عناصر المحتوى	الأهداف التعليمية للجلسات			موضوع الجلسة و عنوانها
				معرفية	مهارة	وجدانية	
		الشباب	<p>- التعرف - التطبيق القبلي للاستبيان - يسرد كل شاب عن مواقفه السلبية والإيجابية مع التسوق الإلكتروني.</p> 	<p><b>ثالثاً: الأهداف الوجدانية</b> يبدي استعدادده للمشاركة بفعالية في جلسات البرنامج. يهتم بالمناقشة وإبداء الرأي أثناء العرض والمناقشة. يبدي حماساً لتحقيق أهداف البرنامج.</p>			
	تم تطبيق الجلسة على مدار ٦٠ دقيقة/ يتخللها ١٠ دقيقة استراحة	عرض بعض المقامف الخاصة بالسلوك الاستهلاكي الرشيد من خلال تمثيل الأدوار بعض السلوكيات الإيجابية والسلبية برنامج power point الطارئة وكيفية التعامل معها.	<p><b>- مقدمة عن الاستهلاك:</b> - <b>تقييم مبدئي:</b> من خلال طرح بعض الاسئلة عن محتوى الجلسة السابقة ثم البدء بمقدمة عن الاستهلاك تشمل مفهوم الاستهلاك – حقوق وواجبات المستهلك- انماط السلوك الاستهلاكي- انواع الولاء لمنتجات - الفرق بين التسوق التقليدي والتسوق الإلكتروني (المميزات والعيوب) ثم بتوضيح كل نقطة مثل:</p> <p><b>أهمية الاستهلاك:</b> ترجع أهمية الاستهلاك إلى أنه الشرط الأساسي لتوازن النظام الاقتصادي في الأجل القصير ويعتمد على تحقيق التوازن بين العرض والطلب ولو لم يتحقق التعادل بين كمية النقود التي يرغب المشترون في إنفاقها مع كمية السلع والخدمات المعروضة فلن تكون هناك حالة توازن.</p> <p><b>الولاء لمنتج معين</b> يعني أن سلوك المستهلك يصبح مبرمجا بشكل تام لشراء منتج بذاته عند الإحساس بالحاجة ، وحيث يسيطر البائع على دفة الأمور.</p> <p><b>أنواع الولاء (ولاء عاطفي - الولاء المرتبط بالراحة- الولاء للاسم -الولاء للصفات الحاكمة- الولاء بالتعامل الطويل المألوف- الولاء الناتج عن ارتفاع تكلفة التغيير - ولاء الارتباط)</b> <b>حقوق المستهلك: واجبات المستهلك</b></p>     <p><b>حماية المستهلك من المواقع المضللة: بحفظ حقوق المستهلك و ضمان حصوله على الحقوق من قبل</b></p>	<p><b>الاهداف المعرفية:</b> يذكر مفهوم الاستهلاك يشرح انماط السلوك الاستهلاكي يعرف مفهوم الولاء للمنتجات يوضح انواع الولاء لمنتجات التقليدي والتسوق الإلكتروني يذكر حقوق وواجبات المستهلك يشرح مفهوم حماية المستهلك يذكر أنواع حماية المستهلك</p> <p><b>الاهداف المهارة:</b> يميز الطالب بين أنماط الاستهلاك, بين التسوق التقليدي والتسوق الإلكتروني يختار نظم الدفع الإلكتروني المناسبة له يجيد التصرف في المواقف الاستهلاكية المختلفة عن طريق تمثيل الأدوار يحلل أنواع حماية المستهلك.</p> <p><b>الاهداف الوجدانية:</b> يشعر بأهمية معرفة مفهوم حماية المستهلك</p> <p>- يغير اتجاهه عن مفهوم لو للمنتجات - يبدي اهتماما حول معرفة الدفع الإلكتروني - يهتم بمعرفة حقوق وواجبات المستهلك</p>			<p><b>الجلسة الثانية: مقدمة عن استهلاك</b> <b>من المتوقع في نهاية هذه الجلسة أن يكون الطالب قادر على أن:</b></p>





الزمن	الوسائل الإرشادية المعينة	أنشطة إرشادية	عناصر المحتوى	الأهداف التعليمية للجلسات			موضوع الجلسة وعنوانها	
				معرفة	مهارة	وجدانية		
			<p>البائعين بكافة صورهم سواء كانوا تجارا أو صناعا أو مقدمي خدمات أو ناشري أفكار .</p> <p><b>أنواع حماية المستهلك:</b> حماية سعرية - حماية صحية حماية أمنية - حماية المستهلك في مجال السلع وتشمل الصحة والأمان_ توفير المعلومات والبيانات -المواصفات الفنية - مستوى الجودة - قابلية المنتج الصيانة والإصلاح).</p> <p><b>نشاط:</b> عرض كل متدرب من عينة البحث الأسلوب الذي يتبعه عند استهلاك السلع والخدمات ثم المناقشة الجماعية حول أهم الإرشادات الواجب الأخذ بها ومراعتها عند الاستهلاك مراعيًا حقوق المستهلك.</p> <p><b>تقييم مستمر:</b> من خلال المناقشة الجماعية ومتابعا سير العمل أثناء تنفيذ الأنشطة.</p> <p><b>تقييم نهائي:</b> تم تلخيص عناصر الجلسة من خلال اجابات الشباب عن الأسئلة التالية: - ما حقوق وما حقوق وواجبات المستهلك؟، ما أنماط الاستهلاك؟</p>					
			<p><b>التسوق الإلكتروني وتداعياته:</b></p> <p>- <b>تقييم مبدئي:</b> من خلال طرح بعض الاسئلة عن محتوى الجلسة السابقة ثم البدء في جلسة اليوم بعنوان التسوق الإلكتروني وتداعياته (ما مفهومك عن التسوق الإلكتروني- العوامل المؤثرة على التسوق الإلكتروني - خصائص المستهلك الإلكتروني - معايير رضا العملاء عن التسوق عبر الإنترنت - مواقع التسوق وتطبيقاتها - نظم الدفع الإلكترونية وأنواعها)</p> <p><b>التسوق الإلكتروني وتداعياته: -</b></p> <p>التسوق الإلكتروني هو عملية البيع والشراء عبر التقنيات الرقمية والتي من أبرزها الإنترنت.</p> <p><b>العوامل المؤثرة على التسوق الإلكتروني (خصائص ديموغرافية لأفراد - المؤثرات الثقافية والاجتماعية- العروض على مواقع التسوق الإلكتروني).</b></p> <p><b>خصائص المستهلك الإلكتروني</b></p> <p>معايير رضا العملاء عن التسوق عبر الإنترنت حيث رضا العميل هو المعيار الأساسي لنجاح أي خدمة ومن تلك المعايير: السهولة والبساطة في التعامل مع الإنترنت - الخصوصية والأمان - جودة العلاقة والتعامل مع العميل - متابعة خدمة العميل.</p> <p><b>مواقع التسوق الإلكتروني</b> (Amazon - E-testtur - Walmart- Aliexpress - Namshi- .....)</p> <p><b>أهم التطبيقات الإلكترونية (الفييس بوك - الواتس أب- سناب شات.....).</b></p>				<p><b>الاهداف المعرفية:</b></p> <p>- يعرف مفهوم التسوق الإلكتروني بشرح العوامل المؤثرة على التسوق الإلكتروني - يوضح خصائص المستهلك الإلكتروني</p> <p>- يذكر معايير رضا العملاء عن التسوق عبر الإنترنت</p> <p>- يعدد مواقع التسوق وتطبيقاتها يعرف نظم الدفع الإلكترونية وأنواعها</p> <p><b>الاهداف المهارية:</b></p> <p>- يميز بين معايير رضا العملاء عن التسوق عبر الإنترنت</p> <p>- يختار مواقع التسوق المناسبة له</p> <p>- يقيم نظم الدفع الإلكترونية ويختار أنسبها</p> <p>- يميز بين العوامل المؤثرة على التسوق الإلكتروني</p> <p><b>الاهداف الوجدانية:</b></p> <p>- يبدي اهتمامه بنظم الدفع الإلكترونية</p> <p>- يشعر بأهمية مواقع التسوق وتطبيقاتها</p> <p>- يقدر معايير رضا العملاء عن التسوق عبر الإنترنت.</p>	<p><b>جلسة الثالثة: التسوق الإلكتروني وتداعياته</b></p> <p><b>من المتوقع في نهاية هذه الجلسة أن يكون الطالب قادر على أن:</b></p>
٦٠ دقيقة/ عرض تقديمي من	عرض	المناقشة الجماعية / باللقاء الفعلي / جروب الوتساب						
تم تطبيق الجلسة على مدار	تم تطبيق	الجلسة						
٦٠ دقيقة/ يتخللها	٦٠ دقيقة/ عرض	جهاز						
١٠ دقيقة استراحة	١٠ دقيقة استراحة	Data show						
		حاسب آلي محمول						



الزمن	الوسائل الإرشادية المعنية	أنشطة إرشادية	عناصر المحتوى	الأهداف التعليمية للجلسات			موضوع الجلسة وعنوانها
				معرفة	مهارة	وجدانية	
			<p><b>نشاط ٣:</b> رتب مواقع التسوق والتطبيقات الإلكترونية من وجهة نظرك</p> <p><b>نظم الدفع:</b> هي عملية تحويل الأموال هي في الأساس ثمن السلعة أو الخدمة بطريقة رقمية</p> <p><b>أنواع نظم الدفع</b></p> <p><b>تقييم مستمر:</b> من خلال المناقشة الجماعية ومتابعة سير العمل أثناء تنفيذ الأنشطة</p> <p><b>تقييم نهائي:</b> تم تلخيص عناصر الجلسة من خلال اجابات الشباب عن الأسئلة التالية: - ما هي أنواع نظم الدفع؟ ما هي معايير رضا العملاء عن التسوق عبر الإنترنت؟</p>				
			<p><b>الاستهلاك الذكي المستدام</b></p> <p><b>تقييم مبدئي:</b> من خلال طرح بعض الاسئلة عن محتوى الجلسة السابقة ثم البدء في جلسة اليوم بعنوان الاستهلاك الذكي المستدام <b>نستعرض مفهوم الاستهلاك الذكي المستدام</b> فهو الاستهلاك القائم على سلوك المستهلك الإلكتروني وذلك بوضع خطة لتسوقه وجمع معلومات عن السلعة والبحث عن البدائل ذات الجودة العالية واختيار أفضل البدائل بأفضل سبل التوريد عن طريق إجراء مقارنات سعرية والاستفادة من الحملات الترويجية بغرض تحسين قدرته في عملية الشراء .</p> <p><b>أهداف الاستهلاك الذكي المستدام</b></p> <p>دور المستهلك الذكي</p> <p>دور الاستهلاك الذكي في تحقيق التنمية المستدامة</p> <p>الاستهلاك المستدام في جميع مجالات الحياة</p> 	<p><b>الاهداف المعرفية:</b></p> <p>-يعرف مفهوم الاستهلاك الذكي المستدام</p> <p>-يوضح أهداف الاستهلاك الذكي المستدام</p> <p>- يشرح دور المستهلك الذكي</p> <p>- يوضح دور الاستهلاك الذكي في تحقيق التنمية المستدامة</p> <p><b>الاهداف المهارية:</b></p> <p>- يميز بين دور المستهلك في الاستهلاك التقليدي والاستهلاك الذكي المستدام</p> <p>- يستنتج دور الاستهلاك الذكي في تحقيق التنمية المستدامة</p> <p>- يقترح السلع التي يفضل تطبيق الاستهلاك الذكي المستدام</p> <p><b>الاهداف الوجدانية:</b></p> <p>- يبدي اهتمامه لمعرفة أهداف الاستهلاك الذكي المستدام</p> <p>-يهتم بالتعرف على دور الاستهلاك الذكي في تحقيق التنمية المستدامة .</p>		<p><b>الجلسة الرابعة: الاستهلاك الذكي المستدام</b></p> <p><b>من المتوقع في نهاية الجلسة ان يكون الطالب قادر على:</b></p>	
	تم تطبيق الجلسة على مدار ٦٠ دقيقة/ يتخللها ١٠ دقيقة استراحة	عرض تقديمي من خلال برنامج power point به أساليب حل المشكلات	<p>المناقشة الجماعية</p> <p>-العصف الذهني واثارة التساؤلات المختلفة</p> <p>-أسلوب حل المشكلات</p>	<p><b>إدارة الشراء الذكي</b></p> <p><b>تقييم مبدئي:</b> من خلال طرح بعض الاسئلة عن محتوى الجلسة السابقة ثم باستخدام استراتيجية العصف الذهني نتناقش عن مفهوم ادارة الشراء الذكي ومراحله والاجراءات المتبعة لكل مرحلة.</p> <p>حيث تعرف بوضع خطة تسوق للشراء بداية من تحديد السلعة ثم جمع معلومات عن السلعة والبحث عن البدائل ذات الجودة العالية واختيار أفضل البدائل وتشتمل على ثلاث مراحل رئيسية (مرحلة ما قبل الشراء – مرحلة الشراء - مرحلة ما بعد الشراء)</p> <p><b>اولا: مرحلة ما قبل الشراء:</b></p> <p>هي المرحلة التي تسبق عميه الشراء الفعلي حيث يقوم فيها الفرد بالمفاضلة بين مختلف السلع والخدمات والمواقع الالكترونية المختلفة وخدماتها لاختيار</p>	<p><b>الاهداف المعرفية:</b></p> <p>- يعرف مراحل إدارة الشراء الذكي</p> <p>- يذكر الاجراءات المتبعة لكل مرحلة</p> <p>- يعرف الاجراءات الازمة عند وجود عيوب بالسلعة عند استلامها</p> <p>- يشرح المخاوف التي يواجهها المستهلك عند الشراء الذكي</p> <p>- يقترح حلول لمواجهة المخاوف</p>	<p><b>الجلسة الخامسة (إدارة الشراء الذكي المستدام)</b></p> <p><b>من المتوقع في نهاية الجلسة ان يكون الطالب قادر على:</b></p>	

الزمن	الوسائل الإرشادية المعينة	أنشطة إرشادية	عناصر المحتوى	الأهداف التعليمية للجلسات			موضوع الجلسة وعنوانها
				معرفة	مهارية	وجدانية	
		جروب الواتساب للمتدربين تحتوي على فيديوهات إرشادية؛ لتعزيز الوعي بمراحل الشراء الذكي.	<p>أفضلها الإجراءات المتبعة لمرحلة ما قبل الشراء:</p> <p>(تحديد السلع المراد شراؤها، ومقدارها، وميزانية الشراء-تحديد المواقع المراد الشراء منها بعد الخطوات التالية أسال عن المتاجر الالكترونية التي تباع بسعر الجملة، أتحقق من صحة العروض المقدمة، و أقارن بين أسعار المنتجات في المتاجر المختلفة، أقرأ المعلومات المتوفرة عن المنتج لمعرفة مدى مناسبتها</p> <p>ب- مرحلة الشراء الفعلي هي المرحلة التي يقوم فيها الفرد بالشراء الفعلي من خلال اختيار الموقع الالكتروني الذي يقوم بالشراء منه وتحديد السلع وادخال البيانات الخاصة بعملية الشراء.</p> <p>ج- مرحلة تقييم ما بعد الشراء هي المرحلة التي يقوم فيها الفرد بتقييم عملية الشراء عبر المواقع الالكترونية وتحديد مقدار شعوره بالرضا عن عملي الشراء .</p>   <p><b>نشاط ١:</b> قم بعملية شراء وفق مراحل ادارة الشراء الذكي <b>تقييم مستمر:</b> من خلال المناقشة الجماعية ومتابعة سير العمل أثناء تنفيذ الأنشطة <b>تقييم نهائي:</b> تم تلخيص عناصر الجلسة من خلال اجابات الشباب عن الأسئلة التالية:- ما مراحل ادارة الشراء الذكي، كيف يمكن تجنب معوقات ادارة الشراء الذكي؟</p>	<p>التي يواجهها المستهلك عند الشراء الذكي</p> <p>- يحدد مميزات الاستهلاك الذكي المستدام</p> <p><b>الاهداف المهارية:</b> يتدرب على عملية الشراء الذكي يحلل الإجراءات المتبعة لكل مرحلة يتبع الإجراءات الصحيحة عند عملية الشراء الذكي يجيد اختيار المنتجات التي يريدها يختار بين البدائل عندما لا يجد ما يريد</p> <p><b>الاهداف الوجدانية:</b> يشعر بالرضا عند اختيار المنتجات التي يريدها يقدر اهمية اتباع الخطوات الصحيحة للشراء يهتم بكيفية جراء عملية الشراء الذكي</p>			
تم تطبيق الجلسة على مدار ٦٠ دقيقة/ يتخللها ١٠ دقيقة استراحة	عرض تقديمي من برنامج power point	-المناقشة الجماعية عبر اللقاء الفعلي. - العصف الذهني واثارة التساؤلات المختلفة - أسلوب حل المشكلات - ارسال لينكات عبر	<p><b>تقييم مبدئي:</b> من خلال طرح بعض الاسئلة عن محتوى الجلسة السابقة ثم البدء في جلسة اليوم بعنوان (الشراء الذكي والمحافظة على أمن المعلومات): (اجابيات الشراء الذكي - معوقات الشراء الذكي للمستهلك وأصحاب المتاجر - المخاطر التي يمكن التعرض لها أثناء الشراء الذكي). ومن المخاوف التي يتعرض لها تورط البعض والاندفاع وراء اعلانات المتاجر الالكترونية وشراء سلع قد لا يحتاج إليها. - مخاطر طرق الدفع غير الآمنة . تتضمن المخاطر التسوق عبر الإنترنت بعض النصائح المفيدة للتسوق عبر الإنترنت بصورة أكثر أماناً:( البحث بأمان على الإنترنت - كتابة عنوان</p>	<p><b>الاهداف المعرفية:</b> يذكر اجابيات الشراء الذكي يشرح معوقات الشراء الذكي للمستهلك وأصحاب المتاجر يوضح المخاطر التي يمكن التعرض لها أثناء التسوق غير الأمن يشرح كيفية التسوق عبر الإنترنت بصورة أمنة لمعلومات وبيانات المتسوق</p> <p><b>الاهداف المهارية:</b> - يحلل اجابيات</p>	<p>الجلسة السادسة (الشراء الذكي) المحافظة على أمن المعلومات): من المتوقع في نهاية الجلسة ان يكون الطالب المتدرب قادر على أن:</p>		

الزمن	الوسائل الإرشادية المعينة	أنشطة إرشادية	عناصر المحتوى	الأهداف التعليمية للجلسات			موضوع الجلسة وعنوانها
				معرفة	مهارة	وجدانية	
		جروب الواتساب للشباب يحتوى على فيديوهات لمراحل الشراء الذكي البسيطة وأمثلة لأزمات تعرض لها من الشباب وكيفية التصرف تجاهها؛ لكي تساعدكم في كسر حاجز الخوف في القوم نحو الشراء الذكي	الموقع في شريط العناوين- الحصول على بطاقة ائتمان مؤقتة- تخصيص حاسوب للمعاملات المصرفية والتسوق عبر الإنترنت - استخدام عنوان بريد إلكتروني مخصص- إدارة كلمات المرور على الإنترنت وحمايتها - الحذر من استخدام شبكة Wi-Fi عامة - التفكير في استخدام الجهاز اللوحي). <b>نشاط:</b> كيف يمكن التفرقة بين الإعلانات المضللة والإعلانات الجيدة	ومعوقات الشراء الذكي - يقترح حلول للمشكلات كلا من المستهلك وأصحاب المتاجر - يحلل طرق التسوق عبر الإنترنت بصورة آمنة لمعلومات وبيانات المتسوق <b>-الاهداف الوجدانية:</b> - تنمية الاتجاه الإيجابي نحو الشراء الذكي - يبدي اهتمامه لكيفية تجنب مخاطر الشراء الذكي - يحرص على التسوق عبر الإنترنت مع الحفاظ على أمن بياناته			
			<p><b>تقييم مستمر:</b> من خلال المناقشة الجماعية ومتابعة سير العمل أثناء التنفيذ الأنشطة</p> <p><b>تقييم نهائي:</b> تم تلخيص عناصر الجلسة من خلال اجابات الشباب عن الأسئلة التالية: ما هي المخاطر التي يمكن التعرض لها أثناء الشراء الذكي، ما ايجابيات الشراء الذكي؟</p> <p><b>(الممارسات الاستهلاكية المستدامة):</b> <b>تقييم مبدئي:</b> من خلال طرح بعض الاسئلة عن محتوى الجلسة السابقة ثم البدء في جلسة اليوم بعنوان الاستهلاك المستدام هو الاستهلاك الذي يلبي احتياجات الاجيال الحاضرة دون المساس بقدرة الاجيال في المستقبل على تلبية احتياجاتهم. فالاستهلاك المستدام لا يعني الاستهلاك الأقل، بل الاستهلاك بطريقة أكثر مسئولية من اجل تحسين نوعية الحياة</p> <p><b>مميزات الاستهلاك المستدام:</b> ضرورة تغيير أنماط الاستهلاك الحالية والتحول إلى أنماط استهلاك مستدامة، يستند إلى عدة حقائق:- <b>متطلبات تحقيق الاستهلاك المستدام</b> -تشجيع زيادة الكفاءة في استخدام الطاقة والموارد عن طريق تشجيع استعمال التكنولوجيات النظيفة وأعمال البحث والتطوير المتعلقة بها. -تشجيع الاستخدام السليم بيئيا والمستدام للموارد الطبيعية ولمصادر الطاقة الجديدة والمتجددة. -التقليل من توليد النفايات تشجيع إعادة التدوير - التوعية بالآثار الصحية والبيئية للمنتجات عن طريق وسائل مثل: قانون المستهلك، وضع العلامات البيئية وكيفية استعمال المنتجات.</p>	<p><b>الاهداف المعرفية:</b> - يوضح مفهوم الاستهلاك المستدام - يعرف مبررات الاستهلاك المستدام - يشرح متطلبات تحقيق الاستهلاك المستدام <b>الاهداف المهارية:</b> - يميز بين الممارسات الاستهلاكية والممارسات استهلاكية مستدامة - يكتسب مهارة تحويل ممارساته الاستهلاكية الى ممارسات استهلاكية مستدامة والمعيشة) <b>الاهداف الوجدانية:</b> - يهتم بالتعرف على مبررات الاستهلاك المستدام متطلبات تحقيق الاستهلاك المستدام - يعدل اتجاهاته نحو الاستهلاك المستدام</p>			
تم تطبيق الجلسة	عرض على مدار 60 دقيقة/ يتخللها 10 دقيقة استراحة	1-المحاضرة 2-العمل في مجموعات صغيرة					الجلسة السابع (الممارسات الاستهلاكية المستدامة ) من المتوقع في نهاية الجلسة ان يكون الطالب المدرب قادر على أن:

الزمن	الوسائل الإرشادية المعينة	أنشطة إرشادية	عناصر المحتوى	الأهداف التعليمية للجلسات			موضوع الجلسة وعنوانها
				معرفية	مهارة	وجدانية	
			<p><b>نشاط:</b> كيف يمكن تحويل سلوكياتنا الاستهلاكية الي سلوكيات استهلاكية مستدامة: - فيما يلي بعض الممارسات الاستهلاكية المستدامة ناقشها مع زملائك واذكر ايا منها يمكنك ممارسته:- <b>تقييم مستمر:</b> من خلال المناقشة الجماعية ومتابعا سير العمل أثناء التنفيذ الأنشطة <b>تقييم نهائي:</b> من خلال المناقشة الحرة بين الباحثات وأفراد عينة البحث حول موضوع الجلسة وتقييم مدى الاستفادة منها من خلال طرح عدة أسئلة:- ما هو الاستهلاك المستدام ؟ كيف يمكن تحويل سلوكياتنا الاستهلاكية الي سلوكيات استهلاكية مستدامة؟</p>				
			<p><b>(المؤثرات الاستهلاكية الذكية)</b> <b>تقييم مبدئي:</b> من خلال طرح بعض الاسئلة عن محتوى الجلسة السابقة ثم البدء في جلسة اليوم بعنوان (المؤثرات الاستهلاكية الذكية): والاستهلاك ليس مشكلة فردية وإنما هو مشكلة اجتماعية تتدخل فيها مؤثرات كثيرة متعددة، فالاستهلاك في حد ذاته سلوكيا طبيعيا للإنسان للمحافظة على وجوده، ولتلبية حاجاته ومتطلباته <b>أولاً: المؤثرات الاجتماعية</b> ولم يعد الاستهلاك مجرد إشباعا للحاجات الأساسية، وما تشمله من مؤثرات متعددة بغض النظر عن الاحتياجات الفعلية، مما يشكل عبئا أكبر على اقتصاديات الأسرة والمجتمع. <b>ثانياً: المؤثرات التسويقية الالكترونية</b> فالمستهلك يتأثر بالعديد من النواحي السلوكية المختلفة مثل خبراته وشخصيته وهذه تعد مؤثرات داخلية بالنسبة للفرد.</p>				
تم تطبيق الجلسة على مدار ٦٠ دقيقة/ يتخللها ١٠ دقيقة استراحة	عرض تقديمي من خلال برنامج power point	١-المحاضرة ٢-العمل في مجموعات صغيرة ٣-ورشة عمل لتوضيح الفروق بين المؤثرات الالكترونية المضللة والجيدة	<p><b>الاهداف المعرفية:</b> - يعرف ما هي المؤثرات الاستهلاكية - يحدد أنواع المؤثرات الاستهلاك - يشرح دور المؤثرات التسويقية الإلكترونية - يوضح دور المؤثرات الاجتماعية في تشكيل السلوك الاستهلاكي الصحيح للفرد <b>الاهداف المهارية:</b> - يفرق بين المؤثرات الالكترونية المضللة والجيدة - يقترح كيفية التعامل مع المؤثرات الاستهلاكية بطريقة صحيحة - يحلل دورة الجماعات المرجعية الاجتماعية في تشكيل السلوك الاستهلاكي للفرد <b>الاهداف الوجدانية:</b> - يبدي اهتماما واضحا لمعرفة المؤثرات الالكترونية المضللة والجيدة. - يحرص على اتباع عادات استهلاكية مدروسة بأسلوب علمي صحيح له</p>			الجلسة الثامنة (المؤثرات الاستهلاكية الذكية): من المتوقع في نهاية الجلسة ان يكون الطالب قادر على:	
			<p>الجلسة الأمامية</p>  <p>دور وسائل التواصل الاجتماعي في الاستهلاك المستقل</p>  <p><b>نشاط:</b> أيا من هذه الممارسات الاستهلاكية صحيحة وايها خطأ؟ <b>نشاط</b> - يقوم كل متدرب من أصحاب التجارب الناجحة بسررد المواقف الإيجابية التي واجهته أثناء الشراء عبر مواقع شبكات التواصل والإنترنت - ثم في نهاية الجلسة فتح باب المناقشة مع الشباب الرقميين المنتجين وإلقاء الضوء على هذه الأمثلة للإقتداء بها.</p>				



الزمن	الوسائل الإرشادية المعينة	أنشطة إرشادية	عناصر المحتوى	الأهداف التعليمية للجلسات			موضوع الجلسة وعنوانها
				معرفية	مهارة	وجدانية	
			تقييم مستمر: من خلال المناقشة الجماعية ومتابعة سير العمل أثناء التنفيذ الأنشطة تقييم نهائي: تم تلخيص عناصر الجلسة من خلال اجابات الشباب عن الأسئلة التالية: ما هي المؤثرات الاستهلاكية وأنواعها؟ وكيف يمكنها التأثير في سلوك المستهلك؟	ولافراد أسرته. - يحرص على نشر ثقافة الاستهلاك الذكي المستدام بين أقرانه			
تم تطبيق الجلسة على مدار ٦٠ دقيقة/ يتخللها ١٠ دقيقة استراحة	عرض تقديمي من خلال برنامج power point	١-المحاضرة ٢-المناقشة الجماعية ٣-العصف الذهني ٤-اسئلة للمناقشة ٥-جلسة الانطلاق الفكري	(الادخار والاستثمار) تقييم مبدئي: من خلال طرح بعض الاسئلة عن محتوى الجلسة السابقة ثم البدء في جلسة اليوم بعنوان (الادخار والاستثمار) سبق وقد عرفنا الاستهلاك الذكي المستدام بشكل يضمن أمن بياناته الشخصية ويشمل (ادارة الشراء – المؤثرات الاستهلاكية – الممارسات الاستهلاكية المستدامة – الادخار والاستثمار). <b>الادخار والاستثمار</b> بأنه قدرة الشباب على ادارة الشراء بشكل يضمن توفير جزء من موارده وتحقيق أكبر عائد على المحفظة الادخارية والاستفادة منه في عمليات أخرى. <b>نشاط:</b> ماهي الممارسات التي يمكن الادخار والاستثمار عن طريقها من خلال الممارسات الاستهلاكية اليومية.   التقييم مستمر: من خلال المناقشة الجماعية ومتابعة سير العمل أثناء التنفيذ الأنشطة تقييم نهائي: تم تلخيص عناصر الجلسة من خلال اجابات الشباب عن الأسئلة التالية: ما هو الادخار - الاستثمار كيف يمكن تحقيق الادخار والاستثمار من ممارساتنا الاستهلاكية اليومية	<b>الاهداف المعرفية:</b> - يعرف مفهوم الادخار - يشرح مفهوم الاستثمار - يوضح الممارسات التي يمكن الادخار والاستثمار عن طريقها من خلال الممارسات الاستهلاكية اليومية <b>الاهداف المهارة:</b> - يكتشف اهمية الادخار والاستثمار يقترح بعض الممارسات التي يمكن الادخار والاستثمار عن طريقها من خلال الممارسات الاستهلاكية اليومية <b>الاهداف الوجدانية:</b> - يقدر قيمة الادخار - يشعر بأهمية الاستثمار - يبدي اهتماما حول معرفة الممارسات التي يمكن الادخار والاستثمار عن طريقها من خلال الممارسات الاستهلاكية اليومية		جلسة التاسعة (الادخار والاستثمار)  من المتوقع في نهاية الجلسة ان يكون الطالب المتدرب قادر على أن:	
تم تطبيق الجلسة على مدار ٦٠ دقيقة/ يتخللها ١٠ دقيقة	عرض تقديمي من خلال برنامج power point	المناقشة الجماعية	مراجعة النقاط الهامة في البرنامج مع الطلاب المتدربين: نلاحظ مما سبق أن الشباب الجامعي القادر علي تحديد احتياجاته وفق أهداف محددة ويستطيع أن يأخذ القرار الشرائي بعد وضع خطة للتسوق وجمع معلومات عن السلعة ذات الجودة المقدره.	<b>-أولاً: الأهداف المعرفية</b> - يعدد الفوائد العائدة من تطبيق البرنامج والاشتراك في جلساته. - يذكر مدى فاعلية البرنامج بالنسبة له في تعزيز المفاهيم المختلفة حول الاستهلاك الذكي المستدام. - يحدد مردود البرنامج على		الجلسة العاشرة الختامية	

الزمن	الوسائل الإرشادية المعينة	أنشطة إرشادية	عناصر المحتوى	الأهداف التعليمية للجلسات			موضوع الجلسة وعنوانها
				معرفة	مهارة	وجدانية	
استراحة			<p>الجلسة العاشرة</p> <p>تقديم مدني: على ما ترمته في الجلسة التاسعة</p> <p>مدني: نطاش صبا يخص موضوعات الجلسة العاشرة</p> <p>999X محتوى الجلسة العاشرة</p> <p>رابطه التتبع الالكتروني</p> <p>فإنه يكون بذلك أصبح لديه القدرة على التحكم في سلوكه نتيجة معتقداته الشخصية التي كونها من التجارب الأدائية والخبرات البديلة واتخاذ القرارات والاستثارة الإنفعالية مكونا نظاماً من المعتقدات الذاتية يمكنه من التحكم في مشاعره وأفكاره.</p> <p><b>فيسطيع إدارة ذاته:</b> أي يستغل لكل ما يملكه من مشاعر وأفكار وإمكانات الاستغلال الأمثل لتحقيق أهدافه.</p> <p><b>ويتخذ قراره:</b> فتزداد قدرته على الاختيار المدرك بين البدائل في موقف معين والتي تمكنه من مواجهة المشكلات التي تعترضه في عملية التسوق .</p> <p><b>ويستطيع ضبط انفعالاته:</b> بعدم الانسياق وراء الشراء العاطفي وضبط النفس في تحديد الأولويات الانفاق والالتزام بها وبالتالي يصبح الفرد في حالة إنفعالية تؤثر على قوة فعالية الذات لديه، وتمكنه من مواجهة المواقف</p> <p>- تقييم البرنامج الإرشادي وذلك من خلال التطبيق البعدي للاستبيان</p> <p>واعادة تطبيقه بعد شهر من التطبيق</p> <p>- شكر الطلاب المتدربين على تعاونهم مع الباحثين</p>	تحسين الخلفية المعرفية لنجاح إدارة الشراء الذكي .			

### ثالثاً- أساليب تقييم البرنامج: اشتمل تقييم البرنامج على ما يلي:

- **تقييم قبلي مبدئي:** تم اجراء تقييم قبلي على عينة البحث التجريبية من عينة البحث الأساسية على الأرباع الأدنى والذي مثلته النسبة الأقل لمستوى الوعي بالسلوك الإستهلاك الذكي المستدام.
- **تقييم مرحلي:** استمر هذا التقييم طوال فترة البرنامج، وذلك من خلال المناقشات أثناء الجلسات وفي نهاية كل جلسة طرح اسئلة؛ للتأكد من استيعاب أفراد عينة البحث لمحتوى جلسات البرنامج.
- **تقييم نهائي:** تم تقييم البرنامج بإعادة تطبيق الاستبيان بعد الانتهاء من تنفيذ جلسات البرنامج (كقياس بعدي)؛ للمقارنة بين النتائج القبلية/البعدي، وقياس مدى التحسن جراء تطبيق البرنامج، وتم إعادة تقييم لاحق لاستبيان الكفاءة الذاتية المدركة بعد مُضي شهر علي التقييم البعدي الأول لدراسة حجم الأثر.
- **الصعوبات التي واجهت الباحثات في تطبيق البرنامج:**
  - عدم التزام بعض الطلاب والطالبات بحضور جلسات البرنامج فكان عددهم في بداية التطبيق ٧٥ طالب /طالبة وفي نهاية التطبيق وصل العدد لـ ٦٥ طالب / طالبة.
  - تحديد وقت ثابت يناسب جميع أفراد عينة البحث التجريبية من الشباب.
  - ضيق وقت الطلاب والطالبات لانشغالهم بالمحاضرات .
  - كثرة المقاطعات وتطرق الشباب بكثرة إلى مواقف شخصية فكاهية.
- **حساب معامل صدق محتوى البرنامج :** للتأكد من صدق محتوى البرنامج تم عرضه في صورته الأولية على (٧) من الأساتذة المحكمين أعضاء هيئة التدريس في مجال إدارة المنزل بكلية الاقتصاد المنزلي جامعة المنوفية؛ وذلك للتعرف على آرائهم في البرنامج من حيث صياغة الأهداف، والمحتوى

العلمي لكل جلسة، والوسائل الإرشادية المستخدمة لكل جلسة، وإجراءات كل جلسة، وقد اتفق السادة المحكمين على صلاحية البرنامج وإمكانية استخدامه وتطبيقه على عينة البحث، وقد بلغ صدق المحتوى ٩٥% في صورته النهائية.

- المعاملات الإحصائية المستخدمة في البحث:- تم تحليل البيانات وإجراء المعالجات الإحصائية باستخدام برنامج (Spss Ver 25) لاستخراج النتائج، الكشف عن العلاقة بين متغيرات الدراسة، وللتحقق من صحة الفروض، تم حساب النسب المئوية، المتوسطات الحسابية، الانحراف المعياري، حساب معامل ألفا كرونباخ، معامل ارتباط بيرسون، اختبار (T-test)، واختبار (ت)، اختبار (F-test)، واختبار معامل الانحدار المتعدد، فاعلية البرنامج بحساب حجم الأثر ومربع ايتا.

**النتائج ومناقشتها:**

### أولاً: وصف خصائص عينة البحث الأساسية:

جدول (١٠) التوزيع النسبي لأفراد عينة البحث وفقاً لخصائصهم الاجتماعية والتعليمية ن=٢٥٠

النوع	العدد	النسبة%	بيئة السكن	العدد	النسبة%	السن	العدد	النسبة%
ذكر	١١٣	٤٥.٢%	ريف	١٠٤	٤١.٦%	من ١٧ > ١٨	١٢٨	٥١.٢%
أنثى	١٣٧	٥٤.٨%	حضر	١٤٦	٥٨.٤%	من ١٨ إلى ١٩	١٢٢	٤٨.٨%
مستوى تعليم الأب	العدد	النسبة%	مستوى تعليم الأم	العدد	النسبة%	ترتيب بين الإخوة	العدد	النسبة%
منخفض	٤٧	١٨.٨%	منخفض	٥٨	٢٣.٢%	الأول	٨٢	٣٢.٨%
متوسط	٧٨	٣١.٢%	متوسط	٧١	٢٨.٤%	الأوسط	١٠٥	٤٢%
مرتفع	١٢٥	٥٠%	مرتفع	١٢١	٤٨.٤%	الأخير	٦٣	٢٥.٢%
مهنة الأب	العدد	النسبة%	مهنة الأم	العدد	النسبة%	الدخل الشهري	العدد	النسبة%
مهن دنيا	٥٢	٢٠.٨%	مهن دنيا	٣٣	٢٢.٣%	منخفض	٦١	٢٤.٤%
مهن متوسطة	٧٥	٣٠%	مهن متوسطة	٤٩	٣٣.١%	متوسط	٧١	٢٨.٤%
مهن عليا	١٢٣	٤٩.٢%	مهن عليا	٦٦	٤٤.٦%	مرتفع	١١٨	٤٧.٢%
عمل الأم	العدد	النسبة%						
تعمل	١٤٨	٥٩.٢%						
لا تعمل	١٠٢	٤٠.٨%						

يتضح من نتائج جدول (١٠) أن أكثر من نصف (٥٨.٤%) عينة البحث يقطنون الحضر، في مقابل (٤١.٦%) يقطنون الريف. واتضح ان نصف (٥١.٢%) العينة اعمارهم من ١٧ إلى أقل من ١٨ سنة بينما (٤٨.٨%) يتراوح اعمارهم من ١٨ إلى ١٩ سنة واتضح ارتفاع نسبة الشباب الجامعي عينة البحث الأساسية الإناث عن الذكور فكان أكثر من نصف العينة ٥٤.٨% للإناث، بينما بلغت ٤٥.٢% للذكور، كما اتضح أن أكثر من نصف العينة (٥٩,٢%) ينتمون لمهات عاملات، وبالنسبة للترتيب بين الأخوة فأكثر من ثلث العينة (٤٢%) احتلوا الترتيب الأوسط. بينما ما يقرب من ثلث (٣٢.٨%) العينة يحتل الترتيب الأول، في حين بلغت أقل نسبة وهي ربع العينة (٢٥.٢%) لمن يكون الأخير. بالنسبة للتعليم فأعلي نسبة كانت لشباب ينتموا لأباء، وأمهات حملة البكالوريوس والماجستير والدكتوراه بنسبة (٥٠%)، (٤٨.٤%) على التوالي وقد سجلوا مستوى تعليم مرتفع. في حين كانت أقل نسبة لأباء وأمهات الحاصلين على الدبلوم وقد سجلوا مستوى تعليم منخفض؛ فكانت على التوالي (١٨.٨%)، (٣٢,٢%)، بالنسبة للمهن فأعلي نسبة كانت لشباب ينتموا لأباء، وأمهات أصحاب المهن العليا بنسبة (٤٩.٢%)، (٤٤.٦%) على التوالي في حين كانت أقل نسبة ينتموا لأباء وأمهات أصحاب المهن الدنيا؛ فكانت على التوالي (٢٠.٨%)، (٢٢,٣%)، ومن حيث الدخل الشهري لأسر عينة البحث فاتضح أن ما يقرب من نصف (٤٧.٢%) عينة البحث ينتموا لأسر ذات الدخل الشهري

المرتفع ٨٠٠٠ جنيه فأكثر، في حين كانت أقل نسبة (٢٤.٤%) ينتموا لأسر ذات الدخل الشهري المنخفض (أقل من ٤٠٠٠ جنيه).

**ثانياً- استجابة شباب (عينة البحث) لمستويات أدوات البحث:**

**أ- الوعي بالاستهلاك الذكي المستدام:**

جدول (١١) التوزيع النسبي لعينة البحث وفقا لمستويات الوعي بالاستهلاك الذكي المستدام بأبعاده والإجمالي ن=٢٥٠

الأبعاد	مرتفع أكثر من ٧٠%		متوسط أكثر من ٥٥% إلى ٧٠%		منخفض أقل من ٥٠% إلى ٥٥%	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%
الشراء الذكي	٤٦	١٨.٤%	٨٨	٣٥.٢%	١١٦	٤٦.٤%
المؤثرات الاستهلاكية الذكية	٥١	٢٠.٤%	٩١	٣٦.٤%	١٠٨	٤٣.٢%
ممارسات استهلاكية مستدامة	٤٩	١٩.٦%	٨٠	٣٢%	١٢١	٤٨.٤%
الادخار والاستثمار	٦٢	٢٤.٨%	٨٥	٣٤%	١٠٣	٤١.٢%
الاستهلاك الذكي ككل	٥٢	٢٠.٨%	٨٦	٣٤.٤%	١١٢	٤٤.٨%

يتضح من نتائج جدول (١١) أن أكثر مجموع ثلاث أرباع العينة ينحسروا في المستوى المتوسط والمنخفض بالنسبة لإدارة الشراء الذكي، المؤثرات الاستهلاكية الذكية، الممارسات الاستهلاكية المستدامة، الادخار والاستثمار وإجمالي الاستهلاك الذكي حيث بلغت (٣٥.٢%) (٤٦.٤%)، (٣٦.٤%) (٤٣.٢%)، (٣٢%) (٤٨.٤%)، (٣٤%) (٤١.٢%)، (٣٤.٤%) (٤٤.٨%) على التوالي، في حين نجد أن نسبة المستوى المرتفع تقل عن الربع في جميع محاور الاستهلاك الذكي المستدام والاجمالي حيث بلغت النسب (١٨.٤%، ٢٠.٤%، ١٩.٦%، ٢٤.٨%)، (٣٥.٢%، ٣٦.٤%، ٣٢%، ٣٤%)، (٤٦.٤%، ٤٣.٢%، ٤٨.٤%، ٤١.٢%)، (٤٤.٨%، ٤٣.٢%، ٤٤.٤%، ٤١.٢%) على التوالي وترى الباحثين وفي ضوء هذا الوصف أن نتائج البحث تؤكد علي وعي الشباب ينحصر بين المتوسط ومنخفض فيما يتعلق بممارساتهم للاستهلاك الذكي المستدام، ولكن ربما أن هذا الوعي غير كافٍ في توجيههم نحو الطريق السليم لتبني تلك المعايير نحو تعزيز استخدام الاستهلاك الذكي بأسلوب علمي مستنير يضمن أمن البيانات والمعلومات بشكل يواءم التغيرات الاجتماعية وايضا تطور النظام الاستهلاكي السائد والتسوق الالكتروني بأساليب التسويق المتنوعة والتكنولوجيا الحديثة ووسائل التواصل الاجتماعي ومدى انعكاسها على جميع فئات المجتمع والتي أصبحت حقيقة اجتماعية لا يمكن التغافل عن تأثيرها فأصبحت سلاح ذو حدين ( إيجابي/سلبي) لذا ينبغي ان نعي الشباب بالاستهلاك الذكي المستدام بضوابط تحقق الحفاظ على استدامة استخدام الموارد الطبيعية كحق أصيل للأجيال القادمة الذي يتفق مع صدور تقرير "مستقبلنا المشترك" الصادر عن لجنة الأمم المتحدة للبيئة والتنمية والذي أسس مسبقا لفكرة التنمية المستدامة التي تفي باحتياجات الحاضر دون الإخلال بقدرة الأجيال القادمة على الوفاء باحتياجاتها"، الامر الذي يؤكد علي الارتباط الدقيق بين الاستهلاك والمشاكل البيئية العالمية (خير الدين، ٢٠١٤).

**ب- الوعي بالكفاءة الذاتية المدركة بأبعاده:**

جدول (١٢) التوزيع النسبي لعينة البحث وفقا لمستويات الوعي بالكفاءة الذاتية المدركة بأبعاده والإجمالي ن=٢٥٠

الأبعاد	مرتفع أكثر من ٧٠%		متوسط أكثر من ٥٥% إلى ٧٠%		منخفض أقل من ٥٠% إلى ٥٥%	
	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %
ادارة الذات	٤٨	١٩.٢%	٧٥	٣٠%	١٢٧	٥٠.٨%
اتخاذ القرارات	٦٤	٢٥.٦%	٨٢	٣٢.٨%	١٠٤	٤١.٦%
الاستشارة الانفعالية	٥٠	٢٠%	٨٩	٣٥.٦%	١١١	٤٤.٤%
الكفاءة الذاتية ككل	٥٤	٢١.٦%	٨٢	٣٢.٨%	١١٤	٤٥.٦%

يتضح من نتائج جدول (١٢) أن أكثر من مجموع ثلاث أرباع عينة البحث ينحسروا في المستوى المتوسط والمنخفض بالنسبة لإدارة الذات، اتخاذ القرارات، الاستئارة الانفعالية واجمالي الكفاءة الذاتية المدركة حيث بلغت ٣٠%، ٥٠.٨%، ٣٢.٨%، ٤١.٦%، ٣٥.٦%، ٤٤.٤%، ٣٢.٨%، ٤٥.٦% على التوالي، في حين نجد أن ربع ٢٥.٦% العينة في المستوى المرتفع لاتخاذ القرارات، بينما تقل عن الربع في باقي المحاور، إدارة الذات، الاستئارة الانفعالية، اجمالي الكفاءة الذاتية المدركة ١٩.٢%، ٢٠%، ٢١.٦% على التوالي ويعزي ذلك في ضوء هذا الوصف أن نتائج البحث تؤكد علي وعي الشباب بدرجة متوسطة إلى منخفضة في الكفاءة الذاتية المدركة، وأن هذا انعكاس طبيعي لضعف قدرتهم على الاستهلاك الذكي المستدام لذا تؤكد على ضرورة الوعي الكافي لتوجيههم نحو النهج الصحيح في تبني تلك المعايير لتعزيز استخدام الاستهلاك الذكي بأسلوب منهجي يتفق مع التغيرات الاجتماعية والتكنولوجية والتي أصبح لها عظيم الأثر في نفوس الشباب، فالمعتقدات التي يمتلكها الفرد حول قدراته وإمكاناته لها دور مهم في التحكم في البيئة المحيطة به؛ الأمر الذي يسهم في زيادة القدرة على الإنجاز حيث أكد العرسان (٢٠١٧) أن الكفاءة الذاتية احد اهم العوامل النفسية المؤثرة في أداء الافراد. كذلك أوضح خالد وآخرون (٢٠٢٢) أن هناك علاقة بين الكفاءة الذاتية والقدرة على حل المشكلات. لذا نوصي بتعزيز مسئولية جميع الفئات وصناع القرار لمساعدة الشباب لترسيخ الاحكام والمعتقدات والأفكار الصحيحة كي يكون لديهم بنية تحتية رشيدة تمدهم بالمعطيات السديدة تجاه أي موقف.

#### ثانياً: النتائج في ضوء فروض البحث للعينة الأساسية:-

**الفرض الأول:** ينص على وجود علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين وعي عينة البحث بالسلوك الاستهلاكي الذكي المستدام كمخرج آمن لتحديات وسائل التواصل بأبعاده (ادارة الشراء الذكي – المؤثرات الاستهلاكية الذكية – الممارسات الاستهلاكية المستدامة – الادخار والاستثمار) والاجمالي والكفاءة الذاتية المدركة لديهم بأبعاده (ادارة الذات – اتخاذ القرارات – المثابرة وضبط الانفعال) والاجمالي. وللتحقق من صحة الفرض إحصائياً تم استخدام معامل ارتباط بيرسون Correlation Pearson بين المتغيرات الخاصة بالبحث.

جدول (١٣) معاملات ارتباط بيرسون بين الوعي بالاستهلاك الذكي المستدام بأبعاده والإجمالي والكفاءة الذاتية المدركة بأبعاده والإجمالي ن=٢٥٠

الأبعاد	ادارة الذات	اتخاذ القرارات	الاستئارة الانفعالية	اجمالي الكفاءة الذاتية
الشراء الذكي	**٠.٧٢٥	*٠.٦٠٨	**٠.٩١٧	**٠.٨٢٩
المؤثرات الاستهلاكية الذكية	**٠.٩٣٠	**٠.٨٥١	*٠.٦٣٨	**٠.٧١٦
الممارسات الاستهلاكية المستدامة	*٠.٦١١	**٠.٩٤٨	**٠.٨٠٨	**٠.٧٥٣
الادخار والاستثمار	**٠.٧٩٢	*٠.٦٢٥	**٠.٧٠٨	**٠.٨٦٩
اجمالي الاستهلاك الذكي	**٠.٨٨٠	**٠.٨١٤	**٠.٧٦٠	**٠.٧٨٥

\*\* دالة عند مستوى ٠,٠١ \* دالة عند مستوى ٠,٠٥

تم تحديد طبيعة العلاقات الارتباطية بين وعي الشباب بالاستهلاك الذكي المستدام بأبعاده (إدارة الشراء الذكي – المؤثرات الاستهلاكية الذكية – الممارسات الاستهلاكية المستدامة – الادخار والاستثمار) والكفاءة الذاتية المدركة بأبعاده (إدارة الذات – اتخاذ القرارات – الاستئارة الانفعالية) باستخدام معامل الارتباط البسيط (بيرسون) حيث تشير نتائج قيم معامل الارتباط البسيط الموضحة بجدول (١٣) إلى أن هناك علاقات ارتباطية موجبة دالة احصائيا بين الاستهلاك الذكي المستدام ككل وإدارة الذات – اتخاذ القرارات – الاستئارة الانفعالية والكفاءة الذاتية المدركة ككل عند مستوي معنوية ٠,٠١ حيث بلغت قيم R (\*\*٠.٨٨٠، \*\*٠.٨١٤، \*\*٠.٧٦٠، \*\*٠.٧٨٥) كما يتضح وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائيا بين أبعاد الاستهلاك الذكي المستدام والكل والكفاءة الذاتية المدركة ككل عند مستوى معنوية ٠,٠١ حيث بلغت قيم R



(٠.٨٢٩،\*\*٠.٧١٦،\*\*٠.٧٥٣،\*\*٠.٨٦٩،\*\*٠.٧٨٥،\*\*) على التوالي. أي كلما زاد وعى الشباب بالاستهلاك الذكي المستدام بأبعاده تزايدت كفاءتهم الذاتية المدركة بأبعاده ويعزي ذلك الي أنه كلما استطاع الشاب وضع خطة لتسوقه وجمع معلومات عن المنتج اصبح لديه القدرة للبحث عن بدائل ذات جودة عالية ومن ثم اختيار أفضل البدائل بأفضل سبل للتوفير، وكذلك يمكنه إجراء مقارنات سعرية والاستفادة من الحملات الترويجية لتحسين قدرته في عمليات الشراء واستخدام منتجات لها طابع الاستدامة الامر الذي ينعكس علي ضبط النفس في تحديد اولويات الانفاق والالتزام بها محققا أبعاد الكفاءة الذاتية إدارة الذات – اتخاذ القرارات – الاستثارة الانفعالية فمعتقدات الفرد عن إمكانياته وقدرته على القيام بمهام معينة تعد محددات قوية لمستوى إنجازه ومقياس جيد لنجاحه، وتتفق تلك النتائج مع ما يؤكد كلاً من المريخي (٢٠١٢) ، شعبي (٢٠١٩) ، ال مرعي (٢٠٢٢) ، النقيب (٢٠٢٣) بضرورة تبني ثقافة الاستهلاك الذكي للمحافظة على الموارد الطبيعية بالبيئة ، وهو من العناصر الراضة لكل مظاهر الاسراف داخل المجتمع ، فالاستهلاك الذكي يهدف لتحسين الممارسات الاستهلاكية نحو شراء واستخدام السلع والخدمات وتحقيق أقصى استفادة منها؛ ولقد بات من المتطلبات الضرورية لعملية التنمية الاقتصادية، ومما سبق اتضح وجود علاقات ارتباطية موجبة دالة احصائياً بين الاستهلاك الذكي المستدام ككل وإدارة الذات- اتخاذ القرارات – الاستثارة الانفعالية والكفاءة الذاتية المدركة ككل عند معنوية ٠,٠١، وبذلك يكون قد تحقق الفرض الأول كلياً.

**الفرض الثاني :** ينص على وجود فروق ذات دلالة احصائيا بين متوسطات وعى عينة البحث بالسلوك الاستهلاكي الذكي المستدام كمخرج آمن لتحديات وسائل التواصل بأبعاده والاجمالي والكفاءة الذاتية المدركة لديهم بأبعادهما والاجمالي وفقاً لبعض المتغيرات الديموغرافية (النوع، بيئة السكن، عمل الام). ولتحقق من صحة هذا الفرض احصائياً تم استخدام اختبار (T- test) للوقوف على دلالة الفروق بين متوسطات درجات وعى عينة البحث بالإستهلاك الذكي المستدام بأبعاده والإجمالي والكفاءة الذاتية المدركة بأبعادهما والإجمالي، وفقاً لكلٍ من (النوع، بيئة السكن، عمل الأم).والجداول من (١٤ : ١٩) توضح ذلك.

#### ١-النوع:

جدول (١٤) دلالة الفروق بين المتوسطات والانحراف المعياري في وعى الشباب بالإستهلاك الذكي المستدام بأبعاده والإجمالي وفقاً للنوع ن = ٢٥٠

الأبعاد	النوع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العينة	درجات الحرية	قيمة (ت)	الدلالة
إدارة الشراء الذكي	ذكر	١٠٤.٦٢٠	٩.٣٥٨	١١٣	٢٤٨	١٢.٥٥١	دال ٠.٠١ لصالح الذكور
	أنثى	٩١.٣٦١	٧.٠٣٤	١٣٧			
المؤثرات الاستهلاكية الذكية	ذكر	٦٢.١٨٣	٥.٨١٩	١١٣	٢٤٨	١١.٤٠٦	دال ٠.٠١ لصالح الإناث
	أنثى	٧٥.٥٩٢	٦.٢٤١	١٣٧			
ممارسات استهلاكية مستدامة	ذكر	٣٦.١١١	٣.٢٤٩	١١٣	٢٤٨	٦.٠٦٩	دال ٠.٠١ لصالح الذكور
	أنثى	٢٩.١٣٥	٢.٠٠١	١٣٧			
الادخار والاستثمار	ذكر	٢٠.٦٦٥	١.٩٣٧	١١٣	٢٤٨	٧.١٣٥	دال ٠.٠١ لصالح الإناث
	أنثى	٢٨.١١١	٢.١٥٦	١٣٧			
إجمالي الاستبيان	ذكر	٢٢٣.٥٧٩	١٣.٢٨٤	١١٣	٢٤٨	٠.٨٦٣	٠.٥٤١ غير دال
	أنثى	٢٢٤.١٩٩	١٢.٧٧١	١٣٧			

يتضح من نتائج جدول (١٤) وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسط درجات عينة البحث عند مستوي دلالة (٠,٠١) في الوعي بإدارة الشراء الذكي ، الممارسات الاستهلاكية المستدامة وفقاً للنوع لصالح الذكور حيث بلغت قيم (ت) (١٢.٥٥١ ، ٦.٠٦٩) على التوالي وهي قيم دالة إحصائياً، وقد يعزي ذلك إلى تأثير الذكور بأبائهم لأدوارهم الاجتماعية وتحمل مسؤولية الشراء وتلبية احتياجات الأسرة، بينما اتضح عدم وجود فروق دالة إحصائياً في إستبيان الاستهلاك الذكي المستدام ككل وفقاً للنوع ؛ حيث كانت قيمة

ت (٠.٨٦٣) وهي قيمة غير دالة إحصائياً وتختلف هذه النتيجة مع دراسة آل مرعي (٢٠٢٢) التي بينت وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠٥% في ثقافة الاستهلاك الذكي لصالح أفراد عينة البحث في ثقافة الاستهلاك الذكي لصالح أفراد عينة البحث من الذكور ، وتختلف ايضا مع نتيجة شعبي (٢٠١٩) والتي أكدت على وجود فروق لصالح الذكور. وأكدت علي أن النوع أحد اهم العوامل المؤثرة في ثقافة الاستهلاك الذكي بشكل عام؛ وبينما تختلف مع دراسة (El-Tahawy & Manal (2019) ، العايدي (٢٠٢٣) في وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الاناث .

كما تبين وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسط درجات عينة البحث عند مستوي دلالة (٠,٠١) في الوعي بالمؤثرات الاستهلاكية الذكية ، الادخار والاستثمار وفقاً لنوع لصالح الإناث حيث بلغت قيم (ت) (٧.١٣٥، ١١.٤٠٦) على التوالي وهي قيم دالة إحصائياً . وقد يعزى ذلك إلى ان الإناث (الفتيات في المجتمع المصري يستعدن لشراء مستلزمات الزواج منذ سن مبكرة حرصاً من الاسرة لادخار ما يحتاجه منزل الزوجية مستقبلاً الأمر الذي أصبح ثقافة لدى العديد من الفتيات) ، كما ان الفتيات بطبيعتها تعدّ مستهلك عاطفي ولديهم ميول شرائية أكثر من الذكور.

أما بالنسبة إلى المؤثرات الاستهلاكية الذكية فتشتمل وفق محاور البحث الي مؤثرات تسويقية الكترونية ومؤثرات اجتماعية وتتفق هذه النتيجة مع دراسة مع دراسة (El-Tahawy & Manal (2019) في وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الاناث. ويؤكد كلا من شعبي (٢٠١٩) بن يحي (٢٠٢٠) أن الاستهلاك الذكي يتأثر بعدد من العوامل منها العوامل الاجتماعية والتي تلعب دور كبير في تشكيل سلوك المستهلكين ومن أهمها الأسرة والجماعات المرجعية، والأدوار الاجتماعية وثقافة وقيم ومعتقدات الأفراد والطبقة الاجتماعية التي ينتمي لها الفرد والتي ترسم أسلوب حياته، ويؤكد ذلك ما تراه عبدالوارث (٢٠٠٤) بأن الأسرة هي الخلية الأولى التي ينشأ فيها الفرد وتكون اتجاهاته ودوافعه، أي هي أول وحدة استهلاكية ينمو فيها الفرد ويتكون لديه العادات الاستهلاكية ، كما أن للأسرة دور كبير في التأثير على القرارات الشرائية للمستهلك وتتفق هذه مع نتيجة البحث الحالي حيث تتأثر الاناث بأدوارهم الإجتماعية ضمن خلية الأسرة التي تؤهلها لتكون أمهات المستقبل فيكون عليهم العبء الأكبر في تبني ثقافة الاستهلاك الذكي المستدام .

حيث تؤكد دراسة شعبي (٢٠١٩) أن كلما كانت الاتجاهات الاستهلاكية لدى الوالدين معتدلة ومتوازنة بين الاستهلاك والاستثمار بما يتناسب مع دخل الأسرة فإن الابناء يقتدون بهما وتنمو في نفوسهم اتجاهات سلوكية معتدلة مما يجنب الأسرة مخاطر اجتماعية واقتصادية، وتؤكد دراسة النقيب (٢٠٢٣) ان من الضروري الاهتمام بضبط الممارسات الاستهلاكية الخاطئة داخل الأسرة والتي تعمل على زعزعة استقرارها وتعديلها إلى ممارسات استهلاكية ذكية تحمي البيئة بكل عناصرها وتضمن المحافظة على استقرار الأسرة وتماسكها ، فممارسة الاستهلاك الذكي المستدام من السلع والخدمات للأسر داخل المجتمع يساعد على التقليل من معدل انبعاث الغازات الدفيئة مما يقلل من تلوث البيئة ويقلل من التأثيرات السلبية للتغيرات المناخية عليها الامر الذي يسهم في تحقيق الاستقرار البيئي بشكل أفضل. لذلك يؤكد البحث الحالي على ضرورة تبني الأسرة اتجاهات سلوكية إيجابية لتنمي ثقافة الاستهلاك الذكي المستدام وخاصة للإناث.

### ٣- بيئة السكن

جدول (١٥) دلالة الفروق بين المتوسطات والانحراف المعياري في وعى الشباب بالإستهلاك الذكي المستدام بأبعاده والإجمالي وفقاً للبيئة السكن ن = ٢٥٠

الأبعاد	بيئة السكن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العينة	درجات الحرية	قيمة (ت)	مستوي الدلالة
إدارة الشراء الذكي	ريف	٨٣.٩١٤	٨.٠٣٥	١٠٤	٢٤٨	٢٣.٢٩٩	دال عند ٠.٠١ لصالح الحضر
	حضر	١١١.٥١٣	١٠.١٤٦	١٤٦			
المؤثرات الاستهلاكية	ريف	٥٠.٥٠٧	٤.٨٩٠	١٠٤	٢٤٨	١٩.٢٢٣	دال عند ٠.٠١

الذكية	حضر	٧١.٢٤٣	٦.٧٦٨	١٤٦	٢٤٨	١٠.٣٣٩	لصالح الحضر
الممارسات الاستهلاكية المستدامة	ريف	٢٦.١١٩	٢.٤٠٣	١٠٤	٢٤٨	١٠.٣٣٩	دال عند ٠.٠١
	حضر	٣٨.٠٥٢	٣.٥٥٩	١٤٦			لصالح الحضر
الإدخار والإستثمار	ريف	٢٥.٦١٤	٢.٠٧١	١٠٤	٢٤٨	٩.١٣٢	دال عند ٠.٠١
	حضر	١٧.٣٥٩	١.٢٢٦	١٤٦			لصالح الريف
الاستهلاك الذكي المستدام ككل	ريف	١٨٦.١٥٤	٩.٩٨٦	١٠٤	٢٤٨	٤٤.٢٤٤	دال عند ٠.٠١
	حضر	٢٣٨.١٦٧	١٢.٠٢٣	١٤٦			لصالح الحضر

**يتضح من نتائج جدول ( ١٥ )** وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسط درجات عينة البحث عند مستوي دلالة ( ٠,٠١ ) في الوعي بإدارة الشراء الذكي ، المؤثرات الاستهلاكية الذكية، الممارسات الاستهلاكية المستدامة ، اجمالي الاستهلاك الذكي المستدام وفقاً لبيئة السكن لصالح الحضر ، حيث بلغت قيم (ت) (٢٣.٢٩٩ ، ١٩.٢٢٣ ، ١٠.٣٣٩ ، ٤٤.٢٤٤) على التوالي، وهي قيم دالة إحصائياً وتعزي هذه النتيجة بأن سكان الحضر لديهم وسائل تكنولوجية أكثر من قاطني لحضر مما يكسبهم اتجاه إيجابي نحو المستحدثات التسويقية . وتتفق هذه النتيجة مع كلا من بركات (٢٠١٧) ، ميخائيل واخرون (٢٠٢٣) في وجود فروق لصالح الحضر ، وتختلف مع دراسة البصلي (٢٠٢٠) والتي أكدت على وجود فروق في إدارة الشراء لصالح الريف. وقد يعزي ذلك إلي ان التسويق الإلكتروني الذي سمح بفتح آفاق جديدة لتنوع انماط الاستهلاك ساعد علي تخطي المستهلك والبائع حواجز المكان والزمان الامر الذي اصبح له عظيم الأثر لقاطني الحضر ومن ثم اصبح الاستهلاك الذكي ملجأ آمن بدلا من إهدار الوقت والجهد للحصول على أفضل العروض المتنوعة . إلا أنه ومن خلال الدراسة الميدانية الحالية تبين أن أغلب الشباب ليس لديهم الوعي الكافي لاختيار المنتجات ذات الطابع المستدام، بل ويفتقروا الي تحديد الاولويات مع انسياق الغالبية نحو العروض التسويقية ذات التخفيضات كما في الولايات المتحدة، والتي تكثُر العروض التسويقية لديهم فيما يعرف بتخفيضات الجمعة البيضاء Friday،Black وإثنين السايبر ،Cyber Monday والاثنين الأخضر (Mahmuddin , et al. (2022).

وتأكيدا لذلك دراسة اسماعيل (٢٠١٩)، بن يحي (٢٠٢٠) على أن وسائل الاعلام الجديدة بما تتضمنه من وسائل تواصل اجتماعي وبما تتسم به من خصائص تواصلية اجتماعية وابعاد تفاعلية صارت اليوم قادرة على رسم الرؤى في اذهان الجماهير وإقناعهم بمحتواها والمعاني التي تتضمنها ، كذلك فتح الانترنت مجالا جديدا للتواجد والذي أثر تأثير إيجابي على المؤسسات ومنحها فرصة أكبر للتنافس والإعلان والانتشار والنجاح فاليوم اصبح بإمكان المؤسسات أن تصل بمنتجاتها لى الاسواق المحلية والإقليمية والعالمية بطرق أكثر سهولة وأقل تكلفة .

- وجود فروق إحصائية بين متوسط عينة البحث عند مستوي ( ٠,٠١ ) في الوعي بالادخار والاستثمار وفقاً لبيئة السكن لصالح الريف حيث بلغت قيم (ت) (٩.١٣٢) وهي قيمة دالة إحصائياً ويعزي ذلك إلى ان الريف المصري يمتاز بالادارة الجيدة للدخل المالي واستثمار موارده وهذا ما أكدت عليه رصاص (٢٠١٩) انه بتعزيز الكفاءة الادارية والانتاجية للمرأة الريفية اصبح لديها القدرة علي التمكين الاقتصادي.

### ٣- عمل الأم

جدول ( ١٦ ) دلالة الفروق بين المتوسطات والانحراف المعياري في وعى الشباب بالإستهلاك الذكي المستدام بأبعاده والإجمالي وفقاً لعمل الام ن = ٢٥٠

الأبعاد	عمل الأم	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العينة	درجات الحرية	قيمة (ت)	الدلالة
ادارة الشراء الذكي	تعمل	١٠٨.٣٧١	٩.٥٣٩	١٤٨	٢٤٨	٢٠.٣٣٣	دال عند ٠.٠١
	لا تعمل	٨٦.٣١٤	٧.٠٠٥	١٠٢			لصالح العاملات
الممارسات	تعمل	٧٨.٢٢٥	٦.١٢٨	١٤٨	٢٤٨	٢١.٠٩٩	دال عند ٠.٠١

لصالح العاملات			١٠٢	٤.٢٧١	٥٥.٣٠١	لا تعمل	الاستهلاكية المستدامة
دال عند ٠.٠١ لصالح العاملات	٨.٩٩١	٢٤٨	١٤٨	٣.٢٤٧	٣٤.٥٢٨	تعمل	الممارسات الاستهلاكية المستدامة
دال عند ٠.٠١ لصالح العاملات	١٠.٥٢٢	٢٤٨	١٠٢	٢.٣٥٨	٢٣.٩١٠	لا تعمل	الدخار والاستثمار
دال عند ٠.٠١ لصالح العاملات	٥٥.٢٢٠	٢٤٨	١٤٨	٢.١٣٥	٢٧.٤٤٠	تعمل	اجمالي
			١٠٢	١.٢٣٤	١٥.٥٨٨	لا تعمل	الاستبيان
			١٤٨	١٣.٦٢٩	٢٤٨.٥٦٤	تعمل	
			١٠٢	١١.٠٠١	١٨١.١١٣	لا تعمل	

يتضح من نتائج جدول (١٦) وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسط درجات عينة البحث عند مستوي دلالة (٠,٠١) في الوعي بإدارة الشراء الذكي، المؤثرات الاستهلاكية الذكية، الممارسات الإستهلاكية المستدامة، الادخار والاستثمار، اجمالي الاستهلاك الذكي المستدام وفقاً لعمل الام لصالح الامهات العاملات حيث بلغت قيم (ت) (٢٠.٣٣٣، ٢١.٠٩٩، ٨.٩٩١، ١٠.٥٢٢، ٥٥.٢٢٠) على التوالي وهي قيم دالة إحصائياً ويعزى ذلك إلى أن المرأة العاملة أكثر إختلاطاً بالمجتمع وأكثر وعياً بكل مستحدثاته التكنولوجية والتعامل مع أساليب التسوق الحديثة فهي أكثر تطلعا وخبرة في الاستهلاك الذكي المستدام كما ان خروج المرأة للعمل يجعلها تتعرض للعديد من الخبرات والمهارات التي تجعل لديها خبرة جيدة وممارسات إيجابية تجاه الإستهلاك الذكي المستدام، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة البصلي (٢٠٢٠) وميخائيل وآخرون (٢٠٢٣) في وجود فروق لصالح الامهات العاملات، وتختلف مع دراسة شعبي (٢٠١٩)، النقيب (٢٠٢٣) لعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الاستهلاك الذكي وفقاً لعمل الام.

٢/٢ ينص على وجود فروق ذات دلالة احصائيا بين متوسطات وعي عينة البحث بالكفاءة الذاتية المدركة لديهم بأبعدها والاجمالي وفقاً لبعض المتغيرات الديموغرافية ( للنوع، بيئة السكن، عمل الام). وللتحقق من صحة هذا الفرض احصائياً تم استخدام اختبار (T-test) للوقوف على دلالة الفروق بين متوسطات درجات وعي عينة البحث بالاستهلاك الذكي المستدام بأبعاده والكفاءة الذاتية المدركة بأبعدها، وفقاً لكلٍ من (النوع، مكان السكن، عمل الأم). والجداول من (١٧: ١٩) توضح ذلك.

#### ١- النوع

جدول (١٧) دلالة الفروق بين المتوسطات والانحراف المعياري في وعي الشباب بالكفاءة الذاتية المدركة بأبعادهما = ٢٥٠

الأبعاد	النوع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العينة	درجات الحرية	قيمة (ت)	الدلالة
إدارة الذات	ذكر	٤١.١٥٨	٣.٧٢٦	١١٣	٢٤٨	١١.٦٣٥	دال عند ٠.٠١ لصالح الإناث
	أنثى	٥٠.٣٣٣	٤.٠٣٤	١٣٧			
اتخاذ القرارات	ذكر	٣٨.٨١٧	٢.٧٦٥	١١٣	٢٤٨	٩.١٢٣	دال عند ٠.٠١ لصالح الذكور
	أنثى	٣٠.٥٣١	٢.٩٠٩	١٣٧			
الاستثارة الإنفعالية	ذكر	٣٥.٤٢٠	٣.٠٠١	١١٣	٢٤٨	٩.١١٩	دال عند ٠.٠١ لصالح الإناث
	أنثى	٤٢.٥١١	٣.٨١٨	١٣٧			
الكفاءة الذاتية ككل	ذكر	١١٥.٣٩٥	٩.١١٢	١١٣	٢٤٨	١٠.٢٢٢	دال عند ٠.٠١ لصالح الإناث
	أنثى	١٢٣.٣٧٥	١٠.٦٨٥	١٣٧			

باستعراض نتائج جدول (١٧) تبين وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسط درجات عينة البحث عند مستوي دلالة (٠,٠١) في الوعي بإدارة الذات، الاستثارة الانفعالية، الكفاءة الذاتية ككل وفقاً للنوع لصالح إناث، حيث بلغت قيم (ت) (١١.٦٣٥، ٩.١١٩، ٨.٩٩١، ١٠.٢٢٢) على التوالي. وهي قيم دالة إحصائياً. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة ميخائيل وآخرون (٢٠٢٣) في وجود فروق في إدارة الذات لصالح الذكور، بينما تختلف النتيجة مع دراسة كل من الشبول والجراح (٢٠٢٠)، الزغبى، نصر

(٢٠٢١) في عدم وجود فروق دالة إحصائية وفقاً للنوع في الكفاءة الذاتية. وقد يعزى إلى أن الإناث أكثر قدرة على تطبيق استراتيجيات إدارة الذات بوضع أهداف للذات- التخطيط للذات- العلاقات مع الآخر- إدارة الخلافات- توجيه وتقويم الذات فأول الطريق للنجاح في حياة الفرد يبدأ من نجاح الفرد في إدارة ذاته، كما تبين وجود فروق دالة إحصائية بين متوسط درجات عينة البحث عند مستوي دلالة (٠,٠١) في الوعي باتخاذ القرارات وفقاً للنوع لصالح الذكور. حيث بلغت قيم (ت) (٩.١٢٣) على التوالي وهي قيمة دالة إحصائية وقد يعزى إلى أن ذكور (عينة البحث) وكما هو موضح بجدول (١٤) أكثر قدرة من الإناث في إدارة الشراء الذكي ولديهم القدرة علي تحديد مشكلاتهم واحتياجاتهم وتحليلها وجمع البيانات وإجراء المقارنات السعرية على المواقع الإلكترونية؛ حيث تزداد قدرتهم نحو الاختيار المدرك بين البدائل الأمر الذي يمكنهم من مواجهة المشكلات التي تعترضهم في عملية التسوق بأفضل طريقة ممكنة لاتخاذ قرارات شرائية مستنيرة. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة كلا من الزيادات و العدوان (٢٠٠٩)، الزاكي (٢٠١٤)، دراسة رصاص، مشعل (٢٠١٧) والتي أظهرت عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في اتخاذهم للقرارات وتتفق مع دراسة كل من العتيبي (٢٠٠٩) حشاد (٢٠١١) وهبة (٢٠١٣) في وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في اتخاذهم للقرارات لصالح الذكور في اتخاذ القرار.

## ٢- بيئة السكن

جدول (١٨) دلالة الفروق بين المتوسطات والانحراف المعياري في وعى الشباب بالكفاءة الذاتية المدركة بأبعادها والإجمالي وفقاً للبيئة السكن ن = ٢٥٠

الأبعاد	بيئة السكن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العينة	درجات الحرية	قيمة (ت)	الدلالة
إدارة الذات	ريف	٣٥.٥٥١	٢.٩١٤	١٠٤	٢٤٨	١٤.٤١٦	دال عند ٠.٠١ لصالح الحضر
	حضر	٤٨.٧٦١	٣.٧٧٢	١٤٦			
اتخاذ القرارات	ريف	٢٥.٥١٨	٢.٠٠١	١٠٤	٢٤٨	١٤.٢٣٧	دال عند ٠.٠١ لصالح الحضر
	حضر	٤٠.١١١	٣.٤١٨	١٤٦			
الاستشارة الانفعالية	ريف	٢٣.٧٨١	١.٩٦٥	١٠٤	٢٤٨	١٦.٣٤٢	دال عند ٠.٠١ لصالح الحضر
	حضر	٤٠.٤٠٦	٣.٦٧٠	١٤٦			
اجمالي الاستبيان	ريف	٨٤.٣٥٠	٧.٠٥٢	١٠٤	٢٤٨	٤١.٨١٠	دال عند ٠.٠١ لصالح الحضر
	حضر	١٢٩.٢٧٨	١١.٣٣٩	١٤٦			

باستعراض نتائج جدول (١٨) تبين وجود فروق دالة إحصائية بين متوسط درجات عينة البحث عند مستوي دلالة (٠,٠١) في الوعي بإدارة الذات، اتخاذ القرارات، الاستشارة الإنفعالية والكفاءة الذاتية ككل وفقاً لبيئة السكن لصالح الحضر. حيث بلغت قيم (ت) (١٤.٤١٦، ١٤.٢٣٧، ١٦.٣٤٢، ٤١.٨١٠) على التوالي. وهي قيم دالة إحصائية وتفسر الباحثان هذه النتيجة بأن بيئة الحضر لديها من المؤثرات الاجتماعية والتسويقية والتكنولوجية والاقتصادية والسيكولوجية ما يؤثر على إدارة الأفراد لذاتهم ومن ثم على قراراتهم الأمر الذي يؤثر علي دوافعهم ويعيد تشكل كفاءتهم الذاتية فينجذب الشاب لما توفره له هذه البيئة المتطورة وتلبي له كافة احتياجاته. بينما تختلف تلك النتيجة مع دراسة خالد وآخرون (٢٠٢٢) لعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في بيئة السكن، كذلك تختلف مع دراسة ميخائيل وآخرون (٢٠٢٣) في وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الريف.

## ٣- عمل الام



جدول ( ١٩ ) دلالة الفروق بين المتوسطات والانحراف المعياري في وعى الشباب بالكفاءة الذاتية المدركة بأبعادها والإجمالي وفقاً لعمل الام ن = ٢٥٠

الابعاد	عمل الأم	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العينة	درجات الحرية	قيمة ( ت )	الدلالة
إدارة الذات	تعمل	٥٢.٠٥١	٤.٢٦١	١٤٨	٢٤٨	١٥.٧٢٧	دال عند ٠.٠١ لصالح العاملات
	لا تعمل	٣٩.٦٧٤	٢.٨٨١	١٠٢			
اتخاذ القرارات	تعمل	٣٧.٥٦٠	٢.٩٢٨	١٤٨	٢٤٨	١٨.١١١	دال عند ٠.٠١ لصالح العاملات
	لا تعمل	٢٠.٤٧٩	١.٨٦٧	١٠٢			
الاستثارة الانفعالية	تعمل	٣٨.٨١٤	٢.٩٩١	١٤٨	٢٤٨	١٢.٥٥٩	دال عند ٠.٠١ لصالح العاملات
	لا تعمل	٢٧.٣٤٠	٢.٣١٥	١٠٢			
اجمالي الاستبيان	تعمل	١٢٨.٤٢٥	١٢.٢١٤	١٤٨	٢٤٨	٣٥.٢٤١	دال عند ٠.٠١ لصالح العاملات
	لا تعمل	٨٧.٤٩٣	٧.٧٦١	١٠٢			

تبين من نتائج جدول (١٩) وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسط درجات عينة البحث عند مستوي دلالة (٠,٠١) في الوعي بإدارة الذات ، اتخاذ القرارات ، الاستثارة الإنفعالية ، الكفاءة الذاتية ككل وفقاً لعمل الام لصالح الامهات العاملات حيث بلغت قيم (ت) (١٥.٧٢٧ ، ١٨.١١١ ، ١٢.٥٥٩ ، ٣٥.٢٤١) على التوالي. وهي قيم دالة إحصائياً وقد يعزى ذلك إلى أن خروج المرأة للعمل اكسبها المزيد من المعرفة التي تساعدها على إدارة ذاتها بطريقة إيجابية مستغلة كل مواردها المتاحة فتزداد خبرة بتعدد المواقف التي تواجهها الامر الذي يتطلب منها التعامل بحكمة وتفكير لاتخاذ القرار السليم ومن ثم تزداد ثقها بنفسها مما ينعكس بدوره على تربية الابناء سواء كان بصورة مباشرة أو غير مباشرة. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة كلا من المستكاي (٢٠١٠) الزاكي (٢٠١٤) في عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية في إتخاذ القرارات وفقاً لعمل الأم. بينما تتفق مع دراسة فايد (٢٠١٥) وجود فروق ذات دلالة احصائية في إتخاذ القرارات وفقاً لعمل الأم لصالح الأمهات العاملات. كذلك تختلف النتائج مع دراسة خالد وآخرون (٢٠٢٢) لعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في عمل الأم وإدارة الذات. وتتفق مع دراسة ميخائيل وآخرون (٢٠٢٣) لوجود فروق دالة إحصائية لصالح الامهات العاملات في إدارة الذات. ومما سبق عرضه يتضح قبول الفرض الثاني جزئياً.

**الفرض الثالث:-** ينص على وجود تباين في وعى عينة البحث بالاستهلاك الذكي المستدام كمنهج آمن لتحديات وسائل التواصل بأبعادها والاجمالي والكفاءة الذاتية المدركة لديهم بأبعادها والإجمالي وفقاً لبعض المتغيرات الديموغرافية (الترتيب بين الأخوة ، مهنة الأب ، المستوى التعليمي للأب ، المستوى التعليمي للأم، الدخل الشهري للأسرة). وللتحقق من صحة هذا الفرض احصائياً تم استخدام أسلوب تحليل التباين في اتجاه واحد ANOVA لاستبيان الوعي بالاستهلاك الذكي المستدام والكفاءة الذاتية المدركة لديهم وفقاً للمتغيرات الديمغرافية، وتم تطبيق اختبار LSD لمعرفة دلالة الفروق بين المتوسطات، والجدول من (٢٠: ٢٩) توضح ذلك.

### ٣/١ الترتيب بين الأخوة:

جدول ( ٢٠ ) تحليل التباين أحادي الاتجاه للوعي بالسلوك الاستهلاك الذكي المستدام وأبعاده والإجمالي وفقاً لاختلاف (الترتيب بين الأخوة) (ن=٢٥٠)

الابعاد	الترتيب بين الإخوة	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة ( ف )	الدلالة
إدارة الشراء الذكي	بين المجموعات	١٢١١٨.٦١٩	٦.٥٩٣.٣١٠	٢	٣٧.٥٦٩	دال ٠.٠١
	داخل المجموعات	٣٩٨٣٦.٩٨٢	١٦١.٢٨٣	٢٤٧		
	المجموع	٥١٩٥٥.٦٠١		٢٤٩		
المؤثرات الاستهلاكية الذكية	بين المجموعات	١١٦٨٩.٧٢٠	٥٨٤٤.٨٦٠	٢	٢٨.١٣٣	دال ٠.٠١
	داخل المجموعات	٥١٣١٥.٨١٠	٢٠٧.٧٥٦	٢٤٧		
	المجموع	٦٣٠٠٥.٥٣٠		٢٤٩		
الممارسات	بين المجموعات	١٢٠٨٨.٢٧٥	٦٠٤٤.١٣٧	٢	٤٨.٧٢٠	دال ٠.٠١

الأبعاد	الترتيب بين الإخوة	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (ف)	الدلالة
الاستهلاكية المستدامة	داخل المجموعات	٣٠٦٤٢.٤٧٢	١٢٤.٠٥٩	٢٤٧	٣٠.٠٢٦	٠.٠١
	المجموع	٤٢٧٣٠.٧٤٧		٢٤٩		
الادخار والاستثمار	بين المجموعات	١١٧٨٩.٤٤٠	٥٨٩٤.٧٢٠	٢	٣٠.٠٢٦	٠.٠١
	داخل المجموعات	٤٨٤٩١.٦٨٩	١٩٦.٣٢٣	٢٤٧		
المجموع	المجموع	٦٠٢٨١.١٢٩		٢٤٩	٦٥.٤٨١	٠.٠١
	بين المجموعات	١٢٤٤٨.٨٥٠	٦٢٢٤.٤٢٥	٢		
الاستبيان ككل	داخل المجموعات	٢٣٤٧٩.٠٨٢	٩٥.٠٥٧	٢٤٧	٦٥.٤٨١	٠.٠١
	المجموع	٣٥٩٢٧.٩٣٢		٢٤٩		

جدول (٢١) معامل LSD لأقل فرق معنوي بين المتوسطات الحسابية في الاستهلاك الذكي بأبعاده وفقاً لمتغير الترتيب بين الإخوة ن = ٢٥٠

الأبعاد	الترتيب بين الإخوة	الأول = م	المتوسط = م	الآخر = م
إدارة الشراء الذكي	الأول	-		
	المتوسط	**١٤.١٧٥		
	الآخر	**١٦.٤٩٧	**٢.٣٢٢	
المؤثرات الاستهلاكية الذكية	الأول	٧٤.٢٩٢ = م	٦١.٣٨٢ = م	٦٠.٩٩٦ = م
	المتوسط	**١٢.٩١٠		
	الآخر	**١٣.٢٩٦	٠.٣٨٦	
الممارسات الاستهلاكية الذكية	الأول	٣٧.٥١٠ = م	٣٠.٤٤٦ = م	٢٥.٠١٣ = م
	المتوسط	**٧.٠٦٤		
	الآخر	**١٢.٤٩٧	**٥.٤٣٣	
الادخار والاستثمار	الأول	٢٦.١١٢ = م	٢٠.٣٨١ = م	١٩.٥٥٨ = م
	المتوسط	**٥.٧٣١		
	الآخر	**٦.٥٥٤	٠.٨٢٣	
الاستبيان ككل	الأول	٢٤٣.٤٧٠ = م	٢٠٣.٥٩٠ = م	١٩٤.٦٢٦ = م
	المتوسط	**٣٩.٨٨٠		
	الآخر	**٤٨.٨٤٤	**٨.٩٦٤	

يتبين من جدول (٢٠)، (٢١) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الوعي بالاستهلاك الذكي المستدام بأبعاده تبعاً للترتيب بين الإخوة حيث بلغت قيم (ف) ٣٧.٥٦٩، ٢٨.١٣٣، ٤٨.٧٢٠، ٣٠.٠٢٦، ٦٥.٤٨١ على التوالي. وهي قيم دالة عند مستوى معنوية ٠.٠١ ولمعرفة دلالة الفروق تم عمل اختبار LSD لنتائج الاختبارات البعدية بطريقة أقل فرق معنوي وقد تبين أن هناك اختلاف بين أفراد عينة البحث في الوعي بالاستهلاك الذكي المستدام بأبعاده (إدارة الشراء الذكي - المؤثرات الاستهلاكية الذكية - الممارسات الاستهلاكية المستدامة - الادخار والاستثمار) والاجمالي لصالح الأبن الأول وقد يعزى ذلك إلى أن الإبن الأكبر شديد التأثير بوالديه فليده القدرة على اتخاذ القرارات الشرائية الخاصة به كما أنه يتأثر بالتغيرات التكنولوجية الحديثة فهو أكثر عرضه للمؤثرات التسويقية الالكترونية فيستطيع أن يضع خطط واهداف لتسوقه ويبحث عن البدائل ذات الاستدامة طويلة الاجل وإجراء مقارنات سعرية مستخدماً موارده الالكترونية المتاحة بأفضل طريقة ممكنة في عملية التسوق وبشكل يضمن أمن بياناته الشخصية. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة رقبان، فرحات (٢٠٢٣) في عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الترتيب بين الاخوة والاستهلاك المستدام في ضوء مفهوم الاقتصاد الدائري للموارد.

## ٢- المستوى التعليمي للأب

جدول (٢٢) تحليل التباين أحادي الاتجاه للوعي بالسلوك الاستهلاك الذكي المستدام وأبعاده والإجمالي وفقاً لاختلاف (المستوى التعليمي للأب) (ن=٢٥٠)

الأبعاد	المستوي التعليمي للأب	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (ف)	الدلالة
إدارة الشراء الذكي	بين المجموعات	١٢٧٨٢.٨٥٩	٦٣٩١.٤٢٩	٢	٦٢.٣٥٨	٠.٠١ دال
	داخل المجموعات	٢٥٣١٦.٦٤٩	١٠٢.٤٩٧	٢٤٧		
	المجموع	٣٨٠٩٩.٥٠٨		٢٤٩		
المؤثرات الاستهلاكية الذكية	بين المجموعات	١٢٨٨٢.٣٧٦	٦٤٤١.١٨٨	٢	٦٧.٨١٢	٠.٠١ دال
	داخل المجموعات	٢٣٤٦١.٣٨٢	٩٤.٩٨٥	٢٤٧		
	المجموع	٣٦٣٤٣.٧٥٨		٢٤٩		
الممارسات الاستهلاكية المستدامة	بين المجموعات	١٢٣٥٦.٨٤٧	٦١٧٨.٤٢٤	٢	٦٠.٥٥٨	٠.٠١ دال
	داخل المجموعات	٢٥٢٠٠.٢٢٠	١٠٢.٠٢٥	٢٤٧		
	المجموع	٣٧٥٥٧.٠٦٧		٢٤٩		
الادخار والاستثمار	بين المجموعات	١٢٥٥٢.٥٧٥	٦٢٧٦.٢٨٨	٢	٥١.٨٠٩	٠.٠١ دال
	داخل المجموعات	٢٩٩٢٢.٥٦٠	١٢١.١٤٤	٢٤٧		
	المجموع	٤٢٤٧٥.١٣٥		٢٤٩		
الاستبيان ككل	بين المجموعات	١١٩٩٧.٠٦٢	٥٩٩٨.٥٣١	٢	٤٥.٣٩٩	٠.٠١ دال
	داخل المجموعات	٣٢٦٣٥.٨٥٠	١٣٢.١٢٩	٢٤٧		
	المجموع	٤٤٦٣٢.٩١٢		٢٤٩		

جدول (٢٣) معامل LSD لأقل فرق معنوي بين المتوسطات الحسابية في السلوك الاستهلاكي الذكي بأبعاده وفقا لمتغير المستوى التعليمي للأب ن = ٢٥٠

الأبعاد	المستوي التعليمي للأب	منخفض م = ٨٨.٣٦٤	متوسط م = ١٠٢.٤٣٩	عالي م = ١١٠.٥٣١
إدارة الشراء الذكي	منخفض	-	-	-
	متوسط	**١٤.٠٧٥	-	-
	عالي	**٢٢.١٦٧	**٨.٠٩٢	-
المؤثرات الاستهلاكية الذكية	منخفض	-	-	-
	متوسط	**٨.٢٥٧	-	-
	عالي	**١٧.٤٧٥	**٩.٢١٨	-
الممارسات الاستهلاكية المستدامة	منخفض	-	-	-
	متوسط	**٦.٤٥٦	-	-
	عالي	**١١.٥٩١	**٥.١٣٥	-
الادخار والاستثمار	منخفض	-	-	-
	متوسط	**٥.٢٤٧	-	-
	عالي	**١١.١٢١	**٥.٨٧٤	-
الاستبيان ككل	منخفض	-	-	-
	متوسط	**٣٤.٠٣٥	-	-
	عالي	**٦٢.٣٥٤	**٢٨.٣١٩	-

باستعراض جدولي (٢٢)، (٢٣) اتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوي الوعي بالاستهلاك الذكي المستدام بأبعاده تبعا للمستوى التعليمي للأب حيث بلغت قيم (ف) ٦٢.٣٥٨، ٦٧.٨١٢، ٦٠.٥٥٨، ٥١.٨٠٩، ٤٥.٣٩٩ على التوالي. وهي قيم دالة عند مستوى معنوية ٠.٠١ ولمعرفة دلالة الفروق تم عمل اختبار LSD لنتائج الاختبارات البعدية بطريقة أقل فرق معنوي وقد تبين أن هناك اختلاف بين أفراد عينة البحث في الوعي بالاستهلاك الذكي المستدام بأبعاده (إدارة الشراء الذكي - المؤثرات الاستهلاكية الذكية - الممارسات الاستهلاكية المستدامة - الادخار والاستثمار) والاجمالي لصالح الأباء نوى التعليم المرتفع وتتفق هذه النتيجة مع دراسة ميخائيل وآخرون (٢٠٢٣) حيث أكد إلى ان ارتفاع مستوى تعليم الأب يكسبه خبرات متعددة في التعامل مع المستحدثات التكنولوجية كما ان خبرته في إدارة وقته والتخطيط لحياته تساعده في اتباع اجراءات تنظيمية عند اتخاذ القرار الشرائي واختيار المنتجات التي لها طابع الاستدامة نظرا لثقافته ومعرفته ومتابعة المستجدات بالإضافة إلى قدرته على الإدخار والاستثمار.

### ٣- المستوى التعليمي للأُم

جدول ( ٢٤ ) تحليل التباين أحادي الاتجاه للوعي بالسلوك الاستهلاكي الذكي المستدام وأبعاده والإجمالي وفقاً لاختلاف (المستوى التعليمي للأُم) (ن=٢٥٠)

الأبعاد	المستوى التعليمي للأُم	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (ف)	الدلالة
إدارة الشراء الذكي	بين المجموعات	١١٩٠٩.٦١٩	٥٩٥٤.٨٠٩	٢	٣٢.٥٣٠	٠.٠١
	داخل المجموعات	٤٥٢١٤.٦١٠	١٨٣.٠٥٥	٢٤٧		
	المجموع	٥٧١٢٤.٢٢٩		٢٤٩		
المؤثرات الاستهلاكية الذكية	بين المجموعات	١٢٣١٣.١٩١	٦١٥٦.٥٩٦	٢	٤٣.٢١٧	٠.٠١
	داخل المجموعات	٣٥١٨٧.٢٣٠	١٤٢.٤٥٨	٢٤٧		
	المجموع	٤٧٥٠٠.٤٢١		٢٤٩		
الممارسات الاستهلاكية المستدامة	بين المجموعات	١٢٢١١.٠٧٥	٦١٠٥.٥٣٧	٢	٥٣.٧١٤	٠.٠١
	داخل المجموعات	٢٨٠٧٥.٨٥٩	١١٣.٦٦٧	٢٤٧		
	المجموع	٤٠٢٨٦.٩٣٤		٢٤٩		
الادخار والاستثمار	بين المجموعات	١٢٢٢٤.٧٣٤	٦١١٢.٣٦٧	٢	٤٠.٥٢٠	٠.٠١
	داخل المجموعات	٣٧٢٥٩.٢٢٠	١٥٠.٨٤٧	٢٤٧		
	المجموع	٤٩٤٨٣.٩٥٤		٢٤٩		
الاستبيان ككل	بين المجموعات	١٢٣٠٣.٠١٩	٦١٥١.٥١٠	٢	٥٧.٩٠٣	٠.٠١
	داخل المجموعات	٢٦٢٤٠.٦٩١	١٠٦.٢٣٨	٢٤٧		
	المجموع	٣٨٥٤٣.٧١٠		٢٤٩		

جدول ( ٢٥ ) معامل LSD لأقل فرق معنوي بين المتوسطات الحسابية في السلوك الاستهلاكي الذكي بأبعاده وفقاً لمتغير المستوى التعليمي للأُم ن = ٢٥٠

الأبعاد	المستوى التعليمي للأُم	منخفض	متوسط	عالي
إدارة الشراء الذكي	منخفض	-	-	١٠٣.٤١٠ = م
	متوسط	*٢.٤٠٣	-	٩٥.٥٤٢ = م
	عالي	**١٠.٢٧١	**٧.٨٦٨	-
المؤثرات الاستهلاكية الذكية	منخفض	-	-	٧٢.٩١٢ = م
	متوسط	**٩.٠٩٢	-	٦٣.١٤٤ = م
	عالي	**١٨.٨٦٠	**٩.٧٦٨	-
الممارسات الاستهلاكية المستدامة	منخفض	-	-	٣٥.٠٨٨ = م
	متوسط	**٦.٢٨٢	-	٢٧.١٤٣ = م
	عالي	**١٤.٢٢٧	**٧.٩٤٥	-
الادخار والاستثمار	منخفض	-	-	٢٥.٤٠٩ = م
	متوسط	**٥.١٣٦	-	١٩.٢٧٣ = م
	عالي	**١١.٢٧٢	**٦.١٣٦	-
الاستبيان ككل	منخفض	-	-	٢٣٦.٨١٩ = م
	متوسط	**٢٢.٩١٣	-	٢٠٥.١٠٢ = م
	عالي	**٥٤.٦٣٠	**٣١.٧١٧	-

باستعراض جدولتي (٢٤)، (٢٥) تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوي الوعي بالاستهلاك الذكي المستدام بأبعاده تبعاً للمستوى التعليمي للأُم حيث بلغت قيم (ف) ٣٢.٥٣٠، ٤٣.٢١٧، ٤٨.٧٢٠، ٥٣.٧١٤، ٤٠.٥٢٠، على التوالي. وهي قيم دالة عند مستوي معنوية ٠.٠١ ولمعرفة دلالة الفروق تم استخدام اختبار LSD لتنتج الاختبارات البعدية بطريقة أقل فرق معنوي وقد تبين أن هناك اختلاف بين أفراد عينة البحث في الوعي بالاستهلاك الذكي المستدام بأبعاده (إدارة الشراء الذكي - المؤثرات الاستهلاكية الذكية - الممارسات الاستهلاكية المستدامة -

الادخار والاستثمار) والاجمالي لصالح الأمهات ذات المستوى التعليمي المرتفع. ويعزى ذلك إلى أن مستوى تعليم ربة الأسرة يساعدها على التفكير بطريقة منطقية ويجعلها تحسن التصرف والتدبير بطريقة مثلى، كما أنه كلما ارتفع المستوى التعليمي للزوجة كانت أكثر وعياً وادراكاً وخبرة عند تعرضها للمؤثرات الاستهلاكية المختلفة، وأكثر ادراكاً بقيمة الأسعار للسلع والخدمات المختلفة وتستطيع تحقيق أقصى اشباع لاحتياجاتها واحتياجات أفراد الأسرة في حدود الموارد المتاحة دون اهدار. وتتفق هذه النتيجة مع عبد الصمد (٢٠٠٧) ، نجدى (٢٠١٩) ، دراسة شعيبى (٢٠١٩) بدير وآخرون (٢٠٢١) في وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الأمهات ذوى التعليم المرتفع، وتتفق أيضا مع دراسة Fang, et al (2011) التي توصلت إلى أن صنع القرارات الخاصة بالاستهلاك الذكي للموارد الأسرية مرتبط بالمستوى التعليمي لربة الأسرة.

#### ٤- مهنة الأب

جدول (٢٦) تحليل التباين أحادي الاتجاه للوعي بالسلوك الاستهلاك الذكي المستدام وأبعاده والإجمالي وفقاً لاختلاف (مهنة الأب) (ن=٢٥٠)

الأبعاد	مهنة الأب	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (ف)	الدلالة
إدارة الشراء الذكي	بين المجموعات	١٢٣٩٤.٧٦٣	٦١٩٧.٣٨٢	٢	٤٥.٩١٧	٠.٠١ دال
	داخل المجموعات	٣٣٣٣٧.٥٧٠	١٣٤.٩٧٠	٢٤٧		
	المجموع	٤٥٧٣٢.٣٣٣		٢٤٩		
المؤثرات الاستهلاكية الذكية	بين المجموعات	١٢٧١٦.٦٢٤	٦٣٥٨.٣١٢	٢	٥٩.٠٥٠	٠.٠١ دال
	داخل المجموعات	٢٦٥٩٦.٢٨٩	١٠٧.٦٧٧	٢٤٧		
	المجموع	٥١١٣٠.٩١٧		٢٤٩		
الممارسات الاستهلاكية المستدامة	بين المجموعات	١١٧٠٩.٤٠١	٥٨٥٤.٧٠١	٢	٣٦.٦٨٣	٠.٠١ دال
	داخل المجموعات	٣٩٤٢١.٥١٦	١٥٩.٦٠١	٢٤٧		
	المجموع	٥١١٣٠.٩١٧		٢٤٩		
الادخار والاستثمار	بين المجموعات	١٢٠٥٦.٧٠٥	٦٠٢٨.٣٥٣	٢	٣٥.٩٧٧	٠.٠١ دال
	داخل المجموعات	٤١٣٨٨.١١٢	١٦٧.٥٦٣	٢٤٧		
	المجموع	٥٣٤٤٤.٨١٧		٢٤٩		
الاستبيان ككل	بين المجموعات	١١٧٠٨.٤٦٣	٥٨٥٤.٢٣٢	٢	٤١.٥٢١	٠.٠١ دال
	داخل المجموعات	٣٤٨٢٥.٦٩٧	١٤٠.٩٩٥	٢٤٧		
	المجموع	٤٦٥٣٤.١٦٠		٢٤٩		

جدول (٢٧) معامل LSD لأقل فرق معنوي بين المتوسطات الحسابية في السلوك الاستهلاك الذكي المستدام بأبعاده وفقاً لمتغير مهنة الأب ن = ٢٥٠

المحاور	مهنة الأب	مهنة دنيا	مهنة متوسطة	مهنة عليا
إدارة الشراء الذكي	مهنة دنيا	-	-	مهنة دنيا = ١٠٧.٧٨١ م
	مهنة متوسطة	**٨.٠٣٩	-	مهنة متوسطة = ٩٠.٤٥٥ م
	مهنة عليا	**٢٥.٣٦٥	**١٧.٣٢٦	مهنة عليا = ٧٧.٠٧٧ م
المؤثرات الاستهلاكية الذكية	مهنة دنيا	-	-	مهنة دنيا = ٥٧.٧٤٤ م
	مهنة متوسطة	**١١.٤٦٩	-	مهنة متوسطة = ٦٩.٢١٣ م
	مهنة عليا	**١٩.٣٣٣	**٧.٨٦٤	مهنة عليا = ٣٧.٥٢٢ م
الممارسات الاستهلاكية المستدامة	مهنة دنيا	-	-	مهنة دنيا = ٢٧.١١٩ م
	مهنة متوسطة	**٧.٩٤٧	-	مهنة متوسطة = ٣٥.٠٦٦ م
	مهنة عليا	**١٠.٤٠٣	**٢.٤٥٦	مهنة عليا = ٢٥.٤٤٢ م
الادخار والاستثمار	مهنة دنيا	-	-	مهنة دنيا = ١٧.٤٠٦ م
	مهنة متوسطة	**٥.٦٢٨	-	مهنة متوسطة = ٢٣.٠٣٤ م
	مهنة عليا	**٨.٠٣٦	**٢.٤٠٨	مهنة عليا = ٢٤٧.٨٢٢ م
الاستبيان ككل	مهنة دنيا	-	-	مهنة دنيا = ١٨٤.٦٨٥ م
	مهنة عليا	-	-	مهنة عليا = ٢٤٧.٨٢٢ م



مهن عليا م = ١٠٧.٧٨١	مهن متوسطة م = ٩٠.٤٥٥	مهن دنيا م = ٨٢.٤١٦	مهنة الأب	المحاور
	-	**٣٣.٠٨٣	مهن متوسطة	
-	**٣٠.٠٥٤	**٦٣.١٣٧	مهن عليا	

يتبين من جدول (٢٦)، (٢٧) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الوعي بالاستهلاك الذكي المستدام بأبعاده تبعا لمهنة الأب. حيث بلغت قيم (ف) ٤٥.٩١٧ ، ٥٩.٠٥٠ ، ٣٦.٦٨٣ ، ٣٥.٩٧٧ ، ٤١.٥٢١ (على التوالي). وهي قيم دالة عند مستوى معنوية ٠.٠١ ولمعرفة دلالة الفروق تم عمل اختبار LSD لنتائج الاختبارات البعدية بطريقة أقل فرق معنوي وقد تبين أن هناك اختلاف بين أفراد عينة البحث في الوعي بالاستهلاك الذكي المستدام بأبعاده (إدارة الشراء الذكي – المؤثرات الاستهلاكية الذكية – الممارسات الاستهلاكية المستدامة – الادخار والاستثمار) والاجمالي لصالح الأباء أصحاب المهن العليا وقد يعزى ذلك إلى أن أصحاب المهن العليا لديهم مستوى تعليمي مرتفع وأيضا دخل مرتفع مما يجعل لديهم إدراك كامل بالمستحدثات التكنولوجية وسلبياتها وإيجابياتها ويجعلهم أكثر قدرة على توجيه أبنائهم علي الاستهلاك الذكي المقنن وكيفية اختيار منتجات لها طابع الاستدامة مع القدرة علي اتخاذ قرارات شرائية جيدة والحفاظ على امن البيانات وتختلف هذه النتيجة مع دراسة ميخائيل وآخرون (٢٠٢٣) في عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في عينة البحث في التسوق الإلكتروني تبعا لمتغير مهنة الأب.

#### ٥- الدخل الشهري للأسرة

جدول (٢٨) تحليل التباين أحادي الاتجاه للوعي بالسلوك الاستهلاك الذكي المستدام وأبعاده والإجمالي وفقاً لمتغير الدخل الشهري للأسرة (ن=٢٥٠)

الأبعاد	الدخل الشهري	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (ف)	الدلالة
إدارة الشراء الذكي	بين المجموعات	١٢٦٢٢.٥٢٦	٦٣١١.٢٦٣	٢	٥٤.٧٤٢	٠.٠١ دال
	داخل المجموعات	٢٨٤٧٦.٦٦٢	١١٥.٢٩٠	٢٤٧		
	المجموع	٤١٠٩٩.١٨٨		٢٤٩		
المؤثرات الاستهلاكية الذكية	بين المجموعات	١١٨٤٩.٨٢٣	٥٩٢٤.٩١٢	٢	٣١.٢٥٢	٠.٠١ دال
	داخل المجموعات	٤٦٨٢٨.٠١٧	١٨٩.٥٨٧	٢٤٧		
	المجموع	٥٨٦٧٧.٨٤٠		٢٤٩		
الممارسات الاستهلاكية المستدامة	بين المجموعات	١١٨٦٦.٢١٢	٥٩٣٣.١٠٦	٢	٤١.١٣٣	٠.٠١ دال
	داخل المجموعات	٣٥٦٢٧.٣٧٦	١٤٤.٢٤٠	٢٤٧		
	المجموع	٤٧٤٩٣.٥٨٨		٢٤٩		
الادخار والاستثمار	بين المجموعات	١١٤٦٣.٧٢٨	٥٧٣١.٨٦٤	٢	٣٨.٤٦٠	٠.٠١ دال
	داخل المجموعات	٣٦٨١١.٧٠٢	١٤٩.٠٣٥	٢٤٧		
	المجموع	٤٨٢٧٥.٤٣٠		٢٤٩		
الاستبيان ككل	بين المجموعات	١٢٠٥١.٧٦٧	٦٠٢٥.٨٨٤	٢	٦٠.٥٣٠	٠.٠١ دال
	داخل المجموعات	٢٤٥٨٩.٣٤٤	٩٩.٥٥٢	٢٤٧		
	المجموع	٣٦٦٤١.١١١		٢٤٩		

جدول (٢٩) معامل LSD لأقل فرق معنوي بين المتوسطات الحسابية في السلوك الاستهلاك الذكي بأبعاده وفقاً لمتغير الدخل الشهري للأسرة ن = ٢٥٠

المحاور	الدخل الشهري	منخفض م = ٨٣.٧٣٦	متوسط م = ١٠٠.٦٥٥	مرتفع م = ١١٢.٥٧٨
إدارة الشراء الذكي	منخفض	-	-	-
	متوسط	**١٦.٩١٩	-	-
	مرتفع	**٢٨.٨٤٢	**١١.٩٢٣	-
المؤثرات الاستهلاكية الذكية	الدخل الشهري	م = ٥٩.٠٤٣	م = ٦١.٥٣٩	م = ٧٢.١٢٨
	منخفض	-	-	-
	متوسط	*٢.٤٩٦	-	-
مرتفع	**١٣.٠٨٥	**١٠.٥٨٩	-	
الممارسات الاستهلاكية المستدامة	الدخل الشهري	م = ٢١.١١٢	م = ٢٨.٦١٩	م = ٣٤.٤٣٤
	منخفض	-	-	-
	متوسط	**٧.٥٠٧	-	-
مرتفع	**١٣.٣٢٢	**٥.٨١٥	-	
الادخار والاستثمار	الدخل الشهري	منخفض	متوسط	مرتفع

م = ٢٨.٤٦٦	م = ٢٦.١٢٩	م = ١٨.٣٥١		
			منخفض	
		**٧.٧٧٨	متوسط	
	*٢.٣٣٧	**١٠.١١٥	مرتفع	
مرتفع م = ٢٤٧.٦٠٦	متوسط م = ٢١٦.٩٤٢	منخفض م = ١٨٢.٢٤٢	الدخل الشهري	الاستبيان ككل
			منخفض	
		**٣٤.٧٠٠	متوسط	
	**٣٠.٦٦٤	**٦٥.٣٦٤	مرتفع	

يتبين من جدولي (٢٨)، (٢٩) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوي الوعي بالاستهلاك الذكي المستدام بأبعاده تبعاً للدخل الشهري للأسرة حيث بلغت قيم (ف) (٥٤.٧٤٢، ٣١.٢٥٢، ٤١.١٣٣، ٣٨.٤٦٠، ٦٠.٥٣٠) على التوالي. وهي قيم دالة عند مستوى معنوية ٠.٠١ ولمعرفة دلالة الفروق تم عمل اختبار LSD لنتائج الاختبارات البعدية بطريقة أقل فرق معنوي وقد تبين أن هناك اختلاف بين أفراد عينة البحث في الوعي بالاستهلاك الذكي المستدام بأبعاده (إدارة الشراء الذكي - المؤثرات الاستهلاكية الذكية - الممارسات الاستهلاكية المستدامة - الادخار والاستثمار) والاجمالي لصالح أصحاب الدخل المرتفع. وقد يعزى ذلك إلى أن ارتفاع دخل الأسرة يجعل لديها القدرة المالية التي تدفعها إلى الاستجابة للدعاية والعروض المختلفة والاستراتيجيات التسويقية المتعددة، وكذلك تكون أكثر تأثراً بالمؤثرات الاجتماعية والتسويقية، مما يزيد من الدوافع الشرائية والحاجة إلى إشباع الرغبات النفسية؛ كذلك فإن أصحاب الدخل المرتفع يهتموا أيضاً بالادخار والاستثمار وأولى خطوات الادخار هي الاستهلاك الرشيد مع التعامل بطريقة آمنة مع المؤثرات التسويقية الذكية فهناك بعض العوامل التي تحدد البصمة البيئية لأي دولة وهي عدد المستهلكين، ومتوسط الكمية المستهلكة من الموارد لكل فرد، وكثافة استهلاك الموارد وإنتاج النفايات ومنه يمكننا أن نستنتج أن وجود عدد كبير من المستهلكين يتميزون بسلوك استهلاكي مستنير ونمط حياة يحترم البيئة يمكن أن يعكس أثره على البصمة البيئية، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة محمود (٢٠١٢) والتي أظهرت فروق دالة إحصائية بين أفراد العينة وفقاً لأنماط الإنفاق الاستهلاكي واستخدام مستحدثات التسوق وطرق الدفع الإلكترونية لصالح الأسر ذات الدخل المرتفع. بينما تختلف مع دراسة النقيب (٢٠٢٣) في عدم وجود علاقة بين الدخل الشهري للأسرة والاستهلاك الذكي، كما تختلف أيضاً مع دراسة شعبيبي (٢٠١٩) لوجود فروق دالة إحصائية في الاستهلاك الذكي لصالح أصحاب الدخل المتوسط وتتفق كذلك مع دراسة (Fan, et al (2022) التي توصلت إلى أن إدارة الاستهلاك الأسري يتأثر بقيمة الدخل الأسري.

٣/٢ ينص على وجود تباين في وعي عينة البحث بالكفاءة الذاتية المدركة لديهم بأبعادهما والإجمالي وفقاً لبعض المتغيرات الديموغرافية (الترتيب بين الأخوة، مهنة الأب، المستوى التعليمي للأب، المستوى التعليمي للأم، الدخل الشهري للأسرة). وللتحقق من صحة هذا الفرض إحصائياً تم استخدام أسلوب تحليل التباين في اتجاه واحد ANOVA لاستبيان الوعي بالكفاءة الذاتية المدركة لديهم وفقاً للمتغيرات الديموغرافية، وتم تطبيق اختبار LSD لمعرفة دلالة الفروق بين المتوسطات، والجدول من (٣٠: ٣٩) توضح ذلك.

#### ١- الترتيب بين الإخوة

جدول (٣٠) تحليل التباين أحادي الاتجاه للوعي بالكفاءة الذاتية المدركة وأبعادهما والإجمالي وفقاً لاختلاف (الترتيب بين الأخوة) (ن=٢٥٠)

الأبعاد	الترتيب بين الإخوة	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (ف)	الدلالة
إدارة الذات	بين المجموعات	١١٨٨٠.٤٠٧	٥٩٤٠.٢٠٣	٢	٥٢.٧٣٢	٠.٠١ دال
	داخل المجموعات	٢٧٨٢٤.١٢٢	١١٢.٦٤٨	٢٤٧		
	المجموع	٣٩٧٠٤.٥٢٩		٢٤٩		
اتخاذ القرارات	بين المجموعات	١١٨١٠.٠١٧	٥٩٠٥.٠٠٩	٢	٣٩.٤٦٢	٠.٠١ دال
	داخل المجموعات	٣٦٩٦٠.٥٧٠	١٤٩.٦٣٨	٢٤٧		
	المجموع	٤٨٧٧٠.٥٨٧		٢٤٩		

الاستشارة الإنفعالية	بين المجموعات	١١٥٦٤.٦٥٣	٥٧٨٢.٣٢٧	٢	٣٣.١١٤	٠.٠١ دال
	داخل المجموعات	٤٣١٣١.٠٤٦	١٧٤.٦٢٠	٢٤٧		
	المجموع	٥٤٦٩٥.٦٩٩		٢٤٩		
الاستبيان ككل	بين المجموعات	١١٨٣٩.٧٤٦	٥٩١٩.٨٧٣	٢	٤٥.٨٦٠	٠.٠١ دال
	داخل المجموعات	٣١٨٨٤.٥٢٢	١٢٩.٠٨٧	٢٤٧		
	المجموع	٤٣٧٢٤.٢٦٨		٢٤٩		

جدول ( ٣١ ) معامل LSD لأقل فرق معنوي بين المتوسطات الحسابية في الكفاءة الذاتية المدركة وأبعادها وفقاً لمتغير الترتيب بين الإخوة ن = ٢٥٠

الأبعاد	الترتيب بين الإخوة	الأول م = ٥٠.٥٥٧	الأوسط م = ٤٢.١٦٩	الأخير م = ٣٤.٢٧١
إدارة الذات	الأول	-	-	-
	الأوسط	**٨.٣٨٨	-	-
	الأخير	**١٦.٢٨٦	**٧.٨٩٨	-
اتخاذ القرارات	الترتيب بين الإخوة	م = ٣٧.٦٢١	م = ٣٥.٠٥٦	م = ٢٨.٤٤٢
	الأول	-	-	-
	الأوسط	*٢.٥٦٥	-	-
الاستشارة الإنفعالية	الترتيب بين الإخوة	م = ٤٣.٢٢٥	م = ٣٦.٦٥٣	م = ٣٤.٠٢٧
	الأول	-	-	-
	الأوسط	**٦.٥٧٢	-	-
الاستبيان ككل	الترتيب بين الإخوة	م = ١٣١.٤٠٣	م = ١١٣.٨٧٨	م = ٩٦.٧٤٠
	الأول	-	-	-
	الأوسط	**١٧.٥٢٥	-	-
	الأخير	**٣٤.٦٦٣	**١٧.١٣٨	-

يتبين من جدولي (٣٠)، (٣١) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوي الوعي الكفاءة الذاتية المدركة بأبعادها تبعاً لمتغير الترتيب بين الإخوة حيث بلغت قيم (ف) (٥٢.٧٣٢) ، (٣٩.٤٦٢ ، ٣٣.١١٤ ، ٤٥.٨٦٠) على التوالي. وهي قيم دالة عند مستوي معنوية ٠.٠١ ولمعرفة دلالة الفروق تم عمل اختبار LSD لنتائج الاختبارات البعدية بطريقة أقل فرق معنوي وقد تبين أن هناك اختلاف بين أفراد عينة البحث في الوعي بالكفاءة الذاتية المدركة (إدارة الذات - اتخاذ القرارات - الاستشارة الإنفعالية) والاجمالي لصالح اللابن الأول. وقد يرجع ذلك إلى تاثر الابن الأول وارتباطه الشديد بوالديه وأجداده مما يجعله يتأثر بالتفكير المنطقي والعقلاني والقدرة على تحديد الأهداف والتخطيط وإدارة الوقت وضبط الذات ومراقبتها مما يؤثر على جودة اتخاذ القرار والإتزان الانفعالي لدى الشباب ومن ثم كفاءته الذاتية. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة رصاص ، مشعل (٢٠١٧) في عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتخاذ القرارات تبعاً للترتيب بين الإخوة .

## ٢- المستوى التعليمي للاب

جدول ( ٣٢ ) تحليل التباين أحادي الاتجاه للوعي بالكفاءة الذاتية المدركة وأبعادها والإجمالي وفقاً لاختلاف (المستوى التعليمي للاب) (ن=٢٥٠)

المحاور	المستوى التعليمي للاب	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (ف)	الدلالة
إدارة الذات	بين المجموعات	١١٩٩٦.٤٢٧	٥٩٩٨.٢١٣	٢	٣٤.٥٠٩	٠.٠١ دال
	داخل المجموعات	٤٢٩٣٢.٠١٦	١٧٣.٨١٤	٢٤٧		
	المجموع	٥٤٩٢٨.٤٤٣		٢٤٩		
اتخاذ القرارات	بين المجموعات	١١٦٦٦.٩٤٣	٥٨٣٣.٤٧٢	٢	٤٤.٧١٢	٠.٠١ دال
	داخل المجموعات	٣٢٢٢٥.٥١٥	١٣٠.٤٦٨	٢٤٧		
	المجموع	٤٣٨٩٢.٤٥٨		٢٤٩		
الاستشارة الإنفعالية	بين المجموعات	١٠٨٨٣.٢٧٨	٥٤٤١.٦٣٩	٢	٤٢.٦٢٧	٠.٠١ دال
	داخل المجموعات	٣١٥٣١.٦٦١	١٢٧.٦٥٩	٢٤٧		
	المجموع	٤٢٤١٤.٩٣٩		٢٤٩		
الاستبيان ككل	بين المجموعات	١١٧١٣.٢٢١	٥٨٥٦.٨١١	٢	٤٩.٧٩٥	٠.٠١ دال

المحاور	المستوي التعليمي للأب	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (ف)	الدلالة
	داخل المجموعات	٢٩٠٥١.٥٧٨	١١٧.٦١٨	٢٤٧		
	المجموع	٤٠٧٦٥.١٩٩		٢٤٩		

جدول (٣٣) معامل LSD لأقل فرق معنوي بين المتوسطات الحسابية في الكفاءة الذاتية المدركة وأبعادها وفقاً لمتغير مستوى التعليمي ن = ٢٥٠

الأبعاد	المستوي التعليمي للأب	منخفض م = ٤٠.٤٧٨	متوسط م = ٤٩.٠٩٣	عالي م = ٥١.١٥٨
ادارة الذات	منخفض	-	-	-
	متوسط	**٨.٦١٥	-	-
	عالي	**١٠.٦٨٠	*٢.٠٦٥	-
اتخاذ القرارات	المستوي التعليمي للأب	منخفض م = ٢٥.٢٥١	متوسط م = ٣٢.٤٦٧	عالي م = ٣٩.١٠٢
	منخفض	-	-	-
	متوسط	**٧.٢١٦	-	-
الاستشارة الانفعالية	المستوي التعليمي للأب	منخفض م = ٢٧.٤٤٣	متوسط م = ٣٢.١٥٠	عالي م = ٣٩.٩٣١
	منخفض	-	-	-
	متوسط	**٤.٧٠٧	-	-
الاستبيان ككل	المستوي التعليمي للأب	منخفض م = ٩٣.١٧٢	متوسط م = ١١٣.٧١٠	عالي م = ١٣٠.١٩١
	منخفض	-	-	-
	متوسط	**٢٠.٥٣٨	-	-
	عالي	**٣٧.٠١٩	**١٦.٤٨١	-

يتضح من جدولي (٣٢)، (٣٣) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الوعي الكفاءة الذاتية المدركة بأبعادها تبعاً لمتغير مستوى التعليمي للأب حيث بلغت قيم (ف) (٥٢.٧٣٢) ، (٣٩.٤٦٢ ، ٣٣.١١٤ ، ٤٥.٨٦٠) على التوالي وهي قيم دالة عند مستوى معنوية ٠.٠١ ولمعرفة دلالة الفروق تم عمل اختبار LSD لنتائج الاختبارات البعدية بطريقة أقل فرق معنوي وقد تبين أن هناك اختلاف بين أفراد عينة البحث في الوعي بالكفاءة الذاتية المدركة (إدارة الذات - اتخاذ القرارات - الاستشارة الإنفعالية) والاجمالي لصالح المستوى المرتفع. وقد يرجع ذلك إلى ارتفاع المستوى التعليمي يجعل الفرد يتطلع لتحقيق أهداف أكثر أهمية فيزيد من مستوى الطموح والرقى الأمر الذي يجعله يكتسب العديد من المهارات والمعلومات وخبرات فيطور من نفسه ويصلح ذاته ومن ثم تتطور الصورة التي يرسمها لنفسه فتزداد ثقته بنفسه وترتفع كفاءته الذاتية. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة ميخائيل وآخرون (٢٠٢٣) في وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إدارة الذات لصالح المستوى المرتفع بينما تختلف مع دراسة خالد وآخرون (٢٠٢٢) في عدم وجود ذات دلالة إحصائية في مستوى تعليم الأب.

### ٣- المستوى التعليمي للأب

جدول (٣٤) تحليل التباين أحادي الاتجاه للوعي بالكفاءة الذاتية المدركة وأبعادها والإجمالي وفقاً لاختلاف (المستوى التعليمي للأب) (ن = ٢٥٠)

الأبعاد	المستوي التعليمي للأب	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (ف)	الدلالة
ادارة الذات	بين المجموعات	١١٩٠٢.٨٢٥	٥٩٥١.٤١٢	٢	٤٨.١٥٣	٠.٠١ دال
	داخل المجموعات	٣٠٥٢٧.٨٨٥	١٢٣.٥٩٥	٢٤٧		
	المجموع	٤٢٤٣٠.٧١٠		٢٤٩		
اتخاذ القرارات	بين المجموعات	١١٥٠٤.٩٢٤	٥٧٥٢.٤٦٢	٢	٦٨.٢٣٠	٠.٠١ دال
	داخل المجموعات	٢٠٨٢٤.٥١٦	٨٤.٣١٠	٢٤٧		
	المجموع	٣٢٣٢٩.٤٤٠		٢٤٩		
الاستشارة الانفعالية	بين المجموعات	١٠٧٥٩.١٧٩	٥٣٧٩.٥٨٩	٢	٣٨.٩٣٦	٠.٠١ دال
	داخل المجموعات	٣٤١٢٦.٦٧١	١٣٨.١٦٥	٢٤٧		
	المجموع	٤٤٨٨٥.٨٥٠		٢٤٩		
الاستبيان ككل	بين المجموعات	١١٨٢٣.٣٨١	٥٩١١.٦٩٠	٢	٥٤.٢٠٧	٠.٠١ دال
	داخل المجموعات	٢٦٩٣٧.٤٥٨	١٠٩.٠٥٩	٢٤٧		
	المجموع	٣٨٧٦٠.٨٣٩		٢٤٩		

جدول ( ٣٥ ) معامل LSD لأقل فرق معنوي بين المتوسطات الحسابية في الكفاءة الذاتية المدركة وأبعادها وفقاً لمتغير المستوى التعليمي للأمن = ٢٥٠

الابعاد	المستوي التعليمي للأمن	منخفض م = ٣٢.٤٥٠	متوسط م = ٤١.٤٤٦	عالي م = ٤٧.٥٠٩
ادارة الذات	منخفض	-	-	-
	متوسط	**٨.٩٩٦	-	-
	عالي	**١٥.٥٥٩	**٦.٠٦٣	-
اتخاذ القرارات	المستوي التعليمي للأمن	منخفض م = ٢٦.٣٤٢	متوسط م = ٣١.١٥٨	عالي م = ٤٠.٤٠٩
	منخفض	-	-	-
	متوسط	**٤.٨١٦	-	-
الاستشارة الانفعالية	المستوي التعليمي للأمن	منخفض م = ٢٨.٠٦٩	متوسط م = ٣٠.١١٠	عالي م = ٣٨.٨٥٢
	منخفض	-	-	-
	متوسط	*٢.٠٤١	-	-
الاستبيان ككل	المستوي التعليمي للأمن	منخفض م = ٨٦.٨٦١	متوسط م = ١٠٢.٧١٤	عالي م = ١٢٦.٧٧٠
	منخفض	-	-	-
	متوسط	**١٥.٨٥٣	-	-
	عالي	**٣٩.٩٠٩	**٢٤.٠٥٦	-

باستعراض جدولي (٣٤)، (٣٥) تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الوعي الكفاءة الذاتية المدركة بأبعادها تبعاً لمتغير مستوى التعليمي للأمن حيث بلغت قيم (ف) (٤٨.١٥٣، ٦٨.٢٣٠، ٣٨.٩٣٦، ٥٤.٢٠٧) على التوالي وهي قيم دالة عند مستوى معنوية ٠.٠١ ولمعرفة دلالة الفروق تم عمل اختبار LSD لنتائج الاختبارات البعدية بطريقة أقل فرق معنوي وقد تبين أن هناك اختلاف بين أفراد عينة البحث في الوعي بالكفاءة الذاتية المدركة (إدارة الذات - اتخاذ القرارات - الاستشارة الانفعالية) والاجمالي لصالح المستوى المرتفع. وقد يعزى ذلك إلى أن ارتفاع المستوى التعليمي لأمن يجعلها تتطلع لتحقيق أهداف أكثر أهمية فتسعى للتطوير ذاتها وإثبات نفسها على كافة الأصعدة فيزيد من مستوى طموحها الأمر الذي يجعلها تتعلم من المهارات والمعلومات وخبرات استكمال ما ينقصها وتواكب التطورات التكنولوجية الحديثة ومن ثم تتطور الصورة التي ترسمها لنفسها فتزداد ثقفاً بنفسها وترتفع كفاءتها الذاتية. وتختلف مع دراسة خالد وآخرون (٢٠٢٢) في عدم وجود دلالة إحصائية في مستوى تعليم للأمن، وتتفق مع دراسة راغب ، بدير (٢٠١٢) في وجود علاقة ارتباطية موجبة بين ادارة الذات ومستوى تعليم الأم لصالح المستوى التعليمي المرتفع وتتفق أيضاً مع دراسة ميخائيل وآخرون (٢٠٢٣) في وجود فروق دلالة إحصائية في ادارة الذات لصالح المستوى المرتفع.

#### ٤- مهنة الأب

جدول (٣٦) تحليل التباين أحادي الاتجاه للوعي بالكفاءة الذاتية المدركة وأبعادها والإجمالي وفقاً لمتغير ( مهنة الأب ) (ن = ٢٥٠)

الابعاد	مهنة الأب	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (ف)	الدلالة
ادارة الذات	بين المجموعات	١١٣٩٩.٢٧٨	٥٦٩٩.٦٣٩	٢	٣٦.٧١٠	٠.٠١ دال
	داخل المجموعات	٣٨٣٤٩.١٦٢	١٥٥.٢٦٠	٢٤٧		
	المجموع	٤٩٧٤٨.٤٤٠		٢٤٩		
اتخاذ القرارات	بين المجموعات	١١٢٢٩.٤٠١	٥٦١٤.٧٠٠	٢	٥٥.٢٢٦	٠.٠١ دال
	داخل المجموعات	٢٥١١١.٩١٤	١٠١.٦٦٨	٢٤٧		
	المجموع	٣٦٣٤١.٣١٥		٢٤٩		
الاستشارة الانفعالية	بين المجموعات	١١٣٤٥.٤٧٣	٥٦٧٢.٧٣٧	٢	٦٠.٣٤٥	٠.٠١ دال
	داخل المجموعات	٢٢٢١٩.٢٢٣	٩٤.٠٠٥	٢٤٧		
	المجموع	٣٤٥٦٤.٦٩٦		٢٤٩		
الاستبيان ككل	بين المجموعات	١٠٨٠٩.٠٢٩	٥٤٠٤.٥١٥	٢	٤٠.٣٧٢	٠.٠١ دال
	داخل المجموعات	٣٣٠٦٥.١٨٠	١٣٣.٨٦٧	٢٤٧		
	المجموع	٤٣٨٧٤.٢٠٩		٢٤٩		



جدول ( ٣٧ ) معامل LSD لأقل فرق معنوي بين المتوسطات الحسابية في الكفاءة الذاتية المدركة وأبعادها وفقاً لمتغير مهنة الأب ن = ٢٥٠

الأبعاد	مهنة الأب	مهنة دنيا	مهنة متوسطة	مهنة عليا
ادارة الذات	مهنة دنيا	-	-	مهنة عليا
	مهنة متوسطة	*٢.٤٩٩	-	مهنة عليا
	مهنة عليا	**١٤.٧٦٨	**١٢.٢٦٩	مهنة عليا
اتخاذ القرارات	مهنة الأب	مهنة دنيا	مهنة متوسطة	مهنة عليا
	مهنة دنيا	-	مهنة متوسطة	مهنة عليا
	مهنة متوسطة	**٤.٤٥٥	-	مهنة عليا
الاستشارة الانفعالية	مهنة الأب	مهنة دنيا	مهنة متوسطة	مهنة عليا
	مهنة دنيا	-	مهنة متوسطة	مهنة عليا
	مهنة متوسطة	**٥.٩٥٤	-	مهنة عليا
الاستبيان ككل	مهنة الأب	مهنة دنيا	مهنة متوسطة	مهنة عليا
	مهنة دنيا	-	مهنة متوسطة	مهنة عليا
	مهنة متوسطة	**١٢.٨٠٨	-	مهنة عليا

يتضح من جدولي (٣٦)، (٣٧) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الوعي الكفاءة الذاتية المدركة بأبعادها تبعاً لمتغير مهنة الأب حيث بلغت قيم (ف) (٣٦.٧١٠، ٥٥.٢٢٦، ٦٠.٣٤٥، ٤٠.٣٧٢) على التوالي وهي قيم دالة عند مستوى معنوية ٠.٠١ ولمعرفة دلالة الفروق تم عمل اختبار LSD لنتائج الاختبارات البعدية بطريقة أقل فرق معنوي وقد تبين أن هناك اختلاف بين أفراد عينة البحث في الوعي بالكفاءة الذاتية المدركة (إدارة الذات - اتخاذ القرارات - الاستشارة الإنفعالية) والاجمالي لصالح المهن العليا. وقد يعزى ذلك إلى أن أصحاب المهن العليا أغلبهم من ذوى المستوى التعليمي المرتفع. كما هو موضح بجدول (٣٢)(٣٣) بالإضافة إلى أن أصحاب المهن العليا يكون لديهم تطلع إلى ما هو أفضل على جميع مستويات الحياة الاسرية والعمل والجانب المادي والترفيهي، فهم في سعي دائم للحفاظ على مكانتهم وتطوير ذواتهم فيحددوا أهدافهم في ضوء أولوياتهم ويضعوا خطة لأهدافهم يديروا وقتهم، مما يساعدهم على التخطيط السليم لحياتهم، ويزيد من قدرتهم على العمل تحت شتى الضغوط مما يزيد من كفاءتهم الذاتية. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة ميخائيل وآخرون (٢٠٢٣) في وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إدارة الذات لصالح اصحاب المهن العليا.

##### ٥- الدخل الشهري للأسرة

جدول ( ٣٨ ) تحليل التباين أحادي الاتجاه للوعي بالكفاءة الذاتية المدركة وأبعادها والإجمالي وفقاً لمتغير (الدخل الشهري للأسرة) (ن=٢٥٠)

الأبعاد	الدخل الشهري	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (ف)	الدلالة
ادارة الذات	بين المجموعات	١١٤٢٦.٤٧٥	٥٧١٣.٢٣٧	٢	٦٤.٢٢٢	٠.٠١
	داخل المجموعات	٢١٩٧٣.٣٤٩	٨٨.٩٦١	٢٤٧		
	المجموع	٣٣٣٩٩.٨٢٤	٢٤٩			
اتخاذ القرارات	بين المجموعات	١١٢٣٤.١١٤	٥٦١٧.٠٥٧	٢	٣٢.٦٦٣	٠.٠١
	داخل المجموعات	٤٢٤٧٦.١٢٣	١٧١.٩٦٨	٢٤٧		
	المجموع	٥٣٧١٠.٢٣٧	٢٤٩			
الاستشارة الانفعالية	بين المجموعات	١١١٤٩.٣٣٥	٥٥٧٤.٦٦٧	٢	٥١.٩٧٥	٠.٠١
	داخل المجموعات	٢٦٤٩٢.٤٢٧	١٠٧.٢٥٧	٢٤٧		
	المجموع	٣٧٦٤١.٧٦٢	٢٤٩			
الاستبيان ككل	بين المجموعات	١١٢٨٨.٦٣٤	٥٦٤٤.٣١٧	٢	٥٧.٧٧٦	٠.٠١

داخل المجموعات	٢٤٧	٩٧.٦٩٣	٢٤١٣٠.١١٥
المجموع	٢٤٩		٣٥٤١٨.٧٤٩

جدول (٣٩) معامل LSD لأقل فرق معنوي بين المتوسطات الحسابية في الكفاءة الذاتية المدركة وأبعادها وفقا لمتغير دخل الشهري للأمن = ٢٥٠

المحاور	الدخل الشهري	منخفض م = ٣٠.٢٢٩	متوسط م = ٣٨.٦١٤	مرتفع م = ٤٦.٥٨٢
ادارة الذات	منخفض	-	-	-
	متوسط	**٨.٣٨٥	-	-
	مرتفع	**١٦.٣٥٣	**٧.٩٦٨	-
اتخاذ القرارات	الدخل الشهري	منخفض م = ٢٨.٠٨١	متوسط م = ٣٠.٥٨٩	مرتفع م = ٣٧.١١١
	منخفض	-	-	-
	متوسط	*٢.٥٠٨	-	-
الاستشارة الانفعالية	الدخل الشهري	منخفض م = ٢٦.١٢٣	متوسط م = ٣٥.٥٠٨	مرتفع م = ٤٢.٨٨١
	منخفض	-	-	-
	متوسط	**٩.٣٨٥	-	-
الاستبيان ككل	الدخل الشهري	منخفض م = ٨٤.٤٣٣	متوسط م = ١٠٤.٧١١	مرتفع م = ١٢٦.٥٧٤
	منخفض	-	-	-
	متوسط	**٢٠.٢٧٨	-	-
	مرتفع	**٤٢.١٤١	**٢١.٨٦٣	-

يتضح من جدولي (٣٨)، (٣٩) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوي الوعي الكفاءة الذاتية المدركة بأبعادها تبعا لمتغير الدخل الشهري حيث بلغت قيم (ف) (٦٤.٢٢٢ ، ٣٢.٦٦٣ ، ٥١.٩٧٥ ، ٥٧.٧٧٦) على التوالي وهي قيم دالة عند مستوي معنوية ٠.٠١ ولمعرفة دلالة الفروق تم عمل اختبار LSD لنتائج الاختبارات البعدية بطريقة أقل فرق معنوي وقد تبين أن هناك اختلاف بين أفراد عينة البحث في الوعي بالكفاءة الذاتية المدركة (إدارة الذات - اتخاذ القرارات - الاستشارة الإنفعالية) والاجمالي لصالح لدخل الشهري المرتفع. وقد يعزى ذلك إلى انه كلما ارتفع مستوى الدخل الأسري كلما انخفض معدل الضغوط الاقتصادية وتمكنت الأسر من إشباع جميع احتياجاتها. فارتفاع مستوى المعيشة وتطور أهداف الفرد يزيد من ثقته بنفسه وبالتالي تزداد كفاءته الذاتية. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة ميخائيل وآخرون (٢٠٢٣) في وجود فروق لصالح الدخل المرتفع في إدارة الذات، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة وهبه (٢٠١٧) في عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إدارة الذات مع متغير الدخل. مما سبق يتضح اثبات صحة الفرض الثالث كليا.

**الفرض الرابع:** ينص علي مدي اختلاف نسبة مشاركة المتغيرات المستقلة المدروسة في تفسير نسبة التباين في المتغيرات التابعة "السلوك الاستهلاكي الذكي المستدام كمرجع آمن لتحديات وسائل التواصل بأبعادها والكفاءة الذاتية المدركة لديهم بأبعادها "لعينة البحث الأساسية.

جدول (٤٠) معاملات الانحدار باستخدام طريقة الخطوة المتدرجة إلى الأمام Step Wise

المتغير التابع	المتغير المستقل	معامل الارتباط	نسبة المشاركة	قيمة (ف)	الدلالة	معامل الانحدار	قيمة (ت)	الدلالة
الكفاءة الذاتية	المستوي التعليمي للأمن	٠.٩٣٣	٠.٨٧١	١٨٩.٦١٧	٠.٠١	٠.٧٣٦	١٣.٧٧٠	٠.٠١
	المستوي التعليمي للاب	٠.٩٠٤	٠.٨١٧	١٢٥.١١٣	٠.٠١	٠.٦٦٠	١١.١٨٥	٠.٠١
	مهنة الأب	٠.٨٧٥	٠.٧٦٦	٩١.٨٨٦	٠.٠١	٠.٥٩٥	٩.٥٨٦	٠.٠١
	السن	٠.٨١٣	٠.٦٦١	٥٤.٦٩٦	٠.٠١	٠.٤٧٠	٧.٣٩٦	٠.٠١
الكفاءة الذاتية	المستوي التعليمي للأمن	٠.٩١٧	٠.٨٤١	١٤٨.٤٨٣	٠.٠١	٠.٦٩٣	١٢.١٨٥	٠.٠١
	مهنة الأم	٠.٨٨٨	٠.٧٨٩	١٠٤.٩٢٨	٠.٠١	٠.٦٢٤	١٠.٢٤٣	٠.٠١
	الترتيب بين الإخوة	٠.٨٢٩	٠.٦٨٨	٦١.٧٠٣	٠.٠١	٠.٥٠١	٧.٨٥٥	٠.٠١
	السن	٠.٧٩٩	٠.٦٣٩	٤٩.٤٦٥	٠.٠١	٠.٤٤٤	٧.٠٣٣	٠.٠١

وللتحقق من صحة الفرض إحصائياً تم استخدام أسلوب تحليل الانحدار المتدرج باستخدام طريقة الخطوة المتدرجة للأمام **Step wise**، وذلك للتعرف على أكثر العوامل مساهمة في نسبة التباين في المتغيرات التابعة حيث يتضح من جدول (٤٠) أن كل من (المستوى التعليمي للأُم، والمستوى التعليمي للأب، مهنة الأب، السن) متغيرات تؤثر على شباب عينة البحث الأساسية للإستهلاك الذكي المستدام حيث يتضح أن مستوى تعليم الأم كان أول المتغيرات التي تم إضافتها في تحليل الانحدار الخطوة الأولى حيث بلغت نسبة المشاركة (٠.٨٧١) يليها متغير المستوى التعليمي للأب في الخطوة الثانية حيث بلغت نسبة المشاركة (٠.٨١٧) يليها متغير مهنة الأب في الخطوة الثالثة حيث بلغت نسبة المشاركة (٠.٧٦٦) وأخيراً السن الخطوة الرابعة حيث بلغت نسبة المشاركة (٠.٦٦١) ويتفق ذلك مع نتائج دراسة شعبي (٢٠١٩)، النقيب (٢٠٢٣) حيث أوضحت نتائجها أن مستوى تعليم الأم من أهم المتغيرات التي تؤثر على اكتساب اتجاهات إيجابية نحو الاستهلاك الذكي المستدام لدى عينة البحث.

أما بالنسبة لأكثر المتغيرات تأثيراً على الكفاءة الذاتية المدركة لعينة البحث الأساسية فيتضح من الجدول أن أول المتغيرات التي أضيفت في تحليل الانحدار (الخطوة الأولى) المستوى التعليمي للأُم حيث بلغت نسبة المشاركة (٠.٨٤١) مما يوضح دور المستوى التعليمي المرتفع للأُم في رفع وعي أبنائها لاكتساب الكفاءة الذاتية وتعزيز معتقداته الإيجابية نحو الاستهلاك الذكي المستدام، يليه مهنة الأم بنسبة مشاركة (٠.٧٨٩) ، يليه متغير الترتيب بين الإخوة بنسبة مشاركة (٠.٦٨٨) وأخيراً متغير السن بنسبة مشاركة (٠.٦٣٩). ويتفق ذلك مع نتائج دراسة شعبي (٢٠١٩)، النقيب (٢٠٢٣) حيث أوضحت نتائجها أن مستوى تعليم الأم من أهم المتغيرات التي تؤثر على اكتساب اتجاهات إيجابية نحو الاستهلاك الذكي المستدام لدى عينة البحث. كما يتفق أيضاً مع دراسة ميخائيل وآخرون (٢٠٢٣) في أن المستوى التعليمي للأُم أهم العوامل المؤثرة على إدارة الذات والتسوق الإلكتروني للشباب. وفي ضوء ما سبق عرضه من نتائج يكون قد تحقق صحة الفرض الرابع كلياً.

### ثالثاً :- نتائج العينة التجريبية على البرنامج الإرشادي:

#### أ. وصف عينة البحث التجريبية وفقاً للخصائص الاجتماعية والاقتصادية:

جدول (٤١) التوزيع النسبي لعينة البحث التجريبية وفقاً للخصائص الاجتماعية والاقتصادية (ن = ٦٥)

النوع	العدد	النسبة %	بيئة السكن	العدد	النسبة %	السن	العدد	النسبة %
ذكر	٣٩	٦٠%	ريف	٤٤	٦٧.٧%	من ١٧ سنة لأقل من ١٨ سنة	٤٢	٦٤.٦%
أنثى	٢٦	٤٠%	حضر	٢١	٣٢.٣%	من ١٨ سنة إلى سنة ١٩	٢٣	٣٥.٤%
الترتيب بين الإخوة	العدد	النسبة %	المستوى التعليمي للأب	العدد	النسبة %	المستوى التعليمي للأم	العدد	النسبة %
الأول	١٥	٢٣.١%	منخفض	٣٠	٤٦.٢%	منخفض	٣٢	٤٩.٢%
الأوسط	٢٢	٣٣.٨%	متوسط	٢٤	٣٦.٩%	متوسط	٢٠	٣٠.٨%
الأخير	٢٨	٤٣.١%	مرتفع	١١	١٦.٩%	مرتفع	١٣	٢٠%
مهنة الأب	العدد	النسبة %	مهنة الأم	العدد	النسبة %	الدخل الشهري	العدد	النسبة %
مهن دنيا	٢٧	٤١.٥%	مهن دنيا	١١	٤٥.٨%	منخفض	٣٣	٥٠.٨%
مهن متوسطة	٢٣	٣٥.٤%	مهن متوسطة	٨	١٢.٣%	متوسط	٢٢	٣٣.٨%
مهن عليا	١٥	٢٣.١%	مهن عليا	٥	٧.٨%	مرتفع	١٠	١٥.٤%
						عمل الأم	العدد	النسبة %
						تعمل	٢٤	٣٦.٩%
						لا تعمل	٤١	٦٣.١%

يتضح من نتائج جدول (٤١) أن أكثر من ثلثي (٦٤,٦) عينة البحث التجريبية يتراوح أعمارهم من ١٧ سنة إلى أقل من ١٨ سنة، بينما (٣٥.٤) يتراوح أعمارهم من ١٨ سنة إلى ١٩ سنة، كما يتضح أن أكثر من ثلثي (٦٧.٧%) عينة البحث يقطنون الريف في مقابل (٣٢.٣%) ممن يقطنون

الحضر. ويتضح أن أكثر من نصف (٦٠%) العينة من الذكور بينما بلغت نسبة الإناث (٤٠%) من إجمالي العينة. كما يتضح أن ما يقرب من ثلثي العينة (٦٣,١%) ينتمون لأمهات غير عاملات، وبالنسبة للترتيب بين الأخوة فكان أكثر من ثلث (٤٣,١%) العينة ترتيبهم الأخير بين الأخوة، وأقل نسبة للعينة كانت للشباب لأول بنسبة (٢٣,١%). وبالنسبة للمستوي التعليمي لأباء وأمهات العينة، فأعلى فئة المستوى المنخفض بنسبة (٤٦,٢%) للأباء، والأمهات (٤٩,٢%)، ومن حيث الدخل الشهري اتضح أن أعلى فئة لعينة البحث التجريبية من ذوى الأسر ذات الدخل الشهري من (أقل من ٤٠٠٠ جنية) بنسبة (٥٠,٨%)، وبالنسبة للمهن التي يشغلها آباء وأمهات العينة فكانت أعلى نسبة ٤٥,٨% من امهات العينة، ٤١,٥% لأباء العينة من اصحاب المهن الدنيا.

**الفرض الخامس:** ينص على وجود فروق ذات دلالة احصائيا بين متوسطات وعى عينة البحث بالسلوك الاستهلاكي الذكي المستدام كمخرج آمن لتحديات وسائل التواصل بأبعاده والاجمالي والكفاءة الذاتية المدركة لديهم بأبعادهما والاجمالي قبل وبعد تنفيذ البرنامج عبر منصة موديل. وللتحقق من صحة الفرض إحصائياً تم استخدام اختبار T-test لعينتين مرتبطتين Paired Sample T-test وحساب المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيمة (ت) بين درجات القياس القبلي والقياس البعدي، جدول (٤٢)، (٤٣) يوضحان ذلك:

جدول (٤٢) دلالة الفروق بين متوسطى درجات شباب عينة البحث التجريبية في استبيان الوعي بالسلوك الاستهلاكي الذكي المستدام في التطبيقين القبلي والبعدي للبرنامج الإرشادي عبر منصة موديل (ن=٦٥)

الدلالة	قيمة (ت)	درجات الحرية	العينة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	فاعلية البرنامج
٠.٠١	٤٢.٦٩٦	٦٤	٦٥	٤.٧٠٨	٥١.٠٥٩	القبلي
				٨.٠٠٩	١٠٩.٣٣٥	البعدي
٠.٠١	٣٤.٠٤١	٦٤	٦٥	٢.٩٩٤	٣٥.٧٧٢	القبلي
				٦.٣٢٧	٧٦.٥١٠	البعدي
٠.٠١	١٦.٤٤٢	٦٤	٦٥	١.٩٨٣	١٧.٥٠٨	القبلي
				٣.٥٩٢	٣٧.٢٤٦	البعدي
٠.٠١	١٣.٢٦٨	٦٤	٦٥	١.١٤٧	١٢.٤٣٠	القبلي
				٢.٣٤١	٢٨.٠٨٩	البعدي
٠.٠١	٦٩.٨٨٥	٦٤	٦٥	٨.٨٥٧	١١٦.٧٦٩	القبلي
				١٢.٣٧١	٢٥١.١٨٠	البعدي

جدول (٤٣) دلالة الفروق بين متوسطى درجات شباب عينة البحث التجريبية في استبيان الوعي بالكفاءة الذاتية المدركة بأبعادهما في التطبيقين القبلي والبعدي للبرنامج الإرشادي عبر منصة موديل (ن=٦٥)

الدلالة	قيمة (ت)	درجات الحرية	العينة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	فاعلية البرنامج
٠.٠١	٢١.١٢٣	٦٤	٦٥	٢.٧٥١	٢٤.٠٢٤	القبلي
				٥.٠٥٦	٥٠.٣٣٣	البعدي
٠.٠١	١٧.٣٩٦	٦٤	٦٥	١.٤٠٥	١٦.٣٦٤	القبلي
				٣.٠٣٤	٣٩.٤٧١	البعدي
٠.٠١	١٩.٠٤١	٦٤	٦٥	١.٢٨٨	١٩.٢٢٣	القبلي
				٤.٢٩٦	٤٢.٢٤٧	البعدي
٠.٠١	٦٢.٢٨٠	٦٤	٦٥	٦.١٢١	٥٩.٦١١	القبلي
				٩.٦٣٧	١٣٢.٠٥١	البعدي

تبين نتائج جدول (٤٢)، (٤٣) وجود فروق دالة احصائياً بين متوسطات درجات شباب الجامعة عينة البحث التجريبية قبل تطبيق البرنامج، وبعد التطبيق في الوعي بالسلوك الاستهلاكي الذكي بأبعاده (إدارة الشراء الذكي- المؤثرات الاستهلاكية الذكية - الممارسات الاستهلاكية المستدامة- الادخار والاستثمار) والإجمالي؛ حيث بلغت قيم (ت) (٤٢.٦٩٦، ٣٤.٠٤١، ١٦.٤٤٢، ١٣.٢٦٨، ٦٩.٨٨٥) على التوالي. وهى قيم دالة احصائياً عند (٠,٠١) لصالح التطبيق البعدي. كذلك يتضح وجود فروق دالة احصائياً بين متوسطات درجات شباب الجامعة عينة البحث التجريبية قبل تطبيق البرنامج، وبعد التطبيق في لكفاءة الذاتية بأبعادهما (إدارة الذات- اتخاذ القرارات - الإستشارة الإنفعالية)

والإجمالي؛ حيث بلغت قيم (ت) (٢١.١٢٣، ١٧.٣٩٦، ١٩.٠٤١، ٦٢.٢٨٠) على التوالي. وهي قيم دالة احصائياً عند (٠,٠١) لصالح التطبيق البعدي؛ مما يؤكد فاعلية البرنامج الإرشادي المُعد عبر منصة موديل .

وترى الباحثان ضرورة ترسخ معتقدات وقناعات الشاب لتعزيز مهاراته نحو التسوق الإلكتروني الذكي بأسلوب مستدام وذلك من خلال ضبط المواقف الشرائية التي تؤثر على إدارة موارده عبر المنصات الإلكترونية ، مع القدرة علي السيطرة على الانفعالات اثناء ممارسة عمليات الشراء، وتكوين علاقات اجتماعية متزنة عبر وسائل التواصل، والمثابرة على حل المشكلات التي تواجهه اثناء تحديد أولويات الانفاق والتفكير قبل اتخاذ القرار الاستهلاكي، مع أهمية المرور بالمرحلة العلمية لاتخاذ القرار الشرائي وتحمل مسؤوليته. الامر الذي يُفعل قدرة الشاب على الاختيار المدرك بين البدائل اثناء موقف التسوق بأسلوب يضمن أمن البيانات المالية والحذر عند اختيار منتجات صديقة للبيئة تحقيقاً لمبدأ الاستثمار في ضوء الكفاءة الذاتية المدركة لإدارة الذات والتي تعد محددات قوية للسلوك الاستهلاكي الذكي المستدام، الامر الذي يسهم في النمو المعرفي الذي يقود الشاب بدوره للنضج الذاتي نحو المسؤولية كمستهلك، مع الاخذ في الاعتبار اهم العوامل الاجتماعية والاقتصادية والبيئية المؤثرة علي الموقف الشرائي. وتتفق تلك النتائج مع ما أكدته نتيجة دراسة كلٍ من **أل مرعي (٢٠٢٢)**، **النقيب (٢٠٢٣)**، **ميخائيل وأخرون (٢٠٢٣)** على ضرورة تفعيل الاستهلاك الذكي المستدام؛ فالاستهلاك الذكي ليس مجرد اتجاه عابر، إنما هو تغيير في العقلية يمكن أن يسهم في حل أكثر المشكلات إحاحا في العصر الحالي، كتغيير المناخ، والاستهلاك المفرط، والظلم الاجتماعي من خلال التحلي بالمسؤولية في خيار اتنا الاستهلاكية .

**نستخلص مما سبق:** وجود فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطات درجات شباب عينة البحث التجريبية في التطبيقين (القبلي والبعدي) للبرنامج الإرشادي المُعد عبر منصة موديل في مستوى الوعي بالسلوك الاستهلاكي الذكي المستدام بأبعاده والإجمالي والكفاءة الذاتية بأبعاده والإجمالي لصالح التطبيق البعدي. مما تقدم يثبت قبول الفرض الخامس .

**الفرض السادس:** ينص على وجود تأثير للبرنامج الإرشادي المُعد عبر منصة موديل لتوعية شباب الجامعة (عينة البحث التجريبية) بالسلوك الاستهلاكي الذكي المستدام كمرجع آمن لتحديات وسائل التواصل بأبعاده وفقاً للكفاءة الذاتية المدركة لديهم.

جدول (٤٤) حجم تأثير البرنامج الإلكتروني الإرشادي علي مستوى الوعي بالسلوك الاستهلاك الذكي المستدام وفقاً لقيمة مربع إيتا

المتغير المستقل	المتغير التابع	قيمة مربع إيتا $N^2$	قيمة d	مقدار حجم التأثير
المنصة الإلكترونية (البرنامج الإرشادي)	مستوى الوعي بالاستهلاك الذكي المستدام	٠.٩٨٧	١٧.٣٦	كبير

ويتحدد حجم التأثير ما إذا كان كبيراً أو متوسطاً أو صغيراً كالاتي :  $d = ٠.٢$  حجم تأثير صغير  $d = ٠.٥$  حجم تأثير متوسط ،  $d = ٠.٨$  حجم تأثير كبير

جدول (٤٥) حجم تأثير البرنامج الإرشادي علي مستوى الوعي بالكفاءة الذاتية المدركة وفقاً لقيمة مربع إيتا

المتغير المستقل	المتغير التابع	قيمة مربع إيتا $N^2$	قيمة d	مقدار حجم التأثير
المنصة الإلكترونية (البرنامج الإرشادي)	مستوى الوعي بالكفاءة الذاتية المدركة	٠.٩٨٣	١٥.٢٣	كبير

ويتحدد حجم التأثير ما إذا كان كبيراً أو متوسطاً أو صغيراً كالاتي :  $d = ٠.٢$  حجم تأثير صغير  $d = ٠.٥$  حجم تأثير متوسط ،  $d = ٠.٨$  حجم تأثير كبير



يتضح من نتائج جدولي (٤٤)، (٤٥) أن حجم تأثير إيتا للبرنامج الإرشادي في تنمية الوعي بالاستهلاك الذكي المستدام حسب قيمة مربع إيتا قد بلغ (٠.٩٨٧)، وهذا يعني أن نسبة ٩٨,٧% من التباين بين درجات التطبيقين القبلي/ البعدي، يرجع إلى تأثير تفعيل البرنامج وفقاً لاستراتيجيات تدريبية جيدة؛ حيث أثبت بذلك أنه ككل ذو فاعلية مرتفعة، وحجم تأثير كبير بلغ (١٧.٣٦)، فقد ساهم البرنامج في تنمية وعي شباب الجامعة (عينة البحث التجريبية) بالسلوك الاستهلاك الذكي المستدام لأنهم شعروا بالراحة، والانفتاح، والحرية في التعامل، والتعبير عن آرائهم بأريحية، والاستفسار عن أي موضوع اثناء تنفيذ البرنامج، حيث يُتيح البرنامج إمكانية التشارك والتفاعل مع الآخرين، واكتساب خبرات متنوعة؛ تساعد على تنية الوعي بالسلوك الاستهلاك الذكي المستدام.

كما تبين أن حجم تأثير إيتا للبرنامج الإرشادي عبر منصة موديل في الكفاءة الذاتية بأبعادها حسب قيمة مربع إيتا قد بلغ (٠.٩٨٣) وهذا يعني أن نسبة ٩٨,٣% من التباين بين درجات التطبيقين القبلي / البعدي للاستبيان ككل ترجع إلى تأثير وفاعلية البرنامج الإرشادي المُعد عبر منصة موديل وبلغ حجم التأثير للبرنامج ١٥.٢٣؛ حيث اتضح حجم أثره بعد إعادة التقييم لاحقاً بعد مضي شهر من تنفيذ البرنامج فيما وضعت لأجله؛ لتحقيق المكتسبات التعليمية والمهنية والاجتماعية بفعالية؛ مما يعني أننا نمضي قدماً علي نحو الرؤية الاستراتيجية لاستدامة الموارد. يتفق ذلك ونتيجة دراسة رقبان، وآخرون (٢٠٢٣) من إيضاح حجم أثر وفاعلية البرنامج الإرشادي بعد إعادة التقييم لاحقاً بعد فترة من الزمن؛ لتحقيق المكتسبات التعليمية. نستخلص مما سبق: أن البرنامج الإرشادي المُعد عبر منصة موديل ذو حجم تأثير كبير على تنمية وعي شباب الجامعة بالسلوك الاستهلاك الذكي المستدام وفقاً للكفاءة الذاتية المدركة. مما يثبت صحة قبول الفرض السادس كلياً.

### **توصيات البحث:** وفقاً للنتائج الحالية وفي ضوء آليات التنفيذ:

#### **أولاً: التوصيات الخاصة بالوزارات والمؤسسات الحكومية :-**

- إعداد وتصميم برامج إرشادية تهدف إلى تنمية الوعي لكافة فئات المجتمع ومؤسساته بالسلوك الاستهلاك الذكي المستدام للمنتجات حفاظاً على الموارد الأسرية والبيئية مع الالتزام بالمسؤولية في الخيارات الاستهلاكية وحث المستهلكين على شراء المنتجات المستدامة.
- **تبنى المجلس القومي للمرأة والوزارات ذات الصلة** لنشر جلسات البرامج الإرشادية على صفحاتهم الرسمية إلكترونياً؛ لزيادة وعي الشباب بالاستهلاك الذكي المستدام ولدعم للاقتصاد الوطني.
- **توصيات خاصة بوزارة المالية** ممثلة في مصلحة الضرائب المصرية بمنح مزايا تنافسية للمنتجات والخدمات الصديقة للبيئة وذلك بالإعفاء أو التخفيض من نسبة الضرائب.
- **وزارة البيئة وجهاز شئون البيئة** يتبنى فكرة منح شهادات صلاحية بيئية للمؤسسات الملتزمة بمعايير الاستدامة البيئية كي تضمن شروط إعادة تجديد النشاط الصناعي أو التجاري.
- وضع علامة وطنية للبيئة والجودة وفق المعايير الدولية بحيث تفرض على جميع المؤسسات الوطنية والأجنبية كي تحقق تنافسية للمؤسسات الوطنية على المستوى الدولي.

#### **ثانياً: توصيات خاصة بجهاز حماية المستهلك:**

- يقوم جهاز حماية المستهلك بتوجيه دعوات للمتاجر لتخصيص أماكن مميزه لعرض المنتجات الصديقة للبيئة حتى يتمكن المستهلك من الوصول إليها بسهولة.

■ تعميم منشورات الكترونية موثقة من جهاز حماية المستهلك بكيفية التصدي لعمليات الاحتيال الرقمي وكيفية التعامل مع المناسبات التسويقية وكيفية التعرف علي الاعلانات المضللة والتعامل معها.

■ حث اجهزة الدولة المصرية والمعنية بشئون الاستهلاك بالتعاون مع جهاز حماية المستهلك والغرفة الاقتصادية المصرية والغرف التجارية لتنظيم ومتابعة مناسبات تسويقية في الاسواق المختلفة لتنشيط حركة التجارة الداخلية والخارجية مثل الجمعة البيضاء في امريكا وغيرها في كثير من بلدان العالم.

#### **ثالثاً: توصيات الخاصة بالمؤسسات الجامعية:-**

- تعزيز الوعي المجتمعي من خلال تطوير برامج تدريبية على السلوك الاستهلاك الذكي المستدام حيث يتم دمجها ضمن الانشطة الجامعية مع التركيز على الكفاءة الذاتية للشباب كأداة رئيسية لتطوير السلوكيات الايجابية والتعامل الواعي مع وسائل التواصل الاجتماعي.
- حث الجامعات علي مواكبة التطورات والمستحدثات في عصر التحول الرقمي؛ بتطوير المناهج في جميع المستويات التعليمية الجامعية بإضافة محتوى علمي يغطي المستحدثات التكنولوجية كاليقظة الرقمية، ترشيد الاستهلاك الرقمي، والحفاظ على بيئة رقمية منتجة، النقشف الرقمي، والبصمة الرقمية في ضوء حماية البيانات الشخصية.

#### **رابعاً: توصيات الخاصة بوسائل الاعلام:-**

- تضافر الجهود الإعلامية المرئية والمسموعة لنشر الوعي بمخاطر الاستخدامات الرقمية حول مخاطر الإنترنت، مثل التعرض للمحتوى غير المناسب، إعلانات تجارية مضللة، الاحتيال والنصب التجاري، وتذاع عبر قنوات الإذاعة والتلفزيون، مع تنظيم حملات إعلانية وانتاج وبث برامج ومواد إعلامية توعوية حول أهمية تفعيل دور التوجيه الأسري، وآليات تعزيز الاستهلاك الذكي المستدام.

#### **خامساً: توصيات الخاصة بالأسرة :-**

- **تفعيل آلية من قبل الأسرة** لاتخاذ التدابير اللازمة لرفع وعي الأبناء بإيجابيات وسلبيات تقنيات التكنولوجيا الحديثة؛ وحثهم على اتخاذ قرارات صديقة للبيئة لتبني ممارسات استهلاكية مستدامة تحافظ علي معايير الادخار والاستثمار وقواعد التسوق الذكي دون الاستسلام لمؤثرات استهلاكية مضللة.

### **المراجع**

- ١- أبو أسعد، أحمد (٢٠١١): دليل المقاييس والاختبارات النفسية والتربوية: مقاييس الصحة النفسية، مقاييس المشكلات والاضطرابات، مركز ديونو لتعليم التفكير، عمان - الأردن.
- ٢- أبو أسعد، أحمد، الأزايده، رياض (٢٠١٥): الأساليب الحديثة في الإرشاد النفسي والتربوي، مركز ديونو لتعليم التفكير، عمان - الأردن/ دبي - الإمارات
- ٣- أبو حطب، فؤاد، صادق، أمال (٢٠١٣): "علم النفس التربوي"، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، مصر.
- ٤- اسماعيل ، أحمد (٢٠١٩): ايدولوجيا الاعلام الجديد والاعلام الزائف مقارنة في استراتيجيات الاقتناع وصناعة الواقع،مجلة الدراسات الإعلامية ، المركز الديمقراطي العربي ، برلين ، ألمانيا.
- ٥- آل مرعي ، عبد الله (٢٠٢٢): علاقة الدعاية بالانفوجرافيك الثابت والمتحرك عبر وسائل الإعلام الجديد بتقافة الاستهلاك الذكي لدى طلبة قسم الإعلام بجامعة الملك خالد . المجلة المصرية لبحوث الإعلام .
- ٦- البار ، عدنان ، المرابي ، خالد (٢٠١٨): أمن المعلومات والأمن السيبرالي ، جامعة الملك عبدالعزيز.
- ٧- بدير، يناس ماهر، راغب، رشا عبد العاطي، الظاهر، سلسبيل محمد،(٢٠٢١) المؤثرات الاستهلاكية وعلاقتها بالتوجه نحو التخطيط الاستراتيجي للدخل المالي للأسرة المجلة المصرية للاقتصاد المنزلي ، جامعة حلوان.
- ٨- بركات ، تغريد سيد أحمد (٢٠١٧): الوعي بالتسوق الإلكتروني وعلاقته بالكفاءة الإدارية لبعض الموارد كما تدرکه عينة من ربات الأسر بمحافظة الشرقية مجلة بحوث الإقتصاد المنزلي ، مجلد ٢٧ ، العدد ٤، كلية التربية النوعية ، جامعة الزقازيق.

- ٩- البصلي ، منى عوض عبدالموجود(٢٠٢٠):التسوق الإلكتروني وعلاقته بإدارة بعض الموارد الأسرية لدى عينة من ربات الاسر، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية النوعية ، جامعة المنوفية
- ١٠- **بن يحيى** ، حميدة (٢٠٢٠): دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على القرار الشرائي للمستهلك عبر الإنترنت ، دراسة عينة من المستهلكين الجزائريين عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، مجلة الاصلاحات الاقتصادية والاندماج في الاقتصاد العالمي
- ١١- **البنك المركزي السعودي** (٢٠٢١): ما هي خطوات التسوق الذكي  
<https://samacares.sa/guides/smart-shopping>
- ١٢- **تاحوليت** ، عادل(٢٠٢١):مستوى الكفاءة الذاتية المدركة لدي الطالبات المدرسة العليا للأساتذة ، مجلة العلوم النفسية والتربوية ، الجزائر.
- ١٣- **تريان** ، ماجد سالم (٢٠١٠): الصحافة الإلكترونية الفلسطينية، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية للتربية والعلوم والثقافة، جامعة الدول العربية ، القاهرة ، جمهورية مصر العربية .
- ١٤- **تعداد السكان**. يناير، ٢٠٢٤ - <https://www.albayan.ae/economy/the-world-today/2013-11-04-1.1992291>
- ١٥- **جامعة بوليتكنك** (٢٠٢٤):مميزات نظام MOODLE - مقارنة نظام MOODLE وأنظمة إدارة التعليم الأخرى - جامعة بوليتكنك فلسطين ، قسم التعليم الإلكتروني.  
<https://cetl.ppu.edu/sites/default/files/announcements/%D9%85%D9%85%D9%8A%D8%B2%D8%A7%D8%AA%20%D9%86%D8%B8%D8%A7%D9%85%20%D9%88%D8%AF%D9%84%20Moodle.pdf>
- ١٦- **جرين** ، اليزابيث (٢٠٢٤): ما هي أهمية الاستهلاك المستدام - الاستدامة والتنمية المستدامة -، ٢٥ مارس ٢٠٢٤  
[https://sigmaearth.com/ar/what-is-the-importance-of-sustainable-consumption-in-2024/#google\\_vignette](https://sigmaearth.com/ar/what-is-the-importance-of-sustainable-consumption-in-2024/#google_vignette)
- ١٧- **الجعب** ، نافذ سليمان (٢٠١٢):تربية الشباب على ثقافة التغيير، مؤتمر فيلادفيا ١٧ ، ثقافة التغيير ، فلسطين
- ١٨- **الجهاز المركزي للتعبئة والاحصاء** (٢٠٢٢):  
[https://www.capmas.gov.eg/Pages/Publications.aspx?page\\_id=5104](https://www.capmas.gov.eg/Pages/Publications.aspx?page_id=5104)
- ١٩- **حريم** ، حسين (٢٠٠٤):- السلوك التنظيمي -سلوك الأفراد والجماعات في منظمات الأعمال - عمان- دار الحامد للنشر والتوزيع
- ٢٠- **حشاد**، فاطمة الزهراء محمود (٢٠١١): التوافق الاجتماعي وعلاقته بالاتجاهات الملبسية لدي طلاب جامعة المنوفية- رسالة ماجستير غير منشورة -كلية الاقتصاد المنزلي جامعة المنوفية.
- ٢١- **خالد**، آية ، **حقي** ، زينب ، **السيد** ، نجلاء(٢٠٢٢): إدارة الذات وعلاقتها بالقلق المستقبلي لى الشباب الجامعي في ضوء سوق العمل ،مجلة كلية تربية نوعية المنيا.العدد ٤ مجلد ٨
- ٢٢- **الخفاف**، إيمان (٢٠١٣): الذكاء الانفعالي - تعلم كيف تفكر انفعالياً، عمان: دار المناهج للنشر والتوزي
- ٢٣- **خير الدين** ، معطي الله (٢٠١٤): الاستهلاك المستدام ، التحديات والسياسات المرتبطة به في الجزائر، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية ، عدد ٤٢ ، جامعة قلمة الجزائر.
- ٢٤- **الدليمي**، عصام حسن، **صالح**، علي عبدالرحيم (٢٠١٤): "البحث العلمي أسسه ومناهجه"، ط١، الرضوان للنشر والتوزيع ، عمان.
- ٢٥- **دبي**، نصيرة (٢٠١٧): الكفاءة الذاتية وعلاقتها بالتكيف المدرسي لتلاميذ السنة الثانية ثانوي. رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، الجزائر.
- ٢٦- **دغيش**، رميصاء (٢٠١٧) : علاقة الكفاءة الذاتية باتخاذ القرار لدى المراهقين المترددين على دور الشباب. رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، الجزائر.
- ٢٧- **راغب** ، رشا، **بدير** ، إيناس (٢٠١٢): أنماط الحوار الأسري وعلاقتها بإدارة الذات لدى الأبناء ،مجلة بحوث التربية النوعية ، جامعة المنصورة عدد ٢٧ أكتوبر ٢٠١٢ .
- ٢٨- **رصاص** ، نهاد علي ، **مشعل** ، رباب السيد (٢٠١٧): الوعي بإدارة التغيير وعلاقته باتخاذ القرار وإدارة بعض الموارد كما يدركه الشباب الجامعي مجلة ، كلية التربية النوعية جامعة المنصورة
- ٢٩- **رصاص**، نهاد علي (٢٠١٩): الكفاءة الإدارية والإنتاجية وعلاقتها بتمكين المرأة الريفية اقتصاديا في ضوء ممارسات التنمية المستدامة مجلة كلية التربية النوعية ، جامعة المنوفية.

- ٣٠- رقبان، نعمة (١٩٩٤): تخطيط وتنفيذ وتقييم برنامج تدريبي في مجالات الاقتصاد المنزلي لأطفال متخلفين عقليا ، رسالة دكتوراه منشورة ، قسم الاقتصاد المنزلي ،كلية الزراعة ، جامعة الإسكندرية.
- ٣١- رقبان ، نعمة (٢٠١٣):- دليلك إلي الإدارة العلمية للشئون المنزلية ، دار السماح للطبع والنشر والتوزيع ، الطبعة الثانية،الإسكندرية
- ٣٢- رقبان ، نعمة مصطفى،فرحات ، شيرين عبد الباقي(٢٠٢٣):برنامج إرشادي إلكتروني عبر الهواتف الذكية لتحفيز طالبات الجامعة على التفكير الابداعي في ادارة الاجهزة المنزلية والإلكترونية المستهلكة بنظام الاقتصاد الدائري، مجلة بحوث التربية النوعية ، جامعة المنصورة ، عدد ٧٤، أبريل ٢٠٢٣.
- ٣٣- رقبان، نعمة مصطفى، الحلبي، نجلاء فاروق، عوف، منى ، اليماني، صفاء (٢٠٢٣): "استراتيجية التوجيه الأسرى في ضوء النسق القيمي وعلاقته بالتنمر الإلكتروني من منظور طلاب المرحلة الجامعية مع مقترح لبرنامج إرشادي"، المجلة العلمية لعلوم التربية النوعية، العدد السابع عشر، يونيو، جامعة طنطا، مصر.
- ٣٤- رقبان، نعمة، أبو سليم، آية (٢٠٢٢): "فاعلية برنامج إرشادي لتنمية وعي الأمهات باستراتيجيات الإقناع وعلاقتها بإدارة الجدارة الذاتية للمراهقين"، مجلة بحوث التربية النوعية، ع ٦٦، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة، مصر.
- ٣٥- الزاكي، شيماء مصطفى مصطفى (٢٠١٤): التغيرات السياسية والاجتماعية وعلاقتها بمستوي الطموح لدي الشباب وقدرته علي إتخاذ القرار،رسالة دكتوراه غير منشورة- كلية الإقتصاد المنزلي جامعة المنوفية.
- ٣٦- الزرق، أحمد يحيى (٢٠٠٩) : الكفاءة الذاتية المدركة الاكاديمية لدى طلبة الجامعة الاردنية فى ضوء متغير الجنس والكلية والمستوى الدراسي. مجلة العلوم التربوية والنفسية، ٣٨-٥.
- ٣٧- الزيادات ، عاكف يوسف (٢٠١٩): العوامل المؤثرة على التسوق الالكتروني في الاردن دراسة تطبيقية على مواقع التسوق الالكترونية،المجلة العربية للنشر العلمي.
- ٣٨- الزيادات، ماهر مفلح ، العدوان، زيد سليمان (٢٠٠٩): أثر استخدام العصف الذهني في تنمية مهارة إتخاذ القرار لدي طلبة الصف التاسع الأساسي ، في مبحث التربية الوطنية والمدنية في الأردن ،مجلة الجامعة الإسلامية ،سلسلة الدراسات الإنسانية،المجلد السابع عشر ، العددالثاني، ٤٦٥.
- ٣٩- السعودى،، خالد(٢٠١٤):مهارات الحياه اضاءة في مسيرة التميز والابداع ، مطبعة سفير، لبنان .
- ٤٠- السيد ،خالد عبدالفتاح (٢٠٢١):التخطيط لتنمية قدرات الشباب المرتبطة بزيادة الأعمال مجلة ، دراسات في الخدمة الاجتماعية ، الجزائر.
- ٤١- الشبول،اسراء احمد،الجراح، عبدالناصر ذياب (٢٠٢٠):القدرة التنبؤية للعوامل الخمسة الكبرى في الشخصية والكفاءة الذاتية باستقصاء لدى الطلبة المراهقين في محافظة اربد في الاردن ، مجلة ،جامعة القدس المفتوحة للابحاث والعلوم التربوية والنفسية.
- ٤٢- شعبيبي ، إنعام أحمد (٢٠١٩): قياس اتجاهات الأسرة السعودية نحو الاستهلاك الذكي . مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع . كلية الإمارات للعلوم التربوية .
- ٤٣- الشوا، أحمد (٢٠١٦): الكفاءة الذاتية وعلاقتها بالضغوط النفسية التي يعانها أفراد المؤسسة الأمنية الفلسطينية ،مجلة جامعة النجاح للابحاث العلوم الإنسانية، ١٥٨٨-١٥٥٦، ٨.
- ٤٤- الضمور، عيسى فلاح (٢٠١١): الكفاءة الذاتية الأكاديمية وعلاقتها بالتفكير الإبداعي لدى طلبة الصف العاشر في مديرية تربيد إربد الأولى. رسالة ماجستير (غير منشورة)، الجامعة الهاشمية، الأردن.
- ٤٥- عامر،طارق عبدالرؤف(٢٠٠٧) :الإدارة الإلكترونية ، نماذج معاصرة ، دار السحاب للنشر والتوزيع ، القاهرة .
- ٤٦- العايدى، هالة رشاد(٢٠٢٣):نحو تطبيق نموذج لسلوكيات الاستهلاك المستدام دراسة تطبيقية على المناسبات التسويقيةفي مصر، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال ، العدد ٤١، أبريل ٢٠٢٣.
- ٤٧- عبد الله، هشام إبراهيم، خوجة، خديجة محمد(٢٠١٤): "الإرشاد النفسي الجماعي"، ط١، جدة: خوارزم العلمية، السعودية.
- ٤٨- عبد الوارث ، منى (٢٠٠٤) : التحولات الاجتماعية والاقتصادية وعلاقتها بتغير أنماط الاستهلاك في القرية المصرية "دراسة ميدانية لتأثير الإعلان التلفزيوني -رسالة ماجستير- كلية الآداب- جامعة المنوفية.
- ٤٩- عبدالرحيم، عواطف محمود عيسى (٢٠٠١):-دراسة أثر مشاركة الأطفال في إتخاذ القرارات الأسرية علي تفكيرهم الإبتكاري رسالة دكتوراه غير منشورة -كلية الإقتصاد المنزلي - جامعة المنوفية.
- ٥٠- عبدالصمد ، زينب محمد (٢٠٠٧):مقومات الكفاءة الإدارية وعلاقتها بأنماط السلوك الإدخاري لدي الزوجات بمدينة جدة ، مجلة بحوث الإقتصاد المنزلي ، مجلد (١٧)العدد ٤ أكتوبر ،جامعة المنوفية ،مصر.

- ٥١- **العتيبي** ، إنعام أحمد عابد (٢٠٠٩):- اساليب المعاملة الوالدية وعلاقتها بإتخاذ الأبناء لقراراتهم في المرحلة الثانوية ،رسالة ماجستير ،قسم السكن وإدارة المنزل ،كلية التربية للإقتصاد المنزلي، بجامعة أم القرى.
- ٥٢- **عثمان**، سلوى عثمان؛ **الإحمد**، نضال شعبان؛ **الدغدي**، هبة فتحي (٢٠٠٩) : مدى التزام الطالب المعلم في كل من مصر والسعودية بإدارة الوقت الصفي في ضوء معايير الجودة الشاملة وعالقة بإدارة الذات والإتجاه نحو مهنة التدريس. المؤتمر العلمي التاسع عشر- تطوير مناهج التعليم في ضوء معايير الجودة، ٥٧٥- ٦١٩، القاهرة: جمهورية مصر العربية.
- ٥٣- **العمرسان**، سامر رافع (٢٠١٧):الكفاءة الذاتية الأكاديمية وبمهاره حل المشكلات لدى طلبة جامعة حائل والعلاقة بينهما في ضوء بعض المتغيرات. مجلة العلوم التربوية والنفسية، .
- ٥٤- **العساف**، صالح بن حمد (٢٠١٠): "المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية"، دار الزهراء، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- ٥٥- **عقران** ، أريج احمد سعيد (٢٠٠٤) :التخطيط لإدارة مورد الأسرة المالي في مرحلة التقاعد للمرأة السعودية العاملة ( في محافظة جدة -) رسالة الماجستير في الاقتصاد المنزلي تخصص السكن داره المنزل كلية التربية للاقتصاد المنزلي والتربية الفنية بجدة- المملكة العربية السعودية
- ٥٦- **عكاشة** ، أمير (٢٠١٥) :الانترنت عالم مخيف ومزياه لاتحصى ، وكالة الصحافة العربية للنشر ، القاهرة ،مصر.
- ٥٧- **علي**، محمد سرحان (٢٠١٩): "مناهج البحث العلمي" ، ط٣ ، دار الكتب ، صنعاء، الجمهورية اليمنية.
- ٥٨- **العمر**، حسن عبدالرحمن، **العضايلة** ، راضي محمد ، **العلايا**، أفنان على (٢٠١٨) : محددات الادخار العائلي في الاردن، المجلة الاردنية للعلوم الاقتصادية
- ٥٩- **عوض**، إيريني سمير ( ٢٠١٥ ) : أنماط استخدام بطاقات الائتمان في ظل تكنولوجيات العولمة وانعكاساتها على قيم الأسرة وسلوكها الشرائي (دراسة تحليلية - )كلية التربية النوعية - جامعة عين شمس - مصر
- ٦٠- **العوضي**، شيرين حسام(٢٠٢٣): "تصور مقترح لتنمية وعي الشباب بالمواطنة الرقمية من منظور خدمة الجماعة"، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية، ع (٦٣)، ج (٢)، متاح على الرابط التالي: <https://jsswh.journals.ekb.eg>
- ٦١- **عيفة**، رويدة أحمد محمد (٢٠١٦) :ثقافة الاستهلاك ، المفهوم، والقضايا النظرية، مجلة البحث العلمي في الآداب.
- ٦٢- **فايد** ، هند أحمد (٢٠١٥):أسلوب وسلطة اتخاذ القرارات الأسرية وعلاقته بجودة الحياة كما تدركها ربان الأسر- رسالة دكتوراه غير منشورة- كلية الاقتصاد المنزلي - جامعة المنوفية.
- ٦٣- **فتحي** ، محمد (٢٠٠٠):-أبجديات التفوق الإداري، دار الإسلامية للنشر والتوزيع ،بورسعيد.
- ٦٤- **القحطاني** ، صالح بن سعد (٢٠١٥): دوافع الشراء عبر الانستغرام دراسة على قطاع الاكسسوارات النسائية في المملكة العربية السعودية ، المجلة العربية للإدارة.
- ٦٥- **القرشي** ، هدى بنت عديده (٢٠٢٠):تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على ثقافة الاستهلاك في المجتمع ، مجلة كلية التربية جامعة أسيوط.
- ٦٦- **القرشي**، فيصل (٢٠١١): التدبير وعلاقته بالكفاءة الذاتية لدى مرضى القصور الكلوي المزمن . رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر
- ٦٧- **كرماش**، حوراء عباس(٢٠١٦):الكفاءة الذاتية الأكاديمية المدركة لدى طلبة كلية التربية الأساسية في جامعة بابل.مجلة كلية التربية الأساسية للعلوم التربوية والإنسانية،
- ٦٨- **محمد** ،ناصر أبو القاسم (٢٠١٧) : دور التنشئة الاجتماعية والاعلام والمجتمع في تحقيق الوحدة الوطنية الليبية المجلة العربية للعلوم والاجتماعية
- ٦٩- **محمد**، سمر عبدالمقصود (٢٠٢٢):دور مراكز الشباب في تدعيم قيم المسؤولية الاجتماعيةلدي الشباب في مواجهة كورونا دراسة مطبقة على مراكز الشباب ببني سويف كلية الخدة الاجتماعية للبحوث الاجتماعية.
- ٧٠- **محمود** ، هويدا (٢٠١٢):الصلابة النفسية وإدارة الذات وعلاقتها بالصحة النفسية والنجاح الأكاديمي في ضوء بعض المتغيرات لدى طلاب الدبلوم المهنية بكلية التربية - مجلة دراسات عربية في علم النفس - مصر.
- ٧١- **المريخي**، فدغوش (٢٠١٢): التسوق الذكي الخطة الاولى لاعتماد ثقافة الاستهلاك وضبط السلوك الشرائي في الرياض



- ٧٢- **المستكاوي** ، إيمان عبده (٢٠١٠):- الممارسات الإدارية لشباب الجامعة وعلاقتها بمشاركته السياسية، رسالة دكتوراة، كلية الإقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية.
- ٧٣- **ميخائيل** ، كيريا ميخائيل صادق ، دعيس، محمد عبد الخالق، عبداللطيف، أسماء ممدوح (٢٠٢٣): اتجاهات طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني وعلاقتها بإدارة الذات ، مجلة كلية التربية النوعية ، جامعه المنيا.
- ٧٤- **نجدي** ، سارة مصطفى (٢٠١٩) الاتجاهات الحديثة لسلوك المستهلك في ظل تعويم الجنيه المصري وانعكاساته على القلق المستقبلي لأفراد الأسرة (دراسة تحليلية للأسرة متوسطة الدخل)- رسالة ماجستير - كلية الإقتصاد المنزلي- جامعة حلوان
- ٧٥- **النقيب**، ريهام كامل السعيد (٢٠٢٣): ممارسات ربات الأسر نحو الاستهلاك الذكي وعلاقتها بالاستقرار الأسري ، كلية التربية النوعية ، جامعة المنصورة .
- ٧٦- **النور**، أميمة علي شيخ الدين (٢٠٢٠): دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على السلوك الشرائي للمستهلك السياحي واتخاذ القرار الشرائي للمملكة العربية السعودية ، مجلة رماح للبحوث والدراسات
- ٧٧- **هيالات** ، صلاح إبراهيم (٢٠٠٧):- أثر استراتيجية التدريس فوق المعرفيه في تحصيل طلبة الصف التاسع في ، منهج التاريخ ، كلية العلوم التربوية، الجامعة الهاشمية ، ٢٤
- ٧٨- **وهبة**، سماح جوده (٢٠١٣): بعض مهارات إدارة الذات وعلاقتها بتحمل المسؤولية لدي عينة من الشباب الجامعي، رسالة ماجستير غير منشورة- كلية الإقتصاد المنزلي جامعة المنوفية.
- ٧٩- **وهبة**، سماح جوده (٢٠١٧): الدعم الأسري لمشاركة الشباب في العمل التطوعي بالمؤسسات الخيرية وعلاقته بإدارتهم لبعض الموارد، رسالة دكتوراه غير منشورة- كلية الإقتصاد المنزلي جامعة المنوفية.
- ٨٠- **يونس** ، محمد (٢٠١٨): الكفاءة الذاتية المدركة وعلاقتها بالمرونة النفسية لدى عينة من طالبات معلمات رياض الأطفال، المجلة التربوية ، سوهاج.

#### - مراجع اجنبية:

- 81- Bandura, A (2000). *Exercise of Human Agency Thourgh Collective Efficacy*. Current Directions in *Psychological Science*, 9. USA.
- 82- digital Egypt,2024: <https://indd.adobe.com/view/60e49d07-7320-4fbd-a769-9add904a1fb9?allowFullscreen=true&wmode=opaque>
- 83- El-Tahawy, Manal Hamdi. Factors Affecting Online Services Shopping Behavior: A Study of Egyptian Consumers. 2019. American University in Cairo, Master's thesis. AUC Knowledge Fountain. <https://fount.aucegypt.edu/etds/752>.
- 84- Evers, W., Brouwers, A & Tomic, W (2002) Burnout and self efficacy ; A study on teachers beliefs when implementing an innovative education system in the Netherlands British journal of educational Psychology ,72,227-243
- 85- Fan, Chaozhi; Law, Siong Hook; Ibrahim, Saifuzzaman; Naseem,. (2022). The New *Economic Era Analysis of the Structure System of Chinese Household Consumption Expenditure Based on the ELES Model*. *Computational Intelligence and Neuroscience*, 2022, 1-8. doi:10.1155/2022/3278194
- 86- Fang, Y.H., Chiu, C.M. and Wang, E.T.G.,(2011). Understanding customers' satisfaction and repurchase intentions: an intergration of IS success model trust. *Internet Research*, 21(4) p.479.
- 87- Kahle, L. R., & Close, A. G. (Eds.). (2010). *Consumer behavior knowledge for effective sports and event marketing*. Routledge
- 88- Mahmuddin, Y., Abdullah, M., Ramdan, M. R., Hazirah, N. A. and Abd Aziz, N. A., (2022). The Stimulus Factors Influencing Intention to Participate in Shopping during the Distribution of the

- 12.12 Online Shopping Festivals in Malaysia. **Journal of Distribution Science.** 20)8(pp.93-103
- 89- Melanie Torsello, (2018) THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN INFLUENCING MILLENNIALS' CONSUMER BEHAVIOUR, Master's Thesis in International Business, UNIVERSITY OF VAASA.
- 90- Naidoo, K., & Naidoo, L. J. (2023). Designing teaching and reflection experiences to develop candidates' science teaching self-efficacy. *Research in Science & Technological Education*, 41(1), 211-231
- 91- Taylor, P. (2015). *The Next America: Boomers, Millennials, and the Looming Generational Showdown*. New York: Public Affairs. Chaffey, D. and Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Harlow: Pearson.
- 92- UNEP (2011): *Green Economy Report. Towards a Green Economy. Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication*. UNEP Edition, p.16