

اتجاهات طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني وعلاقتها بإدارة الذات

إعداد

كيريا ميخائيل صادق ميخائيل

باحثة ماجستير - بقسم الاقتصاد المنزلي - كلية التربية النوعية - جامعة المنيا

أ.د/ محمد عبد الخالق عبد المؤمن دعبس

أستاذ متفرغ بقسم الإقتصاد المنزلي ووكيل الكلية لشئون التعليم والطلاب سابقاً

كلية التربية النوعية جامعة المنيا

أ.م.د/ أسماء ممدوح فتحى عبد اللطيف

أستاذ مساعد إدارة المنزل قسم الإقتصاد المنزلي - كلية التربية النوعية - جامعة المنيا



مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية

معرف البحث الرقمي DOI: 10.21608/jedu.2023.200002.1852

المجلد التاسع . العدد 45 . مارس 2023

التقييم الدولي

P-ISSN: 1687-3424

E- ISSN: 2735-3346

موقع المجلة عبر بنك المعرفة المصري <https://jedu.journals.ekb.eg/>

موقع المجلة <http://jrfse.minia.edu.eg/Hom>

العنوان: كلية التربية النوعية . جامعة المنيا . جمهورية مصر العربية



إتجاهات طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني وعلاقتها بإدارة الذات

ملخص البحث:

يهدف البحث بصفة رئيسية إلى دراسة إتجاهات طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني وعلاقته بإدارة الذات ، واشتملت عينة البحث على (300) طالب وطالبة من كليات نظرية (حقوق، آداب، دار علوم، ألسن)، وعملية (طب، صيدلة، تربية نوعية، هندسة، طب أسنان، فنون جميلة) مختلفة، ومن ريف وحضر محافظة المنيا، ومن مستويات إجتماعية وإقتصادية مختلفة، ويشترط أن يكون الطالب والطالبة قاموا بالتسوق الإلكتروني لمرة واحدة على الأقل، واستمارة البيانات العامة خاصة بطلاب الجامعة وأسرته (عينة الدراسة) وتشمل بيانات عن طلاب الجامعة من حيث (النوع، السن، مكان سكن الأسرة، طبيعة الدراسة، مستوى تعليم الأب، مستوى تعليم الأم، مهنة الأب، عمل الأم، عدد أفراد الأسرة، متوسط الدخل الشهري للأسرة)، واستبيان إتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني، واستبيان إدارة الذات بمحاورها (وضع الأهداف والتخطيط للذات، القدرة على إتخاذ القرار، القدرة على التواصل مع الآخرين، تنمية وتطوير الذات)، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وأسفرت النتائج عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات درجات افراد العينة الأساسية على استبيان الاتجاه نحو التسوق الإلكتروني تبعاً لاختلاف متغيرات البحث لصالح (الإناث، وطلاب الجامعة أبناء الأمهات العاملات، سكان الحضر، فئة السن الأكبر، الشباب أبناء الأباء والأمهات ذوي المستوى التعليمي الأعلى، وحجم الأسرة الأصغر، متوسط الدخل الشهري المرتفع) كما أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد عينة الدراسة على استبيان إدارة الذات تبعاً لاختلاف متغيرات البحث لصالح (الإناث، الدراسة العملية، الأمهات العاملات، سكان الحضر، السن الأكبر، مستوى تعليم الأب المرتفع، مستوى تعليم الأم المرتفع، الآباء ذات المهن العليا، حجم الأسرة الصغيرة، الأسر ذات الدخل الشهري المرتفع)، كما أظهرت النتائج وجود علاقة إرتباطية موجبة دالة احصائياً بين اتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني وإدارة الذات بمحاورها.

الكلمات المفتاحية: التسوق الإلكتروني - إدارة الذات - طلاب الجامعة.

Attitudes of University students towards electronic shopping and its relationship to self-management

Abstract :

The research aims mainly to study the attitudes of University students towards electronic shopping and its relationship to self-management among the students of Minia University. qualitative, engineering, dentistry, fine arts) different, from the countryside and urban areas of Minya governorate, and from different social and economic levels, and it is required that the male and female student have done online shopping at least once, The general data form is for university youth and their families (study sample) and includes data on University students in terms of (gender, age, family residence, nature of study, father's education level, mother's education level, father's profession, mother's work, number of family members, average monthly income for the family), and a questionnaire of University students attitudes towards electronic shopping, and a questionnaire of self-management with its axes (setting goals and self-planning, the ability to make decisions, the ability to communicate with others, self-development and development), The analytical descriptive approach was used, and the results revealed that there were statistically significant differences between the mean scores of the study sample in the self-management questionnaire, according to the difference in the research variables in favor of (females, practical studies, working mothers, urban residents, older age, father's high level of education, level of High mother's education, fathers with higher professions, small family size, families with high monthly income), and the results showed that the study variables most affecting self-management are (mother's educational level, age, father's profession, mother's work).

key words: Electronic shopping - self management - University students.

مقدمة ومشكلة البحث :

يشهد هذا العصر قفزات تكنولوجية هائلة في مختلف مجالات الحياة، من أبرزها التطورات الهامة والكبيرة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فهي إحدى منجزات الثورة العلمية الهامة والخطيرة في عصر العولمة وتستحق أن تسمى بالثورة المعلوماتية (Perry, J. & Schneider, G. 2008)، بينما يسمى الإنسان الذي يعيش هذا العصر بإنسان مجتمع المعلومات، لأن المعلومات أصبحت جزء لا يتجزأ من إحتياجاته ودافعاً قوياً لإبداعه وتطويره (إبراهيم الأسطل و فريال الخالدي، 2005).

وأصبح التسوق الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت من أنجح استخدامات الشبكة للشركات والمستهلكين على السواء، وذلك لما يوفره من الوقت والمجهود، فبدلاً من السفر لشراء احتياجات معينة من أحد البلاد أصبح في مقدور مستخدم شبكة الإنترنت إختيار ما يشاء من هذه البضائع أو الأشياء التي يبحث عنها في دقائق معدودة وطلبها لتصل إليه في أقل وقت وبأسهل طريقة، حيث أصبحت عادات شراء المنتجات المختلفة عبر الإنترنت بالقطعة الواحدة من أكثر عادات مستخدمى الشبكة (مصعب عبد الستار ومهدى صالح، 2012).

فالتسوق الإلكتروني من أهم التطورات العالمية الجديدة التي فرضت نفسها بقوة، ومن ثم أصبح أحد دعائم النظام الإقتصادي العالمي الجديد حيث يركز على الإستخدام المتزامن للإنترنت (Kotler, Ph. 2001)، ويقوم المستهلك بتسجيل الدخول على شبكة الإنترنت، وزيارة المتاجر الإلكترونية في أى وقت على مدار أربع وعشرين ساعة يومياً، أى إنه يتغلب على حاجز المكان والزمان الموجود بالتسوق العادى (Kaur, A. 2013).

وتشير الإحصائيات بأن نسبة مستخدمى التسوق الإلكتروني تزايدت على مدار الخمس سنوات السابقة بحوالى 21.7% عام 2010 حتى وصلت الزيادة لمستخدمى التسوق الإلكتروني حوالى 68% عام 2015 (Global Pwc Total Retail Surver, 2016)، وتزايد العدد

لمستخدمى التسوق الإلكتروني لعدد كبير بحيث تم حسابها أسبوعيا حيث بلغ فى عام 2021 بحوالى 60% أسبوعياً وفقاً لدراسة كلا من (لطيف زيود، 2005)، (بوياح عالية، 2011)، وتشير التقديرات إلى أنه بحلول 2040 ستكون 95% من جميع المشتريات تتم عبر التجارة الإلكترونية، كما يؤكد (أحمد الكردى، 2014) أن التسوق الإلكتروني أصبح يفرض على المتسوقين معايير أعلى لإشباع حاجات العملاء بكفاءة فعالة، حيث أن عملاء المواقع الإلكترونية يبحثون عن منتجات عالية الجودة وبأسعار مناسبة وخدمات أفضل لكي يتحصل كل منهم على ربح مجزى.

ومع تزايد الإقبال الشديد على التسوق بالإنترنت أصبح لدى معظم الفئات سواء أكان فى المنزل أو المكتب أو أجهزة المحمول الإمكانية لذلك، مما دفع شركات الإعلان الترويج عبر شبكة الانترنت، بتقديم خدماتها ومنتجاتها وبأسعار منافسة للأسواق العادية. (تهانى فقيه، 2013)، وقد اتفقت دراسة (رند الأسطل، 2009)، (أحمد كردى، 2014) فى إرجاع أسباب اهتمام المستهلك بالتسوق الإلكتروني إلى ما يتمتع به من مزايا تتمثل فى توفير الوقت والمكان المناسب للمستهلك، الدخول المجانى، سهولة الوصول للعديد من المعلومات، انخفاض الأسعار، إضافة إلى المعلومات التفصيلية عن المنتجات والخدمات مما أوضح للمستهلك عيوب التسوق التقليدى.

ووفقاً لنتائج دراسة (Wolfen b. , & Gilly C., 2002) فالتسوق الإلكتروني يتسم بالكفاءة والعقلانية وأن العملاء يقومون بالتسوق بشكل سريع، كما كشفت بحوث التسوق لبعض الشركات أن من 66% إلى 80% من عملاء المواقع الإلكترونية يقومون بالبحث عن منتجات محددة، وتم التوصل إلى أن الخطر المدرك حسب نتائج دراسة كلا من (Kim I., 2002)، (Cunningham, and et al, 2005)، (Ueltschy L., and et al, 2004) ينخفض بشكل كبير في مرحلة جمع المعلومات لخدمات الإنترنت، ثم تزداد درجة هذه المخاطرة من مرحلة تقييم البدائل وحتى مرحلة الشراء ثم تنخفض مرة أخرى في مرحلة ما بعد الشراء، وأن الخطر المدرك والمنفعة المدركة للشراء عبر الإنترنت مرتبطين بكمية وتكرار الشراء، وأن

المستهلكين يزيد لديهم الخطر المدرك للشراء عند استخدامهم الانترنت، كما يفضلون الاستراتيجيات غير الشخصية لخفض الخطر المدرك.

وأكدت نتائج دراسة (حنان الليثي، 2017) أن أهم ما يدفع الجمهور المصري لاستخدام مواقع التسوق الإلكتروني والشراء منها هي أن موقع التسوق الإلكتروني توفر لهم مجموعة كبيرة ومتنوعة من المنتجات في مكان واحد.

ويتأثر التسوق الإلكتروني لدى شباب الجامعة بكيفية إدارتهم لذواتهم، فإدارة الذات هي تخطى الأهداف بما هو متاح من موارد وإمكانيات، فمفهوم إدارة الذات يتسم بالمرونة لاختلافه باختلاف الأفراد بل وقد يختلف بالنسبة للفرد الواحد باختلاف الموقف، فهي خطة يضعها الفرد بغرض زيادة كفاءته وفعالته عن طريق تطبيق استراتيجيات إدارة الذات، ولن يستطيع الفرد القيام بأدواره المختلفة على أكمل وجه إلا إذا تمكن من مجموعة من القدرات والمهارات والتي أوضح منها (كمال زيتون، 1997) قدرة الفرد على التحكم في سلوكه ومشاعره وأيضاً القدرة على إدارة العمل وتنظيمه في المجموعات الكبيرة والصغيرة، وتقول (نوال الكتاتني، 2014) أن إدارة الذات هي عبارة عن عملية تخطيط الفرد لأهدافه بما أتيح له من موارد وإمكانيات شخصية، والشخص الذي يستطيع أن يحسن إدارة نفسه هو ذلك الشخص الذي إستفاد من مواهبه وطاقاته ووقته ليحقق أهدافه العالية مع إستمراره على حياة متوازنة، كما يعرف (أحمد فرحات، 2008) إدارة الذات بأنها الطرق والوسائل التي تعين المرء على الإستفادة القصوى من وقته في تحقيق أهدافه وخلق التوازن في حياته ما بين الواجبات والرغبات والأهداف، والإستفادة من الوقت هي التي تحدد الفارق ما بين الناجحين والفاشلين في هذه الحياة، إذ أن السمة المشتركة بين كل الناجحين هو قدرتهم على الموازنة بين الأهداف التي يرغبون في تحقيقها والواجبات التي يلزم عليهم القيام بها للوصول إلى هذا النجاح، وترى (سوسن أحمد، 1995) أن العمل ضروري لإشباع حاجة الفرد للإنجاز وتحفيزه على العطاء ومن ثم يزداد تقديره لذاته، ويشعر بالارتياح والرضا عن عمله فيتحقق للفرد قدر من الرضا عن بيئة العمل مما يجعله قادراً على الاستمرار في عمله فكلما زاد توافق الفرد في عمله نمت صحته النفسية، وكان أكثر حرصاً على إتقان عمله، وسعى إلى كسب الخبرات والمهارات التي تحسن من أدائه، وترفع من كفاءته وتزيد إنتاجه (كمال موسي، 1988)، وجاءت أهم نتائج دراسة (السيد عبد المعبود، 2019)

فى وجود فروقاً بين الجنسين فى جميع سمات الشخصية، وإدارة الذات، ومن خلال ما سبق أكدت دراسة (منى الزاكي وإيناس الشامى، 2011) أهمية إدارة الذات وما تتضمنه من إمتلاك الفرد لعدة مهارات منها مهارات عملية ومهارات ذهنية منها إدارة الوقت ومهارة الإتصال الفعال ومهارة إتخاذ القرار.

ومن هنا جاءت فكرة البحث الحالى فى محاولة من الباحثين لدراسة إتجاهات طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني وعلاقته بإدارة الذات وذلك من خلال الإجابة على الأسئلة الآتية:

- 1- ما النسب المئوية للسلع والخدمات التى يقوم طلاب الجامعة أفراد عينة الدراسة الأساسية بشرائها عن طريق التسوق الإلكتروني ؟
- 2- ما النسب المئوية لعدد المرات التى قام فيها طلاب الجامعة أفراد عينة الدراسة الأساسية بالشراء عن طريق التسوق الإلكتروني ؟
- 3- ما النسب المئوية لأفضل وسائل الدفع مقابل الشراء الإلكتروني التى يستخدمها أفراد عينة الدراسة الأساسية ؟
- 4- ما النسب المئوية لمواقع التسوق الإلكتروني التى يفضل طلاب الجامعة أفراد عينة الدراسة الأساسية الشراء من خلالها ؟
- 5- هل توجد فروق إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان اتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني تبعاً لمتغيرات الدراسة (النوع - طبيعة الدراسة - عمل الأم - مكان سكن الأسرة - السن - المستوى التعليمى للوالدين - مهنة الأب - عدد أفراد الأسرة - متوسط الدخل الشهرى للأسرة) ؟
- 6- هل توجد فروق إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة الدراسة الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاورها (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) تبعاً لمتغيرات الدراسة (النوع - طبيعة الدراسة - عمل الأم - مكان سكن الأسرة - السن - المستوى التعليمى للوالدين - مهنة الأب - عدد أفراد الأسرة - متوسط الدخل الشهرى للأسرة) ؟

7- هل توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين اتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني وادارتهم لذاتهم بمحاورها؟

7- ما نسبة مشاركة المتغيرات المستقلة المدروسة في تفسير نسبة التباين في المتغير التابع (إدارة الذات بمحاورها وككل) طبقاً لأوزان معاملات الانحدار ودرجة الارتباط؟

أهداف البحث Research objectives:

يهدف هذا البحث بصفة رئيسية إلى دراسة إتجاهات طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني وعلاقته بإدارة الذات وذلك من خلال:

- تحديد النسب المئوية للسلع والخدمات التي يقوم طلاب الجامعة أفراد عينة الدراسة الأساسية بشرائها عن طريق التسوق الإلكتروني.

2- تحديد النسب المئوية لعدد المرات التي قام فيها طلاب الجامعة أفراد عينة الدراسة الأساسية بالشراء عن طريق التسوق الإلكتروني.

3- تحديد النسب المئوية لأفضل وسائل الدفع مقابل الشراء الإلكتروني التي يستخدمها أفراد عينة الدراسة الأساسية.

4- تحديد النسب المئوية لمواقع التسوق الإلكتروني التي يفضل طلاب الجامعة أفراد عينة الدراسة الأساسية الشراء من خلالها.

5- الكشف عن الفروق بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان اتجاه الشباب الجامعي نحو التسوق الإلكتروني تبعاً لمتغيرات الدراسة (النوع - طبيعة الدراسة - عمل الأم - مكان سكن الأسرة - السن - المستوى التعليمي للوالدين - مهنة الأب - عدد أفراد الأسرة - متوسط الدخل الشهري للأسرة)؟

6- الكشف عن الفروق بين استجابات طلاب الجامعة عينة الدراسة الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاورها (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) تبعاً لمتغيرات الدراسة (النوع - طبيعة الدراسة -

عمل الأم - مكان سكن الأسرة - السن - المستوى التعليمي للوالدين - مهنة الأب - عدد أفراد الأسرة - متوسط الدخل الشهري للأسرة) ؟

7- الكشف عن طبيعة العلاقة بين اتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني وإدارتهم لذاتهم بمحاورها.

7- تحديد نسبة مشاركة المتغيرات المستقلة المدروسة في تفسير نسبة التباين في المتغير التابع (إدارة الذات بمحاورها وككل) طبقاً لأوزان معاملات الانحدار ودرجة الارتباط.

أهمية البحث Research significance: يكتسب هذا البحث أهميته من خلال :

1- أن هذه الدراسة تتناول موضوعاً حيويًا يمثل أحد جوانب التنمية البشرية الهامة في الكشف عن العلاقة بين اتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني لطلاب جامعة المنيا وإدارتهم لذاتهم .

2 - إثراء مكتبة التخصص بمعلومات عن استخدام طلاب الجامعة للتسوق الإلكتروني كأحد المستحدثات التكنولوجية وعلاقته بإدارة الذات.

3 - تُشكل هذه الدراسة خطوة هامة نحو تدعيم بحوث إدارة الذات وتكاملها من أجل تقديم تفسيرات أكثر إقناعاً للكثير من الظواهر النفسية والتربوية.

4 - التركيز على متغيرات هامة والتي تُعد أدوات فاعلة تمكن الفرد من حسن التفاهم مع الآخرين من خلال مهارات إدارة.

5 - تفيد نتائج هذه الدراسة من الناحية العملية في تقديم قسط وافر من المعلومات والنتائج والتي قد تبدو على قدر من الأهمية لما يأتي بعدها من أبحاث مكتملة في مجال تصميم وتطوير البرامج الإرشادية التي تهدف إلى تنمية المهارات المختلفة للإستفادة من المستحدثات التكنولوجية.

6 - تسهم الدراسة في إضافة أدوات جديدة لمكتبة إدارة المنزل والمؤسسات تتمثل في استبيان عن اتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني، واستبيان عن إدارة الذات وتقديم كتيب إرشادي.

فروض البحث Research Hypotheses: يفترض البحث الحالي ما يلي :

1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان اتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني تبعاً لمتغيرات الدراسة (النوع - طبيعة الدراسة - عمل الأم - مكان سكن الأسرة - السن - المستوى التعليمي للوالدين - مهنة الأب - عدد أفراد الأسرة - متوسط الدخل الشهري للأسرة) .

2 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاوره (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) وككل تبعاً لمتغيرات الدراسة (النوع - طبيعة الدراسة - عمل الأم - مكان سكن الأسرة - السن - المستوى التعليمي للوالدين - مهنة الأب - عدد أفراد الأسرة - متوسط الدخل الشهري للأسرة) .

3 - توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات طلاب الجامعة عينة الدراسة الأساسية نحو التسوق الإلكتروني وإدارتهم لذاتهم بمحاورها.

4 - تختلف نسبة مشاركة المتغيرات المستقلة المدروسة في تفسير نسبة التباين في المتغير التابع (إدارة الذات بمحاورها وككل) طبقاً لأوزان معاملات الانحدار ودرجة الارتباط .

الأسلوب البحثي:

أولاً : منهج البحث :

تتبع هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي: وهو المنهج الذي يقوم على وصف دقيق وتفصيلي للظاهرة أو المشكلة موضوع البحث وصفاً كمياً أو نوعياً وبالتالي فهو يهدف أولاً إلى جمع بيانات ومعلومات عن الظاهرة ثم دراسة وتحليل ما تم جمعه بطريقة موضوعية وصولاً إلى النتائج المفسرة للظاهرة (دلال القاضي، محمود البياني، 2008).

ويمدنا هذا الأسلوب ببيانات مبسطة وموجزة ويدرس الظاهرة كما في الواقع ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً ويصنف الأسباب والعوامل المتداخلة للظاهرة بدقة ويبحث الحوادث والأشياء مهما كان نوعها أو مجالها بغرض فهم هذا الحاضر وتوجيه مستقبله بالتحديث أو التصحيح أو

التعديل أو بإقتراح بدائل أخرى (عماد أبو القاسم وعادل رفاعي، 2016).

ثانياً: المصطلحات العلمية والمفاهيم الإجرائية:

الإتجاه Direction:

هو تنظيم متناسق من المفاهيم، والمعتقدات، والعادات، والدوافع بالنسبة لشيء محدد وتتكامل كلها وتتفاعل لتنتشئ وميول الفرد حيال أشياء بعينها، ويميل البعض إلى التمييز بين القيم وبين الإتجاهات. (على السلمي، 1995)

وتُعرف الباحثة الإتجاه إجرائياً بأنه وجهة نظر الفرد الشخصية بالنسبة لشيء أو موضوع معين مبنية على معتقداته وأفكاره وميوله، وقد تكون وجهة نظره إيجابية أو سلبية مالم يثبتها بحقائق من الواقع، وبذلك يثبت إتجاهه أو يقوم بتعديله.

التسوق الإلكتروني Electronic shopping :

يعرف (يوسف أبو فارة، 2004) بأنه "مجموعة الجهود التي يبذلها المشتري عبر الإنترنت للبحث عن منتجات محددة (سلع وخدمات) والمفاضلة بين هذه المنتجات المعروضة للبيع في المتاجر الإلكترونية المختلفة المنتشرة في فضاء الإنترنت".

وتُعرف الباحثة التسوق الإلكتروني إجرائياً بأنه تسوق عن طريق نافذة الإنترنت لكل ما يلزم الشاب الجامعي من مستلزمات الحياة بكافة صورها وأشكالها ويتميز عن طرق التسوق التقليدية بتوفيره الوقت والجهد مع مراعاة الوعي بإيجابيات وسلبيات التسوق الإلكتروني مما يلزم الحرص الجاد في التعامل مع مواقع التسوق المنتشر عبر مواقع الإنترنت.

مفهوم إدارة الذات self management:

فالإدارة هي نشاط يسعى إلى تحقيق الهدف عن طريق الموارد والإمكانيات وحسن التوجيه والاستغلال، والذات هي إتجاهات الشخص ومشاعره وقيل هي العمليات النفسية التي تحكم السلوك، ويمكن أن يقال أن إدارة الذات هي قدرة الفرد على توجيه مشاعره وأفكاره وإمكانياته نحو الهدف الذي يصبو إلى تحقيقه، فالشخص الذي استطاع أن يحسن إدارة نفسه هو ذلك الشخص

الذي استفاد من مواهبه وطاقاته ووقته ليحقق أهدافه العالية مع استمراره على حياة متوازنة (ظافر الشهرى، 2016).

وتُعرف الباحثة إدارة الذات إجرائياً بأنها عملية مستمرة طوال مراحل حياة الفرد يسعى بها لتحقيق التوازن في حياته من خلال الإستفادة من مواهبه وطاقاته وإمكانياته مما يجعل منه فرداً قادراً على إتخاذ القرار وتحمل المسؤولية. وقد تم تحديد محاور إدارة الذات كما يلي :

وضع الأهداف والتخطيط للذات Goal setting and self planning

فكل إنسان منا له أحلام وأهداف يسعى لتحقيقها في حياته، وبدون خطة واضحة وسليمة نسير عليها من أجل الوصول لهذه الغاية تصبح أهدافنا مجرد أوهام في خيالنا، لذا يجب أن نضع خطة لتحقيق أهدافنا وتكون هذه الخطة مكتوبة ومرتبطة بجدول زمنى لتنفيذها، لنستطيع إنجازها بنجاح (أحمد كردى، 2014).

وتُعرف الباحثة وضع الأهداف والتخطيط للذات إجرائياً بأنها عملية عقلية تمر بخطوتين متلازمتين، فالتخطيط للذات يلى عملية وضع الأهداف حيث أن التخطيط الجيد يساعد الفرد على تحقيق أهدافه التى يطمح فى الوصول إليها.

القدرة على إتخاذ القرار The ability to make a decision

يُعرف (أكرم رضا، 2005) عملية اتخاذ القرار بأنها الخلاصة التى يتوصل إليها صانع القرار بعد جمع المعلومات، وتحليلها، وإيجاد البدائل والحل، حيث أن عملية إتخاذ القرار هى اختيار الحل الأمثل بين مجموعة من القرارات (البدائل) والعمل على تنفيذها، وهى نتاج لعملية صنع القرار. وتُعرف الباحثة إتخاذ القرار إجرائياً بأنها عملية مركبة تأتى نتيجة لسلسلة من التفكير والتجريب والمفاضلة واختيار أنسب الحلول واتخاذ القرار لتنفيذ الحل الأمثل.

القدرة على التواصل مع الآخرين The ability to communicate with others

تُعرف (سماح وهبة، 2013) التواصل مع الآخرين بأنها عملية أخذ وعطاء للمعاني بين

شخصين، فالإتصال أفضل السبل والوسائل لنقل المعلومات والمعاني والأحاسيس والآراء إلى أشخاص آخرين والتأثير في أفكارهم وإقناعهم بما يريد الفرد.

وتُعرف الباحثة التواصل مع الآخرين إجرائيًا بأنها فن ومهارة لدى الفرد تساعده على التواصل الفعال مع الآخرين بهدف إيصال رسالة معينة وفهمها فهمًا صحيحًا، وهذا التواصل يشمل تبادل المعلومات بين الأشخاص ونقل الرسائل مع فهم مشاعرهم واحترامها .

تنمية وتطوير الذات : Development and self-development

تُعرف (منيرة الضحيان، 2019) تنمية وتطوير الذات بصفة عامة على أنها امتلاك مهارات جديدة وتنمية ما لدى الشخص من قدرات سواء كان من الناحية العملية، المالية، أو النفسية، وقدرة الفرد على تجاوز الضغوطات التي يتعرض لها، ويتم تطوير هذه القدرات من خلال الخبرات التي يحصل عليها الشخص في حياته اليومية، وكذلك عن طريق متابعة سلوك الآخرين وطريقة تعاملهم مع ما يواجههم من مشكلات.

وتُعرف الباحثة تنمية وتطوير الذات إجرائيًا بأنها مرحلة مستمرة مدى الحياة وفيها يطور الفرد من ذاته وتنمية مهاراته من خلال الاستفادة من خبرات الحياة وتجارب الآخرين وحضور العديد من التدريبات التي تساعده على تطوير ذاته حتى يصبح مواطنًا صالحًا لنفسه ووطنه ومجتمعه.

طلاب الجامعة : University Students

تُعرف (نورهان صقر، 2013) طلاب الجامعة بأنهم الأفراد الذين يدرسون في المرحلة الجامعية وتتراوح أعمارهم بين 17 و 22 سنة، كما تُعرف (سماح وهبة، 2013) الطالب الجامعي بأنه من يلتحق بالتعليم الجامعي المصري ويقع في المرحلة العمرية من 17 إلى 23 سنة، وتمتاز هذه المرحلة بالنشاط والفكر الواعي والقابلية للتطوير والتغيير ويحتاج طلاب الجامعة دائمًا لتنمية مهاراتهم المختلفة ليقفوا على التعامل مع المتغيرات الراهنة للمجتمع، وليكون لديهم الاستعداد لمعرفة مهاراتهم المختلفة وتنميتها، والمشاركة في الدورات المختلفة،

والطالب (اقتضاب طالب علم) أو المتعلم هو فرد طالب للمعرفة أو دارس في مؤسسة تعليمية، طلاب- [طلب] (صِيغَةُ فَعَالٍ لِلْمُبَالَغَةِ)، "هو طالب علم"، فالطالب هو الباحث عن الشغف والتبحر فيه. (عبدالغني أبوالعزم، 2001)

وتُعرف الباحثة طلاب الجامعة إجرائيًا بأنهم مجموعة الأفراد الذين يُقدرون قيمة العلم ويسعون إليه لبناء شخصيتهم وإدراكهم للمتغيرات المحيطة بهم مما يجعلهم نافعين لكل من حولهم ومؤثرين في مجتمعهم.

ثالثًا : حدود البحث

الحدود البشرية :

1 - عينة البحث الاستطلاعية: وقوامها (50) طالب جامعي تم اختيارهم بطريقة صدفية غرضية بشروط أن يكونوا من الذكور والإناث وأن يكونوا من كليات نظرية وعملية مختلفة من الريف والحضر، وأن يكونوا من مستويات اجتماعية واقتصادية مختلفة، وأن يكونوا قاموا بالتسوق الإلكتروني مرة واحدة على الأقل من قبل وذلك لتقنين أدوات البحث .

2 - عينة البحث الأساسية: وقوامها (300) طالب جامعي تم اختيارهم بطريقة صدفية غرضية بشروط أن يكونوا من الذكور والإناث وأن يكونوا من كليات نظرية وعملية مختلفة من الريف والحضر، وأن يكونوا من مستويات اجتماعية واقتصادية مختلفة، وأن يكونوا قاموا بالتسوق الإلكتروني مرة واحدة على الأقل من قبل.

الحدود المكانية : تم اختيار العينة من طلاب الجامعة بجامعة المنيا من كليات نظرية (حقوق، آداب، دار علوم، ألسن)، وعملية (طب، صيدلة، تربية نوعية، هندسة، طب أسنان، فنون جميلة) مختلفة، ومن ريف وحضر محافظة المنيا .

الحدود الزمنية: وهي الفترة التي استغرقتها الدراسة الميدانية وهي مرحلة جمع البيانات من مجتمع الدراسة وتفريغها، وقد قامت الباحثة بالتطبيق الميداني لأدوات البحث وجمع البيانات وتفريغها في صورتها النهائية خلال شهرى نوفمبر وديسمبر 2021 .

رابعاً : أدوات البحث : (إعداد الباحثة) :

1- استمارة البيانات العامة الخاصة بطلاب الجامعة وأسرهـم.

2- استبيان إتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني.

3- استبيان إدارة الذات بمحاوره.

أولاً : استمارة البيانات العامة الخاصة بطلاب الجامعة وأسرهـم (عينة البحث)

تم إعداد استمارة البيانات العامة الخاصة بطلاب الجامعة وأسرهـم بهدف الحصول على بعض

المعلومات التي تفيد في إمكانية تحديد خصائص عينة الدراسة الديموجرافية واشتملت الدراسة على ما يلي:

أ.البيانات الديموجرافية.

1- بيانات عن الطالب الجامعي (النوع : ذكر - أنثي) (السن : أقل من 21 سنة - من 21

سنة لأقل من 24 سنة - من 24 سنة فأكثر) (طبيعة الدراسة : نظرية - عملية).

2- بيانات عن الأسرة (مكان سكن الأسرة : الريف - الحضر) (مستوى تعليم الأب : منخفض

- متوسط - مرتفع) (مستوى تعليم الأم : منخفض - متوسط - مرتفع) (مستوى مهنة الأب :

دنيا - متوسطة - عليا) (عمل الأم : تعمل - لا تعمل) (حجم الأسرة : أقل من 4 أفراد - من

4 أفراد لأقل من 6 أفراد - من 6 أفراد فأكثر) (متوسط الدخل الشهري للأسرة : أقل من 2500

جنيهاً حتى أقل من 4000 جنيهاً- من 4000 جنيهاً حتى أقل من 8000 جنيهاً- من 8000

جنيهاً فأكثر).

ثانياً : استبيان إتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني:

يتكون استبيان إتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني من (20) عبارة، ووضعت

الباحثة تعليمات الاستبيان، بأن يختار (الطالب/الطالبة) إجابة واحدة، بوضع علامة (√) أسفل

الإجابة التي تتفق مع رأيه وأسلوبه، وتمثل سلوكاً خاص به، وذلك أمام كل عبارة من عبارات

الاستبيان، وتقاس إستجابة كل عبارة من عبارات الاستبيان باختيار إجابة واحدة من ثلاثة

استجابات (دائمًا - أحيانًا - أبدًا) وذلك على مقياس متدرج متصل (3 - 2 - 1) للعبارات ذات الاتجاه الإيجابي، (1 - 2 - 3) للعبارات ذات الاتجاه السلبي.

ثالثًا : استبيان إدارة الذات:

يتكون إستبيان إدارة الذات بمحاورة لطلاب الجامعة من (47) عبارة موزعة على أربعة محاور، ووضعت الباحثة تعليمات الاستبيان، بأن يختار (الطالب/الطالبة) إجابة واحدة، بوضع علامة (√) أسفل الإجابة التي تتفق مع رأيه وأسلوبه، وتمثل سلوكًا خاص به، وذلك أمام كل عبارة من عبارات الاستبيان.

وتقاس إستجابة كل عبارة من عبارات الاستبيان باختيار إجابة واحدة من ثلاثة استجابات (دائمًا - أحيانًا - أبدًا) وذلك على مقياس متدرج متصل (3 - 2 - 1) للعبارات ذات الاتجاه الإيجابي، (1 - 2 - 3) للعبارات ذات الاتجاه السلبي، وتتمثل محاور الاستبيان فيما يلي :

المحور الأول: وضع الأهداف والتخطيط للذات: واشتمل هذا المحور على (10) عبارات تقيس مدى قدرة الفرد على وضع أهدافه والتخطيط لذاته من خلال تخطيطه مسبقًا لكل أمور حياته، وحرصه على تخطيط وتنظيم ما يقوم به من أعمال، وتكريسه جهده لتحقيق أهدافه، وأن يضع الفرد لنفسه أهدافًا بعيدة المدى تتعلق بحياته المستقبلية، وأن يستفيد من خبرات الأفراد الناجحين في المجتمع المحيط به عند التخطيط لأعماله المستقبلية، وأن يوجه إمكانياته وطاقاته لتحقيق أهدافه، ويهتم بالتفكير الجيد وأعمال العقل قبل الفعل، وأن يستطيع الفرد تأجيل إشباع هدف ما في مقابل الوصول لأهداف أفضل في المستقبل ويتوقع النجاح في تحقيق أهدافه إستنادًا لخبراته السابقة.

المحور الثاني : القدرة على إتخاذ القرار: واشتمل هذا المحور على (11) عبارة تقيس قدرة الفرد على إتخاذ القرار من خلال جمعه للمعلومات الكافية قبل إتخاذ القرار، وإدراكه أهمية التوقيت عند إتخاذ القرار، وإختياره الحل الذي يحقق النتائج المحددة بأقل التكاليف، وتحديد الهدف الذي يريد تحقيقه قبل إتخاذ القرار، وأن يستشير الفرد أسرته في بعض القرارات الخاصة به، ودراسته

لبدائل الحلول المتاحة أمامه، وأن يستفيد من قرارات وخبرات الآخرين السابقين عند إتخاذه للقرار، وأن يحصر ما لديه من موارد وإمكانيات عند إتخاذ قراره، وإيجاده لحلول مناسبة ومنطقية للمشاكل التي تواجهه.

المحور الثالث : القدرة على التواصل مع الآخرين: واشتمل هذا المحور على (16) عبارة تقيس قدرة الفرد على التواصل مع الآخرين من خلال تعبيره بسهولة عن مشاعره تجاه الآخرين، وتحكمه في مشاعره وتصرفاته في مختلف المواقف، وشعوره بالرضا عن علاقاته مع الآخرين، وقدرته على إقامة علاقات اجتماعية جيدة، واستمتاعه بالمشاركة في الحديث والمناقشة مع الأصدقاء، واحترامه لمشاعر الآخرين أثناء الحوار، وأن يتمتع باللباقة في الحديث مما يجعل الحديث شيق، ويستطيع ترتيب أفكاره عند الحديث مع الآخرين.

المحور الرابع : تنمية وتطوير الذات: واشتمل هذا المحور على (10) عبارات تقيس مدى تنمية الفرد وتطويره لذاته من خلال بذل أقصى جهده لتعلم كل جديد في مجالات الحياة، وأن يستطيع المثابرة لتحقيق النجاح، ويتغلب على أحداث الحياة السيئة بالنجاح، ويبحث عن المهام التي تختبر قدراته ومهاراته، وأن يكون قادرًا على التعامل مع الإحباط عند الفشل والبدء من جديد، ويسعى للحصول على المعلومات من كل المصادر المتاحة له، ويعمل على تنمية مهاراته الشخصية بالحصول على دورات لتلبية مطالب الحياة المتغيرة، ويعطى القراءة وقتًا كافيًا، وأن يقوم بتقويم ذاته من وقت لآخر لتحديد نقاط القوة لتدعيمها ونقاط الضعف للتغلب عليها.

تقنين أدوات الدراسة : يقصد بتقنين الأدوات قياس صدق وثبات الأدوات.

أولاً : استبيان إتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني :

أولاً : صدق الاستبيانات : اعتمدت الباحثة في ذلك على كل من :

صدق المحتوى : تم عرض الاستبيان في صورته المبدئية على مجموعة من الأساتذة المحكمين للتأكد من مدي مناسبة العبارات للهدف الذي وضعت لقياسه، حيث تم إرسال خطابات موجهة إلى

السادة أعضاء لجنة التحكيم المتخصصين فى إدارة المنزل قسم الاقتصاد المنزلى كلية التربية النوعية جامعة أسوان، وإدارة مؤسسات الأسرة والطفولة كلية الاقتصاد المنزلى جامعة حلوان، وإدارة المنزل قسم الاقتصاد المنزلى كلية التربية النوعية جامعة المنصورة، وإدارة المنزل قسم الاقتصاد المنزلى كلية التربية النوعية جامعة طنطا، وإدارة المنزل قسم الاقتصاد المنزلى كلية التربية النوعية جامعة عين شمس، وإدارة المنزل بقسم الاقتصاد المنزلى كلية التربية النوعية جامعة أسيوط، وقد تم حساب نسبة الاتفاق بين المحكمين على العبارات ما بين (97% إلى 100%).

صدق التكوين : تم حساب صدق التكوين بطريقة صدق الاتساق الداخلى عن طريق إيجاد معامل الارتباط باستخدام معامل "بيرسون" بين درجة كل عبارة ودرجة الاستبيان والجدول (1) يوضح ذلك:

جدول (1) قيم معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة ودرجة الإستبيان

م	الارتباط	الدلالة	م	الارتباط	الدلالة
-1	0.824	0.01	-11	0.914	0.01
-2	0.762	0.01	-12	0.792	0.01
-3	0.887	0.01	-13	0.865	0.01
-4	0.605	0.05	-14	0.773	0.01
-5	0.632	0.05	-15	0.899	0.01
-6	0.943	0.01	-16	0.716	0.01
-7	0.737	0.01	-17	0.957	0.01
-8	0.853	0.01	-18	0.641	0.01
-9	0.708	0.01	-19	0.808	0.01
-10	0.617	0.05	-20	0.746	0.01

يتضح من جدول (1) أن معاملات الارتباط كلها دالة عند مستوى دلالة (0.01) مما يدل على صدق وتجانس عبارات استبيان اتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني للتطبيق. **ثانياً : حساب ثبات الاستبيان:**

يقصد بالثبات دقة الاختبار فى القياس والملاحظة، وعدم تناقضه مع نفسه، واتساقه واطراده فيما يزودنا به من معلومات عن سلوك (الطالب/الطالبة)، وهو النسبة بين تباين الدرجة على الاستبيان التى تشير إلى الأداء الفعلى ل(الطالب/الطالبة)، ولقد تم حساب الثبات لاستبيان إتجاه الشباب الجامعى نحو التسوق الإلكتروني وبالإضافة إلى الدرجة الكلية للاستبيان باستخدام طريقة ألفا كرونباخ Alpha Cronbach، طريقة التجزئة النصفية Split، وتم التصحيح من

أثر التجزئة النصفية باستخدام معادلة التصحيح لسبيرمان براون Spearman- Brown، معادلة جيوتمان Juttman وكانت قيم الارتباط دالة عند مستوى (0.01) لاقتربها من الواحد الصحيح كما يتضح من الجدول التالي (2) مما يدل على ثبات الاستبيان وصلاحيته للتطبيق.

جدول (2) قيم معامل الثبات لإستبيان إتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني

البيان	معامل الفا	التجزئة النصفية	سبيرمان براون	جيوتمان
ثبات استبيان إتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني	0.873	0.835	0.908	0.861

ثانياً : استبيان إدارة الذات بمحاورها :

أولاً : صدق الاستبيانات : اعتمدت الباحثة في ذلك على كل من :

صدق المحتوى : تم عرض الاستبيان في صورته المبدئية على مجموعة من الأساتذة المحكمين للتأكد من مدي مناسبة العبارات للهدف الذى وضعت لقياسه، حيث تم إرسال خطابات موجهة إلى السادة أعضاء لجنة التحكيم المتخصصين في إدارة المنزل قسم الاقتصاد المنزلى كلية التربية النوعية جامعة أسوان، وإدارة مؤسسات الأسرة والطفولة كلية الاقتصاد المنزلى جامعة حلوان، وإدارة المنزل قسم الاقتصاد المنزلى كلية التربية النوعية جامعة المنصورة، وإدارة المنزل قسم الاقتصاد المنزلى كلية التربية النوعية جامعة طنطا، وإدارة المنزل قسم الاقتصاد المنزلى كلية التربية النوعية جامعة عين شمس، وإدارة المنزل بقسم الاقتصاد المنزلى كلية التربية النوعية جامعة أسيوط، وقد تم حساب نسبة الاتفاق بين المحكمين على العبارات ما بين (95% إلى 100%)، وقد أبدى المحكمون بعض الملاحظات العلمية التى أخذت بها الباحثة.

صدق التكوين : تم حساب صدق التكوين بطريقة صدق الاتساق الداخلى عن طريق إيجاد معامل الارتباط باستخدام معامل "بيرسون" بين درجة كل عبارة ودرجة الاستبيان والجدول من (3) إلى (7) توضح ذلك:

جدول (3) قيم معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة ودرجة المحور " وضع الأهداف والتخطيط للذات "

م	الارتباط	الدلالة	م	الارتباط	الدلالة
-1	0.631	0.05	-6	0.787	0.01
-2	0.724	0.01	-7	0.837	0.01
-3	0.818	0.01	-8	0.752	0.01
-4	0.931	0.01	-9	0.843	0.01
-5	0.619	0.05	-10	0.909	0.01

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الميدانية

يتضح من جدول (3) أن معاملات الارتباط كلها دالة عند مستوى دلالة (، 0.050.01) مما يدل على صدق وتجانس عبارات محور وضع الأهداف والتخطيط للذات للتطبيق.

جدول (4) قيم معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة ودرجة المحور "القدرة على إتخاذ القرار "

م	الارتباط	الدلالة	م	الارتباط	الدلالة
-1	0.872	0.01	-7	0.734	0.01
-2	0.929	0.01	-8	0.706	0.01
-3	0.644	0.05	-9	0.821	0.01
-4	0.627	0.05	-10	0.913	0.01
-5	0.761	0.01	-11	0.602	0.01
-6	0.857	0.01			

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الميدانية

يتضح من جدول (4) أن معاملات الارتباط كلها دالة عند مستوى دلالة (، 0.050.01) مما يدل على صدق وتجانس عبارات محور وضع الأهداف والتخطيط للذات للتطبيق.

جدول (5) قيم معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة ودرجة المحور "القدرة على التواصل مع الآخرين"

م	الارتباط	الدلالة	م	الارتباط	الدلالة
-1	0.798	0.01	-9	0.927	0.01
-2	0.885	0.01	-10	0.642	0.01
-3	0.942	0.01	-11	0.892	0.01
-4	0.776	0.01	-12	0.955	0.01
-5	0.636	0.05	-13	0.807	0.01
-6	0.838	0.01	-14	0.749	0.01
-7	0.615	0.05	-15	0.864	0.01
-8	0.714	0.01	-16	0.624	0.01

يتضح من جدول (5) أن معاملات الارتباط كلها دالة عند مستوى دلالة (0.01، 0.05) مما يدل على صدق وتجانس عبارات محور وضع الأهداف والتخطيط للذات للتطبيق. جدول (6) قيم معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة ودرجة المحور "تنمية وتطوير الذات"

م	الارتباط	الدلالة	م	الارتباط	الدلالة
-1	0.623	0.05	-6	0.859	0.01
-2	0.783	0.01	-7	0.936	0.01
-3	0.841	0.01	-8	0.736	0.01
-4	0.729	0.01	-9	0.608	0.01
-5	0.905	0.01	-10	0.828	0.01

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الميدانية

يتضح من جدول (6) أن معاملات الارتباط كلها دالة عند مستوى دلالة (0.01، 0.05) مما يدل على صدق وتجانس عبارات محور وضع الأهداف والتخطيط للذات للتطبيق. جدول (7) قيم معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل محور (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) والدرجة الكلية لاستبيان وعى طلاب الجامعة بمحاور إدارة الذات

المحاور	الارتباط	الدلالة
المحور الأول : وضع الأهداف والتخطيط للذات	0.812	0.01
المحور الثاني : القدرة على إتخاذ القرار	0.757	0.01
المحور الثالث : القدرة على التواصل مع الآخرين	0.878	0.01
المحور الرابع : تنمية وتطوير الذات	0.794	0.01

يتضح من جدول (7) أن معاملات الارتباط كلها دالة عند مستوى دلالة (0.01) مما يدل على صدق وتجانس عبارات محور وضع الأهداف والتخطيط للذات للتطبيق. ثانيًا : حساب ثبات الاستبيان:

يقصد بالثبات دقة الاختبار في القياس والملاحظة، وعدم تناقضه مع نفسه، واتساقه واطراده فيما يزودنا به من معلومات عن سلوك (الطالب/الطالبة)، وهو النسبة بين تباين الدرجة على الاستبيان التي تشير إلى الأداء الفعلي ل(الطالب/الطالبة)، ولقد تم حساب الثبات لاستبيان إتجاه الشباب الجامعي نحو التسوق الإلكتروني وبالإضافة إلى الدرجة الكلية للاستبيان وتم حساب الثبات للدرجة الكلية للاستبيان باستخدام طريقة ألفا كرونباخ Alpha Cronbach، طريقة التجزئة النصفية Split، وتم التصحيح من أثر التجزئة النصفية باستخدام معادلة التصحيح

لسبيرمان براون Spearman- Brown، معادلة جيوتمان Juttman وكانت قيم الارتباط دالة عند مستوى (، 0,05، 0.01) لاقتربها من الواحد الصحيح كما يتضح من الجدول التالي (8) مما يدل على ثبات الاستبيان وصلاحيته للتطبيق.

جدول (8) قيم معامل الثبات لإستبيان إدارة الذات لطلاب الجامعة بمحاوره

المحاور	معامل الفا	التجزئة النصفية	سبيرمان براون	جيوتمان
المحور الأول : وضع الأهداف والتخطيط للذات	0.907	0.861	0.938	0.893
المحور الثاني : القدرة على إتخاذ القرار	0.782	0.745	0.814	0.770
المحور الثالث : القدرة على التواصل مع الآخرين	0.811	0.783	0.846	0.802
المحور الرابع : تنمية وتطوير الذات	0.754	0.712	0.785	0.743
ثبات استبيان إدارة الذات لطلاب الجامعة ككل	0.846	0.808	0.871	0.835

المعالجات الإحصائية:

تم إجراء المعالجات الإحصائية باستخدام برنامج (Spss.x) لتحديد الأعداد، والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية، والانحراف المعياري، ومعامل ارتباط بيرسون، والفروق بين المتوسطات باستخدام اختبار T.test، وتحليل التباين في اتجاه واحد باستخدام اختبار F.test، واختبار L.S.D للمقارنات المتعددة وحساب معامل الانحدار.

النتائج تحليلها وتفسيرها:

أولاً: النتائج الوصفية:

1- وصف الخصائص الديموجرافية للعينة: فيما يلي وصف شامل لعينة البحث (ن= 300)

جدول (9) التوزيع النسبي لأفراد عينة البحث الاساسية وفقاً للخصائص الديموجرافية

م	البيان	الفئة	العدد	النسبة %
1	النوع	ذكر	137	45.7%
		أنثى	163	54.3%
		المجموع	300	100%
2	طبيعة الدراسة	نظرية	183	61%
		عملية	117	39%
		المجموع	300	100%
3	مكان السكن	ريف	142	47.3%
		حضر	158	52.7%
		المجموع	300	100%
م	البيان	الفئة	العدد	النسبة %
4	السن	أقل من 21 سنة	85	28.3%
		من 21 سنة لأقل من 24 سنة	114	38%
		من 24 سنة فأكثر	101	33.7%
		المجموع	300	100%
5	المستوى التعليمي للأب	منخفض	67	22.3%
		متوسط	108	36%
		مرتفع	119	39.7%
		المجموع	300	100%
6	المستوى التعليمي للأم	منخفض	84	18%
		متوسط	97	32.3%
		مرتفع	119	39.7%
		المجموع	300	100%
7	مهنة الأب	دنيا	78	26%
		متوسطة	105	35%
		عليا	117	39%
		المجموع	300	100%
8	عمل الأم	تعمل	172	57.3%
		لا تعمل	128	42.7%
		المجموع	300	100%
9	عدد أفراد الأسرة	أقل من 4 أفراد	91	30.3%
		من 4 أفراد لأقل من 6 أفراد	142	47.3%
		من 6 أفراد لأكثر	67	22.3%
		المجموع	300	100%
10	الدخل الشهري للأسرة	أقل من 4000 جنيه	86	28.7%
		من 4000 جنيه لأقل من 8000 جنيه	101	33.7%
		من 8000 فأكثر	113	37.6%
		المجموع	300	100

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الميدانية

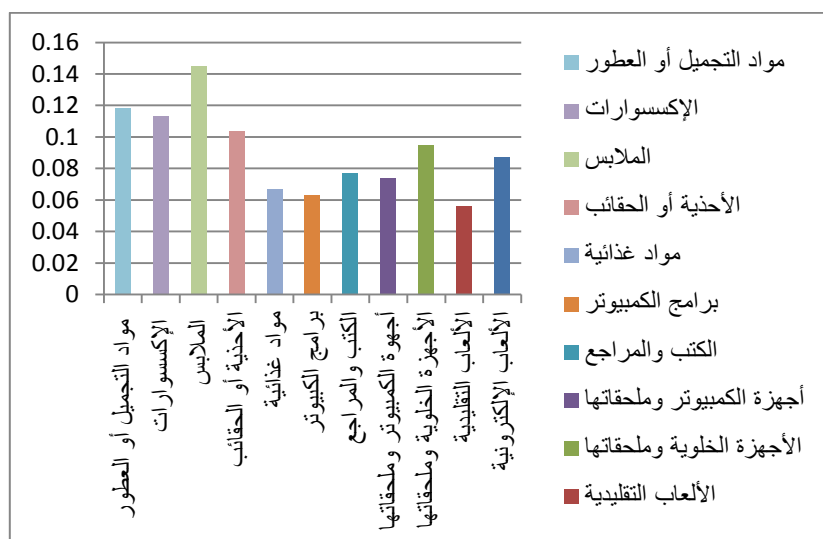
يتضح من جدول (9) أن أعلى نسبة من أفراد العينة كانوا إناثاً حيث كانت 54.3%، بينما 45.7% من أفراد العينة كانوا ذكوراً، وعن طبيعة الدراسة فكانت 61% من أفراد عينة البحث ملتحقين بكليات نظرية، بينما 39% من أفراد العينة ملتحقين بكليات عملية، وبالنسبة لعمل الأم فكانت نسبة 57.3% من أفراد عينة البحث تعمل، و42.7% لا تعمل، وعن مكان السكن فقد تبين أن عينة البحث من الحضر بنسبة 52.7%، بينما كانت نسبة عينة الدراسة من الريف بنسبة 47.3%، وعن سن أفراد عينة البحث فكانت 38% تنتمي لفئة من 21 سنة لأقل من 24 سنة تليها أفراد عينة البحث التي تنتمي لفئة من 24 سنة فأكثر بنسبة 33.7% بينما كانت أقل نسبة لسن أفراد عينة البحث التي تنتمي لفئة أقل من 21 سنة حيث كانت 28.3%، كما تبين من الجدول أن نسبة 36% كانت للآباء الحاصلين على تعليم متوسط، يليه 41.7% للآباء الحاصلين على تعليم مرتفع، وأقل نسبة لعينة البحث للآباء الحاصلين على تعليم منخفض فكانت 22.3%، كما تبين من الجدول أن نسبة 39.7% كانت للأمهات الحاصلات على تعليم مرتفع، وبنسبة 32.3% للأمهات الحاصلات على تعليم متوسط، وأقل نسبة لعينة البحث للأمهات الحاصلات على تعليم منخفض بنسبة 28%، وعن مهنة الأب فكانت 39% من الآباء يعملون في مهن عليا، بينما 35% من الآباء يعملون في مهن متوسطة، وأقل نسبة كانت لذوى المهن الدنيا فبلغت 26%، ويتضح من جدول (9) أن أعلى سن لأفراد عينة البحث كانت تقع في فئة السن (من 4 أفراد لأقل من 6 أفراد) بنسبة 47.3%، بينما كانت 30.3% كانت تقع في فئة السن (أقل من 4 أفراد)، وأقل نسبة لأفراد عينة البحث التي تقع في فئة السن (من 6 أفراد فأكثر) حيث كانت 22.3%، وأخيراً تبين أن أعلى نسبة لعينة الدراسة ذات مستوى الدخل المرتفع (من 8000 جنيه فأكثر) حيث بلغت نسبتهم 37.6%، يليهم مستوى الدخل المتوسط (من 4000 جنيه لأقل من 8000 جنيه) بنسبة 33.7%، وأقل نسبة لأفراد عينة البحث ذوى الدخل المنخفض حيث بلغت نسبتهم 28.7%.

2- تحديد النسب المئوية لأكثر السلع والخدمات التي يقوم طلاب الجامعة أفراد عينة الدراسة الأساسية بشرائها عن طريق التسوق الإلكتروني.

جدول (10) النسب المئوية للسلع والخدمات التي يقوم طلاب الجامعة أفراد عينة الدراسة الأساسية بشرائها عن طريق التسوق الإلكتروني (ن = 300)

النسبة %	العدد	السلع التي يقوم طلاب الجامعة عينة الدراسة بشرائها عن طريق التسوق الإلكتروني
11.8%	72	مواد التجميل أو العطور
11.3%	69	الإكسسوارات
14.5%	88	الملابس
10.4%	63	الأحذية أو الحقائب
6.7%	41	مواد غذائية
6.3%	38	برامج الكمبيوتر
7.7%	47	الكتب والمراجع
7.4%	45	أجهزة الكمبيوتر وملحقاتها
9.5%	58	الأجهزة الخلية وملحقاتها
5.6%	34	الألعاب التقليدية
8.7%	53	الألعاب الإلكترونية
100%	608	المجموع

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الميدانية



شكل (1) النسب المئوية للسلع والخدمات التي يقوم طلاب الجامعة أفراد عينة الدراسة الأساسية بشرائها عن طريق التسوق الإلكتروني

يتضح من جدول رقم (10) أن أكثر السلع والخدمات التي يقوم طلاب الجامعة عينة الدراسة بشرائها عن طريق التسوق الإلكتروني الملابس حيث بلغت النسبة 14.5%، يليها مواد التجميل أو العطور حيث بلغت النسبة 11.8%، يليها الإكسسوارات حيث بلغت النسبة 11.3%، يليها الأحذية أو الحقائب حيث بلغت النسبة 10.4%، يليها الأجهزة الخلية وملحقاتها حيث بلغت النسبة 9.5%، يليها الألعاب الإلكترونية حيث بلغت النسبة 8.7%، يليها الكتب والمراجع حيث بلغت النسبة 7.7%، يليها أجهزة الكمبيوتر وملحقاتها حيث بلغت النسبة 7.4%، يليها المواد الغذائية حيث بلغت النسبة 6.7%، يليها برامج الكمبيوتر حيث بلغت النسبة 6.3%، في حين أن الألعاب التقليدية بلغت نسبة الإقبال على شرائها 5.6%.

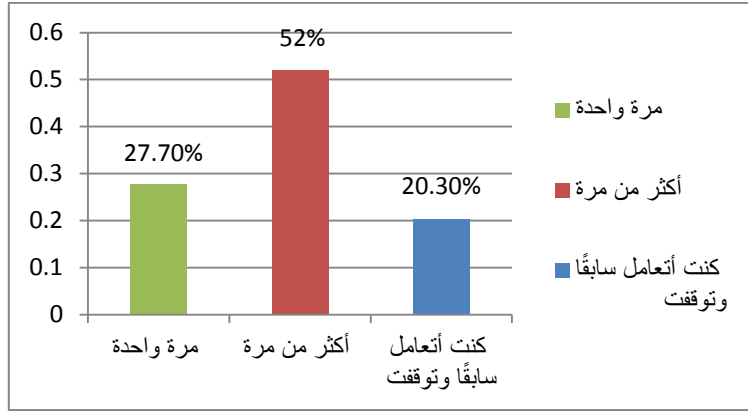
3- النسب المئوية لعدد المرات التي قام فيها طلاب الجامعة من أفراد عينة الدراسة الأساسية بالشراء عن طريق التسوق الإلكتروني.

جدول (11) النسب المئوية لعدد المرات التي قام فيها طلاب الجامعة من أفراد عينة الدراسة الأساسية

بالشراء عن طريق التسوق الإلكتروني (ن = 300)

النسبة %	العدد	عدد المرات التي قام بها طلاب الجامعة عينة الدراسة بالشراء من التسوق الإلكتروني
27.7%	83	مرة واحدة
52%	156	أكثر من مرة
20.3%	61	كنت أتعامل سابقاً وتوقفت
100%	300	المجموع

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الميدانية



شكل (2) النسب المئوية لعدد المرات التي قام فيها طلاب الجامعة من أفراد عينة الدراسة

الأساسية بالشراء عن طريق التسوق الإلكتروني

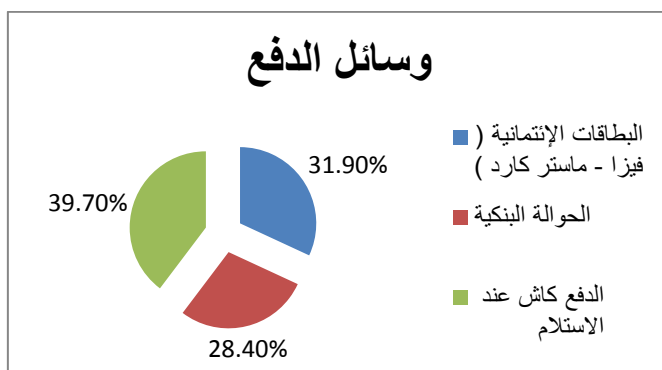
يتضح من جدول رقم (11) أن 52% من طلاب الجامعة عينة الدراسة قاموا بالتسوق الإلكتروني أكثر من مرة ، يليهم 27.7 % من طلاب الجامعة عينة الدراسة قاموا بالتسوق الإلكتروني مرة واحدة، يليهم 20.3% من طلاب الجامعة عينة الدراسة كانوا يتعاملوا سابقاً بالتسوق الإلكتروني ثم توقفوا.

3- النسبة المئوية لأفضل وسائل الدفع مقابل الشراء الإلكتروني التي يستخدمها أفراد عينة الدراسة الأساسية .

جدول (12) النسبة المئوية لأفضل وسائل الدفع مقابل الشراء الإلكتروني التي يستخدمها أفراد عينة الدراسة الأساسية ن = 300

النسبة %	العدد	وسائل الدفع مقابل الشراء الإلكتروني التي يستخدمها أفراد عينة الدراسة
31.9%	109	البطاقات الائتمانية (فيزا- ماستر كارد)
28.4%	97	الحوالة البنكية
39.7%	136	الدفع كاش عند الإستلام
100%	342	المجموع

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الميدانية



شكل (3) النسبة المئوية لأفضل وسائل الدفع مقابل الشراء الإلكتروني التي يستخدمها أفراد عينة الدراسة الأساسية

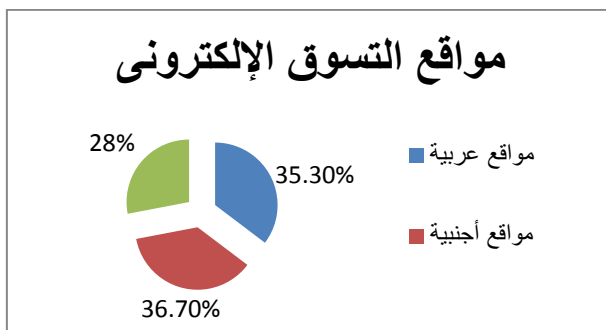
يتضح من جدول رقم (12) أن 39.7% من طلاب الجامعة عينة الدراسة يفضلون الدفع كاش عند الإستلام، يليهم 31.9% من طلاب الجامعة عينة الدراسة يفضلون الدفع باستخدام البطاقات الائتمانية (فيزا - ماستر كارد)، بينما 28.4% يفضلون الدفع باستخدام الحوالة البنكية.

4- النسبة المئوية لمواقع التسوق الإلكتروني التي يفضل طلاب الجامعة أفراد عينة الدراسة الأساسية الشراء من خلالها .

جدول (13) النسبة المئوية لمواقع التسوق الإلكتروني التي يفضل طلاب الجامعة أفراد عينة الدراسة الأساسية الشراء من خلالها (ن=300)

النسبة %	العدد	مواقع التسوق الإلكتروني التي تفضل الشراء منها
35.3%	106	مواقع عربية
36.7%	110	مواقع أجنبية
28%	84	مواقع محلية داخل حدود الدولة
100%	300	المجموع

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الميدانية



شكل (4) النسبة المئوية لمواقع التسوق الإلكتروني التي يفضل طلاب الجامعة أفراد عينة الدراسة الأساسية الشراء من خلالها

يتضح من جدول رقم (13) أنه يتم التسوق الإلكتروني من خلال المواقع الأجنبية بنسبة 36.7%، بينما يتم التسوق الإلكتروني من خلال المواقع العربية بنسبة 35.3%، يليهم التسوق الإلكتروني من خلال مواقع محلية داخل حدود الدولة بنسبة 28% .

ثانياً: النتائج في ضوء الفروض:

نتائج الفرض الأول : والذي ينص على "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان اتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني تبعاً لمتغيرات الدراسة (النوع - طبيعة الدراسة - عمل الأم - مكان سكن الأسرة - السن - المستوى التعليمي للوالدين - مهنة الأب - عدد أفراد الأسرة - متوسط الدخل الشهري للأسرة) .

وللتحقق من هذا الفرض تم :

- إجراء (ت) T.Test للوقوف على دلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة على استبيان اتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني تبعاً لمتغيرات الدراسة (النوع - طبيعة الدراسة - عمل الأم - مكان سكن الأسرة) وتم توضيحه في الجداول (14)-(15)-(16)-(17).

- إجراء تحليل التباين لإيجاد قيمة (ف) F.Test للوقوف على الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة على استبيان اتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني تبعاً لمتغيرات

الدراسة (السن - المستوى التعليمي للوالدين - مهنة الأب - عدد أفراد الأسرة - متوسط الدخل الشهري للأسرة) وتم توضيحه في الجداول سالفة الذكر.

- إجراء إختبار (L.S.D) للوقوف على إتجاه دلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة الأساسية على استبيان اتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني تبعًا لمتغيرات الدراسة (السن - المستوى التعليمي للوالدين - مهنة الأب - عدد أفراد الأسرة - متوسط الدخل الشهري للأسرة) وتم توضيحه في الجداول سالفة الذكر

1/1 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان اتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني تبعًا لمتغير النوع.

جدول (14) دلالة الفروق في إتجاه طلاب الجامعة عينة الدراسة الأساسية نحو التسوق الإلكتروني تبعًا لمتغير النوع (ن = 300)

النوع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العينة	درجات الحرية	قيمة (ت)	الدلالة
ذكر	41.172	3.258	137	298	12.527	دال عند 0.01 لصالح الإناث
أنثى	55.658	4.638	163			

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الميدانية

يتبين من جدول رقم (14) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان إتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني تبعًا لمتغير النوع، حيث كانت الفروق دالة لصالح الإناث عند مستوى دلالة (0.01) وكانت قيمة (ت) 12.527، وتُرجع الباحثة ذلك إلى أن الإناث لديهن الميول الشرائية أكثر من الذكور لتعدد احتياجاتهن ورغباتهن في التسوق كما أن المرأة بطبيعتها مستهلك عاطفي. ويرجع ذلك أيضاً إلى صعوبة النزول للتسوق التقليدي بسهولة في أي وقت نظراً لطبيعة المجتمع التي تفرض عليهن بعض القيود ولذلك تحصلن على احتياجاتهن من خلال التسوق الإلكتروني، وهذا يختلف مع دراسة (نهى عبدالعليم، 2017) حيث أوضحت أن الذكور لديهم إتجاه إلى التسوق الإلكتروني أكثر من الإناث.

2/1 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية

على استبيان اتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني تبعًا لمتغير طبيعة الدراسة.

جدول (15) دلالة الفروق في اتجاه طلاب الجامعة عينة الدراسة الأساسية نحو التسوق الإلكتروني تبعًا

لمتغير طبيعة الدراسة (ن = 300)

طبيعة الدراسة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العينة	درجات الحرية	قيمة (ت)	الدلالة
نظرية	48.690	3.751	183	298	0.883	0.463 غير دال
عملية	47.998	3.204	117			

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الميدانية

تبين من جدول رقم (15) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب

الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان اتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني تبعًا

لمتغير طبيعة الدراسة حيث كانت قيمة (ت) 0.883 وهي قيمة غير دالة إحصائيًا، وتُرجع

الباحثة ذلك إلى أن ممارسة التسوق الإلكتروني لا يختلف بطبيعة الدراسة حيث أن طلاب

الكلية العملية وطلاب الكليات النظرية لديهم احتياجات شرائية بنسب متقاربة كما ان التقدم

والتطور التكنولوجي للأجهزة وتوافر الإنترنت واستخدام مواقع التسوق الإلكتروني متاح للجميع.

3/1 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية

على استبيان اتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني تبعًا لمتغير عمل الأم.

جدول (16) دلالة الفروق في اتجاه طلاب الجامعة عينة الدراسة الأساسية نحو التسوق الإلكتروني تبعًا

لمتغير عمل الأم

عمل الأم	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العينة	درجات الحرية	قيمة (ت)	الدلالة
تعمل	57.989	5.338	172	298	17.007	0.01 دال عند لصالح العائلات
لا تعمل	39.790	3.003	128			

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الميدانية

تبين من جدول رقم (16) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة

عينة البحث الأساسية على استبيان اتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني تبعًا لمتغير

عمل الأم ، حيث كانت الفروق دالة لصالح طلاب الجامعة أبناء الأمهات العاملات عند مستوى دلالة (0.01) وكانت قيمة (ت) 17.007، وتُرجع الباحثة ذلك إلى أن الأمهات العاملات لديهن خبرات أكثر بالمستحدثات التكنولوجية حيث أن عمل الأم يرفع حصيلة معارفها نتيجة اختلاطها بالآخرين، ونتيجة لكثرة الضغوط الواقعة عليها من خروجها للعمل بجانب مسؤولياتها داخل المنزل جعلها تتجه إلى التسوق الإلكتروني ، وهذا يختلف مع دراسة (الهنوف عايد، 2019) والتي أوضحت أن ربات الأسر الغير عاملات لديهن إتجاه نحو التسوق الإلكتروني بدرجة أكبر مقارنة بربات الأسر العاملات.

4/1 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان اتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني تبعًا لمتغير مكان السكن.

جدول (17) دلالة الفروق في اتجاه طلاب الجامعة عينة الدراسة الأساسية نحو التسوق الإلكتروني تبعًا لمتغير مكان السكن (ن = 300)

مكان السكن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العينة	درجات الحرية	قيمة (ت)	الدلالة
ريف	37.169	3.009	142	298	14.412	دال عند 0.01 لصالح الحضر
حضر	52.469	4.487	158			

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الميدانية

يتبين من جدول رقم (17) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان اتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني تبعًا لمتغير مكان سكن الأسرة، وكانت الفروق دالة لصالح سكان الحضر عند مستوى دلالة (0.01) وكانت قيمة (ت) 14.412، وتفسر الباحثة هذه النتيجة بأن سكان الحضر لديهم وسائل تكنولوجية أكثر من سكان الريف مما يكسبهم اتجاه نحو المستحدثات التسويقية، وهذا يتفق مع دراسة (تغريد بركات، 2017) والتي أوضحت وجود فروق في الاتجاه نحو التسوق الإلكتروني لصالح سكان الحضر.

5/1 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان اتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني تبعًا لمتغير السن.

جدول (18) تحليل التباين في اتجاه طلاب الجامعة عينة الدراسة الأساسية نحو التسوق الإلكتروني تبعًا لمتغير السن .

السن	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (ف)	الدلالة
بين المجموعات	11631.119	5815.560	2	37.897	0.01 دال
داخل المجموعات	45576.653	153.457	297		
المجموع	57207.772		299		

يتبين من جدول رقم (18) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان اتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني تبعًا لمتغير السن عند مستوى دلالة (0.01) حيث كانت قيمة (ف) 37.897، ولمعرفة اتجاه الدلالة تم تطبيق إختبار (L.S.D) للمقارنات المتعددة والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (19) دلالة الفروق (L.S.D) لدرجات أفراد العينة في اتجاه طلاب الجامعة عينة الدراسة الأساسية نحو التسوق الإلكتروني تبعًا لمتغير السن.

السن	أقل من 21 سنة	من 21 سنة لأقل من 24 سنة	من 24 سنة فأكثر
أقل من 21 سنة	-	م = 43.607	م = 54.556
من 21 سنة لأقل من 24 سنة	*2.566	-	-
من 24 سنة فأكثر	**13.515	**10.949	-

* دال عند 0.05

** دال عند 0.01

ينضح من جدول رقم (19) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان اتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني تبعًا لمتغير السن، عند مستوى دلالة (0.01، 0.05) لصالح فئة السن الأكبر (من 24 سنة فأكثر) حيث بلغت المتوسطات (54.556، 43.607، 41.041) على التوالي لفئات السن (24 سنة فأكثر، 21 سنة لأقل من 24 سنة، أقل من 21 سنة)، وتفسر الباحثة ذلك بأن طلاب الجامعة

عينة الدراسة الأكبر سناً من 24 سنة فأكثر هم أكثر تأثراً بالعوامل المختلفة وأكثر خبرة بالتحديات والمستحدثات التسويقية على كافة الأصعدة بعكس طلاب الجامعة عينة الدراسة أقل من 21 سنة، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة (الهنوف عايد، 2019) التي أوضحت وجود فروق في متوسطات درجات ربات الاسر علي استبيان "إتجاه وآراء ربة الاسرة نحو التسوق الإلكتروني لصالح ربات الاسر الأصغر سناً عند مستوى دلالة 0.05.

6/1 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان إتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني تبعاً لمتغير المستوى التعليمي للأب. جدول (20) تحليل التباين في إتجاه طلاب الجامعة عينة الدراسة الأساسية نحو التسوق الإلكتروني تبعاً لمتغير المستوى التعليمي للأب .

الدلالة	قيمة (ف)	درجات الحرية	متوسط المربعات	مجموع المربعات	المستوي التعليمي للأب
0.01 دال	44.558	2	5931.306	11862.612	بين المجموعات
		297	133.114	39534.808	داخل المجموعات
		299		51397.420	المجموع

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الميدانية يتبين من جدول رقم (20) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان إتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني تبعاً لمتغير المستوى التعليمي للأب عند مستوى دلالة (0.01) حيث كانت قيمة (ف) 44.558، ولمعرفة إتجاه الدلالة تم تطبيق إختبار (L.S.D) للمقارنات المتعددة والجدول التالي يوضح ذلك :

جدول (21) دلالة الفروق (L.S.D) في إتجاه طلاب الجامعة عينة الدراسة الأساسية نحو التسوق

الإلكتروني تبعاً لمتغير المستوى التعليمي للأب

المستوي التعليمي للأب	منخفض م = 35.183	متوسط م = 46.321	عالي م = 58.077
منخفض	-		
متوسط	**11.138	-	
عالي	**22.894	**11.756	-

** دال عند 0.01

يتبين من جدول رقم (21) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان إتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني تبعًا لمتغير المستوى التعليمي للأب حيث كانت الفروق دالة عند مستوى دلالة (0.01) لصالح الشباب الجامعي أبناء الآباء ذوي المستوى التعليمي الأعلى حيث بلغت المتوسطات (58.077، 46.321، 35.183) على التوالي لفئات المستوى التعليمي للأب (عالي، متوسط، منخفض)، وترجع الباحثة ذلك إلى أن المستوى التعليمي للأب يكسبه خبرات متعددة في المستحدثات التسويقية وطرق التعامل معها دون خوف وهذا ينعكس بدوره على الأبناء فيشجعهم على الاتجاه نحو التسوق الإلكتروني، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة (Kunz M., 1997) حيث أوضح أن ارتفاع نسبة التعليم لدى الأب يجعله قادرًا على اتخاذ القرار السليم بالتسوق الإلكتروني.

7/1 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان اتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني تبعًا لمتغير المستوى التعليمي للأب. جدول (22) تحليل التباين في اتجاه طلاب الجامعة عينة الدراسة الأساسية نحو التسوق الإلكتروني تبعًا لمتغير المستوى التعليمي للأب .

المستوى التعليمي للأب	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (ف)	الدلالة
بين المجموعات	12419.272	6209.636	2	67.861	0.01 دال
داخل المجموعات	27177.003	91.505	297		
المجموع	39596.275		299		

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الميدانية

يتبين من جدول رقم (22) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان إتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني تبعًا لمتغير المستوى التعليمي للأب عند مستوى دلالة (0.01) حيث كانت قيمة (ف) 67.861، ولمعرفة إتجاه الدلالة تم تطبيق إختبار (L.S.D) للمقارنات المتعددة والجدول التالي يوضح ذلك :

جدول (23) دلالة الفروق (L.S.D) لدرجات أفراد العينة في اتجاه طلاب الجامعة عينة الدراسة الأساسية نحو التسوق الإلكتروني تبعًا لمتغير المستوى التعليمي للأب

المستوي التعليمي للأم	منخفض م = 28.446	متوسط م = 39.917	عالي م = 50.559
منخفض	-		
متوسط	**11.471	-	
عالي	**22.113	**10.642	-

* * دال عند 0.01

يتبين من جدول رقم (23) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان إتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني تبعاً لمتغير المستوى التعليمي للأم حيث كانت الفروق دالة عند مستوى دلالة (0.01) لصالح الشباب الجامعي أبناء الأمهات ذات المستوى التعليمي الأعلى حيث بلغت المتوسطات (50.559، 39.917، 28.446) على التوالي لفئات المستوى التعليمي للأم (عالي، متوسط، منخفض)، وتفسر الباحثة ذلك بأن المستوى التعليمي العالي للأم يكسبها خبرات متعددة في المستحدثات التسويقية من خلال الإلمام المعرفي وسعة إطلاعها ومستوى ثقافتها لما لديهم من خبرات ومعلومات نتيجة نزولهن للعمل والاختلاط مع الآخرين. وهذا ينعكس بدوره على الأبناء من خلال التنشئة الاجتماعية، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة (تهانى فقيه، 2013) والتي أكدت أن الأمهات ذات التعليم المرتفع أكثر قدرة على التسوق الإلكتروني من الأمهات ذوات المستوى التعليمي المنخفض.

8/1 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان اتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني تبعاً لمتغير مهنة الأب.

جدول (24) تحليل التباين في إتجاه طلاب الجامعة عينة الدراسة الأساسية نحو التسوق الإلكتروني تبعاً لمتغير مهنة الأب .

مهنة الأب	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (ف)	الدلالة
بين المجموعات	49.074	24.537	2	1.517	0.221 غير دال
داخل المجموعات	4803.451	16.173	297		
المجموع	4852.525		299		

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الميدانية

تبين من جدول رقم (24) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان إتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني تبعًا لمتغير مهنة الأب حيث كانت قيمة (ف) 1.517 وهى قيمة غير دالة إحصائية، وتُرجع الباحثة ذلك إلى أن الإتجاه نحو التسوق الإلكتروني لا يرتبط بمهنة معينة، فمعظم أفراد المجتمع قادرون على التسوق الإلكتروني نظرًا لتوافر الإنترنت وسهولة الحصول على المعلومات للاحتياجات التى يريدون الحصول عليها.

9/1 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان اتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني تبعًا لمتغير عدد أفراد الأسرة. جدول (25) تحليل التباين فى إتجاه طلاب الجامعة عينة الدراسة الأساسية نحو التسوق الإلكتروني تبعًا لمتغير عدد أفراد الأسرة .

عدد أفراد الأسرة	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (ف)	الدلالة
بين المجموعات	11459.572	5729.786	2	33.756	0.01 دال
داخل المجموعات	50413.849	169.744	297		
المجموع	61873.421		299		

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسات الميدانية

يتبين من جدول رقم (25) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان إتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني تبعًا لمتغير عدد أفراد الأسرة عند مستوى دلالة (0.01) حيث كانت قيمة (ف) 33.756، ولمعرفة إتجاه الدلالة تم تطبيق إختبار (L.S.D) للمقارنات المتعددة والجدول التالى يوضح ذلك :

جدول (26) دلالة الفروق (L.S.D) فى إتجاه طلاب الجامعة عينة الدراسة الأساسية نحو التسوق تبعًا لمتغير عدد أفراد الأسرة.

عدد أفراد الأسرة	أقل من 4 أفراد م = 51.005	من 4 أفراد لأقل من 6 أفراد م = 38.824	من 6 أفراد فأكثر م = 36.031
أقل من 4 أفراد	-		
من 4 أفراد لأقل من 6 أفراد	**12.181	-	
من 6 أفراد فأكثر	**14.974	*2.793	-

* دال عند 0.05

** دال عند 0.01

يتبين من جدول رقم (26) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان إتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني تبعًا لمتغير عدد أفراد الأسرة عند مستوى دلالة (0.01، 0.05) حيث كانت الفروق دالة لصالح فئة حجم الأسرة الأصغر (أقل من 4 أفراد) حيث كانت المتوسطات (51.005، 38.824، 36.031) على التوالي لفئات عدد أفراد الأسرة (أقل من 4 أفراد، من 4 أفراد لأقل من 6 أفراد، من 6 أفراد فأكثر)، وثرجع الباحثة ذلك إلى أنه كلما زاد عدد أفراد الأسرة كلما قل الإتجاه نحو التسوق الإلكتروني نتيجة لقلّة الرفاهية ومحدودية الدخل الموزع على أفراد الأسرة ويكثر إنشغالهم بتوفير السلع الأساسية بطرق التسوق التقليدية فيكونوا أقل خبرة بثقافة التسوق الإلكتروني، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة (تهانى فقيه، 2013) حيث أوضحت أن الأسرة الأقل حجما تكون لديها العديد من البدائل والفرص العديدة للتسوق الإلكتروني على عكس الأسرة الأكبر حجما وذلك لمحدودية المورد المالى لدى الأسر الأكبر حجما.

10/1 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان اتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني تبعًا لمتغير الدخل الشهري للأسرة.

جدول (27) تحليل التباين في إتجاه طلاب الجامعة عينة الدراسة الأساسية نحو التسوق الإلكتروني تبعًا لمتغير الدخل الشهري للأسرة .

الدلالة	قيمة (ف)	درجات الحرية	متوسط المربعات	مجموع المربعات	الدخل الشهري للأسرة
0.01 دال	56.996	2	6098.005	12196.009	بين المجموعات
		297	106.989	31775.877	داخل المجموعات
		299		43971.886	المجموع

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الميدانية

يتبين من جدول رقم (27) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان إتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني تبعًا لمتغير الدخل الشهري للأسرة عند مستوى دلالة (0.01) حيث كانت قيمة (ف) 56.996، ولمعرفة

إتجاه الدلالة تم تطبيق إختبار (L.S.D) للمقارنات المتعددة والجدول التالي يوضح ذلك :

جدول (28) دلالة الفروق (L.S.D) في إتجاه طلاب الجامعة عينة الدراسة الأساسية نحو التسوق

الإلكتروني تبعًا لمتغير الدخل الشهري للأسرة.

مرتفع	متوسط	منخفض	الدخل الشهري للأسرة
م = 53.381	م = 44.443	م = 31.902	
		-	منخفض
	-	**12.541	متوسط
-	**8.938	**21.479	مرتفع

** دال عند 0.01

يتبين من جدول رقم (28) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان إتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني تبعًا لمتغير الدخل الشهري للأسرة حيث كانت القيم دالة عند مستوى دلالة (0.01) لصالح فئة الأسر ذات الدخل المرتفع حيث كانت المتوسطات (53.381، 44.443، 31.902) على التوالي لفئات الدخل الشهري للأسرة (المرتفع، المتوسط، المنخفض)، وتُرجع الباحثة ذلك إلى أنه مستوى الدخل يرتبط بنوع الوظيفة ومستوى التعليم، وهو يمثل أهم المتغيرات تأثيرًا على إتجاهات الأفراد نحو التسوق الإلكتروني ولا شك أن هذا يؤثر على خبرتهم بالتسوق الإلكتروني، وكلما زاد دخل

الأسرة كلما قلت الضغوط الاقتصادية وتمكن الأسر من إشباع جميع احتياجاتها، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة (Milly K., 2001) حيث أكد وجود علاقة بين مستوى استخدام الموقع الشبكي للشراء والخطر المدرك للجوانب المالية والمادية والنفسية والاجتماعية والوقت والأداء، كما توجد علاقة بين استخدامه ومستويات الدخل والشراء عبر الإنترنت. وبذلك تتحقق صحة الفرض الأول جزئياً.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إدارة الذات بمحاورها (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) وكل تبعاً لمتغيرات الدراسة (النوع - طبيعة الدراسة - عمل الأم - مكان سكن الأسرة - السن - المستوى التعليمي للوالدين - مهنة الأب - عدد أفراد الأسرة - متوسط الدخل الشهري للأسرة) .

1/2 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاوره (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) وكل تبعاً لمتغير النوع .
جدول (29) دلالة الفروق بين متوسطات استجابات طلاب الجامعة عينة الدراسة الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاورها (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) وكل تبعاً لمتغير النوع.

الدلالة	قيمة (ت)	درجات الحرية	العينة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النوع	محور الاستبيان
دال عند 0.01 لصالح الإناث	11.423	298	137	1.241	15.553	ذكر	وضع الأهداف والتخطيط للذات
			163	2.228	27.954	أنثى	
دال عند 0.01 لصالح الإناث	7.333	298	137	2.351	22.401	ذكر	القدرة على إتخاذ القرار
			163	3.528	30.662	أنثى	
دال عند 0.01 لصالح الذكور	14.051	298	137	4.217	45.526	ذكر	القدرة على التواصل مع الآخرين
			163	3.881	30.142	أنثى	
دال عند 0.01 لصالح الإناث	7.589	298	137	1.428	19.007	ذكر	تنمية وتطوير الذات
			163	2.891	26.635	أنثى	
دال عند 0.01 لصالح الإناث	11.524	298	137	8.563	102.487	ذكر	الاستبيان ككل
			163	8.991	115.393	أنثى	

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الميدانية

يتضح من الجدول (29) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاوره (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) وككل تبعاً لمتغير النوع حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى دلالة (0.01) لصالح الذكور في محور القدرة على التواصل مع الآخرين، وترجع الباحثة ذلك لأن الذكور أكثر قدرة على الاختلاط واتساع دائرة علاقتهم الاجتماعية عن الإناث اللاتي يملن للعزلة والهدوء. بينما كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى دلالة (0.01) لصالح الإناث في محاور وضع الأهداف والتخطيط للذات، القدرة على إتخاذ القرار، وتنمية وتطوير الذات، مما يدل على أن الإناث بطبيعة شخصيتهن يميلن إلى التخطيط ووضع الأهداف بدقة والتريث في إتخاذ القرار مما يساعدهم على إدارة نواتهن بكفاءة، وهذا يتفق مع دراسة (السيد عبدالمعبود، 2019) حيث أكد وجود فروقاً بين الجنسين في جميع سمات الشخصية وإدارة الذات.

2/2 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاوره (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) وككل تبعاً لمتغير طبيعة الدراسة .

جدول (30) دلالة الفروق بين استجابات طلاب الجامعة عينة الدراسة الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاورها (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) وكل تبعًا لمتغير طبيعة الدراسة.

الدلالة	قيمة (ت)	درجات الحرية	العينة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	طبيعة الدراسة	محور الاستبيان
دال عند 0.01 لصالح العملية	10.882	298	183	2.668	17.781	نظرية	وضع الأهداف والتخطيط للذات
			117	2.310	26.512	عملية	
دال عند 0.01 لصالح العملية	12.579	298	183	2.436	20.518	نظرية	القدرة على إتخاذ القرار
			117	3.597	31.427	عملية	
0.506 غير دال	0.822	298	183	3.670	39.667	نظرية	القدرة على التواصل مع الآخرين
			117	3.052	38.910	عملية	
دال عند 0.01 لصالح العملية	11.119	298	183	1.223	16.637	نظرية	تنمية وتطوير الذات
			117	2.537	28.125	عملية	
دال عند 0.01 لصالح العملية	27.330	298	183	7.995	94.603	نظرية	الاستبيان ككل
			117	9.234	124.974	عملية	

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الميدانية

يتضح من الجدول (30) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاوره (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - تنمية وتطوير الذات) وكل تبعًا لمتغير طبيعة الدراسة حيث كانت قيمة (ت) (10.882، 12.579، 11.119، 27.330) دالة إحصائية لمحاور إدارة الذات (وضع الأهداف والتخطيط للأهداف، القدرة على إتخاذ القرار، تنمية وتطوير الذات) وللاستبيان ككل، عند مستوى الدلالة (0.01) لصالح طلاب الجامعة الملتحقين بالكليات العملية، وتبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في محور القدرة على التواصل مع الآخرين، حيث كانت قيمة (ت) 0.822 غير دالة عند مستوى دلالة (0.506)، وترجع الباحثة وجود فروق لصالح طلاب الجامعة الملتحقين بالكليات العملية لمعظم محاور الاستبيان وكل إلى أن طلاب الجامعة الملتحقين بالكليات العملية طبيعة تخصصهم ودراساتهم العلمية تفرض عليهم أن يكونوا أكثر قدرة على حل المشكلات واتخاذ القرارات وتحديد الأهداف والتخطيط

للذات وكذلك يسعون لتنمية وتطوير ذاتهم بحكم ما تفرضه عليهم دراستهم من تدريبات وتمارين عملية من خلال مناهج ومقررات دراسية تعتمد على الممارسة و"مساحة حرة" للتجريب والتأمل وتشكيل الذات، وتنمية الأنشطة الإيجابية والعملية، و التدريب المستمر لكي يتقل الذات بالمهارات المطلوبة وذلك على عكس طلاب الكليات النظرية حيث تدرس لهم المواد بشكل نظري خالي من الابداع.

3/2 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاورة (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) وكل تبعاً لمتغير عمل الأم.

جدول (31) دلالة الفروق بين متوسطات استجابات طلاب الجامعة عينة الدراسة الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاورها (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) وكل تبعاً لمتغير عمل الأم.

الدلالة	قيمة (ت)	درجات الحرية	العينة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	عمل الأم	محور الاستبيان
دال عند 0.01 لصالح العاملات	11.992	298	172	2.123	25.508	تعلم	وضع الأهداف والتخطيط للذات
			128	1.663	14.927	لا تعلم	
دال عند 0.01 لصالح العاملات	10.103	298	172	2.445	29.432	تعلم	القدرة على إتخاذ القرار
			128	1.671	18.764	لا تعلم	
دال عند 0.01 لصالح العاملات	15.556	298	172	4.713	46.641	تعلم	القدرة على التواصل مع الآخرين
			128	3.035	32.288	لا تعلم	
دال عند 0.01 لصالح العاملات	12.203	298	172	2.358	27.110	تعلم	تنمية وتطوير الذات
			128	1.782	14.637	لا تعلم	
دال عند 0.01 لصالح العاملات	37.627	298	172	9.660	128.691	تعلم	الاستبيان ككل
			128	7.421	80.616	لا تعلم	

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الأساسية

يتضح من الجدول (31) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاورة (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) وكل تبعاً

لمتغير عمل الأم، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى دلالة (0.01) لصالح أبناء الأمهات العاملات، وتفسر الباحثة ذلك بأن خروج الأم للعمل يكسبها المزيد من المعرفة التي تساعدها على إدارة ذاتها بطريقة إيجابية من خلال التواصل مع الآخرين وتعدد المواقف التي تمر بها مما يتطلب منها التعامل بحكمة واتخاذ القرارات السليمة فتزداد ثقته بنفسها، وهذا ينعكس بدوره على الأبناء من خلال ملاحظتهم لردود الأفعال الإيجابية لأمهاتهم في أغلب المواقف والاستفادة منها بجانب إرشاد الأم لأبنائها بصورة مباشرة أو غير مباشرة، ويتفق هذا جزئياً مع دراسة (مهجة مسلم، 2003) والتي أكدت أن لعمل الأم دور إيجابي في إدارة ما يواجهها من مشكلات أسرية والتعامل معها حيث تكون أكثر فاعلية من الأم غير العاملة.

4/2 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاورة (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) وكل تبعاً لمتغير مكان سكن الأسرة. جدول (32) دلالة الفروق بين متوسطات استجابات طلاب الجامعة عينة الدراسة الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاورها (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) وكل تبعاً لمتغير مكان سكن الأسرة.

محور الاستبيان	مكان السكن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العينة	درجات الحرية	قيمة (ت)	الدلالة
وضع الأهداف والتخطيط للذات	ريف	24.687	2.247	142	298	9.803	دال عند 0.01 لصالح الريف
	حضر	14.004	1.229	158			
القدرة على إتخاذ القرار	ريف	17.614	1.628	142	298	9.600	دال عند 0.01 لصالح الحضر
	حضر	28.551	2.008	158			
القدرة على التواصل مع الآخرين	ريف	28.052	2.995	142	298	13.095	دال عند 0.01 لصالح الحضر
	حضر	42.331	4.516	158			
تنمية وتطوير الذات	ريف	16.527	1.407	142	298	7.335	دال عند 0.01 لصالح الحضر
	حضر	24.211	2.381	158			
الاستبيان ككل	ريف	86.880	7.005	142	298	21.215	دال عند 0.01 لصالح الحضر
	حضر	109.097	8.569	158			

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الميدانية

يتضح من الجدول (32) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاوره (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) وككل تبعاً لمتغير مكان السكن، حيث كانت قيمة (ت) (9.600، 13.095، 7.335، 21.215) دالة إحصائياً لمحاور إدارة الذات (القدرة على إتخاذ القرار، القدرة على التواصل مع الآخرين، تنمية وتطوير الذات) وللاستبيان ككل، عند مستوى الدلالة (0.01) لصالح الحضر، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في محور وضع الأهداف والتخطيط للذات، حيث كانت قيمة (ت) 9.803 دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01 لصالح الريف، وترجع الباحثة ذلك إلى ان سكان الحضر لديهم العادات والتقاليد التي تكسبهم المعرفة والثقافة الايجابية في ادارتهم لنواتهم بعكس سكان الريف ، وهذا يختلف مع نتيجة دراسة (يوسف مصطفى وجوان بكر ، 2013) حيث توصلنا إلى عدم وجود فروق دالة احصائياً بين الطلاب ساكنى (الريف / الحضر) في جودة الحياة والتي تكون نتيجة لإدارة الفرد لذاته بصورة أفضل.

5/2 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاوره (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) وككل تبعاً لمتغير السن.

جدول (33) دلالة الفروق بين متوسطات استجابات طلاب الجامعة عينة الدراسة الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاورة (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) وككل تبعًا لمتغير السن.

الدلالة	قيمة (ف)	درجات الحرية	متوسط المربعات	مجموع المربعات	السن	محور الاستبيان
0.01 دال	54.732	2	6071.306	12142.612	بين المجموعات	وضع الأهداف والتخطيط للذات
		297	110.928	32945.706	داخل المجموعات	
		299		45088.318	المجموع	
0.01 دال	39.321	2	5842.366	11684.732	بين المجموعات	القدرة على إتخاذ القرار
		297	148.580	44128.332	داخل المجموعات	
		299		55813.064	المجموع	
0.01 دال	60.976	2	6090.194	12180.388	بين المجموعات	القدرة على التواصل مع الآخرين
		297	99.878	29663.824	داخل المجموعات	
		299		41844.212	المجموع	
0.01 دال	37.324	2	5748.072	11496.144	بين المجموعات	تنمية وتطوير الذات
		297	154.006	45739.904	داخل المجموعات	
		299		57236.048	المجموع	
0.01 دال	49.301	2	6001.126	12002.252	بين المجموعات	الاستبيان ككل
		297	121.725	36152.291	داخل المجموعات	
		299		48154.543	المجموع	

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الميدانية

يتضح من جدول رقم (33) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاورة (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) وككل تبعًا لمتغير السن ، حيث كانت جميع قيم (ف) دالة عند مستوى دلالة 0.01، ولمعرفة اتجاه الدلالة تم تطبيق اختبار (L.S.D) للمقارنات المتعددة والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (34) دلالة الفروق (L.S.D) لدرجات أفراد العينة بين متوسطات استجابات طلاب الجامعة عينة الدراسة الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاورها (وضع الأهداف والتخطيط للذات- القدرة على إتخاذ القرار- القدرة على التواصل مع الآخرين- تنمية وتطوير الذات) وكل تبعًا لمتغير السن.

محور الاستبيان	السن	أقل من 21 سنة م = 17.309	من 21 سنة لأقل من 24 سنة م = 22.624	من 24 سنة فأكثر م = 28.111
وضع الأهداف والتخطيط للذات	أقل من 21 سنة	-	-	-
	من 21 سنة لأقل من 24 سنة	**5.315	-	-
	من 24 سنة فأكثر	**10.802	**5.487	-
القدرة على إتخاذ القرار	السن	أقل من 21 سنة م = 17.634	من 21 سنة لأقل من 24 سنة م = 26.014	من 24 سنة فأكثر م = 28.185
	أقل من 21 سنة	-	-	-
	من 21 سنة لأقل من 24 سنة	**8.380	-	-
القدرة على التواصل مع الآخرين	السن	أقل من 21 سنة م = 30.305	من 21 سنة لأقل من 24 سنة م = 37.148	من 24 سنة فأكثر م = 46.663
	أقل من 21 سنة	-	-	-
	من 21 سنة لأقل من 24 سنة	**6.843	-	-
تنمية وتطوير الذات	السن	أقل من 21 سنة م = 18.042	من 21 سنة لأقل من 24 سنة م = 20.536	من 24 سنة فأكثر م = 27.513
	أقل من 21 سنة	-	-	-
	من 21 سنة لأقل من 24 سنة	*2.494	-	-
الاستبيان ككل	السن	أقل من 21 سنة م = 83.290	من 21 سنة لأقل من 24 سنة م = 106.322	من 24 سنة فأكثر م = 130.472
	أقل من 21 سنة	-	-	-
	من 21 سنة لأقل من 24 سنة	**23.032	-	-
	من 24 سنة فأكثر	**47.182	**24.150	-

* دال عند 0.05

** دال عند 0.01

يتضح من جدول رقم (34) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاوره (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) وككل تبعًا لمتغير السن حيث كانت القيم دالة عند مستوى دلالة (0.01، 0.05) لصالح فئة السن الأكبر (24 سنة فأكثر)، وتفسر الباحثة ذلك أنه كلما كبر سن الطالب الجامعي زاد مستواه الثقافي وزاد إدراكه لما يدور حوله، والطالب الجامعي يجد المتعة في إدارة ذاته بالاستفادة من الإمكانيات المتاحة أمامه سواء كانت مادية أو معنوية مما ينعكس على كفاءته وتطوره ويزداد لديه الشعور بالمسؤولية تجاه إدارة ذاته وتطويرها وتميئتها ويكون لديه القدرة على وضع الأهداف والتخطيط لذاته وإتخاذ القرار والتواصل مع الآخرين، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة (رغدة أحمد، 2017) والتي أوضحت أن التقدم في العمر يجعل الشخص أكثر تحملاً للمسؤولية وتنمو لديه القدرة على مواجهة المشكلات .

6/2 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاوره (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) وككل تبعًا لمتغير تعليم الأب.

جدول (35) دلالة الفروق بين متوسطات استجابات طلاب الجامعة عينة الدراسة الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاورها (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) وكل تبعا لمتغير تعليم الأب

الدلالة	قيمة (ف)	درجات الحرية	متوسط المربعات	مجموع المربعات	المستوي التعليمي للأب	محور الاستبيان
0.01 دال	35.920	2	5776.162	11552.324	بين المجموعات	وضع الأهداف والتخطيط للذات
		297	160.807	47759.796	داخل المجموعات	
		299		59312.120	المجموع	
0.01 دال	53.826	2	6060.235	12120.471	بين المجموعات	القدرة على إتخاذ القرار
		297	112.589	33438.834	داخل المجموعات	
		299		45559.305	المجموع	
0.01 دال	52.802	2	6047.424	12094.848	بين المجموعات	القدرة على التواصل مع الآخرين
		297	114.530	34015.392	داخل المجموعات	
		299		46110.240	المجموع	
0.01 دال	40.310	2	5804.413	11608.826	بين المجموعات	تنمية وتطوير الذات
		297	143.993	42766.002	داخل المجموعات	
		299		54374.828	المجموع	
0.01 دال	51.852	2	5620.485	11240.970	بين المجموعات	الاستبيان ككل
		297	108.394	32193.072	داخل المجموعات	
		299		43434.042	المجموع	

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الميدانية

يتضح من جدول (35) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاوره (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) وكل تبعا لمتغير المستوى التعليمي للأب، حيث كانت جميع قيم (ف) دالة عند مستوى دلالة 0.01، ولمعرفة اتجاه الدلالة تم تطبيق اختبار (L.S.D) للمقارنات المتعددة والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (36) دلالة الفروق (L.S.D) بين متوسطات طلاب الجامعة عينة الدراسة الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاورها (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار- القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) وككل تبعاً لمتغير تعليم الأب.

محور الاستبيان	المستوي التعليمي للأب	منخفض م = 17.222	متوسط م = 19.756	عالي م = 25.559
وضع الأهداف والتخطيط للذات	منخفض	-	-	-
	متوسط	**2.534	-	-
	عالي	**8.337	**5.803	-
القدرة على إتخاذ القرار	المستوي التعليمي للأب	منخفض م = 15.035	متوسط م = 21.556	عالي م = 27.721
	منخفض	-	-	-
	متوسط	**6.521	-	-
القدرة على التواصل مع الآخرين	المستوي التعليمي للأب	منخفض م = 24.362	متوسط م = 31.510	عالي م = 43.359
	منخفض	-	-	-
	متوسط	**7.148	-	-
تنمية وتطوير الذات	المستوي التعليمي للأب	منخفض م = 15.287	متوسط م = 23.572	عالي م = 28.141
	منخفض	-	-	-
	متوسط	**8.285	-	-
الاستبيان ككل	المستوي التعليمي للأب	منخفض م = 71.906	متوسط م = 96.394	عالي م = 124.780
	منخفض	-	-	-
	متوسط	**24.488	-	-
	عالي	**52.874	**28.386	-

* دال عند 0.05

** دال عند 0.01

ينضح من جدول رقم (36) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاوره (وضع الأهداف والتخطيط للذات -

القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) وكل تبعاً لمتغير المستوى التعليمي للأب حيث كانت القيم دالة عند مستوى دلالة (0.01) لصالح فئة أبناء الآباء ذو المستوى التعليمي الأعلى، وتفسر الباحثة ذلك بأن ارتفاع المستوى التعليمي للأب يكسبه المزيد من الخبرات لإدارة الأمور بحكمة وهذا ينعكس بدوره على الأبناء فيكونون أكثر موضوعية وتفهماً لذواتهم وللآخرين، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة (Dubask, 1997) والتي أكدت على أن توفير الدعم والمساندة من قبل الأب والتي تتسم بالحب والقبول والترابط والتي ترتفع مع ارتفاع مستواه التعليمي لها أثر فعال وإيجابي في إدارة ذاته.

7/2 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاورة (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) وكل تبعاً لمتغير تعليم الأم.

جدول (37) دلالة الفروق بين متوسطات استجابات طلاب الجامعة عينة الدراسة الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاورها (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع

الآخرين - تنمية وتطوير الذات) وكل تبعاً لمتغير تعليم الأم.

الدالة	قيمة (ف)	درجات الحرية	متوسط المربعات	مجموع المربعات	المستوي التعليمي للأم	محور الاستبيان
0.01 دال	62.623	2	6107.662	12215.323	بين المجموعات	وضع الأهداف والتخطيط للذات
		297	97.530	28966.373	داخل المجموعات	
		299		41181.696	المجموع	
0.01 دال	36.609	2	5733.765	11467.529	بين المجموعات	القدرة على إتخاذ القرار
		297	156.621	46516.387	داخل المجموعات	
		299		57983.916	المجموع	
0.01 دال	42.985	2	5906.044	11812.088	بين المجموعات	القدرة على التواصل مع الآخرين
		297	137.396	40806.755	داخل المجموعات	
		299		52618.843	المجموع	
0.01 دال	64.443	2	6126.313	12252.625	بين المجموعات	تنمية وتطوير الذات
		297	95.065	28234.376	داخل المجموعات	
		299		40487.001	المجموع	
0.01 دال	41.872	2	5887.442	11774.884	بين المجموعات	الاستبيان ككل
		297	140.606	41759.920	داخل المجموعات	
		299		53534.804	المجموع	

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الميدانية

يتضح من جدول (37) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب

الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاورة (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) وكل تبعًا لمتغير المستوى التعليمي للأم ، حيث كانت جميع قيم (ف) دالة عند مستوى دلالة 0.01 ولمعرفة اتجاه الدلالة تم تطبيق اختبار (L.S.D) للمقارنات المتعددة والجدول التالي يوضح ذلك :

جدول (38) دلالة الفروق (L.S.D) بين متوسطات استجابات طلاب الجامعة عينة الدراسة الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاورها (وضع الأهداف والتخطيط للذات- القدرة على إتخاذ القرار- القدرة على التواصل مع الآخرين- تنمية وتطوير الذات) وكل تبعًا لمتغير تعليم الأم.

محور الاستبيان	المستوي التعليمي للأم	منخفض م = 18.451	متوسط م = 23.039	عالي م = 27.136
وضع الأهداف والتخطيط للذات	منخفض	-		
	متوسط	**4.588	-	
	عالي	**8.685	**4.097	-
القدرة على إتخاذ القرار	المستوي التعليمي للأم	منخفض م = 21.103	متوسط م = 23.167	عالي م = 28.444
	منخفض	-		
	متوسط	*2.064	-	
القدرة على التواصل مع الآخرين	المستوي التعليمي للأم	منخفض م = 27.410	متوسط م = 33.581	عالي م = 45.540
	منخفض	-		
	متوسط	**6.171	-	
تنمية وتطوير الذات	المستوي التعليمي للأم	منخفض م = 12.224	متوسط م = 19.835	عالي م = 26.736
	منخفض	-		
	متوسط	**7.611	-	
الاستبيان ككل	المستوي التعليمي للأم	منخفض م = 79.188	متوسط م = 99.622	عالي م = 127.856
	منخفض	-		
	متوسط	**20.434	-	
	عالي	**48.668	**28.234	-

* دال عند 0.05

** دال عند 0.01

يتضح من جدول (38) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاورة (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) وككل تبعاً لمتغير المستوى التعليمي للأمم حيث كانت القيم دالة عند مستوى دلالة (0.01 ، 0.05) لصالح فئة أبناء الأمهات ذات المستوى التعليمي الأعلى، وتفسر الباحثة ذلك بأن التعليم يزيد من خبرة الأم في حل المشكلات وينمي ذاتها ويدعمها ويزيد من ثققتها بنفسها وتتحمل مسؤولياتها بجدية والتزام وينعكس هذا بدوره على الأبناء حيث أن الأم هي المثل الأعلى لأبنائها، ويتفق هذا جزئياً مع نتيجة (منار خضر، 2004) والتي أشارت إلى وجود تفاعل دال احصائياً بين تحمل الزوجة لمسئولياتها ورعاية أسرتها وبين المستوى التعليمي لها، فكلما ارتفع المستوى التعليمي للأمم كلما كانت لديها القدرة على مواجهة المشكلات وحلها واتخاذ قراراتها بحكمة .

8/2 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاورة (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) وككل تبعاً لمتغير مهنة الأب.

جدول (39) دلالة الفروق بين متوسطات استجابات طلاب الجامعة عينة الدراسة الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاورها (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) وككل تبعاً لمتغير مهنة الأب.

الدلالة	قيمة (ف)	درجات الحرية	متوسط المربعات	مجموع المربعات	مهنة الأب	محور الاستبيان
0.01 دال	52.306	2	5987.560	11975.120	بين المجموعات	وضع الأهداف والتخطيط للذات
		297	114.471	33997.807	داخل المجموعات	
		299		45972.927	المجموع	
0.01 دال	48.091	2	5984.153	11968.305	بين المجموعات	القدرة على إتخاذ القرار
		297	124.434	36956.762	داخل المجموعات	
		299		48925.067	المجموع	
0.01 دال	35.172	2	5760.554	11521.108	بين المجموعات	القدرة على التواصل مع الآخرين
		297	163.780	48642.808	داخل المجموعات	
		299		60163.916	المجموع	
0.01	35.473	2	5710.288	11420.576	بين المجموعات	تنمية وتطوير

الذات	داخل المجموعات	47809.395	160.974	297	دال
	المجموع	59229.971		299	
الاستبيان ككل	بين المجموعات	12128.408	6064.204	2	0.01
	داخل المجموعات	30723.013	103.444	297	دال
	المجموع	42851.421		299	

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الميدانية

يتضح من جدول (39) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاورة (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) وكل تبعًا لمتغير مهنة الأب ، حيث كانت جميع قيم (ف) دالة عند مستوى دلالة 0.01، ولمعرفة اتجاه الدلالة تم تطبيق اختبار (L.S.D) للمقارنات المتعددة والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (40) دلالة الفروق (L.S.D) بين متوسطات استجابات طلاب الجامعة عينة الدراسة الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاورها (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) وكل تبعًا لمتغير مهنة الأب

محور الاستبيان	مهنة الأب	دنيا	متوسطة	عليا
وضع الأهداف والتخطيط للذات	دنيا	-		م = 24.709
	متوسطة	**6.628	-	
	عليا	**11.672	**5.044	-
القدرة على إتخاذ القرار	مهنة الأب	م = 19.352	م = 25.042	عليا
	دنيا	-		
	متوسطة	**5.690	-	
	عليا	**12.205	**6.515	-
القدرة على التواصل مع الآخرين	مهنة الأب	م = 34.058	م = 36.348	عليا
	دنيا	-		
	متوسطة	*2.290	-	
	عليا	**7.057	**4.767	-

عليا م = 25.613	متوسطة م = 18.769	دنيا م = 16.006	مهنة الأب	تنمية وتطوير الذات
		-	دنيا	
	-	*2.763	متوسطة	
-	**6.844	**9.607	عليا	
عليا م = 122.994	متوسطة م = 99.824	دنيا م = 82.453	مهنة الأب	الاستبيان ككل
		-	دنيا	
	-	**17.371	متوسطة	
-	**23.170	**40.541	عليا	

* دال عند 0.05

** دال عند 0.01

يتضح من جدول (40) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاورة (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) وككل تبعاً لمتغير مهنة الأب حيث كانت القيم دالة عند مستوى دلالة (0.01 ، 0.05) لصالح فئة أبناء الآباء الذين يعملون في مهنة عليا، وتفسر الباحثة ذلك بأن طبيعة مهنة الأب تنعكس على طبيعة تفكيره، فكلما كانت مهنته قائمة على إدارة الحوار الجيد وتبادل الخبرات الإيجابية بين فريق العمل اكتسب الأب خبرات جديدة وتجارب عديدة من كل فرد وبالتالي يستطيع تهيئة الجو المناسب لأبنائه لإقامة علاقات جيدة مع الآخرين وفهمهم لذواتهم وذلك من خلال استخدام الاساليب التربوية السليمة في تربية الابناء، وهذا يتفق مع نتيجة دراسة (سميحة توفيق ومريم البوفلاسة، 1996) حيث أكدتا أنه كلما ارتفع مستوى مهنة الأب ينعكس ذلك على تخطيط المراهق لذاته .

9/2 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاورة (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) وككل تبعاً لمتغير عدد أفراد الأسرة.

جدول (41) دلالة الفروق بين متوسطات استجابات طلاب الجامعة عينة الدراسة الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاورها (وضع الأهداف والتخطيط للذات- القدرة على إتخاذ القرار- القدرة على التواصل مع الآخرين- تنمية وتطوير الذات) وككل تبعاً لمتغير عدد أفراد الأسرة.

محور الاستبيان	عدد أفراد الأسرة	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (ف)	الدلالة
وضع الأهداف والتخطيط للذات	بين المجموعات	10925.164	5462.582	2	24.017	0.01 دال
	داخل المجموعات	67551.839	227.447	297		
	المجموع	78477.003		299		
القدرة على إتخاذ القرار	بين المجموعات	12093.934	6046.967	2	57.124	0.01 دال
	داخل المجموعات	31439.735	105.858	297		
	المجموع	43533.669		299		
القدرة على التواصل مع الآخرين	بين المجموعات	11527.021	5763.511	2	38.114	0.01 دال
	داخل المجموعات	44911.727	151.218	297		
	المجموع	56438.748		299		
تنمية وتطوير الذات	بين المجموعات	11308.621	5654.310	2	54.437	0.01 دال
	داخل المجموعات	30849.210	103.869	297		
	المجموع	42157.831		299		
الاستبيان ككل	بين المجموعات	12030.637	6015.318	2	54.492	0.01 دال
	داخل المجموعات	32785.468	110.389	297		
	المجموع	44816.105		299		

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الميدانية

يتضح من جدول (41) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاورها (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) وككل تبعاً لمتغير عدد أفراد الأسرة ، حيث كانت جميع قيم (ف) دالة عند مستوى دلالة 0.01، ولمعرفة إتجاه الدلالة تم تطبيق إختبار (L.S.D) للمقارنات المتعددة والجدول التالي يوضح ذلك :

جدول (42) دلالة الفروق (L.S.D) بين متوسطات استجابات طلاب الجامعة عينة الدراسة الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاورة (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) وكل تبعاً لمتغير عدد أفراد الأسرة.

محور الاستبيان	عدد أفراد الأسرة	أقل من 4 أفراد م = 26.624	من 4 أفراد لأقل من 6 أفراد م = 20.221	من 6 أفراد فأكثر م = 19.865
وضع الأهداف والتخطيط للذات	أقل من 4 أفراد	-	-	-
	من 4 أفراد لأقل من 6 أفراد	**6.403	-	-
	من 6 أفراد فأكثر	**6.759	0.356	-
القدرة على إتخاذ القرار	عدد أفراد الأسرة	أقل من 4 أفراد م = 27.562	من 4 أفراد لأقل من 6 أفراد م = 20.471	من 6 أفراد فأكثر م = 14.338
	أقل من 4 أفراد	-	-	-
	من 4 أفراد لأقل من 6 أفراد	**7.091	-	-
القدرة على التواصل مع الآخرين	من 6 أفراد فأكثر	**13.224	**6.133	-
	عدد أفراد الأسرة	أقل من 4 أفراد م = 43.772	من 4 أفراد لأقل من 6 أفراد م = 35.142	من 6 أفراد فأكثر م = 33.003
	أقل من 4 أفراد	-	-	-
تنمية وتطوير الذات	من 4 أفراد لأقل من 6 أفراد	**8.630	-	-
	من 6 أفراد فأكثر	**10.769	*2.139	-
	عدد أفراد الأسرة	أقل من 4 أفراد م = 25.024	من 4 أفراد لأقل من 6 أفراد م = 21.354	من 6 أفراد فأكثر م = 13.338
الاستبيان ككل	أقل من 4 أفراد	-	-	-
	من 4 أفراد لأقل من 6 أفراد	**3.670	-	-
	من 6 أفراد فأكثر	**11.686	**8.016	-
الاستبيان ككل	عدد أفراد الأسرة	أقل من 4 أفراد م = 122.982	من 4 أفراد لأقل من 6 أفراد م = 97.188	من 6 أفراد فأكثر م = 80.544
	أقل من 4 أفراد	-	-	-
	من 4 أفراد لأقل من 6 أفراد	**25.794	-	-
الاستبيان ككل	من 6 أفراد فأكثر	**42.438	**16.644	-

* دال عند 0.05

** دال عند 0.01

يتضح من جدول (42) وجود فروق ذات دلالة احصائية في متوسطات استجابات طلاب الجامعة عينة الدراسة الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاورها (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات)

وكل تبعًا لمتغير عدد أفراد الأسرة حيث كانت القيم دالة عند مستوى دلالة (0.01 ، 0.05) لصالح فئة حجم الأسرة الأصغر (أقل من 4 أفراد) ، وتُرجع الباحثة ذلك إلى أن الأسرة الصغيرة الحجم يكون لديها متسع من الوقت لأفرادها لتنمية وتطوير ذاتهم وذلك على عكس الأسرة الكبيرة الحجم التي تشغل بسد المتطلبات الضرورية فقط لأفرادها ولا يوجد متسع من الوقت لتطوير شخصياتهم وذواتهم حيث أنه كلما زاد عدد أفراد الأسرة كلما قل وعيهم بإدارة الذات نتيجة لقلة الرفاهية، وهذا يختلف مع نتيجة دراسة (شيماء اللبان، 2019) التي أظهرت عدم جود علاقة ارتباطية بين مهارات ادارة الذات وعدد افراد الأسرة.

10/2 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاورة (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) وكل تبعًا لمتغير الدخل الشهري الأسرة.

جدول (43) دلالة الفروق بين متوسطات استجابات طلاب الجامعة عينة الدراسة الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاورها (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) وكل تبعًا لمتغير الدخل الشهري الاسرة.

الدلالة	قيمة (ف)	درجات الحرية	متوسط المربعات	مجموع المربعات	الدخل الشهري للأسرة	محور الاستبيان
0.01 دال	37.016	2	5798.325	11596.651	بين المجموعات	تنمية وتطوير الذات
		297	156.645	46523.621	داخل المجموعات	
		299		58120.272	المجموع	
0.01 دال	45.884	2	5896.888	11793.777	بين المجموعات	القدرة على إتخاذ القرار
		297	128.517	38169.616	داخل المجموعات	
		299		49963.393	المجموع	
0.01 دال	63.602	2	5761.441	11522.882	بين المجموعات	القدرة على التواصل مع الآخرين
		297	90.586	26904.080	داخل المجموعات	
		299		38426.962	المجموع	
0.01 دال	47.890	2	5564.782	11129.565	بين المجموعات	تنمية وتطوير الذات
		297	116.199	34511.129	داخل المجموعات	

		299		45640.694	المجموع	
0.01 دال	46.998	2	5968.343	11936.686	بين المجموعات	الاستبيان ككل
		297	126.991	37716.327	داخل المجموعات	
		299		49653.013	المجموع	

المصدر : جمعت وحسبت من بيانات عينة الدراسة الميدانية

يتضح من جدول (43) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاورة (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) وكل تبعاََ لمتغير الدخل الشهري للأسرة ، حيث كانت جميع قيم (ف) دالة عند مستوى دلالة 0.01، ولمعرفة اتجاه الدلالة تم تطبيق اختبار (L.S.D) للمقارنات المتعددة والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (44) دلالة الفروق (L.S.D) بين متوسطات درجات طلاب الجامعة عينة الدراسة الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاورة (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) وكل تبعاََ لمتغير الدخل الشهري للأسرة

مرتفع م = 27.783	متوسط م = 22.549	منخفض م = 20.112	الدخل الشهري للأسرة	محور الاستبيان
			منخفض	وضع الأهداف والتخطيط للذات
		*2.437	متوسط	
-	**5.234	**7.671	مرتفع	
مرتفع م = 30.306	متوسط م = 24.158	منخفض م = 16.332	الدخل الشهري للأسرة	القدرة على إتخاذ القرار
			منخفض	
		**7.826	متوسط	
-	**6.148	**13.974	مرتفع	
مرتفع م = 44.365	متوسط م = 36.634	منخفض م = 27.152	الدخل الشهري للأسرة	القدرة على التواصل مع الآخرين
			منخفض	
		**9.482	متوسط	
-	**7.731	**17.213	مرتفع	

مرتفع م = 27.723	متوسط م = 22.456	منخفض م = 17.291	الدخل الشهري للأسرة	تنمية وتطوير الذات
		-	منخفض	
	-	**5.165	متوسط	
-	**5.267	**10.432	مرتفع	
مرتفع م = 130.177	متوسط م = 105.797	منخفض م = 80.887	الدخل الشهري للأسرة	الاستبيان ككل
		-	منخفض	
	-	**24.910	متوسط	
-	**24.380	**49.290	مرتفع	

* دال عند 0.05

** دال عند 0.01

يتضح من جدول (44) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات طلاب الجامعة عينة البحث الأساسية على استبيان إدارة الذات بمحاورة (وضع الأهداف والتخطيط للذات - القدرة على إتخاذ القرار - القدرة على التواصل مع الآخرين - تنمية وتطوير الذات) وككل تبعاً لمتغير الدخل الشهري للأسرة حيث كانت القيم دالة عند مستوى دلالة (0.01 ، 0.05) لصالح فئة الأسر ذات الدخل المرتفع، وتُرجع الباحثة ذلك إلى انه كلما ارتفع مستوى دخل الأسرة كلما قلت الضغوط الاقتصادية وتمكنت الأسر من إشباع جميع احتياجاتها، وتحقيق الرفاهية وبالتالي تهتم بتنمية وتطوير شخصية الأبناء ويتوفر لديهم المال لإلحاق الأبناء بدورات تنمية الشخصية وهذا يختلف مع نتيجة دراسة (سماح وهبه، 2017) والتي أظهرت عدم جود فروق ذات دلالة إحصائية بين استبيان مهارات ادارة الذات تبعا لفئات الدخل الشهري للأسرة، وبذلك تتحقق صحة الفرض الثاني جزئياً.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات طلاب الجامعة عينة الدراسة الأساسية نحو التسوق الإلكتروني وإدارتهم لذاتهم بمحاورها.

جدول (45) مصفوفة الارتباط بين الاتجاه نحو التسوق الإلكتروني وإدارة الذات بمحاورها وككل لدى طلاب الجامعة أفراد عينة الدراسة الأساسية .

الاتجاهات	وضع الأهداف والتخطيط للذات	القدرة على اتخاذ القرار	القدرة على التواصل مع الآخرين	تنمية وتطوير الذات	إدارة الذات للشباب الجامعي ككل
اتجاهات الشباب الجامعي نحو التسوق الإلكتروني	**0.727	**0.715	**0.812	**0.842	**0.931

** دال عند 0.01

يتبين من الجدول رقم (45) وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين اتجاه طلاب الجامعة نحو التسوق الإلكتروني وإدارتهم لذاتهم حيث أن الاتجاه للتسوق الإلكتروني له أثره الكبير في اكتساب الخبرات بطرق اتخاذ القرارات الشرائية السليمة عبر الإنترنت بالرغم من تعدد الدوافع والمنتجات والتخطيط لعملية الشراء وهذا ينعكس إيجابياً على إدارة الذات حيث يزيد من خبراتهم في تحديد الأهداف والتخطيط للذات والقدرة على اتخاذ القرارات والقدرة على التواصل مع الآخرين متمثلة في التعامل العقلاني مع أصحاب المواقع الإلكترونية وزيادة العلاقات الاجتماعية ما بين أصحاب المواقع والأشخاص السابقين لشراء المنتجات وتنمية وتطوير الذات من خلال اكتساب الخبرات من خلال عمليات الشراء والاختيار من بين العديد من البدائل المتاحة وتتفق هذه النتائج جزئياً مع نتيجة دراسة كلا من (أحمد كردى، 2014)، (Ward R.& Lee M. 2001) حيث توصلوا إلى وجود علاقة بين استخدام التسوق الإلكتروني والقدرة على اتخاذ القرار والتخطيط لعملية الشراء، وبذلك تتحقق صحة الفرض الثالث.

الفرض الرابع : تختلف نسبة مشاركة المتغيرات المستقلة المدروسة في تفسير نسبة التباين في المتغير التابع (إدارة الذات بمحاورها وككل طبقاً لأوزان معاملات الانحدار ودرجة الارتباط). نظراً لتعدد العوامل ذات الارتباط مع وعى طلاب الجامعة عينة البحث بإدارة الذات استخدمت الباحثة معامل الانحدار المتعدد **Multi Regression Analysis** باستخدام طريقة الخطوة المتدرجة للأمام **Stepwise** للتعرف على العوامل الأكثر مساهمة في نسبة التباين في المتغير التابع (إدارة الذات) كما هو موضح بجدول (46).

جدول (46) الأهمية النسبية باستخدام معامل الانحدار (الخطوة المتدرجة إلى الأمام)

للعوامل المؤثرة على إدارة الذات

المتغير المستقل	معامل الارتباط	نسبة المشاركة	قيمة (ف)	الدلالة	معامل الانحدار	قيمة (ت)	الدلالة
المستوي التعليمي للأُم	0.918	0.842	149.498	0.01	0.715	12.227	0.01
السن	0.865	0.748	83.146	0.01	0.597	9.118	0.01
مهنة الأب	0.827	0.684	60.722	0.01	0.523	7.792	0.01
عمل الأُم	0.737	0.543	33.210	0.01	0.369	5.763	0.01

أظهر جدول (46) أن أكثر متغيرات الدراسة تأثيراً على إدارة الذات هي "المستوى التعليمي للأُم، السن، مهنة الأب، عمل الأُم" على الترتيب حيث كان متغير المستوى التعليمي للأُم أول المتغيرات التي أضيفت في تحليل الانحدار (الخطوة الأولى) إذ بلغت قيمة نسبة المشاركة (0.842) R^2 عند مستوى دلالة (0.01) وهذا يعني أن متغير المستوى التعليمي للأُم من أولى المتغيرات التي أثرت على الوعي بإدارة الذات، كما تبين من الجدول أن قيمة نسبة المشاركة R^2 قلت بإضافة متغير السن حيث بلغت (0.865) الخطوة الثانية عند مستوى دلالة 0.01، ثم يأتي متغير مهنة الأب (الخطوة الثالثة) عند مستوى دلالة 0.01 حيث كانت قيمة نسبة المشاركة (0.827) R^2 ، أما الخطوة الرابعة وهي دخول متغير عمل للأُم حيث كانت نسبة المشاركة (0.573) R^2 عند مستوى دلالة 0.01 وترجع الباحثة ذلك إلى أن تعليم الأُم من أهم العوامل التي تؤثر على الشباب داخل الأسرة فهو يزيد من ثقته بنفسه ويعزز ثقافته ووعيه، كما أن السن فكلما كبر سن الشباب زادت قدرتهم على الإطلاع وتبنى أفكار لمشاريع مختلفة ومتعددة وزيادة خبرتهم، يليهم مهنة الأب من أهم العوامل التي تؤثر على الشباب داخل الأسرة فهو يزيد من ثقته بنفسه ويعزز ثقافته ووعيه، كما أن طبيعة الدراسة لها دور هام في إكسابهم المهارات المختلفة وزيادة وعيهم بإدارة الذات، كما أن عمل الأُم له دور كبير على الأبناء فيكسبهم معارف ومهارات وخلفية واسعة من المعلومات تستطيع إستخدامها والإستعانة بها في الوقت المناسب، وتعلمهم الإعتماد على ذواتهم، وهذا يتفق مع دراسة كلا من (سهام خضير، 2019) حيث أكدت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين ربات الأسر العاملات وغير العاملات في المشاركة السياسية بأبعدها الثلاثة عند مستوى دلالة (0.05) لصالح

العاملات، ووجود تباين في مستوى تعليم رب وربة الاسرة لصالح مستوى تعليم مرتفع ، ودراسة (سماح وهبة، 2017) في وجود تباين دال إحصائياً بين الشباب المشارك في العمل التطوعي بالمؤسسات الخيرية عينة الدراسة في بعد إدارة مورد كل من المهارات، الممتلكات، إجمالي استبيان إدارة بعض الموارد تبعاً لفئات السن، وبذلك تتحقق صحة الفرض الرابع.

رابعاً: توصيات البحث:

تبعاً لنتائج الدراسة الحالية توصي الباحثة بالتوصيات والمقترحات التالية:

أولاً: توصيات مقدمة لوسائل الاعلام:

ضرورة اهتمام وسائل الاعلام بتنظيم حملات إعلامية توضح كيفية التعامل مع المستحدثات التكنولوجية بشكل عام والتسوق الالكتروني بشكل خاص وتجنب مخاطره.

ثانياً: توصيات موجهة للمتخصصين في مجال إدارة المنزل والمؤسسات:

- اعداد البرامج الارشادية الخاصة بتنمية الوعي بالمستحدثات التكنولوجية والتسوق الالكتروني ودورها في رفع الكفاءة في إدارة الذات.

ثالثاً: توصيات موجهة لوزارة الاتصالات :

- ضرورة اهتمام وزارة الاتصالات بنشر كتيب ارشادي على الانترنت يوضح طرق العامل الآمن مع مواقع التسوق الإلكتروني وكيفية التسوق بأمان من خلال الانترنت.

رابعاً: توصيات موجهة لمواقع التسوق الالكتروني:

- اهتمام المواقع التسويقية بممارسة التسويق بدرجة عالية من التنافسية والشفافية وتبسيط تصميم مواقع التسوق الالكتروني بحيث يسهل التعامل معها بأمان.

خامساً: توصيات موجهة لوزارة التعليم العالي:

إكساب طلاب الجامعة معارف ومهارات التسوق الإلكتروني وإدارة الذات من خلال دمج تلك المهارات في المقررات الدراسية.

المراجع والمصادر :

أولاً: المراجع العربية:-

- 1- إبراهيم حامد الأسطل، فريال يونس الخالدي (2005) : "مهنة التعليم وإدارة الذات"، مدرسة المستقبل، دار الكتاب الجامعي، الطبعة الأولى.
- 2- أحمد السيد كردى (2014): "المخاطر المدركة لدى المستهلك النهائي فى التسوق الإلكتروني وتأثيرها فى إتخاذ قرار الشراء عبر الإنترنت"، رسالة ماجستير التجارة ، جامعة بنها.
- 3- أكرم رضا (2005): "إدارة الذات دليل الشاب إلى النجاح"، الطبعة الرابعة، دار التوزيع والنشر الإسلامية، القاهرة، العدد (20).
- 4- السيد أحمد عبد الرحيم عبد المعبود (2019) بعنوان : "بعض سمات الشخصية لدى طلاب الجامعة وعلاقتها بإدارة الذات والإتجاه نحو الدراسة فى ضوء كل من مستوى الطموح الأكاديمي ومستوى الطموح المهني"، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة.
- 5- الهنوف مسلم على عايد(2019): "التسوق الإلكتروني وعلاقته بإدارة الدخل المالى لربة الأسرة الكويتية"، رسالة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على درجة الماجستير فى التربية النوعية فى الاقتصاد المنزلى (إدارة المنزل) كلية التربية النوعية جامعة بنها.
- 6- بوباح عالية (2011) : "دور الإنترنت فى مجال تسويق الخدمات دراسة الإتصالات"، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر.
- 7- تغريد سيد أحمد بركات (2017) : "الوعي بالتسوق الإلكتروني وعلاقته بالكفاءة الإدارية لبعض الموارد كما تدرجه عينة من ربات أسر محافظة الشرقية"، مجلة بحوث الإقتصاد المنزلى، مجلد (27) العدد (4)، كلية التربية النوعية، قسم الاقتصاد المنزلى، جامعة الزقازيق
- 8- تهاني محمد عبد الرحمن فقيه (2013): "التسوق الإلكتروني وأثره على إتجاهات الأسرة الإستهلاكية فى عصر المعلوماتية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الفنون والتصميم الداخلي، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية .
- 9- حنان محمد سيد الليثي (2017): "استخدام الجمهور المصري لمواقع التسوق

- الإلكتروني وعلاقته بسلوكه الشرائي"، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الآداب ، قسم علوم الإتصال والإعلام، كلية الآداب جامعة عين شمس.
- 10- دلال القاضي ومحمود البياني (2008): "منهجية وأساليب البحث العلمي وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي" الطبعة الأولى، دار الحامد ، للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 11- رعدة محمود أحمد (2017) : "إستراتيجيات إدارة الاختلاف بين المتزوجين حديثاً وعلاقتها بدافعية الزوجة للإنجاز"، مجلة بحوث الإقتصاد المنزلي، مجلد (27) العدد (4)، كلية التربية النوعية، قسم الإقتصاد المنزلي، مسار إدارة المنزل، جامعة حلوان.
- 12- رند عمران الأسطل (2009) : "واقع استخدام التسوق الإلكتروني لدى البنوك العاملة في قطاع غزة"، رسالة ماجستير، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين .
- 13- سماح جودة على وهبة (2013): "بعض مهارات إدارة الذات وعلاقتها بتحمل المسؤولية لدى عينة من الشباب الجامعي"، رسالة ماجستير، كلية الإقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية.
- 14- سميحة كرم توفيق ومريم الوفلاسة (1996) : "دراسة لمسئوليات الأب في تربية الأبناء لدى عينة من الآباء القطرين"، مجلة علم النفس - العدد التاسع والثلاثون - السنة العاشرة عند يوليو - أغسطس - سبتمبر .
- 15- سناء عبدالزهرة حميد الجمعان (2019): "الإنفتاح على الخبرة وعلاقته بإدارة الذات لدى طلبة الجامعة"، جامعة البصرة، كلية التربية للعلوم الإنسانية، قسم الإرشاد النفسي والتوجيه التربوي.
- 16- سهام نصر عبد الحميد خضير (2019): "المشاركة الإجتماعية والسياسية وعلاقتها بمهارات إدارة الذات لدى ربة الأسرة"، استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإقتصاد المنزلي، تخصص إدارة المنزل والمؤسسات، كلية الإقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية.
- 17- سوسن إسماعيل أحمد (1995) : "مستوى الدافعية في الحياة وعلاقتها بالرضا عن العمل في كل من القطاع العام والخاص"، دراسة ميدانية، مجلة الدراسات النفسية، المجلد الخامس، عدد (2) .
- 18- شيماء السيد صبح اللبان (2015) : "أثر غياب الأب على البيئة الأسرية وإدارة

- الذات للأبناء المرهقين ، دراسة مقارنة بالأبناء المقيمين مع أبيهم"، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية التربية النوعية ، جامعة المنصورة.
- 19- ظافر علي صالح الشهري، ناصر أحمد الخوالده (2016): "أثر برنامج تعليمي مستند إلى المهارات الإجتماعية في اكتساب مهارات التواصل الإجتماعي لدى طالبات الصف العاشر الأساسي في مبحث التربية الوطنية والمدنية"، الجامعة الأردنية، المقالة (5)، المجلد (36)، العدد (11).
- 20- عبد الغنى أبو العزم (2001): "معجم المغنى تأليف الدكتور عبد الغنى أبو العزم"، المؤتمر العلمي السنوى الثامن للجمعية المصرية لتقنية التعليم.
- 21- على السلمى (1995): "السلوك الإنساني فى منظمات الأعمال"، القاهرة(مصر)، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 1995.
- 22- عماد أبو القاسم، عادل رفاعى (2016): "البحث العلمى ومشكلاته بين النظرية والتطبيق"، دار المنارة، الجيزة.
- 23- كمال إبراهيم موسى (1988) : "المدخل إلى علم الصحة النفسية"، دار القلم للنشر والتوزيع، الكويت.
- 24- كمال عبد الحميد زيتون (1997) : " التدريس نماذجه ومهاراته"، المكتب العلمى للكمبيوتر للنشر والتوزيع، الإسكندرية.
- 25- لطيف زيود (2005): "تحديات التجارة الإلكترونية للنظم الضريبية"، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية ، المجلد السابع والعشرون ، العدد الثالث ، سوريا.
- 26- مصعب عبد الستار، مهدى صالح (2012): "أسباب إقبال المستهلكين عبر العالم على التسوق الإلكتروني"، جامعة العلوم والتكنولوجيا، اليمن .
- 27- منار عبد الرحمن خضر (2004) : "مسئولية الأم اتجاه رعاية الأبناء وعلاقته بالتوافق الزوجى"، مجلة بحوث الاقتصاد المنزلى، كلية الاقتصاد المنزلى ، جامعة المنوفية، العدد (4-1)، مجلد (14) .
- 28- منى مصطفى الزاكي، إيناس عبد المعز الشامي (2011) : "العلاقة بين إدارة الذات والأداء التدريسي للطالبة المعلمة في كلية الإقتصاد المنزلي بجامعة الأزهر"، ورقة مقدمة للمؤتمر العلمي العربي السادس الدولي تطوير برامج التعليم العالي النوعي في مصر والوطن العربي في ضوء

متطلبات المعرفة، جامعة الأزهر، مصر.

- 29- منيرة صالح الضحيان (2019): "إدارة الذات وعلاقته بالوعي الإنفاقي والإدخاري لدى عينة من طالبات الجامعة"، مجلة بحوث التربية النوعية، مقالات علمية محكمة، كلية التربية للاقتصاد المنزلي والتربية الفنية بالرياض، جامعة الأميرة نورة بنت عبدالرحمن.
- 30- مهجة اسماعيل مسلم (2003) : "إدارة الأزمات الأسرية وعلاقتها بالتوافق الدراسي لدى طالبات كلية التربية النوعية لإعداد المعلمات بجدة" ، مجلة بحوث الإقتصاد المنزلي، مجلد (13) العدد (1)، جامعة المنوفية، شبين الكوم ، مصر ..
- 31- نبيل فرحات (2008) : "قيادة التغيير ... خطة عمل من ثمان خطوات"، مدير عام فى المنتدى العربى ، دورة مبسطة عن إدارة الموارد البشرية.
- 32- نها فتحى توفيق عبد العليم (2017) : "التسوق الإلكتروني وعلاقته بالسلوك الإستهلاكى ومدى الوعي بأهمية التنوع الإقتصادي"، مجلة بحوث الإقتصاد المنزلي، مجلد (27) العدد (4)، كلية التربية النوعية، قسم الإقتصاد المنزلي، مسار إدارة المنزل، جامعة المنوفية.
- 33- نوال كامل الكتاتنى (2014) : "إدارة الذات والنجاح"، خبيرة التنمية البشرية، جمعية الإمارات للتنمية الإجتماعية .
- 34- نورهان محمد على السيد صقر (2013): "أسلوب استخدام الهاتف المحمول والإنترنت وعلاقته بمشكلات طلاب الجامعة"، رسالة دكتوراة، كلية الإقتصاد المنزلي، قسم إدارة المنزل والمؤسسات، جامعة المنوفية.
- 35- يوسف أحمد أبو فارة (2004): "التسويق الإلكتروني، عناصر المزيج عبر الإنترنت"، عمان، دار وائل، الطبعة الأولى.
- 36- يوسف حمة صالح مصطفى، وجوان اسماعيل بكر (2013) : "جودة الحياة وعلاقتها بالانتماء والقبول الجامعى لدى طلبة الجامعة"، مجلة جامعة الماك سعود، المجالد 25، العدد 2 .

ثانياً: المراجع الأجنبية:

1. Cunningham, L. And Gerlach , J. And Harper, M. And Young, C., (2005): "Perceived risk and the consumer buying process : internet

- airline reservations, International Journal of service industry management**”, (on – line). 16 (4). Available, file, A Emerald, Host, Htm.
2. Dubas, K. (1997) : “The strengths and disabilities”. Ph.D , The university of Nebrasha.
 3. Global pwc Total Retail surver (2017): <https://www.emarketer.com/Report/Cross-Border-Ecommerce-2017-Country-by-Country-LookConsumer-Behavior-Trends/2001986>.
 4. Kaur Amandeep (2013) : “**E – shopping Achanging Shopping trend**” , Iosr Journal Of Business and Management, may, V (10) , Issue .
 5. Kim,I.(2002): “**Investigating effect of consumers’ perceived risk on purchase intention in internet shopping**”, Purdue University , Indiana, USA.
 6. kotler Philip ,Dubois (2001): “**Marketing Management**”, Prentice Hall International Series in Marketing Series, person éducation Canada.
 7. Kunz, Michelle B(1997): “**On Line customer** : “identifying store, product and consumer attribute””, <http://www.journaldunet.com/ebusiness/commerce/1009561-chiffre-d-affaires-e-commerce-monde>
 8. Milly , K,(2001): “**Perceived risk for shopping via the internet among US. Consumers, Texas**”, Graduate school of the Texas woman’s university college of arts and sciences.
 9. Perry J. T. & Schneider G. P. (2008): “**E-commerce, core Technology**”, Boston, USA.
 10. Ueltschy, L. And Kramp, R. And Yannopoulos, P.,(2004): “**A Cross – national study of perceived consumer risk towards online (internet) purchasing**”, Multinational Business Review, vol. 12.
 11. Ward , R & Lee , M (2001) : « Internet shopping consumer search and branding », the journal of product & brand management , vol (9).
 12. Wolfin barger , & Mary Gilly , c (2002) : « **shopping online for freedom , control and fun, California managment review** » , vol (54), No(2) .