

الشراء الرشيد
تربية الأسرة العاملة وغير العاملة
رشا رشاد محمود منصور
أستاذ مساعد ، قسم الاقتصاد المنزلي ، كلية التربية النوعية ،
جامعة بنها ، جمهورية مصر العربية

الشراء الرشيد

لربة الأسرة العاملة وغير العاملة

رشا رشاد محمود منصور

أستاذ مساعد، قسم الاقتصاد المنزلي، كلية التربية النوعية،
جامعة بنها، جمهورية مصر العربية

ملخص الدراسة

يهدف البحث التالي إلى دراسة العوامل التي تؤثر في قرارات الشراء الرشيد لربة الأسرة في محاور "التغذية"، "الملابس"، و"الأجهزة والأدوات المنزلية"، لتحقيق أقصى إشباع لرغبات الأسرة، ومستوى أعلى من الرفاهية لها، ولتحقيق تلك الأهداف، فإنه تم إجراء مقابلة شخصية مع ٤٠٠ ربة أسرة من محافظات القاهرة، القليوبية، والزقازيق في الفترة الزمنية من أغسطس، وحتى شهر ديسمبر ٢٠١٢، حيث اتبعت الباحثة في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، ثم قياس النتائج كمياً، وتحديد الظروف، والعلاقات التي يمكن أن تؤثر على سلوك الشراء الرشيد لربة الأسرة، وقد أظهرت النتائج ارتفاع مستوى وعي ربات الأسرة في الشراء الرشيد من المستوى الاجتماعي، والاقتصادي الأعلى على ربات الأسر من المستويات الأقل في جميع محاور الشراء الرشيد بالإضافة إلى مجمل الشراء الرشيد، عدا بند "الغذاء"؛ حيث أظهرت النتائج عدم وجود فروق معنوية بين المستوى المرتفع، والمتوسط، كما أظهرت النتائج ارتفاع معنوي في الشراء الرشيد لربة الأسرة العاملة على غير العاملة في الشراء الرشيد بمحاوره المختلفة، كما وجد ارتفاع في مستوى وعي الشراء الرشيد لربة الأسرة مع ارتفاع المستوى التعليمي لربة الأسرة، وأوضحت نتائج الدراسة أن ربات الأسر في العاصمة أعلى في مستوى الوعي بالشراء الرشيد عن ربات الأسر في القرى، كما وجد أن الشراء الرشيد ارتبط معنويًا مع الدخل، وارتبطت مهنة الزوج معنويًا مع ترشيد شراء "الملابس"، و"الأجهزة والأدوات المنزلية"، في حين ارتبطت مهنة الزوجة معنويًا فقط مع الشراء الرشيد في محور "الأجهزة، والأدوات المنزلية".

الكلمات المفاحية: الشراء الرشيد، عمل ربة الأسرة، مستوى التعليمي، الدخل الأسري.

Rational Purchase of Working and Non-Working Wives

Rasha R.M. Mansour

Assistant Professor , Department of Home Economics , Faculty of Specific Education ,
University of Benha, Egypt

Abstract

The current study aimed at investigating the factors affecting wives' decisions on rational purchase of "food", "clothing" and "domestic appliances" to fulfill the family's needs and well-being. To this end, 400 wives from the governorates of Cairo, Kaliobeya and Sharquia during the time period from August to December of 2012 were interviewed . The descriptive analytical method was applied to quantify and determine the circumstances that might affect the rational purchase of the wives. The results show that the wives of the higher socio-economical standards showed higher awareness towards rational purchase (except for the rational purchase of "food" between the high and moderate socio-economical standards which was found to be insignificant). The working women showed higher awareness towards rational purchase than the housewives especially with the increase of the educational level. The place of residence was also found of high significant effect on the rational purchase of the wives especially those living in Cairo; whereas, the lowest rational purchase was detected in villages. Significant correlations were found between the rational purchase of the wives and the income of the family. The career of the wife was significantly correlated with the purchase of appliances, while the career of the husband was significantly correlated with the rational purchase of both "clothes" and "appliances".

Keywords: rational purchase; working wife; educational level; family income.

المقدمة

أدى الارتفاع المستمر في أسعار السلع والمنتجات إلى زيادة الأعباء الاقتصادية التي تقع على الأسرة المصرية، خاصة أن معظم عمليات البيع والشراء تتم من أسواق صغيرة سهلة التأثر بتقلبات الأسعار العالمية، في الوقت الذي ظهرت فيه الأسواق الاقتصادية الكبيرة (supermarkets/hypermarkets)، خاصة في المدن الكبرى، التي أسهمت في زيادة المعروض من السلع بأسعار أفضل، كما أن المنافسة بينها قد أسهمت في تحسين جودة المنتج، فإذا كانت السياسات الاقتصادية للدول تعنى بدراسة البدائل والحلول لتوفير مستلزمات الأسرة، فإنه لزاماً على علم إدارة المنزل معرفة ودراسة السلوك والتوجهات الشرائية للأسرة لمواجهة التطورات الاقتصادية السريعة فيما يعرف بالشراء الرشيد.

تعتبر ربة الأسرة هي المسؤول الرئيس عن عملية اتخاذ القرار داخل الأسرة (Belch *et al.*, 2002) وقد ترتب على غلاء المعيشة خروج ربة الأسرة للعمل خارج المنزل لتوفير جانب من نفقات الأسرة بجانب دورها كزوجة وأم (المزيني، ٢٠١١) و (Jacobsen, 2004) و (Bird, 1999)، وترتب على ذلك زيادة الضغوط النفسية على ربة الأسرة العاملة، وضيق الوقت المخصص لقيامها بأدوارها المختلفة داخل الأسرة (لطيفة، ٢٠٠١)، وبالتالي أحدثت ربة الأسرة العاملة تغييرات في الأنماط الشرائية للأسرة في الغذاء والملابس، وهي تعتمد في ذلك على الإعلانات (المرئية، والمسموعة، والمقروءة)، بجانب خبرات الجيران والزملاء في العمل (Kulkarni *et al.*, 1996) حيث تظل الأسعار هي المحدد الأقوى للشراء (Moser *et al.*, 2010) والتي تحدت لسلعة ما بناء على التنوع في العروض وضمن جودة المنتج (Kenesei *et al.*, 2003) وبالتالي لابد من التخطيط الجيد للميزانية من خلال تحقق الاستغلال الأمثل للموارد المالية للأسرة لتحقيق الإشباع اللازم دون إرهاق الميزانية بدرجة كبيرة (كوجك، ١٩٩٧).

تري الباحثة أن المعرفة بمتغيرات الأسواق المحيطة هي العامل الأكثر تأثيراً في تحديد القرارات الشرائية لربة الأسرة، التي يمكن أن ترتبط بالمستوى التعليمي لربة الأسرة، أو تأتي صدفة نتيجة لطبيعة السوق في محيط سكن الأسرة، كما أن السلوك الشرائي قد يتأثر بتطلعات ومتطلبات الأسرة، أو تكون المتغيرات الاجتماعية، والاقتصادية هي المحدد الرئيس لعملية الشراء الرشيد وبالتالي تتبلور المشكلة البحثية في الإجابة على الأسئلة التالية:

- ١- هل يتأثر السلوك الشرائي لربة الأسرة بمتطلبات وتطلعات الأسرة؟
- ٢- هل يتحدد السلوك الشرائي تبعاً لطبيعة السوق في محيط سكن؟
- ٣- هل توجد علاقة السلوك الشرائي والمستوى التعليمي لربة الأسرة؟
- ٤- ما هو تأثير المتغيرات الاجتماعية بين السلوك والاقتصادية للأسرة على سلوك الشراء الرشيد لربة الأسرة؟

هدف الدراسة

يهدف البحث التالي إلى دراسة العوامل التي تؤثر في قرار الشراء الرشيد لربة الأسرة، ولتحقيق هذا الهدف فإنه لابد من التحقق من الأهداف الفرعية التالية:

- ١- التعرف على الخصائص الاجتماعية والاقتصادية للمبحوثات.
- ٢- قياس أثر المستوى الاجتماعي والاقتصادي للأسرة على السلوك الشرائي لربة الأسرة في محاور "الأغذية"، "الملابس" و"الأجهزة والأدوات المنزلية".
- ٣- تحديد مدى تأثير السلوك الشرائي لربة الأسرة في محاور "الأغذية"، "الملابس" و"الأجهزة والأدوات المنزلية" بعمل ربة الأسرة.
- ٤- تحديد الفروق في السلوك الشرائي لربة الأسرة وفقاً لمستواها التعليمي.
- ٥- قياس السلوك الشرائي لربة الأسرة في محاور "الأغذية"، "الملابس" و"الأجهزة والأدوات المنزلية" تبعاً لمكان سكن الأسرة (ريف - حضر - عاصمة).

٦- الكشف عن العلاقة الارتباطية بين المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية (مستوى تعليم رب الأسرة - مهنة رب وربة الأسرة - دخل الأسرة - عدد الأبناء)، والسلوك الشرائي في محاور "الأغذية"، "الملابس"، و"الأجهزة والأدوات المنزلية".

أهمية الدراسة

تتقسم أهمية الدراسة إلى أهمية نظرية وأهمية تطبيقية:

أولاً: الأهمية النظرية

وضع تصور أكثر شمولاً للشراء الرشيد داخل الأسرة.

ثانياً: الأهمية التطبيقية

١- تعد هذه الدراسة ذات أهمية خاصة للمسؤولين بوزارة التموين في تحديد السياسات السعرية ومراقبة الأسواق.

٢- توجه هذه الدراسة النظر إلى أهمية تلك الأسواق الكبيرة في ضبط السعر في الأسواق لتشجيع الدولة على التوسع في إنشاء تلك الأسواق الاقتصادية في أماكن مختلفة من الدولة.

٣- الإفادة من نتائج البحث الحالي لمعدي برامج الأسرة بشأن تقديم النصائح والتوصيات التي تساعد ربة الأسرة على اتخاذ القرارات المتعلقة بالشراء الرشيد. لتحقيق أهداف الدراسة فإن الباحثة اتبعت المنهج الوصفي التحليلي بهدف رصد الظاهرة من خلال إجراء المقابلات الشخصية مع ٤٠٠ ربة أسرة من ثلاث محافظات هي القاهرة، القليوبية، والشرقية لجمع البيانات ثم قياسها كمياً وتحديد الظروف والعلاقات التي يمكن أن تؤثر على الشراء الرشيد لربة الأسرة.

الإطار النظري للدراسة

الأسرة هي الوحدة المكونة للمجتمع، حيث يعتبر الزوج والزوجة نواة تلك الأسرة (Krampe et al., 2011)، ويقع على ربة الأسرة العبء الأكبر في التعرف على مواردها المتاحة وحسن إدارتها بما يكفل إشباع أكبر لرغبات الأسرة وتحقيق

أعلى لمستويات رفاهيتها (الجوهري، ١٩٩٠)، حيث تلجأ ربة الأسرة إلى عملية الشراء للسلع التي تحتاجها بالكميات المناسبة في الوقت المناسب بالسعر المناسب من مصدر موثوق فيه (أبو طالب، ١٩٩٩) لسد احتياجات الأسرة وإشباع رغباتها (السيد، ١٩٩٩)، وبالتالي لا بد من توافر الضمانات في تلك السلع فيما يتعلق بجودتها ومطابقتها للمواصفات المحلية، الذي يمثل رضا المستهلك عن عملية الشراء، بصفة عامة تمر عملية الشراء الرشيد بالخطوات التالية:

أولاً: يتولد لدى الأفراد الدافعية لشراء بعض السلع: ويقصد بالدافعية هنا "القوة الكامنة داخل الفرد التي تدفعه نحو هدف معين (Djili, 1998)، (أبو طالب وآخرون، ٢٠٠٣)، حيث تختلف دوافع الشراء تبعاً لنور وآخرين (١٩٩٢)، وعبيدات (١٩٩٥) إلى ما يلي: (١) "دوافع اقتصادية" والذي يعتبر عملية الشراء وسيلة للحصول على المنتجات والسلع بدافع الوفر المادي، (٢) "حب الاستطلاع" حيث يثير المستهلك كل ما هو جديد أو غير تقليدي ويسعى لشرائه لتملكه، (٣) "دوافع بغرض التقليد" والتي تعتبر أكثر شيوعاً بين الشباب، و(٤) "دوافع الفخر" وهي اقتناء الأشياء وشراؤها للمظاهر.

ثانياً: مرحلة ما قبل الشراء: وتكون ربة الأسرة هي المسؤول الرئيس عنها (الحداد، ٢٠٠٠؛ Hasalker et al., 2000) وهي تنقسم تبعاً للميناوي (١٩٩٨) ونطور (٢٠٠٩) إلى أربع خطوات هي: (١) "الشعور بالحاجة" تظهر من خلال رغبة المستهلك في إشباع حاجاته، (٢) "البحث عن المعلومات" حيث يعنى المستهلك خلال تلك المرحلة بجمع المعلومات التي تناسب حاجاته ورغباته، (٣) "تقييم البدائل" وخلال هذه المرحلة يتم الاختيار بين البدائل المتاحة تبعاً لخصائص المنتج، ذوق المستهلك، العلامة التجارية، أو المنتجين، آراء وتجارب المحيطين، إضافة إلى العوامل الاقتصادية التي تتمثل في سعر المنتج، وإمكانية التسيط للحصول على السلعة، (٤) "اختيار البديل الأفضل".

ثالثاً: مرحلة "اتخاذ قرار الشراء": حيث يكون بند شراء الغذاء المفيد في مقدمة تلك القرارات الرشيدة الذي يتوقف عليه صحة وسعادة الأسرة، ويليه بند الملابس الذي يختلف تبعاً للدخل، والمهنة، ومكان سكن الأسرة، وحجم الأسرة (Uppar, 2007) ثم يأتي تبعاً لبند السلع المعمرة الذي يجعل الأعمال المنزلية أكثر سهولة ويسراً بالنسبة لرربة الأسرة (Pérez, 2012) واتخاذ القرار خلال تلك المرحلة يأتي استجابة للقرارات الثلاثة التالية تبعاً لعبد الحميد (1999): (1) "ماذا نشترى؟"، ويتعلق هذا القرار بميول المستهلك نحو علامة تجارية معينة، وكذلك طرق الترويج لبيع السلع (العروض والتخفيضات) التي يمكن للمستهلك تأجيل قرارات الشراء للإفادة من تلك العروض، و"من أين نشترى؟" التي تتعلق بشهرة وسمعة المتجر، أسلوب عرض المنتج وجودة التخزين داخل المتجر، والخدمات والتسهيلات التي يقدمها المتجر مثل: نقل السلع الكبيرة وتقديم تسهيلات الشراء بالتقسيط، و"من الذي يقوم بعملية الشراء؟"، وبالتالي فإن مصطلح الشراء الرشيد يصبح ذا أهمية كبيرة لتفسير مدي وعي المستهلك بأهمية ونوعية وضمان المنتج وكذلك حدود الرفاهية التي يحققها هذا المنتج.

رابعاً: سلوك ما بعد الشراء: خلال هذه المرحلة تظهر التوجهات الإيجابية أو السلبية لدى ملاءمة السلعة أو المنتج الذي تم شراؤه في إشباع ذوق المستهلك (نطور، 2009).

الاستهلاك يعني تبديد أكبر للموارد المتاحة (الأمم المتحدة، 2001)، والإنفاق الاستهلاكي يعتبر بمثابة حافز اقتصادي للأفراد في حالة الدول التي تزيد فيها معدلات الإنتاج عن معدلات الاستهلاك، بينما تصبح زيادة الإنفاق الاستهلاكي بمثابة الأزمة في الدول الفقيرة اقتصادياً التي تعتمد على القروض والاستدانة (أبو غزالة، 2012)، وبالتالي يصبح ترشيد الاستهلاك هو الاختيار الأمثل للأفراد في مثل هذه الدول، ومصطلح الترشيح يشير تبعاً لـ (Gerth et al.,

2009) إلى التوظيف الأمثل للوسائل المتاحة في خدمة الأهداف، فمن المعلوم أن توازن الأسعار في السوق يتحدد من خلال تفاعل قوي العرض والطلب (المركز العربي للتخطيط، ٢٠٠٥) وبالتالي فإن التواجد الفعال للأسواق الاقتصادية الكبيرة (Supermarkets/Hypermarkets) يمكن أن تدفع بالأسعار نحو الانخفاض (Reardon, 2006)، من خلال زيادة المعروض السلعي أمام المستهلك وأحياناً تنتج بعض السلع، هذا إضافة إلى عناية هذه الأسواق بجودة وسلامة السلع المعروضة بها (Oosterveer et al., 2007).

الدراسات السابقة

أولاً: الدراسات التي تناولت الإغذية

أظهرت دراسة (Lake et al., 2006) التي أجريت على ١٩٨ رجل وامرأة متوسط أعمارهم ٣٢,٥ سنة (حوالي ٧٩٪ منهم إما متزوجون أو مترافقون) أن المسؤول الرئيس عن عملية الشراء هي ربة الأسرة، وتبعا لدراسة (Maubach et al., 2009) التي أجريت على ١٥ أسرة أن متطلبات الأسرة هي الدافع الرئيس في تحديد السلوك الشرائي للأسرة في الغذاء، وتوضح العديد من الدراسات أن هناك العديد من العوامل يمكن أن تؤثر على السلوك الشرائي لربة الأسرة:

- ١- المستوى الاجتماعي والاقتصادي للأسرة: أوضحت دراسة (Turrell et al., 2002) التي أجريت على ١٠٠٣ فرداً من أستراليا أن المستوى الاجتماعي والاقتصادي هو العامل الأكثر تأثيراً في تحديد السلوك الشرائي للغذاء.
- ٢- دخل الأسرة: أظهرت دراسة (Sanlier et al., 2010) التي أجريت على عينة مقدارها ٤٣٠ رجل وسيدة أن مستوى الإنفاق على الأغذية قد ارتبط معنوياً مع مستوى الدخل، وقد كان لمستوى التعليم أهمية كبرى في زيادة الوعي الشرائي للغذاء، وتبعا لدراسة (Epstein, 2012) فإن تغير الأسعار له تأثير كبير في تغيير العادات الشرائية للأغذية وإن اختلف اختيار البديل المناسب من أسرة لأخرى.

٣- المستوى التعليمي لربة الأسرة: أوضحت دراسة (Sanlier, 2010) التي أجريت على عينة قوامها ٤٣٠ مفردة أن ربة الأسرة هي أكثر إهتماماً بنوعية الأغذية المقدمة للأطفال من رب الأسرة، وعموماً يزداد الوعي الشرائي في مجال الغذاء بارتفاع المستوى التعليمي لهما، وقد أكدت دراسة (Talas et al., 2010) التي أجريت على ٢٥٠ ربة أسرة، أنه يوجد ارتباط كبير بين مستوى التعليم والوعي تجاه الأغذية السليمة داخل الفئة العمرية نفسها، أما بالنسبة لطريقة نقل وحفظ الأغذية المثلجة أو المجمدة فقد أوضحت دراسة (Jevšnik et al., 2008) التي أجريت على ١٠٣٠ مفردة أن نصف المشاركين لم يهتموا بنقل تلك الأغذية في حقيبة تبريد، كما أظهرت النتائج أن ٤٤٪ من المشاركين لا يعرفون درجة الحرارة السليمة لحفظ الأغذية.

٤- الأبناء: أظهرت دراسة (Turner et al., 2006) التي أجريت على ١٤٣ أسرة أن ٦٠٪ من تلك الأسر تستجيب بشدة لرغبات الأبناء أثناء عملية الشراء، وتبعاً لدراسة (Baldemir et al., 2010) فإن الأطفال في سن الثامنة هم الأكثر تأثيراً في السلوك الشرائي للأسرة، وقد أمكن تغيير النمط الاستهلاكي للأطفال باستخدام الألعاب التي توضح كيفية اختيار الأغذية السليمة كما في دراسة (Hansmann et al., 2005) والتي أجريت على ٢١٥ طالباً، وقد أظهرت فاعلية تأثيرات تلك الألعاب على النمط الاستهلاكي للأطفال بصورة تفوق تلك المتحصل عليها من محاضرات التوعية النظرية.

ثانياً: الدراسات التي تناولت الملابس

أوضحت دراسة (Nezakati et al., 2011) التي أجريت على ١٩٦ ربة أسرة عاملة، العناية الشديدة بمكان شراء الملابس، كما ارتبط سلوكها الشرائي بالمتغيرات الديموجرافية للأسرة، وتبعاً لدراسة (Williams, 2002)، فإنه يوجد اختلافات واضحة في نوعية الملابس المختارة بين الأسر تبعاً للمستوى الاجتماعي،

وتكون ربة الأسرة هي المسؤول الرئيس عن تلك الاختيارات، وقد أشارت دراسة (Dias, 2003) التي أجريت على ٤٥٣ مفردة من جيلين مختلفين على وجود اختلافات كبيرة في احتياجات وأذواق كل جيل، بينما تشابهت الاحتياجات والأذواق إلى حد كبير بين أفراد نفس الجيل، وأظهرت دراسة (Seo et al., 2008) أن التخفيضات والعروض تعتبر حافزا إيجابيا للشراء، وتبعا لدراسة Lindquist and Kaufman- Scarborough (2004) فمبول ربة الأسرة في استخدام الوقت في التسوق يتأرجح ما بين التسوق في محوري الأغذية والملابس.

ثالثاً: بند الدراسات التي تناولت الأدوات والأجهزة المنزلية

تعتبر ربة الأسرة هي المسؤول الرئيس عن إدارة أعمال المنزل، وقد يعاونها رب الأسرة في تلك المهام (Baxter, 2000); (Bianchi et al., 2000) وتختلف طبيعة تلك الأدوار من أسرة إلى أخرى (Lee et al., 2005); (Bartley et al., 2005); (Zuo et al., 2001)، فلا ترتبط تلك المشاركات بالمستوى الاقتصادي للأسرة (Kan, 2008)، وبالتالي تحرص ربة الأسرة على اقتناء الأجهزة المنزلية التي تعينها على إنجاز أعمالها المنزلية بالسرعة والكفاءة المطلوبة، فالثلاجة تسهم بفاعلية في تيسير الأعمال المنزلية (Meintjes, 2001)، كما يعتبر الحاسب الشخصي أحد الوسائل المهمة في تعليم الأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين ٧ و ١١ سنة (Kerawalla et al., 2002)، وفي النهاية يعتبر السعر هو العامل الأكثر أهمية في شراء السلع والمنتجات، يليه الإمكانيات المتوفرة في تلك الأجهزة، وأخيراً كونها صديقة للبيئة من عدمه (Anis et al., 2010).

ومما سبق خلصت الباحثة إلى أن مسؤولية الأعمال المنزلية تقع أساساً على عاتق ربة الأسرة، فهي الأكثر تأثيراً في اتخاذ قرارات الشراء الخاصة بالأسرة، كما أوضحت تلك الدراسات أن المتغيرات الديموجرافية لها أثر كبير على قرارات الشراء الرشيد في الأسرة من الأغذية، والملابس والأدوات والأجهزة

منزلية، وتري الباحثة أن عدم حصول الأسرة على السلع الأساسية بالكميات المناسبة وفي الوقت الذي تحتاجه يترتب عليه تغير في عادات الشراء لبعض السلع والمنتجات، فيزداد الطلب العشوائي على بعض السلع لمواجهة العجز في السلع الأساسية يصاحبه تغيرات سريعة في السوق، تتحدد خلالها أسعار أعلى للسلع والمنتجات المطلوبة، مما يكون له أثر كبير في زيادة إرهاق ميزانية الأسرة، خاصة وأن الأسعار في زيادة مستمرة في السوق المصري، وبالتالي لا بد من دراسة السلوك الشرائي لربة الأسرة لتوفير احتياجاتها من غذاء، ملابس، وأجهزة وأدوات من خلال الرد على الأسئلة التالية: ماذا، ومتي، ومن أين تشتري ربة الأسرة؟

منهج الدراسة

١- المصطلحات الإجرائية

الشراء: هو عملية مرتبطة باختيار الفرد لمنتج ما وشراء هذا المنتج لسد احتياجاته وإشباع رغباته (السيد، ١٩٩٩)، ويعرف الشراء إجرائياً بأنه "العملية التي تتم بين المستهلك والمنتج أو الوسيط والتي يحصل بمقتضاها الطرف الأول على السلعة أو الخدمة المطلوبة بالسعر المناسب، ويأخذ الطرف الثاني الثمن المناسب لهذه السلعة أو الخدمة نتيجة اتفاق وتراضي بين الطرفين، وأي تلاعب لتقديم سلع غير جيدة أو غير مطابقة للمواصفات يترتب عليه ضرر للمستهلك هو نوع من الغش".

الشراء الرشيد: هو التوظيف الأمثل للوسائل المتاحة في خدمة الأهداف (Gerth et al., 2009)، ويعرف الشراء الرشيد إجرائياً بأنه "العمليات الشرائية التي تقوم بها ربة الأسرة لتلبية احتياجات أسرته وفقاً للأولويات التي تضعها مع مراعاة فروق الأسعار وجودة المنتجات".

٢- منهج الدراسة

اتبعت الباحثة في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي بهدف رصد الظاهرة من خلال وضع المقاييس المناسبة، وإجراء المقابلات الشخصية لجمع

البيانات، ثم قياسها كمياً وتحديد الظروف والعلاقات التي يمكن أن تؤثر على تلك المتغيرات.

٣- مجتمع وعينة الدراسة

الشاملة: تمت هذه الدراسة في ثلاث محافظات هي القاهرة، محافظة القليوبية (متمثلة في مدينة العبور، وبها، والقرى المحيطة بها)، ومحافظة الشرقية (متمثلة في الزقازيق، والقرى المحيطة بها).

العينة: تم اختيار عينة عشوائية من ربات الأسر قوامها ٤٠٠ ربة أسرة من المحافظات سابقة الذكر.

الحدود الزمنية: تم تطبيق أدوات الدراسة على عينة الدراسة في الفترة من بداية أغسطس وحتى نهاية شهر ديسمبر ٢٠١٢

٤- أدوات الدراسة: أعدت الباحثة الأدوات التالية لجمع المعلومات عن عينة الدراسة والمتمثلة فيما يلي:

١. استمارة البيانات العامة للأسرة (إعداد الباحثة) ملحق رقم ١

٢. مقياس الشراء الرشيد (إعداد الباحثة) ملحق أرقام ٢-٤

وقد تم قياس المستوى الاجتماعي والاقتصادي للأسرة باستخدام معادلة الشخص (١٩٩٥)

$$\text{ص} = ٢,٢٥٩ + (١,٠١٦) \text{س}_١ + (٠,٨٨٦) \text{س}_٢ + (٠,٦٢٢) \text{س}_٣$$

حيث

ص = درجة المتوسط الاجتماعي والاقتصادي للأسرة.

س_١ = درجة متوسط دخل الفرد في الشهر.

س_٢ = درجة وظيفة رب الأسرة.

س_٣ = درجة مستوى تعلم رب الأسرة.

صدق وثبات المقياس

أولاً: صدق المقياس: تم التحقق من صدق الاتساق الداخلي من خلال تطبيق المقاييس على عينة الدراسة الكلية المكونة من ٤٠٠ مفردة عن طريق حساب معامل الارتباط بين الدرجة الكلية على كل بعد من أبعاد المقياس والدرجة الكلية على كل مقياس، وإيجاد معامل ألفا عن طريق حساب معامل ارتباط الأبعاد مع بعضها، وكذلك حساب معامل ارتباط الأبعاد مع الدرجة الكلية للمقياس، وكذلك المعامل عند حذف درجة البعد، وقد أوضحت النتائج وجود علاقات ارتباطية موجبة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١ بين جميع أبعاد المقياس (جدول ١) والتي تشير إلى صدق المقياس في قياس المتغيرات الخاصة به.

جدول (١). معاملات صدق الاتساق الداخلي لمقياس الشراء الرشيد لربة الأسرة بطريقة ألفا كرونباخ ن = ٤٠٠، معامل ألفا = ٠,٩١**

المعامل عند حذف درجة البعد	معامل الارتباط مع الدرجة الكلية	البعد
٠,٨٩**	٠,٨٥**	التغذية
٠,٩٠**	٠,٨٨**	الملابس
٠,٩١**	٠,٨٥**	الأجهزة والأدوات المنزلية

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

ثانياً: ثبات المقياس: تم حساب معامل ثبات المقياس بطريقة إعادة تطبيق المقياس Test-Re-Test بعد مرور خمسة عشر يوماً من التطبيق الأول على العينة الاستطلاعية، وكان قوامها ٥٠ ربة أسرة من أماكن مختلفة، حيث تم تحديد معاملات الثبات، وذلك باستخدام: معادلة جتمان Guttman للتجزئة النصفية ومعامل ارتباط سبيرمان وبراون، وتم حساب معامل ثبات كل محور من محاور المقياس، وحساب معامل ارتباط المحاور مع الدرجة الكلية لمقياس الشراء الرشيد وفقاً لطريقة التجزئة النصفية لجتمان، وكذلك تم حساب معامل الثبات عن طريق

معامل ارتباط سبيرمان وبراون، وكانت معاملات الثبات المحسوبة معنوية عند مستوى دلالة ٠,٠٠١ (جدول ٢) والتي تؤكد على ثبات المقياس وصلاحيته للتطبيق.

جدول (٢). معامل ثبات مقياس الشراء الرشيد وأبعاده وفق (التجزئة النصفية لجتمان - معامل ارتباط سبيرمان وبراون).

٣	البعد	عدد العبارات	معامل التجزئة النصفية لجتمان	معامل ارتباط سبيرمان - براون
١	التغذية	٢٦	***٠,٨٦	***٠,٨٤
٢	الملابس	٢٤	***٠,٩١	***٠,٨٩
٣	الأجهزة والأدوات المنزلية	٢٠	***٠,٨٧	***٠,٨٥
*	معامل ارتباط الأبعاد مع بعضها	٧٠	***٠,٩٢	***٠,٨٨
	ارتباط الأبعاد مع الدرجة الكلية	٧٠	***٠,٨٧	***٠,٩١

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

الإساليب الإحصائية المستخدمة

تمت المعالجة الإحصائية باستخدام برنامج SPSS (Statistical Package for Social Science program) للتحقق من فروض البحث حيث تم إجراء القياسات التالية:

١- حساب النسب، التكرارات والمتوسطات الحسابية والانحرافات

المعيارية لمتغيرات الدراسة.

٢- اختبارات "ت" T-test للمجموعات المستقلة لدراسة الفروق بين متوسط

درجات المستوى الاجتماعي والاقتصادي للأسرة، عمالية الأسرة، مكان سكن الأسرة ومستوى تعليم ربة الأسرة على مقياس الشراء الرشيد لـ "التغذية"، "الملابس" و"الأجهزة والأدوات المنزلية".

٣- حساب معاملات الارتباط البسيط Correlation coefficients بين

الاستجابات على مقياس الشراء الرشيد في محاور "التغذية"، "الملابس" و"الأجهزة والأدوات المنزلية" مع المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية للأسرة.

النتائج والمناقشات

أولاً: وصف عينة البحث

- مكان سكن الأسرة: شملت الدراسة ٢٩,٢٥٪ من الأسر من سكان القاهرة، ٤٥,٧٥٪ من سكان المدن، و ٢٥٪ من الأسر من سكان القرى.
- ١- عدد أفراد الأسرة: شملت الدراسة نسبة ٢٧٪ من الأسر عدد أفرادها أكبر من ٦ (أسر كبيرة)، ٦٠٪ من الأسر عدد أفرادها من ٤-٦ أفراد (أسر متوسطة) و ١٣٪ من الأسر عدد أفرادها أقل من ٤ أفراد (أسر صغيرة).
- ٢- دخل الأسرة: شملت الدراسة ٣٢,٥٪ من ربات الأسر متوسط الدخل الشهري لهن أكثر من ٢٢٠٠ جنيها (دخل مرتفع) و ٥٣,٥٪ متوسط الدخل الشهري للأسرة من ١٢٠٠-٢٢٠٠ جنيها (دخل متوسط) و ١٤٪ متوسط الدخل الشهري للأسرة أقل من ١٢٠٠ جنيها (دخل منخفض).
- ٣- المستوى الاجتماعي والاقتصادي للأسرة: شملت الدراسة ٢٤٪ ربات أسر من المستويات الاقتصادية والاجتماعية المرتفعة، ٦١٪ من المستويات المتوسطة و ١٥٪ من المستويات المنخفضة.
- ٤- مهنة ربة الأسرة: شملت الدراسة ٤٣٪ ربات أسر من المهنيات، ٥٢٪ من الإداريات، و ٥٪ من الحرفيات
- ٥- مستوى تعليم ربة الأسرة: شملت الدراسة ٥٨٪ ربات أسر حاصلات على مؤهل جامعي، ٣٤,٥٪ حاصلات على مؤهل متوسط و ٧,٥٪ من الأميات.
- ٦- مستوى تعليم رب الأسرة: شملت الدراسة ٦١٪ من أرباب الأسر حاصلين على مؤهل جامعي، ٣٥٪ حاصلين على مؤهل متوسط و ٤٪ أميين.

ثانياً: النتائج ومناقشة فروض الدراسة

الفرض الأول: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في السلوك الشرائي بمحاوره المختلفة تبعا للمستوى الاجتماعي والاقتصادي للأسرة".

جدول (٣). تأثير المستوى الاجتماعي والاقتصادي للأسرة على الشراء الرشيد في محاور التغذية، الملابس، الأجهزة والأدوات المنزلية ومجمل الشراء الرشيد.

مجمل الشراء الرشيد		الأجهزة والأدوات المنزلية		الملابس		التغذية		المستوى الاجتماعي والاقتصادي
الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	
٢٢,٥٠	١١٥١,٧٣	٩,٧٩	١٣٨,١٨	١٠,٣١	١٥٢,١٠	٧,٧٢	١٥٨,٢٠	منخفض
١٥,٣٤	١٦٣,٨٢	٥,٦٧	٤٦,٣٩	٨,١١	٥٥,٥٧	٧,٩١	٦٣,٢١	متوسط
١٠,٥٦	١٧٤,٣٩	٣,٧٠	٥٠,٣١	٤,٧٨	٦٠,٦٠	٨,٢٣	٦٤,٥٦	مرتفع
P<0.001		P<0.001		P<0.001		P<0.001		مستوى المعنوية

أظهرت النتائج أن السلوك الشرائي لربة الأسرة في محاور التغذية، الملابس، والأجهزة والأدوات المنزلية إضافة إلى مجمل الشراء الرشيد قد تأثر معنويا بالمستوى الاجتماعي والاقتصادي للأسرة (جدول ٣)، حيث كانت ربات الأسر ذات المستوى الاجتماعي والاقتصادي المرتفع تتبع أسلوب الشراء الرشيد عن ربات الأسر من المستويات الاجتماعية والاقتصادية الأقل وذلك على محاور الدراسة المختلفة، بينما لم تظهر أي فروق معنوية في السلوك الشرائي بين ربات الأسر من المستوى المرتفع والمستوى المتوسط في محور "الغذاء"، ويتضح من تلك النتيجة أن الأسر ذات المستوى الاجتماعي والاقتصادي المنخفض تكون أقل دراية بمتغيرات السوق، ومما سبق يتحقق صحة الفرض الأول.

الفرض الثاني: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في السلوك الشرائي بمحاوره المختلفة بين ربات الأسر العاملات وغير العاملات".

جدول (٤). تأثير عمل ربة الأسرة على الشراء الرشيد في محاور التغذية، الملابس والأجهزة والأدوات المنزلية.

مجمل الشراء الرشيد		الأجهزة والأدوات المنزلية		الملابس		التغذية		عمل ربة الأسرة
الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	
٢٠.٤٢	١٥٦.١١	٨٨١	٤٢.٥٦	٩.٩٥	٥٢.٦١	٨.٣٩	٦٠.٩٤	غير العاملة
١١.٥٩	١٧١.٧٢	٥.٥٢	٤٨.٣٥	٤.٨٣	٥٩.٦٠	٧.٩٨	٦٢.٧٧	عاملة
P<0.001		P<0.001		P<0.001		P=0.001		مستوى المعنوية

أظهرت النتائج ارتفاع معنوي في مستويات الوعي الشرائي لربات الأسر العاملات في محاور الشراء الرشيد إضافة إلى "مجمل المحاور" عن المستويات المتحصل عليها لغير العاملات (جدول ٤)، فخرج ربة الأسرة إلى العمل أكسبها الكثير من الخبرات من خلال الاحتكاك مع الزملاء، إضافة إلى معرفتها بأسواق مختلفة في أماكن عملها ومكان السكن، نتج عن ذلك معرفة أفضل بالمتغيرات الاقتصادية المحيطة، وبالتالي توقع أفضل للأسعار، وتبعاً لدراسة Lee (2002) *et al.* فإن قوة الشخصية والتأثير لربة الأسرة العاملة في قرارات الشراء داخل المنزل ناتجة عن إسهاماتها المالية في ميزانية الأسرة مقارنة بربة الأسرة غير العاملة، والنتائج المتحصل عليها من تلك الدراسة لا تتعارض مع تلك المتحصل عليها في دراسة حقي (١٩٩٢) التي أجريت على عينة قوامها ٢١٨ من ربات الأسر، وأظهرت تفوقاً في مستويات الإنفاق لربات الأسر العاملات على بند الغذاء مقارنة بربات الأسر غير العاملات، أما دراسة حلمي (١٩٩٥) التي أجريت على عينة قوامها ٤٠٠ من ربات الأسر، فقد أكدت أن ربات الأسر العاملات تكون أحرص من غير العاملات على امتلاك الأجهزة والأدوات المنزلية، فالدراسة التالية تلقي الضوء على وعي ربة الأسرة بالشراء الرشيد، ولا تسلط الضوء على مستويات الإنفاق في الأسرة، وبذلك يتحقق صحة الفرض الثاني.

الفرض الثالث: "وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الشراء الرشيد ومحاوره المختلفة مرتبط بمستوى تعليم ربة الأسرة".

جدول (٥). تأثير المستوى التعليمي لربة الأسرة على الشراء الرشيد في محاور التغذية، الملابس والأجهزة والأدوات المنزلية.

مجم الشراء الرشيد		الأجهزة والأدوات المنزلية		الملابس		التغذية		مستوى تعليم ربة الأسرة
الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	
٢٢,١٠	١٥٠,٦٧	٨,٢٥	١٣٥,٧٣	١٢,٣٥	١٤٨,٢٧	٦,٦١	٥٩,٦٠	أمي
١٨,٥٩	٣١٥٩,٤٢	٨,٨٨	٣٤٤,٠٩	٩,٠٦	٣٥٥,٠٦	٨,٠٧	٣٦١,١٠	متوسط
١٧,٠٣	٤١٦٧,١٤	٥,٨٩	٤٤٧,٥٣	٦,٨٨	٤٥٧,٤٧	٨,٤٧	٤٦٣,٤٦	جامعي
P<0.001		P<0.001		P<0.001		P=0.005		المعنوية

تشير النتائج الموضحة بجدول (٥) أن الشراء الرشيد بمحاوره المختلفة (الأغذية، الملابس والأجهزة، والأدوات المنزلية) قد تأثر معنويا بالمستوى التعليمي لربة الأسرة، حيث اتبعت ربات الأسر الحاصلات على مؤهل جامعي أسلوب الشراء الرشيد بصورة أكبر من ربات الأسر الحاصلات على مؤهل متوسط أما ربات الأسر الأميات فقد اتبعن أسلوب الشراء الرشيد بصورة أقل، ومثل هذه النتائج توضح أن مستوى التعليم يؤثر بشدة على حسن إدارة ربة الأسرة للمورد المالي لتحقيق الشراء الرشيد الذي يلبي احتياجات وتطلعات الأسرة، حيث أوضح (2004) Jacobsen أن تعليم ربة الأسرة يجعلها أكثر فاعلية في إدارة شؤون حياتها، وتتفق هذه النتيجة مع الدويك (٢٠٠٢) والتي وجدت من خلال دراستها التي أجريت على ٢٠٠ ربة أسرة أن مستوى التعليم له تأثير كبير في إدارة ربة الأسرة للمورد المالي، وتوصلت ذكي (٢٠٠١) على عينة قوامها ٢٥٠ ربة أسرة إلى أن مستوى تعليم ربة الأسرة يؤثر في أنماط استهلاكها، ووجدت عامر (٢٠٠٤) في عينة قوامها ٢٢٥ ربة أسرة، حرص ربات الأسر ذات المستوى التعليمي الأعلى على اقتناء

الأجهزة المنزلية، كما وجدت عبد المنعم (١٩٩٦) على عينة قوامها ١٥٠ ربة أسرة أن مستوى تعليم ربة الأسرة يؤثر في اختيار وشراء الملابس، بينما وجدت العوادلي (١٩٩٥) على عينة قوامها ٤١٥ ربة أسرة عدم وجود علاقة بين السلوك الشرائي لربة الأسرة ومستواها التعليمي، ويبدو أن تلك الدراسة تمت في ظل وجود معروض وبدائل محددة أمام ربة الأسرة، ترتب عليه إدارة محدودة من ربة الأسرة لمواردها المالية، ولكن مع التغيرات الاقتصادية السريعة في العشر سنوات الأخيرة، وخاصة مع التوسع في الأسواق الاقتصادية الكبيرة hypermarkets التي أسهمت في زيادة المعروض السلعي أمام ربة الأسرة، وبالتالي أصبح للمعرفة وحسن إدارة المورد المالي أهمية كبيرة، ترتب عليه ترشيد أعلى في شراء احتياجات وتطلعات الأسرة، وبذلك تتحقق صحة الفرض الثالث.

الفرض الرابع: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الوعي الشرائي لربة الأسرة تبعاً لمكان سكن الأسرة (ريف - حضر - عاصمة).

جدول (٦). تأثير مكان سكن الأسرة على الشراء الرشيد في محاور التغذية، والملابس والأجهزة والأدوات المنزلية.

مكان سكن الأسرة	التغذية		الملابس		الأجهزة والأدوات المنزلية		مجمّل الشراء الرشيد	
	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري
ريف	٥٩,٠٣	٨,٧٤	٥٤,٦٧	٩,٠٧	٤٤,٨٦	٨,٩١	١٦٠,٦٦	١٧,٦٢
حضر	٦٢,٢٠	٧,٨٤	٥٦,١٤	٨,٨٩	٤٥,٦٩	٧,٢٠	١٦٣,٣٣	١٨,٨٣
عاصمة	٦٦,٥٤	٦,٦٧	٥٧,٧٣	٦,٩٥	٤٥,٧٣	٧,٨٨	١٦٨,٧٦	١٧,٣٧
المعنوية	P<0.001		P=0.031		P=0.621		P=0.004	

أوضحت النتائج بجدول (٦) على وجود فروق معنوية في الشراء الرشيد لربة الأسرة على محاور "الأغذية"، "الملابس" و"مجمّل الشراء الرشيد" تبعاً لمكان سكن الأسرة، بينما لم يكن هناك تأثير معنوي لمكان سكن الأسرة على

الشراء الرشيد لـ "الأجهزة والأدوات المنزلية"، حيث تفوقت ربات الأسر من العاصمة على ربات الأسر من المدن في الشراء الرشيد للأغذية، والملابس ومجمل الشراء الرشيد، وكلاهما أظهر تفوقا في الشراء الرشيد على ربات الأسر من الريف، وهذه النتيجة تؤكد انخفاض الوعي لدى ربات الأسر في الأماكن بعيدا عن العاصمة وبصفة خاصة في القرى، وهذه النتيجة لا تتفق مع دراسة النشار (٢٠٠٩) التي أجريت على عينة قوامها ٢٠٠ من ربات الأسر؛ حيث وجدت أنه لا يوجد تأثير معنوي لمكان سكن الأسرة على الوعي الشرائي لربة الأسرة، وقد يرجع ذلك إلى طبيعة العينة المختارة، ومن الجدير بالذكر أن عامل الجذب الرئيس لربات الأسرة في الريف يختلف عنه في الحضر، وتبعا لدراسة (Dhillon *et al.*, 1995) فقد وجد أن طريقة عرض المنتج هو عامل الجذب الرئيس لربات الأسر من الريف، ثم يأتي في المرتبة التالية السعر، ثم الجودة، ثم مكان الشراء، بينما كان عامل الجذب الرئيس لربات الأسر من الحضر مختلفا، حيث كانت الجودة، ثم المظهر، ثم مكان الشراء، ثم تاريخ الإنتاج، ومما سبق يتحقق جزئيا صحة الفرض الرابع.

الفرض الخامس: "توجد علاقة ارتباطية بين الشراء الرشيد لربة الأسرة بمحاوره المختلفة مع المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية للأسرة".

جدول (٧). معامل الارتباط بين محاور الشراء الرشيد والمتغيرات الاجتماعية والاقتصادية للأسرة.

مجموع الشراء الرشيد	الأجهزة والأدوات المنزلية	الملابس	الأغذية	
*٠,٢٩٧	*٠,١٦٧	*٠,١٨٧	٠,٠٥٤	مهنة رب الأسرة
٠,١٣١	*٠,١٦٨	٠,١٢٦	٠,٠٠٣-	مهنة ربة الأسرة
*٠,٢٧٤	*٠,٢٣٧	*٠,٢٨٩	*٠,١٦٠	دخل الأسرة
٠,٠٣٦	*٠,١٩١-	*٠,١٦١-	٠,٠٦١-	حجم الأسرة

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

أوضحت النتائج بالجدول (٧) أن الشراء الرشيد قد ارتبط معنوياً مع الدخل لصالح ربوات الأسر من أصحاب الدخل الأعلى، وهذه النتيجة تتضارب مع المفهوم السائد بأن الترشيد مرتبط بالحاجة، وتؤكد على أهمية نشر ثقافة الترشيد بين ربوات الأسر من الطبقات الاقتصادية المختلفة، فقد أشارت الدراسة التي أجرتها حقي (١٩٩٢) على ٢٢٠ ربة أسرة إلى وجود ارتباط معنوي موجب بين الدخل والإنفاق على الغذاء، كما أكدت دراسات أخرى على وجود ارتباط بين ميل ربة الأسرة في قرارها الشرائي تجاه أحد المنتجات ودخل الأسرة (Lamb et al., 2002; Stokes, 2002)، ومما سبق يتضح أن زيادة متطلبات الأسرة المصاحبة لارتفاع الدخل قد أحدث ضغطاً على ربة الأسرة لتوفير احتياجاتها المختلفة من خلال البحث عن فرص وبدائل أفضل، الأمر الذي انعكس بدوره على ارتفاع الوعي الشرائي لدى ربوات الأسر ذات الدخل المرتفع مقارنة بربوات الأسر ذات الدخل المنخفض.

كما يتضح من النتائج أن ترشيد الشراء في محوري "الملابس" و"الأجهزة والأدوات المنزلية" قد ارتبط معنوياً مع مهنة رب الأسرة، بينما كان الشراء الرشيد في محور "الأجهزة والأدوات المنزلية" - فقط - هو الذي ارتبط معنوياً مع مهنة ربة الأسرة، ومثل هذه النتيجة يمكن ربطها مع النتائج المتحصل عليها من دراسة عبد المنعم (١٩٩٦) والتي أجريت على عينة مقدارها ١٠٠ ربة أسرة لتؤكد على عدم وجود معنوية للعلاقة بين إدارة المورد المالي الخاص بشراء الملابس والدخل المالي للأسرة، كما أظهرت دراسة (Lee et al., 2002) أن مهنة ربة الأسرة لها تأثير كبير على نفوذها داخل المنزل، وبالتالي نستخلص أن ربة الأسرة تكون حريصة على مظهرها بصفة عامة، ترتب على ذلك ارتفاع الوعي الشرائي لها في محور "الملابس"، ويبدو أن رب الأسرة أقل إهتماماً بمظهره، وتلعب ربة الأسرة الدور الرئيس في شراء ملابسه بما يتناسب مع طبيعة المهنة التي يشغلها، وتشير النتائج أيضاً إلى أن كل أسرة تحرص على شراء الأجهزة والأدوات المنزلية، ولكن وعيها الشرائي بالأجهزة والأدوات يتأثر معنوياً بدخل الأسرة، وتتفق هذه النتيجة مع

دراسة أبي طالب (١٩٩٤) والتي أجريت على ٢٠٠ ربة أسرة، وأشارت إلى أن ارتفاع الدخل المالي أدى إلى زيادة إقبال الأسرة على اقتناء الأجهزة والأدوات المنزلية، ومما سبق يتحقق جزئياً صحة الفرض الخامس.

ملخص لأهم النتائج

ارتفاع الوعي الشرائي عند ربة الأسرة (الشراء الرشيد) بارتفاع المستوى الاجتماعي والاقتصادي للأسرة، حيث تفوقت ربة الأسرة العاملة على غير العاملة في محاور الشراء الرشيد، وقد كان للمستوى التعليمي لربة الأسرة تأثير كبير على ارتفاع وعيها نحو الشراء الرشيد، كما أشارت النتائج إلى معنوية تأثير مكان سكن ربة الأسرة (عاصمة، مدن، قرى) على وعي ربة الأسرة بالشراء الرشيد حيث سجلت ربات الأسر في العاصمة وعياً أكبر بالشراء الرشيد من ربات الأسر في المدن، بينما كانت ربات الأسر في القرى أقل وعياً بالشراء الرشيد، وارتبط الشراء الرشيد بمحاورة المختلفة مع دخل الأسرة، بينما ارتبط الشراء الرشيد - فقط - في محوري "الملابس" و"الأجهزة والأدوات المنزلية" مع مهنة رب الأسرة، في حين أن مهنة ربة الأسرة قد أثرت معنوياً فقط على محور الأجهزة والأدوات في الشراء الرشيد.

من استعراض نتائج الدراسة يمكن استخلاص التوصيات التالية:

• توصيات خاصة بالأسرة

- ١- توزيع الأعباء والمهام الشرائية على جميع أفراد الأسرة، مما يقلل من الضغوط الملقاة على عاتق ربة الأسرة.
 - ٢- اصطحاب الأبناء أثناء الشراء لتدريبهم على الشراء الرشيد.
 - ٣- إسناد بعض المهام الشرائية للأطفال في سن مبكر، مما يكون له دور كبير في زيادة الثقة عند الأطفال والاعتماد على النفس.
- توصية خاصة بوزارة التربية والتعليم: لا بد أن تتضمن المناهج الدراسية موضوعات عن حقوق المستهلك، وكيفية تلافي الغش التجاري.

توصية خاصة بوزارة الاستثمار: تشجيع إنشاء الأسواق الاقتصادية الكبيرة hypermarkets في المحافظات المختلفة، والتي تقدم السلع بأسعار مناسبة للمستهلك مما يساعد في ضبط الأسواق.

• توصية خاصة بوزارة التضامن: ضرورة التوسع في إنشاء المجمعات الاستهلاكية الخاضعة لوزارة التضامن الاجتماعي، لكي تسهم في تقديم السلع ذات الجودة العالية بأسعار مناسبة ويساعد ذلك على ضبط الأسعار في الأسواق.

• توصيتان خاصتان بأجهزة الإعلام

١- توجيه برامج للأسرة نحو الشرء الرشيد، وحقوق المستهلك.

٢- ضرورة تنمية الوعي الشرائي من خلال تبصير المشاهد بطرق الغش المختلفة، وكيفية تلافيه.

المراجع

المراجع العربية

- أبو طالب، مها سليمان محمد (١٩٩٤) دراسة مقارنة لدوافع الشراء واتخاذ القرارات الخاصة بالأجهزة المنزلية لربات الأسر الحضرية والريفية، نشرة العلوم وبحوث التنمية، م (٤٦)، ع (١).
- أبو طالب، مها سليمان محمد، وعبد المنعم، هيام (٢٠٠٣) أنماط إنفاق الوقت على الأنشطة الإنتاجية ومتوسط الدخل النقدي والعائد العيني من ممارسة زوجات الخريجين والمنتفعين لتلك الأنشطة بمنطقة بنجر السكر، مجلد الإسكندرية للبحوث الراحية، م (٤٨)، ع (٢).
- أبوغزالة، فيرونك (٢٠١٢) ترشيد الاستهلاك وتعزيز ثقافة الإنتاج والادخار لدى اللبنانيين. المعهد العالي للدكتوراه في الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، الجامعة اللبنانية.
- الأمم المتحدة (٢٠٠١) تغيير أنماط الاستهلاك. تقرير الأمم المتحدة الصادر عن المجلس الاقتصادي والاجتماعي بتاريخ ٢ مارس ورقمه E/CN.17/2001/PC/8.
- الجوهري، محمد عبد الحميد (١٩٩٠) علم الاجتماع الأسري، عالم الكتب، القاهرة.
- الحداد، أسامة سعد علي (٢٠٠٠) السلوك الاستهلاكي الغذائي وبعض العوامل المرتبطة بعينة المستهلكين في منطقة شعبية وأخرى راقية بمدينة الإسكندرية - رسالة ماجستير - كلية الزراعة - جامعة الإسكندرية.
- السيد، إسماعيل (١٩٩٩) التسوق، الدار الجامعية، الإسكندرية.
- حقي، زينب محمد (١٩٩٣) توعية ربة الأسرة بأسس ومفاهيم السلوك الإداري من أجل النهوض بمستوى كفاءة الأسر الإنتاجية، مجلة الاقتصاد المنزلي، الجمعية المصرية للاقتصاد المنزلي - القاهرة، ع (٧).

- حقي، زينب محمد (١٩٩٢) العلاقة بين الوعي بالترشيد الاستهلاكي الغذائي والإنفاقي على الطعام لدى ربة الأسرة المصرية، مجلة بحوث الاقتصاد المنزلي، كلية الاقتصاد المنزلي - جامعة المنوفية، م (٣)، ع (٢).
- حلمي، فاطمة نبوية إبراهيم (١٩٩٥) دراسة بعض الأجهزة المنزلية المعمرة وعوامل إقبال الأسر المصرية على اقتنائها - رسالة دكتوراه - كلية الاقتصاد المنزلي - جامعة حلوان.
- الدويك، عبير محمود (٢٠٠٢) دور البرامج الإعلامية في تنمية الوعي الاستهلاكي للمرأة الريفية - المؤتمر السنوي السابع للاقتصاد المنزلي (١٥-١٦ ديسمبر) - جامعة المنوفية، جمهورية مصر العربية.
- ذكي، انتصار عبد العزيز (٢٠٠١) الأنماط الاستهلاكية لبعض الأسر الريفية والحضرية في محافظة الشرقية - رسالة ماجستير - كلية الاقتصاد المنزلي - جامعة المنوفية.
- الشخص، عبد العزيز (١٩٩٥) مقياس المستوى الاجتماعي والاقتصادي للأسرة، ط٢، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.
- عامر، نادية عبد المنعم (٢٠٠٤) فاعلية برنامج إرشادي لتنمية وعي ربات الأسر بقيمة الموارد وعلاقته بالأجهزة المنزلية - رسالة ماجستير - كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة الإسكندرية.
- عبد الحميد، طلعت أسعد (١٩٩٩) التسوق الفعال، الأساسيات والتطبيق. مكتبة الشقري.
- عبد المنعم، يسرية أحمد (١٩٩٦) الأنماط الاستهلاكية الشرائية والإدارية للملابس لدى المرأة العاملة بمدينة دمنهور. المؤتمر الثاني للاقتصاد المنزلي (١٧ - ١٨ مارس)، كلية الزراعة، جامعة الإسكندرية.
- عبيدات، محمد إبراهيم (١٩٩٥) مبادئ التسويق مدخل سلوكي، الطبعة الثالثة، دار المستقبل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

العوادلي، سلوي محمد يحيي (١٩٩٥) تأثير الإعلان التلفزيوني على السلوك الشرائي للمرأة المصرية - رسالة دكتوراه - كلية الإعلام - جامعة القاهرة.

كوجك، كوثر حسين (١٩٩٧) الإدارة المنزلية، الطبعة التاسعة، عالم الكتاب. لطيفة، ربوح (٢٠٠١) عوامل الضغط النفسي عند المرأة العاملة - رسالة ماجستير، كلية العلوم الاجتماعية - جامعة الجزائر.

المركز العربي للتخطيط (٢٠٠٥) الطلب والعرض. تحليل الآثار الاقتصادية للمشكلات البيئية ب٢١، الكويت <http://www.arab-api.org/ar/>.

المزيني، أسامة عطية (٢٠١١) دراسة مقارنة للتوافق النفسي الاجتماعي لدى أبناء العاملات وغير العاملات في المؤسسات الخاصة في مدينة غزة - رسالة ماجستير - كلية التربية - الجامعة الإسلامية - غزة.

الميناوي، عائشة مصطفى (١٩٩٨) سلوك المستهلك، الطبعة الثانية، مكتبة عين شمس، مصر.

النشار، نجلاء يسري (٢٠٠٩) وعي ربة الأسرة بقيمة بعض مواردها وعلاقته بسلوكها الشرائي - رسالة ماجستير - كلية الاقتصاد المنزلي - جامعة المنوفية.

نطور، بلال (٢٠٠٩) دوافع الشراء لدى المستهلك الجزائري في تحديد سياسة الاتصال التسويقي - دراسة حالة. جامعة باتنة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، الجزائر.

نور، سهير محمد فؤاد، وبركات، منى، ونوار، إيزيس عاذر (١٩٩٢) الاقتصاد الاستهلاكي الأسري، قسم الاقتصاد المنزلي، كلية الزراعة جامعة الإسكندرية.

المراجع الأجنبية

References

- Anis, W. and Kalair, A. (2010) **Factors Affecting Consumers for Purchasing Electricity in Sweden**. M.SC Thesis. Mälardalen University, School of Sustainable Development of Society and Technology, Sweden
- Baldemir, E., Firat, A. and Karabulut, A.N. and Kaya, F. (2010) **The effects of the children under 8 Years old on their families**. 2nd International Symposium on Sustainable Development, June 8-9 2010, Sarajevo.
- Bartley, S.J., Blanton, P.W. and Gilliard, J.L. (2005) **Husbands and wives in dual-earner marriages: decision-making, gender role attitudes, division of household labor, and equity**, Marriage & Family Review, Vol. 37, 69-94.
- Baxter, J. (2000) **The joys and justice of housework**, Sociology, Vol. 34, 609-631.
- Belch, M.A. and Willis, L.A. (2002) **Family decision at the turn of the century: has the changing structure of households impacted the family decision-making process?**, Journal of Consumer Behavior, Vol. 2, 111-124.
- Bianchi, S.M.; Milkie, M.A., Sayer, L.C. and Robinson, J.P. (2000) **Is anyone doing the housework? Trends in the gender division of household labor**. Social Forces, Vol. 79, No. 1, 191-228
- Bird, C.E. (1999) **Gender household labor, and psychological distress: the impact of the amount and division of housework**, Journal of Health and Social Behavior, Vol. 40, 32-45.
- Dhillon, M.K., Miglani, S.S. and Singh, M.K.B. (1995) **Preference of place and factors associated with purchase of food items and durable goods by rural and urban consumers**, Journal of Research Punjab Agriculture University, Vol. 32, No. 1, 112-120.
- Dias, L.P. (2003) **Generational buying motivations for fashion**. Journal of Fashion Marketing and Management. Vol. 7, No.1, 78 – 86.
- Djili, M. S. (1998) **Marketing** édition Berti, Ed. Alger.
- Epstein, L.H, Jankowiak, N., Nederkoorn, C., Raynor, H.A., French, S.A. and Finkelstein, E., (2012) **Experimental research on the relation between food price changes and food-purchasing patterns: a targeted review**. The American Journal of Clinical Nutrition, Vol. 95, 789-809.
- Gerth H.H. and Wright, M.C. (2009) **From Max Weber: Essays in Sociology**. Routledge, Taylor & Francis Group, New York.
- Hansmann, R., Scholz, R.W., Francke, C.J.A.C. and Weymann, M. (2005) **Enhancing environmental awareness: Ecological and economic effects of food consumption**. Simulation & Gaming, Vol. 36, 364-382.
- Hasalkar, S., Ashalata, K.V. and Shivalli, R. (2000) **Purchasing habits of employed and unemployed married woman in Dharwan City**. Karnataka Journal of Agriculture Sciences, Vol. 13, Nol. 2, 506-509

- Jacobsen, L.B. (2004) **Educated housewives: living conditions among Palestinian refugee women**. Interface Media, Fafo-report 425, Norway
- Jevšnik, M., Hlebec, V. and Raspor, P. (2008) **Consumers' awareness of food safety from shopping to eating**, Food Control, Vol.19, 737-745.
- Kan, M.Y. (2008) **Does gender trump money? Housework hours of husbands and wives in Britain**. Work, Employment & Society, Vol. 22, 45-66.
- Kenesei, Z. and Todd, S. (2003) **The use of price in the purchase decision**. Journal of Empirical Generalisations in Marketing Science, Vol. 8, 1-21.
- Kerawalla, L. and Crook, C. (2002) **Children's Computer Use at Home and at School: Context and continuity**, British Educational Research Journal, Vol. 28, 751-771.
- Krampe, E.M. and Newton, R.R. (2011) **Reflecting on the Father: Childhood Family Structure and Women's Paternal Relationships**, Journal of Family Issues, Vol. 33, 773-780.
- Kulkarni, M.S. and Murali, D. (1996) **Study on purchasing practices of consumers of Parbhani town**, Indian Journal of Marketing, Vol. 26, 3-7.
- Lake, A.A., Hyland, R.M., Mathers, J.C., Rugg-Gunn, A.J., Wood, C.E. and Adamson, A.J. (2006) **Food shopping and preparation among the 30-somethings: whose job is it? (The ASH30 study)**. British Food Journal, Vol. 108, No. 6, 475 – 486.
- Lamb, C., Hair, J. and McDaniel, C. (2002) **Marketing**, Southwestern Publishing, Cincinnati, OH.
- Lee, K. C. and Beatty, S. E. (2002) **Family structure and influence in family decision making**, Journal of Consumer Marketing, Vol. 19, No. 1, 24 – 41.
- Lee, Y.S. and Waite, L.J. (2005) **Husbands' and wives' time spent on housework: A comparison of measures**, Journal of Marriage and Family, 67, 328-336.
- Lindquist, J.D. and Kaufman-Scarborough, C.F. (2004) **Polychronic tendency analysis: a new approach to understanding women's shopping behaviors**, Journal of Consumer Marketing, Vol. 21, No. 5, 332 – 342.
- Maubach, N., Hoek, J. and McCreanor, T. (2009) **An exploration of parents' food purchasing behaviours**, Appetite, 53, 297-302.
- Meintjes, H. (2001) **Washing machines make lazy women: domestic appliances and the negotiation of women's propriety in Soweto**. Journal of Material Culture, Vol. 6, 345-363.
- Moser, R. , Raffaelli, R. and Notaro, S. (2010) **The role of production methods in fruit purchasing behavior: hypothetical vs actual consumers' preferences and stated minimum requirements**. The 1st Joint EAAE/AAEA Seminar "The Economics of Food, Food Choice and Health". Freising, Germany, September 15 – 17.
- Nezakati, H., Khim, C.S. and Asgari, O. (2011) **The Determinants of decision-making in the purchased of working women's clothing in Malaysia**. International Conference on Sociality and Economics Development (IPEDR) Vol.10 , 188-193. Conference 4th to 5th June 2011. Kuala Lumpur, Malaysia

- Oosterveer, P., Guivant, J.S. and Spaargaren, G. (2007) **Shopping for green food in globalizing supermarkets: sustainability at the consumption junction**. In Pretty, J. Ball, A.S., Benton, T., Guivant, J., Lee, D.R., Orr, D, Pfeffer, M.J., Ward, H. The SAGE handbook of Environment and society. pp 411-428. 1st ed. SAGE. Publications Ltd, London.
- Pérez, I. (2012) **Comfort for the people and liberation for the housewife: Gender, consumption and refrigerators in Argentina (1930–60)** Journal of Consumer Culture, Vol. 12, 156-174.
- Reardon, T. (2006) **The rapid rise of supermarkets and the use of private standards in their food product procurement systems in developing countries**. In Ruben, R., Slingerland, M. and Nijhoff, H. Agro-food gains and networks for development, 79-105. Springer, Netherlands.
- Sanlier, N. and Karakus, S.S. (2010) **Evaluation of food purchasing behavior of consumers from supermarkets**, British Food Journal, Vol. 112, No. 2, 140 – 150.
- Seo, S. and Lee, Y. (2008) **Shopping values of clothing retailers perceived by consumers of different social classes**, Journal of Retailing and Consumer Services, Vol. 15, 491-499.
- Stokes, D. (2002) **Marketing**, Continuum, London.
- Talas, C., Uçar, A. and Özçelik, A.Ö. (2010) **Attitudes of women towards food safety**. British Food Journal, Vol. 112, No. 10, 1115 – 1123.
- Turner, J.J., Kelly, K. and McKenna, K. (2006) **Food for thought: parents' perspectives of child influence**. British Food Journal, Vol. 108, No. 3, 181 – 191.
- Turrell, G., Patterson, C., Oldenburg, B., Gould, T. and Roy, M. (2002) **The socio-economic patterning of survey participation and non-response error in a multilevel study of food purchasing behavior: area- and individual-level characteristics**. Public Health Nutrition, Vol. 6, No. 2, 181–189
- Uppar, Y. (2007) **A study on purchasing purchasing pattern, problems and awareness of welfare programmes among farm families of Gadag district**, B.Sc. Thesis, College of Rural Home Science, Dharwad University of Agricultural Sciences.
- Williams, T.G. (2002) **Social class influences on purchase evaluation criteria**, Journal of Consumer Marketing, Vol. 19, No. 3, 249 – 276.
- Zuo, J. and Bian, Y. (2001) **Gendered resources, division of housework, and perceived fairness—A case in urban China**, Journal of Marriage and Family, Vol. 63, 1122-1133.

الملاحق

الملاحق (١). استمارة البيانات العامة للأسرة

السيدة /

تحية طيبة وبعد

الرجاء من سيادتكم ملء بيانات الاستمارة بكل دقة وعناية لأهميتها في صدق نتائج البحث، مع العلم بأن هذه البيانات تحاط بسرية تامة ولا تستخدم إلا لأغراض البحث.

ولسيادتكم جزيل الشكر والتقدير

الباحثة

١- الاسم: (اختياري)

٢- محل الإقامة: (أ) حضر (ب) ريف جهة.....

٣- عدد الأبناء:

٤- مهنة رب الأسرة:

٥- مهنة ربة الأسرة:

٦- المستوى التعليمي لرب وربة الأسرة.

مستوى التعليم	أمي	يقرا ويكتب	ابتدائي	إعدادي	ثانوي	جامعي	دراسات عليا
رب الأسرة							
ربة الأسرة							

٧- إجمالي الدخل الشهري للأسرة:

الملحق (٢). مقياس الشراء الرشيد الخاص بالأغذية

الرقم	العبرة	نعم	أحيانا	لا
١	أحدد الكميات التي يحتاجها المنزل من السلع الغذائية (الخضر والفواكه والبقالة واللحوم) قبل الذهاب للشراء.			
٢	أضع ميزانية للشراء قبل الذهاب للسوق.			
٣	يعاونني أحد أفراد أسرتي عند الشراء.			
٤	أدرس السوق جيدا قبل الشراء وأبحث عن أفضل الأسعار.			
٥	أفرض الخضر والفواكه بغرض اختيار الجيد والطازج واستبعاد المعطوب.			
٦	أبحث عن تاريخ صلاحية المنتج عند الشراء من البقالة.			
٧	أستبعد اللعب المنبعجة التي تغير شكلها.			
٨	شكل المنتج يجعلني أقدم على شرائه كالعبوات بالألوان الجميلة والرسومات ذات الألوان المبهرة.			
٩	أسلوب البائع في عرض السلعة يجذبني لشرائها.			
١٠	أشتري الخضر والفواكه بكميات في مواسمها وأخزنها لاستخدامها فيما بعد.			
١١	أشتري اللحوم من مصدر موثوق به.			
١٢	أعني بجودة اللحوم عند الشراء، وأتأكد من كونها طازجة.			
١٣	عند شراء الدواجن أعني باختيارها وذبحها أمامي.			
١٤	يشترى أبنائي الوجبات السريعة الجاهزة.			
١٥	أشتري الألبان لفائدتها لأبنائي أثناء النمو.			
١٦	أتابع العروض وأختار المناسب منها.			
١٧	في حالة العروض القوية أحدد الكميات التي تستخدمها الأسرة خلال صلاحية المنتج وأشتريها.			
١٨	تدفعني الزيادة المستمرة في الأسعار إلى معرفة كل ما هو جديد عن طرق التخزين.			
١٩	أحرص على شراء مستلزماتي من الأسواق الكبيرة لوجود التنوع بها.			
٢٠	في حالة المنتجات الجديدة أشتري كمية محدودة من المنتج وأجربه.			
٢١	أشتري الكميات الكبيرة والعبوات الاقتصادية من المنتجات التي سبق تجربتها.			
٢٢	أحرص على شراء احتياجاتي من محلات الجملة.			
٢٣	أراجع الحسابات قبل مغادرة السوق أو المحال التجارية.			
٢٤	أحرص على الشراء من المحال التي تسمح بالاسترجاع والاستبدال.			
٢٥	الإعلان عن السلعة يدفعني لشرائها بغض النظر عن احتياجي لها.			
٢٦	أشعر بالرضا بعد شراء السلع الغذائية.			

الملحق (٣). مقياس الشراء الرشيد الخاص بالملابس

الرقم	العبارة	نعم	أحيانا	لا
١	أحدد احتياجات أفراد أسرتي كل موسم من الملابس قبل الشراء.			
٢	أعنى بالمووضة وأحرص على اقتناء الأحدث من الأزياء كل موسم.			
٣	أضع ميزانية لشراء الملابس قبل الشراء.			
٤	أشتري الملابس التي تتاسبني بصرف النظر عن سعرها.			
٥	أدرس السوق جيدا قبل الشراء.			
٦	أشتري ملابس من على الأرصفة بعد التأكد من خلوها من عيوب الصناعة.			
٧	أشتري الملابس من أماكن يسمح فيها بالاستبدال والاسترجاع.			
٨	أشتري خامات ذات جودة عالية، وأقوم بتفصيل الملابس الخاصة بأسرتي بنفسي.			
٩	أفرض بصفة دورية ملابس الأسرة وأقوم بحياكة وإصلاح التالف منها.			
١٠	أعامل مع الملابس وفقا لبيانات البطاقة الإرشادية المرفقة حتى أطيل من عمرها.			
١١	أشتري أحيانا قطعاً كثيراً من ملابس قد أحتاجها مستقبلاً في حالة وجود تخفيضات كبيرة عليها.			
١٢	أتأكد من خلو القطع المنزلية من عيوب الصناعة قبل الشراء.			
١٣	أقلد زميلاتي في الشراء دون اختيار المناسب لجسمي ولون بشرتي.			
١٤	أطلب فاتورة من البائع.			
١٥	أشعر بالرضا عن الملابس الجديدة التي أشتريتها للأسرة.			
١٦	كثيراً ما ينتابني حالة من القلق بعد الشراء من جودة وأسعار الملابس المشتراة.			
١٧	السلع المخفضة في المحلات تكون ذات جودة أقل.			
١٨	يؤثر شكل المحل وطريقة عرض الملابس بدرجة كبيرة في قرار شرائتي للملابس.			
١٩	أعامل مع مجموعة محددة من محلات الملابس التي توفر الجودة المناسبة بالأسعار المناسبة.			
٢٠	أشعر بالرضا عن ملابسي الجديدة من خلال رأي المحيطين بي.			
٢١	أصطحب زوجي أو زملاء لي عند شراء الملابس؛ لأنني أثق بدرجة كبيرة في ذوقهم.			
٢٢	الإطلاع على (الكتالوجات) وبرامج الأزياء تساعدني في اختيار ملابس الأسرة.			
٢٣	أتأثر بطريقة وأسلوب المحيطين بي في اللبس.			
٢٤	السعر والجودة وجهان للعملة نفسها.			

الملحق (٤). مقياس الشراء الرشيد الخاص بالأجهزة والأدوات المنزلية

الرقم	العبرة	نعم	أحيانا	لا
١	أحدد احتياجات الأسرة من الأجهزة والأدوات المنزلية قبل الشراء.			
٢	أعمل ميزانية للشراء قبل القيام بعملية الشراء.			
٣	أختار المناسب من حيث المواصفات، الحجم، اللون ومدى ملاءمته للمكان الذي سيوضع فيه.			
٤	أختار الأنواع (الماركات) الجيدة المشهورة بالكفاءة.			
٥	أشتري أثناء العروض والخصومات.			
٦	أشتري من أماكن ذات سمعة جيدة.			
٧	أعنى جيدا بقراءة (الكتالوج) الخاص بتعليمات التشغيل للجهاز الكهربائي حتى أطيل من عمره.			
٨	أعنى بشهادة وفترة الضمان.			
٩	قبل الشراء أسأل عن مدى توافر قطع غيار المنتج.			
١٠	أتفاوض كثيرا عن ارتفاع سعر المنتج في مقابل فترات تشغيل أكبر وكفاءة أعلى.			
١١	أتابع مع أبنائي التقدم التكنولوجي الحادث وأحاول اقتناء الأجهزة الحديثة.			
١٢	أعنى بصحة أبنائي وأشتري الشاشات التي تراعي سلامة أكبر لعيونهم.			
١٣	أشعر بحب الامتلاك للتكنولوجيا وأشتري الجديد من الأجهزة التي تحقق رفاهية أكبر.			
١٤	أشتري الأجهزة من المحلات القريبة من المنزل.			
١٥	أستعين بأصدقائي أصحاب الخبرة الأكبر في شراء بعض الأجهزة.			
١٦	أعنى بتوفير المكان المناسب والتهوية المناسبة للأجهزة المنزلية قبل شرائها.			
١٧	أشتري الأجهزة مثل قريباتي وزميلاتي في العمل بفرض التقليد.			
١٨	أشتري المنتجات التي أبهر بإعلانها أنا وأفراد أسرتي.			
١٩	أراجع فاتورة الحساب قبل مغادرة المكان.			
٢٠	أشعر بالرضا بعد شراء الأجهزة والأدوات الكهربائية.			