

USING INTERNET AND IT'S RELATIONSHIP TO THE PURCHASING DECISIONS AMONG A SAMPLE OF STUDENTS FROM MANSOURA UNIVERSITY

Nofal, R. M. A. ;* H. H. A. Hana **; E. I. M. Abdel Fattah *** and E. A. I. El- Swah ****

* Home Management & Institutions Dept. Faculty of Home Economics Minufiya University

** Home Economics Dept. Faculty of Specific Education Mansoura University

*** Educational Media Dept. Faculty of Specific Education Mansoura University

**** Home Economics Dept. Faculty of Specific Education Mansoura University

استخدام الإنترنت وعلاقته بالقرارات الشرائية لدي عينة من طلاب جامعة المنصورة *

ربيع محمود على نوفل* ، حنان حنا عزيز حنا**، إيمان عز الدين محمد عبدالفتاح*** و الهام عبدالرؤف إبراهيم السواح****

* قسم إدارة المنزل والمؤسسات كلية الاقتصاد المنزلي- جامعة المنوفية

** قسم الاقتصاد المنزلي كلية التربية النوعية- جامعة المنصورة

*** قسم الاعلام التربوي كلية التربية النوعية- جامعة المنصورة

**** قسم الاقتصاد المنزلي كلية التربية النوعية - جامعه المنصوره

الملخص

يهدف هذا البحث إلى دراسة تأثير أسلوب استخدام طلاب جامعه المنصورة للانترنت على أسلوب اتخاذ قراراتهم الشرائية.

وتكونت عينة الدراسة من (٦٣٢) طالب وطالبة من طلاب جامعه المنصورة، واستخدمت الباحثة استمارة البيانات الأولية الخاصة بالطالب وأسرته، واستبيان أسلوب استخدام طلاب الجامعة للانترنت بمحوريه (المعلومات والمعارف- الممارسات والاستخدامات)، واستبيان أسلوب اتخاذ طلاب الجامعة لقراراتهم الشرائية بمحاوره الثلاثة (العوامل المؤثرة في القرار الشرائي- مصادر القرار الشرائي- العادات الشرائية) كأدوات لجمع البيانات.

وتوصل البحث إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة داله إحصائياً عند مستوى ٠,٠١ بين أسلوب استخدام طلاب الجامعة للانترنت وأسلوب اتخاذ قراراتهم الشرائية، كما لا توجد فروق بين متوسط درجات الذكور والإناث في أسلوب استخدام الانترنت وأسلوب اتخاذ قراراتهم الشرائية، وأيضاً توجد فروق دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥ بين متوسط درجات من يشتركون عبر الانترنت ومن لا يشتركون عبر الانترنت في أسلوب اتخاذ القرارات الشرائية لصالح من يشتركون عبر الانترنت.

كما توصل البحث إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة داله إحصائياً بين أسلوب استخدام الانترنت وبعض المتغيرات الكمية (المستوى التعليمي للأب- متوسط المدة المستغرقة في الجلسة الواحدة على الانترنت)، وتوجد علاقة ارتباطية سالبة داله إحصائياً بين أسلوب استخدام الانترنت ومعدلات استخدام الانترنت، بينما لا يوجد علاقة ارتباطية بين أسلوب استخدام الانترنت وكلاً من (الفرقة الدراسية- العمر- فئة الدخل المالي للأسرة- والمستوى التعليمي للأم)، وكذلك لا توجد علاقة ارتباطية بين أسلوب اتخاذ القرارات الشرائية والمتغيرات الكمية للدراسة.

وأوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بتوفير وسائل تكنولوجيا التعليم بمراحل التعليم المختلفة لمساعدة الطلاب على مواكبه التطورات التكنولوجية الحديثه، والاهتمام بتفعيل دور التكنولوجيا الحديثه داخل

المجتمعات من أجل دفع عجلة التنمية، ودفع الشباب الجامعي للاستخدام الأمثل للتكنولوجيا الحديثة والانترنت والاطلاع على كل ما هو مفيد وجديد.
* البحث مشتق من رسالة ماجستير بعنوان "استخدام طلاب جامعه المنصورة للانترنت وعلاقته بقراراتهم الشرائية" للباحثة رقم (٤) تحت إشراف الباحثين (١) (٢) (٣).

المقدمة والمشكلة البحثية

يشهد عالمنا اليوم عصرًا جديدًا وهو عصر تكنولوجيا المعلومات التي بدأ يسيطر على العالم بشكل مدهل، فنتيجة لهذا التقدم العلمي والتكنولوجي لم تعد عملية نشر المبادئ والأفكار تعتمد على بعض الأفراد والاتصال المباشر بينهم، بل إنها أصبحت علم وفن له العديد من القوانين والمبادئ والأجهزة والأشخاص المتخصصون في مجال الترويج لتلك الأفكار والمبادئ (محمد، ١٩٩٤: ٢).

ويعتبر اتخاذ القرار عملية قديمة قدم الحياة ذاتها فهو قلب العملية الإدارية وأساسها ويتوقف نجاح الفرد أو الأسرة في إدارة شئونها إلى حد كبير على مدى سلامة ورشد القرارات التي يتم اتخاذها، فإدارة الإمكانيات المتاحة لإستخدام الأسرة تسير خلال مراحل، وفي كل مرحلة يوجد العديد من المتطلبات والاختيارات ولا بد لمواجهة المواقف والمشكلات من قرارات تتجدد وتتعدل دائماً وفقاً للظروف المتغيرة وبهذا تختلط الإدارة مع إتخاذ القرار في كل وقت عبر الزمن (نوفال، ٢٠٠٦: ٢١٣).

ونتيجة للتطورات المتلاحقة في التكنولوجيا الرقمية ومن أهمها الانترنت حدث تغيير ما يمكن أن يطلق عليه طبيعة المجال العام الذي يعيش فيه الأفراد، حيث أصبح لديهم القدرة على الاستناد إليه عند اتخاذ القرارات، وتأتى أهمية الانترنت من تلك التطورات السريعة التي تشهدها سواء في خصائصها الفنية كوسيلة اتصال أو في عدد مستخدميها (محمد، ٢٠١٠: ٢).

كما توجد العديد من العوامل التي تؤثر في اتخاذ قرارات الشراء منها طبيعة المشتري حيث تتباين طبائع المشتريين وفقاً لمجموعه من المعايير الشخصية والبيئية والاجتماعية والتكنولوجية والمؤثرات الثقافية والاقتصادية في المجتمع مثل: مستوى الثقافة – الطبقة الاجتماعية التي ينتمي إليها المشتري – معتقداته الشخصية – وظيفته – دخله ومدى قدرته على التعلم – قدرته على استخدام التكنولوجيا الحديثة المتمثلة في الانترنت (السعد، ١٩٩٩: ١٤١).

ويعتبر طلاب الجامعة من أهم القطاعات التي يركز عليها المجتمع فزيادة التقدم العلمي والتكنولوجي يزداد الوقت الحر لدى هؤلاء الشباب ولذلك أصبح من الأهمية أن يضع الانترنت هؤلاء الشباب نصب أعينه عند وضعه لخطته وبرامجه الإعلامية فالشباب هم عماد الأمة ورمز حضارتها وبالتالي يجب الاهتمام بهم وإعدادهم من كافة النواحي لكي يصبحوا قادرين على بناء مستقبل أفضل لهم ولبلادهم (مبارك، ٢٠٠٣: ٥).

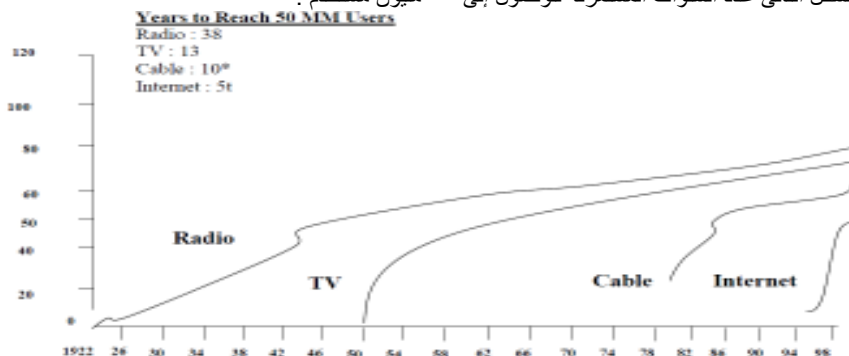
كما اكتسبت شبكات المعلومات المبنية على الحاسب الآلي أهمية كبيرة، نظراً لقدرتها الفائقة على نقل البيانات بين الأماكن المتباعدة بصورة فورية، بما يتيح المشاركة في البيانات وتبادل المعلومات وما يترتب على ذلك من قدرة على اتخاذ القرار (الشاملي، ٢٠٠٢، ٥٢: ٥٥).

ويعد إتخاذ القرارات قلب العملية الإدارية، وما القرارات إلا دراسة لكافة نواحي الحياة الأسرية، فعملية الشراء والبيع تحتاج إلى إتخاذ قرارات، وتأثير المنزل يحتاج إلى إتخاذ قرارات، وشراء الأطعمة يحتاج إلى إتخاذ قرارات، والزواج يحتاج إلى قرارات، إذ كل من شأنه إضافة السعادة والحياة المهنية على الأسرة يحتاج إلى قرارات لذا فإن أفضل الأسس وأصوب القرارات عن طريقها يتم تحقيق الأهداف المنشودة (ريحان، ٢٠٠٦: ١٤).

وتوجد العديد من العوامل التي تؤثر في اتخاذ قرارات الشراء منها طبيعة المشتري حيث تتباين طبائع المشتريين وفقاً لمجموعه من المعايير الشخصية والبيئية والاجتماعية والتكنولوجية والمؤثرات الثقافية والاقتصادية في المجتمع مثل: مستوى الثقافة – الطبقة الاجتماعية التي ينتمي إليها المشتري – معتقداته الشخصية – وظيفته – دخله ومدى قدرته على التعلم – قدرته على استخدام التكنولوجيا الحديثة المتمثلة في الانترنت (السعد، ١٩٩٩: ١٤١).

وتعتبر شبكة الانترنت أسرع وسيلة اتصال نمواً، حيث أوضح Hyland (2002: 16) المدى الزمني الذي استغرقه الجمهور لتبني الانترنت كوسيلة اتصال بالمقارنة مع ثلاث وسائل اتصال (المذياع- التلفاز- التلفازات ذات الكابل cable tv) حيث تم احتساب عدد السنوات التي استغرقتها تلك الوسائل للوصول إلى ٥٠ مليون مستخدم في أمريكا، وتبين أن شبكة الانترنت استغرقت خمس سنوات فقط لتصل إلى

٥٠ مليون مستخدم وذلك لاعتبارات عديدة منها التطور الهائل على شبكات الحاسوب وأجهزة الحاسوب التي لا يخلو منها أي بيت وكذلك الكمية الهائلة من المعلومات التي تحتويها شبكة الانترنت، بالإضافة إلى ما تتمتع به الشبكة من مرونة تجعل المستخدم قادراً على انتقاء المعلومات والبيانات التي يحتاجها، كما يستطيع المستخدم ممارسة هواياته والتعامل مع المعلومات التي يحتاجها في الوقت الذي يريده هو دون التزام أو تقيد بأنظمة البرامج المعدة مسبقاً والمعتمدة في برامج التلفاز و المذياع، كما تمكنه الشبكة في معظم الأحوال من التفاعل المباشر مع الموقع وإضافة التعليقات أو المقترحات الذي قد يكون صعباً في حالة التلفاز مثلاً. ويوضح الشكل التالي عدد السنوات المستغرقة للوصول إلى ٥٠ مليون مستخدم :



(Hyland, 2002: 16)

ومن هنا جاءت مشكلة الدراسة الحالية للإجابة على التساؤل التالي:
ما العلاقة بين استخدام طلاب الجامعة للإنترنت واتخاذهم للقرارات الشرائية؟ ويندرج تحت هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية والتي تشمل:

- ١- ما طبيعة العلاقة بين المتغيرات الكمية للدراسة (الكلية- الفرقة الدراسية- المستوى التعليمي للأب والأم- معدلات استخدام الإنترنت- متوسط المدة المستغرقة على الإنترنت في الجلسة الواحدة) وأسلوب استخدام الإنترنت وأسلوب اتخاذ قرارات الشراء لدى طلاب الجامعة؟
- ٢- هل توجد فروق بين الذكور والإناث في كل من أسلوب استخدام الإنترنت وأسلوب اتخاذ قرارات الشراء لدى طلاب الجامعة؟
- ٣- هل توجد فروق بين سكان الريف والحضر في كل من أسلوب استخدام الإنترنت وأسلوب اتخاذ قرارات الشراء لدى طلاب الجامعة؟
- ٤- هل توجد فروق بين من يتابع إعلانات الإنترنت ومن لا يتابع إعلانات الإنترنت في كل من أسلوب استخدام الإنترنت وأسلوب اتخاذ قرارات الشراء لدى طلاب الجامعة؟
- ٥- ما طبيعة الفروق بين طلاب الجامعة عينة الدراسة في كل من أسلوب استخدام الإنترنت وأسلوب اتخاذ قرارات الشراء تبعاً لمعدلات استخدام الإنترنت؟

أهداف الدراسة

- استهدفت الدراسة الحالية التعرف على العلاقة بين أسلوب استخدام طلاب الجامعة للإنترنت وأسلوب اتخاذهم للقرارات الشرائية، وينبثق منها الأهداف الفرعية التالية:
- ١- دراسة العلاقة بين أسلوب استخدام الإنترنت وبعض المتغيرات الكمية المتمثلة في (العمر- الكلية- الفرقة الدراسية- المستوى التعليمي للأب- المستوى التعليمي للأم- معدلات استخدام الإنترنت- متوسط المدة المستغرقة في الجلسة الواحدة على الإنترنت- فئة الدخل المالي للأسرة) على كلاً من أسلوب استخدام طلاب الجامعة للإنترنت وأسلوب اتخاذ قراراتهم الشرائية.
 - ٢- معرفة الفروق بين أسلوب استخدام الإنترنت و أسلوب اتخاذ القرارات الشرائية لدى طلاب الجامعة تبعاً (الجنس- بيئة السكن- متابعة إعلانات الإنترنت).
 - ٣- الكشف عن الاختلافات في أسلوب استخدام الإنترنت و أسلوب اتخاذ القرارات الشرائية لدى طلاب الجامعة تبعاً لمعدلات استخدام الإنترنت.
- أهمية الدراسة

تتمثل أهمية الدراسة في اتجاهين:

- أ- الاستفادة من نتائج الدراسة في مجال خدمة المجتمع المحلي من خلال ما يلي:
 - ١- تفعيل دور الانترنت في كل مناحي الحياة وخاصة في مجال إدارة المنزل.
 - ٢- توعية الشباب الجامعي بأهمية استخدام الانترنت في اتخاذ قرارات الشراء السليمة.
 - ٣- إلقاء الضوء على أهمية الانترنت وتأثيره على الشباب الجامعي في مجال اتخاذ القرارات, وذلك لما للانترنت من انتشار واسع بين الشباب.

ب- الاستفادة من نتائج الدراسة في مجال التخصص من خلال ما يلي:

- ١- التوصل إلى توصيات قد تكون بداية لبحوث جديدة في هذا المجال كما قد تكون حلول واقعية لمواجهة المشكلات المرتبطة بأسلوب استخدام الانترنت وأسلوب اتخاذ قرارات الشراء.
- ٢- محاولة الإسهام في تنمية المعرفة في مجال إدارة المنزل من خلال البرامج الإرشادية التي لم يكن حظها من البحث والتطبيق كبيراً إذا ما قورنت بغيرها.
- ٣- محاولة إضافة أداة جديدة لتخصص إدارة المنزل عبارة عن تصميم وتقنين استبيان عن أسلوب استخدام طلاب الجامعة للانترنت, واستبيان أسلوب طلاب الجامعة في اتخاذ قرارات الشرائية.
- ٤- الاستفادة مستقبلاً من الدراسة الحالية في اختيار انسب الطرق والبرامج الإرشادية الملائمة لتوعية الشباب الجامعي لاستخدام الانترنت في اتخاذ قراراته الشرائية.

الأسلوب البحثي

أولاً: فروض الدراسة

- ١- لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين المتغيرات الكمية لطلاب الجامعة عينة الدراسة وأسلوب استخدام الانترنت وأسلوب اتخاذ قراراتهم الشرائية.
- ٢- لا توجد فروق دالة إحصائياً بين من يتابع إعلانات الانترنت ومن لا يتابع إعلانات الانترنت في كلاً من أسلوب استخدام طلاب الجامعة للانترنت وأسلوب اتخاذ قراراتهم الشرائية.
- ٣- لا توجد فروق دالة إحصائياً بين سكان الريف وسكان الحضر في كلاً من أسلوب استخدام طلاب الجامعة للانترنت وأسلوب اتخاذ قراراتهم الشرائية.
- ٤- لا توجد فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث في كلاً من أسلوب استخدام طلاب الجامعة للانترنت وأسلوب اتخاذ قراراتهم الشرائية.
- ٥- لا يوجد تباين دال إحصائياً بين طلاب الجامعة عينة الدراسة في كل من أسلوب استخدام الانترنت واسلوب اتخاذ قراراتهم الشرائية تبعاً لمعدلات استخدام الانترنت.

ثانياً: المصطلحات والتعاريف الإجرائية

- ١- الإنترنت: يُعرف إجرائياً بأنه عدد ضخم من أجهزة الكمبيوتر من جميع أنحاء العالم مرتبطة مع بعضها البعض بما يسمى بالشبكة وبحكمها نظام (بروتوكول) محدد ومشارك متفق عليه ويهدف إلى نقل وتبادل المعلومات.
- ٢- القرارات الشرائية: تُعرف إجرائياً بأنه قدرة الطلاب على اختيار أفضل البدائل عند القيام بعملية الشراء وذلك في ضوء العوامل المؤثرة على هذه القرارات والمصادر التي يستندون إليها للحصول على المعلومات وكذلك العادات الشرائية لديهم, وذلك من أجل تحقيق الهدف المنشود.

ثالثاً: منهج الدراسة

تتبع الدراسة الحالية المنهج الوصفي التحليلي وهو المنهج الذي يقوم على الوصف الدقيق والتفصيلي للظاهرة موضوع الدراسة أو المشكلة قيد البحث وصفاً كمياً Quantitative أو وصفاً نوعياً Qualitative, وبالتالي فهو يهدف أولاً إلى جمع بيانات ومعلومات كافية ودقيقة عن الظاهرة ومن ثم دراسة وتحليل ما تم جمعه بطريقة موضوعية وصولاً إلى العوامل المؤثرة على تلك الظاهرة (القاضي, البيات, ٢٠٠١: ٢٦).

رابعاً: حدود الدراسة

- الحدود البشرية (العينة): اشتملت عينة الدراسة على (٦٣٢) من طلاب جامعه المنصورة من الذكور والإناث في كلاً من الحضر والريف من مستويات اجتماعية واقتصادية مختلفة وتم اختيارهم بطريقة صدفية عرضيه.

- الحدود المكانية: تم تطبيق هذه الدراسة على طلاب من جامعه المنصورة من الجنسين بكليات عملية (الزراعة- العلوم- التربية الرياضية- التربية النوعية)، وكليات نظرية (الأداب- التربية- الحقوق- التجارة)، وذلك بالفرق الدراسية الأولى والثانية والثالثة والرابعة.
- الحدود الزمانية: استغرق تطبيق الاستبيان ٧ أيام في الفترة من ٣ أبريل ٢٠١٣م إلى ١٠ إبريل ٢٠١٣م.

خامساً: بناء وإعداد وتقنين أدوات الدراسة

تكونت أدوات الدراسة من:

- ١- استمارة البيانات العامة للطلاب وأسرته.
 - ٢- استبيان أسلوب استخدام طلاب الجامعة للإنترنت.
 - ٣- استبيان أسلوب طلاب الجامعة في اتخاذ قراراتهم الشرائية.
- وفيما يلي عرض لهذه الأدوات:
أولاً: استمارة البيانات العامة للطلاب وأسرته
تم إعداد استمارة تحتوي على بيانات عامة للطلاب وأسرته بهدف الحصول على بعض المعلومات التي تفيد في إمكانية تحديد خصائص العينة موضوع الدراسة، وتم تقسيمها إلى جزأين:
بيانات خاصة بالطلاب:

وتتمثل في: (الكلية/ الفرقة الدراسية/ العمر/ الجنس (ذكر- أنثى)/ التخصص (عملي- نظري)/ بيئة السكن (ريف- حضر)/ معدلات استخدام الإنترنت (يوميًا- مرة في الأسبوع- أكثر من مرة في الأسبوع- مرة في الشهر)/ متوسط المدة التي تستغرقها في الجلسة الواحدة على الإنترنت (أقل من نصف ساعة- من نصف ساعة إلى ساعة- من ساعة إلى ساعتين- أكثر من ساعتين)/ هل جربت الشراء عبر الإنترنت؟ (نعم- لا) هل تتابع إعلانات الإنترنت؟ (نعم- لا).

بيانات خاصة بالأسرة:

وتتمثل في: المستوى التعليمي لرب وربة الأسرة وتم تقسيمها إلى ثمانية فئات وهي كالتالي (أمي- يقرأ ويكتب- حاصل على الابتدائية- حاصل على الإعدادية- حاصل على الثانوية- تعليم جامعي- مرحلة ماجستير- مرحلة الدكتوراه)/ وفتة الدخل المالي للأسرة وتم تقسيمها إلى ثمانية فئات كالتالي (أقل من ٨٠٠ جنية- من ٨٠٠ إلى أقل من ١٢٠٠- من ١٢٠٠ إلى أقل من ١٦٠٠- من ١٦٠٠ إلى أقل من ٢٠٠٠- من ٢٠٠٠ إلى أقل من ٢٥٠٠- من ٢٥٠٠ إلى أقل من ٣٠٠٠- من ٣٠٠٠ إلى أقل من ٤٠٠٠- ٤٠٠٠ فأكثر).

ثانياً: استبيان أسلوب استخدام طلاب الجامعة للإنترنت

اشتمل هذا الاستبيان على مجموعة من العبارات قامت الباحثة بإعدادها بعد استعراض أهم المراجع والدراسات العربية والأجنبية التي تناولت موضوع الدراسة، وتم إعداد الاستبيان في صورته الأولية وكان عدد عباراته (٦٤) عبارة موزعة على محورين:

- ١- محور المعلومات والمعارف: ويقصد به معرفة ما أكتسبه طلاب الجامعة من معارف وتتمثل في معرفة الأوضاع الراهنة وخصائص وفوائد وأسعار المنتجات ومواكبة التطورات المختلفة في كل المجالات ومساعدة الطلاب في أداء البحث العلمي بشكل لأفضل والتعرف على العديد من المنتجات الجديدة من خلال إعلانات الإنترنت.
- ٢- محور الممارسات والاستخدامات: ويقصد به تفاعل الطلاب مع الإنترنت وتتمثل في التواصل مع الآخرين والحصول على المعلومات والبحث عن الوظائف واستغلال وقت الفراغ وإمكانية الشراء والتسوق الإلكتروني.

وللتحقق من صدق الاستبيان تم عمل نوعين من الصدق:

- أ- صدق المحكمين: للتحقق من صدق محتوى الاستبيان تم عرضه في صورته الأولية على أساتذة متخصصين في مجال الحاسب الآلي في كلية التربية النوعية والهندسة والحاسبات والمعلومات بجامعة المنصورة، وبلغ عددهم (١٥) محكم، وطلب من سيادتهم الحكم على مدى مناسبة كل عبارة للمحور الخاص به وكذلك صياغة العبارات وإضافة أي مقترحات، وتم حساب نسب الاتفاق لدى المحكمين على كل عبارة من عبارات الاستبيان، وتراوحت نسب تكرار اتفاق المحكمين على العبارات من ٨٦,٧% إلى ١٠٠%.

ب- **صدق التكوين:** تم إيجاد صدق التكوين بين محاور الاستبيان, وذلك بإيجاد قيم معاملات الارتباط بين تلك المحاور وكانت كما يلي:

جدول (١) معاملات الارتباط بين محاور استبيان أسلوب استخدام طلاب الجامعة للإنترنت والدرجة الكلية

محاور الاستبيان	استبيان أسلوب استخدام طلاب الجامعة للإنترنت
المعلومات والمعارف	**٠,٨٥٩
الممارسات والاستخدامات	**٠,٨٧١

يوضح جدول (١) وجود علاقات ارتباطية موجبة عند مستوى دلالة ٠,٠١ بين محاور الاستبيان والدرجة الكلية, وهذا يدل على أن الاستبيان صادق في قياس المتغيرات الخاص به. وتم حساب الثبات بطريقتين:

أ- **حساب معامل ألفا كرونباخ:** تم التحقق من ثبات الاستبيان باستخدام معامل ألفا لكل بعد من أبعاد الاستبيان على حدة والدرجة الكلية للاستبيان, كما هو موضح بالجدول رقم (٢):

جدول (٢) الثبات بطريقة ألفا كرونباخ لاستبيان أسلوب طلاب الجامعة في استخدام الإنترنت

محاور استبيان استخدام الإنترنت	عدد العبارات	قيمة معامل ألفا
المعلومات والمعارف	٣٠	٠,٦٩١
الممارسات والاستخدامات	٣٠	٠,٦٦٥
إجمالي استبيان استخدام الإنترنت	٦٠	٠,٧٨٢

يوضح جدول (٢) أن معامل ألفا لكل من (المعلومات والمعارف, والممارسات والاستخدامات, وإجمالي استبيان أسلوب استخدام الإنترنت) هي (٠,٦٩١, ٠,٦٦٥, ٠,٧٨٢) على التوالي, وهي أكبر من القيمة الجدولية (٠,٠٧٥) عند درجة حرية (٦٣٠) وتعتبر هذه القيمة عالية لهذا النوع من حساب الثبات مما يؤكد ثبات الاستبيان.

ب- **طريقة التجزئة النصفية:** يتم حساب الثبات بطريقة التجزئة النصفية وذلك عن طريق تقسيم كل محور من محاور الاستبيان إلى نصفين, وتم هذا التقسيم لكل محور من محاور الاستبيان وكذلك للاستبيان ككل, وتم حساب الارتباط بين نصفى الاستبيان عن طريق معادلة Spearman- Brown ومعادلة Guttman.

جدول (٣) اختبار معامل ارتباط التجزئة النصفية لاستبيان أسلوب استخدام طلاب الجامعة للإنترنت

محاور الاستبيان	معادلة ارتباط سبيرمان- براون	معادلة ارتباط جتمان
المعلومات والمعارف	٠,٦٦١	٠,٦٦٠
الممارسات والاستخدامات	٠,٤٥٠	٠,٤٣٨
استبيان الإنترنت	٠,٦٦٣	٠,٦٦٣

يوضح جدول (٣) أن معامل ارتباط التجزئة النصفية لاستبيان أسلوب استخدام الإنترنت ككل هو

(٠,٦٦٣) لسبيرمان- براون, (٠,٦٦٣) لجتمان.

تصحيح الاستبيان: تم تصحيح استبيان أسلوب طلاب الجامعة في استخدام الإنترنت عن طريق اختيار واحد من متعدد (دائماً- أحياناً- نادراً), وتم التصحيح على ميزان (٣-٢-١) للعبارات الموجبه وميزان (٣-٢-١) للعبارات السالبة.

ثانياً: استبيان أسلوب طلاب الجامعة في اتخاذ قراراتهم الشرائية

اشتمل هذا الاستبيان على مجموعة من العبارات قامت الباحثة بإعدادها بعد استعراض أهم المراجع والدراسات العربية والأجنبية التي تناولت موضوع الدراسة, وتم إعداد الاستبيان في صورته الأولية وكان عدد عباراته (٦٣) عبارة موزعه على ثلاث محاور:

أ- **محور العوامل المؤثرة في القرار الشرائي:** ويقصد به مجموعة من الدوافع (المؤثرات) التي تؤثر على القرار الشرائي للطلاب وتتمثل في جودة المنتج والأسعار ومكان الشراء والحالة الاجتماعية والمادية والمستوى التعليمي والماركات التجارية.

ب- محور مصادر القرارات الشرائية: ويقصد به الوسائل التي يستخدمها الطلاب للحصول على المعلومات وتتمثل في وسائل الإعلام المقروءة والمرئية والأقارب والأصدقاء والأسرة والتسوق وإعلانات الانترنت والتي تساعدهم على اتخاذ قرار شراي سليم.

ت- محور العادات الشرائية: ويقصد به مجموعة من السلوكيات التي اعتاد الطلاب على القيام بها أثناء الشراء وتتمثل في الشراء من متجر محدد وشراء المنتجات ذات الماركات المشهورة وأوجه إنفاق المصروف الشخصي... الخ.

وللتحقق من صدق الاستبيان تم عمل نوعين من الصدق:

أ- صدق المحكمين: للتحقق من صدق محتوى الاستبيان تم عرضه في صورته الأولية على أساتذة متخصصين في مجال الاقتصاد المنزلي في كلية التربية النوعية بجامعة المنصورة وجامعة كفر الشيخ وكلية الاقتصاد المنزلي بجامعة الأزهر طنطا وجامعة المنوفية، وبلغ عددهم (١٣) محكم، وطلب من سيادتهم الحكم على مدى مناسبة كل عبارة للمحور الخاص به وكذلك صياغة العبارات وإضافة أي مقترحات، وتم حساب نسب الانفاق لدى المحكمين على كل عبارة من عبارات الاستبيان، وتراوحت نسب تكرار اتفاق المحكمين على العبارات من ٨٤,٦% إلى ١٠٠%.

ب- صدق التكوين: تم إيجاد صدق التكوين بين محاور الاستبيان، وذلك بإيجاد قيم معاملات الارتباط بين تلك المحاور وكانت كما يلي:

جدول (٤) معاملات الارتباط بين محاور استبيان أسلوب اتخاذ طلاب الجامعة لقراراتهم الشرائية والدرجة الكلية للاستبيان

محاور الاستبيان	استبيان أسلوب استخدام طلاب الجامعة في اتخاذ قراراتهم الشرائية
العوامل المؤثرة في القرار الشرائي	**٠,٧٦٤
مصادر القرار الشرائي	**٠,٦٧٦
العادات الشرائية	**٠,٧٦٢

يوضح جدول (٤) وجود علاقات ارتباطية موجبة عند مستوى دلالة ٠,٠١ بين محاور الاستبيان والدرجة الكلية، وهذا يدل على أن الاستبيان صادق في قياس المتغيرات الخاص به. وتم حساب الثبات بطريقتين هما :-

أ- حساب معامل ألفا كرونباخ: تم التحقق من ثبات الاستبيان باستخدام معامل ألفا لكل بعد من أبعاد الاستبيان على حدة والدرجة الكلية للاستبيان، كما هو موضح بالجدول رقم (٥):

جدول (٥) الثبات بطريقة ألفا كرونباخ لاستبيان أسلوب طلاب الجامعة في اتخاذ قراراتهم الشرائية

محاور استبيان قرارات الشراء	عدد العبارات	قيمة معامل ألفا
العوامل المؤثرة في القرار الشرائي	٢٠	٠,٤٦٨
مصادر القرار الشرائي	١٥	٠,٤١١
العادات الشرائية	٢٥	٠,٤٠٦
إجمالي استبيان قرارات الشراء	٦٠	٠,٦٤٥

يوضح جدول (٥) أن معامل ألفا لكل من (العوامل المؤثرة في القرار الشرائي، مصادر القرار الشرائي، العادات الشرائية، وإجمالي استبيان أسلوب طلاب الجامعة في اتخاذ قراراتهم الشرائية) هي (٠,٤٦٨، ٠,٤١١، ٠,٤٠٦، ٠,٦٤٥) على التوالي، وهي أكبر من القيمة الجدولية (٠,٠٧٥) عند درجة حرية (٦٣٠) وتعتبر هذه القيمة عالية لهذا النوع من حساب الثبات مما يؤكد ثبات الاستبيان

ب- طريقة التجزئة النصفية: يتم حساب الثبات بطريقة التجزئة النصفية وذلك عن طريق تقسيم كل محور من محاور الاستبيان إلى نصفين، وتم هذا التقسيم لكل محور من محاور الاستبيان وكذلك للإستبيان ككل، وتم حساب الارتباط بين نصفى الاستبيان عن طريق معادلة Spearman- Brown ومعادلة Guttman.

جدول (٦) اختبار معامل ارتباط التجزئة النصفية لاستبيان أسلوب طلاب الجامعة في اتخاذ قراراتهم الشرائية

محاور الاستبيان	معادلة ارتباط سبيرمان- براون	معادلة ارتباط جتمان
العوامل المؤثرة في القرار	٠,٢١٦	٠,٢١٦

٠,٤٨٠	٠,٤٨٨	مصادر القرار الشرائي
٠,١٩٠	٠,١٩٠	العادات الشرائية
٠,٥٣٢	٠,٥٣٥	اجمالي استبيان قرارات الشراء

يوضح جدول (٦) أن معامل ارتباط التجزئة النصفية لاستبيان أسلوب طلاب الجامعة في اتخاذ قراراتهم الشرائية ككل هو (٠,٥٣٥) لسبيرمان- براون, (٠,٥٣٢) لجتمان.

تصحيح الاستبيان: تم تصحيح استبيان أسلوب طلاب الجامعة في اتخاذ قراراتهم الشرائية عن طريق اختيار واحد من متعدد (دائماً- أحياناً- نادراً), وتم التصحيح على ميزان (٣- ٢- ١) للعبارة الموجبه وميزان (١- ٢- ٣) للعبارة السالبة.

سادساً: المعاملات الإحصائية المستخدمة في الدراسة

قامت الباحثة بتحليل البيانات وأجراء المعالجات الإحصائية باستخدام برنامج spss للاستخراج النتائج وقامت الباحثة بمراجعة البيانات لضمان صحة النتائج ودقتها. ومن خلال استخدام بعض المعاملات والأساليب الإحصائية التي استخدمت لكشف العلاقة بين متغيرات الدراسة واختبار صحة الفروض منها حساب التكررات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة, ومعامل الارتباط لحساب درجة صدق استبيان استخدام الانترنت واستبيان أسلوب اتخاذ قرارات الشراء, ومعامل ألفا لحساب درجة ثبات الاستبيان , واختبار التجزئة النصفية split- half لأدوات البحث باستخراج معادلة Spearman- Brown ومعادلة Guttman, وحساب مصفوفة معاملات ارتباط بيرسون, واختبار T-Test, وحساب تحليل التباين في اتجاه واحد ONE WAY ANOVE واختبار Scheffe لحساب دلالات الفروق.

نتائج الدراسة الميدانية

أولاً: وصف عينة الدراسة

توضح الجداول من (٧) إلى (١٧) وصف عينة الدراسة الميدانية:

جدول (٧) التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً لنوع الكلية

النسبة المئوية %	العدد	نوع الكلية
١٠,١	٦٤	الزراعة
١٨,٥	١١٧	التربية النوعية
١١,٩	٧٥	التربية الرياضية
٨,٩	٥٦	العلوم
٩,٧	٦١	التجارة
١٨,٥	١١٧	الآداب
١٠	٦٣	الحقوق
١٢,٥	٧٩	التربية
١٠٠	٦٣٢	المجموع

يوضح جدول (٧) تساوي نسب الطلاب في كلية التربية النوعية والآداب وتمثل ١٨,٥%, وتقارب النسب بين باقي الكليات عينة الدراسة حيث ١٢,٥% من طلاب العينة تمثل كلية التربية, و ١١,٩% من طلاب العينة تمثل كلية التربية الرياضية, و ١٠,١% من طلاب العينة تمثل كلية الزراعة, و ١٠% من طلاب العينة تمثل كلية الحقوق, و ٩,٧% من طلاب العينة تمثل كلية التجارة, و ٨,٩% من طلاب العينة تمثل كلية العلوم.

جدول (٨) التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً للفرقة الدراسية

النسبة المئوية %	العدد	الفرقة الدراسية
٢٤,٤	١٥٤	الفرقة الدراسية الأولى
٣٨,٦	٢٤٤	الفرقة الدراسية الثانية
١٤,١	٨٩	الفرقة الدراسية الثالثة
٢٢,٩	١٤٥	الفرقة الدراسية الرابعة
١٠٠	٦٣٢	المجموع

يتضح من جدول (٨) أن أعداد طلاب الفرقة الثانية تمثل أكبر نسبة مئوية حيث تبلغ ٣٨,٦%، ويليهما الفرقة الأولى وتمثل ٢٤,٤%، ثم يليها الفرقة الرابعة وتمثل ٢٢,٩%، وتحل الفرقة الثالثة أقل نسبة مئوية وتبلغ ١٤,١% من إجمالي عينة الدراسة.

جدول (٩) التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً للتخصص

النسبة المئوية %	العدد	التخصص
٤٩,٤	٣١٢	عملي
٥٠,٦	٣٢٠	نظري
١٠٠	٦٣٢	المجموع

يوضح جدول (٩) تقارب نسب طلاب الجامعة عينة الدراسة في التخصص العملي والتخصص النظري، حيث بلغت نسب طلاب التخصص العملي ٤٩,٤% ونسب طلاب التخصص النظري ٥٠,٦%.

جدول (١٠) التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً للجنس

النسبة المئوية %	العدد	الجنس
٣٩,٩	٢٥٢	ذكور
٦٠,١	٣٨٠	إناث
١٠٠	٦٣٢	المجموع

يوضح جدول (١٠) زيادة نسب طلاب الجامعة عينة الدراسة الإناث عن الذكور، حيث بلغت نسب الطلاب الإناث ٦٠,١% ونسب الطلاب الذكور ٣٩,٩%.

جدول (١١) التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً لبيئة السكن

النسبة المئوية %	العدد	بيئة السكن
٥٧,٩	٣٦٦	ريف
٤٢,١	٢٦٦	حضر
١٠٠	٦٣٢	المجموع

يوضح جدول (١١) أن نسب طلاب الجامعة عينة الدراسة الذين يعيشون في الريف أكبر من الذين يعيشون في الحضر حيث بلغت نسب الطلاب يعيشون في الريف ٥٧,٩% ونسب الطلاب الذين يعيشون في الحضر ٤٢,١%.

جدول (١٢) التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً للعمر

النسبة المئوية %	العدد	العمر
٤,٤	٢٨	١٨ سنة
٢٧,٨	١٧٦	١٩ سنة
٣٨,٨	٢٤٥	٢٠ سنة
٢٢,٥	١٤٢	٢١ سنة
٥,١	٣٢	٢٢ سنة
١,٤	٩	٢٣ سنة فأكثر
١٠٠	٦٣٢	المجموع
	٢٠,٠١١١	المتوسط الحسابي
	١,٠٥٣٩	الانحراف المعياري

يوضح جدول (١٢) أن ٣٨,٨% من طلاب الجامعة عينة الدراسة تبلغ أعمارهم ٢٠ سنة، بينما ٢٢,٥% تبلغ أعمارهم ٢١ سنة، و٢٧,٨% من العينة تبلغ أعمارهم ١٩ سنة، ويليهما ٥,١% من العينة تبلغ

أعمارهم ٢٢ سنة، و٤,٤% من عينة الدراسة تبلغ أعمارهم ١٨ سنة، بينما تبلغ نسب الطلاب الذين يبلغ أعمارهم ٢٣ سنة فأكثر ١,٤%، ويبلغ متوسط أعمار عينة الدراسة ٢٠,١١١.

جدول (١٣) التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً للمستوى التعليمي للأب والأم

المستوى التعليمي	المستوى التعليمي للأب		المستوى التعليمي للأم	
	النسبة المئوية %	العدد	النسبة المئوية %	العدد
أبي	١١,٥	٣٢	١٦,٧	٥١
يقرا ويكتب	١١,٥	٣٣	١٦,٧	٥١
حاصل على الابتدائية	١١,٥	٣٣	١٦,٧	٥١
حاصل على الإعدادية	٣٢,٤	٩٨	٣٧,٦	١١٣
حاصل على الثانوية	٣٢,٤	٩٨	٣٧,٦	١١٣
تعليم جامعي	٣٢,٤	٩٨	٣٧,٦	١١٣
مرحلة ماجستير	٥٦	١٦٧	٤٥,٧	١٣٧
مرحلة دكتوراة	٥٦	١٦٧	٤٥,٧	١٣٧
المجموع	٦٣٢	١٩٠٣	١٠٠	٣٠٦٩
المتوسط الحسابي		٤,٩٢٠٩		١,٥١٦٩
الانحراف المعياري				

يوضح جدول (١٣) ارتفاع نسب المستوى التعليمي للأب والتي تبلغ ٥٦% عن المستوى التعليمي للأب والذي يبلغ ٤٥,٧% في مستوى التعليم العالي. ارتفاع نسب المستوى التعليمي للأب والتي تبلغ ٣٧% عن المستوى التعليمي للأب والذي يبلغ ٣٢,٤% في مستوى التعليم المتوسط، انخفاض نسب المستوى التعليمي للأب والتي تبلغ ١١,٥% عن المستوى التعليمي للأب والذي يبلغ ١٦,٧% في مستوى التعليم المنخفض.

جدول (١٤) التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً لمعدلات استخدام الإنترنت

معدلات استخدام الإنترنت	العدد	النسبة المئوية %
يوميًا	٣٤٢	٥٤,١
مرة في الأسبوع	٨١	١٢,٨
أكثر من مرة في الأسبوع	١٣٩	٢٢
مرة في الشهر	٧٠	١١,١
المجموع	٦٣٢	١٠٠
المتوسط الحسابي		١,٩٠٠٣
الانحراف المعياري		١,٠٩٣٦

يتضح من جدول (١٤) أن ٥٤,١% من طلاب الجامعة عينة الدراسة يستخدمون الإنترنت يوميًا وهذا يرجع لتوافر أجهزة الكمبيوتر والانترنت وقدرة الطلاب على التفاعل بشكل إيجابي معها، و٢٢% من العينة يستخدمون الإنترنت بمعدل أكثر من مرة في الأسبوع، و١٢,٨% يستخدمون الإنترنت بمعدل مرة في الأسبوع، و١١,١% يستخدمون الإنترنت بمعدل مرة في الشهر.

جدول (١٥) التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً لمتوسط المدة المستغرقة في الجلسة الواحدة على الإنترنت

متوسط المدة المستغرقة في الجلسة الواحدة على الإنترنت	العدد	النسبة المئوية %
أقل من نصف ساعة	٤٧	٧,٤
من نصف ساعة إلى ساعة	٩٨	١٥,٥
ساعة- ساعتين	٢١٠	٣٣,٢
أكثر من ساعتين	٢٧٧	٤٣,٨
المجموع	٦٣٢	١٠٠
المتوسط الحسابي		٣,١٣٤٥
الانحراف المعياري		٠,٩٣٤٩

يتضح من جدول (١٥) أن ٤٣,٨% من طلاب الجامعة عينة الدراسة يقضون أكثر من ساعتين على الانترنت في الجلسة الواحدة، في حين أن ٣٣,٢% يقضون أكثر من ساعتين على الانترنت في الجلسة

الواحدة، ويقضى ١٥,٥% من طلاب الجامعة عينة الدراسة من نصف ساعة إلى ساعة في الجلسة الواحدة، بينما يقضى ٧,٤% أقل من نصف ساعة في الجلسة الواحدة على الانترنت.

جدول (١٦) التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً لمعدلات الشراء عبر الإنترنت

النسبة المئوية %	العدد	معدلات الشراء عبر الإنترنت
١٠,١	٦٤	نعم
٨٩,٩	٥٦٨	لا
١٠٠	٦٣٢	المجموع
	١,٨٩٨٧	المتوسط الحسابي
	٠,٣٠١٩	الانحراف المعياري

يتضح من جدول (١٦) أن ٨٩,٩% لم يجربوا الشراء عبر الانترنت من قبل، و ١٠,١% قاموا بالشراء عبر الانترنت.

جدول (١٧) التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً لمعدلات متابعة إعلانات الإنترنت

النسبة المئوية %	العدد	معدلات متابعة إعلانات الإنترنت
٥٠,٥	٣١٩	نعم
٤٩,٥	٣١٣	لا
١٠٠	٦٣٢	المجموع
	١,٤٩٥٣	المتوسط الحسابي
	٠,٥٠٠٣	الانحراف المعياري

يتضح من جدول (١٧) تقارب نسب من يتابعون إعلانات الانترنت مع من لا يتابعونها حيث بلغت نسب من يتابعون إعلانات الانترنت ٥٠,٥% ، ومن لا يتابعون إعلانات الانترنت ٤٩,٥%.

ثانياً: النتائج في ضوء الفروض

١- نتائج الفرض الأول

ينص الفرض الأول على أنه "لا توجد علاقة ارتباطية داله إحصائياً بين المتغيرات الكمية لطلاب الجامعة عينة الدراسة وأسلوب استخدام الانترنت وأسلوب اتخاذ قراراتهم الشرائية." وللتحقق من صحة الفرض إحصائياً تم حساب مصفوفة معاملات ارتباط بيرسون بين المتغيرات الخاصة بالدراسة المتمثلة في أسلوب استخدام الانترنت ومحاوره (المعلومات والمعارف- الممارسات والاستخدامات)، وأسلوب اتخاذ القرارات الشرائية بمحاورها (العوامل المؤثرة في القرار الشرائي- مصادر القرار الشرائي- العادات الشرائية)، والمتغيرات الكمية للدراسة والمتمثلة في (الفرقة الدراسية- العمر- المستوى التعليمي للأب- المستوى التعليمي للأم- فئة الدخل المالي للأسرة- معدلات استخدام الانترنت- متوسط المدة المستغرقة في الجلسة الواحدة على الانترنت).

جدول (١٨) معامل ارتباط بيرسون لأسلوب استخدام طلاب الجامعة للانترنت واتخاذهم لقراراتهم الشرائية

المتغيرات	الفرقة الدراسية	العمر	المستوى التعليمي للأب	المستوى التعليمي للأم	فئة الدخل	معدلات استخدام الانترنت	متوسط المدة المستغرقة
المعلومات	٠,٠١٤	- ٠,٤٤	*٠,٠٨١	٠,٠٥٠	**٠,١٠٣	**٠,١٤٦	**٠,١٢٠
الممارسات	*٠,٠٨٩	٠,٠٦٢	*٠,٠٨٧	٠,٠١٨	٠,٠٤٩	**٠,٢٠٤	**٠,١١١
إجمالي الانترنت	٠,٠٦٠	٠,٠١٢	*٠,٠٩٧	٠,٠٣٩	*٠,٠٨٧	**٠,٢٠٣	**٠,١٣٤
العوامل	- ٠,٠٦٣	- ٠,٠٧٥	٠,٠٢٦	- ٠,٠٦٣	٠,٠٢٩	- ٠,٠٢٤	٠,٠٤٥
المصادر	- ٠,٠٠٨	- ٠,٠٢٠	٠,٠٥٤	٠,٠٠٧	٠,٠٤٩	- ٠,٠٨٩	٠,٠٧٧
العادات	- ٠,٠١٣	- ٠,٠٠٤	٠,٠٠٨	- ٠,٠٠٨	- ٠,٠١٢	- ٠,٠٥٥	٠,٠٢٥

اجمالي قرارات الشراء	٠,٠٢٦ -	٠,٠٤٥ -	٠,٠٣٧	٠,٠٧١ -	٠,٠٢٩	-	٠,٠٧٣	٠,٠٦٣
	(*) دالة عند مستوى ٠,٠٥		(**) دالة عند مستوى ٠,٠١		(***) دالة عند مستوى ٠,٠٠١			

يتضح من جدول (١٨) أنه توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة احصائياً بين محور المعلومات والمستوى التعليمي للأب وفترة الدخل ومتوسط المدة المستغرقة في الجلسة الواحدة على الإنترنت عند مستوى دلالة ٠,٠٥, ٠,٠١, ٠,٠٥ على التوالي وسالبة مع معدلات استخدام الإنترنت عند مستوى دلالة ٠,٠١, توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥ بين محور الممارسات والفرقة الدراسية والمستوى التعليمي للأب ومعدلات استخدام الإنترنت عند مستوى دلالة ٠,٠١.

كما وجدت أنه لا توجد علاقة ارتباطية بين محور العوامل المؤثرة في القرار الشرائي وإجمالي استبيان قرارات الشراء مع المتغيرات الكمية للدراسة، كما يوجد ارتباط سالب دال احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥ بين مصادر القرار الشرائي ومعدلات استخدام الإنترنت، كما يوجد ارتباط سالب دال احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥ بين العادات الشرائية والمستوى التعليمي للأب، ولا توجد علاقة ارتباطية بين أسلوب اتخاذ قرارات الشراء والمتغيرات الكمية للدراسة، واتفقت هذه النتائج مع دراسة (Saina (2010: ii) والتي توصلت إلى عدم وجود ارتباط بين مستوى التعليم واتخاذ قرارات شراء بعض المواد الغذائية من السوبر ماركت ولكنها اختلفت في وجود ارتباط داله احصائياً بين فئة الدخل الاسرى واتخاذ قرارات شراء بعض المواد الغذائية من السوبر ماركت.

مما سبق يتضح أنه توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة احصائياً بين أسلوب استخدام الإنترنت وبعض المتغيرات الكمية (المستوى التعليمي للأب- متوسط المدة المستغرقة في الجلسة الواحدة على الإنترنت)، وتوجد علاقة ارتباطية سالبة داله احصائياً بين أسلوب استخدام الإنترنت ومعدلات استخدام الإنترنت، بينما لا توجد علاقة ارتباطية بين أسلوب استخدام الإنترنت وكلاً من (الفرقة الدراسية- العمر- فئة الدخل المالي للأسرة- والمستوى التعليمي للأب). وكذلك لا توجد علاقة ارتباطية بين أسلوب اتخاذ القرارات الشرائية والمتغيرات الكمية للدراسة، وبذلك يتحقق الفرض الأول جزئياً.

٢- نتائج الفرض الثاني:

ينص الفرض الثاني على أنه "لا توجد فروق دالة احصائياً بين من يتابع إعلانات الإنترنت ومن لا يتابع إعلانات الإنترنت في كلاً من أسلوب استخدام طلاب الجامعة للإنترنت وأسلوب اتخاذ قراراتهم الشرائية". للتحقق من صحة الفرض احصائياً تم حساب قيمة (ت) بين متوسط درجات طلاب الجامعة عينة الدراسة من يتابع إعلانات الإنترنت ومن لا يتابع إعلانات الإنترنت في استبيان أسلوب استخدام طلاب الجامعة للإنترنت، واستبيان أسلوب اتخاذ قراراتهم الشرائية.

جدول (١٩) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة (ت) لدلالة الفروق بين من يتابع إعلانات الإنترنت ومن لا يتابعها في استبيان أسلوب استخدام طلاب الجامعة للإنترنت

المحاور	متابعة إعلانات الإنترنت ن = ٣١٩		متابعة إعلانات الإنترنت لا ن = ٣١٣		الفرق بين المتوسطات	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
	نعم	لا	نعم	لا			
المعلومات والمعارف	٦٦,١٢٢	٦٥,٥٤٢	٦٣,١٢٧	٦٠,٠٧٦	٢,٩٩٤	٥,٩٥٩	٠,٠٠٠ دال عند ٠,٠٠١
الممارسات والاستخدامات	٦٤,٧٨٠	٦٤,٤٠٣	٦١,٧٧٩	٦٠,٧٧٤	٣,٠٠١	٥,٧٢٤	٠,٠٠٠ دال عند ٠,٠٠١
مجموع محاور الاستبيان	١٣٠,٩٠٢	١١,١٣٦	١٢٤,٩٠٧	١٠,٩٨٧	٥,٩٩٥	٦,٨١٢	٠,٠٠٠ دال عند ٠,٠٠١

يوضح جدول (١٩) ما يلي: توجد فروق بين متوسط درجات من يتابعون إعلانات الإنترنت ومن لا يتابعون إعلانات الإنترنت في محور المعلومات والمعارف والممارسات والاستخدامات ومجموع محاور استبيان الإنترنت لصالح من يتابعون إعلانات الإنترنت حيث كانت قيمة ت (٦,٨١٢, ٥,٧٢٤, ٩,٩٥٩) على التوالي وهي دالة احصائياً عند مستوى ٠,٠٠١.

جدول (٢٠) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة (ت) لدلالة الفروق بين متابعة إعلانات الانترنت وعدم متابعتها في استبيان أسلوب طلاب الجامعة في اتخاذ قراراتهم الشرائية

المحاور	متابعة إعلانات الانترنت		متابعة إعلانات الانترنت		قيمة (ت)	مستوى الدلالة
	نعم = ٣١٩	لا = ٣١٣	نعم = ٣١٩	لا = ٣١٣		
العوامل	٤٤,١٢٨	٤٢,٥١٤	٤,١٥٧	٤,٣٧٤	٤,٧٥٥	٠,٠٠٠ دال عند ٠,٠٠١
المصادر	٣٢,٦٠٥	٣١,٤٨٢	٣,٣٨٤	٣,٥٠٠	٤,٠٩٩	٠,٠٠٠ دال عند ٠,٠٠١
العادات الشرائية	٥٢,٦٤٥	٥١,٢٩٧	٤,٤٣٩	٤,٦٤٣	٣,٧٣٢	٠,٠٠٠ دال عند ٠,٠٠١
مجموع محاور الاستبيان	١٢٩,٣٧٩	١٢٥,٢٩٣	٨,٧٥٥	٩,١٣٧	٥,٧٤٠	٠,٠٠٠ دال عند ٠,٠٠١

يوضح جدول (٢٠) ما يلي: توجد فروق بين متوسط درجات من يتابعون إعلانات الانترنت ومن لا يتابعون إعلانات الانترنت في محور العوامل المؤثرة في القرار الشرائي ومصادر القرار الشرائي والعادات الشرائية ومجموع محاور الاستبيان لصالح من يتابعون إعلانات الانترنت حيث كانت قيمة ت (٤,٧٥٥), (٣,٧٣٢, ٤,٠٩٩) على التوالي وهي دالة احصائياً عند مستوى ٠,٠٠١. مما سبق يتضح أنه توجد فروق دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٠١ بين متوسط درجات من يتابعون إعلانات الانترنت ومن لا يتابعون إعلانات الانترنت في أسلوب استخدام الانترنت وأسلوب اتخاذ القرارات الشرائية. وبذلك لم يتحقق الفرض الثاني.

٣- نتائج الفرض الثالث:

ينص الفرض الثالث على أنه "لا توجد فروق دالة احصائياً بين سكان الريف وسكان الحضر في كلاً من أسلوب استخدام طلاب الجامعة للانترنت وأسلوب اتخاذ قراراتهم الشرائية" للتحقق من صحة الفرض احصائياً تم حساب قيمة (ت) بين متوسط درجات طلاب الجامعة عينة الدراسة من سكان الريف وسكان الحضر في استبيان أسلوب استخدام طلاب الجامعة للانترنت, واستبيان أسلوب اتخاذ قراراتهم الشرائية.

جدول (٢١) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة (ت) لدلالة الفروق بين سكان الريف وسكان الحضر في استبيان أسلوب استخدام طلاب الجامعة للانترنت

المحاور	ريف = ٣٦٦		حضر = ٢٦٦		قيمة (ت)	مستوى الدلالة
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري		
المعلومات والمعارف	٦٤,٥٥٤	٦,٥٦٨	٦٤,٧٥٥	٦,٣٨٣	٠,٣٨٤-	٠,٧٠١ غير داله
الممارسات والاستخدامات	٦٢,٦٩٦	٦,٩٠٠	٦٤,١١٦	٦,٤٦٨	٢,٦٢١-	٠,٠٠٩ داله عند ٠,٠٠١
مجموع محاور الاستبيان	١٢٧,٢٥١	١١,٤٨٠	١٢٨,٨٧٢	١١,٣٧٢	١,٧٥٩-	٠,٠٧٩ غير داله

يوضح جدول (٢١) ما يلي: لا توجد فروق بين متوسط درجات سكان الريف والحضر في محور المعلومات والمعارف و مجموع محاور أسلوب استخدام الانترنت حيث كانت قيمة ت (-٠,٣٨٤ - ,٠,٣٨٤) وهي غير دالة احصائياً, كما توجد فروق بين متوسطات درجات الريف والحضر في محور الممارسات والاستخدامات لصالح سكان الحضر حيث كانت قيمة ت (-٢,٦٢١) وهي دالة عند مستوى ٠,٠١.

جدول (٢٢) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة (ت) لدلالة الفروق بين بيئة السكن في استبيان أسلوب طلاب الجامعة في اتخاذ قراراتهم الشرائية

المحاور	ريف ن=٣٦٦		حضر ن=٢٦٦		الفروق بين المتوسطات	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي			
العوامل	٤٣,٣١٦	٤,٢٨٩	٤٣,٣٤٥	٤,٤١٤	- ٠,٠٢٨	- ٠,٠٨٣	٠,٩٣٤ غير داله
المصادر	٣١,٧٤٥	٣,٦٤٦	٣٢,٤٦٦	٣,٢٠٩	- ٠,٧٢٠	- ٢,٥٧٧	٠,٠١٠ داله عند مستوى ٠,٠٥
العادات	٥٢,١١٢	٤,٦٢٢	٥١,٧٩٣	٤,٥٤١	٠,٣١٨	٠,٨٦٢	٠,٣٨٩ غير داله
مجموع محاور الاستبيان	١٢٧,١٧٤	٩,١٧٧	١٢٧,٦٠٥	٩,١٧١	- ٠,٤٣٠	- ٠,٥٨٢	٠,٥٦١ غير داله

يوضح جدول (٢٢) ما يلي: لا توجد فروق بين متوسطات درجات سكان الريف والحضر في محور العوامل المؤثرة على القرار الشرائي ومحور العادات الشرائية ومجموع محاور أسلوب اتخاذ القرار الشرائي حيث كانت قيمة ت (- ٠,٠٨٣, ٠,٠٨٦٢, - ٠,٥٨٢) وهي غير دالة احصائياً، بينما توجد فروق بين متوسطات درجات سكان الريف والحضر في محور مصادر قرارات الشراء لصالح سكان الحضر حيث كانت قيمة ت (٢,٥٧٧) وهي دالة احصائياً عند مستوى ٠,٠٥. تختلف هذه النتائج عن دراسة عبد المسيح (٢٠٠٤: ٢٠٧) والتي توصلت إلى وجود فروق بين الأسر الريفية والحضرية في الأسلوب الذي تتخذه عند اتخاذ القرارات الأسرية.

مما سبق يتضح أنه لا توجد فروق بين متوسط درجات سكان الريف وسكان الحضر في أسلوب استخدام الانترنت وأسلوب اتخاذ قراراتهم الشرائية. وبذلك يتحقق الفرض الثالث.

٤- نتائج الفرض الرابع

ينص الفرض الرابع على أنه "لا توجد فروق دالة احصائياً بين الذكور والإناث في كلاً من أسلوب استخدام طلاب الجامعة للانترنت وأسلوب اتخاذ قراراتهم الشرائية." للتحقق من صحة الفرض احصائياً تم حساب قيمة (ت) بين متوسط درجات طلاب الجامعة عينة الدراسة من الذكور والإناث في استبيان أسلوب استخدام طلاب الجامعة للانترنت، واستبيان أسلوب اتخاذ قراراتهم الشرائية.

جدول (٢٣) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة (ت) لدلالة الفروق بين الذكور والإناث في استبيان أسلوب استخدام طلاب الجامعة للانترنت

المحاور	الذكور ن=٢٥٢		الإناث ن=٣٨٠		الفروق بين المتوسطات	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي			
المعلومات والمعارف	٦٣,٨٥٣	٥,٨٩٥	٦٥,١٦١	٦,٨٠٩	- ١,٣٠٧	٢,٤٩١	٠,٠١٣ (داله عند ٠,٠٥)
الممارسات والاستخدامات	٦٣,٦١١	٦,٤٦٨	٦٣,٠٨٤	٦,٩٣٧	٠,٥٢٧	٠,٩٦٠	٠,٣٣٧ (غير داله)
مجموع محاور الاستبيان	١٢٧,٤٦٤	١٠,٨٧٤	١٢٨,٢٤٥	١١,٨٢٧	- ٠,٧٨٠	٠,٨٣٩	٠,٤٠٢ (غير داله)

يبين جدول (٢٣) ما يلي: توجد فروق بين متوسطات درجات الذكور والإناث في محور المعلومات والمعارف لصالح الإناث حيث كانت قيمة ت (٢,٤٩١) وهي دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥، ولا توجد فروق بين متوسط الذكور والإناث في محور الممارسات ومحور استبيان استخدام طلاب الجامعة للانترنت حيث كانت قيمة ت (٠,٩٦٠, ٠,٩٦٠) على التوالي وهي غير دالة احصائياً. وانفقت هذه النتائج مع دراسة بركات (٢٠١٢: ٥٢١) والتي توصلت إلى أنه لا توجد فروق دالة احصائياً بين الذكور والإناث في استخدام الانترنت. واختلفت مع دراسة حناوي (٢٠٠٥: ١٣٠) ودراسة الطراونة والفنيخ (٢٠١٢: ٢٨٣) ودراسة قنيطرة (٢٠١١: أ) والتي توصلت إلى وجود فروق دال احصائياً بين الجنسين لصالح الذكور في استخدام الانترنت.

جدول (٢٤) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة (ت) لدلالة الفروق بين الذكور والإناث في استبيان أسلوب طلاب الجامعة في اتخاذ قراراتهم الشرائية

المحاور	الذكور ن=٢٥٢		الإناث ن=٣٨٠		قيمة (ت)	مستوى الدلالة
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري		
العوامل	٤٣,٠٥٦	٤,٣٣٤	٤٣,٥١٠	٤,٣٣٨	٠,٥٢٠	٠,١٩٧ (غير داله)
المصادر	٣١,٨٦١	٣,٢٧٧	٣٢,١٧٤	٣,٦١٥	٠,٣١٣-	٠,٢٧٠ (غير داله)
العادات	٥١,٨٠٦	٤,٢٨٨	٥٢,٠٩٢	٤,٧٧٨	٠,٢٨٦-	٠,٤٤٢ (غير داله)
مجموع محاور الاستبيان	١٢٦,٧٢٢	٨,٧٢٣	١٢٧,٧٧٦	٩,٤٤٣	١,٠٥٤-	٠,٣٣٤ (غير داله)

يبين جدول (٢٤) ما يلي: لا توجد فروق بين متوسطات درجات الذكور والإناث في محور العوامل المؤثرة في القرار الشرائي ومحور مصادر القرار الشرائي ومحور العادات الشرائية ومجموع محاور أسلوب اتخاذ القرار الشرائي حيث كانت قيمة ت (٠,٥٢٠, ٠,٢١٨, ٠,١٢٩, ٠,٣٣٤) وهي غير دالة إحصائياً. وتفقت هذه النتائج مع دراسة تايه (١٤٢٨: ١٧٧) التي توصلت إلي وجود فروق دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥ بين الجنس ومراحل اتخاذ قرارات الشراء، واختلفت هذه النتائج مع دراسة سويدان (٢٠١١: ١٨) والتي توصلت إلي وجود فروق بين الذكور والإناث في التأثير بالكلمة المنطوقة على قراراتهم الشرائية. ومما سبق يتضح أن: لا توجد فروق بين متوسط درجات الذكور والإناث في أسلوب استخدام الانترنت وأسلوب اتخاذ قراراتهم الشرائية. وبذلك تحقق الفرض الرابع:

٥- نتائج الفرض الخامس:

ينص الفرض الخامس على أنه "لا يوجد تباين دال إحصائياً بين طلاب الجامعة عينة الدراسة في كل من أسلوب استخدام الانترنت وأسلوب اتخاذ قراراتهم الشرائية تبعاً لمعدلات استخدام الانترنت" وللتحقق من صحة الفرض إحصائياً تم استخدام أسلوب تحليل التباين في اتجاه واحد ANOVA لمعرفة أسلوب استخدام طلاب الجامعة للانترنت ومحورها، وأسلوب اتخاذ طلاب الجامعة لقراراتهم الشرائية بمحاورها الثلاثة تبعاً لمعدلات استخدام الانترنت، وتم تطبيق اختبار Scheffe لمعرفة دلالة الفروق بين المتوسطات، وتوضح الجداول من (٢٥) إلي (٢٧) هذه الدلالات.

جدول (٢٥) تحليل التباين في اتجاه واحد لطلاب الجامعة عينة الدراسة في استبيان أسلوب استخدام طلاب الجامعة في الانترنت تبعاً لمعدلات استخدام الانترنت

المتغيرات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
المعلومات	بين المجموعات	٥٩٢,١٤٢	٣	١٩٧,٣٨١	٤,٧٧٥	٠,٠٠٣ دالة عند ٠,٠١
	داخل المجموعات الكلي	٢٥٩٥٦,٦٠٥ ٢٦٥٤٩,٧٤٧	٦٢٨ ٦٣١	٤١,٣٣٤		
الممارسات	بين المجموعات	١٣٩٤,١٣٦	٣	٤٦٤,٧١٢	١٠,٦٥٧	دالة عند ٠,٠٠١
	داخل المجموعات الكلي	٢٧٣٨٥,١٢٤ ٢٨٧٧٩,٢٥٩	٦٢٨ ٦٣١	٤٣,٦٠٧		
استبيان الانترنت	بين المجموعات	٣٧٢٠,٧٥٢	٣	١٢٤٠,٢٥١	٩,٨٥١	دالة عند ٠,٠٠١
	داخل المجموعات الكلي	٧٩٠٦٤,٤٥٧ ٨٢٧٨٥,٢٠٩	٦٢٨ ٦٣١	١٢٥,٨٩٩		

جدول (٢٦) متوسطات درجات طلاب الجامعة عينة الدراسة في استبيان أسلوب استخدام طلاب الجامعة للانترنت تبعاً لمعدلات استخدام الانترنت

معدلات استخدام الانترنت	المعلومات	الممارسات	استبيان الانترنت
-------------------------	-----------	-----------	------------------

مرة في الشهر	٦٢,٨٤٢	٥٩,٧٧١	١٢٢,٦١٤
أكثر من مرة في الأسبوع	٦٣,٨١٢	٦٢,٧٦٢	١٢٦,٥٧٥
مرة في الأسبوع	٦٤,٠٤٩	٦٢,٤٩٣	١٢٦,٥٤٣
يوميًا	٦٥,٤٨٢	٦٤,٤٢١	١٢٩,٩٠٣

يفسر جدول (٢٥) و(٢٦) ما يلي: يوجد تباين دال احصائياً بين طلاب الجامعة عينة الدراسة في محور المعلومات والمعارف ومحور الممارسات والاستخدامات ومجموع محاور اسلوب استخدام الانترنت تبعاً لمعدلات استخدام الانترنت حيث كانت قيمة ف (٤,٧٧٥, ١٠,٦٥٧, ٩,٨٥١) على التوالي وهي دالة احصائياً عند مستوى ٠,٠٠١, وللتعرف على مستوى دلالات الفروق تم تطبيق اختبار Scheffe لمعرفة دلالة الفروق بين متوسطات درجات طلاب الجامعة عينة الدراسة في محور المعلومات والمعارف والممارسات والاستخدامات ومجموع محاور اسلوب استخدام الانترنت تبعاً لمعدلات استخدام الانترنت, ووجد أنها تتدرج من (٦٢,٨٤٢, ٥٩,٧٧١, ١٢٢,٦١٤) على التوالي والمتمثلة في مرة في الشهر إلى (٦٥,٤٨٢, ٦٤,٤٢١, ٦٤,٤٢١) على التوالي المتمثلة في يوميًا. واتفقت نتائج هذه الدراسة مع دراسة قنيطرة (٢٠١١: أ) والتي توصلت إلى وجود تباين دال احصائياً بين عينة الدراسة في تقدير الآثار السلبية لاستخدام الانترنت تبعاً لمتغير عدد ساعات الاستخدام لصالح مستخدمى الانترنت أكثر من ١٥ ساعة.

جدول (٢٧) تحليل التباين في اتجاه واحد لطلاب الجامعة عينة الدراسة في استبيان اسلوب طلاب الجامعة في اتخاذ قراراتهم الشرائية تبعاً لمعدلات استخدام الانترنت

المتغيرات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
العوامل المؤثرة في القرار الشرائي	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	١٣,٦٩٩ ١١٨٦٥,٨٤٥ ١١٨٧٩,٥٤٤	٣ ٦٢٨ ٦٣١	٤,٥٦٦ ١٨,٨٩٥	٠,٢٤٢	٠,٨٦٧ غير دالة
مصادر القرار الشرائي	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	٦٦,٤٠٤ ٧٥٩٧,٠٧٥ ٧٦٦٣,٤٧٩	٣ ٦٢٨ ٦٣١	٢٢,١٣٥ ١٢,٠٩٧	١,٨٣٠	٠,١٤٠ غير دالة
العادات الشرائية	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	١٢٧,٦٨٦ ١٣١٥٤,٠٠٤ ١٣٢٨١,٦٩٠	٣ ٦٢٨ ٦٣١	٤٢,٥٦٢ ٢٠,٩٤٦	٢,٠٣٢	٠,١٠٨ غير دالة
استبيان قرارات الشراء	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	٣٥٩,١٣٦ ٥٢٧٠١,٧٦٢ ٥٣٠٦٠,٨٩٧	٣ ٦٢٨ ٦٣١	١١٩,٧١٢ ٨٣,٩٢٠	١,٤٢٦	٠,٢٣٤ غير دالة

يتضح من جدول (٢٧) ما يلي: لا يوجد تباين دال احصائياً بين طلاب الجامعة عينة الدراسة في محور العوامل المؤثرة في القرار الشرائي ومحور مصادر القرار الشرائي ومحور العادات الشرائية ومجموع محاور اسلوب اتخاذ القرار الشرائي تبعاً لمعدلات استخدام الانترنت حيث كانت قيمة ف (٢,٠٣٢, ١,٨٣٠, ٠,٢٤٢) على التوالي غير دالة احصائياً.

مما سبق يتضح أنه: يوجد تباين دال احصائياً بين طلاب الجامعة عينة الدراسة في أسلوب استخدام الانترنت تبعاً لمعدلات استخدام الانترنت, ولا يوجد تباين دال احصائياً بين طلاب الجامعة عينة الدراسة في اسلوب اتخاذ القرارات الشرائية تبعاً لمعدلات استخدام الانترنت. وبذلك يتحقق الفرض جزئياً.

ثالثاً: ملخص لأهم نتائج الدراسة الميدانية

١- توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة احصائياً عند مستوى ٠,٠١ بين أسلوب استخدام طلاب الجامعة للانترنت وأسلوب اتخاذ قراراتهم الشرائية.

٢- يوجد علاقة ارتباطية موجبة دالة احصائياً بين أسلوب استخدام الانترنت وبعض المتغيرات الكمية (المستوى التعليمي للأب- متوسط المدة المستغرقة في الجلسة الواحدة على الانترنت), كما توجد علاقة

- ارتباطية سالبة دالة احصائياً بين أسلوب استخدام الانترنت ومعدلات استخدام الانترنت, بينما لا توجد علاقة ارتباطية بين أسلوب استخدام الانترنت وكلاً من (الفرقة الدراسية- العمر- فئة الدخل المالي للأسرة- والمستوى التعليمي للأب).
- ٣- لا توجد فروق بين متوسط درجات الذكور والإناث في أسلوب استخدام الانترنت وأسلوب اتخاذ قراراتهم الشرائية.
- ٤- لا توجد فروق بين متوسط درجات التخصصات العلمية والتخصصات النظرية في أسلوب استخدام الانترنت وأسلوب اتخاذ القرارات الشرائية.
- ٥- لا توجد فروق بين متوسط درجات سكان الريف وسكان الحضر في أسلوب استخدام الانترنت وأسلوب اتخاذ قراراتهم الشرائية, بينما توجد فروق بين محور الممارسات والاستخدامات ومصادر قرارات الشراء لصالح سكان الحضر.
- ٦- لا توجد فروق بين متوسط درجات من يشتركون عبر الانترنت ومن لا يشتركون عبر الانترنت في أسلوب استخدام الانترنت, كما توجد فروق دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥ بين متوسط درجات من يشتركون عبر الانترنت ومن لا يشتركون عبر الانترنت في أسلوب اتخاذ القرارات الشرائية لصالح من يشتركون عبر الانترنت.
- ٧- توجد فروق دالة احصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٠١ بين متوسط درجات من يتابعون اعلانات الانترنت ومن لا يتابعون اعلانات الانترنت في أسلوب استخدام الانترنت وأسلوب اتخاذ القرارات الشرائية.
- ٨- يوجد تباين بين طلاب الجامعة عينة الدراسة في كل من أسلوب استخدام الانترنت وأسلوب اتخاذ قراراتهم الشرائية تبعاً للكلية.
- ٩- لا يوجد تباين بين طلاب الجامعة عينة الدراسة في كل من أسلوب استخدام الانترنت وأسلوب اتخاذ قراراتهم الشرائية تبعاً للفرقة الدراسية.
- ١٠- يوجد تباين بين طلاب الجامعة عينة الدراسة في أسلوب استخدام الانترنت تبعاً للمستوى التعليمي للأب, كما لا يوجد تباين بين طلاب الجامعة عينة الدراسة في أسلوب اتخاذ قراراتهم الشرائية تبعاً للمستوى التعليمي للأب.
- ١١- لا يوجد تباين بين طلاب الجامعة عينة الدراسة في أسلوب استخدام الانترنت تبعاً للمستوى التعليمي للأب, كما يوجد تباين بين طلاب الجامعة عينة الدراسة في أسلوب اتخاذ قراراتهم الشرائية تبعاً للمستوى التعليمي للأب.
- ١٢- يوجد تباين دال احصائياً بين طلاب الجامعة عينة الدراسة في أسلوب استخدام الانترنت تبعاً لمعدلات استخدام الانترنت, بينما لا يوجد تباين دال احصائياً بين طلاب الجامعة عينة الدراسة في أسلوب اتخاذ القرارات الشرائية تبعاً لمعدلات استخدام الانترنت.
- ١٣- يوجد تباين دال احصائياً بين طلاب الجامعة عينة الدراسة في أسلوب استخدام الانترنت تبعاً لمتوسط المدة المستغرقة في الجلسة الواحدة على الانترنت, كما لا يوجد تباين دال احصائياً بين طلاب الجامعة عينة الدراسة في أسلوب اتخاذ القرارات الشرائية تبعاً لمتوسط المدة المستغرقة في الجلسة الواحدة على الانترنت.
- ١٤- لا يوجد تباين بين طلاب الجامعة عينة الدراسة في أسلوب استخدام الانترنت تبعاً وأسلوب اتخاذ قراراتهم الشرائية تبعاً لفئة الدخل المالي للأسرة, بينما يوجد تباين دال احصائياً بين طلاب الجامعة عينة الدراسة ومحور العوامل المؤثرة في القرار الشرائي تبعاً لفئة الدخل المالي للأسرة.
- رابعاً: توصيات الدراسة
- في ضوء ما أسفرت عنه نتائج الدراسة يوصي الباحثون بما يلي:**
- ١- الاهتمام بتوفير وسائل تكنولوجيا التعليم بمراحل التعليم المختلفة لمساعدة الطلاب على مواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة.
 - ٢- الاهتمام بتفعيل دور التكنولوجيا الحديثة داخل المجتمعات من أجل دفع عجلة التنمية.
 - ٣- دفع الشباب الجامعي للاستخدام الأمثل للتكنولوجيا الحديثة والانترنت والاطلاع على كل ما هو مفيد وجديد

- ١- أسعد. طلعت (١٩٩٩م): أسس التسويق المتكامل- طريق التقدم للقرن الواحد والعشرون- مكتبة الجلاء الجديدة، المنصورة.
 - ٢- بركات. زياد (٢٠١٢م): صعوبات استخدام الانترنت لدى طلبة جامعه القدس المفتوحة فى طولكرم، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، المجلد العشرين، العدد الأول.
 - ٣- تايه. نضال عبد الله (١٤٢٨هـ): تأثير إعلانات الانترنت على مراحل اتخاذ قرار الشراء عند الشباب الجامعى الفلسطينى فى قطاع غزة، رسالة ماجستير، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة.
 - ٤- الجوهري. محمد، الخريجي. عبد الله (٢٠٠٨) طرق البحث الاجتماعى، القاهرة، الطبعة الخامسة، مكتبة الأنجلو المصرية.
 - ٥- حناوى. مجدى "محمد رشيد"(٢٠٠٥م): اتجاهات المشرفين الأكاديميين نحو الإنترنت واستخداماتها فى التعليم فى جامعه القدس المفتوحة فى فلسطين، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعه النجاح الوطنية، نابلس.
 - ٦- ریحان. الحسينى رجب (٢٠٠٦م): إدارة أعمال المنزل، مكتبة التربية الحديثة، المنصورة.
 - ٧- سويدان. نظام موسى (٢٠١١م) : دور الأطفال فى التأثير على بعض متغيرات قرارات الشراء للأسرة الاردنية "دراسة ميدانية من وجهة نظر الآباء"، مجلة جامعه الازهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد الثالث عشر، العدد الأول.
 - ٨- الشاذلى. تامر(٢٠٠٢م): جولة على الويب، دروس خصوصية مجانية عبر الشبكة فى كل المنهاج، مجلة لغة العصر، القاهرة، العدد ١٧، السنة ٢، مايو.
 - الطراونه. نايف سالم ، الفنيخ. لمياء سليمان (٢٠١٢): استخدام الانترنت وعلاقته بالتحصيل الأكاديمى والتكيف الاجتماعى
 - ٩- والاكتئاب ومهارات الاتصال لدى طلبة جامعه القصيم، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، المجلد العشرين، العدد الأول.
 - ١٠- عبد المسيح، ايرينى سمير (٢٠٠٤): المستوى الاجتماعى الاقتصادى وانعكاساته على اتخاذ القرارات الاسرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة.
 - ١١- القاضى. دلال، البياتى. محمود (٢٠٠٨): منهجية وأساليب البحث العلمى وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائى spss، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
 - ١٢- قتيطة. أحمد أحمد (٢٠٠١م): الآثار السلبية لإستخدام الإنترنت من وجهة نظر طلبة الجامعة الإسلامية بغزة ودور التربية الإسلامية فى علاجها، رسالة ماجستير فى أصول التربية، كلية التربية، جامعه الإسلامية، فلسطين.
 - ١٣- مبارك. حسام الدين (٢٠٠٣): دور وسائل الإعلام الجماهيرية فى نشر الثقافة الرياضية لدى طلاب بعض الجامعات المصرية، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية، جامعه طنطا.
 - ١٤- محمد. أميرة محمد (٢٠١٠): دور المواقع الإلكترونية فى التسويق السياسى الأحزاب المصرية لدى الجمهور، رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعه المنصورة.
 - ١٥- محمد. مها سليمان (١٩٩٤م): دراسة مقارنة لدوافع شراء واتخاذ القرارات الخاصة بالأجهزة المنزلية لعينة من ربوات الأسر الحضارية والريفية، نشرة العلوم وبحوث التنمية، بحث رقم ٦٨١، مجلد ٤٦.
 - ١٦- نوفل. ربيع محمود (٢٠٠٦م): الإدارة المنزلية الحديثة، دار النشر الدولى، الطبعة الأولى، الرياض، المملكة العربية السعودية
- 17- Hyland , Tom (2002):Why Internet Advertising?,Webvertising ,
SCN Education B. V.Saina Fan (2010):Food Trade Issues and
Food Purchasing Decisions by
- 18-Consumers In China, Master, Faculty of Graduate Studies, Department of
Agribusiness and Agricultural Economics, University of Manitoba.

USING INTERNET AND IT'S RELATIONSHIP TO THE PURCHASING DECISIONS AMONG A SAMPLE OF STUDENTS FROM MANSOURA UNIVERSITY

Nofal, R. M. A. ;* H. H. A. Hana **; E. I. M. Abdel Fattah * and E. A. I. El- Swah ******

*** Home Management & Institutions Dept. Faculty of Home Economics Minufiya University**

**** Home Economics Dept. Faculty of Specific Education Mansoura University**

***** Educational Media Dept. Faculty of Specific Education Mansoura University**

****** Home Economics Dept. Faculty of Specific Education Mansoura University**

ABSTRACT

This research aims to study the effect of style Mansoura University students use the Internet on the method of their purchasing decisions.

The study sample consisted of (632) students from Mansoura University, the researcher used the primary student data and his family form, and a questionnaire method to use university students of the Internet with it's two dimensions (information and knowledge - practices and uses), and a questionnaire method to take university students for purchasing decisions with it's three dimensions (factors influencing in the purchasing decision - sources purchasing decision - buying habits) as tools for data collection.

The research found that there is a positive correlation statistically significant at the level of 0.01 between the method of use of the university students of the Internet and method of making purchasing decisions, as there are no differences between the average scores of male and female in the style of Internet use and method of making purchasing decisions, and also no statistically significant differences at the level of 0.05 significance between the average scores of online buying and to Aastron online in the style of the purchasing decisions for the benefit of buying online.

Also the research found that there is a positive correlation statistically significant between the method of use of the Internet and some quantitative variables (educational level of the father - the average time it takes in a single session on the Internet), and no correlation is negative statistically significant between the method of

use of the Internet and the rates of Internet use, while there is no relationship correlation between the method of use of the Internet and both (the school band - Age - class financial income of the family - and educational level of the mother), as well as there is no correlation between the purchasing decision-making style and quantitative variables of the study.

The study recommended the need to interest the provision of methods education technology in different stages of education to help students keep pace with modern technology and attention activate the role of modern technology in societies in order to accelerate development, and payment of university students for optimal use of modern technology, the Internet and see all that is useful and new.

قام بتحكيم البحث

كلية الزراعة – جامعة المنصورة
كلية التربية النوعية – جامعة المنصورة

أ.د / محمد السيد الأمام
أ.د / الحسينى رجب ربحان