

## 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 لدى 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

### المخلص

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

وتكونت عينة الدراسة من (632) طالب وطالبة من طلاب جامعه المنصورة، واستخدمت الباحثة استمارة البيانات الأولية الخاصة بالطالب وأسرته، واستبيان أسلوب استخدام طلاب جامعه للانترنت بمحوريه (المعلومات والمعارف- الممارسات والاستخدامات)، واستبيان أسلوب اتخاذ طلاب جامعه 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 0,01 بين أسلوب استخدام طلاب جامعه 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 داله إحصائياً عند مستوى دلالة 0,05 بين متوسط درجات من يشترون عبر الانترنت ومن لا يشترون عبر الانترنت في أسلوب اتخاذ القرارات الشرائية لصالح من يشترون 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 المختلفه 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 (4) تحت إشراف الباحثين (1) (2) (3).

### المقدمة والمشكلة البحثية

يشهد عالمنا اليوم عصرًا جديدًا وهو عصر تكنولوجيا المعلومات التي بدأ يسيطر على العالم بشكل مذهل، 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، 1994: 2).

ويعتبر اتخاذ القرار عملية قديمة قدم الحياة ذاتها فهو قلب العملية الإدارية وأساسها ويتوقف نجاح الفرد أو الأسرة في إدارة شؤونها 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 لمواجهه المواقف والمشكلات من قرارات تتجدد وتتعدل دائماً وفقاً للظروف المتغيرة وبهذا تختلط الإدارة مع إتخاذ القرار في كل وقت عبر الزمن (نوفال، 2006: 213).

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، 2010: 2).

كما توجد العديد من العوامل التي تؤثر في اتخاذ قرارات الشراء منها طبيعة المشتري حيث تتباين طبائع المشترين 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 (أسعد، 1999: 141).

ويعتبر طلاب الجامعة من أهم القطاعات التي يركز عليها المجتمع في زيادة التقدم العلمي والتكنولوجي بزيادة الوقت الحر لدى هؤلاء الشباب ولذلك أصبح من الأهمية أن يضع الإنترنت 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، 2003: 5).

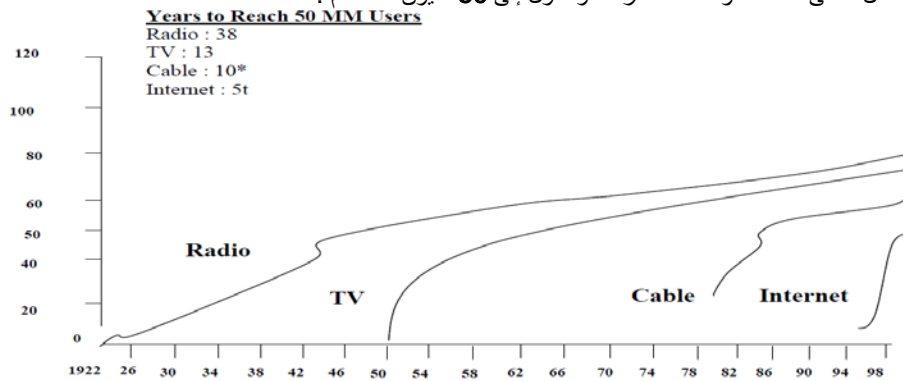
كما اكتسبت شبكات المعلومات المبنية على الحاسب الآلي أهمية كبيرة، نظراً لقدرتها الفائقة على نقل البيانات بين الأماكن المتباعدة بصورة فورية، بما يتيح المشاركة في البيانات وتبادل المعلومات وما يترتب على ذلك من قدرة على اتخاذ القرار (الشانلي، 2002، 52: 55).

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 الهنية على الأسرة يحتاج إلى قرارات لذا فإن أفضل الأسس وأصوب القرارات عن طريقها يتم تحقيق الأهداف المنشودة (ريحان، 2006: 14).

وتوجد العديد من العوامل التي تؤثر في اتخاذ قرارات الشراء منها طبيعة المشتري حيث تتباين طبائع المشترين 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 (أسعد، 1999: 141).

وتعتبر شبكة الإنترنت أسرع وسيلة اتصال نمواً، حيث أوضح Hyland (16: 2002) المدى الزمني الذي استغرقه الجمهور لتبني الإنترنت 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 50 مليون مستخدم في أمريكا، وبتبين أن شبكة الإنترنت استغرقت خمس سنوات فقط لتصل إلى

50 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 تقييد 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 50 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 الانترنت- متوسط المدة المستغرقة على الانترنت في الجلسة الواحدة) وأسلوب استخدام الانترنت وأسلوب اتخاذ قرارات الشراء لدى طلاب الجامعة؟
- ٢ - هل توجد فروق بين الذكور والإناث في كل من أسلوب استخدام الانترنت وأسلوب اتخاذ قرارات الشراء لدى طلاب الجامعة؟
- ٣ - هل توجد فروق بين سكان الريف والحضر في كل من أسلوب استخدام الانترنت وأسلوب اتخاذ قرارات الشراء لدى طلاب الجامعة؟
- ٤ - هل توجد فروق بين من يتابع إعلانات الانترنت ومن لا يتابع إعلانات الانترنت في كل من أسلوب استخدام الانترنت وأسلوب اتخاذ قرارات الشراء لدى طلاب الجامعة؟
- ٥ - ما طبيعة الفروق بين طلاب الجامعة عينة الدراسة في كل من أسلوب استخدام الانترنت وأسلوب اتخاذ قرارات الشراء تبعاً لمعدلات استخدام الانترنت؟

#### أهداف الدراسة

- أستهدفت 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 الانترنت وبعض المتغيرات الكمية المتمثلة في (العمر- الكلية- الفرقة الدراسية- المستوى التعليمي للأب- المستوى التعليمي للأم- معدلات استخدام الانترنت- متوسط المدة المستغرقة في الجلسة الواحدة على الانترنت- فئة الدخل المالي للأسرة) على كلاً من أسلوب استخدام طلاب الجامعة للإنترنت وأسلوب اتخاذ قراراتهم الشرائية.
  - ٢ - معرفة الفروق بين أسلوب استخدام الانترنت و أسلوب اتخاذ القرارات الشرائية لدى طلاب الجامعة تبعاً (الجنس- بيئة السكن- متابعة إعلانات الانترنت).
  - ٣ - الكشف عن الاختلافات في أسلوب استخدام الانترنت و أسلوب اتخاذ القرارات الشرائية لدى طلاب الجامعة تبعاً معدلات استخدام الانترنت.

#### أهمية الدراسة

### تتمثل أهمية الدراسة في اتجاهين:

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

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

- ١ - للتوصل إلى توصيات قد تكون بداية لبحوث جديدة في هذا المجال كما قد تكون حلول واقعية لمواجهه المشكلات المرتبطة بأسلوب استخدام الإنترنت 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 للإنترنت، 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 الإنترنت في اتخاذ قراراته الشرائية.

### الأسلوب البحثي

#### أولاً: فروض الدراسة

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

#### ثانياً: المصطلحات والتعريف الإجرائية

- ١ - **الإنترنت:** يُعرف إجرائياً بأنه عدد ضخم من أجهزة الكمبيوتر من جميع أنحاء العالم مرتبطة مع بعضها البعض بما يسمى بالشبكة ويحكمها 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 (الqualitative).

البيك، 2008: 66.

#### رابعاً: حدود الدراسة

- **الحدود البشرية (العينة):** اشتملت عينة الدراسة على (632) من طلاب جامعهه المنصورة من الذكور والإناث في كلاً من الحضر والريف من مستويات اجتماعية واقتصادية مختلفة وتم اختيارهم بطريقة صدقية غرضية.

- **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 7 أيام في الفترة من 3 أبريل 2013م إلى 10 إبريل 2013م.  
**خامساً: بناء وإعداد وتقنين أدوات الدراسة**  
**تكونت أدوات الدراسة من:**

1 استمارة البيانات العامة للطلاب وأسرته.

2 استبيان أسلوب استخدام طلاب الجامعة للإنترنت.

3 - 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 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 جريت 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 800 جنية- من 800 إلى أقل من 1200- من 1200 إلى أقل من 1600- من 1600 إلى أقل من 2000- من 2000 إلى أقل من 2500- من 2500 إلى أقل من 3000- من 3000 إلى أقل من 4000- 4000 فأكثر).

**ثانياً: استبيان أسلوب استخدام طلاب الجامعة للإنترنت**

اشتمل هذا الاستبيان على مجموعه 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 (64) عبارة موزعه على محورين:

1 - **محور المعلومات والمعرف:** 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 أفضل والتعرف على العديد من المنتجات الجديدة من خلال إعلانات الإنترنت.

2 - **محور الممارست والاستخدام:** 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 (15) 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 86,7% إلى 100%.

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

**جدول (1) معاملات الارتباط بين محاور استبيان أسلوب استخدام طلاب الجامعة للإنترنت والدرجة الكلية**

محاور الاستبيان	استبيان أسلوب استخدام طلاب الجامعة للإنترنت
المعلومات والمعارف	**0,859
الممارسات والاستخدامات	**0,871

**يوضح جدول (1)** وجود علاقات ارتباطية موجبة عند مستوى دلالة 0,01 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 (2):

**جدول (2) الثبات بطريقة ألفا كرونباخ لاستبيان أسلوب طلاب الجامعة في استخدام الإنترنت**

محاور استبيان استخدام الإنترنت	عدد العبارات	قيمة معامل ألفا
المعلومات والمعارف	30	0,691
الممارسات والاستخدامات	30	0,665
<b>إجمالي استبيان استخدام الإنترنت</b>	<b>60</b>	<b>0,782</b>

يوضح جدول (2) أن معامل ألفا لكل من (المعلومات والمعارف، والممارسات والاستخدامات، وإجمالي استبيان أسلوب استخدام الإنترنت) هي (0,691، 0,665، 0,782) على التوالي، وهي أكبر من القيمة الجدولية (0,075) عند درجة حرية (630) 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 (3) اختبار معامل ارتباط التجزئة النصفية لاستبيان أسلوب استخدام طلاب الجامعة للإنترنت**

محاور الاستبيان	معادلة ارتباط سبيرمان- براون	معادلة ارتباط جتمان
المعلومات والمعارف	0,661	0,660
الممارسات والاستخدامات	0,450	0,438
<b>استبيان الإنترنت</b>	<b>0,663</b>	<b>0,663</b>

**يوضح جدول (3)** أن معامل ارتباط التجزئة النصفية لاستبيان أسلوب استخدام الإنترنت ككل هو (0,663) لسبيرمان- براون، (0,663) لجتمان.

**تصحيح الاستبيان:** تم تصحيح استبيان أسلوب طلاب الجامعة في استخدام الإنترنت عن طريق اختبار واحد من متعدد (دائماً - أحياناً - نادراً)، وتم التصحيح على ميزان (3-2-1) للعبارة الموجبه وميزان (1-2-3) للعبارة 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 (63) عبارة موزعة على ثلاث محاور:

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

بأ - 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 شرائي سليم.

تأ - 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 وجامعه كفر الشيخ وكلية الاقتصاد المنزلي بجامعة الأزهر طنطا وجامعه المنوفية، وبلغ عددهم (13) 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 84,6% إلى 100%.

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

محاور الاستبيان	استبيان أسلوب اتخاذ طلاب الجامعة لقراراتهم الشرائية
العوامل المؤثرة في القرار الشرائي	**0,764
مصادر القرار الشرائي	**0,676
العادات الشرائية	**0,762

يوضح جدول (4) وجود علاقات ارتباطية موجبة عند مستوى دلالة 0,01 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 (5):

جدول (5) 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	20	0,468
مصادر القرار الشرائي	15	0,411
العادات الشرائية	25	0,406
إجمالي استبيان قرارات الشراء	60	0,645

يوضح جدول (5) 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 (0,468، 0,411، 0,411، 0,645) على التوالي، وهي أكبر من القيمة الجدولية (0,075) عند درجة حرية (630) 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 الإستبيان وكذلك للإستبيان ككل، وتم حساب الارتباط بين نصفي الاستبيان عن طريق معادلة Spearman- Brown ومعادلة Guttman.

جدول (6) 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	0,216	0,216

0,480	0,488	مصادر القرار الشرائي
0,190	0,190	العادات الشرائية
<b>0,532</b>	<b>0,535</b>	<b>اجمالي استبيان قرارات الشراء</b>

يوضح جدول (6) أن معامل ارتباط التجزئة النصفية لاستبيان أسلوب طلاب الجامعة في اتخاذ قراراتهم الشرائية ككل هو (0,535) لسبيرمان- براون، (0,532) 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 (3- 2- 1) للعبارات الموجبه وميزان (1- 2- 3) للعبارات السالبة.

#### سادساً: المعاملات الإحصائية المستخدمة في الدراسة

قامت الباحثة بتحليل البيانات واجراء المعالجات الاحصائية باستخدام برنامج spss للاستخراج النتائج وقامت الباحثة بمراجعة البيانات لضمان صحة النتائج ودقتها. ومن خلال استخدام بعض المعاملات والاساليب الاحصائية التي استخدمت لكشف العلاقة بين متغيرات الدراسة واختبار صحة الفروض منها حساب التكررات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة، و معامل الارتباط لحساب درجة صدق استبيان استخدام الانترنت واستبيان اسلوب 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 (7) إلى (17) وصف عينة الدراسة الميدانية:

##### جدول (7) التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً لنوع الكلية

نوع الكلية	العدد	النسبة المئوية %
الزراعة	64	10,1
التربية النوعية	117	18,5
التربية الرياضية	75	11,9
العلوم	56	8,9
التجارة	61	9,7
الآداب	117	18,5
الحقوق	63	10
التربية	79	12,5
<b>المجموع</b>	<b>632</b>	<b>100</b>

يوضح جدول (7) تساوي نسب الطلاب في كلية التربية النوعية والآداب وتمثل 18,5%، وتقارب النسب بين باقي الكليات عينة الدراسة حيث 12,5% من طلاب العينة تمثل كلية التربية، و 11,9% من طلاب العينة تمثل كلية التربية الرياضية، و 10,1% من طلاب العينة تمثل كلية الزراعة، و 10% من طلاب العينة تمثل كلية الحقوق، و 9,7% من طلاب العينة تمثل كلية التجارة، و 8,9% من طلاب العينة تمثل كلية العلوم.

##### جدول (8) التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً للفرقة الدراسية

الفرقة الدراسية	العدد	النسبة المئوية %
الفرقة الدراسية الأولى	154	24,4
الفرقة الدراسية الثانية	244	38,6
الفرقة الدراسية الثالثة	89	14,1
الفرقة الدراسية الرابعة	145	22,9
<b>المجموع</b>	<b>632</b>	<b>100</b>



يتضح من جدول (8) أن أعداد طلاب الفرقة الثانية تمثل أكبر نسبة مئوية حيث تبلغ 38,6%، ويليهما الفرقة الأولى وتمثل 24,4%، ثم يليها الفرقة الرابعة وتمثل 22,9%، وتحتل الفرقة الثالثة أقل نسبة مئوية وتبلغ 14,1% من إجمالي عينة الدراسة.

جدول (9) التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً للتخصص

النسبة المئوية %	العدد	التخصص
49,4	312	عملي
50,6	320	نظري
100	632	المجموع

يوضح جدول (9) تقارب نسب طلاب الجامعة عينة الدراسة في التخصص العملي والتخصص النظري، حيث بلغت نسب طلاب التخصص العملي 49,4% ونسب طلاب التخصص النظري 50,6%.

جدول (10) التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً للجنس

النسبة المئوية %	العدد	الجنس
39,9	252	ذكور
60,1	380	إناث
100	632	المجموع

يوضح جدول (10) زيادة نسب طلاب الجامعة عينة الدراسة الإناث عن الذكور، حيث بلغت نسب الطلاب الإناث 60,1% ونسب الطلاب الذكور 39,9%.

جدول (11) التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً لبيئة السكن

النسبة المئوية %	العدد	بيئة السكن
57,9	366	ريف
42,1	266	حضر
100	632	المجموع

يوضح جدول (11) أن نسب طلاب الجامعة عينة الدراسة الذين يعيشون في الريف أكبر من الذين يعيشون في الحضر حيث بلغت نسب الطلاب يعيشون في الريف 57,9% ونسب الطلاب الذين يعيشون في الحضر 42,1%.

جدول (12) التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً للعمر

النسبة المئوية %	العدد	العمر
4,4	28	18 سنة
27,8	176	19 سنة
38,8	245	20 سنة
22,5	142	21 سنة
5,1	32	22 سنة
1,4	9	23 سنة فأكثر
100	632	المجموع
	20,0111	المتوسط الحسابي
	1,0539	الانحراف المعياري

يوضح جدول (12) أن 38,8% من طلاب الجامعة عينة الدراسة تبلغ أعمارهم 20 سنة، بينما 22,5% تبلغ أعمارهم 21 سنة، و27,8% من العينة تبلغ أعمارهم 19 سنة، ويليهما 5,1% من العينة تبلغ

أعمارهم 22 سنة، و 4,4% من عينة الدراسة تبلغ أعمارهم 18 سنة، بينما تبلغ نسب الطلاب الذين يبلغ أعمارهم 23 سنة فأكثر 1,4%، ويبلغ متوسط أعمار عينة الدراسة 20,0111.

جدول (13) التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً للمستوى التعليمي للأب والأم

المستوى التعليمي	المستوى التعليمي للأب		المستوى التعليمي للأم	
	النسبة المئوية %	العدد	النسبة المئوية %	العدد
أمي	2,7	17	5,1	32
يقرا ويكتب	5,2	33	8,1	51
حاصل على الابتدائية	3,6	23	3,5	22
حاصل على الإعدادية	7,6	48	5,5	35
حاصل على الثانوية	24,8	157	32,1	203
تعليم جامعي	50,8	321	43,2	273
مرحلة ماجستير	2,7	17	1,7	11
مرحلة دكتوراة	2,5	16	0,8	5
<b>المجموع</b>		<b>632</b>		<b>100</b>
<b>المتوسط الحسابي</b>		<b>4,9209</b>		<b>4,9209</b>
<b>الانحراف المعياري</b>		<b>1,5169</b>		<b>1,5169</b>

يوضح جدول (13) ارتفاع نسب المستوى التعليمي للأب والتي تبلغ 56% عن المستوى التعليمي للأم والذي يبلغ 45,7% في مستوى التعليم العالي، ارتفاع نسب المستوى التعليمي للأم والتي تبلغ 37% عن المستوى التعليمي للأب والذي يبلغ 32,4% في مستوى التعليم المتوسط، انخفاض نسب المستوى التعليمي للأب والتي تبلغ 11,5% عن المستوى التعليمي للأم والذي يبلغ 16,7% في مستوى التعليم المنخفض.

جدول (14) التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً لمعدلات استخدام الإنترنت

معدلات استخدام الإنترنت	العدد	النسبة المئوية %
يومية	342	54,1
مرة في الأسبوع	81	12,8
أكثر من مرة في الأسبوع	139	22
مرة في الشهر	70	11,1
<b>المجموع</b>	<b>632</b>	<b>100</b>
<b>المتوسط الحسابي</b>	<b>1,9003</b>	<b>1,9003</b>
<b>الانحراف المعياري</b>	<b>1,0936</b>	<b>1,0936</b>

يتضح من جدول (14) أن 54,1% من طلاب الجامعة عينة الدراسة يستخدمون الانترنت يومياً وهذا يرجع لتوافر أجهزة الكمبيوتر والانترنت وقدرة الطلاب على التفاعل بشكل إيجابي معها، و 22% من العينة يستخدمون الانترنت بمعدل أكثر من مرة في الأسبوع، و 12,8% يستخدمون الانترنت بمعدل مرة في الأسبوع، و 11,1% يستخدمون الانترنت بمعدل مرة في الشهر.

جدول (15) التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً لمتوسط المدة المستغرقة في الجلسة الواحدة على الانترنت

متوسط المدة المستغرقة في الجلسة الواحدة على الانترنت	العدد	النسبة المئوية %
أقل من نصف ساعة	47	7,4
من نصف ساعة إلى ساعة	98	15,5
ساعة- ساعتين	210	33,2
أكثر من ساعتين	277	43,8
<b>المجموع</b>	<b>632</b>	<b>100</b>
<b>المتوسط الحسابي</b>	<b>3,1345</b>	<b>3,1345</b>
<b>الانحراف المعياري</b>	<b>0,9349</b>	<b>0,9349</b>

يتضح من جدول (15) أن 43,8% من طلاب الجامعة عينة الدراسة يقضون أكثر من ساعتين على الانترنت في الجلسة الواحدة، في حين أن 33,2% يقضون أكثر من ساعتين على الانترنت في الجلسة

الواحدة، ويقضى 15,5% من طلاب الجامعة عينة الدراسة من نصف ساعة إلى ساعة في الجلسة الواحدة، بينما يقضى 7,4% أقل من نصف ساعة في الجلسة الواحدة على الانترنت.

جدول (16) التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً لمعدلات الشراء عبر الإنترنت

النسبة المئوية %	العدد	معدلات الشراء عبر الإنترنت
10,1	64	نعم
89,9	568	لا
100	632	المجموع
1,8987		المتوسط الحسابي
0,3019		الانحراف المعياري

يتضح من جدول (16) أن 89,9% لم يجربوا الشراء عبر الانترنت من قبل، و 10,1% قاموا بالشراء عبر الانترنت.

جدول (17) التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً لمعدلات متابعة إعلانات الإنترنت

النسبة المئوية %	العدد	معدلات متابعة إعلانات الإنترنت
50,5	319	نعم
49,5	313	لا
100	632	المجموع
1,4953		المتوسط الحسابي
0,5003		الانحراف المعياري

يتضح من جدول (17) تقارب نسب من يتابعون إعلانات الانترنت مع من لا يتابعونها حيث بلغت نسب من يتابعون إعلانات الانترنت 50,5% ، ومن لا يتابعون إعلانات الانترنت 49,5%.

## ثانياً: النتائج في ضوء الفروض

### ١ - نتائج الفرض الأول

ينص الفرض الأول على أنه "لا توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية 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 للأب- فئة الدخل المالي للأسرة- معدلات استخدام الانترنت- متوسط المدة المستغرقة في الجلسة الواحدة على الانترنت).

جدول (18) معامل ارتباط بيرسون لأسلوب استخدام طلاب الجامعة للانترنت واتخاذهم لقراراتهم الشرائية

المتغيرات	الفرقة الدراسية	العمر	المستوى التعليمي للأب	المستوى التعليمي للأب	فئة الدخل	معدلات استخدام الانترنت	متوسط المدة المستغرقة
المعلومات	0,014 - 0,44	0,081*	0,050	0,103**	0,146**	0,120**	
الممارسات	0,089* - 0,062	0,087*	0,018	0,049	0,204**	0,111**	
إجمالي الانترنت	0,060 - 0,012	0,097*	0,039	0,087*	0,203**	0,134**	
العوامل	0,063 - 0,075	0,026	0,063 -	0,029	0,024	0,045	
المصادر	0,008 - 0,020	0,054	0,007	0,049	0,089*	0,077	
العادات	0,013 - 0,004	0,008	0,089* -	0,012 -	0,055	0,025	

0,063	0,073	-	0,029	0,071-	0,037	0,045 -	0,026 -	اجمالي قرارات الشراء
0,001			0,01			0,05		
دالة عند مستوى (***)			دالة عند مستوى (**)			دالة عند مستوى (*)		

يتضح من جدول (18) أنه توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة احصائياً بين محور المعلومات والمستوى التعليمي للأب وفترة الدخل ومتوسط المدة المستغرقة في الجلسة الواحدة على الانترنت عند مستوى دلالة 0,05، 0,01 على التوالي وسالبة مع معدلات استخدام الانترنت عند مستوى دلالة 0,01، توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة احصائياً عند مستوى دلالة 0,05 بين محور الممارسات والفرقة الدراسية والمستوى التعليمي للأب و معدلات استخدام الانترنت عند مستوى دلالة 0,01 كما وجدت أنه لا توجد علاقة ارتباطية بين محور العوامل المؤثرة في القرار الشرائي و اجمالي استبيان قرارات الشراء مع المتغيرات الكمية للدراسة، كما يوجد ارتباط سالب دال احصائياً عند مستوى دلالة 0,05 بين مصادر القرار الشرائي ومعدلات استخدام الانترنت، كما يوجد ارتباط سالب دال احصائياً عند مستوى دلالة 0,05 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 الانترنت وبعض المتغيرات الكمية (المستوى التعليمي للأب- متوسط المدة المستغرقة في الجلسة الواحدة على الانترنت)، وتوجد علاقة ارتباطية سالبة داله 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). 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 الانترنت ومن لا يتابع إعلانات الانترنت 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 يتابع إعلانات الانترنت ومن لا يتابع اعلانات الانترنت في استبيان أسلوب استخدام طلاب الجامعة للانترنت، واستبيان أسلوب اتخاذ قراراتهم الشرائية.

جدول (19) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة (ت) لدلالة الفروق بين من يتابع إعلانات الانترنت ومن لا يتابعها في استبيان أسلوب استخدام طلاب الجامعة للإنترنت

المحاور	متابعة اعلانات الانترنت نعم ن = 319		متابعة اعلانات الانترنت لا ن = 313		الفروق بين المتوسطات	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
	المتوسط	الانحراف	المتوسط	الانحراف			
المعلومات والمعارف	66,122	6,542	63,127	6,076	2,994	5,959	0,000 دال عند 0,001
الممارسات والاستخدامات	64,780	6,403	61,779	6,774	3,001	5,724	0,000 دال عند 0,001
مجموع محاور الاستبيان	130,902	11,136	124,907	10,987	5,995	6,812	0,000 دال عند 0,001

يوضح جدول (19) ما يلي: توجد فروق بين متوسط درجات من يتابعون اعلانات الانترنت ومن لا يتابعون اعلانات الانترنت في محور المعلومات والمعارف والممارسات والاستخدامات ومجموع محاور استبيان الانترنت لصالح من يتابعون إعلانات الانترنت حيث كانت قيمة ت (6,812، 5,724، 9,959) على التوالي وهي دالة احصائياً عند مستوى 0,001.

جدول (20) 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 اعلانات الانترنت		متابعة اعلانات الانترنت		قيمة (ت)	مستوى الدلالة
	نعم = 319	لا = 313	الانحراف	المتوسط		
العوامل	44,128	4,157	4,374	42,514	4,755	0,000 دال عند 0,001
المصادر	32.605	3,384	3,500	31,482	4,099	0,000 دال عند 0,001
العادات الشرائية	52,645	4,439	4,643	51,297	3,732	0,000 دال عند 0,001
مجموع محاور الاستبيان	129,379	8,755	9,137	125,293	5,740	0,000 دال عند 0,001

يوضح جدول (20) ما يلي: توجد فروق بين متوسط درجات من يتابعون اعلانات الانترنت ومن لا يتابعون اعلانات 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 ( 4,755 ، 4,099 ، 3,732) على التوالي وهي دالة احصائياً عند مستوى 0,001. مما سبق يتضح أنه توجد فروق دالة احصائياً عند مستوى دلالة 0,001 بين متوسط درجات من يتابعون اعلانات الانترنت ومن لا يتابعون اعلانات 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 (21) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة (ت) لدلالة الفروق بين سكان الريف وسكان الحضر في استبيان أسلوب استخدام طلاب الجامعة للانترنت

المحاور	ريف = 366		حضر = 266		قيمة (ت)	مستوى الدلالة
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري		
المعلومات والمعارف	64,554	6,568	64,755	6,383	0,384	0,701 غير داله
الممارسات والاستخدامات	62,696	6,900	64,116	6,468	2,621-	0,009 داله عند 0,01
مجموع محاور الاستبيان	127,251	11,480	128,872	11,372	1,759-	0,079 غير داله

يوضح جدول (21) ما يلي: لا توجد فروق بين متوسط درجات سكان الريف والحضر في محور المعلومات والمعارف و مجموع محاور اسلوب استخدام الانترنت حيث كانت قيمة ت (-0,384 ، 0,384) وهي غير دالة احصائياً، كما توجد فروق بين متوسطات درجات الريف والحضر في محور الممارسات والاستخدامات لصالح سكان الحضر حيث كانت قيمة ت (-2,621) وهي دالة عند مستوى 0,01.

جدول (22) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة (ت) لدلالة الفروق بين بيئة السكن في استبيان أسلوب طلاب الجامعة في اتخاذ قراراتهم الشرائية

المحاور	ريف		حضر		الانحراف المعياري	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري				
العوامل	43,316	4,289	43,345	4,414	0,028 -	0,083 -	0,934 غير داله	
المصادر	31,745	3,646	32,466	3,209	0,720 -	2,577 -	0,010 داله عند مستوى 0,05	
العادات	52,112	4,622	51,793	4,541	0,318	0,862	0,389 غير داله	
مجموع محاور الاستبيان	127,174	9,177	127,605	9,171	0,430 -	0,582 -	0,561 غير داله	

يوضح جدول (22) 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 (-0,083، 0,862، -0,582) 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 (2,577) وهي دالة احصائياً عند مستوى 0,05. تختلف هذه النتائج عن دراسة عبد المسيح (2004: 207) 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 إحصائياً بين الذكور والإناث في كلاً من أسلوب استخدام طلاب الجامعة للانترنت وأسلوب اتخاذ قراراتهم الشرائية." للتحقق من صحة الفرض إحصائياً 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 (23) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة (ت) لدلالة الفروق بين الذكور والإناث في استبيان أسلوب استخدام طلاب الجامعة للانترنت

المحاور	الذكور		الإناث		الانحراف المعياري	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري				
المعلومات والمعارف	63,853	5,895	65,161	6,809	1,307 -	2,491	0,013 (داله عند 0,05)	
الممارسات والاستخدامات	63,611	6,468	63,084	6,937	0,527	0,960	0,337 (غير داله)	
مجموع محاور الاستبيان	127,464	10,874	128,245	11,827	0,780 -	0,839	0,402 (غير داله)	

يبين جدول (23) ما يلي: توجد فروق بين متوسطات درجات الذكور والإناث في محور المعلومات والمعارف لصالح الإناث حيث كانت قيمة ت (2,491) وهي دالة احصائياً عند مستوى دلالة 0,05، ولا توجد فروق بين متوسط الذكور والإناث في محور الممارسات ومحور استبيان استخدام طلاب الجامعة للانترنت حيث كانت قيمة ت (0,960، 0,960) على التوالي وهي غير دالة احصائياً. واتفقت هذه النتائج مع دراسة بركت (2012: 521) والتي توصلت إلى أنه لا توجد فروق دالة احصائياً بين الذكور والإناث في استخدام الانترنت. واختلفت مع دراسة حناوي (2005: 130) ودراسة الطراونة والفنيخ (2012: 283) ودراسة قنيطه (2011: 1) والتي توصلت إلى وجود فروق دال احصائياً بين الجنسين لصالح الذكور في استخدام الانترنت.

جدول (24) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة (ت) لدلالة الفروق بين الذكور والإناث في استبيان أسلوب طلاب الجامعة في اتخاذ قراراتهم الشرائية

المحاور	الذكور ن=252		الإناث ن=380		الفرق بين المتوسطات	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
العوامل	43,056	4,334	43,510	4,338	0,455	0,520	0,197 (غير داله)
المصادر	31,861	3,277	32,174	3,615	0,313	0,218	0,270 (غير داله)
العادات	51,806	4,288	52,092	4,778	0,286	0,129	0,442 (غير داله)
مجموع محاور الاستبيان	126,722	8,723	127,776	9,443	1,054	0,334	0,157 (غير داله)

يبين جدول (24) 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 ( 0,520، 0,218، 0,129، 0,334) وهي غير دالة احصائياً. واتفقت هذه النتائج مع دراسة تايه (1428: 177) التي توصلت إلى وجود فروق دالة احصائياً عند مستوى دلالة 0,05 بين الجنس ومراحل اتخاذ قرارات الشراء، واختلفت هذه النتائج مع دراسة سويدان (2011: 18) والتي توصلت إلى 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 واسلوب 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 (25) إلى (27) هذه الدلالات.

جدول (25) 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	592,142	3	197,381	4,775	0,003 دالة عند 0,01
	داخل المجموعات	25956,605	628	41,334		
	الكلي	26549,747	631			
الممارسات	بين المجموعات	1394,136	3	464,712	10,657	0,000 دالة عند 0,001
	داخل المجموعات	27385,124	628	43,607		
	الكلي	28779,259	631			
استبيان الانترنت	بين المجموعات	3720,752	3	1240,251	9,851	0,000 دالة عند 0,001
	داخل المجموعات	79064,457	628	125,899		
	الكلي	82785,209	631			

جدول (26) متوسطات درجات طلاب الجامعة عينة الدراسة في استبيان أسلوب استخدام طلاب الجامعة للانترنت تبعاً لمعدلات استخدام الانترنت

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

122,614	59,771	62,842	مرة في الشهر
126,575	62,762	63,812	أكثر من مرة في الأسبوع
126,543	62,493	64,049	مرة في الأسبوع
129,903	64,421	65,482	يوميًا

يفسر جدول (25) و (26) ما يلي: يوجد تباين دال احصائياً بين طلاب الجامعة عينة الدراسة في محور المعلومات والمعارف ومحور الممارسات والاستخدامات ومجموع محاور أسلوب استخدام الانترنت تبعاً لمعدلات استخدام الانترنت حيث كانت قيمة ف (9,851، 10,657، 4,775) على التوالي وهي دالة احصائياً عند مستوى 0,001، 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 أسلوب استخدام الانترنت تبعاً لمعدلات استخدام الانترنت، ووجد أنها تتدرج من (122,614، 59,771، 62,842) على التوالي والمتمثلة في مرة في الشهر إلى (64,421، 65,482، 129,903) على التوالي المتمثلة في يوميًا. واتفقت نتائج هذه الدراسة مع دراسة قنبطة (2011: أ) والتي توصلت إلى وجود تباين دال احصائياً بين عينة الدراسة في تقدير الآثار السلبية لاستخدام الانترنت تبعاً لمُنغبر عدد ساعات الاستخدام لصالح مستخدمى الانترنت أكثر من 15 ساعة.

جدول (27) تحليل التباين في اتجاه واحد لطلاب الجامعة عينة الدراسة في استبيان أسلوب طلاب الجامعة في اتخاذ قراراتهم الشرائية تبعاً لمعدلات استخدام الانترنت

المتغيرات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجت الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
العوامل المؤثرة في القرار الشرائي	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	13,699 11865,845 11879,544	3 628 631	4,566 18,895	0,242	0,867 غير دالة
مصادر القرار الشرائي	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	66,404 7597,075 7663,479	3 628 631	22,135 12,097	1,830	0,140 غير دالة
العادات الشرائية	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	127,686 13154,004 13281,690	3 628 631	42,562 20,946	2,032	0,108 غير دالة
استبيان قرارات الشراء	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	359,136 52701,762 53060,897	3 628 631	119,712 83,920	1,426	0,234 غير دالة

يتضح من جدول (27) 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 أسلوب اتخاذ القرار الشرائي تبعاً لمعدلات استخدام الانترنت حيث كانت قيمة ف (1,830، 0,242، 2,032) 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 أسلوب 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 0,01 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 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).
- ٣ لا توجد فروق بين متوسط درجات الذكور والإناث في أسلوب استخدام الإنترنت وأسلوب اتخاذ قراراتهم الشرائية.
- ٤ لا توجد فروق بين متوسط درجات التخصصات العلمية والتخصصات النظرية في أسلوب استخدام الإنترنت وأسلوب اتخاذ القرارات الشرائية.
- ٥ لا توجد فروق بين متوسط درجات سكان الريف وسكان الحضر في أسلوب استخدام الإنترنت 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 الإنترنت ومن لا يشتركون عبر الإنترنت في أسلوب استخدام الإنترنت، كما توجد فروق دالة احصائياً عند مستوى دلالة 0,05 بين متوسط درجات من يشتركون عبر الإنترنت ومن لا يشتركون عبر الإنترنت في أسلوب اتخاذ القرارات الشرائية لصالح من يشتركون عبر الإنترنت.
- ٧ توجد فروق دالة احصائياً عند مستوى دلالة 0,001 بين متوسط درجات من يتابعون اعلانات الإنترنت ومن لا يتابعون اعلانات الإنترنت في أسلوب استخدام الإنترنت وأسلوب اتخاذ القرارات الشرائية.
- ٨ يوجد تباين بين طلاب الجامعة عينة الدراسة في كل من أسلوب استخدام الإنترنت وأسلوب اتخاذ قراراتهم الشرائية تبعاً للكليات.
- ٩ لا يوجد تباين بين طلاب الجامعة عينة الدراسة في كل من أسلوب استخدام الإنترنت وأسلوب اتخاذ قراراتهم الشرائية تبعاً للفرقة الدراسية.
- ١٠ - يوجد تباين بين طلاب الجامعة عينة الدراسة في أسلوب استخدام الإنترنت 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 الإنترنت 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 الإنترنت تبعاً لمعدلات استخدام الإنترنت، بينما لا يوجد تباين دال احصائياً بين طلاب الجامعة عينة الدراسة في أسلوب اتخاذ القرارات الشرائية تبعاً لمعدلات استخدام الإنترنت.
- ١٣ -يوجد تباين دال احصائياً بين طلاب الجامعة عينة الدراسة في أسلوب استخدام الإنترنت تبعاً لمتوسط المدة المستغرقة في الجلسة الواحدة على الإنترنت، كما لا يوجد تباين دال احصائياً بين طلاب الجامعة عينة الدراسة في أسلوب اتخاذ القرارات الشرائية تبعاً لمتوسط المدة المستغرقة في الجلسة الواحدة على الإنترنت.
- ١٤ -لا يوجد تباين بين طلاب الجامعة عينة الدراسة في أسلوب استخدام الإنترنت 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 الامثل للتكنولوجيا الحديثة والانترنت والاطلاع على كل ما هو مفيد وجديد

- ١ - أسعد. طلعت (1999م): أسس التسويق المتكامل- طريق التقدم للقرن الواحد والعشرون- مكتبة الجلاء الجديدة، المنصورة.
- ٢ - بركات. زياد (2012م): صعوبات استخدام الإنترنت لدى طلبة جامعه القدس المفتوحة فى طولكرم، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، المجلد العشرين، العدد الأول.
- ٣ - تايه. نضال عبد الله (1428هـ): تأثير إعلانات الإنترنت على مراحل اتخاذ قرار الشراء عند الشباب الجامعى الفلسطينى فى قطاع غزة، رسالة ماجستير، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة.
- ٤ - الجهرى. محمد، الخريجى. عبد الله (2008) طرق البحث الاجتماعى، القاهرة، الطبعة الخامسة، مكتبة الأنجلو المصرية.
- ٥ - حناوى. مجدى "محمد رشيد"(2005م): اتجاهات المشرفين الأكاديميين نحو الإنترنت واستخداماتها فى التعليم فى جامعه القدس المفتوحة فى فلسطين، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعه النجاح الوطنية، نابلس.
- ٦ - ريجان. الحسينى رجب (2006م): إدارة أعمال المنزل، مكتبة التربية الحديثة، المنصورة.
- ٧ - سويدان. نظام موسى (2011م) : دور الأطفال فى التأثير على بعض متغيرات قرارات الشراء للأسرة الأردنية "دراسة ميدانية من وجهه نظر الآباء"، مجلة جامعه الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد الثالث عشر، العدد الأول.
- ٨ - الشاذلى. تامر(2002م): جولة على الويب، دروس خصوصية مجانية عبر الشبكة فى كل المنهاج، مجلة لغة العصر، القاهرة، العدد 17، السنة 2، مايو.
- الطراونه. نايف سالم ، الفنيخ. لمياء سليمان ( 2012): استخدام الإنترنت 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 (2004): المستوى الاجتماعى والاقتصادى وانعكاساته على اتخاذ القرارات الاسرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة.
- ١١ - القاضى. دلال، البياتى. محمود (2008): منهجية وأساليب البحث العلمى وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائى spss، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- ١٢ - قنيطة. أحمد أحمد (2001م): الآثار السلبية لإستخدام الإنترنت من وجهه نظر طلبة الجامعة الإسلامية بغزة ودور التربية الإسلامية فى علاجها، رسالة ماجستير فى أصول التربية، كلية التربية، جامعه الإسلامية، فلسطين.
- ١٣ - مبارك. حسام الدين (2003): دور وسائل الإعلام الجماهيرية فى نشر الثقافة الرياضية لدى طلاب بعض الجامعات المصرية، رسالة ماجستير، كلية التربية الرياضية، جامعه طنطا.
- ١٤ - محمد. أميرة محمد (2010): دور المواقع الإلكترونية فى التسويق السياسى الأحزاب المصرية لدى الجمهور، رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعه المنصورة.
- ١٥ - محمد. مها سليمان (1994م): دراسة مقارنة لدوافع شراء واتخاذ القرارات الخاصة بالأجهزة المنزلية لعينة من ربات الأسر الحضارية والريفية، نشرة العلوم وبحوث التنمية، بحث رقم 681، مجلد 46.
- 16- نوفل. ربيع محمود (2006م): 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

**Nofal, R. M. A. et al.**

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

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

كلية الزراعة – جامعة المنصورة  
كلية التربية النوعية – جامعة المنصورة