



اتجاهات الأسر السعودية نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكتروني وعلاقتها باتخاذ القرارات الشرائية

أمل عبد الرحمن النويصر

أستاذ مشارك، قسم تصميم الأزياء، كلية الفنون والتصاميم، جامعة القصيم، المملكة العربية السعودية
البريد الإلكتروني: abnoiesar@qu.edu.sa

الملخص

هدف البحث الحالي إلى دراسة اتجاهات الأسر السعودية نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكتروني وعلاقتها باتخاذ القرارات الشرائية. واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، وتكوّنت العينة الأساسية من (410) من ربّات الأسر في منطقة القصيم، تم اختيارهن بطريقة عمدية من العاملات وغير العاملات ممن لديهن أبناء، ومن مستويات اجتماعية واقتصادية مختلفة، وممن يستخدمن خدمات التقسيط الإلكتروني، حيث استخدمت الباحثة مجموعة من الأدوات البحثية، تمثلت في استمارة البيانات العامة، واستبانة اتجاهات الأسرة نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكتروني، واستبانة اتخاذ القرارات الشرائية، وأظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.01) بين اتجاهات الأسرة نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكتروني بمحاورها الثلاثة (المكون المعرفي، والمكون الوجداني، والمكون السلوكي)، وبين القرارات الشرائية بأبعادها المختلفة (إدراك الحاجة، والبحث وجمع المعلومات، وتقييم البدائل، واتخاذ القرار الشرائي، وتقييم القرار الشرائي)، كما كشفت النتائج عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات ربّات الأسر نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكتروني تبعاً لمتغيرات العمل والمستوى التعليمي ومتوسط الدخل الشهري، وذلك لصالح ربّات الأسر العاملات، ولصالح ذوات المستوى التعليمي الأقل، وذوات الدخل الشهري الأقل، كذلك تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.01) في بُعد اتخاذ القرار الشرائي لصالح ربّات الأسر العاملات، وأوضحت نتائج تحليل الانحدار المتدرج أن المستوى التعليمي كان أكثر المتغيرات تأثيراً في اتجاهات ربّات الأسر نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكتروني، تلاه متوسط الدخل الشهري، ثم عمل ربة الأسرة، كما تبين أن المستوى التعليمي يُعد العامل الأكثر تأثيراً في تفسير التباين في اتخاذ القرارات الشرائية، يليه متوسط الدخل الشهري، وفي ضوء النتائج أوصى البحث بضرورة إعداد برامج توعوية عبر وسائل الإعلام المختلفة بالتعاون مع المتخصصين بهدف تعزيز الوعي بالاستخدام الرشيد لخدمات التقسيط الإلكتروني، وتوضيح مزاياها ومخاطرها، إلى جانب تشجيع ربّات الأسر على المقارنة بين العروض المتاحة من حيث الفوائد والرسوم وفترات السداد، واختيار البدائل الأكثر ملاءمة لاحتياجاتهن وظروفهن المالية قبل اتخاذ القرار الشرائي.

الكلمات المفتاحية: اتجاهات الأسر السعودية، خدمات التقسيط الإلكتروني، القرارات الشرائية، ربّات الأسر، الوعي المالي.



Saudi Families' Attitudes Towards Using Electronic Installment Services and Their Relationship to Purchasing Decisions

Amal Abdulrahman Al-Nuwaisser

Associate Professor, Department of Fashion Design, College of Arts and Design, Qassim University, Saudi Arabia

Email: abnoiesar@qu.edu.sa

ABSTRACT

The present study aimed to investigate Saudi families' attitudes toward the use of electronic installment services and their relationship with purchasing decision-making. The study adopted a descriptive analytical approach, and the main sample consisted of 410 housewives who were purposively selected from both working and non-working women with children, representing different social and economic levels and having prior experience with electronic installment services. The research instruments included a general information form, a questionnaire on family attitudes toward the use of electronic installment services, and a questionnaire on purchasing decision-making. The findings revealed a statistically significant positive correlation at the 0.01 level between families' attitudes toward the use of electronic installment services, including their cognitive, affective, and behavioral components, and purchasing decision-making, encompassing need recognition, information search and collection, evaluation of alternatives, purchase decision-making, and post-purchase evaluation. The results also indicated statistically significant differences in the respondents' attitudes toward electronic installment services according to the employment status of the housewife, educational level, and monthly household income, in favor of working housewives, respondents with lower educational levels, and those with lower monthly incomes. In addition, statistically significant differences were found at the 0.01 level in the dimension of purchasing decision-making in favor of working housewives. Furthermore, the results of the stepwise regression analysis demonstrated that educational level was the most influential factor affecting housewives' attitudes toward electronic installment services, followed by average monthly income and employment status. Educational level was also identified as the strongest predictor of variations in purchasing decision-making, followed by average monthly income. Based on these findings, the study recommended the development of awareness programs through various media platforms in cooperation with specialists to promote rational purchasing behavior and increase awareness of both the advantages and disadvantages of modern electronic installment services.

Keywords: Saudi families, electronic installment services, purchasing decision-making, housewives, financial literacy.

**مقدمة ومشكلة البحث: Introduction and problem of the research:**

شهد العالم خلال العقود الأخيرة تطوراً ملحوظاً في الأنشطة التجارية والمالية، وأصبح البيع بالتقسيط أحد أبرز الأساليب التمويلية الحديثة التي انتشرت على نطاق واسع بين الأفراد والمؤسسات، نظراً لما يتيح من مرونة في السداد وتيسير الحصول على السلع والخدمات المختلفة. وقد حرصت البنوك والمؤسسات المالية على تطبيق هذا النظام في معاملاتها اليومية، لما يحققه من مزايا اقتصادية عديدة، ولا سيما بالنسبة إلى ذوي الدخل المحدود، فضلاً عن دوره في تنشيط الأسواق التجارية وزيادة معدلات الاستهلاك (أرسوني، 2013).

وقد أصبح البيع بالتقسيط سمة بارزة من سمات الحياة المعاصرة، لما يوفره من إمكانيات تمكن الأفراد من الحصول على احتياجاتهم المختلفة دون الحاجة إلى دفع قيمتها كاملة عند الشراء، إلا أن هذا النظام على الرغم من مزاياه المتعددة، ينطوي على عدد من الآثار السلبية الناتجة عن التوسع في استخدامه، ومن أبرزها زيادة الأعباء المالية، وارتفاع معدلات الإنفاق الاستهلاكي، فضلاً عن احتمالية التعثر في سداد الالتزامات المالية.

(Muqorobin & Kurniawan, 2022)

وفي السنوات الأخيرة، توسعت تطبيقات البيع بالتقسيط لتشمل العديد من القطاعات على مستوى الأفراد والمؤسسات، وأصبح كثير من المستهلكين يلجؤون إلى هذا النظام للحصول على السلع والخدمات التي قد يصعب توفير قيمتها النقدية دفعة واحدة، كما أسهمت المؤسسات المالية في تعزيز انتشار هذا النظام وتطوير آلياته بما يتوافق مع المتغيرات الاقتصادية والتكنولوجية الحديثة (Maesen & Ang, 2024).

ونظراً لما يوفره البيع بالتقسيط من تسهيلات متنوعة وما يتيح من سهولة في الحصول على السلع والخدمات دون الحاجة إلى دفع قيمتها النقدية كاملة، فقد اتسع نطاق استخدامه بصورة ملحوظة بين الأفراد، فبعد أن كان اللجوء إليه يقتصر على توفير السلع الأساسية التي يصعب على بعض المستهلكين الحصول عليها نقداً، امتد استخدامه ليشمل السلع الكمالية والترفيهية والسلع المرتبطة بالمكانة الاجتماعية. ومن ثم ترتب على هذا التوسع ظهور العديد من الآثار الاقتصادية السلبية التي تنعكس بصورة مباشرة على الأفراد، وبصورة غير مباشرة على المجتمع ككل (الشريف، 2009).

ويخضع البيع بالتقسيط بوصفه أحد أنواع البيوع المعاصرة، للقواعد العامة المنظمة للعقود، فضلاً عن القواعد المرتبطة بالأجل في الالتزامات المالية. وانطلاقاً من مبدأ الحرية التعاقدية، تؤدي إرادة طرفي العقد دوراً محورياً في تحديد عدد الأقساط ومواعيد سدادها وقيمتها، فضلاً عن تحديد الفوائد المترتبة عليها، ومدى تأثيرها في التزامات البائع والمشتري، وقد أسهم هذا النظام في دعم جهود التنمية المستدامة وتعزيز استمراريته (عثمان، 2024).

ومن ناحية أخرى قد يندفع بعض المستهلكين إلى شراء السلع دون تخطيط مسبق أو تقدير دقيق لقدراتهم المالية، الأمر الذي يؤدي إلى تراكم الالتزامات المالية وعجزهم عن الوفاء بالأقساط المستحقة، فضلاً عما قد يترتب على ذلك من الخضوع لبعض الشروط التعاقدية المجحفة التي يفرضها البائع (دحمان، 2017).

وفي هذا السياق يحتل القرار مكانة جوهرية في حياة الإنسان، إذ تؤثر القرارات التي يتخذها بصورة مباشرة في مختلف جوانب حياته، سواء كانت قرارات مدروسة أم غير مدروسة، إيجابية النتائج أم سلبية الآثار، فالقرارات تمثل الأداة الأساسية التي يلجأ إليها الأفراد لمواجهة الفرص والتحديات المختلفة (الحراني، 2013).

كما تعد الحياة سلسلة متتابعة من القرارات التي يتخذها الفرد في إطار سعيه إلى التكيف مع البيئة المحيطة والمواقف التي يمر بها، وهو ما يجعل شخصية الفرد وخبراته السابقة والظروف التي يواجهها عوامل مؤثرة في عملية اتخاذ القرار، باعتبارها عملية معرفية ترتبط بالتفكير في النتائج المترتبة على اختيار بديل معين من بين مجموعة من البدائل المتاحة (العواودة، 2008).

وتعد عملية الشراء جزءاً أساسياً من الممارسات اليومية التي يقوم بها الأفراد بصورة مستمرة، إلا أن هذه العملية لا تتم دائماً وفق تخطيط مسبق، إذ قد تحدث في بعض الأحيان بصورة مفاجئة، مدفوعة برغبة قوية في الامتلاك والشعور بالسعادة والإثارة، وهو ما يجعلها عملية معقدة تتأثر بعدد كبير من العوامل النفسية والاجتماعية والاقتصادية (Lejoyeux and Weinstein, 2010)، كمثعد عملية الشراء عملية ديناميكية تتكون من مجموعة متتابعة من الخطوات والتأثيرات التي يمر بها المستهلك وصولاً إلى اتخاذ القرار الشرائي، كما أن معظم

النظريات التي تناولت تفسير السلوك الشرائي انطلقت من اعتبار عملية الشراء وسيلة لحل المشكلات التي تواجه



المستهلك، وتختلف درجة تعقيد هذه العملية تبعاً لطبيعة المنتج أو الخدمة المراد الحصول عليها (زرقان ولعربي، 2014).

وتتم عملية اتخاذ القرار الشرائي بعدد من المراحل المتتابعة، تبدأ بإدراك المشكلة أو الشعور بالحاجة، ثم البحث عن المعلومات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة المطلوبة، يعقب ذلك تحديد البدائل المتاحة وتقييمها في ضوء مجموعة من المعايير المختلفة، ثم اتخاذ قرار الشراء، وأخيراً تقييم نتائج عملية الشراء وما يترتب عليها من آثار مختلفة (مشاري، 2015).

وبعد اتخاذ قرار الشراء واستخدام المنتج يحدد المستهلك موقفه من تجربة الشراء سواء بالاستمرار في اتخاذ القرار نفسه في المرات اللاحقة أو العودة مرة أخرى إلى البحث عن المعلومات المتاحة وإعادة تقييم البدائل المختلفة من أجل الوصول إلى قرار شرائي جديد (سليمان، 2009).

وتؤدي ربة الأسرة دوراً محورياً في إدارة شؤون الأسرة واتخاذ القرارات المرتبطة بالإنفاق والاستهلاك، إذ تمارس بصورة يومية أنماطاً متعددة من السلوكيات الشرائية، يكون بعضها مخططاً له مسبقاً، في حين يتسم بعضها الآخر بالعفوية، ولا سيما في حالات الشراء الروتيني التي تتكرر بصورة مستمرة (طبيي، 2019)، وتعد ربة الأسرة عنصراً أساسياً في مختلف مجالات الحياة الاجتماعية والاقتصادية، إذ تشير الإحصاءات إلى تزايد معدلات سيطرتها على الإنفاق الأسري، حيث يتراوح نصيبها من عمليات شراء السلع والخدمات بين (70%-80%)، وهو ما يعكس حجم تأثيرها في توجيه القرارات الشرائية للأسرة (دحمان، 2017).

كما أوضحت الدراسات أن نسبة كبيرة من القرارات الشرائية تتأثر بصورة مباشرة أو غير مباشرة برؤية ربة الأسرة وتفضيلاتها، إذ أشارت دراسة (كرتات، 2021) إلى أن النساء يشاركن بدرجة كبيرة في عملية اتخاذ القرار الشرائي، وهو ما يعكس دورهن بوصفهن مسؤولات عن إدارة الإنفاق الاستهلاكي داخل الأسرة. ولما كانت ربة الأسرة تمثل أحد المحاور الرئيسة في عملية التنمية الاجتماعية والاقتصادية، فقد أصبح من الضروري العمل على إعدادها وتأهيلها للتعامل مع المتغيرات المعاصرة، من خلال تنمية وعيها الشرائي وتطوير اتجاهاتها الاستهلاكية، بما يساعدها على تحقيق الاستفادة المثلى من الموارد المتاحة وتلبية احتياجات الأسرة بصورة متوازنة (القاضي، 2020).

وفي هذا السياق أوضحت دراسة (عوض، 2015) أن السنوات الأخيرة شهدت انتشار العديد من السلوكيات الشرائية غير الرشيدة، التي فرضت أعباءً اقتصادية متزايدة على الأسرة والمجتمع، وتمثلت هذه السلوكيات في الإفراط في الشراء، وزيادة النزعة الاستهلاكية، والاهتمام المبالغ فيه بالمظاهر الاجتماعية والعلامات التجارية، الأمر الذي انعكس بصورة سلبية على الاتجاهات الاستهلاكية والأنماط الإنفاقية للأسر.

وفي الإطار نفسه، أكد كل من (الزغبى، 2003) و(المتولي، 2017) أن تقديم معلومات مضللة حول خصائص المنتجات ومميزاتها يسهم في تكوين تصورات غير واقعية لدى المستهلكين، مما يدفعهم إلى اتخاذ قرارات شرائية غير سليمة، ويؤدي في النهاية إلى هدر الموارد الاقتصادية المتاحة كما توصلت نتائج دراسة (Bessouh & Belarbi, 2017) أن عملية اتخاذ القرار الشرائي لدى ربوات الأسر تتأثر بدرجات متفاوتة بكل من الجانبين العاطفي والعقلي، وأنهن يعتمدن بدرجة كبيرة على دوافعهن الذاتية عند اختيار المنتجات، كما أنهن غالباً ما يحددن احتياجاتهن الشرائية قبل الشروع في البحث عن المعلومات المتعلقة بالمنتج.

ومن هذا المنطلق، تبرز أهمية فهم السلوك الشرائي لربة الأسرة بوصفها مستهلكة ومتخذة للقرار الشرائي في الوقت نفسه، خاصة في ظل التطورات الاقتصادية والاجتماعية المتلاحقة، وما تترتب عليها من تغيرات في أنماط الاستهلاك والإنفاق (بهنسي، وآخرون، 2022).

ومع التطور المتسارع في تقنيات الاتصال وتكنولوجيا المعلومات، شهد العالم تحولاً جذرياً في أنماط التعاملات الاقتصادية والتجارية، الأمر الذي أدى إلى ظهور أنماط حديثة من المعاملات المالية والتجارية، كان من أبرزها خدمات التقسيط الإلكترونية التي أسهمت في إحداث تغيرات واضحة في سلوك المستهلكين واتجاهاتهم الشرائية. وقد أدى الانتشار الواسع لاستخدام شبكة الإنترنت والهواتف الذكية إلى زيادة الاعتماد على الخدمات الإلكترونية في مختلف مجالات الحياة، وأصبحت عمليات الشراء والدفع الإلكتروني جزءاً لا يتجزأ من الممارسات اليومية للأفراد، كما أدى هذا التطور إلى ظهور العديد من المنصات والتطبيقات الرقمية التي أتاحت للمستهلكين إمكانية



شراء السلع والخدمات وسداد قيمتها على دفعات تتناسب مع قدراتهم المالية وإمكاناتهم الاقتصادية. (Ajmera & Bhatt, 2020)

وفي ضوء هذا التطور لم تعد خدمات التقسيط الإلكترونية تقتصر على كونها وسيلة لتسهيل عمليات الشراء فحسب، بل أصبحت أداة مؤثرة في تشكيل الاتجاهات الاستهلاكية للأفراد والأسر، نظراً لما توفره من مرونة في الدفع، وسهولة في الحصول على المنتجات المختلفة، وإمكانية توزيع الأعباء المالية على فترات زمنية متعددة (Maesen & Ang, 2024)، ويشير عدد من الباحثين إلى أن التوسع في استخدام خدمات التقسيط الإلكترونية قد يؤدي إلى ارتفاع معدلات الاستهلاك وزيادة النزعة الشرائية لدى المستهلكين، فضلاً عن تراكم الالتزامات المالية، وما قد يترتب على ذلك من آثار اقتصادية واجتماعية ونفسية مختلفة، خاصة في حال غياب التخطيط المالي السليم أو عدم القدرة على إدارة الموارد الاقتصادية المتاحة بكفاءة (Muqorobin & Kurniawan, 2022)

كما أسهمت التطورات التكنولوجية الحديثة في تغيير طبيعة العلاقات بين المستهلكين والمؤسسات التجارية، إذ أصبحت الشركات تعتمد بصورة متزايدة على الوسائط الرقمية في عرض منتجاتها وخدماتها والترويج لها، وهو ما أتاح للمستهلكين فرصاً أكبر للمفاضلة بين البدائل المختلفة والحصول على المعلومات المتعلقة بالسلع والخدمات بصورة أسرع وأكثر سهولة. (Bhatt & Nagvadia, 2021)

وفي هذا الإطار أصبحت الأسرة السعودية تواجه العديد من التحديات الاقتصادية والاجتماعية المرتبطة بارتفاع تكاليف المعيشة، وتزايد الاحتياجات الاستهلاكية، واتساع نطاق استخدام التطبيقات والمنصات الإلكترونية، وهو ما أدى إلى تغير الأنماط الاستهلاكية التقليدية وظهور سلوكيات شرائية جديدة تتطلب قدراً أكبر من الوعي المالي والقدرة على اتخاذ القرارات الرشيدة.

وتؤدي ربة الأسرة دوراً رئيساً في مواجهة هذه التحديات، من خلال إدارتها للموارد المالية المتاحة، وتحديد أولويات الإنفاق، واتخاذ القرارات المتعلقة بشراء السلع والخدمات المختلفة، الأمر الذي يجعل اتجاهاتها نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكترونية عاملاً مؤثراً في طبيعة القرارات الشرائية التي تتخذها، وفي مدى قدرتها على تحقيق التوازن بين احتياجات الأسرة وإمكاناتها الاقتصادية.

وقد أشارت نتائج العديد من الدراسات إلى أن الاتجاهات الإيجابية نحو استخدام الخدمات الإلكترونية ترتبط بارتفاع مستويات الثقة والأمان وسهولة الاستخدام، في حين ترتبط الاتجاهات السلبية بالخوف من المخاطر المالية أو ضعف الخبرة التقنية أو عدم توافر المعلومات الكافية، وهو ما ينعكس بصورة مباشرة على السلوك الشرائي للمستهلكين. (Fitriyah & Nadlifatin, 2024)

ومن ناحية أخرى أكدت نتائج الدراسات الحديثة أن القرارات الشرائية لم تعد تعتمد على العوامل الاقتصادية وحدها، بل أصبحت تتأثر بمجموعة متنوعة من العوامل النفسية والاجتماعية والثقافية والتكنولوجية، وهو ما جعل عملية اتخاذ القرار الشرائي أكثر تعقيداً وتشابكاً من ذي قبل. (Wang, et al., 2023)

وفي ظل ما يشهده المجتمع السعودي من تطورات اقتصادية وتكنولوجية متسارعة، وما صاحب ذلك من انتشار واسع لاستخدام التطبيقات الإلكترونية وتزايد الاعتماد على وسائل الدفع الرقمية، برزت الحاجة إلى دراسة اتجاهات الأسر السعودية نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكترونية، والكشف عن طبيعة العلاقة بينها وبين القرارات الشرائية، في ضوء عدد من المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية التي قد تؤثر في هذه العلاقة.

مشكلة البحث:

تُعَدُّ الأسرة النواة الأساسية للمجتمع، وتمثل القرارات الشرائية التي تتخذها أحد الجوانب المهمة التي تؤثر في استقرارها الاقتصادي والاجتماعي، ولاسيما في ظل التطورات المتسارعة التي شهدها الأسواق المحلية والعالمية، وما ترتب عليها من تغيرات واضحة في أنماط الاستهلاك والإنفاق.

وفي السنوات الأخيرة، ازداد انتشار خدمات التقسيط الإلكترونية بصورة ملحوظة، وأصبحت من أكثر الوسائل استخداماً في الحصول على السلع والخدمات المختلفة، وذلك لما توفره من مرونة في السداد وسهولة في إتمام عمليات الشراء، إلا أن هذا الانتشار صاحبه ظهور العديد من التحديات المتعلقة بترشيد السلوك الاستهلاكي واتخاذ القرارات الشرائية المناسبة.



وانطلاقاً من ذلك تسعى الدراسة الحالية إلى التعرف إلى اتجاهات الأسر السعودية نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكترونية، والكشف عن طبيعة العلاقة بين هذه الاتجاهات والقرارات الشرائية، فضلاً عن تحديد أثر بعض

المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية في هذه العلاقة، وذلك من خلال الإجابة عن مجموعة من التساؤلات البحثية التالية:

- 1- ما مستوى الأهمية النسبية لاتجاهات عينة البحث نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكترونية؟
- 2- ما مستوى الأهمية النسبية لأبعاد القرار الشرائي لدى عينة البحث الأساسية؟
- 3- هل توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الأسرة نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكترونية بمحاورها (المكون المعرفي، المكون الوجداني، المكون السلوكي) واتخاذ القرارات الشرائية بأبعادها (إدراك الحاجة، البحث وجمع المعلومات، تقييم البدائل، اتخاذ القرار الشرائي، تقييم القرار الشرائي)، الإجمالي؟
- 4- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات اتجاهات "الأسرة" عينة البحث نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكترونية بمحاورها (المكون المعرفي، المكون الوجداني، المكون السلوكي) وفقاً لمتغيرات البحث (عمل ربة الأسرة، المستوى التعليمي لربة الأسرة، متوسط الدخل الشهري للأسرة، حجم الأسرة؟
- 5- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات عينة البحث باتخاذ القرارات الشرائية بأبعادها (إدراك الحاجة، البحث وجمع المعلومات، تقييم البدائل، اتخاذ القرار الشرائي، تقييم القرار الشرائي)، الإجمالي وفقاً لمتغيرات البحث (عمل ربة الأسرة، المستوى التعليمي لربة الأسرة، متوسط الدخل الشهري للأسرة، حجم الأسرة؟
- 6- ما نسبة إسهام متغيرات الدراسة (عمل ربة الأسرة، المستوى التعليمي، ومتوسط الدخل الشهري، وحجم الأسرة) في تفسير التباين في اتجاهات الأسرة نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكترونية واتخاذ القرارات الشرائية؟

أهداف البحث Research Objectives:

يهدف البحث الحالي إلى دراسة العلاقة بين اتجاهات الأسر السعودية نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكترونية واتخاذ القرارات الشرائية، وذلك من خلال تحقيق الأهداف الآتية:

1. تحديد مستوى اتجاهات الأسر السعودية نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكترونية.
2. التعرف على مستوى أبعاد اتخاذ القرارات الشرائية لدى أفراد عينة البحث.
3. دراسة العلاقة بين اتجاهات الأسر نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكترونية بمحاورها (المكون المعرفي، والمكون الوجداني، والمكون السلوكي) واتخاذ القرارات الشرائية بأبعادها (إدراك الحاجة، والبحث وجمع المعلومات، وتقييم البدائل، واتخاذ القرار الشرائي، وتقييم القرار الشرائي).
4. الكشف عن دلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد عينة البحث في اتجاهاتهم نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكترونية وفقاً لمتغيرات الدراسة، وهي: عمل ربة الأسرة، والمستوى التعليمي، ومتوسط الدخل الشهري للأسرة، وحجم الأسرة.
5. الكشف عن دلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد عينة البحث في اتخاذ القرارات الشرائية وفقاً لمتغيرات الدراسة، وهي: عمل ربة الأسرة، والمستوى التعليمي، ومتوسط الدخل الشهري للأسرة، وحجم الأسرة.
6. تحديد نسبة إسهام متغيرات الدراسة (عمل ربة الأسرة، والمستوى التعليمي، ومتوسط الدخل الشهري للأسرة، وحجم الأسرة) في تفسير التباين في اتجاهات الأسر نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكترونية واتخاذ القرارات الشرائية.

أهمية البحث Research Significance:

أولاً: الأهمية النظرية

تكمن الأهمية النظرية للبحث فيما يأتي:



1. سد الفجوة البحثية حول أثر التقسيط الإلكتروني في القرارات الشرائية للأسرة السعودية.
2. بيان دور خدمات التقسيط في تشكيل الأنماط الاستهلاكية وتأثيرها على السلوك الشرائي.
3. توضيح مزايا ومخاطر التقسيط الإلكتروني لتعزيز الاستخدام الرشيد.
4. معرفة أثر المستوى التعليمي، والدخل الشهري، وعمل ربة الأسرة، وحجم الأسرة على اتجاهات الاستخدام والقرار الشرائي.
5. الإسهام في إثراء الأدبيات العلمية المتعلقة بخدمات التقسيط الإلكترونية من خلال الكشف عن طبيعة العلاقة بينها وبين القرارات الشرائية للأسر السعودية

ثانيًا: الأهمية التطبيقية

تتمثل الأهمية التطبيقية للبحث فيما يأتي:

1. توفير قاعدة بيانات لتصميم برامج وندوات توعوية لتعزيز الوعي الاستهلاكي وتنمية مهارات التخطيط المالي لدى الأسر.
2. مساعدة المؤسسات المالية والشركات وجهات حماية المستهلك على فهم سلوك المستهلك للحد من الآثار السلبية للتقسيط الإلكتروني.
3. طرح توصيات تساعد الأسر على الاستخدام الأمثل لخدمات التقسيط بما يتناسب مع إمكانياتها الاقتصادية.
4. فتح آفاق جديدة للباحثين لدراسة أثر الخدمات المالية الرقمية الحديثة على الأنماط الاستهلاكية.

الأسلوب البحثي Methodology:

أولاً: المصطلحات العلمية والمفاهيم الإجرائية

الاتجاهات (Attitudes)

تشير الاتجاهات إلى الميول والآراء الإيجابية أو السلبية التي يتمتع بها الفرد تجاه الأشخاص أو الموضوعات أو المواقف المختلفة، وتتميز هذه الاتجاهات بدرجة من الثبات النسبي، كما تسهم في توجيه السلوك الإنساني وتحديد الاستجابات المختلفة للفرد تجاه المثيرات البيئية المحيطة به، وتتكون من ثلاث مكونات رئيسية، هي: المكون المعرفي، والمكون الوجداني، والمكون السلوكي. (Bizer, et al., 2006)

التعريف الإجرائي:

تُعرّف الباحثة الاتجاهات إجرائيًا بأنها حالة من الاستعداد النفسي المكتسب لدى ربة الأسرة السعودية، تتشكل نتيجة تفاعلها مع البيئة المحيطة بها وتأثرها بالعوامل الاجتماعية والاقتصادية والثقافية المختلفة، ويُعبّر عنها من خلال درجة تقبلها أو رفضها لخدمات التقسيط الإلكترونية، ومدى تفضيلها لاستخدامها.

خدمات التقسيط الإلكترونية (Electronic Installment Services)

تشير خدمات التقسيط الإلكترونية إلى الأنظمة والتطبيقات الرقمية التي تتيح للمستهلكين شراء السلع والخدمات وسداد قيمتها على دفعات خلال فترة زمنية محددة وفق شروط وأحكام معينة، وذلك من خلال المنصات الإلكترونية والتطبيقات الرقمية التابعة للمؤسسات المالية والمتاجر الإلكترونية. (Maesen & Ang, 2024)

التعريف الإجرائي

تُعرّف الباحثة الاتجاه نحو خدمات التقسيط الإلكترونية إجرائيًا بأنه استعداد ربة الأسرة وميلها نحو استخدام المنصات والتطبيقات الإلكترونية التي تقدم خدمات التقسيط، بما يشمل البحث عن المنتجات، والمقارنة بينها، واختيار وسائل السداد المناسبة، وإتمام عمليات الشراء إلكترونياً.

الشراء (Purchasing)

تُعرّف الشراء بأنه العملية التي يسعى من خلالها المستهلك إلى إشباع احتياجاته من السلع والخدمات المطلوبة، بالكميات المناسبة والجودة المطلوبة، وفي الوقت المناسب ومن مصدر الشراء الملائم (الصفقي، والنجار، 2023)

**الشراء بنظام التقسيط (Installment Purchasing)**

يُعرّف الشراء بنظام التقسيط بأنه عملية شراء السلع أو الخدمات مقابل سداد قيمتها على دفعات متفق عليها خلال فترة زمنية محددة، وقد تتضمن هذه العملية سداد دفعة أولى، يليها سداد بقية المبلغ على أقساط دورية (عبد الحافظ، 2014)

التعريف الإجرائي

تُعرّف الباحثة الشراء بالتقسيط الإلكتروني بأنه عملية انتقال ملكية السلعة أو الخدمة من البائع إلى المشتري مقابل سداد قيمتها على دفعات مالية متتابعة تُسدّد من خلال المنصات والتطبيقات الإلكترونية المخصصة لذلك.

اتخاذ القرارات الشرائية (Purchasing Decision-Making)

يُعرّف اتخاذ القرار الشرائي بأنه مجموعة الخطوات والإجراءات التي تتبعها ربة الأسرة للمفاضلة بين البدائل المتاحة واختيار البديل الذي يلبي احتياجاتها ومتطلباتها على النحو الأمثل (عبد المنعم، 2022)

التعريف الإجرائي

تُعرّف الباحثة اتخاذ القرارات الشرائية بأنه عملية مستمرة تبدأ بإدراك الحاجة إلى سلعة أو خدمة معينة، وتنتهي بتقييم نتائج عملية الشراء، وتشمل هذه العملية خمس مراحل رئيسية، هي: إدراك الحاجة، والبحث وجمع المعلومات، وتقييم البدائل، واتخاذ القرار الشرائي، وتقييم القرار الشرائي.

مراحل اتخاذ القرارات الشرائية**1- إدراك الحاجة (Need Recognition)**

هو شعور ربة الأسرة بوجود حاجة تتطلب الإشباع من خلال الحصول على سلعة أو خدمة معينة، مع توافر القدرة الشرائية اللازمة لذلك.

2- البحث وجمع المعلومات (Information Search)

هي العملية التي تقوم من خلالها ربة الأسرة بجمع المعلومات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة من المصادر المختلفة، سواء أكانت داخلية أم خارجية.

3- تقييم البدائل (Evaluation of Alternatives)

هي المرحلة التي تُقِيم فيها ربة الأسرة البدائل المتاحة وفق مجموعة من المعايير، مثل الجودة والسعر والعلامة التجارية.

4- اتخاذ القرار الشرائي (Purchase Decision)

هي المرحلة التي تُحدّد فيها ربة الأسرة البديل النهائي الذي ستشتريه بناءً على المعلومات التي جرى جمعها وتحليلها.

5- تقييم القرار الشرائي (Post-Purchase Evaluation)

تشير هذه المرحلة إلى تقييم ربة الأسرة لنتائج عملية الشراء ومدى توافقها مع توقعاتها السابقة، وما إذا كانت قد حققت مستوى الرضا المطلوب.

فروض البحث Research Hypotheses:

1- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات ربة الأسرة نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكترونية بمحاورها (المكون المعرفي، المكون الوجداني، المكون السلوكي) واتخاذ القرارات الشرائية بأبعادها (إدراك الحاجة، البحث وجمع المعلومات، تقييم البدائل، اتخاذ القرار الشرائي، تقييم القرار الشرائي)، الإجمالي.

2- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات استبانة اتجاهات ربة الأسرة نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكترونية بمحاورها (المكون المعرفي، المكون الوجداني، المكون السلوكي) وفقاً لمتغيرات البحث (عمل ربة الأسرة، المستوى التعليمي لربة الأسرة، متوسط الدخل الشهري للأسرة، حجم الأسرة).

3- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات استبانة اتخاذ القرارات الشرائية بأبعادها (إدراك الحاجة، البحث وجمع المعلومات، تقييم البدائل، اتخاذ القرار الشرائي، تقييم القرار الشرائي)، الإجمالي وفقاً



لمتغيرات البحث (عمل ربة الأسرة، المستوى التعليمي لربة الأسرة، متوسط الدخل الشهري للأسرة، حجم الأسرة).

4- تختلف نسبة إسهام متغيرات الدراسة، والمتمثلة في عمل ربة الأسرة، والمستوى التعليمي، ومتوسط الدخل الشهري للأسرة، وحجم الأسرة، في تفسير التباين في اتجاهات ربة الأسرة نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكترونية واتخاذ القرارات الشرائية، وفقاً لأوزان معاملات الانحدار.

ثانياً: منهج البحث: Methodology

اعتمد البحث الحالي على المنهج الوصفي التحليلي، لملاءمته لطبيعة الدراسة وأهدافها، إذ يقوم هذا المنهج على وصف الظاهرة محل الدراسة وصفاً دقيقاً، وتحليل أبعادها المختلفة، والكشف عن طبيعة العلاقات بين متغيراتها، وصولاً إلى تفسير النتائج في ضوء الأسس العلمية والإحصائية، ويهدف هذا المنهج إلى جمع البيانات المتعلقة بالظاهرة المدروسة وتنظيمها وتحليلها، والتعرف إلى طبيعة العلاقات الارتباطية والفروق بين المتغيرات المختلفة، بما يسهم في الوصول إلى نتائج دقيقة يمكن الاستفادة منها في تفسير الظاهرة محل الدراسة. (عبيدات وآخرون، 2021).

وقد استعان الباحث بهذا المنهج للكشف عن العلاقة بين اتجاهات الأسر السعودية نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكترونية واتخاذ القرارات الشرائية، بالإضافة إلى تحديد أثر بعض المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية، والمتمثلة في عمل ربة الأسرة، والمستوى التعليمي، ومتوسط الدخل الشهري، وحجم الأسرة، في هذه العلاقة.

ثالثاً: حدود البحث Delimitations

أ- الحدود البشرية (Human Delimitations)

1- العينة الاستطلاعية

تكونت العينة الاستطلاعية من (60) ربة أسرة سعودية، جرى اختيارهن بصورة عشوائية، بهدف التحقق من الخصائص السيكومترية لأدوات البحث، والمتمثلة في استمارة البيانات العامة، واستبانة اتجاهات الأسرة نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكترونية، واستبانة اتخاذ القرارات الشرائية.

2- العينة الأساسية:

تكونت العينة الأساسية من (439) ربة أسرة سعودية، وبعد مراجعة الاستبانات واستبعاد (29) استبانة غير مكتملة أو غير دقيقة، بلغ العدد النهائي لعينة البحث (410) ربات أسر سعوديات يستخدمن خدمات التقسيط الإلكترونية، وما زالت عليهن التزامات مالية قائمة، وتراوح أعمارهن بين أقل من (30) عاماً وأكثر من (40) عاماً، ومن مستويات اجتماعية واقتصادية مختلفة. ويوضح الجدول رقم (5) الخصائص الديموغرافية والوصفية لأفراد عينة البحث.

ب- الحدود الزمنية (Temporal Delimitations)

طبقت أدوات البحث الميدانية على أفراد العينة الأساسية خلال الفترة الممتدة من بداية شهر يناير حتى نهاية شهر مارس من عام 2024م.

ج- الحدود الموضوعية (Subject Delimitations)

اقتصرت البحث الحالي على دراسة العلاقة بين اتجاهات ربات الأسر السعوديات نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكترونية واتخاذ القرارات الشرائية، في ضوء مجموعة من المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية، وهي: عمل ربة الأسرة، والمستوى التعليمي، ومتوسط الدخل الشهري للأسرة، وحجم الأسرة.

د- الحدود المكانية (Geographic limitations)

يتحدد النطاق الجغرافي للبحث في منطقة القصيم بالملكة العربية السعودية، حيث تم اختيار العينة بطريقة عمدية من ربات الأسر العاملات والغير عاملات.

رابعاً: بناء وإعداد وتقنين أدوات البحث: (إعداد الباحثة)

1- استمارة البيانات العامة للأسرة.

2- استبانة اتجاهات ربة الأسرة نحو خدمات التقسيط الإلكترونية.



1- استبانة البيانات العامة للأسرة:

تم إعدادها بهدف الحصول على بعض المعلومات التي تفيد في إمكانية تحديد خصائص عينة البحث واشتملت هذه الاستبانة على بيانات عامة عن ربة الأسرة حيث تضمنت عمل ربة الأسرة (تعمل، لا تعمل) والمستوى التعليمي (تقرأ وتكتب، الثانوية (وما يعادلها)، مؤهل جامعي (بكالوريوس)، مؤهل أعلى من الجامعي (ماجستير - دكتوراه)، والدخل الشهري للأسرة (أقل من 5000 ريال، ومن 5000 إلى أقل من 1000 ريال، ومن 10000 إلى أقل من 15000 ريال، و15000 فأكثر)، وحجم الأسرة (3 أفراد، 4 أفراد، 5 أفراد، 6 أفراد، و7 أفراد فأكثر).

- **بيانات وصفية** واشتملت على (مدي تأثير دفع الأقساط على بنود الإنفاق المختلفة، وعدد مرات الشراء بالتقسيط الإلكتروني خلال الحياة الأسرية، عدد الأقساط الشهرية للسلعة المشتراة بالتقسيط، ومدى الانتظام في سداد الأقساط، ومتخذ قرار الشراء في الأسرة، برنامج التقسيط الإلكتروني المستخدم، وأنواع السلع والخدمات التي يتم شراؤها عبر خدمات التقسيط الإلكترونية ومدى الحاجة إليها، وأسباب الشراء بالتقسيط الإلكتروني، ومميزات الشراء بالتقسيط الإلكتروني، وعيوب الشراء بالتقسيط الإلكتروني).

ثانياً: استبانة اتجاهات ربة الأسرة نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكترونية

تم إعداد الاستبانة وفقاً للتعريف الإجرائي وفي ضوء القراءات والدراسات السابقة للاستبانة بها في وضع الأسلوب الأمثل للاستبانة مثل دراسة (عبد العاطي و النجار، 2015)، بهدف قياس اتجاهات ربة الأسرة نحو خدمات التقسيط الإلكترونية، وقد روعي في إعداد الاستبانة مكونات الاتجاه الأساسية التي يمكن قياسها. واشتملت الاستبانة على ثلاث محاور هي: (المكون المعرفي، والمكون الوجداني، والمكون السلوكي) واشتملت الاستبانة على (16) عبارة خبرية موزعة على الثلاث محاور، وتتحدد الإجابة عليها وفقاً لثلاث خيارات (نعم - أحياناً - لا) على مقياس متصل (3، 2، 1) للعبارة موجبة الصياغة، (1، 2، 3) للعبارة سالبة الصياغة، وبذلك تكون أعلى درجة للاستبانة هي (48) درجة وأقل درجة هي (16) درجة، وتتمثل محاور الاستبانة في:

- **المحور الأول: المكون المعرفي:** وقد تمثل في (5) عبارات خبرية تشير إلى معرفة ووعي ربة الأسرة بجودة السلع والخدمات التي تكتسبها من خلال خدمات التقسيط الإلكترونية وأيضاً المعلومات المكتسبة عن تلك السلع، ومدى ثقتها في هذه المعلومات المكتسبة والفوائد العائدة عليها من ممارسة هذا النوع من التقسيط، وإلمامها بالمواقع المتاحة لهذا النوع من الخدمات، وكانت أعلى درجة للمحور هي (15) درجة وأقل درجة هي (5).

- **المحور الثاني: المكون الوجداني:** والذي تمثل في (5) عبارات خبرية يتضح من خلالها مدى تفاعل ربة الأسرة مع خدمات التقسيط الإلكترونية وذلك بقياس درجة انجذابها وتأثرها بالإعلانات، دور خدمات التقسيط الإلكترونية في زيادة مشتريات الأسرة، شراء المنتجات التي تحتاجها ربة الأسرة، ودرجة الصدق الذي تعتقده بالمواقع الإلكترونية المختلفة.

وكانت أعلى درجة للمحور هي (15) درجة وأقل درجة هي (5).

- **المحور الثالث: المكون السلوكي:** وتمثل في (6) عبارات خبرية تقيس كل ما تتبعه ربة الأسرة من سلوكيات إيجابية أو سلبية أثناء ممارستها لخدمات التقسيط الإلكترونية والتي تتضح من خلال مدى متابعتها لمواقع التسوق، وحرصها على معرفة كل جديد، ومفاضلتها لمتاجر دون غيرها ومميزات وعيوب خدمات التقسيط الإلكترونية من واقع ممارستها لهذا النوع من التسوق من حيث استهلاكه أو توفيره للجهد والمال والمرونة في مدى التزام المتاجر بمميزات العروض، وكانت أعلى درجة للمحور هي (18) درجة وأقل درجة هي (6).

تقنين استبانة اتجاهات ربة الأسرة نحو خدمات التقسيط الإلكترونية:

يقصد بتقنين الأدوات قياس صدق وثبات الأدوات.

أولاً - حساب صدق الاستبانة: اعتمدت الباحثة في ذلك على كل من:

(أ) **صدق المحتوى Validity Content** تم عرض الاستبانة على مجموعة من الأساتذة المحكمين المتخصصين في المجالات ذات الصلة من جامعات مختلفة وذلك بهدف إبداء آرائهم حول مدى ملائمة العبارات وصياغتها ووضوحها، ومدى ارتباطها بأهداف الدراسة.



وقد بلغت نسبة اتفاق المحكمين (90%)، وأوصوا بإجراء بعض التعديلات المتعلقة بصياغة عدد من العبارات وحذف بعضها الآخر، وقامت الباحثة بإجراء جميع التعديلات المقترحة.

(ب) **صدق الاتساق الداخلي Construct Validity**: تم حساب صدق الاتساق الداخلي عن طريق إيجاد معامل الارتباط باستخدام معامل "بيرسون"، وقد تراوحت قيم معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل محور والدرجة الكلية للاستبانة، كما يتضح من الجدول رقم (1).

جدول (1) قيم معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل محور والدرجة الكلية لاستبانة اتجاهات ربة الأسرة نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكترونية (ن=60)

المحاور	الارتباط	الدالة
المكون المعرفي	0.598	0.01
المكون الوجداني	0.725	0.01
المكون السلوكي	0.692	0.01

يتضح من جدول (1) أن معاملات الارتباط كلها دالة عند مستوى (0.01) لاقتها من الواحد الصحيح مما يدل على صدق وتجانس محاور الاستبانة.

ثانياً - حساب ثبات الاستبيان Reliability:

تم حساب الثبات لاستبانة اتجاهات ربة الأسرة نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكترونية باستخدام كلاً من طريقة ألفا كرونباخ، ومعادلة التصحيح لسبيرمان، وطريقة جيتمان كما يتضح من جدول (2).

جدول (2) قيم معاملات ارتباط الثبات لمحاور استبانة اتجاهات ربة الأسرة نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكترونية (ن=60)

المحاور	ألفا كرونباخ	التجزئة النصفية	
		سبيرمان براون	معامل جيتمان
المكون المعرفي	0.692	0.625	0.669
المكون الوجداني	0.702	0.687	0.659
المكون السلوكي	0.666	0.714	0.820

يتضح من جدول (2) أن جميع قيم معاملات الثبات: معامل ألفا، سبيرمان براون، جيتمان دالة عند مستوى 0,01 مما يدل على ثبات الاستبانة وصلاحيته للتطبيق في البحث الحالي.

ثالثاً: استبانة اتخاذ القرارات الشرائية:

أعدت هذه الاستبانة بهدف قياس أبعاد اتخاذ القرارات الشرائية لدى ربوات الأسر عينة البحث وذلك من خلال الاطلاع على الدراسات والقراءات السابقة العربية للاستبانة بها في وضع الأسلوب الأمثل للاستبانة مثل دراسة عبد الحافظ (2014)، دراسة النجار والكرد (2022)، عبد المنعم (2022) واشتملت الاستبانة على خمس أبعاد هي: (إدراك الحاجة، والبحث وجمع المعلومات، وتقييم البدائل، واتخاذ القرار الشرائي، وتقييم القرار الشرائي) واشتملت الاستبانة على (31) عبارة خبرية موزعة على الأبعاد الخمسة، وتحدد الإجابة عليها وفقاً لثلاث خيارات (نعم - أحياناً - لا) على مقياس متصل (3، 2، 1) للعبارة موجبة الصياغة، (1، 2، 3) للعبارة سالبة الصياغة، وبذلك تكون أعلى درجة للاستبانة هي (93) درجة وأقل درجة هي (31) درجة، وتتمثل أبعاد الاستبانة في:

– **البعد الأول: إدراك الحاجة:** وتكون هذا البعد من (7 عبارات) تعبر عن المفهوم الإجرائي وهي كالتالي: (أراعي احتياجات ورغبات أفراد الأسرة تبعاً لأهميتها عند وضع خطة الشراء بالتقسيم، لا أهتم بالتخطيط للشراء وأتركها حسب ظروفنا الاقتصادية، أراعي ميزانية أسرتي عند تخطيطي للشراء بالتقسيم، أستطيع



- التعرف على بعض مشاكل الشراء بالتقسيط، تشغلي مسألة توافر ثمن السلعة قبل اتخاذ قرار شرائها، لا أفكر قبل شرائي السلعة، أميل إلى شراء السلع أكثر من مرة دون الحاجة إليها) وكانت درجته بين (7 – 21 درجة).
- **البعد الثاني: البحث وجمع المعلومات:** وتكون هذا البعد من (7 عبارات) تعبر عن المفهوم الإجرائي وكانت العبارات كالتالي (أهتم بجمع المعلومات المطلوبة عن السلعة التي سوف أقوم بشرائها، أحرص على دراسة أسعار السوق قبل شرائي لاحتياجاتي، أحرص على زيارة عدد كبير من المواقع الإلكترونية قبل الشراء، أستمع إلى آراء المقربين من ذوي الخبرة عند اتخاذ قرار الشراء، أتأثر بالإعلانات وأحاول شراء السلع المعلن عنها دون الاستفسار أو السؤال، أحكم عقلي وأضبط تصرفاتي قبل الاندفاع وراء الدعاية والإعلان عبر الإنترنت، أحرص على تصفح المواقع الإلكترونية المختلفة للبيع بالتقسيط قبل اتخاذ قرار الشراء) وكانت درجته بين (7 – 21 درجة).
- **البعد الثالث: تقييم البدائل:** وتضمن هذا البعد من (5 عبارات) تعبر عن المفهوم الإجرائي وكانت العبارات كالتالي (أفضل بين أنواع السلع المختلفة من حيث ملائمة سعرها لدخلي، أجرب كمية صغيرة من السلع الجديدة قبل شراء كمية كبيرة منها، أسعى لشراء سلعة بديلة أرخص في حالة ارتفاع سعر السلعة الأساسية، أقارن أسعار السلعة الواحدة في مختلف المواقع الإلكترونية قبل إقبالي على الشراء، أقوم بعملية المقارنة بين المعروف من السلع لاختيار الأفضل) ودرجته بين (5 – 15 درجة).
- **البعد الرابع: اتخاذ القرار الشرائي:** وتضمن هذا البعد من (7 عبارات) تعبر عن المفهوم الإجرائي وهي كالتالي (أقوم بالشراء بالتقسيط بدون خطة مالية مسبقة، أستفيد من عروض الشراء بالتقسيط المخفضة في الأسعار، أشتري من المواقع الإلكترونية التي تتبع بأسعار ثابتة ومحددة، أهتم بالتفكير جيداً قبل الإقدام على الشراء بالتقسيط الإلكتروني، أشتري من أول موقع الكتروني يقابلني، أتجنب الشراء تحت ضغط الإعلان عن السلعة في حالة عدم حاجتي إليها، أشتري أحدث الماركات العالمية حتى لو فاق سعرها ميزانيتي ودرجته بين (7 – 21 درجة).
- **البعد الخامس: تقييم القرار الشرائي:** وتضمن هذا البعد من (7 عبارات)، وكانت العبارات كالتالي (أنجح في شراء المطلوب في حدود المبلغ المخصص للتقسيط، أشعر بالندم بعد استخدام السلع التي قمت بشرائها، أستفيد من تجاربي الشرائية السابقة، أشعر بالرضا عن السلع التي اشتريتها بعد الاستخدام، أشعر بالندم والإحباط على شراء بعض السلع، أشعر بالرضا والسعادة في كل مرة أقوم بشراء مستلزماتي، اكتسب مزيد من الخبرة من خلال التسوق من المواقع الإلكترونية) ودرجته بين (7 – 21 درجة).

تقنين استبانة اتخاذ القرارات الشرائية:

أولاً: حساب صدق الاستبانة:

- (أ) **صدق المحتوى Content validity:** وذلك بعرض الاستبانة على مجموعة من الأساتذة المحكمين المتخصصين، لإبداء الرأي في مدى ملائمة عبارات الاستبانة وصياغتها لما تهدف إلى تجميعه من معلومات وبيانات، وقد أبدوا موافقتهم على أسئلة الاستبانة بنسبة (95%) مع تعديل وحذف بعض العبارات في بعض الأبعاد، وقد قامت الباحثة بإجراء التعديلات المشار إليها.
- (ب) **صدق الاتساق الداخلي Construct Validity:** تم حساب صدق الاتساق الداخلي عن طريق إيجاد معامل الارتباط باستخدام معامل "بيرسون"، وقد تراوحت قيم معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل بعد والدرجة الكلية للاستبانة، كما يتضح من الجدول رقم (3).

جدول (3) قيم معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل بعد والدرجة الكلية لاستبانة اتخاذ القرارات الشرائية (ن=60)

الأبعاد	الارتباط	الدلالة
إدراك الحاجة	0.698	0.01
البحث وجمع المعلومات	0.785	0.01
تقييم البدائل	0.774	0.01
اتخاذ القرار الشرائي	0.658	0.01
تقييم القرار الشرائي	0.698	0.01



يتضح من جدول (3) أن قيم معاملات الارتباط كلها دالة عند مستوى (0.01) لاقتها من الواحد الصحيح مما يدل على صدق وتجانس أبعاد الاستبانة.

ثانياً: - حساب ثبات الاستبيان Reliability:

يقصد بالثبات "قدرة الاختبار على إعطاء نفس النتائج أو إعطاء نتائج متقاربة إذا أعيد تطبيقه على نفس العينة"

وتم حساب الثبات لاستبانة اتخاذ القرارات الشرائية باستخدام كلاً من طريقة ألفا كرونباخ، ومعادلة التصحيح لسبيرمان، وطريقة جيتمان كما يتضح من جدول (4).

جدول (4) قيم معاملات الثبات لمحاو استبانة القرارات الشرائية (ن=60)

الأبعاد	التجزئة النصفية		ألفا كرونباخ
	سبيرمان براون	معامل جيتمان	
إدراك الحاجة	0.787	0.658	
البحث وجمع المعلومات	0.722	0.747	
تقييم البدائل	0.701	0.793	
اتخاذ القرار الشرائي	0.632	0.714	
تقييم القرار الشرائي	0.700	0.708	

يتضح من جدول (4) أن جميع قيم معاملات الثبات: معامل ألفا، واختبار التجزئة النصفية (سبيرمان براون، جيتمان) دالة عند مستوى 0001 مما يدل على ثبات الاستبانة وصلاحياتها للتطبيق في البحث الحالي.

خامساً: المعاملات الإحصائية المستخدمة في البحث:

المعالجات الإحصائية:

بعد جمع البيانات وتفرغها تمت المعالجة الإحصائية باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package For Social Sciences Program (S.P.S.S) وقد تم استخدام المعالجات الإحصائية التالية:

- 1- حساب التكرارات والنسب المئوية لمتغيرات البحث.
- 2- حساب معاملات الثبات لاستبانة البحث باستخدام (معامل ألفا كرونباخ "Alpha Cornbach" والتجزئة النصفية وجيتمان Guttman اسبيرمان براون Spearman-Brown).
- 3- تحليل التباين أحادي الاتجاه Anova One Way باستخدام F.Test لإيجاد دلالة الفروق بين محاور الاستبانة تبعاً لبعض المتغيرات المحددة.
- 4- اختبار أقل فرق معنوي L.S.D لإيجاد دلالة الفروق تبعاً لبعض متغيرات البحث.
- 5- اختبار "T.test" لدراسة الفروق بين بعض محاور البحث.
- 6- معامل الارتباط بيرسون Person لتحديد درجة الارتباط بين متغيرات البحث.
- 7- معامل الانحدار وذلك من أجل استخراج النتائج ومناقشتها وتفسيرها.



سادساً : نتائج الدراسة الميدانية:
 أولاً: وصف عينة البحث الأساسية
 - وصف العينة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية

جدول (5) التوزيع النسبي لعينة البحث وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (ن = 410)

البيان	الفئة	العدد	النسبة المئوية
عمل ربة الأسرة	تعمل	243	59.3 %
	لا تعمل	167	40.7 %
	المجموع	410	100.0 %
المستوى التعليمي لربة الأسرة	يقرا ويكتب	66	16.1 %
	الثانوية (وما يعادلها)	46	11.2 %
	مؤهل جامعي (بكالوريوس)	284	69.3 %
	مؤهل أعلى من جامعي (ماجستير- دكتوراه)	14	3.4 %
	المجموع	410	100.0 %
متوسط الدخل الشهري للأسرة	أقل من 5000 ريال	168	41.0 %
	من 5000 إلى أقل من 10000 ريال	39	9.5 %
	من 10000 إلى أقل من 15000 ريال	135	32.9 %
	15000 فأكثر	68	16.6 %
	المجموع	410	100.0 %
حجم الأسرة	3 أفراد	45	11.0 %
	4 أفراد	55	13.4 %
	5 أفراد	76	18.5 %
	6 أفراد	98	23.9 %
	7 أفراد فأكثر	136	33.2 %
	المجموع	410	100.0 %

يتضح من جدول (5) أن نسبة ربة الأسرة العاملة بلغت (59.3%)، ونسبة ربة الأسرة غير العاملة بلغت (40.7%)، ويشير هذا إلى أن العينة تمثل توزيعاً نسبياً معقولاً للعاملات وغير العاملات في المجتمع المدروس، كما أن أغلبية العينة حاصلات على مؤهل جامعي (بكالوريوس) بنسبة (69.3%)، ونسبة قليلة من العينة حاصلات على مؤهلات أعلى من الجامعية (3.4%)، ويشير هذا إلى أن مستوى التعليم في العينة مرتفع بشكل عام، كما تتركز غالبية الأسر في العينة في فئة الدخل المتوسط (من 5000 إلى 15000 ريال)، وهناك نسبة كبيرة من الأسر الأقل من 5000 ريال (41%). يشير هذا إلى أن هناك تبايناً في المستوى الاقتصادي للأسر، وتختلف أحجام الأسر حيث تتراوح بين 3 أفراد و7 أفراد فأكثر، وتشير النسبة للأسر التي تضم 6 أفراد فأكثر (5.1%) إلى أن حجم الأسرة الكبير هو سمة بارزة في هذه العينة.

جدول (6) مدى تأثير دفع الأقساط على بنود الإنفاق المختلفة (ن=410)

مدى تأثير دفع الأقساط على بنود الإنفاق المختلفة	العدد	النسبة
تؤثر	302	73.7 %
لا تؤثر	108	26.3 %
المجموع	410	100 %

تشير نتائج جدول (6) إلى أن غالبية الأفراد في العينة (73.7 %) يشعرون بأن التزاماتهم بدفع الأقساط تؤثر بشكل كبير على قدرتهم على الإنفاق في مجالات أخرى، حيث أن التزامات الأقساط غالباً ما تأتي على رأس قائمة الأولويات المالية للعديد من الأفراد، مما يؤثر على قراراتهم الإنفاقية.

جدول (7) عدد مرات الشراء بالتقسيط الإلكتروني خلال الحياة الأسرية (ن=410)

الترتيب	النسبة	العدد	عدد مرات الشراء بالتقسيط الإلكتروني خلال الحياة الأسرية
الثاني	28.5 %	117	مرة
الرابع	15.2 %	62	مرتان
الأول	30.7 %	126	ثلاث مرات
الخامس	7.3 %	30	أربع مرات
الثالث	18.3 %	75	خمس مرات
	100 %	410	المجموع

تشير نتائج جدول (7) إلى أن أعلى نسبة من الأسر قاموا بالشراء بالتقسيط الإلكتروني ثلاث مرات حيث بلغت النسبة (30,7%)، يليها من قام بالشراء مرة واحدة بنسبة (5,28)، يليها من قام بالشراء خمس مرات بنسبة (18,3%) كما أن هناك تباين كبير في عدد المرات التي قام بها الأفراد بالشراء بالتقسيط، ويشير ذلك إلى انتشار استخدام الشراء بالتقسيط الإلكتروني بين الأسر في العينة.

جدول (8) عدد الأقساط الشهرية للسلعة المشتراة بالتقسيط (ن=410)

الترتيب	النسبة	العدد	عدد الأقساط الشهرية للسلعة المشتراة بالتقسيط
الثالث	19.5 %	80	قسط واحد
الثاني	36.1 %	148	قسطان
الأول	44.3 %	182	3 أقساط فأكثر
	100 %	410	المجموع

تشير نتائج جدول (8) إلى أن أغلبية الأفراد يدفعون 3 أقساط فأكثر حيث بلغت النسبة 44.3% كما يظهر توزيع واسع لعدد الأقساط، بدءًا من قسطان حيث بلغت 36.1 %، وكانت نسبة من يدفعون قسط واحد هي 19.5 % وهذا يشير إلى وجود مرونة كبيرة في مدة سداد الأقساط، حيث يختار الأفراد مددًا مختلفة تتناسب مع ظروفهم المالية.

جدول (9) مدى الانتظام في سداد الأقساط (ن=410)

الترتيب	النسبة	العدد	مدى الانتظام في سداد الأقساط
الأول	85.6 %	351	منتظمة في السداد
الثاني	14.4 %	59	غير منتظمة في السداد
	100 %	410	المجموع

تشير نتائج جدول (9) إلى أن أغلبية الأفراد منتظمون في السداد حيث بلغت نسبة من هم منتظمون في السداد (85.6%) ونسبة قليلة من الأفراد غير منتظمة في السداد (14.4%) وهذا يشير إلى التزام مرتفع من قبل الأفراد بسداد أقساطهم في مواعيدها.

جدول (10) متخذ قرار الشراء في الأسرة (ن=410)

الترتيب	النسبة	العدد	متخذ قرار الشراء في الأسرة
الثالث	22 %	90	رب الأسرة
الثاني	36.1 %	148	ربة الأسرة
الأول	41.9 %	172	الأبناء
	100 %	410	المجموع

تشير نتائج جدول (10) إلى أن القرار المشترك بين الزوجين جاء في المرتبة الأولى بنسبة (41.9%)، تليه ربة الأسرة بنسبة (36.1%)، في حين جاء رب الأسرة في المرتبة الأخيرة بنسبة (22.0%). وتوضح هذه



النتائج أن قرارات الشراء بالتقسيط الإلكتروني أصبحت تعتمد بدرجة كبيرة على المشاركة بين الزوجين، نظرًا لارتباطها بالجوانب الاقتصادية للأسرة، وما يترتب عليها من التزامات مالية تؤثر في ميزانية الأسرة المستقبلية. كما تعكس هذه النتائج الدور المتنامي لربة الأسرة في اتخاذ القرارات الشرائية، نتيجة زيادة وعيها بالتطبيقات الرقمية وأساليب الدفع الإلكتروني، فضلاً عن ارتفاع مستوى مشاركتها في إدارة الموارد المالية للأسرة، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة (دحمان، 2017) التي أكدت ارتفاع معدلات سيطرة ربة الأسرة على الإنفاق، إذ يتراوح نصيب ربة الأسرة من عمليات شراء السلع بين 70-80%، مما يجعلها قوة شرائية ضخمة.

جدول (11) برنامج التقسيط الإلكتروني المستخدم (ن=410)

الترتيب	النسبة	العدد	برنامج التقسيط الإلكتروني المستخدم
الثنائي	27.6 %	113	تابي
الأول	36.6 %	150	تمارا
الثالث	13.9 %	57	امكان
الرابع	9.8 %	40	مدفوع
الخامس	6.6 %	27	بسيطة
السادس	5.6 %	23	أخرى
	100 %	410	المجموع

يتبين من جدول (11) أن برنامجي "تمارا" و "تابي" يسيطران على الحصة السوقية الأكبر، حيث يمثلان معاً أكثر من (64 %) من إجمالي الاستخدام، وهذا يشير إلى أن هذين البرنامجين يتمتعان بشعبية كبيرة بين المستخدمين لأسباب قد تتعلق بسهولة الاستخدام، المرونة في الشروط، أو العروض الترويجية التي يقدمونها، وعلى الرغم من سيطرة برنامجي "تمارا" و "تابي"، إلا أن هناك توزيعاً واسعاً للاستخدام بين البرامج الأخرى مثل "امكان"، "مدفوع"، "بسيطة"، "أخرى"، وهذا يدل على وجود تنوع في الخيارات المتاحة للمستخدمين، وأن كل برنامج يستهدف شريحة معينة من العملاء.

جدول (12) أنواع السلع والخدمات التي يتم شراؤها عبر خدمات التقسيط الإلكترونية ومدى الحاجة إليها (ن=410)

م	السلعة	نعم		لا		مدى الحاجة إليها	
		العدد	النسبة	العدد	النسبة	ضرورية	مكملة
1	الملابس ومكملاتها	351	85.6	59	14.4	251	71.5
2	سلع غذائية	125	30.5	285	69.5	102	81.6
3	أثاث المسكن ومكملاته	311	75.9	99	24.1	223	71.7
4	أجهزة كهربائية	320	78.0	90	22.0	245	76.6
5	أجهزة إلكترونية	366	89.3	44	10.7	284	77.6
6	أدوات منزلية	352	85.9	58	14.1	301	85.5

تشير نتائج جدول (12) إلى انتشار استخدام خدمات التقسيط الإلكتروني في شراء العديد من السلع والخدمات، حيث جاءت الأجهزة الإلكترونية، والأدوات المنزلية، والملابس ومكملاتها، والأجهزة الكهربائية، وأثاث المسكن ومكملاته في مقدمة السلع الأكثر شراءً. كما تبين أن نسبة كبيرة من المشتريين صنفوا هذه السلع ضمن الاحتياجات الضرورية، ولا سيما الأدوات المنزلية والأجهزة الإلكترونية والأجهزة الكهربائية، وهو ما يعكس اعتماد الأسر على خدمات التقسيط الإلكتروني في تلبية احتياجاتها الأساسية، وتخفيف من الأعباء المالية المرتبطة بشراء السلع مرتفعة الثمن.

جدول (13) أسباب الشراء بالتقسيط الإلكتروني (ن=410)

م	السبب	نعم		لا		المجموع	
		العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
1	عدم توفر الثمن النقدي للسلعة	303	73.9	107	26.1	410	100 %
2	التقليد والمحاكاة	36	8.8	374	91.2	410	100 %
3	التسهيلات في شروط البيع بالتقسيط مثل عدم دفع مقدم ثمن،	278	67.8	132	32.2	410	100 %
4	زيادة الأعباء المالية لدى الأسرة	270	65.9	140	34.1	410	100 %
5	ارتفاع أسعار بعض السلع بشكل كبير ومستمر	324	79.0	86	21.0	410	100 %

أوضحت نتائج جدول (13) أن ارتفاع أسعار بعض السلع جاء في المرتبة الأولى بين أسباب اللجوء إلى الشراء بالتقسيط الإلكتروني بنسبة بلغت (79.0%)، تلاه عدم توافر المبلغ النقدي اللازم للشراء بنسبة (73.9%)، ثم التسهيلات المقدمة في شروط التقسيط بنسبة (67.8%)، في حين جاءت زيادة الأعباء المالية للأسر بنسبة (65.9%). أما التقليد والمحاكاة فقد احتلت المرتبة الأخيرة بنسبة (8.8%)، مما يشير إلى أن الدوافع الاقتصادية كانت العامل الأكثر تأثيراً في اتجاه ربوات الأسر نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكتروني.

جدول (14) مميزات الشراء بالتقسيط الإلكتروني (ن=410)

م	العبارة	مناسب		غير مناسب		المجموع	
		العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
1	يلبي احتياجات ذوي الدخل المحدود	372	90.7	38	9.3	410	100 %
2	الاقتصاد في الإنفاق	271	66.1	139	33.9	410	100 %
3	وسيلة موفرة للوقت والجهد المهدر في التسوق	301	73.4	109	26.6	410	100 %
4	تعدد البدائل والتنوع في السلع	291	71.0	119	29.0	410	100 %
5	التقسيط الإلكتروني يساعد في الحصول على العديد من المنتجات بدون جهد في توفير ثمنها	330	80.5	80	19.5	410	100 %

يوضح الجدول (14) مميزات الشراء بالتقسيط الإلكتروني من وجهة نظر العينة، حيث جاء أن التقسيط الإلكتروني يلبي احتياجات ذوي الدخل المحدود بنسبة (90.7%)، وتعتبر هذه الميزة الأبرز والأكثر قبولاً من قبل المستهلكين، ويشير هذا إلى أن الشراء بالتقسيط يوفر حلاً عملياً للأشخاص الذين لا يملكون المقدرة المالية لشراء السلع دفعة واحدة، ثم ميزة أن التقسيط الإلكتروني يساعد في الحصول على العديد من المنتجات بدون جهد في توفير ثمنها (80.5%)، وتأتي هذه الميزة في المرتبة الثانية، مما يؤكد أن المستهلكين يقدرّون سهولة الحصول على المنتجات المرغوبة بدون الحاجة لتوفير المبلغ الكامل دفعة واحدة، ثم إنه وسيلة موفرة للوقت والجهد المهدر في التسوق بنسبة (73.4%)، وتشير هذه النسبة إلى أن المستهلكين يرون في الشراء بالتقسيط وسيلة فعالة لتوفير الوقت والجهد المبذول في التسوق التقليدي، ثم ميزة تعدد البدائل والتنوع في السلع بنسبة (71%)، ويعتبر هذا العامل مهماً أيضاً، حيث يوفر الشراء بالتقسيط إمكانية الوصول إلى مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات، وأخيراً جاءت ميزة الاقتصاد في الإنفاق بنسبة (66.1%): على الرغم من أن هذه الميزة قد تبدو متناقضة مع فكرة التقسيط (حيث قد يتم دفع فوائد إضافية)، إلا أن بعض المستهلكين يرون أن التقسيط يساعدهم على إدارة ميزانيتهم بشكل أفضل وتجنب الإنفاق المفرط.

جدول (15) عيوب الشراء بالتقسيط الإلكتروني (ن=410)

م	العبارة	نعم		لا		المجموع	
		العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
1	شراء سلع فاخرة تفوق الدخل	237	57.8	173	42.2	410	100 %
2	الارتفاع في كلفة السلعة المشتراة بالتقسيط	282	68.8	128	31.2	410	100 %
3	صعوبة الإجراءات وتعقيدها في بعض الأحيان	213	52.0	197	48.0	410	100 %
4	عدم القدرة على السداد والدخول في أزمات اقتصادية	295	72.0	115	28.0	410	100 %



يوضح الجدول (15) الجوانب السلبية المرتبطة بالشراء بالتقسيط الإلكتروني، والتي قد تقلل من جاذبية هذا النوع من الشراء لدى بعض المستهلكين، حيث جاء عدم القدرة على السداد والدخول في أزمات اقتصادية بنسبة (72%)، يعتبر هذا العيب هو الأكثر إلحاحاً من وجهة نظر المستهلكين، ويدل هذا على أن الخوف من التورط في ديون لا يمكن تسديدها يمثل عائقاً كبيراً أمام العديد من الأشخاص، ثم الارتفاع في كلفة السلعة المشتراة بالتقسيط (68.8%)، يشير ذلك إلى إدراك المستهلكين احتمالية ارتفاع التكلفة الإجمالية للشراء في بعض صور التقسيط الإلكتروني نتيجة الرسوم الإضافية أو الالتزامات المالية المترتبة على التأخير في السداد، ثم شراء سلع فائقة فوق الدخل (57.8%) ويمثل هذا العيب خطر الإفراط في الإنفاق والشراء خارج الإمكانيات المادية، مما قد يؤدي إلى مشاكل مالية مستقبلية، وأخيراً صعوبة الإجراءات وتعقيدها في بعض الأحيان (52%)، ويعتبر تعقيد إجراءات الشراء بالتقسيط عاملاً مثبطاً لبعض المستهلكين، خاصة أولئك الذين يفضلون عمليات الشراء السريعة والمدفوعة.

جدول (16) الأهمية النسبية لاستبانة اتجاهات المرأة نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكترونية (ن=410)

م	محاور الاستبانة	الوزن النسبي	الترتيب
1	المكون المعرفي	1.78	الثالث
2	المكون الوجداني	2.13	الثاني
3	المكون السلوكي	2.17	الأول
	الإجمالي	2.06	

يوضح جدول (16) أن المكون السلوكي يحظى بالأهمية النسبية الأعلى في استبانة اتجاهات المرأة نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكترونية، حيث بلغ وزنه النسبي (2.17)، مما يشير إلى أن سلوكيات ربات الأسر الفعلية في التعامل مع التقسيط الإلكتروني هي المحور الأبرز في فهم هذا الاتجاه، ويأتي بعد ذلك المكون الوجداني بوزن نسبي قدره (2.13)، مما يعكس أهمية العواطف والمشاعر التي ترتبط بقرارات ربات الأسر بشأن استخدام هذه الخدمات، وفي المرتبة الثالثة يأتي المكون المعرفي بوزن نسبي قدره (1.78)، مما يشير إلى أن المعرفة والمعلومات المتوفرة لدى ربة الأسرة حول التقسيط الإلكتروني تؤثر أيضاً على اتجاهاتها، وإن كان ذلك التأثير أقل من التأثيرين السابقين، ويشير هذا الترتيب إلى أن فهم سلوكيات ربات الأسر الفعلية في استخدام التقسيط الإلكتروني هو المفتاح لفهم هذا الاتجاه بشكل كامل. فبالإضافة إلى معرفة آرائهن ومشاعرهن حيال هذه الخدمات، من الضروري أيضاً معرفة كيف يتحول هذا إلى سلوكيات ملموسة مثل التردد في استخدامها أو الاعتماد عليها بشكل كبير. كما يشير إلى أهمية العامل العاطفي في اتخاذ القرارات الشرائية، حيث تلعب العواطف دوراً كبيراً في توجيه سلوكيات الاستهلاك بشكل عام.

جدول (17) الأهمية النسبية لاستبانة اتخاذ القرارات الشرائية (ن=410)

م	أبعاد الاستبانة	الوزن النسبي	الترتيب
1	إدراك الحاجة	2.16	الخامس
2	البحث وجمع المعلومات	2.43	الثاني
3	تقييم البدائل	2.57	الأول
4	اتخاذ القرار الشرائي	1.98	الرابع
5	تقييم القرار الشرائي	2.35	الثالث
	الإجمالي	2.29	

يوضح جدول (17) أن بعد تقييم البدائل جاء في المرتبة الأولى بوزن نسبي بلغ (2.57)، يليه بعد البحث وجمع المعلومات بوزن نسبي بلغ (2.43)، ثم بعد تقييم القرار الشرائي بوزن نسبي بلغ (2.35)، وجاء بعد إدراك الحاجة في المرتبة الرابعة بوزن نسبي بلغ (2.16)، في حين احتل بعد اتخاذ القرار الشرائي المرتبة الأخيرة بوزن نسبي بلغ (1.98).

النتائج في ضوء فروض البحث: الفرض الأول:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات ربة الأسرة نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكتروني بمحاورها (المكون المعرفي، المكون الوجداني، المكون السلوكي) واتخاذ القرارات الشرائية بأبعاده (إدراك الحاجة، البحث وجمع المعلومات، تقييم البدائل، اتخاذ القرار الشرائي). وللتحقق من صحة الفرض الأول إحصائياً تم حساب معامل ارتباط "بيرسون" بين استبانة اتجاهات ربة الأسرة نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكتروني بمحاورها (المكون المعرفي، المكون الوجداني، المكون السلوكي) واستبانة اتخاذ القرارات الشرائية بأبعادها (إدراك الحاجة، البحث وجمع المعلومات، تقييم البدائل، اتخاذ القرار الشرائي، تقييم القرار الشرائي)، الإجمالي، كما يوضحه الجدول التالي.

جدول (18) معاملات ارتباط بيرسون بين محاور استبانة اتجاهات ربة الأسرة نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكتروني وبين أبعاد استبانة القرارات الشرائية (ن=410)

اتجاهات ربة الأسرة نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكتروني				البيان	القرارات الشرائية
الدرجة الكلية	المكون السلوكي	المكون الوجداني	المكون المعرفي		
0.551**	0.495**	0.465**	0.423**	الارتباط	إدراك الحاجة
0.001	0.001	0.001	0.001	الدلالة	
0.377**	0.389**	0.318**	0.246**	الارتباط	البحث وجمع المعلومات
0.001	0.001	0.001	0.001	الدلالة	
0.246**	0.339**	0.149**	0.138**	الارتباط	تقييم البدائل
0.001	0.001	0.001	0.001	الدلالة	
0.572**	0.453**	0.480**	0.493**	الارتباط	اتخاذ القرار الشرائي
0.001	0.001	0.001	0.001	الدلالة	
0.424**	0.440**	0.325**	0.302**	الارتباط	تقييم القرار الشرائي
0.001	0.001	0.001	0.001	الدلالة	
0.560**	0.545**	0.450**	0.413**	الارتباط	الدرجة الكلية
0.001	0.001	0.001	0.001	الدلالة	

**دالة عند 0.01

يتضح من جدول (18) وجود علاقات ارتباطية موجبة ودالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01) بين اتجاهات ربة الأسرة نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكتروني بأبعادها المختلفة (المعرفي والوجداني والسلوكي) وبين أبعاد اتخاذ القرارات الشرائية، مما يشير إلى وجود ارتباط إيجابي بين المتغيرين.

وقد تراوحت معاملات الارتباط الخاصة بالدرجة الكلية لاتجاهات ربة الأسرة نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكتروني مع أبعاد اتخاذ القرارات الشرائية بين (0.246) و(0.572)، حيث سجل بعد اتخاذ القرار الشرائي أعلى قيمة ارتباط بلغت (0.572)، يليه إدراك الحاجة بقيمة (0.551)، في حين سجل بعد تقييم البدائل أقل قيمة ارتباط بلغت (0.246).

كما تبين أن المكون السلوكي حقق أعلى معاملات الارتباط في معظم الأبعاد، وهو ما يشير إلى أهمية الخبرات والسلوكيات الفعلية المرتبطة باستخدام خدمات التقسيط الإلكتروني في تشكيل القرارات الشرائية لربة الأسرة.

وتفسر الباحثة هذه النتيجة بأن المعرفة المسبقة بخدمات التقسيط الإلكتروني والانطباعات الإيجابية عنها تسهم في تعزيز قدرة ربة الأسرة على إدراك احتياجاتها، والبحث عن المعلومات، والمفاضلة بين البدائل المتاحة، واتخاذ القرارات الشرائية المناسبة وتقييم نتائجها.

وبناءً على ذلك، يتحقق الفرض الأول القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات ربة الأسرة نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكتروني واتخاذ القرارات الشرائية. وبذلك تتحقق صحة الفرض الأول.



الفرض الثاني:

ينص الفرض على " توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات استبانة اتجاهات ربة الأسرة نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكترونية بمحاورها (المكون المعرفي، المكون الوجداني، المكون السلوكي) وفقاً لمتغيرات البحث (عمل ربة الأسرة، المستوى التعليمي لربة الأسرة، متوسط الدخل الشهري للأسرة، حجم الأسرة)".

وللتحقق من صحة هذا الفرض إحصائياً تم استخدام اختبار (ت) للعينات المستقلة (Independent Samples t-test) نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكترونية بمحاوره تبعاً لمتغير (عمل ربة الأسرة)، كما تم استخدام اختبار LSD البعدي لتحليل التباين للتعرف على الاتجاهات في تلك الفروق، وذلك على النحو التالي:

جدول (19) اختبار (ت) للعينات المستقلة (Independent Samples t-test) نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكترونية بمحاوره تبعاً لمتغير (عمل ربة الأسرة) (ن=410)

المتغيرات	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة "ت"	مستوى الدلالة	لصالح
المكون المعرفي	لا تعمل (167)	408	2.319	0.02	تعمل
	تعمل (243)				
	لا تعمل (167)				
	تعمل (243)				
المكون الوجداني	لا تعمل (167)	408	1.618	0.106	غير دالة
	تعمل (243)				
	لا تعمل (167)				
	تعمل (243)				
المكون السلوكي	لا تعمل (167)	408	1.672	0.095	غير دالة
	تعمل (243)				
	لا تعمل (167)				
	تعمل (243)				
الدرجة الكلية	لا تعمل (167)	408	2.278	0.02	تعمل
	تعمل (243)				
	لا تعمل (167)				
	تعمل (243)				

يتضح من جدول (19) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات ربات الأسر العاملات وغير العاملات في المكون المعرفي والدرجة الكلية لاتجاهات ربة الأسرة نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكتروني، وذلك لصالح ربات الأسر العاملات، إذ بلغت قيمة (ت) للمكون المعرفي (2.319) عند مستوى دلالة (0.02)، كما بلغت قيمة (ت) للدرجة الكلية (2.278) عند مستوى دلالة (0.02). في المقابل، لم تظهر فروق ذات دلالة إحصائية في كل من المكون الوجداني والمكون السلوكي، حيث بلغت قيمة (ت) للمكون الوجداني (1.618)، وبلغت قيمتها للمكون السلوكي (1.672). ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن ربات الأسر العاملات قد يكن أكثر تعرضاً للتعاملات المالية الإلكترونية والتطبيقات الرقمية الحديثة، الأمر الذي قد يسهم في زيادة مستوى المعرفة بخدمات التقسيط الإلكتروني مقارنة بربات الأسر غير العاملات، في حين لم تظهر فروق واضحة بين المجموعتين في الجوانب الوجدانية والسلوكية. وبذلك يتحقق الفرض جزئياً، إذ ظهرت الفروق في المكون المعرفي والدرجة الكلية فقط، بينما لم تظهر فروق دالة إحصائية في المكونين الوجداني والسلوكي.



جدول (20) تحليل التباين في اتجاهات ربة الأسرة نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكترونية
بمحاورة تبعاً لمتغير (المستوى التعليمي لربة الأسرة (ن=410)

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة "ف"	مستوى الدلالة
المكون المعرفي	بين المجموعات	191.3400	3	63.780	6.548	0.001 دال
	داخل المجموعات	3932.9550	406	9.687		
	التباين الكلي	4124.2950	409			
المكون الوجداني	بين المجموعات	73.3870	3	24.462	3.321	أقل من 0.05 دال
	داخل المجموعات	2990.8080	406	7.367		
	التباين الكلي	3064.1950	409			
المكون السلوكي	بين المجموعات	11.2800	3	3.760	0.506	0.679 غير دال
	داخل المجموعات	3018.7100	406	7.435		
	التباين الكلي	3029.9900	409			
الدرجة الكلية	بين المجموعات	631.8630	3	210.621	4.173	0.001 دال
	داخل المجموعات	20491.0760	406	50.471		
	التباين الكلي	21122.9390	409			

يتضح من نتائج جدول (20) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات ربات الأسر وفقاً للمستوى التعليمي في كل من المكون المعرفي والمكون الوجداني والدرجة الكلية، في حين لم تظهر فروق ذات دلالة إحصائية في المكون السلوكي. وللتعرف إلى اتجاه هذه الفروق، تم تطبيق اختبار (LSD)

جدول (21) دلالة الفروق بين متوسطات اتجاهات ربة الأسرة نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكترونية
تبعاً لمتغير (المستوى التعليمي لربة الأسرة (ن=410)

المكون المعرفي				
المستوى التعليمي لربة الأسرة	يقرأ ويكتب م = 12.14	الثانوية (وما يعادلها) م = 10.20	مؤهل جامعي (بكالوريوس) م = 9.14	مؤهل أعلى من الجامعي (ماجستير-دكتوراه) م = 8.65
يقرأ ويكتب	-			
الثانوية (وما يعادلها)	1.964	-		
مؤهل جامعي (بكالوريوس)	3.002*	1.056*	-	
مؤهل أعلى من الجامعي (ماجستير-دكتوراه)	3.491*	1.545*	0.489	-
المكون الوجداني				
المستوى التعليمي لربة الأسرة	يقرأ ويكتب م = 12.21	الثانوية (وما يعادلها) م = 11.20	مؤهل جامعي (بكالوريوس) م = 10.56	مؤهل أعلى من الجامعي (ماجستير-دكتوراه) م = 10.04
يقرأ ويكتب	-			
الثانوية (وما يعادلها)	1.017	-		
مؤهل جامعي (بكالوريوس)	1.168*	0.641	-	
مؤهل أعلى من الجامعي (ماجستير-دكتوراه)	2.171*	1.153*	0.513	-
الدرجة الكلية				
المستوى التعليمي لربة الأسرة	يقرأ ويكتب م = 37.57	الثانوية (وما يعادلها) م = 34.67	مؤهل جامعي (بكالوريوس) م = 32.67	مؤهل أعلى من الجامعي (ماجستير-دكتوراه) م = 31.35
يقرأ ويكتب	-			
الثانوية (وما يعادلها)	2.905	-		



	-	1.994*	4.899*	مؤهل جامعي (بكالوريوس)
-	1.325	3.319*	6.224*	مؤهل أعلى من الجامعي (ماجستير-دكتوراه)

(*) دالة عند مستوى (0.05).

وأظهرت النتائج الواردة في جدول (21) انخفاض المتوسطات تدريجيًا مع ارتفاع المستوى التعليمي لربة الأسرة، إذ سجلت فئة (يقرأ ويكتب) أعلى المتوسطات، في حين سجلت فئة (الماجستير والدكتوراه) أقل المتوسطات.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن ارتفاع المستوى التعليمي قد يرتبط بزيادة الوعي بالالتزامات المالية المترتبة على الشراء بالتقسيط، فضلًا عن ارتفاع القدرة الشرائية لبعض الأسر، الأمر الذي قد يقلل من الاعتماد على خدمات التقسيط الإلكتروني. واختلفت هذه النتيجة مع دراسة (Teo, 2001)، حيث أشارت إلى أن متغير التعليم لم يكن عامل حاسم في الشراء عبر الإنترنت، اختلفت هذه النتيجة مع دراسة النونو (2007) حيث لوحظ أن 80% من المتسوقين عبر الإنترنت هم من ذوي التعليم العالي. بينما اتفقت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة عبد الحافظ، نبيلة الورداني (2014) التي أكدت على وجود علاقة عكسية بين المستوى التعليمي لربة الأسرة وبين اتجاهات ربات الأسر الشرائية الاستهلاكية بالتقسيط.

جدول (22) تحليل التباين في اتجاهات ربة الأسرة نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكترونية بمحاورة تبعاً لمتغير (متوسط الدخل الشهري للأسرة) (ن=410)

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة "ف"	مستوى الدلالة
المكون المعرفي	بين المجموعات	160.2630	3	53.421	5.471	0.001 دال
	داخل المجموعات	3964.0320	406	9.764		
	التباين الكلي	4124.2950	409			
المكون الوجداني	بين المجموعات	47.8180	3	15.939	2.145	0.094 غير دال
	داخل المجموعات	3016.3770	406	7.430		
	التباين الكلي	3064.1950	409			
المكون السلوكي	بين المجموعات	31.2950	3	10.432	1.412	0.239 غير دال
	داخل المجموعات	2998.6950	406	7.386		
	التباين الكلي	3029.9900	409			
الدرجة الكلية	بين المجموعات	590.0550	3	196.685	3.889	0.001 دال
	داخل المجموعات	20532.8840	406	50.574		
	التباين الكلي	21122.9390	409			

يتبين من جدول (22) أن هناك فروقا دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.001 في المكون المعرفي والدرجة الكلية بين المجموعات المختلفة من حيث متوسط الدخل الشهري للأسرة وقد تم إجراء اختبار LSD لمعرفة اتجاه تلك الفروق كما يوضحه الجدول التالي:

جدول (23) دلالة الفروق بين متوسطات اتجاهات ربة الأسرة نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكترونية تبعاً لمتغير (متوسط الدخل الشهري للأسرة) (ن=410)

المكون المعرفي				
متوسط الدخل الشهري للأسرة	أقل من 5000 ريال	من 5000 إلى 10000 ريال	من 10000 إلى 15000 ريال	أكثر من 15000 ريال
أقل من 5000 ريال	-			
من 5000 إلى أقل من 10000 ريال	1.002	-		
من 10000 إلى أقل من 15000 ريال	0.481	0.521	-	
أكثر من 15000 ريال	1.712*	0.710	1.231*	-
الدرجة الكلية				
متوسط الدخل الشهري للأسرة	أقل من 5000 ريال	من 5000 إلى 10000 ريال	من 10000 إلى 15000 ريال	أكثر من 15000 ريال



31.62 = م	15000 ريال 34.06 = م	من 10000 ريال م 33.44 =	ريال 34.64 = م	
			-	أقل من 5000 ريال
		-	1.200	من 5000 إلى أقل من 10000 ريال
	-	0.618	0.582	من 10000 إلى أقل من 15000 ريال
-	2.440*	1.822	3.022*	15000 فأكثر

(*)دالة عند مستوى (0.05).

يتضح من جدول (23) أن ربات الأسر ذات الدخل الأعلى (15000 ريال فأكثر) لديهن متوسطات درجات أقل في المكونات (المعرفي، الدرجة الكلية) مقارنة بربات الأسر ذات الدخل الأدنى، وهذا يعني أن ربات الأسر ذات الدخل الأعلى أقل ميلاً لاستخدام خدمات التقسيط الإلكتروني حيث إن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعة الدخل الأعلى ومجموعات الدخل الأدنى في المكون المعرفي، مما يشير إلى أن ربات الأسر ذات الدخل الأعلى لديهن معرفة أقل بخدمات التقسيط الإلكتروني، كما أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعة الدخل الأعلى ومجموعات الدخل الأدنى في الدرجة الكلية، مما يعزز أن مستوى الدخل يؤثر على الاتجاه العام نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكتروني، وتفسر الباحثة ذلك بأن ربات الأسر ذات الدخل الأعلى لا يهتمون بالبحث عن أنظمة التقسيط الإلكتروني لتوفر المال لديهن للشراء بنظام الكاش، أنه كلما ارتفع مستوى دخل الأسرة كلما زادت قدرتها المادية على شراء كل ما هو جديد، كما أن لديها متسع من الاختيار عند شرائها للمنتجات والسلع والأجهزة المختلفة ومعرفة كيفية الاختيار والمفاضلة بينهم وذلك لتعدد البدائل وتتفق هذه النتيجة مع دراسة النجار والكرد (2022).

جدول (24) تحليل التباين في اتجاهات ربة الأسرة نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكترونية بمحاويرة تبعاً لمتغير (حجم الأسرة) (ن=410)

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة "ف"	مستوى الدلالة
حجم الأسرة	المكون المعرفي	بين المجموعات	21.3150	4	5.329	0.526
		داخل المجموعات	4102.9800	405	10.131	
		التباين الكلي	4124.2950	409		
	المكون الوجداني	بين المجموعات	30.3570	4	7.589	1.013
		داخل المجموعات	3033.8380	405	7.491	
		التباين الكلي	3064.1950	409		
	المكون السلوكي	بين المجموعات	18.0360	4	4.509	0.606
		داخل المجموعات	3011.9540	405	7.437	
		التباين الكلي	3029.9900	409		
	الدرجة الكلية	بين المجموعات	112.0630	4	28.016	0.540
		داخل المجموعات	21010.8760	405	51.879	
		التباين الكلي	21122.9390	409		

يتضح من جدول (24) تحليل التباين بين متوسطات درجات مجموعات ربات الأسر في اتجاهاتهن نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكتروني، بناءً على حجم الأسرة ومنه يتبين أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المجموعات المختلفة من حيث حجم الأسرة في جميع المكونات (المعرفي، الوجداني، السلوكي، الدرجة الكلية) وهذا يعني أن حجم الأسرة لا يؤثر بشكل كبير على اتجاهات ربة الأسرة نحو التسوق والشراء واستخدام خدمات التقسيط الإلكتروني، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة عبد العاطي والنجار (2015) التي أكدت على وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.01 في اتجاهات المرأة نحو التسوق الإلكتروني لصالح حجم الأسرة المتوسط يليه الكبير وأخيراً حجم الأسرة الصغير. وبذلك تتحقق صحة الفرض الثاني



الفرض الثالث:

ينص الفرض على "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات استبانة اتخاذ القرارات الشرائية بأبعادها (إدراك الحاجة، البحث وجمع المعلومات، تقييم البدائل، اتخاذ القرار الشرائي، تقييم القرار الشرائي)، الإجمالي وفقاً لمتغيرات البحث (عمل ربة الأسرة، المستوى التعليمي، متوسط الدخل الشهري للأسرة، حجم الأسرة)".

وللتحقق من هذا الفرض إحصائياً تم استخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه للفروق في استبانة اتخاذ القرارات الشرائية بأبعادها (إدراك الحاجة، البحث وجمع المعلومات، تقييم البدائل، اتخاذ القرار الشرائي، تقييم القرار الشرائي)، الإجمالي وفقاً لمتغيرات البحث (عمل ربة الأسرة، المستوى التعليمي لربة الأسرة، متوسط الدخل الشهري للأسرة، حجم الأسرة)، كما تم استخدام اختبار LSD البعدي لتحليل التباين لتعرف الاتجاهات في تلك الفروق، وذلك على النحو التالي:

جدول (25) الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة في استبانة القرارات الشرائية بأبعادها تبعا لمتغير (عمل ربة الأسرة) (ن=410)

المتغيرات	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة "ت"	مستوى الدلالة	لصالح
إدراك الحاجة	لا تعمل (167)	408	0.813	غير دالة	غير دالة
	المتوسط الحسابي 14.680				
	الانحراف المعياري 2.612				
	تعمل (243)				
البحث وجمع المعلومات	لا تعمل (167)	408	0.264	غير دالة	غير دالة
	المتوسط الحسابي 17.030				
	الانحراف المعياري 3.113				
	تعمل (243)				
تقييم البدائل	لا تعمل (167)	408	0.337	غير دالة	غير دالة
	المتوسط الحسابي 12.920				
	الانحراف المعياري 2.598				
	تعمل (243)				
اتخاذ القرار الشرائي	لا تعمل (167)	408	2.289	دالة	عمل ربة الأسرة
	المتوسط الحسابي 13.510				
	الانحراف المعياري 2.524				
	تعمل (243)				
تقييم القرار الشرائي	لا تعمل (167)	408	0.021	غير دالة	غير دالة
	المتوسط الحسابي 16.430				
	الانحراف المعياري 2.518				
	تعمل (243)				
الدرجة الكلية	لا تعمل (167)	408	0.627	غير دالة	غير دالة
	المتوسط الحسابي 74.560				
	الانحراف المعياري 10.863				
	تعمل (243)				

يتبين من جدول (25) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين ربات الأسر العاملات وغير العاملات في أبعاد إدراك الحاجة، والبحث وجمع المعلومات، وتقييم البدائل، وتقييم القرار الشرائي، وكذلك الدرجة الكلية لاستبانة القرارات الشرائية، مما يشير إلى أن عمل ربة الأسرة لا يؤثر تأثيراً جوهرياً في هذه الأبعاد. في المقابل، ظهرت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) في بُعد اتخاذ القرار الشرائي لصالح ربات الأسر العاملات، وهو ما يعكس ما تتمتع به المرأة العاملة من استقلالية أكبر وخبرة أوسع في التعامل مع المعاملات الشرائية والمالية. وقد يُعزى ذلك أيضاً إلى تأثير عدد من العوامل الاجتماعية والاقتصادية والثقافية



التي تسهم في تشكيل القرارات الشرائية لدى ربات الأسر. كما تتفق هذه النتيجة جزئياً مع نتائج دراسة النجار والكردي (2022)، وتتفق هذه النتيجة أيضاً مع دراسة (Bessouh and Belarbi (2017 التي أكدت إلى أن عملية اتخاذ القرار الشرائي عند ربات الأسر هو عبارة عن مجموعة من الأفعال التي تستلزم عمل العاطفة والعقلانية عند اتخاذ القرار الشرائي.

جدول (26) تحليل التباين في استبانة اتخاذ القرارات الشرائية بأبعادها تبعا لمتغير (المستوى التعليمي لربة الأسرة (ن=410)

البيان	الأبعاد	مصدر التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة "ف"	مستوى الدلالة
المستوى التعليمي لربة الأسرة	إدراك الحاجة	بين المجموعات	136.0590	03	45.353	6.284	0.01 دالة
		داخل المجموعات	2947.1020	406	07.259		
		التباين الكلي	3083.1610	409			
	البحث وجمع المعلومات	بين المجموعات	72.7350	03	24.245	2.488	0.060 غير دالة
		داخل المجموعات	3957.1090	406	09.747		
		التباين الكلي	4029.8440	409			
	تقييم البدائل	بين المجموعات	35.9840	03	11.995	1.922	0.125 غير دالة
		داخل المجموعات	2533.6380	406	06.240		
		التباين الكلي	2569.6220	409			
	اتخاذ القرار الشرائي	بين المجموعات	179.0500	03	59.683	8.631	0.01 دالة
		داخل المجموعات	2807.6060	406	06.915		
		التباين الكلي	2986.6560	409			
	تقييم القرار الشرائي	بين المجموعات	54.7190	03	18.240	2.819	0.039 دالة
		داخل المجموعات	2627.2830	406	06.471		
		التباين الكلي	2682.0020	409			
	الدرجة الكلية	بين المجموعات	1968.1310	03	656.044	6.040	0.01 دالة
		داخل المجموعات	44099.9890	406	108.621		
		التباين الكلي	46068.1200	409			

يتبين من جدول (26) أن هناك فروقاً دالة إحصائية عند مستوى (0.01) في أبعاد إدراك الحاجة واتخاذ القرار الشرائي والدرجة الكلية، في حين ظهرت فروق دالة عند مستوى (0.05) في بُعد تقييم القرار الشرائي. تم إجراء اختبار LSD لمعرفة اتجاه تلك الفروق كما يوضحه الجدول التالي:

جدول (27) دلالة الفروق بين متوسطات العينة على استبانة القرارات الشرائية تبعا لمتغير (المستوى التعليمي لربة الأسرة (ن=410)

يعد إدراك الحاجة				
المستوى التعليمي لربة الأسرة	يقرأ ويكتب م = 17.50	الثانوية (وما يعادلها) م = 15.14	مؤهل جامعي (بكالوريوس) م = 14.72	مؤهل أعلى من الجامعي (ماجستير-دكتوراه) م = 14.07
يقرأ ويكتب	-	-	-	-
الثانوية (وما يعادلها)	*2.346	-	-	-
مؤهل جامعي (بكالوريوس)	*2.778	0.415	-	-
مؤهل أعلى من الجامعي (ماجستير-دكتوراه)	*3.435	*1.071	0.657	-
بعد اتخاذ القرار الشرائي				
المستوى التعليمي لربة الأسرة	يقرأ ويكتب م = 17.21	الثانوية (وما يعادلها) م = 14.23	مؤهل جامعي (بكالوريوس) م = 13.66	مؤهل أعلى من الجامعي (ماجستير-دكتوراه) م = 13.67
يقرأ ويكتب	-	-	-	-
الثانوية (وما يعادلها)	*2.987	-	-	-
مؤهل جامعي (بكالوريوس)	*3.552	0.565	-	-
مؤهل أعلى من الجامعي (ماجستير-دكتوراه)	*3.540	0.553	0.012	-
بعد تقييم القرار الشرائي				
المستوى التعليمي لربة الأسرة	يقرأ ويكتب م = 18.29	الثانوية (وما يعادلها) م = 16.59	مؤهل جامعي (بكالوريوس) م = 16.31	مؤهل أعلى من الجامعي (ماجستير-دكتوراه) م = 16.30
يقرأ ويكتب	-	-	-	-



		-	*1.695	التأنيه (وما يعادلها)
	-	0.281	*1.976	مؤهل جامعي (بكالوريوس)
-	0.006	0.287	*1.981	مؤهل أعلى من الجامعي (ماجستير-دكتوراه)
الدرجة الكلية لاستبانه القرارات الشرائية				
مؤهل أعلى من الجامعي (ماجستير-دكتوراه) م=73.89	مؤهل جامعي (بكالوريوس) م=74.24	التأنيه (وما يعادلها) م=76.47	يقرأ ويكتب م=85.71	المستوى التعليمي لربة الأسرة
			-	يفرا ويكتب
		-	*9.245	التأنيه (وما يعادلها)
	-	2.227	*11.471	مؤهل جامعي (بكالوريوس)
-	0.352	2.578	*11.823	مؤهل أعلى من الجامعي (ماجستير-دكتوراه)

(*)دالة عند مستوى (0.05)

يتضح من جدول (27) والمقارنة بين متوسطات درجات مجموعة من ربوات الأسر حول قراراتهن الشرائية، مقسمة حسب مستوى تعليمهن بهدف معرفة هل هناك اختلافات ذات دلالة إحصائية في هذه المتوسطات بين المجموعات المختلفة، ومنه يتبين أن هناك علاقة عكسية بين مستوى التعليم ومتوسط درجات القرارات الشرائية فكلما ارتفع المستوى التعليمي، انخفضت الدرجة، وهذا يعني أن ربوات الأسر ذوات المستوى التعليمي الأدنى (يقرأ ويكتب) لديهن درجات أعلى في معظم أبعاد القرارات الشرائية مقارنة بربوات الأسر ذوات المستوى التعليمي الأعلى كما أن ربوات الأسر ذوات المستوى التعليمي الأدنى هن الأكثر إدراكاً للحاجة، وتقل هذه الدرجة كلما ارتفع المستوى التعليمي، وربوات الأسر ذوات المستوى التعليمي الأدنى هن الأكثر حزمًا في اتخاذ القرار الشرائي، وتقل هذه الدرجة كلما ارتفع المستوى التعليمي، كما أن تقييم القرار الشرائي جاء باتجاه مشابه لبعد اتخاذ القرار، حيث تقل الدرجة مع ارتفاع المستوى التعليمي.

وتفسر الباحثة ذلك بأن ربوات الأسر ذوات المستوى التعليمي الأدنى يحصلن على درجات أعلى في الاستبانه الكلية، وقد يكون هناك عدة عوامل تفسر هذه النتائج، مثل الخبرة فربوات الأسر ذوات الخبرة التعليمية الأقل قد يكون لديهن خبرة أكبر تدفعهن لاتخاذ قرارات شرائية أسرع وأكثر حزمًا وأن ارتفاع المستوى التعليمي لربة الأسرة يساهم في رفع مستوى الإدراك المعرفي بمراحل اتخاذ القرارات الشرائية، كذلك فإن ارتفاع المستوى التعليمي يساهم في البحث الذاتي عن المعلومات من خلال برامج التلفزيون وشبكة الإنترنت للتعرف على أفضل أماكن الشراء ومميزات كل سلعة، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة مفرح (2017) التي أكدت انه كلما ارتفع المستوى التعليمي للزوجة كلما أصبحت أكثر عقلانية في اتخاذ القرارات الرشيدة عند الشراء، ودراسة أبو هنطش (2019) التي وجدت تأثير ذات دلالة إحصائية بين متغير المستوى التعليمي للزوجة واتخاذ القرار الشرائي، وتختلف مع دراسة عيد المنعم (2022) حيث أوضحت أن الدرجة العلمية للسيدات (ماجستير - دكتوراه) ناتجة عن مستوى تعليمي مرتفع تجعل السيدات لديهن من الوعي والثقافة ما يمكنهن من اتخاذ القرارات الشرائية السليمة.

جدول (28) تحليل التباين في استبانه اتخاذ القرارات الشرائية بأبعادها تبعاً لمتغير (متوسط الدخل الشهري للأسرة) (ن=410)

البيان	الأبعاد	مصدر التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة "ف"	مستوى الدلالة
متوسط الدخل الشهري للأسرة	إدراك الحاجة	بين المجموعات	36.1960	3	12.065	1.608	0.187 غير دالة
		داخل المجموعات	3046.9650	406	7.505		
		التباين الكلي	3083.1610	409			
	البحث وجمع المعلومات	بين المجموعات	72.1070	3	24.036	2.466	0.062 غير دالة
		داخل المجموعات	3957.7360	406	9.748		
		التباين الكلي	4029.8440	409			



0.03 دالة	2.935	18.180	3	54.5400	بين المجموعات	تقييم البدائل
		6.195	406	2515.0820	داخل المجموعات	
			409	2569.6220	التباين الكلي	
0.063 غير دالة	2.447	17.684	3	53.0530	بين المجموعات	اتخاذ القرار الشرطي
		7.226	406	2933.6030	داخل المجموعات	
			409	2986.6560	التباين الكلي	
0.076 غير دالة	2.313	15.021	3	45.0640	بين المجموعات	تقييم القرار الشرطي
		6.495	406	2636.9380	داخل المجموعات	
			409	2682.0020	التباين الكلي	
0.028 دالة	3.062	339.709	3	1019.1270	بين المجموعات	الدرجة الكلية
		110.958	406	45048.9930	داخل المجموعات	
			409	46068.1200	التباين الكلي	

يتضح من نتائج جدول (28) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات ربات الأسر وفقاً لمتوسط الدخل الشهري للأسرة في كلٍّ من بعد تقييم البدائل والدرجة الكلية لاستبانة القرارات الشرائية، حيث بلغت قيمة (ف) (2.935) لبعده تقييم البدائل عند مستوى دلالة (0.03)، كما بلغت قيمة (ف) (3.062) للدرجة الكلية عند مستوى دلالة (0.028).

وفي المقابل، لم تظهر فروق ذات دلالة إحصائية في أبعاد إدراك الحاجة والبحث وجمع المعلومات، واتخاذ القرار الشرائي، وتقييم القرار الشرائي، وهو ما يشير إلى أن مستوى الدخل الشهري للأسرة لا يؤثر بصورة مباشرة في هذه الأبعاد. وقد تم تطبيق اختبار المقارنات البعدية (LSD) لتحديد اتجاه هذه الفروق، كما هو موضح في جدول (29).

جدول (29) دلالة الفروق بين متوسطات العينة في استبانة القرارات الشرائية تبعاً لمتغير (متوسط الدخل الشهري للأسرة) (ن = 410)

بعد (تقييم البدائل)				
متوسط الدخل الشهري للأسرة	أقل من 5000 ريال	من 5000 إلى أقل من 10000 ريال	من 10000 إلى أقل من 15000 ريال	أكثر من 15000 ريال
أقل من 5000 ريال	-			
من 5000 إلى أقل من 10000 ريال	*1.110	-		
من 10000 إلى أقل من 15000 ريال	*1.334	0.223	-	
أكثر من 15000 ريال	*1.121	0.011	0.213	-
الدرجة الكلية للاستبانة				
متوسط الدخل الشهري للأسرة	أقل من 5000 ريال	من 5000 إلى أقل من 10000 ريال	من 10000 إلى أقل من 15000 ريال	أكثر من 15000 ريال
أقل من 5000 ريال	-			
من 5000 إلى أقل من 10000 ريال	*4.917	-		
من 10000 إلى أقل من 15000 ريال	*4.800	0.117	-	
أكثر من 15000 ريال	*5.655	0.738	0.855	-



تشير نتائج جدول (29) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في بعد تقييم البدائل وفي الدرجة الكلية لاستبانة القرارات الشرائية لصالح ربات الأسر ذوات الدخل الشهري الأقل (أقل من 5000 ريال)، حيث حصلت هذه الفئة على أعلى المتوسطات الحسابية مقارنة ببقية الفئات.

ففي بعد تقييم البدائل، بلغ المتوسط الحسابي (13.95) لدى ربات الأسر ذوات الدخل المنخفض، مقابل (12.84)، و(12.61)، و(12.83) لدى الفئات الأخرى، مما يدل على أن محدودية الدخل تدفع ربات الأسر إلى إجراء مقارنات أكثر دقة بين البدائل المتاحة قبل اتخاذ القرار الشرائي.

أما فيما يتعلق بالدرجة الكلية للاستبانة، فقد بلغ المتوسط الحسابي (79.67) لدى الفئة الأقل دخلاً، مقارنة بمتوسطات تراوحت بين (74.01) و(74.87) لدى الفئات الأخرى، وهو ما يعكس ارتفاع مستوى الحرص والتخطيط والوعي الاقتصادي لدى هذه الفئة.

وترى الباحثة أن محدودية الموارد المالية تدفع ربة الأسرة إلى تبني سلوك استهلاكي أكثر ترشيداً، إذ تصبح أكثر حرصاً على البحث عن أفضل البدائل المتاحة، ومقارنة الأسعار والمواصفات، والتأكد من مدى الحاجة الفعلية إلى السلعة قبل اتخاذ قرار الشراء.

كما يمكن تفسير هذه النتيجة بأن ارتفاع مستوى الدخل يؤدي إلى زيادة القدرة الشرائية واتساع نطاق الخيارات المتاحة أمام المستهلكة، وهو ما قد يقلل من درجة التدقيق والمفاضلة بين البدائل المختلفة.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة عبد العاطي والنجار (2015) التي أكدت على وجود فروق ذات دلالة إحصائية في القيم الاقتصادية لربة الأسرة تبعاً لاختلاف مستوى دخل الأسرة لصالح مستوى الدخل أي أنه كلما انخفض دخل الأسرة كلما ارتفع مستوى القيم الاقتصادية لربة الأسرة، وقد يرجع ذلك إلى أنه بارتفاع مستوى الدخل، وامتلاء الأسواق والمراكز التجارية التي تشاهدها عبر الإنترنت، تتعدد أوجه الصرف وهذا بدوره يسبب في زيادة السلوك الشرائي لربة الأسرة وقد يكون هذا على حساب قيمها الاقتصادية التي قد تتجاهلها لتلبية رغبتها في التسوق والشراء واقتناء كل ما تنجذب إليه سواء كانت في حاجة أو غير حاجة لها.

وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة كلا من عوض (2015) ومفرح (2017) حيث أوضحت نتائج دراستهما وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين السيدات في اتخاذ القرار الشرائي لصالح متوسط الدخل الشهري الأعلى، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة المظلوم (2012) التي توصلت إلى أن الأسر ذات الدخل المرتفعة قد تتخذ قرارات غير رشيدة ومتسارعة وتقبل على اقتناء كل ما هو جديد ولا تهتم بأسعارها لقدرتها على شراء غيرها بعكس الأسر محدودة الدخل، وتتفق أيضاً مع دراسة أبو الفتوح (2014) التي أشارت إلى أنه بانخفاض متوسط دخل الأسرة تزداد قدرة ربة الأسرة على الإدارة الرشيدة عند شراؤها للأجهزة الإلكترونية، ويزداد حرصها على الاستخدام الرشيد لما يتوافر لديها من أجهزة الكترونية داخل بيتها المنزلية. أما زيادة الدخل مع تعدد الماركات في الأسواق فيزيد من نسبة حدوث الشراء العفوي، حيث ظهرت أنماطاً جديدة من الاستهلاك تتمثل في شراء غير الضروري، وشراء السلع أكثر من مرة.

جدول (30) تحليل التباين في استبانة اتخاذ القرارات الشرائية بأبعادها تبعاً لمتغير (حجم الأسرة) (ن=410)

البيان	الأبعاد	مصدر التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة "ف"	مستوى الدلالة
حجم الأسرة	إدراك الحاجة	بين المجموعات	27.8460	4	6.962	0.923	غير دالة
		داخل المجموعات	3055.3150	405	7.544		
		التباين الكلي	3083.1610	409			
	البحث وجمع المعلومات	بين المجموعات	52.9290	4	13.232	1.348	غير دالة
		داخل المجموعات	3976.9150	405	9.820		
		التباين الكلي	4029.8440	409			
	تقييم البدائل	بين المجموعات	37.4350	4	9.359	1.497	غير دالة
		داخل المجموعات	2532.1870	405	6.252		
		التباين الكلي	2569.6220	409			
	اتخاذ القرار الشرائي	بين المجموعات	16.0640	4	4.016	0.548	غير دالة
		داخل المجموعات	2970.5920	405	7.335		
		التباين الكلي	2986.6560	409			



0.773 غير دالة	0.449	2.958	4	11.8330	بين المجموعات	تقييم القرار الشرائي
		6.593	405	2670.1700	داخل المجموعات	
			409	2682.0020	التباين الكلي	
0.792 غير دالة	0.423	47.944	4	191.7770	بين المجموعات	الدرجة الكلية
		113.275	405	45876.3420	داخل المجموعات	
			409	46068.1200	التباين الكلي	

يتضح من نتائج جدول (30) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات ربات الأسر في جميع أبعاد استبانة اتخاذ القرارات الشرائية تبعاً لمتغير حجم الأسرة، وهي: إدراك الحاجة، والبحث وجمع المعلومات، وتقييم البدائل، واتخاذ القرار الشرائي، وتقييم القرار الشرائي، بالإضافة إلى الدرجة الكلية للاستبانة. وتشير هذه النتائج إلى أن عدد أفراد الأسرة لا يمثل عاملاً مؤثراً بصورة مباشرة في طبيعة القرارات الشرائية التي تتخذها ربة الأسرة، إذ يبدو أن هذه القرارات ترتبط بدرجة أكبر بعوامل أخرى، مثل المستوى التعليمي، ومستوى الدخل، والخبرات السابقة، والوعي الاستهلاكي.

وترى الباحثة أن التطورات التقنية وانتشار وسائل التسوق الإلكتروني وإتاحة المعلومات بصورة واسعة قد أسهمت في تقليل أثر حجم الأسرة في عملية اتخاذ القرار الشرائي، حيث أصبحت ربات الأسر يمتلكن فرصاً متكافئة للحصول على المعلومات ومقارنة البدائل المختلفة، بغض النظر عن عدد أفراد الأسرة.

وبذلك تتحقق صحة الفرض الثالث جزئياً، حيث ظهرت فروق دالة إحصائية تبعاً لمتغير متوسط الدخل الشهري للأسرة، في حين لم تظهر فروق دالة تبعاً لمتغير حجم الأسرة.

الفرض الرابع:

ينص الفرض على "تختلف نسبة مشاركة متغيرات البحث (عمل ربة الأسرة، المستوى التعليمي لربة الأسرة، متوسط الدخل الشهري للأسرة، حجم الأسرة) على كل من (الاتجاه نحو خدمات التقسيط الإلكترونية، القرارات الشرائية) تبعاً لأوزان معاملات الانحدار".

وللتحقق من صحة هذا الفرض إحصائياً، تم استخدام أسلوب الانحدار المتعدد التدريجي (Stepwise Multiple Regression)، بهدف تحديد درجة إسهام المتغيرات المستقلة في تفسير التباين في المتغيرات التابعة، والمتمثلة في الاتجاه نحو خدمات التقسيط الإلكترونية والقرارات الشرائية، كما هو موضح في جدول (31)

جدول (31) معاملات الانحدار باستخدام الانحدار المتعدد التدريجي للمتغيرات المستقلة (عمل المرأة، المستوى التعليمي لربة الأسرة، متوسط الدخل الشهري للأسرة، حجم الأسرة) على المتغيرات التابعة (الاتجاه نحو خدمات التقسيط الإلكترونية، القرارات الشرائية) (ن = 410)

المتغير التابع	المتغير المستقل	R	R ²	B	قيمة ف	قيمة ت	مستوى الدلالة
الاتجاه نحو خدمات التقسيط الإلكترونية	عمل المرأة	0.112	0.13	1.637	5.189	2.278	0.01
	المستوى التعليمي لربة الأسرة	0.169	0.29	1.930	12.029	3.468	0.01
	متوسط الدخل الشهري للأسرة	0.136	0.18	0.999	7.669	2.769	0.01
القرارات الشرائية	عمل المرأة	0.031	0.01	0.669	0.393	0.627	0.521
	المستوى التعليمي لربة الأسرة	0.165	0.27	2.773	11.364	3.371	0.01
	متوسط الدخل الشهري للأسرة	0.121	0.15	1.310	6.028	2.455	0.01

يتضح من جدول (31) نتائج تحليل الانحدار المتعدد التدريجي، حيث يتم إضافة المتغيرات المستقلة بشكل تدريجي إلى النموذج لتحديد تأثير كل متغير على المتغير التابع. حيث تم تقييم تأثير المتغيرات (عمل المرأة،



المستوى التعليمي لربة الأسرة، متوسط الدخل الشهري للأسرة) على اتجاه ربة الأسرة نحو خدمات التقسيط الإلكتروني وعلى قراراتها الشرائية. ومنه يتبين أن:

- بالنسبة للاتجاه نحو خدمات التقسيط الإلكتروني من قبل أفراد العينة، فقد جاء متغير (المستوى التعليمي لربة الأسرة) في الترتيب الأول من حيث المشاركة في الاتجاه نحوها بنسبة مشاركة (29 %) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى 01،0، يليه متغير (متوسط الدخل الشهري للأسرة) بنسبة مشاركة (18 %) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى 01،0، ثم (عمل ربة الأسرة) في المستوى الثالث بنسبة (13 %) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى 01،0 من المشاركة في تفسير الاتجاه نحو خدمات التقسيط الإلكتروني. وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة فقيه (2013) التي أكدت أن أكثر العوامل المؤثرة على الاتجاهات الاستهلاكية للأسرة السعودية هي تعليم الزوجة يليه الدخل الشهري ويليها تعليم الزوج.
- وبالنسبة للقرارات الشرائية فقد جاء متغير (المستوى التعليمي لربة الأسرة) في الترتيب الأول من حيث المشاركة في تفسير القرارات الشرائية بنسبة مشاركة (27 %) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى 01،0، يليه متغير (متوسط الدخل الشهري للأسرة) بنسبة مشاركة (15 %) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى 01،0 بينما لم يشارك متغير (عمل المرأة) في تفسير القرارات الشرائية حيث جاء بقيمة اندثار غير دالة. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة الحداد (2008) التي أكدت أن عمل ربوات الأسر ليس له تأثير على نوعية القرارات الشرائية نحو الشراء التقسيطي.
- المستوى التعليمي كان من أكثر العوامل المؤثرة على اتجاهات ربة الأسرة نحو خدمات التقسيط الإلكتروني، يليه متوسط الدخل الشهري، ويأتي في المرتبة الثالثة عمل ربة الأسرة.
- أما بالنسبة لاتخاذ القرارات الشرائية يتضح من جدول (31) أن المستوى التعليمي هو العامل الأكثر تأثيراً في تفسير التباين في اتخاذ القرارات الشرائية، وكذلك يؤثر متوسط الدخل الشهري بشكل كبير فتصبح أكثر عقلانية عند اتخاذها القرارات الشرائية حتى لو كانت أمام متسع من المغريات الشرائية، وتفسر الباحثة ذلك بأن التعليم من أهم العوامل والمؤثرات التي تثقل شخصية الفرد وتنميها وتحفزها وأن التعليم يعزز من ثقة ربة الأسرة بنفسها وتجعلها أكثر نجاحاً في اتخاذ القرارات بصفة عامة والقرارات الشرائية بصفة خاصة، وتتفق هذه النتيجة جزئياً مع نتيجة دراسة قنديل وآخرون (2011) حيث أشارت نتائج دراستهم إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة بين اتخاذ القرارات الشرائية وبين مستوى التعليم فقط وأن مستوى التعليم هو المؤثر الوحيد على سلوك وسلطة اتخاذ القرارات الشرائية، وتتفق أيضاً مع نتيجة دراسة عبد المنعم (2022) التي أكدت أن طبيعة العمل الناتج عن ارتفاع المستوى التعليمي للسيدات الحاصلات على الماجستير والدكتوراه هو العامل المؤثر الأول في قدرة السيدات على اتخاذ القرارات الشرائية.

وبذلك يتحقق الفرض الرابع.

ملخص نتائج البحث:

في ضوء التحليل الإحصائي للبيانات، توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج الرئيسة التي يمكن عرضها على النحو الآتي:

- تكوّنت عينة الدراسة من (410) ربة أسرة، وكانت النسبة الأكبر من ربوات الأسر العاملات، كما غلب المستوى التعليمي الجامعي على أفراد العينة، وتركزت أغلب الأسر ضمن فئات الدخل المتوسط والمنخفض، في حين اتسمت معظم الأسر بكون حجمها النسبي .
- أظهرت النتائج أن غالبية أفراد العينة سبق لهن استخدام خدمات التقسيط الإلكتروني مرة واحدة على الأقل، مع ارتفاع نسبة الالتزام بسداد الأقساط، وتنوع مدد السداد وفقاً للظروف المالية للأسر .
- تبين أن الأجهزة الكهربائية والإلكترونية والملابس جاءت في مقدمة السلع التي يتم شراؤها بالتقسيط الإلكتروني، في حين تمثلت أهم دوافع استخدام هذه الخدمات في ارتفاع الأسعار، وعدم توافر السيولة النقدية الكافية، وتنوع التسهيلات المقدمة .
- كشفت النتائج أن المكون السلوكي جاء في المرتبة الأولى من حيث الأهمية النسبية ضمن أبعاد الاتجاه نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكتروني، تلاه المكون الوجداني، ثم المكون المعرفي .



- أوضحت النتائج أن بُعد تقييم البدائل جاء في المرتبة الأولى بين أبعاد القرارات الشرائية، تلاه بُعد البحث وجمع المعلومات، ثم تقييم القرار الشرائي، يليه اتخاذ القرار الشرائي، وأخيراً بُعد إدراك الحاجة .
 - أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.01) بين اتجاهات ربات الأسر نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكتروني والقرارات الشرائية، مما يؤكد أن زيادة الاتجاهات الإيجابية نحو هذه الخدمات ترتبط بتحسين القدرة على اتخاذ القرارات الشرائية .
 - أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية تبعاً لمتغير عمل ربة الأسرة، حيث كانت ربات الأسر العاملات أكثر ميلاً إلى استخدام خدمات التقسيط الإلكتروني وأكثر قدرة على اتخاذ القرارات الشرائية مقارنة بربات الأسر غير العاملات .
 - كشفت النتائج عن وجود علاقة عكسية بين المستوى التعليمي لربة الأسرة واتجاهاتها نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكتروني، إذ انخفضت درجة الميل نحو استخدام هذه الخدمات كلما ارتفع المستوى التعليمي .
 - تبين كذلك وجود علاقة عكسية بين مستوى الدخل الشهري للأسرة والاتجاه نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكتروني، حيث كانت ربات الأسر ذوات الدخل المرتفع أقل ميلاً إلى استخدام هذه الخدمات مقارنة بذوات الدخل المنخفض .
 - أوضحت النتائج أن حجم الأسرة لم يكن له تأثير ذو دلالة إحصائية في اتجاهات ربات الأسر نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكتروني أو في قراراتهن الشرائية .
 - أشارت نتائج تحليل الانحدار المتعدد إلى أن المستوى التعليمي لربة الأسرة يمثل العامل الأكثر تأثيراً في تفسير التباين في اتجاهات ربات الأسر نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكتروني، يليه متوسط الدخل الشهري، ثم عمل ربة الأسرة .
 - كما تبين أن المستوى التعليمي لربة الأسرة كان العامل الأكثر تأثيراً في تفسير التباين في القرارات الشرائية، يليه متوسط الدخل الشهري للأسرة، في حين لم يكن لعمل ربة الأسرة تأثير دال إحصائياً في هذا الجانب .
- وبوجه عام، تؤكد نتائج الدراسة وجود تأثير واضح للمتغيرات الاجتماعية والاقتصادية، ولا سيما المستوى التعليمي ومتوسط الدخل الشهري، في تشكيل اتجاهات ربات الأسر نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكتروني وفي توجيه قراراتهن الشرائية.

توصيات البحث Research Recommendations:

- ضرورة تعزيز الوعي المالي والاستهلاكي لدى ربات الأسر، من خلال تزويدهن بالمعارف والمهارات اللازمة لاتخاذ قرارات شرائية رشيدة، والتعامل الواعي مع خدمات التقسيط الإلكتروني، بما يضمن تحقيق التوازن بين الاحتياجات الفعلية والإمكانات المالية المتاحة.
- إطلاق برامج توعوية وإرشادية تساهم في توضيح مزايا التقسيط الإلكتروني ومخاطره، وتشجع على التخطيط المالي السليم، وترشيد الإنفاق، والحد من التأثير بالدوافع العاطفية والإعلانات التسويقية المضللة، مع التأكيد على أهمية المقارنة بين بدائل الشراء المختلفة قبل اتخاذ القرار.
- حث الجهات المزودة لخدمات التقسيط الإلكتروني على تقديم خدمات تتسم بالمرونة والشفافية الكاملة، وتوفير معلومات كافية ومبسطة للمستهلكين لضمان الاستخدام الآمن والمسؤول.
- تفعيل الدور الرقابي والتشريعي لضبط شركات التقسيط الإلكتروني، ووضع أطر تنظيمية تحمي المستهلكين وتساهم في نشر ثقافة الادخار لدعم الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي للأسرة السعودية.
- أهمية التوسع في إجراء الدراسات المستقبلية التي تتناول العوامل الاقتصادية والاجتماعية والنفسية المؤثرة في اتجاهات ربات الأسر نحو استخدام خدمات التقسيط الإلكتروني، وانعكاساتها على القرارات الشرائية في ظل التطورات المتسارعة في مجال التكنولوجيا المالية والتجارة الإلكترونية.



المراجع

1. أبو الفتوح، فاطمة محمد (2014). فاعلية برنامج قائم على تحديث الثقافة الاستهلاكية للحد من مخاطر النفائات الالكترونية، مجلة الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية، مج (24)، ع (1)، المنوفية، مصر.
2. أبو هنطش، لينا شوكت (2019). دور التسويق الموجه لربة الأسرة على عملية اتخاذ القرار الشرائي، دراسة ميدانية على قطاع الملابس الجاهزة في ميدان عمان، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، ع (3)، الأردن.
3. أرسوني، ارتيناطو (2013). أحكام البيع بالتقسيط : دراسة فقهية بما عليه العمل في إندونيسيا، رسالة ماجستير، جامعة أم درمان الاسلامية، كلية الشريعة والقانون، السودان، ص. 1، 385
4. بهنسي، مي فوزى حسن؛ ورشدي، أحمد سمير؛ ورزة، وسام يحيى فتحي. (2022). أثر التسويق الموجه لربة الأسرة على قرارها الشرائي (دراسة ميدانية على متاجر الملابس الجاهزة في القاهرة الكبرى). مجلة البحوث الإدارية، مج (40)، ع (1)، ص. 1، 30.
5. الحداد، نادية اسماعيل محمد (2008). العوامل المؤثرة على النمط الشرائي التقسيطي لربات الأسر بمدينة الاسكندرية، (رسالة ماجستير)، قسم الاقتصاد المنزلي، كلية الزراعة، جامعة الاسكندرية.
6. الحوراني، نوال عبد الرحمن (2013). مقارنة بين كيفية اتخاذ القرار بين المدراء والمديرات - دراسة حالة على برنامج التربية والتعليم بوكالة الغوث الدولي، قسم إدارة الأعمال، كلية التجارة، جامعة غزة، فلسطين.
7. النجار، سناء محمد أحمد عبد الله، & الكردي، أسماء صفوت جمال حسن. (2022). اتجاهات الزوجة نحو أنماط الاستهلاك المستدام وعلاقتها باتخاذ القرارات الشرائية في ضوء رؤية مصر 2030. مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، 43(8)، 1895-1793.
8. دحمان، أميره (2017). دور التسويق الوردي في التأثير على عملية اتخاذ قرار الشراء لدى ربة الأسرة، (رسالة ماجستير)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة.
9. زرقان، وفاء ولعربي، نسمة (2014). تأثير السعر على قرار شراء سلع التسوق، (رسالة ماجستير)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أكلو مجند أولحاج، البويرة، الجزائر.
10. الزغبى، محمد عمر (2003). الخداع التسويقي "دراسة ميدانية لاتجاهات المستهلكين نحو الممارسات اللاأخلاقية في التسويق في مدينة أربد"، (رسالة ماجستير)، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة اليرموك، الأردن.
11. سليمان، عصام (2009). صورة المؤسسة وأثرها على القرار الشرائي، (رسالة ماجستير في علوم التسيير)، جامعة ورقلة، الجزائر.
12. الشريف، فهد بن عبد الله (2009). التوسع في بيع التقسيط وآثاره الاقتصادية مع التطبيق على بعض المصارف السعودية، المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب، مج 15، ع 1، ص. 3، 64.
13. الصفتى، وفاء صالح، النجار، سناء محمد (2023). اقتصاديات أسرة وارشاد مستهلك، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة حلوان، ص 39.
14. طيبي، أسماء (2019). تأثير البيع الشخصي على اتخاذ قرار الشراء: حالة المنتجات الكهرومنزلية بالجزائر، مجلة الباحث الاقتصادي، 7(2)، ص. 364، 382.
15. عبد الحافظ، نبيلة الورداني (2014). السلوك الشرائي الاستهلاكي التقسيطي لربات الأسر بمحافظة البحيرة. مجلة الإسكندرية للتبادل العلمي 35(2) أبريل - يونيو، ص 190، 210.
16. عبد العاطي، حنان سامى محمد والنجار، سناء محمد (2015). اتجاهات ربة الأسرة نحو التسوق الإلكتروني وعلاقتها بالقيم الاقتصادية (دراسة مقارنة) بحث منشور مجلة الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية، مجلد (25)، عدد (2)، ص. 171، 198.
17. عبد المنعم، رانيا محمود (2022). فاعلية برنامج إلكتروني لتنمية وعي السيدات العاملات بممارسات الخداع التسويقي في بعض المجالات وأثره على مراحل اتخاذهن لقرار الشراء، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، جامعة المنيا، 40(8)، ص. 1399، 1476.
18. عبيدات، ذوقان، عدس، عبد الرحمن وعبد الحق، كايد (2021). البحث العلمي مفهومه أدواته أساليبه، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط (12)، جدة.
19. عثمان، تيسير حسن يحي (2024). أحكام البيع إلى أجل في ظل الحروب المعاصرة وأثره على اقتصاديات



الدول الناشئة، مجلة الدراسات الاسلامية للبنين بأسون: مجلة علمية محكمة نصف سنوية، 7(7)، ص. 927 ، 953.

20. العواودة، عاطف محمد (2008). العوامل المؤثرة على نمط اتخاذ القرار الإداري لدى المديرين في القطاع العام في الأردن، (رسالة ماجستير)، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، عمان.

21. عوض، ايريني سمير (2015). أنماط استخدام بطاقات الائتمان في ظل تكنولوجيا العولمة وانعكاساتها على قيم الأسرة وسلوكها الشرائي، (رسالة دكتوراه)، كلية التربية النوعية، جامعة عين شمس، مصر.

22. فقيه، تهاني محمد عبد الرحمن (2013). التسوق الإلكتروني وأثره على اتجاهات الأسرة الاستهلاكية في عصر المعلوماتية، (رسالة ماجستير)، كلية التصاميم والفنون، المملكة العربية السعودية.

23. القاضي، ندية عبد النبي محمد (2020). رؤية القائمين بالاتصال والعاملين بمؤسسات ربة الأسرة لدور مواقع المجالات النسائية في تنمية ثقافة الاستهلاك المستدام لدي ربة الأسرة المصرية. المجلة العلمية لبحوث الصحافة، (19)، 1، 58.

24. قنديل، سميرة أحمد، سحلول، طلعت محمد وأبو عماش، ميرفت محمد (2011). علاقة بعض العوامل الاقتصادية والاجتماعية بالنمط الاستهلاكي والحالة المعيشية لعينة من الأسر من مدينة دمياط، مجلة بحوث التربية النوعية، يوليو، العدد 22، جامعة المنصورة، مصر، ص. 638، 650.

25. كرات، رقية محمد محمد أحمد. (2021). أثر التسويق الوردي على قرار الشراء لدى طالبات كلية المجتمع للبنات بخميس مشيط. المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال، 10(3)، 603 ، 613.

26. المتولي، إبراهيم جمال أمين. (2017). إدراك المستهلك النهائي لممارسات الخداع التسويقي ودوره في ترشيد الاتجاهات نحو الشراء. مجلة البحوث التجارية، 39(1)، 15، 45.

27. مشاري، محمد (2015). أثر تنشيط المبيعات على اتخاذ القرار الشرائي للمستهلك النهائي، (رسالة ماجستير)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أكلو مجند أولحاج، البويرة، الجزائر.

28. المظلوم، هند محمد (2012). "تنمية التفكير الابتكاري لربة الأسرة في توليف خامات البيئة المنزلية المستهلكة لإدارة مشروعات صغيرة"، (رسالة دكتوراه)، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة حلوان، مصر.

29. مفرح، أمل عازب (2017): تكنولوجيا وسائل الاتصال الحديثة وأثرها على اتخاذ قرارات شراء وصيانة السلع المعمرة في ضوء المواصفات القياسية للجودة، مجلة القراءة والمعرفة، العدد (194)، مصر، 280، 308.

30. النونو، عماد أحمد إسماعيل (2007). التسوق عبر الإنترنت، دوافع التبني أو الرفض، (دراسة ميدانية، رسالة دكتوراه)، جامعة العلم الأمريكية، غزة.

31. Ajmera, H., & Bhatt, V. (2020). Factors affecting the consumer's adoption of E-wallets in India: An empirical study. Alochana Chakra Journal, 9 (6), 1081-1093.

32. Bessouh, Nadira, Saidi, Tarik & Belarbi, Abdelkader. (2017). Women and the purchasing decision. British Journal of Marketing Studies, 5(9), pp. 1-12.

33. Bhatt, Viral & Nagvadia, Jigar. (2021). FACTORS INFLUENCING CONSUMER'S ONLINE BUYING BEHAVIOR: AN EMPIRICAL STUDY, Doctor of Philosophy in Management, pp. 1:267.

34. Bizer, George & Barden, Jamie & Petty, Richard. (2006). Attitudes. Researchgate. 10.1002/0470018860.s00483. p. 246:253.

35. Fitriyah, Nur & Nadlifatin, Reny. (2024). Behavioral factors of intention to use pay later services. A systematic literature review. E3S Web of Conferences. 501. 10.1051/e3sconf/202450102010. p.1-7.

36. Lejoyeux M.& Weinstein A. (2010). Compulsive buying. Am J Drug Alcohol Abuse. 2010 Sep; 36(5):248-53. doi: 10.3109/00952990.2010.493590. PMID: 20560822.



مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع

Journal of Arts, Literature, Humanities and Social Sciences

Website: www.jalhss.com Email: editor@jalhss.com

Volume (132) August 2026 | العدد (132) أغسطس 2026



37. Maesen, Stijn & Ang, Dionysius. (2024). EXPRESS: Buy Now Pay Later: Impact of Installment Payments on Customer Purchases. Journal of Marketing. 10.1177/00222429241282414.
38. Muqorobin, Ahmad & kurniawan, cecep. (2022). INSTALLMENT SALE: ITS CONTEMPORARY APPLICATION IN ISLAMIC BANKING FINANCE (CASE STUDY BRUNEI DARUSSALAM). Malaysian Journal of Syariah and Law. 10. 1-10. 10.33102/mjisl.vol10no1.268.
39. Teo, Thompson (2001): Demographic an motivation variables associated with internet usage activities – internet research: Electronic networking applications and policy Vol.11, No.2
40. Wang Q, Zhu X, Wang M, Zhou F.& Cheng S. (2023). A theoretical model of factors influencing online consumer purchasing behavior through electronic word of mouth data mining and analysis. PLoS One. 2023 May 18; 18(5): e0286034. doi: 10.1371/journal