



دار المنظومة
DAR ALMANDUMAH
الرواد في قواعد المعلومات العربية

العنوان:	الاتجاه نحو متطلبات التصميم الداخلي للمسكن وعلاقته بالسلوك الشرائي لدى الشباب المقبل على الزواج
المصدر:	مجلة بحوث التربية النوعية
الناشر:	جامعة المنصورة - كلية التربية النوعية
المؤلف الرئيسي:	محمد، منى مصطفى الزاكي
المجلد/العدد:	ع37
محكمة:	نعم
التاريخ الميلادي:	2015
الشهر:	يناير
الصفحات:	254 - 289
رقم MD:	911542
نوع المحتوى:	بحوث ومقالات
اللغة:	Arabic
قواعد المعلومات:	EduSearch
مواضيع:	الاقتصاد المنزلي، الشباب المقبل على الزواج، السلوك الشرائي، التصميم الداخلي للمسكن
رابط:	http://search.mandumah.com/Record/911542

© 2021 دار المنظومة. جميع الحقوق محفوظة.
هذه المادة متاحة بناء على الإئافاق الموقع مع أصحاب حقوق النشر، علما أن جميع حقوق النشر محفوظة.
يمكنك تحميل أو طباعة هذه المادة للاستخدام الشخصي فقط، ويمنع النسخ أو التحويل أو النشر عبر أي
وسيلة (مثل مواقع الانترنت أو البريد الإلكتروني) دون تصريح خطي من أصحاب حقوق النشر أو دار المنظومة.

**الإتجاه نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن
وعلاقته بالسلوك الشرائى لدى الشباب المقبل على الزواج**

إعداد

د. منى مصطفى الزاكي

أستاذ مساعد ورئيس قسم إدارة مؤسسات الأسرة والطفولة

كلية الإقتصاد المنزلي جامعة الأزهر

مجلة بحوث التربية النوعية - جامعة المنصورة

عدد (٣٧) - يناير ٢٠١٥

الإتجاه نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وعلاقته بالسلوك الشرائى لدى الشباب المقبل على الزواج

إعداد

د. منى مصطفى الزاكي

المستخلص العريى

استهدف البحث بصفة رئيسية تحديد طبيعة العلاقة بين اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وسلوكهم الشرائى بوتحدد مشكلة البحث في الكشف عن طبيعة العلاقة بين اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وسلوكهم الشرائى ، تكونت عينة البحث من (٢٤٠) من الشباب المقبل على الزواج (ذكور واث) من مستويات اقتصادية واجتماعية مختلفة ، تم تجميع العينة من محافظة الغربية "طنطا" بنواج "سبرياى" بطريقة صدفة غرضية ، تم التطبيق الميدانى خلال شهر نوفمبر ٢٠١٤م ، وتكونت اداة البحث من : استمارة البيانات العامة للشباب المقبل على الزواج ، استبيان اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن ، استبيان السلوك الشرائى للشباب المقبل على الزواج (وجميعها من إعداد الباحثة).

وكانت أهم النتائج التى توصل اليها البحث:

- وجود علاقة ارتباطية بين اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن بمحاورة وسلوكهم الشرائى بمحاورة.
- وجود تباين دال احصائيا في السلوك الشرائى للشباب المقبل على الزواج تبعاً لمستوى اتجاههم نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن لصالح المستوى الأعلى.
- وجود فروق دالة احصائياً بين متوسطات الشباب عينة البحث في اتجاههم نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن تبعاً لبعض متغيرات المستوى الاقتصادي والاجتماعي للشباب (الجنس) لصالح الاناث - مكان السكن "لصالح الريف".
- وجود فروق دالة احصائياً بين متوسطات الشباب عينة البحث في السلوك الشرائى تبعاً لبعض متغيرات المستوى الاقتصادي والاجتماعي للشباب (الجنس) لصالح الاناث - عمل الشاب "لصالح الشباب الذى لا يعمل" - مكان السكن "لصالح الريف".
- عدم وجود فروق دالة احصائياً بين متوسطات الشباب عينة البحث في اجمالى اتجاههم نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن.

- عدم وجود تباين دال احصائيا فى إتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وفى سلوكهم الشرائى تبعا لمستوى الدخل الشهرى للأسرة.
من أهم توصيات البحث:
 - عمل دورات تدريبية بكليات الاقتصاد المنزلى للشباب المقبل على الزواج عن شروط وشكل المسكن الصحى واساليب وطرق الشراء الصحيحة.
 - عمل دورات تدريبية فى المؤسسات المختلفة "المعنية بالأسرة" عن كيفية اختيار الأثاث المناسب للمسكن ومناسبته لاحتياجات الأسرة المستقبلية.
 - توعية الأسر بضرورة اشتراك الشباب المقبل على الزواج فى شراء احتياجاتهم من خلال فقرات فى البرامج التلفزيونية لتوعية الشباب المقبل على الزواج بالسلوك الشرائى الرشيد.
- مقدمة ومشكلة البحث :**

الشباب هو رأس مال الأمة وحاضرها ومستقبلها، وهو ثروة الأمة التى تفوق ثرواتها ومواردها كلها، فإذا أدركت الأمة كيف تحافظ على أغلى ثرواتها وكيف تنميها وكيف تواجهها وتستفيد منها استطاعت أن تؤدى رسالتها فى الحياة، فالشباب هم المستقبل والرجاء، وهو أمل الأمة وعماد قوتها، على اكتافه تلقى تبايعات المستقبل، (بدر، ٢٠٠٠: ٧) وبما أن مرحلة الشباب مرحله هامة وخطيرة، حيث يحقق الفرد نضجه الكامل لهذه المرحلة وتكون فيه معظم ميوله واتجاهاته فى الحياة ويصبح مستعداً لتحمل مسؤوليات الحياة، (منصور والشريينى، ٢٠٠٥: ٣٤)، كما يتركز اهتمام الفرد من خلال هذه المرحلة حول تحقيق ذاته واستقلاليته عن طريقة الاستمرار المهنى والتخطيط لتكوين أسرة جديدة (زهران، ٢٠٠١: ٨١).

الزواج مطلب أساسى من مطالب النمو فإذا تحقق إشباعه بنجاح أدى إلى الشعور بالسعادة وأدى إلى النجاح فى تحقيق مطالب النمو مستقبلا، بينما يؤدى الفشل فى إشباعه إلى نوع من الشقاء وعدم التوافق مع مطالب الفترات التالية من الحياة، فللزواج أهمية كبيرة كعملية اجتماعية أو خطوة أساسية فى تكوين الأسرة الذى يسهم به فى تحقيق التوافق النفسى للشباب، فالشباب يتزوجون لأسباب عديدة منها شخصية مثل تبادل الحب مع شخص آخر والبحث عن الأمان العاطفى والأمن الاقتصادى والمنزل المستقل وإتجاب الأطفال والاستجابة لرغبات الوالدين ومنها ما هو اجتماعى للوصول إلى الوضع الاجتماعى المقبول (عبدالرحمن، ١٩٩٨: ١٢-١٣)، ويعتبر الزواج من المشكلات الملحة بالنسبة للشباب نظراً لارتفاع تكاليف الزواج وعدم توافر الشقق السكنية وارتفاع نسبة البطالة وزيادة المعروض على سوق العمل أكثر من الاحتياجات الفعلية للسوق والركود الاقتصادى، حيث ترتب على ذلك ارتفاع معدلات سن الزواج (بدر، ٢٠٠٧: ٢١-٢٢).

تري محمد (٢٠٠٤) أن عدم توافر المسكن الملائم يمثل مشكلة أساسية للشباب المقبل على الزواج فى ضوء اعتباره أحد محددات المكانة الاجتماعية، وباعتباره المكان الأساسى لإشباع الاحتياجات الإنشائية المختلفة.

حيث يعتبر المسكن أهم حيز معماري يتعامل معه الإنسان فيقضي فيه معظم أوقاته وذلك بغض النظر عن مساحته الداخليه فعندما يقوم المصمم بالتعامل معه تخضع تصميماته تبعاً لمتطلبات وشخصيه وثقافه قاطنيه التي تختلف من عائله لأخرى بل ومن شخص لأخر داخل العائله الواحده كما يجب تصميم المسكن بحيث يعبر عن شخصيه مالكه (علي، ٢٠٠٦: ٨٤).

فالمسكن ليس مجرد الفراغ الذي يحيطه جدران وأسقف ولا يقصد به عدد من الحجرات والمنافع ولكن يقصد به تكوين هذه الوحدات وتأثيرها بالقيمة اللازمه وترتيبها وتنسيقها واضافه اللمسات الجماليه والفضيه اليها، كما يجب مراعاة بعض العوامل العامه عند التفكير في اختيار الأثاث اللازم والملائم لحجرات المسكن حتى التصميم الداخلي للمسكن بما يوفره لأفراد الأسرة من الاحساس بالخصوصية وحرية الحركة عند مزاوله الأنشطة المختلفه والتنقل من منطقه الى اخرى دون عائق (نوفل، ٢٠٠٦: ١٩٧).

ولابد من اشتراك الأفراد الذين سيقومون في الوحدات السكنية في وضع التصميم لما له من دور إيجابي في تصميم الوحدات وتنفيذها حسب احتياجاتهم وكذلك مراعاة المحددات الإجتماعية والثقافية والنفسية التي تؤثر في تشكيل فراغات المسكن وهذا يعمل على الوصول بالمسكن إلى درجة من الجمال تحقق الراحة النفسية والجسدية لشاغليه (الحداد، ١٩٩٩: ٨٦).

ويلعب التصميم الداخلي والأثاث دوراً هاماً في تأثيث وتجميل المسكن حيث أن عملية تأثيث وتجميل المسكن عملية مرتبة، مقسمة، محددة تتكون من عناصر كثيرة مثل اللون، الخطوط، الضوء، الأثاث، والإكسسوارات بالنسب وكلها تجتمع سوياً لخلق مكان واحد له طابع خاص، ويعد الأثاث هو العنصر الرئيسي في عناصر التصميم الداخلي لأي فراغ (شمس و عبد الحلیم، ١٩٩٧: ٢١٢) ولقد أثبتت بعض الدراسات والأبحاث الاجتماعية أن الإنسان يقضي معظم عمره متعاشياً مع الأثاث، حيث لا يخلو مكان عام أو خاص من قطعة الأثاث سواء كانت من الخشب أو المعدن أو البلاستيك أو الزجاج... الخ لتؤدي وظيفة وتشبع رغبات أفراد المجتمع بتوضي على المكان جمالاً وروعة وتعطى الإحساس بالراحة من ناحية الألوان ومدى توافرها مع العناصر الأخرى التي تشتمل على الإضاءة والدهانات والأرضيات والتهويه والتي تعتبر بدورها عنصراً مهماً ولا يمكن الإستغناء عنه ابداً (عريضة، ٢٠٠٠: ٧٢-٧٣).

ونظراً لما يقوم به الأثاث والمفروشات من دور هام في حياتنا حيث يعد الأثاث والمفروشات من السلع الهامه التي لا يتكرر شراؤها إلا مره واحده في معظم الأحوال كما أن مستهلكيها من نوعية ومستوى عمرى معين بالإضافة إلى كونها من سلع المباهاة والتفاخر وقد لوحظ في الأونه الأخيره أن طرات تغيرات سريعة على نمط التأثيث واختيار الأثاث والمفروشات والذي كان انعكاساً للتطور السريع في تقنيات هذه الصناعة مما كان له أكبر الأثر في اتجاه المستهلك نحو اختيار الأثاث والمفروشات حيث تشير أبو سكينه (٢٠٠٠: ٣) إلى اتجاه إقبال المستهلك على الاختيار وفقاً لمؤثرات الموضة والرغبة في التقليد والمحاكاة ودون مراعاة لمدى ملائمة قطع الأثاث المؤثثة في الشكل والوظيفة لمكان شاغليه.

ويرى (محمد، ١٩٩٥ : ٦٥) أن الخطأ الشائع فى الأثاث الذى ينتجه الإنسان لنفسه فى منزله هو المبالغة فى أبعادها بحيث يفقدها أحيانا تناسبها الجمالى ، كما تؤكد حنا (١٩٩٧ : ٢٩٣) أن الجمال الحقيقى يكمن فى كيفية تكيف الأثاث مع متطلبات الفرد ، وأن الزخارف والنقوش والحلايا المكثفة لم تكن أبداً هي السبيل إلى الجمال ، فالأثاث ليس مجرد كتلة صماء تقبع بعيداً فى أحد الأركان مستندة إلى جدار ما ، أو مجرد وعاء تلقى بداخله متاعنا ، أو نحبس فيه أدواتنا ، لكن الأثاث منتج فعال ، يتفاعل مع احتياجات الإنسان والبيئة المحيطة به (قاسم ، ٢٠٠٣ : ٩٩).

ويراعى عند تصميم الفراغ الداخلى مراعاة كافة الأنشطة والإحتياجات الأساسية والثانوية للإنسان، كما لا بد أن يراعى الجوانب الفكرية والنفسية والعضوية كذالك العادات والتقاليد بالإضافة إلى عامل التجديد وهذا ما أكدته دراسته (أحمد ، ١٩٩٩ : ٢) ، و لا بد أن يكون المسكن معبراً عن احتياجات الفرد محققاً لمتطلباته بالصورة المثلى التى يرغب فيها (محمود ، ٢٠٠٥ : ٣٤).

وتفيد دراسة (محمد، ٢٠٠٤ : ٩٤) أنه كلما تحسن مستوى المسكن فسيولوجيا وسيكولوجيا وصحيا كلما انخفض السلوك العدوانى لدى قاطنيه ، كما أثبتت دراسة (توفيق، ٢٠٠٧ : ١٨٧) أن هناك علاقة ارتباطية موجبة بين التصميم الداخلى والتوافق النفسى والإجتماعى للفرد لصالح التصميم الأفضل . وترى أن المسكن الملائم له أثره فى تنمية العلاقات الإجتماعية بين قاطنيه بعضهم البعض من ناحية وبينهم وبين بيئتهم من ناحية أخرى وهذا يسهم فى تحقيق توافق إجتماعى نفسى جيد لقاطنيه لذلك ينصح السيكولوجيون بأن يراعى المصمم متطلبات الأفراد الذين يستخدمون الفراغات .

وترى (أبو سكينه، ٢٠٠٠ : ٣) أن الإنسان لكي ينجح فى حياته العامة والخاصة يحتاج أن يكون مسكنه مكانا يخلد فيه للراحة النفسية والجسمية من خلال حياة عائلية مترابطة . وذلك لأن التصميم الجيد للمسكن من حيث التوزيع الأمثل للفراغات والتأثيرات المناسب والتشطيبات الجيدة ومدى توفير هذا المسكن لجميع الأنشطة المطلوبة هو المدخل الأساسى لإحداث نوع من الرضا النفسى وراحة البال والإطمئنان (الحداد، ١٩٩٩ : ٣).

وتعد المفروشات من المنتجات الهامة والتي لا يستطيع أى منزل عصري الإستغناء عنها لأنها من أساسيات تأثيثه وذلك لإعطائها المظهر الجمالى والإحساس بالراحة بالإضافة لأهميتها الوظيفية (أحمد ، ٢٠٠٢ : ٢٤).

تمثل عملية الشراء جزءا هاما من أعمال الأسرة فلا يخلو يوم دون أن تقوم الأسرة بشراء سلعة ما ، فيقوم الأفراد باتخاذ العديد من القرارات الشرائية اللازمة لإشباع حاجاتهم ورغباتهم، وقد تتفاوت هذه القرارات فى درجة خطورتها وأهميتها ومن ثم العوامل أو المتغيرات الواجب أخذها فى الاعتبار عند تقييم بدائل السلع المختلفة (أبو طالب، عطوة ، ٢٠٠٤).

وتتيح خطة تأثيث المنزل طويلة المدى للأسرة أن تضع احتياجاتها فى قوائم وكذلك الأشياء التى يجب شراؤها أو إعادة تجديدها وتقييم تكلفة كل هذه الأشياء والتاريخ الخاص بشرائها

،حيث تمدنا هذه الخطة كمرشد عند الشراء في المستقبل ،عند إختيار الأثاث يكون الذوق الشخصي هو أول الاعتبارات التي يجب أن يتحدد على أساسها الاختيار ، ينطوي قرار الشراء على اختيار بديل واحد من البدائل الكثيرة المعروضة وعلى ذلك يواجه المستهلك أثناء السوق مشكلة الاختيار بين العديد من القرارات وهي: أين تذهب؟ من أي متجر تشتري؟ ما الأنواع المعروضة؟ ما الأسعار؟ ويذكر (عبد الحميد، ١٩٩٩)

الشراء مهارة تنمو مرة بعد الأخرى وتقل أخطاء الشراء كلما اكتسب الفرد معرفة وخبرة أكثر بالسوق، ولكي يكون الشراء واعياً يجب أن يتعلم الفرد كيفية الشراء، فعن طريق ورقة وقلم يحدد احتياجاته، ويرتبها حسب الأولوية ثم يجمع المعلومات عما يريد شراءه ويقرر الشراء عندما يجد السلعة الأجود بالسعر الأفضل، فالمستهلك الماهر يستخدم كل مصادره للحصول على أفضل النتائج، فكلما احسن الشراء كلما كان التسوق واعياً (لطفى، ١٩٩٧: ١٢٣).

وأشارت دراسة محمد (١٩٩٣) و الحجار (٢٠٠١) ان المستوى الاقتصادي والاجتماعي يؤثر على السلوك الشرائي فكلما ارتفع المستوى الاقتصادي والاجتماعي قل التأثير على السلوك الشرائي.

وترى الباحثة أن عملية الحصول على مسكن مناسب وتصميمه وتجهيزه بطريقة تشبع جميع احتياجات الشاب الفسيولوجية والنفسية والاجتماعية أمر صعب في ظل الظروف الاقتصادية الحالية مثل عدم توافر فرص العمل المناسبة وقلة العائد المادي وخصوصاً إذا كان الشاب لديه الرغبة في الاعتماد على نفسه في تجهيز وتأثيث مسكنه دون المساعدة من الآخرين ،حيث أن رغبة الاعتماد على النفس والاستقلال من سمات هذه المرحلة ، وكذلك فإن الشراء مهارة يمكن ان يكتسبها الشاب اثناء ممارسته للشراء ومن اكثر الفترات التي يتم فيها الشراء هي فترة ما قبل الزواج (تجهيز المقبل على الزواج) ومن هنا جاءت مشكلة البحث في الربط بين اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلي وسلوكهم الشرائي ومما سبق تتحدد مشكلة البحث توضيح العلاقة بين اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلي للمسكن وسلوكهم الشرائي؟

أهداف البحث :

يهدف البحث بصفة رئيسية إلى دراسة العلاقة بين اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلي للمسكن وسلوكهم الشرائي ، ولتحقيق هذا الهدف يستلزم تحقيق الأهداف الفرعية التالية:

- ١- تحديد مستوى اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلي للمسكن ومستوى سلوكهم الشرائي.
- ٢- دراسة العلاقة بين اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلي للمسكن وسلوكهم الشرائي؟

- ٣- توضيح العلاقة بين بعض متغيرات المستوى الاقتصادي والاجتماعي للشباب عينة البحث (المستوى التعليمى لكل من الشاب، الأب، الأم - الدخل الشهري للأسرة) واتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وسلوكهم الشرائى.
- ٤- تحديد أوجه التباين في السلوك الشرائى للشباب المقبل على الزواج تبعاً لمستوى اتجاههم نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن.
- ٥- توضيح الفروق في اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وسلوكهم الشرائى تبعاً لبعض متغيرات المستوى الاقتصادي والاجتماعي للشباب "الجنس - عمل الشاب - مكان السكن".
- ٦- دراسة أوجه التباين في اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وفي سلوكهم الشرائى تبعاً لمستوى الدخل الشهري للأسرة .

أهمية البحث :

- ١- تساعد هذه الدراسة الشباب المقبل على الزواج فى معرفة مواصفات واحتياجات التصميم الداخلى لمسكنهم من حيث التصميم والتأثير والتجميل حتى يمكن للجهات المسؤولة تلبية احتياجاتهم باعتبارهم شريحة هامة فى المجتمع.
- ٢- إلقاء الضوء على أهمية وجود تصميم داخلى جيد ومسكن يساعد أفراد الأسرة على أداء الأنشطة اليومية بلا إجهاد أو معاناة بدنية أو نفسية.
- ٣- تناولت الدراسة موضوعاً هاماً وهو أهمية الحصول على مسكن مناسب وتصميمه وتجهيزه بطريقة تشبع احتياجات ساكنيه حيث أن ذلك ينعكس على الحالة النفسية للفرد ويصبح أكثر فاعلية فى المجتمع
- ٤- إلقاء الضوء على أهمية توافر الوعي الشرائى لدى الشباب المقبل على الزواج حتى يستطيعوا ان يلبيوا احتياجاتهم ورغباتهم المستقبلية.
- ٥- محاولة إسهام الدراسة فى إضافة أدوات جديدة لمكتبة إدارة مؤسسات الأسرة والطفولة تتمثل فى استبيان عن اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وكذلك استبيان عن السلوك الشرائى للشباب المقبل على الزواج.

الأسلوب البحثى

أولاً: فروض البحث :

- ١- توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وسلوكهم الشرائى.

- ٢- توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين بعض متغيرات المستوى الاقتصادي والاجتماعي للشباب عينة البحث (المستوى التعليمي لكل من الشاب، الاب، الام - الدخل الشهري للأسرة) واتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وسلوكهم الشرائى.
 - ٣- يوجد تباين دال احصائياً في السلوك الشرائى للشباب المقبل على الزواج تبعاً لمستوى اتجاههم نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن.
 - ٤- توجد فروق دالة احصائياً بين متوسطات الشباب عينة البحث في اتجاههم نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وسلوكهم الشرائى تبعاً لبعض متغيرات المستوى الاقتصادي والاجتماعي للشباب "الجنس - عمل الشاب - مكان السكن".
 - ٥- يوجد تباين دال احصائياً في اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وفي سلوكهم الشرائى تبعاً لمستوى الدخل الشهري للأسرة.
- ثانياً: المصطلحات العلمية و المفاهيم الإجرائية :

- **التصميم الداخلى** : هو فن معالجة الفراغ أو المساحة وكافة أبعادها بطريقة تستغل جميع عناصر التصميم على نحو جمالى يساعد على العمل داخل المبنى مما ينعكس على النشاط الذى يتعامل مع الفراغ المعمارى مباشرة لتحقيق الراحة والجمال لمكان ما بما يتصف به من المرونة فى التخطيط والتغير والتطوير فبواسطته يمكن خلق التوافق بين طبيعة المكان ونوعه وشكله وحجمه مع نشاط شاغله لتحقيق الناحية الجمالية والوظيفية (رقبان ، ٢٠١٠ : ٣١) .
- **المفهوم الاجرائى لاتجاه الشباب نحو متطلبات التصميم الداخلى**: هى ما يفضله الشباب المقبل على الزواج فى مواصفات الفراغ الداخلى لمسكن الشباب المقبل على الزواج من حيث التصميم والتأثير والتجميل واختيار الألوان والإضاءة المناسبة لكل منطقة من مناطق المسكن وتكامل هذه العناصر مع بعضها البعض واتسجامها بحيث تلبي احتياجات الشباب داخل مسكنهم.
- **السلوك** : هو الذى يمكن انفراد من التعامل مع الحياة والبيئة بطريقة فعالة وكافية (البيانى ، ٢٠٠٢، ١٣١) ، ويعرفه فوزى (١٥٠، ٢٠٠٣) بأنه كل ما يصدر عن الإنسان من تصرفات وحركات وأفعال أو نشاط.
- **السلوك الشرائى**: تلك العمليات المرتبطة بقيام فرد ما او جماعة من الأفراد باختيار و شراء واستخدام والتخلص من منتج ما أو خدمة أو فكرة أو حتى خبرة بغرض إشباع الحاجات والرغبات (نوفل ، ٢٠٠٦ ب : ٧٩).
- **المفهوم الاجرائى للسلوك الشرائى**: هو ما يمارسه الشباب المقبل على الزواج عند شراء متطلباتهم واحتياجاتهم من الاثاث والمفروشات والاجهزة والادوات والأغراض الشخصية وكل ما يقومون بشراءه لتجهيز وتأثير وتجميل مسكنهم بعد الزواج مراعين قواعد الشراء الصحيحة.

ثالثاً : منهج البحث:

يتبع البحث الحالي المنهج الوصفي التحليلي وهو "المنهج الذي يقوم على الوصف الدقيق والتفصيلي للظاهرة أو موضوع الدراسة أو المشكلة قيد البحث وصفاً كمياً Quantitative أو وصفاً نوعياً Qualitative" وبالتالي فهو يهدف أولاً إلى جمع بيانات ومعلومات كافية ودقيقة عن الظاهرة ومن ثم دراسة وتحليل ما تم جمعه بطريقة موضوعية وصولاً إلى العوامل المؤثرة على تلك الظاهرة (القاضي، البياتي، ٢٠٠٨: ٦٦) .

رابعاً: حدود البحث: يتحدد البحث فيما يلي :

- الحدود البشرية "عينة البحث"، تم اخذ عينة مكونة من (٢٤٠) من الشباب (ذكور وإناث) المقبل على الزواج من مستويات اقتصادية واجتماعية مختلفة.
 - الحدود المكانية: تجمع العينة من محافظة الغربية "مدينة طنطا وبعض القرى التابعة لها" نواحي - سبرباي" بطريقة صدفة غرضية.
 - الحدود الزمنية: تم التطبيق الميداني خلال شهر نوفمبر ٢٠١٤م.
- خامساً : بناء واعداد وتقنين أدوات البحث :

تكونت اداة البحث من : (وجميعها من إعداد الباحثة)

- ١- استمارة البيانات العامة للشباب المقبل على الزواج.
- ٢- استبيان اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلي للممكن.
- ٣- استبيان السلوك الشرائي للشباب المقبل على الزواج.

أولاً : استمارة البيانات العامة للأسرة :

الجنس (ذكر- أنثى) ، المنطقة التي سيقع فيها السكن (ريف- حضر) ، الحالة الاجتماعية (مرتبط- غير مرتبط) ، العمل (يعمل- لا يعمل) ، عدد أفراد الأسرة كاملة (الأب والأم (٥ فأقل- ٥: ٧- أكثر من ٧) ، نوع السكن (تمليك- إيجار) ، المسكن المفضل (عائلي- مستقل) ، المستوى التعليمي لكل من الأب والأم والشاب : تم تقسيمه إلى ٨ فئات (أمي- يقرأ ويكتب- حاصل على شهادة ابتدائية او اعدادية - حاصل على الشهادة الثانوية او ما يعادلها- حاصل على شهادة فوق المتوسط- تعليم جامعي- ماجستير- دكتوراه) ، الدخل الشهري للأسرة بالجنية : تم تقسيمها إلى ٦ فئات (أقل من ١٠٠٠- من ١٠٠٠ إلى أقل من ١٥٠٠- من ١٥٠٠ إلى أقل من ٢٠٠٠- من ٢٠٠٠ إلى أقل من ٢٥٠٠- من ٢٥٠٠ إلى أقل من ٣٠٠٠- من ٣٠٠٠ فأكثر).

ثانياً : استمارة اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلي للممكن:

والهدف منه التعرف على متطلبات التصميم الداخلي لمسكن الشباب المقبل على الزواج وحتى يمكن إعداد أداة تحقق هذا الهدف تم اتباع الخطوات التالية:

تم إعداد الاستبيان في ضوء التعريفات الإجرائية والذي تكون من (١١١) عبارة مقسمة إلى أربع محاور:

- تصميم المسكن: هو فن التعامل مع الفراغات الداخلية وتهيئتها لتأدية وظيفتها بكفاءة وأقل مجهود ممكن وتحقيق الراحة النفسية عن طريق توزيع وتوظيف عناصر التصميم الداخلي ويتضمن (٢٧) عبارة.
- تائيث المسكن: تحديد واختيار قطع الأثاث اللازمة والمناسبة لكل منطقة من مناطق المسكن وترتيبها وتنسيقها بصورة تيسر على أفراد الأسرة مزاوله أنشطتهم المختلفة ومراعاة الفردية والناحية الاقتصادية والوظيفيه والجمالية ويتضمن (٢٦) عبارة.
- الألوان والإضاءة: من عناصر التصميم الداخلي التي تلعب دورا إيجابيا في الراحة النفسية والبصرية للإنسان داخل الفراغ وتعد أحد العناصر الأساسية لتهيئة فراغ مناسب للعمل وتستخدم في معالجة الفراغ الداخلي للمسكن يتضمن (٢٥) عبارة.
- تجميل المسكن: إضافة بعض اللمسات الفنية والجمالية التي تضى على حجرات المسكن طابعا مميذا يعبر عن شخصيات أصحابه يتضمن (٣٣) عبارة.

تصحيح الاستبيان : تم تصحيح استبيان اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلي للمسكن ، بأن يتم اختيار واحد من متعدد (نعم ، لحدما ، لا) في كل عبارة من عبارات الاستبيان وتم التصحيح على ميزان (٣ ، ٢ ، ١) للعبارات الايجابية و ميزان (٣ ، ٢ ، ١) للعبارات السلبية ، وبذلك تكون اقل درجة لاتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلي للمسكن هو (١١١) و اعلى درجة هي (٣٣٣).

وقامت الباحثة بحساب صدق الاستبيان Validity باستخدام صدق التكوين :

تم حساب الاتساق الداخلي لاستبيان اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلي للمسكن وذلك عن طريق ايجاد معامل الارتباط لكل عبارة مع مجموع المحور التابعة له العبارة ووجدت جميع قيم معامل الارتباط قوية وذات مستوى دلالة اقل من (٠.٠٥) ، كما تم حساب قيم معامل الارتباط لكندال بين درجة كل محور من محاور استبيان اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلي للمسكن (التصميم - تائيث المسكن - الألوان والإضاءة - تجميل المسكن) والمجموع الكلى للاستبيان وكانت كالاتى (٠.٤٥٠ ، ٠.٦٥٤ ، ٠.٤٧٢ ، ٠.٤٤٨) على التوالي وجميعها قيم دالة عند مستوى معنوية اقل من ٠.٠٠١ مما يدل على صدق الاستبيان.

ثبات الاستبيان :

قامت الباحثة بحساب ثبات الاستبيان Reliability باستخدام معامل الثبات وذلك عن طريق معادلة الفاكرونباخ Alpha Cronbach وذلك من خلال رصد درجات العينة الاستطلاعية لكل عبارة ، ثم حساب قيمة الفا حيث كانت مرتفعة (يوضحه جدول ١) في كل المحاور وكانت قيمة

لذا لاستبيان اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلي للمسكن (٠,٨٧٣) وهي قيم مرتفعة تؤكد اتساق الاستبيان وثباته لقياس ما وضع من أجله.

جداول (١) معاملات الثبات بطريقة الفا كرونباخ لمحاور استبيان اتجاه الشباب المقبل

على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلي للمسكن

المتغيرات	العدد	قيمة الفا
التصميم	٢٧	٠,٦٢٨
تأثيث المسكن	٢٦	٠,٦٢٠
الألوان والاضاءة	٢٥	٠,٦٠٢
تجميل المسكن	٢٣	٠,٦٠٤
اجمالي الاستبيان	١١١	٠,٨٧٣

ثالثاً: استبيان السلوك الشرائي:

والهدف منه هو التعرف على السلوك الشرائي للشباب المقبل على الزواج وحتى يمكن إعداد أداة تحقق هذا الهدف تم اتباع الخطوات التالية:

تم اعداد الاستبيان في ضوء التعريفات الإجرائية والذي تكون من (٥٦) عبارة مقسمة إلى ثلاث محاور:

- الأثاث: ويتضمن (١٦) عبارة تقيس سلوك الشباب اثناء اختيار وشراء الاثاث.
- المتطلبات والأغراض الشخصية والمفروشات ويتضمن (٢٢) عبارة تقيس سلوك الشباب اثناء اختيار وشراء المتطلبات والأغراض الشخصية والمفروشات.
- الأجهزة والأدوات المنزلية: ويتضمن (١٨) عبارة تقيس سلوك الشباب اثناء اختيار وشراء الاجهزة والادوات.

تصحيح الاستبيان : تم تصحيح استبيان إدراك السلوك الشرائي ، بأن يتم اختيار واحد من متعدد (دائماً ، احياناً ، نادراً) في كل عبارة من عبارات الاستبيان وتم التصحيح على ميزان (٣ ، ٢ ، ١) للعبارات الايجابية و ميزان (١ ، ٢ ، ٣) للعبارات السلبية ، وبذلك تكون اقل درجة للسلوك الشرائي للشباب المقبل على الزواج هو (٥٦) واعلى درجة هي (١٦٨).

وقامت الباحثة بحساب صدق الاستبيان Validity باستخدام صدق التكوين :

تم حساب الاتساق الداخلي لاستبيان السلوك الشرائي لدى الشباب المقبل على الزواج وذلك عن طريق ايجاد معامل الارتباط لكل عبارة مع مجموع المحور التابعة له العبارة ووجدت جميع قيم معامل الارتباط قوية وذات مستوى دلالة اقل من (٠,٠٥) ، كما تم حساب قيمة معامل الارتباط لكندال بين درجة كل محور من استبيان السلوك الشرائي (شراء الأثاث - شراء المتطلبات الشخصية والمفروشات - شراء الاجهزة والادوات) والمجموع الكلي للاستبيان وكانت كالاتي (٠,٨٤٥ ، ٠,٧٢٦) على التوالي وجميعها قيم دالة عند مستوى معنوية اقل من ٠,٠٠١ مما يدل على صدق الاستبيان.

ثبات الاستبيان :

قامت الباحثة بحساب ثبات الاستبيان Reliability باستخدام معامل الثبات وذلك عن طريق معادلة الفا كرونباخ Alpha Cronbach وذلك من خلال رصد درجات العينة الاستطلاعية لكل عبارة ، ثم حساب قيمة الفا حيث كانت مرتفعة (يوضحه جدول ٢) في كل المحاور وكانت قيمة الفا لاستبيان السلوك الشرائي (٠,٨٧٦) وهي قيم مرتفعة تؤكد اتساق الاستبيان لقياس ما وضعنا من اجله.

جدول (٢) معامل الثبات بطريقة الفا كرونباخ لمحاور استبيان السلوك الشرائي لدى الشباب المقبل على الزواج

المتغيرات	العدد	قيمة الفا
شراء الاثاث	١٦	٠,٦٥٢
شراء المتطلبات الشخصية والفروشات	٢٢	٠,٧٩٢
شراء الاجهزة والادوات المنزلية	١٨	٠,٦٦٨
اجمالي الاستبيان	٥٦	٠,٨٧٦

سادساً : المعاملات الإحصائية المستخدمة في البحث :

تم تحليل البيانات وإجراء المعالجات الإحصائية باستخدام برنامج SPSS لاستخراج النتائج وقامت الباحثة بمراجعة البيانات لضمان صحة النتائج ودقتها. من خلال استخدام بعض المعاملات والأساليب الإحصائية التي استخدمت لكشف العلاقة بين متغيرات الدراسة واختبار صحة الفروض منها (حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل متغيرات الدراسة- حساب معامل الفا كرونباخ لحساب ثبات الاستبيان واتساقه- حساب مصفوفة معاملات الارتباط Correlation - حساب قيمة (ت) T test - حساب قيمة (ف) تحليل التباين في اتجاه واحد ONE WAY ANOVA واستخدام اختبار "LSD". لحساب دلالة الاختلافات.

النتائج تحليلها وتفسيرها:

أولاً: النتائج الوصفية:

فيما يلي وصف شامل لعينة البحث موضحة في جدول (٣).

جدول (٣) التوزيع النسبي لعينة البحث وفقاً للمتغيرات الاجتماعية والاقتصادية لأسرة الشاب

البيان	الفئة	العدد	النسبة المئوية %
مكان السكن	ريف	٩٦	٤٠
	حضر	١٤٤	٦٠
	المجموع	٢٤٠	١٠٠
الجنس	ذكر	٧٨	٣٢,٥
	أنثى	١٦٢	٦٧,٥
	المجموع	٢٤٠	١٠٠
عمل الشاب	يعمل	٨٠	٣٣,٣
	لا يعمل	١٦٠	٦٦,٧
	المجموع	٢٤٠	١٠٠

البيان	الفئة	العدد	النسبة المئوية %
عمل الأم	تعمل	١٠٠	٤١,٧
	لا تعمل	١٤٠	٥٨,٣
	المجموع	٢٤٠	١٠٠
نوع السكن المفضل	عائلى	١١٦	٤٨,٣
	مستقل	١٢٤	٥١,٧
	المجموع	٢٤٠	١٠٠
عدد أفراد الأسرة	أقل خمسة أفراد	١١٢	٤٦,٧
	من ٥ - ٧ أفراد	١٠٤	٤٣,٣
	أكثر من ٧ أفراد	٢٤	١٠,٠٠
	المجموع	٢٤٠	١٠٠
فئات الدخل الشهرى للأسرة	أقل من ١٠٠٠ جنيه	٢٨	١١,٧
	من ١٠٠٠ : أقل من ١٥٠٠ جنيه	٦٤	٢٦,٧
	من ١٥٠٠ : أقل من ٢٠٠٠ جنيه	٤٦	١٩,٢
	من ٢٠٠٠ : أقل من ٢٥٠٠ جنيه	٤٤	١٨,٣
	من ٢٥٠٠ : أقل من ٣٠٠٠ جنيه	٣٦	١٥,٠٠
	٣٠٠٠ جنيه فأكثر	٢٢	٩,١٦
المجموع	٢٤٠	١٠٠	

يتضح من جدول (٣) ان نسبة ٤٠ % من افراد العينة يقيمون فى الريف مقابل ٦٠ % يقيمون فى الحضر، كما مثل الذكور ٣٢,٥ % مقابل ٦٧,٥ % اناث، كما بلغت نسبة الشباب الذى يعمل ٣٣,٣ % مقابل ٦٦,٧ % لا يعمل، كما تمثلت نسبة الامهات العاملات ب ٤١,٧ % مقابل ٥٨,٣ % غير عاملات، كما بلغت نسبة الشباب الذى يفضل السكن المنفصل عن العائلة "المستقل" ٥١,٧ % مقابل ٤٨,٣ % يفضلون السكن العائلى، وكانت اقل نسبة للعائلات الاكثر من ٧ افراد حيث مثلت ١٠,٠٠ %، كما بلغت اعلى نسبة للدخل الشهرى للأسرة ٢٦,٧ % فئة الدخل (من ١٠٠٠ : أقل من ١٥٠٠ جنيه) واقل نسبة ٩,١٦ % لأكثر من ٣٠٠٠ جنيه مصرى.

جدول (٤) التوزيع النسبى لأفراد العينة حسب المستوى التعليمى لكل من الأب والأم والشباب صينة البحث ن = ٢٤٠

المستوى التعليمى		مستوى تعليم الأب		مستوى تعليم الأم		مستوى تعليم الشاب	
العدد	% النسبية	العدد	% النسبية	العدد	% النسبية	العدد	% النسبية
٤	١,٧	٤٠	١٦,٧	-	-	-	-
٢٤	١٠,٠	١٢	٥	٦	٢,٥	٢,٥	
١٦	٦,٧	٢٤	١٤,٢	٦	٢,٥	٢,٥	
٦٢	٢٥,٨	٥٠	٢٠,٨	١٤	٥,٨	٥,٨	
٣٦	١٥	٣٦	١٥	١٨	٧,٥	٧,٥	
٩٢	٣٨,٣	٦٨	٢٨,٣	١٨٨	٧٨,٣	٧٨,٣	
٢	٠,٨	-	-	٨	٣,٣	٣,٣	
٤	١,٧	-	-	-	-	-	
٢٤٠	١٠٠	٢٤٠	١٠٠	٢٤٠	١٠٠	٢٤٠	

يتضح من جدول (٤) أن أعلى نسبة للمستوي التعليمي "للضفة حاصل علي تعليم جامعي" لكل من (رب الأسرة ، ربة الأسرة ، الشاب) حيث بلغت نسبتها (٢٨.٣ % ، ٢٨.٣ % ، ٧٨.٣ %) على التوالي.

• وصف استجابات الشباب عينة البحث على استبيان اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلي للمسكن:

جدول (٥) التوزيع النسبي لإستجابات الشباب عينة البحث في اتجاههم نحو تصميم المسكن ن=٢٤٠

م	العبارة	نعم		لعدم	
		عدد	نسبة %	عدد	نسبة %
١	أفضل أن تساعطني أسرتي في تكاليف مسكني	٦٦	٢٧,٥	١١٦	٤٨,٣
٢	أفضل النظام المفتوح (ريسبيشن) للصالة في تصميم المنزل	٥٤	٢٢,٥	١١٦	٤٨,٣
٣	أرغب أن يكون مسكني في منطقة شعبية	١٦٤	٦٨,٣	٥٤	٢٢,٥
٤	أفضل اختيار مسكن يتناسب مع احتياجاتي المستقبلية	١٩٨	٨٢,٥	٢٢	٩,٢
٥	أسعي وراء التقليد والمحاكاة في اختياري للأثاث	١٢٢	٥٥,٠	٧٨	٣٢,٥
٦	أفضل شراء المستلزمات من (الآنث - الخ) بما يتناسب مع ظروفى الاقتصادية	١٩٢	٨٠	٤٠	١٦,٧
٧	أراعى عند شراء الأثاث المساحة المناسبة له	٢٠٨	٨٦,٧	٢٠	٨,٣
٨	أرغب أن تكون مساحة مسكني كبيرة	١٤٨	٦١,٧	٨٤	٣٥,٠
٩	يؤثر موقع الوحدة السكنية علي اختياري لمسكني	١٤٠	٥٨,٣	٨٤	٣٥,٠
١٠	أفضل وجود حجرة صالون مستقلة	١٨٠	٧٥,٠	٥٦	٢٣,٢
١١	أرغب في وجود مدخل من خارج المسكن لحجرة الصالون	١٧٤	٧٢,٥	٤٤	١٨,٣
١٢	أحب أن تكون غرف النوم في جزء قريب من أرجاء المسكن	١٠٢	٤٢,٥	٩٢	٣٨,٣
١٣	أرغب في تركيب سلك علي النوافذ	١٤٨	٦١,٧	٦٦	٢٧,٥
١٤	أحب تركيب بابنيو في الحمام غير متقيدة بمساحة	٦٢	٢٥,٨	٢٠	٨,٣
١٥	أرغب في وجود حمام واحد في مسكني	٩٤	٣٩,٢	١٠٨	٤٥,٠
١٦	أفضل أن تكون غرفة المعيشة بعيدة عن غرفة الطعام	٦٠	٢٥,٠	٩٦	٤٠,٠
١٧	أفضل أن تكون غرفة المعيشة بعيدة عن المطبخ	٨٠	٣٣,٣	٦٦	٢٧,٥
١٨	أفضل استخدام التهوية الصناعية فقط	١٥٠	٦٢,٥	٨٠	٣٣,٣
١٩	أؤجل تجهيز حجرة الأطفال بعد الزواج	١١٨	٤٩,٢	٩٠	٣٧,٥
٢٠	أقوم بتحديد عدد العجرات اللازم تأثيثها وقياس مساحتها وكذلك أغراض استعمالها	١٧٤	٧٢,٥	٥٠	٢٠,٨
٢١	أفضل أن تكون مساحة المطبخ صغيرة	١٧٦	٧٣,٣	٣٨	١٥,٨
٢٢	أفضل أن يكون المطبخ بعيد عن المدخل الرئيسي	١٧٤	٧٢,٥	٥٠	٢٠,٨
٢٣	أعتقد أن أفضل مكان للحمام بين حجرة المعيشة والنوم	١٢٢	٥٠,٨	٩٤	٣٩,٢
٢٤	أفضل مكان للمطبخ في الجهة البحرية من المسكن	٥٠	٢٠,٨	٦٢	٢٥,٨
٢٥	أفضل أن تكون حجرة النوم بعيدة عن الحمام	١٥٢	٦٣,٣	٤٨	٢٠
٢٦	أفضل أن لا يقل عدد حجرات النوم عن حجرتين	١٧٢	٧١,٧	٥٤	٢٢,٥
٢٧	أفضل توافر جزء في حجرة المعيشة لمزاولة النشاطات	١٠٦	٤٤,٢	١٠٢	٤٢,٥
التوسط والانحراف المعياري		٥,٥٢ ± ٦٩,٨٤			

جدول (٦) توزيع عينة البحث حسب مستوى إتجاه الشباب عينة البحث نحو تصميم المسكن

مستوى الدلالة	قيمة كاي	نسبة %	عدد	إتجاه الشباب نحو متطلبات التصميم الداخلى
٠,٠٠١	٦٥,١	١١,٧	٢٨	إتجاه ايجابى
		٥٤,٢	١٣٠	إتجاه محايد
		٢٤,٢	٨٢	إتجاه سلبى

يتضح من جدول (٥) أن ٨٢,٥% لا يفضلون اختيار مسكن يتناسب مع احتياجاتهم المستقبلية، كما وجد أن ٨٠,٠% يفضلون شراء المستلزمات بما يتناسب مع ظروفهم الاقتصادية، كما وجد أن ٧٣,٣% يفضلون أن تكون مساحة المطبخ صغيرة، كما وجد أن ٤,٢% لا يفضلون استخدام التهوية الصناعية فقط، كما وجد أن ٠,٨% لا يراعون عند شراء الأثاث المساحة المناسبة له، كما وجد أن ٥٥,٠% يسعون وراء التقاليد والمحاكاة فى اختيار الأثاث، كما بلغ قيمة المتوسط الحسابى والانحراف المعيارى $٥,٥٢ \pm ٦٤,٨٤$ ، يتضح من جدولى (٥) و(٦) وجود فروق بين استجابات الشباب عينة البحث على المحور الخاص بتصميم المسكن بمستوياته الثلاثة حيث بلغت قيمة كاي (٦٥,١) وهى قيمة دالة احصائياً عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٠١).

جدول (٧) التوزيع النسبى لإستجابات الشباب عينة البحث في إتجاههم نحو تأثيث المسكن ن=٢٤٠

م	العبرة	نعم		لعدما		لا
		عدد	نسبة %	عدد	نسبة %	
١	أفضل قطع الأثاث المتعددة الأغراض	١٧٦	٧٣,٣	٥٤	٢٢,٥	٤,٢
٢	أفضل اختيار المسكن أولاً ثم اختيار الأثاث	١٩٨	٨٢,٥	٢٦	١٠,٨	٦,٧
٣	أرغب في أن يكون أثاث مسكني معبرا عني	١٨٤	٧٦,٧	٤٦	١٩,٢	٤,٢
٤	أرغب في وضع الفسالة بالحمام	١١٢	٤٦,٧	٨٤	٣٥,٠	١٨,٣
٥	أفضل أن تكون وحدات الأثاث مناسبة لأبعاد جسمي	١٢٤	٥٥,٨	٨٤	٣٥,٠	٩,٢
٦	أرغب في وضع السرير أسفل النافذة	١٠٦	٤٤,٢	٧٤	٣٠,٨	٢٥,٠
٧	لايد من مراعاة مررات للحركة عند ترتيب الأثاث	٢١٢	٨٨,٣	١٨	٧,٥	٤,٢
٨	أفضل استخدام الأثاث كبير الحجم	٧٦	٣١,٧	١١٨	٤٩,٢	١٩,٢
٩	اهتم باختيار الأثاث ذو الخامة الجيدة	١٩٨	٨٢,٥	٢٦	١٥,٠	٢,٥
١٠	اعتقد أن أفضل مكان لوضع الموقد أسفل النافذة	٤٤	١٨,٣	٧٤	٣٠,٨	٥٠,٨
١١	اعتقد أن قطع الأثاث المصنعة أفضل من الجاهزة	١٢٠	٥٠,٠	١٠٦	٤٤,٢	٥,٨
١٢	أختار الأثاث على حسب الوضعة	٢٤	١٠,٠	٩٠	٣٧,٥	٥٢,٥
١٣	أريد وضع منضدة لتناول الطعام في المطبخ	١٤٨	٦١,٧	٧٦	٣١,٧	٦,٧
١٤	أرغب في وجود ركن خاص في حجرة النوم لمزاولة أنشطة أخرى	٧٨	٣٢,٥	١١٠	٤٥,٨	٢١,٧
١٥	لايد من استخدام مراوح طرد الأبخرة (الشفاط) في المطبخ والحمام	١٩٦	٨١,٧	٢٤	١٤,٢	٤,٢
١٦	أرغب في اختيار قطع الأثاث التي تتسم بالبساطة	١٦٤	٦٨,٣	٦٠	٢٥,٠	٦,٧
١٧	أرغب في وجود وحدة أثاث لتخزين المناشف و أدوات الاستحمام بالقرب من الحمام	١٨٠	٧٥,٠	٤٨	٢٠,٠	٥,٠

م	العبر	نعم		لعدم		لا
		عدد	نسبة %	عدد	نسبة %	
١٨	أرى إن التهوية الطبيعية كافية في المطبخ	١٠٦	٤٤,٢	٨٣	٣٤,٢	٥٢
١٩	أفضل استخدام السورير المزوج في حجرة الأطفال في حالة ضيق المساحة	١١٤	٤٧,٥	٩٠	٣٧,٥	٣٦
٢٠	أفضل استخدام الأثاث المتحرك	١١٠	٤٥,٨	١٠٢	٤٢,٥	٢٨
٢١	أرغب في تأثيث كل حجرات المسكن قبل الزواج	١٤٢	٥٩,٢	٦٨	٢٨,٢	٣٠
٢٢	أسعى إلى تقليد الآخرين عند اختيار قطع الأثاث	١٥٦	٦٥,٠	٦٢	٢٥,٨	٢٢
٢٣	أراعي تناسق ارتفاعات مسطحات العمل في المطبخ مع أبعاد جسمي	١٥٨	٦٥,٨	٦٤	٢٦,٧	١٨
٢٤	أفضل اختيار أغطية مناسبة تتحمل الفسيل لأثاث مسكني	١٨٠	٧٥,٠	٥٠	٢٠,٨	١٠
٢٥	أعتقد أنه من الأفضل تنوع طراز الأثاث في المسكن	١٢٢	٥٥,٠	٩٤	٣٩,٢	١٤
٢٦	أراعي اتباع العادات والتقاليد عند اختيار قطع الأثاث	٨٤	٣٥,٠	٩٢	٣٨,٣	٦٤
المتوسط والانحراف المعياري						٥,٢٠ ± ٦٢,١٨

جدول (٨) توزيع عينة البحث حسب اتجاه الشباب عينة البحث نحو تأثيث المسكن

اتجاه الشباب نحو متطلبات التصميم الداخلي	عدد	نسبة %	قيمة كاي	مستوى الدلالة
اتجاه إيجابي	٢٠	٨,٣	٧٩,٦	٠,٠٠١
اتجاه محايد	٨٨	٣٦,٧		
اتجاه سلبي	١٢٢	٥٥		

يتبين من جدول (٧) أن وجد $٨٨,٣\%$ يراعون ممرات للحركة عند ترتيب الأثاث، كما وجد $٨٢,٥\%$ يفضلون اختيار المسكن أولاً ثم اختيار الأثاث، كما وجد أن $٤,٢\%$ لا يفضلون قطع الأثاث متعدد الأغراض، كما بلغ قيمة المتوسط الحسابي والانحراف المعياري $٥,٢٠ \pm ٦٢,١٨$ ، يتضح من جدول (٧) و(٨) وجود فروق بين استجابات الشباب عينة البحث على المحور الخاص بتأثيث المسكن بمستوياته الثلاثة حيث بلغت قيمة كاي (٧٩,٦) وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٠١).

جدول (٩) التوزيع النسبي لاستجابات الشباب عينة البحث في اتجاههم نحو اختيار الألوان والاضامة ن=٢٤٠

م	العبر	نعم		لعدم		لا
		عدد	نسبة %	عدد	نسبة %	
١	أراعي تناسب لون الحجرة مع النشاط الذي يمارس فيها	٢٠٢	٨٤,٢	٣٦	١٥,٠	٢
٢	أرغب في اختيار الألوان المناسبة مع بعضها والتناسق	١٢٦	٥٦,٧	٦٤	٢٦,٧	٤٠
٣	أفضل اختيار اللون على حسب مساحة المسكن	١٨٢	٧٥,٨	٥٢	٢١,٧	٦
٤	أحب اختيار لون قطع الأثاث متناسبة مع لون الحوائط	١١٤	٤٧,٥	١٠٢	٤٢,٥	٢٤
٥	أفضل استخدام أكثر لون في المسكن	٢٤	١٤,٢	١٢٠	٥٠,٠	٨٦
٦	أرغب في اختيار الأرضيات ذات اللون الفاتح في الحجرات الواسعة	١٢٦	٥٦,٧	٧٦	٣١,٧	٢٨
٧	أفضل دهان أسقف المسكن بلون فاتح إذا كان منخفضاً	١٠٢	٤٢,٥	٨٢	٣٤,٢	٥٦

م	الذبة	نعم		لحد ما		لا	
		عدد	نسبة %	عدد	نسبة %	عدد	نسبة %
٨	أفضل دهان حوائط الطبخ بألوان دافئة مثل (الأحمر)	١٢٨	٥٧,٥	٦٨	٢٨,٢	٢٤	١٤,٢
٩	أفضل طلاء الحمام بلون يوحى بالدفء	٦٦	٢٧,٥	١١٢	٤٦,٧	٦٢	٢٥,٨
١٠	ابتعد عن اختيار المفروشات ذات الألوان الزاهية	٤٤	١٨,٢	٧٦	٣١,٧	١٢٠	٥٠,٠
١١	أفضل استخدام اللون الأصفر في حجرة المكتبة	١٧٤	٧٢,٥	٥٤	٢٢,٥	١٢	٥,٠
١٢	أريد أن تكون ألوان المسكن مناسبة للإضاءة المستخدمة سواء أكانت طبيعية أو صناعية	١٢٨	٥٧,٥	٧٨	٣٢,٥	٢٤	١٠,٠
١٣	أفضل اختيار الألوان على أساس موقع الحجرة	٩٢	٣٨,٣	١١٤	٤٧,٥	٢٤	٩,٢
١٤	أحب إظهار قطع الأثاث ذات القيمة العالية باستخدام إضاءة صناعية	١٦٦	٦٩,٢	٦٢	٢٥,٨	١٢	٥,٠
١٥	لا بد أن يتناسب لون وسيلة الإضاءة مع لون الحجرة التي توضع فيها	٨٢	٣٤,٢	١٠٤	٤٢,٢	٥٤	٢٢,٥
١٦	أرغب بالانكفاء بالإضاءة العامة في حجرة النوم	١٠٢	٤٢,٥	١٠٦	٤٤,٢	٢٢	١٢,٣
١٧	أرغب في وجود إضاءة جانبية دولاى اللامس	٦٢	٢٥,٨	٩٨	٤٠,٨	٨٠	٣٢,٣
١٨	أفضل استخدام إضاءة خافتة في الحمام	٧٦	٣١,٧	٨٢	٣٤,٢	٨٢	٣٤,٢
١٩	أرى أن المطبخ يحتاج إلى إضاءة عامة فقط	١٢٤	٥١,٧	٩٤	٣٩,٢	٢٢	٩,٢
٢٠	أفضل استخدام الإضاءة المركزية في حجرة المعيشة	١٤٠	٥٨,٣	٧٢	٢٩,٠	٢٨	١١,٧
٢١	أفضل وضع إضاءة مباشرة على جانبي المرآة في الحمام	٢١٠	٨٧,٥	٢٤	١٠,٠	٦	٢,٥
٢٢	أحب استعمال الألوان التي تبعث على الراحة والاسترخاء في حجرة النوم الرئيسية	١٩٢	٨٠,٠	٤٠	١٦,٧	٨	٣,٢
٢٣	أفضل استخدام وحدات إضاءة ثابتة في السقف في مدخل المسكن والطرقات	١١٦	٤٨,٣	٩٠	٣٧,٥	٢٤	١٤,٢
٢٤	أرغب في استخدام أكثر من نوع إضاءة في حجرة المعيشة	١٠٠	٤١,٧	١٢٢	٥٠,٨	١٨	٧,٥
٢٥	أستخدم الألوان الباردة في الحجرات القليلة والألوان التي توحي بالدفء في الحجرات البحرية	١٨	٧,٥	١٢٢	٥٠,٨	١٠٠	٤١,٧
المتوسط والانحراف المعياري		٥٩,٢٣ ± ٥,١١					

جدول (١٠) توزيع عينة البحث حسب اتجاه الشباب عينة البحث نحو اختيار الألوان والإضاءة

اتجاه الشباب نحو متطلبات التصميم الداخلي	عدد	نسبة %	قيمة كاي	مستوى الدلالة
اتجاه إيجابي	٢٢	٩,٢	٨١,٢	٠,٠٠١
اتجاه محايد	١٢٦	٥٦,٧		
اتجاه سلبي	٨٢	٣٤,٢		

اتضح من جدول (٩) أن ٨٠,٠% يفضلون استعمال الألوان التي تبعث على الراحة والاسترخاء في حجرة النوم الرئيسية، كما وجد أن ٤٧,٥% يحبون اختيار لون قطع الأثاث متناسبة مع لون الحوائط، كما وجد أن ٥٦,٧% يرغبون في اختيار الألوان المتناسبة مع بعضها والمتناغمة، كما بلغ قيمة المتوسط الحسابي والانحراف المعياري $٥٩,٢٣ \pm ٥,١١$ ، كما يتضح من جدول (٩) و (١٠) وجود فروق بين استجابات الشباب عينة البحث على المحور الخاص باختيار الألوان والإضاءة بمستوياته الثلاثة حيث بلغت قيمة كاي (٨١,٣) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٠١).

جدول (١١) التوزيع النسبي لإستجابات الشباب عينة البحث في اتجاههم نحو تجميل المسكن ن=٢٤٠*

م	العبرة	نعم		لا	
		عدد	نسبة %	عدد	نسبة %
١	أرغب في استخدام نوع واحد من الأرضية (خشب - سيراميك)	١٦	٦,٧	٧٦	٣١,٧
٢	استبعد استخدام البلاط الموزيكو في الحجرات	٩٤	٣٩,٢	١٠٠	٤١,٧
٣	أفضل استخدام الزيت في دهان الحوائط	٥٨	٢٤,٢	٨٢	٣٤,٢
٤	أرغب في عمل سكرة على شبك المطبخ	٧٢	٣٠	٧٠	٢٩,٢
٥	أفضل وجود ساعة حائط في المطبخ	١٢٠	٥٤,٢	٧٤	٣٠,٨
٦	أفضل استخدام الستائر المزخرفة في حجرة الصالون	١٨	٧,٥	٦٨	٢٨,٢
٧	أرغب في استخدام أغطية للأرضيات ذات ألوان بسيطة وبنون زخارف	١٠٢	٤٢,٥	١٠٨	٤٥,٠
٨	أجنب استخدام سكرة للبيانيو في الحمام	١٢٨	٥٣,٢	٥٤	٢٢,٥
٩	أحب استخدام السيراميك في حوائط المطبخ	١٩٨	٨٢,٥	٢٤	١٤,٢
١٠	أفضل استخدام الستائر لفصل بعض مناطق المسكن عن بعضها	١٣٦	٥٦,٧	٧٨	٣٢,٥
١١	أرغب أن تكون تسميمات أغطية الأرضية متناسقة مع أغطية الأثاث	١٩٠	٧٩,٢	٤٢	١٧,٥
١٢	أجنب استخدام سجاجيد كبيرة الحجم	٩٦	٤٠,٠	١٢٢	٥٠,٨
١٣	أفضل استخدام الأرضيات المقاومة للرطوبة	١٦٦	٦٩,٢	٦٤	٢٦,٧
١٤	أعتقد أن ورق الحائط غير عملي	١٠٢	٤٢,٥	١٠٤	٤٣,٢
١٥	أفضل دهان الحوائط بطلاء أظلمة في حالة اتساع الحجرات	٩٢	٣٨,٣	١٠٠	٤١,٧
١٦	أرغب في استخدام الستائر السميكة على أبواب البيكونات	١٥٦	٦٥,٠	٦٤	٢٨,٧
١٧	أراعي وجود رسومات وألوان زاهية في حجرة الأطفال	١٩٤	٨٠,٨	٤٤	١٨,٢
١٨	أرغب في وجود لوحات فنية في حجرة الصالون	١٤٦	٦٠,٨	٧٨	٣٢,٥
١٩	استبعد استخدام الستائر المزخرفة أو ذات الزخارف الكبيرة	٨٢	٣٤,٢	١٢٨	٥٣,٢
٢٠	أفضل استخدام نباتات الزينة الطبيعية في تجميل المسكن	١٢٨	٥٣,٢	٨٨	٣٦,٧
٢١	أقلل قدر الإمكان من ورود والنباتات الصناعية	٩٦	٤٠,٠	١١٤	٤٧,٥
٢٢	استبعد استخدام الستائر الأكثر من طبقة	٦٢	٢٥,٨	١٢٢	٥٠,٨
٢٣	أفضل استخدام الستائر ذات الألوان الفاتحة في حجرة الصالون	٨٤	٣٥,٠	١٣٦	٥٦,٧
٢٤	أرغب في وضع مرآة في مدخل المسكن	١٢٤	٥٥,٨	٧٠	٢٩,٢
٢٥	أراعي استخدام اللوحات في إخفاء عيوب الحوائط	١٠٤	٤٣,٢	٨٨	٣٦,٧
٢٦	أفضل أن يكون أثاث المطبخ من الألومنيال	١١٨	٤٩,٢	٨٢	٣٤,٢
٢٧	أجنب استخدام النخف في حجرة النوم	٩٨	٤٠,٨	٧٨	٣٢,٥
٢٨	أرغب في استخدام النباتات الصناعية في حجرة الصالون	٧٨	٣٢,٥	١٠٤	٤٣,٢
٢٩	أجنب استخدام أكثر من لون في حوائط الحجرة الواحدة	٧٦	٣١,٧	١١٢	٤٦,٧
٣٠	أرغب في إتباع الموضة عند اختيار وسائل تجميل مسكني	٣٢	١٣,٢	٨٨	٣٦,٧
٣١	أفضل استخدام الكويك في المساحات الواسعة	٧٤	٣٠,٨	١٠٤	٤٣,٢
٣٢	أجنب الإفراط في وسائل تجميل المسكن	١٢٨	٥٣,٥	٧٦	٣١,٧
٣٣	أراعي عند توزيع وسائل تجميل مسكني أن تناسب كل قطعة مع المكان الذي ستوضع فيه	٢١٠	٨٧,٥	٢٤	١٠,٠
		٤,٩٤ ± ٧٤,٦٢			
		١٤,٣٧ ± ٣٦٠,٩٠			
		المتوسط والانحراف المعياري لتجميل المسكن			
		المتوسط والانحراف المعياري لإجمالي استبيان اتجاه الشباب نحو متطلبات التصميم الداخلي للمسكن			

جدول (١٢) توزيع عينة البحث حسب اتجاه الشباب عينة البحث نحو تجميل المسكن

و اجمالى اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن

اتجاه الشباب نحو متطلبات التصميم الداخلى		عدد	نسبة %	قيمة كاي	مستوى الدلالة
تجميل المسكن	اتجاه ايجابى	٤٦	١٩,٢	١٠,٨٧	٠,٠٠١
	اتجاه محايد	١٥٦	٦٥		
	اتجاه سلبى	٢٨	١٥,٨		
اجمالي استبيان اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن	اتجاه ايجابى	٣٦	١٥	٦٨,٧	٠,٠٠١
	اتجاه محايد	١٢٨	٥٧,٥		
	اتجاه سلبى	٦٦	٢٧,٥		

يتضح من جدول (١١) وأن ٨٧,٥ % يراعى عند توزيع وسائل تجميل مسكنه أن تتناسب كل قطعة مع المكان الذي ستوضع فيه ، أن ١٣,٣ % يرغبون فى اتباع الموضة عند اختيار وسائل تجميل المسكن ، كما بلغ قيمة المتوسط الحسابى والانحراف المعياري ٥٩,٢٣ ± ٥,١١ ، كما يتضح من جدولى (١١) و(١٢) وجود فروق في استجابات الشباب عينة البحث على المحور الخاص بتجميل المسكن حيث بلغت قيمة كاي (١٠,٨٧) ، كما وجدت فروق في مستوى اجمالى اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن حيث بلغت قيمة كاي (٦٨,٧) وهى قيمة دالة احصائيا عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٠١) .

• وصف استجابات الشباب عينة البحث على استبيان السلوك الشرائى لديهم:

جدول (١٣) التوزيع النسبى لاستجابات الشباب عينة البحث في محور السلوك الشرائى للأثاث ن=٢٤٠

م	العبارة	دائما		احيانا		نادرا	
		عدد	نسبة %	عدد	نسبة %	عدد	نسبة %
١	أقوم بشراء الأثاث من أماكن مشهود لها بالجودة	٢١٢	٨٨,٢	٢٤	١٠,٠	٤	١,٧
٢	أحدد احتياجاتى من قطع الأثاث قبل الشراء	١٩٦	٨١,٧	٤٤	١٨,٣	٠	٠
٣	أقوم باصطحاب شخص لديه خبرة بشراء الأثاث معى عند الشراء	١٨٠	٧٥,٠	٥٢	٢١,٧	٨	٣,٣
٤	أفضل قطع الأثاث كبيرة الحجم	٩٤	٣٩,٢	١٢٠	٥٠,٠	٢٦	١٠,٨
٥	أراعى تناسب الألوان في قطع الأثاث	٢٠٤	٨٥,٠	٣٠	١٢,٥	٦	٢,٥
٦	أحدد مقابلات قطع الأثاث على حسب المساحة لى	٢١٢	٨٨,٢	٢٦	١٠,٨	٢	٠,٨
٧	أفضل بين الأسعار في المحلات عند الشراء وأشتري الأفضل	١٨٦	٧٧,٥	٥٠	٢٠,٨	٤	١,٧
٨	أقوم بشراء أحدث الموديلات من الأثاث	١٤٠	٥٨,٣	٩٠	٣٧,٥	١٠	٤,٢
٩	أراعى عند شراء الأثاث أن يتناسب مع الأماكن التي ستوضع فيه	٢٢٠	٩١,٧	١٤	٥,٨	٦	٢,٥
١٠	أشتري قطع الأثاث متعدد الأغراض	١٤٠	٥٨,٣	٩٠	٣٧,٥	١٠	٤,٢
١١	أجتنب شراء الأثاث بالتقسيط	١٥٠	٦٢,٥	٧٢	٣٠,٠	١٨	٧,٥
١٢	أخذ رأي الأصدقاء في شكل ونوع الأثاث الذي أقوم بشراؤه	٩٨	٤٠,٨	١١٨	٤٩,٢	٢٤	١٠,٠
١٣	أقوم بشراء الأثاث سهل التنظيف	١٧٦	٧٣,٣	٥٨	٢٤,٢	٦	٢,٥
١٤	أفضل التنوع في الطرز الخاص بأثاث مسكنى	١٣٨	٥٧,٥	٩٠	٣٧,٥	١٢	٥,٠
١٥	أراعى العادات والتقاليد عند اختيار أثاث مسكنى	٦٠	٢٥,٠	١٠٠	٤١,٧	٨٠	٣٣,٣
١٦	أفضل شراء قطع الأثاث التي تبنى احتياجاتى فقط	١١٤	٤٧,٥	١٠٠	٤١,٧	٢٦	١٠,٨
		٢,١٥ ± ٤١,٤٩					
		المتوسط والانحراف المعياري					

جدول (١٤) توزيع عينة البحث حسب مستوى السلوك الشرائى لللاثات

المستويات	عدد	نسبة %	قيمة كاي	مستوى الدلالة
مستوى منخفض	٢٤	١٠	٩٨,٨	٠,٠٠١
مستوى متوسط	١٤٨	٦١,٧		
مستوى مرتفع	٦٨	٢٨,٢		

يتضح من جدول (١٣) ان ٨٨,٢% من افراد العينة يقومون بشراء الأثاث من اماكن مشهود لها بالجودة، كما وجد ان ٦٢,٥% من افراد العينة يتجنبون شراء الأثاث بالتقسيط، كما وجد ان ٢٥% من افراد العينة لا يفضلون التنوع فى الطراز الخاص بأثاث مسكنه، كما بلغ قيمة المتوسط الحسابى والانحراف المعياري ٤١,٤٩ ± ٣,١٥، يتضح من جدول (١٣) و(١٤) وجود فروق في استجابات الشباب عينة البحث في السلوك الشرائى لللاثات لديهم حيث بلغت قيمة كاي (٩٨,٨) وهى قيمة دالة احصائياً عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٠١).

جدول (١٥) التوزيع النسبى لإستجابات الشباب عينة البحث في محور السلوك الشرائى

للمتطلبات والأغراض الشخصية والمفروشات ن=٢٤٠

أ	البيانات	دائماً		أحياناً		نادراً	
		عدد	نسبة %	عدد	نسبة %	عدد	نسبة %
١	أفضل شراء ملابس على أحدث صيحات الموضة	٢٨	١١,٧	١١٢	٤٦,٧	١٠٠	٤١,٧
٢	أقوم بإعداد قائمة بجميع احتياجاتي المالية قبل الشراء	٢٨	١١,٧	١١٢	٤٦,٧	١٠٠	٤١,٧
٣	أراعى الميزانية المخصصة للشراء قبل الذهاب للسوق	١٩٦	٨١,٧	٤٢	١٧,٥	٢	٠,٨
٤	أقلد أسدقائي وجيراني عند شراء الملابس	١٦٢	٦٧,٥	٤٨	٢٠,٠	٢٠	١٢,٥
٥	أحدد مواصفات الملابس من حيث اللون - الشكل - الموضة - المقاس قبل الذهاب للشراء	١١٢	٤٦,٧	٩٦	٤٠,٠	٢٢	١٢,٣
٦	أشترى ملابس من محلات التجزئة	٦٦	٢٧,٥	١١٨	٤٩,٢	٥٦	٢٣,٣
٧	أشترى الإكسسوارات التي تتناسب مع ملابسى	١٢٤	٥١,٧	٩٠	٣٧,٥	٢٦	١٠,٨
٨	الاطلاع على كتالوجات قبل الشراء يساعدنى على اتخاذ قرارا الشراء السليم	٩٦	٤٠,٠	١١٦	٤٨,٢	٢٨	١١,٧
٩	أقوم بشراء ملابس تكفينى لمدة طويلة	١٢٢	٥٠,٨	٩٢	٣٨,٢	٢٦	١٠,٨
١٠	أفحص القمطع الملبسية جيداً قبل الشراء	١٧٤	٧٢,٥	٥٨	٢٤,٢	٨	٣,٣
١١	لايبد من توافر مواصفات معينة في الملابس الداخلية	١٧٨	٧٤,٢	٥٢	٢١,٧	١٠	٤,٢
١٢	أشترى ملابس خاصة للمناسبات	١٥٢	٦٣,٣	٨٠	٣٣,٣	٨	٣,٣
١٣	أتحب شراء الملابس المصنوعة من الألياف الصناعية	١٢٦	٥٦,٧	٧٨	٣٢,٥	٢٦	١٠,٨
١٤	أراعى شراء الملابس التي تعطينى الإحساس بالراحة النفسية والجسمية	٢٢٠	٩١,٧	١٤	٥,٨	٦	٢,٥
١٥	أفضل عند استخدام مكملات الملابس (جوارب - حذاء - قبعات - أحزمة) أن تتناسب مع بعضها البعض	١٩٠	٧٩,٢	٤٦	١٩,٢	٤	١,٧
١٦	أحرص على شراء الملابس القطنية	١٩٤	٨٠,٨	٤٤	١٨,٢	٢	٠,٨

م	العبارة	دائماً		أحياناً		نابراً	
		عدد	نسبة %	عدد	نسبة %	عدد	نسبة %
١٧	أشعر بالرضا بعد شراء ملابسى -	١٤٨	٦١,٧	٧٨	٣٢,٥	١٤	٥,٨
١٨	أراجع فاتورة الشراء قبل الخروج من المحل	١٢٨	٥٢,٣	٩٠	٣٧,٥	٢٢	٩,٢
١٩	أتجنب شراء ملابسى من الأوكازيونات	٦٤	٢٦,٧	١٢٢	٥٠,٨	٥٤	٢٢,٥
٢٠	أقوم بشراء العطور من مراكز مشهورة	١٢٦	٥٢,٥	٨٦	٣٥,٨	٢٨	١١,٧
٢١	تشاركنى الأسرة الرأى عند شراء ملابسى	٩٦	٤٠,٠	١٠٠	٤١,٧	٤٤	١٨,٣
٢٢	أشترى ملابسى من محلات مشهورة لها بالجودة	١٥٦	٦٥,٠	٧٨	٣٢,٥	٦	٢,٥
المتوسط والانحراف المعياري		٤,٩٢ ± ٥٤,٢٩					

جدول (١٦) توزيع عينة البحث حسب مستوى السلوك الشرائى لمتطلبات والأمراض الشخصية والمفروشات

المستويات	عدد	نسبة %	قيمة كاي	مستوى الدلالة
مستوى منخفض	١٤	٥,٨	٨٨,٩	٠,٠٠١
مستوى متوسط	٩٦	٤٠		
مستوى مرتفع	١٣٠	٥٤,٢		

تبيين من جدول (١٥) أن ١١,٧% يقومون بإعداد قائمة بجميع احتياجاتهم الملبسية قبل الشراء ، كما وجد أن ٨١,٧% يراعون الميزانية المخصصة للشراء قبل الذهاب للسوق ، كما بلغ قيمة المتوسط الحسابى والانحراف المعياري ٤,٩٢ ± ٥٤,٢٩ ، كما يتضح من جدولى (١٥) و(١٦) وجود فروق في استجابات الشباب عينة البحث فى السلوك الشرائى لمتطلبات والأمراض الشخصية والمفروشات لديهم حيث بلغت قيمة كاي (٨٨,٩) وهى قيمة دالة احصائياً عند مستوى معنوية اقل من (٠,٠٠١).

جدول (١٧) التوزيع النسبى لإستجابات الشباب عينة البحث فيمحور السلوك الشرائى الأجهزة والأصوات المنزلية ن=٢٤٠

م	العبارة	دائماً		أحياناً		نابراً	
		عدد	نسبة %	عدد	نسبة %	عدد	نسبة %
١	أحدد احتياجاتى من الأجهزة المنزلية قبل عملية الشراء	٢٠٨	٨٦,٧	٢٦	١٠,٨	٦	٢,٥
٢	أحرص أن يكون للجهاز مدة ضمان	٢١٠	٨٢,٥	٢٦	١٠,٨	٤	١,٧
٣	أفضل بين الأسعار في المحلات عند الشراء وأشترى الأفضل	١٩٢	٨٠,٠	٤٠	١٦,٧	٨	٣,٣
٤	أرأى أن يكون الجهاز مرفق بكتيب خاص لمعرفة طريقة استخدامه الصحيحة	١٧٨	٧٤,٢	٥٠	٢٠,٨	١٢	٥,٠
٥	أفضل شراء الجديد من الأجهزة المنزلية بغض النظر عن احتياجى إليها	١٣٠	٥٤,٢	٥٨	٢٤,٢	١٣٠	٥٤,٢
٦	أرأى عند شراء الأجهزة أن تتناسب مع الأماكن التى ستوضع فيها	٢٠٤	٨٥,٠	٢٤	١٤,٢	٢	٠,٨
٧	أشترى الأجهزة المنزلية من محلات مشهورة لها بالجودة	١٦٠	٦٦,٧	٣٦	١٥,٠	٤٤	١٨,٣
٨	أتجنب شراء الأجهزة المنزلية من الأوكازيونات	٤٦	١٩,٢	١٠٠	٤١,٧	٩٤	٣٩,٢
٩	أشترى الأجهزة المنزلية متعددة الأغراض	٦٠	٢٥,٠	١٢٤	٥١,٧	٥٦	٢٣,٣
١٠	أراجع الفاتورة قبل مغادرتى للمحل	١٤٨	٦١,٧	٧٨	٣٢,٥	١٤	٥,٨
١١	أستبعد شراء احتياجاتى من الأجهزة المنزلية بالتقسيط	١٧٤	٧٢,٥	٥٦	٢٣,٣	١٠	٤,٢
١٢	أخذ رأى الأصدقاء الذين سبق لهم شراء الأجهزة المنزلية	١٢٤	٥١,٧	٨٠	٣٣,٣	٢٦	١٠,٠

م	العبارة	دائماً		أحياناً		قليلاً	
		عدد	نسبة %	عدد	نسبة %	عدد	نسبة %
١٣	أثارت الإعلانات عند اختيار الأجهزة المنزلية	١٤٤	٦٠,٠	٨٢	٣٤,٢	١٤	٥,٨
١٤	أفضل الدفع النقدي عند شراء الأجهزة المنزلية	١٠٨	٤٥,٠	٩٢	٣٨,٢	٤٠	١٦,٧
١٥	أرغب بشراء أدوات وأجهزة منزلية كالكثريين	١٨٤	٧٦,٧	٤٤	١٨,٣	١٢	٥,٠
١٦	أشترى الأدوات والأجهزة المنزلية غالبية الثمن	٨٨	٣٦,٧	٨٤	٣٥,٠	٦٨	٢٨,٣
١٧	أشترى أدواتي المنزلية من محلات التجزئة	٨٨	٣٦,٧	٨٤	٣٥,٠	٦٨	٢٨,٣
١٨	أسعى إلى التباهي والتفاخر في شراء الأدوات والأجهزة المنزلية الخاصة بي	٥٤	٢٢,٥	١٢٦	٥٢,٥	٦٠	٢٥,٠
المتوسط والانحراف المعياري للسلوك الشرائي للأجهزة والأدوات		٤٦,٤٨ ± ٤,١٣					
المتوسط والانحراف المعياري لاجمالي استبيان السلوك الشرائي		١٤٢,١٩ ± ٩,٨١					

جدول (١٨) توزيع عينة البحث حسب مستوى السلوك الشرائي للأجهزة والأدوات المنزلية واجمالي السلوك الشرائي

مستوى	المستويات	عدد	نسبة %	قيمة كاي	مستوى الدلالة
السلوك الشرائي للأجهزة والأدوات المنزلية	مستوى منخفض	٢٦	١٠,٨	٧٥,٧	٠,٠٠١
	مستوى متوسط	١٣٦	٥٦,٧		
	مستوى مرتفع	٧٨	٣٢,٥		
اجمالي السلوك الشرائي	مستوى منخفض	٢٤	١٠	٨٧,٧	٠,٠٠١
	مستوى متوسط	١٤٢	٥٩,٢		
	مستوى مرتفع	٧٤	٣٠,٨		

تبين من جدول (١٧) أن ١١,٧% من ٨٦,٨% يقومون بتحديد احتياجاتهم من الأجهزة المنزلية قبل الشراء، كما وجد أن ٢٥,٠٧% يقومون بشراء الأجهزة المنزلية متعددة الأغراض، كما وجد أن ٢٢,٥% من أفراد العينة يسعون إلى التباهي والتفاخر في شراء الأدوات والأجهزة المنزلية الخاصة بهم، كما وجد أن ٥,٨% من أفراد العينة لا يقومون بمراجعة الفاتورة قبل مغادرة المحل، كما بلغ قيمة المتوسط الحسابي والانحراف المعياري $٤٦,٤٨ \pm ٤,١٣$ ، كما يتضح من جدول (١٧) و(١٨) وجود فروق في استجابات الشباب عينة البحث في السلوك الشرائي للأجهزة والأدوات المنزلية حيث بلغت قيمة كاي (٧٥,٧)، وتباين مستويات اجمالي السلوك الشرائي حيث بلغت قيمة كاي (٨٧,٧) وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٠١).

ثانياً: تفسير النتائج في ضوء الفروض

الفرض الأول: ينص الفرض الأول على أنه "توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلي للمسكن وسلوكهم الشرائي"، ولتحقق من صحة هذا الفرض احصائياً تم ايجاد معاملات ارتباط بيرسون بين المتغيرات الخاصة باتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلي للمسكن بمحاورة (التصميم - التأثير - اللون والاضاءة - تجميل المسكن - اجمالي الاستبيان) واستبيان السلوك الشرائي لديهم بحاورة

(شراء الأثاث - شراء الاغراض والمتطلبات الشخصية والمفروشات - شراء الاجهزة والادوات المنزلية - اجمالى السلوك الشرائى)، ويوضح ذلك جدول (١٩).

جدول (١٩) معاملات ارتباط بيرسون لاتجاه الشباب المقبل على الزواج

نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن والسلوك الشرائى لديهم بمحاورة

الاجمالي السلوك الشرائى	الاجهزة والادوات المنزلية	الاجراض الشخصية والمفروشات	الاتاثل	السلوك الشرائى
				اتجاه الشباب نحو متطلبات التصميم
٠٠,٠٣٩٥	٠٠,٠٢٩٤	٠٠,٠٣١٦	٠٠,٠٣٠٧	التصميم
٠٠,٠٥٩٦	٠٠,٠٤٣٢	٠٠,٠٥٠٧	٠٠,٠٥٠٠	تأثيث المسكن
٠٠,٠٣٣١	٠,٠١٤٥	٠٠,٠٣٠٥	٠٠,٠٣٥٩	الالوان والاضاءة
٠٠,٠٤٨٨	٠٠,٠٢٩٨	٠٠,٠٤٠٢	٠٠,٠٥١١	تجميل المسكن
٠٠,٠٦٤٦	٠٠,٠٤١٠	٠٠,٠٥٤٦	٠٠,٠٦٠٦	اجمالي اتجاه الشباب نحو متطلبات التصميم

❖ دال عند مستوى دلالة ٠,٠٥ ❖ دال عند مستوى دلالة ٠,٠١

يتضح من جدول (١٩) وجود علاقة ارتباطية موجبة عند مستوى دلالة (٠,٠١) لجميع محاور إتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن بمحاورة (التصميم - التأثيث - الالوان والاضاءة - تجميل المسكن - اجمالى الاستبيان) واستبيان السلوك الشرائى لديهم بحاورة (شراء الأثاث - شراء الاغراض والمتطلبات الشخصية والمفروشات - شراء الاجهزة والادوات المنزلية - اجمالى السلوك الشرائى) وبذلك يتحقق الفرض الاول كلياً.

الفرض الثانى: ينص الفرض الثانى على أنه "توجد علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين بعض متغيرات المستوى الاقتصادي والاجتماعي لأسر الشباب (المستوى التعليمى لكل من "الشباب. الاب. الام" - الدخل الشهري للأسرة) واتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وسلوكهم الشرائى" وللتحقق من صحة هذا الفرض إحصائياً تم ايجاد معاملات ارتباط بيرسون بين المتغيرات الخاصة بإتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن بمحاورة (التصميم - التأثيث - الالوان والاضاءة - تجميل المسكن - اجمالى الاستبيان) واستبيان السلوك الشرائى لديهم بحاورة (شراء الأثاث - شراء الاغراض والمتطلبات الشخصية والمفروشات - شراء الاجهزة والادوات المنزلية - اجمالى السلوك الشرائى) وبعض متغيرات المستوى الاقتصادي الاجتماعى للأسرة (المستوى التعليمى للاب والأم والشباب والدخل الشهري للأسرة) ويوضح ذلك جدول (٢٠).

جدول (٢٠) معاملات ارتباط بيرسون للمتغيرات الكمية لعينة البحث واتجاه الشباب المقبل على الزواج

نحو متطلبات التصميم الداخلي للمسكن واستبيان السلوك الشرائي لديهم بمحاورة

المتغيرات	المستوى التعليمي للأب	المستوى التعليمي للام	المستوى التعليمي للشباب	الدخل الشهري للأسرة
التصميم	٠،٢٦-	٠،١٠٠	٠٠،٢٣٨	٠٠،٣٠٨
تأثيث المسكن	٠،٠٦٩-	٠،٠٣٣-	٠،٠١٤٢	٠،١٤٤
الألوان والاضاءة	٠٠،١٧٤-	٠،٠٥٧-	٠،٠٧٧	٠،٠٤٩
تجميل المسكن	٠،١٧٥-	٠،١٣١-	٠،٠٥٧	٠،٠٥١
اجمالي اتجاه الشباب نحو متطلبات التصميم	٠،١٦٥-	٠،٠٤٥-	٠٠،١٩٠-	٠٠،١٧٧
شراء الأثاث	٠،١٠٠-	٠،٠٦٨-	٠،٠٢٧-	٠،١٠٠
شراء المتطلبات الشخصية والمفروشات	٠،٠١٩	٠،٠٠١-	٠،٠٦٥	٠٠،١٦٩
شراء الاجهزة والادوات المنزلية	٠،٠٧٦-	٠،٠٢٣-	٠،٠٠٨-	٠،١١٤
اجمالي السلوك الشرائي	٠،٠٦١-	٠،٠٣٧-	٠،٠١٨	٠٠،١٥٢

❖ دال عند مستوى دلالة ٠.٠١

❖ دال عند مستوى دلالة ٠.٠٥

يتضح من جدول (٢٠) وجود علاقة ارتباطية سالبة عند مستوى دلالة (٠.٠١) بين اجمالي اتجاه الشباب نحو متطلبات التصميم وكل من المستوى التعليمي للأب وللشباب حيث بلغت قيمة (ر- ١.٦٥ - ٠.١٩٠) على التوالي عند مستوى معنوية اقل من (٠.٠٥، ٠.٠١) لكل منهما على التوالي، كما وجدت علاقة ارتباطية موجبة عند مستوى دلالة (٠.٠١) بين اجمالي اتجاه الشباب نحو متطلبات التصميم والدخل الشهري للأسرة حيث بلغت قيمة ر ٠.١٧٧، كما وجدت علاقة ارتباطية موجبة عند مستوى دلالة (٠.٠١) بين اجمالي السلوك الشرائي والدخل الشهري للأسرة حيث بلغت قيمة ر ٠.١٥٢، واتفقت هذه النتائج مع نتائج دراسة حماقي (١٩٩٠) والتي أظهرت عدم وجود علاقة معنوية ارتباطية بين الدخل والاتجاه نحو التأثيث وكذلك اتفقت مع ما توصلت اليه دراسة العوادلي (١٩٩٥) انه لا توجد علاقة بين المستوى التعليمي والسلوك الشرائي.

واختلفت مع نتائج دراسة حساتين (٢٠٠٩) بدراسة مسلم والدويك (٢٠٠٣) بغنيم (٢٠٠٠) مسلم (١٩٩٧) سليمان (١٩٩٤) سالم (١٩٩٣)، محمد (١٩٩٣) وقد أظهرت النتائج هناك ارتباط موجب دال إحصائيا بين دوريات الأسر في إختيارهن للأثاث والمفروشات والمستوى الاجتماعي والاقتصادي للأسرة ويشمل (مستوى التعليم - الدخل الشهري للأسرة) وهذا يوضح علاقة المستوى الاقتصادي الاجتماعي على السلوك الشرائي، وبذلك يتحقق الفرض الثاني جزئيا.

الفرض الثالث: ينص الفرض الثالث على أنه " يوجد تباين دال إحصائيا في السلوك الشرائي للشباب المقبل على الزواج تبعا لمستوى اتجاههم نحو متطلبات التصميم الداخلي للمسكن"، وللتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام حساب أوجه الاختلاف باستخدام اختبار تحليل اتجاه التباين في اتجاه واحد (ANOVA) للسلوك الشرائي للشباب عينة البحث بمحاورة المختلفة تبعا لمستوى اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلي للمسكن ويوضح ذلك جدول (٢١).

جدول (٢١) تحليل التباين أحادى الاتجاه للملوك الشرائى للشباب عينة البحث تبعاً

لمستوى اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن ن = ٢٤٠

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
شراء الأثاث	بين المجموعات	٦٨٦,٩٠	٢	٢٤٣,٤٥	٤٨,١٩	٠,٠٠١
	داخل المجموعات	١٦٨٩,٠٨	٢٢٧	٧,١٣		
	الكلى	٢٣٧٥,٩٨	٢٢٩			
شراء التطلبات الشخصية والمفروشات	بين المجموعات	١٤٦٠,٦٦	٢	٧٣٠,٣٣	٣٩,٩١	٠,٠٠١
	داخل المجموعات	٤٣٣٦,٩٢	٢٢٧	١٨,٢٩		
	الكلى	٥٧٩٧,٥٨	٢٢٩			
شراء الاجهزة والادوات المنزلية	بين المجموعات	٥٧٠,٠٢	٢	٢٨٥,٠٢	١٩,٢٢	٠,٠٠١
	داخل المجموعات	٢٥١٣,٩٠	٢٢٧	١٤,٨٣		
	الكلى	٤٠٨٣,٩٢	٢٢٩			
اجمالي السلوك الشرائى	بين المجموعات	٧٦٥٧,٨٥	٢	٣٨٢٨,٩٢	٥٩,٠٧	٠,٠٠١
	داخل المجموعات	١٥٣٦٢,٢٢	٢٢٧	٦٤,٨٢		
	الكلى	٢٣٠٢١,١٨	٢٢٩			

يتضح من جدول (٢١) وجود تباين دال احصائياً فى السلوك الشرائى للشباب المقبل على الزواج بمحاوره (شراء الأثاث - شراء الاغراض والمتطلبات الشخصية والمفروشات - شراء الاجهزة والادوات المنزلية - اجمالى السلوك الشرائى) تبعاً لمستوى اتجاههم نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن عند مستوى معنوية اقل من (٠,٠١) ، ولبيان اتجاه الدلالة قامت الباحثة باستخدام اختبار "LSD" للمقارنات المتعددة ، كما يوضحه جدول (٢٢).

جدول (٢٢) اتجاه دلالة الفروق بين متوسطات درجات الملوك الشرائى للشباب المقبل على الزواج

تبعاً لمستوى اتجاههم نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن ن = ٢٤٠

التقاربات	المستويات	منخفض ن - ٢٦	متوسط ن - ١٢٨	مرتفع ن - ٦٦
شراء الأثاث	منخفض م = ٣٧,٧٢	-		
	متوسط = ٤١,٧١	٠٣,٩٩-	-	
	مرتفع = ٤٣,٠٩	٠٥,٣٧-	٠١,٣٨-	-
شراء التطلبات الشخصية والمفروشات	منخفض = ٤٩,٦١	-		
	متوسط = ٥٤,٠٠	٠٤,٨٩-	-	
	مرتفع = ٥٧,٤٥	٠٧,٨٤-	٠٧,٨٤-	-
شراء الاجهزة والادوات المنزلية	منخفض م = ٤٣,١١	-		
	متوسط = ٤٦,٦٢	٠٢,٥١-	-	
	مرتفع = ٤٨,٤٨	٠٤,٩٢-	٠١,٤١-	-
اجمالي السلوك الشرائى	منخفض = ١٣٠,٤٤	-		
	متوسط = ١٤٢,٢٠	٠١١,٧٨-	-	
	مرتفع = ١٤٨,٥٨	٠١٨,١٣-	٠٦,٣٧-	-

يتضح من جدول (٢٢) وجود تباين دال احصائياً في السلوك الشرائى للشباب المقبل على الزواج بمحاورة (شراء الأثاث - شراء الاغراض والمتطلبات الشخصية والمفروشات - شراء الاجهزة والادوات المنزلية - اجمالى السلوك الشرائى) تبعاً لمستوى اتجاههم نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن عند مستوى معنوية اقل من (٠,٠٥) لصالح المستوى الأعلى، وبذلك يكون الفرض الثالث قد تحقق كلياً.

الفرض الرابع: ينص الفرض الثالث على أنه "توجد فروق دالة احصائياً بين متوسطات الشباب عينة البحث في اتجاههم نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وسلوكهم الشرائى تبعاً لبعض متغيرات المستوى الاقتصادي والاجتماعي للشباب "الجنس - عمل الشاب - مكان السكن"، وللتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام حساب الفروق باستخدام اختبارات (T test) ففى اجمالى اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن واجمالى سلوكهم الشرائى تبعاً لكل من الجنس "ذكر، انثى" - عمل الشاب "يعمل، لايعمل" - مكان السكن "ريف، حضر" ويوضح ذلك من جدول (٢٣) الى جدول(٢٨).

جدول (٢٣) دلالة الفروق بين متوسطات درجات اتجاه الشباب المقبل على الزواج

نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن بمحاورة تبعاً للجنس ن = ٢٤٠

التغيرات	انثى - ١٦٢		ذكر - ٧٨		قيمة ت	مستوى الدلالة	اتجاه الدلالة لصالح
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
محور التصميم	٦٥,٢٥	٥,٤٢	٦٤,٠٠	٥,٥٢	١,٦٥	غير دالة	-
محور التآنيث	٦٢,٩٠	٤,٩٨	٦٠,٦٢	٥,٢٦	٢,١٦	٠,٠٠٢	الانثى
محور الألوان والاضاءة	٥٩,٤٨	٤,٢٠	٥٨,٧٢	٥,٨٧	١,٠٨	غير دالة	-
محور التجميل	٧٤,٧٤	٤,٤٩	٧٤,٤١	٥,٧٨	٠,٤٨	غير دالة	-
اجمالى اتجاه الشباب نحو متطلبات تصميم المسكن	٢٦٢,٤٠	١٢,٢٨	٢٥٧,٧٩	١٢,٦٥	٢,٢٤	٠,٠٢	الانثى

جدول (٢٤) دلالة الفروق بين متوسطات درجات السلوك الشرائى للشباب المقبل على الزواج

بمحاورة تبعاً للجنس ن = ٢٤٠

التغيرات	انثى - ١٦٢		ذكر - ٧٨		قيمة ت	مستوى الدلالة	اتجاه الدلالة لصالح
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
شراء الأثاث	٤١,٩١	٢,٧١	٤٠,٦٢	٢,٧٩	٢,٠٤	٠,٠٠٢	الانثى
شراء المتطلبات الشخصية والمفروشات	٥٥,٠٠	٤,٦١	٥٢,٨٢	٤,٦١	٢,٢٨	٠,٠٠١	الانثى
شراء الاجهزة والادوات المنزلية	٤٦,٩٦	٢,٧٧	٤٥,٤٨	٤,٦٦	٢,٦٢	٠,٠٠٩	الانثى
اجمالى السلوك الشرائى	١٤٢,٦٩	٨,٤٢	١٣٨,٦٩	١١,٥١	٢,٩٥	٠,٠٠١	الانثى

يتبين من جدولى (٢٣) و (٢٤) وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الشباب عينة البحث في كل من محور التآثيث واجمالي استبيان اتجاء الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن حيث بلغت قيمة ت(٣.١٦ ، ٢.٣٤) على التوالي وهى قيم دالة احصائيا عند مستوى دلالة اقل من ٠.٠٥ لصالح الاناث.

كما وجدت فروق ذات دلالة احصائية بين الشباب عينة البحث في جميع محاور واجمالي استبيان السلوك الشرائى لديهم حيث بلغت قيمة ت (٣.٠٤ ، ٣.٢٨ ، ٢.٦٢ ، ٣.٩٥) على التوالي وجميعها قيم دالة احصائيا عند مستوى دلالة اقل من (٠.٠١ ، ٠.٠١ ، ٠.٠١ ، ٠.٠١) على التوالي وجميعها دالة لصالح الاناث بوهذه النتيجة تتمشى مع ما هو معروف فالاناث اكثر اهتماما بمتطلبات التصميم وخاصة عندما تجهز وتآثيث منزل الزوجية وكذلك الاناث يقمن بالشراء اكثر من الذكور واتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت اليه دراسة غنيم (٢٠٠٠) الى وجود فروق دالة احصائيا بين الجنسين فى اتجاء الأفراد نحو تآثيث المدخل تآثيث منطقة المعيشة تآثيث الصالون ودراسة عمارة (٢٠٠٤) والتي توصلت الى وجود علاقة بين الجنس والسلوك الشرائى.

جدول (٢٥) دلالة الفروق بين متوسطات درجات اتجاء الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن بمحاورة تبعاً لعمل الشاب ن = ٢٤٠

التغيرات	لا يعمل = ١٦٠		يعمل = ٨٠		قيمة ت	مستوي الدلالة	اتجاء الدلالة لصالح
	التوسط الحسابى	الانحراف المعياري	التوسط الحسابى	الانحراف المعياري			
محور التصميم	٦٥,٦٢	٤,٨٢	٦٣,٢٨	٦,٤٥	٣,١٧	٠,٠٠٢	لا يعمل
محور التآثيث	٦٢,٦٠	٤,٨٦	٦١,٢٣	٥,٢٦	١,٧٩	غير دالة	-
محور الألوان والاضاءة	٥٩,٢٦	٤,٩٧	٥٩,١٨	٥,٤١	٠,١٢٥	غير دالة	-
محور التجميل	٧٤,٥٠	٥,٢١	٧٤,٩٠	٤,١٤	٠,٠٩	غير دالة	-
اجمالي اتجاء الشباب نحو متطلبات تصميم المسكن	٢٦٢,١٤	١٢,٧٢	٢٥٨,٤٢	١٥,٣٧	١,٨٩	غير دالة	-

جدول (٢٦) دلالة الفروق بين متوسطات درجات السلوك الشرائى للشباب المقبل على الزواج بمحاورة تبعاً لعمل الشاب ن = ٢٤٠

التغيرات	لا يعمل = ١٦٠		يعمل = ٨٠		قيمة ت	مستوي الدلالة	اتجاء الدلالة لصالح
	التوسط الحسابى	الانحراف المعياري	التوسط الحسابى	الانحراف المعياري			
شراء الاثاث	٤١,٧١	٢,٠٢	٤١,٥٥	٣,٢٧	١,٥٤	غير دالة	-
شراء المتطلبات الشخصية والمفروشات	٥٤,٨٦	٤,٨٩	٥٣,١٥	٤,٨١	٢,٥٧	٠,٠١	لا يعمل
شراء الاجهزة والادوات المنزلية	٤٦,٨٣	٢,٩٢	٤٥,٨٠	٤,٤٧	١,٨٢	غير دالة	-
اجمالي السلوك الشرائى	١٤٢,٤٠	٩,٢٣	١٣٩,٧٨	١٠,٥٥	٢,٧٣	٠,٠٠٢	لا يعمل

يتبين من جدول (٢٥) و(٢٦) عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الشباب عينة البحث في جميع محاور واجمالي استبيان اتجاء الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن ، كما وجدت فروق ذات دلالة احصائية بين الشباب عينة البحث في كل من شراء المتطلبات

والأغراض الشخصية والمفروشات واجمالي استبيان السلوك الشرائي لديهم حيث بلغت قيمة ت (٢,٥٧) ،
 (٢,٧٣) على التوالي وهى قيم دالة احصائيا عند مستوى دلالة اقل من ٠,٠١ لصالح الشباب الذى لا
 يعمل ويرجع ذلك الى ان الشباب الذى يعمل يكونوا اكثر حاجة واكثر حرص على مواردهم المالية
 بعكس الشباب الذى لا يعمل فهو يعتمد على أسرته في تجهيز وإعداد منزل الزوجية وتزويد حاجاتهم
 ويقبلون اكثر على الشراء وخاصة شراء المتطلبات والأغراض الشخصية والمفروشات.

جدول (٢٧) دلالة الفروق بين متوسطات درجات اتجاه الشباب المقبل على الزواج

نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن بمحاورة تبعاً لمكان السكن ن = ٢٤٠

التغيرات	ريف - ٩٦		حضر - ١٤٤		قيمة ت	مستوي الدلالة	اتجاه الدلالة لصالح
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
محور التصميم	٦٦,١١	٥,٢٣	٦٤,٠٠	٥,٥٦	٢,٩٤	٠,٠٠٤	الريف
محور التأثيث	٦٢,٨١	٤,٥٨	٦١,٧٥	٥,٥٦	١,٥٥	غیر دالة	-
محور الألوان والاضاءة	٥٨,٩٨	٥,٠٢	٥٩,٤٠	٥,١٨	٠,٦٣	غیر دالة	-
محور التجميل	٧٥,٢٩	٥,٥٥	٧٤,١٩	٤,٤٦	١,٦٩	غیر دالة	-
اجمالي اتجاه الشباب نحو متطلبات تصميم المسكن	٦٦٢,١٩	١٤,٠٧	٦٥٩,٢٨	١٤,٤٢	٢,٠٢	٠,٠٤	الريف

جدول (٢٨) دلالة الفروق بين متوسطات درجات السلوك الشرائي للشباب المقبل على الزواج

بمحاورة تبعاً لمكان السكن ن = ٢٤٠

التغيرات	ريف - ٩٦		حضر - ١٤٤		قيمة ت	مستوي الدلالة	اتجاه الدلالة لصالح
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري			
شراء الاثاث	٤١,٩٦	٣,٦١	٤١,١٨	٣,٤٤	١,٨٨	غیر دالة	-
شراء المتطلبات الشخصية والمفروشات	٥٤,٥٢	٤,٨٦	٥٤,١٤	٤,٩٨	٠,٥٩	غیر دالة	-
شراء الاجهزة والادوات المنزلية	٤٧,٢٩	٣,٨٤	٤٥,٨٨	٤,٢٢	٢,٨٣	٠,٠٠٥	الريف
اجمالي السلوك الشرائي	١٤٣,٦٩	٨,٤٢	١٤١,١٩	١٠,٥٥	١,٩٤	٠,٠٥	الريف

يتضح من جدول (٢٧) و (٢٨) وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الشباب عينة البحث في محور التصميم واجمالي استبيان اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن حيث بلغت قيمة ت (٢,٩٤) ، (٢,٠٣) وهى قيمة دالة احصائيا عند مستوى دلالة اقل من (٠,٠١) ، (٠,٠٥) لصالح الشباب الذى يسكن في الريف ، كما وجدت فروق ذات دلالة احصائية بين الشباب عينة البحث في محور شراء الأجهزة والأدوات المنزلية واجمالي استبيان السلوك الشرائي لديهم حيث بلغت قيمة ت (٢,٨٣) ، (١,٩٤) وهى قيم دالة احصائيا عند مستوى دلالة اقل من (٠,٠١) ، (٠,٠٥) على التوالي لصالح الشباب الذى يسكن في الريف ، واتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت اليه دراسة المستكوى

(٢٠٠٦) والتي اوضحت نتائجها وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الريف و الحضر فى تأثيث وتنسيق منطقة المعيشة ،واختلفت هذه النتيجة مع ما توصلت اليه دراسة الزوم (٢٠١٢) التي اوضحت عدم وجود فروق فى متطلبات التصميم الداخلى تبعا لمكان السكن ،واختلفت هذه النتيجة مع ما توصلت اليه دراسة أبو سكينه(٢٠٠٠) والتي اوضحت نتائجها عدم وجود فروق بين طالبات الريف والحضر بين متوسط درجات السلوك الاقتصادى لاختيار الأثاث والمفروشات، وبذلك يتحقق الفرض الرابع كليا.

الفرض الخامس: ينص الفرض الخامس على أنه " يوجد تباين دال احصائيا فى إتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وفى سلوكهم الشرائى تبعا لمستوى الدخل الشهرى للأسرة "، وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب الفروق باستخدام اختبار (T test) فى إتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن وفى سلوكهم الشرائى تبعا لمستوى الدخل الشهرى للأسرة ويوضح ذلك جدول (٢٩) و(٣٠) و(٣١).

جدول (٢٩) تحليل التباين احادى الإتجاه لاجمالي إتجاه الشباب المقبل على الزواج

نحو متطلبات التصميم الداخلى للمسكن تبعا لمستوى الدخل الشهرى للأسرة ن = ٢٤٠

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوي الدلالة
محور التصميم	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	٣٧٢,٧٧ ٦٩٠٧,٢٢ ٧٢٧٩,٩٨	٢ ٢٢٧ ٢٢٩	١٨٦,٣٨ ٢٩,١٤	٦,٣٩	٠,٠٠٢
محور التأثيث	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	٧٧,٤٢ ٦٣٩٢,٢٢ ٦٤٧٠,٦٥	٢ ٢٢٧ ٢٢٩	٣٨,٧١ ٢٦,٩٨	١,٤٤	غير دالة
محور الألوان والاضاءة	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	١٥,٣٢ ٦٢٢٧,٦٠ ٦٢٤٢,٩٢	٢ ٢٢٧ ٢٢٩	٧,٦٧ ٢٦,٢٧	٠,٢٩٢	غير دالة
محور التجميل	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	١١٣,٦٦ ٥٧٢٦,٠٨ ٥٨٣٩,٧٢	٢ ٢٢٧ ٢٢٩	٥٦,٨٣ ٢٤,١٦	٢,٣٥	غير دالة
اجمالي إتجاه الشباب نحو متطلبات تصميم المسكن	بين المجموعات داخل المجموعات الكلي	١١٢٣,١٠ ٤٨٢٥٠,٣٠ ٤٩٣٧٣,٦٠	٢ ٢٢٧ ٢٢٩	٥٦٦,٦٥ ٢٠٢,٥٨	٢,٧٦	غير دالة

جدول (٣٠) تحليل التباين أحادي الاتجاه لاجمالي السلوك الشرائي لدى الشباب المقبل على الزواج تبعاً

لمستوى الدخل الشهري للأسرة ن = ٢٤٠

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
شراء الأثاث	بين المجموعات	١٥,٦٥	٢	٧,٨٢	٠,٧٩	غير دالة
	داخل المجموعات	٢٢٦٠,٢٣	٢٢٧	٩,٩٦		
	الكل	٢٢٧٥,٩٨	٢٢٩			
شراء المتطلبات الشخصية والمفروشات	بين المجموعات	١٥٢,١٦	٢	٧٦,٥٨	٢,٢٢	٠,٠٤
	داخل المجموعات	٥٦٤٤,٤٢	٢٢٧	٢٣,٨٢		
	الكل	٥٧٩٦,٥٨	٢٢٩			
شراء الأجهزة والادوات المنزلية	بين المجموعات	٨٢,٨٨	٢	٤١,٤٤	٢,٤٩	غير دالة
	داخل المجموعات	٤٠٠٠,٠٦	٢٢٧	١٦,٨٨		
	الكل	٤٠٨٢,٩٢	٢٢٩			
اجمالي السلوك الشرائي	بين المجموعات	٤٢٧,٤٢	٢	٢١٣,٧١	٢,٢٤	غير دالة
	داخل المجموعات	٢٢٥٩٢,٧٧	٢٢٧	٩٥,٢٣		
	الكل	٢٣٠٢١,١٨	٢٢٩			

جدول (٣١) اتجاه دلالة الفروق بين متوسطات درجات اتجاه الشباب المقبل على الزواج

نحو متطلبات التصميم الداخلي للمسكن واستبيان السلوك الشرائي لديهم بمحاورة ن = ٢٤٠

المتغيرات	المستويات	منخفض ن-٩٢	متوسط ن-٩٠	مرتفع ن-٥٨
محور التصميم	منخفض م -	-		
	متوسط -	٠١,٦٣-	-	
	مرتفع -	٠٣,١٩-	١,٥٧-	
شراء المتطلبات الشخصية والمفروشات	منخفض -	-		
	متوسط -	١,٣٢-	-	
	مرتفع -	٠١,٩٥-	٠,٦٣-	

دال عند ٠,٠٥

يتضح من جدول (٢٩) و(٣٠) و(٣١) عدم وجود تباين دال احصائياً في اجمالي اتجاه الشباب المقبل على الزواج نحو متطلبات التصميم الداخلي للمسكن واجمالي سلوكهم الشرائي تبعاً لمستوى الدخل الشهري للأسرة وقد يرجع عدم وجود فروق بين الشباب المقبل على الزواج في متطلبات التصميم الداخلي للمسكن وفي سلوكهم الشرائي حسب مستوى الدخل الشهري لأسرهم الى ان الاسر مهما كان دخلها لا تقصر في تجهيز ابناءها ذكورا واناثاً بل تتبع العادات والتقاليد في الكم والكيف لاعداد منزل الزوجية لأبنائهم بغض النظر عن مستوى دخل الأسرة، واتفقت هذه النتيجة مع ما توصلت اليه دراسة الزوم (٢٠١٢) التي اوضحت ان مستوى الدخل لا يؤثر على التصميم الداخلي وقد اختلفت هذه النتيجة مع ما توصلت اليه دراسة مصطفى (٢٠٠٦)؛ لطفي (١٩٩٦) والتي اوضحت

تأثير خصائص الأسر الإجماعية والإقتصادية على انماط شراء الأثاث والأجهزة المنزلية "تأثير معنوى قوى ، ودراسة ابو صيرى (٢٠٠٣) التى اوضحت تأثير دخل الأسرة لأفرادها على مستوى الوعي الشرائى بتجهيز وتأثيث المسكن وبذلك لم يتحقق الفرض الخامس كلياً .

توصيات البحث:

- عمل دورات تدريبية بكليات الاقتصاد المنزلى للشباب المقبل على الزواج عن شروط وشكل المسكن الصحي واساليب وطرق الشراء الصحيحة.
- عمل دورات تدريبية فى المؤسسات المختلفة عن كيفية اختيار الأثاث المناسب للمسكن ومناسيته لاحتياجات الاسرة المستقبلية.
- توعية الأسر بضرورة اشتراك الشباب المقبل على الزواج فى شراء احتياجاتهم من خلال فقرات فى البرامج التلفزيونية لتوعية الشباب المقبل على الزواج بالسلوك الشرائى الرشيد.

المراجع:

١. أبوسكينة. نادية حسن (٢٠٠٠): الاختيار للأثاث والمفروشات وعلاقته بالسمات الشخصية وبعض العوامل الاجتماعية، بحث منشور مجلة بحوث الاقتصاد المنزلى، جامعة المنوفية، مجلد (١٠) العدد (٣) يوليو.
٢. أبو صيرى. حنان محمد السيد (٢٠٠٣): فاعلية برنامج ارشادى لتنمية الوعي بالسلوك الشرائى لدى الفتيات المقبلات على الزواج، المجلد الثالث عشر يوليو- اكتوبر، مجلة كلية الاقتصاد المنزلى، جامعة المنوفية.
٣. أبوطالب مها سليمان، وعطوة . محمد جمال (٢٠٠٤): إدارة شئون الأسرة - نور للكيمبيوتر والطباعة - الإسكندرية.
٤. أحمد عبد اللطيف (٢٠٠٢): التسويق واثره في تطوير اقمشة المفروشات في ظل الأسواق المفتوحة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان.
٥. أحمد، احمد عبد المعطي (١٩٩٩): اساليب التصميم الاقتصادية والتكنولوجية واثرها على الفراغ في المسكن المعاصر، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان.
٦. أحمد. طارق عبد الرحمن (٢٠٠٢): اللون كعنصر من عناصر التصميم والتركييب النسيجية على عمقه ودلالته في تصميم المنسوجات، بحث منشور علوم وفنون، جامعة حلوان، المجلد الخامس عشر العدد الرابع، أكتوبر.
٧. البيانى. خليل ابراهيم (٢٠٠٢) : علم النفس الفسيولوجى، الطبعة الأولى، دار وائل للطباعة والنشر، عمان ، الأردن.
٨. الحجار .محمد بركات (٢٠٠١): أثر الاعلان التجارى على السلوك الشرائى لنستخدمى خدمات الهواتف الذكية في مدينة عمان دراسة ميدانية رسالة ماجستير ،جامعة الشروق.

٩. الحداد. جيهان محمد (١٩٩٩): أثر التصميم الداخلي للمسكن على التوافق النفسي لربة الأسرة. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية.
١٠. الزوم. ابتسام عبدالله (٢٠١٢): التصميم الداخلي لمسكن الأسر الناشئة وعلاقته باحتياجاتهم السكنية بحث منشور، مجلة الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية.
١١. العوادلى. سلوى محمد يحيى (١٩٩٥): تأثير الاعلان التلفزيونى على السلوك الشرائى للشباب الجامعى المصرى رسالة ماجستير، كلية التجارة، جامعة عين شمس.
١٢. القاضي دلال، البياتي. محمود (٢٠٠٨): منهجية وأساليب البحث العلمي وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
١٣. المستكاوي. إيمان عبده السيد (٢٠٠٦): أثر البيئة السكنية على تأثيث وتنسيق منطقة المعيشة للأسر حديثي الزواج. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الاقتصاد المنزلي. جامعة المنوفية.
١٤. بدر يحيى مرسى عيد (٢٠٠٧): الإدراك المتغير للشباب المصري (دراسة في الأنثروبولوجيا المعرفية). البيطاش سنتر للنشر والتوزيع. الإسكندرية.
١٥. - - - - (٢٠٠٠): الشباب في مجتمع متغير. الطبعة الأولى، دار الهدى للمطبوعات. الإسكندرية.
١٦. توفيق. شيماء احمد نبوي (٢٠٠٧): التصميم الداخلي لحجرة طلاي الجامعة وعلاقته بتوافقهم النفسى الاجتماعى. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الاقتصاد المنزلي. جامعة المنوفية.
١٧. حسانين. شيماء متولي محمد (٢٠٠٩): " متطلبات التصميم الداخلي لمسكن الشباب المقبل على الزواج وعلاقته بالطموح المهني لديهم"، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية.
١٨. حماقي. منال نبيل أحمد (١٩٩٠): دراسة أنماط الأثاث المستخدم في الوحدات السكنية واتجاه قاطنيها نحو النمط الأمثل للتأثيث بمحافظة الإسكندرية. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الاقتصاد المنزلي - جامعة الإسكندرية.
١٩. حنا. دوريس حنا دوس (١٩٩٧): الصميم الداخلي والأثاث للمسكن المعاصر من منظور فلسفة مدارس التصميم في القرن العشرين. رسالة ماجستير غير منشورة. قسم التصميم الداخلي والأثاث. كلية الفنون التطبيقية. جامعة حلوان.
٢٠. زهران. حامد عبد السلام (٢٠٠١): علم نفس النمو الطفولة والمراهقة. الطبعة الخامسة، عالم، الكتب. القاهرة.
٢١. رقبان. نعمة مصطفى (٢٠١٠): تأثيث المسكن وتجميله، دار السماح للطبع والنشر، الاسكندرية ط١.
٢٢. سالم. ماجدة إمام إمام (١٩٩٣): تأثيث منطقة المعيشة في المسكن الاقتصادي المصري. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الاقتصاد المنزلي. جامعة حلوان.

٢٣. سليمان. مها احمد حسن (١٩٩٤): اتجاهات الأسر المصرية نحو النمط الأمثل لتأثيث المسكن بحث منشور مجلة الاقتصاد المنزلى، العدد العاشر ديسمبر، جامعة حلوان.
٢٤. شمس، علي عبد المنعم & عبد الحلیم. سيادة (١٩٩٧): معايير تصميمية لتأثيث المسكن في البيئة المحلية، بحث منشور، مؤتمر الاقتصاد المنزلى، جامعة حلوان.
٢٥. عبد الرحمن. سعد (١٩٩٨): القياس النفسى - النظرية والتطبيق - دار الفكر العربى، القاهرة.
٢٦. عبدالحميد، طلعت اسعد (١٩٩٩): التسويق الفعال، الأساسيات والتطبيق مكتبة الشقري.
٢٧. عريضة. احمد السيد (٢٠٠٠): اختبارات الجودة الشاملة للأثاث (المطبخ) بحث منشور المؤتمر العلمى الخامس (الاقتصاد المنزلى والبيئة)، كلية الاقتصاد المنزلى، جامعة المنوفية، (١٧ - ١٦) يوليو.
٢٨. علي، أحمد سمير كامل (٢٠٠٦): الاستخدام المتكامل للفضاء في المسكن المصري ذو المساحات الصغير، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان.
٢٩. عمارة، ناريان محمد (٢٠٠٤): اثر اعلانات الانترنت على السلوك الشرائى للشباب الجامعى المصرى رسالة ماجستير، كلية التجارة، جامعة عين شمس.
٣٠. غنيم، رحاب غنيم عبد الكريم (٢٠٠٠): العوامل المؤثرة على تأثيث مسكن المقبل على الزواج، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم إدارة المنزل والمؤسسات، كلية الاقتصاد المنزلى، جامعة المنوفية.
٣١. فوزى، أحمد أمين (٢٠٠٣): مبادئ علم النفس الرياضى المفاهيم والتطبيقات دار الفكر العربى، الإسكندرية.
٣٢. قاسم، أميمة إبراهيم (٢٠٠٣): اختبارات الأثاث كأحد وسائل تقييم جودة المنتج بحث منشور، علوم وفنون، جامعة حلوان، المجلد الخامس عشر العدد الرابع، أكتوبر.
٣٣. لطفي، فاتن مصطفى كمال (١٩٩٦): دراسة تأثير بعض العوامل الاقتصادية والاجتماعية على آراء الفتيات المقبلات على الزواج نحو تأثيث وتجهيز المسكن الحديث، بحث منشور المؤتمر المصرى للاقتصاد المنزلى، جامعة المنوفية، (٢٤ - ٢٥ مارس).
٣٤. لطفي، سامية إبراهيم (١٩٩٧): موسوعة الملابس، كلية الزراعة - جامعة الإسكندرية.
٣٥. محمد، سامي عبد الرحمن (١٩٩٥): التأثير الجمالى والوظيفي للون في تشطيب الأسطح الخشبية، بحث منشور علوم وفنون، جامعة حلوان، المجلد السابع، العدد الرابع، أكتوبر.
٣٦. محمد، عدلى سيد (١٩٩٣): اثر اعلانات التليفزيون على السلوك الشرائى للججمهور المصرى دراسة ميدانية على عينة من مدينة القاهرة.
٣٧. محمد، سمحاء سمير إبراهيم (٢٠٠٤): الملائمة الوظيفية للمسكن وعلاقتها بالسلوك العدوانى لشباب الجامعة، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الاقتصاد المنزلى، جامعة المنوفية.
٣٨. محمود، داليا محمد أنور (٢٠٠٥): العوامل المؤثر على تصميم المسكن المتميز رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الهندسة، جامعة المنوفية.

٣٩. مسلم، مهجة محمد إسماعيل & الدويك، عبير محمود (٢٠٠٣): دورية الأسرة في اختيار الأثاث والمفروشات وعلاقته بالتوافق الأسري والرضا السكني. مجلة بوث الاقتصاد المنزلي، مجلد ١٣، العدد ٣٣، ٤. كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية.
٤٠. مسلم، مهجة محمد إسماعيل (١٩٩٧): مشكلات التأثيث في الإسكان الاقتصادي، دراسة تقييمية على عينة من الإسكان الاقتصادي الحكومي بشبين الكوم، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية.
٤١. مصطفى، ولاء عبد الرحمن محمد محمد (٢٠٠٦): وعي وممارسات ربة الأسرة نحو اختيار واستخدام والعناية بالأثاث والمفروشات المنزلية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية.
٤٢. منصور، عبد المجيد سيد احمد & الشرييني، زكريا احمد (٢٠٠٥): الشباب بين صراع الأجيال المعاصر والهندي الإسلامي (المشكلات - القضايا - مهارات الحياة)، الطبعة الأولى، دار الفكر العربي، القاهرة.
٤٣. نوفل، ربيع محمود على (٢٠٠٦): الإدارة المنزلية الحديثة، دار الناشر الدولي، الرياض.
٤٤. - - - - (٢٠٠٦ ب): اقتصاديات الأسرة وترشيد الاستهلاك، دار الناشر الدولي، الرياض.

Direction towards the interior design of the house and its relationship to the requirements of the buying behavior among young couples

Mona Moustafa AL-Zaki

Assistant Professor and Head of Department of Management institutions of family and childhood Home Economics College – AL.Azhar University

Abstract

The research was mainly study the relationship between the direction of the young couples about interior design requirements for dwelling and behavior SPV and determined the research problem in the detection of the relationship between the youth trend couples about interior design requirements for dwelling and behavior SPV formed the research sample of 240 young people couples (Zkoroanat) from different economic and social levels, the sample was collected from the western province of psoriasis way object-been field application during the month of December 2014, and formed the search tool of: public data for young people form couples, the next questionnaire youth trend to marry about interior design requirements for housing, purchasing behavior for young people to get married next questionnaire (all of which are prepared by the researcher).

Summary of results :

- The presence of correlation between the direction of the relationship of young couples about the interior design of analgesic requirements Bmahorh and the buying behavior Bmahorh.
- The presence of D. contrast statistically in purchasing behavior for young couples depending on the level of their direction towards the interior design of the house for the benefit of top-level requirements.
- There are significant differences between the averages of the youth in the total sample their direction towards the interior design of the house depending on the requirements of some of the economic and social level of youth variables (sex "in favor of females" - the place of residence "for the benefit of the countryside").

- There are significant differences between the averages of young research sample in purchasing behavior according to some of the economic and social levels of youth variables (sex "in favor of the female" Served young "for the benefit of young people who do not work" - the place of residence "for the benefit of the countryside").
- The lack of statistically significant differences between the averages of the youth in the total sample their direction towards the interior design of the house depending on the requirements of the work of the young man, "for the benefit of young people who do not work."
- Lack of D. contrast statistically in the direction of the young couples about interior design requirements for dwelling and in the buying behavior depending on the level of monthly household income.

Research Recommendations :

- Work training colleges Home Economics for young couples on the conditions and the form of the health of housing styles and ways to correct the purchase.
- Work training courses in various institutions on how to choose the right furniture for the house and its relevance to the needs of the future family.
- The need to educate families on the involvement of young people coming in to buy their marriage through paragraphs in television programs to educate the next young to marry the buying of good behavior.