

نموذج لتفسير النباين في قرارات تنظيم الأسرة الناتج
عن المتغيرات الديمغرافية للزوجين
دراسة تطبيقية على محافظة الدقهلية

دكتور **أحمد على جبر**
كلية التجارة - جامعة المنصورة

تقديم :

ان المتتبع للدراسات التسويقية التي تعرضت لموضوع السلوك الاستهلاكي للأسرة يلاحظ أن هناك مجالين رئيسيين لمعظم هذا النوع من الدراسات حيث يختص المجال الأول منهما بالمراحل التي يمر بها قرار الأسرة منذ مرحلة صنع القرار فعملية الشراء ثم السلوك الاستهلاكي .

وتتعرض معظم الأبحاث الخاصة بالمجال الثاني لطبيعة قرار الشراء وعلاقته ببعض الصفات الديمغرافية للزوجين ، ويمكن تبويب مجال الدراسات الأخيرة الى ثلاث مجموعات رئيسية تتعرض المجموعة الأولى منها لدرجة الاهتمام الذي يبديه كل من الزوجين بموضوع الشراء ، وتختص المجموعة الثانية بدور كل من الزوجين في القرار ، وتهتم المجموعة الثالثة باستراتيجيات الأقسام التي يستخدمها كل طرف لاقناع

الطرف الآخر بالقرار (١)

ورغم أن مجال الدراسة الخاص بطبيعة قرار الشراء قد حاول إيجاد علاقة بين طبيعة القرارات الأسرية وبعـض الصفات الديمغرافية للزوجيه ، إلا أنها لم تساهم بشكل كاف في إيجاد تفسير لأسباب التباين في القرارات الشرائية الناتج عن الاختلاف في هذه الصفات بالشكل الذى يحقق مزيدا من الفهم لطبيعة هذه القرارات ، وبما يمكن رجال التسويق من ترشيد استراتيجياتهم التسويقية تبعا لمعرفةهم لهذه المتغيرات .

مشكلة البحث :

يعتقد الباحث أن عدم القدرة على تفسير أسباب التباين في قرارات الشراء الأسرية يرجع الى المعالجة الجزئية للمتغيرات التى تؤثر فى هذه القرارات من ناحية ، والى أساليب التحليل التى استخدمت لتفسير هذه العلاقات من

(١) راجع فى ذلك على سبيل المثال :

- Donald J.Hempel, " Family Buying Decisions Across-Cultural Perspective" Journal of Marketing Research, Vol.XI, (August 1974),P.300
- Harry L.Davis, " Decision Making Withim The Household" Journal of Consumer Research, Vol.2 (March 1976) , p.27.
- Philip Kotler, Marketing For Nonprofit Organizations, 2nd ed., (Englewood Cliffs, New Jersey, Prentice-Hall, Inc., 1982),P.236.
- Eli P. Cox III, " Family Purchase Decision . Making and the proces of Adjustment" Journal of Marketing Research, Vol, XII(May 1975), P.189.

ناحية ثانية ، حيث اهتمت مجموعة من الدراسات بمعرفة أثر المتغيرات الديمغرافية للزوجين على درجة اهتمام كل منهما بموضوع الشراء وما يبذله من جهد وما يقضيه من وقت ، في حين ركزت مجموعة اخرى على دور كل منهما في القرار ، واقتضت المجموعة الثالثة على دراسة درجة التباين الموجود بين آراء كل من الزوجين في قرارات الشراء واستراتيجيات الاقتناع التي تستخدم لاقتناع الطرف الآخر دون ربط أو تحديد لمسارات هذه المراحل وعلاقتها بطبيعة قرار الأسرة ، كما اعتمد معظم الباحثين في دراسة علاقة المتغيرات الديمغرافية للزوجين بهذه القضايا على أساليب تحليلية لا توضح العلاقة السببية بين المتغيرات المستقلة والتابعة .

ونظرا لأن هناك نقما في تطبيق هذه الموضوعات على قضايا التسويق الاجتماعي ، فسوف يعتمد الباحث في دراسته التطبيقية على القرارات التي تتخذها الأسرة في مجال تنظيم الأسرة خاصة وأن هذه القرارات لا تتوافق مع اهداف المسؤولين بمصر ، حيث توضح دراسة^(١) نتائج تنظيم الأسرة انخفاض معدلات الاسن التي اتخذت قرارا بممارسة عملية التنظيم فلم تتجاوز نسبتها ٢٣٨ ٪ عام ١٩٨٠/١٩٧٩ رغم أن الهدف المحدد في الخطة هو الوصول بهذا المعدل الى ٤٠ ٪ من الاسر التي في سن الانجاب ، ويوضح التحليل على مستوى المناطق الجغرافية والريفية أن هذه النسبة قد بلغت ٤٥ ٪ ، ١٢٩ ٪ بالمنطقتين على التوالي* ، ومما يزيد من تعقد هذه المشكلة

(١) حاتم سعد قابيل ، التسويق الاجتماعي ودوره في تخطيط

برامج تنظيم الأسرة بالتطبيق على جمهورية مصر العربية ، رسالة دكتوراه ، كلية التجارة جامعة المنصورة ، ١٩٨٢ ،

ص ٢٣٨ .

* معنوى عند مستوى ٠.٠١ .

انخفاض معدلات الزيادة السنوية فى الأسر التى تتخذ قرارا بممارسة التنظيم حيث لم ترتفع سوى من ٢٣ر٥ ٪ عام ١٩٧٥/١٩٧٤ الى ٢٣ر٨ ٪ عام ١٩٨٠/١٩٧٩*، مما يوضح أنه لا يوجد تقدم ملموس فى نسبة الأسر التى تتخذ قرارا بتنظيم النسل رغم مضاعفة الجهد والتكلفة التى تنفق فى هذا المجال (١)

فروض البحث :

يقوم هذا البحث على افتراض أنه يمكن تفسير التباين فى قرارات الاسرة الناتج عن المتغيرات الديمغرافية للزوجين عن طريق نموذج تحليل المسار لهذه المتغيرات حيث تحدد المرحلة الاولى المتغيرات التى تؤثر فى درجة الاهتمام الذى يبديه كل منهما ، ثم دور كل من الزوجين فى القرار ، فاستراتيجيات الإقناع التى يستخدمها كل طرف لاقتناع الطرف الآخر ، وأخيرا القرار الذى تتخذه الاسرة ، ويمكن تصور فروض البحث تبعا لمراحل تحليل المسار والمتغيرات التى تؤثر فى كل مرحلة كما يوضحها النموذج على النحو التالى : (٢)

(١) ان المتغيرات الديمغرافية المتعلقة بالجنس ، والدخل الذى يساهم به كل من الزوجين ، وعمر كل منهما ، وفترة الزواج ، وعدد الأبناء ، ونوعية التربية ،

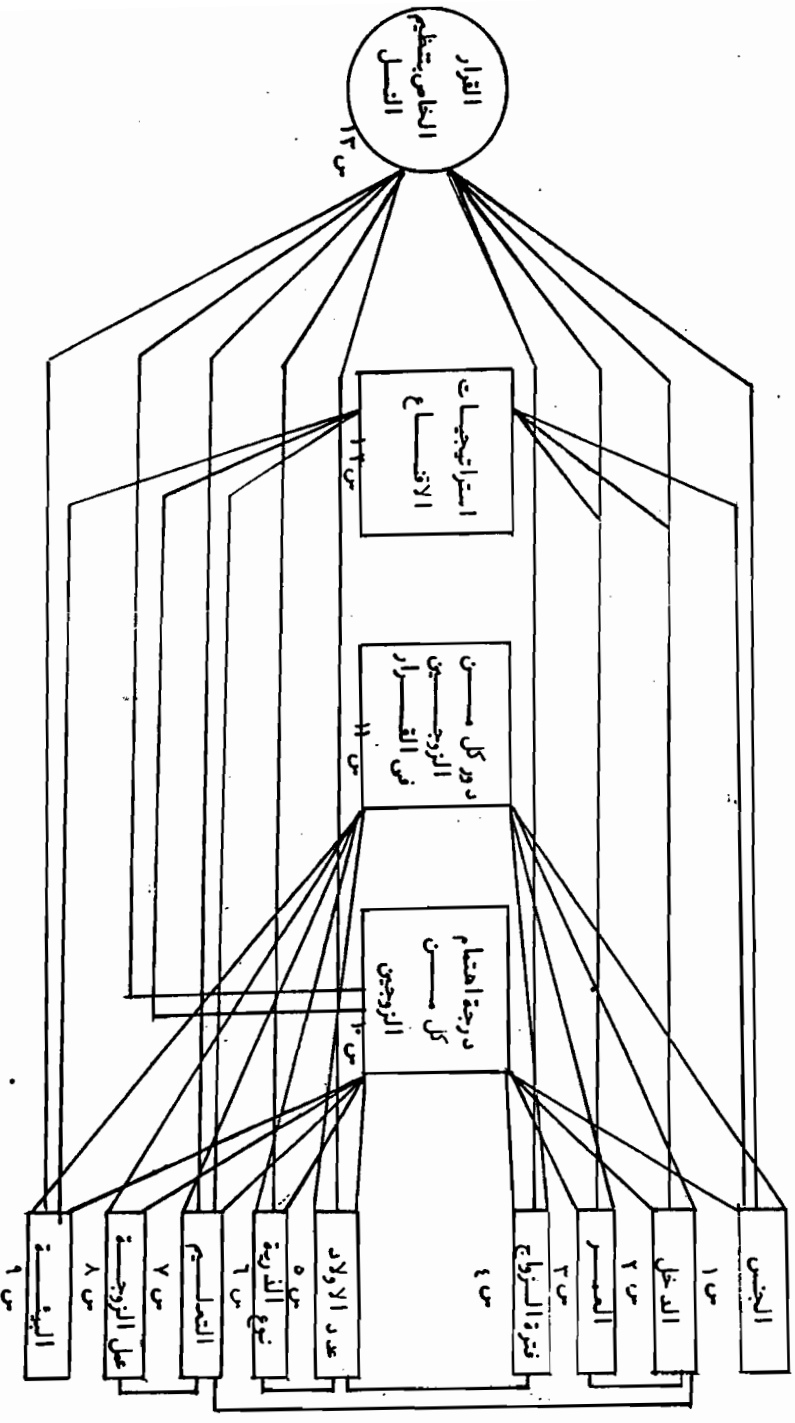
* غير معنوى عند مستوى ٠.٥

(١) عبد الحميد لطفى وآخرين ، تنظيم الاسرة فى المجتمع المصرى ، دراسة استطلاعية فى بعض المحافظات الريفية ، جامعة عين شمس ، كلية الآداب ، كلية التربية ،

١٩٧٨ ، ص ١٠

(٢) شكل رقم (١)

٢٨ -
 شكل رقم (١)
 نموذج تحليل مسار المتغيرات الديمغرافية المتفسير للقرارات المتخذة



ومستوى تعليم كل من الزوجين ، وعمل الزوجة ، والبيئة
تساهم بدرجة معنوية فى تفسير أسباب التباين فى
درجة اهتمام الزوجين بموضوع تنظيم الأسرة .

(٢) ان المتغيرات المتعلقة بالجنس والدخل الذى يساهم فيه
كل من الزوجين ، وعدد الأبناء ومستوى تعليم كل من
الزوجين ، وعمل الزوجة ، والبيئة ، ودرجة اهتمام
كل من الزوجين بموضوع تنظيم الأسرة تساهم بدرجة
معنوية فى تقدير دور كل من الزوجين فى القرار
الخاص بهذه القضية .

(٣) ان المتغيرات المتعلقة بالجنس ، ودخل كل من الزوجين ،
وعمر كل منهما ، وعدد الأبناء ومستوى تعليم كل من
الزوجين ، وعمل الزوجة ، والبيئة ، ودرجة الاهتمام
بموضوع تنظيم الأسرة ، ودور كل من الزوجين فى
القرارات المتعلقة بتنظيم الأسرة يساهم بدرجة معنوية
فى تحديد استراتيجيات الاقناع الفعالة التى
يستخدمها كل طرف لاقناع الطرف الآخر .

(٤) ان المتغيرات المتعلقة بالدخل ، وعمر كل من الزوجين ،
وفترة الزواج ، وعدد الاولاد ، ونوع الذرية ، وعمل
الزوجة ، والبيئة ، ودرجة الاهتمام بموضوع تنظيم
الأسرة ، ودور كل من الزوجين فى القرار
واستراتيجيات الاقناع المستخدمة تساهم بدرجة معنوية
فى تفسير التباين فى القرار الخاص بتنظيم الأسرة
الذى يتخذه الزوجان .

الدراسات السابقة :

ان المتتبع للدراسات التسويقية التي تعرضت لموضوع المتغيرات الديمغرافية وعلاقتها بطبيعة قرار شراء الأسرة يلاحظ انه يمكن تقسيم أهم هذه الدراسات الى ثلاث مجموعات رئيسية يمكن تبويبها على النحو التالي :

مجموعة الدراسات التي تعرضت لدرجة الاهتمام الذي يبديه العملاء والعوامل الديمغرافية التي تؤثر فيه . ويقعد بالاهتمام هنا الوقت والجهد الذي يبذله الفرد لدراسة موضوع شراء سلعة معينة ، وحالة الاندماج التي يعيشها عند الرغبة في اتخاذ قرارا بشراء شيء معين . ورغم انه قد زاد الاهتمام بهذا الموضوع منذ بدايات الثمانينات حتى الآن الا أنه قد بدأ الاهتمام به منذ عام ١٩٤٧ ، ولكنه اقتصر على دراسة مدى اهتمام العملاء بموضوع المنتجات الملبوسة ولم يتغرض لقضايا التسويق الاجتماعي . (١)

(1) Mark E. Slama & Armen Tashchian ,
" Selected Socioeconomic and Demographic
Characteristics Associated with purchasing
involvement , Journal of Marketing , Vol.
49 (Winter 1985) , P.79.

وقد اهتمت بعض الدراسات التي تعرضت لطبيعة القرار الأسرى بدور كل من الزوجين فى اتخاذ القرار وأثر بعض المتغيرات الديمغرافية على دور كل منهما^(١)، وأظهرت نتائج بعض هذه الدراسات ان هذا الاختلاف يرجع الى درجة التسلط لدى الزوجين ، فالطرف المتسلط يكون أكثر ميلا الى اتخاذ القرارات من الطرف الآخر^(٢) .

واهتمت دراسات أخرى بأثر الاختلاف فى السلعة موضوع القرار على الشخص متخذ القرار حيث يكون الزوج عادة هو صاحب الحق فى اتخاذ القرارات بالنسبة لبعض السلع وخاصة الاجتماعية ، فى حين تكون الزوجة صاحبة القرار بالنسبة للسلع الغذائية ويكون لكل منهما دور مشترك فى القرارات المتعلقة ببعض السلع والخدمات كالمسكن وأماكن وطريقة قضاء وقت الفراغ^(٣) .

(١) راجع فى ذلك على سبيل المثال :

- Harry L.Davis, " Measurement of Husband-Wife Influence in consumer purchase Decisions" Journal of Marketing Research, Vol.8, (August 1971), P. 309.

(2) Robert T. Green, et. al., " Societal Development and Family purchasing Roles: Across National study", Journal of consumer Research , Vol. 9 (March 1983), P. 436.

(3) Harry L. Davis, " Dimensions of Marital Roles in consumer Decision Making", Journal of Marketing, Vol., 7, (May 1970), P.171.

وقد اهتمت المجموعة الثالثة من هذه الدراسات بالطرق التي يستخدمها كل من الزوجين لاقتناع الطرف الآخر وخاصة بالنسبة للقرارات التي يمتد تأثيرها على الأسرة ككل ، والصفات الديمغرافية التي تؤثر في هذه الاستراتيجيات .

وقد اوضحت الدراسة أنه لا يوجد اتفاق في الآراء في العادة بين الزوجين بالنسبة لهذا النوع من القرارات ، فقد اوضحت الدراسات أن غالبية الأسر التي شملتها الدراسة لم يكن بينها اتفاق في الآراء على القرارات الشرائية التي تمت دراستها ، كما اوضحت نفس الدراسات انخفاض درجة التوافق بين اجابات السيدات والرجال ، بل لقد تبين أن الاختلاف بين الزوجين اللذين يمثلان شقافة واحدة يكون أعظم من الاختلاف الذي يحدث بين أبناء الجنس الواحد على قرارات الشراء حتى ولو كانوا يمثلون ثقافات مختلفة .

ولذا فقد اهتم رجال التسويق بدراسة الأساليب التي يلجأ اليها أحد الزوجين لاقتناع الطرف الآخر حتى لا يحدث تعارض في الآراء يؤدي الى معوية اتخاذ القرارات وخاصة ما يتعلق بالقضايا التي تهم كلا الطرفين أو ينعكس تأثيرها على الأسرة ككل .

وقد اوضحت هذه الدراسات أن هناك العديد من الأساليب التي يلجأ اليها كل طرف لاقتناع الطرف الآخر ، وقد تمت دراسة أهم الاستراتيجيات التي يستخدمها

كل من الزوجين والظروف التي تستخدم فيها كـ
استراتيجية أو أكثر ، كما اهتمت هذه الدراسات
بالتغيرات الديمغرافية التي تؤثر في نوع الاستراتيجية
التي يلجأ اليها كل طرف .

وقد أظهرت نتائج هذه الدراسات أن التعليم ،
والدخل ، والمرحلة العمرية للأسرة ، وعدد الأولاد، والعمر
تؤثر في نوع الاستراتيجية التي يلجأ اليها أحـد
الزوجين لاقناع الطرف الآخر (١) .

وقد أضافت إحدى الدراسات الى هذه المتغيرات
عامل الاهتمام أو درجة الشعور بأهمية الموضوع كمتغير
محدد لنوع الاستراتيجية (٢)

(1) Rosann L. Spire , " Persuasion in Family
Decision Making", Journal of consumer
research, Vol. 9 (March 1983), PP.393-
402.

(2) Alvin C. Burns and Granbois H. Donald,
" Factors Moderating the resolution of
Preference conflict in family Automobile
Purchasing", Journal of Marketing research,
Vol. 14, (February 1977), P.85.

- Alvin C. Burns and Granlois H. Donald, op.
Cit., p.81

ورغم الاضافات القيمة التى أضافتها هذه الأبحاث الى الكتابات التسويقية ، فان الباحث يمكنه أن يستخلص أربعة ملاحظات رئيسية على هذه الدراسات يمكن الاشارة اليها بايجاز فيما يلى : (١)

(١) ان كل باحث حاول ايجاد علاقة بين بعض المتغيرات الديمغرافية كمحددات مستقلة وعلاقتها بمتغير واحد من المتغيرات الخاصة بالأهمية ودور كل من الزوجين واستراتيجيات الاقناع باستثناء احدى الدراسات التى ربطت بين بعض المتغيرات الديمغرافية ودرجة الاهتمام من ناحية واستراتيجيات الاقناع من ناحية أخرى دون أن تربط هذه الدراسات بين هذه المتغيرات وطبيعة القرار بعفة متكاملة حتى يمكن ايجاد تفسير للتباين فى قرارات الأسرة الناتج عن هذه المتغيرات .

(٢) ان معظم هذه الدراسات قد اعتمدت على أساليب الارتباط واختيار كإو " ت " فى التحليل وهى أساليب لا توضح العلاقة السببية بين المتغيرات المستقلة والتابعة ، وحتى بالنسبة لبعض الدراسات التى اعتمدت على أسلوب تحليل الانحدار فان هذا الأسلوب لم يستخدم كإسلوب أمثل لتفسير كثير من العلاقات

(١) راجع فى ذلك على سبيل المثال :

- Donald J. Hempel , op. Cit. , p. 295.
- Harry L. Davis, op.cit., pp. 241-260..
- Robert T. Green et., op., cit., pp.430-441.

السببية فى القضايا السلوكية (١).

(٣) ان معظم الدراسات لم تعط الاهتمام الكاف لأثر الاختلاف فى البيئات المحلية ، وحتى بالنسبة لمعظم الدراسات التى ركزت على أثار الاختلافات البيئية على القرار الأسرى فان تركيزها قد انحصر فى أثر الاختلاف فى الشفافة بين الجنسيات وليس بين الجنسية الواحدة. (٢)

(٤) ان هذه الدراسات قد اقتصرت على المنتجات الملموسة دون التعرض للقرارات المتعلقة بقضايا التسويــــــــــــــــق الاجتماعى رغم أهميتها وانعكاس تأثير الكثير منها على الأسرة كالقرارات المتعلقة بالتدخين أو تنظيم الاسرة أو غيرها من القرارات الحيوية (٣).

(١) صلاح الدين محمود علام ، تحليل البيانات فى البحوث النفسية والتربوية ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٨٥ ، ص ٧١٦

(2) Charles M. Schaminger, et. al., "French-English Candian Subcultural Consumption Differences", Journal of Marketing, Vol., 49 (Spring 1985), P. 83.

(3) Paul N. Bloon & Eilliam D. Novelli, "Problems and challenges in social Marketing", Journal of Marketing, Vol., 45, (Spring 1981), P.80.

أهمية البحث وحدوده :

يقدم هذا البحث نموذجا لتفسير التباين فى قرارات تنظيم الأسرة الناتجة عن المتغيرات الديمغرافية للزوجين ، وبيان درجة أهمية كل متغير فى تأثيره على القرار، كما يوضح العلاقة المتتابة لتأثير كل مجموعة من المتغيرات فى كل مرحلة من مراحل التحليل الرئيسية^(١)، حيث يوضح النموذج نسبة مساهمة مجموعة المتغيرات الديمغرافية فى درجة الاهتمام الذى يبديه كل من الزوجين بموضوع تنظيم الأسرة، ثم مساهمة المجموعة الثانية من المتغيرات الديمغرافية - بما فيها المتغير التابع فى المرحلة السابقة - فى تحديد دور كل من الزوجين فى اتخاذ القرار الخاص بهذه القضية ثم مدى مساهمة المجموعة الثالثة من المتغيرات الديمغرافية - بما فيها المتغيرات التابعة فى المرحلتين السابقتين - فى تحديد استراتيجيات الاقناع التى يستخدمها كل طرف لاقناع الطرف الآخر، وأخيرا مدى مساهمة مجموعة المتغيرات السابقة - بما فيها المتغيرات التابعة - فى تفسير التباين الخاص بقرارات تنظيم الأسرة اعتمادا على أسلوب تحليل المسار نظرا لأن أسلوب تحليل الانحدار بطريقته التقليدية الذى يقوم بالتحديد الكامل لعلاقة المتغير التابع بعدد من المتغيرات المستقلة قد أصبح استخدامه أمرا غير مقبول فى كثير من الدراسات

(1) Norman H. Nie, et. al., Statistical Rockage for the social sciences, (SPSS), 2nd . ed ., New York : McGraw-Hill Inc., 1975, P. 386.

السلوكية . (١)

ومما يزيد من أهمية هذه الدراسة أنها سوف تساعد رجال التسويق الاجتماعى على فهم المحددات الديمغرافية الرئيسية التى تفسر التباين فى القرارات المتعلقة بتنظيم الأسرة وطريقة تتابع هذه المحددات وتأثير كل منها على غيرها من المراحل بما يمكنهم من التدخل فى هذه العوامل والتأثير فيها وفقا لطبيعة كل منها والمرحلة التى تعمل فيها وبالشكل الذى يحقق مصلحة الأسرة والمجتمع بطريقة أكثر فعالية ، كما يساعد هذا التحليل على تفهم الصفات الديمغرافية المفسرة لقرارات تنظيم الأسرة مما يمكن من استخدامها فى تقسيم العملاء تبعا لهذه الصفات وانعكاسها على سلوك كل منهم نحو موضوع تنظيم الأسرة .

ويلاحظ أن هذا النموذج سوف يقتصر على دراسة تفسير التباين فى القرارات الناتجة عن المتغيرات الديمغرافية للزوجين دون غيرها من المتغيرات كالمجهودات التسويقية التى يبذلها رجال التسويق على سبيل المثال ، كما تم استبعاد متغير الديانة من مجموعة المتغيرات الديمغرافية العشرة التى شملتها استمارة الاستبيان الأولية حيث أغفل ٦٤ ٪ من المفردات الخمسين - التى تمت دراستها لتقييم الاستمارة قبل تعميمها على عينة البحث - الاجابة على هذا المتغير .

(١) محمد السيد الامام ، تحليل مسارى لمحددات المشاركة المجتمعية ، دراسة ميدانية فى قريتين مصريتين ، المنظمة العربية للتنمية الزراعية ، الندوة القومية عن الارشاد الزراعى فى الوطن العربى ، سبتمبر ١٩٨٥

البيانات ومجتمع البحث والعينة :

اعتمدت الدراسة على البيانات الثانوية المنشورة عن تنظيم الاسرة ، والدراسات التسويقية المتعلقة بالقرارات الأسرية ، وكذلك على نتائج ومشكلات وأساليب تحليل المسار وتطبيقاته ، كما اعتمدت الدراسة على البيانات الأولية للحصول على المعلومات الخاصة بمجموعة من الاسر التي تمت دراستها ضمن العينة للتأكد من مدى سلامة النموذج ومناسبة المتغيرات التي اعتمدت عليها وبيان مدى معنوية العلاقة التي شملها .

وقد اعتبرت الاسرة التي فى سن الانجاب سواء كانت تمارس عملية التنظيم أم لا هى مفردة البحث ويمثلها الزوج والزوجة كل على حدة باستمارة مستقلة ، وقد اعتمد على هذا الأسلوب كثير من المتخصصين فى دراسات القرارات الأسرية . (١)

ونظرا لأن مجال الدراسة هو محافظة الدقهلية التى يقطنها ٥٨٥ ألف أسرة تقريبا ، منها ١٧٥ ألف أسرة بالحضر و ٤١٠ ألف أسرة بالريف (٢) ،

(١) راجع فى ذلك على سبيل المثال :

Robert T. Green , et. al . , op. cit. , p. 439.

(٢) الجهاز المركزى للتعبئة العامة والاحصاء ، المؤشرات

الاحصائية لجمهورية مصر العربية ، ١٩٨٢ ، ص ١١ .

وحيث أنه لا توجد احصاءات توضح عدد الأسر التي فى سن الانجاب ، ويععب استخدام معدلات الاعمار لتحديد نسبة هذه الأسر فى مجتمع البحث لأن ذلك يرتبط بعمر كل من الزوج والزوجة ، فسوف يأخذ الباحث بجانب الحيطة فى تقدير حجم العينة ، ويعتبر عدد الاسر فى محافظة الدقهلية هو حجم المجتمع .

وقد تم تقدير حجم العينة على اساس درجة ثقة ٩٥٪ ونسبة توافر الخاصية الرئيسية المطلوب دراستها فى المجتمع مر . ومعدل الانحراف الذى يقبله الباحث بين النتائج فى العملية والمجتمع لا تتجاوز ٥٪^(١) ، وعلى ذلك فان حجم العينة ٣٨٤ أسرة ، ونظرا لأهمية البيئة على الدراسة باعتبارها أحد المتغيرات الرئيسية التى تؤثر فى كثير من الموضوعات التى سوف تتم دراستها فقد تم تقسيم العينة على الريف والحضر بنسبة الأسر فى كل قطاع أى ١١٥ أسرة من الحضر و ٢٦٩ أسرة من الريف نظرا لعدم توافر بيانات عن الانحراف المعيارى لكل من الحضر والريف .

هذا بالاضافة الى ٥٠ مفردة أخرى تم اختيارها على نفس الأسس لاختبار مدى معداقية النموذج .

(1) David A. Aaker & George S. Day,
Marketing Research, 2nd ed., New York:
John Wiley & sons Inc., 1983, P. 323.

وقد تم اختيار العينة على أساس احتمالى لتتناسب مع طبيعة تحليل المسار الذى اعتمد عليه البحث لتقييم النموذج ومحدداته ، وحيث أنه لا يوجد اطار بالاسر فى المحافظة ، فقد اعتمدت الدراسة على عينة مساحات من ٣ مراحل ، حيث تم فى المرحلة الاولى اختيار قسمين من مناطق الحضر بعاصمـة المحافظة بطريقة عشوائية وهما قسم المنصورة وطلخـا ، كما تم فى نفس المرحلة اختيار ثلاث من قرى الدقهليـة هى كفر غنام ، بدواى والجزيرة .

وفى المرحلة الثانية تم اختيار ثلاثة فـقـوع من كل قسم وقرية من القرى التى تم اختيارها ثم طلب مـن المقابلين مقابلة الاسر التى تقع فى المنازل التى تحمل الارقام الفردية حتى يستكمل حجم العينة فى كل من الريف والحضر، وفى حالة عدم استكمال بيانات احدى الاسر لسبب أو آخر فقد طلب من المقابل اسقاطها من حجم العينة واختيار المفردة التى تليها بشرط ان تكون ضمن العقارات التى تحمل أرقاما فردية حتى لا يترك للمقابل حرية اختيار المفردات .

وقد قام بزيارة كل مفردة من العينة شاب وشابـة من طلبة الدراسات العليا والفرقة الرابعة لشعبـة ادارة الاعمال تخصص تسويق ، وقد تم استبعاد الاسر التى كان عمر الزوجة فيها يزيد عن ٥٥ سنة على اعتبار أنها لاتمثل الاسرة التى فى سن الانجاب .

وقد أوضح التحليل الاحصائى^(١) لبعض العوامل التى كانت لها أهمية فى الدراسة وتتوافر احصاءات مـن

توزيعها فى المؤشرات الاحصائية التى ينشرها الجهاز المركزى
للتعبئة العامة والاحصاء عدم وجود فروق معنوية بين العينة
والمجتمع . (١)

جدول رقم (١)
توزيع مفردات العينة والمجتمع
بالدقهلية تبعا لبعض العوامل
الديمغرافية

البيان	توزيع العينة	توزيع المجتمع
متوسط عدد افراد الاسرة	٥٦٣	٥٨١٤
نسبة الذكور الى عدد السكان	٤٩٣١ %	٥٠٠٤٥ %
نسبة سكان الحضر الى السكان	٤٢٦٢ %	٤٠٠٧٧ %

x معنوى عند مستوى ٠.٥

xx معنوى عند مستوى ٠.٠١

(١) الجهاز المركزى للتعبئة العامة والاحصاء، المؤشرات

الاحصائية ، مرجع سبق ذكره ، ١٩٨٢ ، ص ١٧

الاستقصاء والتحليل :

اشتملت استمارة الاستبيان على أربع مجموعات من الأسئلة تغطى كل مجموعة مرحلة من مراحل نموذج تحليل المسار ، وتتكون المجموعة الاولى من ١١ عبارة لتوضيح درجة الاهتمام التى توليها المفردة لموضوع تنظيم الأسرة وتوضح مدى الاندماج الذى تعيش فيه عند اتخاذ القرار الخاص بهذه القضية ، وتركز هذه العبارات على مدى الجهد والوقت والتكلفة التى تقبل المفردة تحملها فى سبيل الوصول الى قرارات تتعلق بهذا الموضوع ، وقد أعطيت لكل اجابة من العبارات الاحدى عشرة ٥ أوزان ترجيحية ، وقد تم تقسيم البدائل الخاصة بدور كل من الزوجين فى القرار الخاص بالتنظيم الى ٥ بدائل أيضا ، وتضمن الجزء الثالث الأسئلة الخاصة باستراتيجيات الاقناع التى قد يستخدمها كل طرف لاقناع الطرف الآخر ، وتضمن الجزء الأخير من الاستمارة مجموعة من البيانات الشخصية الخاصة بالدخول والجنس والسن وفترة الزواج وعدد الاولاد ونوعياتهم ومستويات التعليم وعمل الزوجة والبيئة او المنطقة باعتبارها من اهم المتغيرات التى يفترض الباحث تأثيرها فى محددات النموذج المقترح ، وقد ترك لتحليل الاحصائى بيان مدى قدرة هذه المتغيرات على تفسير المتغير التابع ، وقد اعتمد الاختبار الاحصائى على اسلوب تحليل المسار باعتباره وسيلة مناسبة لتفسير التباين فى قرارات تنظيم الاسرة اعتمادا على مجموعة من المتغيرات المتتابعة

بشكل أفضل وأكثر منطقية مما يقدمه اسلوب تحليل الانحدار (١) كما يساعد على تفسير العمليات السببية وتجزئة هذه العمليات الى آثار مباشرة وأخرى غير مباشرة لكل متغير من المتغيرات التي اشتمل عليها النموذج ، كما أن هذا الاسلوب يراعى الترتيب الزمنى والسببى لعلاقات المتغيرات الداخلية حيث تؤثر المتغيرات السابقة على المتغيرات اللاحقة وفقا للنموذج المقترح (٢) .

وقد راعى الباحث الفروض الرئيسية اللازم توافرها سلامة استخدام هذا الاسلوب فى التحليل كالتباين المتلائم بين المتغيرات المستقلة والثابتة ، والترتيب الزمنى بينهما والعلاقات الخطية وعدم ارتباط متغيرات البواقي (٣) . كما راعى الباحث فى اختيار المتغيرات التباين المتلائم بينهما وبين المتغير التابع فى كل مرحلة من مراحل تحليل المسار والترتيب الزمنى وذلك اعتمادا على الدراسات التسويقية السابقة بالنسبة لكل مجموعة من المجموعات السابق الاشارة اليها وكذا المنطق وقد تتركز للتحليل الاحصائى التأكد من مدى صحة هذه الافتراضات .

(١) صلاح الدين محمود علام ، مرجع سبق ذكره ، ص ٧١٧ .

(2) Richard L. Oliver and Philip K. Berger, " A Path Analysis of Preventive Health care Decision Models, " Journal of consumer research Septemeber 1979, p.116.

(3) Norman H. Nie, et al., op. cit., P.387.

وقد تم حساب معامل المسار الذى يوضح علاقة المتغيرات
المستقلة بالمتغير التابع على أساس أن :

معامل المسار = معامل الانحدار الجزئى x

الانحراف المعياري للمتغير المستقل (١)

الانحراف المعياري للمتغير التابع

وسوف يستخدم الباحث معاملات المسار العادية
والمعيارية فى التحليل حتى يسهل تفسير النتائج تبعاً
للاهمية النسبية لكل متغير ومدى مساهمته فى تفسير
التباين فى قرار تنظيم الأسرة .

وحتى يتأكد الباحث من استقلالية المتغيرات المستقلة
التي شملها النموذج فقد تم اعداد البرنامج بحيث يقوم
بحساب معفوفة الارتباط بين المتغيرات ، ثم يبدأ فى
اضافة المتغير المستقل الاكثر ارتباطا بالمتغير التابع
مع ملاحظة أن يكون ارتباط هذا المتغير بأى من المتغيرات
الآخري منخفض ، وعند وجود ارتباط بين احد المتغيرات
المستقلة بمتغير مستقل آخر ، يتم اختيار المتغير الاعلى
ارتباطا بالمتغير التابع لتمثيل البعد المطلوب فى
معادلة تحليل المسار واسقاط المتغير الآخر ، وهو ما
حدث بالنسبة للمتغير المستقل الذى افترضه النموذج
والخاص بفترة الزواج س حيث ثبت وجود ارتباط بينه وبين

(١) ملاح الدين محمود علام ، مرجع سبق ذكره ، ص ٢٢٥

العمر وقد تم اختيار متغير العمر " س_٣ " واسقط متغيري فترة الزواج " س_٤ " كما ساهم كبر حجم العينة النسبي في التخلص من مشكلة عدم استقلالية المتغيرات المستقلة (١)

وقد تم حساب مصفوفة معاملات الانحدار عن طريق حساب قيمة ت لكل منها ومقارنتها بقيمة ت الجدولية وبذلك تم التأكد من معنوية معاملات الانحدار كما تم حساب مصفوفة النموذج ككل بحساب قيمة ت ومقارنتها بقيمة ت الجدولية حيث ثبت معنوية النموذج .

حيث ت = معامل الانحدار
الانحراف المعياري له

ف = متوسط مجموعة مربعات الانحدار
متوسط مجموع الباقي

وقد قام الباحث باستخراج معامل الارتباط المتعدد لايضاح درجة العلاقة بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة التي اشتمل عليها النموذج وتم تقدير معاملات المسار للتعبير عن الاثار المتوقعة في المتغير الذي ينتج عن تغير الانحراف المعياري لمتغير آخر بقدر الوحدة بعد تثبيت جميع المتغيرات الاخرى (٢) . ولذا يعطى معني أدق لمعاملات النموذج .

(١) صلاح الدين محمود علام ، مرجع سبق ذكره ، ص ٦٦٢ .

(٢) المرجع السابق ذكره ، ص ٧٢٣ .

وأخيرا فقد تم التأكد من صدق النموذج عن طريق تقدير درجة التقصص فى مربع معامل الارتباط المتعدد أو ما يسمى بطريقة الصدق المستعرض (١).

خطة البحث :

يقسم هذا البحث الى خمسة موضوعات تبعا لخطوات تحليل النموذج ، حيث تحدد الخطوة الاولى مدى مساهمة مجموعة المتغيرات الديمغرافية فى تقدير درجة اهتمام كل من الزوجين بموضوع تنظيم الاسرة ، ثم مدى مساهمة المجموعة الثانية من المتغيرات فى دور كل منهما فى هذا القرار ، وفى المرحلة الثالثة يدرس النموذج مدى مساهمة المتغيرات الديمغرافية فى تحديد نوع استراتيجيات الاقناع التى يستخدمها كل طرف لاقناع الطرف الاخر بتنظيم الاسرة ، وفى المرحلة الرابعة يدرس النموذج مدى مساهمة المتغيرات التى تضمنها فى تفسير التباين فى قرار تنظيم الاسرة الذى يتخذه الزوجان ، وأخيرا النتائج والتوصيات .

(١) المرجع السابق ذكره ، ص ٦٦٣ .

أولا : المتغيرات الديمغرافية
التي تفسر التباين فى
درجة الاهتمام بموضوع
تنظيم الأسرة

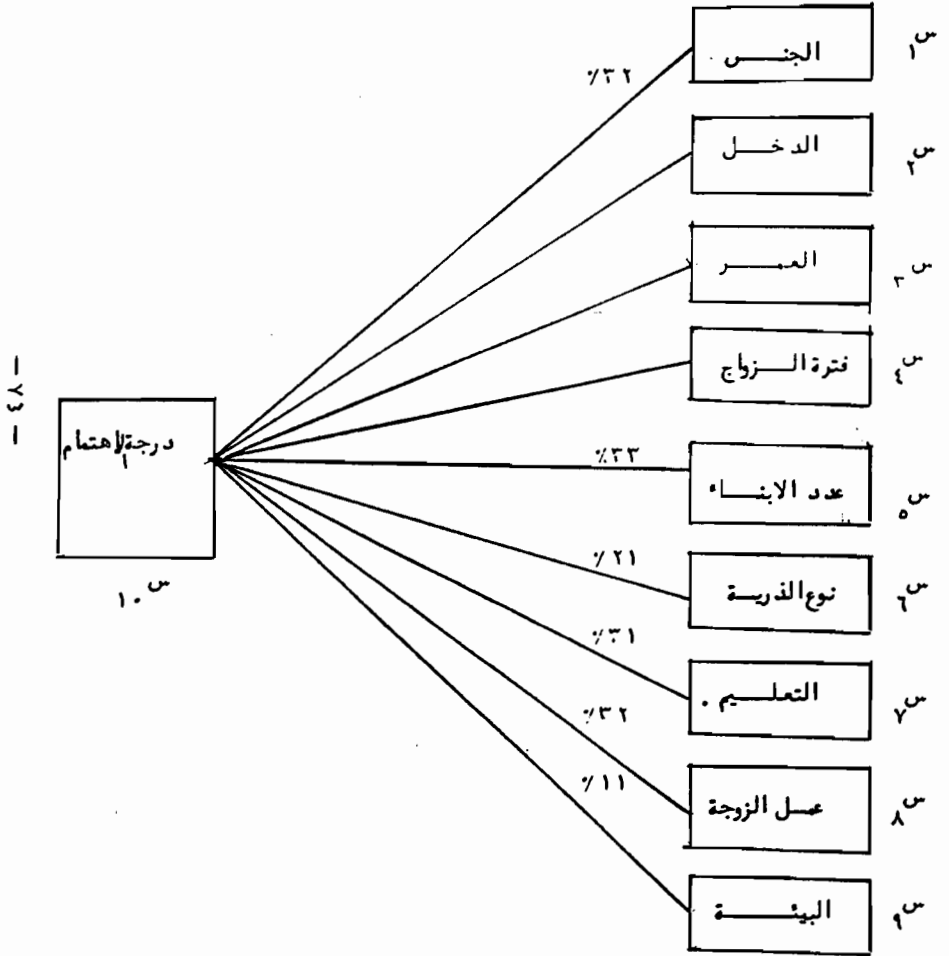
اهتمت الدراسات التسويقية التي تعرضت لموضوع الاهتمام فى السبعينات والثمانينات بتحديد المتغيرات الديمغرافية التي تؤثر فى مدى اهتمام العملاء ، حيث أوضحت أن درجة الاهتمام ترجع الى بعض المتغيرات الديمغرافية. وهى الجنس والدخل والتعليم ووظيفة الزوجة ، ودورة حياة الأسرة (١).

وقد قام الباحث هنا بدراسة هذه المتغيرات بالاضافة الى متغيرات أخرى تمت اضافتها نظرا لطبيعة موضوع الدراسة ومجال الاهتمام الذى يتعرض له موضوع تنظيم الأسرة وهى المتغيرات المتعلقة بموضوع انجاب الاطفال كعددهم ونوعية الذرية والعمر، وكذا اشتغال الزوجة والبيئة التي تعيش فيها الأسرة .

وفى ضوء ذلك يمكن تحديد المتغيرات الديمغرافية التي سوف يختبرها النموذج من حيث تفسيرها للاهتمام فى صورة المعادلة التالية: (٢)

(1) Mark E. Slama & Armen Tash Chian , Op. cit., 80.

شكل رقم (٢)



$$\begin{aligned} & \text{س } 10 = \text{س } 110 + \text{م } 1 + \text{س } 210 + \text{م } 2 + \text{س } 3 + \text{م } 310 \\ & \text{س } 410 + \text{م } 4 + \text{س } 510 + \text{م } 5 + \text{س } 6 + \text{م } 610 + \text{س } 7 + \text{م } 710 \\ & \text{س } 810 + \text{م } 8 + \text{س } 9 + \text{م } 910 + \text{س } 10 \end{aligned}$$

حيث م . تعنى معاملات المسار فى صورتها المعيارية .

س ١ : الجنس

س ٢ : الدخل

س ٣ : العمر

س ٤ : فترة الزواج

س ٥ : عدد الابناء

س ٦ : نوع الذرية

س ٧ : مستوى التعليم

س ٨ : الوظيفة

س ٩ : نوع البيئة

س ١٠ : المتغير التابع

➤ : الخطأ أو التباين الغير مفسر فى المتغير

التابع س ١٠

وقد أوضح التحليل الاحصائي^(١) أن قيمة ف المحسوبة
معنوية عند مستوى ١٠٠. مما يوضح أن المحددات التي
افتترضتها الدراسة تؤثر في تحديد درجة الاهتمام الذي يبديه
كل من الزوجين بموضوع تنظيم الأسرة .

وعلى الرغم من أنه يوجد ارتباط معنوي بين هـ
المتغيرات ودرجة الاهتمام التي تبديها مفردات العينة
بموضوع تنظيم الأسرة إلا أن التحليل الاحصائي لقيمة ت
ومعامل الانحدار الجزئي المعياري يوضح أن محددات الجنس
وعدد الابناء ونوعية الذرية ، والتعليم ، ووظيفة الزوجة
والبيئة هي التي تساهم بشكل معنوي في تحديد مستويات
الاهتمام الذي يبديه الأزواج والزوجات بهذا الموضوع ،
وبمقارنة هذه النتيجة مع ما أسفرت عنه الدراسات السابقة
لموضوع الاهتمام عند المستهلكين بالنسبة للمنتجات الملموسة
نجد أن هناك توافقا بالنسبة لعامل الجنس حيث أوضحنت
الدراسات السابقة أيضا أن المرأة أكثر اهتماما في العادة
من الرجل بالنسبة للسلوك الشرائي ونفس الظاهرة بالنسبة
لعدد الابناء إذ تبين أن الأسرة التي لديها أبناء تكون
أكثر اهتماما بقرارات الشراء وكذا بالنسبة لمستويات
التعليم ، ولكننا نلاحظ أن هناك اختلافا بين نتائج هـ
الدراسة والدراسات السابقة فيما يتعلق بعمل المرأة ، حيث
أوضحت الدراسات السابقة أن المرأة العاملة تكون أقل
اهتماما بموضوع الشراء والمشاكل المتعلقة بقراراته ،
في حين أوضحت هذه الدراسة أن المرأة العاملة تكون أكثر

جدول رقم (٢)
نتائج تحليل مسار المتغيرات الدينامية المفسرة لدرجة الاهتمام

معامل الارتباط الجزيئي المعياري	قيمة ت	معامل الارتباط الجزيئي	معامل الارتباط البسيط	المتغيرات
٠٢٢	xx ٢١١٢	٥٧	xx ٠٤٢	الجنس ١
٠١٩١	١٢٧	٢٧ -	xx ٠٢١ -	الدخل للزوجين ٢
٠١٤٤	١٦٨	٢٧ -	xx ٢٢ -	العمر للزوجين ٣
٠١٨٧	١٨٨٩	٢٢	xx ٢١	فترة الزواج ٤
٢٣٥	xx ٢١١	٦٨	xx ٥٦	عدد الأبناء ٥
٢٠١	xx ٢١١	٤٥	xx ٢٧	نوع التربية ٦
٢١٨	xx ٢١٦	٥١	xx ٤١	التعليم للزوجين ٧
٢٢١	xx ٢٢٧	٤٨	xx ٤٧	عمل الزوجة ٨
٠١١٢	xx ٢١٨	٢٢	xx ٢٧	البيئية ٩

xx معنوية عند مستوى ٠.١
x معنوية عند مستوى ٠.٥

معامل الارتباط المتعدد ٨١
معامل التحديد ٢٧
قيمة ف المعممة ١٢٢٨ xx

اهتماما من الرجل بموضوع تنظيم الأسرة ، ويعتقد الباحث أن هذا شيء منطقي ، فعدم اهتمام الزوجة العاملة بمشاكل الشراء يرجع الى عدم توافر الوقت اللازم لها للاهتمام بهذه الموضوعات في حين أن المرأة غير العاملة يتوافر لها وقت يسمح لها بالانشغال بعملية الشراء ، ولعل السبب الذي جعل الزوجة العاملة لاتهتم بموضوع الشراء هو نفسه الذي جعلها أكثر اهتماما بموضوع تنظيم الأسرة حيث لا تسمح ظروفها بتعدد الذرية وما يتطلبه من وقت وجهد وغيرهما من المشكلات المتعلقة بالانجاب والتربية ، ولذا كانت الزوجة العاملة أكثر اهتماما من غيرها بموضوع تنظيم الأسرة .

ويظهر التحليل أيضا متغيرا آخر لا تظهره الدراسات السابقة وهو نوع الذرية في الأسرة ، ويرجع ذلك الى أن هناك نسبة كبيرة من الأسر ما زالت تصر على انجاب الذكور وبالتالي فانها تظل تهتم بموضوع الانجاب ، في حين أن الأسر التي لديها النوعان من الذرية تكون أكثر اهتماما بموضوع التنظيم ، كما يوضح التحليل أن الأسر التي تعيش في الحضر تهتم بنسبة أكبر من التي تعيش بالريف بموضوع تنظيم الأسرة وهذا منطقي أيضا حيث تختلف المفاهيم والثقافات الخاصة بالانجاب والتربية في المنطقتين .

ويوضح التحليل كذلك أن عملية الدخل والعمر وفترة الزواج تسهم بشكل محدود في التأثير على مستويات الاهتمام لدى الأسرة بالنسبة لموضوع تنظيم الأسرة ، وهذا يوضح صحة الفرض الأول ، ومما يؤكد هذه النتيجة ان معامل التحديد قد بلغ في هذه المرحلة ٠٦٧. أي أن غالبية أسباب التباين

فى درجة الاهتمام بموضوع تنظيم الاسرة ترجع الى هـــــه المتغيرات ، فى حين أن هناك ٠٣٣. من المتغيرات التى تؤثر فى اهتمام الزوجين بهذا الموضوع لم يتضمنها النموذج المقترح كالمتغيرات المتعلقة بالبيئة الخارجية وما يبذله المهتمون بقضية التنظيم من جهد فى هذا المجال .

وتوضح هذه النتائج أنه يجب التركيز فى عملية الاتصال على السيدات المتعلمات ويعملن واللاتى لديهن ذرية من البنين والبنات باعتبارهن من أكثر القطاعات فى السوق اهتماما بموضوع تنظيم الاسرة وبالتالي فان فرصة ممارستهن لعملية التنظيم تكون أكبر من القطاعات الأخرى فى السوق ، فى حين أن القطاعات الأخرى تتطلب أولا وضع برامج تثير اهتمامها بقضية التنظيم حتى تنجح الخطوات التالية لاستقطاب هـــه الأسر ودفعهم الى عملية التنظيم .

وتفيد هذه النتائج أيضا فى تقسيم سوق تنظيم الأسرة على نفس الأسس التى اقترحتها^(١) بعض الدراسات التى تعرضت للمنتجات الملموسة حيث يمكن تقسيم السوق الى قطاع العملاء المهتمين بقضية التنظيم وقطاع غير المهتمين وآخر يمثـل الذين لديهم اهتمام قليل وهكذا ، مما يمكن من وضع المزيج التسويقى الذى يناسب كل قطاع تبعا لمستوى الاهتمام الذى يبديه بموضوع تنظيم الأسرة .

(١) راجع فى ذلك الدراسات السابقة ص

ثالثا : المتغيرات الديمغرافية التى تفسر
التباين فى دور كل من
الزوجين فى قرارات تنظيم الأسرة

اهتم رجال التسويق بدراسة دور كل من الزوجين فى
اتخاذ قرارات الشراء الأسرية حتى يمكنهم تحديد استراتيجيات
الاتعمال وغيرها من عناصر المزيج التسويقى فى ضوء الطرئ
الأكثر تأثيرا فى قرار الشراء بالأسرة .

ويلاحظ أن هذه الدراسات لم تتعرض لموضوع دور كل من
الزوجين فى القرارات المتعلقة بقضايا التسويق الاجتماعى
وخاصة تلك التى تؤثر نتائجها فى كلا الزوجين أو يتطلب
تنفيذها اشتراك كل منهما بشكل واضح كما هو الحال بالنسبة
لقضية تنظيم الأسرة ، ولهذا سوف تتعرض الدراسة هنا لدور كل
من الزوجين والمتغيرات التى تؤثر فيه حيث تختبر
المتغيرات التى ثبت معنويتها فى القرارات المتعلقة بالسلع
والخدمات التقليدية وهى الدخل والتعليم وعمل الزوجة
بالإضافة الى بعض المتغيرات الأخرى التى يفترض البحث أن لها
تأثيرا معنويا على هيكل الأدوار بالنسبة للقرارات المتعلقة
بتنظيم الأسرة وهى الجنس وعدد الأولاد ، بالإضافة الى تأثير
البيئة الحضرية والريفية فى مصر على هذا الدور ، وأخيرا
مدى تأثير درجة الاهتمام الذى يبديه الزوجان فى اتخاذ
القرارات المتعلقة بهذا الموضوع - س ١ - وفى ضوء ذلك
يمكن تحديد العوامل التى سوف يختبرها النموذج - كمتغيرات
مستقلة - من حيث علاقتها بدور كل من الزوجين - كمتغير

تابع - في صورة المعادلة التالية: (١)

$$13^3 = 1^3 + 2^3 + 3^3 + 4^3 + 5^3 + 6^3 + 7^3 + 8^3 + 9^3 + 10^3$$

3)
11.

وقد أوضح التحليل الاحصائي^(٢) ان قيمة ف المحسوبة معنوية عند مستوى ٠.٠١ وهذا يبين أن المحددات التي افترضتها الدراسة وهي الجنس والدخل وعدد الاولاد والتعليم وعمل الزوجة والبيئة ودرجة الاهتمام تؤثر في تحديد دور كل من الزوجين في القرارات الخاصة بموضوع تنظيم الأسرة ، وعلى الرغم من أنه يوجد ارتباط معنوي بين كل متغير من هذه المتغيرات ودور كل من الزوجين ، الا أن التحليل الاحصائي لقيمة ت ومعامل الانحدار الجزئي المعياري ، يبين أن أهم المتغيرات تأثيرا هي البيئة حيث أن دور الزوج يكون واضحا في القرارات الخاصة بتنظيم الاسرة في الريف عن الحضر ، وتوضح هذه النتيجة أن الرجل في الريف يتمتع بسلطة أكبر مما يتمتع به الرجل في الحضر في القرارات الأسرية المتعلقة بموضوع تنظيم الاسرة .

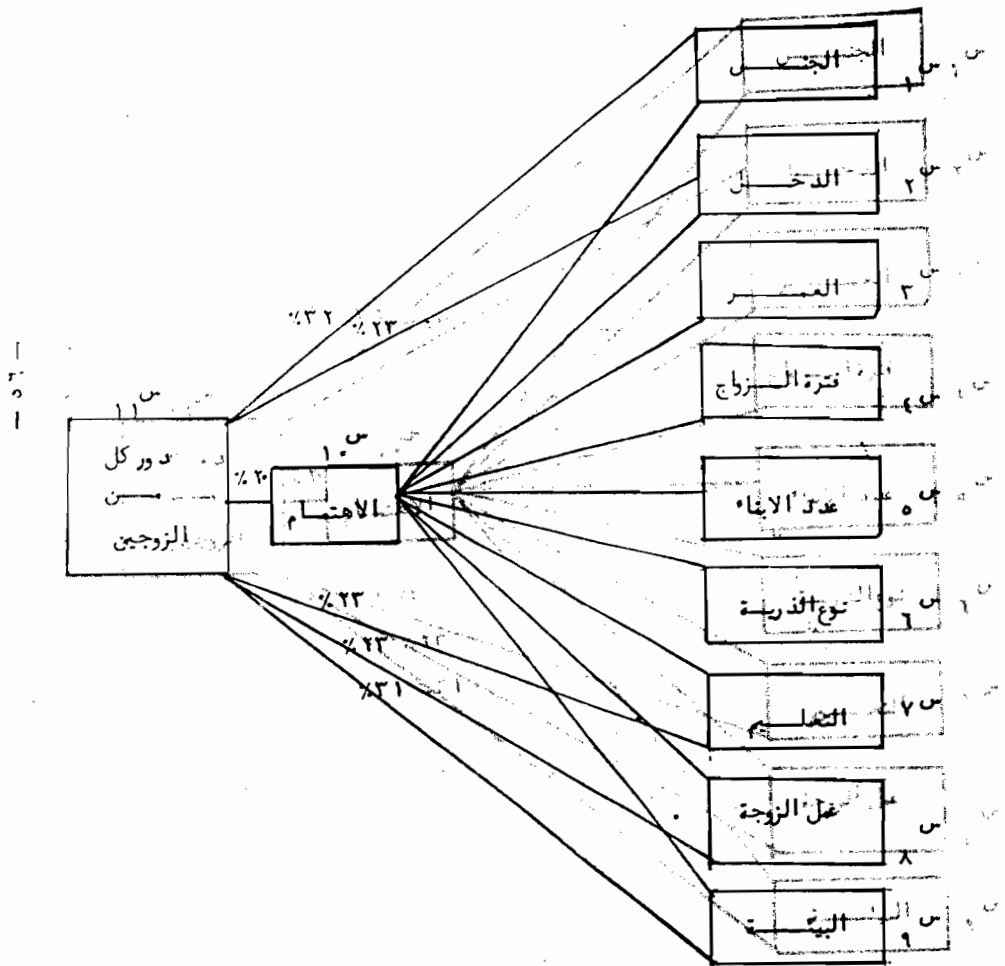
وتتفق هذه النتيجة مع الدراسات التي قام جريــــن وآخرون عام ١٩٨٣^(٣) ، حيث ظهر دور الزوجة بشكل أوضح في المناطق الحضرية ، كما يؤثر كل من التعليم واشتغال الزوجة والدخل الذي تساهم به الزوجة بدرجة معنوية في دور كل

(١) شكل رقم (٣)

(٢) جدول رقم (٢)

(3) Robert T.Green, et.al., op.Cit.,P.438.

شكل عكس (رقم ٣)
 نتائج تحليل المتطاول لظهور كل من الزوجين
 من الأقران المتعددة بتلخيص الاستفسرة



١٠٢١

جدول رقم (٣)

جدول رقم (٣) يوضح اسماء المتقنين الذين تم قبولهم في الدورة التدريبية التي تستمر لمدة ١٠ ايام في الفترة من ١٠/١٠/٢٠١٨ الى ٢٠/١٠/٢٠١٨

رقم المتقنين	اسم المتقنين	معاملا الارتباط	معاملا الارتباط البسيط	معاملا الانحدار الجزئي	قيمة ت	معاملا الانحدار الجزئي المعياري
س ١	الجنس	٠.٥١	xx	٠.٤٩	xx٢ر١٧	ر٢٢
س ٢	الدخل للزوجين	٠.٢١	xx	٠.٢٦	xx٢ر٠٨	ر٢٣
س ٥	عدد الابناء	٠.٢٥	xx	٠.٢٣	١ر١٨	ر١٢١
س ٧	التعليم	٠.٤٣	xx	٠.٢٨	xx٢ر١٩	ر٢٣
س ٨	محل الولاية	٠.٣٧	xx	٠.٢٥	xx٢ر٢٨	ر٢٢
س ٩	البيئية	٠.٥٨	xx	٠.٥٢	xx٢ر٥٢	ر٢١
س ١٠	الاهتمام	٠.٤١	xx	٠.٢٥	xx٢ر١٢	ر٢٠

معامل الارتباط المتعدد ر٢٢ xx معنوية عند مستوى ٠.٠١
معامل التحديد ر٢٨ xx معنوية عند مستوى ٠.٠٥
قيمة ف المعمومة ر٢٨ ١١٢٨ قيمة ف المعمومة

من الزوج والزوجة في هذه القرارات حيث يظهر دور الزوجية
العامة المتعلمة بشكل أوضح ، كما يظهر هذا الدور في
الأسر التي تساهم فيها الزوجة بدخل معين مما يوضح أهمية
المادة والتعليم في التأثير على دور كل طرف في الأسرة
في القرارات المشتركة .

وأخيرا فقد أوضح التحليل أن دور كل من الزوجين
يتأثر بمدى الاهتمام الذي يبديه كل طرف نحو القضية موضوع
القرار .

وتؤثر هذه النتائج على استراتيجيات التسويق حيث
يجب أن تختلف الأطراف التي يمكن التركيز عليها في
الامتيازات التسويقية تبعاً لاختلاف البيئة ، ففي المناطق
الريفية يجب الاهتمام بالرجل باعتباره صاحب القرار الرئيسي
الخاص بتنظيم الأسرة بنسبة أكبر من الزوجة مع ملاحظة
أنه كلما ارتفع المستوى التعليمي للزوجة ونسبة ما تساهم
به من دخل في الأسرة فإنها تساهم بنسبة أكبر في اتخاذ
القرار ، كما يجب الاهتمام بالطرف الذي يكون أكثر اهتماماً
باعتباره الأكثر تأثيراً في هذا القرار .

وتوضح هذه النتائج أيضاً أنه يمكن لرجال التسويق
أن يساهموا في تعديل أدوار كل من الزوجين في اتخاذ
القرارات عن طريق إشارة اهتمامهما بموضوع تنظيم الأسرة
حتى يصبح كل منهما أكثر مشاركة وفاعلية في القرار الخاص
بالتنظيم .

ثالثا : المتغيرات الديمغرافية التى تؤثر
فى تحديد استراتيجيات الاقنـاع

يعتبر القرار الخاص بتنظيم الاسرة من القرارات العائلية التى لا يقتصر تنفيذها أو تأشيرها على طرف واحد من الزوجين ، بل ان كلا منهما يتأثر بهذا القرار ، ولذا فان فعالية هذه القرارات تتأثر الى حد بعيد بمدى اقتناع الزوجين بالقرار ، وقد أوضحت الدراسات السابق الاشارة اليها ان هناك ٦ استراتيجيات رئيسية للاقنـاع يستخدمها فى العادة أحد الزوجين لاقناع الطرف الآخر ، كما أوضحت الدراسات أن الجنس ودخل كل من الزوجين وعدد الابناء ومستوى تعليم كل منهما والبيئة تؤثر فى استراتيجيات الاقنـاع التى يستخدمها كل طرف لاقناع الطرف الاخر برأيه فى قرار الشراء (١) .

ولذا فسوف تعتمد هذه المرحلة من تحليل المسار على هذه المتغيرات فى دراسة تأشيرها على استراتيجيات الاقنـاع التى يستخدمها احد الزوجين لاقناع الطرف الاخر برأيه فى موضوع تنظيم الاسرة بالاضافة الى المتغير " س ١٠ " وتنعنى به درجة الاهتمام والذى ثبتت أهميته فى التأثير على الطرف الذى يقوم باتخاذ القرار الخاص بتنظيم الأسرة ، بالاضافة الى المتغير " س ١١ " ويقصد به دور كل من الزوجين فى القرار كمتغيرين تابعين فى المرحلة الثالثة من تحليل المسار ، ولذا يمكن التعبير عن المعادلة المفسرة لأسباب

(1) Rosann L. Spiro, op . cit . , P. 399.

التباين فى استراتيجيات الاقناع التى يستخدمها الزوجان ،
وكما يوضحها الجدول رقم (٤) على النحو التالى : (١)

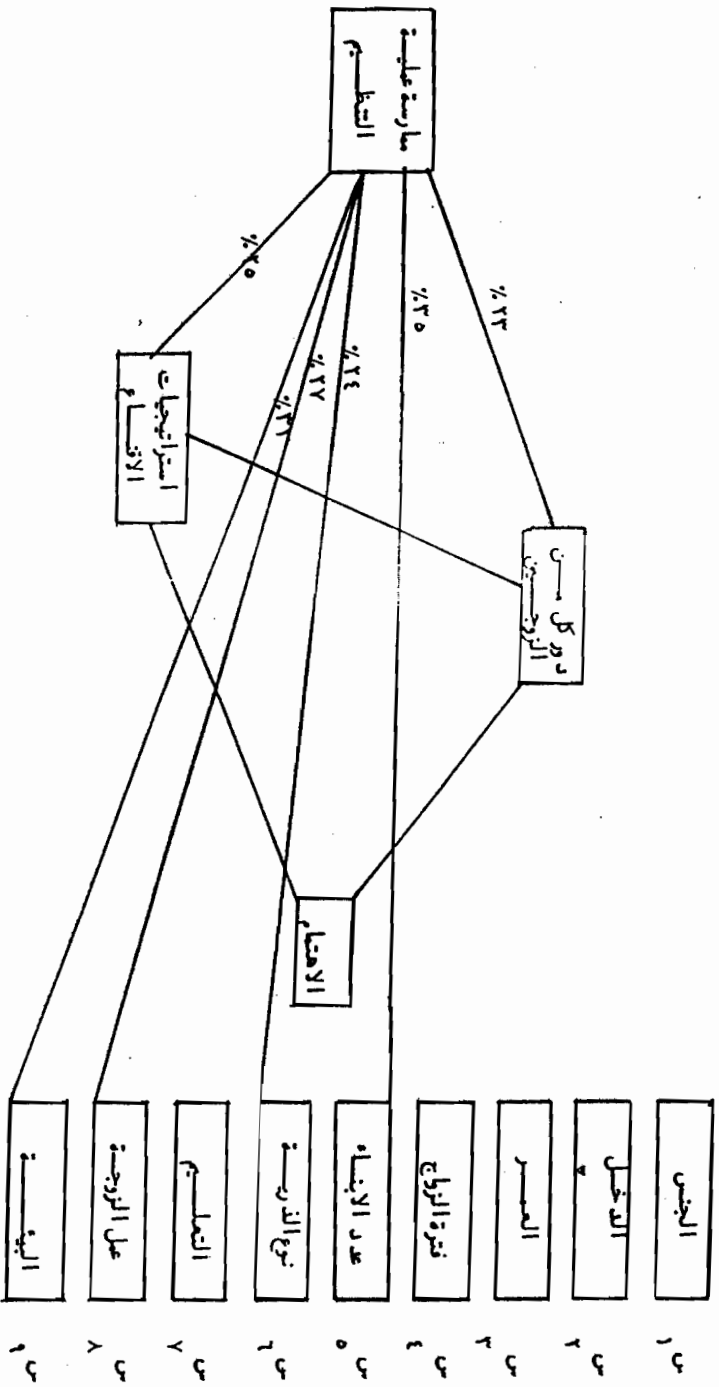
$$\begin{aligned} & 12^3 = 1^3 + 2^3 + 3^3 + \dots + 11^3 + 12^3 \\ & 12^3 = 1^3 + 2^3 + 3^3 + 4^3 + 5^3 + 6^3 + 7^3 + 8^3 + 9^3 + 10^3 + 11^3 + 12^3 \end{aligned}$$

وتوضح نتائج التحليل (٢) أن قيمة ف المحسوبة معنوية عند مستوى ٠.١. مما يوضح ان المحددات التى افترضتها الدراسة تؤثر فى تحديد نوع الاستراتيجية التى يستخدمها كل طرف فى اقناع الطرف الاخر ، وعلى الرغم من أنه يوجد ارتباط معنوى بين الجنس والدخل والعمر والتعليم وعممل الزوجية والبيئة والاهتمام ودور كل من الزوجين فى اتخاذ القرار، الا أن التحليل الاحصائى لقيمة ت ومعامل الانحدار الجزئى المعيارى يبين أن أهم هذه المتغيرات تأثيرا هى البيئة يليها الجنس والتعليم ، ثم درجة الاهتمام الذى يبديه كل طرف وأخيرا دور كل من الزوجين فى القرار وعدد الاولاد .

(١) شكل رقم (٤)

(٢) جدول رقم (٤)

نتائج تحليل مسار التغييرات التي يفسرها البيان في وزارة تعليم الاسرة



جدول رقم (٤)
شائع تجليل مسار المتغيرات التي تؤثر
في استراتيجيات الابتعا

رقم المتغير	اسم المتغير	معامل الارتباط البسيط	معامل الارتباط الجزئي	قيمة ت	معامل الانحدار الجزئي المعياري
١ س	الجنس	xx .٢٧	٠.٢٨	xx٢٢٧	٢٢٣
٢ س	الحظ	xx .٢٦	٠.٢٥	١١٧	٢٠٩
٣ س	العمر	xx .٢٢	٠.١٢	١١٢	١١٣
٥ س	عدد الأبناء	xx .٢٢	٠.٢١	١٠١٢	٢٠٢٣
٧ س	التعليم	xx .٢٥	٠.٢٦	xx٢٢٣	٢١١
٨ س	محل التروجة	xx .٢٢	٠.٢١	١٨٧	١١٦
٩ س	البيئة	xx .٢٧	٠.٢٨	xx٢١٢	٢٣١
١٠ س	الامتعام	xx .٢٨	٠.٢٤	xx٢١٨	٢٢٢
١١ س	دور كل من الزوجين	xx .٢٢	٠.٢٠	xx٢١٣	٢٢٠

xx معنوية عند مستوى ٠.٠١
x معنوية عند مستوى ٠.٠٥

معامل الارتباط المتعدد ٠.٨٠
معامل التحديد ٠.٧٥
قيمة ف المحسوبة ١٠.٨١

وقد تبين أن السيدات يملن إلى استخدام الاستراتيجيات التي تعتمد على العاطفة والتحايل بنسبة أكبر من الرجال ، كما يستخدم الرجال في الريف الاستراتيجيات التي تعتمد على السلطة أو أحقية الرجل في اتخاذ القرار ، كما يعتمد المتعلمون الذين لديهم اهتمام بالمشكلة على استراتيجيات الخبرة والمعرفة بطبيعة المشكلة ، في حين يعتمد كبار السن على أسلوب المساومة والمكافأة بنسبة أكبر من مغار السن .

ويوضح معامل التحديد ان المتغيرات التي شملتها الدراسة تفسر ٦٥ ٪ من العوامل التي تؤثر في نوع الاستراتيجية التي يستخدمها احد الزوجين لاقتناع الطرف الآخر بالقرارات التي يرغبان في اتخاذها بشأن قضية تنظيم الأسرة مما يوضح صحة الفرض الثالث .

وتوضح هذه النتائج اهمية تقديم المعلومات الكافية للأزواج والزوجات المتعلمين والذين لديهم اهتمام مناسب بموضوع تنظيم الأسرة حتى يمكن تدعيم مواقعهم عند اقتناع الطرف الاخر بقرار التنظيم ، وكذا تقديم المعلومات الكافية للرجال وخاصة في الريف حتى يمكنهم الاعتماد على استراتيجيات الخبرة والمعرفة بدلا من استراتيجيات السلطة والاحقية في اتخاذ القرار خاصة وأن هذه الاستراتيجيات تقل اهميتها بارتفاع مستويات التعليم وعمل الزوجية وزيادة نسبة مساهمتها في دخل الأسرة .

رابعاً : المتغيرات المفسرة للتباين
فى قرارات تنظيم الاسرة

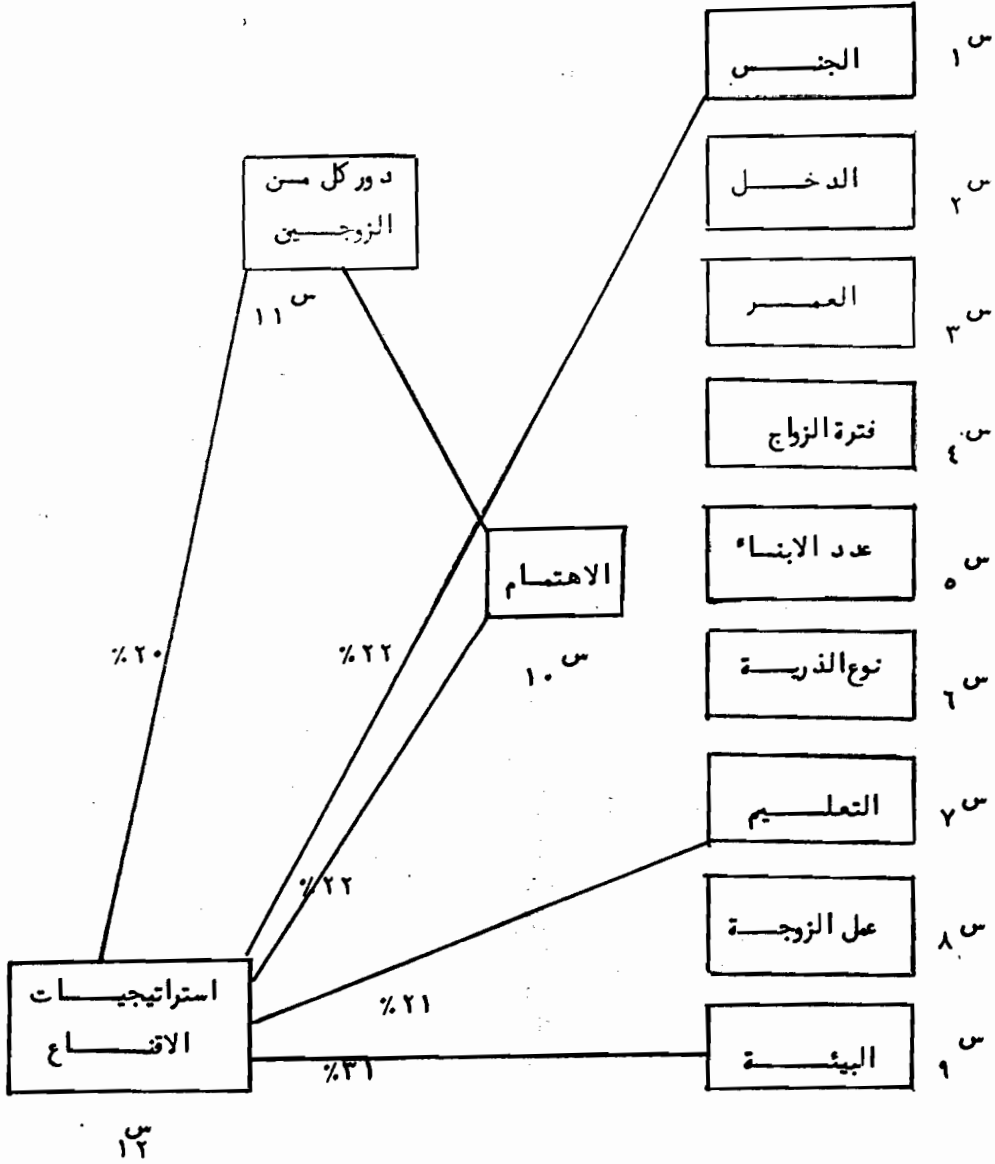
يفترض النموذج أن المرحلة الاخيرة من تحليل المسار
والخاصة بالمتغيرات الديمغرافية التى تساهم فى تفسير
التباين فى قرار تنظيم الاسرة - المتغير التابع - يتأثر
بعشرة متغيرات مستقلة هى الدخل الذى يساهم به كل من
الزوجين وعمر كل منهما وفترة الزواج وعدد الاولاد ونوعية
الذرية وطبيعة عمل الزوجة والبيئة التى تعيش فيها الأسرة
ودرجة الاهتمام الذى يبديه الزوجان ودور كل منهما فى
القرار واستراتيجيات الاقناع التى يستخدمها احد الاطراف
لاقناع الطرف الآخر ، ولذا فان معادلة الانحدار يرمز لها
بالرمز التالى : (١)

$$\begin{aligned} & 13^S = 2/13^M + 3^S + 4/13^M + 4^S \\ & 5/13^M + 5^S + 6/13^M + 6^S + 8/13^M + 8^S + 9/13^M + 9^S \\ & 10/13^M + 10^S + 11/13^M + 11^S + 12/13^M + 12^S \end{aligned}$$

(١) شكل رقم (٥)

شكل رقم (٤)

نتائج تحليل مسار المتغيرات التي تؤثر في استراتيجيات الاقتاع



وتوضح نتائج التحليل الاحصائى (١) أن قيمة ف المحسوبة بلغت ٩١٧ أى أنها معنوية عند مستوى ٠.١ ، وهذا يوضح صحة الفرض الرابع الذى يفترض ان القرار الخاص بعملية تنظيم الأسرة يتأثر بشكل معنوى بمجموعة المتغيرات التى افترضها النموذج وهى الدخل ، العمر ، فترة الزواج ، عدد الاولاد ، نوعية الذرية ، عمل الزوجة ، درجة الاهتمام ، دور كل من الزوجين ، واستراتيجيات الاقناع .

ورغم أن الارتباط بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع معنوى عند مستوى ٠.١ الا أننا نلاحظ أن اختبارات يوضح أن هناك خمسة متغيرات مستقلة رئيسية كان لها التأثير المعنوى فى القرار الخاص بعملية تنظيم الاسرة أكثر من غيرها وهى عدد الأولاد ونوع الذرية وعمل الزوجة والبيئة التى تعيش فيها الأسرة وأخيرا استراتيجيات الاقناع التى يستخدمها أحد الزوجين لاقناع الطرف الآخر .

وتوضح هذه النتيجة أن أهم متغير فى المتغيرات الديمغرافية التى تساهم فى تفسير التباين فى القرار هو ما اذا كانت الأسرة لديها أولاد أم لا ، ويوضح التحليل أن الأسرة التى لديها ولدان أو أكثر هى الاسرة الأكثر استجابة لعملية التنظيم ، ثم تأتى فى المرتبة الثانية الظروف البيئية حيث مازالت المناطق الحضرية اكثر استجابة من المناطق الريفية وهو ما تؤكدته الاحصاءات السابقة الإشارة اليها عن معدلات الاسر التى تمارس عملية التنظيم ، وهذا يوضح العبه الملقى على رجال التسويق المسئولين عن تنظيم الاسرة بالريف حيث يجب التركيز على هذا القطاع باعتبار أن نسبة الاسر التى لاتنظم مازالت عالية رغم

جدول رقم (هـ)
تتابع تحليل المسار للمقدمات التي تفسر
التيابن في قرارات تنظيم الأسرة

رقم المتغير	اسم المتغير	معامل الارتباط البسيط	معامل الانحدار الجزئي	قيمة ت	معامل الارتباط الجزئي	معامل الارتباط البسيط	اسم المتغير	رقم المتغير
٢	الدخل	٠.٢٨ xx	٠.١٧	١.٦٧	٠.١٨	٠.٢٨ xx	الدخل	٢
٥	عدد الأولاد	٠.٥٧ xx	٠.٤٩	xx٣.٤٧	٠.٢٥	٠.٥٧ xx	عدد الأولاد	٥
٦	نوع الدرية	٠.٢٥ xx	٠.٢١	xx٣.٤٧	٠.٢٤	٠.٢٥ xx	نوع الدرية	٦
٨	محل البرجة	٠.٤٣ xx	٠.٤٥	xx٣.٩٢	٠.٢٧	٠.٤٣ xx	محل البرجة	٨
٩	البيئية	٠.٤٥ xx	٠.٤٣	xx٣.٩١٧	٠.٢٣	٠.٤٥ xx	البيئية	٩
١٠	الامتصاص	٠.٢٣ xx	٠.١١	١.٢٣	٠.١٤	٠.٢٣ xx	الامتصاص	١٠
١١	نور الزوجين	٠.٢١ xx	٠.١٨	xx٣.٥٨	٠.٢٣	٠.٢١ xx	نور الزوجين	١١
١٢	استراتيجية الافئدة	٠.٢١ xx	٠.١٧	xx٣.٤٣	٠.٥٢	٠.٢١ xx	استراتيجية الافئدة	١٢

معامل الارتباط المتعدد: ٠.٧٩٣
معامل التحديد: ٠.٢٣
قيمة ف المعمومة ٠.١٧
xx معنوية عند مستوى ٠.٠١
x معنوية عند مستوى ٠.٠٥

توافر الذرية لديها ، ثم يأتى تأثير عمل الزوجة حيث أن الزوجة العاملة أكثر استجابة لعملية التنظيم وهذا منطقي أيضا حيث لا يكون لديها الوقت والجهد لتربية عدد كبير من الابناء كما أن هذا المتغير يعبر فى الواقع عن عدة متغيرات اخرى كالتعليم والدخل ، ثم يأتى عامل نوع الذرية حيث ما زالت نسبة من الأسر التى شملتها العينة لاتمارس عملية التنظيم الا اذا كان لديها ذرية من الذكور ، ودور كل من الزوجين كما أن قرار التنظيم يتأثر باستراتيجية الاقناع التى يستخدمها احد الزوجين لاقناع الطرف الآخر .

ويوضح التحليل أهمية المتغيرات المستقلة السابق الإشارة إليها حيث بلغت قيم معاملات الانحدار الجزئى المعيارى ٠.٣٥ ، ٠.٢٤ ، ٠.٢٧ ، ٠.٢٣ ، ٠.٢٣ ، ٠.٢٥ بالنسبة لعدد الاولاد ونوع الذرية وعمل الزوجة والبيثة ودور كل من الزوجين واستراتيجيات الاقناع المستخدمة على التوالي مما يوضح صحة الفرض الرابع والنموذج الذى افترضته الدراسة ، وقد بلغ معامل التحديد ٠.٦٣ وهى نسبة مقبولة فى مثل هذا النوع من التحليل خاصة وأن النموذج قد اقتصر على دراسة المتغيرات الديمغرافية دون غيرها من المحددات الخارجية كما سبق الإشارة الى ذلك فى محددات البحث .

وللتحقق من صدق النموذج فقد اعتمد الباحث على طريقة الصدق المستعرض ، حيث تم تطبيق نتائج معاملات المسار بالنموذج المقترح على المتغيرات المستقلة لعينة جديدة قوامها ٥٠ مفردة للتنبؤ بقيم المتغيرات التابعة من هذه العينة ، ثم تم حساب معامل الارتباط (ر س س م) بين قيم الحقيقية بالعينة والقيم المتنبأ بها س م وهو يشبه

معامل الارتباط المتعدد الذى استخرجه النموذج بالجدول رقم ٥ وقد بلغت قيمة معامل الارتباط ر س س م ٧٤٨ر مما يعنى ان مقدار التقلص الذى حدث فى الارتباط المتعدد " ر س ومقداره ٧٩٣ر " لا تتجاوز ٠٤٥ر وهذا يوضح صدق النموذج المقترح (١)

وقد تم اختيار مدى مناسبة ترتيب مراحل تحليل مسار قرار تنظيم الاسرة وفقا للترتيب الذى افترضه الباحث، وذلك باعادة ترتيب موضوع الاهتمام ومتخذ القرار واستراتيجيات الاقناع على اساس معادلة التباديل ^٣ ال ٢ مما يوضح ان هناك ٦ معادلات ممكنة للبدائل التى يمكن على اساسها تحليل مسارات هذا القرار . (٢)

ويوضح التحليل ان المعادلة الاولى هى التى تعطى أعلى تفسير للتباين فى قرارات تنظيم الاسرة حيث وصلت قدرة النموذج على تفسير التباين ٦٣ر . فى حين لم تتجاوز أعلى قيمة لمعاملات التحديد فى المعادلات الاخرى ٢٨ر . كما هو الحال بالنسبة للبدائل الخامس . وتوضح هذه النتائج أن الترتيب الذى افترضه الباحث لمراحل مسار القرار الخاص بتنظيم الاسرة هو اكثر البدائل الممكنة قدرة على تفسير التباين فى القرار مما يوضح صحة الافتراض الذى وضعه الباحث عن ترتيب المراحل التى يمر بها نموذج تفسير التباين الخاص بقرار تنظيم الاسرة .

(١) صلاح الدين محمود علام ، مرجع سبق ذكره ، ص ٦٦٣ .

(٢) جدول رقم (٦)

جدول رقم (٦)
نماذج تطبيق التباين في قرارات تنظيم الأسرة
في ضوء البداية الممكنة لمراحل تحليل المسارات

المرحلة الرابعة	المرحلة الثالثة	المرحلة الثانية	المرحلة الأولى	المرحلة الأولية	المتغيرات الديمغرافية الأساسية	المعادلة
القرار ٢٣	استراتيجية الاقتناع ٢١٥	متخذ القرار ٢١٨	الامتصاص ٢١٧ x	x	المتغيرات الديمغرافية الأساسية الاساسية	١
القرار ٢٣	متخذ القرار ٢١٣	استراتيجية الاقتناع ٢٢٤	الامتصاص ٢١٨ x	x	المتغيرات الديمغرافية الأساسية الاساسية	٢
القرار ٢١٥	استراتيجية الاقتناع ٢١٢	الامتصاص ٢١٨	متخذ القرار ٢١٧ x	x	المتغيرات الديمغرافية الأساسية الاساسية	٣
القرار ٢١٥	الامتصاص ٢١٣	استراتيجية الاقتناع ٢١٧	متخذ القرار ٢١٨ x	x	المتغيرات الديمغرافية الأساسية الاساسية	٤
القرار ٢١٧	متخذ القرار ٢١٣	الامتصاص ٢١٧	استراتيجية الاقتناع ٢٢٢ x	x	المتغيرات الديمغرافية الأساسية الاساسية	٥
القرار ٢١٥	الامتصاص ٢١٨	متخذ القرار ٢١٧	استراتيجية الاقتناع ٢٢٣ x	x	المتغيرات الديمغرافية الأساسية الاساسية	٦

x معاملات التحديد

وتوضح هذه النتائج أهمية تقسيم السوق تبعاً لمـدى
امكانية استجابة الاسرة لموضوع التنظيم حيث يعتبر قطاع
الاسرة الحضرية التي لديها ذرية وتعمل بها الزوجة أفضل
القطاعات وأكثرها استجابة بمجهودات رجال التسويق وبالتالي
فانه يمكن توجيه استراتيجيات تتناسب مع طبيعة هذا القطاع
في حين أن أصعب القطاعات التي يمكن التعامل معها هي
قطاع الاسر الريفية التي ليس لديها ذرية والزوجة لا تعمل
وتعتمد في استراتيجيات الاقناع على أحقية الرجل في اتخاذ
القرار .

خامسا : النتائج والتوصيات

نتائج البحث :

(١)

يمكن ايجاز أهم نتائج البحث فيما يلي :

(١) أوضحت نتائج التحليل ان قيمة ف المحسوبة فى كــــل مراحل تحليل معادلات الانحدار الاربعة السابقة معنوية ، مما يعنى ان معاملات التحديد المتعلقة بكل علاقة مسن العلاقات الاربع المفترضة كان لها تأثير على النموذج المقترح فى تفسير العلاقات بين المتغيرات ومساها فى المراحل الأربع .

(٢) أوضح التحليل أن أهم المتغيرات الرئيسية التى أثرت على كل المتغيرات التابعة الداخلية هى البيئة حيث تبين ان الاختلاف ما بين الريف والحضر كان له تأثير فى كل مرحلة من مراحل معادلة تحليل المسار، فقد ساهم هذا المتغير فى معدلات الاهتمام ، ودور كل مسن الزوجين فى القرار الخاص بتنظيم الاسرة واستراتيجيات الاقناع التى يستخدمها كل طرف وأخيرا فى معدلات الاسر التى تعارس عملية التنظيم ، وكذا متغير التعليم حيث ساهم أيضا فى درجة الاهتمام الذى تبديه الاسرة والدور الذى يلعبه كل من الزوجين واستراتيجيات الاقناع المستخدمة ، ثم يأتى متغير عمل الزوجة حيث وضح تأثيره فى مرحلة اشارة الاهتمام لدى الاسرة ودور كل من الزوجين ثم مرحلة القرار الخاص بالتنظيم ، ثم يأتى دور الجنس ونوع الذرية ودرجة الاهتمام

ودور كل من الزوجين وأسلوب الاقناع كمتغيرات ساهمت
فى بعض مراحل معادلة تحليل المسار .

ويلاحظ ان المتغير - س - الخاص بفترة الزواج
لم يكن له تأثير معنوى على اى من مراحل تحليل المسار
الاربعة ، حيث ثبت وجود ارتباط بينه وبين عمـــــر
الزوجين وقد تم حذف المتغير الاول لانه أقل ارتباط
بالمتغير التابع ، وتم ادخال عمر الزوجين فى معادلة
تحليل المسار .

(٣) أوضحت الدراسة صحة الترتيب الذى افترضه الباحث
لخطوات مسار القرار على اساس ان مجموعة المتغيرات
الديمغرافية الاساسية تؤثر فى درجة الاهتمام الذى
يبديه كل من الزوجين بموضوع تنظيم الاسرة ، ثم تؤثر
هذه المجموعة من المتغيرات فى المرحلة التالية
والخاصة بتحديد متخذ القرار ، ثم تحديد استراتيجيات
الاقناع التى يستخدمها الزوجان ، وأخيرا تساهم هذه
المتغيرات مجتمعة فى تفسير التباين فى القرار الخاص
بتنظيم الاسرة .

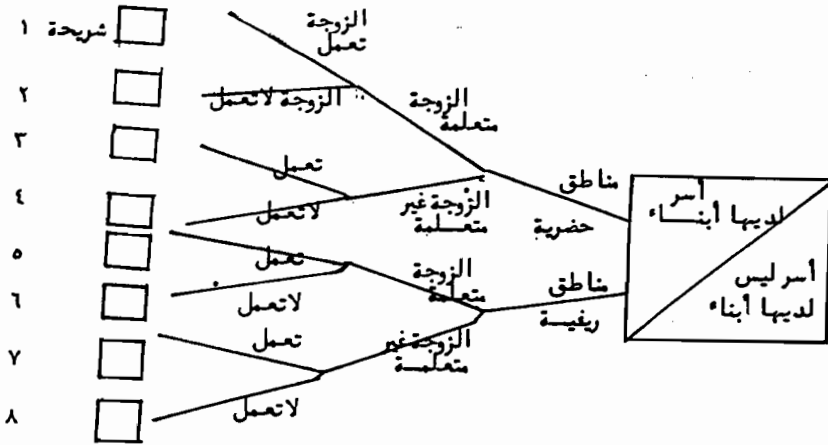
(٤) ان معاملات التحديد فى مراحل تحليل المسار الأربعة
كانت على النحو التالى : ٠.٦٧ ، ٠.٦٨ ، ٠.٦٥ ، ٠.٦٣ .
ورغم مناسبة هذه النسبة التفسيرية فى مجال الدراسات
الاجتماعية ، الا أن هذا يعنى ان هناك بعض المتغيرات
التى لها تأثير معنوى على التحليل المسارى لــــم
يتضمنها النموذج حيث اقتصرت هذه الدراسة على
المتغيرات الديمغرافية المتعلقة بالاسرة ، فى حين لم
تشمل المتغيرات الخارجية الاخرى كالنشاط التسويقي
وغيره من الظروف البيئية الاخرى التى لم تتعرض لها
الدراسة .

(ب) التوصيات :

يمكن ايجار أهم التوصيات التي يقترحها الباحث فيما يلي :

- (١) توقع نتائج التحليل انه يمكن تقسيم السوق بالنسبة للاسر التي لديها أبناء تبعاً لاهم المحددات الرئيسية التي ثبت معنويتها في النموذج الى ٨ شرائح على أساس متغير البيئة والتعليم وعمل الزوجة على النحو التالي :

الشكل رقم (٦)



(٢) يمكن تقديم مزيج تسويقي الى كل شريحة من شرائح السوق تبعا للتقسيم السابق يتناسب مع طبيعة هذا السوق فبالنسبة للشريحة الاولى وهى التى تعتبر من افضل القطاعات التى يمكن التعامل معها - يفضل تركيز الاتصالات التسويقية على الزوجة لاشارة اهتمامها وتعزيز دورها فى القرار المتعلق بعملية التنظيم وكذلك مدها بالمعلومات التى تمكنها من اقناع الزوج، فى حين يمكن توجيه الاتصالات التسويقية بالنسبة للشريحة الاخيرة الى الزوج لاشارة اهتمامه باعتباره اكثر اهتماما من الزوجة فى هذا القطاع ، وكذا مده بالمعلومات التى تعضد وجهة نظر تنظيم الاسرة مما يزيد من قدرته وسلطته فى اتخاذ القرار كما اوضحت نتائج التحليل .

(٣) ان قطاع الاسر الحديثة التكوين والتى ليس لديها اولاد سواء بالريف او الحضر لا يمثل سوقا مناسباً بالنسبة لقضية تنظيم الاسرة وهذا شئ منطقي ، ولكن ظروف هذه الاسر سوف تتغير بعد انجاب الاطفال وهذا لا يعنى عدم توجيه مجهودات تسويقية الى هذه الاسر حيث يمكن الاخذ بأسلوبين ، الاول يهدف الى اشارة اهتمام الزوجين بموضوع التنظيم حتى يسهل بعد ذلك عملية ممارستهم للتنظيم بعد انجاب عدد محدود من الاطفال بعد ذلك وخاصة بالنسبة للاسر ذات الدخل المنخفض وحديثة الزواج والتى تعمل فيها الزوجة ، خاصة فى المناطق الحضرية .

(٤) يقترح الباحث تقديم برامج تشير اهتمام كل من الزوجين بموضوع تنظيم الاسرة باعتباره احد المتغيرات

التي ثبت ان لها تأثيرا معنويا وايجابيا على القرار واعطاء اهمية للزوجة المتعلمة والتي تعمل وخاصة في المناطق الحضرية ، مع التركيز على اهمية هذه القضية لدى الرجل في المناطق الريفية باعتبار أن له دورا فعلا في القرار الخاص بتنظيم الاسرة في هذه المناطق .

(٥) يرى الباحث ان تركيز المجهودات التسويقية على تعضيد استراتيجيات الاقناع التي تعتمد على الخبرة والمعرفة عن طريق مد الزوجين بالمعلومات والبيانات اللازمة لاقناعهما بعملية التنظيم وخاصة في المناطق الحضرية مع التركيز على دور الزوج في المناطق الريفية ، وكذا الاعتماد على العاطفة كوسيلة مناسبة للاقناع سواء في الريف او الحضر باعتبارها من الاستراتيجيات التي ثبت فعاليتها في الاقناع بالدراسة .

المراجع

أولا : المراجع العربية :

(أ) الكتب :

صلاح الدين محمود علام ، تحليل البيانات فى البحوث النفسية والتربوية ، (القاهرة : دار الفكر العربى ، ١٩٨٥) .

(ب) الابحاث :

(١) عبدالحميد لطفى وآخرون ، تنظيم الاسرة فى المجتمع المصرى ، دراسة استطلاعية فى بعض المحافظات الريفية ، (القاهرة : جامعة عين شمس ، كليتى الاداب والتربية ، ١٩٧٨)

(٢) محمد السيد الامام ، تحليل مسارى لمحددات المشاركة المجتمعية ، دراسة ميدانية فى قرىتين مصريتين ، المنظمة العربية للتنمية الزراعية ، الندوة القومية عن الارشاد الزراعى فى الوطن العربى ، سبتمبر ، ١٩٨٥)

(ج) الرسائل العلمية :

حاتم سعد قابيل ، التسويق الاجتماعى ودوره فى تخطيط برامج تنظيم الاسرة ، بالتطبيق على جمهورية مصر العربية ، رسالة دكتوراه ، (كلية التجارة ، جامعة المنصورة ، ١٩٨٣) .

(د) الاحصاءات :

الجهاز المركزى للتعبئة العامة والاحصاء ، المؤشرات الاحصائية لجمهورية مصر العربية ، ١٩٨٢ .

ثانيا : المراجع الأجنبية :

A- Books :

- (1) Asker, David A. & Day, George S., Marketing Research, 2nd. ed., (New York : John Wiley & Sons, Inc., 1983).
- (2) Kotler, Philip, Marketing For Nonprofit Organizations, 2nd.ed., (Englewood Cliffs, New Jersey, Prentice - Hall, 1982).
- (3) Nie, Norman H. et al., Statistical Package For The Social Sciences (SPSS), 2nd ed., (New York McGraw Hill Inc., 1975).

B- Periodicals :

- (1) Burns, Alvin C. & Donald , Granbois H.,
• " Factors Moderating The Resolution of Preference Conflict in Family Automobils Purchasing", Journal of Marketing Research, Vol. 14 (February 1977).
- (2) Bloon, Paul N. & Novelli, William D., "Problems and Challenges in Social Marketing", Journal of Marketing Vol. 45, (Spring 1981).
- (3) CoXIII, Eli P., "Family Purchase Decision Making and the Process of Adjustment", Jouranal of Marketing Research, Vol. XII (May 1975).

- (4) Davis, Harry L., " Dimensions of Marital Roles in Consumer, Decision Making", Journal of Marketing Vol. 7, (May 1970).
- (5) Davis , Harry L., " Measurement of Husband-Wife Influence in consumer Purchase Decisions" Journal of Marketing Research , Vol. B(August 1971).
- (6) ----- , " Decision Making Within The Household" Journal of consumer Research, Vol.2 (March 1976).
- (7) Green , Robert T., et. al., " Social Development and Family Purchasing Roles : Across National Study", Journal of Consumer Research, Vol.9 (March 1983).
- (8) Hempel , Donald J., " Family Buying Decisions Across- Cultural Perspective", Journal of Marketing Research, Vol. XI(August 1974).
- (9) Oliver, Richard L. & Berger, Philip K., " A Path Analysis of Preventive Health Care Decision Models" , Journal of Consumer Research, (September 1979).
- (10) Schaminger, Charles M., et. al., "French- English Candian Subcultural Consumption Differences", Journal of Marketing, Vol. 49(Spring 1985).

- (11) Slama , Mark E., & Tashchian, Armen , "Selected Socioeconomic and Demographic Characteristics Associated With Purchasing Involvement", Journal of Marketing , Vol. 49, (Winter 1985).
- (12) Spire, Rosann L., " Persuasion in Family Decision Making ", Journal of Consumer Research, Vol. 9. (March 1983).