

الثقافة الاقتصادية لدى طلاب كليات التربية في مصر: كلية التربية- جامعة الإسكندرية نموذجاً

د. هيام أحمد فهمي*

تاريخ قبول البحث للنشر: ٢٠٢٤/٩/١١

تاريخ استلام البحث: ٢٠٢٤/٨/١١

المستخلص

تعد الثقافة الاقتصادية لدى طلاب كليات التربية مطلباً ضرورياً، خاصة في إطار سعي الدولة إلى تحقيق تنمية مستدامة؛ فهم -الطلاب المعلمين- وعلى سواعدهم تتحقق أهداف التعليم. لذا هدفت الدراسة إلى الكشف عن واقع الثقافة الاقتصادية لدى طلاب المستوى الرابع بكلية التربية -جامعة الإسكندرية؛ كنموذج لكليات التربية، ممثل فيها الشعب العلمية والأدبية وفئات الدخل المختلفة. وتحقيقاً لهدف الدراسة: استعانت الباحثة بالمنهج الوصفي في تحليل مفهومي: الاقتصاد، والثقافة، وفي تحليل أهداف الثقافة الاقتصادية، كما استعانت بإحدى أدوات المنهج الوصفي؛ وذلك بإجراء مقابلة مقننة فردية مع عينة ممثلة للطلاب قوامها (١٦٤) طالباً وطالبة؛ لتعرف مدى وعيهم بخصائص الثقافة الاقتصادية، وأهدافها. وقد خلصت الدراسة إلى ما يلي: تدني مستوى الثقافة الاقتصادية لدى طلاب المستوى الرابع بكلية التربية -جامعة الإسكندرية؛ حيث توافر السلوك الاستهلاكي الرشيد لدى الطلاب في إدارة موردي: المال، والوقت بنسبة بلغت (٦٪). وكذلك توافر السلوك الإنتاجي لدى طلاب المستوى الرابع بالكليات في الاستغلال الأمثل لموردي المال والوقت بنسبة بلغت (٤٪)، وجاءت نتائج الدراسة في كلا السلوكين لصالح الطلاب الذكور عن الإناث، ولصالح طلاب الشعب الأدبية عن العلمية، ولصالح الطلاب الذين تتراوح دخول أسرهم ما بين: (٥٨١-١٦٦٠) جنيه عن باقي فئات الدخل الأخرى، ولصالح الطلاب الذين يعملون عن الذين لا يعملون؛ بينما اختلفت نتائج الدراسة في تأثير متغير تعليم الآباء والأمهات على السلوك الاستهلاكي الرشيد، أو السلوك الإنتاجي لدى الطلاب؛ حيث كان السلوك الاستهلاكي الرشيد لصالح الطلاب الذين كان تعليم والديهم متوسطاً عن الذين كان تعليم آبائهم وأمهاتهم تحت المتوسط، أو جامعياً؛ بينما كان تأثير مستوى تعليم الآباء والأمهات (ابتدائي، متوسط، جامعي) على السلوك الإنتاجي للطلاب متساوياً بنسب: (١:١:١).

الكلمات المفتاحية: الثقافة الاقتصادية- التربية الاقتصادية- كليات التربية- ريادة الأعمال

Economic Culture among Faculty of Education Students in Egypt: Faculty of Education - Alexandria University as a Model Dr. Hayam Ahmed Fahmey abstract

Economic culture for Faculty of Education students is essential, especially considering the government's interest in pursuing a sustainable society. These teachers-to-be students are instrumental in achieving educational goals. This study aims to explore the economic culture among fourth-year students at the Faculty of Education, Alexandria University. This institution serves as a model for education colleges, encompassing both scientific and literary streams and diverse income groups.

To achieve the study's objective, the researcher employed a descriptive methodology to analyze the concepts of economy, culture, and economic culture objectives. Additionally, a structured individual interview was conducted with a representative sample of 164 fourth-year students to assess their awareness of the characteristics and objectives of economic culture.

The study revealed a low level of economic culture among these students. Specifically, only 6% demonstrated rational consumer behavior in managing resources like money and time, and 4% showed productive behavior in optimizing these resources. The results favored male students over female students, literary students over scientific ones, students from families with incomes between 5801 -16600 EGP over other income groups, students with monthly expenses exceeding 1500 EGP over others, and working students over non-working ones.

The study also found variations in the impact of parents' education on students' economic behavior. Rational consumer behavior was more prevalent among students whose parents had an average level of education compared to those with below-average or university-level education. However, the impact of parents' education level (primary, intermediate, university) on students' productive behavior was equally distributed (1:1:1).

Key words: Economic Culture - Economic Education - Faculty of Education students - Entrepreneurship.

مقدمة

يُعدُّ الاقتصاد - بوصفه ميداناً معرفياً - بدراسة سلوك الفرد في إدارة موارده؛ سواء المادية، أو غير المادية؛ لإشباع حاجاته، وتحقيق أقصى منفعة له أو للمجتمع؛ وكذلك في تقييم الفرص الاقتصادية المتاحة للفرد؛ في ضوء توظيفه الموارد النادرة؛ فضلاً عن مدى فهمه العواقب الاجتماعية والأخلاقية لقراراته الاقتصادية على المجتمع.

ويُعرف الاقتصاد بأنه العلم الذي "يبحث في وسائل وإمكانات التوفيق بين الحاجات البشرية العديدة، وبين سبل إرضاء هذه الحاجات بالسلع، ومختلف الخدمات" (الراوي، ١٩٩٠، ص. ١٧٠). وبذلك، فإنه يُعني بدراسة سبل إشباع حاجات الأفراد؛ سواء بالسلع، أو الخدمات. ويهدف إلى "تحقيق الكفاءة في استخدام الموارد النادرة؛ بغرض تلبية أكبر قدر من الحاجات المتعددة للأفراد. ويقصد بالكفاءة - هنا - الكفاءة الفنية والكفاءة الاقتصادية في استخدام الموارد النادرة لإنتاج حجم معين من الناتج" (الفيل، وآخرون، ٢٠١٣، ص. ١١). ومن ثمَّ فإن علم الاقتصاد معني - في الأساس - بدراسة كيفية إدارة الموارد؛ لتحقيق الكفاءة الاقتصادية في الإنتاج. ويُعني "الاقتصاد - كفن - بدراسة سلوك الإنسان في مجالات إنتاج الموارد، واستهلاكها، وتوزيعها، وإدخالها، ومن ثمَّ تحديد القواعد الأساسية التي تساعد في حل المشكلات الاقتصادية في المجتمع" (The institute of cost accountants of India, 2014, p.p. 3-4).

وتُعدُّ الثقافة الاقتصادية سلوكاً يتميز به الفرد القادر على إدارة الموارد النادرة؛ حيث: التخطيط لها، ومراقبتها، وتوجيهها بحكمة؛ لتعزيز الإنتاجية في بيئة العمل (Akarowhe, 2018, p. 2) وبذلك، فإن الثقافة الاقتصادية تكشف عن الكيفية التي يخطط بها الأفراد لإدارة مواردهم؛ من أجل تحقيق أهدافهم.

كما تعزز الثقافة الاقتصادية قدرة الفرد على الاعتماد على الذات في تلبية حاجاته من دون الاعتماد على شخص آخر؛ حيث الانخراط في أعمال تجارية صغيرة ومتوسطة الحجم ذات مغزى؛ من أجل تلبية حاجاته الذاتية من دون الاعتماد على الحكومة (Ehiedu, Ogbogbo, 2006)؛ مما يحقق الكفاءة الذاتية والاجتماعية، وهذا هو "الأساس الذي يقوم عليه فكر ريادة الأعمال" (Schwarz, 2012, p. 307). وهكذا يمكن القول إن الثقافة الاقتصادية تجعل الفرد قادراً على إدارة موارده (المادية، وغير المادية)؛ لتحقيق أهدافه.

وكذلك تساعد الثقافة الاقتصادية الأفراد في ممارسة السلوك الاقتصادي العقلاني، وإدراك دور الاقتصاد في المجتمع، وتعزيز قدرتهم على المشاركة في النشاط الاقتصادي، وإبداء الرأي في القضايا والمشكلات الاقتصادية، واقتراح الحلول المناسبة لها؛ مما يساهم في تعزيز السلوك الاقتصادي لديهم، وتوظيفه في حياتهم اليومية؛ وذلك تمهيداً للخروج إلى سوق العمل. إضافة إلى تعزيز حس المواطن؛ من خلال القيام بواجباتهم في المجتمع وإعدادهم لتحمل المسؤولية، وكذلك تعزيز وعيهم بدورهم في الحفاظ على البيئة،..... وغيرها من أنماط السلوك التي يمكن أن تتطور لديهم؛ كالتخطيط لإعداد مميزاتهم الشخصية، وكيفية إدارة الأموال، وبناء شخصية واعية بما يدور حولها في المجتمع. كما أن الثقافة الاقتصادية تعزز لديهم روح المبادرة، والريادة، والابتكار؛ من خلال إنشاء مشروعات اقتصادية صغيرة (كمال الدين، ١٩٩٧، ص. ١٣١).

وتضيف "ماستري" Maistry أن الثقافة الاقتصادية تساعد في تعزيز "المواطنة المسؤولة" أو "المواطنة النقدية"، والتي يتعين تعليمها في سن مبكر، وتعزيزها باستمرار (Maistry, 2010, p.436). وتتطلب تنمية الاتجاه نحو الثقافة الاقتصادية الناقدة - كما

أطلقت عليها "كوهران سميث" Cochran-Smith-التدريس ضد التيار (Cochran-Smith, 2001)؛ بهدف تنمية الوعي الناقد لدى الطلاب.

كما أن "الثقافة الاقتصادية تجعل الأفراد هم المتحكمون في ظروفهم المالية، وبغياب هذا النوع من الثقافة تنتشر في المجتمع اللامبالاة الاجتماعية التي ستحافظ - بلا شك - على حالة الفقر والهيمنة في المجتمع" (Maistry, 2010, p.436). وبذلك فإن الثقافة الاقتصادية بطبيعتها ناقدة، تجعل الفرد يراجع ذاته في قراراته الاقتصادية، ويكون هو المتحكم في أوضاعه المالية، لا يتأثر بترويج البائعين أو المنتجين، فهو بحق سيد قراره.

وأكد كل من: "سيبر، وريميل" أن الثقافة الاقتصادية مهمة وضرورية من أجل فهم تعقيدات اقتصاد السوق (Seeber and Remmele, 2009) وأنها ليست شيئاً تولد به؛ بل سلوكاً لا بد من تعليمه. كما أن إعادة بناء المجتمع يمكن أن تحدث في الواقع إذا تهيأت أوضاع معينة للمتعلمين، تتطور - من خلالها - مهارات حل المشكلات لديهم في سياق الحياة، وبذلك يغادر الطلاب المدرسة وهم معدون بشكل كاف لمواجهة المواقف التي قد يمرون بها فور تخرجهم. ولذلك يتعين أن يكون الطلاب قادرين على مناقشة القضايا المجتمعية، وكذلك من المهم إعداد معلم شجاع يكون قادر على مناقشة تلك القضايا معهم.

ويؤكد "جول" Gwele - على صعيد آخر - أن على المعلمين ضرورة استخدام أيديولوجية التحرر، وتوظيفها من دون خوف في بيئة التعليم والتعلم (Gwele, 2005). وهكذا فإن القول بأن "المنهج يجب أن يكون محايداً يُعد قولاً "غير معقول"، لأن المنهج ذاته هو الذي يمكنه أن يعيد إنتاج البنية غير العادلة للمجتمع" (maistry, 2010, p. 437).

وهكذا فإن نسق القيم الخاص بالثقافة الاقتصادية هو الذي يُكسب تلك الثقافة تماسكها، واستقرارها، واستمرارها، كما أنه هو الذي يوجه سلوك الأفراد، ويبرر تصرفاتهم، ويتحكم في فكرهم، وآرائهم ونظرتهم إلى الحياة، ورؤيتهم للعالم (أبو زيد، ٢٠١٣، ص. ١٨).

وفي ضوء ما تقدم، يمكن القول: إن للجامعات، وبخاصة كليات التربية، دوراً مهماً في إعداد المواطن المتعلم المتخصص المثقف، الحاصل على درجة معينة من التعليم العالي، ودرجة معينة أيضاً من الثقافة الواسعة رفيعة المستوى؛ مما يجعل التعليم الجامعي تعليماً تخصصياً دقيقاً، وتأهيلاً ثقافياً شاملاً في وقت واحد (أبو زيد، ٢٠١٣، ص. ٨٣-٨٧).

ويُعد تمكن طلاب كلية التربية من الثقافة الاقتصادية مطلباً ضرورياً؛ إذ إنها تعزز المواطنة المسؤولة لديهم، والتي تجعلهم قادرين على تحقيق التوازن بين أهدافهم الاقتصادية، وحاجاتهم الاجتماعية، والحفاظ على البيئة، كما أنها تعزز لديهم الوعي الناقد؛ فتجعلهم قادرين على مناقشة القضايا المجتمعية بشجاعة؛ مما يحقق المشاركة الإيجابية لهم، وكذلك تساعدهم في "إعداد جيل مثقف من المتعلمين يفكرون بطريقة اقتصادية في جميع جوانب حياتهم، ويتبعون قواعد الاستهلاك الرشيد" (Wittau, 2021, p. 153).

كما أن الثقافة الاقتصادية لدى طلاب كليات التربية تجعلهم قادرين على التحكم في مواردهم الاقتصادية (المادية، وغير المادية)، وإدارتها بفاعلية؛ لتحقيق أقصى منفعة؛ سواء لهم، أو للمجتمع، وتجعلهم أقدر على إقامة مشروعات ريادية خاصة بهم؛ مما يُحد من انتشار البطالة بينهم.

وتُعد الثقافة - على اختلاف أنواعها - في ضوء ما أشار إليه بعض المفكرين - تراكماً للفكر، والقيم والأشياء المادية المختلفة، وبذلك فإن خصيصة التراكم والاكْتساب عن طريق التعلم تُعد من أهم ما يميز الثقافة؛ بوصفها حصيلة الفكر والمعرفة في المجالين: النظري، والعملي على السواء، وهي - بلا شك - حصيلة الابتكار الاجتماعي فحسب" (أبو زيد، ٢٠١٣، ص. ١٨-١٩).

وهكذا فإن قيم الثقافة في الأساس بناء اجتماعي؛ لذا لا وجود لثقافة من دون مجتمع. "ويقع على التربية مسؤولية إرساء قواعد الوعي الاقتصادي لدى أفراد المجتمع، وتنمية هذا الوعي حتى يأخذوا بأساليب ترشيد الاستهلاك، والكفاءة في الإنتاج" (أحمد، الراوي، ١٩٩٨، ص. ٧٤).

مشكلة الدراسة:

يُعد المال والوقت من أبرز الموارد التي يجب أن تتوافر لدى كثير من الطلاب، شريطة أن يحسنوا توظيفهما بشكل مثمر؛ سواء جرى استغلالهما بهدف الاستهلاك، أو الإنتاج، وهذا هو جوهر الثقافة الاقتصادية: خصائصاً، وأهدافاً.

ولقد أجرت الباحثة دراسة استطلاعية على عينة قوامها (١٦٥) طالب معلماً وطالبة معلمة من طلاب المستوى الرابع (لائحة الساعات المعتمدة ٢٠٢٠) بكلية التربية - جامعة الإسكندرية، خلال فصلي: الربيع، والصيف من العام الجامعي ٢٠٢٣/٢٠٢٤ لتعرف مدى رضاهم أو ندمهم عند شراء السلع التي يرغبونها؛ فتبين أن ما يقرب من (٥٢%) منهم يشعرون بالندم بعد المرور بتجربة الشراء؛ الأمر الذي قد يشير إلى خلل في ثقافتهم الاقتصادية، والذي قد يترتب عليه "ضياع الوقت والمال والجهد فيما لا طائل منه" (غنايم، ٢٠٠٢، ص. ١٤)، "وانتشار اللامبالاة الاجتماعية وضعف المواطنة المسؤولة لديهم؛ ومن ثم ضعف تحقيق مجتمع الاستدامة؛ فضلاً عن زيادة الفاقد الاستهلاكي، ومن ثم زيادة الأعباء الاقتصادية على الدولة" (الراوي، ١٩٩٠، ص. ١٦٥) وكذلك "انخفاض استعدادات الناس للدخار والاستثمار" (أحمد، عبد الجواد، ٢٠١٦، ص. ٢١). وعليه، يتطلب الأمر مزيداً من الدراسة المتعمقة بشأن طبيعة الثقافة الاقتصادية لدى طلاب المستوى الرابع بالكلية، ومن ثم يتحدد سؤال الدراسة في: ما طبيعة الثقافة الاقتصادية لدى طلاب المستوى الرابع بكلية التربية - جامعة الإسكندرية؟ ويتفرع عنه الأسئلة التالية:

- ١- ما واقع السلوك الاستهلاكي لدى الطلاب في إدارة موردي: المال، والوقت؟
- ٢- ما واقع السلوك الإنتاجي لدى الطلاب في الاستغلال الأمثل لموردي: المال، والوقت؟
- ٣- ما تأثير بعض المتغيرات -مثل: الجنس، والتخصص، وتعليم الأب، وتعليم الأم، والدخل الشهري للأسرة، والمصروف الشخصي للطالب، وحالة الطالب إذا كان يعمل أو لا يعمل - على كلا السلوكين: الاستهلاكي، والإنتاجي لدى الطلاب؟

أهداف الدراسة:

- استهدفت هذه الدراسة تعرف:
- ١- خصائص الثقافة الاقتصادية.
 - ٢- أهداف الثقافة الاقتصادية.
 - ٣- مدى توافر خصائص الثقافة الاقتصادية لدى طلاب المستوى الرابع بكلية التربية - جامعة الإسكندرية.
 - ٤- نمط الثقافة الاقتصادية لدى الطلاب.

أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة أهميتها من كونها تؤكد على مفهوم محوري في مجال ريادة الأعمال، وهو: مفهوم الثقافة الاقتصادية، الذي يعد المحور الأساسي في نجاح التوجه نحو تبني مفهوم ريادة الأعمال في مصر؛ خاصة بين الطلاب المعلمين، أو معلمي المستقبل؛ حيث تجعل الثقافة الاقتصادية معلمي المستقبل قادرين على إدارة مواردهم الاقتصادية بفاعلية، معززة لديهم المواطنة المسؤولة، والمسؤولية الاجتماعية، وكذلك قدرتهم على مناقشة المشكلات المجتمعية ذات الأبعاد الاقتصادية بفاعلية؛ مما يحقق مجتمع الاستدامة. ومن دونها تنتشر اللامبالاة الاجتماعية، وتزايد معدلات البطالة بين الطلاب المعلمين، وينساق الطلاب المعلمون وراء الاستهلاك العشوائي من دون تخطيط واع لتحقيق أهدافهم، وتضعف قدرتهم على إدراك مواردهم الاقتصادية، وكذلك قدرتهم على إدارة تلك الموارد؛ فيما نتاجه أن يتحكم في قراراتهم الاقتصادية منتجو وبياعو السلع والخدمات.

ومن ثم فإن أي مسعى علمي للكشف عن خصائص وأهداف الثقافة الاقتصادية لدى الطلاب المعلمين؛ سيساعد المسؤولين في تحديد نمط الثقافة الاقتصادية لدى هؤلاء الطلاب المعلمين، ومدى قدرة هذا النمط على تعزيز المواطنة المسؤولة في المجتمع، ومن ثم اتخاذ

الإجراءات اللازمة لتعزيز الثقافة الاقتصادية لديهم؛ مما يؤثر في اتجاهاتهم الفكرية، وأنماط سلوكهم.

مفهوم الثقافة الاقتصادية:

تبين للباحثة -من خلال تحليل مفهوم الثقافة الاقتصادية كما عرفه بعض الباحثين- أن ثمة غموضاً في تناولهم لهذا المفهوم؛ إذ يعرفها البعض بأنها: "جملة من القيم، وتشمل قيمة الإنتاج المتميز بأعلى مستوى جودة، وقيمة حوكمة الاستهلاك، والتنافس الشريف والمحاسبية النزيهة، والثراء الحلال، والعقلانية" (محمد، ٢٠٠٧، ص.ص. ٤٢-٥٤). وكذلك عرفها البعض الآخر بأنها "المعتقدات العامة والقيم التي تؤثر على السلوك الاقتصادي للأفراد" (كمال الدين، ٢٠٢٣، ص. ١٢٩).

ويرجع الغموض في تلك التعريفات إلى أنها لم توضح خصائص الثقافة الاقتصادية، وعناصرها، وأهدافها؛ الأمر الذي يتطلب مزيداً من التحليل لمفهوم: الاقتصاد، والثقافة، وذلك فيما يلي:

أ- مفهوم الاقتصاد اصطلاحاً

يُعرف "روبنز" Robbins الاقتصاد بأنه علم يدرس السلوك البشري؛ كعلاقة بين الغايات والموارد النادرة التي لها استخدامات عديدة (Robbins, 1932, p. 24): أي: أن الاقتصاد- في نظره- معني بدراسة غايات الفرد، وسلوكه في إشباع هذه الغايات.

وعلم الاقتصاد -بوصفه أحد العلوم الاجتماعية- معنياً بالبحث في سلوك الأفراد والجماعات؛ من حيث: محاولة تخصيص الموارد النادرة ذات الاستعمالات البديلة لتحقيق أهداف متعددة، وذلك في أثناء عمليات المبادلة في الأسواق (عمر، ١٩٨٩، ص. ١١)؛ ومن ثم فإن علم الاقتصاد يُعنى بدراسة سلوك الفرد في أثناء شراء السلع أو الخدمات.

ويُعرف الاقتصاد -كذلك- بأنه: كل نشاط موجه نحو إشباع الرغبات؛ سواء كان هذا النشاط منصرفاً إلى إنتاج سلعة أو خدمة (عمر، ١٩٨٩، ص. ٨): أي: أنه معني بدراسة نشاط الإنتاج سواء كان سلعاً أو خدمات.

ويُعرفه "دوتا" Dutta بأنه: "الاختيار بين الاستخدامات البديلة للموارد النادرة، ومدى إضافة هذه الاختيارات إلى النظام الاقتصادي؛ ولذلك فإن الندرة محور أساسي في النظرية الاقتصادية؛ فضلاً عن أن التحليل الاقتصادي يعتمد -بشكل أساسي- على تعظيم شيء ما (وقت الفراغ، أو الثروة، أو الصحة، أو السعادة)، وكل ذلك يُختزل في مفهوم المنفعة" (Dutta, 2006, p.3)؛ وبذلك فإن علم الاقتصاد يُعنى بدراسة مدى منفعة اختيارات الفرد له أو للمجتمع.

وعليه فإن "الاختيار بين الاستخدامات المختلفة للبدائل أمر تفرضه طبيعة الموارد النادرة، ويُعنى علم الاقتصاد -في ضوء ذلك- بدراسة ما يُعرف بتكلفة الفرصة البديلة، وهي قيمة البدائل التي يتم إغفالها من أجل اتخاذ الاختيار الحالي" (No author, 2016, p. 42)؛ وبذلك فإن الاقتصاد يُعنى بدراسة تكلفة الفرصة البديلة لاستخدامات الموارد، وتقييمها، واختيار من بينها ما يضيف منفعة جديدة للفرد.

كما يعالج علم الاقتصاد -بوصفه علماً اجتماعياً- جوانب السلوك الإنساني، وبخاصة المتعلق بإنتاج وتبادل واستهلاك السلع والخدمات، وهذا السلوك الاقتصادي الخاص بالإنسان هو سلوك متطور دائم التغير يختلف عن السلوك المتبع في العلوم الطبيعية، والذي يتسم -إلى حد ما- بالثبات (عمارة، ٢٠١٦، ص. ٣١): أي: أن علم الاقتصاد معني -في الأساس- بدراسة ثلاث عمليات أساسية؛ هي: الاستهلاك، والإنتاج، وتبادل السلع والخدمات في الأسواق.

ويضيف "كابور وآخرون" Kapoor et.al أن الاقتصاد معني بدراسة السلوك الاقتصادي للناس، وتبعاته، ويُقصد بالسلوك الاقتصادي: عملية تقييم الفرص الاقتصادية المتاحة أمام الفرد أو المجتمع، واختيار أفضل القرارات تجاهها؛ في ضوء الموارد المتاحة لديه. والهدف الخفي وراء هذا السلوك الاقتصادي هو تعظيم الربح من المصادر المتاحة والفرص؛ لتعظيم جانب الفائدة أو المنفعة للأفراد؛ لذا يجب أن يتخذ الأفراد عدداً من القرارات؛ في ضوء ما لديهم من موارد. لذا يُعنى

علم الاقتصاد بملاحظة آليات توظيف الأفراد، والشركات، والأسر، والحكومة - كمتخذي قرار- الموارد (المعارف، والمهارات، الأرض، والأيدي العاملة، ورأس المال، والتكنولوجيا، والوقت) في تعظيم دخولهم. وإمكانية توزيع الدخل - كمستهلكين - لتحقيق أقصى منفعة (Kapoor, et al. 2016, p. 4).

كما أكد "أكاروهي" Akarowhe أن "الاقتصاد يدرس كيف يتخذ الأفراد والشركات والحكومات والدول قرارات بشأن تخصيص الموارد؛ لتلبية رغباتهم وحاجاتهم، وكيفية تنسيق الجهود؛ لتحقيق أقصى قدر من الإنتاج" (Akarowhe, 2018, p. 298).

فضلا عن ذلك يُعرف كل من: "ستيفن و لكس" Stephan & Lukas الاقتصاد بأنه علم قيمى moral، يفهم الطلاب -من خلاله- التداعيات الاجتماعية والأخلاقية لقراراتهم الاقتصادية (Stephan, " Lukas, 2018, p.1)؛ ومن ثم فإن دراسة الطلاب علم الاقتصاد تجعلهم أكثر وعياً بتبعات قراراتهم الاقتصادية، ومدى تأثيرها في المجتمع. ويمكن الخلوص - في ضوء ما تقدم من تعريفات- إلى أن الاقتصاد يُعنى -كميدان معرفي- بدراسة:

١- سلوك الفرد في توزيع موارده؛ سواء المادية، أو غير المادية؛ لإشباع حاجاته.

٢- الأهداف الاقتصادية للفرد لتحقيق أقصى منفعة.

٣- الاستخدامات المختلفة للبدائل.

٤- تكلفة الفرص البديلة لاستخدام الموارد.

٥- تقييم الفرد للفرص الاقتصادية المتاحة؛ في ضوء ما لديه من موارد نادرة.

٦- التداعيات الاجتماعية والأخلاقية للقرارات الاقتصادية للأفراد على المجتمع.

ب- مفهوم الثقافة اصطلاحاً

يُعرف المفكر الفرنسي "إدوارد هيريوت" Edward Herriot "الثقافة بأنها: ما يبقى لدى الإنسان بعد أن يكون قد نسي كل شيء" (نقلًا عن: أبيض، ١٩٧٥، ص. ٤٢).

وتُعرف كل من: "بينت، وألفين" Bennett & Alvin الثقافة بأنها: هي التي تمنح الإنسان قدرته على التفكير في ذاته، وهي التي تجعل منه كائنًا يتميز بالإنسانية في القدرة على النقد والالتزام الأخلاقي؛ ومنها يستطيع الإنسان الاختيار بين البدائل، وبها يعبر الإنسان عن نفسه ويتعرف على ذاته ويبحث -من دون ملل- عن مدلولات جديدة للحياة

(Bennett & Alvin, 1995, p. 18)

وكذلك يُعرف "بريوكو وآخرون" Birukou, et al. الثقافة بأنها: مجموعة المعارف النظرية والعملية التي تتيح للأفراد فهم أنفسهم، وفهم الآخرين، والوسط الذي يعيشون فيه

(Birukou, et al., 2009, p.5).

وتُعد الثقافة جُملة القيم والمعتقدات التي تكمن وراء السلوك، كما أنها بناء عقلي لا يمكن ملاحظته بصورة مباشرة، وإنما يستدل عليه من خلال أقوال الشخص، وسلوكياته، ولا يعكس ذلك البناء -بالضرورة- الحقيقة، بل الصورة التخيلية الكامنة في عقل الشخص. والسلوك -بطبيعته- أكثر تعقيداً من الفعل، لأنه متضمن أفعالاً عديدة؛ ومن ثمَّ يمكن الاستدلال على ثقافة الفرد أو قيمه من خلال سلوكياته (Sevil, et al., 2018, p.p. 27-28).

كما تمثل الثقافة "مزيجاً من القيم، والعادات، والمعتقدات، والممارسات التي تشكل نمط حياة مجموعة معينة؛ أي: أنها ممارسات عملية، وطريقة تفسير وفهم الفرد المجتمع أو المجموعة أو الطبقة نفسها التي ينتمي لها" (Sevil, et al., 2018, p. 28)

ونظراً لطبيعة الثقافة كبناء عقلي يتضمن المعارف النظرية، والسلوكيات العملية، وأن الثقافة تنعكس - بطبيعتها - في السلوك الذي يجب أن تُحدد معايير أدائه؛ فقد عرفت الباحثة بأنها: قدرة عقلية على أداء سلوك ما وفق معايير محددة. وبناء على ما سبق، ومن خلال تحليل مفهومي: الاقتصاد، والثقافة؛ فإنه قد عرفت الباحثة الثقافة الاقتصادية أنها: قدرة الفرد على إدارة موارده (المادية، وغير المادية) بطريقة رشيدة؛ لتحقيق أقصى منفعة، أو زيادتها؛ سواء له، أو للمجتمع. ويُقصد بالطريقة الرشيدة - في نظر الباحثة - قدرة الفرد على المفاضلة بين البدائل وفق معايير محددة، وإصدار حكم في النهاية على اختياراته. وعليه، تتحدد خصائص الثقافة الاقتصادية فيما يلي:

- ١- امتلاك الفرد أهدافاً تعبر عن حاجات حقيقية؛ بحيث تكون لديه الفرد معايير تحديد تلك الأهداف، ومعايير تحققها.
- ٢- تمكين الفرد من تحقيق أهدافه؛ من خلال ما يُتاح له من معلومات أساسية بشأن طبيعة السلع أو الخدمات اللازمة لإشباع حاجاته.
- ٣- مفاضلة الفرد بين البدائل المختلفة التي يمكن أن تحقق أهدافه.
- ٤- توزيع الفرد موارده بطريقة رشيدة؛ لتحقيق أهدافه.
- ٥- حكم الفرد على مدى تحقق الأهداف؛ في ضوء المعايير التي حددها سلفاً.

محددات الدراسة

قصرت الدراسة - في محدداتها الجغرافية - على محافظة الإسكندرية، وفي محدداتها البشرية والمكانية على طلاب المستوى الرابع بكلية التربية - جامعة الإسكندرية؛ بوصفهم الأقرب للالتحاق بسوق العمل؛ لذا من المتوقع أن تُصقل مهاراتهم وخبراتهم بعد دراستهم مقرر "ريادة الأعمال" كمتطلب للتخرج.

منهج الدراسة وإجراءاتها:

استعانت الدراسة - تحقيقاً لأهدافها - بالمنهج الوصفي في تحليل مفهومي: الاقتصاد، والثقافة، وكذلك في تحليل أهداف الثقافة الاقتصادية، وفي تحليل الدراسات السابقة ذات الصلة؛ كما استعانت الدراسة بإحدى أدواته المثلثة في استمارة مقابلة شبه مقننة مع عينة عشوائية من طلاب المستوى الرابع بكلية التربية - جامعة الإسكندرية قوامها (١٦٤) طالباً معلماً وطالبة معلمة؛ لتعرف طبيعة الثقافة الاقتصادية لديهم.

الدراسات السابقة:

- ١- دراسة (محمد، ٢٠٠٧)، بعنوان: "الثقافة الاقتصادية للكبار في البلاد العربية: مفاهيم ومستويات تعليم الجماهير". أشارت الدراسة إلى أن قضية الوعي؛ اقتصادياً كان، أو سياسياً، أو اجتماعياً؛ يُعد واحداً من أبرز القضايا التي يعيشها الإنسان في دول العالم الثالث؛ فظاهرة السطحية المعرفية، وما يواكبها من توجهات سلبية لدى البعض نحو الآخر؛ فرداً كان أو مؤسسة، أو دولة، وكذلك انتشار مستوى الوعي الخيالي والوعي الساذج وانحسار الوعي الناقد في أوساط المتعلمين. وركزت الدراسة على تحديد مفهومين أساسيين: الأول: مفهوم الثقافة الاقتصادية، بمستوياته: النظري (القيم الاقتصادية)، والعملي (تفعيل هذه القيم في حل المشكلات الاقتصادية)، والآخر: مفهوم الكبار من منظور فئات العمر، وشملت القيم الاقتصادية الأساسية المتضمنة في الدراسة: قيمة الإنتاج المتميز بأعلى مستوى جودة، حوكمة الاستهلاك، والتنافس الشريف، والمحاسبية النزيهة، والثراء الحلال، والعقلانية في التفكير. وحددت الدراسة ثلاثة مستويات للثقافة الاقتصادية: هي: مستوى الفرد، مستوى المؤسسة التعليمية، مستوى منظمات المجتمع المحلي والوطني.

٢-دراسة (كمال الدين، ٢٠٢٣)، بعنوان: "الثقافة المالية والاقتصادية ومدى حضورها في مناهج التعليم العام ١٩٩٧ في الحلقتين الثانية والثالثة من التعليم الأساسي في لبنان".

وقد استهدفت الدراسة تعرّف مفهومي الثقافة الاقتصادية والمالية، وتحليل المناهج اللبنانية (مقررات: التربية الوطنية، والتنشئة المدنية، واللغة العربية، والرياضيات، والجغرافيا) للعام الدراسي ١٩٩٦-١٩٩٧ في الحلقتين: الثانية، والثالثة؛ للتحقق من مدى تضمين هذين المفهومين في بعض مقرراتها؛ وذلك في ضوء تجارب بعض الدول العربية والأجنبية. واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي في تحليل تلك المقررات.

وتوصلت الباحثة إلى استنتاجات عدة من بينها: عناية عديد من الدول الأجنبية والعربية بإطلاق عدة مبادرات تستهدف تعزيز ثقافة المتعلمين الاقتصادية والمالية في المراحل التعليمية المختلفة، وتبين من خلال عرض هذه التجارب التركيز على أهمية إعداد المعلمين الذين سيقومون بهذه المهام وتدريبهم، وإنشاء برنامج خاص لتعليم الأطفال الثقافة المالية في المدارس، كما عُنيت بعض الدول العربية بتدريس مادة "الثقافة المالية" من الصف السابع وحتى الصف الثاني عشر.

وتبين بعد تحليل المضمون والأهداف في مقررات: الجغرافيا، والتنشئة المدنية، واللغة العربية في المناهج اللبنانية؛ حضور الثقافة الاقتصادية والمالية في مادة الجغرافيا بنسبة جيدة؛ إلا أنها لا تشمل جميع المفاهيم التي اقترحت من الباحثة، وتضمن مقرري: التربية الوطنية، والتنشئة المدنية - في بعض فصولها - عدداً لا بأس به من المفاهيم والموضوعات الاقتصادية والمالية؛ بينما جاء حضورها في مقرر اللغة العربية خجولاً من دون تطرق إلى الموضوعات الاقتصادية بشكل كافٍ، وكذلك غيابها تماماً في مقرر الرياضيات.

تعقيب على الدراسات السابقة:

تبين من خلال تحليل الدراستين السابقتين أن ثمة ندرة في الدراسات التي عُنيت بتحليل مفهوم الثقافة الاقتصادية، وقصور تلك الدراستين على دراسة مفهوم الثقافة الاقتصادية من دون تعمق في طبيعتها؛ إذ عدتها مجموعة من القيم، التي أقرتها الدراسة الأولى بطريقة نظرية، وحاولت الدراسة الثانية تطبيقها على المناهج اللبنانية في بعض المواد التي يدرسها الطلاب، ولكن الثقافة الاقتصادية تنعكس في سلوك الأفراد بعد تنمية تلك القيم لديهم. ولذلك يمكن القول إن نتائج تلك الدراسات تخلو من العمق. لذا استهدفت الدراسة الحالية تعرف بنية الثقافة الاقتصادية: خصائصها، وأهدافها، وتطبيقها على طلاب المستوى الرابع بكلية التربية - جامعة الإسكندرية، بالشعب العلمية والأدبية؛ بوصفهم - وأولياء أمورهم- نموذجاً ممثلاً لفئات الدخل المختلفة، ولخلفيات اجتماعية وثقافية متنوعة.

التأصيل النظري

وتعرضه الدراسة على النحو الآتي:

أولاً: أهداف الثقافة الاقتصادية:

يمكن إجمال أهداف الثقافة الاقتصادية في هدفين أساسيين؛ الأول: الاستهلاك، ويتعلق بالطريقة التي يمكن بموجبها استخدام الموارد النادرة لإشباع الرغبات، والآخر: الإنتاج، ويتعلق بالطريقة التي يمكن بموجبها الحصول على هذه الموارد النادرة، وتخصيصها؛ لإنتاج السلع والخدمات.

أ- الاستهلاك

يُعنى بالاستهلاك استخدام السلعة أو الخدمة في إشباع رغبة ما إشباعاً مباشراً، وليس باستخدامها لإنتاج سلعة أو خدمة أخرى، ويتحدد هدف المستهلك بتحقيق أقصى إشباع ممكن (أمين، ٢٠٠٩، ص. ١٠٨). وتعرف الرغبة بأنها: شعور بحرمان؛ إما مادي، أو معنوي، يدفع بالشخص إلى نوع من السلوك الموجه لإشباع هذا الحرمان. وتستخدم كلمة الرغبة لا للتعبير عن رغبة عامة أو حاجة تحدد خارجياً بمقاييس موضوعية ولا تختلف من شخص إلى آخر؛ بل للتعبير

عن شعور شخص ما بالنقص في إشباع شيء ما، وسلوكه سلوكاً موجهاً؛ لتحقيق هذا الإشباع (عمر، ١٩٨٩، ص. ١٣).

ولكي يتحقق هدف المستهلك - وهو تحقيق أقصى إشباع ممكن - يتعين "تمكين المستهلك" أي معرفته بحقوقه والإشارة إليها كلما أمكن ذلك (Nardo et al, 2011, p.10). وبالتالي فإن مصطلح تمكين المستهلك يعني سيادة المستهلك (Mc Shane & Sabadoz, 2015). ويرتبط مصطلح تمكين المستهلك بمصطلح "المستهلك العقلاني" الذي يختار الأشياء التي تحقق له أقصى منفعة في حدود دخله وإمكاناته المادية؛ ولذلك فإن المستهلك يشتري ما يستطيع تحمل تكلفته (Wittau, 2021, p. 150). أي: أن الشخص الممكن هو شخص عقلاني يسعى لتحقيق أقصى منفعة، ويحكم عقله في كل قراراته الاقتصادية.

وهكذا فإن المستهلك لا يستهدف إلا الحصول على أقصى إشباع ممكن من موارده النقدية المحدودة. وهذا يعني أن المستهلك يتبع مبدأ "الترشيد الاقتصادي" في سلوكه؛ إذ يعمد إلى وضع خطة لمشترياته في أناته ورؤيته، ويختار من بين السلع المختلفة تلك المجموعة التي تحقق أكبر إشباع ممكن، وفي اختياره بعض السلع دون الأخرى يفاضل ويقارن بين منافع سلعة ومنافع أخرى؛ إذ أن دخله المحدود لا يمكنه من إشباع كل رغبة أو رآب كل حاجته من حاجاته المتعددة، أو شراء كل ما تهفو إليه نفسه (عمر، ١٩٨٩، ص. ٢٢٠).

وتنطوي عملية الاختيار على حساب الفرد للتكاليف، وهذا ينقلنا إلى مفهوم آخر، وهو: "تكلفة الفرصة البديلة لتوجيه الموارد لاستخدام معين، والذي يتمثل في أقصى عائد مضحي به؛ نتيجة لعدم استخدام الموارد في استخدام أو استخدامات أخرى" (الفيل، وآخرون، ٢٠١٣، ص. ١٩). وبذلك فإن "المستهلك الرشيد هو الشخص الذي يعرف كل ما يحتاج إلى معرفته، والعقل الذي يرى الأشياء على حقيقتها، والمتسق مع نفسه دائماً الذي لا يبدى اليوم تفضيلاً لشيء على آخر؛ لكي يعود غداً لتفضيل الآخر عليه، والمتحكم دائماً في عواطفه لا يترك نفسه ضحية المشاعر، والأهواء العارضة" (أمين، ٢٠٠٩، ص. ١٢٦).

ويشجع النظام الاقتصادي الرشيد على تبني هذه الصورة المنضبطة للمستهلك؛ بوصفه شخصاً عاقلاً رشيداً يستهدف تحقيق أقصى إشباع، وهو يمتلك كل المعلومات اللازمة لتحقيق هذا الإشباع، ويسعى إلى تحقيق هذا الهدف من دون أن يكلفه هذا السعي أي مشقة أو تكاليف، وليس هناك من يحاول تضليله أو خداعه. فيصل - في النهاية - إلى هذا الهدف الأسمى، وهو تحقيق أكبر قدر من المنفعة أو أقصى إشباع يمكن تحقيقه مما لديه من دخل؛ فلا يخدمه المنتج ولا يؤثر في رغباته، وليس أمام المنتج إلا الاستجابة لرغباته؛ فالمستهلك سيد قراره، والنتيجة دائماً في صالحه (أمين، ٢٠٠٩، ص. ١٤١).

وبذلك فإن تمكين المستهلك يُعدُّ حالة يكون فيها المستهلكون أحراراً في أداء أدوار المواطنة في السوق، وأن يكونوا قادرين على السعي وراء المصالح الاقتصادية/العقلانية. (Mc Shane & Sabadoz, 2015, p. 548) وهذا السعي يتعين أن يرتبط بتحقيق العدالة البيئية والاجتماعية في ممارساتهم؛ لذا يتعين أن يشجع التعليم على تغيير المعارف، والمهارات، والقيم، والاتجاهات لدى المتعلم بوصفه مستهلكاً من أجل مجتمع الاستدامة والعدالة للجميع (Leicht, Heiss & Byun, 2018, P.7). ولذلك فإن المواطن المستهلك هو الذي يكون نمط استهلاكه أكثر استدامة وعدالة (Mc Gregor, 2005, 2008).

ولكن مبدأ سيادة المستهلك - في مجتمعنا الحديث - أصبح بعيداً عن الواقع؛ حيث تخضع رغبات المستهلك للتشكيل على يد منتجي وبياعتي السلع؛ فإذا بقرارات المستهلك التي تبدو لنا وكأنها نابعة من اختيار حر يعكس رغبات المستهلكين، وحاجاتهم الحقيقية، ليست إلا نتيجة لمختلف الضغوط النفسية التي يمارسها المنتجون والبياعون على المستهلكين. ومع ذلك لا تزال كتب النظرية الاقتصادية تشرح الاستهلاك وكأن المستهلك هو حقا سيد قراره، وتضرب نفوراً شديداً من أي حديث يشكك في قدرة المستهلك على تحقيق أقصى إشباع ممكن؛ سواء بالإشارة إلى ما يبذله المنتجون والبياعون من جهود لترويض المستهلك وتشكيل رغباته، أو بالإشارة إلى تكاليف الاستهلاك المالية والنفسية، أو إلى مختلف صور الجهل التي يتسم بها المستهلك فيما يتعلق

بالأسعار، أو الدخل، أو صفات السلعة المعروضة عليه، أو السلع المكملّة والمنافسة لها (أمين، ٢٠٠٩، ص. ١٤٠-١٤١).

وعليه، أكد "أمين" أن ثمة أربعة عوامل تحدد سلوك المستهلك إزاء سلعة ما؛ هي: مستوى الدخل، وسعر السلعة، وأسعار السلع الأخرى المكملّة أو المنافسة لها، وذوق المستهلك. فإذا سألت الاقتصادي عما يقصده بـ "ذوق المستهلك"، قال: إنها "كل شيء آخر؛ أي: "كل العوامل التي لا تنطوي عليها العوامل الثلاثة الأولى: الدخل، والسعر، وأسعار السلع الأخرى؛ إذ تدخل عوامل أخرى؛ كالسن، والنوع، والجنسية، والدين، والمناخ، والطبقة، والثقافة، والتاريخ، والمناخ، ضمن "ذوق المستهلك" (أمين، ٢٠٠٩، ص. ١١٩).

وتتوقف المفاضلة بين الاستهلاك والادخار على أمور عديدة، ومن بينها - كما ترى النظرية التقليدية - المفاضلة بين المنفعة الحالية لوحدات النقود (أي: الاستهلاك الحالي)، ومنفعتها في المستقبل؛ ومن ثمّ الاستهلاك في المستقبل (عبد المولى، ١٩٧٧، ص. ٢٧٤). وقد أرجع "كينز" حجم الاستهلاك، وبالتالي حجم الادخار بوصفه ذلك الجزء من الدخل الذي لم يستهلك إلى عوامل شخصية، وأخرى موضوعية: (نقلاً عن: عبد المولى، ١٩٧٧، ص. ٢٧٥-٢٨٣)

أ- العوامل الشخصية التي تحمل الأفراد على الامتناع عن استهلاك جزء من دخلهم، وعلى الادخار في الآتي: ١- تكوين احتياطي لمواجهة حوادث غير متوقعة، ٢- الاحتراس ضد حوادث متوقعة قد تزيد من الأعباء المستقبلية أو تقلل من الدخل في المستقبل. ٣- الانتفاع من الفائدة ومن الزيادة في قيمة الأموال؛ إذ إن الاستهلاك المؤجل الأكبر قيمة أفضل من الاستهلاك الحالي الأقل قيمة ٤- الادخار بغرض الاستثمار (تكوين رأس مال).

ب- العوامل الموضوعية المحددة للادخار: ترتبط العوامل الموضوعية المحددة لحجم الاستهلاك، وبالتالي لحجم الادخار بمستوى الدخل والتغيرات التي تطرأ على هذا المستوى، وعلى مستوى سعر الفائدة السائدة والتغيرات التي تحصل عليه، وعلى مستوى الاقتطاع الضريبي، وعلى مستوى الأثمان السائدة، ودرجة استقرار الشخص نفسه، وعلى مستوى الاستقرار السياسي والاجتماعي، وأخيراً على درجة تنظيم الأسواق المالية والنقدية.

وهكذا فإن الاستهلاك هو نشاط قائم على القيم المشتركة، والتي يتم تنظيمها من خلال الأطر الثقافية السياقية للأفراد بوصفهم جزءاً من الوسط الاجتماعي (Holt, 1997, p. 328)، ولذا فإن ثمة ارتباط وثيق بين "الهابيتوس" - Habitus - كما صاغه "بورديو" - والاستهلاك. ومن أجل فهم أعمق لهذا التماسك يجب التذكير أن "الهابيتوس" يستند إلى الظروف الاجتماعية للحياة، والوضع الاجتماعي للفرد؛ على سبيل المثال: يعد الاستهلاك الاجتماعي أكثر شيوعاً بين الطبقات العليا في المجتمع (Wittau, 2021, p. 154). وهكذا فإن نمط الاستهلاك يرتبط بالطبقة الاجتماعية للفرد.

وتعليم الاستهلاك يجعل الفرد قادراً على تلبية احتياجاته في ضوء دخله، ويمكن تعليم الطلاب الاستهلاك الصواب من خلال وصف ما هو صواب وما هو خطأ في حياتهم الفعلية، وهذا سيكون أشبه بتعليم الأمور العقائدية (Wittau, 2021, p. 155, p. 164). وعليه سلوك الفرد الرشيد يعني حصوله على أقصى منفعة من الموارد المتاحة، فيضع معايير لتحقيق هذه المنفعة، ويفاضل بين البدائل المختلفة للسلع أو الخدمات، ويختار منها ما يتناسب مع ما لديه من موارد، ويحكم - في النهاية - على موقف الخبرة الاستهلاكي؛ في ضوء تحقيق الأهداف التي حددها.

ب- الإنتاج

يُعرف الإنتاج بأنه "خلق المنفعة في شكل سلعة اقتصادية"، ومنفعة السلعة هي تلك القوة الكامنة فيها التي تشبع رغبة إنسانية معينة" (عمر، ١٩٨٩، ص. ١٣، ص. ٣٧) ويضيف "أمين" أن الإنتاج هو خلق منفعة أو زيادتها" (أمين، ٢٠٠٩، ص. ٥٩) ويوحى هذا التعريف أن الإنسان لا يخلق المادة من العدم، ولا يمكن له إنتاج السلع من لا شيء، وإنما كل ما

يستطيع أن يفعله هو أن يتناول الموارد الطبيعية بالتحويل والتبديل ليجعلها أكثر صلاحية لإشباع الرغبات الإنسانية (Curz, 2000, p.1). ومن ثم فإن السلوك الإنتاجي يُقصد به: إضافة منفعة جديدة للفرد؛ من خلال استغلاله ما لديه من موارد؛ سواء كانت مادية أو غير مادية. ولذلك فإن "الإنتاج نشاط يقوم به الإنسان؛ ليطوع به الموارد الطبيعية؛ لخدمة حاجاته؛ وذلك إما من خلال تغيير خصائصها، أو من خلال نقلها من مكان لآخر تكون فيه الحاجة أشد، أو من خلال نقلها أو تخزينها من زمان إلى زمان آخر، تكون فيه الحاجة إليها أشد" (عبد المولى، ١٩٧٧، ص. ١٤).

وهكذا فإن خلق المنفعة لا ينصرف إلى التعديلات الشكلية في المادة الأولية أو المورد الطبيعي فحسب؛ بل إن هذه التعديلات قد تكون مكانية أو زمنية، وتجري جميعها في سلسلة متصلة من العمليات، تضيف كل عملية منها منفعة جديدة إلى السلعة حتى تصل إلى يد المستهلك النهائي.

ويمكن تقسيم المنافع المختلفة التي يؤدي الإنتاج إلى خلقها أو زيادتها إلى خمسة أنواع: (عمر، ١٩٨٩، ص. ٣٨-٣٩)

- ١- المنفعة الشكلية: وهي المنفعة المستمدة من تحويل المواد الأولية، أو دمجها؛ لتكوين سلعة معينة في صورة ملائمة لأغراض الاستهلاك النهائي.
 - ٢- المنفعة المكانية: وهي المنفعة التي تخلقها الصناعات المختصة بنقل السلع من مكان إنتاجها إلى مكان استهلاكها، أو من هذا المكان إلى مكان آخر.
 - ٣- المنفعة الزمنية: وهي المنفعة المستمدة من وجود السلعة في الوقت الذي يرغب فيه المشترون أو المستهلكون أن يحصلوا عليها.
 - ٤- منفعة الخدمات الشخصية: وهي المنفعة المستمدة من الإنتاج اللامادي؛ أي: الإنتاج الذي يشبع حاجات الإنسان عن طريق الخدمات المباشرة؛ كخدمات الفنانين، وأصحاب المهن الحرة، أو الخدمات العامة؛ كالتعليم، أو الأمن، أو الدفاع، أو الصحة العامة، أو الخدمات الاجتماعية، أو ما عداها من الخدمات التي يؤديها الموظفون للجمهور عامة.
 - ٥- منفعة الامتلاك: وهي المنفعة المستمدة من خدمات الوسطاء بين المنتج والمستهلك في صدد توزيع السلع، وهي -كذلك- الخدمات التي تساعد في نقل ملكيتها إلى المستهلك النهائي. ومن الأمثلة على هذا النوع من المنفعة خدمات التجار في أسواق الجملة وأسواق التجزئة.
- وهكذا تتعدد أنواع المنافع التي يخلقها الإنتاج. وقد ينصرف الذهن إلى أن الإنتاج لا يعني إلا الإنتاج المادي؛ أي: إنتاج السلع التي لها كيان مادي، غير أن الإنتاج لا يشمل أوجه النشاط التي تؤدي إلى زيادة منفعة السلع المادية فحسب؛ بل يشمل -أيضاً- السلع اللامادية؛ كالخدمات التي يقدمها الأطباء، والمحامون، والمهندسون، وأساتذة الجامعات، ومن عداهم من أصحاب المهن الحرة؛ ما داموا يقومون بإشباع حاجة من حاجات المجتمع، ويحصلون على أجر في سبيل ذلك. ومن الواضح أن دفع الأجر نظير الخدمات التي يسديها هؤلاء إلى أفراد المجتمع، يعني أن عملهم يشبع حاجات المستهلكين. وكل ما يشبع حاجة فهو نافع، وكل عمل نافع يعد إنتاجاً؛ لأن الإنتاج هو خلق المنفعة - بمختلف أشكالها - أو زيادتها، أما منفعة هذه الخدمات فتسمى "منفعة الخدمات الشخصية" تمييزاً لها عن الأنواع الأخرى من المنافع التي ترتبط بالإنتاج المادي (عمر، ١٩٨٩، ص. ٣٨).

وهكذا يمكن القول إن الاستهلاك والإنتاج يؤديان إلى خلق منفعة، لذا يميز بعض الاقتصاديين بين الإنتاج والاستهلاك بمنظور جديد غير خلق المنفعة أو زيادتها، وهو أن يباعاً قد تم أو يُرمع أن يتم بغرض تحقيق ربح أو فائض في الإيرادات عن النفقات. هذا الشرط هو بالفعل ما يتوافر في كل الأمثلة التي يعدها الاقتصاديون إنتاجاً؛ كزراعة، أو الصناعة، أو التجارة، أو الخدمات المالية، أو الخدمات الترفيهية، أو الشخصية التي تستهدف الربح؛ سواء كانت السلعة أم الخدمة نافعاً محققاً، أو مشكوكاً في نفعها، وهذا هو الشرط الذي لا يتحقق في الأنشطة

التي يعدها الاقتصادي استهلاكاً، برغم أنها تنطوي على خلق منفعة أو زيادتها (أمين، ٢٠٠٩، ص. ٦٠-٦١).

وهكذا فإن الفيصل بين ما يمكن عدّه إنتاجاً، وبين ما لا يمكن عدّه إنتاجاً - في المنظور الاقتصادي - هو ما إذا كان الناتج المادي أو اللامادي ذا قيمة سوقية، أو لا. وما دام المجتمع يقدر سلعة أو خدمة ما بثمن معين؛ فإن المنتج ذو منفعة. وتقاس درجة المنفعة - هنا - بالثمن الذي يقبل الأفراد دفعه في سبيل حصولهم على سلعة أو خدمة ما (عمر، ١٩٨٩، ص. ٣٨).

وقد أجمل "أمين" دوافع الإنتاج في أن الناس يقومون بالإنتاج لإشباع حاجة أو أخرى من الحاجات الإنسانية، أو بعبارة أكثر تحديداً يتوقف نوع الباعث على نوع السلعة أو الخدمة المنتجة، فيعزى إنتاج سلعة زراعية ما - على سبيل المثال - إلى إشباع حاجة الناس، أو حاجة المنتج نفسه إلى الغذاء. أما منتج الكتاب (أي: المؤلف، أو الناشر)؛ فباعثه إشباع الطلب على الثقافة، كما أن باعث مؤلف الموسيقى، وباعث المنتج السينمائي إشباع الحاجة إلى الترفيه. ويُعد كلا النوعين من الإجابات معقولاً تماماً، ولكنهما لا يرضيان الاقتصادي؛ إذ يفضل أن يكون الباعث على الإنتاج "تحقيق أقصى ربح" أو بعبارة أخرى تحقيق أقصى فارق موجب بين الإيرادات والنفقات (أمين، ٢٠٠٩، ص. ٦٨). وعليه تتحدد دوافع الإنتاج إما بتحقيق منفعة شخصية، أو منفعة للآخرين؛ سواء بمقابل مادي، أو من دون مقابل مادي قد يتمثل في الحصول على تقدير اجتماعي، ومن ثم تحقيق الذات.

وهكذا تتحدد دوافع الإنتاج لدى الفرد بتحقيق إما أهداف مادية (الربح)، أو أهداف غير مادية (الشهرة، التقدير، السمعة الطيبة)، وكلا الهدفين يفضيان - في النهاية - إلى تحقيق الذات.

وثمة مدرستان بشأن اتخاذ الفرد لقرار الإنتاج؛ الأولى: تتبع أسلوب التخطيط؛ حيث تتولى سلطة مركزية مسؤولية التنسيق بين القرارات التي تتخذها الوحدات الاقتصادية المختلفة. وتتعدد الوسائل التي يمكن أن تستخدمها هذه السلطة المركزية للتأثير في قرارات الوحدات الاقتصادية؛ فيمكنها - من خلال - تحديد حصص معينة - التحكم فيما يمكن استخدامه من الموارد في الإنتاج والاستهلاك والتبادل؛ لتتماشى مع الكميات المتاحة منها. ويمكنها استخدام وسائل أخرى غير مباشرة؛ كسياسات منح الإعانات، أو فرض الضرائب؛ وذلك لتشجيع الوحدات الاقتصادية على اتخاذ بعض القرارات، أو الحد من البعض الآخر. كما تستطيع هذه السلطة المركزية - كذلك - فرض قواعد تنظيمية تلتزم الوحدات الاقتصادية مراعاتها عند اتخاذ قراراتها. وأسلوب التخطيط يمكن أن يكون شاملاً لجميع قطاعات الاقتصاد القومي، أو جزئياً يختص ببعض القطاعات من دون غيرها. والأخرى: تعتمد على قوى السوق (أي: قوى العرض، والطلب)؛ للتنسيق بين القرارات التي تتخذها مختلف الوحدات الاقتصادية؛ أي: محاولة تنظيم العلاقات المتبادلة بين هذه الوحدات (إبراهيم، ٢٠٠٠، ص. ٢١).

وعليه فإن السلوك الإنتاجي؛ هو ما يهدف الفرد - من خلاله - إلى زيادة الموارد المتاحة لديه؛ سواء كانت مادية، أو غير مادية، وهذا يتطلب حصر المدقق لها، وإدارتها بطريقة رشيدة؛ لتوظيفها في صورة سلعة أو خدمة؛ حيث يفاضل بين البدائل المختلفة لاستخدامها، ويختار البديل الأمثل فيما بينها، ويحكم في النهاية على موقف الخبرة الإنتاجي؛ في ضوء تحقيق الأهداف التي حددها.

ثانياً: الثقافة الاقتصادية لدى طلاب كليات التربية؛

طلاب كليات التربية هم معلمو المستقبل، وعلى سواعدهم تتحقق أهداف التعليم، وتعد الثقافة الاقتصادية لديهم مطلباً ضرورياً؛ خاصة في إطار سعي الدولة إلى بناء مجتمع مستدام يوازن بين تحقيق الأهداف الاقتصادية، والحاجات الاجتماعية، والمسؤولية الإيكولوجية، وتوافر تلك الثقافة لدى الطلاب المعلمين يجعلهم قادرين على إدارة مواردهم الاقتصادية؛ سواء المادية، أو غير المادية، بطريقة رشيدة؛ لتحقيق أقصى منفعة أو زيادتها، ويجعلهم أقدر على إقامة مشروعات خاصة بهم؛ مما يحد من انتشار البطالة بينهم. كما أن معلمو المستقبل - بخاصة معلمو المواد الأساسية؛ كاللغة العربية، والدراسات الاجتماعية، والرياضيات، والعلوم، واللغة الإنجليزية - يمكنهم التأثير في فكر واتجاهات طلابهم الاقتصادية.

ويُعد المال والوقت من أبرز الموارد التي تتوافر لدى كثير من الطلاب المعلمين، شريطة أن يحسنوا توظيفهما بشكل مثمر؛ سواء جرى استغلالهما بهدف الاستهلاك أو الإنتاج، وهذا هو جوهر الثقافة الاقتصادية؛ خصائص، وأهداف.

ويتطلب سلوك طلاب كليات التربية السلوك الاستهلاكي الرشيد أن تتوافر لديهم خطة لتحقيق أقصى منفعة ممكنة، وأن يكونوا قادرين على:

- تحديد المعايير اللازمة لتحقيق المنفعة من كلا المورد.
 - المفاضلة بين البدائل المعروضة في تحقيق تلك المنفعة.
 - الحكم في النهاية على موقف الخبرة الذي مروا به؛ في ضوء المعايير المحددة سلفاً.
- أما عن السلوك الإنتاجي لدى طلاب كليات التربية في الموردين السابقين يتطلب أن يكونوا على وعي بقيمة تلك الموارد كما يلي:
- السعي لتوظيف تلك الموارد؛ بهدف زيادة المنافع؛ سواء المادية، أو غير المادية.
 - المفاضلة بين البدائل المعروضة؛ لاستغلال تلك الموارد بفاعلية.
 - الحكم في النهاية على موقف الخبرة الذي مروا به؛ في ضوء الأهداف المحددة سلفاً.

ثالثاً: الدراسة الميدانية:

واقع الثقافة الاقتصادية؛ لدى طلاب المستوى الرابع بكلية التربية

- جامعة الإسكندرية

يتناول هذا الجزء إجراءات الدراسة الميدانية، ونتائجها؛ بدءاً بأهداف الدراسة الميدانية، وعينتها، وأداتها، ومروراً باليات التحقق من صدق الأداة وثباتها، وانتهاءً بنتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها.

أهداف الدراسة الميدانية، وأداتها

هدفت الدراسة الميدانية إلى تعرف مدى إدراك طلاب المستوى الرابع بكلية التربية - جامعة الإسكندرية، طبيعة الثقافة الاقتصادية، وخصائصها، وأهدافها، وتعرف كذلك -تداعيات نمط الثقافة الاقتصادية المنتشر بين طلاب الكلية على المستقبل الاقتصادي للمجتمع. وقد أعدت الباحثة -تحقيقاً- لأهداف الدراسة- استمارة مقابلة مقننة، ذات محاور ثلاثة رئيسية: الأول: يستهدف تعرف مدى قدرة الطالب المعلم على إدارة مصروفه الشهري، والتخطيط لتوزيعه بطريقة رشيدة؛ لإشباع رغباته، ومدى تقييمه لتجربة الإشباع، وإطلاق حكم في النهاية على تلك التجربة، والثاني: يستهدف تعرف مدى قدرة الطالب المعلم على إدارة وقته، والأخير: يستهدف تعرف مدى قدرة الطالب على التخطيط لمستقبله؛ من خلال الاستثمار في واحد، أو أكثر من المشروعات، ومدى امتلاكه لمقومات إنشاء هذا المشروع.

مجتمع الدراسة، وعينتها:

بلغ المجتمع الأصلي للدراسة (١٧٠٠) طالب وطالبة بالمستوى الرابع بكلية التربية -جامعة الإسكندرية (لأنحة الساعات المعتمدة ٢٠٢٠) في العام الجامعي ٢٠٢٣/٢٠٢٤، وبلغت عينة الدراسة الأساسية (١٦٤) طالباً معلماً وطالبة معلمة من الشعب المختلفة العلمية والأدبية.

جدول رقم (١):

مجتمع الدراسة، وعينتها:

المجتمع الأصلي للدراسة	العينة الأساسية
(١٧٠٠) طالب معلم وطالبة معلمة	(١٦٤) طالباً معلماً وطالبة معلمة

جدول رقم (٢):

التكرار والنسب المئوية لعينة الدراسة الأساسية وفقاً لمتغير "النوع" (ن=١٦٤):

النسبة المئوية %	التكرار	التوصيف الإحصائي
		النوع
٤٦%	٧٦	ذكر
٥٤%	٨٨	أنثى
١٠٠%	١٦٤	المجموع

جدول رقم (٣):

التكرار والنسب المئوية لعينة الدراسة الأساسية وفقاً لمتغير "التخصص" (ن=١٦٤):

النسبة المئوية %	التكرار	التوصيف الإحصائي
		الجنس
٥٢%	٨٦	علمي
٤٨%	٧٨	أدبي
١٠٠%	١٦٤	المجموع

جدول رقم (٤):

التكرار والنسب المئوية لعينة الدراسة الأساسية وفقاً لمتغير "تعليم الأب" (ن=١٦٤):

النسبة المئوية %	التكرار	التوصيف الإحصائي
		تعليم الأب
١٠%	١٦	ابتدائي
٤١%	٦٨	متوسط
٦%	١٠	فوق متوسط
٤٣%	٧٠	جامعي

جدول رقم (٥):

التكرار والنسب المئوية لعينة الدراسة الأساسية وفقاً لمتغير "تعليم الأم" (ن=١٦٤):

النسبة المئوية %	التكرار	التوصيف الإحصائي
		تعليم الأم
٢٠%	٣٢	ابتدائي
٤٠%	٦٦	متوسط
٩%	١٤	فوق متوسط
٣٢%	٥٢	جامعي

جدول رقم (٦):

التكرار والنسب المئوية لعينة الدراسة الأساسية وفقاً لمتغير "الدخل الشهري للأسرة" (ن=١٦٤):

النسبة المئوية %	التكرار	التوصيف الإحصائي
		الدخل الشهري للأسرة بالجنيه
٥%	٨	أقل من (٣٣٠٠) جنيه
٥%	٨	ما بين: (٣٣٠١ - ٤٥٠٠) جنيه
٢٣%	٣٨	ما بين: (٤٥٠١ - ٥٨٠٠) جنيه
٥٩%	٩٧	ما بين: (٥٨٠١ - ١٦٦٠٠) جنيه
٧%	١١	ما بين: (١٦٦٠١ - ٣٣٣٠٠) جنيه
١%	٢	أكثر من (٣٣٣٠٠) جنيه

المصدر: تم توزيع فئات الدخل الشهري للأسر بحسب الدخول السنوية للأسر من تقارير الدخل الصادرة عن الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء لعام ٢٠٢٤

جدول رقم (٧):

التكرار والنسب المئوية لعينة الدراسة الأساسية؛ وفقاً لمتغير "المصرف الشهري للطالب" (ن=١٦٤):

النسبة المئوية %	التكرار	التوصيف الإحصائي
١٨%	٣٠	المصرف الشهري للطالب بالجنينة أقل من (٥٠٠) جنيه
١٦%	٢٦	ما بين: (٥٠١-١٠٠٠) جنيه
١٠%	١٧	ما بين: (١٠١١-١٥٠٠) جنيه
٥٥%	٩١	أكثر من (١٥٠٠) جنيه

جدول رقم (٨):

التكرار والنسب المئوية لعينة الدراسة الأساسية؛ وفقاً لمتغير "العمل" (ن=١٦٤):

النسبة المئوية %	التكرار	التوصيف الإحصائي
٥٦%	٩٢	حالة الطالب يعمل
٤٤%	٧٢	لا يعمل

صدق أداة الدراسة:

عُرِضت استمارة المقابلة - في صورتها الأولى - على مجموعة من السادة المحكمين من أساتذة التربية؛ للتأكد من صدقها، وجرت جملة من التعديلات على بعض الأسئلة كما يلي:

السؤال بعد التعديل	السؤال قبل التعديل
هل تحدد مواصفات عند شراء أي من السلع السابقة؟	هل تضع مواصفات في شراء أي من السلع السابقة؟
ماذا تفعل حين لا يكفي مصروفك؟	هل تلجأ إلى الاستدانة لإشباع حاجاتك؟
هل تشعر بالرضا بعد اقتناء ما تريد؟	هل تشعر بالرضا بعد قرار الشراء؟
هل تشعر أحياناً بالندم على شراء شيء ما؟ ولماذا؟	هل تشعر بالرضا بعد اقتناء ما تريد؟ هل تشعر أنه تم تضليلك في قرار الشراء؟ أم أنك لا تهتم بتقييم تجربة الشراء؟
هل تضع أهدافاً محددة تسعى لتحقيقها في الوقت المتاح لك؟	هل تضع أهدافاً محددة تسعى لتحقيقها من قضايتك هذا الوقت؟

نتائج الدراسة وتفسيرها:

أولاً: نتائج الدراسة وتفسيرها فيما يتعلق بالسؤال الأول، ونصه: ما واقع السلوك الاستهلاكي الرشيد لدى طلاب المستوى الرابع بكلية التربية - جامعة الإسكندرية في إدارة موري: المال، والوقت؟

أ- السلوك الاستهلاكي الرشيد في إدارة موري: المال، والوقت:

جدول رقم (٩):

التكرار والنسب المئوية لعينة الدراسة الأساسية؛ وفقاً لمتغير "القدرة على إدارة المال والوقت" (ن=١٦٤):

النسبة المئوية %	التكرار	التوصيف الإحصائي
٣٤%	٥٦	القدرة على إدارة المال والوقت
١٠%	١٦	القدرة على إدارة المال فقط
٦%	١٠	القدرة على إدارة الوقت فقط
		القدرة على إدارة المال والوقت معاً

يبين الجدول السابق توافر الثقافة الاقتصادية لدى الطلاب المعلمين (عينة الدراسة) في إدارة المال بنسبة بلغت (٣٤%)، وفي إدارة الوقت بنسبة بلغت (١٠%)، وفي إدارة موري: المال والوقت معاً بنسبة بلغت (٦%).

وتمثلت أبرز مظاهر الضعف في السلوك الاستهلاكي في إدارة المال فيما يلي:
جدول رقم (١٠):

التكرار والنسب المئوية لعينة الدراسة الأساسية؛ وفقاً لتغير مظاهر ضعف الإدارة المالية (ن=١٦٤):

النسبة المئوية %	التكرار	التوصيف الإحصائي
٣٣%	٥٤	مظاهر ضعف الإدارة المالية
١٧%	٢٨	ضعف تحديد مواصفات شراء السلع
٤١%	٦٨	ضعف معايير المفاضلة بين السلع
٣٤%	٥٦	لا يكفي المصروف الشهري فيلجأ للاستدانة
٥٢%	٨٦	استهلاك المصروف الشهري بعشوائية
		الشعور بالندم بعد الشراء

- ضعف توافر مواصفات شراء السلع لديهم، وعبر عن ذلك بعضهم بعبارة منها: "يضحك عليّ جداً من البيع"، "أثأثر عادي بكلام البيع"، وبلغ عددهم (٥٤) طالباً معلماً وطالبة معلّمة من جملة عينة البحث الأساسية (١٦٤) طالباً معلماً وطالبة معلّمة، بنسبة بلغت (٣٣%).
- ضعف معايير المفاضلة بين السلع: وعبر عن ذلك بعضهم بعبارة منها: "ما أشتيهه أشتريه"، "زي ما تيجي تيجي"، "الحاجة اللي بتستهواني أشتريها"، "مفيش معايير"، وبلغ عددهم (٢٨) طالباً معلماً وطالبة معلّمة من جملة عينة البحث الأساسية (١٦٤) طالباً معلماً وطالبة معلّمة، بنسبة بلغت (١٧%).
- لا يكفي المصروف الشهري فيلجأ للاستدانة: وعبر بعضهم عن ذلك بعبارة منها: "في حاجات بيكون نازل عليها offer فأشتريها فعشان كده الفلوس بتعجز معاياه وأضطر أستلف"، "المصروف مش بيكفي فيستلف كتير خاصة في الصيف علشان الخرجات والفسح"، "يستلف لأنني خاطب وعندي التزامات"، "مصروفي بيخلص وعادي أخذ ثاني من بابا"، "أبقي حطة خطة وتيجي حاجة تخليني أصرف الفلوس كلها فأضطر أستلف علشان أكمل باقي الشهر"، "أما يخلص مصروفي عادي ماما وبابا يرجعوا يدوني حبة ثاني"، وبلغ عددهم (٦٨) طالباً معلماً وطالبة معلّمة من جملة عينة البحث الأساسية (١٦٤) طالباً معلماً وطالبة معلّمة، بنسبة بلغت (٤١%).
- استهلاك المصروف بطريقة عشوائية: وعبر عن ذلك بعضهم بعبارة منها: "أنا عشوائية في الصرف، اللي نفسي فيه أجيبه"، "لا أحسب صرفت أد إيه"، "الدنيا بتخليك تمشي عشوائي في الصرف"، وبلغ عددهم (٥٦) طالباً معلماً وطالبة معلّمة من جملة عينة البحث الأساسية (١٦٤) طالباً معلماً وطالبة معلّمة، بنسبة بلغت (٣٤%).
- الشعور بالندم: وعبر بعضهم عن ذلك بعبارة منها: "بحس بالندم لما الحاجة بتكون جودتها مش أحسن حاجة"، "لأن بشترى بأخر فلوس معاياه حاجات بيكون عليها offer ومش بعرف أكمل باقي الشهر"، "لأنني ممكن اتسرفت في شراها وأهلي مش عاجبهم"، "لأن الحاجة مكنتش عملية إني أنزل بيها الكلية"، "لأن الحاجة مكنتش ضرورية واشتريتها"، "لأن توقعي عن الحاجة اللي اشتريتها كان أعلى من قيمتها"، "لأن السعر لا يقابله قيمة وجودة"، "لأنني كنت المفروض لفيت كتير"، "لو جربت مكان جديد وكان ميستهلش"، "أحس بالندم بعد أما أروح البيت وألاقيها مش عجباتني زي ما شوفتها في المحل"، "لأن الانبهار بالحاجة وقت ما اشتريتها ماعدش موجود"، "لأنني اتسرفت في شراء أشياء اكتشفت بعد كده إنها مش مهمة"، "لو اشتريت سلعة غالية ومكنتش تستهال"، "لما أصرف عمال على بطل في حاجات متستهلش"، "بحس بالندم في كل خطوة في حياتي لأن الحاجة اللي حشترتها حتأثر على قواي المادية"، "لو الحاجة أخذت وقت قصير وباظت"، "لما أشتري رواية على آراء الناس وتطلع مش أحسن حاجة"، "الشعور بالرضا بيكون وقت الدفع بس علشان أشبع رغبة الشراء، لكن ممكن الحاجة بعد كده ما استخدمهاش"، "لما الحاجة تبقى غالية وأشتريها"، "لأن الرواية اللي اشتريتها مش زي ما الناس كانت بتحكي عنها"، وبلغ عددهم (٨٦) طالباً معلماً وطالبة

معلمة من جملة عينة البحث الأساسية (١٦٤) طالباً معلم وطالبة معلمة، بنسبة بلغت (٥٢٪).

أما مظاهر ضعف السلوك الاستهلاكي في إدارة الوقت فقد تجلت فيما يلي:
جدول رقم (١١):

التكرار والنسب المئوية لعينة الدراسة الأساسية؛ وفقاً لتغيير "مظاهر ضعف إدارة الوقت" (ن=١٦٤):

النسبة المئوية %	التكرار	التوصيف الإحصائي
		مظاهر ضعف إدارة الوقت
٥٤٪	٨٨	ضعف الشعور بقيمة الوقت
٩٨٪	١٦٠	ضعف التخطيط للوقت
٤٨٪	٧٨	ضعف العناية بتقييم الوقت
١١٪	١٨	العناية بتقييم الوقت من دون تصحيح الأخطاء

- ضعف الشعور بقيمة الوقت: وعبر بعضهم عن ذلك بعبارات منها: "أقضي وقت مع أصدقائي للترفيه عن نفسي،" "أقضي معظم الوقت على وسائل التواصل الاجتماعي لشغل وقت فراغ"، "أحب الجلوس مع أصدقائي للخروج من الضغوط". "أقضي الوقت مع أصحابي للترفيه"، "أنا عندي إدمان للموبايل"، وبلغ عددهم (٨٨) طالباً معلماً وطالبة معلمة من جملة العينة الأساسية (١٦٤) طالباً معلماً وطالبة معلمة، بنسبة بلغت (٥٤٪).
- ضعف التخطيط للوقت: وعبر بعضهم عن ذلك بعبارات منها: "الوقت لا يكفي لإنجاز ما أضعه لليوم"، "مفיש خطة للوقت إلا للضرورة"، "لو عندي حاجة أخطط غير كده الدنيا تيجي زي ما تيجي"، "لا أخطط لحاجة، في العادي بنام كثير جدا"، "مش بخطط اليوم يمشي إزاي"، "بكسل عن عمل الحاجة"، "مش شرط اللي أخطط له أنفذه"، "مفיש مساحة إنني أخطط لحاجة، شغلي واخذ معظم وقتي"، "لا أخطط إلا لو عندي دراسة"، "مفיש خطة للوقت إلا للضرورة"، وبلغ عددهم (١٦٠) طالباً معلماً وطالبة معلمة من جملة العينة الأساسية (١٦٤) طالباً معلماً وطالبة معلمة، بنسبة بلغت (٩٨٪).
- ضعف الاهتمام بتقييم الوقت: وعبر بعضهم عن ذلك بالعبارات الآتية: "الكسل ماسك في مش عارف أنفذ حاجة"، "الوقت عدى وخلاص"، "ده على حسب أنا قاعد مع مين، لومع صحابي مش بهتم بتقييم الوقت"، "الكسل مش بيخليني أهتم بالتقييم"، "لا أهتم خاصة لو مش رايق أقول يوم وخلص"، وبلغ عددهم (٧٨) طالباً معلماً وطالبة معلمة من جملة العينة الأساسية (١٦٤) طالباً معلماً وطالبة معلمة، بنسبة بلغت (٤٨٪).
- العناية بتقييم الوقت ولكن من دون تصحيح الأخطاء: وعبر بعضهم عن ذلك بعبارات منها: "أهتم بتقييم الوقت ولكن برجع أعمل نفس الأخطاء تاني"، "كثير بزعل على الوقت اللي ضاع لكن مش باخد خطوة إيجابية"، "براجع نفسي على الوقت اللي ضاع مني لكن كله في راسي مش بنفذ حاجة"، "على حسب أنا قاعد مع مين لوقاعد مع أصحابي مش بهتم بتقييم الوقت" "بهتم بتقييم الوقت لكن بكرر الغلط تاني مش باخد بالي"، وبلغ عددهم (١٨) طالباً معلماً وطالبة معلمة من جملة العينة الأساسية (١٦٤) طالباً معلماً وطالبة معلمة، بنسبة بلغت (١١٪).

ثانياً: نتائج الدراسة وتفسيرها في الإجابة عن السؤال الثاني: ما واقع السلوك الإنتاجي لدى الطلاب في الاستغلال الأمثل لموردي: المال، والوقت؟

أ- السلوك الإنتاجي لدى الطلاب في الاستغلال الأمثل لموردي: المال، والوقت

جدول رقم (١٢):

التكرار والنسب المئوية لعينة الدراسة الأساسية؛ وفقاً لتغير "السلوك الإنتاجي لدى الطلاب في استغلال موردي المال، والوقت" (ن=١٦٤):

النسبة المئوية %	التكرار	التوصيف الإحصائي المشروع الإنتاجي
٠.٦%	١	عربة آيس كريم
٠.٦%	١	شركة استيراد إطارات السيارات
٠.٦%	١	تفصيل ملابس
٠.٦%	١	حلويات منزلية
٠.٦%	١	محل موبيليا
٠.٦%	١	محل عطور
٤%	٦	المجموع

أما أبرز مظاهر ضعف السلوك الإنتاجي لدى الطلاب فقد تمثلت في:

جدول رقم (١٣):

التكرار والنسب المئوية لعينة الدراسة الأساسية؛ وفقاً لتغير "مظاهر ضعف السلوك الإنتاجي لدى الطلاب" (ن=١٦٤):

النسبة المئوية %	التكرار	التوصيف الإحصائي مظاهر ضعف السلوك الإنتاجي
٣٤%	٥٦	ضعف توافر فكرة للبدء في مشروع
٥%	٨	الاعتماد على الآخرين في استلهاام الأفكار
٤١%	٦٨	امتلاك فكرة مشروع من دون توافر القدرة على إدارة رأس المال
٤٩%	٨٠	امتلاك فكرة مشروع من دون توافر القدرة على إدارة الوقت
١٥%	٢٤	ضعف التشاور مع الآخرين
٨٠%	١٣٢	ضعف توافر أفكار لها علاقة بمجال التخصص

- ضعف توافر فكرة للبدء في مشروع لدى الطلاب، وعبر بعضهم عن ذلك بعبارات منها: "أما أسافر إن شاء الله ويبقى معايها فلوس أبقى أفكر في مشروع"، "أما أخلص جيش"، "الصراحة ما فكرتش خالص"، "ما جاش في بالي أفكر في مشروع"، وبلغ عددهم (٥٦) طالباً معلماً وطالبة معلمة من جملة عينة البحث الأساسية وعددهم (١٦٤) طالباً معلماً وطالبة معلمة، بنسبة بلغت (٣٤%).

- الاعتماد على الآخرين في استلهاام أفكار لمشروعات، وعبر بعضهم عن ذلك بعبارات منها: "ماما شايفت إننا نفتح سنتر تعليمي لأن العيلة كلها خريجين من تربية"، "واحد صاحبي اقترح علي فكرة إننا نفتح مطعم"، "صديق لي قالي نفتح محل ملابس"، "ماما فاتحت مشروع تفصيل ملابس وأنا بشتغل معاها فيه"، وبلغ عددهم (٨) طلاب معلمين من جملة عينة البحث الأساسية (١٦٤) طالباً معلماً وطالبة معلمة، بنسبة بلغت (٥%).

- امتلاك فكرة مشروع من دون توافر القدرة على إدارة رأس المال؛ فأراد أحدهم أن يفتح محل بيع وصيانة قطع هارد وير الكمبيوتر، وبسؤاله عما يتوافر لديه من متطلبات لتنفيذ المشروع، قال: "عندي معلومات عن قطع الهارد وير، وحاخذ كورس الصيانة وكورس ماركيتنج، ومعاه نصف رأس المال". وأخرى تريد فتح حضانت، وبسؤالها عما يتوافر لديها لتنفيذ المشروع، قالت: "عندي خبرة كويس في الإدارة، والقدرة على إقناع أولياء الأمور، لكن مش معاه رأس مال". وأخرى تريد فتح محل ملابس خاص

- بالمحجبات، وبسؤالها عن مدى توافر متطلبات تنفيذ المشروع لديها، قالت: "أنا واخدة كورس في تصميم بترونيات الملابس، لكن لا يتوافر لدى رأس مال". وبلغ عددهم (٦٨) طالباً معلماً وطالبة معلمة من جملة العينة الأساسية (١٦٤) طالباً معلماً وطالبة معلمة، بنسبة بلغت (٤١٪).
- امتلاك فكرة مشروع من دون توافر القدرة على إدارة الوقت؛ حيث: التخطيط، وتقييم ومتابعة الخطة، والتي سبق وأكدت عليها عينة الدراسة في المحور السابق من مظاهر ضعف إدارة الوقت لديهم، وبلغ عددهم (٨٠) طالباً معلماً وطالبة معلمة من جملة العينة الأساسية (١٦٤) طالباً معلماً وطالبة معلمة، بنسبة بلغت (٤٩٪).
- ضعف التشاور مع الآخرين في الأفكار، وعبر بعضهم عن ذلك: "لم أتشاور مع أحد"، وبلغ عددهم (٢٤) طالباً معلماً وطالبة معلمة من جملة عينة البحث الأساسية (١٦٤) طالباً معلماً وطالبة معلمة، بنسبة بلغت (١٥٪).
- ضعف توافر أفكار لها علاقة بمجال تخصصهم، وبلغ عددهم (١٣٢) طالباً معلماً وطالبة معلمة من جملة العينة الأساسية (١٦٤) طالباً معلماً وطالبة معلمة بنسبة بلغت (٨٠٪). وقد تنوعت أفكار مشروعاتهم ما بين: "محل ملابس أونلاين، فتح كافيه، تصميم ديكورات الأفراح وأعياد الميلاد، فتح صيدلية بالشراكة مع صديق دكتور، فتح مطعم، تجهيز تركيبات طبيعية للشعر والبشرة"، بينما بلغت أعداد الطلاب الذين يريدون فتح سنتر تعليمي خاص بهم أو بالشراكة مع أصدقاء (٣٢) طالباً معلماً وطالبة معلمة من جملة العينة الأساسية (١٦٤) طالباً معلماً وطالبة معلمة، بنسبة بلغت (٢٠٪).

ثالثاً: نتائج الدراسة وتفسيرها فيما يتعلق بالسؤال الثالث:

- ١- ما مدى تأثير بعض المتغيرات على واقع السلوك الاستهلاكي الرشيد لموردي: المال، والوقت لدى الطلاب؟

أ- تأثير متغير النوع:

جدول رقم (١٤):

التكرار والنسب المئوية لعينة الدراسة الأساسية؛ لواقع "السلوك الاستهلاكي الرشيد لموردي: المال، والوقت"، بحسب النوع (ن=١٦٤):

النسبة المئوية %	التكرار	التوصيف الإحصائي
		النوع
٥٪	٨	ذكر
١٪	٢	أنثى

- يتبين من الجدول السابق أن السلوك الاستهلاكي الرشيد لموردي: المال، والوقت كان لصالح الطلاب الذكور عن الإناث بنسبة ٥:١، وربما يرجع السبب في ذلك إلى أن الطلاب الذكور كثيراً ما يمارسون عملاً إلى جانب دراستهم؛ مما يجعلهم أقدر على إدارة أموالهم، ووقتهم.
- ب- تأثير متغير التخصص:

جدول رقم (١٥):

التكرار والنسب المئوية لعينة الدراسة الأساسية؛ لواقع "السلوك الاستهلاكي الرشيد لموردي: المال، والوقت"، بحسب التخصص (ن=١٦٤):

النسبة المئوية %	التكرار	التوصيف الإحصائي
		التخصص
٢٪	٤	علمي
٤٪	٦	أدبي

يتبين من الجدول السابق أن السلوك الاستهلاكي الرشيد لموردي: المال، والوقت، جاء لصالح طلاب الشعب الأدبية عن طلاب الشعب العلمية، وقد يعزى ذلك إلى الوضع الثقافي والاجتماعي للأسرة.

ج- تأثير متغير تعليم الأب:

جدول رقم (١٦):

التكرار والنسب المئوية لعينة الدراسة الأساسية؛ لواقع "السلوك الاستهلاكي الرشيد لموردي: المال، والوقت"، بحسب "تعليم الأب" (ن=١٦٤):

النسبة المئوية %	التكرار	التوصيف الإحصائي
		تعليم الأب
١%	٢	ابتدائي
٤%	٦	متوسط
-	-	فوق متوسط
١%	٢	جامعي

يبين الجدول السابق أن السلوك الاستهلاكي الرشيد لموردي: المال، والوقت، جاء لصالح الطلاب المعلمين الذين كان تعليم آبائهم متوسطاً؛ لأن دخل الأب تراوح ما بين: (٥٠٠٠-٧٠٠٠) جنيه؛ فكان لديه سياسة رشيدة في إدارة هذا المال وتعلم منه الأبناء.

د- تأثير متغير تعليم الأم:

جدول رقم (١٧):

التكرار والنسب المئوية لعينة الدراسة الأساسية؛ لواقع "السلوك الاستهلاكي الرشيد لموردي: المال، والوقت"، بحسب "تعليم الأم" (ن=١٦٤):

النسبة المئوية %	التكرار	التوصيف الإحصائي
		تعليم الأم
١%	٢	ابتدائي
٤%	٦	متوسط
-	-	فوق متوسط
١%	٢	جامعي

يبين الجدول السابق أن السلوك الاستهلاكي الرشيد لموردي المال والوقت كان لصالح الطلاب الذين كان تعليم أمهاتهم متوسطاً، وربما يرجع السبب في ذلك إلى أن هؤلاء الأمهات ربات منازل لا تعمل؛ فيكون بذلك المصدر الوحيد للإنفاق على الأسرة هو الأب؛ مما يساعد في إدارة الأمور المالية للأسرة.

هـ - تأثير متغير الدخل الشهري للأسرة:

جدول رقم (١٨):

التكرار والنسب المئوية لعينة الدراسة الأساسية؛ لواقع "السلوك الاستهلاكي الرشيد لموردي: المال، والوقت"، بحسب "الدخل الشهري للأسرة" (ن=١٦٤):

النسبة المئوية %	التكرار	التوصيف الإحصائي
		الدخل الشهري للأسرة
-	-	أقل من ٣٣٠٠
-	-	ما بين: (٣٣٠١-٤٥٠٠) جنيه
-	-	ما بين: (٤٥٠١-٥٨٠٠) جنيه
٦%	١٠	ما بين: (٥٨٠١-١٦٦٠٠) جنيه
-	-	ما بين: (١٦٦٠١-٣٣٣٠٠) جنيه
-	-	أكثر من (٣٣٣٠٠) جنيه

يبين الجدول السابق أن السلوك الاستهلاكي الرشيد لموردي: المال، والوقت كان لصالح الطلاب الذين تراوحت دخول أسرهم الشهرية ما بين: (٥٨٠١-١٦٦٠٠) جنيه، وهي فترة الدخل المتوسطة.

و- تأثير متغير المصروف الشهري للطلاب:

جدول رقم (١٩):

التكرار والنسب المئوية لعينة الدراسة الأساسية؛ لواقع " السلوك الاستهلاكي الرشيد لموردي المال والوقت"، بحسب "المصروف الشهري للطلاب" (ن=١٦٤):

النسبة المئوية %	التكرار	التوصيف الإحصائي
		المصروف الشهري للطلاب
	-	أقل من (٥٠٠) جنيه
	-	ما بين: (٥٠١-١٠٠٠) جنيه
	-	ما بين: (١٠٠١-١٥٠٠) جنيه
٦%	١٠	أكثر من (١٥٠٠) جنيه

يبين الجدول السابق أن السلوك الاستهلاكي الرشيد لموردي المال والوقت كان لصالح الطلاب الذين كان مصروفهم الشهري أكثر من (١٥٠٠) جنيه؛ لأنهم يعملون إلى جانب دراستهم، ويدخرون من مصروفهم الشهري، فكانوا أقدر على إدارة كلا الموردتين.

ز- تأثير متغير عمل الطالب:

جدول رقم (٢٠):

التكرار والنسب المئوية لعينة الدراسة الأساسية؛ لواقع " السلوك الاستهلاكي الرشيد لموردي المال والوقت"، بحسب عمل الطالب" (ن=١٦٤):

النسبة المئوية %	التكرار	التوصيف الإحصائي
		عمل الطالب
	٨	يعمل
٥%	٢	لا يعمل

يبين الجدول السابق أن السلوك الاستهلاكي الرشيد لموردي: المال، والوقت كان لصالح الطلاب الذين يعملون إلى جانب دراستهم، عن الطالبتين المتزوجتين اللتين لا تعملان.

٢- ما مدى تأثير بعض المتغيرات على السلوك الإنتاجي لدى الطلاب

أ- تأثير متغير النوع:

جدول رقم (٢١):

التكرار والنسب المئوية لعينة الدراسة الأساسية؛ لواقع " السلوك الإنتاجي لدى الطلاب في الاستغلال الأمثل لموردي: المال، والوقت"، بحسب "النوع" (ن=١٦٤):

النسبة المئوية %	التكرار	التوصيف الإحصائي
		النوع
٢%	٤	ذكر
١%	٢	أنثى

يتبين من الجدول السابق أن السلوك الإنتاجي لدى الطلاب في الاستغلال الأمثل لموردي: المال، والوقت في القيام بمشروعات صغيرة قائمة لديهم، أو العمل مع آبائهم وأمهم في مشروعاتهم، كانت لصالح الذكور عن الإناث.

ب- تأثير متغير التخصص:

جدول رقم (٢٢):

التكرار والنسب المئوية لعينة الدراسة الأساسية؛ لواقع " السلوك الإنتاجي لدى الطلاب في الاستغلال الأمثل لموردي: المال، والوقت"، بحسب "التخصص" (ن=١٦٤):

النسبة المئوية %	التكرار	التوصيف الإحصائي
		التخصص
١٪	٢	علمي
٢٪	٤	أدبي

يتبين من الجدول السابق أن السلوك الإنتاجي للاستغلال الأمثل لموردي: المال، والوقت لدى الطلاب في مشروعات صغيرة قائمة لديهم أو مشاركتهم الآباء والأمهات في مشروعاتهم كانت لصالح طلاب الشعب الأدبية عن الشعب العلمية، ويعزى السبب في تشجيع الطلاب في تأسيس مشروعات صغيرة خاصة بهم إلى تدني مستوى دخل الأسرة، أما مشاركتهم في مشروعات آبائهم وأمهاتهم من أجل تراكم رأس المال في مجال واحد.

ج- تأثير متغير تعليم الأب

جدول رقم (٢٣):

التكرار والنسب المئوية لعينة الدراسة الأساسية؛ لواقع " السلوك الإنتاجي لدى الطلاب في الاستغلال الأمثل لموردي: المال، والوقت"، بحسب "تعليم الأب" (ن=١٦٤):

النسبة المئوية %	التكرار	التوصيف الإحصائي
		تعليم الأب
١٪	٢	ابتدائي
١٪	٢	متوسط
-	-	فوق متوسط
١٪	٢	جامعي

يبين الجدول السابق أن السلوك الإنتاجي للاستغلال الأمثل لموردي: المال، والوقت لدى الطلاب كان لصالح الطلاب الذين كان تعليم آبائهم ابتدائياً، أو متوسطاً، أو جامعياً، بنسب: (١:١:١)، أما في حالة الآباء الذين كان تعليمهم ابتدائياً أو متوسطاً فيلجأ الآباء إلى البحث عن مشروعات صغيرة خاصة بهم لرفع مستوى دخول أسرهم. أما في حالة الآباء الذين كان تعليمهم جامعياً فقد لجأ الآباء للعمل مع آبائهم في مشروعاتهم القائمة بهدف تمكين الآباء من نفس مجال عمل آبائهم، وفي كلتا الحالتين يكون الهدف تعظيم الموارد.

د- تأثير متغير تعليم الأم:

جدول رقم (٢٤):

التكرار والنسب المئوية لعينة الدراسة الأساسية؛ لواقع " السلوك الإنتاجي لدى الطلاب في الاستغلال الأمثل لموردي: المال والوقت"، بحسب "تعليم الأم" (ن=١٦٤):

النسبة المئوية %	التكرار	التوصيف الإحصائي
		تعليم الأم
١٪	٢	ابتدائي
١٪	٢	متوسط
-	-	فوق متوسط
١٪	٢	جامعي

يبين الجدول السابق أن السلوك الإنتاجي للاستغلال الأمثل لموردي: المال، والوقت كان لصالح الطلاب الذين كان تعليم أمهاتهم ابتدائياً، أو متوسطاً، أو جامعياً بنسب (١:١:١). أما في حالة الأمهات التي كان تعليمها ابتدائياً أو متوسطاً فهم ربات منزل لا يعملون، ومنهن من يبتكر مشروعاً صغيراً في المنزل (مثل: تفصيل الملابس) ويشاركنهن في ذلك الآباء، أما في حالة الأمهات التي كان تعليمهن جامعياً، فهن يعملن وقد يشركن آبائهم معهم في مشروعاتهم القائمة، وفي كلتا الحالتين يكون الهدف الحفاظ على استمرار تراكم رأس المال في مجال واحد.

هـ - تأثير متغير الدخل الشهري للأسرة:

جدول رقم (٢٥):

التكرار والنسب المئوية لعينة الدراسة الأساسية؛ لواقع " السلوك الإنتاجي لدى الطلاب في الاستغلال الأمثل لموردي: المال والوقت"، بحسب "الدخل الشهري للأسرة" (ن=١٦٤):

النسبة المئوية %	التكرار	التوصيف الإحصائي
		الدخل الشهري للأسرة بالجنيه
-	-	أقل من ٣٣٠٠
-	-	ما بين: (٣٣٠١-٤٥٠٠) جنيه
-	-	ما بين: (٤٥٠١-٥٨٠٠) جنيه
٢%	٤	ما بين: (٥٨٠١-١٦٦٠٠) جنيه
-	-	ما بين: (١٦٦٠١-٣٣٣٠٠) جنيه
١%	٢	أكثر من (٣٣٣٠٠) جنيه

يبين الجدول السابق أن السلوك الإنتاجي للاستغلال الأمثل لموردي: المال، والوقت كان لصالح الطلاب الذين تراوحت دخول أسرهم ما بين: (١٦٦٠٠-٥٨٠١) جنيه، وهم فئة الدخل المتوسطة، وكذلك في الأسر التي زادت دخول أسرهم عن (٣٣٣٠٠) جنيه بنسبة (١:٢).
و- تأثير متغير المصروف الشهري للطلاب:

جدول رقم (٢٦):

التكرار والنسب المئوية لعينة الدراسة الأساسية؛ لواقع " السلوك الإنتاجي لدى الطلاب في الاستغلال الأمثل لموردي: المال والوقت"، بحسب "المصروف الشهري للطلاب" (ن=١٦٤):

النسبة المئوية %	التكرار	التوصيف الإحصائي
		المصروف الشهري للطلاب
-	-	أقل من (٥٠٠) جنيه
-	-	ما بين: (٥٠١-١٠٠٠) جنيه
-	-	ما بين: (١٠٠١-١٥٠٠) جنيه
٤%	٦	أكثر من (١٥٠٠) جنيه

يبين الجدول السابق أن السلوك الإنتاجي لدى الطلاب في الاستغلال الأمثل لموردي: المال، والوقت كان لصالح الطلاب الذين تراوح مصروفهم الشهري ما بين: (١٥٠٠-٣٥٠٠) جنيه، لأنهم يعملون إلى جانب دراستهم.

ز- تأثير متغير عمل الطالب

جدول رقم (٢٧):

التكرار والنسب المئوية لعينة الدراسة الأساسية؛ لواقع " السلوك الإنتاجي لدى الطلاب في الاستغلال الأمثل لموردي: المال، والوقت" بحسب "عمل الطالب" (ن=١٦٤):

النسبة المئوية %	التكرار	التوصيف الإحصائي
		عمل الطالب
٤%	٦	يعمل
-	-	لا يعمل

يبين الجدول السابق أن السلوك الإنتاجي لدى الطلاب في استغلال موردي: المال، والوقت كان لصالح الطلاب الذين يعملون عن الطلاب الذين لا يعملون، لأن في مجال العمل يملكون بمواقف خبرة كثيرة تدفعهم دفعاً إلى تعديل سلوكياتهم باستمرار.

الاستنتاجات الختامية:

١- يتوافر السلوك الاستهلاكي الرشيد لموردي: المال، والوقت لدى المستوى الرابع بكلية التربية - جامعة الإسكندرية، بنسبة بلغت (٣٤%) في إدارة المال، و(١٠%) في إدارة الوقت، و(٦%) في إدارة موردي: المال، والوقت.

- أ- يتوافر السلوك الاستهلاكي الرشيد في إدارة موردي: المال، والوقت، لدى الطلاب الذكور عن الإناث بنسبة بلغت (١:٥).
- ب- يتوافر السلوك الاستهلاكي الرشيد في إدارة موردي: المال، والوقت، لدى طلاب الشعب الأدبية عن الشعب العلمية بنسبة بلغت (٢:٤)
- ج- يتوافر السلوك الاستهلاكي الرشيد في إدارة موردي: المال، والوقت، لدى الطلاب الذين كان تعليم آبائهم ابتدائياً، ومتوسطاً، وجامعياً بنسب (١:٤:١).
- د- توافر السلوك الاستهلاكي الرشيد في إدارة موردي: المال، والوقت، لدى الطلاب الذين كان تعليم أمهاتهم ابتدائياً، ومتوسطاً، وجامعياً بنسب (١:٤:١).
- هـ - يتوافر السلوك الاستهلاكي الرشيد في إدارة موردي: المال، والوقت، لدى الطلاب في الأسر التي تراوحت دخولها ما بين (٥٨٠١-١٦٦٠٠) جنيه بنسبة بلغت (٦٪).
- و- يتوافر السلوك الاستهلاكي الرشيد في إدارة موردي: المال، والوقت، لدى الطلاب الذين بلغ مصروفهم الشهري أكثر من (١٥٠٠) جنيه بنسبة بلغت (٦٪).
- ز- يتوافر السلوك الاستهلاكي الرشيد في إدارة موردي: المال، والوقت، لدى الطلاب الذين يعملون عن الطلاب الذين لا يعملون بنسبة بلغت (١:٥).
- ٢- يتوافر السلوك الإنتاجي لدى طلاب المستوى الرابع بكلية التربية في الاستغلال الأمثل لموردي: المال، والوقت، بنسبة بلغت (٤٪).
- أ- يتوافر السلوك الإنتاجي لدى الطلاب في الاستغلال الأمثل لموردي: المال، والوقت لصالح الذكور عن الإناث، بنسبة بلغت (١:٢).
- ب- يتوافر السلوك الإنتاجي لدى الطلاب في الاستغلال الأمثل لموردي: المال، والوقت، لصالح طلاب الشعب الأدبية عن العلمية، بنسبة بلغت (١:٢).
- ج- يتوافر السلوك الإنتاجي لدى الطلاب في الاستغلال الأمثل لموردي: المال، والوقت، لصالح طلاب الذين كان تعليم آبائهم ابتدائياً، أو متوسطاً، أو جامعياً، بنسبة (١:١:١).
- د- يتوافر السلوك الإنتاجي لدى الطلاب في الاستغلال الأمثل لموردي: المال، والوقت لصالح طلاب الذين كان تعليم أمهاتهم ابتدائياً، أو متوسطاً، أو جامعياً، بنسبة (١:١:١).
- هـ - يتوافر السلوك الإنتاجي لدى الطلاب في الاستغلال الأمثل لموردي: المال، والوقت، لصالح الطلاب الذين تراوحت دخول أسرهم ما بين (٥٨٠١-١٦٦٠٠) جنيه، بنسبة بلغت (٢٪)، بينما للأسر التي كانت دخولهم أكثر من (٣٣٣٠٠) جنيه بلغت (١٪).
- و- يتوافر السلوك الإنتاجي لدى الطلاب في الاستغلال الأمثل لموردي: المال، والوقت، لصالح الطلاب الذين كان مصروفهم الشهري أكثر من (١٥٠٠) جنيه، بنسبة بلغت (٤٪).
- ز- يتوافر السلوك الإنتاجي لدى الطلاب في الاستغلال الأمثل لموردي: المال، والوقت، لصالح الطلاب الذين كانوا يعملون عن الطلاب الذين لا يعملون بنسبة بلغت (٤٪).
- وعليه، يمكن الخلوص من تحليل نتائج الدراسة الميدانية إلى أن نمط الثقافة الاقتصادية المسيطر بين طلاب المستوى الرابع بكلية التربية جامعة الإسكندرية نمط استهلاكي غير رشيد في استغلال موردي المال والوقت؛ الأمر الذي نتاجه - من دون شك- ضعف تحقيق مجتمع الاستدامة، ومن ثم ضعف تحقيق العدالة الاجتماعية في المجتمع المصري.

المراجع

المراجع باللغة العربية

- ١- إبراهيم، نعمتة الله نجيب. (٢٠٠٠). *أسس علم الاقتصاد*. مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية.
- ٢- أبوزيد، أحمد. (٢٠١٣). *هوية الثقافة العربية*. الهيئة العامة للكتاب، القاهرة.
- ٣- أبيض، ملكة. (١٩٧٥). *الثقافة ومدلولاتها*. مجلة المعرفة، وزارة الثقافة، (١٦٠) ص. ص.: ٢٨-٥٤. مسترجع من دار المنظومة
<http://search.mandumah.com/Record/364478>
- ٤- أحمد، جمان و الراوي، فيصل. (١٩٩٨). *التربية الاقتصادية لتلاميذ المدرسة الابتدائية بدولة الكويت*. مجلة دراسات تربوية واجتماعية، جامعة حلوان ٤(١) ص. ص. ٥٧-١٠٨.
- ٥- أحمد، سهام يس و عبد الجواد، مروة عزت. (٢٠١٦). *اليات تربوية مقترحة لتفعيل دور التعليم قبل الجامعي بمصر في دعم التربية الاقتصادية للطلاب*. مجلة العلوم التربوية، جامعة القاهرة، ٢٤(٤)، ص. ص. ١٩-٧٥.
- ٦- أمين، جلال. (٢٠٠٩). *فلسفة علم الاقتصاد: بحث في تحيزات الاقتصاديين وفي الأسس غير العلمية لعلم الاقتصاد*، ط٢. دار الشروق، القاهرة.
- ٧- الراوي، فيصل. (١٩٩٠). *التربية الاقتصادية لطفل المدرسة الابتدائية*. مجلة كلية التربية، جامعة سوهاج، (٥)، ص. ص. ١٦٥-١٩٤.
- ٨- عبد المولى، السيد (١٩٧٧). *أصول الاقتصاد*. دار الفكر العربي، القاهرة.
- ٩- عمارة، رانيا محمود عبد العزيز. (٢٠١٦). *مبادئ علم الاقتصاد*. مركز الدراسات العربية، القاهرة.
- ١٠- عمر، حسين. (١٩٨٩). *مبادئ علم الاقتصاد: تحليل جزئي ومعجم اقتصادي*. دار الفكر العربي، القاهرة.
- ١١- غنایم، مهني محمد إبراهيم. (٢٧-٢٩ يوليو ٢٠٠٢). *نماذج وحالات حول التربية الاقتصادية وآثارها*. (بحث مقدم) ندوة التربية الاقتصادية والإنمائية في الإسلام، مركز الدراسات المعرفية، جامعة الأزهر، القاهرة.
- ١٢- الفيل، أسامة أحمد و عايد، عفاف عبد العزيز و عبده، عبير شعبان و القفاش، سحر عبد الرؤوف. (٢٠١٣). *مبادئ الاقتصاد الجزئي*. دار التعليم الجامعي، الإسكندرية.
- ١٣- كمال الدين، نجوى فهيم. (٢٠٢٣). *الثقافة المالية والاقتصادية ومدى حضورها في مناهج التعليم العام ١٩٩٧ في الحلقتين الثانية والثالثة من التعليم الأساسي في لبنان*. مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، ٥(٢٧)، ص. ص. ١٢٠-١٥٢.
- ١٤- محمد، مصطفى عبد السميع. (٢٠٠٧). *الثقافة الاقتصادية للكبار في البلاد العربية: مفاهيم ومستويات*. مجلة تعليم الجماهير، س. ٣٤، (٥٤)، ٤٢-٥٤. مسترجع من دار المنظومة
<http://search.mandumah.com/Record/87193>

المراجع باللغة الإنجليزية:

- 15- Akarowhe K. (2018). Roles of Economics Education in Sustainable National Development. *J Glob Econ* 6. Doi: 10.4172/2375-4389.1000298 .
- 16- Kurz, Heinz D. (2000). Production Theory: An introduction. *The Indian Economic Journal* · 47(4). DOI: 10.1177/0019466220000402.
- 17- Bennett, Alvin L. (1995). *International Organizations*. Prentice-hall, New Jersey.

- 18- Dutta, Subhendu. (2006). *introductory economics: micro and macro*. New age international publishers, New Delhi.
- 19- Ehiedu CV& Ogbogbro IV. (2006). *Nature and Purpose of Economics: An African Standard Point*. Justice Jeco Press and Publishers Limited, Benin.
- 20- Holt, D.B. (1997). Poststructuralist Lifestyle Analysis. Conceptualizing the Social Patterning of Consumption in Postmodernity. *Journa of Consumer Research*, 23 (4), p.p. 326-50.
- 21- Kapoor, K.C. & Soni, J. C. & Acharya, P.K& Riba, M. & Riddi, Ashan. (2016). *Economic theory*. Vikas, New Delhi.
- 22- Leicht, A.& Heiss, J.& Byun W.J. (2018). Introduction. In: Id. (Eds.), *Issues and Trends in Education for Sustainable Development*. UNESCO, Paris.
- 23- Maistry, S.M. (2010). Breaking the back of economic and financial (il) literacy in south Africa: A critical reflection of the role of economic education, *SAJHE*, 24(3), PP. 432-442.
- 24- Cochran-Smith, M. (2001). Learning to teach against the (new) grain. *Journal of Teacher Education* 52 (3): 3-4.
- 25- Seeber, Gunther and Bernd Remmele. (2009). On the relationship between economic competence and the individual level of agreement with market economy. *US-China Education Review* 6 (2):13-24.
- 26- Gwele, N. S. (2005). In: L.R.Uys and N.S. Gwele (Eds.), *Education philosophy and the curriculum. In Curriculum development in nursing: Process and innovations*. Routledge, London.
- 27- Birukou, A& Blanzieri, E& Giorgini, P & Giunchiglia, F. (2009). *Aformal definition of culture*. (Technical report). International Joint Conference on Artificial Intelligence (UCAI'09). University of Trento.
- 28- Mc Gregor, S. L.T. (2008). Ideological maps of consumer education. *International Journal of Consumer Studies*, 32 (5), p.p. 545-552.
- 29- Mc Gregor, S. L.T.(2005). Sustainable consumer empowerment through critical consumer education: a typology of consumer education approaches. *International Journal of Consumer Studies*, 29 (5), p.p. 437-447.
- 30- Mc Shane, L. & Sabadoz, C. (2015). Rethinking the concept of consumer empowerment: recognizing consumers as citizens. *International Journal of Consumer Studies*, 39 (5), p.p.544-551.

- 31- Nardo, M.& Loi, M.& Rosati, R. & Manca, A. R. (2011). *The consumer empowerment index. A measure of skills, awareness and engagement of European consumers*. Retrieved from: https://mpra.ub.uni-muenchen.de/30711/1/MPRA_paper_30711.pdf [last download: 2023-11-10]
- 32- No author. (2016). *principles of economics*. LIBRARIES PUBLISHING EDITION, UNIVERSITY OF MINNESOTA, Author removed at request of original publisher, accessed May, 2024, <https://sites.bu.edu/manove-ec101/files/2019/04/UMinnMicroeconomics.pdf>
- 33- Stephan, P& Lukas, B (2018). *What economics education is missing: The real world*, (Working Paper Serie, No. Ök-37). Cusanus Hochschule, Institut für Ökonomie und Institut für Philosophie, Bernkastel-Kues.
- 34- Robbins L (1932). *An Easy on the Nature and Significance of Economics Science*. 2nd ed. Macmillan and Co, London, UK.
- 35- Schwarz, Ingrid. (2012). Geograohy, economic education and global education: European and Austrian aspects of the Fifobi-developing business competencies in school. *education& technology journal*, 6(4), p.p. 301-311
- 36- The institute of cost accountants of India. (2014). *Fundamentals of Economics and management*. 2nd ed. Repro India limited, Kalkata.
- 37- Wittau, Franziska. (2021). consumer education as counselling? Teacher beliefs about consumption and social science education. *journal of social science education*, 20(3), p.p. 147-173.
- 38- Sevil, Ümran& Тахир, Мюмюн& Gürkan, Ayça& Aras, Gökşen. (eds.) (2018). *Culture and Society*. Academy for European culture, Sofia publications.