

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Faculty of Management
Midocean University

أثر ضعف التخطيط الشرائي على ترشيد الانفاق :دراسة حالة على شركة نيوليب

أسم الطالب

.....

مشروع تخرج- ١

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د.

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ- الفصل الدراسي

جدول المحتويات

١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	٣
١,١. المقدمة:	٤
١,٢. مشكلة الدراسة.....	١,٢
١,٢,١. فجوات على المستوى النظري	١,٢,١
١,٢,٢. فجوات على المستوى التطبيقي.....	١,٢,٢
١,٣. أهمية الدراسة.....	٧
١,٣,١. على المستوى النظري:	١,٣,١
١,٣,٢. على المستوى التطبيقي:	١,٣,٢
١,٤. أسئلة الدراسة	١,٤
١,٥. أهداف الدراسة.....	١,٥
١,٦. فرضيات الدراسة.....	١,٦
١,٧. نموذج الدراسة.....	١,٧
١,٨. منهجية الدراسة.....	١,٨
١,٩. الدراسة الميدانية.....	١,٩
١,١٠. مخطط المشروع المقترح	١,١٠
٢. الفصل الثاني: الدراسات السابقة	٦
٢,١. المقدمة:	١٧
٢,٢. المتغير المستقل	١٧
٢,٣. المتغير التابع.....	١٧
٢,٤. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع	١٧
٢,٥. الخاتمة	١٨

١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

١.١. المقدمة:

يُعدّ الإنفاق الاستهلاكي من أبرز الظواهر الاقتصادية التي تنعكس آثارها على مستوى الفرد والأسرة والمجتمع على حدٍ سواء، إذ يمثل المحرك الأساسي للنشاط الاقتصادي ويؤثر بصورة مباشرة في مستويات الادخار والاستثمار والتنمية. وقد شهدت العقود الأخيرة تحولات جذرية في أنماط الاستهلاك نتيجة التطور التكنولوجي المتسارع، وانتشار منصات التجارة الإلكترونية، وتوسّع أنظمة الدفع الرقمي، فضلاً عن تكثيف الحملات التسويقية والعروض الترويجية التي تستهدف المستهلكين بأساليب نفسية متقدمة. وقد أدت هذه التحولات مجتمعةً إلى خلق بيئة استهلاكية شديدة التحفيز تُغري المستهلك بالشراء المتكرر وغير المدروس، مما يضع تحدياً حقيقياً أمام قدرته على التحكم في نفقاته وإدارة موارده المالية بصورة رشيدة.

وفي هذا السياق، يبرز مفهوم التخطيط الشرائي بوصفه أحد الأدوات الجوهرية التي تُمكن الفرد والأسرة من ضبط الإنفاق وتوجيهه نحو تلبية الاحتياجات الحقيقية وفق أولويات محددة. ويُقصد بالتخطيط الشرائي تلك العملية المنهجية التي يقوم فيها المستهلك بتحديد احتياجاته مسبقاً، وإعداد قوائم المشتريات، وتخصيص ميزانية محددة لكل بند من بنود الإنفاق، والمقارنة بين البدائل المتاحة قبل اتخاذ قرار الشراء. وقد أثبتت الدراسات الحديثة أن التخطيط المسبق للنفقات يُقلّل بشكل ملحوظ من عدد المشتريات غير المخطط لها ومن إجمالي المبالغ المنفقة، كما أن الأفراد الذين يمارسون التخطيط المالي ويضعون ميزانيات واضحة يكونون أقل عرضة للانخراط في سلوكيات الشراء الاندفاعي والاستهلاك المفرط. (Akbar et al., 2026)

غير أن الواقع يكشف عن فجوة واسعة بين أهمية التخطيط الشرائي من الناحية النظرية وبين الممارسة الفعلية للمستهلكين، إذ تشير الإحصاءات إلى أن نحو ٨٤٪ من المتسوقين قاموا بعمليات شراء اندفاعية، وأن المشتريات غير المخطط لها تُشكّل ما يقارب ٤٠٪ من إجمالي الإنفاق على التجارة الإلكترونية. كما أظهرت

دراسة أمريكية أن ٨٣٪ من المستهلكين يعترفون بأنهم يُنفقون أكثر مما ينبغي، وأن ٨٤٪ ممن يمتلكون ميزانية شهرية يتجاوزونها بصورة متكررة. (NerdWallet, 2023)

ويترتب على ضعف التخطيط الشرائي تداعيات خطيرة تتجاوز الجانب المالي لتطال الأبعاد النفسية والاجتماعية للفرد والأسرة، فهو يُفضي إلى اختلال التوازن بين الدخل والنفقات، وتآكل القدرة الادخارية، وتراكم الديون الاستهلاكية، فضلاً عن تولّد مشاعر الندم والقلق المالي التي تؤثر سلباً في الرفاهية النفسية والاستقرار الأسري. وقد أكدت الأبحاث الحديثة أن الإفراط في الإنفاق الناتج عن ضعف التخطيط يرتبط ارتباطاً وثيقاً بتدني الرفاهية المالية والوقوع في دائرة الفقر. (Achtziger et al., 2022)

ومن هنا تتبلور أهمية ترشيد الإنفاق بوصفه منهجاً يقوم على التوظيف الأمثل للموارد المالية المتاحة بما يضمن تلبية الحاجات الأساسية أولاً، ثم توجيه الفوائض نحو الادخار والاستثمار، وهو ما لا يتحقق إلا من خلال تخطيط شرائي فعّال ومنضبط.

وانطلاقاً مما سبق، تسعى هذه الدراسة إلى استكشاف أثر ضعف التخطيط الشرائي على ترشيد الإنفاق، من خلال تحليل العلاقة بين غياب أو ضعف التخطيط المسبق لقرارات الشراء وبين مستوى الرشد في الإنفاق الاستهلاكي، وذلك بهدف تقديم إطار علمي يُسهّم في فهم هذه الظاهرة وطرح توصيات عملية تساعد الأفراد والأسر والمؤسسات المعنية على تعزيز ثقافة التخطيط الشرائي وتحقيق الانضباط المالي.

1.2 مشكلة الدراسة

على الرغم من تزايد الاهتمام الأكاديمي والمؤسسي بموضوعات ترشيد الإنفاق والتخطيط المالي، إلا أن ظاهرة ضعف التخطيط الشرائي لا تزال تمثل إشكالية محورية تؤثر في الأنماط الاستهلاكية للأفراد والأسر، لا سيما في ظل البيئة الاستهلاكية الرقمية المعاصرة التي تُضعف آليات الرقابة الذاتية على الإنفاق. وتتمحور مشكلة هذه الدراسة حول فجوات نظرية وتطبيقية يمكن تحديدها على النحو التالي:

1.2.1 فجوات على المستوى النظري

تُظهر مراجعة الأدبيات السابقة أن معظم الدراسات التي تناولت السلوك الشرائي ركّزت بشكل أساسي على الشراء الاندفاعي من منظور نفسي بحت، مُعالجة إياه بوصفه سلوكاً فردياً مرتبطاً بسمات الشخصية والعوامل العاطفية (Iyer et al., 2024)، دون أن تُولي اهتماماً كافياً للعلاقة المنهجية بين ضعف التخطيط الشرائي بمكوناته المتعددة — كغياب قوائم المشتريات، وانعدام الموازنة المسبقة، وعدم تحديد الأولويات الشرائية — وبين مستوى ترشيد الإنفاق كمخرج سلوكي واقتصادي متكامل. كما أن كثيراً من الدراسات اقتصرَت على تناول التخطيط المالي بمعناه الواسع الذي يشمل الادخار والاستثمار وإدارة الديون (Iram et al., 2023)، دون تخصيص إطار نظري مستقل يتناول التخطيط الشرائي تحديداً بوصفه عملية سابقة لقرار الشراء ومؤثرة فيه. علاوة على ذلك، هناك ندرة في النماذج النظرية التي تربط بين ضعف التخطيط الشرائي وبين الأبعاد المتعددة لترشيد الإنفاق — كالبُعد الاقتصادي المتمثل في خفض الهدر المالي، والبُعد السلوكي المتمثل في ضبط النفس الشرائي، والبُعد الاجتماعي المتمثل في الاستقرار المالي الأسري — في نموذج تكاملي واحد. كذلك، فإن أغلب الأطر النظرية المستخدمة في هذا المجال نشأت في سياقات غربية ولم تُختبر بشكل كافٍ في البيئات العربية التي تتميز بخصوصيات ثقافية واجتماعية واقتصادية مختلفة تؤثر في أنماط الاستهلاك وسلوك الشراء.

1.2.2 فجوات على المستوى التطبيقي

على الصعيد التطبيقي، تكشف المؤشرات الميدانية عن فجوة واضحة بين وعي المستهلكين بأهمية التخطيط الشرائي وبين ممارستهم الفعلية له، إذ يعترف غالبية المستهلكين بأنهم يتجاوزون ميزانياتهم بشكل متكرر رغم إدراكهم لأهمية الانضباط المالي. وعلى المستوى العربي، تشير التقارير إلى أن ضعف وجود الأولويات في الإنفاق وعدم الترتيب والتخطيط للاحتياجات وتنظيم الميزانية الأسرية يؤثر سلباً على تزايد الإنفاق الاستهلاكي ويُفاقم من هشاشة الأوضاع المالية للأسر. كما أن أغلب الدراسات التطبيقية السابقة أُجريت في سياقات اقتصادية مختلفة — كالاقتصادات الغربية وبعض الاقتصادات الآسيوية — وركّزت على فئات عمرية محددة كجيل Z أو طلاب الجامعات (Czarnecka et al., 2020; Akbar et al., 2026)، مما يُنشئ فجوة تطبيقية فيما يتعلق بدراسة الظاهرة في السياق العربي وعلى مستوى شرائح مجتمعية أوسع تشمل الأسر ومختلف الفئات العمرية والاقتصادية. فضلاً عن ذلك، هناك نقص في الدراسات التطبيقية التي تقيس الأثر الكمي

المباشر لضعف التخطيط الشرائي على مؤشرات ترشيد الإنفاق — كنسبة الإنفاق غير الضروري إلى الدخل، ومعدل الادخار، ومستوى المديونية الاستهلاكية — باستخدام أدوات قياس دقيقة ومنهجيات بحثية صارمة. وبناءً على ما تقدّم من فجوات نظرية وتطبيقية، يمكن صياغة السؤال الرئيسي لهذه الدراسة على النحو التالي: ما أثر ضعف التخطيط الشرائي على ترشيد الإنفاق لدى الأفراد والأسر، وما الآليات التي يمكن من خلالها تعزيز التخطيط الشرائي لتحقيق مستويات أعلى من الرشد في الإنفاق الاستهلاكي؟

١,٢. أهمية الدراسة

أهمية الدراسة

1.3.1 على المستوى العلمي (النظري):

- تسهم الدراسة في إثراء الإطار النظري المتعلق بالعلاقة بين التخطيط الشرائي وترشيد الإنفاق، من خلال تقديم تحليل متكامل يربط بين المفهومين في نموذج واحد بدلاً من تناولهما بشكل منفصل كما في أغلب الأدبيات السابقة.
- تُضيف الدراسة إلى المكتبة العربية مرجعاً علمياً متخصصاً في موضوع لا يزال يعاني من ندرة البحوث المحلية، مما يفتح المجال أمام الباحثين لاستكمال البناء المعرفي في هذا الاتجاه.
- تُسهم في تطوير مقاييس وأدوات بحثية يمكن توظيفها في دراسات مستقبلية لقياس مستوى التخطيط الشرائي ومدى تأثيره على رشد الإنفاق الاستهلاكي في بيئات ثقافية واقتصادية متنوعة.
- تساعد في الكشف عن الأبعاد المتعددة لضعف التخطيط الشرائي، سواء النفسية أو المعرفية أو البيئية، وبيان كيفية تفاعلها في التأثير على السلوك الإنفاقي للمستهلك.
- توفر إطاراً مفاهيمياً يُميّز بين التخطيط الشرائي بوصفه عملية سابقة لقرار الشراء وبين التخطيط المالي العام، وهو تمييز نظري مهم لم تُؤله كثير من الدراسات السابقة الاهتمام الكافي.

1.3.2 على المستوى العملي (التطبيقي):

- تُقدّم توصيات عملية قابلة للتطبيق تساعد الأفراد والأسر على تبني أساليب فعّالة في التخطيط لمشترياتهم، مثل إعداد القوائم الشرائية وتحديد سقف إنفاق مسبق لكل عملية تسوّق.
- تُزوّد صانعي السياسات والمؤسسات المعنية بحماية المستهلك ببيانات ميدانية تدعم تصميم برامج توعوية وتثقيفية مبنية على أدلة علمية لتعزيز ثقافة ترشيد الإنفاق في المجتمع.
- تُفيد المؤسسات التعليمية في تطوير محتوى تدريبي ومناهج متخصصة في التثقيف المالي والتخطيط الشرائي، موجّهة لمختلف الفئات العمرية وخاصة فئة الشباب الأكثر عرضة للإنفاق غير المخطط.
- تُساعد المؤسسات المالية والمصرفية في تصميم أدوات وتطبيقات ذكية لإدارة الميزانيات الشخصية والأسرية تُعزّز قدرة العملاء على ضبط إنفاقهم اليومي.
- تُسلّط الضوء على المخاطر الاقتصادية والاجتماعية والنفسية المترتبة على غياب التخطيط الشرائي، مما يُحفّز الأسر على إعادة النظر في سلوكياتها الاستهلاكية وتحقيق التوازن بين الاحتياجات الآنية والأهداف المالية المستقبلية.
- تُقدّم نتائج يمكن أن تستفيد منها الجهات الحكومية في صياغة سياسات اقتصادية تدعم الادخار الأسري وتحدّ من ظاهرة الاستدانة الاستهلاكية المرتبطة بضعف التخطيط.
- تُوفّر مؤشرات قابلة للقياس حول العلاقة بين ضعف التخطيط الشرائي ومتغيرات مثل نسبة الادخار ومعدل المديونية ومستوى الرضا المالي، مما يُمكن من بناء تدخلات عملية دقيقة وموجّهة.

1.2. أسئلة الدراسة

السؤال الرئيسي:

ما أثر ضعف التخطيط الشرائي بأبعاده (غياب التنبؤ بالاحتياجات، عشوائية اختيار الموردين، ضعف تحديد الكميات المطلوبة، غياب الجدولة الزمنية للمشتريات) على ترشيد الإنفاق في شركة نيوليب؟

الأسئلة الفرعية:

١. ما أثر غياب التنبؤ بالاحتياجات على ترشيد الإنفاق في شركة نيوليب؟
٢. ما أثر عشوائية اختيار الموردين على ترشيد الإنفاق في شركة نيوليب؟
٣. ما أثر ضعف تحديد الكميات المطلوبة على ترشيد الإنفاق في شركة نيوليب؟
٤. ما أثر غياب الجدولة الزمنية للمشتريات على ترشيد الإنفاق في شركة نيوليب؟
٥. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد العينة حول أثر ضعف التخطيط الشرائي على ترشيد الإنفاق تُعزى للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، المستوى الإداري)؟

1.3 أهداف الدراسة

الهدف الرئيسي:

تهدف هذه الدراسة إلى دراسة أثر ضعف التخطيط الشرائي بأبعاده (غياب التنبؤ بالاحتياجات، عشوائية اختيار الموردين، ضعف تحديد الكميات المطلوبة، غياب الجدولة الزمنية للمشتريات) على ترشيد الإنفاق في شركة نيوليب.

الأهداف الفرعية:

١. التعرف على أثر غياب التنبؤ بالاحتياجات على ترشيد الإنفاق في شركة نيوليب، وتحديد مدى اعتماد الشركة على أساليب علمية في التنبؤ بالاحتياجات الشرائية المستقبلية.
٢. قياس أثر عشوائية اختيار الموردين على ترشيد الإنفاق في شركة نيوليب، والكشف عن مدى وجود معايير موضوعية واضحة لتقييم واختيار الموردين.
٣. تحليل أثر ضعف تحديد الكميات المطلوبة على ترشيد الإنفاق في شركة نيوليب، وبيان العلاقة بين دقة تحديد الكميات وتخفيض تكاليف التخزين والهدر.
٤. استكشاف أثر غياب الجدولة الزمنية للمشتريات على ترشيد الإنفاق في شركة نيوليب، وتقييم مدى التزام الشركة بجدول زمنية محددة لعمليات الشراء.
٥. تشخيص واقع ممارسات التخطيط الشرائي الحالية في شركة نيوليب وتحديد نقاط الضعف الجوهرية فيها.
٦. قياس مستوى ترشيد الإنفاق المتحقق في شركة نيوليب في ظل الممارسات الشرائية القائمة.

٧. تقديم توصيات عملية وإجرائية لإدارة شركة نيوليب تسهم في تطوير منظومة التخطيط الشرائي وتعزيز ترشيد الإنفاق.

1.4. فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية:

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لضعف التخطيط الشرائي بأبعاده (غياب التنبؤ بالاحتياجات، عشوائية اختيار الموردين، ضعف تحديد الكميات المطلوبة، غياب الجدولة الزمنية للمشتريات) على ترشيد الإنفاق في شركة نيوليب.

الفرضيات الفرعية:

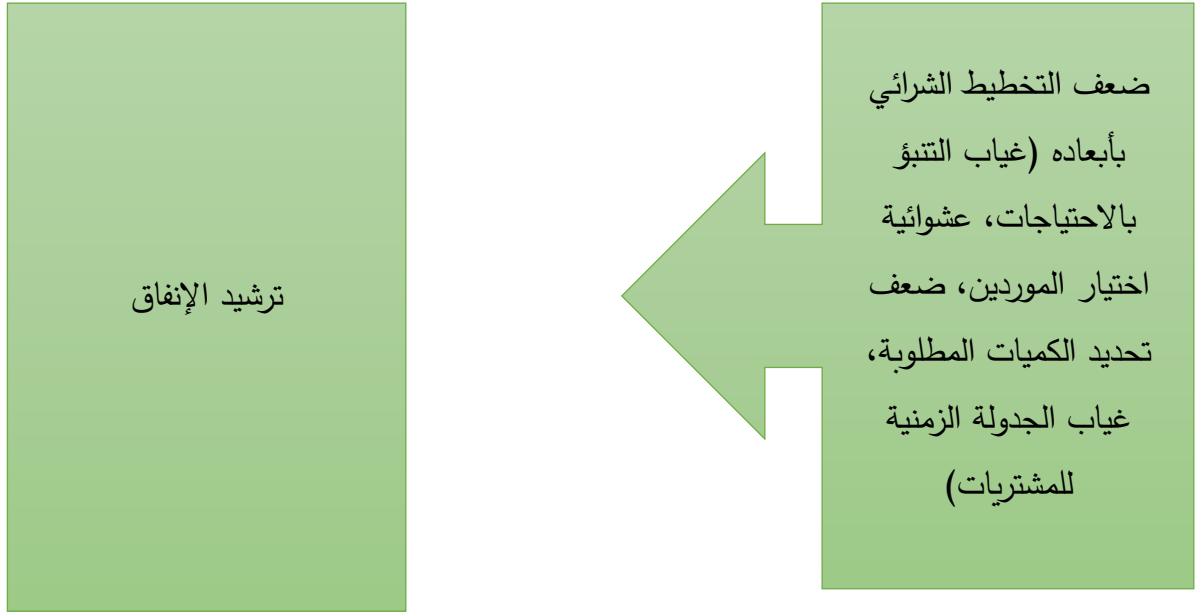
H01: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لغياب التنبؤ بالاحتياجات على ترشيد الإنفاق في شركة نيوليب.

H02: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لعشوائية اختيار الموردين على ترشيد الإنفاق في شركة نيوليب.

H03: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لضعف تحديد الكميات المطلوبة على ترشيد الإنفاق في شركة نيوليب.

H04: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لغياب الجدولة الزمنية للمشتريات على ترشيد الإنفاق في شركة نيوليب.

1.5. نموذج الدراسة



1.6. منهجية الدراسة

منهج الدراسة:

ستعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الذي يُعد من أكثر المناهج ملائمةً لطبيعة الدراسة وأهدافها، إذ سيتيح وصف ظاهرة ضعف التخطيط الشرائي في شركة نيوليب وتحليل أبعادها المختلفة وقياس أثرها على ترشيد الإنفاق بأسلوب علمي منهجي. وسيتم الجمع بين الجانب النظري من خلال مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة ذات الصلة بالتخطيط الشرائي وترشيد الإنفاق، والجانب التطبيقي الميداني من خلال جمع البيانات الأولية من عينة الدراسة وتحليلها إحصائياً للوصول إلى نتائج قابلة للتعميم والاستفادة منها.

كما سيتم توظيف أسلوب دراسة الحالة باعتبار أن الدراسة ستُطبق على شركة نيوليب بوصفها وحدة تحليل محددة، مما سيمكّن الباحث من التعمق في فهم الظاهرة ضمن سياقها التنظيمي الفعلي والخروج بنتائج تفصيلية ذات قيمة تطبيقية عالية يمكن الاستفادة منها في تطوير الممارسات الشرائية للشركة.

مجتمع وعينة الدراسة:

سينتكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في شركة نيوليب الذين لهم علاقة مباشرة أو غير مباشرة بعمليات الشراء والإنفاق، والذين يشملون العاملين في أقسام المشتريات والمالية والمخازن والإدارة العليا والإدارة التشغيلية، حيث يبلغ عددهم الإجمالي ما يقارب (150) موظفاً وموظفة وفقاً لسجلات الموارد البشرية في الشركة. وسيتم اختيار هذه الفئات تحديداً لكونها الأكثر دراية وإلماماً بواقع التخطيط الشرائي وممارسات الإنفاق في الشركة.

أما عينة الدراسة فسيتم اختيارها بأسلوب العينة العشوائية الطبقية التناسبية لضمان تمثيل جميع المستويات الإدارية والأقسام ذات العلاقة تمثيلاً عادلاً، وسيتم تحديد حجم العينة وفقاً لجدول (Krejcie & Morgan, 1970) بحيث سيبلغ حجم العينة المستهدفة (١٠٨) مفردات من إجمالي المجتمع البالغ (١٥٠) مفردة، وسيتم توزيع (١٢٠) استبانة لتعويض الفاقد المتوقع في الاستبانات غير المستردة أو غير الصالحة للتحليل الإحصائي.

مصادر جمع البيانات:

المصادر الثانوية: ستعتمد الدراسة على الكتب والمراجع العلمية والدوريات والمجلات المحكمة والرسائل الجامعية والتقارير المنشورة والمواقع الإلكترونية الموثوقة ذات الصلة بموضوع التخطيط الشرائي وترشيد الإنفاق، بهدف بناء الإطار النظري وتحديد الفجوة البحثية.

المصادر الأولية: ستعتمد الدراسة على الاستبانة بوصفها الأداة الرئيسية لجمع البيانات الأولية من أفراد عينة الدراسة في شركة نيوليب.

أداة الدراسة:

سيتم تصميم استبانة مُحكَّمة كأداة رئيسية لجمع البيانات الأولية، وستتكون من ثلاثة أقسام رئيسية:

القسم الأول: البيانات الديموغرافية (الجنس، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، المستوى الإداري).

القسم الثاني: محاور المتغير المستقل (ضعف التخطيط الشرائي) ويتضمن أربعة محاور فرعية: محور غياب التنبؤ بالاحتياجات ويشمل (٤) فقرات، ومحور عشوائية اختيار الموردين ويشمل (٤) فقرات، ومحور ضعف تحديد الكميات المطلوبة ويشمل (٤) فقرات، ومحور غياب الجدولة الزمنية للمشتريات ويشمل (٤) فقرات، بإجمالي (١٦) فقرة للمتغير المستقل.

القسم الثالث: محور المتغير التابع (ترشيد الإنفاق) وهو محور أحادي يشمل (١٠) فقرات.

وبذلك سيبلغ إجمالي فقرات الاستبانة (26) فقرة بالإضافة إلى البيانات الديموغرافية، وستُقاس جميع الفقرات باستخدام مقياس ليكرت الخماسي (موافق بشدة = ٥، موافق = ٤، محايد = ٣، غير موافق = 2، غير موافق بشدة = ١)

الأساليب الإحصائية المستخدمة:

سيتم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لتحليل البيانات، وستشمل الأساليب الإحصائية: معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) لقياس ثبات أداة الدراسة، والتكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لوصف خصائص العينة واستجاباتها، ومعامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين المتغيرات، وتحليل الانحدار الخطي البسيط والمتعدد لاختبار أثر أبعاد المتغير المستقل على المتغير التابع، واختبار (T-Test) للعينات المستقلة وتحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) لاختبار الفروق وفقاً للمتغيرات الديموغرافية، واختبار التوزيع الطبيعي (Kolmogorov-Smirnov) ومعامل تضخم التباين (VIF) للتحقق من افتراضات نماذج الانحدار.

حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية: ستقتصر الدراسة على دراسة أثر ضعف التخطيط الشرائي بأبعاده الأربعة (غياب التنبؤ بالاحتياجات، عشوائية اختيار الموردين، ضعف تحديد الكميات المطلوبة، غياب الجدولة الزمنية للمشتريات) على ترشيد الإنفاق.

الحدود المكانية: شركة نيوليب.

الحدود الزمنية: الفصل الدراسي الثاني من العام الأكاديمي ٢٠٢٥/٢٠٢٦.

الحدود البشرية: العاملون في شركة نيوليب في الأقسام ذات العلاقة بعمليات الشراء والإنفاق (المشتريات، المالية، المخازن، الإدارة).

1.7. الدراسة الميدانية

ستتضمن الدراسة الميدانية عدة مراحل منهجية متتابعة تبدأ بتصميم أداة الدراسة (الاستبانة) في صورتها الأولية وعرضها على مجموعة من المحكمين الأكاديميين المتخصصين في مجالات إدارة الأعمال والمحاسبة وإدارة سلسلة التوريد للتحقق من صدقها الظاهري وصدق المحتوى، ومن ثم سيتم إجراء التعديلات اللازمة بناءً على ملاحظات المحكمين وإخراج الاستبانة في صورتها النهائية. بعد ذلك سيتم تطبيق دراسة استطلاعية على عينة مصغرة من (٢٠) مفردة من خارج عينة الدراسة الأساسية وداخل مجتمعها للتحقق من ثبات الأداة باستخدام معامل ألفا كرونباخ وصدق الاتساق الداخلي.

في المرحلة التالية سيتم توزيع الاستبانة على أفراد عينة الدراسة الأساسية البالغ عددها (١٢٠) مفردة في شركة نيوليب، وسيتم جمع الاستبانات واستبعاد غير المكتملة وغير الصالحة منها، ثم تفرغ البيانات وإدخالها في برنامج (SPSS) لإجراء التحليلات الإحصائية الوصفية والاستدلالية اللازمة لاختبار فرضيات الدراسة والإجابة عن أسئلتها. وأخيراً سيتم عرض النتائج ومناقشتها وتفسيرها في ضوء الإطار النظري والدراسات السابقة، والخروج بالاستنتاجات والتوصيات.

1.8. مخطط جانت للمشروع المقترح

المرحلة / النشاط	الأسبوع ٢-١	الأسبوع ٣-٤	الأسبوع ٥-٦	الأسبوع ٧-٨	الأسبوع ٩-١٠	الأسبوع ١١-١٢	الأسبوع ١٣-١٤	الأسبوع ١٥-١٦
تحديد مشكلة الدراسة وصياغة الأسئلة والفرضيات	■							
مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة	■	■	■					
بناء الإطار النظري (التخطيط الشرائي)		■	■					

								بناء الإطار النظري (ترشيد الإنفاق)
								تصميم أداة الدراسة (الاستبانة)
								تحكيم الاستبانة وإجراء التعديلات
								الدراسة الاستطلاعية (اختبار الثبات والصدق)
								توزيع الاستبانة وجمع البيانات الميدانية
								تفريغ البيانات وإدخالها في SPSS
								التحليل الإحصائي واختبار الفرضيات
								عرض النتائج ومناقشتها وتفسيرها
								كتابة الاستنتاجات والتوصيات
								المراجعة النهائية والتدقيق اللغوي
								تسليم المشروع في صورته النهائية

٢. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

٢,١ . المقدمة:

٢,٢ . المتغير المستقل

٢,٣ . المتغير التابع

٢,٤ . العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

٢,٥ . الخاتمة

قائمة المراجع

Davydenko, M., & Peetz, J. (2020). Shopping less with shopping lists: Planning individual expenses ahead of time affects purchasing behavior when online grocery shopping. *Journal of Consumer Behaviour*, 19(3), 240–250. <https://doi.org/10.1002/cb.1812>

Czarnecka, B., Schivinski, B., & Keles, S. (2020). How values of individualism and collectivism influence impulsive buying and money budgeting: The mediating role of acculturation to global consumer culture. *Journal of Consumer Behaviour*, 19(5), 479–491. <https://doi.org/10.1002/cb.1833>

Iram, T., Bilal, A. R., & Latif, S. (2023). Impact of financial literacy, mental budgeting and self-control on financial wellbeing: Mediating role of investment decision-making behavior. *PLOS ONE*, 18(11), e0294466. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0294466>

Iyer, G. R., Blut, M., Xiao, S. H., & Grewal, D. (2024). Consumer impulsive buying: Causes, consequences, and control. In *Handbook of Consumer Psychology* (pp. 100–120). Elsevier. ISBN: 978-0-443-13437-1

Akbar, A., Gami, E. R. P., Tumanggor, M. B., & Azzahra, N. (2026). The Influence of Financial Planning and Self-Control on Generation Z's Consumptive Behavior on E-Commerce Platforms. *Journal of Innovative and Creativity*, 6(1), 4919–4932. ISSN: 2775-771X