

قياس مدى اطلاع المستهلكين على بطاقة الدلالة الموجودة على السلع الغذائية وعلاقته بالوعي الاستهلاكي (دراسة استطلاعية لآراء عينة من المستهلكين في محافظة بغداد).....
أ.د. بيداء ستار لفتة، م. جان سيريل فضل الله، م.م. حسام موفق صبري

قياس مدى اطلاع المستهلكين على بطاقة الدلالة الموجودة على السلع الغذائية وعلاقته بالوعي الاستهلاكي [دراسة استطلاعية لآراء عينة من المستهلكين في محافظة بغداد]

أ.د. بيداء ستار لفتة

م. جان سيريل فضل الله

م.م. حسام موفق صبري

مركز بحوث السوق وحماية المستهلك/ جامعة بغداد

المستخلص:

يهدف البحث إلى التعرف على مدى فهم وإدراك المستهلك العراقي للمعلومات الموجودة في بطاقة الدلالة على السلع الغذائية وتحديد المتغيرات المتعلقة بالوعي الاستهلاكي، فضلاً عن اختبار العلاقة بين المتغيرات الشخصية ودرجة الوعي الاستهلاكي، وقد استخدمت الأستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات والمعلومات عبر استطلاع آراء عينة من المستهلكين والتي بلغت (243) شخصاً في محافظة بغداد وفي قضائي الكرخ والرصافة، وقد حللت استجاباتهم باستخدام الأوساط الحسابية المرجحة والأوزان المئوية، فضلاً عن استخدام معامل الارتباط سبيرمان لاختبار العلاقة بين الوعي الاستهلاكي والمتغيرات الشخصية، وكانت ابرز النتائج التي توصل إليها البحث هي:

1. امتلاك العينة المبحوثة في بغداد درجة متوسطة من الوعي الاستهلاكي.
2. وجود علاقة عالية من الارتباط بين الوعي الاستهلاكي والمتغيرات الشخصية المتمثلة بـ (الجنس، المهنة، التحصيل العلمي، معدل الدخل الشهري، الحالة الاجتماعية).
3. يكون اختيار العينة المبحوثة للسلع على أساس جودتها وعلى أساس سعرها أحياناً أخرى.

قياس مدى اطلاع المستهلكين على بطاقة الدلالة الموجودة على السلع الغذائية وعلاقته بالوعي الاستهلاكي (دراسة استطلاعية لأراء عينة من المستهلكين في محافظة بغداد).....
أ.د. بيداء ستار لفته، م. جان سيريل فضل الله، م.م. حسام موفق صبري

المقدمة:

تنال القضايا الاستهلاكية اهتماماً كبيراً في مختلف دول العالم وأصبحت هماً كبيراً من هموم المجتمعات ومؤسساتها المختلفة نتيجة لتزايد احتمالات إصابة المستهلكين بالأمراض من جراء جهلهم وقلة الوعي بمخاطر بعض المواد الغذائية ومكوناتها أو لانتهاك صلاحيتها، وبالنظر غياب القوانين ورغبة بعض التجار في تحقيق الربح السريع عبر استخدام أساليب الغش ولغياب الرقابة الشاملة من قبل الدولة، من هنا جاء البحث لتسليط الضوء على موضوع حيوي يتعلق ببطاقة دلالة المواد الغذائية بأنواعها المختلفة وبعدها الأساس في تسويق المنتجات الغذائية من حيث عرضها على المستهلك وطريقة ومكان استعمالها فضلاً عن ارتباط مفهومها بالوعي الاستهلاكي نتيجة لتعدد السلع وتنوعها مما أصبح أمامه خيارات عديدة لنفس السلعة منها الطازجة والمعلبة والمجمدة وغيرها، لذا تكونت هيكلية البحث من أربعة مباحث وعلى النحو الآتي:

المبحث الأول : منهجية البحث.

المبحث الثاني: بطاقة الدلالة والوعي الاستهلاكي / التأطير النظري.

المبحث الثالث: تحليل نتائج البحث ومناقشتها.

المبحث الرابع: الاستنتاجات والتوصيات.

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث:

تعاني الأسواق العراقية المحلية من تعدد منتجاتها وتنوعها، فضلاً عن ظهور مواد وسلع تحمل عناوين عروضاً خاصة، إذ لا تحتوي بعضاً من تلك السلع على بيانات تفصيلية عن مكوناتها وان كانت تحتوي على ذلك فان تاريخ الصلاحية منتهياً، مما جعل ذلك أن المستهلك أمام عقبة تتعلق باختيار السلع المناسبة نتيجة نقص المعلومات وقلة الوعي، لذا جاء هذا البحث لتسليط الضوء على هذا الموضوع المهم للإجابة عن التساؤلات الآتية:

قياس مدى اطلاع المستهلكين على بطاقة الدلالة الموجودة على السلع الغذائية وعلاقته بالوعي الاستهلاكي (دراسة استطلاعية لآراء عينة من المستهلكين في محافظة بغداد).....
أ.د. بيداء ستار لفته، م. جان سيريل فضل الله، م.م. حسام موفق صبري

1. هل تمتلك العينة المبحوثة في محافظة بغداد وعيا استهلاكيا بشأن الاطلاع على بطاقة الدلالة الموجودة على السلع الغذائية الموجودة في الأسواق المحلية؟
2. هل يختلف الوعي الاستهلاكي باختلاف الصفات الشخصية للعينة المبحوثة؟
3. ما هي الأبعاد أو المتغيرات التي تساهم في تحديد مستوى درجة الوعي الاستهلاكي للعينة المبحوثة؟

ثانيا: أهمية البحث:

1. الأهمية النظرية

أ- تنبثق أهمية البحث من خلال التعريف بالمفاهيم النظرية المتعلقة ببطاقة الدلالة والوعي الاستهلاكي.

ب- تبرز أهمية البحث من خلال الاطلاع على الأدبيات الإدارية والتسويقية التي تناولت موضوع البحث مع التركيز على متغيرات وأبعاد الوعي الاستهلاكي لتكون أساسا في بناء منهجية البحث الحالي.

2. الأهمية العملية

أ- تتبع أهمية البحث من قياس مدى إطلاع المستهلكين على بطاقة الدلالة الموجودة على السلع الغذائية.

ب- يؤكد هذا البحث على أهمية الوعي الاستهلاكي باعتباره ضرورة ملحة واتجاهاً عالمياً ومحلياً للمحافظة على صحة الإنسان وحمايته.

ج- سيساهم البحث في التعرف على الممارسات العملية الصحيحة عند اختيار المنتجات المناسبة في الشراء.

د- تتجسد أهمية البحث في النتائج التي سيتوصل إليها والتوصيات المقدمة.

ثالثا: أهداف البحث:

1. التعرف على الوعي الاستهلاكي لدى المستهلك العراقي بشأن الاطلاع على بطاقة الدلالة الموجودة على السلع الغذائية من خلال استطلاع آراء عينة من المستهلكين في محافظة بغداد.

قياس مدى اطلاع المستهلكين على بطاقة الدلالة الموجودة على السلع الغذائية وعلاقته بالوعي الاستهلاكي (دراسة استطلاعية لأراء عينة من المستهلكين في محافظة بغداد).....

أ.د. بيداء ستار لفته، م. جان سيريل فضل الله، م.م. حسام موفق صبري

2. الكشف عن قوة واتجاه العلاقة بين المتغيرات الشخصية والوعي الاستهلاكي لأفراد العينة المبحوثة.

3. تحديد متغيرات الوعي الاستهلاكي لدى العينة المبحوثة.

رابعاً: فرضية البحث:

توجد علاقة ايجابية ذات دلالة معنوية بين الوعي الاستهلاكي والمتغيرات الشخصية المتمثلة بـ (القضاء، الجنس، المهنة، التحصيل العلمي، معدل الدخل الشهري، الحالة الاجتماعية) للعينة المبحوثة.

خامساً: منهج البحث:

أعتمد البحث المنهج الوصفي الارتباطي التحليلي باستخدام أسلوب المقابلة وأجراء الاستبيان المسحي لأراء عينة من المستهلكين.

سادساً: حدود البحث:

1. الحدود المكانية: تم تطبيق الأستبانة في محافظة بغداد وفي قضائي الكرخ والرصافة.

2. الحدود البشرية: وتتضمن عينة من المستهلكين.

3. الحدود الزمانية: وتتمثل بجانبها النظري والميداني للفترة من 2013/1/1 إلى 25/2013/9/.

4. حدود نوع المنتج: ركز البحث في استطلاع آراء العينة عن المنتجات بنوعها المحلية والمستوردة الموجودة في أسواق بغداد.

سابعاً: عينة البحث:

تم اختيار عينة البحث وبشكل عشوائي وبلغ عددها (243) فرداً في محافظة بغداد في كل من قضائي الكرخ والرصافة، ويوضح (الجدول، 1) وصف للعينة المبحوثة.

قياس مدى اطلاع المستهلكين على بطاقة الدلالة الموجودة على السلع الغذائية وعلاقتها بالوعي الاستهلاكي (دراسة استطلاعية لأراء عينة من المستهلكين في محافظة بغداد).....

أ.د. بيداء ستار لفته، م. جان سيريل فضل الله، م.م. حسام موفق صبري

الجدول (1): وصف عينة الدراسة.

ت	التفاصيل	الفئات	العدد	النسبة
1	مكان الإقامة	الكرخ	174	71.6
		الرصافة	69	28.4
2	الجنس	ذكر	114	46.9
		أنثى	129	53.1
3	المهنة	موظف حكومي	141	58,0
		موظف قطاع خاص	18	7,4
		متقاعد	21	8,6
		كاسب	12	4,9
		ربة بيت	36	14,8
		طالب	12	4,9
		عاطل عن العمل	3	1,4
4	التحصيل العلمي	أمي	9	3,7
		يقرأ ويكتب	6	2,4
		ابتدائية	صفر	صفر
		متوسطة	24	9,8
		إعدادية	45	18,6
		دبلوم	48	19,8
		بكالوريوس	69	28,4
		دراسات عليا	42	17,3
5	الدخل السنوي	أقل من 500000	54	22,2
		500000 – 1000000	69	28,4
		1001000 – 1500000	39	16
		1501000 – 2000000	6	2,5
		2001000 – 2500000	27	11,1
		أكثر من 2500000	48	19,8
6	الحالة الاجتماعية	متزوج (متزوجة)	159	72,5
		أعزب (باكر)	45	18,5
		أرمل (أرملة)	9	3,7
		مطلق (مطلقة)	30	12,3

قياس مدى اطلاع المستهلكين على بطاقة الدلالة الموجودة على السلع الغذائية وعلاقته بالوعي الاستهلاكي (دراسة استطلاعية لأراء عينة من المستهلكين في محافظة بغداد).....
أ.د. بيداء ستار لفته، م. جان سيريل فضل الله، م.م. حسام موفق صبري

يتضح من الجدول أعلاه الآتي:

1. إن أكثر من ثلثي عينة الدراسة (71,6%) كانوا من سكنة قضاء الكرخ، في حين ما تبقى من المبحوثين (28,4%) من سكنة قضاء الرصافة وان اغلب أفراد العينة هم من المتزوجات، إذ بلغت نسبتهم (44%).
2. إن أكثر من نصف العينة المستطلعة بقليل (53,1%) يمثلون الإناث، بينما مثل الذكور ما نسبته (46,9%).
3. تصدر الموظفين الحكوميين إحصاءات المهنة للمستطلعين وبنسبة وصلت إلى (58,0%)، تلتهم ربات البيوت وبنسبة بلغت (14,8%)، ومن ثم المتقاعدين وبنسبة بلغت (8,6%)، في حين كانت نسبة من موظفي القطاع الخاص (7,4%)، أما الكسبة والطلبة فقد كانت نسبة تمثيلهم (4,9%) لكل فئة، وأخيرا مثل العاطلون عن العمل بنسبة (1,4%).
4. إن أكثر من ربع المستطلعين (28,4%) من حملة شهادة البكالوريوس، وان (19,8%) من العينة من حملة شهادة الدبلوم، وان (18,6%) منهم من حملة الشهادة الإعدادية، يليهم الحاصلين على الشهادات العليا وبنسبة تمثيل بلغت (17,3%)، في حين كانت نسبة الحاصلين على شهادة الدراسة المتوسطة (9,8%)، أما الأميين فقد بلغت نسبتهم (3,7%)، وكانت نسبة الذين يجيدون القراءة والكتابة دون أن يحصلوا على شهادة دراسية (2,4%).
5. أكثر من ربع العينة (28,4%) يتراوح معدل دخلهم الشهري ما بين 501000 إلى 1000000، وان أقل من ربع المستطلعين (22,2%) دخلهم الشهري أقل من 500000، في حين كانت نسبة المبحوثين من الذين فاق معدل دخلهم الشهري 2500000 دينار مساوية إلى (19,8%)، بينما كانت نسبة الذين يتراوح معدل دخلهم الشهري من 100100 إلى 1500000 مساوية إلى (16,0%)، أما نسبة الذين يتراوح معدل دخلهم الشهري ما بين 2001000 إلى 2500000 فبلغت (11,1%) وأخيرا مثل ما تبقى من النسبة (2,5%) أولئك المبحوثين الذين يتراوح معدل دخلهم الشهري ما بين 1501000 إلى 2000000.

قياس مدى اطلاع المستهلكين على بطاقة الدلالة الموجودة على السلع الغذائية وعلاقته بالوعي الاستهلاكي (دراسة استطلاعية لأراء عينة من المستهلكين في محافظة بغداد).....

أ.د. بيداء ستار لفته، م. جان سيريل فضل الله، م.م. حسام موفق صبري

6. أظهر التحليل الإحصائي لنتائج الاستبيان بأن ما يقارب ثلاثة أرباع العينة أي بنسبة (72,5%) من المتزوجين، في حين كانت نسبة العزاب مساوية إلى (18,5%) وأن نسبة المطلقين بلغت (12,3%)، في حين مثل الأراامل ما نسبته (3,75).

ثامنا: أداة البحث:

استخدمت الأستبانة كأداة رئيسية في جمع معلومات الجانب الميداني للبحث والتي تضمنت جزئين الأول المعلومات الشخصية عن عينة البحث، والثاني يضم (16) فقرة لمتغير الوعي الاستهلاكي وعلى مقياس ليكرت الثلاثي (موافق، موافق إلى حد ما، غير موافق) وبأوزان (3، 2، 1) وعلى التوالي.

تاسعا: أساليب التحليل الإحصائي:

تم استخدام الأساليب الإحصائية المذكورة وبلاستعانة بالبرنامج SPSS وعلى النحو الآتي:

1. النسب المئوية.
2. اختبار سبيرمان لأن قيم بيانات البحث وصفية وبهيئة رتب.
3. الوزن المئوي.
4. الوسط الحسابي المرجح لغرض تفسير مستوى استجابة العينة المبحوثة لتحديد مستوى الوعي الاستهلاكي لديها وكما في (الجدول، 2).

جدول (2): الوسط الحسابي المرجح ومستوى الاستجابة

مستوى الاستجابة	الوسط الحسابي المرجح
بدرجة ضعيفة	1.32 - 0
بدرجة متوسطة	1.67 - 1.33
بدرجة كبيرة	3 - 1.68

قياس مدى اطلاع المستهلكين على بطاقة الدلالة الموجودة على السلع الغذائية وعلاقته بالوعي الاستهلاكي (دراسة استطلاعية لأراء عينة من المستهلكين في محافظة بغداد).....
أ.د. بيضاء ستار لفته، م. جان سيريل فضل الله، م.م. حسام موفق صبري

المبحث الثاني: بطاقة الدلالة والوعي الاستهلاكي/ التأطير النظري

أولاً: مفهوم بطاقة الدلالة والغرض منها:

تعد بطاقة الدلالة أو ما تعرف بالبطاقة الغذائية هي الوسيلة الأولى للاتصال بين السلعة الغذائية والمستهلك، ومن خلال هذه البطاقة يعرف المستهلك معلومات كثيرة عن السلعة الغذائية المحتويات والمكونات والقيمة الغذائية للسلعة مثل (نسبه البروتين، نسبه العصير، المواد حافظه أو المواد ملونه، ما هي دلالة الاسم)، فهي إذن كل بيان أو إيضاح أو علامة أو مادة وصفية إن كانت مصورة أو مكتوبة محفورة أو ملصقة على عبوة مادة غذائية أو مرفقة بها بصورة ثابتة، تلك البيانات واضحة يسهل على المستهلك قراءتها ولا يجوز إخفائها.

أما الغرض من وضع البيانات على البطاقات هو لتزويد المستهلك بالحقائق والمعلومات التي يحتاجها لتمكنه من الاختيار الواعي للسلعة التي يرغبها، إذ علفت هيئة الدستور الغذائي على تنظيم برنامج المعايير الغذائية المشترك بين منظمة الأغذية والزراعة ومنظمة الصحة العالمية التي ينحصر الغرض منه في حماية صحة المستهلك وضمان الممارسات السليمة في تجارة الأغذية (منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة، منظمة الصحة العالمية، 1999).

ثانياً: البيانات التي توضع على البطاقة:

تتضمن بطاقة الدلالة البيانات منها: (الجهاز المركزي للتقييس والسيطرة

النوعية، 1989: 2-4)

1. اسم المادة الغذائية والذي يكون محددًا لطبيعتها الحقيقية وخاصاً بها.
2. قائمة المكونات: توضح بالبطاقة قائمة بمكونات المادة الغذائية مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب نسبة كل منها، مثل: مادة غذائية مكوناتها كالآتي: ماء-سكر-نكهة البرتقال-ماده ملونه، يعني أن الماء هو المكون الرئيسي لتلك المادة ثم السكر..... الخ، فهذه المعلومات في الحقيقة تحدد قيمة السلعة.
3. صافي المحتويات وتوضح بالوحدات الدولية أو بالحجم للمواد الغذائية السائلة وغيرها.

قياس مدى اطلاع المستهلكين على بطاقة الدلالة الموجودة على السلع الغذائية وعلاقتها بالوعي الاستهلاكي (دراسة استطلاعية لأراء عينة من المستهلكين في محافظة بغداد).....

أ.د. بيضاء ستار لفته، م. جان سيريل فضل الله، م.م. حسام موفق صبري

4. تاريخ الإنتاج والصلاحية: يكتب على البطاقة تاريخ الصلاحية وتاريخ الانتهاء، لاشك المنتج الحديث أفضل وقيمه الغذائية أكبر، لأن تعرض المادة الغذائية لفترة طويلة من الحفظ واختلاف درجات الحرارة والنقل والتخزين عوامل تؤثر وتقلل من القيمة الغذائية للسلعة.

5. التخزين: توضح على البطاقة طريقة حفظ وتداول المواد تحت شروط معينة مثل (درجة الحرارة المطلوبة أو التبريد)، فحفظ المادة الغذائية على الدرجة المذكورة يحافظ على قيمتها الغذائية ويطيل من عمرها ويمنع عنها الفساد.

6. طريقه الطهي.

7. المواد المضافة والمحافظة.

8. بلد المنشأ: يذكر اسم بلد منشأ المادة الغذائية.

ثالثاً: مفهوم المستهلك والوعي الاستهلاكي:

يقصد بالمستهلك هو ذلك الشخص الذي لديه القدرة على شراء السلع والخدمات

المعرضة للبيع. (النسور والقحطاني، 2013:45)

أما معنى الوعي في اللغة هو: الفهم وسلامة الإدراك، واصطلاحاً هو: إدراك الفرد لنفسه وللبيئة المحيطة به. (منصور وآخرون، 1986، 120). ومن هذا المعنى فإن الوعي يشير إلى حالة ذهنية تتمثل في إدراك الفرد للواقع ليتمكن بعد ذلك من التصرف بطريقة سليمة.

أما مفهوم الوعي الاستهلاكي فهو: إدراك المستهلك للمعارف المتعلقة بقضايا الاستهلاك للسلع والشعور بالمسؤولية والتعامل الرشيد له. كما يعرف أيضاً بأنه ترجمة المعلومات التي يعرفها الأفراد عن السلع والخدمات للاستفادة منها في حياتهم اليومية.

رابعاً: وسائل تحقيق الوعي الاستهلاكي:

حدد كل من (عرفة وشلبي، 2005:174) (القيسي، 1981:96) وسائل تحقيق

التوعية الاستهلاكية كما في:

1. الأسرة ودورها في ممارسة التطبيق العملي لمفهوم التوعية الاستهلاكية السليمة.

2. المؤسسات التربوية ودورها في ضرورة إدخالها كمادة في المناهج الدراسية.

قياس مدى اطلاع المستهلكين على بطاقة الدلالة الموجودة على السلع الغذائية وعلاقته بالوعي الاستهلاكي (دراسة استطلاعية لأراء عينة من المستهلكين في محافظة بغداد).....

أ.د. بيداء ستار لفته، م. جان سيريل فضل الله، م.م. حسام موفق صبري

3. المؤسسات الحكومية ومؤسسات المجتمع المدني ودورها في عقد الندوات والمؤتمرات في مجال الاستهلاك والتوعية الاستهلاكية
4. المؤسسات الإعلامية ودورها في الإعلان والتنويه من وقت لآخر عن المخاطر التي تحصل بسبب نقص الوعي في تناول الأطعمة غير المستوفية لشروط السلامة.
5. استخدام المساجد ودور العبادة في تنمية الجانب الديني وتربية الأفراد على ضرورة التوعية الاستهلاكية وممارسة السلوك الاستهلاكي السوي.

خامساً: أبعاد أو متغيرات الوعي الاستهلاكي:

يتشكل الوعي الاستهلاكي لدى المستهلكين من خلال متغيرات كثيرة منها تتعلق بالصفات الشخصية للمستهلكين (كالجنس، الحالة الاجتماعية، مستوى التعليم، معدل الدخل الشهري.... الخ)، وبعضها يتعلق بالبيئة الخارجية المحيطة بالمستهلك، ويمكن التعرف على أبعاد أو متغيرات الوعي الاستهلاكي والتي سيتم تركيز البحث الحالي عليها من خلال المعرفة في كل من الأمور الآتية:

1. المعرفة بحق المطالبة بالحقوق عند التعرض للضرر، إذ أقرت الجمعية العامة للأمم المتحدة بثمانية حقوق للمستهلك وواحدة منها هي الحق في التعويض عند حصول الضرر (السباتين، 2002:8).
2. المعرفة بالمعلومات المثبتة على علبة المواد الغذائية عند الشراء، إذ أن من حقوق المستهلك في أن يحصل على المعلومات الصحيحة والحقيقية عن المنتجات التي يرغب في الحصول عليها حتى يستطيع اتخاذ قرار الشراء المناسب (الحمدي، 2003:76).
3. المعرفة بتاريخ صلاحية المنتج ومصدره.
4. المعرفة بضرورة تجنب شراء المواد من الأماكن غير الملائمة.
5. المعرفة بضرورة تجنب تناول الأطعمة التي لا تعرف مصدرها.
6. المعرفة باختيار السلع على أساس جودتها.
7. المعرفة بقوانين حماية المستهلك.

قياس مدى اطلاع المستهلكين على بطاقة الدلالة الموجودة على السلع الغذائية وملاحظته بالوعي الاستهلاكي (دراسة استطلاعية لأراء عينة من المستهلكين في محافظة بغداد).....

أ.د. بيداء ستار لفته، م. جان سيريل فضل الله، م.م. حسام موفق صبري

8. المعرفة بدور جهاز التقييس والسيطرة النوعية في فحص والتأكد من سلامة المواد المستوردة.

9. المعرفة بوجود جمعيات تعنى بحماية المستهلك، وهي منظمات غير حكومية تتحمل مسؤوليتها تجاه المستهلك والمجتمع من خلال التوعية والتنقيف للمستهلكين بالسلع والمنتجات (الخير، 2001:96)، إذ أن هناك نوعين من الحماية، النوع الأول حماية المستهلك من نفسه نتيجة استخدام مادة معينة مع إدراكه التام بالضرر الناجم عن ذلك، والنوع الثاني هو حماية المستهلك من غيره ويتعلق بحمايته من الغش من قبل البائع (البرواري والبرزنجي، 2004:121).

10. المعرفة بمتابعة برامج التوعية بالوسائل الإعلامية لما لها من دور خاص بتعليم المستهلك وإرشاده إلى أساليب التعرف على الأغذية وتحذيره من شراء المواد الغذائية المغشوشة.

المبحث الثالث: تحليل نتائج البحث ومناقشتها

أولاً: وصف استجابات أفراد العينة عن متغيرات الوعي الاستهلاكي:

لغرض وصف مستوى استجابات أفراد العينة عن الوعي الاستهلاكي ومناقشتها من خلال الأوساط الحسابية المرجحة والأوزان المئوية لمعرفة ترتيب كل فقرة من فقرات متغير الوعي الاستهلاكي والتي يمكن توضيحها في (الجدول، 3) وعلى النحو الآتي:
جدول (3): قيم الوسط المرجح والوزن المئوي لمتغيرات الوعي الاستهلاكي.

الترتيب	الوزن المئوي %	الوسط المرجح	الفقرات (المتغيرات)	ت
15	54.23	1.63	هل تطالب البائع بقائمة المشتريات عند الشراء	1
16	53.49	1.60	في حال تعرضك للضرر بسبب سلعة ما هل تطالب بحقك الشخصي	2
8	80.21	2.41	في تعرضك للضرر بسبب سلعة ما هل تطالب صاحب المحل بالتعويض والحق الشخصي	3
6	84.36	2.53	تقرأ المعلومات المثبتة على علبة المادة الغذائية عند الشراء	4

قياس مدى اطلاع المستهلكين على بطاقة الدلالة الموجودة على السلع الغذائية وعلاقته بالوعي الاستهلاكي (دراسة استطلاعية لأراء عينة من المستهلكين في محافظة بغداد).....

أ.د. بيداء ستار لفته، م. جان سيريل فضل الله، م.م. حسام موفق صبري

7	83.95	2.52	تتأكد من تاريخ صلاحية ومصدر المنتج قبل الشراء	5
4	88.07	2.64	تتجنب شراء المواد والسلع من الأماكن غير الملائمة	6
17	46.88	1.41	في حال تعرضك للضرر بسبب سلعة ما هل تلجأ إلى القضاء	7
3	88.48	2.65	يتم اختيار أو انتقاء السلع والخدمات على أساس جودتها	8
9	75.72	2.27	يتم انتقاء السلع والخدمات على أساس سعرها	9
12	67.49	1.96	لديك معرفة بقوانين حماية المستهلك	10
10	69.55	2.09	لديك معرفة عن دور جهاز التقييس والسيطرة النوعية في فحص المواد	11
11	68.72	2.06	تعلم بوجود جمعيات تعنى بحماية المستهلك	12
13	62.96	1.89	تتابع برامج توعية المستهلك بالوسائل الإعلامية المختلفة	13
14	59.26	1.78	الإعلانات التجارية (تلفزيون، صحافة) صورة صادقة عن المنتجات	14
5	85.60	2.57	تتأكد بشكل مباشر من سلامة عبوة المادة حين الشراء	15
18	46.33	1.39	بعد شرائك السلعة اتضح لي أن مدة الصلاحية كانت منتهية أعمل على استعمالها متجاهلاً مدة الصلاحية	16-أ
2	89.82	2.69	بعد شرائك السلعة واتضح لي أن مدة الصلاحية كانت منتهية اعمل على إرجاعها إلى البائع	16-ب
1	91.66	2.75	بعد شرائك السلعة واتضح لي أن مدة الصلاحية كانت منتهية اعمل على رميها في سلة المهملات	16-ج
1.62			الوسط الحسابي العام للوعي الاستهلاكي	

أ- جاءت الفقرة (16-ج) في المرتبة الأولى ضمن أولويات المستهلكين، إذ بلغ وزنها المئوي (91.66%) وكانت قيمة وسطها الحسابي المرجح مساوية إلى (2.76)، وبذلك يؤكد المبحثين رميهم للسلع والمواد المنتهية الصلاحية في سلة المهملات في حال شرائهم لها.

قياس مدى اطلاع المستهلكين على بطاقة الدلالة الموجودة على السلع الغذائية وعلاقته بالوعي الاستهلاكي (دراسة استطلاعية لأراء عينة من المستهلكين في محافظة بغداد).....

أ.د. بيضاء ستار لفته، م. جان سيريل فضل الله، م.م. حسام موفق صبري

ب- تأتي الفقرة (16- ب) في المرتبة الثانية ضمن أولويات المستهلكين، إذ بلغ وزنها المئوي (89.82%) وقيمة وسطها الحسابي (2.64)، وهكذا نستنتج بأن من أبرز أولويات المستهلكين في حال شرائهم السلعة منتهية الصلاحية إعادة تلك السلع إلى البائعين.

ج- حصلت الفقرة (8) على الترتيب الثالث في درجة تأثيره بالوعي الاستهلاكي، إذ بلغ وزنها المئوي (88.48%) وقد كان الوسط الحسابي المرجح لها مساويا إلى (2.65)، وبالتالي فإن اختيار المستهلك للسلعة أو الخدمات يتم على أساس جودتها.

د- جاءت الفقرة (6) بالمرتبة الرابعة في أولويات المستهلكين في العينة المبحوثة، إذ بلغ وزنها المئوي (88.07%) وكانت قيمة الوسط الحسابي المرجح لها (2.64)، وهذا يؤكد بأن المستهلكين يتجنبون شراء السلع والمواد من الأماكن غير الملائمة. ه- احتلت الفقرة (15) المرتبة الخامسة في أولويات المستهلكين، إذ بلغ وزنها المئوي (85.60%) في حين كانت قيمة الوسط الحسابي المرجح لها (2.57)، وهذا يشير إلى أن المستهلكين يتأكدون وبشكل مباشر من سلامة عبوة المادة حين شرائها.

و- حصلت الفقرة (4) على المرتبة السادسة في أولويات المستهلكين، إذ بلغ وزنها المئوي (84.36%) وبلغت قيمة وسطها الحسابي المرجح (2.53)، وبهذا يؤكد المستهلكون بأنهم يقرأون المعلومات المثبتة على علبة المادة الغذائية عند الشراء. ز- جاءت الفقرة (5) بالمرتبة السابعة حسب أولويات المستهلكين، إذ بلغ وزنها المئوي (83.95%) وبلغت قيمة وسطها الحسابي المرجح (2.52)، وهكذا وفي تتابع لما جاء في الفقرة السابقة يؤكد المستهلكون من أرباب الأسر بأنهم يتأكدون من تاريخ الصلاحية ومصدر المنتج قبل الشراء.

ح- حصلت الفقرة (3) على المرتبة الثامنة في أولويات المستهلكين، إذ بلغ وزنها المئوي (80.21%) وكانت قيمة وسطها الحسابي المرجح لها مساوية إلى (2.41)، وهذا يعكس حرص المستهلك في مطالبة صاحب المحل بالتعويض في حال تعرضه إلى ضرر ما نتيجة استهلاكه لسلعة معينة.

قياس مدى اطلاع المستهلكين على بطاقة الدلالة الموجودة على السلع الغذائية وعلاقته بالوعي الاستهلاكي (دراسة استطلاعية لأراء عينة من المستهلكين في محافظة بغداد).....

أ.د. بيداء ستار لفته، م. جان سيريل فضل الله، م.م. حسام موفق صبري

ط- احتلت الفقرة (9) المرتبة التاسعة في سلم أولويات المستهلكين، إذ بلغ وزنها المئوي (75.72%) وكانت قيمة وسطه الحسابي المرجح لها مساوية إلى (2.27) وهذا يدل على أن المستهلك ينتقي السلع والخدمات على أساس سعرها.

ك- جاءت الفقرات (11)، (12)، (10)، (13)، (14)، (1)، (2)، (7)، (16-أ) تواليًا لتمثل ما تبقى من الأولويات لدى المستهلكين وأن كانت تلك الأولويات على درجة قليلة من الأهمية قياسًا بسابقاتها، إذ كان أكثرها أهمية الفقرة (11) والذي بلغ وزنها المئوي (69.55%) في حين كان الوسط الحسابي المرجح (2.09) والذي يعكس دراية ومعرفة المستهلك بدور جهاز التقييس والسيطرة النوعية، في حين كانت أدنى وأضعف الأولويات لدى المستهلكين الفقرة (7) الذي بلغ وزنها المئوي (46.88%) ووسطها الحسابي المرجح (1.41)، وهذا المؤشر يعكس عدم اهتمام المستهلك في بغداد باللجوء إلى القضاء في حال تعرضه إلى ضرر بسبب سلعة معينة وجعله آخر الأولويات، وكذلك الفقرة (16-أ) والذي بلغ وزنها المئوي (46.33%) ووسطها الحسابي المرجح (1.39) والذي يعكس استخدام المستهلكين للسلع والمواد المنتهية الصلاحية متجاهلين فترة انتهاء صلاحية تلك المواد عند شرائهم لها.

وفي ضوء ما تقدم تشير النتائج إلى أن قيمة الوسط المرجح العام للوعي الاستهلاكي هو (1.62) وهي تعكس بصورة عامة درجة من الإدراك والوعي الاستهلاكي بشكل متوسط في جوانبه المعرفية عن بطاقة الدلالة الموجودة على السلع الغذائية في الأسواق المحلية.

ثانياً: الكشف عن قوة واتجاه العلاقة بين المتغيرات الشخصية والوعي الاستهلاكي.

بغية اختبار صحة فرضية البحث والتي مفادها: "توجد علاقة إيجابية ذات دلالة معنوية بين الوعي الاستهلاكي والمتغيرات الشخصية المتمثلة بـ (القضاء، الجنس، المهنة، التحصيل العلمي، معدل الدخل الشهري، الحالة الاجتماعية) للعينة المبحوثة". وقد أظهر التحليل الإحصائي لاختبارها كما في (الجدول، 4).

قياس مدى اطلاع المستهلكين على بطاقة الدلالة الموجودة على السلع الغذائية وعلاقته بالوعي الاستهلاكي (دراسة استطلاعية لأراء عينة من المستهلكين في محافظة بغداد).....

أ.د. بيداء ستار لفتة، م. جان سيريل فضل الله، م.م. حسام موفق صبري

جدول (4): يبين قيم معامل ارتباط سبيرمان بين الوعي الاستهلاكي والمتغيرات الشخصية للعينة المبحوثة.

المتغيرات الشخصية						الوعي الاستهلاكي
الحالة الاجتماعية	معدل الدخل الشهري	التحصيل العلمي	المهنة	الجنس	القضاء	
0.516	0.711	0.869	0.509	0.696	0.125	معامل ارتباط سبيرمان
0.021	0.000	0.000	0.003	0.000	0.206	Sig
دالة	دالة	دالة	دالة	دالة	غير دالة	الدالة

يتضح من (الجدول، 4) الأتي:

1. بلغت قيمة معامل الارتباط بين القضاء والوعي الاستهلاكي (0.125) عند مستوى دلالة (0.05)، وهذا ما يشير إلى ضعف العلاقة بينهما .
2. بلغت قيمة معامل الارتباط بين متغير الجنس والوعي الاستهلاكي (0.696) وهي قيمة موجبة وذات دلالة معنوية، ومما تعكس وجود علاقة طردية بين المتغيرين.
3. أظهر التحليل الإحصائي وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين مهنة المبحوثين والوعي الاستهلاكي، إذ بلغت قيمة معامل ارتباط سبيرمان (0.509) وهي قيمة موجبة طردية.
4. سجلت العلاقة بين متغير التحصيل الدراسي والوعي الاستهلاكي أعلى قيمة، إذ بلغت (0.869) وهي قيمة موجبة تعكس علاقة طردية بين التحصيل العلمي لعينة البحث والوعي الاستهلاكي، إذ كانت قيمة معامل الارتباط دالة معنوية، وهذا يعني كلما ازدادت درجة التحصيل العلمي للمبحوث سترافقها زيادة في درجة الوعي الاستهلاكي له.
5. أظهر التحليل الإحصائي وجود علاقة ارتباط طردية وموجبة ودالة معنوية بين معدل الدخل الشهري ودرجة الوعي الاستهلاكي، إذ بلغت قيمة معامل ارتباط سبيرمان (0.711).

قياس مدى اطلاع المستهلكين على بطاقة الدلالة الموجودة على السلع الغذائية وعلاقته بالوعي الاستهلاكي (دراسة استطلاعية لأراء عينة من المستهلكين في محافظة بغداد).....

أ.د. بيداء ستار لفتة، م. جان سيريل فضل الله، م.م. حسام موفق صبري

6. أشرت نتائج البحث إلى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الحالة الاجتماعية للمبحوثين ودرجة وعيهم الاستهلاكي، إذ بلغت قيمة معامل ارتباط سبيرمان (0.516) وهي قيمة موجبة وتعكس العلاقة الطردية بين المتغيرين.

وفي ضوء النتائج المستحصل عليها، تم التوصل إلى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين (5) متغيرات من أصل (6) أي تشكل نسبة ما يعادل (83%) من إجمالي القبول، مما يؤكد قبول فرضية البحث والتي تنص على "توجد علاقة ايجابية ذات دلالة معنوية بين الوعي الاستهلاكي والمتغيرات الشخصية المتمثلة بـ (الجنس، المهنة، التحصيل العلمي، معدل الدخل الشهري، الحالة الاجتماعية) للعينة المبحوثة".

المبحث الرابع/ الاستنتاجات والتوصيات

اولاً: الاستنتاجات:

1. تعد بطاقة الدلالة هي الوسيلة الأولى للاتصال بين السلعة الغذائية والمستهلك لتعريفه بمعلومات كثيرة عن السلعة الغذائية.
2. يلعب الوعي الاستهلاكي عند المستهلك العراقي دوراً مهماً في تحديد احتياجاته من السلع الغذائية على أساس حصوله على الغذاء السليم.
3. اظهر البحث الاستطلاعي أن هناك مستوى من الوعي الاستهلاكي لدى العينة المبحوثة وكان بدرجة متوسطة.
4. تبين من خلال نتائج البحث الذي أجراه الباحثين أن هناك علاقة قوية وإيجابية بين الوعي الاستهلاكي والمتغيرات الشخصية المتمثلة بـ (الجنس، المهنة، التحصيل العلمي، معدل الدخل الشهري، الحالة الاجتماعية)، في حين كانت العلاقة مع متغير القضاء ضعيفة.
5. ينعكس مستوى التحصيل العلمي للعينة المبحوثة وبشكل ايجابي على مستوى الوعي الاستهلاكي، إذ بدوره يؤدي إلى ضمان صحة المستهلك.
6. يختلف الوعي الاستهلاكي لدى المستهلك العراقي فاغلب العينة المبحوثة تركز على جودة السلع عند الشراء.
7. يستخلص من نتائج آراء المستهلكين المبحوثين إلى أن هناك فجوة بين المعرفة بالقوانين ذات العلاقة بالمستهلك والوعي الاستهلاكي والجهات المسؤولة عن حماية المستهلك.

قياس مدى اطلاع المستهلكين على بطاقة الدلالة الموجودة على السلع الغذائية وعلاقته بالوعي الاستهلاكي (دراسة استطلاعية لأراء عينة من المستهلكين في محافظة بغداد).....
أ.د. بيضاء ستار لفتة، ه. جان سيريل فضل الله، ه.م. حسام موفق صبري

ثانياً: التوصيات:

1. توعية المستهلك من خلال المؤسسات الإعلامية لأهمية البيانات المكتوبة على السلع الغذائية، فضلاً عن التحذير من أضرار بعض مكونات السلعة على صحة المستهلك.
2. إلزام المؤسسات المنتجة من قبل الدولة بتدوين جميع المعلومات الضرورية في بطاقة الدلالة للمنتجات.
3. تكثيف نشاطات الجهاز المركزي للتقييس والسيطرة النوعية بشأن متابعة ورقابة دخول السلع المستوردة وفقاً للمواصفات الدولية المعتمدة.
4. تكثيف عمليات الرقابة من قبل المؤسسات الحكومية للتدقيق في وضوح البيانات المكتوبة على أغلفة السلع الغذائية.
5. حث المستوردين والمنتجين للسلع الغذائية على الاهتمام بكتابة المواصفات على أغلفة السلع الغذائية والاهتمام بترجمة البيانات إلى اللغة العربية.
6. الإسراع بإقرار قانون حماية المستهلك والعمل به.
7. الاهتمام بتنشئة الأجيال بشكل سليم ابتداءً من المنزل من خلال الأسرة والمؤسسات التعليمية والسعي لتوفير مستلزمات ذلك.
8. إقامة الندوات واللقاءات وحملات التوعية بالتنسيق مع الصحف والقنوات التلفزيونية لتعريف المستهلك بطرق الغش والاحتيال وحثهم على الاطلاع على بطاقة الدلالة الموجودة على السلع وتاريخ الصلاحية للحفاظ على صحتهم وسلامتهم من الأمراض.
9. دعوة الجمعيات التي تعنى بحماية المستهلك أن تمارس دورها بالتنسيق مع الجهات الحكومية وغرف التجارة والصناعة لغرض تثقيف وتنمية المستهلكين والتركيز على شرائح المجتمع الأقل تعليماً وثقافة والمستهلك الأقل دخلاً.

المصادر

1. البروراي، عبد المجيد والبرزنجي، احمد محمد، استراتيجيات التسويق، المفاهيم، الأسس، الوظائف، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2004.
2. الجهاز المركزي للتقييس والسيطرة النوعية، المواصفة القياسية رقم (230)، بطاقة دلالة المواد الغذائية المعبأة والمعلبة، العراق، 1989.
3. الحمدي، فؤاد احمد حسين، اثر تحقيق متطلبات إدارة الجودة الشاملة على حماية المستهلك، دراسة استطلاعية في عينة من مستشفيات بغداد، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، 2003.

قياس مدى اطلاع المستهلكين على بطاقة الدلالة الموجودة على السلع الغذائية وعلاقتها بالوعي الاستهلاكي (دراسة استطلاعية لأراء عينة من المستهلكين في محافظة بغداد).....

أ.د. بيداء ستار لافتة، ه. جان سيريل فضل الله، ه. حسام موفق صبري

4. الخبير، طارق، حماية المستهلك ودورها في رفع مستوى الوعي الاستهلاكي لدى المواطن السوري، مجلة جامعة دمشق، المجلد 17، العدد الأول، 2001.
5. السباتين، خالد محمد، الحماية القانونية للمستهلك، 2002.
6. عرفة، احمد وشلبي، سمية، الإدارة الإستراتيجية للتسويق في صراع العولمة، جامعة البسفور، نيويورك، 2005.
7. القيسي، كمال، التوعية البيئية، مفهومها وأهدافها وطرق تحقيقها، أعمال وأبحاث الندوة عن دور البلديات في حماية البيئة في المدن العربية، المدينة والبيئة، الكويت، 1981.
8. منصور، طلعت وآخرون، أسس علم النفس العام، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1986.
9. منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة، منظمة الصحة العالمية، سلامة الأغذية، النصوص الأساسية، الدستور الغذائي، 1999.
10. النصور، إياد عبد الحميد والقحطاني، مبارك بن فهد، سلوك المستهلك: المؤثرات الاجتماعية والثقافية والنفسية والتربوية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2013.

Measuring the Range of informed consumers on the card on the significance of food commodities and its relationship to consumer awareness

(survey of the views of a sample of consumers in the province of Baghdad)

Prof. Dr. Baydaa S. Lafta Jan S. Fadhellah Husam M. Sabri

Center of market research and consumer protection, University of Baghdad

Abstract:

The research was aimed to identified the extent understand and grasp for the Iraqi consumer to the foods labeling information and identify the variables related to consumer awareness, as well as test the personal relationship between the variables and the degree of consumer awareness, the questionnaire has been used as a tool To collect data and information across polled a sample of consumers, which amounted to (243) people in the province of Baghdad and in the Karkh and Rassafa area, The responses were analyzed using mathematical circles weighted weights and percentages, as well as using sperman correlation coefficient to test the relation Between personal variables and the degree of consumer awareness, and was the most prominent findings of research are:

1. Possession of the sample surveyed medium degree of consumer awareness.
2. Relationship exists high correlation between and personal variables of b (sex, occupation, educational attainment, average monthly income, marital status) and consumer awareness.
3. Surveyed a sample selection of goods on the basis of quality and based on the price of other times.