

## علاقة إدارة الجودة الشاملة فى شركات الملابس الجاهزة بالسلوك الشرائى للمستهلك فى الإسكندرية

نجلاء عبد السلام محمود دسوقي<sup>١</sup>، يسرية أحمد عبد المنعم<sup>١</sup>، سونيا محمد عبد المحسن شيبون<sup>١</sup>

و إبراهيم عبد المعبود بهنسى<sup>١</sup>

### الملخص العربى

- أوضحت النتائج وجود علاقة ارتباطية طردية معنوية بين طبيعة السلوك الشرائى وكل من العمر، المستوى التعليمى، مدة الحياة الزوجية، مستوى دخل الأسرة، الحالة المعيشية، مستوى التعرض لمصادر المعلومات، إجمالى مستوى الممارسات الشرائية، مستوى المعرفة بدلائل ومؤشرات الجودة الملابسية، مستوى مواجهة العيوب الملابسية وذلك عند مستوى احتمالى ٠.٠٠١.

- أوضحت النتائج البحثية أن هناك متغير مستقل واحد فقط هو المستوى التعليمى وهو المتغير المستقل الأكثر تأثيراً على إجمالى مستوى الممارسات الشرائية بنسبة ٣٧,٢%، ومستوى المعرفة بدلائل ومؤشرات الجودة الملابسية بنسبة ٤٢,٢%، وطبيعة السلوك الشرائى بنسبة ٣٦,٥% وذلك عند مستوى احتمالى ٠.٠٠١.

- تبين أن مستوى إدارة الجودة الشاملة بالشركات جيد لدى مايزيد عن ثلثى مفردات العينة (من مسنولى الجودة) بنسبة ٦٨%. فى حين كان مقبول وممتاز بنسبة ١٢%، ٢٠% على التوالى.

- هناك علاقة ارتباطية طردية معنوية بين مستوى إدارة الجودة الشاملة بالشركات وبين الشهادات الحاصلة عليها الشركة وذلك عند مستوى احتمالى ٠.٠٠١.

- أوضحت النتائج البحثية أن هناك متغير مستقل واحد فقط هو الشهادات الحاصلة عليها الشركة وهو المتغير المستقل الأكثر تأثيراً على إجمالى مستوى إدارة الجودة الشاملة بالشركات بنسبة ٣٦,٤% وذلك عند مستوى احتمالى ٠.٠٠١.

استهدف هذا البحث بصفة رئيسية دراسة علاقة إدارة الجودة الشاملة فى شركات الملابس الجاهزة بالسلوك الشرائى للمستهلك فى الإسكندرية. وقد تم تجميع بيانات الدراسة بإستخدام الاستبيان بالمقابلة الشخصية، حيث تم اختيار عينة عمدية من مسنولى الجودة (٥٠) بالشركات التى تهتم بتطبيق إدارة الجودة الشاملة ولها معارض والبالغ عددها ١٠ شركات (٩ قطاع خاص وشركة واحده قطاع عام). كما تم اختيار عينة صدفية من المستهلكين المترددين على معارض الشركات موضع الدراسة وذلك بمعدل ١٠ متزوجين، ١٠ غير متزوجين لكل شركة وبذلك بلغ قوام العينة من المستهلكين ٢٠٠ مستهلك (١٠٠ متزوج، ١٠٠ غيرمتزوج). وقد تم استخدام عدد من الأساليب الإحصائية لوصف وتحليل البيانات تمثلت فى النسبة المئوية، التكرار، المتوسط الحسابى والانحراف المعياري، اختبار (ت)، معامل الارتباط لبيرسون، دالة الأندجار المتعدد وذلك باستخدام برنامج الحاسب الإلى (SPSS V.22).

وكانت أهم النتائج المتحصل عليها ما يلى:

- كان السلوك الشرائى للملابس الجاهزة لدى ٦٦,٥% من مفردات العينة من المستهلكين مقبول. فى حين انخفضت نسبة مفردات العينة الذين يتسم سلوكهم الشرائى للملابس الجاهزة بأنه رشيد أوغير رشيد حيث بلغت ١٤,٥%، ١٩% على التوالى.

- هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات الذكور والإناث (لصالح الإناث)، ومتوسط درجات المتزوجين وغير المتزوجين (لصالح المتزوجين) بالنسبة لطبيعة السلوك الشرائى عند مستوى احتمالى ٠.٠٠١.

والتي تستهدف إرضاء رغبات المستهلك وتخفيض شكاوى المستهلكين وتجنب العيوب والأخطاء (يوسف العزى، ٢٠١٣).

ويشهد العالم اليوم اهتماماً بالغاً بالجودة، وتوفير المستلزمات والمواصفات التي تجعل الجودة في أعلى مستوياتها، وأصبح مفهوم الجودة أحد الركائز الرئيسية لنجاح العمل في المنظمات الإنتاجية والخدمية، وتعنى الجودة إنتاج المنظمة لسلعة أو تقديم خدمة بمتطلبات وخصائص تكون قادرة من خلالها على الوفاء بحاجات ورغبات المستهلكين، وبالشكل الذى يتفق مع توقعاتهم وتحقيق الرضا والسعادة لديهم (محفوظ جودة، ٢٠٠٤). ومن أجل تجسيد هذا المفهوم اعتمدت المؤسسات الإنتاجية على تبنى أساليب إدارية حديثة، لعل أكثرها شيوعاً وتطبيقاً فى العالم أسلوب إدارة الجودة الشاملة والذى حقق على مدى العقدين نجاحات باهرة فى العديد من الشركات الأمريكية واليابانية والأوروبية، وتعتبر إدارة الجودة الشاملة فلسفة تأخذ بعين الإعتبار مشاركة جميع العاملين فى العملية الإنتاجية وفى القرار المتخذ، وتهتم وتركز على المستهلك باعتباره جوهر العملية الإنتاجية (بوخلوة باديس، ٢٠١٦).

وقد أكدت دراسة Elizabeta, M (2014) أن إدارة الجودة الشاملة تمتد لتشمل مراحل عملية الإنتاج، سلوك الموظفين، احتياجات ورغبات المستهلك. وإستناداً إلى نموذج QC-Pyramid (هرم التحكم فى الجودة)، تم تصميم منهجية مناسبة لكل عنصر من عناصر إدارة الجودة الشاملة. وتم تجديد التزامات ومسؤوليات جميع الموظفين واستخدام أساليب وتقنيات جديدة فى المراحل المختلفة للإنتاج. وكانت النتيجة ارتفاع مستوى رضا العاملين والعملاء.

وتوضح مها أبو طالب (١٩٩٩) أن الملابس تحتل ثانى بنود الإنفاق الأسري بعد بند الغذاء، حيث تختلف نسبة المنفق من دخل الأسرة على بند الملابس باختلاف نوع وكم الدخل الأسري كما وتختلف باختلاف المرحلة التي تجتازها

- هناك علاقة ارتباطية طردية معنوية بين طبيعة السلوك الشرائى للمستهلك وبين مستوى إدارة الجودة الشاملة بالشركات وذلك عند مستوى احتمالى ٠,٠١.

- أوضحت النتائج البحثية أن مستوى إدارة الجودة الشاملة بالشركات يؤثر على طبيعة السلوك الشرائى للمستهلك بنسبة ٢٢,٦% وذلك عند مستوى احتمالى ٠,٠١.

الكلمات المفتاحية:- ادارة الجودة الشاملة - السلوك الشرائى - الملابس الجاهزه.

### المقدمة والمشكلة البحثية

شهدت صناعة الملابس الجاهزة منذ بداية هذا القرن العديد من مراحل التطور، حيث تحولت من الاعتماد على الورش والمصانع الصغيرة المحدودة إلى المصانع ذات الإنتاج الكبير والاتجاه نحو الأساليب التكنولوجية فى عمليات الإنتاج (زينب فرغلى، ٢٠٠٦). وتعد صناعة الملابس الجاهزة من الصناعات الاستراتيجية فى مصر فى ظل النظام العالمى الجديد، حيث بلغ عدد العاملين فى مجال الملابس الجاهزة مليون ونصف مليون عامل من العمالة فى مصر. هذا وتواجه صناعة الملابس الجاهزة تحدياً كبيراً فى النهوض والارتقاء بمستوى جودة هذه الصناعة حتى تستطيع المنافسة ليس فى الأسواق المحلية فحسب بل فى مجال التصدير، هذا وتعتبر الجودة فى المنتجات النسيجية هى مسئولية العاملين بالمنشأة. ولتحقيق مستوى مميز من الجودة يجب وضع نظام رقابى مميز على الجودة يهدف إلى مطابقة المنتج للمواصفات المحددة له وذلك من خلال مجموعة من العمليات تختص بالتفتيش على الإنتاج فى مراحل المختلفة (رشا يوسف، ٢٠١٥).

كما يجب أن يكون هناك التزام يمتد من المنتج إلى المستهلك باعتباره المحكم النهائى على جودة المنتج وباعتبار أن الجودة هى مقياس لرضا المستهلك وأنها ترجمة لاحتياجاته وتوقعاته بشأن المنتج. وذلك على اعتبار أن التركيز على المستهلك أحد أهم مبادئ إدارة الجودة،

الأسرة في حياتها حيث تتغير تكاليف بند الملابس تغيراً ملحوظاً بإنجاب الأطفال ثم تزداد كلما تقدم بهم العمر. وعملية اختيار وشراء الملابس ليست من الأمور السهلة حيث تتطلب المفاضلة بين عدة عوامل منها الخصائص الطبيعية والملائمة للغرض من استخدامه، وقد أوضحت هناء حسن (٢٠٠٠) أنه يجب أن يتوافر لدى المستهلك كم هائل من المعلومات ليتخذ قرار سليم فيما يتعلق بالشراء والاستخدام والعناية الخاصة بالملابس وبما يمكن من قراءة البطاقة الإرشادية بصورة جيدة. كما يشير Gersak (٢٠٠٢) إلى أن شراء المستهلك للمنتجات الملبسية يتوقف على الخصائص الوظيفية (الاستعمال - العمر الاستهلاكي - الاحتفاظ بشكلها وهيئتها - تحمل الارتداء والخلع) والخصائص الجمالية (اللون - مساييرة الموضة). ويضيف Behera & Mishra (٢٠٠٦) بأن عوامل الأداء الجمالى هي أولى اعتبارات المستهلك عند شراءه الملابس، فغالباً لا يشتري المستهلك الملابس التي تفقر إلى النواحي الجمالية.

هذا وتعتبر الملابس من السلع نصف المعمرة التي تلعب الجودة العنصر الأساسي المحدد لتكرار أم عدم تكرار شراء المستهلك لها (أحمد سلمان وآخرون، ٢٠٠٠)، وقد حدد رشدي عيد وأحمد نجم الدين (٢٠٠٠) مؤشرات جودة المنتجات الملبسية والتي انطوت على الحصول عليها في الوقت المناسب وبالسعر المناسب، جودة الأداء الوظيفي، اقتصادية في طرق العناية، وأضافت فاطمة متولي (٢٠٠٠) لهذه المؤشرات خلو المنتج الملبسي من العيوب، يحقق التميز والأفراد، سهولة الاستعمال، وأن يكون عمره الاستهلاكي طويل نسبياً.

### الاهداف البحثية

الهدف الرئيسى من هذا البحث هو دراسة علاقة إدارة الجودة الشاملة فى شركات الملابس الجاهزة بالسلوك الشرائى للمستهلك فى بعض الشركات بالإسكندرية وينبثق من هذا الهدف الرئيسى الأهداف الفرعية التالية:

- التعرف على الخصائص الاجتماعية والاقتصادية للمستهلكين المبحوثين.
- تحديد طبيعة السلوك الشرائى للملابس الجاهزة لدى المستهلكين المبحوثين.
- التعرف على الخصائص العامة لشركات الملابس الجاهزة بالإسكندرية.

### المشكلة البحثية

فى ضوء ما سبق يتضح أن الملابس أحد أهم بنود الإنفاق الأسري، كما أن عملية اختيارها وشرائها تتأثر بعدد من العوامل، وقد أصبح المستهلك أكثر وعياً بجودة

## الاسلوب البحثي

### ١- المنهج البحثي

منهج البحث المتبع هو المنهج الوصفي والتحليلي الذي يهتم بجمع البيانات عن الظاهرة موضع الدراسة وتصنيفها ثم تحليلها إحصائياً والوصول إلى نتائج خاصة بالظاهرة موضع الدراسة مع بيان العلاقة بين المتغيرات البحثية (عبد المرضي عزام- ٢٠٠٥).

### ٢- المصطلحات العلمية والتعاريف الإجرائية

أ- إدارة الجودة الشاملة: إدارة تعنى وجود فلسفة قوامها التركيز على العميل سواء الخارجى أو الداخلى، وذلك من خلال التنظيم والإشراف (أحمد بن عيشاوى، ٢٠٠٨). والجودة هي صفات أوخصائص يمكن قياسها وتحديد كميتها. أوهى التوافق مع المواصفات والمتطلبات التي تكون متعلقة بالممارسات التصنيعية والتشغيلية والهندسية، ويتم تحديدها من خلال التصميم، وأى انحرافات عن هذه المواصفات يعتبر انخفاض فى الجودة (سونيا البكرى، ٢٠٠٤). والشاملة تعنى أن كل شخص فى المنظمة يجب أن يشترك فى برنامج الجودة سواء بصورة شخصية أو من خلال فرق العمل (على بن عبود، ٢٠٠٣). أما إدارة الجودة الشاملة فهى فلسفة تأخذ بعين الاعتبار مشاركة جميع العاملين فى العملية الإنتاجية والقرارات المتخذة والاهتمام والتركيز على المستهلك الداخلى والخارجى والذى هو جوهر العملية الإنتاجية (Stevenson, 1999). وتشير فى هذا البحث إلى مستوى تطبيق الشركة لإدارة الجودة الشاملة فى ضوء مبادئ ديمنج الأربعة عشر والممثلة لأبعاد إدارة الجودة الشاملة وأيضاً مستوى أهمية وتنفيذ إجراءات نظام الجودة الشاملة معبراً عن ذلك بقيمة رقمية.

ب- الملابس الجاهزة: هى السلعة الجاهزة من الخامات النسيجية المختلفة التى تغطى أجزاء الجسم سواء كانت

• قياس مستوى إدارة الجودة الشاملة لدى شركات الملابس الجاهزة بالإسكندرية.

• دراسة العلاقات الإرتباطية بين المتغيرات التابعة والمستقلة للدراسة.

### الاهمية البحثية

- تكمن أهمية الدراسة من أهمية تطبيق إدارة الجودة الشاملة فى صناعة الملابس الجاهزة والتي تعتبر المدخل الطبيعى لتحسين أداء الشركات القائمة على هذه الصناعة وتدعيم قدرتها التنافسية، وأيضاً تلبية متطلبات المستهلك. كما تنبثق أهمية الدراسة من ضرورة التوصل إلى فهم أعمق لتطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة فى مصانع الملابس الجاهزة.

- كما يتضح أهميتها فى معرفة نتيجة تطبيق شركات الملابس الجاهزة لمبادئ إدارة الجودة الشاملة والمتمثلة فى طبيعة السلوك الشرائى لمستهلكي منتجات هذه الشركات والعلاقة التأثيرية بينها.

- أيضاً تعد هذه الدراسة مصدر لتوفير بيانات تفيد فى تحديد أبعاد التحسين المستمر وما يتضمنه من تطبيق لنظم الإدارة البيئية وكلاهما بمثابة مداخل للوصول لأعلى درجات الجودة.

- كذلك تستمد الدراسة أهميتها من كون تطبيق إدارة الجودة الشاملة لا تعتبر نهاية فى حد ذاتها لأي مؤسسة إنتاجية، بل هي البداية للتحسين المستمر الذي يستهدف رضا وولاء المستهلك فى المقام الأول ورضا وولاء العاملين باعتبارهم مستهلكين أيضاً لسلع وخدمات أخرى.

- كما تساهم هذه الدراسة فى رفع مستوي وعي مشرفي الجودة الشاملة بمصانع الملابس الجاهزة بأهمية إدارة الجودة الشاملة فى رفع القدرة التنافسية فى الأسواق المحلية والعالمية.

الممارسات الشرائية (مرحلة الاختيار)، مستوى الممارسات الشرائية (مرحلة الشراء)، إجمالي مستوى الممارسات الشرائية، مستوى المعرفة بدلائل ومؤشرات الجودة الملابسية، مستوى مواجهة العيوب الملابسية.

أ- ٢- الخصائص العامة للشركات: سنة تأسيس الشركة، عدد خطوط الإنتاج، عدداً العاملين بالشركة، الشهادات الحاصلة عليها الشركة، عدد مسئولى الجودة بالشركة.

أ- ٣- الخصائص الشخصية لمسئولى الجودة بالشركات: الوظيفة، المؤهل العلمى، عدد سنوات العمل بالشركة.

جدول ١. توزيع شركات الملابس الجاهزة بالاسكندرية وفقاً

#### لعينة مسئولى الجودة والمستهلكين

م	اسم الشركة	مسئولى الجودة	المستهلكين
١	فستيا	٨	٢٠
٢	بيبيكوكا	٦	٢٠
٣	سوجيك	٥	٢٠
٤	كوتكس	٥	٢٠
٥	ITI	٥	٢٠
٦	النصر (كابو)	٥	٢٠
٧	روبيرد	٥	٢٠
٨	اسك	٥	٢٠
٩	ثرى ستار	٣	٢٠
١٠	نجا	٣	٢٠
	الإجمالى	٥٠	٢٠٠

المصدر سجلات شئون العاملين بالشركات موضع الدراسة عام ٢٠١٧/٢٠١٨

ب- المتغيرات الوسيطة: وهي المتغيرات التي تعمل كمتغيرات تابعة مع بعض المتغيرات المستقلة وكمتغيرات مستقلة مع المتغيرات التابعة، وتتمثل في مستوى إدارة الجودة الشاملة بالشركات موضع الدراسة.

ج- المتغيرات التابعة: وتمثل في طبيعة السلوك الشرائي للمستهلكين.

٥- الفروض البحثية: لتحقيق أهداف البحث تم صياغة الفروض البحثية التالية:-

الفرض الأول: توجد فروق معنوية بين متوسط درجات مفردات عينة البحث (ذكور- أناث) في بعض الخصائص

تستخدم خارج المنزل أوداخله (زينب فرغلى، ٢٠٠٦). وتشير في هذا البحث إلى الملابس الجاهزة الخارجية.

ج- السلوك الشرائي: هو قيام المستهلك بمجموعة من الأنشطة تتضمن البحث عن وشراء السلع والخدمات التى يتوقع منها أن تشبع حاجاته (خالد الجريسي، ٢٠٠٧). ويشير السلوك الشرائي للمستهلك بهذه الدراسة إلى القيمة الرقمية الدالة على استجابات المبحوثين بشأن كل من (عدد مرات الشراء، الدوافع الشرائية، دوافع التعامل مع المحلات، ممارسات الشراء أثناء عملية اختيار وشراء الملابس الجاهزة، المعرفة بدلائل ومؤشرات الجودة، وأيضاً مواجهة العيوب الملابسية).

#### ٣- الشاملة والعينة

تمثلت شاملة البحث في جميع شركات الملابس الجاهزة (الخارجية) بالاسكندرية وعددها ٢١ شركة (٢٠ شركة قطاع خاص وشركه واحده قطاع عام). وتم اختيار عينة عمدية من هذه الشركات والتي تهتم بتطبيق إدارة الجودة الشاملة ولها معارض والبالغ عددها ١٠ اشركات (بمعدل ٩ قطاع خاص وشركه واحده قطاع عام ) حيث تم التعامل مع مسئولى الجودة بهذه الشركات. كما تم اختيار عينة صدفية من المستهلكين المترددين علي معارض الشركات موضع الدراسة وذلك بمعدل ١٠ متروجين، ١٠ غير متروجين لكل شركة وبذلك بلغ قوام العينة من المستهلكين ٢٠٠ مستهلك (١٠٠ متروج، ١٠٠ غير متروج).

٤- المتغيرات البحثية: تضمنت الدراسة المتغيرات البحثية التالية:

أ- المتغيرات المستقلة: تضمنت ثلاثة أقسام كما يلي:

١- بعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية للمستهلكين والمتمثلة في (العمر، المستوى التعليمي، مدة الحياة الزوجية، مستوى دخل الأسرة الشهري، الحالة المعيشية، مستوى التعرض لمصادر المعلومات، مستوى

علمياً ولغوياً وإجراء التعديلات اللازمة، كما تم إجراء اختبار الثبات باستخدام معامل ألفا كرونباخ للتحقق من ثبات الاستمارة حيث بلغت قيمته ٠,٦٩، لاستمارة السلوك الشرائي للمستهلك، ٠,٩٧، لاستمارة إدارة الجودة الشاملة بالشركات وهي قيم مقبولة تدل على ثبات الاستمارتين وصلاحيتهما للتطبيق.

وقبل البدء في تجميع البيانات تم إجراء اختبار مبدئي (pre- test) بهدف التأكد من صلاحية الاستمارتين واستيفائهما لأهداف البحث. حيث قام الباحث بالمقابلة الشخصية مع ٤٠ مستهلك بنسبة ٢٠% من عينة المستهلكين، ٢٠ من مسؤولي الجودة بالشركات بنسبة ٤٠% من عينة المسؤولين عن الجودة. وتم بالفعل تعديل الأسئلة واستبعاد الأسئلة غير الواضحة وذلك في ضوء اقتراحات مفردات العينتين، وهكذا وضعت استمارتي البحث في صورتها النهائية. ونستعرض فيما يلي محاور الاستمارتين:-

#### أولاً: استمارة استبيان المستهلك

#### تضمنت الاستمارة المحاور التالية:

##### المحور الأول: الخصائص الاجتماعية والاقتصادية

تضمنت عدد من المتغيرات والتي تم قياسها كما يلي: -

١-الجنس: ذكر، أنثى.

٢-العمر: تراوح بين ١٦-٦٥ سنة بمتوسط حسابي وانحراف معيارى ٣٣,٣+١٠,٩، وبناء عليه تم توزيع مفردات العينة في ثلاث فئات عمرية ( ١٦- أقل من ٢٢ سنة)، (٢٢- أقل من ٤٤ سنة)، (٤٤ سنة فأكثر).

٣-المستوى التعليمي: تضمن ٤ فئات أقل من المتوسط (أمى، يقرأ ويكتب، حاصل على الابتدائية، حاصل على الإعدادية)(درجة واحدة)، دبلوم وثانوى عام (درجتان)، شهادة جامعية(٣ درجات)، شهادة فوق جامعية (٤ درجات).

الاجتماعية والاقتصادية كمتغيرات مستقلة وطبيعة السلوك الشرائي كمتغير تابع.

**الفرض الثانى:** توجد فروق معنوية بين متوسط درجات مفردات عينة البحث (غير متزوج - متزوج) في بعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية كمتغيرات مستقلة وطبيعة السلوك الشرائي كمتغير تابع.

**الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباطية معنوية بين طبيعة السلوك الشرائي للمستهلكين كمتغير تابع وبعض خصائصهم الاجتماعية والاقتصادية كمتغيرات مستقلة.

**الفرض الرابع:** تؤثر بعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية على طبيعة السلوك الشرائي للمستهلكين وإجمالى الممارسات الشرائية ومستوى المعرفة بدلائل ومؤشرات الجودة الملبيسية.

**الفرض الخامس:** توجد علاقة ارتباطية معنوية بين مستوى إدارة الجودة الشاملة بالشركات كمتغير تابع وبعض الخصائص العامة للشركات، الخصائص الشخصية لمسؤولي الجودة بالشركات كمتغيرات مستقلة.

**الفرض السادس:** تؤثر بعض الخصائص العامة للشركات، الخصائص الشخصية لمسؤولي الجودة بالشركات على مستوى إدارة الجودة الشاملة بالشركات.

**الفرض السابع:** توجد علاقة ارتباطية معنوية بين طبيعة السلوك الشرائي للمستهلك كمتغير تابع ومستوى إدارة الجودة الشاملة بالشركات كمتغيرات مستقلة.

**الفرض الثامن:** يؤثر مستوى إدارة الجودة الشاملة بالشركات كمتغير مستقل على طبيعة السلوك الشرائي للمستهلك كمتغير تابع.

**٦- أدوات تجميع ومعالجة البيانات:** تم تجميع بيانات الدراسة باستخدام استمارتي استبيان بالمقابلة الشخصية مع كل من المستهلكين ومسؤولي الجودة بالشركات. وقد تم التأكد من صدق استمارتي الاستبيان عن طريق عرضهما على عدد من أساتذة الاقتصاد المنزلي للتأكد من صلاحيته

درجات). وبذلك تعبر محصلة القيم التى تحصل عليها مفردات العينة عن مستوى التعرض لمصادر المعلومات حيث تراوحت درجاته بين ١٨ - ٤٠ درجة بمتوسط حسابى وانحراف معيارى  $29,1 \pm 4,2$ ، وبناء عليه تم توزيع مفردات العينة فى ثلاث فئات وفقاً لمستوى التعرض لمصادر المعلومات عن الملابس الجاهزة فى ثلاث فئات صغير (أقل من ٢٥ درجة)، متوسط (٢٥ - ٣٣ درجة)، كبير (٣٣ درجة فأكثر).

#### المحور الثانى: طبيعة السلوك الشرائى

تم قياس طبيعة السلوك الشرائى لمفردات العينة فى ضوء عدة بنود كما يلى: -

- (١) عدد مرات شراء الملابس الجاهزة فى السنة: سواء كان مرة/سنة (٣ درجات)، مرتان/سنة (٢ درجات)، ثلاث مرات/سنة (درجة واحدة)، حسب الحاجة (٤ درجات).
- (٢) الدوافع الشرائية للملابس الجاهزة: تم حساب عدد دوافع الشراء لدى مفردات العينة والتى تراوحت بين ١ - ٦ دوافع.
- (٣) دوافع التعامل مع محلات الملابس الجاهزة: تم حساب عدد دوافع التعامل لدى مفردات العينة والتى تراوحت بين ١ - ٦ دوافع.
- (٤) مستوى الممارسات الشرائية للملابس الجاهزة (مرحلتى الاختيار والشراء): تم قياسه فى ضوء كل من:

أ- مستوى الممارسات الشرائية للملابس الجاهزة أثناء مرحلة الاختيار: تم قياسها فى ضوء ١٠ عبارات تمثل مدى قيام مفردات العينة باتباع بنود ومعايير التخطيط الشرائى للملابس الجاهزة أثناء اختيارها . وتم تقييم استجابات مفردات العينة فى ضوء لا (درجة واحدة)، أحياناً (درجتان)، دائماً (٣ درجات). وبذلك تعبر محصلة القيم التى تحصل عليها مفردات العينة عن مستوى الممارسات الشرائية للملابس الجاهزة أثناء مرحلة الاختيار حيث تراوحت درجاته بين ١٤ - ٣٠ درجة

٤- منطقة السكن: حى شعبى (درجة واحدة)، حى متوسط (درجتان)، حى راقى (٣ درجات).

٥- الحالة المهنية: لا يعمل (درجة واحدة)، يعمل (درجتان).

٦- نوع العمل: خدمى، حكومى، خاص.

٧- مدة الحياة الزوجية: تضمنت ثلاث فئات (٥- أقل من ١٠ سنة)، (١٠- أقل من ٢٠ سنة)، (٢٠ سنة فأكثر).

٨- عدد أفراد الأسرة: تضمن ثلاث فئات (أقل من ٣ فرد)، (٣ - ٤ فرد)، (٥ أفراد فأكثر).

٩- متوسط دخل الأسرة الشهرى: تضمن ٣ فئات (أقل من ٣٠٠٠ جنية)، (٣٠٠٠ - أقل من ٥٠٠٠ جنية)، (٥٠٠٠ جنية فأكثر).

١٠- الحالة المعيشية: تم قياسه فى ضوء امتلاك أسر مفردات العينة لحوالى ١٤ نوع من المقتنيات المنزلية سواء لا (درجة واحدة)، نعم (درجتان) وكذلك عددها سواء واحد (درجة واحدة)، اثنان (درجتان)، أكثر (٣ درجات). وبذلك تعبر محصلة القيم التى تحصل عليها مفردات العينة عن الحالة المعيشية حيث تراوحت درجاته بين ١٨ - ٦٤ بمتوسط حسابى وانحراف معيارى  $36,1 \pm 9,9$ ، وبناء عليه تم توزيع مفردات العينة فى ثلاث فئات وفقاً للمستوى المعيشى (١٨- أقل من ٢٦ درجة)، (٢٦- أقل من ٤٦ درجة)، (٤٦ درجة فأكثر).

١١- مستوى التعرض لمصادر المعلومات عن الملابس الجاهزة: تم قياسه فى ضوء المصادر الخمسة (الإذاعة والتلفزيون، الصحف والمجلات، الأهل والأقارب، الانترنت، التجربة الشخصية) التى يتعرض لها مفردات العينة سواء لا (درجة واحدة)، نعم (درجتان) ودرجة الاستفادة من المصدر سواء صغيرة (درجة واحدة)، متوسطة (درجتان)، كبيرة (٣ درجات) ومدى كفاية المعلومات المقدمة من خلال تلك المصادر سواء غير كافية (درجة واحدة)، كافية لحد ما (درجتان)، كافية (٣

ثلاث فئات غير صحيحة (أقل من ٥٠ درجة)، صحيحة لحد ما (٥٠-٦٣ درجة)، صحيحة (٦٣ درجة فأكثر).  
 (٥) مستوى المعرفة بدلائل ومؤشرات الجودة الملبسية: تم قياسه في ضوء مدى معرفة مفردات العينة بدلائل ومؤشرات الجودة الملبسية لعدد ٢١ عبارة موزعة على ٤ بنود وهى ( تعريف جودة الملابس، أسباب انخفاض جودة الملابس، البيانات الواجب أن تتضمنها البطاقة الإرشادية الملبسية، التشطيب الجيد بالملابس) تمثل بعض أبعاد الجودة الملبسية. وقيمت استجابات مفردات العينة صحيح تماماً (٤ درجات)، صحيح لحد ما (٣ درجات)، غير صحيح (درجتان)، لأعرف (درجة واحدة). وقد تراوح إجمالي الدرجات بين (٣٥-٨٤ درجة) بمتوسط حسابى وانحراف معيارى  $11,5 \pm 6,9$ ، وبناء عليه تم توزيع مفردات العينة فى ثلاث فئات وفقاً لمستوى المعرفة بدلائل ومؤشرات الجودة الملبسية فى ثلاث فئات قليلة (أقل من ٥٣ درجة)، جيدة (٥٣-٧٦ درجة)، ممتازة (٧٦ درجة فأكثر).

(٦) مستوى مواجهة العيوب الملبسية بعد الشراء : تم قياسه فى ضوء ١١ عبارة تمثل أهم العيوب الملبسية التى قد تواجه المستهلك، حيث تم سؤال مفردات العينة عن مواجهة هذه العيوب سواء نعم (درجتان)، لا (درجة واحدة) والتصرف تجاهها حال مواجهتها سواء لاتصرف (درجة واحدة)، استبدالها (درجتان)، التقدم بشكوى (٣ درجات). وقد تراوح إجمالي الدرجات بين (١٣-٥٧ درجة) بمتوسط حسابى وانحراف معيارى  $36,9 \pm 8,5$ ، وبناء عليه تم توزيع مفردات العينة فى ثلاث فئات وفقاً لمستوى مواجهة العيوب الملبسية بعد الشراء فى ثلاث فئات منخفض (أقل من ٢٨ درجة)، متوسط (٢٨-٤٥ درجة)، مرتفع (٤٥ درجة فأكثر).

بمتوسط حسابى وانحراف معيارى  $22,5 \pm 3,5$ ، وبناء عليه تم توزيع مفردات العينة فى ثلاث فئات وفقاً لمستوى الممارسات الشرائية للملابس الجاهزة أثناء مرحلة الاختيار فى ثلاث فئات غير صحيحة (أقل من ١٩ درجة)، صحيحة لحد ما (١٩-٢٦ درجة)، صحيحة (٢٦ درجة فأكثر).

ب- مستوى الممارسات الشرائية للملابس الجاهزة أثناء مرحلة الشراء: تم قياسها فى ضوء ١٦ عبارة تمثل مدى قيام مفردات العينة بإتباع بنود ومعايير التخطيط الشرائى للملابس الجاهزة أثناء شرائها. وتم تقييم استجابات مفردات العينة فى ضوء لا (درجة واحدة)، أحياناً (درجتان)، دائماً (٣ درجات). وبذلك تعبر محصلة القيم التى تحصل عليها مفردات العينة عن مستوى الممارسات الشرائية للملابس الجاهزة أثناء مرحلة الشراء حيث تراوحت درجاته بين ٢٥ - ٤٢ درجة بمتوسط حسابى وانحراف معيارى  $34,1 \pm 4,1$ ، وبناء عليه تم توزيع مفردات العينة فى ثلاث فئات وفقاً لمستوى الممارسات الشرائية للملابس الجاهزة أثناء مرحلة الشراء فى ثلاث فئات غير صحيحة (أقل من ٣٠ درجة)، صحيحة لحد ما (٣٠-٣٨ درجة)، صحيحة (٣٨ درجة فأكثر).

• هذا وقد تم تقييم مستوى الممارسات الشرائية للملابس الجاهزة (مرحلتى الاختيار والشراء) فى ضوء إجمالي درجات أ، ب وبذلك تعبر محصلة القيم التى تحصل عليها مفردات العينة عن مستوى الممارسات الشرائية للملابس الجاهزة أثناء الاختيار والشراء حيث تراوحت درجاته بين ٣٩ - ٧٢ درجة بمتوسط حسابى وانحراف معيارى  $56,5 \pm 6,9$ ، وبناء عليه تم توزيع مفردات العينة فى ثلاث فئات وفقاً لمستوى الممارسات الشرائية للملابس الجاهزة أثناء مرحلة الاختيار والشراء فى



٥-الشهادات الحاصلة الشركة عليها: تمثلت في (شهادة المواصفات الدولية ISO 9001)، (شهادة المواصفات الدولية ISO14001)، (شهادة المواصفات الدولية ISO18000)، (شهادة كوتكس).

٦- وجود قسم لتقييم ومتابعة العمل بالشركة: نعم (درجتان)، لا (درجة واحدة).

٧- وجود قسم لإدارة ومراقبة وتأكيد الجودة بالشركة: نعم (درجتان)، لا (درجة واحدة).

٨- الجودة الشاملة ضمن الخطط المستقبلية للشركة: نعم (درجتان)، لا (درجة واحدة).

### المحور الثاني: بعض الخصائص الشخصية لمسئولي الجودة بالشركات

١- عدد مسئولي الجودة/ شركة: تضمن عدد المسئولين عن الجودة في كل من الشركات موضع الدراسة جدول (١).

٢- الجنس: ذكر، أنثى.

٣- الوظيفة: تضمنت ٤ فئات (مشرف)، (رئيس قسم)، (نائب مدير الشركة)، (مدير الشركة).

٤- المؤهل العلمي: تضمن ثلاث فئات متوسط (دبلوم أو ثانوية عامة)، (جامعي)، (ماجستير أو دكتوراه).

٥- عدد سنوات العمل بالشركة: تضمنت ثلاث فئات (أقل من ٥ سنوات)، (٥- أقل من ١٠ سنوات)، (١٠ سنوات فأكثر).

### المحور الثالث: مستوى إدارة الجودة الشاملة

تم قياس مستوى إدارة الجودة الشاملة بالشركة في ضوء عدة بنود كما يلي:-

(١) مستوى تطبيق الشركة لإدارة الجودة الشاملة في ضوء مبادئ ديمنج الأربعة عشر والممثلة لأبعاد إدارة الجودة الشاملة: تم قياسه في ضوء ٨٥ عبارة موزعة على أبعاد إدارة الجودة الشاملة لديمنج وهي تثبيت الغرض من تحسين المنتج أو الخدمة (٩ عبارات)، التكيف مع

• وفي ضوء الأبعاد الستة السابق ذكرها ضمن البنود الفرعية لطبيعة السلوك الشرائي والمتمثلة في (عدد مرات الشراء، دوافع الشراء، دوافع التعامل مع محلات الملابس الجاهزة، الممارسات الشرائية للملابس الجاهزة أثناء مرحلة الاختيار، الممارسات الشرائية للملابس الجاهزة أثناء مرحلة الشراء، مستوى المعرفة بدلائل ومؤشرات الجودة الملبسية، ومستوى مواجهة العيوب الملبسية بعد الشراء) تم تقييم إجمالي الدرجات المعبرة عن طبيعة السلوك الشرائي للملابس الجاهزة حيث تراوحت درجاته بين ٩٠ - ٢٢٩ درجة بمتوسط حسابي وانحراف معياري  $165,8 \pm 20,1$ ، وبناء عليه تم توزيع مفردات العينة في ثلاث فئات وفقاً لطبيعة السلوك الشرائي للملابس الجاهزة في ثلاث فئات غير رشيد (أقل من ١٤٦ درجة)، مقبول (١٤٦-١٨٦ درجة)، رشيد (١٨٦ درجة فأكثر).

### ثانياً: استمارة استبيان مسئولي الجودة

#### تضمنت الاستمارة المحاور التالية:

#### المحور الأول: الخصائص العامة للشركات

تضمنت عدد من المتغيرات والتي تم قياسها كما يلي:-  
١-سنة تأسيس الشركة تضمنت ثلاث فئات (١٩٤٤ - قبل ١٩٥٢)، (١٩٥٢ - قبل ٢٠٠١)، (٢٠٠١ إلى ٢٠٠٩).

٢- عدد خطوط الإنتاج بالشركة: تضمنت ثلاث فئات (٤-١٤ خط)، (١٥-٢٥ خط)، (٢٦-٣٦ خط).

٣- عدد العاملين بالشركة: تضمن ثلاث فئات (أقل من ١٠٠٠ عامل)، (١٠٠٠-٢٠٠٠ عامل)، (٢٠٠٠ عامل فأكثر).

٤- عدد مسئولي الجودة بالشركة: تضمن ثلاث فئات (٣-٤ مسئول)، (٥-٦ مسئول)، (٧-٨ مسئول).

سواء جيد ( ٣ درجات)، مقبول ( درجتان)، سيء (درجة واحدة). وقد تراوح إجمالي الدرجات بين (٤١-٥٨ درجة) بمتوسط حسابي وانحراف معياري  $48,3 \pm 4,7$ ، وبناء عليه تم توزيع مفردات العينة في ثلاث فئات وفقاً لمستوى أهمية وتنفيذ إجراءات نظام الجودة الشاملة في ثلاث فئات مقبول (أقل من ٤٤ درجة)، جيد (٤٤-٥٣ درجة)، ممتاز (٥٣ درجة فأكثر).

• وفي ضوء إجمالي الدرجات المعبرة عن مستوى تطبيق الشركة لإدارة الجودة الشاملة في ضوء مبادئ ديمنج الأربعة عشر والممثلة لأبعاد إدارة الجودة الشاملة، ومستوى أهمية وتنفيذ إجراءات نظام الجودة الشاملة تم تقييم إجمالي الدرجات المعبرة عن مستوى إدارة الجودة الشاملة بالشركات موضع الدراسة حيث تراوحت درجاته بين ١٨٣ - ٣١٣ درجة بمتوسط حسابي وانحراف معياري  $271,4 \pm 29,6$ ، وبناء عليه تم توزيع مفردات العينة في ثلاث فئات وفقاً لمستوى إدارة الجودة الشاملة في ثلاث فئات غير مقبول (أقل من ٢٤٢ درجة)، جيد (٢٤٢-٣٠١ درجة)، ممتاز (٣٠١ درجة فأكثر).

#### ٧- الأساليب الإحصائية المستخدمة:

تم استخدام عدد من الأساليب الإحصائية لوصف وتحليل البيانات تمثلت في النسبة المئوية، التكرار، المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، اختبار (ت)، وأيضا معامل الارتباط لبيرسون لإيجاد العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، دالة الانحدار المتعدد وذلك باستخدام برنامج الحاسب الآلي (SPSS V.22).

#### عرض ومناقشة النتائج

يتضمن عرض ومناقشة النتائج الخاصة بالدراسة جزئين رئيسيين كما يلي:

الفلسفة الجديدة (٧ عبارات)، الاعتماد على الفحص الشامل كطريقة أساسية لتحسين الجودة (٤ عبارات)، التوقف عن النظر إلى المشروع من خلال بطاقة السعر (٨ عبارات)، التحسين المستمر لعملية إنتاج السلع والخدمات (٨ عبارات)، التكامل بين الأساليب الحديثة والتدريب (٧ عبارات)، التناسق بين الإشراف والإدارة (٦ عبارات)، أبعاد الخوف (٨ عبارات)، إزالة الحواجز الموجودة بين الإدارات (٥ عبارات)، تقليل الشعارات، والأهداف الرقمية، واللوحات وغير ذلك من وسائل الضغط (٤ عبارات)، تقليل الإجراءات التي تتطلب تحقيق نتيجة محددة من كل موظف على حده (٥ عبارات)، تنحية العوائق الموجودة بين العامل وبين حقه في أن يفخر بعمله (٥ عبارات)، تأسيس برنامج قوى للتعليم وإعادة التدريب (٣ عبارات)، تشجيع كل فرد داخل مكان العمل على أن يخصص جهده من أجل التطوير (٦ عبارات).

وتم تقييم استجابات مسؤولى الجودة بالشركات موضع الدراسة في ضوء أوافق (٣ درجات)، أوافق لحد ما (درجتان)، لا أوافق (درجة واحدة). وقد تراوح إجمالي الدرجات بين (١٤٢-٢٥٥ درجة) بمتوسط حسابي وانحراف معياري  $223,2 \pm 27,3$ ، وبناء عليه تم توزيع مفردات العينة في ثلاث فئات وفقاً لمستوى تطبيق الشركة لمبادئ ديمنج في إدارة الجودة الشاملة منخفض (أقل من ١٩٦ درجة)، متوسط (١٩٦-٢٥٠ درجة)، مرتفع (٢٥٠ درجة فأكثر).

(٢) مستوى أهمية وتنفيذ إجراءات نظام الجودة الشاملة: تم قياسه في ضوء ١٠ عبارات تمثل بعض إجراءات الجودة الواجب على الشركة الالتزام، حيث تم سؤال مفردات العينة عن مدى أهمية هذه الإجراءات سواء هام جداً (٣ درجات)، هام لحد ما (درجتان)، غير هام (درجة واحدة). وأيضا مستوى تنفيذ هذه الإجراءات

العينة يقع بالفئة العمرية (٢٢- أقل من ٤٤ سنة) وذلك بنسبة ٦٩%. كما تبين ارتفاع المستوى التعليمى للمبحوثين حيث بلغت نسبة حاملى الشهادة الجامعية وفوق الجامعية ٥٨,٥%, أما عن منطقة السكن اتضح أن مايقرب من نصف مفردات العينة (٧٠,٥%) من قاطنى الأحياء المتوسطة والراقية. وكانت الحالة المهنية (يعمل) لدى ٧٨% من مفردات العينة، حيث تتوع نوع العمل ما بين خاص (٣٨,٥%) وخدمى (٢١,٥%) وحكومى (١٨%). وقد بلغت مدة الحياة الزوجية ١٠ سنوات فأكثر لدى غالبية مفردات العينة بنسبة ٨٣%.

**الجزء الأول: السلوك الشرائى للملابس الجاهزة للمستهلك**  
يتضمن عرض النتائج الخاصة بالسلوك الشرائى للملابس الجاهزة للمستهلك من حيث بعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية، الحالة المعيشية، مستوى التعرض لمصادر المعلومات، طبيعة السلوك الشرائى، ونتائج الفروض البحثية.

#### أولاً: بعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية

الخصائص الاجتماعية والاقتصادية للفرد تعتبر من أكثر المتغيرات المؤثرة على معارفه ومهاراته واتجاهاته، وبالتالي فهي عامل مؤثر على السلوك العام للفرد. وقد أوضحت النتائج البحثية جدول (٢) أن نسبة الإناث بلغت ٥١,٥%، وبالنسبة للعمر تبين أن مايزيد عن ثلثى مفردات

#### جدول ٢. توزيع المبحوثين وفقاً للخصائص الاجتماعية والاقتصادية

الخصائص الاجتماعية والاقتصادية	العدد ن = ٢٠٠	%
الجنس	ذكر	٤٩,٥
	أنثى	٥١,٥
العمر	١٦- أقل من ٢٢ سنة	١٤
	٢٢- أقل من ٤٤ سنة	٦٩
	٤٤ سنة فأكثر	١٧
المستوى التعليمى	أقل من المتوسط	١٢,٥
	دبلوم وثانوى عام	٢٩
	شهادة جامعية	٤٩
	شهادة فوق جامعية	٩,٥
منطقة السكن	حى شعبي	٢٩,٥
	حى متوسط	٤٣,٥
	حى راقى	٢٧
الحالة المهنية	يعمل	٧٨
	لا يعمل	٢٢
	لا يعمل	٢٢
نوع العمل	خدمى	٢١,٥
	حكومى	١٨
	خاص	٣٨,٥
مدة الحياة الزوجية (ن = ١٠٠)	٥- أقل من ١٠ سنوات	١٧
	١٠- أقل من ٢٠ سنة	٦٥
	٢٠ سنة فأكثر	١٨
عدد أفراد الأسرة	أقل من ٣ أفراد	٢٥
	٣- ٤ أفراد	٧٠
	٥ أفراد فأكثر	٥
متوسط دخل الأسرة الشهرى	أقل من ٣٠٠٠ جنيه	١٦
	٣٠٠٠- أقل من ٥٠٠٠ جنيه	٧٢
	٥٠٠٠ جنيه فأكثر	١٢

والشراء للأسرة بمستواها المعيشى، حيث تسود الأنماط الاستهلاكية والشرائية الترفية التى تتسم بالبذخ والإسراف بالمستويات المعيشية المرتفعة.

### جدول ٣. توزيع المبحوثين وفقاً لإجمالى الدرجات المعبرة عن الحالة المعيشية

فئات الحالة المعيشية	العدد ن = ٢٠٠	%
منخفض (١٨- أقل من ٢٦ درجة)	٧	٣,٥
متوسط (٢٦-أقل من ٤٦ درجة)	٤٢	٢١
مرتفع (٤٦ درجة فأكثر)	١٥١	٧٥,٥

### ثالثاً: مستوى التعرض لمصادر المعلومات

تلعب مصادر المعلومات المختلفة دور مهم فى نشر الثقافة الاستهلاكية والتي منها الثقافة الشرائية والتي يتضح معها مدى إدراك ووعى الأسرة باستخدام مواردها بصفة عامة، حيث يتحدد سلوكها الشرائى (رشيد - غير رشيد) فى ضوء وعيها بسبل ووسائل الترشيده. وقد تم سؤال مفردات العينة عن التعرض لمصادر المعلومات الخاصة بالملابس الجاهزة ودرجة الاستفادة منها ومدى كفايتها. وبتقدير إجمالى الدرجات المعبرة عن مستوى التعرض لمصادر المعلومات عن الملابس الجاهزة تبين نتائج البحث جدول (٤) أن مستوى التعرض لمصادر المعلومات كان متوسط وكبير لدى غالبية مفردات العينة بنسبة ٨٧%. الأمر الذى قد يزداد معه فرصة ارتفاع مستوى الوعى بصفة عامة والوعى الشرائى وبصفة خاصة لبند الملابس باعتبارها أحد أهم بنود الإنفاق المعيشية للأسرة بما ينعكس إيجابياً على الممارسات الشرائية للملابس.

### رابعاً: طبيعة السلوك الشرائى

تمثل عملية الشراء جزءاً هاماً من أعمال الأسرة حيث لا يمر يوم دون أن تقوم الأسرة بشراء سلعة ما ويهدف الشراء السليم إلى الحصول على السلعة بالجودة المناسبة،

كما بلغ حجم الأسرة ٣ أفراد فأكثر لدى ثلاثة أرباع مفردات العينة بنسبة ٧٥%. وعن متوسط دخل الأسرة الشهرى كان ٣٠٠٠ جنيه فأكثر لدى غالبية مفردات العينة بنسبة ٨٤%.

يتبين مما سبق أن مفردات العينة تتمتع بمستوى تعليمى عالى ويقطنون أحياء متوسطة وراقية كما يتمتعوا بمستوى دخل عالى نوعاً ما، الأمر الذى يتوقع معه ممارستهم لعملية شراء الملابس عامة والملابس الجاهزة خاصة مراراً وتكراراً والذى قد يؤثر على المدى البعيد على السلوك الشرائى للملابس الجاهزة ليقع تحت مظلة السلوك الرشيد.

### ثانياً: الحالة المعيشية

يعد الحالة المعيشية المعيار الذى تقاس بيه قيمة الحياة الإنسانية الفردية أوالمجتمعية معبراً عنها بأنواع وكميات السلع والخدمات التي ينعم بها فرد أومجتمع ما، هذا ويعتبر الحالة المعيشية أحد أهم المتغيرات التى تؤثر فى السلوك الشرائى للملابس الجاهزة. وقد تم تحديد الحالة المعيشية بهذه الدراسة فى ضوء امتلاك مفردات العينة لبعض المقتنيات المنزلية وعددها. وبتقدير إجمالى الدرجات المعبرة عن الحالة المعيشية يوضح جدول (٣) أن ثلاثة أرباع مفردات العينة يتمتعوا بحالة معيشية مرتفعة بنسبة ٧٥,٥%. بينما تدنت نسبة مفردات العينة ذو الحالة المعيشية المتوسطة والمنخفضة لتبلغ ٢١%، ٣,٥% من جملة مفردات العينة على التوالى.

والجدير بالذكر أن ارتفاع الحالة المعيشية للفرد أوانخفاضه لايمكن اعتباره أحد معوقات السلوك الشرائى الرشيد بقدر ما يكون عامل محفز له، حيث أن السلوك الشرائى الرشيد هو محصلة لعدة عوامل منها الحالة المعيشية. ومما لا شك فيه أن الحالة المعيشية للأسرة من أهم العوامل المؤثرة على نمط الاستهلاك الأسرى والتي منها السلوك الشرائى نظراً لارتباط ثقافة الاستهلاك

## ٢- دوافع الشراء

تختلف دوافع الشراء حسب نوع السلعة، حيث يقبل المستهلك على شراء السلع الضرورية (مأكل، ملابس) لإشباع حاجاته الفسيولوجية في حين يقبل على شراء السلع الكمالية (المجوهرات) لإشباع حاجات نفسية واجتماعية. وبسؤال مفردات العينة عن الدوافع الشرائية للملابس الجاهزة توضح النتائج البحثية جدول (٦) أن السعر والجودة معاً احتلا المركز الأول ضمن قائمة هذه الدوافع بنسبة ٥٢,٥% من مفردات العينة يليها الموديلات الأحدث بنسبة ٣٦% ثم الاستخدام العملي والماركة العالمية بنسبة ٣٣,٥% لكل منهما على التساوى، في حين أن عدم الاحتياج لعناية كان من أقل دوافع شراء الملابس الجاهزة لدى ١٦,٥% من مفردات العينة.

ويتضح مما سبق أن الدوافع الشرائية لمفردات العينة تأرجحت ما بين الدوافع العقلية الرشيدة القائمة على الدراسة والتفكير والتمثلة في السعر والجودة وكذلك الاستخدام العملي، والدوافع العاطفية المتعلقة بغرائز المستهلك وعواطفه والتي تدفعه للشراء دون تفكير والتمثلة في الموديلات الأحدث والماركات العالمية.

## جدول ٦. توزيع المبحوثين وفقاً للدوافع الشرائية للملابس الجاهزة

الدوافع الشرائية	التكرار	%
السعر والجودة	١٠٥	٥٢,٥
الموديلات الأحدث	٧٢	٣٦
الاستخدام العملي	٦٧	٣٣,٥
ماركة عالمية	٦٧	٣٣,٥
الجودة	٥٥	٢٧,٥
السعر	٤٣	٢١,٥
لا تحتاج لعناية	٣٣	١٦,٥

## ٣- دوافع التعامل مع محلات الملابس الجاهزة

عندما يقرر المستهلك شراء سلعة ما من متجر معين فإنه يبني اختياره لهذا المتجر بناء على خصائص معينة

والكمية المناسبة، ومن المصادر المناسبة، وفي الوقت المناسب وبالأسعار المناسبة (نجلاء دسوقي، ٢٠١٨). هذا وقد تم التعرف على طبيعة السلوك الشرائي للملابس الجاهزة لدى مفردات العينة من خلال البنود الفرعية التالية:-

## ١- عدد مرات الشراء

يعتبر عدد مرات الشراء أحد المحددات لطبيعة الموقف الشرائي حيث أن تكرار الشراء عامل محدد للنمط الشرائي للمستهلك. وبسؤال مفردات العينة عن عدد مرات شراء الملابس الجاهزة في السنة توضح النتائج البحثية جدول (٥) أن ٤٠% من مفردات العينة يشتروا الملابس الجاهزة حسب الحاجة وقد أبدى بعض منهم أن حسب الحاجة هذه ممكن تتعدى فترة سنتين أو أكثر، وأن كان يبدو ذلك نوع من الترشيح إلا أنه في حقيقة الأمر يميل إلى ما يطلق عليه ربط الأحزمة أكثر من كونه ترشيح. كما تبين انخفاض نسبة مفردات العينة التي تقوم بشراء الملابس الجاهزة مرة أو اثنتان أو ثلاثة لتبلغ ١٧%، ٢٦,٥%، ١٦,٥% على التوالي.

## جدول ٤. توزيع المبحوثين وفقاً لإجمالي الدرجات المعبرة عن مستوى التعرض لمصادر المعلومات عن الملابس الجاهزة

فئات مستوى التعرض	العدد ن ٢٠٠ =	%
صغير (أقل من ٢٥ درجة)	٢٦	١٣
متوسط (٢٥ - أقل من ٣٣ درجة)	١٤٥	٧٢,٥
كبير (٣٣ درجة فأكثر)	٢٩	١٤,٥

## جدول ٥. توزيع المبحوثين وفقاً لعدد مرات شراء الملابس الجاهزة في السنة

عدد المرات	العدد ن = ٢٠٠	%
مرة في السنة	٣٤	١٧
مرتان في السنة	٥٣	٢٦,٥
ثلاث مرات في السنة	٣٣	١٦,٥
حسب الحاجة	٨٠	٤٠

من ثلثي مفردات العينة بنسبة ٦٥,٥% كانت صحيحة لحد ما، في حين انخفضت نسبة مفردات العينة ذو الممارسات الصحيحة وغير الصحيحة حيث بلغت ١٩%, ١٥,٥% على التوالي.

**جدول ٨.** توزيع المبحوثين وفقاً لإجمالي الدرجات المعبرة عن مستوى الممارسات الشرائية للملابس الجاهزة (مرحلة الاختيار)

فئات مستوى الممارسات	العدد ٢٠٠ =	%
غير صحيحة (أقل من ٩ درجة)	٣١	١٥,٥
صحيحة لحد ما (١٩ - أقل من ٢٦ درجة)	١٣١	٦٥,٥
صحيحة (٢٦ درجة فأكثر)	٣٨	١٩

**٥- الممارسات الشرائية للملابس الجاهزة (مرحلة الشراء)**

يشير Gersak (٢٠٠٢) إلى أن شراء المستهلك للمنتجات اللبسية يتوقف على الخصائص الوظيفية (الاستعمال، العمر الاستهلاكي، الاحتفاظ بشكلها وهيئتها، تحمل الارتداء والخلع) والخصائص الجمالية (اللون، مسايرة الموضة). ويضيف Behera & Mishra (٢٠٠٦) بأن عوامل الأداء الجمالي هي أولى اعتبارات المستهلك عند شراء الملابس، فغالباً لا يشتري المستهلك الملابس التي تفقر إلى النواحي الجمالية.

وقد تم تحديد ممارسات شراء الملابس الجاهزة في ضوء مدى قيام مفردات العينة بإتباع بنود ومعايير التخطيط الشرائي للملابس الجاهزة أثناء شرائها. وبتقدير إجمالي الدرجات المعبرة عن مستوى الممارسات الشرائية للملابس الجاهزة (مرحلة الشراء) يوضح جدول (٩) انخفاض نسبة مفردات العينة ذو الممارسات الصحيحة حيث بلغت ١٣,٥%.

وبتقدير إجمالي الدرجات المعبرة عن مستوى الممارسات الشرائية للملابس الجاهزة (مرحلة الاختيار

(دوافع التعامل) تتوافر فيه مثل الشهرة الذائعة أو الخدمة الممتازة أو مناسبة الأسعار أو قرب الموقع من المستهلك أو توصيل السلع للمنازل أو تقديم تشكيلة متنوعة من السلع (طلعت عبد الحميد ٢٠٠٢).

وبسؤال مفردات العينة عن دوافع التعامل مع محلات الملابس الجاهزة توضح النتائج البحثية جدول (٧) أن الأسعار المناسبة جاءت في المركز الأول ضمن قائمة هذه الدوافع بنسبة ٥٣% من مفردات العينة يليها الشهرة بجودة الملابس بنسبة ٤٨,٥% ثم وجود تشكيلة متنوعة من الملابس بنسبة ٤٥%, في حين أن حسن معاملة البائع، والقرب من المنزل، وإمكانية استبدال الملابس كانت من أقل الدوافع التي أبدى ٢٣% من مفردات العينة التعامل مع محلات الملابس الجاهزة أثناء عملية الشراء.

**جدول ٧.** توزيع المبحوثين وفقاً لدوافع التعامل مع محلات الملابس الجاهزة

دوافع التعامل	التكرار	%
أسعاره مناسبة	١٠٦	٥٣
يشتهر بجودة الملابس	٩٧	٤٨,٥
لديه تشكيلة متنوعة	٩٠	٤٥
حسن معاملة البائعين	٤٦	٢٣
قريب من المنزل	٤٦	٢٣
إمكانية تبديل الملابس عند عدم ملاءمتها	٤٦	٢٣
يذهب إليه أقاربي	٣٥	١٧,٥

**٤- الممارسات الشرائية للملابس الجاهزة (مرحلة الاختيار)**

يعتبر اختيار الملابس من الأمور غير السهلة لكثير من أفراد الأسرة، هذا وقد تم تحديد ممارسات اختيار للملابس الجاهزة في ضوء بعض معايير الشراء التي يراعيها مفردات العينة أثناء عملية اختيار الملابس الجاهزة. وبتقدير إجمالي الدرجات المعبرة عن مستوى الممارسات الشرائية للملابس الجاهزة (مرحلة الاختيار) يوضح جدول (٨) أن الممارسات الشرائية (مرحلة الاختيار) لدى ما يقرب

المناسب وبالسعر المناسب، جودة الأداء الوظيفي، اقتصادية في طرق العناية. ولتحديد مستوى معرفة مفردات العينة بدلائل ومؤشرات الجودة الملابس تم سؤالهم عن مدى المعرفة بجودة الملابس، وأسباب انخفاض جودة الملابس، البيانات الواجب أن تتضمنها البطاقة الإرشادية للمبسية، التشطيب الجيد بالملابس. وبتقدير إجمالي الدرجات المعبرة عن مستوى المعرفة بدلائل ومؤشرات الجودة الملابس تشير النتائج البحثية جدول (١١) انخفاض نسبة مفردات العينة ذو مستوى المعرفة الممتاز حيث بلغت ١٥%.

ويرى الباحثين ذلك قد يكون راجع إلي انخفاض مستوى تعرض مفردات العينة لمصادر المعلومات عن الملابس الجاهزة، حيث لم تتعدى نسبة من يتعرضوا لمثل هذه المصادر بدرجة كبيرة ١٥% من مفردات العينة.

#### جدول ١١. توزيع المبحوثين وفقاً لإجمالي الدرجات المعبرة

عن مستوى المعرفة بدلائل ومؤشرات الجودة الملابس	
فئات مستوى المعرفة	العدد ن = ٢٠٠ %
قليلة (أقل من ٥٣ درجة)	٤٣ ٢١,٥ %
جيدة (٥٣ - أقل من ٧٦ درجة)	١٢٧ ٦٣,٥ %
ممتازة (٧٦ درجة فأكثر)	٣٠ ١٥ %

#### ٧- مستوى مواجهة العيوب الملابسية بعد الشراء

توضح فاطمة متولي (٢٠٠٠) أن خلو المنتج الملابس من العيوب يحقق له التميز والأفراد بما يؤهله للحصول على دلائل ومؤشرات الجودة الملابس. وقد تم تحديد مستوى مواجهة العيوب الملابسية في ضوء أهم العيوب الملابسية التي قد تواجه المستهلك من حيث مواجهتها والتصرف تجاهها وأسباب عدم التصرف إزاء العيوب. وبتقدير إجمالي الدرجات المعبرة عن مستوى مواجهة العيوب الملابسية يوضح جدول (١٢) أن مستوى مواجهة العيوب كان متوسط لدى ثلثي مفردات العينة بنسبة ٦٦%، في حين انخفضت نسبة مفردات العينة ذو المستوى

(والشراء) يوضح جدول (١٠) انخفاض نسبة مفردات العينة ذو الممارسات الصحيحة حيث بلغت ١٤,٥%.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة سونيا شيبون ونجلاء دسوقي (٢٠١٤) عن العوامل المرتبطة بممارسات ترشيد استهلاك الملابس والتي أوضحت انخفاض نسبة المبحوثين ذو المستوى المرتفع من الممارسات الشرائية أثناء مرحلتى الاختيار و الشراء حيث بلغت ٧,٥%، ١٦%.

وهكذا يتضح أن الممارسات الشرائية لغالبية مفردات العينة لم تكن صحيحة، وقد يرجع ذلك إلى انخفاض الوعي الملابس لديهم والدليل على ذلك تأرجح دوافعهم الشرائية مابين الدوافع العاطفية والرشيده.

#### جدول ٩. توزيع المبحوثين وفقاً لإجمالي الدرجات المعبرة عن مستوى الممارسات الشرائية (مرحلة الشراء)

فئات مستوى الممارسات	العدد ن = ٢٠٠ %
غير صحيحة (أقل من ٣٠ درجة)	٣٣ ١٦,٥ %
صحيحة لحد ما (٣٠ - أقل من ٣٨ درجة)	١٤٠ ٧٠ %
صحيحة (٣٨ درجة فأكثر)	٢٧ ١٣,٥ %

#### جدول ١٠. توزيع المبحوثين وفقاً لإجمالي الدرجات المعبرة عن مستوى الممارسات الشرائية أثناء مرحلتى الاختيار والشراء

فئات مستوى الممارسات	العدد ن = ٢٠٠ %
غير صحيحة (أقل من ٥٠ درجة)	٣٤ ١٧ %
صحيحة لحد ما (٥٠ - أقل من ٦٣ درجة)	١٣٧ ٦٨,٥ %
صحيحة (٦٣ درجة فأكثر)	٢٩ ١٤,٥ %

#### ٦- مستوى المعرفة بدلائل ومؤشرات الجودة الملابسية

تعتبر الملابس من السلع نصف المعمرة التي تلعب الجودة العنصر الأساسي المحدد لتكرار أم عدم تكرار شراء المستهلك لها (أحمد سلمان وآخرون، ٢٠٠٠). وقد حدد رشدي عيد وأحمد نجم الدين (٢٠٠٠) أن مؤشرات جودة المنتجات الملابسية تتطوى على الحصول عليها في الوقت

علي انتقاء المنتجات الملبسية من المتاجر التي توفر معلومات أكثر (مثل الألوان والمقاسات والموديلات) عن الملابس بما يحقق إشباع لرغباتهم مقارنة بما كان متوقع في المرات السابقة من الشراء.

**جدول ١٣. توزيع المبحوثين وفقاً لإجمالي الدرجات المعبرة عن طبيعة السلوك الشرائي للملابس الجاهزة**

فئات السلوك الشرائي	العدد ن = ٢٠٠	%
غير رشيد (أقل من ١٤٦ درجة)	٣٨	١٩
مقبول (١٤٦ - أقل من ١٨٦ درجة)	١٣٣	٦٦,٥
رشيد (١٨٦ درجة فأكثر)	٢٩	١٤,٥

**خامساً: نتائج الفروض البحثية**

في ضوء أهداف البحث عمدت الدراسة إلى الوقوف على طبيعة ونوع العلاقات بين المتغيرات المستقلة المدروسة والمتغير التابع وفقاً للفروض البحثية التالية:-

**الفرض الأول:** توجد فروق معنوية بين متوسط درجات مفردات عينة البحث (ذكور- أناث) في بعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية كمتغيرات مستقلة وطبيعة السلوك الشرائي كمتغير تابع

تم استخدام اختبار (ت) لدراسة معنوية الفروق بين مفردات عينة البحث. هذا وتوضح النتائج البحثية جدول (١٤) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط درجات الذكور والإناث بالنسبة لكل من إجمالي مستوى الممارسات الشرائية (لصالح الإناث)، مستوى المعرفة بدلائل ومؤشرات الجودة الملبسية (لصالح الإناث)، طبيعة السلوك الشرائي (لصالح الإناث). حيث بلغت قيم (ت) ٢,٨٦١، ٢,٨٦٤، ٣,٣٧١، على التوالي وهي قيم معنوية عند مستوى احتمالي ٠,٠١. ويفيد ذلك بأن الإناث يتمتعن بمستوى عالي من المعارف والمهارات الشرائية التي تؤهلن لاكتساب السلوك الشرائي الرشيد للملابس الجاهزة مقارنة بالذكور. وهكذا يمكن قبول الفرض البحثي الأول فيما يتعلق

المنخفض والمرتفع من مواجهة العيوب حيث بلغت ٢٠%، ١٤% على التوالي.

وفي هذا الصدد تؤكد دراسة Osama, H (2017) أن استخدام مصانع الملابس لعملية الفحص متعدد المراحل أدى إلى تقليل معدل العيوب- الناتجة عن العمالة- بالمنتج الملبسي حيث يتم فحص العيوب مباشرة بعد كل مرحلة مما أدى لعلاج العيوب أول بأول.

**جدول ١٢. توزيع المبحوثين وفقاً لإجمالي الدرجات المعبرة عن مستوى مواجهة العيوب الملبسية**

فئات مستوى المواجهة	العدد ن = ٢٠٠	%
منخفض (أقل من ٢٨ درجة)	٤٠	٢٠
متوسط (٢٨ - أقل من ٤٥ درجة)	١٣٢	٦٦
مرتفع (٤٥ درجة فأكثر)	٢٨	١٤

وفي ضوء الأبعاد السبعة السابق ذكرها ضمن البنود الفرعية لطبيعة السلوك الشرائي والمتمثلة في (عدد مرات الشراء، دوافع الشراء، دوافع التعامل مع محلات الملابس الجاهزة، الممارسات الشرائية للملابس الجاهزة أثناء مرحلة الاختيار، الممارسات الشرائية للملابس الجاهزة أثناء مرحلة الشراء، مستوى المعرفة بدلائل ومؤشرات الجودة الملبسية، ومستوى مواجهة العيوب الملبسية بعد الشراء) تم تقييم إجمالي الدرجات المعبرة عن طبيعة السلوك الشرائي للملابس الجاهزة حيث يتضح من النتائج البحثية جدول (١٣) أن السلوك الشرائي للملابس الجاهزة لدى ٦٦,٥% من مفردات العينة مقبول. في حين انخفضت نسبة مفردات العينة الذين يتسم سلوكهم الشرائي للملابس الجاهزة بأنه رشيد أو غير رشيد حيث بلغت ١٤,٥%، ١٩% على التوالي.

وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة مضاء محمد (٢٠١٧) والتي وجدت إرتفاع نسبة إستجابات المبحوثين على متغير السلوك الشرائي للملابس من حيث حرصهم



الشرائية (الصالح المتزوجين) عند مستوى احتمالى ٠,٠١، مستوى المعرفة بدلائل ومؤشرات الجودة الملبسية (الصالح المتزوجين) عند مستوى احتمالى ٠,٠١، طبيعة السلوك الشرائى (الصالح المتزوجين) عند مستوى احتمالى ٠,٠١. حيث بلغت قيم (ت) ٢,٥٨٤، ١,٩٤٧، ٨,٧٨٧، ٩,٧٤٣، ٧,٧٢٩ على التوالى. ويفيد ذلك بأن المتزوجين يتمتعون بمستوى معيشى أعلى ويتعرضون لمصادر معلومات عن الملابس الجاهزة أكثر، كما ويتسم سلوكهم الشرائى للملابس الجاهزة بالنمط الرشيد مقارنة بغير المتزوجين، وقد يرجع ذلك إلى أن الحياة الزوجية ومن ثم الأسرية تكسب الأسرة مستوى معيشى أعلى نتيجة لعمل الزوج والزوجة وأيضاً تجعلها تنتهج السلوك الشرائى الرشيد كى تحافظ على هذا المستوى المعيشى. وهكذا يمكن قبول الفرض البحثى الثانى فيما عدا مستوى مواجهة العيوب الملبسية.

بكل من إجمالى مستوى الممارسات الشرائية، مستوى المعرفة بدلائل ومؤشرات الجودة الملبسية، طبيعة السلوك الشرائى.

الفرض الثانى: توجد فروق معنوية بين متوسط درجات مفردات عينة البحث (غير متزوج - متزوج) في بعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية كمتغيرات مستقلة وطبيعة السلوك الشرائى كمتغير تابع

تم استخدام اختبار (ت) لدراسة معنوية الفروق بين مفردات عينة البحث. هذا وتوضح النتائج البحثية جدول (١٥) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية فى متوسط درجات المتزوجين وغير المتزوجين بالنسبة لكل من الحالة المعيشية (الصالح المتزوجين) عند مستوى احتمالى ٠,٠١، مستوى التعرض لمصادر المعلومات (الصالح المتزوجين) عند مستوى احتمالى ٠,٠٥، إجمالى مستوى الممارسات

جدول ١٤. المتوسط الحسابى والانحراف المعيارى وقيمة (ت) للمتغيرات التابعة والمستقلة وفقاً للنوع

المتغيرات	ذكور		إناث		قيمة T
	متوسط حسابى	انحراف معيارى	متوسط حسابى	انحراف معيارى	
الحالة المعيشية	٣٦,٤	٩,٥±	٣٥,٨	١٠,٣±	٠,٤٠٧
مستوى التعرض لمصادر المعلومات	٢٩,٢٣	٤,٢١±	٢٨,٨	٤,٣±	٠,٦٨٨
إجمالى مستوى الممارسات الشرائية	٥٥,١٢	٧,٠٥±	٥٧,٩	٦,٥٢±	**٢,٨٦١
مستوى المعرفة بدلائل ومؤشرات الجودة الملبسية	٦٢,٤٦	١٢,٢±	٦٧,٣	١٠,٤١±	**٢,٨٨٤
مستوى مواجهة العيوب الملبسية	٣٦,٣٣	٨,١٢±	٣٧,٤	٨,٩٤±	٠,٩١٩
طبيعة السلوك الشرائى	١٦١,٠٩	١٩,٠٨±	١٧٠,٤٢	١٩,٣٤±	**٣,٣٧١

\* معنوية عند ٠,٠٥

\*\* معنوية عند ٠,٠١

جدول ١٥. المتوسط الحسابى والانحراف المعيارى وقيمة (ت) للمتغيرات التابعة والمستقلة وفقاً للحالة الاجتماعية

المتغيرات	غير متزوج		متزوج		قيمة T
	متوسط حسابى	انحراف معيارى	متوسط حسابى	انحراف معيارى	
الحالة المعيشية	٣٤,٣١	٩,٦±	٣٧,٨٤	٩,٨±	**٢,٥٨٤
مستوى التعرض لمصادر المعلومات	٢٨,٥	٣,٨±	٢٩,٦	٤,٥٤±	*١,٩٤٧
إجمالى مستوى الممارسات الشرائية	٥٢,٨	٦,٨٥±	٦٠,١٥	٤,٧±	**٨,٧٨٧
مستوى المعرفة بدلائل ومؤشرات الجودة الملبسية	٥٨,٤	١١,٨±	٧١,٥	٦,٤٢±	**٩,٧٤٣
مستوى مواجهة العيوب الملبسية	٣٧,٩	٧,٦±	٣٥,٨	٩,٢٨±	١,٨٠٧
طبيعة السلوك الشرائى	١٥٦,١٢	٢٠,٢١±	١٧٥,٤	١٤,٥٩±	**٧,٧٢٩

\* معنوية عند ٠,٠٥

\*\* معنوية عند ٠,٠١

وتتفق هذه النتائج مع دراسة رولا فضل (٢٠١١) حيث أشارت إلى ارتفاع مستوي وعي المبحوثات باختيار وشراء البلوزة بتقدم العمر، حيث كانت المبحوثات الأكبر عمرا أكثر وعيا باختيار التصميم الملائم للبلوزة نتيجة إتجاه سلوكهن الشرائي إلى النمط الرشيد.

وتفيد هذه العلاقات بأن طبيعة السلوك الشرائي للملابس الجاهزة تميل إلى النمط الرشيد مع الفئات العمرية ومدة الحياة الزوجية الأكبر ومستويات المعيشة والدخل والتعليم الأعلى والتعرض الأكثر لمصادر المعلومات، وهذا أمر طبيعي حيث أن كل هذه العوامل السابقة كفيلة بتنمية معارف ومهارات مفردات العينة وبالتالي تكوين اتجاهات إيجابية نحو انتهاج سلوك المستهلك الرشيد خلال عملية شراء الملابس بصفة عامة والملابس الجاهزة بصفة خاصة. وهكذا يمكن قبول الفرض البحثي الثالث.

**الفرض الرابع: تؤثر بعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية على طبيعة السلوك الشرائي للمستهلكين وإجمالي الممارسات الشرائية ومستوى المعرفة بدلائل ومؤشرات الجودة الملبسية**

لتحديد نسبة تأثير بعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية كمتغيرات مستقلة على طبيعة السلوك الشرائي تم استخدام دالة الأنداد المتعدد. وتوضح النتائج البحثية جدول (١٧) أن هناك متغير مستقل واحد فقط هو المستوى التعليمي وهو المتغير المستقل الأكثر تأثيراً على إجمالي مستوى الممارسات الشرائية بنسبة ٣٧,٢%، ومستوى المعرفة بدلائل ومؤشرات الجودة الملبسية بنسبة ٤٢,٢%، وطبيعة السلوك الشرائي بنسبة ٣٦,٥%. حيث بلغت قيمة  $F = 10,841, 13,801, 11,205$  على التوالي عند مستوى احتمالي ٠,٠١. وهكذا يمكن قبول الفرض البحثي الرابع جزئياً.

**الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية معنوية بين طبيعة السلوك الشرائي للمستهلكين كمتغير تابع وبعض خصائصهم الاجتماعية والاقتصادية كمتغيرات مستقلة**

تم دراسة العلاقات الارتباطية باستخدام اختبار معامل الارتباط البسيط حيث يوضح جدول (١٦) وجود علاقة ارتباطية طردية معنوية بين إجمالي مستوى الممارسات الشرائية وبين كل من العمر، مدة الحياة الزوجية، مستوى دخل الأسرة، مستوى التعرض لمصادر المعلومات وذلك عند مستوى احتمالي ٠,٠١، المستوى التعليمي وذلك عند مستوى احتمالي ٠,٠٥، حيث بلغت قيم معامل الارتباط ٠,٣٧٥، ٠,٤٣٤، ٠,٢١٦، ٠,٢٥٣، ٠,١٥٥ على التوالي.

كما وجدت علاقة ارتباطية طردية معنوية بين مستوى المعرفة بدلائل ومؤشرات الجودة الملبسية وبين كل من العمر، المستوى التعليمي، مدة الحياة الزوجية، مستوى دخل الأسرة، مستوى التعرض لمصادر المعلومات، إجمالي مستوى الممارسات الشرائية وذلك عند مستوى احتمالي ٠,٠١، الحالة المعيشية وذلك عند مستوى احتمالي ٠,٠٥، حيث بلغت قيم معامل الارتباط ٠,٣٨٣، ٠,١٩٥، ٠,٤٣٢، ٠,٢٣١، ٠,٣٠٠، ٠,٧٦٢، ٠,١٥١ على التوالي.

أيضاً أوضحت النتائج وجود علاقة ارتباطية طردية معنوية بين طبيعة السلوك الشرائي وبين كل من العمر، المستوى التعليمي، مدة الحياة الزوجية، مستوى دخل الأسرة، الحالة المعيشية، مستوى التعرض لمصادر المعلومات، إجمالي مستوى الممارسات الشرائية، مستوى المعرفة بدلائل ومؤشرات الجودة الملبسية، مستوى مواجهة العيوب الملبسية وذلك عند مستوى احتمالي ٠,٠١، حيث بلغت قيم معامل الارتباط ٠,٣٤٨، ٠,٢٣٣، ٠,٣٨٩، ٠,٢٩٦، ٠,٢٠١، ٠,٢٨٧، ٠,٨٣٩، ٠,٨٥١، ٠,٣٩٧ على التوالي.

جدول ١٦. العلاقات الإرتباطية بين طبيعة السلوك الشرائى والمتغيرات المستقلة

قيم معامل الارتباط	المتغيرات المستقلة	إجمالى الممارسات الشرائية	مستوى المعرفة بدلائل ومؤشرات الجودة الملبسية	طبيعة السلوك الشرائى
	العمر	**٠,٣٧٥	**٠,٣٨٣	**٠,٣٤٨
	المستوى التعليمى	*٠,١٥٥	**٠,١٩٥	**٠,٢٣٣
	مدة الحياة الزوجية	**٠,٤٣٤	**٠,٤٢٣	**٠,٣٨٩
	مستوى دخل الأسرة الشهرى	**٠,٢١٦	**٠,٢٣١	**٠,٢٩٦
	الحالة المعيشية	-	*٠,١٥١	**٠,٢٠١
	مستوى التعرض لمصادر المعلومات	**٠,٢٥٣	**٠,٣٠٠	**٠,٢٨٧
	مستوى الممارسات الشرائية (مرحلة الاختيار)	-	-	**٠,٧٧٨
	مستوى الممارسات الشرائية (مرحلة الشراء)	-	-	**٠,٧٥٣
	إجمالى مستوى الممارسات الشرائية	-	**٠,٧٦٢	**٠,٨٣٩
	مستوى المعرفة بدلائل ومؤشرات الجودة الملبسية	-	-	**٠,٨٥١
	مستوى مواجهة العيوب الملبسية	-	-	**٠,٣٩٧

\*معنوية عند ٠,٠٥

\*\*معنوية عند ٠,٠١

جدول ١٧. تأثير المتغيرات المستقلة على المتغيرات التابعة

المتغيرات المستقلة	ف	إجمالى الممارسات الشرائية	مستوى المعرفة بدلائل ومؤشرات الجودة الملبسية	طبيعة السلوك الشرائى
العمر	١,٠٦٥	٠,٨٧١	٠,٥٠٩	
المستوى التعليمى	*١,٩١١	**٢,٨٥٧	**٢,٥٨٨	
مدة الحياة الزوجية	١,٣٥٨	٠,٩١٥	٠,٥٩٨	
مستوى دخل الأسرة الشهرى	٠,٣٨٠	٠,٩٨٠	١,٢٨٠	
إجمالى نسبة التأثير	% ٣٧,٢	% ٤٢,٢	% ٣٦,٥	
ف	*١١,٢٠٥	**١٣,٨٠١	**١٠,٨٤١	

\*معنوية عند ٠,٠٥

\*\*معنوية عند ٠,٠١

العامه للشركات، بعض الخصائص الشخصية لمسئولى الجودة بالشركات، مستوى تطبيق مبادئ ديمنج فى إدارة الجودة الشاملة، أهمية ومستوى تنفيذ إجراءات نظام الجودة الشاملة، ونتائج الفروض البحثية.

#### أولاً: الخصائص العامة للشركات

تشير النتائج البحثية جدول (١٨) إلى الخصائص العامة لشركات الملابس الجاهزة موضع الدراسة حيث تبين أن ٥٠% من الشركات تأسست عام (١٩٥٢-٢٠٠١) مقابل ٣٠% تأسست قبل عام ١٩٥٢، ٢٠% تأسست بعد عام ٢٠٠١. وعن خطوط الإنتاج بالشركة اتضح أن ٧٠% من الشركات لديها ٤-٤ اخط إنتاج فى حين انخفضت نسبة الشركات التى لديها ١٥-٢٥ خط، ٢٦-٣٦ خط حيث بلغت ١٠%، ٢٠% على التوالى.

وتفيد هذه النتائج بأن المستوى التعليمى يمثل بهذه الدراسة العامل المشترك والأكثر تأثيراً على طبيعة نمط السلوك الشرائى للملابس الجاهزة من حيث الممارسات الشرائية خلال مرحلتى الاختيار والشراء، أو مستوى المعرفة بدلائل ومؤشرات الجودة الملبسية، ويرى الباحثين أن ذلك أمر بديهى لأن ارتفاع المستوى التعليمى يرتقى بتصرفات وسلوكيات المستهلك ليجعلها تسير دائماً فى مسار ترتيب وتنظيم الأولويات فى سلوكه الشرائى والاستهلاكى.

#### الجزء الثانى: مستوى إدارة الجودة الشاملة لشركات الملابس الجاهزة

يتضمن عرض النتائج الخاصة بمستوى إدارة الجودة الشاملة لشركات الملابس الجاهزة من حيث الخصائص

## جدول ١٨. الخصائص العامة للشركات موضع الدراسة

الخصائص العامة للشركات	العدد ن = ١٠	%
١٩٤٤ أقل من ١٩٥٢	٣	٣٠
١٩٥٢ أقل من ٢٠٠١	٥	٥٠
٢٠٠١ إلى ٢٠٠٩	٢	٢٠
٤-١٤ خط	٧	٧٠
١٥-٢٥ خط	١	١٠
٢٦-٣٦ خط	٢	٢٠
أقل من ١٠٠٠ عامل	٢	٢٠
١٠٠٠-٢٠٠٠ عامل	٦	٦٠
٢٠٠٠ عامل فأكثر	٢	٢٠
٣-٤ مسئول	٢	٢٠
٥-٦ مسئول	٧	٧٠
٧-٨ مسئول	١	١٠
شهادة المواصفات الدولية ISO 9001	٩	٩٠
شهادة المواصفات الدولية ISO14001	٨	٨٠
شهادة المواصفات الدولية ISO18000	٨	٨٠
شهادة كوتكس	٩	٩٠
نعم	٩	٩٠
لا	١	١٠
نعم	١٠	١٠٠
لا	-	-
نعم	١٠	١٠٠
لا	-	-

\*الأرقام تشير إلى تكرارات

## ثانياً: بعض الخصائص الشخصية لمسئولى الجودة بالشركات

وبسؤال مسئولى الجودة بالشركات عن بعض الخصائص الشخصية توضح النتائج جدول (١٩) أن عدد مسئولى الجودة بلغ ٥٠ مسئول للشركات العشرة موضع الدراسة وذلك بمعدل ٨ مسئولى جودة لشركة فستيا، ٦ مسئولى جودة لشركة بيبكوكا، ٥ مسئولى جودة لكل من شركة سوجيك، كوتكس، ITI، النصر (كابو)، روبريد، اسك، ٣ مسئولى جودة لكل من شركة ثرى ستار، نجا. وكان غالبية مسئولى الجودة من الذكور بنسبة ٧٢% مقابل ٢٨% أنثى. كما تبين أن ٥٠% من مسئولى الجودة بالشركات رؤساء قسم الجودة بالشركة، ٢٦% نائب مدير الشركة، ١٦% مدير الشركة، ٨% مشرف جودة. وبالنسبة للمؤهل العلمى اتضح ارتفاع المستوى التعليمى لمسئولى الجودة حيث وجد

وفيما يتعلق بعدد العاملين بالشركة وجد أن ٦٠% من الشركات لديها ١٠٠٠-٢٠٠٠ عامل فى حين انخفضت نسبة الشركات التى لديها أقل من ١٠٠٠ عامل، ٢٠٠٠ عامل فأكثر لتصل إلى ٢٠% لكل منهما على التساوى. وعن عدد مسئولى الجودة بالشركة فقد تراوح بين ٥-٦ مسئول لدى ٧٠% من الشركات. وبالنسبة للشهادات الحاصلة عليها الشركات تبين أن شهادة المواصفات الدولية ISO 9001 والكوتكس من أكثر الشهادات الحاصل عليها ٩٠% من الشركات يليها شهادة المواصفات الدولية ISO14001، شهادة المواصفات الدولية ISO18000 بنسبة ٨٠% من الشركات. وأشار ٩٠% من الشركات إلى أن لديهم قسم لتقييم ومتابعة العمل، كما أفادت كل الشركات موضع الدراسة بوجود قسم لإدارة ومراقبة وتأكيد الجودة بها، وأن الجودة الشاملة ضمن خططها المستقبلية بنسبة ١٠٠%.

## جدول ١٩. الخصائص الشخصية لمسئولى الجودة بالشركات موضع الدراسة

الخصائص الشخصية	العددن = ٥٠	%
فستيا	٨	١٦
بيبيكوكا	٦	١٢
سوجيك	٥	١٠
كوتكس	٥	١٠
ITI	٥	١٠
النصر (كابو)	٥	١٠
روبيرد	٥	١٠
اسك	٥	١٠
ثرى ستار	٣	٦
نجا	٣	٦
ذكر	٣٦	٧٢
أنثى	١٤	٢٨
مشرف	٤	٨
رئيس قسم	٢٥	٥٠
نائب مدير شركة	١٣	٢٦
مدير شركة	٨	١٦
متوسط ( دبلوم أو ثانوية عامة )	٣	٦
جامعى	٣٩	٧٨
ماجستير أو دكتوراه	٨	١٦
أقل من ٥ سنوات	٨	١٦
٥- أقل من ١٠ سنوات	١٤	٢٨
١٠ سنوات فأكثر	٢٨	٥٦

وقد تم تحديد مستوى تطبيق الشركة لإدارة الجودة الشاملة فى ضوء مبادئ ديمنج الأربعة عشر والممثلة لأبعاد إدارة الجودة الشاملة وهى تثبيت الغرض من تحسين المنتج أو الخدمة، التكيف مع الفلسفة الجديدة، الاعتماد على الفحص الشامل كطريقة أساسية لتحسين الجودة، التوقف عن النظر إلى المشروع من خلال بطاقة السعر، التحسين المستمر لعملية إنتاج السلع والخدمات، التكامل بين الأساليب الحديثة والتدريب، التناسق بين الإشراف والإدارة، أبعاد الخوف، إزالة الحواجز الموجودة بين الإدارات، تقليل الشعارات، والأهداف الرقمية، واللوحات وغير ذلك من وسائل الضغط، تقليل الإجراءات التي تتطلب تحقيق نتيجة محددة من كل موظف على حده، تنحية العوائق الموجودة بين العامل وبين حقه في أن يفخر بعمله، تأسيس برنامج قوى للتعليم وإعادة التدريب، تشجيع كل فرد داخل مكان العمل على أن يخصص جهده من أجل

أن ٩٦% منهم من حاملى المؤهل الجامعى وفوق الجامعى (ماجستير أو دكتوراه) مع تدنى نسبة حاملى المؤهلات المتوسطة لتبلغ ٦%. وقد بلغ عدد سنوات العمل بالشركة لدى مايزيد عن نصف مسئولى الجودة ١٠ سنوات فأكثر وذلك بنسبة ٥٦%.

## ثالثاً: مستوى تطبيق مبادئ ديمنج فى إدارة الجودة الشاملة

تعتبر الجودة العامل الأساسى لجودة المنتج بحيث تعبر عن الخصائص المطلوبة فى المنتج لكي يؤدي الغرض المصمم من أجله Ruth & Grace (٢٠٠٥). وإدارة الجودة الشاملة فلسفة إدارية متكاملة من خلالها يمكن إدارة المؤسسة بشكل أفضل وتقديم سلعة أو خدمة تحقق الرضا والسعادة للمستفيدين فى حدود الموارد والإمكانات المتاحة (جمال الدين لعويسات، ٢٠٠٥).

رابعاً: أهمية ومستوى تنفيذ إجراءات نظام الجودة الشاملة يرى مدحت أبو النصر (٢٠٠٨) وعلى السلمي (٢٠٠٨) أن لإدارة الجودة الشاملة مجموعة من الأهداف منها التركيز على احتياجات السوق والعمل على ترجمة هذه الاحتياجات إلى مواصفة للتصميم قابلة للتنفيذ، ابتكار مقاييس للأداء لتحقيق أعلى أداء للجودة، زيادة القدرة التنافسية للمنظمة، زيادة كفاءة المنظمة في إرضاء العملاء والتفوق والتميز للعاملين، زيادة الربحية وتحسين اقتصاديات المنظمة، تدريب الموظفين على أسلوب تطوير العمليات.

واستكمالاً لتحديد مستوى إدارة الجودة الشاملة تم سؤال مفردات العينة عن آرائهم بشأن أهمية ومستوى تنفيذ إجراءات نظام الجودة الشاملة بالشركات موضع الدراسة. حيث اتضح أن إجراءات تقدم المستهلك بشكوى، منح شهادات الأيزو، وتخفيض تكاليف المنتج من خلال عمليات تحسين الجودة من أكثر إجراءات نظام الجودة الشاملة التي أبدى مفردات العينة أهميتها وارتفاع مستوى أدائها. وكلها إجراءات تضمن للشركات موضع الدراسة تحقيق مستوى عالي من الجودة في المنتج الملبسى.

وبتقدير إجمالي الدرجات المعبرة عن مستوى أهمية وتنفيذ إجراءات نظام الجودة الشاملة يوضح جدول (٢١) أنه كان جيد لدى ثلثي مفردات العينة بنسبة ٦٦%، في حين انخفضت نسبة مفردات العينة ذو المستوى المنخفض والمرتفع من أهمية وتنفيذ إجراءات نظام الجودة الشاملة حيث بلغت ٢٠%، ١٤% على التوالي.

جدول ٢١. توزيع مسئولى الجودة وفقاً لإجمالي الدرجات المعبرة عن مستوى أهمية وتنفيذ إجراءات نظام الجودة الشاملة

فئات مستوى أهمية وتنفيذ الإجراءات	العدد ن	%
مقبول (أقل من ٤٤ درجة)	١٠	٢٠
جيد (٤٤ - أقل من ٥٣)	٣٣	٦٦
ممتاز (٥٣ درجة فأكثر)	٧	١٤

التطوير. وقد أوضحت نتائج البحث أن مفردات العينة أبدوا موافقتهم على كافة مبادئ ديمنج الأربعة عشر والممثلة لأبعاد إدارة الجودة الشاملة.

وفي ضوء البنود الفرعية لمبادئ ديمنج الأربعة عشر والممثلة لأبعاد إدارة الجودة الشاملة تم تقييم إجمالي الدرجات المعبرة عن مستوى تطبيق الشركة لمبادئ ديمنج فى إدارة الجودة الشاملة وذلك من وجهة نظر مسئولى الجودة حيث يتضح من النتائج البحثية جدول (٢٠) أن مستوى تطبيق الشركة لمبادئ ديمنج فى إدارة الجودة الشاملة متوسط لدى ٧٠% من مفردات العينة. فى حين كان منخفض ومرتفع من وجهة نظر من مسئولى الجودة بنسبة ١٤%، ١٦% على التوالي.

ويرى الباحثين أن مستوى تطبيق الشركات موضع الدراسة لمبادئ إدارة الجودة الشاملة كان مابين المتوسط والمرتفع لدى غالبية الشركات وقد يرجع ذلك إلى حصول معظم الشركات علي شهادات الأيزو. ويتفق ذلك مع دراسة عائشة بوشيخي (٢٠٠٧) والتي أوضحت أن ممارسات الجودة في المؤسسات الحاصلة على الأيزو أفضل من المؤسسات غير الحاصلة على الأيزو. كما وتتفق مع دراسة باسل قنديل (٢٠٠٨) والتي أوضحت أن المؤسسات الصناعية محل الدراسة كانت ملتزمة بتطبيق أبعاد نظام إدارة الجودة الشاملة وذلك بنسبة ٨٦,٦% لالتزام الإدارة العليا بالجودة ٨٥% للتحسين المستمر، ٨٠,٣% للإجراءات التشغيلية، ٧٤% للنظم الإدارية.

جدول ٢٠. توزيع مسئولى الجودة وفقاً لإجمالي الدرجات المعبرة عن مستوى تطبيق الشركة لمبادئ ديمنج فى إدارة الجودة الشاملة

فئات مستوى التطبيق	العدد ن	%
منخفض (أقل من ١٩٦ درجة)	٧	١٤
متوسط (١٩٦ - أقل من ٢٥٠ درجة)	٣٥	٧٠
مرتفع (٢٥٠ درجة فأكثر)	٨	١٦

بالشركات وبين الشهادات الحاصلة عليها الشركة وذلك عند مستوى احتمالي ٠,٠١. حيث بلغت قيم معامل الارتباط ٠,٥٤٩. كما وجدت علاقة ارتباطية طردية بين مستوى إدارة الجودة الشاملة بالشركات وبين كل من الخصائص العامة الأخرى للشركات، والخصائص الشخصية لمسئولي الجودة بالشركات ولكنها لم تكن معنوية وهكذا يمكن قبول الفرض البحثي الخامس جزئياً.

**الفرض السادس: تؤثر بعض الخصائص العامة للشركات، الخصائص الشخصية لمسئولي الجودة بالشركات على مستوى إدارة الجودة الشاملة بالشركات**

ولتحديد نسبة تأثير بعض الخصائص العامة للشركات، الخصائص الشخصية لمسئولي الجودة بالشركات على مستوى إدارة الجودة الشاملة بالشركات تم استخدام دالة الأندراج المتعدد. وتوضح النتائج البحثية جدول (٢٣) أن هناك متغير مستقل واحد فقط هو الشهادات الحاصلة عليها الشركة وهو المتغير المستقل الأكثر تأثيراً على إجمالي مستوى إدارة الجودة الشاملة بالشركات بنسبة ٣٦,٤%، حيث بلغت قيمة  $F = ٢,٢٣٣$  عند مستوى احتمالي ٠,٠١. وهكذا يمكن قبول الفرض البحثي السادس جزئياً.

وتفيد هذه العلاقات بأن الشهادات الحاصلة عليها الشركة كانت العامل الأكثر ارتباطاً وتأثيراً على مستوى إدارة الجودة الشاملة بالشركات، وهذا يؤكد أن سعى الشركات وراء الحصول على شهادات الجودة يمكنها من الارتقاء بمستوى إنتاجها والمنتج تبعاً لذلك فهي تخطو طبعاً خطوات نحو تحقيق الجودة، ويرى الباحثين أن اتباع الشركات مايمكنها من الحصول على مثل هذه الشهادات ليس شرط الاستمرارية في إنتاج منتج يتمتع دائماً بصفات الجودة والدليل على ذلك العيوب أو المشاكل التي يقابلها المستهلك.

وفي ضوء إجمالي الدرجات المعبرة عن مستوى تطبيق الشركة لمبادئ ديمينج في إدارة الجودة الشاملة وإجمالي الدرجات المعبرة عن مستوى أهمية وتنفيذ إجراءات نظام الجودة الشاملة تم تقييم إجمالي الدرجات المعبرة عن مستوى إدارة الجودة الشاملة بالشركات موضع الدراسة حيث يتضح من النتائج البحثية جدول (٢٢) أن مستوى إدارة الجودة الشاملة بالشركات جيد من وجهة نظر مايزيد عن ثلثي مفردات العينة بنسبة ٦٨%. في حين كان مقبول وممتاز من بنسبة ١٢%، ٢٠% على التوالي.

وفي ضوء ماسبق يتضح أنه بالرغم من أن معظم الشركات موضع الدراسة حاصلة على أكثر من شهادة للجودة، إلا أنه هناك انخفاض في نسبة الشركات التي تتمتع بمستوى عالي من الجودة في منتجاتها وقد يرجع ذلك إلى عدم الاهتمام بتطبيق مبادئ الجودة على الوجه الأمثل أو عدم الاهتمام بالرد السريع على شكاوى المستهلك والتي تعتبر بمثابة حلقة الوصل في استكمال الشركات مسيرتها نحو الجودة.

**جدول ٢٢. توزيع مسئولى الجودة وفقاً لإجمالي الدرجات المعبرة عن مستوى إدارة الجودة الشاملة بالشركات**

فئات مستوى إدارة الجودة الشاملة	العدد ن=٥٠	%
مقبول (أقل من ٢٤٢ درجة)	٦	١٢
جيد (٢٤٢-٣٠١ درجة)	٣٤	٦٨
ممتاز (٣٠١ درجة فأكثر)	١٠	٢٠

**خامساً: نتائج الفروض البحثية**

**الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية معنوية بين مستوى إدارة الجودة الشاملة بالشركات كمتغير تابع وبعض الخصائص العامة للشركات، الخصائص الشخصية لمسئولي الجودة بالشركات كمتغيرات مستقلة**

تم دراسة العلاقات الارتباطية باستخدام اختبار معامل الارتباط البسيط حيث يوضح جدول (٢٣) وجود علاقة ارتباطية طردية معنوية بين مستوى إدارة الجودة الشاملة

## جدول ٢٣. العلاقة الارتباطية والتأثيرية للمتغيرات المستقلة ومستوى إدارة الجودة الشاملة بالشركات

إجمالى نسبة التأثير "ف"	قيم معامل الارتباط	مستوى إدارة الجودة الشاملة	المتغيرات المستقلة
٠,٥٥٥	٠,٣٤٠		سنة تأسيس الشركة
٠,٨١٢	٠,٣٨٨		عدد خطوط الإنتاج
٠,٥٢٩	٠,٢٩٠		عدد العاملين بالشركة
١,٨٨٣	**٠,٥٤٩		الشهادات الحاصلة عليها الشركة
١,٣٢٦	٠,٤٦٧		عدد مسئولى الجودة بالشركة
١,٢٥٩	٠,٤٢٤		الوظيفة
٠,٦٧٣	٠,٣٤٩		المؤهل العلمى
١,١٩٥	٠,٣٥٠		عدد سنوات العمل بالشركة
% ٣٦,٤			
*ف=٢,٢٣٣	*معنوية عند ٠,٠٥		**معنوية عند ٠,٠١

## جدول ٢٤. العلاقة الارتباطية والتأثيرية لمستوى إدارة الجودة الشاملة على طبيعة السلوك الشرائى للمستهلك

إجمالى نسبة التأثير	قيم معامل الارتباط	طبيعة السلوك	الشرائى المتغير المستقل
%٢٢,٦	**٠,٨٦٧		مستوى إدارة الجودة الشاملة
*ف=١,١٤٢			

\*معنوية عند ٠,٠٥

\*\*معنوية عند ٠,٠١

أن مستوى إدارة الجودة الشاملة بالشركات يؤثر على طبيعة السلوك الشرائى للمستهلك بنسبة ٢٢,٦%، حيث بلغت قيمة ف=١,١٤٢ عند مستوى احتمالى ٠,٠١. وهكذا يمكن قبول الفرض البحثى الثامن.

وتفيد هذه العلاقات بأن ارتفاع مستوى إدارة الجودة الشاملة بالشركات يعد من العوامل المرتبطة بطبيعة السلوك الشرائى للمستهلك بل والمؤثرة عليه، وهذا يعنى أنه كلما كانت المنتجات الملبسية المعروضة فى الأسواق على درجة عالية من الجودة (نتيجة اتباع وتطبيق الشركات المنتجة لمبادئ إدارة الجودة الشاملة) كلما كان نمط السلوك الشرائى الملبسى للمستهلك أكثر اتساقاً بالرشد. ويرى الباحثين أن ذلك راجع إلى أنه لو الشركات اتبعت أساليب ومبادئ الجودة فلن يوجد فى الأسواق إلا كل ما هو جيد من السلع عامة والسلع الملبسية خاصة وبالتالي لن يجد

الفرض السابع: توجد علاقة ارتباطية معنوية بين طبيعة السلوك الشرائى للمستهلك كمتغير تابع ومستوى إدارة الجودة الشاملة بالشركات كمتغيرات مستقلة

تم دراسة العلاقات الارتباطية باستخدام اختبار معامل الارتباط البسيط حيث يوضح جدول (٢٤) وجود علاقة ارتباطية طردية معنوية بين طبيعة السلوك الشرائى للمستهلك وبين مستوى إدارة الجودة الشاملة بالشركات وذلك عند مستوى احتمالى ٠,٠١. حيث بلغت قيم معامل الارتباط ٠,٨٦٧. وهكذا يمكن قبول الفرض البحثى السابع.

الفرض الثامن: يؤثر مستوى إدارة الجودة الشاملة بالشركات كمتغير مستقل على طبيعة السلوك الشرائى للمستهلك كمتغير تابع

ولتحديد نسبة تأثير مستوى إدارة الجودة الشاملة بالشركات على طبيعة السلوك الشرائى للمستهلك تم استخدام دالة الأنحدار المتعدد. وتوضح النتائج البحثية جدول (٢٤)



المستهلك إلا السلع الجيدة بما يجبره على انتهاج السلوك الشرائي الرشيد ليصبح ثقافة ومنهج شراء في حياته.

## التوصيات

### في ضوء نتائج البحث توصي الدراسة بما يلي

ضرورة التزام شركات الملابس الجاهزة بتطبيق الإدارة المرئية لتحقيق مايسمى بالتحسين المستمر (الحفاظ على مستوى جودة المنتج والارتقاء به) وذلك من خلال مايلي

١. إعداد برامج تدريبية للعاملين بالشركات (على كافة المستويات الإدارية) تهتم بتعديل مفاهيم ثقافة الجودة (ثقافة اللاعيوب)، وذلك على اعتبار أن التدريب ركن أساسي ولأجل للتفاوض بشأن أهميته في تحسين الأداء وزيادة الكفاءة الإنتاجية. وكذلك في تعزيز الطاقات الإبداعية للعاملين عامة ومشرفي الجودة خاصة بما يدعم سياسة التحسين المستمر.

٢. التركيز على كل ماينح المنتج الملبسى قيمة مضافة مثل تحسين ظروف بيئة العمل للعاملين بمصانع الملابس الجاهزة، وإدارة الهدر وما يشمل من ترشيد استهلاك الموارد البشرية والمادية وإعادة استخدام المخلفات النسيجية.

٣. إنشاء وحدة إدارية حاضنة للتحسين المستمر في شركات الملابس الجاهزة تسمى " بنك الأفكار المستحدثة " تكون مسئولة عن دعم وتشجيع المتميزين من العاملين مع عمل جائزة تشجيعية لأفضل فكرة أو عمل إبداعي.

٤. إنشاء سجلات خاصة لرصد العيوب خلال عمليات الفحص واختبار في كل مرحلة من مراحل تصنيع الملابس الجاهزة.

٥. تصميم مواقع على الانترنت لشركات الملابس الجاهزة توفر معلومات للمستهلك بشأن محددات الاختيار والشراء الأمثل للملابس بما يساهم في تحقيق ترشيد الاستهلاك الملبسى.

٦. الحرص علي تطبيق أسلوب فرق العمل والتي قد تمثلها حلقات الجودة وكذلك فرق التحسين عبر المستويات الإدارية، بالإضافة إلى فرق العمل ذاتية الإدارة، مع التركيز على ضرورة توافر معيار العلاقات الإنسانية بدرجة كبيرة وذلك تحقيقاً لما يسمى بالتمكين المهني لدى العاملين وذلك فيما يتعلق بالأجور والترقية والتقدم الوظيفي وتقدير الإدارة والتقدير الأدبي والمعنوي.

٧. التفكير في استضافة مسؤولي معارض شركات الملابس الجاهزة بجلسات مجلس إدارة الشركة لعرض شكاوى المستهلكين(باعتبارهم أكثر احتكاكاً بجمهور المستهلكين) وآرائهم بشأن التعامل مع هذه الشكاوى، بما يدعم فكرة التواصل بين المنتج والمستهلك لتحقيق رغبات المستهلك من جهة والحفاظ على ولائه وثقته على المدى البعيد.

## المراجع

أحمد بن عيشاوي(٢٠٠٨): إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الفندقية، رسالة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، قسم إدارة الأعمال، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر.

أحمد سالم، سعد سالم، شريف تمارز وممدوح مبروك (٢٠٠٠): وضع معايير لتحسين أداء مصانع الملابس الجاهزة المصرية من خلال متطلبات الجودة الشاملة، المؤتمر العلمي السابع نحو بيئة نظيفة، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان (١١-١٢ نوفمبر).

باسل فارس قنديل(٢٠٠٨): أثر تطبيق نظام إدارة الجودة الشاملة على السياسات التنافسية في المنشآت الصناعية العامة، رسالة ماجستير، قسم إدارة أعمال، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة.

بوخلوة باديس(٢٠١٦): أثر تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة على جودة المنتجات النفطية، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر.

عبد المرصي عزام (٢٠٠٥): مبادئ الإحصاء الوصفي، ط١، دار المعرفة الجامعية، القاهرة.

على أحمد بن عبود (٢٠٠٣): إدارة الجودة الشاملة، مدخل متكامل لتطوير الأداء بالدوائر المحلية بحكومة دبي، رسالة دكتوراه، قسم إدارة الأعمال، كلية التجارة، جامعة عين شمس، القاهرة.

علي السلمي (٢٠٠٨): إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات التأهيل للأيزو، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة.

فاطمة علي متولي (٢٠٠٠): قياس الجودة في الصناعات النسيجية، مجلة علوم وفنون، العدد الأول، يناير.

محفوظ أحمد جودة (٢٠٠٤): إدارة الجودة الشاملة - مفاهيم وتطبيقات، دار وائل، عمان، الأردن.

مدحت أبو النصر (٢٠٠٨): أساسيات إدارة الجودة الشاملة، دار الفجر، مصر.

مضاء فيصل محمد (٢٠١٧): أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على السلوك الشرائي من خلال الكلمة المنطوقة الإلكترونية، دراسة تطبيقية لقطاع الملابس في الأردن، رسالة ماجستير، قسم إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

مها سليمان أبوطالب (١٩٩٩): ترشيد المستهلك والاستهلاك وتحديات المستقبل، ط١، دار القلم للنشر والتوزيع، الإمارات العربية المتحدة، دبي.

نجلاء عبد السلام محمود دسوقي (٢٠١٨): إدارة شئون الأسرة وترشيد الاستهلاك، ط١، مكتبة بستان المعرفة، الإسكندرية.

-هناء كامل حسن (٢٠٠٠): دراسة العلاقة بين عوامل التركيب البنائي وعمليات التجهيز لبعض الأقمشة الصوفية المنسوجة لتحسين الخواص الاستعمالية للملابس الجاهزة، رسالة دكتوراه، قسم الغزل والنسيج والتريكو، كلية الفنون التطبيقية، جامعة حلوان.

عائشة بوشيخي (٢٠٠٧): هل تحترم المؤسسات الجزائرية فعلياً مواصفات الجودة؟ رسالة دكتوراه، جامعة أوبكر بلقايد تلمسان، الجزائر .

جمال الدين لعويسات (٢٠٠٥): إدارة الجودة الشاملة، دار هومة، الجزائر.

خالد عبد الرحمن الجريسي (٢٠٠٧): سلوك المستهلك - دراسة تحليلية، ط٣، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، السعودية.

رشا علي حافظ يوسف (٢٠١٥) : فاعلية برنامج لتدريب مراقب الجودة في مصانع الملابس الجاهزة، رسالة دكتوراه، قسم الملابس والنسيج، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة حلوان.

رشدي أحمد عيد، أحمد حسني نجم الدين (٢٠٠٠): العوامل المؤثرة في تقييم جودة الملابس الجاهزة، المؤتمر المصري الخامس للاقتصاد المنزلي، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية (١٦-١٧ مايو).

رولا سيد محمد أحمد فضل (٢٠١١): تأثير خصائص الخامة وطرق التنفيذ على دقة ضبط البلوزة للمرأة البدنية، رسالة ماجستير، قسم الاقتصاد المنزلي، كلية الزراعة، جامعة الإسكندرية.

زينب عبد الحفيظ فرغلي (٢٠٠٦): الملابس الجاهزة بين الإعداد والإنتاج، ط٢، دار الفكر العربي، القاهرة.

سونيا محمد البكري (٢٠٠٤): إدارة الجودة الكلية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر.

سونيا محمد عبد المحسن شبيون ونجلاء عبد السلام محمود دسوقي (٢٠١٤): العوامل المرتبطة بممارسات ترشيد إستهلاك الملابس، مجلة الإسكندرية للتبادل العلمي، كلية الزراعة جامعة الإسكندرية، مجلة ٣٥، العدد ٣، يوليو ٢٠١٤.

طلعت عبد الحميد أسعد (٢٠٠٢): "العمل دائماً يفهم - أساسيات البيع الفعال"، منشأة المعارف، الإسكندرية.

Goce Delčev University, Faculty of Tourism and Business Logistics

Gersak, J. 2002. Development of the system for qualitative clothing, science and technology J, 14 (3).

Ruth, E.G & Grace, I.K. 2005. Apparel Manufacturing Sewn produced Analysis, Mac millan publishing Co, U.S.A, New York

Osama, H. 2017. Inspection methods and impact on Quality Level of final Products, Textile products International Design Journal, 7 (1).

Stevenson, W.J. 1999. Production operation Management, McGraw-Hill, New York.

يوسف صالح الحمد العنزي (٢٠١٣): أثر إدارة التغيير في

تعزيز فعالية الشركات المساهمة العامة في دولة الكويت

رسالة ماجستير، قسم إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الكويت.

Bahera, B. and Mishra, R. 2006. Objective Measurement of Fabric Appearance using Digital Image Processing, The Textile institute, 97 (2).

Elizabetha, M. 2014. Projection and implementation of total quality management systems within the textile production

## ABSTRACT

### Relationship of Total Quality Management in Readymade Garments Company with Purchasing Behavior of Consumer in Alexandria

Naglaa A.E. Mahmoud, Yousria A. Abd-Elmna, Sonia M. A. E. Shaipoun

The main objective of this research was to study the relationship between total quality management in garment factories and the Consumer purchasing behavior in Alexandria. This study was conducted on a Purpose sample of Quality Officers (50) from companies are interesting in the application of total quality management and have Exhibitions (9 private sector and one public sector company), and on an accidental sample of 200 consumer who were attending the Exhibitions at rate of 10 married, 10 unmarried for each company under study. The data were collected by using a questionnaire through personal interview.

Data were analyzed statistically using percentages, mean, standard deviation, test (T), correlation coefficient and multiple regressions using computer software Statistical Package of Social Science Program (SPSS V.22). Results revealed that:

- Purchasing behavior of garments was acceptable to 66.5% of consumers. While was rational or non-rational to 14.5% and 19% of consumers respectively.
- There were statistically significant differences with sex (in favor of females), Social status (in favor of married couples) and nature of purchasing behavior at a probability level of 0.01.
- The results showed a positive correlation between nature of purchasing behavior and each of (age, educational level, duration of married life, level of household income, level of living, level of exposure to information sources,

purchasing practices level, knowledge level of clothing quality indicators, level of confronting dressed defects) at a probability level of 0.01.

- Results showed that educational level is the most independent variable affects level of purchasing practices by 37.2%, knowledge level of clothing quality indicators 42.2%, and the nature of purchasing behavior by 36.5% at a probability level of 0.01.
- Quality management level in companies was good by 68%. While it was acceptable and excellent by 12% and 20% respectively.
- There was a positive correlation between quality management level in companies and the certificates obtained by the company at a probability level of 0.01.
- Results showed that certificates obtained by the company is the most independent variable affects level of total quality management by 36.4% at a probability level of 0.01.
- There was a positive correlation between nature of the purchasing behavior of consumer and level of total quality management in companies at a probability level of 0.01.
- The results showed that the level of total quality management in companies affects the nature of consumer purchasing behavior by 22.6% at a probability level of 0.01.