

دراسة فاعلية برنامج مقترح في مجال تنمية الوعي الاستهلاكي للملابس لدى المرأة السعودية

مها عبد الله الدباغ^١

الملخص العربي

المقدمة والمشكلة البحثية

يستهدف هذا البحث دراسة برنامج مقترح لتنمية الوعي الإستهلاكي للملابس لدى المرأة السعودية وذلك على عينة عشوائية قوامها (١٤٢) مبحوثة، وذلك عن طريق تطبيق برنامج مقترح يتضمن جزئين أولهما معرفي والثاني مهاري، وقد أسفر هذا البحث عن أهم النتائج التالية:

تحتل السلعة أو الخدمة مكانة جوهرية في العملية التسويقية، ويواجه رجال التسويق العديد من التحديات المتنوعة في مجال صياغة وتصميم سياسة المنتجات لتحقيق التوافق بين المنتجات واحتياجات المستهلك لما يتوقعه منه حين الشراء القيام بالدراسة والبحث والمقارنة بين السلع المعروضة من حيث مناسبتها وجودتها وأهميتها وسعرها، (حرب: ١٩٩٩). ومن بين هذه السلع التي تخطى بذلك الجهد سلعة الملابس الجاهزة باعتبارها إحدى سلع التسوق والتي تشتري على فترات دورية متقاربة، والمستهلك على استعداد للبحث عن السلع المعروضة في المتاجر المختلفة، ويشير (الحمد: ٢٠٠٩) في دراسته إلى أهمية رعاية شئون المستهلك لتعدد حالات الغش على المستوى المحلي، ويشير (أمين: ١٩٧٨) إلى ضرورة تمسك كل من المستهلكين والتجار والمسؤولين بالقوانين التي تضعها الدولة لحماية المستهلك.

١- أن الغالبية العظمى من المبحوثات في مرحلة التعليم الجامعي وأن (١٣%) منهن دخلهن الأسري يبلغ أكثر من ٢٠٠٠٠ ريال سعودي، وغالبيتهم متزوجات.

٢- أظهرت النتائج الإحصائية بالنسبة للجزء المعرفي الخاص بالبرنامج القبلي والبعدي أن هناك دلالة إحصائية عند المستوى الإحتمالي (٠,٠١) بين كل من المتغيرات المستقلة المتمثلة في (التعليم، الدخل الشهري الأسري، المهنة، الحالة الزوجية والعمر بالسنوات) وبين بعض محاور المعرفة بالبرنامج والمتصلة بإستهلاك الملابس والمتمثلة في (العناية بالملابس، وفن الشراء، والحقوق، والعلامة التجارية).

ومن ناحية أخرى يشير (البرلس: ١٩٩٤) إلى دور المدرسة الإيجابي في تنمية الوعي الإستهلاكي، وتضيف (نعمة قبان وأخريات ٢٠٠٤) إلى أهمية دور الصحافة النسائية في تنمية الوعي الإستهلاكي لدى ربات الأسر.

٣- كما تبين كذلك من الدراسة الإحصائية أن هناك علاقة إحصائية ذات دلالة عند المستوى الإحتمالي (٠,٠١) بين كل من المتغيرات المستقلة المدروسة والمتمثلة في (التعليم، والدخل الشهري، المهنة، والحالة الزوجية، والعمر بالسنوات) وبين بعض محاور البرنامج الخاصة بالمهارة في إستهلاك الملابس القبلي والبعدي والمتمثلة في (طريقة الغسيل، وطريقة التجفيف والكي).

وفي نفس الوقت توضح دراسة (سهام مرسي: ١٩٩٩) أثر البرامج الإرشادية في تنمية الوعي الإستهلاكي لدى الأطفال في عدة مجالات ومنها الملابس.

^١ أستاذ مساعد الملابس والنسيج كلية الاقتصاد المتزلي - جامعة الملك عبد العزيز - مدينة جدة

استلام البحث في ١١ يناير ٢٠١٠، الموافقة على النشر في ٩ مارس ٢٠١٠

٤. ما دلالة الفروق الإحصائية بين متوسطات درجات الوعي الاستهلاكي للملابس تبعاً لمتغيرات الدراسة (السن، المستوى التعليمي، نوع المهنة، مستوى الدخل، الحالة الاجتماعية).

الأهمية البحثية:

تمثلت أهمية هذا البحث في النقاط التالية:

١. انه يتفق مع الجهود المبذولة من الجهات الحكومية والتي أزداد اهتمامها في الآونة الأخيرة ببحوث المستهلك لتوجيه كافة الجهود الممكنة لحماية المستهلك من خلال إصدار السياسات والقوانين اللازمة لضمان ذلك.

٢. انه يهتم بشريحة كبيرة من المجتمع السعودية والمتمثلة في المرأة.

٣. يساهم في تكوين اتجاهات إيجابية نحو مجموعة من المفاهيم والعادات الشرائية إزاء أحد الاحتياجات الأساسية من السلع الاستهلاكية وهي الملابس.

٤. يعد البحث تلبية للعديد من التوصيات الناتجة عن الدراسات العلمية في مجال حماية المستهلك السعودي والتي أوصت بالاهتمام ببرامج توعية وتثقيف المستهلكين.

اهداف البحث

إستهدف هذا البحث تخطيط برنامج مقترح لتنمية الوعي الإستهلاكي للملابس لدى المرأة السعودية بمدينة جدة وذلك من خلال الأهداف الفرعية التالية:

١. التعرف على بعض الخصائص الزوجية- الإقتصادية (التمثلة في السن، المهنة، المستوى التعليمي، الدخل والحالة الزوجية) للمبحوثات.

٢. تصميم وإعداد برنامج لتنمية الوعي الاستهلاكي للملابس للعينة موضوع الدراسة.

٣. التعرف على المستوى المعرفي في مجال البرنامج قبل وبعد تطبيق البرنامج.

٤. دراسة الفروق الإحصائية لفاعلية البرنامج المقترح في تنمية الوعي الإستهلاكي للملابس للمبحوثات قبل وبعد تنفيذ البرنامج.

ونظراً لإن الاستهلاك يعد الهدف الأساسي لكل نشاط إنتاجي (دعيبس:٢٠٠٤)، كما أنه المتمتع بالخط الأوفر من النشاط الاقتصادي من سلع وخدمات في الحاضر والمستقبل، وعليه فإن عملية ترشيد الاستهلاك تعتبر ذات أهمية عظيمة تساعد الأفراد على استغلال الإمكانيات المتاحة على الوجه الأكمل.

وبالنظر إلى الملابس باعتبارها سلعة استهلاكية أساسية نجدتها تحظى بنسبة عالية من الإنفاق المتزايد والمستمر والتي تعبر عنها نسبة الاستيراد حسب آخر الإحصائيات، كما بلغت قيمة الواردات من الملابس الجاهزة ما قيمته ٨٢٩٢ مليون ريال لسنة ٢٠٠٥، وتزايدت عام ٢٠٠٧م إلى ١٤٣٠ مليون ريال، وكذلك بالنسبة لمكملات الملابس التي وصلت نسبة وارداتها في عام ٢٠٠٥م إلى ٤٢٢٨ مليون ريال، وتزايدت لتصل إلى ٥٣٣١ مليون ريال عام ٢٠٠٧م، ويصاحب هذه الزيادة في الإنفاق لاستهلاك الملابس أن المستهلك السعودي ما زال يعاني من بعض المشكلات الناتجة عن نقص الوعي ببعض المعلومات المتعلقة بطبيعة السلعة، والتعامل معها، وحسن اختيارها، وقد يرجع ذلك إلى أنه يقع تحت تأثير عوامل متعددة عند اختيارها أو اقتنائها، وهو ما يؤكد (البرسلي ١٩٩٤م) حيث يذكر أن ضعف درجة الوعي الاستهلاكي يعد من أخطر مشكلات المجتمعات النامية نظراً لتزايد الإسراف في الاستهلاك.

ونظراً لشعور وإيمان الباحثة بأهمية تعميم وتخطيط وتصميم البرامج الإرشادية لتنمية الوعي الإستهلاكي للمرأة، فإن ذلك يستلزم ضرورة دراسة مدى فاعلية هذا البرنامج في تنمية الوعي الإستهلاكي للمرأة السعودية.

ولذا فقد تمثلت المشكلة البحثية في التساؤلات التالية:

١. ما درجة الوعي الاستهلاكي للملابس للمبحوثات.

٢. ما فاعلية البرنامج المقترح في تنمية الوعي الاستهلاكي للملابس للمبحوثات.

٣. ما دلالة الفروق الإحصائية بين متوسطات درجات موضوعات البرنامج المقترح في تنمية الوعي الاستهلاكي للملابس للمبحوثات قبل وبعد تنفيذ البرنامج.

هو أي فرد يقبل على سلعة أو خدمة معينة بغرض الشراء أو يقوم بتقييمها أو الحصول عليها أو استعمالها أو التخلص منها (أحمد سليمان ٢٠٠٠).

السلعة:

السلعة هي ذلك المزيج من المكونات المادية والغير مادية والتي يشتريها المستهلك جميعاً في آن واحد، وذلك لهدف إشباع حاجة من حاجاته المتعددة وتلبية متطلباتها (محمد صالح ١٩٩٩).

الوعي الاستهلاكي:

تبصير الفرد كمستهلك بحسن اختياره وشراء السلع والخدمات المتاحة والانتفاع بها إلى أكثر درجة ممكنة (نعمة وآخرون ٢٠٠٤).

ويقصد به في البحث الحالي تنمية درجة الوعي الاستهلاكي والثقافي لدى أفراد العينة، بحسن الشراء والعناية بالملابس وحقوق المستهلك في مجال الملابس حتى يمكن الانتفاع بالسلعة إلى أقصى درجة ممكنة.

الطريقة البحثية

يتبع البحث الحالي المنهج الوصفي والتحليلي، حيث يعتمد على دراسة الظاهرة ووصفها وصفاً دقيقاً كما في الواقع والتعبير عنها، كما يعطي وصفاً رقمياً يوضح مقدار هذه الظاهرة ودرجات ارتباطها مع الظواهر الأخرى.

عينة البحث:

نظراً لأن الدراسة الحالية تبحث في فعالية برنامج لتنمية الوعي الاستهلاكي للملابس لدى المرأة السعودية تبعاً لمجموعة المتغيرات المستقلة المختلفة، فقد عمدت الباحثة إلى اختبار عينة عشوائية قوامها ١٤٢ مفردة بعد استبعاد (٥٨) مفردة لم يستكملن إجراءات التطبيق.

ثانياً: أدوات البحث:

١. برنامج مقترح لتنمية الوعي الاستهلاكي لسلعة الملابس للمرأة السعودية (من تصميم الباحثة) ويتكون من أربعة موضوعات أساسية هي:

أ. حقوق وواجبات المستهلك.

٥. التعرف على تأثير متغيرات الدراسة المستقلة والمتمثلة في (السن، المهنة، المستوى التعليمي، مستوى الدخل والحالة الزوجية) على المتغير التابع والمتمثل في درجة الوعي الاستهلاكي للملابس لدى المبحوثات.

١. الفروض البحثية:

يمكن صياغة الفروض البحثية في صورتها النظرية على النحو التالي:

١. توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطي درجات الوعي الاستهلاكي للمبحوثات قبل وبعد التعرض لبرنامج تنمية الوعي لصالح التطبيق البعدي.

٢. توجد فروق دالة إحصائية للمتغيرات المستقلة المتمثلة في (مستوى التعليم، نوع المهنة، مستوى دخل، الحالة الاجتماعية، السن) على الوعي الاستهلاكي للمبحوثات.

٣. توجد فروق دالة إحصائية بين متوسط درجات المتعلمات بالبرنامج في الاختبار المعرفي قبل وبعد التطبيق لصالح التطبيق البعدي.

٤. توجد فروق في تأثير متغيرات الدراسة (مستوى التعليم، مستوى الدخل، الحالة الاجتماعية، العمر) على الاختبار المعرفي قبل وبعد التطبيق تبعاً لمتغيرات الدراسة.

٥. توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطي درجات المتعلمات بالبرنامج في الاختبار المهاري قبل وبعد التطبيق البعدي لصالح البعدي.

المصطلحات:

البرنامج:

هو خطة يتم وضعها لتحديد الأنشطة التي يجب تنفيذها في زمن محدد وبذلك فإن الخطة تضم عادة مجموعة من الخطوات الإجرائية التي تتم من خلال هذه الفترة الزمنية المحددة (أحمد اللقاني ١٩٩٥).

المستهلك:

ب. فن الشراء.
ج. البطاقة الإرشادية.
د. العلامة التجارية.

٤- مقياس الوعي الاستهلاكي للملابس: (من إعداد الباحثة):

يتكون من ٣٠ عبارة تقيس درجة وعي المفحوصات نحو استهلاك الملابس تم صياغتها في صورة عبارات موجبة وأخرى سالبة مع ميزان تقدير ثلاثي (يبدأ بدائماً وينتهي بنادراً، ويتوسطه أحياناً) والعبارات موزعة حسب (٤) محاور هي: التخطيط للشراء، مهارات الشراء، حقوق ومعاملات الشراء، العناية بالملابس. موزعة حسب جدول (٢):

وجداول (٢) يوضح توزيع عبارات المقياس تبعاً لكل محور والذي بلغ في المحور الأول والثاني والسابع ٨ عبارات بينما في الثالث بلغ ٦ عبارات.

قياس صدق وثبات البرنامج وأدوات القياس:

أولاً: البرنامج المقترح: تم تقويم البرنامج داخلياً من خلال (عرضه على محكمين في مجال التخصص) وقد حصل البرنامج على نسبة اتفاق تصل إلى ٩٨%، والملحق رقم (٥) يوضح أسماؤهم.

ثانياً: مقياس الوعي الاستهلاكي للملابس: تم التحقق من صدق الأداة عن طريق حساب معامل الارتباط بين كل محور والمجموع الكلي للمحاور والتأكد من الثبات باستخدام معامل (ألفا كرونباخ) لكل محور كما يوضحها جدول (٣):

ويحتوي كل موضوع على مجموعة من الموضوعات الفرعية والتي يوضحها جدول توزيع محتوى البرنامج كما يوضحه جدول رقم (٢) بالملحق رقم (١).

وقد تم تقييمه في ضوء مجموعة من الأهداف المحددة كما هي موضحة بالخطة بالملحق رقم (٢).

٢- اختبار معرفي: (من إعداد الباحثة):

تم تصميمه لقياس ما تم تحصيله من معارف عن محتوى البرنامج المقترح ويتكون من (٤) أسئلة رئيسية تم صياغتها في صورة موضوعية يحتوي السؤال الأول على عشرة والثاني ١٧ والثالث (٧) والرابع (٦)، أسئلة (تنوع ما بين إكمال واختبار من متعدد وتصويب والمزاوجة)، والملحق رقم (٢) يوضح نموذج الاختبار، وجدول (١) يوضح توزيع الأسئلة حسب موضوع البرنامج المقترح.

جدول (١) يوضح أن عدد أسئلة الاختبار المعرفي بلغت ٤٠ سؤالاً شملت الموضوعات الأربع للبرنامج، كما يوضح أرقام الأسئلة الفرعية التابعة لكل موضوع من موضوعات البرنامج.

٣- اختبار مهاري: (من إعداد الباحثة):

صمم لقياس المهارت المكتسبة من تعلم البرنامج المقترح ويتكون من وحدات لبطاقة إرشادية عليها محتويات خاصة بالتعامل مع المنتج، وعلى المفحوص التعامل مع المنتج طبقاً لما تحتويه من

جدول رقم ١. توزيع أسئلة الاختبار حسب موضوع البرنامج المقترح

م	الموضوع	السؤال الأول	السؤال الثاني	السؤال الثالث	السؤال الرابع	المجموع
١	العناية بالملابس	١٠، ٩، ٨، ٧، ٦، ٥، ٤، ٣، ٢، ١	-	٧، ٦	-	١٢
٢	فن الشراء	-	١٥، ١٤، ١٢، ١١، ٩، ٦	-	٦، ٥، ٣، ٢، ١	١٢
٣	حقوق المستهلك	-	٥، ٤، ٣، ٢، ١	٤، ٣، ٢	٤	٩
٤	العلامة التجارية	-	١٧، ١٣، ١٠، ٨، ٧	٦، ٥	-	٧
٤٠	المجموع الكلي					

جدول ٢. توزيع عبارات مقياس الوعي الاستهلاكي للملابس

المحاور	التخطيط للشراء	مهارات الشراء	حقوق ومعاملات الشراء	العناية بالملابس	الكلي
أرقام	١٢، ١٠، ٦، ٣، ٢، ١	٧، ١١، ١٧، ١٩، ٢٠	٤، ١٨، ٢٦، ٢٧، ٢٩	٥، ٨، ٩، ١٣، ١٥	

العبارات	٢٤، ١٤	٢٣، ٢٢، ٢١	٣٠	٢٨، ٢٥، ١٦
العدد	٨	٨	٦	٨
				٣٠

جدول ٣. معامل الصدق والثبات لمقياس الوعي الاستهلاكي

المحور	التخطيط للشراء	مهارات الشراء	حقوق ومعاملات الشراء	العناية بالملابس
معامل الارتباط	.٨٧**	.٨٨**	.٨٤**	.٨٨*
معامل الثبات	.٧٩**	.٨٢**	.٧٠**	.٧١*

جدول ٥. معامل الصدق والثبات للاختبار المهاري

المحور	معامل الارتباط	معامل الثبات
الغسيل	.٦٥**	.٦٤**
التجفيف	.٧٢**	.٧٣**
الكي	.٧٩**	.٧٥**

يتضح من جدول (٣):

أن جميع معاملات الارتباط ذات دلالة إحصائية مرتفعة عند مستوى معنوية ٠,٠١، وهو ما يشير إلى تمتع الأداة بقدر كبير من الصدق مما يجعلنا نثق في النتائج المتحصل عليها من هذه الأداة.

ثالثاً: الاختبار المعرفي:

تم التأكد من صدق الأداة (١) عن طريق حساب معامل الارتباط بين كل محور والمجموع الكلي للمحاور والثبات باستخدام معامل (الفا كرونباخ) لكل محور. كما يلي:

جدول رقم ٤. معاملات الارتباط للاختبار المعرفي

المحور	معامل ألفا كرونباخ	معامل الثبات
التخطيط للشراء	.٧٠**	.٧١*
مهارات الشراء	.٨٢**	.٨٣*
حقوق ومعاملات الشراء	.٧٦**	.٧٢**
العناية بالملابس	.٠٤**	.٥٨*

(١)** تعني أن معامل الارتباط ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١

ويتضح من الجدول السابق:

أن جميع معاملات الارتباط ذات دلالة إحصائية مرتفعة عند مستوى معنوية ٠,٠١، وكلها مرتفعة وتقترب من الواحد الصحيح مما يدل على أن الأداة تتمتع بقدر كبير من الصدق.

كما أن معاملات الثبات مرتفعة وتقترب من الواحد الصحيح مما يدل على أن الأداة تتمتع بدرجة عالية من الثبات.

رابعاً: الاختبار المهاري:

تم التأكد من صدق الأداة عن طريق حساب معامل الارتباط بين كل محور من المحاور والمجموع الكلي للمحاور وكذلك الثبات باستخدام معامل (الفا كرونباخ) كما يوضح الجدول:

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

١- جميع معاملات الارتباط ذات دلالة إحصائية مرتفعة عند مستوى معنوية ٠,٠١، وتشير هذه النتيجة في ضوء إرتفاع معاملات الثبات إلى أن الأداة تتمتع بدرجة عالية من الثبات .

٢- حدود البحث:

تطبيق برنامج مقترح لتنمية الوعي الاستهلاكي لسلعة الملابس (على عينة) تتوفر فيها المتغيرات التي يسعى البحث لدراساتها في محافظة جدة بالمملكة العربية السعودية. وتحدد جغرافياً بالمكان الذي طبق فيه البحث (منطقة جدة) وتحدد نوعياً بتطبيق البرنامج على عينة مكونة من ١٤٢ امرأة سعودية.

إجراءات التطبيق:

- ١- تطبيق الأدوات قبل التعلم على العينة.
- ٢- استخدام البرنامج المقترح وتطبيقه على العينة.
- ٣- تطبيق الأدوات بعد التعلم على العينة.
- ٤- تصحيح الأدوات.
- ٥- المعالجة الإحصائية باستخدام تحليل التباين، واختبار (ت)، معامل الارتباط، ومعاملات التحديد، واختبار (الفا كرونباخ) واستخلاص النتائج.

النتائج والمناقشة

أولاً: الخصائص الأولية للعينة:

٧٠	٩٩	٢٤ - ١٨
٦	٩	٣٠ - ٢٤
٣	٥	٣٥ - ٣٠
٦	٨	٤٠ - ٣٥
٣	٥	٤٥ - ٤٠
٥	٧	٥٠ - ٤٥
٤	٦	٦٠ - ٥٠
١	٢	٦٥ - ٦٠
١	٢	٦٥ فأكثر
١٠٠	١٤٢	المجموع

يتضح من الجدول السابق أن فئة العمر من (٢٤ - ١٨) استحوذت على النسبة الأكبر وهي ٧٠% وباقي النسب كانت لباقي فئات العمر وكان متوسط العمر = ٢٧ عاماً تقريباً.

٥- الحالة الزوجية:

جدول ١٠. توزيع أفراد العينة حسب الحالة الزوجية

النسبة (%)	العدد	الحالة الزوجية
٦٠	٨٥	متزوج
٥	٧	اعزب
٣٥	٥٠	اعزب وعائل
١٠٠	١٤٢	المجموع

يتضح من الجدول السابق أن النسبة الأكبر في العينة هي الحالة الاجتماعية متزوج حيث بلغت النسبة ٦٠% وتليها الحالة الاجتماعية اعزب وعائل فبلغت النسبة ٣٥%.

ثانياً: النتائج الخاصة بالبرنامج المقترح:

بعد تحقيق الهدف الأول من البحث وهو تصميم وإعداد برنامج لتنمية الوعي الاستهلاكي للملابس لدى المرأة السعودية يتم عرض النتائج في ضوء فروض البحث والمنبثقة من الهدف الأساسي وهو التعرف على فاعلية البرنامج المقترح كما يلي:

١- توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطي درجات الوعي الاستهلاكي للمتعلقات بالبرنامج أفراد العينة قبل وبعد التعلم لصالح التطبيق البعدي.

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم تطبيق اختبار (ت) لمتوسطي درجات المتعلقات (أفراد العينة) قبل وبعد التطبيق لمخاور الوعي الاستهلاكي، وجدول ١١ يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم (ت) قبل وبعد التطبيق:-

١- الحالة التعليمية:

جدول ٦. توزيع أفراد العينة حسب الفئة التعليمية

فئات التعليم	العدد	النسبة (%)
متوسط	٢	١
ثانوى	٢٤	١٠
جامعي	١٢٢	٨٦
دراسات عليا	٤	٣
المجموع	١٤٢	١٠٠

يتضح من الجدول السابق ان نسبة الحاصلات على التعليم الجامعي بلغت ٨٦%، وهي النسبة الأكبر بين فئات التعليم الأخرى.

٢- طبيعة المهنة

جدول ٧. توزيع أفراد العينة حسب الطبيعة المهنية

المهنة	العدد	النسبة (%)
ربة المنزل	٤	٣
طالبة	١١٤	٨٠
إدارية	١٥	١١
أكاديمية	٩	٦
المجموع	١٤٢	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن النسبة الأكبر في العينة هي فئة الطالبات حيث بلغت النسبة ٨٠%.

٣- الدخل الشهري الأسري:

جدول ٨. توزيع أفراد العينة حسب فئات الدخل الشهري

فئات الدخل الشهري	العدد	النسبة (%)
أقل من ٣٠٠٠	٧	٥
٣٠٠٠ - ٥٠٠٠	٢٤	١٧
٥٠٠٠ - ٦٠٠٠	٣٣	٢٣
٦٠٠٠ - ٩٠٠٠	١٣	٩
٩٠٠٠ - ١٢٠٠٠	٢٢	١٥
١٢٠٠٠ - ١٥٠٠٠	١٤	١٠
١٥٠٠٠ - ١٨٠٠٠	١١	٨
أكثر من ٢٠٠٠٠	١٨	١٣
المجموع	١٤٢	١٠٠

اتضح من الجدول السابق أن فئة الدخل من (٦٠٠٠ - ٨٠٠٠) حيث بلغت نسبة الأسر التي تحصل على هذا الدخل هي ٢٣%، وتليها الأسر التي تحصل على فئة الدخل (٣٠٠٠ - ٥٠٠٠) وكانت النسبة ١٧%، واتضح ايضاً من التحليل الإحصائي أن متوسط الدخل قد بلغ ٩٦٠٠ ريال.

٤- العمر بالسنوات:

جدول ٩. توزيع أفراد العينة حسب الفئات العمرية

فئات العمر	العدد	النسبة (%)
------------	-------	------------

يتضح من جدول ١١ أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الاختبار القبلي والبعدي لصالح الاختبار البعدي وذلك لكل محور من محاور الوعي الاستهلاكي عند مستوى دلالة ٠,٠١ الأمر الذي يؤكد فعالية البرنامج في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى المرأة السعودية وبحساب النسبة المئوية لدرجة الوعي الاستهلاكي قبل وبعد تطبيق البرنامج كما يوضحها جدول ١٢:

جدول رقم ١١. المتوسطات الحسابية للانحرافات المعيارية وقيم (ت) قبل وبعد التطبيق لمحاور الوعي الاستهلاكي

المحور	بيان	المتوسط (م)	الانحراف المعياري (ع)	حجم العينة	ت المحسوبة	الدلالة	لصالح من																																												
التخطيط للشراء	قبل	٣٨,١٤	٢,٩	١٤٢	- ٣,٤	٠,٠١٥	لصاح الاختبار البعدي																																												
	بعد	٤٢,١٠٤	٤,٨	١٤٢				مهارات الشراء	قبل	١٤,٦	٢	١٤٢	- ٢,٧	٠,٠٠٩	لصاح الاختبار البعدي	بعد	١٦,٨	٤,٦	١٤٢	حقوق ومعاملات الشراء	قبل	١١,١	٢,٣	١٤٢	- ٣,١	٠,٠٠١٤	لصاح الاختبار البعدي	بعد	١٤,٤	٣,٦	١٤٢	العناية بالملابس	قبل	١١,٨	٢	١٤٢	- ٢,٩٥	٠,٠٣٤٥	لصاح الاختبار البعدي	بعد	١٣,٢٥	٤,١	١٤٢	المجموع الكلي	قبل	١٨,٩	٣,١	١٤٢	- ٤,٦٣	٠,٠٠٢	لصاح الاختبار البعدي
مهارات الشراء	قبل	١٤,٦	٢	١٤٢	- ٢,٧	٠,٠٠٩	لصاح الاختبار البعدي																																												
	بعد	١٦,٨	٤,٦	١٤٢				حقوق ومعاملات الشراء	قبل	١١,١	٢,٣	١٤٢	- ٣,١	٠,٠٠١٤	لصاح الاختبار البعدي	بعد	١٤,٤	٣,٦	١٤٢	العناية بالملابس	قبل	١١,٨	٢	١٤٢	- ٢,٩٥	٠,٠٣٤٥	لصاح الاختبار البعدي	بعد	١٣,٢٥	٤,١	١٤٢	المجموع الكلي	قبل	١٨,٩	٣,١	١٤٢	- ٤,٦٣	٠,٠٠٢	لصاح الاختبار البعدي	بعد	٢١,٧	٢,٩	١٤٢								
حقوق ومعاملات الشراء	قبل	١١,١	٢,٣	١٤٢	- ٣,١	٠,٠٠١٤	لصاح الاختبار البعدي																																												
	بعد	١٤,٤	٣,٦	١٤٢				العناية بالملابس	قبل	١١,٨	٢	١٤٢	- ٢,٩٥	٠,٠٣٤٥	لصاح الاختبار البعدي	بعد	١٣,٢٥	٤,١	١٤٢	المجموع الكلي	قبل	١٨,٩	٣,١	١٤٢	- ٤,٦٣	٠,٠٠٢	لصاح الاختبار البعدي	بعد	٢١,٧	٢,٩	١٤٢																				
العناية بالملابس	قبل	١١,٨	٢	١٤٢	- ٢,٩٥	٠,٠٣٤٥	لصاح الاختبار البعدي																																												
	بعد	١٣,٢٥	٤,١	١٤٢				المجموع الكلي	قبل	١٨,٩	٣,١	١٤٢	- ٤,٦٣	٠,٠٠٢	لصاح الاختبار البعدي	بعد	٢١,٧	٢,٩	١٤٢																																
المجموع الكلي	قبل	١٨,٩	٣,١	١٤٢	- ٤,٦٣	٠,٠٠٢	لصاح الاختبار البعدي																																												
	بعد	٢١,٧	٢,٩	١٤٢																																															

جدول رقم ١٢. النسب المئوية لدرجات الوعي الاستهلاكي قبل وبعد التطبيق

م	المحور	النسبة المئوية		م	المحور	النسبة المئوية	
		قبل	بعد			قبل	بعد
١	التخطيط للشراء	٧٥	٨٨	٤	العناية بالملابس	٥٢	٦٦
٢	مهارات الشراء	٦٢	٧٥	الكلي	مقياس الوعي الاستهلاكي	٦٣	٧٩
٣	حقوق ومعاملات الشراء	٦٣	٨٦				

الأفراد والعمل على توجيه برامج إرشادية بهدف تنمية الوعي الاستهلاكي في كافة المجالات.

وتأكيد لما ذكره (سليم البرلسي ١٩٩٤) بأن ظاهرة عدم وجود وعي استهلاكي من أخطر المشكلات التي تواجه المجتمعات. وبذلك تتحقق صحة هذا الفرض.

٢- توجد فروق دالة لتأثير الدراسة (مستوي التعليم، نوع المهنة، مستوى الدخل، الحالة الاجتماعية، العمر) علي الوعي الاستهلاكي للمتعلّقات.

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام تحليل التباين المتعدد كما يوضحها الجدول التالي (١٣):

يتضح من جدول (١٣) ما يلي :-

بعد تطبيق البرنامج حيث وصلت إلى ٧٩% يتضح من الجدول السابق أن النسبة المئوية لدرجات الوعي الاستهلاكي لدى المرأة السعودية كانت منخفضة نسبياً حيث بلغت قيمتها ٦٣% وقد زادت بنسبة ١٦% للمقياس ككل وذلك يؤكد على فعالية البرنامج، وذلك يأتي بالإجابة على السؤال الأول للدراسة والذي ينص على: ما درجة الوعي الاستهلاكي لعينة الدراسة.

وفي ذلك اتفاق مع ما أوصت به (سهام مرسي ١٩٩٩) أن من الضروري رفع مستوى الثقافة الاستهلاكية لدى المرأة والعمل على زيادة الوعي الاستهلاكي لديها، وأكدت (إيناس ماهر ١٩٩٩) ما أوصت به من ضرورة الوقوف على أهمية الوعي الاستهلاكي لدى

وللتأكد من دلالة الفروق بين محاور الوعي الاستهلاكي للمتعلّقات بذا البرنامج بعد التطبيق، تم إجراء تحليل كروسكال واليز للاختبار البعدي لمعرفة هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية وترتيب محاور الوعي الاستهلاكي طبقاً لمتوسط الرتب.

قيم الدلالة لكل متغيرات الدراسة لكل محاور الاستبيان بلغت مستوى الدلالة (٠,٠١) مما يعني أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الاختبار القبلي والبعدي لجميع متغيرات الدراسة. كما يتضح أيضاً أن الفروق بين الاختبار القبلي والبعدي لصالح الاختبار البعدي وذلك لأن متوسطات الاختبار البعدي لكل محاور الدراسة أكبر من متوسطات الاختبار القبلي.

جدول رقم ١٣. تحليل التباين المتعدد للمحاور الدراسة على اساس متغيرات الدراسة
(التعلم - الدخل - المهنة - الحالة الاجتماعية - العمر)

العمر	الحالة الاجتماعية		المهنة		الدخل		التعليم		حجم العينة	الانحراف المعياري	التوسط	بيان	الخوارج		
	الدلالة	ف الخسوية	الدلالة	ف الخسوية	الدلالة	ف الخسوية	الدلالة	ف الخسوية							
٠,١	١٣٦,٦	٠,١	٢٥٩٥	٠,١	٤٥٧,٧	٠,١	٥٩٦٦,٤٧	٠,١	٨٥٨٩,٤	١٤٢	٢,٩	٣٨,١٤	٢,٩	٣٨,١٤	قبل
							٧			١٤٢	٤,٨	٤٢,١٠٤	٤,٨	٤٢,١٠٤	بعد
٠,١	٣٥٢,٩	٠,١	٨١٥,٨	٠,١	١١٧,٦	٠,١	١٥٢٨,٥٦	٠,١	٢٢٩١,١٢٥	١٤٢	٢	١٤,٦	٢	١٤,٦	قبل
										١٤٢	٤,٦	١٦,٨	٤,٦	١٦,٨	بعد
٠,١	١٩٣,٦	٠,١	٣٦١,٤	٠,١	٦٠	٠,١	٩٨,١٧	٠,١	١١٢٠,٥	١٤٢	٢,٣	١١,١	٢,٣	١١,١	قبل
										١٤٢	٣,٦	١٤,٤	٣,٦	١٤,٤	بعد
٠,١	٢٦٢,١	٠,١	٤٦٩,٢	٠,١	٩٤,٩	٠,١	١٠٧٦,١٤	٠,١	١٩٢١,٨٨	١٤٢	٢	١١,٨	٢	١١,٨	قبل
										١٤٢	٤,١	١٣,٢٥	٤,١	١٣,٢٥	بعد
٠,١	١٤٦,٧	٠,١	٥٦٧,٩	٠,١	٧٨,٩	٠,١	٣٤٥٦,٧	٠,١	٦١٨٧,٩	١٤٢	٣,١	١٨,٩	٣,١	١٨,٩	قبل
										١٤٢	٢,٩	٢١,٧	٢,٩	٢١,٧	بعد

الوعي بالنسبة للعناية بالملابس ثم التخطيط للشراء فحقوق الشراء وأخيراً مهارات الشراء حيث بلغت النسب على التوالي ٥٧، ٥٢، ٤٨، ٤٥%.

وعن معامل التحديد للمهنة والوعي الاستهلاكي فقد وصل ٧٨% وكانت النسبة لمحاور حقوق الشراء ثم التخطيط للشراء فالعناية بالملابس وأخيراً مهارات الشراء تبعاً للنسب المتوية الموضحة بالجدول.

بالنسبة لمعامل الحالة الاجتماعية والوعي الاستهلاكي فقد وصل إلى نسبة ٧٩% وكان للمحاور مثل سابقها في المهنة، في الترتيب مع اختلاف النسب.

وبالنسبة لمعامل العمر والوعي الاستهلاكي والذي بلغ ٧١% وللمحاور على الترتيب مهارات الشراء ثم العناية بالملابس فحقوق الشراء وأخيراً التخطيط حسب النسب المتوية.

وهذه النتائج تتفق ونتائج (سهام مرسي ١٩٩٩) التي أوضحت أن الجانب الاقتصادي يعد عاملاً هاماً في التأثير على القرارات الاستهلاكية لدى الأفراد.

كما تتفق ونتائج (إيناس بدير ١٩٩٩) التي أوضحت أن المستوى الاقتصادي والاجتماعي له أثر على مجال الاستهلاك الملبسي.

يتضح من جدول (١٤) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين محاور الدراسة الأربعة لمعرفة ترتيب محاور الوعي الاستهلاكي.

كما يتضح من الجدول أن محور التخطيط للشراء جاء في المركز الأول ثم جاء في المركز الثاني محور مهارات الشراء ثم في المركز الثالث محور العناية بالملابس وأخيراً محور حقوق معاملات الشراء.

وذلك يؤكد أن البرنامج المقترح ساهم في تنمية الوعي لدى المحاور الخاصة بالتخطيط للشراء أو ثم مهارات الشراء فالحقوق والمعاملات وجاء في الترتيب الأخير العناية بالملابس.

تم حساب معامل التحديد بين كل من المتغيرات المستقلة (التعليم، العمر، الدخل، الحالة الاجتماعية، العمر).

حيث الغرض من معمل التحديد قياس تأثير المتغيرات المستقلة على كل محور من محاور الدراسة.

جدول (١٥) يوضح أن تأثير معامل التعليم على الوعي الاستهلاكي يعادل ٤٣% أي أن درجة الوعي الاستهلاكي للملابس يؤثر فيها التعليم بهذه النسبة.

وعن محاور الوعي الاستهلاكي للملابس فقد كان تأثير التعليم له تأثير بنسبة ٥١% بالنسبة للعناية بالملابس ويليه حقوق الشراء فالتخطيط للشراء وأخيراً مهارات الشراء حيث بلغت النسب المتوية منها على التوالي ٣٧، ٣٦، ٣١%.

وبالنسبة لمعامل الدخل على الوعي الاستهلاكي للملابس بلغ ٦٧% وذلك يوضح أثر الدخل بهذه النسبة، وكان تأثيره على محاور

جدول رقم ١٤. الفروق الإحصائية بين محاور الوعي الاستهلاكي الأربعة

الاحور	متوسط الرتب	الترتيب	درجات الحرية	قيمة كا	مستوى الدلالة
التخطيط للشراء	٥٦٨	الأول	٣	٣٣٥,٢٥	٠,٠٠
مهارات الشراء	٣٧٧,٧	الثاني			
حقوق ومعاملات الشراء	٢٠٧,٣٢	الرابع			
العناية بالملابس	٢٦٦,٩	الثالث			

جدول رقم ١٥. معاملات التحديد (ر) %

التخطيط للشراء	مهارات الشراء	حقوق الشراء	العناية بالملابس	الكلية
٣٦	٣١	٣٧	٥١	٤٣
٥٢	٤٥	٤٨	٥٧	٦٧
٥١	٤٣	٧١	٧٤	٧٨

٧١	٤٩	٦٧	٤٨	٥٩	الحالة الاجتماعية
بعد التأكد أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الاختبار القبلي والبعدي لجميع محاور الدراسة وفي هذا الجزء سوف يتم اختبار ما إذا كان هناك فروق بين هذه المحاور على أساس مستغيرات الدراسة وفيما يلي نتائج هذا التحليل .	جدول (١٧) يوضح أن قيم الدلالة لكل متغيرات الدراسة لكل محاور الاستبيان بلغت مستوى الدلالة (٠,٠١) مما يعني أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الاختبار القبلي والبعدي لجميع متغيرات الدراسة.	كما يتضح من جدول (١٧) أيضاً أن الفروق بين الاختبار القبلي والبعدي لصالح الاختبار البعدي وذلك لأن متوسطات الاختبار البعدي لكل محاور الدراسة أكبر من متوسطات الاختبار القبلي.	وللتأكد من دلالة الفروق بين محاور الاختبار المعرفي تم إجراء تحليل كروسكال واليز للاختبار البعدي لمعرفة هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية وترتيب محاور الاختبار المعرفي طبقاً لمتوسط الرتب.	يتضح من جدول (١٨) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين محاور الاختبار المعرفي الأربعة ولمعرفة ترتيب هذه المحاور.	كما يتضح من جدول (١٨) أن محور العلامة التجارية قد جاء في المركز الأول ثم محور فن الشراء في المركز الثاني ثم محور العناية بالملابس في المحور الثالث وأخيراً جاء محور الحقوق.
٣. توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطي درجات المتعلمات بالبرنامج في الاختبار المعرفي قبل وبعد التطبيق لصالح التطبيق البعدي، وللتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام اختبار (ت) لمعرفة الفروق بين قبل وبعد بالنسبة لكل محور والمجموع الكلي للمحاور والجدول التالي يوضح نتائج هذا الاختبار.	يتضح من جدول (١٦) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الاختبار القبلي والبعدي لصالح الاختبار البعدي وذلك لكل محور من محاور الاختبار المعرفي عند مستوى دلالة ٠,٠١ مما يؤكد على أن البرنامج المقترح له فاعلية في اكتساب المعارف المتعلقة بالوعي الاستهلاكي لسلع الملابس بجميع موضعاته وذلك يتفق ودراسة (الهيئة الاسترالية للمستهلك ٢٠٠١)، والتي أثبتت أن هناك وعي ملحوظ لدى المستهلك وإن كان هناك نسب اختلاف في الوعي على التفاصيل الخاصة بحماية المستهلك.	كما جاءت النتائج تأكيداً لأهداف جمعيات حماية المستهلك بالمملكة (٢٠٠٩) والتي تعنى بشئون المستهلك ورعاية مصالحه والحفاظة على حقوقه.	٤. توجد فروق في تأثير متغيرات الدراسة (مستوى التعليم، مستوى الدخل، الحالة الاجتماعية، العمر) على الاختبار المعرفي قبل وبعد التطبيق تبعاً لمتغيرات الدراسة.	وللتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام تحليل التباين المتعدد، والجدول (١٧) يوضح دلالة الفروق.	جدول رقم ١٦. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم (ت) لمتوسطي درجات الاختبار المعرفي القبلي والبعدي لعينة الدراسة.

اخور	بيان	المتوسط (م)	الانحراف المعياري (ع)	حجم العينة	ت المحسوبة	الدلالة	لصالح من
العناية بالملابس	قبل	٧,٧١٠٩	٢,٤٩٧٧٢	١٤٢	- ٧,٤٢	٠,٠١١	لصاح الاختبار البعدي
	بعد	٩,٩	٢,٤٩٧٧٢	١٤٢			
فن الشراء	قبل	٧,٩٦٠٦	٢,٣٣١٣٠	١٤٢	- ٨,٥٢	٠,٠٣٤	لصاح الاختبار البعدي
	بعد	١٠,٦٦٩٣	٣,٠٧١٢٠	١٤٢			
الحقوق	قبل	٨,٠٣٩١	١,٧٠٤١١	١٤٢	- ٦,٣	٠,٠٢٥	لصاح الاختبار البعدي
	بعد	١١,٢٨٩١	٣,٠٦٤٠٢	١٤٢			
العلامة التجارية	قبل	٤,٩٦٠٩	١,٥٨٤٣٨	١٤٢	- ٥,٧	٠,٠٠٩	لصاح الاختبار البعدي
	بعد	٦,٣٥٩٤	٥,٨٠٦٢٣	١٤٢			
المجموع الكلي	قبل	٧,١٥	١,٢	١٤٢	- ٣,٢	٠,٠٣٦	لصاح الاختبار البعدي
	بعد	٩,٥	٢,٠٣	١٤٢			

جدول رقم ١٧. تحليل التباين المتعدد للاختبار المعرفي على اساس متغيرات الدراسة (التعليم - الدخل - المهنة - الحالة الزوجية - العمر)

العمر	الحالة الاجتماعية		المهنة		الدخل		التعليم		حجم العينة	التوسط	بيان	الخوارج
	الدلالة	الخصوية	الدلالة	الخصوية	الدلالة	الخصوية	الدلالة	الخصوية				
٠,٠١	١٢٧,٧	٠,٠١	٢١٨,٣	٠,٠١	٠,٠١	١١٧,٥	٠,٠١	٢١	١٤٢	٢,٤٩٧٧٢	٧,٧١٠,٩	قبل
									١٤٢	٢,٤٩٧٧٢	٩,٩	بعد
٠,٠١	١٤٠,٦	٠,٠١	٢٨٢,٦	٠,٠١	٠,٠١	١٥١,٢	٠,٠١	١٤,٥	١٤٢	٢,٣٣١٣٠	٧,٩٦٠,٦	قبل
									١٤٢	٣,٠٧١٢٠	١٠,٦٦٩٣	بعد
٠,٠١	٢٨٥,٨	٠,٠١	٥٧٥,٧	٠,٠١	٠,٠١	٢٩٦,٣	٠,٠١	١٤,٧	١٤٢	١,٧٠٤١١	٨,٠٣٩١	قبل
									١٤٢	٣,٠٦٤٠٢	١١,٢٨٩١	بعد
٠,٠١	١٢٥,٥٥	٠,٠١	٣٣٥,٤	٠,٠١	٠,٠١	١١٩,٣٥	٠,٠١	٥,١	١٤٢	١,٥٨٤٣٨	٤,٩٦٠,٩	قبل
									١٤٢	٥,٨٠٦٢٣	٦,٣٥٩٤	بعد
٠,٠١	١٥٦,٧	٠,٠١	٣٦٥,٩	٠,٠١	٠,٠١	١١٧,٧	٠,٠١	٦,١	١٤٢	١,٢	٧,١٥	قبل
									١٤٢	٢,٠٣	٩,٥	بعد

جدول رقم ١٨. الفروق الإحصائية بين محاور الاختيار المعرفي الأربعة

الدلالة	٢ ك	د. ج	الترتيب	متوسط الرتب	المحور
٠,٠١	١٨٣,١	٣	الثالث	٣٥٩,٧	العناية بالملابس
			الثاني	٣٧٥,١	فن الشراء
			الرابع	١٥٤,٩	الحقوق
			الأول	٣٩٠,٤	العلامة التجارية

وجاءت الحالة الاجتماعية لتوضح أن أثرها لاكتساب المعارف للبرنامج كانت لفن الشراء ثم العلامة التجارية وتعادلت بالنسبة للحقوق والعناية بالملابس كما توضحها النسب بالجدول.

وكان العمر قد أثر بنسبة ٦٩% للعناية بالملابس وتبعاً العلامة التجارية ثم فن الشراء وأخيراً الحقوق وذلك تبعاً لنتائج معاملات التحديد.

٥- توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطي درجات المتعلمات بالبرنامج في الاختبار المهاري، قبل وبعد التطبيق لصالح التطبيق البعدي.

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام اختبار (ت) لمعرفة الفروق بين قبل وبعد بالنسبة لكل محور والجموع الكلي للمحاور وجدول (٢٠) يوضح نتائج هذا الاختبار

يتضح من جدول (٢٠) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الاختبار القبلي والبعدي لصالح الاختبار البعدي وذلك لكل محور من محاور الاختبار المهاري.

٦. توجد فروق دالة في التأثير متغيرات الدراسة (مستوى التعليم، مستوى الدخل، الحالة الاجتماعية، العمر، نوع المهنة) على محاور الاختبار المعرفي.

وللتحقق من صحة هذا الفرض يتم استخدام تحليل البيانات المتعددة للاختبار المهاري تبعاً لمتغيرات الدراسة وجدول (٢١) يوضح دلالة الفروق.

وذلك يتفق وما به (أحمد العسكري ٢٠٠٠) بأن المستهلك لا يشتري السلعة بخصائص مادية فحسب وإنما يشتري الانطباع عنها والذي يتخيلها عنها جراء مشاهدته أو سماعه عن الاسم التجاري المميز لها.

ويتفق مع هذه النتائج أيضاً ما جاءت به دراسة (نيوزيلاندا ٢٠٠٥) بأن نسبة قليلة من المستهلكين على علم ببعض القوانين الخاصة بحماية المستهلك، ونسبة كبيرة منهم، يرون أنه لا داعي لأن يتكون لديهم وعي بحقوقهم.

وإن كانت العينات والبيئات مختلفة والدراسة الحالية إلا أنها اتفقت من حيث طبيعة المستهلكين.

وللتحديد تأثير متغيرات الدراسة على الاختبار المعرفي تم حساب معامل التحديد بين كل من المتغير الأساسي (التعليم-العمر-الدخل-الحالة الاجتماعية-العمر).

حيث الغرض من معامل التحديد قياس تأثير المتغير الأساسي على كل محور من محاور الدراسة.

يتضح من جدول (١٩) أن معامل المهنة كان أكثر تأثير في اكتساب معارف البرنامج المقترح لتنمية الوعي الاستهلاكي ثم الحالة الاجتماعية ويليهما العمر ثم التعليم وأخيراً الدخل حيث بلغت نسبة المعاملات على التوالي ٧٨، ٧٥، ٧١، ٦٢، ٥٤%.

وبالنسبة للمحاور فقد أثر التعليم في اكتساب المعارف للبرنامج المقترح بالنسبة للعلامة التجارية ثم حقوق المستهلك ثم فن الشراء وأخيراً العناية بالملابس طبقاً لنسب معاملات التحديد.

أما أثر الدخل على اكتساب المعارف فكانت عند فن الشراء وتلاها حقوق المستهلك ثم العلامة التجارية وأخيراً العناية بالملابس.

وعن أثر المهنة فكان نسبة الشراء أولاً ثم حقوق المستهلك فالعناية بالملابس وأخيراً العلامة التجارية تبعاً لمعاملات التحديد.

جدول رقم ١٩. معاملات التحديد (٢) %

التخطيط للشراء	مهارات الشراء	حقوق الشراء	العناية بالملابس	الكلبي
٣٤	٣٩	٤٩	٦١	٦٢
٣٥	٦٣	٥٠	٣٨	٥٤
٥٩	٦٦	٦٥	٥٣	٧٨
٥٨	٧٢	٥٨	٦٥	٧٥
٦٩	٥٨	٥٤	٦١	٧١

جدول رقم ٢٠. الفروق الاحصائية بين متوسطات درجات المتعلمات بالبرنامج في الأختبار المهاري

المحور	بيان	المتوسط (م)	الانحراف المعياري (ع)	حجم العينة	ت المحسوبة	الدلالة	لصالح من
الغسيل	قبل	٠,٦٢٠٧	١,٣٦٣٦٩	١٤٢	- ٥,٢	٠,٠١	لصالح الاختبار البعدي
	بعد	١,٣٧٩٣	١,٣٦٣٦٩	١٤٢			
التحفيف	قبل	٠,٦٣٧٠	١,٤٢٩٠٩	١٤٢	- ٥,١	٠,٠١	لصاح الاختبار البعدي
	بعد	١,٥٧١٤	١,٣٦٣٦٩	١٤٢			
الكي	قبل	٠,٤٥٠	١,٣٦٣٦٩	١٤٢	- ٥,٧	٠,٠١	لصاح الاختبار البعدي
	بعد	١,٣٠١١	١,٤٢٩٠٩	١٤٢			
المجموع الكلي	قبل	١,٦٩٨٦	١,٧٩٢٦٢	١٤٢	- ٦,١٩٢	٠,٠١	لصاح الاختبار البعدي
	بعد	١,٦٩٨٦	٢,٧٧٨٦١	١٤٢			

يتضح من جدول (٢٢) أنه لا داعي لترتيب محاور الاختبار المهاري وذلك لأن ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين محاور الاختبار المهاري.

ولتحديد تأثير متغيرات الدراسة على الاختبار المهاري تم حساب معامل التحديد بين كل من المتغير الأساسي (التعليم - العمر - الدخل - الحالة - العمر). حيث الغرض من معامل التحديد قياس تأثير المتغير الأساسي على كل محور من محاور الدراسة.

يتضح من جدول (٢٣) أن أكثر المعاملات تأثيراً على اكتساب مهارات البرنامج المقترح كانت عند متغير الدخل ثم الحالة الاجتماعية، فالتعليم وتساوت عند كل من متغير المهنة والعمر، وبالنسبة لتأثير هذه المتغيرات عند مهارة الغسيل فكان العمر أكثر تأثيراً ثم المهنة فالحالة الاجتماعية ثم التعليم فالدخل.

أما بالنسبة لمهارة التحفيف فكان المتغير الأكثر تأثيراً متغير المهنة ثم الحالة الاجتماعية والتعليم على السواء ثم متغير العمر وأخيراً الدخل، تبعاً لقيم معاملات التحديد. ولمهارة الكي كان المتغير الأكثر تأثيراً في اكتسابها الدخل ثم المهنة فالحالة الاجتماعية ثم العمر وأخيراً التعليم.

بعد التأكد ان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الاختبار القبلي والبعدي لجميع محاور الدراسة وفي هذا الجزء سوف يتم اختبار ما إذا كان هناك فروق بين هذه المحاور على أساس متغيرات الدراسة وفيما يلي نتائج هذا التحليل.

وجداول (٢١) يوضح قيم الدلالة لكل متغيرات الدراسة لكل محاور الاستبيان والتي بلغت مستوى الدلالة (٠,٠١) مما يعني أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الاختبار القبلي والبعدي لجميع محاور الاختبار المهاري.

كما يتضح من جدول (٢١) أيضاً أن الفروق بين الاختبار القبلي والبعدي لصالح الاختبار البعدي وذلك لأن متوسطات الاختبار البعدي لكل محاور الدراسة أكبر من متوسطات الاختبار القبلي.

وللتحقق من الفروق بين محاور الاختبار المهاري تم إجراء تحليل كروسكال واليز للاختبار البعدي لمعرفة هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية وترتيب محاور الاختبار المهاري طبقاً لمتوسط الرتب.

يتضح من جدول (٢٢) أنه ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين محاور الاختبار المهاري الثلاثة وذلك لأن قيمة الدلالة = ٠,٥٦ وهي أكبر من مستوى الدلالة ٠,٠٥ ولمعرفة ترتيب هذه المحاور.

جدول رقم ٢١. تحليل التباين المتعدد للاختبار المعرفي على اساس متغيرات الدراسة (التعليم - الدخل - المهنة - الحالة الزوجية - العمر)

العمر	الحالة الاجتماعية		المهنة		الدخل		التعليم		حجم العينة	الانحراف المعياري	المتوسط	بيان	الخطأ
	الدلالة	الخصومية	الدلالة	الخصومية	الدلالة	الخصومية	الدلالة	الخصومية					
١٥,٨	١٥,٨	٢٤,٦	١٩,٧٦	٤٢,٢	١٩,٧٦	١٩,٧٦	٢٤,٦	١٢٢	١,٣٦٣٦٩	٢٢,٠٧	قبل	النسب	
٣٠,٣	٣٠,٣	٣٣,٠٢	٤٣,٣	٧٨,٠٤	١٩,٩	١٩,٩	٣٣,٠٢	١٤٢	١,٣٦٣٦٩	١,٣٧٩٣	بعد	التحقيق	
١٨,٨	١٨,٨	٢٨,٢٣	٣٣,٦	٥٢,٣٣	١٢,٦٤	١٢,٦٤	٢٨,٢٣	١٤٢	١,٣٦٣٦٩	٤٥١٦	قبل	الكي	
٣٤,٦	٣٤,٦	٤٣,٨٥	٣٨,٥	٨٤,٢٣	١٤,٣	١٤,٣	٤٣,٨٥	١٤٢	١,٤٢٩٠٩	١,٣٠١١	بعد	الخصوم الكلي	
								١٤٢	٢,٧٧٨٦١	١,٦٩٨٦	بعد		

جدول رقم ٢٢. الفروق الأحصائية بين محاور الأختبار المهاري الثلاثة

المحور	متوسط الرتب	كا	د.ج	الدلالة
الغسيل	١,٩٦	١,١٦	٣	٠,٠٥٦
التجفيف	٢,١			
الكي	١,٩٦			

جدول رقم ٢٣. معاملات التحديد (ر) %

التعليم	التخطيط للشراء	مهارات الشراء	حقوق الشراء	العناية بالملابس	الكلبي
التعليم	٣٤	٣٩	٤٩	٦١	٦٢
الدخل	٣٥	٦٣	٥٠	٣٨	٥٤
المهنة	٥٩	٦٦	٦٥	٥٣	٧٨
الحالة الاجتماعية	٥٨	٧٢	٥٨	٦٥	٧٥
العمر	٦٩	٥٨	٥٤	٦١	٧١

الاستنتاجات:

٦- رضا أمين، حماية المستهلك في ظل الشريعة الإسلامية، رسالة دكتوراه، كلية التجارة، جامعة الأزهر، ١٩٧٨م.

٧- سليم محمد البرلسي، دور المدرسة في تنمية الوعي الاستهلاكي لدى تلاميذ الحلقة الثانية من التعليم الأساسي، رسالة ماجستير، كلية التربية، جامعة المنوفية ١٩٩٤م.

٨- سماح محمد سعيد، السلوك الشرائي للمرأة المصرية وأثره على اختيار الاستراتيجيات التسويقية للسلع الاستهلاكية، رسالة ماجستير، اقتصاد منزلي، جامعة حلوان، ٢٠٠٤م.

٩- سهام علي عبد الحافظ مرسي، أثر برنامج إرشادي مقترح في التعليم الذاتي للكبار على تنمية الوعي الاستهلاكي لديهم رسالة ماجستير، جامعة حلوان، ١٩٩٩م.

١٠- طلعت منصور، أسس علم النفس الإحصائي، الأنجلو المصرية، القاهرة ١٩٨٨م.

١١- علي محمد عبد الوهاب، عايدة خطاب، إدارة الموارد البشرية، كلية التجارة عين شمس، القاهرة ٢٠٠٢م.

١٢- محمد المحمد، مفاهيم وآليات حماية المستهلك ودور الجمعية، ندوة واقع وآفاق حماية المستهلك في المملكة العربية السعودية (غرفة الشرقية)، ١/٣/٢٠٠٩م.

١٣- محمد صلاح المؤذن، مبادئ التسويق، دار الثقافة، عمان ١٩٩٩م.

١٤- محمد عبد الخالق دعبس، تأثير أُمم المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية على الإنفاق والاستهلاكي السلعي المؤتمر القومي الثامن للاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية ٢٠٠٤ (فبراير).

في ضوء نتائج البحث تم التوصل إلى فاعلية البرنامج المقترح في:

نمو درجة الوعي الاستهلاكي لدى المرأة السعودية باختلاف عمرها ومهنتها ومستوى تعليمها ومستوى الدخل لديها.

اكتساب المعارف المرتبطة بمجموعة من الموضوعات المتعلقة بالتخطيط للشراء ومهارات وحقوق المستهلك والعلامة التجارية والعناية بالملابس.

اكتساب المهارات الخاصة بمعاملة الملابس حسب طبيعتها في مراحل غسلها وتجفيفها وكيها.

المراجع

١- إبراهيم الخليف، المواصفات والمقاييس السعودية وإجراءات التحقق والمطابقة ندوة واقع وآفاق حماية المستهلك في المملكة العربية السعودية (غرفة الشرقية)، ١/٣/٢٠٠٩م.

٢- أحمد شاكر العسكري، دراسات تسويقية متخصصة، دار زهران، عمان ٢٠٠٠م.

٣- أحمد علي سليمان، سلوك المستهلك بين النظرية والتطبيق، معهد الإدارة العامة، مركز البحوث، جدة ٢٠٠٠م.

٤- إيناس ماهر بدير، فاعلية برنامج إرشادي لتنمية الوعي الاستهلاكي لدى الأطفال، رسالة ماجستير، اقتصاد منزلي، جامعة حلوان ١٩٩٩م.

٥- الرسالة التي تصورت من المكتبة بالكلية.

17-Robest O. Consumerism – Jornal of marketing vole.
34, Puplished by The American Marketing
Association, 1970.

١٥-محمد عبد الغنى هلال ، مهارات تعليم الكبار، مكتبة القاهرة
الكبرى، القاهرة ، ١٩٩٩م.

١٦-نعمة قبان وآخرين، دور الصحافة النسائية في تنمية الوعي
الاستهلاكي لدى ربوات الأسرة، المؤتمر القومي الثامن للاقتصاد
المتزلي، جامعة المنوفية (١٥-١٦) فبراير ٢٠٠٤م.

SUMMARY

A program to Develop Consumption Awareness Among Saudi Women

Maha Abd-Allah Al-dopagh

A study of suggestion program effectiveness in developing clothes consumption awareness of Saudi woman, Jeddah Governorate, Saudi Arabia Kingdom.

The main objective of this research was to study of suggestion program effectiveness in developing clothes consumption awareness of Saudi woman. A sample of 142 respondents was randomly selected. Data collected were analyzed by using percentage, average, correlation, multiple regression.

The main results were as follows:

1. Results showed that the large majority of interviewees graduated, 13% of the respondents family incomes was 2000 SR, and the majority of the respondent were married.
2. Finding of the study revealed that there is a significant relationship between the independent variables which are education, monthly family incomes, jobs, marital situation, and age and the two dependent variables which are the knowledge and skills of the interviewees