

السلوك الشرائي للأمهات السعوديات لملابس أطفالهن

إعداد الباحثة/ أ.م.د / فريال سعيد أحمد سلوم

---

السلوك الشرائي للأمهات السعوديات لملابس أطفالهن  
**The Purchasing Behavior of the Saudi Mothers to their  
Children's Clothes**

إعداد

أ.م.د / فريال سعيد أحمد سلوم

استاذ مساعد التشكيل على المانيكان

قسم تصميم الأزياء، كلية التصميم و الفنون ، جامعة الملك عبد العزيز

٢٠١٧

## السلوك الشرائي للأمهات السعوديات لملابس أطفالهن

أ.م.د. / فريال سعيد أحمد سلوم

استاذ مساعد التشكيل على المانيكان قسم تصميم الأزياء، كلية التصميم والفنون ، جامعة الملك عبد العزيز

### ملخص البحث

هدف البحث إلى دراسة السلوك الشرائي للأمهات السعوديات لملابس أطفالهن وتأثير كل من العوامل الشخصية والاجتماعية والاقتصادية للأم على سلوكها الشرائي لملابس أطفالها. وقد أجري البحث على عينة غرضية قوامها (١٤٠) من الأمهات السعوديات بمحافظة جدة ومن مستويات علمية واجتماعية واقتصادية مختلفة، اتبع البحث المنهج الوصفي وتم جمع بيانات البحث باستخدام استمارة استبيان لعينة الأمهات السعوديات، وأوضحت نتائج الدراسة وجود علاقة معنوية دالة احصائيا عند مستويات مختلفة بين العوامل الشخصية والعلمية والاجتماعية والاقتصادية لعينة الأمهات وبين سلوكهن الشرائي.



---

## The Purchasing Behavior of the Saudi Mothers to their Children's Clothes.

By

Ferial Said Ahmed Salloum

Assistant Professor of Design, Department of Fashion Design, College of Arts and Design, King Abdulaziz University.

### Abstract:

The research aims to Study the Purchasing behavior of the Saudi mothers to their children's clothes, and to study the effect of the personal, social and economic Factors of the mother on the Purchasing behavior of her children's clothes. The Study was Carried out on an objective Sample of (140) Mothers of Saudi women in Jeddah Governorate, and were of different social, economic and scientific levels. The Study Followed the descriptive approach, and the data were Collected using a questionnaire to a sample of the Saudi mothers. The result of the Study Showed that there exists a significant Statistical Correlation at different levels between the Personal Scientific, Social and economic Factors of the mothers and their Purchasing behaviors.



## المقدمة ومشكلة البحث:-

المقدمة :

تشكل ملابس الأطفال جانباً أساسياً من الصناعات الملبسية الجاهزة؛ لما تتطلبه من مواصفات خاصة لتلائم مع طبيعة وخصائص المرحلة العمرية للطفل. حيث يصاحب نمو الطفل عدة تغيرات جسمية ونفسية، وتلك التغيرات تعد أساساً في عملية تصميم وتنفيذ ملابسه حتى تعطي المنفعة المطلوبة من استخدامها وتفي بحاجاته الفسيولوجية والنفسية والاجتماعية (٦)، فالطفل الصغير لا يهتم بملبسه إلا في إطار كون هذا الملبس عملياً لا يعطل حركته ونشاطه، ويهمه كذلك أن يكون ملبسه مقبولاً لدى زملاءه لا يجلب له السخرية والاستهزاء (١٠). فالملابس تؤثر على مزاج الطفل فيشعر بالسعادة والراحة والرضا والثقة بالنفس إذا كانت جيدة الصنع مريحة ومضبوطة على جسمه، أما إذا كانت غير لائقة فتؤثر عكسياً عليه (٩).

إن النمو العقلي للطفل لم يصل إلى المستوى الذي يستطيع أن يختار ملابسه بمفرده وتقوم الأم بهذا الدور ، حيث تختار له الملابس الملائمة بغرض الحماية كوظيفة أساسية، ثم الراحة والمتانة لتتحمل حركات الطفل المستمرة بالإضافة إلى اختيار الخامة الجيدة واللون المناسب وبعض الخصائص المرغوبة في ملابس الطفل مثل مقاومة الإلتساخ وسهولة العناية بها (١٥). وبما أن ملابس الطفل تؤثر على شخصيته وسلوكه فهي أيضاً مرآة تعكس شخصية وذوق وثقافة أمه وربما المستوى الاجتماعي للأسرة، فعلى الأم معرفة ما يناسب الخصائص العمرية لطفلها حتى تتمكن من شراء الملبس السليم المناسب، فعملية شراء ملابس الأطفال ليست بالمهمة السهلة كما يراها البعض ، فكم من قطعة ملبسية يتم شراؤها، وبعد ذلك تكتشف الأم عدم مناسبتها لطفلها سواء من حيث الخامة والجودة أو اللون أو المقاس أو التصميم.

وهناك بعض الصعوبات التي تواجه مستهلكي الملابس والمنسوجات عند الشراء فبالرغم من وضوح أهمية المستهلك في ميدان التسويق فإنه في أغلب الأحيان ليس لديه الخبرة التي تكفل له حسن الاختيار من بين النسيج والملابس التي كثرت وتعددت أنواعها فهو لا يعرف الكثير عن جودة النسيج والملابس الموجودة في الأسواق أو عدالة أثمان بيعها، كما أن بعض مستهلكي الملابس يمكن تضليلهم بسهولة بالنسبة لما يشترونه من أنواع الملابس؛ وذلك لقدرة المنتج على اخفاء النقص في جودة السلعة وذلك باستعمال خامة غير جيدة مع الحرص على أن يكون لون النسيج رائعاً، الأمر الذي يغري المستهلك عند شراء الملابس دون أن يظن إلى النقص في جودة الخامة نفسها (١٠). فعلى قدر ثقافة الأم ووعيها

يتوقف سلوكها الشرائي لملابس طفلها، والأم المثقفة الواعية التي تسلك الأسلوب الصحيح لشراء ملابس طفلها ولها القدرة على انتقاء الملابس السليم من بين الكم الهائل من الملابس والذي يظهر طفلها بالمظهر اللائق الذي يساعد على بناء شخصيته المتكاملة. وفي ضوء ما سبق يحاول البحث الحالي دراسة السلوك الشرائي للأمهات السعوديات لملابس أطفالهن كما يدرس تأثير كل من العوامل الشخصية والاجتماعية والاقتصادية التي تؤثر على الأسلوب الشرائي للأم، حيث أن هناك الكثير من العوامل التي تتفاعل فيما بينها وتؤثر على سلوك المستهلك الشرائي، وقد وجد أن خصائص المستهلك هي أحد المؤثرات الأساسية على السلوك الشرائي وهذه الخصائص هي نتاج لمجموعة من المتغيرات العديدة والمتداخلة بعضها سيكولوجي كامن في ذات الفرد وبعضها ثقافي أو اجتماعي مستمدة من البيئة التي يعيشها، وتلعب هذه العوامل دورها في التأثير على سلوك الفرد (١٧).

وبالتالي تتلخص مشكلة البحث في التساؤلات التالية:

- ١- ما الأسلوب الذي تسلكه الأمهات في شراء ملابس أطفالهن؟
- ٢- ما العلاقة بين العوامل الاجتماعية والعلمية والاقتصادية للأمهات السعوديات وبين أسلوبهن في شراء ملابس أطفالهن؟

اهداف البحث: يهدف البحث الحالي إلى:

- ١- دراسة السلوك الشرائي للأمهات السعوديات لملابس أطفالهن .
- ٢- دراسة تأثير كل من العوامل الاجتماعية والعلمية والاقتصادية على السلوك الشرائي للأم لملابس طفلها.

فرض البحث:

- ١- توجد علاقة ارتباطية دالة معنوياً بين الخصائص الاجتماعية والعلمية والاقتصادية لعينة البحث وهي (عمر الأم، والمستوى التعليمي، والعمل، والدخل الشهري، والسكن، وعدد الأطفال) وبين أسلوب شراء ملابس أطفالهن.

المصطلحات:

سلوك المستهلك: هو تحديد طريقة الجماعات أو الأفراد في اختيار أو شراء أو استخدام السلع لتلبية رغباتهم وحاجاتهم الخاصة (٢٠).



السلوك الشرائي: هي المرحلة التي ترتبط بمستوى التأثير في السلوك والتي تستهدف بناءً حركياً معيناً لدى الأفراد، وتعديل أنماطه ودوافعه ورغباته، وتغييرها في الاتجاه المستهدف من الإعلان لتحقيق الاستجابة المرغوبة من عملية الاتصال الإعلاني (٨).

العوامل الاجتماعية: تُعرف إجرائياً على أنها عمر الأم وعدد الأطفال.

العوامل العلمية: تُعرف إجرائياً على أنها المستوى التعليمي للأم من مستوى غير المتعلمات وحتى فوق مستوى التعليم الجامعي.

العوامل الاقتصادية: تُعرف إجرائياً على أنها الدخل الشهري ، ومستوى السكن، وعمل الأم.

### الدراسات السابقة :

استعانت الباحثة بعدد من الدراسات السابقة وثيقة الصلة بموضوع البحث فقد ذكرت لمياء عبد الفتاح (٢٠١٣) في دراسة بعنوان "برنامج ارشادي لتوعية ربة الأسرة بالصحة الملابسية" هدفت إلى اعداد برنامج ارشادي يحتوي على مجموعة من المعارف المرتبطة بكل من (الخامات النسجية ، ملابس الأطفال ، ملابس النساء ، ملابس الرجال وكبار السن). وقد توصلت إلى نتائج: أنه لا يتوفر لدى ربات البيوت وعي بالكثير من المعارف الخاصة بالصحة الملابسية، وأن البرنامج له دور كبير في توعية ربات الأسر بالصحة الملابسية . وأضافت هالة الخير(٢٠١٢) في دراسة بعنوان "دراسة مدى معرفة المرأة بمحتويات البطاقة الإرشادية في مدينة بغداد" قامت خلالها بإعداد اختبار من ( ٣٠ ) فقرة وزعت على ( ٤ محاور) يخص المعلومات الأساسية التي ينبغي للمرأة معرفتها . طبق الاختبار على (١٠٠) مستجيبة وأظهرت النتائج تدني مستوى المعرفة بهذا الخصوص وخاصة في محور الرموز البحثية.

وأشارت ابتسام محمد وسعدية الحداد (٢٠٠٢) في دراسة بعنوان "برنامج ارشادي مقترح لتنمية الوعي الملابسية للأمهات نحو ملابس أطفالهن حديثي الولادة" تهدف الدراسة إلى التعرف على ملابس الطفل حديثي الولادة من حيث عددها ومصادر الحصول عليها والعادات والممارسات الخاطئة التي تتبعها الأم لطفلها، وكذلك طرق العناية والكشف عن انزيم الليبيز ونسبة الكلور في المنظفات، بالإضافة إلى دراسة اقتصادية لملابس الطفل المحاكاة بالمنزل ومثيلتها الجاهزة، وتم جمع البيانات عن طريق استمارة استبيان على عينة عشوائية عددها (١٢٠) أم لطفل حديثي الولادة، ومن أهم النتائج أن ٦٢,٥% من الأمهات يستعن بملابس طفلهن السابق للمولود الجديد، كما أن تكاليف الملابس الجاهزة تفوق تكاليف الملابس المحاكاة بالمنزل.

وعن العادات والسلوك الملابسية فذكرت هدى سلطان التركي (١٩٩٢) في دراسة بعنوان "عادات وسلوك شراء الملابس بين الفتيات السعوديات في منطقة الرياض" تكونت عينة الدراسة من طالبات من مختلف مستويات



## السلوك الشرائي للأمهات السعوديات لملابس أطفالهن

إعداد الباحث / أ.م.د. / فريال سعيد أحمد سلوم

المدارس ، وتوصلت الدراسة إلى أن ٩٣% من العينة تشتري الملابس الجاهزة أو التي تخاط محلياً والأكثر شعبية منها ذات السعر المتوسط، و ٧% من العينة يفضلن شراء الملابس من الخارج من الدول الأوروبية لكونها تساير خطوط الموضة وذات ألوان متناسقة وسعر مناسب.

**الأسلوب البحثي:**

**منهج البحث:**

اتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي لتحقيق أهداف البحث وفروضه نظراً لاعتماده على دراسة الواقع وجمع المعلومات والبيانات وتصنيفها وتنظيمها والتعبير عنها تعبيراً كيفياً أو كمياً (١٣).

**حدود البحث :**

**الحدود البشرية:** تمثلت عينة البحث في عينة غرضية لأمهات الأطفال السعوديات بمحافظة جدة وعددهن (١٤٠) أم من مستويات اجتماعية واقتصادية وتعليمية مختلفة وذلك من منطقة شرق جدة بحي السامر.

**الحدود المكانية:** أجري البحث في كلية التصاميم والفنون، جامعة الملك عبد العزيز، بجدة حي السامر.

**الحدود الزمانية:** أجري البحث في عام ١٤٣٧ هـ - ٢٠١٦ م.

**أدوات البحث:** تكونت أدوات البحث من استبانة مغلقة اشتملت على (١٤) بند. تم عرضها في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمات المتخصصات؛ لإبداء الرأي في محتواها ، ومدى توافر الصياغة اللغوية السليمة ووضوح العبارات وشمولها للأهداف المراد قياسها، وقد أجمع المحكمات على صلاحية الاستبانة للغرض الذي أعدت لأجله وبذلك تكون صالحة للتطبيق



## السلوك الشرائي للأمهات السعوديات لملابس أطفالهن

إعداد الباحث / أ.م.د. / فريال سعيد أحمد سلوم

### النتائج ومناقشتها

يوضح جدول (١) السمات الشخصية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية للأمهات السعوديات والتي يمكن أن تؤثر على سلوكهن الشرائي لملابس أطفالهن:

جدول (١) يوضح خصائص عينة البحث

البيانات	فئات	عدد	النسبة
عمر الأم	أقل من ٢٠ سنة	٠	%٠
	٢٠-٣٠	٥٩	% ٤٢.١
	٣١-٤٠	٥٥	% ٣٩.٣
	أكثر ٤٠	٢٦	% ١٨.٦
	المجموع	١٤٠	% ١٠٠
المستوى التعليمي	أمي	٢	%١.٤
	ابتدائي	٣	%٢.١
	متوسط	٦	%٤.٣
	ثانوي	٢٠	%١٤.٣
	جامعي	٩٢	% ٦٥.٧
	فوق جامعي	١٧	%١٢.١
	المجموع	١٤٠	% ١٠٠
العمل	عاملة	٩٣	% ٦٦.٤
	غير عاملة	٤٧	% ٣٣.٥
	المجموع	١٤٠	% ١٠٠
الدخل الشهري	أقل من ٤٠٠٠	١٧	%١٢.١
	٤٠٠٠ - ٦٠٠٠	٣٨	% ٢٧.١
	٦٠٠١ - ٩٠٠٠	٣٧	% ٢٦.٤
	من ٩٠٠١ فأكثر	٤٨	% ٣٤.٣
	المجموع	١٤٠	% ١٠٠
عدد الأبناء	من ١-٢	٨٠	% ٥٧.١
	من ٣ - ٤	٤٦	%٣٢.٨٥
	من ٥ - ٦	٥	% ٣.٦
	أكثر من ٦	٩	% ٦.٤
	المجموع	١٤٠	% ١٠٠
السكن	منزل شعبي	٩	% ٦.٤
	شقة	١٠٢	% ٧٢.٩
	فيلا	٢٩	% ٢٠.٧
	المجموع	١٤٠	% ١٠٠





## السلوك الشرائي للأمهات السعوديات لملابس أطفالهن

إعداد الباحث / أ.م.د. / فريال سعيد أحمد سلوم

يتضح من جدول (١) أن ٤٢,١% من الأمهات اللاتي استجبن للاستبانة هن من الفئة العمرية ما بين ٢٠ إلى ٣٠ سنة ، و ٣٩,٣% منهن من الفئة العمرية ما بين ٣١ إلى ٤٠ سنة ، في حين أن ١٨,٦% منهن أكثر من ٤٠ سنة ومن الملاحظ عدم تجاوب الفئة العمرية الأقل من ٢٠ سنة ، كما يتضح أن ٦٥,٧٠% من الأمهات المستجيبات للاستبانة قد أكملن تعليمهن الجامعي وهن الأكثر نسبة ، يليهن الأمهات اللاتي قد أكملن تعليمهن إلى المرحلة الثانوية بنسبة ١٤,٣٠% ، ونسبة ١٢,١٠% للأمهات اللاتي أكملن تعليمهن بعد الجامعة ، أما الأميات فقد بلغت نسبتهن ١,٤%. كما بلغت نسبة الأمهات العاملات ٦٦,٤% في حين الغير عاملات نسبتهن ٣٣,٥% ، يتضح أيضاً أن ٣٤,٣% من الأمهات المستجيبات للاستبانة دخلهن الشهري مرتفع جداً يصل لأكثر من تسع آلاف ريال سعودي شهرياً ، و ٢٧,١% منهن دخلهن الشهري متوسط ما بين ٤٠٠٠ إلى ٦٠٠٠ ريال شهرياً ، أما ذوي الدخل الشهري المنخفض الأقل من أربع آلاف ريال بلغت نسبتهن ١٢,١%. أيضاً ٥٧,١% من أمهات عينة البحث لديهن من طفل إلى طفلين ، بينما ٣٢,٨% منهن لديهن من ثلاث إلى أربع أطفال و ٦,٤% منهن لديهن أكثر من ست أطفال . أما بالنسبة للسكن فأغلب الأمهات المستجيبات للاستبانة يسكن في الشقق حيث بلغت نسبتهن ٧٢,٩% ونسبة ٢٠,٧% منهن يسكن في الفلل و ٦,٤% منهن يسكن في منازل شعبية .

### ثانياً : سلوك الأمهات في شراء ملابس أطفالهن والسمات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية:

١- العلاقة بين عمر الأم وسلوك الشراء :

أظهرت نتائج جدول (٢) أن معظم أمهات العينة باختلاف مراحل أعمارهن يحرصن على شراء ملابس أطفالهن بأنفسهن بنسبة ٨٤,٣% فشراء الأم لملابس طفلها يعد أمر هام تحرص عليه الأمهات ، ويزداد الحرص لدى الفئة العمرية من (٢٠-٣٠ سنة) حيث بلغت نسبة حرصهن ٨٩,٩% وتقل النسبة تدريجياً كلما تقدم العمر بهن بنسب (٨١,٨ - ٧٦,٩%) ؛ وقد يُعزى ذلك إلى تقدم العمر وزيادة عدد الأبناء وزيادة المسؤولية وانشغال الأمهات بهن ، كما نلاحظ أن أكثر من نصف العينة بنسبة ٦٣,٦% يحصلن على ملابس أطفالهن من مراكز التسوق الكبيرة وترتفع النسبة للأمهات الأصغر سناً من (٢٠-٣٠ سنة) بنسبة ٦٩,٥% يليهن الأمهات من سن (٣١-٤٠) بنسبة ٦٥,٥% ، بينما تقل النسبة لدى الأمهات الأكبر سناً بنسبة ٤٦,٢% ، كما يتقارب سلوك الأمهات في الحرص على الماركة ومعرفة بلد المنشأ بنسب (٤٠,٧%-٤١,٨%-٤٢,٣%) على التوالي ، أيضاً نجد أن نسبة قليلة من الأمهات بلغت ٢٠,٧% تحرص على قراءة البطاقة الإرشادية قبل الشراء ويقل الاهتمام أيضاً كلما تقدم بهن العمر بنسبة ١١,٥% ، كما يتضح من السلوك الشرائي للأمهات العينة عموماً عدم اهتمامهن وحرصهن على اختبار خامة الملابس قبل الشراء بدعكها للتأكد من ثبات ألوان



## السلوك الشرائي للأمهات السعوديات لملابس أطفالهن

إعداد الباحث / أ.م.د. / فريال سعيد أحمد سلوم

جدول (٢) يوضح العلاقة بين عمر الأمهات وسلوكهن في شراء ملابس أطفالهن

المستوى المعنوي	معامل الارتباط	P-value	n	Chi-square	المجموع		أكثر من 40		31 - 40		20 - 30		سلوك
					%	ع	%	ع	%	ع	%	ع	
غير معنوي	.139	.261	2	2.686	84.3	118	76.9	20	81.8	45	89.9	53	تحرصى على شراء ملابس طفلك بنفسك؟
معنوي	.324	.005	4	14.684	63.6	89	46.2	12	65.5	36	69.5	41	يتم شراء ملابس طفلك من مراكز التسوق الكبيرة؟
معنوي	.290	.019	4	11.788	12.1	17	30.8	8	7.3	4	8.5	5	يتم شراء ملابس طفلك من الأسواق الشعبية؟
غير معنوي	.188	.292	4	4.950	12.1	17	11.5	3	7.3	4	16.9	10	يتم شراء ملابس طفلك من النت؟
غير معنوي	.109	.796	4	1.670	41.4	58	42.3	11	41.8	23	40.7	24	تحرصى على اختيار الماركة و معرفة بلد المنشأ لملابس طفلك؟
غير معنوي	.175	.370	4	4.274	7.1	10	15.4	4	5.5	3	5.1	3	تحرصى على شراء الملابس المحلية الصنع؟
غير معنوي	.128	.683	4	2.290	20.7	29	11.5	3	25.5	14	20.3	12	تحرصى على قراءة البطاقة الإرشادية قبل الشراء؟
غير معنوي	.226	.130	4	7.123	58.6	82	50	13	61.8	34	59.3	35	تحرصى على معرفة نوع خامه ملابس طفلك عند الشراء؟
غير معنوي	.147	.554	4	3.022	15.7	22	11.5	3	12.7	7	20.3	12	تحرصى على اختبار خامه الملابس قبل الشراء بدعكها للتأكد من ثبات الألوان؟
معنوي	.305	.011	4	13.052	74.3	104	61.5	16	87.3	48	67.8	40	تحرصى على اختيار الخامه التي تتحمل عمليات الغسيل المتكرر لملابس طفلك؟
غير معنوي	.201	.227	4	5.647	50.7	71	50	13	45.5	25	55.9	33	تحرصى على شراء الخامه الجيده بالرغم من ارتفاع الثمن؟
غير معنوي	.215	.167	4	6.466	62.9	88	42.3	11	67.3	37	67.8	40	يجذبك عند الشراء شكل التصميم ومسارته لخطوط الموضه؟
معنوي	.353	.002	4	17.491	75.7	106	53.8	14	81.8	45	79.7	47	يجذبك عند الشراء لون التصميم؟
غير معنوي	.227	.125	4	7.208	79.3	111	61.5	16	85.5	47	81.4	48	يجذبك عند الشراء خامه القطعة الملابسيه؟

الصبغات التي من الممكن أن تذوب أثناء الغسيل وتختلط الألوان مما يتسبب في خسارة القطعة أو تذوب مع عرق الطفل فيمتص الجلد تلك الصبغات الضارة مسببة له التهابات ومشاكل صحية حيث بلغت النسبة ١٥.٧% وهي نسبة ضئيلة، أما بالنسبة للعوامل التي تجذب أمهات العينة وتؤثر على قرارهن الشرائي فكان أعلى نسبة للخامه حيث بلغت ٧٩.٣% وترتفع عند الفئة العمرية من (٣١-٤٠) بنسبة ٨٥.٥% يليهن الفئة من (٢٠-٣٠ سنة) بنسبة ٨١.٤% بينما تنخفض للفئة الأكبر سناً (أكثر من ٤٠) بنسبة ٦١.٥%،

## السلوك الشرائي للأمهات السعوديات لملابس أطفالهن

إعداد الباحث / أ.م.د. / فريال سعيد أحمد سلوم

كما يتقارب تأثير عامل الشراء على سلوك الفئات العمرية من (٢٠-٣٠ سنة) و (٣١-٤٠) لشكل تصميم الملابس ومسايرته للموضة الذي يجذب الأمهات بنسب (٦٧.٨%-٦٧.٣%) بينما ينخفض للفئة الأكبر سناً (أكثر من ٤٠) بنسبة ٤٢.٣% ويدراسة العلاقة بين أعمار الأمهات وسلوكهن الشرائي لملابس أطفالهن نجد أن هناك علاقة معنوية بين عمر الأم وعامل شراء ملابس الطفل من مراكز التسوق الكبيرة عند مستوى (٠,٠٠٥) ، كذلك أسلوب شراء ملابس الطفل من الأسواق الشعبية عند مستوى (٠,٠٠١)، واختيار الملابس التي تتحمل عملية الغسيل المتكرر عند مستوى (٠,٠٠١) وأخيراً عامل اللون عند مستوى (٠,٠٠٢).



# السلوك الشرائي للأمهات السعوديات لملابس أطفالهن

إعداد الباحث / أ.م.د. / فريال سعيد أحمد سلوم

## - العلاقة بين المستوى التعليمي للأم وسلوك الشراء :

جدول ( ٣ ) يوضح العلاقة بين المستوى التعليمي للأمهات و سلوكهن في شراء ملابس أطفالهن

مستوى المعنوية	معامل التوافق	P-value	د.ج	Chi-square	المجموع		فروق الجامعي		جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		غير		سلوك الشراء عبارات التعليم
					%	ع	%	ع	%	ع	%	ع	%	ع	%	ع	%	ع	
معنوي	.331	.009	5	15.317	84.3	118	70.6	12	88	81	90	18	83.3	5	66.7	2	0	0	تحرصني على شراء ملابس طفلك بنفسك
معنوي	.841	.000	10	98.926	63.6	89	64.7	11	70.7	65	40	8	66.7	4	33.3	1	0	0	يتم شراء ملابس طفلك من مراكز التسوق الكبيرة
معنوي	.434	.003	10	26.411	12.1	17	5.9	1	12	11	5	1	0	0	66.7	2	100	2	يتم شراء ملابس طفلك من الأسواق الشعبية ؟
غير معنوي	.272	.407	10	10.393	12.1	17	0	0	16.3	15	5	1	16.7	1	0	0	0	0	يتم شراء ملابس طفلك من النت ؟
غير معنوي	.352	.066	10	17.378	41.4	58	29.4	5	45.7	42	45	9	33.3	2	0	0	0	0	تحرصني على اختيار الماركة و معرفة بلد المنشأ لملابس طفلك ؟
معنوي	.444	.002	10	27.584	7.1	10	5.9	1	5.4	5	0	0	16.7	1	66.7	2	50	1	تحرصني على شراء الملابس المحلية الصنع ؟
غير معنوي	.313	.188	10	13.685	20.7	29	23.5	4	16.3	15	40	8	33.3	2	0	0	0	0	تحرصني على قراءة البطاقة الإرشادية قبل الشراء
معنوي	.392	.018	10	21.554	58.6	82	58.8	10	63	58	55	11	50	3	0	0	0	0	تحرصني على معرفة نوع خامة الملابس عند الشراء
غير معنوي	.226	.713	10	7.135	15.7	22	17.6	3	13	12	30	6	16.7	1	0	0	0	0	تحرصني على اختيار خامة الملابس قبل الشراء بدعها للتأكد من ثبات الألوان ؟
غير معنوي	.282	.338	10	11.259	74.3	104	58.8	10	80.4	74	65	13	83.3	5	33.3	1	50	1	تحرصني على اختيار الخامة التي تتحمل عمليات الغسيل المتكرر ؟
معنوي	.427	.005	10	25.476	50.7	71	52.9	9	52.2	48	50	10	50	3	33.3	1	0	0	تحرصني على شراء الخامة الجيدة بالرغم من ارتفاع الثمن ؟
غير معنوي	.341	.093	10	16.242	62.9	88	58.8	10	66.3	61	50	10	83.3	5	0	0	100	2	يجذبك عند الشراء شكل التصميم ومسابرة لخطوط الموضة ؟
معنوي	.557	.000	10	43.503	75.7	106	64.7	11	79.3	73	70	14	100	6	33.3	1	50	1	يجذبك عند الشراء لون التصميم ؟
معنوي	.799	.000	10	89.421	79.3	111	58.8	10	83.7	77	85	17	100	6	33.3	1	0	0	يجذبك عند الشراء خامة القطعة الملابسية



## السلوك الشرائي للأمهات السعوديات لملابس أطفالهن

إعداد الباحث / أ.م.د. / فريال سعيد أحمد سلوم

يتضح من جدول (٣) أن معظم سلوك أمهات العينة وعلى مختلف المستوى التعليمي لهن يحرصن على شراء ملابس أطفالهن بأنفسهن حيث تزداد النسبة كلما ارتفع المستوى التعليمي لديهن وتندعم لدى الأميات، كما يلاحظ من السلوك الإجمالي العام لعينة الدراسة التحليلية أن ١٢.١% من الأمهات يحصلن على ملابس أطفالهن من الأسواق الشعبية وهي نسبة ضئيلة جداً بينما ترتفع النسبة لدى الأميات بنسبة ١٠٠% ونسبة ٦٦,٧% لذوات المستوى الابتدائي وتقل النسبة كلما ارتفع المستوى التعليمي، حيث تضم تلك الأسواق بعض الملابس التي تتميز برخص ثمنها؛ لأنها قد تحتوي على مواد كيميائية رديئة تستخدمها بعض المصانع في عملية صباغة وطباعة المنسوجات ويكون لها تأثير ضار على الطفل، وتؤكد على ذلك دراسة كلاً من (الحسانين، هاشم، ٢٠١٤ م) أن الملابس المجهولة الهوية التي تباع في الأسواق المحلية الشعبية تتميز بتكلفتها البسيطة، وأضرارها الصحية والبيئية الجسيمة حيث تحتوي على مستويات زائدة من مركب كيميائي يستخدم في عمليات الطباعة والصباغة كما تم اكتشاف مواد سامة ومسرطنة مثل الأمينات العضوية والفورمالين إذا تم استخدامها لفترة طويلة وهي أحد الأسباب التي تؤدي إلى زيادة احتمالات شيوع الإصابة بالسرطان وأمراض الجلد في أفراد المجتمع المحيط (٢)، يلاحظ أيضاً انخفاض نسبة سلوك الحرص لدى الأمهات عموماً بقراءة البطاقة الإرشادية واختبار الخامة بدعكها قبل الشراء للتأكد من ثبات الصبغات بنسب (٢٠.٧%، ١٥.٧%)، ونجد أن النسب معدومة عند مستوى الأمية والابتدائية وذلك لعدم معرفتهن ووعيهن بما هو مناسب وصحي لملابس أطفالهن، أما بالنسبة لشراء الملابس المحلية فبينت النتائج أن ٧,١% فقط من العينة تفضل شراء الملابس المحلية وتزيد النسبة لدى الأميات بنسبة ٥٠% وذوات المستوى الابتدائي بنسبة ٦٦,٧%، وقد يرجع ذلك إلى شرائهن من الأسواق الشعبية التي تضم تلك النوعية من الملابس، تعكس البيانات أيضاً أهمية المستوى التعليمي وتأثيره على السلوك الشرائي حيث يظهر أنه كلما ارتفع المستوى التعليمي كلما زاد الحرص على توافر الجودة بالخامة بالرغم من ارتفاع الثمن حيث يتقارب السلوك لدى المستوى الجامعي وال فوق جامعي بنسب (٥٢,٢% - ٥٢,٩%) ويتماثل السلوك لدى المستوى المتوسط والثانوي بنسبة ٥٠% ويقل بنسبة ٣٣,١% للابتدائيات وينعدم السلوك تماماً للأميات، وبدراسة العلاقة نجد أن هناك علاقة معنوية بين المستوى التعليمي للأمهات وبين سلوك الشراء عند كلاً من: الحرص على شراء ملابس الطفل بأنفسهن عند مستوى (٠,٠٩,٠٠)، و عامل شراء ملابس الطفل من مراكز التسوق الكبيرة وعامل الخامة واللون اللذان يجذبان الأمهات أثناء الشراء عند مستوى (٠,٠٠,٠٠)، وعامل الشراء من الأسواق الشعبية (٠,٠٣,٠٠)، وشراء الملابس المحلية عند (٠,٠٠,٠٢) والحرص على معرفة نوع الخامة (٠,١٨,٠٠)، وأخيراً عامل الحرص على الجودة بالرغم من ارتفاع الثمن عند معنوية (٠,٠٥,٠٠).



## السلوك الشرائي للأمهات السعوديات لملابس أطفالهن

إعداد الباحث / أ.م.د. / فريال سعيد أحمد سلوم

- العلاقة بين مهنة الأم وسلوك الشراء :

جدول ( ٤ ) يوضح العلاقة بين مهنة الأمهات و سلوكهن في شراء ملابس أطفالهن

مستوى المعنوية	معامل التوافق	P-value	د.ح	Chi-square	المجموع		غير عاملة		عاملة		سلوك الشراء	عبارات العسل
					%	ع	%	ع	%	ع		
غير معنوي	-0.02	.980	1	.001	84.9	118	84.8	39	84.9	79	تحرصي على شراء ملابس طفلك بنفسك ؟	
غير معنوي	.164	.155	2	3.370	63.3	88	71.7	33	59.1	55	يتم شراء ملابس طفلك من مراكز التسوق الكبيرة ؟	
غير معنوي	.263	.008	2	9.616	12.2	17	0	0	18.3	17	يتم شراء ملابس طفلك من الأسواق الشعبية ؟	
غير معنوي	.153	.196	2	3.257	11.5	16	10.9	5	11.8	11	يتم شراء ملابس طفلك من النت ؟	
غير معنوي	.150	.208	2	3.137	41.7	58	41.3	19	41.9	39	تحرصي على اختيار الماركة و معرفة بلد المنشأ لملابس طفلك؟	
غير معنوي	.107	.449	2	1.601	7.2	10	4.3	2	8.6	8	تحرصي على شراء الملابس المحلية الصنع ؟	
غير معنوي	.126	.332	2	2.208	20.9	29	17.4	8	22.6	21	تحرصي على قراءة البطاقة الإرشادية قبل الشراء ؟	
غير معنوي	.218	.037	2	6.605	58.3	81	63	29	55.9	52	تحرصي على معرفة نوع خامة ملابس طفلك عند الشراء ؟	
غير معنوي	.061	.774	2	.511	15.1	21	15.2	7	15.1	14	تحرصي على اختيار خامة الملابس قبل الشراء بدعها للتأكد من ثبات الألوان ؟	
غير معنوي	.057	.798	2	.451	74.1	103	71.7	33	75.3	70	تحرصي على اختيار الخامة التي تتحمل عمليات الغسيل المتكرر لملابس طفلك ؟	
غير معنوي	.103	.480	2	1.467	50.4	70	47.8	22	51.6	48	تحرصي على شراء الخامة الجيدة بالرغم من ارتفاع الثمن ؟	
غير معنوي	.136	.277	2	2.568	62.6	87	65.2	30	61.3	57	يجذبك عند الشراء شكل التصميم ومسابرة لخطوط الموضة ؟	
غير معنوي	.118	.380	2	1.933	75.5	105	80.4	37	73.1	68	يجذبك عند الشراء لون التصميم ؟	
غير معنوي	.098	.515	2	1.329	79.1	110	84.8	39	76.3	71	يجذبك عند الشراء خامة القطعة الملابسية ؟	

يتضح من جدول (٤) تقارب السلوك الشرائي لدى الأمهات العاملات وغير العاملات في شراء ملابس أطفالهن بأنفسهن بنسبة (٨٤.٩%، ٨٤.٨%)، وكذلك بالنسبة لاختبار خامة الملابس قبل الشراء بدعها للتأكد من ثبات الألوان بنسبة ١٥.١%، كما يتضح أن ٧١,٧% من الأمهات الغير عاملات يحصلن على ملابس أطفالهن من مراكز التسوق الكبيرة وتقل النسبة لدى العاملات حيث بلغت ٥٩,١%، أيضاً ينعدم السلوك الشرائي من الأسواق الشعبية للأمهات الغير عاملات في حين أن ١٨.٣% من العاملات يحصلن على ملابس أطفالهن من تلك الأسواق، وأن ٢٢.٦% فقط من الأمهات العاملات يحرصن على قراءة البطاقة الإرشادية قبل

الشراء ويقل الحرص عند الغير عاملات بنسبة ١٧.٤% وجميعها نسب ضئيلة وهن بحاجة لتوجيه وإرشاد بأهمية قراءة البطاقة الإرشادية لما تحتويه من معلومات هامة ؛ حيث تعد من الخصائص الضرورية التي يجب أن تتواجد في ملابس الأطفال لاحتوائها على معلومات كاملة عن نوع القماش ونسب الخلط المستخدمة وكيفية العناية بالقطعة من حيث التنظيف ودرجات الحرارة المناسبة للماء والكي ونسبة الانكماش المتوقعة (١٨) (١٩) فكثير من المستهلكين يعتبرونها شيئاً مزعجاً ويسارعون في التخلص منها متجاهلين الغرض الأساسي لوضعها (٤)، يظهر من الدراسة التحليلية أيضاً تقارب الأسلوب بين الأمهات العاملات وغير العاملات في الحرص على اختيار الماركة ومعرفة بلد المنشأ بنسبة (١٩،٩% - ١٣،٣%)، أما أسلوب الحرص على اختيار الخامة التي تتحمل الغسيل المتكرر فبلغ إجمالي سلوك عينة الدراسة ٧٤،١%، حيث بلغت نسبته لغير العاملات ٧١،٧% وتزيد عند العاملات بنسبة ٧٥،٣%، أيضاً تشير النتائج أن أكثر ما يجذب الأمهات غير العاملات عند الشراء ويؤثر على قرارهن الشرائي الخامة بنسبة ٨٤،٨% وتقل عند العاملات بنسبة ٧٦،٣% يليها لون التصميم بنسبة ٨٠،٤% لغير العاملات بينما تقل لدى العاملات بنسبة ٧٣،١% وأخيراً شكل التصميم ومسايرته للموضة بنسبة ٦٥،٢% لغير العاملات أما الأمهات العاملات فنسبتهن ٦١،٣%. ويدراسة العلاقة يتضح أن هناك علاقة معنوية بين سلوك الشراء والعمل للأمهات لعامل شراء ملابس الطفل من الأسواق الشعبية عند مستوى (٠،٠٨،٠٠)، وأيضاً معرفة نوع الخامة عند مستوى معنوية (٠،٣٧،٠٠).

# السلوك الشرائي للأمهات السعوديات لملابس أطفالهن

إعداد الباحث / أ.م.د. / فريال سعيد أحمد سلوم

## - العلاقة بين الدخل الشهري وسلوك الشراء

جدول ( ٥ ) يوضح العلاقة بين الدخل الشهري للأمهات و سلوكهن في شراء ملابس أطفالهن

مستوى المعنوية	معامل الارتباط	P-value	د.ج	Chi-square	المجموع		أقل من ٩٠٠٠ فئات		٦٠٠٠-٩٠٠٠		٤٠٠٠-٦٠٠٠		أقل من ٤٠٠٠		سلوك الشراء	عبارات الدخل
					%	ع	%	ع	%	ع	%	ع	%	ع		
غير معنوي	.126	.528	3	2.220	84.2	117	81.3	39	89.2	33	86.8	33	75	12	تحرصي على شراء ملابس طفلك بنفسك؟	
معنوي	.314	.013	6	16.125	63.3	88	72.9	35	65.8	21	56.8	25	43.8	7	يتم شراء ملابس طفلك من مراكز التسوق الكبيرة؟	
غير معنوي	.177	.630	6	4.348	12.2	17	12.5	6	16.2	6	7.9	3	12.5	2	يتم شراء ملابس طفلك من الأسواق الشعبية؟	
غير معنوي	.146	.814	6	2.956	12.2	17	12.5	6	18.9	7	7.9	3	6.3	1	يتم شراء ملابس طفلك من النت؟	
غير معنوي	.215	.379	6	6.407	41.7	58	39.6	19	35.1	13	50	19	43.8	7	تحرصي على اختيار الماركة و معرفة بلد المنشأ لملابس طفلك؟	
غير معنوي	.126	.901	6	2.198	7.2	10	8.1	4	8.1	3	5.3	2	6.3	1	تحرصي على شراء الملابس المحلية الصنع؟	
غير معنوي	.237	.251	6	7.833	20.9	29	14.6	7	21.6	8	26.3	10	25	4	تحرصي على قراءة البطاقة الإرشادية قبل الشراء؟	
غير معنوي	.288	.074	6	11.497	59	82	62.5	30	54.1	20	55.3	21	68.8	11	تحرصي على معرفة نوع خامه ملابس طفلك عند الشراء؟	
معنوي	.306	.042	6	13.046	15.8	22	8.3	4	10.8	4	26.3	10	25	4	تحرصي على اختبار خامه الملابس قبل الشراء بدعكها للتأكد من ثبات الألوان؟	
غير معنوي	.249	.196	6	8.618	74.8	104	66.7	32	75.7	28	78.9	30	87.5	14	تحرصي على اختبار الخامه التي تتحمل عمليات الغسيل المتكرر لملابس طفلك؟	
غير معنوي	.198	.485	6	5.473	51.1	71	56.3	27	45.9	17	52.6	20	43.8	7	تحرصي على شراء الخامه الجيدة بالرغم من ارتفاع الثمن؟	
غير معنوي	.188	.557	6	4.898	62.6	87	64.6	31	67.6	25	57.9	22	56.3	9	يجذبك عند الشراء شكل التصميم ومسارته لخطوط الموضه؟	
غير معنوي	.180	.611	6	4.491	75.5	105	72.9	35	70.3	26	78.9	30	87.5	14	يجذبك عند الشراء لون التصميم؟	
معنوي	.374	.003	6	19.469	79.1	110	72.9	35	83.8	31	84.2	32	75	12	يجذبك عند الشراء خامه القطعة الملبسية؟	





## السلوك الشرائي للأمهات السعوديات لملابس أطفالهن

إعداد الباحث / أ.م.د. / فريال سعيد أحمد سلوم

أظهرت نتائج جدول (٥) ارتفاع السلوك الشرائي للأمهات من مراكز التسوق الكبيرة بنسبة ٧٢.٩% لذوات الدخل المرتفع جداً من (٩٠٠١ فأكثر) في حين تتخفف النسبة تدريجاً كلما انخفض الدخل الشهري حيث بلغت النسب ( ٦٥,٨% - ٥٦,٨% - ٤٣,٨%) على التوالي، يلاحظ أيضاً أن أغلب الأمهات باختلاف مستويات الدخل لديهن لا يفضلن شراء ملابس أطفالهن من النت بنسبة ١٢.٢% وهي نسبة منخفضة جداً؛ وقد يعود ذلك لعدم خبرة الأمهات بطريقة الشراء من النت أو خوفهن وعدم ثقتهن بجودة خامة الملابس التي يتم تسويقها بالإنترنت لأنها تكون مجهولة ولا توجد ضوابط تحكم عملية الشراء وتحفظ حقوق المستهلك، حيث تؤكد كلاً من أبو دنيا (٢٠٠٨ م) ومحمود (٢٠١١ م) بضرورة وجود قوانين أو أخلاقيات تنظم عملية التسويق عبر الإنترنت لزيادة ثقة الجمهور بهذه الوسيلة، التي أصبحت واسعة الانتشار وأصبح بالإمكان اقتناء السلعة والحصول عليها في زمن وجيز (٥)(١٦)، يلاحظ أيضاً أن أكثر من نصف عينة الدراسة بلغت ٥٩% يحرصن في سلوكهن على معرفة خامة الملابس عند الشراء، حيث ترتفع النسبة لذوات الدخل المنخفض بنسبة ٦٨,٨% يليهن ذوات الدخل المرتفع جداً بنسبة ٦٢,٥% وتتقارب النسب بين ذوات الدخل المرتفع والمتوسط بنسب (٥٤,١%-٥٥,٣%)، يتقارب نسب السلوك أيضاً بين ذوات الدخل المتوسط والمنخفض في اختبار خامة الملابس بدعها قبل الشراء للتأكد من ثبات الألوان بنسب (٢٦,٣%-٢٥%) يليهن ذوات الدخل المرتفع بنسبة ١٠,٨% وأخيراً ذوات الدخل المرتفع جداً بنسبة ٨,٣% وجميعها نسب منخفضة، كما حققت الأمهات ذوات الدخل المنخفض أعلى نسبة حرص في اختيار الخامة التي تتحمل عمليات الغسيل المتكرر حيث بلغت ٨٧,٥% يليهن ذوات الدخل المتوسط بنسبة ٧٨,٩% ثم المرتفع بنسبة ٧٥,٧% وأخيراً ذوات الدخل المرتفع جداً بنسبة ٦٦,٧%، بينت النتائج أيضاً ٥٦,٣% من ذوات الدخل المرتفع جداً يحرصن في سلوكهن على توافر الجودة في الخامة بالرغم من ارتفاع الثمن، يليهن ذوات الدخل المتوسط ثم المرتفع وأخيراً ذوات الدخل المنخفض بنسب (٥٢,٦%-٤٥,٩%-٤٣,٨%) على التوالي، كما يلاحظ أن أكثر العوامل التي تجذب الأمهات ذوات الدخل المنخفض وتؤثر على سلوكهن الشرائي لون التصميم بنسبة ٨٧,٥% بينما عامل الخامة يعد أكثر العوامل تأثير لذوات الدخل المتوسط والمرتفع بنسبة متساوية بلغت ٨٤% وذوات الدخل المرتفع جداً بنسبة ٧٢,٩%، كما تشير النتائج أيضاً إلى وجود علاقة معنوية دالة بين سلوك شراء الأم ملابس طفلها ودخلها الشهري لعامل الشراء من مراكز التسوق الكبيرة عند مستوى (٠,١٣,٠٠) بزيادة الدخل تزيد نسبة الشراء من مراكز التسوق الكبيرة، كذلك عامل اختبار خامة الملابس قبل الشراء بدعها للتأكد من ثبات الألوان عند (٠,٤٢,٠٠) وعامل خامة الملابس عند مستوى (٠,٠٠٣)، في حين أن هناك علاقة غير معنوية لبقية المحور.

## السلوك الشرائي للأمهات السعوديات لملابس أطفالهن

إعداد الباحث / أ.م.د. / فريال سعيد أحمد سلوم

### ٥- العلاقة بين عدد الأطفال وسلوك الشراء :

جدول (٦) يوضح العلاقة بين عدد الأطفال وسلوك الأمهات في شراء ملابس أطفالهن

مستوى المعنوية	معامل التوافق	P-value	د. ح	Chi-square	المجموع		أكثر من ٦		٦-٥		٤-٣		٢-١		عبارات عن سلوك الأطفال المصراء
					%	ع	%	ع	%	ع	%	ع	%	ع	
غير معنوي	.220	.081	3	6.724	84.2	117	55.6	5	100	5	86.7	39	85	68	تحرصى على شراء ملابس طفلك بنفسك ؟
غير معنوي	.223	.331	6	6.892	63.3	88	44.4	4	100	5	64.4	29	62.5	50	يتم شراء ملابس طفلك من مراكز التسوق الكبيرة ؟
غير معنوي	201	.469	6	5.600	12.2	17	0	0	0	0	20	9	10	8	يتم شراء ملابس طفلك من الأسواق الشعبية ؟
غير معنوي	.244	.220	6	8.253	12.2	17	0	0	20	1	6.7	3	16.3	13	يتم شراء ملابس طفلك من النت ؟
غير معنوي	.215	.379	6	6.411	41	57	66.7	6	40	2	31.1	14	43.8	35	تحرصى على اختبار الماركة و معرفة بلد المنشأ لملابس طفلك ؟
غير معنوي	.201	.409	6	6.124	7.2	10	0	0	0	0	8.9	4	7.5	6	تحرصى على شراء الملابس المحلية الصنع ؟
غير معنوي	.192	.525	6	5.148	20.1	28	33.3	3	40	2	13.3	6	21.3	17	تحرصى على قراءة البطاقة الإرشادية قبل الشراء ؟
غير معنوي	.193	.519	6	5.193	58.3	81	66.7	6	40	2	55.6	25	60	48	تحرصى على معرفة نوع خامة ملابس طفلك عند الشراء ؟
غير معنوي	.167	.693	6	3.880	15.1	21	11.1	1	0	0	15.6	7	16.3	13	تحرصى على اختبار خامة الملابس قبل الشراء بدعكها للتأكد من ثبات الألوان ؟
غير معنوي	.122	.913	6	2.068	74.1	103	66.7	5	60	3	75.6	34	75	60	تحرصى على اختبار الخامة التي تحمل عمليات الغسيل المتكرر لملابس طفلك ؟
غير معنوي	.147	.811	6	2.984	50.4	70	55.6	5	60	3	42.2	19	53.8	43	تحرصى على شراء الخامة الجيدة بالرغم من ارتفاع الثمن ؟
غير معنوي	.234	.268	6	7.615	62.6	87	55.6	5	60	3	64.4	29	62.5	50	يجذبك عند الشراء شكل التصميم ومسابرة لخطوط الموضة ؟
غير معنوي	.241	.234	6	8.060	75.5	105	77.8	7	60	3	75.6	34	76.3	61	يجذبك عند الشراء لون التصميم ؟
غير معنوي	.176	.638	6	4.283	79.1	110	66.7	6	60	3	77.8	35	82.5	66	يجذبك عند الشراء خامة القطعة الملبسية ؟

توضح نتائج جدول (٦) أن أغلب أمهات العينة باختلاف عدد الأبناء لديهم يحرصن على شراء ملابس أطفالهن بأنفسهن بنسبة ٨٤.٢% كما تعكس البيانات بوجود علاقة عكسية كلما كان عدد الأبناء أكثر من ٦ يقل حرص الأمهات على شراء ملابس أطفالهن بأنفسهن وقد يرجع ذلك ؛ لزيادة عدد الأبناء وكبر حجم الأسرة وانشغال الأمهات بهن وأنهن قد يعتمدن في الشراء على أبنائهن الأكبر سناً أو قريباتهن، كما تشير النتائج أيضاً أنه كلما زاد عدد الأبناء أكثر ٦ يقل شرائهن من مراكز التسوق الكبيرة بنسبة ٤٤.٤% مقارنة بباقي أمهات العينة ويعود ذلك لزيادة عدد الأبناء وارتفاع أسعار ملابس الأطفال في مراكز التسوق الكبيرة خاصة وأن الأطفال بحاجة إلى تغيير ملابسهم باستمرار فهم أكثر الفئات المستهلكة للملابس حيث ذكرت أمال عبد الحميد (٢٠٠٣م) أن ما يميز صناعة ملابس الأطفال عن الصناعات الملبسية الأخرى أنها تساهم في تدعيم اقتصاد الدولة بشكل كبير وذلك لقصر العمر الاستهلاكي لتلك الملابس بسبب نمو الأطفال ونشاطهم حيث يتطلب استهلاك كميات ملبسية كبيرة (١١). أما سلوك الحرص على اختيار ومعرفة الماركة فقد حققت الأمهات اللاتي لديهن أكثر من ٦ أطفال أعلى نسبة بلغت ٦٦,٧% يليهن من لديهن من (١-٢) من الأطفال بنسبة ٤٣,٨% ثم من لديهن (٥-٦) بنسبة ٤٠% وأخيراً من لديهن من (٣-٤) أطفال بنسبة ٣١%، كما يلاحظ انخفاض السلوك الشرائي تماماً للخامة المحلية بين أفراد العينة بنسبة ٨,٩% لذوات الأطفال من (٣-٤) يليهن ذوات الأطفال من (١-٢) بنسبة ٧,٢% بينما يندم السلوك تماماً بين من لديهن من (٥-٦) و(أكثر من ٦) أطفال ؛ وقد يعود ذلك لعدم جودة الملابس المصنعة محلياً ، حيث تؤكد قنديل (٢٠٠٨م) أن من أهم المشاكل التسويقية افتقار الملابس المحلية للجودة في الخامات المستخدمة والذوق الفني وطرق التنفيذ الراقية فهي لا تشبع رغبات المستهلك (١٤)، ينخفض السلوك الشرائي لأمهات العينة باختلاف عدد الأبناء بقراءة البطاقة الإرشادية و اختبار خامة الملبس بدعكها وينعدم الحرص تماماً كلما زاد عدد الأبناء من (٥-٦)، كما يتقارب اهتمام الأمهات بلون التصميم بنسب مرتفعة على التوالي بلغت (٧٥.٦% - ٧٦.٣% - ٧٧.٨%) حيث نجد أن أكثر ما يجذبهن عند الشراء لون الملبس في حين تقل النسبة بين الأمهات اللاتي لديهن من (٥-٦) أطفال بنسبة ٦٠% مقارنة بالنسب السابقة، ودراسة العلاقة نجد أنه لا توجد علاقة معنوية بين سلوك الأمهات في شراء ملابس أطفالهن وبين عدد الأطفال.

## السلوك الشرائي للأمهات السعوديات لملابس أطفالهن

إعداد الباحث / أ.م.د. / فريال سعيد أحمد سلوم

### ٦- العلاقة بين السكن وسلوك الشراء :

جدول (٧) يوضح العلاقة بين السكن للأمهات و سلوكهن في شراء ملابس أطفالهن

المتغير المستوي	معامل الارتباط	P-value	د.ج	Chi-square	المجموع		منزل شعبي		شقة		فيلا		عبارات السكن سلوك الشراء
					%	ع	%	ع	%	ع	%	ع	
مغوي	.274	.005	2	10.463	84.2	117	44.4	4	89.2	91	75.9	22	تحرصي على شراء ملابس طفلك بنفسك؟
مغوي	.468	.000	4	30.497	63.3	88	22.2	2	67.6	69	58.6	17	يتم شراء ملابس طفلك من مراكز التسوق الكبيرة؟
مغوي	.444	.000	4	27.451	12.2	17	62.5	5	8.8	9	10.3	3	يتم شراء ملابس طفلك من الأسواق الشعبية؟
غير مغوي	.163	.448	4	3.699	12.2	17	12.5	1	14.7	15	3.4	1	يتم شراء ملابس طفلك من النت؟
مغوي	.219	.019	4	11.750	41	57	0	0	46.1	47	34.5	10	تحرصي على اختيار الماركة و معرفة بلد المنشأ لملابس طفلك؟
مغوي	.315	.008	4	13.827	7.2	10	37.5	3	4.9	5	6.9	2	تحرصي على شراء الملابس المحلية الصنع؟
غير مغوي	.211	.184	4	6.210	20.1	28	0	0	19.6	20	27.6	8	تحرصي على قراءة البطاقة الإرشادية قبل الشراء؟
غير مغوي	.248	.073	4	8.562	58.3	81	12.5	1	62.7	64	55.2	16	تحرصي على معرفة نوع خامة ملابس طفلك عند الشراء؟
غير مغوي	.236	.102	4	7.724	15.8	22	0	0	18.6	19	10.3	3	تحرصي على اختيار خامة الملابس قبل الشراء بدعكها للتأكد من ثبات الألوان؟
مغوي	.331	.004	4	15.197	74.8	104	37.5	3	79.4	81	69	20	تحرصي على اختيار الخامة التي تتحمل عمليات القسيل المتكرر؟
مغوي	.396	.000	4	21.839	51.1	71	22.2	2	52	53	55.2	16	تحرصي على شراء الخامة الجيدة بالرغم من ارتفاع الثمن؟
غير مغوي	.152	.524	4	3.203	62.6	87	44.4	4	65.7	67	55.2	16	يجذبك عند الشراء شكل التصميم ومسارته لخطوط الموضة؟
مغوي	.420	.000	4	24.508	75.5	105	44.4	4	80.4	82	65.5	19	يجذبك عند الشراء لون التصميم؟
مغوي	.349	.002	4	16.898	79.1	110	44.4	4	82.4	84	75.9	22	يجذبك عند الشراء خامة القطعة الملابسية؟

أظهرت نتائج جدول (٧) أن ٨٩.٢% من الأمهات اللاتي يُقمن في الشقق يحرصن على شراء ملابس أطفالهن بأنفسهن ويليهن في الحرص اللاتي يُقمن في الفلل بنسبة ٧٥.٩% وأخيراً من يُقمن في المنازل الشعبية بنسبة ٥٠%؛ وقد يعود ذلك إلى عدم توافر الوقت الكافي للأمهات اللاتي يُقمن في المنازل الشعبية بسبب انشغالهن وكثرة الأعباء التي تكون على عاتقهن من الأعمال المنزلية وتربية ورعاية أبنائهن وعدم

## السلوك الشرائي للأمهات السعوديات لملابس أطفالهن

إعداد الباحث / أ.م.د. / فريال سعيد أحمد سلوم

توافر سبل الراحة لديهن فهن أكثر الفئات عناء من ظروف المعيشة، وأظهرت البيانات أيضاً انخفاض السلوك الشرائي من مراكز التسوق الكبيرة للأمهات اللاتي يقمن في المنازل الشعبية بنسبة ٢٢,٢% ويرتفع عند اللاتي يقمن في الشقق بنسبة ٦٧.٦% يليهن من يقمن في الفلل بنسبة ٥٨.٦%، كما يرتفع السلوك الشرائي من الأسواق الشعبية للأمهات اللاتي يقمن في المنازل الشعبية بنسبة ٦٢,٥% وينخفض السلوك بشكل كبير لمن يقمن في الفلل والشقق بنسبة (١٠,٣%-٨,٨%) وهذا يعكس لما للدخل والسكن من تأثير على السلوك الشرائي للأمهات، يلاحظ أيضاً أن ٤١% من إجمالي عينة الدراسة يفضلن الماركات ويحرصن على معرفة بلد المنشأ لملابس أطفالهن، وبلغت أعلى نسبة حرص للأمهات اللاتي يقمن في الشقق بنسبة ٤٦,١% يليهن اللاتي يقمن في الفلل بنسبة ٣٤,٥% بينما ينعدم السلوك تماماً لدى الأمهات اللاتي يقمن في المنازل الشعبية ويعود ذلك إلى ارتفاع أسعار تلك النوعية من الملابس وهذا يتفق مع دراسة بارك وقنديل (٢٠١١م) في أن الماركات العالمية تمتاز بالأسعار المرتفعة وأنها لا تتلاءم مع جميع فئات المجتمع ذات الدخل المنخفض مما يؤدي إلى لجوء تلك الفئة إلى منتجات ذات اسعار منخفضة بغض النظر عن المواصفات المطلوب توافرها في القطع الملابسية كالجودة (٧) أيضاً ينعدم السلوك للأمهات اللاتي يقمن في المنازل الشعبية لقراءة البطاقة الإرشادية واختبار خامة الملابس قبل الشراء بدعها للتأكد من ثبات الألوان ، وتوضح النتائج أيضاً أن أكثر الأمهات حرصاً في سلوكهن على توافر الجودة هن اللاتي يقمن في الفلل بنسبة ٥٥.٢% يليهن من يقمن في الشقق بنسبة ٥٢% بينما تنخفض بنسبة ٢٢,٢% للأمهات اللاتي يقمن في المنازل الشعبية ، أما الخامة المحلية فيلاحظ أن أكثر الأمهات شراء لهذه النوعية من الملابس هن من يقمن في المنازل الشعبية بنسبة ٣٧.٥% وتنخفض تماماً لمن يقمن في الفلل والشقق بنسب (٦.٩%-٤.٩%)، وبدراسة العلاقة بين سلوك الشراء والسكن يتضح وجود علاقة معنوية دالة لكل من حرص الأم على شراء ملابس طفلها بنفسها عند مستوى (٠,٠٠٥) والشراء من مراكز التسوق الكبيرة والأسواق الشعبية وتوافر الجودة للخامة بالرغم من ارتفاع الثمن ولون التصميم الذي يجذب الأمهات عند الشراء جميعهم عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) واختيار الماركة عند معنوية (٠,٠١) وشراء الخامة المحلية عند (٠,٠٠٨) واختيار الخامة التي تتحمل عمليات الغسيل المتكرر عند مستوى (٠,٠٠٤) وأخيراً خامة الملابس التي تجذب الأمهات عند الشراء عند مستوى معنوية (٠,٠٠٢).



ملخص النتائج التي تم التوصل إليها البحث:

- وجود علاقة معنوية دالة بين العوامل الشخصية الاجتماعية والتعليمية والاقتصادية للأمهات وبين سلوكهن الشرائي لملابس أطفالهن .
- ارتفاع نسبة حرص أمهات العينة على شراء ملابس أطفالهن بأنفسهن إلى ٨٤,٣% .
- من أكثر العوامل التي تجذب الأمهات وتؤثر على قرارهن الشرائي خامة الملابس حيث بلغت ٧٩,٣% ، بينما تنخفض النسبة كلما انخفض المستوى التعليمي للأم وزاد عدد الأبناء .
- نصف عينة الدراسة تحرص على شراء الخامة الجيدة بالرغم من ارتفاع ثمنها ، ويقل السلوك لدى الأمهات اللاتي يقمن في المنازل الشعبية بنسبة ٢٢,٢% وينعدم تماماً لدى الأميات .
- انخفاض السلوك لدى أمهات العينة والمتعلق بقراءة البطاقة الإرشادية قبل الشراء بنسبة ٢٠,٧% ، ويزداد الانخفاض كلما تقدم بهن العمر وانخفض المستوى التعليمي .
- انخفاض السلوك الشرائي للأمهات العينة من الأسواق الشعبية بنسبة ١٢,٢% ، بينما يرتفع لدى الأميات ومن يقمن في المنازل الشعبية بنسبة ٦٢,٥% .
- انخفاض السلوك الشرائي لأفراد العينة من الإنترنت بنسبة ١٢,١% .
- تقارب في السلوك الشرائي بين الأمهات العاملات وغير العاملات .

التوصيات :

- حث الباحثين على اجراء برامج توعوية في نشر السلوك الشرائي السليم للحد من السلوك السلبي للشراء بين الأمهات .
- اجراء مزيد من الأبحاث في مجال السلوك الملابس للأُم والطفل .

## المراجع References:

- ١- التركي، هدى سلطان (١٩٩٢م). عادات وسلوك شراء الملابس بين الفتيات السعوديات في منطقة الرياض، مجلة الاقتصاد المنزلي، مجلد (٢) يناير، القاهرة: جامعة المنوفية.
- ٢- الحسانين، يوسف عبد العزيز. وهاشم أشرف محمود (٢٠١٤) ملابس مجهولة المصدر تضر الجلد وتسبب السرطان، رسالة دكتوراه، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية.
- ٣- الخير، هاله (٢٠١٢م). مدى معرفة المرأة بمعلومات البطاقة الإرشادية المرفقة بالملابس والمفروشات في مدينة بغداد ، [جامعة بغداد](#).
- ٤- الغمغام، سناء(٢٠٠٣م). الدليل الذهبي للعناية بالأنسجة ، بيروت: الدار العربية للعلوم .
- ٥- أبو دنيا، سمر هاني (٢٠٠٨) منظور جديد لتطبيق علم القيم في تصميم الإعلان على شبكة الانترنت ، رسالة دكتوراه ، كلية الفنون التطبيقية ، جامعة حلوان ، القاهرة .
- ٦- إبراهيم، شعبان عبد الفتاح (٢٠٠٣م). تفصيل ملابس الأطفال، عمان: دار صفاء .
- ٧- بارك، لطفية ،قنديل ،داليا عبد الكريم (٢٠١١م). دراسة بعض المشاكل التسويقية للملابس الجاهزة النسائية المصنعة في منطقة مكة المكرمة، مجلة علوم وفنون دراسات وبحوث، المجلد الثالث والعشرون، العدد الأول يناير ،جامعة حلوان.
- ٨- حسين، سمير محمد (١٩٩٧). الإعلان، القاهرة: عالم الكتب .
- ٩- شافعي ، وفاء حسن (٢٠٠٢م) ملابس الأطفال من بداية الولادة إلى ١٢ سنة احتياجات ملبسية وعناية، مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر.
- ١٠- عابدين، عليه أحمد (٢٠١٠م). دراسات في سيكولوجية الملابس، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- ١١- عبد الحميد، أمال يونس (٢٠٠٣م). تأثير معامل برم خيوط أقمشة التيري وارتفاع الوبرة على بعض خواص الراحة لملابس الأطفال ، مجلة علوم وفنون، المجلد الخامس عشر العدد الثالث يوليو.
- ١٢- عبد الفتاح، لمياء ابراهيم (٢٠١٣). برنامج ارشادي لتوعية ربة الأسرة بالصحة الملبسية، علوم الإنسان التطبيقية والتكنولوجيا في الألفية الثالثة، جامعة حلوان.

## السلوك الشرائي للأمهات السعوديات لملابس أطفالهن

إعداد الباحث / أ.م.د. / فريال سعيد أحمد سلوم

- ١٣- عبيدات، ذوقان عبدالحق، كايد.عديس عبد الرحمن(٢٠١٣).البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، عمان: دار الفكر.
- ١٤- قنديل، داليا بد الكريم (٢٠٠٨م) دراسة بعض المشاكل التسويقية لملابس الجاهزة النسائية المصنعة في منطقة مكة المكرمة، رسالة ماجستير، جامعة الملك عبد العزيز، جدة.
- ١٥- محمد، ابتسام، الحداد، سعاد (٢٠٠٢م) برنامج ارشادي مقترح لتنمية الوعي الملبيسي للأمهات نحو ملابس أطفالهن حديثي الولادة، مجلة الاسكندرية، العدد الأول، المجلد الثالث والعشرين.
- ١٦- محمود، رشا محمود (٢٠١١م) ظاهرة التسويق الالكتروني عن طريق استغلال مواقع الشركات المنافسة، مجلة علوم وفنون، المجلد الثالث والعشرون، العدد الأول يناير، جامعة حلوان.
- 17-K.Cowling (2002), "Advertising and Economic Behavior ",New York ,Macmillan , P.202.
- 18-Kramar ,Laurie ,and Hurst(1991) ,Carol , Effects of Button Features on Self Dressing in Young Retarded Children, London, .
- 19-Lamp,Jane (1998)-Family use of Functional Clothing for Children with Physical Disabilities ,New York .
- 20- Solomon, M.R., Bamossy,G., Askegaard,S. & Hogg, M.K. (2009). Consumer behavior a European perspective. 4th ed. New York: Prentice Hall.

