

آليات حماية المستهلك وعلاقته بما تتخذه الأسرة من قرارات شرائية

عمرو محمد عبد الله راضى^١، نجوى سيد عبد الجواد^٢، هانى جابر المصرى^٣

الملخص العربي

يهدف البحث إلى التعرف على مدى وعى الأسر عينة البحث بآليات حماية المستهلك ومحاورها (الجانب المعرفى، الجانب الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى) وبين ما تتخذه الأسر من قرارات شرائية وقد تكونت عينة البحث الأساسية وهى عينة قصدية من (٢٠٠) أسرة حديثة العهد بالتكوين ولديها أبناء على الأقل ابن واحد ، وتنتمى لمستويات إقتصادية وتعليمية وإجتماعية مختلفة - ويشترط أن يكونوا من مستخدمى الأنترنت فى بعض العمليات الشرائية ، ومن سكان محافظة القاهرة والجيزة . وطبقت عليهم إستمارة البيانات العامة والخاصة للأسرة ، إستبيان الوعى بآليات حماية المستهلك لربة الأسرة ومحاورها الأربعة وإستبيان إتخاذ الأسر للقرارات الشرائية واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي. وقد توصلت نتائج البحث إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوي (٠,٠١) بين متوسطات درجات الأسر عينة البحث فى مستوى آليات حماية المستهلك ومحاورها الأربعة وفقاً لمتغيرات الدراسة (المستوى التعليمى لربة الأسرة ، عدد أفراد الأسرة ، متوسط الدخل الشهري للأسرة) ، وكانت النتائج لصالح ربات الاسر ذات المستوى التعليمى الأعلى، والعدد الأقل لأفراد الاسرة، والأسر ذات الدخل الشهري المرتفع. كما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوي (٠,٠١) بين متوسطات درجات الأسر عينة البحث فى مستوى ما تتخذه الأسر من قرارات شرائية وفقاً لمتغيرات الدراسة (المستوى التعليمى لربة الأسرة ، عدد أفراد الأسرة ، متوسط الدخل الشهري للأسرة) وكانت النتائج لصالح ربات الاسر ذات المستوى التعليمى الأعلى، والأقل عددا لأفراد الاسرة، وذات الدخل الشهري المرتفع. كما توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوي (٠,٠١) بين متوسطات درجات وعى الأسر عينة البحث بآليات حماية المستهلك ومحاورها الأربعة وبين متوسطات درجات ما تتخذه الأسر من قرارات شرائية. كما تبين وجود علاقة إرتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية عند مستوي (٠,٠١) بين متوسطات درجات وعى الأسر عينة البحث بآليات حماية المستهلك ومحاورها الأربعة وبين متوسطات درجات ما تتخذه الأسر من قرارات شرائية. كما تبين اختلاف الأهمية النسبية لدرجة مشاركة متغيرات الدراسة (كمتغير مستقل) فى تفسير نسبة التباين فيما تتخذه الأسر عينة البحث من قرارات شرائية (كمتغير تابع) تبعاً لأوزان معاملات الإنحدار ودرجة الإرتباط وكانت أكثر العوامل تأثيراً على إتخاذ ربه الأسرة لقرارات الشراء هو المستوى التعليمى للأُم بنسبة مشاركة ٨٢,٢% . كما اتضح اختلافاً لأهمية النسبية لدرجة مشاركة (المتغير المستقل) مستوى وعى ربة الأسر لعينة البحث بآليات حماية المستهلك ومحاورها الأربعة فى تفسير نسبة التباين فى ما تتخذه الأسر عينة البحث من قرارات شرائية (كمتغير تابع) تبعاً لأوزان معاملات الإنحدار ودرجة الإرتباط وكان أكثر العوامل تأثيراً على إتخاذ ربه الأسرة لقرارات شراء السلع هو الجانب المعرفى لربة الأسرة بنسبة مشاركة ٨٤% .

الكلمات المفتاحية: آليات - حماية المستهلك - القرارات الشرائية.

معرف الوثيقة الرقمى: 10.21608/esm.2024.350708

^١باحث بقسم إدارة مؤسسات الأسرة والطفولة - كلية الاقتصاد المنزلى - جامعة حلوان

^٢أستاذ ورئيس قسم إدارة مؤسسات الأسرة والطفولة السابق - كلية الاقتصاد المنزلى - جامعة حلوان

^٣أستاذ مساعد بقسم التغذية وعلوم الاطعمه - كلية الاقتصاد المنزلى - جامعة حلوان

استلام البحث فى ٢٥ فبراير ٢٠٢٤ ، الموافقة على النشر فى ٣١ مارس ٢٠٢٤

خلال الوزارات المختلفة كالتموين والتجارة الداخلية، ووزارة الزراعة والصحة والصناعة والهيئة المصرية العامة للمواصفات والجودة، والوسائل الاعلامية ووزارة الحكم المحلى، ووزارة التضامن الإجتماعى، والغرف التجارية والهيئة العامة للرقابة على الصادرات والواردات، ووزارة العدل وعلى رأس هذه المحاور الحماية التشريعية متضمنا العديد من القوانين المتعددة للحد من أساليب الغش التجارى وتطبيق العقوبات والاحكام القضائية على التجار والمخالفين لصالح حماية حقوق المستهلك، مع مراعاة تحديث المواد القانونية بما يتواءم مع تطور أساليب الغش التقليدى والتقى نظرا لتطور وتغير هذه المخاطر تبعا لتغير التجارة وأنماط الاستهلاك لتحقيق الريح الذى يصب فى مصلحة حماية المستهلكين (فايزة سليمان، ٢٠١٥)، (عادل مجاهد، ٢٠٠٧).

ولقد عرف القانون المستهلك المصري في المادة الأولى رقم ٦٧ لسنة ٢٠١٨ المستهلك بأنه " كل شخص تقدم إليه إحدى المنتجات لإشباع إحتياجاته الشخصية، أو العائلية، أو يجري التعامل، أو التعاقد معه بهذا الخصوص (جريدة الوقائع المصرية، ٢٠١٧).

كما أدى التقدم الهائل الذى يشهده العصر الذى نعيشه بما يحققه من تكنولوجيا وبالتالى أساليب متطورة على صعيد الانتاج والتوزيع وقد تسبب ذلك فى معاناة المستهلك وسبب له العديد من الأضرار التى يتعذر تداركها وعلاجها وحتى لا يصبح المستهلك هدف لتحقيق أكبر قدر ممكن من الأرباح بإستغلاله وفى ظل نظام السوق الحر أصبح هناك ضرورة ملحة لحماية المستهلك (أحمد عبد الهادى، ٢٠٠٦).

لذلك فان حركة حماية المستهلك يجب أن تحمى المستهلك من الممارسات الضارة وسلامته من الغش والتدليس وتوفير المعلومات والمعرفة الصحيحة فى تعاملاته مع أسواق السلع والخدمات وتوسيع قدرته على الاختيار وتوفير البدائل المتاحة وتمتد الى حقه فى المعيشة فى بيئة صحية وتنمية

المقدمة

يشهد العالم اليوم ثورة فى مختلف المجالات رغبة منه فى تحسين مستوى معيشة الأفراد والأسر وتحقيق الرفاهية للمجتمع، وفى ظل مناخ العولمة وما تتبعه من تغير كبير فى أنماط وحجم الاستهلاك، حيث أصبحت السلع والخدمات متوفرة ومتنوعة بأشكال مختلفة وتلبى كل ما يحتاجه الفرد فى حياته، ويقدر ما تحققة هذه الوفرة من جوانب ايجابية كبيرة، فإن لها سلبياتها الخطيرة على المستهلك كونه العنصر الاساسى الذى تقوم عليه العمليات التجارية والتسويقية والانتاجية فى وقتنا الحالى، فهو مهدد بالعديد من المخاطر مما استلزم تدخل الدولة بوضع ترسانة من التشريعات لحمايته، حيث أصبح بحاجة أكثر من أى وقت مضى الى حماية متعددة منها القانونية لحمايته من الغش فى السلع والخدمات فى مختلف مراحلها الانتاجية، أو عند الاستيراد، والتخزين والتعبئة والتغليف والتوزيع، والبيع والاستخدام والحفظ والصيانة والنقل، وفى مجال الضمان والحماية، ومصر لم تكن بمنأى عن هذه التغيرات والتحولت، حيث شهد الاقتصاد المصرى مرحلة جديدة من مراحل تطوره وأخذ فى التحول الواضح من نظام اقتصادى اشتراكى يعتمد على التخطيط المركزى للدولة وسيطرة القطاع العام الى نظام اقتصادى حر يعتمد على المنافسة واقتصاد السوق الخاص (نهاد رصاص، ٢٠١٩).

وأمام هذا الوضع الاقتصادى تدخلت الدولة لوضع محاور لحركة حماية المستهلك تشمل الوقاية بحماية المستهلك من نفسه من خلال توعيته وفى سبيل ذلك أنشأت جهاز حماية المستهلك على المستوى المركزى كما ظهرت العديد من جمعيات حماية المستهلك الاهلية، التى تؤدى دورا هاما فى توعية المستهلك وارشادة وترشيدة ووقايته من الاخطار المتعدده متضمنه العملية التسويقية والتعريف بأساليب الغش التجارى التقليدى والتقى، هذا بجانب الحماية الرقابية من

في سلوكيات وتصرفات الأفراد أثناء شراء السلع والخدمات وكذا استخدامها(طلعت عبد الحميد، ٢٠٠٢).

ويسعى المستهلك الرشيد الذى يتميز بكفاءة قراراته الشرائية إلى إحداث أثر إيجابى على البيئة المحيطة به أو إحداث أقل ضرر ممكن، ويستخدم قوته الشرائية بأسلوب يدل على أنه مسئول مجتمعياً تجاه مجتمعه بشكل يساهم فى تحقيق أهداف التنمية المستدامة (هبة الفولى، ٢٠١٤).

ولعل ادراك ربة الأسرة لاحتياجات الأسرة الفعلية والواقعية يجنبها اتخاذ القرارات العشوائية التى تؤثر فى ميزانية الأسرة واستهلاكها، ومن هنا فان العملية الادارية التى تمر بها عملية اتخاذ القرار لابد وأن يسبقها الادراك الكامل للاحتياجات الفعلية للأسرة من جانب المرأة كمتخذ قرار أو مشاركة فيه، ومن هنا فان الاحتياجات الفعلية تتحكم بشكل مباشر فى اتخاذ القرار الشرائى ومنه يتضح ضرورة وعى والمام المرأة بها (ضياء الصادق، ٢٠١٣).

وترتبط القرارات الشرائية والسلوك الشرائى بمدى وعى الفرد ومجالاته ولا تنفصل قدرة الفرد على اتخاذ القرار الشرائى السليم من مستوى وعيه، فاذا كان الوعى متدنياً أو متوسطاً فلا يمكن أن تنتج عنه قرار شرائى سليم أو متزن، ويختلف المستهلكون فى سلوكهم والمراحل التى يمرون فى اتخاذ القرار الشرائى، وفقاً لشخصيتهم وقيمهم وعاداتهم وتختلف القرارات الشرائية باختلاف المستهلكين، كما تتفق النماذج فى معظمها على أن الوعى هو المحرك الأول فى العملية الشرائية، وهو الذى يغلف مراحل السلوك الشرائى للمستهلك (سلوى العوادلى، ٢٠٠٦).

وتشير سماح مشرف (٢٠٠٨) الى أن الاعلان يقوم بدور رئيسى كمصدر معلومات للسلع التى تقدم للسوق لأول مرة ويتمثل فى خلق الوعى لدى المستهلكين بالسلعة وخلق ادراك عام نحوها من حيث اسمها وعلامتها التجارية، وسعرها ومزاياها وخصائصها، وأماكن توزيعها وبالتالي فان الحصول على معلومات عن السلع يمثل أهمية قصوى لدى اتخاذ

مستدامة تحقق له دخلاً يجعله قادراً على الحصول على احتياجاته المعيشية الأساسية ويتوقف نجاح قضية حماية المستهلك بالدرجة الأولى على سلوك المستهلك نفسه وهو ما يتطلب زيادة الوعى بأنماط السلوك الايجابية(فرخنده حسن، ٢٠٠٥)، (محمد العامرى، ٢٠٠٧).

كذلك زاد الاهتمام بحماية المستهلك على المستوى الدولى والمحلى، ونالت قضية حماية المستهلك فى مصر اهتماماً خاصاً من المجتمع المصرى وشهدت الفترة من عام (١٩٣٩م) وحتى الآن صدور العديد من التشريعات والقوانين التى تهدف للحفاظ على سلامة المستهلكين وحقوقهم، ورغم ذلك فان مصطلح حماية المستهلك لم يظهر فى مصر إلا حديثاً وقد لخص كلا من (محمد العامرى، ٢٠٠٧)، (أحمد الكردى، ٢٠١١) تطور حماية المستهلك فى مصر من خلال القوانين التى تتابعت لتحدث المواصفات القياسية والأشترطات الصحية للسلع والعقوبات التى تجرم مخالفات ذلك متمثلة فى مواد وبنود قوانين حماية المستهلك للأعوام " ٢٠٠٦ م، ٢٠١٤ م، ٢٠١٨ م " وتضمنت موادها تنظيم العلاقة بين البائع والمشتري ثم صدور اللائحة التنفيذية لهذا القانون، كصدور القرار رقم (١١٣) لسنة (١٩٩٤) م بحظر تداول السلع المجهولة المصدر وغير المطابقة للمواصفات القياسية، والاحتفاظ بالمستندات الأصلية الدالة على مصدر السلعة.

وللاستهلاك دوراً أساسياً فى الحياة الاقتصادية لما له من تأثير فى الحياة اليومية لأفراد المجتمع فالعملية الاستهلاكية انما هى تلك العملية الاقتصادية التى يرمى الفرد من خلالها الى اشباع حاجاته اليومية والوقتية دون أن تتخللها نية تحقيق الربح(عبد المنعم ابراهيم، ٢٠٠٧).

ويعرف سلوك المستهلك على أنه "النمط الذى يتبعه المستهلك فى سلوكه للبحث أو الشراء أو الاستخدام أو التقييم للسلع والخدمات والأفكار التى يتوقع منها أن تشبع حاجاته ورغباته " ونلاحظ بأن هذا التعريف تطرق الى النمط المتبع

المشكلات التي تواجههم منذ سن مبكر. وأثبتت دراسة رشا منصور (٢٠١٦) وجود فروق دالة إحصائية فى أنماط الشراء لمعظم بنود الأنفاق الملبسى والمفروشات والأثاثات والأجهزة المنزلية، فيما عدا بند الغذاء لم يظهر أى فروق دالة بإختلاف المتغيرات الديموجرافية للأسرة نظرا لضرورة الغذاء لجميع الأفراد بإختلاف الظروف المعيشية للأسرة والمجتمع.

وأثبتت دراسة (سميرة قنديل، وأخرون، ٢٠١٠) وجود تأثير للعوامل الديموجرافية للشباب على ما يتخذونه من قرارات شرائية حيث وجدت فروق دالة إحصائية فى السلوك الشرائى العام فى مجالات (الغذاء والملابس، والمحمول والمستحدثات التكنولوجية) وفقا لاختلاف متغيرات الجنس، مكان السكن، المستوى التعليمى للاب وللأم، عمل الام، عدد أفراد الاسرة.

ولقد شهد المجتمع المصرى فى الآلفية الثالثة (الاونة الاخيرة) العديد من السلوكيات الاستهلاكية المستحدثة التى أثرت على كيانه الاقتصادى والاجتماعى، وجاءت هذه السلوكيات نتيجة لتضافر عوامل داخلية وخارجية وتعاونت ليصبح المستهلك الهدف الأساسى وخاصة المستهلكين من الشباب المقبل على تكوين أسرة جديدة، تلك الفئة الاكثر تأثيرا بالمتغيرات والمستحدثات التكنولوجية وانتشار العولمة وظهور ثقافات وأنماط استهلاكية جديدة ومتعددة هذا بجانب الارتفاع الملحوظ فى الاسعار وانتشار نسبة البطالة وانخفاض مستوى الدخل الحقيقى للأسرة المصرية، كما أدت الانماط الاستهلاكية المستحدثة الى وجود صراع داخلى لدى الشباب بين القيم الموروثة ومواكبة تغيرات العصر، فظهرت إشكاليات جديدة غير مسبوقه تتعلق بمستوى وعى أفراد الاسرة بأليات حماية المستهلك التشريعية والوقائية والرقابية التى يتعرضون لها عند المرور بمراحل اتخاذ القرار الشرائى لبعض السلع والمستلزمات الحياتية (سنا، النجار، ٢٠١٠)

وتمتد معاناه الشباب المستهلك من أساليب الغش والخداع لفترات طويلة وفى أزمنة مختلفة وهذا من خلال السلع المقدمة له والتي كانت فى ظاهرها السعى نحو اشباع حاجاته

القرار الشرائى لأن المعلومات هى العنصر الأول فى تكوين الوعى الشرائى الى جانب العمليات العقلية والمعرفية.

المشكلة البحثية

تعتبر قضايا الاستهلاك من أهم القضايا بالنسبة للدول النامية التى تهدف الى تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية وعدم الوعى الاسرى بأليات الحماية من أساليب الغش التجارى فى السلع، مما يقلل من دور التخطيط واتخاذ القرارات الشرائية ويزيد من نسبة الانفاق العشوائى ويهدر الموارد المتاحة للأسرة، وبذلك يشكل عبئا كبيرا على اقتصاديات الاسرة واقتصاديات الدولة خاصة فى المجتمعات النامية التى تعاني من محدودية الموارد وعدم القدرة على سد الاحتياجات المتزايدة والمتنامية للأفراد لاشباع حاجاتهم الاستهلاكية فى كل المجالات الحياتية والمعيشية (Durhman, 2014).

ويعد السلوك الشرائى نمطا من أنماط السلوك الانسانى الذى هو مصدر لكل قيم الحياة المعيشية، كما أنه القلب المحرك لآى استراتيجية تسويقية لسلعة أو خدمة ناجحة فالعامل المشترك بين البشر كافة أنهم جميعا مستهلكون مهما اختلفت مواقفهم أو مستوياتهم التعليمية والاقتصادية والاجتماعية والعمرية واتجاهاتهم وقدراتهم الشرائية (محمد الصحن، نبيلة عباس، ٢٠٠٤) وتمثل عملية الشراء جزءا هاما من أعمال الاسرة فلا يخلو يوم دون أن تقوم الأسرة بشراء سلعا ما وتشير ودراسة نجلاء الحلبى (٢٠٠٩) إلى وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب فى اتخاذ القرارات بإختلاف الجنس لصالح الذكور، وتختلف مع دراسة يسرا عيسى (٢٠١٤) فى عدم وجود فروق بين الذكور والاناث فيما يتخذونه من قرارات، بينما أكدت دراسة عائشة عرب (٢٠١٦) على وجود فروق دالة إحصائية فى اتخاذ القرارات وفقا لنوع الشباب لصالح الاناث، ويرجع ذلك الى طبيعة الذكر وطبيعة ثقافة الاسرة والمجتمع الذى يعتمد على الذكور فى تحمل المسؤولية واتخاذ القرارات والمشاركة فى حل

أغراضهم بالحصول على أقصى قدر من الأرباح الطائلة وتريد هذه الفائدة غير المشروعة بارتفاع قيمة وسعر السلع المختلفة (أحمد الكردى، ٢٠١١)، (وسميحة القلوبى، ١٩٩٣). ويعد الغش أمراً منافياً للأخلاق الحميدة ومهدراً للطاقات والموارد، ومفسداً لكل مقومات الحياة الراقية فى المجتمع، وقد تزايد الغش فى مجال الأغذية والمنتجات عموماً يوماً بعد يوم، نظراً لما شهده العالم من تطوير فى وسائل التكنولوجيا وبخاصة فى مجال العلوم الطبيعية والكيميائية والبيولوجية التى ساعدت مرتكبي جرائم الغش وأمدتهم بوسائل وإمكانات سهلت عليهم ارتكاب جرائمهم بسهولة ويسر (القانون ١٠٦، لسنة ١٩٩٧م) (وقانون حماية المستهلك لعام ٢٠١٨م). ومن هذا المنطلق تم تحديث قانون حماية المستهلك المصرى لعام ٢٠١٨م وإلغاء القانون الصادر عام ٢٠٠٦م لسد الثغرات ومواجهة المتغيرات المعاصرة وتطور أنماط الشراء وأساليب الخداع التسويقي التقليدى والتقنى.

ويمثل الشراء جزءاً هاماً فى الحياة اليومية للأفراد المستهلكين، وقد عرف (محمد الصحن، وإسماعيل السيد ٢٠٠١) السلوك الشرائى بأنه قيام فرداً ما أو جماعة من الأفراد بإختيار وشراء واستخدام والتخلص من منتج ما أو خدمة أو فكرة أو حتى خبرة بغرض إشباع الحاجات والرغبات، كذلك عرفة أحمد العسكرى (٢٠٠٣) بأنه جميع الأفعال والتصرفات المباشرة التى يؤديها الأفراد للحصول على سلعة أو خدمة معينة.

لذا سعى البحث الحالى إلى الوقوف على العلاقة بين القرارات الشرائية والوعى الأسرى بآليات حماية المستهلك.

وتبلورت مشكلة البحث فى التساؤل الرئيسى التالى: ما مستوى استجابات أفراد العينة بالوعى بآليات حماية المستهلك وعلاقته بما تتخذه الأسرة من قرارات شرائية؟ وتتفرع منه التساؤلات الآتية:

١- ما الوزن النسبى لآليات حماية المستهلك ومحاورها (الجانب المعرفى، الجانب الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى)؟

ورغباته، ولكنه فى الحقيقة تهدف إلى استغلاله وتحقيق أكبر قدر من الأرباح، وقد استغل هذا الأمر إلى درجة أن العديد من المستهلكين والهيئات الحكومية والمؤسسات الرسمية وغير الرسمية أدركت ما يعانىة المستهلك من استغلال فاحش وغش تسويقي متعدد الجوانب، وما يترتب على ذلك من أضرار مادية ومعنوية وصحية، كما دفع ذلك المهتمين بالتسويق إلى لعب دور هام فى هذا الشأن بما قدموه من توجيهات وتوصيات تكفل حماية المستهلك فى تعامله مع منتجى وموزعى وبائعى السلع (ضياء الصادق، ٢٠١٣).

وتتنوع أساليب الغش التجارى التقليدى والتقنى حسب طبيعة السلع والخدمات فقد يكون الغش من حيث التضليل فى المزايا وسعر السلع من خلال الاعلانات المختلفة بوسائل الاعلان أو من خلال بيانات ومعلومات غير صحيحة أو عدم إظهار مصدر السلعة ومنشأ المؤسسة المنتجة لها، وبعض السلع لا تحقق الحد الأدنى للسلامة الصحية والبيئية أثناء الاستخدام، كما أن هناك العديد من السلع المبرمجة والمصممة على أساس سرعة العطب والتلف لنقص عمرها الانتاجى مثل بعض الأغذية المصنعة والمحافظة والمعبأة وأنواع أخرى من السلع الغذائية، مما يجبر المستهلك على استبدالها أو إرجاعها خلال فترة زمنية قصيرة، وهذا تسبب فى تراجع الائتمان الاقتصادى والرقابة على الجودة فى الانتاج والتسويق والاعلان والتبليغ لأفراد المجتمع على المدى الطويل (زكى المساعد، ١٩٩٨).

ويتعرض التسويق الحديث لصور مختلفة من الغش التجارى التى من شأنها أن تغير من طبيعة السلع الغذائية أو تقلل من فائدة المواد الداخلة فى مكوناتها وقد يتم الغش بإحلال مواد أقل قيمة وجودة مكان أخرى أعلى منها فيما يراد إدخال الغش عليها، أو بإنقاص فى الحجم والوزن أو إضافة مواد أخرى وعطاء مزايا للبيع وضد الاستهلاك أو لإخفاء فساد أو أخطاء فى التصنيع أو الكمية أو للتقليل من المفعول وغير ذلك من الصور والأساليب فى الغش التى لا تحصر، حيث يقطن القائمين على الغش التجارى فى إستباطها لتحقيق

- ٢- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية فى مستوى وعى الأسر عينة البحث بآليات حماية المستهلك ومحاورها (الجانب المعرفى، الجانب الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى) وفقا لمتغيرات الدراسة (المستوى التعليمى لربة الأسرة، عدد أفراد الأسرة، متوسط الدخل الشهرى للأسرة)؟
- ٣- هل توجد علاقة ارتباطية دالة احصائيا بين الوعى بآليات حماية المستهلك ككل ومحاورها (الجانب المعرفى، الجانب الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى) وبين ما تتخذه ربة الأسرة من قرارات شرائية؟
- ٤- هل تختلف درجة مشاركة متغيرات الدراسة (كمتغير مستقل) فى تفسير نسبة التباین فيما تتخذه الأسرعينة البحث من قرارات شرائية (كمتغير تابع) تبعا لأوزان معامل الانحدار ودرجة الارتباط؟
- ٥- هل تختلف درجة مشاركة مستوى الوعى بآليات حماية المستهلك لدى الأسر عينة البحث ومحاورها (الجانب المعرفى، الجانب الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى) كمتغير مستقل فى تفسير نسبة التباین لمتغير "القرارات الشرائية" كمتغير تابع تبعا لأوزان معامل الانحدار ودرجة الارتباط؟
- ٦- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية فى مستوى ما تتخذه الأسر عينة البحث من قرارات شرائية وفقا لمتغيرات الدراسة السابقة وفقا لمتغيرات الدراسة (المستوى التعليمى لربة الأسرة، عدد أفراد الأسرة، متوسط الدخل الشهرى للأسرة)؟
- ١- التعرف على الفروق فى مستوى وعى الأسر عينة البحث بآليات حماية المستهلك ومحاورها (الجانب المعرفى، الجانب الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى) وفقا لمتغيرات الدراسة (المستوى التعليمى لربة الأسرة، عدد أفراد الأسرة، متوسط الدخل الشهرى للأسرة).
- ٢- التعرف على الفروق فى ما تتخذه الأسر عينة البحث من قرارات شرائية وفقا لمتغيرات الدراسة (المستوى التعليمى لربة الأسرة، عدد أفراد الأسرة، متوسط الدخل الشهرى للأسرة).
- ٣- الكشف عن طبيعة العلاقة الإرتباطية بين الوعى بآليات حماية المستهلك ومحاورها (الجانب المعرفى، الجانب الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى) وبين ما تتخذه ربة الأسرة من قرارات شرائية.
- ٤- توضيح طبيعة العلاقة الإرتباطية بين كل من وعى الأسر عينة البحث بآليات حماية المستهلك ومحاورها (الجانب المعرفى، الجانب الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى) و ما تتخذه ربة الأسرة من قرارات شرائية وكل من متغيرات الدراسة متمثلة فى (المستوى التعليمى لربة الأسرة، عدد أفراد الأسرة، متوسط الدخل الشهرى للأسرة).
- ٥- تحديد درجة مشاركة متغيرات الدراسة (كمتغير مستقل) فى تفسير نسبة التباین ما تتخذه ربة الأسرعينة البحث من قرارات شرائية (كمتغير تابع) .
- ٦- تحديد درجة مشاركة مستوى وعى الأسر عينة البحث بآليات حماية المستهلك ومحاورها (الجانب المعرفى، الجانب الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى)- (كمتغير مستقل) فى تفسير نسبة التباین فيما تتخذه ربة الأسرة من "القرارات الشرائية للسلع" (كمتغير تابع).

الأهداف البحثية

يهدف البحث الحالى إلى التعرف على مدى وعى الأسر عينة البحث بآليات حماية المستهلك ومحاورها (الجانب المعرفى، الجانب الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى) وبين ما تتخذه الأسر من قرارات شرائية، وذلك من خلال التحقق من الأهداف الفرعية التالية:

(المستوى التعليمى لربة الأسرة، عدد أفراد الأسرة، متوسط الدخل الشهري للأسرة).

٢- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الأسر عينة البحث فى مستوى ما تتخذه الأسر عينة البحث من قرارات شرائية وفقا لمتغيرات الدراسة (المستوى التعليمى لربة الأسرة، عدد أفراد الأسرة، متوسط الدخل الشهري للأسرة).

٣- توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات وعى الأسر عينة البحث بآليات حماية المستهلك ومحاورها (الجانب المعرفى، الجانب الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى) وبين متوسطات درجات ما تتخذه الأسر من قرارات شرائية.

٤- توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين كل من متوسطات درجات وعى الأسر عينة البحث بآليات حماية المستهلك ومحاورها (الجانب المعرفى، الجانب الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى) ومتوسطات درجات ما تتخذه الأسر من قرارات شرائية وكل من (المستوى التعليمى لربة الأسرة، عدد أفراد الأسرة، متوسط الدخل الشهري للأسرة).

٥- تختلف الأهمية النسبية لدرجة مشاركة متغيرات الدراسة (كمتغير مستقل) فى تفسير نسبة التباين فيما تتخذه الأسرعينة البحث من قرارات شرائية (كممتغير تابع) تبعا لأوزان معاملات الإنحدار ودرجة الإرتباط.

٦- تختلف الأهمية النسبية لدرجة مشاركة (المتغير المستقل) مستوى وعى الأسر عينة البحث بآليات حماية المستهلك ومحاورها (الجانب المعرفى، الجانب الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى) فى تفسير نسبة التباين فى ما تتخذه الأسرعينة البحث من قرارات شرائية (كمتغير تابع) تبعا لأوزان معاملات الإنحدار ودرجة الإرتباط.

الأهمية البحثية

يسهم البحث الحالى فى تحقيق الآتى:

١- تواكب هذه الدراسة أهداف التطور العلمى والتحوليات الأقتصادية والتكنولوجية التى يعيشها المجتمع المصرى، والتى تتطلب وعى الأسره بآليات الحماية من أساليب الغش التجارى التقليدى والتقنى.

٢- لفت النظر إلى الإحتياجات التعليمية التى تحتاجها الأسر المصرية فى الوعى بضرورة إتخاذ قرارات شرائية للسلع الغذائية.

٣- توعية الأسر بأسس القرارات الشرائية للسلع بما يتناسب مع حالتهم الصحية والإقتصادية والإجتماعية، والتوعية بالمنتجات الغذائية والمواصفات القياسية من حيث المكونات وتاريخ الإنتاج والمدة الزمنية للصلاحية ونسبة المواد الحافظة المضافة ومواد الإضافة الأخرى المسموح بها مثل الألوان، وكذلك الوزن والحجم والسعر وكشف التلاعب فى علامة الجودة للمنتج وطريقة الدفع الإلكترونى فى حالة الشراء التقنى.

٤- توعية أفراد الأسرة بأهمية الوعى بآليات الحماية للمستهلك من أنواع الغش الحديثة سواء فى الإنتاج أو فى التسويق من خلال ما تضعه الدولة من قوانين وتشريعات تجرم الغش عاما.

٥- إثراء المكتبة العربية ومكتبة قسم إدارة مؤسسات الأسرة والطفولة ببحث ومعارف عن آليات حماية المستهلك وعلاقته بما تتخذه الأسرة من قرارات شرائية.

الفروض البحثية

يفترض الباحث الأفتراضات التالية

١- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الأسر عينة البحث فى مستوى آليات حماية المستهلك ومحاورها (الجانب المعرفى، الجانب الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى) وفقا لمتغيرات الدراسة

الأسلوب البحثي

أولاً: التعاريف الاجرائية:

١- **آليات: وتعرف إجرائيا في البحث الحالي:** هي الوسائل والتكتيكات التي تستخدم في تحقيق أهداف محددة وفقا لإختصاصات محددة، وهي الأساليب التي يمكن أن تستخدم في بناء الأدبيات والقراءات والممارسات العلمية المرتبطة بها.

٢- **المستهلك:** كل شخص طبيعي أو اعتباري يشتري سلعا إستهلاكية بأنواعها المختلفة الصناعية أو الزراعية بهدف التغذية أو للحفظ والتخزين أو لإستخدامها لأغراض شخصية أو منزلية أو للتصنيع أو هو الشخص الذي يستفيد من أية خدمة سواء المقدمة من فرد أو المقدمة من مجموعة أفراد أو المقدمة من شخصية إعتبارية كمؤسسات حكومية أو أهلية وفي مختلف المجالات المنصوص عليها في قانون حماية المستهلك (قانون حماية المستهلك، ٢٠١٨).

وتعرف إجرائيا في البحث الحالي: بأنها ربة الأسرة حديثة التكوين التي لم تتعدى الخمس سنوات ، وهي التي تقوم بشراء السلع الغذائية المختلفة ويختص البحث بالسلع الغذائية والسلع الصديقة للبيئة بغرض تغذية أفراد الأسرة.

٣- **آليات حماية المستهلك:** مجموعة القواعد والقوانين والتشريعات والأساليب والجهود المبذولة في سبيل حماية المستهلك عند تعامله مع السلع والخدمات تجاريا وذلك بغرض التغلب على ما يتعرض له المستهلك من غش تجارى تقليدى أو تقنى (عادل مجاهد، ٢٠٠٧).

وتعرف إجرائيا في البحث الحالي: بأنها مجموعة القواعد والأساليب والقوانين والجهود المبذولة في سبيل حماية المستهلك عند تعامله مع السلع والخدمات تجاريا وذلك يتحدد على محاور ثلاثة هي (الوقائية من معرفة المستهلك نفسه ، والرقابية من الدولة والجمعيات الأهلية، والتشريعية من القوانين والتشريعات وأخرها قانون حماية لعام ٢٠١٨).

٤- **الحماية:** يقصد بها القدرة أو السياسة التي تؤدي إلى منع

الضرر والأذى عن مستخدمى السلعة ، ومن ثم يعنى بها

الحفاظ على حقوق المستهلك (إيمان علاق، ٢٠١٥)

وتعرف إجرائيا في البحث الحالي: يقصد بها القدرة أو السياسة التي تؤدي إلى منع الضرر والأذى عن مستخدمى السلعة، ومن ثم يعنى بها الحفاظ على حقوق المستهلك" حق المعرفة، حق الإستماع لرأية، حق التعويض، حق الحصول على فاتورة معتمدة، حق التقاضى والشكوى، حق الأنتفاع وإشباع الحاجات، حق التنقيف، حق الأمان "و ضمان الحصول عليها من قبل التجار والصناع ومقدمى السلعة أو الخدمة بالسعر والجودة، حق المعيشة فى بيئة جيدة.

٥- **القرارات الشرائية** بأنها عملية الأختيار بين بدائل السلع أو الخدمات لمتخذ القرار وفق معايير محددة للوصول إلى البديل الأنسب وهذا الأختيار يعتمد على المعلومات المتوفرة لدى الفرد، ويتأثر بالعديد من العوامل الفردية والإجتماعية والثقافية والحضارية والتكنولوجية (سماح مشرف، ٢٠٠٨).

وتعرف إجرائيا في البحث الحالي: بأنها الإختيار المدرك لربة الأسرة حديثة التكوين لسلعة من عديد من السلع الغذائية البديلة بغرض الحصول على إشباع للحاجات الغذائية لأفراد الأسرة فى حدود المورد المالى المتاح، حيث تتمثل عملية الشراء فى إختيار منتج غذائى بكمية معينة ومن مكان معين وبسعر معين. والمراحل التي تمر بها عملية الشراء من معرفة بالمنتج ومقارنتة بالبدايل المناظرة ثم دراسة مزايا وعيوب كل بديل ثم تفضيل منتج معين وشراثة، ولذلك لابد عند إتخاذ القرار الشرائى المرور بالخطوات التالية" التعرف على الحاجات الغذائية غير المشبعة- البحث عن المعلومات من مصادر مختلفة- تحديد البدائل للسلع المتاحة- تقييم البدائل- إتخاذ قرار الشراء- شعور ما بعد الشراء بالرضا أو العكس ."

ثانيا: حدود البحث: يتحدد البحث الحالي بما يأتى:

الزوجة، مدة الزواج، عدد الأبناء) والخصائص التعليمية للأسرة وتتمثل في (المستوى التعليمي للزوجين).

٢- البيانات الخاصة "وعى المستهلك بآليات حماية المستهلك.

ب: إستبيان الوعى بآليات حماية المستهلك لربة الأسرة ومحاورها (الجانب المعرفى، الجانب الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى).

ج: إستبيان إتخاذ الأسره للقرارات الشرائية.

ثالثا: الخطوات الإجرائية لإعداد البحث:

أولا: الأعداد للأطار النظرى للدراسة: يتم الأطلاع على القراءات والبحوث والدراسات السابقة المرتبطة بموضوع البحث لتحديد المفاهيم العلمية للبحث.

ثانيا: الأعداد للأطار التطبيقى والميدانى للبحث: وتم ذلك من خلال الآتى:

١- إجراء المقابلات الشخصية والحوار المفتوح مع بعض ربات الأسر، ممن تنطبق عليهم شروط إختيار عينة البحث، وذلك تمهيدا لإعداد وبناء أدوات البحث لجمع البيانات والمعلومات المطلوبة.

٢- إعداد وبناء أدوات الدراسة الميدانية محددة فى الآتى:

أ: إستمارة البيانات العامة والخاصة للأسرة. وإشتملت على:

١-البيانات العامة" الخصائص الاقتصادية وتتمثل فى (متوسط الدخل الشهرى، مصادر الدخل الشهرى للأسرة) والخصائص الإجتماعية وتتمثل فى (سن الزوج، سن الزوجة، مدة الزواج، عدد الأبناء) والخصائص التعليمية للأسرة وتتمثل فى (المستوى التعليمى للزوجين)

٢-البيانات الخاصة وعى المستهلك بآليات حماية المستهلك.

ب: إستبيان الوعى بآليات حماية المستهلك لربة الأسرة ومحاورة (الجانب المعرفى، الجانب الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى).

ج: إستبيان إتخاذ الأسرة القرارات الشرائية.

٣-عرض الأدوات فى صورتها الأولية على مجموعة من الأساتذة المحكمين فى مجال التخصص (إدارة مؤسسات

أ-منهج البحث: يتبع البحث المنهج الوصفى والتحليلى الذى يناسب طبيعة إجراء البحث.

يقصد بالمنهج الوصفى التحليلي: وهو الطريقة المنظمة لدراسة حقائق راهنة متعلقة بظاهرة أو موقف أو أفراد أو أحداث أو أوضاع معينة بهدف اكتشاف حقائق جديدة أو التحقق من صحة حقائق قديمة وآثارها والعلاقات التي تتصل بها وتفسيرها وكشف الجوانب التي تحكمها (محمد شفيق، ٢٠٠٦).

ب- نطاق البحث:

١- النطاق الجغرافى: يتحدد النطاق الجغرافى لعينة البحث من الأسر حديثة التكوين التي تقيم فى مساكن تقع فى نطاق محافظة القاهرة ومحافظة الجيزة (القاهرة الكبرى).

٢- النطاق البشرى: تتكون عينة البحث من عينة أساسية وعينة إستطلاعية.

* عينة البحث الأساسية: عينة قصدية تتكون من عدد (٢٠٠) أسرة حديثة العهد بالتكوين ولديها أبناء على الأقل ابن واحد، وتنتمى لمستويات إقتصادية وتعليمية وإجتماعية مختلفة- ومن مراحل عمرية مختلفة- ويشترط أن يكونوا من مستخدمى الأنترنت فى بعض العمليات الشرائية، ومن سكان محافظتى القاهرة والجيزة.

*عينة البحث الأستطلاعية: تتكون من (٣٠) أسرة حديثة التكوين بنفس شروط عينة البحث الأساسية- بغرض التقنين الإحصائى لأدوات البحث وهى مستقلة عن عينة البحث الأساسية.

٣- النطاق الزمنى: تم إعداد وتطبيق أدوات البحث خلال العام الجامعى ٢٠٢٢/٢٠٢٣ م

ج- أدوات البحث: تتطلب إجراء الدراسة الميدانية للبحث الحالى إعداد الباحث الأدوات البحثية التالية وهى:

أ: إستمارة البيانات العامة والخاصة للأسرة. وإشتملت على:

١-البيانات العامة "الخصائص الاقتصادية وتتمثل فى (متوسط الدخل الشهرى، مصادر الدخل الشهرى للأسرة) والخصائص الإجتماعية وتتمثل فى (سن الزوج، سن

الزوجة، مدة الزواج، عدد الابناء) والخصائص التعليمية للأسرة وتتمثل في (المستوى التعليمي للزوجين) ب-البيانات الخاصة وعى المستهلك بآليات حماية المستهلك. (ب) إعداد إستبيان الوعى بآليات حماية المستهلك لربة الأسرة فى صورته الأولية:

يهدف الأستبيان إلى التعرف على مستوى وعى أفراد عينة البحث بآليات حماية المستهلك. وتكون الأستبيان فى صورته المبدئية من (١٥٩) عبارة موزعة على أربعة محاور هى: **المحور الأول:** الجانب المعرفي(وعى المستهلك نفسه): ويشتمل هذا المحور على (٣٣) عبارة.

المحور الثاني: الجانب الوقائي(جمعيات وجهاز حماية المستهلك والوزارات المعنية): ويشتمل هذا المحور على (٤٨) عبارة.

المحور الثالث: الجانب الرقابي: (جمعيات وجهاز حماية المستهلك والوزارات المعنية): ويشتمل هذا المحور على (٦٣) عبارة.

المحور الرابع: الجانب التشريعي: ويشتمل هذا المحور على المواد القانونية المطبقة على المخالفين لحقوق المستهلك وحالات الغش التجارى وتكون من (١٥) عبارة. **(٣) تحديد تعليمات الإستبيان:**

وضع الباحث تعليمات الإستبيان، بأن يختار المبحوث إجابة واحدة فقط بوضع علامة (√) أسفل الإستجابة التي تتفق مع رأيه، وذلك أمام كل عبارة من عبارات الإستبيان.

(٤) عرض الإستبيان على السادة المحكمين (صدق المحتوى): Validity Content

ويقصد به تناول مفردات الإختبار ومحتوياته ومادته_ والإختبار الصادق هو الإختبار الذى يمثل الميادين والمجالات المراد قياسها ودراستها تمثيلاً دقيقاً (محمد البغدادي، ٢٠٠٢)

وللتحقق من صدق الإستبيان ومدى مناسبة العبارات وصياغتها للغرض الذى وضعت من أجله.

الأسرة والطفولة)، وذلك للحكم على صدق المحتوى للأدوات ومناسبتها للغرض الذى تقيسه ووضعت لأجله، ومناسبتها من الناحية العلمية والصياغة والتقديرىات لأفراد العينة.

٤-إجراء التعديلات المناسبة بناء على آراء ومقترحات السادة الأساتذة المحكمين لأدوات البحث بعد التأكد من أن نسبة إتفاق المحكمين على عبارات الأدوات مناسبة ومرتفعة.

٥-إجراء دراسة إستطلاعية من خلال تطبيق الأدوات المحكمة على العينة الإستطلاعية للبحث وقوامها (٣٠) ربة أسرة بنفس شروط عينة البحث الأساسية وذلك بغرض التقنيين الإحصائى لأدوات البحث.

٦-حساب معاملات الصدق للأتساق الداخلى والثبات لأدوات البحث.

٧- تطبيق أدوات الدراسة فى صورتها النهائية على عينة البحث الأساسية وقوامها (٢٠٠) ربة أسرة حديثة التكوين من محافظتى القاهرة والجيزة وتنتمى لمستويات إقتصادية وتعليمية وإجتماعية مختلفة- ولديها أبناء على الأقل أبن واحد، ومن مراحل عمرية مختلفة- ويشترط أن يكونوا من مستخدمى الأنترنت فى بعض العمليات الشرائية" أى ممن تنطبق عليهم شروط إختيار عينة البحث.

٨- إجراء التحليلات الإحصائية المناسبة لإستخلاص النتائج والتحقق من صحة فروض البحث.

٩-العرض الجدولى للنتائج والتعليق عليها وتفسيرها ومناقشتها فى ضوء نتائج الدراسات السابقة.

١٠-عرض التوصيات والمقترحات بناء على نتائج البحث الحالى.

رابعاً: إعداد وبناء أدوات البحث:

(أ)إستمارة البيانات العامة والخاصة للأسرة. وإشتملت على: أ-البيانات العامة" الخصائص الاقتصادية وتتمثل فى (متوسط الدخل الشهرى، مصادر الدخل الشهرى للأسرة) والخصائص الإجتماعية وتتمثل فى (سن الزوج، سن

٦- حساب صدق الإتساق الداخلى للإستبيان: Internal

Consistency

صدق الإستبيان: يقصد به قدرة الإستبيان على قياس ما وضع لقياسه.

صدق الإتساق الداخلى:

حساب معاملات الإرتباط بين درجة كل عبارة من العبارات المكونة للإستبيان، والدرجة الكلية للإستبيان.

جدول ١. قيم معاملات الإرتباط بين الدرجة الكلية لكل محور من محاور استبيان آليات حماية المستهلك لربة الأسرة والدرجة الكلية للإستبيان (ن=٣٠)

الدالة	معامل الارتباط	استبيان آليات حماية المستهلك لربة الأسرة
٠,٠١	٠,٧٥٤	المحور الأول : الجانب المعرفي
٠,٠١	٠,٨٤٨	المحور الثاني : الجانب الوقائي
٠,٠١	٠,٨٧٢	المحور الثالث : الجانب الرقابي
٠,٠١	٠,٧٣٦	المحور الرابع : الجانب التشريعي

يتضح من جدول (١) أن معاملات إرتباط محاور إستبيان آليات حماية المستهلك لربة الأسرة والدرجة الكلية للإستبيان دالة عند مستوى ٠,٠١، مما يدل على تجانس كل محاور إستبيان آليات حماية المستهلك لربة الأسرة والدرجة الكلية له.

(٧) حساب ثبات المقياس:

يقصد بالثبات دقة الإختبار فى القياس والملاحظة، وعدم تناقضه مع نفسه، وإتساقه وإطراده فيما يزودنا به من معلومات عن سلوك المبحوث، وهو النسبة بين تباين الدرجة على المقياس التى تشير إلى الأداء الفعلى للمبحوث (صفوت فرج، ٢٠٠٢).

تم حساب الثبات للدرجة الكلية للمقياس وذلك بثلاثة طرق هم:

١- طريقة ألفا كرونباخ Alpha Cronbach.

٢- طريقة التجزئة النصفية Split.

وللتصحيح من أثر التجزئة النصفية تم استخدام: معادلة جيتومان Guttman

أ- تم عرض الإستبيان فى صورته المبدئية على مجموعة من الأساتذة المحكمين للتأكد من مدى مناسبة العبارات للهدف الذى وضعت لقياسه، حيث تم إرسال خطابات موجهة إلى السادة أعضاء لجنة التحكيم فى تخصص إدارة مؤسسات الأسرة والطفولة بكلية الاقتصاد المنزلى- جامعة حلوان.

وذلك للتعرف على آرائهم فى الإستبيان من حيث:

- ملائمة الإستبيان للهدف منه.
- مدى صحة صياغة العبارات علمياً.
- مدى إرتباط كل عبارة بمفهوم المحور الذى يتضمنها.
- مناسبة التقدير الذى وضعه الباحث لكل عبارة.
- تم تفريغ بيانات التحكيم بهدف التعرف على نسبة الموافقة وعدم الموافقة على عبارات الإستبيان بمحاوره المختلفة، ومدى مناسبتها للبعد الذى وضع من أجله، مع عدم إحداث أى تغيير فى العبارات التى حصلت على نسبة موافقة (٧٥) %، وإستبعاد العبارات التى حصلت على أقل من هذه النسبة، وقد تبين إنفاق آراء السادة المحكمين على صحة معظم العبارات بنسبة (٩٠) % ولكن مع مراعاة حذف بعض العبارات وتعديل صياغة بعضها وإضافة بعض العبارات وأصبحت عدد عبارات الإستبيان (١٦٢) عبارة. وبذلك أصبح الإستبيان معداً للتطبيق على عينة البحث الأساسية

(٥) إجراء الدراسة الاستطلاعية :

تم تطبيق الإستبيان على عينة الدراسة الإستطلاعية وقوامها (٣٠) أسرة بنفس شروط عينة البحث الأساسية والمتماثلة فى نفس شروط عينة الدراسة الأساسية وكان الهدف من تلك الدراسة مايلى:

أ- التحقق من مدى مناسبة العبارات وإرتباطها بمفهوم كل محور من محاور الاستبيان.

ب- مدى مناسبة الصياغة اللغوية للعبارات، ووضوح معناها فى ضوء الإستجابات الخاصة بكل محور.

ج- إجراءات التحليلات الإحصائية اللازمة، لتقنين الإستبيان بحساب الصدق والثبات.

جدول ٢. قيم معاملات الثبات للاستبيان أليات حماية المستهلك لربة الأسرة بمحاورة

المحاور	معامل الفا	التجزئة النصفية	سبيرمان براون	جيوتمان
المحور الأول: الجانب المعرفي	٠,٨٤٦	٠,٨٠٨	٠,٨٨٠	٠,٨٣١
المحور الثاني: الجانب الوقائي	٠,٧٧٣	٠,٧٣١	٠,٨١٥	٠,٧٦٥
المحور الثالث: الجانب الرقابي	٠,٩٢٨	٠,٨٨٦	٠,٩٦٢	٠,٩١٤
المحور الرابع: الجانب التشريعي	٠,٧٥٤	٠,٧١٢	٠,٧٩٣	٠,٧٤٣
ثبات المقياس ككل	٠,٨١٩	٠,٧٧٣	٠,٨٥٠	٠,٨٠٢

يتضح من جدول (٢) أن قيم معاملات الثبات كانت مقبولة بالنسبة لهذا النوع من حساب معاملات الثبات، وتعتبر هذه القيم عالية. وهذا دليل على إمكانية استخدام الإستبيان.

(٨) الصورة النهائية للإستبيان:

بعد أن قام الباحث بإجراء التعديلات التي إقترحها السادة المحكمون في حذف بعض العبارات، وإضافة البعض الأخر، وتعديل بعض الصياغات اللغوية وقياس معاملات الصدق والثبات بلغ عدد عبارات الإستبيان (١٦٢) عبارة وأصبح الإستبيان معداً وصالحاً للتطبيق على عينة البحث الأساسية.

عبارات مقياس أليات حماية المستهلك لربة الأسرة حديثة التكوين في صورته النهائية:

أ- الجانب المعرفي (وعى المستهلك نفسه): ويشتمل هذا المحور على (٣٤) عبارة.

أهم بمعرفة مكونات المنتج الغذائي، أحرص على الحصول على المعلومات والحقائق المرتبطة بالسلع وخصائصها قبل شرائها، أكتسب المهارات التي تمكني من التمييز بين السلع المغشوشة والسلع الجيدة، أهتم بقراءة النشرات المرفقة بالسلع الغذائية أثناء الشراء، أعاني من عدم توافر الخبرات الكافية للتمييز بين جودة السلع الغذائية، أهتم بمعرفة أماكن الحصول على السلع المدعمة.

ب- الجانب الوقائي (جمعيات وجهاز حماية المستهلك والوزارات المعنية) ويشتمل هذا المحور على (٥٠) عبارة.

تقدم جمعيات وجهاز حماية المستهلك المعلومات الحديثة والعلمية عن المنتجات الغذائية، تحدد الجمعيات دليل مكتوب يحدد البرامج وأنشطة الجمعية، تقوم الجمعيات بالتواصل مع الاجهزة الرسمية للتعبير عن آراء المستهلكين، تهتم الجمعيات بأقامة علاقات تعاونية مع الاجهزة الرقابية لحماية المستهلك، اجراءات الاستفادة من برامج الجمعيات واضحة للمستهلكين، تقدم وزارة الصحة أليات للشكاوى المواطنين، تعقد وزارة الصحة دورات تدريبية للتعرف على الغش فى السلع الغذائية، توفر وزارة الصحة خط ساخن للشكاوى.

ت- الجانب الرقابي: (جمعيات وجهاز حماية المستهلك والوزارات المعنية) ويشتمل هذا المحور على (٦٣) عبارة.

تقوم جمعيات وجهاز حماية المستهلك بحملات تفتيشية على الاسواق، توفر جمعيات وجهاز حماية المستهلك أليات للشكاوى المواطنين، تعتبر جمعيات وجهاز حماية المستهلك حلقة وصل بين المستهلك والمنتج، تصعد جمعيات وجهاز حماية المستهلك القضايا الى الجهات الرقابية والجهات السيادية، تراقب جمعيات وجهاز حماية المستهلك سياسة الاسترجاع، تحارب جمعيات وجهاز حماية المستهلك التجار فى رفع الاسعار واحتكار السلع الغذائية.

د- الجانب التشريعي: ويشتمل هذا المحور على المواد القانونية المطبقة على المخالفين لحقوق المستهلك وحالات الغش التجارى وتتكون من (١٥) عبارة.

يعاقب المورد بغرامة لا تقل عن ١٠٠٠٠٠ جنية مصرى عند عدم الالتزام بقواعد الصحة والسلامة ومعايير الجودة، يعاقب المورد بغرامة لا تقل عن ٣٠٠٠٠٠ جنية مصرى عند وجود عيب بجودة المنتج، يعاقب المورد بغرامة لا تقل عن ١٠٠٠٠٠ جنية مصرى عند اخفاء البيانات الجوهرية (مصدر المنتج- صفاته)، يعاقب المورد بغرامة لا تقل عن ١٠٠٠٠٠ جنية مصرى عند عدم وجود بيانات السلع الغذائية باللغة العربية ويخط واضح يسهل قراءته، يعاقب المورد بغرامة لا تقل عن ١٠٠٠٠٠ جنية مصرى عند عرض أسعار السلع والخدمات بشكل غير واضح، يعاقب المورد بغرامة لا تقل

تم إعداد هذا الإستبيان لاستخدام نتائج التطبيق على عينة البحث للتحقق من صحة فروض البحث.

(٢) إعداد الإستبيان فى صورته الأولى:

استبيان اتخاذ ربه الأسرة لقرارات شراء السلع الغذائية:

فى صورته المبدئية من (٥٣) عبارة عن محور واحد: وتقاس إستجابة كل عبارة من عبارات الإستبيان، بإختيار إجابة واحدة من ثلاث إستجابات (نعم- إلى حد ما- لا)، وذلك على مقياس مندرج متصل (٣-٢-١) للعبارات ذات الإتجاه الإيجابى، (٣-٢-١) للعبارات ذات الإتجاه السلبى.

(٣) تحديد تعليمات الإستبيان:

وضع الباحث تعليمات الإستبيان، بأن يختار المبحوث إجابة واحدة فقط بوضع علامة (√) أسفل الإستجابة التى تتفق مع رأيه، وذلك أمام كل عبارة من عبارات الإستبيان.

(٤) عرض الإستبيان على السادة المحكمين (صدق المحتوى):

Validity Content:

ويقصد به تناول مفردات الإختبار ومحتوياته ومادته _ والإختبار الصادق هو الإختبار الذى يمثل الميادين والمجالات المراد قياسها ودراستها تمثيلاً دقيقاً (محمد البغدادى، ٢٠٠٢)

وللتحقق من صدق الإستبيان ومدى مناسبة العبارات وصياغتها للغرض الذى وضعت من أجله.

أ- تم عرض الإستبيان فى صورته المبدئية على مجموعة من الأساتذة المحكمين للتأكد من مدى مناسبة العبارات للهدف الذى وضعت لقياسه، حيث تم إرسال خطابات موجهة إلى السادة أعضاء لجنة التحكيم فى تخصص إدارة مؤسسات الأسرة والطفولة بكلية الاقتصاد المنزلى- جامعة حلوان.

وذلك للتعرف على آرائهم فى الإستبيان من حيث:

- ملائمة الإستبيان للهدف منه.
- مدى صحة صياغة العبارات علمياً.
- مدى إرتباط كل عبارة بمفهوم المحور الذى يتضمنها.
- مناسبة التقدير الذى وضعه الباحث لكل عبارة.

عن ٥٠٠٠٠ جنية مصرى عند عدم وجود تاريخ الانتاج أو الصلاحية للسلع الغذائية، يعاقب المورد بغرامة لاتقل عن ٥٠٠٠٠ جنية مصرى عند تقليد العلامة التجارية.

(٩) مفتاح تصحيح الإستبيان:

تم تصحيح الإستبيان بإستخدام مفتاح تصحيح ثلاثى للعبارات وفق ثلاث إستجابات وهى (نعم، إلى حد ما، لا)، وذلك على مقياس مندرج متصل وفقاً لثلاث مستويات هى (٣-٢-١) للعبارات موجبة الصياغة، (٣-٢-١) للعبارات سالبة الصياغة.

(ج) استبيان اتخاذ ربه الأسرة لقرارات الشراء:

وأعد الإستبيان بهدف التعرف على مستوى ربه الأسرة بعينة البحث فيما تتخذه من قرارات شرائية، ولإعداد هذا الإستبيان إتبع الباحث الخطوات الإجرائية التالية:

- تم الأطلاع على القراءات والبحوث والدراسات السابقة المرتبطة بموضوع البحث لتحديد المفاهيم العلمية للبحث.
- إجراء المقابلات الشخصية والحوار المفتوح مع بعض ربات الأسر، ممن تنطبق عليهم شروط إختيار عينة البحث، وذلك تمهيدا لإعداد وبناء الإستبيان لجمع البيانات والمعلومات المطلوبة.

ولإعداد هذا الإستبيان إتبع الباحث الخطوات الإجرائية التالية:

- إعداد الإستبيان للتطبيق:

خطوات إعداد الإستبيان:

- (١) تحديد الغرض من الإستبيان.
- (٢) إعداد الإستبيان فى صورته الأولى.
- (٣) تحديد تعليمات الإستبيان.
- (٤) عرض الإستبيان على السادة المحكمين.
- (٥) تطبيق الإستبيان على عينة الدراسة الإستطلاعية.
- (٦) حساب صدق الإتساق الداخلى لإستبيان.
- (٧) حساب ثبات الإستبيان.
- (٨) وضع الصورة النهائية للإستبيان.
- (٩) وضع مفتاح تصحيح الإستبيان.
- (١) تحديد الغرض من الإستبيان:

جدول ٣. قيم معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لاستبيان اتخاذ ربه الأسرة لقرارات الشراء والدرجة الكلية للاستبيان (ن=٣٠)

الدلالة	معامل الارتباط	استبيان اتخاذ ربه الأسرة لقرارات الشراء
٠,٠١	٠,٧٥٤	

يتضح من جدول (٣) أن معاملات ارتباط استبيان اتخاذ ربه الأسرة لقرارات الشراء والدرجة الكلية للاستبيان عند مستوى ٠,٠١، مما يدل على ارتباط محوري استبيان اتخاذ ربه الأسرة لقرارات الشراء والدرجة الكلية له.

(٧) حساب ثبات المقياس:

يقصد بالثبات دقة الاختبار في القياس والملاحظة، وعدم تناقضه مع نفسه، وإتساقه وإطراده فيما يزودنا به من معلومات عن سلوك المبحوث، وهو النسبة بين تباين الدرجة على المقياس التي تشير إلى الأداء الفعلي للمبحوث (صفوت فرج، ٢٠٠٢).

تم حساب الثبات للدرجة الكلية للمقياس وذلك بثلاثة طرق هم:

٣- طريقة ألفا كرونباخ Alpha Cronbach.

٤- طريقة التجزئة النصفية Split.

وللتصحيح من أثر التجزئة النصفية تم استخدام: معادلة جيتومان Guttman

جدول ٤. قيم معاملات الثبات اتخاذ ربه الأسرة لقرارات الشراء

معامل الفا	التجزئة النصفية	سبيرمان براون	معاملات ثبات المقياس ككل
٠,٩٠٢	٠,٨٦٣	٠,٩٤٤	٠,٨٩١

ب- تم تفرغ بيانات التحكيم بهدف التعرف على نسبة الموافقة وعدم الموافقة على عبارات الإستبيان بمحاورة مختلفة، ومدى مناسبتها للبعد الذي وضع من أجله، مع عدم إحداث أى تغيير فى العبارات التي حصلت على نسبة موافقة (٧٥) %، وإستبعاد العبارات التي حصلت على أقل من هذه النسبة، وقد تبين إتفاق آراء السادة المحكمين على صحة معظم العبارات بنسبة (٩٣) % ولكن مع مراعاة حذف بعض العبارات وتعديل صياغة بعضها وإضافة بعض العبارات وأصبحت عدد عبارات الإستبيان (٥٤) عبارة وبذلك أصبح الإستبيان معداً للتطبيق على عينة البحث الأساسية.

(٥) إجراء الدراسة الاستطلاعية:

تم تطبيق الإستبيان على عينة الدراسة الاستطلاعية وقوامها (٣٠) أسرة بنفس شروط عينة البحث الأساسية والمتمثلة فى نفس شروط عينة الدراسة الأساسية وكان الهدف من تلك الدراسة مايلى:

أ- التحقق من مدى مناسبة العبارات وإرتباطها بمفهوم كل محور من محاور الاستبيان.

ب- مدى مناسبة الصياغة اللغوية للعبارات، ووضوح معناها في ضوء الإستجابات الخاصة بكل محور.

ج- إجراءات التحليلات الإحصائية اللازمة، لتقنين الإستبيان بحساب الصدق والثبات.

٦- حساب صدق الإتساق الداخلى للإستبيان: Internal Consistency

صدق الإستبيان: يقصد به قدرة الإستبيان على قياس ما وضع لقياسه.

صدق الإتساق الداخلى:

حساب معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من العبارات المكونة للإستبيان، والدرجة الكلية للإستبيان.

(٩) مفتاح تصحيح الإستهيبان:

تم تصحيح الإستهيبان بإستخدام مفتاح تصحيح ثلاثى للعبارات وفق ثلاث إستجابات وهى (نعم، إلى حد ما، لا)، وذلك على مقياس متدرج متصل وفقاً لثلاث مستويات هي (٣-٢-١) للعبارات سالبة الصياغة.

خامساً: المعالجات الإحصائية:

بعد جمع البيانات وتقريغها تمت إجراء المعالجات الإحصائية باستخدام برنامج Spss.X لتحديد المتوسطات الحسابية، والانحراف العياري، والتكرارات، والنسب المئوية، ومعامل ارتباط بيرسون، الفروق بين المتوسطات باستخدام اختبار T.Test، وتحليل التباين في اتجاه واحد باستخدام اختبار F.Test، واختبار أقل فروق معنوي L.S.D، وحساب الوزن النسبي ومعامل الانحدار وحساب معامل إيتا وذلك من أجل استخراج النتائج ومناقشتها وتفسيرها.

سادساً: النتائج تحليلها وتفسيرها:**أ-: النتائج الوصفية:**

وصف عينة البحث الأساسية: وتم دراسة الخصائص الاجتماعية والاقتصادية بهدف معرفة وجود فروق فى مستوى وعى الأسر عينة البحث بآليات حماية المستهلك تبعا للمستوى التعليمى والاقتصادى للأسرة، و فيما يلي وصف شامل لعينة البحث الأساسية موضحة بالجدول ٥:

جدول ٥. توزيع أفراد عينة البحث الأساسية وفقاً للخصائص الاجتماعية والاقتصادية (ن=٢٠٠)

النسبة المئوية	العدد	الفئة	البيان
١٦%	٢٢	منخفض	١- المستوى التعليمي لربة الأسرة
٣٧,٥%	٧٥	متوسط	
٤٦,٥%	٩٣	مرتفع	
١٠٠%	٢٠٠	المجموع	
٣١,٥%	٦٣	٣ أفراد	٢- عدد أفراد الأسرة
٥٤,٥%	١٠٩	٤ أفراد	
١٤%	٢٨	٥ أفراد	
١٠٠%	٢٠٠	المجموع	
٢٣%	٤٦	أقل من ٤٠٠٠ جنية	٣- الدخل الشهري للأسرة
٣٢,٥%	٦٥	من ٤٠٠٠ جنية لأقل من ٨٠٠٠ جنية	
٤٤,٥%	٨٩	من ٨٠٠٠ جنية فأكثر	
١٠٠%	٢٠٠	المجموع	

يتضح من جدول (٤) أن قيم معاملات الثبات كانت مقبولة بالنسبة لهذا النوع من حساب معاملات الثبات، وتعتبر هذه القيم عالية. وهذا دليل على إمكانية استخدام الإستهيبان.

(٨) الصورة النهائية للإستهيبان: بعد أن قام الباحث بإجراء التعديلات التي إقترحها السادة المحكمون في حذف بعض العبارات، وإضافة البعض الأخر، وتعديل بعض الصياغات اللغوية، أصبح عدد عبارات الإستهيبان (٥٤) عبارة. وبذلك أصبح الإستهيبان معداً وصالحاً للتطبيق على عينة البحث الأساسية.

عبارات مقياس اتخاذ ربه الأسرة حديثة التكوين لقرارات شراء السلع الغذائية فى صورته النهائية: يحتوى على (٥٤) عبارة

أحرص على شراء السلع الغذائية المعروضة بالاعلانات التجارية، أشتري المواد الغذائية حسب الاحتياج الفعلى، أضع خطة لشراء السلع الغذائية قبل الشراء، أشتري السلع الغذائية دون الاهتمام بفحص مدة الصلاحية، أضع السعر فى المقام الأول عند الشراء للسلع الغذائية، أشعر بالسعادة والفخر عند شراى للسلع الغذائية المستوردة، أحرص على شراء السلع الغذائية للتأكد من خلوها من العيوب، أحرص على شراء السلع الغذائية عالية الثمن حتى لومنخفضة الجودة، أشتري السلع الغذائية دون أخذ مشورة ورأى أفراد الأسرة، أنتهز فرصة العروض المخفضة الثمن عند شراء السلع الغذائية، أشعر بالندم بعد شراء السلع الغذائية عالية الثمن. أشتري السلع الغذائية الطازجة بكثرة دون الحاجة لها.

يتضح من جدول (٥) ما يلي:

١- متغير المستوى التعليمي لربة الأسرة: يتضح أن أعلى نسبة كانت ٤٦,٥% لصالح ذوى المستوى التعليمي المرتفع، يليها ذوى المستوى التعليمي المتوسط بنسبة ٣٧,٥% ثم يليها ذوى المستوى التعليمي المنخفض والتي تمثل نسبة ١٦%.

٢- متغير عدد أفراد الأسرة: يتضح أن أعلى نسبة لعدد أفراد الأسرة كانت ٥٤,٥% للأسرة المكونة من أربعة أفراد، يليها الاسر المكونة من ثلاثة أفراد بنسبة ٣١,٥%، وأخيرا الاسر المكونة من خمسة أفراد والتي تمثل ١٤% وهى النسبة الأقل.

٣- متغير الدخل الشهري للأسرة: يتضح أن أعلى نسبة من أفراد العينة الأساسية يحصلون على دخل مرتفع بنسبة ٤٤,٥%، يليهم الدخل المتوسط بنسبة ٣٢,٥%، وأخيراً الأسر الذين يحصلون على مستوى دخل منخفض بنسبة ٢٣%.

ب-الوزن النسبي للآليات حماية المستهلك التى تتبعها ربة الأسرة بعينة البحث:

يتضح من جدول (٦) أن آليات حماية المستهلك لربة الأسرة الجانب المعرفي (وعى المستهلك نفسه والتي تحتل فيها المرتبة الاولى وذلك بنسبة ٢٨,٢%، يليها فى المرتبة الثانية الجانب الوقائي (جمعيات وجهاز حماية المستهلك والوزارات المعنية) والتي تمثل نسبة ٢٥,٤%، يليها فى المرتبة الثالثة الجانب الرقابي: (جمعيات وجهاز حماية المستهلك والوزارات المعنية) والتي تمثل نسبة ٢٤,٦%، فى المرتبة الرابعة والأخيرة الجانب التشريعي والتي تمثل نسبة ٢١,٨%.

جدول ٦. يوضح الوزن النسبي للآليات حماية المستهلك لدى ربة الأسرة (ن=٢٠٠)

الترتيب	النسبة المئوية %	الوزن النسبي	آليات حماية المستهلك لربة الأسرة
الأول	٢٨,٢%	٢٧٢	الجانب المعرفي
الثاني	٢٥,٤%	٢٤٥	الجانب الوقائي
الثالث	٢٤,٦%	٢٣٧	الجانب الرقابي
الرابع	٢١,٨%	٢١١	الجانب التشريعي
	١٠٠%	٩٦٥	المجموع

ثانيا: النتائج في ضوء فروض البحث:

النتائج في ضوء الفرض الأول: والذي ينص علي أنه "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات ربات الأسر عينة البحث فى مستوى آليات حماية المستهلك ومحاورها (الجانب المعرفي، الجانب الوقائي، الجانب الرقابي، الجانب التشريعي) وفقا لمتغيرات الدراسة من حيث: (المستوى التعليمي لربة الأسرة، عدد أفراد الأسرة، متوسط الدخل الشهري للأسرة).

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم إجراء:

أ- اختبار (ف) Ftest لإيجاد الفروق فى مستوى آليات حماية المستهلك ومحاورها الأربعة وفقا لمتغيرات الدراسة من حيث: (المستوى التعليمي لربة الأسرة، عدد أفراد الأسرة، متوسط الدخل الشهري للأسرة).

ب- اختبار LSD لإيجاد اتجاه الفروق في حالة وجودها لبعض المتغيرات (المستوى التعليمي لربة الأسرة، عدد أفراد الأسرة، متوسط الدخل الشهري للأسرة).

والجداول من رقم (٧) إلي رقم (١٢) توضح ذلك

١- المستوى التعليمي لربة الأسرة:

يتضح من جدول (٧) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١ بين أفراد عينة البحث الأساسية فى مستوى آليات حماية المستهلك ومحاورها (الجانب المعرفي، الجانب الوقائي، الجانب الرقابي، الجانب التشريعي) تبعاً لإختلاف المستوى التعليمي لأم حيث بلغت قيمة "ف" للاستبيان ككل (٦٣,٢٤٥)

والمحاور الأربعة على الترتيب (٤٥,٠٦٥)،(٥٩,٨٠١)،(٤٠,٢١١)،(٥٦,٦٣٠)،(٦٣,٢٤٥) وهى قيم دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠١ وليبيان إتجاه الدلالة تم إجراء إختبار (L.S.D) للمقارنات المتعددة وفيما يلى بيان بذلك.

يتضح من جدول (٨) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١ فى مستوى آليات حماية المستهلك ومحاورها (الجانب المعرفى، الجانب الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى) تبعاً لإختلاف المستوى التعليمى للأمر لصالح أسر الأم ذوى التعليم العالى ويرجع ذلك الى أن الأم المتعلمة أكثر وعياً وإدراكاً بآليات حماية المستهلك، ونوعية المؤسسات المختصة بتطبيق اجراءات الحماية فيمكن اللجوء لها فى حالة تعرضها لآى حالة من حالات الغش، هذا بجانب أن الأم المتعلمة لديها من المعرفة والوعى الوقائى ما يفيدها فى حالة التسوق والفحص لأنواع السلع المختلفة لتقلل من حالات تعرضها للغش التجارى وتتفق هذه النتائج مع دراسات (حاتم الفرنشاوى، ٢٠٠٨)، (سهام محمد وآخرون، ٢٠٠٩)، (عبدالله محمود، ٢٠٠٩).

جدول ٧. تحليل التباين بين أفراد العينة الأساسية فى مستوى آليات حماية المستهلك ومحاورها (الجانب المعرفى، الجانب الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى) تبعاً لإختلاف المستوى التعليمى للأمر (ن=٢٠٠)

الدلالة	قيمة (ف)	درجات الحرية	متوسط المربعات	مجموع المربعات	مصدر التباين	محاور استبيان آليات حماية المستهلك
٠,٠١	٤٥,٠٦٥	٢	٤٩٠٣,٨٢٤	٩٨٠٧,٦٤٨	بين المجموعات	المحور الأول: الجانب المعرفى
دال		١٩٧	١٠٨,٨١٨	٢١٤٣٧,٠٥٦	داخل المجموعات	
		١٩٩		٣١٢٤٤,٧٠٤	المجموع	
٠,٠١	٥٩,٨٠١	٢	٥١٢١,٨٠١	١٠٢٤٣,٦٠٣	بين المجموعات	المحور الثانى: الجانب الوقائى
دال		١٩٧	٨٥,٦٤٧	١٦٨٧٢,٥٣٧	داخل المجموعات	
		١٩٩		٢٧١١٦,١٤٠	المجموع	
٠,٠١	٤٠,٢١١	٢	٤٨٢٧,٧٨٠	٩٦٥٥,٥٦٠	بين المجموعات	المحور الثالث: الجانب الرقابى:
دال		١٩٧	١٢٠,٠٦٢	٢٣٦٥٢,٣٠٦	داخل المجموعات	
		١٩٩		٣٣٣٠٧,٨٦٦	المجموع	
٠,٠١	٥٦,٦٣٠	٢	٥١٤٩,١٥١	١٠٢٩٨,٣٠١	بين المجموعات	المحور الرابع: الجانب التشريعى:
دال		١٩٧	٩٠,٩٢٥	١٧٩١٢,٣١٠	داخل المجموعات	
		١٩٩		٢٨٢١٠,٦١١	المجموع	
٠,٠١	٦٣,٢٤٥	٢	٥١٩٢,٢٩٥	١٠٣٨٤,٥٩١	بين المجموعات	الاستبيان ككل
دال		١٩٧	٨٢,٠٩٨	١٦١٧٣,٣١٢	داخل المجموعات	
		١٩٩		٢٦٥٥٧,٩٠٣	المجموع	

جدول ٨. دلالة الفروق في متوسطات أفراد العينة الأساسية في مستوى آليات حماية المستهلك ككل ومحاورها (الجانب المعرفي، الجانب الوقائي، الجانب الرقابي، الجانب التشريعي) تبعاً لإختلاف المستوى التعليمي للأُم (ن=٢٠٠)

المحور الأول: الجانب المعرفي (وعى المستهلك نفسه)			
المستوي التعليمي للأُم	منخفض	متوسط	عالي
م=٧٠,١١٤	-	م=٨٢,٤٦٢	م=٩٧,١٢٦
منخفض	**١٢,٣٤٨	-	-
متوسط	**٢٧,٠١٢	**١٤,٦٦٤	-
عالي	المحور الثاني : الجانب الوقائي (جمعيات وجهاز حماية المستهلك والوزارات المعنية)		
المستوي التعليمي للأُم	منخفض	متوسط	عالي
م=٨٥,٢٦١	-	م=١٠١,٣٣٧	م=١٢٧,٧٥٦
منخفض	**١٦,٠٧٦	-	-
متوسط	**٤٢,٤٩٥	**٢٦,٤١٩	-
عالي	المحور الثالث : الجانب الرقابي : (جمعيات وجهاز حماية المستهلك والوزارات المعنية)		
المستوي التعليمي للأُم	منخفض	متوسط	عالي
م=١٣١,٤٧٠	-	م=١٥٥,٢٤٥	م=١٨٠,٨١٩
منخفض	**٢٣,٧٧٥	-	-
متوسط	**٤٩,٣٤٩	**٢٥,٥٧٤	-
عالي	المحور الرابع : الجانب التشريعي		
المستوي التعليمي للأُم	منخفض	متوسط	عالي
م=٢٠,١٤٣	-	م=٢٨,١١٢	م=٣٥,٦٤٥
منخفض	**٧,٩٦٩	-	-
متوسط	**١٥,٥٠٢	**٧,٥٣٣	-
عالي	الاستبيان ككل		
المستوي التعليمي للأُم	منخفض	متوسط	عالي
م=٣٠٦,٩٨٨	-	م=٣٦٧,١٥٦	م=٤٤١,٣٤٦
منخفض	**٦٠,١٦٨	-	-
متوسط	**١٣٤,٣٥٨	**٧٤,١٩٠	-
عالي			

٢- عدد أفراد الأسرة:

"ف" ككل (٤٠,٠٥٧) وقيم (ف) لمحاور الاستبيان على الترتيب (٦٦,٢٨٩)، (٢٥,٢٠٦)، (٤٩,٩٢٠)، (٣٦,٠٦٨)، (٤٠,٠٥٧) وهى قيم دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠١ ولبيان إتجاه الدلالة تم إجراء إختبار (L.S.D) للمقارنات المتعددة وفيما يلي بيان بذلك.

يتضح من جدول (٩) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١ بين أفراد عينة البحث الأساسية في مستوى آليات حماية المستهلك ككل ومحاورها (الجانب المعرفي، الجانب الوقائي، الجانب الرقابي، الجانب التشريعي) تبعاً لإختلاف أعداد أفراد الأسرة حيث بلغت قيمة

جدول ١٠. دلالة الفروق في متوسطات أفراد العينة الأساسية في مستوى آليات حماية المستهلك ومحاورها (الجانب المعرفى،

الجانب الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى) تبعاً لإختلاف أعداد أفراد الأسرة (ن=٢٠٠)

المحور الأول: الجانب المعرفى (وعى المستهلك نفسه)		
عدد أفراد الأسرة	أقل من ٤ أفراد	من ٤ أفراد لأقل من ٥ أفراد
أقل من ٤ أفراد	٩٦,٩٣٧ = م	٨٥,١٣٦ = م
من ٤ أفراد لأقل من ٥ أفراد	-	-
من ٥ أفراد فأكثر	**١١,٨٠١	**١٢,٩٩٣
	**٢٤,٧٩٤	-
المحور الثانى : الجانب الوقائى (جمعيات وجهاز حماية المستهلك والوزارات المعنية)		
عدد أفراد الأسرة	أقل من ٤ أفراد	من ٤ أفراد لأقل من ٥ أفراد
أقل من ٤ أفراد	١٢٧,٤١٧ = م	١٠٠,٥٢٣ = م
من ٤ أفراد لأقل من ٥ أفراد	-	-
من ٥ أفراد فأكثر	**٢٦,٨٩٤	٠,٧٠٦
	**٢٧,٦٠٠	-
المحور الثالث : الجانب الرقابى : (جمعيات وجهاز حماية المستهلك والوزارات المعنية)		
عدد أفراد الأسرة	أقل من ٤ أفراد	من ٤ أفراد لأقل من ٦ أفراد
أقل من ٤ أفراد	١٨٢,٢٧٧ = م	١٦٤,٤٠١ = م
من ٤ أفراد لأقل من ٥ أفراد	-	-
من ٥ أفراد فأكثر	**١٧,٨٧٦	**١٩,١٦٤
	**٣٧,٠٤٠	-
المحور الرابع : الجانب التشريعى		
عدد أفراد الأسرة	أقل من ٤ أفراد	من ٤ أفراد لأقل من ٥ أفراد
أقل من ٤ أفراد	٣٩,٦٢١ = م	٣٧,٠٥٧ = م
من ٤ أفراد لأقل من ٥ أفراد	-	-
من ٥ أفراد فأكثر	*٢,٥٦٤	**١١,٥٤١
	**١٤,١٠٥	-
الاستبيان ككل		
عدد أفراد الأسرة	أقل من ٤ أفراد	من ٤ أفراد لأقل من ٥ أفراد
أقل من ٤ أفراد	٤٤٦,٢٥٢ = م	٣٨٧,١١٧ = م
من ٤ أفراد لأقل من ٥ أفراد	-	-
من ٥ أفراد فأكثر	**٥٩,١٣٥	**٤٤,٤٠٤
	**١٠٣,٥٣٩	-

٣- الدخل الشهرى للأسرة:

يتضح من جدول (١١) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١ بين أفراد عينة البحث الأساسية في مستوى آليات حماية المستهلك ككل ومحاورها (الجانب المعرفى، الجانب الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى) تبعاً لمتوسط الدخل الشهرى للأسرة حيث بلغت قيمة "ف" الكلية (٥٦,٣٤٤) وبلغت قيم (ف) لمحاور الاستبيان على الترتيب (٣٢,٠٢٣)، (٦٠,٠١٢)، (٦٢,٢٢٥)، (٤٤,٤٨٥)، (٥٦,٣٤٤) وهى قيم دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠١ وليبيان إتجاه الدلالة تم إجراء إختبار (L.S.D) للمقارنات المتعددة وفيما يلى بيان بذلك.

يتضح من جدول (١٠) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١ فى مستوى آليات حماية المستهلك ككل ومحاورها (الجانب المعرفى، الجانب الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى) تبعاً لإختلاف أعداد أفراد الأسرة لصالح الاسر الأقل من (٤ أفراد) ويرجع الباحث ذلك إلى أنه كلما قل عدد أفراد الأسرة كلما كانت الفرص متاحة لاختيار الآجود من السلع نظرا لعدم تزامم احتياجات الأفراد على شراء السلع مما يساعد فى خفض حدة حالات الغش التجارى، كما أن العدد الأقل للأفراد يتيح فرص أكبر لاتخاذ قرارات شرائية أكثر دقة وقابلة للتنفيذ، وتتفق هذه النتيجة مع دراسات كلا من (محمد الزيادات، صلاح الرواشدة، ٢٠١٠)

جدول ١١. تحليل التباين بين أفراد العينة الأساسية في مستوى آليات حماية المستهلك ككل ومحاورها (الجانب المعرفي، الجانب الوقائي، الجانب الرقابي، الجانب التشريعي) تبعاً لمتوسط الدخل الشهري للأسرة (ن=٢٠٠)

الدلالة	قيمة (ف)	درجات الحرية	متوسط المربعات	مجموع المربعات	مصدر التباين	محاور استبيان آليات حماية المستهلك
٠,٠١	٣٢,٠٢٣	٢	٤٦٧٧,٣٥٢	٩٣٥٤,٧٠٥	بين المجموعات	المحور الأول: الجانب المعرفي
دال		١٩٧	١٤٦,٠٦١	٢٨٧٧٤,٠٥٣	داخل المجموعات	
		١٩٩		٣٨١٢٨,٧٥٨	المجموع	
٠,٠١	٦٠,٠١٢	٢	٥١٧٨,٧٨١	١٠٣٥٧,٥٦١	بين المجموعات	المحور الثاني: الجانب الوقائي
دال		١٩٧	٨٦,٢٩٦	١٧٠٠٠,٢٣٩	داخل المجموعات	
		١٩٩		٢٧٣٥٧,٨٠٠	المجموع	
٠,٠١	٦٢,٢٢٥	٢	٥١٤٣,٠٨٨	١٠٢٨٦,١٧٦	بين المجموعات	المحور الثالث: الجانب الرقابي: (جمعيات وجهاز حماية المستهلك والوزارات المعنية)
دال		١٩٧	٨٢,٦٥٤	١٦٢٨٢,٧٥٣	داخل المجموعات	
		١٩٩		٢٦٥٦٨,٩٢٩	المجموع	
٠,٠١	٤٤,٤٨٥	٢	٤٨٩٥,١٣٦	٩٧٩٠,٢٧٢	بين المجموعات	المحور الرابع: الجانب التشريعي
دال		١٩٧	١١٠,٠٤٠	٢١٦٧٧,٩٣٣	داخل المجموعات	
		١٩٩		٣١٤٦٨,٢٠٥	المجموع	
٠,٠١	٥٦,٣٤٤	٢	٥٠٥٧,٣٢٢	١٠١١٤,٦٤٤	بين المجموعات	الاستبيان ككل
دال		١٩٧	٨٩,٧٥٩	١٧٦٨٢,٤٦٥	داخل المجموعات	
		١٩٩		٢٧٧٩٧,١٠٩	المجموع	

جدول ١٢. دلالة الفروق في متوسطات أفراد العينة الأساسية في مستوى آليات حماية المستهلك ومحاورها (الجانب المعرفي، الجانب الوقائي، الجانب الرقابي، الجانب التشريعي) تبعاً لإختلاف الدخل الشهري للأسرة (ن=٢٠٠) المحور الأول: الجانب المعرفي (وعى المستهلك نفسه)

مرتفع	متوسط	منخفض	الدخل الشهري للأسرة
م=٩٤,٠٤٩	م=٨١,٤٥٢	م=٧٩,٣٠٦	منخفض
-	-	*٢,١٤٦	متوسط
-	**١٢,٥٩٧	**١٤,٧٤٣	مرتفع
المحور الثاني: الجانب الوقائي (جمعيات وجهاز حماية المستهلك والوزارات المعنية)			
مرتفع	متوسط	منخفض	الدخل الشهري للأسرة
م=١٣٧,٣٦٦	م=١٢٢,٠١٢	م=٩٥,٥١٩	منخفض
-	-	**٢٦,٤٩٣	متوسط
-	**١٥,٣٥٤	**٤١,٨٤٧	مرتفع
المحور الثالث: الجانب الرقابي: (جمعيات وجهاز حماية المستهلك والوزارات المعنية)			
مرتفع	متوسط	منخفض	الدخل الشهري للأسرة
م=١٧٥,٣٦٥	م=١٥٠,٣١٧	م=١١٧,٤٣٠	منخفض
-	-	**٣٢,٨٨٧	متوسط
-	**٢٥,٠٤٨	**٥٧,٩٣٥	مرتفع
المحور الرابع: الجانب التشريعي			
مرتفع	متوسط	منخفض	الدخل الشهري للأسرة
م=٤٠,١١٢	م=٣٢,٥١٦	م=٢٤,٣٠١	منخفض
-	-	**٨,٢١٥	متوسط
-	**٧,٥٩٦	**١٥,٨١١	مرتفع

تابع جدول ١٢.
الاستبيان ككل

مرتفع	متوسط	منخفض	الدخل الشهري للأسرة
م = ٤٤٦,٨٩٢	م = ٣٨٦,٢٩٧	م = ٣١٦,٥٥٦	منخفض
-	-	-	متوسط
-	**٦٠,٥٩٥	**٦٩,٧٤١	مرتفع
-	-	**١٣٠,٣٣٦	

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم إجراء:

أ- اختبار (ف) Ftest للتعرف على الفروق بين متوسطات درجات أفراد عينة البحث في مستوى ما تتخذه ربات الأسر من قرارات شرائية وفقاً لمتغيرات الدراسة من حيث: (المستوى التعليمي لربة الأسرة، عدد أفراد الأسرة، متوسط الدخل الشهري للأسرة).

ب- اختبار LSD لإيجاد اتجاه الفروق في حالة وجودها لبعض المتغيرات (المستوى التعليمي لربة الأسرة، عدد أفراد الأسرة، متوسط الدخل الشهري للأسرة).

والجداول من رقم (١٣) إلي رقم (١٨) توضح ذلك

١- المستوى التعليمي لربة الأسرة:

يتضح من جدول (١٣) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١ بين أفراد عينة البحث الأساسية في اتخاذ ربه الأسرة لقرارات شراء السلع الغذائية تبعاً لإختلاف المستوى التعليمي للأُم حيث بلغت قيمة "ف" (٦٣,٨٣٩) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠١ وليبيان إتجاه الدلالة تم إجراء إختبار (L.S.D) للمقارنات المتعددة وفيما يلي بيان بذلك.

يتضح من جدول (١٢) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١ في مستوى آليات حماية المستهلك ككل ومحاورها (الجانب المعرفي، الجانب الوقائي، الجانب الرقابي، الجانب التشريعي) تبعاً لمتوسط الدخل الشهري للأسرة لصالح الأسر مرتفعة الدخل، ويرجع الباحث ذلك إلى أنه الأسر ذات الدخل المرتفع تتمتع بقوة شرائية تمكنها من الحصول على السلع الأكثر جودة وصلاحيته وبالآحجام المطلوبة بسهولة ويسر بينما الأسر منخفضة الدخل تضطر لشراء سلع أقل جودة ويحتمل فيها الغش التجاري لعدم جودتها أو تكون منتهية الصلاحية لذلك فإحتمال تعرض الأسر ذات الدخل المرتفع لحالات من الغش التجاري في المنتجات الغذائية أقل، وتتفق هذه الدراسة مع كلا من (محمد الزيادات، وصلاح الرواشدة، ٢٠١٠) وفي ضوء ما سبق يكون قد تحقق صحة الفرض الأول للبحث.

النتائج في ضوء الفرض الثاني:

والذي ينص علي أنه "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات ربات الأسر عينة البحث في مستوى ما تتخذه من قرارات شرائية للسلع وفقاً لمتغيرات الدراسة من حيث: (المستوى التعليمي لربة الأسرة، عدد أفراد الأسرة، متوسط الدخل الشهري للأسرة).

جدول ١٣. تحليل التباين بين أفراد العينة الأساسية في اتخاذ ربه الأسرة لقرارات شراء السلع الغذائية تبعاً لإختلاف المستوى التعليمي للأُم (ن=٢٠٠)

الدلالة	قيمة (ف)	درجات الحرية	متوسط المربعات	مجموع المربعات	مصدر التباين
٠,٠١ دال	٦٣,٨٣٩	٢	٥١٥٦,٧٥٦	١٠٣١٣,٥١٣	بين المجموعات
		١٩٧	٨٠,٧٧٧	١٥٩١٣,١٢١	داخل المجموعات
		١٩٩		٢٦٢٢٦,٦٣٤	المجموع

قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١، ولبيان إتجاه الدلالة تم إجراء إختبار (L.S.D) للمقارنات المتعددة وفيما يلي بيان بذلك.

يتضح من جدول (١٦) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١، في اتخاذ ربه الأسرة لقرارات شراء السلع الغذائية تبعاً لإختلاف عدد أفراد الأسرة لصالح الاسر الأقل من (٤) أفراد كانت هي الأفضل، حيث بلغ قيمة متوسط ما تتخذه ربه الأسرة ذات عدد الأقل من (٤) أفراد (١٣٨,٨١٦) مقابل متوسط (١٣٦,٠٠٩) للأسر ذات العدد من (٤) لأقل من (٥) أفراد، ومتوسط (١٠٩,٧٠١) للأسر كبيرة العدد (٥) أفراد فأكثر ويرجع الباحث ذلك إلى أنه كلما قل عدد أفراد الأسرة كلما كانت الفرص متاحة لاختيار الأجود من السلع نظرا لعدم تزامم احتياجات الأفراد على شراء السلع، كما أن العدد الأقل للأفراد يتيح فرص أكبر لاتخاذ قرارات شرائية أكثر دقة وقابلة للتنفيذ، وتتفق هذه النتيجة مع دراسات كلا من (محمد الزيادات، وصلاح الرواشدة، ٢٠١٠)

٣- الدخل الشهري للأسرة :

يتضح من جدول (١٧) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١، بين أفراد عينة البحث الأساسية في اتخاذ ربه الأسرة لقرارات شراء السلع الغذائية تبعاً لإختلاف الدخل الشهري للأسرة حيث بلغت قيمة "ف" (٥٥,١٦١) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١، ولبيان إتجاه الدلالة تم إجراء إختبار (L.S.D) للمقارنات المتعددة وفيما يلي بيان بذلك.

جدول ١٤. دلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة الأساسية في اتخاذ ربه الأسرة لقرارات شراء السلع الغذائية تبعاً لإختلاف المستوى التعليمي للأمر (ن=٢٠٠)

المستوى التعليمي	منخفض	متوسط	عالي
لربة الأسرة	م = ١٠١,١٣٩	م = ١٢٢,٤٥٠	م = ٤٩,٩٨٧
منخفض	-	-	-
متوسط	**٢١,٣١١	-	-
عالي	**٤٨,٨٤٨	**٢٧,٥٣٧	-

يتضح من جدول (١٤) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١، في اتخاذ ربه الأسرة لقرارات شراء السلع الغذائية تبعاً لإختلاف المستوى التعليمي للأمر لصالح ذوى التعليم العالي حيث بلغ متوسط اتخاذ ربه الأسرة لقرارات شراء السلع الغذائية في الأسر عالية المستوى التعليمي للأمر ١٠١,١٣٩ للمستوى التعليمي المنخفض للأمر ويرجع الباحث ذلك إلى أن الأمر الأعلى في المستوى التعليمي أكثر خبره ومعلومات ودراية في اختيار السلع الأكثر جودة والمطابقة للمواصفات القياسية وذلك مقارنة بالأمر الأقل في المستوى التعليمي وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة كلا من حاتم الفرنيشاوى (٢٠٠٨)، (سها م محمد وأخرون، ٢٠٠٩)، (عبدالله محمود، ٢٠٠٩).

٢- عدد أفراد الأسرة:

يتضح من جدول (١٥) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١، بين أفراد عينة البحث الأساسية في اتخاذ ربه الأسرة لقرارات شراء السلع الغذائية تبعاً لإختلاف عدد أفراد الأسرة حيث بلغت قيمة "ف" (٣٨,٠٧٦) وهي

جدول ١٥. تحليل التباين بين أفراد العينة الأساسية في اتخاذ ربه الأسرة لقرارات شراء السلع الغذائية تبعاً لآعداد أفراد الأسرة (ن=٢٠٠)

مصدر التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (ف)	الدلالة
بين المجموعات	٩٨٧٠,٣٠٢	٤٩٣٥,١٥١	٢	٣٨,٠٧٦	٠,٠١ دال
داخل المجموعات	٢٥٥٣٤,٠٣٨	١٢٩,٦١٤	١٩٧		
المجموع	٣٥٤٠٤,٣٤٠		١٩٩		

جدول ١٦. دلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة الأساسية فى اتخاذ ربه الأسرة لقرارات شراء السلع الغذائية تبعاً لإختلاف أعداد أفراد الأسرة (ن=٢٠٠)

عدد أفراد الأسرة	أقل من ٤ أفراد	من ٤ لأقل من ٥ أفراد	من ٥ أفراد أكثر
١٣٨,٨١٦ = م	١٣٦,٠٠٩ = م	١٠٩,٧٠١ = م	
أقل من ٤ أفراد	-	-	-
من ٤ أفراد لأقل من ٥	*٢,٨٠٧	-	-
من ٥ أفراد فأكثر	**٢٩,١١٥	**٢٦,٣٠٨	-

جدول ١٧. تحليل التباين بين أفراد العينة الأساسية فى اتخاذ ربه الأسرة لقرارات شراء السلع الغذائية تبعاً لإختلاف الدخل الشهري للأسرة (ن=٢٠٠)

مصدر التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	١٠٠٨٤,٥٧٩	٥٠٤٢,٢٩٠	٢	٥٥,١٦١	٠,٠١ دال
داخل المجموعات	١٨٠٠٧,٧٤٢	٩١,٤١٠	١٩٧		
المجموع	٢٨٠٩٢,٣٢١		١٩٩		

جدول ١٨. دلالة الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة الأساسية فى اتخاذ ربه الأسرة لقرارات شراء السلع الغذائية تبعاً لإختلاف الدخل الشهري للأسرة (ن=٢٠٠)

الدخل الشهري للأسرة	منخفض	متوسط	مرتفع
١١١,١١٦ = م	١٢٧,١٤٦ = م	١٥٢,٥٧٨ = م	
منخفض	-	-	-
متوسط	**١٦,٠٣٠	-	-
مرتفع	**٤١,٤٦٢	**٢٥,٤٣٢	-

النتائج فى ضوء الفرض الثالث:

والذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات وعى الأسر عينة البحث بآليات حماية المستهلك ومحاورها (الجانب المعرفى، الجانب الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى) وبين متوسطات درجات ما تتخذه الأسر من قرارات شرائية.

جدول ١٩. مصفوفة الارتباط

المتغيرات	اتخاذ ربه الأسرة للقرارات الشرائية
الجانب المعرفي	**٠,٧٣١
الجانب الوقائي	**٠,٨٦٤
الجانب الرقابي	*٠,٦٤١
الجانب التشريعي	**٠,٩٠٥
آليات الحماية المستهلك	**٠,٧٥٧
لربة الأسرة حديثة التكوين	
كل	

ينضح من جدول (١٨) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١ فى متوسطات درجات اتخاذ ربه الأسرة لقرارات شراء السلع الغذائية تبعاً لإختلاف الدخل الشهري للأسرة لصالح ربات الاسر مرتفعة الدخل حيث بلغ قيمة متوسط ما تتخذه ربه الأسرة ذات الدخل المرتفع من قرارات شرائية للسلع الغذائية (١٥٢,٥٧٨) مقابل متوسط (١٢٧,١٤٦) للأسر ذات الدخل المتوسط، بينما متوسط الاسر ذات الدخل المنخفض (١١١,١١٦). ويرجع الباحث ذلك بأن دخل الأسرة من أهم الموارد ذات التأثير على ما تتخذه ربات الأسر من قرارات شرائية للسلع الغذائية حيث يتيح الدخل المرتفع الفرص لاتخاذ قرارات متعددة وشراء سلع متنوعة تحقق الرغبات المختلفة لأفراد الأسرة، وتتفق هذه الدراسة مع كلا من (محمد الزيادات، وصلاح الرواشدة، ٢٠١٠). وفي ضوء ما سبق يكون قد تحقق صحة الفرض الثاني.

وجوانبها (المعرفى، الوقائى، الرقابى، التشريعى) وبين كلا من متغيرات الدراسة (المستوى التعليمى للأم، الدخل الشهرى للأسرة، عدد أفراد الأسرة) بينما توجد علاقة ارتباطية موجبة غير دالة احصائيا بين اجمالى أليات حماية المستهلك لربة الأسرة وجوانبها (المعرفى، الوقائى، الرقابى، التشريعى) وبين كلا من متغيرات الدراسة (المستوى التعليمى للأم، الدخل الشهرى للأسرة، عدد أفراد الأسرة).

ويفسر الباحث ذلك بأن وعى ربة الاسرة بأليات حماية المستهلك وجوانبها (المعرفى، الوقائى، الرقابى، التشريعى) يتأثر ايجابيا بالمستوى التعليمى والمهنى لها، حيث يساعدان على رفع مستوى الوعى المعلوماتى والمعرفى والوقائى فى التعامل مع شراء مستلزمات الأسرة وأيضاً يرفع من مستوى ادراكها للدور الرقابى والتشريعى المعمول به عند التسوق للسلع وخاصة غير المطابقة للمواصفات كما أن الدخل الشهرى للأسرة له دوره الواضح فى عملية شراء احتياجات الأسرة ومستلزماتها بينما متغير (عدد أفراد الأسرة) ليس لها تأثير واضح على وعى ربة الأسرة بأليات حماية المستهلك وجوانبها الأربعة مما جعل العلاقة الارتباطية غير دالة احصائياً وتتفق النتائج السابقة مع نتائج دراسة (سماح مشرف، ٢٠٠٤).

وفي ضوء ما سبق يكون قد تحقق صحة الفرض الرابع.

النتائج في ضوء الفرض الخامس:

والذي ينص علي أنه "تختلف الأهمية النسبية لدرجة مشاركة متغيرات الدراسة (كمتغير مستقل) فى تفسير نسبة التباين فيما تتخذه الأسرعينة البحث من قرارات شرائية (كمتغير تابع) تبعا لأوزان معاملات الإنحدار ودرجة الارتباط.

يتضح من الجدول (١٩) وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة احصائيا عند مستوى دلالة (٠,٠١)، (٠,٠٥) بين متوسطات درجات الوعى بأليات حماية المستهلك ككل ومحاورها (المعرفى، الوقائى، الرقابى، التشريعى) وبين متوسطات درجات ما تتخذه ربة الاسرة من قرارات شرائية وتراوحت قيم معاملات الارتباط ما بين (٠,٧٣١ - ٠,٩٠٥) ويفسر ذلك بأن الوعى بأليات حماية المستهلك من حيث المعلومات لدى الفرد عن سبل الحماية والاجراءات الوقائية التى تتخذها الجهات المعنية من الجمعيات الأهلية وجهاز حماية المستهلك والاجراءات الرقابية على الأسواق من الجهات الرسمية وما تتخذه التشريعات من عقوبات واجراءات قانونية حيال ما يتم من عمليات غش فى جودة السلع والأسعار وتاريخ الصلاحية جميعها تلعب دورها فى رفع مستوى ربة الأسرة من قرارات شرائية لتلك السلع وتتفق هذه النتائج مع دراسة (عبدالله محمود، ٢٠٠٩).

وفي ضوء ما سبق يكون قد تحقق صحة الفرض الثالث.

النتائج في ضوء الفرض الرابع:

والذي ينص علي أنه "توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين كل من متوسطات درجات وعى الأسر عينة البحث بأليات حماية المستهلك ومحاورها (الجانب المعرفى، الجانب الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى) و متوسطات درجات ما تتخذه الأسر من قرارات شرائية وكل من (المستوى التعليمى لربة الأسرة، عدد أفراد الأسرة، متوسط الدخل الشهرى للأسرة).

يتضح من نتائج مصفوفة الجدول (٢٠) وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة احصائيا عند مستوى دلالة (٠,٠١)، (٠,٠٥) بين اجمالى أليات حماية المستهلك لربة الأسرة

جدول ٢٠. مصفوفة الارتباط

المتغيرات	الجانب المعرفي	الجانب الوقائي	الجانب الرقابي	الجانب التشريعي	أليات حماية المستهلك لربة الأسرة ككل	اتخاذ ربه الأسرة لقرارات شراء السلع ككل
المستوي التعليمي للأُم	**٠,٩٥٧	**٠,٧٢٩	**٠,٧٣٦	*٠,٦١٣	**٠,٨٩٥	**٠,٨٧٩
عدد أفراد الأسرة	٠,١٩٧	٠,١٣٤	٠,١١٢	٠,١٧٧	٠,١٤٨	٠,١٢٢
الدخل الشهري للأسرة	**٠,٨٤٣	**٠,٧٩٤	*٠,٦٤٤	**٠,٩٤٩	**٠,٧١٤	**٠,٩٠٩

جدول ٢١. معاملات الإنحدار باستخدام الخطوة المتدرجة إلى الأمام لبعض المتغيرات الديموجرافية لعينة البحث الأساسية مع

اتخاذ ربه الأسرة للقرارات الشرائية

المتغير المستقل	معامل الارتباط	نسبة المشاركة	قيمة (ف)	الدلالة	معامل الإنحدار	قيمة ت	الدلالة
المستوى التعليمي للأُم	٠,٩٠٧	٠,٨٢٢	١٢٩,٢٤٧	٠,٠١	٠,٦٨٩	١١,٣٦٩	٠,٠١
سن الأم	٠,٨٦٠	٠,٧٤٠	٧٩,٦٥٢	٠,٠١	٠,٥٨٧	٨,٩٢٥	٠,٠١
عمل الأم	٠,٨٢٩	٠,٦٨٧	٦١,٤٤٠	٠,٠١	٠,٥٢٥	٧,٨٣٨	٠,٠١
الدخل الشهري للأسرة	٠,٧٩١	٠,٦٢٦	٤٦,٩١١	٠,٠١	٠,٤٥٨	٦,٨٤٩	٠,٠١

الوقائي، الجانب الرقابي، الجانب التشريعي) في تفسير نسبة التباين في ما تتخذه الأسرة البحث من قرارات شرائية (كمتغير تابع) تبعاً لأوزان معاملات الإنحدار ودرجة الارتباط.

يتضح من جدول (٢٢) أن أكثر العوامل تأثيراً على اتخاذ ربه الأسرة لقرارات شراء السلع الغذائية هو الجانب المعرفي لربة الأسرة بنسبة مشاركة ٨٤% يليه الجانب الوقائي بنسبة مشاركة ٨٠,٦% ثم الجانب الرقابي بنسبة مشاركة ٧١,٨% وأخيراً الجانب التشريعي بنسبة مشاركة ٦٤,٤% ويتضح مما سبق إختلاف نسبة مشاركة متغيرات الدراسة الديموجرافية (المتغيرات المستقلة) في ما تتخذه ربه الأسرة البحث من قرارات شرائية (كممتغير تابع) تبعاً لأوزان معاملات الإنحدار ودرجة الارتباط .

وفي ضوء ما سبق يكون قد تحقق صحة الفرض السادس.

يتضح من جدول (٢١) أن أكثر العوامل تأثيراً على اتخاذ ربه الأسرة لقرارات شراء السلع الغذائية هو المستوى التعليمي للأُم بنسبة مشاركة ٨٢,٢% ثم يليها سن الأم بنسبة مشاركة ٧٤% ثم عمل الأم بنسبة مشاركة ٦٨,٧% وأخيراً الدخل الشهري للأسرة بنسبة مشاركة ٦٢,٦% ويتضح مما سبق إختلاف نسبة مشاركة متغيرات الدراسة الديموجرافية (المتغيرات المستقلة) مع اتخاذ ربه الأسرة لقرارات شراء السلع الغذائية (المتغير التابع) تبعاً لأوزان معاملات الإنحدار ودرجة الارتباط، وتتفق مع دراسات (رحاب قمباط، ٢٠٠٦)، (سماح مشرف، ٢٠٠٤) .

وفي ضوء ما سبق يكون قد تحقق صحة الفرض الخامس.

النتائج في ضوء الفرض السادس:

والذي ينص على أنه "تختلف الأهمية النسبية لدرجة مشاركة (المتغير المستقل) مستوى وعى الأسر عينة البحث بأليات حماية المستهلك ومحاورها (الجانب المعرفي، الجانب

جدول ٢٢ . معاملات الإنحدار باستخدام الخطوة المتدرجة إلى الأمام لبعض المتغيرات لعينة البحث الأساسية مع اتخاذ ربه الأسرة للقرارات الشرائية

المتغير المستقل	معامل الارتباط	نسبة المشاركة	قيمة (ف)	الدلالة	معامل الإنحدار	قيمة ت	الدلالة
الجانب المعرفى	٠,٩١٧	٠,٨٤٠	١٤٧,٤٦٢	٠,٠١	٠,٧١٣	١٢,١٤٣	٠,٠١
الجانب الوقائى	٠,٨٩٨	٠,٨٠٦	١١٦,٢٦٥	٠,٠١	٠,٦٦٨	١٠,٧٨٣	٠,٠١
الجانب الرقابى	٠,٨٤٧	٠,٧١٨	٧١,٣٦٦	٠,٠١	٠,٥٦٢	٨,٤٤٨	٠,٠١
الجانب التشريعى	٠,٨٠٣	٠,٦٤٤	٥٠,٧٢٣	٠,٠١	٠,٤٧٨	٧,١٢٢	٠,٠١

الدراسة
الأسرية
الأسرية
الأسرية
الأسرية

ثامنا : ملخص نتائج البحث

أولاً: النتائج الوصفية:

الرقابى، الجانب التشريعى) وفقا لمتغيرات الدراسة (المستوى التعليمى لربة الأسرة، عدد أفراد الأسرة، متوسط الدخل الشهرى للأسرة).

٢- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الأسر عينة البحث فى مستوى ما تتخذه الأسر عينة البحث من قرارات شرائية وفقا لمتغيرات الدراسة وفقا لمتغيرات الدراسة (المستوى التعليمى لربة الأسرة، عدد أفراد الأسرة، متوسط الدخل الشهرى للأسرة).

٣- توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات وعى الأسر عينة البحث بآليات حماية المستهلك ومحاورها (الجانب المعرفى، الجانب الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى) وبين متوسطات درجات ما تتخذه الأسر من قرارات شرائية.

٤- توجد علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات وعى الأسر عينة البحث بآليات حماية المستهلك ومحاورها (الجانب المعرفى، الجانب الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى) وبين متوسطات درجات ما تتخذه الأسر من قرارات شرائية فى ضوء متغيرات الدراسة.

٥- تختلف الأهمية النسبية لدرجة مشاركة متغيرات الدراسة (كمتغير مستقل) فى تفسير نسبة التباين فيما تتخذه الأسر عينة البحث من قرارات شرائية (كمتغير تابع) تبعا لأوزان معاملات الإنحدار ودرجة الإرتباط

١- أن أعلى نسبة للمستوى التعليمى لربة الاسرة عينة البحث كانت ٤٦,٥% لصالح ذوى المستوى التعليمى المرتفع ويشمل بنسبة ٤٤%، وما فوق الجامعى بنسبة ٢,٥%، يليها ذوى المستوى التعليمى المتوسط بنسبة ٣٧,٥% ويشمل ٢٠,٥% لمستوى المعهد سنتين فوق المتوسط و الثانوية وما يعادلها بنسبة ١٧% ثم يليها ذوى المستوى التعليمى المنخفض ويضم الحاصلين على الاعدادية بنسبة ١٠% ومستوى الشهادة الابتدائية والتي تمثل نسبة ٦%.

٢- أن أعلى نسبة لعدد أفراد الأسرة كانت ٥٤,٥% للأسرة المكونة من أربعة أفراد، يها الاسر المكونة من ثلاثة أفراد بنسبة ٣١,٥%، وأخيرا الاسر المكونه من خمسة أفراد والتي تمثل ١٤% وهى النسبة الأقل.

٣- أن أعلى نسبة من أفراد العينة الأساسية يحصلون على دخل مرتفع بنسبة ٤٤,٥%، يليهم الدخل المتوسط بنسبة ٣٢,٥%، وأخيراً الأسر الذين يحصلون على مستوى دخل منخفض بنسبة ٢٣%.

ثانياً: مناقشة النتائج في ضوء الفروض

أوضحت مناقشة النتائج في ضوء الفروض ما يلي:

١- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الأسر عينة البحث فى مستوى آليات حماية المستهلك ومحاورها (الجانب المعرفى، الجانب الوقائى، الجانب

إيمان صالح علاق (٢٠١٥): مظاهر الحماية الجنائية لمستهلك المواد الغذائية فى ضوء التشريع الليبي- مجلة العلوم القانونية والتشريعية - العدد السابع - يونيو ٢٠١٥م.
جريدة الوقائع المصرية (٢٠١٧): قانون حماية المستهلك (٢٠١٨م) - عدد نوفمبر/ وديسمبر
حاتم القرنشاوى (٢٠٠٨): تقييم فعاليات الجمعيات الاهلية العاملة فى مجال حماية المستهلك، بحث منشور بقسم بحوث الجريمة، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة.

رحاب السيد أحمد قمباظ (٢٠٠٦): مدي فاعليه برنامج معد للنهوض بالوعي الاستهلاكي لدي المتزوجات حديثا ، رسالة دكتوراه، كلية الاقتصاد المنزلى، جامعة المنوفية.

رشا رشاد محمود منصور (٢٠١٦): الشراء الرشيد لربة الأسرة العاملة وغير العاملة ،بحث منشور فى مجلة الإسكندرية للبحوث الزراعية مجلد ٦٠ - ع (٢) ، كلية الزراعة ، جامعة الأسكندرية

زكي خليل المساعد (١٩٩٨): التسويق فى المفهوم الشامل، ط٢ ، دائرة المكتبة الوطنية، عمان.

سلوى محمد يحيى العوادلى (٢٠٠٦): الاعلان وسلوك المستهلك، القاهرة، دار النهضة العربية.

سماح محمد طه مشرف (٢٠٠٨): اثر وسائل الاتصال الشخصي والجماهيري علي القيم المتعلقة بقرارات الاسره الشرائيه ، رسالة دكتوراه غير منشوره، كلية الاقتصاد المنزلى، جامعة حلوان.

سميحه القليوبى (١٩٩٣) : غش الاغذيه وحمايه المستهلك فى مصر ، بحث منشور فى مؤتمر حمايه المستهلك ، القاهرة مجلد (١).

سميره احمد قنديل ومحمد سيد احمد ووهبه محمد نصر (٢٠١٠) : العوامل المرتبطه بمفهوم ربات الاسر عن السلوك الاستهلاكي فى مدينه بورسعيد، بحث منشور بمجله الاقتصاد والعلوم الاجتماعيه، جامعه المنصوره .

سناء محمد احمد النجار (٢٠١٠) : فاعليه برنامج استخدام الكمبيوتر لتتميه مهارات وسمات السلوك الاداري قائم علي تحديث الثقافه الاستهلاكيه للشباب الجامعي ، رساله دكتوراه غير منشوره ، كليه الاقتصاد المنزلي ، جامعه حلوان.

٦- تختلف الأهمية النسبية لدرجة مشاركة (المتغير المستقل) مستوى وعى الأسر عينة البحث بآليات حماية المستهلك ومحاورها (الجانب المعرفى، الجانب الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى) فى تفسير نسبة التبائين فى ما تتخذه الأسرعينة البحث من قرارات شرائية (كمتغير تابع) تبعا لأوزان معاملات الإنحدار ودرجة الارتباط .

التوصيات

١- قيام جهاز حماية المستهلك بزيادة التعاون بين الوزارات المختلفة فى مجال حماية المستهلك كوزارة الصحة، وزارة التموين والتجارة الداخلية، وزارة الداخلية، والعمل على تحويل كافة قضايا المستهلك إلى المحاكم إذا كانت تستلزم ذلك.

٢- قيام وزارة الاعلام بحملات توعية للمستهلكين لتعريفهم بحقوقهم، وتكثيف هذه الحملات من خلال وسائل الإعلام.

٣- قيام جهاز حماية المستهلك بالعمل على إنشاء المزيد من جمعيات حماية المستهلك فى مصر، والمساهمة فى رفع مستوى التنسيق بين جمعيات حماية المستهلك وبين الوزارات المعنية.

٤- قيام الهيئة العامة لسلامة الغذاء بزيادة وعى المستهلك و العمل على زيادة المواقع الإلكترونية المصرية التي تهدف لتوعية المستهلكين بالسلع والخدمات الضارة، وتقديم الدعم القانوني لهم.

المراجع

احمد ابراهيم عبدالهادي (٢٠٠٦) : اداره المبيعات وحمايه المستهلك، دار النهضة العربية ، القاهرة .

احمد السيد كردي (٢٠١١) : اطار مقترح لحمايه حقوق المستهلك من مخاطر التجاره الالكترونيه ، رساله ماجستير ، كليه التجاره ، جامعه بنها.

أحمد شاكر العسكري (٢٠٠٣) : التسويق مدخل إستراتيجى، عمان ، مكتبة الشروق ، الأردن.

- سهم كامل محمد، عماد حمدي جاسم، وصال عبدالله حسين (٢٠٠٩): الثقافة الاستهلاكية للدواء في اطار حماية المستهلك العراقي دراسة تحليلية، بحث منشور بالمجلة العراقية لبحوث السوق وحماية المستهلك، مجلد (١) يوليو ٢٠٠٩، جامعة بغداد، العراق.
- صفوت فرج (٢٠٠٢): القياس النفسي، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ط٢.
- ضياء الصادق (٢٠١٣) : حمايه المستهلك وقمع الغش التجاري في ظل القانون الجديد المتعلق بالجمهوريه الجزائريه ، رساله ماجستير غير منشوره، كليه العلوم القانونيه والاداريه، جامعه الجزائر .
- طلعت اسعد عبدالحميد (٢٠٠٢) : التسويق الفعال الأساسيات والتطبيق، مكتبة الشقري، القاهرة.
- عادل محمد مجاهد (٢٠٠٧) :الحماية الجنائية للمستهلك في قانون المواصفات والمعايير القياسية ، رساله ماجستير غير منشوره ، أكاديمية الدراسات العليا . جامعة السلطان قابوس ، عمان ، ص٦٥.
- عائشه محمد عرب (٢٠١٦) : التنشئه السياسيه للابناء كما يدركها الاباء وعلاقتها بقدراتهم علي اتخاذ القرار ، رساله ماجستير غير منشوره ، كليه الاقتصاد المنزلي ، جامعه المنوفيه .
- عبدالله عبدالله محمود (٢٠٠٩):حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني دراسة مقارنة ، رساله ماجستير منشوره، كليه الدراسات العلي، جامعه النجاح، نابلس، فلسطين.
- عبدالمنعم موسي ابراهيم (٢٠٠٧) : حمايه المستهلك ، منشورات الحلبي الحقوقيه ، الطبعه الاولى .
- فايزه عبدالمنعم سليمان (٢٠١٥): استخدام الانترنت وعلاقته باده بعض الموارد لدي المراهقين، رساله ماجستير غير منشوره، كليه الاقتصاد المنزلي، جامعه المنوفيه.
- فرخنده حسن (٢٠٠٥) : كلمه الافتتاح منندي المراه وحمايه المستهلك ، اللجنه الاقتصاديه المجلس القومي للمراه ، القاهره.
- قانون حماية المستهلك (٢٠١٨): الجريدة الرسمية، العدد (١٣) مكرر (أ) في أول ابريل سنة ٢٠١٩.
- محمد الزيادات وصلاح الرواشده (٢٠١٠): تحليل اثر انماط السلوك الشرائي واتجاهاته في اختيار المراكز التجاريه والسلع الاستهلاكيه في الاردن، دراسته تطبيقيه علي محافظه البلقاء ، بحث منشور بمجلة الجامعة الاسلاميه، سلسله الدراسات الانسانيه، المجلد (١٨)، العدد (٢٠) يونيو ٢٠١٠، عمان ، الأردن.
- محمد رضا البغدادي (٢٠٠٢): تكنولوجيا التعليم والتعلم، دار الفكر العربي، ط٢، القاهرة.
- محمد شفيق (٢٠٠٦): الدراسة العلمية مع تطبيقات في مجال الدراسات الاجتماعيه، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة.
- محمد فريد الصحن، ونيله عباس (٢٠٠٤) : مبادئ التسويق، الدارالجامعيه، الإسكندرية.
- محمد فريدالصحن، إسماعيل السيد (٢٠٠١):التسويق ، الدارالجامعيه، الإسكندرية.
- محمد حسن العامري (٢٠٠٧) : الإعلان وحماية المستهلك ، العربي للنشر والتوزيع ، القاهرة.
- نجلاء فاروق الحلبي (٢٠٠٩): السلوك الاستهلاكي لربه المنزل وعلاقته بالتوافق الزوجي، بحث منشور بمجلة بحوث كليه التربية النوعيه، العدد (١٥) سبتمبر ٢٠٠٩، جامعة المنصورة.
- نهاد علي بدوي رصاص (٢٠١٩) : الكفاءة الإدارية والإنتاجية وعلاقتها بتمكين المرأة الريفية اقتصاديا في ضوء ممارسات التنمية المستدامة ، المؤتمر الدولي الثاني لكلية التربية النوعية جامعة المنيا بعنوان (التعليم النوعي- وخريطة الوظائف المستقبلية)، كلية التربية النوعية ، جامعة عين شمس.
- هبة محمود حسن الفولي (٢٠١٤): تفعيل آليات المسئولية المجتمعيه لمنظمات حمايه المستهلك وعلاقتها بالسلوك الاستهلاكي للاسره في ضوء متطلبات الجودة، رساله دكتوراه غيرمنشوره، كليه الأقتصاد منزلي، جامعه حلوان.
- يسرا عبدالعزيز محمد عيسي (٢٠١٤): قدره الابناء علي اتخاذ القرار وتحمل مسئوليته وعلاقته بالمناخ الاسري ، رساله ماجستير غير منشوره، كليه الاقتصاد المنزلي، جامعه المنوفيه.
- Durhman, wesly (2014): the family planning communion of voluntarity child - fnee couples dissertation abstmacts internet.

ABSTRACT**Consumer Protection Mechanisms and its Relationship with Family Purchasing Decisions**

Amr Mohammed Abdullah Rady, Nagwa Sayed Abdel Gawad, Hany Jaber Al Masry

The research aims to identify the extent of awareness of the research sample families of consumer protection mechanisms and its axes (knowledge aspect, preventive aspect, regulatory aspect, legislative aspect) and between the purchasing decisions made by families.

The main research sample consisted of (200) newly formed families with at least one child, belonging to different economic, educational and social levels - provided that they are users of the Internet in some purchasing operations, and residents of the governorates of Cairo and Giza, and the researcher applied the general and specific data form, the awareness questionnaire of consumer protection mechanisms for the head of the family and its four axes. The researcher used the general and special data form for the family, the awareness of consumer protection mechanisms questionnaire for the head of the family and its four axes, and the family purchasing decision-making questionnaire, and used the descriptive analytical method. (.01) between the mean scores of the sample households in the level of consumer protection mechanisms and its four axes according to the study variables (educational level of the head of the family, number of family members, average monthly income of the family), and the results were in favour of female heads of households with higher educational level, fewer family members, and families with higher monthly income. It was also found that there were statistically significant differences at (0.01) level between the mean scores of the research sample households in the level of purchasing decisions made by the research sample households according to the study variables (educational level of the head of the family, number of family members, average monthly income of

the family) and the results were in favour of female heads of families with higher educational level, fewer family members, and higher monthly income. There is a statistically significant correlation at (0.01) level between the mean scores of awareness of consumer protection mechanisms and its four axes and the mean scores of households' purchasing decisions. A statistically significant positive correlation was found at the (0.01) level between the mean scores of the research sample households' awareness of consumer protection mechanisms and its four axes and the mean scores of households' purchasing decisions in light of the study variables. The relative importance of the degree of participation of the study variables (as an independent variable) in explaining the percentage of variance in the purchasing decisions of the research sample families (as a dependent variable) varied according to the weights of the regression coefficients and the degree of correlation, and the most influential factor on the purchasing decisions of the head of the family was the educational level of the mother with a participation rate of 82%. (Independent variable) level of awareness of consumer protection mechanisms and its four axes in explaining the percentage of variance in households' purchasing decisions (as a dependent variable) according to the weights of the regression coefficients and the degree of correlation and the most influential factor on the household head's purchasing decisions was the knowledge of the household head with a participation rate of 84% .

Keywords: Mechanisms - Consumer Protection - Purchasing Decisions.