

## السلوك الاستهلاكي للمبسي لبعض الأسر السعودية بمحافظة الاحساء

إنعام محمد السيد أبوزيد<sup>١</sup>، سهام مروان<sup>٢</sup> ونجوى أبوزيد<sup>٣</sup>

### الملخص العربي

أجرى هذا البحث بمهدف دراسة السلوك الاستهلاكي للمبسي لبعض الأسر السعودية بمحافظة الاحساء.

وقد أجريت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (١٥٠) أسرة من محافظة الاحساء. وجمعت البيانات عن طريق استمارة استبيان تم استيفاء بياناتها بالمقابلة الشخصية. وتم حساب كل من النسب المئوية، وتحليل الانحدار، واختبار (ف)، و(ت) لاختبار معنوية معاملات الانحدار ونموذج الانحدار.

وقد اسفرت نتائج التحليل الإحصائي عن مايلي:

١- وجود عوامل تؤثر على السلوك الاستهلاكي للأسرة السعودية عند شراء الملابس.

٢- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين السلوك الاستهلاكي للمبسي للأسرة والمتغيرات التالية (السن، الدخل، عدد أفراد الاسرة، المستوى التعليمي، المهنة، موسم التخفيضات).

٣- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين ترشيد الاستهلاك للمبسي والمتغيرات التالية (السن، الدخل، عدد أفراد الاسرة، المستوى التعليمي، المهنة، موسم التخفيضات).

كلمات دلالية: الاستهلاك- ترشيد الاستهلاك- سلوك المستهلك- السلوك المبسي

### المقدمة والمشكلة البحثية

يمثل السلوك الاستهلاكي نوعاً أساسياً من أنواع السلوك الإنساني، يمارسه كل شخص مهما اختلفت السبل، وتنوعت مسالك الحياة، ومن المعروف أن الفرد له العديد من الأدوار التي يمارسها في حياته لكن دوره كمستهلك يعتبر من الادوار المهمة التي حظيت باهتمام كبير من قبل الدارسين وذلك لان المستهلك يعتبر

وحدة القرار الاقتصادي الخاص بالاستهلاك والانفاق كما يمثل العنصر الاساسي في العملية التسويقية ومحور النشاط التسويقي(كاسر نصر المنصور: ٢٠٠٦).

وتلعب الملابس دوراً هاماً في الانفاق الاستهلاكي حيث تحتل المركز الثاني بعد الطعام والشراب في ميزانية الاسرة. كما أن للملبس دوراً هاماً في تكوين شخصية الفرد وتقبله داخل الجماعة وتكون الصداقات الجديدة وبالتالي شعور الفرد بالثقة في النفس(صفية عبد العزيز ساروخ: ٢٠٠٠).

وتعتبر قضية زيادة الاستهلاك من أهم القضايا التي تواجه الدول النامية، التي تهدف إلى تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية حيث أن زيادته تشكل عبئاً على اقتصاديات الدولة وأفرادها.

لذا بدأت المجتمعات ترفع راية ترشيد الاستهلاك وزادت أهمية ترشيده في السنوات الأخيرة بسبب ارتفاع معدلات الاستهلاك ونقص الموارد هذا بالإضافة إلى زيادة وتنوع السلع التي تطرح في الاسواق وترشيد الاستهلاك يعني أن يحسن المستهلك عملية الشراء ليحقق أكبر درجات المنفعة في حدود موارده المتاحة (إيمان عبد السلام عبد القادر: ٢٠٠٨).

ولرلة المنزل دور كبير وفعال في الأسرة حيث أنها هي المسؤولة عن تحديد نمط الاستهلاك من خلال إدارتها المنزلية، كما يظهر اهتمام المؤسسات الإنتاجية بربة المنزل في أمرين: الأول الاعلانات عن المنتجات الموجهة بصفة أساسية إلى ربة المنزل. والثاني اهتمام المنتجين بالتعرف على رأى ربات البيوت واحتياجاتهن وأذواقهن وذلك لتحقيقها والاستجابة لمطالبهن. (درية أمين واحسان البقلى: ٢٠٠٢).

<sup>١</sup> استاذ مساعد بقسم الاقتصاد المنزلي-كلية التربية - جامعة الملك فيصل

<sup>٢</sup> استاذ دكتور بقسم علوم المستهلك-كلية العلوم الزراعية - جامعة الملك فيصل

<sup>٣</sup> طالبة ماجستير بقسم الاقتصاد المنزلي-كلية التربية -جامعة الملك فيصل

استلام البحث في ١٢ فبراير ٢٠١٣ الموافقة على النشر في ٢٣ يونيو ٢٠١٣

يكون مستمر حيث أن المستهلك (كفرد أو أسرة) دائم التغير سواء من ناحية النوع أو المكان أو الرغبة وغيرها.

### أهداف البحث

استهدف البحث بصفة رئيسية دراسة السلوك الاستهلاكي للمبسي لبعض الأسر السعودية، بحفاظة الاحساء وذلك من خلال دراسة الأهداف الفرعية التالية:

١. تحديد أهم العوامل المؤثرة على السلوك الاستهلاكي للأسرة السعودية عند شراء الملابس.
٢. التعرف على أهم العوامل الاجتماعية والاقتصادية (السن، الدخل، عدد افراد الأسرة، المستوى التعليمي، المهنة، موسم التخفيضات) كعوامل مؤثرة على سلوك الأسرة السعودية عند شراء الملابس.
٣. التعرف على أنماط الاستهلاك للمبسي السائدة لدى الأسرة السعودية في حفاظة الاحساء.
٤. التعرف على مدى وعي الأسر السعودية بترشيد الاستهلاك للمبسي في حفاظة الاحساء.

### التعاريف والمصطلحات العلمية

#### - السلوك الاستهلاكي: Consumer Behavior

تعرفه أميرة بالخوير (٢٠٠٨) بأنه تصرفات المستهلك عند شراء المنتجات، لتحقيق رغباته واشباع احتياجاته.

#### - ترشيد الاستهلاك: Consumption Conservation

تعرفه هنادى قمر (٢٠٠٣) بأنه استهلاك مايتوفر للفرد من موارد مختلفة بشكل نافع واقتصادي ومفيد، بحيث يستفاد من هذه الموارد بأقصى درجة ممكنة، أى أنه اسلوب استخدام الإنسان للموارد، مع تحكيم العقل فى استخدامها.

#### - السلوك الاستهلاكي للمبسي:

#### Clothing Consumer Behavior

يعرف اجرائيا: بأنه كل التصرفات التى تصدر من الأفراد عند شرائهم أو اقتنائهم للملابس وطريقة استخدامهم لها لتحقيق أهدافهم وتشبع احتياجاتهم.

وتعتبر الملابس إحدى الحاجات الأساسية للانسان كما أنها تحتل جزء لا يستهان به من ميزانية الأسرة. والسلوك الشرائي للملابس يختلف من أسرة لأخرى تبعا لعدة عوامل منها المستوى الاقتصادي للأسرة والوعي الاستهلاكي لدى أفراد الأسرة وكذلك اتجاهاتهم، ولقد تنبعت المؤسسات الإنتاجية إلى هذه العوامل فأصبحت قبل الإنتاج تقوم بدراسات لمعرفة اتجاهات المستهلك واحتياجاته ورغباته أى دراسة السوق ثم تلاحقه بكم هائل من الطرز والأشكال يصاحبه جو إعلامي مكثف يجعله يأخذ قرارات شرائية غير مخططة مسبقا وبالتالي يجد المستهلك نفسه يشتري مالا يحتاجه (إيمان عبد السلام عبد القادر: ٢٠٠٧).

ومن هنا فلقد زادت أهمية ترشيد الاستهلاك للمبسي نتيجة لكل هذه الظروف التي نعيشها

ولا يعني ترشيد الاستهلاك للمبسي عدم شراء الملابس أو التقليل من شرائها ولكن يعني أنه يجب أن نمر بعدة مراحل عقلية قبل البدء في عملية الشراء مثل التخطيط للشراء بأن يحدد جزء من ميزانية الأسرة لشراء الملابس، يلي ذلك تحديد الاحتياجات للمبسية عن طريق جرد للملابس الموجودة في دولااب الملابس ومعرفة الاحتياجات الفعلية من الأنواع المختلفة للملابس وكتابة تلك الأنواع بالألوان المطلوبة ثم نبدأ في مرحلة الاختيار والشراء والتي يجب أن تتصف بالعقلانية والحكمة حتى يمكن التأكد من جودة القطعة للمبسية وخلوها من العيوب ومناسبتها من حيث اللون والتصميم وترشيد الاستهلاك لا يقف عند هذا الحد بل يمتد إلى ما بعد الشراء فالعناية بالمبسي إثناء استخدامه من أهم مراحل ترشيد استهلاك الملابس.

وهذا مما دعى إلى إجراء البحث الحالى في محاولة للتعرف على العوامل المؤثرة على السلوك الاستهلاكي للمبسي للمرأة العاملة وغير العاملة داخل الأسرة السعودية، نظراً لما لها من قوة اجتماعية لا يستهان بها لدورها الحيوي في المجتمع السعودي كونها ربة الأسرة ومديرة المنزل هذا بالإضافة لمشاركتها في الاعمال الميدانية الأخرى إذا كانت عاملة في أي مجال من مجالات الحياة كالنعليم أو التجارة أو التمرىض أو غير ذلك. كما أن دراسة سلوك المستهلك لا بد أن

**-تقييم أداء الخامة الملبسية:**

٢٠-٣٠. كما تبين وجود فروق دالة احصائية بين متوسطات درجات العينة لمستوي تعليمهن واتجاهاتهن نحو ترشيد الاستهلاك الملبسي عند مستوي ثقة ٩٩% لصالح السيدات اللاتي حصلن على قسط أكبر من التعليم. ووجود فروق دالة احصائية بين متوسطات درجات العينة للمستوي الاقتصادي ودخل الأسرة واتجاهات سيدات محافظة جدة نحو ترشيد الاستهلاك الملبسي. بمستوي ثقة ٩٩% لصالح السيدات ذات الدخل المتوسط يليها ذات الدخل العالي ثم ذوات الدخل المنخفض. وايضاً وجود فروق دالة احصائية بين متوسطات درجتي العينة تبعاً للمعرفة بفن التفصيل والحياسة عند مستوي ثقة ٩٩% .

### ٣-دراسة مها عبد الله الدباغ (٢٠٠٨) بعنوان: (العوامل المؤثرة على السلوك الاستهلاكي لشراء الملابس لدى المرأة السعودية)

حيث هدفت هذه الدراسة إلى محاولة تحديد العوامل المؤثرة على السلوك الاستهلاكي لشراء سلعة الملابس لدى المرأة السعودية العاملة. وأشارت النتائج الى أن يوجد هناك مجموعة من العوامل التي تعد من وجهة نظر أفراد العينة لها أثر في السلوك الاستهلاكي على شراء الملابس وقد حددتها الدراسة في أربعة عوامل رئيسية هي العامل الاقتصادي، الاجتماعي، والثقافي والسيكولوجي، كما أوضحت النتائج أن ليس لكل من متغيرات السن والمستوي التعليمي ومستوى الدخل للأسرة تأثير دال احصائياً على السلوك الاستهلاكي لشراء السلع الملبسية، عند كل من العامل الاقتصادي والاجتماعي والسيكولوجي، وكذلك بالنسبة للعامل الثقافي، عدا عامل الوعي الذي اظهرت النتائج تأثيره بمستوي دال احصائياً عند (٠,٠١) لصالح المرأة التي تعمل في الوظائف المهنية.

### ٤- دراسة لمبروك، وممدوح أحمد ، وحسام الدين هيكمل (٢٠٠٩) بعنوان: (دراسة لأهم العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك وأثر ذلك على قرار شراء الملابس الجاهزة لفئة الشباب).

حيث هدفت هذه الدراسة إلى زيادة الاهتمام بدراسة سلوك المستهلك بصفة عامة والشباب بصفة خاصة وذلك من خلال: التعرف على الحاجات والرغبات الأساسية المؤثرة في سلوك

تعرفها عليه عابدين(٢٠٠٨) بأنها القدرة على الحكم على صفات وقيم المنسوجات سواء أشترينا ملابس جاهزة أو صنعناها بأنفسنا من حيث تأثير اللون، امتصاص العرق، طريقة التنظيف، احتمالات التعديل في المستقبل أو المنح للغير، مناسبة القماش للموديل.

**الدراسات السابقة Review of Literature:**

### ١-دراسة فاطمة موسى الحمادة(٢٠٠٤) بعنوان: (دراسة السلوك الاستهلاكي ودوافع الشراء للأسرة السعودية في محافظة الاحساء)

حيث هدفت هذه الدراسة الى التعرف على نمط السلوك الاستهلاكي للأسرة السعودية من خلال التعرف على دوافع الشراء لدى المرأة، بالإضافة إلى دراسة التأثيرات لأهم العوامل الاجتماعية والاقتصادية على كل من ميزانية الأسرة، ودوافع الشراء، وتخطيط الاستهلاك. وتوصلت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة بين عمر الزوجين وحجم الأسرة وبين إعداد الميزانية الأسرية، في حين كانت العلاقة ارتباطية سالبة بين تعلم الزوجة وإعداد الميزانية، بينما لا يوجد علاقة معنوية إحصائية بين خصائص الزوجة الاجتماعية والاقتصادية ودوافع الشراء الرشيدة، ولا يوجد علاقة معنوية إحصائية بين خصائص الزوجة الاجتماعية والاقتصادية وترشيد الاستهلاك.

### ٢-دراسة إيمان عبد السلام عبد القادر (٢٠٠٧) بعنوان: (اتجاه السيدات نحو ترشيد الاستهلاك الملبسي في محافظة جدة)

وهدف هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات سيدات محافظة جدة (العاملات وغير العاملات) نحو ترشيد الاستهلاك الملبسي، وأسفرت النتائج عن وجود فروق دالة بين متوسطي درجات العينة(العاملات وغير العاملات) نحو ترشيد الاستهلاك الملبسي. بمستوي ثقة ٩٩% لصالح السيدات العاملات. كذلك توجد فروق دالة إحصائية بين السيدات في فئات العمر المختلفة واتجاهاتهن نحو ترشيد الاستهلاك الملبسي. بمستوي ثقة ٩٩% ويمكن ترتيب الفئات العمريه التي تتميز باتجاه أقوى تجاه قضية ترشيد الاستهلاك الملبسي هي فئة العمر من ٤٠-٥٠ تليها ٥٠-٦٠ ثم ٣٠-٤٠ وأخيراً من

البحت لمحور الغسيل والبطاقة الارشادية تبعاً لعمل ربة الاسرة، ولكن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة البحت لمحور الغسيل والبطاقة الارشادية تبعاً لمتغيرات الدراسة (تعليم ربة الاسرة- الدخل- عمر ربة الاسرة).

#### ٦-دراسة ياسمين أمين شعبان (٢٠١٠) بعنوان: (دراسة تحليلية للسلوك المبسي لدى الفتيات في مرحلة المراهقة ومدى ارتباطه بثقافتهم الدينية).

حيث هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الاستهلاك المبسي للفتيات في سن المراهقة، ومدى ارتباطه بالثقافة الدينية لديهم. وكانت أهم النتائج أنه لا توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطي درجات الفتيات المراهقات من "الحضر" والفتيات المراهقات من "الريف" في مقياس الثقافة الدينية، لكن يوجد فروق دالة إحصائية بنسبة عالية بين متوسطي درجات الفتيات المراهقات من "الحضر" والفتيات المراهقات من "الريف" في كل من محاور (الاحتشام-الموضة- جذب الانتباه- الإلتناء للجماعة- التزين)، والاحتشام والانتناء للجماعة لصالح فتيات الريف أما الموضة وجذب الانتباه والتزين فلصالح الحضر، ولا توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطي درجات الفتيات المراهقات من "الحضر" والفتيات المراهقات من "الريف" في محور القدوة، بينما توجد فروق دالة إحصائية بنسبة عالية بين متوسطي درجات الفتيات المراهقات من "التعليم الثانوي العام" والفتيات المراهقات من "التعليم الفني" في مقياس الثقافة الدينية لصالح فتيات الثانوي العام، ويوجد فروق دالة إحصائية بنسبة عالية بين متوسطي درجات الفتيات المراهقات من "التعليم الثانوي العام" والفتيات المراهقات من "التعليم الفني" في محور الاحتشام لصالح طالبات الثانوي العام. ويوجد فروق دالة إحصائية بين متوسطي درجات الفتيات المراهقات من "التعليم الثانوي العام" والفتيات المراهقات من "التعليم الفني" في محور (الموضة والقدوة) لصالح طالبات الفني، ولا يوجد فروق دالة إحصائية بين متوسطي درجات الفتيات المراهقات من "الثانوي العام" والفتيات المراهقات من "التعليم الفني" في محاور (جذب الانتباه، الانتناء للجماعة، التزين)، ووجود ارتباط طردي بين كل من محوري (الاحتشام، القدوة) والثقافة الدينية للفتيات المراهقات في

المستهلك لفئة الشباب بصفة خاصة، ودراسة الدوافع و العوامل الحقيقية المؤثرة في سلوك المستهلك لفئة الشباب في المرحلة الجامعية نحو اختيار ملابسهم. وكانت أهم النتائج: أن المناخ والبيئة ذات التأثير الأكبر في قرار الشراء ثم العوامل الثقافية ثم التكوين الشكلي والجمالي وجاء في الترتيب الأخير حاجة ارتداء الملابس بهدف الحماية.

#### ٥- دراسة إيمان شعبان ولياء عبد الفتاح (٢٠٠٩) بعنوان : (فاعلية برنامج لزيادة وعي ربة الأسرة بترشييد الاستهلاك المبسي)

حيث هدفت هذا الدراسة إلى التعرف على درجة الوعي بترشييد الاستهلاك المبسي لدى ربات البيوت، وإلى اعداد برنامج لتنمية الوعي بترشييد الاستهلاك في مجال الملابس وكذلك التعرف على الفرق بين ترشييد الاستهلاك في مجال الملابس قبل وبعد تطبيق البرنامج. وكانت أهم النتائج بأنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير العمل (تعمل، لا تعمل) لصالح تعمل حيث بلغت قيمة "ت" ١٣,١٠٥ وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠١). ويرجع ذلك إلى خروج المرأة للعمل يجعلها على دراية أكثر بأوقات التخفيضات وكذلك يتيح لها العمل المعلومات عن الأذواق المختلفة للملابس ومحاولة إتباع خطوط الموضة بدافع تقليد الآخرين. كذلك هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة البحت بالنسبة لتحديد احتياجات الملابس تبعاً لمتغيرات الدراسة (تعليم ربة الأسرة- الدخل- عمر ربة الأسرة- عدد أفراد الأسرة) وكل المتغيرات دالة عند مستوى دلالة (٠,٠١)، وأن هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠١) بين أفراد عينة البحت من حيث عمل ربة الأسرة (تعمل- لا تعمل) وذلك لصالح الزوجة التي تعمل وهذا يرجع أن عمل الزوجة يجعلها قادرة على الإحساس بقيمة الموارد مما يجعلها تحاول أن تستثمرها على أكمل وجه، وايضاً هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة البحت بالنسبة لمحور إعادة تدوير الملابس تبعاً لمتغيرات الدراسة (تعليم ربة الاسرة- الدخل- عمر ربة الاسرة- عدد أفراد الأسرة) وكل المتغيرات دالة عند مستوى دلالة (٠,٠١)، كما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة

مع غيرها من الظواهر الأخرى، ويسهم في الوصول إلى استنتاجات وتعميمات تساعد في تطوير الواقع المدرس (عبيدات، ذوقان وآخرون: ١٩٩٦).

### عينة البحث

اشتملت عينة البحث على (١٥٠) أسرة مختلفة الخصائص الاجتماعية والاقتصادية مكونه من (٧٥) ربة أسرة غير عاملة و (٧٥) ربة أسرة عاملة تعمل بالمجتمع السعودي في مجالات مختلفة وذات مؤهلات علميه متباينه وغير متماثلات في السن طبقاً لمتغيرات الدراسة، حيث تم اختيارهم بطريقة عرضية والجدول التالي يوضح توزيع أفراد العينة طبقاً لنوع المتغيرات:

توضح نتائج جدول (١) أن نسبة السيدات في عينة الدراسة ذوات السن الصغير بلغت (٥٦ %) في حين كانت نسبة السيدات الأكبر سناً (٤٤ %)، ويوضح جدول (١) أن أعلى نسبة دخل هي (٢٨ %) من أفراد العينة تقع عند فئة (٧٥٠٠ ريال) يليها بعد ذلك فئة (٤٠٠٠ ريال) وتمثل (٣٣,٣٣ %) بينما كانت نسبة الدخل للأسر الذين دخلهم (١٠٠٠٠ ريال) تمثل (٢٤,٦٧ %) وكانت نسبة الدخل للأسر الذين دخلهم (٣٠٠٠ ريال) تمثل (٢٢ %)، كذلك أوضح أن نسبة الاسر التي تتكون أفرادها من (٥ - ١٠ فأكثر) بلغت (٦٤,٦٧ %) في حين أن نسبة الاسر التي تتكون أفرادها (أقل من ٥) بلغت (٣٥,٣٣ %). يوضح جدول (١) أن نسبة أفراد العينة من السيدات الحاصلات على مؤهل (متوسط + ثانوي) كان (٦٢,٦٦ %) بينما (جامعي + فوق جامعي) كان (٣٠,٦٧ %) بينما بلغت نسبة (٦,٦٧ %) للحاصلات على مؤهل متدني، بينما بالنسبة للمهن فقد قسمت العينة إلى نسبتي متساويتين بحيث كانت (٥٠ %) من سيدات العينة عاملة و (٥٠ %) منهن غير عاملة. وبذلك فإن عينة البحث كانت ممثلة لجميع المتغيرات التي تناولتها الدراسة.

### أدوات البحث

تم تصميم إستمارة الاستبيان وذلك بعد الإطلاع على المراجع العلمية من كتب وأبحاث ومراجع سابقة في مجال السلوك الاستهلاكي والملبسي، وقد روعي في كتابتها الصياغة الواضحة

الريف. ووجود ارتباط عكسي بين محاور (الموضة، جذب الانتباه، الانتماء للجماعة، التزين) والثقافة الدينية للفتيات المراهقات في الريف، ووجود ارتباط طردي بين كل من محور (الاحتشام) والثقافة الدينية للفتيات المراهقات في الحضر، ووجود ارتباط عكسي بين محاور (الموضة، جذب الانتباه، الانتماء للجماعة، التزين، القدوة) والثقافة الدينية للفتيات المراهقات في الحضر، وجود ارتباط طردي بين محاور (الاحتشام، الانتماء للجماعة، القدوة) والثقافة الدينية للفتيات المراهقات في التعلم الفني. وجود ارتباط عكسي بين محاور (جذب الانتباه، الموضة، التزين) والثقافة الدينية للفتيات المراهقات في التعلم الفني، وجود ارتباط طردي بين محوري (الاحتشام، القدوة) والثقافة الدينية للفتيات المراهقات بالتعليم الثانوي العام، وجود ارتباط طردي بين محاور (الموضة، جذب الانتباه، والانتماء للجماعة) والثقافة الدينية للفتيات المراهقات بتعليم الثانوي عام، وجود ارتباط طردي بين محور (الاحتشام) والثقافة الدينية للفتيات المراهقات بشكل عام. وجود ارتباط عكسي بين محاور (الموضة، جذب الانتباه، والانتماء للجماعة) والثقافة الدينية للفتيات المراهقات بشكل عام.

### فروض البحث:

- ١- توجد عوامل تؤثر على السلوك الاستهلاكي للأسرة السعودية عند شراء الملابس.
- ٢- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين السلوك الاستهلاكي الملبسي للأسرة والمتغيرات التالية (السن، الدخل، عدد أفراد الأسرة، المستوى التعليمي، المهنة، موسم التخفيضات).
- ٣- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ترشيد الاستهلاك الملبسي والمتغيرات التالية (السن، الدخل، عدد أفراد الأسرة، المستوى التعليمي، المهنة، موسم التخفيضات).

### إجراءات البحث وأدواته:

### منهج البحث

اتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي والذي يقصد به: الأسلوب العلمي الذي يهدف إلى الوصف الكمي والكيفي الدقيق للظاهرة من خلال جمع البيانات والمعلومات عنها، وتنظيمها وتصنيفها والتعبير عنها كمياً وكيفاً، مما يؤدي إلى فهم العلاقات بين الظاهرة

جدول ١. توزيع أفراد العينة طبقاً لمتغيرات البحث

م	المتغير	العدد	المجموع	النسبة	النسبة الكلية
١	الجنس	٣٤-٢٠	٨٤	٥٦ %	
	٣٥ فأكثر	٦٦	١٥٠	٤٤ %	١٠٠ %
٢	الدرجة العلمية	٣٠٠٠	٣٣	٢٢ %	
	٤٠٠٠	٣٨		٢٥,٣٣ %	
	٧٥٠٠	٤٢	١٥٠	٢٨ %	١٠٠ %
	١٠٠٠٠	٣٧		٢٤,٦٧ %	
٣	حجم الأسرة	أقل من ٥	٥٣	٣٥,٣٣ %	
	٥ - ١٠ فأكثر	٩٧	١٥٠	٦٤,٦٧ %	١٠٠ %
٤	المهنة	لا يقرأ ولا يكتب + ابتدائي	١٠	٦,٦٧ %	
	متوسط + ثانوي	٩٤	١٥٠	٦٢,٦٦ %	١٠٠ %
	جامعي + فوق جامعي	٤٦		٣٠,٦٧ %	
٥	العمل	تعمل	٧٥	٥٠ %	
	لا تعمل	٧٥	١٥٠	٥٠ %	١٠٠ %

**المحور الرابع:** بيانات عن مدى قيام أفراد العينة بعملية اختيار وشراء الملابس.

**المحور الخامس:** بيانات عن مدى قيام أفراد العينة بالاعتناء بالملابس

**المحور السادس:** بيانات عن مدى قيام أفراد العينة بإعادة التدوير أي الاستفادة من الملابس الغير مستخدمة.

#### التحليلات الإحصائية:

بعد الانتهاء من توزيع وجمع الاستمارات، أجرت العمليات التالية:

١- مراجعة الاستمارات، ومعرفة المناسب منها وغير المناسب إحصائياً، ومن ثم استبعاده من عينة الدراسة، بعد ذلك تم ترقيم الاستمارات.

٢- مراجعة البيانات واستيفائها ميدانياً وتفريغها وجدولتها ومن ثم إضافة البيانات وفقاً لاهداف البحث على الحاسب الآلي.

٣- استخدمت الطرق الإحصائية التالية: النسب المئوية، تحليل الانحدار، اختبار (ف) - (ت) لا اختبار معنوية معاملات الانحدار ونموذج الانحدار والرسوم البيانية. وذلك لاختبار صحة الفروض الإحصائية للبحث.

للعبارات والابتعاد عن العبارات المزدوجة، بحيث لا تتطلب من الباحثين جهداً في التفكير، وأن تغطي جميع الأهداف والتساؤلات البحثية.

#### ثبات الاستمارة:

تم تطبيق الاستبيان ميدانياً على عينة استطلاعية مكونة من (١٠) أسراً للتحقق من مدى ثبات الاستمارة، لاستيضاح ما قد تنطوي عليه المحتويات من قصور أو غموض توطئة لتعديلها وفقاً لمقتضيات أهداف البحث. وعلى ضوء الإجابة التي تم الحصول عليها من الدراسة الاستطلاعية، تم التعديل بالحذف أو الإضافة أو إعادة الصياغة لبعض العبارات، فاتخذ الاستبيان صورته النهائية الواضحة التي تم طبعها تمهيداً لا ستفاء البيانات البحثية.

وقد ضم الاستبيان المحاور الآتية:

**المحور الأول:** بيانات عامة لأفراد العينة وأسرها تتعلق بالخصائص الاجتماعية والاقتصادية.

**المحور الثاني:** بيانات عن مدى قيام أفراد العينة بتحديد الاحتياجات الملبسية للأسرة.

**المحور الثالث:** بيانات عن مدى قيام أفراد العينة بالتخطيط للشراء

## النتائج ومناقشتها

## أولاً: تحديد الاحتياجات الملبسية

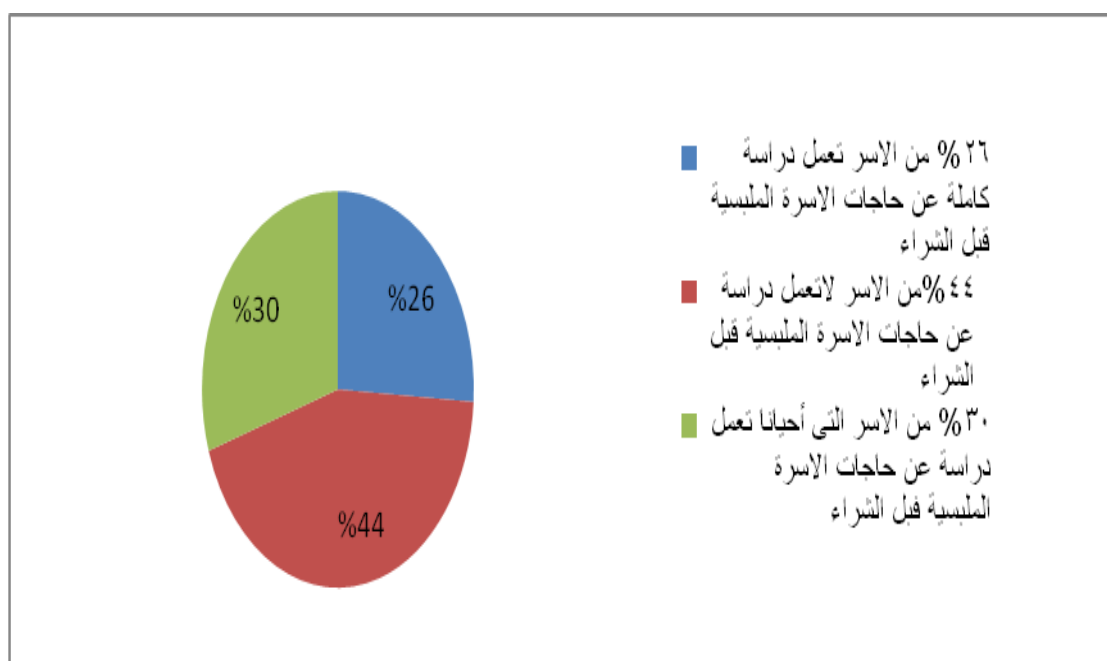
الملابس المختلفة (٣٣,٣٣%) من حجم العينة، و (٤٣,٣٣%) لا تقوم بتدوين احتياجات الأسرة الموسمية من الملابس المختلفة، بينما (٢٣,٣٣) أحياناً تقوم بتدوين احتياجات الأسرة الموسمية من الملابس المختلفة. ومن هذه النتائج يتضح أن عدد كبير من الأسر السعودية لا تقوم بتحديد احتياجاتها الملبسية قبل قيامها بعملية الشراء، الأمر الذي يتطلب معه ضرورة تقديم التوعية الكافية لمن حتى يقمن بتحديد احتياجاتهن الملبسية.

وتشير سامية لطفي (١٩٩٧) إلى ضرورة تحديد الاحتياجات الملبسية للأسرة قبل القيام بعملية الشراء وذلك لتحسين أسلوب الشراء لهم، حيث يجب التفكير في الاحتياجات أولاً ثم تقييم ما يناسبهم منها، فالملابس تأخذ جزء كبير من الميزانية لذلك يجب الانتفاع بها لأقصى درجة ممكنة.

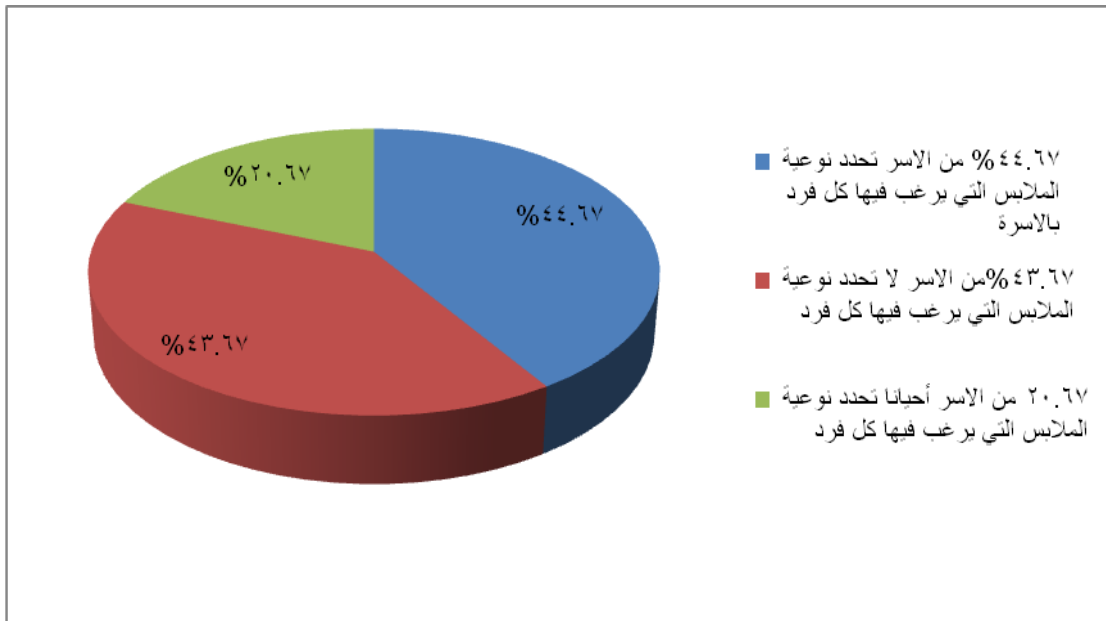
يتضح من جدول (٢) وشكل (١) والمتعلق بشراء ملابس الأسرة أن (٦٦) أسرة من أصل العينة (١٥٠) أسرة لا تعمل دراسة كاملة عن حاجة كل فرد من الأسرة بنسبة (٤٤%) من حجم العينة بينما وجد أن (٤٥) أسرة تعمل أحياناً دراسة عن حاجة كل فرد من الأسرة بنسبة (٣٠%) وكذلك (٣٩) أسرة تعمل دراسة كاملة عن حاجة كل فرد من الأسرة (٢٦%) من حجم العينة، كما يتضح من الجدول (١) والشكل (٢) أن (٦٧) أسرة تقوم بتحديد نوعية الملابس التي يرغب كل فرد من أفراد الأسرة في شرائها وتمثل (٤٤,٦٧%) من حجم العينة، كما يتضح من الجدول (١) والشكل (٣) أن (٥٠) أسرة تقوم بتدوين احتياجات الأسرة الموسمية من

## جدول ٢. تحديد الاحتياجات الملبسية للأسرة

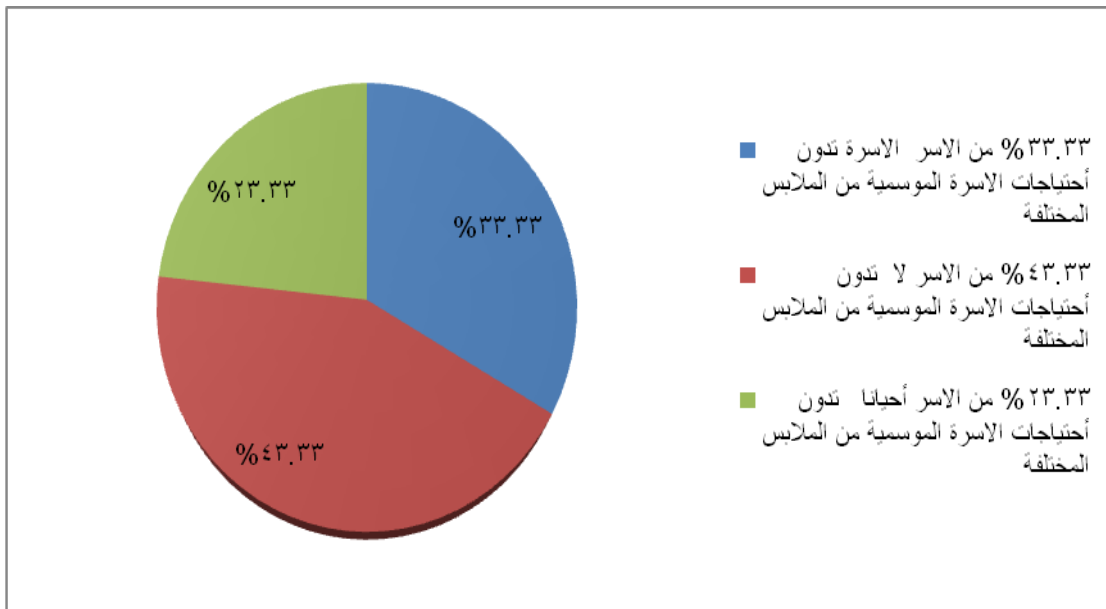
بيانات عن تحديد الاحتياجات الملبسية للأسرة					
اجابات (نعم)	اجابات (لا)	اجابات (أحياناً)			
عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة
٣٩	٢٦%	٦٦	٤٤%	٤٥	٣٠%
٦٧	٤٤,٦٧%	٥٢	٣٤,٦٧%	٣١	٢٠,٦٧%
٥٠	٣٣,٣٣%	٦٥	٤٣,٣٣%	٣٥	٢٣,٣٣%



شكل ١. الاسر التي تعمل دراسة كاملة عن حاجات الأسرة قبل شراء الملابس للأسرة



شكل ٢. الأسر التي تحدد نوعية الملابس التي يرغب فيها كل فرد في الأسرة



شكل ٣. الأسر التي تدون احتياجاتها الموسمية من الملابس المختلفة

## ثانيا: التخطيط للشراء

الموسم بوقت كافٍ (٢٢%) من حجم العينة، كما يتضح من الجدول (٣) والشكل (٦) أن (٥٩) أسرة يتم فيها حصر شامل للملابس افراد الأسرة عند بداية كل موسم أي (٣٩,٣٣%) من حجم العينة، كما يتضح من الجدول (٣) والشكل (٧) أن (٥٩) أسرة تقوم بشراء كمية من الملابس بطريقة عشوائية ومن غير تخطيط أي نحو

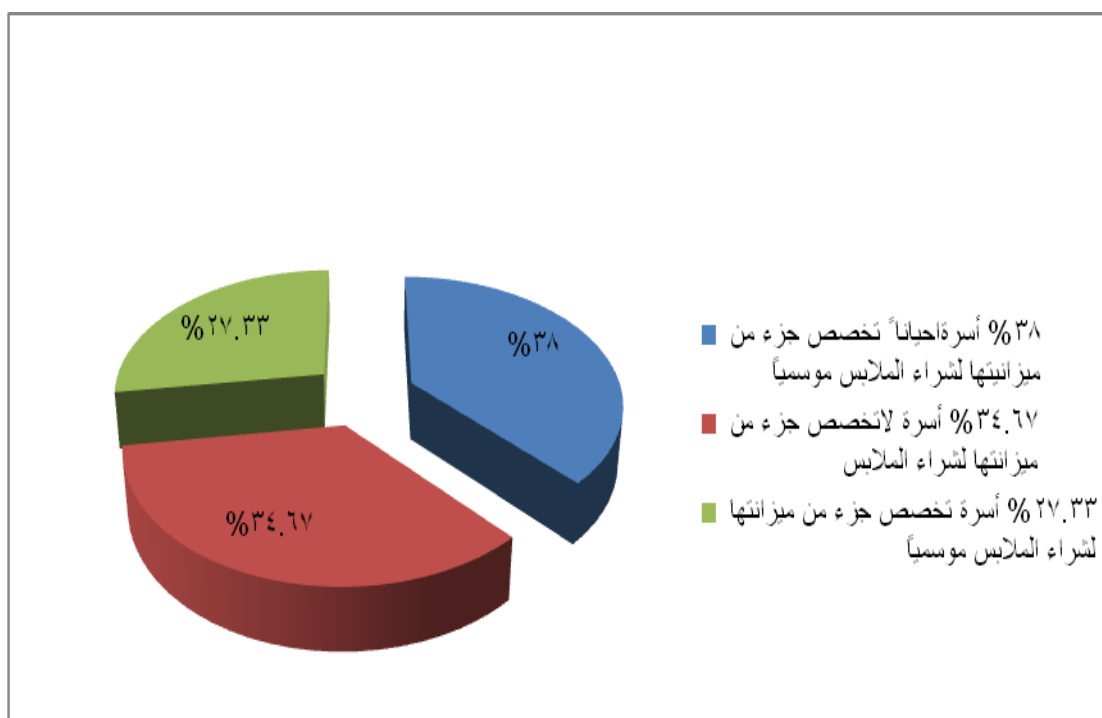
يتضح من جدول (٣) وشكل (٤) والمتعلق بالتخطيط لشراء الملابس ان (٤١) أسرة تخصص جزء من ميزانيتها لشراء الملابس موسميًا (٢٧,٣٣%) من حجم العينة، كما اتضح من الجدول (٢) والشكل (٥) أن (٣٣) أسرة تقوم بالتخطيط لشراء الملابس قبل

(١٠) أن (٧٩) أسرة تراجع فواتير الشراء للتأكد من صحة الأسعار بعد التسوق أي (٥٢,٦٧%) من حجم العينة. وتذكر عليّة عابدين (٢٠٠٨) أن التخطيط لميزانية الأسرة وشراء الملابس لابد أن يأتي بعد دراسة وقبل موسم الشراء بوقت كاف، فتقوم ربة الأسرة بحصر شامل للملابس أفراد الأسرة عند بداية كل موسم.

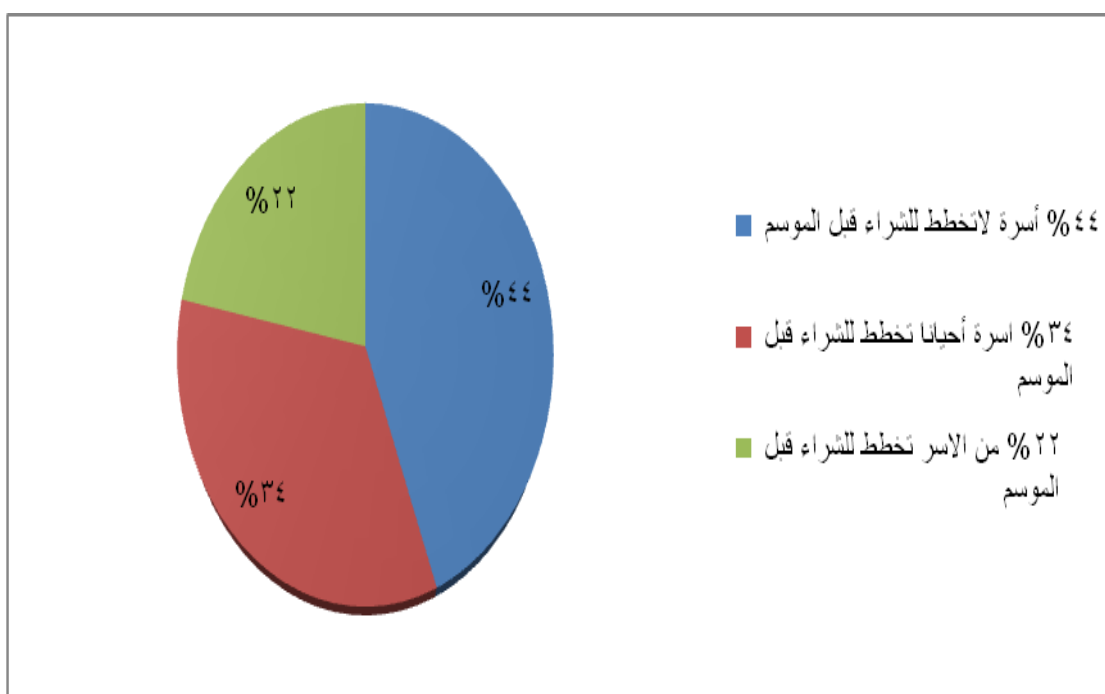
(٣٩,٣٣%) من حجم العينة، كما يتضح من الجدول (٣) والشكل (٨) أن (٣٧) أسرة تشتري ملابسها في موسم التخفيضات فقط أي نحو (٢٤,٦٧%) من حجم العينة، كما يتضح من الجدول (٢) والشكل (٩) أن (٤٥) أسرة تقوم بجمع معلومات عن (سعر- جودة- طريقة غسيل وتخزين) القطعة الملابسية قبل شرائها أي (٣٠%) من حجم العينة. كما أتضح من الجدول (٣) والشكل

### جدول ٣. التخطيط للشراء

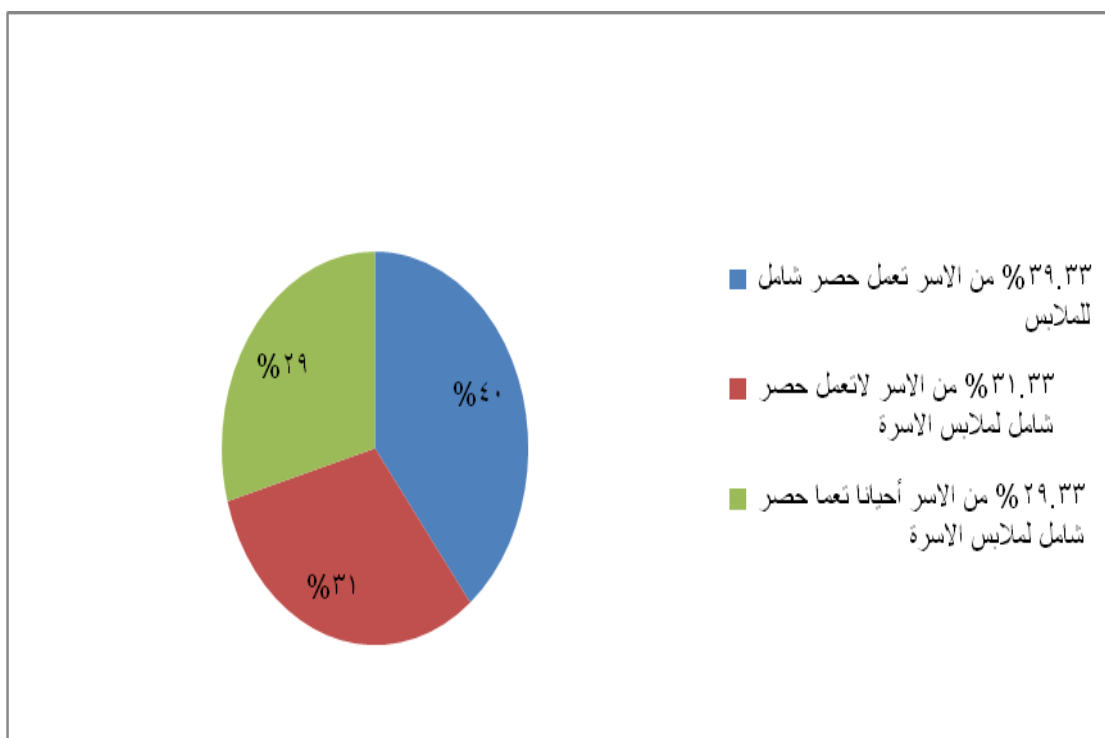
بيانات عن التخطيط للشراء					
اجابات (نعم)		اجابات (لا)		اجابات (أحيانا)	
عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة
٤١	٢٧,٣٣%	٥٢	٣٤,٦٧%	٥٧	٣٨%
٣٣	٢٢%	٦٦	٤٤%	٥١	٣٤%
٥٩	٣٩,٣٣%	٤٧	٣١,٣٣%	٤٤	٢٩,٣٣%
٥٩	٣٩,٣٣%	٤٣	٢٨,٦٧%	٤٨	٣٢%
٣٧	٢٤,٦٧%	٧٥	٥٠%	٣٨	٢٥,٣٣%
٤٥	٣٠%	٥٢	٣٤,٦٧%	٥٣	٣٥,٣٣%
٧٩	٥٢,٦٧%	٢٧	١٨%	٤٤	٢٩,٣٣%



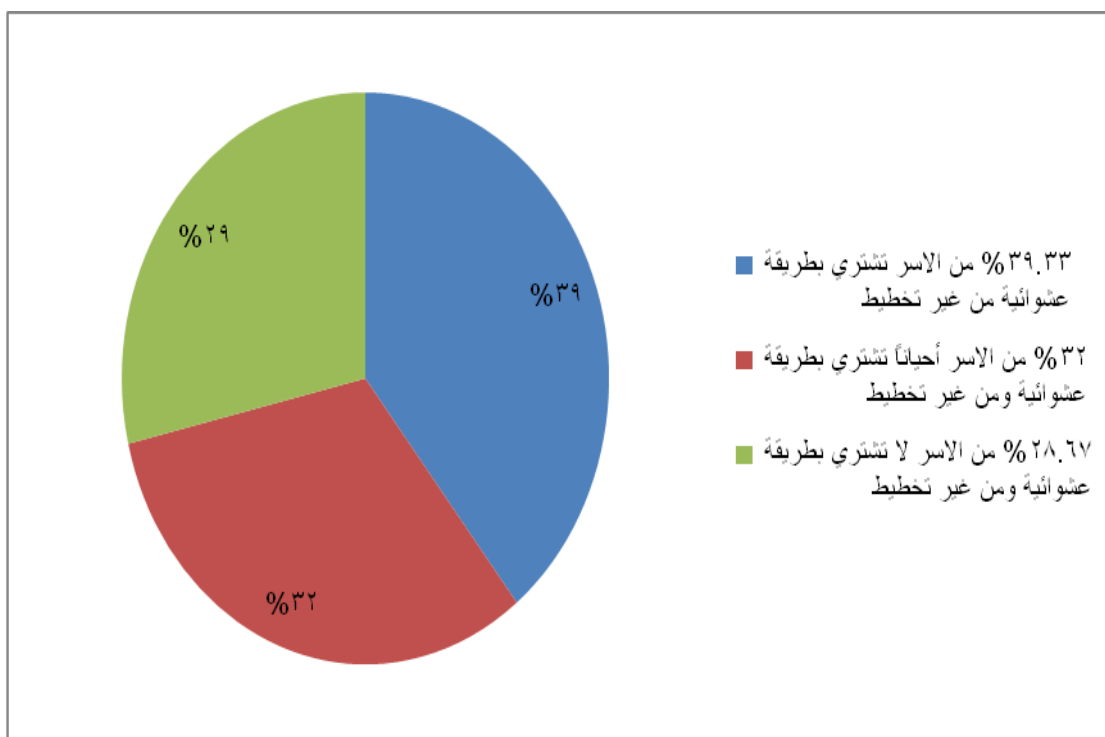
شكل ٤. تحديد الاسر التي تخصص جزء من ميزانيتها لشراء الملابس



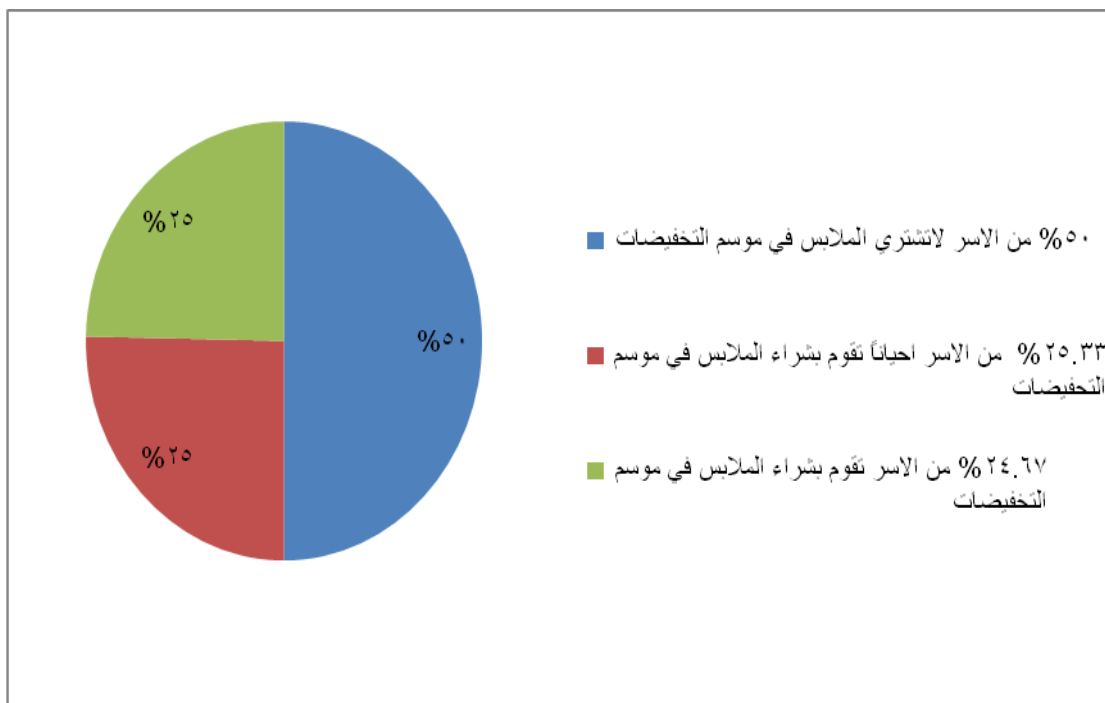
شكل ٥. تحديد الأسر التي تخطط لشراء الملابس قبل الموسم بوقت كافٍ



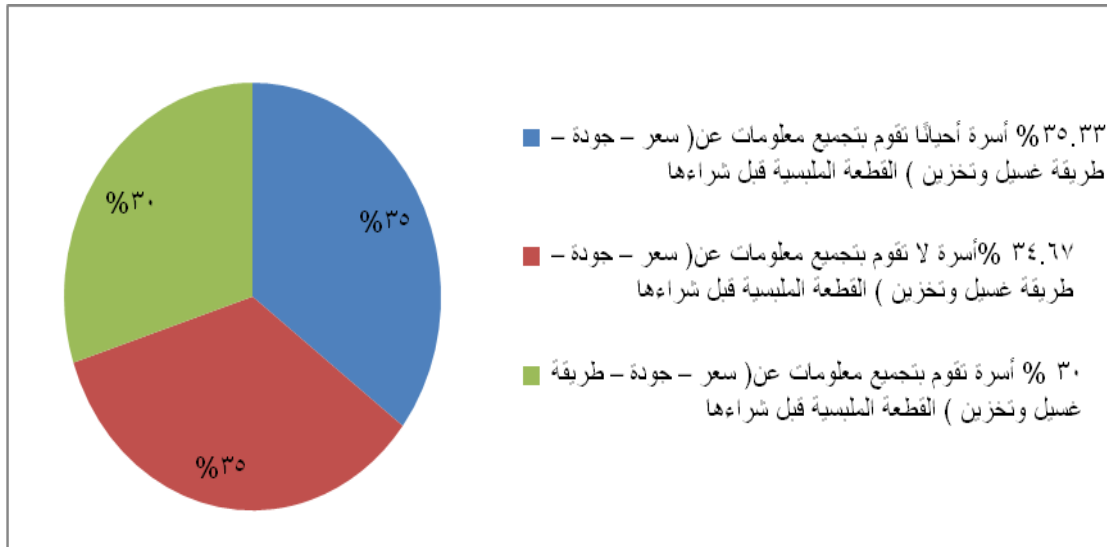
شكل ٦. تحديد الأسر التي تعمل حصر شامل للملابس أفراد الأسرة عند بداية كل موسم



شكل ٧. تحديد الاسر التي تشتري كمية من الملابس بطريقة عشوائية ومن غير تخطيط



شكل ٨. تحديد الاسر التي تشتري كمية من الملابس في موسم التخفيضات



شكل ٩. تحديد الاسر التي تجمع معلومات عن القطعة الملابس قبل شرائها

ثالثا: عملية اختيار و شراء الملابس

أ- توزيع أفراد العينة وفقا لمصادر حصول الاسرة على الملابس

يتضح من الجدول (٤- أ) أنه بخصوص مصادر حصول الاسرة على الملابس وجد أن (١٣٨) أسرة من حجم العينة أي (٩٢%) تشتري الملابس الجاهزة بينما وجد أن (٥) أسر تفصل ملابسها داخل المنزل بنسبة تبلغ (٣,٣٣%) من حجم العينة بينما وجد أن (٤) أسر تفصل ملابسها خارج المنزل بنسبة تبلغ (٢,٦٧%) من حجم العينة كما وجد أن (٣) أسر تحصل على الملابس عن طريق شراء الملابس الجاهزة والتفصيل خارج المنزل بنسبة تبلغ (٢%) من حجم العينة.

ب- توزيع أفراد العينة وفقا للاهتمام بنوع الخامة عند الشراء

يتضح من الجدول (٤- ب) أن (٦٧) أسرة تضع نوع الخامة الملابسية في اعتبارها عند شراء الملابس بنسبة تبلغ (٦٧.٤٤%) من حجم العينة بينما وجد أن (٤٤) أسرة لا تضع نوع الخامة الملابسية في اعتبارها عند شراء الملابس بنسبة تبلغ (٢٩,٣٣%) من حجم العينة بينما وجد أن (٣٩) أسرة أحيانا تضع نوع الخامة الملابسية في اعتبارها عند شراء الملابس بنسبة تبلغ (٢٦%) حجم العينة.

ج- توزيع أفراد العينة وفقا للقدرة على تقييم أداء الخامة الملابسية

يتضح من الجدول (٤- ج) بخصوص قدرة ربة الاسرة على تقييم أداء الخامة الملابسية وجد أن (٣٥) ربة أسرة تستطيع تقييم أداء

الخامة الملابسية من ناحية تعرضها للتبوير بنسبة بلغت (٢٣,٣٣%) من حجم العينة بينما وجد أن (٣٧) ربة أسرة تستطيع تقييم أداء الخامة الملابسية من ناحية تأثر لونها بمرور الزمن والغسيل بنسبة بلغت (٢٤,٦٧%) من حجم العينة بينما وجد أن (٢٥) ربة أسرة تستطيع تقييم أداء الخامة الملابسية كونها تسبب حساسية أو لا بنسبة بلغت (١٦,٦٧%) من حجم العينة بينما وجد أن (٦٠) ربة أسرة تستطيع تقييم أداء الخامة الملابسية من ناحية امتصاصها للعرق بنسبة بلغت (٤٠%) من حجم العينة بينما وجد أن (٦٤) ربة أسرة تستطيع تقييم أداء الخامة الملابسية من ناحية تجمعها وانكماشها عند الاستعمال والغسيل بنسبة بلغت (٤٢,٦٧%) من حجم العينة بينما وجد أن (٢٩) ربة أسرة تستطيع تقييم أداء الخامة الملابسية من ناحية تعرضها للمعان عند الكي بنسبة بلغت (١٩,٣٣%) من حجم العينة بينما (٤٣) ربة أسرة تستطيع تقييم أداء الخامة الملابسية من ناحية (سرعة التقاطها للأوساخ والغبار-سهولة التنظيف) بنسبة بلغت (٢٨,٦٧%) من حجم العينة بينما وجد أن نحو (٤٤) ربة أسرة تستطيع تقييم أداء الخامة الملابسية من ناحية مناسبة القماش للموديل بنسبة بلغت (٢٩,٣٣%) من حجم العينة بينما وجد أن (٣٢) ربة أسرة تستطيع تقييم أداء الخامة الملابسية من ناحية احتمالات تعديلها في المستقبل أو منحها للغير أو مشاركة بعض أفراد الأسرة في استعمالها بنسبة بلغت (٢١,٣٣%) من حجم العينة.

## جدول ٤- أ . توزيع أفراد العينة وفقا لمصادر حصول الأسرة على الملابس

بيانات عن عملية اختيار وشراء الملابس		جاهزة		مفصلة داخل المنزل		مفصلة خارج المنزل		جاهزة + مفصلة خارج المنزل	
عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة
١٣٨	%٩٢	٥	%٣,٣٣	٤	%٢,٦٧	٣	%٢		

## جدول ٤- ب. توزيع أفراد العينة وفقا للاهتمام بنوع الخامة عند الشراء

بيانات عن عملية اختيار وشراء الملابس		اجابات (نعم)		اجابات (لا)		اجابات (أحيانا)	
عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة
٦٧	%٤٤,٦٧	٤٤	%٢٩,٣٣	٣٩	%٢٦		

## جدول ٤- ج. توزيع أفراد العينة وفقا للقدرة على تقييم آداء الخامة الملبسية

القدرة على تقييم آداء الخامة الملبسية :		اجابات (نعم)		اجابات (لا)		اجابات (أحيانا)	
عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة
٣٥	%٢٣,٣٣	٩٢	%٦١,٣٣	٢٣	%١٥,٣٣		
٣٧	%٢٤,٦٧	٩٠	%٦٠	٢٣	%١٥,٣٣		
٢٥	%١٦,٦٧	١١٤	%٧٦	١١	%٧,٣٣		
٦٠	%٤٠	٧٥	%٥٠	١٥	%١٠		
٦٤	%٤٢,٦٧	٦٣	%٤٢	٢٣	%١٥,٣٣		
٢٩	%١٩,٣٣	١٠٢	%٦٨	١٩	%١٢,٦٧		
٤٣	%٢٨,٦٧	٨٨	%٥٨,٦٧	١٩	%١٢,٦٧		
٤٣	%٢٨,٦٧	٨٨	%٥٨,٦٧	١٩	%١٢,٦٧		
٤٤	%٢٩,٣٣	٨٨	%٥٨,٦٧	١٨	%١٢		
٣٢	%٢١,٣٣	١٠٩	%٧٢,٦٧	٩	%٦		

## د- توزيع أفراد العينة وفقا لمعايير اختيار ملابس الأسرة

ويتضح من الجدول (٤- د) أن (١٠٢) ربة أسرة تعتبر السعر والجودة معياراً لاختيار ملابس الأسرة أي بنسبة بلغت (٦٨%) من حجم العينة، و (٥١) ربة أسرة تعتبر الماركة معياراً لاختيار ملابس الأسرة أي بنسبة بلغت (٣٤%) من حجم العينة، و (١٢٣) ربة أسرة تعتبر التصميم المناسب معياراً لاختيار ملابس الأسرة أي بنسبة بلغت (٣٤%) من حجم العينة، و (٢٤) ربة أسرة تعتبر التصميمات مشابهة للزملاء والأصدقاء معياراً لاختيار ملابس الأسرة أي بنسبة بلغت (١٦%) من حجم العينة، و (٥٥) ربة أسرة تعتبر الموضة معياراً لاختيار ملابس الأسرة أي بنسبة بلغت (٦٧.٣٦%) من حجم العينة.

## و: توزيع أفراد العينة وفقا للأخذ في الاعتبار عملية العناية

## بالمالبس

يتضح من جدول (٥) وشكل (١٠) أن (٦٨) ربة أسرة تقوم بشراء ملابس سهلة الغسيل والكي والتخزين أي (٤٤,٦٧%) من حجم العينة، و (١٠٦) ربة أسرة تقوم بتنظيف الملابس من البقع قبل تخزينها أي بنسبة بلغت (٧٠,٦٧%) من حجم العينة و (٥٧) ربة أسرة لديها معلومات عن طرق تخزين الملابس الصوفية أي (٣٨%) من حجم العينة، و (٥٢) ربة أسرة لديها معلومات عن طريقة تخزين الملابس الحريرية أي (٣٤,٦٧%) من حجم العينة ونحو (٧٠) ربة أسرة لديها معلومات عن طريقة تخزين القطن و (٤٦,٦٧%) من حجم العينة، و (٦٩) ربة أسرة تعرف معنى رموز البطاقة الارشادية (بطاقة تعليمات الغسيل والكي) التي توضع على الملابس أي (٤٦%) من حجم العينة، و (٤٣) ربة أسرة تطبق

طرق إزالة أنواع البقع عن الملابس كبقعة(الشاي- العصير-الصدى) أي (٤٣,٣٣%) من حجم العينة. ويمكن أن نستنتج من هذا الجدول ارتفاع عدد ربات الأسر التي تعي أهمية تنظيف الملابس قبل تخزينها. وتذكر ليلي الخضرى وآخرون(١٩٩٩) أنه لا يجب تخزين الملابس غيرالنظيفة حيث ان الاتساخات قد تثبت على الملابس مع مرور الوقت كما أن بقع الطعام تكون سببا في نمو الكائنات الدقيقة وجلب الحشرات ولذلك يجب غسلها جيدا أو تنظيفها بالتنظيف الجاف حسب طبيعة النسيج وخصائص الألياف. كما يستنتج من هذا الجدول انخفاض عدد الأسر التي لديها معلومات عن تخزين الملابس الصوفية والحريرية ومعرفة رموزالبطاقة الإرشادية التي توضع على الملابس والتي توضح طريقة العناية بها.

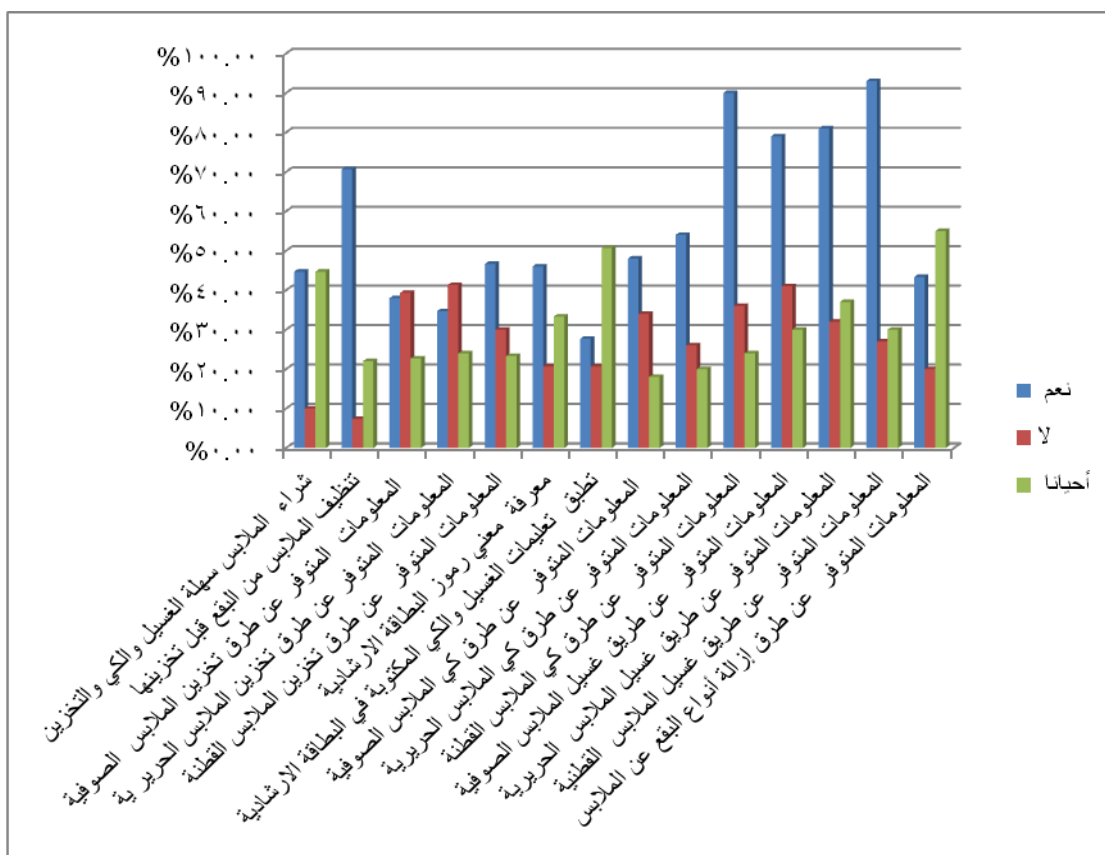
تعليمات الغسيل والكي المكتوبة في بطاقة التعليمات للقطعة الملبسية أي(٢٨,٦٧%) من حجم العينة، و(٧٢) ربة أسرة لديها معلومات عن طرق كي الملابس الصوفية أي (٤٨%) من حجم العينة و(٨١) ربة أسرة لديها معلومات عن طريقة كي الملابس الحريرية أي(٥٤%) من حجم العينة و(٩٠) ربة أسرة لديها معلومات عن طريقة كي الملابس القطنية أي (٦٠%) من حجم العينة، و(٧٩) ربة أسرة لديها معلومات عن طريق غسيل الملابس الصوفية أي (٥٢,٦٧%) من حجم العينة، و(٨١) ربة أسرة لديها معلومات عن طريق غسيل الملابس الحريرية أي(٥٤%) من حجم العينة و(٩٣) ربة أسرة لديها معلومات عن طريق غسيل الملابس القطنية أي(٦٢%) من حجم العينة، و(٦٥) ربة أسرة لديها معلومات عن

#### جدول ٤- د. توزيع أفراد العينة وفقا لمعايير اختيار ملابس الأسرة

ما هي معايير اختيار ملابس الأسرة					
اجابات ( نعم )		اجابات ( لا )		اجابات ( أحيانا )	
عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة
١٠٢	٦٨%	١٦	١٠,٦٧%	٣٢	٢١,٣٣%
٥١	٣٤%	٣٥	٢٣,٣٣%	٦٤	٤٢,٦٧%
١٢٣	٨٢%	٦	٤%	٢١	١٤%
٢٤	١٦%	٣٤	٢٢,٦٧%	٩٢	٦١,٣٣%
٥٥	٣٦,٦٦%	٣٧	٢٤,٦٧%	٥٨	٣٨,٦٧%

#### جدول ٥. توزيع أفراد العينة وفقا للأخذ في الاعتبار عملية العناية بالملابس

بيانات العناية بالملابس					
اجابات (نعم)		اجابات (لا)		اجابات (أحيانا)	
عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة
٦٨	٤٤,٦٧%	١٥	١٠%	٦٧	٤٤,٦٧%
١٠٦	٧٠,٦٧%	١١	٧,٣٣%	٣٣	٢٢%
٥٧	٣٨%	٥٩	٣٩,٣٣%	٣٤	٢٢,٦٧%
٥٢	٣٤,٦٧%	٦٢	٤١,٣٣%	٣٦	٢٤%
٧٠	٤٦,٦٧%	٤٥	٣٠%	٣٥	٢٣,٣٣%
٦٩	٤٦%	٣١	٢٠,٦٧%	٥٠	٣٣,٣٣%
٤٣	٢٨,٦٧%	٣١	٢٠,٦٧%	٧٦	٥٠,٦٧%
٧٢	٤٨%	٥١	٣٤%	٢٧	١٨%
٨١	٥٤%	٣٩	٢٦%	٣٠	٢٠%
٩٠	٦٠%	٣٦	٢٤%	٢٤	١٦%
٧٩	٥٢,٦٧%	٤١	٢٧,٣٣%	٣٠	٢٠%
٨١	٥٤%	٣٢	٢١,٣٣%	٣٧	٢٤,٦٧%
٩٣	٦٢%	٢٧	١٨%	٣٠	٢٠%
٦٥	٤٣,٣٣%	٣٠	٢٠%	٥٥	٣٦,٦٧%



شكل ١٠. يحدد الاسر التي تأخذ طريقة العناية بالملابس في عين الاعتبار عند الشراء

#### رابعاً: اعادة تدوير الملابس

##### أ- توزيع أفراد العينة وفقاً لمعرفة ربات الأسر بالخيطة

يتضح من الجدول (٦-أ) والمتعلق بربات الاسر الالاق لديهن معرفة بفن التفصيل والخيطة أن (٩٩) ربة اسرة لا يعرفن فن التفصيل والخيطة أي بنسبة بلغت (٦٦%) من حجم العينة، بينما (٥١) ربة اسرة يعرفن فن الخيطة والتفصيل أي بنسبة بلغت (٣٤%) من حجم العينة. ومن النتائج يتضح انخفاض نسبة الأسر التي ليس لها دراية بفن التفصيل والخيطة. على الرغم من أن دراية السيدة بعملية التفصيل والحيكة وقيامها بها يجعل لديها الخبرة في التعرف على أنواع الأقمشة والقدرة على التمييز بين المنتجات

##### جدول ٦ - أ. توزيع أفراد العينة وفقاً لمعرفة ربات الأسر بالخيطة

بيانات عن معرفة ربات الأسر بالخيطة		أعرف		لا أعرف	
عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة
٥١	٣٤%	٩٩	٦٦%		

هل لديك معرفة بفن التفصيل والخيطة ؟

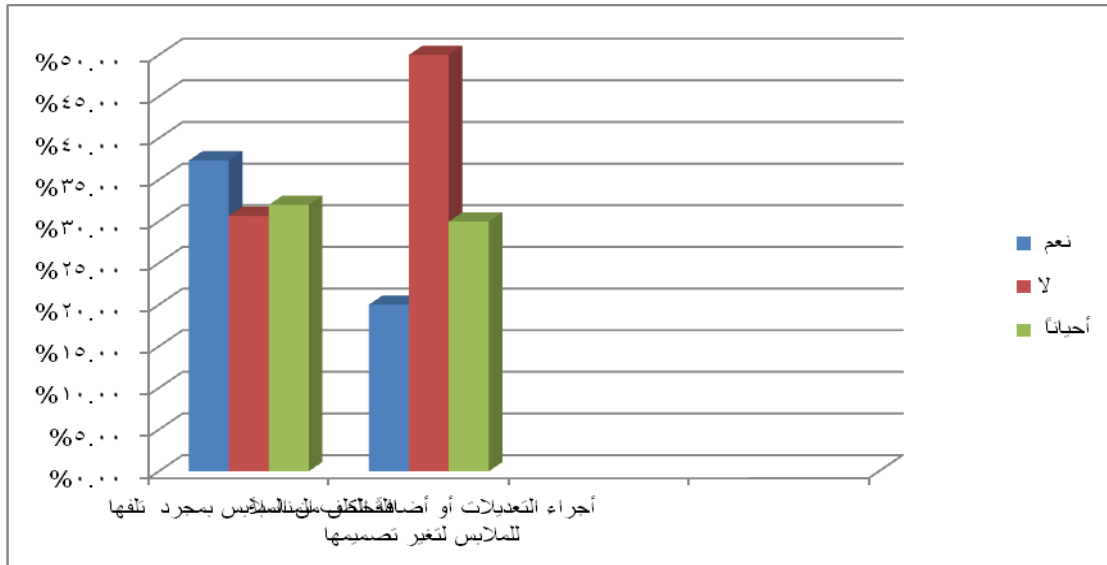
الملبسية من حيث الجودة بالإضافة إلى أنه يمكنها أن تستغل ملابسها التي لاستخدامها في عمل قطع ملبسية أخرى تستفيد منها الأسرة (إيمان عبد السلام عبد القادر: ٢٠٠٧).

##### ب- توزيع أفراد العينة وفقاً لاعادة تدوير الملابس (الاستفادة من الملابس الغير مستخدمة)

يتضح من الجدول (٦-ب) والشكل (١١) أن (٥٦) ربة اسر تقوم بالتخلص من الملابس بمجرد حدوث تلف أو قطع في جزء من أجزائها أي (٣٧,٣٣%) من حجم العينة وأن (٣٠) ربة أسرة تقوم بأجراء تعديلات أو إضافة كلف مناسبة للملابس الغالية لتغير تصميمها وتبدو جديدة أي (٥٠%) من حجم العينة.

## جدول ٦- ب. توزيع أفراد العينة وفقاً لاعادة تدوير الملابس

بيانات عن إعادة التدوير (أي الاستفادة من ملابس الغير مستخدمة)		اجابات (نعم)		اجابات (لا)		اجابات (أحياناً)	
عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة
٥٦	٣٧,٣٣%	٤٦	٣٠,٦٧%	٤٨	٣٢%		
هل تقومين بالتخلص من الملابس بمجرد حدوث تلف أو قطع في جزء من أجزائها ؟							
٣٠	٢٠%	٧٥	٥٠%	٤٥	٣٠%		
هل تقومين بأجراء تعديلات أو إضافة كلف مناسبة للملابس الغاية لتغير تصميمها وتبدو جديدة ؟							



شكل ١١. تحديد مدي قدرة ربة الاسرة على الاستفادة من الملابس الغير مستخدمة

والباقى الى عوامل أخرى لم تؤخذ في الاعتبار وثبتت معنوية النموذج.

٢- أثر العمر على المنفق على شراء الملابس: وبدراسة أثر العمر على المنفق على شراء الملابس اوضحت المعادلة (٢) أنه يتغير المنفق على الملابس بنحو ١٦٠,٠٥ ريال بتغير عمر ربة الاسرة

$$Y = 160.05 X_2 \quad (2)$$

(26.13)

$$R^2 = 0.8 \quad F_{1.149} = 682.8$$

حيث  $X_2 = \text{العمر}$  و  $Y = \text{المنفق على الملابس}$

كما ثبتت معنوية هذه الزيادة و اوضحت المعادلة ايضاً أن نحو ٨٢% من التغيرات في المنفق على الملابس ترجع الى عمر ربة الاسرة والباقي الى عوامل اخرى لم تؤخذ في الاعتبار وقد ثبتت معنوية النموذج.

## التحليل الكمي لعينة الدراسة:

تناول هذا الجزء من التحليل معرفة أثر كل من الدخل، العمر، عدد افراد الاسرة، الحالة التعليمية والعملية لربة الاسرة، وتوجهاتها للشراء في موسم التخفيضات وأثر كل هذا على المنفق على شراء الملابس.

١- أثر الدخل على المنفق على شراء الملابس: وبدراسة أثر الدخل

على المنفق على شراء الملابس اوضحت المعادلة (١) زيادة المنفق على الملابس بنحو ٠,٨٠ ريال عند زيادة الدخل وحدة واحدة (ريال واحد)

$$Y = 0.80 X_1 \quad (1)$$

(26.29)

$$R^2 = 0.81 \quad F_{1.149} = 691.2$$

حيث  $X_1 = \text{الدخل}$  و  $Y = \text{المنفق على الملابس}$

كما ثبتت معنوية هذه الزيادة و اوضحت المعادلة ايضاً أن نحو ٨١% من التغيرات في المنفق على الملابس ترجع الى الدخل

$$R^2 = 0.37 \quad F 1.149 = 88.29$$

حيث  $X5 =$  الحالة العملية لريرة الاسرة  $Y =$  المنفق على الملابس  
كما ثبتت معنوية هذه الزيادة و اوضحت المعادلة ايضاً أن نحو  
37% من المتغيرات في المنفق على الملابس ترجع الى الحالة العملية  
والباقي الى عوامل اخرى لم تؤخذ في الاعتبار، وقد ثبتت معنوية  
النموذج.

٦- أثر موسم التخفيضات على المنفق على شراء الملابس: بدراسة  
أثر موسم التخفيضات على المنفق على شراء الملابس أوضحت  
المعادلة (٦) زيادة الانفاق على الملابس بنحو ٢٤٤٨.٥ ريال  
بزيادة التخفيضات على الملابس وحدة واحدة

$$Y = 2448.5 X6 \quad (٦)$$

$$(21.108)$$

$$R^2 = 0.74 \quad F 1.149 = 445.6$$

حيث  $X6 =$  موسم التخفيضات  $Y =$  المنفق على الملابس  
كما ثبتت معنوية هذه الزيادة و اوضحت المعادلة ايضاً أن نحو  
٧٤% من المتغيرات في المنفق على الملابس ترجع الى موسم  
التخفيضات والباقي الى عوامل اخرى لم تؤخذ في الاعتبار، وقد  
ثبتت معنوية النموذج.

٧- أثر (الدخل، العمر، عدد افراد الاسرة، الحالة التعليمية  
والعملية لريرة الاسرة، وموسم التخفيضات) على المنفق على  
شراء الملابس: وبدراسة أثر (الدخل، العمر، عدد افراد الاسرة،  
الحالة التعليمية والعملية لريرة الاسرة، وموسم التخفيضات ) على  
المنفق على شراء الملابس، وضحت المعادلة (٧) زيادة المنفق  
على الملابس بنحو ٣٠,٣٥ و ٣٦٩,٣ ريال بتغير كل من  
( $X1$ : الدخل،  $X3$ : عدد افراد الاسرة) مع الترتيب بزيادة  
الدخل وعدد افراد الاسرة وحدة واحدة كما ثبتت معنوية هذه  
الزيادة في حين لم يثبت معنوية كل من ( $X2$ : العمر،  $X4$ :  
الحالة التعليمية  $X5$ : الحالة العملية،  $X6$ : موسم التخفيضات)

$$Y = 2179.7 + 0.3508X1 + 15.67X2 + 369.32X3 + 1044.9X4 - 595.3X5 - 114.6X6 \quad (7)$$

$$(-1.466) \quad (5.429)** \quad (0.669) \quad (5.757)** \quad (-0.497) \quad (-1.714)$$

$$R^2 = 0.37 \quad F 6.143 = 15.66$$

### ٣- أثر عدد أفراد الاسرة على المنفق على شراء الملابس:

وبداسة أثر عدد أفراد الاسرة على المنفق على شراء الملابس  
أوضحت المعادلة (٣) زيادة المنفق على الملابس بنحو ٨٧١,٦  
ريال بزيادة فرد واحد في الاسرة

$$Y = 871.6 X3 \quad (٣)$$

$$(27.57)$$

$$R^2 = 0.83 \quad F 1.149 = 760.1$$

حيث  $X3 =$  عدد أفراد الاسرة  $Y =$  المنفق على الملابس  
كما ثبتت معنوية هذه الزيادة و اوضحت المعادلة ايضاً أن نحو  
٨٣% من التغيرات في المنفق على الملابس ترجع الى عدد افراد  
الاسرة والباقي الى عوامل اخرى لم تؤخذ في الاعتبار، وقد ثبتت  
معنوية النموذج

### ٤- أثر الحالة التعليمية لريرة الاسرة على المنفق على شراء

الملابس: وبدراسة أثر الحالة التعليمية لريرة الاسرة على المنفق  
على شراء الملابس أوضحت المعادلة (٤) زيادة المنفق على  
الملابس بنحو ٥٤٤١,٨ ريال بزيادة الحالة التعليمية لريرة  
الاسرة

$$Y = 5441.8 X4 \quad (٤)$$

$$(21.58)$$

$$R^2 = 0.75 \quad F 1.149 = 465.87$$

حيث  $X4 =$  الحالة التعليمية لريرة الاسرة  $Y =$  المنفق على الملابس  
كما ثبتت معنوية هذه الزيادة و اوضحت المعادلة أن نحو  
٧٥% من المتغيرات في المنفق على الملابس يرجع الى الحالة التعليمية  
لريرة الاسرة والباقي الى عوامل اخرى لم تؤخذ في الاعتبار، وقد  
ثبتت معنوية النموذج.

### ٥- أثر الحالة العملية لريرة الاسرة على المنفق على شراء

الملابس: بدراسة أثر الحالة العملية لريرة الاسرة على المنفق على  
شراء الملابس أوضحت المعادلة (٥) زيادة المنفق على الملابس  
بنحو 5108.9 ريال بزيادة الحالة العملية لريرة الاسرة وحدة  
واحدة،

$$Y = 5108.9 X5 \quad (٥)$$

$$(9.396)$$

درية أمين وأحسان البقلي (٢٠٠٢): "التخطيط والادارة في الاقتصاد المتري"-: مكتبة الانجلو المصرية- القاهرة .

سامية ابراهيم لطفي السمان (١٩٩٩): "موسوعة الملابس" - كلية الزراعة- جامعة الاسكندرية.

صفية عبد العزيز ساروخ، عزة إبراهيم (٢٠٠٠): "دراسة معارف ومهارات عينة من التعاملات وغير التعاملات بمدينة الاسكندرية نحو تعديل وتحويل الملابس غير المستعملة إلى قطع نافعة"- مجلة أسكندرية للتبادل العلمي- العدد الثاني- المجلد الثاني عشر.

فاطمة موسى الحماد (٢٠٠٤): "دراسة السلوك الاستهلاكي ودوافع الشراء للأسرة السعودية في محافظة الأحساء"- رسالة ماجستير- كلية العلوم الزراعية والاعذية - جامعة الملك فيصل.

كاسر نصر المنصور (٢٠٠٦) سلوك المستهلك "مدخل الإعلان" دار الحامد- عمان.

ميروك، ممدوح أحمد وهيكل، حسام الدين حسني (٢٠٠٩) "دراسة لأهم العوامل المؤثر في سلوك المستهلك وأثر ذلك علي قرار شراء الملابس الجاهزة لفئة الشباب"- مجلة الاقتصاد المتري لجامعة المنوفية ، العدد الرابع- المجلد التاسع عشر.

مها عبد الله الدباغ (٢٠٠٨): "العوامل المؤثرة على السلوك الاستهلاكي لشراء الملابس لدى المرأة السعودية"- مجلة علوم وفنون- العدد الثاني- المجلد العشرون.

عبيدات، ذوقان وآخرون (١٩٩٦) البحث العلمي " مفهومه وأدواته وأساليبه "- دار الفكر- عمان.

عليه عابدين (٢٠٠٨) : "دراسات في سيكولوجية الملابس"- دار المسيرة للنشر والتوزيع- عمان.

ياسمين أمين شعبان (٢٠١٠): "دراسة تحليله للسلوك المبسي لدي الفتيات في مرحلة المراهقة ومدى ارتباطه بثقافتهم الدينية" - رسالة ماجستير- كلية الاقتصاد المتري- جامعة المنوفية.

كما ثبت معنوية هذا النموذج، و تشير المعادلة أيضاً الى ان نحو ٣٧ % من التغيرات في Y ترجع الى عوامل أخرى لم تؤخذ في الاعتبار.

وقد أوضحت نتائج الدراسة بأنه قد تم تحقق جميع فروض البحث من خلال التحليل الوصفي والكمي للاستبيان.

### التوصيات

- نشر الوعي الاستهلاكي المبسي بين الاسر عن طريق وسائل الاعلام المختلفة.
- عقد الندوات النسائية لتبصير السيدات بالعملية الشرائية وبالاسس الصحيحة لعملية الشراء مع التأكيد على العادات والاساليب الشرائية السليمة التي يمكن ان تحقق وعي استهلاكي سليم لدي السيدات.
- توضيح أهمية البطاقة الارشادية لربة الأسرة وماتتضمنها من دلائل الرموز العالمية قبل البدء في عملية اختيارها وشراءها للملابس.
- تشجيع الاسر على الحد من الاستهلاك والاستفادة من ملابسهم القديمة في اعادة تدويرها.
- حث المؤسسات القائمة على انتاج الملابس وترويجها بتقديم البيانات الصحيحة عن السلعة وأماكنيات استخدامها.

### المراجع

- إيمان عبد السلام عبد القادر (٢٠٠٧): " اتجاهاه السيدات نحو ترشيد الاستهلاك المبسي في محافظة جدة "- المؤتمر السنوي الثاني.
- إيمان عبد السلام عبد القادر (٢٠٠٨) "اتجاهاه السيدات نحو ترشيد الاستهلاك المبسي عن طريق الاستفادة من الملابس الغير مستخدمة " - مجلة بحوث التربية النوعية بجامعة المنصورة - العدد الثاني عشر - يوليو.

إيمان شعبان أحمد ابراهيم ،لمياء ابراهيم أحمد عبد الفتاح (٢٠٠٩): "فاعلية برنامج لزيادة وعي ربة الأسرة بترشيد الاستهلاك المبسي"-المؤتمر السنوي الأول- العربي الرابع الاعتماد الاكاديمي لمؤسسات برامج التعليم النوعي في مصر والعالم العربي- الواقع والمأمول.

## SUMMARY

### **Consumption Behavior of Clothes Somefamilies in Al- Hasa Governorate**

Enaam Mohamed AlSayed, Seham Marawan, Nagwa Abou Zeid

The Objective of the present research is to investigate important factors affecting consumer behavior of Saudi families while buying their clothes. Such factors envisaged were age, income, size of family, educational and professional levels.

Descriptive and analytical approaches were used depending on data of a random sample of 150 families

in Elhasa governorate. Regression analysis was used and statistical results were estimated.

The study revealed that a statistical relationship between various variables and clothing behavior was found. Age, income, size of families, education level, offer and sale seasons were the main factors affecting families' behavior towards clothing. Such factors had also an effect on the degree of clothing rationalization.