

العلاقة بين الوعي بأليات حماية المستهلك وأساليب الحد من الغش فى المنتجات الغذائية

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 بأليات حماية المستهلك ومحاورها (الجانب المعرفى، الجانب الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى) والحد من الغش فى بعض المنتجات الغذائية 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- ومن سكان محافظة القاهرة والجيزة . وطبقت عليهم إستمارة البيانات العامة والخاصة للأسرة ،(إستبيان الوعي بأليات حماية المستهلك لربة الأسرة ومحاورها الأربعة)، (إستبيان وعى ربة الأسرة بأساليب الحد من الغش التجارى فى المنتجات الغذائية) ، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي. وقد توصلت نتائج البحث إلي 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 مستوى دلالة (٠,٠١) فى أساليب الحد من الغش التجارى فى المنتجات الغذائية ككل ومحورية (اللحوم، ومنتجات الألبان) تبعاً لمتوسط الدخل الشهري للأسرة لصالح الاسر مرتفعة الدخل، كما تبين وجود علاقة ارتباطية دالة احصائيا عند مستوى دلالة (٠,٠١) بين متوسطات درجات الوعي بأليات حماية المستهلك ككل ومحاورها الأربعة وبين مستوى ربة الاسرة بأساليب الحد من الغش التجارى ككل ومحورية اللحوم، ومنتجات الألبان. كما تبين وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة احصائيا عند مستوى دلالة (٠,٠١) بين اجمالى آليات حماية المستهلك لربة الأسرة وجوانبها (المعرفى، الوقائى، الرقابى، التشريعى) وبين كلا من متغيرات الدراسة (المستوى التعليمى للأم، ، عدد أفراد الأسرة ،متوسط الدخل الشهري للأسرة).

الكلمات المفتاحية: آليات - حماية المستهلك - الغش فى المنتجات الغذائية.

المقدمة

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

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، وبقدر ما تحققة هذه الوفرة من جوانب ايجابية كبيرة، فإن لها سلبياتها الخطيرة على المستهلك كونه العنصر

معرف الوثيقة الرقمى: 10.21608/esm.2024.350717

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

^٢أستاذ ورئيس قسم إدارة مؤسسات الأسرة والطفولة الاسبق- 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

أويجري التعامل، أوالتعاقد معه بهذا الخصوص (جريدة الوقائع المصرية،٢٠١٧).

كما أدى التقدم الهائل الذى يشهده العصر الذى نعيشه، وما تحقق من انتاج وتكنولوجيا وبالتالي أساليب متطورة على صعيد الانتاج والتوزيع والاستهلاك الى معاناة المستهلك وسبب له العديد من الأضرار التى يتعذر تداركها وعلاجها وحتى لايصبح المستهلك هدف لتحقيق أكبر قدر ممكن من الارباح 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 مستدامة تحقق له دخلا يجعله قادرا 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 (فرخندة حسن،٢٠٠٥)، (محمد العامرى،٢٠٠٧).

كذلك زاد الاهتمام بحماية المستهلك على المستوى الدولى والمحلى، ونالت قضية حماية المستهلك فى مصر اهتماما خاصا من المجتمع المصرى وشهدت الفترة من عام(١٩٣٩) م 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 حديثا وقد لخص كلا من (محمد العامرى،٢٠٠٧)، (أحمد الكردى،٢٠١١) تطور حماية المستهلك فى مصر من خلال القوانين التى نتابعت لتحديث المواصفات القياسية والأشتراطات الصحية للسلع والعقوبات التى تجرم مخالفات ذلك متمثلة فى مواد وينود قوانين حماية المستهلك للأعوام " ٢٠٠٦ م، ٢٠١٤ م، ٢٠١٨ م" وتضمنت موادها تنظيم

والحماية، ومصر لم تكن بمنأى عن هذه التغيرات والتحولات،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 ظهرت العديد من جمعيات حماية المستهلك الاهلية ،والتي تؤدى دورا هاما فى توعية المستهلك وارشادة وترشيدة ووقايته من الاخطار المتعدده متضمنه العملية التسويقية والتعريف بأساليب الغش التجارى التقليدى والتقنى ،هذا بجانب الحماية الرقابية من خلال الوزارات المختلفة كالتأمين والتجارة الداخلية، وزارة الزراعة والصحة والصناعة والهيئة المصرية العامة للمواصفات والجودة ،الوسائل الاعلامية ووزارة الحكم المحلى، ووزارة التضامن الإجتماعى،والغرف التجارية والهيئة العامة للرقابة على الصادرات والواردات، ووزارة العدل، وعلى رأس هذه المحاورالحماية 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 والتقنى نظرا لتطور وتغير هذه المخاطر تبعا لتغير التجارة وأنماط الاستهلاك لتحقيق الربح الذى يصب فى مصلحة حماية المستهلكين (فايزة سليمان،٢٠١٥)، (عادل مجاهد،٢٠١٧).

ولقد عرف القانون المستهلك المصرى فى المادة الأولى رقم ٦٧ لسنة ٢٠١٨المستهلك بأنه " كل شخص تقدم إليه إحدى المنتجات لإشباع احتياجاته الشخصية، أوالعائلية،

فساد أو أخطاء فى التصنيع أو الكمية أو للتقليل من المفعول وغير ذلك من الصور والاساليب فى الغش التى لا تحصر، حيث يتفنن القائمين على الغش التجارى فى إستباطها لتحقيق أغراضهم بالحصول على أقصى قدر من الارباح الطائلة وتزويد هذه الفائدة غير المشروعة بإرتفاع قيمة وسعر السلع المختلفة (أحمد الكردى، ٢٠١١)، (وسميحة القليوبى، ١٩٩٣).

أما السلوك التسويقى الخادع تم تحديده فى الفصل الأول من قانون حماية المستهلك لعام ٢٠١٨م على أن يلتزم المنتج بقواعد الصحة والسلامة ومعايير الجودة وضمانيها للمستهلك فى منتجاته وفقا للمواصفات القياسية المصرية، أو وفقا للمواصفات الدولية المعتمدة فى مصر فى حال عدم توافرها أو عدم وجودها. أما التعاقد التقنى (عن بعد) فى نفس القانون فيعرف بأنه عمليات عرض المنتجات أو بيعها أو شرائها بإستخدام شبكة المعلومات الدولية (الأنترنت) أو أى وسيلة من وسائل الأتصال المرئية أو المسموعة أو المقرؤة أو عن طريق الهاتف أو أى وسيلة أخرى .

* وإعلان المستهلك بمصدر المنتج وثمته وصفاته وخصائصه الأساسية حسب طبيعة كل منتج .

* وأن تكون جميع البيانات والمعلومات والفواتير، بما فيها المستندات الألكترونية وغيرها مدونة باللغة العربية ويخط واضح يسهل قراءته، كما يلتزم المورد بتحديد شخصيته وطرق الأتصال به، وبيانات قيده فى السجل الخاص بنشاطه، وعلامة التجارية إن وجد، ويجوز تدوين البيانات بلغتين. ويتم الفحص الأشعاعى على الواردات من الدول المحددة بقرار رئيس مجلس الوزراء رقم ١١٨٦ وأى تعديلات أو مستجدات نظراً عليه (قانون حماية المستهلك المصرى، ٢٠١٨).

لذا سعى البحث الحالى إلى الوقوف على العلاقة بين الوعي بأليات حماية المستهلك وأساليب الحد من الغش فى المنتجات الغذائية وتبلورت مشكلة البحث فى التساؤل الرئيسى:

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.

ويتوقف نجاح قضية حماية المستهلك بالدرجة الأولى على سلوك المستهلك نفسه وهو ما يتطلب زيادة الوعي بأنماط السلوك الايجابية (فرخنده حسن، ٢٠٠٥)، (محمد العامرى، ٢٠٠٧)، كما يحتاج لزيادة الوعي بالأشترطات الصحية والمواصفات القياسية خاصا للسلع الغذائية ومنتجاتها المغلفة والمعبأة والمحفوظة (إيمان علاق، ٢٠١٥).

المشكلة البحثية

وتمتد معاناه الشباب المستهلك من أساليب الغش والخداع لفترات طويلة وفى أزمنة مختلفة وهذا من خلال السلع المقدمة له والتى كانت فى ظاهرها السعى نحو اشباع حاجاته ورغباته، ولكنه فى الحقيقة تهدف الى استغلاله وتحقيق أكبر قدر من الارباح، وقد استفحل هذا الامر الى درجة أن العديد من المستهلكين والهيئات الحكومية والمؤسسات الرسمية وغير الرسمية أدركت ما يعانىة المستهلك من استغلال فاحش وغش تسويقى متعدد الجوانب، وما يترتب على ذلك من أضرار مادية ومعنوية وصحية، كما دفع ذلك المهتمين بالتسويق الى لعب دور هام فى هذا الشأن بما قدموه من توجيهات وتوصيات تكفل حماية المستهلك فى تعامله مع منتجى وموزعى وبائعى السلع (ضياءالصادق، ٢٠١٣).

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 لاختفاء

الحد من الغش التجارى فى السلع الغذائية لدى ربة الأسرة) وفقا لأوزان معاملات الانحدار ودرجة الارتباط؟

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) وأساليب الحد من الغش فى المنتجات الغذائية وذلك من خلال التحقق من الأهداف الفرعية التالية:

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 الشهري للأسرة).

٢- التعرف على الفروق فى مستوى وعى الأسر عينة البحث بالحد من الغش فى بعض المنتجات الغذائية موضع الدراسة (اللحوم والألبان) وفقا لمتغيرات الدراسة من حيث (المستوى التعليمى لربة الأسرة، عدد أفراد الأسرة، متوسط الدخل الشهري للأسرة).

٣- دراسة مضمون العلاقة الارتباطية بين مستوى الوعى بآليات حماية المستهلك بمحاورها وأساليب الحد من الغش فى المنتجات الغذائية.

٤- دراسة مضمون العلاقة الارتباطية بين كل من مستوى الوعى بآليات حماية المستهلك وأساليب الحد من الغش فى المنتجات الغذائية وكل من المستوى التعليمى لربة الأسرة، وعدد أفراد الأسرة، والدخل الشهري.

٥- تحديد درجة مشاركة المتغيرات المستقلة للدراسة فى تفسير نسبة التباين فى المتغير التابع (الوعى بأساليب الحد من الغش التجارى فى السلع الغذائية لدى ربة الأسرة) وفقا لأوزان معاملات الانحدار ودرجة الارتباط.

ما هى العلاقة بين الوعى بآليات حماية المستهلك وأساليب الحد من الغش فى المنتجات الغذائية ؟ وتتفرع منه التساؤلات الآتية :

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

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 الشهري للأسرة)؟

٣- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية فى مستوى وعى الأسر عينة البحث بالحد من الغش فى بعض المنتجات الغذائية موضع الدراسة (اللحوم والألبان) وفقا لمتغيرات الدراسة من حيث: (المستوى التعليمى لربة الأسرة، عدد أفراد الأسرة، متوسط الدخل الشهري للأسرة).

٤- هل تختلف درجة مشاركة مستوى الوعى بآليات حماية المستهلك لدى الأسر عينة البحث ومحاورها (الجانب المعرفى، الجانب الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى) وفقا لأوزان معاملات الانحدار ودرجة الارتباط؟

٥- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آليات حماية المستهلك ككل ومحاورها (الجانب المعرفى، الجانب الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى) وبين أساليب الاسر فى الحد من الغش التجارى فى كلا من (اللحوم، منتجات الألبان) فى ضوء متغيرات الدراسة (المستوى التعليمى لربة الأسرة، عدد أفراد الأسرة، متوسط الدخل الشهري للأسرة)؟

٦- هل تختلف درجة مشاركة المتغيرات المستقلة للدراسة فى تفسير نسبة التباين فى المتغير التابع (الوعى بأساليب

الأهمية البحثية

يسهم البحث الحالى فى تحقيق الآتى:

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

٢- توعية الأسر بالمنتجات الغذائية والمواصفات القياسية من حيث المكونات وتاريخ الأنتاج والمدة الزمنية للصلاحيية ونسبة المواد الحافظة المضافة ومواد الإضافة الأخرى المسموح بها مثل الألوان، وكذلك الوزن والحجم والسعروكشف التلاعب فى علامة الجودة للمنتج وطريقة الدفع الإلكترونى فى حالة الشراء التقنى.

٣- توعية أفراد الأسرة بأهمية الوعى بأليات الحماية للمستهلك من أنواع الغش الحديثة سواء فى الأنتاج أو فى التسويق من خلال ما تضعه الدولة من قوانين وتشريعات تحرم الغش عاما.

٤- توجيه أفراد الأسره كمستهلكين إلى أهمية الوعى بطرق كشف الغش بأسلوب علمى ودقيق، وإلقاء الضوء على دور المؤسسات المعنية بحماية المستهلك كجهاز حماية المستهلك وجمعيات حماية المستهلك عند وقوع أى ضرر على المستهلك وكيفية التعامل معها والأنتفاع بخدماتها .

٥- إثراء المكتبة العربية ومكتبة قسم إدارة مؤسسات الأسرة والطفولة ببحث ومعارف عن آليات حماية المستهلك وعلاقتة 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

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

٢- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات ربات الأسر عينة البحث فى مستوى الوعى بالحد من الغش فى بعض المنتجات الغذائية موضع الدراسة (اللحوم والألبان) وفقا لمتغيرات الدراسة من حيث: (المستوى التعليمى لربة الأسرة، عدد أفراد الأسرة، متوسط الدخل الشهرى للأسرة).

٣- توجد علاقة إرتباطية دالة إحصائيا بين متوسطات درجات ربات الأسر عينة البحث فى مستوى آليات حماية المستهلك ككل ومحاورها (الجانب المعرفى، الجانب الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى) وبين الوعى بأساليب الحد من الغش فى المنتجات الغذائية للسلع (اللحوم ، منتجات الألبان).

٤- توجد علاقة إرتباطية دالة إحصائيا بين كل من آليات حماية المستهلك ككل ومحاورها (الجانب المعرفى، الجانب الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى) وأساليب الاسر فى الحد من الغش التجارى فى كلا من (اللحوم، منتجات الألبان) وكل من المستوى التعليمى لربة الأسرة، عدد أفراد الأسرة، متوسط الدخل الشهرى للأسرة.

٥- تختلف الأهمية النسبية لمشاركة المتغيرات المستقلة للدراسة فى تفسير نسبة التباين فى المتغير التابع (الوعى بأساليب الحد من الغش التجارى فى السلع الغذائية لدى ربة الأسرة) وفقا لأوزان معاملات الانحدار ودرجة الارتباط.

الأسلوب البحثى

أولاً: التعاريف الإجرائية:

١-آليات: وتعرف إجرائيا فى البحث الحالى: هى الوسائل والتكتيكات التى تستخدم فى تحقيق أهداف محددة وفقا لإختصاصات محددة، وهى الأساليب التى يمكن أن

حق المعرفة، حق الإستماع لرأية، حق التعويض، حق الحصول على فاتورة معتمدة، حق التقاضى والشكوى، حق الأنتفاع وإشباع الحاجات، حق التثقيف، حق الأمان "و ضمان الحصول عليها من قبل التجار والصناع ومقدمى السلعة أو الخدمة بالسعر والجودة، حق المعيشة فى بيئة جيدة.

٦- **المنتجات "المنتج الغذائى"**: هى السلع والخدمات المقدمة بغرض الأنتفاع بها من قبل الشخص أو الأشخاص الاعتباريين وتشمل السلع الغذائية وغير الغذائية سواء كانت زراعية أو مصنعة أو تم إستيرادها (قانون حماية المستهلك لعام ٢٠١٨).

ويقصد بالمنتجات إجرائيا فى البحث الحالى السلع الغذائية سواء المصنعة محليا أو تم إستيرادها من قبل التجار المستوردين وتستخدم للأنتفاع الشخصى من قبل أفراد الأسر عينة البحث وتم تحديدها فى (اللحوم المصنعة).

٧- **الغش فى المنتجات الغذائية**: وهو ما يعبر عن ملائمة الطريقة المتبعة فى تصنيع وتعبئة وتغليف الأغذية، ومدى ثبات المنتج الغذائى ضمن العبوة الجديدة، ذلك لأن فساد المنتج الغذائى (عدم ثباته) متنوع فى أنماطه، ومنها على سبيل المثال أكسدة الدهون وفقد الرطوبة أو اكتسابها والتدهور الأنزيمى والاسمرار غير الأنزيمى والنمو الميكروبي والتغيرات اللونية وتغيرات القوام والبنية والنكهة. وكل هذه التغيرات تؤثر فى مدى ثبات الأغذية المعبأة، وتتعلق بطبيعتها الفيزيائية والكيميائية وجودة موادها الأولية والشروط البيئية وخواص مواد التغليف أو التعبئة (لطفى حمزاوى، ٢٠٠٦).

يقصد الغش فى المنتجات الغذائية إجرائيا فى البحث الحالى كل ما يطرأ على السلعة أو المنتج من تغيرات تؤدي إلى تغيير فى الخواص الطبيعية أو الخواص الكيميائية للسلعة سواء بنقص بعض مكوناتها أو إضافة مواد أخرى تحدث بها تلف أو عيب أو تزيد من حجمها أو وزنها أو تغير من لونها أو شكلها الطبيعى ويؤدى ذلك إلى تلوث أو تسمم أو ضرر بصحة المستهلك وبيئته وتكلفة السلعة

تستخدم فى بناء الأدبيات والقراءات والممارسات العلمية المرتبطة بها.

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

وتعرف إجرائيا فى البحث الحالى: بأنها ربة الأسرة حديثة التكوين التى لم تتعدى الخمس سنوات، وهى التى 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 فى 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، ٢٠١٧).

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

٤- **الحماية**: يقصد بها القدرة أو السياسة التى تؤدي إلى منع الضرر والأذى عن مستخدمى السلعة، ومن ثم يعنى بها الحفاظ على حقوق المستهلك (إيمان علاق، ٢٠١٥)

وتعرف إجرائيا فى البحث الحالى: يقصد بها القدرة أو السياسة التى تؤدي إلى منع الضرر والأذى عن مستخدمى السلعة، ومن ثم يعنى بها الحفاظ على حقوق المستهلك "

والخصائص الإجتماعية وتتمثل فى (سن الزوج، سن الزوجة، مدة الزواج، عدد الابناء) والخصائص التعليمية للأسرة وتتمثل فى (المستوى التعليمى للزوجين).
ب: إستبيان الوعي بأليات حماية المستهلك لرية الأسرة ومحاورها (الجانب المعرفى، الجانب الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى).
ج: إستبيان وعى رية الأسرة بأساليب الحد من أنواع الغش التجارى فى السلع الغذائية وتحددت السلع بالبحث فى (اللحوم، والألبان).

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 إختيارعينة 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: 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 فى (المستوى التعليمى للزوجين)

ب: إستبيان الوعي بأليات حماية المستهلك لرية الأسرة ومحاورها (الجانب المعرفى، الجانب الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى).

ثانيا : حدود البحث: يتحدد البحث الحالى بما يأتى:

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

يقصد بالمنهج الوصفى التحليلى: 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 التى تتصل بها وتفسيرها وكشف الجوانب التى تحكمها (محمد شفيق، ٢٠٠٦)

ب- نطاق البحث:

١- النطاق الجغرافى: يتحدد النطاق الجغرافى لعينة البحث من الأسر حديثة التكوين التى 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 أبن 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 التقنيين 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)

رابعاً : إعداد وبناء أدوات البحث:

(أ) إستمارة البيانات العامة والخاصة للأسرة. وإشتملت على: البيانات العامة" الخصائص الاقتصادية وتتمثل في (متوسط الدخل الشهري، مصادر الدخل الشهري للأسرة) والخصائص الإجتماعية وتتمثل في (سن الزوج، سن الزوجة، مدة الزواج، عدد الابناء) والخصائص التعليمية للأسرة وتتمثل في (المستوى التعليمي للزوجين)

(ب) إعداد إستبيان الوعى بآليات حماية المستهلك لربة الأسرة فى صورته الأولى:

يهدف الأستبيان إلى التعرف على مستوى وعى أفراد عينة البحث بآليات حماية المستهلك. وتكون الأستبيان في صورته المبدئية من (١٥٩) عبارة موزعة على أربعة محاور هي:

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.

(ج) 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.

(د) عرض الإستبيان على السادة المحكمين (صدق

المحتوى): Validity Content

ويقصد به تناول مفردات الإختبار ومحتوياته ومادته _ والإختبار الصادق هو الإختبار الذى يمثل الميادين

ج: إستبيان وعى ربة الأسرة بأساليب الحد من أنواع الغش التجارى فى السلع الغذائية وتحدد السلع بالبحث فى (اللحوم،والآلبان) .

٣- عرض الأدوات فى صورتها الأولى على مجموعة من الأساتذة المحكمين فى مجال التخصص (إدارة مؤسسات الأسرة والطفولة)، وذلك للحكم على صدق المحتوى للأدوات ومناسبتها للغرض الذى تقيسه ووضعت لأجلة، 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 .

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

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

(ز) 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.

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

الدالة	معامل الارتباط	استبيان أليات 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
أليات حماية المستهلك لربة الأسرة والدرجة الكلية للإستبيان
دالة عند مستوى ٠,٠١، مما يدل على تجانس كل محاور
إستبيان أليات حماية المستهلك لربة الأسرة والدرجة الكلية له.
(ح) 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.

والمجالات المراد قياسها ودراستها تمثيلاً دقيقاً (محمد
البغدادى، ٢٠٠٢)

(هـ) 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.

تم تفرغ 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 إتفاق 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.

(و) إجراء الدراسة الاستطلاعية:

تم تطبيق الإستبيان على عينة الدراسة الإستطلاعية
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.

٢- طريقة التجزئة النصفية Split.

وللتصحيح من أثر التجزئة النصفية تم استخدام: معادلة

جيتومان Guttman

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

جدول ٢. قيم معاملات الثبات للإستهتيان أليات حماية المستهلك لربة الأسرة بمحاوره

المحاور	معامل الفا	التجزئة النصفية	سبيرمان براون	جيتومان
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

(ط) الصورة النهائية للإستهتيان:

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 الإستهتيان (١٦٢) عبارة وأصبح الإستهتيان 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.

أهتم 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، أعانى 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 باقامة 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: (جميات وجهاز حماية المستهلك والوزارات المعنية) ويشتمل هذا المحور على (٦٣) عبارة.

تقوم جميات وجهاز حماية المستهلك بحملات تفتيشية على الاسواق، توفر جميات وجهاز حماية المستهلك أليات للشكاوى المواطنين، تعتبر جميات وجهاز حماية المستهلك حلقة وصل بين المستهلك والمنتج، تصعد جميات وجهاز حماية المستهلك القضايا الى الجهات الرقابية والجهات السيادية، تراقب جميات وجهاز حماية المستهلك سياسة الاسترجاع، تحارب جميات 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 لاتقل عن ١٠٠٠٠٠ جنية مصرى عند عدم الالتزام بقواعد الصحة والسلامة ومعايير الجودة، يعاقب المورد بغرامة لاتقل عن ٣٠٠٠٠٠ جنية مصرى عند وجود عيب بجودة المنتج، يعاقب المورد بغرامة لاتقل عن ١٠٠٠٠٠ جنية مصرى عند اخفاء البيانات الجوهرية (مصدر المنتج- صفاته)، يعاقب المورد بغرامة لاتقل عن ١٠٠٠٠٠ جنية مصرى عند عدم وجود بيانات

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

(٢) **إعداد الإستبيان فى صورته الأولية:** يتكون استبيان وعى ربة الأسرة بأساليب الحد من الغش التجارى فى المنتجات الغذائية (اللحوم والالبان) فى صورته المبدئية من (١٠٢) عبارة موزعة على محاورين:

المحور الأول: (اللحوم) ويشتمل هذا المحور على (٦١) عبارة.

المحور الثانى: (الالبان) ويشتمل هذا المحور على (٤١) عبارة.

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، (١-٢-٣) للعبارات ذات الإتجاه السلبى.

(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

السلع الغذائية باللغة العربية وبخط واضح يسهل قراءته، يعاقب المورد بغرامة لاتقل عن ١٠٠٠٠ جنية مصرى عند عرض أسعار السلع والخدمات بشكل غير واضح، يعاقب المورد بغرامة لاتقل 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.

(ك) 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 هي (٣-٢-١) للعبارات موجبة الصياغة، (١-٢-٣) للعبارات سالبة الصياغة.

*ج: **إستبيان وعى ربة الأسرة بأساليب الحد من أنواع الغش التجارى فى السلع الغذائية.** وتحدد السلع بالبحث فى اللحوم والالبان.

وأعد الإستبيان بهدف التعرف على مستوى ربة الأسرة بعينة البحث بأساليب الحد من أنواع الغش التجارى فى السلع الغذائية(اللحوم، والالبان) 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 الأولية.

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 الداخلي للإستبيان: Internal Consistency

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

صدق الإتساق الداخلي: حساب معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة من العبارات المكونة للإستبيان، والدرجة الكلية للإستبيان.

جدول ٣. قيم معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل محور من محاور استبيان وعى ربة الأسرة بأساليب الحد من الغش التجاري في المنتجات الغذائية والدرجة الكلية للإستبيان

الدلالة	معامل الارتباط	استبيان وعى ربة الأسرة بأساليب الحد من الغش التجاري في المنتجات الغذائية
٠,٠١	٠,٧٦٩	المحور الأول: اللحم
٠,٠١	٠,٨٨١	المحور الثاني: منتجات الألبان

يتضح من جدول (٣) أن معاملات إرتباط محاور استبيان وعى ربة الأسرة بأساليب الحد من الغش التجاري في المنتجات الغذائية والدرجة الكلية للإستبيان دالة عند مستوى ٠,٠١، مما يدل على تجانس كل محاور استبيان وعى ربة الأسرة بأساليب الحد من الغش التجاري في المنتجات الغذائية 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).

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.

تم تفرغ 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 إتفاق آراء السادة المحكمين على صحة معظم العبارات بنسبة (٩٣) % ولكن مع مراعاة حذف بعض العبارات وتعديل صياغة بعضها وإضافة بعض العبارات.

(٥) إجراء الدراسة الاستطلاعية : تم تطبيق الإستبيان على عينة الدراسة الإستطلاعية 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.

لون مع رائحة غير طازجة،أحرص على وجود أختام على اللحوم قبل عملية الشراء،أهتم بمعرفة الاختام الخاصه باللحوم البقرى- الضانى- البتلو، أتجنب شراء اللحوم المذبوحه خارج المجازر، أهتم بقراءة البطاقة الارشادية لمنتجات اللحوم قبل عملية الشراء، أفحص تاريخ الانتاج ومدة الصلاحية قبل الشراء، أشتري اللحوم ذات اللون الوردى لأنها تكون عالية البروتين قليلة الدهون، أبعد عن شراء اللحوم ذات اللون النبيتى لزيادة الدهون وكبيرة فى السن،أختبر فساد اللحوم بوضع السكين الساحن وقطع اللحم فى حالة وجود رائحة كريهة تكون اللحوم من الفصيلة الخيلية،أبتعد عن شراء اللحوم الكبيرة السن لزيادة نسبة الدهون وتفنيت اللحم عند الطهى.

ب-محور منتجات الألبان: يحتوى على (٤) عبارة:

أحرص أن يكون اللبن نظيفا خاليا من الشوائب، أعرف اللبن الجاموس بوجود طبقة من القشطة بعد الغلى ١٠ دقائق، أميز اللبن البقرى بوجود القشطة أقل سكما وتميل الى اللون الاصفر، أعلم غش اللبن بالماء حيث يكون اللبن أبيض مائل للزرقة، أضع معلقة مملوءة باللبن على اللهب اذا تكونت قطع تشبه قطع الجبن تكون حموضة اللبن عالية غير صالح، أهتم بشراء اللبن حديث الانتاج، أحرص على قراءة البيانات الخاصة بعبوة اللبن ومكوناتها، أهتم بسلامة العبوة الخاصة بتغليف اللبن، أعتد على حاسة الذوق للحكم على جودة ونوعية اللبن، أكتشف فساد الالبان بوجود انتفاخ فى العبوة.

(٩) مفتاح تصحيح الإستبيان: تم تصحيح الإستبيان 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 موجبة الصياغة، (١-٢-٣) للعبارات سالبة الصياغة.

تم حساب الثبات للدرجة الكلية للمقياس وذلك بثلاثة طرق هم:

طريقة ألفا كرونباخ Alpha Cronbach.

طريقة التجزئة النصفية Split.

وللتصحيح من أثر التجزئة النصفية تم استخدام:معادلة

جيتومان Guttman

جدول ٤. قيم معاملات الثبات للاستبيان وعى ربة الأسرة بأساليب الحد من الغش التجاري في المنتجات الغذائية بمحاورة

المحاور	معامل الفا	التجزئة النصفية	سبيرمان براون	جيوتمان
المحور الأول:اللحوم	٠,٧٦١	٠,٧٢٩	٠,٨٠٢	٠,٧٥٠
المحور الثاني:منتجات الألبان	٠,٩١٦	٠,٨٧٥	٠,٩٥٤	٠,٩٠٤
ثبات المقياس ككل	٠,٨٥٢	٠,٨١٣	٠,٨٩٢	٠,٨٤١

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 إستخدام 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، أصبح عدد عبارات الإستبيان (99) عبارة. وبذلك أصبح الإستبيان معداً للتطبيق على عينة البحث الأساسية.

عبارات إستبيان وعى ربة الأسرة بأساليب الحد من أنواع الغش التجارى فى السلع الغذائية . وتحددت السلع بالبحث فى اللحوم والألبان .

أ- محوراللحوم: يحتوى على (٥٨) عبارة

أقوم بالفحص الظاهرى للون والطعم والرائحه للوقوف على جودة اللحوم، أكتشف فساد اللحوم المغشوشة بوجود

خامساً: المعالجات الإحصائية:

يتضح من جدول (٥) ما يلي:

١- متغير المستوى التعليمي لربة الاسرة: يتضح أن أعلى نسبة كانت ٤٦,٥% لصالح ذوى المستوى التعليمى المرتفع ، يليها ذوى المستوى التعليمى المتوسط بنسبة ٣٧,٥% ثم يليها ذوى المستوى التعليمى 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 المكونه 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%.

بعد جمع البيانات وتفرغها 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:

أولاً: النتائج الوصفية:

أ- 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)

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

ب- الوزن النسبي:

١- الوزن النسبي لأنواع السلع الغذائية وفقا لأولوية التكرار في الغش فيها:

جدول ٦. يوضح الوزن النسبي لأنواع السلع الغذائية وفقا لأولوية التكرار في الغش فيها (ن=٢٠٠)

أنواع السلع الغذائية وفقا لأولوية التكرار في الغش فيها	الوزن النسبي	النسبة المئوية %	الترتيب
السلع المعلبة	٢١٧	١٧%	الثالث
السلع المغلفة	١٩٦	١٥,٤%	الخامس
السلع المطهية الأغذية المصنعة	١٨٨	١٤,٧%	السادس
الأغذية المجمدة	٢٢٩	١٧,٩%	الثاني
السلع الطازجة	٢٤١	١٨,٩%	الأول
المجموع	٢٠٥	١٦,١%	الرابع
	١٢٧٦	١٠٠%	

يتضح من جدول (٦) أن أكبر نسبة من أفراد عينة البحث الأساسية تعرضت للغش فى الأغذية المجمدة بنسبة ١٨,٩%، يليها فى المرتبة الثانية الغش فى الأغذية المصنعة والتي تمثل نسبة ١٧,٩%، يليها فى المرتبة الثالثة

الغش فى السلع المعلبة والتي تمثل نسبة ١٧%، يليها فى المرتبة الرابعة غش السلع الطازجة والتي تمثل نسبة ١٦,١%، يليها الغش فى السلع المغلفة والتي تحتل المرتبة الخامسة والتي تمثل نسبة ١٥,٤%، وأخيرا الغش فى السلع المطهية والتي تمثل نسبة ١٤,٧% والتي تحتل فيها المرتبة السادسة.

٢- الوزن النسبي لترتيب مؤسسات أليات حماية المستهلك من الغش التجاري للسلع الغذائية وفقا لتفضيلك لها أو لسهولة التعامل معها :

يتضح من جدول (٧) أن أكبر نسبة من أفراد عينة البحث الأساسية تفضل اللجوء للمؤسسات الرقابية والتي تحتل فيها المرتبة الاولى وذلك بنسبة ٢٩,٢%، يليها فى المرتبة الثانية اللجوء الى الجهات التشريعية والتي تمثل نسبة ٢٧,٩%، يليها فى المرتبة الثالثة المؤسسات الوقائية والتي تمثل نسبة ٢٤,١%، يليها فى المرتبة الرابعة والأخيرة وعى المستهلك نفسه والتي تمثل نسبة ١٨,٧% وتمثل الوعي المعرفى.

جدول ٧. يوضح الوزن النسبي لترتيب مؤسسات أليات حماية المستهلك(ن=٢٠٠)

رتب مؤسسات أليات حماية المستهلك من الغش التجاري للسلع الغذائية وفقا لتفضيلك لها أو لسهولة التعامل معها	الوزن النسبي	النسبة المئوية %	الترتيب
المؤسسات الرقابية (جهاز حماية المستهلك والوزارات المختصة)	٩٢	٢٩,٢%	الأول
الجهات التشريعية (القضاء من خلال جمعيات حماية المستهلك)	٨٨	٢٧,٩%	الثاني
المؤسسات الوقائية (الإعلان)	٧٦	٢٤,١%	الثالث
المعرفية وعى المستهلك نفسه	٥٩	١٨,٧%	الرابع
المجموع	٣١٥	١٠٠%	

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 (٩) إلى رقم (١٤) توضح ذلك:

١- المستوى التعليمي لربة الأسرة:

يتضح من جدول (٩) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١ بين أفراد عينة البحث الأساسية في مستوى آليات حماية المستهلك ومحاورها (الجانب المعرفي، الجانب الوقائي، الجانب الرقابي، الجانب التشريعي) تبعاً لإختلاف المستوى التعليمي للأم حيث بلغت قيمة "ف" للاستبيان ككل (٦٣,٢٤٥) ولمحاوره الأربعة على الترتيب (٤٥,٠٦٥)

(٥٩,٨٠١)، (٤٠,٢١١)، (٥٦,٦٣٠)، (٦٣,٢٤٥) وهي قيم دالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١ ولبيان اتجاه الدلالة تم إجراء إختبار (L.S.D) للمقارنات المتعددة وفيما يلي بيان بذلك.

يتضح من جدول (١٠) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١ في مستوى آليات حماية المستهلك ومحاورها (الجانب المعرفي، الجانب الوقائي، الجانب الرقابي، الجانب التشريعي) تبعاً لإختلاف المستوى التعليمي للأم لصالح أسر الأم نوى التعليم العالي ويرجع ذلك الى أن الأم المتعلمة أكثر وعياً وإدراكاً بآليات حماية المستهلك،

٣- الوزن النسبي لوعي ربة الأسرة بأساليب الحد من الغش التجاري في المنتجات الغذائية:

جدول ٨. يوضح الوزن النسبي لوعي ربة الأسرة بأساليب الحد من الغش التجاري في المنتجات الغذائية (ن=٢٠٠)

الترتيب	النسبة المئوية %	الوزن النسبي	وعي ربة الأسرة حديثة التكوين بأساليب الحد من الغش التجاري في المنتجات الغذائية
الأول	٥٣,٥%	٢٥٨	اللحوم
الثاني	٤٦,٥%	٢٢٤	منتجات الألبان
	١٠٠%	٤٨٢	المجموع

يتضح من جدول (٨) أن وعى ربة الأسرة حديثة التكوين بأساليب الحد من الغش التجاري في اللحوم والتي تحتل فيها المرتبة الأولى وذلك بنسبة ٥٣,٥%، يليها في المرتبة الثانية وعى ربة الأسرة حديثة التكوين بأساليب الحد من الغش التجاري في منتجات الألبان والتي تمثل نسبة ٤٦,٥%.

ثانياً: 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 في مستوى آليات حماية المستهلك ومحاورها (الجانب المعرفي، الجانب الوقائي، الجانب الرقابي، الجانب التشريعي) وفقاً 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 في مستوى آليات حماية المستهلك ومحاورها الأربعة وفقاً لمتغيرات الدراسة من

جدول ٩. تحليل التباين بين أفراد العينة الأساسية فى مستوى آليات حماية المستهلك ومحاورها (الجانب المعرفى، الجانب الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى) تبعاً لإختلاف المستوى التعليمى للأُم (ن=٢٠٠)

الدالة	قيمة (ف)	درجات الحرية	متوسط المربعات	مجموع المربعات	المستوى التعليمى لرية الأسرة	محاور استبيان آليات حماية المستهلك
٠,٠١	٤٥,٠٦٥	٢	٤٩٠٣,٨٢٤	٩٨٠٧,٦٤٨	بين المجموعات	المحور الأول: الجانب المعرفى (وعى المستهلك نفسه) :
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 (جمعيات وجهاز حماية المستهلك والوزارات المعنية)
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 : (جمعيات وجهاز حماية المستهلك والوزارات المعنية)
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 ١٠. دلالة الفرق فى متوسطات أفراد العينة الأساسية فى مستوى آليات حماية المستهلك ككل ومحاورها (الجانب المعرفى، الجانب الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى) تبعاً لإختلاف المستوى التعليمى للأُم (ن=٢٠٠)

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

مستوى آليات حماية المستهلك ككل ومحاورها (الجانب المعرفي، الجانب الوقائي، الجانب الرقابي، الجانب التشريعي) تبعاً لإختلاف أعداد أفراد الأسرة حيث بلغت قيمة "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.

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 الوقائي 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).

٢- عدد أفراد الأسرة:

يتضح من جدول (١١) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١ بين أفراد عينة البحث الأساسية فى

جدول 1١. تحليل التباين بين أفراد العينة الأساسية فى مستوى آليات حماية المستهلك ومحاورها تبعاً لعدد أفراد الأسرة (ن=٢٠٠)

الدلالة	قيمة (ف)	درجات الحرية	متوسط المربعات	مجموع المربعات	عدد أفراد الأسرة	محاور استبيان آليات حماية المستهلك
٠,٠١ دال	٦٦,٢٨٩	٢ ١٩٧	٥١٧٦,٧٧٥ ٧٨,٠٩٤	١٠٣٥٣,٥٥١ ١٥٣٨٤,٤٣٢	بين المجموعات داخل المجموعات	المحور الأول: الجانب المعرفي(وعى المستهلك نفسه):
٠,٠١ دال	٢٥,٢٠٦	٢ ١٩٧	٤٦٩٠,٦٦٢ ١٨٦,٠٩٢	٩٣٨١,٣٢٣ ٣٦٦٦٠,٠٣٠	بين المجموعات داخل المجموعات	المحور الثاني : الجانب الوقائي (جمعيات وجهاز حماية المستهلك والوزارات المعنية)
٠,٠١ دال	٤٩,٩٢٠	٢ ١٩٧	٤٩٧٣,١٣٢ ٩٩,٦٢٢	٩٩٤٦,٢٦٥ ١٩٦٢٥,٤٣٧	بين المجموعات داخل المجموعات	المحور الثالث : الجانب الرقابي : (جمعيات وجهاز حماية المستهلك والوزارات المعنية)
٠,٠١ دال	٣٦,٠٦٨	٢ ١٩٧	٤٧٥٥,٨٤٥ ١٣١,٨٥٦	٩٥١١,٦٩١ ٢٥٩٧٥,٦٢٥	بين المجموعات داخل المجموعات	المحور الرابع : الجانب التشريعي :
٠,٠١ دال	٤٠,٠٥٧	٢ ١٩٧	٤٩٤٩,٠٩٦ ١٢٣,٥٥٢	٩٨٩٨,١٩١ ٢٤٣٣٩,٦٦٨	بين المجموعات داخل المجموعات	الاستبيان ككل
		١٩٩		٣٤٢٣٧,٨٥٩	المجموع	

جدول ١٢. دلالة الفروق فى متوسطات أفراد العينة الأساسية فى 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 م=٩٦,٩٣٧	من ٤ أفراد لأقل من ٥ أفراد م=٨٥,١٣٦	من ٥ أفراد فأكثر م=٧٢,١٤٣
أقل من ٤ أفراد	-	-	-
من ٤ أفراد لأقل من ٥ أفراد	**١١,٨٠١	-	-
من ٥ أفراد فأكثر	**٢٤,٧٩٤	**١٢,٩٩٣	-
المحور الثانى : الجانب الوقائى (جمعيات وجهاز حماية المستهلك والوزارات المعنية)			
عدد أفراد الأسرة	أقل من ٤ أفراد م=١٢٧,٤١٧	من ٤ أفراد لأقل من ٥ أفراد م=١٠٠,٥٢٣	من ٥ أفراد فأكثر م=٩٩,٨١٧
أقل من ٤ أفراد	-	-	-
من ٤ أفراد لأقل من ٥ أفراد	**٢٦,٨٩٤	-	-
من ٥ أفراد فأكثر	**٢٧,٦٠٠	٠,٧٠٦	-
المحور الثالث : الجانب الرقابى : (جمعيات وجهاز حماية المستهلك والوزارات المعنية)			
عدد أفراد الأسرة	أقل من ٤ أفراد م=١٨٢,٢٧٧	من ٤ أفراد لأقل من ٦ أفراد م=١٦٤,٤٠١	من ٦ أفراد فأكثر م=١٤٥,٢٣٧
أقل من ٤ أفراد	-	-	-
من ٤ أفراد لأقل من ٥ أفراد	**١٧,٨٧٦	-	-
من ٥ أفراد فأكثر	**٣٧,٠٤٠	**١٩,١٦٤	-
المحور الرابع : الجانب التشريعى			
عدد أفراد الأسرة	أقل من ٤ أفراد م=٣٩,٦٢١	من ٤ أفراد لأقل من ٥ أفراد م=٣٧,٠٥٧	من ٥ أفراد فأكثر م=٢٥,٥١٦
أقل من ٤ أفراد	-	-	-
من ٤ أفراد لأقل من ٥ أفراد	*٢,٥٦٤	-	-
من ٥ أفراد فأكثر	**١٤,١٠٥	**١١,٥٤١	-
الاستبيان ككل			
عدد أفراد الأسرة	أقل من ٤ أفراد م=٤٤٦,٢٥٢	من ٤ أفراد لأقل من ٥ أفراد م=٣٨٧,١١٧	من ٥ أفراد فأكثر م=٣٤٢,٧١٣
أقل من ٤ أفراد	-	-	-
من ٤ أفراد لأقل من ٥ أفراد	**٥٩,١٣٥	-	-
من ٥ أفراد فأكثر	**١٠٣,٥٣٩	**٤٤,٤٠٤	-

الأجود 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 و صلاح الرواشدة ٢٠١٠،

٣- الدخل الشهرى للأسرة:

يتضح من جدول (١٢) 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

يتضح من جدول (١٣) 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 لمتوسط الدخل الشهري 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 وليان إتجاه الدلالة تم إجراء إختبار (L.S.D) للمقارنات المتعددة وفيما يلي بيان بذلك..

جدول ١٣. 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	الدخل الشهري للأسرة	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 ١٤. دلالة الفروق فى متوسطات أفراد العينة الأساسية فى مستوى آليات حماية المستهلك ومحاورها (الجانب المعرفى، الجانب الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى) تبعاً لإختلاف الدخل الشهري للأسرة (ن=٢٠٠) (المحور الأول: الجانب المعرفى) (وعى المستهلك نفسه)

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

الأسر ذات الدخل المرتفع لحالات من الغش التجارى فى المنتجات الغذائية أقل، وتتفق هذه الدراسة مع كلا من (محمد الزيادات و صلاح الرواشدة، ٢٠١٠) وفي ضوء ما سبق يكون قد تحقق صحة الفرض الأول للبحث.

النتائج فى ضوء الفرض الثانى:

والذي ينص على أنه " توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات ربات الأسر عينة البحث فى مستوى الوعي بالحد من الغش فى بعض المنتجات الغذائية موضع الدراسة (اللحوم والألبان) وفقا لمتغيرات الدراسة من حيث:

يتضح من جدول (١٤) 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 لمتوسط الدخل الشهري للأسرة لصالح الاسر مرتفعة الدخل، ويرجع الباحث ذلك إلى أنه الأسر ذات الدخل المرتفع تتمتع بقوة شرائية تمكنها من الحصول على السلع الأكثر جودة وصلاحية وبالأحجام المطلوبة بسهولة ويسر بينما الأسر منخفضة الدخل تضطر لشراء سلع أقل جودة ويحتمل فيها الغش التجارى لعدم جودتها أو تكون منتهية الصلاحية لذلك فإحتمال تعرض

مستوى دلالة ٠,٠١، ولبیان 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 أساليب الحد من الغش التجاري في المنتجات الغذائية تبعاً لإختلاف المستوى التعليمي للأم لصالح أسر الأم ذوى التعليم العالی ويرجع ذلك الى أن، ويرجع الباحث ذلك إلى أن التعليم دور هام في الحد من الغش التجارى في المنتجات الغذائية (اللحوم، الألبان) كما أن لديهم القدره على التفريق بين الجيد والردي في اللحوم والألبان، وأنهم أكثر قدرة على اجراء الاختبارات المنزلية لمعرفة نوعية اللحوم ومدى صلاحيتها، واتقان عملية الفحص أثناء الشراء من خلال الملمس والرائحة وقراءة الاختام الموجودة على اللحوم، وكلما كان المستوى التعليمي أعلى كان هناك خبرة أكبر في تحصيل الاساليب المعرفية في الوقاية من الغش والحد منه.

٢- أعداد أفراد الأسرة:

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم تطبيق اختبار (ف) Ftest لايجاد الفروق بين متوسطات درجات عينة البحث في أساليب الحد من الغش التجاري في المنتجات الغذائية تبعاً لإختلاف أعداد أفراد الأسرة كما يوضح الجدول.

جدول ١٥. تحليل التباين بين أفراد العينة الأساسية في أساليب الحد من الغش التجاري في المنتجات الغذائية تبعاً لإختلاف المستوى التعليمي لربة الأسرة: (ن=٢٠٠)

الدلالة	قيمة (ف)	درجات الحرية	متوسط المربعات	مجموع المربعات	المستوى التعليمي لربة الأسرة	استبيان وعى ربة الأسرة بأساليب الحد من الغش التجاري في المنتجات الغذائية
٠,٠١ دال	٤٣,٥٣٨	٢	٤٨٨٠,٧٣٥	٩٧٦١,٤٦٩	بين المجموعات	المحور الأول: اللحوم
		١٩٧	١١٢,١٠٢	٢٢٠٨٤,٠٩٩	داخل المجموعات	
		١٩٩		٣١٨٤٥,٥٦٨	المجموع	
٠,٠١ دال	٥٤,٥٨٤	٢	٥١٣٠,١٣٩	١٠٢٦٠,٢٧٨	بين المجموعات	المحور الثاني: منتجات الألبان
		١٩٧	٩٣,٩٨٦	١٨٥١٥,٢٩٦	داخل المجموعات	
		١٩٩		٢٨٧٧٥,٥٧٤	المجموع	
٠,٠١ دال	٦٢,٦٦٧	٢	٥١٨٥,٢٦٤	١٠٣٧٠,٥٢٨	بين المجموعات	الاستبيان ككل
		١٩٧	٨٢,٧٤٣	١٦٣٠٠,٣٣٣	داخل المجموعات	
		١٩٩		٢٦٦٧٠,٨٦١	المجموع	

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

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم إجراء:

أ- اختبار (ف) Ftest للتعرف على الفروق بين متوسطات درجات أفراد عينة البحث في مستوى أساليب الحد من الغش التجاري في المنتجات الغذائية 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 (١٥) إلى رقم (٢٠) توضح ذلك

١- المستوى التعليمي لربة الأسرة:

يتضح من جدول (١٥) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١ بين أفراد عينة البحث الأساسية في أساليب الحد من الغش التجاري في المنتجات الغذائية تبعاً لإختلاف المستوى التعليمي للأم حيث بلغت قيمة "ف" للاستبيان ككل (٦٢,٦٦٧) وقيمة (ف) للمحورين على الترتيب (٤٣,٥٣٨)، (٥٤,٥٨٤) وهى قيم دالة إحصائياً عند

جدول ١٦. دلالة الفروق فى متوسطات أفراد العينة الأساسية فى أساليب الحد من الغش التجارى فى المنتجات الغذائية تبعاً لإختلاف المستوى التعليمى للأُم (ن=٢٠٠)

المحور الأول : اللحوم		
المستوي التعليمي للأُم	منخفض	متوسط
١٢٩,٤٢٥ = م	١٥١,٣٧١ = م	عالي
-	-	١٨٠,٤٦٠ = م
**٢١,٩٤٦	-	-
**٥١,٠٣٥	**٢٩,٠٨٩	-
المحور الثاني : منتجات الألبان :		
المستوي التعليمي للأُم	منخفض	متوسط
٨٩,٤٤٣ = م	١٠٢,٧١٨ = م	عالي
-	-	١١٩,٤٣٦ = م
**١٣,٢٧٥	-	-
**٢٩,٩٩٣	**١٦,٧١٨	-
الاستبيان ككل		
المستوي التعليمي للأُم	منخفض	متوسط
٢١٨,٨٦٨ = م	٢٥٤,٠٨٩ = م	عالي
-	-	٢٩٩,٨٩٦ = م
**٣٥,٢٢١	-	-
**٨١,٠٢٨	**٤٥,٨٠٧	-

جدول ١٧. تحليل التباين بين أفراد العينة الأساسية فى أساليب الحد من الغش التجارى فى المنتجات الغذائية تبعاً لإختلاف أعداد أفراد الأسرة: (ن=٢٠٠)

الدلالة	قيمة (ف)	درجات الحرية	متوسط المربعات	مجموع المربعات	عدد أفراد الأسرة	استبيان وعى ربة الأسرة بأساليب الحد من الغش التجارى فى المنتجات الغذائية
٠,٠١	٥٠,٣١٦	٢	٥٠٨٧,٥٠٠	١٠١٧٥,٠٠٠	بين المجموعات	المحور الأول: اللحوم
دال		١٩٧	١٠١,١١١	١٩٩١٨,٩٠٥	داخل المجموعات	
		١٩٩		٣٠٠٩٣,٩٠٥	المجموع	
٠,٠١	٢٧,٨٤٥	٢	٤٧٣٣,٩٣٤	٩٤٦٧,٨٦٨	بين المجموعات	المحور الثاني : منتجات الألبان
دال		١٩٧	١٧٠,٠١٢	٣٣٤٩٢,٢٩٦	داخل المجموعات	
		١٩٩		٤٢٩٦٠,١٦٤	المجموع	
٠,٠١	٥٧,٢٥٠	٢	٥١٣٨,٨٧١	١٠٢٧٧,٧٤٢	بين المجموعات	الاستبيان ككل
دال		١٩٧	٨٩,٧٦١	١٧٦٨٢,٩٧٧	داخل المجموعات	
		١٩٩		٢٧٩٦٠,٧١٩	المجموع	

يتضح من جدول (١٧) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١ وبين أفراد عينة البحث الأساسية فى أساليب الحد من الغش التجارى فى المنتجات الغذائية تبعاً لإختلاف أعداد أفراد الأسرة حيث بلغت قيمة "ف" للاستبيان ككل (٥٧,٢٥٠) وبلغت قيم (ف) للمحورين على الترتيب (٥٠,٣١٦)، (٢٧,٨٤٥) وهى قيم دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠١ ولبيان إتجاه الدلالة تم إجراء إختبار (L.S.D) للمقارنات المتعددة وفيما يلى بيان بذلك.

يتضح من جدول (١٧) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١ وبين أفراد عينة البحث الأساسية فى أساليب الحد من الغش التجارى فى المنتجات الغذائية تبعاً لإختلاف أعداد أفراد الأسرة حيث بلغت قيمة "ف" للاستبيان ككل (٥٧,٢٥٠) وبلغت قيم (ف) للمحورين على الترتيب

جدول ١٨. دلالة الفروق في متوسطات أفراد العينة الأساسية في أساليب الحد من الغش التجاري في المنتجات الغذائية تبعاً لإختلاف أعداد أفراد الأسرة: (ن=٢٠٠)

المحور الأول : اللحم		
عدد أفراد الأسرة	أقل من ٤ أفراد	من ٤ أفراد لأقل من ٥ أفراد
أقل من ٤ أفراد	١٧١,٢٣٨ = م	١٣٩,٤٢٠ = م
من ٤ أفراد لأقل من ٥ أفراد	-	-
من ٥ أفراد فأكثر	**٣١,٨١٨	**٣٣,٨٦٣
المحور الثاني : منتجات الألبان :		
عدد أفراد الأسرة	أقل من ٤ أفراد	من ٤ أفراد لأقل من ٥ أفراد
أقل من ٤ أفراد	١١٢,٤٤٣ = م	٩٠,٦١٧ = م
من ٤ أفراد لأقل من ٥ أفراد	-	-
من ٥ أفراد فأكثر	**٢١,٨٢٦	٠,٨٠٤
الاستبيان ككل		
عدد أفراد الأسرة	أقل من ٤ أفراد	من ٤ أفراد لأقل من ٥ أفراد
أقل من ٤ أفراد	٢٨٣,٦٨١ = م	٢٣٠,٠٣٧ = م
من ٤ أفراد لأقل من ٥ أفراد	-	-
من ٥ أفراد فأكثر	**٥٣,٦٤٤	**٣٤,٦٦٧

للأفراد يتيح فرص أكبر لاتخاذ قرارات شرائية أكثر جودة لمنتجات (اللحم والألبان).

٣- الدخل الشهري للأسرة:

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم تطبيق اختبار (ف) Ftest لايجاد الفروق بين متوسطات درجات عينة البحث في أساليب الحد من الغش التجاري في المنتجات الغذائية تبعاً لإختلاف لإختلاف الدخل الشهري للأسرة كما يوضح الجدول.

يتضح من جدول (١٨) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١ في أساليب الحد من الغش التجاري في المنتجات الغذائية تبعاً لإختلاف أعداد أفراد الأسرة لصالح الاسر الاقل من (٤) أفراد ويرجع الباحث ذلك إلى أنه كلما قل عدد أفراد الأسرة كلما كانت الفرص متاحة لاختيار الأجود من منتجات (اللحم، والألبان) نظراً لعدم تزامم احتياجات الأفراد على شراء السلع مما يساعد في خفض حدة حالات الغش التجاري، كما أن العدد الأقل

جدول ١٩. تحليل التباين بين أفراد العينة الأساسية في أساليب الحد من الغش التجاري في المنتجات الغذائية تبعاً لإختلاف تبعاً لإختلاف الدخل الشهري للأسرة: (ن=٢٠٠)

الدلالة	قيمة (ف)	درجات الحرية	متوسط المربعات	مجموع المربعات	الدخل الشهري للأسرة	استبيان وعى ربة الأسرة بأساليب الحد من الغش التجاري في المنتجات الغذائية
٠,٠١	٦١,٠١١	٢	٥١٧١,٦١٠	١٠٣٤٣,٢٢١	بين المجموعات	المحور الأول: اللحم
دال		١٩٧	٨٤,٧٦٥	١٦٦٩٨,٧٥٣	داخل المجموعات	
		١٩٩		٢٧٠٤١,٩٧٤	المجموع	
٠,٠١	٤٣,٧٠٨	٢	٥٠١١,٨١٢	١٠٠٢٣,٦٢٤	بين المجموعات	المحور الثاني : منتجات الألبان
دال		١٩٧	١١٤,٦٦٥	٢٢٥٨٩,٠٠٠	داخل المجموعات	
		١٩٩		٣٢٦١٢,٦٢٤	المجموع	
٠,٠١	٤٤,٩٤٨	٢	٥٠١٠,١٦١	١٠٠٢٠,٣٢٢	بين المجموعات	الاستبيان ككل
دال		١٩٧	١١١,٤٦٦	٢١٩٥٨,٧٥٣	داخل المجموعات	
		١٩٩		٣١٩٧٩,٠٧٥	المجموع	

جدول ٢٠. دلالة الفروق فى متوسطات أفراد العينة الأساسية فى أساليب الحد من الغش التجارى فى المنتجات الغذائية تبعاً لإختلاف الدخل الشهرى للأسرة (ن=٢٠٠)

المحور الأول : اللحم			
الدخل الشهرى للأسرة	منخفض م = ١١٧,٧٩٢	متوسط م = ١٤٠,١٥٨	مرتفع م = ١٦٣,٥٥٩
منخفض	-	-	-
متوسط	**٢٢,٣٦٦	-	-
مرتفع	**٤٥,٧٦٧	**٢٣,٤٠١	-
المحور الثانى : منتجات الألبان :			
الدخل الشهرى للأسرة	منخفض م = ٧٩,٢٦١	متوسط م = ٩٣,٤١٤	مرتفع م = ١١١,٥٣٩
منخفض	-	-	-
متوسط	**١٤,١٥٣	-	-
مرتفع	**٣٢,٢٧٨	**١٨,١٢٥	-
الاستبيان ككل			
الدخل الشهرى للأسرة	منخفض م = ١٩٧,٠٥٣	متوسط م = ٢٣٣,٥٧٢	مرتفع م = ٢٧٥,٠٩٨
منخفض	-	-	-
متوسط	**٣٦,٥١٩	-	-
مرتفع	**٧٨,٠٤٥	**٤١,٥٢٦	-

وصلاحية بسهولة ويسر بينما الأسر منخفضة الدخل تضطر لشراء منتجات (اللحوم، والألبان) أقل جودة ويحتمل فيها الغش التجارى لعدم جودتها أو تكون منتهية الصلاحية لذلك فاحتمال تعرض الأسر ذات الدخل المرتفع لحالات من الغش التجارى فى المنتجات الغذائية أقل. وفى ضوء ما سبق يكون قد تحقق صحة الفرض الثانى للبحث.

النتائج فى ضوء الفرض الثالث:

والذى ينص على أنه "توجد علاقة إرتباطية دالة إحصائياً بين متوسطات درجات ربات الأسر عينة البحث فى مستوى آليات حماية المستهلك ككل ومحاورها (الجانب المعرفى، الجانب الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى) وبين الوعى بأساليب الحد من الغش فى المنتجات الغذائية للسلع (اللحوم، منتجات الألبان).

يتضح من جدول (١٩) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١ بين أفراد عينة البحث الأساسية فى أساليب الحد من الغش التجارى فى المنتجات الغذائية تبعاً لإختلاف الدخل الشهرى للأسرة حيث بلغت قيمة "ف" للاستبيان ككل (٤٤,٩٤٨) وبلغت قيم (ف) للمحورين على الترتيب (٦١,٠١١)، (٤٣,٧٠٨) وهى قيمة 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 (٢٠) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ٠,٠١ فى أساليب الحد من الغش التجارى فى المنتجات الغذائية تبعاً لمتوسط الدخل الشهرى للأسرة لصالح الاسر مرتفعة الدخل، ويرجع الباحث ذلك إلى أنه الأسر ذات الدخل المرتفع تتمتع بقوة شرائية تمكنها من الحصول على منتجات (اللحوم، والألبان) الأكثر جودة

جدول ٢١. مصفوفة الارتباط

المتغيرات	الوعي بأساليب غش اللحوم	الوعي بأساليب غش منتجات الألبان	وعى ربة الأسرة حديثة التكوين بأساليب الحد من الغش التجاري في المنتجات الغذائية
الجانب المعرفي (وعى المستهلك نفسه)	**٠,٧٦٢	**٠,٨٣٢	**٠,٨٧٢
الجانب الوقائي (جمعيات وجهاز حماية المستهلك والوزارات المعنية)	**٠,٧٤١	*٠,٦٠٧	**٠,٧١٩
الجانب الرقابي : (جمعيات وجهاز حماية المستهلك والوزارات المعنية)	**٠,٩٤٣	**٠,٨٥٦	**٠,٧٩٧
الجانب التشريعي	*٠,٦٣٢	**٠,٩١٦	**٠,٧٣٩
آليات حماية المستهلك لربة الأسرة حديثة التكوين ككل	**٠,٨٨٥	**٠,٧٠٨	**٠,٨٢٤

* دال عند ٠,٠٥

** دال عند ٠,٠١

جدول ٢٢. مصفوفة الارتباط

المتغيرات	الجانب الوقائي (جمعيات وجهاز حماية المستهلك والوزارات المعنية)	الجانب الرقابي : (جمعيات وجهاز حماية المستهلك والوزارات المعنية)	الجانب التشريعي	آليات حماية المستهلك لربة الأسرة حديثة التكوين ككل	اللحوم	منتجات الألبان	وعى ربة الأسرة حديثة التكوين بأساليب الحد من الغش التجاري في المنتجات الغذائية
المستوي التعليمي للأم	**٠,٧٢٩	**٠,٧٣٦	*٠,٦١٣	**٠,٨٩٥	**٠,٨٠٩	**٠,٩٥١	**٠,٧٢٣
عدد أفراد الأسرة	*٠,١٣٤	*٠,١١٢	*٠,١٧٧	*٠,١٤٨	*٠,٢٣١	*٠,٢٠٩	*٠,١٥٦
الدخل الشهري للأسرة	**٠,٨٤٣	**٠,٧٩٤	**٠,٩٤٩	**٠,٧١٤	**٠,٨٦١	*٠,٦٣٩	**٠,٨٢٧

والأسعار بجانب يفرض من قوانين وتشريعات كاجراءات قانونية لفرض عقوبات على التجار الجشعين والمخالفين سواء بالغش في السلع أو رفع الأسعار ، كلها آليات حماية هامة وضرورية لرفع وعى ربة الأسر في اتباع أساليب واجراءات عملية وفعالة في مواجهة الغش التجاري للسلع والتلاعب بالأسعار وينفق ذلك مع دراسة (ممدوح رشوان، ٢٠١١) وفي ضوء ما سبق يكون قد تحقق صحة الفرض الثالث.

النتائج في ضوء الفرض الرابع:

توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين كل من آليات حماية المستهلك ككل ومحاورها (الجانب المعرفي، الجانب

يتضح من نتائج مصفوفة الجدول (٢١) وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠١)، (٠,٠٥) بين متوسطات درجات الوعي بآليات حماية المستهلك ككل ومحاورها (المعرفي، الوقائي، الرقابي، التشريعي) وبين مستوى ربة الاسرة بأساليب الحد من الغش التجاري ككل ومحورية(اللحوم، ومنتجات الألبان) ويفسر الباحث ذلك بأن ما لدى الفرد من وعى بآليات حماية نفسه، مع الاستعانة بجمعيات وجهاز حماية المستهلك للوقاية من الأخطار التسويقية وما تقوم به الدولة وجمعيات وجهاز حماية المستهلك من اجراءات رقابية على السوق وجودة السلع

التجارى ككل ومحاوره (اللحوم، ومنتجات الألبان) وبين كلا من متغيرات الدراسة (المستوى التعليمى للآم، عدد أفراد الأسرة، متوسط الدخل الشهرى للأسرة). بينما وجدت علاقة موجبة غير دالة احصائيا بين وعى ربة الأسرة بأساليب الحد من الغش التجارى ككل ومحاوره (اللحوم، ومنتجات الألبان) وبين كلا من متغيرات الدراسة (المستوى التعليمى للآم، عدد أفراد الأسرة، متوسط الدخل الشهرى للأسرة) ويفسر الباحث ذلك بأن المستوى التعليمى والمهنى لربة الأسرة ذو أهمية ايجابية فى توافر المعلومات الكافية عن الغش التجارى للحوم والألبان ومنتجاتها وعند تطبيق ما لديهم من معلومات عند شراء تلك السلع يظهر عناصر الفساد والغش التجارى بالسلع الغذائية، كما أن ما لديهم من ادراك مرتبط بقراءة البطاقة الارشادية والبيانات المرفقة بالسلع يتيح لهم كشف الغش والفساد، خاصا الأسر ذات الدخول المرتفعة التى غالبا ما تتجه نحو شراء سلع غذائية مرتفعة الثمن فيكون ذلك حافزا للتدقيق والفحص الجيد عند الشراء، بينما عامل عدد أفراد الأسرة ليس له ارتباط مباشر بعملية الشراء والفحص الفنى للسلع وتتفق النتائج مع دراسة (رحاب قمباز، ٢٠٠٦) وفي ضوء ما سبق يكون قد تحقق صحة الفرض الرابع.

النتائج فى ضوء الفرض الخامس:

والذي ينص على أنه "تختلف الأهمية النسبية لدرجة مشاركة (المتغير المستقل) مستوى وعى ربة الأسر عينة البحث بأليات حماية المستهلك ومحاورها (الجانب المعرفى، الجانب الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى) فى تفسير نسبة التباين فى المتغير التابع (الوعي بأساليب الحد من الغش التجارى فى السلع الغذائية لدى ربة الأسرة) وفقا لآوزان معاملات الانحدار ودرجة الارتباط.

الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى) و أساليب الاسر فى الحد من الغش التجارى فى كلا من (اللحوم، منتجات الألبان) وكل من المستوى التعليمى لربة الأسرة، عدد أفراد الأسرة، متوسط الدخل الشهرى للأسرة.

يتضح من نتائج مصفوفة الجدول (٢٢) وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة احصائيا عند مستوى دلالة (٠,٠١)، (٠,٠٥) بين اجمالى أليات حماية المستهلك لربة الأسرة وجوانبها (المعرفى، الوقائى، الرقابى، التشريعى) وبين كلا من متغيرات الدراسة (المستوى التعليمى للآم، عدد أفراد الأسرة، متوسط الدخل الشهرى للأسرة).

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

يفسر الباحث ذلك بأن وعى ربة الاسرة بأليات حماية المستهلك وجوانبها (المعرفى، الوقائى، الرقابى، التشريعى) يتأثر ايجابيا بالمستوى التعليمى والمهنى لها ولرب الأسرة، حيث يساعدان على رفع مستوى الوعي المعلوماتى والمعرفى والوقائى فى التعامل مع شراء مستلزمات الأسرة وأيضا يرفع من مستوى ادراكهم للدور الرقابى والتشريعى المعمول به عند التسوق للسلع وخاصة غير المطابقة للموصفات كما أن الدخل الشهرى للأسرة له دوره الواضح فى عملية شراء احتياجات الأسرة ومستلزماتها بينما متغير (عدد أفراد الأسرة) ليس له تأثير واضح على وعى ربة الأسرة بأليات حماية المستهلك وجوانبها الأربعة مما جعل العلاقة الارتباطية غير دالة احصائيا وتتفق النتائج السابقة مع نتائج دراسة (سماح مشرف، ٢٠٠٨).

كما اتضح من نتائج الجدول (٢٢) وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة احصائيا عند مستوى دلالة (٠,٠١)، (٠,٠٥) بين وعى الأسرة حديثة التكوين بأساليب الحد من الغش

جدول ٢٣. معاملات الإنحدار باستخدام الخطوة المتدرجة إلى الأمام لبعض المتغيرات الديموجرافية لعينة البحث الأساسية مع الوعى بأساليب الحد من الغش التجاري

المتغير المستقل	معامل الارتباط	نسبة المشاركة	قيمة (ف)	الدلالة	معامل الإنحدار	قيمة (ت)	الدلالة
الجانب المعرفى	٠,٩٢٧	٠,٨٦٠	١٧٢,٢٥٧	٠,٠١	٠,٧٣٩	١٣,١٢٥	٠,٠١
الجانب الوقائى	٠,٨٧٤	٠,٧٦٤	٩٠,٥٧٠	٠,٠١	٠,٦١٦	٩,٥١٧	٠,٠١
الجانب الرقابى	٠,٨١٧	٠,٦٦٨	٥٦,٢٥٥	٠,٠١	٠,٥٠٤	٧,٥٠٠	٠,٠١
الجانب التشريعى	٠,٧٥٦	٠,٥٧٢	٣٧,٤٦٣	٠,٠١	٠,٤٠١	٦,١٢١	٠,٠١

المتغير المستقل
الجانب المعرفى
الجانب الوقائى
الجانب الرقابى
الجانب التشريعى

٢- 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 المكونه من خمسة أفراد والتي تمثل ١٤% وهى النسبة الأقل.

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

ب- الوزن النسبي:

١- أن أكبر نسبة من أفراد عينة البحث الأساسية تعرضت للغش فى الأغذية المجمدة بنسبة ١٨,٩%، يليها فى المرتبة الثانية الغش فى الأغذية المصنعه والتي تمثل نسبة ١٧,٩%، يليها فى المرتبة الثالثة الغش فى السلع المعلبة والتي تمثل نسبة ١٧%، يليها فى المرتبة الرابعة غش السلع الطازجة والتي تمثل نسبة ١٦,١%، يليها الغش فى السلع المغلفة والتي تحتل المرتبة الخامسة والتي تمثل نسبة ١٥,٤%، وأخيرا الغش فى السلع المطهية والتي تمثل نسبة ١٤,٧% والتي تحتل فيها المرتبة السادسة.

٢- أن أكبر نسبة من أفراد عينة البحث الأساسية تفضل اللجوء النالمؤسسات الرقابية والتي تحتل فيها المرتبة الاولى وذلك بنسبة ٢٩,٢%، يليها فى المرتبة الثانية اللجوء الى الجهات التشريعية والتي تمثل نسبة ٢٧,٩%،

يتضح من جدول (٢٣) أن أكثر العوامل تأثيراً على الوعى بأساليب الحد من الغش التجاري هو الجانب المعرفى لدى ربة الأسرة بنسبة مشاركة ٨٦% يليه الجانب الوقائى لدى ربة الأسرة بنسبة مشاركة ٧٦,٤% ثم الوعى بالجانب الرقابى بنسبة مشاركة ٦٦,٨% وأخيرا الوعى بالجانب التشريعى لربة الأسرة بنسبة مشاركة ٥٧,٢% ويتضح مما سبق إختلاف نسبة مشاركة متغيرات الدراسة الديموجرافية (المتغيرات المستقلة) مع الوعى بأساليب الحد من الغش التجاري (المتغير التابع) تبعاً لأوزان معاملات الإنحدار ودرجة الإرتباط، وتتفق مع دراسة (هبة الفولى، ٢٠١٤) وفي ضوء ما سبق يكون قد تحقق صحة الفرض الخامس.

ثامنا: ملخص نتائج البحث

أ- النتائج الوصفية:

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%.

الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى) وبين أساليب الاسر فى الحد من الغش التجارى فى كلا من (اللحوم، منتجات الألبان) فى ضوء متغيرات الدراسة (المستوى التعليمى لربة الأسرة، عدد أفراد الأسرة، متوسط الدخل الشهري للأسرة).

٥-تختلف الأهمية النسبية لمشاركة المتغيرات المستقلة للدراسة فى تفسير نسبة التباين فى المتغير التابع (الوعي بأساليب الحد من الغش التجارى فى السلع الغذائية لدى ربة الأسرة) وفقا لأوزان معاملات الانحدار 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 وعي 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 العربيه ،القاهره .

يلبها فى المرتبة الثالثة المؤسسات الوقائية والتي تمثل نسبة ٢٤,١%، يليها فى المرتبة الرابعة والأخيرة وعى المستهلك نفسه والتي تمثل نسبة ١٨,٧% وتمثل الوعي المعرفى.

٣- أن وعى ربة الأسرة حديثة التكوين بأساليب الحد من الغش التجارى فى اللحوم والتي تحتل فيها المرتبة الاولى وذلك بنسبة ٥٣,٥% ، يليها فى المرتبة الثانية وعى ربة الأسرة حديثة التكوين بأساليب الحد من الغش التجارى فى منتجات الألبان والتي تمثل نسبة ٤٦,٥%.

ثانياً: مناقشة النتائج فى ضوء الفروض

أوضحت مناقشة النتائج فى ضوء الفروض ما يلى:

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

٢- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات ربات الأسر عينة البحث فى مستوى الوعي بالحد من الغش فى بعض المنتجات الغذائية موضع الدراسة (اللحوم والألبان) وفقا لمتغيرات الدراسة من حيث: (المستوى التعليمى لربة الأسرة، عدد أفراد الأسرة،متوسط الدخل الشهري للأسرة).

٣- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين متوسطات درجات ربات الأسر عينة البحث فى مستوى آليات حماية المستهلك ككل ومحاورها (الجانب المعرفى، الجانب الوقائى، الجانب الرقابى، الجانب التشريعى) وبين الوعي بأساليب الحد من الغش فى المنتجات الغذائية للسلع (اللحوم ، منتجات الألبان).

٤- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين آليات حماية المستهلك ككل ومحاورها (الجانب المعرفى، الجانب

- احمد السيد كردي (٢٠١١): اطار مقترح لحماية حقوق المستهلك من مخاطر التجاره الالكترونيه ، رساله ماجستير ، كلية التجاره، جامعه بنها.
- إيمان صالح علاق (٢٠١٥) : مظاهر الحماية الجنائية لمستهلك المواد الغذائية في ضوء التشريع الليبي- مجلة العلوم القانونية والتشريعية - العدد السابع - يونيو ٢٠١٥ م.
- جريدة الوقائع المصرية (٢٠١٧) :قانون حماية المستهلك (٢٠١٨م)- عدد نوفمبر/ديسمبر حاتم القرناوى (٢٠٠٨): تقييم فعاليات الجمعيات الاهلية العاملة فى مجال حماية المستهلك، بحث منشور بقسم بحوث الجريمة، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة.
- رحاب السيد أحمد قمباط (٢٠٠٦): مدي فاعليه برنامج معد للنهوض بالوعي الاستهلاكي لدي المتزوجات حديثا ، رساله دكتوراه، كلية الاقتصاد المنزلى،جامعة المنوفية.
- سماح محمد طه مشرف (٢٠٠٨): اثر وسائل الاتصال الشخصي والجاهيري علي القيم المتعلقة بقرارات الاسره الشرائيه ، رساله دكتوراه غير منشوره، كلية الاقتصاد المنزلى، جامعة حلوان.
- سميحه القليوبي (١٩٩٣): غش الاغذيه وحمايه المستهلك في مصر، بحث منشور في مؤتمر حمايه المستهلك ، القاهرة مجلد (١).
- سهام كامل محمد، عماد حمدي جاسم، وصال عبدالله حسين (٢٠٠٩): الثقافة الاستهلاكية للدواء فى اطار حماية المستهلك العراقى- دراسة تحليلية- بحث منشور بالمجلة العراقية لبحوث السوق وحماية المستهلك- مجلد (١) يوليو ٢٠٠٩ جامعة بغداد- العراق.
- صفوت فرج (٢٠٠٢): القياس النفسى، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ط٢.
- ضياء الصادق(٢٠١٣) : حمايه المستهلك وقمع الغش التجاري في ظل القانون الجديد المتعلق بالجمهوريه الجزائريه ، رساله ماجستير غير منشوره، كلية العلوم القانونيه والاداريه، جامعه الجزائر.
- عادل محمد مجاهد (٢٠١٧): الحماية الجنائية للمستهلك فى قانون المواصفات والمعايير القياسية، رساله ماجستير غير منشوره، أكاديمية الدراسات العليا . جامعة السلطان قابوس، عمان ، ص٦٥.
- عبدالله عبدالله محمود(٢٠٠٩): حماية المستهلك فى التعاقد الالكترونى دراسة مقارنة، رساله ماجستير منشوره، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح، نابلس، فلسطين.
- فايزه عبدالمنعم سليمان (٢٠١٥): استخدام الانترنت وعلاقته باداره بعض الموارد لدي المراهقين، رساله ماجستير غير منشوره، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعه المنوفيه.
- فرخنده حسن (٢٠٠٥) : كلمه الافتتاح منتدى المرأة وحمايه المستهلك، اللجنه الاقتصادية المجلس القومى للمرأة، القاهرة.
- قانون حماية المستهلك(٢٠١٨): الجريدة الرسمية، العدد (١٣) مكرر (أ) فى أول ابريل سنة ٢٠١٩.
- لطفي فهمى حمزاوى (٢٠٠٦): نظم الجودة الحديثة فى التصنيع الغذائى- دار الكتب المصرية- القاهرة ، ط٢.
- محمد الزيادات وصلاح الرواشده (٢٠١٠): تحليل اثر انماط السلوك الشرائي واتجاهاته في اختيار المراكز التجارية والسلع الاستهلاكية في الاردن، دراسه تطبيقيه علي محافظه البلقاء، بحث منشور بمجلة الجامعة الاسلاميه، سلسة الدراسات الانسانية، المجلد (١٨)، العدد (٢٠) يونيو ٢٠١٠، عمان ، الأردن.
- محمد حسن العامرى (٢٠٠٧): الإعلان وحماية المستهلك، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.
- محمد رضا البغدادى (٢٠٠٢): تكنولوجيا التعليم والتعلم، دار الفكر العربى، ط٢، القاهرة.
- محمد شفيق (٢٠٠٦): الدراسة العلمية مع تطبيقات فى مجال الدراسات الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة.
- ممدوح أحمد رشوان (٢٠١١):أليات الجمعيات الاهلية فى تنظيم حركة حقوق المستهلك على المستوى المحلى- دراسة مطبقة على جمعيات حماية المستهلك فى محافظة الجيزة"- رساله ماجستير منشوره- قسم تنظيم - كلية الخدمة الاجتماعية- جامعة حلوان.
- عادل محمد مجاهد (٢٠١٧): الحماية الجنائية للمستهلك فى قانون المواصفات والمعايير القياسية، رساله ماجستير غير منشوره، أكاديمية الدراسات العليا . جامعة السلطان قابوس، عمان ، ص٦٥.

هبة محمود حسن الفولي (٢٠١٤): تفعيل آليات المسئولية المجتمعية لمنظمات حماية المستهلك وعلاقتها بالسلوك الاستهلاكي للاسره في ضوء متطلبات الجودة، رساله دكتوراه غيرمنشورة، كلية الأقتصاد منزلي ، جامعه حلوان.

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.

ABSTRACT

The Relationship Between Awareness of Consumer Protection Mechanisms and Methods of Reducing Fraud in Food Products

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 (the knowledge aspect, the preventive aspect, the regulatory aspect, the legislative aspect) and reduce adulteration in some food products.

The main research sample consisted of (200) newly formed families with at least one child, belonging to different economic, educational and social levels - and residents of the governorates of Cairo and Giza, and from the population of Cairo and Giza governorates.

The researcher used the general and special data form for the family, (Awareness questionnaire of consumer protection mechanisms for the head of the family and its four axes), (Awareness questionnaire of the head of the family of methods of reducing commercial fraud in food products), and the researcher used the analytical descriptive method.

The research results found that there are statistically significant differences at (0. 01) between the mean scores of the research sample families in the level of consumer protection mechanisms and its four axes according to the study variables (educational level of the head of the family, the number of family members, and the average monthly income of the family), and the

results were in favor of female heads of families with a higher educational level, fewer family members, and families with high monthly income.

It was also found that there are statistically significant differences at the level of significance (0.01) in the methods of reducing commercial fraud in food products as a whole and (meat and dairy products) according to the average monthly income of the family in favor of high-income families, and a statistically significant correlation was found at the level of significance (0.01) between the average scores of awareness of consumer protection mechanisms as a whole and its four axes and the level of the head of the household in the methods of reducing commercial fraud as a whole and (meat and dairy products).

A statistically significant positive correlation was found at the significance level (0.01) between the total consumer protection mechanisms for female heads of household and its aspects (knowledge, preventive, regulatory, legislative) and each of the study variables (mother's educational level, number of family members, average monthly income of the family).

Keywords: Mechanisms - Consumer Protection - Food Adulteration.