

واقع إسهام تجار التجزئة في حماية المستهلك الجزائري: دراسة ميدانية في ولاية أدرار

Retailers' Contributions in Protecting Algerian Consumers: Adrar as a Case Study

لعلى بوكميش⁽¹⁾ جيلالي قالون⁽²⁾

⁽¹⁾ جامعة أحمد دراية، أدرار Boukemiche@yahoo.com

⁽²⁾ جامعة أحمد دراية، أدرار k_djilali@yahoo.fr

تاريخ الاستلام: 2018//08/17؛ تاريخ القبول: 2019/11/23؛ تاريخ النشر: 2020/06/30

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع إسهام تجار التجزئة في حماية المستهلك الجزائري بولاية أدرار، وذلك من خلال تحديد المواد التي أضرت به، ورصد الممارسات الخاطئة للتجار التي جعلت المواد تضر بالمستهلك، وقياس رضاه عن مجهودات تجار التجزئة في توفير الحماية له.

فحصت هذه الدراسة آراء عينة قوامها (112) مفردة من المستهلكين في ولاية أدرار، ولاختبار الفرضيات تم استخدام أسلوب الانحدار المتعدد واختبار (F).

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: تتحدد المنتجات التي اشتراها المستهلك الجزائري ووجدها غير صالحة للاستهلاك في: المواد الغذائية، وجبات المطاعم، المواد شبه الصيدلانية، الخضر والفواكه، الألبسة والأحذية. كما أبدى المستهلك الجزائري عدم رضا عن مجهودات التجار في توفير الحماية له.

الكلمات المفتاحية: حماية المستهلك، رضا المستهلك، ولاية أدرار.

Abstract:

This study aims to identify the contribution of retailers in protecting the Algerian consumer in the state of Adrar. A convenience sample of (112) items consists of different categories was taken. In order to examine hypotheses, this study using the multiple regression and (F) test.

The main results of this study were as follow:

- The Algerian consumer found the following products are unsuitable for use and consumption: foodstuffs, restaurant meals, semi-pharmaceuticals, vegetables, fruits and clothing.
- The Algerian consumer was completely dissatisfied with the duty of the sellers to protecting him,

Keywords: Consumer Protection, Consumer Satisfaction, the state of Adrar.

Jel Classification Code: D18.

مقدمة:

لا جرم أن تنال قضايا الاستهلاك اهتماماً متزايداً من قبل الباحثين والمختصين في مجالات التسويق والاقتصاد والقانون، وذلك على اعتبار أنّ عملية الاستهلاك مرحلة حاسمة من مراحل الدورة الاقتصادية، والمستهلك يُعد طرفاً أساسياً في معادلة عملية التبادل، ومما لا ريب فيه أنّ استدامة عملية التبادل تبقى مرهونة بمدى تحقق رضا الطرفين منها.

لكن يبدو أنّه بفعل الممارسات الخاطئة التي يرتكها التجار تجاه المستهلك، فإنّ عمليات التبادل التي يبادر بها المستهلك لم تنح دائماً في الاتجاه الصحيح وبالشكل الذي يعود عليه بالنفع، وهو ما تُشير إليه حالات الإخلال المتعددة بحقوق المستهلك.

ومن الأهمية بمكان التأكيد على أنّ تحقيق علاقة عادلة بين طرفي التبادل يُعد بحق انعكاساً لمقدار الحماية التي يتمتع بها المستهلك الجزائري في السوق، ودليلاً على

فعالية نظام الحماية القائم، وذلك على اعتبار أن المستهلك هو الطرف الضعيف في عملية التبادل.

ولعله من نافلة القول التذكير بأنّ التاجر كان ولا يزال ركناً ركيناً في نظام حماية المستهلك، وذلك بواجب اتباعه لجميل السلوك التجاري من قول وعمل، وابتعاده عن السلوك المشين الذي من شأنه الإضرار بالمستهلك. ومن هنا جاءت فكرة هذه الدراسة وهي البحث في واقع إسهام تجار التجزئة في حماية المستهلك الجزائري بولاية أدرار، وعليه يمكن بلورة إشكالية الدراسة حول السؤال الرئيس التالي:

ما واقع إسهام تجار التجزئة في حماية المستهلك الجزائري بولاية أدرار ؟

يتفرع عن هذا السؤال الرئيس أسئلة فرعية ستجيب الدراسة عنها وهي:

- ما هي المواد الاستهلاكية التي سببت ضرراً للمستهلك الجزائري ؟

- ما هي الممارسات الخاطئة للتجار التي تجعل المواد تضرر بالمستهلك ؟

- ما مدى رضا المستهلك الجزائري عن مجهودات التجار في توفير الحماية له ؟

أهمية الدراسة: تستمد هذه الدراسة أهميتها من عدة اعتبارات علمية وعملية نوجزها في الآتي:

- تنامي حركة حماية المستهلك على مختلف الأصعدة المحلية والعالمية، وعليه فهذه الدراسة جاءت لتواكب جهود مختلف الجهات المعنية بحماية المستهلك.

- تساعد هذه الدراسة على تصوير واقع حماية المستهلك بولاية أدرار، من حيث تحديد المنتجات التي سببت ضرراً للمستهلك، وكذلك رصد الممارسات التجارية الخاطئة التي تضر بمصالح المستهلكين، فهي بذلك تقدم مؤشرات تساعد على توجيه وتركيز جهود الجهات المعنية بحماية المستهلك في مجالات بعينها.

- تساهم هذه الدراسة في إعادة التوازن المفقود لمعادلة التبادل وهذا من أجل ضمان استمرارية عملية التبادل على أسس عادلة تضمن لكل طرف تحقيق أهدافه.

- تُخضع هذه الدراسة القضايا ذات البعد الاجتماعي للبحث العلمي الموضوعي، وبالتالي تساهم علمياً في حل بعض مشاكل المستهلك الجزائري.

أهداف الدراسة: تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- تحديد المواد التي سببت ضرراً للمستهلك، وبالتالي يمكن اعتبارها كمجالات يحتاج المستهلك فيها إلى حماية؛

- حصر الممارسات الخاطئة للتجار التي تجعل المواد تضر بالمستهلك؛

- قياس رضا المستهلك عن مجهودات التجار في توفير الحماية له؛

فرضيات الدراسة: تمت صياغتها كما يلي:

الفرضية الرئيسة الأولى: لا يتأثر معنوياً رضا المستهلك عن مجهودات التجار في توفير الحماية له بسبب ممارساتهم التجارية الخاطئة.

الفرضية الرئيسة الثانية: لا يوجد اختلاف ذو دلالة إحصائية في مستوى رضا المستهلك عن مجهودات التجار في توفير الحماية له يُعزى إلى المتغيرات الشخصية وهي: النوع، العمر، مستوى التعليم، المهنة، منطقة السكن.

حدود الدراسة: تتمثل حدود الدراسة في الآتي:

حدود بشرية: تُركز هذه الدراسة على المستهلك النهائي دون المشتري الصناعي، كما تم استبعاد صغار السن حتى يتم تحقيق فهم كاف للاستقصاء، ومن ثم ضمان صحة الإجابات.

حدود موضوعية: تركز هذه الدراسة على واقع إسهام تجار التجزئة في حماية المستهلك، وذلك من خلال تحديد المواد التي أضرت بالمستهلك، ثم رصد الممارسات الخاطئة للتجار، وأخيراً قياس رضا المستهلك عن مجهودات التجار في توفير الحماية له.

حدود مكانية: ركزت هذه الدراسة حصراً على ولاية أدرار، حيث شملت وسط المدينة والقصور المحيطة بها.

حدود زمنية: ابتداء من السداسي الثاني من سنة 2017 إلى غاية السداسي الأول من سنة 2018، وذلك على أساس انتظار ردود المبحوثين وتوزيع استمارات أخرى، كما رافقت فترة الدراسة فصول حارة تكثر فيها المشاكل المرتبطة بالاستهلاك.

الدراسات السابقة: نذكر بعض الدراسات السابقة في الموضوع كما يلي:

دراسة (ميسر حسين وآخرون، 2017)⁽¹⁾:

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد أسباب الارتفاع المستمر في أسعار الأدوية المستوردة رغم المجهودات الحكومية للسيطرة عليها، وتوصلت إلى أن ذلك يُعزى إلى ضعف الرقابة الحكومية، والتذبذب في أسعار العملات الأجنبية.

دراسة (الهميلي، 2017)⁽²⁾:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى توافر الحقوق الأساسية للمستهلك في السوق الليبي. وقد تم جمع البيانات باستخدام الاستبانة التي وزعت على عينة قوامها (200) مفردة. واختبرت هذه الدراسة الفرضيات باستخدام اختبار (T) واختبار (F). واستنتجت الدراسة وجود ضعف في مستوى توافر الحقوق الأساسية للمستهلك الليبي.

دراسة (عبيدات والسراي، 2015)⁽³⁾:

تم تطبيق هذه الدراسة على عينة قوامها (1000) مفردة من كافة الأطياف في مدينة عمان. وكانت تهدف إلى معرفة اتجاهات المستهلكين نحو بعض القضايا المرتبطة بموضوع حمايتهم. وقد توصلت إلى نتيجة مفادها وجود اتجاهات إيجابية لدى المستهلكين الأردنيين نحو الإجراءات الحكومية المتخذة لحماية المستهلك، وكذا تجاه النشاطات التي تقوم بها حركة حماية المستهلك المحلية.

دراسة (طارق الخير، 2001)⁽⁴⁾:

(1)- ميسر أحمد حسين، سنان قاسم حسين، عمر يوسف سليمان، القصور في حماية المستهلك تجاه ارتفاع أسعار الأدوية المستوردة: دراسة استطلاعية لأراء عينة من المواطنين والمذاخر وأصحاب الصيدليات في سوق الأدوية في محافظة دهوك، المجلة الأكاديمية لجامعة نوروز، م 6، ع 2، 2017، ص ص 183 - 198.

(2)- الطاهر محمد الهميلي، مدى توافر حقوق المستهلك في السوق الليبي من منظور تسويقي: بحث ميداني استكشافي لمدى توافر الحقوق الأساسية للمستهلك من وجهة نظر جمهور المستهلكين الليبيين بمدينة طرابلس، مجلة العلوم الاقتصادية والسياسية، ع 9، 2001، ص ص 131 - 183.

(3)- محمد إبراهيم عبيدات، ياسمين عبد اللطيف السراي، اتجاهات المستهلكين نحو قضايا حماية المستهلك المحلية في الأردن، مجلة دراسات: العلوم الإدارية، م 42، ع 1، 2015، ص ص 267 - 281.

(4)- طارق الخير، حماية المستهلك ودورها في رفع مستوى الوعي الاستهلاكي لدى المواطن السوري، مجلة جامعة دمشق، م 17، ع 2، 2001، ص ص 89 - 120.

هدفت هذه الدراسة إلى قياس الوعي الاستهلاكي لدى المواطن السوري، والاطلاع على أدوار الجهات المضطلة بحماية المستهلك. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها وجود ضعف في الوعي لدى المستهلك السوري، وعدم فعالية الرقابة الحكومية على السوق الاستهلاكية في سورية.

دراسة (Ndubisi and all, 2016)⁽¹⁾:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع حماية المستهلك في نيجيريا، وذلك بالتركيز على دور مجلس حماية المستهلك النيجيري في تحقيق هذه الحماية. وقد توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: وجود تأثير للممارسات التجارية على المستهلك، وضعف وعي المستهلك بالجوانب التي تخص حمايته مثل عدم الاهتمام بالبيانات حول المنتجات المشتراة، والجهل بالقوانين التي تخص حمايته.

دراسة (Shuangjun Xu, 2015)⁽²⁾:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة واقع تطبيق حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية، وقد أجريت على عينة قوامها (45) مفردة باستخدام الاستبانة، وقد تبين وجود تأثير لعملية حماية المستهلك على ثقة المستهلك المصاحبة لعملية الشراء.

دراسة (Bhattacharyya, 2014)⁽³⁾:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مختلف مداخل حماية المستهلك في الهند. كما حاولت تقديم بعض الإجراءات الكفيلة بتطوير حماية حقوق المستهلك. وتوصلت الدراسة إلى أن قضية حماية المستهلك هي قضية شاملة تخص كل الأطراف. وتوصي الدراسة بضرورة توعية المستهلك بحقوقه وكيفية المطالبة بها.

(1) - Ndubisi Emmanuel C, Anyanwu Aham V, Nwankwo Cosmas A, **Protecting the Nigerian Consumer: An Expository Examination of the Role of Consumer Protecting Council**, Arabian Journal of Business and Management Review, Vol. 6, Issue. 4, 2016, pp. 2 - 7

(2)- Shuangjun Xu, **Research on the Consumer Rights Protection in Online Shopping: An Empirical Analysis Based on Consumer Credit Law**, International Journal Of security and its Applications, Vol. 9, N.12, 2015, pp. 429 - 438

(3)- Rajib BHATTACHARYYA, **an Analysis on the Various of Consumer Protection in India**, International Journal of Research, Vol.1, Issue. 6, July 2014, pp.1 - 25

التعليق على الدراسات السابقة:

تتناول هذه الدراسة على غرار الدراسات السابقة موضوع حماية المستهلك بشكل عام، لكنّها تختلف عنها في كونها تبحث فقط في مدى إسهام تجار التجزئة في توفير الحماية للمستهلك، باعتبارهم أحد أطراف منظومة حماية المستهلك في الجزائر، وكذلك كونها تخص منطقة جغرافية بعينها تُعتبر من أكثر المناطق حرارة في الجزائر، فضلاً على تناولها لمنتجات محددة تتأثر أياً ما تأثر بمناخ تلك المنطقة، وهذا أملاً في تلافي العموميات والتركيز على نقاط محددة ترنو لتحقيق نتائج أكثر دقة.

أولاً – الإطار النظري للدراسة:

1 - تعريف حماية المستهلك:

يرى (صديقي عفيفي ومحمد إبراهيم) أن: « حماية المستهلك تعني حفظ حقوق المستهلك، وضمان حصوله على تلك الحقوق من قبل البائعين بكافة صورههم، سواء كانوا تجاراً أو صُنّاعاً أو مقدمي خدمات أو ناشري أفكار، وذلك في إطار التعامل التسويقي الذي تكون محله سلعة أو خدمة أو فكرة »⁽¹⁾.

وتُعرّف أيضاً حماية المستهلك على أنّها: « القدرة أو السياسة التي تؤدي إلى منع الضرر والأذى لمستخدم السلعة أو الخدمة »⁽²⁾.

ويرى (Kotler & Armstrong) أن حماية المستهلك تشير إلى المجهودات المنظمة والمستمرة للمستهلكين والهيئات الحكومية، للدفاع عن حقوق المستهلكين في علاقتهم مع البائعين⁽³⁾.

من التعاريف السابقة نرى بأن حماية المستهلك تشير إلى التنسيق والتكامل بين

(1)- صديق محمد عفيفي، محمد محمد إبراهيم، إدارة التسويق، دار النهضة العربية، القاهرة، 1982، ص393.

(2)- صبيح الدراجي، « حماية المستهلك: الدلالات الاجتماعية والاقتصادية وأهميتها في الأسواق التجارية، وانعكاساتها على تطوير الصناعات الوطنية »، مجلة حماية المستهلك، شهرية، الجمعية الوطنية لحماية المستهلك، ع01، العراق، جويلية / أوت 2004، ص17.

(3)- Philip Kotler & Gary Armstrong, **marketing an introduction**, 12th edition, Pearson Education Limited, England, 2015, p 533.

جهود عدة أطراف من أجل ضمان حقوق المستهلك عند القيام بعملية التبادل.

2 - حقوق المستهلك: تتمثل الحقوق الأساسية للمستهلك في الآتي⁽¹⁾:

- حق الأمان: يشير إلى ضرورة توفير منتجات سليمة وآمنة وصحية؛

- الحق في الإعلام: يشير إلى ضرورة حصول المستهلك على معلومات موضوعية وكافية عن المنتجات لتمكينه من الاختيار السليم؛

- حق الاختيار: يشير إلى توفير عدة بدائل من المنتج الواحد حتى يتمكن المستهلك من المفاضلة بينها؛

- حق الاستماع له: يشير إلى تمكين المستهلك من إبداء رأيه وتقديم شكاويه وإسماع صوته لمختلف الجهات.

3 - الأطراف المعنية بقضية حماية المستهلك: نذكرها باختصار في ما يلي:

- الدولة: وذلك بسن التشريعات الكفيلة بتحقيق ما يسعى بالحماية التشريعية، ثم مراقبة مدى تطبيق هذه التشريعات، وإن تطلب الأمر تقرير كافة العقوبات المناسبة لتحقيق الحماية التصحيحية.

- المستهلك: يُعتبر المستهلك كفرد أو كجماعة طرفاً أساسياً في توفير الحماية لنفسه ولغيره، وذلك بالوعي بحقوقه والحرص على تحصيلها في المواقف الشرائية المختلفة. فضلا عن التنظيم في الجمعيات المختصة التي تشير في معناها العميق إلى وعي الجماهير بضرورة المساهمة في الدفاع عن مصالح المستهلك⁽²⁾.

(1)- ليث سليمان الربيعي، « حقوق المستهلك »، مجلة حماية المستهلك، شهرية، ع 22، الجمعية الوطنية لحماية المستهلك، العراق، أوت 2006، ص 17.

(2)- انظر أساليب عمل جمعيات حماية المستهلك في:

- أحمد محمد أحمد عبد الله، تقويم نشاط حماية المستهلك في مصر، أطروحة دكتوراه، كلية التجارة، جامعة عين شمس، مصر، 1983، ص 514.

- سامية لموشية، دور الجمعيات في حماية المستهلك، ورقة بحثية مقدمة إلى أعمال الملتقى الوطني: حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي، يومي 14/13 أفريل 2008.

- المنتج والبائع: وذلك عن طريق الالتزام بأخلاقيات المهنة، والوعي بأن المساهمة في توفير حماية المستهلك ما هي في حقيقة الأمر إلا حماية لمصالحهم⁽¹⁾.

ثانياً - الطريقة المستخدمة:

1 - مجتمع الدراسة وعينتها:

يتمثل مجتمع الدراسة في مجموع المستهلكين بولاية أدرار البالغ عدد سكانها (399.714)⁽²⁾، وتم إجراء الدراسة على عينة من أفراد المجتمع بواقع 112 مستهلكاً، حيث بلغت الاستثمارات الموزعة (150) استثماراً، تم استرجاع (126) استثماراً منها، وبعد فحصها والتأكد من مدى صلاحيتها للتحليل الإحصائي تم استبعاد (8) استثمارات. وبذلك يصبح عدد الاستثمارات الصالحة للتحليل هو (112) استثماراً. وعليه يكون معدل الرد يساوي (84.00 %)، في حين أن معدل الرد الصالح هو (74.66 %).

2 - أداة الدراسة:

استخدمت هذه الدراسة الاستبانة كأداة لجمع البيانات، والتي تم وضع تصورها الأولى بالاسترشاد ببعض الدراسات السابقة في الموضوع⁽³⁾، ولأن موضوع حماية المستهلك متشعب الأبعاد والمجالات، فقد تم تعديلها بعد القيام بدراسة تمهيدية (استطلاعية)، والتشاور مع أحد إدارات مديرية التجارة بولاية أدرار باعتبار أن هذا

(1)- قالون جيلالي، دور المنتج والبائع في حماية المستهلك، ورقة بحثية مقدمة إلى أعمال الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي، يومي 14/13 أبريل 2008.

(2)- الديوان الوطني للإحصاء، السكان المقيمين حسب السن والجنس وولاية الإقامة، [على الخط]، تمت زيارته يوم 17 جويلية 2018 على الساعة 16:10، متاح على الرابط: http://www.ons.dz/IMG/pdf/pop3_national.pdf

(3)- انظر مثلاً:

- قراف عفاف، دراسة لسلوك المستهلك بين ما يحتاجه وما يقدمه له السوق (المؤثر والمتأثر): دراسة ميدانية لعينة من المستهلكين بمدينة الجلفة، مجلة دفاتر اقتصادية، م 6، ع 2، 2015.

- يونس مصطفي، تأثير خصائص المنتج على حماية المستهلك من وجهة نظر المستهلك: دراسة ميدانية لعينة من سكان ولاية الجلفة، مجلة دفاتر اقتصادية، م 6، ع 2، 2015.

البحث هو تكملة لبحث سابق. وعليه فقد ظهرت الاستبانة مشتملة على أربعة محاور أساسية هي:

- المحور الأول: يتعلق بالمتغيرات الشخصية لمفردات العينة وهي: النوع، العمر، مستوى التعليم، المهنة، منطقة السكن؛

- المحور الثاني: يقترح عشرة (10) منتجات على المستهلك لمعرفة ما إذا كانت سببت له أضرارا، وبذلك يمكن اعتبارها كمجالات يحتاج فيها المستهلك إلى حماية.

- المحور الثالث: يُطلب فيه من المستهلك تحديد الممارسات الخاطئة للتجار التي تجعل المواد تضر به؛

- المحور الرابع: يخص رضا المستهلك عن مجهودات التجار في توفير الحماية له؛
وتجدر الإشارة أيضا إلى أن القيام بتفريغ البيانات وتبويبها وتحليلها وتفسيرها تم باستخدام حزمة الأساليب الإحصائية للبحوث الاجتماعية (SPSS) إصدار 23.

3 - ثبات أداة الدراسة وصدقها: تم اختبار ثبات ومصادقية أداة الدراسة كما يلي:

3 - 1 - اختبار ثبات أداة الدراسة:

تم إجراء اختبار (Alpha de Cronbach) للتأكد من ثبات الاستبانة وصدق أفراد العينة. وقد أظهرت نتائج تحليل البيانات المجمعة أن قيمة (ألفا كرونباخ) لمحاور الاستبانة إضافة إلى متوسط كل المحاور أنها تجاوزت (75.00 %)، وهو ما يدل على ثباتها وجودتها. علما أن أقل نسبة مقبولة إحصائيا لاختبار ثبات الاستبانة تتراوح ما بين (65 % إلى 70%)⁽¹⁾. وبذلك يمكن قبول النتائج المتوصل إليها من خلال تحليل هذه الاستبانة.

3 - 2 - اختبار الصدق البنائي لأداة الدراسة:

تم اختبار الصدق البنائي وذلك بحساب معامل الارتباط (Pearson)، بين كل محور من محاور الاستبانة والدرجة الكلية (المتوسط العام) للاستبانة ككل، وقد أظهرت النتائج أن كل محاور الاستبانة مرتبطة مع المتوسط الكلي بدرجة ارتباط إيجابية تتراوح

(1) - Manu Carricano & Fanny Poujol, *Analyses des données avec SPSS*, PEARSON Education, Paris, 2009, p 53.

ما بين (0.25) و (0.61)، وهي ذات دلالة إحصائية، وبالتالي فهي ذات صدق عال، وهو ما يعني أن محاور الاستبانة قادرة على قياس ما صُممت له.

ثالثاً - نتائج التحليل ومناقشتها:

1 - نتائج التحليل الوصفي للبيانات:

أظهرت نتائج التحليل الوصفي للبيانات الشخصية ومتغيرات الدراسة ما يلي:

1 - 1- نتائج التحليل الوصفي للبيانات الشخصية (المحور الأول):

لقد أظهر التحليل الوصفي للبيانات الشخصية لعينة الدراسة أنّ (74 %) من أفراد العينة هم من الإناث، ويُعزى ذلك بالدرجة الأولى إلى تأخر استجابة المبحوثين من الذكور، لكن لا ضير في قبول هذه الحالة؛ على اعتبار أنّ المرأة أيضاً معنية بالحماية بفعل تعاضم دورها في اتخاذ قرارات الشراء العائلية، فضلاً على أنّ هناك منتجات خاصة بها ظهرت في محاور الاستبانة

نجد كذلك أنّ أكثر من (63.00 %) من المستجوبين تتراوح أعمارهم ما بين (25 و45) سنة، وهي المرحلة العمرية التي يكون فيها المستهلك مسؤولاً عن إعالة عائلته وبالتالي يتحسس كثيراً من كل أشكال المساس بحمايته بفعل الممارسات الخاطئة للتجار. كما تُظهر البيانات أنّ (39.3 %) من المبحوثين لهم مستوى تعليم ثانوي، و(37.5 %) من حملة الشهادات الجامعية، ونعتقد بأنّ ذلك سيساعد أكثر على فهم غرض الدراسة وهو ما سينعكس إيجاباً على مصداقية الإجابات.

كما نرى بأن (28.6 %) من أفراد العينة هم من فئة البطالين، وهي فئة هشة تتأثر كثيراً بتجربة اتخاذ قرار شراء غير موفقة بفعل ممارسات تجارية خاطئة من طرف الباعة. نجد أخيراً أن ما نسبته (40.2 %) يقطنون بالقصور التي تُعتبر كمناطق ريفية، في حين أن (59.8 %) من المستجوبين هم من ساكنة المدن. وهذا التمثيل مهم جداً في الدراسة على اعتبار أن الأنماط الاستهلاكية مختلفة بين البيئتين.

1 - 2- نتائج التحليل الوصفي لبيانات متغيرات الدراسة:

- المحور الثاني: المواد التي سببت أضراراً للمستهلك

يمكن تلخيص نتائج التحليل الإحصائي للبيانات الوصفية لمحور المواد التي سببت

أضراراً للمستهلك في الجدول التالي:

الجدول (1): البيانات الوصفية لمحور المواد التي سببت أضراراً للمستهلك

الرتبة	الإجابة ب (لا)		الإجابة ب (نعم)		المواد
	النسبة %	التكرارات	النسبة %	التكرارات	
1	44.6 %	50	55.4 %	62	المواد الغذائية
6	91.1 %	102	08.9 %	10	اللحوم
2	81.3 %	91	18.8 %	21	وجبات المطاعم
10	96.4 %	108	03.6 %	4	الأعشاب الطبية
3	83.0 %	93	17.0 %	19	المواد شبه الصيدلانية
9	93.8 %	105	06.3 %	7	الأدوية
4	86.6 %	97	13.4 %	15	الألبسة والأحذية
6	91.1 %	102	08.9 %	10	مواد التنظيف
8	92.9 %	104	07.1 %	8	الأسمدة والمبيدات
4	86.6 %	97	13.4 %	15	الخضر والفواكه

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على نتائج التحليل الإحصائي.

نلاحظ من معطيات الجدول أن قيمة التكرارات والنسب المئوية لإجابات المبحوثين تشير إلا أن المواد الغذائية ووجبات المطاعم والمواد شبه الصيدلانية والخضر والفواكه والألبسة والأحذية احتلت المراتب الخمس الأولى على الترتيب. وبذلك نستنتج أن درجة تأثيرها على المستهلك تتناسب مع درجة ترتيبها. في حين احتلت اللحوم ومواد التنظيف والأسمدة والأدوية والأعشاب الطبية المراتب الخمس الأخيرة على الترتيب.

- المحور الثالث: الممارسات الخاطئة للتجار التي تجعل المواد تضرر بالمستهلك:

تظهر نتائج التحليل الإحصائي للبيانات الوصفية لهذا المحور في الجدول التالي:

الجدول (4): البيانات الوصفية لمحور الممارسات الخاطئة للتجار التي تجعل المواد تضرر أكثر بالمستهلك

الرتبة	الإجابة ب (لا)		الإجابة ب (نعم)		المواد
	النسبة %	التكرارات	النسبة %	التكرارات	
2	67.9 %	76	32.1 %	36	الإهمال من طرف صاحب المحل
1	54.5 %	61	45.5 %	51	تعريض المنتجات لأشعة الشمس
2	67.9 %	76	32.1 %	36	سوء عملية الحفظ والتخزين
4	90.2 %	101	09.8 %	11	قلة النظافة

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على نتائج التحليل الإحصائي.

يرى المستهلك الجزائري أن الممارسات الخاطئة للتجار التي تجعل المواد تضر به تتمثل في: تعريض هذه المواد إلى أشعة الشمس، والإهمال من طرف صاحب المحل، وسوء عملية الحفظ والتخزين، وقلة النظافة وهذا على الترتيب.

المحور الرابع: رضا المستهلك عن مجهودات التجار في توفير الحماية له

ظهر متوسط هذا المحور بقيمة (2.57) وهي أقل من قيمة متوسط أداة القياس (3)، وبذلك فهي تقع في مجال عدم الرضا. أما معامل الاختلاف فكان أكبر من (30 %)، وهو ما يعني عدم وجود تجانس أو اتفاق بين مفردات العينة حول المحور المعني بالدراسة. أما الانحراف المعياري فكان قوياً وهو ما يدل على تشتت أكبر لإجابات المبحوثين عن متوسط تلك الإجابات.

2 - نتائج اختبار فرضيات الدراسة:

قبل البدء في اختبار فرضيات الدراسة يُحذّر التأكد مما إذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي، وللقيام بذلك تمّ اللجوء إلى استخدام اختبار (Kolmogorov-Smirnov)، حيث كانت فرضيات الاختبار كما يلي:

H_0 : البيانات تتبع التوزيع الطبيعي

H_1 : البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي

وقد أظهرت نتائج الاختبار أن القيمة الاحتمالية (Sig) لجميع عبارات الاستبانة كانت أكبر من مستوى الدلالة (0.05)، لذلك فإننا نقبل الفرض الصفري (H_0)، القائل بأن البيانات المجمعة من عبارات الاستبانة تتبع التوزيع الطبيعي. وهو ما يسمح باستخدام الاختبارات المعلمية لقبول أو رفض فرضيات هذه الدراسة.

2 - 1- اختبار الفرضية الرئيسة الأولى: لا يتأثر معنويًا رضا المستهلك عن

مجهودات التجار في توفير الحماية له بسبب ممارساتهم التجارية الخاطئة.

لاختبار صحة هذه الفرضية من عدمه تم استخدام أسلوب تحليل الانحدار المتعدد والتي تظهر نتائجه في الجدول أدناه:

الجدول (7): نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأثر الممارسات الخاطئة للتجار على رضا المستهلك عن مجهوداتهم في توفير الحماية له

المتغيرات	الارتباط المتعدد (R)	معاملات الانحدار (B)	(F) المحسوبة	درجات الحرية	معامل التحديد (R^2)	القيمة الاحتمالية
الثابت	0.356	3.144	33.012	1	0.127	0.000
الإهمال		- 0.540		118		0.017
تعريض المنتجات لأشعة الشمس		- 0.331		119		0.124
سوء عملية الحفظ والتخزين		- 0.563				0.014
قلة النظافة		- 0.420				0.245

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على نتائج التحليل الإحصائي.

تُشير النتائج إلى أن قيمة الارتباط المتعدد بلغت (0.356) وهو ما يدل على وجود ارتباط بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، وبلغت قيمة معامل التحديد (0.127)، وهو ما يعني أنّ المتغيرات المستقلة تُفسّر (12.7 %) من التباين في رضا المستهلك عن مجهودات التجار في توفير الحماية له، وباقي هذه النسبة (87.3 %) يُعزى إلى متغيرات أخرى. كما بلغت القيمة الاحتمالية (0.012)، وهو ما يعني أن الانحدار معنوي.

كما تشير النتائج أيضاً إلى أنّ القيمة الاحتمالية (Sig) كانت أكبر من القيمة المعتمدة (0.05) وهذا بالنسبة لعاملين هما: تعريض المنتجات لأشعة الشمس، وقلة النظافة. وهو ما يعني أنها عوامل غير مؤثرة؛ لذلك نقبل الفرض الصفري القائل بعدم وجود تأثير لهذه العوامل على رضا المستهلك عن مجهودات التجار في توفير الحماية له.

وكانت القيمة الاحتمالية (Sig) أيضاً أقل من القيمة المعتمدة (0.05) وهذا بالنسبة لعاملين آخرين هما: الإهمال من طرف أصحاب المحلات التجارية، وسوء عملية الحفظ والتخزين، وهو ما يعني أنها عوامل مؤثرة؛ لذلك نرفض الفرض الصفري القائل بعدم وجود تأثير لهذه العوامل على رضا المستهلك عن مجهودات التجار في توفير الحماية له.

بعد حذف العوامل غير المؤثرة والإبقاء فقط على العوامل المؤثرة يمكن تمثيل

معادلة الانحدار المتعدد كما يلي:

$$\text{رضا المستهلك عن الحماية} = + 3.144 - (0.540 * \text{الإهمال}) - (0.563 * \text{سوء عملية الحفظ والتخزين})$$

نلاحظ من المعادلة أن معاملات متغيرات الإهمال وسوء عملية الحفظ والتخزين للمواد كانت سالبة، وهي نتيجة منطقية تماماً، وهو ما يعني أنه كلما زادت درجة الإهمال، ودرجة سوء عملية الحفظ والتخزين كلما قلّ رضا المستهلك عن مجهودات التجار في توفير الحماية له.

2 - 2- اختبار الفرضية الرئيسية الثانية: لا يوجد اختلاف ذو دلالة إحصائية في مستوى رضا المستهلك عن مجهودات التجار في توفير الحماية له يُعزى إلى المتغيرات الشخصية وهي: النوع، العمر، مستوى التعليم، المهنة، منطقة السكن.

لاختبار هذه الفرضية يتم استخدام اختبار (T) في حالة عينيتين مستقلتين، واختبار تحليل التباين الأحادي (F) في حالة وجود ثلاثة متوسطات أو أكثر، وسيتم رفض أو قبول الفرضية الرئيسية والفرضيات الفرعية بناءً على مستوى الدلالة لقيمة (T) أو (F)، بحيث أنه إذا كان مستوى الدلالة أقل من (0.05) فإنه يُرفض الفرض الصفري ويُقبل الفرض البديل والعكس صحيح. ويتفرع عن هذه الفرضية الرئيسية خمس (5) فرضيات فرعية سيتم اختبارها كما يلي:

2 - 2- 1- اختبار الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد اختلاف ذو دلالة إحصائية في مستوى رضا المستهلك عن مجهودات التجار في توفير الحماية له يُعزى إلى متغير النوع.

بلغت القيمة الاحتمالية لاختبار (Levene) لتباين التجانس (0.964)، وهي أكبر من مستوى المعنوية المستخدمة (0.05)، وهو ما يعني تجانس أو تساوي تباين المجموعتين، أي أن شرط تساوي تباين متغير الاختبار (الرضا) في كلتا فئتي متغير التجميع (النوع) قد تحقق، وهو ما يدعو إلى الوثوق في هذا الاختبار.

كما أظهرت النتائج أن مستوى دلالة (T) يساوي (0.523)، وهو أكبر من مستوى الدلالة المعنوية (0.05)، وهو ما يدعو إلى قبول الفرض الصفري القائل بعدم وجود

اختلاف ذو دلالة إحصائية في مستوى رضا المستهلك عن مجهودات التجار في توفير الحماية له يُعزى إلى متغير النوع.

2 - 2 - 2 اختبار الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد اختلاف ذو دلالة إحصائية في مستوى رضا المستهلك عن مجهودات التجار في توفير الحماية له يُعزى إلى متغير العمر.

بلغت القيمة الاحتمالية لاختبار التجانس (1.853) وهو ما يعني أن المجموعات الثلاث متجانسة، وعند إكمال تحليل التباين أظهرت النتائج أن مستوى المعنوية يساوي (0.010) وهو أقل من القيمة الاحتمالية المستخدمة (0.05)، وهو ما يوفر دليلاً على رفض الفرض الصفري القائل بعدم وجود فرق معنوي ذات دلالة إحصائية في مستوى رضا المستهلك عن مجهودات التجار في توفير الحماية له يُعزى إلى متغير العمر، أي أن اختلاف فئات أعمار المبحوثين كان له تأثيراً على مستوى رضاهم عن مجهودات التجار في توفير الحماية لهم.

ولمعرفة المجموعات التي تختلف عن بعضها البعض يتم اللجوء إلى اختبارات المقارنات البعدية (Post Hoc) بين فئات الأعمار المختلفة وهي: الفئة الأولى (أقل من 25 سنة)، الفئة الثانية (من 25 إلى 35 سنة)، الفئة الثالثة (من 36 إلى 45 سنة)، الفئة الرابعة (أكثر من 46 سنة)، ولقد أظهر جدول المقارنات المتعددة النتائج التالية:

الجدول (9): جدول المقارنات المتعددة بين متوسطات الفئات العمرية

الفئات العمرية (I) الفئات العمرية (J)		الفرق بين المتوسطات (I-J)	مستوى الدلالة
الفئة الأولى	الفئة الثانية	- 0.25634	0.689
	الفئة الثالثة	- 0.63589	0.255
	الفئة الرابعة	- 1.54065	0.010
الفئة الثانية	الأولى	0.25634	0.689
	الفئة الثالثة	- 0.37955	0.669
	الفئة الرابعة	- 1.28431	0.041
الفئة الثالثة	الأولى	0.63589	0.255
	الفئة الثانية	0.37955	0.669
	الفئة الرابعة	- 0.90476	0.344

0.010	1.54065	الأولى	الفئة الرابعة
0.041	1.28431	الفئة الثانية	
0.344	0.90476	الفئة الثالثة	

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على نتائج التحليل الإحصائي.

نلاحظ من معطيات الجدول أعلاه أنه توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الفئات العمرية الأولى والرابعة، وكذلك بين الفئات العمرية الثانية والرابعة. وهذا ما يُعزّز رفض الفرض الصفري القائل بعدم وجود فرق معنوي ذات دلالة إحصائية في مستوى رضا المستهلك عن مجهودات التجار في توفير الحماية له يُعزى إلى متغير العمر.

2 - 3 - الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد اختلاف ذو دلالة إحصائية في مستوى رضا المستهلك عن مجهودات التجار في توفير الحماية له يُعزى إلى متغير مستوى التعليم.

أظهرت النتائج أن القيمة الاحتمالية لاختبار التجانس (0.737) وهو ما يشير إلى تساوي التباينات وأن المجموعات متجانسة، وعند إكمال تحليل التباين أظهرت النتائج أن مستوى المعنوية يساوي (0.819) وهو أكبر من القيمة الاحتمالية المستخدمة (0.05)، وهو ما يشير إلى قبول الفرض الصفري القائل بعدم وجود فرق معنوي ذات دلالة إحصائية في مستوى رضا المستهلك عن مجهودات التجار في توفير الحماية له يُعزى إلى متغير مستوى التعليم.

2 - 2 - 4 - الفرضية الفرعية الرابعة: لا يوجد اختلاف ذو دلالة إحصائية في مستوى رضا المستهلك عن مجهودات التجار في توفير الحماية له يُعزى إلى متغير المهنة.

أظهرت النتائج أن القيمة الاحتمالية لاختبار التجانس (0.548)، وهو ما يشير إلى تساوي التباينات وأن المجموعات متجانسة، وعند إكمال تحليل التباين أظهرت النتائج أن مستوى المعنوية يساوي (0.174) وهو أكبر من القيمة الاحتمالية المستخدمة (0.05)، وهو ما يشير إلى قبول الفرض الصفري القائل بعدم وجود فرق معنوي ذات دلالة إحصائية في مستوى رضا المستهلك عن مجهودات التجار في توفير الحماية له يُعزى إلى

متغير المهنة.

2 - 2- 5- الفرضية الفرعية الخامسة: لا يوجد اختلاف ذو دلالة إحصائية في مستوى رضا المستهلك عن مجهودات التجار في توفير الحماية له يُعزى إلى متغير منطقة السكن.

بلغت القيمة الاحتمالية لاختبار تجانس التباين (0.723)، وهو ما يشير إلى تجانس تباين المجموعتين (مدينة، قصر). كما تبين أنّ مستوى دلالة (T) يساوي (0.105)، وهو ما يدعوا إلى قبول الفرض الصفري القائل بعدم وجود فرق ذي دلالة إحصائية في مستوى رضا المستهلك عن مجهودات التجار في توفير الحماية له يُعزى إلى متغير منطقة السكن.

خاتمة:

خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج والتوصيات نذكرها في الآتي:

الاستنتاجات: في ضوء نتائج التحليل يمكن استخلاص الاستنتاجات التالية:

1. يُرتّب المستهلك الجزائري في ولاية أدرار أهم خمسة (5) منتجات قام بشرائها ووجدها غير صالحة للاستهلاك في الآتي: المواد الغذائية، وجبات المطاعم، المواد شبه الصيدلانية، الخضروات والفواكه، الألبسة والأحذية.
2. يحصر المستهلك الجزائري في ولاية أدرار الأسباب التي تجعل المواد المستهلكة تشكل ضرراً عليه في الآتي: تعريض المنتجات لأشعة الشمس، والإهمال من طرف صاحب المحل، وسوء عملية الحفظ والتخزين.
3. يُوجد تأثير معنوي للممارسات الخاطئة للتجار على رضا المستهلك نحو مجهوداتهم في توفير الحماية له، وتتمثل هذه الممارسات الخاطئة تحديداً في الإهمال من طرف أصحاب المحلات التجارية، وسوء عملية الحفظ والتخزين.
4. لا يُوجد اختلاف ذو دلالة إحصائية في مستوى رضا المستهلك عن مجهودات التجار في توفير الحماية له يُعزى إلى بعض المتغيرات الشخصية وهي: النوع، منطقة السكن، مستوى التعليم، المهنة. لكن يوجد اختلاف ذو دلالة إحصائية في مستوى رضا المستهلك عن مجهودات التجار في توفير الحماية له يُعزى إلى متغير العمر.

التوصيات: في ضوء الاستنتاجات المذكورة أنفا يمكن صياغة التوصيات التالية:

1. توعية أصحاب المحلات التجارية بضرورة المشاركة الطوعية في حماية المستهلك، واعتبار ذلك كسلوك حضاري راقى، وهذا من خلال الالتزام بأبجديات العمل التجاري وتجنب الممارسات التجارية الخاطئة التي تجعل المنتجات المعروضة للبيع ضارة. وتكون هذه التوعية عن طريق توزيع مطويات تحمل معلومات فنية عن طبيعة المواد المختلفة وكيفية الحفاظ عليها في مختلف ظروف التخزين؛
2. حرص الجهات الرقابية على القيام بحملات رقابية دورية للتأكد من مدى التزام التجار باحترام شروط العرض والحفظ والتخزين؛
3. تحسيس المستهلك الجزائري بأنه شريك أساسي في حماية نفسه، وذلك بحثه على اتباع السلوك الشرائي السليم كالانتباه لتاريخ صلاحية المنتجات، والتغيرات التي تحدث في شكل المنتج أو لونه أو رائحته، وتجنب الشراء من الأماكن غير المهيئة لممارسة النشاطات التجارية، وفي هذا إسهام كبير من طرفه في تجسيد مبدأ الحماية الوقائية.

قائمة المراجع

1. أحمد محمد أحمد عبد الله، تقويم نشاط حماية المستهلك في مصر، أطروحة دكتوراه، كلية التجارة، جامعة عين شمس، مصر، 1983.
2. سامية لموشية، دور الجمعيات في حماية المستهلك، ورقة بحثية مقدمة إلى أعمال الملتقى الوطني: حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي، يومي 14/13 أفريل 2008.
3. صبحي الدراجي، حماية المستهلك: الدلالات الاجتماعية والاقتصادية وأهميتها في الأسواق التجارية، وانعكاساتها على تطوير الصناعات الوطنية، مجلة حماية المستهلك، شهرية، الجمعية الوطنية لحماية المستهلك، ع01، العراق، جويلية 2004.
4. صديق محمد عفيفي، محمد محمد إبراهيم، إدارة التسويق، دار النهضة العربية، القاهرة، 1982.
5. طارق الخير، حماية المستهلك ودورها في رفع مستوى الوعي الاستهلاكي لدى المواطن السوري، مجلة جامعة دمشق، م 17، ع 2، 2001.

6. الطاهر محمد الهيملي، مدى توافر حقوق المستهلك في السوق الليبي من منظور تسويقي: بحث ميداني استكشافي لمدى توافر الحقوق الأساسية للمستهلك من وجهة نظر جمهور المستهلكين الليبيين بمدينة طرابلس، مجلة العلوم الاقتصادية والسياسية، ع 9، 2017.
7. قالون جيلالي، دور المنتج والبائع في حماية المستهلك، ورقة بحثية مقدمة إلى أعمال الملتقى الوطني: حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي، يومي 14/13 أفريل 2008.
8. قراف عفاف، دراسة لسلوك المستهلك بين ما يحتاجه وما يقدمه له السوق (المؤثر والمتأثر): دراسة ميدانية لعينة من المستهلكين بمدينة الجلفة، مجلة دفاتر اقتصادية، م 6، ع 2، 2015.
9. ليث سليمان الربيعي، حقوق المستهلك، مجلة حماية المستهلك، شهرية، ع 22، الجمعية الوطنية لحماية المستهلك، العراق، أوت 2006.
10. محمد إبراهيم عبيدات، ياسمين عبد اللطيف السراي، اتجاهات المستهلكين نحو قضايا حماية المستهلك المحلية في الأردن، مجلة دراسات: العلوم الإدارية، م 42، ع 1، 2015.
11. ميسر أحمد حسين وآخرون، القصور في حماية المستهلك تجاه ارتفاع أسعار الأدوية المستوردة: دراسة استطلاعية لأراء عينة من المواطنين والمذاخر وأصحاب الصيدليات في سوق الأدوية في محافظة دهوك، المجلة الأكاديمية لجامعة نوروز، م 6، ع 2، 2017.
12. يونس مصطفى، تأثير خصائص المنتج على حماية المستهلك من وجهة نظر المستهلك: دراسة ميدانية لعينة من سكان ولاية الجلفة، مجلة دفاتر اقتصادية، م 6، ع 2، 2015.
13. الديوان الوطني للإحصاء، السكان المقيمين حسب السن والجنس وولاية الإقامة، [على الخط]، تاريخ الزيارة: 17 جويلية 2018، متاح على الرابط:
http://www.ons.dz/IMG/pdf/pop3_national.pdf
14. Manu Carricano & Fanny Poujol, **Analyses des données avec SPSS**, PEARSON Education, Paris, 2009.
15. Ndubisi Emmanuel C, Anyanwu Aham V, Nwankwo Cosmas A, **Protecting the Nigerian Consumer: An Expository Examination of the Role of Consumer Protecting Council**, Arabian Journal of Business and Management Review, Vol. 6, Issue. 4, 2016.
16. Philip Kotler & Gary Armstrong, **marketing an introduction**, 12th edition, Pearson Education Limited, England, 2015.

17. Rajib BHATTACHARYYA, **an Analysis on the Various of Consumer Protection in India**, International Journal of Research, Vol.1, Issue. 6, July 2014.
18. Shuangjun Xu, **Research on the Consumer Rights Protection in Online Shopping: an Empirical Analysis Based on Consumer Credit Law**, International Journal Of security and its Applications, Vol. 9, N.12, 2015.