

إدراك المستهلك الجزائري للتبئين (الوسم) على المنتجات الغذائية

-دراسة اراء عينة من المستهلكين الجزائريين-

**Algerian consumer awareness of the labeling of food products**

**Study the opinions of a sample of Algerian consumers.**

قاسي فاطمة الزهراء

طيب سليمان مليكة

(مخبر الابداع وتغيير المنظمات) جامعة لونيبي علي-البليدة2-، الجزائر \* (مخبر الصناعات التقليدية) جامعة

لونيبي علي، الجزائر

(f.kaci@univ-blida2.dz)

(malikataiebsolimane@gmail.com)

تاريخ القبول: 2021/06/18

تاريخ الاستلام: 2021/04/24

مستخلص:

يتمثل الهدف الأساسي لهذه الورقة البحثية في قياس درجة ادراك المستهلك الجزائري للوسم على المنتجات الغذائية الذي يعتبر أهم مصدر للمعلومات و التثقيف الصحي والتغذوي القائم على الأدلة لاتخاذ خيارات صحيحة فيما يتعلق باستهلاك المنتجات الغذائية لممارسات غذائية صحية. وقد توصلت نتائج البحث إلى أن المستهلك الجزائري يدرك أهمية وفوائد التبئين، ويقراً معلومات الوسم الغذائي قبل شراء المنتجات ولا يمكنه شراء منتجات غذائية بدون وسم. الكلمات المفتاحية: إدراك المستهلك؛ المنتجات الغذائية؛ الوسم الغذائي.

تصنيف JEL: M31؛ M39؛ D18

### Abstract:

The main objective of this research paper is to measure the degree of awareness of the Algerian consumer of the labeling on food products, which is the most important source of evidence-based health and nutritional education to make correct choices regarding the consumption of food products for healthy food practices.

The results of the research concluded that the Algerian consumer is aware of the importance and benefits of identification, reads food label information before purchasing products and cannot buy food products without a label.

**Keywords:** consumer awareness; food product; labeled products.

\* المؤلف المراسل.

## Jel Classification Codes : M31 ;M39 ; M18

### مقدمة

تقع على المستهلك مسؤولية معرفة معلومات البطاقة الغذائية أو البيانات/الوسم الموجودة على كافة المنتجات ومعرفة مكوناته خاصة المواد الغذائية منها، لما لذلك من فوائد على صحته وصحة أسرته حيث يشكل الانفاق على المنتجات الغذائية جزءا كبيرا من الميزانية العامة للأسرة حيث بلغت قيمة الانفاق السنوي الإجمالي للأسر الجزائرية على الغذاء 1875 مليار دينار سنة 2020 أي قرابة 42 بالمئة من اجمالي نفقات الاستهلاك السنوية (وليد.ع، 2020)، حيث يهمل الكثير من المستهلكين البحث عن المواد المكونة للمنتجات والتي تعتبر بمثابة دليل ومرشد غذائي مهم لصحة المستهلك والتي يمكن أن تساعده في اكتساب نظام غذائي صحي ومتوازن.

وتعتبر البطاقة الغذائية بمثابة هوية المؤسسة التي ترافق المنتجات وتقدم معلومات عامة حول خصائص ومكونات هذه المنتجات، كما أنها من أهم عوامل اختيار العلامات لما لذلك من فوائد صحية أو خطر على صحة المستهلك أو صحة أسرته جراء استهلاك هذه المنتجات. ورغم ذلك يتجاهل الكثير من المستهلكين هذه البطاقة ولا يبذلون جهدا لقراءتها، فمن المهم جداً أن يعي المستهلك أهمية هذا الملصق، ويفهم مكوناته، ليصبح قادراً على استخدامه لشراء المنتجات الأفضل، الغنية بالعناصر الغذائية المفيدة لجسمه والضرورية لحياته. ومن خلال ما سبق يمكن طرح التساؤل الأساسي لهذه الورقة البحثية كما يلي:

ما درجة ادراك المستهلك الجزائري للتبئين/الوسم على المنتجات الغذائية؟

ولحل التساؤل الرئيسي يمكن ان نشير إلى عدد من التساؤلات الفرعية:

1-هل يوجد فروق في ادراكات المستهلك الجزائري للتبئين على المنتجات الغذائية تعزى لمتغير النوع الاجتماعي؟

2-هل يوجد فروق في ادراكات المستهلك الجزائري للتبئين على المنتجات الغذائية تعزى لمتغير المستوى العلمي؟

3-هل توجد فروق في إدراك المستهلك الجزائري للتبئين على المنتجات الغذائية تعزى لمتغير السن؟

وعليه يمكن طرح الفرضيات التالية:

1- لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha=0.05$ ) في مستوى إدراك المستهلك الجزائري للتبيين تعزى لمتغير النوع الاجتماعي؛

2- لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة إحصائية ( $\alpha=0.05$ ) في مستوى إدراك المستهلك الجزائري للتبيين تعزى لمتغير المستوى التعليمي؛

3- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة إحصائية ( $\alpha=0.05$ ) في مستوى ادراك المستهلك الجزائري للتبيين تعزى لمتغير السن.

تهدف الدراسة الحالية واسئلتها إلى التعرف على درجة أو مستوى الادراك لدى المستهلكين الجزائريين بصفة عامة للتبيين أو الوسم على المنتجات الغذائية المغلفة دون غيرها من المنتجات من وجهة نظر العينة لما ذلك من دور فعال في تحقيق السلامة الصحية للمستهلك الجزائري.

كما تتجلى أهمية الدراسة وتبرز بشكل جلي من الناحيتين العلمية والعملية:

فمن الناحية العلمية تمثل الدراسة مجالاً خصبا لفتح مجالات عديدة للبحث العلمي من خلال التوسع في دراسة الإشكالات المطروحة بشكل أعمق وأكثر تخصصاً؛

اثارة دوافع المؤسسات الاقتصادية إلى إيجاد ضمانات لحماية المستهلكين بتوفير غذاء امن له يحمل كل المعلومات الضرورية.

اما من الناحية العملية فإننا حاولنا بهذه الدراسة إضافة الجديد إلى قائمة الموضوعات المتخصصة في دراسة المستهلك لاسيما في ظل النقص في المراجع المتخصصة التي عالجت الموضوع على حد علم الباحث وهو ما يجعله اثراء للمنظومة المعرفية.

تحديد درجة الوعي لدى المستهلك المنتجات الغذائية في الجزائر ومدى حرصه أو التزامه بقراءة مكونات المنتجات المشتراة.

كما تعتبر هذه الدراسة من الدراسات التحليلية الميدانية التي تهتم بتحسين صحة الفرد لما لها من دور على صحة المجتمع.

أما عن حدود البحث فقد خصت الدراسة المستهلكين الجزائريين بولاية البليدة وأنه تم المسح عبر مواقع التواصل الاجتماعي بعد نشر استبيان الكتروني من نوع google forms وبذلك فإن محدداتها الجغرافية لا تسمح بتعميم نتائجها على المستوى الوطني، ولم تركز على منتج غذائي دون غيره فقد كانت الدراسة على العملية الاستهلاكية لجميع المنتجات الغذائية المغلفة التي تحمل بيانات دون استثناء والتي يشتريها المستهلك عادة.

وقد اقتضت هذه الدراسة استخدام المنهج الوصفي الذي يقوم أساساً على قاعدة الوصف الدقيق والتحليل المعمق: كما تم توجيه أداة الدراسة المتمثلة في الاستبيان الالكتروني لكل المستهلكين

الجزائريين للمنتجات الغذائية المغلفة بمدينة البليدة باستخدام العينة الغير عشوائية والتي كان عددها 156 مفردة في مدة 15 يوم، كما تم التحليل الاحصائي لأداة الدراسة باستعمال برنامج 25 . spss

أما بخصوص الدراسات السابقة فالدراسات حول تأثير البطاقة الغذائية أو التبیین على سلوك المستهلك متعددة، حيث ركزت بعضها على مدى فهم المشتري لهذه المعلومات ومدى قبولها (Drichoutis et al., 2011)، وبعضها على التغييرات المحتملة التي تحدثها على مستوى اراء ومواقف المستهلكين، وبعضها الآخر ركزت على الابعاد السوسيو-ديموغرافية وكيفية تأثيرها (السن، المؤهل العلمي و الجنس)، كما ركزت أخرى على معرفة مدى مساهمتها في تبني عادات غذائية صحية والذي يبقى تأثيرها محدود، حيث يرتبط خاصة بالفئات الاجتماعية ففي حالة الفئات الأقل حرمانا فهي تستعمل التبیین بشكل أقل، كما يثق أغلبية المستهلكين في معلومات الوسم لكن يجدون صعوبة في فهمها، نافعة لأنها تطور المعرفة الصحية وتزيدهم قيمة (Campos et al., 2011). (Ruffieux, 2013, p. 1)

ومن أجل المعالجة السليمة لهذا الموضوع فقد قمنا بتقسيم البحث إلى جزئين:

**1-مدخل مفاهيمي للتبیین:** مصطلح التبیین هو مفهوم متعدد المصطلحات مثل الوسم، قائمة المعلومات الغذائية، الملصق الغذائي، البطاقة الغذائية ... تصب كلها في نفس المفهوم تقريبا، وتمثل أهم هذه المفاهيم فيما يلي:

### **1-1 مفهوم التبیین:**

بعد تصميم عبوة وغلاف المنتج وتحديد شكله ولونه المناسب لابد من وجود رسالة تجارية تواجه المستهلك قبل أن يفتح الغلاف تتمثل في وضع بيانات قد تكون على الغلاف أو بطاقة مرفقة بالمنتج. (كمال، 2010/2011، صفحة 122) والغرض من وضع هذه البيانات على بطاقة العبوة هو مد المستهلك بالحقائق التي تمكنه من الاختيار الواعي للسلعة التي يرغب في شرائها. (سرحان، 2017/2016، صفحة 46). كما يساعد التبیین على تثقيف المستهلك وزيادة معارفه وبالتالي قدرته على المفاضلة بين الأصناف البديلة، فالمستهلك بطبيعة الحال يرتاح إلى المنتوجات ذات الأغلفة التي بها بيانات. (كمال، 2010/2011، صفحة 128)

وحسب منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة يعتبر الوسم الغذائي، المعلومات المقدمة على المنتجات الغذائية، أحد أهم الوسائل المباشرة لتوصيل المعلومات إلى المستهلك، مثل المكونات،

والجودة والقيمة الغذائية. والتعريف المقبول دوليا للوسم الغذائي هو أي ملصقة، أو علامة تجارية، أو إشارة، أو صورة، أو مادة وصفية أخرى، مكتوبة، أو مطبوعة، أو مرسومة، أو معلّمة، أو منقوشة، أو مختومة، أو مرفقة بحاوية طعام أو منتج غذائي. ويمكن أن تصاحب هذه المعلومات أيضا الطعام أو يتم عرضها بالقرب من الطعام للترويج لبيعها. (المتحدة، 2021)

ويلعب الوسم دورا كبيرا في التعريف بالمنتجات فهي وسيلة اطلاع المستهلك على طبيعة المنتجات، نوعها مكوناتها، صلاحيتها، شروط الحفظ وطريقة الاستعمال مما يمكن المستهلك من توقي المخاطر التي قد تلحق ضررا بصحته وسلامته. (الحق، 2009/2008، صفحة 89)، وتمثل هذه المعلومات في: المواد التي يتكون منها المنتج، مواصفات السلعة من حيث اللون، الكمية، الحجم، تاريخ الإنتاج وتاريخ انتهاء الصلاحية، طريقة الاستخدام، أساليب التخزين والمحافظة على المنتج، التحذيرات، اسم المؤسسة المنتجة وعنوانها، اسم البلد الذي صنعت فيه. (كمال، 2011/2010، صفحة 123). فوضع البيانات على بطاقات عبوات الأغذية هو الأداة الأساسية للاتصال بين منتج الغذاء وبائعه من ناحية، وبين المشتري والمستهلك من ناحية أخرى، والغرض من وضع البيانات على بطاقة العبوة هو مد المستهلك بالحقائق التي تمكنه من الاختيار الواعي للسلعة التي يرغب في شرائها. (سرحان، 2017/2016، صفحة 46).

من خلال ما سبق يظهر لنا أن التبيين هو مجموع البيانات التي توضع على المنتجات للتعريف بها وبمكوناتها، تساعد المستهلك على اختيار المنتجات التي يحتاجها واتخاذ القرارات الشرائية الصائبة. فهي بطاقة تحوي على كثير من المعلومات الغذائية المهمة عن المنتج وتكون على شكل جدول صغير على غلاف المنتج الخارجي توفر هذه الملصقات الغذائية معلومات أساسية حول المنتج الغذائي ضروري على المستهلك أو المشتري قراءتها والتعرف على محتويات المنتجات التي يشتريها.

## 2-1 أهمية التبيين: تتمثل أهمية التبيين أو البطاقة الغذائية في العناصر التالية:

- حماية المستهلك صحيا من الغش والخداع باطلاعه على محتويات المنتج؛
- مساعدة المستهلك على تحقيق أكبر فائدة ممكنة عند استعمال المنتج بتزويده بكل المعلومات لتسهيل عملية اتخاذ قرار الشراء؛
- الاعلام والاتصال مع المستهلك بطريقة سهلة وبسيطة وترك حرية الاختيار له بين البدائل؛
- إنجاح العملية الترويجية والاتصالية لإثارة الرغبة لشراء المنتج؛
- إنجاح متجر الخدمة الذاتية بتوفير البيانات الكافية ومساعدة رجال البيع في الرد على الاستفسارات. (مصباح، 2010/2009، صفحة 87)

-كما يسهل التبئين عملية البيع بتقليل الوقت اللازم لإقناع المستهلك بشراء المنتج وشرح استعمالاته؛

-عندما يتخذ المستهلك قرار الشراء بناء على المعلومات الموضحة على العبوات فإن نسبة الشكاوى سوف تنخفض. (راج، 2014/2013، صفحة 55).

وتعاطف أهمية الادلاء بالبيانات للمستهلك وامداده بالمعلومات في مجال السلع ذات الصلة الوثيقة بالصحة مثل المنتجات الغذائية، فمعرفة المكونات التي تدخل في تركيب الأغذية لها أهمية كبيرة خاصة بالنسبة لبعض الأشخاص من ذوي الحساسية لبعض المركبات، حيث يلتزم المتدخل بأن يضع على المنتجات الغذائية نشرة تتضمن كل البيانات والمعلومات المتصلة بها. (خالد، 2020، صفحة 140).

### 3-1 القواعد الوقائية الخاصة بوسم المنتجات الغذائية:

يعتبر وسم المنتجات وسيلة تسويقية أستعيض بها عن أسلوب العرض في الهواء الطلق، ومن بينها المنتجات الغذائية ونظرا للمخاطر التي تلحق بالمستهلك نتيجة الأضرار التي تنجم بفعل معلومات كاذبة ومضللة المقدمة شفاهة للمستهلك، فرض المشرع على المتدخل اعلام المستهلك بواسطة الوسم بشأن المنتجات التي يقدمها. وبالتالي فمن باب الوقاية يتوجب على منتجي السلع الغذائية الالتزام عن طريق الوسم ليكون وسيلة لإعلام المستهلك عن المنتج الغذائي بشكل مسبق وعادل وحققي ومفصل ودقيق بكافة البيانات والخصائص. (خالد، 2020، صفحة 140)

وتعتبر الصناعات الغذائية أحد أهم قطاعات الصناعات التحويلية الرئيسية، كما أنها تلعب دورا هاما في تهيئة المحيط ومفصل هام في السلسلة الغذائية ووسيط أكيد بين الحقل والمائدة، كما أنها تعتبر من الصناعات الاستراتيجية لأنها المساهم بشكل كبير في تأمين الغذاء للإنسان وتعمل على تحقيق قدر كبير من الاشباع من المنتجات الغذائية التي لا غنى عنها. (سرحان، 2017/2016، صفحة 37).

2-تحليل نتائج الاستبيان: وهو مقسم إلى أربعة فروع تتضمن الدراسة الوصفية ونتائج اختبار الفرضيات كما يلي:

1-2 الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة: ان السعي نحو الالمام بجوانب موضوع الدراسة يتطلب عرضا تفصيليا لأهم الخصائص الديموغرافية التي تتميز بها عينة الدراسة:

جدول رقم(01): توزيع عينة الدراسة حسب العوامل الديموغرافية.

البيان	الجنس	المستوى التعليمي	السن
التكرار	أنثى: 78	ابتدائي: 02	من 20 إلى 30 سنة: 70
	ذكر: 78	متوسط: 00	من 31 إلى 40 سنة: 54
		ثانوي: 04	من 41 إلى 50 سنة: 30
		جامعي: 150	أكثر من 50 سنة: 02
المجموع	156	156	156
النسبة المئوية	أنثى: 50%	ابتدائي: 1.3%	من 20 إلى 30 سنة: 44.9%
	ذكر: 50%	متوسط: 0%	من 31 إلى 40 سنة: 34.6%
		ثانوي: 2.6%	من 41 إلى 50 سنة: 19.2%
		جامعي: 96.2%	أكثر من 50 سنة: 0.12%
المجموع	100%	100%	100%

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على تحليل احصائي spss

من خلال نتائج الجدول رقم 01 يتضح لنا التكرارات والنسب المئوية لجميع المتغيرات الديموغرافية المستعملة في الدراسة حيث يبلغ العدد الكلي للعينة 156 مفردة مقسمة إلى 78 أنثى و78 ذكر ثم تقسيمات هذه العينة على مختلف الفئات العمرية والمستويات التعليمية. 2-2 اختبار الثبات لأسئلة الاستبيان: وللتأكد من ثبات الأداة فقد تم استخراج معامل الاتساق الداخلي لأداة الدراسة وفقا لإجابات عينة الدراسة والبالغ عددها (156) فردا باستخدام معامل ألفا كرونباخ لكل أسئلة الاستبيان.

جدول رقم (02): صدق ثبات الاستبيان من خلال معامل ألفا كرونباخ

عدد الأسئلة	معامل ألفا كرونباخ
29	0.747

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على تحليل احصائي spss

يوضح الجدول رقم 02 أن قيمة الفا كرونباخ تساوي 0.747 وهي مرتفعة وموجبة وأن عدد العبارات هو 29، وهو ما يدل على أن الدراسة تتمتع بثبات جيد.

### 3-2 حساب المتوسط المرجح لإجابات العينة:

وذلك على الأسئلة الواردة في شكل مشابه لمقياس ليكرت بغرض معرفة اتجاه اراء المستجوبين حيث يتمثل المحور الأول في المتغيرات الديموغرافية:

جدول رقم(03): المتوسطات المرجحة لعبارات الاستبيان.

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
			<b>المحور2: إدراك المستهلك الجزائري للتبئين:</b>
موافق تماما	0.5157	4.3077	-التبئين هو وسيلة من وسائل التعريف بالمنتجات بصفة عامة
موافق تماما	0.6420	4.3590	- التبئين هو وسيلة لإرشاد المستهلك لحماية نفسه
موافق	0.8796	4.1154	- عن طريق التبئين يمكن معرفة كل المعلومات التي يحتاجها المستهلك عن المنتجات الغذائية
موافق تماما	0.6136	4.2597	- ضروري قراءة بيانات المنتجات الغذائية كلها
محايد	1.2010	2.8645	- حماية المستهلك هي حماية فردية
موافق تماما	0.6374	4.5128	- حماية المستهلك هي حماية مشتركة بين الحكومة،

			المؤسسة والمستهلك
غير موافق	0.9624	1.9487	- يمكن أن أشتري منتجات غذائية بدون بيانات
موافق تماما	0.5402	4.6923	- المؤسسة مجبرة بتوفير كافة البيانات على أغلفة المنتجات الغذائية
موافق تماما	0.7618	4.3205	- اقرأ بيانات المنتجات الغذائية قبل شرائها
			المحور3: فوائد التبئين:
موافق تماما	0.4901	4.6923	- بيانات البطاقة الغذائية مهمة بالنسبة لي
موافق	0.8604	3.5385	- معلومات البطاقة الغذائية هي معلومات حقيقية وموضوعية
موافق	0.9289	3.4103	- معلومات البطاقة الغذائية هي معلومات مفهومة وواضحة
موافق	0.7424	4.1282	- تختلف أهمية معلومات البطاقة الغذائية حسب طبيعة المنتجات
موافق	0.7925	4.0641	- تعتبر معلومات البطاقة الغذائية أهم مصادر الحصول على معلومات حول المنتجات الغذائية
موافق	1.0203	3.6026	- يتم قراءة معلومات بطاقة أغلب المنتجات الغذائية
موافق	0.8484	3.7179	- يتم قراءة البطاقة الغذائية للمنتجات حسب الوقت المتوفر اثناء القيام بعملية الشراء
موافق تماما	0.8147	4.4744	- تصبح معلومات البطاقة الغذائية ضرورية أكثر في حالة شراء منتجات جديدة

موافق	0.9601	4.1410	- التبئين للمنتجات الغذائية هو أكثر أهمية من بقية المنتجات
			المحور4:أهمية مكونات البطاقة الغذائية:
مهمة جدا	0.6244	4.6282	- اسم وعلامة المنتج
مهمة	0.8929	4.0513	- عنوان، هاتف والبريد الالكتروني للمؤسسة
مهمة جدا	0.4848	4.7051	- خصائص وصفات المنتج(المواد المكونة للمنتج)
مهمة جدا	0.2867	4.9103	- تاريخ الإنتاج وتاريخ انتهاء الصلاحية
مهمة جدا	0.8988	4.3077	- أسلوب التخزين
مهمة جدا	0.7609	4.2564	- اسم البلد الذي صنعت فيه
مهمة جدا	0.7245	4.3974	- طريقة استعمال المنتج
مهمة جدا	0.5860	4.6923	- التحذيرات
مهمة جدا	0.6136	4.5641	- شروط الحفظ
مهمة جدا	0.6493	4.3974	- النصائح والتوجيهات
مهمة جدا	0.7474	4.2179	- مؤشرات القيمة الغذائية

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على تحليل احصائي spss

ما يلاحظ من خلال عمود المتوسط المرجح ومقارنة القيم بمجالات الاتجاه ان جل القيم تنتمي إلى الاتجاه موافق تماما و الاتجاه موافق، ماعدا عبارة يمكن أن اشترى منتجات غذائية بدون بيانات وهذا ما يدل على الوعي الصحي والسلوكي الذي تتميز به عينة الدراسة واداركهم لفوائد التبیین، أما العبارة الوحيدة التي كان اتجاهها محايد تتمثل في حماية المستهلك هي حماية فردية والتي كان متوسط اجاباتها محايد، أما محور أهمية البيانات التي تتكون منها البطاقة الغذائية فكانت كلها مهمة جدا وتتجه نحو القبول التام من طرف عينة البحث، ماعدا عبارة عنوان المؤسسة والهاتف والبريد التي كانت مهمة.

3- نتائج اختبار الفرضيات: وهنا يتم اختبار فرضيات الدراسة باستعمال الإحصاء الاستدلالي:  
1-3 اجراء اختبار كاي للاستقلالية: سيتم من خلال هذا الجزء اختبار مربع كاي للاستقلالية بين كل متغيرين من متغيرات الدراسة الوصفية (العوامل الديموغرافية):

1-1-3 اختبار مربع كاي بين متغير الجنس ومتغير السن:

وذلك بوضع فرض العدم ف0: لا توجد علاقة بين الجنس والسن؛

أمام الفرض البديل ف1: توجد علاقة بين الجنس والسن.

جدول رقم (04): الجدول المزدوج بين الجنس والسن

الجنس	من 20 إلى 30 سنة	من 31 إلى 40 سنة	من 41 إلى 50 سنة	أكثر من 50 سنة	المجموع
أنثى	38	22	16	02	78
ذكر	32	32	14	00	78
المجموع	70	45	30	02	156

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على تحليل احصائي spss

ويظهر من الجدول السابق القراءات المزدوجة بين المتغيرين حيث يوضح تقسيم فئة الإناث على مختلف الفئات العمرية وعددها 78، وأيضا تقسيم فئة الذكور على مختلف الفئات العمرية وعددها الكلي أيضا 78 ذكر.

جدول رقم (05): اختبار مربع كاي بين الجنس والسن

قيمة كا2	القيمة الاحتمالية	الاستنتاج
4.499	0.343	لا توجد علاقة دالة

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على تحليل احصائي spss

يعطي الجدول السابق قيمة مربع كاي (وتساوي 4.499) واحتمال المعنوية (وقيمته 0.345) وهي قيمة أكبر من 0.05 مما يعني عدم وجود دلالة إحصائية، وبالتالي نقبل الفرضية الصفرية أي انه لا توجد علاقة بين الجنس والسن.

### 3-2 اختبار مربع كاي بين متغير المستوى التعليمي والسن:

وذلك بوضع فرض العدم ف0: لا توجد علاقة بين المستوى التعليمي والسن؛  
أمام الفرض البديل ف1: توجد علاقة بين المستوى التعليمي والسن.

#### جدول رقم (06) : الجدول المزدوج بين المستوى التعليمي والسن

المجموع	أكثر من 50 سنة	من 41 إلى 50 سنة	من 31 إلى 40 سنة	من 20 إلى 30 سنة	المستوى التعليمي/ السن
02	00	02	00	00	ابتدائي
04	00	00	04	00	ثانوي
150	02	28	50	70	جامعي
156	02	30	54	70	المجموع

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على تحليل احصائي spss

يوضح الجدول السابق قراءات مزدوجة لمتغير المستوى التعليمي ومتغير السن، حيث نلاحظ تقسيم مختلف المستويات التعليمية على مختلف الفئات العمرية وعدد كل فئة مع كل مستوى حيث العدد الإجمالي للعينة هو 156 مفردة.

#### جدول رقم (07): اختبار مربع كاي بين المستوى التعليمي والسن.

الاستنتاج	القيمة الاحتمالية	قيمة كا 2
لا توجد علاقة دالة بين المتغيرين	0.040	16.162

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على تحليل احصائي spss

يعطي الجدول السابق قيمة مربع كاي (وتساوي 16.162) واحتمال المعنوية (وقيمته 0.40) وهي قيمة أكبر من 0.05 مما يعني عدم وجود دلالة إحصائية، أي أنه لا توجد علاقة بين المستوى التعليمي والسن.

### 3-3- اختبار مربع كاي بين الجنس والمستوى التعليمي:

وذلك بوضع فرض العدم ف0: لا توجد علاقة بين الجنس والمستوى التعليمي؛  
أمام الفرض البديل ف1: توجد علاقة بين الجنس والمستوى التعليمي.

#### جدول رقم (08) : الجدول المزدوج بين متغير الجنس والمستوى التعليمي

الجنس/المستوى التعليمي	جامعي	ثانوي	ابتدائي	المجموع
أنثى	74	02	02	78
ذكر	76	02	00	78
المجموع	150	04	02	156

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على تحليل احصائي spss

يوضح الجدول المزدوج لمتغير الجنس و متغير المستوى التعليمي حيث مجموع الإناث 78 موزع كما يلي 74 مستوى جامعي، 2 ثانوي و2 ابتدائي، كما يمثل مجموع الذكور 78 مفردة أيضا مقسمة إلى 76 مستوى جامعي و 2 ثانوي ويلاحظ من خلال الجدول عدم مشاركة افراد من مستوى متوسط، حيث أغلب المشاركين في المسح هم من مستوى جامعي.

#### جدول رقم (09): اختبار مربع كاي بين الجنس والمستوى التعليمي

الاستنتاج	القيمة الاحتمالية	كا
لا توجد علاقة دالة بين المتغيرين	0.363	2.027

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على تحليل احصائي spss

الجدول السابق يعطي قيمة مربع كاي (وتساوي 2.027) واحتمال المعنوية (وقيمته 0.363) وهي قيمة أكبر من 0.05 مما يعني عدم وجود دلالة إحصائية، أي أنه لا توجد علاقة بين الجنس والمستوى التعليمي وبالتالي نقبل الفرضية الصفرية.

#### 3-2 إجراء اختبار فرق المتوسطين(ت):

وذلك بوضع فرض العدم ف0: لا توجد فروق بين متوسطات إجابات العينة تبعا للجنس؛  
أمام الفرض البديل ف1: توجد فروق بين متوسطات إجابات العينة تبعا للجنس.

#### جدول رقم (10) : اختبار(ت) لفرق المتوسطين على متغير الجنس.

النوع	المتوسط	الانحراف	قيمة ت	القيمة الاحتمالية	الدلالة الإحصائية	الاستنتاج
ذكر <td>الحسابي <td></td> <td></td> <td>Sig.(2-</td> <td>sig</td> <td></td> </td>	الحسابي <td></td> <td></td> <td>Sig.(2-</td> <td>sig</td> <td></td>			Sig.(2-	sig	

		tailed)				أنثى	
لا توجد فروق	0.719	0.687	-0.404	0.3993	3.9184	78	المحور الأول
		0.687	-0.404	0.3608	3.9402	78	
لا توجد فروق	0.84	0.97	-1.669	0.4455	3.9259	78	المحور الثاني
		0.97	-1.669	0.03719	4.0228	78	
لا توجد فروق	0.189	0.81	1.758	0.04043	4.5198	78	المحور الثالث
		0.81	1.758	0.04566	4.4126	78	

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على تحليل احصائي spss

يتضح من الاختبار الأول عدم وجود دلالة، حيث قيم الدلالة للمحاور الثلاثة هي على الترتيب: 0.719، 0.84، 0.189 وجميعها أكبر من 0.05 أي هناك تجانس بين الذكور والاناث مما يعني الاعتماد لدلالة اختبار (ت) على قيم الدلالة الأولى في العمود القيمة الاحتمالية. وحيث أننا قبلنا أن هناك تجانس نتعامل مع احتمالات المعنوية لاختبار (ت) للفرق بين المتوسطين هي على التوالي: 0.687، 0.97، 0.81 والتي بدورها تؤكد عدم وجود اختلاف حسب النوع لكل محور. 4- اختبار تحليل التباين الأحادي ANOVA : (العوامل الديموغرافية ذات التقسيمات الأعلى من الثنائية).

1-4- تحليل التباين الأحادي لكل اجمالي محور من محاور الدراسة على متغير المستوى التعليمي وذلك بوضع فرض العدم ف0: لا توجد فروق بين متوسطات إجابات العينة تبعاً للمستوى التعليمي؛

أمام الفرض البديل ف1: توجد فروق بين متوسطات إجابات العينة تبعاً للمستوى التعليمي.

جدول رقم (11): التباين الأحادي لمتغير المستوى التعليمي

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الإحصائية sig	الاستنتاج
--------------	----------------	-------------	----------------	--------	-----------------------	-----------

لا توجد فروق ذات دلالة احصائية	0.115	2.193	0.243	2	0.485	المحور الأول من المجموعات
			0.11	153	16.931	داخل المجموعات
				155	17.416	الكلية
لا توجد فروق ذات دلالة احصائية	0.432	0.844	1.112	2	0.225	المحور الثاني من المجموعات
			0.133	153	20.364	داخل المجموعات
				155	20.589	الكلية
لا توجد فروق ذات دلالة احصائية	0.96	2.377	0.343	2	0.687	المحور الثالث من المجموعات
			0.144	153	22.102	داخل المجموعات
				153	22.789	الكلية

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على تحليل احصائي spss

يلاحظ من الجدول رقم 11 مستوى الدلالة sig. وهو على الترتيب 0.115، 0.432، 0.96 وهي أكبر من المستوى المقبول 0.05، مما يدل على عدم وجود فروق أي عدم وجود دلالة ولذا فمتوسطات المجموعات متساوية أي لا يوجد فروق بين متوسطات إجابات العينة تبعا لمتغير المستوى التعليمي.

2-4- تحليل التباين الأحادي لكل اجمالي محور من محاور الدراسة على متغير السن :  
وذلك بوضع فرض العدم ف0: لا توجد فروق بين متوسطات إجابات العينة تبعا للسن؛

أمام الفرض البديل ف1: توجد فروق بين متوسطات إجابات العينة تبعا للسن.

جدول رقم (12): التبئين الأحادي لمتغير السن.

الاستنتاج	الدلالة الإحصائية sig	قيمة ف	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التبئين
توجد فروق ذات دلالة احصائية	0.022	2.949	0.316	4	1.262	المحور الأول
			0.107	151	16.154	داخل المجموعات
				155	17.416	الكلي
لا توجد فروق ذات دلالة احصائية	0.080	2.130	0.275	4	1.100	المحور الثاني
			0.129	151	19.489	داخل المجموعات
				155	20.589	الكلي
لا توجد فروق ذات دلالة احصائية	0.12	3.343	0.463	4	1.854	المحور الثالث
			0.139	151	20.935	داخل المجموعات
				155	22.789	الكلي

							الكلبي
--	--	--	--	--	--	--	--------

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على تحليل احصائي spss

يلاحظ من الجدول رقم 12 مستوى الدلالة sig. للمحور الثاني والثالث على الترتيب (0.080، 0.12) وهي أكبر من المستوى المقبول 0.05، مما يدل على عدم وجود فروق أي عدم وجود دلالة ولذا فمتوسطات المجموعات متساوية أي لا يوجد فروق بين متوسطات إجابات العينة تبعا لمتغير السن. أما المحور الأول فمستوى الدلالة يساوي 0.22 وهي أقل من 0.05 وهذا يدل على وجود فرق بين متوسطات إجابات العينة تبعا للسن في المحور الأول.

#### خلاصة

تعتبر عملية وضع الملصقات على المنتجات الغذائية والاستهلاكية أمرا مهما للتعريف بمكونات هذه المنتجات بغرض توضيح المقادير أو المكونات التي يحتويها المنتج، وتلعب دورا في التأثير على سلوك المستهلكين وقرارات الشراء لوقايتهم وحمايتهم من المخاطر التي قد يتعرضون لها بسبب استهلاكهم للمواد الغذائية، ومن خلا الدراسة الميدانية لعينة الدراسة تم التوصل إلى النتائج التالية:

- يدرك المستهلك الجزائري للمنتجات الغذائية ضرورة الوسم الغذائي على اغلفة المنتجات الغذائية؛

- يتميز المستهلك الجزائري بالوعي الكامل لأهمية وفوائد الوسم على المنتجات الغذائية ويدرك ضرورته ودوره؛

- يحرص المستهلك الجزائري عينة الدراسة ويلتزم بقراءة مكونات المنتجات الغذائية المشتراة؛  
- يدرك المستهلك الجزائري أن التبين هو وسيلة للتعريف بالمنتجات وارشاده إلى المعلومات التي يحتاجها؛

- لا يشترى المستهلك الجزائري منتجات غذائية بدون بيانات أو بدون قراءة البيانات الموجودة؛

- يعتبر المستهلك الجزائري للمنتجات الغذائية أن كل بيانات البطاقة الغذائية مهمة؛  
- يشارك المستهلك الجزائري في حماية نفسه من خلال اختيار المنتجات التي عليها البيانات التي يحتاجها؛

- كما يعتبر المستهلك الجزائري أن معلومات البطاقة الغذائية هي معلومات حقيقية، مفهومة وأهم مصدر للحصول على معلومات حول المنتجات الغذائية بصفة عامة؛

-يساهم وعي المستهلك وفهمه الكامل للملصقات الغذائية بتجنب الادعاءات المضللة في بعض المنتجات، واختيار المنتجات الصحية المناسبة لنظامه الغذائي؛  
-إدراك المستهلك الجزائري للتبئين دليل على اهتمامه بصحته وبصحة المجتمع.  
وبناء على هذه النتائج المتوصل إليها نقترح التوصيات التالي ذكرها:  
-القيام بقياس ادراك المستهلك الجزائري للتبئين على مستوى الوطن وعلى مستوى الولايات ولكل أنواع المنتجات كل فئة على حدى لتأكيد درجة الادراك والفروقات الممكن ايجادها باختلاف هذه المتغيرات، حيث تبقى الدراسة الحالية محدودة تخص المنتجات الغذائية فقط؛  
-ضرورة نشر الثقافة الصحية من طرف وسائل الاعلام والمدارس والجامعات ونشر الوعي الصحي لجميع الفئات العمرية والمستويات التعليمية؛  
-ضرورة مواصلة جمعيات حماية المستهلك بالتحسيس والتوعية لاحترام القواعد الوقائية وحماية المستهلك صحيا وتثقيفه بضرورة حماية نفسه بقراءة مكونات المنتجات التي يقتنمها لأنه الطرف الأول في عملية الشراء؛  
-حماية المستهلك من كل ممارسات الخداع والتضليل ببيعه منتجات بدون بيانات أو اجباره على شرائها أو توفير بيانات غامضة، غير مفهومة أو ناقصة؛  
-احترام الوعي الثقافي للمستهلك الجزائري بوضع المعلومات الضرورية من وجهة نظره والتي تحتاجها كل فئة حسب احتياجاتها مثل فئة الرياضيين، المرضى، الأطفال. الخ؛  
-الاستخدام الصحيح للوسوم الغذائية يتطلب توفير حملات توعية وبرامج تثقيفية بشكل مستمر لمساعدة المستهلكين على فهم واستخدام الوسوم بشكل جيد؛  
-قيام وزارة التجارة بالتعاون مع وزارة الصحة باجبارية وضع الوسم الغذائي على كل المنتجات الغذائية دون استثناء ومراقبتها باستمرار ومراقبة مكوناتها وقياس درجة صحة ووضوح المعلومات المدرجة على هاته المنتجات.

#### ❖ المصادر والمراجع

#### ➤ المقالات في مجلة علمية

بن خالد، فاتح، 2020، القواعد الوقائية لتحقيق أمن المنتوجات الغذائية. مجلة الاداب والعلوم الاجتماعية، 17-01، 135-152، الجزائر.

### ➤ الرسائل الجامعية

- أوكيل، رايح، 2014/2013 التغليف المتميز وتأثيره على قرار الشراء-دراسة مقارنة بين مؤسسات المشروبات الغازية:كوكا كولا، بيبسي، حمود بوعلام، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة احمد بوقرة.ومرداس، الجزائر.
- بن يمينة، كمال، 2011/2010، تأثير التعبئة والتغليف على السلوك الشرائي للمستهلك الشرائي-دراسة ملبنة ترافل البلدية. مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة ابي بكر بلقايد، الجزائر.
- سرحان، سامية، 2017/2016، اثر المتطلبات البيئية للتعبئة والتغليف على صادرات الجزائر من المنتجات الغذائية. أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف 1، الجزائر مصباح، ليلي، 2010/2009، دور التغليف في النشاط الترويجي-دراسة حالة شركة الأطلس لمشروبات بيبسي كولا- بالجزائر العاصمة. مذكرة ماجستير بكلية العلوم الاقتصادية العلوم التجارية وعلوم التسيير بجامعة الاخوة منتوري. قسنطينة، الجزائر.
- ماني، عبد الحق، 2009/2008، حق المستهلك في الاعلام دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والمصري. كلية الحقوق و العلوم السياسية جامعة محمد خيضر، الجزائر.

### ➤ المواقع الالكترونية

- منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة، 2021، توسيم الأغذية، <http://www.fao.org/food-labelling/ar/>، وليدع. الأسر الجزائرية أنفقت قرابة 200 ألف مليار على الغذاء خلال سنة. الشروق، <https://www.echoroukonline.com/> الأسر-الجزائرية-أنفقت-قرابة-200-ألف-مليار/

### المراجع باللغة اللاتينية:

- Ruffieux, b. (2013, juin). L'étiquetage nutritionnel face à l'arbitrage goût-santé. **INRA sciences sociales**, recherches en economie et sociologie rurales(5-6/2012).