

مؤسسات حماية المستهلك وأثرها في توعية المستهلك بحقوقه بالإشارة للجمعية السودانية لحماية المستهلك

د. منى عبد الرحمن حسن عبد الرحمن¹

¹ الكلية الجامعية بترية، جامعة الطائف، المملكة العربية السعودية.

بريد الكتروني: ghalib.5544@gmail.com

HNSJ, 2024, 5(6); <https://doi.org/10.53796/hnsj56/2>

تاريخ القبول: 2024/05/05م

تاريخ النشر: 2024/06/01م

المستخلص

تمثلت مشكلة البحث في عدم وعي المستهلك بحقوقه وواجباته تجاه السلع والخدمات التي تمكنه من عدم الوقوع في فخ عمليات التضليل والغش من قبل المنتجين. وعدم معرفة المستهلك بالدور الذي تقوم به مؤسسات حماية المستهلك في حفظ سلامته والدفاع عن حقوقه.

تهدف الدراسة إلى التعرف على الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس ودورها في الرقابة على السلع والخدمات المنتجة محلياً والمستوردة، والجمعية السودانية لحماية المستهلك تعريفها، نشاطها، ودورها في تعريف المستهلك بحقوقه وواجباته.

استخدم البحث المنهج الوصفي التحليلي ودراسة الحالة واستفاد من أسلوب الإحصاء التحليلي تحليل الانحدار و(T.test) لقياس العلاقة بين متغيرات الدراسة؛ بهدف إعطاء مؤشرات لقبول أو رفض فروض البحث والتي من أهمها: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين نشاط الجمعية السودانية لحماية المستهلك وجودة السلع السودانية. أظهرت نتائج التحليل التي توصلت إليها الدراسة قبول الفرضيات والتي من أهمها: ساهمت الجمعية السودانية لحماية المستهلك في توعية المستهلك بالاهتمام بجودة السلع المقدمة له. أختتم البحث بعدة توصيات أهمها: التنسيق الجيد بين مؤسسات حماية المستهلك الرسمية وغير الرسمية لإحكام الرقابة لضبط السلع غير المطابقة للمواصفات القياسية على المحلات التجارية والأسواق وخاصة بالأحياء الطرفية.

RESEARCH TITLE

Consumer protection institutions and their impact on educating consumers about their rights, with reference to the Sudanese Consumer Protection Association

Dr. Mona Abdel Rahman Hassan Abdel Rahman¹

¹ Tarbah University College, Taif University, Kingdom of Saudi Arabia. Email: ghalib.5544@gmail.com

HNSJ, 2024, 5(6); <https://doi.org/10.53796/hnsj56/2>

Published at 01/06/2024

Accepted at 05/05/2024

Abstract

The problem in this research is the lack of consumers' awareness of their rights and duties towards goods and services that enable them to not to fall into the trap of deception and fraud operations by producers. Also, there is lack of consumer's knowledge of the role played by consumer protection institutions in keeping integrity and defend their rights.

The objective of this research is to highlight the role of the Sudanese Standards and Metrology Organization (SSMO) in the control of goods and services that locally produced or imported. Moreover, the research aims to identify roles and activities of the Sudanese Consumers Protection Society (SCPS) in the respective rights and duties of consumers.

The search uses descriptive analytical method, the situation study and takes advantage of the analytical method and statistical regression analysis and T.test to measure the relationship between the variables of the study in order to give indications to accept or reject hypotheses; the most important hypotheses are: There is a statistically significant relationship between the activities of the Sudanese Consumers Protection Society (SCPS) and the quality of goods in Sudan;

The research has come out with key findings, that lead to the accept once of the main hypothesis as follows: The Sudanese Consumers Protection Society (SCPS) contributes to consumers' awareness of the quality of goods;

In the light of the above findings, the research has the key recommendations as follow: The importance of proper coordination between the formal and informal consumer protection institutions to tighten controls to adjust goods that do not conform to standard specifications, particularly into shops and markets located in peripheral areas.

المقدمة :

ظهرت حركة حماية المستهلك في الدول الغربية لحماية المستهلك، وذلك بسن الكثير من القوانين والتشريعات التي تحمي المستهلك وتعمل على توعيته وتبصيره بحقوقه وواجباته، حيث شكلت جهات ضغط على الحكومات سواء كان عن طريق الجهات الرسمية منها أو غير الرسمية. شهدت الأسواق السودانية خلال العشرين عاماً الماضية تغيرات عديدة في مجال السياسات الاقتصادية المتبعة وفي مجال نوعية السلع والخدمات المقدمة للجمهور وفي مجال الضوابط الحكومية والأخلاقية التي يجب أن يلتزم بها التجار، إنفاذاً للتفاعل المستمر بين قوى العرض والطلب. وكما هو معلوم فإن العالم قد شهد تغيرات كلها في مصلحة المستهلك في ظل منافسه بين المنتجين لتقديم سلع وخدمات ترضي طموحات المستهلكين وفي نفس الوقت تحافظ على البيئة وتوفر قدر مناسب من الحماية والأمان إزاء المستهلك. وفي السنوات الأخيرة ظهرت جمعيات حماية المستهلك من قبل الجهات الرسمية وغير الرسمية كمنظمات المجتمع المدني في معظم دول العالم المتقدمة والنامية منها؛ وذلك بهدف توجيه المستهلك ومعاونته في الحصول على ما يلزمه من معلومات عن السلع والخدمات مع دفع أي خطر أو ضرر بمصلحته واستخدام أحدث طرق الرقابة على المنتجات للمحافظة على صحته وحمايته من الغش والتضليل.

مشكلة البحث :

تكمن مشكلة الدراسة في عدم وعي المستهلك بحقوقه وواجباته تجاه السلع والخدمات التي تمكنه من عدم الوقوع بفخ عمليات التضليل والغش من قبل المنتجين. عدم معرفة المستهلك بالدور الذي تقوم به مؤسسات حماية المستهلك في حفظ سلامته والدفاع عن حقوقه، ومن تلك المؤسسات الجمعية السودانية لحماية المستهلك.

وعليه يمكن صياغة التساؤلات الآتية :

1. هل توجد علاقة بين الجمعية السودانية لحماية المستهلك وجودة السلع السودانية ؟
2. هل توجد علاقة بين الجمعية السودانية لحماية المستهلك وأسعار السلع؟
3. هل التنسيق بين الجمعية السودانية لحماية المستهلك ومؤسسات حماية المستهلك الرسمية يؤدي لإحكام الرقابة على المعروض من السلع والخدمات؟
4. هل للجمعية السودانية لحماية المستهلك دور في توعية المستهلك، الرقابة على السلع والخدمات والتأكد من مطابقتها للمواصفات والمقاييس المطلوبة؟

أهداف البحث:

1. التعرف على الدور الذي تقوم به الجمعية السودانية لحماية المستهلك تجاه المستهلك؟
2. التعرف على نشاط الجمعية السودانية لحماية المستهلك وأهدافها؟
3. التعرف على حقوق وواجبات المستهلك؟

فرضيات البحث:

الفرضية الأولى: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نشاط الجمعية السودانية لحماية المستهلك وجودة السلع السودانية

الفرضية الثانية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نشاط الجمعية السودانية لحماية المستهلك وأسعار السلع.

الفرضية الثالثة: التنسيق والشراكة بين جمعية حماية المستهلك ومؤسسات حماية المستهلك الرسمية يؤدي إلى إحكام الرقابة على المعروض من السلع والخدمات.

الفرضية الرابعة: تلعب الجمعية السودانية لحماية المستهلك دوراً مهماً في توعية المستهلك والرقابة على كافة السلع والخدمات المقدمة له والتأكد من مطابقتها للمواصفات المطلوبة.

أهمية البحث:

هنالك أهمية نظرية وأخرى عملية لهذه الدراسة

الأهمية النظرية :

يهتم هذا البحث بتوضيح أهمية جمعيات حماية المستهلك كآلية توعوية مهمة لمساعدة المستهلك في معرفة حقوقه والدفاع عنه أخلاقيا . كما يسمح هذا البحث بسد الفجوات في مثل هذا النوع من الدراسات التي لم يتم التطرق إليها مسبقا في البيئة السودانية وإثارة الاهتمام بموضوع حماية المستهلك نظرا لشح الأبحاث عنه في السودان.

الأهمية العملية:

تساهم الدراسة الحالية في زيادة قدرة المستهلك علي معرفه حقوقه واكتشاف الممارسات غير الأخلاقية التي تمارس عليه في أثناء عمليات الشراء المختلفة للمنتجات ، الأمر الذي يساعد في انتشار الثقافة الاستهلاكية ومعرفة الحقوق والواجبات التي تقع علي المستهلكين والمنتجين وتحسين قدرته علي معرفة حقوقه كافة. ومن الناحية الأكاديمية، تساهم الدراسات الحالية في ثراء المعرفة في مجال توعية المستهلك بحقوقه في البيئة العربية علي وجه الخصوص . لذا ستساعد هذه الدراسة في صياغة إطار علمي وعملي قد يساعد المشروع السوداني في صياغة الأحكام والتشريعات التي يمكن أن تعطي المستهلك المزيد من الأمان .

مجال الدراسة: على المستهلكين**مصادر جمع البيانات :**

المصادر الأولية :الاستبانة

المصادر الثانوية: يكون ذلك بالرجوع للكتب والمراجع والمواقع الإلكترونية والأوراق العلمية المنشورة .

حدود الحث :

الحدود الزمانية: 2022-2023م

الحدود المكانية: المستهلكين في ولاية الخرطوم

المحور الأول: المستهلك

1- مفهوم المستهلك

لم يهتم الفقه القانوني حتى بداية النصف الثاني من القرن العشرين بتحديد مفهوم المستهلك، حيث تزايد الاهتمام به في هذه الفترة، خاصة مع تبلور فكرة حماية المستهلكين في دول العالم¹، فثار جدال فقهي لتحديد مفهومه وظهر بذلك اتجاهان: **الاتجاه الواسع لمفهوم المستهلك والاتجاه الضيق لمفهوم المستهلك.**

- **الاتجاه الواسع لمفهوم المستهلك:**

يقصد بالمستهلك في مفهوم هذا الاتجاه هو" كل شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك، أي بمعنى استعمال أو استخدام مال أو خدمة «، مثل الذي يشتري سيارة للاستعمال الشخصي ومن يشتريها للاستعمال المهني² ، لأن السيارة تستهلك في الحالتين عند استعمالها.

وقد انتقد هذا الاتجاه، لأن التوسع في نطاق مفهوم المستهلك يعتبر غير متفق مع الحكمة التي من أجلها تم وضع قوانين

¹ عبد الحميد الديسبي عبد الحميد، حماية المستهلك في ضوء القواعد القانونية لمسؤولية المنتج "دراسة مقارنة"، دار الفكر والقانون، مصر، طبعة 2009، ص26.

² السيد محمد السيد عمران، المرجع نفسه، ص08.

خاصة بحماية المستهلك، لعدم وجود توازن في حقوق والتزامات الطرفين بالعقد المبرم بين المهني والمستهلك³ والتي يبتغى من خلالها إعادة التوازن للعلاقة العقدية⁴.

الاتجاه الضيق لمفهوم المستهلك:

يقصد بالمستهلك في هذا المفهوم هو " كل شخص يتعاقد، بقصد إشباع حاجاته الشخصية أو العائلية، وكذلك يعرف بأنه " الشخص الذي يمتلك أو يستخدم سلعا أو خدمات للاستخدام غير المهني⁵. وقد اتفقت معظم التشريعات في القانون المقارن، على تحديد مفهوم المستهلك بأنه " الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يشتري خدمة أو سلعة أو يستأجرها أو يستعملها أو يستفيد منها، لأغراض غير مرتبطة مباشرة بنشاطه المهني⁶.

المحور الثاني: تعريف حقوق المستهلك:

حماية المستهلك

لقد كان للتطور التكنولوجي والصناعي أثر على التحول النظام الاقتصادي من الإنتاج البسيط القائم على استغلال المواد الطبيعية وتحويلها في شكل طبيعي يؤدي منفعة للمستهلك والاقتصاد، إلى الإنتاج المعقد القائم على التقنية والتكنولوجية والآلة والتي كان لها تأثير مباشر على الإنتاج والخدمة من حيث الكم والنوع ومدى توافقه وتوجهات المستهلكين. في ظل اشتداد المنافسة في السوق بين المتدخلين الاقتصاديين من شركات منتجة ومستهلكة وتجار وموزعين ومستوردين عمد هؤلاء إلى ابتكار أساليب وطرق جديدة لتحسين وتطوير منتجاتهم وطرحها في السوق من جهة و محاولة التأثير على سلوكيات المستهلكين الشرائية قصد كسب ولائهم أو حثهم على اتخاذ قرار الشراء مما يعظم أرباحهم ويضمن استمرارية نشاطهم الإنتاجي أو الخدمي.

غير أن السوق لا يخلو من الممارسات غير المشروعة من طرف بعض المتدخلين الاقتصاديين، الضارة بمصلحة المنتجين والمستهلكين والاقتصاد الوطني، الذين يستفيدون من عدم تنظيم السوق وغياب الرقابة والقوانين المحددة لمعايير الصحة والبيئة والسلامة ولا يملكون القدرة على المنافسة المشروعة في ظل قواعد اقتصاد السوق ويهدفون فقط لتعظيم أرباحهم على حساب مصلحة وصحة المستهلك والاقتصاد الوطني، مما يحقق أضرارا مباشرة وغير مباشر.

تزايد الاهتمام بحماية المستهلك مع الديناميكية المتسارعة لنمو النظام الرأسمالي وما صاحبه من أزمات ومشاكل مرتبطة باستغلال الموارد الطبيعية وتسويق المنتجات والخدمات وما يرتبط بها من أخطار على البيئة والفرد والتي برزت نتيجة عدم وجود تشريعات وضوابط قانونية وأخلاقية أو معايير دقيقة محددة للمواصفات النوعية والكمية التي يجب أن تتوفر في السلع والخدمات المنتجة أو موجهة للاستهلاك.

المستهلك باعتباره عنصر أساسي في النشاط الاقتصادي والغاية الأولى والأخيرة للدورة الاقتصادية لا بد أن يتمتع بمجموعة من الحقوق في ظل الاقتصاد الحر والمنافسة التامة تكفل له قدر أدنى من الأمن والسلامة من أهمها:

- الحق في الأمن: حماية المستهلك من السلع الضارة بصحته¹.
- الحق في الإعلام: حق المستهلك في الحصول على المعلومة الصحيحة والكاملة والكافية بخصوص السلع والخدمات لمساعدته في اتخاذ قرار الشراء، وحمايته من الإعلام والإشهار والترويج الكاذب والمضلل والغير كامل.
- الحق في الاختيار: حق المستهلك في الاختيار في سبيل الحصول على السلع والخدمات التي تحقق له أقصى منفعة

3 Annie Chamoulaud–Trapiers et Gulsen. Yildirim, op.cit, p114–115.

4 سي يوسف زاهية حورية، حماية المستهلك مدنيا من الإعلان التجاري الكاذب أو المضلل، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية الاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، عدد 2010/04، ص187.

5 سي يوسف زاهية حورية، المرجع نفسه، ص186.

6 غسان رباح، قانون حماية المستهلك الجديد "دراسة مقارنة"، منشورات زين الحقوقية، لبنان، الطبعة الأولى 2006، ص17.

وتتميز بالتنوع والجودة المطلوبة وبأسعار مناسبة.

- **الحق في الاستماع له:** لابد على الحكومة والجهات الوصية أن تأخذ مصلحة المستهلك باعتباره العنصر الأساسي في النشاط الاقتصادي ضمن أولوياتها وأهدافها السياسية والاقتصادية والاجتماعية من خلال وضعها للتشريعات والقوانين والسياسات الاقتصادية وفتح المجال لنشاط جمعيات حماية المستهلك. قامت أغلب الأهداف التي رعتها التشريعات والقوانين الموضوعة² من طرف الدول لحماية المستهلك مجموعة من المبادئ من أهمها حماية صحة وسلامة المستهلك وضمان مصالحه الاقتصادية وحماية الإرادة التعاقدية له. **أ/ حماية صحته وسلامته:**

لهذا الهدف أولوية أساسية لارتباطه بحياة المستهلك وصحته، خاصة في ظل التطور الصناعي والتكنولوجي الذي شهدته الصناعة وطرق الإنتاج وعرض الخدمات، والذي أصبح يعتمد على طرق معقدة ومركبة تستخدم مواد وتركيبات كيميائية حافظة وملونة ومكونات معدلة غير طبيعية قد تحمل استعملاتها أخطار كامنة على صحة وسلامة المستهلك على المدى القصير والبعيد.

تعتبر المواد الغذائية والأطعمة من أهم المواد والسلع الضرورية في حياة الإنسان والتي لا يمكن الاستغناء عنها ومن أهم المنتجات التي عرفت طرق زراعتها أو إنتاجها تحولات كبيرة نتيجة الطلب المتزايد عليها وتنافس فيما بينها المؤسسات للاستحواذ على أكبر حصة من هذه السوق.

أصبحت هذه الصناعة مصدر قلق للكثير من المهتمين بصحة وسلامة المستهلك لما ارتبط بها من أخطار كانت السبب في بروز وتفشي الكثير من الأمراض التي كان لها التأثير الكبير على صحة المستهلك ومن أبرزها مرض السرطان بمختلف أنواعه والتي يرجعها الباحثين إلى غيات معايير السلامة الصحية في استخدام المواد الكيميائية الحافظة والملونات وغيرها من المواد التي تحمل أخطار على صحة المستهلك والتي أثرت على طبيعة ومكونات هذه المنتجات.

هنا يبرز دور الجمعيات والجهات الحكومية الوصية في توعية المستهلكين حول أخطار المنتجات المشبوهة ومراقبة المؤسسات المنتجة والمستوردة من خلال وضع قوانين ومعايير نوعية وكمية وصحية كفيلة بضمان سلامة ومصلحة المستهلك.

ب/ ضمان المصالح الاقتصادية للمستهلك:

يقصد بذلك تمكين المستهلك من تعظيم منافعهم من السلع والخدمات المستهلكة وحمايتهم من الممارسات الضارة التي تمس بمصالحهم الاقتصادية.

الدافع الذي يحرك المستهلك لا تحاذ قرار الشراء هو تلبية حاجاته وتعظيم المنفعة إلى أقصى نقطة ممكنة تحقق له الرضى على السلعة أو الخدمة المستهلكة من حيث السعر والجودة والتنوع والسلامة.

تنظيم السوق ومحاربة الاحتكار ومراقبة الأسعار ونزاهة الممارسات التجارية أهداف ترتبط كلها بحماية المستهلك وتحقيق مصلحته الاقتصادية وفي حال ساد السوق عدم التنظيم والشفافية والمراقبة، تأثرت حتما مصلحة المستهلك وفرصه في تعظيم منفعه وتراجعت قدرته على اتخاذ قرار الشراء مما يؤثر على حالة السوق والتوازن بين العرض والطلب وبرزت مشاكل اقتصادية تؤثر على حالة الاقتصاد الوطني.

ت/ حماية الإرادة التعاقدية للمستهلك:

يحتاج المستهلك لحماية خاصة إضافية للحماية التي تقرها القواعد العامة في نظرية العقد وفي المسؤولية عن الفعل الضار، فالقانون حمى رضى المستهلك كمتعاقد ولا يعتبر رضاه صحيحا إلا إذا كان خاليا من العيوب والتدليس والإكراه والاستغلال التي تؤثر في سلامة صحة العقد.

كما لا يجوز لى طرفي العقد المستهلك والطرف الآخر نقض العقد أو تعديله إلا باتفاق الطرفين أو لأسباب يقرها القانون.

المحور الثالث: (الدراسة الميدانية)

يحتوى هذا الفصل على تحليل البيانات المتعلقة بمعدل الاستبانة والبيانات الشخصية للأفراد الذين أجرى عليهم البحث والتحليل العاملي لمتغيرات الدراسة وبالإضافة إلى درجة اعتمادية متغيرات الدراسة وتعديل فرضيات الدراسة ونموذج الدراسة وبجانب الإحصاء الوصفي ، والمتوسطات ، والانحراف المعياري لمتغيرات ثم تحليل الفرضيات .

معدل استجابة المبحوثين حجم العينة = (200)

النسبة %	العدد	البيانات
100%	200	الاستبانات الموزعة
97%	194	الاستبانات المستردة
3%	6	الاستبانات التي لم ترد
97%	194	الاستبانات الصالحة للتحليل

المصدر: إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية 2023

تم توزيع عدد (200) استبيان على العينة المبحوثة بمساعدة مقدرة ومشكورة من بعض أفراد العينة تمكنت الدارسة من استلام ردود المبحوثين في فترة معقولة. الجدول التالي يوضح معدل الاستجابة للمبحوثين. يلاحظ من الجدول أن عدد الاستبانات المستردة يساوي (194) استبيان بنسبة (97%) من إجمالي الاستبانات الموزعة، الاستبانات التي لم ترد (6) استبيان بنسبة (3%). من إجمالي الاستبانات الموزعة وهي نسبة تعتبر كبيرة في البحوث إلي تعتمد علي قوائم الأسئلة أو الاستبانات وتعكس مدى استجابة المبحوثين ومدى وضوح عبارات الاستبيان المستخدمة في جمع بيانات الدراسة الميدانية.

الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة:

* الجدول يوضح توزيع مفردات العينة حسب النوع حيث كان العدد الكلي (194) بلغت نسبة الذكور (52.6%) من العينة. بينما تشكل الإناث نسبة (47.4%) .

* كما وضح الجدول توزيع مفردات العينة العمر. أن غالبية أفراد العينة من تتراوح أعمارهم ما بين (30-40) حيث بلغت نسبتهم (78.4) % من أفراد العينة الكلية بينما بلغت نسبة الذين تتراوح أعمارهم ما بين (40-50) سنة (12.9) %، أما أفراد العينة والذين تزيد أعمارهم عن 60 سنة فقد بلغت نسبتهم (1.5) % فقط من إجمالي العينة المبحوثة.

* أما الحالة الاجتماعية: الجدول يوضح توزيع مفردات العينة غير المتزوجين حيث بلغت نسبتهم (59,3) % من أفراد العينة الكلية بينما بلغت نسبة المتزوجين في العينة (37,6) %، أما الحالات الأخرى (مطلق وأرمل) فقد بلغت نسبتهم (3) % من إجمالي العينة المبحوثة.

* أما الوظيفة: الجدول يوضح توزيع مفردات العينة أن موظف قطاع حكومي يشكلون نسبة بلغت (39.2) % ، والتي تليها موظف قطاع خاص بنسبة (36.1) % ، ثم رجل أعمال بنسبة (5.7) % ، أخرى بنسبة (19) %.

البيانات الشخصية :

النوع	العدد	النسبة
النوع	ذكر	52.6
	أنثى	47.4
المجموع	194	%100
العمر	اقل من 30 سنة	56.2
	30-40	22.2
	40-50	12.9
	50-60	7.2
	60	1.5
المجموع	194	%100
الحالة الاجتماعية	متزوج	59.3
	غير متزوج	37.6
	مطلق	1.5
	أرمل	1.5
المجموع	194	%100
المؤهل العلمي	دون الجامعي	29.7
	جامعي	63.4
	فوق الجامعي	26.8
	أخرى	9.8
المجموع	194	%100
الوظيفة	موظف قطاع حكومي	39.2
	موظف قطاع خاص	36.1
	رجل أعمال	5.7
	أخرى	19
المجموع	194	%100

التحليل العاملي:

أخضعت بيانات الاستبانة للتحليل العاملي بغرض فهم الاختلافات بين مجموعة كبيرة من متغيرات الاستجابة. حيث أن التحليل العاملي يستعمل متغيرات معيارية لتوزع عليها بنود المتغيرات بحسب انحرافاتها عن الوسط الحسابي وتكون العلاقات بين المتغيرات داخل العامل الواحد أقوى من العلاقة مع المتغيرات في العوامل الأخرى (زغلول، 2003). تستند متغيرات هذه الدراسة بواسطة التحليل العاملي على الافتراضات التي تقدمت دراسة (Hair et al 2010) كشرط لقبول نتائجها وهي :

- 1 - وجود عدد كافي من الارتباطات ذات دلالة إحصائية في المصفوفة
- 2 - ألا تقل قيمة (KMO) عن (0.6)
- 3 - ألا يقل اختبار (Bartlett's) عن (0,05)
- 4 - أن تكون قيم الاشتراكات الأولية (Cummunalities) للبند أكثر من (0,50)
- 5 - ألا يقل تشبع (Loading) العامل عن (0,50). مع مراعاة عدم وجود قيم متقاطعة تزيد عن (0,50) في العوامل الأخرى.
- 6 - ألا تقل قيم الجذور الكامنة (Eigen values) عن الواحد.

فيما يلي البيانات الأولية لعينة الدراسة:

1. توزيع أفراد العينة حسب النوع:

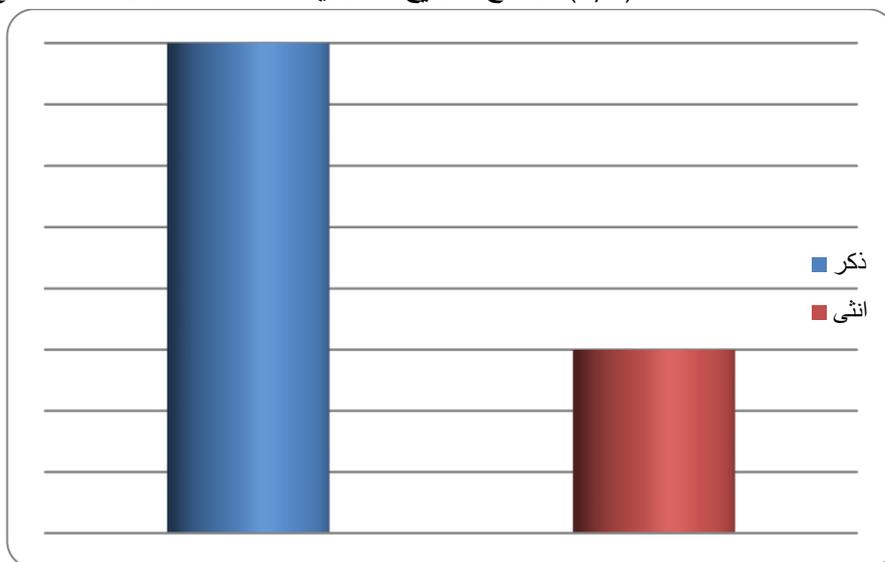
سئل المبحوثين عن النوع فأجابوا كما في الجدول (1/4) والشكل (1/4)

جدول (1/4) التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق متغير النوع

النوع	العدد	النسبة %
ذكر	102	52.6
أنثى	92	47.4
المجموع	194	100

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الاستبيان 2022م.

شكل (1/4) يوضح التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق متغير النوع



المصدر: إعداد الباحث من بيانات الجدول (1/4)

يتضح من الجدول (1/4) والشكل (1/4) أن غالبية أفراد العينة من الذكور حيث بلغت نسبتهم (52.6) % من أفراد العينة الكلية بينما بلغت نسبة الإناث في العينة (47.4) % من إجمالي العينة المبحوثة.

2. توزيع أفراد العينة حسب العمر:

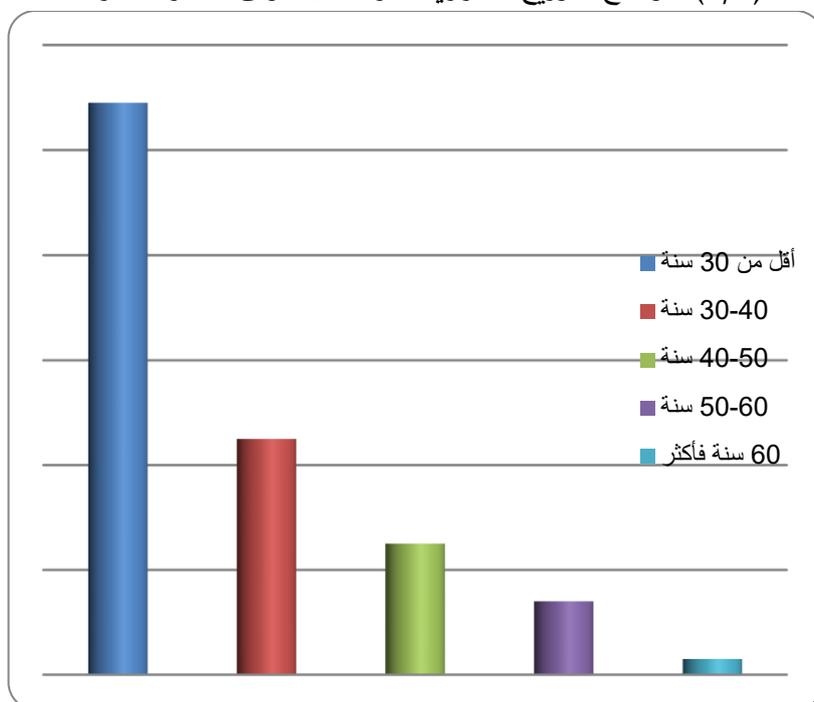
سئل المبحوثين عن العمر فأجابوا كما في الجدول (2/4) والشكل (2/4)

جدول (2/4) التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق متغير العمر

العمر	العدد	النسبة %
أقل من 30 سنة	109	56.2
30 وأقل من 40 سنة	45	22.2
40 وأقل من 50 سنة	25	12.9
50 وأقل من 60 سنة	14	7.2
60 سنة فأكثر	3	1.5
المجموع	194	100

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الاستبيان 2022م.

شكل (2/4) يوضح التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق متغير العمر



المصدر: إعداد الباحث من بيانات الجدول (2/4)

يتضح من الجدول (2/4) والشكل (2/4) أن غالبية أفراد العينة من تتراوح أعمارهم ما بين (30-40) حيث بلغت نسبتهم (78.4) % من أفراد العينة الكلية بينما بلغت نسبة الذين تتراوح أعمارهم ما بين (50-40) سنة (12.9) %، أما أفراد العينة والذين تزيد أعمارهم عن 60 سنة فقد بلغت نسبتهم (1.5) % فقط من إجمالي العينة المبحوثة.

3. توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي:

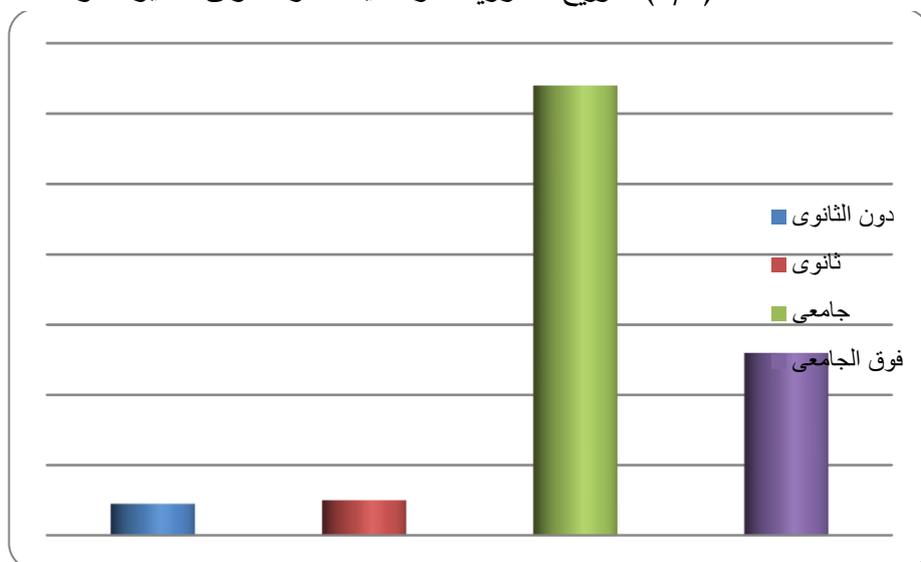
سئل المبحوثين عن المؤهل العلمي فأجابوا كما في الجدول (3/4) والشكل (3/4)

جدول (3/4) التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	العدد	النسبة %
دون الثانوي	9	4.6
ثانوي	10	5.2
جامعي	123	63.4
فوق الجامعي	52	26.8
المجموع	194	100

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الاستبيان 2022م.

شكل (3/4) التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير المؤهل العلمي



المصدر: إعداد الباحث من بيانات جدول (3/4)

يتضح من الجدول (3/4) والشكل (3/4) أن غالبية أفراد العينة من مستوى التعليم الجامعي، حيث بلغت نسبتهم (63.4)% من أفراد العينة بينما بلغت نسبة حملة التعليم فوق الجامعي في العينة (26.8)%، أما أفراد العينة من مستوى التعليم الثانوي ودون الثانوي فقد بلغ نسبتهم (9.8)% فقط من إجمالي العينة.

4. توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية:

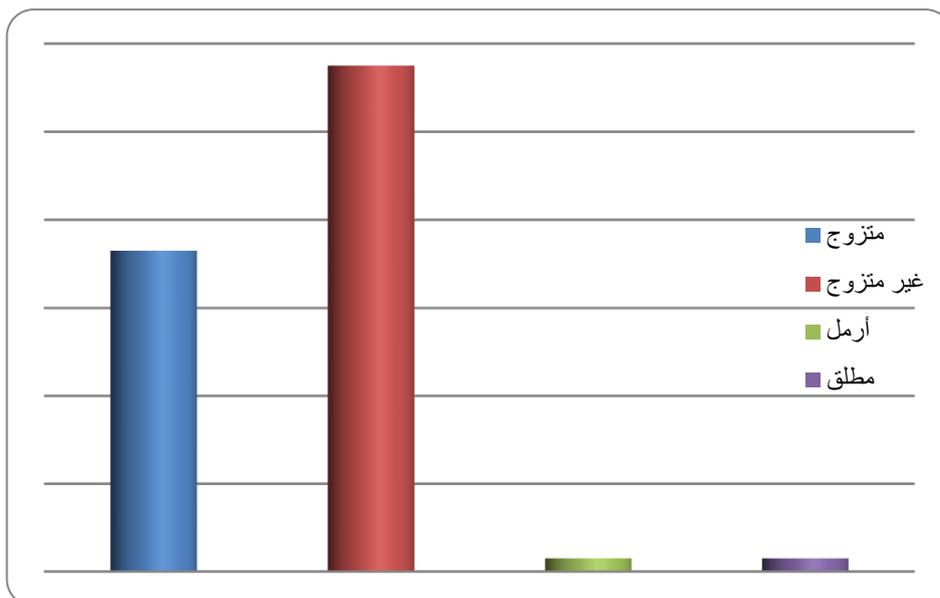
سئل المبحوثين عن الحالة الاجتماعية فأجابوا كما في الجدول (4/4) والشكل (4/4)

جدول (4/4) التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق متغير الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	العدد	النسبة %
متزوج	73	37.6
غير متزوج	115	59.3
أرمل	3	1.5
مطلق	3	1.5
المجموع	194	100

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الاستبيان 2022

شكل (4/4) يوضح التوزيع التكراري لأفراد العينة وفق متغير الحالة الاجتماعية



المصدر: اعداد الباحث من بيانات جدول (4/4)

يتضح من الجدول (4/4) والشكل (4/4) أن غالبية أفراد العينة من غير المتزوجين حيث بلغت نسبتهم (59,3) % من أفراد العينة الكلية بينما بلغت نسبة المتزوجين في العينة (37,6) %، أما الحالات الأخرى (مطلق وأرمل) فقد بلغت نسبتهم (3) % من إجمالي العينة المبحوثة.

5. توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة:

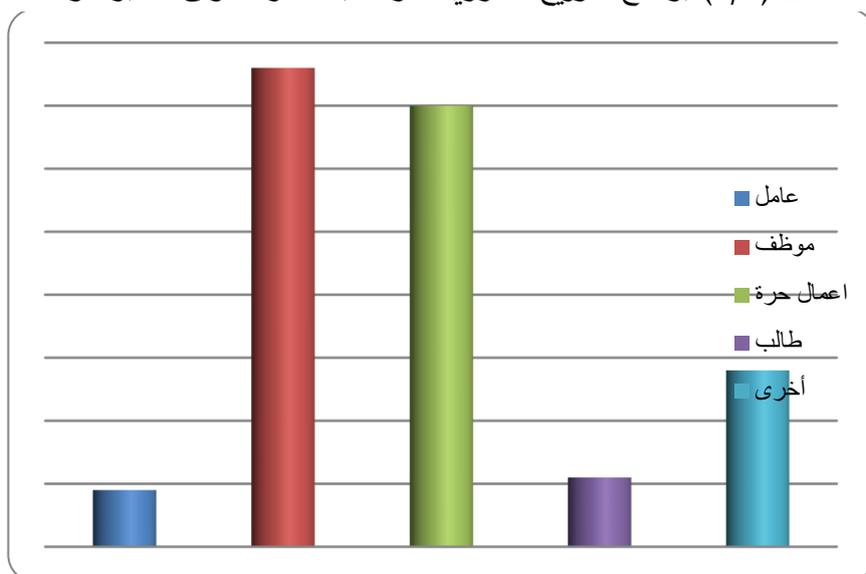
سئل المبحوثين عن الوظيفة فأجابوا كما في جدول (5/4) وشكل (5/4)

جدول (5/4) التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير الوظيفة

الوظيفة	العدد	النسبة %
عامل	9	4.6
موظف	76	39.2
أعمال حرة	70	36.1
طالب	11	5.7
أخرى	28	14.4
المجموع	194	100

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الاستبيان 2022م.

شكل (5/4) يوضح التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير الوظيفة



المصدر: إعداد الباحث من بيانات (جدول 5/4)

يتضح من الجدول (5/4) والشكل (5/4) أن غالبية أفراد العينة من الموظفين حيث بلغت نسبتهم (39,2) % من أفراد العينة بينما بلغت نسبة أصحاب الأعمال الحرة (36,1) %، أما نسبة الطلاب (5,7) % والوظائف الأخرى فقد بلغت نسبتهم (19) % من إجمالي العينة المبحوثة.

تحليل الفرضيات :

ثالثاً: اختبار الفروق لعبارات الفرضية الأولى (العلاقة بين نشاط الجمعية السودانية لحماية المستهلك والنشاط التسويقي للمنتجين):

ولاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد الموافقين والمحايدين وغير الموافقين للنتائج أعلاه تم استخدام اختبار (t) لدلالة الفروق. وفيما يلي جدول (8/4) يوضح نتائج التحليل الوصفي لعبارات الفرضية.

جدول (8/4) اختبار الفروق لعبارات الفرضية الأولى

عبارات الفرضية	قيمة (t)	مستوى المعنوية	الدلالة
1- ساهمت الجمعية السودانية لحماية المستهلك إسهاماً كبيراً في تبصير المستهلك بحقوقه	0.058	0.954	رفض
2- ساهمت الجمعية السودانية لحماية المستهلك إسهاماً كبيراً في تبصير المستهلك بواجباته	0.360	0.719	رفض
3- تلعب الجمعية السودانية لحماية المستهلك دوراً كبيراً في حماية المستهلك من استغلال بعض المنتجين والمستوردين	1.51	0.131	رفض
4- أدت ضغوط الجمعية السودانية لحماية المستهلك الى استجابة المنتجين بتزويد المستهلك بالمعلومات الكافية عن السلع والخدمات	0.503	0.616	رفض
5- يسعى منتجو السلع والخدمات لتحقيق أكبر عائد من الأرباح	17.02	0.000	قبول
6- يسعى المنتجون لإنتاج السلع والخدمات التي تلبي حاجات المستهلكين وتحقق رضاهم	0.748	0.455	رفض
الإجمالي	3.36	0.479	رفض

المصدر: إعداد الباحث باستخدام مخرجات نتائج التحليل الإحصائي 2022م.

يتضح من الجدول (8/4) ما يلي:

1. بلغت قيمة (t) للعبارة الأولى (0.058) بمستوى معنوية (0.954) وهذه القيمة اكبر من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك يشير الى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة على العبارة.
 2. بلغت قيمة (t) للعبارة الثانية (0.360) بمستوى معنوية (0.719) وهذه القيمة اكبر من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك يشير الى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة على العبارة.
 3. بلغت قيمة (t) للعبارة الثالثة (1.51) بمستوى معنوية (0.131) وهذه القيمة اكبر من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك يشير الى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة على العبارة.
 4. بلغت قيمة (t) للعبارة الرابعة (0.503) بمستوى معنوية (0.616) وهذه القيمة اكبر من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك يشير الى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة على العبارة.
 5. بلغت قيمة (t) للعبارة الخامسة (17.02) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على أن منتج السلع والخدمات يسعون لتحقيق أكبر عائد من الأرباح.
 6. بلغت قيمة (t) للعبارة السادسة (0.748) بمستوى معنوية (0.455) وهذه القيمة اكبر من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك يشير الى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة على العبارة.
 7. بلغت قيمة (t) لجميع عبارات الفرضية الأولى (3.36) بمستوى معنوية (0.479) وهذه القيمة اكبر من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك يشير الى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على ما جاء بجميع عبارات الفرضية الأولى.
- ومما تقدم نستنتج أن فرضية الدراسة الأولى والتي نصت على (هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين نشاط الجمعية السودانية لحماية المستهلك والنشاط التسويقي للمنتجين) لم يتم التحقق من صحتها في جميع عبارات الفرضية ماعدا العبارة: (يسعى منتج السلع والخدمات لتحقيق أكبر عائد من الأرباح) .

تحليل عبارات الفرضية الثانية:

(هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجمعية السودانية لحماية المستهلك وجودة السلع السودانية):

أولاً" التوزيع التكراري لعبارات المحور الأول والذي يقيس العلاقة بين نشاط الجمعية السودانية لحماية المستهلك وجودة السلع السودانية كما بالجدول (9/4):

جدول (9/4) التوزيع التكراري لعبارات محور العلاقة بين نشاط الجمعية السودانية لحماية المستهلك وجودة السلع السودانية

العبارة	أوافق بشدة		أوافق		غير متأكد		لا أوافق		لا أوافق بشدة	
	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة		
1-تشارك الجمعية السودانية لحماية المستهلك في حملات تفتيش ومراقبة المحلات التجارية للتأكد من جودة السلع ومطابقتها للمواصفات المطلوبة	16	8.2	45	23.2	60	30.9	45	23.2	28	14.4
2-تسعى الجمعية السودانية لحماية المستهلك الى تحذير المستهلك من استهلاك السلع الفاسدة	42	21.6	77	39.7	33	17	27	13.9	15	7.7
3-ساهمت الجمعية السودانية لحماية المستهلك في توعية المستهلك بالاهتمام بجودة السلع والخدمات المقدمة له	23	11.9	73	37.6	36	18.6	41	21.1	21	10.8
4-لا توجد علاقة بين نشاط الجمعية السودانية لحماية المستهلك وجودة السلع	25	12.9	61	31.4	48	24.7	47	24.2	13	6.7
مجموع العبارات	106	13.7	256	33	177	22.8	160	20.6	77	9.9

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الاستبيان 2022م.

يتضح من الجدول (9/4) ما يلي:

1. إن أعلى نسبة من المبحوثين لا يوافقون على أن جمعية حماية المستهلك السودانية تشارك في حملات تفتيش ومراقبة المحلات التجارية للتأكد من جودة السلع ومطابقتها للمواصفات المطلوبة حيث بلغت نسبتهم (37.6) % بينما بلغت نسبة الموافقين على ذلك (31.4) % . أما الذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (30.9) % .
2. إن أعلى نسبة من المبحوثين يوافقون أن الجمعية السودانية لحماية المستهلك تسعى الى تحذير المستهلك من استهلاك السلع الفاسدة حيث بلغت نسبتهم (61.3) % بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك (21.6) % . أما الذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (17) % .
3. إن أعلى نسبة من المبحوثين يوافقون على أن الجمعية السودانية لحماية المستهلك ساهمت في توعية المستهلك بالاهتمام بجودة السلع والخدمات المقدمة له حيث بلغت نسبتهم (49.5) % بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك (31.9) % . أما الذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (18.6) % .
4. إن أعلى نسبة من المبحوثين يوافقون على عدم وجود علاقة بين نشاط الجمعية السودانية لحماية المستهلك وجودة السلع، حيث بلغت نسبتهم (44.3) % بينما بلغت نسبة الموافقين على ذلك (30.9) % . أما الذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (24.8) % .
5. إن أعلى نسبة من المبحوثين يوافقون على جميع العبارات التي تقيس محور (فرضية الدراسة الثانية) حيث بلغت نسبتهم (46.7) % بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك (30.5) % . أما الذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (22.8) % .

ثانياً: الإحصاء الوصفي لعبارات محور العلاقة بين نشاط الجمعية السودانية لحماية المستهلك وجودة السلع السودانية:
حيث يتم حساب كل من المتوسط والانحراف المعياري لكل عبارات محور الدراسة ويتم مقارنة المتوسط للعبارة بالوسط الفرضي للدراسة (3) حيث تتحقق الموافقة على الفقرات اذا كان المتوسط للعبارة اكبر من الوسط الفرضي (3)، وتتحقق عدم الموافقة اذا كان المتوسط أقل من الوسط الفرضي. وإذا كان الانحراف المعياري للعبارة يقترب من الواحد الصحيح فهذا يدل على تجانس الإجابات بين أفراد العينة.
فيما يلي جدول (10/4) يوضح المتوسط والانحراف المعياري والأهمية النسبية لعبارات المقياس وترتيبها وفقاً للإجابات المستقضى منهم .

جدول (10/ 4) الإحصاء الوصفي لعبارات محور العلاقة بين نشاط الجمعية السودانية لحماية المستهلك وجودة السلع السودانية

الترتيب	الدلالة	المتوسط	الانحراف المعياري	العبارات
4	لا أوافق	2.87	1.16	1-تشارك الجمعية السودانية لحماية المستهلك في حملات تفتيش ومراقبة المحلات التجارية للتأكد من جودة السلع ومطابقتها للمواصفات المطلوبة.
1	أوافق	3.53	1.19	2-تسعى الجمعية السودانية لحماية المستهلك الى تحذير المستهلك من استهلاك السلع الفاسدة.
3	أوافق	3.19	1.12	3-ساهمت الجمعية السودانية لحماية المستهلك في توعية المستهلك بالاهتمام بجودة السلع والخدمات المقدمة له.
2	أوافق	3.20	1.21	4-لا توجد علاقة بين نشاط الجمعية السودانية لحماية المستهلك وجودة السلع.
	أوافق	3.20	1.17	الإجمالي

المصدر: إعداد الباحث من نتائج التحليل 2022م.

يتضح من الجدول (10/4) ما يلي:

1. أن جميع العبارات التي تعبر عن عبارات محور (الفرضية الثانية) يزيد متوسطها عن الوسط الفرضي (3) ما عدا العبارة الأولى وهذه النتيجة تدل على موافقة أفراد العينة التي تقيس العلاقة بين نشاط الجمعية السودانية لحماية المستهلك وجودة السلع السودانية. ما عدا العبارة (تشارك الجمعية السودانية لحماية المستهلك في حملات تفتيش ومراقبة المحلات التجارية للتأكد من جودة السلع ومطابقتها للمواصفات المطلوبة).

2. أهم عبارة من عبارات محور (الفرضية الثانية) هي العبارة (تسعى الجمعية السودانية لحماية المستهلك الى تحذير المستهلك من استهلاك السلع الفاسدة) حيث بلغ متوسط إجابات أفراد العينة على العبارة (3.53) بانحراف معياري (1.19) وأقل عبارة من حيث الموافقة هي العبارة (تشارك الجمعية السودانية لحماية المستهلك في حملات تفتيش ومراقبة المحلات التجارية للتأكد من جودة السلع ومطابقتها للمواصفات المطلوبة) حيث بلغ متوسط العبارة (2.87) بانحراف معياري (1.16) .

3. كما بلغ متوسط جميع العبارات (3.20) بانحراف معياري (1.17) وهذا يدل على أن غالبية أفراد العينة يوافقون على جميع عبارات محور العلاقة بين نشاط الجمعية السودانية لحماية المستهلك وجودة السلع السودانية.

ثالثاً: اختبار الفروق لعبارات الفرضية الثانية: (العلاقة بين نشاط الجمعية السودانية لحماية المستهلك وجودة السلع السودانية):

ولاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد الموافقين والمحايدين وغير الموافقين للنتائج أعلاه تم استخدام اختبار (t) لدلالة الفروق. وفيما يلي جدول (11/4) نتائج التحليل الوصفي لعبارات الفرضية.

جدول (11/4) اختبار الفروق لعبارات الفرضية الثانية

عبارات الفرضية	قيمة (t)	مستوى المعنوية	الدلالة
1-تشارك الجمعية السودانية لحماية المستهلك في حملات تفتيش ومراقبة المحلات التجارية للتأكد من جودة السلع ومطابقتها للمواصفات المطلوبة.	1.45	0.142	رفض
2-تسعى الجمعية السودانية لحماية المستهلك الى تحذير المستهلك من استهلاك السلع الفاسدة.	6.24	0.000	قبول
3-ساهمت الجمعية السودانية لحماية المستهلك في توعية المستهلك بالاهتمام بجودة السلع والخدمات المقدمة له.	2.13	0.034	قبول
4-لا توجد علاقة بين نشاط الجمعية السودانية لحماية المستهلك وجودة السلع.	2.39	0.018	قبول
الإجمالي	3.05	0.048	قبول

المصدر: اعداد الباحث باستخدام مخرجات نتائج التحليل الاحصائي 2022م.

يتضح من الجدول (11/4) ما يلي:

1. بلغت قيمة (t) للعبارة الأولى (1.45) بمستوى معنوية (0.142) وهذه القيمة اكبر من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك يشير الى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة على العبارة (تشارك الجمعية السودانية لحماية المستهلك في حملات تفتيش ومراقبة المحلات التجارية للتأكد من جودة السلع ومطابقتها للمواصفات المطلوبة).

2. بلغت قيمة (t) للعبارة الثانية (6.24) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن الجمعية السودانية لحماية المستهلك تسعى الى تحذير المستهلك من استهلاك السلع الفاسدة.

3. بلغت قيمة (t) للعبارة الثالثة (2.13) بمستوى معنوية (0.034) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على أن الجمعية السودانية لحماية المستهلك ساهمت في توعية المستهلك بالاهتمام بجودة السلع والخدمات المقدمة له.

4. بلغت قيمة (t) للعبارة الرابعة (2.39) بمستوى معنوية (0.018) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على أنه لا توجد علاقة بين نشاط الجمعية السودانية لحماية المستهلك وجودة السلع.

5. بلغت قيمة (t) لجميع عبارات الفرضية الثانية (3.05) بمستوى معنوية (0.048) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعلية فأن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على ما جاء بجميع عبارات الفرضية الثانية .

ومما تقدم نستنتج أن فرضية الدراسة الثانية والتي نصت على (هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين نشاط الجمعية السودانية لحماية المستهلك وجودة السلع السودانية) تم التحقق من صحتها في جميع عبارات الفرضية. ماعدا العبارة: (تشارك الجمعية السودانية لحماية المستهلك في حملات تفتيش ومراقبة المحلات التجارية للتأكد من جودة السلع ومطابقتها للمواصفات المطلوبة).

تحليل عبارات الفرضية الثالثة:

هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين نشاط الجمعية السودانية لحماية المستهلك وأسعار السلع.

أولاً" التوزيع التكراري لعبارات المحور الأول الجدول (12/4) والذي يقيس العلاقة بين نشاط جمعية حماية المستهلك وأسعار السلع:

العبارة	أوافق بشدة		أوافق		غير متأكد		لا أوافق		لا أوافق بشدة	
	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة
1-تؤثر الجمعية السودانية لحماية المستهلك في تحديد أسعار السلع	11	5.7	37	19.1	40	20.6	69	35.6	37	19.1
2-توجد علاقة بين نشاط الجمعية السودانية لحماية المستهلك والطلب على السلع	11	5.7	51	26.3	65	33.5	51	26.3	16	8.2
3-ساهمت الجمعية السودانية لحماية المستهلك في خفض بعض أسعار السلع	18	9.3	39	20	45	23.2	53	27.3	39	20.1
مجموع العبارات	40	6.9	127	21.8	150	25.8	173	29.7	92	15.8

جدول (12/4) التوزيع التكراري لعبارات محور العلاقة بين نشاط الجمعية السودانية لحماية المستهلك وأسعار السلع

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الاستبيان 2022م.

يتضح من الجدول (12/4) ما يلي:

1. إن أعلى نسبة من المبحوثين لا يوافقون على أن الجمعية السودانية لحماية المستهلك تؤثر في تحديد أسعار السلع حيث بلغت نسبتهم (54.7) % بينما بلغت نسبة الموافقين على ذلك (24.8) %. أما الذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (20.6) %.

2. إن أعلى نسبة من المبحوثين لا يوافقون وجود علاقة بين نشاط الجمعية السودانية لحماية المستهلك والطلب على السلع حيث بلغت نسبتهم (34.5) % بينما بلغت نسبة الموافقين على ذلك (32) %. أما الذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (33.5) %.

3. أن غالبية أفراد العينة لا يوافقون على أن الجمعية السودانية لحماية المستهلك ساهمت في خفض بعض أسعار السلع حيث بلغت نسبتهم (47.4) % بينما بلغت نسبة الموافقين على ذلك (29.3) %. أما أفراد العينة والذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (23.3) %.

4. إن أعلى نسبة من المبحوثين لا يوافقون على جميع العبارات التي تقيس محور (فرضية الدراسة الثالثة) حيث بلغت نسبتهم (45.5) % بينما بلغت نسبة الموافقين على ذلك (27.7) %. أما الذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (26.8) %.

ثانياً: الإحصاء الوصفي لعبارات محور العلاقة بين نشاط الجمعية السودانية لحماية المستهلك وأسعار السلع:

حيث يتم حساب كل من المتوسط والانحراف المعياري لكل عبارات محور الدراسة ويتم مقارنة المتوسط للعبارة بالوسط الفرضي للدراسة (3) حيث تتحقق الموافقة على الفقرات إذا كان المتوسط للعبارة أكبر من الوسط الفرضي (3)، وتتحقق عدم الموافقة إذا كان المتوسط أقل من الوسط الفرضي. وإذا كان الانحراف المعياري للعبارة يقترب من الواحد الصحيح فهذا يدل على تجانس الإجابات بين أفراد العينة.

فيما يلي جدول (13/4) يوضح المتوسط والانحراف المعياري والأهمية النسبية لعبارات المقياس وترتيبها وفقاً للإجابات المستقضى منهم.

جدول (13/4) الإحصاء الوصفي لعبارات محور العلاقة بين نشاط جمعية حماية المستهلك وأسعار السلع

الترتيب	الدلالة	المتوسط	الانحراف المعياري	العبارات
3	لا أوافق	2.56	1.16	1-تؤثر الجمعية السودانية لحماية المستهلك في تحديد أسعار السلع.
1	لا أوافق	2.94	1.04	2-توجد علاقة بين نشاط الجمعية السودانية لحماية المستهلك والطلب على السلع.
2	لا أوافق	2.71	1.25	3-ساهمت الجمعية السودانية لحماية المستهلك في خفض بعض أسعار السلع.
	لا أوافق	2.72	1.15	الإجمالي

المصدر: إعداد الباحث من نتائج التحليل 2022م.

يتضح من الجدول (13/4) ما يلي:

1. أن جميع العبارات التي تعبر عن عبارات محور (الفرضية الثالثة) يقل متوسطها عن الوسط الفرضي (3) وهذه النتيجة تدل على عدم موافقة أفراد العينة التي تقيس العلاقة بين نشاط الجمعية السودانية لحماية المستهلك وأسعار السلع.
2. أهم عبارة من عبارات محور (الفرضية الثالثة) هي العبارة (توجد علاقة بين نشاط الجمعية السودانية لحماية المستهلك والطلب على السلع) حيث بلغ متوسط إجابات أفراد العينة على العبارة (2.94) بانحراف معياري (1.04) وأقل عبارة من حيث الموافقة هي العبارة (تؤثر الجمعية السودانية لحماية المستهلك في تحديد أسعار السلع) حيث بلغ متوسط العبارة (2.56) بانحراف معياري (1.16) .

3. كما بلغ متوسط جميع العبارات (2.71) بانحراف معياري (1.15) وهذا يدل على أن غالبية أفراد العينة لا يوافقون على إجمالي عبارات محور العلاقة بين نشاط الجمعية السودانية لحماية المستهلك وأسعار السلع. ثالثاً: اختبار الفروق لعبارات الفرضية الثانية (العلاقة بين نشاط الجمعية السودانية لحماية المستهلك وأسعار السلع): ولاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد الموافقين والمحايدين وغير الموافقين للنتائج أعلاه تم استخدام اختبار (t) لدلالة الفروق. وفيما يلي جدول (14/4) نتائج التحليل الوصفي لعبارات الفرضية.

جدول (14/4) اختبار الفروق لعبارات الفرضية الثانية

عبارات الفرضية	قيمة (t)	مستوى المعنوية	الدلالة
1-تؤثر الجمعية السودانية لحماية المستهلك في تحديد أسعار السلع	5.18	0.000	قبول
2-توجد علاقة بين نشاط الجمعية السودانية لحماية المستهلك والطلب على السلع	0.689	0.492	رفض
3-ساهمت الجمعية السودانية لحماية المستهلك في خفض بعض أسعار السلع	3.20	0.002	قبول
الإجمالي	3.02	0.047	قبول

المصدر: إعداد الباحث باستخدام مخرجات نتائج التحليل الإحصائي 2022م

يتضح من الجدول (14/4) ما يلي:

1. بلغت قيمة (t) للعبارة الأولى (5.18) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%)؛ وعليه فأن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح غير الموافقين على أن الجمعية السودانية لحماية المستهلك تؤثر في تحديد أسعار السلع.
 2. بلغت قيمة (t) للعبارة الثانية (0.689) بمستوى معنوية (0.492) وهذه القيمة أكبر من مستوى المعنوية (5%) وعليه فأن ذلك يشير الى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة على العبارة (ولصالح الموافقين على وجود علاقة بين نشاط الجمعية السودانية لحماية المستهلك والطلب على السلع).
 3. بلغت قيمة (t) للعبارة الثالثة (3.20) بمستوى معنوية (0.002) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فأن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح غير الموافقين على أن الجمعية السودانية لحماية المستهلك ساهمت في خفض بعض أسعار السلع.
 4. بلغت قيمة (t) لجميع عبارات الفرضية الثالثة (3.02) بمستوى معنوية (0.047) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فأن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح غير الموافقين على ما جاء بجميع عبارات الفرضية الثالثة.
- ومما تقدم نستنتج أن فرضية الدراسة الثالثة والتي نصت على (هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين نشاط الجمعية السودانية لحماية المستهلك وأسعار السلع) لم يتم التحقق من صحتها في جميع عبارات الفرضية.
- تحليل عبارات الفرضية الثالثة:**

التسيق والشراكة بين الجمعية السودانية لحماية المستهلك والهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس يؤدي الى إحكام الضبط والرقابة على المعروض من السلع والخدمات. ولإثبات هذه الفرضية يتم استخدام الخطوات التالية:

أولاً: التوزيع التكراري (15/4) لعبارات المحور الثالث والذي يقيس التنسيق والشراكة بين الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس والجمعية السودانية لحماية المستهلك:

جدول (15/4) التوزيع التكراري للعبارات التي تقيس التنسيق والشراكة بين الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس والجمعية السودانية لحماية المستهلك

العبارة	أوافق بشدة		أوافق		غير متأكد		لا أوافق بشدة	
	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة
1- للهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس دور رقابي على السلع والخدمات المقدمة للمستهلكين	25	12.9	65	33.5	38	19.6	21	8.10
2- هناك تنسيق بين الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس والجمعية السودانية لحماية المستهلك في الرقابة على السلع والخدمات	12	6.2	56	28.4	82	42.3	13	6.7
3- التنسيق الجيد بين الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس والجمعية السودانية لحماية المستهلك يساعد على إحكام الضبط والرقابة على السلع والخدمات المعروضة	56	28.9	65	33.5	32	16.5	15	7.7
مجموع العبارات	93	16	186	32	152	26.1	49	8.4

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الاستبيان 2022م.

يتضح من الجدول (15/4) ما يلي:

1. إن أعلى نسبة من المبحوثين يوافقون على أن للهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس دور رقابي على السلع والخدمات المقدمة للمستهلكين حيث بلغت نسبتهم (46.4) % بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك (34) % . أما الذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (19.6) % .
2. إن أعلى نسبة من المبحوثين لا يبدون إجابات محددة على أن هناك تنسيق بين الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس والجمعية السودانية لحماية المستهلك في الرقابة على السلع والخدمات حيث بلغت نسبتهم (42.3) % بينما بلغت نسبة الموافقين على ذلك (34.6) % . أما الموافقين فقد بلغت نسبتهم (23.2) % .
3. إن أعلى نسبة من المبحوثين يوافقون على أن التنسيق الجيد بين الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس والجمعية السودانية لحماية المستهلك يساعد على إحكام الضبط والرقابة على السلع والخدمات المعروضة؛ حيث بلغت نسبتهم (62.4) % بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك (21.1) % . أما الذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (16.5) % .
4. إن أعلى نسبة من المبحوثين يوافقون على جميع العبارات التي تقيس محور (فرضية الدراسة الرابعة) حيث بلغت نسبتهم (48) % بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك (26) % . أما الذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (26) % .

ثانياً: الإحصاء الوصفي لعبارات محور الفرضية الثالثة:

حيث يتم حساب كل من المتوسط والانحراف المعياري لكل عبارات محور الدراسة ويتم مقارنة المتوسط للعبارة بالوسط الفرضي للدراسة (3) حيث تتحقق الموافقة على الفقرات اذا كان المتوسط للعبارة اكبر من الوسط الفرضي (3)، وتتحقق عدم الموافقة اذا كان المتوسط أقل من الوسط الفرضي. وإذا كان الانحراف المعياري للعبارة يقترب من الواحد الصحيح فهذا يدل على تجانس الإجابات بين أفراد العينة.

فيما يلي جدول (16/4) يوضح المتوسط والانحراف المعياري والأهمية النسبية لعبارات المقياس وترتيبها وفقاً للإجابات المستقضى منهم.

جدول (16/4) الإحصاء الوصفي لعبارات محور الفرضية الثالثة

الترتيب	الدلالة	المتوسط	الانحراف المعياري	العبارات
2	أوافق	3.40	1.22	1- للهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس دور رقابي على السلع والخدمات المقدمة للمستهلكين
3	محايد	3.10	0.978	2- هناك تنسيق بين الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس و الجمعية السودانية لحماية المستهلك في الرقابة على السلع والخدمات
1	أوافق	3.62	1.24	3- التنسيق الجيد بين الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس و الجمعية السودانية لحماية المستهلك يساعد على إحكام الضبط والرقابة على السلع والخدمات المعروضة
	أوافق	3.40	1.14	الاجمالي

المصدر: إعداد الباحث من نتائج التحليل 2022م

يتضح من الجدول (16/4) ما يلي:

1. أن جميع العبارات التي تعبر عن عبارات محور (الفرضية الرابعة) يزيد متوسطها عن الوسط الفرضي (3) وهذه النتيجة تدل على موافقة أفراد العينة التي تقيس التنسيق والشراكة بين الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس والجمعية السودانية لحماية المستهلك .

2. أهم عبارة من عبارات محور (الفرضية الرابعة) هي العبارة (التنسيق الجيد بين الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس والجمعية السودانية لحماية المستهلك يساعد على إحكام الضبط والرقابة على السلع والخدمات المعروضة) حيث بلغ متوسط إجابات أفراد العينة على العبارة (3.62) بانحراف معياري (1.14) وأقل عبارة من حيث الموافقة هي العبارة (هناك تنسيق بين الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس والجمعية السودانية لحماية المستهلك في الرقابة على السلع والخدمات) حيث بلغ متوسط العبارة (3.10) بانحراف معياري (0.978) .

3. كما بلغ متوسط جميع العبارات (3.40) بانحراف معياري (1.14) وهذا يدل على أن غالبية أفراد العينة يوافقون على جميع عبارات محور التنسيق والشراكة بين الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس والجمعية السودانية لحماية المستهلك.

ثالثاً اختبار الفروق لعبارات الفرضية الرابعة:

لاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد الموافقين والمحايدين وغير الموافقين للنتائج أعلاه تم استخدام اختبار (t) لدلالة الفروق. وفيما يلي جدول (17/4) نتائج التحليل الوصفي لعبارات الفرضية.

جدول (17/4) اختبار الفروق لعبارات الفرضية الرابعة

الدلالة	مستوى المعنوية	قيمة (t)	عبارات الفرضية
قبول	0.031	2.64	1-الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس دور رقابي على السلع والخدمات المقدمة للمستهلكين.
رفض	0.125	1.54	2-هناك تنسيق بين الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس و الجمعية السودانية لحماية المستهلك في الرقابة على السلع والخدمات.
قبول	0.000	6.97	3-التنسيق الجيد بين الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس و الجمعية السودانية لحماية المستهلك يساعد على إحكام الضبط والرقابة على السلع والخدمات المعروضة.
قبول	0.045	3.71	الإجمالي

المصدر: اعداد الباحث باستخدام مخرجات نتائج التحليل الاحصائي 2022م

يتضح من الجدول (17/4) ما يلي:

1. بلغت قيمة (t) للعبارة الأولى (2.64) بمستوى معنوية (0.031) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن للهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس دور رقابي على السلع والخدمات المقدمة للمستهلكين.
 2. بلغت قيمة (t) للعبارة الثانية (1.54) بمستوى معنوية (0.125) وهذه القيمة اكبر من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة على العبارة (على أن هناك تنسيق بين الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس و الجمعية السودانية لحماية المستهلك في الرقابة على السلع والخدمات).
 3. بلغت قيمة (t) للعبارة الثالثة (6.97) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن التنسيق الجيد بين الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس و الجمعية السودانية لحماية المستهلك يساعد على إحكام الضبط والرقابة على السلع والخدمات المعروضة.
 4. بلغت قيمة (t) لجميع عبارات الفرضية الرابعة (3.71) بمستوى معنوية (0.045) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على ما جاء بجميع عبارات الفرضية الرابعة.
- ومما تقدم نستنتج أن فرضية الدراسة الرابعة والتي نصت على (التنسيق والشراكة بين الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس و الجمعية السودانية لحماية المستهلك يؤدي الى إحكام الضبط والرقابة على المعروض من السلع والخدمات) تم التحقق من صحتها في جميع عبارات الفرضية. ماعدا العبارة: (هناك تنسيق بين الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس و الجمعية السودانية لحماية المستهلك في الرقابة على السلع والخدمات).
- تحليل عبارات الفرضية الرابعة: تلعب الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس دوراً مهماً في توعية المستهلك والرقابة على كافة السلع والخدمات المقدمة له والتأكد من مطابقتها للمواصفات المطلوبة:
- أولاً" التوزيع التكراري جدول (18/4) لعبارات المحور الرابع والذي يقيس دور الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس في توعية المستهلك على كافة السلع والخدمات المقدمة له.

جدول (4/ 18) التوزيع التكراري لعبارات محور العبارات التي تقيس دور الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس في توعية المستهلك على كافة السلع والخدمات المقدمة له

العبارة	أوافق بشدة		أوافق		غير متأكد		لا أوافق		لا أوافق بشدة	
	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة	عدد	نسبة
1- تلعب الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس دوراً مهماً في توعية المستهلك ونشر ثقافة التقييس	30	15.5	65	33.5	43	22.2	43	22.2	13	6.7
2- للهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس دور كبير في تحديد المواصفات المطلوبة للسلع والخدمات وضبطها	30	15.5	86	44.3	41	21.1	23	11.9	14	7.2
3- تمكنت الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس من إحكام الرقابة في مطابقة السلع والخدمات المحلية والمستوردة للمواصفات والمقاييس	19	9.8	45	23.2	42	24.2	50	25.8	33	17
مجموع العبارات	79	13.6	196	33.7	126	21.6	116	19.9	60	10.3

المصدر: إعداد الباحث من نتائج الاستبيان 2022م

يتضح من الجدول (4/18) ما يلي:

1. إن أعلى نسبة من المبحوثين يوافقون على أن الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس تلعب دوراً مهماً في توعية المستهلك ونشر ثقافة التقييس حيث بلغت نسبتهم (49) % بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك (28.9) % . أما الذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (22.2) % .
2. إن أعلى نسبة من المبحوثين يوافقون أن للهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس دور كبير في تحديد المواصفات المطلوبة للسلع والخدمات وضبطها حيث بلغت نسبتهم (59.8) % بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك (19.1) % . أما الذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (21.1) % .
3. إن أعلى نسبة من المبحوثين لا يوافقون على أن الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس تمكنت من إحكام الرقابة في مطابقة السلع والخدمات المحلية والمستوردة للمواصفات والمقاييس حيث بلغت نسبتهم (42.8) % بينما بلغت نسبة الموافقين على ذلك (33) % . أما الذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (24.2) % .
4. إن أعلى نسبة من المبحوثين يوافقون على جميع العبارات التي تقيس محور (فرضية الدراسة الخامسة) حيث بلغت نسبتهم (47.3) % بينما بلغت نسبة غير الموافقين على ذلك (30.2) % . أما الذين لم يبدوا إجابات محددة فقد بلغت نسبتهم (21.6) % .

ثانياً: الإحصاء الوصفي لعبارات الفرضية الرابعة:

حيث يتم حساب كل من المتوسط والانحراف المعياري لكل عبارات محور الدراسة، ويتم مقارنة المتوسط للعبارة بالوسط الفرضي للدراسة (3) حيث تتحقق الموافقة على الفقرات إذا كان المتوسط للعبارة أكبر من الوسط الفرضي (3) وتتحقق

عدم الموافقة إذا كان المتوسط أقل من الوسط الفرضي. وإذا كان الانحراف المعياري للعبارة يقترب من الواحد الصحيح فهذا يدل على تجانس الإجابات بين أفراد العينة. فيما يلي جدول (19/4) يوضح المتوسط والانحراف المعياري والأهمية النسبية لعبارات المقياس وترتيبها وفقاً للإجابات المستقصى منهم.

جدول (19/4) الإحصاء الوصفي لعبارات محور الفرضية الرابعة

الترتيب	الدالة	المتوسط	الانحراف المعياري	العبارات
2	أوافق	3.40	1.16	1-تلعب الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس دوراً مهماً في توعية المستهلك ونشر ثقافة التقييس
1	أوافق	3.49	1.11	2-للهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس دور كبير في تحديد المواصفات المطلوبة للسلع والخدمات وضبطها
3	لا أوافق	2.82	1.24	3-تمكنت الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس من إحكام الرقابة في مطابقة السلع والخدمات المحلية والمستوردة للمواصفات والمقاييس
	أوافق	3.30	1.17	الإجمالي

المصدر: إعداد الباحث من نتائج التحليل 2022م

يتضح من الجدول (19/4) ما يلي:

1. أن جميع العبارات التي تعبر عن عبارات محور (الفرضية الخامسة) يزيد متوسطها عن الوسط الفرضي (3) ما عدا العبارة الثالثة وهذه النتيجة تدل على موافقة أفراد العينة على جميع التي تقيس دور الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس في توعية المستهلك على كافة السلع والخدمات المقدمة له، ما عدا العبارة (تمكنت الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس من إحكام الرقابة في مطابقة السلع والخدمات المحلية والمستوردة للمواصفات والمقاييس).
2. أهم عبارة من عبارات محور (الفرضية الخامسة) هي العبارة (للهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس دور كبير في تحديد المواصفات المطلوبة للسلع والخدمات وضبطها) حيث بلغ متوسط إجابات أفراد العينة على العبارة (3.49) بانحراف معياري (1.11) وأقل عبارة من حيث الموافقة هي العبارة (تمكنت الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس من إحكام الرقابة في مطابقة السلع والخدمات المحلية والمستوردة للمواصفات والمقاييس) حيث بلغ متوسط العبارة (2.82) بانحراف معياري (1.24) .
3. كما بلغ متوسط جميع العبارات (3.30) بانحراف معياري (1.17) وهذا يدل على أن غالبية أفراد العينة يوافقون على جميع عبارات محور الفرضية الخامسة والتي تقيس دور الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس في توعية المستهلك على كافة السلع والخدمات المقدمة له.

ثالثاً : اختبار الفروق لعبارات الفرضية الرابعة:

ولاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد الموافقين والمحايدين وغير الموافقين للنتائج أعلاه تم استخدام اختبار (t) لدلالة الفروق. وفيما يلي جدول يوضح نتائج التحليل الوصفي لعبارات الفرضية.

جدول (4/ 20) اختبار الفروق لعبارات الفرضية الرابعة

عبارات الفرضية	قيمة (t)	مستوى المعنوية	الدلالة
1- تلعب الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس دوراً مهماً في توعية المستهلك ونشر ثقافة التقييس	3.43	0.001	قبول
2- للهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس دور كبير في تحديد المواصفات المطلوبة للسلع والخدمات وضبطها	6.13	0.000	قبول
3- تمكنت الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس من إحكام الرقابة في مطابقة السلع والخدمات المحلية والمستوردة للمواصفات والمقاييس	1.90	0.058	رفض
الإجمالي	3.82	0.019	قبول

المصدر: اعداد الباحث باستخدام مخرجات نتائج التحليل الإحصائي 2022م

يتضح من الجدول (20/4) ما يلي:

1. بلغت قيمة (t) للعبارة الأولى (3.43) بمستوى معنوية (0.001) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس تلعب دوراً مهماً في توعية المستهلك ونشر ثقافة التقييس.
2. بلغت قيمة (t) للعبارة الثانية (6.13) بمستوى معنوية (0.000) وهذه القيمة أقل من مستوى المعنوية (5%) وعليه فإن ذلك يشير الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن للهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس دور كبير في تحديد المواصفات المطلوبة للسلع والخدمات وضبطها. ومما تقدم نستنتج أن فرضية الدراسة الرابعة والتي نصت على (تلعب الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس دوراً مهماً في توعية المستهلك والرقابة على كافة السلع والخدمات المقدمة له والتأكد من مطابقتها للمواصفات المطلوبة) تم التحقق من صحتها في جميع عبارات الفرضية. ما عدا العبارة (تمكنت الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس من إحكام الرقابة في مطابقة السلع والخدمات المحلية والمستوردة للمواصفات والمقاييس).

الخاتمة:

النتائج :

توصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها ما يلي:

1. شاركت الجمعية السودانية لحماية المستهلك الجهات المختصة لحماية المستهلك في حملات تفتيش ورقابة المحلات التجارية للتأكد من جودة السلع ومطابقتها للمواصفات المطلوبة.
2. سعي منتج السلع والخدمات إلى تعظيم أرباحهم في المقام الأول وبعيداً عن أثرها سلباً وإيجاباً على المستهلكين.
3. سعت الجمعية السودانية لحماية المستهلك إلى تحذير المستهلك من استهلاك السلع الفاسدة.
4. ساهمت الجمعية السودانية لحماية المستهلك في توعية المستهلك بالاهتمام بجودة السلع والخدمات المقدمة له.
5. أثرت الجمعية السودانية لحماية المستهلك في تحديد وخفض بعض أسعار السلع.
6. أحكمت الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس الرقابة على السلع والخدمات المحلية والمستوردة منها ومطابقتها للمواصفات والمقاييس المطلوبة.
7. لعبت الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس دوراً مهماً في توعية وحماية المستهلك ونشر ثقافة التقييس.
8. الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس هي الجهة المسؤولة عن تحديد المواصفات السلعية والخدمية وضبطها.

التوصيات:

وفقاً لنتائج الدراسة يمكن التوصية بالآتي:

1. التنسيق الجيد بين مؤسسات حماية المستهلك الرسمية وغير الرسمية لإحكام الرقابة لضبط السلع غير المطابقة للمواصفات القياسية على المحلات التجارية والأسواق وخاصة بالأحياء الطرفية.
2. تطبيق قوانين المعاملات التجارية للسلع المستوردة وغير المطابقة للمواصفات والمقاييس العالمية والمحلية.
3. تكثيف نشاط الجمعية السودانية لحماية المستهلك لتبصيره بحقوقه وواجباته تجاه نفسه والمجتمع.
4. نشر ثقافة التقييس في المجتمع عبر وسائل الإعلام المختلفة.
5. إدراج توعية وتنقيف المستهلك بالمناهج التعليمية.
6. ترسيخ ثقافة المسؤولية الاجتماعية والأخلاق المهنية في المجتمع.

قائمة المصادر والمراجع : References

1. مصطفى محمود ابوبكر، إدارة التسويق في المنشآت المعاصرة، الدار الجامعية، ص2003، 223م.
2. الطائي، حميد وآخرون الأسس العلمية للتسويق الحديث- مدخل شامل، دار اليازوري، عمان- الأردن، ص312، 2006..
3. 1 Diana Mutti, Natalia Yakovleva, Diego Vasquez–Brust, Martin H.Di Marco, «Corporat Social responsibility in the mining industry: Perspectives from stake holder groups in argentina », Resources policy, 2010, p 2.
4. فؤاد محمد حسين الحمدي، «الأبعاد التسويقية للمسؤولية الاجتماعية للمنظمات وإنعكاساتها على رضا المستهلك» رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإدارة والإقتصاد، الجامعة المستنصرية، بغداد، 2006.
5. فيليب كوتلر، جاري أرمسترونج، أساسيات التسويق، دار المريخ للنشر، الرياض، ط11، 2007.
- نجم عبود نجم، أخلاقيات الإدارة ومسؤولية الأعمال في شركات الأعمال، مؤسسة وارق للنشر والتوزيع، الأردن، سنة 2006.