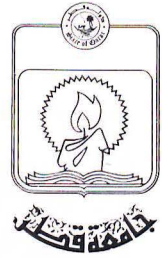


مكتبة البنين
قسم الدوريات



المَجَلَّةُ العِلْمِيَّةُ
كَلِيَّةُ الإِدَارَةِ وَالإِقْتِصَادِ
مَجَلَّةُ عِلْمِيَّةٍ سَنَوِيَّةٍ مُحَكَّمَةٌ

العدد الأول

١٤١٠ هـ - ١٩٩٠ م

اتجاهات المستهلكين السعوديين نحو
منتجات الصناعة الوطنية مقارنة
بالسلع الآسيوية وأثر العوامل
الديموغرافية على الاتجاهات نحو
منتجات هذه الصناعة

دراسة لاتجاهات المستهلكين
بمدينة جدة

د. السيد منير حسن علي
أستاذ مساعد إدارة الأعمال
كلية الاقتصاد والادارة - جامعة الملك عبد العزيز

« دراسة لاتجاهات المستهلكين بمدينة جدة »

١ - مقدمة :

تعاني الصناعة الوطنية غير البترولية في المملكة العربية السعودية من عزوف المستهلك السعودي عن شراء معظم السلع المحلية وميله لشراء السلع الأجنبية (انظر المصري ، ١٤٠٤ ، حبيب وعابدين ، ١٩٨٧ : ١٥٥) وقد أدى هذا العزوف إلى تفاقم المشاكل التسويقية التي تواجهها المصانع الوطنية (انظر على سبيل المثال : ملخص ورقة العمل حول الفرص الاستثمارية المتاحة للقطاع الخاص في اطار خطة التنمية الرابعة ، وثائق وانجازات المؤتمر الثالث لرجال الأعمال السعوديين . ابها ، ١٥ - ١٨ رجب ١٤٠٧هـ) الأمر الذي ضاعف مشاكل هذه المصانع بل وساهم في دفع بعضها نحو الافلاس (حبيب وعابدين ، ١٩٨٧ : ١٥٦) .

وإذا عدنا لنظريات اتخاذ القرارات الشرائية في دراسات سلوك المستهلك نجد ان ميل المستهلك لشراء سلعة معينة أو عزوفه عن شرائها يتأثر بدرجة كبيرة (خاصة بالنسبة للسلع المعمرة) بالاتجاهات التي يحملها هذا المستهلك عن هذه السلعة وصفاتها المختلفة (انظر على سبيل المثال : هوارد Howard ، ١٩٧٧ : ١٣٣ ، وليامز Williams ، ١٩٨١ : ٦٨ ، انجل وبلاكويل Engel and Blackwell ، ١٩٨٢ : ١٨) فكلما كانت اتجاهاته ايجابية كلما ازداد ميله لشراء هذه السلعة وكلما مآلت اتجاهاته نحو السلبية كلما قل احتمال شرائه لهذه السلعة وذلك مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة .

ونظراً لأهمية الاتجاهات في ميل أو عزوف المستهلك السعودي عن شراء السلع المنتجة محلياً فقد قرر الباحث دراسة اتجاهات المستهلكين السعوديين نحو هذه السلع لمعرفة ما إذا كانت إيجابية ام سلبية وبالتالي لمعرفة ما إذا كانت أحد الأسباب المحتملة وراء عزوف هذا المستهلك عن شراء السلعة المنتجة محلياً . وقد قام

الباحث في بحث سابق (على ، لم ينشر بعد) بدراسة اتجاهات المستهلكين السعوديين نحو السلع المحلية عند مقارنتها بالسلع المنتجة في الدول المتقدمة صناعياً وهي الدول الأوروبية والولايات المتحدة الأمريكية واليابان . وأشارت نتائج تلك الدراسة إلى أن المستهلكين السعوديين يعتقدون بأن هذه السلع أفضل من السلع المنتجة محلياً . وفي هذا البحث يحاول الباحث دراسة اتجاهات المستهلكين السعوديين نحو السلع المحلية مقارنة بالسلع المستوردة من الدول الأقل تقدماً صناعياً وهل دول جنوب شرق آسيا (تايوان - هونج كونج - كوريا الجنوبية - سنغافورة) التي بدأت تدخل بقوة في الأسواق العالمية ومنها سوق المملكة العربية السعودية وذلك كما هو واضح من زيادة نصيب هذه الدول في واردات المملكة . فبينما نصيب الدول الصناعية الأربعة عشر في واردات المملكة انخفض من ٧٩٪ في عام ١٤٠٢ - ١٤٠٣هـ إلى ٧١٪ في عام ١٤٠٦ - ١٤٠٧هـ نجد أن نصيب الدول الأقل تقدماً صناعياً قد ارتفع من ٢١٪ في عام ١٤٠٢ - ١٤٠٣هـ إلى ٢٩٪ في عام ١٤٠٦ - ١٤٠٧هـ ، وقد بلغ نصيب كوريا الجنوبية وحدها ٢٣٪ من واردات المملكة من خارج الدول الصناعية الأربعة عشر في ذلك العام ، بينما بلغ نصيب تايوان ٢٠٪ ونصيب سنغافوره ٦٪ وكانت كوريا الجنوبية وتايوان الدولتين الوحيدتين اللتين زادتتا من نصيبهما في واردات المملكة خلال العامين الماليين ١٤٠٦ و ١٤٠٧هـ (التقرير السنوي لمؤسسة النقد العربي السعودي لعامي ١٤٠٦هـ و ١٤٠٧هـ : ٧٣ ، ٧٤) ومن ذلك يتضح مدى أهمية السلع المنتجة في دول شرق آسيا (السلع الآسيوية) في منافسة منتجات الصناعة المحلية مما يجعل من المهم دراسة اتجاهات المستهلكين السعوديين نحو هذه السلع مقارنة بالسلع المستوردة من دول شرق آسيا .

٢ - أهداف البحث :

يهدف هذا البحث إلى :

(أ) قياس اتجاهات أفراد العينة نحو السلع المحلية مقارنة بالسلع الآسيوية لمعرفة

ما إذا كانت هذه الاتجاهات تميل لصالح السلع المحلية أم لصالح السلع الأسيوية .

(ب) معرفة مدى وجود علاقة بين العوامل السكانية أو الديموغرافية وهي : مكان الولادة ، السن ، التعليم ، الحالة الاجتماعية ، الدخل ، والجنس ، وبين اتجاهات المستهلكين نحو السلع المحلية بمعنى هل تختلف هذه الاتجاهات من حيث إيجابيتها أو سلبيتها بحسب اختلاف الصفات الديموغرافية للمستهلكين .

٣ - أهمية البحث :

من الناحية النظرية سيساهم هذا البحث في توضيح بعض جوانب سلوك المستهلك السعودي وهي تلك المتعلقة باتجاهاته نحو السلع المنتجة محلياً عند مقارنتها بالسلع المنتجة في دول أكثر تقدماً صناعياً من المملكة وان كانت لا تعتبر حتى الآن من الدول المتقدمة صناعياً وكذلك سيساهم هذا البحث في توضيح أثر العوامل الديموغرافية على اتجاهات المستهلك السعودي نحو السلع المنتجة محلياً مما يلقي بعض الضوء على العلاقة بين هذين العاملين بالنسبة للمجتمع السعودي .

أما من الناحية العملية فإن هذا البحث سيساهم بإذن الله في التعرف على أحد العوامل المهمة المؤثرة في تقوية أو إضعاف القدرة التنافسية لمنتجات الصناعة الوطنية مقارنة بالسلع المنتجة في دول جنوب شرق آسيا وهي سلع متعددة ذات سعر منخفض وتوزيع منتشر مما يجعلها ذات قدرة تنافسية كبيرة خاصة (كما ذكرت سابقاً) وان منتجات هذه الدول بدأت تدخل بقوة في الأسواق العالمية ومنها السوق السعودي . ان دراسة اتجاهات المستهلكين السعوديين نحو السلع المنتجة محلياً

مقارنة بالسلع الآسيوية ستوضح ما إذا كانت هذه الاتجاهات ايجابية وبالتالي ستزيد من قدرة السلع المنتجة محلياً على مواجهة المنافسة الشديدة للسلع الآسيوية ام أنها سلبية وبالتالي ستضعف من قدرة السلع المحلية على منافسة هذه السلع مما يوجه انتباه رجال الصناعة في المملكة إلى نقطة مهمة يجب عليهم معالجتها ان أرادوا زيادة قدرة منتجاتهم على منافسة السلع الآسيوية التي بدأت في تثبيت أقدامها في السوق السعودي .

وبدراسة أثر العوامل الديموغرافية على اتجاهات المستهلكين السعوديين فإن هذا البحث سيساهم أيضاً في توضيح مدى وجود اختلافات بين المستهلكين السعوديين ذوي الصفات الديموغرافية المختلفة من حيث اتجاهاتهم نحو السلع المنتجة محلياً ولهذا فائدته العملية الهامة حيث ان هذه المعلومات ستساعد مسوقي السلع المحلية على معرفة مدى تركيز الاتجاهات الايجابية أو السلبية في فئة أو فئات معينة من المستهلكين أو مدى انتشار هذه الاتجاهات في أكثر من فئة سكانية أو في المجتمع ككل .

٤ - فروض البحث :

الفرضية الأولى :

عند المقارنة بين السلع المنتجة محلياً والسلع المستوردة من دول جنوب شرق آسيا (تايبوان ، هونج كونج ، كوريا الجنوبية ، سنغافورة) فإن اتجاهات أفراد العينة نحو السلع المحلية ستميل للايجابية بينما اتجاهاتهم نحو السلع الآسيوية ستميل للسلبية .

الفرضية الثانية :

في صورة فرضية العدم Null hypothesis تنص الفرضية الثانية على انه : لا توجد

علاقة بين الصفات السكانية لأفراد العينة وبين ايجابية أو سلبية اتجاهاتهم نحو السلع المحلية .

أما الفرضية البديلة Alternative hypothesis لها فتنص على أنه : توجد علاقة بين الصفات السكانية لأفراد العينة وبين إيجابية أو سلبية اتجاهاتهم نحو السلع المحلية .

٥ - منهج البحث :

١/٥ أداة جمع المعلومات :

تم جمع بيانات هذا البحث باستخدام قائمة استقصاء وضعت على صورة مقياس ليكرت Likert-type Scale نظراً لقدرة هذا المقياس على التمييز بين الدرجات المختلفة من قوة الاتجاهات ولسهولة فهمه من قبل المستهلكين المراد قياس اتجاهاتهم (كينز وتايلور Kinnear and Taylor ، ١٩٨٧ : ٣٢٥ ، تشيرزنال Chisnall ، ١٩٧٣ : ١٧٤) .

ونظراً لأن هذا المقياس يتكون من عدة عبارات يطلب من المستهلك اظهار مدى اتفاهه أو اختلافه معها عن طريق اختيار بديل من خمس بدائل تتراوح بين اتفق تماماً إلى اختلف تماماً فقد وضع الباحث هذه العبارات بحيث تمثل الاعتقادات المختلفة التي يتألف منها اتجاه المستهلك نحو السلع المحلية . وللحصول على هذه الاعتقادات تم توزيع قائمة استقصاء مبدئية على مجموعة من المستجوبين ذوى الصفات الديموغرافية المتباينة من حيث السن والتعليم والدخل تطلب منهم (في صيغة سؤال مفتوح) اجراء مقارنات بين السلع المحلية والسلع الأسيوية وبذلك امكن الحصول على صفات السلع المحلية التي يهتم بها المستهلكون ويحملون عنها اعتقادات

معينة والتي يستخدمونها عند مقارنتهم بين السلع المحلية والسلع الآسيوية وبذلك امكن الاطمئنان بشأن صدق قائمة الاستقصاء من حيث المحتوى The content- validity (تل وهوكنز Tull and Hawkins ، ١٩٨٧ : ٢٢٥ ، عبد الخالق ، ١٩٨٦ : ١٤٤ ، كيرلنجر Kerlinger ، ١٩٧٣ : ٤٥٨) .

أما اعتمادية أو ثبات قائمة الاستقصاء Reliability فقد تم قياسها باستخدام طريقة الاختبار وإعادة الاختبار Test-Retest حيث اختبرت عينه عشوائية من المستهلكين وطلب منهم الاجابة على قائمة الاستقصاء ثم بعد عشرون يوماً أجاب نفس المستهلكون على نفس القائمة وكانت درجة الارتباط بين الاجابتين ٧٥٪ وهي نسبة جيدة (أوبنهايم Oppenheim ، ١٩٦٦) . كذلك تم اختبار قائمة الاستقصاء من حيث سهولة فهمها ووضوح عباراتها للقارئ على عينه من المستهلكين وقد قدم بعض المستهلكين بعض الملاحظات لتحسين صياغة بعض العبارات وتم إجراء التعديلات المطلوبة بناء على ذلك ، ولكن عموماً أظهر هذا الاختبار كفاءة قائمة الاستقصاء في قياس الاتجاهات المطلوبة .

٢/٥ عينة البحث :

بلغت عينة هذا البحث التي تم استخدامها في التحليل الاحصائي ٢٢٨ مفردة وكانت قد وضعت عينة هذا البحث في حدود ٢٥٠ - ٢٥٦ مفردة (باستخدام المعادلة ع. = $\frac{ح \times ل}{ن}$ وبمعامل ثقة ٩٥٪ وحدود خطأ \pm)

٥٪ وتوقعنا انتشار الخاصية موضوع البحث بين ٨٠٪ من أفراد مجتمع البحث كما أشار البحث الاستطلاعي ، انظر بازرعه ، ١٩٨٨) . وقد تم استبعاد استمارات الاستقصاء غير المكتملة واستبقيت ٢٢٨ استمارة . وقد اختيرت مفردات العينة من بين سكان مدينة جدة وضواحيها من السعوديين . ونظراً

لعدم وجود إطار عام لمجتمع البحث (سكان مدينة جدة) ولوجود بعض العوائق الاجتماعية المتمثلة في صعوبة الحصول على تعاون الأفراد المختارين عشوائياً وصعوبة دخول جامعو المعلومات إلى منازل أشخاص لا تربطهم بجامع المعلومات علاقة شخصية وهي صعوبة أشارت إليها دراسات سابقة أجريت في المجتمع السعودي (علوي والمصري ، ١٤٠٣هـ ، يافاس وتنكالب B,A ١٩٨٤ Yavas and Tunçalp) ، لهذه الأسباب تم اختيار مستجوبي هذا البحث باستخدام أسلوب العينة الحصصية Quota Sampling وهو الأسلوب المناسب لمثل هذه الحالة (بارزعه ، ١٩٨٨م) وقد تم استخدام عوامل السن ، التعليم ، الدخل ، الحالة الاجتماعية ، والجنس ، ومكان الولادة (جدة أو خارجها) كضوابط لتقسيم مفردات العينة إلى فئات متعددة تمثل الفئات السكانية المختلفة .

وقد تم الاسترشاد بالتوزيعات السكانية الواردة في احصاء ١٣٩٤هـ (وهو آخر احصاء لسكان المملكة) في توزيع مفردات العينة على الفئات السكانية المختلفة (فيما عدا فئات الدخول) وذلك بعد تعديلها لتعكس التغيرات السكانية التي حدثت خلال السنوات التي تلت إجراء احصاء ١٣٩٤هـ حيث جرى زيادة الأهمية النسبية للشباب لتعكس الصفة الشابة للتركيب السكانية للمجتمع السعودي (النطفجي ، ١٤٠١هـ ، الراوي وآخرون ، ١٤٠٥هـ) كما جرى زيادة الأهمية النسبية لفئات المتعلمين تعليماً عالياً لتعكس زيادة نسبة المتعلمين في المجتمع عما كانت عليه عام ١٣٩٤هـ ، (راجع التقرير السنوي لمؤسسة النقد العربي السعودي لعام ١٤٠٧هـ : ١٢٢ ، ١٢٣) . وقد تم الاسترشاد بسلم رواتب موظفي الدولة وبيانات مؤسسة التأمينات الاجتماعية عن فئات دخول العاملين في القطاع الخاص (التقرير الإحصائي السنوي الثامن للمؤسسة العامة للتأمينات الاجتماعية ، ١٤٠٧هـ) في وضع فئات الدخول .

والجدول رقم (١) يمثل التوزيع السكاني لمفردات العينة المائتين وثمان وعشرون التي تم استخدامها في التحليل النهائي .

٣/٥ جمع المعلومات :

تم جمع المعلومات بالاستعانة بعدد من المساعدين الذين اختارهم الباحث من فئات سن وتعليم ودخل مختلفة وذلك لتنوع البيئات والمصادر التي سيتم منها اختيار المستجوبين وفق ضوابط العينة المحددة أعلاه وقد قام الباحث بتعريفهم بالاجراءات المطلوبة لجمع المعلومات وتأكد من اتقانهم لها .

٤/٥ تحليل المعلومات :

احتوت قائمة الاستقصاء على سبعة عشر جملة تعبر عن مقارنات بين صفات السلع المحلية وصفات السلع الآسيوية ، بعض هذه الجمل تعبر عن اعتقاد سلبي نحو السلع المحلية واعتقاد ايجابي نحو السلع الآسيوية مثل :

«السلع المستوردة من تايوان وهونج كونج وسنغافورة وكوريا الجنوبية تمتاز عن منتجات الصناعة المحلية بغلافها الجيد الذي يسهل استخدام السلعة» وقد تم اعطاء القيم التالي للاستجابات الخمس الموجودة أمام هذه الجمل المعبرة عن اعتقاد سلبي نحو السلع المحلية :

اتفق تماماً = ١ ، أوافق = ٢ ، غير متأكد = ٣ ، لا أوافق = ٤ ،
أختلف تماماً = ٥ .

كذلك اشتملت القائمة على جمل تعبر عن اعتقاد ايجابي نحو صفة من صفات السلع المحلية واعتقاد سلبي نحو نفس الصفة بالنسبة للسلع

المستوردة مثل العبارة التالية :

جدول رقم (١)
التوزيع السكاني لمفردات العينة

الحالة الاجتماعية		الجنس		التعليم				السن			
غير متزوج	متزوج	أنثى	ذكر	جامعية فما فوق	ثانوية	متوسطة	ابتدائية أو أقل	١٨-٢٩	٣٠-٣٩	٤٠-٤٩	٥٠ فأكثر
٧٤	١٥٤	٤٦	١٨٢	٩١	٩٥	٢٦	١٦	١٠	٢٦	٧٥	١١٧
	٢٢٨		٢٢٨			٢٢٨				٢٢٨	

مكان الولادة		الدخل الشهري				
خارج جده	جده	١٢٠٠٠ فأكثر	٩٠٠٠ إلى أقل من ١٢٠٠٠	٦٠٠٠ إلى أقل من ٩٠٠٠	٣٠٠٠ إلى أقل من ٦٠٠٠	أقل من ٣٠٠٠
١١٢	١١٦	١١	٣١	٨٩	٦٩	٢٨
	٢٢٨			٢٢٨		

«تتوفر شروط السلامة في منتجات الصناعة المحلية بدرجة أفضل من توفرها في السلع المستوردة من تايوان ، وهونج كونج ، كوريا الجنوبية ، وسنغافورة» .

وقد تم اعطاء القيم التالية للاستجابات الخمس الموجودة أمام كل جملة تعبر عن اعتقاد ايجابي عن السلع المحلية وسلبى عن السلع المستوردة :

أنتفق تماما = ٥ ، أوافق = ٤ ، غير متأكد = ٣ ، لا أوافق = ٢ ،
أختلف تماما = ١ .

أي أن القيم الرقمية لكل استجابة على جملة ايجابية عكس القيمة الرقمية
لنفس الاستجابة على جملة سلبية وهكذا فإن المستجوب الذي يحمل
اتجاهات ايجابية نحو السلع المحلية فإنه سيتفق تماما مع الجملة الايجابية
وسيحصل على خمس درجات كما أنه سيختلف تماما مع الجملة السلبية
ويحصل أيضا على خمس درجات بينما المستجوب الذي يحمل اتجاهات سلبية
نحو السلع المحلية فإنه سيختلف تماما مع الجمل الايجابية ويحصل على درجة
واحدة وستفق تماما مع الجملة السلبية ويحصل أيضا على درجة واحدة
وبالتالي فإنه كلما ارتفعت الدرجات التي يتحصل عليها المستجوب بعد
الاستجابة على كل الجمل السلبية والايجابية الواردة في قائمة الاستقصاء كلما
أظهر ذلك ايجابية الاتجاهات التي يحملها عن السلع المحلية (الحد الاقصى
للدرجات هو $١٧ \times ٥ = ٨٥$ درجة) وكلما انخفضت الدرجات التي يحصل
عليها المستجوب كلما أظهر ذلك سلبية الاتجاهات التي يحملها عن السلع
المحلية (الحد الأدنى للدرجات = $١٧ \times ١ = ١٧$ درجة) .

٥/٥ محددات الدراسة :

١ - يتم التركيز في هذا البحث على دراسة اتجاهات أفراد العينة من المستهلكين
السعوديين نحو منتجات الصناعة المحلية بصفة عامة بالمقارنة مع السلع
المستوردة من عدة دول في شرق آسيا وذلك عن طريق الطلب من المستهلك
اجراء مقارنات بين هاتين المجموعتين من السلع وهي مقارنات لا يوجد لدى
المستهلك أساس موضوعي لاجرائها ولذلك فإنه سيضطر للاعتماد على
اتجاهاته الحالية عن كل مجموعة سلعية لكي يقرر أي منها يتفوق على الآخر في
كل صفة من الصفات الداخلة في المقارنة وهذه هي الاتجاهات التي يهدف

البحث إلى الكشف عنها ، ولهذا السبب يجب أن نشير هنا إلى أن اجابات أفراد العينة لا تمثل تقييماً حقيقياً لكل سلعة محلية أو كل سلعة آسيوية وإنما تعبر فقط عن مدى تأثير مكان صنع السلعة (المملكة العربية السعودية أو شرق آسيا) على توقعات أو «نظرة» المستهلك لهذه السلعة . كذلك يود الباحث أن يشير إلى أن هذا البحث ينظر للسلع المنتجة في عدة دول آسيوية كوحدة واحدة وذلك لغرض تسهيل اجراء المقارنات على المستهلكين عندما يتحدثون عن السلع بحسب مصدرها فأنهم عادة ما ينظرون للسلع المستوردة من دول شرق آسيا (فيما عدا اليابان) كوحدة واحدة بالرغم من أن هناك اختلافات في مستوى الصناعة وطبيعة المنتجات بين كل دولة وأخرى من الدول الآسيوية الداخلة في هذه الدراسة .

٢ - استبعد من عينة هذا البحث المستهلكين غير السعوديين المقيمين بالمملكة وذلك بالرغم من الأهمية الاقتصادية لهذا القطاع الكبير من المستهلكين حيث اقتضرت العينة على المستهلكين السعوديين فقط نظراً لأن هؤلاء هم المستهلكون الدائمون لمنتجات الصناعة المحلية فهم يشكلون السوق الأول الدائم والمستمر لهذه المنتجات بعكس المستهلكين غير السعوديين الذين لا يتميزون بالاستقرار وقد لا يحملون اتجاهات واضحة عن هذه المنتجات نظراً لأن بقائهم في المملكة مؤقت وقد لا تتاح لهم الفرصة الكافية لتكوين واكتساب هذه الاتجاهات .

٣ - نظراً لأن امكانيات الباحث المالية والبشرية لا تسمح باختيار عينة من المستهلكين القاطنين في جميع مناطق المملكة المترامية الأطراف فقد تقرر التركيز على مدينة أو منطقة جغرافية واحدة لتكون مجتمعة للبحث . وقد اختار الباحث مدينة جدة كمجتمع للبحث نظراً لحجمها الكبير ولموقعها التجاري الهام ولتطور وضخامة أسواقها التي تتوافر فيها جميع السلع المحلية والمستوردة مما يجعل من المنطقي توقع معرفة سكان مدينة جدة للسلع الداخلة

في الدراسة وتكوينهم لاتجاهات واضحة عن هذه السلع . ولكن اقتصار مجتمع البحث على سكان مدينة جدة يدفع الباحث إلى عدم تعميم نتائج هذا البحث على سكان المملكة ككل .

٦ - أدبيات البحث :

١/٦ تعريف الاتجاهات :

يهدف هذا البحث إلى دراسة اتجاهات المستهلكين السعوديين نحو السلع المحلية والسلع الآسيوية . والاتجاهات بصفة عامة هي عبارة عن فكرة أو وجهة نظر يحملها الشخص عن شيء معين سواء كان ذلك الشيء انسان آخر أو فكرة معينة أو سلعة معينة . وكل فرد يحمل عدداً غير محدود من الاتجاهات بحسب عدد الأشخاص والأشياء والأفكار التي يتعرض لها في حياته (جلال ، ١٩٨٤) . ويعرف لندون London (١٩٧٨ : ٥٩٤) الاتجاه بأنه « ميل الانسان للشعور والتفكير والتصرف بطريقة معينة . . . نحو شيء معين » ، أما روكيش Rokeach (١٩٦٨ : ١١٢) فيعرف الاتجاه بأنه : « استعداد مسبق منظم للتفكير والشعور ، والادراك ، والسلوك نحو مرجع معين وهو عبارة عن هيكل مستقر نسبياً من الاعتقادات التي تجعل الفرد ميالاً للتصرف بطريقة معينة نحو الشيء موضوع الاتجاه » .

وعلى ذلك فالاتجاه نحو السلع هو الاستعداد أو الميل المسبق لتقييم سلعة معينة بشكل سلبي أو ايجابي . وكما يشير تعريف روكيش فإن الاتجاهات نحو السلع (شأنها شأن جميع الاتجاهات) تتكون من مجموعة من الافكار الجزئية تسمى الاعتقادات Beliefs والتي تربط السلعة بصفة أو خاصية معينة فإذا كان المستهلك يرى أن سلعة معينة تتصف بخاصية معينة ويرى أن هذه الخاصية جيدة أو مفيدة فإنه سيكون اعتقاداً ايجابياً عن هذه السلعة اما لو كان يرى هذه السلعة لا تتصف بخاصية جيدة أو تتصف بخاصية سيئة

أو غير مفيدة فإنه سيكون اعتقاداً سلبياً .

والاعتقادات الايجابية تؤدي إلى نشوء اتجاه ايجابي بينما الاعتقادات السلبية تؤدي إلى نشوء اتجاه سلبي .

١ / ١ / ٦ أثر الاتجاهات على قرار الشراء :

كما نلاحظ من التعريفين السابقين فإن الاتجاهات تؤثر على سلوك الفرد نحو الشيء موضوع الاتجاه وعلى ذلك فإن اتجاهات المستهلك نحو سلعة تحمل علامة تجارية معينة ستؤثر على ميله لشراء هذه السلعة فإذا كان الاتجاه ايجابياً فإننا يمكن أن نتوقع بأن هذا المستهلك سيكون أكثر ميلاً لشراء هذه السلعة من بين السلع العديدة ذات العلامات التجارية الأخرى التي لا يحمل عنها اتجاهات سلبية اما لو كان هذا الاتجاه سلبي فإننا يمكن أن نتوقع بأن هذا المستهلك سيكون ميلاً لعدم اختيار هذه السلعة (انجل وبلاكويل Engel and Blackwell ، ١٩٨٢ : ٢٨) وعلى ذلك فإنه بالرغم من أن هناك عوامل عديدة مثل الضغوط الاجتماعية وسعر السلعة قد تؤثر على القرار الشرائي للمستهلك وتجعله مخالفاً للاتجاهات التي يحملها عن السلع المراد شرائها إلا أنه عموماً يمكن القول بأن للاتجاهات دوراً كبيراً في توجيه القرار الشرائي للمستهلك .

٢ / ٦ الاتجاهات نحو السلع بحسب بلد الصنع :

عدة دراسات اجريت في الدول المتقدمة تناولت موضوع المستهلكين نحو السلع بحسب بلد صنعها وقد أظهرت هذه الدراسات بأن المستهلكين يحملون اتجاهات خاصة نحو السلع المنتجة في بلد معين (انظر على سبيل المثال ريرسون Reiersen ، ١٩٦٦ ، نيجاشيما ، Nagashima ، ١٩٧٠ ، ١٨٧٧ ، بوجارتنر وجولبرت Jolibert Baumgartner and ، ١٩٧٨ ، كاتين

وجولبرت ولهونز Cattin, Jolbert and Lohnes ١٩٨٢ ، يافاس وتنكالب
A ١٩٨٤ Yavas and Tuncalp) . كذلك اظهرت بعض الدراسات بأن
الاتجاهات نحو السلع بحسب بلد صنعها تؤثر على تقييم المستهلكين لهذه
السلع (بلكى ونيس Bilky and Nes ، سكولر Schooler ، ١٩٦٥) وعلى قرار
الشراء حتى بالنسبة للمشتري الصناعي (وايت وكندف White and Cundiff ،
١٩٧٨ ، هيكانسون ووتز Hakansson and Woots ، ١٩٧٥) وأيضاً على
مستوى الاشباع المتحصل من استخدام هذه السلع (دارلنج وكرافت
Darling and Kraft ، ١٩٧٧) .

وهناك دراسات أجريت في الولايات المتحدة وفي عدة دول أوروبية
اهتمت بمقارنة اتجاهات المستهلكين في كل دولة نحو السلع المنتجة في تلك
الدولة ونحو السلع المصدرة إليها من دول أخرى متقدمة صناعياً وقد
أظهرت هذه الأبحاث (من ضمن نتائجها) بأن المستهلكين الفنلنديين
والفرنسيين يشعرون بأن السلع المنتجة محلياً أفضل من السلع المستوردة
(بومجارتز وجولبرت Baumgartner and Jolibert ، ١٩٧٨ ، دارلنج وكرافت
Darling and Kraft ، ١٩٧٧) .

بينما يحمل اليابانيون اتجاهات أكثر ايجابية نحو السلع الأوروبية
والأمريكية من الاتجاهات التي يحملونها نحو السلع اليابانية (نيجاشيما
Nagashima ، ١٩٧٠ ، ١٩٧٧) ، أما مدراء المشتريات الأمريكيين فهم
يضعون السلع المحلية المصنوعة في الولايات المتحدة والسلع الألمانية الغربية
في المرتبة الأولى تليها اليابانية (وايت وكندف White and Cundiff ، ١٩٧٨) .

هناك أيضاً أبحاث اهتمت بدراسة اتجاهات المستهلكين نحو السلع
المصنعة في الدول الأقل تقدماً اقتصادياً ولكنها قليلة ، وتتفق هذه الدراسات
في نتيجة واحدة وهي أن المستهلكين يضعون هذه السلع في مرتبة متأخرة

مقارنة بالسلع المصنعة في الدول المتقدمة صناعيا (سكولر Schooler ، ١٩٧١ ، جاديك Gaedeke ، ١٩٧٣ ، وانج Wang ١٩٧٨ ، وايت وكندف White and Cundiff ، ١٩٧٨) . فمثلاً جاديك (١٩٧٣) في دراسته التي قارن فيها اتجاهات المستهلكين الامريكيين نحو السلع الأمريكية مع اتجاهاتهم نحو السلع المنتجة في عدة دول نامية تقوم بتصدير انتاجها للولايات المتحدة مثل البرازيل ، كوريا الجنوبية ، الفلبين ، أندونيسيا ، الهند ، المكسيك وجد بأن المستهلكين الأمريكيين يضعون منتجات الولايات المتحدة في المرتبة الأولى وبفارق كبير عن منتجات أي دولة نامية ، تليها منتجات الفلبين أما منتجات أندونيسيا فقد تحصلت على المرتبة الأخيرة وكذلك وجد وايت وكندف في دراستهما المذكورة أعلاه (١٩٧٨) بأن السلع البرازيلية احتلت المرتبة الأخيرة بعد السلع الأمريكية والمانية واليابانية .

أما في العالم العربي والمملكة العربية السعودية بصفة خاصة فهناك دراسة يافاس وتنكالب Yavas and Tunçalp (١٩٨٤ A) التي درست اتجاهات ١٢٥ مستهلك سعودي من سكان المنطقة الشرقية نحو السلع البريطانية وقد أظهرت هذه الدراسة بأنه وإن لم يحمل هؤلاء المستهلكون اتجاهات سلبية قوية نحو السلع البريطانية إلا أن هذه السلع لا تتمتع أيضاً باتجاهات ايجابية قوية نحوها . ولكن لم تتعرض هذه الدراسة للاتجاهات نحو السلع المحلية وبالتالي لم تقارن هذه الاتجاهات بالاتجاهات نحو السلع البريطانية .

هناك أيضاً بحثان لم يدرسا اتجاهات المستهلكين نحو السلع المحلية وإنما درسا مدى اقبال المستهلك نحو السلع المحلية بالمقارنة مع السلع الأجنبية كمجموعة واحدة وليس بحسب مناطق صنعها . ففي المملكة العربية السعودية قام رضوان والبحيري (١٩٨٧) بسؤال عينة من المستهلكين السعوديين من سكان المنطقة الشرقية عن درجة اقبالهم على شراء المنتجات الغذائية الوطنية والأجنبية وقد أشارت اجابات هؤلاء المستهلكين بأنهم

يقبلون على شراء المنتجات الغذائية الوطنية بدرجة أكبر من اقبالهم على شراء المنتجات الغذائية الأجنبية ، أما البحث الآخر فقد جرى في مصر (العامري ، ١٩٧٥) حيث تمت دراسة مدى اقبال المواطن المصري على المنتجات المحلية وقد أظهرت نتائج هذا البحث بأن ٨٠,٥ ٪ من أفراد العينة أشاروا إلى أنهم يفضلون شراء السلع المحلية .

٣/٦ العلاقة بين العوامل الديموغرافية والاتجاهات نحو السلع بحسب بلد الصنع :

تشير دراسات سلوك المستهلك إلى أنه بالرغم من أن تقسيم المستهلكين بحسب صفاتهم السكانية أو الديموغرافية تقسيم غير دقيق نظراً لأنه يصنف المستهلكين إلى مجموعات عامة تضم بين جنباتهم أفراداً قد يختلفون في سلوكهم الشرائي اختلافاً كبيراً عن بعضهم البعض إلا أنه من الممكن أن تؤدي الاختلافات في العوامل الديموغرافية مثل السن ، التعليم والدخل إلى اختلافات في السلوك الشرائي والاستهلاكي للفرد ، فقد أظهرت العديد من الدراسات بأن اختلاف الصفات الديموغرافية للأفراد تؤدي فعلاً إلى اختلافات في جوانب متعددة من سلوكهم الشرائي والاستهلاكي (انظر على سبيل المثال : نيومان وستالين Newman and Staelin ، ١٩٧٢ ، وستبروك وفورنيل Westbrook and Fornell ، ١٩٧٩ ، مدجلي Midgley ، ١٩٨٣ ، علوي والمصري ، ١٤٠٣هـ) .

ولكن عند دراسة العلاقة بين الصفات الديموغرافية والاتجاهات نحو السلع بحسب بلد الصنع نجد أن نتائج الابحاث متناقضة في هذا المجال . فهناك بعض الدراسات التي لم تظهر وجود علاقة بين الصفات الديموغرافية والاتجاه نحو السلع بحسب بلد صنعها . فدراسة وانج Wang (١٩٧٨) عن العوامل المؤثرة على اختيار المستهلك للسلع المستوردة لم تظهر علاقات مهمة

احصائيا بين العوامل الديموغرافية وبين اتجاهات المستهلك نحو السلع المحلية والمستوردة . كذلك لم تظهر دراسة براون ، لايت ، وحازد Brown, Light and Gazda ، (١٩٨٧) وجود علاقة مهمة احصائيا بين الصفات الديموغرافية لأفراد عينة هذه الدراسة من المستهلكين الأمريكيين وبين اتجاهاتهم نحو السيارات المحلية والسيارات المستوردة .

ولكن ، من جهة أخرى ، هناك عدة دراسات أظهرت وجود علاقات مهمة احصائيا بين العوامل الديموغرافية وبين الاتجاهات نحو السلع بحسب بلد صنعها فهناك دراسة تونجبيرج Tongberg (١٩٧٢) التي أظهرت بأن أفراد العينة الأكبر سنا يحملون اتجاهات أكثر ايجابية نحو السلع الأجنبية من تلك التي يحملها أفراد العينة الأصغر سناً . كذلك هناك دراسة أندرسون وكننجهام Anderson and Conningham ، (١٩٧٢) التي أظهرت بأن هناك فروقا مهمة احصائيا في الصفات الديموغرافية بين المستهلكين الذين يحملون اتجاهات إيجابية نحو السلع الأجنبية وأولئك الذين يحملون اتجاهات سلبية نحو هذه السلع ، أما نيجاشيما Nagashima (١٩٧٠) فقد وجد أن المستهلكين من الشباب من الطبقات الاجتماعية الوسطى والدنيا يميلون للسلع اليابانية أكثر من الأفراد الذين يقعون خارج هذه الفئات الديموغرافية .

أما في دراسة رضوان والبحيري (١٩٨٧) التي أجريت في المجتمع السعودي فقد وجد الباحثان بأن المستهلكين الشباب الذين يقعون في الفئات العمرية الأدنى أكثر اقبالا على المنتجات الغذائية الأجنبية من المستهلكين الذين يقعون في الفئات العمرية الأعلى ولكن لم يجد الباحثان أي علاقة بين عاملي الدخل والتعليم وبين درجة تفضيل المستهلك السعودي لأي من المنتجات الغذائية الوطنية والأجنبية .

ولمعرفة ما هو الوضع بالنسبة للمستهلكين السعوديين فقد قرر الباحث دراسة العلاقة بين الصفات الديموغرافية لأفراد العينة وبين اتجاهاتهم نحو السلع المحلية .

٧ - تحليل البيانات والنتائج

١/٧ أولاً : اتجاهات أفراد العينة نحو السلع المحلية

مقارنة بالسلع الآسيوية :

كما أوضحت عند عرض منهج البحث ، فقد احتوت قائمة الاستقصاء على سبعة عشر جملة تتضمن اعتقادات سلبية أو ايجابية عن السلع المحلية مقارنة بالسلع الآسيوية وطلب من مفردات العينة توضيح مدى اتفاقهم أو اختلافهم مع هذه الاعتقادات وقد تم اعطاء قيم رقمية للاستجابات المختلفة على الجمل التي تحمل اعتقادات سلبية أو ايجابية نحو السلع المحلية بحيث أن الاستجابة التي تعبر عن اعتقاد ايجابي قوي نحو السلع المحلية تحصل على خمس درجات بينما الاستجابة التي تعبر عن اعتقاد سلبي قوي تحصل على درجة واحدة وبذلك فإنه كلما اقتربت مجاميع درجات المستجوبين نحو الحد الأقصى الممكن الحصول عليه وهو ٨٥ درجة (١٧×٥) كلما دل ذلك على اتجاه ايجابي نحو السلع المحلية واتجاه سلبي نحو السلع الآسيوية بينما لومال توزيع درجات أفراد العينة نحو الحد الأدنى وهو ١٧ درجة (١٧×١) فإن ذلك سيدل على اتجاه سلبي نحو السلع المحلية واطيبي نحو السلع الآسيوية ، والجدول رقم (٢) يوضح توزيع أفراد العينة بحسب مجاميع الدرجات التي تحصلوا عليها في مقياس الاتجاهات :

جدول رقم (٢)
توزيع أفراد العينة بحسب الدرجات الممثلة لاتجاهاتهم
نحو السلع المحلية مقارنة بالسلع الآسيوية

عدد أفراد العينة	مجموع الدرجات
٥	٣٨ - ٢٧
٢٠	٥٠ - ٣٩
١٣٠	٦٢ - ٥١
٧٠	٧٤ - ٣
٣	٧٩ - ٧٥
٢٢٨	

$$\text{الوسيط} = ٥١ + \frac{١١٤ - ٢٥}{١٣٠} = ١٢ + (٦٨, ١٢) = ٨٠, ٢١ = ٥٩, ٢١ \text{ درجة}$$

ولاختبار ما إذا كان التوزيع السابق لمجاميع درجات المستجوبين توزيعاً طبيعياً أم لا فقد تم استخدام اختبار كاي^٢ Chi-Square وكانت فرضية العدم (H0) أن هذا التوزيع يعتبر توزيعاً طبيعياً أما الفرضية البديلة (H1) فهي أن هذا التوزيع لا يعتبر توزيعاً طبيعياً . والجدول رقم (٣) يوضح التوزيع السابق لمجاميع درجات المستجوبين الممثلة لاتجاهاتهم نحو السلع المحلية مقارنة بالسلع الآسيوية كما يوضح التوزيع المفترض لهذه الدرجات في حالة التوزيع الطبيعي :

نلاحظ هنا بأن توزيع الدرجات التي تحصل عليها أفراد العينة يتجه إلى القيم العليا ويظهر ذلك من القيمة المرتفعة للوسيط (٥٩, ٢١ درجة) والتي هي أقرب للحد الأقصى منها للحد الأدنى (بلغت قيمة الوسط الحسابي ٥٨, ٨٧ درجة كما سنرى فيما بعد) إذ تبعد عن الحد الأدنى وهو ١٧ درجة باثنان وأربعون درجة بينما تبعد عن الحد الأقصى (٨٥ درجة) بحوالي ست وعشرون درجة فقط . كذلك يمكن أن نرى ارتفاع مجاميع درجات أفراد العينة إذا قسمنا المدى بين الحد الأقصى للدرجات والحد الأدنى للدرجات وهو ٦٨ درجة (٨٥ - ١٧) إلى قسمين متساويين يبلغ كل منهما ٣٤ درجة حيث نجد أن القسم الأدنى (والذي يضم المجاميع الواقعة بين ١٧ - ٥٠ درجة) لا يحتوي سوى على ٢٥ قراءة ، بينما يحتوي القسم الأعلى (والذي يضم المجاميع التي تتراوح بين ٥١ إلى ٨٥ درجة) على ٢٠٣ قراءة أي على ٨٩٪ من عدد مفردات العينة .

جدول رقم (٣)

التكرار المفترض لكل فئة ($\pi_i \times 228$)	النسبة المئوية للمستحقين المفترض وفوقه في كل فئة (d_i)	الاحتمالات المقابلة لـ X_P في جداول التوزيع الطبيعي $F(X, P)$	تحويل حدود الفئات إلى قيم مقابلة ($b_i - x$) / $S = x_P (x_P)$	الحدود الدنيا للفئات b_i	مركز الفئة	التكرار	الفئات
٢٢٨	,٠٠١	,٠٠١	٣,٩٣ -	٧٧	٣٢,٥	٥	٣٨ - ٧٧
١,٣٦٨	,٠٠٦	,٠٠٧	٢,٤٤٧ -	٣٩	٤٤,٥	٢٠	٥٠ - ٣٩
٣٦,٢٥	,١٥٩	,١٦٦	,٩٦٩ -	٥١	٥٦,٥	١٣٠	٦٢ - ٥١
١١٩,٩٢	,٥٢٦	,٦٩٢	,٥	٦٣	٦٨,٥	٧٠	٧٤ - ٦٣
٦٤,٧٥	,٢٨٤	,٩٧٦	١,٩٨٦	٧٥	٧٧	٣	٧٩ - ٧٥
٥,٠١	,٠٢٢						≥ ٧٩

الانحراف المعياري (S) = ٨,١٣
الوسط الحسابي (x) = ٥٨,٨٧

وبعد دمج الفئة الأولى والأخيرة (انظر كونوفر Conover ، ١٩٨٠ : ٩٥) ، سيصبح التوزيع الفعلي والمفترض لمجاميع درجات المستجوبين كالتالي :

الفئات	التكرار الفعلي	التكرار المفترض (لأقرب رقم صحيح)
٥٠ - ٢٧	٢٥	٢
٦٢ - ٥١	١٣٠	٣٦
٧٤ - ٦٣	٧٠	١٢٠
٧٩ - ٧٥	٣	٧٠

اختبار χ^2 : قيمة ت المحسوبة =

$$= \frac{\text{مجم (التكرار الفعلي للفئة - التكرار المفترض للفئة)}^2}{\text{التكرار المفترض للفئة}}$$

٥٩٤,٨٩ =

إذن القيمة المحسوبة لـ χ^2 (٥٩٤,٨٩) تتجاوز بكثير القيمة الحرجة المستخرجة من جداول χ^2 وهي ٣,٨٤١ (٠,٥) ، $\alpha =$ درجة الحرية ٤-١-٢=١) وبذلك يمكن رفض فرضية العدم أي أن توزيع مجاميع درجات المستجوبين لا يعتبر توزيعاً طبيعياً وبالتالي ارتفاع قيم هذه المجاميع يشير إلى الاتجاهات الايجابية التي يحملها أفراد العينة عن السلع المحلية عند مقارنتها بالسلع المستوردة من دول جنوب شرقي آسيا .

٢/٧ ثانياً : العلاقة بين الاتجاهات نحو السلع المحلية

والصفات الديموغرافية :

إن الهدف الثاني من أهداف البحث هو محاولة دراسة مدى وجود علاقة بين اتجاهات أفراد العينة نحو السلع المحلية وبين صفاتهم الديموغرافية

ونظراً لرغبة الباحث في معرفة أثر العوامل الديموغرافية على الاتجاهات نحو السلع المحلية مقارنة بكل السلع المستوردة وليس فقط مقارنة بالسلع الآسيوية ، فقد تم تطوير قائمة الاستقصاء واضيفت إليها جمل وعبارات تشتمل على مقارنات بين السلع المحلية وكل من السلع الأوروبية والأمريكية والسلع اليابانية ، كانت قد وردت في قائمة الاستقصاء الخاصة ببحث سابق للباحث (على ، لم ينشر بعد) وبذلك أصبحت القائمة تمثل مقياساً لاتجاهات أفراد العينة نحو السلع المحلية مقارنة بالاعلبية العظمى من السلع المستوردة (انظر التقرير السنوي لمؤسسة النقد العربي السعودي لعام ١٤٠٧هـ : ٧٢) وأصبحت مجاميع الدرجات التي يتحصل عليها أفراد العينة تمثل اتجاهاتهم نحو السلع المحلية مقارنة بكل هذه السلع المستوردة . وحيث أن النظام المتبع في تحديد القيم المعطاه للاستجابات الخمس (اتفق تماماً إلى اختلف تماماً) الواردة أمام كل عبارة من العبارات المضافة هو نفس النظام الذي اتبع في تحديد قيم استجابات العبارات التي وردت في قائمة الاستقصاء الأصلية فإنه هنا أيضاً ارتفعت الدرجات التي يحصل عليها المستجوبون كلما أشارت إلى اتجاهاتهم الايجابية نحو السلع المحلية وكلما انخفضت هذه الدرجات كلما أشارت إلى اتجاهاتهم السلبية نحو هذه السلع علماً بأنه نظراً لأن قائمة الاستقصاء المطولة أصبحت تشتمل على خمس وخمسون عبارة فإن الحد الاقصى للدرجات الممكن الحصول عليه أصبح ٢٧٥ درجة (٥×٥٥) ، أما أدنى مجموع يمكن الحصول عليه فهو ٥٥ درجة (١×٥٥) .

١/٢/٧ مدى سلبية أو ايجابية الاتجاهات نحو السلع المحلية :

لمعرفة أثر الصفات الديموغرافية على اتجاهات أفراد العينة نحو السلع المحلية مقارنة بالسلع المستوردة بصفة عامة لا بد أن نعرف أولاً ما إذا كانت

هذه الاتجاهات تميل للسلبية أو للايجابية ثم بعد ذلك نحاول معرفة أثر كل صفة من الصفات الديموغرافية على ايجابية أو سلبية هذه الاتجاهات . وللتعرف على مدى ايجابية أو سلبية هذه الاتجاهات سننظر لمجاميع الدرجات التي تحصل عليها أفراد العينة في مقياس الاتجاهات المطول . والجدول رقم (٤) يوضح توزيع مفردات العينة بحسب مجاميع الدرجات التي تحصلوا عليها في هذا المقياس :

جدول رقم (٤)

توزيع مفردات العينة بحسب مجاميع الدرجات التي تحصلوا عليها في مقياس الاتجاهات المطول

عدد أفراد العينة	مجموع الدرجات
٣	٩١ - ١١٥
٣١	١١٦ - ١٤٠
١٢٣	١٤١ - ١٦٥
٥٩	١٦٦ - ١٩٠
١٠	١٩١ - ٢١٥
٢	٢١٦ - ٢٣٥
٢٢٨	

$$\text{الوسيط} = ١٤١ + \frac{(٣٤ - ١١٤)}{١٢٣} \times ٢٦ = ١٤١ + ١٦,٩ = ١٥٧,٩ \text{ درجة}$$

ولمعرفة ما إذا كان توزيع مجاميع الدرجات التي تحصل عليها أفراد العينة في مقياس الاتجاهات تميل إلى الدرجات العليا (اتجاهاتهم في مجملها ايجابية نحو السلع المحلية) أم تميل إلى الدرجات الدنيا (اتجاهاتهم في مجملها سلبية نحو السلع

المحلية) ، نحسب قيمة الوسيط . وقد بلغ الوسيط للتوزيع السابق ١٥٧,٩ درجة (اما قيمة الوسط الحسابي فقد بلغت ١٥٨,٢٤ درجة كما سنرى قريبا بعد) من مجموع الدرجات الكلي الممكن الحصول عليه في مقياس الاتجاهات وهو ٢٧٥ درجة وهذا يشير إلى أن مجاميع درجات المستجوبين قد اتجهت إلى القيم الدنيا حيث أن قيمة الوسيط تشير إلى أن نصف أفراد العينة قد تحصلوا على درجات لا تزيد عن ٥٧٪ فقط من مجموع الدرجات الكلي (١٥٧,٩ ÷ ٢٧٥) ، يضاف إلى ذلك أنه بينما المدى الكلي للدرجات هو ٢٢٠ درجة (٢٧٥-٥٥) فإن مجاميع درجات جميع أفراد العينة تقريباً (٢٢٦ مستجوب) قد وقعت ضمن الـ ١٦٠ درجة الأدنى (٢١٥-٥٥) أي أنها لم تتجاوز ٧٢٪ من هذا المدى (١٦٠ ÷ ٢٢٠) كذلك نلاحظ أن النصف الأدنى من هذا المدى (الـ ١١٠ درجة الواقعة بين ١١٦ و ٢٧٥ درجة) سوى على مجموع ٧١ مستجوبا فقط ، يشير إلى اتجاه مجاميع الدرجات نحو القيم الدنيا .

ولكن مع التسليم بانخفاض مجاميع درجات المستجوبين كما هو ظاهر في انخفاض قيمة الوسيط فإننا قد نتساءل عما إذا كان التوزيع السابق لمجاميع الدرجات الممثلة لاتجاهات المستجوبين ما زال في حدود التوزيع الطبيعي وبالتالي لا يمثل ميلاً لاتجاهات المستجوبين نحو السلبية أم أنه خارج حدود التوزيع الطبيعي ويشير إلى أن اتجاهات المستجوبين نحو السلع المحلية تميل نحو السلبية . للاجابة على هذا التساؤل سيتم استخدام اختبار كاي^٢ Chi-Square بغرض تحديد ما إذا كان التوزيع السابق توزيعاً طبيعياً أم لا (انظر كونوفر Conover ، ١٩٨٠ ، السيد ١٩٧٩) . وستكون فرضية العدم لهذا الاختيار (H₀) هي أن التوزيع السابق توزيعاً طبيعياً أما الفرضية البديلة (H₁) فهي أن التوزيع السابق لا يعتبر توزيعاً طبيعياً .

والجدول رقم (٥) يوضح التوزيع الفعلي لمجاميع درجات المستجوبين كما أظهرته نتائج هذا البحث ، كما يوضح التوزيع المفترض لهذه المجاميع في حالة التوزيع الطبيعي :

جدول رقم (٥)

التكرار المفترض لكل فئة ($p_i \times 278$)	النسبة المئوية المفترضة للمستجوبين المفترض وقوعه في كل فئة (p_i)	الاحتمالات المقابلة لـ X^P في جداول التوزيع الطبيعي $F(x, p)$	تحويل حدود الفئات إلى قيم مقابلة $(b_i - x) / S = x_p (x_p)$	الحدود الدنيا للفئات b_i	مركز الفئة	التكرار	الفئات
, 278	, 001	, 001	3, 33 -	91	103	3	110 - 91
3, 87	, 017	, 018	2, 09 -	116	128	31	140 - 116
40, 8	, 179	, 197	, 85 -	141	153	123	165 - 141
102, 82	, 451	, 648	, 38 -	166	178	59	190 - 166
68, 4	, 300	, 948	1, 62 -	191	203	10	210 - 191
11, 4	, 050	, 998	2, 68	216	220, 5	2	230 - 216
, 506	, 002	, 002					≥ 230

الوسط الحسابي (\bar{x}) = 158, 24
 الانحراف المعياري (S) = 20, 2

وبعد ضم الفئتين الأولى والأخيرة (انظر كونفر Conover ، ١٩٨٠ : ١٥)
يصبح التوزيع الفعلي والمفترض لمجاميع درجات المستجوبين كالتالي :

التوزيع المفترض (إلى أقرب رقم صحيح)	التوزيع الفعلي	الفئات
٤	٣٤	٩١ - ١٤٠
٤١	١٢٣	١٤١ - ١٦٥
١٠٣	٥٩	١٦٦ - ١٩٠
٦٨	١٠	١٩١ - ٢١٥
١٢	٢	٢١٦ - ٢٣٥

ويمكننا الآن تطبيق اختبار كا^٢ :

$$\text{قيمة ت المحسوبة} = \frac{\text{مجم (تكرار الفئة الفعلي - تكرار الفئة المفترض)}^2}{\text{تكرار الفئة المفترض}} = ٤٦٥,٥٩$$

إذن ، القيمة المحسوبة (ت) = ٤٦٥,٥٩ وهي تتجاوز بكثير القيمة الحرجة في جداول كا^٢ وهي ٥,٩٩١ (٠,٥ = α ، ودرجة الحرية ٥-١-٢=٢) وبذلك يمكن رفض فرضية العدم ، أي أن التوزيع الفعلي لمجاميع درجات المستجوبين لا يعتبر توزيعاً طبيعياً وبالتالي فإن انخفاض قيم هذه المجاميع كما أظهرها انخفاض قيمة الوسيط تشير إلى أن اتجاهات المستجوبين نحو السلع المحلية تميل إلى السلبية بينما اتجاهاتهم نحو السلع المستوردة بصفة عامة تميل نحو الايجابية .

٧/٢/٢ أثر العوامل الديموغرافية على هذه الاتجاهات :

ولمعرفة أثر الصفات الديموغرافية على مدى سلبية أو إيجابية اتجاهات أفراد العينة سيتم ترتيبهم بحسب مجموع الدرجات التي تحصل عليها كل مستجوب ثم سيتم بعد ذلك تقسيمهم إلى قسمين متساويين يضم الأول نصف

أفراد العينة الذين تحصلوا على أعلى الدرجات (١١٤ مفردة) وهم الأفراد الذين يحملون اتجاهات أقل سلبية أو أكثر إيجابية نحو السلع المحلية بين أفراد العينة (كلما ارتفعت درجات المستجوب ، كلما دل ذلك على اتجاهات أقل سلبية أو أكثر إيجابية نحو السلع المحلية) وقد تراوحت مجاميع درجاتهم بين ١٥٧ و ٢٣٥ درجة أما القسم الثاني فيضم نصف أفراد العينة (١١٤ مفردة) الذين تحصلوا على أدنى الدرجات وبالتالي يحملون اتجاهات أكثر سلبية أو أقل إيجابية نحو السلع المحلية بين أفراد العينة وقد تراوحت مجاميع درجاتهم بين ٩١ و ١٥٦ درجة . وقد تم بعد ذلك إيجاد التوزيع الديموغرافي من حيث السن ، التعليم ، الدخل ، الحالة الاجتماعية ، الجنس ومكان الولادة (جدة أم خارج جدة) لأفراد العينة الواقعين في كل قسم . ولمعرفة مدى وجود فروق ذات أهمية احصائية بين التوزيع الديموغرافي لكل قسم من قسمي أفراد العينة (الذين يختلفون في مدى سلبية أو إيجابية اتجاهاتهم نحو السلع المحلية) وبين التوزيع الديموغرافي للعينة ككل فقد جرى استخدام اختبار الكلموجروف سمير نوف Kolmogrov - Smirnov Test ، والجدولان رقم (٦ ، ٧) يقدمان هذه المقارنات كما يقدمان نتائج تطبيق الاختبار المذكور أعلاه ، الجدول رقم (٦) يتضمن مقارنة بين التوزيع الديموغرافي (حسب العوامل المذكورة أعلاه) لكل العينة وبين التوزيع الديموغرافي للقسم الأول من العينة الذي تحصل على أعلى الدرجات وكما يظهر العمود الأخير من هذا الجدول فإن الاختبار الاحصائي يشير إلى أنه لا توجد فروق ذات أهمية احصائية بين التوزيعين بالنسبة لكل العوامل الديموغرافية الست وبالتالي يمكن القول بأن بيانات هذا البحث تشير إلى أن أفراد العينة الذين يحملون اتجاهات أقل سلبية أو أكثر إيجابية لا يختلفون ديموغرافيا بدرجة ذات أهمية احصائية عن أفراد العينة ككل .

أما الجدول رقم (٧) فيتضمن مقارنة التوزيع الديموغرافي لكل العينة وبين التوزيع الديموغرافي للقسم الثاني من أفراد العينة أي الذين تحصلوا على أدنى الدرجات وكما يظهر العمود الأخير من هذا الجدول فإن الاختبار الاحصائي يشير إلى أنه لا توجد فروق ذات أهمية بين التوزيعين بالنسبة لكل العوامل الديموغرافية التي اشتمل عليها هذا البحث ، وهكذا يمكن الاستنتاج بأن بيانات هذا البحث تشير إلى أن أفراد العينة الذين يحملون اتجاهات أكثر سلبية أو أقل إيجابية نحو

السلع المحلية لا يختلفون ديموغرافياً بشكل له أهمية احصائية عن أفراد العينة ككل .

ولكن يجب التحفظ وعدم الأخذ بالنتائج السابقة بدون إجراء تحليلات إضافية لبيانات هذا البحث وذلك لأن تقسيم أفراد العينة بحسب مجموع الدرجات التي تحصلوا عليها في مقياس الاتجاهات لا يوفر التمييز الكافي بين المجموعتين لأن الفرق في الدرجات بين الجزء الأعلى من القسم الثاني وبين الجزء الأدنى من القسم الأول الأعلى درجات ليس كبيراً وبالتالي فإن الفروق في الاتجاهات ليست كبيرة بين القسمين ولذلك فإنه قبل الأخذ بالنتائج السابقة يجب تقسيم أفراد العينة بشكل يضمن الفصل التام بين من يحملون أعلى الدرجات وبين من يحملون أدنى الدرجات ولتحقيق ذلك فقد تم تقسيم أفراد العينة إلى أربعة أقسام بحسب مجاميع درجاتهم في مقياس الاتجاهات بحيث يضم كل قسم ٢٥٪ من أفراد العينة (٥٧ مستجوباً) . فالقسم الأول يضم ربع أفراد العينة الذين تحصلوا على أعلى الدرجات والتي تتراوح بين ١٦٩ و ٢٣٥ درجة أما القسم الرابع فيضم ربع أفراد العينة الذين تحصلوا على أدنى الدرجات والتي تتراوح بين ٩١ و ١٤٨ درجة . والجدولان رقماً (٨ ، ٩) يضمنان مقارنة بين التوزيع الديموغرافي للعينة ككل وبين التوزيع الديموغرافي لكل من القسمين الأولى (أعلى الدرجات) والرابع (أدنى الدرجات) . وكما يظهر العمود الأخير من الجدول رقم (٨) فإن بيانات هذا البحث تشير إلى عدم وجود فروق ذات أهمية احصائية بين التوزيع الديموغرافي للعينة ككل وبين القسم الأول من العينة بالنسبة لكل العوامل الديموغرافية الست ، كذلك يشير العمود الأخير من الجدول رقم (٩) إلى عدم وجود فروق ذات أهمية احصائية بين التوزيع الديموغرافي للعينة ككل وبين القسم الأخير من أفراد العينة (الذي يحملون أدنى الدرجات) بالنسبة لكل العوامل الديموغرافية الست التي اشتمل عليها هذا البحث .

وهكذا فإنه لا يمكننا رفض فرضية العدم التي تشير إلى عدم وجود علاقة بين الصفات الديموغرافية لأفراد العينة وبين اتجاهاتهم نحو السلع المحلية مقارنة بالسلع المستوردة ونتيجة لذلك لا يمكن قبول الفرضية البديلة القائلة بعكس ذلك .

جدول رقم (٦)

مقارنة التوزيع الديموغرافي لكل مفردات المدينة مع التوزيع الديموغرافي
لنصف مفردات المدينة الذي تحصل على أعلى الدرجات

العامل الديموغرافي	الفتات	التوزيع الديموغرافي لكل مفردات المدينة				التوزيع الديموغرافي لنصف مفردات المدينة				النسبة المئوية التفاضلية (١٠ - ٦)	اختبار الأهمية الاحصائية (كلبيروف - سميرنوف)	
		التكرار	النسبة المئوية التفاضلية (٦)	التكرار	النسبة المئوية التفاضلية (٨)	التكرار	النسبة المئوية التفاضلية (٩)	التكرار	النسبة المئوية التفاضلية (١٠)			
السن (١)	١٨ - ٢٩	١١٧	٥١,٣	٥٧	٥٠	٥٠	٥٠	٥٠	٥٠	١٣	٠,١٣	> ٠,٩٠٠٠ لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية
	٣٠ - ٣٩	٧٥	٨٤,٢	٣٩	٢٤,٢	٣٩	٨٤,٢	٣٩	٨٤,٢	١٣	٠,١٣	> ٠,٩٠٠٠ لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية
	٤٠ - ٤٩	٢٦	٩٥,٦	١٢	١٠,٥	١٢	٩٥,٦	١٢	٩٥,٦	١٣	٠,١٣	> ٠,٩٠٠٠ لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية
	٥٠ فأكثر	١٠	١٠٠	٦	٥,٣	٦	٥,٣	٦	٥,٣	١٣	٠,١٣	> ٠,٩٠٠٠ لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية
الحالة الاجتماعية	متزوج	١٥٤	٢٧,٥	٧٧	٢٧,٥	٧٧	٢٧,٥	٧٧	٢٧,٥	١٣	٠,١٣	> ٠,٩٠٠٠ لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية
	أعزب	٧٤	٢٢,٥	٣٧	٣٢,٥	٣٧	٣٢,٥	٣٧	٣٢,٥	١٣	٠,١٣	> ٠,٩٠٠٠ لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية
التعليم	ابتدائية أو أقل	١٦	٧	٦	٥,٣	٦	٥,٣	٦	٥,٣	١٣	٠,١٣	> ٠,٩٠٠٠ لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية
	متوسطة ثانوية جامعية	٢٦	١٨,٤	١٦	١٤	١٦	١٤	١٦	١٤	١٣	٠,١٣	> ٠,٩٠٠٠ لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية
	على الأقل	٩٥	٦٠,١	٤٤	٣٨	٤٤	٥٧,٩	٤٤	٥٧,٩	١٣	٠,١٣	> ٠,٩٠٠٠ لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية

تابع جدول رقم (٦)

مقارنة التوزيع الديموغرافي لكل مفردات العينة مع التوزيع الديموغرافي
لنصف مفردات العينة الذي تحصل على أعلى الدرجات

العامل الديموغرافي	الصفات	التوزيع الديموغرافي لكل مفردات العينة				التوزيع الديموغرافي لنصف مفردات العينة				الفرق المطلق بين كل العينة ونصف العينة	اختبار الأهمية الاحصائية (كلبيروف - سميروف)	
		النسبة التكرار	النسبة التكرار	النسبة التكرار	النسبة التكرار	النسبة التكرار	النسبة التكرار	النسبة التكرار	النسبة التكرار			
الممثل	(١) أقل من ٣٠٠٠ ٣٠٠٠ ٥٩٩٩ - ٦٠٠٠ ٨٩٩٩ - ٩٠٠٠ ١١٩٩٩ ١٢٠٠٠ فأكثر	(٣) ٧٨	(٤) ٣٠,٣	(٥) ١٢,٣	(٦) ١٢٣	(٧) ١٢	(٨) ١٠,٥	(٩) ١٠,٥	(١٠) ١٠٥	٠,١٨	٠,٧٤	٠,٩٠٠ > ٠,٧٤ ∴ لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية
		(٣) ٦٩	(٤) ٣٩	(٥) ٤٢,٦	(٦) ٤٢٥	(٧) ٧٨	(٨) ٢٤,٦	(٩) ٣٥,١	(١٠) ٣٥١	٠,٧٤	٠,٧٤	٠,٩٠٠ > ٠,٧٤ ∴ لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية
		(٣) ٨٩	(٤) ٣٩	(٥) ٨١,٦	(٦) ٨١٦	(٧) ٥٠	(٨) ٤٣,٩	(٩) ٧٨,٩	(١٠) ٧٨٩	٠,٢٧	٠,٢٧	٠,٩٠٠ > ٠,٢٧ ∴ لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية
الجنس	ذكر أنثى	(٣) ١١	(٤) ٤,٨	(٥) ١٠٠	(٦) ١	(٧) ٣	(٨) ٢,٦	(٩) ١٠٠	(١٠) ٩٧,٤	صفر	صفر	٠,٩٠٠ > ٠,٩٠٠ ∴ لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية
		(٣) ١٨٢	(٤) ٧٩,٨	(٥) ٧٩,٨	(٦) ٧٨٨	(٧) ٩٢	(٨) ٨٠,٧	(٩) ٨٠,٧	(١٠) ٨٠٧	٠,٠٩	٠,٠٩	٠,٩٠٠ > ٠,٠٩ ∴ لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية
		(٣) ٤٦	(٤) ٢٠,٢	(٥) ١٠٠	(٦) ١	(٧) ٢٢	(٨) ١٩,٣	(٩) ١٠٠	(١٠) ١	صفر	صفر	٠,٩٠٠ > ٠,٠٩ ∴ لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية
مكان الولاية	جده خارج جده جده	(٣) ١١٦	(٤) ٥٠,٩	(٥) ٥٠,٩	(٦) ٥٠,٩	(٧) ٥٧	(٨) ٥٠	(٩) ٥٠	(١٠) ٥٠٠	٠,٠٩	٠,٠٩	٠,٩٠٠ > ٠,٠٩ ∴ لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية
		(٣) ١١٢	(٤) ٤٩,١	(٥) ١٠٠	(٦) ١	(٧) ٥٧	(٨) ٥٠	(٩) ٥٠	(١٠) ١	٠,٠٩	٠,٠٩	٠,٩٠٠ > ٠,٠٩ ∴ لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية
		(٣) ١١٢	(٤) ٤٩,١	(٥) ١٠٠	(٦) ١	(٧) ٥٧	(٨) ٥٠	(٩) ٥٠	(١٠) ١	٠,٠٩	٠,٠٩	٠,٩٠٠ > ٠,٠٩ ∴ لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية

جدول رقم (٧)

مقارنة التوزيع الديموغرافي لكل مفردات المينة مع التوزيع الديموغرافي
لنصف مفردات المينة الذي تحصل على أدنى الدرجات

اختيار الأهمية الاحصائية (كبير معروف - صغير معروف)	أكبر فرق مطلق	الفرق المطلق بين كل المينة ونصف المينة	التوزيع الديموغرافي لنصف مفردات المينة الذي تحصل على أدنى الدرجات					التوزيع الديموغرافي لكل مفردات المينة					الفئات	العامل الديموغرافي
			النسبة التراكمية الثورية (١٠)	التوزيع الثوري (٩)	النسبة الثورية (٨)	التكرار (٧)	النسبة التراكمية الثورية (٦)	التوزيع الثوري (٥)	النسبة الثورية للتكرار (٤)	التكرار (٣)	(٢)	(١)		
هل أكبر فرق يدل على فرق مهمة احصائية ؟ (القيمة الخارجة = ∞) (٠٥ = ٠,٠٥٤ , ٠,٠٩٠٠)	٠,١٣	(٦ - ١٠)	٠,٥٢٦ ٠,٨٤٢ ٠,٩٦٥	٥٢,٦ ٨٤,٢ ٩٦,٥	٥٢,٦ ٣١,٦ ١٢,٣	٦٠ ٣٦ ١٤	٥١,٣ ٨٤,٢ ٩٥,٦	٥١,٣ ٣٢,٩ ١١,٤	١١٧ ٧٥ ٢٦	٢٩ - ١٨ ٣٩ - ٣٠ ٤٩ - ٤٠ ٥٠ فأكثر	السن			
٠,١٣ > لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية	٠,١٣	صفر	٠,١٣ صفر ٠,٠٠٩	٥٢,٦ ٨٤,٢ ٩٦,٥	٥٢,٦ ٣١,٦ ١٢,٣	٦٠ ٣٦ ١٤	٥١,٣ ٨٤,٢ ٩٥,٦	٥١,٣ ٣٢,٩ ١١,٤	١١٧ ٧٥ ٢٦	٢٩ - ١٨ ٣٩ - ٣٠ ٤٩ - ٤٠ ٥٠ فأكثر	السن			
صفر > لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية	صفر	صفر	٠,١٨ ٠,٠٠٨ ٠,٢٢٢	٦٧,٥ ١٠٠	٦٧,٥ ٣٢,٥	٧٧ ٣٧	٦٧,٥ ١٠٠	٦٧,٥ ٣٢,٥	١٥٤ ٧٤	متزوج أعزب	الحالة الاجتماعية			
٠,٢٢ > لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية	٠,٢٢	صفر	٠,٠٨٨ ٠,١٧٦ ٠,٢٢٣	٨٠,٨ ١٧٠,٦ ٢٢٣,٢	٨٠,٨ ٨٠,٨ ٤٤,٧	١٠ ١٠ ٥١	٠,٠٧ ١٨,٤ ٦٠,١	٧ ١١,٤ ٤١,٧	١٦ ٢٦ ٩٥	ابتدائية أو أقل متوسطة ثانوية جامعية	التعليم			

تابع جدول رقم (٧)
مقارنة التوزيع الديموغرافي لكل مفردات العينة مع التوزيع الديموغرافي
لنصف مفردات العينة الذي تحصل على أدنى الدرجات

المتاح	التوزيع الديموغرافي للمفردات العينة الذي تحصل على أدنى الدرجات		التوزيع الديموغرافي لكل مفردات العينة		التوزيع الديموغرافي للمفردات العينة التي تقع في النصف الأعلى من كل العينة		اختبار الأهمية الاحصائية (كولموجروف - سميونوف)	هل أكبر فرق يدل على فروق مهمة احصائية؟ (القيمة الحرجة = ٠,٠٥٠٠, ٠,٠١٠٠)
	النسبة التكرار	النسبة التكرار	النسبة التكرار	النسبة التكرار	النسبة التكرار	النسبة التكرار		
المطل	(٣)	(٤)	(٥)	(٦)	(٧)	(٨)	(٩)	أكبر فرق مطلق
أقل من ٣٠٠٠	٧٨	١٢,٣	١٢,٣	١٢٣	١٦	١٤	١٤	٠,١٧
٣٠٠٠ - ٥٩٩٩	٦٩	٣٠,٣	٤٢,٦	٤٢٦	٤١	٣٦	٥٠	٠,٧٤
٦٠٠٠ - ٨٩٩٩	٨٩	٣٩	٨١,٦	٨١٦	٣٩	٤٣,٢	٨٤,٢	٠,٢٦
٩٠٠٠ - ١١٩٩٩	٣١	١٣,٦	٩٥,٢	٩٥٢	١٠	٨,٨	٩٣	٠,٢٢
١٢٠٠٠ فأكثر	١١	٤,٨	١٠٠	١	٨	٧	١٠٠	صفر
الجنس	١٨٢	٧٩,٨	٧٩,٨	٧٨٨	٩٠	٧٨,٩	٧٨,٩	٠,٠١٩
ذكر	٤٦	٢٠,٢	١٠٠	١	٢٤	٢١,١	١٠٠	صفر
أنثى	١١٦	٥٠,٩	٥٠,٩	٥٠٩	٥٧	٥٠	٥٠	٠,٠١٩
مكان الولادة	١١٢	٤٩,١	١٠٠	١	٥٧	٥٠	١	٠,٠١٩
جده خارج جده	١١٢	٤٩,١	١٠٠	١	٥٧	٥٠	١	٠,٠١٩
جده	١١٦	٥٠,٩	٥٠,٩	٥٠٩	٥٧	٥٠	١	٠,٠١٩

جدول رقم (٨)

مقارنة التوزيع الديموغرافي لكل مفردات العينة مع التوزيع الديموغرافي لربيع مفردات العينة (٥٧ مستجوباً) الذين تحصلوا على أعلى الدرجات

اختبار الأهمية الاحصائية (كلوتغروف - سميروزوف)	أكبر فرق مطلق	الفرق المطلق بين كل العينة وربيع العينة (٦ - ١٠)	التوزيع الديموغرافي لربيع مفردات العينة الذي تحصل على أعلى الدرجات					التوزيع الديموغرافي لكل مفردات العينة					الفئات	المعامل الديموغرافي (١)
			النسب التراكمية للنوعية (١٠)	التوزيع التراكمي النسبي (٩)	النسب النسبية (٨)	التكرار (٧)	النسب التراكمية للنوعية (٦)	التوزيع التراكمي النسبي (٥)	النسب النسبية للتكرار (٤)	التكرار (٣)	النسب التراكمية للنوعية (٥)	التوزيع التراكمي النسبي (٤)		
هل أكبر فرق يبل على فرق مهمة احصائياً ؟ (النسبة المخرجة = $\frac{0c}{0e} = 0,0900$)	مطلق	(٦ - ١٠)	٤٩١, ٨٧٧, ٩٣٠, ١	٤٩,١, ٨٧,٧, ٩٣, ١٠٠	٤٩,١, ٣٨,٦, ٥,٣, ٧,٠	٢٨, ٢٢, ٣, ٤	٥١٣, ٨٤٢, ٩٥٦, ١	٥١,٣, ٨٤,٢, ٩٥,٦, ١٠٠	٥١,٣, ٣٢,٩, ١١,٤, ٤,٤	١١٧, ٧٥, ٢٦, ١٠	٢٩ - ١٨, ٣٩ - ٣٠, ٤٩ - ٤٠, ٥٠ فأكثر	السن		
$0,035 > 0,09$ ∴ لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية	٠,٣٥	٠,٢٢, ٠,٣٥, ٠,٢٦	٤٩١, ٨٧٧, ٩٣٠, ١	٤٩,١, ٨٧,٧, ٩٣, ١٠٠	٤٩,١, ٣٨,٦, ٥,٣, ٧,٠	٢٨, ٢٢, ٣, ٤	٥١٣, ٨٤٢, ٩٥٦, ١	٥١,٣, ٨٤,٢, ٩٥,٦, ١٠٠	٥١,٣, ٣٢,٩, ١١,٤, ٤,٤	١١٧, ٧٥, ٢٦, ١٠	٢٩ - ١٨, ٣٩ - ٣٠, ٤٩ - ٤٠, ٥٠ فأكثر	السن		
$0,008 > 0,09$ ∴ لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية	٠,٠٠٨	٠,٠٠٨ صفر	٢١٧, ١	٦٦,٧, ١٠٠	٦٦,٧, ٣٣,٣	٣٨, ١٩	٦٧,٥, ١	٦٧,٥, ١٠٠	٦٧,٥, ٣٢,٥	١٥٤, ٧٤	متزوج أعرب	الحالة الاجتماعية		
$0,044 > 0,09$ ∴ لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية	٠,٠٤٤	٠,٣٥, ٠,٤٤, ٠,١٣	٠,٣٥, ٢٧٨, ٦١٤, ١	٣,٥, ٢٣,٨, ٦١,٤, ١٠٠	٣,٥, ١٩,٣, ٣٨,٦, ٣٨,٦	٢, ١١, ٢٢, ٢٢	٠,٧, ١٨٤, ٦٠,١, ١	٧, ١٨,٤, ٦٠,١, ١٠٠	٧, ١١,٤, ٤١,٧, ٣٩,٩	١٦, ٢٦, ٩٥, ٩١	ابتدائية أو أقل متوسطة ثانوية جامعية	التعليم		

تابع جدول رقم (٨)

مقارنة التوزيع الديموغرافي لكل مفردات العينة مع التوزيع الديموغرافي لربع مفردات العينة (٥٧ مستجوباً) الذين تحصلوا على أعلى الدرجات

العامل الديموغرافي	الفئات	التوزيع الديموغرافي لكل مفردات العينة					التوزيع الديموغرافي لربع مفردات العينة الذي تحصل على أعلى الدرجات					الفرق المطلق بين كل السبع توزيع العينة	اختبار الأهمية الاحصائية (كولموجروف - سميرونوف)	
		التكرار (٣)	النسبة المئوية للتكرار (٤)	التوزيع التراكمي الترتيبي (٥)	النسبة المئوية التراكمية (٦)	التكرار (٧)	النسبة المئوية الترتيبي (٨)	التوزيع التراكمي الترتيبي (٩)	النسبة المئوية التراكمية (١٠)					
المحل	(١)	٢٨	١٢,٣	١٢,٣	١١٣	٥	٨,٨	٨,٨	٨,٨	١٠٨	٠,٣٥	١٠ - ٦)	أكثر فرق مطلق	هل أكبر فرق يدل على فرق مهمة احصائياً؟ (القيمة المرجحة = ∞ = ,٠٥٤٠,٠٩٠٠٠)
		٦٩	٣٠,٣	٤٢,٦	٤٢٦	١٥	٢٦,٣	٢٥,١	٣٥١	٠,٧٥	٠,٣٥	٠,٧٥	لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية	
		٨٩	٣٩	٨١,٦	٨١٦	٢٧	٤٧,٤	٨٢,٠	٨٢٥	٠,٠٠٩	٠,٧٥	٠,٧٥	لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية	
الجنس	ذكر أنثى	١١	٤,٨	١٠٠	٧٩٨	١	١,٨	١,٨	١٠٠	١	٠,٣	٠,٣	٠,٩	لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية
		٣١	١٣,٦	٩٥,٢	٩٥٢	٩	١٥,٨	٩٨,٢	٩٨٢	٠,٠٣	٠,٣	٠,٣	٠,٩	لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية
		١٨٢	٧٩,٨	٧٩,٨	٧٩٨	٤٩	٨٦	٨٦	٨٦	٨٦	٠,٦٢	٠,٦٢	٠,٦٢	لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية
مكان الولادة	جده خارج جده	١١٦	٥٠,٩	٥٠,٩	٥٠٩	٢٧	٤٧,٤	٤٧,٤	٤٧٤	١	٠,٣٥	٠,٣٥	٠,٩	لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية
		١١٢	٤٩,١	٤٩,١	٤٩١	٣٠	٥٢,٦	٥٢,٦	٥٢٦	١	٠,٣٥	٠,٣٥	٠,٩	لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية
		١١٢	٤٩,١	٤٩,١	٤٩١	٣٠	٥٢,٦	٥٢,٦	٥٢٦	١	٠,٣٥	٠,٣٥	٠,٩	لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية

جدول رقم (٩)

مقارنة التوزيع الديموغرافي لكل مفردات المدينة مع التوزيع الديموغرافي لربع مفردات المدينة (٥٧ مستجوباً) الذين تحصلوا على أدنى الدرجات

اختيار الأهمية الاحصائية (كوليجروف - سيميزوف)	أكثر فرق مطلق	الفرق المطلق بين كل المية توزيع المية	التوزيع الديموغرافي لربع مفردات المدينة الذي تحصل على أدنى الدرجات					التوزيع الديموغرافي لكل مفردات المدينة					القياسات	العامل الديموغرافي
			النسب التراكمية	التوزيع التوافقي	النسب المئوية	التكرار	النسب التراكمية	التوزيع التوافقي	النسب المئوية للتكرار	التكرار				
هل أكبر فرق يدل على فروق مهمة احصائية ؟ (القيمة الحرجة = $\alpha = 0,05$)	٠,٢٥	(٦ - ١٠)	١٠	(٩)	(٨)	(٧)	(٦)	(٥)	(٤)	(٣)	(٢)	١٨ - ٢٩	السن	
لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية	٠,٣٥	٠,١٣	٥٢,٦	٨٠,٧	٥٢,٦	٣٠	٥١,٣	٥١,٣	١١٧	١٥٤	١٨ - ٢٩	الطائفة الاجتماعية		
لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية	٠,٣٥	٠,٣٥	٨٠,٧	٩٦,٥	٢٨,١٠	١٦	٨٤,٢	٣٢,٩	٧٥	٧٤	٣٠ - ٣٩	الطائفة الاجتماعية		
لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية	٠,٣٥	٠,٠٩	٩٦,٥	١٠٠	١٥,٨	٩	٩٥,٦	١١,٤	٢٦	٧٤	٤٠ - ٤٩	الطائفة الاجتماعية		
لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية	٠,٣٥	صفر	١٠٠	١٠٠	٣,٥	٢	١٠٠	٤,٤	١٠	١٠	٥٠ فأكثر	الطائفة الاجتماعية		
لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية	٠,٣٥	٠,٠٨	٦٦,٧	١٠٠	٦٦,٧	٣٨	٦٧,٥	٦٧,٥	١٥٤	١٥٤	١٨ - ٢٩	الطائفة الاجتماعية		
لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية	٠,٣٥	صفر	٦٦,٧	١٠٠	٣٣,٣	١٩	١٠٠	٣٢,٥	٧٤	٧٤	٣٠ - ٣٩	الطائفة الاجتماعية		
لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية	٠,٣٥	٠,٣٥	١٠٥	١٠٠	١٠,٥	٦	١٠٧	٧	١٦	١٦	١٨ - ٢٩	الطائفة الاجتماعية		
لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية	٠,٣٥	٠,٤٤	٢٢٨	٥٧,٩	١٢,٣	٧	١٨,٤	١١,٤	٢٦	٢٦	٣٠ - ٣٩	الطائفة الاجتماعية		
لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية	٠,٣٥	٠,٢٣	٥٧٩	١٠٠	٣٥,١	٢٠	٦٠,١	٤١,٧	٩٥	٩٥	٤٠ - ٤٩	الطائفة الاجتماعية		
لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية	٠,٣٥	صفر	١٠٠	١٠٠	٤٢,١	٢٤	١٠٠	٣٩,٩	٩١	٩١	٥٠ فأكثر	الطائفة الاجتماعية		

تابع جدول رقم (٩)

مقارنة التوزيع الديموغرافي لكل مفردات المدينة مع التوزيع الديموغرافي لربيع مفردات المدينة (٥٧ مستجوباً) الذين تحصلوا على أدنى الدرجات

العناصر الديموغرافية	اختيار الأهمية الاحصائية (كالمعروف - سميروف)		الفرق المطلق بين كل الميعودات المية	التوزيع الديموغرافي لربيع مفردات المدينة التي تحصل على أدنى الدرجات			التوزيع الديموغرافي لكل مفردات المدينة			الصفات	العامل الديموغرافي	
	هل أكبر فرق يدل على فروق مهمة احصائياً ؟ (القيمة المرجحة = ٠,٩٠٠ ، ٠,٥٥ ، ٠,٥٠)	أكبر فرق مطلق		النسب الترتيبية التراكمية (١٠)	التوزيع الترتيبي الترتيبي (٩)	النسب الترتيبية (٨)	التكرار (٧)	النسب الترتيبية التراكمية (٦)	التوزيع الترتيبي الترتيبي (٥)			النسب الترتيبية للتكرار (٤)
المدخل	لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية	٠,٦٥	٠,١٧	١٤	١٤	٨	١٢,٣	١٢,٣	٣٠,٣	٧٨	أقل من ٣٠٠٠ - ٣٠٠٠	
	لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية	٠,٦٥	٠,٦٥	٤٩,١	٤٩,١	٢٠	٤٢,٦	٣٠,٣	٨٩٩	٦٩	٥٩٩٩ - ٦٠٠٠	
	لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية	٠,٢٦	٠,٢٦	٨٤,٢	٨٤,٢	٢٠	٣٥,١	٨١,٦	٣٩	٨٩	٨٩٩٩ - ٩٠٠٠	
	لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية	٠,٠٥	٠,٠٥	٩٤,٧	٩٤,٧	٦	١٠٠,٥	٩٥,٢	١٣,٦	٣١	١١٩٩٩ - ١٢٠٠٠	
الجنس	لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية	٠,٧٩	٠,٧٩	٧١,٩	٧١,٩	٤١	٧١,٩	٧٩,٨	٧٩,٨	١٨٣	ذكر أكثر	
مكان الولاية	لا يوجد فرق ذو أهمية احصائية	٠,٥٣	٠,٥٣	٤٥,٦	٤٥,٦	٢٦	٤٥,٦	٥٠,٩	٥٠,٩	١١٦	جده خارج جده	

الخاتمة

يمكن تلخيص نتائج هذا البحث في التالي :

١ - عند المقارنة بين السلع المصنعة في المملكة العربية السعودية والسلع المصنعة في دول جنوب شرق آسيا فيما عدا اليابان (كوريا الجنوبية ، هونج كونج ، تايبوان ، سنغافوره) ، فإن اتجاهات أفراد عينة هذا البحث تميل لصالح السلع المصنعة في المملكة حيث تميل هذه الاتجاهات للايجابية بالنسبة للسلع المحلية وللسلبية بالنسبة للسلع اسيوية أي أنهم يرون بأن السلع المحلية أفضل من السلع الآسيوية .

٢ - عند مقارنة السلع المصنعة محلياً مع كل المجموعات الرئيسية من السلع المستوردة (السلع الأمريكية والأوربية ، السلع اليابانية ، السلع الآسيوية) ، فإن اتجاهات أفراد العينة تميل لصالح السلع المستوردة حيث أن اتجاهات أفراد العينة نحو السلع المحلية تميل للسلبية . ولا تشير نتائج هذا البحث إلى وجود علاقة بين هذه الاتجاهات السلبية نحو السلع المحلية وبين الصفات الديموغرافية التالية : السن ، التعليم ، الدخل ، الحالة الاجتماعية ، الجنس ، مكان الولادة (جدة أم خارجها) .

الاستنتاجات والتوصيات

١ - تشير نتائج هذا البحث إلى أن المستهلكين يرون بأن السلع المحلية أفضل من السلع الآسيوية وهي السلع الواردة من دول جنوب شرق آسيا وهي دول نامية تعتمد في تسويق انتاجها على السعر المنخفض كوسيلة لجذب المستهلك ولذلك فإن جودة هذه السلع في العادة ليست مرتفعة أيضاً وهذا قد يفسر أسباب الاتجاهات السلبية التي يحملها المستهلكون السعوديون عن هذه السلع . وبصرف النظر عن أسباب نشوء الاتجاهات السلبية نحو السلع الآسيوية فإن وجود هذه الاتجاهات سيساهم في زيادة قدرة السلع المحلية على منافسة هذه السلع إذا توفر التسويق الجيد وخاصة في مجالي التسعير والتوزيع حيث أن السلع الآسيوية تعتمد على السعر المنخفض والتوزيع المنتشر ولا بد للسلع المحلية أن تحسن من قدرتها التنافسية في هذين المجالين أن ارادات

الحلول محل السلع الآسيوية نظرا لما لهما من أهمية حيث انهما مكننا هذه السلع من الانتشار في الأسواق السعودية بالرغم من وجود اتجاهات سلبية نحوها الأمر الذي يشير إلى إمكانية التقليل من تأثير الاتجاهات السلبية نحو السلعة إذا توفرت الاستراتيجية التسويقية المناسبة .

٢ - ما أشارت إليه نتائج هذا البحث من حيث عدم وجود علاقة بين الصفات السكانية أو الديموغرافية لأفراد العينة ومدى إيجابية أو سلبية اتجاهاتهم نحو السلع المحلية يدل على عدم وجود اختلافات بين الفئات السكانية المختلفة من حيث تقييمهم للسلع المحلية وخاصة من حيث اتجاهاتهم السلبية نحو السلع المحلية مقارنة بالسلع المستوردة من الدول المتقدمة صناعيا (الولايات المتحدة وأوروبا واليابان) حيث نجد أن هذه الاتجاهات قد تغلبت على شعور أفراد العينة بأفضلية السلع المحلية على السلع الآسيوية وجعلت الاتجاه العام نحو السلع المحلية (كما تمثله مجاميع الدرجات المتحصل عليها في مقياس الاتجاهات المطول) يميل إلى السلبية . ويجب أن نشير هنا بأن انتشار هذه الاتجاهات السلبية وعدم تركزها في فئة معينة يزيد من خطورتها ومن تأثيرها السلبي على الصناعة الوطنية مما يستدعى ضرورة التصدي لمعالجتها في أسرع وقت ممكن .

٣ - تشير نتائج هذا البحث إلى أن المستهلكين السعوديين يحملون اتجاهات سلبية عن السلع الآسيوية وهي سلع تنتج في الدول النامية الأقل تقدما صناعيا ولذلك فإنهم بالرغم من أنهم يشعرون بأن السلع المنتجة في الدول المتقدمة صناعيا (الولايات المتحدة ، أوروبا ، اليابان) تتفوق على السلع المحلية وذلك كما أظهرته دراسة سابقة للباحث (على ، لم ينشر بعد) إلا أنهم يشعرون مع ذلك بأن السلع المحلية أفضل من السلع الآسيوية . ونلاحظ بأن هذا البحث يتفق في النتيجة السابقة مع البحوث السابقة في هذا الموضوع والتي تم ذكرها في أدبيات البحث (سكولر Schooler ، ١٩٧١ ، جاديك Gaedeke ، ١٩٧٣ ، وانج Wang ، ١٩٧٨ ، وايت وكندف White and Cundiff ، ١٩٧٨ ، براون وآخرون Brown et al ، ١٩٨٧) من حيث سلبية

الاتجاهات نحو السلع المصنعة في الدول النامية وحصولها على المراكز الأخيرة عند مقارنتها بالسلع المنتجة في الدول المتقدمة صناعيا ، الأمر الذي قد يقود المرء إلى الاستنتاج بأن المستهلكين يتأثرون في تكوين اتجاهاتهم عن السلع بحسب بلد صنعها بنظرتهم لمدى تطور الصناعة في بلد صنع السلعة ، ولكن نظراً لعدم وجود دراسات كافية تربط بين مدى ايجابية الاتجاهات نحو المنتجات الصناعية لدولة معينة وبين مدى تطورها الصناعي فإنه لا يمكن الوصول إلى استنتاجات واضحة في هذا المجال ولكن ما يمكن قوله في الوقت الحاضر هو أنه يبدو أن المستهلكين يحملون اتجاهات أقل ايجابية عن السلع المنتجة في الدول النامية من تلك التي يحملونها عن السلع المنتجة في الدول المتقدمة صناعيا وهذا الاختلاف وان كان لا يبدو غريباً لأول وهلة نظراً لأن هذه الاتجاهات قد تعكس الفرق في جودة السلع المنتجة في هاتين المجموعتين من الدول إلا أنه من الممكن أيضاً أن ترجع هذه الاختلافات في الاتجاهات إلى تأثير المستهلكين باعتقاداتهم المسبقة عن مدى تطور الصناعة في البلد المنتج للسلعة وبالتالي لا تعكس هذه الاتجاهات الفروق الحقيقية في جودة السلع التي تنتجها كل بلد أو الفروق الحقيقية في الجودة بين أي سلعتين يتم انتاجها في هاتين المجموعتين من الدول .

٤ - من حيث العلاقة بين الاتجاهات نحو السلع المحلية والمستوردة وبين الصفات الديموغرافية للمستهلك تتفق نتائج هذا البحث مع نتائج البحوث الحديثة (وانج Wang ، ١٩٧٨ ، براون وآخرون Brown et al ، ١٩٨٧) في عدم اكتشاف وجود أي علاقة بين العاملين السابقين إلا أن نتائج هذه الدراسة والدراسات المذكورة أعلاه تختلف مع نتائج دراسات تم معظمها في بداية السبعينات أظهرت وجود علاقة بين بعض الصفات الديموغرافية للمستهلك وبين اتجاهاته نحو السلع المحلية والمستوردة (تونجبيرج Tongberg ، ١٩٧٢ ، اندرسون وكنجهام Anderson and Cuningham ، ١٩٧٢ ، نيجاشيما Nagashima ، ١٩٧٠) . ولعل هذا التناقض يشير إلى اختلافات بين المجتمعات من حيث مدى انتشار الاتجاهات بين جميع فئات المستهلكين أو تركزها في فئة سكانية معينة وفي كل الأحوال يبدو أن هذه

العلاقة تحتاج إلى دراسات أخرى مستفيضة لتفسير أسباب الاختلاف في النتائج .

التوصيات

تظهر نتائج هذا البحث بأن المستهلكين يشعرون بأن السلع المحلية أفضل من السلع الآسيوية وهذه النتيجة تقود الباحث إلى اقتراح استراتيجية تسويقية وترويجية معينة للسلع المحلية التي تواجه منافسة شديدة من السلع الآسيوية . أن ميل اتجاهات المستهلكين لصالح السلع المنتجة محليا يمكن استغلاله ترويجيا عن طريق التركيز على محلية هذه السلع وعلى تفوقها على السلع الآسيوية المستوردة وذلك لاستثارة اعتقادات المستهلكين بتفوق السلع المحلية وبالتالي زيادة ميلهم لاختيارها بدلاً من السلع الآسيوية .

ولكن يجب أن لا تكتفي المصانع المحلية بذلك في منافستها للسلع الآسيوية بل لا بد أن تجرى تعديلات في بقية عناصر المزيج التسويقي ان أرادت زيادة قدرتها على منافسة هذه السلع . من المعروف أن السلع الآسيوية تعتمد على السعر المنخفض والتوزيع المنتشر في غزوها للأسواق العالمية ولا بد أن تحسن المصانع الوطنية من كفاءتها في تسعير وتوزيع منتجاتها ان أرادت منافسة هذه السلع فيجب أن تكون أسعار السلع المحلية في متناول الأفراد محدودي الدخل الذين عادة ما يشكلون غالبية مستهلكي السلع الآسيوية المنخفضة السعر ولذلك يجب أن تعمل المصانع الوطنية على ضغط تكاليفها وعلى اختيار الحجم المناسب للإنتاج الذي يسمح بتخفيض التكاليف الكلية لكل وحدة منتجة (ولكي تستطيع المصانع الوطنية أن تزيد من مبيعاتها بالشكل الذي يسمح لهذه المصانع أن تعطي اهتماماً أكبر للترويج وخاصة الاعلان) بحيث تتمكن من بيع إنتاجها بسعر يتناسب مع امكانيات المستهلك المحدود الدخل وان كان أعلى من سعر السلع الآسيوية المنافسة لكل سلعة حيث أن شعور المستهلكين بأن السلعة المحلية أفضل سيجعلهم راضين بدفع مبلغ أعلى لشراء السلعة المحلية من ذلك الذي يدفعونه للسلعة الآسيوية ولكن يجب أن لا يكون الفرق في السعر كبيراً بحيث يجعل المستهلك المحدود الدخل يختار السلع الآسيوية بالرغم من اعتقاده بأنها أقل جودة من السلع المحلية مدفوعاً بالفرق الكبير في السعر بين السلعتين .

كذلك يجب على المصانع الوطنية أن تحسن من كفاءتها في توزيع سلعتها لكي تجعلها متوفرة في جميع المحلات التي تتوفر فيها السلع الآسيوية المنافسة لها بحيث يصبح لدى المستهلك فرصة لاختيار أي منها ومن المتوقع أن اتجاهات المستهلك ستجعله ميالا لاختيار السلعة المحلية طالما توفرت فيها المواصفات المطلوبة . ولعل أهم هذه المواصفات هو التصميم الجميل الذي يجتذب المستهلك لشراء السلعة الأمر الذي يستدعي من المصانع الوطنية أن تهتم أيضا بالشكل الخارجي للسلع التي تنتجها .

كذلك تثير النتائج السابقة بعض التساؤلات التي قد تحاول ابحاث قادمة في هذا الموضوع أن تجيب عليها . فمثلاً ما هو تأثير الشهرة التي اكتسبتها بعض العلامات التجارية الآسيوية (خاصة السلع الكورية) في السوق السعودي على اتجاهات المستهلكين السعوديين نحو المنتجات التي تحمل هذه العلامات المعروفة ، هل الشهرة التي اكتسبتها العلامة التجارية قللت أو ألغت أثر الاتجاهات المبدئية السلبية نحو المنتجات الآسيوية أم لا ؟ وما هو مدى اقبال المستهلكين على هذه المنتجات ذات العلامات التجارية المعروفة فهل نجح الاعلان في تغيير الاتجاهات المبدئية السلبية وهل نجح مزيج الاعلان والسعر المنخفض (مقارنة بأسعار السلع اليابانية والأمريكية والأوروبية المنافسة لهذه السلع) في اجتذاب أعداد كبيرة من المستهلكين لشراء هذه السلع . تساؤلات عديدة الاجابة عليها تتطلب اجراء المزيد من الدراسات في هذا الموضوع .

قائمة المراجع

أولاً باللغة العربية :

الراوي ، منصور وآخرون (١٤٠٥هـ) . نحو استخدام أمثل للقوى العاملة الوطنية بالدول العربية الخليجية . المنامة ، البحرين : مكتب المتابعة مجلس وزراء العمل والشئون الاجتماعية بالدول العربية الخليجية .

السيد ، فؤاد البهي (١٩٧٩م) . علم النفس الاحصائي وقياس العقل البشري . القاهرة : دار الفكر العربي .

- العامري ، سلوى (١٩٨٥م) . استطلاع رأي المواطن في الصناعة المصرية (ملخص بحث قام به جهاز قياس الرأي بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية في عامي ٨٣/١٩٨٤م) . المجلة الاجتماعية القومية ، المجلد ٢٢ ، العدد ٢ ، ٣-١٧) .
- الفرص الاستثمارية المتاحة للقطاع الخاص في اطار خطة التنمية الرابعة ، وثائق وانجازات : المؤتمر الثالث لرجال الأعمال السعوديين ، أمها ١٥-١٨ رجب ١٤٠٧هـ .
- المصري ، محمد عصام (١٤٠٤هـ) . أبعاد الصعوبات التي تواجه ادارة التسويق في الصناعات السعودية . الادارة العامة ، العدد ٤٢ (شوال) . ٦١-٩٤ .
- المؤسسة العامة للتأمينات الاجتماعية (١٤٠٧هـ) . التقرير الاحصائي السنوي الثامن ١٤٠٧هـ .
- النطفجي ، محمد عبد الحميد (١٤٠١هـ) . تقديرات أعداد السكان السعوديين خلال الفترة ١٩٧٥-٢٠٠٠ . الرياض : مركز البحوث بكلية العلوم الادارية بجامعة الملك سعود .
- بازرعه ، محمود صادق (١٩٨٨م) . بحوث التسويق للتخطيط والرقابة واتخاذ القرارات التسويقية ، الطبعة الخامسة . القاهرة : دار النهضة العربية .
- جلال ، سعد (١٩٨٤م) . علم النفس الاجتماعي : الاتجاهات التطبيقية المعاصرة . الاسكندرية : منشأة المعارف .
- حبيب ، غازي ، وعابدين ، عدنان (١٩٨٧م) . افلاس بعض الشركات في المملكة العربية السعودية ، أسباب وحلول . المجلة العربية للادارة ، العدد ٣ ، ربيع ١٩٨٧ ، ١٤٧-١٦٥ .
- رضوان ، فاروق ، والبحيري ، سعيد (١٩٨٧م) . المركز التنافسي لكل من المنتجات الوطنية والأجنبية في السوق السعودية . مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية ، العدد ٥٠ ، ١١٩-١٧١ .

عبد الخالق ، أحمد محمد (١٩٨٦) . استخبارات الشخصية . الطبعة الثانية .
الاسكندرية : دار المعرفة الجامعية .

علوي ، حسين والمصري ، محمد (١٤٠٣هـ) . الخصائص السلوكية
للمشتري السعودي من متاجر الخدمة بالنفس . الرياض : مركز
البحوث بكلية العلوم الادارية بجامعة الملك سعود .

علي ، السيد منير حسن (لم ينشر بعد) . اتجاهات المستهلكين نحو
منتجات الصناعة الوطنية مقارنة بالسلع المستوردة من الدول
المتقدمة صناعيا .

مصلحة الاحصاءات العامة . التعداد السكاني للمملكة لعام ١٣٩٤هـ .
مؤسسة النقد العربي السعودي (١٤٠٦هـ) . التقرير السنوي لعام
١٤٠٥/١٤٠٦هـ .

مؤسسة النقد العربي السعودي (١٤٠٧هـ) . التقرير السنوي لعام
١٤٠٦/١٤٠٧هـ .

واقع وأسباب الطاقات غير المستغلة في القطاع الخاص وسياسات
استغلالها . وثائق وانجازات : المؤتمر الثالث لرجال الاعمال
السعوديين . أباها ١٥ - ١٨ رجب ١٤٠٧هـ .

ثانياً - باللغة الانجليزية :

Anderson, W. and Cunningham, W. (1972). Gauging Foreign Product Promotion. Journal of Advertising Research, Vol. 12, February, 29-34.

Baumgartner, G. and Jolibert, A. (1978). The Perception of Foreign Products in France. Advances of Consumer Research, Vol. 5, H. Keith Hunt (ed). Ann arbor: Association For Consumer Research.

Bilkey, W. and Nes, E. (1982). Country of Origin Effects On Product evaluations. Journal of International Business Studies, Vol. 1, Spring - Summer, 89-99.

Brown, J.J., Light, C.D.; and Gazda, G.M. (1987). Attitudes Towards European, Japanese, and U.S. Cars. European Journal of Marketing, vol. 21, No. 5.

Cattin, P., Jolibert, A. and Lohnes, E. (1982). A Cross-Cultural Study of

- "Made-In" Concepts. *Journal of International Business Studies*, Winter, 131-141.
- Chisnall, P. (1981). *Marketing Research*. London: McGraw-Hill Book Company (U.K.) Limited.
- Churchill Jr., G. (1976). *Marketing Research*. Hinsdale, Ill.: The Dryden Press.
- Conover, W. (1980). *Practical Nonparametric Statistics*. 2nd ed. New York: John Wiley and Sons.
- Darling, J.R. and Kraft, F.B. (1977). A Competitive Profile of Products and Associated Marketing Practices of Selected European and Non-European Countries. *European Journal of Marketing*, Vol. 11.
- Engel, J. and Balckwell, R. (1982). *Consumer Behavior*. 4th ed. Chicago: The Dryden Press.
- Gaedeke, R. (1973). Consumer Attitudes Towards Products "Made-In" Developing Countries. *Journal of Retailing*, Vol. 49, No. 2, Summer.
- Hakansson, H. and Woots, B. (1975). Supplier Selection in an International Environment-An Experimental Study. *Journal of Marketing Research*, February, 46-54.
- Howard, J.A. (1977). *Consumer Behavior: Application of Theory*. New York: McGraw-Hill.
- Kerlinger, F. (1973). *Foundations of Behavioral, Research*. New York: Holt, Rinehart and Winston. INC.
- Kinnear, T. and Taylor, J. (1987). *Marketing Research*. Ne York: McGraw-Hill Book Company .
- London, P. (1978). *Beginning Psychology*. Homewood, ILL.: The Dorsey Press.
- Midgley, D. (1983). Pattern of Interpersonal Information Seeking for the Purchase of Symbolic Product. *Journal of Marketing Research*, Vol. 20, February, 74-83.
- Nagashima, A. (1970). A Comparison and U.S. Attitudes Towards Foreign Products. *Journal of Marketing*, Vol. 34 (January), 68-74.
- Nagashima, A. (1977). A Comparative "Made In" Product Image Survey Among Japanese Businessmen. *Journal of Marketing*, July, 95-100.

Newman, J. and Staelin, R. (1972). Prepurchase Information Seeking for New Cars and Major Household Appliances. *Journal of Marketing Research*, Vol. 9, August, 249-257.

Oppenheim, A.N. (1966). *Questionnaire Design and Attitude Measurement*. London: Heinemann.

Reierson, C. (1966). Are Foreign Products Seen As National Stereotypes? *Journal of Retailing*, Vol. 40.

Rokeach, M. (1968). *Beliefs Attitudes, and Values*. San Francisco: Jossey-Bass.

Schooler, R. (1965). Product Bias in the Central American Common Market. *Journal of Marketing Research*, Vol. 2, November, 394 - 397.

Schooler, R. (1971). Bias Phenomena Attendant to the Marketing of Foreign Goods in the U.S., *Journal of International Business Studies*, Spring, 71-80.

Tongberg, R. (1972). *An Empirical Study of Relationships Between Dogmatism and Consumer Attitudes Toward Foreign Products*. Unpublished Ph.D. Dissertation, The University of Florida.

Tull, D.S. and Hawkins, D.I. (1987). *Marketing Research*. New York: Macmillan Publishing Co. Inc.

Wang, C.K. (1978). *The Effect of Foreign Economic, Political, and Cultural Environment on Consumers' Willingness to buy Foreign Products*. Ph.D. Dissertation, Texas A & M University.

Westbrook, R. and Fornell, C. (1979). Patterns of Information Source Usage Among Durable Goods Buyers. *Journal of Marketing Research*, Vol. 16, August, 303-312.

White, P. and Cundiff, E. (1978). Assessing the Quality of Industrial Products. *Journal of Marketing*, Vol. 42, No. 1, (January), 80-86.

Williams, K.C. (1981). *Behavioral Aspects of Marketing*. London: Heinemann.

Yavas, U. and Tuncalp, S. (1974A). Exporting To Saudi Arabia: The Power of the "Made In" Label. *International Marketing Review*, Autumn/Winter, 40-46.

Yavas, U. and Tuncalp, S. (1984B). Perceived Risk in Grocery Outlet Selection: A Case Study in Saudi Arabia. *European Journal of Marketing*, Vol. 18, No. 3, 13-25.



ملحق (١)

قائمة الاستبيان الخاصة باتجاهات المستهلكين نحو منتجات الصناعة الوطنية
مقارنة بالسلع المستوردة من دول جنوب شرق آسيا .

أخي الكريم ...

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته ،

تجدون بين يديكم قائمة استبيان خاصة ببحث أقوم بإعداده عن منتجات
الصناعات المحلية والسلع الآسيوية . ويهمني الحصول على آرائكم في هذا
الموضوع لذلك أرجو أن تجيئوا على قائمة الاستبيان المرفقة ، علماً بأن هذه القائمة
لن تأخذ من وقتكم سوى دقائق معدودة ، فكل ما هو مطلوب منكم هو وضع
إشارة على الأجابة المناسبة التي تعبر عن وجهة نظركم الحقيقية .

ولكم شكرى الجزيل على حسن تعاونكم ..

فيما يلي عدة عبارات تتعلق بالسلع المتوفرة في الأسواق لدينا والتي تنتجها دول
جنوب شرق آسيا أو بالسلع التي يتم انتاجها محليا في المملكة . والمطلوب أن توضح
مدى موافقتك أو اختلافك مع وجهة النظر التي تحملها كل عبارة عن طريق وضع
إشارة / أو أي إشارة أخرى في المربع الذي يقابل الجملة التي تصف مدى اتفاق
أو اختلاف وجهة النظر التي تحملها مع كل عبارة :

أختلف تماما	لا أوافق	غير متأكد	أوافق	اتفق تماما	
					(١) السلع الآسيوية المستوردة من تايوان وسنغافورة وكوريا وهونج كونج عادة ما يكون سعرها أقل من سعر منتجات الصناعة المحلية .

أختلف تماما	لا أوافق	غير متأكد	أوافق	اتفق تماما	
					(٢) السلع الآسيوية المستوردة من تايوان وكوريا الجنوبية وهونج كونج وسنغافورة جودتها أقل من جودة منتجات الصناعة المحلية .
					(٣) أعتقد بأن منتجات الصناعة المحلية ذات مظهر أكثر جاذبية وفخامة من مظهر السلع المستوردة من تايوان وهونج كونج وسنغافورة وكوريا الجنوبية .
					(٤) السلع الآسيوية المستوردة من تايوان وهونج كونج وسنغافورة وكوريا تتساوى في الجودة مع منتجات الصناعة الوطنية المحلية فكلاهما ذو قوة ومتانة متدنية .
					(٥) السلع الآسيوية المستوردة من تايوان وهونج كونج ومن كوريا أو سنغافورة عادة ما تؤدي الغرض الذي اشترت من أجله بشكل أفضل من أداء منتجات الصناعة المحلية .
					(٦) تتشابه السلع الآسيوية المستوردة من تايوان وهونج كونج وسنغافورة وكوريا مع منتجات الصناعة المحلية في أن مشتريها عادة ما يكون ذو دخل منخفض ومستوى اجتماعي متواضع .

أختلف تماما	لا أوافق	غير متأكد	أوافق	اتفق تماما	
					(٧) أعتقد أن منتجات الصناعة المحلية عادة ما تكون أقل عرضة للاعطال والتلف السريع من السلع المستوردة من تايوان وهونج كونج وكوريا أو سنغافورة .
					(٨) السلع المستوردة من تايوان وهونج كونج وسنغافورة أو كوريا الجنوبية تمتاز عن منتجات الصناعة المحلية بغلافها الجيد الذي يسهل استخدام السلعة .
					(٩) إذا كان لا بد وأن أختار بين سلعة مستوردة من هونج كونج وكوريا وسنغافورة أو تايوان وأخرى من منتجات الصناعة المحلية فأني أختار السلعة المحلية لأنها أفضل من ناحية الانطباع الذي تخلقه لدى الآخرين عني وعن مستوى الاجتماعية .
					(١٠) منتجات الصناعة المحلية تعتبر بصفة عامة أكثر تحملاً للاستعمالات الشاقة وتدوم فترة أطول مقارنة بالسلع المستوردة من تايوان ، هونج كونج ، سنغافورة ، كوريا الجنوبية .

أختلف تماما	لا أوافق	غير متأكد	أوافق	اتفق تماما		
					(١١) لا أرى كثيراً من الاعلانات عن السلع المستوردة من تايوان ، هونج كونج ، سنغافورة ، كوريا لذلك أعرف عن منتجات الصناعة الوطنية أكثر مما أعرف عن هذه السلع .	
					(١٢) عند شراء المستهلك لسلعة مستوردة من هونج كونج ، تايوان ، كوريا فإنه قد يتعرض للغش أكثر مما لو اشترى سلعة من منتجات الصناعة المحلية .	
					(١٣) عند شراء المستهلك لسلعة سيئة من منتجات الصناعة المحلية بأن حقوقه محفوظة لأنه يستطيع ارجاعها إلى المصنع أما عند شرائه لسلعة سيئة من هونج كونج ، كوريا ، سنغافورة ، تايوان فإن حقوقه ستضيع لعدم وجود مستورد معروف ولصعوبة الرجوع للشركة الصانعة لهذه السلعة .	
					(١٤) تتوفر شروط السلامة في منتجات الصناعة المحلية بدرجة أفضل من توفرها في السلع المستوردة من تايوان ، وهونج كونج ، كوريا الجنوبية ، سنغافورة .	
					(١٥) السلع المستوردة من هونج كونج ، سنغافورة ، تايوان ، كوريا توزيعها جيد فهي متوفرة في كل مكان بعكس منتجات الصناعة المحلية التي تتوفر في عدد قليل من المحلات لذلك لا أراها دائماً في المحلات عندما أريد شراء سلعة ما .	

أختلف تماما	لا أوافق	غير متأكد	أوافق	اتفق تماما	
					(١٦) تتمتع منتجات الصناعة المحلية بخدمة وصيانة أفضل من خدمة وصيانة السلع المستوردة من تايبان ، هونج كونج ، كوريا أو سنغافورة .
					(١٧) بصفة عامة تتمتع منتجات الصناعة المحلية بسمعة أفضل من سمعة السلع المستوردة من تايبان ، كوريا ، هونج كونج ، سنغافورة .

الآن وبعد انتهائك من قراءة العبارات السابقة وبيان وجهة نظرك من حيث اتفاقك أو اختلافك مع كل عبارة أود أن أقدم لك شكري الجزيل على حسن تعاونك . . وأرجو أن تتفضل بالاجابة على الأسئلة التالية بوضع اشارة (X) في المكان المناسب علما بأن المعلومات التي ستدلى بها ستستخدم فقط في تصنيف وجهات نظر الأخوان الذين تكرموا وأبدوا وجهة نظرهم على العبارات السابقة ولن تستخدم في أي غرض آخر .

١ - السن :

كم تبلغ من العمر ؟

(فضلا ضع اشارة (X) في الدائرة التي تضم فئة السن التي يقع فيها عمرك) .

() () () ()
١٨ - ٢٩ سنة ٣٠ - ٣٩ سنة ٤٠ - ٤٩ سنة ٥٠ سنة فأكثر

٢ - الحالة الاجتماعية :

هل أنت متزوج أم لا ؟

() ()

(أعزب - مطلق - أرمل) متزوج

٣ - الحالة التعليمية :

ما هي المرحلة الدراسية التي أنهيتها بنجاح ؟

() () ()
أستطيع القراءة والكتابة حاصل على الشهادة
ولكن لم أحصل على الشهادة الابتدائية المتوسطة (عام . صناعي ،
الشهادة الابتدائية . زراعي ، معلمين . الخ) .

() ()
حاصل على الشهادة الثانوية حاصل على الشهادة الجامعية
عام ، معلمين ، زراعي . الخ على الاقل

٤ - الدخل :

ما مقدار دخلك الشهري الكلي ؟

(فضلا ضع اشارة (X) في الدائرة التي تضم الفئة التي يقع ضمنها دخلك الشهري سواء كان من مصدر واحد أو من عدة مصادر بما في ذلك المتوسط الشهري الذي تستلمه سنويا) .

() () ()
أقل من ٣٠٠٠ ريال من ٣٠٠٠ - أقل من ٦٠٠٠ ريال من ٦٠٠٠ ريال أقل من ٩٠٠٠ ريال
() ()
من ٩٠٠٠ إلى أقل من ١٢٠٠٠ ريال ١٢٠٠٠ ريال فأكثر

٦ - العمل :

ما هي الوظيفة التي تشغلها حاليا ؟
في أي مرتبة تقع هذه الوظيفة ؟
مكان العمل :

مع الشكر الجزيل

د. السيد منير حسن علي
قسم ادارة الاعمال
كلية الاقتصاد والادارة
جامعة الملك عبد العزيز - جدة