

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير  
قسم العلوم التجارية  
العنوان

## دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا

دراسة ميدانية بصيدلية بن سوهالي الطاهير - جيجل -

مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية

تخصص : تسويق خدمات

إشراف الأستاذة:

د. بولعسل سامية

إعداد الطالبتين:

✓ حنك نجاة

✓ جعوي فريال

أعضاء لجنة المناقشة :

رئيسا	جامعة جيجل	بوعكريف زهير
مشرفا ومقررا	جامعة جيجل	د. بولعسل سامية
ممتحنا	جامعة جيجل	غريبي فتحية

السنة الدراسية: 2021/2022



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير  
قسم العلوم التجارية  
العنوان:

## دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا

دراسة ميدانية بصيدلية بن سوهاى الطاهير - جيجل -

مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية

تخصص : تسويق خدمات

إشراف الأستاذة:

د. بولعسل سامية

إعداد الطالبتين:

✓ حنك نجاه

✓ جعوي فريال

أعضاء لجنة المناقشة :

رئيسا	جامعة جيجل	بوعكريف زهير
مشرفا ومقررا	جامعة جيجل	د. بولعسل سامية
ممتحنا	جامعة جيجل	غريبي فتحية

السنة الدراسية: 2021/2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

” نرفع درجات من نشاء وفوق كل ذي علم عليم ”

\* الآية 76 من سورة يوسف \*

# الشكر والعرفان

- من لم يشكر الناس لم يشكر الله -

أشكر الله العليّ القدير أن وفقني إلى إتمام هذه المذكرة.

كما أقدم شكري وامتناني للأستاذة المشرفة، الأستاذة الفاضلة بولحسل سامية التي

وبعد قبولها لإشرافه على هذا العمل، لم تبخل بتوجيهاتها

ونصائحها القيمة طوال فترة إعداد المذكرة.

والشكر موصول لزملائي الكرام الذين لم يبخلوا عليّ ببعضنا بتبادل المعارف

والإرشادات والنصائح طيلة المشوار الدراسي وجميع الأساتذة اللذين درستم عليّ

يدهم كل باسمه ومقامه.

# إهداء

إلى كل من ساندنا من قريب أو بعيد في إنجاز هذا العمل  
إلى الوالدين الكريمين، إلى الإخوة و الأخوات، إلى كل زملائنا  
وأصدقائنا،

إلى كل من حثنا على المثابرة والتمسك بهدفنا، إلى أن أدركنا

## تحقيقه

والحمد لله الذي هدانا اليوم إلى إنجاز هذا العمل، وعلى إتمامه  
بالرغم من الصعوبات والظروف التي عرفناها، خلال مرحلة إنجازنا

لهذا البحث

وشكراً.

\*نجاهة \* فريال

# فهرس المحتويات



## فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
	البسمة
	الشكر
	الإهداء
	فهرس المحتويات
	فهرس الأشكال
	فهرس الجداول
	قائمة الملاحق
	المخلص
أ-ج	مقدمة
<b>الفصل الأول: المكملات الغذائية</b>	
7	تمهيد
8	المبحث الأول: ماهية المكملات الغذائية
8	المطلب الأول: مفهوم المكملات الغذائية
11	المطلب الثاني: أنواع المكملات الغذائية
12	المطلب الثالث : المسؤوليات القانونية للمكملات الغذائية
14	المبحث الثاني : استهلاك المكملات الغذائية
14	المطلب الأول : مفهوم الاستهلاك
16	المطلب الثاني: استهلاك المكملات الغذائية في الجزائر
18	المطلب الثالث: استهلاك المكملات الغذائية في العالم
20	المبحث الثالث: آثار المكملات الغذائية
20	المطلب الأول: الآثار الإيجابية للمكملات الغذائية
21	المطلب الثاني: الآثار السلبية للمكملات الغذائية
22	المطلب الثالث: الطريقة الصحيحة لاستهلاك المكملات الغذائية
23	خلاصة الفصل
<b>الفصل الثاني: حماية المستهلك</b>	
25	تمهيد
26	المبحث الأول: ماهية حماية المستهلك

## فهرس المحتويات

26	المطلب الأول: أساسيات حول المستهلك
29	المطلب الثاني: مفهوم حماية المستهلك
32	المطلب الثالث: أهداف حماية المستهلك
32	المطلب الرابع: أبعاد حماية المستهلك
34	المبحث الثاني: الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك
34	المطلب الأول: دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك
40	المطلب الثاني: دور جمعيات حماية المستهلك
43	المطلب الثالث: دور الأجهزة القضائية في حماية المستهلك
47	المبحث الثالث: آليات حماية حقوق المستهلك
47	المطلب الأول: آليات المستهلك
51	المطلب الثاني: حقوق حماية المستهلك
52	المطلب الثالث: علاقة حقوق حماية المستهلك باستهلاك المكملات الغذائية
61	خلاصة الفصل:
<b>الفصل الثالث: الدراسة الميدانية</b>	
63	تمهيد
64	المبحث الأول: تقديم صيدلية بن سوهالي بالطاهر - جيجل
64	المطلب الأول: صيدلية بن سوهالي بالطاهر - جيجل
65	المطلب الثاني: مهام ووظائف صيدلية بن سوهالي بالطاهر - جيجل
66	المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لصيدلية بن سوهالي بالطاهر - جيجل
68	المطلب الرابع: الخدمات المقدمة بصيدلية بن سوهالي بالطاهر - جيجل
69	المطلب الخامس: فيتامين سي مع الزنك c+zinc
73	المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة
73	المطلب الأول: مجتمع وعينة الدراسة
74	المطلب الثاني: أدوات الدراسة
76	المطلب الثالث: اختبار صدق وثبات أداة الدراسة
89	المطلب الرابع: الأساليب الإحصائية المستخدمة
90	المبحث الثالث: عرض النتائج واختبار الفرضيات
90	المطلب الأول: عرض وتحليل البيانات الشخصية

## فهرس المحتويات

95	المطلب الثاني: عرض وتحليل البيانات المتعلقة بموضوع الدراسة
113	المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة
125	خلاصة الفصل
127	الخاتمة
130	قائمة المصادر والمراجع
/	الملاحق

# فهرس الأشكال

## فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الأشكال	الرقم
9	هرم المكملات.	01
28	أنواع المستهلكين.	02
42	الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك.	03
43	الدور الدفاعي و العلاجي لجمعيات حماية المستهلك.	04
54	نموذج مراحل عملية الشراء.	05
58	خصائص الصورة الذهنية.	06
60	مطابقة الأداء و التوقع.	07
68	الهيكل التنظيمي لصيدلية بن سوهالي بالطاهير.	08
90	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس.	09
91	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن.	10
92	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية.	11
93	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي.	12
94	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الدخل.	13

# فهرس الجداول

## فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	مختلف أنواع المكملات الغذائية.	12
02	أنواع التحاليل المقدمة في صيدلية بن سوهالي.	69
	عدد الاستبيانات الموزعة والمسترجعة	73
	توزيع درجات مقياس ليكارت الخماسي	75
	تحديد الاتجاه حسب قيم المتوسط المرجح	76
	معاملات الارتباط بيرسون لعبارات البعد الأول "حق الأمان"	77
	معاملات الارتباط بيرسون لعبارات البعد الثاني "حق الحصول على المعلومات"	78
	معاملات الارتباط بيرسون لعبارات البعد الثالث "حق الاختيار"	79
	معاملات الارتباط بيرسون لعبارات البعد الرابع "حق سماع الرأي"	80
	معاملات الارتباط بيرسون لعبارات البعد الخامس "حق التعويض"	81
	معاملات الارتباط بيرسون لعبارات البعد السادس "حق التثقيف"	81
	معاملات الارتباط بيرسون لعبارات البعد السابع "حق الحصول على الاحتياجات الأساسية"	82
	معاملات الارتباط بيرسون لعبارات البعد الثامن "حق العيش في بيئة صحية"	83
	معاملات الارتباط بيرسون لعبارات البعد التاسع "حق المقاطعة"	83
	معاملات الارتباط بيرسون لعبارات المحور الثاني "حماية المستهلك ودورها في استهلاك المكمل الغذائي c+zinc"	84
	معاملات الارتباط بيرسون لأبعاد المحور الأول "حقوق المستهلك"	86
	معاملات الارتباط بيرسون لمحاور الاستبيان	87
	قيم معاملات الثبات "ألفا كرونباخ"	88
	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	90
	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن	91
	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية	92
	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	93
	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الدخل	94
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات البعد الأول "حق الأمان"	95
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات	97

## فهرس الجداول

	البعد الثاني "حق الحصول على المعلومات"	
98	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات البعد الثالث "حق الاختيار"	
100	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات البعد الرابع "حق سماع الرأي"	
101	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات البعد الخامس "حق التعويض"	
103	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات البعد السادس "حق التنقيف"	
104	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات البعد السابع "حق الحصول على الاحتياجات الأساسية"	
106	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات البعد الثامن "حق العيش في بيئة صحية"	
107	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات البعد التاسع "حق المقاطعة"	
109	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات المحور الثاني "حماية المستهلك ودورها في استهلاك c+zinc بصيدلية بن سوهالي" في زمن كورونا.	
114	نتائج اختبار كلموغروف سميرونوف لتوزيع البيانات	
115	نتائج اختبار (T) البسيط للعينة الواحدة لاختبار الفرضية الرئيسية الأولى	
117	نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الرئيسية الثانية	
119	نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الأولى	
121	نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الثانية	
123	نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة	



# قائمة الملاحق

## قائمة الملاحق

الرقم	عنوان الملحق
01	الاستبانة
02	قائمة الأساتذة المحكمين
03	الصدق الداخلي لأداة الدراسة
04	ثبات أداة الدراسة
05	توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة
06	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات وأبعاد ومحاور الاستبيان
07	اختبار التوزيع الطبيعي كولموغوروف سميرونوف
08	نتائج اختبارات الفرضيات

## المخلص:

تهدف هذه الدراسة الى ابراز دور حماية المستهلك فيما يخص استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا، و التي اجريت دراستها الميدانية في صيدلية بن سوهاى بالطاهير - جيجل- . كما قمنا بتقسيم الدراسة الى جانبين جانب نظري و جانب ميداني.

ولإجابة على الإشكالية المطروحة و التأكد من صحة الفرضيات أجرينا هذه الدراسة على مجموعة من المستهلكين وهم زبائن صيدلية بن سوهاى بالطاهير -جيجل- والعينة تضم 60 مفردة، و التي تم اختيارها عشوائيا، حيث قمنا بتصميم استبيان من ثلاث محاور، معتمدين في تحليل النتائج واختيار الفرضيات على برامج التحليل الإحصائي

" SPSS " حيث أفضت هذه الدراسة إلى ان هناك دور لحماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا من خلال ضمان حقوق المستهلك.

**الكلمات المفتاحية:** حماية المستهلك، المكملات الغذائية، المستهلكين، حقوق

المستهلك.

**Abstract:**

The aim of this study is to highlight the role of consumer protection in consuming nutritional supplement in the time of corona was carried out in the Bin Sohali Al tahir pharmacy –jjjel-

We also divided the study into two theoretical aspects and a field side.

In order to answer the problem presented and to verify the validity of the hypotheses, we conducted this study on a sample of 70 individuals on group of consumers they are the customers of bin sohali pharmacy in tahir-jjel- which were chosen randomly, where we desgned a questionnaire of three axes.dependent on analyzing results and testing hypotheses on statistical analysis programs "spss" where I prefer this study to the fact that there is a role for consuming nutritional supplements in the time of corona by ensuring consumer rights.

Keywords:

Consumer protection, Nutritional supplements, Consumers ,Consumer Rights.

# مقدمة

## مقدمة:

مع انتشار جائحة كورونا أصبح استهلاك المكملات الغذائية أكثر شيوعاً وانتشاراً وأكثرهم استهلاكاً "الزنك، والفيتامين سي" بهدف الوقاية أو العلاج، أو محاولة استرداد حاستي الشم والتذوق اللتين يُعتبر فقدانهما من الأعراض الشائعة لمصابي كورونا، وما يجهله كثيرون أن المكملات الغذائية جزء من علم الطب والصيدلة وعلم التغذية، وأن استهلاكها بشكل عشوائي له مضار صحية عديدة قد تصل إلى الموت، ولفشل في وظائف بعض الأعضاء في الجسم، وتبعاً لذلك يجب على كل شخص أن يعرف أنواع المكملات الغذائية، وفوائدها، ومضارها، ومن يمكنه استهلاكها، مع ضرورة معرفة الكيفية والجرعة المناسبة الهدف من تناول المكملات الغذائية هو تعويض الجسم عن المكملات الطبيعية الناقصة في الجسم تبعاً لخلل في النظام الغذائي أو حالة صحية معينة، إضافة إلى مسببات أخرى اجتماعية مثل مكان المعيشة، والظروف المناخية المحيطة به، والموارد الغذائية المتوافرة وإمكانية الوصول لها وللمكملات الغذائية عدة أنواع، فمنها المكملات البروتينية، والمكملات الهرمونية، والألياف والمكملات الأكثر شيوعاً وهي الفيتامينات والمعادن بأنواعها المختلفة مثل فيتامين د وفيتامين ج والحديد والزنك والكالسيوم. يُعتبر كل من فيتامينات والزنك جزءاً من البروتوكول العلاجي المعتمد لمرض كورونا (كوفيد-19).

لقد أصبح الكثير من المستهلكون يتهافتون على اقتناء المكملات الغذائية من أجل تقوية المناعة ضد فيروس كورونا والمستهلك يحاول بشتى الطرق تعويض ما ينقصه من فيتامينات لا يستطيع تحصيله من خلال الغذاء العادي بسبب غلاء المعيشة ، حيث كان إقبال المستهلكين على المكملات الغذائية في وقت مضى على فئة المصابين بأمراض مزمنة فقط و أمراض العصر على غرار القولون العصبي وكذا مرضى السكري إلا أن الأمر تعدهم في الآونة الأخيرة إلى أصحاء أضحووا يبحثون عن مصادر لتقوية المناعة ضد فيروس كورونا المستجد لمستهلكين وقعوا ضحايا لمروجي، وذلك منذ بداية تفشي فيروس كورونا أواخر شهر فيفري من عام 2020.

ولأجل سلامة المستهلكين من أضرار الجانية للمكملات الغذائية كان لازم تفعيل دور حماية المستهلك لترشيد وتوجيه المستهلكين، فالمشرع الجزائري وفر إطارا تشريعيا و تنظيميا مهما تمكنت من خلاله هذه الهيئات من توفير حماية خاصة للمستهلك، وحفظ حقوقه الأمر الذي جعل من المستهلكين أن يتخذوا

القرار الشرائي سواءً بوصفة طبية محررة من قبل الطبيب المعالج أو من خلال الأخذ بنصائح الصيدلي والذي يمكنه أن يرشد المريض في كيفية استهلاك هذه المكملات الغذائية بما يحفظ له صحته ويحافظ على سلامته.

وتعد صيدلة بن سوهالي من بين المؤسسات التي تقدم نصائح وإرشادات لزيائنها في كيفية استخدام الأدوية أو المكملات على حد سواء بما يكفل حماية حقوقهم، حيث عرفت هذه الصيدلة إقبالاً واسعاً في جائحة كورونا على المكملات الغذائية. مما سبق يمكن طرح التساؤل الرئيسي التالي:

**كيف ساهمت حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية بصيدلية بن سوهالي بالطاهير؟**

وتتبع عنه مجموعة من التساؤلات الفرعية نذكرها:

- ما المقصود بالمكملات الغذائية؟

- فيما يتمثل دور حماية المستهلك؟

- هل بضمان صيدلية بن سوهالي طاهير -جيجل- لحقوق المستهلك تضمن اقبال الزبائن على

المكملات الغذائية؟

**أولاً- فرضيات الدراسة:**

وكإجابة مبدئية عن هذه الأسئلة، حيث قمنا بوضع فرضية رئيسية من أجل معرفة إذا كان هناك

علاقة بين المتغيرات الدراسة و التي تنص على ما يلي:

1- الفرضية الرئيسية الأولى: تعتمد صيدلية بن سوهالي في حماية زبائنها بالاستجابة لجميع حقوقهم عند الاستفادة من المكملات الغذائية.

2- الفرضية الرئيسية الثانية: لحقوق حماية المستهلك دور في استهلاك المكملات الغذائية في صيدلية بن سوهالي بالطاهير .

3- الفرضيات الفرعية:

- الفرضية الفرعية الأولى: لحماية حقوق المستهلك دور في اتخاذ قرار شراء المكملات الغذائية في

صيدلية بن سوهالي بالطاهير.

- الفرضية الفرعية الثانية: لحقوق حماية المستهلك دور في تكوين صورة ذهنية إيجابية عن

المكملات الغذائية في صيدلية بن سوهالي بالطاهير.

- الفرضية الفرعية الثالثة: لحقوق حماية المستهلك دور في كسب رضا الزبائن في اقتناء المكملات

الغذائية في صيدلية بن سوهالي بالطاهير

**ثانيا- أسباب اختيار الموضوع :**

1- الأسباب الذاتية : من أهم الأسباب الذاتية التي دفعتنا إلى اختيار الموضوع ما يلي:

✓ الميول الشخصي لموضوع حماية المستهلك.

✓ الرغبة في طرح موضوع بحثي جديد.

2- الأسباب الموضوعية : من اهم الأسباب الموضوعية مايلي :

\* تقديم دراسات وبحوث جاهزة في مجال حماية المستهلك.

\* مقارنة كل ما هو نظري وإسقاطه ميدانيا على النتائج المتحصل عليها من خلال تحليل الاستبيان .

**ثالثا - أهمية الدراسة:**

\* التعرف على دور حماية المستهلك ومختلف الجوانب المتعلقة بالمستهلك.

\* معرفة ما هي المكملات الغذائية والأضرار الناجمة عنها.

\* تبيان أهمية حماية المستهلك في توعية وترشيد المستهلك في ما يخص استهلاكه للأغذية المكملة.

**رابعا- أهداف الدراسة:**

\* الإجابة عن الأسئلة المقدمة و دراسة الفرضيات لإثبات صحتها وعدمها .



\* معرفة أهم المفاهيم المتعلقة بالمستهلك وحماية المستهلك.

\* التعرف على مدى مساهمة حماية المستهلك في توجيه وترشيد المستهلكين .

خامسا - صعوبة الدراسة:

\* ندرة المعطيات والمراجع التي تربط بين حماية المستهلك والمكملات الغذائية.

\* امتناع البعض عن ملئ الاستمارة.

سادسا : منهجية الدراسة

من أجل الإجابة على الإشكالية المطروحة وإثبات مدى صحة الفرضيات ، قمنا باستخدام المنهج الوصفي التحليلي من أجل تغطية الجانب النظري للدراسة، واعتمدنا لتغطية الجانب التطبيقي للدراسة على . spss

ثامنا : حدود الدراسة

\* الحدود الزمنية: أجريت هذه الدراسة في حدود السداسي الثاني من السنة الجامعية.. 2022

\* الحدود المكانية : صيدلية بن سوهالي الطاهير -جيجل-

\* الحدود البشرية : أجريت هذه الدراسة على مجموعة من المستهلكين وهم عينة من زبائن صيدلية بن سوهالي الطاهير - جيجل -

تاسعا - الدراسات السابقة:

اعتمدنا في بحثنا على مجموعة من الدراسات السابقة نذكر منها :

الدراسة الأولى:

دراسة حسان لسا 2019 بعنوان: تغذية لاعبي كمال الأجسام (المكملات الغذائية)، حيث هدفت هذه الدراسة إلى تصنيف المكملات الغذائية المستخدمة من قبل الرياضيين وقد اعتمد الباحث على المنهج

التجربي وذلك لملائمته طبيعة الدراسة، و قد توصلت هذه الدراسة إلى أن المكملات الغذائية مفيدة تزيد من طاقة الجسم وتعمل على تقليل خطر الإصابة بالأمراض وضرورية للاعبي كمال الأجسام.

### الدراسة الثانية:

دراسة أسماء بوناميس، أمال صويلح 2019 بعنوان مدى مساهمة حماية المستهلك في التأثير على سلوك المستهلكين، حيث هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى مساهمة حماية المستهلك في التأثير على سلوك المستهلك و قد اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المجتمع التحليلي و منهج لدراسة حالة باستخدام استبيان تم توزيعه على السياح و يتمثل حجم العينة 60 مفردة.

توصلت هذه الدراسة إلى وجود دور لحماية المستهلك في الدفاع عن حقوق المستهلكين.

الفصل الأول:

# المكملات الغذائية

### تمهيد

إن المكملات الغذائية تعمل على تعويض الجسم عن المكملات الطبيعية الناقصة في الجسم تبعاً لخلل في النظام الغذائي أو حالة صحية معينة ، إضافة إلى مسببات أخرى اجتماعية مثل مكان المعيشة والظروف المناخية المحيطة ، والموارد الغذائية المتوفرة .

باتت هذه المكملات تأخذ مكاناً لها لدى المستهلكين خاصة في زمن كورونا حيث زاد الإقبال عليها وذلك لرغبتهم الشديدة في الوقاية من الكوفيد وتعويض الجسم على ما ينقصه من فيتامينات ..

ومن خلال هذا الفصل سنحاول التطرق إلى ثلاث مباحث :

المبحث الأول : بعنوان ماهية المكملات الغذائية يتضمن ثلاث مباحث أدرجنا فيها مفهوم المكملات الغذائية و أنواعها و المسؤوليات القانونية للمكملات .

المبحث الثاني: بعنوان استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا، في المطلب الأول تطرقنا إلى مفهوم الاستهلاك و أنواعه ثم استهلاكها في الجزائر واستهلاكها في العالم .

المبحث الثالث :بعنوان آثار المكملات الغذائية يتضمن ثلاث مباحث تطرقنا إلى الآثار الإيجابية والسلبية و الطريقة الصحيحة لاستهلاك المكملات الغذائية.

## المبحث الأول: ماهية المكملات الغذائية

لاقت المكملات الغذائية انتشارا و اهتماما كبيرا خاصة في زمن كورونا حيث من خلال هذا الاهتمام قاموا بتطوير صيغ عديدة من المكملات لزيادة فاعليتها حتى أن البعض يفوق عقاير طبية من حيث التأثير ، ومنه وجب على المستهلكين معرفة خصائص هذه المكملات و أنواعها ومدى تأثيرها وفعاليتها حتى يتسنى له اختيار ما يناسبه حسب النشاط الذي يقوم به.

### المطلب الأول: مفهوم المكملات الغذائية

في المفهوم سننطلق إلى مجموعة من التعاريف للمكملات الغذائية و على ما تحتويه من أهمية للجسم.

#### أولاً- تعريف المكملات الغذائية:

المكملات الغذائية هي تركيبة مستخلصة من مكونات طبيعية نباتية وحيوانية وغيرها من المواد وهي منتجة جاهزة بمختلف الأشكال و الأحجام أقراص ، كبسولات سوائل مساحيق<sup>1</sup>. وهي تهدف إلى تعويض الجسم من النقص الغذائي الذي يعني منه الجسم بمواد مغذية كالفيتامينات و الألياف و الأحماض الأمينية.

كما يمكن تعريفها على أنها منتج مصمم بغرض تكميل النظام الغذائي عند تناوله عن طريق الفم كحبة أو كبسولة أو قرص أو سائل ، مستخرجة من مصادر غذائية أو تركيبية منفردة أو مجتمعة من أجل زيادة كمية استهلاكها وتشمل الفيتامينات والمعادن و الألياف و الأحماض الدهنية و الأحماض الأمينية<sup>2</sup>. وهناك ممن يشير إلى المكملات الغذائية على أنها منتجات يتناولها البعض لإضافة عناصر غذائية أو مركبات أخرى إلى الجسم و هي تتكون من فيتامينات و المعادن الفردية أو مزيج من العناصر الغذائية والأعشاب<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> غازي عمران روز، المنشطات الغذائية ، ط1 ، دار المجد للنشر و التوزيع ، عمان ، ص31 .

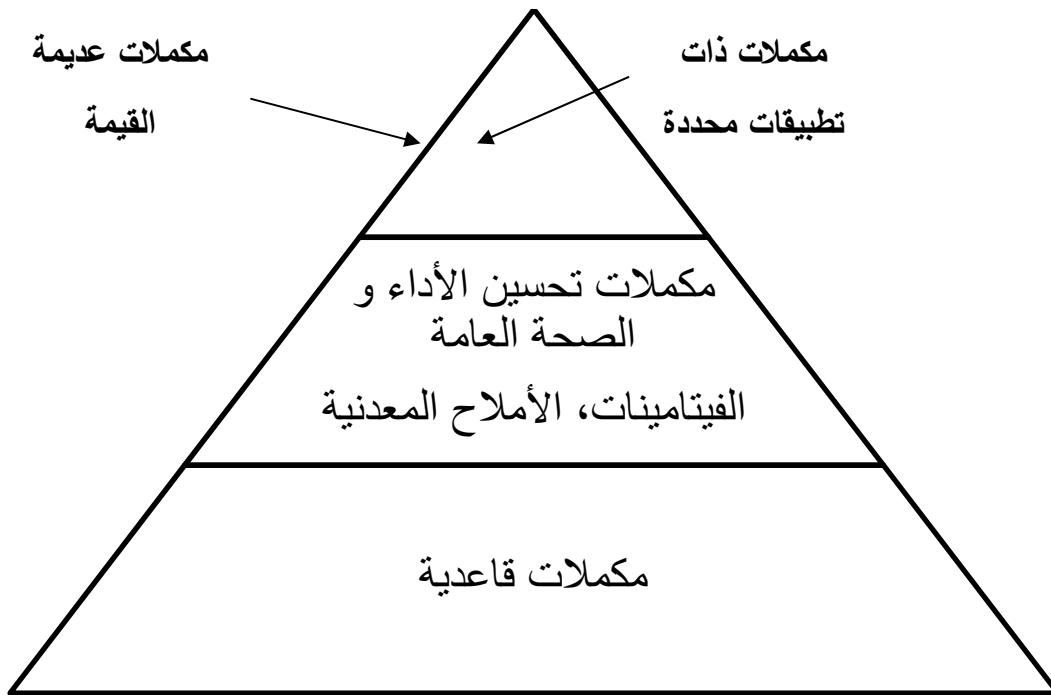
<sup>2</sup> <https://mimirbook.com> vu le : 2022 /04/14, à 21:12

<sup>3</sup> vu le : 2022 /04/14, à 21:15 <http://e3arabi.com>

حيث عرفها باتريك هول فورد بأنها مواد غذائية مستخرجة من الفواكه و الخضر وبعض النباتات تعمل على سد النقص الغذائي للجسم لتمتع بجهاز مناعي قوي وزيادة مستوى الطاقة في الجسم

وعرفتها لجنة العلوم و التغذية بوزارة الصحة الكندية بأنها مغذيات علاجية أو مدعمات غذائية وهي مواد تم عزلها وتنقيتها من المواد الغذائية و تسوق على شكل مستحضرات علاجية و قد اثبت علميا إن هذه المواد لها فوائد فسيولوجية ، وكذلك تحد من مخاطر الإصابة بالأمراض المزمنة.<sup>1</sup>

الشكل رقم (01): يمثل هرم المكملات<sup>2</sup>



إذا هي تركيبة مستخلصة من مكونات غذائية وغيرها من المواد المكونة لوجبة غذائية طبيعية و هي منتجات جاهزة توجد بمختلف الأشكال و الأحجام كأقراص ، كبسولات، سوائل، مساحيق تحتوي على المادة الغذائية أو المركب الغذائي.

fdah هيئة الدواء و الغذاء الأمريكية تعرفها كالآتي:

فيتامينات، أملاح معدنية، أعشاب، أو أي مواد نباتية أخرى ماعدا التبغ، حوامض أمينية وأي مواد

<sup>1</sup> فاطمة عبد مالح ، التغذية و النشاط الرياضي ، ط1 ، مكتبة المجمع العربي ، عمان، 2013 ، ص75 .

<sup>2</sup> سؤدد فؤاد الالوسي ، المنشطات الرياضية و المكملات الغذائية ، ط1 ، دار اسامة للنشر و التوزيع ، عمان ، 2012 ، ص35.

أولية غذائية تستخدم من قبل الإنسان لزيادة جرعتة الغذائية الشاملة.<sup>1</sup>

و تعرف أيضا أنها مستحضرات هدفها تكملة النظام الغذائي بمواد تغوية مثل الفيتامين والمعادن والألياف و الأحماض الدهنية و الأحماض الأمينية و التي قد تكون مفقودة في النظام الغذائي للشخص أو قد تكون لا تستهلك بكميات كافية.<sup>2</sup>

### ثانيا - أهمية المكملات الغذائية:

يمكن لبعض المكملات أن تحسن الصحة العامة عن طريق ضمان حصول الجسم على الكمية الكافية من العناصر الأساسية التي يحتاج إليها الجسم لأداء وظائفه الطبيعية بشكل سليم ، و بالتالي فهي تساعد في الحفاظ على صحة أجهزة الجسم و الشعور بالحيوية و النشاط و إعطاء النضارة للجلد .

ويمكن أن تساعد أنواع أخرى من المكملات الغذائية على تقليل خطر الإصابة بأمراض معينة، فعلى سبيل المثال يسهم تناول الكالسيوم و الفيتامين د في الحفاظ على قوة العظام و تقليل فقدانها مع تقدم العمر وقد ساعد أوميغا3 على تحسين حالة المصابين بأمراض القلب، كذلك فان تناول مكملات حمض الفوليك من قبل الحوامل يقلل من خطر إصابة الأجنة بعيوب الأنبوب العصبي.

و يمكن لبعض المكملات الغذائية أن يكون لها تأثير في حرق الدهون مع زيادة الوزن عن طريق اكتساب الكتلة العضلية ، وهو ما يرغب به عادة الرياضيون و لاعبو كمال الأجسام.

ويمكن لبعض منها أن تساعد في إنقاص الوزن و التخلص من الدهون .

وهناك مكملات تزيد طاقة الجسم ، وعادة ما يتناولها الرياضيون وأهمها الكافيين وهو المنشط الطبيعي الوحيد المسموح به دوليا.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> سوّدد فؤاد الالوسي ، مرجع سابق الذكر ، ص22 .

<sup>2</sup> <https://almotmyz.blogspot.com> vu le : 2022 /04/19, à 13:43

<sup>3</sup> <https://www.enabbaladi.net> vu le : 2022 /04/19, à 14:02.

### المطلب الثاني: أنواع المكملات الغذائية.

هناك عدة أنواع للمكملات الغذائية:

#### أولاً- الفيتامينات و المعادن:

يشمل هذا النوع من المكملات فيتامينات أحادية أو مجموعة من الفيتامينات ، و إما معادن أحادية أو مجموعة من المعادن ، أو مكمل ما يسمى بمتعدد الفيتامينات و هو الأوسع انتشارا و الذي يأتي بالعادة شاملا للمعادن الأخرى<sup>1</sup>.

ذلك إن تناول هذه المغذيات مجتمعة يعزز الامتصاص في الجسم بشكل أفضل من تناول بشكل منفرد أو أحادي.

#### ثانيا - النباتات و الأعشاب الطبية :

هذه الفئة من المكملات تحتوي قائمة طويلة تشمل على سبيل المثال الشاي الأخضر ، و مكملات الثوم و الكرز الأحمر ونبات القنفذية و مستخلص القهوة الخضراء ، نباتات و أعشاب طبية كثيرة تكون بالعادة أما على شكل جاف يمثل لا العشبة الكاملة أو مستخلص العشبة، أو على شكل زيوت مستخلصة من الأعشاب و النباتات الطبية الأخرى.

#### ثالثا - مكملات رياضية ومكملات التحكم بالوزن:

تشمل هذه الفئة الخاصة تلك المكملات التي يقوم الرياضيون ولاعبو كمال الأجسام يتناولها و التي يأتي على رأسها المكملات على شكل بروتين ، و تشمل هذه الفئة من المكملات مشروبات الطاقة و مكمل نبات جارسينيا كمبوجيا للتحكم بالوزن و مكملات أخرى كثيرة.

#### رابعا - مكملات لأغراض خاصة:

و هي مكملات تستخدم لعلاج أو تخفيف أعراض معينة ، و بعضها يعتبر من المهم تناوله على الدوام نظرا لصعوبة الحصول عليه من النظام الغذائي الحديث ، و على رأس هذه المكملات زيت السمك

1- أسامة الاغبر ، المكملات الغذائية كلها تعمل ، مكتبة الكندل العربية ، 2018 ، ص8 .



والذي يستخدم عادة بهدف معالجة ضغط الدم المرتفع و التهاب المفاصل و الأمور الأخرى ، و مكملات الألياف و التي تستخدم للقضاء على الإمساك ، و مكملات البكتيريا الدافعة و المكمل الغذائي الجلوكوز أماين ...<sup>1</sup>

لدينا جدول يوضح مختلف أنواع المكملات الغذائية :

الجدول رقم(01): يبين مختلف أنواع المكملات الغذائية.

الكرياتين، مصّل الحليب، اكتبايوماكس، الكافيين ، الاميجا3 ، الجلوتامين ، الكروميوم ، كولين.	مكملات بروتينية
الجنسنغ ، الجيرانيوم ، الكركم	المكملات العشبية
عشبة تريبولوس ، ستيرولين مليت . Zma	المكملات المساعدة على هرمون التستوستيرون
فيتامين د ، الكافيين ، الشاي الاخضر ، جلوكونان.	المكملات الحارقة للدهون

### المطلب الثالث : المسؤوليات القانونية للمكملات الغذائية

اعتبرت منظمة الأغذية و الزراعة التابعة للأمم المتحدة و منظمة الصحة العالمية كمل المكملات الغذائية التي تحتوي على الفيتامينات و المعادن على أن الأطعمة تخضع لنفس الدستور الغذائي و لكنها غير مطبقة في معظم البلدان.

أما بريطانيا فأكدت بان تكون أمنة من ناحية الكمية والنوعية و تعتبر الفيتامينات و المعادن ضرورية للجسم و لا يستطيع تصنيعها و بالتالي يجب تناولها و لكن الإفراط منها مضر حيث يكون البيع بوصفة طبية ، أما المحكمة العليا في لندن فقد أحالت الأم إلى المحكمة الأوروبية لوضع القيود على بيعها و حماية الصحة العالمية أما القرار فلم يطبق رسمياً .<sup>2</sup>

أما في أمريكا ففرضت منظمة الصحة الغذائية أن المكملات الغذائية تهدف إلى استكمال النظام الغذائي و يحتوي على أي من المكونات الغذائية كالفيتامينات و المعادن و الأحماض الأمينية أو على شكل

<sup>1</sup> أسامة الأغير ، المرجع السابق ، ص 8 .

<sup>2</sup> محاضرات القيت على طلبة الدراسات العليا ، ماجيستر ، كلية التربية الرياضية ، جامعة بغداد ، 2010 .

كبسولة أو قرص أو سائل أو خليط لا تعتبر تعويض في وجبات الطعام واشترطت بان يقدم المورد تحليل لفحص المواد و اختيار العناصر وتختم كما يجب ذكر فائدة المستحضر ونقاوتها و خلوها من التلوث وسلامة التصنيف و لكن لم يطبق القانون بحذافيره ولم يتم السيطرة على بيع و استخدام المكملات الغذائية

1.

تدعم جمعية المستهلكين قانون الاتحاد الأوروبي بشأن المكملات الغذائية الذي دخل حيز التنفيذ في عام 2005، و تحدد قوانين و معايير كمية و النوعية فيما يتعلق بالمكملات الغذائية ، فعلى سبيل المثال تحدد القوانين الشكل الكيميائي للفيتامينات و المعادن فضلا عن الحد الأدنى لها في المكملات الغذائية . ويتعين على المصانع الغذائية أن تبين ما يلي على البطاقة الغذائية:<sup>2</sup>

- تفاصيل عن المغذيات الموجودة في المنتج.

- الكمية الموصى بتناولها يوميا.

- تحذير ينبه المستهلك من تناول كميات كبيرة و تحذير يشير إلى ضرورة حفظ المنتج بعيدا عن متناول الأطفال.

<sup>1</sup> محاضرات القيت على طلبة الدراسات العليا ، نفس الرجوع السابق

<sup>2</sup> جوان ويبسر غاندي -زينب منعم ، الغذاء و التغذية ، ط1 ، دار المؤلف ، الرياض ، 2013 ، ص121 .

## المبحث الثاني: استهلاك المكملات الغذائية

تتميز طبيعة الإنسان بمجموعة من الحاجات و الرغبات يسعى دوماً إلى تحقيق إشباعها ، كما هو الحال في زمن كورونا كان دوماً يسعى إلى اللجوء لاستهلاك المكملات الغذائية لسد حاجات الجسم الناقصة من الفيتامينات و الألياف وذلك لأجل وقاية نفسه من هذا الفيروس .

وسنركز من خلال هذا المبحث على الاستهلاك و استهلاك المكملات الغذائية في الجزائر و في العالم .

### المطلب الأول: مفهوم الاستهلاك.

لقد جاءت العديد من التعريفات الخاصة بالاستهلاك سواء في الأدبيات الاقتصادية أو التسويقية، حيث يمكن النظر إلى أن الاستهلاك على أنه الهدف أو الغاية الأساسية لكل النشاطات الاقتصادية و حتى الأفراد، كما أن له أهمية بالغة في المجتمع و يعتبر احد مؤشرات الرفاهية.

#### 1- تعريف الاستهلاك:

يقصد بالاستهلاك "حصول الأفراد و الأسر على السلع و الخدمات المختلفة من أجل استخدامها استخداماً نهائياً.<sup>1</sup>

كما عرف الاستهلاك بأنه " المحرك الأساسي للإنتاج و غايته النهائية، و لهذا فان الاستهلاك هو الهدف الرئيسي للنشاط الاقتصادي في أي مجتمع".<sup>2</sup>

ويعرف الاستهلاك على أنه "الجزء المتقطع من الدخل الذي يمكن إنفاقه على شراء السلع و الخدمات لإشباع حاجات و رغبات المستهلك".<sup>3</sup>

<sup>1</sup> احمد الأشقر ، الاقتصاد الكلي ، ط1 ، دار العلمية الدولية للنشر و التوزيع ودار الثقافة للنشر و التوزيع ، عمان ، الاردن ، 2002 ،ص80.

<sup>2</sup> ناظم محمد نوري الشمري، محمد موسى الشروف ، مدخل في علم الاقتصاد ، ط3 ، دار الزهران ، عمان ، الاردن، 2006 ،ص15.

<sup>3</sup> محمود الوادي، إبراهيم خريس ، الأساس في علم الاقتصاد ، دار البازوري العلمية ، عمان ، الأردن، 2007، ص225.

كما يعني الاستهلاك استخدام السلع و الخدمات لإشباع حاجات و رغبات الأفراد بشكل مباشر ونهائي، وهذا الاستهلاك يمكن أن يرتبط بالاستهلاك الضروري، كما هو عليه الحال في استهلاك السلع والمنتجات الغذائية أو شبه ضروري أو كمال، كما انه يرتبط باستهلاك سلع تنتهي بمجرد استخدامها، أي أنها تستخدم لمرة واحدة و لا يتكرر استخدامها.<sup>1</sup>

### 2- أهمية الاستهلاك:

ترجع أهمية الاستهلاك إلى ضرورياته في حياة الأفراد في تحقيق حاجاتهم و رغباتهم المتنامية، وأيضا إلى ضرورته في بقاء المؤسسات ونجاحها، و يمكن أن نلخص أهمية الاستهلاك في :

\* يعتبر الاستهلاك الدافع الرئيسي للنشاط الاقتصادي للإنسان.

\* الاستهلاك يزداد بارتفاع مستوى المعيشي.

\* نظرا لتزايد الاستهلاك ترتفع الأسعار بشكل حاد.

\* الاستهلاك من أهم العوامل التي تؤثر في استخدام و توزيع الموارد المتاحة.

### 3- أنواع الاستهلاك:

هناك العديد من التقسيمات المتعلقة بالاستهلاك، حيث ارتأينا أن نعرض منها ما يلي :

أ- تقسيم الاستهلاك بحسب الغرض منه: حسب هذا التقسيم نجد :

\* **الاستهلاك الإنتاجي أو الوسيط** : يعني أن الإنتاج يستهلك وسيطيا، أي انه يستخدم في شكله الذي أنتج عليه في إنتاج سلع أخرى، وهذا الاستهلاك الوسيط هو ما يعبر عن مستلزمات الإنتاج أو السلع الوسيطة.

\* **الاستهلاك النهائي**: يقصد به الإنتاج الذي يستهلك استهلاكاً نهائياً بما ينطوي عليه من استخدام المنتجات من سلع و خدمات، و التمتع بها لإشباع رغبات المستهلك بحيث لا تختلف عن هذا الاستهلاك سلعة تصلح لإشباع حاجة ما، و في ضوء ذلك يكون الاستهلاك النهائي في مفهومه الاقتصادي بأنه استخدام السلع والخدمات في إشباع الاحتياجات المباشرة للقطاع العائلي.

<sup>1</sup> فليح حسن خلف ، الاقتصاد الكلي، ط1 ، جدار للكتاب الحديث، عمان ، الأردن، 2007 ، ص142.

ب- تقسيم الاستهلاك بحسب الجهة الطالبة: و ينقسم بدوره إلى:

\* الاستهلاك الخاص: ويقصد به الاستهلاك الذي يشبع الحاجات الفردية.

\* الاستهلاك العام: ويقصد به الاستهلاك الذي يشبع الحاجات العامة، فالحكومة في سبيل أداء خدمات التعليم و الصحة تقوم بشراء العديد من السلع وهذا يعتبر من قبل الاستهلاك العام.

ج- تقسيم الاستهلاك من حيث نمط الاستهلاك: وينقسم إلى:

\* استهلاك يقضي على السلع و الخدمات بسرعة كبيرة مثل أكل المواد الغذائية ، حرق الفحم، استهلاك البترول و مشتقاته؛

\* استهلاك يقضي على السلع بشكل تدريجي مثل: المركبات الآلية، الأدوات الكهربائية و الأثاث.<sup>1</sup>

\* استهلاك لا يقضي على السلع مثل: زيارة المناطق الأثرية.

وهناك تقسيمات أخرى تتمثل في:

الاستهلاك الذاتي أو الثابت: وهو الاستهلاك الذي يحتاجه الفرد و لا يمكن تجنبه مثل: الأكل الشرب حتى لو لم يوجد عنده، والذي يتم تمويله من خلال استخدام المدخرات إن وجدت أو الاقتراض أو السرقة في بعض الأحيان.

الاستهلاك التابع أو المتأثر بالدخل: وهو الاستهلاك الذي يمارسه الأفراد نتيجة حصولهم على دخل معين، مما يحفزهم على شراء بعض السلع و الخدمات بنسبة معينة من الدخل.<sup>2</sup>

المطلب الثاني: استهلاك المكملات الغذائية في الجزائر

شهدت المكملات الغذائية بمختلف أنواعها، سواء الفيتامينات أو المنشطات في الفترة الأخيرة، ارتفاعا كبيرا في الطلب قدر بـ 80 بالمائة منذ بداية الوباء كورونا كوفيد 19، حيث أصبح استهلاكها عند الجزائريين بمثابة فاكهة يومية أو حتى مشروب عادي،-إن صح التعبير- وبدون استشارة طبية ولا صيدلانية، وذلك بعد

<sup>1</sup> عمر صخري، التحليل الاقتصادي الكلي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ، 2000 ، ص56.

<sup>2</sup> عمر صخري، نفس المرجع ، ص56.

الارتفاع المقلق والمخيف في عدد الإصابات بالفيروس وإعلان الدخول في الموجة الثالثة من الوباء، ما جعل الجزائريون يصابون "بفوبيا" الإصابة بالكورونا، فلجئوا إلى هذه المكملات لتقوية مناعتهم وبالتالي يعتقدون أنهم بذلك يبنون "حصن منيع" يقيهم من الإصابة بالكورونا.<sup>1</sup>

عرفت الجزائر في فترة كورونا إقبالا رهيبا للمواطنين على استهلاك المكملات الغذائية التي تملأ رفوف الصيدليات، مع هذا الإقبال على المكملات الغذائية أثناء جائحة كورونا ارتفع استهلاك المكملات في الجزائر إلى 80% بعد أن كان 15% قبل جائحة كورونا، شهد الطلب على المكملات الغذائية بالصيدليات ارتفاعا خلال فترة الجائحة، حيث كان الإقبال على الفيتامينات و الزنك بدرجة كبيرة بينما تأتي أنواع أخرى من المكملات الغذائية بعدها مثل المغنيزيوم والأوميغا3 والجنسين و الزنجبيل.

أصبح بعض المستهلكين يبحثون عن مكملات لتعزيز جهاز المناعة، حيث لا يدققون في المكونات أو حتى عن طريقة تناولها، كما أن اقتنائها و بعد أن كان حكرا على شريحة معينة مثل حاملي الأمراض المزمنة، أصبح اليوم عاما، إذ تقتنيه جميع الفئات و دون استثناء. إلى وقت قريب، كانت ثقافة الاعتماد على المكملات الغذائية غير منتشرة بشكل كبير إلا عند فئات معينة، ممن لديهم ثقافة طبية معينة، على الرغم من أهميتها، لكن في فترة كورونا بالجزائر بفعل الإشهار لها عن طريق بعض البرامج الطبية عبر الفضائيات التي تعرض أنواعا منها على سبيل الدعاية والترويج، بذكر فوائدها الجيدة على الصحة تارة وتخفيفها لأعراض بعض الأمراض لفئات معينة من المرضى أو كنوع من التعويض للفيتامينات التي يحتاجها الجسم بصفة يومية ولا يمكن تليبيتها عن طريق الغذاء.

حيث يشهد عقار المكملات الغذائية في صيدليات الوطن إقبالا كبيرا، وهو ما تجلى في رحلات بحث المواطنين عن المكملات الغذائية، ما بات يهدد بنفاد المخزونات من هذه المادة بفعل الإقبال الكثيف عليها.<sup>2</sup>

في ظل الارتفاع الكبير لحالات الإصابة بفيروس "كورونا" المستجد بالمدن الكبرى، اعتبارا لأهمية هذا العنصر الغذائي الأساسي في البروتوكول العلاجي للمرضى بالسلالة الكلاسيكية أو المتحور "دلتا" السائد بقوة في الجزائر.

<sup>1</sup> vu le : 2022 /05/19, à 17:35 .<https://www.elikhbaria.dz>

<sup>2</sup> [www.djazairess.com](http://www.djazairess.com) vu le : 2022 /05/19, à 17:05.

## المطلب الثالث: استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا

شهد العالم خلال فترة كورونا استهلاك واسع للمكملات الغذائية فجميع بلدان العالم حيث كان الإقبال على المكملات بشكل كبير خاصة الفيتامينات و الزنك.

وعلى الرغم من أنه حتى الآن لا علاج لفيروس كورونا فإن سوق الفيتامينات مزدهر بشكل لافت، مع استمرار الأميركيين في البحث عن المكملات الغذائية والفيتامينات ومعززات المناعة؛ مثل: فيتامين «سي» وفيتامين و «الزنك».

ووفق تقرير لمجلة بنس إنسايدر الأميركية، فإن شركة هوليهان لوكي للخدمات المالية أجرت مسحاً، كشفت من خلاله ارتفاع الطلب على الفيتامينات والمكملات الغذائية بنسبة 34%، وهو رقم من المتوقع أن يزيد إلى 38% ، مع تزايد الإقبال على معززات المناعة وفي الوقت نفسه، قال 81% من الأشخاص المشمولين بالمشح إنهم زادوا من إنفاقهم على صحتهم من خلال شراء الفيتامينات والمكملات، منذ بدء تفشي فيروس كورونا وتحوله إلى وباء، في حين يعتزم 90% منهم مواصلة ذلك، حتى بعد انتهاء الوباء. Ritual ، ومواقع التجارة الإلكترونية ، حيث يبحث الأميركيون عن طرق بديلة للحصول على أدوية تعزيز المناعة التي لا تستلزم وصفة وأوضحت المجلة أن زيادة الطلب أفادت بشكل خاص الشركات التي تتعامل مباشرة مع المستهلكين <sup>1</sup>.

وكشفت دراسة هندية عن أن انتشار فيروس كورونا في جميع أنحاء العالم، تسبب في زيادة الإقبال على المكملات الغذائية الصحية، لتعزيز المناعة في مواجهة فيروس كورونا، وفقاً لتقرير نشر في شبكة تايمز ناو الهندية، حيث أسهم الوباء في تحسين إجمالي سوق المغذيات والمكملات العالمي، حيث يصل استهلاكها إلى 385 مليار دولار بحلول عام 2022 بمعدل نمو سنوي يبلغ 8%، تقوم العلامات التجارية للمغذيات بتحويل تركيزها إلى الاقتصادات النامية، وخاصة في منطقة آسيا والمحيط الهادئ، منذ ظهور جائحة فيروس كورونا، كان هناك ارتفاع متزايد في استهلاك المكملات الغذائية ، وقد سارعت شركات الرعاية الصحية وشركات السلع الاستهلاكية سريعة الحركة في إدراك هذا التحول الفوري في سلوك المستهلك وأطلقت مكملات "تعزيز المناعة"، والتي حققت مبيعات هائلة في الهند. <sup>2</sup>

<sup>1</sup> [www.alqabas.com](http://www.alqabas.com) vu le : 2022 /05/19, à 17:30

<sup>2</sup> [www.youm7.com](http://www.youm7.com) vu le : 2022 /05/19, à 17:40.

وسببت جائحة كورونا بمصر في نقص نوعيات معينة من الأدوية من الصيدليات مثل الفيتامينات و المكملات الغذائية، نظرا للإقبال الشديد عليها وتخزينها، حيث كانت زيادة مقدرة ب20% في الإقبال على شراء أدوية المكملات الغذائية مع دخول فيروس كورونا لمصر وزيادة عدد الإصابات، ومع بداية كل موجة من فيروس كورونا، تزداد معدلات الإقبال على المكملات الغذائية لتعزيز القدرة المناعية لمواجهة الفيروس، وشهدت الموجة الرابعة زيادة كبيرة في نسبة استهلاك المكملات الغذائية الأشهر الماضية بمصر والتي ارتفعت لأكثر من 40% وفقا للأرقام الرسمية الصادرة عن شعبة المكملات الغذائية بالاتحاد العام للغرف التجارية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> [www.masrawy.com](http://www.masrawy.com) vu le : 2022 /05/19, à 17:48



### المبحث الثالث: آثار المكملات الغذائية.

هناك اختلالات شائعة في النمط الغذائي للأفراد هي ما تدفعهم في الغالب إلى استهلاك المكملات الغذائية لتعويض النقص، و يعتبر هذا السلوك خاطئاً تماماً لأنه كما يوجد له تأثير ايجابي له أيضاً تأثير سلبي قد يضر الجسم لدى لا يجب أن تتناول المكملات الغذائية حتى تقوم باستشارة طبية .

#### المطلب الأول: الآثار الايجابية.

- تعويض الجسم بما ينقصه من المواد الرئيسية لنمو الجسد .
- إمداد الجسم بالطاقة .
- إعادة بناء الخلايا التالفة و صيانة الألياف العضلية بعد التمارين الرياضية .
- زيادة مساحة المقطع الفسيولوجي للألياف العضلية .
- كسب القوة العضلية .
- زيادة التحمل و القدرة على العمل البدني لمدة طويلة و زيادة مطاولة الجهاز الدوري التنفسي .
- استعادة الحالة الطبيعية و سرعة الاستشفاء بعد الجهد البدني الشديد.
- تزيد من التمثيل الغذائي و تزيد قوة المناعة عند تناولها بشكل متقن <sup>1</sup>.
- وهي أيضاً مفيدة لنمو الأطفال وتقديم لهم المواد الغذائية الأساسية التي يحتاجها الجسم في مرحلة البناء والنمو، ومفيدة أيضاً للوقاية ضد البكتيريا والفيروسات ومن هذه المكملات ما هو مضاد للأكسدة، ويستخدمها العديد من الرياضيين لتقدم إلى أجسامهم المواد الأساسية و المغذية، و يستخدمها من يمارسون رياضة كمال الأجساد وذلك لكون بعض هذه المكملات تعمل على تضخم الكتلة العضلية بصورة كبيرة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> فاطمة عبد الرحمان، نفس المرجع السابق ، ص151 .

<sup>2</sup> د.ه. و نترغيفت ، الدليل الكامل (الفيتامينات، الأعشاب، و المعادن و المكملات) ، ط1 ، الدار العربية للعلوم ، بيروت ، 2000 ، ص28

المطلب الثاني: الآثار السلبية.

لا زال تحديد الآثار الجانبية للمكملات الغذائية قيد الدراسة و لم تتوصل البحوث إلى نتائج دقيقة بهذا الخصوص و لكن ما تم انجازه من قبل اختصاصيين في هذا المجال يشير إلى بعض الآثار السلبية والتي يتفق اغلبهم على أنها جابت بسبب عدم الدقة في تناول الجرعات أو أخذ جرعات كبيرة و غير منتظمة لا تتلاءم مع القدرات البدنية و يمكن تحديد بعض الآثار السلبية:

- ظهور حساسية بشكل نادر.

- حدوث عجز كلوي.

- اضطرابات في المعدة .

- الإسهال.

- تقلص في العضلات .

-

- عدم القدرة على التأقلم الحراري .

- اختلال معدلات السكر في الدم و الضغط.

- الاضطرابات الهرمونية .

- ضعف الجهاز المناعي <sup>1</sup>.

قد يسهم استخدام المكملات في التشخيص غير الصحيح لمشكلة طبية، وذلك لأن تأثيرات الدواء الوهمي يمكن أن تحاكي الفوائد الحقيقية، خصوصا إذا كان المريض أو الطبيب على ثقة كبيرة بالمكمل. يمكن أن يجري فهم خاطئ للاستجابات العلاجية للمكملات أو الدواء الوهمي المتوسط أو غير ذلك، على أنها دليل يؤكد تشخيصا محددًا ربما يكون غير صحيح.

<sup>1</sup> فاطمة عبد المالح ، نفس المرجع السابق ، 152 .

## المطلب الثالث: الطريقة الصحيحة لتناول المكملات

يفضل استخدام الأقراص التي تحتوي على نوع واحد أي مركب واحد وليس العديد هذا يسهل للفرد تغيير الجرعة بأنواع أخرى عديدة في نفس الوقت .

تؤخذ مع الطعام الطبيعي أفضل لكي تتفاعل مع المواد الغذائية الطبيعية و تدخل عملية الهضم معها و الامتصاص، إن المكملات ذات التركيز العالي تسبب ارتباك معوي عند تناولها على المعدة الفارغة.

- مكملات الفيتامين ج يمكن أخذه بمفرده و في أي وقت أو بعد عصير الفاكهة.

- مكملات الأحماض الأمينية أيضا يمكن تناولها بمفردها.

- صعوبة بلع الأقراص تلبغ مع عصير غليظ القوام.<sup>1</sup>

وعن أفضل وقت لتناول المكمل الغذائي أشار الطبيب الصيدلي لـ " اليوم السابع"، إلى أنه يفضل أن يكون المكمل على معدة فارغة قبل الأكل أو بعده بساعتين ، وذلك لأن المركبات التي يحتوي عليها المكمل الغذائي ضعيفة للغاية وتتكسر سريعا وبالتالي فإن العصارة الحمضية التي تفرزها المعدة بعد تناول الطعام تسبب تكسر الفيتامين أو اتحاده معها، وبالتالي عدم استفادة الجسم منه.<sup>2</sup>

- استهلاك كمية وافرة من الماء عند استخدام المكملات الغذائية التي تحتوي على نسبة عالية من البروتين.

- التوقف فورا عن استخدام المكمل عند وجود أي أعراض جانبية، و مراجعة الطبيب المختص.

- لا تستخدم أي نوع من المكملات الغذائية بناء على تجربة أشخاص آخرين، دون العلم بالاحتياج الشخصي وأخذ النصيحة من الطبيب أو أخصائي التغذية.<sup>3</sup>

- تأثير المكملات الغذائية يختلف من شخص لآخر، بناء على الاحتياج وعمليات الأيض وغيرها من العوامل التي تؤثر في الحصول على الفائدة المرجوة.

<sup>1</sup> عبيد داخل حاتم ، التغذية و النشاط الرياضي ، ط1 ، مكتبة المجمع العربي للنشر و التوزيع ، عمان ، الاردن ، 2013 ، ص152.

<sup>2</sup> <https://www.youm7.com> vu le : 2022 /05/19, à 18:03.

<sup>3</sup> <https://www.malmasryalyoum.com> vu le : 2022 /05/19, à 18:06.

وصل المستهلكين إلى مرحلة لا يكتفي فيها جسمهم بالطعام العادي من أجل الحصول على الوقاية المرجو منها، وسلامة الجسم من مرض كورونا ومن هنا جرى البحث عن بدائل من أجل تدارك متطلبات الجسم ومن أهم هذه البدائل المكملات الغذائية لتوفرها على ما يحتاجه جسم المستهلك للبلوغ لهدفه، وخاصة بعد مشاهدة الأضرار القاتلة لوباء كورونا .

حيث لاقت المكملات الغذائية رواجاً وإقبالاً كبيراً عليها كونها تستخلص من مصادر طبيعية و توفر مختلف حاجيات المستهلك الغذائية.

الفصل الثاني:

حماية المستهلك

### تمهيد:

إن المستهلك عنصر مهم في عملية الشراء حيث كثرت طلباته و حاجياته و بالتالي زادت المخاوف من السلبيات المحتملة و الحتمية، مما استلزم على حماية المستهلك التدخل لحمايته من مختلف المظاهر السلبية الناتجة عن الاستهلاك.

ومن خلال هذا الفصل سنحاول التطرق إلى ثلاث مباحث :

- المبحث الأول: المفاهيم الأساسية لحماية المستهلك يتضمن ثلاث مطالب أدرجنا فيها مفهوم المستهلك وأنواعه و تعريف لحماية المستهلك و خصائصها والأهداف التي تسعى لها .
- المبحث الثاني: بعنوان الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك يتضمن ثلاث مطالب أدرجنا فيها دور الهيئات الإدارية و الأجهزة القضائية و جمعيات حماية المستهلك على التوالي.
- المبحث الثالث: بعنوان آليات حماية حقوق المستهلك.

## المبحث الأول: ماهية حماية المستهلك.

في ظل جائحة كورونا و تفشيها في المجتمعات وما صاحبها من تداعيات، ومع ازدياد إمكانية وقوع المستهلك ضحية للبعض التجاوزات ووجود بعض المنتجات التي تشمل آثار جانبية حيث تشكل خطورة له، اقتضت الضرورة لوجود أجهزة لحماية المستهلك ، وعلى هذا الأساس تم تقسيم المبحث إلى ثلاث مطالب نتناول فيها ما يلي: مفهوم المستهلك ، تعريف حماية المستهلك وخصائص حماية المستهلك والأهداف التي تسعى لها.

### المطلب الأول: أساسات حول المستهلك.

#### 1- مفهوم المستهلك:

- مفهوم المستهلك لغة: المستهلك لغة هو الشخص الذي يقوم بعملية الاستهلاك فهو الفاعل الذي أفنى الشيء أو اخذ منفعته فنقول مستهلك السلعة أي من قام بالاستفادة منها و استغل رغباته و حاجته منها بزوال نفعها.

- مفهوم المستهلك اصطلاحا: فالمستهلك يعرف اصطلاحا بأنه الفرد الذي يستهلك السلع سواء كانت مؤقتة أو مستديمة أو ينتفع بالخدمات ويقابل المنتج الذي يقوم بإنتاج السلع.<sup>1</sup>

وحسب تعريف آخر هو الشخص الذي يشتري منتجات لاستعمال الشخصي على أن نأخذ بعين الاعتبار متغيرات تابعة من الفرد ذاته ومتغيرات خارجية و كذلك خصائص المنتج مع ضرورة الربط بين هذه المتغيرات الثلاث .

يلاحظ أن التعريف الأول يركز على شمولية مصطلح المستهلك سواء اقتنى الفرد سلعة أو خدمة ما، مرة أو عدة مرات فيطلق عليه المستهلك .

غير أن إطلاق صفة الشخص على المستهلك في التعريف الثاني يكشف الجوانب الاجتماعية لهذا المصطلح فالشخص حسب علماء الاجتماع يعني : وحدة للتحليل السوسولوجي موضوع اجتماعي

<sup>1</sup> سيف الإسلام شوية ، سلوك المستهلك و المؤسسة الخدمائية اقتراح نموذج للتطوير ، كلية الآداب و العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، جامعة عنابة ، 2006 ن ص 18 .

يحظى بمكانة خاصة و يؤدي ادوار اجتماعية تتطوي على مسؤوليات نحو ذاته و نحو الآخرين بوصفه عضوا في مجتمع و مشاركا في مثله و تقاليده الثقافية.

فالمستهلك من وجهة النظر الاقتصادية هو ذلك الفرد الذي يسعى دائما لسد حاجاته المادية والمعنوية قصد تلبية رغباته، مرتكزا في ذلك على ثنائية الدخل و أسعار السلع و الخدمات المعروضة.

أما من الناحية الاجتماعية فهو ذلك الفرد الذي يتعايش مع طبقة الاجتماعية فيتأثر بها من خلال علاقات يسعى من ورائها لإشباع حاجاته وسد رغباته.و من خلال هذين التصورين يمكن أن نقول :

نقول انه ذلك الفرد الذي ليس لديه القدرة على اتخاذ قرار الشراء في حالات معينة و تحت ظروف محددة وخاصة، حيث أن ما يتصف به هو الاستهلاك.<sup>1</sup>

فالمستهلك هو ذلك الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يقوم باقتناء أو شراء المواد واللوازم التي توفر له إشباع حاجاته وسد رغباته السلعية والخدماتية.<sup>2</sup>

إذا نقول أن المستهلك هو الشخص الذي يشتري أو الذي لديه القدرة لشراء السلع و الخدمات المعروضة للبيع بهدف إشباع الحاجات و الرغبات الشخصية و العائلية.<sup>3</sup>

### 2- أنواع المستهلكين: أنواع المستهلكين موضحين في الشكل الموالي:

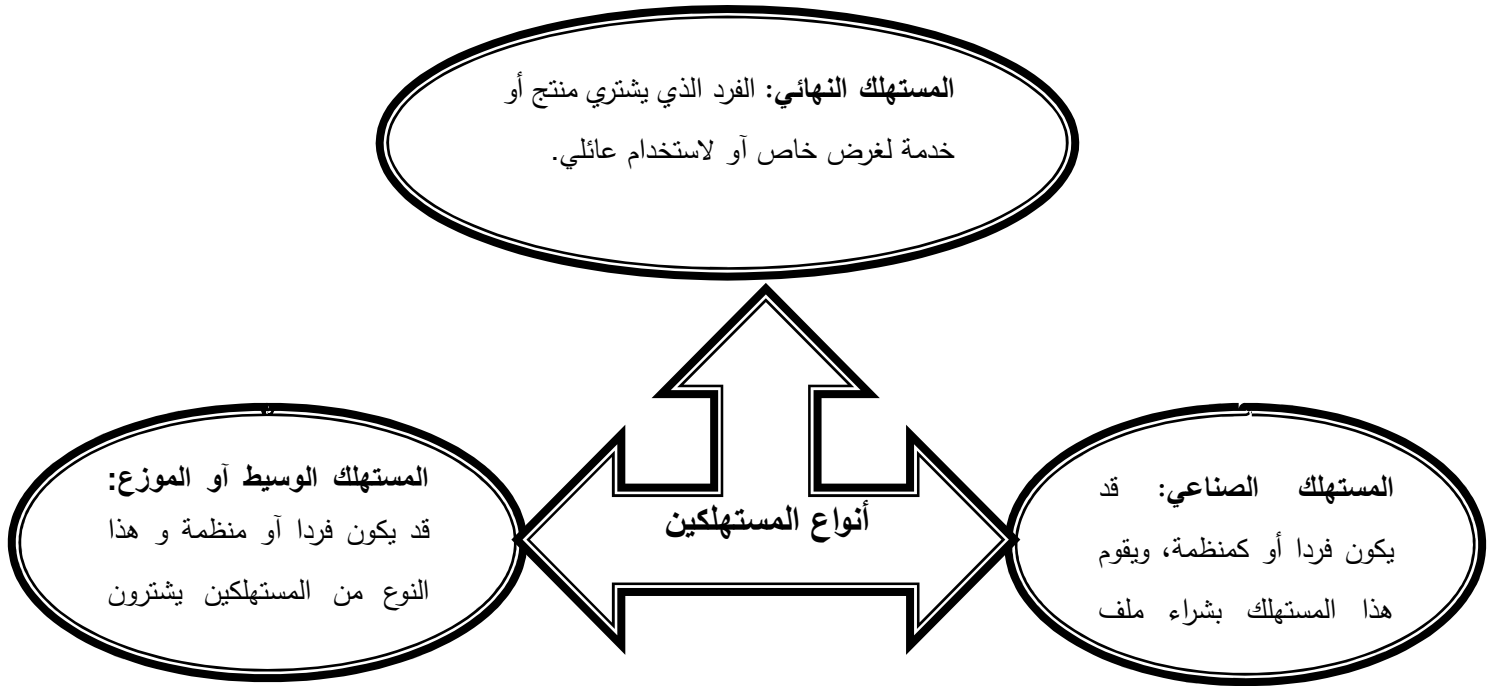
<sup>1</sup> محمد منصور أبو جليل و آخرون ، سلوك المستهلك و اتخاذ القرارات الشرائية ، ط1 ، دار الحامد للنشر و التوزيع ، الأردن ، عمان ، 2012 ، ص21

<sup>2</sup> إياد عبد الفتاح النسور ، سلوك المستهلك ، ط1 ، دار صفاء النشر و التوزيع ، عمان ، 2012 ، ص319 .

<sup>3</sup> عنابي بن عيسى ، سلوك المستهلك الجزء الأول ، ط2 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، ص16 .



الشكل رقم (02) : أنواع المستهلكين<sup>1</sup>



المصدر: من أعداد الطالبتين بالاعتماد على إياد عبد الفتاح النصور، عطا الله محمد تيسير الشرعة، مفاهيم التسويق الحديث نموذج السلع المادية، دار صفاء للنشر و التوزيع، الأردن، 2014، ص80.

المستهلك النهائي:

هو الشخص أو الشركة التي تشتري السلعة أو الخدمة لتستهلكها بنفسها و تكون آخر نقطة من سلسلة التوزيع، وهذا ما يميز المستهلك الوسيط و الذي يشتري السلعة أو الخدمة ليعيد بيعها إلى مستهلك آخر.

ويعرف أيضا الشخص الذي يشتري السلعة للاستعمال الخاص به أو لأحد معارفه أو أقربائه و بالتالي تصبح سلعة استهلاكية أخيرة. لا يشترك في المستهلك النهائي أن يكون نفسه مشتريها، مثل حالة أغذية الأطفال التي يشتريها الوالي أو الأب بينما الطفل هو المستهلك النهائي.

<sup>1</sup> عطا الله محمد تيسير الشرعة ، مفاهيم التسويق الحديث نموذج السلع المادية ، دار صفاء للنشر و التوزيع ن الأردن ، 2014 ، ص80 .

**المستهلك الصناعي:** أو الوسيط وهو الشخص الذي يشتري السلعة بغرض استخدامها في أغراض إنتاجية لإعادة بيعها أو إنتاج سلعة أخرى أو خدمة و توزيعها و تسمى هذه السلع بالسلع الصناعية مثال، المواد الأولية و الآلات و قطع الغيار وعموما فالمستهلك النهائي و المستهلك الوسيط يظهران كطرف في حاجة إلى حماية نظرا لانعدام خبرتهما و ضعف موقفهما، وينتمي إلى ما يعرف بسوق الأسر وهو فرد من العائلة، حيث يقوم باقتناء الخدمات وشراء السلع بغرض استهلاكها، ومعظم مشترياته فردية إما تخصه شخصيا أو تخص عائلته كشراء أدوات منزلية، أطعمة...الخ<sup>1</sup>.

ويعرف أيضا بالمشتري وينتمي إلى السوق الصناعية أو سوق الأعمال، وقد يكون فردا أو جماعة، حيث يقوم بشراء سلع ذات طابع خاص؛ كأن يشتري منتجا تام الصنع أو مادة خام أو نصف مصنعة بغرض استخدامها في إنتاج أو تقديم سلعة/خدمة ثم يبيعها-، وعادة ما يمثل هذا المستهلك شركة تجارية، مؤسسة أو مصنع..

**المستهلك الشخصي:** هو الذي يشتري سلعة أو خدمات للاستعمال الشخصي أو الاستعمال لأحد أفراد أسرته.

**المستهلك التابع للمنظمة:** هو الفرد الذي المسئول داخل منظمة ما كمشراء مواد خام أو معدات بهدف إدارة المنظمة فيقوم بشراء المواد الخام بهدف تصنيعها و الخروج بمنتجات خاصة بها.<sup>2</sup>

### المطلب الثاني: مفهوم حماية المستهلك

#### 1- تعريف حماية المستهلك

"حماية المستهلك هي عملية حفظ حقوقه وضمان حصوله على تلك الحقوق من قبل البائعين بكافة صورهم سواء كانوا تجارا أو صناعا أو مقدمي خدمات أو ناشري أفكار وذلك في إطار التعامل التسويقي الذي تكون محله السلعة أو الخدمة."<sup>3</sup>

<sup>1</sup> زويبر ارزقي ، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة ، 2011 ، ص 46 .

<sup>2</sup> سيف الإسلام شوية ، مرجع سابق ذكره ، ص 19-20 .

<sup>3</sup> يسرى دعيس ، جمعيات حماية المستهلك ، ط8 ، الإسكندرية ، مصر ، 1998 ، ص08 .

ويعرف البعض حماية المستهلك بأنها : توفير الأمان للمستهلك بمعناه الشامل تحقيق لمقومات الحد الأدنى من الحياة الكريمة، من خلال تعظيم قدراته في التصدي للممارسات الضارة بمصالحه و اتخاذ الإجراءات المفيدة التي توفر له هدف الحماية إجمالاً و في مختلف الاتجاهات.<sup>1</sup>

ويرى البعض أن حماية المستهلك هي: عبارة عن خدمة توفرها الحكومة أو المجتمع المدني لحماية المستهلك من الخطر على صحته، أو سلامته، أمواله أو من الغش التجاري للسلع

والخدمات أو استغلاله أو سوء تقديم خدمة ما عن طريق الاحتكار أو الخضوع لظروف معينة.<sup>2</sup>

كما يعرف البعض الآخر حماية المستهلك على أنها استعمال المجتمع لوسائل قانونية و شرعية تحفظ مصلحة المستهلك الآنية و المستقبلية في المواد و في جميع السلع و الخدمات.

ومن خلال هذه التعاريف نستنتج مجموعة أفكار متشابهة على أساسها نتوصل لتعريف اشمل لحماية المستهلك وهو:

توفير الأمان للمستهلك من الخطر الذي يمكن أن يمس صحته أو سلامته أو أمواله أو التضليل والغش التجاري من خلال استعمال مختلف الوسائل القانونية.<sup>3</sup>

### ثانياً: خصائص حماية المستهلك

خلصت الدراسات التي تناولت ظاهرة حماية المستهلك إلا أن حماية المستهلك تتميز بعدة خصائص تختلف بحسب أساس النظر إليها ، من حيث الأشخاص الخاضعين للحماية ، أي المستهلكين نجد أن حماية المستهلك تنسم بالعمومية من حيث المعاملات و محلها، أي موضوع العلاقة الاستهلاكية، نجدها حماية شاملة لكافة المعاملات باختلاف محلها و مراحلها و هي من حيث لا ميل فيها لمصلحة شخص على حساب شخص آخر، و نوضح هذه الخصائص فيما يلي:

<sup>1</sup> الصغير محمد مهدي، قانون حماية المستهلك دراسة تحليلية مقارنة، ط 1، دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2015، ص 28 .

<sup>2</sup> سامر المصطفى، دور جمعية حماية المستهلك في خلق الوعي لدى المستهلكين، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، العدد الثاني، سوريا، 2013، ص 98 .

<sup>3</sup> <http://www.maghredd.com> vu le 15/03/2022, à 09 :39

- **عمومية الحماية:** يتضح من الدراسات المتخصصة أن مناط التمتع بالحماية التي أقرتها قواعد وانين الاستهلاك المختلفة هو أن يكون المتعاقد مستهلكا، ولم تقم هذه القواعد باي تفرقة بين طوائف المستهلكين، خاصة أن الواقع العملي يرفض ذلك، و هو الاتجاه الذي الصق بهذه الحماية صفة العمومية ، بمعنى أن يتمتع بها كل من ينطبق عليه وصف المستهلك.

-**شمولية الحماية:** لن تفي حماية المستهلك بمتطلباتها إلا إذا أحاطت بجميع تعاملاته ، دون التفرقة بين مرحلة وأخرى ، و بتطبيق ذلك على الحماية العقدية كأحد موضوعات حماية المستهلك ، فإنه يجب أن تشمل الحماية كافة مراحل العقد ، بداية بالمرحلة التي تسبق إبرامه و مرورا بمرحلة إبرامه و تنفيذه و انتهاء بالمرحلة التي تلي ذلك ، كما يجب أن تشمل الحماية كافة المواقف و الموضوعات المتعلقة بالعلاقة العقدية إجمالا ، و في الإطار يجب أن تكفل الحماية جميع المستهلكين في كل أنحاء الدولة دون التفرقة بين إقليم آخر ، كما تشمل كافة السلع و الخدمات.<sup>1</sup>

-**ديمومة الحماية:** يلزم لتوفير حماية فعلية للمستهلكين وجوب الاستمرار فيها بمعنى أن يتم الاستفادة من مبادئها و قواعدها بشكل دائم ، دون تخصيص وقت معين لذلك أو الارتباط بظروف معينة، بل على العكس فإن ما وصلت إليه الحماية من مستوى لا يجب التنازل عنه أو التهاون فيه إنما هي في حاجة إلى إحراز المزيد من التقدم في ضوء ما يتعرى المجال الاستهلاكي عموما من تغيير مستمر بشكل يستدعي التفكير في أساليب و أنماط أخرى لمواجهتها .

-**العدالة والملائمة:** ليس الهدف من حماية المستهلك انتصار عناصر فئة اجتماعية على مصالح فئة أخرى، بل الهدف هو دعم مصالح المستهلك في السوق بطريقة فعالة. كما لا يجب أن تتصف الحماية بالعدالة في موازنتها لحقوق ووجبات و مصالح وأطراف كل تعامل ، كما لا يجب أن تتخذ هذه الحماية صور مناقضة لآليات السوق أو تمثل عائقا أمام حرية التجارة الدولية ، أو تتعارض مع مقتضياتها ، بل تعمل على تحقيق منظومة استهلاك ناجحة في إطار تشجيع ممارسة الأنشطة الاقتصادية المختلفة تحقيقا للتقدم الاقتصادي المنشود في المجتمع وخارجه.

<sup>1</sup> الصغير محمد مهدي، قانون حماية المستهلك دراسة تحليلية مقارنة، ط 1، دار الجامعة الجديدة ، للنشر و التوزيع، الاسكندرية، مصر، 2015 ، ص 36-37 .

### المطلب الثالث: أبعاد حماية المستهلك

تجدر الإشارة إلى أن مفهوم الحماية بشكل عام؛ لا يتضمن الفرد فقط بل يشمل في الوقت نفسه المجتمع، حيث أن حماية المستهلك بحد ذاته حماية للمجتمع وضماناً لحقوقه؛ وعليه تكون الحماية الوقائية للمستهلك أكثر فعالية من الحماية العلاجية بعد وقوع الضرر؛ وعادة هناك بعدان رئيسيان لمفهوم الحماية هما:

**حماية المستهلك من نفسه:** وقد يكون ذلك نتيجة تعمدته القيام باستهلاك أو استعمال منتج ما، مع علمه التام بالأضرار الناجمة عن هذا الاستهلاك، مثل الأضرار الصحية الناتجة عن التدخين، أو استهلاك بعض المنتجات الممنوعة قانوناً؛ وكذلك حمايته من نفسه جراء جهله بالمنتجات، أو بكيفية استعمالها بالرغم من تضمينها البيانات على الغلاف، أو تهاونه في المطالبة بحقوقه عند إخلال المنتج، أو الموزع بأي شرط من شروط عقد البيع، أو شرائه لبعض السلع غير المطابقة للمواصفات، مع علمه بذلك بسبب انخفاض سعرها.

**حماية المستهلك من الأطراف الأخرى:** يوجد هناك العديد من الأطراف التي قد تؤدي عن قصد أو بدون قصد، الإضرار بمصالح المستهلك كمقدمي السلع أو الخدمات، حيث تلجأ تلك الجهات إلى استعمال أساليب الغش والخداع في تركيبية مكونات المنتجات المقدمة إلى المستهلك؛ كما قد تتعدد هذه الأساليب من ناحية تضليله عن طريق إيهامه وإقناعه بأهمية السلع و الخدمات المقدمة، باستخدام عدة وسائل، أو الاتصال الشخصي، أو عدم تناسب الضمان الممنوح مع طبيعة استعمال المنتجات كما قد تمتد هذه الحماية لتشمل التصدي لرفع أسعار السلع والخدمات المقدمة إلى المستهلك، بالإضافة إلى حمايته من الاحتكار، وحجب السلع عنه بغية تخزينها، وبيعها له بأسعار مرتفعة.<sup>1</sup>

### المطلب الرابع: أهداف حماية المستهلك.

تركز حماية المستهلك على الدفاع عن المستهلك حيث تعتمد على المعالجات الوقائية و الجد من تأثيرها المباشر عليه و ذلك من خلال حمايته من عمليات الخداع و الغش و التضليل التي تمارس في

<sup>1</sup> زكي خليل المساعد، التسويق المفهوم الشامل، دار زهران للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2000، ص 446.

مختلف العمليات و الأنشطة الإنتاجية و التسويقية في الشركات ، وكشف المخاطر الناجمة عن استخدام المنتجات المختلفة.

- التعهد بالالتزام بحقوق المستهلك، و حمايته من التلاعب الحاصل في المنتجات التي يحتاجها.<sup>1</sup>
- مساعدة المستهلك في الحصول على ما يحتاجه في ظل التعقيد الكبير الذي تشهده الأسواق من جراء تعدد و تنوع المنتجات الموجودة في السوق.
- تقديم المساعدة لذوي الدخل المنخفض و المعوزين بشكل خاص من عوائل المجتمع في الحصول على المنتجات الأساسية التي يحتاجونها.
- حماية الأمن البدني و صحة المستهلك.
- تحديد القواعد العامة المتعلقة بحماية المستهلك يجب على المنتج سواء سلعة أو خدمة أي كان طبيعته أن لا يحقق ضرراً بصحة المستهلك أمنه و مصالحه المادية.
- يجب أن يحقق كل منتج الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته، صنفه ، منشئه، ومميزاته الأساسية و تركيبته.
- أصبح راسم المنتج أكثر صرامة و دقة من أجل إعلام المستهلك و ذلك من أجل تتبعها بشفافية.

<sup>1</sup> ثامر ياسر البكري، التسويق و المسؤولية الاجتماعية، ط 1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2001 ، ص 118.

### المبحث الثاني: الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك

لقد تم تكريس العديد من الأجهزة وكلفت بالعديد من الصلاحيات في إطار الدفاع عن المستهلك وحمايته وتختلف هذه الأجهزة وصلاحياتها حسب الغرض الذي تأسست لأجله فقد كلفت بسلطة رقابة وتنظيم الحياة الاقتصادية فهناك هيئات إدارية، وأخرى قضائية وأخرى أمنية وأيضا ظهرت الو الوجود وهيئات أخرى مستقلة أصبحت تحتل مكانة جد هامة لدى المستهلك وهي جمعيات حماية المستهلك.

### المطلب الأول: دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك

#### 1- دور وزارة التجارة :

إن المهام المخولة لوزارة التجارة باعتبارها الجهاز الأول المكلف بحماية المستهلك متعددة ومتنوعة ، هذا التنوع يعود بالدرجة الأولى إلى المصالح التابعة لهذه الوزارة سواء كانت مركزية او خارجية أو الجهوية أم فرعية أو عامة أو ولائية أم محلية بحيث كل مصلحة من المصالح مكلفة بنوع من المهام و الأنشطة تمارسها عبر التنظيم الساري المفعول ، لقد صدر المرسوم التنفيذي رقم 02-453 الموافق لـ 21 ديسمبر 2002 يحدد صلاحيات وزير التجارة و الذي يمنح لوزير التجارة كل الصلاحيات في إطار حماية مصالح المستهلك.<sup>1</sup>

- بناء على المادة 05 منه و التي تنص على أنه: " يكلف وزير التجارة في مجال جودة السلع والخدمات وحماية المستهلك لما يأتي:

- وضع السلع والخدمات ورهن الاستهلاك في مجال الجودة والنظافة الصحية و الأمن.

- تقترح كل الإجراءات المناسبة في إطار وضع نظام للعلامات وحماية العلامات التجارية و التسميات الأصلية ومتابعة تنفيذها.

- يبادر بأعمال تجاه المتعاملين الاقتصاديين المعنيين من اجل تطوير الرقابة الذاتية.

<sup>1</sup> زبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، 2011، ص126-127.

- تشجيع تنمية مخابر تحاليل الجودة والتجارب ويقترح الإجراءات والمناهج الرسمية للتحاليل في مجال الجودة.

- يساهم في إرساء قانون الاستهلاك وتطويره ، يشارك في أشغال الهيئات الدولية و الجهوية للمختصة في مجال الجودة

- يعد و ينفذ إستراتيجية الإعلام و الاتصال تتعلق بالوقاية من الأخطار الغذائية تجاه الجمعيات المهنية والمستهلكين التي يشجع إنشاؤها.<sup>1</sup>

أهم المصالح التابعة لوزارة التجارة المكلفة بحماية المستهلك نذكر منها:

- على المستوى المركزي :

بالرجوع إلى المرسوم التنفيذي رقم 08-266 المؤرخ في 19 غشت 2008 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة فإنه خول من كل من المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين وكذا المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش صلاحية حماية المستهلك وتنظيم المنافسة.

أ- المديرية العامة لضبط النشاطات والتقنين:

تتخذ هذه المديرية في إطار أداء مهامها جميع التدابير اللازمة لحماية صحة وسلامة المستهلك بحيث تشرف على خمس مديريات كلها تعمل على إعداد الآليات القانونية للسياسة التجارية وكذا الاهتمام بترقية جودة السلع والخدمات وحماية المستهلك.

تعتبر مديرية المنافسة ومديرية الجودة والاستهلاك أهم مديريات التابعة للمديرية العامة لضبط وتنظيم نشاطات والتقنين والتنظيم في إطار تنظيم منافسة وحماية المستهلك

ب- المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش:

تتنوع المهام المخولة للمديرية العامة للرقابة وقمع الغش وتعتمد على أربع مديريات تابعة لها وهي:

- مديرية مراقبة ممارسات التجارية والمضادة للمنافسة.

<sup>1</sup> زويير أرزقي، مرجع سابق ذكره، ص158.



- مديرية مراقبة الجودة وقمع الغش.

- مديرية مخابر تجارب وتحليل الجودة.

- مديرية التعاون والتحقيقات الخصوصية.<sup>1</sup>

### • على المستوى الخارجي:

يتعلق الأمر في هذه الحالة بالمصالح الخارجية لوزارة التجارة والمنصوص عليها في المرسوم التنفيذي 03-409 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة نص المادة 02 من هذا المرسوم فانه: "تنظم المصالح الخارجية في وزارة التجارة في شكل:

- مديريات ولأئية للتجارة .

- مديريات جهوية للتجارة.

### الهيئات المتخصصة التابعة لوزارة التجارة:

أ- المجلس الوطني لحماية المستهلكين: يعتبر المجلس الوطني لحماية المستهلكين هيئة حكومية استشارية بموجب المرسوم التنفيذي 92-272 المؤرخ في 06 جويلية 1992 ، وذلك تطبيقا لنص المادة 24 من القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك الملغى للمجلس الوطني لحماية المستهلكين دور استشاري فهو جهاز يبدي رأيه في المسائل المتعلقة بتحسين الوقاية من المخاطر التي قد تحملها المنتجات و الخدمات المقدمة للمستهلك و ما ينجم عنها من أضرار فهو لا يجو له أن يصدر قرارات بل يبدي رأيه يتعلق أساسا بحماية المستهلك.

### ب- المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزوم:<sup>2</sup>

لقد تم إنشاء هذا المركز بموجب المرسوم التنفيذي رقم 89-147 للمعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 92-318 الذي يبين تنظيمه وعمله مخصص في مجال صحة المستهلك وأمنه والسهر على احترام النصوص التي تنظم نوعية السلع و الخدمات الموضوعة للاستهلاك

<sup>1</sup> زويبير أرزقي، مرجع سبق ذكره، ص 159-160.

<sup>2</sup> زويبير أرزقي، مرجع سابق ذكره، ص 161.

وأیضا في مجال الرقابة واكتشاف أعمال الغش والتزوير ومخالفة التشريع السريع والعمل به وكذلك إجراء التحاليل اللازمة والبحوث الضرورية لفحص مدى مطابقة المنتجات والمقاييس المعتمدة وكذا المواصفات القانونية التي تتميز بها.

### ج- شبكة مخابر التجارب و تحاليل النوعية:

لقد أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 96-355 المؤرخ في 19 أكتوبر 1996 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 97-459 متضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية .

- بصدور مرسوم تنفيذي رقم 02-454 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة التجارة في 2002 حيث أصبح يطلق عليها مديرية مخابر التجارب وتحاليل الجودة هدفها القيام بالرقابة والتأكد من التسيير الحسن لنشاطات مخابر التجارب وتحاليل الجودة وقمع الغش وكذا العمل على احترام إجراءات التحليل الرسمية يبلغ عددها 11 مخبر عبر التراب الوطني أربع منها مخابر جهوية.

### 2- دور مجلس المنافسة :<sup>1</sup>

تنفيذا لسياسة الإصلاحات الاقتصادية التي شرعت الجزائر في تطبيقها لمواجهة النظام الرأسمالي، فإنها أوكلت مهمة تنظيم المنافسة وضبطها لهيئة إدارية مستقلة تدعى " مجلس المنافسة "

- لقد ظهر مجلس المنافسة في الجزائر لأول مرة بصدور الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 والمتعلق بالمنافسة حيث أسندت له عدة اختصاصات الاستشارية والاختصاصات القمعية يكون الغرض منها مهمة ضبط المنافسة والسهر على حسن سير اللعبة التنافسية في السوق قصد زيادة الفعالية الاقتصادية وتحسين ظروف معيشة المستهلكين ، وهذا ما أكدته المادة.

الأولى من القانون المتعلق بالمنافسة، حيث أدى ذلك بالمشروع الجزائري إلى فتح المجال للهيئات الممثلة لجمعيات المستهلكين وكل الشخصيات التي لها خبرات مهيأة في مجال المنافسة والاستهلاك والتوزيع للانضمام إلى مجلس المنافسة، الأمر الذي قد يؤثر ايجابيا على دور المجلس في الأخذ بعين الاعتبار كل ماله صلة لحماية صحة وسلامة المستهلك.

<sup>1</sup> زويير أرزقي، مرجع سابق ذكره، ص163.

### 3- دور إدارة الجمارك:<sup>1</sup>

- تلعب إدارة الجمارك دورا فعالا في الدول الحديثة إذ أوكلت لها عدة مهام إلى جانب تلك المتعلقة بمراقبة حركة دخول و خروج الأفراد و البضائع
- محاربة الاتجار غير الشرعي بالمخدرات و مكافحة التهريب و تبييض الأموال و بصفة عامة محاربة الجريمة المنظمة العابرة للحدود؛
- المشاركة في الحفاظ على الأمن و النظام العموميين (السلاح و المتفجرات و المواد الكيميائية و المواد الخطيرة)؛
- المشاركة في الحفاظ على الآداب العامة (الكتابات و الوسائل الأخرى المنافية للآداب العامة).
- المشاركة في حماية المستهلك بالحرص على خضوع المواد الاستهلاكية غير الغذائية و المنتجات المنزلية إلى مراقبة مطابقتها لمعايير السلامة و الصناعة؛
- الحرص على أمن الأشخاص و ممتلكاتهم بالاشتراك في البحث عن البضائع المحظورة و التي تشكل خطرا على الصحة و المحيط.
- الحرص على حماية الإرث الوطني على الحدود فيما يتعلق بالثروة الحيوانية و النباتية المهددة بالانقراض.
- الحرص على حماية الإرث الطبيعي و التاريخي و الفني و الثقافي و الآثار (مثل المنحوتات و النقوش و الرسوم الصخرية و ورود الصحراء و الخشب المتحجر و مواد ما قبل التاريخ و الأعمال الفنية ... الخ)
- حماية الملكية الفكرية المتعلقة بالاختراعات و الرسوم و النماذج الصناعية و علامات الصنع و العلامات التجارية ضد التقليد و كذا حماية حقوق المؤلف و الحقوق المجاورة، و ذلك تحت رعاية المنظمة العالمية للملكية الفكرية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> زويبير أرزقي، مرجع سابق ذكره، ص188.

<sup>2</sup> <https://douane.gov.dz> vu le 15/03/2022, à 12 :39

### 4- دور الجماعات المحلية لحماية المستهلك:

يمكن لوالي ورئيس البلدية بالنظر إلى الصلاحيات التي يتمتعان بها في إطار تسيير الإدارة المحلية أن يتدخلوا لوضع حد للممارسات المنافسة للتجارة التي من شأنها المساس بصحة و أمن المستهلك باعتباره فردا من أفراد المجتمع.

#### أ- دور الوالي في حماية المستهلك:

يعتبر الوالي مسئولاً عن اتخاذ الإجراءات اللازمة للدفاع عن مصالح المستهلكين و ذلك بإشرافه على المديرات الولائية للتجارة التي تطبق السياسة الوطنية في ميدان المنافسة و الأسعار و مراقبة النوعية و قمع الغش.

في إطار أداء الوالي لمهامه باعتباره ممثلاً للدولة فإنه يتعين عليه أن يقوم بكل ما يكفل صحة و سلامة الأفراد حيث تنص المادة 114 من القانون رقم 07-12 المؤرخ في 28 ربيع الأول عام 1433هـ الموافق ل 21 أبريل 2012م المتعلق بالولاية انه يكون الوالي مسئول عن المحافظة على النظام و الأمن و السلامة و السكنية العامة.<sup>1</sup>

فتطبيقاً لهذا المبدأ فإنه تم توفير جميع الوسائل المادية قصد تحقيق ذلك، فالوالي باستطاعته أن يعتمد على المديرات التابعة لوزارة التجارة الموجودة على مستوى كل ولاية في إطار تنفيذ السياسة الوطنية المتعلقة بحماية المستهلك.

#### ب- دور رئيس البلدية في حماية المستهلك:

يمارس رئيس البلدية وظائفه في مجال واسع و يطبق سلطاته في مجالات غير منظمة لضمان حماية صحة المستهلك. هذا ما يفسر توسيع مفهوم النظام العام الذي يسمح بإدماج حماية المستهلك في إطار انشغالات السلطة الإدارية العامة.

إن البلدية تتكفل بحفظ الصحة و النظافة العمومية تطبيقاً لنص المادة 123 من قانون البلدية و التي تنص على انه " تتكفل البلدية بحفظ الصحة و المحافظة على النظافة العمومية لاسيما في مجال ما يأتي:

<sup>1</sup> زويير أرزقي، مرجع سابق ذكره، ص166.

- توزيع المياه الصالحة للشرب.
- صرف المياه المستعملة و معالجتها.
- جمع النفايات ومعالجتها.
- مكافحة نواقل الأمراض المتقلة.
- الحفاظ على صحة الأغذية و الأماكن و المؤسسات المستقبلية للجمهور.
- صيانة طرق البلدية .
- إشارات المرور التابعة لشبكة الطرقات .<sup>1</sup>

### المطلب الثاني: جمعيات حماية المستهلك

جمعيات حماية المستهلك هي هيئات تطوعية ، غير حكومية ، يؤسسها نشطاء من أفراد مجتمع مدني باختلاف ثقافتهم واختصاصاتهم، تهدف إلي الربح، وإنما تهدف لحماية حقوق المستهلك من الممارسات المخلة بحقوقه وضمان الدفاع عنها عن طريق تنويره وتوعيته بماله وما عليه من حقوق وواجبات ورفع الدعاوي القضائية نيابة عنه ضد جشع التجار والمحكرين .

### مهام جمعيات حماية المستهلك:

يمكن أن يكون لجمعيات حماية المستهلك دور هام في عدة مجالات، نوجزها أساسا في مجال التحسيس أو التوعية أو الإعلام، وتمثل المستهلكين والدفاع عن مصالحهم .

أ- **الدور الإعلامي والتحسيبي:** وهو دور وقائي يعمل على منع حدوث الضرر للمستهلك ويتمثل في خلق الوعي العام للمستهلك حول السلع والخدمات، وعلاقتها بصحته وإرشاد المستهلك .<sup>2</sup>

<sup>1</sup> [www.dcwbiskea.dz](http://www.dcwbiskea.dz) vu le : 2022 /05/23, à 09:50

<sup>2</sup> بختة دندان، دور جمعيات حماية المستهلك، مداخلة مقدمة للملتقى الوطني الرابع حول حماية المستهلك، تشريعات وواقع، يوم 22 افريل 2008، بالمركز الجامعي طاهر مولاي سعيدة ص01.

فتقوم الجمعية بتقديم النصائح للمستهلكين بتوجيههم نحو منتج معين نظرا لطبيعته وخصائصه، والدعوة لمقاطعة بعض المنتوجات كالمواد الغذائية التي تتجم عليها الأمراض.

كما لا يقتصر دور مهام جمعيات حماية المستهلك على تحسيس المواطنين و أصحاب القرار حول مخاطر الاستهلاك فقط، بل يمتد دورها إلى المشاركة في إعداد سياسة الاستهلاك، بحضور ممثلي جمعيات في الهيئات الاستشارية كالمجلس الوطني لحماية المستهلكين، و هو ما يسمح لها بالتعبير عن أهدافها وتشجيع الحوار مع السلطات، وبالعضوية في المجلس الوطني لنقائبيين و التمثيل في المجلس الجزائري لاعتماد المطابقة.

### ب- الدفاع عن حقوق و مصالح المستهلكين: <sup>1</sup>

تمثيل أمام المجلس الوطني لحماية المستهلك: ينص المشرع الجزائري بخصوص المجلس الوطني لحماية المستهلك في المادة 24 من القانون 03-09 بقولها: "ينشأ المجلس الوطني لحماية المستهلكين يقوم بإبداء الرأي و اقتراح التدابير التي تساهم في تطوير و ترقية سياسة حماية المستهلك"

يتكون من ممثل واحد عن كل وزارة، و الهيئات و المؤسسات العمومية و الشخصيات الخبيرة، بالإضافة إلى ممثل عن كل جمعية حماية المستهلكين المؤسسة قانونيا.

أما التمثيل في مجلس المنافسة، فيكون عن طريق الحق الذي منحه مجلس المنافسة للجمعية في خطاره عن قيام المهني بممارسة تمس المنافسة و المصلحة الاقتصادية للمستهلك، فيقوم مجلس المنافسة للاستماع لجمعية حماية المستهلكين باعتباره طرفا فالنزاع ليصدر قراره بعد ذلك.

التمثيل القضائي: فتقوم جمعية حماية المستهلك بتمثيل هذا الأخير أمام القضاء بعد المساس بمصالحه، وفي هذا الصدد وطبقا للقانون رقم 03-09 فإنه منح لهذه الجمعيات حق تمثيل المستهلك وصفة التقاضي أمام القضاء، لتتأسس كطرف مدني إذا تعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار تسبب فيها نفس المتدخل أو ذات أصل مشترك.

وحسب المادة 17 من القانون 06-012 المتعلق بالجمعيات، فإنه من آثار اكتساب الشخصية المعنوية هو حق الجمعيات في ممارسة كل حقوق الممنوحة للطرف المدني أمام القضاء.

<sup>1</sup> بختة دندان، نفس المرجع السابق، ص02.

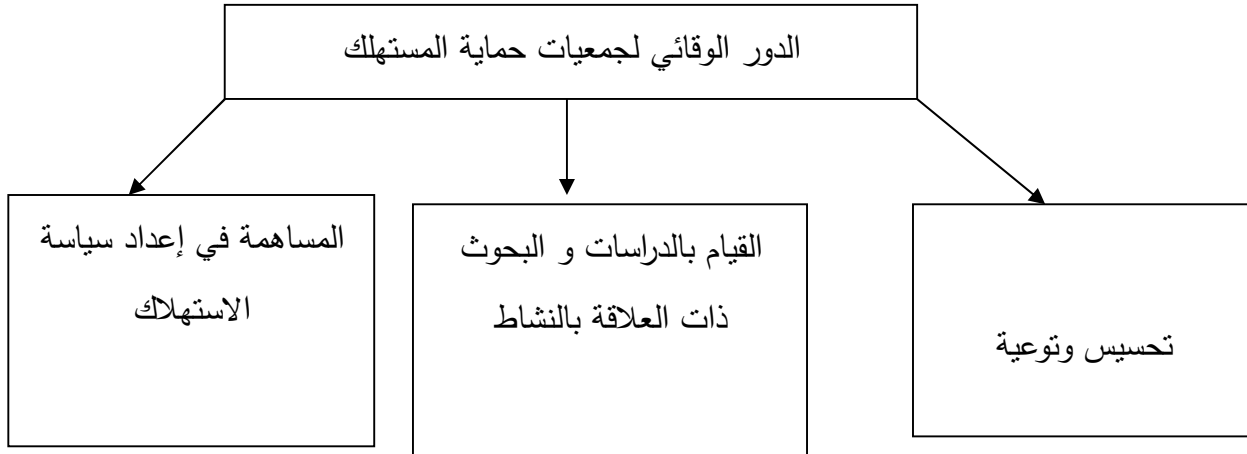
كما نصت المادة 96 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة على انه يجوز لجمعيات حماية المستهلك التي أنشأت طبقا للقانون، رفع دعوة أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة أحكام هذا الأمر.

وقد كرس المشرع الجزائري ذلك بموجب المادة 23 من قانون 03-09 الذي نص على انه: " عندما يتعرض المستهلك أو المستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المستخدم وذات أصل مشترك يمكن لجمعيات للمستهلكين أن تتأسس كطرف مدني..."

ومن خلال ما سبق نقول أن دور جمعيات المستهلك يكمن في الدور الوقائي و الدور الدفاعي العلاجي.

### الدور الوقائي:

#### الشكل رقم (03) : الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك

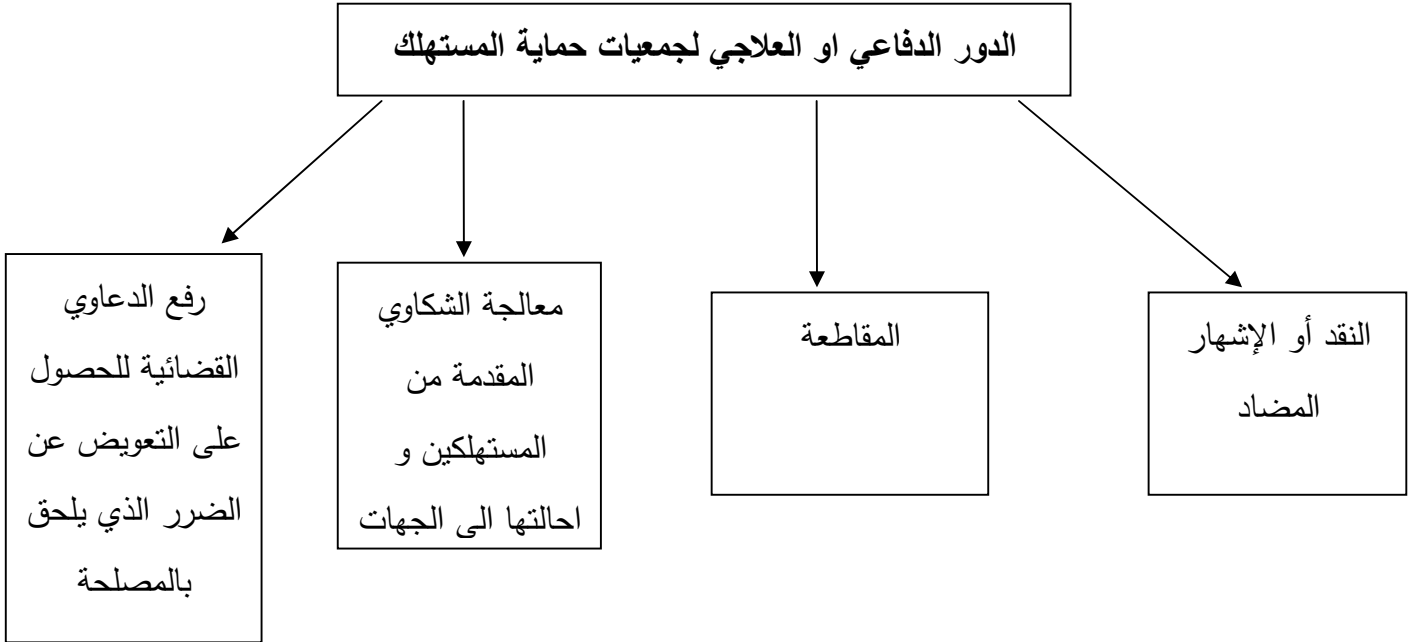


المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على جمعيات حماية المستهلك ، مديرية التجارة لولاية بسكرة ،

شوهده يوم 15/05/2022 www.dcommerce-biskra.dz

الدور الوقائي يتمثل في تحسيس المستهلك و إعلامه و القيام بالدراسات و البحوث و التجارب ذات العلاقة بالنشاط الاستهلاكي و المساهمة في إعداد سياسة الاستهلاك.

الشكل رقم (04) : الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على جمعيات حماية المستهلك ، مديرية التجارة لولاية بسكرة ،

شوهده يوم 15/05/2022 www.dcommerce-biskra.dz

الدور الدفاعي العلاجي فيتمثل في النقد أو الإشهار المعاكس و الدعوة إلى المقاطعة ومتابعة ومعالجة الشكاوي المقدمة من طرف المستهلكين و إحالتها على المصالح المعنية بحماية المستهلك، ورفع الدعاوي القضائية ضد المتسببين بالمساس بأمن و سلامة المستهلك.

### المطلب الثالث: دور الأجهزة القضائية في حماية المستهلك

**1- سلطة القضاء في الدفاع و حماية المستهلك :** على الرغم من السلطات التي تتمتع بها الإدارة لإيقاف بعض الممارسات والتجاوزات التي يرتكبها العون الاقتصادي، إلا أنها لا تتمكن من تحقيق وقاية كافية وفعالة لتجسيد حماية المستهلك، ومن ثم فرض تواجدها لكان لازماً للمتابعة القضائية أن تكمل دور الإدارة وهذا من خلال السلطات التي تتمتع بها الهيئات القضائية والمتمثلة في فرض الجزاء كوسيلة لردع وقمع المخالفات والجرائم الاقتصادية، وفي هذا الإطار تنص المادة 60 القضائية". ويصل الملف طبعاً عن طريق تحريك ومباشرة الدعوة العمومية من قبل النيابة العامة بعد إبلاغها بالمخالفات من قبل المستهلك أو ضباط الشرطة القضائية.



أ- دور النيابة العامة في حماية المستهلك: النيابة العامة هي هيئة عمومية قضائية نص عليها قانون الإجراءات الجزائية يعد أوضاعها قضاة يمثلون المجتمع من أجل تطبيق القانون. تقوم النيابة بعدة اختصاصات في المجال الاقتصادي خاصة في إطار ممارسة الدعوة العمومية، ويزداد دورها يوم بعد يوم نظرا لتراجع تدخل الدولة في الحياة الاقتصادية، الأمر الذي يجعل تدخل النيابة العامة لمواجهة هذه التحديات التي تواجه المجتمع عامة والمستهلكين خاصة .

وفي إطار حماية المستهلك وقمع المخالفات التي تهدد امن وصحة المستهلك تلعب النيابة العامة دورا هاما بالتنسيق مع مختلف الهيئات الأخرى لحماية المستهلك إذ يمكن لمصالح رقابة الجودة وقمع الغش أو شبكة المخابر أو جمعيات حماية المستهلك أن تطلب من النيابة العامة التدخل لقمع جميع المخالفات التي تقع من قبل المحترفين خاصة، الأمر الذي يزيد من مساس صحة وامن المستهلك.

ب- دور القضاة في حماية المستهلك: إلى جانب النيابة العامة فلقضاة الحكم صلاحيات النظر في التبرعات الناتجة عما يقع على القضاة عندما تكون الدعوة مرفوعة من قبل المستهلك ان يتعاملون مع هذا الأخير وفق معيار المستهلك الضحية المتوسط الذكاء، وهذا بالاستناد على معيار الرجل العادي المعروف في القانون المدني<sup>1</sup>.

يمكن للقضاة بموجب الاختصاص المخول لهم أن ينظروا في القضايا المرفوعة من قبل المستهلك أمام المحاكم قصد الفصل فيها ، سواء كانوا قضاة من الأقسام التجارية عندما يتم رفع الدعاوى المتعلقة بالتبرعات التجارية أو ترفع أمام الأقسام المدنية عندما يتعلق الأمر بطلب التعويض أو تنفيذ العقود المبرمة .

أما إذا كان موضوع رفع الدعاوى ناتج عن جرائم معاقب عنها جنائيا فالمستهلك الخيار بين رفعها أمام القاضي الجزائي والتأسيس كطرف مدني ا وان يرفع دعواه أمام القسم المدني ، كما يمكن أن ترفع الدعوى من طرف الهيئات الإدارية المكلفة بمتابعة الأنشطة الاقتصادية التي سبق ذكرها .

2- حق المستهلك في اللجوء إلى القضاء: يحق لكل شخص في المجتمع اللجوء إلى القضاء قصد الحصول على حقوقه أو المطالبة بحمايتها وذلك بشرط أن تكون هذا الشخص الصفة والمصلحة في ذلك حيث تنص المادة 13 فقرة 01 من القانون رقم 08-09 المؤرخ في 25 فبراير 2008 المتضمن الإجراءات

محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، دار الكتب الحديثة، الجزائر ، ط2006،

<sup>1</sup>ص686.

المدنية والإدارية على انه : " لا يجوز لأي شخص التقاضي ما لم تكن له صفة ، وله مصلحة قائمة أو محتملة يقرها القانون " ويكون ذلك بعريضة مكتوبة موقعة ومؤرخة فيحق للمستهلك اللجوء إلى القضاء لحماية مصالحه المادية والاقتصادية فضلا عن طلب التعويض بما أصابه من ضرر ناتج عن أفعال المنافسة غير مشروعة أو أفعال مخالفة لقواعد ممارسات التجارة.

كما يمكن للمستهلك رفع دعوة عمومية في حال مخالفة أحكام المواد 68-69-70-79-83-84 من القانون رقم 09-03<sup>1</sup> المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والتي تحيل إلى أحكام قانون العقوبات الجزائري .

### 3- المسؤولية المقر على المحترف :

**أولاً: المسؤولية المدنية :** تنقسم المسؤولية المدنية إلى مسؤولية عقدية ومسؤولية تقصيرية هذا كقاعدة عامة إلا انه في إطار حماية المستهلك هناك من يؤسس قيام مسؤولية العون الاقتصادي باعتباره محترف في نشاطه على أساس عقدي يربط هذا الأخير بالمستهلك ، وآخرون يؤسسون قيام المسؤولية المدنية على أساس تقصيري والتي مفادها المادة 124 من التقنيين المدني الجزائري والتي تقابلها المادة 1382 من التقنيين المدني الفرنسي بالرجوع إلى نص المادة 140 مكررة فقرة 01 من التقنيين المدين الجزائري التي تنص على انه : "يكون المنتج مسئولاً عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه حتى ولو لم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية " نتطرق للمسؤولية حسب أحكام وقواعد قانون حماية المستهلك لما لها من خصوصيات بحيث تقوم هذه المسؤولية على أساس إخلال احد أطراف العلاقة الاستهلاكية بالتزام قانوني يؤدي إلى إلحاق الأضرار بالناس سواء كان المتسبب الأصلي أو المباشر شخص طبيعي أو معنوي .

**ثانياً: المسؤولية الجنائية<sup>2</sup> :** تعرف المسؤولية الجنائية بأنها الالتزام بتحمل الآثار القانونية المترتبة على توافر أركان الجريمة ، وموضوع هذا الالتزام هو فرض عقوبة أو تدبير احترازي حددهما المشرع في حال قيام مسؤولية أي شخص فيعني هذا التعريف أن الأثر المترتب عن تحقيق كل عناصر الجريمة والذي يجعل ثبوت هذه الأخيرة إلى خضوع الجاني للجزاء الذي يقره القانون وذلك بموجب حكم قضائي .

لقد نص المشرع الجزائري على عقوبات جزائية تقع على عاتق البائع في حالة غش المواد والسلع أو التديس أو استعمال مكاييل خاطئة أو حياز سلع مغشوشة وهذا بموجب نصوص قانون العقوبات ويمكن

<sup>1</sup> القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 افريل 2009 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.

<sup>2</sup> زويبير أرزقي، مرجع سابق ذكره، ص195-196.

حصره هذه النصوص في المواد .

تحت عنوان الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية ، وهنا تبدوا أهمية تشديد التزامات المحترف كما سبق الإشارة إليه سابقا من خلال ضرورة وسم السلع وتغليفها بما يعود بالنفع على المستهلك وعدم الإضرار به .

تبقى العقوبات الجنائية من أهم الموضوعات التي يجب إعادة النظر فيها قصد الاستجابة لأغراض الحماية التي تقرها اغلب الدول خاصة في مجال محاربة الجرائم الالكترونية بشتى أصنافها و أشكالها و أنواعها وحماية المستهلك وهكذا تبقى للجهات القضائية السلطة المخولة لها كل صلاحيات توقيع العقوبات سواء جزائية أو مدنية أو إدارية.<sup>1</sup>

### 4- دور المحكمة في حماية المستهلك

إن للمحكمة دور فعال ومهم في الفصل في المخالفات التي تعرض عليها بحسب طبيعة المخالفة و الفعل الإجرامي، قد تكون المخالفة الصادرة من المتدخل لا تكفي لمساءته فتصدر المحكمة حكما بالبراءة، أو تكون المخالفة ثابتة من طرف المتدخل فتعاقبه وفقا للقانون ، كما يمكن للمحكمة أن تصدر أحكاما بحجز المنتجات موضوع المخالفة و إتلافها، أو إصدار حكم تمهيدي بإجراء خبرات تقنية من ذوي الإختصاص للإثبات وقوع المخالفة.

إن لجوء المستهلك للقضاء في سبيل الحصول على حقوقه من مواجهة المتدخل تواجهه الكثير من الصعوبات، إذا دعى القرار الصادر عن الجمعية العامة للأمم المتحدة و المتضمن المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك الحكومات إلى وضع التدابير القانونية و الإدارية لتمكين المستهلك أو المنظمات ذات العلاقة للحصول على تعويض عن طريق إجراءات رسمية تكون سريعة و رخيصة التكاليف وميسرة.

نجد في غالب الأحيان أن المستهلك ينظر إلى القضاة و المحاكم على أنه عالم مجهول فيجهل المحكمة المختصة التي يلجأ إليها كما أنه ضعيف في مواجهة المتدخلين الذين هم أكثر تمرسا منه وأكثر قدرة مالية، ظف إلى ذلك التكاليف و لأعباء المالية التي يواجهها المستهلك.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> زويير أرزقي، نفس المرجع السابق، ص197.

علي بولحية بن بوخميس ، القواعد العامة لحماية المستهلك و المسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر، ط2000، ص66.

### المبحث الثالث: آليات حماية حقوق المستهلك

#### المطلب الأول: حقوق المستهلك

##### 1- حق الأمان:

يعني حماية المستهلك من الآثار الضارة للسلع و الخدمات، أي أن هذا الحق يوفر الحماية القانونية للمستهلك من المنتجات الضارة و الهدامة لصحته ، و حياته. فالمنتج يتحمل المسؤولية في اختيار المنتجات، و التأكد من سلامتها من العيوب، بحيث تلائم حالات الاستخدام المختلفة من قبل المستهلك، و لذلك وضعت الأمم المتحدة مجموعة تساؤلات لتقييم أداء الحكومات ، ومدى التزامها بهذا الحق.

. هل تقوم المنظمات باستخدام مقاييس و معايير عالمية لضمان المنتج، مثل مواصفات أليزو العالمية؟

. ماهي التحسينات التي تجربها المنظمات لضمان تسليم المنتج للمستهلك في الوقت المحدد، و ضمان حصوله على المعلومات الكافية حول المنتجات و الخدمات و طرق استهلاكها و الاستفادة منها؟<sup>1</sup>

. ماهي الضمانات الملزمة للمجهزين لسحب المنتجات الخطرة من الأسواق؟ و ماهي الضمانات الملزمة لتعويض المستهلكين الذين لحقت بهم أضرار نتيجة استخدام تلك المنتجات؟

. هل توجد أنظمة ملائمة و مقاييس دقيقة تضمن للمستهلك الأمان جراء استخدامه لمنتجات و خدمات المنتجات ؟

. هل يتم مراجعة المقاييس الوطنية و أساليب المعايرة دوريا لتواكب المقاييس العالمية؟<sup>2</sup>

##### 2- حق الحصول على المعلومات

للمستهلك الحق في تزويده بالحقائق التي تساعد على الشراء والاستهلاك بصورة سليمة وتعيينه في إدراك حقوقه الأساسية ومسؤولياته.

<sup>1</sup> البرواري، نزار عبد المجيد، و البرزنجي، احمد محمد فهمي، استراتيجيات التسويق، ط1، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2004، ص127.

<sup>2</sup> البرواري، نزار عبد المجيد، و البرزنجي، احمد محمد فهمي، نفس المرجع السابق، ص127.

الحصول على المعلومات الشاملة و الكاملة عن المنتجات التي يرغب بشرائها، بهدف أن يكون قراره الشرائي على قدر كبير من الدقة من خلال إعطاءه الفرصة لمقارنة السلع و الخدمات المتشابهة بالإضافة إلى ضرورة توفر المعلومات الكاملة عن التأثيرات الجانبية إن وجدت جراء استخدام المنتج ، ولأجل تثبيت هذا الحق ومساعدة المستهلك في بلوغه فانه يتطلب البحث في مسالتين مهمتين هما:

- كفاية المعلومات: إعلام المستهلك يعني توفير الحماية له عند اتخاذ قرار الشراء، ولكن المهم هنا هو تحديد حجم المعلومات التي تقدم للمستهلك ، ومدى حاجته لها والطريقة التي تمكن في الحصول عليها، هذا الأمر يقود للقول بان دقة المعلومات وكفايتها ترتبط بطبيعة المشكلات التي يحاول المستهلك تجاوزها والنتائج التي يرغب في الحصول عليها.

- مصدقية المعلومات: لا توجد قضية تثير اهتمام المستهلك أكثر من حرصه في الحصول على المعلومات الصادقة و الحقيقية ، والتي تجنبه الوقوع في العديد من المشكلات، وبخاصة من قبل الوسطاء، لذلك فان مصدقية المعلومات المقدمة للمستهلك وخاصة ضمن النشاط الترويجي تنعكس على المستهلك و بجوانب شتى ومنها :

أ. قياس مقدار التغيير الحاصل في معتقدات المستهلك التسويقية و إحداث التعديل في قرارات الشراء المتخذة و بالاتجاه الايجابي.<sup>1</sup>

ب. إعطاء صورة صادقة وحقيقية عن أنشطة المنظمة والمنتجات التي تتعامل بها.

ت. عن طريق صدق المعلومات يمكن تغيير وجهة نظر المستهلك وتكون بالتالي مفتاحا لنجاح المنظمة وفي تعاملها مع المستهلك .

ث. الهدف من مصداقية المعلومات، إحداث تغيير جوهري في مواقف المستهلك لا أن يكون التأثير وقتيا.

### 3- حق الاختيار:

يعني أن يكون للمستهلك حق اختيار المنتج المقدم من المنظمات الأعمال و البائعين والتي يعقد أنها ترضي رغبته وتشبع احتياجاته، و في الدول المتقدمة يتجسد هذا الحق في قوانين منع الاحتكار أو تكوين

<sup>1</sup> محمد فلاق، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، دار البازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان، 2016، ص18.

الكارتيال للتأثير في المنافسة العادلة في السوق. إن المنافسة التامة وحق الاختيار الحر يعطيان فائدة إضافية للمستهلك تتمثل بأسعار منخفضة.<sup>1</sup>

### 4- حق سماع رأي المستهلك:

إعطاء المستهلك الحق في إبداء الرأي حول مدى إشباع المنتجات لحاجاته، واعتبار المستهلك هو الحلقة الأساس في العملية الإنتاجية لذا يجب على المنظمات أن تسعى للحصول على رضا المستهلك، وإقامة علاقات طويلة الأمد معه لكسب ولائه، وذلك من خلال بذل الجهود الحقيقية في تطوير وابتكار المنتجات الحديثة و بما يلبي رغباته.

و أن تمثل مصالح المستهلك لدى الجهات الرسمية و غير الرسمية و يأخذ بأرائه في تطوير السلع والخدمات.

### 5- حق التعويض:

ويضمن هذا الحق للمستهلك حصوله على التعويض العادل في حالة تضرره من السلع والخدمات التي حصل عليها، كالتعويض عن التضليل أو الخدمات الغير المرضية، ويتطلب ذلك توفير الخدمات الأساسية لما بعد البيع، والذي يشترط توفير الضمان لمدة معينة، إذ أن ذلك سيعزز من ثقة المستهلك في تعامله مع السوق ويوفر درجة من الاستقرار.

### 6- حق التثقيف:

يدخل في إطار هذا الحق التثقيف و التوعية التامة للمستهلك بمعرفة كافة حقوقه كمستهلك، وتزويده بالمعلومات الكافية لاتخاذ قراره الاستهلاكي بحرية تامة، بحيث تتحقق أهدافه التي يسعى إليها من خلال اقتناء السلع أو الخدمات. وتشمل هذه العملية مجموعة كبيرة من البرامج التوعية لمختلف الفئات و الأعمار سواء كانت هذه البرامج تربية أو إعلامية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> د محمد فلاق ، نفس المرجع السابق ص82 .

<sup>2</sup> د محمد فلاق ، نفس المرجع السابق ص83

### 7- حق إشباع احتياجاته الأساسية:

يؤكد هذا الحق على ضرورة ضمان حصول المستهلك على احتياجاته الأساسية التي تتمثل في الغذاء، الدواء، المسكن، الصحة، الأمن، التعليم، الطاقة، التوظيف، والخدمات الأساسية الأخرى. وتشير بعض الدراسات إلى هذا الحق تحت اسم حق الخدمة ويقصد بها حق الفرد في الحصول على حاجاته الأساسية والعمل والحياة الكريمة وبدون ضغوط أو تعذيب.

### 8- حق الحياة في بيئة صحية:

من المشاكل التي يعاني منها العالم الآن تلوث البيئة و الذي نجم بالأساس من التسارع الحاصل في التقدم التكنولوجي و الآثار السلبية الناتجة من استخدامه كالمغازات المتصاعدة من المصانع،العربات ، القوارير التي لا تتحلل ، البلاستيك...الخ لذا أصبحت المطالب بحماية البيئة أساسا في تحقيق المسؤولية الاجتماعية للمنظمات و حقا من حقوق المستهلك للعيش والعمل في بيئة خالية من التلوث و المخاطر وتدعيما لهذا الحق فقد دعت الأمم المتحدة الحكومات بما يلي:

- العمل على إيجاد وسن التشريعات الملزمة بالحفاظ على البيئة خاصة بالنسبة لتخزين و نقل المواد السامة و التي تشكل خطر.

- إلزام المنتجين باعتماد الملصقات التحذيرية الموضحة لخطورة المنتجات و كيفية التصرف في حالة التعرض للخطر.

- دعم ومساندة المنتجات الصديقة للبيئة.<sup>1</sup>

- وهناك حق أضيف لاحقا.

### 9- حق المقاطعة:

ويقصد به حق الإجماع على عدم استخدام واقتناء منتجات بلد ما أو منظمة لا تلبى حاجات المستهلكين المشروعة ولا تحترم حقوقهم وقد تم اعتماد هذا المبدأ بناء على ما جرى في زمن الزعيم الروحي للهند "غاندي" في دعوته مقاطعة المنتجات البريطانية ونجحت هذه السياسة بالإطاحة بتلك المنتجات

<sup>1</sup> محمد إبراهيم عينات ، التسويق الاجتماعي والأخضر و البيئي ، ط2 ، دار وائل للنشر ، الأردن ، 2011 ، ص 233 .

والاعتماد على الموارد المحلية، بحيث تعد مقاطعة وسيلة للإعلام من خطر<sup>1</sup> منتجات أو خدمات ووسيلة للتوعية وحث المستهلكين على قول "لا" لتجاوزات المنتجين، الموزعين، والتجار.

وتحرص الدول وحكومتها على حماية كل هذه الحقوق وتوعية المستهلكين بها ومعاينة المتسببين بانتهاكها ولكن عمل هذه الحكومات يعد غير كافي دون المستهلك نفسه ومنظمات مدنية غير ربحية هدفها الأول هو تعزيز حماية وحقوق المستهلك.<sup>2</sup>

### المطلب الثاني: آليات حماية المستهلك

يوجد هناك العديد من الآليات التي تكفل توفير الحماية للمستهلك ، من الغش و الخداع التي تمارسه مختلف الأطراف المعنية بعملية التبادل، و يتضمن ذلك الإجراءات التي تقود في النهاية إلى حصول المستهلك على التعويض المناسب و الكافي ، و في حالة وجود عيوب في تصميم المنتج ، أو حالة التضليل فيما يتعلق بالمعلومات الخاصة بمستوى جودة المنتجات موضوع التبادل إلى غير ذلك من الانتهاكات التي قد يذهب المستهلك ضحية لها ، يمكن أن تكفل حماية المستهلك مايلي:

1- تفعيل أساليب التوعية والإرشاد و التوجيه، بما يكفل حمايته و صيانة حقوقه و يبرز الترويج في هذا الإطار كأخذ أقوى هذه الأساليب تأثيرا في هدف نشر الوعي و الثقافة بين المستهلكين ، ولكي يضمن الفعالية في أداء هذه الوسيلة من حيث التأثير يجب أن تصاغ الرسالة الترويجية و تصمم بصورة جيدة.<sup>3</sup>

ويجب أن تتوفر عدة عوامل في الترويج حتى يتمكن من أداء دوره أهمها : أن تتضمن الرسالة الترويجية المعلومات الصحيحة صادقة و دقيقة و ذات جودة وهو يساعد على تحقيق أهدافها في الحماية ، بالإضافة إلى مدى التوفيق في اختيار فكرة الرسالة الترويجية ومدى وضوحها بما يضمن تقبلها من طرف الجمهور الموجه إليه. وتولي المراكز و الهيئات المختصة عملية وضع المواصفات القياسية للمنتجات وإقناع المنتجون بمدى أهمية تقديم البيانات الكاملة و الدقيقة و الصادقة عن منتجاتها في حماية المستهلك من الغش و الخداع التسويقي، كذلك حمايته من الأخطار.

<sup>1</sup> أسامة خيري ، الرقابة و حماية المستهلك ، دار الراجحة للنشر و التوزيع ، ط1 ، عمان ، الأردن ، 2015 ، ص52 .

<sup>2</sup> محمد منصور أبو جليل و الآخرون ، نفس المرجع سابق ذكره ، ص320.

<sup>3</sup> محمد منصور أبو جليل و الآخرون ، نفس المرجع سابق ذكره ، ص321.



2- مدى التزام المنتجون أو البائعون بضرورة كتابة مل البيانات الخاصة بالسلع على غلافها ، مما يتيح توفير الحماية للمستهلك ومن ثم اتخاذ قرار الشراء بكل حرية ، حيث يكون المستهلك على علم و دراية كافية بمحتويات كمية ، مجالات وطرق استعمال كل منتج ... الخ، إلى أن يصاغ كل ما سبق بلغة بسيطة وسهلة تتيح للمستهلك استيعابها و فهمها.

3- مدى التزام المنتجون أو البائعون بضرورة توفير الضمان للمستهلك عن طريق المنتجات المقدمة له، سواء كان هذا الضمان صريحا أو ضمنيا أو مكتوبا أو شفويا. 4- تفعيل الرقابة الدقيقة من طرف الهيئات المختصة ووضع عقوبات صارمة للمخلفين

5- تحديد الأسعار بطريقة واقعية وذلك بأخذ الاعتبار القدرة الشرائية للمستهلك.

6- لالتزام بإيصال المنتجات إلى المستهلك في الزمان و المكان المناسبين و العدالة في التوزيع.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: علاقة حقوق حماية المستهلك باستهلاك المكملات الغذائية

إن الدور الذي تلعبه حماية المستهلك من خلال حمايتها لحقوق المستهلك ( حق الأمان، حق الحصول على المعلومات، حق الاختيار، حق سماع رأي المستهلك، حق التعويض، حق التنقيف، حق الحصول على الاحتياجات الأساسية، حق العيش في بيئة صحية وحق المقاطعة)، من الأضرار التي تلحق به عند استهلاكه للمكملات الغذائية خاصة في زمن كورونا، حيث لاحظنا إقبالا كبيرا عليه وهذا ما يجعل المستهلك:

- يقوم باتخاذ قرار شرائي رشيد.

- تتكون لديه صورة ذهنية إيجابية عن المكملات.

- ويشعر بالرضا عند ضمان حقوقه.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> إياد عبد الفتاح النصور، مبارك بن فهد القحطاني، سلوك المستهلك المؤثرات الاجتماعية و الثقافية و النفسية و التربوية، مرجع سبق ذكره، ص322 .

<sup>2</sup> من إعداد الطالبتين.

### 1- مفهوم اتخاذ قرار الشراء

تعرف عملية اتخاذ القرار في علم الاجتماع على أنها: "مشكلة يتم تحديدها ويجري البحث عن حل لها، وعدد من الأهداف المتعارضة يتعين التوفيق بينها، وعددا من بدائل التصرف نرمي لاختيار أفضلها، وطريقة ما لقياس العائد المتوقع من كل بديل، والذي يشكل المعيار الذي نستهدي به في المفاضلة بين البدائل المختلفة"<sup>1</sup>، أما إجراءات اتخاذ قرار الشراء فتعرف على أنها: "مفاضلة ومقارنة بين البدائل المتاحة، خدمات أو سلع، ومن ثم اختيار البديل المناسب"<sup>2</sup>

أما اتخاذ قرار الشراء فيعرف على أنه: "الإجراء الذي يقوم المستهلكين من خلاله بجمع المعلومات والاختيار بين بدائل السلعة أو الخدمة أو المنضقات أو الأفراد، أو الأماكن أو الأفكار."<sup>3</sup> كما يعرف على أنه: "الاختيار القائم على أساس بعض المعايير لبديل واحد من بين بديلين محتملين أو أكثر". ومن خلال هذه التعاريف يمكن الاستنتاج أن اتخاذ قرار الشراء هو: "مشكلة يسعى المستهلك إلى حلها، من خلال المرور بمجموعة من المراحل أو الخطوات، من أجل المفاضلة بين البدائل المتاحة بالاعتماد على عدة معايير."<sup>4</sup>

### 2- مراحل اتخاذ قرار الشراء.

يمر المستهلك بسلسلة من المراحل المنطقية للوصول إلى قرار الشراء؛ كما يوضح الشكل :

تتمثل هذه المراحل فيما يلي:

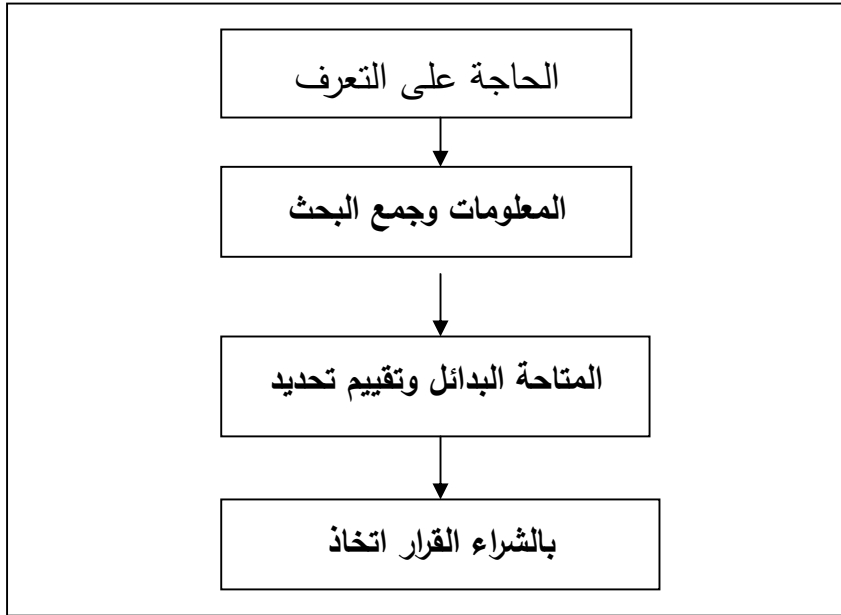
<sup>1</sup> زهد الديري، سعادة الخطيب، إدارة المؤسسات الاجتماعية، ط 1، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2006 ص 134.

<sup>2</sup> محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، تسويق الخدمات، ط 1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010 ، ص305.

<sup>3</sup> كاسر نصر المنصور، سلوك المستهلك، ط 1، دار حامد للنشر و التوزيع، الأردن، 2006 ، ص 70.

<sup>4</sup> قحطان العبدلي، بشير العلاق، إدارة التسويق، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006 ، ص 267.

الشكل رقم(05) : نموذج مراحل عملية الشراء.



المصدر: زكريا عزام و آخرون، مبادئ التسويق الحديث، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2008.

من خلال الشكل أعلاه يتبين أن مرحلة الشراء تمر بأربع مراحل والتي تتمثل فيما يلي:

#### أ- التعرف على الحاجة

أساس الطلب على المنتجات الاستهلاكية هو الحاجة، وتعرف الحاجة على أنها: "فجوة بين الوضع الفعلي والوضع المطلوب"، وقد ماسلو تعريف للحاجات يقوم على ثلاث فرضيات أساسية:

أن حاجات الفرد تتدرج وفق تسلسل هرمي. -

<sup>1</sup> . يبدأ الفرد بتلبية الحاجات الأكثر أهمية -

- عندما يكون الفرد راضي ينتقل إلى الاحتياجات الأخرى، والتي بدورها تصبح أكثر أهمية.

<sup>1</sup> Patricia coutelle-beillet, Véronique des gares, **marketing de l'analyse à l'action**, Pearson Editeur, paris, 2004, page105.

وهذا ينشأ عن طريق منبه داخلي أو خارجي يؤدي إلى حفزه لإشباع هذه الحاجة، حيث أن حاجات و اتجاهات المستهلك تعتبر دالة على عدة عوامل تتعلق بالمستهلك، مثل خصائصه الديموغرافية، وسماته الشخصية، ودافعه، خبرته السابقة، التفاعل الاجتماعي و الجهود التسويقية المؤثرة في سلوك المستهلك.<sup>1</sup>

### ب- البحث و جمع المعلومات

عندما يقرر المشتري إشباع حاجاته فإنه يسعى جاهدا للحصول على المعلومات حول البدائل من المنتجات المتاحة التي تشبع تلك الحاجة والبحث عن مواصفاتها، أسعارها وأسلوب الدفع ومدى توفرها، جودتها والخدمات المرافقة لها.<sup>2</sup> ويبدأ المستهلك في جمع المعلومات للمنتجات والعلامات البديلة من كافة مصادر المعلومات المتاحة، هذه المصادر إما أن تكون:

مصادر شخصية: الأصدقاء، العائلة، الجيران.-

مصادر تجارية: رجال البيع، الوسطاء، الإعلانات.-

<sup>3</sup>مصادر عامة: وسائل الإعلام، جمعية حماية المستهلك.-

### ج- تقييم البدائل

عندما يقوم المشتري بالحصول على المعلومات الكافية عن المنتج فإنه يستطيع أن يقوم بعملية اختيار السلعة أو الخدمة التي يمكن شراؤها وتحقق عملية الاختيار على مستويين، على مستوى المنتج ثم على مستوى العلامة، ويقوم المستهلك في هذه المرحلة باستبعاد بعض البدائل ليحصر عملية الاختيار في بدائل محدودة بقدر الإمكان ويواجه رجال التسويق صعوبة في فهم الطريقة التي يختار بها المستهلك بين البدائل المختلفة حيث لا يوجد معيار يستخدمه كل المشتري للاختيار بين البدائل، توضح بعض الدراسات أن قيم المستهلك و دوافعه و اتجاهاته و غيرها من العوامل المؤثرة تلعب دور في عملية التقييم.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> محمد منصور و آخرون، مرجع سبق ذكره، ص125.

<sup>2</sup> سالم أحمد الرحيمي، محمود عقل أبو دلبوح، مبادئ التسويق، ط1، دار جرير للنشر و التوزيع، عمان الأردن، 2013، ص83.

<sup>3</sup> زكريا عزام وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص132.

<sup>4</sup> أحمد جبر، إدارة التسويق (المفاهيم -الاستراتيجيات -التطبيقات)، المكتبة العصرية للنشر و التوزيع، مصر، 2007، ص9.

### د- اتخاذ قرار الشراء

هنا يقوم المستهلك باختيار البديل<sup>1</sup> الذي يعتقد أنه يحقق له أقصى إشباع، ذلك بشراء العلامة الأفضل من بين العلامات البديلة، هنا يتخذ قرار الشراء من عدمه، في حالة عدم الشراء يعود السبب إلى مايلي:

المخاطر المرتبطة بالشراء مرتفعة جدا.-

- شعور المستهلك أن عملية الشراء لن تشبع حاجته التي دفعته للخوض في هذه المرحلة وهنا تبقى الحاجة موجودة.

. الخوف من الشعور بالندم خاصة في إذا كان سعر السلعة مرتفعا-

وفي حالة اتخاذ القرار بالشراء يكون نابع من اعتقاده أن يحقق أقصى إشباع من وجهة نظره، حسب مدركاته الحسية وخبراته السابقة واتجاهاته الحالية.<sup>2</sup>

### ثانيا: الصورة الذهنية

يمكن تناول الصورة الذهنية من حيث تعريفها، أهميتها وخصائصها فيما يلي:

#### 1- تعريف الصورة الذهنية: تتعدد التعاريف الخاصة بالصورة الذهنية ونذكر منها:

- تعريف كاترين بارييس: "على أنها حوصلة لمجموعة من الصور المختلفة فيما بينها، كل واحدة منها خاصة بجمهور معين و جانب من جوانب المؤسسة، وهي تتفاعل فيما بينها لتغطي في النهاية صورة واحدة هي صورة المؤسسة.<sup>3</sup>

- وحسب معهد البحث و الدراسات الإعلانية L.R.E.P: "فإن الصورة الذهنية لدى جمهور معين

<sup>1</sup> زكريا عزام، مرجع سبق ذكره، ص133 .

<sup>2</sup> 3. محمد منصور أبو جليل و آخرون، مرجع سبق ذكره، ص127.

<sup>3</sup> Fiches marketing.Le Génie Des Glassier.France.2002.P79.,40CATHERINEPARIS

تتمثل في جميع التمثيلات المادية وغير المادية التي تتكون عند الأفراد الذين ينتمون إلى هذا الجمهور.<sup>1</sup>

- أما سيمان صالح فيعرف الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمية بأنها: " مجموعة السمات والملاح التي يدركها الجمهور، ويبنى على أساسها مواقفه و اتجاهاته نحو المؤسسة أو الدولة أو الجماعة وتتكون تلك الصورة عن طريق الخبرة الشخصية للجمهور القائمة على الاتصال المباشر أو عن طريق العمليات الاتصالية الجماهيرية وتتشكل سمات وملاح الصورة الذهنية من خلال إدراك الجمهور لشخصية المؤسسة ووظائفها وأهدافها وشرعية وجودها وأعمالها والقيم التي تتبناها.<sup>2</sup>

### 3- أهمية الصورة الذهنية:

تظهر أهميتها من خلال العناصر التالية:

أ- **تعمل كمرجع للاختيار:** فالصورة الذهنية للمؤسسة الخدمية تعتبر مصدر الثقة، فمن خلالها يتم توجيه المستهلك في اختياراته والموطن في أرائه، فإذا كانت الخدمات ذات خصائص متماثلة فإن قرارات المستهلك ستتوجه حسب الصورة التي يدركها حول الخدمة أو العلامة أو المؤسسة.

ب- **أداة للتمييز:** إذا عمل الصورة على تميي المؤسسة الخدمية عن منافسيها، وهي تسمح بتطوير اتجاهات ايجابية في صالحها من شأنها استمالة المستهلك واكتساب وفائه.

ج- **تحفز الانتمان:** إن سعي المؤسسة الخدمية لتحسين صورتها يتطلب منها تجنيد جميع طاقتها الداخلية، وهذا يعني أن جميع عمالها وإطاراتها يبذلون جهدا أكبر لتحقيق نفس الهدف، مما يجعلهم أكثر اتحادا وانتماء للمؤسسة الخدمية وهذا ما سيسوق صورة جيدة عن داخلها، وبالتالي تحسين صورتها الخارجية إلى جانب كل ذلك فإنها تلعب دورا كبيرا في حالة تعرض المؤسسة الخدمية إلى أزمات أو مشاكل تهدد كيانها واستمرارها، فيكون الاستعداد لدى الجماهير إلى التريث قبل إصدار الحكم عليها.

علاوة عن ذلك فإن الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمية مهما كانت درجة قبولها فهي ليست بديلا عن الإنتاج الجيد و الإدارة الجيد و الإدارة الحكيمة، فهي تعمل ضمن نظام كلي تتفاعل أجزاءه لتخدم في النهاية

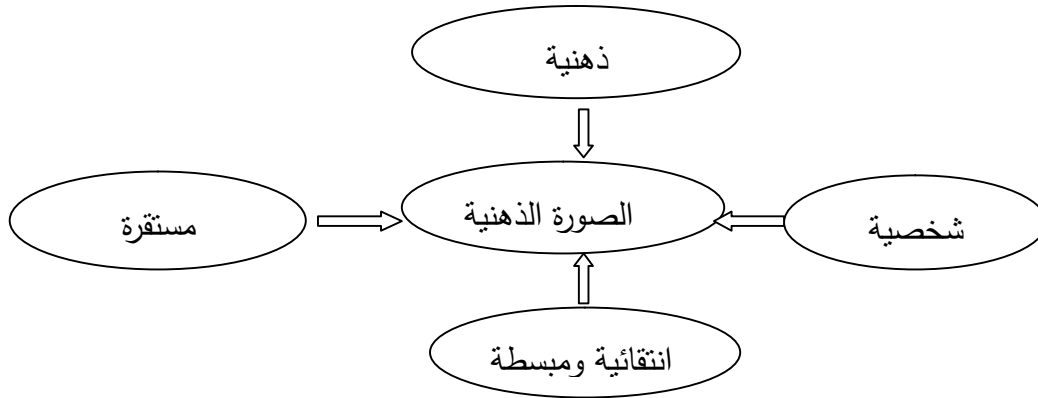
<sup>1</sup>Jacque Lendrevie. Denis lindon. Mercator. Théorie et Pratique Du Marketing. France. 2003. P77.

<sup>2</sup>سليمان صالح، وسائل الإعلام وصناعة الصورة الذهنية، ط1 ان مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع، 2005، ص22.

مصالح الجماهير و المجتمع بالموازاة مع مصالح المؤسسة الخدمية.<sup>1</sup>

### 3- خصائص الصورة الذهنية:

الشكل رقم (06) : خصائص الصورة الذهنية



Théorie et Pratique Du : Jacque Lendrevie et autre. Mercator:Source

Marketing. France. 2009. P780.

ثالثا: رضا المستهلك

### 1- تعريف رضا المستهلك

" الحالة العقلية للإنسان التي يشعر بها عندما يحصل على مكافئة أنه " sheth وhaward يعرفه

مقابل التضحية بالنفود و الجهد".<sup>2</sup>

ويعرف أيضا بأنه " الفرق بين المزيج المثالي و الفعلي لمجموعة من الصفات و الخصائص التي

يحصل عليها الفرد".<sup>3</sup>

1 Liliane Demont.lugol et autre. Communication Des Entreprises: Stratégies et Pratique. 2 édition cursus.France. 2006..P17<sup>1</sup>

<sup>2</sup> الميناوي عائشة مصطفى، سلوك المستهلك: المفاهيم و الإستراتيجيات، مكتبة عين شمس، ط2، القاهرة، 1998، ص120.

<sup>3</sup> تيسير نايف علوان، إدارة الجودة الشاملة و متطلبات iso9000، ط1، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2005، ص351.

من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن الرضا يعبر عن حالة نفسية تأتي بعد عملية الشراء ناتجة من مقارنة الزبون للأداء المنتج الفعلي بتوقعاته.

### 2- أنواع الرضا:

يمكن تصنيف الرضا إلى الأنواع التالية:

أ- الرضا عن النظام: هو التقييم الموضوعي الذي يقوم به الزبون لمنافع الكلية التي يحصل عليها كالأسعار، الجودة، الصورة الذهنية عن الخدمة.

ب- الرضا عن المؤسسة: يشير إلى ما يحصل عليه الزبون في التعامل مع المؤسسة مثل التسهيلات المقدمة.

ج- الرضا عن الخدمة: يشير إلى التقييم الموضوعي الذي يقوم به الزبون لجمع المخرجات و الخيرات عند استخدام الخدمة بمعنى يقارن بين توقعاته السابقة مع أداء الخدمة.

### 3- محددات الرضا المستهلك:

أ- التوقعات: يمكن الاتفاق بصفة عامة على أن التوقعات ما هي إلا احتمالات يشكلها الزبون و هي خاصة بظهور أحداث معينة سواء كانت سلبية أو إيجابية وقد أوضحت الدراسات أن الزبائن قد يلجئون إلى استخدام أنواع مختلفة من التوقعات عند قيامهم بتكوين رأي معين عن مستوى أداء خدمة ما مقدما، لذلك تحدد الجوانب الأساسية للتوقع الذي يكونه الزبون عن المنتج المتعلقة بجودة المنتج و التكاليف الاجتماعية وتكاليف المنتج الخ.

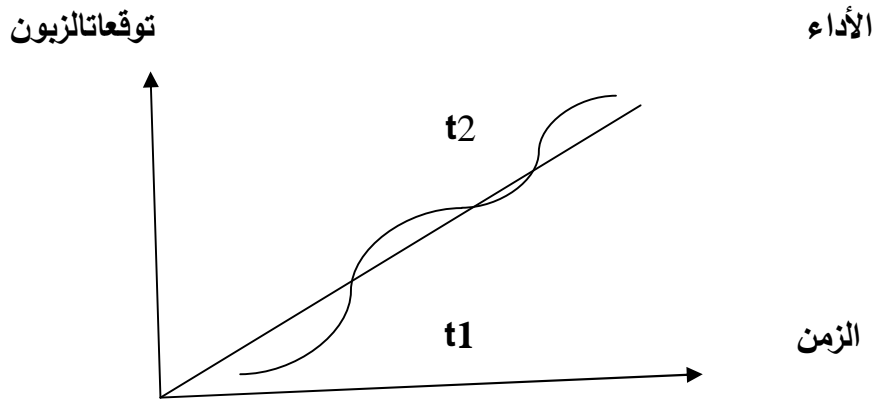
ب- الأداء الفعلي: تظهر أهمية الأداء في الدراسات الخاصة بالرضا من كونه مقياسا مبسطا يمكن الاعتماد عليه للتعبير عن الرضا، وذلك ببساطة من خلال سؤال الزبائن عن وجهة نظرهم في الجوانب المختلفة للأداء الخدمة، من ناحية أخرى تكمن أهمية الأداء الفعلي في كونه معيار للمقارنة بينه و بين التوقعات، حيث يقوم الزبون باستخدام خدمة معينة و إدراك مدى الإشباع الذي حصل عليه و بناءا عليه يتم تقييم عدم المطابقة.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>واله عائشة، أهمية جودة الخدمة الصحية في تحقيق رضا الزبون، رسالة ماجستير تخصص تسويق، جامعة الجزائر3، 2010-2011، ص111.



ج- المطابقة أو عدم المطابقة: تمثل المطابقة عملية إيجاد الفرق بين مستوى التوقعات ومستوى الأداء الفعلي الذي حصل عليه الزبون بعد عملية الشراء للمنتج. وتعرف المطابقة على أنها درجة انحراف أداء المنتج أو الخدمة عن المستوى المتوقع الذي يظهر قبل عملية الشراء.<sup>1</sup>

الشكل رقم (07): يمثل مطابقة الأداء والتوقع.



Source: Daniel Ray Mesurer Et Développer La Satisfaction Client Edition

Dorgénisation , paris , 2000, p 17

<sup>1</sup> عائشة مصطفى الميناوي، المرجع سابق الذكر، ص121.

حاولنا من خلال هذا الفصل عرض المفاهيم المتعلقة ب"المستهلك" و"حماية المستهلك" وخصائصها، وأنواعها وأهدافها و كذلك الأجهزة المكلفة والتي تعمل على حماية المستهلكين (الهيئات الإدارية، الأجهزة القضائية جمعيات حماية المستهلك).

للآليات حماية المستهلك دور بالغ الأهمية في حماية حقوق المستهلكين وتعمل على توجيههم وترشيدهم لاتخاذ قرار الشراء سليم وواعي وكذلك تكوين صورة ذهنية إيجابية وكسب رضا المستهلكين.

## الفصل الثالث:

دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في  
استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة  
حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوھالي

## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوھالي

تمھيد:

بعءما تطرقنا في الجانب النظري بفصليه الأول والثاني إلى المعارف والمعلومات النظرية المتعلقة بموضوع دراستنا، من خلال تناول متغيرات الدراسة المتمثلة في "حماية المستهلك" و"المكملات الغذائية"، سنحاول في هذا الجانب الميداني تبين دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا، من خلال دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc المنتج من قبل صيدلية بن سوھالي - الطاهير، وهذا من خلال اعتماد المنهج الوصفي التحليلي؛ والاستعانة بأدوات بحث كيفية كمية تتمثل أساسا في الاستبيان، الذي يتم معالجته واختباره إحصائيا باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، ومن تم عرض وتفسير ما تم التوصل إليه من معلومات وبيانات لاستخلاص النتائج في الختام.

وقد تضمن هذا الفصل الميداني ثلاثة مباحث هما:

المبحث الأول: تقديم صيدلية بن سوھالي بالطاهير - جيجل -.

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة.

المبحث الثاني: عرض النتائج واختبار الفرضيات.

## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوهالي

### المبحث الأول: تقديم صيدلية بن سوهالي بالطاهير - جيجل -<sup>1</sup>

تعد صيدلية بن سوهالي بالطاهير من بين أهم ابرز الصيدليات الناشطة في قطاع الصيدلة بولاية جيجل، وهذا راجع للدور الذي تلعبه في تطويره ودعمه من جهة وتوفيرها المستمر والدائم لمختلف الخدمات الصيدلانية وتلبية احتياجات ورغبات المستفيدين والمجتمع، وسنتناول في هذا المبحث نشأة وتعريف صيدلية بن سوهالي بالطاهير -جيجل-، مهامها وأهدافها، الهيكل التنظيمي لها، إضافة إلى الخدمات التي تقدمها والسلوك الأخلاقي لرجال البيع الذي تتبناه ضمن نشاطها .

### المطلب الأول: صيدلية بن سوهالي بالطاهير -جيجل-

تصنف صيدلية بن سوهالي بالطاهير على رأس القائمة الطويلة بصيدليات المجتمع بولاية جيجل الوحيدة التي تمتلك فرعين بالجزائر وسوف نتناولها كمايلي :

### أولا :نشأة صيدلية بن سوهالي بالطاهير -جيجل-

تأسست صيدلية بن سوهالي سنة 1991م من طرف بن سوهالي نبيل ببند تأسيس صيدلية مجتمع ملك لشخص طبيعى تحت اسم بن سوهالي برأس مال خاص، حيث بلغ سنة 2013 حوالي 21 سنتيم دج، كما تم توسيع نشاطها بإنشاء فرع تابع لها بزيامة منصورية الذي دخل في النشاط سنة 2010 ويعمل بنفس معايير الصيدلية المركزية ويقع على الطريق الوطني رقم 43 ويضم مخبر تحاليل طبية، حيث تم فتح مصنع للأدوية في المنطقة الصناعية بأولاد صالح بالطاهير .

### ثانيا: التعريف بصيدلية بن سوهالي بالطاهير -جيجل-

تدعى صيدلية بن سوهالي نبيل وتقع في 40 شارع المجاهدين 18200 بالطاهير بالقرب من المركز البريد، وتملك مخبر تحاليل طبية تابع لها، وتشغل 31 عامل موزعين على الصيدلية والمخبر، كما تقدم خدمات متنوعة 24 سا دون انقطاع وهي متعاقدة مع مؤسسات الضمان الاجتماعي، وتهدف إلى تحقيق حاجات ورغبات المستفيدين، وتقديم أفضل الخدمات باستمرار.<sup>2</sup>

<sup>2</sup>مقابلة شخصية مع السيد مدير الصيدلية بن سوهالي نبيل على الساعة 14.00 يوم 2022/06/06.

## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوھالي

المطلب الثاني: مهام و أهداف صيدلية بن سوھالي بالطاھير -جيجل-

تؤدي الصيدلية مجموع من المهام للوصول إلى تحقيق أهداف مسطرة و التي سوف نوضحها فيمايلي :

أولاً: مهام صيدلية بن سوھالي بالطاھير -جيجل-<sup>1</sup>

-التوفير المستمر لمختلف الأدوية بنوعها الأصلية والجنيسة، والتي تباع بوصفة طبية أو بدونها.

- تقديم خدمات متنوعة للمستفيدين المرضى أو غير المرضى.

- تشغيل فئة معينة من أفراد المجتمع.

- تنمية مواردها عن طريق جذب أكبر عدد من المستفيدين من الخدمات الصيدلانية.

- القيام بالتمويل الدوائي لبعض الصيدليات بولاية جيجل.

- العمل على تقديم خدمات التحاليل الطبية في مخبرها باستمرار لضمان تغطية الجيدة لمختلف الحاجات الصحية للمستفيدين.

ثانياً: أهداف صيدلية بن سوھالي بالطاھير -جيجل-

- توسيع نشاط الصيدلية في جميع مناطق ولاية جيجل مستقبلاً.

- تحسين نوعية وجودة الخدمات المقدمة في الصيدلية.

- العمل على بناء العلاقات الطبية مع المستفيدين.

- العمل على اكتساب أكبر حصة سوقية ممكنة.<sup>2</sup>

- تحقيق ميزة تنافسية في مجال نشاطها مقارنة بالمنافسين.

<sup>1</sup> مقابلة شخصية مع السيد مدير الصيدلية بن سوھالي نبيل على الساعة 14.00 يوم 2022/06/06.

## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوھالي

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لصيدلية بن سوھالي بالطاھير-جيجل-

يتشكل الهيكل التنظيمي لصيدلية بن سوھالي بالطاھير مما يلي:

### 1- مدير الصيدلية:

يعتبر أعلى المستويات و يتمثل دوره في وضع القرارات الضرورية و الأساسية من أجل ضمان سيرورة نشاط الصيدلية وإدارتها وفقا لأهداف المسطرة، بالإضافة إلى المراقبة العامة لباقي المستويات.

### 2- المحاسب:

يشغل هذا المنصب محاسبين متعاقدين مع الصيدلية وهما مسئولين على مراقبة العمليات المحاسبية و تسويتها، بما يتلاءم مع ناط الصيدلية.

### 3- هيكل الصيدلية:<sup>1</sup>

ويضم الأجزاء التالية:

أ- **الواجهة الأمامية:** تضم جميع مقدمي الخدمة داخل الصيدلية، ويتمثل دورهم في السهر على خدمة المستفيدين بأفضل الطرق وحسن استقبالهم وإيصال المعلومات الضرورية لديهم.

ب- **مكتب المعاملات:** يختص العاملین فيه بتسجيل كل المعاملات سواء بالوصفات الطبية المقدمة أو معاملات التسديد التابعة للضمان الاجتماعي.

ج- **الواجهة الخلفية:** تمثل الجزء الخلفي للصيدلية تشمل على غرفة خاصة بالموظفين، ومكتب صغير خاص بمدير الصيدلية، وخزانة خاصة بأدوية لأمراض العقلية، وثلاجة خاصة بأدوية لأمراض المزمنة.

### 4- هيكل المخبر: ويشتمل على مايلي:

<sup>1</sup> مقابلة شخصية مع السيد بن سوھالي نبيل يوم 2022/06/06 على الساعة 14.00.

## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوھالي

أ- مكتب لاستقبال: يضم مقدمي خدمة، يسهران على ضمان استقبال الجيد للمستفيدين وتلبية حاجاتهم وتوجيههم وتزويدهم بمختلف المعلومات التي يطلبونها.

ب- غرفة الانتظار: غرفة خاصة بالمستفيدين مخصصة لانتظارهم في حالة طول مدة الاستفاة من الخدمة.<sup>1</sup>

ج- غرفة العينات: توجد غرفة مخصصة للاحتفاظ بالعينات الخاصة بالمستفيدين (المرضى)، وسحب الدم وغيرها من العمليات.

د- غرفة إجراء التحاليل: غرفة مجهزة بجميع الأجهزة اللازمة للإجراء التحاليل بأنواعها المختلفة، ويعمل فيها مجموعة من المحبرين المتخصصين يسهرون على تقديم أفضل النتائج كل حسب تخصصه.

### 5- عون النظافة:

تتمثل المهمة الأساسية له في ضمان النظافة الدائمة لبيئة الصيدلية والمخبر.

### 6- مخزن الأدوية:

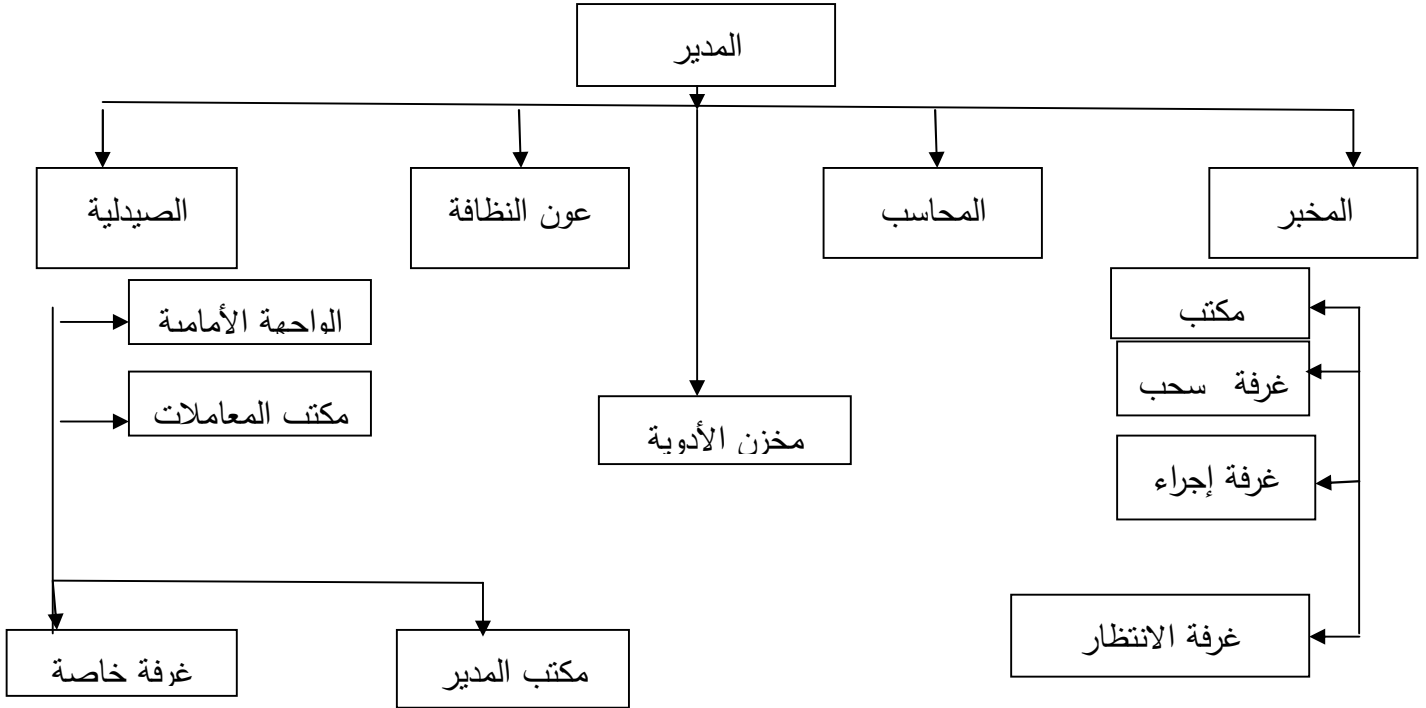
تملك الصيدلية مخزنين للأدوية، الأول بالطاهر في عمارة مجاورة للصيدلية و الثاني ببلدية جيجل.

<sup>1</sup> مقابلة شخصية مع السيد بن سوھالي نبيل يوم 2022/06/06 على الساعة 14.00.



الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوهالي

الشكل رقم (08): الهيكل التنظيمي لصيدلية بن سوهالي بالطاهر



المطلب الرابع: الخدمات المقدمة بصيدلية بن سوهالي بالطاهر -جيجل-

أولاً: الخدمات المقدمة في الصيدلية

- صرف الوصفات الطبية وبيع الأدوية بدون وصفة طبية.
- توزيع المستحضرات شبه الصيدلانية ومستحضرات التجميل وغيرها.
- توزيع مستحضرات التحيف والتسمين والأعشاب الطبية بالإضافة إلى المنتجات الخاصة بالأطفال والرضع.
- توفير قياس الوزن وقياس ضغط الدم.

## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوهالي

ثانيا: الخدمات المقدمة في المخبر

توفر الصيدلية عدد كبير من التحاليل الطبية نذكر من بينها مايلي:

الجدول رقم (02) : أنواع التحليل المقدمة في صيدلية بن سوهالي بالطاهر - جيجل-

النوع	التفسير
Fns	التكوين العددي للدم
Glycémie	نسبة السكر في الدم
Chimiedes urime	كيمياء البول
Trig	ثلاثي الغليسريد
Groupage	الزمرة الدموية
Lonogramme	نسبة الشوارب في الدم
Chol Total	نسبة الكوليستيرول في الدم
ViH	الكشف عن داء فقدان المناعة المكتسبة

المطلب الخامس: فيتامين سي مع الزنك " c+zinc

أولاً: تعريفه

يتوفر فيتامين سي مع الزنك في عبوة واحدة على شكل مكمل غذائي يباع في الصيدليات، في ما يأتي أهم المعلومات عنه:<sup>1</sup>

- يعد فيتامين c+zinc مكمل غذائي جيد للأشخاص الذين لا يتناولون الأطعمة الغنية بفيتامين سي وعنصر الزنك.

- يساعد كل من فيتامين c+zinc على مد الجسم بالفائدة الغذائية المطلوبة وتقوية المناعة.

<sup>1</sup> [https:// www.webteb.com](https://www.webteb.com)

## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوھالي

- يتناول بعض الأشخاص فيتامين سي مع الزنك عند الشعور بأعراض الرشح أو نزلات البرد، حيث يقلل هذا المكمل الغذائي من أعراضها.

- يباع فيتامين سي الزنك دون وصفة طبية.

### ثانياً: فوائد فيتامين c+zinc

لفيتامين سي فوائد صحية مختلفة عن فوائد الزنك وعند جمعها معا نحصل على عدد أكبر من الفوائد، لنتعرف عليها في الأتي:

#### 1- فوائد فيتامين سي

- التقليل من الإجهاد حيث توجد علاقة بين نقصان فيتامين سي بالجسم مع زيادة الإصابة بالأمراض المرتبطة بالإجهاد.<sup>1</sup>

- التقليل من مضاعفات الرشح ومن الجدير بالذكر أن فيتامين سي لا يشفي من مرض الرشح لكنه يقلل من تطور المرض وحدوث مضاعفات خطيرة له مثل الالتهاب الرئوي.

- المساهمة في تخفيض خطر الإصابة بالسكتة الدماغية.

- التقليل من علامات تقدم السن لأن فيتامين سي له خواص مضادة للأكسدة يقلل استخدامه من ظهور تجاعيد الوجه.

#### 2- فوائد الزنك

- يتحكم باستجابة الجهاز المناعي.

- يساعد على تنشيط الذاكرة و سرعة التعلم.

<sup>1</sup> [https:// www.webteb.com](https://www.webteb.com)

## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوهالي

- يساعد على تقليص مدة الإصابة بالرشح ونزلات البرد و خصوصا عند تناوله في غضون 24 ساعة من الإصابة.

- يساعد في التئام الجروح بشكل أسرع.

- يقلل من خطر الإصابة بالأمراض المزمنة بسبب دوره الكبير في تقوية مناعة الجسم.<sup>1</sup>

### ثالثا: الجرعة الموصى بها يوميا

يجب تناول فيتامين c+zinc بكميات محددة كالآتي:

- فيتامين سي: للبالغين فوق عمر 19 سنة وحتى 64 ينصح بتناول 40 مليغرام من فيتامين سي يوميا.

- الزنك: للذكور فوق 14 سنة ينصح بتناول 11 ملليغرام من الزنك يوميا و للإناث فوق سن 19 ينصح بتناول 8 ملليغرام يوميا من الزنك.

أما للمرأة الحامل و المرضعة يرجى إخبار الطبيب قبل تناول أي مكمل غذائي.

### رابعا: الأعراض الجانبية لفيتامين سي و الزنك<sup>2</sup>

كغيرها من المكملات الغذائية هناك آثار جانبية عند تناول فيتامين سسي مع الزنك إليك أهمها:

#### 1- الأعراض الجانبية لفيتامين سي

- الغثيان و الاستفراغ.

- الإسهال.

- وجع الرأس.

- احمرار الوجه.

<sup>1</sup> [https:// www.webteb.com](https://www.webteb.com)

<sup>2</sup> [https:// www.webteb.com](https://www.webteb.com)

الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في  
زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوهالي

---

2- الأعراض الجانبية للزنك

- الغثيان.
- الإستفراغ.
- الإسهال.
- مشكلات في المعدة و الكلى.

## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوھالي

### المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة.

يعدّ المنهج السبيل الوحيد الذي يهتدي من خلاله الباحث إلى الهدف المنشود من دراسة موضوع أو ظاهرة ما، فهو بمثابة الطريق التي يتبعه الباحث للوصول إلى نتائج علمية سليمة، ومن هنا فقد حرصنا في دراستنا هذه على إتباع جملة من القواعد العلمية تمكننا من الوصول إلى نتائج وتفسيرها في إطارها العلمي الدقيق.

### المطلب الأول: مجتمع وعينة الدراسة.

كل بحث علمي أو دراسة لها مجتمع وعينة، تتناول الموضوع على مستواهم، ودراستنا هذه ككل دراسة كان لها مجتمع خاص وعينة خاصة.

**أولاً- مجتمع الدراسة:** يتمثل مجتمع الدراسة في كل الأفراد الذين استهلكوا المكملات الغذائية في زمن كورونا.

**ثانياً- عينة الدراسة:** لاستحالة إجراء البحث على كل مفردات المجتمع، فقد تم الاعتماد على العينة، وإنّ اختيار عينة الدراسة جد مهم للوصول إلى نتائج دقيقة يمكن تعميمها على المجتمع ككل، فالعينة لا بد أن تكون ممثلة لمجتمع الدراسة. وعينة دراستنا هذه كانت تكوّنت من (55 فرد) من زبائن صيدلية بن سوھالي (الطاهير ولاية جيجل) مستهلكي المكمل الغذائي (c+zinc) وقد تم اختيارها بطريقة عشوائية، وذلك من خلال توزيع 70 إستبانة.

### الجدول رقم (03): عدد الاستبيانات الموزعة والمسترجعة.

البيان	الاستبيانات الموزعة	الاستبيانات المسترجعة والمقبولة	الاستبيانات غير المسترجعة
العدد	70	55	15
النسبة المئوية (%)	100	78,57	21,43

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على إجابات أفراد العينة.

## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوھالي

المطلب الثاني: أدوات الدراسة.

للبحث العلمي جملة من الوسائل والأدوات تسهل على الباحث عمله وتمكنه من جمع بيانات حول موضوع دراسته، ومن بين أكثر هذه الأدوات شيوعاً واستخداماً خاصة في مجال البحوث الاجتماعية "المقابلة" و"الاستبيان"، حيث أنّ كل منهما يمتاز بجملة من المميزات فالمقابلة وسيلة مناسبة لجمع المعلومات من مصدرها الرئيسي وبصورة مباشرة، أمّا الاستبيان فله مزايا عدّة على رأسها الاقتصاد في الجهد والوقت وأيضاً التكلفة.

### أولاً- المقابلة:

تم إجراء مقابلة شخصية مع السيد بن سوھالي نبيل مدير صيدلية بن سوھالي بالطاهير بالاعتماد على قائمة أسئلة، هدفت للحصول على المعلومات المتعلقة بخدمات الصيدلية ومدى حرصهم على تقديمها من قبل زبائن الصيدلية.

### ثانياً- الاستبيان:

الاستبيان الخاص بدراستنا حاولنا جاهدين أن نجعله يجمع البساطة والشمولية والدقة، بما يسمح باستيعاب مضمونه والتفاعل الإيجابي مع هذا المضمون من قبل المبحوثين من جهة، وبتغطية موضوع الدراسة الواسع من جهة أخرى (أنظر الملحق رقم 01).

وعليه فقد صممنا استبياناً ضم قسمين أساسيين:

#### ➤ القسم الأول: البيانات الشخصية.

- ✓ الجنس: ضم فئتين ذكر، وأنثى.
- ✓ السن: وحددت له خمس فئات، الفئة الأولى: أقل من 20 سنة، الفئة الثانية: بين 20-29 سنة، الفئة الثالثة: بين 30-39 سنة، الفئة الرابعة: بين 40-49 سنة، الفئة الخامسة: 50 سنة وأكثر.
- ✓ الحالة الاجتماعية: اشتملت أربع فئات، الفئة الأولى: متزوج، الفئة الثانية: أعزب، الفئة الثالثة: مطلق، الفئة الرابعة: أرمل.
- ✓ المستوى التعليمي: تضمن ثلاث مستويات: ليسانس وأقل، ماستر، دراسات عليا.

## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوهالي

✓ **الدخل:** اشتمل أربع فئات، الفئة الأولى: أقل من 20000 دج، الفئة الثانية: 20000-39999 دج، الفئة الثالثة: 40000-59999 دج، الفئة الرابعة: 60000 دج وأكثر.

### ➤ القسم الثاني: متغيرات الدراسة.

عالج القسم الثاني للاستبيان متغيرات الدراسة، وقد قسم بدوره إلى محورين كالآتي:

✓ **المحور الأول:** يرتبط بالمتغير المستقل للدراسة المتمثل في حماية المستهلك "حقوق المستهلك"، وقد اشتمل على (27) عبارة موزعة على (09) أبعاد كما يلي:

- **البعد 01:** يمثل "حق الأمان" تضمن (03) عبارات.
- **البعد 02:** يمثل "حق الحصول على المعلومات" تضمن (03) عبارات.
- **البعد 03:** يمثل "حق الاختيار" تضمن (03) عبارات.
- **البعد 04:** يمثل "حق سماع رأي المستهلك" تضمن (03) عبارات.
- **البعد 05:** يمثل "حق التعويض" تضمن (03) عبارات.
- **البعد 06:** يمثل "حق التنقيف" تضمن (03) عبارات.
- **البعد 07:** يمثل "حق الحصول على الاحتياجات الأساسية" تضمن (03) عبارات.
- **البعد 08:** يمثل "حق العيش في بيئة صحية" تضمن (03) عبارات.
- **البعد 09:** يمثل "حق المقاطعة" تضمن (03) عبارات.

✓ **المحور الثاني:** يتعلق بالمتغير التابع للدراسة المتمثل في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا "c+zinc صيدلية بن سوهالي" واحتوى هذا المحور على (27) عبارة.

تجدر الإشارة إلى أنّ عبارات الاستبيان قد تم صياغتها بشكل مبسط سهل الفهم، ليتم الجواب عنها وفقا لدرجة الموافقة، ويعد "سلم ليكرت الخماسي Likert Scale" من أهم المقاييس التي تستخدم لهذا الغرض، إذ أنّ كل عبارة لها (05) إجابات محتملة مرتبة تصاعديا من أقل درجة إلى أعلى درجة كالتالي: (1=غير موافق تماما، 2=غير موافق، 3=محايد، 4=موافق، 5=موافق تماما).

**جدول رقم (04):** توزيع درجات مقياس ليكرت الخماسي.

غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
1	2	3	4	5

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مقياس ليكرت (Likert Scale).



## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوهالي

ويهدف إعداد دليل الموافقة الذي سيتم استخدامه في تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات الاستبيان، انطلاقاً من سلم لكارتر السابق فقد استخدمنا أدوات إحصائية متمثلة في: المدى، طول الفئة.

❖ المدى: استخدم لتقدير أطوال فئات الموافقة و مجالها، حيث: المدى = أعلى درجة في المقياس - أدنى درجة في المقياس = 5-1=4.

❖ طول الفئة = المدى / عدد درجات المقياس = 5/4=0,80. وبإضافة هذا الطول إلى الدرجة الأولى يمكننا تحديد الحد الأعلى لفئة الموافقة الأولى أي 1+0,80=1,80، وبالتالي الفئة الأولى تكون [1-1,80]، وهكذا بالنسبة لباقي الفئات في كل مرة نضيف طول الفئة للحد الأعلى للفئة السابقة للحصول على الحد الأعلى للفئة الموالية، وفي الأخير نحصل على المجالات الموالية:

جدول رقم (05): تحديد الاتجاه حسب قيم المتوسط المرجح.

التقييم	درجة الموافق	مجال المتوسط الحسابي
منخفضة جدا	غير موافق تماما	[1,80-1]
منخفضة	غير موافق	[2,60-1,80]
متوسطة	محايد	[3,40-2,60]
عالية	موافق	[4,20-3,40]
عالية جدا	موافق تماما	[5-4,20]

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على سلم ليكارت (Likert Scale).

المطلب الثالث: اختبار صدق وثبات أداة الدراسة.

يعرف صدق أداة ما بأنه قياس هذه الأداة فعلا لما وُضعت لقياسه وألا تقيس شيئا آخر، أما الثبات فهو إعطاء هذه الأداة نفس النتائج عند تكرار تطبيقها، ومن المعلوم أيضا أنّ الصدق والثبات مرتبطين ببعضهما فرياضيا يعتبر الصدق هو الجذر التربيعي للثبات (الصدق =  $\sqrt{\text{الثبات}}$ )، وتوجد عدة طرق إحصائية ومعادلات لتقدير الصدق والثبات، ونحن في دراستنا هذه سنعتمد في تقدير الصدق الظاهري لأداة الدراسة على (صدق المحكمين)، أما الصدق البنائي فسيتم تقديره باستخدام (معامل الارتباط بيرسون Pearson's Correlation)، وأما بخصوص تقدير ثبات أداة الدراسة فسنستخدم (معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha).

## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوھالي

أولاً- صدق أداة الدراسة:

### 1- الصدق الظاهري (صدق المحكمين):

بغية التأكد من الصدق الظاهري لأداة دراستنا، قمنا بإعداد صورة أولية للاستبيان، ثم عرضناها على (02) أساتذة محكمين لهم خبرة ودراية بمجال دراستنا، وبعد اطلاعهم عليه وقيامهم بفحصه أفادونا بجملة من الملاحظات، أخذناها بعين الاعتبار لإعداد الصورة النهائية للاستبيان (أنظر الملحق رقم 02).

### 2- الصدق الداخلي (صدق الاتساق البنائي): (أنظر الملحق رقم 03)

يُقصد بالصدق الداخلي أو صدق الاتساق البنائي للاستبيان، مقدار الترابط والاتساق بين كل عبارة والبعد الذي تنتمي إليه، وأيضاً الاتساق والترابط بين كل بعد مع محوره وأيضاً الترابط والاتساق بين كل محور والاستبيان ككل، وكما سبق وأشرنا فإننا استخدمنا لتقدير الصدق الداخلي معامل الارتباط بيرسون، وكان ذلك آلياً بالاستعانة ببرنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).

2-1- الصدق الداخلي لعبارات المحور الأول "حقوق المستهلك منتج c+zinc لصيدلية بن سوھالي في زمن كورونا".

#### 2-1-1- الصدق الداخلي لعبارات البعد الأول "حق الأمان":

الجدول رقم (06): معاملات الارتباط بيرسون لعبارات البعد الأول "حق الأمان".

الرقم	العبرة	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
01	توفر لك صيدلية بن سوھالي الحماية التامة من الأضرار الناجمة عن المكمل الغذائي c+zinc	0,771**	0,000
02	تضمن لك صيدلية بن سوھالي "الأمان" من خلال مصداقية المعلومات التي تقدمها لك بخصوص المكمل الغذائي c+zinc	0,770**	0,000
03	تضمن لك صيدلية بن سوھالي سلامة صحتك من خلال حرصها على ضمان منتجاتها من بينها منتج c+zinc	0,800**	0,000

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS.

## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوهالي

يبين الجدول السابق معاملات الارتباط بيرسون بين كل عبارة من عبارات بعد "حق الأمان" والدرجة الكلية له، ومن خلالها يتبين أن هذه المعاملات كلها دالة عند مستوى المعنوية ( $\alpha=0,05$ )، وأن قيم R المحسوبة تراوحت ما بين [0,770-0,800] وكلها أكبر بكثير من قيمة R الجدولية المساوية لـ(0,273) عند نفس مستوى المعنوية، وبالتالي فعبارات "حق الأمان" لها ارتباط قوي وهي صادقة في قياسها لما وضعت لقياسه.

### 2-1-2- الصدق الداخلي لعبارات البعد الثاني "حق الحصول على المعلومات":

الجدول رقم (07): معاملات الارتباط بيرسون لعبارات البعد الثاني "حق الحصول على المعلومات".

الرقم	العبارة	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
01	تواريخ الإنتاج والانتهاج مدونة على علبة المكمل الغذائي c+zinc	0,811**	0,000
02	أسعار المكمل الغذائي c+zinc مثبتة فيه ومعلنة في الملصقة المصغرة la vignette	0,808**	0,000
03	البيانات والمعلومات المدونة على المكمل الغذائي c+zinc ، تمكّنك من اتخاذ قرار الشراء	0,700**	0,000

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات برنامج الـSPSS.

من خلال الجدول السابق يتضح أنّ كل معاملات الارتباط بيرسون بين كل عبارة من عبارات بعد "حق الحصول على المعلومات" والدرجة الكلية له، كانت دالة عند مستوى المعنوية ( $\alpha=0,05$ )، وأنّ قيم R المحسوبة كانت في كل العبارات أكبر بكثير من قيمة R الجدولية المساوية لـ(0,273) عند نفس مستوى المعنوية فقد تراوحت ما بين [0,700-0,811]، وبالتالي فعبارات "حق الحصول على المعلومات" لها ارتباط قوي وهي صادقة في قياسها لما وضعت لقياسه.

الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوهالي

2-1-3- الصدق الداخلي لعبارات البعد الثالث "حق الاختيار":

الجدول رقم (08): معاملات الارتباط بيرسون لعبارات البعد الثالث "حق الاختيار".

الرقم	العبرة	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
01	تتوفر لك للمستهلك في الصيدلية بن سوهالي بالطاهير بدائل مختلفة للمكمل c+zinc	0,862**	0,000
02	يتيح لك فرصة الاختيار من خلال تواجد أنواع مختلفة للمكمل الغذائي في صيدلية بن سوهالي بطاهير	0,875**	0,000
03	تقوم باختيار البديل الأمثل من بين البدائل المتواجدة في صيدلية بن سوهالي من خلال الجودة و السعر المناسب للمكمل الغذائي c+zinc	0,841**	0,000

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات برنامج الSPSS.

من الجدول السابق الذي يمثل معاملات الارتباط بيرسون بين كل عبارة من عبارات بعد "حق الاختيار" والدرجة الكلية له، نلاحظ أن كل هذه المعاملات دالة عند مستوى المعنوية ( $\alpha=0,05$ )، وأن قيم R المحسوبة تراوحت ما بين [0,841-0,875] وكلها أكبر بكثير من قيمة R الجدولية المساوية لـ(0,273) عند نفس مستوى المعنوية، وبالتالي فعبارات "حق الاختيار" لها ارتباط قوي وهي صادقة في قياسها لما وضعت لقياسه.

الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوهالي

2-1-4- الصدق الداخلي لعبارات البعد الرابع "حق سماع رأي المستهلك":

الجدول رقم (09): معاملات الارتباط بيرسون لعبارات البعد الرابع "حق سماع رأي المستهلك".

الرقم	العبرة	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
01	تهتم صيدلية بن سوهالي باقتراحاتك المتعلقة بالمكمل الغذائي c+zinc	0,787**	0,000
02	تحرص صيدلية بن سوهالي على معالجة أي شكوى من طرفك فيما يخص المكمل الغذائي	0,838**	0,000
03	تترك لك صيدلية بن سوهالي المجال لإبداء رأيك عن المكمل الغذائي c+zinc	0,844**	0,000

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات برنامج الـSPSS.

الجدول السابق يبيّن أنّ معاملات الارتباط بيرسون بين كل عبارة من عبارات بعد "حق سماع رأي المستهلك" والدرجة الكلية له، كانت دالة عند مستوى المعنوية  $(\alpha=0,05)$ ، وأنّ قيم R المحسوبة كانت في كل العبارات أكبر بكثير من قيمة R الجدولية المساوية لـ(0,273) عند نفس مستوى المعنوية فقد تراوحت ما بين [0,787-0,844]، وبالتالي فعبارات "حق سماع رأي المستهلك" لها ارتباط قوي وهي صادقة في قياسها لما وضعت لقياسه.

الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوهالي

2-1-5- الصدق الداخلي لعبارات البعد الخامس "حق التعويض":

الجدول رقم (10): معاملات الارتباط بيرسون لعبارات البعد الخامس "حق التعويض".

الرقم	العبرة	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
01	يتم تعويضك في حالة تعرضك لضرر بسبب منتج C+ Zinc	0,857**	0,000
02	تستطيع إعادة المكمل الغذائي c+zinc في حالة عدم تعرضه للضرر	0,697**	0,000
03	يتم تعويضك في حالة قبول الشكوى المقدمة من طرفك	0,778**	0,000

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول السابق يمكن ملاحظة أنّ معاملات الارتباط بيرسون بين كل عبارة من عبارات بعد "حق التعويض" والدرجة الكلية له، كانت دالة عند مستوى المعنوية ( $\alpha=0,05$ )، وأنّ قيم R المحسوبة كانت في كل العبارات أكبر بكثير من قيمة R الجدولية المساوية لـ (0,273) عند نفس مستوى المعنوية فقد تراوحت ما بين [0,697-0,857]، وبالتالي فعبارات "حق التعويض" لها ارتباط قوي وهي صادقة في قياسها لما وضعت لقياسه.

2-1-6- الصدق الداخلي لعبارات البعد السادس "حق التثقيف":

الجدول رقم (11): معاملات الارتباط بيرسون لعبارات البعد السادس "حق التثقيف".

الرقم	العبرة	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
01	يقدم لك مقدمو الخدمة بصيدلية بن سوهالي معلومات توعية حول الآثار الجانبية للمكمل الغذائي	0,718**	0,000
02	يمكنك طلب الحصول على المعلومات الكافية حول المكمل الغذائي c+zinc من مقدمي الخدمة	0,767**	0,000
03	تتوفر بصيدلية بن سوهالي بعض الملصقات خاصة بالمكمل الغذائي c+zinc	0,790**	0,000

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوهالي

يتبين من الجدول السابق أنّ معاملات الارتباط بيرسون بين كل عبارة من عبارات بعد "حق التثقيف" والدرجة الكلية له، كانت دالة عند مستوى المعنوية ( $\alpha=0,05$ )، وأنّ قيم R المحسوبة كانت في كل العبارات أكبر بكثير من قيمة R الجدولية المساوية لـ(0,273) عند نفس مستوى المعنوية فقد تراوحت ما بين [0,718-0,790]، وبالتالي فعبارات "حق التثقيف" لها ارتباط قوي وهي صادقة في قياسها لما وضعت لقياسه.

### 2-1-7- الصدق الداخلي لعبارات البعد السابع "حق الحصول على الاحتياجات الأساسية":

الجدول رقم (12): معاملات الارتباط بيرسون لعبارات البعد السابع "حق الحصول على الاحتياجات الأساسية".

الرقم	العبارة	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
01	توفر لك صيدلية بن سوهالي أنواع مختلفة من المكمل الغذائي c+zinc بأسعار مختلفة	0,792**	0,000
02	توفر لك صيدلية بن سوهالي مختلف الأنواع الموجودة بالسوق الدوائية من المكمل الغذائي	0,859**	0,000
03	توفر لك صيدلية بن سوهالي أنواع مختلفة من c+zinc بالجودة والكمية المناسبة	0,864**	0,000

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات برنامج الـSPSS.

الجدول السابق يعكس قيم أنّ معاملات الارتباط بيرسون بين كل عبارة من عبارات بعد "حق الحصول على الاحتياجات الأساسية" والدرجة الكلية له، وكذلك مستوى الدلالة وهي كلها دالة عند مستوى المعنوية ( $\alpha=0,05$ )، وقيم R المحسوبة كانت في كل العبارات أكبر بكثير من قيمة R الجدولية المساوية لـ(0,273) عند نفس مستوى المعنوية فقد تراوحت ما بين [0,792-0,859]، وبالتالي فعبارات "حق الحصول على الاحتياجات الأساسية" لها ارتباط قوي وهي صادقة في قياسها لما وضعت لقياسه.

الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوھالي

2-1-8- الصدق الداخلي لعبارات البعد الثامن "حق العيش في بيئة صحية":

الجدول رقم (13): معاملات الارتباط بيرسون لعبارات البعد الثامن "حق العيش في بيئة صحية".

الرقم	العبارة	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
01	توفر لك صيدلية بن سوھالي بيئة صحية ونظيفة ومريحة	0,736**	0,000
02	تحفظ صيدلية بن سوھالي على الأنواع المختلفة c+zinc في رفوف بعيدة عن الرطوبة والحرارة	0,836**	0,000
03	تلتزم صيدلية بن سوھالي باعتماد الملصقات خاصة بالضرورة النظافة و التعقيم	0,799**	0,000

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات برنامج الSPSS.

نلاحظ من خلال الجدول السابق أنّ معاملات الارتباط بيرسون بين كل عبارة من عبارات بعد "حق العيش في بيئة صحية" والدرجة الكلية له، كانت دالة عند مستوى المعنوية  $(\alpha=0,05)$ ، وأنّ قيم R المحسوبة كانت في كل العبارات أكبر بكثير من قيمة R الجدولية المساوية لـ (0,273) عند نفس مستوى المعنوية فقد تراوحت ما بين [0,736-0,836]، وبالتالي فعبارات "حق العيش في بيئة صحية" لها ارتباط قوي وهي صادقة في قياسها لما وضعت لقياسه.

2-1-9- الصدق الداخلي لعبارات البعد التاسع "حق المقاطعة":

الجدول رقم (14): معاملات الارتباط بيرسون لعبارات البعد التاسع "حق المقاطعة".

الرقم	العبارة	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
01	يحق لك مقاطعة المكمل الغذائي c+zinc وعدم اقتنائه من صيدلية بن سوھالي	0,898**	0,000
02	يحق لك مقاطعة المكمل الغذائي c+zinc بمجرد الزيادة في أسعاره	0,921**	0,000
03	يحق لك مقاطعة المكمل الغذائي c+zinc عند تعرضك لضرر أو الأعراض الجانبية عند استهلاكه	0,914**	0,000

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات برنامج الSPSS.



## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوهالي

يتبين من الجدول السابق أنّ معاملات الارتباط بيرسون بين كل عبارة من عبارات بعد "حق المقاطعة" والدرجة الكلية له، كانت دالة عند مستوى المعنوية ( $\alpha=0,05$ )، وأنّ قيم R المحسوبة كانت في كل العبارات أكبر بكثير من قيمة R الجدولية المساوية لـ(0,273) عند نفس مستوى المعنوية فقد تراوحت ما بين [0,921-0,898]، وبالتالي فعبارات "حق المقاطعة" لها ارتباط قوي وهي صادقة في قياسها لما وضعت لقياسه.

2-2- الصدق الداخلي لعبارات المحور الثاني "حماية المستهلك ودورها في استهلاك المكمل الغذائي c+zinc لصيدلية بن سوهالي في زمن كورونا":

الجدول رقم (15): معاملات الارتباط بيرسون لعبارات المحور الثاني "حماية المستهلك ودورها في استهلاك المكمل الغذائي c+zinc لصيدلية بن سوهالي في زمن كورونا".

الرقم	العبارة	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
01	إن حصولك على الأمان عند استهلاكك للمكملات الغذائية هو ما يجعلك تتخذ قرار الشراء المكمل الغذائي c+zinc	0,468**	0,000
02	تتكون لديك صورة ذهنية ايجابية عن المكمل الغذائي بمجرد حصولك على الأمان	0,496**	0,000
03	بحصولك على الأمان من خلال استهلاكك للمكمل الغذائي يجعلك راض عليه	0,643**	0,000
04	تتخذ قرار الشراء من خلال حصولك على المعلومات اللازمة للمكمل الغذائي c+zinc	0,557**	0,000
05	عند حصولك على مختلف المعلومات التي تخص المكمل الغذائي تتكون لديك صورة ذهنية ايجابية عنها	0,587**	0,000
06	شعورك بالرضا عن المكمل الغذائي يأتي من خلال الحصول على المعلومات التي تخص المنتج	0,439**	0,000
07	تقوم باتخاذ قرار شرائي رشيد بعد تقييمك للبدائل المختلفة للمكمل الغذائي c+zinc واختيارك للبديل الأمثل	0,423**	0,000

الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوھالي

0,000	0,653**	يتشكل في ذهنك صورة ايجابية للمكمل الغذائي من خلال حصولك على حق الاختيار	08
0,000	0,597**	تقييمك للبدائل والأنواع المختلفة للمكمل الغذائي واختيارك للنوع الأمثل يجعلك راض عن المنتج	09
0,000	0,553**	تتخذ قرار شراء المكمل الغذائي من خلالك سماع رأيك واقتراحاتك	10
0,000	0,635**	عند سماع رأيك ومعالجة شكاويك المتعلقة بالمكمل الغذائي تتشكل في ذهنك صورة ايجابية	11
0,000	0,663**	يتكون لديك الشعور بالرضا عن المكمل الغذائي c+zinc من خلال السماع لأرائك	12
0,000	0,636**	تقوم باتخاذ قرار شرائي رشيد بعد تعويضك للضرر	13
0,000	0,396**	تعرضك للضرر من المكمل الغذائي وتعويضك عنه يشكل لك صورة ذهنية ايجابية	14
0,000	0,530**	شعورك بالرضا عن المكمل الغذائي يأتي من خلال تعويضك عن الضرر الذي تسبب لك من خلاله	15
0,000	0,481**	من خلال زيادة ثقافتك الاستهلاكية فيما يخص المكمل الغذائي تقوم باتخاذ قرار شرائي رشيد	16
0,000	0,621**	تتشكل في ذهنك صورة جيدة من خلال مشاهدتك للإعلانات التثقيفية التي تخص المكمل الغذائي c+zinc	17
0,000	0,664**	تشعر بالرضا لمختلف المكمل الغذائي من خلال برامج التوعية التي توفرها حماية المستهلك	18
0,000	0,583**	تتخذ قرار الشراء عند حصولك على مختلف الاحتياجات الأساسية من المكمل الغذائي c+zinc	19
0,000	0,637**	عند حصولك على الاحتياجات الأساسية من المكمل الغذائي تتكون في ذهنك صورة ايجابية	20
0,000	0,534**	شعورك بالرضا يأتي بعد حصولك على مختلف الاحتياجات الأساسية من المكمل الغذائي c+zinc	21
0,000	0,543**	عند شرائك للمكمل الغذائي c+zinc و تلاحظ نظافة الصيدلية تقوم باتخاذ القرار الشرائي	22

الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc لصيدلية بن سوھالي

0,000	0,539**	تتكون لديك صورة ذهنية ايجابية عند اقتنائك للمكمل الغذائي من خلال نظافة الصيدلية وترتيبها	23
0,004	0,384**	يتكون لديك الشعور بالرضا عندما تكون الصيدلية نظيفة	24
0,027	0,298*	تتخذ قرار شراء المكمل الغذائي عندما يكون لك الحق في المقاطعة	25
0,000	0,516**	عند حصولك على حق المقاطعة تتشكل لديك صورة ايجابية	26
0,000	0,509**	شعورك بالرضا عن المكمل الغذائي c+zinc يأتي بعد ضمان حقك في المقاطعة	27

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات برنامج الSPSS.

الجدول السابق يعكس قيم أن معاملات الارتباط بيرسون بين كل عبارة من عبارات المحور الثاني المتمثل في "حماية المستهلك ودورها في استهلاك المكمل الغذائي c+zinc لصيدلية بن سوھالي في زمن كورونا" والدرجة الكلية له، وكذلك مستوى الدلالة، حيث يتضح أن معاملات الارتباط كلها دالة عند مستوى المعنوية ( $\alpha=0,05$ )، وأن قيم R المحسوبة كانت في كل العبارات أكبر من قيمة R الجدولية المساوية لـ(0,273) عند نفس مستوى المعنوية فقد تراوحت ما بين [0,298-0,664]، وبالتالي فعبارات المحور الثاني لها ارتباط موجب وهي صادقة في قياسها لما وضعت لقياسه.

2-3- صدق الاتساق البنائي لأبعاد المحور الأول " حقوق المستهلك منتج c+zinc لصيدلية بن سوھالي في زمن كورونا":

الجدول رقم (16): معاملات الارتباط بيرسون لأبعاد المحور الأول "حقوق المستهلك لمنتج c+zinc لصيدلية بن سوھالي في زمن كورونا".

الرقم	البعد	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
01	حق الأمان	0,630**	0,000
02	حق الحصول على المعلومات	0,805**	0,000
03	حق الاختيار	0,676**	0,000
04	حق سماع رأي المستهلك	0,693**	0,000
05	حق التعويض	0,660**	0,000

الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوھالي

0,000	0,722**	حق التنقيف	06
0,000	0,740**	حق الحصول على الاحتياجات الأساسية	07
0,000	0,588**	حق العيش في بيئة صحية	08
0,002	0,401**	حق المقاطعة	09

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات برنامج الـSPSS.

يبين الجدول السابق مدى ارتباط كل بعد من أبعاد المحور الأول "حقوق المستهلك لمنتج c+zinc لصيدلية بن سوھالي في زمن كورونا" بالدرجة الكلية له، ومنه يتضح أنّ معاملات الارتباط بيرسون كلها دالة عند مستوى المعنوية ( $\alpha=0,05$ )، وأنّ قيمها R المحسوبة قد تراوحت ما بين [0,805-0,401]، وبذلك فجميعها أكبر من قيمة R الجدولية المساوية لـ(0,273) عند نفس مستوى المعنوية، وبالتالي فأبعاد المحور الأول لها ارتباط موجب وهي صادقة في قياسها لما وضعت لقياسه.

#### 2-4- صدق الاتساق البنائي لمحاور الاستبيان:

الجدول رقم (17): معاملات الارتباط بيرسون لمحاور الاستبيان.

الرقم	المحور	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
01	حقوق المستهلك منتج c+zinc لصيدلية بن سوھالي في زمن كورونا	0,919**	0,000
02	حماية المستهلك ودورها في استهلاك المكمل الغذائي c+zinc	0,926**	0,000

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات برنامج الـSPSS.

الجدول السابق يوضح مدى ارتباط كل محور من محاور الاستبيان بدرجة الكلية، ونلاحظ من خلاله أنّ معاملات الارتباط بيرسون كلها دالة عند مستوى المعنوية ( $\alpha=0,05$ )، وأنّ قيمها R المحسوبة للمحور الأول قدرت بـ0,919، وقيمتها بالنسبة للمحور الثاني قدرت بـ0,926، وكلاهما أكبر بكثير من قيمة R الجدولية المساوية لـ(0,273) عند نفس مستوى المعنوية، وبالتالي يمكن القول أنّ محتوى كل محور من محوري الاستبيان له علاقة وارتباط قوي جدا بهدف الدراسة، وأداة الدراسة ككل صادقة في قياسها لما وضعت لقياسه.

الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوھالي

ثانيا- ثبات أداة الدراسة: (أنظر الملحق رقم 04)

الجدول رقم (18): قيم معاملات الثبات "ألفا كرونباخ".

معامل ألفا كرونباخ	عدد العبارات	الاستبيان
0,657	03	البعد الأول "حق الأمان"
0,650	03	البعد الثاني "حق الحصول على المعلومات"
0,822	03	البعد الثالث "حق الاختيار"
0,759	03	البعد الرابع "حق سماع رأي المستهلك"
0,674	03	البعد الخامس "حق التعويض"
0,609	03	البعد السادس "حق التقيف"
0,787	03	البعد السابع "حق الحصول على الاحتياجات الأساسية"
0,684	03	البعد الثامن "حق العيش في بيئة صحية"
0,893	03	البعد التاسع "حق المقاطعة"
<b>0,899</b>	<b>27</b>	<b>المحور الأول "حقوق المستهلك منتج c+zinc لصيدلية بن سوھالي في زمن كورونا كل الحقوق"</b>
<b>0,902</b>	<b>27</b>	<b>المحور الثاني "حماية المستهلك ودورها في استهلاك المكمل الغذائي c+zinc"</b>
<b>0,939</b>	<b>54</b>	<b>الثبات الكلي</b>

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات برنامج الSPSS.

من خلال الجدول السابق يتضح لنا جليا أنّ قيم معامل الثبات تراوحت ما بين [0,609-0,939] وجميعها أكبر من الحد الأدنى المشروط في مثل هذه الاختبارات (0,60)، كما أن قيمة الثبات الكلي والمقدرة بـ0,939 تؤكد لنا على أنّ أداة الدراسة (الاستبيان) على قدر عال جدا من الثبات، وبالتالي يمكن الاعتماد عليه في جمع بيانات الدراسة والوثوق في نتائج ومن ثم تعميمها على مجتمع الدراسة ككل.

## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوھالي

### المطلب الرابع: الأساليب الإحصائية المستخدمة.

تتعدد أساليب التحليل الإحصائي وتتنوع ويبقى للباحث حرية اختيار الأساليب التي يعتمدها في عرض وتحليل بيانات دراسته طبعاً بما يتناسب وطبيعة هذه الدراسة. وفي دراستنا اعتمدنا مجموعة من الأساليب الإحصائية، بالاستعانة كما سبقت الإشارة إليه ببرنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية في إصداره الـ25، Statistical Package for the Social Sciences (SPSS/V25) وذلك بعد القيام بتفريغ بيانات الاستبيانات المسترجعة والمقبولة، والأساليب الإحصائية التي استخدمناها هي:

- ❖ **التكرارات والنسب المئوية:** وذلك لوصف وتحليل البيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة.
- ❖ **المتوسط الحسابي:** لمعرفة درجة موافقة أفراد عينة عن مضمون كل عبارة من عبارات أداة الدراسة، والمتوسط الحسابي هو أحد مقاييس النزعة المركزية، وهو قيمة القيمة المتوسطة التي تتجمع حولها بقية قيم المجموعة، ومن خلالها يمكن الحكم على بقية القيم ومعرفة تركيز إجابات أفراد عينة الدراسة.
- ❖ **الانحراف المعياري:** يعتبر واحداً من مقاييس النزعة المركزية ، يستخدم لمعرفة درجة تشتت إجابات أفراد العينة حول عبارات الاستبيان عن متوسطاتها الحسابية.
- ❖ **معامل الارتباط بيرسون لقياس درجة الارتباط:** يستخدم هذا المعامل لمعرفة ارتباط كل عبارة مع البعد أو المحور الذي تنتمي إليه، وكذا ارتباط كل بعد مع المحور الذي ينتمي إليه وأيضاً ارتباط كل محور مع الدرجة الكلية للاستبيان.
- ❖ **معامل الثبات ألفا كرونباخ:** وهذا من أجل معرفة درجة ثبات الاستبيان ومحاوره وأبعاده.
- ❖ **معامل كولمغروف سميرونوف:** لمعرفة نوع التوزيع الخاص ببيانات الدراسة (المتغير المستقل).
- ❖ **تحليل الانحدار البسيط (Simple Regression Analysis):** لاختبار الفرضية الرئيسية الثانية والفرضيات الفرعية الفرعية للدراسة.
- ❖ **اختبار T البسيط لعينة واحدة:** لاختبار الفرضية الرئيسية الأولى ومعرفة ما إذا كان اعتماد لحماية المستهلك في صيدلة بن سوھالي.

## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوهالي

### المبحث الثاني: عرض النتائج واختبار الفرضيات.

من خلال هذا المبحث سنقوم بعرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية وذلك انطلاقاً من البيانات الشخصية لعينة الدراسة (الجنس، السن، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، الدخل)، ثم سننتقل إلى عرض وتحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات الاستبيان، وأخيراً سنقوم بعرض وتحليل وتفسير نتائج اختبار فرضيات الدراسة لنتمكن من الإجابة عن إشكالياتها.

المطلب الأول: عرض وتحليل البيانات الشخصية. (أنظر الملحق رقم 05)

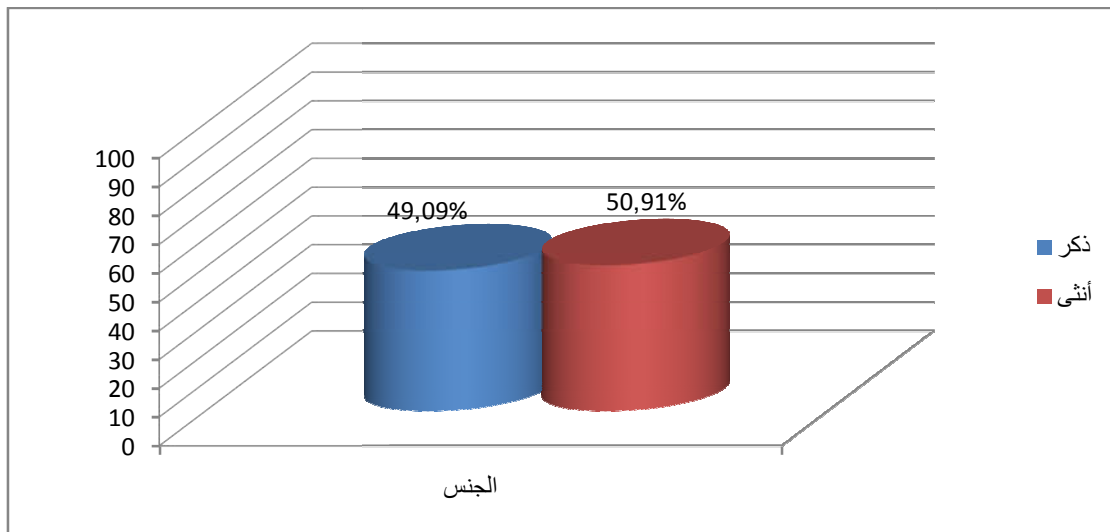
#### 1- الجنس:

الجدول رقم (19): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس.

النسبة المئوية (%)	التكرار	الجنس
49,09	27	ذكر
50,91	28	أنثى
100,00	55	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات برنامج الـSPSS.

الشكل رقم (09): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس.



المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات برنامجي الـSPSS والـExcel.

## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوھالي

من خلال الجدول والشكل السابقين الذي يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس، يتضح أنّ أفراد عينة الدراسة كانوا موزعين تقريبا بصورة متكافئة بين الجنسين، حيث أن النسب كانت متقاربة جدا فقد قدر عدد الذكور بـ 27 ما يقابل نسبة 49,09%، أمّا الإناث فكان عددهن 28 بنسبة مئوية قدرها 50,91%.

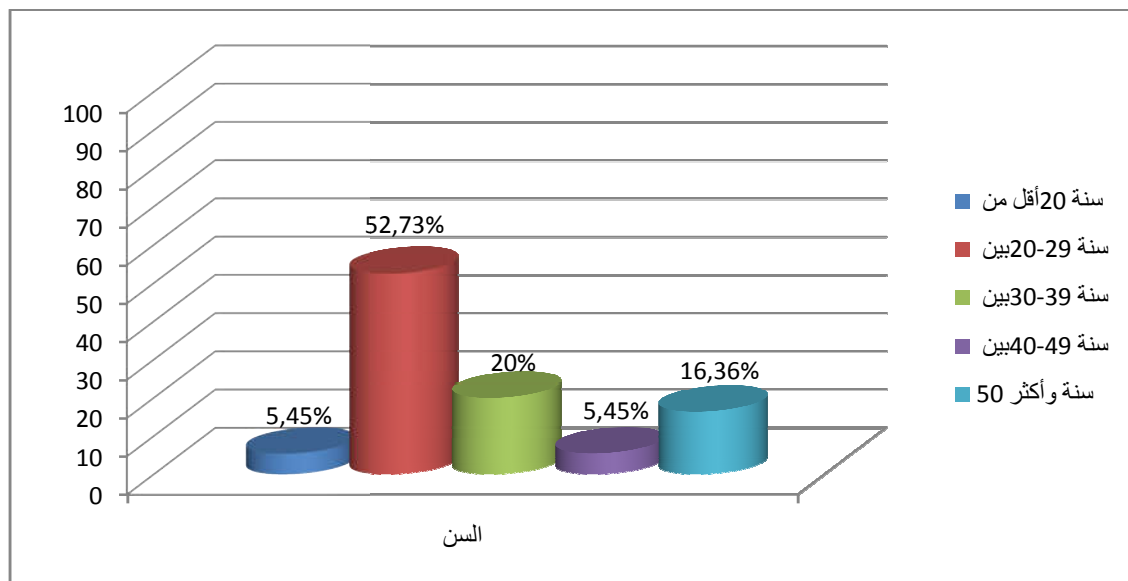
2- السن:

الجدول رقم (20): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن.

النسبة المئوية (%)	التكرار	السن
5,45	3	أقل من 20 سنة
52,73	29	بين 20-29 سنة
20,00	11	بين 30-39 سنة
5,45	3	بين 40-49 سنة
16,36	9	50 سنة وأكثر
<b>100,00</b>	<b>55</b>	<b>المجموع</b>

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

الشكل رقم (10): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن.



المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات برنامجي SPSS وExcel.



## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوھالي

بملاحظتنا للجدول والشكل السابقين واللذين يمثلان توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن يتضح لنا جليا التفاوت في توزيع أفراد عينة الدراسة على الفئات العمرية، فالعينة ضمت 5 فئات عمرية، حيث أنّ الفئة العمرية (بين 20-29 سنة) بلغ تكرارها 29 ، أي أنّ أكثر من نصف من أفراد عينة الدراسة كانوا ينتمون إلى هذه الفئة 29 فرداً، وهذا ما يقابله نسبة 52,73%، أتت بعدها فئة (بين 30-39 سنة) بتكرار 11 ونسبة قدرها 20,00%، في المرتبة الثالثة أتت فئة (50 سنة وأكثر) بتكرار 9 ونسبة 16,36%، وأخيرا بتكرار ونسب متساوية أتت كل من فئة (أقل من 20 سنة) وفئة (ما بين 40-49 سنة)، وهذا يعكس لنا أنّ أغلب مستهلكي المكمل الغذائي c+zinc كانوا من فئة الشباب.

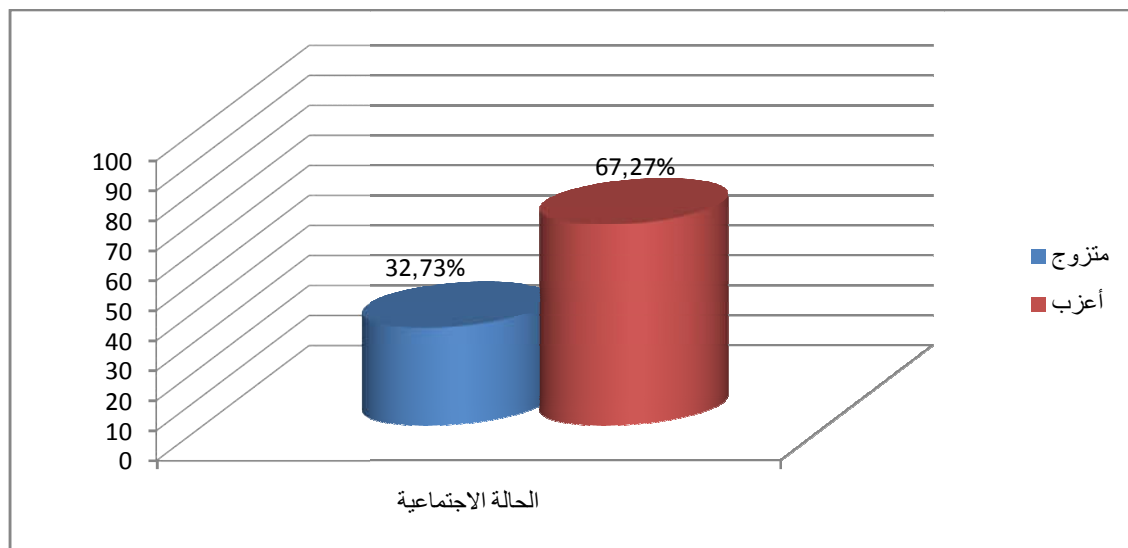
### 3- الحالة الاجتماعية:

الجدول رقم (21): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية.

النسبة المئوية (%)	التكرار	الحالة الاجتماعية
32,73	18	متزوج
67,27	37	أعزب
100,0	55	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

الشكل رقم (11): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية.



المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات برنامجي SPSS والExcel.

## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوھالي

الجدول والشكل السابقين يبينان توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية، ومن خلالهما يتضح أنّ الأفراد كانوا موزعين على فئتين فقط وهما فئة المتزوجين وفئة العزاب، وهذه الثانية كانت أعلى نسبة من الأولى فقد قدر عدد العزاب بـ37 فرد بنسبة قدرها 67,27%، أمّا فئة المتزوجين فقد تكرر بها 18 فرد بنسبة مئوية قدرها 32,73%، وهذه النتائج تتناسب مع توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن الذي وضحناه سابقاً.

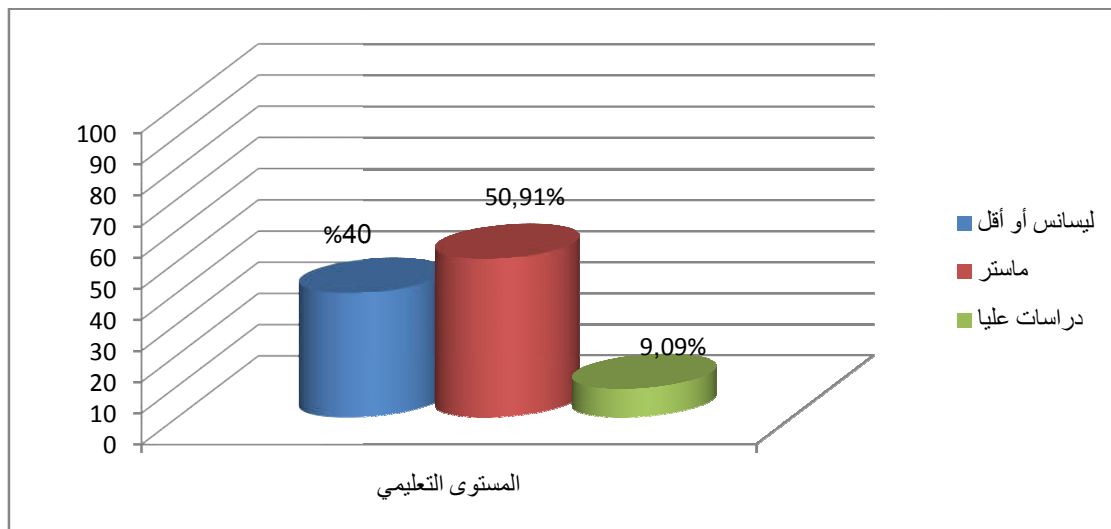
### 4- المستوى التعليمي:

الجدول رقم (22): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي.

النسبة المئوية (%)	التكرار	المستوى التعليمي
40,00	22	ليسانس أو أقل
50,91	28	ماستر
9,09	5	دراسات عليا
100,00	55	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات برنامج الـSPSS.

الشكل رقم (12): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي.



المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات برنامجي الـSPSS والـExcel.

## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوھالي

من خلال الجدول والشكل السابقين الذين يمثلان توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي، نتبين بأنهم كانوا موزعين على ثلاث مستويات تعليمية وبنسب متفاوتة، حيث أنّ أعلى نسبة كانت لفئة الماستر، حيث قدرت بـ 50,91% أي أنّ 28 فرد من العينة لديهم مستوى ماستر، ليس ببعيد عن الفئة السابقة تأتي فئة ليسانس أو أقل بنسبة مقاربة قدرها 40% بعدد 22 فرد، وأخيرا تأتي فئة دراسات عليا حيث لم يتجاوز عدد الأفراد بها 5 أفراد ما نسبته 9,09%.

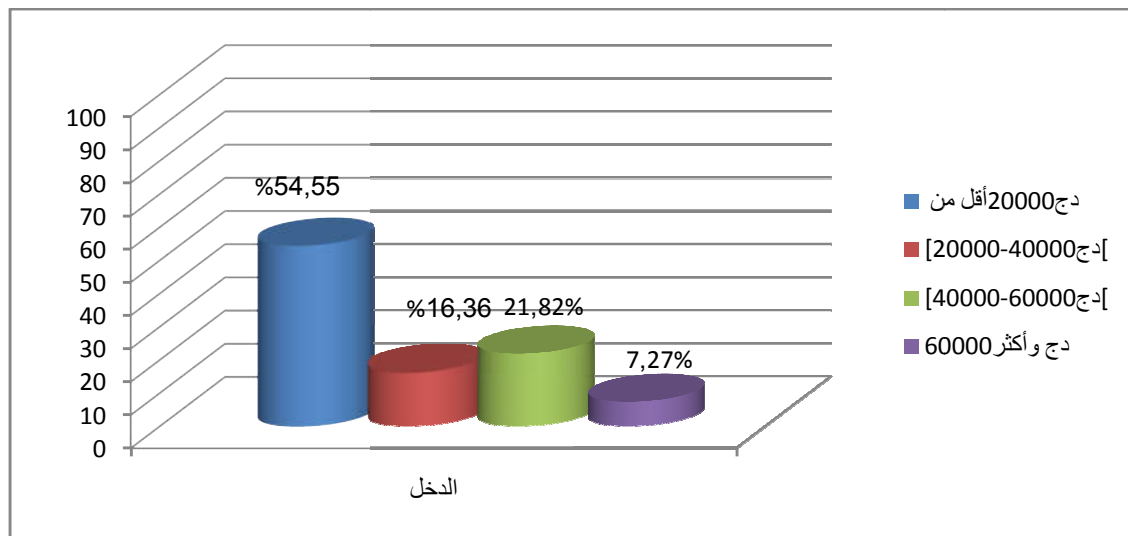
5- الدخل:

الجدول رقم (23): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الدخل.

النسبة المئوية (%)	التكرار	الدخل
54,55	30	أقل من 20000 دج
16,36	9	[20000-40000 دج]
21,82	12	[40000-60000 دج]
7,27	4	60000 دج وأكثر
100,00	55	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات برنامج الـSPSS.

الشكل رقم (13): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الدخل.



المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات برنامجي الـSPSS والـExcel.

## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوهالي

ينعكس توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الدخل من خلال الجدول والشكل السابقين، حيث نلاحظ أنّ فئة أصحاب الدخل الأقل من 20000 دج كانت أكثر تكرارا حيث قدر عدد الأفراد بها 30 فرد ما نسبته 54,55%، بعدها في الترتيب تأتي فئة الدخل [40000-60000 دج] حيث قدر عدد الأفراد بها بـ12 فردا ما يقابل نسبة مئوية قدرها 21,82%، ليس ببعيد عن سابقتها تأتي فئة الدخل [20000-40000 دج] والتي قدر تكرارها بـ9 ما يقابل نسبة 16,36%، في الترتيب الأخير أتت فئة أصحاب الدخل المقدر بـ60000 دج وأكثر، حيث بلغ عدد أفرادها 5 أفراد بنسبة مئوية قدرها 7,27%.

المطلب الثاني: عرض وتحليل البيانات المتعلقة بموضوع الدراسة. (أنظر الملحق رقم 06)

أولاً- عرض وتحليل بيانات المحور الأول "حقوق المستهلك منتج c+zinc لصيدلية بن سوهالي في زمن كورونا":

1- البعد الأول: "حق الأمان".

الجدول رقم (24): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات البعد الأول "حق الأمان".

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
01	توفر لك صيدلية بن سوهالي الحماية التامة من الأضرار الناجمة عن المكمل الغذائي c+zinc	3,55	1,05	عالية	3
02	تضمن لك صيدلية بن سوهالي "الأمان" من خلال مصداقية المعلومات التي تقدمها لك بخصوص المكمل الغذائي c+zinc	3,89	0,96	عالية	1
03	تضمن لك صيدلية بن سوهالي سلامة صحتك من خلال حرصها على ضمان منتجاتها من بينها منتج c+zinc	3,85	0,73	عالية	2
	البعد الأول "حق الأمان"	3,76	0,71	عالية	

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوھالي

يبين الجدول السابق المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات البعد الأول "حق الأمان"، ومن خلاله يتضح أن:

**العبرة رقم 01:** احتلت الترتيب الثالث والأخير بين عبارات البعد من حيث أهميتها النسبية، حيث قدر متوسطها الحسابي 3,55 وهو ينتمي إلى المجال [4,20-3,40]، ما يدل أنّ أفراد عينة الدراسة لديهم درجة موافقة عالية حول متضمن هذه العبرة، أمّا الانحراف المعياري فقدرت قيمته بـ1,05، ومن هنا يتضح أنّ صيدلية بن سوھالي توفر الحماية التامة من الأضرار الناجمة عن المكمل الغذائي c+zinc بدرجة عالية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

**العبرة رقم 02:** عكس سابقتها تصدرت الترتيب من حيث الأهمية النسبية بمتوسط حسابي قدره 3,89، وهو ينتمي إلى المجال [4,20-3,40]، وهذا يعكس درجة الموافقة العالية لأفراد عينة الدراسة بخصوص محتوى العبرة، في حين قدر الانحراف المعياري للعبرة بـ0,96، ومنه فإنّ صيدلية بن سوھالي تضمن لمستهلك المكمل الغذائي c+zinc الأمان من خلال المعلومات التي تقدمها له بخصوص هذا المنتج، وهذا حسب رأي أفراد عينة الدراسة.

**العبرة رقم 03:** احتلت الترتيب الثاني من حيث الأهمية النسبية، فقد قدر متوسطها الحسابي بـ3,85 وهو ينتمي إلى المجال [4,20-3,40]، ما يبين أنّ أفراد عينة الدراسة موافقين بدرجة عالية على مضمون العبرة، وفيما يتعلق بالانحراف المعياري فقد قدر بـ0,73، إذن يمكن القول على حد رأي أفراد عينة الدراسة أنّ صيدلية بن سوھالي تضمن سلامة صحة زبائنها من خلال حرصها على ضمان منتجاتها ومن بينها منتج c+zinc.

فيما يخص البعد الأول ككل "حق الأمان" يتبين أنّ متوسطه الحسابي قدر بـ3,76، وهو ينتمي إلى المجال [4,20-3,40]، ما يدل على أنّ أفراد عينة الدراسة لديها درجة موافقة عالية حول مضمون هذا البعد أي أنّ صيدلية بن سوھالي تضمن حق الأمان لمستهلكي المكمل الغذائي c+zinc وهذا من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، أمّا الانحراف المعياري للبعد فقدر بـ0,71 وهو أقل من 1 وهذا دليل على تقارب إجابات أفراد عينة الدراسة وتمركزها حول قيمة المتوسط الحسابي.

الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوهالي

2- البعد الثاني "حق الحصول على المعلومات":

الجدول رقم (25): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات البعد الثاني "حق الحصول على المعلومات".

الترتيب	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبرة	الرقم
2	عالية جدا	0,81	4,29	تواريخ الإنتاج والانتهاؤ مدونة على علبه المكمل الغذائي c+zinc	01
1	عالية جدا	0,74	4,31	أسعار المكمل الغذائي c+zinc مثبتة فيه ومعلنة في الملصقة المصغرة la vignette	02
3	عالية	0,90	4,11	البيانات والمعلومات المدونة على المكمل الغذائي c+zinc، تمكنك من اتخاذ قرار الشراء	03
عالية جدا		0,63	4,24	البعد الثاني "حق الحصول على المعلومات"	

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

الجدول السابق يمثل المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات البعد الثاني "حق الحصول على المعلومات"، ومن خلاله يتبين أن:

**العبرة رقم 01:** أنت في الترتيب الثاني بين عبارات البعد من حيث أهميتها النسبية، حيث قدر متوسطها الحسابي 4,29 وهو ينتمي إلى المجال [4,20-5,00]، ما يدل أن أفراد عينة الدراسة لديهم درجة موافقة عالية جدا حول محتوى هذه العبرة، أما الانحراف المعياري فقدرت قيمته بـ0,81، ومن هنا يتضح أن تواريخ الإنتاج وانتهاء الصلاحية مدونة على علبه المكمل الغذائي c+zinc حسب آراء أفراد عينة الدراسة.

**العبرة رقم 02:** كانت في الصدارة من حيث الأهمية النسبية بمتوسط حسابي قدره 4,31، وهو ينتمي إلى المجال [4,20-5,00]، وهذا يبين أن درجة الموافقة عالية جدا لدى أفراد عينة الدراسة بخصوص مضمون العبرة، في حين قدر الانحراف المعياري للعبرة بـ0,74، ومنه فإن أسعار المكمل الغذائي c+zinc مثبتة فيه ومعلنة في الملصقة المصغرة la vignette، وهذا ما نصت عليه إجابات أفراد عينة الدراسة.

## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوھالي

العبارة رقم 03: احتلت الترتيب الثالث والأخير بين عبارات هذا البعد من حيث الأهمية النسبية، فقد قدر متوسطها الحسابي بـ4,11 وهو ينتمي إلى المجال [3,40-4,20]، ما يبين أنّ أفراد عينة الدراسة موافقين بدرجة عالية على متضمن العبارة، وفيما يتعلق بالانحراف المعياري فقد قدر بـ0,90، إذن يمكن القول أنّ البيانات والمعلومات المدونة على المكمل الغذائي c+zinc، تمكن الزبائن من اتخاذ قرار الشراء، وهذا حسب رأي أفراد عينة الدراسة.

بخصوص البعد "حق الحصول على المعلومات" إجمالاً، يتضح من الجدول أنّ متوسطه الحسابي قدر بـ4,24، وهو ينتمي إلى المجال [4,20-5,00]، ما يؤكد أنّ أفراد عينة الدراسة لديهم درجة موافقة عالية جداً بخصوص هذا البعد أي أنّ صيدلية بن سوھالي تضمن لهم حق الحصول على المعلومات، أمّا فيما يتعلق بالانحراف المعياري للبعد فقد قدر بـ0,63 وهو أقل من 1 وهذا دليل على تقارب إجابات أفراد عينة الدراسة وتمركزها حول قيمة المتوسط الحسابي.

### 3- البعد الثالث "حق الاختيار":

الجدول رقم (26): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات البعد الثالث "حق الاختيار".

الترتيب	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة	الرقم
3	عالية	0,84	3,75	تتوفر للمستهلك في صيدلية بن سوھالي بالطاهير بدائل مختلفة للمكمل الغذائي c+zinc	01
2	عالية	0,89	3,85	يتيح لك فرصة الاختيار من خلال تواجد أنواع مختلفة للمكمل الغذائي في صيدلية بن سوھالي بطاهير	02
1	عالية	0,89	4,02	تقوم باختيار البديل الأمثل من بين البدائل المتواجدة في صيدلية بن سوھالي من خلال الجودة و السعر المناسب للمكمل الغذائي c+zinc	03
عالية		0,75	3,87	البعد الثالث "حق الاختيار"	

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات برنامج الـSPSS.

## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوھالي

يتضح من الجدول السابق المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات البعد الثالث "حق الاختيار"، حيث أن:

**العبرة رقم 01:** أنت في آخر ترتيب عبارات البعد من حيث أهميتها النسبية، حيث قدر متوسطها الحسابي 3,75 وهو ينتمي إلى المجال [4,20-3,40]، ما يدل أن أفراد عينة الدراسة لديهم درجة موافقة عالية حول متضمن هذه العبرة، أما الانحراف المعياري فقدت قيمته بـ0,84، ومن هنا يتضح أنه تتوفر للمستهلك في صيدلية بن سوھالي بالطاهير بدائل مختلفة للمكمل الغذائي c+zinc، وهذا من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

**العبرة رقم 02:** احتلت الرتبة الثانية من حيث الأهمية النسبية بمتوسط حسابي قدره 3,85، وهو ينتمي إلى المجال [4,20-3,40]، وهذا يعكس درجة الموافقة العالية لأفراد عينة الدراسة بخصوص محتوى العبرة، في حين قدر الانحراف المعياري للعبرة بـ0,89، ومنه فإن فرصة الاختيار متاحة للزبائن من خلال تواجد أنواع مختلفة للمكمل الغذائي في صيدلية بن سوھالي بطاهير، وهذا حسب رأي أفراد عينة الدراسة.

**العبرة رقم 03:** تصدرت الترتيب من حيث الأهمية النسبية، فقد قدر متوسطها الحسابي بـ4,02 وهو ينتمي إلى المجال [4,20-3,40]، ما يبين أن أفراد عينة الدراسة موافقين بدرجة عالية على مضمون العبرة، وفيما يتعلق بالانحراف المعياري فكان بنفس قيمة سابقه أي 0,89، إذن يمكن القول أن أفراد عينة الدراسة يقومون باختيار البديل الأمثل من بين البدائل المتواجدة في صيدلية بن سوھالي، من خلال الجودة والسعر المناسب للمكمل الغذائي c+zinc، وهذا من وجهة نظرهم.

بالنسبة للبعد الثالث ككل "حق الاختيار" نلاحظ أن متوسطه الحسابي قدر بـ3,87، وهو ينتمي إلى المجال [4,20-3,40]، ما يدل على أن أفراد عينة الدراسة لديها درجة موافقة عالية حول مضمون هذا البعد أي أن صيدلية بن سوھالي تضمن حق الاختيار لمستهلكي المكمل الغذائي c+zinc وهذا من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، أما الانحراف المعياري للبعد فقدر بـ0,75 وهو أقل من 1 وهذا دليل على تقارب إجابات أفراد عينة الدراسة وتمركزها حول قيمة المتوسط الحسابي.



الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوهالي

4- البعد الرابع "حق سماع رأي المستهلك":

الجدول رقم (27): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات البعد الرابع "حق سماع رأي المستهلك".

الترتيب	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبرة	الرقم
1	عالية	0,90	3,58	تهتم صيدلية بن سوهالي باقتراحاتك المتعلقة بالمكمل الغذائي c+zinc	01
1	عالية	0,83	3,58	تحرص صيدلية بن سوهالي على معالجة أي شكوى من طرفك فيما يخص المكمل الغذائي	02
2	عالية	0,99	3,42	تترك لك صيدلية بن سوهالي المجال لإبداء رأيك عن المكمل الغذائي c+zinc	03
عالية		0,75	3,53	البعد الرابع "حق سماع رأي المستهلك"	

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

يمثل الجدول السابق المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات البعد الرابع "حق سماع رأي المستهلك"، ومن خلاله يتبين أن:

كل من العبارتين رقم 01 و02: احتلنا المرتبة الأولى مناصفة من حيث الأهمية النسبية، حيث قدر متوسطهما الحسابي 3,58 وهو ينتمي إلى المجال [3,40-4,20]، ما يدل أن أفراد عينة الدراسة لديهم درجة موافقة عالية حول محتوئهما، أما الانحراف المعياري فتباينت قيمته بـ0,07 لصالح العبارة رقم 01، فقد قدر بـ0,90، أما بالنسبة للعبارة رقم 02 فقد قدر بـ0,83، ومن هنا يتضح صيدلية بن سوهالي تهتم باقتراحات الزبائن المتعلقة بالمكمل الغذائي c+zinc وتحرص على معالجة أي شكوى من طرفهم بخصوص ذات المنتج، وهذا حسب آراء أفراد عينة الدراسة.

العبارة رقم 03: أتت بعد سابقتها من حيث الأهمية النسبية، فقد قدر متوسطها الحسابي بـ3,42 وهو ينتمي إلى المجال [3,40-4,20]، ما يبين أن أفراد عينة الدراسة موافقين بدرجة عالية على متضمن العبارة، وفيما

## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوهالي

يتعلق بالانحراف المعياري فقد قدر بـ0,99، إذن يمكن القول أنّ صيدلية بن سوهالي تترك لزيائنها المجال لإبداء آرائهم حول المكمل الغذائي c+zinc، وهذا ما جاء في إجابات أفراد عينة الدراسة بدرجة عالية.

فيما يخص بعد "حق سماع رأي المستهلك" إجمالاً، يتبين أنّ أفراد عينة الدراسة لديهم درجة موافقة عالية بخصوص هذا البعد أي أنّ صيدلية بن سوهالي تضمن حق سماع رأي المستهلك، وهذا ما نلمسه من خلال قيمة متوسطه الحسابي المقدرة بـ3,53، المنتمي إلى المجال [3,40-4,20]، أمّا فيما يتعلق بالانحراف المعياري للبعد فقد قدر بـ0,75 وهو أقل من 1 وهذا دليل على تقارب إجابات أفراد عينة الدراسة وتمركزها حول قيمة المتوسط الحسابي.

### 5- البعد الخامس "حق التعويض":

الجدول رقم (28): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات البعد الخامس "حق التعويض".

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
01	يتم تعويضك في حالة تعرضك لضرر بسبب منتج c+zinc	3,04	1,09	متوسطة	3
02	تستطيع إعادة المكمل الغذائي c+zinc في حالة عدم تعرضه للضرر	3,20	1,04	متوسطة	2
03	يتم تعويضك في حالة قبول الشكوى المقدمة من طرفك	3,44	1,00	عالية	1
البعد الخامس "حق التعويض"		3,22	0,81	متوسطة	

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS.

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات البعد الخامس "حق التعويض" موضحة في الجدول السابق، ومن خلاله نلاحظ أنّ:

العبارة رقم 01: أنت في آخر ترتيب عبارات البعد من حيث أهميتها النسبية، حيث قدر متوسطها الحسابي 3,04 وهو ينتمي إلى المجال [2,60-3,40]، ما يدل أنّ أفراد عينة الدراسة لديهم درجة موافقة متوسطة حول محتوى هذه العبارة، أمّا الانحراف المعياري فقد قدرت قيمته بـ1,09، ومن هنا يتضح أنّه لا يتم تعويض

## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوھالي

الزبون في حالة تعرضه لضرر بسبب منتج c+zinc في بعض الأحيان، وهذا حسب آراء أفراد عينة الدراسة.

**العبارة رقم 02:** احتلت المرتبة الثانية من حيث الأهمية النسبية بمتوسط حسابي قدره 3,20، وكسابقه هو الآخر ينتمي إلى المجال [2,60-3,40]، وهذا يبين أن درجة الموافقة متوسطة لدى أفراد عينة الدراسة بخصوص مضمون العبارة، في حين قدر الانحراف المعياري للعبارة بـ1,04، ومنه فإن بعض الزبائن لا يستطيعون إعادة المكمل الغذائي c+zinc في حالة عدم تعرضه للضرر، وهذا ما نصت عليه إجابات أفراد عينة الدراسة.

**العبارة رقم 03:** احتلت صدارة الترتيب بين عبارات هذا البعد من حيث الأهمية النسبية، فقد قدر متوسطها الحسابي بـ3,44 وهو ينتمي إلى المجال [3,40-4,20]، ما يبين أن أفراد عينة الدراسة موافقين بدرجة عالية على متضمن العبارة، وفيما يتعلق بالانحراف المعياري فقد قدر بـ1,00، إذن يمكن القول أن تعويض صيدلية بن سوھالي للزبون يكون في حالة قبول الشكوى المقدمة من طرفه، وهذا من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

فيما يتعلق ببعد "حق التعويض" إجمالاً، يتضح من الجدول أن متوسطه الحسابي قدر بـ3,22، وهو ينتمي إلى المجال [2,60-3,40]، ما يؤكد أن أفراد عينة الدراسة لديهم درجة موافقة متوسطة بخصوص هذا البعد أي أن صيدلية بن سوھالي لا تضمن لهم حق التعويض دائماً ولكن يكون ذلك في حالة قبول الشكوى حسب ما أكدته نتائج العبارة رقم 03 من هذا البعد، أما فيما يتعلق بالانحراف المعياري للبعد فقدر بـ0,81 وهو أقل من 1 وهذا دليل على تقارب إجابات أفراد عينة الدراسة وتمركزها حول قيمة المتوسط الحسابي.

الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوھالي

6- البعد السادس "حق التثقيف":

الجدول رقم (29): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات البعد السادس "حق التثقيف".

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
01	يقدم لك مقدمو الخدمة بصيدلية بن سوھالي معلومات توعية حول الآثار الجانبية للمكمل الغذائي	3,84	1,00	عالية	3
02	يمكنك طلب الحصول على المعلومات الكافية حول المكمل الغذائي c+zinc من مقدمي الخدمة	4,22	0,71	عالية جدا	1
03	تتوفر بصيدلية بن سوھالي بعض الملصقات الخاصة بالمكمل الغذائي c+zinc	3,93	0,86	عالية	2
البعد السادس "حق التثقيف"		3,99	0,65	عالية	

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات برنامج الSPSS.

يبين الجدول السابق المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات البعد السادس "حق التثقيف"، ومن خلاله يتبين أن:

**العبارة رقم 01:** أنت في آخر الترتيب من حيث الأهمية النسبية، حيث قدر متوسطها الحسابي 3,84 وهو ينتمي إلى المجال [3,40-4,20]، ما يدل أن أفراد عينة الدراسة لديهم درجة موافقة عالية حول محتواها، أما الانحراف المعياري فقدت قيمته بـ1,00، إذن فمقدمو الخدمة بصيدلية بن سوھالي يقدمون لزبائنهم معلومات توعية حول الآثار الجانبية للمكمل الغذائي، وهذا بحسب رأي أفراد عينة الدراسة.

**العبارة رقم 02:** عكس السابقة أنت في صدارة الترتيب من حيث الأهمية النسبية، فقد قدر متوسطها الحسابي بـ4,22 وهو ينتمي إلى المجال [4,20-5,00]، ما يبين أن أفراد عينة الدراسة موافقين بدرجة عالية جدا على متضمن العبارة، وبخصوص الانحراف المعياري لها فقد قدر بـ0,71، إذن يمكن القول أن زبائن صيدلية بن سوھالي يمكنهم طلب الحصول على المعلومات الكافية حول المكمل الغذائي c+zinc من مقدمي الخدمة، وهذا ما أكدته إجابات أفراد عينة الدراسة بدرجة عالية.

## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوھالي

العبارة رقم 03: احتلت المرتبة الوسط أي الثانية من حيث الأهمية النسبية، بمتوسط حسابي قدره 3,93 والمنتمي إلى المجال [3,40-4,20]، ما يعكس درجة الموافقة العالية لدى أفراد عينة الدراسة حول متضمن هذه العبارة، بينما أتى انحرافها المعياري بقيمة 0,86، ومن هنا يتضح أنه تتوفر بصيدلية بن سوھالي بعض الملصقات الخاصة بالمكمل الغذائي c+zinc ، وهذا على حد قول أفراد عينة الدراسة.

فيما يخص بعد "حق التثقيف" إجمالاً، يتبين أنّ أفراد عينة الدراسة لديهم درجة موافقة عالية بخصوص هذا البعد أي أن صيدلية بن سوھالي تضمن حق التثقيف لزبائنھا، وهذا ما نلمسه من خلال قيمة متوسطه الحسابي المقدرة بـ3,99 المنتمي إلى المجال [3,40-4,20]، بخصوص الانحراف المعياري للبعد فقدر بـ0,65 وهو أقل من 1 وهذا دليل على تقارب إجابات أفراد عينة الدراسة وتمركزھا حول قيمة المتوسط الحسابي.

### 7- البعد السابع "حق الحصول على الاحتياجات الأساسية":

الجدول رقم (30):المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات البعد السابع "حق الحصول على الاحتياجات الأساسية".

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
01	توفر لك صيدلية بن سوھالي أنواع مختلفة من المكمل الغذائي c+zinc بأسعار مختلفة	3,82	0,98	عالية	2
02	توفر لك صيدلية بن سوھالي مختلف الأنواع الموجودة بالسوق الدوائية من المكمل الغذائي	3,84	0,94	عالية	1
03	توفر لك صيدلية بن سوھالي أنواع مختلفة من c+zinc بالجودة والكمية المناسبة	3,73	0,97	عالية	3
	البعد السابع "حق الحصول على الاحتياجات الأساسية"	3,79	0,65	عالية	

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS.

يتضح من الجدول السابق المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات البعد السابع "حق الحصول على الاحتياجات الأساسية"، حيث أنّ:

## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوهالي

**العبارة رقم 01:** احتلت المرتبة الثانية من حيث الأهمية النسبية، حيث قدر متوسطها الحسابي 3,82 وهو ينتمي إلى المجال [4,20-3,40]، ما يدل أنّ أفراد عينة الدراسة لديهم درجة موافقة عالية حول متضمن هذه العبارة، أمّا الانحراف المعياري فقدت قيمته بـ0,98، ومن هنا يتضح أنّ صيدلية بن سوهالي توفر للزبون أنواع مختلفة من المكمل الغذائي c+zinc بأسعار مختلفة، وهذا من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

**العبارة رقم 02:** احتلت المرتبة الأولى من حيث الأهمية النسبية بمتوسط حسابي قدره 3,84، وهو ينتمي إلى المجال [4,20-3,40]، وهذا يعكس درجة الموافقة العالية لأفراد عينة الدراسة بخصوص محتوى العبارة، في حين قدر الانحراف المعياري للعبارة بـ0,94، ومنه فإنّ صيدلية بن سوهالي توفر للزبون مختلف الأنواع الموجودة بالسوق الدوائية من المكمل الغذائي، وهذا حسب رأي أفراد عينة الدراسة.

**العبارة رقم 03:** احتلت المرتبة الثالثة والأخيرة بين عبارات هذا البعد من حيث الأهمية النسبية، فقد قدر متوسطها الحسابي بـ3,73 وهو ينتمي إلى المجال [4,20-3,40]، ما يبين أنّ أفراد عينة الدراسة موافقين بدرجة عالية على مضمون العبارة، وفيما يتعلق بالانحراف المعياري فقدت قيمته بـ0,97، إذن يمكن القول أنّ صيدلية بن سوهالي توفر لزيائنها أنواعاً مختلفة من c+zinc بالجودة والكمية المناسبة، وهذا من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

بالنسبة للبعد السابع ككل "حق الحصول على الاحتياجات الأساسية" نلاحظ أنّ متوسطه الحسابي قدر بـ3,79، وهو ينتمي إلى المجال [4,20-3,40]، ما يدل على أنّ أفراد عينة الدراسة لديها درجة موافقة عالية حول مضمون هذا البعد أي أنّ صيدلية بن سوهالي تضمن حق الحصول على الاحتياجات الأساسية لزيائنها مستهلكي المكمل الغذائي c+zinc وهذا من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، أمّا الانحراف المعياري للبعد فقدر بـ0,65 وهو أقل من 1 وهذا دليل على تقارب إجابات أفراد عينة الدراسة وتمركزها حول قيمة المتوسط الحسابي.

الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوهالي

8- البعد الثامن "حق العيش في بيئة صحية":

الجدول رقم (31): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات البعد الثامن "حق العيش في بيئة صحية".

الترتيب	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبرة	الرقم
1	عالية جدا	0,70	4,20	توفر لك صيدلية بن سوهالي بيئة صحية ونظيفة ومريحة	01
3	عالية	1,03	3,89	تحفظ صيدلية بن سوهالي الأنواع المختلفة من c+zinc في رفوف بعيدة عن الرطوبة والحرارة	02
2	عالية	0,70	4,15	تلتزم صيدلية بن سوهالي باعتماد الملصقات الخاصة بضرورة النظافة والتعقيم	03
عالية		0,65	4,08	البعد الثامن "حق العيش في بيئة صحية"	

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

يمثل الجدول السابق المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات البعد الثامن "حق العيش في بيئة صحية"، ومن خلاله يتبين أن:

**العبرة رقم 01:** تصدرت ترتيب عبارات البعد من حيث الأهمية النسبية، بمتوسط الحسابي قيمته 4,20 وهو ينتمي إلى المجال [4,20-5,00]، ما يدل أن أفراد عينة الدراسة لديهم درجة موافقة عالية جدا حول محتواها، أما الانحراف المعياري لإجابات الأفراد حولها فقدت قيمته بـ0,70، ومنه يمكن القول أن صيدلية بن سوهالي توفر لزبائنهم بيئة صحية ونظيفة ومريحة، وهذا بحسب رأي أفراد عينة الدراسة.

**العبرة رقم 02:** عكس سابقتها أتت في ذيل الترتيب من حيث الأهمية النسبية، فقد قدر متوسطها الحسابي بـ3,89 وهو ينتمي إلى المجال [3,40-4,20]، ما يبين أن أفراد عينة الدراسة موافقين بدرجة عالية على متضمن العبرة، وبخصوص الانحراف المعياري الخاص بها فقد قدر بـ1,03، إذن يمكن القول أن صيدلية بن سوهالي تحفظ الأنواع المختلفة من c+zinc في رفوف بعيدة عن الرطوبة والحرارة، وهذا من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوھالي

العبارة رقم 03: احتلت المرتبة الثانية من حيث الأهمية النسبية، بمتوسط حسابي قدره 4,15 والمنتمي إلى المجال [3,40-4,20]، ما يعكس درجة الموافقة العالية لدى أفراد عينة الدراسة حول متضمن هذه العبارة، بينما أتى انحرافها المعياري بقيمة 0,70، ومن هنا يتضح أنّ صيدلية بن سوھالي تلتزم باعتماد الملصقات الخاصة بضرورة النظافة والتعقيم، وهذا على حد قول أفراد عينة الدراسة.

فيما يخص بعد "حق العيش في بيئة صحية" إجمالاً، يتبين أنّ أفراد عينة الدراسة لديهم درجة موافقة عالية بخصوص هذا البعد أي أن صيدلية بن سوھالي تضمن حق العيش في بيئة صحية لزبائنهم، وهذا ما تعكسه قيمة متوسطه الحسابي المقدرة بـ4,08 المنتمي إلى المجال [3,40-4,20]، أمّا فيما يخص الانحراف المعياري للبعد فقدّر بـ0,65 وهو أقل من 1 وهذا دليل على تقارب إجابات أفراد عينة الدراسة وتمركزها حول قيمة المتوسط الحسابي.

### 9- البعد التاسع "حق المقاطعة":

الجدول رقم (32): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات البعد التاسع "حق المقاطعة".

الترتيب	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة	الرقم
3	عالية	1,05	3,98	يحق لك مقاطعة المكمل الغذائي c+zinc وعدم اقتنائه من صيدلية بن سوھالي	01
2	عالية	0,92	4,11	يحق لك مقاطعة المكمل الغذائي c+zinc بمجرد الزيادة في أسعاره	02
1	عالية جدا	0,89	4,36	يحق لك مقاطعة المكمل الغذائي c+zinc عند تعرضك للأضرار أو الأعراض الجانبية عند استهلاكه	03
	عالية	0,86	4,15	البعد التاسع "حق المقاطعة"	
	عالية	0,48	3,85	المحور الأول "حماية حقوق المستهلك"	

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS.



## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوھالي

يبين الجدول السابق النتائج المتعلقة بالمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات البعد التاسع "حق المقاطعة"، وكذا المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية الكلية لهذا البعد، وكذا المحور الأول "حماية حقوق المستهلك"، ومن خلاله يتبين أن:

**العبارة رقم 01:** جاءت في الترتيب الأخير لعبارات البعد من حيث الأهمية النسبية، حيث قدرت قيمة متوسطها الحسابي بـ 3,98 وهو ينتمي إلى المجال [3,40-4,20]، وهو ما يبين أن أفراد عينة الدراسة لديهم درجة موافقة عالية حول مضمون هذه العبارة، أما الانحراف المعياري فبلغت قيمته 1,05، ومنه يمكن القول أن الزبون يحق له مقاطعة المكمل الغذائي c+zinc وعدم اقتنائه من صيدلية بن سوھالي، وهذا حسب وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

**العبارة رقم 02:** احتلت المرتبة الثانية من حيث الأهمية النسبية، بمتوسط حسابي قدر بـ 4,11 وهو ينتمي إلى المجال [3,40-4,20]، ما يوضح أن أفراد عينة الدراسة موافقين بدرجة عالية على محتوى العبارة، في حين أن الانحراف المعياري الخاص بها قدر بـ 0,92، إذن يمكن القول أن زبائن صيدلية بن سوھالي يحق لهم مقاطعة المكمل الغذائي c+zinc بمجرد الزيادة في أسعاره، وهذا حسب رأي أفراد عينة الدراسة.

**العبارة رقم 03:** تصدرت ترتيب عبارات البعد من حيث الأهمية النسبية، بمتوسط حسابي قدره 4,36 والمنتمي إلى المجال [4,20-5,00]، ما يدل على وجود درجة موافقة عالية جداً عند أفراد عينة الدراسة بخصوص هذه العبارة، هذا وقد قدرت انحرافها المعياري بـ 0,89، ما يوضح رأي أفراد عينة الدراسة القائل أن زبون صيدلية بن سوھالي يحق له مقاطعة المكمل الغذائي c+zinc عند تعرضه للأضرار أو الأعراض الجانبية عند استهلاكه.

بخصوص البعد التاسع "حق المقاطعة"، نلاحظ أن أفراد عينة الدراسة لديهم درجة موافقة عالية حوله أي أن زبائن صيدلية بن سوھالي لديهم حق المقاطعة، وهذا ما يتبين من خلال قيمة المتوسط الحسابي المقدر بـ 4,15 المنتمية إلى المجال [3,40-4,20]، وأما الانحراف المعياري للبعد فقدر بـ 0,86 وهو أقل من 1 وهذا دليل على تقارب إجابات أفراد عينة الدراسة وتمركزها حول قيمة المتوسط الحسابي.

أما فيما يتعلق بالمحور الأول ككل "حماية حقوق المستهلك" فإنه من خلال النتائج المبينة في الجدول السابق يتضح أن قيمة متوسطه الحسابي قدرت بـ 3,85 وهي تنتمي إلى المجال [3,40-4,20]،

## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc لصيدلية بن سوهالي

وهذا ما يدل على أنّ أفراد عينة الدراسة لهم درجة موافقة عالية حول مضمونه، أي أنّه توجد حماية لحقوق المستهلك بدرجة عالية، وهذا من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، كما أنّ الانحراف المعياري الكلي لهذا المحور قدرت قيمته بـ0,48 وهو أصغر من الواحد، وهذا ما يعكس لنا تقارب إجابات وآراء أفراد عينة الدراسة وتمركزها حول المتوسط الحسابي السابق ذكره.

ثانياً- عرض وتحليل بيانات المحور الثاني "حماية المستهلك ودورها في استهلاك المكمل الغذائي c+zinc لصيدلية بن سوهالي في زمن كورونا":

الجدول رقم (33): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات المحور الثاني "حماية المستهلك ودورها في استهلاك المكمل الغذائي c+zinc لصيدلية بن سوهالي في زمن كورونا".

الترتيب	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبرة	الرقم
1	عالية جدا	0,87	4,27	إن حصولك على الأمان عند استهلاكك للمكملات الغذائية هو ما يجعلك تتخذ قرار الشراء المكمل الغذائي c+zinc	01
2	عالية	0,76	4,16	تتخذ قرار الشراء من خلال حصولك على المعلومات اللازمة للمكمل الغذائي c+zinc	02
4	عالية	0,88	3,96	تقوم باتخاذ قرار شرائي رشيد بعد تقييمك للبدائل المختلفة للمكمل الغذائي c+zinc واختيارك للبدائل الأمثل	03
6	عالية	0,98	3,78	تتخذ قرار شراء المكمل الغذائي من خلالك سماع رأيك واقتراحاتك	04
8	عالية	1,05	3,58	تقوم باتخاذ قرار شرائي رشيد بعد تعويضك للضرر	05
3	عالية	0,84	4,09	من خلال زيادة ثقافتك الاستهلاكية فيما يخص المكمل الغذائي تقوم باتخاذ قرار شرائي رشيد	06
5	عالية	0,92	3,82	تتخذ قرار الشراء عند حصولك على مختلف	07

الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوهالي

الاحتياجات الأساسية من المكمل الغذائي c+zinc				
9	عالية	1,07	3,53	08 عند شرائك للمكمل الغذائي c+zinc و تلاحظ نظافة الصيدلية تقوم باتخاذ القرار الشرائي
7	عالية	0,95	3,73	09 تتخذ قرار شراء المكمل الغذائي عندما يكون لك الحق في المقاطعة
عالية		0,51	3,88	البعد الأول: اتخاذ قرار الشراء
1	عالية جدا	0,74	4,24	10 تتكون لديك صورة ذهنية ايجابية عن المكمل الغذائي بمجرد حصولك على الأمان
2	عالية	0,82	4,13	11 عند حصولك على مختلف المعلومات التي تخص المكمل الغذائي تتكون لديك صورة ذهنية ايجابية عنها
4	عالية	0,84	4,00	12 يتشكل في ذهنك صورة ايجابية للمكمل الغذائي من خلال حصولك على حق الاختيار
5	عالية	0,98	3,96	13 عند سماع رأيك ومعالجة شكاويك المتعلقة بالمكمل الغذائي تتشكل في ذهنك صورة ايجابية
9	متوسطة	1,28	3,27	14 تعرضك للضرر من المكمل الغذائي وتعيضك عنه يشكل لك صورة ذهنية ايجابية
8	عالية	1,12	3,55	15 تتشكل في ذهنك صورة جيدة من خلال مشاهدتك للإعلانات التثقيفية التي تخص المكمل الغذائي c+zinc
3	عالية	0,80	4,09	16 عند حصولك على الاحتياجات الأساسية من المكمل الغذائي تتكون في ذهنك صورة ايجابية
6	عالية	1,04	3,75	17 تتكون لديك صورة ذهنية ايجابية عند اقتنائك للمكمل الغذائي من خلال نظافة الصيدلية وترتيبها
7	عالية	1,01	3,58	18 عند حصولك على حق المقاطعة تتشكل لديك صورة ايجابية

الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوھالي

عالية		0,56	3,84	البعد الثاني: تكوين صورة ذهنية إيجابية	
1	عالية جدا	0,71	4,27	19	بحصولك على الأمان من خلال استهلاكك للمكمل الغذائي يجعلك راض عليه
4	عالية	0,96	3,96	20	شعورك بالرضا عن المكمل الغذائي يأتي من خلال الحصول على المعلومات التي تخص المنتج
2	عالية	0,72	4,13	21	تقييمك للبدائل والأنواع المختلفة للمكمل الغذائي واختيارك للنوع الأمثل يجعلك راض عن المنتج
5	عالية	0,96	3,87	22	يتكون لديك الشعور بالرضا عن المكمل الغذائي c+zinc من خلال السماع لأرائك
8	متوسطة	1,31	3,33	23	شعورك بالرضا عن المكمل الغذائي يأتي من خلال تعويضك عن الضرر الذي تسبب لك من خلاله
6	عالية	0,92	3,84	24	تشعر بالرضا لمختلف المكمل الغذائي من خلال برامج التوعية التي توفرها حماية المستهلك
1	عالية جدا	0,65	4,27	25	شعورك بالرضا يأتي بعد حصولك على مختلف الاحتياجات الأساسية من المكمل الغذائي c+zinc
3	عالية	0,84	4,04	26	يتكون لديك الشعور بالرضا عندما تكون الصيدلية نظيفة
7	عالية	1,05	3,56	27	شعورك بالرضا عن المكمل الغذائي c+zinc يأتي بعد ضمان حقك في المقاطعة
عالية		0,51	3,92	البعد الثالث: كسب رضا المستهلك	
عالية		0,50	3,88	المحور الثاني "استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا c+zinc صيدلية بن سوھالي"	

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات برنامج الSPSS.

الجدول السابق رقم (33) يوضح لنا قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد وعبارات المحور الثاني "استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا c+zinc صيدلية بن سوھالية"، وكذا ترتيب هذه

## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوھالي

العبارات من حيث الأهمية النسبية، وأيضاً قيم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للأبعاد الثلاثة وكذل المحور ككل، حيث يتضح أن:

**البعد الأول: اتخاذ قرار الشراء.**

عموماً فإنّ قيم المتوسطات الحسابية لعبارات هذا البعد قد تراوحت ما بين [3,53-4,27]، وهي بذلك تنتمي إما مجال الموافقة العالية أو العالية جداً، أمّا قيم الانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات هذا البعد فقد تراوحت ما بين [0,76-1,07] وهي في الغالب أقل من 1، ما يدل على أن إجابات أفراد عينة الدراسة كانت متقاربة ومتمركزة حول المتوسطات الحسابية للعبارات.

فيما يتعلق بالاتجاه العام لإجابات أفراد عينة الدراسة حول بعد "اتخاذ قرار شراء" فقد كان نحو الموافقة العالية، وهذا ما عكسته قيمة المتوسط الحسابي الكلي للبعد والمقدرة بـ3,88، والتي تنتمي إلى المجال [3,40-4,20]، أمّا بخصوص الانحراف المعياري للبعد ككل فقد قدرت قيمته بـ0,51، وهذا ما يدل على أن إجابات أفراد عينة الدراسة حول محتوى البعد ككل كانت متقاربة ومتمركزة حول المتوسط الحسابي، أي أن أغلب أفراد عينة الدراسة يوافقون بدرجة عالية على متضمن هذا البعد.

**البعد الثاني: تكوين صورة ذهنية إيجابية.**

بصفة عامة فإنّ قيم المتوسطات الحسابية لعبارات هذا البعد قد تراوحت ما بين [3,27-4,24]، وهي بذلك تنتمي إما مجال الموافقة المتوسطة العالية أو العالية جداً، أمّا قيم الانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات هذا البعد فقد تراوحت ما بين [0,74-1,28] وهي في الغالب أقل من 1 باستثناء بعض العبارات التي عرفت انحراف بعض إجابات الأفراد حول ما تضمنته عن بعضها وعن متوسطها الحسابي، أمّا الغالب فإجابات أفراد عينة الدراسة كانت متقاربة ومتمركزة حول المتوسطات الحسابية للعبارات.

بخصوص الاتجاه العام لإجابات أفراد عينة الدراسة حول بعد "تكوين صورة ذهنية إيجابية" فقد كان نحو الموافقة العالية، وهذا ما تدل عليه قيمة المتوسط الحسابي الكلي للبعد والمقدرة بـ3,84، والتي تنتمي إلى المجال [3,40-4,20]، أمّا بخصوص الانحراف المعياري للبعد ككل فقد قدرت قيمته بـ0,56، وهذا ما يدل

## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوھالي

على أن إجابات أفراد عينة الدراسة حول محتوى البعد ككل كانت متقاربة ومتمركزة حول المتوسط الحسابي، أي أن أغلب أفراد عينة الدراسة يوافقون بدرجة عالية على متضمن هذا البعد.

### البعد الثالث: كسب رضا المستهلك.

عموماً فإن قيم المتوسطات الحسابية لعبارات هذا البعد قد تراوحت ما بين [3,33-4,27]، وهي بذلك تنتمي إما مجال الموافقة المتوسطة، العالية أو العالية جداً، أما قيم الانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات هذا البعد فقد تراوحت ما بين [0,65-1,31] وهي في الغالب أقل من 1، ما يدل على أن إجابات أفراد عينة الدراسة كانت متقاربة ومتمركزة حول المتوسطات الحسابية للعبارات، باستثناء بعض العبارات التي عرفت تفاوتاً في آراء أفراد عينة الدراسة حول متضمنها.

فيما يتعلق بالاتجاه العام لإجابات أفراد عينة الدراسة حول بعد "كسب رضا المستهلك" فقد كان نحو الموافقة العالية، وهذا ما بينته قيمة المتوسط الحسابي الكلي للبعد والمقدرة بـ3,92، والتي تنتمي إلى المجال [3,40-4,20]، أما بخصوص الانحراف المعياري للبعد ككل فقدت قيمته بـ0,51، وهذا ما يدل على أن إجابات أفراد عينة الدراسة حول محتوى البعد ككل كانت متقاربة ومتمركزة حول المتوسط الحسابي، أي أن أغلب أفراد عينة الدراسة يوافقون بدرجة عالية على متضمن هذا البعد.

أما فيما يخص المحور الثاني ككل فقد قدر المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عباراته بـ3,88 وهو ينتمي إلى مجال الموافقة [3,40-4,20]، وهو ما يدل على وجود موافقة عالية لدى أفراد عينة الدراسة حول متضمن هذا المحور، أما الانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات هذا المحور فقد قدر بـ0,50، وهو أقل من 1 ما يعكس تقارب إجابات أفراد عينة الدراسة وتمركزها حول المتوسط الحسابي، إذن يمكن القول أنه يوجد استهلاك للمكمل الغذائي c+zinc لصيدلية بن سوھالي في زمن كورونا، وهذا من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

### المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة.

من خلال هذا العنصر سنحاول اختبار فرضيات دراستنا وهذا بهدف تأكيد هذه الفرضيات أو نفيها، وإن طرق وأساليب اختبار فرضيات الدراسة كثيرة ومتنوعة، ترتبط بدرجة كبيرة بتجانس البيانات وطبيعة أو

## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوهالي

نوع التوزيع الذي تتبعه هذه البيانات، وعليه سنقوم بداية باختبار توزيع البيانات ومن ثم الانتقال إلى اختبار فرضيات الدراسة.

### أولاً- اختبار التوزيع الطبيعي لبيانات الدراسة:

يهدف معرفة طبيعة توزيع بيانات الدراسة وكذا محورها الأساسيين قمنا باستخدام "اختبار الاعتدالية Test of Normality" كالموغروف سميرنوف Kolmogorov-Smirnov " (أنظر الملحق رقم 07)، والذي يركز تفسير نتائجه على فرضيتين صفرية ( $H_0$ ) وبديلة ( $H_1$ )، حيث:

$H_0$ : البيانات تتبع توزيعاً طبيعياً.

$H_1$ : البيانات لا تتبع توزيعاً طبيعياً.

إذا كان مستوى المعنوية (sig) أكبر من مستوى المعنوية المعتمد ( $\alpha=0,05$ )، فسنبقى الفرض الصفري ونرفض الفرض البديل أي أنّ البيانات تتبع التوزيع الطبيعي، أما إذا كان مستوى المعنوية (sig) أقل من مستوى المعنوية المعتمد ( $\alpha=0,05$ )، فإننا سنرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل، أي أنّ البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي.

الجدول رقم (34): نتائج اختبار كالموغروف سميرنوف لتوزيع البيانات.

بيانات	قيمة الاختبار	مستوى المعنوية	نوع التوزيع
المحور الأول "حماية حقوق المستهلك"	0,084	0,200	طبيعي
المحور الثاني "استهلاك المكمل الغذائي"	0,097	0,200	طبيعي
الدراسة ككل	0,046	0,200	طبيعي

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات برنامج الـSPSS.

من خلال الجدول السابق الذي يوضح قيم اختبار كالموغروف سميرنوف وكذا مستوى المعنوية، لكل من محوري الدراسة وكذا الدراسة الكلية، يتضح أن مستوى المعنوية في المحورين والدراسة ككل كان أكبر من مستوى المعنوية المعتمد ( $\alpha=0,05$ )، حيث قدر بـ0,200، وعليه نقبل الفرض الصفري ونرفض الفرض البديل، أي أنّ بيانات المحور الأول وكذا بيانات المحور الثاني وأيضاً بيانات الدراسة ككل تتبع كلها التوزيع

## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوھالي

الطبيعي، وعليه سنستخدم في اختبارنا لفرضيات الدراسة الأساليب البارمترية (اختبار T لعينة واحدة، واختبار تحليل الانحدار).

ثانياً- اختبار الفرضيات الرئيسية: (أنظر الملحق رقم 08)

### 1- الفرضية الرئيسية الأولى:

محتوى الفرضية: تعتمد صيدلية بن سوھالي في حماية زبائنها بالاستجابة لجميع حقوقهم عند استخدام المكملات.

لاختبار هذه الفرضية استخدمنا اختبار (ت) البسيط للعينة الواحدة (One-Sample-T-test)، والذي يركز على مقارنة للمتوسط الحسابي العام لإجابات أفراد عينة الدراسة حول المحور الأول "حماية حقوق المستهلك" مع المتوسط الفرضي 3 عند مستوى الثقة (95%) وذلك باستخدام برنامج SPSS.

ولاختبار هذه الفرضية عاودنا صياغتها إحصائياً عند مستوى المعنوية ( $\alpha=0,05$ ) كما يلي:

الفرضية الصفرية  $H_0$ : لا تعتمد صيدلية بن سوھالي في حماية زبائنها بالاستجابة لجميع حقوقهم عند استخدام المكملات.

الفرضية البديلة  $H_1$ : تعتمد صيدلية بن سوھالي في حماية زبائنها بالاستجابة لجميع حقوقهم عند استخدام المكملات.

ونتائج الاختبار موضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (35): نتائج اختبار (T) البسيط للعينة الواحدة بخصوص الفرضية الرئيسية الأولى.

الفرضية	قيمة T المحسوبة	درجة الحرية	قيمة T الجدولية	مستوى المعنوية	الفرق بين المتوسطين	القرار
الرئيسية الأولى	13,159	54	2,021	0,000	0,849	نرفض $H_0$ ونقبل $H_1$

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS.



## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوھالي

يتبين من الجدول أعلاه أنّ مستوى المعنوية قدر بـ0,000 وهو أقل من مستوى المعنوية المعتمد ( $\alpha=0,05$ ) وتبعا لقاعدة القرار المعتمدة في اختبار هذه الفرضية نرفض الفرض الصفري ( $H_0$ ) ونقبل الفرض البديل ( $H_1$ )، كما يتضح من خلال الجدول وجود فرق دال إحصائيا قدره (0,849)، بين متوسط المحور الأول والمتوسط الفرضي (3)، وهذا لصالح المتوسط المحسوب للمحور المقدر بـ(3,849) أو ما يقارب (3,85) المتوسط الحسابي للمحور الأول الذي وجدناه سابقا والذي ينتمي للمجال [4,20-3,40] والدال على وجود درجة موافقة مرتفعة حول عبارات المحور وبالتالي فدرجة الموافقة المتحصل عليها لها معنوية أو دلالة إحصائية، وبالتالي يمكن القول أنّ صيدلية بن سوھالي تعتمد في حماية زبائنها بالاستجابة لجميع حقوقهم عند استخدام المكملات. وهذا ما يتأكد أيضا من خلال مقارنة قيمتي (T المحسوبة و T الجدولية)، حيث أنّ قيمة (T المحسوبة=13,159)، وهي أكبر من قيمة (T الجدولية =2,021).

من النتائج السابقة نستنتج أنّه توجد فروق بين المتوسطات المدروسة (المتوسط المحسوب والمتوسط الفرضي) لصالح المتوسط المحسوب، وبالتالي نرفض الفرض الصفري ( $H_0$ ) ونقبل الفرض البديل ( $H_1$ ).

أي أنّ: الفرضية الرئيسية الأولى للدراسة "تعتمد صيدلية بن سوھالي في حماية زبائنها بالاستجابة لجميع حقوقهم عند استخدام المكملات" محققة.

### 2- الفرضية الرئيسية الثانية:

محتوى الفرضية: لحماية حقوق المستهلك دور في استهلاك المكملات الغذائية زمن كورونا في صيدلية بن سوھالي بالظاھير .

لاختبار هذه الفرضية استخدمنا اختبار الانحدار الخطي البسيط ( Simple Analysis Regression)، عند مستوى الثقة (95%) وذلك باستخدام برنامج SPSS (أنظر الملحق رقم....).

ولاختبار هذه الفرضية عاودنا صياغتها إحصائيا عند مستوى المعنوية ( $\alpha=0,05$ ) كما يلي:

الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوهالي

الفرضية الصفرية  $H_0$ : ليس لحماية حقوق المستهلك دور في استهلاك المكملات الغذائية زمن كورونا في صيدلية بن سوهالي بالطاهير .

الفرضية البديلة  $H_1$ : لحماية حقوق المستهلك دور في استهلاك المكملات الغذائية زمن كورونا في صيدلية بن سوهالي بالطاهير .

ونتائج الاختبار موضحة في الجدول الموالي:

جدول رقم (36): نتائج الانحدار الخطي البسيط للفرضية الرئيسية الثانية.

القرار	معامل الانحدار B		مستوى الدلالة	معامل التفسير $R^2$	قيمة F	معامل الارتباط R	الفرضية
	حماية حقوق المستهلك	الثابت					
قبول $H_1$	0,734	1,056	0,000	0,494	51,735	0,703	الرئيسية الثانية
معادلة الانحدار الخطي البسيط: $y=1.056+0,734x$							
مستوى المعنوية المعتمد $(\alpha=0,05)$ ، F الجدولية عند درجة الحرية (1.53) = 4,02 y: استهلاك المكملات الغذائية، x: حماية حقوق المستهلك							

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

يتضح من الجدول السابق أنّ لحماية حقوق المستهلك دور في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا في صيدلية بن سوهالي الطاهير، وذلك استنادا إلى قيمة F المحسوبة المقدرة بـ 51,735 وهي أكبر من F الجدولية المقدرة بـ 4,02 عند مستوى المعنوية المعتمد  $(\alpha=0,05)$ ، وكذا مستوى الدلالة المقدر بـ 0,000 وهو أقل من مستوى المعنوية  $(\alpha=0,05)$ ، وهذا ما يعكس معنوية الانحدار الخطي، أي وجود علاقة بين المتغيرين (حماية حقوق المستهلك) و(استهلاك المكملات الغذائية)، أضف إلى أن قيمة معامل الارتباط بيرسون R قدرت بـ 0,703 أي أن المتغيرين مرتبطين ارتباطا طرديا قويا موجبا، حيث أنّ حماية حقوق المستهلك يؤثر في استهلاك المكملات الغذائية بمعامل انحدار قدره  $(B=0.734)$  ووفقا لمعادلة الانحدار الخطي البسيط التالية:

استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا =  $1,056 + 0,734$  حماية حقوق المستهلك.

## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوھالي

كما أنّ قيمة معامل التفسير  $R^2$  المقدرة بـ0,494، تبين أنّ هذا النموذج أو المعادلة لها قدرة تفسيرية قيمتها 49,40%، وهذا معناه أنّ 49,40% من التباين الحادث في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا بصيدلية بن سوھالي يعود سببه إلى حماية حقوق المستهلك.

قرار اختبار الفرضية الرئيسية الثانية: بناء على ما سبق ذكره فإننا نرفض الفرضية الصفرية ( $H_0$ ) ونقبل الفرضية البديلة ( $H_1$ )، أي أنّه:

"لحماية حقوق المستهلك دور في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا في صيدلية

بن سوھالي"

تبعاً للنموذج التالي:

استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا =  $1,056 + 0,734$  حماية حقوق المستهلك.

ثالثاً- اختبار الفرضيات الفرعية:

1- الفرضية الفرعية الأولى:

محتوى الفرضية: لحماية حقوق المستهلك دور في اتخاذ قرار شراء المكمل الغذائي c+zinc في زمن كورونا في صيدلية بن سوھالي بالطاهير .

لاختبار هذه الفرضية استخدمنا اختبار الانحدار الخطي البسيط ( Simple Regression)، عند مستوى الثقة (95%) وذلك باستخدام برنامج SPSS (أنظر الملحق رقم....).

ولاختبار هذه الفرضية عاودنا صياغتها إحصائياً عند مستوى المعنوية ( $\alpha=0,05$ ) كما يلي:

الفرضية الصفرية  $H_0$ : ليس لحماية حقوق المستهلك دور في اتخاذ قرار شراء المكمل الغذائي c+zinc في زمن كورونا في صيدلية بن سوھالي بالطاهير .

الفرضية البديلة  $H_1$ : لحماية حقوق المستهلك دور في اتخاذ قرار شراء المكمل الغذائي c+zinc في زمن كورونا في صيدلية بن سوھالي بالطاهير .

الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوهالي

ونائج الاختبار موضحة في الجدول الموالي:

جدول رقم (37): نتائج الانحدار الخطي البسيط للفرضية الفرعية الأولى.

القرار	معامل الانحدار B		مستوى الدلالة	معامل التفسير R <sup>2</sup>	قيمة F	معامل الارتباط R	الفرضية
	حماية حقوق المستهلك	الثابت					
قبول H <sub>1</sub>	0,633	1,444	0,000	0,353	28,910	0,594	الفرعية الأولى
معادلة الانحدار الخطي البسيط: $y_1 = 1.444 + 0.633x$							
مستوى المعنوية المعتمد $(\alpha = 0,05)$ ، F الجدولية عند درجة الحرية (1.53) = 4,02 $y_1$ : اتخاذ قرار الشراء، x: حماية حقوق المستهلك							

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS.

يتضح من الجدول السابق أنّ لحماية حقوق المستهلك دور في اتخاذ قرار شراء المكملات الغذائية في زمن كورونا في صيدلية بن سوهالي الطاهير، وذلك استنادا إلى قيمة F المحسوبة المقدرة بـ 28,910 وهي أكبر من F الجدولية المقدرة بـ 4,02 عند مستوى المعنوية المعتمد  $(\alpha = 0,05)$ ، وكذا مستوى الدلالة المقدر بـ 0,000 وهو أقل من مستوى المعنوية  $(\alpha = 0,05)$ ، وهذا ما يعكس معنوية الانحدار الخطي، أي وجود علاقة بين المتغيرين (حماية حقوق المستهلك) و(اتخاذ قرار الشراء)، أضف إلى أن قيمة معامل الارتباط بيرسون R قدرت بـ 0,594 أي أن المتغيرين مرتبطين ارتباطا طرديا موجبا، حيث أنّ حماية حقوق المستهلك يؤثر في اتخاذ قرار شراء المكملات الغذائية بمعامل انحدار قدره  $(B = 0.633)$  ووفقا لمعادلة الانحدار الخطي البسيط التالية:

اتخاذ قرار شراء المكملات الغذائية =  $1,444 + 0,633$  حماية حقوق المستهلك.

كما أنّ قيمة معامل التفسير R<sup>2</sup> المقدرة بـ 0,353، تبين أنّ هذا النموذج أو المعادلة لها قدرة تفسيرية قيمتها 35,30%، وهذا معناه أنّ 35,30% من التباين الحادث في اتخاذ قرار شراء المكملات الغذائية في زمن كورونا بصيدلية بن سوهالي يعود سببه إلى حماية حقوق المستهلك.

## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوھالي

قرار اختبار الفرضية الفرعية الأولى: بناء على ما سبق ذكره فإننا نرفض الفرضية الصفرية ( $H_0$ ) ونقبل الفرضية البديلة ( $H_1$ )، أي أنه:

"لحماية حقوق المستهلك دور في اتخاذ قرار شراء المكمل الغذائي c+zinc في زمن كورونا في

صيدلية بن سوھالي"

تبعاً للنموذج التالي:

اتخاذ قرار شراء المكملات الغذائية =  $1,444 + 0,633$  حماية حقوق المستهلك.

### 2- الفرضية الفرعية الثانية:

محتوى الفرضية: لحماية حقوق المستهلك دور في تكوين صورة ذهنية إيجابية حول المكمل الغذائي c+zinc في زمن كورونا في صيدلية بن سوھالي بالطاهير .

لاختبار هذه الفرضية استخدمنا اختبار الانحدار الخطي البسيط ( Simple Analysis Regression)، عند مستوى الثقة (95%) وذلك باستخدام برنامج SPSS (أنظر الملحق رقم....).

ولاختبار هذه الفرضية عاودنا صياغتها إحصائياً عند مستوى المعنوية ( $\alpha=0,05$ ) كما يلي:

الفرضية الصفرية  $H_0$ : ليس لحماية حقوق المستهلك دور في تكوين صورة ذهنية إيجابية حول المكمل الغذائي c+zinc في زمن كورونا في صيدلية بن سوھالي بالطاهير .

الفرضية البديلة  $H_1$ : لحماية حقوق المستهلك دور في تكوين صورة ذهنية إيجابية حول المكمل الغذائي c+zinc في زمن كورونا في صيدلية بن سوھالي بالطاهير .

وننتائج الاختبار موضحة في الجدول الموالي:

الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوھالي

جدول رقم (38): نتائج الانحدار الخطي البسيط للفرضية الفرعية الثانية.

القرار	معامل الانحدار B		مستوى الدلالة	معامل التفسير R <sup>2</sup>	قيمة F	معامل الارتباط R	الفرضية
	حماية حقوق المستهلك	الثابت					
قبول H <sub>1</sub>	0,842	0,600	0,000	0,520	57,424	0,721	الفرعية الأولى
معادلة الانحدار الخطي البسيط: $y_2=0.600+0.842x$							
مستوى المعنوية المعتمد $(\alpha=0,05)$ ، F الجدولية عند درجة الحرية (1.53) = 4,02 $y_2$ : تكوين صورة ذهنية إيجابية، x: حماية حقوق المستهلك							

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات برنامج الSPSS.

يتضح من الجدول السابق أنّ لحماية حقوق المستهلك دور في تكوين صورة ذهنية إيجابية حول المكمل الغذائي c+zinc في زمن كورونا في صيدلية بن سوھالي الطاهير، وذلك استنادا إلى قيمة F المحسوبة المقدرة بـ57,424 وهي أكبر من F الجدولية المقدرة بـ4,02 عند مستوى المعنوية المعتمد  $(\alpha=0,05)$ ، وكذا مستوى الدلالة المقدر بـ0,000 وهو أقل من مستوى المعنوية  $(\alpha=0,05)$ ، وهذا ما يعكس معنوية الانحدار الخطي، أي وجود علاقة بين المتغيرين (حماية حقوق المستهلك) و(تكوين الصورة الذهنية الإيجابية حول المكمل الغذائي)، أضف إلى أن قيمة معامل الارتباط بيرسون R قدرت بـ0,721 أي أن المتغيرين مرتبطين ارتباطا طرديا قويا موجبا، حيث أنّ حماية حقوق المستهلك يؤثر في تكوين الصورة الذهنية الإيجابية حول المكمل الغذائي c+zinc بمعامل انحدار قدره  $(B=0.842)$  ووفقا لمعادلة الانحدار الخطي البسيط التالية:

تكوين صورة ذهنية إيجابية حول المكملات الغذائية =  $0,6 + 0,842$  حماية حقوق المستهلك.

كما أنّ قيمة معامل التفسير R<sup>2</sup> المقدرة بـ0,520، تبين أنّ هذا النموذج أو المعادلة لها قدرة تفسيرية قيمتها 52%، وهذا معناه أنّ 52% من التباين الحادث في تكوين صورة ذهنية إيجابية حول المكملات الغذائية في زمن كورونا بصيدلية بن سوھالي يعود سببه إلى حماية حقوق المستهلك.

## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوهالي

قرار اختبار الفرضية الفرعية الثانية: بناء على ما سبق ذكره فإننا نرفض الفرضية الصفرية ( $H_0$ ) ونقبل الفرضية البديلة ( $H_1$ )، أي أنه:

"لحماية حقوق المستهلك دور في تكوين صورة ذهنية إيجابية حول المكمل الغذائي

c+zinc في زمن كورونا في صيدلية بن سوهالي"

تبعاً للنموذج التالي:

تكوين صورة ذهنية إيجابية حول المكملات الغذائية =  $0,842 + 0,6$  حماية حقوق المستهلك.

### 3- الفرضية الفرعية الثالثة:

محتوى الفرضية: لحماية حقوق المستهلك دور في كسب رضا المستهلك عن المكمل الغذائي c+zinc في زمن كورونا في صيدلية بن سوهالي بالطاهير.

لاختبار هذه الفرضية استخدمنا اختبار الانحدار الخطي البسيط ( Simple Analysis Regression)، عند مستوى الثقة (95%) وذلك باستخدام برنامج SPSS (أنظر الملحق رقم....).

ولاختبار هذه الفرضية عاودنا صياغتها إحصائياً عند مستوى المعنوية ( $\alpha=0,05$ ) كما يلي:

الفرضية الصفرية  $H_0$ : ليس لحماية حقوق المستهلك دور في كسب رضا المستهلك عن المكمل الغذائي c+zinc في زمن كورونا في صيدلية بن سوهالي بالطاهير.

الفرضية البديلة  $H_1$ : لحماية حقوق المستهلك دور في كسب رضا المستهلك عن المكمل الغذائي c+zinc في زمن كورونا في صيدلية بن سوهالي بالطاهير.

ونتائج الاختبار موضحة في الجدول الموالي:

الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوهالي

جدول رقم (39): نتائج الانحدار الخطي البسيط للفرضية الفرعية الثالثة.

القرار	معامل الانحدار B		مستوى الدلالة	معامل التفسير R <sup>2</sup>	قيمة F	معامل الارتباط R	الفرضية
	حماية حقوق المستهلك	الثابت					
قبول H <sub>1</sub>	0,726	1,124	0,000	0,453	43,820	0,673	الفرعية الثالثة
معادلة الانحدار الخطي البسيط: $y_3 = 1.124 + 0.726x$							
مستوى المعنوية المعتمد (α=0,05)، F الجدولية عند درجة الحرية (1.53) = 4,02 $y_3$ : كسب رضا المستهلك، x: حماية حقوق المستهلك							

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات برنامج الـSPSS.

يتضح من الجدول السابق أنّ لحماية حقوق المستهلك دور في كسب رضا المستهلك عن المكمل الغذائي c+zinc في زمن كورونا في صيدلية بن سوهالي الطاهير، وذلك استنادا إلى قيمة F المحسوبة المقدرة بـ43,820 وهي أكبر من F الجدولية المقدرة بـ4,02 عند مستوى المعنوية المعتمد (α=0,05)، وكذا مستوى الدلالة المقدر بـ0,000 وهو أقل من مستوى المعنوية (α=0,05)، وهذا ما يعكس معنوية الانحدار الخطي، أي وجود علاقة بين المتغيرين (حماية حقوق المستهلك) و(كسب رضا المستهلك)، أضف إلى أن قيمة معامل الارتباط بيرسون R قدرت بـ0,673 أي أن المتغيرين مرتبطين ارتباطا طرديا قويا موجبا، حيث أنّ حماية حقوق المستهلك يؤثر في كسب رضا المستهلك عن المكمل الغذائي c+zinc بمعامل انحدار قدره (B=0.726) ووفقا لمعادلة الانحدار الخطي البسيط التالية:

كسب رضا المستهلك عن المكملات الغذائية =  $1,124 + 0,726$  حماية حقوق المستهلك.

كما أنّ قيمة معامل التفسير R<sup>2</sup> المقدرة بـ0,453، تبين أنّ هذا النموذج أو المعادلة لها قدرة تفسيرية قيمتها 45,30%، وهذا معناه أنّ 45,30% من التباين الحادث في رضا المستهلك عن المكملات الغذائية في زمن كورونا بصيدلية بن سوهالي يعود سببه إلى حماية حقوق المستهلك.



الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في  
زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوھالي

قرار اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: بناء على ما سبق ذكره فإننا نرفض الفرضية الصفرية ( $H_0$ )  
ونقبل الفرضية البديلة ( $H_1$ )، أي أنه:

"لحماية حقوق المستهلك دور في كسب رضا المستهلك عن المكمل الغذائي c+zinc في زمن

كورونا في صيدلية بن سوھالي"

تبعاً للنموذج التالي:

كسب رضا المستهلك عن المكملات الغذائية =  $0,726 + 1,124$  حماية حقوق المستهلك.

## الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا دراسة حالة المكمل الغذائي c+zinc صيدلية بن سوھالي

### خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل حاولنا الوقوف على موضوع الدراسة ومعالجته ميدانيا، مستخدمين مجموعة من الأساليب الإحصائية، وكذا الوسائل البحثية التي ساعدنا في الوصول إلى جملة من الاستنتاجات، حيث من خلال هذه الدراسة الميدانية تبين أنّ صيدلية بن سوھالي تعتمد في حماية زبائنھا بالاستجابة لجميع حقوقھم عند استخدام المكملات..

فقد توضح أنّ لحماية حقوق المستهلك علاقة ارتباطية طردية موجبة مع كل من اتخاذ قرار الشراء، تكوين صورة ذهنية إيجابية، وكذلك كسب رضا المستهلك، وكلھا عوامل تزيد من استهلاك المكملات الغذائية. وبالتالي تم تأكيد أنّه لحماية حقوق المستهلك دور في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا ومنها حالة المكمل الغذائي c+zinc لصيدلية بن سوھالي - الطاهير.

الخاتمة

من خلال دراستنا حاولنا الإلمام بالموضوع من جميع جوانبه بشيء من التفصيل، وذلك من خلال فصلين نظريين وثالث ميداني، حيث بحثنا في التفاصيل وسعينا لمعرفة وتحديد دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا، حيث أننا قمنا بإجراء دراسة ميدانية لصيدلية بن سووالي الطاهير -جيجل- فيما يخص إستهلاك المكمل الغذائي c+zinc, وقد خلصت دراستنا إلى جملة من النتائج قسم منها نظري والآخر تطبيقي.

### أولاً: نتائج الدراسة.

#### 1- النتائج النظرية:

- ✓ تساهم حماية المستهلك في الدفاع عن حقوق المستهلك.
- ✓ تهدف صيدلية بن سووالي إلى ضمان حماية زبائننا من خلال إعلامهم وتحسيسهم وتوجيههم.
- ✓ لحماية المستهلك دور في التأثير على القرار الشرائي للمستهلكين وكسب رضاهم وترسيخ صورة ذهنية إيجابية لديهم عند حفظ وضمن حقوقهم.

#### 2- النتائج التطبيقية:

- ✓ تعتمد صيدلية بن سووالي في حماية زبائننا بالاستجابة لجميع حقوقهم عند الاستفادة من المكملات الغذائية.
- ✓ لحقوق حماية المستهلك دور في استهلاك المكملات الغذائية في صيدلية بن سووالي بالطاهير، فلمتغيرين تجمعهما علاقة ارتباط طردية قوية، فكلما زاد الأول زاد الثاني والعكس صحيح.
- ✓ لحماية المستهلك دور في اتخاذ قرار شراء المكملات الغذائية، وهذا الدور يتجلى في علاقة ارتباط طردية بينهما.
- ✓ لحماية المستهلك دور في تكوين صورة ذهنية إيجابية حول المكملات الغذائية، حيث المتغيرين تجمعهما علاقة ارتباط طردية.

✓ لحماية المستهلك دور في كسب رضا الزبون، حيث أنه كلما زادت حماية المستهلك كلما زاد الرضا لدى الزبون مستهلك المكمل الغذائي.

### ثانياً: مقترحات الدراسة

نظراً إلى ما تم التوصل إليه واستنتاجه من خلال الدراسة، يمكننا تقديم مجموعة من التوصيات نذكر

من بينها ما يلي:

- ضرورة عمل صيدلية بن سوهالي بالطاهير على كسب ثقة و رضا المستهلكين، من خلال تقديم المعلومات ذات مصداقية عالية حول المكملات الغذائية التي بحوزتها.

- على صيدلية بن سوهالي بالطاهير القيام بدورها بما يضمن حماية زبائننا و الدفاع عن حقوقهم.

# قائمة المصادر والمراجع

### المراجع باللغة العربية:

#### ❖ أولاً: الكتب

1. أحمد الأشقر ، الاقتصاد الكلي ، ط1 ، الدار العلمية الدولية للنشر و التوزيع ودار الثقافة للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن ، 2002 .
2. أسامة الاغبر ، المكملات الغذائية كلها تعمل ، مكتبة الكندل العربية ، 2018.
3. أسامة خيربي ، الرقابة و حماية المستهلك ، دار الازياء للنشر و التوزيع ، ط1 ، عمان، الأردن ، 2015 .
4. إياد عبد الفتاح النسور ، سلوك المستهلك ، ط1 ، دار صفاء النشر و التوزيع ، عمان، 2012 .
5. البرواري ، نزار عبد المجيد ، و البرزنجي ، احمد محمد فهمي ، استراتيجيات التسويق، ط1 ،دار وائل للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن ، 2004.
6. تيسير نايف علوان، إدارة الجودة الشاملة و متطلبات iso9000، ط1، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2005.
7. ثامر ياسر البكري، التسويق و المسؤولية الاجتماعية، ط 1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2001 .
8. جبر، إدارة التسويق ( المفاهيم -الاستراتيجيات -التطبيقات)، المكتبة العصرية للنشر و التوزيع، مصر، 2007 .
9. جوان ويبسر غاندي -زينب منعم ، الغذاء و التغذية ، ط1 ، دار المؤلف ، الرياض، 2013 .
10. د محمد فلاق ، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال ، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع ، عمان ، 2016 .
11. د.هـ. و نترغيفت ، الدليل الكامل (الفيتامينات، الأعشاب، و المعادن و المكملات) ، ط1 ، الدار العربية للعلوم ، بيروت ، 2000 .
12. زبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، 2011.
13. زكي خليل المساعد، التسويق المفهوم الشامل، دار زهران للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2000 .
14. زهد الديري، سعادة الخطيب، إدارة المؤسسات الاجتماعية، ط 1، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2006.
15. زويبر ارزقي ، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة ، 2011 .
16. سالم أحمد الرحيمي، محمود عقل أبو دلبوح، مبادئ التسويق، ط1 ، دار جرير للنشر و التوزيع، عمان الأردن،.

17. سليمان صالح، وسائل الإعلام وصناعة الصورة الذهنية، ط1ن مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع، 2005.
18. سؤدد فؤاد الالوسي ، المنشطات الرياضية و المكملات الغذائية ، ط1 ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، عمان ، 2012 .
19. سيف الإسلام شوبة ، سلوك المستهلك و المؤسسة الخدماتية اقتراح نموذج للتطوير ، كلية الآداب و العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، جامعة عنابة ، 2006 .
20. الصغير محمد مهدي، قانون حماية المستهلك دراسة تحليلية مقارنة، ط 1، دار الجامعة الجديدة ، للنشر و التوزيع، الإسكندرية، مصر، 2015 .
21. الصغير محمد مهدي، قانون حماية المستهلك دراسة تحليلية مقارنة، ط 1، دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2015 .
22. عبير داخل حاتم ، التغذية و النشاط الرياضي ، ط1 ، مكتبة المجمع العربي للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن ، 2013 .
23. عطا الله محمد تيسير الشريعة ، مفاهيم التسويق الحديث نموذج السلع المادية ، دار صفاء للنشر و التوزيع ن الأردن ، 2014 .
24. علي بولحية بن بوخميس ، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر، ط1، 2000.
25. عمر صخري، التحليل الاقتصادي الكلي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000 .
26. عنابي بن عيسى ، سلوك المستهلك الجزء الأول ، ط2 ، ديوان المطبوعات الجامعية .
27. غازي عمران روز، المنشطات الغذائية ، ط1 ، دار المجد للنشر و التوزيع ، عمان .
28. فاطمة عبد مالح ، التغذية و النشاط الرياضي ، ط1 ، مكتبة المجمع العربي ، عمان، 2013 .
29. فليح حسن خلف ، الاقتصاد الكلي، ط1 ، جدار للكتاب الحديث، عمان ، الأردن، 2007 .
30. كاسر نصر المنصور، سلوك المستهلك، ط 1، دار حامد للنشر و التوزيع، الأردن، 2006 .
31. محاضرات القيت على طلبة الدراسات العليا ، ماجيستر ، كلية التربية الرياضية ، جامعة بغداد ، 2010 .
32. محمد إبراهيم عينات ، التسويق الاجتماعي والأخضر والبيئي ، ط2 ، دار وائل للنشر ، الأردن ، 2011 .
33. محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي )، دار الكتب الحديثة، الجزائر ، ط2006.



## قائمة المصادر والمراجع

34. محمد منصور أبو جليل و آخرون ، سلوك المستهلك و اتخاذ القرارات الشرائية ، ط1 ، دار الحامد للنشر و التوزيع ، الأردن ، عمان ، 2012 .
35. محمود الوادي، إبراهيم خريس ، الأساس في علم الاقتصاد ، دار البازوري العلمية، عمان ، الأردن، 2007 .
36. محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، تسويق الخدمات، ط 1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010 .
37. الميناوي عائشة مصطفى، سلوك المستهلك: المفاهيم و الإستراتيجيات، مكتبة عين شمس، ط2، القاهرة، 1998.
38. ناظم محمد نوري الشمري، محمد موسى الشروف ، مدخل في علم الاقتصاد ، ط3، دار الزهران ، عمان ، الاردن، 2006 .
39. واله عائشة، أهمية جودة الخدمة الصحية في تحقيق رضا الزبون، رسالة ماجستير تخصص تسويق، جامعة الجزائر3، 2010-2011.
40. يسرى دعيس ، جمعيات حماية المستهلك ، ط8 ، الإسكندرية ، مصر ، 1998.

### ❖ ثانيا: المجالات والملتقيات

41. سامر المصطفى، دور جمعية حماية المستهلك في خلق الوعي لدى المستهلكين، مجلة جامعة دمشق، للعلوم الاقتصادية و القانونية، العدد الثاني، سوريا، 2013.
42. بختة دندان، دور جمعيات حماية المستهلك، مداخلة مقدمة للملتقى الوطني الرابع حول حماية المستهلك، تشريعات وواقع، يوم22 أبريل 2008، بالمركز الجامعي طاهر مولاي سعيدة .

### ❖ ثالثا: النصوص و المواد القانونية

43. القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 أبريل 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

### ❖ رابعا: مقابلة شخصية

44. مقابلة شخصية مع السيد مدير الصيدلية بن سوهالي نبيل على الساعة 14.00 يوم 2022/06/06.

❖ خامسا: المواقع الإلكترونية

45. <http://e3arabi.com>
46. <http://www.maghredd.com>
47. <https://almotmyz.blogspot.com>
48. <https://douane.gov.dz>
49. <https://mimirbook.com>
50. <https://www.elikhbaria.dz>
51. <https://www.enabbaladi.net>
52. <https://www.youm7.com>
53. <https://wwwalmasryalyoum.com>
54. [www.alqabas.com](http://www.alqabas.com)
55. [www.dcwbiskea.dz](http://www.dcwbiskea.dz)
56. [www.masrawy.com](http://www.masrawy.com)

المراجع باللغة الأجنبية:

57. Fichesmarketing.LeGénieDes Glassier.,40 CATHERINEPARIS, France.2002.-
58. Patricia coutelle-beillet, Véronique des gares, marketing de l'analyse à l'action, Pearson Editeur, paris, 2004,
59. Jacque Lendrevie. Denis lindon. Mercator. Théorie et Pratique Du Marketing. France. 2003
60. Liliane Demont.lugol et autre. Communication Des Entreprises: Stratégies et Pratique. 2 édition cursus.France. 2006.

الملاحق

و وزارة التعليم العالي و البحث العلمي  
جامعة محمد الصديق بن يحي - جيجل  
كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية

قسم العلوم التجارية  
تخصص: تسويق الخدمات

استمارة بحث ميداني بعنوان:

"دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا "

نحن طلبة السنة الثانية ماستر علوم تجارية- تخصص تسويق الخدمات- يشرفنا أن نتقدم لكم بهذه الإستمارة التي صممت للحصول على بيانات ومعلومات وذلك في إطار إعداد مذكرة التخرج تحت عنوان " دور حماية المستهلك في استهلاك المكملات الغذائية في زمن كورونا "، اذ نأمل ان تتكرموا بالاجابة على اسئلة هذا الإستبيان.  
ونحيطكم علما أن كل ما تدلون به سيتم التعامل معه في إطار علمي و بحثي وعليه نرجو من سيادتكم التكرم بالإجابة على هذه القائمة من الأسئلة ، ونشكر لكم مسبقا تعاونكم وتقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير.

تحت إشراف الأستاذة:

بولعسل سامية

- جعوي فريال

من إعداد الطالبتين :

- حنك نجاة

السنة الجامعية 2021-2022

1 / البيانات الشخصية:

1- الجنس:  ذكر  أنثى

2- السن:

أقل من 20  بين 20 - 29 سنة

بين 30 - 39 سنة  أكثر من 40 سنة

50 سنة وأكثر

3- الحالة الاجتماعية:

متزوج  أعزب  مطلق  أرمل

4- المستوى التعليمي:

ليسانس وائل  ماستر  دراسات عليا

5- لدخل:

أقل من 20000 دج  20000 دج-39999 دج

40000 دج-59999 دج  60000 دج وأكثر

II/ البيانات المتعلقة بموضوع الدراسة .

المحور الأول: حقوق المستهلك

منتج c+zinc لصيدلية بن سوھالي في زمن كورونا.

الحقوق	الرقم	العبارات	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
حق الأمان	01	توفر لك صيدلية بن سوھالي الحماية التامة من الأضرار الناجمة عن المكمل الغذائي c+zinc.					
	02	تضمن لك صيدلية بن سوھالي "الأمان" من خلال مصدقية المعلومات التي تقدمها لك بخصوص المكمل الغذائي c+zinc.					
	03	تضمن لك صيدلية بن سوھالي سلامة صحتك من خلال حرصها على ضمان منتجاتها من بينها منتج c+zinc.					
حق الحصول على المعلومات	01	تواريخ الانتاج والانتھاء مدونة على علبة المكمل الغذائي c+zinc.					
	02	أسعار المكمل الغذائي c+zinc مثبتة فيه ومعلنة في الملصقة المصغرة la vignette					
	03	البيانات و المعلومات المدونة على المكمل الغذائي c+zinc، تمكنك من اتخاذ قرار الشراء.					
حق الإختيار	01	تتوفر لك للمستهلك في الصيدلية بن سوھالي بالطاھير بدائل مختلفة للمكمل c+zinc.					

					يتيح لك فرصة الإختيار من خلال تواجد انواع مختلفة للمكمل الغذائي في صيدلية بن سوھالي بطاھير .	02	
					تقوم بإختيار البديل الامثل من بين البدائل المتواجدة في صيدلية بن سوھالي من خلال الجودة و السعر المناسب للمكمل الغذائي .c+zinc	03	
					تھتم صيدلية بن سوھالي باقتراحاتك المتعلقة بالمكمل الغذائي .c+zinc	01	حق سماع رأي المستهلك
					تحرص صيدلية بن سوھالي على معالجة اي شكوى من طرفك فيما يخص المكمل الغذائي.	02	
					تترك لك صيدلية بن سوھالي المجال لإبداء رأيك عن المكمل الغذائي .c+zinc	03	
					يتم تعويضك في حالة تعرضك لضرر بسبب منتج C+ Zinc.	01	حق التعويض
					تستطيع اعادة المكمل الغذائي c+zinc في حالة عدم تعرضه للضرر.	02	
					يتم التعويضك في حالة قبول الشكوة المقدمة من طرفك.	03	
					يقدم لك مقدمو الخدمة بصيدلية بن سوھالي معلومات توعية حول الأثار الجانبية للمكمل الغذائي .	01	حق التثقيف

					يمكنك طلب الحصول على المعلومات الكافية حول المكمل الغذائي c+zinc من مقدمي الخدمة.	02	
					تتوفر بصيدلية بن سوھالي بعض الملصقات خاصة بالمكمل الغذائي c+zinc .	03	
					توفر لك صيدلية بن سوھالي أنواع مختلفة من المكمل الغذائي c+zinc بأسعار مختلفة.	01	حق الحصول على الاحتياجات الأساسية
					توفر لك صيدلية بن سوھالي مختلف الأنواع الموجودة بالسوق الدوائية من المكمل الغذائي.	02	
					توفر لك صيدلية بن سوھالي أنواع مختلفة من c+zinc بالجودة و الكمية المناسبة.	03	
					توفر لك صيدلية بن سوھالي بيئة صحية ونظيفة ومريحة.	01	حق العيش في بيئة صحية
					تحفظ صيدلية بن سوھالي على الأنواع المختلفة c+zinc في رفوف بعيدة عن الرطوبة و الحرارة.	02	
					تلتزم صيدلية بن سوھالي باعتماد الملصقات خاصة بالضرورة النظافة والتعقيم.	03	
					يحق لك مقاطعة المكمل الغذائي c+zinc وعدم إقتنائه من صيدلية بن سوھالي.	01	حق المقاطعة
					يحق لك بمقاطعة بعض المكمل الغذائي c+zinc بمجرد الزيادة فأسعاره.	02	



					يحق لك مقاطعة المكمل الغذائي c+zinc عند تعرضك لضرر أو أعراض الجانبية عند إستهلاكه.	03	
--	--	--	--	--	--	----	--

المحور الثاني: حماية المستهلك و دورها في استهلاك المكمل الغذائي c+zinc  
دراسة عينة من زبائن صيدلية بن سوهالي.

الحقوق	الرقم	العبارات	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
اتخاذ قرار الشراء	01	إن حصولك على الأمان عند استهلاكك للمكملات الغذائية هو ما يجعلك تتخذ قرار الشراء المكمل الغذائي c+zinc					
	02	تتخذ قرار الشراء من خلال حصولك على المعلومات اللازمة للمكمل الغذائي c+zinc					
	03	تقوم باتخاذ قرار شرائي رشيد بعد تقييمك للبدائل المختلفة للمكمل الغذائي c+zinc واختيارك للبدائل الأمثل					
	04	تتخذ قرار شراء المكمل الغذائي من خلالك سماع رأيك واقتراحاتك					
	05	تقوم باتخاذ قرار شرائي رشيد بعد تعويضك للضرر					
	06	من خلال زيادة ثقافتك الاستهلاكية فيما يخص المكمل الغذائي تقوم باتخاذ قرار شرائي رشيد					
	07	تتخذ قرار الشراء عند حصولك على مختلف الاحتياجات الأساسية من المكمل الغذائي c+zinc					

					01	تتكون لديك صورة ذهنية ايجابية عن المكمل الغذائي بمجرد حصولك على الأمان	تكوين صورة ذهنية إيجابية
					02	عند حصولك على مختلف المعلومات التي تخص المكمل الغذائي تتكون لديك صورة ذهنية ايجابية عنها	
					03	يتشكل في ذهنك صورة ايجابية للمكمل الغذائي من خلال حصولك على حق الاختيار	
					04	عند سماع رأيك ومعالجة شكاويك المتعلقة بالمكمل الغذائي تتشكل في ذهنك صورة ايجابية	
					05	تعرضك للضرر من المكمل الغذائي وتعويضك عنه يشكل لك صورة ذهنية ايجابية	
					06	تتشكل في ذهنك صورة جيدة من خلال مشاهدتك للإعلانات التثقيفية التي تخص المكمل الغذائي c+zinc	
					07	عند حصولك على الاحتياجات الأساسية من المكمل الغذائي تتكون في ذهنك صورة ايجابية	كسب ثقة المستهلك
					01	بحصولك على الأمان من خلال استهلاكك للمكمل الغذائي يجعلك راض عليه	
					02	شعورك بالرضا عن المكمل الغذائي يأتي من خلال الحصول على المعلومات التي تخص المنتج	
					03	تقييمك للبدايل والأنواع المختلفة للمكمل الغذائي واختيارك للنوع الأمثل يجعلك راض عن المنتج	

					يتكون لديك الشعور بالرضا عن المكمل الغذائي c+zinc من خلال السماع لأرائك	04	
					شعورك بالرضا عن المكمل الغذائي يأتي من خلال تعويضك عن الضرر الذي تسبب لك من خلاله	05	
					تشعر بالرضا لمختلف المكمل الغذائي من خلال برامج التوعية التي توفرها حماية المستهلك	06	
					شعورك بالرضا يأتي بعد حصولك على مختلف الاحتياجات الأساسية من المكمل الغذائي c+zinc	07	

الملحق 02: قائمة الأساتذة المحكمين.

الرقم	اسم ولقب الأستاذ المحكم
01	د.ع/ برحال
02	فيصل بوميمز

الملحق رقم (03): الصدق الداخلي لأداة الدراسة.

❖ الصدق الداخلي لعبارات المحور الأول : حقوق المستهلك منتج c+zinc لصيدلية بن سوهالي في زمن كورونا.  
➤ الصدق الداخلي لعبارات البعد الأول "حق الأمان":

### Corrélations

	حق الأمان	تضمن لك صيدلية بن سوهالي توفر لك صيدلية بن سوهالي الحماية التامة من الأضرار الناجمة عن المكمل الغذائي c+zinc.	تضمن لك صيدلية بن سوهالي "الأمان" من خلال مصدقية المعلومات التي تقدمها لك بخصوص المكمل الغذائي c+zinc.	تضمن لك صيدلية بن سوهالي سلامة صحتك من خلال حرصها على ضمان منتجاتها من بينها منتوج c+zinc.
حق الأمان	Corrélation de Pearson	1	,771**	,770**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000
	N	55	55	55
توفر لك صيدلية بن سوهالي الحماية التامة من الأضرار الناجمة عن المكمل الغذائي c+zinc.	Corrélation de Pearson	,771**	1	,282*
	Sig. (bilatérale)	,000		,037
	N	55	55	55
تضمن لك صيدلية بن سوهالي "الأمان" من خلال مصدقية المعلومات التي تقدمها لك بخصوص المكمل الغذائي c+zinc.	Corrélation de Pearson	,770**	,282*	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,037	
	N	55	55	55
تضمن لك صيدلية بن سوهالي سلامة صحتك من خلال حرصها على ضمان منتجاتها من بينها منتوج c+zinc.	Corrélation de Pearson	,800**	,443**	,534**
	Sig. (bilatérale)	,000	,001	,000
	N	55	55	55

\*\* La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

➤ الصدق الداخلي لعبارات البعد الثاني "حق الحصول على المعلومات":

Corrélations

	حق الحصول على المعلومات	تواريخ الانتاج والانتهاج مدونة على علبه المكمل الغذائي c+zinc.	أسعار المكمل الغذائي c+zinc مثبتة فيه ومعلنة في الملصقة المصغرة: la vignette	البيانات و المعلومات المدونة على المكمل الغذائي c+zinc ، تمكّنك من اتخاذ قرار الشراء.
حق الحصول على المعلومات	Corrélation de Pearson	1	,811**	,808**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000
	N	55	55	55
تواريخ الانتاج والانتهاج مدونة على علبه المكمل الغذائي c+zinc.	Corrélation de Pearson	,811**	1	,649**
	Sig. (bilatérale)	,000		,000
	N	55	55	55
أسعار المكمل الغذائي c+zinc مثبتة فيه ومعلنة في الملصقة المصغرة: la vignette	Corrélation de Pearson	,808**	,649**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	
	N	55	55	55
البيانات و المعلومات المدونة على المكمل الغذائي c+zinc ، تمكّنك من اتخاذ قرار الشراء.	Corrélation de Pearson	,700**	,262	,283*
	Sig. (bilatérale)	,000	,053	,037
	N	55	55	55

\*\* . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

\* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

➤ الصدق الداخلي لعبارات البعد الثالث "حق الاختيار":

Corrélations

حق الاختيار	تتوفر لك للمستهلك في الصيدلية بن سوهالي بالطاهير بدائل مختلفة للمكمل c+zinc.	يتيح لك فرصة الاختيار من خلال تواجد أنواع مختلفة للمكمل الغذائي في صيدلية بن سوهالي بطاهير.	تقوم باختيار البديل الأمثل من بين البدائل المتواجدة في صيدلية بن سوهالي من خلال الجودة و السعر المناسب للمكمل الغذائي c+zinc.		
حق الاختيار	Corrélation de Pearson	1	,862**	,875**	,841**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000
	N	55	55	55	55
تتوفر لك للمستهلك في الصيدلية بن سوهالي بالطاهير بدائل مختلفة للمكمل c+zinc.	Corrélation de Pearson	,862**	1	,665**	,572**
	Sig. (bilatérale)	,000		,000	,000
	N	55	55	55	55
يتيح لك فرصة الاختيار من خلال تواجد أنواع مختلفة للمكمل الغذائي في صيدلية بن سوهالي بطاهير.	Corrélation de Pearson	,875**	,665**	1	,586**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000		,000
	N	55	55	55	55
تقوم باختيار البديل الأمثل من بين البدائل المتواجدة في صيدلية بن سوهالي من خلال الجودة و السعر المناسب للمكمل الغذائي c+zinc.	Corrélation de Pearson	,841**	,572**	,586**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	
	N	55	55	55	55

\*\* La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

➤ الصدق الداخلي لعبارة البعد الرابع "حق سماع رأي المستهلك":

Corrélations

	حق سماع رأي المستهلك	تهتم صيدلية بن سوهالي باقتراحاتك المتعلقة بالمكمل الغذائي.c+zinc	تحرص صيدلية بن سوهالي على معالجة أي شكوى من طرفك فيما يخص المكمل الغذائي.	تترك لك صيدلية بن سوهالي المجال لإبداء رأيك عن المكمل الغذائي.c+zinc
حق سماع رأي المستهلك	1	,787**	,838**	,844**
Corrélation de Pearson				
Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000
N	55	55	55	55
تهتم صيدلية بن سوهالي باقتراحاتك المتعلقة بالمكمل الغذائي.c+zinc	,787**	1	,506**	,449**
Corrélation de Pearson				
Sig. (bilatérale)	,000		,000	,001
N	55	55	55	55
تحرص صيدلية بن سوهالي على معالجة أي شكوى من طرفك فيما يخص المكمل الغذائي.	,838**	,506**	1	,596**
Corrélation de Pearson				
Sig. (bilatérale)	,000	,000		,000
N	55	55	55	55
تترك لك صيدلية بن سوهالي المجال لإبداء رأيك عن المكمل الغذائي.c+zinc	,844**	,449**	,596**	1
Corrélation de Pearson				
Sig. (bilatérale)	,000	,001	,000	
N	55	55	55	55

\*\* . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).



➤ الصدق الداخلي لعبارات البعد الخامس "حق التعويض":

Corrélations

	حق التعويض	يتم تعويضك في حالة تعرضك لضرر بسبب منتج C+ Zinc	تستطيع إعادة المكمل الغذائي c+zinc في حالة عدم تعرضه للضرر.	يتم تعويضك في حالة قبول الشكوى المقدمة من طرفك.
حق التعويض	Corrélation de Pearson	1	,857**	,697**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000
	N	55	55	55
يتم تعويضك في حالة تعرضك لضرر بسبب منتج C+ Zinc.	Corrélation de Pearson	,857**	1	,385**
	Sig. (bilatérale)	,000		,004
	N	55	55	55
تستطيع إعادة المكمل الغذائي c+zinc في حالة عدم تعرضه للضرر.	Corrélation de Pearson	,697**	,385**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,004	
	N	55	55	55
يتم تعويضك في حالة قبول الشكوى المقدمة من طرفك.	Corrélation de Pearson	,778**	,601**	,235
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,084
	N	55	55	55

\*\* . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

➤ الصدق الداخلي لعبارات البعد السادس "حق التثقيف":

Corrélations

	حق_التثقيف	يقدم لك مقدمو الخدمة بصيدلية بن سوهالي معلومات توعية حول الآثار الجانبية للمكمل الغذائي.	يمكنك طلب الحصول على المعلومات الكافية حول المكمل الغذائي c+zinc من مقدمي الخدمة.	تتوفر بصيدلية بن سوهالي بعض الملصقات خاصة بالمكمل الغذائي c+zinc .
حق_التثقيف	Corrélation de Pearson	1	,718**	,767**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000
	N	55	55	55
يقدم لك مقدمو الخدمة بصيدلية بن سوهالي معلومات توعية حول الآثار الجانبية للمكمل الغذائي.	Corrélation de Pearson	,718**	1	,260
	Sig. (bilatérale)	,000		,055
	N	55	55	55
يمكنك طلب الحصول على المعلومات الكافية حول المكمل الغذائي c+zinc من مقدمي الخدمة.	Corrélation de Pearson	,767**	,260	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,055	
	N	55	55	55
تتوفر بصيدلية بن سوهالي بعض الملصقات خاصة بالمكمل الغذائي c+zinc.	Corrélation de Pearson	,790**	,246	,603**
	Sig. (bilatérale)	,000	,070	,000
	N	55	55	55

\*\* . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

➤ الصدق الداخلي لعبارات البعد السابع "حق الحصول على الاحتياجات الأساسية"

Corrélations

	حق الحصول على الاحتياجات الأساسية	توفر لك صيدلية بن سوهالي أنواع مختلفة من المكمل الغذائي c+zinc بأسعار مختلفة.	توفر لك صيدلية بن سوهالي مختلف الأنواع الموجودة بالسوق الدوائية من المكمل الغذائي.	توفر لك صيدلية بن سوهالي أنواع مختلفة من c+zinc بالجودة و الكمية المناسبة.
Corrélation de Pearson	1	,792**	,859**	,864**
Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000
N	55	55	55	55
Corrélation de Pearson	,792**	1	,489**	,490**
Sig. (bilatérale)	,000		,000	,000
N	55	55	55	55
Corrélation de Pearson	,859**	,489**	1	,682**
Sig. (bilatérale)	,000	,000		,000
N	55	55	55	55
Corrélation de Pearson	,864**	,490**	,682**	1
Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	
N	55	55	55	55

\*\* La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

➤ الصدق الداخلي لعبارات البعد الثامن "حق العيش في بيئة صحية":

**Corrélations**

		حق العيش في بيئة صحية	توفر لك صيدلية بن سوهالي بيئة صحية ونظيفة ومريحة.	تحفظ صيدلية بن سوهالي على الأنواع المختلفة c+zinc في رفوف بعيدة عن الرطوبة والحرارة.	تلتزم صيدلية بن سوهالي باعتماد الملصقات خاصة بالضرورة النظافة و التعقيم.
حق العيش في بيئة صحية	Corrélation de Pearson	1	,736**	,836**	,799**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000
	N	55	55	55	55
توفر لك صيدلية بن سوهالي بيئة صحية ونظيفة ومريحة.	Corrélation de Pearson	,736**	1	,362**	,500**
	Sig. (bilatérale)	,000		,007	,000
	N	55	55	55	55
تحفظ صيدلية بن سوهالي على الأنواع المختلفة c+zinc في رفوف بعيدة عن الرطوبة والحرارة.	Corrélation de Pearson	,836**	,362**	1	,481**
	Sig. (bilatérale)	,000	,007		,000
	N	55	55	55	55
تلتزم صيدلية بن سوهالي باعتماد الملصقات خاصة بالضرورة النظافة و التعقيم.	Corrélation de Pearson	,799**	,500**	,481**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	
	N	55	55	55	55

\*\* . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

➤ الصدق الداخلي لعبارات البعد التاسع "حق المقاطعة":

Corrélations

	حق المقاطعة	يحق لك مقاطعة المكمل الغذائي c+zinc وعدم اقتنائه من صيدلية بن سوهالي.	يحق لك بمقاطعة بعض المكمل الغذائي c+zinc بمجرد الزيادة فأسعاره.	يحق لك مقاطعة المكمل الغذائي c+zinc عند تعرضك لضرار أو أعراض الجانبية عند استهلاكه.
حق المقاطعة	Corrélation de Pearson	1	,898**	,921**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000
	N	55	55	55
يحق لك مقاطعة المكمل الغذائي c+zinc وعدم اقتنائه من صيدلية بن سوهالي.	Corrélation de Pearson	,898**	1	,718**
	Sig. (bilatérale)	,000		,000
	N	55	55	55
يحق لك بمقاطعة بعض المكمل الغذائي c+zinc بمجرد الزيادة فأسعاره.	Corrélation de Pearson	,921**	,718**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	
	N	55	55	55
يحق لك مقاطعة المكمل الغذائي c+zinc عند تعرضك لضرار أو أعراض الجانبية عند استهلاكه.	Corrélation de Pearson	,914**	,704**	,814**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000
	N	55	55	55

\*\* La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).













حق_التتقيف	Corrélacion de Pearson	,722**	,499**	,597**	,392**	,360**	,462**	1	,490**	,399**	,164
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,003	,007	,000		,000	,003	,233
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
حق_الحصول_على_الاحتياجات_الأ ساسية	Corrélacion de Pearson	,740**	,200	,496**	,559**	,466**	,420**	,490**	1	,508**	,199
	Sig. (bilatérale)	,000	,142	,000	,000	,000	,001	,000		,000	,146
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
حق_العيش_في_بيئة_صحية	Corrélacion de Pearson	,588**	,336*	,495**	,304*	,316*	,189	,399**	,508**	1	,055
	Sig. (bilatérale)	,000	,012	,000	,024	,019	,167	,003	,000		,688
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
حق_المقاطعة	Corrélacion de Pearson	,401**	,069	,240	,226	,052	,185	,164	,199	,055	1
	Sig. (bilatérale)	,002	,615	,078	,097	,704	,176	,233	,146	,688	
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55

\*\* . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

\* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

❖ الاتساق البنائي لمحوري الاستبيان:

**Corrélations**

		الدرجة الكلية للاستبيان	المحور الأول حقوق المستهلك	المحور الثاني حماية المستهلك
الدرجة الكلية للاستبيان	Corrélation de Pearson	1	,919**	,926**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000
	N	55	55	55
المحور الأول حقوق المستهلك	Corrélation de Pearson	,919**	1	,703**
	Sig. (bilatérale)	,000		,000
	N	55	55	55
المحور الثاني حماية المستهلك	Corrélation de Pearson	,926**	,703**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	
	N	55	55	55

\*\* . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

الملحق رقم (04): معاملات الثبات.

➤ معامل الثبات الكلي للاستبيان:

#### Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,939	54

➤ معامل ثبات المحور الأول: حقوق المستهلك.

#### Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,899	27

✓ معامل ثبات البعد الأول: حق الأمان.

#### Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,657	3

✓ معامل الثبات للبعد الثاني: حق الحصول على المعلومات.

#### Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,650	3

✓ معامل الثبات للبعد الثالث: حق الاختيار.

#### Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,822	3

✓ معامل الثبات للبعد الرابع: حق سماع رأي المستهلك.

#### Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,759	3

✓ معامل الثبات للبعد الخامس: حق التعويض.

#### Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,674	3

✓ معامل الثبات للبعد السادس: حق التثقيف.

#### Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,609	3

✓ معامل الثبات للبعد السابع: حق الحصول على الاحتياجات الأساسية.

#### Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,787	3

✓ معامل الثبات للبعد الثامن: حق العيش في بيئة صحية.

#### Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,684	3

✓ معامل الثبات للبعد التاسع: حق المقاطعة.

#### Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,893	3

➤ معامل ثبات المحور الثاني: حماية المستهلك ودورها في استهلاك المكمل الغذائي C+ZINC.

#### Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,902	27

الملحق رقم (05): البيانات الشخصية.

		الجنس			
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	ذكر	27	49,09	49,09	49,09
	أنثى	28	50,91	50,91	100,00
	Total	55	100,00	100,00	

		السن			
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	أقل من 20 سنة	3	5,45	5,45	5,45
	بين 20-29 سنة	29	52,73	52,73	58,18
	بين 30-39 سنة	11	20,00	20,00	78,18
	بين 40-49 سنة	3	5,45	5,45	83,64
	50 سنة وأكثر	9	16,36	16,36	100,00
	Total	55	100,00	100,00	

		الحالة الاجتماعية			
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	متزوج	18	32,73	32,73	32,73
	أعزب	37	67,27	67,27	100,00
	Total	55	100,00	100,00	



المستوى التعليمي

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	ليسانس أو أقل	22	40,00	40,00	40,00
	ماستر	28	50,91	50,91	90,91
	دراسات عليا	5	9,09	9,09	100,00
	Total	55	100,00	100,00	

الدخل

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	أقل من 20000 دج	30	54,55	54,55	54,55
	[20000-40000[	9	16,36	16,36	70,91
	[40000-60000[	12	21,82	21,82	92,73
	60000 دج وأكثر	4	7,27	7,27	100,00
	Total	55	100,00	100,00	

### Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
توفر لك صيدلية بن سوهالي الحماية التامة من الأضرار الناجمة عن المكمل الغذائي.c+zinc	55,00	3,55	1,05
تضمن لك صيدلية بن سوهالي "الأمان" من خلال مصدقية المعلومات التي تقدمها لك بخصوص المكمل الغذائي.c+zinc	55,00	3,89	,96
تضمن لك صيدلية بن سوهالي سلامة صحتك من خلال حرصها على ضمان منتجاتها من بينها منتج.c+zinc	55,00	3,85	,73
<b>حق_الأمان</b>	<b>55,00</b>	<b>3,76</b>	<b>,71</b>
تواريخ الانتاج والانتهاء مدونة على علبة المكمل الغذائي c+zinc.	55,00	4,29	,81
أسعار المكمل الغذائي c+zinc مثبتة فيه ومعلنة في الملصقة المصغرة la vignette	55,00	4,31	,74
البيانات و المعلومات المدونة على المكمل الغذائي.c+zinc ، تمكنك من اتخاذ قرار الشراء.	55,00	4,11	,90
<b>حق_الحصول_على_المعلومات</b>	<b>55,00</b>	<b>4,24</b>	<b>,63</b>
تتوفر لك للمستهلك في الصيدلية بن سوهالي بالطاهير بدائل مختلفة للمكمل.c+zinc	55,00	3,75	,84
يتيح لك فرصة الاختيار من خلال تواجد أنواع مختلفة للمكمل الغذائي في صيدلية بن سوهالي بطاهير.	55,00	3,85	,89
تقوم باختيار البديل الأمثل من بين البدائل المتواجدة في صيدلية بن سوهالي من خلال الجودة و السعر المناسب للمكمل الغذائي c+zinc.	55,00	4,02	,89
<b>حق_الاختيار</b>	<b>55,00</b>	<b>3,87</b>	<b>,75</b>
تهتم صيدلية بن سوهالي باقتراحاتك المتعلقة بالمكمل الغذائي c+zinc.	55,00	3,58	,90

تحرص صيدلية بن سوهالي على معالجة أي شكوى من طرفك فيما يخص المكمل الغذائي.	55,00	3,58	,83
تترك لك صيدلية بن سوهالي المجال لإبداء رأيك عن المكمل الغذائي. c+zinc	55,00	3,42	,99
<b>حق سماع رأي المستهلك</b>	<b>55,00</b>	<b>3,53</b>	<b>,75</b>
يتم تعويضك في حالة تعرضك لضرر بسبب منتج C+ Zinc	55,00	3,04	1,09
تستطيع إعادة المكمل الغذائي c+zinc في حالة عدم تعرضه للضرر.	55,00	3,20	1,04
يتم تعويضك في حالة قبول الشكوى المقدمة من طرفك.	55,00	3,44	1,00
<b>حق التعويض</b>	<b>55,00</b>	<b>3,22</b>	<b>,81</b>
يقدم لك مقدمو الخدمة بصيدلية بن سوهالي معلومات توعية حول الآثار الجانبية للمكمل الغذائي.	55,00	3,84	1,00
يمكنك طلب الحصول على المعلومات الكافية حول المكمل الغذائي c+zinc من مقدمي الخدمة.	55,00	4,22	,71
تتوفر بصيدلية بن سوهالي بعض الملصقات خاصة بالمكمل الغذائي. c+zinc	55,00	3,93	,86
<b>حق التثقيف</b>	<b>55,00</b>	<b>3,99</b>	<b>,65</b>
توفر لك صيدلية بن سوهالي أنواع مختلفة من المكمل الغذائي c+zinc بأسعار مختلفة.	55,00	3,82	,98
توفر لك صيدلية بن سوهالي مختلف الأنواع الموجودة بالسوق الدوائية من المكمل الغذائي.	55,00	3,84	,94
توفر لك صيدلية بن سوهالي أنواع مختلفة من c+zinc بالجودة و الكمية المناسبة.	55,00	3,73	,97
<b>حق الحصول على الاحتياجات الأساسية</b>	<b>55,00</b>	<b>3,79</b>	<b>,81</b>
توفر لك صيدلية بن سوهالي بيئة صحية ونظيفة ومريحة.	55,00	4,20	,70
تحفظ صيدلية بن سوهالي على الأنواع المختلفة c+zinc في رفوف بعيدة عن الرطوبة والحرارة.	55,00	3,89	1,03
تلتزم صيدلية بن سوهالي باعتماد الملصقات خاصة بالضرورة النظافة و التعقيم.	55,00	4,15	,70

<b>حق العيش في بيئة صحية</b>	<b>55,00</b>	<b>4,08</b>	<b>,65</b>
يحق لك مقاطعة المكمل الغذائي c+zinc وعدم اقتنائه من صيدلية بن سوهالي.	55,00	3,98	1,05
يحق لك مقاطعة بعض المكمل الغذائي c+zinc بمجرد الزيادة فأسعاره.	55,00	4,11	,92
يحق لك مقاطعة المكمل الغذائي c+zinc عند تعرضك لضرر أو أعراض الجانبية عند استهلاكه.	55,00	4,36	,89
<b>حق المقاطعة</b>	<b>55,00</b>	<b>4,15</b>	<b>,86</b>
<b>المحور الأول حقوق المستهلك</b>	<b>55,00</b>	<b>3,85</b>	<b>,48</b>
إن حصولك على الأمان عند استهلاكك للمكملات الغذائية هو ما يجعلك تتخذ قرار الشراء المكمل الغذائي. c+zinc	55	4,27	,87
تتخذ قرار الشراء من خلال حصولك على المعلومات اللازمة للمكمل الغذائي. c+zinc	55	4,16	,76
تقوم باتخاذ قرار شرائي رشيد بعد تقييمك للبدائل المختلفة للمكمل الغذائي c+zinc واختيارك للبدائل الأمثل.	55	3,96	,88
تتخذ قرار شراء المكمل الغذائي من خلالك سماع رأيك واقتراحاتك.	55	3,78	,97
تقوم باتخاذ قرار شرائي رشيد بعد تعويضك للضرر.	55	3,58	1,05
من خلال زيادة ثقافتك الاستهلاكية فيما يخص المكمل الغذائي تقوم باتخاذ قرار شرائي رشيد.	55	4,09	,84
تتخذ قرار الشراء عند حصولك على مختلف الاحتياجات الأساسية من المكمل الغذائي. c+zinc	55	3,81	,92
عند شرائك للمكمل الغذائي c+zinc و تلاحظ نظافة الصيدلية تقوم باتخاذ القرار الشرائي.	55	3,52	1,07
تتخذ قرار شراء المكمل الغذائي عندما يكون لك الحق في المقاطعة.	55	3,73	,95
<b>البعد الأول: قرار الشراء</b>	<b>55</b>	<b>3,88</b>	<b>,51</b>
تتكون لديك صورة ذهنية ايجابية عن المكمل الغذائي بمجرد حصولك على الامان.	55	4,23	,74
عند حصولك على مختلف المعلومات التي تخص المكمل الغذائي تتكون لديك صورة ذهنية ايجابية عنها.	55	4,12	,82
يتشكل في ذهنك صورة ايجابية للمكمل الغذائي من خلال حصولك على حق الاختيار.	55	4,00	,84
عند سماع رأيك ومعالجة شكاويك المتعلقة بالمكمل الغذائي تتشكل في ذهنك صورة ايجابية.	55	3,96	,98
تعرضك للضرر من المكمل الغذائي وتعويضك عنه يشكل لك صورة ذهنية ايجابية.	55	3,27	1,28

تتشكل في ذهنك صورة جيدة من خلال مشاهدتك للاعلانات التثقيفية التي تخص المكمل الغذائي. c+zinc	55	3,55	1,12
عند حصولك على الاحتياجات الاساسية من المكمل الغذائي تتكون في ذهنك صورة ايجابية.	55	4,09	,79
تتكون لديك صورة ذهنية ايجابية عند اقتنائك للمكمل الغذائي من خلال نظافة الصيدلية وترتيبها.	55	3,74	1,04
عند حصولك على حق المقاطعة تتشكل لديك صورة ايجابية.	55	3,58	1,01
<b>الصورة_الذهنية_الموجبة</b>	<b>55</b>	<b>3,84</b>	<b>,56</b>
بحصولك على الامان من خلال استهلاكك للمكمل الغذائي يجعلك راض عليه.	55	4,27	,70
شعورك بالرضا عن المكمل الغذائي يأتي من خلال الحصول على المعلومات التي تخص المنتج.	55	3,96	,96
تقييمك للبدائل والأنواع المختلفة للمكمل الغذائي و اختيارك للنوع الأمثل يجعلك راض عن المنتج.	55	4,12	,72
يتكون لديك الشعور بالرضا عن المكمل الغذائي c+zinc من خلال السماع لأرائك.	55	3,87	,96
شعورك بالرضا عن المكمل الغذائي يأتي من خلال تعويضك عن الضرر الذي تسبب لك من خلاله.	55	3,33	1,30
تشعر بالرضا لمختلف المكمل الغذائي من خلال برامج التوعية التي توفرها حماية المستهلك.	55	3,84	,92
شعورك بالرضا يأتي بعد حصولك على مختلف الاحتياجات الأساسية من المكمل الغذائي. c+zinc	55	4,27	,65
يتكون لديك الشعور بالرضا عندما تكون الصيدلية نظيفة.	55	4,03	,83
شعورك بالرضا عن المكمل الغذائي c+zinc يأتي بعد ضمان حقوقك في المقاطعة.	55	3,56	1,04
<b>كسب رضا المستهلك</b>	<b>55</b>	<b>3,92</b>	<b>,51</b>
<b>المحور_الثاني_حماية_المستهلك</b>	<b>55,00</b>	<b>3,88</b>	<b>,50</b>
<b>الدرجة_الكلية_للاستبيان</b>	<b>55,00</b>	<b>3,86</b>	<b>,45</b>
N valide (liste)	55		

الملحق رقم (07): اختبار التوزيع الطبيعي لبيانات الدراسة.

Test Kolmogorov-Smirnov pour un échantillon

		المحور_الأول	المحور_الثاني_	الدرجة_الكلية_للاستبيان
N		55	55	55
Paramètres normaux <sup>a,b</sup>	Moyenne	3,8492	3,8801	3,8646
	Ecart type	,47856	,49960	,45131
Différences les plus extrêmes	Absolue	,084	,097	,046
	Positif	,074	,097	,043
	Négatif	-,084	-,055	-,046
Statistiques de test		,084	,097	,046
Sig. asymptotique (bilatérale)		,200 <sup>c,d</sup>	,200 <sup>c,d</sup>	,200 <sup>c,d</sup>

a. La distribution du test est Normale.

b. Calculée à partir des données.

c. Correction de signification de Lilliefors.

d. Il s'agit de la borne inférieure de la vraie signification.

الملحق رقم (08): نتائج اختبار الفرضيات.

أولاً- نتائج اختبار الفرضيات الرئيسية:

1- نتائج اختبار (T) البسيط لعينة واحدة لاختبار الفرضية الرئيسية الأولى:

### Test sur échantillon unique

Valeur de test = 3

	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 % Inférieur
المحور_الأول_حمية حقوق المستهلك	13,159	54	,000	,84916	,7198
المحور_الثاني_استهلاك المكملات	13,065	54	,000	,88013	,7451

2- نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط للفرضية الرئيسية الثانية:

### Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,703 <sup>a</sup>	,494	,484	,35874

a. Prédicteurs : (Constante), المحور\_الأول\_حمية حقوق المستهلك,

### ANOVA<sup>a</sup>

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	6,658	1	6,658	51,735	,000 <sup>b</sup>
	de Student	6,821	53	,129		
	Total	13,479	54			

### Coefficients<sup>a</sup>

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t
		B	Erreur standard	Bêta	
1	(Constante)	1,056	,396		2,669
	المحور_الأول_حماية_حقوق_المستهلك	,734	,102	,703	7,193

a. Variable dépendante : المحور\_الثاني\_استهلاك\_المكملات\_الغذائية :

ثانياً - نتائج اختبار الفرضيات الفرعية:

1- نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط للفرضية الفرعية الأولى:

### Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,594 <sup>a</sup>	,353	,341	,41410

a. Prédicteurs : (Constante), المحور\_الأول\_حماية\_حقوق\_المستهلك

### ANOVA<sup>a</sup>

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	4,957	1	4,957	28,910	,000 <sup>b</sup>
	de Student	9,088	53	,171		
	Total	14,046	54			

a. Variable dépendante : قرار\_الشراء :



b. Prédicteurs : (Constante), المحور\_الأول\_حماية حقوق\_المستهلك

### Coefficients<sup>a</sup>

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t
		B	Erreur standard	Bêta	
1	(Constante)	1,444	,457		3,162
	المحور_الأول حماية_حقوق_المستهلك	,633	,118	,594	5,377

a. Variable dépendante : قرار\_الشراء

## 2- نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط للفرضية الفرعية الثانية:

### Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,721 <sup>a</sup>	,520	,511	,39073

a. Prédicteurs : (Constante), المحور\_الأول\_حماية حقوق\_المستهلك

### ANOVA<sup>a</sup>

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	8,767	1	8,767	57,424	,000 <sup>b</sup>
	de Student	8,092	53	,153		
	Total	16,858	54			

a. Variable dépendante : الصورة\_الذهنية\_الموجبة

b. Prédicteurs : (Constante), المحور\_الأول\_حماية حقوق\_المستهلك

### Coefficients<sup>a</sup>

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t
		B	Erreur standard	Bêta	
1	(Constante)	,600	,431		1,392
	المحور_الأول حماية_حقوق_المستهلك	,842	,111	,721	7,578

### Coefficients<sup>a</sup>

Modèle		Sig.
1	(Constante)	,170
	المحور_الأول حماية_حقوق_المستهلك	,000

a. Variable dépendante : الصورة\_الذهنية\_المرجبة

### 3- نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط للفرضية الفرعية الثالثة:

#### Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,673 <sup>a</sup>	,453	,442	,38574

a. Prédicteurs : (Constante), المحور\_الأول حماية\_حقوق\_المستهلك

### ANOVA<sup>a</sup>

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	6,520	1	6,520	43,820	,000 <sup>b</sup>
	de Student	7,886	53	,149		
	Total	14,406	54			

a. Variable dépendante : الشعور بالرضا

b. Prédicteurs : (Constante), المحور الأول حماية حقوق المستهلك

### Coefficients<sup>a</sup>

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t
		B	Erreur standard	Bêta	
1	(Constante)	1,124	,425		2,643
	المحور الأول حماية حقوق المستهلك	,726	,110	,673	6,620

### Coefficients<sup>a</sup>

Modèle		Sig.
1	(Constante)	,011
	المحور الأول حماية حقوق المستهلك	,000

a. Variable dépendante : الشعور بالرضا