العوامل المؤثرة في قرار شراء الأطفال في المدارس الأردنية الخاصة الأغذية غير الصحية في مدينة عمان

محمد عبيدات*، بشرى محادين**

ملخّـص

هدفت هذه الدراسة إلى تعرف بعض العوامل المؤثرة في قرار شراء الأطفال في المدارس الأردنية الخاصة الأغذية غير الصحية في مدينة عمان، وذلك في ضوء مجموعة من المؤشرات المتمثّلة بأبعاد المتغير المستقل، وهي: عوامل التطبيع الاجتماعي، والمعرفة الغذائية، والمصروف المتوافر، وأنشطة الترويج الغذائي، ومن ثم دراسة الفروقات في العوامل المؤثرة في قرار شراء الطفل في ضوء متغيرات العوامل الديموغرافية، وهي: الفئة العمرية، والجنس، ومستوى الدخل الشهري، و عدد أفراد الأسرة، وعمل الأم، وموقع المدرسة، ومصروف الطفل. تكون مجتمع الدراسة من الأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين: الثالثة عشر والسادسة عشر الذين يدرسون في المدارس الخاصة في مدينة عمان في الصفوف السابع والثامن و التاسع والعاشر وعددهم (39868) طالباً وطالبة بحسب إحصائيات وزارة التربية والتعليم. وتم اختيار عينة طبقية عشوائية بواقع (421) طالباً وطالبةً. وقد خلصت الدراسة إلى النتائج الآتية: وجود أثر ذي دلالة إحصائية لأبعاد المتغير المستقل، وهي: عوامل التطبيع الاجتماعي، والمعرفة الغذائية، والمصروف المتوفر، وأنشطة الترويج الغذائي) في قرار الأطفال شراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة (المتغير التابع) باستثناء تأثير الوالدين، وعدم وجود أثر ذي دلالة إحصائية للمعرفة الغذائية في قرار الأطفال شراء الوجبات السريعة والمشروبات الغازية، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية على اختلاف العوامل الديموغرافية في قرار الأطفال شراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة سوى تلك الفروق المعنوية المتعلقة بقرار شراء الطفل المشروبات الغازية والوجبات السريعة، التي تعزى إلى المصروف المتوافر لدى الطفل. وتوصي الدراسة بضرورة تخصيص موارد مالية للإنفاق على الأبحاث والدراسات العلمية في مجال الأغذية وصحة الفرد وترويج نتائج هذه الدراسات على أفراد المجتمع.

الكلمات الدالة: القرار الشرائي، الأغذية غير الصحية، الوجبات السريعة، المشروبات الغازية، الأطفال، عوامل التطبيـع الاجتماعي، المعرفة الغذائية.

المقدمة

تقدر منظمة الصحة العالمية أن حوالي(2.3) مليار نسمة من سكان العالم سيعانون من زيادة الوزن بحلول العام 2015 (Consumer International Report, 2008:p7). وعلى الرغم من أن العديد من الدراسات تؤكد ضرورة بناء عادات غذاء صحية منذ الصغر، إلا أن هنالك الكثير ممن يعانون باستمرار من زيادة في الوزن. وتعد السمنة المفرطة وباء حقيقيا في بعض الدول، حيث يقدر عدد الأطفال المصابين بزيادة الوزن دون سن الخامسة بحدود (17.6) مليون طفل حول العالم، ولا يقتصر هذا الأمر على الأطفال الذين يعيشون في الدول المتقدمة، وإنما يمتد ليشمل دول العالم الثالث بلا استثناء (Consumer International Report, 2004:p8). وفيما تضطر العديد من الدول إلى مواجهة التبعات الاقتصادية والصحية لهذه المعضلة، فإن قارة آسيا بالذات تواجه التحدي الأكبر (Consumer International Report, 2008:p10)

* قسم التسويق، كلية الأعمال، الجامعة الأردنية.
** قسم التسويق، كلية المال والأعمال، الجامعة الأمريكية في مأدبا.
تاريخ استلام البحث 2011/4/25 وتاريخ قبوله 2012/11/22.

ولا تقتصر المشكلة على زيادة الوزن فحسب، بل تتعداها إلى المشكلات الصحية والنفسية المصاحبة للسمنة، حيث ترتبط السمنة بزيادة احتمالية الإصابة بأمراض القلب على المدى البعيد وبعض أنواع السرطانات، والسكري والموت المبكر، إذ لا يمكن القول إن هذه أمراض منتشرة في دول الغـرب فحسب، ولكن تـشير الدراسات إلى أنه وبحـلول عام (2020)، سترتفع نسبة المصابين بهذه الأمراض المزمنة في الدول النامية لتصل الى (60%). (Consumer International Report, 2004:p8)

إن تبني عادات غذائية صحيحة وسليمة أثناء المراحل الأولى لنمو الطفل له انعكاسات إيجابية على المراحل اللاحقة من عمر الإنسان، وعلى العكس من ذلك فان تناول الأطفال للأغذية غير الصحية في مراحل النمو، سيكون له آثار سلبية وخيمة على حياتهم في مراحل العمر المتقدمة.

مشكلة الدراسة:

هنالك العديد من النماذج التي تفسر السلوك المتعلق باختيار انواع الغذاء او الطعام، إلا أن معظمها لم يتطرق إلى السلوك الذي يبديه صغار السن في هذه الحالات، حيث تثير الخيارات الغذائية لهذه الفئة قلق المختصين المهتمين بتأسيس نمط غذائي صحي على المدى البعيد. ولما كان لتلك السلوكيات أثر كبير في هيكلة عادات الغذاء لهذه الفئة تأتي مشكلة الدراسة الرئيسة التي تكمن بالسعي نحو استقصاء العوامل المؤثرة في قرار شراء الأطفال في المدارس الأردنية الخاصة للأغذية غير الصحية في مدينة عمان.

وفي سبيل ذلك، فإن ثمة تساؤلات جديرة بالبحث ووضع الإجابات عنها، وهي:

1. ما أهم العوامل المؤثرة في قرار الشراء للأطفال ضمن الفئة العمرية (13-16 عاماً) الذين يرتادون المدارس الخاصة، للأغذية غير الصحية في مدينة عمان ؟
2. هل هنالك أثر لعوامل التطبيع الاجتماعي (تأثير الوالدين وتأثير الأصدقاء) في قرار الأطفال لشراء الأغذية غير الصحية ؟
3. هل هنالك أثر لأنشطة ترويج المنتجات الغذائية غير الصحية في قرار الأطفال لشراء تلك المنتجات؟
4. هل هنالك أثر لحجم مصروف الطفل في قرار الأطفال لشراء الأغذية غير الصحية ؟
5. هل هنالك أثر للمعرفة الغذائية في قرار الأطفال لشراء الأغذية غير الصحية؟
6. هل يختلف قرار الأطفال لشراء الأغذية غير الصحية باختلاف العوامل الديموغرافية المتمثلة الفئة العمرية أو الجنس أو مستوى الدخل الشهري أو عدد أفراد الأسرة أو عمل الأم أو موقع المدرسة أو مصروف الطفل؟

أهمية الدراسة:

تعاني كل من الدول المتطورة والدول النامية على حد سواء من تفشي ظاهرة السمنة في المراحل العمرية المبكرة لدى الأطفال، حيث أصبحت هذه الظاهرة تشكل وباء حقيقيا في الدول المتقدمة، وقد أخذت هذه الظاهرة بالازدياد بشكل مضطرد في الدول النامية في العالم الثالث. إن انتشار السمنة لدى الأطفال أصبحت مشكلة واضحة في دول الشرق الأوسط ووسط وشرق أوروبا، فعلى سبيل المثال أدرج تقرير الأمم المتحدة لأمراض القلب والاوعية الدموية لعام (1998) (The World Health Organization Monitoring of Cardiovascular Diseases) (MONICA))، إيران كأحد الدول السبعة الرئيسة التي تتفشى فيها ظاهرة السمنة بين الأطفال. أما في المملكة العربية السعودية؛ فإن طفلا من بين كل ستة أطفال في المرحلة العمرية من (6- 18) عاماً يعاني من السمنة المفرطة. وبالإضافة إلى ذلك فإن نسبة الفتيات المصابات بفرط السمنة أعلى بشكل ملحوظ من الفتيان بخاصة في مرحلة المراهقة وبغض النظر عن مستوى الدولة سواء كانت من الدول المتطورة أو من دول العالم الأقل حظاً (النامية) (Dehghant, 2005).

وعلى الرغم من أهمية هذا الموضوع، ومن كثرة التحذيرات العالمية حول ضرورة إيجاد وسائل لتجنب تفشي وباء السمنة بين الأطفال، إلا أن مجتمعاتنا العربية وبالأخص الأردن تعاني من قلة الدراسات التي تتناول هذا الجانب. وبناء على ذلك تستمد هذه الدارسة أحد جوانب أهميتها لكونها تبحث في موضوع يعد من الموضوعات

الهامة عالمياً والحديثة نسبيا في المجتمع الأردني. حيث إنها تسعى الى توضيح العوامل الرئيسة المؤثرة في القرار الشرائي لدى الأطفال دون الستة عشر عاماً فيما يتعلق بالأغذية غير الصحية المتمثلة بالمشروبات الغازية والوجبات السريعة وخاصة أولئك الذين يرتادون المدارس الخاصة في مدينة عمان، كما يظهر هذا في مشكلة الدراسة التي تم ذكرها سلفاً.

أهداف الدراسة:

1. تعرف ما إذا كان هنالك أثر لعوامل التطبيع الاجتماعي والمعرفة الغذائية والمصروف المتوفر وأنشطة الترويج الغذائي في القرار الشرائي للأغذية غير الصحية.
2. تعرف ما إذا كان هنالك تأثير على عملية اتخاذ القرار الشرائي لهذه المنتجات تعزى لاختلاف العوامل الديموغرافية وهي : الفئة العمرية والجنس وعدد أفراد الأسرة ومصروف الطفل ومنطقة المدرسة واختلاف مستوى الدخل وهل كانت الأم عاملة أم لا.
3. تقديم مجموعة من التوصيات والمقترحات المساعدة لتحسين العادات الغذائية لهذه الفئة العمرية، وبالتالي الحد مستقبلاً من الظواهر السلبية المرتبطة بها.

محددات الدراسة:

الحدود الزمنية: تم تجميع البيانات الأولية اللازمة لإعداد هذه الدراسة خلال فترة شهرين، امتدت من شهر كانون الثاني 2010- شهر شباط 2010.

الحدود البشرية: تتمثّل الصعوبات التي واجهتها الدراسة في تحديد كيفية توزيع الاستبانات على أفراد وحدة التحليل، وذلك بسبب اقتصار تلك الوحدة على الأطفال ضمن الفئة العمرية (13-16 عاماً)، حيث تطلب ذلك مجهوداً كبيرا من حيث طريقة التوزيع وملء الاستبانه التي اعتمدت على قراءة اسئلة الاستبانه بالتفصيل وتوضيحها للأطفال ضمن عينة الدراسة ومن ثم القيام بتعبئتها بما يشابه نظام Self-administered questionnaire ناهيك عن الصعوبة الكامنة في إقناع بعض إدارات المدارس الخاصة في تقديم التعاون لإجراء الدراسة، إضافةً إلى عدم قبول بعض أفراد العينة لملئ عدد كبير من الاستبانات لغايات التّمثيل الأكبر للمجتمع.

الحدود المنهجية: اقتصرت دقة النتائج على درجة موضوعية استجابة المبحوثين حول الأسئلة الواردة في أداة الدراسة (الاستبانه) التي تم تطويرها لغايات إتمام هذه الدراسة، ووفقاً لدرجات الصدق والثبات لهذه الأداة، وفي ظل قلة الدراسات التي أجريت حول هذا الموضوع في الدول العربية، لهذا فقد اعتمدت الدراسة بشكلٍ كبير على المعلومات المنشورة في الدوريات والمجلات والنشرات العلمية الصادرة من جهات متعددة، بهدف الاطلاع على تلك المعلومات والدراسات لإمكانية أثراء الدراسة الحالية، وتوخي الدقة في النتائج.

مصطلحات الدراسة: (التعريفات الاجرائية)

تضمنت الدراسة بعض المفاهيم والمصطلحات الآتية:

القرار الشرائي Purchase Decision : يعرف شيفمان (Schiffman,2010,p547.) القرار بأنه: اختيار فعل معين من بين عدة بدائل متاحة"، كما قام سولومون (Solomon,2007,p304) بتعريف عملية اتخاذ القرار بأنها" العلاقة التي يقوم من خلالها الأفراد بهدوء وحذر بجمع اكبر قدر ممكن من المعلومات مع ما يعرفونه سابقاً عن السلعة، ويبذلون جهدهم في وزن مزايا وسلبيات كل بديل من البدائل ومن ثم الوصول إلى قرار مرضٍ".

الأغذية غير الصحية Unhealthy Food : تعرف الأغذية غير الصحية بتلك التي تحتوي على نسب مرتفعة من الدهون والسكر والملح (Consumer International Report,2008:P12).

الوجبات السريعة Fast Food: هي الوجبات التي تحتوي على أطعمة سريعة التحضير، مثل: شطائر الشاورما والبرجر والفلافل والفطائر والبيتزا وقطع الدجاج المقلية، مع مشروب غازي أو كأس من العصير وشرائح البطاطا المقلية. وتتميز الوجبات السريعة بأنها سريعة التحضير،

فلا يحتاج المستهلك إلى انتظار الوجبة كثيراً، وتحتوي على كميات كبيرة من الدهون، وبالتالي سعرات حرارية عالية وهي فقيرة في العناصر الغذائية المفيدة.

المشروبات الغازية Carbonated Beverages : هي المشروبات غير الكحولية التي تجهز بضغط غاز ثاني أكسيد الكربون في ماء صالح للشرب مضافاً إليها السكريات المحلية الطبيعية والمضافات الغذائية الأخرى المسموح بها، كما ويمكن إضافة عصير الفاكهة الطبيعي أو مركزاته أو شراب الفاكهة. (مواصفة قياسية رقم 2007/13).

الأطفال Children: يعرف الأطفال بأنهم الأفراد لغاية سن 16. (Consumer International :p9 Report, 2008)

عوامل التطبيع الاجتماعي Socialization Agents: وتعرف على أنها الأبوان والحكومة والمعلمون والأنداد والإعلام والمدرسة والأصدقاء(Ayadi, 2008).

المعرفة الغذائية Nutritional Knowledge: تعرف المعرفة الغذائية بأنها امتلاك المعرفة والمعلومات الضرورية لمساعدة المستهلكين الأفراد في اتخاذ القرار الصحيح فيما يتعلق بالتغذية المناسبة لحاجاتهم وطريقتهم الحياتية (Räihä, 2008).

الترويج الغذائي Food Promotion: يعرف الترويج الغذائي بأنه المؤثر المباشر وغير المباشر على تفضيلات وتصرفات الأطفال فيما يتعلق بالغذاء. ويستعمل مثل هذا الترويج الألوان والأدوات والنماذج المخصصة بشكل موجه نحو الأطفال وذلك لجذبهم (Livingstone 2005)، كما أنها تستغل حاجة الأطفال والمراهقين للشعور بالاندماج مع جماعة ما. وفيما لا تزال الإعلانات على التلفاز والإذاعة واستخدام اللوحات الإعلانية والملصقات هي الطرق الأكثر شيوعاً، إلا أن هناك الكثير من المنتجات على الشبكة العنكبوتية (الانترنت) التي اصبحت تظهر بشكل متزايد ولها تأثيرات مختلفة (Consumer International Report,2004:p8)

الدراسات السابقة:

لقد وجدت العديد من الدراسات السابقة التي كان لها ارتباط بموضوع الدراسة الحالية وبدرجات متفاوتة في العديد من دول العالم. وعلى الرغم من اختلاف مجتمع بحث تلك الدراسات وطرائق بحثها، إلا أن هذه الدراسة ارتأت الاعتماد على أهمها، وفقاً لدرجة قربها منها. وذلك في محاولة للاستفادة منها، من خلال التعرف إلى طرقها، وإجراءاتها، وأهم نتائجها، ومن ثم إبراز ما تميزت به هذه الدراسة قياساً بتلك الدراسات السابقة، عدا عن تقديم أهم النقاط التي أضافتها هذه الدراسة من خلال سرد نتائجها؛ إذ سيتم عرض الدراسات السابقة استناداً إلى تدرج تواريخ إعداد تلك الدراسات، وعلى النحو التالي:

دراسة (Fan et al. 2009) بعنوان السلوك الشرائي للأطفال في الصين: دراسة حول مصادر المعلومات، حيث هدفت هذه الدراسة التجريبية إلى البحث في سلوك الأطفال الشرائي في الصين مع التركيز على مصادر المعلومات التي يعتمدها هؤلاء الأطفال. وقد تم البحث في عوامل التطبيع الاجتماعي للأطفال، وتم جمع المعلومات من عينة تتـكون من(155) طفلاً ما بين(10-13) سنة باستخدام استبانة مسحية، وقد استخدمت عدة أساليب إحصائية لتحليل المعلومات معامل الارتباط لبيرسون. ووجدت الدراسة أن الأطفال يعتبرون الإعلانات التلفزيونية مصدرا مهما للمعلومات عن المنتجات الجديدة، ولكنهم يعتمدون وبشكل خاص على المعلومات الصادرة عن مصادر شخصية، وبخاصة الوالدين كمصدر موثوق للمعلومات فيما يتعلق بمنتجات الطعام الجديدة.

وفي دراسة (Guneri et al. 2009) بعنوان تأثير الأطفال على القرار الشرائي للأسرة في تركيا، ركزت هذه الدراسة على الأثر الذي يلعبه الأطفال في القرار الشرائي الأسري في تركيا، ووفرت الدراسة أدلة مهمة بناء على المعلومات التي جمعت عن(849) عائلة، ووجدت الدراسة أن تأثير الأطفال على القرار الشرائي الأسري يتركز في

المنتجات ذات العلاقة المباشرة بهم، كما وجدت الدراسة أن الأطفال أكثر تأثيراً في المراحل الآتية من صنع القرار الشرائي (تحديد الحاجة و من أين يتم الشراء و متى وماذا يجب أن نشتري). ويدرك الآباء أن للأطفال تأثيراً ضعيفاً على القرار الشرائي الأسري لأنهم ينظرون إلى أنفسهم على أنهم الجزء الأهم في عملية صنع القرار في العائلة. وأوضحت الدراسة أن الوالدين لا يعون بصورة كافية مدى تأثير االطفال على القرار الشرائي الأسري.

أما دراسة (Tikkanen et al. 2009) بعنوان أنموذج للأغذية الخفيفة لمدرسة شاملة، فقد هدفت هذه الدراسة إلى بناء ووصف أنموذج وجبات خفيفة يصلح لمدرسة شاملة في فنلندا. واستندت هذه الدراسة إلى الدراسات السابقة التي أشارت إلى أن معظم خيارات الطلاب تؤثر سلبا على صحتهم، حيث إن أغلب الطلاب يتناولون وجبات تحتوي على نسب عالية من السكريات والدهون. وعلى الرغم من اتباع عدد قليل من الطلاب حميات غذائية صحية، إلا أن الغالبية العظمى كانوا على عكس ذلك – ويشمل ذلك الطلبة ما دون الـ 5 سنوات- وقد وجد أن العديد من الأطفال يفضلون ويختارون ما هو لذيذ الطعم وجميل الشكل بغض النظر عن الفائدة الغذائية. لذا وجد أنه من الضروري عقد دورات لكل من الآباء و الأطفال لتثقيفهم غذائيا. وقد تم جمع المعلومات في هذه الدراسة من مسؤولي المدرسة والطلاب عن طريق استخدام أسلوب جماعات التركيز وذلك في مدرستين شاملتين، بالإضافة إلى هذا فقد تم مقابلة مديري خدمات الغذاء. وقد تم بناء أنموذج لوجبات غذائية لمدرسة شاملة ويتكون مثل هذا النموذج من (8) عناصر ويمكن استخدامه كمقياس عند تقديم الوجبات الغذائية الخفيفة في المدارس الشاملة، كما يمكن استخدامه كمرجع للمنظمات المسؤولة عن توفير الطعام للمدارس والمسؤولين عن إدارة هذه المدارس عند صنع القرار المتعلق بالوجبات الخفيفة.

وفي دراسة أخرى لـ (Chan et al. 2009) بعنوان ترويج أساليب التغذية الصحية للمراهقين في الصين، فقد هدفت هذه الدراسة إلى تعرف مفاهيم الغذاء الصحي وغير الصحي وعوامل التطبيع الاجتماعي التي تشجع على الغذاء الصحي ما بين المراهقين من الطلبة في الصين. وقد أجري مسح على(152) طالبا من الصفوف(7، 8، 9) في هونغ كونغ من ثلاثة مدارس ثانوية مختلفة وكانت إحداها مدرسة خاصة بالذكور فيما كانت المدرستان الأخريان مدارس مختلطة. وأظهرت نتائج الاستطلاع الذي وزع على هذه المدارس أن الطلاب كانوا يتناولون العديد من الأغذية غير المفيدة كرقائق البطاطا والمشروبات الغازية والحلويات مع أصدقائهم. كما أظهر الاستطلاع أن الطلاب يدركون أن الغذاء الصحي وتناول الوجبات في أوقات محددة هي أهم مميزات العادات الصحية السليمة. أما فيما يتعلق بالتأثيرات الموضعية على استهلاك الطلاب؛ فقد أظهرت الدراسة أن وجود هؤلاء الطلاب مع أصدقائهم أو في الحفلات يؤدي إلى تناولهم غذاء غير صحي، فيما يتناولون الطعام الصحي عند المرض أو في المنزل. وبالنظر إلى عوامل التطبيع الاجتماعي فقد ادعى الطلاب أن الأهل والدعاية الحكومية تدعوهم إلى تناول الطعام الصحي أكثر من أصدقائهم أو معلميهم. وأن الأهل هم المصدر الأكثر تأثيرا على هؤلاء الطلبة من ناحية تشجيعهم لتناول الطعام الصحي. أما فيما يتعلق بالإعلانات البديلة التي تشجع على تناول الأغذية الصحية، فقد اعتبر الطلاب أن الأخبار والإعلانات التي تستخدم مظاهر تثير الخوف هي أكثر تأثيرا من الإعلانات المتعلقة بالإنجازات والشهرة.

وفي دراسة لـ (Ayadi 2008) بعنوان دور المدرسة في التقليل من انتشار السمنة في مرحلة الطفولة في فرنسا. هدفت هذه الدراسة إلى بيان دور المدرسة كأحد عوامل التطبيع الاجتماعية المهمة في تقليل انتشار السمنة المبكرة من خلال البرامج المدرسية التي تشجع العادات الغذائية والصحية. وقد أشارت نتائج هذه الدراسة الاستكشافية التي استهدفت الأطفال وآباءهم، مستخدمة أسلوب المقابلات شبه الموجهه، إلى أن الأهالي قد عدلوا من عاداتهم الغذائية بعد حصولهم على معلومات تعلمها الأطفال في المدرسة، مؤثرين بذلك على العادات الغذائية للعائلة بأكملها. وتسمى هذه العملية عملية التطبيع الاجتماعي العكسي Reverse Socialization حيث تنتقل المعلومات والمهارات من الأطفال إلى ذويهم.

أما دراسة (Dens et al 2007) بعنوان موقف ورقابة

الأهل من الإعلام الموجه للأطفال في بلجيكا، فقدت هدفت إلى البحث في موقف الأهالي من الإعلان الموجه نحو الأطفال وبخاصة ذلك المتعلق بالأغذية. كما بحثت الدراسة في دور الأهل فيما يتعلق بالعادات الغذائية للأطفال ورقابتهم لما يشاهده الأطفال على التلفاز فيما يتعلق بهذه العادات. وقد قام الباحثون بتوزيع استبانة على أولياء أمور طلاب مدارس ابتدائية وإعدادية، كما تم الاعتماد على تقارير ذاتية فيما يتعلق برقابة الأهل على التلفاز، ومن ثم انشاء أنموذج بناءاً على المعلومات التي جمعتها من (485) ولي أمر. وقد توصل الباحثون الى أن المواقف التي يحملها الأهل نحو التغذية، ومدى تأثير الإعلانات في خلق صراعات ومضايقات داخل الأسرة هي من العوامل الأكثر أهمية لضرورة وجود الرقابة الأهلية (رقابة الوالدين) على التلفاز. أما المواقف نحو الإعلانات التجارية ودرجة فهم الأطفال للغاية التجارية لهذا الإعلانات والأثر المدرك لها على الأطفال، فلا يؤثر بصورة مباشرة على درجة رقابة الأهل على التلفاز. وفيما يمثل الآباء بوابة الأمان Gate Keepers لما يشاهده الأطفال على التلفاز فإن على المسوقين الانتباه إلى هذه البوابة، وعليهم أن يكونوا على إلمام بمواقف ومدركات الأهل نحو الإعلانات أو أية عوامل أخرى قد تدعوهم إلى فرض أي نوع من الرقابة. وقد اعتمد هذا النموذج على بلد واحد بحد ذاته، فيما لم يميز ما بين الطبقات الاجتماعية المختلفة للأهل أو لاختلاف الفئات العمرية للأطفال. واعتُمدت التقارير الذاتية بشكل رئيس في هذه الدراسة ولم تحدد هذه الدراسة كذلك أي نوع محدد من الرقابة.

أما (Noble et al. 2007) في دراسته في كل من المملكة المتحدة واستراليا بعنوان: السلوك الشرائي المتناقض للآباء، فقد بحث في التناقض الواضح في سلوك ذوي الأطفال دون سن المدرسة، ما بين معرفتهم الغذائية وسلوكهم الشرائي الواقعي للغذاء وكيفية تحضيره. ففي بريطانيا مثلا، وجدت الدراسة أنه في حين تعتقد الأمهات بوجوب تناول الخضروات كونها مفيدة للصحة، إلا أنهن يؤمن بأنه من الصعب جدا تشجيع الأطفال على تناولها. أما في أستراليا، فقد أظهرت النتائج أن شراء الأغذية غير المفيدة "كرشوات" للأطفال يدخل تحت باب السرعة والسهولة فيما أطلقت الدراسة لقب "التربية الصحيحة" على الدافع الرئيس لشراء الأغذية الصحية.

اما في دراسة (Pettersson et al. 2006) في السويد بعنوان التسويق المسؤول للأطفال وعائلاتهم، فقد بحثت هذه الدراسة في دور الأطفال كمستهلكين ودور عملية التطبيع الاستهلاكي الاجتماعية في وقت تزداد فيه أهمية الإعلام والماركات التجارية عن أي وقت مضى. وتصف هذه الدراسة كذلك النقد الموجه نحو الإعلان للأطفال واستخدام الترفيه كأداة للتسويق للأطفال وبخاصة في الترويج للمواد الغذائية غير الصحية. كما تصف الدراسة ردود فعل صناعة الغذاء فيما يتعلق بالمطالبة بالتسويق المسؤول وتنظيم الصناعة الذاتي Self-Regulation. وتشير الدراسة إلى أنه من الممكن اكتساب عادات صحية جيدة من خلال توفير خيار الغذاء الصحي، وذلك من خلال جعل الطعام الصحي أكثر جذباً وتسلية. كما يشير الباحثون إلى أنه من الضرورة النظر بعين الاعتبار إلى عدد من العوامل المؤثرة في تجارب الأطفال المسلية في عملية التسويق.

أما (Räihä et al. 2006)؛ فقد استهدفت دراسته المراهقين من الصف السابع في فنلندا(13-14) عاماً، وعمدت الى البحث في مواقف هذه الفئة حول التغذية الصحية وإدراكهم للمهارات والسلوكيات المطلوبة من ذويهم وأصدقائهم فيما يتعلق بالتغذية الصحية.

جمعت المعلومات من خلال استبانه وزعت على طلاب الصف السابع في أربعة مدارس إعدادية في الريف والمدينة في شرق فنلندا. أظهرت النتائج أن الفتيات في الصف السابع أكثر ميلا لاتباع نظام غذائي صحي من الفتيان، كما أظهرت الدراسة أهمية دور الأبوين في تطوير عادات غذائية صحية. وأشارت الدراسة إلى أن أساليب إعداد الطعام واختياره عند المراهقين تتأثر بغيرهم من المراهقين.

أما الدكتور يوسف التركي (2006) في دراسته حول زيادة الوزن والسمنة بين طلاب الجامعات في الرياض في المملكة العربية السعودية؛ فقد عمل على تقدير نسبة انتشار زيادة الوزن والسمنة بين طلاب جامعة الملك سعود (غير المختلطة- للذكور فقط)، وأجريت الدراسة في الفترة ما بين نيسان وحزيران من عام (2006) في عيادة الصحة في الجامعة. وتم تسجيل أوزان وأطوال الطلاب وإجراء حساب

مؤشر كتلة الجسم BMI. واعتمد مقياس منظمة الصحة العالمية لتعريف زيادة الوزن، حيث اعتمد مؤشر كتلة الوزن بين (BMI 25-29.9 kg/m2) والسمنة ما زاد على (BMI = 30 kg/m2) من مؤشر كتلة الجسم. وشملت الدراسة (701) طالب بمعدل عمري (21.7). وقد وجدت الدراسة أن (31%) من المشمولين بالدراسة يعانون من زيادة في الوزن حيث كان مؤشر كتلة الجسم ما بين 25- > 30 kg/m2 فيما كما أظهرت الدراسة أن (23.2%) من الطلاب يعانون من السمنة المفرطة، وكان مؤشر كتلة الجسم في هذه الحال أكثر من أو حوالي 30 kg/m2. ووجدت الدراسة أن (45.8%) من طلاب الجامعة يتمتعون بوزن طبيعي. وركزت الدراسة على توعية طلاب الجامعات حول موضوع زيادة الوزن والسمنة المفرطة والمشكلات الصحية المصاحبة لهما. وأكدت دور هذه التوعية في الحد من انتشار الزيادة في الوزن والسمنة المفرطة بين طلاب الجامعات وفي المجتمع.

أما عن دور الاعلان، فقد جاءت دراسة (Preston. 2005) بعنوان الإعلان للأطفال والمسؤولية الاجتماعية، حيث بحثت هذه الدراسة في أخلاقيات التسويق للأطفال ومفهوم المسؤولية الاجتماعية في ادنبره في المملكة المتحدة، وبخاصة ما يسمى الإعلان المسؤول في المجتمعات التي يعد فيها الاستهلاك جزءا لا يتجزأ من النظام الرأسمالي، وحيث ينظر إلى الأطفال كمستهلكين اجتماعيا. وأظهرت الدراسة كيف أن مثل هذه الإعلانات تعلّم الأطفال التفاعل الاجتماعي والأهمية الاجتماعية للماركات. ووجهت الدراسة عدة أسئلة حول خداع الإعلانات للأطفال، وأظهرت أن الأطفال في سن الثامنة لا يصدقون كل ما يظهر في الإعلانات ولكنهم يقدرون بعضا منها. كما أظهرت الدراسة الضغط الذي تمارسه هذه الإعلانات على الأهالي للعمل على توفير المنتجات المعلن عنها لأطفالهم. وأشارت الدراسة إلى أن أكثر من نصف الإعلانات التي تظهر على قنوات الأطفال تشجع على تناول الطعام غير الصحي. وتلخص الدراسة إلى أن الإعلانات وإن لم تصمم خصيصا لهؤلاء الأطفال إلا أنهم هم المتلقون الأساسيون لهذه الرسائل.

وقد جاءت دراسة (Oogarah-Pratap et al. 2005) حول استهلاك الأطفال للوجبات الخفيفة في جزر القمر لتوضح ما هي الوجبات الخفيفة الأكثر شيوعاً بين الأطفال في المدارس الابتدائية في المرحلة العمرية ما بين (8-12) عاماً، ولمعرفة العوامل المؤثرة في القرار الشرائي لهذه الوجبات من قبل الأطفال. وقد تم اختيار (12)مدرسة عشوائيا لغرض القيام بالدراسة واختير (30) طفلا من كل مدرسة لهذا الغرض. واشتملت عملية جمع المعلومات على استبانه تعبأ عن طريق المقابلات بالإضافة إلى مراقبة عادات الأطفال في تناول الوجبات الخفيفة خلال فترة الغداء، وتم كذلك مقابلة أصحاب الكافتيريا لجمع المعلومات حول أكثر الوجبات الخفيفة شيوعا وكلفتها. وقد وجدت الدراسة أن أكثر الوجبات الخفيفة شيوعا هي الوجبات الغنية بالسكريات والدهون ومواد الطاقة أو الملح. وارتبطت عادات الأطفال بتناول الوجبات الخفيفة بالفئة العمرية والجنس. وبدا أن لتكلفة الوجبة وتفضيلات الأطفال وتوفر الوجبة دور كبير في تحديد عادة الطفل الغذائية.

وفي دراسة (Schröder et al. 2005): حول أثر إيصال مبادرات المسؤولية الاجتماعية للشركات (ماكدونالدز وكنتاكي فرايد تشيكن) إلى صغار السن من المستهلكين في المملكة المتحدة على الشراء، وجد أن معظم الطلاب بنسبة (82%) كانوا يشترون الطعام من أحد هذه الأماكن، وأن (57%) من هذه المشتريات كانت وليدة اللحظة، فيما كانت (25%) جزءا من نظام اعتادوه (روتين)، مما يشير إلى انخفاض في مستوى الاهتمام في كل حالة. وبالرغم من وجود شكوك حول الترويج لمسؤولية الشركة الاجتماعية، إلا أ ن التوقعات حول التصرف الاجتماعي المسؤول كانت مرتفعة. وقد تم عزل أربعة عوامل أسهمت في تفسير (52%) من التغيرات في التصرف المرتبط بشراء الطعام السريع وكانت هذه العوامل هي قيمة الماركة و الفائدة الغذائية والقيمة الأخلاقية ونوعية الطعام.

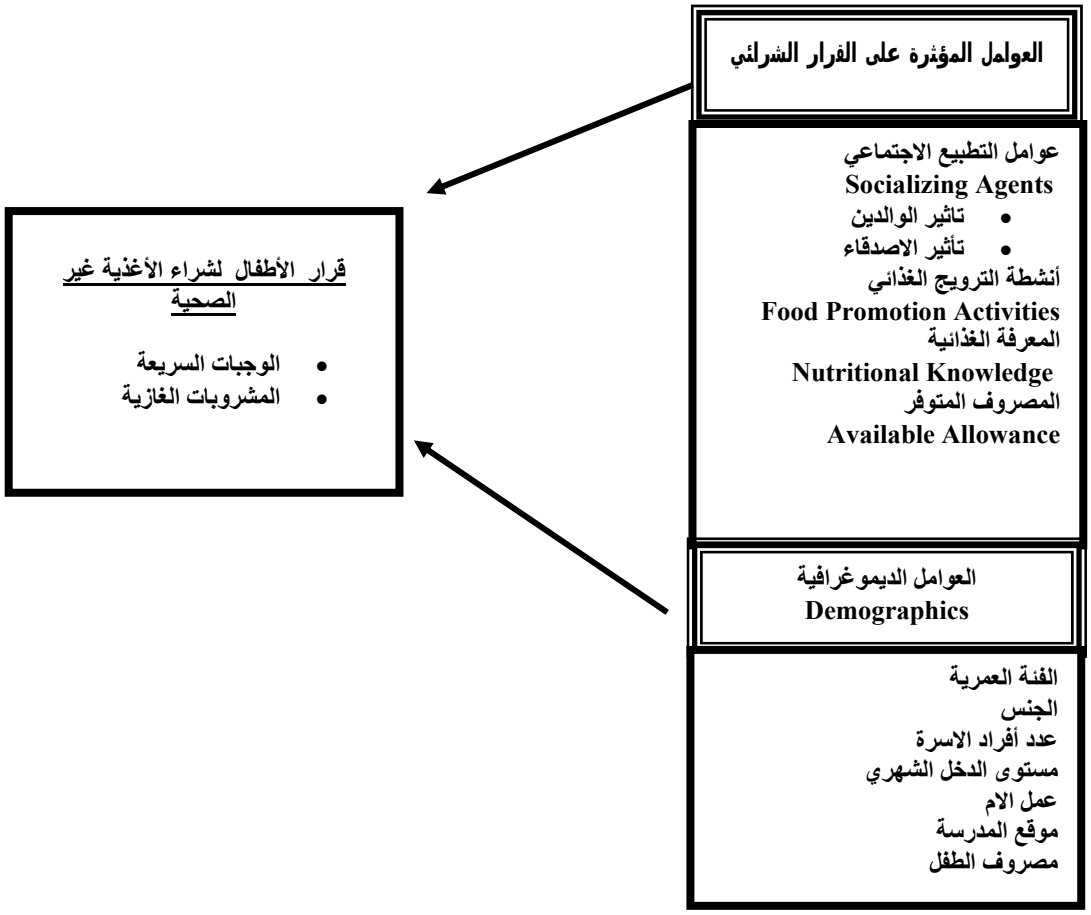
ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة:

تمتاز هذه الدراسة بأنها تناولت أحد القطاعات الاستهلاكية المهمة في المجتمع ألا وهو قطاع الأطفال الذي لم يحظَ بالقدر الوافي من البحث بعد في مجتمعاتنا العربية، خاصة أن أفراده يعتبرون بناة الغد وعماد

المستقبل. لذلك تسعى هذه الدراسة لطرح مساهمة متواضعة تبحث في موضوع العادات الشرائية لدى الأطفال دون عمر السادسة عشر، بغية استقصاء أثرهما في الأنماط الاستهلاكية السائدة في المجتمع، أملاً في رفع مستوى الوعي بضرورة تبني انماط استهلاكية صحية منذ الصغر.

أنموذج الدراسة :

تم بناء أنموذج الدراسة في ضوء الاطلاع على أدبيات الدراسة، وأهدافها ومتغيراتها واتساقاً مع عنوان الدراسة كما هو موضح أدناه:



فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسة الأولى

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعوامل التطبيع الاجتماعي في قرار الأطفال لشراء الأغذية غير الصحية، وتنبثق من هذه الفرضية اربع فرضيات فرعية، هي:

الفرضية الفرعية الأولى

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتأثير الوالدين في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية.

الفرضية الفرعية الثانية

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتأثير الوالدين في قرار

الأطفال لشراء الوجبات السريعة.

الفرضية الفرعية الثالثة

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتأثير الأصدقاء في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية.

الفرضية الفرعية الرابعة

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتأثير الأصدقاء في قرار الأطفال لشراء الوجبات السريعة.

الفرضية الرئيسة الثانية

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأنشطة الترويج الغذائي في قرار الأطفال لشراء الأغذية غير الصحية.

تنبثق من هذه الفرضية فرضيتان فرعيتان، هما:

الفرضية الفرعية الأولى

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأنشطة الترويج الغذائي في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية.

الفرضية الفرعية الثانية

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأنشطة الترويج الغذائي في قرار الأطفال لشراء الوجبات السريعة.

الفرضية الرئيسة الثالثة

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمعرفة الغذائية في قرار الأطفال لشراء الأغذية غير الصحية.

تنبثق من هذه الفرضية فرضيتان فرعيتان، هما:

الفرضية الفرعية الأولى

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمعرفة الغذائية في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية.

الفرضية الفرعية الثانية

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمعرفة الغذائية في قرار الأطفال لشراء الوجبات السريعة.

الفرضية الرئيسة الرابعة

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتوفر المصروف مع الطفل في قرار الأطفال لشراء الأغذية غير الصحية.

تنبثق من هذه الفرضية فرضيتان فرعيتان، هما:

الفرضية الفرعية الأولى

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتوفر المصروف مع الطفل في قرار شراء الأطفال للمشروبات الغازية.

الفرضية الفرعية الثانية

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتوفر المصروف مع الطفل في قرار الأطفال لشراء الوجبات السريعة.

الفرضية الرئيسة الخامسة

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد المتغير المستقل مجتمعة (العوامل المؤثرة في قرار الشراء للاطفال) على أبعاد االمتغير التابع (قرار الأطفال لشراء الأغذية غير الصحية).

ينبثق من هذه الفرضية فرضيتان فرعيتان، هما:

الفرضية الفرعية الأولى

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد المتغير المستقل مجتمعة (العوامل المؤثرة في قرار الشراء للاطفال) على أبعاد االمتغير التابع (قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية).

الفرضية الفرعية الثانية

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد المتغير المستقل مجتمعة (العوامل المؤثرة في قرار الشراء للاطفال) على أبعاد االمتغير التابع (قرار الأطفال لشراء الوجبات السريعة).

الفرضية الرئيسة السادسة

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة (أبعاد المتغير التابع مجتمعة) تعزى إلى اختلاف العوامل الديموغرافية المتمثلة في الفئة العمرية والجنس ومستوى الدخل الشهري وعدد أفراد الأسرة وعمل الأم وموقع المدرسة والمصروف المتوفر لدى الطفل.

تنقسم هذه الفرضية إلى ست فرضيات فرعية، هي:

الفرضية الفرعية الأولى

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة (أبعاد المتغير التابع مجتمعة) تعزى إلى اختلاف الفئة العمرية.

الفرضية الفرعية الثانية

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة (أبعاد المتغير التابع مجتمعة) تعزى إلى اختلاف الجنس.

الفرضية الفرعية الثالثة

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة (أبعاد المتغير التابع مجتمعة) تعزى إلى اختلاف مستوى الدخل الشهري للأسرة.

الفرضية الفرعية الرابعة

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة (أبعاد المتغير التابع مجتمعة) تعزى إلى اختلاف عدد أفراد الأسرة.

الفرضية الفرعية الخامسة

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة (أبعاد المتغير التابع مجتمعة) تعزى إلى عمل الأم أو عدمه.

الفرضية الفرعية السادسة

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة (أبعاد المتغير التابع مجتمعة) تعزى إلى اختلاف موقع منطقة المدرسة.

الفرضية الفرعية السابعة

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة (أبعاد المتغير التابع مجتمعة) تعزى إلى اختلاف المصروف المتوفر لدى الطفل.

منهجية الدراسة:

1. مجتمع الدراسة:

لقد اقتصر مجتمع الدراسة على الأطفال (ذكوراً وإناثاً) الذين تتراوح اعمارهم بين الثالثة عشر والسادسة عشر المسجلين في المدارس الخاصة في الصفوف (السابع11778) والثامن (10530) والتاسع (9256) والعاشر(8304) في مدينة عمان، البالغ عددهم (39868) طفلا بحسب إحصائيات مديرية التعليم الخاص في وزارة التربية والتعليم المذكورة في الجدول أدناه. وقد تم اختيار هذا المجتمع لتوافر إحصائيات واضحة لدى مديرية التعليم الخاص حول عدد الطلبة المسجلين في المدارس الخاصة، إضافة إلى ضرورة توافر القدرة المادية لدى الأطفال حتى يتمكنوا من شراء المنتجات موضوع الدراسة (الوجبات السريعة والمشروبات الغازية)، وهذا ما قد يتناسب وخصائص هذا المجتمع.

جدول (1): خلاصة إحصائية بأعداد الطلبة في المدارس الخاصة مرحلة التعليم الاساسي

الصف / الجنس	الأول الأساسي	الثاني الأساسي	الثالث الأساسي	الرابع الأساسي	الخامس الأساسي	السادس الأساسي	السابع الأساسي	الثامن الأساسي	التاسع الأساسي	العاشر الأساسي	مجموع الأساسي
ذكور	13789	12311	10985	10161	9184	8482	6938	6106	5370	4766	88092
إناث	11016	9625	8092	7239	6222	5751	4840	4424	3886	3538	64633
المجموع	24805	21936	19077	17400	15406	14233	11778	10530	9256	8304	152725

* إحصائيات مديرية التعليم الخاص / وزارة التربية والتعليم 2008 (التي كانت متوفرة لغايات الدراسة).

2. عينة الدراسة:

نظراً لتجانس أفراد مجتمع الدراسة، ولأغراض تحقيق أهداف الدراسة، فقد تمّ اعتماد عينة طبقية عشوائية وفق الجداول الإحصائية (Sekaran, 2002:253) وبحجم (421) طالبا وطالبه من أجل الحفاظ على وحدات ممثلة للمجتمع، وقد تم اختيار العينة بعد تقسيم مدينة عمان إلى خمسة مناطق (شمال وشرق وجنوب ووسط وغرب عمان) بحسب التقسيمات المعمول بها لدى مديرية التعليم الخاص، ومن ثم احتساب عينة طبقية بحسب الجنس (ذكر وأنثى) ومن ثم بحسب الصف الدراسي للجنسين (السابع والثامن

والتاسع و العاشر)، بعد ذلك تم اختيار المدارس بصورة عشوائية ضمن الخمس مناطق.

جدول (2): جدول تحديد حجم العينة بالتناسب مع حجم المجتمع

حجم العينة	حجم المجتمع
338	2800
341	3000
246	3500
351	4000
351	4500
357	5000
361	6000
364	7000
367	8000
368	9000
373	10000
375	15000
377	20000
379	30000
380	40000
381	50000
382	75000
384	100000

(Sekaran, 2002:253)

ويوضح الجدول السابق أنه إذا كان المجتمع يتكون من (50000) مفردة، فإن حجم العينة لا يتجاوز (381) مفردة. ولغايات التمثيل الأفضل لمجتمع الدراسة، وبالنظر إلى أن الدراسة تستهدف الأطفال، فقد تم زيادة حجم العينة وذلك تخوفاً من عدم استجابة المبحوثين مع أسئلة الدراسة. ويظهر في الملحق (1) أسماء مدارس عينة الدراسة وأعداد الطلبة المسجلين فيها.

3. وحدة التحليل:

تمثّلت وحدة التحليل في هذه الدراسة بـ الأطفال المسجلين في المدارس الخاصة في الصفوف (السابع والثامن والتاسع والعاشر) ومن الفئة العمرية الواقعة بين سن (13–16) سنة في مدينة عمان وقد تم تحديد هذه الفئة العمرية نظرا لقدرة هؤلاء على استيعاب فقرات الاستبانة في حين أن الأطفال دون سن الثالثة عشر يصعب عليهم فهم هذه الفقرات. وقد تم اختيار الأطفال داخل الغرفة الصفية بعشوائية تامة ومن ثم عزلهم عن باقي أفراد الصف وذلك حتى يتمكنوا من الإجابة عن الأسئلة الموجهه اليهم.

4. وسائل جمع البيانات والمعلومات:

لأجل تحقيق أهداف الدراسة واختبار فرضياتها اعتمدت الدراسة على مصدرين أساسيين لجمع البيانات والمعلومات، هما:

المصادر الثانوية :

تم الحصول على البيانات من مصادر منشورة، كالكتب، والمقالات العلمية المحكمة، والتقارير، والدراسات السابقة ذات الصلة بالموضوع. بالإضافة إلى الاستعانة ببعض المواقع المتخصصة عبر شبكة الانترنت.

المصادر الأولية:

تم تصميم استبانة خاصة بالجانب الميداني، ملحق (2))، حيث اعتبرت الاستبانة المصدر الأساسي للحصول على البيانات الخاصة بمتغيرات الدراسة المستقلة (العوامل المؤثرة في قرار الشراء لدى الأطفال للمشروبات الغازية والوجبات السريعة)، والعوامل الديموغرافية (الفئة العمرية والجنس وعدد أفراد الأسرة ومستوى الدخل الشهري وعمل الأم و موقع منطقة المدرسة ومصروف الطفل) والمتغير التابع الذي يتمثل بقرار الشراء للأغذية غير الصحية المتمثلة في المشروبات الغازية والوجبات السريعة. وقد احتوت استبانة الدراسة على ثلاثة أجزاء أساسية، هي:

- الجزء الأول: اشتمل على فقرات لقياس أبعاد المتغير المستقل المتمثلة في الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة.
- الجزء الثاني: احتوى على فقرات لقياس أبعاد المتغير المستقل المتمثلة في العوامل المؤثرة فيه قرار

الأطفال لشراء الأغذية غير الصحية.

- الجزء الثالث: اشتمل على فقرات لقياس أبعاد المتغير التابع والمتمثلة في قرار الشراء للأغذية غير الصحية.

وقد تم تصميم أسئلة الاستبانه في الجزأين الثاني والثالث المذكورين أعلاه وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي (Likert Scale)، وكما يلي:

التصنيف	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الوزن	5	4	3	2	1

5. صدق واعتمادية الأداة :

يقصد بصدق الأداة مدى تمثيل جمل القياس لفكرة المتغير، ومدى احتوائها على الأبعاد والمضامين لتمثيل هذا المتغير. ولتحقيق ذلك فقد تم عرض الاستبانه على مجموعة من المختصين في مجال البحث العلمي بغية أخذ ملاحظاتهم واقتراحاتهم حول فقرات الاستبانة، إضافةً إلى عرضها على بعض المتخصصين في مجال التسويق، بهدف التأكد من تغطية الاستبانة لموضوع الدراسة بالشكل الأفضل. (ملحق (3) أسماء محكمي الاستبانه).

أما بالنسبة لمدى اعتمادية أداة الدراسة المتمثّلة في الاستبانة فقد تم استخدام مقياس Cronbach's Alpha، الذي ينص على أنه يجب أن تزيد نسبة ألفا على (67%) حتى تكون الأداة مقبولة، وقادرة على رصد المتغيرات (Sekaran, 2002:287). وبالاختبار كانت قيمة ألفا (81.2%) Alpha وهي أكبر من (67%)، مما يشير الى اعتمادية أداة الدراسة.

6. الدراسة الاستطلاعية :

تم اجراء دراسة استطلاعية على عينة تجريبية بحجم (50) طالبا وطالبة في مدارس القطاع المبحوث للتاكد من فهم الطلاب لفقرات الاستبانة وتعرف المشكلات التي قد يواجهها الطلاب في ملء فقرات الاستبانة، ونتيجة لتحليل بيانات الدراسة الاستطلاعية والملاحظات التي تم تجميعها أثناء الدراسة الاستطلاعية فقد تم استبعاد عدد من الأسئلة وإعادة صياغة مجموعة من فقرات الاستبانة بناء على الملاحظات التي تم تجميعها في الدراسة الاستطلاعية.

7. أدوات تحليل البيانات واختبار الفرضيات:

استخدمت الدراسة بعض أساليب الإحصاء الوصفية والتحليلية المعروفة المتوافرة عبر الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لاختبار الفرضيات، بغية الوصول إلى النتائج والدلائل حول أثر بعض العوامل في قرار الأطفال لشراء الأغذية غير الصحية. ومن أهم الأساليب الإحصائية التي تم استخدامها:

- التكرارات، والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية.
- اختبار التوزيع الطبيعي K-S
- اختبار اعتمادية أداة الدراسة Cronbach's Alpha
- اختبار الانحدار البسيط Simple Regression
- اختبار الانحدار المتعدد Multiple Regression
- تحليل التباين المتعدد Multi Variante Analyses
- تحليل البيانات المتعدد Anova

عرض البيانات:

أولاً: خصائص عينة الدراسة:

لقد تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لخصائص عينة الدراسة، حيث تم تلخيصها في الجداول الآتية:

جدول رقم (3): وصف خصائص عينة الدراسة من حيث المنطقة والجنس

الخصائص		التحليل الإحصائي	
		التكرار	النسبة المئوية %
المنطقة في عمان	جنوب عمان	87	20.9
	شمال عمان	82	19.7
	شرق عمان	80	19.2
	غرب عمان	84	20.1
	وسط عمان	84	20.1
	المجموع	417	%100
الجنس	ذكر	233	%55.9
	أنثى	184	%44.1
	المجموع	417	%100

يلاحظ من الجدول السابق أن مجتمع الدراسة قد تم تقسيمه إلى خمس طبقات في مدينة عمان بحسب تقسيمات المناطق المعمول بها في مديرية التعليم الخاص في وزارة التربية والتعليم، وقد تماثل تقريبا حجم عينة الدراسة في كل منطقة من المناطق. كما تم تقسيم مجتمع الدراسة إلى طبقتين بحسب الجنس، حيث كانت نسبة الذكور في العينة (55.9 %) في حين كانت نسبة الإناث في العينة (44.1 %) الأمر الذي يتفق مع الخصائص الفعلية لمجتمع الدراسة، ولعل السبب في ذلك يعود إلى أن الأهالي يثقون في مدارس الإناث الحكومية أكثر من ثقتهم في مدارس الذكور الحكومية.

جدول رقم (4): وصف خصائص عينة الدراسة من حيث العمر والصف و المصروف اليومي

الخصائص		التحليل الإحصائي	
		التكرار	النسبة المئوية %
العمر	13- أقل من 14	189	% 45.3
	14 – أقل من 15	114	% 27.3
	15 – أقل من 16	96	% 23
	16 فأكثر	18	% 4.3
	المجموع	417	%100
الصف	السابع	125	% 30
	الثامن	113	% 27.1
	التاسع	94	% 22.5
	العاشر	85	% 20.4

	المجموع	417	%100
المصروف اليومي	لا يأخذ مصروف	15	% 3.6
	أقل من 25 قرش	4	% 1
	من 25 – 50 قرش	111	% 26.6
	أكثر من 50 قرشا واقل من 75 قرشا	108	% 25.9
	من 75 قرشا - دينار	124	% 29.7
	أكثر من دينار	55	% 13.2
	المجموع	417	%100

يوضح الجزء الاول من الجدول أن النسبة الكبرى من من أعداد الطلبة المستجيبين تركزت في الفئة العمرية الأول (13-14) وهذا يأتي متوافقاً مع إحصائيات مديرية التعليم الخاص حول عدد الطلبة الملتحقين في الصفوف السابع (11778 طالب وطالبة) والثامن (10530 طالب وطالبة) بالإضافة الى المنهجية التي تم من خلالها احتساب العينة الطبقية. أما الفئة الاخيرة (16 فأكثر) فقد شكلت نسبة قليلة جداً ولم يتم استبعادها بأعتبار أن بعض هؤلاء الطلبة قد تجاوزوا عمر السادسة عشر بشهور قليلة نظراً لتفاوت تواريخ الميلاد من بداية السنة أو آخرها.

أما فيما يعلق بمتغير المصروف اليومي، فقد تركزت معظم الإجابات كما يتضح في الجدول السابق في الفئة من (75) قرشا إلى دينار ومن (25-50 قرشا) على التوالي دلالة على وجود قدرة شرائية لدى الأطفال خلال الدوام المدرسي، تستخدم للحصول على ما تروج له المقاصف المدرسية والمحلات التجارية القريبة من المدارس الذي هو في حدود علم الباحثة قد يندرج في كثير من الأحيان تحت مسمى (الأغذية غير الصحية).

جدول (5): وصف خصائص عينة الدراسة من حيث عدد أفراد الأسرة ودخل الأسرة وعدد مرات شراء المشروبات الغازية

الخصـائـص		التحليل الإحصائي	
		التكرار	النسبة المئوية %
عدد أفراد الأسرة	3 - 1	6	% 1.4
	6 - 4	254	% 60.9
	9 -7	134	% 32.1
	10 فأكثر	23	% 5.5
	المجموع	417	%100
دخل الأسرة	لا أعرف	256	% 61.4
	اقل من 300 دينار	4	% 1
	599 – 300	41	% 9.8
	899 – 600	45	% 10.8

	1199 – 900	31	% 7.4
	أكثر من 1200	40	% 9.6
	المجموع	417	%100
عدد مرات شراء الوجبات السريعة	لا اشتري	16	% 3.8
	كل يوم	35	% 8.4
	مرة في الأسبوع	165	% 39.6
	مرة في الشهر	48	% 11.5
	مرتان في الشهر	53	% 12.7
	ثلاث مرات في الشهر	68	% 16.3
	غير ذلك	32	% 7.7
	المجموع	417	%100

يوضح الجدول السابق أن ما يعادل 60.9% من أطفال عينة الدراسة يقع عدد أفراد اسرتهم في الفئة (من 4-6) أفراد، أي الأسر المتوسطة الحجم، وهذا ما يتناسب مع قدرة هذا الأسر المالية على إرسال أطفالها إلى التعليم في المدارس الخاصة.

كما نلاحظ أيضاً من الجدول السابق أن 61.4% من أفراد العينة ما يعادل (256) بعدم المعرفة بمستوى دخل الأسرة في المنزل، مما يعني أن الأطفال حتى سن معين مازالوا غير مطلعين على بعض المعلومات التي تخص الحالة الاقتصادية للأسرة، ومما يعني أيضاً أن الكثيرين في مجتمعنا يحاولون إخفاء حقيقية دخولهم الشهرية عن أفراد الأسرة الأصغر سناً باعتبار أن هذه الأمور سرية ولا يجوز التحدث بها. ويجب على باحث التسويق في هذه الحالة اللجوء الى وسائل بحثية أخرى، بالإضافة إلى جمع البيانات عن طريق الاستبانة للحصول على معلومات عن دخول أفراد العينة لما للدخل من أهمية كمؤشر على الطبقة الاجتماعية ونمط الحياة ومستويات الإنفاق. أما لغايات التحليل الإحصائي؛ فقد تم الاعتماد على إجابات الفئة المتبقية من الأطفال ولم يتم استبعاد المتغير، وذلك لاستخدامة كمؤشر ولو كان ضعيفاً على أهمية الدخل.

ويظهر الجدول ايضاً أن عدد مرات شراء الوجبات السريعة تكررت (165 مرة) في الاسبوع أي ما يعادل 39.6% من أفراد العينة المستجيبة، مما يعني أن شراء مثل هذه الوجبات اصبح يشكل روتين اسبوعي للفئات العمرية موضع الدراسة وما هو إلا خطر صحي آني ومستقبلي على هذه الفئة.

جدول رقم (6): وصف خصائص عينة الدراسة من حيث عمل الام وعدد مرات شراء المشروبات الغازية

الخصـائـص		التحليل الإحصائي	
		التكرار	النسبة المئوية %
عمل الام	الام عاملة	88	% 21.1
	الام غير عاملة	329	% 78.9
	المجموع	417	%100
عدد مرات شراء المشروبات الغازية	لا اشتري	41	% 9.8
	كل يوم	168	% 40.3
	مرة في الأسبوع	61	% 14.6
	مرتان في الأسبوع	53	% 12.7
	ثلاث مرات في الأسبوع	83	% 19.9
	غير ذلك	11	% 2.6
	المجموع	417	%100

يلاحظ من الجدول أعلاه أن أن معظم الأمهات غير عاملات بنسبة (78.9 %) مما يعني أنه ليس بالضرورة توجيه الحملات الترويجية لهذه المنتجات للأم العاملة فقط باعتبار أنها تختصر الوقت ولا تتطلب جهداً في التحضير.

أما عدد مرات شراء المشروبات الغازية كل يوم؛ فقد (168 مرة) أي ما يعادل 40.3% مما يعني أن شراء هذه المشروبات أصبح يشكل عادة لدى الفئات العمرية موضع الدراسة، مما يشكل فرصة تسويقية لمنتجيها بزيادة حجم السوق، ولكن ذلك يضعهم أمام عقبة أخلاقية كبرى لما لهذه المنتجات من أثر سلبي في صحة الأفراد الحالية والمستقبلية.

ثانياً: اختبار الفرضيات:

بعد اختبار صلاحية البيانات للتحليل الإحصائي، من خلال اختبار التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة، واختبار صدق وثبات أداة الدراسة، وبعد القيام بوصف خصائص عينة الدراسة، تأتي المرحلة الثالثة، وهي اختبار فرضيات الدراسة، وذلك على النحو التالي:

الفرضية الرئيسة الأولى:

H1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعوامل التطبيع الاجتماعي في قرار الأطفال لشراء الأغذية غير الصحية.

تنبثق من هذه الفرضية أربع فرضيات فرعية، كما هي مبيّنة في الجدول التالي. وباختبار الانحدار البسيط لاختبار هذه الفرضيات، كانت النتائج على النحو التالي:

جدول رقم (1-7): اختبار الفرضية الرئيسة الأولى

الترتيب	الفرضـ ـية	r	R^2	$\hat{\beta}$	t	P-Value	F	P-Value
الأولى	يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتأثير الوالدين في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية.	0.362	0.131	-0.374	-7.922	0.000	62.751	0.000
الثانية	يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتأثير الوالدين على قرار شراء الأطفال للوجبات السريعة	0.039	0.002	-10.03	-.803	0.422	0.647	0.422
الثالثة	يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتأثير الاصدقاء على قرار شراء الأطفال للمشروبات الغازية	0.228	0.052	0.219	4.778	0.000	22.832	0.000
الرابعة	يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتأثير الاصدقاء على قرار شراء الأطفال للوجبات السريعة	0.224	`0.050	0,165	4,691	0.000	22.003	0.000

درجة الحرية (n-1) = 416 مستوى الحرية (0.05) قيمة t الجدولية (1.96)

الفرضية الفرعية الأولى:

H_{11}: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتأثير الوالدين في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية.

يمكن التعبير عنها رياضياً كما يلي : الفرضية العدمية [H0: B1 = 0]، مقابل الفرضية البديلة [H1: B1 ≠ 0]. ومن الجدول السابق (1-7) نجد أن قيمة العلاقة بين تأثير الوالدين وقرار شراء الطفل للمشروبات الغازية كانت علاقة معنوية عكسية (r= - 0.362)، حيث تم التحقق من قيمة معنوية العلاقة باستخدام اختبار الارتباط (correlation) للفرضية نفسها وكانت قيمة p-value للعلاقة (0.000) مما يشير الى وجود علاقة معنوية عكسية، إضافة إلى أن قيمة بيتا ($\hat{\beta}$) السالبة تفسر اتجاه العلاقة العكسية التي بلغت (0.374-). وبالعودة الى بيانات الجدول السابق نجد أن قيمة معامل التحديد هو (R^2 = 0.131)، الذي يفسر التباين الحاصل في المتغير التابع (قرار شراء الطفل للمشروبات الغازية)، وعند اختبار الفرضية العدمية (لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتأثير الوالدين في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية)، مقابل الفرضية البديلة التي مفادها (يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتأثير الوالدين في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية). وجد أن قيمة (t) المحسوبة = (t = -7.922) وهي أقل من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (5%)، والمساوية لـ (1.96-). وأن قيمة مستوى المعنوية المشاهد P-Value تساوي (0.000)، وهو أقل من قيمة المعنوية المعتمدة، مما يعني أنه يوجد تأثير سلبي للوالدين في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية.

الفرضية الفرعية الثانية:

H12: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتأثير الوالدين في قرار الأطفال لشراء الوجبات السريعة.

يمكن التعبير عنها رياضياً كما يلي: الفرضية العدمية [H0: B1 = 0]، مقابل الفرضية البديلة [H1: B1 ≠ 0]. ومن الجدول السابق (1-7) نجد أن قيمة العلاقة بين تأثير الوالدين وقرار شراء الطفل للوجبات السريعة كانت علاقة عكسية ضعيفة (r= - 0.039)، حيث تم التحقق من قيمة معنوية العلاقة باستخدام اختبار الارتباط (correlation) للفرضية نفسها وكانت قيمة p-value للعلاقة (0.422) وهي أكبر من قيمة المعنوية المعتمدة مما يعني أنه لا يوجد علاقة بين تأثير الوالدين وشراء الأطفال للوجبات السريعة.

وبالعودة إلى بيانات الجدول السابق والخاصة باختبار أثر الوالدين في قرار الأطفال لشراء الوجبات السريعة. وجد أن قيمة (t) المحسوبة = (t = -0.804) وهي أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (5%)، والمساوية لـ

(1.96-). وأن قيمة مستوى المعنوية المشاهد P-Value تساوي (0.422)، وهو اكبر من قيمة المعنوية المعتمدة، مما يعني أنه لايوجد تأثير للوالدين في قرار الأطفال لشراء الوجبات السريعة.

الفرضية الفرعية الثالثة:

H13 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائة لتأثير الاصدقاء في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية.

استناداً إلى بيانات الجدول السابق (1-7) نجد أن قيمة العلاقة بين تأثير الأصدقاء وقرار شراء الطفل للمشروبات الغازية، كانت علاقة إيجابية (r=0.228)، وللتحقق من معنوية العلاقة فقد تم اختبار الارتباط بين تاثير الاصدقاء وقرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية ووجد أن قيمة المعنوية تساوي (p-value = 0.000) مما يعني أن العلاقة معنوية وموجبة.

وبالعودة الى بيانات الجدول السابق الخاصة باختبار أثر الاصدقاء في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية. وعند اختبار الفرضية العدمية نجد أن قيمة t المحسوبة (t= 4.778) وهي أكبر من قيمتها المجدولة عند مستوى دلالة (5%)، والمساوية لـ (1.96)، وأن قيمة مستوى المعنوية المشاهد P-Value تساوي (0.000)، وهو أقل من قيمة المعنوية المعتمدة، **مما يعني أنه يوجد تأثير معنوي للاصدقاء في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية.**

الفرضية الفرعية الرابعة:

H14: يوجد أثر ذو دلالة إحصائة لتأثير الاصدقاء في قرار شراء الطفل للوجبات السريعة.

استناداً إلى بيانات الجدول السابق (1-7) نجد أن قيمة العلاقة بين تأثير الأصدقاء وقرار شراء الطفل للمشروبات الغازية، كانت علاقة إيجابية (r=0.224)، وللتحقق من معنوية العلاقة، فقد تم اختبار الارتباط (correlation) بين تاثير الاصدقاء وقرار شراء الطفل للوجبات السريعة ووجد ان قيمة المعنوية تساوي (p-value = 0.000) مما يعني ان العلاقة معنوية وموجبة.

وبالعودة الى بيانات الجدول السابق الخاصة باختبار أثر الاصدقاء في قرار شراء الطفل للوجبات السريعة. وعند اختبار الفرضية العدمية نجد أن قيمة t المحسوبة (t= 4.691) وهي أكبر من قيمتها المجدولة عند مستوى دلالة (5%)، والمساوية لـ (1.96). وأن قيمة مستوى المعنوية المشاهد P-Value تساوي (0.000)، وهي أقل من قيمة المعنوية المعتمدة، **مما يعني أنه يوجد تأثير معنوي للاصدقاء في قرار الأطفال لشراء الوجبات السريعة.**

في ظل النتائج السابقة ترى الدراسة أن عوامل التطبيع الاجتماعي المتعلقة بتأثير الوالدين في قرار شراء الطفل للمشروبات الغازية والوجبات السريعة لم تكن ذات أهمية وكان لها في بعض الحالات تاثير سلبي ويعود ذلك إلى خصوصية هذه الفئة العمرية ومحاولتها الاستقلال والانفراد في صنع القرارات الشرائية. أما فيما يتعلق بتاثير الأصدقاء في قرار شراء الطفل للمشروبات الغازية والوجبات السريعة، فقد ظهر هنالك أثر بسيط للأصدقاء قد يعزى الى رغبة الأطفال في الاندماج. وهذا يتوافق مع ما أوردته الكثير من المراجع والدراسات حول هذا الموضوع، مما يعزز النتائج التي تم التوصل إليها في هذه الدراسة.

الفرضية الرئيسة الثانية:

H2 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لانشطة الترويج الغذائي في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة.

تنبثق من هذه الفرضية فرضيتان فرعيتان، كما هي مبيّنة في الجدول التالي. وباستخدام الانحدار البسيط، ظهرت نتائج اختبارهاتين الفرضيتين كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (2-7): اختبار الفرضية الرئيسة الثانية

الفرضية الرئيسة الثانية	r	R^2	$\hat{\beta}$	T	P-Value	F	P-Value
أثر الترويج على قرار شراء الأطفال للمشروبات الغازية	0.350	0.123	0.378	7.613	0.000	57.955	0.000
أثر التروج على شراء الأطفال للوجبات السريعة	0.294	.087	0.244	6.275	0.000	39.381	0.000

الفرضية الفرعية الأولى:

H_{21}: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لانشطة الترويج في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية.

يمكن التعبير عنها رياضياً كما يلي : الفرضية العدمية [H0: B1 = 0]، مقابل الفرضية البديلة [H1: B1 ≠ 0]. ومن الجدول السابق (2-7) نجد أن قيمة العلاقة بين أنشطة الترويج وقرار شراء الطفل للمشروبات الغازية كانت علاقة إيجابية (r= 0.350). وكانت قيمة معامل التحديد (R^2 =0.123)، الذي يشير إلى نسبة التغير في قرار شراء الطفل للمشروبات الغازية (المتغير التابع)، نتيجة التغير الذي يحدث في أنشطة الترويج (المتغير المستقل). وعند اختبار الفرضية العدمية (لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأنشطة الترويج في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية)، مقابل الفرضية البديلة التي مفادها (يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأنشطة الترويج في قرار شراء الطفل للمشروبات الغازية). وجد أن قيمة (t) المحسوبة (t = 7.613) أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (5%)، والمساوية لـ (1.96)، وأن قيمة مستوى المعنوية المشاهد P-Value تساوي (0.000)، وهي أقل من قيمة المعنوية المعتمدة، **مما يعني أنه يوجد تأثيرلأنشطة الترويج في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية.**

الفرضية الفرعية الثانية:

H22: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأنشطة الترويج في قرار الأطفال لشراء الوجبات السريعة.

يمكن التعبير عنها رياضياً كما يلي : الفرضية العدمية [H0: B1 = 0]، مقابل الفرضية البديلة [H1: B1 ≠ 0]. ومن الجدول السابق (2-7) نجد أن قيمة العلاقة بين أنشطة الترويج وقرار شراء الطفل للوجبات السريعة كانت علاقة إيجابية (r= 0.294) وللتحقق من معنوية العلاقة تم استخدام اختبار الارتباط correlation فوجد أن قيمة (p-value) كانت مساوية (0.000) وهي أقل من قيمة المعنوية المستخدمة مما يعني أنه توجد علاقة معنوية بين أنشطة الترويج وقرار الأطفال لشراء الوجبات السريعة. وبالعودة إلى نتائج الجدول السابق نجد أن قيمة معامل التحديد (R^2 =0.123)، الذي يشير إلى نسبة التغير في قرار الأطفال لشراء الوجبات السريعة (المتغير التابع)، نتيجة التغير في الذي يحدث في أنشطة الترويج (المتغير المستقل). وعند اختبار الفرضية العدمية (لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأنشطة الترويج في قرار الأطفال لشراء الوجبات السريعة)، مقابل الفرضية البديلة التي مفادها (يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأنشطة الترويج في قرار الأطفال لشراء الوجبات السريعة). وجد أن قيمة (t) المحسوبة (t = 6.275) أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (5%)، والمساوية لـ (1.96). وأن قيمة مستوى المعنوية المشاهد P-Value تساوي (0.000)، وهي أقل من قيمة المعنوية المعتمدة، **مما يعني أنه يوجد تأثير ولو كان بسيطاً لأنشطة الترويج في قرار الأطفال لشراء الوجبات السريعة.**

الفرضية الرئيسة الثالثة:

H3: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمعرفة الغذائية في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة.

تنبثق من هذه الفرضية فرضيتان فرعيتان، كما هي مبيّنة في الجدول التالي. وباستخدام الانحدار البسيط، ظهرت نتائج اختبار هاتين الفرضيتين، كما في الجدول التالي:

جدول رقم (3-7) : اختبار الفرضية الرئيسة الثالثة

الفرضية الرئيسة الثالثة	r	R^2	$\hat{\beta}$	T	P-Value	F	P-Value
أثر المعرفة الغذائية في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية	0.269	0.072	-.0293	-5.687	0.000	32.343	0.000
أثر المعرفة الغذائية في قرار شراء الأطفال للوجبات السريعة	0.020	0.00	0.016	0.401	0.689	0.161	0.689

الفرضية الفرعية الأولى:

H_{31}: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمعرفة الغذائية في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية.

التي يمكن التعبير عنها رياضياً كما يلي : الفرضية العدمية [H0: B1 = 0]، مقابل الفرضية البديلة [H1: B1 ≠ 0]. ومن الجدول السابق (3-7) نجد أن قيمة العلاقة بين تأثير المعرفة الغذائية وقرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية كانت علاقة عكسية (r= -0.269). حيث تم التحقق من معنوية العلاقة باستخدام اختبار الارتباط (correlation) للفرضية نفسها وكانت قيمة p-value للعلاقة (0.000) مما يشير الى وجود علاقة معنوية عكسية، إضافة إلى أن قيمة بيتا ($\hat{\beta}$) السالبة التي ظهرت في نتائج اختبار الانحدار توضح اتجاه العلاقة العكسية التي بلغت (0.072). وبالعودة إلى بيانات الجدول السابق نجد ان قيمة معامل التحديد (R^2 =0.131)، الذي يفسر التباين الحاصل في المتغير التابع (قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية)، وعند اختبار الفرضية العدمية (لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمعرفة الغذائية في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية)، مقابل الفرضية البديلة التي مفادها (يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمعرفة الغذائية في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية). وجد أن قيمة (t) المحسوبة = (t = -5.687) وهي اقل من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (5%)، المساوية لـ (1.96-)، وأن قيمة مستوى المعنوية المشاهد P-Value تساوي (0.000)، وهي أقل من قيمة المعنوية المعتمدة، **مما يعني أنه يوجد تأثير سلبي للمعرفة الغذائية في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية. هذا يدل على أنه على الرغم من معرفة الأطفال بالعناصر الغذائية للمشروبات الغازية إلا أنهم يعمدون إلى شرائها (رد فعل عكسي).**

الفرضية الفرعية الثانية:

H_{32}: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمعرفة الغذائية في قرار الأطفال لشراء الوجبات السريعة.

وفقاً لبيانات الجدول السابق (3-7) نجد أن قيمة العلاقة بين المعرفة الغذائية وقرار شراء الأطفال للوجبات السريعة كانت علاقة موجبة ضعيفة (r= - 0.020). حيث تم التحقق من قيمة معنوية العلاقة باستخدام اختبار الارتباط (correlation) للفرضية نفسها وكانت قيمة Sig للعلاقة (0.422) وهي اكبر من قيمة المعنوية المعتمدة مما يعني أنه لا توجد علاقة بين المعرفة الغذائية وقرار الأطفال شراء الوجبات السريعة.

وبالعودة إلى بيانات الجدول السابق والخاصة باختبار أثر المعرفة الغذائية في قرار الأطفال لشراء الوجبات السريعة. وجد أن قيمة (t) المحسوبة (t = 0.401) وهي أقل من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (5%)، المساوية لـ (1.96). وأن قيمة مستوى المعنوية المشاهد P-Value تساوي (0.689)، وهي أكبر من قيمة المعنوية المعتمدة، **مما يعني أنه لايوجد أثر للمعرفة الغذائية في قرار الأطفال شراء الوجبات السريعة، مما يدل على أن الأطفال موضوع الدراسة غير معنيين / أو غير مهتمين بالحصول على معلومات حول العناصر الغذائية لمثل هذه الوجبات.**

الفرضية الرئيسة الرابعة:

H4: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمصروف المتوفر في قرار الطفل شراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة.

تنبثق من هذه الفرضية فرضيتان فرعيتان، كما هي مبيّنة في الجدول التالي. وباستخدام الانحدار البسيط، ظهرت نتائج اختبار هاتين الفرضيتين، كما في الجدول التالي:

جدول رقم (4-7): اختبار الفرضية الرئيسة الرابعة

الفرضية الرئيسة الرابعة	r	R^2	$\hat{\beta}$	T	P-Value	F	P-Value
أثر المصروف المتوفر في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية	0.475	0.226	.501	10.994	0.000	120.878	0.000
أثر المصروف المتوفر في قرار الأطفال لشراء الوجبات السريعة	0.316	0.100	0.225	6.785	0.000	46.039	0.000

الفرضية الفرعية الأولى:

H_{41}: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمصروف المتوفر في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية.

يمكن التعبير عنها رياضياً كما يلي : الفرضية العدمية [H0: B1 = 0]، مقابل الفرضية البديلة [H1: B1 ≠ 0]. ومن الجدول السابق (4-7) نجد أن قيمة العلاقة بين المصروف المتوفر وقرار شراء الأغذية غير الصحية كانت علاقة إيجابية (r= 0.475). كما كانت قيمة معامل التحديد (R^2 = 0.226)، الذي يشير إلى نسبة التغير في قرار شراء الأطفال للمشروبات الغازية (المتغير التابع)، نتيجة التغير الذي يحدث في المصروف المتوافر (المتغير المستقل). وعند اختبار الفرضية العدمية (لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمصروف المتوفر في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية)، مقابل الفرضية البديلة التي مفادها (يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمصروف المتوفر في قرار شراء الطفل للوجبات السريعة). وجد أن قيمة (t) المحسوبة (t = 10.994) أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (5%)، والمساوية لـ (1.96). وأن قيمة مستوى المعنوية المشاهد P-Value تساوي (0.000)، وهي أقل من قيمة المعنوية المعتمدة، **مما يعني أنه يوجد تأثير للمصروف المتوفر في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية.**

الفرضية الفرعية الثانية:

H42: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمصروف المتوفر في قرار الأطفال لشراء الوجبات السريعة.

وفقاً لبيانات الجدول السابق (4-7) نجد أن قيمة العلاقة بين المصروف المتوفر وقرار الأطفال لشراء الوجبات السريعة كانت علاقة إيجابية (r= 0.316). وللتحقق من معنوية العلاقة فقد تم اختبار الارتباط بين متغيري المصروف المتوافر وقرار الأطفال لشراء الوجبات السريعة، حيث اظهرت نتائج الاختبار أن قيمة (p-value) هي (0.000) مما يشير إلى أن العلاقة معنوية. وبالعودة إلى الجدول السابق الخاص بنتائج اختبار الانحدار نجد أن قيمة معامل التحديد (R^2 = 0.100). وعند اختبار الفرضية العدمية [H0: B1 = 0]، التي مفادها لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمصروف المتوفر في قرار الأطفال لشراء الوجبات السريعة، مقابل الفرضية البديلة التي تشير لاختلاف معامل الانحدار عن الصفر [H1: B1 ≠ 0] بدلالة إحصائية. وبالتالي، يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمصروف المتوفر في قرار الأطفال لشراء الوجبات السريعة. وجد أن قيمة (t) المحسوبة (t= 6.785) أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (5%)، المساوية لـ (1.96). وكذلك فإن قيمة مستوى المعنوية المشاهد P-Value تساوي (0.000)، وهي أقل من قيمة المعنوية المعتمدة، **مما يعني أنه يوجد أثر ذو دلالة معنوية للمصروف المتوافر لدى الطفل في قرار شراء الطفل للوجبات السريعة.**

الفرضية الرئيسة الخامسة:

H5 :يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد المتغير المستقل مجتمعة (العوامل المؤثرة في قرار الشراء للاطفال) على أبعاد االمتغير التابع (شراء الأطفال للمشروبات الغازية والوجبات السريعة).

ينبثق من هذه الفرضية فرضيتان فرعيتان، كما هي مبيّنة في الجدول التالي. وباستخدام الانحدار المتعدد، ظهرت نتائج اختبار هذه الفرضيتان، كما بالجدول التالي:

جدول رقم (5-7) : اختبار الفرضية الرئيسة الخامسة

الفرضية الرئيسة الخامسة	r	R^2	$\hat{\beta}$	T	P-Value	F	P-Value
يوجد أثر لأبعاد الامتغير المستقل مجتمعة في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية	0.146	0.021	0.256	2.996	0.003	8.978	0.003
يوجد أثر لأبعاد الامتغير المستقل مجتمعة في قرار الأطفال لشراء الوجبات السريعة	0.276	0.072	0.372	5.852	0.000	34.251	0.000

الفرضية الفرعية الأولى:

H51 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد المتغير المستقل مجتمعة (العوامل المؤثرة في قرار الشراء للاطفال) على شراء الأطفال للمشروبات الغازية.

يمكن التعبير عنها رياضياً كما يلي : الفرضية العدمية [H0: B1 = 0]، مقابل الفرضية البديلة [H1: B1 ≠ 0]. ومن الجدول السابق (5-7) نجد أن قيمة العلاقة بين أبعاد المتغير المستقل مجتمعة وقرار شراء الأغذية غير الصحية كانت علاقة إيجابية (r= 0.146). وعلى الرغم من صغر قيمة R إلا أن العلاقة بين عناصر المتغير المستقل مجتمعة وقرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية كانت علاقة معنوية، حيث بلغت قيمة (Sig) (0.003) وهي أقل من قيمة المعنوية المعتمدة، مما يعني أن العلاقة هي علاقة معنوية. وبالعودة إلى نتائج الجدول السابق والذي يشير إلى نتائج تحليل الانحدار بغرض اختبار الفرضية العدمية (لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد المتغير المستقل مجتمعة في قرار الأطفال لشراء الأغذية غير الصحية)، مقابل الفرضية البديلة التي مفادها (يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد المتغير المستقل مجتمعة في قرار شراء الطفل للاغذية غير الصحية). وجد أن قيمة(t) المحسوبة (t = 2.996) أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (5%)، المساوية لـ (1.96). وأن قيمة مستوى المعنوية المشاهد P-Value تساوي (0.003)، وهي أقل من قيمة المعنوية المعتمدة، **مما يعني أنه يوجد تأثيرلأبعاد المتغير المستقل مجتمعة في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية.**

الفرضية الفرعية الثانية:

H52: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد المتغير المستقل مجتمعة (العوامل المؤثرة في قرار الشراء للأطفال) على شراء الأطفال للوجبات السريعة.

يمكن التعبير عنها رياضياً كما يلي : الفرضية العدمية [H0: B1 = 0]، مقابل الفرضية البديلة [H1: B1 ≠ 0]. ومن الجدول السابق (5-7) نجد أن قيمة العلاقة بين أبعاد المتغير المستقل مجتمعة في قرار شراء الوجبات السريعة كانت علاقة إيجابية (R= 0.276). وعند اختبار الفرضية العدمية (لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد المتغير المستقل مجتمعة في قرار الأطفال لشراء الوجبات السريعة)، مقابل الفرضية البديلة التي مفادها (يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد المتغير المستقل مجتمعة في قرار الأطفال لشراء الوجبات السريعة). وجد أن قيمة (t) المحسوبة (t = 5.852) أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (5%)، والمساوية لـ (1.96)، وأن قيمة مستوى المعنوية المشاهد P-Value تساوي (0.000)، وهي أقل من قيمة المعنوية المعتمدة، مما يعني أنه يوجد تأثيرلأبعاد المتغير المستقل مجتمعة في قرار الأطفال

لشراء الوجبات السريعة.

الفرضية الرئيسة السادسة:

H6: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة تعزى لاختلاف الفئة العمرية والجنس ومستوى الدخل وحجم الأسرة وعمل الام و موقع منطقة المدرسة ومصروف الطفل.

تنقسم هذه الفرضية إلى ست فرضيات فرعية كما هي مبيّنة في الجدول التالي. وقد ظهرت نتائج اختبار هاتين الفرضيتين، كما في الجدول التالي:

جدول رقم (6-7): اختبار الفرضية الرئيسة السادسة

الفرضية الرئيسة السادسة	F	Sig.
توجد فروق ذات دلالة إحصائية في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة تعزى لاختلاف الفئة العمرية	1.562	0.198
توجد فروق ذات دلالة إحصائية في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة تعزى لاختلاف الجنس	3.398	0.066
توجد فروق ذات دلالة إحصائية في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة تعزى لاختلاف حجم الأسرة	0.885	0.449
توجد فروق ذات دلالة إحصائية في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة تعزى لاختلاف مستوى دخل الأسرة	2.110	0.063
توجد فروق ذات دلالة إحصائية في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة تعزى لعمل الام أو عدمه	0.203	0.653
توجد فروق ذات دلالة إحصائية في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة تعزى لاختلاف موقع المدرسة	0.767	0.547
توجد فروق ذات دلالة إحصائية في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة تعزى لاختلاف مصروف الطفل	4.970	0.000

درجة الحرية (5.411) مستوى المعنوية (0.05) قيمة F الجدولية (3.54)

الفرضية الفرعية الأولى:

H61: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة تعزى لاختلاف الفئة العمرية.

يمكن التعبير عنها رياضياً كما يلي : الفرضية العدمية [H0:μ1= μ2 = μ3]، مقابل الفرضية البديلة [μ3 ≠ H1:μ1≠ μ2]، استنادا الى النتائج التي ظهرت في الجدول السابق (6-7) نجد أن قيمة مستوى المعنوية المشاهد P-Value تساوي (0.198)، وهي أكبر من قيمة المعنوية المعتمدة عند مستوى دلالة (5%) مما يعني أننا نقبل الفرضية العدمية التي تشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في قرار الأطفال شراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة تعزى إلى اختلاف الفئة العمرية.

الفرضية الفرعية الثانية:

H_{62}: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة تعزى لاختلاف الجنس

يمكن التعبير عنها رياضياً كما يلي : الفرضية العدمية [H0:μ1= μ2]، مقابل الفرضية البديلة [H1:μ1= μ2]، من الجدول السابق (6-7) نجد أن قيمة (P-value) (Sig =

0.066) وهي أكبر من قيمة المعنوية المعتمدة مما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة تعزى لاختلاف الجنس.

الفرضية الفرعية الثالثة:

H_{63}: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة تعزى لاختلاف حجم الأسرة.

يمكن التعبير عنها رياضياً كما يلي : الفرضية العدمية [H0:μ1= μ2 = μ3]، مقابل الفرضية البديلة [H1:μ1≠ μ2 ≠ μ3]، من الجدول السابق (6-7) نجد نجد أن قيمة (F) المحسوبة (F=0.885) وهي أقل من قيمتها المحسوبة عند مستوى دلالة (5%) التي بلغت (3.54) كما نجد أن قيمة (P-value) تساوي (Sig = 0.449) وهي أكبر من قيمة المعنوية المعتمدة مما يعني أننا نقبل الفرضية العدمية التي تشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة تعزى لاختلاف حجم الأسرة.

الفرضية الفرعية الرابعة:

H_{64}: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة تعزى لاختلاف مستوى دخل العائلة.

يمكن التعبير عنها رياضياً كما يلي : الفرضية العدمية [H0:μ1= μ2 = μ3]، مقابل الفرضية البديلة [H1:μ1≠ μ2 ≠ μ3]، استنادا إلى النتائج التي ظهرت في الجدول السابق (6-7)، التي تم الاعتماد في اختبارها على الفئة التي أجابت عن السؤال بنسبة 38.6% من العينة. ونجد أن قيمة مستوى المعنوية المشاهد P-Value تساوي (0.063)، وهي أكبر من قيمة المعنوية المعتمدة عند مستوى دلالة (5%) مما يعني أننا نقبل الفرضية العدمية التي تشير الى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة تعزى إلى اختلاف دخل الأسرة.

الفرضية الفرعية الخامسة:

H_{65}: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة تعزى لعمل الأم أو عدمه.

يمكن التعبير عنها رياضياً كما يلي : الفرضية العدمية [H0:μ1= μ2]، مقابل الفرضية البديلة [H1:μ1≠ μ2]، من الجدول السابق (6-7) نجد نجد أن قيمة (F) المحسوبة (F=0.203) وهي اقل من قيمتها المحسوبة عند مستوى دلالة (5%) التي بلغت (3.54) كما نجد أن قيمة (P-value) تساوي (Sig = 0.653) وهي أكبر من قيمة المعنوية المعتمدة مما يعني أننا نقبل الفرضية العدمية التي تشير الى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة تعزى للاختلاف فيما إذا كانت الأم عاملة أم لا.

الفرضية الفرعية السادسة:

H_{66}: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة تعزى لاختلاف منطقة المدرسة في عمان.

يمكن التعبير عنها رياضياً كما يلي : الفرضية العدمية [H0:μ1= μ2 = μ3]، مقابل الفرضية البديلة [H1:μ1≠ μ2 ≠ μ3]، من الجدول السابق(6-7) نجد أن قيمة (F) المحسوبة (F=0.767) وهي أقل من قيمتها المحسوبة عند مستوى دلالة (5%) كما نجد أن قيمة (P-value) تساوي (Sig = 0.547) وهي أكبر من قيمة المعنوية المعتمدة مما يعني أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة تعزى إلى اختلاف منطقة المدرسة في مدينة عمان.

الفرضية الفرعية السابعة:

H_{67}: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة تعزى لاختلاف المصروف المتوفر لدى الطفل.

يمكن التعبير عنها رياضياً كما يلي : الفرضية العدمية [H0:μ1= μ2 = μ3]، مقابل الفرضية البديلة [H1:μ1≠ μ2 ≠ μ3]، استنادا إلى النتائج التي ظهرت في الجدول السابق (6-7) نجد أن قيمة (F) المحسوبة (F=4.970) وهي أكبر من قيمتها المجدولة التي بلغت (3.54) عند مستوى دلالة (5%). وأن قيمة مستوى المعنوية المشاهد P-

Value تساوي (0.000)، وهي أقل من قيمة المعنوية المعتمدة، مما يعني أننا نرفض الفرضية العدمية التي تشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في قرار الأطفال شراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة ونقبل الفرضية البديلة التي **تشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في قرار الأطفال شراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة تعزى إلى اختلاف المصروف المتوافر لدى الطفل.**

ويوضح جدول رقم (8) نتائج اختبار فرضيات الدراسة:

جدول رقم (8): نتائج اختبار فرضيات الدراسة

الفرضية	نص الفرضية	النتيجة
الاولى	H1:يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لعوامل التطبيع الاجتماعي في قرار الأطفال لشراء الأغذية غير الصحية H_{11}:يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتأثير الوالدين في قرار الأطفال شراء المشروبات الغازية. H_{12} : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتأثير الوالدين في قرار الأطفال شراء الوجبات السريعة. H_{13}: يوجد أثر ذو دلالة إحصائة لتأثير الاصدقاء في قرار الأطفال شراء المشروبات الغازية. H_{14}: يوجد أثر ذو دلالة إحصائة لتأثير الاصدقاء في قرار الأطفال شراء الوجبات السريعة.	رفض الفرضية العدمية وقبول البديلة رفض البديلة وقبول العدمية. رفض الفرضية العدمية وقبول البديلة. رفض الفرضية العدمية وقبول البديلة.
الثانية	H2يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأنشطة الترويج الغذائي في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة.	رفض الفرضية العدمية وقبول البديلة.
الثالثة	H3يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمعرفة الغذائية في قرار الأطفال إلى شراء الأغذية غير الصحية H_{31}: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمعرفة الغذائية في قرار الأطفال إلى شراء المشروبات الغازية H_{32}: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمعرفة الغذائية في قرار الأطفال إلى شراء الوجبات السريعة.	رفض الفرضية العدمية وقبول البديلة رفض البديلة وقبول العدمية.
الرابعة	H4يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمصروف المتوافر في قرار شراء الأطفال للمشروبات الغازية والوجبات السريعة	رفض الفرضية العدمية وقبول البديلة
الخامسة	H5: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد المتغير المستقل مجتمعة (العوامل المؤثرة في قرار الأطفال الشراء) على أبعاد االمتغير التابع لـ (شراء الأطفال المشروبات الغازية والوجبات السريعة).	رفض الفرضية العدمية وقبول البديلة
السادسة	H6:توجد فروق ذات دلالة إحصائية في قرار الأطفال شراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة تعزى لاختلاف الفئة العمرية والجنس ومستوى الدخل وعدد أفراد الأسرة وعمل الأم و موقع منطقة المدرسة. H_{67}: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في قرار الأطفال شراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة تعزى لاختلاف مصروف الطفل.	قبول الفرضية العدمية ورفض البديلة رفض الفرضية العدمية وقبول البديلة

مناقشة نتائج الدراسة:

أولاً: فيما يخص عوامل التطبيع الاجتماعي المؤثرة في قرار الأطفال شراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة.

جاءت الفرضية الرئيسة الأولى لقياس هذا الأثر، التي تضمنت أربع فرضيات فرعية طُورت لقياس العوامل المؤثرة في قرار الأطفال شراء الأغذية غير الصحية،

التي تشمل (عوامل التطبيع الاجتماعي – تأثير الوالدين وتأثير الاصدقاء) وبناء على نتائج التحليل الإحصائي المؤشرة في الجدول (1-7)، فقد تم رفض الفرضيات الفرعية التي تناولت تأثير الوالدين في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة، ويمكن تبرير ذلك بان الفئة العمرية التي تم اجراء الدراسة عليها تتصف في هذه الفترة العمرية بالرغبة بالاستقلال ومحاولة الاستئثار بقراراتها الخاصة بعيدا عن الضغوط العائلية.

وفيما يتعلق بالمؤثر الآخر لعوامل التطبيع الاجتماعي (دور الاصدقاء) فقد توصلت الدراسة إلى وجود أثر بسيط للأصدقاء في قرار شراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة، وهذا يتفق مع ما جاءت به دراسة (Oogaraph-Pratap et al. 2005) ودراسة (Räihä, 2008).

ثانيا: فيما يخص أثر الترويج في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة

طورت الفرضية الرئيسة الثانية لتقيس أثر أنشطة الترويج الغذائي وبالأخص جانب الإعلانات ووسائل تنشيط المبيعات على قرار شراء الأطفال للاغذية غير الصحية المتمثلة بالمشروبات الغازية والوجبات السريعة، حيث بينت نتائج التحليل الإحصائي، كما هي في الجدول (2-7)، وجود أثر ذي دلالة إحصائية لأنشطة الترويج الغذائي في قرار الأطفال لشراء الأغذية غير الصحية. ويستنتج من هذه الدراسة أن أنشطة الترويج الغذائي تلعب دوراً أساسياً في تهيئة أرضية تشجع الأطفال على شراء هذه المنتجات. وهذه النتيجة تتوافق مع التقارير الصادرة عن منظمة الـ Consumers International و منظمة الصحة العالمية ومع ما توصلت إليها دراسة (Pettersson et al.2006) ودراسة (Chan et al.2009)، حيث يعتبر الترويج هو أحد الأنشطة الأساسية التي تستخدم لتسويق وإقناع الأطفال لشراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة، وبما يعزز النتائج التي توصلت اليها هذه الدراسة.

ثالثاً: فيما يخص أثر المعرفة الغذائية في شراء الأطفال للأغذية غير الصحية

خلصت الدراسة في الفرضية الرئيسة الثالثة إلى عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية للمعرفة الغذائية في قرار شراء الطفل للمشروبات الغازية والوجبات السريعة من أبناء المدارس الخاصة في مدينة عمان مما يدل على التقليل من شأن هذا العامل لدى عينة الدراسة وعدم أخذه بعين الاعتبار عند اتخاذ قرار الشراء على الرغم من أهميته، حيث تم قياس هذه الفرضية من خلال فرضيتين فرعيتين، الأولى: هدفت الى تعرف أثر المعرفة الغذائية في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية، والثانية: لقياس أثر المعرفة الغذائية في قرار شراء الوجبات السريعة. وقد جاءت هذه النتيجة متوافقة مع دراسة (Oogaraph-Pratap et al. 2005) ودراسة (Räihä, 2008)، حيث أشارت الدراسات إلى أنه وعلى الرغم من أن الأطفال يستطيعون التمييز بين الطعام الصحي وغير الصحي من خلال الحصص الدراسية التي يحضرونها إلا أن هذا العامل هو غير ذي أهمية بالنسبة لهم عند اتخاذ قرار الشراء لهذه المنتجات وذلك لوجود عوامل أكثر اهمية بالنسبة لهم كتقليد أصدقائهم أو الهدايا والجوائز المجانية.

رابعاً: فيما يخص أثر المصروف المتوفر لدى الطفل في قرار الأطفال لشراء الأغذية غير الصحية

توصلت الدراسة في الفرضية الرئيسة الرابعة إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية للمصروف المتوافر لدى الأطفال وقرار الأطفال لشراء الأغذية غير الصحية، حيث تم قياس هذه الفرضية من خلال فرضيتين فرعيتين، اشتمل كلاهما على متغير المصروف المتوفر كمتغير مستقل، والمشروبات الغازية والوجبات السريعة كمتغيرات تابعة. وهذا النتيجة تتفق مع النتيجة التي توصل اليها(Oogaraph-Pratap et al. 2005) في دراسته التي أجريت في جزر موريشيسوس لمعرفة ما هي العوامل المؤثرة في شراء الأطفال للوجبات الخفيفة Snacks التي أوضحت أن كلفة المنتج المرغوب هو أهم العوامل التي تحدد عملية الشراء.

خامساً: فيما يخص أثر أبعاد المتغير المستقل مجتمعة (العوامل المؤثرة في قرار الشراء للاطفال) على أبعاد المتغير التابع (شراء الأطفال للمشروبات الغازية والوجبات السريعة).

بينت الدراسة وجود أثر معنوي بسيط للعوامل مجتمعة متمثلة في عوامل التطبيع الاجتماعي و أنشطة الترويج الغذائي و المعرفة الغذائية و المصروف المتوفر، في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة. وقد تميزت هذا الدراسة بمحاولة دراسة أكبر عدد من العوامل المؤثرة في الأطفال، مستنيرة بالدراسات السابقة التي تم ذكرها.

سادساً: فيما يخص الفروقات في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة التي تعزى إلى اختلاف الفئة العمرية والجنس وعدد أفراد الأسرة وموقع منطقة المدرسة في مدينة عمان ومستوى دخل الأسرة والمصروف المتوافر لدى الطفل.

استنادا الى النتائج التي تم التوصل اليها باستخدام تحليل التباين الواردة في الجدول رقم (6-7) فقد أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة تعزى إلى اختلاف العوامل الديموغرافية آنفة الذكر سوى وجود فروق في قرار الأطفال لشراء المشروبات الغازية والوجبات السريعة تعزى إلى اختلاف المصروف المتوفر لدى الأطفال وهذا الامر طبيعي ويشير إلى العلاقة الطردية بين المصروف المتوافر لدى الطفل والقدرة على شراء ما يحتاج.

التوصيات:

على صعيد القطاع الخاص:

1. يجب على مسؤولي التسويق تخصيص الموارد لدراسة سوق صغار السن (الأطفال) وذلك للحصول على المعلومات والبيانات التي تتعلق بحاجاتهم ورغباتهم وتفضيلاتهم الاستهلاكية والكيفية التي يتخذون فيها قراراتهم الشرائية والكيفية التي يؤثرون فيها على القرارات الشرائية لدى الأسرة لكونهم يعتبرون قوة شرائية لا يستهان بها.

على صعيد وزارة الصحة ومؤسسة المواصفات والمقاييس و المؤسسة العامة للغذاء والدواء و المنظمات الأهلية الضاغطة، بالأخص جمعية حماية المستهلك:

1. تخصيص موارد مالية للإنفاق على الأبحاث والدراسات العلمية في مجال الأغذية وصحة الفرد وترويج نتائج هذه الدراسات على أفراد المجتمع.
2. توحيد الجهود لإصدار قوانين وتشريعات للحد من انتشار مطاعم الوجبات السريعة في المناطق المختلفة، بالأخص قرب المدارس و المناطق السكنية وهذا ما يعرف الـ Zoning.
3. تحفيز البيئة والمجتمع المحلي لتعزيز مفاهيم الصحة الغذائية من خلال استخدام وسائل الإعلام الجاذبة لهذه الفئات العمرية.
4. تفعيل الرقابة على الممارسات الترويجية لشركات الأغذية المحلية والعالمية، وبالاخص المشروبات الغازية والوجبات السريعة، تلك الشركات التي لا تألُ جهداً في التوجه نحو الأطفال بإعلاناتها الجذابة ووسائل تنشيط البيع كالألعاب والجوائز وتغليف المنتجات واستهداف دور السينما و المواقع الالكترونية... وغير ذلك، من خلال حظر الإعلانات للأطفال لمن هم أقل من 12 عاماً، أو تقليل كمية الإعلانات المعروضة المتعلقة بهذه المواد خلال برامج الأطفال أو قد يكون من خلال الرقابة على محتوى الرسالة الترويجية ومدى صحتها، وذلك لما أظهرته الدراسة من وجود أثر للترويج للمواد الغذائية في قرار شراء الأطفال لهذه المواد.
5. ضرورة العمل على مراقبة وجود معلومات واضحة عن محتويات المواد الغذائية ونسبها بالأخص التي يشتريها الأطفال وبلغة سهلة وواضحة يستطيع الأطفال قراءتها واستيعابها لما لها من أثر بالغ في صحة الأطفال.

على صعيد وزارة التربية والتعليم:

1. تعزيز سياسة التوعية في المدارس حول الصحة الغذائية من خلال الرقابة على المواد الغذائية المقدمة في المدارس من وجبات سريعة ووجبات خفيفة ومشروبات غازية.
2. الرقابة على الخطط الدراسية المدرسية فيما يتعلق

بالصحة المدرسية والغذائية وتعزيز مفاهيم اقتصاديات المنزل و الصحة الغذائية.

مجالات البحث المستقبلية:

بالنظر الى نتائج الدراسة، يمكن للباحثين مراعاة ما يلي:

1. عمل دراسات خاصة للفئات العمرية دون الثالثة عشرة لمعرفة الاختلافات في العوامل المؤثرة في قرار شراء الأغذية غير الصحية.
2. تصميم دراسات تسويقية للأطفال خارج مدينة عمان – في المحافظات المختلفة- للفئة العمرية نفسها وللفئات العمرية الأقل لمعرفة الاختلافات في العوامل المؤثرة في قرار شراء الأغذية غير الصحية.
3. إجراء دراسات تسويقية سلوكية لمعرفة أثر الجماعات المرجعية وبالأخص الأسرة و الأصدقاء في سلوك الأطفال وأنماطهم الاستهلاكية.
4. إجراء دراسات تسويقية سلوكية لمعرفة أثر الجماعات المرجعية بالأخص المدرسة و الإعلام في سلوك الأطفال وأنماطهم الاستهلاكية.

تعتبر هذه بعض التصورات الأولية للدراسات الميدانية التسويقية لهذا القطاع التي من شأنها تعزيز الخدمات بكفاءة وفعالية.

المصادر والمراجـع

المراجع الأجنبية

Al Turki, Y.A. (2007) Overweight and Obesity among University Students, Riyadh, Saudi Arabia. ***Middle East Journal of Family Medicine***, 5(2).

AYADI, K. (2008) The Role of School in Reducing the Prevalence of Child Obesity. ***Young Consumers***, 9(3), pp.170-178.

CHAN,K. PRENDERGAST, G. GRØNHØJ, A. and BECH-LARSEN,T. (2009) Communicating Healthy Eating to Adolescents. ***Journal of Consumer Marketing***, 26(1), pp.6-14.

COSUMER INTERNATIONAL (2008) The Junk Food Trap.London:Consumer International, UK Office.

CONSUMER INTERNATIONAL (2004) The Junk Food Generation: A Multi-Country Survey of the Influence of Television Advertisements on Children.Kuala Lumpur: Consumer International, Asia Pasific Office.

DEHGHAN, M. AKHTAR-DANESH, N. and MERCHANT, A.T. (2005) Childhood Obesity, prevalence and Prevention. ***Nutrition Journal***, 4 (24).

DENS, N. DE PELSMACKER,P. and EAGLE,L. (2007) Parental Attitudes towards Advertising to Children and Restrictive Mediation of Children's Television Viewing in Belgium. ***Young Consumers***, 8(1),pp. 7-18.

FAN, Y. and YIXUAN L. (2009) Children Buying Behavior in China, ***A Study of their Information Sources***. ***Marketing Intelligence and planning***, Vol. 27, pp.1-31.

GUNERI, B. YURT,O. KAPLAN, M.D. and DELEN, M. (2009) The Influence of Children on Family Purchasing Decisions in Turkey. ***Asian Journal of Marketing***, 3(1), pp.20-32.

LIVINGSTONE, S. (2005) Assessing the Research Base for the Policy Debate over the Effects of Food Advertising to Children. ***International Journal of Advertising***, 24(3)pp. 273-296.

NOBLE, G. STEAD, M. JONES, S. MCDERMOTT,L. and MCVIE,D. (2007) The Paradoxical Food Buying Behavior of Parents, Insight from the UK and Australia. ***British Food Journal***, 9(5), pp. 387-398.

OOGARAPH-PRATAP, B. and HEERAH – BOOLUCK, B.J. (2005) Children's Consumption of Snacks at Schools in Mauritius. ***Nutrition and Food Science***, 35(1), pp. 15-19.

PETTERSSON, A. and FJELLSTROM, C. (2006) Responsible Marketing to Children and their Families. Young Consumers: ***Insight and Ideas for Responsible Marketers***, 7(4), pp.13-18.

PRESTON, C. (2005) Advertising to Children and Social

Responsibility. ***Young Consumers: Insight and Ideas for Responsible Marketers***, 6(4), pp. 61-67.

RÄIHÄ, T. TOSSAVAINEN, K. TURUNEN, H. ENKENBERG, J. and HALONEN, P. (2006) Adolescent's Nutrition Health Issues: Opinions of Finnish Seventh Graders. ***Health Education***, 106(2), pp.114-132.

Sekaran, U. (2002) Research Methods for Business a skill Building Approach. Fourth edition. New Delhi: Wiley.

SCHIFFMAN, L. and KANUK, L. (2010) ***Consumer Behavior***. Tenth Edition Pearson, Prentice Hall.

SCHRÖDER, M. and MCEACHERN, M. (2005) Fast Foods and Ethical Consumer Value: a Focus on McDonald's and KFC. ***British Food Journal***, 107(4), pp. 212-224.

SOLOMON, M. (2007), ***Consumer Behavior: Buying, Having and Being***. Seventh Edition, Pearson, Prentice Hall.

TIKKANEN, I. HONKANEN, S. and SALMELA,S.P. (2009) Snack Service Model for a Comprehensive School.***Nutrition and food Science***, 39(2) , pp. 151-159.

Factors Affecting the Purchase Decision by Children Studying in Jordanian Private Schools for Unhealthy Food: An Empirical Study Conducted in Amman

Mohammad Obeidat and Bushra Mahadeen***

ABSTRACT

The study aimed at identifying the factors influencing children's purchase decision of unhealthy foods represented in fast foods and carbonated beverages in Amman, in the scope of a group of indicators represented in the domain of the Independent Variable which included socializing agents, nutritional knowledge, available allowance, and food promotion activities. Therefrom, the Study attempts to investigate the differences in the factors influencing children's purchase decision in light of the following Demographic Variables: (age, gender, monthly income level, family size, mother's employment, school location, and child's allowance). The population of the study consisted of all children whom range in age from thirteen to sixteen years old, studying in private schools in the seventh, eighth, ninth and tenth grade in Amman numbering (39868) male and female students, according to the Ministry of Education Statistics. A stratified random sample of the social strata was selected. The sample amounted to 421 students. The study concluded that except for parental influence, there exists a statistically significant effect of the above said factors (dependent variable) on the children's purchase decision of fast foods and carbonated beverages. The study also revealed the lack of a statistically significant effect of the nutritional knowledge on the children's purchase decision of fast foods and carbonated beverages. Furthermore, there are no statistically significant differences based on the demographic factors except for those differences attributed to the child's allowance.

Keywords: Purchase Decision, Un-healthy Foods, Fast Foods, Carbonated Beverages, Children, Socializing Agents, Nutritional Knowledge

* Department of Marketing, Faculty of Business, The University of Jordan.
** Department of Marketing, Faculty of Business and Finance, American University of Madaba.
Received on 25/4/2011 and Accepted for Publication on 22/11/2012.