

تأثير الوعى بالملصق الغذائى على قرار الشراء بين المستهلكين المصريين

د. علياء مختار جابر النجار (قسم الدراسات الفندقية)

المخلص

يعتبر الملصق الغذائى من اهم العوامل التى تؤثر على قرار الشراء والذى يلعب دورا هاما فى امداد المستهلك بجمع المعلومات الغذائىة عن المنتج. ويعتبر ايضا المصدر الوحيد لتلك المعلومات اثناء الشراء لذلك فانه من المهم فهم تلك المعلومات الموجودة على الملصق الغذائى ايضا يجب الاهتمام بتطوير وعى المستهلك بأهمية هذا الملصق. المصنعين ايضا يجب عليهم الالتزام بالقواعد والقوانين الخاصة بالملصقات الغذائىة بكل دولة لكى يحصل المستهلك على المعلومات الغذائىة الخاصة بالمنتج بشكل مفصل لمساعدته فى قرار الشراء. هناك العديد من العوامل التى تؤثر على سلوك المستهلك تجاه استخدام الملصق الغذائى مثل النوع ، السن ، المستوى التعليمى ،شكل الملصق والمعرفة الغذائىة.

لذلك قام هذا البحث بفحص مدى وعى وفهم واستخدام الملصق الغذائى بين المستهلكين المصريين وتحديد ما اذا كان له تأثير على قرار الشراء ومعرفة العناصر التى يبحث عنها المستهلك اثناء الشراء.

تم استخدام المنهج الكمى لاختبار فرضيات البحث وتم جمع البيانات الاولية من خلال استمارة استبيان تم توزيعها على ١٠٠٠ مستهلك فى السوبر ماركت ومحلات التجزئة فى القاهرة الكبرى بمصر خلال شهر يناير ٢٠١٨ وقد استخدمت العينة الميسرة لجمع البيانات بسبب كبر حجم مجتمع الدراسة. تم توزيع ١٠٠٠ استمارة على المستهلكين منها ٨٩٠ استمارة صالحة بعد استبعاد الغير صالحة منها بمعدل استجابة ٨٩ % .

تم إجراء التحليلات الاحصائىة بواسطة برنامج SPSS الإصدار ٢٣. نتائج البحث معنوية عند $p \leq 0.01$. اظهرت النتائج ان العوامل الداخلىة والخارجىة للمستهلك تؤثر على مدى استخدامه للملصق الغذائى مثل النوع ، السن ، الوقت ، المستوى التعليمى ، الدخل وغيرها . يجب ايضا على المصنعين تطوير هذا الملصق تبعا للنتائج السابقة من اجل تزويد المستهلك بما يحتاجه من معلومات تساعد فى اتخاذ قرار الشراء.

الكلمات الدالة: الملصق الغذائى – قرار الشراء – المعلومات الغذائىة – سلوك المستهلك – وعى المستهلك.