

Impact of Small Workshops' Compliance with Quality and Food Safety Standards on Consumer Loyalty: An Analytical Study in the Dairy Industry in Latakia Governorate

Dr. Mohammed Hammad * 

Dr. Camelia Halabi ** 

(Received 25 / 11 / 2025. Accepted 22 / 4 / 2026)

□ ABSTRACT □

This study examined the relationship between small dairy workshops' compliance with food safety standards psychological, economic, and cultural-behavioral dimensions and consumer loyalty in Latakia Governorate, amid weak regulatory oversight and persistent consumer loyalty despite documented health risks.

Using a descriptive-analytical methodology, a questionnaire was administered to 196 consumers, with data analyzed through SPSS. The findings revealed that independent variables collectively explain 79.4% of the variance in consumer loyalty. The psychological dimension (consumer trust in producers) emerged as the most influential predictor (69.2%), followed by the cultural-behavioral dimension (entrenched consumption habits) (68.6%), and the economic dimension (low prices) (65.8%).

The results indicated that loyalty in this context is not based primarily on technical commitment to food safety standards, but rather on trust, habits, and economic constraints. The study recommends developing participatory community monitoring systems, encouraging producers to adopt cost-effective safety standards, designing culturally-sensitive awareness campaigns, and implementing gradual regulatory policies based on integration and rehabilitation rather than closure and confiscation.

Keywords: Food Safety, Consumer Loyalty, Small Workshops, Dairy Industry, Latakia Governorate.

Copyright



:Latakia University journal (formerly Tishreen) -Syria, The authors retain the copyright under a CC BY-NC-SA 04

* PhD - Department of Business Administration - Faculty of Economics- Latakia University(formerly Tishreen) - Latakia - Syria. mohammad-hammad@latakia-univ.edu.sy

**Work Supervisor - Food Science Department - Latakia University(formerly Tishreen) - Faculty of Agricultural Engineering - Latakia - Syria. Camillia.halabi@latakia-univ.edu.sy

أثر التزام الورشات الصغيرة بمعايير الجودة والسلامة الغذائية على ولاء المستهلك: دراسة تحليلية في صناعة الألبان في محافظة اللاذقية

د. محمد حماد* 

د. كاميليا حربي** 

(تاريخ الإيداع 25 / 11 / 2025. قبل للنشر في 22 / 4 / 2026)


□ ملخص □

هدفت هذه الدراسة الى تحليل العلاقة بين التزام ورشات الألبان الصغيرة بمعايير السلامة الغذائية بأبعادها (النفسية والاقتصادية والثقافية السلوكية) وولاء المستهلكين في محافظة اللاذقية، وذلك في ظل ضعف الرقابة الرسمية واستمرار ولاء المستهلكين رغم المخاطر الصحية الموثقة.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي في بناء نموذج نظري ديناميكي يفسر آليات التفاعل والتأثير المتبادل بين المتغيرات من خلال تصميم استبانة وتوزيعها على 196 مستهلكاً، واسترجاع وتحليل البيانات المستردة باستخدام برنامج spss. كشفت النتائج أن المتغيرات المستقلة تفسر مجتمعة (79.4%) من التباين في ولاء المستهلك. برز البعد النفسي المرتبط بثقة المستهلك بالمنتجين كأكثر العوامل تأثيراً (69.2%)، يليه البعد الثقافي السلوكي (68.6%)، ثم البعد الاقتصادي المرتبط بانخفاض الأسعار (65.8%).

أشارت النتائج إلى أن الولاء في هذا السياق لا يعتمد أساساً على الالتزام الفني بمعايير السلامة الغذائية، بل على الثقة والعادات والقيود الاقتصادية. بناءً على ذلك، أوصت الدراسة بتطوير نظام رقابة مجتمعية تشاركية، وتشجيع المنتجين على تبني معايير سلامة فعالة من حيث التكلفة، وتصميم حملات توعوية تراعي الأبعاد الثقافية، واعتماد سياسات متدرجة لتنظيم القطاع غير الرسمي تقوم على مبدأ الاحتواء والتأهيل بدلاً من الإغلاق والمصادرة.

الكلمات المفتاحية: السلامة الغذائية، الولاء الاستهلاكي، الورشات الصغيرة، صناعة الألبان، محافظة اللاذقية

حقوق النشر : مجلة جامعة اللاذقية (تشرين سابقاً) - سورية، يحتفظ المؤلفون بحقوق النشر بموجب 

الترخيص CC BY-NC-SA 04

* دكتوراه - قسم إدارة الأعمال- كلية الاقتصاد- جامعة اللاذقية (تشرين سابقاً) - اللاذقية- سوريا

mohammad-hammad@latakia-univ.edu.sy

** مشرف أعمال - قسم علوم الأغذية- كلية الهندسة الزراعية- جامعة اللاذقية (تشرين سابقاً) - اللاذقية- سوريا

Camillia.halabi@latakia-univ.edu.sy

مقدمة:

أدت التغيرات الاقتصادية في السنوات الأخيرة إلى تراجع كبير في واقع المعامل الإنتاجية الكبيرة لصناعة الألبان، في مقابل نمو ملحوظ للورشات الصناعية الصغيرة التي أصبحت تشكل العمود الفقري لهذا القطاع. تعمل هذه الورشات في ظل ضعف الرقابة الرسمية وارتفاع تكاليف الإنتاج المرتبطة بالأعلاف والمحروقات ومصادر التبريد. انعكس هذا الواقع بشكل مباشر على مستوى السلامة الغذائية لمنتجات الألبان، مما جعل المستهلك يواجه صعوبة حقيقية في تحديد الجهة الأكثر أماناً لتلبية احتياجاته اليومية. أصبح من الصعب على المستهلك إقامة علاقة دائمة مع منتج موثوق يضمن سلامة أسرته دون تعريض صحتها لمخاطر صحية موثقة. انطلاقاً مما سبق، يهدف الباحثان من خلال هذه الدراسة إلى إجراء تحليل معمق للعلاقة بين التزام الورشات الصغيرة بمعايير الجودة والسلامة الغذائية ومستوى ولاء المستهلك السوري في محافظة اللاذقية.

وانطلاقاً مما سبق هدف البحث من خلال هذه الدراسة إلى إجراء دراسة تحليلية للعلاقة بين السلامة الغذائية للألبان ومشتقاتها ومستوى ولاء المستهلك في التعامل مع الورشات المنتجة لهذه الألبان.

الدراسات المرجعية:

تناولت دراسة ابن شيخ وآخرون [1] دور سلامة وجودة المنتجات الغذائية في تحقيق رضا المستهلك في الجزائر، حيث طبقت استبانة على مئة وعشرين مستهلكاً في مدينة المسيلة، وخلصت إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين سلامة المنتجات وتحقيق رضا المستهلك، مع تأكيد دور الوعي والثقافة الاستهلاكية كعاملين محوريين في تعزيز هذه العلاقة. في سياق متصل، قامت دراسة سيسر وآخرون [2] بتحليل عوامل تجنب المستهلكين لمنتجات الألبان المغشوشة باستخدام نمذجة المعادلات الهيكلية على عينة من أربع مئة مستهلك، وكشفت النتائج أن مشاركة المعلومات والوعي بالمخاطر يزيدان بشكل مباشر من سلوكيات التجنب، كما صنف المستهلكون منتجات الألبان ضمن أكثر فئات المنتجات خطورة.

من جهة أخرى، أجرت دراسة تشانغ وآخرون [3] تحليلاً لنقطة المستهلكين بمنتجات الألبان المحلية، بالاعتماد على بيانات جمعت من ألف ومئتين وثمانية وسبعين مستهلكاً في خمس مقاطعات، وأظهرت النتائج أن ثقة المستهلكين كانت منخفضة إلى متوسطة، وأن الجهات الرقابية الحكومية كانت الأكثر تأثيراً في تعزيز الثقة، بينما كان تأثير الثقة في المزارعين وتجار التجزئة محدوداً.

في إطار الوعي والاستعداد للدفع، تناولت دراسة موندال وآخرون [4] مستوى الوعي بسلامة الحليب واستعداد المستهلكين للدفع، حيث جمعت بيانات من مئتين وسبعين أسرة باستخدام طريقة التقييم الاحتمالي، ووجدت أن مؤشر الوعي بسلامة الحليب بلغ ثلاثة وسبعين بالمئة، وأن الاستعداد الهامشي للدفع مقابل الحليب الآمن يزداد بارتفاع الدخل ومستوى التعليم ووجود أطفال في الأسرة.

كما قامت دراسة تشو ونانسيكي [5] بتحليل تأثير نظام التتبع على سلوك المستهلك تجاه منتجات الألبان، وكشفت النتائج أن المستهلكين يبدون استعداداً أعلى للدفع مقابل معلومات موثقة بالصور، وأن تسجيل استخدام المضادات الحيوية كان أكثر السمات تأثيراً في الاستعداد للدفع.

في حين درست دراسة كوسمان وآخرون [6] العوامل المؤثرة في قبول المستهلكين لمنتجات الألبان المخمرة، وأظهرت النتائج أن المعتقدات الذاتية المتعلقة بالسلامة والطعم والقيمة الغذائية كانت الأكثر تأثيراً في تشكيل المواقف الإيجابية، متفوقة على المعتقدات المجتمعية المتعلقة بالاستدامة ورعاية الحيوان.

تتفق هذه الدراسات مجتمعة على أهمية الثقة والوعي والعوامل الاقتصادية في تشكيل سلوك المستهلك وولائه تجاه منتجات الألبان، إلا أنها تختلف في السياقات التطبيقية والمنهجيات، بينما تتفرد الدراسة الحالية بدمج الأبعاد النفسية والاقتصادية والثقافية في نموذج سببي واحد يفسر الولاء في بيئة الورشات الصغيرة في محافظة اللاذقية.

مشكلة الدراسة:

يمكن صياغة مشكلة الدراسة وفق التساؤل الرئيس الآتي:

"ما هي طبيعة العلاقة بين مستويات التزام ورشات الألبان بالسلامة الصحية ومستوى ولاء المستهلكين في محافظة اللاذقية، في ظل العوامل النفسية والاقتصادية والثقافية والديموغرافية المستقلة؟ ويتفرع عن هذا التساؤل الأسئلة الفرعية الآتية:

- كيف تؤثر ثقة المستهلك في المنتجين - بمعزل عن التزامهم الفعلي بالسلامة - على مستوى ولائهم؟
- إلى أي مدى يُفسر انخفاض الأسعار استمرارية ولاء المستهلكين رغم تجاوزات السلامة؟
- كيف يُعزز التمسك بالعادات الاستهلاكية التقليدية (مثل تفضيل المنتجات "الطازجة") الولاء للورشات المحلية؟

أهمية البحث و أهدافه:

أهداف الدراسة:

- تحليل الأثر النسبي للأبعاد الثلاثة للالتزام الورشات الصغيرة بالسلامة الغذائية (البعد النفسي: الثقة، البعد الاقتصادي: السعر، البعد الثقافي السلوكي: العادات) في ولاء المستهلك، وتحديد أقوى هذه الأبعاد تأثيراً.
- الكشف عن مدى اختلاف أنماط الولاء باختلاف هذه الخصائص الديموغرافية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، مكان الإقامة).
- بناء نموذج سببي متكامل يفسر آليات تفاعل الأبعاد الثلاثة والمتغيرات الديموغرافية معاً في تشكيل ولاء المستهلك، واستخلاص توصيات عملية للجهات الرقابية والمنتجين والجمعيات الأهلية تعزز السلامة الغذائية دون المساس بالولاء.

فرضيات الدراسة:

استناداً إلى مشكلة البحث والإطار النظري والدراسات السابقة، تم صياغة الفرضيات التالية:

الفرضية الأولى:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين المتغيرات الديموغرافية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، مكان الإقامة) والمتغيرات الرئيسية للدراسة (البعد النفسي، البعد الاقتصادي، البعد الثقافي السلوكي، محور الولاء).

الفرضية الثانية:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين التزام منتجي الألبان في الورشات الصغيرة بمعايير السلامة الغذائية (بأبعادها: النفسية، الاقتصادية، الثقافية السلوكية) وولاء المستهلكين في محافظة اللاذقية.

وتتفرع عن هذه الفرضية الفرضيات الفرعية الآتية:

- توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين البعد النفسي (ثقة المستهلك بالمنتجين) ومستوى ولاء المستهلكين.
- توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين البعد الاقتصادي (انخفاض الأسعار) ومستوى ولاء المستهلكين.
- توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين البعد الثقافي السلوكي (العادات الاستهلاكية الراسخة) ومستوى ولاء المستهلكين.

أهمية الدراسة:

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من كونها تسعى إلى سد فجوة بحثية قائمة في الأدبيات، من خلال تطوير نموذج تكاملي لولاء المستهلك في القطاع غير الرسمي، يربط بين المخاطر الصحية الملموسة والعوامل النفسية والاقتصادية والثقافية المعدلة لسلوك الشراء، مما يوسع نطاق نظريات الولاء التقليدية لتصبح أكثر ملاءمة للسياقات الاقتصادية في الدول النامية. كما تقدم الدراسة أدوات قابلة للتطبيق عملياً لمختلف الأطراف المعنية، حيث تساعد الهيئات الرقابية على تصميم برامج تفتيش تركز على الورشات عالية الخطورة بناءً على تحليل العوامل الدافعة للولاء، وتوجه المنتجين الصغار نحو تبني معايير سلامة منخفضة التكلفة تعزز الثقة دون رفع الأسعار، كما تمكن الجمعيات الأهلية من تطوير حملات توعوية تستهدف الشرائح المستعدة للتخلي عن العادات غير الآمنة، مما يحول تحديات السلامة الغذائية في قطاع الورشات الصغيرة إلى فرصة تنموية مستدامة.

منهجية البحث:

تم اتباع المنهج الوصفي التحليلي والمنهج القياسي لتحليل العلاقة بين التزام منتجي الألبان في الورشات الصغيرة بشروط سلامة الغذاء (بأبعادها النفسية والاقتصادية والثقافية السلوكية) وبين ولاء المستهلكين في التعامل مع هذه الورشات، وقد تم تصميم استبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات وفق خطوات منهجية راعت الربط بين الأطر النظرية وأداة القياس، حيث استند محور ولاء المستهلك إلى نموذج أوليفر [7] في بعده السلوكي والعاطفي، ودراسات راذر وآخرون [8] وسوهايمي وآخرون [9]، أما أبعاد السلامة الغذائية فقد اعتمد البعد النفسي (الثقة) على نظرية غرونرت [10] ودراسة تشن وآخرون [11]، فيما استند البعد الاقتصادي إلى نظرية زايثامل [12] حول القيمة المدركة ونموذج مونرو [13] ودراسة موندال وآخرون [4]، في حين تم صياغة البعد الثقافي السلوكي بالاستناد إلى أبعاد هوفستيد الثقافية [14] ودراسة جول وآخرون [15]، ولضمان صدق المحتوى تمت مراجعة عبارات السلامة الغذائية في ضوء متطلبات نظام الأيزو 22000 وإرشادات الكودكس الغذائي [16] مع تكييفها لتناسب واقع الورشات الصغيرة.

مجتمع البحث وعينته

يتكون مجتمع البحث من جميع مستهلكي الألبان ومشتقاتها من الورشات الصغيرة في محافظة اللاذقية، والبالغ عددهم أكثر من مئة ألف نسمة وفق التقديرات السكانية، مما يجعل المجتمع غير محدود إحصائياً. ونظراً لغياب قاعدة بيانات رسمية دقيقة يمكن الاعتماد عليها في حصر جميع المستهلكين، فقد تم الاعتماد على أسلوب العينة العشوائية البسيطة لاختيار أفراد العينة، وذلك:

1. **تجانس المجتمع النسبي** فيما يتعلق بسلوك استهلاك الألبان من الورشات الصغيرة، مما يجعل العينة العشوائية البسيطة قادرة على تقديم تقديرات غير متحيزة.
2. **إمكانية التطبيق العملي** رغم غياب إطار عينة شامل، وذلك من خلال تحديد مواقع جغرافية محددة وتوزيع العينة فيها بطريقة عشوائية.
3. **الصلاحية الإحصائية** حيث تتيح العينة العشوائية البسيطة تعميم النتائج على مجتمع الدراسة بثقة، بشرط الالتزام بإجراءات السحب العشوائي.

تم حساب حجم العينة باستخدام المعادلة الإحصائية للمجموعات غير المحدودة:

$$n = \frac{Z^2 P(1 - P)}{E^2}$$

حيث أن:

- n : حجم العينة المطلوب
- Z : الدرجة المعيارية وتساوي 1.96 عند مستوى ثقة 95%
- P : نسبة التباين المقدر في المجتمع وتساوي 0.5 (لتحقيق أقصى حجم عينة ممكن)
- E : هامش الخطأ المسموح به وتساوي 0.05

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2} \approx 384.16$$

وبناءً على ذلك، تم اختيار عينة عشوائية بسيطة قوامها 395 مفردة، مع مراعاة التوزيع الجغرافي بين الريف والمدينة عبر تقسيم المحافظة إلى مناطق رئيسية، ومن ثم سحب عينة عشوائية من كل منطقة باستخدام جداول الأرقام العشوائية، لضمان تمثيل مناسب لمختلف الفئات السكانية.

حدود الدراسة

الزمانية: النصف الأول من عام 2025

9.2 المكانية: محافظة اللاذقية

الإطار النظري للدراسة:

سلامة الغذاء وأبعادها:

في بيئة الورشات الصغيرة، تتفاقم المخاطر الميكروبيولوجية نتيجة غياب سلاسل التبريد المستمرة، حيث أظهرت الدراسات أن 78% من هذه الورش تعجز عن توفير تبريد لا يتجاوز أربع درجات مئوية بسبب انقطاع التيار الكهربائي [17]، مما يؤدي إلى تكاثر البكتيريا الممرضة كالليستيريا والسالمونيلا. كما تبرز المخاطر الكيميائية من خلال ممارسات الغش التجاري كإضافة النشا أو الماء لزيادة حجم الحليب [18]، ووجود متبقيات المضادات الحيوية نتيجة عدم الالتزام بفترة السحب الدوائي [19]، فضلاً عن انتقال مواد مسرطنة كالديوكسينات من العبوات البلاستيكية غير الغذائية [20]. أما المخاطر الفيزيائية فتتجسد في وجود شوائب ملموسة كالشعر والأثرية نتيجة إهمال معدات الوقاية الشخصية [21]، مما يعكس غياباً لمتطلبات النظافة الأساسية. وتتفاعل هذه المخاطر مع أربعة عوامل مركبة تزيد من حدتها، وهي غياب الشهادات الصحية حيث لا تطبق 92% من الورش أنظمة معيارية كالأيزو 22000 [22]، وضعف البنية التحتية الذي يعيق توفير بيئة إنتاج مناسبة، والقصور المعرفي حيث لا يدرك أكثر من نصف العاملين متطلبات نظام تحليل المخاطر ونقاط التحكم الحرجة الأساسية [23]، وغياب الرقابة المستقلة إذ لا تخضع 65% من الورش للتفتيش الدوري [24]. في هذه البيئة عالية الخطورة، تتحدد سلامة الغذاء عبر ثلاثة أبعاد مترابطة تفسر سلوك المستهلك واستمرار ولائه رغم المخاطر الموثقة. يأتي أولها البعد النفسي المرتبط بالثقة الذي يعرفه غرونرت [10] بأنه الاستعداد للاعتماد على المنتج بناءً على الاعتقاد بقدرته على الوفاء بتوقعات السلامة والجودة، حيث تعمل الثقة على تقليل إدراك المخاطر وتعزيز الولاء حتى في البيئات محدودة الرقابة [11]. أما البعد الاقتصادي فيتمثل في القيمة المدركة التي يقيم من خلالها المستهلك ما يحصل عليه مقابل ما يدفعه [12]، حيث يلعب السعر دوراً مزدوجاً كإشارة للقيمة وأداة للمقارنة بين البدائل [13]، مما يجعل المستهلك في سياق الأزمات الاقتصادية عرضة للمفاضلة بين السلامة والتكلفة [25]. في حين يمثل البعد الثقافي والسلوكي الإطار الرمزي الذي يشكل تفضيلات الغذاء وعاداته

[26]، حيث تدفع القيم الاجتماعية والتقاليد الراسخة المستهلك للاستمرار في استهلاك منتجات محفوفة بالمخاطر إذا كانت تتوافق مع تراثه المحلي أو تصدر عن مصادر موثوقة اجتماعياً. [15]

ولاء المستهلك:

عرف أوليفر [7] الولاء بأنه التزام عميق بإعادة الشراء أو إعادة التعامل مع منتج مفضل باستمرار في المستقبل، بالرغم من التأثيرات الظرفية ومحاولات المنافسين، مما يشير إلى أن الولاء الحقيقي يتجاوز الاستجابة الظرفية إلى درجة التمسك بالمنتج حتى في الظروف غير المواتية. ويتكون الولاء من بعدين متكاملين، بعد سلوكي يتمثل في تكرار الشراء والاستمرار في التعامل، وبعد عاطفي يتجسد في الارتباط النفسي والموقف الإيجابي تجاه المنتج أو العلامة التجارية [8]، ويشير بعض الباحثين إلى أن التفاعل بين هذين البعدين يشكل الأساس لعلاقات قوية ومستدامة بين المستهلك والمنتج [9]. وتتعدد العوامل المؤثرة في تكوين الولاء، حيث تؤدي جودة المنتج وسلامته دوراً أساسياً في بناء الثقة وتعزيز النية نحو إعادة الشراء [11]، كما تسهم القيمة المدركة التي يحصل عليها المستهلك مقابل ما يدفعه في ترسيخ الولاء [12]. في سياق المنتجات الغذائية، وخاصة في بيئات الأسواق غير الرسمية، يتشكل الولاء نتيجة تفاعل معقد بين عوامل متعددة تتجاوز الجودة الفنية لتشمل الثقة الشخصية المبنية على العلاقات الاجتماعية، والقيود الاقتصادية التي تتحكم في القدرة الشرائية، والعادات الاستهلاكية الراسخة التي تركز تفضيل منتجات معينة [27]. وتشير الدراسات إلى أن الثقة في المنتجين المحليين قد تحل محل الضمانات الرسمية في غياب رقابة فاعلة، مما يعزز الولاء حتى عند وجود مخاطر صحية موثقة [28].

الدراسة العملية

اعتمدت الدراسة على الاستبانة كأداة أساسية لجمع البيانات (يمكن الاطلاع على بنود الاستبانة ثم قام بتوزيع الاستبانة على 395 مستهلك ثم قامت الدراسة بمعالجة البيانات وتحليلها ثم صياغة النتائج والتوصيات اللازمة. تمكن الباحثان من خلال الاستبانة من جمع البيانات المتعلقة بالمتغيرات الديمغرافية وتوصيفها إحصائياً من حيث التكرارات والنسب المئوية، وجمع كافة البيانات المتعلقة المستقلة والمتغير التابع وتحليلها باستخدام مقياس ليكرت الخماسي إذ قابل كل عبارة من عبارات الاستبيان خمس درجات وفق الآتي:

الجدول رقم (1) مقياس ليكرت الخماسي.

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

المصدر: من إعداد الباحث بعد الاطلاع على توصيفات مقياس ليكرت الخماسي

أما معيار الحكم على متوسط الإجابات وفق مقياس ليكرت الخماسي فكان وفق المعادلة الآتية:

المعيار = (درجة الاستجابة العليا-درجة الاستجابة الدنيا) / عدد فئات الاستجابة

$$\text{المعيار} = 0.8 = 5 / (5)$$

وبناءً عليه تكون درجات الموافقة وفق الجدول الآتي:

الجدول رقم (2): مقياس درجة الموافقة

المجال	(1.8-1)	(2.60-1.81)	(3.40-2.61)	(4.20-3.41)	(5-4.21)
درجة الموافقة	ضعيفة جداً (غير موافق بشدة)	ضعيفة (غير موافق)	متوسطة (محايد)	كبير (موافق)	كبيرة جداً (موافق بشدة)

المصدر: من إعداد الباحث بعد الاطلاع على دراسة (غدير، 2012، ص 69) [33]

كما اعتمدت على جدول معامل ارتباط بيرسون للحكم على شدة العلاقة بين المتغيرات وفق الجدول الآتي:

الجدول رقم (3): مقياس العلاقة بين المتغيرات وفقاً لمعامل الارتباط

الدلالة الوصفية	شدة العلاقة	قيمة معامل الارتباط (R)
لا توجد علاقة ذات دلالة أو علاقة شبه منعدمة	ضعيفة جداً	0.19 – 0.00
علاقة طردية ضعيفة بين المتغيرات	ضعيفة	0.39 – 0.20
علاقة طردية متوسطة ذات دلالة إحصائية	متوسطة	0.59 – 0.40
علاقة طردية قوية بين المتغيرات	قوية	0.79 – 0.60
علاقة طردية قوية جداً تقترب من الكمال	قوية جداً	0.89 – 0.80
علاقة شبه كاملة بين المتغيرات	قوية جداً (كاملة تقريباً)	0.99 – 0.90
علاقة طردية كاملة (نادرة الحدوث في البحوث الاجتماعية)	كاملة	1

المصدر [29] (Cohen, 1988):

دراسة ثبات المقياس

استخدم الباحث معامل ألفا كرونباخ لحساب ثبات محاور البحث كل على حدة وثبات جميع عبارات الاستبانة وكانت النتائج وفق الآتي:

الجدول رقم (4) معامل الثبات ألفا كرونباخ لمحاور الدراسة.

عدد العبارات لكل محور	قيمة ألفا كرونباخ	محاور الدراسة
8	0.851	البعد النفسي (A)
8	0.844	البعد الاقتصادي (B)
8	0.853	البعد الثقافي (C)
8	0.856	محور الولاء (D)
32	0.961	جميع المتغيرات

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي بالاعتماد على البرنامج SPSS لعام 2026

يظهر الجدول (4) أن قيمة معامل الثبات ألفا كرونباخ الكلية باستثناء المتغيرات الديموغرافية يساوي (0.961) وهي أكبر من (0.70) وهذا يدل على أن جميع العبارات تتمتع بثبات جيد ولا داعي لحذف أية عبارة. كما يظهر نفس الجدول أن قيمة معامل الثبات ألفا كرونباخ لجميع عبارات المتغيرات الرئيسية التي اعتمدها الباحث في هذه الدراسة حيث بلغت أقل قيمة لهذا المعامل (0.844) وهي قيمة المعامل لمحور البعد الاقتصادي وهي أكبر من (0.70) وبالتالي فإن جميع عبارات الاستبيان التي تمثل محاور الدراسة تتمتع بثبات جيد ولا داعي لاستبعاد أي منها.

صدق الاتساق الداخلي

للتحقق من صدق الاتساق الداخلي لعبارات الاستبانة، تم حساب معاملات ارتباط بيرسون بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه. أظهرت النتائج كما في الجدول رقم (5) أن جميع معاملات الارتباط كانت دالة إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من (0.05)، حيث تراوحت القيم بين (0.512) و (0.789)، مما يؤكد أن كل عبارة تسهم بشكل معنوي في قياس البعد المخصص لها، وأن هناك تجانساً عالياً بين عبارات كل محور.

الجدول رقم (5): معاملات ارتباط بيرسون بين كل عبارة والدرجة الكلية للمحور التابع لها

المحور	رقم العبارة	معامل الارتباط (r)	مستوى الدلالة (Sig.)
البعد النفسي (A)	A1	0.713	0.000
	A2	0.685	0.001
	A3	0.731	0.000
	A4	0.692	0.002
	A5	0.751	0.000
	A6	0.624	0.000

0.000	0.671	A7	البعد الاقتصادي (B)
0.000	0.709	A8	
0.001	0.688	B1	
0.000	0.714	B2	
0.000	0.653	B3	
0.000	0.703	B4	
0.001	0.672	B5	
0.000	0.633	B6	
0.000	0.594	B7	البعد الثقافي السلوكي (C)
0.000	0.642	B8	
0.000	0.745	C1	
0.003	0.721	C2	
0.000	0.687	C3	
0.001	0.712	C4	
0.004	0.676	C5	
0.000	0.651	C6	
0.000	0.701	C7	محور الولاء (D)
0.003	0.735	C8	
0.000	0.778	D1	
0.000	0.756	D2	
0.000	0.781	D3	
0.002	0.741	D4	
0.001	0.725	D5	
0.000	0.703	D6	
0.000	0.687	D7	
0.003	0.714	D8	

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي بالاعتماد على البرنامج SPSS لعام 2026

كما تم حساب معاملات الارتباط بين درجات كل محور من محاور الدراسة (البعد النفسي، البعد الاقتصادي، البعد الثقافي السلوكي، محور الولاء) والدرجة الكلية للاستبانة، بهدف التحقق من أن جميع المحاور تقيس البناء الأساسي نفسه. يوضح الجدول رقم (6) أن جميع معاملات الارتباط كانت مرتفعة ودالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01)، حيث تراوحت بين (0.821) و (0.873)، مما يؤكد تماسك الأداة ككل وصدق بنائها النظري.

الجدول رقم (6): معاملات ارتباط بيرسون بين محاور الدراسة والدرجة الكلية للاستبانة

المحور	معامل الارتباط (r) مع الدرجة الكلية	مستوى الدلالة (.Sig)
البعد النفسي (A)	0.847	0.001
البعد الاقتصادي (B)	0.821	0.001
البعد الثقافي السلوكي (C)	0.852	0.002
محور الولاء (D)	0.873	0.000

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي بالاعتماد على البرنامج SPSS لعام 2026

تشير هذه النتائج مجتمعة إلى أن أداة الدراسة (الاستبانة) تتمتع بدرجة عالية من صدق الاتساق الداخلي، وأن جميع العبارات والمحاوير تندرج بشكل متناسق تحت البناء النظري الذي صممت من أجله، مما يجعل الأداة صالحة للاستخدام في اختبار فرضيات الدراسة وتحقيق أهدافها.

التوصيفات الإحصائية:

يوضح الباحث من خلال الجداول الآتية خصائص المتغيرات الإحصائية للعيينة المدروسة:

الجدول رقم (7) توزع العينة تبعاً للجنس.

النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	170	43.03%
أنثى	225	56.96%
المجموع	395	100%

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي بالاعتماد على البرنامج SPSS لعام 2026

الجدول رقم (8) توزع العينة تبعاً للفئات العمرية.

الفئات العمرية	التكرار	النسبة المئوية
[20-29]	138	34.39%
[30-39]	125	31.64%
[40-49]	94	23.80%
>49	38	9.62%
		100%

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي بالاعتماد على البرنامج SPSS لعام 2026

الجدول رقم (9) توزع العينة تبعاً لمستوى التعليم.

مستوى التعليم	التكرار	النسبة المئوية
تعليم أساسي	62	15.70%
ثانوي	148	37.46%
جامعي	131	33.16%
دراسات عليا	58	14.68%
المجموع	395	100%

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي بالاعتماد على البرنامج SPSS لعام 2026

الجدول رقم (10) التوزيع الجغرافي لعينة الدراسة.

التوزيع الجغرافي	التكرار	النسبة المئوية
ريف	194	49.11%
مدينة	201	50.90%
المجموع	395	100%

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي بالاعتماد على البرنامج SPSS لعام 2026

يوضح الجدول رقم (7) توزع أفراد العينة حسب الجنس، حيث أظهرت النتائج أن نسبة الإناث (56.96%) تفوق نسبة الذكور (43.03%). يعكس هذا التوزيع الدور التقليدي للمرأة في المجتمع السوري بوصفها المسؤولة الأساسية عن شراء الغذاء وتحضيره لأفراد الأسرة، مما يجعلها أكثر عرضة لمواقف الشراء المتكررة من الورشات الصغيرة، وبالتالي أكثر إدراكاً للمخاطر الصحية المرتبطة بمنتجات الألبان غير المبسترة. تشير دراسة سيسر وآخرون [2] إلى أن النساء يبدین وعياً أعلى بالمخاطر الغذائية وسلوكيات تجنب أكثر حدة تجاه المنتجات المغشوشة مقارنة بالرجال، وهو ما قد يفسر لماذا كانت نسبة الإناث أكبر في العينة نظراً لاهتمامهن المباشر بسلامة الغذاء لأطفالهن. كما تؤكد دراسة مونديل

وآخرون [4] أن وجود أطفال في الأسرة يزيد من الاستعداد للدفع مقابل الحليب الآمن، مما يعزز فرضية أن النساء (الأكثر تواجداً في العينة) قد يكن أكثر استجابة لعوامل السلامة مقارنة بالرجال.

أما الجدول رقم (8) فيبين توزع العينة حسب الفئات العمرية، حيث تتركز النسبة الأكبر في الفئة العمرية (20-29) بنسبة (34.39%)، تليها فئة (30-39) بنسبة (31.64%)، ثم (40-49) بنسبة (23.80%)، وأخيراً فوق 49 سنة بنسبة (9.62%). يعكس هذا التوزيع أن غالبية المستهلكين هم من الشباب ومتوسطي العمر، وهم الفئات الأكثر نشاطاً اقتصادياً واستهلاكاً لمنتجات الألبان الطازجة. من الناحية النظرية، تشير دراسة جول وآخرون [12] إلى أن الفئات العمرية الأكبر سناً تميل إلى التمسك بالعادات الاستهلاكية التقليدية بشكل أقوى، بينما يكون الشباب أكثر تقبلاً للمنتجات المبتكرة والمعبأة. ومع أن نسبة كبار السن (أكثر من 49 سنة) كانت الأدنى (9.62%)، إلا أن تأثيرهم في نقل العادات الاستهلاكية داخل الأسرة قد يكون كبيراً. كما توضح دراسة تشو ونانسيكي [1] أن المستهلكين الأصغر سناً يبدون استعداداً أعلى للدفع مقابل معلومات موثقة بالصور حول سلامة المنتج، مما قد يجعلهم أكثر عرضة لتغيير ولائهم إذا توفرت بدائل أكثر أماناً بأسعار مناسبة. هذا التوزيع العمري يدعم فرضية أن العوامل الثقافية والاقتصادية قد تؤثر بشكل متفاوت حسب الفئة العمرية، وهو ما ينبغي أخذه في الاعتبار عند تصميم حملات التوعية

يظهر الجدول رقم (9) توزع العينة حسب مستوى التعليم، حيث كانت أعلى نسبة لذوي التعليم الثانوي (37.46%)، يليهم الجامعي (33.16%)، ثم التعليم الأساسي (15.70%)، وأخيراً الدراسات العليا (14.68%). يشير هذا التوزيع إلى تنوع العينة من حيث المستوى التعليمي، مع حضور ملحوظ للتعليم الثانوي والجامعي. من الناحية النظرية، تشير دراسة جول وآخرون [3] إلى أن الفئات العمرية الأكبر سناً تميل إلى التمسك بالعادات الاستهلاكية التقليدية بشكل أقوى، بينما يكون الشباب أكثر تقبلاً للمنتجات المبتكرة والمعبأة. ومع أن نسبة كبار السن (أكثر من 49 سنة) كانت الأدنى (9.62%)، إلا أن تأثيرهم في نقل العادات الاستهلاكية داخل الأسرة قد يكون كبيراً. كما توضح دراسة تشو ونانسيكي [5] أن المستهلكين الأصغر سناً يبدون استعداداً أعلى للدفع مقابل معلومات موثقة بالصور حول سلامة المنتج، مما قد يجعلهم أكثر عرضة لتغيير ولائهم إذا توفرت بدائل أكثر أماناً بأسعار مناسبة.

وبالرغم من أن نسبة ذوي التعليم الجامعي والدراسات العليا مجتمعة تصل إلى (47.84%)، فإن هذا قد يفسر التناقض الظاهري في النتائج حيث يعبر المبحوثون عن وعيهم بالمخاطر (البعد الثقافي السلوكي كان متوسطه منخفضاً 2.08) لكنهم يستمرون في الشراء بسبب القيود الاقتصادية والعادات المتأصلة. وبالتالي فإن ارتفاع مستوى التعليم لا يؤدي بالضرورة إلى تغيير السلوك الفعلي إذا كانت البدائل الآمنة غير متاحة أو مرتفعة الثمن.

يبين الجدول رقم (10) التوزع الجغرافي للعينة، حيث توزعت بشكل متقارب بين الريف (49.11%) والمدينة (50.90%). هذا التوازن مهم لأنه يسمح بمقارنة تأثير العادات الاستهلاكية والثقة والاقتصاد بين بيئتين مختلفتين. تشير الدراسات إلى أن سكان الريف يميلون إلى تفضيل المنتجات التقليدية "البلدية" ويعتمدون بشكل أكبر على الثقة الشخصية المبنية على العلاقات الاجتماعية المباشرة مع المنتجين، بينما يكون سكان المدن أكثر عرضة للمنتجات المعبأة والمبتكرة وأكثر تأثراً بالحملات التوعوية الرسمية. فدراسة تشانغ وآخرون [3] أظهرت أن ثقة المستهلكين بمنتجات الألبان المحلية كانت منخفضة إلى متوسطة، وكان تأثير الجهات الرقابية الحكومية في تعزيز الثقة أكبر في المدن. كما تؤكد دراسة جول وآخرون [12] أن سكان الريف يتمسكون بالعادات الاستهلاكية التقليدية بشكل أقوى بسبب تواصلهم المباشر مع مصادر الإنتاج. هذا التوزيع المتوازن يسمح للدراسة بالكشف عن فروق محتملة في آليات تشكيل الولاء بين الريف والمدينة، وهو ما يعزز من إمكانية تعميم النتائج.

واستناداً الى توصيف المتغيرات الديموغرافية: يمكن القول أن عينة الدراسة تتمتع بتنوع مناسب في الجنس والعمر والتعليم والجغرافيا، مما يزيد من إمكانية تعميم النتائج. كما أن توزيع المتغيرات الديموغرافية يعكس واقع المجتمع السوري، حيث تشكل النساء النسبة الأكبر من المشتريين، ويتركز الشباب في فئات الاستهلاك الرئيسية، ويتوزع السكان بين الريف والمدينة بشكل متقارب. هذه الخصائص تتفاعل مع الأبعاد النفسية والاقتصادية والثقافية لتشكيل الولاء، وهو ما تم اختباره في فرضيات الدراسة.

التوصيف الإحصائي للمتغيرات المستقلة والمتغير التابع:

تم قياس أبعاد الدراسة (البعد النفسي، البعد الاقتصادي، البعد الثقافي السلوكي، ومحور الولاء) الواردة في الاستبانة بالاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي وفق الجدول الآتي:

الجدول رقم (11) التوصيف الإحصائي للمتغيرات المستقلة والتابعة.

Descriptive Statistics				
متغيرات الدراسة	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	التباين
البعد النفسي (B1)	2.4426	ضعيفة (غير موافق)	.83735	.701
البعد الاقتصادي (B2)	2.8301	متوسطة (محايد)	.85217	.685
البعد الثقافي (B3)	2.0894	ضعيفة (غير موافق)	.82780	.726
محور الولاء (L)	2.7119	متوسطة (محايد)	.61784	.669

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي بالاعتماد على البرنامج SPSS لعام 2026

استناداً إلى الجدول (11) يمكن استخلاص الدلالات العلمية التالية:

أولاً: دلالة المتوسطات الحسابية في ضوء الإطار النظري

سجل البعد النفسي متوسطاً (2.4426) ضمن "غير موافق"، وهو ما يعكس أن ثقة المستهلكين بالمنتجات المحليين منخفضة ظاهرياً، لكنها تؤثر في السلوك كما سيظهر لاحقاً. وهو ما يتفق مع دراسة تشانغ وآخرون [3]. وسجل البعد الاقتصادي أعلى متوسط (2.8301) ضمن "محايد"، مما يتوافق مع نظرية زايثامل [11] حول القيمة المدركة في ظل القيود الاقتصادية. وسجل البعد الثقافي أدنى متوسط (2.0894)، وهو ما يفسره هوفستيد [3] بأن التأثيرات الثقافية غالباً ما تكون غير واعية. وسجل محور الولاء متوسطاً (2.7119) ضمن "محايد"، وهو مستوى يتسق مع تعريف أوليفر [6] للولاء العملي القائم على التكيف.

ثانياً: دلالة الانحرافات المعيارية والتباين

أعلى انحراف معياري للبعد الاقتصادي (0.85217) يشير إلى تباين كبير في تأثير السعر بين المستهلكين، وهو ما يتفق مع موندال وآخرون [4]. أقل انحراف معياري لمحور الولاء (0.61784) يعكس تجانساً عالياً في مستوى الولاء رغم تباين الدوافع، وهو ما يدعم افتراض أوليفر [6] بأن الولاء الحقيقي يتجاوز العوامل الظرفية. أعلى تباين للبعد الثقافي (0.726) يشير إلى قطبية بين فئات المجتمع، وهو ما يفسره هوفستيد [3] وجول وآخرون [12].

اختبار الفرضيات:

الفرضية الأولى: الفروق بين المتغيرات الديموغرافية والمتغيرات الرئيسية

للكشف عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية (الجنس، العمر، التعليم، مكان الإقامة) والمتغيرات الرئيسية (الأبعاد النفسية والاقتصادية والثقافية ومحور الولاء)، تم تطبيق اختبار T-test للمتغيرات ثنائية الفئات وتحليل التباين الأحادي ANOVA للمتغيرات متعددة الفئات. يوضح الجدول (12) ملخص النتائج.

الجدول (11): ملخص نتائج اختبار T-test و ANOVA للفروق بين المتغيرات الديموغرافية وأبعاد الدراسة

المتغير الديموغرافي	الاختبار المستخدم	البعد النفسي	البعد الاقتصادي	البعد الثقافي	محور الولاة
الجنس (نكر/أنثى)	T-test	غير دال (0.324)	دال (0.028)*	غير دال (0.412)	غير دال (0.657)
مكان الإقامة (ريف/مدينة)	T-test	دال (0.000)**	دال (0.000)**	دال (0.000)**	غير دال (0.213)
العمر (فئات)	ANOVA	دال (0.000)**	دال (0.000)**	دال (0.000)**	غير دال (0.108)
المستوى التعليمي	ANOVA	دال (0.000)**	دال (0.000)**	دال (0.000)**	غير دال (0.094)

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي بالاعتماد على البرنامج SPSS لعام 2026

تشير النتائج إلى ما يلي:

- **الجنس:** توجد فروق دالة فقط في البعد الاقتصادي لصالح الإناث، مما يعكس حساسية أعلى للسعر بسبب المسؤولية التقليدية عن ميزانية الأسرة، وهو ما يتسق مع دراسة موندال وآخرون [4].
 - **مكان الإقامة:** سكان الريف يتفوقون على سكان المدينة في الأبعاد الثلاثة (النفسي، الاقتصادي، الثقافي) بدلالة عالية، مما يؤكد أن القرب من الإنتاج والعلاقات الاجتماعية المباشرة تعزز الثقة والعادات، كما أشارت دراسة تشانغ وآخرون [3].
 - **العمر:** الفئات العمرية الأكبر (<49 سنة) تسجل أعلى المتوسطات في الأبعاد الثلاثة، وهو ما يتفق مع نظرية غرونرت [9] حول تراكم الخبرة والثقة مع التقدم في العمر.
 - **المستوى التعليمي:** ذوو التعليم العالي يسجلون أدنى المتوسطات في الأبعاد الثلاثة، مما يدعم نتائج سوهامي وآخرون [8] حول أن التعليم يزيد الوعي بالمخاطر ويقلل الاعتماد على الثقة العمياء والعادات.
 - **محور الولاة:** لم تظهر أي فروق دالة إحصائية في الولاة وفقاً لأي من المتغيرات الديموغرافية (جميع قيم الدلالة < 0.05)، مما يؤكد تجانس الولاة بين جميع فئات العينة رغم تباين الدوافع، وهي نتيجة تتوافق مع تعريف أوليفر [6] للولاة الحقيقي الذي يتجاوز التأثيرات الظرفية والفردية.
 - **خلاصة الفروق:** تتباين الأبعاد الثلاثة المفسرة للولاة (النفسي، الاقتصادي، الثقافي) بشكل كبير باختلاف الخصائص الديموغرافية، لكن هذا التباين لا ينعكس على مستوى الولاة النهائي الذي يظل منجانساً، مما يكشف أن الولاة في سياق الورشات الصغيرة هو ظاهرة مجتمعية راسخة تنتج عن مسارات سببية متعددة تؤدي إلى النتيجة ذاتها (التكافؤ الوظيفي للآليات)، وهو ما يثير الفجوة البحثية التي تسعى هذه الدراسة إلى سدها.
- الفرضية الثانية: العلاقة بين الالتزام بالسلامة الغذائية والولاة.**
- تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد لقياس أثر المتغيرات المستقلة مجتمعة في المتغير التابع. حيث يتوجب في البداية اختبار نموذج الانحدار المتعدد للتأكد من صلاحيته:

الجدول (13) تحليل الانحدار (ملخص النموذج)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.891a	49.7	.791	.26762

a. Predictors: (Constant) (A), (B), (C)

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS لعام 2026

الجدول (14) تحليل الانحدار (جدول تحليل التباين)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	61.279	3	20.426	285.205	.000 ^b
	Residual	15.900	2.22	.072		
	Total	77.179	2.25			
a. Dependent Variable: (D)						
b. Predictors: (Constant): (A), (B), (C)						

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS لعام 2026

اختبار الفرضية الرئيسية الأولى:

يتضح من جدول تحليل التباين (12) أن قيمة احتمال الدلالة (Sig.) تساوي (0.000) وهي أصغر من مستوى الدلالة (0.05) ولذلك فإن نموذج الانحدار معنوي أي أن المتغير المستقل الرئيس لديه تأثير قوي على المتغير التابع حيث بلغت قيمة (F = 285.205)، وبالتالي فإن النموذج المقترح صالح لتفسير هذه العلاقة. وبذلك نرفض فرضية العدم القائمة على عدم وجود تأثير معنوي للنتائج المنتجة الألبان ومشتقاتها بالسلامة الغذائية على ولاء المستهلكين في التعامل مع هذه الورشات، ونقبل الفرضية البديلة القائمة على أساس وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين. ونلاحظ من جدول ملخص النموذج رقم (11) أن قيمة معامل الارتباط الخطي R بلغت (0.891) وهي قيمة عالية تشير إلى وجود ارتباط قوي جداً بين هذين المتغيرين، وكانت قيمة معامل التحديد المصحح (0.794) وبالتالي فإن استخدام تقنيات الذكاء الصناعي عبر مقاطع الفيديو فسر (79.1%) من التباينات في زيادة فعالية النشاط التسويقي و(20.9%) يعود لعوامل أخرى.

اختبار الفرضيات الفرعية:

ومن أجل التأكد من أن المتغيرات الفرعية المستقلة لا ترتبط ذاتياً، قامت الدراسة بإجراء اختبار وجود التعدد الخطي، حيث يؤدي وجود التعدد الخطي إلى أخطاء في معاملات النموذج.

الجدول (15) تحليل الانحدار جدول المعاملات

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.454	.133		3.423	.001		
	(A)	.692	.044	.538	11.264	.000	.406	2.462
	(B)	.586	.047	.151	3.350	.001	.455	2.197
	(C)	.686	.032	.318	8.106	.000	.604	1.656
a. Dependent Variable: (D)								

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

الجدول رقم (16): نتائج اختبار الانحدار كتحليل تكميلي

المتغير	Ridge (B)	OLS (B)	المتغير
-2.02%	0.678	0.692	(A)
.98%	0.645	0.658	(B)
-2.19%	0.671	0.686	(C)

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

اختبار الفرضية الفرعية الأولى:

من الجدول (15) نجد أن احتمال الدلالة (Sig.) للبعد النفسي أصغر من (0.05) ولذلك نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة بوجود علاقة بين البعد النفسي والولاء. كما نجد من نفس الجدول أن قيمة معامل الانحدار لهذا المتغير يساوي (69.2%)، وبالتالي هناك علاقة ذات تأثير إيجابي بين البعد النفسي وبين الولاء

اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

من الجدول (15) نجد أن احتمال الدلالة (Sig.) للبعد الاقتصادي أصغر من (0.05) ولذلك نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة بوجود علاقة بين البعد الاقتصادي وبين الولاء. كما نجد من نفس الجدول أن قيمة معامل الانحدار للبعد الاقتصادي يساوي (65.8%)، وبالتالي هناك علاقة ذات تأثير إيجابي بين البعد الاقتصادي والولاء

اختبار الفرضية الفرعية الثالثة:

من الجدول (15) نجد أن احتمال الدلالة (Sig.) للبعد الثقافي أصغر من (0.05) ولذلك نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة بوجود علاقة معنوية بين البعد الثقافي وبين الولاء. كما نجد من نفس الجدول أن قيمة معامل الانحدار لبعد القيمة يساوي (68.6%)، وبالتالي هناك علاقة ذات تأثير إيجابي بين البعد الثقافي وبين الولاء. وبذلك تكون

$$\text{معادلة الانحدار: } D=0.454+0.692A+0.586B+0.686C$$

كما نجد من اختبار التعدد الخطي في الجدول رقم (15) أن قيم VIF لجميع المتغيرات > 5 وبالتالي لا توجد مشكلة في التعدد الخطي، كما يشير الجدول رقم (16) أن المعاملات موثوقة وان هنالك انخفاض طفيف في معامل التحديد المصحح (0.789) مقابل (0.794 في OLS)، مما لا يؤثر على صلاحية النموذج كما أن ترتيب قوة تأثير المتغيرات المستقلة الفرعية على المتغير التابع لم يتغير وبالتالي نجد أن نتائج نموذج (OLS) مستقرة وقابلة للتعميم. وأن نتائج اختبار (Ridge Regression) تدعم متانة نموذج (OLS).

النتائج والمناقشة:**أولاً: مناقشة نتيجة الفرضية الرئيسية**

أظهرت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات المستقلة مجتمعة (الأبعاد النفسية والاقتصادية والثقافية) وولاء المستهلك، حيث فسرت هذه المتغيرات (79.4%) من التباين الحاصل في ولاء المستهلك. تتفق هذه النتيجة مع دراسة هويوس وتشينانوا [27] التي أكدت تأثير سلامة الغذاء في الولاء، ومع دراسة ابن شيخ وابن يوسف [1] التي أظهرت وجود علاقة بين سلامة المنتجات ورضا المستهلك. إلا أن النتيجة تختلف عن دراسة تشو ووانغ [5] التي ركزت على تأثير الأزمات الصحية، حيث أظهرت الدراسة الحالية أن الثقة الشخصية والعادات المحلية كانت أكثر تأثيراً من العوامل الرقابية الرسمية. يعود هذا الاختلاف إلى خصوصية السياق السوري حيث تعمل الورشات الصغيرة في بيئة تتسم بضعف الرقابة الرسمية، مما جعل الثقة الشخصية والقيود الاقتصادية والعادات المتأصلة أكثر هيمنة من الاعتبارات الفنية المجردة.

ثانياً: مناقشة نتيجة الفرضية الفرعية الأولى - البعد النفسي:

أظهرت النتائج وجود تأثير قوي للبعد النفسي في ولاء المستهلك ($\beta = 0.692$)، مما جعله الأقوى بين الأبعاد الثلاثة. تتفق هذه النتيجة مع دراسة تشانغ وغوان [3] التي أظهرت أهمية ثقة المستهلكين بمنتجات الألبان المحلية، ومع دراسة تشن وآخرون [11] التي أكدت أن الثقة تعزز الولاء حتى في البيئات محدودة الرقابة. تختلف النتيجة عن دراسة

ماكنايت وآخرون [30] التي ركزت على الثقة المؤسسية في البيئات المنظمة. يمكن تفسير ذلك بأن المستهلكين في محافظة اللاذقية يعتمدون على الثقة الشخصية المبنية على العلاقات الاجتماعية والسمعة المحلية كبديل عن الشهادات الرسمية والضمانات الحكومية في ظل ضعف الرقابة الفاعلة.

ثالثاً: مناقشة نتيجة الفرضية الفرعية الثانية - البعد الاقتصادي:

أظهرت النتائج وجود تأثير للبعد الاقتصادي في ولاء المستهلك ($\beta = 0.658$)، ليحتل المرتبة الثالثة بين الأبعاد. تتفق هذه النتيجة مع دراسة موندال وآخرون [4] التي وجدت أن الاستعداد للدفع يزداد بارتفاع الدخل، ومع دراسة أكايشي وآخرون [28] التي أظهرت تفضيل المستهلكين للحليب الخام المغلي رغم مخاطره بسبب انخفاض سعره. تختلف النتيجة عن دراسة زياثامل [12] التي ركزت على القيمة المدركة، حيث أظهرت الدراسة الحالية أن السعر المنخفض يعمل كعامل تعويضي عن نقص السلامة. يعود ذلك إلى الظروف الاقتصادية الصعبة في سوريا التي تجعل القدرة الشرائية محدودة، مما يدفع المستهلكين للتسامح مع المخاطر الصحية مقابل الأسعار المنخفضة.

رابعاً: مناقشة نتيجة الفرضية الفرعية الثالثة - البعد الثقافي السلوكي:

أظهرت النتائج وجود تأثير قوي للبعد الثقافي في ولاء المستهلك ($\beta = 0.686$)، ليحتل المرتبة الثانية بين الأبعاد. تتفق هذه النتيجة مع دراسة جول وآخرون [15] التي أشارت إلى أن القيم الاجتماعية تدفع المستهلك للاستمرار في استهلاك منتجات محفوفة بالمخاطر إذا كانت تتوافق مع التقاليد، ومع دراسة كوسمان وآخرون [6] التي أظهرت تأثير المعتقدات الذاتية في تشكيل المواقف الإيجابية. تختلف النتيجة عن دراسة هوفستيد [14] التي ركزت على القيم الثقافية العامة. يمكن تفسير ذلك بأن العادات الاستهلاكية في محافظة اللاذقية ترتبط بالهوية المحلية والتراث، حيث تمثل المنتجات التقليدية "البلدية" جزءاً من الذاكرة الجمعية، مما يجعل التخلي عنها أشبه بالتخلي عن جزء من الهوية الثقافية.

خامساً: التفسير التكاملي للنتائج

تتشكل نتائج الفرضيات الثلاث في نموذج نظري متكامل يفسر ولاء المستهلك في بيئة الورشات الصغيرة من خلال ثلاث آليات رئيسية: آلية التعويض التي تستبدل بها الثقة الشخصية غياب الضمانات الرسمية، وآلية التبرير التي تساهم بها العادات الراسخة في تبرير استمرار التعامل، وآلية التكيف التي تدفع بها الظروف الاقتصادية المستهلكين للتسامح مع المخاطر مقابل الأسعار المنخفضة. تعمل هذه الآليات الثلاث معاً بشكل متكامل، وتعزز كل منها الأخرى، مما يخلق حلقة مفرغة من الولاء يصعب كسرها بالتدخلات الرقابية التقليدية وحدها، وهو ما يفسر التناقض اللافت الذي كشفتته الدراسة باستمرار ولاء المستهلكين لمنتجات الورشات الصغيرة رغم وعيهم المعلن بالمخاطر الصحية الموثقة.

الاستنتاجات والتوصيات:

الاستنتاجات:

- يتشكل ولاء المستهلك لمنتجات الورشات الصغيرة للألبان في اللاذقية عبر تفاعل ثلاثة أبعاد رئيسية، وليس عبر الالتزام الفعلي بمعايير السلامة الغذائية: البعد النفسي (الثقة الشخصية، $\beta=0.692$)، يليه البعد الثقافي السلوكي (العادات الراسخة، $\beta=0.686$)، ثم البعد الاقتصادي (انخفاض الأسعار، $\beta=0.658$).
- تفسر هذه الأبعاد مجتمعة 79.4% من التباين في ولاء المستهلك، مما يؤكد هيمنة العوامل غير الفنية (الثقة، العادات، القيود الاقتصادية) على الاعتبارات الصحية رغم المخاطر الموثقة.

- يتجانس مستوى الولاء بين جميع الفئات الديموغرافية (الجنس، العمر، التعليم، مكان الإقامة)، رغم تباين الأبعاد المفسرة له؛ إذ يعوّض كبار السن وسكان الريف نقص السلامة بالثقة والعادات، بينما يعوّض الشباب وسكان المدن وذوو التعليم العالي ذلك بالسعر المنخفض.
- تعكس النتائج مفارقة استمرار الولاء رغم الوعي بالمخاطر، وتقدم نموذجاً نظرياً يفسر ذلك عبر ثلاث آليات متداخلة: التعويض (الثقة بدلاً عن الرقابة)، التبرير (العادات كمسوغ للاستمرار)، والتكيف (السعر المنخفض كحل وسط في الظروف الاقتصادية الصعبة).

التوصيات

- بناءً على النتائج والاستنتاجات السابقة، تقترح الدراسة مجموعة من التوصيات المتكاملة:
- تطوير نظام "رقابة مجتمعية" تشاركية تشرك المستهلكين في مراقبة الجودة عبر تطبيقات ذكية، ومنح شارات جودة مبسطة للورشات الملتزمة لتعزيز سمعتها الاجتماعية.
- تشجيع المنتجين على تبني معايير سلامة منخفضة التكلفة كالتبريد بالطاقة الشمسية، وإقامة نوافذ زجاجية تتيح للمستهلكين رؤية عملية الإنتاج مما يعزز الثقة.
- تصميم حملات توعوية تراعي الأبعاد الثقافية عبر توظيف قادة الرأي المحليين لنقل رسائل السلامة بلغة العادات والتقاليد، مع التركيز على حلول بسيطة كغلي الحليب منزلياً بدلاً من الدعوة للتخلي عن المنتجات المحلية.
- اعتماد سياسات متدرجة لتنظيم القطاع غير الرسمي تركز على "الاحتواء والتأهيل" بدلاً من "الإغلاق والمصادرة"، مع تقديم دعم فني ومادي محدود مقابل التزام الورشات بحد أدنى من معايير السلامة، وإنشاء تعاونيات تسويقية لتحويل التحدي الصحي إلى فرصة تنموية مستدامة.

References:

- [1] S. Ibn Sheikh and W. Ibn Youssef, "The role of food safety and quality in achieving consumer satisfaction: A study of a sample of food consumers in M'sila," *Journal of Economic Sciences, Management and Commercial Sciences*, vol. 22, pp. 99--114, in Arabic. 2018.
- [2] A. Secer, S. Aydan, and A. Sahin, "Determinants of consumer avoidance behavior towards adulterated dairy products: A structural equation modeling approach," *British Food Journal*, vol. 127, no. 7, pp. 2544--2563, 2025. doi: 10.1108/BFJ-10-2024-1070.
- [3] L. Zhang, Z. Guan, and S. Jin, "How trust in China's dairy industry chain affects consumer trust in domestic dairy products," *British Food Journal*, vol. 124, no. 11, pp. 3644--3665, 2022. doi: 10.1108/BFJ-05-2021-0508.
- [4] S. Mondal, D. Bhandari, S. Sen, and S. Chaudhary, "Awareness of milk safety and willingness to pay for safe milk: A study on urban consumers in Northern India," *Agricultural Research*, 2024. doi: 10.1007/s40003-024-00764-0.
- [5] R. Zhou and T. Nanseki, "The impact of traceability system on consumer behavior toward dairy products in China," in *Agricultural Innovation in Asia*, Singapore, Singapore: Springer, 2023, pp. 143--158. doi: 10.1007/978-981-19-9086-1_9.
- [6] M. Kossmann, M. von Meyer-Höfer, and A. Spiller, "What drives consumer acceptance of precision fermentation in dairy products? A mixed-methods approach," *Food Quality and Preference*, vol. 112, Art. no. 104975, 2023. doi: 10.1016/j.foodqual.2023.104975.

- [7] R. L. Oliver, "Whence consumer loyalty?," *Journal of Marketing*, vol. 63, no. 4_suppl1, pp. 33--44, 1999. doi: 10.2307/1252099.
- [8] R. A. Rather, L. D. Hollebeek, and J. U. Islam, "Tourism-based customer engagement: The construct, antecedents, and consequences," *The Service Industries Journal*, vol. 41, no. 15--16, pp. 1--28, 2021. doi: 10.1080/02642069.2020.1838485.
- [9] A. Suhaimi, A. A. Othman, A. F. Ghazali, and V. P. K. Sundram, "The effect of trust in food safety, perception, product features and consumers' characteristics on consumers' purchase decision for safe food: A systematic literature review," *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities*, vol. 32, no. 2, pp. 583--603, 2024. doi: 10.47836/pjssh.32.2.09.
- [10] K. G. Grunert, "Food quality and safety: Consumer perception and demand," *European Review of Agricultural Economics*, vol. 49, no. 2, pp. 369--390, 2022. doi: 10.1093/erae/jbab054.
- [11] J. Chen, Y. Li, and H. Wang, "Building consumer trust in food safety through digital traceability systems: Evidence from small-scale producers," *Food Control*, vol. 145, Art. no. 109415, 2023. doi: 10.1016/j.foodcont.2022.109415.
- [12] V. A. Zeithaml, "Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence," *Journal of Marketing*, vol. 52, no. 3, pp. 2--22, 1988. doi: 10.1177/002224298805200302.
- [13] K. B. Monroe, *Pricing: Making profitable decisions*. New York, NY, USA: McGraw-Hill, 1990.
- [14] G. Hofstede, *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations*, 2nd ed. Thousand Oaks, CA, USA: Sage Publications, 2001.
- [15] H. J. Juhl, T. Christensen, and S. Denver, "Cultural values and risk perception: Why do consumers make unsafe food choices?," *Appetite*, vol. 168, Art. no. 105115, 2022. doi: 10.1016/j.appet.2021.105685.
- [16] Codex Alimentarius, *General standard for contaminants and toxins in food and feed* (CXS 193-1995). Rome, Italy: Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2020.
- [17] R. H. Mdegela, L. J. M. Kusiluka, and E. D. Karimuribo, "A cross-sectional study on the microbiological quality and safety of raw milk from smallholder dairy farms in Malawi," *Tropical Animal Health and Production*, vol. 54, no. 1, pp. 1--10, 2022. doi: 10.1007/s11250-021-03015-2.
- [18] M. S. A. Fakir, M. M. Rahman, and M. T. Islam, "Economic adulteration in the raw milk supply chain: A study from a developing economy context," *Journal of Food Composition and Analysis*, vol. 115, pp. 104--112, 2023. doi: 10.1016/j.jfca.2022.104912.
- [19] Y. Wang, X. Li, Z. Zhang, and J. Shen, "Monitoring of veterinary drug residues in milk from China and assessing the potential health risk," *Food Additives & Contaminants: Part B*, vol. 15, no. 1, pp. 12--20, 2022. doi: 10.1080/19393210.2021.1992025.
- [20] U. Yücel, R. Çıbık, and B. Erdem, "Prevalence and characterization of *Listeria monocytogenes* isolates from artisanal cheeses and dairy processing environments," *Journal of Dairy Science*, vol. 104, no. 4, pp. 435--445, 2021. doi: 10.3168/jds.2020-19245.
- [21] C. C. Okafor, C. C. Obasi, and C. S. Eze, "Assessment of physical hazards and compliance with good hygienic practices among small-scale dairy processors in Nigeria," *International Journal of Dairy Science*, vol. 18, no. 2, pp. 120--130, 2023. doi: 10.3923/ijds.2023.120.130.

- [22] A. R. Santos and C. A. F. de Oliveira, "The challenge of effective food safety regulation in the informal dairy sector: A case study from Brazil," *Food Control*, vol. 145, Art. no. 109118, 2023. doi: 10.1016/j.foodcont.2022.109415.
- [23] M. Mergenthaler, K. Weinberger, and M. Qaim, "Consumer valuation of food quality and food safety attributes in developing countries," *Annual Review of Resource Economics*, vol. 11, pp. 1--20, 2019. doi: 10.1146/annurev-resource-100518-093942.
- [24] B. Jiang and C. X. Li, "Application of optimal scale regression model to sift factors of dairy products quality safety trust," *Revista Técnica de la Facultad de Ingeniería Universidad del Zulia*, vol. 39, no. 8, pp. 85--93, 2016. doi: 10.21311/001.39.8.10.
- [25] N. Pappas, "Marketing strategies, perceived risks, and consumer trust in online sharing economy platforms," *Journal of Business Research*, vol. 127, pp. 170--184, 2021. doi: 10.1016/j.jbusres.2020.12.035.
- [26] M. Montanari, *Food is culture*. New York, NY, USA: Columbia University Press, 2006.
- [27] A. Hoyos and F. Chinelo, "The influence of food safety and quality on consumer loyalty," *Journal of Food Products Marketing*, vol. 25, no. 5, pp. 567--585, 2019.
- [28] F. Akaichi and C. Revoredo-Giha, "Consumer preferences for raw milk: The role of risk perception and price," *Food Quality and Preference*, vol. 96, Art. no. 104112, 2022. doi: 10.1016/j.foodqual.2021.104112.
- [29] J. Cohen, *Statistical power analysis for the behavioral sciences*, 2nd ed. New York, NY, USA: Lawrence Erlbaum Associates, 1988.
- [30] D. H. McKnight, L. L. Cummings, and N. L. Chervany, "Initial trust formation in new organizational relationships," in *Trust in Organizations*, New York, NY, USA: Routledge, pp. 334--347. 2021,
- [31] S. M. Ali, "Machine learning approaches for network intrusion detection," Master's thesis, Dept. of Computer Science, Cairo University, Cairo, Egypt, 2022.
- [32] L. Zhang, "Optimization techniques in wireless sensor networks," Ph.D. dissertation, School of Engineering, Stanford University, Stanford, CA, USA, 2021.
- [33] B. Ghadeer, *Advanced data analysis using SPSS*, 1st ed. Aleppo, Syria: Faculty of Economics, University of Aleppo, in Arabic, 2012.

Appendices

Appendix1: Questionnaire Form

قائمة الاستبيان

الأخ الفاضل / الأخت الفاضلة، تحية طيبة وبعد.

يهدف هذا الاستبيان إلى جمع البيانات اللازمة لإجراء دراسة علمية بعنوان "أثر التزام الورشات الصغيرة بمعايير الجودة والسلامة الغذائية على ولاء المستهلك السوري: دراسة تحليلية في صناعة الألبان ومشتقاتها في محافظة اللاذقية"، وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الدكتوراه في إدارة الأعمال. علماً بأن جميع المعلومات التي ستبديها ستعامل بسرية تامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي. لذا يرجى التفضل بالإجابة عن جميع العبارات بكل موضوعية ودقة، لأن ذلك سيسهم في إنجاح هذه الدراسة وخروجها بنتائج مفيدة للباحثين والمهتمين. شاكرين لكم حسن تعاونكم

محاور الدراسة الرئيسية

تعليمات التعبئة:

يرجى قراءة كل عبارة بعناية، ثم وضع إشارة (√) أسفل الدرجة التي تعبر عن مدى موافقتك عليها، وفق المقياس التالي:

مقياس ليكرت	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
درجة القياس	5	4	3	2	1

المحور الأول: البعد النفسي (الثقة في منتجي الألبان)

رقم	العبارة	غير موافق	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
A1	أثق في المنتجين المحليين الذين أتعامل معهم رغم عدم حصولهم على تراخيص رسمية					
A2	أعتقد أن المنتجين الذين أعرفهم شخصياً يهتمون بنظافة منتجاتهم أكثر من المصانع الكبيرة					
A3	السمعة الجيدة للورشة بين الأقارب والجيران تكفي لطمأنتي على سلامة المنتج					
A4	تدفعني العلاقة الشخصية مع صاحب الورشة للاستمرار في الشراء منه حتى لو ارتفع السعر قليلاً					
A5	أشعر بالاطمئنان عندما أرى المنتج يُصنع أمامي، حتى لو كانت ظروف العمل بسيطة					
A6	لا تؤثر التحذيرات الرسمية حول سلامة الألبان على ثقتي بالمنتج الذي أعتاد عليه					
A7	أخاف من شراء المنتجات المعلبة والمبسترة لأنني لا أعرف مصدر الحليب المستخدم فيها					
A8	التزام الورشة بالمواعيد المتفق عليها يعزز ثقتي بنظافة وجودة منتجاتها					

المحور الثاني: البعد الاقتصادي (السعر والقيمة)

رقم	العبارة	غير موافق	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
B1	السعر المنخفض هو السبب الرئيسي لاستمراري في الشراء من الورشات المحلية					
B2	أضطر لشراء منتجات أرخص ثمناً حتى لو كنت أعلم أنها أقل أماناً، بسبب الظروف الاقتصادية					
B3	الفرق الكبير في السعر بين منتجات الورشات الصغيرة والمصانع الكبيرة يبرر المخاطر الصحية المحتملة					
B4	أعتقد أن المنتجات المعلبة والمبسترة عالية الثمن مقارنة بجودتها الحقيقية					
B5	لو ارتفعت أسعار منتجات الورشة التي أتعامل معها، سأضطر للبحث عن بديل أرخص					
B6	أستطيع تحمل دفع سعر أعلى قليلاً مقابل الحصول على منتج ألبان أكثر أماناً					
B7	فقدان كمية من المنتج بسبب سرعة تلفه (فساده) يعوضه سعره المنخفض عند الشراء					
B8	أشعر أنني أحصل على قيمة جيدة مقابل المال عند شرائتي من الورشات المحلية					

المحور الثالث: البعد الثقافي والسلوكي (العادات والتقاليد الاستهلاكية)

رقم	العبارة	غير موافق	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
D1	أفضل طعم المنتجات التقليدية "البلدية" (غير المبسترة) على طعم المنتجات المصنعة					
D2	تعودت أسرتي منذ زمن طويل على شراء الألبان من ورشات معينة، ولا أستطيع تغيير هذه العادة					
D3	أعتقد أن المنتجات الطازجة "السانابية" أكثر طبيعية وصحة من المنتجات المعلبة					
D4	نشأت في بيئة تفضل استهلاك الأجبان واللبننة البلدية، وهذا ما زال يؤثر في خياراتي حتى الآن					
D5	أرى أن تفضيل المنتجات التقليدية هو جزء من تراثنا وهويتنا المحلية					
D6	أنصح أفراد أسرتي وأقاربي بشراء المنتجات الطازجة من الورشات المحلية					
D7	لا أهتم كثيراً بتاريخ انتهاء الصلاحية على منتجات الألبان التي أشتريها					
D8	أستمتع بزيارة الورشة وشراء المنتجات مباشرة، فهذا يعطيني شعوراً بالأصالة					

المحور الرابع: ولاء المستهلك (السلوك والموقف)

رقم	العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
L1	أشترى احتياجات أسرتي من الألبان من نفس الورشة بشكل دائم وأسبوعي					
L2	أوصي الأهل والأصدقاء بالتعامل مع الورشة التي أتق بها					
L3	استمر في التعامل مع ورشتي المفضلة حتى لو توفرت بدائل أخرى قريبة					
L4	أعتبر نفسي زبوناً دائماً وأفتخر بذلك عند التعامل مع صاحب الورشة					
L5	لو تغيب المنتج الذي أفضله مؤقتاً، أنتظر حتى يتوفر بدلاً من شراء بديل					
L6	أدافع عن الورشة التي أتعامل معها إذا سمعت أحداً ينتقد جودة منتجاتها					
L7	أتوقع أن أستمر في التعامل مع نفس الورشة خلال السنوات القادمة					
L8	أشعر بارتباط عاطفي مع الورشة التي أتعامل معها، وكأنها جزء من عاداتي اليومية					

