

مشكلات مقاييس الملابس الجاهزة والأحذية في السوق الليبية دراسة إرشادية بمدينة طرابلس

* د. محمد على يونس

أولاً تمهيد:

1 - المشكلة: تتركز الدراسة حول مشكلات مقاييس الملابس الجاهزة والأحذية في السوق الليبية، في ظل التنوع الكبير في مقاييس الأحذية والملابس على المستوى العالمي، وبما أن السوق الليبي مفتوح لكل أصناف السلع من مختلف أنحاء العالم، فمن الطبيعي أن تتنوع فيه الأرقام وأنظمة القياس، وأن يواجه المستهلك الليبي مشكلات في تثبيت الرقم المناسب له، ومن المهم تطبيقياً دراسة مشكلات الأرقام المتاحة في السوق، والتعرف على ما يواجهه المستهلك من صعوبات.

ب - الهدف من الدراسة:

تهدف الدراسة إلى :

- المعرفة المبدئية للأرقام الأكثر تداولاً في السوق الليبي.
- المعرفة المبدئية لمقاييس الموظفين الليبيين بالنسبة للملابس الجاهزة.
- معرفة مدى توفير ضمان الرضا من قبل مسوقي الأحذية والملابس الجاهزة بالسوق الليبي.
- التنبيه إلى أهمية وجود نظام ترقيم وطني للملابس والأحذية.
- إيجاد معلومات ونتائج في مجال تسويقي مهم لم يدرس في السابق
- إيجاد معلومات ونتائج للمقارنة مع دراسات أخرى.

ج - تساؤلات الدراسة: تحاول الدراسة الإجابة على التساؤلات الآتية:

- 1 - ماهي أكثر أرقام الملابس والأحذية رواجاً في ليبيا.
- 2 - ماهي المشكلات التي تواجه المستهلك الليبي عند شراء الملابس والأحذية.
- 3 - كيف يعالج المسوق الليبي (التاجر) مشكلات عدم الرضا على الأرقام المتوفرة في السوق.
- د - المنهجية: يمكن تلخيص منهجية هذه الدراسة في النقاط التالية:

*عضو هيئة تدريس كلية الاقتصاد جامعة طرابلس

مشكلات مقاييس الملابس الجاهزة والأحذية في السوق الليبية

- 1 - نوع الدراسة، هي دراسة إرشادية واستكشافية، تتم في مجال لم يسبق أن أجريت به دراسات سابقة.
- 2 - المنهج، منهج الدراسة: هو المنهج المسحي الوصفي.
- 3 - مفردة البحث ومجتمعه، مفردة البحث هي: كل مستهلك ليبي بالغ من العمر 15 سنة فما فوق، أما مجتمعه فهم: المستهلكون الليبيون في مدينة طرابلس، ونظراً لأن مجتمع البحث كبيراً جداً؛ فقد تم الاعتماد على عينة وفق ما هو موضح في البند 6 التالي.
- 4 - الزمان والمكان: تمت الدراسة بمدينة طرابلس، خلال النصف الأول من سنة 2007م.
- 5 - وسيلة جمع البيانات، تم تجميع البيانات باستخدام استمارة مكونة من عدد من الأسئلة، وقدمت للمبحوثين، بحيث تم الإجابة عليها وإرجاعها للباحث.
- 6 - العينة: بلغ حجم العينة عدد 300 استمارة، وهي عينة معقولة باعتبار أن الدراسة إرشادية استكشافية، وبعد المراجعة الدقيقة تم استبعاد عدد 26 استمارة لم تكن صالحة للتفريغ، ومن ثم تبقى 274 استمارة هي التي خضعت للتفريغ والتحليل.
- 7 - التفريغ والتحليل، لغرض التفريغ والتحليل استخدم الباحث برنامج التفريغ المعروف Spss،

ثانياً - الجزء النظري

أ - التوحيد القياسي standardization

يقصد بالتوحيد القياسي، إيجاد أبعاد أو مقاييس أو مواصفات موحدة للسلعة، بحيث يتم إنتاج السلعة استناداً إلى هذه المقاييس أو المواصفات دون غيرها، وإذا خالف أحد المنتجين هذه المقاييس ولو بدرجة بسيطة، فهو لن يجد سوقاً للسلعة التي أنتجها، ولن يجد مشترين لها، ومن أبرز الأمثلة على التوحيد القياسي الأدوات الكهربائية، مثل مصدر الكهرباء (البريزة) وتوحيد الجهد (الفولت)، وإطارات السيارات (12، 13، 14....) وأرقام البديل الجاهزة (42، 44، 46،...)، وورق الطباعة (A4، A5)، والصواميل (البراريم 12، 13، 14)، وغيرها من السلع المتنوعة، التي تنتج وتسوق بأرقام نمطية متعارف عليها.

ب - أهمية التوحيد القياسي

للتوحيد القياسي دور مهم في مجال الإنتاج والتسويق، فهو يسهل على المنتجين إنتاج السلع المختلفة دون حاجة إلى التفكير في المواصفات والمقاييس، ويمكنهم من دخول الأسواق في الداخل والخارج، ويوفر للمنتج تكاليف مهمة كأن يجب أنفاقها في البحث

عن المقاييس والمواصفات، ويوفر جهداً مهماً ووقتاً أهم في تجربة المقاييس والمواصفات ونفقات ضائعة لحين الوصول إلى الأفضل، كما يؤدي التوحيد القياسي إلى تركيز الجهود في التطوير، والتحسين في المواد وأساليب الإنتاج والتسويق وتحسين أداء السلعة وزيادة عمرها الاقتصادي، كما أن التوحيد القياسي مهم جداً للمستهلك؛ لأنه يسهل اختيار السلعة دون عناء في البحث عن المقاس المناسب، ودون مشكلات مع التاجر عند رد السلعة، ويؤمن وجود البديل إذا تطلب الموقف ردها واستبدالها بمقاس آخر، ويساعد على ترشيد قرار الشراء بحيث يختار الزبون السلعة الملائمة لمقاسه بأقل وقت وأقل مجهود، كما يسهل التوحيد القياسي مسألة الرقابة على السلعة وحماية السوق من السلع الرديئة التي لا تحقق شروط التوحيد القياسي وشروط المواصفات النمطية.

ج- المنظمة العالمية للتوحيد القياسي International organization for standardization

المنظمة الدولية للتوحيد القياسي: هي منظمة غير حكومية متخصصة في إيجاد المواصفات والمقاييس الموحدة للسلع والخدمات على مستوى العالم، وتتكون عضويتها من 160 بلداً، ومركزها جنيف بسويسرا، وتعرف عادة باسمها المختصر، ISO وهو عبارة عن الحروف الأولى من اسم المنظمة باللغة الإنجليزية الموضح أعلاه، وقد بدأت هذه المنظمة نشاطها منذ سنة 1944 عندما اجتمعت وفود 25 دولة في لندن للاتفاق على إيجاد دليل للمواصفات لبعض السلع، وبدأت عملها بالفعل في 25 فبراير 1947، ومنذ أنشائها وحتى الآن (2010) أنجزت المنظمه عدداً 18500 توصيفا قياسييا في مجال السلع والخدمات، ولا يكاد يخلو أي نشاط بشري من وجود مواصفات محددة له عن طريق هذه المنظمة، وأصبحت مواصفاتها ومقاييسها جزءاً لا يتجزأ من معايير الجودة في مجال السلع والخدمات، وأصبحت معاييرها للجودة هي المرشد للحكم على أداء المؤسسات الإنتاجية والخدمية (1) ([http// iso.org](http://iso.org))

د - مواصفات منظمة التوحيد القياسي للملابس والأحذية: (2)(opcit)

أصدرت المنظمة العديد من المواصفات القياسية يمكن تتبعها فيما يلي:
إصدار عدد 78 دليلاً في مجال الأحذية، مثل أحذية الرجال وأحذية النساء وأحذية الأطفال، والأحذية الرياضية وأحذية الجلد والنسيج والمطاط، وغيرها من المواصفات العديدة للأحذية واستخداماتها.

- مواصفات ملابس الرجال رقم 1977ISO/ 3636
- مواصفات ملابس النساء والبنات رقم 1 - 1990 /1977ISO 3636 - COR

- مواصفات ملابس النساء والبنات رقم 1977ISO /3637
 - مواصفات ملابس الأطفال رقم 1990 3637/ 2007ISO - 1 - COR
 - مواصفات ملابس الأطفال رقم 1977 /3659 ISO
 - مواصفات ملابس الرجال الداخلية والقمصان رقم 1981ISO/ 4415
 - مواصفات ملابس النساء والبنات الداخلية والليلية والقمصان 1981ISO/4415
 - مواصفات ملابس النساء والبنات الداخلية والليلية والقمصان 1981ISO/4416
 - المقاسات العامه(ستأنرد) بدون رقم – 1991ISO /10652 /1991STANDARD
 - مقاييس القبعات رقم 1977ISO/4417
 - مقاييس قفازات النسيج رقم 1978ISO/4418
 - مقاييس قفازات الجلد رقم 17793ISO/W
- هـ - مقاييس الملابس الجاهزة
- 1 - مقاييس الملابس الجاهزة:

المقصود بمقاييس الملابس الجاهزة : هو أبعاد أو مقاسات كل نوع من أنواع الملابس، فالجاكيت والقميص، والحذاء والبدلة والبلوزة عادة ما تكون لها مقاييس تتمثل في تحديد الطول والعرض وطول الأكمام واستدارة الياقة وغيرها، كما يتطلب السروال عادة تحديد الطول واستدارة الحزام (الخصر) وأقصى استدارة لمنطقة الوركين، بينما تتطلب الأحذية مقاييس طول الحذاء وعرضه من المقدم والوسط وجهة القدم، هذه المقاييس هي الأساس عند اتخاذ قرار شراء الملابس الجاهزة، وهي مهمة جداً باعتبار أن كل فرد له مقاييس مناسبة وأخرى غير مناسبة، ونحن نحرص على شراء الملابس لنا، التي تؤمن لنل المظهر المناسب واللائق، وتمكننا من اختيار السلعة وفق مقاساتنا وبالتالي استهلاك السلعة بشكل أفضل ووفق عمرها الاقتصادي .

2- التوحيد القياسي في مجال الملابس الجاهزة

يعنى التوحيد القياسي في مجال الملابس الجاهزة وجود تحديد مسبق ومتعارف عليه لمقاسات الملابس يلتزم بها المنتجون، ويشترى على أساسها المستهلكون ملابسهم من السوق، ونظرا للاختلاف الكبير بين الأفراد بالنسبة لمقاسات أجسامهم وبالتالي اختلاف مقاسات ملابسهم، فقد تم تقسيم مقاسات الملابس إلى فئات تتدرج من الأرقام الصغيرة إلى الأرقام الكبيرة وأعطيت كل فئة رقماً محدداً، ويختار الزبون عند الشراء الرقم الذي

يلائم مقياسه، وعلى سبيل المثال تم ايجاد 10 فئات للبدل الإفرنجية، وتم ترقيمها بأرقام 60، 58، 56، 54، 52، 50، 48، 46، 44، 42، وهذه الفئات تكاد تكون كافية لطلبات المستهلكين المختلفة ومن النادر إيجاد الزيون الرقم المناسب له ضمن هذه الأرقام، ويمكن ملاحظة إتباع نفس الترتيب في الملابس الأخرى كالأحذية والقمصان والبالطوات والبدل العربية والرياضية وغيرها.

3 - أنظمة التوحيد القياسي في مجال الملابس الجاهزة

حرصت معظم الدول المتقدمة على إيجاد مقاييس للملابس والأحذية التي تنتجها وتسوقها في الداخل والخارج، ونظرا لتفوق هذه الدول في مجال الإنتاج والتسويق والتصدير، فإن أنظمة القياس التي تبنتها تكاد تكون أنظمة عالمية، وخاصة المقاييس الأوروبية، فهي منتشرة ومعروفة في معظم دول العالم، في السطور التالية تتبع لبعض هذه الأنظمة:

1 - مقاييس ملابس الرجال وهي تتركز على القمصان والجاكيتات والسرراويل، وتحاول إيجاد مقاييس موحدة لها ومنها الأنظمة التالية:

جدول رقم (1) يبين أرقام البدل والبالطوات والطواقم (رجال) في بعض الدول

الأرقام									المقاسات الدولة
60	58	56	54	52	50	48	46	44	أوروبا
50	48	46	44	42	40	38	36	34	أمريكا وبريطانيا

(المصدر/ http://en.wikipedia.org/wiki/clothing_sizes 27/7/2009) (3)

جدول رقم (2) يبين أرقام القمصان الرجالية في بعض الدول

المقاسات							الدولة
			42	41/40	38/37	37/36	أوروبا
17	16.5	16	15.5	15	14.5	14	أمريكا وبريطانيا

(المصدر/ المرجع السابق opcit) (4)

جدول رقم (3) يبين مقاسات الأرقام والرموز لبعض الدول في مجال الملابس الرجالية

الرقم في بريطانيا واستراليا	الوركين بالسنتيمتر	مقاس الخصر بالسنتيمتر	مقاس الصدر بالسنتيمتر	الأرقام	الحروف	البلد
6	93	66	81	2	XS صغير	أمريكا
8	98 - 93	71 - 66	86 - 81	4	S صغير	=
10	103 - 98	76 - 71	91 - 86	6	M متوسط	=
12	108 - 103	81 - 76	96 - 91	8	L كبير	=
14	113 - 108	86 - 81	101 - 96	10	XL كبير	=
16	118 - 113	91 - 86	106 - 101	12	XXL كبير	=
18	123 - 118	96 - 91	111 - 106	14	3XL كبير	=
20	128 - 124	101 - 96	116 - 111	16	4XL كبير	=

(المصدر/24/http://www.hp/hk/fi/measurement 2009/8/5)

2 - الملابس النسائية

جدول رقم (4) يبين أرقام البدل والطواقم النسائية في بعض دول العالم

المقاس								الدولة
18	16	14	12	10	8	6	4	أمريكا
52	50	48	46	44	41	40	38	إيطاليا
48	46	44	41	40	38	36	34	ألمانيا
50	48	46	44	42	40	38	36	فرنسا - اسكتلندا - إسبانيا - البرتغال
22	20	18	16	14	12	10	8	بريطانيا وإيرلندا
19	17	15	13	11	9	7	5	اليابان

(المصدر/27/http://en.wikipedia.org.wiki.clothing sizes 2009/7/6)

3 - ملابس الأطفال

جدول رقم (5) يبين أرقام بدل ومعاطف الأطفال في بعض دول العالم

الأرقام								الدولة
42	40	38	36	34	32	30	28	أوروبا
17	15	13	11	9	7	5	3	بريطانيا
15	13	11	9	7	5	3	1	امريكا

(المصدر / http://en.wikipedia.org/wiki/cloting_sizes 27/7/2009)(7)

4 - الأحذية

جدول رقم (6) يبين أرقام أحذية البنات في بعض دول العالم

Girl's Shoe Sizes

Europe	26	26.5	27	27.5	28	28.5	29	30	30.5	31	31.5	32.2	33	33.5	34	35	أوروبا
Japan	14.5	15	15.5	16	16.5	17	17.5	18	18.5	19	19.5	20	20.5	21	21.5	22	اليابان
U.K.	8	8.5	9	9.5	10	10.5	11	11.5	12	12.5	13	13.5	1	1.5	2	2.5	بريطانيا
U.S. & Canada	9.5	10	10.5	11	11.5	12	12.5	13	13.5	1	1.5	2	2.5	3	3.5	4	امريكا كندا

(المصدر / المرجع السابق)(8)(opcit)

جدول رقم (7) يبين مقاسات أحذية الاولاد في بعض دول العالم

Boys Shoe Sizes

Europe	29	29.7	30.5	31	31.5	33	33.5	34	34.7	35	35.5	36	37	37.5	أوروبا
Japan	16.5	17	17.5	18	18.5	19	19.5	20	20.5	21	21.5	22	22.5	23	اليابان
U.K.	11	11.5	12	12.5	13	13.5	1	1.5	2	2.5	3	3.5	4	4.5	بريطانيا
U.S. & Canada	11.5	12	12.5	13	13.5	1	1.5	2	2.5	3	3.5	4	4.5	5	امريكا كندا

(المصدر / المرجع السابق)(9)(opcit)

د - عوائق إيجاد توحيد قياس للملابس الجاهزة:

هناك العديد من الخصائص التي تميز الملابس بوصفها سلعة تتميز عن غيرها من السلع، وتجعل من الصعب إيجاد توحيد قياس لها على الصعيد العالمي، ولعل أهم هذه الخصائص ما يلي:

- ارتباط الملابس بمقاييس جسم الأنسان، وهي مقاييس متنوعة ومختلفة ومتباينة من شعب لآخر وداخل الشعب الواحد .
- ارتباط الملابس بثقافة الشعب، وهي تمثل سمات ثقافية مهمة تطورت عبر الزمن، وأصبحت جزءا من نظرة الفرد لذاته ولدوره ولأسرته وللآخرين .
- صعوبة إيجاد توحيد قياس للملابس المستوردة، أي التي يتم إنتاجها لمجتمع اخر له مقاييسه وتراثه، وثقافته التي تختلف عن الشعب المستورد .
- الملابس سلعة أساسية للفرد، وهي تتأثر باختياراته المتنوعة والمختلفة، وتتطلب نظاماً للتوحيد القياس يستوعب تنوع الرغبات .
- تنوع الملابس مع تنوع مناسبات استخدامها، وبالتالي تنوع أنظمة التوحيد القياسي لها، فنحن نحتاج إلى ملابس للعمل، وأخرى للرياضة وأخرى للفترة المسائية (الراحة) وأخرى للنوم .
- سيطرة الملابس الغربية على النطاق العالمي، حيث أصبحت هذه الملابس هي ملابس النساء والرجال في جميع أنحاء العالم، وتبع ذلك سيطرت أنظمة التوحيد القياس الغربية في مجال الملابس عالمياً، وتقيد المنتجون والمستهلكون بهذه الأنظمة لفترة طويلة من الزمن .

ه - مقاييس الملابس الجاهزة في السوق الليبية:

يعتبر سوق الملابس الجاهزة في ليبيا سوقاً مفتوحاً على جميع دول العالم، وتتوفر به ملابس من دول مختلفة وأنظمة قياس مختلفة أيضاً، ونظراً لتباين أنظمة القياس من دولة إلى أخرى، فمن الطبيعي أن تتباين أرقام الملابس في السوق الليبية، وهنا يصعب على المستهلك الليبي تحديد رقم معين لملابسه وأحذيته يحقق له الرضا على السلعة لجعلها ملائمة لمقاساته، وتوفر له الراحة، ويكون دليلاً جيداً عند البحث عن الملابس والأحذية في السوق .

وقد اهتم المجتمع الليبي بمسألة المقاييس والمواصفات من ستينيات القرن الماضي، حيث تم أنشا اللجنة الوطنية للمواصفات والمقاييس سنة 1964م، وفي السنوات الأخيرة

تم إنشاء المركز الوطني للمواصفات والمعايير القياسية (سنة 1981م)، ومهمته ضبط الجودة وإعداد المواصفات واعتمادها والرقابة عليها، وقد أصدر المركز عدداً كبيراً من المواصفات للسلع المختلفة، ولم يكن من بينها وجود ترقيم وطني للملابس والأحذية يتم إنتاجها على أساسه، وبالتالي اعتمد المستهلك الليبي على نظام الأرقام للدول المنتجة التي يستورد منها هذه السلع، وعلى مستوى افريقيا توجد المنظمة الافريقية للتوحيد القياسي (10) (afr.org.for.Sta)ARSO

و- دليل وزن الجسم BMI Body mass index

هذا الدليل عبارة عن علاقة بين وزن الجسم وطوله، بحيث توضح هذه العلاقة درجة اقتراب الوزن من الوزن الأفضل نسبة إلى طول القامة، وهو يستنتج من قسمة وزن الجسم بالكيلو جرام على مربع طول القامة بالمتر $BML = Kg/m^2$ (<http://www.incsm.org>) (11) و (12) (www.emedtv.bmi.dcal.com) (11/2/2011)

ويتم تفسير نتائج هذا الدليل كما يلي:

- إذا كانت مؤشر الدليل بين 18.5 فأقل فهذا يعني أن الوزن أقل من اللازم، أي أن الفرد نحيف الجسم.
 - إذا كان المؤشر بين 18.5 - 24.9، فإن الوزن يعتبر مناسباً تماماً، أي الوزن مثالي.
 - إذا كان المؤشر بين 25.0 - 29.9، فإن الوزن يعتبر زائداً، أي أن الفرد يدخل في خانة السمنة.
 - إذا كان المؤشر من 30 فما فوق، فإن الفرد يعاني من السمنة المفرطة.
- هذا وهناك معادلات أخرى يمكن إستخدامها لإيجاد الوزن المثالي منها مثلاً (13) معادلة ب.ج. ديفن p.j.devin، الذي يرى أن الوزن المثالي هو:
- للرجل 50كج + 2.3 ك لكل بوصة زائدة بعد طول قامته من 5 أقدام.
 - للمرأة 45.5 كج + 23 بوصة زائدة بعد طول قامته بين 5 أقدام.
- وهذه المعادلات تستخدم بكثرة في تحديد الوزن المثالي وأنقاص الوزن وقد وجدت هذه المعادلة منذو 1984 (www.hall.md/ideal.wight/devine/html23) (13) معادلة د.ج. روبنسون D.g.Robinson وهي معادلة استخدمت منذو سنة 1983، ووفق هذه المعادلة فأن:
- وزن الرجل المثالي هو 52ك + 1.9 ك لكل بوصة بعد طول قامته 5 أقدام.
 - وزن المرأة المثالي هو 49ك + 1.7 ك لكل بوصة زائدة بعد طول قامته 5 أقدام.

ثالثاً: الدراسة الميدانية لمقاييس الملابس الجاهزة في ليبيا:

البند الأول - تحليل خصائص العينة:

جدول رقم (8) يبين جنس و سن مفردات العينة

%	مج	%	نساء	%	رجال	الجنس
						السن
29.6	81	21.9	60	7.7	21	20 - 16
31.4	86	16.8	46	14.6	40	25 - 21
14.2	39	8.0	22	6.2	17	30 - 26
6.9	19	2.9	8	4.0	11	35 - 31
5.1	14	3.3	9	1.8	5	40 - 36
12.8	35	6.9	19	5.9	16	41 فأكثر
100	274	59.9	164	40.1	110	المجموع

يتضح من الجدول:

- أن نسبة النساء تبلغ 60٪ تقريباً، وهي أعلى من نسبة النساء في الإحصائيات السكانية عادة، أي أن العينة تمثل النساء بنسبة أكبر من تمثيل الرجال .

جدول رقم (9) يبين وزن مفردات العينة

البيانات	التكرار	%
60 ك.ج فأقل	95	34.7
61 - 70 ك.ج	72	26.3
71 - 80 ك.ج	68	24.8
81 - 90 ك.ج	27	9.9
91 - 100 ك.ج	8	2.9
101 فأكثر	4	1.5
مج	274	100

يتضح من الجدول:

- أن أكبر فئة بالنسبة للوزن تتركز في 60 ك.ج فأقل بواقع 34.7 % من العينة، تليها فئة الوزن من 61 – 70 وبواقع 26.3 % أي أن ثلثي العينة تقريباوزنهم من 70 ك.ج فأقل.
- تبلغ نسبة الوزن المفرط (81 فأكثر) 14 % تقريبا

جدول رقم (10) يبين طول قامة مفردات العينة

البيان	التكرار	%
150 سم فأقل	15	5.5
من 151 – 160	75	27.3
161 – 170	68	24.8
81 – 90 ك.ج	27	9.9
91 – 100 ك.ج	8	2.9
101 فأكثر	4	1.5
مج	274	100

يتضح من الجدول:

- تتوزع نسب الطول بشكل شبه متساوي، حيث نلاحظ أن ما يقرب من ثلث العينة من فئة قصار القامة (160سم فأقل) وما يزيد قليلاً عن ثلثها من متوسطى القامة (161 – 170) وأقل من الثلث بقليل من ذوي القامة لطويلة (171 فأكثر).
- تمثل فئة ذوي القامة القصيرة جداً (150 سم فأقل) 5.5 % من مفردات العينة، بينما تمثل فئة ذوي القامة الطويلة جداً(191سم فأكثر) 2.2 % ، أي أنها نصف ذوي القامة القصيرة جداً.

جدول رقم (11) يبين دليل الوزن والطول (BMI) للجنسين من مفردات العينة

الدليل	الجنس		رجال		نساء	
	رجال	%	%	نساء	%	مج
من 18.5 فأقل	5	4.8	10	6.3	15	5.7
من 18.5 إلى 24.9	46	43.8	85	53.8	131	49.8
من 25.0 إلى 29.9	40	38.1	41	25.9	81	30.8
من 30 فأكثر	14	13.3	22	13.9	36	13.7
مج	105	100	158	100	263	100
م.غ	5	-	6	-	11	
مج الكلي	110	-	164	-	274	

كاي تربيع (بيرسون) = 4.573، الدلالة = 206،

يتضح من الجدول:

- أن 6 % تقريباً من مفردات العينة يقعون في فئة نسبة الوزن النحيل أي الوزن الأقل من المطلوب.
- أن 50 % من مفردات العينة من فئة الوزن المثالي من (18.5 - 24.9).
- أن ما يقارب من ثلث العينة من ذوي الوزن الزائد (24.9 - 29.9).
- أن 14 % تقريباً من مفردات العينة من فئة الوزن المفرط في الزيادة (السمنة الزائدة) وهم ذوي النسبة 30 فما أكثر.
- بالنسبة لا أثر الجنس على الوزن والطول، وباستخدام... (مربع كاي لكارل بيرسون) نجد أنه لا يوجد فرق بين الرجال والنساء من مفردات العينة (مربع كاي = 4.573 ومستوي الدلالة 0.206) أي غير دال إحصائياً، وبالتالي قبول الصفري البديل وهو عدم وجود فرق بين الرجال والنساء في الوزن والطول .

جدول رقم (12) بين مقاسات البدل الافرنجيه لمفردات العينة بالأرقام

والحروف والموحدة قياسياً (STANDARD)

الجنس المقاس	رجال	% من المستخدمين	نساء	% من المستخدمات	مج	%
40 فأقل	17	19.8	52	39.1	69	31.5
42	17	19.8	26	19.5	43	19.6
44	18	20.9	24	18.0	42	12.2
46	10	11.6	14	10.5	24	11.0
48	14	16.3	9	6.8	23	10.5
50	2	2.3	4	3.0	6	2.7
52	1	1.2	3	2.3	4	1.8
54 فأكثر	7	8.1	1	0.8	9	3.7
مج	86	100	133	100	219	100
S	7	15.9	20	27.0	27	22.9
M	15	34.1	28	32.8	43	36.4
L	8	18.2	11	14.9	19	16.1
XL	12	27.3	12	16.2	24	20.3
XXL	2	4.5	3	4.1	5	4.2
مج	44	40.0	48	51.2	128	46.7
لا يستخدم الحروف	66	60.0	80	48.8	146	53.3
بدون مقاس STANDARD	13	11.9	10	0.61	23	8.4
لا يستخدم بدون مقاس	97	88.1	154	99.39	251	91.6

يتضح من الجدول:

أ - على مستوى العينة ككل:

● المقاسات الصغيرة (40.42) تزيد عن 60 ٪ من مقاسات مفردات العينة، وهي نسبة تتفق إلى حد ما مع نسبة الأوزان الصغيرة 70ك.ج فأقل التي سبق الإشارة إليها، وكذلك تتفق إلى حد ما مع نسبة قصيري القامة في العينة، ولو أضفنا لهذه الفئة، فئة مقاسات 44، وهي تمثل 19.2 ٪ ، نجد أن أكثر من 70 ٪ من مفردات العينة يلبسون مقاسات من 44 فأقل، وهي نتيجة مهمة للموردين والمصنعين للسوق الليبي.

● بالنسبة لمقاسات الحروف يوضح الجدول أن نسبة استخدامها في حدود 40 ٪ من الرجال و51 ٪ من النساء، وأنها تتركز في المقاسات الصغيره S والمتوسطه M حيث تبلغ نسبتهم ما يقارب 60 ٪ ، وهي تدعم النتيجة في الفقرة السابقة.

● أما ملابس التوحيد القياسي (التي تباع بدون مقاسات محده) فهي محدودة جداً لا تزيد على 10 ٪ من الرجال وأقل من 1 ٪ بالنسبة للنساء.

● نلاحظ أن استخدام المقاسات الكبيرة محدود جداً، حيث لم يزيد على 4 ٪ تقريباً بالنسبة للمقاس 52 ٪ أو المقاس XXXL.

ب - بالنسبة لمتغير الجنس (رجال - نساء) نلاحظ:

● النساء أكثر استخداماً للأرقام الصغيرة من الرجال، حيث تمثل نسبة استخدام هذه الأرقام (40.42.44) 78 ٪ تقريباً من النساء بالعينة، بينما تبلغ هذه النسبة 61 ٪ فقط من الرجال والعكس بالنسبة للأرقام الكبيرة.

● نفس الملاحظة بالنسبة لإستخدام الحروف، حيث يلاحظ نسبة استخدام النساء لحرف S وM اكبر قليلا من إستخدام الرجال للحروف، وبما نسبته 65 ٪ من النساء بالعينة، بينما كانت نسبة استخدام هذين الحرفين 60 ٪ بالنسبة للرجال، والعكس بالنسبة لمقاسات الحروف الكبيرة، حيث بلغت نسبة استخدام النساء لحروف XL وXXL ما نسبته 20 ٪ من النساء و32 ٪ بالنسبة للرجال.

جدول رقم (13) يبين أرقام الملابس الداخلية لمفردات العينة (نساء - رجال)

الجنس الأرقام	رجال	% من الرجال	نساء	% من النساء	مج	%
40 فأقل	5	4.6	51	31.1	56	20.4
42	1	0.9	6	3.7	7	2.6
44	4	3.6	6	3.7	10	3.7
46	0	0.0	3	1.8	3	1.1
48	0	0.0	4	2.4	4	1.6
50	1	0.9	2	1.2	3	1.1
52	-	-	-	-	-	-
54 فأكثر	0	0.0	3	1.8	3	1.1
مج	11	10.0	75	45.7	86	31.4
غ.م	99	90.0	89	54.3	188	68.6
S	6	5.5	34	20.7	40	24.5
M	25	22.7	39	23.7	64	39.3
L	13	11.8	6	3.7	19	11.7
XL	26	23.6	5	3.1	31	19.0
XXL	7	6.3	1	0.6	8	4.9
مج	77	70.0	86	52.4	163	59.5
غ.م	33	30.0	78	47.6	141	40.5
يستخدم بدون مقاس	21	19.0	27	16.5	48	17.5
لا يستخدم بدون مقاس	89	81.0	137	83.5	226	82.5

للأرقام كاي تربيع كروسكال = 1.483 الدلالة 223. غير دالة للحروف كاي تربيع كروسكال = 40.259

الدلالة 0.000. دالة (أرقام صغيرة للنساء /كبيره للرجال) (أرقام صغيرة للنساء /كبيره للرجال)

يتضح من الجدول:

- الاستخدام الكبير للحروف مقاييس للملابس الداخلية، حيث بلغت نسبة استخدام الحروف 59.5 % على مستوى العينة، ترتفع هذه النسبة إلى 70 % بالنسبة للرجال وتنخفض إلى 52.4 % بالنسبة للنساء، بينما بلغت نسبة استخدام الأرقام لمقاييس للملابس الداخلية 31.4 % على مستوى العينة، ترتفع هذه النسبة إلى 45.7 % بالنسبة للنساء، وتنخفض إلى 10 % بالنسبة للرجال، وتستخدم الملابس الداخليه بمقاييس ثابتة (STANDARD) في نطاق محدود ولم تتجاوز 17.5 % على مستوى العينة ككل.
- استمرار سيطرة الأرقام الصغيرة (40.42.44) والحروف (S و M) مقاييس للملابس الداخلية، حيث تمثل ما يقارب ثلثي العينة من النساء والرجال.
- من الواضح أن الرجال أكثر استخداماً للحروف مقاييس للملابس الداخلية من النساء، كما يلاحظ النساء يستخدمون الحروف والأرقام وبنسبة متقاربة.

جدول رقم (14) يبين أرقام السراويل لمفردات العينة (نساء / رجال)

الأرقام	الجنس	رجال	% من الرجال	نساء	% من النساء	مج	%
40 فأقل		57	51.8	74	45.1	131	47.8
42		21	19.1	25	22.7	46	16.9
44		6	5.5	25	22.7	31	11.3
46		7	6.4	16	14.5	23	8.4
48		5	4.5	5	3.0	10	3.6
50		2	1.8	2	1.2	4	1.5
52		1	0.9	2	1.2	3	1.1
54 فأكثر		3	2.7	3	1.8	6	2.2
مج		102	92.7	152	92.7	254	92.7
S		2	1.8	14	8.1	16	5.8
M		12	10.9	23	14.0	35	12.8

4.7	13	5.5	9	3.6	4	L
6.6	18	5.5	9	8.2	9	XL
0.7	2	1.2	2	00	0	XXL
69.4	190	62.2	107	75.5	83	م.غ
100	274	100	164	100	110	مج
2.9	8	3.7	6	1.8	2	يستخدم بدون مقاس
97.1	266	96.3	158	98.2	108	لا يستخدم بدون مقاس

يتضح من الجدول :

● سيطرة استخدام الأرقام الصغيرة مثل ما هو الحال في الجداول السابقة، فالواضح أن 82% تقريباً من مفردات العينة يستخدمون مقاسات صغيرة (أرقام 40.42.44) للبنطلونات، كما يلاحظ أن كلا من مقاس S ومقاس M، يمثلان 60% من المقاسات التي يستخدمها أفراد العينة، ولا توجد فروقات جوهرية بين النساء والرجال بالنسبة لاستخدام المقاييس عند شراء واستخدام البنطلونات.

جدول رقم (15) يبين أرقام الأحذية لمفردات العينة (رجال - نساء)

%	مج	% من النساء	نساء	% من الرجال	رجال	الجنس
						الأرقام
2.3	25	12.8	21	3.6	4	36
27.1	73	42.7	70	2.7	3	38
33.1	89	36.6	60	26.4	29	40
23.4	63	4.8	8	50.0	55	42
5.2	14	-	0	12.7	14	44
1.9	5	-	0	4.5	5	45 فأكثر
98.2	269	97.0	159	100	110	مج
1.8		3.0	5	-	-	م.غ

كأي تربيعة (كروسكال) = 116.159 الدلالة = 0.000 دالة

يتضح من الجدول :

- تركز استخدام الرجال للرقمين، 40 و42 لمقاييس على الأحذية، حيث بلغت نسبة استخدام هذين الرقمين 80 % من الرجال، بينما تركز استخدام النساء في رقمي 38 و40، حيث بلغت نسبة استخدام هذين الرقمين 80 % تقريباً من النساء.
- يتركز استخدام النساء في الأرقام الصغيرة، والعكس بالنسبة للرجال، حيث يرتفع بالنسبة لهم استخدام الأرقام الكبيرة، وهي نتيجة منطقية لأن أرجل النساء عادة أصغر من أرجل الرجال
- الرجال فقط يستخدمون الأرقام الكبيرة جداً (44 و45) حيث بلغت نسبتهم 7 % تقريباً.
- تعنى قيمة كاي تربيع ومستوى الدلالة (0.000) أن هناك فرقا واضحا بين النساء والرجال في استخدام أرقام الأحذية، أي أن النساء أكثر استخداما للأرقام الصغيرة من الرجال، والعكس بالعكس

جدول رقم (16) يبين أرقام الباطونات لمفردات العينة (رجال - نساء)

رقم الباطو	الجنس	رجال	%* من الرجال	نساء	% من النساء	مج	%
40 فأقل		10	9.1	53	32.3	63	23.0
42		5	4.5	25	15.2	30	10.9
44		13	11.8	27	16.5	40	14.6
46		6	5.5	10	6.1	16	5.8
48		2	1.8	7	4.2	8	2.9
50		7	6.4	6	3.7	13	4.7
52		0	0.0	2	1.2	2	0.7
54 فأكثر		3	2.7	1	.6	4	1.4

64.6	177	79.9	131	41.8	46	مج
35.4	79	20.1	133	58.2	64	م.غ
13.2	18	8.5	14	3.6	4	S
18.6	51	22.0	36	13.6	15	M
9.9	27	6.7	11	14.5	16	L
9.9	27	6.7	11	14.5	16	XL
6.9	19	6.1	10	8.2	9	XXL
1.1	3	0.0	0	2.7	3	XXXL
49.6	136	50.0	82	57.2	63	مج
50.4	138	53.7	88	45.4	50	م.غ

للأرقام كاي تربيع كروسكال = 10.379 الدلالة = 0.001 دالة.

للحروف كاي تربيع كروسكال = 11.453 الدلالة = 0.001 دالة

يتضح من الجدول :

- أن 65 % من مجموع مفردات العينة يستخدمون الباطوات بالأرقام، مما يعني أن ثلثي العينة تقريباً يستخدمون المعاطف ملابس، أما مقاسات الحروف فقد بلغت نسبة إستخدامها 49.6 % من مفردات العينة، أي نصف العينة فقط يستخدم الحروف.
- أن النساء أكثر استخداماً للباطوات المقاسة بالأرقام من الرجال، حيث بلغت نسبة ممن يستخدمون الأرقام عند شراء الباطوات 80 % من عينة النساء، ولم تزد عن 41 % بالنسبة لعينة الرجال، بينما يعتبر الرجال أكثر استخداماً للباطوات المقاسة بالحروف، حيث بلغت نسبة الإجابات 55 % تقريباً من عينة الرجال، في حين كانت نسبة الإجابات لعينة النساء 41 % فقط، هذه النتائج تؤكد ما قيم اختبار كروسكال المبين أسفل الجدول، وهو دال في الحالتين (الحروف والأرقام).
- استمرار سيطرة المقاسات الصغيرة سواء من الأرقام أو الحروف على خيارات مفردات العينة وفق ما هو موضح بالجدول.

جدول رقم (17) يبين أرقام الحذاء الرياضي لمفردات العينة (رجال - نساء)

الجنس رقم الحذاء	رجال	% من الرجال	نساء	% من النساء	مج	%
36	4	3.6	18	11.0	22	8.0
38	4	3.6	65	39.6	69	25.2
40	30	27.2	62	37.8	92	33.6
42	50	45.4	8	4.9	58	21.2
44	16	14.5	2	1.2	18	6.6
45 فأكثر	4	3.6	1	6.	5	1.8
مج	108	98.2	156	95.1	264	96.4
م.ع	2	1.8	8	4.9	10	3.6

كا² كروسكال = 96.391 الدلالة = 0.000 دالة

يتضح من الجدول:

- استخدام النساء لأرقام الأحذية الصغيرة وخاصة 38، 40، بينما يرتفع استخدام الرجال للمقاسات الأكبر نسبياً مثل 40.42.44 وهو أمر طبيعي باعتبار أن رجل المرأة أصغر من رجل الرجل، ويبين اختبار كروسكال هذه الحقيقة فهو دال كما هو مبين اسفل الجدول.

جدول رقم (18) يبين أرقام المعاطف لمفردات العينة (رجال - نساء)

الجنس رقم المعطف	رجال	% من الرجال	نساء	% من النساء	مج	%
40 فأقل	8	7.3	35	21.3	43	16.0
42	8	7.3	30	18.3	38	13.9
44	11	10.0	23	14.0	34	12.4
46	7	6.4	7	4.2	14	5.1

2.5	7	2.4	4	2.7	3	48
3.3	9	2.4	4	4.5	5	50
1.1	3	1.2	2	.9	1	52
1.8	5	1.2	2	2.7	3	54 فأكثر
41.6	55.8	65.3	107	41.8	46	مج
58.4	44.2	34.7	57	58.2	64	غ.م
7.7	21	9.3	15	5.4	6	S
19.3	53	21.9	36	15.5	17	M
7.7	21	4.9	8	11.8	13	L
10.2	28	6.7	11	15.5	17	XL
7.3	20	4.2	7	11.8	13	XXL
2.2	6	0.6	1	4.5	5	XXXL
54.4	149	47.6	78	64.5	71	مج
45.6	125	52.4	86	34.5	39	غ.م

للحروف كروسكال=10.108 الدلالة = 0.001 دالة. للأرقام كروسكال=15.102 الدلالة = 0.001 دالة

يتضح من الجدول:

- تشابه استخدام الأرقام والحروف لمقاييس للمعاطف، حيث بلغت نسبة استخدام الحروف 55.8 % من مفردات العينة، ترتفع هذه النسبة إلى 61.5 % بالنسبة للنساء، وتتنخفض النسبة للرجال إلى 41.8 %، أما بخصوص استخدام الحروف، فقد بلغت نسبة استخدامها 54.4 % على مستوى العينة، ترتفع هذه النسبة إلى 64.5 % بالنسبة للرجال، وتتنخفض إلى 47.6 % بالنسبة للنساء.
- استمرار سيطرة المقاييس الصغيرة للحروف والأرقام معاً.
- يوجد فرق جوهري بين النساء والرجال عند اختيار المقاس المناسب، وفق اختبارات كروسكال المبنية أسفل الجدول، حيث يتضح أن النساء أكثر استخداماً للمقاييس الصغيرة من الأرقام، والرجال أكثر استخداماً للمقاييس الكبيرة من الحروف.

جدول رقم (19) يبين أرقام الملابس الرياضية لفردات العينة (رجال - نساء)

الجنس	رجال	%	نساء	%	مج	%	رقم التوتة
40 فأقل	13	11.8	36	22.0	49	17.9	
42	12	10.9	20	12.2	32	11.7	
44	1	0.9	12	7.3	13	4.8	
46	1	0.9	4	2.4	5	1.8	
48	2	1.8	3	1.8	5	1.8	
50	0	00	2	1.2	2	0.7	
52	0	00	2	1.2	2	0.7	
54 فأكثر	4	3.6	1	0.6	5	1.8	
مج	33	30.0	80	48.7	113	41.2	
م.ع	77	70.0	80	48.8	79	35.4	
S	6	5.4	14	8.5	20	7.3	
M	23	20.9	61	37.2	84	30.7	
L	17	15.5	17	10.4	34	12.4	
XL	19	17.3	20	12.2	39	14.2	
XXL	18	16.4	7	4.3	25	9.1	
XXXL	2	1.8	0	0.0	2	0.7	
مج	85	77.3	119	72.6	204	74.4	
م.ع	25	22.7	45	27.4	138	50.4	

للأرقام كاي تربيع (كورسكال) = 10.379 الدلالة = 0.001 دالة.

للحروف كاي تربيع (كورسكال) = 11.453 الدلالة = 0.001 دالة

يتضح من الجدول:

- استخدام الحروف لمقاييس الملابس الرياضية، حيث بلغت نسبة استخدامها 74.5 % على مستوى العينة (ثلاثة أرباع العينة)، ارتفعت هذه النسبة إلى 77.2 بالنسبة للرجال وانخفضت قليلاً عند النساء بحيث كانت 72.6 % ، أما في مجال استخدام الأرقام فقد كانت 41.6 % على مستوى العينة و30 % بالنسبة للرجال و48.8 % بالنسبة للنساء.
- استمرار سيطرة المقاييس الصغيرة (40، 42، 44 من الأرقام m ، s من الحروف) على خيارات الليبيين في مجال المقاييس، حيث نلاحظ أن الأرقام الصغيرة تمثل ما يفوق 80 % من اختبارات المجيبين، وتمثل الحروف مقاييس صغيرة 51 s.m % من استجابات المجيبين.
- إستناداً إلى اختبارات كروسكال المبينة أسفل الجدول، يوجد فرق جوهري بين الرجال والنساء في استخدام الأرقام والحروف، النساء أكثر استخداماً للأرقام الصغيرة، والرجال أكثر استخداماً للمقاييس الكبيرة من الحروف.
- محدودية استخدام الملابس الرياضية الموحدة قياسياً (standard) حيث لم يزد استخدامها عن 12 مفردة (4 % من العينة).

جدول رقم (20) يبين أرقام الضساتين لمفردات العينة من النساء

البيان	التكرار	%
40 فأقل	54	32.7
42	19	11.6
44	18	11.0
46	8	4.8
48	9	5.5
50	3	1.8
52	1	.6
54 فأكثر	1	.6
مج	113	68.9
غ.م	51	31.1

9.1	15	S
15.9	26	M
3.6	6	L
7.9	13	XL
1.8	3	XXL
-	-	XXXL
38.4	63	مج
61.6	101	م.ع

يتضح من الجدول

- أن أكثر من 68 ٪ من النساء يستخدمن الأرقام مقاييس عند شراء الفساتين، وما نسبته 38.4 ٪ يستخدمن الحروف مقاييس عند الشراء.
- إرتفاع نسبة استخدام المقاييس الصغيرة من مفردات العينة، حيث بلغت نسبة استخدام الأرقام الصغيرة (40+42+44) 55 ٪ من النساء، وما نسبته 25 ٪ يستخدمن المقاييس الصغيره بالحروف (S.M) أي ما يقارب ثلث النساء المجيبات على السؤال.

جدول رقم (21) يبين مدى توفر المقاسات في السوق الليبي

مج	م.غ	نادر	يحتاج للبحث	متوفر	توفر المقاس السلعة
274	18	36	86	133	البدل الإفريقية
٪ 100	6.6	13.5	31.4	48.5	٪
274	13	23	71	167	البنطلون
٪ 100	4.7	8.5	25.9	60.9	٪
110	42	5	22	41	البدل العربية رجال

٪ 100	38,2	4,5	20,0	37,3	٪
274	23	6	21	224	الملابس الداخلية
٪ 100	8,4	2,2	7,7	81,7	٪
274	3	13	45	213	الأحذية
٪ 100	1,1	4,7	16,4	77,8	٪
274	10	50	116	98	البالطوات
٪ 100	3,7	18,2	42,3	35,8	٪
274	20	49	102	103	المعاطف
٪ 100	7,3	17,9	37,2	37,6	٪
274	156	3	9	106	الشبشب
٪ 100	56,9	1,1	3,3	38,7	٪
274	8	9	31	226	الأحذية الرياضية

يتضح من الجدول:

- بالنسبة لتوفر المقاسات نلاحظ أن أكثر المقاسات توفراً في السوق هي مقاسات الأحذية الرياضية (82.5 ٪)، والملابس الداخلية (81.8 ٪) والأحذية (77.7 ٪)، أما أقل المقاسات توفراً في السوق فهي البالطوات (تتوفر 35.8 ٪) والبديل العربية (تتوفر 37.3 ٪)، والمعاطف (تتوفر 37.6 ٪)، والبديل الإفريقية (تتوفر 48.5 ٪)، نلاحظ أن السلع التي لا تتوفر بنسبة عالية هي ملابس تتطلب مقاييس مناسبة للمشتري، وتشكل جزء من مظهره وحضوره أمام الآخرين.

- بالنسبة للسلع التي تتطلب مجهودا وبحثا في السوق للحصول على المقاس المناسب، نلاحظ أنها تتركز في البالطوات (بنسبة 42.3 %)، والمعاطف (بنسبة 37.2 %) والبدل الافرنجيه (بنسبة 31.4 %)، هي بيانات تؤيد الفقرة السابقة وتدل على مصداقية الإجابات.
- بالنسبة للسلع النادرة في السوق نلاحظ أنها تتركز في السلع الثلاث المذكورة في الفقرة السابقة، وهي البالطوات (بنسبة 18.3 %) والمعاطف (نسبة 17.9 %) والبدل الإفرنجية (بنسبة 13.5 %)

جدول رقم (22) يبين مدى توفر الملابس النسائية

توفر المقاس السلعة	متوفر	يحتاج للبحث	نادر	غ.م	مج
بلوزات	68	34	11	51	164
%	41.5	20.7	6.7	31.1	100
جونة	73	33	5	53	164
%	44.5	20.1	3.1	32.3	100
فستان	58	23	26	57	164
%	35.4	14.0	15.9	34.7	100

يتضح من الجدول:

- وجود صعوبات في توفر الأرقام المناسبة من الملابس النسائية، لم تزد أكبر نسبة لتوفر هذه الأرقام عند 44 % (للجونات والبلوزات) أي أقل من نصف النساء تتوفر لهن الأرقام المناسبة.
- يوضح الجدول أن نسبة مهمة من النساء يحتجن إلى بحث طويل للحصول على الرقم المناسب للفستان أو البلوزة أو الجونة.
- يوضح الجدول أن هناك نسبة مهمة من النساء لا تتوفر لهن الأرقام المناسبة من الفساتين أي الرقم نادر في السوق.

جدول رقم (23) يبين مشكلات المقاسات في السوق الليبي

مشكلات المقاس السلعة	مناسب تماماً	أقصر من اللازم	أطول من اللازم	أوسع من اللازم	أضيق من اللازم	م. غ	مج
البديل الإفريقية	164	21	38	23	14	14	274
%	59.9	7.7	13.8	8.4	5.1	5.1	% 100
البلوزات (نساء)	86	17	9	17	15	20	164
%	52.4	10.4	5.5	10.4	9.1	12.2	% 100
البنطلون	122	21	84	25	16	6	274
%	44.5	7.7	30.7	9.1	5.8	2.2	% 100
الملابس الداخلية	216	8	5	11	12	22	274
%	78.8	2.9	1.8	4.0	4.4	8.0	% 100
الأحذية	223	11	3	14	19	4	274
%	81.4	4.0	1.1	5.1	6.9	1.5	% 100
البالطوات	116	32	45	55	12	14	274
%	42.3	11.7	16.4	20.1	4.4	5.1	% 100
المعاطف	116	30	34	54	7	20	274
%	47.1	10.9	12.4	19.7	2.6	7.3	% 100
الفساتين (نساء)	85	11	25	12	8	21	164
%	51.8	6.7	15.2	7.3	4.9	12.8	% 100
الحذاء الرياضي	227	10	3	14	14	6	274
%	82.8	3.6	1.1	5.1	5.1	2.2	% 100
التوتة	179	14	27	38	11	5	274
%	65.3	5.1	9.9	13.9	4.0	1.8	% 100

يتضح من الجدول:

- بالنسبة للمقاسات المناسبة تماماً للمطلوب عند الشراء، نلاحظ أن أعلى النسب تمثلت في الأحذية الرياضية والأحذية العادية والملابس الداخلية (نفس الملاحظات في الجدول السابق).
- الملابس التي لوحظ أنها أقصر من المطلوب تركزت في البالطوات والمعاطف والبدل الإفريقية.
- الملابس التي لوحظ أنها أطول من المطلوب، هي أيضاً تركزت في البالطوات والبدل الإفريقية والمعاطف، أما البنطلونات (السراويل) فالملاحظ أنها تباع بطول زائد وتترك للمشتري إجراء التعديل اللازم عليها.
- الملابس الأوسع من اللازم وفق ملاحظات مفردات العينة تركزت في البالطوات والمعاطف والملابس الرياضية (التوتة).
- الملابس الأضيق من اللازم وفق إجابات مفردات العينة تركزت في الأحذية والبنطلونات والأحذية الرياضية.
- يدعم هذا الجدول ما ورد في الجداول السابقة من حيث عدم توفر الأرقام المناسبة للمستهلك الليبي، ويبين الحاجة إلى نظام مقاييس وطني للملابس المختلفه والأحذية.

جدول رقم (24) يبين تصرف التاجر الليبي مع الزبون إذا كان المقاس غير مناسب

التصرف السلعة	الاستبدال برقم آخر	استبدال السلعة بمثلها	الاستبدال بسلعة أخرى	رد الثمن	غ.م	مج
البدل الإفريقية	185	31	10	26	22	274
%	67.5	11.3	3.6	9.5	8.0	٪ 100
البنطلون	170	54	19	18	13	274
%	62.0	19.7	6.9	6.6	4.7	٪ 100
القميص	80	20	5	9	160	274
%	29.2	7.3	1.8	3.3	58.4	٪ 100
الملابس الداخلية	179	20	5	20	50	274

٪ 100	18.3	7.3	1.8	7.3	65.3	٪
274	10	19	14	23	208	الأحذية
٪ 100	3.7	6.9	5.1	8.4	75.9	٪
274	24	38	34	44	134	البالطوات
٪ 100	8.8	13.9	12.4	16.1	48.9	٪
274	22	26	40	65	121	المعاطف
٪ 100	8.0	9.5	14.6	23.7	44.5	٪
274	13	8	13	29	24	الحداء الرياضي
٪ 100	4.7	2.9	4.7	10.6	77.0	٪
274	12	16	26	63	157	التوتة
٪ 100	4.4	5.8	9.5	23.0	57.3	٪

يتضح من الجدول:

هذا الجدول يوضح الضمانات التي يقدمها التاجر الليبي للزبون في حالة عدم تطابق المقاس مع المطلوب، ونلاحظ من الجدول.

- ارتفاع نسبة استبدال الرقم غير المناسب من السلعة برقم آخر مناسب للزبون، وهو أمر طبيعي ومنطقي للزبون وللتاجر معاً.
- عندما يتعذر وجود الرقم المناسب، عادة ما يعرض التاجر على الزبون الحصول على سلعة مماثلة من ماركة أخرى، وهو الخيار الثاني لضمان الرضا الذي يقدمه التاجر للزبون، ويلاحظ من الجدول أنه يستخدم في كل السلع، وخاصة بالنسبة للمعاطف (الجيبوتي) والبنطلونات والبالطوات، وهي السلع التي سبق أن لا حظنا أن أرقامها ليست متوفرة بشكل جيد في السوق الليبي .
- قد يتعذر توفر الرقم المناسب والماركة المناسبة من السلعة المرتجعة للتاجر، وفي هذه الحالة يعرض التاجر على الزبون شراء أي سلعة أخرى يراها مناسبة، وهو خيار مستخدم في معظم السلع الواردة بالجدول، وخاصة بالنسبة للمعاطف والبالطوات والبنطلونات التي يبدو أنها لا تتوفر بشكل جيد في السوق الليبي.
- الخيار الأخير بالنسبة للزبون هو استرداد ثمن السلعة إذا لم تكن الخيارات السابقة

مناسبة له، وهو خيار يستخدم على نطاق محدود؛ لأن التاجر عادة لا يقبل إعادة السعر إلا بصعوبة، ونلاحظ أنه مستخدم في كل السلع ولكن بنسبه محدودة، وهو يستخدم بشكل واضح في مجال البالطوات والمعاطف والملابس الداخلية والبدل الإفرنجية.

جدول رقم (25) يبين تصرف التاجر الليبي مع الزبونات من النساء في حالة المقاس غير المناسب

البيان	الاستبدال برقم آخر	استبدال السلعة بمثلها	الاستبدال سلعة أخرى	رد الثمن	م.ع	مج
البلوزات	68	23	10	9	54	164
%	41.5	14.0	6.1	5.5	32.9	100
%		15.2	6.1	6.1	31.7	
الفساتين	75	11	11	10	57	164
%	54.7	6.7	6.7	6.1	34.8	100

يتضح من الجدول:

- ارتفاع نسبة استبدال الرقم برقم مناسب، وهو أمر طبيعي لأن هذا الأمر مناسب للزبون والتاجر معاً.
- وجود نسبة مهمة بشأن استبدال السلعة بسلعة مماثلة، أي استبدال ماركة تجارية بأخرى من نفس السلعة.
- نلاحظ أن نسبة استبدال سلعة بأخرى، أو رد الثمن هي نسب محدودة جداً.
- ارتفاع نسبة غير المبين حيث تقترب أو تزيد عن ثلث العينة من النساء.

رابعا - ملخص لأهم النتائج:

- 1 - الدراسة أجريت على عينة مكونة من 274 مفردة 40 % منهم رجال، 60 % نساء.
- 2 - بالنسبة للوزن اتضح أن ثلثي العينة من وزن 70 ك.ج فأقل، وبالنسبة للطول اتضح أن الأطوال تتوزع بشكل متقارب من قصار القامة (160 فأقل) (27.7 %) ومتوسطي القامة 161 - 170 بنسبة 35 % وطوال القامة من 171 فأكثر بنسبة 30 % تقريباً.
- 3 - بالنسبة لدليل الوزن والطول (BMI) أوضحت الدراسة أن 50 % من الليبيين تقع أوزانهم في فئة الوزن المثالي أي (18.5 - 24.9) ويتوزع الباقي بين الجسم النحيل

وزيادة الوزن.

4 - بالنسبة لمقاسات الملابس أوضحت الدراسة تركيز الطلب في أرقام المقاسات الصغيرة مثل 40,42,44، وكذلك الحال بالنسبة للحروف حيث تركز الطلب في الحروف S.M وتطبق هذه النتيجة بالنسبة للنساء بنسبة أكبر من الرجال، وهي إجابة على السؤال الأول من تساؤلات الدراسة.

5 - بالنسبة لتوفر المقاسات في السوق الليبي، أوضحت الدراسة أن المقاسات تتوفر بشكل جيد بالنسبة للملابس الداخلية والأحذية، بينما توجد صعوبات لنسبة مهمة من الليبيين في إيجاد المقاس المناسب بالنسبة للملابس الجاهزة، وخاصة المعاطف والبالطوات والبدل العربية للرجال والنساء، وكذلك صعوبات في توفر المقاسات المناسبة بالنسبة للملابس النسائية مثل الفساتين والجونات والبلوزات، وهي إجابة على السؤال الثاني من تساؤلات الدراسة.

6 - بالنسبة لمشكلات مقاسات الملابس الجاهزة في السوق الليبي، أوضحت الدراسة أن مقاسات الأحذية والملابس الداخلية مناسبة تماماً للمستهلك، وبنسب مئوية مرتفعة (60 % فما فوق) بينما توجد نسب مهمة لمشكلات عدم تطابق المقاس مع رغبات المستهلك، مثل الطول أو القصر والاتساع والضييق بالنسبة للملابس (تتراوح نسبة من لا يجدون المقاس المناسب بين 50 60 %)، وهي أيضا إجابة على السؤال الثاني والسؤال الرابع من تساؤلات الدراسة.

7 - بالنسبة لتصرف التاجر الليبي مع مشكلات عدم تطابق المقاس مع رغبة المستهلك أو عدم تطابق المقاس مع مقاسات المستهلك، أوضحت الدراسة أن معظم التجار يستبدلون البضاعة المرتجعه بمثلها من أرقام ملائمة للمستهلك، مع وجود نسبة مهمة تستبدل السلعة المرتجعة بسلعة أخرى أو رد ثمنها للشاري، وهي إجابة على السؤال الثالث من تساؤلات الدراسة.

8 - أثبتت دراسته حاجة السوق الليبي إلى نظام للمقاييس، وهي إجابة على السؤال الخامس من تساؤلات الدراسة.

خامسا - التوصيات

- 1 - إجراء المزيد من الدراسات لمشكلات أرقام الملابس الجاهزة والأحذية في ليبيا .
- 2 - يمكن للأجهزة والمصالح المتخصصة في إنتاج الملابس والأحذية إعداد دراسة علمية دقيقة لتحديد المقاسات المرغوبة والملائمة للزبون الليبي.

3 - يفضل إجراء دراسة للملابس وأحذية الأطفال لتحديد الأرقام الأفضل للأطفال الليبيين، والتقيد بها نظرا لخطورة الأرقام غير المناسبة، وخاصة الأحذية على شريحة الأطفال .

4 - يمكن لغرفة التجارة الاستفادة من الدراسة في توجيه التجار إلى مشكلات أرقام الملابس الجاهزة والأحذية.

الهوامش

1 -http// iso.org

2 - (opcit)

3 -http//.en.wikipedia.org.wiki.cloting sizes 273)(2009/7/)

4 -opcit))

5 -http//.www.hp/hk/fi/measurement 245)(/ 2009/8/)

6 -http//.en.wikipedia.org.wiki.cloting sizes 272009/7/)

7 -http//.en.wikipedia.org.wiki.cloting sizes 272009/7/)

8 - (opcit)

9 - (opcit)

10 - afr.org.for.Sta))ARSO)(10)

11 - http//www.incsm.org.ly1711)((2011/2/)

12 -www.emedtv.bmi.dcal.com)

13 -www.hall.md/ideal.wight/devine/html232010/11/)

مراجع الدراسة

1 - http// iso.org

2 - http//.en.wikipedia.org.wikiclothing sizes

3 - http//www.incsm.org.ly

4 - www. emdtv.bmi.scale.com24

5 - www. halls.md./ideal.wight/devins.html.