

المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية المؤثرة في اتخاذ القرارات الاستهلاكية بالأسرة المصرية (دراسة ميدانية)

شريف محمد عوض
أستاذ مساعد بقسم الاجتماع
كلية الآداب، جامعة القاهرة

المختارة، وتم التعامل مع الأزواج أو الزوجات لجمع البيانات من أسر عينة الدراسة، باعتبار كل منهم يعبر عن اتجاهات أفراد الأسرة الاستهلاكية. وخلصت الدراسة إلى أن قرار الإنفاق في الأسرة في منطقتي الدراسة يرتبط بالمستوى التعليمي للزوجين، ويرتبط بصورة أساسية بالذكور سواء أكان الزوج أو الابن الأكبر، وكلما كان المستوى التعليمي للزوج مرتفع كان أكثر تحكماً في قرارات الاستهلاك داخل النسق الأسري.

الكلمات الدالة:

المتغيرات الاجتماعية، المتغيرات الاقتصادية، القرارات الاستهلاكية، الأسرة المصرية، دراسة ميدانية

Abstract :

The study aimed to detect the impact of social and economic variables

الملخص:

استهدفت الدراسة الكشف عن أثر المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية في عملية اتخاذ القرارات الاستهلاكية بالأسرة المصرية. وتحدت مشكلة الدراسة المراد بحثها في تحليل القرارات الاستهلاكية بالأسرة، وذلك عن طريق تحديد المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية المؤثرة على اتخاذ تلك القرارات، وإلى أي مدى تساهم تلك المتغيرات - التي تعدها الدراسة الراهنة متغيرات مستقلة - في صياغة وتشكيل القرارات الاستهلاكية داخل النسق الأسري. وقد أجريت الدراسة الميدانية على بعض الأسر المصرية التي تنتمي إلى مستويات اجتماعية واقتصادية متنوعة في منطقتين عشوائيتين تنتميان إلى محافظة الجيزة، وذلك من خلال سحب عينة غير عشوائية (قصدية) بلغ عددها (١٨٨) أسرة من الأسر في مناطق الدراسة

المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية المؤثرة في اتخاذ القرارات الاستهلاكية بالأسرة المصرية "دراسة ميدانية"، المجلد السادس، العدد ٤، أكتوبر ٢٠١٧، ص ١٠٩-١٨٨.

to the educational level of the couple, associated mainly males, either the husband or the eldest son, and whenever the level of education is high for the pair was more control over their consumption decisions within the family pattern.

Keywords:

Social Variables, Economic Variables, Consumer Decisions, Egyptian Family, Field Study.

أولاً- مقدمة حول موضوع الدراسة:
تسود عالمنا المعاصر تطورات سريعة ومتعددة شملت مناحي الحياة على تنوعها واختلافها، وكان لها كبير الأثر في الحياة اليومية للأسرة المصرية، مثل: وفرة الإنتاج وتراكم السلع الاستهلاكية وسرعة توزيعها، وتقدم وسائل الاتصالات، إضافة إلى التطورات التقنية المتسارعة وغيرها (عطايا، ٢٠٠١: ١١٩). وقد ساهمت تلك التطورات في خلق ميول حادة نحو الاستهلاك، لم تعد مقصورة على بلدان متقدمة وأخرى نامية، أو أسرة فقيرة وأخرى غنية، بل صار السلوك الاستهلاكي عامًا (الروماني، ٢٠١٠: ١٣). فلا يخلو مجتمع من إحدى صور الاستهلاك، فالاستهلاك ظاهرة حتمية ترتبط بوجود

on consumer decision-making process of the Egyptian family. And identified research problem to be examined in this study in the analysis of consumer decisions to the family, and by identifying the social and economic variables affecting those decisions, and to what extent contribute to these variables prepared by the current study, the independent variables in shaping consumer decisions within the family pattern. The field study was conducted on some Egyptian families that belong to a variety of social and economic levels in two randomized belong to the Giza governorate, and through the non-random sample withdrawn (Purposive) numbered (188) family of households in the selected study areas, has been dealing with couples or wives to collect data from a sample of the study families, as each of them expresses the consumer trends of family members. The study concluded that spending in the family's decision in the areas of study related

كثيرة ومتعددة، لذلك تدخل معظم دراساته في ميدان الدراسات الاقتصادية والاجتماعية والنفسية(نوفل، ٢٠٠٦: ٣).

وتشير الدلائل إلى أن المجتمع المصري يتسم بزيادة في معدل استهلاكه، حيث يعد من أعلى معدلات الاستهلاك في العالم، فحجم الاستهلاك يمثل ٨٠٪ من الدخل، والباقي يوجه للاستثمار، في حين أن معظم الدول المتقدمة لا تستهلك أكثر من ٦٥٪ من دخلها، وترجع هذه الزيادة في الاستهلاك إلى كثير من العوامل، منها التقدم العلمي والتطور التكنولوجي والدعاية والإعلان وما يترتب عليه من ظهور سلع جديدة لم تكن معروفة أو موجودة من قبل وما تبعه من أساليب إعلانية بما يزيد من معدل الاستهلاك والتحول إلى النمط البذخي (الدويك، ٢٠١١: ٧٦٦). هذا وتشير نتائج دراسة حديثة أجراها الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء إلى أن متوسط الاستهلاك الفعلي للأسرة المصرية عموماً ٩، ٢٥٨٢٧ جنيهاً، ومتوسط الإنفاق الاستهلاكي السنوي للأسرة ٦، ٢٥٣٨٨ جنيهاً (الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، ٢٠١٣: ٢٢).

ومن ثم يعاني مجتمعنا المصري من مشكلة ارتفاع معدلات الاستهلاك، تتبدى في تزايد

الإنسان وإشباع حاجاته المادية والمعنوية (مرتضى، ٢٠١١: ٤٠٣).

ومن هذا المنطلق، اهتمت الدراسات السوسيولوجية في الآونة الأخيرة بكشف الأبعاد الاجتماعية للاستهلاك، من حيث ارتباطه بالمستوى الاجتماعي وبأسلوب الحياة، ومن حيث وظائفه، والرموز التي يحملها، وصاحب ذلك تأكيد أن المظاهر الاستهلاكية قد شملت كل شيء أو تكاد تسيطر على كل تصرفات وسلوك الأفراد تجاه السلع، وطرق إشباع رغباتهم منها بما يتحقق لديهم من دخول نقدية وقوة شرائية حقيقية. كما صاحبه تأكيد أن تبني النزعة الاستهلاكية وانتشارها يؤدي إلى خلق موقف يشعر فيه المرء بأنه غير مشبع ثقافياً إذا لم يستهلك مثله مثل الآخرين، ومن ثم تتحول العلاقات بين الناس إلى علاقات بين أشياء، ويصبح الاستهلاك غاية في حد ذاته، وهو ما يوجد في المجتمع طبقات فقيرة يغلب عليها مفهوم (فقراء الثقافة الاستهلاكية) (الأسمرى، ٢٠١١: ٣٤٩). كذلك الأمر، فإن الاستهلاك ليس مشكلة فردية وإنما هو مشكلة اجتماعية؛ لأن ما نستهلكه يتوقف على ما يستهلكه الآخرون، فالاستهلاك نمط من الأنماط المعيشية تتدخل فيها دوافع إنسانية

الواحدة وتشكل أنماطهم الشرائية (ناصر، ماخوس، ٢٠٠٩: ١٤٩). وذلك من منطلق أن الحياة ما هي إلا سلسلة من القرارات التي تتخذها الأسرة في بيئتها الاجتماعية، ويتوقف نجاح الأسرة في إدارة شؤونها إلى حد كبير على مدى سلامة ورشد القرارات التي تتخذها (الزهراني، عبدالجليل، ٢٠١١: ٤١١). وتمثل تلك القرارات الاستهلاكية داخل النسق الأسري محور الدراسة الراهنة، من حيث أسلوب اتخاذها وأسس اتخاذها، والأطراف المتدخلين في اتخاذ تلك القرارات، هذا فضلاً عن إبراز دور المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية التي تؤثر في صياغة تلك القرارات.

إجمالاً، تستمد الدراسة أهميتها من عدة اعتبارات يمكن إجمالها في الآتي:

١. تمثل الدراسة الراهنة إضافة علمية لفرع مهم من فروع علم الاجتماع، وهو علم الاجتماع الاقتصادي، خاصة فيما يتعلق بتداسر المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية المؤثرة على عملية اتخاذ القرارات الاستهلاكية بالأسرة، وانعكاس تلك المتغيرات في إحداث تغيير في الأنماط الاستهلاكية بالأسرة المصرية عموماً.

٢. يؤدي الكشف عن المتغيرات الاجتماعية

لملموس في الإنفاق الاستهلاكي للأسرة المصرية بشكل لا يتناسب مع الدخل المنخفضة لكثير من هذه الأسر، فضلاً عن ارتفاع معدلات التضخم (السالوس، ٢٠١٢: ١٠٥). وهو ما يشكل عبئاً على اقتصاديات الأسرة (الحازمي، ٢٠١٠: ١٥٦). هذا فضلاً عن تجاذب الأسرة المصرية تيارات مختلفة ذات البريق الإعلاني للمزيد من الإنفاق والاستهلاك مما أثر على الأنماط الإنفاقية الاستهلاكية للأسرة (انظر: علام، ١٩٩٥).

ومن هنا يتفق الباحثون في مجال الاستهلاك على مبدأ أن الأسرة تشكل خلية استهلاكية واحدة لها مصدر خاص بها للدخل (قد يساهم فيه فرد واحد أو عدة أفراد)، وأن جميع المستهلكين فيها هم أعضاء في وحدة استهلاكية واحدة (زايد، أبو العينين، ١٩٩٢: ١٨). ولعل أهم ما يمكن أن يؤثر على تلك الخلية - أي الأسرة - في الوقت الراهن هو نمط الاستهلاك وكيفية ترشيده بما يساعد على الموازنة بين الدخل والاستهلاك واتخاذ القرارات الاستهلاكية (عليق، ٢٠٠٧: ١٨٩٦). والتي تعد من القرارات المهمة في دراسات الاستهلاك (الغدير، ٢٠١٢: ٣٤٤)، وذلك نظراً لتعدد المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية التي تؤثر في سلوك أفراد الأسرة

بالاستراتيجيات والسياسات العامة للدولة، والتي تستهدف ترشيد الإنفاق الاستهلاكي بين أفراد الأسر المصرية.

ثانياً مشكلة الدراسة:

تتغير الأنماط الاستهلاكية للمجتمعات تغيراً تدريجياً في مواكبة عدد من المتغيرات الاقتصادية ولا سيما الدخل والأسعار، ومتغيرات اجتماعية مرتبطة بالتعليم والتحضر والأسرة والقيم السائدة فيها، وغير ذلك من المتغيرات. ولما كانت الأسرة هي الخلية الأولى في المجتمع فإن أنماط الاستهلاك فيها تؤثر وتتأثر بالنمط الاستهلاكي في المجتمع ككل (باكر، ١٩٩٤: ١٤٠). فالأسرة هي المسؤولة عن الاستهلاك العائلي (باوزير، ١٩٩٥: ١٦٦). وتبرز أهمية الأسرة كعضو فاعل وموضع تأثير وثقة من أفراد الأسرة في تغيير وتوجيه استهلاك أفراد الأسرة بقدر ثقافتها ووعيها ورغبتها في تكوين العادات والاتجاهات الاستهلاكية السليمة نحو الإنفاق والاستهلاك. فالأسرة هي أكثر الوسائط التربوية تأثيراً في حياة الإنسان منذ ولادته، وهي البيئة الاقتصادية والاجتماعية التي ينتمي إليها الأبناء، ولها العديد من الوظائف التي يتعلمون فيها السلوكيات الاجتماعية

والاقتصادية المؤثرة على استهلاك الأسرة إلى تقديم بعض الدلائل والمؤشرات التي تمكن المؤسسات المعنية بالأسرة وأنماطها الاستهلاكية من الاستفادة منها في تحديد مجالات الحماية التي يجب إعطاؤها مزيداً من الاهتمام، فضلاً عن الاستفادة منها في تخطيط وتنفيذ البرامج اللازمة لرعاية الأسرة المصرية.

٣. تناول الدراسة موضوعاً حيويًا وجانبًا اقتصاديًا واجتماعيًا يمثل أحد جوانب التنمية الاقتصادية والاجتماعية، حيث يمثل زيادة الاستهلاك جانبًا اقتصاديًا مهمًا، أما في الجانب الاجتماعي يمثل عبئًا كبيرًا على بنية مجتمعتنا المصري واقتصاديات أفرادها، فقد بلغت معدلات الاستهلاك إلى أعلى معدلاتها مما يشكل خطرًا على الأمن المجتمعي.

٤. إلقاء الضوء على المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية المؤثرة على اتخاذ القرارات الاستهلاكية بالأسرة المصرية، خاصة وأن معظم مشكلات الأسرة المصرية هي مشكلات اقتصادية في المقام الأول، الأمر الذي قد يؤدي إلى تفكك الأسرة والعجز عن الوفاء بإشباع احتياجات أفرادها.

٥. ترتبط نتائج هذه الدراسة بشكل مباشرة

وليس هناك من شك في أن التغيرات الاجتماعية التي تعرض لها المجتمع العربي عمومًا والمصري على وجه الخصوص قد أثرت في نوعية العلاقات الداخلية في الأسرة من حيث نمط اتخاذ القرارات الأسرية والاستهلاكية من حيث علاقة الزوج بالزوجة والآباء بالأبناء، وإذا كان الرجل مازال رب الأسرة ومصدر القرار الاستهلاكي، إلا أن هذا المصدر لم يعد بنفس التسلط والسيطرة الذي كان عليه في الأسرة التقليدية؛ لأسباب عدة، بعضها اجتماعي مثل ارتفاع مستوى التعليم وبعضها الآخر مجتمعي مثل خروج المرأة للعمل وتطلعها إلى دور أكثر فعالية في أسرتها، كما أن الاختلاف الثقافي واختلاف الطبقة الاجتماعية التي تنتمي إليها الأسرة، هذا فضلًا عن أن الأسرة الحضرية تختلف كثيرًا عن الأسرة ذات الأصول الريفية فيما يتعلق باتخاذ القرارات الاستهلاكية (المغربي، ٢٠١٢: ٥١٣).

هذا، وقد أوضحت العديد من الدراسات أن من أهم العوامل التي تؤثر على أنماط السلوك الإنفاقي والاستهلاكي العائلي هي التغيرات الاجتماعية (الأسرة، الجماعات المرجعية، الأدوار الاجتماعية، الانتماء السياسي) والعوامل الشخصية (السن،

والممارسات والخبرات والعادات الاستهلاكية المختلفة (الحلبي، ٢٠٠٩: ٣٨١).

ولا خلاف في أن الدور الذي تلعبه المرأة داخل الأسرة يجعلها من أهم القوى المؤثرة في الأسرة، وذلك بتنظيم أسرتها، وترشيد استهلاكها، وزيادة مدخراتها، ما يتيح للأسرة فرص أفضل للاستقرار العائلي. فكلما توافرت مستويات عالية من الوعي، كانت فرص نجاح واستقرار الأسرة أكبر، حيث يمكنها من مواجهة أي صعوبات تعترضها في الحياة (عبدالمجيد، ٢٠١٠ : ٣٧٩). كذلك تساهم المرأة في إمداد أفراد الأسرة بالمعلومات التي تساعدهم في اتخاذ القرارات الاستهلاكية (الإمام، ١٩٩٥: ٥٠٠). كذلك للمرأة الدور الكبير في تكوين عادات أفراد الأسرة، وتوفير الفرصة لهم في عمليات الاختيار والشراء مع التوجيه والإرشاد، أي المساهمة في التنشئة الاستهلاكية وغرس القيم والاتجاهات الاستهلاكية المتعلقة باستخدام الموارد (إبراهيم، سعيد، ٢٠١٠: ٤٣٧). وهذا ما يعرف بعملية التطبيع الاستهلاكي Consumer Socialization التي بواسطتها يمتلك الأفراد المهارات والمعرفة والمواقف اللازمة للتصرف كمستهلكين (سويدان، ٢٠١١: ٨٧١).

المراد بحثها في هذه الدراسة تنحصر في تحليل القرارات الاستهلاكية بالأسرة المصرية، وذلك عن طريق تحديد المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية المؤثرة في اتخاذ تلك القرارات، وإلى أي مدى تساهم تلك المتغيرات - التي تعدها الدراسة الراهنة متغيرات مستقلة - في صياغة وتشكيل القرارات الاستهلاكية داخل النسق الأسري؟.

ثالثاً تساؤلات الدراسة:

- ١ - ما الخصائص الاجتماعية والاقتصادية للأسر بمنطقتي الدراسة؟
- ٢ - ما أسلوب اتخاذ القرارات الاستهلاكية بالأسرة بمنطقتي الدراسة؟
- ٣ - وما أسس اتخاذ تلك القرارات؟ ومن هم الأطراف المؤثرون في اتخاذ تلك القرارات؟
- ٤ - ما مدى مشاركة الزوجة لزوجها في اتخاذ القرارات الاستهلاكية بالأسرة؟ وما المتغيرات التي تؤثر في درجة مشاركتها؟
- ٥ - ما العوامل والمتغيرات الاجتماعية والاقتصادية التي تؤثر على أسلوب اتخاذ القرارات الاستهلاكية بالأسرة؟ وإلى أي مدى تتباين تلك المتغيرات بين الأسر في منطقتي الدراسة؟
- ٦ - هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية

النوع، الدخل، التعليم، المهنة، الديانة) والعوامل السيكولوجية (الحاجة، الدوافع، التعلم، الإدراك، الاتجاهات) والعوامل البيئية والمجتمعية (المناح الاجتماعي، القيم الاجتماعية، وسائل الإعلام، الطبقات الاجتماعية) (النسور، ٢٠١١، الزعبي، ٢٠١٠، أبو جمعة، ١٩٩٩، عطية، ١٩٨٥). فضلاً عن مكان السكن وحجم الأسرة (الحبشي، ٢٠١١: ١٧٨). ومجمل هذه المتغيرات أكدتها النظريات الاقتصادية والسوسولوجية المتعلقة بالاستهلاك العائلي (البسام، ٢٠٠٩: ١).

وعلى الرغم من أن الدراسات الأجنبية في مجال سلوك المستهلك تنطوي على عدد كبير ومتزايد من الدراسات والبحوث المتعلقة باتخاذ القرارات الاقتصادية للأسرة باعتبارها وحدة مهمة في دراسة سلوك المستهلك (Broniarczyk, See; 2014, Bandara, Drechsel, 2014, Ward, 1990)، إلا أن مثل هذا المجال من الدراسة مازال بكرًا في المجتمع المصري. ومن هذا المنطلق، تحاول الدراسة التعرف على ما إذا كان القرار الاستهلاكي في الأسرة المصرية فردياً أم يسيطر عليه الزوجان معاً؟ وما أساليب اتخاذ القرارات الاستهلاكية داخل النسق الأسري؟ أي أن المشكلة البحثية

خامساً مفاهيم الدراسة:

١-٥ الاستهلاك Consumption

يعد موضوع الاستهلاك من الموضوعات الحديثة في علم الاجتماع، فهو يمثل موضوعاً مستقلاً للدراسة. فالاستهلاك يعد أحد المتغيرات الاقتصادية التي يمكن أن تتأثر بالمتغيرات الاجتماعية، وكذلك حال علم الاجتماع الذي طرح هذا الموضوع كأحد المؤشرات الدالة على الطبقة الاجتماعية وخاصة الطبقة المترفة. فلم يطرح الاستهلاك للدراسة السوسولوجية المتخصصة إلا في الثمانينيات من القرن العشرين، حيث عقدت المؤتمرات وصدرت الدراسات السوسولوجية التي تتناول سوسولوجيا الاستهلاك (زايد، ١٩٩١: ٢٦). في المقابل حظي موضوع الاستهلاك باهتمام الاقتصاديين منذ بداية تطور الاقتصاد السياسي في القرن الثامن عشر، وحتى أصبح الاقتصاد علمًا من بين العلوم الاجتماعية (المومني، ١٩٩٦: ٤٩٥). ويمثل الاستهلاك إحدى العمليات الاقتصادية التي يهتم بتناولها وتحليلها علم الاجتماع الاقتصادي، فهو محرك أساسي للتنمية الاقتصادية (كريمة، ٢٠١٠: ٢٧). ويشير التراث النظري إلى أنه من الصعوبة الاتفاق بين الباحثين حول تعريف واحد

٦ - هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية

بين عينة الدراسة وأساليب اتخاذ

القرارات الاستهلاكية؟

رابعاً أهداف الدراسة:

تستهدف الدراسة في المقام الأول تحديد المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية المؤثرة على اتخاذ القرارات الاستهلاكية بالأسرة المصرية، وتحديد الوزن النسبي لتأثير كل من هذه المتغيرات في اتخاذ القرارات الاستهلاكية. ومن هنا تتحدد الأهداف الفرعية للدراسة على النحو التالي:

- ١ - الكشف عن أثر المتغيرات الاجتماعية في اتخاذ القرارات الاستهلاكية بالأسرة بمناطق الدراسة.
- ٢ - الكشف عن أثر المتغيرات الاقتصادية في اتخاذ القرارات الاستهلاكية بالأسرة بمناطق الدراسة.
- ٣ - تحليل القرارات الاستهلاكية بالأسرة في مناطق الدراسة من حيث (قرار الإنفاق - أسس اتخاذ القرارات)
- ٤ - الكشف عن الفروقات ودلالاتها الإحصائية بين عينة الدراسة في أساليب اتخاذ القرارات الاستهلاكية.

فلاستهلاك في كذا جهد نفسه فيه، المال ونحوه، أنفقه أو أهلكه، ويقال استهلك ما عنده من طعام أو متاع (معجم اللغة العربية، ب.ت: ١٠٠٢). ولكل فئة اجتماعية نموذج خاص للاستهلاك، أي طريقة خاصة لتقسيم الدخل المخصص للاستهلاك بين سلع الاستهلاك المختلفة (عبدالعزیز، ٢٠٠١: ١٤٦٣). كذلك فالاستهلاك هو استخدام سلعة أو خدمة في إشباع حاجة ما إشباعاً مباشراً، وقد يستخدم الاصطلاح تعبيراً عن الإنفاق الذي يستهدف هذا الإنفاق المباشر (عليق، ٢٠٠٧: ١٨٩٩). فالاستهلاك عملية شاملة تسير في حلقات كبرى مرتبطة ببعضها (السليبي، ٢٠٠٩: ١٢). وبالتالي، لم يعد الاقتصاد وحده هو المدخل الحقيقي لفهم الاستهلاك وزيادة النزعة الاستهلاكية بين البشر في عالمنا المعاصر (حجازي، ٢٠٠٨: ٧١). ومن هنا، يعرف «الرامخ» الاستهلاك بأنه استخدام السلع والمنتجات أو الخدمات واستهلاكها، فضلاً عن استهلاك الصور والرموز في مجالات عديدة في حياتنا الاجتماعية، ومن ثم فهو استهلاك لكل ما هو مادي ومعنوي، وما يصاحب ذلك من إشباعات لحاجات متنوعة (نفسية، اجتماعية، بيولوجية، ثقافية) بعضها يكون ظاهراً، والبعض الآخر مستتراً.

للاستهلاك، طالما أنه يستخدم بطرق مختلفة في العلوم الاجتماعية، حيث يعتبره بعض الاقتصاديين من أمثال آدم سميث أنه - أي الاستهلاك - يمثل الهدف النهائي لكل أنواع الإنتاج، ومن ثم يعني استغلال السلع والمنتجات والخدمات في إشباع الحاجات؛ لأن كل العمليات الاقتصادية كالإنتاج والتبادل والتوزيع تخلص في النهاية إلى الاستهلاك (غيث، ١٩٨٩: ٩٠). ومن ثم فالاستهلاك ظاهرة أو عملية ذات طابع اقتصادي، مثل العرض والطلب ومعدل الإنتاج (بودالي، ٢٠١٣: ٢١٦).

وقد ساهم التحول نحو اقتصاد السوق في بلدان العالم النامي - وخاصة في ظل سياسات تحرير الاقتصاد والعولمة - في خلق ثقافة الاستهلاك من أجل الترويج، وإلغاء العقل، وإثارة العواطف وتحريكها لاقتناء السلع الرأسالية الإنتاجية، وتعظيم الفائض الاقتصادي لصالح الصفوة الاقتصادية؛ وبالتالي دعم قدرتها السياسية (حجازي، ٢٠٠١: ١١٩).

والاستهلاك في اللغة يعني إذهب الشيء وإفناؤه كأن لم يكن، ويدخل في هذا المعنى إذهب المال بالإنفاق، فهو استهلاك له من يد منفقة (آل عروان، ٢٠٠٤: ٥٥).

أدت إلى تراكم الثقافة المادية في شكل سلع وخدمات استهلاكية، المنظور الثاني: يرى أن تحقيق الإشباع من السلع الاستهلاكية يرتبط بالمكانات الاجتماعية أو التميزات الاجتماعية، المنظور الثالث: يتركز حول تحقيق السعادة العاطفية والجمالية من خلال عملية الاستهلاك (الخواجة، ٢٠٠٠: ٣). إذ تنتشر الثقافة الاستهلاكية في المجتمعات الفردية، وتبرز الكسب المادي المباشر كعامل أساسي في تقدير الأشخاص، وتقارن دائماً بين الإمكانيات المادية والطموحات الاستهلاكية، ويؤدي ذلك كله في النهاية إلى اهتزازات عميقة في الشخصية السوية لأفراد المجتمع (الرماني، ١٩٩٧: ٧٨).

ويوصف "جان بودريارد" في كتابه المجتمع الاستهلاكي ثقافة الاستهلاك في عالمنا المعاصر بأنها ثقافة فيها كل شيء قابل للتبادل مع أي شيء، ومما لا شك فيه أن هذه العبارة الشمولية تعبر عن واقع حياتنا المعاصرة، فقد تحول الاستهلاك إلى جزء متكامل من كل شيء، فالإنسان المعاصر يوصف بأنه مستهلك أو استهلاكي (بودريارد، ١٩٩٥: ١٤).

ومن هنا تشير ثقافة الاستهلاك إلى مجموع المعاني والرموز والصور المصاحبة لعملية الاستهلاك بدءاً من تبلور الرغبة الاستهلاكية،

ويختلف الاستهلاك باختلاف الزمان والمكان، وباختلاف توجهات أعضاء وجماعات المجتمع، وباختلاف ثقافتهم الفرعية وقيمهم الدينية، وباختلاف التركيب العمري والنوعي لسكان المجتمع، إلا أنه لا يستقيم على حال واحد، فهو يختلف من فرد إلى آخر، ومن فئة اجتماعية إلى أخرى، ومن زمن إلى آخر، ومن مجتمع إلى آخر، ولا يختلف الأمر في المجتمع الحديث عن أي مجتمع سابق إلا في الأهمية المتزايدة التي بدأت تحتلها ضرورة زيادة الاستهلاك في المجتمعات (مارشال، ٢٠٠٠: ١٦٥).

٢-٥ ثقافة الاستهلاك

Culture of Consumption

توصف ثقافة الاستهلاك في عالمنا المعاصر بأنها ثقافة أصبح فيها كل شيء قابل للتبادل مع أي شيء (عيدان، ٢٠١١: ٢٦١). ويذهب "فيدرستون" بمصطلح الثقافة الاستهلاكية إلى مديات أوسع من متواليات الحاجات، ويؤكد أن عالم السلع والمبادئ التي تقوم عليها هي في غاية الأهمية فيما يخص فهم المجتمع المعاصر (فيدرستون، ١٩٩١: ١١١). كما يرى "فيدرستون" أن ثقافة الاستهلاك تتحدد عبر ثلاثة منظورات: المنظور الأول يرى أنها نجمت عن انتشار سلع الإنتاج الرأسمالي التي

هو ما يسمى بالسلوك (عامر، ٢٠٠٦: ١٠). والسلوك الاستهلاكي - كسلوك اقتصادي - هو سلوك إنساني مكتسب ينتقل بالتعليم والتربية والإعداد للحياة (بدوي، ١٩٩١: ٤٠٣)، والذي ربما يحمل الكثير من المخاطر وسلبات الاستهلاك غير المنضبط (الهدلق، ٢٠١١: ٥).

والسلوك الاستهلاكي شأنه شأن أي مظهر من مظاهر السلوك الإنساني يتحدد نتيجة التفاعل بين خصائص الفرد ومقوماته الأساسية، وبين البيئة المحيطة به، وكيفية إدراكه لها، فالفرد المستهلك عند اتخاذه لقراراته الاستهلاكية يحدث تفاعل بين عاداته واتجاهاته ودوافعه التي تكونت من خبراته السابقة، وبين بيئته التي يعيش فيها تحت قيود دخله وموارده المتاحة (الحازمي، ٢٠١٠: ١٥٦). ومن ثم يتعلق السلوك الاستهلاكي بكافة الأنشطة التي يبذلها الأفراد في سبيل الحصول على السلع والخدمات واستخدامها بما فيها اتخاذ قرارات الشراء نفسها، ولذلك فإن دراسة سلوك المستهلك به أهمية كبيرة في وضع استراتيجيات التسويق (قنديل، ٢٠١١: ٦٣٩).

إن السلوك الاستهلاكي هو النمط الذي يتبعه الفرد في سلوكه للبحث أو الشراء أو الاستخدام أو التقييم السريع للسلع

مرورًا بالاستهلاك الفعلي وانتهاءً بما بعد الاستهلاك. ومن الناحية الإجرائية تعني ثقافة الاستهلاك كافة المعاني والرموز والتصورات الدافعة للاستهلاك والمصاحبة للاستهلاك خلال تمثلها في وعي المستهلكين وإدراكهم لأنفسهم وعلاقاتهم بغيرهم، وكذلك المعاني والرموز والصور العالقة بأذهان الناس عقب الاستهلاك وخصوصًا فيما يتعلق بارتباط السلع بالمكانة (المصري، ٢٠٠٦: ٧). ومن هنا فإن الأفراد يستهلكون بجانب استهلاكهم للسلع المادية؛ الصور والمعاني والرموز المرتبطة بها (زايد، ١٩٩١: ٦٥). ولذلك يرى (زايد، ١٩٩١) أن الثقافة الاستهلاكية لا تأخذ صيغًا ثابتة في كل المجتمعات وإنما تنصهر مع التراث التقليدي المحلي وتتفاعل معه في عملية تدعيم وتحول متبادل تنتج كيانًا ثقافيًا متميزًا له خصوصية، وتتحدد هذه الخصوصية في ضوء الإطار البنائي العام الذي تحدث فيه هذه العملية.

٢-٥ السلوك الاستهلاكي

Consumption Behavior

يعيش الإنسان في بيئة يؤثر فيها ويتأثر بها، وعليه أن يتكيف مع هذه البيئة؛ لذا تصدر عنه أنواع مختلفة من الأنشطة من أجل إشباع حاجاته وتحقيق أهدافه، وهذا النشاط

٤-٥ المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية

Social and Economic Variables

هي مجموعة من المتغيرات التي تؤثر على الأسرة وأفرادها عند اتخاذ القرارات المتعلقة بالاستهلاك، فهناك متغيرات عدة تؤثر على أنماط الإنفاق الاستهلاكي الأسري والفردى مثل اختلاف الخصائص الديموجرافية للأفراد أو الأسر والتي تتمثل في السن والنوع والتعليم والمهنة والحالة الاجتماعية علاوة على حجم الأسرة وتركيبها ودورة حياتها. إذ تختلف أذواق المستهلكين باختلاف السن والنوع ومستوى التعليم وغيره. علاوة على ذلك فإن الثروة المتاحة للفرد تعتبر محددًا لحجم الاستهلاك وأنماطه وخاصة ما يتعلق منها بالدخل الدائم الناتج عن الثروة المملوكة سواء بمعناها النقدي أو المستثمر في شكل أصول سائلة (العزاز، حسن، ١٩٩٢: ١٨١).

٥-٥ اتخاذ القرارات الاستهلاكية

Consumer Decisions

إن ما يهدف إليه علم سلوك المستهلك هو العمل على توضيح الكيفية التي تتم فيها عملية اتخاذ قرار الشراء من جانب المستهلك وفهمها؛ لأن هذا الفهم يساعد في بناء قرارات التسويق. وعليه فعملية اتخاذ قرارات الاستهلاك عملية متنوعة ومتسلسلة

والخدمات والأفكار التي يتوقع منها أن تشبع حاجاته ورغباته. ومن هنا فإن السلوك الاستهلاكي هو تصرفات الفرد التي تجعله يظهر بمظهر الباحث عن الشراء أو استخدام السلع والخدمات ومحاولة الوصول إلى التقييم المناسب لكل منهما مما يسهل عملية إشباع حاجاته (الدويك، ٢٠١١: ٧٧٢). كما يعرف بأنه السلوك الذي يبرزه المستهلك في البحث والشراء واستخدام السلع أو الخدمات أو الأفكار التي يتوقع أنها ستشبع رغباته أو حاجاته حسب الإمكانيات الشرائية المتاحة (عبيدان، ١٩٩٥: ٤).

وهناك من يعرف السلوك الاستهلاكي، بأنه: دراسة الكيفية التي تتم بها عمليات الاختيار، الشراء، الاستعمال للسلع، الخدمات، الأفكار من قبل الأفراد والمجموعات والمنظمات لإرضاء حاجاتهم ورغباتهم (توفيق، ٢٠١٢: ٢٦١). ومن ثم يلخص السلوك الاستهلاكي عملية شراء السلع والخدمات المختلفة من قبل الفرد لإشباع بعض الحاجات والرغبات التي يشعر بها فيقرر شراؤها بكميات معينة وفي أوقات محددة، وحسب الإمكانيات الشرائية المتاحة (إبراهيم، سعيد، ٢٠١٠: ٤٤٥).

ويشير التراث النظري المتاح حول اتخاذ القرارات الاستهلاكية إلى التمييز بين ثلاثة أنواع من القرارات الاستهلاكية، هي (معمرى، الهلى، ٢٠١٣: ٢-٣):

القرار الاستهلاكي الروتيني (المكرر): ويكون ذلك القرار الاستهلاكي عند شراء المستهلك لمستلزماته المعتادة والمتكررة، حيث يتجاوز عدة مراحل في عملية اتخاذ القرار بسرعة، لذلك لا يحتاج لاستهلاك وقت طويل أثناء التسوق.

القرار الاستهلاكي المحدود: حيث يصبح قرار الشراء أكثر تعقيداً عندما يواجه المستهلك علامات أو ماركات للسلعة غير مألوفة لديه، أي أن المستهلك في هذه الحالة على علم بالمنتج، ولكنه ليس على علم بكل العلامات الخاصة به.

القرار الاستهلاكي الموسع (القرار الممتد): قد يصل الشراء إلى درجة عالية من التعقيد، عندما يواجه المستهلك منتجات لم يعرفها من قبل ولم يتعرف على كيفية استخدامها، ويصبح قرار الشراء معقداً لدرجة كبيرة، ويمثل حالة من الحالات التي تحتاج إلى أسلوب حل المشكلات وبطريقة أكثر تعقيداً. وعليه فالمستهلك يستخدم مراحل عملية اتخاذ القرار الاستهلاكي استخداماً كاملاً.

تتراوح ما بين القرارات الروتينية السريعة إلى القرارات التي تحتاج وقتاً وجهداً وتكلفة، وذلك باعتبار أن المستهلكين يهدفون من وراء اتخاذ القرارات الاستهلاكية حل مشكلاتهم (معمرى، الهلى، ٢٠١٣: ٢).

ويعرف القرار بأنه الثبات على اختيار محدد أو إجراء معين. واتخاذ القرار هو المواجهة اليومية المستمرة للمشكلات التي يتعرض لها الفرد ويعمل على حلها. أما عملية اتخاذ القرار فهي عملية اختيار برنامج عمل من البدائل المتاحة لحل مشكلة ما، وهي اختيار تصرف معين بعد دراسة وتفكير (الزهراني، عبد الجليل، ٢٠١١: ٤١٣). إذن فهي عملية تحديد وتعريف المشكلة وتكوين البدائل واختيار البدائل أو الحل المناسب وتنفيذ ومتابعة هذا التنفيذ. ويقصد به في هذه الدراسة القدرات التي يتمتع بها أفراد الأسرة للمواجهة المستمرة للمواقف أو المشكلات التي يتعرضون لها والعمل على حلها من خلال البحث وإيجاد الحلول المختلفة والمفاضلة بينها لاختيار أحسن هذه الحلول لإنهاء المواقف أو المشكلة والوصول إلى الهدف، خاصة وأن اتخاذ القرارات ترتبط بصورة أساسية بالقيم والأهداف والاستراتيجيات (Nelson, 2004; 28).

أما بالنسبة للنظريات الاجتماعية فإنها تناولت المستهلك على أنه فرد داخل جماعة قد تكون الأسرة أو الأصدقاء، وهو عندما يظهر سلوكاً معيناً، فإن ذلك يكون من أجل الحصول على رضا الجماعة، حيث إنه كائن اجتماعي ويريد أن يتفاعل مع المجموعة التي ينتمي إليها من خلال التكيف مع أنماط السلوك الشرائي (أبو إسماعيل، ١٩٨٩: ٤).

٦-١ المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية المؤثرة في عملية الاستهلاك:

تناول عدد من الباحثين في علم الاقتصاد السلوك الاستهلاكي معتمدين على مفاهيم العرض والطلب للسلع وتأثيراتها في مستويات الأسعار صعوداً وهبوطاً حسب الفئات السلعية، وقد انصب الاهتمام من جهة أخرى بمستويات الدخل وتوزيعه، والكيفية التي يشبع بها الأفراد احتياجاتهم من السلع والخدمات، مع تأكيد مفهوم الرشد الاقتصادي الذي يفترض أن الفرد يتصرف بشكل عقلائي يحقق من خلاله أقصى الفوائد عند شراء سلعة أو الحصول على خدمة ما (الأسمرى، ٢٠١١: ٣٥٣). والمتبع للدراسات في علم الاجتماع يلاحظ اهتمامه بالكيفية التي تشكل من خلالها الطبقات الاجتماعية في مجتمع ما وعلاقتها بالنمط الاستهلاكي، حيث

ومن هنا تعرف القرارات الاستهلاكية داخل الأسرة بأنها الاختيارات المقترحة من قبل الزوجين؛ نتيجة خبراتها السابقة، التي تستهدف تحقيق الأهداف في حدود الإمكانيات المادية، وتشمل القرارات الاستهلاكية الأسرية الإنفاق على الطعام والشراب والملبس والمسكن والعلاج وتعليم الأبناء وزواجهم... إلخ.

سادساً الإطار النظري للدراسة:

إن موضوع الاستهلاك واتخاذ القرارات الاستهلاكية موضوع معقد؛ بفعل العلاقة بين الإنسان والسلع الاستهلاكية والبيئة المجتمعية والمتغيرات الاقتصادية. وقد جرت دراسة وتحليل هذه العلاقة من منطلقات فكرية مختلفة ومن منظور الفكر الاقتصادي والاجتماعي والنفسي. هذا التنوع يعكس الطبيعة المعقدة والمتداخلة لهذا الموضوع (الرحماني، ١٩٩٩: ٢٧). فبالنسبة للنظرية الاقتصادية فإن الافتراض الرئيس لها أن المستهلك يسعى لأن يكون رشيداً في قراراته، وذلك من خلال إنفاق دخله على السلع طبقاً لأولوياتها بالنسبة له، وبحيث يحقق أعلى درجة من الإشباع بأقل تكلفة ممكنة في ضوء ما هو متاح له من دخل ومن بدائل لتلك السلع (أبو إسماعيل، ١٩٨٩: ٣).

كشفت بصفة خاصة عن تمايز بين الطبقات وبعضها، معنى هذا أن هناك علاقة وثيقة الصلة بين الانتفاء الطبقي وبين الاستهلاك، وفي هذا الإطار قسم "بورديو" الطبقات إلى ثلاثة أنواع: أولها: الطبقة التي تمتلك الثروة المادية كرجال الصناعة والتجارة، وهم أشد ميلاً للإقبال على الوجبات السريعة وركوب السيارات الحديثة واقتناء المنازل والتحف وما إلى ذلك. وثانيها: الطبقة التي تملك الثروة الثقافية كأساتذة الجامعة والكتاب ومنتجي الفن، وهم أشد ميلاً إلى إتقان اللغات وسماع الموسيقى وحضور الاحتفالات العامة، وثالثها: الطبقة التي لا تملك إلا قدرًا بسيطاً من الجانب المادي والثقافي كالعامل المهرة وغير المهرة وشبه المهرة، وهم أشد ميلاً إلى تشجيع كرة القدم والرقص الشعبي (عبدالرحمن، ٢٠١٢: ٣٢٩). واستناداً لذلك، فإن الطبقة تعد أحد المتغيرات الاقتصادية المهمة في تشكيل ثقافة ونمط الاستهلاك في المجتمع، وهناك يشير «فيدرستون» إلى أن الطبقة الوسطى هي أكثر الطبقات الاجتماعية سعياً إلى التمايز، وهو ما يتجلى في استهلاكهم للغذاء والملبس (فيدرستون، ٢٠٠٥: ٤٤-٤٥).

كما اهتم «فيدرستون» بالوسطاء الثقافيين الجدد كأحد فئات الطبقة الوسطى الجديدة،

توصف الأسرة باعتبارها وحدة اجتماعية استهلاكية (الأسمرى، ٢٠١١: ٣٥٤). ومن ثم، فإن الاستهلاك له جوانبه الاقتصادية والاجتماعية، وهناك العديد من المداخل النظرية التي تقوم بتفسير الاستهلاك وأنماطه المختلفة في علاقته بالتغيرات الأخرى المؤثرة فيه. فقد فسّر «كنز» الاستهلاك على أساس حجم الدخل الذي يحصل عليه رب الأسرة أو الفرد في المجتمع، بالإضافة إلى مجموعة من الخصائص النفسية للطبقة الإنسانية (وهذا ما أسماه كنز دالة الاستهلاك). في حين فسّر «دي سنبري» النمط الاستهلاكي بمتغيرات أخرى لا تركز على الدخل، وإنما متمثلة في المحاكاة والتقليد والمركز الاجتماعي للشخص، بمعنى وجود إمكانية التحرك نحو الطبقات العليا، والذي يدفع الأفراد نحو الاستهلاك للسلع الجديدة. بينما ربط «مالتس» بين الاستهلاك وزيادة عدد السكان، بمعنى أنه كلما زاد عدد السكان زاد الاستهلاك، وأنه يرى في زيادة السكان المبرر الكافي لتفسير الزيادة المستمرة في الاستهلاك، بالإضافة إلى المحافظة على الوضع الاجتماعي وتحسين مستوى المعيشة (عبدالحميد، ٢٠١٠: ٣٩٣).

هذا، وقد ذهب «بيير بورديو» P. Bourdieu إلى أن عملية الاستهلاك

عدد السلع المتاحة والمحددة للأسعار. وحيث إن تفضيلاته محددة وقوته الشرائية أو دخله محدد، فإن المستهلك يتجه إلى شراء كميات من السلع المختلفة لإشباع تفضيلاته.

٦-٢-٢ الاتجاه الاقتصادي النفسي؛

ويفسر السلوك الاستهلاكي من خلال القول: إن المستهلك يدرك مختارًا طبيعة البيئة والظروف المحيطة به، وبناءً على اتجاهاته ودوافعه ومكوناته النفسية والاجتماعية الأخرى، فإنه يميل إلى الاستجابة للمؤثرات البيئية في حدود موارده المالية.

٦-٢-٢ الاتجاه الاجتماعي الاقتصادي؛
ويقوم هذا الاتجاه على افتراض أن الأفراد الذين يحصلون على دخول أعلى لهم أهمية أكبر في البنية الاجتماعية للمجتمع، وأن الأقل منهم يقلدونهم فيما يستهلكون تطلعًا إلى تحسين مراكزهم الاجتماعية.

ورغم تعدد الاتجاهات النظرية السوسيولوجية في مجال علم الاجتماع، إلا أنها تكمل بعضها، كما أن هناك تيارين أساسيين يدوران في فلك النظريات السوسيولوجية للاستهلاك (عبدالرحمن، ٢٠١٢: ٣٢٧):

النظرية الأولى: عمومية ثقافة الاستهلاك وعالميتها، تلك التي تنطلق من التأكيد على أن الثقافة الاستهلاكية قاسم مشترك بين

وقد أشار إليهم بورديو «بالمفكرين الجدد» الذين هم مفتونون بالهوية والمظهر ونمط الحياة والعرض والطلب لا نهاية له بالنسبة للخبرات الجديدة، ويرفضون التصنيف في أي شيء، ويقاومون القواعد الثابتة ويعتبرون الحياة مفتوحة النهايات، ويفضلون التمييز والاختلاف ونمط الحياة، ويشجعون بفاعلية نمط حياة المفكرين وينقلونه إلى المستمعين والمشاهدين، ويعطون شرعية للرياضة والموضة والموسيقى الشعبية والثقافة الشعبية باعتبارها مجالات صحيحة للتحليل الفكري، فالوسطاء الثقافيون يعملون بين الإعلام والحياة الفكرية الأكاديمية، ويعملون على نقل الثقافة الشعبية إلى الإعلام، وبالتالي يعملون على نحو التمييز بين الثقافة الرفيعة والثقافة الشعبية (فيدرستون، ٢٠١٠: ٢).

٦-٢-١ نماذج تفسير السلوك الاستهلاكي؛
أما فيما يتعلق بتفسير السلوك الاستهلاكي، فقد قدم المتخصصون عدة نماذج لتفسيره، يمكن حصرها في ثلاثة اتجاهات هي (منصور، ٢٠٠٢: ٩٨-٩٩):

٦-٢-١ الاتجاه الاقتصادي؛

ويفسر السلوك الاستهلاكي من خلال القول: إن المستهلك يكون مدفوعًا برغبته في تحقيق أقصى منفعة ممكنة، آخذًا في الاعتبار

سلوك الفرد. ومفهوم الدور المتوقع ذو أهمية كبيرة في توزيع وتحديد الأدوار في الأسرة واتخاذ القرارات بها؛ وذلك لارتباطه واتصاله بمعايير توزيع الأدوار وفقاً للنوع Sex Role Standards وهي الخصائص والأنماط السلوكية التي يعتبرها أفراد مجتمع معين على أنها تلائم الرجال أو النساء (العاصي، ١٩٩١: ٢٦).

ومعظم الدراسات التي تمت في مجال اتخاذ القرارات الاقتصادية في الأسرة ركزت على الزوجين، باعتبارهما الوحدة الأساسية لاتخاذ القرارات في الأسرة. ويرى بعض الباحثين أن الاقتصاد على الزوج والزوجة كوحدة للدراسة في اتخاذ القرارات الشرائية للأسرة يرجع إلى سببين: أولهما: هو أن دراسة اشتراك أكثر من اثنين في اتخاذ القرار سوف يؤدي إلى تعقيدات كبيرة في عملية قياس التأثير النسبي لكل طرف من أطراف القرار، ثانيهما: رغبة الباحثين في المقارنة بالبحوث السابقة أدت بهم إلى تركيز الاهتمام على دراسة الزوج والزوجة فقط في الأسرة (العاصي، ١٩٩١: ٢٧).

والدراسات في تناولها لتأثير الزوج والزوجة على قرارات الأسرة تركز على مفهوم السيطرة Dominance أي من الذي

الطبقات من ناحية وبين المجتمعات من ناحية أخرى. وتأتي عمومية وعالمية ثقافة الاستهلاك انعكاساً لتغيرات اقتصادية وبنائية بدأت في المجتمعات الرأسمالية المتقدمة ولكنها ما لبثت أن شملت العالم بأسره، وفي هذا الإطار توضح أعمال «بورديو» Pierre Bourdieu أن ثقافة الاستهلاك تتصف بالعمومية، إذ إن قوة تمثيل العالم أصبحت هدفاً في الحقل الثقافي وشكلاً من أشكال السلطة الثقافية.

النظرية الثانية: خصوصية ثقافة الاستهلاك، تلك التي تربط ثقافة الاستهلاك بسياقات اجتماعية خاصة بين المجتمعات أو في داخل المجتمع الواحد. الأمر الذي يؤكد أننا إزاء إشكالية حقيقية تتحدد في طبيعة العلاقة بين العالمية والخصوصية، بين العام والخاص، بين العالمي والمجتمعي في مجال إفراز القيم من ناحية وتسليعها من ناحية أخرى.

٢-٦ القرار الاستهلاكي وتوزيع الأدوار في الأسرة:

إن مفهوم الدور يشير إلى نمط سلوكي يمثل الجانب الوظيفي من المركز الاجتماعي. ويستخدم اصطلاح الدور لتحديد الأنماط السلوكية التي يجب تأديتها لتحقيق مكانة معينة، ويعكس الدور السياق الاجتماعي الذي يؤثر على

البعد الوسيلى الذى يتمحور حول الموقع القيادى ويقوم بالأدوار الرئيسية ويتفاعل مع النسق المهني مثل دور الأب عندما يشتغل من أجل أسرته، والبعد التعبيري الذى يدور حول الموقع القيادى أيضاً، إنما يركز على الإرضاء العاطفي وجمع شمل الأسرة حوله، أي البعد الملتنصق بدور الزوجة الأم (العمر، ١٩٩٤: ٣٤).

وعلى الجانب الآخر، يطرح التراث النظري في هذا الصدد أنواع قرارات الاستهلاك (الشراء) وفقاً لمعيارين (عامر، ٢٠٠٦: ١٥-١٦):

المعيار الأول: على أساس مدى تعقد الموقف الاستهلاكي:

قرار الاستهلاك الروتيني: يمثل أقل المواقف الاستهلاكية تعقيداً، ويحدث في حالة كون المستهلك على معرفة جيدة بنوع السلعة وخصائصها معتمداً على خبرته السابقة، وعادة ما يحدث هذا النمط من السلوك الشرائي في حالة شراء السلع والخدمات الأقل تكلفة من حيث المال، الوقت، الجهد ويتم شراؤها بصورة متكررة.

قرار الاستهلاك متوسط التعقيد: قد يكون المستهلك متألفاً مع المنتج؛ لأنه قام بشرائه مرات عديدة، غير أنه غير متألف مع

يسيطر على اتخاذ قرار معين، وغالباً لا يتم تحديد معنى محدد لمفهوم "السيطرة" في اتخاذ القرار، وعموماً فإن السيطرة تشير إلى تأثير نسبي أكبر (أي أن أحد أفراد الأسرة يكون ذا تأثير أكبر على اتخاذ القرار بالمقارنة بالأفراد الآخرين). وفي إطار هذا المفهوم من السيطرة على اتخاذ القرار يوجد أربعة أنماط لاتخاذ القرار في الأسرة وفقاً لمدى تأثير الزوج والزوجة (العاصي، ١٩٩١: ٢٧):

القرار المستقل Autonomic في هذا النمط يقوم كل من الزوج والزوجة باتخاذ عدد متساو من القرارات، ولكن يتم اتخاذ هذه القرارات بشكل مستقل.

للقرار الذي يسيطر عليه الزوج - Hu band dominant وهنا يكون تأثير الزوج أكبر من تأثير الزوجة.

القرار الذي تسيطر عليه الزوجة Wife dominant وفي هذا النمط يكون للزوجة تأثير أكبر من تأثير الزوج.

القرار المشترك Joint وفي هذا النمط يكون تأثير كل من الزوج والزوجة متعادلاً.

كذلك ترى النظرية الوظيفية أن هناك ثمة اختلافات دورية تعود إلى اختلاف أدوار الذكور عن الإناث عند اتخاذ القرارات داخل النسق الأسري، إذ تقوم على أساسين هما:

تستلزم التوقع بأن تلك الأشياء والناس والعلاقات يمكن الحصول عليها مباشرة، كما أنها قابلة للتبادل، ويمكن التخلص منها. كذلك أدت العولمة الثقافية إلى نشر الثقافة الاستهلاكية بين قطاعات كبيرة من الأفراد والشعوب من كل المستويات الاجتماعية في كل دول العالم. كما جعلت العولمة الإنسان مستهلكاً غير منتج ينتظر ما تجود به مراكز العالم المتقدم من سلع جاهزة الصنع بل وتجعله يتباهى بما لا ينتجه وبذلك تسيطر دول المراكز على دول الأطراف من خلال العديد من الآليات منها بث ثقافة استهلاكية موجهة نحو استهلاك السلع والمنتجات التي تنتجها الشركات العالمية، والتي تزيد من هيمنتها على دول الأطراف (محمد، ٢٠١٤: ٦٤٤).

تعمل العولمة على خلق ثقافة كونية الهوية تروج لبضائع و السلع الشركات الرأسمالية الكبرى المنتجة للسلع بهدف توسيه دائرة الاستهلاك وزيادة أعداد المستهلكين وتحديد أذواقهم وتدعيم تطلعاتهم وترسيخ النزعة الاستهلاكية لديهم. وتعمل وسائل الإعلان وتكنولوجيا الاتصال الحديثة على الترويج للسلع ودفع الأفراد للتسوق وترسيخ ثقافة الاستهلاك وخلق تطلعات ترفيه عن طريق الصور التي تجعل السلع المعلن عنها مرغوباً

كل البدائل المتاحة، لذلك يحتاج إلى التفكير ولو بصورة محدودة؛ لأنه على علم بالمنتج وبحاجة إلى بعض المعلومات عن المنتجات المنافسة.

قرار الاستهلاك بالغ التعقيد: في بعض أنواع السلع كالسيارة أو المنزل يبذل المستهلك مجهوداً ووقتاً طويلاً في كل مرحلة (دراسة المشكلة، استخدام عدد كبير من المعايير للتقييم، البحث عن المعلومات قبل اتخاذ القرار).

المعيار الثاني: على أساس وحدة اتخاذ القرار:

قرار الاستهلاك الفردي: يتبنى الفرد لوحده اتخاذ قرار الشراء.

قرار الاستهلاك الجماعي: يتدخل عدد كبير للاشتراك في هذا القرار الشرائي (عادة ما يتميز بالتعقيد).

٤-٦ مقولات العولمة وتفسير ظاهرة الاستهلاك؛ تحاول الدراسة الراهنة توظيف بعض مقولات العولمة لتفسير ظاهرة الاستهلاك، على النحو التالي:

أصبح الاستهلاك الفكرة الأكثر إلحاحاً في العولمة، فلم يعد الاستهلاك مجرد استهلاك رأسمالي مثالي، بل أصبح طريقة تفكير فردية مشتركة تنطوي على أحد تلك المعايير التي

وهذا تنتشر الثقافة الاستهلاكية بسرعة نحو العالم، وإن كان ذلك يحدث بأسلوب متفاوت بين الدول (محمد، ٢٠١٤: ٦٤٤-٦٤٥).

دخل العالم مرحلة عالمية الثقافة الاستهلاكية، فسلع هذه الثقافات وماركاتها ومأكولاتها وملبوساتها وأفلامها وأغانيها التي تأتي جميعها من مصدر واحد موجودة في كل المجتمعات، كما أخذت هذه المنتجات الاستهلاكية دلالات اجتماعية ورمزية تتجاوز قيمتها المادية المحسوسة لتكسبها قوة وحياة، وتدفعها في اتجاه صهر العالم استهلاكياً ودعجه ثقافياً متجاوزة بذلك كل الحضارات والمجتمعات والطبقات. كما تعلن ثقافة الاستهلاك أن معنى الحياة يوجد في الأشياء التي تملكها، وبذلك أن نستهلك يعني أننا أحياء تماماً، ولكي نبقى أحياء يجب أن نستهلك باستمرار، فهي تعتبر الناس مستهلكين في المقام الأول. فتقوم بإقناع الناس بأن يستهلكوا أكثر من حاجاتهم البيولوجية الطبيعية ليساهموا في جعل النظام الرأسمالي العالمي مستمرا للأبد. وينعكس هذا التوجه بشكل أو بآخر على قرارات الاستهلاك الأسري (محمد، ٢٠١٤: ٦٤٥).

إن المجتمع الاستهلاكي يعامل الإنسان كمستودع للسلع يقضي حياته في عملية لا

فيها ومقنعة وميسرة، ويمكن الحصول عليها بطرق ملائمة لمعظم قطاعات المجتمع، حتى لو أدى ذلك إلى تدهور أحوالهم المعيشية أو فقدانهم لتراثهم الثقافي أو خفض قدراتهم البشرية. فهي صانعة ثقافة الاستهلاك والمخططة لترويجها في القرية الكونية المستحدثة (حجازي، ٢٠٠٨: ٧٠).

أكد جون توملينسون وليسلي سكلير أن النظام الرأسمالي العالمي لا يقتصر على الهيمنة السياسية والاقتصادية فقط، بل يتخذ من الثقافة أداة للرأسمالية، ويرى جون توملينسون أن دول المراكز تفرض سيطرتها على دول الأطراف بعدة أساليب من بينها الإغراء والضغط واستعمال القوة وضبط الأفكار، وأخيراً بث ثقافة استهلاكية موجهة نحوها. وبذلك تتحكم في موارد وتجارة دول الأطراف، وفي نمط الحياة التي يعيشونها. كما تستعين دول المراكز بالطبقة المسيطرة في دول الأطراف من أجل بقاء المشروع الرأسمالي وتحقيق مصالحها، ومن ثم يتدعم النسق الرأسمالي داخل دول القوميات، وتغرق دول المراكز أسواق دول الأطراف بإنتاج سلعي غزير، كما تبث إغراءات تحث على الشراء. ومن ثم تتحول الممارسات الثقافية إلى ممارسات اقتصادية يتم من خلالها الهيمنة على العالم.

أو الاتفاقات الدولية التجارية والشركات متعددة الجنسيات، يعمل بداية على إقامة سوق متعطش ومفتوح بشكل دائم للمنتجات الجديدة والمبتكرة، ويستتبع هذا التجديد خلق حاجات جديدة "غير زائفة" مما يساعد على نشر هذه الأنماط الاستهلاكية الجديدة. وقد انحصر الفكر الاقتصادي التقليدي في تحليه للاستهلاك والسلوك الاستهلاكي في محورين أساسيين هما: التحليل الجزئي: والذي يركز على أن ذوق المستهلك مستقبل ويمثل في تفضيله لسلعه من السلع المستهلكة، ولهذا تتحقق سيادة المستهلك. التحليل الكلي: ويؤكد على أن المنفعة المجتمعية (مجموع المنافع لجميع الأفراد) تمثل الوفاء الاقتصادي، وبالتالي فإن التحليل الخطي يعني أن زيادة المنفعة المجتمعية الناجمة عن زيادة الاستهلاك السلعي هي زيادة حتمية لزيادة الوفاء الاقتصادي للمجتمع ككل (مرتضى، ٢٠١١: ٤١١).

أصبح الاستهلاك فضاء للإنتاج الثقافي، وقد استثمر دعاة العولمة هذا المجال لنشر ثقافة وقيم الاستهلاك، وتقديم نموذج المستهلك الكوني، وتوسلوا بما تقدمه وسائل الاتصال الحديثة. لقد أنشأت العولمة صوراً جديدة من الاستهلاك، وتولى دعواتها توجيه وتأطير المجتمعات من هذا المنظور، وهكذا

تنتهي من الامتلاء ثم التفرغ ثم الامتلاء من جديد، ويصور حاجات الإنسان بأنها حاجات غير محدودة لا يشبع حاجة إلا وتظهر حاجة جديدة، ويتنافس الناس في هذا المجتمع على إشباع هذه الحاجات ويقومون مراكزهم الاجتماعية على أساس حجم استهلاك كل منهم من السلع والخدمات وانشغال الناس المستمر بعملية الاستهلاك لابد أن يكون على حساب أمور أخرى كانت تعتبر في الماضي أجدر بالاهتمام، كتنمية العقل، أو خدمة الآخرين، أو الاستمتاع بالطبيعة، أو بناء علاقات اجتماعية أفضل (محمد، ٢٠١٤: ٦٤٦).

تشكل ثقافة الاستهلاك نتيجة آليات وقوى وتيارات مصاحبة لعملية العولمة؛ بحيث إنها جعلت النزعة الاستهلاكية والميل للاستهلاك قد شملت كل شيء أو تكاد تسيطر على كل تصرفات وسلوك الأفراد تجاه السلع وطرق إشباع رغباتهم فيها بما تحقق لديهم من دخول نقدية وقوة شرائية حقيقية (الخواجة، ١٩٩٩: ١٤).

يؤكد "باربر" أن الرأسمالية تبحث على مستوى الفرد عن مستهلكين تكون حاجاتهم طيبة للتشكيل، ورغباتهم قابلة للتوجيه. كما أن الترويج لثقافة الاستهلاك بالاعتماد على الإعلام والإعلان أو الهجرة أو الإنترنت

حجم الأسرة وتركيبها ودورة حياتها. تعقد المواقف الاستهلاكية في الأسرة المصرية؛ نظرًا لتعدد القرارات الاستهلاكية التي تتنوع ما بين قرارات فردية وقرارات جماعية، قرارات روتينية، وقرارات بالغة التعقيد.

توجد أربعة أنماط لاتخاذ القرار في الأسرة، ترتبط بمجموع هذه القرارات بمفهوم السيطرة ومدى تأثير الزوج والزوجة.

سابعًا الدراسات السابقة:

نتناول فيما يلي مراجعة لأهم الدراسات والبحوث التي اهتمت بدراسة الاستهلاك والسلوك الاستهلاكي وأنماط الإنفاق وطرق اتخاذ القرارات الاستهلاكية في المجتمع المصري وبعض المجتمعات العربية والأجنبية. وتفيد هذه المراجعة في استكمال الخلفية النظرية للدراسة، وكذلك في تحديد أهدافها وتفسير نتائجها. ويمكن تصنيف تلك الدراسات على النحو التالي:

٧-١ الدراسات التي ركزت على السلوك الشرائي ومعدلات الاستهلاك، منها: دراسة (Prokeinová, 2014) التي حاولت التعرف على أنماط الاستهلاك باستخدام مقاييس علمية محددة، ودراسة (أبو سكينه، ٢٠١٣) التي حاولت التعرف على أنماط الإنفاق

وضعوا صيغًا ونماذج موحدة عبر العالم، فهناك أنماط موحدة للأسواق، وهناك صور موحدة للتبادل النقدي عبر البنوك، وترتب عن هذه الأساليب انعكاسات أحدثت تحولات عميقة، في نمط الاستهلاك (معصر، ٢٠٠٩: ١٧١).

نستخلص من مجمل العرض السابق، بعض المقولات النظرية التي تفيد الدراسة الراهنة في تفسير نتائج الدراسة:

إن السلوك الاستهلاكي ما هو إلا انعكاس لثقافة اجتماعية نشأ عليها الفرد وتشربها من مجتمعه بعاداته وتقاليده وفكره ونمط سلوكه في كل مناحي الحياة. أن الثقافة الاستهلاكية تعد قاسمًا مشتركًا بين الطبقات.

ترتبط ثقافة الاستهلاك بسياقات اجتماعية خاصة، ومن ثم فلكل أسرة خصوصية فيما يتعلق بأنماط إنفاقها الاستهلاكي.

أن الطبقة الوسطى هي أكثر الطبقات الاجتماعية سعيًا إلى التمايز، وهو ما يتجلى في استهلاكهم للغذاء والملبس.

هناك متغيرات عدة تؤثر على أنماط الإنفاق الاستهلاكي الأسري تتمثل في اختلاف الخصائص الديموجرافية للأسر والتي تتمثل في السن والنوع والتعليم والمهنة علاوة على

(البناء، ١٩٩٥) التي اقتصت بالتعرف على أثر الإعلان التلفزيوني على السلوك الشرائي للطفل. ودراسة (وهبة، ١٩٩٤) والتي استهدفت التعرف على العوامل المؤثرة في مراحل اتخاذ قرار شراء السلع الاستهلاكية المعمرة، ودراسة (السيد، ١٩٩٣) التي تعلقت بدراسة الأنماط الاستهلاكية للمستهلك المصري وأثرها على السياسات التسويقية للأثاث المنزلي بالتطبيق على محافظة القاهرة. ودراسة (عبيدات، ١٩٩٢) التي اهتمت بتداسر أثر الأطفال على بعض قرارات الشراء للأسرة الأردنية.

٧-٢ الدراسات التي ركزت على الأبعاد الثقافية في دراسة الاستهلاك، ومن بين تلك الدراسات، دراسة (Barakat, 2014) التي استهدفت التعرف على تأثير قوة الهوية العرقية على استهلاك بعض المنتجات، ودراسة (عبدالرحمن، ٢٠١٢) التي استهدفت مناقشة العلاقة بين الثقافة والاستهلاك بناءً على خريطة النظرية والواقع. ودراسة (محمود، ٢٠١٢) التي استهدفت رصد أثر التنشئة الثقافية الاستهلاكية الغذائية وأثرها الصحي على طالبات الجامعة. ودراسة (غزال، شومان، ٢٠٠٦) التي استهدفت الكشف عن التحديات الثقافية لعولمة الطعام السريع

الاستهلاكي في ضوء مستحدثات التسوق، ودراسة (أبوصيري، ٢٠١١) التي استهدفت التعرف على طبيعة العلاقة بين إدارة الشباب لوقت الشراء وسلوكهم الاستهلاكي في ضوء مواصفات جودة المنتج. ودراسة (SueLin, 2010) التي استهدفت فهم عملية صنع القرار الاستهلاكي عند اليابانيين والخيارات المطروحة أمامهم، كذلك دراسة (الزهراني، ٢٠١٠) التي استهدفت دراسة السلوك الاستهلاكي لدى عينة من سكان مدينة الباحة وأساليب ترشيده في ضوء بعض محددات التربية الإسلامية. ودراسة (الخليبي، ٢٠٠٩) التي استهدفت توضيح العلاقة بين أبعاد السلوك الاستهلاكي وأبعاد التوافق الزوجي، ودراسة (ناصر، ماخوس، ٢٠٠٩) التي سعت إلى دراسة العوامل التي تؤثر في سلوك الأفراد وتشكل أنماطهم الشرائية. ودراسة (Ji, 2007) التي حاولت التعرف على عادات الشراء والاستهلاك في الحياة اليومية، ودراسة (بوسنينه، ٢٠٠٦) التي هدفت إلى تحديد أثر الإعلانات التلفزيونية الصادرة في قنوات بث غير محلية على السلوك الشرائي للمستهلكين الليبيين. ودراسة (منصور، ٢٠٠٢) التي قامت بتحليل العلاقة بين الإعلان التلفزيوني وسلوك المستهلك في شمال الأردن. ودراسة

الإدماني لدى المرأة الأردنية، بالإضافة إلى تحديد العوامل المؤثرة في الاستهلاك الإدماني، ودراسة (الضمور، عبيدات، ٢٠١٠) التي استهدفت تحديد مدى انتشار ظاهرة الشراء الإدماني عند ربوات البيوت الأردنية، بالإضافة إلى تحديد العوامل المؤثرة في الشراء الإدماني لديهن، ودراسة (عبدالمجيد، ٢٠١٠) التي حاولت التعرف على مستوى الوعي التخطيطي لدى المرأة العاملة بالاستهلاك والادخار. ودراسة (الدباغ، ٢٠٠٨) التي سعت إلى التعرف على العوامل المؤثرة على السلوك الاستهلاكي للمرأة السعودية العاملة في شراء الملابس، كذلك دراسة (عليق، ٢٠٠٧) التي حاولت الوقوف على أكثر المستويات التعليمية تأثيراً على اتجاهات المرأة الريفية نحو الاستهلاك، ودراسة (مشرف، ٢٠٠٤) الذي حاول التعرف على السلوك الشرائي للمرأة المصرية وأثره على اختيار الاستراتيجيات التسويقية المناسبة للسلع الاستهلاكية.

٧-٥ الدراسات التي ركزت على المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية المؤثرة على الاستهلاك الأسري، ومن أولى هذه الدراسات دراسة (طمليه، ٢٠١٢) والتي استهدفت التعرف على العوامل المؤثرة على عملية التنشئة الاستهلاكية للطفل

لدى الأسرة المصرية. ودراسة (عبدالحמיד، ٢٠٠١) التي استهدفت إلقاء الضوء على قضية العولة والثقافة الاستهلاكية.

٧-٣ الدراسات التي ركزت على الأبعاد الاقتصادية في دراسة الاستهلاك، ومن هذه الدراسات، دراسة (بن ربيعان، ٢٠١٢) التي سلط من خلالها الضوء على ضرورات الاستهلاك في ضوء نظرية مراحل النمو للاقتصادي الأمريكي والت روستو، ودراسة (الشريف، ٢٠٠٧) والتي حاولت التعرف على الأسباب الرئيسة للتوسع في بيع التقسيط وانتشاره على نطاق واسع، والآثار الاقتصادية المترتبة على الإقبال المتزايد على هذا النوع. ودراسة (الساعاتي، ٢٠٠٧)، التي حاولت دراسة أثر القيم الإسلامية على سلوك التمويل الاستهلاكي في المملكة العربية السعودية. ودراسة (الرماني، ٢٠٠٠)، الذي اهتم بتدارس الأبعاد الاقتصادية للسلوك الشرائي وتفاوتته وفقاً لمتغير النوع، وأخيراً دراسة (حمود، ١٩٧٦) حول أنماط الإنفاق والعادات الشرائية للمستهلكين في المجتمع الكويتي.

٧-٤ الدراسات التي ركزت على المرأة والاستهلاك الأسري، ومن أولى هذه الدراسات دراسة (القرشي، ٢٠١١) التي استهدفت قياس وتحديد ظاهرة الاستهلاك

الشرائي في المجتمع الفلسطيني وعلاقة ذلك ببعض المتغيرات الديموجرافية كالجنس والعمر والسكن والعمل والحالة الاجتماعية ومستوى التعليم والدخل، ودراسة (Levy and Leel, 2004) التي درست الأدوار المختلفة لأفراد الأسرة في اتخاذ القرار الشرائي في المراحل المختلفة التي تمر بها عملية اتخاذ قرار الشراء، ودراسة (قمر، ٢٠٠٣) التي استهدفت التعرف على القيم الأسرية وعلاقتها بأنماط السلوك الاستهلاكي للأسرة السعودية، ودراسة (مصطفى، ٢٠٠٢) التي استهدفت تقييم دور الإعلان التليفزيوني في اتخاذ المستهلك لقرارات شراء السلع الاستهلاكية في محافظة أسيوط من خلال معرفة درجة تأثير الإعلان التليفزيوني في حالة شراء السلع الميسرة، ودراسة (قبال، ٢٠٠١) التي سعت إلى التعرف على أهم أسس المنهج الإسلامي في الإنفاق الاستهلاكي وكيفية تطبيق هذه الأسس من خلال تقديم نموذج لكيفية تجسيد هذه الأسس في ضبط السلوك الإنفاقي للشراء الاستهلاكي للفرد أو الجماعة، ودراسة (حسين، ١٩٩٨) التي استهدفت معرفة التغيرات التي طرأت على الأنماط الاستهلاكية للأسرة العراقية من المواد الغذائية والكمالية والترفيهية، ودراسة

الأردني، ودراسة (Wood, 2012) التي قدمت تحليلاً للتأثيرات الاجتماعية على قرارات المستهلكين ودوافعهم. ودراسة (قنديل، ٢٠١١) التي استهدفت دراسة الأنماط الاستهلاكية للأسرة في ضوء بعض المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية وعلاقتها بالحالة المعيشية للأسر عينة البحث، ودراسة (الحازمي، ٢٠١٠) التي استهدفت التعرف على الفروق بين الأبناء المراهقين للأمهات العاملات وبين الأبناء المراهقين للأمهات غير العاملات في أنماط استهلاكهم، ودراسة (أحمد، ٢٠٠٩) التي سعت إلى الكشف عن العلاقة بين مساهمة الزوجة المالية ودورها داخل الأسرة في اتخاذ القرارات المصيرية، ودراسة (بشارت وآخرون، ٢٠٠٩) التي استهدفت التعرف على أثر دخل الأسرة في اتخاذ القرار الشرائي للسلع الكهربائية في مدينة نابلس. كذلك دراسة (Han, 2007) حول صناعة القرار الاستهلاكي وتأثير المشاعر والعواطف على اتخاذ القرارات الاستهلاكية، ودراسة (المهتدي، عباس، ٢٠٠٦) التي حاولت التعرف على التوجهات الأساسية للمستهلكين التي تقودها لشراء سلعة معينة، ودراسة (بركات، ٢٠٠٥) التي استهدفت التعرف على دراسة السلوك

استهلاكية ذات ملامح لا تتناسب مع متوسطات دخول أغلب الأسر المصرية، هذا فضلاً عن إبراز أثر التنشئة الاستهلاكية على تشكيل ملامح القرارات الاستهلاكية.

إن معظم الدراسات السابقة الخاصة بالأبعاد الاقتصادية في دراسة الاستهلاك أظهرت تأثير المتغيرات الاقتصادية في تشكيل ملامح الاستهلاك وذلك في ضوء النظريات الاقتصادية المتعددة في هذا الشأن.

إن معظم الدراسات السابقة الخاصة بالمرأة والاستهلاك الأسري، أظهرت تأثير اتجاهات المرأة في تشكيل ملامح القرارات الاستهلاكية بالأسرة العربية عموماً، كما أوضحت تلك الدراسات أثر المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية على السلوك الشرائي للمرأة.

إن معظم الدراسات السابقة الخاصة بالمتغيرات الاجتماعية والاقتصادية المؤثرة على الاستهلاك الأسري أظهرت تأثير تلك المتغيرات في تشكيل أغلب القرارات الاستهلاكية بالأسرة، ومن هذه المتغيرات: التعليم والمهنة والدخل والطبقة وحجم الأسرة. وجود تباين في الأطر النظرية التي انطلقت منها الدراسات السابقة والمعروضة؛ نظراً لاختلاف الخلفية العلمية للمهتمين

(لظفي، ١٩٩٥) التي استهدفت التعرف على أثر العوامل الاقتصادية والاجتماعية للأسرة المصرية على الأنماط الاستهلاكية السائدة، ودراسة (العزاز، حسن، ١٩٩٢) التي استهدفت بحث تأثير قرارات خفض أسعار بعض السلع والخدمات الأساسية وما يترتب عليها من زيادة دخل الأسرة على أنماط الإنفاق الاستهلاكي الأسري في المملكة العربية السعودية، ودراسة (حسين، ١٩٩١) التي حاولت التعرف على درجة قبول المستهلك السعودي لكل من المنتجات الغذائية الوطنية والأجنبية، ومستوى تفضيله لكل منهما، والعوامل المؤثرة على هذا التفضيل.

ويتضح من مراجعة الدراسات السابقة ما يلي:

إن معظم الدراسات السابقة الخاصة بالسلوك الشرائي ومعدلات الاستهلاك قد أظهرت تأثير جميع أفراد الأسرة في صياغة القرارات الاستهلاكية بمن فيهم الأطفال، هذا فضلاً عن إبراز الدور المؤثر للإعلان التليفزيوني في صياغة الكثير من قرارات الاستهلاك بالأسرة العربية عموماً.

إن معظم الدراسات السابقة الخاصة بالأبعاد الثقافية في دراسة الاستهلاك أبرزت تأثير التحولات العولمية على تشكيل ثقافة

تختلف عملية الاستهلاك باختلاف شخصية الآباء، وباختلاف أدوار أفراد الأسرة، وباختلاف الجنس. إضافة إلى اختلاف نوعية الأسرة من حيث كونها نووية أو ممتدة أو من حيث وجود أحد الأبوين أو كلاهما في الأسرة. ويكون الزوجة أكبر على قرار الشراء الأسري في حال عمل الأم خارج المنزل وفي حال عدد الأطفال الأقل في الأسرة. أوضح بورديو أن من أهم أشكال التمايز الثقافي التمايز الاجتماعي في أنماط التذوق الاستهلاكي التي تبدأ من الطبقة والوسط الاجتماعي شأنها في ذلك شأن التمايز بين الذكور والإناث، والتمايز بين الريف والحضر والتمايز بين الأطفال والشباب. إن من أهم العوامل التي تؤثر على أنماط السلوك الإنفاقي والاستهلاكي للأسرة هي العوامل الاجتماعية (الأسرة- الجامعات المرجعية- الأدوار الاجتماعية) والعوامل الشخصية (السن- الجنس- الدخل- التعليم- الديانة- الشخصية) والعوامل السيكولوجية (الحاجة- الدوافع- الإدراك- التعلم- الاتجاهات) والعوامل البيئية والمجتمعية (المناخ الاجتماعي- القيم الاجتماعية- وسائل الإعلام) والعوامل الاقتصادية (مكان السكن والطبقة وحجم

بتلك الدراسات من علماء النفس والاجتماع والاقتصاد، ولوحظ عدم وجود إطار محدد وثابت في تفسير القرارات الاستهلاكية. استخدمت معظم الدراسات السابقة أسلوب المسح الاجتماعي، والاستعانة بصحيفة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات الكمية سواء كان موجهاً لرب الأسرة أو الزوجة والأبناء. كذلك يمكن الإشارة إلى بعض الاستخلاصات النظرية المهمة التي أشارت إليها بعض الدراسات السابقة في هذا المجال البحثي: أتاحت ثورة الاتصالات الحالية وتعدد وسائل الاتصال المتطورة والمتاحة للفرد فرص الانفتاح والاطلاع بسهولة وسرعة على كل ما يدور في العالم من مختلف النواحي الاقتصادية والتسويقية والسياسية والاجتماعية والترفيهية وغيرها، بشكل يؤثر على عمليات اتخاذ القرارات الاستهلاكية. إن ثقافة الاستهلاك أضحت حقيقة دامغة تتجلى في سلوكيات أفراد وشرائح المجتمع، حيث استطاعت أدوات وتقنيات وسائل الاتصال في تعميم ثقافة الاستهلاك ذات التوجه الترفي الذي يعظم في النفوس الرغبة في الشراء والاستهلاك دون النظر إلى الدخول الحقيقية.

الاختلافات والفروقات بين أفراد العينة فيما يتعلق باتخاذ القرارات الاستهلاكية وتبايناتها بين شرائح الدراسة ومناطقها هذا فضلاً عن اختلافاتها بين الزوج والزوجة ومجمل أطراف الأسرة عموماً. ولتحقيق النمط الوصفي في الدراسة، اتبع الباحث خطوات محددة يمكن تلخيصها بالآتي: تحديد المشكلة التي يريد دراستها تحديداً دقيقاً، تحديد الأهداف، تحديد طرائق جمع المعلومات والبيانات والتحقق من صلاحية الأدوات المستخدمة في ذلك، تطبيق أدوات البحث بطريقة دقيقة ومنظمة وموضوعية، وصف النتائج وتحليلها وتفسيرها في عبارات دقيقة بسيطة واضحة، بلورة النتائج.

٨-٢ حدود الدراسة:

٨-٣-١ الحدود المكانية: أجريت الدراسة الميدانية على بعض الأسر المصرية التي تنتمي إلى مستويات اجتماعية واقتصادية متنوعة في منطقتين عشوائيتين تنتميان إلى حي شمال بمحافظة الجيزة وهي على التوالي: بشتيل، البراجيل. والبراجيل: هي إحدى القرى التابعة لمركز أوسيم في محافظة الجيزة. بشتيل: إحدى المدن التابعة لقسم إمبابة في محافظة الجيزة.

٨-٣-٢ الحدود البشرية: حتى تكون

الأسرة ومقدار الدخل الشهري، عمل الزوجة).

ثامناً للإجراءات المنهجية للدراسة:

٨-١ منهج الدراسة:

استهدفت الدراسة التعرف على المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية المؤثرة على عملية اتخاذ القرارات الاستهلاكية بالأسرة في بعض مناطق محافظة الجيزة (ريفية وحضرية)، ومن أجل تحقيق هذا الهدف تم استخدام منهج المسح الاجتماعي بالعينة، ويعتبر المسح واحداً من المناهج الأساسية في البحوث الوصفية حيث يهتم بدراسة الظروف الاجتماعية والاقتصادية وغيرها في مجتمع معين، بقصد تجميع الحقائق واستخلاص النتائج اللازمة لحل مشاكل هذا المجتمع. ومن هنا، فقد قام الباحث بمسح الكمي لاستجابات الأسر المختارة من مجتمعات الدراسة بقصد التعرف على أنماطهم الاستهلاكية، وأساليب اتخاذ القرارات الاستهلاكية داخل الأسرة.

٨-٢ نمط الدراسة:

تعد الدراسة الراهنة من الدراسات الوصفية التفسيرية، التي تستهدف تقديم وصف تحليلي للقرارات الاستهلاكية التي تتخذ بين أفراد الأسرة في مجتمعات الدراسة، هذا فضلاً عن الوصف التفسيري لأسباب

عينة الدراسة ممثلة للمجتمع الأصلي، وتكون النتائج قابلة للتعميم بأقل نسبة خطأ، وبأعلى درجة ثقة، فإن عينة الدراسة التي تم اختيارها هي عينة غير عشوائية (قصدية) بلغ Nonrandom Purposive Sample عددها (١٨٨) أسرة من الأسر في مناطق الدراسة المختارة، وتم التعامل مع الأزواج أو الزوجات لجمع البيانات من أسر عينة الدراسة، باعتبار كل منهم يعبر عن اتجاهات أفراد الأسرة الاستهلاكية. ومن ثم ركزت الدراسات على الزوجين كوحدة أساسية لاتخاذ القرارات الاستهلاكية في الأسرة.

٣-٣-٨ الحدود الموضوعية: اقتصرت الدراسة على تدارس وفحص مجمل القرارات الاستهلاكية التي تسعى الأسرة إلى اتخاذها، ومن ثم اهتمت الدراسة بأسلوب اتخاذ القرارات الاستهلاكية على مختلف أوجه الإنفاق الأسري أو الاستهلاك العائلي. ومن ثم لم تهتم الدراسة باستهلاك سلع بعينها أو تدارس نوع معين من الاستهلاك، وإنما انشغلت الدراسة بالدرجة الأولى بأسلوب اتخاذ القرارات الاستهلاكية داخل النسق الأسري. وهذا يعني أن الدراسة اهتمت بمرحلتين أساسيتين فقط من مراحل عملية اتخاذ القرارات الاستهلاكية، المرحلة الأولى:

هي مرحلة ما قبل الاستهلاك، وهي تلك المرحلة التي تواجه الأسرة فيها إحدى المشكلات الاستهلاكية والشعور بالحاجة إلى حلها، والبحث عن المعلومات ذات العلاقة بتلك المشكلة، وتقويم البدائل المتاحة والنقاش بشأن اختيار تلك البدائل، ثم المرحلة الثانية: وهي مرحلة إتمام الاستهلاك (الشراء) وذلك للتوقف عند أوجه الإنفاق ومعدلات الاستهلاك بالأسرة بمناطق الدراسة المختارة.

٨-٤ متغيرات الدراسة:

المتغيرات المستقلة: النوع، العمر، المستوى التعليمي للزوجين، الحالة العملية، حجم الأسرة، الدخل، مدة الزواج، الإسهام الاقتصادي للزوجة.

٣-٤-٢ المتغيرات التابعة: القرارات الاستهلاكية داخل الأسرة في مناطق الدراسة المختارة.

٨-٥ أداة الدراسة:

اعتمدت الدراسة على الاستبانة كأداة أساسية لدراسة المشكلة موضوع البحث، باعتبارها وسيلة مناسبة للحصول على المعلومات والبيانات التي تفيد الدراسة الراهنة في الوصف التحليلي والوصف

والخدمات المختلفة.
 ٨-٦-٢ اتخاذ القرارات الاستهلاكية:
 عملية اختيار مقترحة من أحد أفراد
 الأسرة - بما يتناسب مع قوة تأثيره - لأحد
 البدائل المطروحة أمام الأسرة لشراء سلعة من
 السلع الاستهلاكية بهدف إشباع احتياجات
 أفراد الأسرة، ويأتي هذا الاختيار في ضوء
 الإمكانيات المادية والطموحات المعيشية
 للأسرة، وتشمل تلك الاختيارات أوجه
 الإنفاق على الطعام والشراب والملابس
 والمسكن والعلاج وتعليم الأبناء وزواجهم...
 إلخ.

٨-٧ أساليب المعالجة الإحصائية:

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات
 التي تم تجميعها، فقد تم استخدام العديد
 من الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام
 برنامج Spss، وتم حساب المقاييس
 الإحصائية التالية:

التكرارات والنسب المئوية للتعرف على
 الخصائص الاجتماعية والاقتصادية لأفراد
 عينة الدراسة، وتحديد استجاباتهم على بعض
 أسئلة الاستبيان.

المتوسط الحسابي Mean وذلك لمعرفة
 مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد
 الدراسة عن المحاور الرئيسة، مع العلم بأنه

التفسيري. وصممت الاستمارة بحيث تخدم
 أهداف الدراسة وتساؤلها. وقد تضمنت
 الاستبانة على خمسة محاور:

المحور الأول: الخصائص الاجتماعية
 والاقتصادية لأسرة عينة الدراسة.

المحور الثاني: معدل الاستهلاك بالأسرة.

المحور الثالث: محددات الاستهلاك بين
 عينة الدراسة.

المحور الرابع: أساليب اتخاذ القرارات
 الاستهلاكية.

المحور الخامس: المتغيرات الاجتماعية
 والاقتصادية واتخاذ القرارات الاستهلاكية.

٨-٦-٦ التعريفات الإجرائية:

٨-٦-١-١ الإنفاق الاستهلاكي للأسرة:

هو قيمة السلع والخدمات التي حصلت
 عليها الأسرة واستخدمتها أو دفعت ثمنها
 نقدًا أو بالأجل.

٨-٦-٢ النمط الاستهلاكي للأسرة:

الأسلوب الذي تسلكه كل أسرة لتنفق
 به مواردها المادية لاختيار ما يناسبها من
 السلع الاستهلاكية التي تقوم باستهلاكها في
 ظل ظروف اقتصادية واجتماعية معينة لتلبية
 رغباتها واحتياجاتها. فالنمط الاستهلاكي
 ما هو إلا تسجيل لكيفية توزيع الإنفاق
 الاستهلاكي للأسرة على مجموعات السلع

يفيد في ترتيب المحاور حسب أعلى متوسط حسابي.

أداة الاستبيان.

اختبار t.test للكشف عن الفروقات.

الانحراف المعياري Standard Deviation

تحليل التباين Anova لمعرفة دلالة الفرق

وذلك للتعرف على مدى انحراف استجابات

بين استجابات أفراد العينة على كل محور

أفراد الدراسة لكل عبارة من عبارات

من محاور الأداة طبقاً لكل من المتغيرات

متغيرات الدراسة ولكل محور من المحاور

الاجتماعية والاقتصادية.

الرئيسية عن متوسطها الحسابي، كذلك يوضح

تاسعاً الدراسة الميدانية

الانحراف المعياري التشتت في استجابات

٩-١ خصائص عينة الدراسة:

أفراد العينة، فكلما اقتربت قيمته من الصفر

٩-١-١ توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع

تركزت الاستجابات أو انخفض تشتتها بين

والمنطقة الجغرافية:

الجدول رقم (١): توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع والمنطقة الجغرافية

الإجمالي		البراجيل		بشتيل		المنطقة النوع
ك	%	ك	%	ك	%	
٩٦	٥١,١	٤٠	٤٤,٩	٥٦	٥٦,٥	ذكور
٩٢	٤٨,٩	٤٩	٥٥,١	٤٣	٤٣,٥	إناث
١٨٨	١٠٠%	٨٩	٤٧,٤	٩٩	٥٢,٦	الإجمالي

تشير بيانات الجدول رقم (١) إلى توزيع

كذلك يتضح من بيانات الجدول أن إجمالي

عينة الدراسة وفقاً للنوع والمنطقة الجغرافية،

الأسر في منطقة بشتيل بلغت ٥٢,٦% في مقابل

حيث يتبين لنا أن هناك ثمة توزيع متساوي بين

٤٧,٤% في منطقة البراجيل، أيضاً يلاحظ أن

عينة الدراسة (الزوجين) من الذكور والإناث،

نسبة تمثيل الإناث في عينة الدراسة في منطقة

فقد بلغت إجمالي عينة الذكور في منطقتي

البراجيل أكثر قليلاً، حيث بلغت ٥٥,١% في

الدراسة ٥١,١%، في مقابل ٤٨,٩% للإناث.

مقابل ٤٣,٥% في منطقة بشتيل.

الجدول رقم (٢) : توزيع عينة الدراسة وفقاً لعمر الزوجين

الإجمالي		البراجيل		بشتيل		المنطقة
ك	%	ك	%	ك	%	
٢٤	٣,٢٢	٠٣	٨,٣٣	٢١	١,٢١	أقل من ٥٢ سنة
٥٥	٢,٩٢	٢٣	٦٣	٣٢	٢,٣٢	من ٥٢ إلى ٥٣ سنة
٢٣	١,٧١	١١	٤,٢١	١٢	٢,١٢	من ٥٣ إلى ٥٤ سنة
٣٣	٦,٧١	٨	٩,٨	٥٢	٣,٥٢	من ٥٤ إلى ٥٥ سنة
٦٢	٨,٣١	٨	٩,٨	٨١	٢,٨١	٥٥ سنة فأكثر
١٨٨	١٠٠%	٨٩	٤٧,٤	٩٩	٥٢,٦	الإجمالي

بشتيل تتوسط أعمارهم ما بين ٤٥ إلى ٥٥ سنة بنسبة ٣,٢٥٪، أما عينة الدراسة في منطقة البراجيل فتتوسط أعمارهم ما بين ٢٥ إلى ٣٥ سنة فأكثر بنسبة ٣,٦٪ وهو ما يرتبط بالثقافة الريفية التي تعظم من أهمية الزواج المبكر. كذلك يتبين من بيانات الجدول أن هناك تمثيل لغالبية الشرائح العمرية بدءاً من ٢٥ سنة إلى أكثر من ٥٥ سنة في عينة الدراسة، وهو ما يفيد في اكتشاف الفروقات في اتجاهات عينة الدراسة نحو قضاياها المختلفة.

٩-١-١ توزيع عينة الدراسة وفقاً لعمر الزوجين:

توضح بيانات الجدول رقم (٢) توزيع عينة الدراسة وفقاً لعمر الزوجين، حيث يتبين أن نصف إجمالي العينة تقريباً ٥١,٥٪ أعمارهم أقل من ٣٥ سنة، الأمر الذي يعكس زواجهم المبكر، وهو ما يرتبط بشكل مباشر بالخصائص الاجتماعية والثقافية لمنطقتي الدراسة. كذلك يلاحظ على بيانات الجدول أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة في منطقة

الجدول رقم (٣) : توزيع عينة الدراسة وفقاً لمدة الزواج

الإجمالي		البراجيل		بشتيل		المنطقة	مدة الزواج
%	ك	%	ك	%	ك		
٣,٣١	٥٢	٤,٢١	١١	١,٤١	٤١	أقل من ٣ سنوات من ٣ سنوات إلى ٦ سنوات من ٦ سنوات إلى ٩ سنوات ٩ سنوات فأكثر	
٩,١٣	٠٦	٩,٥٣	٢٣	٢,٨٢	٨٢		
٢,٨٢	٣٥	٤,١٢	٩١	٤,٤٣	٤٣		
٦,٦٢	٠٥	٣,٠٣	٧٢	٣,٣٢	٣٢		
%١٠٠	١٨٨	٤٧,٤	٨٩	٥٢,٦	٩٩	الإجمالي	

وأخيراً ٣,٣٪ سنوات زواجهم أقل من ٣ سنوات. وبالتدقيق في توزيع عينة الدراسة في منطقتي الدراسة وفقاً لمدة الزواج يتضح لنا أن ٣٢٪ من الأسر في منطقة البراجيل تتراوح مدة زواجهم ما بين ٣ سنوات إلى ٦ سنوات، بينما نجد ٤,٤٪ من الأسر في منطقة بشتيل تتراوح مدة زواجهم ما بين ٦ سنوات إلى ٩ سنوات.

٩-١-١ توزيع عينة الدراسة وفقاً لمدة الزواج: تشير بيانات الجدول رقم (٣) إلى توزيع عينة الدراسة وفقاً لمدة الزواج، حيث يتبين أن ٣١,٩٪ من إجمالي العينة تتوسط مدة زواجهم ما بين ٣ سنوات إلى ٦ سنوات، يليها ٢٨,٢٪ تتوسط مدة زواجهم ما بين ٦ سنوات إلى ٩ سنوات، يليها ٢٦,٦٪ تتجاوز سنوات زواجهم ٩ سنوات فأكثر،

الجدول رقم (٤) : عدد سنوات الزواج

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المتغيرات
٨٨,٨	٩,٨	عدد سنوات الزواج

والزوجات حنكة وخبرة ليست بالبسيطة
بجوانب الاستهلاك العائلي المتعددة والمتنوعة.
٩-١-٤ توزيع عينة الدراسة وفقاً لحجم
الأسرة:

يتبين من بيانات الجدول رقم (٤) أن
غالبية أفراد العينة تقع في إطار متوسط عدد
سنوات الزواج ٩, ٨ سنوات وانحراف
معياري ٨, ٨٨ وهو ما يعني أن لدى الأزواج

الجدول رقم (٥): توزيع عينة الدراسة وفقاً لحجم الأسرة

الإجمالي		البراجيل		بشتيل		المنطقة
ك	%	ك	%	ك	%	حجم الأسرة
١٢	٢,١١	١١	٣,٢١	٠١	١,٠١	أقل من ٣ أفراد
٨٧	٤,١٤	٩١	٤,١٢	٩٥	٦,٩٥	من ٣ إلى ٥ أفراد
٠٧	٢,٧٣	٦٤	٧,١٥	٤٢	٢,٤٢	من ٥ إلى ٧ أفراد
٩١	٢,٠١	٣١	٦,٤١	٦	١,٦	٧ أفراد فأكثر
١٨٨	١٠٠%	٨٩	٤٧,٤	٩٩	٥٢,٦	الإجمالي

الدراسة عموماً. ويتأمل البيانات الخاصة
بمنطقتي الدراسة، نلاحظ أن كبر حجم
الأسرة بشكل واضح في عينة منطقة البراجيل
وذلك بنسبة ٧, ٥١٪ تتراوح فيها الأسرة ما
بين ٥ إلى ٧ أفراد وهو ما يرتبط بالثقافة الريفية
التي تعظم من قيمة الإنجاب، في المقابل
نلاحظ أن ٦, ٥٩٪ من إجمالي عينة منطقة
بشتيل يتراوح حجم الأسرة فيها ما بين ٣ إلى
٥ أفراد.

تشير بيانات الجدول رقم (٥) إلى توزيع
عينة الدراسة وفقاً لحجم الأسرة، حيث
يتضح لنا أن ٤, ٤١٪ من إجمالي العينة تتراوح
حجم الأسرة فيها ما بين ٣ إلى ٥ أفراد، يليها
٣, ٣٧٪ من العينة تتراوح حجم الأسرة فيها
ما بين ٥ إلى ٧ أفراد، ثم ٣, ١١٪ تتراوح
حجم الأسرة فيها إلى أقل من ٣ أفراد، وأخيراً
٢, ١٠٪ تزيد حجم الأسرة فيها عن ٧ أفراد،
الأمر الذي يشير إلى كبر حجم الأسرة في عينة

الجدول رقم (٦) : متوسط عدد أفراد الأسرة ن= ١٨٨

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المتغيرات
٢٢,١	٧,٥	عدد أفراد الأسرة

يتبين من بيانات الجدول رقم (٦) معياري ١,٢٢ .
 أن متوسط عدد أفراد الأسرة في إجمالي ٩-١-٥ توزيع عينة الدراسة وفقاً للمستوى
 العينة في حدود خمسة أفراد بانحراف التعليمي للزوجين:

الجدول رقم (٧) : توزيع عينة الدراسة وفقاً للمستوى التعليمي لعينة الدراسة

الإجمالي		البراجيل		بشتيل		المنطقة	التعليم
%	ك	%	ك	%	ك		
٩,٥١	٠٣	٤,١٢	٩١	١,١١	١١		أمي
٥,٩	٨١	٢,١١	٠١	١,٨	٨		يقرأ ويكتب
١,٨١	٤٣	٨,٦١	٥١	١,٩١	٩١		ابتدائي
٤,٥١	٩٢	٧,٤٢	٢٢	١,٧	٧		إعدادي
٣,٨٢	٣٥	٨,٥١	٤١	٤,٩٣	٩٣		ثانوي أو دبلوم
٢,١١	١٢	١,٠١	٩	١,٢١	٢١		جامعي
٦,١	٣	-	-	١,٣	٣		ماجستير
%١٠٠	١٨٨	٤٧,٤	٨٩	٥٢,٦	٩٩		الإجمالي

يقعون في شريحة يقرأ ويكتب، وأخيراً نسبة ضئيلة ٦, ١٪ من الحاصلين على الماجستير. أما فيما يتعلق بالاختلافات بين منطقتي الدراسة الجغرافية، فنلاحظ أن هناك ارتفاع في معدلات الأمية في عينة الأسر بالبراجيل بنسبة ٤, ٢١٪، في مقابل ارتفاع نسبة الحاصلين على مؤهل متوسط في عينة أسر منطقة بشتيل بنسبة ٤, ٣٩٪، وهو ما يعكس التفاوت في المستويات التعليمية في منطقتي الدراسة.

تشير بيانات الجدول رقم (٧) إلى توزيع عينة الدراسة وفقاً للمستوى التعليمي لعينة الدراسة، حيث يتبين أن ٣, ٢٨٪ من إجمالي العينة حاصلين على مؤهل متوسط (ثانوي، دبلوم)، يليها ١, ١٨٪ حاصلين على الشهادة الابتدائية، ثم ٩, ١٥٪ يقعون في شريحة أميين، وهي نسبة مرتفعة للغاية في إجمالي العينة، يليها ٤, ١٥٪ حاصلين على الشهادة الإعدادية، ثم ٢, ١١٪ حاصلين على مؤهل جامعي، و ٥, ٩٪

الجدول رقم (٨): توزيع عينة الدراسة وفقاً للمستوى التعليمي للزوجين

الإجمالي		البراجيل		بشتيل		المنطقة	التعليم
الزوجة	الزوج	الزوجة	الزوج	الزوجة	الزوج		
١, ١١	٨, ٤	٥, ٦٢	٥١	٦, ٨١	٣, ٥	أمي	
٣, ٥	٢, ٤	٢, ٠١	٥١	٧, ١١	٦, ٣	يقرأ ويكتب	
٨, ٥	٢, ٢١	١, ٤	٥٢	٩, ٠٢	٢, ٣٢	ابتدائي	
٥, ٨	٩, ٦	٤, ٠٢	٥, ٢١	٩, ٣١	٣, ٤١	إعدادي	
٣, ٤١	٨, ٣١	٧, ٤٣	٥١	٢, ٣٢	٧, ٥٣	ثانوي أو دبلوم	
٢, ٣	٤, ٧	١, ٤	٥, ٧١	٣, ٩	٣, ٤١	جامعي	
٥, ٠	١, ١	-	-	٤, ٢	٦, ٣	ماجستير	
٤٨, ٩	٥١, ١	٢٦, ١	٢١, ٣	٢٢, ٨	٢٩, ٨	الإجمالي	

هناك ثمة تقارب في النسب الإجمالية الخاصة بالمستوى التعليمي للزوج والزوجة، غير أن هناك تبايناً فيما بين منطقتي الدراسة، حيث

تشير بيانات الجدول رقم (٨) إلى توزيع عينة الدراسة وفقاً للمستوى التعليمي للزوجين بشكل تفصيلي، حيث يتضح لنا أن

نلاحظ أن الوضع التعليمي أفضل حالاً للزوج أفضل حالاً من الزوج في تلك المنطقة. في منطقة بشتيل، وهذا ما يختلف مع المستوى التعليمي في منطقة البراجيل التي تعد الزوجة العملية للزوجين:

الجدول رقم (٩) : توزيع عينة الدراسة وفقاً للحالة العملية للزوجين

الإجمالي		البراجيل		بشتيل		المنطقة العمل
ك	%	ك	%	ك	%	
١٢٩	٦٨,٦	٥٢	٥٨,٥	٧٧	٧٧,٧	يعمل
٥٩	٣١,٤	٣٧	٤١,٥	٢٢	٢٢,٣	لا يعمل
١٨٨	١٠٠%	٨٩	٤٧,٤	٩٩	٥٢,٦	الإجمالي

البراجيل. ومن هنا تمثل الحالة العملية أو الوظيفة التي يشغلها الأفراد في المجتمع أحد المؤشرات الديموغرافية المهمة في دراسة السلوك الشرائي وتفسيره. ويعود ذلك إلى أن الحالة العملية ومهنتهم تؤثر في قيم الأفراد وأذواقهم واتجاهاتهم ونهج حياتهم بشكل خاص. ولقد كشفت دراسات عديدة عن وجود علاقة إيجابية بين نوع الوظيفة ومستوى الدخل المتاح أمام الشراء والاستهلاك (أبو طالب، ١٩٩١، مصطفى، ٢٠٠٦).

تشير بيانات الجدول رقم (٩) إلى توزيع عينة الدراسة وفقاً للحالة العملية للزوجين، حيث يتبين أن ٦٨,٦% من إجمالي العينة يعملون في مقابل ٣١,٤% لا يعملون، وبتأمل توزيع الحالة العملية في منطقتي الدراسة نلاحظ أن الغالبية من عينة الدراسة ٧٧,٧% في منطقة بشتيل يعملون، في مقابل نصف العينة في منطقة البراجيل ٥٨,٥% يعملون أيضاً. أي أن الحالة العملية في منطقة بشتيل تعد أفضل حالاً من الحالة العملية في منطقة

الجدول رقم (١٠): توزيع عينة الدراسة وفقاً للحالة العملية للزوجين والنوع

الإجمالي		إناث		ذكور		المنطقة العمل
%	ك	%	ك	%	ك	
٦٨,٦	١٢٩	٥١,١	٤٧	٨٥,٤	٨٢	يعمل
٣١,٤	٥٩	٤٨,٩	٤٥	١٤,٦	١٤	لا يعمل
٪١٠٠	١٨٨	٤٨,٩	٩٢	٥١,١	٩٦	الإجمالي

العملية للذكور عن الإناث في إجمالي العينة، كذلك يتضح لنا أن ١٤,٦٪ من عينة الذكور لا تعمل في مقابل ٤٨,٩٪ من الإناث لا يعملن. ٧-١-٩ توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتوسط الدخل الشهري للأسرة:

تشير بيانات الجدول رقم (١٠) إلى توزيع عينة الدراسة وفقاً للحالة العملية للزوجين والنوع، حيث يتبين أن الغالبية من الذكور ٨٥,٤٪ يعملون في مقابل ١٤,٦٪ من الإناث يعملن، وهو ما يعطي الأفضلية في الحالة

الجدول رقم (١١): توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتوسط الدخل الشهري للأسرة

الإجمالي		البراجيل		بشتيل		المنطقة الدخل
%	ك	%	ك	%	ك	
٢٤,٥	٤٦	٣٢,٦	٢٩	١,٧١	١٧	أقل من ٥٠٠ جنيه
٣٤,١	٦٤	٣٧,١	٣٣	٣,١٣	٣١	من ٥٠٠ إلى ١٠٠٠ جنيه
٣١,٤	٥٩	٢٢,٥	٢٠	٤,٩٣	٣٩	من ١٠٠٠ إلى ١٥٠٠ جنيه
٧,٩	١٥	٧,٨	٧	١,٨	٨	من ١٥٠٠ إلى ٢٠٠٠ جنيه
٢,١	٤	-	-	١,٤	٤	٢٠٠٠ جنيه فأكثر
٪١٠٠	١٨٨	٤٧,٤	٨٩	٥٢,٦	٩٩	الإجمالي

العينة تتراوح دخولهم ما بين ٥٠٠ إلى ١٠٠٠ جنيه، يليها ٣١,٤٪ تتراوح دخولهم ما بين ١٠٠٠ إلى ١٥٠٠ جنيه، يليها ٢٤,٥٪ تصل

تشير بيانات الجدول رقم (١١) إلى توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتوسط الدخل الشهري للأسرة، حيث يتبين أن ٣٤,١٪ من إجمالي

أقل من ٥٠٠ جنيه وحتى ١٥٠٠ جنيه بنسبة ٧,٩٪ دخولهم إلى أقل من ٥٠٠ جنيه، يليها ٩,٧٪ تتراوح دخولهم ما بين ١٥٠٠ جنيه إلى ٢٠٠٠ جنيه، وأخيراً ١,٢٪ تتجاوز دخولهم ٢٠٠٠ جنيه. كذلك يلاحظ أن النسبة الأكبر من عينة الأسر بمنطقة البراجيل تتراوح دخولهم ما بين ٨,٨٧٪. بين أقل من ٥٠٠ جنيه إلى ١٥٠٠ جنيه بنسبة ٢,٩٢٪، أما النسبة الأكبر من عينة الأسر بمنطقة بشتيل فتتراوح متوسطات دخولهم ما بين أقل من ٥٠٠ جنيه إلى ١٥٠٠ جنيه بنسبة ٨,٨٧٪.

الجدول رقم (١٢): متوسط دخل الأسرة بالجنيه ن=١٨٨

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	التغيرات
٣,٧٨	١٠٤٠	الدخل

يتبين من بيانات الجدول رقم (١٢) أن متوسط الدخل بين أفراد الأسرة في إجمالي العينة في حدود ١٠٤٠ جنيه بانحراف معياري ٣,٧٨، وارتفاع الانحراف المعياري يدل على تباين واضح في الدخل بين إجمالي أفراد العينة. ٩-١-٨ توزيع عينة الدراسة وفقاً لنوعية المسكن وملكيته:

الجدول رقم (١٣): توزيع عينة الدراسة وفقاً لنوعية المسكن

المسكن	المنطقة		البراجيل		الإجمالي	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
شقة	٥٤	٥٤,٥	٢٢	٢٤,٧	٧٦	٤٠,٢
حجرة	١٧	١٧,٢	٩	١٠,٢	٢٦	١٣,٩
بيت شعبي	٢٨	٢٨,٣	-	-	٢٨	١٤,٩
بيت ريفي	-	-	٥٨	٦٥,١	٥٨	٣١
الإجمالي	٩٩	٥٢,٦	٨٩	٤٧,٤	١٨٨	١٠٠٪

تشير بيانات الجدول رقم (١٣) إلى توزيع عينة الدراسة وفقاً لنوعية المسكن، حيث يتبين أن ٤٠,٢٪ من عينة الدراسة تسكن في شقة، يليها ٣١٪ تسكن في بيت ريفي، يليها ١٤,٩٪ تسكن في بيت شعبي، يليها ١٣,٩٪ تسكن في حجرة. وبتأمل توزيع عينة الدراسة على منطقتي الدراسة الجغرافية، سنلاحظ أن ٥٤,٥٪ من إجمالي عينة الدراسة بمنطقة بشتيل تسكن في شقة، بينما ٦٥,١٪ من إجمالي عينة منطقة البراجيل تسكن في بيت ريفي.

الجدول رقم (١٤) : توزيع عينة الدراسة وفقاً للملكية المسكن

الملكبة	المنطقة	بشبل		البرابل		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
ملك		٤٢	٤٢,٤	٦٩	٧٧,٥	١١١	٥٩,١
إبجار		٥٧	٥٧,٦	٢٠	٢٢,٥	٧٧	٤٠,٩
	الإجمالي	٩٩	٥٢,٦	٨٩	٤٧,٤	١٨٨	١٠٠%

البرابل تسكن في مسكن ملك، وذلك بحكم الثقافة الريفية التي تفضل الإقامة في بيت العائلة المشترك. هذا فضلاً عن أن الغالبية العظمى من أفراد العينة يمتلكون الغالبية من الأجهزة المنزلية الأساسية والكبالية.

٩-١-٩ توزيع عينة الدراسة وفقاً للإسهام الاقتصادي للزوجة في دخل الأسرة:

تشير بيانات الجدول رقم (١٤) إلى توزيع عينة الدراسة وفقاً للملكية السكن، حيث يتبين أن ١, ٥٩% من إجمالي العينة تسكن في مسكن ملك، في مقابل ٩, ٤٠% تسكن في مسكن إيجار. ونلاحظ أن ٦, ٥٧% من إجمالي عينة الأسر بمنطقة بشبل تسكن في مسكن إيجار، في مقابل ٥, ٧٧% من إجمالي أسر منطقة

الجدول رقم (١٥) : توزيع عينة الدراسة وفقاً للإسهام الاقتصادي للزوجة في دخل الأسرة

مساهمة الزوجة في نفقات الأسرة	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	٤٣	٤٣,٣	١٢	١٣,٥	٥٥	٢٩,٣
لا	٥٦	٥٦,٧	٧٧	٨٦,٥	١٣٣	٧٠,٧
الإجمالي	٩٩	٥٢,٦	٨٩	٤٧,٤	١٨٨	١٠٠%

الزوجة في إجمالي العينة بلغت ٣, ٢٩%، واتضح تأثير الإسهام الاقتصادي بصورة أكبر للزوجة في عينة أسر منطقة بشبل بنسبة

تشير بيانات الجدول رقم (١٥) إلى توزيع عينة الدراسة وفقاً للإسهام الاقتصادي للزوجة في دخل الأسرة، حيث يتبين أن مساهمة

مساواتها مع الرجل داخل النسق الأسري. وفي هذا الصدد أشارت دراسة (الصويان، ٢٠٠١) إلى أن هناك علاقة بين عمر الزوجة والمستوى التعليمي للزوجة العاملة، وعمل الزوجة، والدرجة الوظيفية للزوجة، وإسهام الزوجة بدخلها في الإنفاق على الأسرة وعدد سنوات الزواج والمكانة العائلية للزوجة وبين مشاركتها في اتخاذ القرارات الأسرية.

٩-١-١٠ توزيع عينة الدراسة وفقاً لإقامة أحد الأقارب مع الأسرة:

٣,٤٣٪ في مقابل نسبة لا تتجاوز ٥,١٣٪ في عينة أسر منطقة البراجيل. ولاشك أن المرأة أضحت تكتسب قوة جديدة داخل النسق الأسري، هذه القوة تم اكتسابها من خلال مساهمة المرأة الاقتصادية في موارد الأسرة، فقد أصبحت مثلها مثل الرجل، تنافسه في الإنفاق على الأسرة، هذه الحالة التشاركية وحالة الاستحواذ على الموارد للزوجة، تجعلها دائماً في حالة صراع مع الزوج، فهي لها موارد مادية مستقلة، تمنحها القوة، ومن ثم تمنحها التأثير في اتخاذ القرارات الأسرية من منطلق

الجدول رقم (١٦): توزيع عينة الدراسة وفقاً لإقامة أحد الأقارب مع الأسرة

الإجمالي		إناث		ذكور		إقامة أحد أفراد الأسرة
ك	٪	ك	٪	ك	٪	
٣٦	١٩,١	٢٧	٣٠,١	٩	٩,١	نعم
١٥٢	٨٠,٩	٦٢	٦٩,٧	٩٠	٩٠,٩	لا
١٨٨	٪١٠٠	٨٩	٤٧,٤	٩٩	٥٢,٦	الإجمالي

وهو ما يتوقع أن يشاركوا في اتخاذ القرارات الاستهلاكية، ويلاحظ النسبة الأكبر لوجود الأقارب مع الأسرة تتركز في الأسرة في منطقة البراجيل بنسبة ٣٠,١٪.

٩-٢ معدل الاستهلاك بالأسرة في مناطق الدراسة وأنها:

تشير بيانات الجدول رقم (١٦) إلى توزيع عينة الدراسة وفقاً لإقامة أحد الأقارب مع الأسرة، حيث يتبين أن ٩,١٪ من أفراد العينة يسكنون بمفردهم ولا يشاركون أحد من أفراد الأسرة الممتدة، في مقابل ١٩,١٪ يعيش معهم أحد الأقارب في نفس المسكن،

جدول رقم (١٧) : توزيع عينة الدراسة وفقاً لمعدل الاستهلاك بالأسرة

الإجمالي		البراجيل		بشتيل		معدل الاستهلاك
ك	%	ك	%	ك	%	
٨٥	٤٥,٣	٤٦	٥١,٧	٣٩	٣٩,٤	منخفض
٧٥	٣٩,٩	٣٢	٣٥,٩	٤٣	٤٣,٤	متوسط
٢٨	١٤,٨	١١	١٢,٤	١٧	١٧,٢	مرتفع
١٨٨	٪١٠٠	٨٩	٤٧,٤	٩٩	٥٢,٦	الإجمالي

تقع في المستوى الاستهلاكي الأعلى. كذلك يلاحظ التباين في المستويات الاستهلاكية بين منطقتي الدراسة، حيث تقع الأسر في منطقة بشتيل في المستوى الاستهلاكي المتوسط بنسبة ٤٣,٤ ٪، بينما تقع النسبة الأكبر للأسر في منطقة البراجيل في المستوى الاستهلاكي المنخفض بنسبة ٥١,٧ ٪.

تشير بيانات الجدول رقم (١٧) إلى توزيع عينة الدراسة وفقاً لمعدل الاستهلاك بالأسرة في مناطق الدراسة، حيث يتبين أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة تقع في المستوى الاستهلاكي المنخفض وذلك بنسبة ٤٥,٣ ٪ يليها المستوى الاستهلاكي المتوسط بنسبة ٣٩,٣ ٪، وأخيراً نسبة أقل بلغت ١٤,٨ ٪.

الجدول رقم (١٨) : الإنفاق الاستهلاكي للأسرة بمناطق الدراسة على السلع الغذائية

٢	الإنفاق الاستهلاكي على السلع الغذائية	بشتيل		البراجيل			
		المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	الترتيب	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي	الترتيب
١	اللحوم الحمراء	٣,٦٥	٦٤,١٧	٥	٣,٧٧	٦,٥١	٧
٢	الدواجن	٣,٧٧	٦٥,٢٤	٤	٥,٢٩	٨٠,٢٤	١
٣	الأسماك	٣,٥٤	٦٤,٢١	٦	٣,٨٩	٦,٨٨	٦
٤	البقوليات	٤,٢٦	٧١,٣٢	١	٤,٣٨	٧,٢٢	٤
٥	النشويات	٤,٠١	٧٠,١١	٢	٤,٥٥	٧,٨٤	٣
٦	الخضروات	٣,٨٩	٦٨,٩٧	٣	٤,٦٨	٧,٩٨	٢
٧	مجموعة الألبان ومنتجاتها	٣,٤٤	٦٣,٢٨	٧	٤,٠٩	٦,٩٩	٥
٨	الفاكهة	٣,٢١	٦١,٢٥	٨	٣,٠١	٦,١٤	٨

أما النشويات فاحتلت المرتبة الثانية بالنسبة للأسرة في منطقة بشتيل بمتوسط حسابي ٤٠,٠١ ووزن نسبي ٧٠,١١. وكانت الفاكهة بالنسبة للأسرتين في آخر قائمة إنفاقهم الاستهلاكي حيث احتلت المرتبة الثامنة. هذا ودرج الاقتصاديون على تصنيف أنماط الاستهلاك وفقاً للبنود الرئيسية، على أن يقسم كل بند إلى أقسام فرعية، فاستهلاك الطعام مثلاً يضم قائمة بأهم بنود الطعام كاللحوم والخبز والأرز والمشروبات بأنواعها.. إلخ. وهناك من الإحصاءات الرسمية ما يتبع هذا التصنيف نفسه.

٣-٩ أولويات الإنفاق بالنسبة للأسرة في مناطق الدراسة:

تشير بيانات الجدول رقم (١٨) إلى الإنفاق الاستهلاكي للأسرة بمناطق الدراسة على السلع الغذائية، حيث يتبين لنا الفروقات بين الأسرتين في منطقتي الدراسة، فالوزن النسبي للإنفاق بمنطقة بشتيل يختلف إلى حد ما عن الوزن النسبي للسلع المستهلكة في منطقة البراجيل، فالدواجن تحتل المرتبة الأولى بمتوسط حسابي ٥,٢٩ ووزن نسبي ٨٠,٢٤ للأسرة في منطقة البراجيل، بينما تأتي البقوليات كسلعة أساسية تستهلك في منطقة بشتيل بمتوسط حسابي ٤,٢٦ ووزن نسبي ٧١,٣٢، وهكذا تأتي الخضراوات في المرتبة الثانية بالنسبة لأسرة منطقة البراجيل بمتوسط حسابي ٤,٦٨ ووزن نسبي ٧,٩٨،

جدول رقم (١٩) : متوسطات وانحرافات أولويات الإنفاق للأسرة في مناطق الدراسة

م	أولويات الإنفاق	بشتيل			البراجيل	
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
١	الإنفاق على الطعام	١١,٣	٤,٥٤	١	١٣,٢١	٦,٢٢
٢	الإنفاق على المسكن	١٠,٩	٤,٢١	٣	١٠,٢١	٤,٦٥
٣	الإنفاق على الملابس	٩,٥	٣,٩٩	٤	٩,١٥	٤,٣٣
٤	الإنفاق على التعليم	١٠,٨	٤,٠١	٢	١٣,١١	٥,٩٦
٥	الإنفاق على زوج الأبناء	٧,٩٩	٣,٦٥	٧	١٢,٠١	٥,٧٨
٦	الإنفاق على الترفيه	٨,٢١	٣,٨٨	٥	٨,٩٨	٣,٢٥
٧	الإنفاق على فواتير المكالمات	٧,٠١	٣,٢٤	٩	٩,٠٢	٤,١٢
٨	الإنفاق على اشتراكات الإنترنت	٦,٢٣	٢,٩٨	١٠	٨,١٥	٣,٥٥
٩	الإنفاق على فواتير الكهرباء والمياه	٨,٠٠	٣,٧٨	٦	١١,٢٥	٥,٦١
١٠	الإنفاق على أدوات الزينة والتجميل	٧,٦٦	٣,٤٥	٨	٧,٢٩	٣,٠٢

التجميل والزينة، فواتير المكالمات، اشتراكات الإنترنت، أما بالنسبة لأولويات إنفاق الأسرة في منطقة البراجيل فكانت على النحو التالي بالترتيب: الطعام، التعليم، زواج الأبناء، فواتير الكهرباء والمياه، الملابس، المسكن، فواتير المكالمات، اشتراكات الإنترنت، الترفيه، أدوات الزينة والتجميل. والمتأمل للاختلافات في ترتيب الأولويات يلمس أن الإنفاق على أدوات التجميل والزينة والإنفاق على الترفيه جاء في ذيل اهتمامات وأولويات الأسرة الريفية، بينما جاء في مقدمة أولويات الإنفاق لهذه الأسر على الطعام والتعليم

تشير بيانات الجدول رقم (١٩) إلى توزيع عينة الدراسة وفقاً لأولويات الإنفاق في مناطق الدراسة، حيث يتبين لنا أن هناك ثمة اختلافات في أولويات الإنفاق بين الأسر في منطقتي الدراسة، فترتيب أولويات الإنفاق لدى الأسر في منطقة بشتيل يختلف عن ترتيب أولويات الإنفاق في منطقة البراجيل، وهو ما يعكس تأثير متغير البعد الريفي الحضري، فمثلاً بشتيل كونها منطقة حضرية فجاء ترتيب أولويات الإنفاق بالترتيب التالي: الطعام، التعليم، المسكن، الملابس، الترفيه، فواتير الكهرباء، زواج الأبناء، أدوات

وفي النهاية ربما يكون السبب شعور المستهلك أن لديه خبرة محدودة أو يشعر بعدم الثقة في النفس لاتخاذ القرار السليم (عبدالغفار، ١٦٤: ١٩٩٢).

وتجدر الإشارة إلى أن حاجات الأفراد في المجتمع المصري شأنه شأن أي مجتمع آخر، متعددة ومختلفة ومتفاوتة في أولوياتها من أسرة إلى أخرى؛ لأن كل أسرة متميزة في حد ذاتها، في دخلها وثقافتها وقيمها وأنماط معيشتها وطبيعي أن يؤثر كل ذلك على أنماط استهلاكها. ومما تجدر الإشارة إليه أن المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية التي تحكم عملية الاستهلاك عند الشراء كثيرة منها: الدخل، الأسعار، الطبقة، التعليم... إلخ.

٩-٤ تحليل القرارات الاستهلاكية بالأسرة: يستهدف هذا المحور من الدراسة تسليط الضوء على أسلوب تحليل القرارات الاستهلاكية بالأسرة وتأثير المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية على تشكيل تلك القرارات، هذا فضلاً عن تسليط الضوء على الأطراف الفاعلة المتداخلة في التأثير على القرار الاستهلاكي.

وزواج الأبناء، بينما نجد أن الأسرة الحضرية في منطقة بشتيل احتل الترفيه المرتبة الخامسة وكذلك أدوات التجميل والزينة احتلت المرتبة الثامنة قبل التفكير في تسديد فواتير المكالمات أو اشتراكات الإنترنت، وهو ما يعكس حجم الاختلافات النوعية بين نمطي الأسرتين في منطقتي الدراسة. إذن يعد الإنفاق على الطعام هو البند الأول ذو الأهمية للأسرة في قائمة أولويات الإنفاق الأسري، وفي هذا الصدد ونتيجة للتغيرات المتسارعة التي يمر بها المجتمع المصري، يجب إعطاء أولوية خاصة لدراسة هيكل الاستهلاك الغذائي وتطوره والتنبؤ بمتغيراته المختلفة (فياض، ١٣٢: ١٩٩٩). ويشير التراث النظري في هذا المقام إلى أنه عند اتخاذ قرار الشراء، فإن المستهلك يدرك الخطر لأنه ربما لا يكون لديه الخبرة بخصوص المنتج أو نوعه، أو ربما يكون سببه أنه لم يستخدمه من قبل، أو لأن هذا المنتج يكون جديدًا في السوق. أو ربما لأن المستهلك كان قد من بخبرة غير طيبة بماركة أخرى من هذا المنتج ويخشى تكرار مثل هذه التجربة. وربما يكون السبب هو الإمكانيات المالية المحدودة، فيخشى أن يشتري المنتج ثم يضطر إلى شراء غيره أن كان غير مرضي.

جدول رقم (٢٠) : العلاقة بين المستوى التعليمي ومصدر قرار الإنفاق على احتياجات الأسرة

مصدر قرار الإنفاق مستوى التعليم	أب %	أم %	ابن %	بنت %	الإجمالي
أمي	١١,٣	٤,٦	-	-	١٥,٩
يقرأ ويكتب	٧,٢	٢,١	٠,٢	-	٩,٥
ابتدائي	٨,٦	٥,٨	٣,٧	-	١٨,١
إعدادي	٩,٣	٤,٥	١	٠,٦	١٥,٤
ثانوي أو دبلوم	١١,٩	١٠,٨	٥,٢	٠,٤	٢٨,٣
جامعي	٤,١	٤,٩	١	١,٢	١١,٢
ماجستير	١	٠,٤	٠,٢	-	١,٦
الإجمالي	٥٣,٤	٣٣,١	١١,٣	٢,٢	%١٠٠

النظرية الوظيفية، وخاصة فيما يتعلق بمحورية الثقافة الذكورية على النسق الاجتماعي للمجتمع المصري، فالقرار الأسري دائماً ما يرتبط بالأب المسيطر على أغلب الشئون الأسرية. وفي هذا الصدد أشارت دراسة (Watne, 2014) إلى أن الأطفال البالغين لعبوا دوراً أساسياً في تحريك القرارات الاستهلاكية خاصة فيما يتعلق بالقرارات المتعلقة بالجوانب الترويحية.

من بيانات الجدول رقم (٢٠) أن قرار الإنفاق في الأسرة يرتبط بصورة كبيرة بالمستوى التعليمي، ويرتبط بصورة كبيرة بالذكور سواء أكان رب الأسرة أو الابن الأكبر داخل الأسرة، أيضاً كلما ارتفع المستوى التعليمي للأب كان أكثر تحكماً في مصدر قرار الإنفاق على احتياجات الأسرة. والتحليلات التي تعكسها بيانات الجدول تنفق إلى حد كبير مع ما تطرحه

جدول رقم (٢١) : العلاقة بين المستوى التعليمي وأساس قرار الإنفاق على احتياجات الأسرة

أساس قرار الإنفاق مستوى التعليم	ديني %	ثقافي %	عادات وتقاليد %	عطف وحنان %	الإجمالي
أمي	٢,٣	٩,١	٣,٣	١,٢	١٥,٩
يقرأ ويكتب	٦	٣	٠,٥	-	٩,٥
ابتدائي	١١,٦	٤,٥	١	١	١٨,١
إعدادي	١٠	٢,١	٢,٦	٠,٧	١٥,٤
ثانوي أو دبلوم	١٩,٣	٧,٤	١,٦	-	٢٨,٣
جامعي	٨,٩	١	١	٠,٣	١١,٢
ماجستير	٠,٩	٠,٧	-	-	١,٦
الإجمالي	٥٩	٢٧,٨	١٠	٣,٢	%١٠٠

الأسري. والتحليلات التي تعكسها بيانات الجدول تتفق إلى حد كبير مع ما طرحه النظرية الوظيفية، وخاصة فيما يتعلق بتفاوت الأدوار الاجتماعية واختلافها ومن ثم اختلاف التوجهات المعيارية للأفراد تجاه قضايا المجتمع المختلفة، كما أن متغير الدين يلعب دورًا جوهرياً في تشكيل أساس القرار الأسري وخاصة بين من يحظون بتعليم مرتفع، وهذا يعكس وظيفة الدين ودوره المؤثر داخل النسق الاجتماعي.

يلاحظ من بيانات الجدول رقم (٢١) أن أساس قرار الإنفاق في الأسرة يرتبط بصورة كبيرة بالمستوى التعليمي، الأمر الذي يعكس على تحديد هوية هذا الأساس، فأصحاب التعليم المتوسط يؤكدون على أن أساس قرار الإنفاق هو المتغير الديني بنسبة ٣، ١٩٪. ثم المتغير الثقافي بنسبة ٤، ٧٪، أما أصحاب التعليم المنخفض (الابتدائي) فالمتغير الثقافي والعادات والتقاليد هو المحرك لاتخاذ القرار

جدول رقم (٢٢): العلاقة بين الدخل الشهري ومصدر قرار الإنفاق على احتياجات الأسرة

مصدر قرار الإنفاق الدخل الشهري	أب.٪	أم.٪	ابن.٪	بنت.٪	الإجمالي
أقل من ٥٠٠ جنيه	٦,٢	١٥,٢	٢,٥	٠,٦	٢٤,٥
من ٥٠٠ إلى ١٠٠٠ جنيه	١٣,٩	١١,٣	٥,١	٣,٨	٣٤,١
من ١٠٠٠ إلى ١٥٠٠ جنيه	١٧,٣	٧,٦	٤,٣	٢,٢	٣١,٤
من ١٥٠٠ إلى ٢٠٠٠ جنيه	٦,١	١	٠,٥	٠,٣	٧,٩
- ٢٠٠٠ جنيه فأكثر	١,١	١	-	-	٢,١
الإجمالي	٤٤,٦	٣٦,١	١٢,٤	٦,٩	٪١٠٠

بنتائج الجدول رقم (١٩) من حيث السيطرة الذكورية على مقاليد الأسرة المصرية. والتحليلات التي تعكسها بيانات الجدول تتفق إلى حد كبير مع ما طرحه النظرية الوظيفية، وخاصة فيما يتعلق بالقرار الاقتصادي داخل الأسرة، والذي يعكس وظيفة التكيف داخل الأسرة، فالأب باعتباره صاحب الموارد الاقتصادية فهو صاحب القرار الأكثر تأثيراً داخل الأسرة.

يلاحظ من بيانات الجدول رقم (٢٢) أن قرار الإنفاق في الأسرة يرتبط بصورة كبيرة بالقوة الاقتصادية داخل الأسرة، ومن ثم فإنه من منطلق أن الأب هو المسيطر اقتصادياً داخل الأسرة نجد أن النسب كلها تنجس في صالحه كأحد الأطراف المؤثرة في صياغة القرار الاستهلاكي، وكلما تزايدت موارد رب الأسرة المادية كان أكثر استحواداً على القرار الاستهلاكي العائلي، وترتبط هذه النتيجة

جدول رقم (٢٣): العلاقة بين المستوى التعليمي ومصدر قرار شراء احتياجات المنزل الأساسية

مصدر قرار الإنفاق الدخل الشهري	أب %	أم %	ابن %	بنت %	الإجمالي
أمي	٢,١	١١,٢	-	٢,٦	١٥,٩
يقراً ويكتب	٣,٩	٤,٩	-	٠,٧	٩,٥
ابتدائي	٦,٣	٩,٨	١	١	١٨,١
إعدادي	٧,٨	٧,٦	-	-	١٥,٤
ثانوي أو دبلوم	١١,١	١٦,٢	-	١	٢٨,٣
جامعي	٤,١	٥,٩	٠,٣	٠,٩	١١,٢
ماجستير	٠,٦	١	-	-	١,٦
الإجمالي	٣٥,٩	٥٦,٦	١,٣	٦,٢	٪١٠٠

بنسبة ١٦,٢ ٪، وهكذا في المستويات التعليمية الأعلى. والتحليلات التي تعكسها بيانات الجدول رقم (٢٣) توضح التأثير الطاعلي لتعليم المرأة في التأثير في صياغة قرارات الاستهلاك داخل الأسرة. فالتعليم أضفى قوة خاصة للمرأة داخل الأسرة، وجعلها تحظى بتأثير ونفوذ داخل الأسرة فيما يتعلق باتخاذ بعض القرارات الأسرية المرتبطة بالاستهلاك.

يلاحظ من بيانات الجدول رقم (٢٣) أن مصدر قرار الشراء بالأسرة هي الأم، خاصة مع انخفاض المستويات التعليمية، غير أنه كلما حظيت الزوجة بقسط وافر من التعليم، أصبحت صاحبة قرار الاستهلاك داخل الأسرة فيما يتعلق بشراء احتياجات المنزل الأساسية، فالأم ذات التعليم الثانوي أكثر تأثيراً واتخاذاً لقرار شراء احتياجات المنزل الأساسية من الأب وذلك

جدول رقم (٢٤): العلاقة بين الدخل الشهري واختيار نوع السلع الاستهلاكية التي تحتاجها الأسرة

اختيار نوع السلع الدخل الشهري	بما يتوافق مع موارد الأسرة	لتحقيق طموحات الأبناء	بدون حدود مادية	الإجمالي
أقل من ٥٠٠ جنيه	١٩,٦	٤,٩	-	٢٤,٥
من ٥٠٠ إلى ١٠٠٠ جنيه	٢٢,٢	٨,٢	٣,٧	٣٤,١
من ١٠٠٠ إلى ١٥٠٠ جنيه	١٠,٨	١٥,٨	٤,٨	٣١,٤
من ١٥٠٠ إلى ٢٠٠٠ جنيه	٣,٣	٤,١	٠,٥	٧,٩
- ٢٠٠٠ جنيه فأكثر	١	١	٠,١	٢,١
الإجمالي	٥٦,٩	٣٤	٩,١	٪١٠٠

الوظيفية، فيما يتعلق بأن الأسرة نسق اجتماعي يضم مجموعة من الأعضاء يتفاوتون في مقدار ما يملكون من القوة والموارد، فالموارد الاقتصادية مهمة ومؤثرة في صياغة الكثير من القرارات الاستهلاكية. ويرى الباحث أن النتيجة التي يستخلصها في ضوء بيانات الجدول أن القهر الذي ربما يمارسه الأب على الأبناء في اختيار نوع سلعة محددة لا يرغبونها ربما يدخل الأسرة ككل في حالة من الصراع، مما ينعكس على حالة التوازن الاجتماعي ككل داخل نسق الأسرة، وذلك خاصة للأسرة ذات الموارد الاقتصادية المتدنية.

يلاحظ من بيانات الجدول رقم (٢٤) أن قرار اختيار نوع السلعة التي ستستهلكها الأسرة يرتبط بصورة كبيرة بالدخل الشهري للأسرة، حيث يلاحظ أنه كلما ارتفع الدخل الشهري للأسرة تغيرت طموحات الأسرة ككل، وتوجه القرار الاستهلاكي فيما يتعلق بنوع السلعة نحو تحقيق طموحات الأبناء، والعكس صحيح كلما انخفض الدخل الشهري كلما اتجه القرار الاستهلاكي نحو شراء السلع التي تتوافق مع موارد الأسرة. والتحليلات التي تعكسها بيانات الجدول تتفق إلى حد كبير مع ما تطرحه النظرية

جدول رقم (٢٥): العلاقة بين المستوى التعليمي والطرف الذي يختار القرارات الاستهلاكية المرتبطة بالترويح

الطرف مستوى التعليم	الأب. %	الأم. %	الابن. %	البنات. %	الإجمالي
أمي	٤,٥	٩,٩	٠,٥	١	١٥,٩
يقرأ ويكتب	٦,٢	٢,١	٠,٢	١	٩,٥
ابتدائي	٤,٦	٣	١٠,١	٠,٤	١٨,١
إعدادي	٣,٩	١٠	٠,٥	١	١٥,٤
ثانوي أو دبلوم	١,٦	١٣,٢	٦,٣	٧,٢	٢٨,٣
جامعي	٩,١	١	٠,٥	٠,٦	١١,٢
ماجستير	٠,٢	٠,٢	٠,١	١,١	١,٦
الإجمالي	٣٠,١	٣٩,٤	١٨,٢	١٢,٣	١٠٠٠%

والتحليلات التي تعكسها بيانات الجدول تتفق إلى حد كبير مع ما تطرحه النظرية الوظيفية، خاصة مع تعدد أطراف اتخاذ القرار داخل الأسرة بشأن القرارات الاستهلاكية المرتبطة بالترويح، حيث إن السلطة الذكورية تخفت مع اتخاذ القرارات الاستهلاكية المرتبطة بالترويح، خاصة مع تعدد أطراف اتخاذ القرارات الاستهلاكية المرتبطة بالترويح، وإن كان المستوى التعليمي يعد متغيرًا فاصلاً في التأثير على تحديد هوية الطرف المؤثر في صياغة القرارات الاستهلاكية المرتبطة بالترويح داخل الأسرة.

يلاحظ من بيانات الجدول رقم (٢٥) أن الطرف المسيطر على القرارات الاستهلاكية المرتبطة بالترويح داخل الأسرة يتباين بتباين المستوى التعليمي، ففي التعليم الجامعي يسيطر الأب على اتخاذ القرارات الاستهلاكية المرتبطة بالترويح، بينما في شريحة الحاصلين على الماجستير نجد أن البنت هي صاحبة اتخاذ القرارات الاستهلاكية المرتبطة بالترويح داخل الأسرة، أيضًا تحظى الزوجة بتأثير ليس بالضعيف في اتخاذ القرارات الاستهلاكية المرتبطة بالترويح خاصة في المستويات التعليمية من الابتدائي وحتى الجامعي.

الجدول رقم (٢٦) : محددات الاستهلاك بين عينة الدراسة

الترتيب	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الاستجابات			العبرة	م
			لا	إلى حد ما	نعم		
			%	%	%		
٦	٠,٦٤٥٥	١,٥٨٣	٥٠	٤١,٧	٨,٣	لدي الرغبة في التسوق المستمر أسبوعياً دون الحاجة الحقيقية للشراء	١
٥	٠,٨٧٩٦	١,٦٥٠	١١,٧	٦١,٧	٢٦,٧	أفضل شراء السلع بالتقسيط	٢
١٠	٠,٤٤٣٦	١,١٥٠	٨٨,٣	٨,٣	٣,٣	اجتماع أفراد الأسرة سوياً كل شهر لتحديد احتياجاتهم وأساليب الاستهلاك	٣
٤	٠,٧٨٧٦	١,٧٠٠	٢٠	٣٠	٥٠	أفضل الشراء دون التورط في الاستدانة	٤
٣	٠,٥٩٦٣	٢,٠١٦	١٦,٧	٦٥	١٨,٣	اتخذ قرار الشراء بعد تروي وتفكير واستشارة	٥
٨	٠,٥٦١٤	١,٣٠٠	٧٥	٢٠	٥	أفضل شراء السلع ذات الجودة العالية	٦
١	٠,٦٢٤١	٢,٣١٦	٨,٣	٥١,٧	٤٠	تساهم مشاركتي المادية في الميزانية منحي قدرة في اتخاذ القرار الاستهلاكي	٧
٩	٠,٦٩١١	١,٢٨٣	٨٥	١,٧	١٣,٣	مراعاة جميع احتياجات ورغبات أفراد الأسرة عند شراء السلع	٨
٢	٠,٧٤٣١	٢,٠٨٣	٢٣,٣	٤٥	٣١,٧	قدرتي المالية هي العامل الرئيس في اختيار نوعية السلعة	٩
٧	٠,٥٨٨٠	١,٤٠٠	٦٥	٣٠	٥	أقوم بترتيب أولويات الأسرة قبل اتخاذ قرار الشراء	١٠

٥-٩ محددات الاستهلاك بين عينة الدراسة:

بلغ ٦٢٤١, ٠، وهذا يدل على موافقة تامة بين أفراد العينة على أن القرار الاستهلاكي يرتبط بصورة كبيرة بالإسهام الاقتصادي لأحد أفراد الأسرة، فكلما كانت هناك مشاركة مادية سواء للزوج أو الزوجة في ميزانية الأسرة، كان صاحب قرار وتأثير في توجيه هذا القرار، وهو ما يعكس حجم تأثير الدخل المادي كأحد أبرز محددات الاستهلاك في الأسرة بمناطق الدراسة. بينما جاءت الفقرة رقم (٩) المتعلقة بأن القدرة المالية هي العامل الرئيس في اختيار نوعية السلعة في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي ٠,٨٣, ٢ وانحراف معياري بلغ ٧٤٣١, ٠، وهذا يدل على موافقة بين عينة الدراسة أن قرار الاستهلاك لا يأتي في فراغ نحو اختيار سلعة محددة، وإنما تحدد ذلك موارد الأسرة وقدرتها المالية على استهلاك تلك السلع. وأشار بورديو إلى هذه الفكرة، حيث أوضح تأثير المتغير الطبقي في استهلاك السلع والميول الشرائية. كما جاءت الفقرة رقم (٥) المتعلقة باتخاذ قرار الشراء بعد تروي وتفكير واستشارة في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ ٠,١٦, ٢ وانحراف معياري ٥٩٦٣, ٠ ويدل ذلك على الموافقة التامة بين عينة الدراسة على أن اتخاذ قرار الشراء لا يأتي إلا بعد التفكير والتروي ومناقشة ذلك القرار داخل النسق الأسري، خاصة فيما يتعلق

توضح بيانات الجدول رقم (٢٦) محددات الاستهلاك بين عينة الدراسة، ويتضمن هذا المحور (١٠) فقرات، جاءت (٤) فقرات بدرجة (تأثير قوي / نعم) وهي الفقرات رقم (٧، ٩، ٥، ٤)، حيث إن المتوسطات الحسابية لهم بين (٣١٦، ٢، ٧٠٠، ١) وهذه المتوسطات تقع بالفئة الثالثة من فئات المقياس المتدرج الثلاثي والتي تتراوح ما بين (٣٤، ٢ إلى ٣، ٠). في حين جاءت (٣) فقرات بدرجة (أحياناً/ إلى حد ما) وهي الفقرات (٢، ١، ٦)، حيث إن المتوسط الحسابي لهم ما بين (٦٥٠، ١ إلى ٥٨٣، ١) وهذه المتوسطات تقع بالفئة الثانية من فئات المقياس المتدرج الثلاثي والتي تتراوح ما بين (٦٧، ١ إلى ٣٣، ٢). وجاءت الفقرات الأخرى بدرجة رفض (لا)، حيث إن المتوسطات الحسابية لهم ما بين (٤٠٠، ١ إلى ١٥٠، ١) وهذه المتوسطات تقع بالفئة الأولى من فئات المقياس المتدرج الثلاثي والتي تتراوح ما بين (١ إلى ٦٦، ١). وتشير النتائج السابقة إلى تفاوت وجهات نظر عينة الدراسة نحو محددات الاستهلاك. فقد جاءت الفقرة رقم (٧) المتعلقة بمشاركة أحد أفراد الأسرة المادية في ميزانية الأسرة في منحه قدرة في اتخاذ القرار الاستهلاكي في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي ٣١٦, ٢ وانحراف معياري

الاستهلاكية وما تملكه من أدوات إعلامية وإعلانية قوية، تدفع الفرد نحو الرغبة والنزعة الاستهلاكية دون الحاجة الحقيقية لذلك، وهو ما ينعكس فيما بعد على إدراج مجموعة من السلع الاستهلاكية التي لم يكن مخططاً لها في ميزانية الأسرة ومحاولة اتخاذ قرارات استهلاكية بشأنها، حتى لو شرائها بالتقسيط. ويعكس ذلك توجهات العولمة الإعلامية التي تقوم بإقناع الناس بأن يستهلكوا أكثر من حاجاتهم البيولوجية الطبيعية ليساهموا في جعل النظام الرأسمالي العالمي مستمراً للأبد. بينما جاء الفقرة رقم (١٠) المتعلقة بترتيب أولويات الأسرة قبل اتخاذ قرار الشراء في المرتبة السابعة بمتوسط حسابي بلغ ١,٤٠٠ وانحراف معياري ٠,٥٨٨٠ وهو ما يعكس موافقة بدرجة متوسطة بين أفراد العينة على ضرورة ترتيب الأولويات داخل الأسرة قبل اتخاذ قرار الشراء، بحيث يتحدد أوجه الإنفاق من الأهم إلى المهم إلى الأقل أهمية، الأمر الذي يساعد على اتخاذ قرار الاستهلاك بيسر، دون وقوع خلافات ونزاعات أسرية.

بينما جاءت الفقرة رقم (٦) المتعلقة بتفضيل شراء السلع ذات الجودة العالية في المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي بلغ ١,٣٠٠ وانحراف معياري ٠,٥٦١٤ وهو ما يعكس

بعض القرارات الاستهلاكية التي تتطلب موارد مادية تتجاوز قدرات الأسرة. أما الفقرة رقم (٤) المتعلقة بتفضيل الشراء دون التورط في الاستدانة فقد جاءت في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي بلغ ١,٧٠٠ وانحراف معياري ٠,٧٨٧٦ وهو ما يعكس موافقة تامة بين أفراد العينة، أي تفضيلهم للشراء ومحاولة الفرار من الوقوع في فخ الاستدانة التي تعظم من وجودها الثقافة الاستهلاكية.

على الجانب الآخر، جاءت الفقرة رقم (٢) المتعلقة بتفضيل شراء السلع بالتقسيط في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي بلغ ١,٦٥٠ وانحراف معياري ٠,٨٧٩٦ وهو ما يعكس موافقة بدرجة متوسطة بين أفراد العينة، على تفضيل شراء السلع بالتقسيط رغم أهميته في إشباع بعض احتياجات أفراد الأسرة، ولكنه يعد أحد الخيارات المتاحة أمام أفراد الأسرة لإشباع بعض الاحتياجات التي لا تفي موارد الأسرة المادية بإشباعها في الوقت الرهن. أما الفقرة رقم (١) المتعلقة بالرغبة في التسوق أسبوعياً دون الحاجة الحقيقية للشراء جاءت في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي بلغ ١,٥٨٣ وانحراف معياري ٠,٦٤٥٥ وهو ما يعكس موافقة بدرجة متوسطة بين أفراد العينة، غير أنه يعكس قوة تأثير الثقافة

السلع، وهذا ما يرتبط بمتوسطات الدخول المنخفضة لعينة الدراسة، بينما جاءت الفقرة رقم (٣) المتعلقة باجتماع الأسرة سوياً كل شهر لتحديد احتياجاتهم وأساليب الاستهلاك في المرتبة العاشرة والأخيرة بمتوسط حسابي بلغ ١,٥٨٣ وانحراف معياري ٦٤٥٥,٠، وهو ما يدل على عدم موافقة بين أفراد العينة على هذا الاجتماع الشهري الذي يساهم في تحديد الاحتياجات الشهرية وأوجه الإنفاق. وفي هذا الصدد أشارت دراسة (سيف، ٢٠١٠) إلى حدوث تفكك في مفهوم المائدة التقليدية وظهور إشكال جديدة من الموائد أبرزها المائدة المتنقلة.

الجدول رقم (٢٧): أنماط الاستهلاك السائدة في الأسرة وتفاوتها بين الزوج والزوجة من عينة الدراسة

م	المتغيرات	الزوج		الزوجة	
		الترتيب	المتوسط الحسابي	الترتيب	المتوسط الحسابي
١	أذهب إلى السوق لشراء سلع محددة لا أزيد عليها	٥	٣,٦٩٧	٨	٣,٩٩٩
٢	انتظر وقت التخفيضات لشراء بعض السلع	٨	٣,٢٥٣	١	٥,٢١٤
٣	أضطر إلى الاقتراض من أجل شراء بعض السلع	٤	٣,٧٧٤	٣	٤,٨٨٤
٤	أفصل عند شراء بعض السلع	٧	٣,٤٧١	٢	٥,١١٠
٥	أقوم بتسجيل ما أريد شراؤه قبل التسوق والشراء	٣	٣,٩٩٨	٧	٤,١٠٨
٦	أشتري بعض السلع التي أعجب بها	١	٤,٢٢٥	٦	٤,٣٣١
٧	أعتمد على الإعلان التليفزيوني في شراء بعض السلع	٦	٣,٥٥١	٤	٤,٦٦٧
٨	أشتري كل ما هو جديد دون الحاجة الحقيقية إليه	٢	٤,٠٠٩	٥	٤,٥٥٤

السلع بمتوسط حسابي بلغ ٥,٢١٤، ثم الفصل عند الشراء في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ ٥,١١٠ الأمر الذي يعني أن نمط استهلاك المرأة أو الزوجة عموماً يرتبط بثقافة استهلاكية تختلف بشكل جذري عن الثقافة الاستهلاكية للرجل، فهي مدبرة وموفرة في المقام الأول بخلاف الرجل الذي يستهلك أو يشتري دون فصل أو انتظار التخفيضات أو حتى الشراء دون الحاجة، وهذه السمات التي تعكس ملامح الثقافة الاستهلاكية للمرأة ترتبط بعينة الدراسة، وسماتها الاجتماعية والاقتصادية التي تنتمي إلى مستويات اجتماعية متوسطة ومنخفضة وتعيش في مناطق فقيرة إلى حد كبير. وهذا التحليل يتوافق إلى حد كبير مع الاتجاه الاقتصادي الذي يرى أن المستهلك يكون مدفوعاً برغبته في تحقيق أقصى منفعة ممكنة، وهذا ما تحققه الزوجة المصرية في عينة المصرية.

تشير بيانات الجدول رقم (٢٧) إلى أنماط الاستهلاك السائدة في الأسرة في منطقتي الدراسة وتفاوتها بين الزوج والزوجة من عينة الدراسة، حيث يتبين أن هناك تفاوت فيما يتعلق بأسلوب الاستهلاك ونمطه بين الزوج والزوجة في مناطق الدراسة، فالزوج كما هو واضح من بيانات الجدول يستهلك ما يعجبه من السلع والتي جاءت في المرتبة الأولى بالنسبة له بمتوسط حسابي بلغ ٤,٢٢٥، كذلك يشتري مل ما هو جديد دون الحاجة الحقيقية إليه والتي جاءت في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ ٤,٠٠٩، أما انتظاره لوقت التخفيضات كي يستهلك أو يقوم بالشراء فجاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ ٣,٢٥٣. أما بالنسبة لأسلوب الاستهلاك ونمطه بالنسبة للزوجة فيختلف بشكل جذري عن الزوج، حيث جاءت في المرتبة الأولى انتظار الزوجة وقت التخفيضات لشراء بعض

الجدول رقم (٢٨) : المتغيرات التي تجعل من اتخاذ قرار الاستهلاك أمراً صعباً

م	المتغيرات	بشتيل			البراجيل	
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
١	انخفاض الدخل	٢,١٩٥	٠,٧٣٦	٢	٣,٢٢٧	١
٢	تعدد احتياجات الأسرة وتنوعها	٢,٢٢١	٠,٧٤٥	١	٢,٩٩٨	٤
٣	تعدد وتنوع رغبات أفراد الأسرة الاستهلاكية	١,٩٩	٠,٦٩٨	٤	٢,٧٧٣	٦
٤	كبر حجم الأسرة	١,٦٦٥	٠,٦٤٩	٦	٣,١١٤	٢
٥	ارتفاع الأسعار	٢,٠٠١	٠,٧١٠	٣	٣,٠٠١	٣
٦	عدم التوافق الاجتماعي بين الزوجين	١,٧٨٢	٠,٦٥٤	٥	٢,٨٨٤	٥

الإشباع، أما المتغير الأول بالنسبة للأسرة في منطقة البراجيل فكان انخفاض الدخل، وهو ما يرتبط بصورة أساسية ببيانات الجدول رقم (١٠)، كذلك نلاحظ أن كبر حجم الأسرة شكل متغير مهم يصعب من عملية اتخاذ القرار الاستهلاكي في الأسرة في منطقة البراجيل وهو كذلك ما يرتبط ببيانات الجدول رقم (٥). وتشترك الأسرتان في منطقتي الدراسة في التأكيد على أن ارتفاع الأسعار يعد من المتغيرات المؤثرة في عملية اتخاذ القرار الاستهلاكي.

تشير بيانات الجدول رقم (٢٨) إلى المتغيرات التي تجعل من اتخاذ قرار الاستهلاك أمراً صعباً، حيث يتبين أن ثمة اختلافاً في ترتيب المتغيرات التي تجعل من اتخاذ القرار الاستهلاكي أمراً صعباً بين الأسرة في منطقتي الدراسة رغم تقاربها، فالمتغير الأول الذي يجعل من اتخاذ القرار الاستهلاكي صعباً بالنسبة للأسرة في منطقة بشتيل هو تعدد احتياجات الأسرة وتنوعها وهو ما يرتبط بشكل أساسي بالثقافة الحضرية السائدة التي تدفع الفرد دائماً للتطلع إلى المزيد من

الجدول رقم (٢٩): تحليل التباين لاتخاذ القرارات الاستهلاكية وفقاً للدخل الشهري

مستوى الدلالة	قيمة ف	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	المصدر	التحاذ القرارات الاستهلاكية	
						الأسرة في منطقة بشتيل	الأسرة في منطقة البراجيل
٠,٠٠١	٠,٨١	١٨,٦٠	٤	٦٦,١٢	بين المجموعات	الأسرة في منطقة بشتيل	
		٢٩,٣٢	٢٦١	٦٣٧٠,٣٥	داخل المجموعات		
		-	٢٦٥	٦٤٣٦,٥٩	الإجمالي		
٠,٠٠٠	١,٣٣	٤١,٢٢	٣	١٥٦,٢٩	بين المجموعات	الأسرة في منطقة البراجيل	
		٢٨,٦٥	٣٦٦	٨٨٣٣,٢٢	داخل المجموعات		
		-	٣٦٩	٨٩٨٩,٥١	الإجمالي		

والدراسات السابقة المتعلقة بالاستهلاك على الأهمية الكبيرة لهذا المتغير، فلو كان هناك ترجيح للمتغيرات الاقتصادية التي تؤثر على سلوك الاستهلاك العائلي، فإن الدخل بصيغ حسابه المختلفة يقع في صدارة هذه المتغيرات، كما أثبتت معظم الدراسات المتعلقة بالاستهلاك العائلي أن للدخل علاقة إيجابية وقوية في التأثير على الاستهلاك العائلي (البسام، ٢٠٠٩: ٩).

تشير بيانات الجدول رقم (٢٩) إلى أن هناك فروقاً بين الأسرتين في منطقتي الدراسة فيما يتعلق باتخاذ القرار الاستهلاكي وفقاً لمتغير إجمالي الدخل الشهري، فقد كانت مستوى الدلالة دالة إحصائياً، ويعني ذلك أن الدخل الشهري كمتغير اقتصادي له تأثير في اتخاذ القرارات الاستهلاكية داخل الأسرة في منطقتي الدراسة. وهذا يتفق مع ما أكدت عليه جميع النظريات الاقتصادية

الجدول رقم (٣٠): الفرق في المتوسطات حول أساليب اتخاذ القرارات الاستهلاكية بين منطقتي الدراسة

م	العبارة	بشتيل		البراجيل		درجة الحرية	قيمة (ت)	الدلالة
		المتوسط	الانحراف	المتوسط	الانحراف			
١	اتخاذ القرار الاستهلاكي من جانب واحد (الزوج) دون مناقشة بقية أفراد الأسرة	٣,٥٦	٠,٨٧٩	١,٧٧	٠,٩٢٩	٢٥٦	١,٨٨٥	٠,٠٠٢
٢	اشترك الزوجين في مناقشة قرار الاستهلاك وتكون الزوجة صاحبة القرار	٢,٣٣	٠,٤٥٥	٢,٦٦	٠,٧٠١	٢٥٦	٤,٧٨٤	٠,٠٠١
٣	مناقشة القرار الاستهلاكي قبل اتخاذه ويكون القرار لأحدهما الأقرب للموضوع	٢,٤٥	٠,٥١٢	٢,٢٢	٠,٤٠٢	٢٥٦	٠,٢٠٩	٠,٠٠٩
٤	محاولة التوفيق بين أهداف ورغبات أفراد الأسرة الاستهلاكية	٢,٤١	٠,٧١٤	٢,٥٤	٠,٦١١	٢٥٦	٤,٢٠٦	٠,٠٠١

٦-٩ أساليب اتخاذ القرارات الاستهلاكية بالأسرة في مناطق الدراسة؛

تشير بيانات الجدول رقم (٣٠) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين منطقتي الدراسة لصالح المنطقة الريفية (البراجيل) عند مستوى معنوية (٠,٠٠١) بالنسبة لأسلوب اشتراك الزوجين في مناقشة قرار الاستهلاك وتكون الزوجة صاحبة القرار، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي (٦٦, ٢) لعينة أسر البراجيل في مقابل (٣٣, ٢) لعينة أسر بشتيل. وهذه النتيجة تختلف مع النتيجة التي توصلت إليها دراسة (عبدالباري، ٢٠١٠) والتي أشارت إلى أن عملية اتخاذ القرار داخل الأسرة مازالت حكراً على الرجال (لا سيما في القرية المصرية التي كانت مجال الدراسة الجغرافي) ويدعمه في ذلك نسق القيم الاجتماعية والثقافية التي مازالت تنظر إلى الأسرة من منظور أبوي ذكوري بالرغم من ارتفاع مكانة المرأة الاقتصادية والاجتماعية.

كما تشير قيمة الدلالة الإحصائية إلى معنوية هذه الفروق (٠,٠٠١) مما يدل على أن الزوجة في منطقة البراجيل تشارك في اتخاذ القرارات الاستهلاكية من خلال المناقشة مع الزوج قبل اتخاذ القرارات الاستهلاكية، وهذا النوع من الأساليب يتبع الأسلوب التكافؤي،

وهي القرارات التي تتسم بمبدأ المشاركة (Joint) بين الزوجين في اتخاذ القرارات المرتبطة بقضايا وموضوعات الاستهلاك في الأسرة. وفي هذا الصدد أشارت دراسة (توفيق، ٢٠١١) إلى أن السيدات من الطبقة العليا ذكرت ٢, ٧٩٪ منهن أن قرار التصرف في العائد الخاص بالزوج يتم بالمشاركة معهن، بينما وجد أن أعلى نسبة للسيدات اللاتي يقمن في أدنى السلم الطبقي ذكرن أن هذا القرار يعود للزوج بمفرده بنسبة ٢, ٣٥٪.

كما يتبين من الجدول وجود فروق في متوسطات أساليب اتخاذ القرارات الاستهلاكية في الأسر بمنطقتي الدراسة عند مستوى معنوية (٠,٠٠١) في أسلوب محاولة التوفيق بين أهداف ورغبات أفراد الأسرة الاستهلاكية، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي (٤١, ٢) لعينة أسر بشتيل مقابل (٥٤, ٢) لعينة أسر البراجيل، كما تشير قيمة الدلالة الإحصائية إلى معنوية الفروق، وهذا النوع من أساليب اتخاذ القرار يتبع الأسلوب الديمقراطي، حيث يتم النقاش الطويل والممتد بين أفراد الأسرة مما يؤدي إلى نتائج استهلاكية ترتبط بجميع رغبات أفراد الأسرة على الجانب الآخر، يتضح من الجدول أن الفروق في متوسطات درجات أسلوب

اتخاذ القرار الاستهلاكي من جانب الزوج دون مناقشة مع بقية أفراد الأسرة، يكون الزوج هو صاحب القرار لصالح عينة أسرة بشتيل، حيث تشير قيمة المتوسط الحسابي (٣, ٥٦) لعينة أسر بشتيل في مقابل (١, ٧٧) لعينة أسر البراجيل، كما تشير قيمة الدلالة الإحصائية إلى معنوية الفروق عند مستوى دلالة (٠, ٠٠٢). مما يعكس سيطرة واحتكار الزوج في أسرة منطقة بشتيل على اتخاذ القرار الاستهلاكي، ويدرج هذا النوع من الأساليب ضمن الأسلوب الاحتكاري أو السلطوي. أما بالنسبة لأسلوب مناقشة القرار قبل اتخاذه، وتكوين القرار الاستهلاكي، فيكون القرار لأحدهما وفقاً لمجال القرار، فإذا كان القرار يتعلق باستهلاك الطعام أو شراء أدوات منزلية فيكون القرار للزوجة وهكذا، وهذه الفروق ليست معنوية، وهذا النوع من أساليب القرار يدرج ضمن الأسلوب التكاملي والذي يتم توزيع الأدوار بالتساوي بين الزوجين في اتخاذ القرارات الاستهلاكية.

الجدول رقم (٣١): تحليل التباين للفروق في مشاركة الزوجة في اتخاذ القرارات الاستهلاكية وفقاً لمساهمتها الاقتصادية في دخل الأسرة

القرارات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	قيمة ف	مستوى الدلالة
القرارات الاستهلاكية المرتبطة بالغذاء والملابس	بين المجموعات	٢٢٨٣, ١٩	٢	٢٥, ٢٢	٠, ٠٥
	داخل المجموعات	٧٠٧٧, ٠١			
	التباين الكلي	٩٣٦٠, ٢	٢٠٧		
القرارات الاستهلاكية المرتبطة بالمسكن والأثاث	بين المجموعات	٧٣٠١, ٦٠	٢	٦٦, ٥٤	٠, ٠١
	داخل المجموعات	١٠٨٨, ٠١			
	التباين الكلي	٨٣٨٩, ٦١	٢٠٧		
القرارات الاستهلاكية المرتبطة بالعلاج وتربية الأبناء	بين المجموعات	٨٨٨٤, ٢١	٢	٥٤, ٢٩	٠, ٠١
	داخل المجموعات	١٢٢٦, ٢١٥			
	التباين الكلي	١٠١١٠, ٣٦	٢٠٧		

الأسرة، أي أنه كلما ارتفعت مساهمة الزوجة الاقتصادية في دخل الأسرة، أضحى لها رأي مسموع ومؤثر في اتخاذ القرارات الاستهلاكية المختلفة للأسرة سواء أكانت قرارات ترتبط باستهلاك الغذاء أو الملابس أو المسكن.. إلخ. ويتجلى تأثير الزوجة بصورة أكثر وضوحًا في اتخاذ القرارات الاستهلاكية متوسطة التعقيد.

تشير بيانات الجدول رقم (٣١) إلى تحليل التباين للفروق في مشاركة الزوجة في اتخاذ القرارات الاستهلاكية وفقًا لمساهمتها الاقتصادية في دخل الأسرة، حيث يتبين أن هناك فروقًا ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) و (٠,٠١) في مستوى اتخاذ القرار الاستهلاكي وفقًا لمساهمة الزوجة الاقتصادية في دخل

الجدول رقم (٣٢): الوسط الحسابي والانحراف المعياري لسيطرة الزوج أو الزوجة على قرارات الاستهلاك المختلفة

م	المتغيرات	الزوج			الزوجة		
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
١	قرارات استهلاكية تتعلق بالإنفاق على الطعام	٣,٥٥٩	٠,٦٦٥	٥	٥,٢١٤	٠,٩٢١	١
٢	قرارات استهلاكية تتعلق بالإنفاق على الملابس	٣,٩٩٤	٠,٧٥٥	٣	٤,٦٢١	٠,٨٣٢	٣
٣	قرارات استهلاكية تتعلق بالإنفاق على المسكن	٤,٢٢١	٠,٨٥٤	١	٤,٥٥٨	٠,٧٠١	٤
٤	قرارات استهلاكية تتعلق بالإنفاق الترفيهي	٤,٠٠٣	٠,٨١١	٢	٤,٠٨٩	٠,٦٢٤	٥
٥	قرارات استهلاكية تتعلق بالشراء عبر التلفزيون	٣,٨٨٧	٠,٧٠٢	٤	٤,٩٩٨	٠,٨٩٦	٢

القرارات التي تتعلق بالإنفاق على الجانب الترفيهي، يليها القرارات التي تتعلق بالإنفاق على الملابس، يليها القرارات التي تتعلق بالإنفاق على الشراء عبر التلفزيون، وأخيرًا القرارات الاستهلاكية التي تتعلق بالإنفاق على الطعام. أما القرارات الاستهلاكية التي تسيطر عليها الزوجة فتختلف بشكل كبير بالنسبة لها، حيث تبدأ بالنهاية عند الزوج، فأولها: القرارات الاستهلاكية المتعلقة بالإنفاق

تشير بيانات الجدول رقم (٣٢) إلى الوسط الحسابي والانحراف المعياري لسيطرة الزوج أو الزوجة على قرارات الاستهلاك المختلفة داخل الأسرة، حيث يتبين أن هناك ثمة قرارات استهلاكية تظهر سيطرة الزوج عليها وأخرى تظهر سيطرة الزوجة عليها، فيمكننا ترتيب القرارات الاستهلاكية التي يسيطر عليها الزوج على النحو التالي: قرارات استهلاكية تتعلق بالإنفاق على المسكن، يليها

على الطعام، يليها القرارات الاستهلاكية المتعلقة بالشراء عبر التلفزيون، ثم القرارات الاستهلاكية المتعلقة بالإنفاق على الملابس، ثم القرارات التي تتعلق بالإنفاق على المسكن وأخيرًا القرارات الاستهلاكية التي تتعلق بالإنفاق على الجانب الترفيهي. وهذا ما يختلف مع النتائج التي توصلت إليها دراسة

(محمود، ١٩٩٨) التي أشارت إلى سيطرة الزوج أو رب الأسرة في المناطق الجغرافية على معظم قرارات الشراء المتعلقة بالسلع التي يتم تسويقها عبر شاشات التلفزيون، وتبدو هذه السيطرة واضحة بالنسبة للأدوات الكتابية والأجهزة الرياضية والسلع الترفيهية والأجهزة الإلكترونية.

الجدول رقم (٣٣): تحليل التباين لدلالة الفروق بين استجابات عينة الدراسة نحو اتخاذ القرارات الاستهلاكية باختلاف بعض المتغيرات

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
الدخل الشهري	بين المجموعات	٨٧٨٦, ٦٧٢٧	٤	١, ٨٥٤	٠, ٠١
	داخل المجموعات	٣٦٤٧٣, ٧٥٧٢	٢٢١		
المستوى التعليمي	بين المجموعات	٣٠٣١, ٠٩٩	٢	١, ٦٦٢	٠, ٠٢
	داخل المجموعات	٢٨٠٧٠٧, ٤٩٢٦	٢٣٠		
العمر	بين المجموعات	٧١٢٨, ٦٧٨٧	٣	١, ٥٣١	٠, ٠٠
	داخل المجموعات	٤١٤٤١٥, ١٣٣٠	٢٥٢		
الحالة العملية	بين المجموعات	٧٢٨٥, ٨٩١٨	٣	٢, ٢٠١	٠, ٠٠١
	داخل المجموعات	٣٧٣٧٤٤, ٦٧٧٧	٢٢٤		
مدة الزواج	بين المجموعات	٦٦٣١, ٦٦٦٠	٢	٢, ٣٦٨	٠, ٠٢
	داخل المجموعات	٣٦٥٠٤٤, ٩٢٢	٢٣٨		

أفراد عينة الدراسة ومشاركتهم في اتخاذ القرارات الاستهلاكية تعزى إلى متغيرات: الدخل الشهري، المستوى التعليمي، العمر، الحالة العملية، مدة الزواج.

٧-٩ المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية واتخاذ القرارات الاستهلاكية في الأسرة؛ ويتضح من الجدول رقم (٣٣) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات

الجدول رقم (٣٤) : معاملات الارتباط بين اتخاذ القرارات الاستهلاكية وبين المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية

الدخل	حجم الأسرة	الحالة العملية للزوجة	الحالة العملية للزوج	المستوى التعليمي للزوجة	المستوى التعليمي للزوج	المنطقة	المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية
٠, ١١٢+	٠, ١٠٤-	٠, ٠٢٢+	٠, ٠٦٥+	٠, ٠٢١-	٠, ١٣٩+	بشتيل	اتخاذ القرارات الاستهلاكية
٠, ١٨٤+	٠, ١٨٣-	٠, ٠٣٨-	٠, ٠٧٠+	٠, ١٥٥+	٠, ٠٥١-	البراجيل	

الاستهلاكية داخل الأسرة، فهناك علاقة ارتباطية موجبة بين المستوى التعليمي للزوج في منطقة بشتيل والمستوى التعليمي للزوجة في منطقة البراجيل عند مستوى معنوية ٠, ٠٥، أما الوضع في منطقة بشتيل بالنسبة للزوجة، والوضع في منطقة البراجيل بالنسبة للزوج فنجد أن الارتباط سالب، وهو ما يعكس عدم تأثير واضح للمستوى التعليمي بالنسبة لهم في اتخاذ القرارات الاستهلاكية.

كذلك تعكس بيانات الجدول وجود ارتباط موجب بين الحالة العملية للزوج في منطقتي الدراسة واتخاذ القرارات الاستهلاكية عند مستوى معنوية ٠, ٠٥، وهو ما يعكس التأثير الواضح للحالة العملية التي تمنح الزوج قدرات اقتصادية غير محدودة في استصدار القرارات الاستهلاكية داخل الأسرة. أما تأثير الحالة العملية للزوجة فكان واضحًا بصورة أكبر في منطقة بشتيل تلك المنطقة الحضرية التي تعد مساهمة الزوجة الاقتصادية فيها أمرًا مهمًا، ولذلك جاء الارتباط موجبًا، بمعنى

تشير بيانات الجدول رقم (٣٤) إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة بين اتخاذ القرارات الاستهلاكية في أسرة منطقة بشتيل وبين المستوى التعليمي للزوج عند مستوى معنوية ٠, ٠٥، ويعني ذلك أنه كلما ارتفع المستوى التعليمي للزوج زادت قوته في اتخاذ القرارات المتعلقة بالاستهلاك داخل الأسرة. كما يتضح من بيانات الجدول وجود علاقة ارتباطية سالبة بين اتخاذ القرار الاستهلاكي في منطقتي الدراسة وبين حجم الأسرة عند مستوى معنوية ٠, ٠٥، أي أنه كلما زاد عدد أفراد الأسرة انخفضت سيطرة الأسرة على اتخاذ القرارات الاستهلاكية، وأضحى الأمر معقدًا ومتفاوتًا، حيث إنه بزيادة حجم الأسرة فإن الدخل الشهري لا يكفي لإشباع الحاجات الضرورية، وكلما كبرت حجم الأسرة أضحى دوافع الشراء أكثر تعقدًا وصعوبة.

على الجانب الآخر، يؤثر المستوى التعليمي للزوج في منطقة بشتيل، والمستوى التعليمي للزوجة في منطقة البراجيل في اتخاذ القرارات

بالأسرة. وأخيرًا توضح بيانات الجدول تأثير الدخل الشهري في منطقتي الدراسة على سواء في اتخاذ القرارات الاستهلاكية، حيث أظهرت البيانات وجود ارتباط موجب بين الدخل الشهري واتخاذ القرارات الاستهلاكية عند مستوى معنوية ٠,٠٥.

كلما شاركت الزوجة في دخل الأسرة زادت سيطرتها على الأسرة وتوجيهها لاتخاذ القرارات الاستهلاكية، أما الوضع في منطقة البراجيل فمختلف، فقد جاء الارتباط سالبًا، وهو ما يعكس عدم تأثير عمل الزوجة في تلك المنطقة على قدرتها على اتخاذ القرارات الاستهلاكية

الجدول رقم (٣٥) : دلالة الفروق بين متوسطات الفئات العمرية لعينة الدراسة ومشاركتهم في اتخاذ القرارات الاستهلاكية

الفئات العمرية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيم (ت)
أقل من ٢٥ سنة	٤٢	٧٧, ١٥	١, ٤٤	١٤٠	٦, ٣٧
من ٢٥ إلى ٣٥ سنة	٥٥	٦٨, ٦٩	١, ٧٨	١٣٣	٤, ٥٥
من ٣٥ إلى ٤٥ سنة	٣٢	٨٩, ٣٥	٢, ٠١	٦٦	١١, ٢٨
من ٤٥ إلى ٥٥ سنة	٣٣	٨٧, ٦٤	٢, ٥٥	٤٥	١٣, ٢٩
٥٥ سنة فأكثر	٢٦	٧٧, ٢٠	٢, ٣٣	٤٨	١٢, ٢٤

فتكون الفئة العمرية الأكثر مشاركة في اتخاذ القرارات الاستهلاكية هي على التوالي: الفئة من ٣٥ إلى ٤٥ سنة، ثم الفئة من ٤٥ إلى ٥٥ سنة ثم الفئة ٥٥ سنة فأكثر، ثم الفئة أقل من ٢٥ سنة، ثم الفئة من ٢٥ إلى ٣٥ سنة. وتنعكس تلك البيانات أن هناك علاقة بين العمر والمشاركة في اتخاذ القرار، والاتجاه السائد هنا يتجه نحو كبر العمر، فكلما زاد عمر الزوج أو الزوجة اتجه القرار نحو الأسلوب التشاركي، وبحث سويًا عن القرار الاستهلاكي الصائب.

٨-٩ الفروقات بين عينة الدراسة:

تشير بيانات الجدول رقم (٣٥) إلى الفروق بين متوسطات الفئات العمرية لعينة الدراسة ومشاركتهم في اتخاذ القرارات الاستهلاكية بالأسرة في منطقتي الدراسة، حيث يتبين أن هناك فروق دالة إحصائية بين عينة الدراسة في فئات العمر المختلفة ومشاركتهم في اتخاذ القرارات الاستهلاكية داخل الأسرة، ويمكن ترتيب الفئات العمرية تبعًا لدرجة مشاركتهم في اتخاذ القرارات الاستهلاكية بترتيب المتوسطات تنازليًا،

الجدول رقم (٣٦) : دلالة الفروق بين متوسطات المستوى الاقتصادي لعينة الدراسة ومشاركتهم في اتخاذ القرارات الاستهلاكية

المستويات الاقتصادية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيم (ت)
مرتفع	١٩	٨٨,٣١	١,١١٠	١٢٢	٤,٢٩
متوسط	٥٩	٨٤,٢٥	٢,٢٣٩	٢١٤	٦,٣٥
منخفض	١١٠	٤٤,٦٤	٢,٠١٣	٦٦	٧,٢٩

تشير بيانات الجدول رقم (٣٦) إلى الفروق بين متوسطات المستوى الاقتصادي لعينة الدراسة مشاركتهم في اتخاذ القرارات الاستهلاكية داخل الأسرة، حيث يتبين أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين عينة الدراسة والمستوى الاقتصادي للأسرة ومشاركتهم في اتخاذ القرارات الاستهلاكية، بحيث يمكننا القول إن كلما ارتفع المستوى الاقتصادي للأسرة زادت المشاركة بين أفرادها في اتخاذ القرارات الاستهلاكية، وهذا ما يتجلى من بيانات المتوسطات الحسابية الواردة بالجدول.

الجدول رقم (٣٧) : الفروق بين متوسطات عمل الزوجة والمشاركة في اتخاذ القرارات الاستهلاكية

أنواع القرارات الاستهلاكية	عمل الزوجة	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيم (ت)	الدلالة
القرارات المرتبطة باستهلاك الطعام	تعمل	٤٧	٢١,٨٤٧	٦,٢٢١	٢٧١	٠,٥٢٩	غير دال
	لا تعمل	٤٥	٢٢,٧٤١	٧,٢٥٤			
القرارات المرتبطة باستهلاك الملابس	تعمل	٤٧	٧٧,٠١٤	٩,٠١٢	٢٧١	١٢,٢٥	٠,٠١
	لا تعمل	٤٥	٤٠,٢٢١	٦,٠٢١٤			
القرارات المرتبطة بالاستهلاك عبر شاشات التلفزيون	تعمل	٤٧	٦٦,٣٥١	٥,١٢٢	٢٧١	١٩,٧٤	٠,٠١
	لا تعمل	٤٥	٣١,٢٥٧	٢,٠١٨			

بعاداته وتقاليده وفكره ونمط سلوكه في كل مجالات الحياة.

١٠-١-٢ كشفت نتائج الدراسة عن فروقات بين منطقتي الدراسة فيما يتعلق بأوجه الإنفاق على السلع الغذائية، حيث احتلت الدواجن والخضروات والنشويات في المراتب الأولى للأسرة في منطقة البراجيل، بينما احتلت البقوليات والنشويات والخضروات في المراتب الأولى للأسرة في منطقة بشتيل. وهذه النتيجة ترتبط بشكل أو بآخر بطبيعة البنية الاجتماعية الريفية والحضرية في المقام الأول والخصائص الديموجرافية للأسرة في مناطق الدراسة بوجه عام.

١٠-١-٣ كشفت الدراسة عن اختلافات في أولويات الإنفاق بين الأسر في منطقتي الدراسة، فترتيب أولويات الإنفاق لدى الأسر في منطقة بشتيل يختلف عن ترتيب أولويات الإنفاق في منطقة البراجيل، وهو ما يعكس تأثير متغير البعد الريفي الحضري. كذلك يعكس بشكل أو بآخر تعقد المواقف الاستهلاكية داخل النسق الأسري وتعددتها. هذا فضلاً عن تأثير التضخم على اتخاذ تلك القرارات.

١٠-٢ النتائج المرتبطة بتحليل القرارات الاستهلاكية بالأسرة في مناطق الدراسة:

تشير بيانات الجدول رقم (٣٧) إلى الفروق بين متوسطات عمل الزوجة والمشاركة في اتخاذ القرارات الاستهلاكية، حيث يتضح أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بتأثير عمل الزوجة ومشاركتها في اتخاذ القرارات المرتبطة باستهلاك الملابس وكذلك المشاركة في القرارات المرتبطة بالاستهلاك عبر شاشات التلفزيون، غير أنه لا توجد دلالة إحصائية لتأثير عمل الزوجة على القرارات المرتبطة باستهلاك الطعام.

١٠-١ نتائج الدراسة:

النتائج المرتبطة بمعدلات الاستهلاك وأوجه الإنفاق في الأسرة في مناطق الدراسة: ١٠-١-١ كشفت نتائج الدراسة عن تراوح معدلات الاستهلاك السائدة بين الأسر في منطقتي الدراسة بين المستويات المنخفضة والمتوسطة، حيث أوضحت نتائج الدراسة تباين معدلات الاستهلاك بين الأسر في منطقتي الدراسة، حيث وقعت الأسرة في منطقة بشتيل في المستوى الاستهلاكي المتوسط، بينما وقعت الأسرة في منطقة البراجيل في المستوى الاستهلاكي المنخفض. وهذه النتيجة يعني بالدرجة الأولى أن السلوك الاستهلاكي ما هو إلا انعكاس لثقافة وبيئة اجتماعية نشأ فيها الفرد وتشربها من مجتمعه

المنطلق جاء الأب كأحد أبرز الأطراف المؤثرة في صياغة القرار الاستهلاكي داخل النسق الأسري، وكلما تزايدت موارد رب الأسرة كان أكثر استحوادًا على القرار الاستهلاكي.

١٠-٢-٤ كشفت نتائج الدراسة عن نتيجة مهمة مؤداها أنه كلما ارتفع المستوى التعليمي للزوجة (الأم) تصبح هي الطرف المؤثر في اتخاذ القرار الاستهلاكي داخل النسق الأسري خاصة فيما يتعلق بقرارات شراء الاحتياجات الأساسية للأسرة.

١٠-٢-٥ أوضحت الدراسة أن كلما ارتفع الدخل الشهري للأسرة تغيرت طموحات الأسرة، وتوجه القرار الاستهلاكي فيما يتعلق بنوع السلعة نحو تحقيق طموحات الأبناء.

١٠-٢-٦ أوضحت الدراسة أن الطرف المسيطر على القرارات الاستهلاكية المرتبطة بالترويح داخل الأسرة يتباين بتباين المستويات التعليمية، ففي التعليم الجامعي يسيطر الأب على اتخاذ تلك القرارات، بينما تسيطر البنت على تلك القرارات في المستويات التعليمية الأعلى للحاصلين على الماجستير، أما الزوجة فترتفع مشاركتها في اتخاذ تلك القرارات مع ارتفاع مستوياتها التعليمية.

١٠-٢-١ أوضحت نتائج الدراسة أن قرار الإنفاق في الأسرة في منطقتي الدراسة يرتبط بالمستوى التعليمي للزوجين، ويرتبط بصورة أساسية بالذكور سواء أكان الزوج أو الابن الأكبر، وكلما كان المستوى التعليمي للزوج مرتفع كان أكثر تحكماً في قرارات الاستهلاك داخل النسق الأسري، وهذه النتيجة ترتبط بدرجة أساسية بما تطرحه النظرية الوظيفية وخاصة فيما يتعلق بمحورية الثقافة الذكورية على النسق الاجتماعي.

١٠-٢-٢ كشفت نتائج الدراسة عن أسس اتخاذ قرارات الإنفاق على احتياجات الأسرة والتي تمحورت في أربعة أبعاد: ديني، ثقافي، عادات وتقاليد، عطف وحنان، كما كشفت الدراسة عن ارتباط تلك الأسس في اتخاذ القرارات الاستهلاكية بالمستوى التعليمي للزوجين، فأصحاب التعليم المتوسط في عينة الدراسة كان البعد الديني هو أساس اتخاذ القرار الاستهلاكي بينما أصحاب التعليم المنخفض (الابتدائي) كان المتغير الثقافي والعادات والتقاليد هو أساس اتخاذ القرارات الاستهلاكية.

١٠-٢-٣ أوضحت الدراسة أن قرار الإنفاق في الأسرة يرتبط بصورة كبيرة بالقوة الاقتصادية داخل النسق الأسري، ومن هذا

١٠-٣-٥ كشفت نتائج الدراسة عن قوة الثقافة الاستهلاكية كمحدد مهم للاستهلاك بين أفراد الأسرة، فقد ساهمت تلك الثقافة في خلق حاجات استهلاكية زائفة للأسرة ودفعتهم للاستهلاك والتسوق المتكرر دون الحاجة الحقيقية. وتدعم تلك النتيجة مقولات العولمة التي تؤكد على أن الاستهلاك لم يعد مجرد استهلاك رأسمالي بل أصبح طريقة تفكير، وكذلك استثمار قدرات العولمة الثقافية في نشر الثقافة الاستهلاكية بين قطاعات كبيرة من أفراد وشرائح المجتمع.

١٠-٣-٦ لا يرتبط القرار الاستهلاكي بالأسرة في منطقتي الدراسة بالبحث عن مواصفات عالية الجودة للسلعة المستهلكة، فالشأن المهم في هذا الصدد هو البحث عن سلع استهلاكية تتناسب مع ميزانية الأسرة المادية.

١٠-٣-٧ أن الأسرة في عينة الدراسة عاجزة عن تلبية ومراعاة رغبات أفراد الأسرة عند اتخاذ القرارات الاستهلاكية، التي تأتي أغلبها في المقام الأول ويحددها المتغير الاقتصادي والموارد الاقتصادية المتاحة. كذلك يشكل ارتفاع الأسعار والتضخم من المحددات الرئيسة المؤثرة على استهلاك الأسرة.

١٠-٣ النتائج المرتبطة بأنماط ومحددات الاستهلاك بين عينة الدراسة:

تشير نتائج الدراسة إلى تفاوت وجهات نظر عينة الدراسة نحو محددات الاستهلاك، والتي جاءت بالترتيب على النحو التالي وفقاً للمتوسطات الحسابية والوزن النسبي:

١٠-٣-١ أن مشاركة أحد أفراد الأسرة المادية في ميزانية الأسرة تمنحه القدرة في اتخاذ القرار الاستهلاكي، وهذا يعني أن المحدد الأول والمهم للاستهلاك واتخاذ القرارات الاستهلاكية هو متغير الإسهام الاقتصادي لأحد أفراد الأسرة.

١٠-٣-٢ يرتبط اختيار نوعية السلع المستهلكة داخل الأسرة بما تمتلكه الأسرة من موارد مادية. وقد كشفت الدراسة أن الدخل الشهري للأسرة يعتبر من المحددات الرئيسة للاستهلاك العائلي في منطقتي الدراسة.

١٠-٣-٣ إن اتخاذ القرار الاستهلاكي لا يأتي في فراغ ولا يأتي بشكل عشوائي، وإنما يتم بدراسة وتروي خاصة في ضوء موارد الأسرة المادية المحدودة، ولاسيما مع القرارات الاستهلاكية متوسطة التعقيد.

١٠-٣-٤ ارتباط القرار الاستهلاكي بتفضيل الشراء دون تورط النسق الأسري في فتح الاستدانة.

الأسرة الاستهلاكية لصالح عينة الأسرة بمنطقة بشتيل، وهذا النوع من أساليب اتخاذ القرار يندرج ضمن الأساليب الديمقراطية.

١٠-٤-٣ أظهرت نتائج الدراسة وجود فروق في متوسطات درجات أسلوب اتخاذ القرار الاستهلاكي من جانب الزوج دون مناقشة مع بقية أفراد الأسرة، يكون الزوج هو صاحب القرار لصالح عينة أسرة بشتيل، وهذا النوع من أساليب اتخاذ القرار يندرج ضمن الأسلوب الاحتكاري أو السلطوي.

١٠-٤-٤ كشفت الدراسة عن عدم وجود فروق ذات دلالة معنوية فيما يتعلق بأسلوب اتخاذ القرار الاستهلاكي التكاملي والذي يتم من خلال توزيع الأدوار بالتساوي بين الزوجين في اتخاذ القرارات الاستهلاكية.

١٠-٤-٥ كشفت نتائج الدراسة الميدانية عن أن هناك ثمة قرارات استهلاكية تظهر سيطرة الزوج عليها وأخرى تظهر سيطرة الزوجة عليها، فمن أولى القرارات التي تظهر فيها سيطرة الزوجة في عينة الدراسة القرارات المرتبطة بالإنفاق على الطعام والتسوق عبر شاشات التلفزيون، أما القرارات الاستهلاكية التي تظهر فيها سيطرة الزوج فهي قرارات الإنفاق المرتبطة بالمسكن والجانب الترفيهي للأسرة.

١٠-٣-٨ أوضحت نتائج الدراسة تفاوت أساليب الاستهلاك وأنماطها بين الزوج والزوجة في منطقتي الدراسة، وهو ما يعكس في مجمله اختلاف الاهتمامات والتوجهات والخلفية المرجعية التي يستند إليها الطرفين في اتخاذ القرار الاستهلاكي، فالزوج يستهلك ما يعجبه من السلع بينما تنتظر الزوجة أوقات التخفيضات وتتبع أسلوب الفصال في الحصول على أفضل العروض الاستهلاكية.

١٠-٤-٤ النتائج المرتبطة بأساليب اتخاذ القرارات الاستهلاكية بالأسرة:

١٠-٤-١ تشير نتائج الدراسة الميدانية إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين منطقتي الدراسة لصالح المنطقة الريفية (البراجيل) عند مستوى معنوية بالنسبة لأسلوب اشتراك الزوجين في مناقشة القرار الاستهلاكي وتكون الزوجة هي صاحبة القرار، وهذا النوع من أساليب اتخاذ القرار يندرج ضمن الأساليب التكافؤية، التي تتسم بالمشاركة بين الزوجين.

١٠-٤-٢ أوضحت نتائج الدراسة الميدانية وجود فروق في متوسطات أساليب اتخاذ القرارات الاستهلاكية في الأسر منطقتي الدراسة عند مستوى معنوية في أسلوب محاولة التوفيق بين أهداف ورغبات أفراد

منطقتي الدراسة، مما يعني أن هناك علاقة بين العمر والمشاركة في اتخاذ القرار، والاتجاه السائد في عينة الدراسة يتجه نحو كبر العمر، فكلما زاد عمر الزوج أو الزوجة اتجه القرار نحو الأسلوب التشاركي.

١٠-٥-٥ أوضحت الدراسة نتيجة مهمة مؤداها أن كلما ارتفع المستوى الاقتصادي للأسرة زادت المشاركة بين أفرادها في اتخاذ القرارات الاستهلاكية.

أولاً: قائمة المراجع العربية:

- إبراهيم، عبير زهير، سعيد، سلوى أحمد (٢٠١٠) دور الأم والسلوك الاستهلاكي للعب والألعاب وأثره على النضج الاجتماعي للأطفال، مجلة بحوث التربية النوعية، العدد ١٧، القاهرة.
- أبو إسمايل، فؤاد (١٩٨٩) تأثير الديوانية على سلوك المستهلك الكويتي عند اتخاذه القرارات شراء السلع الاستهلاكية، مجلة المال والتجارة، المجلد ٢١، العدد ٢٤٠، القاهرة.
- أبو جمعة، نعيم حافظ عطية (١٩٩٩) المتغيرات المرتبطة بأبعاد قرار المستهلك بالشراء أو عدمه، المجلة العربية للإدارة، مجلد ١٩، العدد الثاني، الأردن.
- أبو سكينه، نادية حسن وآخرون (٢٠١٣) أنماط الإنفاق الاستهلاكي في ضوء مستحدثات التسوق وأثرها على توافق

١٠-٥ النتائج المرتبطة بالمتغيرات الاجتماعية والاقتصادية المؤثرة في اتخاذ القرارات الاستهلاكية:

١٠-٥-١ كشفت نتائج الدراسة عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد الأسرة في عينة الدراسة ومشاركتهم في اتخاذ القرارات الاستهلاكية وفقاً للمتغيرات الاجتماعية والاقتصادية: الدخل الشهري، المستوى التعليمي، العمر، الحالة العملية، مدة الزواج.

١٠-٥-٢ أوضحت نتائج الدراسة الميدانية عن وجود علاقة ارتباطية موجبة بين اتخاذ القرارات الاستهلاكية في أسرة منطقة بشتيل وبين المستوى التعليمي للزوج.

١٠-٥-٣ كشفت نتائج الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية سالبة بين اتخاذ القرارات الاستهلاكية في منطقتي الدراسة وحجم الأسرة، بمعنى أنه كلما كبر حجم الأسرة انخفضت سيطرة أفراد الأسرة (الزوجين) على اتخاذ القرارات الاستهلاكية.

١٠-٥-٤ أوضحت نتائج الدراسة الميدانية عن وجود فروق بين متوسطات الفئات العمرية لعينة الدراسة ومشاركتهم في اتخاذ القرارات الاستهلاكية بالأسرة في

- أفراد الأسرة، مجلة علوم وفنون، دراسات وبحوث، المجلد ٢٥، العدد الثاني، القاهرة.
- أبو صيري، حنان محمد السيد (٢٠١١) إدارة الشباب لوقت الشراء وعلاقته بسلوكهم الاستهلاكي في ضوء مواصفات جودة المنتج، مجلة علوم وفنون، دراسات وبحوث، المجلد ٢٣، العدد الثالث، القاهرة.
- أبو طالب، مها سليمان محمد (١٩٩١) أثر الدخل الأسري والنقدي على نمط استهلاك الغذاء والحالة التغذوية لبعض الأسر الريفية والحضرية البدوية بمحافظتي الإسكندرية ومطروح، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الإسكندرية.
- أحمد، إيمان شعبان (٢٠٠٩) المساهمة المالية للزوجة وأثره على دورها داخل الأسرة، مجلة بحوث التربية النوعية، العدد الرابع عشر، مايو، جامعة المنصورة.
- البسام، خالد عبدالرحمن (٢٠٠٩) سلوك الاستهلاك العائلي في المملكة العربية السعودية: دراسة قياسية للفترة ١٩٧٥-٢٠٠٧، مجلة البحوث التجارية، المجلد ٣١، العدد الثاني، كلية التجارة، جامعة الزقازيق.
- البناء، أماني رجب (١٩٩٥) أثر الإعلان التليفزيوني على السلوك الشرائي للطفل، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، جامعة عين شمس.
- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء (٢٠١٣) أهم مؤشرات بحث الدخل والإنفاق والاستهلاك، نوفمبر، القاهرة.
- الحازمي، خلود حسن هجرس (٢٠١٠) أنماط السلوك الاستهلاكي لدى المراهقين وعلاقته بمتغيرات المستوى الاجتماعي والاقتصادي للأسري السعودية، مجلة بحوث التربية النوعية، العدد ١٨، القاهرة.
- الحبشي، مایسة محمد أحمد (٢٠١١) دراسة أثر العوامل الاجتماعية والاقتصادية على اختيار وسائل الدعاية والإعلان في اتخاذ قرار شراء بعض السلع لعينة من الأسر المصرية، مجلة بحوث التربية النوعية، العدد ١٩، القاهرة.
- الحلبي، نجلاء فاروق (٢٠٠٩) السلوك الاستهلاكي لربة الأسرة وعلاقته بالتوافق الزوجي، مجلة بحوث التربية النوعية، العدد الخامس عشر، جامعة المنصورة.
- الخواجة، محمد ياسر شبل (٢٠٠٠) العولمة وثقافة الاستهلاك: دراسة ميدانية في قرية مصرية، مجلة كلية الآداب، العدد ١٣، جامعة طنطا.
- الدباغ، مها بنت عبدالله (٢٠٠٨) العوامل المؤثرة على السلوك الاستهلاكي لشراء الملابس لدى المرأة السعودية، مجلة علوم وفنون، دراسات وبحوث، المجلد ٢٠، العدد الثاني، القاهرة.

- الدويك، عبير محمود (٢٠١١) اتجاهات الوالدين نحو الإعلانات التليفزيونية الموجهة للأطفال وعلاقتها بأنماط سلوكهم الاجتماعي والاستهلاكي للأسرة، المؤتمر العلمي السنوي العربي السادس: تطور برامج التعليم العالي النوعي في مصر والوطن العربي في ضوء متطلبات عصر المعرفة، المجلد الثاني، القاهرة.
- الرحاني، إقبال (١٩٩٩) الهدر الاستهلاكي في المجتمعات الغنية: رؤية مغايرة، مجلة العلوم الاجتماعية، مجلد ٢٧، العدد الأول، الكويت.
- الرامخ، السيد محمد (٢٠٠١) ثقافة الاستهلاك في المجتمع المصري بين محددات الواقع وآفاق المستقبل: سوسولوجيا الاستهلاك، أعمال المؤتمر الأول للعلوم الاجتماعية وتنمية المجتمع، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الكويت.
- الرماني، زيد محمد (٢٠١٠) أثر التنشئة الاستهلاكية على سلوكيات الأطفال، مجلة الوعي الإسلامي، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، الكويت.
- _____ (٢٠٠٠) البعد الاقتصادي للشراء، مجلة البيان، المجلد ١٥، العدد ١٥٣، لندن.
- _____ (١٩٩٧) الأسرة والتنشئة الاستهلاكية، مجلة الوعي الإسلامي، السنة ٣٢، العدد ٣٨٣، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، الكويت.
- الزعبي، محمد عمر (٢٠١٠) دور الجماعات المرجعية في اتخاذ قرار شراء الملابس: دراسة ميدانية في مدينة أربد الأردنية وضواحيها، إربد للبحوث والدراسات: العلوم الاقتصادية والإدارية، الأردن، مجلد ١٤، العدد الأول.
- الزهراني، عبدالله بن محمد (٢٠١٠) السلوك الاستهلاكي لدى عينة من سكان مدينة الباحة وأساليب ترشيده في ضوء بعض محددات التربية الإسلامية، مجلة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد ١٤، المملكة العربية السعودية.
- الزهراني، نورة مسفر عطية، عبدالجليل زينب محمد (٢٠١١) الاستقرار الأسري وعلاقته بأساليب اتخاذ القرارات بالأسرة السعودية، مجلة بحوث التربية النوعية، العدد ٢١، جامعة المنصورة.
- الساعاتي، عبدالرحيم عبدالحميد (٢٠٠٧) التمويل الاستهلاكي في المملكة العربية السعودية، مجلة جامعة الملك عبدالعزيز: الاقتصاد والإدارة، المجلد ٢١، العدد الأول.
- السالوس، هبة الله علي (٢٠١٢) تعريف ببعض دراسات توازن المستهلك في الاقتصاد الإسلامي: دراسة نقدية، مجلة مركز صالح عبدالله كامل للاقتصاد الإسلامي، مجلد ١٦، العدد ٤٧، القاهرة.
- السيد، عصام الدين أحمد (١٩٩٣) الأنماط

دراسات العلوم الإدارية، المجلد ٣٧، العدد الثاني، دراسات: العلوم الإدارية، مجلد ٣٧، العدد الثاني، الأردن.

• العاصي، شريف أحمد شريف (١٩٩١) سلوك اتخاذ القرار الشرائي في الأسرة المصرية وتضميناته التسويقية على المستويين الجزئي والكلي، مجلة الإدارة، مجلد ٢٤، العدد الثاني، القاهرة.

• آل عروان، إبراهيم بن عبدالرحمن (٢٠٠٤) الاستهلاك الاقتصادي والغاية منه في الفقه الإسلامي، مجلة القراءة والمعرفة، العدد ٣٤، القاهرة.

• العزاز، عبدالله سليمان، حسن، محمد مصطفى عبدالرازق (١٩٩٢) تأثير التغير في الدخل الناتج عن تخفيض أسعار بعض السلع والخدمات الأساسية على الأنماط الاستهلاكية الأسرية في المملكة العربية السعودية مع التطبيق على منطقة القصيم، المجلة المصرية للدراسات التجارية، المجلد ١٦، العدد الثاني، القاهرة.

• العمر، معن خليل (١٩٩٤) علم اجتماع الأسرة، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان.

• الغدير، حمد راشد (٢٠١٢) العوامل المؤثرة على ولاء المستهلك الأردني للعلامات التجارية من سلع التسوق: دراسة ميدانية في أمانة عمان الكبرى، المجلة المصرية للدراسات التجارية، مجلد ٣٦، العدد الأول، القاهرة.

الاستهلاكية للمستهلك المصري وأثرها على السياسات التسويقية للأثاث المنزلي بالتطبيق على محافظة القاهرة، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التجارة، جامعة المنوفية.

• السيد، محمود محمد (١٩٩٨) اتجاهات المستهلكين المصري نحو تسويق السلع عبر شاشات التلفزيون: دراسة ميدانية على الأسر المقيمة بمحافظة القاهرة، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، العدد الثالث، القاهرة.

• السليبي، حسين فاضل (٢٠٠٩) ثقافة الاستهلاك في المجتمع العراقي: دراسة أثروبولوجية في مدينة بغداد، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة بغداد.

• الشريف، فهد بن عبدالله (٢٠٠٧) التوسع في بيع التقسيط وآثاره الاقتصادية مع التطبيق على بعض المصارف السعودية، دراسات في التعليم الجامعي، العدد ١٦، القاهرة.

• الصويان، نوره إبراهيم (٢٠٠١) أثر عمل الزوجة على مشاركتها في القرارات الأسرية: دراسة مقارنة لعينة من الزوجات العاملات وغير العاملات في مدينة الرياض، رسالة ماجستير، قسم الدراسات الاجتماعية، كلية الدراسات العليا، جامعة الملك سعود.

• الضمور، هاني حامد، عبيدات أحمد (٢٠١٠) العوامل المؤثرة في شراء الإدماني لدى ربات البيوت الأردنيات،

- القرشي، ظاهر رداد (٢٠١١) العوامل المؤثرة في الاستهلاك الإدماني لدى المرأة الأردنية في مدينة عمان: دراسة ميدانية، إدارة الأعمال، العدد ١٣٦، القاهرة.
- المصري، سعيد (٢٠٠٦) ثقافة الاستهلاك في المجتمع المصري، سلسلة قضايا، العدد ١٩، يوليو، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والاستراتيجية، القاهرة.
- المغربي، سميرة بنت سعد الدين (٢٠١٢) التغيرات الاجتماعية المصاحبة لنمط السلطة في الأسرة السعودية: دراسة مقارنة بين المرأة العاملة وغير العاملة في مدينة جدة، مجلة كلية الآداب، العدد ٦١، الجزء الثاني، جامعة الزقازيق.
- المهدي، منذر خضر، عباس، جرجيس عمير (٢٠٠٦) توجهات المستهلكين لشراء السلع الاستهلاكية: دراسة تحليلية لآراء عينة من مستهلكي سلعة معمل ولدى، تنمية الرافدين، مجلد ٢٨، العدد ٨٤، العراق.
- المومني، رياض (١٩٩٦) محددات الإنفاق الاستهلاكي الخاص: الحالة الأردنية، مجلة جامعة الملك سعود، المجلد الثامن، مجلة جامعة الملك سعود.
- النسور، إياد عبدالفتاح (٢٠١١) العوامل المؤثرة على المشتري في تذكر سعر المنتج: دراسة على المشتريين في مدينة الخرج السعودية، مجلة الإداري، السنة ٣٣، العدد ١٢٤، سلطنة عمان.
- الهدلق، نوره بنت محمد (٢٠١١) مفهوم الاستهلاك في العولمة: دراسة نقدية في ضوء الإسلام، رسالة ماجستير، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية.
- الأسمرى، مشيب غرامة حسن (٢٠١١) دور المستهلك في مواجهة ظاهرة غلاء المعيشة في المجتمع السعودي: دراسة تطبيقية لعينة من أرباب الأسر السعوديين المقيمين بمدينة جدة، حوليات آداب عين شمس، عدد خاص، كلية الآداب، جامعة عين شمس.
- الإمام، وفقى السيد (١٩٩٥) دور إعلانات التليفزيون في اتخاذ قرار الشراء: دراسة مقارنة بين المرأة العاملة والمرأة غير العاملة بمحافظة الدقهلية، المجلة المصرية للدراسات التجارية، المجلد ١٩، العدد الثاني، القاهرة.
- باكر، فاطمة عبدالعزيز (١٩٩٤) دراسة السلوك الاستهلاكي لدى عينة من طالبات الاقتصاد المنزلي في جامعة قطر، حولية كلية التربية، السنة ١١، العدد ١١، قطر.
- باوزير، نجاة محمد سالم (١٩٩٥) دراسة دوافع شراء الملابس لدى بعض الأسر السعودية في مدينة جدة، مجلة علوم وفنون، دراسات وبحوث، المجلد ٧، العدد الرابع، القاهرة.

- بدوي، محمد السيد (١٩٩١) علم الاجتماع الاقتصادي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية.
- بركات، زياد (٢٠٠٥) سيكولوجية التسوق: دراسة في السلوك الشرائي وعلاقته ببعض المتغيرات الديموغرافية في المجتمع الفلسطيني، مجلة جامعة النجاح للأبحاث: العلوم الإنسانية، المجلد ١٩، العدد ٣، فلسطين.
- بشارت، نهاد وآخرون (٢٠٠٩) أثر دخل الأسرة في اتخاذ القرار الشرائي للسلع الكهربائية في مدينة نابلس: قطاع المدرسين كنموذج، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة النجاح الوطنية.
- بن ربيعان، عبدالله (٢٠١٢) الرشده الاقتصادي في زمن الاستهلاك الكبير، مجلة الدبلوماسية، العدد ٦١، معهد الدراسات الدبلوماسية بوزارة الخارجية السعودية، المملكة العربية السعودية.
- بودالي، بن عون (٢٠١٣) الثقافة الاستهلاكية في رمضان وانعكاساتها على سلوك الفرد، مجلة الحكمة، العدد ١٥، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر.
- بودريارد، جان (١٩٩٥) المجتمع الاستهلاكي: دراسة في أساطير النظام الاستهلاكي وتراكيه، ترجمة خليل أحمد خليل، دار الفكر اللبناني، لبنان.
- بوسنية، عز الدين علي (٢٠٠٦) أثر الإعلان التلفزيوني على السلوك الشرائي للمستهلكين الليبيين: بحث ميداني لعينة من سكان مدينة بنغازي، مجلة جامعة الملك عبدالعزيز: الاقتصاد والإدارة، المجلد ٢٠، العدد الأول، المملكة العربية السعودية.
- توفيق، إيمان صدقي وآخرون (٢٠١١) دور المرأة في اتخاذ القرار في الأسرة في عامي ٢٠٠٥-٢٠٠٨، مجلة السكان: بحوث ودراسات، العدد ٨٢، القاهرة.
- توفيق، ناهد محمد (٢٠١٢) الأنماط الاستهلاكية للألبان ومنتجاتها في ولاية الخرطوم، مجلة جامعة أم درمان الإسلامية، العدد ٢٢، السودان.
- حجازي، أحمد مجدي (٢٠٠٨) ثقافة الاستهلاك وتحديث العالم العربي، مجلة الديمقراطية، السنة الثامنة، العدد ٣١، يوليو، الأهرام، القاهرة.
- _____ (٢٠٠١) ثقافة الاستهلاك والتنمية الاجتماعية، أعمال الندوة السنوية الثامنة لقسم الاجتماع: المجتمع الاستهلاكي ومستقبل التنمية، تحرير أحمد مجدي حجازي، كلية الآداب، جامعة القاهرة.
- حسين، أحمد حسن (١٩٩٨) دور الأسرة في ترشيد الاستهلاك: دراسة ميدانية في مدينة الموصل، آداب الرفادين، العدد ٣١، العراق.

- حسين، محمود عبد الحميد (١٩٩١) بعض العوامل الاجتماعية الاقتصادية المؤثرة على اتجاهات المستهلك السعودي، مجلة شؤون اجتماعية، المجلد الثامن، العدد ٢٩، الإمارات العربية المتحدة.
- حموده، محمد عفيفي أمين (١٩٧٦) دراسة مقارنة لنمط الإنفاق والعادات الشرائية للمستهلكين في المجتمع الكويتي، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، القاهرة.
- زايد، أحمد، أبو العينين، فتحى (١٩٩٢) السلوك الاستهلاكي للطفل العربي الخليجي: تحليل سوسيولوجي، ورقة مقدمة إلى الحلقة الدراسية التي نظمها المكتب عن أنماط الاستهلاك في الجوانب المختلفة في حياة الأطفال وسبل ترشيده، الدوحة.
- زايد، أحمد وآخرون (١٩٩١) الاستهلاك في المجتمع القطري: أنماطه وثقافته، مركز الوثائق والدراسات الإنسانية، قطر، الدوحة.
- سيف، ناهد أحمد (٢٠١٠) الاستهلاك لدى فئات مختلفة من الشباب بمدينة القاهرة، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة القاهرة.
- سويدان، نظام موسى (٢٠١١) دور الأطفال في التأثير على بعض متغيرات قرارات الشراء للأسرة الأردنية: دراسة ميدانية من وجهة نظر الوالدين، مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد ١٣، العدد الأول، فلسطين.
- طمليه، إلهام فخري (٢٠١٢) العوامل المؤثرة على التنشئة الاستهلاكية للطفل: دراسة ميدانية للطفل الأردني من عمر ١٠-١٦ سنة، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، العدد ٣١، فلسطين.
- عامر، لمياء (٢٠٠٦) أثر السعر على قرار الشراء: دراسة حالة قطاع خدمة الهاتف النقال، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر.
- عبدالباري، إسماعيل (٢٠١٠) المرأة الريفية بين العمل غير الرسمي واتخاذ القرار داخل الأسرة، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد ٧، العدد الأول، فبراير. الإمارات العربية المتحدة.
- عبد الحميد، آمال (٢٠٠١) العولمة والثقافة الاستهلاكية: الأشكال والآليات، أعمال الندوة السنوية الثامنة لقسم الاجتماع: المجتمع الاستهلاكي ومستقبل التنمية في مصر، تحرير أحمد مجدي حجازي، قسم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة القاهرة.
- عبدالرحمن، منى السيد حافظ (٢٠١٢) الأبعاد الثقافية في دراسة الاستهلاك مع إشارة خاصة للدراسات العربية رؤية سوسيولوجية واستشرافه مستقبلية، حوليات آداب عين شمس، المجلد ٤٠، كلية الآداب، جامعة عين شمس.

- عبدالعزيز، صبري (٢٠٠١) الاستهلاك بين النظرية والتطبيق: الفكر الاقتصادي الوضعي والإسلامي، مجلة كلية الشريعة والقانون بأسبوط، العدد ١٣، المجلد الثاني، جامعة الأزهر.
- عبدالغفار، السيد محمد (١٩٩٢) قياس إدراك المشتري لمخاطر الشراء: دراسة علمية وعملية، المجلة المصرية للدراسات التجارية، المجلد ١٦، العدد الأول، القاهرة.
- عبدالمجيد، إلهام حلمي (٢٠١٠) الوعي التخطيطي لدى المرأة العاملة: تنظيم الأسرة، الاستهلاك، الادخار، المؤتمر العلمي الدولي الثالث والعشرين للخدمة الاجتماعية: انعكاسات الأزمة المالية العالمية على سياسات الرعاية الاجتماعية، المجلد الأول، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان.
- عبيدات، محمد (١٩٩٢) أثر الأطفال في الأسرة الأردنية على قرارات شراء السلع المنخفضة الثمن، مجلة جامعة الملك عبدالعزيز: الاقتصاد والإدارة، المجلد الخامس، المملكة العربية السعودية.
- عبيدان، محمد إبراهيم (١٩٩٥) سلوك المستهلك، دار المستقبل للنشر والتوزيع، الأردن.
- عيدان، أنور محمد (٢٠١١) دراسة مقارنة في السلوك الاستهلاكي لطلبة الجامعة تبعاً لبعض المتغيرات الديموجرافية، مجلة كلية التربية الأساسية، العدد ٧٢، الجامعة المستنصرية، العراق.
- عطايا، عبدالناصر سعيد مصطفى (٢٠٠١) التربية الاستهلاكية في الإسلام ودور الأسرة في تنميتها لدى أبنائها، مجلة التربية، العدد ٩٩، جامعة الأزهر.
- عطية، نعيم حافظ (١٩٨٥) المتغيرات المرتبطة بأبعاد قرار المستهلك بالشراء أو عدمه، مجلة المال والتجارة، المجلد ١٧، العدد ٢٠٠، القاهرة.
- علام، هويدا (١٩٩٥) الاتجاه نحو ترشيد الاستهلاك وعلاقته ببعض العوامل النفسية وغير النفسية إلى العائلات وغير العائلات بمدينة أسبوط، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة أسبوط.
- عليق، أحمد محمد يوسف (٢٠٠٧) العلاقة بين التعليم واتجاهات المرأة الريفية نحو الاستهلاك، المؤتمر العلمي الدولي العشرون للخدمة الاجتماعية، مجلد ٤، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان.
- غزال، إناس محمد، شومان، إيمان جابر (٢٠٠٦) التحديات الثقافية لعملة الطعام السريع وأثره على الأنماط الاستهلاكية لدى الأسرة المصرية: دراسة ميدانية على عينة من الشباب، مجلة كلية الآداب، العدد ١٩، المجلد الثاني، جامعة طنطا.

- غيث، عاطف (١٩٨٩) قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية.
- فياض، باسم سليمان (١٩٩٩) دراسة استهلاكية من أهم السلع الغذائية في مصر، بحوث اقتصادية عربية، العدد ١٥، المجلد ٨، القاهرة.
- فيذرستون، مايك (٢٠١٠) ثقافة الاستهلاك وما بعد الحداثة، ترجمة فريال حسن خليفة، فتحي عبدالله دراج، مكتبة مدبولي، القاهرة.
- _____ (٢٠٠٥) ثقافة العولمة: القومية والعولمة والحداثة، ترجمة عبدالوهاب علوب، مكتبة الأسرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة.
- فيذرستون، مايك (١٩٩١) الثقافة الاستهلاكية والاتجاهات الحديثة، دار الفارابي للنشر، لبنان.
- قبّال، أحمد عبدالغفار عطوة (٢٠٠١) المنهج الإسلامي في اتخاذ قرارات الإنفاق الاستهلاكي: الأسس ونموذج لكيفية التطبيق، مجلة مركز صالح عبدالله كامل للاقتصاد الإسلامي، المجلد الخامس، العدد ١٣، القاهرة.
- قمر، هنادي محمد عمر (٢٠٠٣) القيم الأسرية وعلاقتها بأنماط السلوك الاستهلاكي للأسرة السعودية، رسالة ماجستير، كلية التربية للاقتصاد المنزلي، مكة المكرمة.
- قنديل، سميرة أحمد وآخرون (٢٠١١) علاقة بعض العوامل الاقتصادية والاقتصادية بالنمط الاستهلاكي والحالة المعيشية لعينة من الأسر في مدينة دمياط، مجلة بحوث التربية النوعية، عدد ٢٢، يوليو، جامعة المنصورة.
- كريمة، ميغاري (٢٠١٠) تقدير دوال الاستهلاك في بلدان شمال أفريقيا، دراسات اقتصادية: مركز البصيرة للبحوث والاستشارات والخدمات التعليمية، العدد ١٧، الجزائر.
- لطفي، فاتن مصطفى (١٩٩٥) أثر العوامل الاقتصادية والاجتماعية للأسرة المصرية على الأنماط الاستهلاكية، رسالة دكتوراه، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية.
- مارشال، جوردون (٢٠٠٠) موسوعة علم الاجتماع، الجزء الثاني، ترجمة محمد الجوهري وآخرون، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة.
- محمد، أحمد أنور (٢٠١٤) العولمة وشيوع ثقافة الاستهلاك، مجلة كلية التربية، مجلد ٢٠، العدد الأول، كلية التربية، جامعة عين شمس.
- محمود، عبير مختار شاكر (٢٠١٢) التنشئة

- مصطفى، غادة عبدالله وآخرون (٢٠٠٦) الخصائص الاجتماعية والاقتصادية للأسرة ومستويات الدخل والإنفاق في مصر ١٩٩٩-٢٠٠٠، مجلة السكان: بحوث ودراسات، العدد ٧٢، القاهرة.
- معجم اللغة العربية (ب.ت) المعجم الوسيط، المكتبة العلمية، دار إحياء التراث العربي، بيروت، لبنان.
- معصر، عبدالله بن محمد (٢٠٠٩) من عولمة الاقتصاد إلى عولمة القيم، مجلة الأحياء، العدد ٢٩، المغرب.
- منصور، تحسين (٢٠٠٢) أثر الإعلان التليفزيوني في السلوك الاستهلاكي، مجلة مؤتة للبحوث والدراسات، مجلد ٢، العدد ٤، الأردن.
- ناصر، محمد، ماخوس، ديمة (٢٠٠٩) دور العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك في مجال اتخاذ القرار الشرائي، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد ٣١، العدد الرابع، سوريا.
- نوفل، ربيع محمود (٢٠٠٦) اقتصاديات الأسرة وترشيد الاستهلاك، دار النشر الدولي، الرياض.
- وهبة، مصطفى كمال سيد (١٩٩٤) العوامل المؤثرة في مراحل اتخاذ قرار شراء السلع الاستهلاكية المعمرة، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التجارة، جامعة عين شمس.
- الثقافية الاستهلاكية الغذائية وأثرها الصحي على طالبات الجامعة، دراسات عربية في التربية وعلم النفس، العدد ٣٢، المجلد الأول، المملكة العربية السعودية.
- مرتضى، مصطفى (٢٠١١) العولمة وثقافة الاستهلاك لدى الشباب الجامعي: دراسة اجتماعية ميدانية، حوليات آداب عين شمس، عدد خاص، كلية الآداب، جامعة عين شمس.
- مشرف، سامح محمد (٢٠٠٤) السلوك الشرائي للمرأة المصرية وأثره على اختيار الاستراتيجيات التسويقية المناسبة للسلع الاستهلاكية، رسالة ماجستير، قسم إدارة مؤسسات الأسرة والطفولة، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة حلوان.
- معمري، حمزة، الهلي، مصباح (٢٠١٣) قرار الشراء داخل الأسرة كصورة من صور الاتصال داخل الأسرة، الملتقى الوطني الثاني حول: الاتصال وجودة الحياة في الأسرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقة.
- مصطفى، عبير مختار سويفي (٢٠٠٢) دور الإعلان التليفزيوني في اتخاذ قرار شراء السلع الاستهلاكية للمستهلكين بمحافظه أسيوط: دراسة ميدانية، المجلة العلمية، المجلد ١٩، العدد ٣٣، كلية التجارة، جامعة أسيوط.

تأديًا : المراجع الإنجليزية:

- Decision Difficulty in the Age of Consumer Empowerment *Journal of Consumer Psychology* (Elsevier Science), Oct, Vol. 24 Issue 4, United Kingdom.
- Levy, D. and Lee, V. (2004) The Influence of Family Member on Housing Purchase Decision, *Journal of Property Investment and Finance*, Emerald Group Publishing Ltd.
 - Han, Seunghee (2007) Feelings and Consumer Decision Making: The Appraisal-Tendency Framework, *Journal of Consumer Psychology* (Lawrence Erlbaum Associates), Vol. 17 Issue 3, Taylor & Francis Ltd, United States of America.
 - Ji, Mindy F (2007) Purchase and Consumption Habits: Not Necessarily What You Intend, *Journal of Consumer Psychology* (Lawrence Erlbaum Associates), Vol. 17 Issue 4, Taylor & Francis Ltd, United States of America.
 - Nelson, Kim A (2004) Consumer
 - Drechsel-Grau, Moritz (2014) Consumption-savings decisions under upward-looking comparisons, *Journal of Economic Behavior & Organization*. Oct, Vol. 106, United Kingdom.
 - Barakat, Areeg (2014) The Impact of Arab American Ethnic Identity on the Consumption of Culture-Specific Products *Journal of International Consumer Marketing*. Oct-Dec, Vol. 26 Issue, Taylor & Francis Ltd, United Kingdom.
 - Bandara, Wanninayake W. M. C (2014) Consumer Decision-Making Styles and Local Brand Biasness: Exploration in the Czech Republic, *Journal of Competitiveness*. Mar, Vol. 6 Issue 1, Czech Republic.
 - Berson, Tohn (1994) The Rise of Consumer Society In Britain 1880-1980, New York; Longman Publishing New Yourk, *Journal of Social History* bu; Malthew Hilton.
 - Broniarczyk, Susan M (2014)

- Consumer Socialization Agency: Implications for Family Decision-Making About Holidays, *Journal of Travel & Tourism Marketing*. Aug, Vol. 31 Issue 6, Taylor & Francis Ltd, United Kingdom.
- Wood, Wendy (2012) Social Influence on consumer decisions: Motives, modes, and consequences, *Journal of Consumer Psychology* (Elsevier Science), Jul, Vol. 22 Issue 3, Elsevier Science, United Kingdom.
 - Decision Making and Image Theory: Understanding Value-Laden Decisions, *Journal of Consumer Psychology* (Lawrence Erlbaum Associates), Vol. 14 Issue 1/2, Taylor & Francis Ltd, United States of America.
 - Prokeinová, R. Benda (2014) Identification of the Patterns Behavior Consumptions by Using Chosen Tools of Data Mining – Association Rules, *Agris On-Line Papers in Economics & Informatics*, Sep, Vol. 6 Issue 3, Czech Republic.
 - SueLin, Caroline (2010) Understanding Consumer Purchase Behavior In the Japanese Personal Grooming Sector, *Journal of Yasar University*, Jan, Vol. 5 Issue 17, Turkey.
 - Ward, James C (1990) Sociocognitive Analysis of Group Decision Making among Consumers, *Journal of Consumer Research*, Dec, Vol. 17 Issue 3, University of Chicago Press, United States of America.
 - Watne, Torgeir Aleti (2014)