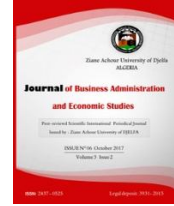




مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية



موقع المجلة: www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/313/

انعكاسات ارتفاع الأسعار على السلوك الاستهلاكي لدى المواطن الجزائري دراسة استطلاعية لسلوك المستهلك الجزائري في مواجهة الغلاء المعيشي

The effects of rising prices on consumer behavior

An exploratory study of the behavior of the Algerian citizen in the face of the high cost of living

محمد عبد النور، ^{1*} Abdennour Mohammed، abdennour.mohammed@univ-ghardaia.dz

إبراهيم لهزيل، ² Ibrahim Lehziel، Ibrahim.lehziel@univ-ghardaia.dz

¹ أستاذ محاضر أ، جامعة غرداية (الجزائر)

² طالب دكتوراه، مخبر إستراتيجيات الوقاية ومكافحة المخدرات في الجزائر، جامعة غرداية (الجزائر)

تاريخ النشر: 2022/05/01

تاريخ القبول: 2022/04/19

تاريخ الإرسال: 2022/02/20

الكلمات المفتاحية	ملخص
ارتفاع الأسعار، السلوك الاجتماعي، المواطن الجزائري، الوضع الاقتصادي	سعت هذه الورقة إلى استكشاف تأثير ارتفاع الأسعار الذي تشهده الجزائر - على غرار بقية دول العالم - على السلوك الاستهلاكي للمعيل الجزائري القائم على كفالة أسرته، إذ تندرج الظاهرة المدروسة في المجالين الاقتصادي والاجتماعي، وقد اعتمدنا السبر الميداني لمعرفة مدى تأثير المستهلكين بارتفاع الأسعار وكيفية، من خلال مقارنة ميدانية اعتمدت الاستمارة موزعة على عينة عشوائية بغرض تحديد تفاعل المستهلك مع المتغير الاقتصادي الطارئ، ومنه توصلنا إلى واقع الشعور الحاد بارتفاع الأسعار وهو ما ترجمته النتائج المتعلقة بكيفية التبضع ونوع المقتنيات، وهو بلغ إلى درجة التفكير في أنماط جديدة من السلوك الاقتصادي عند المواطن الجزائري تتعلق بحلول فريدة في مواجهة أزمة ارتفاع الأسعار وهذا ما سيؤثر بالضرورة على السلوك الاقتصادي الفردي البعيد المدى، كما أنه سيدفع إلى استيلاء نمط وطني عام في الاستثمار والتعامل مع السيولة وكذا الإنتاج والإنتاجية.

تصنيف JEL: Z13

Abstract

This paper aims to explore the impact of rising price in Algeria - such the rest of the world- on the consumer behavior of Algerian breadwinner, the studied phenomena is included in the social-economic field; we use the realistic approach to explore how consumers are affected by rising price, so we use questionnaire as search tool for random sample in order to restrict consumers facing of this incidental economic update. Finally, we have come to the spread of an acute feeling of rising prices, which is what the result revealed, this fact led the Algerian consumer to think on new individual economic behavior to face this emerging crisis. This will create a national unofficial investment behavior. and the most important objectives which seek to achieve them, in addition to highlighting the most important obtained results.

Keywords

Rising price,
Consumer
behavior,
Algerian
citizen,
Economic
situation;

JEL Classification Codes : Z13

* البريد الإلكتروني للباحث المرسل: abdennour.mohammed@univ-ghardaia.dz

1. مقدمة:

يعد ارتفاع الأسعار ظاهرة متكررة في التاريخ الإنساني تحدث بين الفينة والأخرى، وارتفاع الأسعار هو أشبه بقضاء ينزل على الإنسان لا يمكنه التدخل فيه لأن العوامل التي سببت ارتفاع الأسعار تقع خارج إرادته، ولا قدرة له على التصرف فيها، كما أنه لا قدرة له على الاستغناء عن استهلاك السلع ومواجهة غلائها، فالإنسان كائن استهلاكي يحتاج باستمرار إلى موارد التغذية واللباس من الحاجيات الضرورية، فإن استطاع الاستغناء عن الكماليات لم يكن له بد من دفع الأثمان المرتفعة للحصول على قوت يومه.

وعليه، فإن نقطة الارتباط الحتمية بين ارتفاع الأسعار والاستهلاك هو الحاجيات الضرورية التي لا يستغنى عنها، فضلا عن أن الإنسان لا يستطيع توفير كل حاجياته بمفرده نظرا لأنه يحتاج للجماعة في تحصيل أبسطها، ومعنى ذلك أنه يجب أن يدفع مقابلا على كل ما يحصل عليه بدلا من محاولة الاعتماد على تحضير وتصنيع كل شيء لنفسه بنفسه، وهنا تحضر إشكالية العلاقة بين الاستهلاك وتصرف الإنسان للتكيف مع ظاهرة الغلاء.

الإشكالية

لم يكد يخرج المواطن الجزائري من الوباء بتبعاته وتكلفته النفسية حتى داهمه الغلاء الذي ستكون له أيضا تبعاته وتكلفته الاقتصادية، وإذا كان من الواضح أن الأزمتين ذات امتدادات وأبعاد عالمية وأن الأولى كانت من أسباب الثانية، فإن الوقع الفعلي للأزمتين تمثل في تعطيلهما للسيرورة العادية للعملية الاستهلاكية، فالوباء عطل الاستهلاك العادي للمكان والزمان بفعل آلية الحجر المنزلي، أما الغلاء فقد أثر على السير العادي لاستهلاك المؤن والسلع، وعليه فإن المواطن الجزائري - كنموذج للمواطن العالمي - قد تعرض لما يشبه انتكاسة في الاستهلاك لم تعند عليها الأجيال الحالية. ولا شك أن الوباء والغلاء ظاهرتان معروفتان في التاريخ الإنساني، ومعلومة أيضا أن لهما نتائج، وأن نتائجهما قد تكون مرتبطة ببعضهما نظرا لما يسببه الوباء من تعطيل للنشاط الاقتصادي وما ينتج عنه من ركود، أو قد تكون لهما أسبابا مستقلة، ولما كان هدف هذه الدراسة يقتصر على الغلاء بما هو ارتفاع لأسعار المواد الاستهلاكية والخدماتية وكيفية تأثيره على السلوك الاعتيادي الاستهلاكي للمواطن، فإنها ستدرس ارتفاع الأسعار بوصفه واقعا مستجدا يجبر المواطن على تغيير سلوكه.

والمعلوم أن تغيير السلوك حتى من عامل خارجي لا يكون بالضرورة تغييرا سلسا وآليا، فكثيرا ما يصطدم تغيير الأسعار بعادات استهلاكية يصعب التراجع عنها، وهو ما ينتج عن الهوة بين مداخل ومصاريف المواطن وما يمكن أن يتسبب فيه من خلل في الاستقرار المعيشي للمواطن، خاصة وأن الأسعار شهدت ارتفاعا مطردا وقياسيا يتراوح معدله بين 50% إلى 200% كما عايناه في استطلاعنا لهذه الدراسة؛ وعليه فإننا سنحاول في هذه الدراسة الجواب عن السؤال: كيف تأثر المواطن مع أزمة ارتفاع الأسعار المفاجئة وكيف تصرف معها؟

أهداف الموضوع

تهدف هذه الدراسة إلى سبر واقع الاستهلاك لدى المواطن الجزائري بعد ارتفاع الأسعار الطارئ الذي شمل أغلب المواد والسلع الأساسية منها والثانوية، وهذا تأسيسا على أن الظاهرة ذات بعد اقتصادي واجتماعي، فهي اقتصادية ابتداء، وذات نتائج اجتماعية وسياسية، والمسعى هو استكشاف الواقع الاقتصادي للمواطن الجزائري، وما مدى تأثير موجة ارتفاع الأسعار على وضعه المادي، فهل يمكن أن يكون قد وصل إلى حد التأثير على الوضع الطبقي، فهل ينزل أصحاب الطبقة العليا إلى الوسطى والوسطى إلى الطبقة الفقيرة والفقيرة إلى مادون ذلك؟

ثم نعرض بعد ذلك إلى استكشاف كيفية تأثير السلوك الاستهلاكي بهذا الارتفاع، ونتعرف إلى استجابة وتكيف ورضوخ المستهلك للأمر الواقع، وذلك من خلال عينة بحث تكون معبرة عن مجتمع البحث.

أهمية الموضوع

تتمثل أهمية الموضوع في رهنيته لكونه مستجداً، فضلاً عن الظرف الذي ظهرت فيه بالنسبة لظهورها في الواقع، وهي في طبيعتها مفارقة للظاهرة الاجتماعية، لكونها شبه حدث مستجد قد يطول أو يقصر، لكن الغاية محاولة استكشاف السلوك الاستهلاكي بوصفه فعل اجتماعي مديد يصطدم بحدث ارتفاع الأسعار المستجد، وهنا الأهمية حيث التعامل هو التكيف والتراجع عن العادات الاستهلاكية، لكن "القهر الاجتماعي" يقر صعوبة التكيف، والواضح أن البحث ليس له دور توجيهي لكنه تقرير وصفي لما هو حاصل، بما قد يفيد المواطن وصاحب القرار التجاري والاقتصادي.

II. الدراسات السابقة:

- دراسة لونييس علي (2007/2006)، بعنوان: "العوامل الاجتماعية والثقافية وعلاقتها بتغيير اتجاه سلوك المستهلك الجزائري - دراسة ميدانية بسطيف -"

وقد طرح التساؤلات التالية: هل للعوامل الثقافية والاجتماعية علاقة بتغيير اتجاه سلوك المستهلك الجزائري نحو السلع والخدمات؟ ما مدى تأثير العوامل الاجتماعية والثقافية في تغيير اتجاه السلوك الاستهلاكي بالنسبة لكل من المرأة والرجل؟ ما علاقة المستوى التعليمي بالعوامل الثقافية والاجتماعية في تغيير اتجاه السلوك الاستهلاكي؟ وهل توجد علاقة بين المستوى السوسيو اقتصادي وبين العوامل الاجتماعية والثقافية وتغيير اتجاه سلوك المستهلك الجزائري؟ وقد خلصت الدراسة التالية الى اقتراح جملة من النقاط التي تمكن من دراسة سلوك المستهلك ومن بينها في المحددات السيكولوجية المتمثلة في الحاجات والدوافع والاتجاهات والرغبات وضبطها كميّار أساسي لتحديد السلوك الاستهلاكي لدى المواطن، وأيضاً المحددات الاجتماعية حيث تقرر الدراسة على أنه يجب ضبط هذه المحددات المتمثلة في الأسرة والتقاليد والعادات الاجتماعية، وكذا المحددات الاقتصادية إذ يجب التعرف على المحددات التي تضم السعر والدخل والسلعة والخدمة، والأخذ بعين الاعتبار القرارات المنتهجة من طرف الجهات المعنية مثل قرارات الإنتاج والتوزيع وقوانين السلع والخدمات الاقتصادية. (لونييس، 2007/2006، صفحة 291)

- دراسة عبد العزيز قتال، توفيق حناشي (2016): بعنوان "تطور أسعار المواد الغذائية في الأسواق الجزائرية"

وقد طرح الباحثان الإشكالية التالية: الى أي مدى تطورت أسعار المواد الغذائية في الأسواق؟

وقد خلصت الدراسة الى جملة من النتائج من أبرزها: (قتال و حناشي ، 2016، صفحة 33)

- دعم المواد الاستهلاكية وبالتالي تكون في متناول المستهلكين وتتكفل الحكومة الجزائرية بالتكاليف.

- الانخفاض في العملة يؤدي بطريقة مباشرة في زيادة الأسعار وهذا ما يشهده الدينار الجزائري.

- ارتفاع الأسعار في الجزائر هو تبعاً لارتفاعها في الأسواق العالمية.

III. الإطار النظري:**1. ارتفاع الأسعار****أ- تعريف ارتفاع الأسعار:**

ارتفاع الأسعار لا يؤشر بالضرورة على التضخم لكنه قد ينتهي دون الوصول إلى التضخم، وهو من مؤشرات إضافة إلى مؤشرات أخرى؛ ويعرف ارتفاع الأسعار بأنه الزيادة في الأسعار خلال فترة معينة من الزمن، ويشمل الارتفاع صنف واحد أو أصناف عدة من البضائع أو الخدمات، وتعود أسباب ارتفاع الأسعار إلى السياسة النقدية المتساهلة التي تؤدي إلى انخفاض قيمة العملة، وهو ما يؤدي بدوره إلى انخفاض القدرة الشرائية. (Oner, p. 30)

ب- انعكاسات ارتفاع أسعار المواد الغذائية الأساسية على المستهلكين:

من الواضح أن تأثير ارتفاع أسعار الأغذية يبلغ أشد درجاته بالنسبة للفقراء الذين يعتمدون على الأغذية المشتراة، بالنسبة للفقراء في البلدان النامية قد تمثل الأغذية نسبة تبلغ 50 بالمائة على الأقل وما يصل إلى نسبة تتراوح من 70 إلى 80 بالمائة من ميزانياتهم. ومن ثم فإن ارتفاع الأسعار لا يؤثر فقط على استهلاكهم الغذائي من حيث الكمية والنوعية، بل يؤثر أيضا على انفاقهم بوجه عام. وقد كان أوضح مؤشر لهذا التأثير السلبي هو حالة الاضطراب الاجتماعي وأعمال الشغب التي اندلعت في مختلف أنحاء العالم نتيجة للارتفاع الحاد في أسعار الأغذية. (للزراعة والتغذية، 2009)

ج- أسباب ارتفاع الأسعار في الأسواق الوطنية:

توجد عوامل كثيرة ومتداخلة في ارتفاع الأسعار في الأسواق الوطنية، يمكن عرض البعض منها: أ- تقلبات أسعار السوق الدولية وتبعية السوق الوطنية لها، ب- ضعف هيكل السوق الجزائرية، احتكار سوق الاستيراد وضعف المنافسة المحلية، ج- المضاربة المستندة إلى العرض والطلب، وكذا تقلبات أسعار العملات. (قتال و حناشي، 2016، صفحة 32)

توجد أيضا أسباب أخرى طرأت على السوق الاقتصادي خلال الفترة الأخيرة، أي قبل 6 أشهر والتي تمثل نهاية عام 2021 وبداية 2022، منها: أ- الجائحة الوبائية التي طرأت على العالم ومست مختلف المجالات وبالخصوص المجال الاقتصادي، ب- احتكار السوق من قبل التجار وتكديس السلع والتعاملات الغير قانونية وغياب الوعي الاقتصادي والضمير المهني لدى المواطن وكذا التاجر، ج- التحكم في أسعار السلع واللامبالاة في عملية التعامل التجاري.

2. ثقافة الاستهلاك**أ- مفهوم الثقافة الاستهلاكية:**

"إن ثقافة الاستهلاك هي تلك الجوانب الثقافية المصاحبة للعملية الاستهلاكية إنها مجموعة المعاني والرموز والصور التي تصاحب العملية الاستهلاكية والتي تضي على هذه العملية معناه وتحقق دلالتها اليومية." (بن جلول و بعلي، صفحة 80)

الثقافة الاستهلاكية جوانب مادية واضحة، إذ إنها تلتف بالأساس حول عملية استهلاك مادي، ولكن فهم هذه الجوانب المادية لا يكتفى إلا بفهم الجوانب المعنوية المتصلة بها والتي توسع من دائرة الثقافة الاستهلاكية لتشمل المعاني والرموز والصور المصاحبة لعملية الاستهلاك المادية. (عبدالرحيم، 2012، صفحة 186)

تم تعريف الثقافة الاستهلاكية بأنها الطريقة التي يتحدد من خلالها قضاء الناس لحاجاتهم وإشباع رغباتهم سواء كانت هذه الحاجات مادية (كالمأكل والملبس والمشرب) أو رمزية (كسماع الموسيقى والأغاني والقراءة والمشاهدة) أو أن كانت هذه الحاجات حقيقية أو زائفة، وتشمل كذلك القيم والاتجاهات التي تدفع الإنسان وتوجهه لانتقاء أساليب استهلاكية معينة أو المصاحبة للعملية الاستهلاكية أو اللاحقة لعملية الاستهلاك (طايبي، 2014، صفحة 174).

هي مجموعة من المبادئ التي تعتمد على الأفكار الفردية، والاجتماعية في تحديد طبيعة الاستهلاك للفرد الواحد أو الأسرة، وهي تمثل المعاني والرموز والصور التي تصاحب العملية الاستهلاكية أي أنها تمثل مجموعة المفاهيم والأفكار السائدة في مجتمع ما، والمرتبطة بالسلع والخدمات التي تتناسب مع طبيعة الاستهلاك البشري ضمن منظومة فكرية ثابتة وواضحة، والتي تؤدي الى ظهور فكر ثقافي مؤثر على القطاع الاقتصادي في المجتمع، وتكتسب هذه الثقافة في مجملها من مختلف مؤسسات التنشئة الاجتماعية كالأُسرة والمؤسسات التعليمية ووسائل الاعلام... الخ، بالإضافة الى التأثير بالمراكز العالمية والتي تنشر هذه الثقافة. (بن يحيى و بلعير ، 2018 ، صفحة 341)

ب- خصائص الثقافة الاستهلاكية:

من بين الخصائص التي تتسم بها الثقافة الاستهلاكية وتتمثل فيما يلي:

"الثقافة الاستهلاكية خاصية إضفاء الطابع الأنيق المتميز على السلع والمنتجات، إذ يكون للمنتج أسلوب متميز يعبر عن تفرد صاحبه، وغالبا ما تعبر الثقافة الاستهلاكية عن ذلك بربط السلع والمنتجات بشخصيات معينة مثل: نجوم السينما او الشخصيات العامة الناجحة ذات أسلوب متميز." (بن يحيى و بلعير ، 2018 ، صفحة 342)

تتميز بالتطور المستمر، أي إن المستهلك يتأثر بطبيعة التطورات الاستهلاكية التي تحصل حوله، مما يؤدي إلى تطور ثقافته الاستهلاكية، فمثلاً اعتمد الناس قبل عشر سنوات على استخدام الهواتف الخلوية العادية، والآن يستخدمون الهواتف الخلوية الذكية، كنتيجة من نتائج التطور المستمر.

تظهر ثقافة الاستهلاك على ثلاثة مراحل: تمثل الأولى في مجموعة الأسباب التي تدفع المستهلك نحو الاقبال على الشراء، أما المرحلة الثانية فهي تعبر عن الصور الذهنية والمعاني والتخيلات والرموز المصاحبة لعملية الاستهلاك والملازمة لها ... ثم يأتي بعد ذلك المرحلة الثالثة وتعبر عن النتائج المترتبة على حيازة السلع وامتلاك المنتجات والحصول على بعض الخدمات والامتيازات، وما تعكسه من رموز لها دلالات مادية كانت او معنوية تظهر في مواقف متباينة في الحياة الخاصة والعامة. (بن يحيى و بلعير ، 2018 ، صفحة 343)

ج- السلوك الاستهلاكي:

يقضي فهم العملية التسويقية فهم سلوك المستهلك بناء على كونه يطلب خدمة أو سلعة بوصفه جملة من الحاجات والرغبات القابلة للإشباع، وعليه فإن سلوك المستهلك هو مجموعة من السلوكيات والتصرفات المباشرة للأفراد يتضمن اتخاذ قرار الشراء من أجل الحصول على سلعة، أو خدمة، كما يعرف السلوك الاستهلاكي بأنه جملة الأنشطة الذهنية والعضلية المرتبطة بعملية تقويم السلع واختيارها واستخدامها؛ ويتأسس السلوك الاقتصادي على تحديد الهدف والتخطيط لتحقيقه والغاية هي تحقيق المنفعة، إجرائياً يعرف سلوك المستهلك بأنه مجموع التصرفات والأنشطة الصادرة عن الفرد. (لونيس، 2007/2006، الصفحات 40-41)

د- المدخل النظرية للاستهلاك:

المدخل الاقتصادي:

يمكن بلورة الأفكار التي قدمها أنصار الاتجاه الاقتصادي (النظريات الكلاسيكية الجديدة) لتفسير الاستهلاك في نقاط محددة منها أن للإنسان ميل طبيعي نحو الاستهلاك، وأن ثمة ارتباطاً ما بين الدخل والاستهلاك، فكلما زاد الدخل أدى

ذلك الى زيادة الاستهلاك، إضافة الى الارتباط الوثيق بين الدخل والادخار؛ يمكن اعتبار السلوك الإنساني الاستهلاكي سلوك رشيد وعقلاني يسعى نحو تعظيم الفائدة والمنفعة، ويبدو هذا أكثر وضوحا في القرارات التي يتخذها أعضاء المجتمع ويكون لها طابع اقتصادي كما في البيع والشراء، كما تتضح أيضا في القرارات ذات الطابع الاجتماعي كالزواج وغيره بوصف الأسرة الوحدة المعيشية.

المدخل السوسيولوجي:

تقوم نظرية التبادل على حقيقة أن النظام الاجتماعي هو نتاج غير مقصود للسلوك التبادلي بين أفراد المجتمع، والمنطق الرئيس للنظرية يتمثل في أن البشر يقدمون على سلوكيات تجلب لهم المنافع وتشبع حاجاتهم، وعليه يعد التبادل المنفعي بين أفراد المجتمع مصدرا من مصادر تضامنهم، وعليه فإن النظرية التبادلية تتلخص في أن النشاطات التبادلية تهدف إلى تحقيق أكبر قدر من المنفعة، ومما يشمله التبادل عن أصحاب النظرية، تبادل السلع المادية من الغذاء والملبس والسكن، وعليه يظهر من خلال النظرية أن السلوك التجاري هو نوع من أنواع التضامن الاجتماعي. (كريب، 1999، صفحة 111)

IV. الطريقة والإجراءات:

- مجتمع الدراسة:

تحدد مجتمع البحث في فئة أرباب البيوت والمعيلين القائمين بمهمة النفقة على الأسر من المواطنين الجزائريين، وذلك لكونهم الفاعل الاجتماعي الذي يمثل الرابطة الإنسانية والاجتماعية بين ظاهراتي ارتفاع الأسعار والاستهلاك، والمعلوم أن الإعالة تشمل في الأغلب الذكور من الآباء وأرباب الأسر، كما تشمل الإناث من النساء والزوجات العاملات أو اللاتي يملكن دخلا، أو أقرباء وموكلين بكفالة أسرة ما.

- عينة الدراسة:

ولما كان حصر عدد كفلاء الأسر غير متوفر، وذلك لعدم وجود إحصاءات دقيقة، فإن عينة الدراسة جاءت عشوائية، من خلال استبيان إلكتروني وزع عبر وسائل التواصل الاجتماعي بحيث توصلنا في الأخير إلى 466 مبحوثا، وهي كما يبدو عينة معبرة لما يضمنه عدد المبحوثين من تنوع وشمول لكل الفئة المعيلة للأسر في الجزائر، وقد دامت فترة الاستبيان 48 ساعة خلال شهر فيفري 2022.

- أداة جمع البيانات:

تم اعتماد الاستمارة لجمع المعطيات، وذلك لمناسبتها للمستجد الظرفي الذي تكفي فيه المعطيات الكمية لمقاربة الموضوع، لكونه من الموضوعات قصيرة المدى من الناحية الاجتماعية والاقتصادية، حيث المتغير التابع وهو ارتفاع الأسعار يمكن الشعور به واعتباره واقع يحصل فعليا في الميدان لا يحتاج إلى قياس، بينما حاولنا في الاستمارة سير السلوك الاستهلاكي وقياسه كما سيضتح فيما يأتي من التحليل.

V.نتائج الدراسة (التحليل والمناقشة)

1- خصائص عينة الدراسة:

جدول رقم (01): البيانات الشخصية للمبحوثين

المتغير	التكرار	%النسبة
جنس المبحوث	ذكر	86.7
	أنثى	13.3
المجموع	466	100
سن المبحوث	[30-20]	21.7
	[40-30[49.6
	[50-40[22.7
	[60-50[5.2
	فما فوق 60	.90
المجموع	466	100
المسؤولية العائلية	رب عائلة	67.0
	معيل	33.0
المجموع	466	100
عمل المبحوث	موظف	74.9
	عامل يومي	16.5
	أخرى	8.6
المجموع	466	100
دخل المبحوث	ضعيف	50.9
	متوسط	40.5
	جيد	8.6
المجموع	466	100
عدد أفراد الأسرة	[3-0]	30.9
	[7-4]	63.9
	[11-8]	5.2
المجموع	466	100

المصدر: من اعداد الباحثين بناءا على مخرجات SPSS

من خلال الجدول رقم 01 نلاحظ أن أغلب أفراد العينة من الذكور بنسبة 86.7%، تقابلها نسبة 13.3% من الإناث، وهذا من منطلق اعتبار أن الرجل هو الذي يقوم بالنفقة على العائلة وتقع على عاتقه المسؤولية الاجتماعية للأسرة أكثر من المرأة، أما عن الفئة العمرية التي حازت الأغلبية تتراوح أعمار المبحوثين فيها ما بين 30-40 سنة بنسبة 62.3%، من إجمالي المبحوثين، وهذا يدل على أن أغلب المبحوثين من الشباب، كما ويأتي في المرتبة الثانية

الفئة التي تتراوح أعمارهم ما بين 40-50 سنة بنسبة 22.7%، ولدينا أيضا نسبة 67% تمثل صفة رب عائلة ونسبة 33% معيل، أي متكفل بالنفقة على الأسرة دون أن يكون الأب أو الأم.

وفي صنف العمل فقد جاء في المرتبة الأولى الموظفون ونسبتهم 74.9%، وفي المرتبة الثانية فئة العامل اليومي بنسبة 16.5%، ومن يزاولون أعمال أخرى بنسبة 8.6% من إجمالي عدد المبحوثين، ومن جهة الدخل الذي يتلقاه الفرد باختلاف الأعمال التي يزاولونها فقد جاء في المرتبة الأولى في أجوبة المبحوثين حيث عبروا على أن الدخل الذي يتلقونه ضعيف بنسبة 50.9%، وفي المرتبة الثانية نسبة الذين عبروا على أن الدخل الذي يتلقونه متوسط بلغت 40.5%، ومن جانب عدد الأفراد جاء في المرتبة الأولى الفئة من 4-7 أفراد في العائلة وهو ما أجاب عنه نسبة قدرها 63.9%.

الواضح أن الجدول يكشف ولو نسبيا عن ثقافة المجتمع الجزائري في المجال الاقتصادي خاصة، حيث أن أغلبية الفئة المبحوثة من الذكور 86.7%، فالمرأة غير ملزمة بالنفقة ولو كانت تملك مداخيل أو مدخرات إلا بموافقتها تطوعيا على الأقل من حيث العرف الاجتماعي والديني، وعليه فإن مسألة ارتفاع الأسعار هو من الناحية الأسرية ما يزال موضوعا ذكوريا، على أن النسبة البسيطة من الإناث المعيلات هي معتبرة و تؤثر إلى التحول الحاصل في المجتمع الجزائري الذي غدت فيه المرأة عاملة بشكل كبير وتحتل نسبة مهمة من المناصب الوظائف العمومية خاصة.

النسبة الأكبر من المبحوثين تتركز في الفئة العمرية بين 30 إلى 50 سنة بنسبة 71.8% وهي السنة الطبيعية لإعالة العائلة حيث سن الثلاثين هو المعدل الطبيعي لارتباط الفرد الجزائري ذكورا وإناثا لتكوين الأسرة، وبعد سن الخمسين هي فترة الاستعداد لإحالة المعيل على التقاعد أو ما يعوق عن الإعالة الطبيعية مثل التقاعد أو المرض أو حتى الوفاة، وبالتالي فالعشرين سنة من الفترة العمرية المذكورة هي فترة الذروة في العطاء المهني وبالتالي الذروة في تحقيق المداخيل للنفقة على الأسرة، فهي ذاتها مرحلة الإنتاج الاقتصادي حيث يكون الإنسان في سن الثلاثين قد استكمل مرحلة التكوين العلمي والعملية والتربوي ومقبل على العطاء الإنتاجي الذي يدر عليه الربح الوظيفي.

74.9% من أفراد العينة هم من الموظفين، وبغض النظر عن كون العينة عشوائية ويمكن أن تتركز بطريقة غير معبرة عن النسبة الحقيقية للميل العام نحو الوظيفة عند الجزائريين، إلا أن الوظيفة العمومية تشكل مصدر راحة عند الأغلبية سواء من حيث مضمونية الأجرة الشهرية أو من حيث كونها لا تتطوي على مخاطرة مالية مثل التجارة، والوظيفة العمومية هي منزع عام عند الشعوب حاليا بوصفها تحقق الكفاية الاقتصادية المريحة نسبيا، فضلا عن التقاعد والعطل المضمونة... إلخ، وعلى ذلك فهي مجلبة للقلق في بعض الفترات على غرار انقطاع الأجرة أو ارتفاع الأسعار كما في دراستنا ومما سيثبت لاحقا، فالموظف هو أول المتضررين من أي خلل يحصل في المستوى الاقتصادي.

وعلى العموم تشكل هذه أهم الإحصاءات التي يمكن التركيز عليها، بوصفها الخصائص المهمة لعينة البحث، التي تميزت بأغلبية ذكورية في الاختصاص في إعالة الأسر، وكذا الفئة العمرية الفاعلة اقتصاديا على المستويين الفردي حيث تحصيل المداخيل والجماعي حيث اعتماد الدولة عليها وطنيا، وأخيرا غلبة فئة الموظفين على العينة كذلك، وبالتالي فإن الصورة الغالبة على هوية معيل العائلة في الجزائر أنه ذكر موظف يمارس عمله مدة عشرين عاما بين الثلاثين والخمسين.

2- عرض وتحليل البيانات الخاصة لمتغيرات الدراسة:

جدول رقم (02): يبين البيانات الخاصة بأسئلة الدراسة

المتغير	التكرار	% النسبة	المتغير	التكرار	النسبة %	
هل شعرت بتغير في وضعك الاقتصادي؟	نعم	75.5	شعرت به قليلا	352	11.8	س01
	لا	24.5	شعرت به كثيرا	114	63.7	
المجموع				466	100	
استهلاكك للحم خلال الفترة الأخيرة؟	انعدام	2.4		11		س02
	لحوم بيضاء	49.1		229		
	لحوم حمراء	10.9		51		
	كلاهما معا	37.6		175		
المجموع				466	100	
هل كانت لديك مدخرات لغرض معين؟	نعم	19.1		89		س03
	لا	80.9		377		
المجموع				466	100	
هل اقتنيت مكافآت وهدايا لأسرتك خلال الفترة الأخيرة؟	نعم	9.4		44		س04
	لا	90.6		422		
المجموع				466	100	
هل استجدت عليك ديون خلال الفترة الأخيرة؟	نعم	69.1		322		س05
	لا	30.9		144		
المجموع				466	100	
هل تكفيك أجزتك الشهرية حتى دخول الأجرة الموالية؟	نعم	15.0		70		س06
	لا	85.0		396		
المجموع				466	100	
ماهي اولوياتك الأساسية او الرئيسية في مصروفك الشهري خلال الفترة الأخيرة؟	الغذاء	90.8		423		س07
	العلاج	4.5		21		
	الكرام	2.8		13		
	البناء	.2		1		
	مشروع	.2		1		
	كل ما سبق	1.1		5		
	أخرى	.40		2		
المجموع				466	100	
على ماذا تعتمد في التبضع (القضيان) في الفترة الأخيرة؟	كمية كبيرة	7.3		34		س08
	كمية صغيرة	92.7		432		
المجموع				466	100	

			17.0	79	نوعية السلعة	ما الذي يهكم أكثر عند الشراء خلال الفترة الأخيرة؟	س09
			83.0	387	سعر السلعة		
			100	466	المجموع		
			31.3	146	نعم	هل تتنوع الوجبات الغذائية المنزلية خلال الفترة الأخيرة؟	س10
			68.7	320	لا		
			100	466	المجموع		
64.6	301	تنوع مصادر الدخل	70.6	329	نعم	هل تفكر في تغيير وضعك بسبب ارتفاع الأسعار؟	س11
		تغيير المهنة					
			29.4	137	لا		
			100	466	المجموع		

المصدر: من اعداد الباحثين بناء على مخرجات SPSS

من خلال الجدول نلاحظ أن أغلب المجيبين على السؤال الذي ينص على (هل شعرت بتغيير في وضعك الاقتصادي؟) أجابوا ب "لا" وذلك بنسبة 75.5%، وعلى السؤال الذي ينص على (استهلاكك للحم خلال الفترة الأخيرة؟) نسبة 49.1% أجابوا للخيار اللحوم البيضاء، وبنسبة 80.9% أجابوا ب "لا" للسؤال الذي ينص على "هل كانت لديك مدخرات لغرض معين؟"، وبنسبة 90.6% أجابوا للخيار "لا" للسؤال الذي ينص على (هل اقتنيت مكافآت وهدايا لأسرتك خلال الفترة الأخيرة؟)، والسؤال الذي ينص على (ما هي أولوياتك الأساسية أو الرئيسية في مصروفك الشهري خلال الفترة الأخيرة؟) أجابوا للخيار الأول "الغذاء" بنسبة 90.8%، كما أجاب بنسبة 92.7% للخيار "كمية صغيرة" وذلك إجابة على السؤال الذي ينص على ماذا تعتمد في التبضع (القضيان) في الفترة الأخيرة؟، وبنسبة 83% وعلى الخيار رقم 02 أجابوا على التساؤل الذي ينص على (ما الذي يهكم أكثر عند الشراء في الفترة الأخيرة)، وبنسبة 68.7% أجابوا على السؤال (هل تتنوع الوجبات الغذائية المنزلية خلال الفترة الأخيرة؟)، وبنسبة 70.6% أجابوا على السؤال التالي (هل تفكر في تغيير وضعك بسبب ارتفاع الأسعار؟).

من النتائج المهمة التي يمكن ملاحظتها ابتداء هو شعور المبحوثين بتغيير وضعهم الاقتصادي خلال الفترة الأولى التي شهدت ارتفاع الأسعار (تقريبا من شهر أوت 2021 إلى غاية فيفري 2022) وذلك بنسبة 75.5% ومن تلك النسبة أفصح 63.7% منهم بأن وقع ارتفاع الأسعار كان شديدا عليهم، وهذا طبيعي بالنظر إلى حجم الارتفاع سعر السلع الذي بلغ بين 50% و 200% كمعدل، ومن رغم أن النتائج بينت أن المستهلك الجزائري ما يزال يستهلك اللحوم، إلا أن استهلاك اللحوم الحمراء ذات القيمة الغذائية العالية ضعيف جدا 10.9%، فضلا عن ما كشفه الاستبيان من أن الإنسان الجزائري لا يدخر ولا يملك ثقافة الادخار بنسبة 80%، ويمكن تفسير هذا بأبعد من مجرد تأثير ظرفي مستجد، فهو ثقافة أولا ومكانيات ثانيا، رغم أن الادخار يمكن أن يكون ثقافة حتى من دون إمكانيات كبيرة، فالادخار يكون لأيام الحاجة وكذا لإنجاز مشاريع طويلة المدى، وتحقيق الإدخار يعني النجاح في إجبار النفس على تقليل المصاريف

والإحجام عن الإقبال على الكماليات، ويؤكد ذلك الأولوية الساحقة للمستهلك الجزائري، فهو يجد في الغذاء الأولوية الأساسية في استثمار مداخله بنسبة 90.8%.

ويؤكد جنوح المستهلك الجزائري نحو التبضع بكميات قليلة دليلا على استنشاره لثقل الأزمة عليه، أزمة ارتفاع الأسعار، وأن نوعية السلعة لم تعد تهمة أمام سعرها بنسبة 83%، إذ وإضافة إلى قلة استهلاكه للحوم الكاملة نجده يفتقد إلى التنوع في مائدته، وهذا يعني أن الأزمة لا تقتصر على المتاعب المالية إنما أيضا ستشمل الجانب الصحي الذي يحتاج إلى الرعاية الجيدة، خاصة ونحن في فترة تاريخية أصبح فيها الغذاء الصحي أغلى ثمنًا.

وذلك كله ما يجعل من المستهلك الجزائري يسعى إلى حلول فردية في سبيل تحسين المستوى الاقتصادي وتجنب التبعات المالية والغذائية والصحية للأزمة الجارية، بوصفها حدودا دنيا من الضروريات، حيث صرحت نسبة 70.6% أنها تفكر في تغيير وضعيتها الاقتصادية، وهذا ليس بالرقم الهين، وهي خاصة متجهة إلى تنويع مصادر الدخل بنسبة 64.6% وهو ما يعني بالدرجة الأولى التوجه إلى التجارة، والتجارة يعني التصنيع والتصنيع ضعيف في الجزائر ما يعني الحاجة القصوى إلى الاستيراد وفتح السوق الدولية أمام المواطن الجزائري، ذلك ما يبنى بحركية اقتصادية قادمة على المستويات غير الرسمية تتطلب أساسا تحرير التجارة داخليا وخارجيا، كما يقتضي التفكير الجدي في التأسيس لحركية صناعية حقيقية تسهم في فك القيود على المبادرات الاقتصادية داخليا والرفع من قيمة الاقتصاد الوطني دوليا.

ومن خلال المعطيات الكمية والأرقام والنسب في الجدول يتبين لنا أن ارتفاع الأسعار أثر وبشكل مباشر على سيرورة النظام الاستهلاكي خاصة من الناحية النمطية والسلوك والثقافة الاستهلاكيين، إذ أنه وبعد فترة من ارتفاع الأسعار أصبح الفرد في المجتمع يقارن بين ما كان عليه قبل حوالي ستة أشهر أو أكثر وبين الفترة الأخيرة التي شهدت ارتفاعا كبيرا من ناحية سعر السلع باختلافها.

وما أقلق الفرد هو سعر السلع الغذائية التي أصبح المواطن الجزائري يعاني من ندرتها وسعرها وهو ما أدى به الى التفكير في كيفية الخروج من الأزمة خاصة الموظفين أصحاب الدخل المتوسط، إذ أصبح الراتب لا يكفي حتى الغذاء، وأيضا ارتفاع الأسعار أجبره على تحديد نمطية معينة ينتهجها في عملية الاستهلاك وهذا بارغامه على تحديد نوعية السلعة وهو السلعة المتدنية وايضا سعر السلعة والكمية وهذا التغيير في السلوك الاستهلاكي لا يرجع إلى ضرورة وجود محددات اجتماعية تضبط السلوك والتعامل بالنسبة للفرد وكذا معرفة الفرد بالوضع الاقتصادي والعرض والطلب ومختلف المحددات وإنما ما أجبر الأسرة على تغيير السلوك الاستهلاكي هو التضخم الحاصل في الأسعار وعدم القدرة على التأقلم معه (لونيس علي 2007/2006).

3- عرض وتحليل العلاقة بين متغيرات الدراسة:

جدول رقم (03): يبين العلاقة بين متغيرات الدراسة

المتغير	مسؤولية	س 3	س 4	س 6	س 7	س 9	س 10	س 11
جنس	بيرسون							
	sig	.235**	.000					
مسؤولية	بيرسون							
	sig	-.124**	-.101*		.100*		.091*	
س.2	بيرسون							
	sig			.202**		.095*	.221**	
				.000		.040	.000	

	.144**			.199**	.135**			بيرسون	س3
	.002			.000	.003			sig	
-.152- **	.241**	.167**	-.109-*	.255**				بيرسون	س4
	.006	.000	.019	.000				sig	
.965**								بيرسون	س5
	.000							sig	
	.182**	.114*						بيرسون	س6
	.000	.014						sig	
	-.123- **							بيرسون	س7
	.008							sig	
	.262**							بيرسون	س9

المصدر: من اعداد الباحثين بناء على مخرجات SPSS

من خلال الجدول رقم 03 الذي يبين العلاقة الارتباطية بين المتغيرات المتمثلة في البيانات الشخصية وكذا الأسئلة الخاصة بموضوع الدراسة، ومن خلال الجدول يظهر لنا أن متغير الجنس له علاقة ارتباطية قوية مع المسؤولية العائلية وبالرجوع الى الجدول السابق نجد أن اختيارات متغير المسؤولية العائلية قد جاء في المرتبة الأولى اختيار "رب العائلة" بنسبة 67%، وهو ما يقابله من ناحية متغير الجنس بنسبة 86.7% أجابوا على الاختيار الأول، وهذا ما يدل خاصة من الناحية الاجتماعية على أن الذكور في المجتمع الجزائري يمثلون الفئة العظمى التي تتحمل المسؤولية العائلية خاصة أن الرجل في المجتمع الجزائري يشعر جيدا حجم المعاناة في ظل ارتفاع الأسعار وهذا ما يؤثر أيضا على التعامل الجدي مع عملية الاستهلاك و التحلي بالقدرة على الخروج من أزمة الغلاء.

ونلاحظ أيضا وجود علاقة ارتباطية للجنس مع متغير العمل وكما ذكرنا سابقا عن نسبة الذكور يقابله أن أغلب المجيبين هم موظفين قطاع الوظيف العمومي وذلك بإجابة المبحوثين بنسبة 74.9% من حجم العينة وهذا يبين أن الموظفين الرجال يعانون كثيرا من ناحية الغلاء خاصة إذا ارتبط الأمر بساعات العمل الأسبوعية التي يزاولها الموظف وهو ما يقابله نفس الدخل الذي يتلقاه في الفترة الأخيرة مع موجة الغلاء هو نفسه الذي كان يتقاضاه قبل الأزمة، وبالتالي يواجه معضلة التعامل مع هذا الظرف خصوصا إذا كان الموظف بعيدا عن مقر العمل، وزيادة على العناء والتعب في العمل هناك عائق وأشكال آخر هو إعادة تقسيم الراتب لمواجهة الوضع

ونلاحظ أيضا من خلال الجدول وجود علاقة طردية عكسية بين متغير المسؤولية العائلية والسؤال رقم 03 (الذي ينص على هل كانت لديك مدخرات لغرض معين؟) بالنظر الى إجابات الأفراد فقد جاء في المرتبة الأولى نسبة 80.9% أجابوا بعدم وجود مدخرات لغرض معين، وهذا يشير إلى أن ارتفاع الأسعار انعكس بالسلب على أرباب العائلات، خاصة الذين يمتلكون دخلا شهريا فمثلا في الفترة الأخيرة أصبح جل اهتمام رب العمل كيف يوفر الغذاء للعائلة وهو ما يقابله

قلة الراتب وزيادة الأسعار في المواد الغذائية عكس الفترة الماضية قبل حوالي ستة أشهر حين كانت الأسعار في المتناول وكان الراتب يكفي للاستهلاك المواد الغذائية بأنواعها وكميات كبيرة ويدخر لأغراض معينة مثلا شراء سيارة أو مشروع صغير.

وفي نفس السياق نلاحظ أيضا من خلال الجدول وجود علاقة طردية عكسية بين متغير المسؤولية العائلية والسؤال رقم 04 الذي ينص على (هل اقتنيت مكافآت وهدايا لأسرتك خلال الفترة الأخيرة؟) وعلى هذا السؤال كان قد أجاب بنسبة 90.6% ب "لا" من المجتمع الأصلي وهذا يبين على تأثير سلبي قوي لارتفاع الأسعار على اقتناء رب العائلة مكافآت وهدايا للأسرة خاصة وأن هذا التأثير له عامل نفسي على الأسرة وكذا يؤثر على العلاقة الأسرية كون أن معظم الأولياء كانوا يقومون بهذه المبادرات لتقوية الروابط الأسرية سواء الزوجية أو مع الابناء.

إضافة الى اقتناء الهدايا والمكافآت نجد أنه توجد علاقة ارتباطية قوية بين المسؤولية العائلية والسؤال رقم 07 الذي ينص على (ما هي أولوياتك الأساسية أو الرئيسية في مصروفك الشهري خلال الفترة الأخيرة؟) يقابله إجابة بنسبة 90.8% على خيار الغذاء وهو ما يشير على أن الارتفاع في الأسعار في الفترة الأخيرة غير كل موازين الاستهلاك وأصبح نمط الاستهلاك وتغيير الطريقة الاستهلاكية منسبة كلها على الناحية الغذائية وهذا ما ينجر عليه عدة تبعات منها عدم قدرة أرباب العائلات وأفرادها على اقتناء الكماليات، إذا كان الأمر يتعلق بالضروريات في الحياة اليومية وهذا يبين على حجم المعاناة الاجتماعية في الفترة الأخيرة وإضافة إلى ذلك ارتباط متغير المسؤولية بالسؤال الذي طرح على المبحوث (هل تنوع من الوجبات الغذائية المنزلية خلال الفترة الأخيرة؟) كانت إجابات المبحوثين ب "لا" بنسبة 68.7% وهذا يبرز أن استهلاك الغذاء وتغيير نمطية استهلاكه أصبح ضرورة حتمية لأن كل التفكير حاليا منصب حول الغذاء وكيفية تحصيله.

إضافة الى ذلك نلاحظ وجود علاقة ارتباطية قوية بين السؤال رقم 02 الذي ينص على (استهلاك اللحم خلال الفترة الأخيرة؟) بمعدل بيرسون قيمته 100 والسؤال رقم 06 الذي ينص على (هل تكفيك أجرتك الشهرية حتى دخول الأجرة المالية؟) وهو ما بين من خلال ردود المبحوثين حيث تمت الاجابة بنسبة 85% أن الراتب الشهري لا يكفي لمدة شهر وهو ما يقابله من اختيارات استهلاك اللحوم حيث أجاب 49.1% اقتنائهم للحوم البيضاء وهذا يبين أن أجرة الفرد أصبحت لا تكفي حتى لشراء المواد الغذائية واستهلاك اللحوم البيضاء لا يعطي مؤشر إيجابي بل يعمق من المشكل من خلال ارتفاع سعرها نظرا للطلب الكبير عليه وهذا ناتج عن تغيير نمطية الاستهلاك وذلك بفعل التضخم الحاصل.

VI. الخلاصة:

- نتائج الدراسة:

كشفت النتائج التي خلصنا إليها ما يلي:

- ✓ الشعور الحاد للمستهلك الجزائري بأزمة ارتفاع الأسعار.
- ✓ تعامله العقلاني مع الأزمة من حيث خضوعه للأزمة بتقليص النفقات والاكتفاء بالضروريات.
- ✓ نتائج ارتفاع الأسعار غير مقتصرة على الجانب المالي فحسب بل سينتج عنها أزمات اجتماعية وصحية.
- ✓ المستهلك الجزائري يتجه نحو استثمار مصادره في التغذية أكثر من أي شيء آخر في غياب واضح لتقافة الادخار.
- ✓ حضور سلوك التبضع بالكميات القليلة يؤثر إلى العشوائية في النفقات والعوائية في الاستهلاك سواء الغذائي أو غيره.

✓ التفكير في تعويض الحرمان الناتج عن أزمة ارتفاع الأسعار بطرق فردية وغالبا ستكون بالطرق غير الرسمية ولا الشفافة، وهذا يؤذن باستمرار معضلة الغموض الاقتصادية بل وتفاقمها سواء بالأموال غير المصرح بها بالعملة الوطنية وغيرها أو حتى بشيوع التجارة غير الشرعية سواء بالمواد المحرمة أو حتى بانتشار الدعارة والفساد الأخلاقي.

- الاقتراحات:

أن ظاهرة الارتفاع الحاد للأسعار الطارئة على المستهلك الجزائري سيكون لها تبعات رئيسة تتمثل في الاتجاه نحو محاولة خلق البدائل، بمعنى أن الذي لا تسعفه الأجرة الشهرية ما يزال يملك من الجهد والوقت لكي يبادر بالحركة والنشاط لاستدراك الهوة التي يخلقها هذا الارتفاع، فرغم ما بينته النتائج من تكيف نسبي للمستهلك الجزائري مع ارتفاع الأسعار من حيث الإحجام الطوعي عن بعض الكماليات رغم تأثيراتها الصحية والنفسية على المواطن، إلا أن اشتداد الأزمة وطول أمدها سيفرز عنه محاولات حثيثة في سبيل التدارك الفردي، وهذا ما سينتقاطع بالضرورة مع السياسات الرسمية خاصة ما يتعلق بالتسهيلات وإزالة العوائق أمام حرية التجارة والإعفاء الضريبي وغيره، وإن التوافق بين رغبات المواطن الناتجة عن الأزمة الاقتصادية وحاجة البلد إلى تحرير التجارة والانطلاق الصناعي.

VII. المراجع:

- 01- Cynda Oner .inflation/Parice of Rise .IMF .https://bit.ly/3h1rflw. (بلا تاريخ).
- 02- المنظمة العالمية للزراعة والتغذية . (2009). حالة اسواق السلع الزراعية، ارتفاع اسعار الاغذية والازمة الغذائية- التجارب والدروس المستفادة منها. روما .
- 03- أمال عبد الرحيم . (2012). اتجاهات الطلبة الجامعيين السعوديين نحو ثقافة ترشيد الاستهلاك- دراسة مطبقة في قسم الاجتماعية - بنات جامعة الملك سعود. 175-210. مجلة جامعة دمشق .
- 04- إيان كريب. (1999). النظرية الاجتماعية من بارسونز الى هابرماس/ ترجمة محمد حسين علوم. الكويت : عالم المعرفة .
- 05- خالد بن جلول، و حمزة بعلي . (بلا تاريخ). أثر الثقافة الاستهلاكية في تحقيق أهداف حماية المستهلك - دراسة تحليلية استقصائية لعينة من مستهلكي ولاية قالمة. 03، 77-91. مجلة العلوم الادارية والمالية .
- 06- رتيبة طايبي. (ديسمبر، 2014). الثقافة الاستهلاكية وانتشارها في المجتمع في عصر العولمة. مجلة الابحاث الاقتصادية لجامعة البليدة . 02
- 07- سميرة بن يحيى ، و الطاهر بلعبور . (سبتمبر، 2018). ثقافة الاستهلاك وتأثيرها على البيئة. 339-348. مجلة افاق للعلوم.
- 08- عبد العزيز قتال ، و توفيق حناشي . (2016). تطور اسعار المواد الغذائية في الاسواق الجزائرية. 24-35. مجلة الافاق للدراسات الاقتصادية.
- 09- علي لونيس. (2007/2006). العوامل الاجتماعية والثقافية وعلاقتها بتغير اتجاه سلوك المستهلك الجزائري- دراسة ميدانية - بسطيف. قسم علم النفس والعلوم التربوية والارطفونيا/ كلية العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية/ جامعة منتوري قسنطينة .