

العوامل السوسيو اقتصادية وتأثيرها الفعال على نمط الاستهلاك لدى الاسرة الجزائرية  
دراسة ميدانية على عينة من الأسر بمدينة رأس الوادي ولاية برج بوعريرج

**The consumption pattern of the Algerian family in the light of some socio-economic factors**

A field study on a sample of families in a city of ras el oued ;bordj bourarridj.

جحنيط حمزة\*<sup>1</sup>، لعبيدي امال<sup>2</sup>

<sup>1</sup>جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريرج، الجزائر، hamza.djahnit@univ-bba.dz

<sup>2</sup>جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريرج، الجزائر، amel.labidi@univ-bba.dz

تاريخ الاستلام: 2023/02/26 تاريخ القبول: 2023/06/01 تاريخ النشر: 2023/06/10

**ملخص:**

مما لا شك فيه أنه هدف دراسة نمط الاستهلاك لدى الأسرة الجزائرية، هو الوقوف على أهم الديناميكيات والعوامل التي تتركز عليها هذه الظاهرة، وذلك لبلورة الوعي الاجتماعي والاقتصادي وتمييزها لتقادي مخاطر وأضرار تقشي النزعة الاستهلاكية العشوائية للأسر والأضرار بها وبمصالح المجتمع ككل، إضافة إلى إحداث فجوة بينها وبين سياسات الدولة الرامية إلى تنمية الاقتصاد الوطني من خلال ترشيد الاستهلاك في شتى المجالات، شرط أن تكون تلك السياسات خاضعة لخصوصية المجتمعات وثقافتها لتقادي الاستهلاك الغير عقلائي، ولعل البحث في هذا الأخير يدفعنا إلى التغلغل في أهم العوامل السوسيو اقتصادية، التي تبني عليها الأسر سلوكياتها الاستهلاكية، لما لهذه العوامل من تأثير فعال ينعكس على نوعية الحياة ونمط المعيشة لديهم خصوصا في ظل فرض الأسواق منتجات تسويقية جديدة تجعل الأسرة في سباق مع الزمن لإشباع العديد من المتطلبات التي فرضتها الحياة العصرية، وقد اعتمدنا المنهج الوصفي لتحليل هذه الظاهرة وذلك باستخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات، موزعة على عينة مكونة من 30 أسرة بمدينة رأس الواد ولاية برج بوعريرج.

**الكلمات المفتاحية:** ، نمط الاستهلاك، الأسرة الجزائرية، العوامل الاقتصادية، العوامل الاجتماعية.

**Abstract:**

The aim behind studying the consumption pattern of the Algerian family is undoubtedly to identify the most important dynamics and factors on which this phenomenon is based, in order to crystallize and develop social and economic awareness so as to avoid the dangers of the spread of the sporadic consumption tendency to families, harm them, and the interests of society as a whole, in addition to eschew the creation of a gap between them and the policies of the State that aims to develop the national economy through rationalizing consumption in various fields, provided that these policies are subject to the specificity of societies and their culture in order to avoid irrational consumption. The research might pushes us to penetrate into the most important socio-economic factors on which families build their consumer behaviors because these factors have an effective impact that is reflected on the quality of life and their lifestyle, especially in light of the new marketing products imposed by the markets that make the family in a race against time to satisfy many requirements imposed by modern life. we have adopted the descriptive approach to analyze the phenomenon; using the questionnaire as a data collection tool. The questionnaire was distributed to a sample of 30 families in the city of ras el oued ;bba.

**Keywords:** The consumption pattern. the Algerian family. Economic factors. Social factors.

## 1- مقدمة:

تعتبر دراسة السلوك الاستهلاكي من المواضيع المهمة والمعقدة، تستدعي دراسات معمقة حيث لا نكتفي بجانب واحد فقط لتفسيرها، بل تشكل توليفة بين ما هو اقتصادي واجتماعي لمحاولة فهم هذه الظاهرة بالشكل الموضوعي الذي يعبر عنه الواقع، أن محاولة التعرف على العوامل السوسيواقتصادية التي تؤثر على النمط الاستهلاكي، يأتي من خلال ما نلاحظه داخل المجتمعات في الممارسات التي ينتهجونها أثناء معيشتهم، وهذا ما ركز عليه بيير بورديو في نظريته التمايز الاجتماعي، وان تلك السلوكيات ماهي إلا انعكاس لنوعية حياة المجتمعات بشكل عام والأسر بشكل خاص، نظرا لتعدد الحياة الإنسانية ما جعلت تلك الأسر تعيش تحت وقع التطلعات والرغبات التي يترجمونها في طريقة إنفاقهم تجاه ما يستهلكونه من حاجات ضرورية أو كمالية فرضتها الأسواق، ولعل الجدير بالذكر أن تنمية النمط الاستهلاكي الحالي مقترن بعدة أبعاد ومؤشرات تشكل في مجملها الثقافة الاستهلاكية للأفراد والجماعات ومن بينها المستوى التعليمي، والدخل ومن نماذج تلك الأسر نجد الأسرة الجزائرية التي تشهد تغيرات بنائية ساهمت بدورها في تغير وظائفها وأدوارها التي تنعكس بطبيعة الحال على أسلوبها المعيشي محاولة منها أن تتعايش وتتكيف مع الظروف العصرية الراهنة، لذلك يعتبر النمط المعيشي للأسر هو ذلك المقياس الذي يعبر عن المستوى الاجتماعي والاقتصادي لها، ولعل هذا الأخير يؤثر بطريقة كبيرة على سلوك الأسر في طريقة إنفاقها للسلع والحاجات التي تشبع رغباتها، سواء بإدراك ما هو ضروري أو كماله وكل حسب ما تقتضيه القدرة الشرائية لها، غير إن التغيرات التي فرضتها الأسواق جعلت بعض الأسر تعيش حالة اللاتوازن الاستهلاكي، لتظهر بعد ذلك ممارسات عشوائية لا تمت بصلة للعديد من الأمور منها الدخل، حيث يؤثر بدوره على مسار النمط الاستهلاكي إما أن تعمل به الأسر ضمن ما تحتاجه فعلا أو تلجأ إلى الاستدانة إن اقتضى الأمر مقابل تلبية احتياجات كمالية، مما قد يعيق وضع إستراتيجية أسرية للميزانية وبالتالي غياب ثقافة الادخار، فهذه الأخير تقترن بطبيعة الحال ضمن المستوى التعليمي للأسر ومدى وعيها الاجتماعي بانتهاج السلوك الاستهلاكي العقلاني والرشيد، مما يسهم في التدقيق الفعلي واستيعاب الحاجات الفعلية على حساب الحاجات الزائفة، كل ما سبق جعلنا نطرح التساؤل التالي:

هل للعوامل السوسيو اقتصادية تأثير على نمط الاستهلاك لدى الأسرة الجزائرية؟  
وللإجابة عن هذا التساؤل نطرح الفرضية الآتية:

للعوامل السوسيو اقتصادية تأثير فعال على نمط الاستهلاك لدى الأسرة الجزائرية.

## 2- تحديد المفاهيم:

### 2-1 العوامل السوسيو اقتصادية:

#### 2-1-1 إجرائيا:

يقصد بالعوامل الاجتماعية في هذه الدراسة (المستوى التعليمي، نوع الأسرة)، التي يكون لها تأثير على الأسلوب والطريقة التي تتفق بها الأسر (ميدان الدراسة).

## 2-1-2 العوامل الاقتصادية:

ونقصد بها مؤشر الدخل ليكون محصلة القدرة الشرائية للأسر ومحددا لنوعية الحياة والنمط المعيشي لها.

## 2-2 نمط الاستهلاك:

### 2-2-1 اصطلاحا:

يشير إلى تلك الطرق أو الأساليب التي ينفق بها أعضاء وجماعات المجتمع النقود على استهلاك السلع والمنتجات، سواء كانت متكررة أو معمرة وطريقة استخدامهم لها من اجل إشباع حاجات بيولوجية وأخرى اجتماعية وثقافية، وبما يتفق ورأسمالهم الثقافي والاجتماعي والمادي أيضا، وما يطرأ عليه من تغيرات في حياتهم وما يصاحب ذلك من تحقيق تمثلات أو تميز عن الآخرين في المجتمع. (الرامخ، 2008، ص 85).

يمكن تحديد أنماط الاستهلاك في نمطين أساسين الأول: يتمثل في أنماط الاستهلاك العادية، وهي الأنماط التي تتصل بالإنفاق على الحاجات الإنسانية الأساسية، أما النمط الثاني: فيتمثل في أنماط الاستهلاك غير العادية، وهي التي تتصل بالإنفاق في المناسبات الاجتماعية المختلفة. (سلمان الدوي، 2018، ص 243).

### 2-2-2 إجرائيا:

مجموع الممارسات التي تنتهجها الأسر في طريقتها الاستهلاكية للحاجات المادية وغير المادية والتي تعبر بدورها عن نوعية الحياة أو بالأحرى عن النمط المعيشي الاجتماعي والاقتصادي.

## 2-3 السلوك الاستهلاكي:

### 2-3-1 اصطلاحا:

يرتبط بالتصرفات التي يقوم بها الفرد من قرارات شرائية واستهلاكية وتوزيع أو إنفاق موارده المتاحة (الوقت، الجهد، المال) للحصول على منتج معين يشبع حاجاته ورغباته. (وزاني، زقاي، رماس، 2022، ص 64) بالنسبة لهودن Bitta"and Hoden, "سلوك المستهلك هو عملية اتخاذ قرار، والقيام بنشاط بدني لدى الأفراد عند القيام بتقييم، الحصول، واستخدام أو التخلص من السلع والخدمات. (Lakshmi Revathi, 2000, p03) والسلوك الاستهلاكي هو السلوك المتعلق باستخدام السلعة حيث كيفية الاستخدام وطريقة الاستعمال والكميات المستهلكة من هذه السلعة. (الغمراري، 2011، ص 99).

### 2-3-2 إجرائيا:

هو مجموعة المعتقدات الذهنية التي يكونها الأفراد عن واقعهم الاستهلاكي، حيث تتداخل فيها مجموعة من المحددات الداخلية وهي الإدراك والتصور، الأول يعني إدراك الحاجات الاستهلاكية التي ستشبع رغبات الأفراد، أما التصور أن تكون تلك الحاجات تلبية التوقعات المرجوة من طرفهم، إضافة إلى انه عملية ممارسته أي أن تترجم تلك الأمور الذهنية في شكل سلوك ظاهر يعبر عن طريقة الإنفاق، الشراء، وكيفية الاستهلاك النهائي لتلك السلع سواء مادية أو معنوية.

## 2-4 الأسرة الجزائرية:

### 2-4-1 اصطلاحا:

ينظر بعض علماء الاجتماع إلى الأسرة على أنها مؤسسة اجتماعية، لأنها تقوم بالوظائف الجوهرية للفرد والمجتمع معا، فهي تقوم بتحويل الكائن البشري إلى إنسان مؤنس متطبع بطباع مجتمعه بوساطة التلقين المبني على أسس التفاعل الرمزي الاجتماعي بين الأفراد، وبناء عليه يقيم معهم شبكة من العلاقات الاجتماعية ويحتل مواقع بنائية نسقيه متعددة ويمارس أدوارها بيسر لا بعسر. (معن خليل عمر، 1994، ص12).

هي أسرة ممتدة تعيش في أحضانها عدة أجيال، عدة أسر زواجيه تعيش تحت سقف واحد "الدار الكبرى" عند الحضر و"الخيمة الكبرى" عند البدو إذ نجد من 20 إلى 60 شخصا أو أكثر. ( Mustapha boutefnouchet. 1980.p402 )

### 2-4-1 إجرائيا:

هي ذلك النسق البنائي الذي يساهم بدوره في تكوين سلوكات الأفراد عن طريق التنشئة الاجتماعية، ومنها يكتسب الفرد مجموعة من القيم التي تتم عن الثقافة السائدة من عادات وتقاليد ومن بينها ترسيخ الثقافة الاستهلاكية لدى أفرادها في سن مبكرة

### 3- منهجية الدراسة:

### 3-1 منهج الدراسة:

اعتمدنا في دراستنا هذه على المنهج الوصفي، الذي يركز في وصفه وفهمه للظواهر من خلا الإجابة على "ماذا نصف؟ وكيف نصف؟ حيث أن إجابتنا عن ماذا نصف تأتي من خلال التعرف على الظاهرة المدروسة وهي تأثير العوامل السوسيو اقتصادية على نمط الاستهلاك لدى الأسرة الجزائرية، بينما كيف نصف تأتي من خلال الاستناد إلى إشكالية نطرح من خلالها تساؤلات وصولا إلى فرضيات احتمالية نحصل من خلالها على مؤشرات تبني من خلال الميدان والمتعلقة بالعوامل السوسيو اقتصادية، ومن بينها: الدخل المستوى التعليمي نوع الأسرة. ومحاولة وصف الطرق التي تتبعها الأسر في الاستهلاك، كالنمط التفاخر الذي ينم عن استهلاك حاجات كمالية والمعتدل أو المنتظم الذي يركز على حاجات أساسية.

### 3-2 مجتمع الدراسة:

تعتبر الأسرة وحدة التحليل الأساسية في هذه الدراسة، وعليه يتمثل المجال البشري في الأسرة المقيمة في الوسط الحضري بمدينة رأس الوادي، ولاية برج بوعريبيج، وحتى نتمكن من الوصول إلى نتائج علمية وعملية ألزمتنا الأمر أخذ عينة من الأسر المراد دراستها لان مجتمع الدراسة غير محدد العدد وغير معروف.

### 3-3 عينة الدراسة:

تتمثل عينة بحثنا في الأسر القاطنة بمدينة رأس الوادي، مع العلم أن عددهم غير معلوم وغير محدود، لذا لجأنا إلى استعمال العينة العرضية التي تساعد الباحث أثناء دراسة مجتمع يكون مجهول العدد ويصعب تحديده وحصره.

## نمط الاستهلاك لدى الأسرة الجزائرية في ضوء بعد العوامل السوسيواقتصادية

يرى **سبعون و جرادي**، على أنه يتم اللجوء إلى هذا الصنف من العينة عندما لا يتوفر للباحث أي اختيار لسحب عينة إلا القيام بالتحقق على العناصر التي " تقع في يده" حيث يلعب هنا عامل الحظ بالمعنى العامي دور هام في الحصول على هذا النوع من العينة... (سبعون، جرادي، 2012، 147).

أما عن كيفية استخدام هذا النوع من العينات فقد توجهنا قصدا نحو الأسواق والشوارع والمكتبات لتوزيع الاستبيان، مع مراعاة شروط مساءلة الأفراد إذا كان لهم أسر حتى وان كانت الأسر متكونة من زوجين فقط دون أولاد. حيث أخذت عينة مكونة من 30 أسرة من منطقة رأس الوادي.

### 3-4 أدوات الدراسة:

قمنا في هذه الدراسة بالاعتماد على الملاحظة كأداة أولية، وفي شكلها البسيط في جمع البيانات من خلال الدراسة الاستطلاعية لميدان وذلك عند مناسبة افتتاح خيمة كبرى للعديد من المنتجات في المدينة لمدة 15 يوم حيث تضم منتجات محلية وأخرى أجنبية دعت إلى توافد العديد من الأسر هناك في الوقت الأمر الذي ساعدنا على إلقاء نظرة واسعة ساعدتنا في بناء استمارة كأداة ثانية وأساسية في فهم نمط السلوك الاستهلاكي للأسر.

**الجدول رقم 01:** يوضح توزيع مفردات العينة وفقا لنوع الأسرة.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
أسرة ممتدة	02	6.67%
أسرة نواة	28	93.33%
المجموع	30	100%

المصدر: تصميم المؤلف.

يمتاز المجتمع الجزائري بطابع خصوصي في نسقه البنائي وعرف هذا الأخير نقلة نوعية في طبيعة الأسرة وحجمها وحتى أصلها الجغرافي، حيث يتضح لنا من خلال النتائج الموضحة في الجدول أعلاه أن نسبة جد عالية من الأسر والتي تقدر بـ 93.33% هم أسر نواة، مقابل نسبة أقل تقدر بـ 6.67% هم أسر ممتدة.

**الجدول رقم 02:** يوضح المستوى التعليمي لرب الأسرة.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
ابتدائي	05	16.67%
متوسط	05	16.67%
ثانوي	10	33.33%
جامعي	10	33.33%
المجموع	30	100%

المصدر: تصميم المؤلف.

يعتبر المستوى التعليمي محورا هاما يبرز فيه المكانة العلمية والمعرفية لدى الأفراد وتوظيف تلك المعارف في حياتهم الاجتماعية عن طريق الخبرة والمكتسبات القبلية. حيث ومن خلال بيانات الجدول أعلاه نجد هناك نسب

متساوية تقدر ب33.33% مستوى تعليمي ثانوي وجامعي، مقابل نسبة أقل تقدر ب16.67% لذو مستوى تعليمي ابتدائي ومتوسط.

الجدول رقم 03: يوضح توزيع دخل مفردات العينة.

النسبة	التكرار	الاحتمالات
6.67%	02	بدون دخل
3.33%	01	أقل من 15000
36.67%	11	من (15000 إلى 25000)
20%	06	من (25000 إلى 35000)
33.33%	10	من 35000 فما فوق
100	30	المجموع

المصدر: تصميم المؤلف.

يعتبر الدخل من المؤشرات الاقتصادية الذي يساهم بدوره في تشكيل نوعية حياة الأفراد والجماعات كالأسر من خلاله تلبي هذه الأخيرة احتياجاتها المختلفة لتكون للدخل علاقة بالانمط المعيشي لها. من خلال لغة الأرقام الموضحة في الجدول نجد نسبة عالية تقدر ب36.66% للذين لهم دخل متوسط يتراوح من 15000 إلى 25000، بينما سجلت نسبة 33.33% لذو الدخل المرتفع من 35000% فما فوق، في المقابل بلغت نسبة مفردات العينة الذين لهم دخل يتراوح من 25000 إلى 35000 حوالي 20%، في حين قدرت نسبة اقل تقدر ب3.33% للذين ليس لهم دخل أقل من 15000. تقابلها نسبة ضعيفة تقدر ب6.66% للذين ليس لهم دخل.

الجدول رقم 04: يوضح العلاقة بين المستوى التعليمي للعينة والذوق الاستهلاكي.

المجموع	جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		المستوى الذوق	
	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت		
16.67%	05	10%	01	20%	02	20%	01	20%	01	ذوقكم الفردي
83.33%	25	90%	09	80%	08	80%	04	80%	04	ذوق الأسرة
100%	30	100%	10	100%	10	100%	05	100%	05	المجموع

المصدر: تصميم المؤلف.

يعتبر الذوق ذلك الحس الفني الذي ينفرد به الأفراد عن بعضهم البعض، ويظهر ذلك واضحا وجليا في الاختيارات التي يميلون إليها نحو استهلاك سلع معينة تشبع رغباتهم، في حين يتعرض العديد من المستهلكين للحيرة في ردود أفعالهم اتجاه قراراتهم الشرائية، فيلجئون إلى الاعتماد على الرأي الجماعي كالأسرة أو جماعة

الرفاق مثلا أو جماعات مرجعية أخرى، لذلك يقال إن المستهلك سيد نفسه في اتخاذ قراراته الشرائية ولا تأثير عليه إلا تأثير البيئة التي يعيش فيها.

حيث يتبين لنا من خلال بيانات الجدول أعلاه أن الاتجاه العام للنسب نحو النسبة 83.33% تمثل الذين يفضلون الذوق الأسري، حيث توزعت النسب حسب المستوى التعليمي وكانت كالاتي 90% من الجامعيين يستندون إلى الذوق الأسري، مقابل نسب متساوية تقدر بـ 80% للذين لهم مستوى تعليمي ثانوي متوسط ابتدائي. لهم نفس الإجابة، في حين عبرت أسر أخرى في إجابتها حول اتخاذ الذوق الفردي في تفضيلا تهم الاستهلاكية بنسبة تقدر بـ 16.67% وتوزعت بنسب متساوية تقدر بـ 20% لذو المستوى الثانوي المتوسط ابتدائي مقابل نسبة اقل تقدر بـ 10% لهم مستوى جامعي يفضلون الذوق الفردي.

يمكن إرجاع هذا التباين في النسب وتفسيرها إلى أن معظم مفردات العينة، الذين لهم مستوى تعليمي جامعي يميلون إلى التوجه أو الاعتماد على الذوق الأسري، وهذا يرجع إلى فهمهم لطبيعة التفاعل القائم في العلاقات الأسرية، ومن بينها عامل الاتصال والحوار والتشارك في الآراء يجعلهم يحافظون على التماسك الأسري وعدم الانفراد كل برأيه الذي يخلق نوع من الفر دانية، وفي هذا الصدد يؤكد إبراهيم عبيدات في قوله "وإذا ما نظرنا إلى جماعة الأسرة على سبيل المثال فسنجد أنها تعتبر بمثابة وحدة اجتماعية واقتصادية تمارس تأثيرا كبيرا على تشكيل سلوك أعضائها اجتماعيا واقتصاديا، لذلك تعتبر أكثر الجماعات الأساسية تأثيرا على أنماط سلوك الأفراد المنتمين إليها وتتبع أهمية الأسرة كونها تفرض على أفرادها تكرارية الاتصال مع بعضهم البعض، الأمر الذي يؤدي إلى تكوين مواقف أو قيم سلوكية متشابهة نسبيا لدى أفرادها تتفق مع الأنماط الحياتية لها." (عبيدات، 2004، ص 423).

إضافة إلى أن البيئة كما ذكرنا سابقا لها تأثير على تكوين الأفراد وإمدادهم بالمعارف كون أن الجامعة هي مؤسسة تعليم عالي، مرتكزة على النخبة العلمية الناضجة والواعية فكريا، وكونها مرتع لتبادل الخبرات والمعارف والاستفادة منها في الحياة الاجتماعية ومنها الأسرية طبعاً، وكانت حجتنا في ذلك إجابات البعض من الأسر في قولهم "الذوق الأسري يزيدنا قناعة وتقارب في الأفكار والتشارك ويزيل الحيرة التي تقضي على أوقاتنا وفي سرعة اتخاذ القرارات الشرائية التي نجد فيها راحة وضماناً، إضافة إلى أن الجانب المعرفي العالي سيفرض مع مرور الوقت ممارسات استهلاكية نتيجة للخبرة وتدارك بعض الثغرات الاستهلاكية غير الرشيدة، في مقابل ذلك عبر ذوو المستوى التعليمي ابتدائي متوسط ثانوي على ميولاً تهم الشخصية نحو الذوق الفردي في استهلاك السلع في قولهم "أننا لسنا مجبرون على تشارك آرائنا حول ما نستهلك من سلع في كثير من الأحيان وإن الانفراد بالرأي الفردي يخلق نوعاً من الاستقلالية الشخصية وتحقيق الذات.

حيث تشير دراسة لونيس علي (2006-2007)، أن متغير المستوى التعليمي له دور أساسي في بلورة نظرة المستهلك لترسيم إطاره ونمطه الاستهلاكي الخاص به في ضوء مختلف السلع والخدمات المعروضة أمامه ليصل في الأخير إلى تحقيق إشباع حاجاته ورغباته، هذا الإشباع الذي قد يكون في بعض الأحيان على حساب جوانب أخرى من شخصية المستهلك. (لونيس، 2006-2007، ص 286). وأشارت كذلك دراسة إلى أنه من الطبيعي ظهور تأثير المستوى التعليمي في الأنماط الاستهلاكية لأسر عينة البحث كون أن رب الأسرة المتعلم

بتعليم عالي، سيكون له سلوكيات شرائية مختلفة عن آخر ذو مستوى تعليمي بسيط أو غير متعلم. (الارتوشي، المزوري، 2021، ص07).

**الجدول رقم 05:** يوضح تفضيل عينة المبحوثين للمنتج المراد اقتناؤه.

الاحتمالات	التكرار	النسبة
المنتج المحلي	13	43.33%
المنتج الأجنبي	17	56.67%
المجموع	30	100%

المصدر: تصميم المؤلف.

لقد شهدت الأسواق تناميا واضحا للمنتجات بمختلف أشكالها، وذلك نظرا لتزايد طلب المستهلكين وتنوع احتياجاتهم اتجاه اقتناء منتج معين بغية استهلاكه سواء كان محليا أم أجنبيا.

حيث توضح لنا بيانات الجدول أعلاه أن غالبية كبيرة من مفردات العينة تمحورت إجاباتهم حول ميولهم نحو اقتناء واستهلاك المنتجات ذات الصنع الأجنبي بنسبة تقدر ب 56.66% وفي المقابل عبر آخرون عن تفضيلهم للمنتجات ذات الصنع المحلي وذلك بنسبة تقدر ب 43.33%

يمكن إرجاع هذا التباين الواضح في النتائج والاتجاه نحو منتج دون غيره حسب قولهم " أن ميولا تهتم نحو اقتناء المنتجات ذات الصنع الأجنبي، بنيت على اعتبارات عديدة من بينها معيار الجودة، النوعية ، وزيادة على ذلك توفر الضمان، الصلاحية والإتقان خاصة في استهلاك الأجهزة الالكترونية والألبسة، بالإضافة إلى توفير خدمات نوعية أكسبتهم الثقة والقناعة بالمنتج الأجنبي، من خلال هذه الإجابات نعلل هذا الأخير بما نلاحظه في الواقع من غزو المنتجات الأجنبية للسوق الجزائرية على حساب المنتجات المحلية، قد يكون هذا راجع إلى القوانين التي فرضتها الدولة سابقا في إطار اتفاقيات مبرمة مع العديد من الدول للسعي نحو التبادل التجاري، وبالتالي هذا ما يخلق نقص المنافسة الاقتصادية والاعتماد على ما هو مستورد.

في المقابل عبرت أسر أخرى عن تدهورها للمنتج المحلي واقتنائها، على اعتبار انه امن صحيا خاصة في استهلاك المواد الغذائية وهذا ما نراه في تدرج الحاجات عند ماسلو، والتي ينطلق في قاعدته من الضروري كتوفير حاجيات البيولوجية كالغذاء تليها حاجات الأمان طبعا، حيث ارجع آخرون أسباب توجههم إلى اقتناء منتج المحلي، لتشجيع الاقتصاد الوطني والنهوض بالإنتاج المحلي والاستثمار فيه، حيث وفي إطار سياسات الجزائر الجديدة الرامية إلى تخفيض الاستيراد للعديد من المنتجات بغية الرقي بالاقتصاد الوطني بما يتلاءم مع القدرة الشرائية للمواطنين.

ومنه نستنتج أن البيئة الجغرافية أيضا والتي تعيش فيها الأسرة التي لها مثلا أصل جغرافي ريفي لها دور مهم في تكوين اتجاهاتها و ميولاتها والتي تحكمها معايير وقيم وعادات تعودوا عليها على عكس الأسر التي تعيش في المدينة تعطي أولوية لبعض الأمور المادية. "



جدول رقم 06: يوضح وجهة نظر العينة حول المواسم التي ترتفع فيها ميزانية الاسرة

النسبة	التكرار	الاحتمالات
60%	18	الشتاء
40%	12	الصيف
100%	30	المجموع

المصدر: تصميم المؤلف.

يتأثر نمط الاستهلاك وميزانية الأسرة من وجهة نظر المبحوثين حسب المواسم، حيث يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة عالية تقدر بـ 60% من عينة الأسر الذين أجابوا أن ارتفاع الميزانية مقترن بفصل الشتاء، مقابل 40% أجابوا عن فصل الصيف.

إن تفسير هذا التباين في النتائج راجع إلى مجموعة الأسباب، كالظروف المناخية وحسب المنطقة التي يقطنون بها في قولهم "انخفاض درجة الحرارة وارتفاع البرودة تحتم علينا بالضرورة توفير المستلزمات الأساسية كالتدفئة واستهلاك الطاقة إضافة إلى استهلاك المواد الغذائية والوجبات التي تحافظ على حرارة الجسم والسعرات الحرارية، مع توفير البسة صوفية التي عادة ما يكون سعرها مرتفع خاصة عند وجود أولاد أكثر داخل الأسرة، ما يحتم عليها توفير ملابس ومأكول ومصاريق التنقل والدراسة، أي توفير الحاجات الضرورية حسب نظرية الحاجات تجعل الفرد يحافظ على استمراريته للبقاء على قيد الحياة وبالتالي تضمن له توازنا في المجتمع.

أما بالنسبة لإجابات الأسر الذي يرون أن فصل الصيف أكثر ارتفاعا فيه لميزانيتها ويرجعون ذلك إلى التوجه في قضاء العطلة الصيفية، استخدام أجهزة التكييف وإقامة العديد من المناسبات كالأعراس والحفلات النجاح والختان والأعياد، فالعادات والتقاليد التي تلعب دورا بارزا في السلوك الاستهلاكي وكذلك الواجبات والأعباء الملقاة على عاتق الفرد، مثل دفع الإيجار وأقساط شراء السيارات وأقساط الديون والفوائد والإتاوات والأعياد والالتزامات الاجتماعية وما شابه ذلك، وأيضا مواقف وفلسفة المستهلك النفسية أو موقعه الاجتماعي". (الارتوشي، المزوري، 2021، ص 04). تترتب عليه وضع ميزانية موسمية تتلاءم مع أوضاع الأسرة ككل.

الجدول رقم 07: يوضح تأثير الدخل على التوجه نحو المساحات التجارية.

المجموع	من 35000 فماف وق		من 25000 -35000		من 15000 -25000		اقل من 15000		بدون دخل		الدخل الاحتمالات	
	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت		
6.67	0	/	/	33.3	02	/	/	/	/	/	/	أسبوعيا
6.67	0	/	/	/	/	18.1	02	/	/	/	/	كل 15 يوم
23.3	0	40	04	16.6	01	9.09	01	10	01		/	شهريا
63.3	1	60	06	50	03	72.7	08	/	/	10	0	وقت الحاجة
100	3	100	10	100	06	100	11	10	01	10	0	المجموع
	0							0		0	2	

المصدر: تصميم المؤلف.

تعتبر زيارة المساحات التجارية ضرورة ملحة تلجا إليها الأسر، وذلك لإشباع مختلف متطلباتها وحاجاتها من مواد استهلاكية، ولكن يبقى التوجه إليها والإقبال عليها راجع إلى طبيعة علاقتها بمداخيل الأسرة، فمن العوامل التي تؤثر في الإنفاق الاستهلاكي منها ما يتعلق بالقدرات والإمكانات التي تحدد اتجاه الفرد أو الأسرة في الشراء أو في الاستهلاك ومن ذلك الدخل الشهري، (الارتوشي، المزوري، 2021، ص 04).

حيث تبين النتائج الموضحة في الجدول أعلاه إن نسبة جد عالية تقدر ب 63.33% والتي مثلت إجابات المبحوثين الذين يتجهون إلى المساحات التجارية الكبرى، حيث توزعت النسب كالاتي: 100% من الذين ليس لهم دخل تكون وجهتهم إلى الأسواق التجارية إلا وقت الحاجة أيضا من لهم دخل من 15000 إلى 25000، إلى المراكز التجارية وقت الحاجة في المقابل بلغت نسبة اقل تقدر ب 72.72% للذين يتسوقون وقت الحاجة لذو دخل من 15000 إلى 25000، تليها نسبة 60% للذين لهم دخل 35000 فمافوق ويتجهون وقت الحاجة إلى المراكز التجارية مقابل نسبة اقل تقدر ب 6.67 للذين أجابوا بان اتجاههم للمراكز التجارية كل 15 يوم بالنسبة لأولئك الذين لهم دخل من 15000-25000.

يمكن تفسير هذا التباين في النسب أن الأسر التي لها دخل ضعيف ومحدود وتقريبا متوسط تميل إلى استهلاك مستلزماتها، وقت الحاجة، وهذا ما يفسر ضعف القدرة الشرائية مقابل غلاء المعيشة وزيادة الأسعار لبعض المواد، هذا ما دفعها إلى التخطيط السليم للميزانية إزاء استهلاك الحاجات الأساسية وانتظامهم نحو المدة المراد التوجه فيها إلى المساحات التجارية، والدليل على ذلك انعدام النسب تقريبا في خانة يوميا وأسبوعيا، لذلك ارتأينا عدم وضعها في خانة الجدول لعدم وجود إجابات المبحوثين، حيث تعكس من ناحية أخرى هذه الممارسة العقلانية في التسيير وعدم التكلف وعدم التخطيط العشوائي وعدم الإفراط والتخلي عن الاستدانة. "حيث يواجه المستهلك محدود الدخل العديد من المشكلات الاقتصادية عند وضع ميزانيته كانخفاض مقدار الدخل وقيمه نتيجة لارتفاع الأسعار وانخفاض القوة الشرائية للنقود، وبالتالي عدم استطاعته الحصول على احتياجاته الأساسية من الغذاء والملبس ومستلزمات التعليم والأدوات الشخصية والمياه والكهرباء وغيرها من حاجات بيولوجية وخدمات أساسية، مما يجعله مضطرا دائما إلى التفكير المنطقي الرشيد في الاختيار والشرء وكيفية الاستعمال لكافة السلع والخدمات، ومن هنا فان زيادة الاهتمام بدراسة السلوك المستهلك يعتبر أمرا ضروريا". (محمد بهاء الدين، افريل 2020، ص04)

#### 4- الاستنتاجات الخاصة بالفرضية

لقد اتضح بعد تفريغ البيانات المجمع من الميدان وبعد تحليلها وتفسيرها واستنتاج النتائج منها، يتضح لنا أن الفرضية المطروحة كالتالي: للعوامل السوسيو اقتصادية تأثير فعال على نمط الاستهلاك لدى الأسرة الجزائرية.

إن متغير الدخل له تأثير فعال في طريقة إنفاق الأسر حيث تتحدد الحاجات وتتنوع من ضرورة إلى كمالية حسب القدرة الشرائية للأسر، أما متغير المستوى التعليمي فله أيضا دور في إكساب سلوكيات اجتماعية وثقافية استهلاكية معينة، فان كان المستوى التعليمي عالي فانه يؤثر على تعزيز السلوك الاستهلاكي عن طريق الإنفاق الرشيد والعقلاني، والعكس وبهذا الاستنتاج نرى أن الفرضية قد تحققت حسب الدراسة الميدانية التي أجريناها على عينة المبحوثين من الأسر.

#### خاتمة:

في نهاية هذه الدراسة وبعد تحليلنا للنتائج يتضح لنا أن المحددات السوسيواقتصادية تلعب دورا هاما وفعالا في تنمية وتوجيه الوعي الاستهلاكي لدى الأسر ميدان الدراسة نحو النمط المعتدل والعقلاني الذي يحافظ بدوره على ثقافة الأسرة في التسيير وضبط السلوكات انطلاقا من معايير اجتماعية واقتصادية تتلاءم وتتكيف مع ظروفها، حيث يقال إن أنماطنا الاستهلاكية والسلوكية إنما هي انعكاس لكيفية تعلمنا في بيوتنا وعائلتنا النووية والممتدة وصدقتنا وشوارعنا ومدارسنا وجامعاتنا.

#### قائمة المراجع:

الكتب:

- 1-الرامخ، السيد محمد. (2008). علم الاجتماع الاقتصادي دراسات نظرية وتطبيقية. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
- 2- وزاني محمد، حميدي زقاي، رماس محمد أمين. (2022). التسويق مقارنة نظرية شاملة مدعمة بأسئلة وتمارين للتدريب. برج بوعريريج. الجزائر: دار الباحث للنشر والإشهار.
- 3- معن، خليل عمر. (1994). علم الاجتماع الاسرة، عمان الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع.
- 4- سعيد سبعون وحفصة جرادي. (2012). الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع. الجزائر: دار القصبه للنشر.
- 5- عبيدات، إبراهيم. (2004). أساسيات التسعير في التسويق المعاصر، مدخل سلوكي. عمان، الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

6- الغمراوي، رجاء. (2011). الإعلان التلفزيوني وثقافة الاستهلاك. الإسكندرية مصر: دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع.

7- Boutefnouchet ; Mustapha.(1980).la famille algérienne ;évolution et caractéristique récent ;Alger:SNED.

#### المجلات:

- 8- الارتوشي، جاسم احمد سلو ، المزوري، ذيمان عبد الحميد موسى .(2021)أثر بعض العوامل الاقتصادية والاجتماعية في الانفاق الاستهلاكي. المجلة الدولية للأداء الاقتصادي، المجلد:04، العدد03.
- 9- الدوي، موزة عيسى سلمان. (2018). التحولات الاجتماعية والثقافية وتغير أنماط الاستهلاك لدى المرأة البحرينية. المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد 11، العدد 02.
- 10- محمد بهاء الدين، فاطمة. (افريل2020). السمات الشخصية لربة الاسرة وعلاقتها بالسلوك الاستهلاكي. المجلة المصرية للدراسات المتخصصة، المجلد08، العدد26.
- 11- لونيس، علي. (2006-2007) العوامل الاجتماعية والثقافية وعلاقتها بتغير اتجاه سلوك المستهلك الجزائري، رسالة (دكتوراه) منشورة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر.
- 12- K.Lakshmi Revathi:lecture notes on consumer behavior.institute of Aeronautial Engineering, Dindical,HaydarAbad