



أثر ظاهرة التّضخُّم على ثقافة الاستهلاك داخل المجتمع المصري في الفترة ما بين ٢٠١١ - ٢٠٢٣ رؤية مستقبلية

أ.م.د/ مشيرة محمد حسن العشري

أستاذ مساعد بقسم علم الاجتماع

كلية الآداب، جامعة دمياط

drmosheraelashry@gmail.com

د/ ريمان عيد محمود خالد

مدرس بقسم علم الاجتماع

كلية الآداب، جامعة دمياط

remaneid402@gmail.com

 10.21608/jfpsu.2024.306858.1370

This is an open access article licensed under the terms of
the Creative Commons Attribution International License
(CC BY 4.0). <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



أثر ظاهرة التَّضخُّم على ثقافة الاستهلاك داخل المجتمع المصري

في الفترة ما بين ٢٠١١ - ٢٠٢٣

رؤية مستقبلية

مستخلص

يُواجه الاقتصاد المصري في العِدِّ الأخير تحدياتٍ متزايدة، ناتجة عن عوامل داخلية وخارجية؛ بدءًا من ثورتي الخامس والعشرين من يناير عام ٢٠١١، والثلاثين من يونيو عام ٢٠١٣، مرورًا بأزمة الحرب الروسية الأوكرانية، ووصولًا إلى الأزمات العالميَّة في سلاسل الإمداد والشحن.

وقد أدَّت هذه الأزمات إلى ارتفاع معدلات التَّضخُّم وأسعار السلع الأساسيَّة والطاقة؛ مما أثر بشكلٍ كبير على ثقافة الاستهلاك لدى المجتمع المصري؛ خصوصًا لدى الطبقة الوسطى.

وتهدف هذه الدراسة إلى فهم تأثير التَّضخُّم على السلوك الاستهلاكي للأفراد في المجتمع المصري، وتحديد العوامل والأسباب التي تقف وراء حدوث هذه الظاهرة، بالإضافة إلى رصد التغيرات في ثقافة الاستهلاك المصاحبة للتضخم.

وقد اعتمدت الدراسة على أدوات تحليل إحصائي متنوِّعة؛ مثل التكرارات، والنسب المئوية، واختبار كاي^٢، ومعامل ألفا كرونباخ لتحليل البيانات، وطُبِّقَت على عينةٍ بلغت ٢٢٥ فردًا من الطبقة الوسطى في مدينة طنطا، وتم اختيار هذه العينة بناءً على متغير المهنة؛ لتشمل الإدارة العليا، والإدارة الوسطى، والإدارة الدنيا.

وأظهرت النتائج مدى التأثير الكبير للتَّضخُّم على الطبقات الوسطى؛ مما يؤدي إلى تقلُّص القدرة الشرائية، وصعوبة تحمُّل تكاليف الحياة المتزايدة.

وأخيرًا، توصلت الدراسة إلى أن التَّضخُّم يُؤثِّر على جوانب متعددة من حياة الأفراد؛ مثل التعليم، والأمان، والرضا، والصحة؛ الأمر الذي يدعو إلى وضع استراتيجيات فعَّالة للتعامل مع هذه الظاهرة، ومحاولة تخفيف آثارها على المجتمع.

الكلمات المفتاحية: التَّضخُّم، ثقافة الاستهلاك، الطبقة الوسطى.

The Impact of the Inflation Phenomenon on the Culture of Consumption within the Egyptian Society in the Period between 2011 - 2023 A Future Vision

Abstract

In the last decade, the Egyptian economy has faced increasing challenges resulting from internal and external factors. These challenges started with the revolutions of January 25, 2011 and June 30, 2013, through the crisis of the Russian-Ukrainian war, all the way to global crises in supply chains and shipping. These crises led to high inflation rates and the increased prices of basic commodities and energy. Consequently, the consumption culture of Egyptian society was greatly affected, especially the middle class. The study aims to understand the impact of inflation on the consumption behavior of individuals in Egyptian society. In addition, the factors and reasons behind the occurrence of this phenomenon will be identified. Furthermore, the author will monitor changes in the culture of consumption accompanying inflation. Various statistical analysis tools are used such as frequencies, percentages, Ca2 test, and alpha Cronbach's factor for data analysis. The study was applied to 225 individuals from the middle class in the city of Tanta. The sample was chosen based on the profession variable to include senior management, middle management, and lower management. The results showed that inflation greatly affects the middle classes, leading to decreased purchasing power and difficulty in bearing the increasing costs of life. The study concluded that inflation affects multiple aspects of individuals' lives such as education, security, satisfaction, and health. Moreover, it is necessary to develop effective strategies to deal with this phenomenon and mitigate its effects on society.

Keywords: inflation, culture of consumption, middle class.

مقدمة البحث ومشكلاتها:

يُواجه الاقتصاد المصري في الآونة الأخيرة مجموعةً من الصدمات والتحديات الداخلية والخارجية؛ والتي تسببت في زيادة الضغوط التضخمية في الاقتصاد؛ وقد صاحب هذا تأثيرٌ كبيرٌ على ثقافة الاستهلاك لأفراد المجتمع المصري بشكلٍ عامٍّ، وعلى شرائح الطبقة الوسطى بشكلٍ خاصٍّ؛ فعلى إثر ثورتي الخامس والعشرين من يناير عام ٢٠١١، والثلاثين من يونيو عام ٢٠١٣، وأزمة الحرب الروسية الأوكرانية وما ترتب عليها من آثار؛ وتفاقم أزمة سلاسل الإمداد والشحن الدولية صاحب تلك الأزمات جميعاً ارتفاعاً في أسعار السلع الأساسية، وأسعار الطاقة. ومن هنا؛ فقد عانت البيئة الاقتصادية في العديد من الدول من مشكلة التضخم على المستويين المحلي والعالمي.

كما أنها ظاهرة تعددت أسبابها وتفسيراتها، وبالمقابل تعددت آثارها البالغة على المستوى الاقتصادي والاجتماعي؛ حيث إن أغلب المفكرين الاقتصاديين أرجعوا السبب وراء هذه الظاهرة إلى ما يُسمى بالإفراط النقدي. وتبرز آثار هذه الظاهرة في ارتفاع المستوى العام للأسعار وانخفاض القوة الشرائية للنقود؛ مما يدفع إلى إضعاف ثقة الأفراد في العملة الوطنية؛ ومن ثمَّ السعي للتخلص منها بشتى الطرق، ويترتب على ذلك كله عجزُ النقود عن أداء دورها في الاقتصاد المتمثل كمخزن للقيمة، وتبقى في ظل كل هذه التأثيرات مجرد أداة للتبادل والوفاء بالديون؛ في الوقت الذي يُعدُّ فيه التضخم، وما يصاحبه من اختلالات اجتماعية تعد من أهم المشكلات التي تخلق حالةً من التوتر، وعدم استقرار الأمن المجتمعي.

وبناءً على ما سبق؛ فقد حظيت هذه الظاهرة باهتمام العديد من الدراسات في مجالي علم الاجتماع، وعلم الاقتصاد. وتعددت التقارير الدولية والمحلية التي تُطالعنا بمعدلات الزيادة، أو الأخذ في الزيادة على فتراتٍ متفاوتة؛ حيث أكدت النشرة الاقتصادية الصادرة عن المركز المصري للفكر والدراسات الاستراتيجية أن التضخم واصل في مدن مصر مساره الهبوطي في ديسمبر للشهر الثالث على التوالي؛ رغم استمرار ارتفاع أسعار بعض المواد الغذائية، ونقص بعضها مع شحِّ العملة الصعبة اللازمة للاستيراد، وعودة تكدُّس البضائع بموانئ أكبر بلد عربي من حيث عدد السكان. وقد تراجعت أسعار

المستهلكين في مصر إلى ٣٣,٧٪ خلال ديسمبر على أساس سنوي، مقابل ٣٤,٦٪ في نوفمبر. أما على الأساس الشهري؛ فقد زادت وتيرة التضخم إلى ١,٤٪ من ١,٣٪ في نوفمبر ٢٠٢٣. (النشرة الاقتصادية، المركز المصري للفكر والدراسات الاستراتيجية، ٢٠٢٤، ص ١٣).

الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء،
https://www.capmas.gov.eg/Pages/IndicatorsPage.aspx?Ind_id=2
 (517)



يوضح الشكل السابق ارتفاع مُعدّل التضخم في عام ٢٠٢٣م إلى ٣٣,٩٪ في حين سجل معدل التضخم في عام ٢٠٢٢م ١٣,٩٪، كما أكد الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء على معدل التضخم في عام ٢٠٢٢م ٥,٢٪، وهذا يُعبر عن الرقم القياسي لأسعار المستهلكين وهو مقياس لمتوسط التغير الذي يطرأ بمرور الوقت على أسعار البنود الاستهلاكية؛ أي السلع والخدمات التي تُشتري لأغراض الحياة اليومية.

ويوضح جدول رقم (١) تطوّر الإنفاق الاستهلاكي (العائلي والحكومي) خلال الفترة (الربع الأول ٢٠٢١/٢٠٢٢) حتى الربع الثاني ٢٠٢٢/٢٠٢٣ بالمليار جنيه

| الربع | الإنفاق الاستهلاكي العائلي | الإنفاق الاستهلاكي الحكومي | الإنفاق الاستهلاكي الكلي |
|-----------------------------|-------------------------------|-------------------------------|--------------------------|
| الربع الأول (٢٠٢٢/٢٠٢١) | ١٧٢٠,٩ | ١٢٧,٥ | ١٨٤٨,٤ |
| الربع الثاني (٢٠٢٢/٢٠٢١) | ١٦٧٤,٧ | ١٤١,٦ | ١٨١٦,٣ |
| الربع الثالث (٢٠٢٢/٢٠٢١) | ١٥٥١ | ١٣٨,٧ | ١٦٨٩,٧ |
| الربع الرابع (٢٠٢٢/٢٠٢١) | ١٥٢٥,٢ | ١٦٢,٢ | ١٦٨٧,٤ |
| الربع الأول (٢٠٢٣/٢٠٢٢) | ١٨٤٢,٥ | ١٢٩,٤ | ١٩٧١,٩ |
| الربع الثاني (٢٠٢٣/٢٠٢٢) | ١٦٩٦,٨ | ١٤٥,٨ | ١٨٤٢,٦ |

المصدر: مركز المعلومات واتخاذ القرار

تُظهر بيانات الجدول السابق وصول إجمالي الإنفاق الاستهلاكي إلى ١.٨ تريليون جنيه في الربع الثاني من ٢٠٢٣/٢٠٢٢؛ منخفضاً من ١.٩ تريليون جنيه في الربع الأول من ٢٠٢٣/٢٠٢٢؛ وهو عبارة عن مجموع ما ينفقه المجتمع على السلع والخدمات النهائية خلال فترة زمنية (ربع سنوي)، وهو يعبر عن مجموع كلاً من الإنفاق الاستهلاكي الخاص، والإنفاق الاستهلاكي الحكومي من الحسابات النهائية لموازنة الحكومة. (مركز المعلومات واتخاذ القرار، ٢٠٢٤، ص ٤).

كما يُعدّ الإنفاقُ الأسرى المحركَ الأوّلَ لجميع الأنشطة الاقتصادية في المجتمع؛ نظراً لأنه المكون الرئيسي للطلب الكلي، بالإضافة إلى كونه من أهم العوامل المؤثرة على معدلات التّضخّم ومستويات التشغيل والبطالة والاستثمار؛ ومن ثمّ التنمية الاقتصادية بشكل عام، كما يتم قياسه عادةً باستخدام المؤشر القياسي لأسعار المستهلك؛ والذي يشتمل على العديد من السلع والخدمات الأساسية، وعندما يحدث أي تغيير في أسعار أي مُكونٍ من السلع الأساسية؛ سواء بالارتفاع أو الانخفاض، يؤدي ذلك إلى تغيير معدل التّضخّم. ويمثل ارتفاع معدلات التّضخّم تحدياً كبيراً للأسر في جميع أنحاء العالم؛ إذ تؤدي الأسعار المرتفعة إلى تقليل قيمة الأجور؛ مما يؤدي في النهاية إلى زيادة معدلات الفقر. وقد يختلف تأثير ذلك من فئةٍ إلى أخرى؛ حيث تكون الأسر منخفضة الدخل،

ومتوسطة الدخل أكثر عرضةً لمخاطر ارتفاع معدلات التضخم من الأسر ذات الدخل المرتفع؛ وذلك بسبب اختلاف دخلهم وممتلكاتهم، وأنواع السلع التي يستخدمونها. ومن هنا باتت تلك الأسر، وخاصةً من شرائح الطبقة الوسطى، تحاول التكيف والتأقلم مع الوضع الاقتصادي الجديد، وتكتسب ثقافةً جديدةً من الاستهلاك؛ كمحاولةٍ لتخطي هذه الأزمة الاقتصادية، ومحاولة منها للاحتفاظ بشكلها الاجتماعي، ووضعها الطبقي بين الطبقات الأخرى.

لذا يسعى البحث الحالي إلى التعرف على تأثير معدلات التضخم على السلوك الاستهلاكي لأفراد المجتمع المصري من شرائح الطبقة الوسطى.

أهمية البحث:

تتبلور أهمية البحث في جانبين؛ كما يلي:

- الجانب النظري:

تبيّن من خلال الاطلاع على التراث النظري نُدره الدراسات التي تناولت ظاهرة التضخم وتأثيرها على ثقافة الاستهلاك في العلوم الاجتماعية على وجه التحديد؛ بالإضافة إلى الاستعانة ببعض المقولات النظرية لبيير بورديو لتفسير هذه الظاهرة في ضوء نظرية رأس المال الثقافي، ومقولات "ارفينج جوفمان" كمدخلٍ للتفاعل الاجتماعي، ومقولات فيزر ستون؛ حيث إنه يبحث في طرق استخدام السلع، ودلالاتها على الاختلافات الاجتماعية، وقدرة السلعة على هدم الحدود الاجتماعية، وتفكيك الروابط المستقرّة طويلاً بين الأشخاص والأشياء؛ كما يهتم البحث بمحاولة التوصل إلى نتائج معرفيّة وثقافية تتعلق بكيفية تعامل شرائح الطبقة الوسطى مع الأزمات.

- الجانب التطبيقي:

يشكل انحراف المتغيّرات الاقتصادية عن مستوياتها المتوازنة أهمّ القنوات التي تُمرّر من خلالها آثار التضخم غير المرغوب فيها في مُكوّنات المجتمع الاقتصاديّة والاجتماعيّة، والتي أثّرت بشكلٍ واضح في ثقافة استهلاك المجتمع المصري، ومحاولة التكيف مع الوضع الحالي؛ لذا فمن المرجّو أن تُسهم نتائج البحث في تكوين صورة متكاملة عن الأسباب الحقيقية لانخفاض القوّة الشرائيّة، وتقليص الإنفاق الاستهلاكي، أو

تأخير الشراء لدى أفراد الطبقة الوسطى، والتحول في أنماط الاستهلاك؛ والذي يمكن أن يُسبب التّضخُّم، وانخفاض المدخرات؛ للحفاظ على القوة الشرائية، وأثر التّضخُّم في انخفاض ثقة المستهلك. وسوف تتيح النتائج وَضْعُ حُطَّةٍ مستقبليةً لكيفية التعامل مع ظاهرة التّضخُّم.

أهداف البحث وتساؤلاته:

يستهدف البحث الحالي بوجهٍ عامٍّ وضع صورةٍ واضحةٍ عن مدى تأثير معدلات التّضخُّم على السلوك الاستهلاكي لأفراد المجتمع المصري؛ وخاصةً شرائح الطبقة الوسطى، ويتفرَّع منه عدة أهداف كما يلي:

الهدف الأول: التعرف على ماهية ظاهرة التّضخُّم.

ويتحقَّق هذا الهدف بالإجابة على التساؤلات الآتية:

- ما طبيعة وماهية ظاهرة التّضخُّم؟

- ما العوامل والأسباب وراء حدوث ظاهرة التّضخُّم؟

الهدف الثاني: رصد ثقافة الاستهلاك المصاحبة لظاهرة التّضخُّم:

ويتحقَّق هذا الهدف بالإجابة على التساؤلات الآتية:

- ما تأثير التّضخُّم على ثقافة الاستهلاك لدى شرائح الطبقة الوسطى؟

- ما الطُّرق البديلة لعمليات الاستهلاك الترفيهي في ظل ظاهرة التّضخُّم لدى شرائح الطبقة الوسطى؟

- ما آليات التكيف والاندماج الاجتماعي لدى شرائح الطبقة الوسطى؟

الهدف الثالث: الكشف عن تأثير ظاهرة التّضخُّم على جودة الحياة لدى شرائح الطبقة الوسطى:

ويتحقَّق هذا الهدف بالإجابة على التساؤلات الآتية:

- ما أثر التّضخُّم على خَلْقِ تحدياتٍ تعليميةٍ لدى شرائح الطبقة الوسطى؟

- ما أثر التّضخُّم على إدراك الأمان والرضا لدى شرائح الطبقة الوسطى؟

- ما أثر التّضخُّم على النواحي الصحية لدى شرائح الطبقة الوسطى؟

الهدف الرابع: اقتراح رؤية مستقبلية لظاهرة التّضخُّم وتأثيرها على ثقافة الاستهلاك

الإنتاج التي يَرْتَفِعُ الطلب عليها بشكلٍ خاصٍ بسوق العمل، وانخفاض الأجر (Jon Grim Ha et al. 2019,p5).

كما يُعرَّفُ التَّضخُّمُ بأنه زيادةٌ مُستمرةٌ بشكلٍ عامٍّ على مستوى أسعار السلع والخدمات في الاقتصاد على مدى فُترةٍ من الزمن؛ وخاصةً عندما يرتفع المستوى العام للأسعار؛ فإن كل وحدة من العملة تشتري سلعةً وخدمات أقل. بالتالي؛ يعكس التضخم انخفاضاً في القوة الشرائية لكل وحدةٍ من المال (K&S,2014,P339).

والأهمُّ من ذلك أنه يُسبِّبُ تباطؤاً في الاقتصادٍ من خلال ما يلي:

١. استهلاك الناس أو شراؤهم لكمياتٍ أقل من هذه السلع والخدمات؛ نظراً لانخفاض الدخل؛ وهذا يؤدي إلى التباطؤ؛ ليس فقط في الاستهلاك، ولكن أيضاً في الإنتاج؛ وذلك لأن المصنوعات ستنتج عدداً أقل من السلع المستحقة لارتفاع التكاليف، وانخفاض الطلب المتوقع.

٢. زيادة أسعار الفائدة لدى البنوك، مع زيادة التَّضخُّم؛ وإلا فإن سعر الفائدة الحقيقي سيكون سلبياً. (الفائدة الحقيقية = سعر الفائدة الاسمي - التَّضخُّم). وهذا يجعل الاقتراض مُكَلِّفاً لكلٍ من المستهلكين والشركات. وهكذا سوف يقوم الناس بشراء عددٍ أقل من السيارات والمنازل والسلع الأخرى، ولن تقترض الصناعات أموالاً من البنوك للاستثمار في الطاقة الإنتاجية للتوسع؛ بسبب ارتفاع معدلات الاقتراض.

٣. ارتفاع أسعار الفائدة سيؤدي إلى تباطؤ الاقتصاد؛ وهذا يؤدي بدوره إلى زيادة البطالة بسبب الشركات، والبدء في التركيز على خفض التكاليف، وتقليل التوظيف؛ ومن النماذج على ذلك ما قامت به إحدى الشركات العالمية من تسريح أكثر من ١٠٠٠ موظف لتوفير التكلفة.

٤. يمكن أن يدفع ارتفاع التَّضخُّم النقبات العمالية إلى المطالبة بزيادة الأجر؛ لمواكبة أسعار المستهلكين؛ وهذه الزيادة في الأجر يترتب عليها كذلك زيادة معدلات التَّضخُّم (S.Jamuna,2016,P133). كذلك يؤثر ارتفاع التَّضخُّم على مستوى الدخل الذي ستستخدمه الأسر لشراء المتطلبات؛ ليؤثر على معدل الاستهلاك من خلال التغيرات

في أسعار السلع والخدمات التي يتم استهلاكها بشكلٍ شائع من قِبَل الأسر؛ فتصبح أقل تمثيلاً (Congressional Budget Office, 2022.P2).

وقد أُشيرَ لمفهوم التَّضخُّم من خلال تفسير النظرية الكنزوية "لمينارد كينز"؛ والتي تُشير إلى وجود نظام رأسمالي، تتمثلُ مشكلته الأساسية في التقلبات في الإنفاق القومي المكوّن من (الاستهلاك، والاستثمار، والإنفاق الحكومي) كمحدد رئيسي لمستوى الأسعار والتوظيف؛ ويتم ذلك من خلال مجموعة من الوسائل؛ منها التفاعل بين قُوَى الطلب الكلي، وقوى العرض الكلي مرتبطاً بعدة حالات من التوظيف؛ وهي:

الحالة الأولى: قبل الوصول إلى حالة التوظيف الكامل: حالة ما قبل وصول الاقتصاد القومي إلى مستوى التوظيف الكامل؛ وفيه زيادة الطلب الكلي؛ في هذه الحالة، سينجح الاقتصاد في إحداث زيادة مناظرة في عرض السلع؛ وهذا النمط يُعتبر التَّضخُّم فيه حافزاً على زيادة الإنتاج للوصول إلى حالة التوظيف الكامل.

الحالة الثانية: وهي حالة التوظيف الكامل؛ وفيها تكون الأجهزة الإنتاجية قد وصلت إلى أقصى طاقتها؛ فالزيادة في الطلب لا تتجح في إحداث زيادة في العرض أو السلع، ومن هنا يحدث ارتفاعات تضخميّة في الأسعار؛ لذا فإن الاختلاف هنا يتمثل في أن النظرية الكنزوية تُرجع التَّضخُّم إلى زيادة الطلب، ولكن النظرية الكلاسيكية تُرجعه إلى زيادة كمية النقود (العشري، ٢٠٢٠، ص ٨-٩).

ويمكن تعريف ظاهرة التَّضخُّم إجرائياً بأنها: ظاهرة اقتصادية تتمثل في ارتفاع المستوى العام للأسعار في الاقتصاد خلال فترة زمنية مُحدّدة؛ مما يؤدي إلى تقليل قوة الشراء للعملة المحلية، ويتسبب التَّضخُّم في تقليل القيمة الحقيقية للأموال والادّخارات عبر الزمن؛ حيث يتم تضخم أسعار السلع والخدمات بشكلٍ يزيد عن نمو الدخل والثروة الحقيقية في الاقتصاد؛ مما يؤثر تأثيراً واضحاً على المجتمع؛ خاصّةً الفئات التي تنتمي للطبقة الوسطى.

٢- مفهوم ثقافة الاستهلاك The concept of consumer culture:

تتشكل "ثقافة الاستهلاك" في ظل سياق التحويلات النقدية المشروطة؛ وخاصّةً في المجال الأوسع للدراسات التجارية؛ حيث يتم تصور الثقافة من خلال عدة

مصطلحات - كبنية متجانسة (للمعاني، وطرق الحياة، والقيم المشتركة، وما إلى ذلك). وبشكلٍ أو بآخر؛ فإن ثقافة الاستهلاك لا تُحدِّد السلوك بشكلٍ سببي؛ بل "تتأثر آفاق المستهلكين" عن طريق الفعل والمشاعر والفكر الذي يُمكن تصوُّره بصُنْع أنماطٍ مُعيَّنة من السلوك والتفسيرات المنطقية أكثر احتمالاً أكثر من غيرهم بالخصائص المتأصلة في ثقافة مُعيَّنة؛ (أي السمات الثقافية الخاصة بها والأيدولوجيات والهويّات؛ والتي أصبحت جزءاً لا يتجزأ من سياقات اجتماعية وتاريخية مُعيَّنة. (Domen Bajde,2014,p13).

وقد أجمع مُعظم الباحثين على أن جذور الثقافة الاستهلاكية تُرجع إلى أوروبا في القرن السابع عشر؛ حين بدأ التوسع في إنتاج السلع نوعاً وكماً عن طريق البحث عن أسواق جديدة لفائض الإنتاج. ومع بداية القرن العشرين، أصبح الاستهلاك جزءاً مهماً من تحقيق المكاسب والثروات للشركات والحكومات، وقد ساهم التطوُّر في مجال التكنولوجيا والاتصالات، كالإنترنت والتلفزيون، على نشر هذه الثقافة في جميع الدول (أحاندو: ٢٠٢٢، ص ٩٩).

ويُعتبر فيزرستون "Featherstone" من أهم العلماء الذين أشاروا إلى مصطلح "ثقافة الاستهلاك"؛ حيث أكد أن عالم السلع وقواعد بنائها يلعب دوراً رئيساً في فهم المجتمع المعاصر، ويشتمل هذا التأكيد على أمرين:

أولاً: التأكيد على العَد الثقافي للاقتصاد، ورمزية واستخدام السلع الماديّة؛ بوصفها موصّلات أو ناقلات ليست للمنافع أو الفوائد فقط.

ثانياً: التركيز على اقتصاد السلع الثقافية، ومبادئ أو قواعد السوق من العرض والطلب، وتراكم رأس المال والمنافسة والاحتكار الذي يعمل داخل مجال أنماط الحياة والسلع الثقافية والمادية (شحاتة: ٢٠١٨، ص ٣٨١).

ويُمكن تعريف الاستهلاك بأنه: "العملية التحفيزية التي من خلالها يسعى الأفراد جاهدين لتحسين مكانتهم الاجتماعية؛ من خلال الاستهلاك الواضح للمنتجات الاستهلاكية التي تمنح المكانة للفرد، أو للأفراد المحيطين بالأشخاص المهمين. ويختلف الاستهلاك الظاهري عن استهلاك الحالة؛ من حيث إنه يتضمَّن الإنفاق الذي يتمُّ لأغراض تضخيم الأنا، في حين أنّ استهلاك الحالة يُشير في الواقع إلى المنتجات التي تمَّ الحصول عليها

بغرض اكتساب المكانة، وهذا يتطور باستمرار مع تقدّمهم في المستوى الاجتماعي؛ لذلك فإنّ الاستهلاك الواضح يحدث عندما يكون الهدف من الاستهلاك هو إظهار الوضع الاقتصادي للفرد بالنسبة للآخرين (Riette, 2015, p6).

كما يُقصد بتعريف ثقافة الاستهلاك الجوانب الثقافية المصاحبة للعملية الاستهلاكية؛ وتشمل الجوانب المادية للاستهلاك مجموعة المعاني والرموز والصور التي تصاحب العملية الاستهلاكية. وتوصف ثقافة الاستهلاك بأنها ثقافة قهرية؛ لاعتمادها في الانتشار على عنصرين قهريين؛ الأول: التقليد الذي يدفع الناس إلى تكريس كل حياتهم؛ ليحصلوا على ما حصل عليه الآخرون، ويتفانم هذا الأمر عندما تتدخل وسائل الإعلام؛ لتشرع الأفراد بالصور والنقص تجاه نظائرهم الذين حصلوا على السلع من قبل. الثاني: يأتي من التقاليد التي تتجسّد الثقافة الاستهلاكية في استخدامها وتوظيفها؛ ويظهر ذلك في الاحتفال بالمناسبات الاجتماعية؛ دينية كانت أو غير دينية، حتى يتحول الاحتفال بالمناسبة إلى احتفال استهلاكي بالدرجة الأولى؛ ومن هنا نرى أن المظاهر الاستهلاكية قد شملت كل شيء، وأصبحت تُسيطر على تصرفات الأفراد وسلوكهم تجاه طرق إشباع رغباتهم من السلع (العقيلي: ٢٠١٩، ص ١٤٠).

لقد أصبح الاستهلاك ظاهرة اجتماعية وعالمية؛ حيث يُقاس مركز الفرد الاجتماعي بقدر ما يستهلكه من السلع والخدمات، ومدى قدرته على التغيير المستمر؛ حيث يشعر الفرد بحاجته إلى التغيير في استهلاكه؛ فلا يتوقف الاستهلاك على ما يريد فقط، ولكن على ما يجد جيرانه وزملاءه يستهلكونه محلياً ودولياً.

ومن ذلك يمكن تعريف ثقافة الاستهلاك إجرائياً بأنها: النظام الاجتماعي والثقافي الذي يُشكّل السلوكيات والممارسات الاستهلاكية للأفراد في المجتمع، ويعتمد على استخدام الموارد والمنتجات كوسائل لتحقيق أهداف اجتماعية ورموز اجتماعية معينة، كما تتأثر ثقافة الاستهلاك بالقيم والمعتقدات والممارسات الاجتماعية والثقافية المشتركة؛ حيث يُعبّر عنها من خلال اختيارات المستهلكين وسلوكياتهم التجارية؛ بُغية تعزيز مواقفهم الاجتماعية والاقتصادية والثقافية في المجتمع.

٣- مفهوم الطبقة الوسطى Middle Class:

يُشير مفهوم الطبقة الوسطى إلى أكثر من مجرد مجموعة اجتماعية منتشرة على نطاق واسع في المجتمع، وتقع في منتصف سلم توزيع الدخل، كما أنه يُشير إلى الأفراد الذين لديهم ما يكفي من الأمن المالي لتغطية نفقاتهم. وعندما يزداد حجم هذه الطبقة؛ فإن السياسات الاجتماعية المرتبطة بشأن الصحة والتعليم تصبح أكثر نشاطاً، كما أن هناك ارتباطاً قوياً بين الطبقة الوسطى، وارتفاع الدخل، والتعليم، والصحة؛ مما يجعل هذه الطبقة تتعرض لصراعات اجتماعية واقتصادية كبيرة (JOUNA,2022,P4).

كما يُعتبر ثلثا السكان جزءاً من الطبقة الوسطى، وتميل هذه الطبقة إلى أن تكون أقل بقليل بالنسبة للأغنياء، وأعلى بشكل ملحوظ بالنسبة للطبقة الدنيا؛ لذلك فإن وجودها ضروريٌ لدعم الاقتصادات والمجتمعات الصحية؛ حيث تستثمر هذه الطبقات عموماً بشكل كبير في تعليمها وتعليم أطفالها؛ وبالتالي زيادة المخزون الحالي والمستقبلي من رأس المال البشري (OECD,2019,PP17-18).

وبالتالي يكتسب الحجم النسبي للطبقة الوسطى أهمية كبيرة بالنسبة لواضعي السياسات؛ لأنه يرتبط بمحورين أساسيين: (أ) النمو الاقتصادي من خلال الاستهلاك وإمكانية تعزيز رأس المال المادي والبشري. (ب) الاستقرار السياسي والديمقراطي United Nations, 2023,P4).

لذلك يُقصد بالطبقة الوسطى إجرائياً: جزء من الشرائح الاجتماعية التي تقع ما بين الطبقة الدنيا، أو العاملة، والطبقة العليا من أصحاب رؤوس الأموال والصفوة؛ والتي تتشكّل وفقاً لعلاقتها بأساليب الإنتاج السائدة في المجتمع؛ حيث تتكوّن من الموظفين الذين تتشكّل دخولهم من العمل الحكومي، وقطاع الأعمال العام والخاص، والذين يعملون لحسابهم في مشروعات صغيرة، وأصحاب الممتلكات الزراعية المتوسطة. وتتمثل مؤشرات هذه الطبقة في معايير موضوعية؛ مثل التعليم، والدخل، والملكية، والمهنة، وغيرها.

القضايا النظرية:

يأتي التضخم في مُقدّمة الآثار المترتبة على الوضع الحالي للاقتصاد العالمي، بالإضافة إلى أنها ترجع بالأساس إلى أسباب هيكلية في بنية الاقتصاديات القومية

للمنطقة؛ فإن الموجة الحالية تعودُ إلى التَّضخُّم المستورد؛ بسبب تراجع الإنتاج الذي أدى إلى تزايد الاستيراد لتغطية الاستهلاك المحلي. (الجبالي: ٢٠٢٢، ص ٢٣).

ومن هنا يُمكن تفسير الظاهرة من خلال أساليب الخضوع للنفوذ الرأسمالي، ويعتبر "جون أندر فرانك" من أكثر الماركسيين المحدثين إسهامًا في تفسير الفقر الجماهيري، وأنَّ تقدُّم الدول الرأسمالية يتمُّ على حساب تخلف البلدان التابعة (الأطراف)، وتتمثَّل في امتصاص الأول للفائض الاقتصادي، وتحويله إلى المراكز؛ كما أن طبيعة هذه العلاقة غير متكافئة، وتكون دائمًا مُوجَّهة لصالح المركز (الخواجة محمد ياسر، ٢٠١٣، ص ص ١٠٢-١٠٣).

كما أن مصطلح التبعية في الأساس هو مصطلح اقتصادي؛ حيث إن مفهوم دول المركز ودول الأطراف هو مفهوم يرمز إلى أنَّ هذه الدول تقوم بوظائف اقتصادية مُحدَّدة في نظام تقسيم العمل الدولي؛ كما أن جون أندر فرانك يُعدُّ من أكثر كُتَّاب التبعية مسؤوليةً عن تعميم الفهم الاقتصادي البسيط لها؛ فهو يُؤكِّد أن العلاقات الاقتصادية غير المتكافئة قد أدت إلى منع تراكم رأس المال؛ وبالتالي التخلف الاقتصادي لدول الأطراف. (عبد الخالق، ١٩٨٦، ص ١٧). ومن هنا تم إثبات فرضيتين؛ الفرضية الأولى: تُؤكِّد على أن تلامز المركز / المحيط ليس ظاهرةً مُميَّزة للعصر الرأسمالي فقط؛ بل هي كامنة في ضلِّب كل التشكيلات الاجتماعية التاريخية. أما الفرضية الثانية، وهي الأهم؛ فتقول: إن عمليات الانتقال التاريخية من تشكيلة اجتماعية إلى أخرى أرقى منها تتمُّ من داخل الأطراف، لا المركز. (الخفاجي: ٢٠١٩، ص ١٦).

كما أكَّدت مقولات كلِّ من بول باران، فرانك، دوس سانتوس على فكرة تبعية دول العالم الثالث، وتخلفه إلى دول العالم المتقدم من خلال الآتي:

١. بول باران Paul Baran:

لا ينفصل تاريخ تخلف مجتمعات العالم الثالث عن تاريخ العالم المتقدِّم، وأنَّ تخلف هذا العالم هو نتيجة للنمو، وتقدُّم اجزاء أخرى من العالم؛ فالتوسُّع الرأسمالي، من أجل المزيد من الحصول على الفائض في الخارج، قد أدَّى مع وجود تعاون من السلطات المحلية إلى ظهور نمط رأسمالي متخلف، بدلاً من أن يُؤدِّي إلى ظهور نمط

رأسمالي متقدّم؛ ذلك أن الفائض يتم نقله إلى مركز العالم الرأسمالي؛ الأمر الذي يُؤدّي إلى ازدهار هذا المركز في مقابل تخلف وركود التوابع التي تدور في فلكه، وهكذا ينشأ التخلف الذي أدّى إلى وضع تبعية العالم الثالث للعالم الرأسمالي المتقدّم (شحاتة: ٢٠١٨، ص ١٤٠).

٢. فرانك Frank:

تعتمد نظرية التبعية كمفهومٍ على العلاقة العالمية للهيمنة الاقتصادية والاستغلال من قبل الدول الأكثر قوة اقتصادياً على الدول الأقل قوة؛ وذلك نتيجةً للتوزيع غير العادل للسلطة والموارد، وتطور بعض البلدان بوتيرةٍ أسرع من غيرها. ويرى فرانك كذلك أننا لا نستطيع صياغة سياسةٍ إنمائية مناسبة لأغلبية سكان العالم دون معرفةٍ كيف أثر تاريخهم الاقتصادي والاجتماعي الماضي على تخلفهم الحالي. بالإضافة إلى ذلك، يقول: إننا نميل إلى الاعتقاد بأن تاريخهم يميل إلى التشابه مع تاريخ الدول الأكثر تقدّمًا، وأن مثل هذه الافتراضات تُؤدّي إلى مفاهيم خاطئة حول التنمية المعاصرة والتخلف. ويعتقد فرانك أنّ التخلف ناجمٌ عن التوزيع غير العادل للموارد، واستغلال البلدان الأقل نموًا والناشئة من قِبَل البلدان الأكثر تقدّمًا من خلال ما يُسمّى بنظرية "العلاقات بين المُدن الكبرى والأقمار الصناعية" Antunes,2022 (p.46).

٣. دوس سانتوس Dos Santos:

أكد سانتوس على ما يُطلق عليه "التبعية الاقتصادية"؛ وهي تعني أن اقتصاد دولةٍ ما يخضع لاقتصادٍ آخر يقع تحت هيمنته، ويستجيب لمتطلباته التوسعية؛ أي إنه اقتصادٌ يبحث عن مكوناته الأساسية في الخارج، ويرى أن التبعية الاقتصادية في حالة بنويةٍ تتسّم بأنها غير قادرة على إكمال دورتها الاقتصادية، مدموجة في دائرة النظام الرأسمالي الدولي، قائمة على التقنية المستوردة، والهيمنة على الموارد والتكنولوجيا. أما الأطراف؛ فلا تُوجد فيها قوى قادرة على السيطرة على عملية التراكم؛ فهي تلك المناطق التي تتحكّم فيها القوى الخارجية في تحديد مدى التراكم المحلي فيها. (شحاتة: ٢٠١٨، ص ١٤٢).

فالحياة الاقتصادية للدول التابعة مختزقة ومرتبطة ارتباطاً وثيقاً بحياة الدول القوية. كما أن هذا الوضع أكثر تعقيداً بسبب الوجود داخل بلدان المناطق المتنوعة هيكلياً، والتي لها أنماط مميزة من العلاقة بالقوى الخارجية. وحتى في مستوى أعمق؛ فإن تلك الدول القوية هي على وجه التحديد تلك الدول التي خضعت لثورة اقتصادية واجتماعية عميقة، وحققت نتائج هذه الثورة تحقيقاً كاملاً في شكل الدولة والعلاقات الاجتماعية. وكانت الثورة الفرنسية الحالة التي فُكر فيها غرامشي ملياً، ولكن يُمكننا التفكير في تطوّر الولايات المتحدة والقوة السوفييتية بالطريقة نفسها؛ إنهما تطوّرا قيماً على الأمة برمتها، وتدفعاً خارج الحدود الوطنية؛ ليصبغا ظاهرتين مُتمدّتين في المستوى الدولي. ويحدث هذا التأثير حين لا ينشأ دافع التغيير من «تطوّر اقتصادي محلي واسع... وإنما يكون بدلاً من ذلك انعكاساً لتطوّرات دولية تنقل تياراتها الأيديولوجية إلى الأطراف (كوكس: ٢٠٢١، ص ١٩٥).

ومن هنا لا يُمكن القول إنّ التبعية ظاهرة حديثة، ولكنها اتّخذت شكلاً منتظماً، ومكتمل الجوانب في العصر الحديث؛ حيث برزت قُدرات الهيمنة في تاريخ العلاقات الدولية، وتراكم الاقتصاد الرأسمالي وبناء الدولة؛ مما نتج عنه تركيز للسلطة الاقتصادية. وتؤكد التبعية أن طبيعة الاقتصاديات "المتخلفة" الموجهة للخارج (ارتباطها بالتجارة الخارجية) هي أساس الاختلالات المنتظمة في تطورها؛ بحيث تلاحظ السمات الهيكلية للتخلف بشكلٍ أكثر عندما يكون مستوى الاندماج الدولي أعلى؛ أي يكون نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي أعلى؛ وهكذا فإنّ التنمية الموجهة للخارج ليست تنمية. كما تنوّعت إسهامات "سمير أمين"؛ حيث ظهرت أزمة اقتصادية طاحنة في أغلب أجزاء العالم الثالث؛ ولا سيما أزمة الديون الإفريقية التي عمّقت الهيمنة، وهَدّدت مكتسبات مشروعات الدول الوطنية، وأدت، فيما بعد، إلى تراجع في تعاون (الجنوب)، بعيداً عن هيمنة المركز (عبد الكريم: ٢٠١٨، ص ١١٣).

أما عن ثقافة الاستهلاك؛ فقد تمّ تفسير ذلك من خلال مقولات فيزر ستون؛ حيث إنه بحث عن ثلاثة منظورات أساسية لثقافة الاستهلاك؛ المنظور الأول أنّ ثقافة الاستهلاك وُجِدت بمقتضى اتّساع الانتاج الرأسمالي، الذي أدى إلى انتصار القيمة

التبادلية للسلع، وأفضى ذلك بدوره إلى تحوُّل كلِّ التقاليد الثقافية، وتدميرها، وأصبحت ثقافة القيمة التبادلية والعقلانية يُشارُ إليها بوصفها "لا-ثقافة". أما **المنظور الثاني**؛ فإنه يبحث في طرق استخدام السلع، ودلالته على الاختلافات الاجتماعية، وللسلعة قدرةً على هدم الحدود الاجتماعية، وتفكيك الروابط المستقرّة طويلاً بين الأشخاص والأشياء (ستون، ٢٠١٠، ص ١٢-١٣)، كما تناول مفهوم أسلوب الحياة؛ حيث يمكن أن يُفهم جيِّداً في علاقته بنمط حياة البرجوازية الصغيرة الجديدة؛ وهي طبقةٌ تسعى إلى تدعيم أسلوب حياتها الخاص، وإضفاء الشرعية عليها؛ وبالتالي يصبح الفرد المنتمي إلى الطبقة الوسطى أكثر الدعاة إلى الثقافة الاستهلاكية، وأكثر الأفراد حملاً لخصائصها؛ وبذلك فإنَّ الطبقة الوسطى لا تنتهج لنفسها أسلوب حياةٍ خاصٍ فقط، ولكنها تعمل على نشره. وإذا كان ذلك الأسلوب يجعلها تتفق مع المثقفين؛ فإن طُموحها يجعلها تتطلَّع للوصول إلى الطبقة العليا (زايد، ١٩٩١، ص ٩٦-٧٠). **والمنظور الثالث**: عن أحلام الاستهلاك وبهجته الانفعالية والعاطفية؛ حيث يتطلب الاستهلاك بوصفه إفراطاً وإسرافاً وتراكمًا في الإنتاج؛ كي يتم التغلُّب على الندرة. كما أكَّد فيزرستون على أن مشكلات التَّضخُّم الناتجة عن العرض الزائد، والتناول السريع للسلع الرمزية والسلع الاستهلاكية فيها خطرٌ يهدِّد القدرة على قراءة السلع المستخدمة كرموز للحالة الاجتماعية؛ والتي من خلالها تُحدَّد مكانة الشخص نفسه (ستون: مرجع سابق، ص ١٢-١٣).

ومن هنا يُمكن تفسير ذلك من خلال فكرة رأس المال الثقافي عند بيير بورديو؛ حيث إنَّ البيئة الاجتماعية لها دورٌ كبيرٌ في تشكيل ثقافاتٍ جديدة، وقد يُطلق عليهم اسم "وسطاء ثقافيين جُدُد" لديهم أشكالٌ مختلفة للهويَّة، وظهور عادات التشكيل، وقد يرتبط ذلك بشكلٍ أكثر وضوحاً لدى كلِّ من قطاع الشباب، وفئات الطبقة الوسطى منها، كما أكَّد بورديو على أن الصفة الأساسية للحركة نحو إنتاج السلع الجماهيرية هو مَحَوُّ للقيمة الاستعمالية الطبيعية للسلع عن طريق سيطرة القيمة التبادلية، وتكون النتيجة أن تصبح السلع رمزاً بالمعنى المُحدَّد؛ فالاستهلاك إذن لا يجب فهمه بوصفه استهلاكاً للقيم الاستعمالية للمنفعة المادية، ولكن بشكلٍ أولى كاستهلاكٍ للرموز (ستون، مرجع سابق، ص ١٧٢).

ومن ثم؛ فإن الحديث عن الحقل الثقافي أدى ببورديو إلى الحديث عن رأس المال الثقافي في علاقته برأس المال الاقتصادي؛ حيث ميّز رأس المال الثقافي بمنطقٍ خاصٍ به، مع إمكانية تحويله إلى رأس مال اقتصادي، بالرغم من أن هذا التحويل لا يُمكن تداركه بشكلٍ ملموس؛ وعندئذٍ تكون القوة الرمزية هي القدرة على استخدام منطق الأنساق الرمزية في إنتاج تباينات وتميزات تُسهم في إنتاج العلاقات الموجودة بين الطبقات والشرائح داخل الطبقة. ومن هنا يكون الميكانيزم الجوهري لعملية الاستهلاك قد ارتكز على نشوء صراعاتٍ من أجل الحصول على التمايز من قبل الطبقات والشرائح الاجتماعية المسيطرة. (سيف: ٢٠١٠، ص ص ١١٠-١١١)، وعندئذٍ يُترجم المجال الاجتماعي في المجال الفيزيائي دائماً بصورة مضطربة نوعاً ما؛ فالسلطة التي تُعطيها ملكية رأس المال في مختلف أنواعه على المكان، تظهر في المجال الفيزيائي المُمثّل على شكل علاقة بين البنية المجالية لتوزيع أفراد مجتمع ما، والبنية المجالية لتوزيع السلع أو الخدمات الخاصة أو العامة. لذا فمن خلال العلاقة بين توزيع الأفراد وتوزيع السلع في المكان، تتحدّد قيمة المناطق المختلفة للطبقات الاجتماعية داخل المجتمع الواحد (بورديو: ٢٠١٠، ص ٢٤١).

- ووفقاً للعلاقة بين كلٍّ من ظاهرة التضخم وثقافة الاستهلاك للطبقة الوسطى، والتي تحاول التكيّف مع الأوضاع الاقتصادية الجديدة، حيث تُركّز التفاعلية الرمزية على الذات، ودراسة الجوانب الداخلية للسلوك، مع الأخذ في الاعتبار عملية التفاعل والتبادل التي تحدّث بين الفرد وذاته، أو بينه وبين الجماعة والمجتمع الذي يعيش فيه (لطفى: ٢٠٠٩، ص ١١١).

كما طوّر "أرفنج جوفمان" مدخلاً للتفاعل الاجتماعي؛ حيث ذكر أن أفضل طريقة لفهم التفاعل الاجتماعي هو النظر إليه باعتباره أداءً مسرحياً، وعليهم أن يتظاهروا بأنهم يحملون محمّل الجدّ أدوار الآخرين، وعندما يدخل الأفراد في علاقاتٍ متبادلة ومضبوطة؛ فإنهم يلجؤون إلى ممارسات اجتماعية عادية ومألوفة؛ وبعبارةٍ أخرى: يلجأ الأفراد إلى أعمال وتوظيف نماذج تتكيف وقواعد جارية تحمل في طياتها معاني التكيّف والتسلسل، وحتى الانحرافات الخفية، وهو ما يُمكن أن يُطلق عليه الاستراتيجيات التي يلجأ إليها الفاعلون الاجتماعيون لتحقيق البناء والنسيج الاجتماعي؛ كنموذجٍ من نماذج الطبقة

الوسطى للتكيف مع أنماط الاستهلاك الجديدة، وحرصها الدائم على الحفاظ على الشكل الاجتماعي اللائق بها. كما وضح جوفمان الأشياء التي ينظر إليها الأشخاص نحو الآخرين عند مقابلتهم، ووضَّح أنَّ الحالة الاقتصادية للفرد والحالة الاجتماعية هي التي تُحدِّدُ الطريقة التي ينظر بها الشخص للآخرين، ومفهوم الشخص عن ذاته، وطريقة تفكيره أو وجهة نظرة، كما يُوَضِّح الأسباب التي تجعل الأشخاص يريدون الحصول على هذه المعلومات؛ مثل تعريف الموقف. ويمكن توقُّع وجهات النظر للآخرين، والحصول على الاستجابة المرغوب فيها من الأشخاص؛ ويتمُّ ذلك عن طريق ملاحظة السلوك والمظهر الخارجي، ومقارنتها بالخبرات السابقة. (إبراهيم: ٢٠٢١، ص ٩٩).

الدراسات السابقة:

تبيَّن من خلال استعراض التراث البحثي المرتبط بموضوع البحث وجود العديد من الدراسات؛ وسوف يتم تناولها من خلال محورين:

١- المحور الأول: الدراسات التي تناولت ظاهرة التضخم:

دراسة (Can, other,2023): اهتمت هذه الدراسة بنمذجة التأثيرات التوزيعية لأزمة تكلفة المعيشة في تركيا وجنوب القوقاز "تحليل المحاكاة الدقيقة"، وهدفت إلى التعرف على آثار توزيع الدخل والرفاهية مقابل تقلبات الأسعار وسط أزمة تكلفة المعيشة المستمرة في ظل أنظمة الرعاية الاجتماعية، واستخدام الأساليب التعويضية والدخل المعادل في شكلٍ مقارن؛ وذلك من خلال الاطلاع على أوجه الإنفاق للسلع الأساسية؛ من غذاء، وكهرباء، ووسائل المواصلات، والصحة والملابس، وغيرها من الخدمات، والعمل على تخصيص البلدان والأفراد ذوي الدخل المنخفض حصَّةً أعلى من ميزانيتهم للسلع الأساسية إلى تأثير تضخُّمي أقوى في البلدان الأقل ثراءً، وتوصَّلت الدراسة إلى أن أولئك الذين يتعرَّضون لتقلبات كبيرة في الأسعار يشتررون في الغالب الحاجات الضرورية، وتتأثر الأسر ذات المدَّخرات المنخفضة بشكلٍ غير متناسب بهذه التحوُّلات في سلوك الإنفاق.

دراسة (Popova,other,2023): تناولت الدراسة الآثار الاجتماعية للتضخم والبطالة، وهدفت إلى استكشاف العواقب الناتجة عن التضخُّم والبطالة وعلاقتها بالثقة في الحكومة الوطنية، والثقة في المؤسسات المالية؛ وذلك باستخدام عينة كبيرة تضم ١,٩

مليون فردٍ يعيشون في ١٥٦ دولة، بالإضافة إلى تحليل الاختلافات حسب كل دولة. وتوصّلت الدراسة إلى ارتباط للتضخم المرتفع لدى الأفراد بعدم القدرة على التنبؤ والتقلبات، وتأثير ارتفاع الأسعار بشكلٍ غير متناسب على الأسر ذات الدخل المنخفض؛ حيث تنخفض قدرتهم الشرائية، وبالتالي قد يربط الأفراد ارتفاع الأسعار وانخفاض الدخل لحقيقي بحقيقة أن الاقتصاد لا يسيرُ في اتجاهٍ جيد، وأنه لا يمكن الوثوق بالحكومة والسياسيين والمؤسسات المالية.

دراسة (عبد المجيد، والحيطي: ٢٠٢٣) استهدفت هذه الدراسة الكشف عن التداعيات الاجتماعية لظاهرة التضخم على التنمية؛ وذلك من خلال التطبيق على الحالة المصرية كنموذج؛ حيث يُعتبر التضخم ظاهرةً ملازمةً لسياسات التنمية في المجتمع المصري منذُ منتصف سبعينيات القرن العشرين وحتى الآن، وهو ما تعكسه مؤشرات تنموية عديدة؛ مثل ارتفاع معدلات الفقر والبطالة، وغياب العدالة الاجتماعية في توزيع الدخل والثروات، وانتشار الفساد على نطاقٍ واسع في المجتمع المصري، وغيرها من المؤشرات التنموية خلال تلك الفترة. وقد اعتمدت الدراسة على الأسلوب الوصفي التحليلي، وتمّ جمع البيانات باستخدام تحليل البيانات الجاهزة، ودليل مقابلة تم تطبيقه على عينة حجمها (٢١) مفردةً من بعض أرباب الأسر من شرائح طبقية مختلفة بمدينتي طنطا وكفر الشيخ؛ لمعرفة رؤيتهم حول العوامل والمتغيرات الأساسية للدراسة. وتوصّلت الدراسة، من خلال القراءة التحليلية وآراء أفراد العينة، إلى عددٍ من النتائج؛ من أهمّها: أن هناك تداعيات اجتماعية سلبية كبيرة للتضخم على المستوى التعليمي والصحي والمعيشي للأسر، وأيضًا على شعور الأفراد بالأمن الاجتماعي والاقتصادي؛ ففي ظل غياب الاستقرار النسبي في أسعار السلع الأساسية، أصبح هناك شعورٌ لدى بعض الأفراد بالقلق واليأس والخوف أكثر من المستقبل؛ مما يُبدد أي شعور بالأمن الاجتماعي والاقتصادي.

دراسة (Aditya Prasad Shoo. 2021) بعنوان: تأثير التضخم على عادات الإنفاق لدى الفئات متوسطة الدخل: وهي دراسة في الهند؛ هدفت إلى التعرف على تأثير ارتفاع التضخم على فئات مختلفة من الناس؛ حيث تتضمنت هذه الدراسة تحليل الارتباط والانحدار لمعرفة العلاقة، وكذلك التأثير الكبير للتضخم على عادات الإنفاق للفئات

متوسّطة الدخل في الهند؛ وبالتالي تقييم العلاقة بين التضخم، وعادات الإنفاق الاستهلاكي في الهند. وقد أشارت النتائج إلى أن التضخم هو زيادة في أسعار السلع والخدمات المعيشية. ويُعتَبَر أصحاب الدخل الثابت؛ سواء في مؤسسات القطاع العام أو الخاص، أو العاملين لحسابهم الخاص، الذين يعملون في القطاع غير المنظم، يعتبرون ضحايا التضخم المتزايد؛ حيث يُؤثّر التضخم على استهلاك الأسرة، وممارسات الإنفاق والاستثمار؛ مما يُقلّل من فرص الحصول على وظائف سلعية. وأيضًا يُؤثّر هذا الوضع بشكل مباشر على دخل المستهلك، وعادات الإنفاق الخاصة به؛ أي إن هناك ارتباطاً سلبياً مرتفعاً بين التضخم، وعادات الإنفاق لدى الفئات متوسطة الدخل.

دراسة (M. Balcilar et al., 2018): سعت هذه الدراسة لمعرفة طبيعة العلاقة بين عدم المساواة في الدخل ومعدل التضخم؛ وهي إحدى القضايا السياسية المهمة والمستمرّة في الولايات المتحدة؛ فعدم المساواة في الدخل قد زاد بشكل ملحوظ على مدى السنوات الثلاثين الماضية؛ بحجة أن الاقتصاد السياسي يعمل على إعادة توزيع الدخل من خلال السياسة المالية. ومع ذلك؛ فإن النشاط الاقتصادي يستجيب لكلا الأمرين؛ السياسة المالية والنقدية. وتشير النتائج إلى وجود علاقة غير خطية بين الدخل وعدم المساواة ومعدل التضخم. وفي فترة العينة التي أجرتها الدراسة، اتّسعت فجوة عدم المساواة، وأصبحت علاقة اتجاهية طويلة الأمد. في النظام النقدي الحالي، يُوجد ميل لتدفق الدخل إلى الأغنياء؛ حيث تمتلك كل أسرة مجموعاتٍ مختلفة من الأصول / الديون؛ مما يصعب معه تجنب آثار إعادة التوزيع للسياسة النقدية. وينبغي لصنّاع السياسات أن يعيدوا النظر بشكلٍ جادٍ في تأثيرات إعادة التوزيع المحتملة للسياسة النقدية.

دراسة (حماد، ٢٠١٤): تطرقت هذه الدراسة إلى التعرف على الآثار الاجتماعية لظاهرة التضخم في المجتمع المصري، على عينة من الفقراء في محافظة المنوفية؛ لمعرفة مدى انعكاس المعدلات المرتفعة للتضخم على نوعية الحياة، وتمّ الاعتماد على دراسة الحالة من خلال أداتي الملاحظة والمقابلة المتعمّقة. وتوصّلت النتائج إلى أنّ التضخم سبّب حالة من العجز الشديد للأسر الفقيرة في الوفاء بمتطلبات الحياة المختلفة، كما لم يعد لدى الأفراد في الأسر أي قدرة على التنبؤ بالمستقبل أو التخطيط له؛ بسبب الحرمان

والعجز المتصل الذي أدى إلى صراعاتٍ ومشاكل، وأزماتٍ معيشيةً متكررةٍ ومستمرة؛ لذلك أكدت الدراسة على ضرورة تحقيق الأمن الاجتماعي الذي يتمثل في تحقيق الحدِّ الضروري على الأقل للحياة.

دراسة (العشري، ٢٠١١): استهدفت هذه التعرف على الأبعاد الاجتماعية والاقتصادية والأمنية لظاهرة غلاء المعيشة في المجتمع السعودي؛ وأيضًا التعرف على السياسات التي اتُّخِذت لمواجهة هذه الظاهرة؛ ومحاولة اقتراح بعض الحلول المناسبة للحدِّ من الآثار الناتجة عن هذه الظاهرة؛ حيث طُبِّقت الاستبانة على عينةٍ من أرباب الأسر السعوديين المُتسوقين ببعض المراكز التجارية بمدينة جدة بلغت ٣٨١ مفردة، وخلصت النتائج إلى أن هناك آثارًا تترتب على ظاهرة غلاء المعيشة في المجتمع السعودي، منها الاجتماعية؛ وأهمها: مساهمة غلاء المعيشة في ارتفاع نسب الأسر المحتاجة للمساعدات من المؤسسات الاجتماعية المختلفة؛ وزيادة الضغوط النفسية على ربِّ الأسرة؛ وانتشار عنوسة الشباب داخل المجتمع؛ وزيادة الطلب على مساعدات الجمعيات الخيرية؛ وانحسار الطبقة الوسطى في المجتمع. والاقتصادية؛ وأهمها: أن تراخي وزارة التجارة في مراقبة الأسواق خلَّق فرصةً للتلاعب بالأسعار؛ وأنَّ جشع التجار كان سببًا رئيسًا في موجة الغلاء التي تعيشها البلاد؛ كما أنَّ تفاوت الأسعار في الأسواق دليلٌ على التلاعب في السوق؛ وأن استغلال التجار لظروف الأزمة الاقتصادية العالمية قد أسهم في غلاء المعيشة في السعودية؛ فضلًا عن أن هذه الظاهرة أدت إلى زيادة نسبة الفقر في المجتمع. والأمنية؛ وأهمها: أنَّ غلاء المعيشة سببٌ في انتشار الفساد الإداري وتفتيش الرشوة، وعمليات النصب على الآخرين، وتفتيش ظاهرة سرقة المال العام؛ ولجوء بعض الأفراد إلى أساليب الكسب غير المشروعة؛ والتعدي على ممتلكات الغير من البعض بسبب ظروفهم الاقتصادية. وقد استعرض الباحث بعض السياسات والحلول التي اتُّخِذت لمواجهة ظاهرة غلاء المعيشة في المجتمع السعودي، ووضع بعض التوصيات التي من شأنها المساعدة في الحدِّ من الآثار الناتجة عن هذه الظاهرة.

٢- المحور الثاني: الدراسات التي تناولت ثقافة الاستهلاك:

دراسة (Baur, Kulke, 2023) بعنوان: البيئات الاجتماعية في الفضاء الحضري؛ مقارنةً بين برلين وسنغافورة ونيروبي: هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أنماط الحياة، وبشكل أكثر تحديداً ممارسات الأكل والسكن لسكان الطبقة المتوسطة الحضرية)، وكيفية ارتباط أنماط الحياة والهياكل الحضرية في سياقات اجتماعية مختلفة؛ من خلال مقارنة ثلاث مدن ذات أحجام مماثلة؛ برلين (ألمانيا)، وسنغافورة، ونيروبي (كينيا). وقد بينت الدراسة كيفية ارتباط الطبقات الوسطى بشكلٍ مثالي بالطبقات الاجتماعية الأخرى، وكيف يضعون أنفسهم في إطارٍ خاصٍ بهم في الفضاء الحضري، وكيف يُميّزُونَ عن طريق ممارسات الأكل والسكن. وتوصّلت الدراسة إلى قدرة الطبقة الوسطى على التكيف مع كلِّ من المكان والزمان بمجموعةٍ من الوسائل والطرق المُتاحة؛ ومنها القدرة على تخزين المنتجات والسلع، واعتبارها فرصةً للحصول على إيرادات إضافية.

دراسة (البسيوني: ٢٠٢٢): هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الآثار السلبية للانحراف في السلوك الاستهلاكي للمجتمع المصري على مؤشرات الاقتصاد الكلي، كما هدفت إلى تحليل الآثار الاقتصادية للانحراف في السلوك الاستهلاكي للمجتمع المصري على أداء الاقتصاد المصري بصفة عامّة، ومعدلات التضخم، ومؤشرات التنمية الاقتصادية بصفة خاصّة، وتحليل الآثار الاقتصادية المتوقّعة في حالة ضبط السلوك الاستهلاكي للمجتمع المصري في إطار مستوى الاستهلاك الرشيد. وقد اعتمدت الدراسة على منهج التحليل الاستقرائي، مع استخدام الأسلوب الوصفي في وصف ظاهرة الانحراف في السلوك الاستهلاكي للمجتمع المصري، واستقراء وتحليل نتائجها الحالية والمتوقّعة. وتوصّلت الدراسة لوجود تغيّر ملحوظ في السلوك الاستهلاكي للمجتمع المصري نحو زيادة الميل الحديّ للاستهلاك على حساب الميل الحديّ للادخار؛ بدايةً من عام ١٩٩٤، واستمرّ في ذات الاتجاه وبمعدلاتٍ آخذةٍ في الارتفاع حتّى عام ٢٠١٨. وقد أوصت الدراسة ببعض الوسائل لمعالجة الانحراف في السلوك الاستهلاكي للمجتمع المصري، خاصّةً وأن هذه الظاهرة ليست وليدة اللحظة، وأن علاجها لا يُمكنُ أن يأتي دفعةً واحدة؛

وإنما بالتدرج على المدى الطويل نسبياً خلال الإقناع الأدبي لأعضاء المجتمع، وتبني سياسات اقتصادية مباشرة وغير مباشرة تعمل على ضبط السلوك الاستهلاكي للمجتمع في إطار السلوك الرشيد.

دراسة (الزهراني: ٢٠١٧) أشارت هذه الدراسة إلى تغيير عملية الاستهلاك، والعوامل المرتبطة بهذا التغيير في المجتمع السعودي؛ والذي كان في مرحلة تغييراً بطيئاً في الفترة ١٣١٥هـ-١٣٩٥هـ؛ وهي المرحلة التي كانت الأسرة فيها منتجة لجميع استهلاكها؛ وخاصة في البوادي والأرياف، إلى أن جاءت مرحلة التغيير السريع، والتي بدأت منذ ١٣٩٥هـ، واعتمدت الدراسة على المنهج التاريخي لتتبع الظاهرة، وتوصلت إلى أسباب التغيير السريع؛ خاصة بعد تضاعف أسعار البترول، وزيادة الدخل، وتحسن المرافق والخدمات، والتعرض لوسائل الإعلام المختلفة، وزيادة أعداد العمالة الوافدة؛ كما توصلت إلى أن أهم العوامل المؤثرة في زيادة الاستهلاك التقليد والتفاخر والدعاية والقدرات المالية، وسياسة التقسيط والإقراض، وأشارت الدراسة إلى أهمية نظرة الإسلام في عملية الاستهلاك وترشيده.

دراسة (الكراتي: ٢٠١٧): سعت هذه الدراسة إلى الكشف عن ملامح وطبيعة الاستهلاك، والعوامل التي أدت إليها، وكذلك محاولة التعرف على طبيعة الثقافة الاستهلاكية وقيمتها المحورية؛ من أجل تطوير سياسات مناسبة تتوافق مع اقتصاد المجتمع؛ والتعرف على انتشار ثقافة الاستهلاك بين الفئات الاجتماعية المختلفة، والتعرف على دور العالم في تدعيم الثقافة الاستهلاكية، والتعرف على مدى تباين ثقافة الاستهلاك. وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وكشفت نتائجها أن الاستهلاك يمتد بوظائفه إلى خارج نطاق الاستهلاك المادي؛ ذلك أن الاستهلاك لا يشبع الحاجة المادية فحسب؛ بل يدعم علاقات اجتماعية قائمة بالفعل، وأن استهلاك السلع يخلق أشكالاً من التمييز الاجتماعي، عملية التأثير أصبحت خاضعة لمعايير معرفية يتحكم فيها من يمتلك وسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، وتتم بصورة غير مباشرة عن طريق برامج مخططة، أما الصورة المباشرة للتأثير في المستهلك؛ فتتم بصورة أساسية عن طريق الإعلان؛ والهدف من ذلك إثارة غرائز الجمهور، والترويج والحث على الشراء، وخلق تطعّعات ترفيه عن

طريق الصور التي تجعل السِّلَع المُعْلَن عنها مرغوبًا فيها ومُقْنَعَة. أن التغيرات في الدخل وتحسنه وانتشار مظاهر الثقافة الاستهلاكية قد أدخلت أبعادًا جديدة على أنماط الاستهلاك في المناسبات المختلفة؛ وقد تجلّى ذلك في مظاهر عديدة؛ أهمها تزايد حجم الإنفاق على المناسبات المختلفة؛ خاصّة المناسبات الدينية؛ كالأعياد، والمناسبات الاجتماعية كالزواج.

دراسة (الصياد، ٢٠١٦): أشارت هذه الدراسة إلى كَيْفِيَّة تشخيص ظاهرة تغيّر ثقافة الاستهلاك، وتحديد محاورها، وتفسير ظهورها، وأسلوب التصدي لآثارها ونتائجها السلبية على الأسرة الحضرية والريفية، مع التأكيد على وضع حلول سوسولوجية لحماية الأسرة والمجتمع. وأشارت نتائج الدراسة إلى ما يلي: تعدّد النتائج الاقتصادية المترتبة على تغيّر ثقافة الاستهلاك فيما يتعلّق بتراجع قيم الادخار والاستثمار وقيمة العملة المحلية. ارتباط تغيّر ثقافة الاستهلاك سلبيًا وإيجابيًا بالحالة الاجتماعية، وحجم الأسرة، والدخل الشهري، والمستوى التعليمي، والمهنة، والسفر للخارج من عدمه، وغيرها من الخصائص العامّة لعينة البحث. تعرّض ثقافة الاستهلاك في الريف والحضر للتغيّر، وإن زادت النسبة في الحضر عنها في الريف نسبيًا. زيادة سرعة تغيّر ثقافة الاستهلاك لدى متوسّطي السن في الريف والحضر على السواء. تعدّد مظاهر التغيّر في ثقافة الاستهلاك من خلال زيادة حجم السلع وتنوعها، والتركيز على السلع الكمالية. زيادة الإنفاق على شراء أجهزة المحمول وكروت الشحن؛ سواء في الريف أو الحضر، وما يترتب على هذا من آثار سلبية متعدّدة على كيان الأسرة والعلاقات الاجتماعية.

وقد استفاد البحث الراهن من الدراسات السابقة في عدّة جوانب مهمّة تتعلّق بثقافة

الاستهلاك، وأثرها على الاقتصاد، ويُمكن توضيح ذلك على النحو التالي:

. فهم العوامل المؤثرة في الاستهلاك؛ حيث أوضحت الدراسات أنّ الزيادات في الدخل تُعزّز الاستهلاك؛ مما يسهم في دفع النمو الاقتصادي، بالإضافة إلى ذلك، كشفت الدراسات أيضًا عن أنّ الثروة المالية للأفراد لها تأثير مباشر على نمط الاستهلاك، كما أوضحت أنّ التضخّم يُؤثر سلبيًا على القدرة الشرائية؛ مما يُقلّل من قيمة النقود، ويؤدي إلى زيادة في تكلفة الحياة؛ مما يعني أنّ الاستهلاك يمكن أن يتأثر بشكل كبير بالتضخّم المرتفع، وأن معدلات الفائدة لها تأثير كبير على قرارات الاستهلاك؛ حيث يُمكن أن تُحفّز

السياسات النقدية على تخفيض معدلات الفائدة والاستهلاك، وأشارت بعض الدراسات إلى أنّ التغيرات في العادات والثقافات يُمكن أن تؤثر على أنماط الاستهلاك؛ مثل الاتجاه نحو المنتجات الصحية أو المستدامة.

. **تحليل السياسات الاقتصادية:** استنادًا إلى نتائج الدراسات السابقة، يُمكن للحكومات والمؤسسات الاقتصادية استخدام هذه المعلومات لتحسين سياساتها الاقتصادية؛ فعلى سبيل المثال، يُمكن للحكومات استخدام السياسات النقدية للتحكم في التضخم، والتحفيز على الاستهلاك من خلال تعديل معدلات الفائدة.

. **التخطيط للنمو الاقتصادي:** باستخدام هذه الدراسات؛ يُمكن توجيه الجهود نحو تحقيق نمو اقتصادي مستدام؛ حيث يتم التركيز على تحفيز الاستثمارات الخاصة، وتعزيز الاستهلاك المستدام.

. **تحديد التحديات الاقتصادية الرئيسية؛** حيث تُمثل الدراسات أيضًا نقطة انطلاقٍ مُهمّة لتحديد التحديات الاقتصادية الرئيسية التي تُواجه البلدان؛ مثل الضغوط التضخمية، أو قلة الاستثمارات؛ مما يمكن أن يُوجّه بعض الاستراتيجيات لمواجهة هذه التحديات بفعالية.

. **الإشارات للسياسات العامة:** حيث يُمكن أن تُوجّه الدراسات الحكومات إلى تصميم سياسات عامة فعّالة تدعم الاستهلاك الرشيد، والاقتصاد المستدام، مما يُعزّز الاستقرار الاقتصادي على المدى الطويل.

. **تعزيز التنمية المستدامة:** من خلال وجود فهم أفضل لأنماط الاستهلاك يمكن تحسين استخدام الموارد، وتعزيز التنمية المستدامة؛ ما يسهم في تحقيق الأهداف البيئية والاجتماعية للمجتمعات.

وفي ضوء ذلك يسعى البحث من خلال الاستفادة من هذه الدراسات إلى تحديد تأثيرات التضخم على ثقافة الاستهلاك في مصر، وتوجيه السياسة البحثية نحو الجوانب التي لم يُكرّس لها اهتمامٌ كافٍ، كما تمّت الاستفادة من النتائج والتوصيات المقدّمة في هذه الدراسات لبناء قاعدة قويّة من الأدلة التي تدعم نتائج البحث، وتقديم توصيات عملية للسياسات الاقتصادية والاجتماعية في مصر.

وبهذا، تُعدُّ هذه الدراسات مصدرًا قيمًا للمعرفة والإشارات للسياسيين وصنَّاع القرار لفهم الديناميكيات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي تُؤثِّر على نمط الاستهلاك، والعمل على تطوير سياسات تُعزِّز الاقتصاد، وتحسِّن رفاهية المجتمع.

لذلك يهدف البحث الحالي إلى استكشاف وتحليل تأثير ظاهرة التضخُّم على ثقافة الاستهلاك لدى شرائح الطبقة الوسطى، وتحديد الطُّرُق البديلة لعمليات الاستهلاك الترفيهي في ظلِّ زيادة أسعار السلع والخدمات؛ فقد تمَّت دراسة آليات التكيُّف والاندماج الاجتماعي للأفراد في هذه الشرائح، مع التركيز على كَيْفِيَّة تعديل سلوكيات الاستهلاك والميزانيات الشخصية لمواجهة التضخم، كما تمَّ التركيز على كشف تأثير ظاهرة التضخُّم على جُودة الحياة لدى شرائح الطبقة الوسطى؛ من خلال دراسة تحديات التعليم والإدراك الأمني والرضا الشخصي، بالإضافة إلى التأثيرات على استثمارات القطاع الخاص والإنفاق الحكومي، وكذلك تحليل كيفية تأثير هذه العوامل على حياة الأفراد ومجتمعاتهم في السياق الاقتصادي الحالي.

الإجراءات المنهجية للبحث:

- نوع البحث والمنهج المستخدم:

ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية التحليلية، وتم استخدامه باعتباره الأسلوب الأمثل لدراسة ظاهرة التضخم وتأثيرها على المجتمع وخاصة فئات الطبقة الوسطى، حيث يركز الأسلوب الوصفي على التعمق في وصف وتحليل أبعاد الظاهرة، والوصول للنتائج المرتبطة بموضوع البحث، كما اعتمد البحث على منهج المسح الاجتماعي بالعينة، والذي يستهدف الجمع المنظم للمعلومات عن ظاهرة معينة، وتقديم تفسير للظواهر الاجتماعية في ظل ظروف معينة، الأمر الذي يساعد على رسم صورة متكاملة عن واقع اقتصاد المجتمع المصري.

- أداة جمع البيانات :

تم استخدام استمارة الاستبيان كأداة أساسية لجمع البيانات الميدانية، حيث اعتمد البحث على الاستبيان الإلكتروني وقد انقسمت استمارة الاستبيان إلي عدة محاور رئيسة علي النحو التالي : بيانات أولية، المحور الأول: التعرف على ماهية ظاهرة التضخم،

المحور الثاني: رصد ثقافة الاستهلاك المصاحبة لظاهرة التضخم، المحور الثالث: الكشف عن تأثير ظاهرة التضخم على جودة الحياة لدى شرائح الطبقة الوسطى، المحور الرابع: اقتراح رؤية مستقبلية لظاهرة التضخم وتأثيرها على ثقافة الاستهلاك.

- أدوات التحليل الإحصائي:

تم استخدام مجموعة متنوعة من أدوات التحليل الإحصائي لاستكشاف مظاهر ثقافة الاستهلاك لدى أفراد المجتمع المصري، وتأثير ظاهرة التضخم عليهم، وقد تضمنت هذه الأدوات:

. التكرارات والنسب المئوية: استُخدمت هذه الأدوات لتحليل البيانات الوصفية، وتحديد تكرار ظهور بعض الظواهر ونسبها المئوية بين أفراد المجتمع؛ مما يساعد في فهم مدى انتشار وتأثير مختلف جوانب الحياة اليومية على الأفراد.

. اختبار كاي^٢ (Chi-Square Test): فقد تم استخدام هذا الاختبار لفحص العلاقة بين المتغيرات النوعية المختلفة؛ حيث يساعد اختبار (كاي^٢) في تحديد ما إذا كانت هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات المدروسة.

. معامل التوافق (Contingency Coefficient): استُخدم هذا المعامل لقياس قوة العلاقة بين المتغيرات بعد تحديد وجود علاقة ذات دلالة إحصائية باستخدام اختبار كاي^٢؛ مما يساعد في فهم مدى الترابط بين المتغيرات، وتأثيرها على بعضها البعض.

. برنامج SPSS: تم استخدام برنامج SPSS لإجراء التحليلات الإحصائية السابقة بشكلٍ فعّال ودقيق، حيث يتيح هذا البرنامج إجراء مجموعة متنوعة من التحليلات الإحصائية، وتفسير النتائج بسهولة.

. معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha): وقد استُخدم لتقييم صدق الاتساق الداخلي لأدوات القياس (الاستبانة)؛ حيث يقيس معامل ألفا كرونباخ مدى توحد العناصر التي تُشكّل المقياس في قياس مفهومٍ مُحدّد؛ حيث يتم التعرف على ماهية ظاهرة التضخم، ورصد ثقافة الاستهلاك المصاحبة لظاهرة التضخم، بالإضافة إلى الكشف عن تأثير هذه الظاهرة على جودة الحياة لدى شرائح الطبقة الوسطى؛ فقد ظهرت نتائج عالية لمعامل ألفا كرونباخ لجميع المحاور المدروسة؛ مما يشير إلى اتساق العناصر المختلفة

داخل كل محور في قياس مفاهيم معينة؛ وهذا يعني أن استمارة الاستبيان التي تم استخدامها في كل محور لديها مستوى عالٍ من الثقة والاعتمادية في قياس المتغيرات المتعلقة بظاهرة التضخم، وثقافة الاستهلاك، وجودة الحياة لدى شرائح الطبقة الوسطى؛ وباستخدام معامل ألفا كرونباخ، تمكنت الباحثة من الوثوق من صلاحية استمارة الاستبيان لجمع البيانات المطلوبة، وتحليلها بشكل دقيق وموثوق به في سياق الدراسة البحثية.

جدول رقم (٢)

صدق الاتساق الداخلي ومعامل ثبات ألفا كرونباخ لمحاور البحث

| المحاور | عدد الأسئلة لكل محور | صدق الاتساق الداخلي | معامل ثبات ألفا كرونباخ |
|--|----------------------|---------------------|-------------------------|
| التعريف على ماهية ظاهرة التضخم. | ٢ | ٠,٨٤٦ | ٠,٩١١ |
| رصد ثقافة الاستهلاك المصاحبة لظاهرة التضخم. | ٨ | ٠,٩٣٣ | ٠,٩٧٣ |
| الكشف عن تأثير ظاهرة التضخم على جودة الحياة لدى شرائح الطبقة الوسطى. | ١٣ | ٠,٩١٣ | ٠,٩٦١ |
| اقتراح رؤية مستقبلية لظاهرة التضخم وتأثيرها على ثقافة الاستهلاك. | ٤ | ٠,٨٤٢ | ٠,٨٣٣ |

بناءً على بيانات الجدول السابق لحساب صدق الاتساق الداخلي للبحث من خلال معامل بيرسون لحساب ارتباط كل محور من المحاور والدرجة الكلية للمقياس، تبين أن معاملات الارتباط جاءت كلها دالة عند مستوى ٠.٠١؛ مما يعني وجود اتساق داخلي مرتفع، وأن المحاور التي تم تحليلها تتمتع بصدق الاتساق الداخلي، ومعامل ثبات ألفا كرونباخ مرتفعين؛ حيث تراوحت قيمة معامل ارتباط بيرسون لقياس صدق الاتساق الداخلي لمحاور الدراسة ما بين ٠.٨٤٢ إلى ٠.٩٣٣، كما تراوحت قيمة معامل ارتباط ألفا كرونباخ لقياس ثبات محاور الاستبانة ما بين ٠.٨٣٣ إلى ٠.٩٧٣؛ مما يشير إلى أن الأسئلة التي تضمنتها المحاور هي أسئلة فعالة لقياس ما أعدت لقياسه، وتُعبر عن مستوى من الثقة والاعتمادية مرتفع؛ ومن ثم الاطمئنان بشأن صلاحيتها للتطبيق على عينة البحث.

ومن خلال دمج هذه الأدوات والأساليب، تهدف الدراسة إلى تقديم صورة شاملة ودقيقة عن تأثير التضخم على ثقافة الاستهلاك لدى أفراد المجتمع المصري، مع مراعاة كل من الجوانب الكمية والنوعية للتحليل.

- مجتمع الدراسة وتصميم عينة الدراسة:

طُبِّقَت الدراسة على بعض أفراد الطبقة الوسطى في مدينة طنطا، والتي شهدت تطوراً ملحوظاً في الآونة الأخيرة؛ مما جعلها تبدو مدينة حيوية وناضجة بالحياة، وطنطا مدينة مصرية هي عاصمة محافظة الغربية، وثالث أكبر مدن الدلتا من حيث المساحة والسكان بعد المحلة الكبرى والمنصورة، وتشتهر طنطا بصناعة الحلوى، والمسلات، والزيوت والصابون، والآلات الزراعية، والكتان والنسيج، وتحتضن وكالات كبرى الشركات؛ نظراً لموقعها المركزي في الدلتا؛ مما يُسهِّل عملية التوزيع؛ حيث تلعب طنطا دوراً حيوياً في الاقتصاد المصري؛ باعتبارها البوابة الرئيسة لنقل المحاصيل الزراعية والمنتجات الأخرى بين المدن؛ ممّا أدى إلى تركُّز نسبة كبيرة ومتنوّعة من شرائح الطبقة الوسطى فيها، وهي الفئة المستهدفة في هذه الدراسة.

وقد تمَّ تصميم العينة باستخدام أسلوب العينة العمدية بالحصة وفقاً لمتغير المهنة؛ وذلك لصعوبة تحديد إطار العينة في المدينة، وتم تقسيم العينة إلى ثلاث شرائح رئيسة: الإدارة العليا: تشمل أساتذة الجامعات من الكليات المختلفة، وتمَّ اختيار ٧٥ مفردة منهم.

. الإدارة الوسطى: تتكوّن من أصحاب المشروعات الحرّة؛ مثل رجال الأعمال والتجار، وتم اختيار ٧٥ مفردة منهم.

. الإدارة الدنيا: تشمل الموظفين والمديرين ورؤساء الأقسام، وتمَّ اختيار ٧٥ مفردة منهم.

وبذلك، فقد بلغ إجمالي مفردات العينة ٢٢٥ مفردة؛ حيث تهدف الدراسة إلى تقديم فهم شامل لتأثير التضخم على ثقافة الاستهلاك لدى أفراد الطبقة الوسطى في مدينة طنطا، مع مراعاة التباينات بين مختلف الشرائح المهنية داخل هذه الطبقة.

نتائج البحث:

أولاً: خصائص عينة البحث:

جدول رقم (٣) يوضح خصائص عينة البحث

| المتغير | التكرار | % | |
|---------------------------------|------------|-------------|-------------------|
| ذكر | ١٥٠ | ٦٦,٧ | النوع |
| أنثى | ٧٥ | ٣٣,٣ | |
| الإجمالي | ٢٢٥ | ٪١٠٠ | |
| من ٢٥ إلى ٣٠ سنة | ٢٥ | ١١,١ | الفئة العمرية |
| من ٣١ إلى ٣٥ سنة | ٥ | ٢,٢ | |
| من ٣٦ إلى ٤٠ سنة | ٥٠ | ٢٢,٢ | |
| من ٤١ إلى ٤٥ سنة | ٥٠ | ٢٢,٢ | |
| من ٤٦ إلى ٥٠ سنة | ٧٥ | ٣٣,٣ | |
| ٥١ سنة فأكثر | ٢٠ | ٨,٩ | |
| الإجمالي | ٢٢٥ | ٪١٠٠ | |
| أعزب | ٢٠ | ٨,٩ | الحالة الاجتماعية |
| متزوج | ١٥٠ | ٦٦,٧ | |
| مطلق | ٣٠ | ١٣,٣ | |
| أرمل | ٢٥ | ١١,١ | |
| الإجمالي | ٢٢٥ | ٪١٠٠ | |
| يفرأ ويكتب | ٥ | ٢,٢ | المؤهل العلمي |
| مؤهل متوسط | ٧٠ | ٣١,١ | |
| مؤهل عال | ٧٥ | ٣٣,٣ | |
| دراسات عليا (ماجستير - دكتوراه) | ٧٥ | ٣٣,٣ | |
| الإجمالي | ٢٢٥ | ٪١٠٠ | |
| ريف | ٧٥ | ٣٣,٣ | محل الإقامة |
| حضر | ١٥٠ | ٦٦,٧ | |
| الإجمالي | ٢٢٥ | ٪١٠٠ | |
| موظف حكومي | ١٠٠ | ٤٤,٤ | الحالة الوظيفية |
| موظف قطاع خاص | ٢٥ | ١١,١ | |
| عامل | ٥ | ٢,٢ | |
| تاجر | ٥٠ | ٢٢,٢ | |
| مزارع | ٤٥ | ٢٠ | |
| الإجمالي | ٢٢٥ | ٪١٠٠ | |
| أقل من ٣٠٠٠ جنيه | ١٦ | ٧,١ | الدخل |
| من ٣٠٠٠ إلى ٥٠٠٠ جنيه | ١٩ | ٨,٤ | |
| من ٥٠٠٠ إلى ٧٠٠٠ جنيه | ٢٠ | ٨,٩ | |
| من ٧٠٠٠ إلى ٩٠٠٠ جنيه | ٢٠ | ٨,٩ | |
| أكثر من ٩٠٠٠ جنيه | ١٥٠ | ٦٦,٧ | |
| الإجمالي | ٢٢٥ | ٪١٠٠ | |

تُظهر بيانات الجدول السابق خصائص توزيع العينة كالتالي:

- بالنسبة للنوع: نجد أن النسبة الأعلى من عينة البحث من الذكور بنسبة ٦٦.٧%، في مقابل نسبة ٣٣.٣% للإناث؛ وتعكس هذه البيانات وجود تفاوت كبير في توزيع العينة على أساس الجنس؛ حيث إن عدد الذكور ضعف عدد الإناث.
- بالنسبة لتوزيع العينة على أساس الفئة العمرية: تعكس البيانات توزيعاً متنوعاً للفئات العمرية؛ حيث يتضح أن نسبة كبيرة من العينة تقع في الفئة العمرية من ٤٦ إلى ٥٠ سنة؛ بنسبة ٣٣.٣%؛ مما يشير إلى أن هذه الفئة هي الأكثر تأثراً بظاهرة التضخم؛ نظراً لاحتياجاتهم المتزايدة، وتواجدهم في سوق العمل لفترة أطول؛ مما يجعلهم أكثر حساسية للتغيرات الاقتصادية، تليها الفئتان العمريتان من ٣٦ إلى ٤٠ سنة، ومن ٤١ إلى ٤٥ سنة بنسبة متساوية بلغت ٢٢.٢% لكلٍ منهما؛ مما يشير إلى أن هذه الفئات لها أيضاً تأثير كبير في الدراسة، تليها الفئة العمرية من ٢٥ إلى ٣٠ سنة؛ حيث تشكل نسبة ١١.١% من عينة الدراسة، ثم تليها الفئة العمرية من ٣١ إلى ٣٥ سنة، وهي الفئة الأقل بالنسبة لعينة الدراسة بنسبة ٢.٢%، وأخيراً الفئة العمرية ٥١ سنة فأكثر؛ والتي تشكل نسبة ٨.٩% من عينة الدراسة؛ وترى الباحثة أن هذه النتائج تعكس اختلافات في السلوك الاستهلاكي بين الفئات العمرية المختلفة؛ حيث يمكن أن يكون للأعمار الأكبر طرقاً مختلفة في التعامل مع التضخم، بالمقارنة مع الأعمار الأصغر.
- ويتضح من نتائج البحث لتوزيع العينة على أساس الحالة الاجتماعية أن النسبة الأكبر من العينة هي من المتزوجين بنسبة ٦٦.٧%؛ مما يشير إلى أن هذه الفئة قد تكون الأكثر اهتماماً، أو تأثراً بظاهرة التضخم، وزيادة في الاستهلاك والاحتياجات الأسرية؛ نظراً لأن هذه الفئة تتحمل عبء نفقات أكبر، وتواجه تحديات اقتصادية متعدّدة؛ فالمتزوجون غالباً ما يكون لديهم التزامات ماليّة أكبر؛ مثل تربية الأطفال والنفقات المنزليّة، مما يجعلهم أكثر حساسية للتغيرات الاقتصادية، يليها فئة المطلّقين؛ والتي تشكل نسبة ١٣.٣%، ثم يليها الأرامل بنسبة ١١.١%، وتعكس نسب المطلّقين والأرامل تأثيرات اجتماعية واقتصادية مختلفة؛ حيث يواجه هذه الفئات

تحديات اقتصادية خاصة تتعلق بالعيش بعد الانفصال أو فقدان الشريك، ثم يلي هذه الفئة النسبة الأقل وهي فئة العُزاب بنسبة ٨.٩%؛ مما يعكس قلة تأثرهم؛ فقد يكون لديهم استقلالية مالية أكبر، وتوجهات استهلاكية مختلفة؛ مما يجعل تأثرهم بالتضخم وثقافة الاستهلاك أقل بالمقارنة مع الفئات الأخرى.

- كما يظهر من بيانات الجدول السابق لتوزيع عينة البحث على أساس المؤهل العلمي أن النسبة الأكبر من العينة هي من أصحاب المؤهل العالي وأصحاب الدراسات العليا؛ كلٌ منهما بنسبة ٣٣.٣%؛ وهذا يشير إلى أن غالبية العينة تتمتع بمستوى تعليمي مرتفع، ويُمكن أن يكون لهذا تأثير كبير على سلوكهم الاستهلاكي، وكيفية تعاملهم مع التضخم؛ يليها فئة أصحاب المؤهل المتوسط بنسبة ٣١.١%؛ مما يشير إلى تنوع في الخلفيات التعليمية للأفراد المشاركين في الدراسة، بينما جاءت النسبة الأقل من الأفراد الذين يقرأون ويكتبون فقط بنسبة ٢.٢%. وبرغم صغر نسبتهم، إلا أن هذه الفئة قد تواجه تحديات أكبر في التعامل مع التضخم بسبب نقص الوعي الاقتصادي والمعرفة، وترى الباحثة ضرورة التأكيد على أهمية توفير الدعم والتوعية الاقتصادية لجميع الفئات التعليمية؛ لضمان تطوير سياسات شاملة ومناسبة تدعم جميع أفراد المجتمع.

- كما يتضح من نتائج البحث أن هناك توزيعاً متنوعاً لمحل الإقامة؛ حيث إن النسبة الأكبر من العينة هي من الحضر بنسبة ٦٦.٧%، بينما جاءت النسبة الأقل من الريف بنسبة ٣٣.٣%؛ ويظهر التوزيع وجود فرق واضح في محل الإقامة؛ حيث تتواجد الأغلبية في الحضر، وهذا يعكس اختلافات في سلوك الاستهلاك وتأثير التضخم؛ بناءً على مكان الإقامة؛ حيث إن سكان المدن قد يكونون أكثر عرضة لتأثيرات التضخم بسبب تكلفة المعيشة العالية، والتغيرات السريعة في الأسعار، والاعتماد الكبير على السلع والخدمات، أما سكان الريف فقد يكون لديهم نمط استهلاك مختلف، مع اعتماد أكبر على الإنتاج الذاتي والموارد المحلية، وتأثير التضخم قد يكون أقل مباشرة، ولكن قد يكون لديهم تحديات أخرى؛ مثل الوصول إلى الخدمات والسلع الأساسية.

- يتبين من نتائج عينة البحث أن هناك توزيعاً متنوعاً للحالة الوظيفية؛ حيث جاء في الترتيب الأول من العينة الموظفون الحكوميون بنسبة ٤٤.٤%؛ مما قد يعكس استقراراً وظيفياً نسبياً وتأثيراً مختلفاً للتضخم على هذه الفئة؛ مقارنةً بغيرها، تليها فئة التجار بنسبة ٢٢.٢%؛ حيث تعتمد هذه الفئة على الطلب والعرض في السوق، مما يجعلهم أكثر حساسية للتغيرات في الأسعار والتضخم، تليها فئة المزارعين؛ والتي تشكل نسبة ٢٠%، حيث تتأثر بتكاليف الإنتاج، والتغيرات في أسعار المحاصيل؛ مما يجعل تأثير التضخم ملموساً في هذا القطاع، بينما جاءت فئة موظفي القطاع الخاص بنسبة ١١.١%، وأخيراً النسبة الأقل هي من فئة العمال بنسبة ٢.٢%، وهي الفئة التي تعاني من قلة الاستقرار الوظيفي، والتأثير الأكبر للتضخم على قدرتهم الشرائية.

- ويتضح من نتائج عينة البحث أن هناك توزيعاً متنوعاً على أساس الدخل؛ حيث جاءت أعلى نسبة من العينة من الأفراد الذين يتقاضون أكثر من ٩٠٠٠ جنيه شهرياً بنسبة ٦٦.٧%؛ وهذا يشير إلى أن هذه الفئة قد يكون لديها استراتيجيات أفضل للادخار والاستثمار؛ مما يجعل تأثير التضخم عليها أقل حدة؛ مقارنةً بالفئات ذات الدخل المنخفض، في حين جاءت النسبة الأقل من الأفراد الذين يتقاضون أقل من ٣٠٠٠ جنيه شهرياً بنسبة ٧.١%، ويشير ذلك إلى أن هذه الفئة هي الأكثر تأثراً بالتضخم؛ بسبب قدرتهم الشرائية المحدودة؛ فهي تواجه صعوبة أكبر في تلبية احتياجاتها الأساسية مع زيادة الأسعار، والفئات المتبقية تتوزع بين ٣٠٠٠ و ٩٠٠٠ جنيه؛ بنسبة تتراوح بين ٨.٤% و ٨.٩%، ويعكس ذلك تنوع القدرة الشرائية، وكيفية تأثير التضخم على هذه الفئات.

ومما سبق يتضح اتفاق النتائج السابقة مع دراسة (الصيد: ٢٠١٦) من خلال ارتباط تغيير ثقافة الاستهلاك سلباً وإيجاباً بالحالة الاجتماعية، وحجم الأسرة، والدخل الشهري، والمستوى التعليمي، والمهنة، والسفر للخارج من عدمه، وغيرها من الخصائص العامة لعينة البحث.

المحور الأول: التعرف على ماهية ظاهرة التضخم:

نعرض في هذا الجزء النتائج الخاصة بماهية التضخم، والعوامل المؤدية لحدوث هذه الظاهرة؛ خاصة وأنَّ الظواهر المختلفة التي يُمكن أن يُطلق على كلِّ منها «التضخم» هي ظواهر مستقلة عن بعضها البعض، وهذا الاستقلال هو الذي يثير الارتباك في تحديد مفهوم التضخم؛ وذلك على النحو التالي:

جدول رقم (٤) يوضح ماهية التضخم من وجهة نظر المبحوثين

| المتغير | ك | % |
|--|-----|------|
| ارتفاع المستوى العام للأسعار لكافة السلع والخدمات. | ١٣٧ | ٦٠,٩ |
| زيادة في الطلب على السلع المعروضة؛ بحيث لا تتناسب مع كمية العرض. | ٣٨ | ١٦,٩ |
| ارتفاع ضخ البنك المركزي للعملة؛ مما يؤدي لانعدام قيمتها. | ٢٠ | ٨,٩ |
| زيادة تكلفة الموارد؛ مما يؤدي لزيادة استهلاكه. | ٣٠ | ١٣,٣ |
| الإجمالي | ٢٢٥ | ١٠٠% |

يتضح من بيانات الجدول السابق لتوزيع العينة على أساس مفهوم التضخم، أن النسبة الأكبر من عينة البحث أشارت إلى فهم التضخم باعتباره ارتفاعاً عاماً في الأسعار؛ حيث إن معظم أفراد العينة، بنسبة (٦٠.٩٪)، يرون أن التضخم هو ارتفاع المستوى العام للأسعار لكافة السلع والخدمات؛ مما يشير إلى فهم شائع وشامل لمفهوم التضخم، ثم يليها الفئة التي ترى أن التضخم ناتج عن زيادة في الطلب على السلع المعروضة؛ بحيث لا تتناسب مع كمية العرض، وتمثّل نسبة ١٦.٩٪؛ وهذا يعكس فهماً ديناميكياً لعلاقة العرض والطلب، وتأثيرها على الأسعار، والوعي بأهمية التوازن بين العرض والطلب، وتأثيره على الأسعار، يليها الفئة التي ترى أن التضخم يحدث نتيجة لارتفاع ضخ البنك المركزي للعملة؛ مما يؤدي لانعدام قيمتها، وهذه الفئة تمثل نسبة ٨.٩٪؛ وهذا يعكس بدوره وعي بعض المبحوثين بتأثير السياسات النقدية على قيمة العملة، بينما جاءت الفئة التي ترى أن التضخم ناتج عن زيادة تكلفة الموارد، مما يؤدي لزيادة استهلاكه، بنسبة ١٣.٣٪؛ وهذا يعكس فهماً لكيفية تأثير تكاليف الإنتاج على الأسعار النهائية للسلع والخدمات.

وتتفق النتائج السابقة مع نتائج دراسة (Aditya Prasad Shoo. 2021) والتي تشير إلى أن التضخم هو زيادة في أسعار السلع والخدمات المعيشية. ويُعتبر أصحاب الدخل الثابت؛ سواء في مؤسسات القطاع العام أو الخاص، أو العاملين لحسابهم الخاص؛

الذين يعملون في القطاع غير المنظم - ضحايا التضخم المتزايد؛ حيث يؤثر التضخم على استهلاك الأسرة، وممارسات الإنفاق والاستثمار.

جدول رقم (٥) العوامل أو الأسباب التي تؤدي لحدوث ظاهرة التضخم

| المتغير | ك | % |
|---|-----|------|
| زيادة في الطلب على السلع والخدمات مقارنة بالعرض المتاح. | ١٠ | ٤,٤ |
| زيادة في تكاليف الإنتاج والعمالة. | ٢٤ | ١٠,٧ |
| تدهور في قيمة العملة الوطنية مقابل العملات الأجنبية. | ١٤١ | ٦٢,٧ |
| زيادة في تكاليف الطاقة والمواد الخام. | ٢٠ | ٨,٩ |
| تبعات السياسات النقدية والمالية التي تؤثر على الكمية النقدية في الاقتصاد. | ٣٠ | ١٣,٣ |
| الإجمالي | ٢٢٥ | ١٠٠٪ |

يتضح من نتائج الجدول السابق، والذي يبيّن العوامل أو الأسباب التي تؤدي لحدوث ظاهرة التضخم، أن الزيادة في الطلب على السلع والخدمات مقارنة بالعرض المتاح قد جاءت في الترتيب الأول بنسبة (٤.٤٪)؛ وهذا يعكس فهمًا بأن التضخم يُمكن أن يكون ناتجًا عن زيادة في الطلب على السلع والخدمات دون أن تتزامن هذه الزيادة مع زيادة مقابلة في العرض المتاح؛ مما يؤدي إلى ارتفاع الأسعار، يليها الزيادة في تكاليف الإنتاج والعمالة بنسبة (١٠.٧٪)؛ وهذه النسبة تعكس الوعي بأن تكاليف الإنتاج والعمالة يمكن أن تُسهم في رفع تكاليف المنتجات والخدمات؛ مما ينعكس على ارتفاع الأسعار النهائية للمستهلكين، وجاء التدهور في قيمة العملة الوطنية مقابل العملات الأجنبية بنسبة (٦٢.٧٪)؛ حيث تعكس هذه النسبة الكبيرة الاعتقاد الشائع بأن تدهور قيمة العملة الوطنية أمام العملات الأجنبية يؤدي إلى الزيادة في أسعار السلع والخدمات المستوردة؛ مما يسهم في زيادة التضخم، بينما جاءت الزيادة في تكاليف الطاقة والمواد الخام بنسبة (٨.٩٪)؛ وهذه النسبة تعكس الوعي بأن تكاليف الطاقة والمواد الخام يُمكن أن تؤثر في تكاليف الإنتاج، وبالتالي في أسعار المنتجات النهائية التي تتطلب هذه الطاقة والمواد الخام، وأخيرًا جاءت تبعات السياسات النقدية والمالية التي تؤثر على الكمية النقدية في الاقتصاد بنسبة (١٣.٣٪)؛ حيث تعكس الوعي بأن السياسات النقدية والمالية التي تؤثر على كمية النقد المتداول في الاقتصاد يُمكن أن تؤثر في قوة العملة؛ وبالتالي في أسعار السلع والخدمات؛ وبهذا تشير النتائج إلى أن التضخم يُنظر إليه كظاهرة شاملة يُمكن أن تحدث

نتيجة لعدة عوامل متداخلة، وهذا يعكس درجةً من التفهم لتعقيدات العوامل الاقتصادية التي تُؤثر في ارتفاع مستويات الأسعار.

جدول رقم (٦) يوضح العلاقة بين الحالة التعليمية

وكيفية التعرف على العوامل التي تؤدي إلى حدوث ظاهرة التضخم

| الحالة التعليمية | | | | | | | | | | العوامل التي تؤدي إلى حدوث ظاهرة التضخم |
|-------------------------------------|-----|-------------|----|----------|----|------------|----|-------------|---|---|
| الإجمالي | | دراسات عليا | | مؤهل عال | | مؤهل متوسط | | يقراً ويكتب | | |
| % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | |
| ٤,٤ | ١٠ | ٤ | ٣ | ٤ | ٣ | ٤,٣ | ٣ | ٢٠ | ١ | زيادة في الطلب على السلع والخدمات مقارنة بالعرض المتاح. |
| ١٠,٣ | ٢٣ | ١٠,٧ | ٨ | ١٠,٧ | ٨ | ١٠ | ٧ | ٠ | ٠ | زيادة في تكاليف الإنتاج والعمالة. |
| ٦٣,١ | ١٤٢ | ٦٢,٧ | ٤٧ | ٦٢,٧ | ٤٧ | ٦٤,٢ | ٤٥ | ٦٠ | ٣ | تدهور في قيمة العملة الوطنية مقابل العملات الأجنبية. |
| ٨,٩ | ٢٠ | ٩,٣ | ٧ | ٩,٣ | ٧ | ٨,٦ | ٦ | ٠ | ٠ | زيادة في تكاليف الطاقة والمواد الخام. |
| ١٣,٣ | ٣٠ | ١٣,٣ | ١٠ | ١٣,٣ | ١٠ | ١٢,٩ | ٩ | ٢٠ | ١ | تبعات السياسات النقدية والمالية التي تؤثر على الكمية النقدية في الاقتصاد. |
| %١٠٠ | ٢٢٥ | %١٠٠ | ٧٥ | %١٠٠ | ٧٥ | %١٠٠ | ٧٠ | %١٠٠ | ٥ | الإجمالي |
| قيمة كا = ٢,٩١٤ عند درجة حرية (١٢). | | | | | | | | | | |
| قيمة الدلالة = ٠,٠٠٥ عند مستوى ٠,٠٥ | | | | | | | | | | |

يستعرض الجدول رقم (٦) العلاقة بين الحالة التعليمية، وكيفية التعرف على العوامل التي تُؤدّي إلى حدوث ظاهرة التضخم، ويظهر الجدول أن الأشخاص ذوي المؤهلات العليا والدراسات العليا يعتبرون تدهور العملة الوطنية مقابل العملات الأجنبية أكبر عامل يُؤدّي إلى التضخم بنسبة ٦٣,١٪ من إجمالي أفراد العينة، بينما العوامل المتعلقة بتبعات السياسات النقدية والمالية، ثم زيادة في تكاليف الإنتاج والعمالة والطاقة والمواد الخام تأتي في المرتبة التالية على التوالي بنسب ١٣,٣٪، ١٠,٣٪، ٨,٩٪ من إجمالي أفراد العينة، وأخيراً جاءت زيادة الطلب على السلع والخدمات، مقارنةً بالعرض المتاح في الترتيب الأخير بنسبة ٨,٩٪ من حيث الأهمية من إجمالي أفراد العينة؛ هذه النتائج قد تعكس الفروق في الفهم الاقتصادي بين مختلف المستويات التعليمية، كما

يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠.٠٥ حول متغيرات العوامل التي تؤدي لحدوث ظاهرة التضخم بالنسبة للحالة التعليمية، قيمة $K^2 = (٢.٩١٤)$ ؛ هذا يعني أن المستوى التعليمي يؤثر بشكل كبير على كيفية إدراك الأفراد للعوامل التي تؤدي إلى التضخم؛ وبهذا تشير هذه النتائج إلى أن المستوى التعليمي يلعب دوراً حاسماً في إدراك وفهم العوامل التي تؤدي إلى التضخم، وأن الأفراد ذوي التعليم العالي والدراسات العليا يُظهرون فهماً أكثر تعمقاً للعوامل الاقتصادية المعقدة؛ مثل تدهور قيمة العملة والسياسات النقدية، بينما يكون هذا الفهم أقل وضوحاً بين الأفراد ذوي التعليم الأقل؛ وبهذا تُظهر البيانات أن المستوى التعليمي له تأثير كبير على كيفية إدراك الأفراد للعوامل التي تؤدي إلى التضخم، ويعكس هذا أهمية التعليم في تعزيز الفهم الاقتصادي، وإدراك العوامل المعقدة التي تؤثر على الاقتصاد، كما توضح النتائج الحاجة إلى تصميم برامج توعوية اقتصادية تستهدف جميع المستويات التعليمية لضمان فهم شامل ومتوازن للتضخم وعوامله.

ويمكن القول إن هذه النتائج تؤكد على الحاجة إلى تعزيز الوعي الاقتصادي عبر مختلف المستويات التعليمية لضمان فهم شامل للعوامل التي تؤثر على الاقتصاد الشخصي والوطني، وأن توفير التعليم الاقتصادي يُمكن أن يسهم في تحسين القدرة على التعامل مع التحديات الاقتصادية، وتقليل آثار التضخم على جودة الحياة.

وتتفق النتائج السابقة مع دراسة (عبد المجيد، والحيطي: ٢٠٢٣) حول أهمية التعليم في فهم العوامل الاقتصادية المعقدة، بأن هناك تداعيات اجتماعية سلبية كبيرة للتضخم على المستوى التعليمي للأسر، وأيضاً على شعور الأفراد بالأمن الاجتماعي والاقتصادي في ظل غياب الاستقرار النسبي في أسعار السلع الأساسية، وكذلك في إعداد سياسات فعّالة لمكافحة التضخم، وتحسين ثقافة الاستهلاك في المجتمع؛ حيث تُبرز الدراسة أهمية الفروق في التعليم، وكيف يؤثر ذلك على فهم الأفراد للسياسات الاقتصادية والعوامل الاقتصادية الأخرى.

المحور الثاني: رصد ثقافة الاستهلاك المصاحبة لظاهرة التضخم:

أظهرت الدراسات المرتبطة بثقافة الاستهلاك أهميةً بالغة لنجاح السياسات، وأنَّضح دورها في رسم التوجُّه نحو مواجهة التضخُّم، والتي تتطلَّب لنجاح السياسات الاقتصادية بناء الثقة بين المستهلك والإدارة الاقتصادية، وفيما يلي سوف نلقي الضوء على أهم التأثيرات التي يرصدها التضخُّم على ثقافة الاستهلاك، ودور الحكومة في مواجهته.

جدول رقم (٧)**يوضح تأثير التضخم على ثقافة الاستهلاك في المجتمع المصري**

| المتغير | ك | % |
|----------------------------|-----|------|
| زيادة الطلب ونقص العرض. | ٣٧ | ١٦,٤ |
| ارتفاع تكاليف الإنتاج. | ٢٣ | ١٠,٢ |
| سياسات البنوك المركزيَّة. | ١٠ | ٤,٤ |
| تدهور قيمة العملة. | ٤٨ | ٢١,٣ |
| زيادة الإنفاق الحكومي. | ٢٨ | ١٢,٤ |
| تغيرات في أنماط الاستهلاك. | ٧٩ | ٣٥,١ |
| الإجمالي | ٢٢٥ | ١٠٠% |

تظهر بيانات الجدول السابق أن النسبة الأكبر من عينة البحث والتي تُمثِّل ٣٥.١٪ ترى أن التضخم يُؤدِّي إلى تغييراتٍ في أنماط الاستهلاك؛ مما يشير إلى أن التضخُّم يفرض على الأفراد إعادة تقييم خياراتهم الشرائية؛ حيث تعكس تأثيرًا مباشرًا على سلوك المستهلكين؛ فالتضخم يُجبرُ الأفراد على تعديل استراتيجياتهم وسلوكياتهم الاستهلاكية؛ مثل التحول إلى سلع أقل تكلفةً، أو تقليل الاستهلاك غير الضروري، تليها نسبة ٢١.٣٪ من عينة الدراسة، والتي ترى أن التضخم يؤدي إلى تدهور قيمة العملة؛ مما يعكس القلق من فقدان القدرة الشرائية، وتأثير ذلك على الاقتصاد الشخصي والعائلي؛ فتدهور قيمة العملة يعتبر تأثيرًا كبيرًا للتضخم؛ حيث يقلل من القوة الشرائية للأفراد، ويؤثر بشكلٍ مباشرٍ على مستوى معيشتهم، بينما مثَّلت الفئة التي ترى أن التضخم يؤدي إلى زيادة الطلب ونقص العرض نسبة ١٦.٤٪ من عينة الدراسة؛ مما يعكس فهمًا لأساسيات الاقتصاد، وكيفية تأثير العرض والطلب على التضخُّم؛ مما يسهم في زيادة الوعي الاقتصادي لدى الأفراد، تليها نسبة ١٢.٤٪ من عينة الدراسة؛ يرون أن التضخم يؤدي إلى زيادة الإنفاق

الحكومي؛ مما قد يعكس فهماً لتأثير السياسات المالية الحكومية على التضخم، تليها نسبة ١٠.٢٪ من عينة الدراسة والتي ترى أن التضخم يؤدي إلى ارتفاع تكاليف الإنتاج؛ مما يؤثر على الأسعار النهائية للسلع والخدمات، في حين جاءت النسبة الأقل من عينة الدراسة ٤.٤٪ معتقدةً أن سياسات البنوك المركزية تؤثر على التضخم؛ مما يشير إلى وعي محدود بتأثير السياسات النقدية.

وترى الباحثة أن هذه النتائج تعكس فهماً متنوعاً لتأثيرات التضخم على ثقافة الاستهلاك في المجتمع المصري، مع تركيز كبير على التغيرات في أنماط الاستهلاك وتدهور قيمة العملة؛ الأمر الذي يشير إلى أن التضخم يفرض تحديات كبيرة على الأفراد في كيفية إدارة استهلاكهم، وتحقيق توازن في ميزانياتهم، وهناك حاجة للتأكيد على أهمية زيادة التوعية والتعليم حول الجوانب المختلفة للتضخم، وكيفية التكيف معه لضمان تطوير سياسات شاملة ومناسبة تدعم جميع أفراد المجتمع. واتفقت النتائج السابقة مع رؤية (بيير بورديو)؛ حيث أكد على أهمية الفهم الاقتصادي، ورأس المال الثقافي في كيفية استجابة الأفراد للتضخم.

جدول رقم (٨) يوضح العلاقة بين الدخل وتأثير التضخم
على ثقافة الاستهلاك في المجتمع المصري

| الإجمالي | الدخل | | | | | | | | | | | | تأثير التضخم على ثقافة الاستهلاك في المجتمع المصري |
|--|------------------|-----|-----------------------|-----|-----------------------|----|-----------------------|----|-------------------|----|----------|----|--|
| | أقل من ٣٠٠٠ جنيه | | من ٣٠٠٠ إلى ٥٠٠٠ جنيه | | من ٥٠٠٠ إلى ٧٠٠٠ جنيه | | من ٧٠٠٠ إلى ٩٠٠٠ جنيه | | أكثر من ٩٠٠٠ جنيه | | الإجمالي | | |
| | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | |
| | ١٦,٤ | ٣٧ | ١٦,٧ | ٢٥ | ١٥ | ٣ | ١٥ | ٣ | ١٥,٨ | ٣ | ١٨,٨ | ٣ | زيادة الطلب ونقص العرض. |
| | ١٠,٣ | ٢٣ | ١٠ | ١٥ | ١٠ | ٢ | ١٠ | ٢ | ١٠,٥ | ٢ | ١٢,٥ | ٢ | ارتفاع تكاليف الإنتاج. |
| | ٤,٤ | ١٠ | ٤ | ٦ | ٥ | ١ | ٥ | ١ | ٥,٣ | ١ | ٦,٢ | ١ | سياسات البنوك المركزية. |
| | ٢١,٣ | ٤٨ | ٢٢ | ٣٣ | ٢٠ | ٤ | ٢٠ | ٤ | ٢١ | ٤ | ١٨,٨ | ٣ | تدهور قيمة العملة. |
| | ١٢,٤ | ٢٨ | ١٢ | ١٨ | ١٥ | ٣ | ١٥ | ٣ | ١٠,٥ | ٢ | ١٢,٥ | ٢ | زيادة الانفاق الحكومي. |
| | ٣٥,٢ | ٧٩ | ٣٥,٣ | ٥٣ | ٣٥ | ٧ | ٣٥ | ٧ | ٣٦,٩ | ٧ | ٣١,٢ | ٥ | تغيرات في أنماط الاستهلاك |
| | ٪١٠٠ | ٢٢٥ | ٪١٠٠ | ١٥٠ | ٪١٠٠ | ٢٠ | ٪١٠٠ | ٢٠ | ٪١٠٠ | ١٩ | ٪١٠٠ | ١٦ | الإجمالي |
| قيمة كا ^١ = ٤,٩٦٤ عند درجة حرية (٢٠). | | | | | | | | | | | | | |
| قيمة الدلالة = ٠,٠٠٠ عند مستوى ٠,٠٥. | | | | | | | | | | | | | |

يستعرض الجدول رقم (٨) العلاقة بين الدخل، وتأثير التضخم على ثقافة الاستهلاك في المجتمع المصري، ويظهر من خلال النتائج أن التضخم يؤثر بشكل مختلف على ثقافة الاستهلاك تبعاً لمستوى الدخل.

وتشير النتائج إلى أن ثقافة الاستهلاك في المجتمع المصري تتأثر بشكل كبير بالتغيرات في أنماط وسلوكيات المستهلكين أنفسهم نتيجة للتضخم بنسبة ٣٥,٢٪ من إجمالي أفراد العينة لكل من فئات الدخل المختلفة بكل أشكالها، يليها تدهور قيمة العملة بنسبة ٢١,٤٪ من إجمالي أفراد العينة، يليها فئة كل من زيادة الطلب ونقص العرض، ثم ارتفاع تكاليف الإنتاج بنسبة (١٠,٣٪، ١٦,٤٪) من إجمالي أفراد العينة على التوالي؛ حيث يمكننا رؤية أن الأفراد الذين دخلهم أكثر من (٩٠٠٠) جنيه هم الأكثر تأثراً بالتضخم، كما أن الأفراد ذوي الدخل المرتفع هم الأكثر تأثراً بالعوامل المختلفة للتضخم؛ مما يبرز الحاجة لفهم أعمق للديناميكيات الاجتماعية والاقتصادية المؤثرة على ثقافة الاستهلاك في المجتمع؛ حيث إن أصحاب الدخل المرتفع لهم نظام معيشي، وأسلوب حياة معين في شكلهم الاجتماعي والاقتصادي؛ لا يستطيعون الظهور بمستوى أقل منه أمام المجتمع؛ لذلك تُظهر النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية

٠٠٠٥ حول متغيرات تأثير التضخم على ثقافة الاستهلاك في المجتمع المصري بالنسبة للدخل (قيمة كا^٢ = ٤.٩٦٤)؛ هذا يعني أن تأثير التضخم يختلف باختلاف مستويات الدخل.

وتشير هذه النتائج إلى أن ثقافة الاستهلاك في المجتمع المصري تتشكّل بشكلٍ أساسي من خلال التغييرات في أنماط وسلوكيات المستهلكين أنفسهم، أكثر من تأثير السياسات الرسميّة، كما أن ارتفاع التضخم يُؤثّر بشكل أكبر على الفئات ذات الدخل المرتفعة؛ مما يستلزم فهم أعمق للديناميكيات الاجتماعية والاقتصادية المؤثرة على ثقافة الاستهلاك في المجتمع، ويجب على السياسات الاقتصادية مراعاة تأثير التضخم على الفئات ذات الدخل المرتفع؛ حيث إن هذه الفئات تتأثر بشكل أكبر بالعوامل المختلفة للتضخم.

وتتفق النتائج السابقة مع دراسة (Baur, Kulke,2023) والتي استعرضت كيف أن التضخم يُؤثّر على نمط الاستهلاك بشكلٍ مختلف؛ بناءً على الفئات الاجتماعية؛ خاصّةً الطبقة المتوسطة، ومحاولتها التكيف مع كلٍّ من المكان والزمان بمجموعةٍ من الوسائل والطرق المتاحة؛ ومنها القدرة على تخزين المنتجات والسلع، واعتبارها فرصةً للحصول على إيرادات إضافية؛ مما يؤكّد على ضرورة تحليل تفاوتات الدخل في دراسات ثقافة الاستهلاك؛ كما أنها تتفق مع نتائج دراسة (Popova,other,2023) والتي أظهرت العلاقة بين مُعدّل التضخم، والنمو الاقتصادي، وتوصّلت الدراسة إلى ربط الأفراد بين التضخم المرتفع وعدم القدرة على التنبؤ والتقلبات، كما توصلت إلى تأثير ارتفاع الأسعار بشكلٍ غير متناسب على الأسر ذات الدخل المنخفض؛ حيث تخفض قدرتهم الشرائية؛ وبالتالي قد يربط الأفراد ارتفاع الأسعار وانخفاض الدخل بحقيقة أن الاقتصاد لا يسير في اتجاهٍ جيد، وأنه لا يُمكن الوثوق بالحكومة والسياسيين والمؤسسات الماليّة.

ومما سبق يتضح أن التضخم يُؤثّر بشكلٍ مختلف على ثقافة الاستهلاك؛ بناءً على مستوى الدخل، وأن الفئات ذات الدخل المرتفع هي الأكثر تأثرًا بالعوامل المختلفة للتضخم؛ خاصّةً التغييرات في أنماط الاستهلاك، وتدهور قيمة العملة، كما تُؤكّد هذه النتائج على الحاجة لفهم أعمق للديناميكيات الاقتصادية والاجتماعية المؤثرة على ثقافة

الاستهلاك، وتصميم سياسات اقتصادية فعّالة للتعامل مع تأثيرات التضخم على مختلف الفئات، وخاصةً الطبقة الوسطى؛ لأنها اتّسمت بأسلوب حياة أمام جميع طبقات المجتمع، ويُطلَق عليها رُمانة الميزان التي تحافظ على المجتمع من التديّي والهبوط إلى القاع.

جدول رقم (٩)

يوضح الآثار الاجتماعية للتضخم على مستوى المجتمع المصري

| المتغير | ك | % |
|---|-----|------|
| زيادة الأعباء المالية على الأسر. | ٢٤ | ١٠,٧ |
| ارتفاع معدلات البطالة وتدهور الفرص الاقتصادية. | ٢٥ | ١١,١ |
| زيادة العبء على الخدمات الاجتماعية الحكومية؛ مثل التعليم والصحة؛ مما يؤثر على جودة تلك الخدمات. | ٧١ | ٣١ |
| زيادة التوتر والاحتجاجات الاجتماعية؛ نتيجة لعدم الرضا عن الأوضاع الاقتصادية. | ٥٦ | ٢٤,٩ |
| تفاقم الفجوات الاجتماعية بين الطبقات الاقتصادية المختلفة. | ٤٩ | ٢١,٨ |
| الإجمالي | ٢٢٥ | ١٠٠% |

يتبين من نتائج الجدول رقم (٩) أن التضخم يؤدي إلى آثار اجتماعية سلبية على المجتمع المصري؛ حيث ترى النسبة الأكبر من عينة البحث، والتي مثّلت ٣١٪، أن التضخم يزيد الضغط والعبء على الخدمات الاجتماعية الحكومية؛ مما يؤثر سلباً على جودتها، ويحدّ من توفرها للمواطنين، تليها نسبة ٢٤.٩٪ من عينة الدراسة، والتي ترى أن التضخم يؤدي إلى زيادة التوتر والاحتجاجات الاجتماعية؛ بسبب عدم الرضا عن الأوضاع الاقتصادية، وهو أمرٌ يُنذرُ بتدهور الاستقرار الاجتماعي، تليها نسبة ٢١.٨٪ من عينة الدراسة؛ وترى أن التضخم يؤدي إلى تفاقم الفجوات الاجتماعية بين الطبقات الاقتصادية؛ مما يؤدي إلى تفاقم التمييز الاجتماعي، وتقليل الفرص المتاحة للطبقات الأقل حظاً، تليها نسبة ١١.١٪ من عينة الدراسة؛ والتي ترى أن التضخم يؤدي إلى ارتفاع معدلات البطالة وتدهور الفرص الاقتصادية؛ حيث تُظهر هذه النسبة تأثير التضخم على سوق العمل؛ مما يتسبب في زيادة معدلات البطالة، وتقليل الفرص الاقتصادية المتاحة للمواطنين، وأخيراً نسبة ١٠.٧٪ من عينة الدراسة تعتقد أن التضخم يؤدي إلى زيادة الأعباء المالية على الأسر؛ مما يشير إلى تزايد الضغط المالي على الأسر نتيجة لزيادة التكاليف والأسعار بسبب التضخم.

وتتفق النتائج السابقة مع ما تمّ تأكيده من خلال مقولات كلٍّ من (فيزر ستون وبيير بورديو وإرفنج جوفمان) حول تأثيرات الظروف الاقتصادية على البنية الاجتماعية والثقافية؛ حيث تؤكد التفاعلية الرمزية (إرفنج جوفمان) على تأثير الظروف الاقتصادية على التفاعلات اليومية للأفراد والعائلات؛ مما يزيد من الضغوط المالية والنفسية، كما يشير فيزرستون إلى تأثير التضخم على القدرة الشرائية للأفراد والأسر، وكيف أن زيادة التكاليف تُؤدّي إلى زيادة الأعباء المالية على الأسر.

جدول رقم (١٠)

يوضح مدى وجود تغير في عادات الشراء بسبب ظاهرة التضخم

| المتغير | ك | % |
|---|-----|------|
| نعم، لقد قللت من شراء السلع الفاخرة والترفيهية. | ٣٠ | ١٣,٣ |
| نعم، لقد بدأت في البحث عن خيارات بديلة أرخص. | ٥٠ | ٢٢,٢ |
| نعم، قللت من شراء السلع التي ليست ضرورية. | ١٠٠ | ٤٤,٤ |
| لا، لم الحظ أي تغيير في عادات الشراء الخاصة بي. | ١٠ | ٤,٤ |
| بعض الأشياء أصبحت خارج نطاق ميزانيتي بسبب الزيادة في الأسعار. | ٣٥ | ١٥,٦ |
| الإجمالي | ٢٢٥ | ١٠٠% |

توضح نتائج الجدول السابق وجود تغير في عادات الشراء بسبب ظاهرة التضخم؛ فقد جاء في الترتيب الأول نسبة ٤٤,٤٪ من عينة البحث، والتي تشير إلى أن معظم الأفراد قاموا بتقليل استهلاك السلع غير الضرورية للتكيف مع الظروف الاقتصادية الصعبة الناجمة عن التضخم؛ ويشير ذلك إلى أن التضخم يُؤثّر بشدة على الأولويات الاستهلاكية للأفراد، وهناك جزء كبير من عينة الدراسة بنسبة ٢٢,٢٪ يحاول التكيف مع التضخم عن طريق البحث عن بدائل وخيارات أرخص؛ مما يعكس تغييراً في سلوكهم الشرائي نحو المنتجات الأقل تكلفة؛ مما يعكس محاولة التكيف مع الأسعار المرتفعة؛ للحفاظ على مستوى معيشي مناسب، يليها نسبة ١٥,٦٪ من عينة البحث؛ وجدت أن هناك زيادةً وتجاوزاً في الأسعار جعلت بعض الأشياء خارج نطاق ميزانيتهم، وغير متاحة للعديد من الأفراد؛ مما يزيد من الضغط المالي والتحديات الاقتصادية على الأسر، ويُؤثّر على قدرتهم على شراء السلع الأساسية، تليها نسبة ١٣,٣٪ من عينة البحث؛ قللوا من شراء السلع الفاخرة والترفيهية؛ مما يشير إلى أن التضخم يُؤثّر بشكل مباشر على قدرتهم على الاستمتاع بالكماليات، وأن الترفيه والكماليات أول ما يتم التضحية به في ظل

التضخم، في حين أشارت نسبة ٤.٤٪ من عينة البحث إلى أن قلةً من الأفراد لم تتأثر عاداتهم الشرائية بالتضخم، ولم يلاحظوا أيَّ تغيير؛ مما قد يعكس مستوى دخل أعلى، أو قدرة على التكيف مع الظروف الاقتصادية، وترى الباحثة أنَّ ظاهرة التضخم تُؤثر بشكل كبير على عادات الشراء للأفراد؛ مما يجبرهم على تقليل الاستهلاك غير الضروري، والبحث عن بدائل أقل تكلفة، كما أنَّ هذه النتائج تُبرزُ الحاجة إلى سياساتٍ داعمة لتخفيف الأعباء الاقتصادية عن الأسر، وتحسين قدرتهم على التكيف مع التضخم المتزايد.

جدول رقم (١١) يوضح العلاقة بين الدخل ومدى ادراك الطبقة الوسطى لزيادة نمط

الاستهلاك في المجتمع المصري

| الإجمالي | الدخل | | | | | | | | | | زيادة نمط الاستهلاك في المجتمع المصري | |
|--------------------------------------|------------------|------|-----------------------|------|-----------------------|------|-----------------------|------|-------------------|------|---------------------------------------|--|
| | أقل من ٣٠٠٠ جنيه | | من ٣٠٠٠ إلى ٥٠٠٠ جنيه | | من ٥٠٠٠ إلى ٧٠٠٠ جنيه | | من ٧٠٠٠ إلى ٩٠٠٠ جنيه | | أكثر من ٩٠٠٠ جنيه | | | |
| % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | |
| ٢٠,٩ | ٤٧ | ٢١,٣ | ٣٢ | ٢٠ | ٤ | ٢٠ | ٤ | ٢١ | ٤ | ١٨,٨ | ٣ | نعم، لاحظت زيادة طفيفة في نمط استهلاكي |
| ٢٣,٦ | ٥٣ | ٢٢,٧ | ٣٤ | ٢٥ | ٥ | ٢٥ | ٥ | ٢٦,٣ | ٥ | ٢٥ | ٤ | نعم، لاحظت ملحوظة في نمط استهلاكي |
| ٤٢,٧ | ٩٦ | ٤٢ | ٦٣ | ٤٥ | ٩ | ٤٥ | ٩ | ٤٢,٢ | ٨ | ٤٣,٧ | ٧ | لا، لم ألاحظ أي زيادة في نمط استهلاكي |
| ١٢,٨ | ٢٩ | ١٤ | ٢١ | ١٠ | ٢ | ١٠ | ٢ | ١٠,٥ | ٢ | ١٢,٥ | ٢ | ربما، لاحظت بعض الزيادات في بعض المجالات فقط |
| ٪١٠٠ | ٢٢٥ | ٪١٠٠ | ١٥٠ | ٪١٠٠ | ٢٠ | ٪١٠٠ | ٢٠ | ٪١٠٠ | ١٩ | ٪١٠٠ | ١٦ | الإجمالي |
| قيمة كا = ٢,٨٠٧ عند درجة حرية (١٢). | | | | | | | | | | | | |
| قيمة الدلالة = ٠,٠٠٠ عند مستوى ٠,٠٥. | | | | | | | | | | | | |

يستعرض الجدول رقم (١١) العلاقة بين الدخل وزيادة نمط الاستهلاك في المجتمع المصري؛ حيث تبين أن الأفراد الذين دخلهم أكثر من ٩٠٠٠ جنيه هم الأكثر تأثرًا بارتفاع الأسعار، ولكن ذلك مع عدم وجود زيادة في نمط الاستهلاك؛ حيث أفادت شرائح الطبقة الوسطى بنسبة ٤٢,٧٪ من إجمالي أفراد العينة أنهم لم يلاحظوا أيَّ زيادة في نمط الاستهلاك، بينما أفادت نسبة ٢٣,٦٪ من إجمالي أفراد العينة أنهم لاحظوا زيادة ملحوظة. أما بالنسبة للأفراد الذين يكسبون أقل من ٣٠٠٠ جنيه؛ فإن الغالبية العظمى لم تلاحظ أيَّ تغيير في نمط الاستهلاك بشكل عام؛ حيث يشير هذا الجدول إلى أن زيادة الدخل قد تؤدي إلى عدم وجود زيادة في نمط الاستهلاك في المجتمع المصري، ولكن

ظهور بعض أنماط الاستهلاك البديلة؛ حتى تحافظ على الوضع الاجتماعي والاقتصادي أمام المجتمع، وأن الطبقات الأعلى دخلاً أكثر ملاحظة وإدراكاً للزيادات في نمط الاستهلاك في المجتمع المصري؛ مقارنةً بالطبقات الأقل دخلاً، وهذا قد يعكس اختلافاتٍ في أنماط الاستهلاك والوعي بها بين مختلف الفئات الاقتصادية في المجتمع؛ كما تظهر النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠.٠٥ حول العلاقة بين زيادة نمط الاستهلاك والدخل (قيمة $\chi^2 = 2.807$)؛ هذا يعني أن مستوى الدخل يُؤثر بشكل كبير على إدراك الأفراد لتغيرات نمط الاستهلاك للدخل، وقد يرجع ذلك إلى أن الأفراد ذوي الدخل المرتفعة قد يكون لديهم فرص أكبر للوصول إلى منتجات واختيارات استهلاكيةٍ أوسع نطاقاً من غيرهم؛ مما قد يزيد من احتمالية تغير أنماط استهلاكهم؛ حيث تُشير النتائج إلى أن مستوى الدخل يلعب دوراً كبيراً في إدراك الأفراد لزيادة نمط الاستهلاك، وأن الأفراد ذوي الدخل المرتفعة هم الأكثر ملاحظةً للتغيرات في نمط الاستهلاك، بينما الأفراد ذوو الدخل المنخفضة قد لا يلاحظون التغيرات بنفس الدرجة، وقد يعكس ذلك الفروق في نمط الحياة، والقدرة على التكيف مع التغيرات الاقتصادية.

وبهذا تظهر النتائج أن مستوى الدخل يُؤثر بشكل كبير على إدراك الأفراد للتغيرات في نمط الاستهلاك في المجتمع المصري، وأن الفئات ذات الدخل المرتفعة هي الأكثر ملاحظةً لهذه التغيرات؛ مما يعكس اختلافاتٍ في نمط الحياة، والقدرة على التكيف مع التغيرات الاقتصادية.

وهذا يتفق مع دراسة (الزهراني: ٢٠١٧)؛ والتي أكدت أن الأفراد ذوي الدخل المرتفعة يتمتعون بأسلوب حياة استهلاكي مختلف، يتضمّن تكاليف أعلى للمعيشة، وزيادة في استهلاك السلع الفاخرة؛ مما يعكس تأثير الدخل على نمط الاستهلاك، وهذا يتماشى مع نتائج الجدول التي تُبيّن أن الأفراد ذوي الدخل المرتفعة هم الأكثر إدراكاً للتغيرات في نمط الاستهلاك.

وبالتالي توصي الدراسة بضرورة زيادة التوعية حول تأثير التضخم على نمط الاستهلاك لكافة الفئات الاقتصادية في المجتمع.

جدول رقم (١٢) يوضح العلاقة بين الدخل ومدى وجود تغير

في عادات الشراء بسبب ظاهرة التضخم

| الإجمالي | الدخل | | | | | | | | | | مدى وجود تغير في عادات الشراء بسبب ظاهرة التضخم | |
|--------------------------------------|-------------------|------|------------------------|-----|------------------------|-----|------------------------|------|--------------------|------|---|---|
| | أقل من ٣٠٠٠ جنيهه | | من ٣٠٠٠ إلى ٥٠٠٠ جنيهه | | من ٥٠٠٠ إلى ٧٠٠٠ جنيهه | | من ٧٠٠٠ إلى ٩٠٠٠ جنيهه | | أكثر من ٩٠٠٠ جنيهه | | | |
| | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | | |
| ١٣,٣ | ٣٠ | ١٢,٧ | ١٩ | ١٥ | ٣ | ١٥ | ٣ | ١٥,٨ | ٣ | ١٢,٥ | ٢ | نعم، لقد قللت من شراء السلع الفاخرة والترفيهية. |
| ٢٢,٢ | ٥٠ | ٢٣,٣ | ٣٥ | ٢٠ | ٤ | ٢٠ | ٤ | ٢١ | ٤ | ١٨,٧ | ٣ | نعم، لقد بدأت في البحث عن خيارات بديلة أرخص. |
| ٤٤,٤ | ١٠٠ | ٤٤,٧ | ٦٧ | ٤٥ | ٩ | ٤٥ | ٩ | ٤٢,١ | ٨ | ٤٣,٨ | ٧ | نعم، قللت من شراء السلع التي ليست ضرورية. |
| ٤,٤ | ١٠ | ٤ | ٦ | ٥ | ١ | ٥ | ١ | ٥,٣ | ١ | ٦,٣ | ١ | لا، لم ألاحظ أي تغيير في عادات الشراء الخاصة بي. |
| ١٥,٧ | ٣٥ | ١٥,٣ | ٢٣ | ١٥ | ٣ | ١٥ | ٣ | ١٥,٨ | ٣ | ١٨,٧ | ٣ | بعض الأشياء أصبحت خارج نطاق ميزانيتي بسبب الزيادة في الأسعار. |
| ١٠٠ | ٢٢٥ | ١٠٠ | ١٥٠ | ١٠٠ | ٢٠ | ١٠٠ | ٢٠ | ١٠٠ | ١٩ | ١٠٠ | ١٦ | الإجمالي |
| قيمة كا = ٣,٧٦٥ عند درجة حرية (١٦). | | | | | | | | | | | | |
| قيمة الدلالة = ٠,٠٠٠ عند مستوى ٠,٠٥. | | | | | | | | | | | | |

يستعرض جدول رقم (١٢) العلاقة بين الدخل، ومدى وجود تغير في عادات الشراء؛ بسبب ظاهرة التضخم؛ حيث تظهر النتائج تأثير التضخم على عادات الشراء للفئات المختلفة؛ بناءً على مستوى الدخل، وتشير النتائج أيضًا إلى أن الأفراد الذين يكسبون أكثر من ٩٠٠٠ جنيه هم الأكثر تأثرًا بتغيرات عادات الشراء؛ حيث أكدت شرائح الطبقة الوسطى من فئة الدخل أكثر من ٩٠٠٠ جنيه بنسبة ٤٤,٤٪ من إجمالي أفراد العينة، أنهم قللوا من شراء السلع التي ليست ضرورية بشكل عام، تليها فئة بدأت في البحث عن خيارات بديلة أرخص بنسبة ٢٢,٢٪ من إجمالي أفراد العينة، يليها: بعض الأشياء أصبحت خارج نطاق ميزانيتي بسبب الزيادة في الأسعار بنسبة ١٥,٧٪ من إجمالي أفراد العينة، وأخيرًا كلٌّ من فئة: قللت شراء السلع الفاخرة والترفيهية، وفئة لم ألاحظ أي تغيير في عادات الشراء بنسبة ١٣,٣٪، ٤,٤٪ على التوالي من إجمالي أفراد العينة. وتشير النتائج إلى أن التضخم يؤثر على عادات الشراء في المجتمع المصري بشكل

كبير، خاصةً بالنسبة للفئات ذات الدخل المرتفعة؛ هذه الفئة تبدو أكثر قدرة على التكيف مع التضخم عبر تقليل الإنفاق على السلع غير الضرورية والبحث عن بدائل أرخص، على النقيض، الفئات الأقل دخلاً تكون خياراتهم محدودةً في البداية؛ مما يجعل تأثير التضخم على عاداتهم الشرائية أقل مرونةً، وتوضح النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠.٠٥ حول مدى وجود تغيير في عادات الشراء؛ بسبب ظاهرة التضخم بالنسبة للدخل (قيمة كا^٢ = ٣.٧٦٥)؛ وهذا يعني أن التضخم يؤثر بشكل مختلف على عادات الشراء؛ بناءً على مستوى الدخل؛ حيث إن الأفراد ذوي الدخل المرتفعة يظهرون مرونة أكبر في التكيف مع التضخم عبر تعديل عاداتهم الشرائية، بينما الأفراد ذوو الدخل المنخفضة يظهرون تأثيراً أكبر؛ نظراً لمحدودية خياراتهم.

وبهذا، تُظهر النتائج أن التضخم يؤثر بشكل كبير على عادات الشراء في المجتمع المصري، مع تأثيرات واضحة تختلف بناءً على مستوى الدخل، والفئات ذات الدخل المرتفعة تبدو أكثر قدرةً على التكيف مع التضخم، بينما تعاني الفئات ذات الدخل المنخفضة من تأثيراتٍ أشد على قدرتها الشرائية؛ كما تؤكد هذه النتائج أهمية تطوير سياسات اقتصادية تُراعي تفاوت تأثير التضخم على مختلف فئات المجتمع، وتدعم الفئات الأكثر تضرراً، كما تُفسر هذه الإحصائيات الجدول السابق في التعرف على مدى قدرة شرائح الطبقة الوسطى على التكيف مع السياسات الاجتماعية والاقتصادية الجديدة التي تمرُّ بها بشكل عام.

وهذا يتفق مع دراسة (البيسوني، ٢٠٢٢) التي ركزت على تأثيرات التضخم على سلوكيات الاستهلاك في مصر؛ حيث يُعزى التفاوت في التأثيرات بين الفئات ذات الدخل المرتفع والمنخفض إلى الظروف الاقتصادية والاجتماعية المختلفة التي تُواجهها هذه الفئات.

جدول رقم (١٣)

يوضح دور الحكومة في التصدي لتأثيرات التضخم على ثقافة الاستهلاك

| المتغير | ك | % |
|---|-----|------|
| زيادة الرقابة على الأسعار لمنع ارتفاعها بشكل مفرط. | ٦٩ | ٣٠,٧ |
| تحسين الإنتاج المحلي للحدّ من الاعتماد على الواردات، وتقليل تأثيرات الارتفاع في أسعار العملات الأجنبية. | ٤١ | ١٨,٢ |
| توجيه الاستثمارات نحو القطاعات التي تسهم في تعزيز الاقتصاد المحلي وخلق فرص عمل جديدة. | ٣٠ | ١٣,٣ |
| تقديم برامج دعم مالي للأسر ذات الدخل المحدود لتخفيف الضغط المالي عليها. | ٦٠ | ٢٦,٧ |
| زيادة الوعي بمفاهيم الادخار والاستثمار لتعزيز ثقافة الادخار بين المواطنين. | ٢٥ | ١١,١ |
| الإجمالي | ٢٢٥ | ١٠٠% |

تكشف بيانات الجدول رقم (١٣) أن هناك حاجة ماسّة لتدخل الحكومة في مجالات متعدّدة للتصدي لتأثيرات التضخم على ثقافة الاستهلاك؛ حيث تشير النسبة العالية من أفراد عينة الدراسة ٣٠,٧٪ إلى ضرورة أن تركز الحكومة على الرقابة الصارمة على الأسعار؛ لمنع ارتفاعها بشكل مفرط؛ مما يساعد في حماية المستهلكين من الزيادات غير المبررة في الأسعار، والحفاظ على قدرتهم الشرائية، تليها نسبة ٢٦,٧٪، والتي تظهر الحاجة إلى برامج دعم مالي موجّهة للأسر ذات الدخل المحدود لتخفيف الأعباء الماليّة عليهم؛ مما يسهم في تعزيز الاستقرار الاجتماعي والاقتصادي، تليها نسبة ١٨,٢٪ من أفراد عينة الدراسة تُؤدّد أهمية تحسين الإنتاج المحلي للحدّ من تأثيرات التضخم المستوردة؛ نتيجة لتقلبات أسعار العملات الأجنبية؛ مما يدعم الاقتصاد الوطني، وتؤكد نسبة ١٣,٣٪ من عينة الدراسة على أهمية توجيه الاستثمارات نحو القطاعات المنتجة؛ مما يعزز الاقتصاد المحلي، ويوفر فرص عمل جديدة بشكل يسهم في تقليل معدلات البطالة، وتحقيق نمو اقتصادي مستدام، وأخيراً تشير نسبة ١١,١٪ من أفراد عينة الدراسة إلى الحاجة لزيادة الوعي المالي بين المواطنين؛ مما يساعدهم في تبني عادات ادخار واستثمار أكثر حكمة، تسهم في تقليل آثار التضخم على حياتهم اليومية.

وبهذا يمكن القول إن الحكومة المصرية بحاجة إلى تبني نهج مُتعدّد الأبعاد للتصدي لتأثيرات التضخم على ثقافة الاستهلاك، بما يشمل الرقابة على الأسعار، ودعم الأسر ذات الدخل المحدود، وتعزيز الإنتاج المحلي، وتوجيه الاستثمارات بشكل استراتيجي، وزيادة الوعي المالي بين المواطنين لتطوير ثقافة استهلاكية أكثر استدامة.

وتتفق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه المقولات النظرية لكل من (فيزر ستون، وإرفنج جوفمان) حول أهمية التدخل الحكومي في تعزيز الاستقرار الاجتماعي والاقتصادي.

المحور الثالث: الكشف عن تأثير ظاهرة التضخم على جودة الحياة لدى شرائح الطبقة الوسطى:

جدول رقم (١٤) يوضح مدى تأثير زيادة التضخم على جودة الحياة الشخصية

| المتغير | ك | % |
|---|-----|------|
| نعم، التضخم يؤثر على جودة حياتي الشخصية | ١٦٠ | ٧١,١ |
| لا، التضخم لا يؤثر على جودة حياتي الشخصية | ٤٠ | ١٧,٨ |
| ربما، التضخم يؤثر على جودة حياتي الشخصية | ٢٥ | ١١,١ |
| الإجمالي | ٢٢٥ | ١٠٠% |

تُظهر بيانات الجدول رقم (١٤) مدى تأثير زيادة التضخم على جودة الحياة الشخصية؛ حيث تظهر أن غالبية الأفراد في عينة الدراسة، بنسبة ٧١.١٪، يعتقدون أن زيادة التضخم لها تأثير سلبي على جودة حياتهم الشخصية؛ وهذا يشير إلى قلقٍ واسع النطاق بين الناس بشأن الآثار السلبية للتضخم على قدرتهم الشرائية ومستوى معيشتهم. في المقابل فإن نسبة ١٧.٨٪ من الأفراد يعتقدون أن التضخم لا يؤثر على جودة حياتهم الشخصية، وقد يرتبط هذا الاعتقاد بظروف معيشية مُحَدَّدة، أو عوامل شخصية تجعلهم غير قادرين على تحديد التأثير السلبي للتضخم على حياتهم الشخصية بوضوح، وهناك نسبة صغيرة من الأفراد تُمَثِّل ١١.١٪، تُعَبِّر عن عدم اليقين بشأن مدى تأثير زيادة التضخم على جودة حياتهم الشخصية، وقد يرجع ذلك إلى عوامل مثل الخلفية الاقتصادية والاجتماعية المتنوعة للأفراد، وتأثيرات التضخم المتفاوتة على مختلف الفئات الاجتماعية.

وبناءً على هذه النتائج؛ يمكن استنتاج أن هناك قلقًا واضحًا بين الأفراد بشأن تأثير التضخم على جودة حياتهم الشخصية، وهو ما يُبرِّز أهمية تبني سياسات اقتصادية فعّالة لمكافحة التضخم، وتخفيف آثاره على المجتمع. ومع ارتفاع أسعار السلع الاستهلاكية، والتآكل المستمر في القوة الشرائية تأثرت قوة الدفع الاستهلاكي.

وفيما يلي سوف نُلقِي الضوء على أهم التأثيرات الاستهلاكية للخدمات على الطبقة الوسطى من خلال ما يلي:

جدول رقم (١٥)

يوضح أهم الخدمات التي ارتفعت أسعارها بشكل ملحوظ خلال فترة التضخم

| المتغير | ك | % |
|-----------------------------|-----|------|
| الوقود، والكهرباء، والطاقة. | ١٠ | ٤,٤ |
| المواد الغذائية. | ٢٥ | ١١,١ |
| السكن. | ٥١ | ٢٢,٧ |
| الرعاية الصحية. | ٩ | ٤ |
| الأجهزة الإلكترونية. | ٧٠ | ٣١,١ |
| السلع الاستهلاكية اليومية. | ٦٠ | ٢٦,٧ |
| الإجمالي | ٢٢٥ | ١٠٠% |

تكشف نتائج الجدول السابق أنّ أهم السلع التي ارتفعت أسعارها بشكل ملحوظ خلال فترة التضخم تشمل مجموعة متنوعة من الفئات الأساسية والاستهلاكية؛ حيث تشير النسبة الأكبر من أفراد عينة البحث وتمثّل ٣١.١% إلى أن الأجهزة الإلكترونية شهدت أكبر زيادة في الأسعار؛ مما يعكس تأثير التضخم على المنتجات التكنولوجية التي قد تعتمد بشكل كبير على المواد المستوردة، والتكاليف الإنتاجية العالية، تليها نسبة ٢٦.٧%، والتي تشير إلى ارتفاع أسعار السلع الاستهلاكية اليومية؛ مما يدل على تأثير التضخم المباشر على البضائع التي تُستهلك بشكل يومي، تليها نسبة ٢٢.٧% من أفراد عينة الدراسة والتي تظهر أنّ السكن من بين السلع التي ارتفعت أسعارها بشكل ملحوظ؛ مما يعكس تأثير التضخم على تكاليف المعيشة الأساسية؛ مثل الإيجارات، وأسعار العقارات؛ تليها نسبة ١١.١%، والتي تشير إلى ارتفاع أسعار المواد الغذائية؛ مما يؤثر بشكل مباشر على القدرة الشرائية للأسر، ويزيد من تكلفة الحياة اليومية، ويؤثر على الأمن الغذائي للأسر، وتشير نسبة ٤.٤% من أفراد عينة البحث إلى ارتفاع أسعار الوقود، والكهرباء والطاقة؛ مما يعكس تأثير التضخم على تكاليف الطاقة، والذي بدوره يُؤثر على تكلفة النقل والتدفئة والكهرباء، تليها نسبة ٤%، والتي تشير إلى ارتفاع أسعار الرعاية الصحية؛ مما يعكس تأثير التضخم على تكاليف الخدمات الصحية والأدوية.

ويُتضح مما سبق أن التضخم له تأثيرٌ واسع النطاق على مجموعة متنوعة من السلع الأساسية والاستهلاكية؛ مما يزيد من الأعباء المالية على الأفراد والأسر، من المهم أن تعمل الحكومة على تبني سياسات فعّالة للحدّ من التضخم والتخفيف من تأثيراته؛ مثل تحسين الإنتاج المحلي، تقديم الدعم المالي للأسر ذات الدخل المحدود، والرقابة على الأسعار، يجب تعزيز الوعي المالي بين المواطنين لمساعدتهم على التكيف مع ارتفاع الأسعار، وتطوير استراتيجيات إدارة المال التي تُمكنهم من التكيف بشكلٍ أفضل مع التحديات الاقتصادية الناجمة عن التضخم.

وتتفق النتائج السابقة مع ما أشارت إليه المقولات النظرية التي أوردها فيزر ستون وببير بورديو حول تأثير التضخم على ثقافة الاستهلاك وتوزيع السلع؛ حيث يشير فيزر ستون إلى أن التضخم والارتفاع العام للأسعار يؤديان إلى تغييرات في أنماط الاستهلاك، وإعادة تقييم الخيارات الشرائية؛ حيث يتّجه الأفراد نحو السلع الأقل تكلفة، وإلى تقليل الاستهلاك غير الضروري، وهذا يتماشى مع نتائج عينة الدراسة التي تُظهر أن للتضخم أثرًا بشكلٍ ملحوظ على الأجهزة الإلكترونية والسلع الاستهلاكية اليومية؛ مما يعكس تأثير التضخم المباشر على البضائع المستخدمة بشكل يومي.

كما يُمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء ما ورد في نظرية بورديو من أن القيمة التبادلية للسلع تتغيّر مع التضخم؛ مما يؤثر على الطبقات الاجتماعية المختلفة بطرق متباينة؛ وهذا يتضح من خلال ارتفاع أسعار السكن والمواد الغذائية، مما يزيد من الأعباء المالية على الأسر، ويعزز الفجوات الاجتماعية بين الطبقات المختلفة.

جدول رقم (١٦) يوضح العلاقة بين السن ومدى تأثير زيادة التضخم على جودة الحياة الشخصية

| الإجمالي | السن | | | | | | | | | | | | مدى تأثير زيادة التضخم على جودة الحياة الشخصية | |
|----------|------------------|------|------------------|------|------------------|------|------------------|------|--------------|------|---|------|--|--|
| | من ٣٥ إلى ٣٠ سنة | | من ٣٦ إلى ٤٠ سنة | | من ٤١ إلى ٤٥ سنة | | من ٤٦ إلى ٥٠ سنة | | ٥١ سنة فأكثر | | | | | |
| | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | | |
| ٧١,١ | ١٦٠ | ٧٠ | ١٤ | ٧٠,٧ | ٥٣ | ٧٢ | ٣٦ | ٧٠ | ٣٥ | ٨٠ | ٤ | ٧٢ | ١٨ | نعم، التضخم يؤثر على جودة حياتي الشخصية. |
| ١٧,٨ | ٤٠ | ٢٠ | ٤ | ١٨,٧ | ١٤ | ١٦ | ٨ | ١٨ | ٩ | ٢٠ | ١ | ١٦ | ٤ | لا، التضخم لا يؤثر على جودة حياتي الشخصية. |
| ١١,١ | ٢٥ | ١٠ | ٢ | ١٠,٦ | ٨ | ١٢ | ٦ | ١٢ | ٦ | ٠ | ٠ | ١٢ | ٣ | ربما، التضخم يؤثر على جودة حياتي الشخصية. |
| ٪١٠٠ | ٢٢٥ | ٪١٠٠ | ٢٠ | ٪١٠٠ | ٧٥ | ٪١٠٠ | ٥٠ | ٪١٠٠ | ٥٠ | ٪١٠٠ | ٥ | ٪١٠٠ | ٢٥ | الإجمالي |

قيمة ك = ٢,٧٧٧ عند درجة حرية (١٠).
قيمة الدلالة = ٠,٠٠٥ عند مستوى ٠,٠٥.

يستعرض الجدول رقم (١٦) العلاقة بين السن ومدى تأثير زيادة التضخم على جودة الحياة الشخصية؛ حيث تشير النتائج إلى أن الأفراد الذين يرون أن بشكل عام يقعون في فئة السن أكثر من ٥١ سنة بنسبة ٧١,١٪ من إجمالي أفراد العينة، وعلى النقيض تمامًا أكدت نسبة ١٧,٨٪ من إجمالي أفراد العينة أن التضخم لا يؤثر على جودة حياتهم الشخصية، وأخيرًا تشير نسبة بلغت ١١,١٪ من إجمالي أفراد العينة إلى وجود تأثير طفيف للتضخم على جودة حياتهم الشخصية.

لذا يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠٠٠٥ حول مدى تأثير زيادة التضخم على جودة الحياة الشخصية بالنسبة للسن، وقد يرجع ذلك إلى أن الأفراد في فئات الأعمار الأكبر لديهم تجارب سابقة، أو إدراك أفضل لتأثيرات التضخم على حياتهم الشخصية، كما قد يكون للأفراد في الفئات العمرية المتقدمة مستوى أعلى من الاستعداد والتكيف مع التغيرات الاقتصادية والمالية؛ مقارنةً بالشباب.

وبهذا، تُظهر البيانات أن الأفراد يرون أن التضخم يؤثر على جودة حياتهم الشخصية، ويبدو أن الأشخاص في الفئات العمرية الأكبر سنًا يشعرون بذلك بشكل أكبر؛ حيث يؤكد هذا على أهمية توعية الأفراد بتأثيرات التضخم، وتحفيزهم على التخطيط، واتخاذ إجراءات لتخفيف هذه التأثيرات؛ خاصةً بالنسبة للشباب الذين قد يكونون أكثر عرضة للتأثيرات السلبية للتضخم. وعلى الرغم من أن دراسة (M. Balçilar et al., 2018) تركز على عدم المساواة في الدخل ومعدل التضخم؛ إلا أنها تتفق مع نتائج

الدراسة الحالية؛ من حيث إن التضخم يفاقم التحديات الاقتصادية التي تُؤثّر على جودة الحياة؛ وهذا يتماشى مع كَوْن الأفراد الأكبر سنًّا أكثر استقرارًا ماليًا، ويشعرون بتأثير التضخم بشكل أكبر؛ وتتفق أيضًا مع دراسة (الزهراني: ٢٠١٧)، والتي تناولت تغيير عملية الاستهلاك والعوامل المرتبطة بها في المجتمع السعودي، وتأكيدا على تأثير التضخم على جودة الحياة الشخصية؛ وهذا يتوافق مع نتائج هذه الدراسة التي تشير إلى أن التضخم يُؤثّر على أنماط الاستهلاك وجودة الحياة؛ خاصةً بين الفئات العمرية المختلفة.

وبالتالي فإن هذه النتائج تُبرِّز أهمية توعية الأفراد بتأثيرات التضخم على جودة حياتهم الشخصية، وتحفيزهم على اتخاذ إجراءاتٍ تجنبيةٍ وتخطيطيةٍ للتكيف مع هذه التأثيرات؛ خاصةً بالنسبة للشباب.

جدول رقم (١٧)

يوضح الحاجة لتوعية المجتمع بشأن تأثيرات التضخم على الاستهلاك

| المتغير | ك | % |
|---|-----|------|
| نعم، هناك حاجة لتوعية المجتمع. | ١٦٠ | ٧١,١ |
| لا، لا أعتقد أن التوعية بشأن تأثيرات التضخم على الاستهلاك ضرورية. | ٦٥ | ٢٨,٩ |
| الإجمالي | ٢٢٥ | ١٠٠% |

يُوضح من نتائج الجدول رقم (١٧) أن هناك حاجة ماسّة لتوعية المجتمع بشأن تأثيرات التضخم على الاستهلاك؛ حيث تشير النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة ٧١.١% إلى وجود حاجة لتوعية المجتمع حول هذا الموضوع، ويشير ذلك إلى أنهم يدركون أهمية التوعية بتأثيرات التضخم على الاستهلاك، وهذا يعكس وعيًا متزايدًا بأهمية معرفة تأثير التضخم على الأسعار والقدرة الشرائية، وكيفية التكيف مع هذه التغيرات، كما أنّ التوعية يُمكن أن تساعد الأفراد على اتخاذ قراراتٍ مالية أكثر حكمة، وتبني سلوكياتٍ استهلاكية تسهم في تقليل الأثر السلبي للتضخم على حياتهم اليومية، وفي المقابل، فإنّ نسبة ٢٨.٩% من أفراد عينة البحث لا ترى أنّ التوعية بشأن تأثيرات التضخم على الاستهلاك ضرورية؛ حيث تعكس هذه النسبة وجهة نظر الأقلية التي لا ترى ضرورةً للتوعية بشأن تأثيرات التضخم على الاستهلاك؛ وقد يكون ذلك نتيجة لعدم إدراكهم الكامل لتأثيرات التضخم، أو اعتقادهم أنّ المعلومات المتاحة لهم كافية، أو ربما ثقة زائدة في قدرتهم على التعامل مع التغيرات الاقتصادية بدون الحاجة إلى توعية إضافية.

وبناءً على هذه النتائج السابقة، يتضح أهمية الدور التثقيفي في مواجهة التحديات الاقتصادية؛ حيث يمكن للحكومة والمؤسسات غير الحكومية أن تعمل على تطوير حملات توعوية تستهدف فئات المجتمع؛ لتعزيز الوعي الاقتصادي، وتشجيع السلوكيات الاستهلاكية المُستدامة، وزيادة الوعي المالي بين المواطنين؛ والذي يساعدهم على اتخاذ قرارات استهلاكية وإدخارية أكثر حكمة؛ مما يمكن أن يُقلل من الآثار السلبية للتضخم، ويعزز الاستقرار المالي على المستوى الفردي والمجتمعي.

جدول رقم (١٨) يوضح كيف يمكن تعزيز الوعي بين الناس

حول تأثيرات التضخم على الاستهلاك

| المتغير | ك | % |
|---|-----|------|
| تنظيم حملات توعية ومحاضرات تثقيفية في المجتمع حول أثر التضخم على الاستهلاك وكيفية التعامل معه. | ٥٠ | ٢٢,٢ |
| إنشاء وسائل إعلامية متعددة؛ مثل مقاطع الفيديو التوضيحية، والمنشورات التثقيفية على الإنترنت لنشر الوعي حول تأثيرات التضخم على الاستهلاك. | ٦٠ | ٢٦,٧ |
| توفير ورش عمل ودورات تدريبية للجمهور حول كيفية التخطيط المالي وإدارة الاستهلاك في ظل التضخم. | ٥٠ | ٢٢,٢ |
| تشجيع الجمعيات والمنظمات غير الحكومية على تنظيم فعاليات توعوية وتثقيفية في المجتمع حول هذا الموضوع. | ٣٠ | ١٣,٣ |
| استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لنشر المعرفة والوعي بشكل فعال حول تأثيرات التضخم على الاستهلاك. | ٣٥ | ١٥,٦ |
| الإجمالي | ٢٢٥ | ١٠٠% |

يُتضح من نتائج الجدول رقم (١٨) أن هناك اهتمامًا واسعًا بتعزيز الوعي بين الناس حول تأثيرات التضخم على الاستهلاك؛ حيث ترى النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة ٢٦.٧% أن إنشاء وسائل إعلامية متعددة؛ مثل مقاطع الفيديو التوضيحية والمنشورات التثقيفية على الإنترنت، يُمكن أن يساهم في نشر الوعي حول تأثيرات التضخم على الاستهلاك؛ حيث إن إنشاء وسائل إعلامية متعددة يُعتبر أسلوبًا فعالًا لنشر الوعي؛ حيث يمكن أن تصل هذه الوسائل إلى جمهور واسع، وتوفر معلومات مفيدة بشكل مباشر ومتاح، يليها نسبة ٢٢.٢% من أفراد عينة الدراسة تُعتبر أن تنظيم حملات توعية ومحاضرات تثقيفية في المجتمع هو السبيل لزيادة الوعي حول تأثيرات التضخم على الاستهلاك وكيفية التعامل معه؛ حيث تُظهر هذه النسبة استجابة إيجابية للفعاليات التعليمية المباشرة، حيث يمكن لهذه الفعاليات أن تُوفّر منصةً للتفاعل والتبادل المعرفي

حول كيفية التعامل مع التضخم، وتعتبر نسبة من أفراد عينة الدراسة ٢٢.٢٪ أيضاً أن توفير ورش عمل ودورات تدريبية حول كيفية التخطيط المالي وإدارة الاستهلاك في ظل التضخم يُمكن أن يكون فعالاً في زيادة الوعي وتحسين الممارسات المالية للأفراد، تليها نسبة من عينة الدراسة ١٥.٦٪؛ والتي تعتبر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لنشر المعرفة والوعي بشكل فعال حول تأثيرات التضخم على الاستهلاك إحدى الوسائل الفعالة لتحقيق هذا الهدف، وأخيراً نسبة ١٣.٣٪ من أفراد عينة الدراسة ترى أن تشجيع الجمعيات والمنظمات غير الحكومية على تنظيم فعاليات توعوية وتنقيفية يُمكن أن يسهم في نشر المعرفة حول هذا الموضوع.

وبناءً على هذه النتائج، ترى الباحثة أنه يُمكن للمؤسسات التعليمية والحكومية والمجتمع المدني توجيه جهودها نحو تنظيم حملات توعية شاملة، واستخدام وسائل الإعلام المختلفة لزيادة الوعي بين الناس حول تأثيرات التضخم على الاستهلاك، وكيفية التعامل معها.

كما تتفق هذه النتائج مع نظرية التفاعلية الرمزية، والتي تركز على كيفية تشكيل الأفراد للمعاني من خلال التفاعل الاجتماعي؛ حيث أوضحت النتائج أن هناك اهتماماً كبيراً بتعزيز الوعي حول تأثيرات التضخم على الاستهلاك عبر وسائل مُتعددة؛ يتجلى ذلك في أن إنشاء وسائل إعلامية مُتعددة؛ مثل مقاطع الفيديو التوضيحية، والمنشورات التنقيفية، وتنظيم حملات توعية ومحاضرات تنقيفية، بالإضافة إلى توفير ورش عمل ودورات تدريبية، واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وتشجيع الجمعيات والمنظمات غير الحكومية على تنظيم فعاليات توعوية؛ كلها وسائل فعالة لنشر الوعي، وهذه الأنشطة تتماشى مع مفهوم التفاعلية الرمزية؛ حيث تُعزز التفاعل الاجتماعي، وتبادل المعاني بين الأفراد؛ مما يؤدي إلى فهم مشترك لتأثيرات التضخم؛ حيث يسهم هذا التفاعل في تكوين فهم جماعي، وتعزيز الوعي حول كيفية التعامل مع التضخم؛ مما يعكس أهمية الدور الذي تلعبه التفاعلات الاجتماعية في تشكيل ثقافة الاستهلاك والوعي الاقتصادي.

جدول رقم (١٩) يوضح رأي العينة عن وجود فجوة

بين الطبقات الاجتماعية في مواجهة تأثيرات التضخم

| المتغير | ك | % |
|---|-----|------|
| نعم، هناك فجوة واضحة بين الطبقات الاجتماعية في مواجهة تأثيرات التضخم؛ حيث تعاني الطبقات الاقتصادية الضعيفة والمتوسطة بشكل أكبر من ارتفاع التكاليف؛ مقارنةً بالطبقات الأخرى. | ١٨٠ | ٨٠ |
| لا، لا أعتقد أن هناك فجوة بين الطبقات الاجتماعية في مواجهة تأثيرات التضخم؛ حيث يمكن للجميع تحمل تكاليف الحياة بنفس القدر. | ٤٥ | ٢٠ |
| الإجمالي | ٢٢٥ | ٪١٠٠ |

يُتضح من نتائج الجدول رقم (١٩) أن هناك اعتقادًا قويًا بوجود فجوة بين الطبقات الاجتماعية في مواجهة تأثيرات التضخم؛ حيث تشير النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة ٨٠٪ إلى وجود فجوة واضحة بين الطبقات الاجتماعية في مواجهة تأثيرات التضخم؛ حيث تعاني الطبقات الاقتصادية الضعيفة والمتوسطة أكثر من ارتفاع التكاليف؛ مقارنةً بالطبقات الأخرى، وهذا يعكس الوعي بتفاوت التأثيرات الاقتصادية للتضخم على مختلف الطبقات الاجتماعية؛ حيث يكون للطبقات الاقتصادية الأضعف مرونةً ماليةً أقل للتكيف مع ارتفاع الأسعار والتكاليف المعيشية، في المقابل، ترى نسبة ٢٠٪ أنه لا توجد فجوة بين الطبقات الاجتماعية في مواجهة تأثيرات التضخم؛ وقد يكون ذلك نتيجةً لعدم شعورهم بتفاوت التأثيرات الاقتصادية، أو اعتقادهم بأن جميع الطبقات تواجه نفس التحديات بشكل متساوٍ.

وبناءً على هذه النتائج السابقة، يتضح ضرورة تبني نهج شامل ومتعدد الأبعاد للتصدي لتأثيرات التضخم؛ يُركِّز على دعم الطبقات الأكثر تضرراً، وتعزيز الاستقرار الاجتماعي والاقتصادي في المجتمع.

جدول رقم (٢٠) يوضح أثر التضخم على الطبقات الوسطى

| المتغير | ك | % |
|--------------------------------|-----|------|
| تقلص القدرة الشرائية. | ٧٠ | ٣١,١ |
| زيادة الديون والضغط المالي. | ٦٠ | ٢٦,٧ |
| تقليل الاستثمارات والمدخرات. | ١٠ | ٤,٤ |
| تأثير على الاستقرار الاجتماعي. | ٧٠ | ٣١,١ |
| تأثير على فرص العمل والرفاهية. | ١٥ | ٦,٧ |
| الإجمالي | ٢٢٥ | ٪١٠٠ |

يتضح من نتائج الجدول السابق أنّ التضخم يُؤثّر بشكلٍ كبيرٍ على شرائح الطبقة الوسطى في المجتمع؛ حيث تشير نسبة مرتفعة من أفراد عينة البحث ٣١.١٪ إلى أنّ التضخّم يؤدي إلى تقلص القدرة الشرائية؛ وهذا يعكس صعوبة تحمّل تكاليف الحياة المتزايدة بالنسبة لهذه الشريحة، بالإضافة إلى ذلك، نفس النسبة ٣١.١٪ ترى أنّ التضخم يُؤثّر على الاستقرار الاجتماعي؛ مما يشير إلى أنّ زيادة التكاليف قد تُؤدّي إلى زيادة التوتّرات في المجتمع، وتقليل الرضا الاجتماعي؛ مما يؤدي إلى عدم القدرة على تلبية الاحتياجات الأساسيّة، وزيادة التوتر الاجتماعي، وبالنسبة لزيادة الديون والضغط المالي؛ تشير البيانات إلى أنّ ٢٦.٧٪ من الأفراد يرون أنّ التضخّم يؤدي إلى زيادة الديون والضغط المالي على الطبقات الوسطى؛ مما يجعلها تُواجه صعوباتٍ في إدارة الديون والتحمل المالي، وفيما يتعلّق بتأثير التضخم على فرص العمل والرفاهية؛ فإن نسبة صغيرة بلغت ٦.٧٪ من أفراد العينة ترى أنّ التضخم يُؤثّر على هذه الجوانب؛ مما يشير إلى أنّ الآثار الاقتصادية للتضخّم قد لا تكون بالضرورة واضحةً في هذه الجوانب بالنسبة للطبقات الوسطى، ونسبة قليلة جدًا من عينة الدراسة بلغت ٤.٤٪ ترى أنّ التضخّم يُؤدّي إلى تقليل الاستثمارات والمدخرات.

ويُمكن تفسير ذلك بأن الأفراد يجدون صعوبةً في الوفاء بالالتزامات الماليّة الأساسيّة؛ مثل الفواتير وتكاليف المعيشة اليوميّة؛ مما يجعلهم غير قادرين على تخصيص الأموال للاستثمار أو التوفير، وتأثير ذلك قد يكون سلبيًا على المستقبل المالي للأفراد؛ حيث يُمكن أن يؤدي عدم القدرة على الاستثمار أو التوفير إلى عدم تحقيق الأهداف الماليّة الشخصيّة؛ مثل شراء المنزل، أو تحقيق الاستقرار المالي في المستقبل. لذا، يمكن للحكومة والمؤسسات الماليّة أن تتخذ إجراءات لدعم الأفراد في هذه الفئة؛ مثل تقديم برامج تنقيف مالي، وتشجيع الاستثمارات الصغيرة والتوفير؛ وذلك لتحسين وضعهم المالي، وتمكينهم من التعامل بفعالية مع تحديات التضخم الماليّة.

وبالتالي تتفق نتائج البحث مع دراسة (حماد: ٢٠١٤) والتي تشير إلى أنّ التضخّم سبّب حالةً من العجز الشديد للأسر الفقيرة في الوفاء بمتطلبات الحياة المختلفة، كما لم يُعد لدى الأفراد في هذه الأسر أيّ قدرةً على التنبؤ بالمستقبل، أو التخطيط له.

المحور الرابع: اقتراح رؤية مستقبلية للحد من ظاهرة التضخم، وتقنين تأثيرها على ثقافة الاستهلاك

جدول رقم (٢١) يوضح مدى وجود تحديات جديدة تواجه الاستهلاك بسبب التضخم

| المتغير | ك | % |
|--------------------------------|-----|------|
| نعم، أعتقد هناك تحديات جديدة. | ١٧٠ | ٧٥,٦ |
| لا أعتقد أن هناك تحديات جديدة. | ٣٠ | ١٣,٣ |
| لا أعلم. | ٢٥ | ١١,١ |
| الإجمالي | ٢٢٥ | ١٠٠% |

يتضح من الجدول السابق وجود آراء متفاوتة بين أفراد عينة الدراسة لاقتراح رؤية مستقبلية لظاهرة التضخم، وتأثيرها على ثقافة الاستهلاك، حيث يظهر أن نسبة ٧٥,٦% من أفراد عينة الدراسة يعتقدون وجود تحديات جديدة تواجه الاستهلاك بسبب التضخم، في حين يعتقد نسبة ١٣,٣% من أفراد عينة الدراسة عدم وجود تحديات جديدة، ونسبة ١١,١% من أفراد عينة الدراسة لا يعلمون بوجود تحديات جديدة، وهذه النتائج تشير إلى أن التضخم يلعب دوراً هاماً في تحديد توجهات وتغيرات ثقافة الاستهلاك؛ حيث يتوقع أفراد العينة وجود تحديات جديدة ناجمة عن التضخم؛ مما يشير إلى أن هذه الظاهرة لها تأثير عميق على السلوكيات الاستهلاكية، والممارسات الشرائية للأفراد والمجتمعات.

جدول رقم (٢٢) يوضح أهم التحديات التي تواجه الاستهلاك بسبب التضخم

| المتغير | ك | % |
|---|-----|------|
| يسبب التضخم ارتفاع تكاليف المعيشة، وتقليل قوة الشراء للعملة؛ مما يؤدي إلى زيادة الضغوط المالية على الأفراد والأسر. | ٢٠ | ١١,٨ |
| يواجه الاستهلاك تحديات جديدة. | ٧٠ | ٤١,٢ |
| يتسبب ارتفاع معدلات التضخم في تغير نمط الاستهلاك، وتقليل القدرة على شراء السلع والخدمات الأساسية؛ مما يؤثر على مستوى الرفاهية والجودة الحياتي. | ٢٠ | ١١,٨ |
| يعمل ارتفاع معدلات التضخم على تقليل قوة الشراء للعملة، وتقليل القيمة الحقيقية للدخل؛ مما يجعل الأفراد يضطرون إلى اتخاذ قرارات استهلاكية أكثر تحدياً وتكيفاً مع التغيرات الاقتصادية. | ٣٠ | ١٧,٦ |
| يزيد التضخم من التحديات التي تواجه الاستهلاك من خلال زيادة الاضطرابات في السوق، وعدم الاستقرار الاقتصادي؛ مما يجعل من الصعب التخطيط المالي، وتحديد الأولويات في النفقات الشهرية. | ٣٠ | ١٧,٦ |
| الإجمالي | ١٧٠ | ١٠٠% |

يتضح من نتائج الجدول رقم (٢٢) أن هناك عدّة تحديات رئيسة تواجه الاستهلاك بسبب التضخم؛ حيث جاءت النسب موزعة علي النحو التالي:

- ترى نسبة كبيرة من أفراد العينة بلغت ٤١.٢٪ أنّ التضخم أوجد تحديات جديدة أمام الاستهلاك؛ وهذا يشير إلى إدراكٍ واسع بين المشاركين بأن الظروف الاقتصادية الحالية تختلف عما كان عليه الوضع سابقًا؛ مما يستدعي تعديلاتٍ في سلوكيات الاستهلاك، والتكيف مع الوضع الجديد.
- وقد أشارت نسبة بلغت ١٧.٦٪ من أفراد عينة الدراسة إلى أن التضخم يزيد من التحديات التي تواجه الاستهلاك من خلال زيادة الاضطرابات في السوق وعدم الاستقرار الاقتصادي؛ مما يجعل من الصعب التخطيط المالي، وتحديد الأولويات في النفقات الشهرية، وهذا يعكس تأثير التضخم على الاستقرار المالي للأفراد، وقدرتهم على التنبؤ بالتكاليف المستقبلية، وأشارت النتائج أيضًا إلى أن نسبة ١٧.٦٪ من أفراد عينة الدراسة ترى أنّ ارتفاع معدلات التضخم يعمل على تقليل قوة الشراء للعملة، وتقليل القيمة الحقيقية للدخل؛ مما يجعل الأفراد يضطرون إلى اتخاذ قراراتٍ استهلاكية أكثر تحديًا وتكيفًا مع التغيرات الاقتصادية.
- تليها نسبة ١١.٨٪ من أفراد عينة الدراسة ترى أن ارتفاع تكاليف المعيشة، وتقليل قوة الشراء للعملة يؤديان إلى ضغوط مالية كبيرة على الأفراد والأسر؛ وهذا يعكس تأثير التضخم المباشر على القدرات الشرائية والميزانيات المنزلية، وأخيرًا ترى نفس النسبة أيضًا والتي بلغت ١١.٨٪ من أفراد عينة الدراسة أن ارتفاع معدلات التضخم يتسبب في تغيير نمط الاستهلاك، وتقليل القدرة على شراء السلع والخدمات الأساسية؛ وهذا يُشير إلى تأثير التضخم على جودة الحياة والرفاهية العامة؛ وتشير هذه النتائج إلى أن التضخم لا يؤثر فقط على الأسعار والنفقات اليومية، بل يخلق أيضًا بيئة اقتصادية مُضطربة تُؤثر على استقرار الأفراد، وقدرتهم على التخطيط للمستقبل، والتحديات التي يفرضها التضخم تشمل الضغوط المالية المباشرة، وتغير أنماط الاستهلاك، وزيادة عدم الاستقرار في الأسواق.
- ومما سبق يتضح أن هذه النتائج تُؤكد على ضرورة تبني سياسات اقتصادية واجتماعية تهدف إلى تخفيف الأعباء المالية عن الأسر والأفراد، وتحسين استقرار السوق، ويجب أن تتضمن هذه السياسات:

. تعزيز الوعي المالي للأفراد لمساعدتهم على التخطيط بشكل أفضل في ظل التضخم.

. تقديم دعم مالي مباشر للأسر ذات الدخل المحدود.

. تعزيز استقرار السوق من خلال السياسات النقدية والمالية التي تحدُّ من التقلبات

الاقتصادية.

. تطوير برامج تدريبية لتعليم الأفراد كيفية التكيف مع الظروف الاقتصادية المتغيرة،

والحفاظ على استقرارهم المالي؛ فمن خلال هذه الرؤية الشاملة يُمكن أن تسهم في تخفيف

تأثيرات التضخم، وتحسين جودة الحياة للأفراد في المجتمع.

جدول رقم (٢٣) يوضح العلاقة بين الدخل ومدى وجود تحديات جديدة تواجه الاستهلاك

بسبب التضخم

| الإجمالي | الدخل | | | | | | | | | | مدى وجود تحديات جديدة تواجه الاستهلاك بسبب التضخم | |
|--------------------------------------|------------------|------|-----------------------|------|-----------------------|------|-----------------------|------|-------------------|------|---|--------------------------------|
| | أقل من ٣٠٠٠ جنيه | | من ٣٠٠٠ إلى ٥٠٠٠ جنيه | | من ٥٠٠٠ إلى ٧٠٠٠ جنيه | | من ٧٠٠٠ إلى ٩٠٠٠ جنيه | | أكثر من ٩٠٠٠ جنيه | | | |
| % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | |
| ٧٥,٦ | ١٧٠ | ٧٦ | ١١٤ | ٧٥ | ١٥ | ٧٥ | ١٥ | ٧٣,٧ | ١٤ | ٧٥ | ١٢ | نعم، أعتقد هناك تحديات. |
| ١٣,٣ | ٣٠ | ١٢,٧ | ١٩ | ١٠ | ٣ | ١٥ | ٣ | ١٥,٨ | ٣ | ١٢,٥ | ٢ | لا أعتقد أن هناك تحديات جديدة. |
| ١١,١ | ٢٥ | ١١,٣ | ١٧ | ١٠ | ٢ | ١٠ | ٢ | ١٠,٥ | ٢ | ١٢,٥ | ٢ | لا أعلم. |
| ٪١٠٠ | ٢٢٥ | ٪١٠٠ | ١٥٠ | ٪١٠٠ | ٢٠ | ٪١٠٠ | ٢٠ | ٪١٠٠ | ١٩ | ٪١٠٠ | ١٦ | الإجمالي |
| قيمة كا = ٣٦,٣٩٧ عند درجة حرية (٨). | | | | | | | | | | | | |
| قيمة الدلالة = ٠,٠٠٥ عند مستوى ٠,٠٥. | | | | | | | | | | | | |

يستعرض الجدول رقم (٢٣) العلاقة بين الدخل ومدى وجود تحديات جديدة تواجه

الاستهلاك بسبب التضخم، ويظهر التحليل وجود تحديات جديدة متعلقة بالتضخم تواجه

المستهلكين بشكل متزايد، خاصةً في الفئات ذات الدخل المرتفع؛ وذلك بنسبة ٧٥,٦٪ من

إجمالي أفراد العينة، وهذا يستدعي ضرورة اتخاذ تدابير لمعالجة هذه التحديات، وتخفيف

آثارها على المستهلكين، في المقابل، أقر بالعكس تمامًا؛ وهو عدم وجود تحديات بنسبة

١٣,٣٪ من إجمالي أفراد العينة، ونسبة ١١,١٪ من إجمالي أفراد العينة ليس لديه أي فكرة

عن ذلك، كما يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى

معنوية ٠,٠٥ حول مدى وجود تحديات جديدة تواجه الاستهلاك بسبب التضخم بالنسبة

للدخل، وقد يرجع ذلك إلى أن التضخم قد يتسبب في انخفاض قيمة الأصول؛ مثل الأسهم والعقارات؛ مما قد يؤثر بشكل أكبر على الأشخاص ذوي الدخل المرتفع الذين لديهم استثمارات أكبر من غيرهم.

وبهذا، تشير النتائج إلى وجود تحديات جديدة مُتعلّقة بالتضخم تواجه المستهلكين بشكلٍ متزايد، وأن هذه التحديات تبدو أكثر بروزاً في الفئات ذات الدخل المرتفع، ويجب على الجهات المعنية اتخاذ تدابير للتكيف مع هذه التحديات، وتخفيف آثارها على المستهلكين، خاصةً في الفئات ذات الدخل المرتفع.

وتتفق النتائج السابقة مع دراسة (الكراتي: ٢٠١٧)؛ والتي أوضحت أن تأثير التضخم على الاستهلاك يتفاوت؛ بناءً على مستوى الدخل؛ حيث يكون التأثير أكبر على الفئات ذات الدخل المرتفع الذين يُمكنهم تعديل استراتيجيات الاستهلاك بشكل أسرع وفعال.

مما يُؤكّد على أهميّة وجود استراتيجيات للتكيف مع التضخم، وتقديم الدعم للمستهلكين؛ خاصةً في الفئات ذات الدخل المرتفع الذين يُمكن أن يكون لديهم استثمارات كبيرة يُمكن أن تتأثر بشكل كبير بالتضخم.

جدول رقم (٢٤) يوضح مدى وجود فرص للابتكار في ظل تضخم الأسعار

| المتغير | ك | % |
|------------------------------|-----|------|
| نعم، هناك فرص للابتكار. | ١٢٠ | ٥٣.٣ |
| لا، ليس هناك فرص للابتكار. | ٧٠ | ٣١.١ |
| ربما يكون هناك فرص للابتكار. | ٣٥ | ١٥.٦ |
| الإجمالي | ٢٢٥ | ١٠٠% |

يوضح الجدول رقم (٢٤) أن هناك آراء مختلفة حول مدى وجود فرص للابتكار في ظل تضخم الأسعار؛ حيث ترى الأغلبية من أفراد العينة بنسبة بلغت ٥٣.٣٪، أن هناك فرصاً للابتكار في ظل تضخم الأسعار؛ وهذا يشير إلى أن نسبة كبيرة من الأفراد يرون في الأوضاع الاقتصادية الصعبة فرصة لإيجاد حلول جديدة ومبتكرة لتحديات السوق، بينما ترى نسبة ٣١.١٪ من أفراد عينة الدراسة أنه ليس هناك فرص للابتكار في ظل التضخم؛ حيث إن هؤلاء الأفراد ربما يرون أن الظروف الاقتصادية الحالية تُعيق القدرة على التفكير الإبداعي والاستثمار في الأفكار الجديدة؛ بسبب التركيز على التعامل

مع التحديات الاقتصادية اليومية، في حين تعتقد نسبة ١٥.٦٪ من أفراد عينة الدراسة أن هناك احتمالاً لوجود فرصٍ للابتكار؛ وهذا يشير إلى وجود بعض التردد، أو عدم اليقين بين الأفراد حول قدرة الظروف الاقتصادية على تحفيز الابتكار؛ وبهذا، يُوقَّر التضخم فرصاً للتفكير الإبداعي والابتكار؛ حيث يمكن أن يؤدي الضغط الاقتصادي إلى توليد أفكار جديدة وحلول فعّالة، ويجب على الحكومات والشركات والمجتمع العمل معاً لدعم الابتكار، وتحويل التحديات الاقتصادية إلى فرصٍ للنمو والتقدم.

ومما سبق يُمكن القول إن الابتكار يجب أن يكون جزءاً أساسياً من الاستراتيجيات الوطنية والشركات لمواجهة التضخم، ولتعزيز فرص الابتكار في ظل التضخم، ونقترح ما يلي:

- . تقديم حوافز مالية وضريبية للشركات التي تستثمر في البحث والتطوير لإيجاد حلول مبتكرة للتحديات الاقتصادية.
- . دعم رُؤاد الأعمال من خلال برامج تدريبية وتمويلية؛ لمساعدتهم على إطلاق مشاريع جديدة ومبتكرة.
- . تعزيز التعاون بين الحكومة والقطاع الخاص لتطوير حلول مبتكرة يُمكن أن تساعد في تخفيف تأثيرات التضخم.
- . توفير برامج تعليمية وتدريبية تُركِّز على مهارات الابتكار والتفكير الإبداعي لمساعدة الأفراد على تطوير حلول جديدة للتحديات الاقتصادية.

جدول رقم (٢٥) يوضح أهم طرق الابتكار لمواجهة تضخم الأسعار

| المتغير | ك | % |
|---|-----|------|
| من خلال تطوير منتجات وخدمات بديلة ذات تكلفة منخفضة تلبي احتياجات الأفراد في ظل الظروف الاقتصادية الصعبة. | ٥٠ | ٤١,٧ |
| استغلال تضخم الأسعار كفرصة للابتكار في مجالات مثل التكنولوجيا، والتجارة الإلكترونية لتطوير حلول جديدة تساهم في توفير المال وتحسين جودة الحياة. | ٣١ | ٢٥,٨ |
| تطوير استراتيجيات جديدة للتسويق والترويج للمنتجات والخدمات التي تواجه التحديات الناجمة عن تضخم الأسعار؛ مما يساعد في استمرارية الأعمال ونمو الشركات. | ١٩ | ١٥,٨ |
| استخدام التضخم كفرصة لتحفيز الابتكار في مجال الاستثمار، وزيادة الأعمال من خلال تطوير مشاريع استثمارية جديدة تلبي احتياجات السوق، وتساهم في تحقيق النمو الاقتصادي. | ١٠ | ٨,٣ |
| تطوير نماذج اقتصادية جديدة تأخذ في الاعتبار تأثيرات تضخم الأسعار، وتوفير فرصاً للابتكار في مجالات؛ مثل السياسات الاقتصادية، والتخطيط الاستراتيجي للشركات والمؤسسات. | ١٠ | ٨,٣ |
| الإجمالي | ١٢٠ | ٪١٠٠ |

يتضح من نتائج الجدول رقم (٢٥) أن هناك عدّة طرق يُمكن من خلالها الابتكار لمواجهة تضخم الأسعار؛ حيث ترى نسبة ٤١.٧٪ من أفراد عينة الدراسة أن تطوير منتجات وخدمات بديلة ذات تكلفة منخفضة تلبي احتياجات الأفراد في ظل الظروف الاقتصادية الصعبة هو الأسلوب الأكثر فعالية؛ حيث إن هذه النسبة الكبيرة تعكس اهتمام الأفراد بإيجاد حلول تساعدهم على الحفاظ على مستوى معيشتهم دون زيادة كبيرة في التكاليف؛ يليها نسبة بلغت ٢٥.٨٪ من أفراد عينة الدراسة تعتقد أن استغلال تضخم الأسعار كفرصة للابتكار في مجالات مثل التكنولوجيا والتجارة الإلكترونية هو نهج فعّال؛ وهذا يشير إلى أن هناك وعياً بأهمية التقنيات الحديثة في تقديم حلول جديدة؛ يُمكن أن تساعد في توفير المال، وتحسين جودة الحياة، ثم ترى نسبة ١٥.٨٪ من أفراد عينة الدراسة أن تطوير استراتيجيات تسويق وترويج جديدة للمنتجات والخدمات يُمكن أن يساعد الشركات في مواجهة التحديات الناجمة عن تضخم الأسعار؛ مما يعكس أهمية التفكير الإبداعي في مجال التسويق لضمان استمرارية الأعمال، ونمو الشركات، بينما تعتقد نسبة ٨.٣٪ من أفراد عينة الدراسة أن التضخم يمكن أن يكون فرصة لتحفيز الابتكار في مجال الاستثمار وزيادة الأعمال من خلال تطوير مشاريع استثمارية جديدة تلبي احتياجات السوق، وتساهم في النمو الاقتصادي، وأيضاً نسبة ٨.٣٪ من أفراد عينة الدراسة ترى أن تطوير نماذج اقتصادية جديدة تأخذ في الاعتبار تأثيرات تضخم الأسعار

يُمكنُ أن يُوفَّر فرصًا للابتكار في مجالاتٍ؛ مثل السياسات الاقتصادية، والتخطيط الاستراتيجي للشركات والمؤسسات؛ وتشير هذه النتائج إلى أن الابتكار يُعتبر حلًّا رئيسيًّا لمواجهة تضخم الأسعار؛ حيث يسعى الأفراد والشركات إلى إيجاد طرق جديدة وفعّالة لتقليل التكاليف، والحفاظ على مستوى المعيشة؛ حيث يُعْتَبَر تطوير منتجات وخدمات بديلة ذات تكلفة منخفضة الطريقة الأكثر شيوعًا لمواجهة التضخم؛ مما يعكس حاجة السوق لحلولٍ اقتصاديةٍ عمليّة.

وبالتالي يمكن القول إن الابتكار يجب أن يكون محور الجهود لمواجهة التضخم، وأنه يمكن تحقيق ذلك من خلال:

. تعزيز الاستثمارات في البحث والتطوير لإيجاد منتجات وخدمات بديلة أكثر كفاءة وأقل تكلفة.

. الاستفادة من التّقنيات الحديثة والتجارة الإلكترونية في تقديم حلول جديدة ومبتكرة يُمكن أن تساعد في التوفير المالي، وتحسين جودة الحياة.

. تطوير استراتيجيات تسويق مبتكرة تساعد الشركات على البقاء والنمو في ظل الظروف الاقتصادية الصعبة.

. تشجيع رُؤاد الأعمال على إطلاق مشاريع جديدة تُلبّي احتياجات السوق المتغيرة وتساهم في النمو الاقتصادي.

. صياغة نماذج اقتصادية تأخذُ في الاعتبار تأثيرات التضخم وتدعم الابتكار في مختلف المجالات.

جدول رقم (٢٦)

يُوضِّح دور القطاع الخاص في مساعدة الأفراد على التكيّف مع التضخم

| المتغير | ك | % |
|---|-----|------|
| توفير فرص عمل مستقرة ورواتب مناسبة | ٤٠ | ١٧,٨ |
| تقديم مزايا وحوافز إضافات | ٤٠ | ١٧,٨ |
| تقديم برامج تدريبية وتعليمية مدفوعة التكاليف | ٥٠ | ٢٢,٢ |
| تقديم خطط توفير واستثمار لموظفيها لمساعدتهم خلال فترات التضخم | ٣٠ | ١٣,٣ |
| تشجيع الموظفين على الابتكار والإبداع في عملهم | ٦٥ | ٢٨,٩ |
| الإجمالي | ٢٢٥ | %١٠٠ |

يُتضح من نتائج الجدول رقم (٢٦) أن هناك عدّة طرق يُمكنُ أن يسهم بها القطاع الخاص في مساعدة الأفراد على التكيّف مع التضخم؛ حيث ترى نسبة ٢٨.٩٪ من أفراد عينة الدراسة أن تشجيع الموظفين على الابتكار والإبداع في عملهم هو الوسيلة الأكثر فعالية التي يُمكنُ أن يتبناها القطاع الخاص لمساعدة الأفراد على التكيّف مع التضخم؛ وهذا يشير إلى أهميّة تعزيز التفكير الابتكاري والإبداعي داخل بيئة العمل كوسيلةٍ للتعامل مع التحديات الاقتصادية، كما تعتقد نسبة ٢٢.٢٪ من أفراد عينة الدراسة أن تقديم برامج تدريبية وتعليمية مدفوعة التكاليف هو أسلوب فعّال آخر يُمكنُ للقطاع الخاص استخدامه؛ وهذا يعكس الحاجة إلى تطوير مهارات الموظفين، وتعزيز قدراتهم؛ ليكونوا أكثر استعدادًا لمواجهة تأثيرات التضخم، وتشير نسبة ١٧.٨٪ من أفراد عينة الدراسة إلى أنّ توفير فرص عمل مستقرّة، ورواتب مناسبة هو وسيلة مُهمّة يُمكنُ أن يعتمدها القطاع الخاص لدعم الأفراد في مواجهة التضخم، كما أن الاستقرار الوظيفي والرواتب المناسبة يُمكنُ أن يساعد في تقليل الضغوط الماليّة الناتجة عن ارتفاع الأسعار، وترى أيضًا نسبة ١٧.٨٪ من أفراد عينة الدراسة أن تقديم مزايا وحوافز إضافية يُمكنُ أن يساعد الموظفين على التكيّف مع التضخم؛ هذه المزايا قد تشمل التأمين الصحي، والتعويضات التي تُساعد في تخفيف العبء المالي على الموظفين، في حين تعتقد نسبة ١٣.٣٪ من أفراد عينة الدراسة أنّ تقديم خطط توفير واستثمار لموظفيها لمساعدتهم خلال فترات التضخم هو أسلوب آخر يُمكنُ أن يكون مُفيدًا، وهذا يشير إلى أهميّة التخطيط المالي والاستثماري في التعامل مع التحديات الاقتصادية.

وبهذا؛ تشير هذه النتائج إلى أنّ القطاع الخاص يُمكنُ أن يلعب دورًا محوريًا في مساعدة الأفراد على التكيّف مع التضخم من خلال توفير بيئة عملٍ تُشجّع على الابتكار، وتقديم فرص التدريب والتعليم، وضمان الاستقرار الوظيفي، وتقديم مزايا وحوافز إضافية، وتوفير خطط توفير واستثمار.

جدول رقم (٢٧) يوضح العلاقة بين المهنة ومدى وجود أساليب بديلة للتسوق يُمكن أن تساعد في التكيف مع التضخم

| الإجمالي | المهنة | | | | | | | | | | | | مدى وجود أساليب بديلة للتسوق يمكن أن تساعد في التكيف مع التضخم |
|--|--------|------|------|-----|------|-----|------------------|-----|------------|-----|-----|--------------------------------|--|
| | مزارع | | تاجر | | عامل | | موظف في قطاع خاص | | موظف حكومي | | | | |
| | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | | | |
| ٣٣,٣ | ٧٥ | ٣٣,٣ | ١٥ | ٣٤ | ١٧ | ٤٠ | ٢ | ٣٢ | ٨ | ٣٣ | ٣٣ | نعم، هناك أساليب بديلة. | |
| ٣٥,٦ | ٨٠ | ٣٥,٦ | ١٦ | ٣٤ | ١٧ | ٤٠ | ٢ | ٣٦ | ٩ | ٣٦ | ٣٦ | لا اعتقد أن هناك أساليب بديلة. | |
| ٣١,١ | ٧٠ | ٣١,١ | ١٤ | ٣٢ | ١٦ | ٢٠ | ١ | ٣٢ | ٨ | ٣١ | ٣١ | ربما يكون هناك أساليب بديلة. | |
| ١٠٠ | ٢٢٥ | ١٠٠ | ٤٥ | ١٠٠ | ٥٠ | ١٠٠ | ٥ | ١٠٠ | ٢٥ | ١٠٠ | ١٠٠ | الإجمالي | |
| قيمة كا ^٢ = ٢,٦٥٧ عند درجة حرية (٨) . | | | | | | | | | | | | | |
| قيمة الدلالة = ٠,٠٥٠ عند مستوي ٠,٠٥ . | | | | | | | | | | | | | |

يستعرض الجدول رقم (٢٧) العلاقة بين المهنة، ومدى وجود أساليب بديلة للتسوق يُمكن أن تساعد في التكيف مع التضخم والمهنة، ومن خلال التحليل، نرى أن نسبة ٣٥,٦٪ من إجمالي أفراد العينة لا تعتقد أن هناك أساليب بديلة، في حين ترى نسبة ٣٣,٣٪ من إجمالي أفراد العينة أنه يوجد أساليب بديلة، وتشير النتائج إلى وجود تفاوت كبير في الاعتقاد حول وجود أساليب بديلة للتسوق بين مختلف الفئات المهنية؛ حيث يبدو أن الموظفين الحكوميين أكثر ميلاً للاعتقاد بوجود أساليب بديلة، كما يشير كلٌّ من العمال، والتجار، والمزارعون، وموظفو القطاع الخاص إلى أنهم أكثر حرية في التكيف مع ظاهرة التضخم؛ لقدرتهم على رفع الأسعار، ومواكبة الارتفاع في السوق المصري بشكل عام، كما يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠٥ حول مدى وجود أساليب بديلة للتسوق؛ يُمكن أن تساعد في التكيف مع التضخم بالنسبة للمهنة، وقد يرجع ذلك إلى أن الموظفين الحكوميين قد يكون لديهم دخل ثابت، ومزايا وظيفية تتيح لهم مرونة أكثر في التعامل مع التضخم.

وبهذا، تُظهر البيانات أن الاعتقاد بوجود أساليب بديلة للتسوق يختلف بين المهن المختلفة؛ فالموظفون الحكوميون يشعرون بثقة أكبر في وجود هذه الأساليب البديلة للشراء؛ حيث يُبرز هذا الاختلاف أهمية تعزيز التقيف المالي، وتوفير الوعي حول الخيارات المتاحة لتكيف المستهلكين مع التضخم، ولكن أصحاب الأعمال الحرة والقطاع الخاص

لديهم القدرة على التعامل مع ظاهرة التضخم بشكل أكثر حرية، من خلال التكيف بشكلٍ آخر يقوم على حرية رفع الأسعار لمواكبة الغلاء القائم داخل السوق المصري.

وهذا يتفق مع دراسة (العمرى: ٢٠١١)، والتي تناولت العلاقة بين معدل التضخم والنمو الاقتصادي؛ حيث أشارت إلى أن التضخم يُؤثِّر على القدرة الشرائية ونوعية الحياة؛ مما يبرز أهميَّة وجود أساليب بديلة للتسوُّق تساعد على التكيف مع التضخم؛ ودراسة (Can ,et all,2023)، والتي ركَّزت على آثار توزيع الدخل والرفاهية مقابل تقلبات الأسعار وسط أزمة تكلفة المعيشة المستمرة في ظل أنظمة الرعاية الاجتماعية، واستخدام الأساليب التعويضية والدخل - مع نتائج هذه الدراسة التي تُشير إلى أن التضخم يُؤثِّر على مختلف القطاعات الاقتصادية بطرق مختلفة.

النتائج العامَّة للبحث:

١. النتائج المرتبطة بماهية ظاهرة التضخم:

- يتضح من نتائج العينة أن الذكور يشكلون ٦٦.٧٪ من عينة البحث، بينما تشكل الإناث ٣٣.٣٪.
- جاءت النسبة الأكبر من عينة البحث لفهم التضخم كارتفاع عامٍ في الأسعار؛ حيث إن معظم فراد العينة بنسبة (٦٠.٩٪) يرون أن التضخم هو ارتفاع المستوى العام للأسعار لكافة السلع والخدمات؛ مما يشير إلى فهم شائع وشامل لمفهوم التضخم.
- كشفت نتائج البحث أنه يأتي في الترتيب الأول للعوامل أو الأسباب التي تُؤدِّي لحدوث ظاهرة التضخم الزيادة في الطلب على السلع والخدمات، مقارنةً بالعرض المتاح، يليها الزيادة في تكاليف الإنتاج والعمالة بنسبة (١٠.٧٪)؛ وهذه النسبة تعكس الوعي بأن تكاليف الإنتاج والعمالة يُمكن أن تسهم في رفع تكاليف المنتجات والخدمات، مما ينعكس على ارتفاع الأسعار النهائية للمستهلكين، وجاء التدهور في قيمة العملة الوطنية مقابل العملات الأجنبية في المرتبة الثالثة.

٢. النتائج المرتبطة برصد ثقافة الاستهلاك المصاحبة لظاهرة التضخم:
- توضح النتائج فهماً متنوعاً لتأثيرات التضخم على الاستهلاك في المجتمع المصري، مع تركيز كبير على تغيّرات أنماط الاستهلاك، وتأثيرات اقتصادية متنوعة؛ مثل تدهور قيمة العملة، وزيادة الطلب والعرض.
 - يتضح من النتائج أن التضخم يُؤثر بشكل كبير على الطبقات الوسطى في المجتمع؛ حيث يؤدي التضخم إلى تقلص القدرة الشرائية، وهذا يعكس صعوبة في تحمّل تكاليف الحياة المتزايدة.
 - يتضح من النتائج أن التضخم يُؤدّي إلى تغيّرات في أنماط الاستهلاك؛ مما يشير إلى أن التضخم يُفرض على الأفراد إعادة تقييم خياراتهم الشرائية، حيث تعكس تأثيراً مباشراً على سلوك المستهلكين.
 - يتضح من نتائج البحث أن هناك عدم توافق كبير بين الرواتب، وارتفاع معدلات التضخم؛ حيث تشير النسبة العالية من أفراد العينة إلى أن الزيادة في تكاليف الحياة تتجاوز زيادة الرواتب؛ مما يعكس شعوراً واسعاً بأن الرواتب لا تكفي لمواجهة التضخم، وتلبية الاحتياجات الأساسية.
٣. النتائج المرتبطة بالكشف عن تأثير ظاهرة التضخم على جودة الحياة لدى شرائح الطبقة الوسطى:
- يؤدي التضخم إلى زيادة التوتر والاحتجاجات الاجتماعية؛ بسبب عدم الرضا عن الأوضاع الاقتصادية، وهو أمر يُنذر بتدهور الاستقرار الاجتماعي.
 - يتضح من النتائج أن التضخم يُؤدّي إلى تقليل قوّة الشراء للمستهلكين؛ مما يعني أنهم يشترون كميات أقلّ من السلع والخدمات بنفس المبلغ المالي.
 - أظهرت نتائج البحث أن التضخم يُؤثر بشكلٍ سلبي على جودة الحياة؛ حيث يزيد القلق بشأن المستقبل المالي، ويؤثر على الرفاهية الشخصية.
 - تعتقد الأغلبية العظمى من العينة وجود فجوة واضحة بين الطبقات الاجتماعية في مواجهة تأثيرات التضخم؛ مما يشير إلى حاجة للتدخلات الاقتصادية والاجتماعية المستهدفة.

- يتضح من نتائج الدراسة أن التضخم يؤثر بشكل كبير على القدرة الشرائية، والاستقرار الاجتماعي للطبقات الوسطى.
- يتضح من نتائج الدراسة أن معظم الأفراد يرون أن التضخم يمكن أن يؤثر على السلوك والحالة النفسية والاجتماعية.
- تُظهر النتائج أن هناك تبايناً واضحاً في الآراء بشأن وجود أساليب بديلة للتسوق، والتي يمكن أن تساعد في التكيف مع التضخم؛ هذا التباين يُشير إلى اختلاف الآراء حول فعالية الأساليب البديلة في مواجهة التضخم، مع وجود احتمالية لعدم الوعي الكافي بتلك الأساليب، أو عدم توافرها بشكل واضح للجميع.
- تظهر النسبة الأكبر من عينة البحث أن التكنولوجيا ربما يكون لها دور في تقديم حلول لمشاكل الاستهلاك في ظل التضخم.
- تظهر النتائج أن الأغلبية يرون أن تطوير تطبيقات التسوق الذكية، وتوفير خدمات الدفع الإلكتروني هما الأكثر أهمية في توفير حلول فعالة لمشاكل الاستهلاك خلال فترات التضخم؛ حيث يرون أن هذه التقنيات قد تساهم في تحسين إدارة النفقات، وتمكين المستهلكين من اتخاذ قرارات أكثر ذكاءً في عمليات الشراء؛ مما يعزز قدرتهم على التكيف مع التحديات الاقتصادية.
- كشفت نتائج البحث أن النسبة الأكبر من المبحوثين ترى أن هناك حاجة ملحة لتطوير سياسات جديدة لمواجهة التضخم وتأثيراته على الاستهلاك.
- تظهر النتائج أن هناك قلقاً واضحاً بين الأفراد بشأن تأثير التضخم على جودة حياتهم الشخصية.

٤. النتائج المرتبطة باقتراح رؤية مستقبلية لظاهرة التضخم، وتأثيرها على

ثقافة الاستهلاك:

- تُشير النتائج إلى أن هناك حاجة ملحة لزيادة التوعية والتعليم حول هذه القضايا لضمان التكيف الأمثل مع التحديات الاقتصادية المتغيرة.
- تظهر النتائج أن الابتكار يلعب دوراً أساسياً في مواجهة تحديات التضخم؛ حيث يسعى الأفراد والشركات إلى تطوير منتجات وخدمات بديلة ذات تكلفة منخفضة؛

حيث تعكس استجابة السوق للحاجة الملحة إلى حلول اقتصادية مبتكرة؛ تهدف إلى تحسين مستوى المعيشة، والحفاظ على القدرة الشرائية في ظل زيادة تكاليف الحياة.

- تظهر النتائج أهمية تعزيز الوعي الاقتصادي عبر مختلف مستويات التعليم؛ لضمان فهم شامل للعوامل التي تؤثر على الاقتصاد الشخصي والوطني؛ حيث تُؤكِّد على أن توفير التعليم الاقتصادي يُمكن أن يلعب دوراً حيوياً في تحسين القدرة على التعامل مع التحديات الاقتصادية، وتقليل تأثيرات التضخم على جودة الحياة.
- تُوضِّح النتائج أن ثقافة الاستهلاك في المجتمع المصري تتطور أساساً من خلال التغيرات في أنماط وسلوكيات المستهلكين أنفسهم.

التوصيات:

- في ضوء نتائج البحث، يُمكن تقديم رؤية مُقترحة من خلال مجموعة من التوصيات؛ والتي من خلالها يُمكن مواجهة ظاهرة التضخم وتأثيراتها السلبية على المجتمع المصري؛ ولا سيما شرائح الطبقة الوسطى، كما يلي:
- ضرورة تبني سياسات اقتصادية فعّالة لمكافحة التضخم، وتخفيف آثاره على المجتمع.
- زيادة الاستثمارات في البحث والتطوير لابتكار منتجات وخدمات بديلة ذات كفاءة أعلى وتكلفة أقل.
- الاستفادة الكاملة من التكنولوجيا الحديثة والتجارة الإلكترونية لتقديم حلول جديدة ومبتكرة؛ مما يُسهِّم في تحقيق توفير ماليّ وتحسين جودة الحياة.
- تعزيز استخدام التكنولوجيا لتقديم حلول تجارية ومالية ذكية؛ مثل التطبيقات التي تُسهِّل عمليات المقارنة والشراء الذكي، وإدارة المال بفعالية أكبر.
- تطوير استراتيجيات تسويق مبتكرة لمساعدة الشركات على البقاء والنمو في ظل الظروف الاقتصادية الصعبة.

- تشجيع رُواد الأعمال على إطلاق مشاريع جديدة تُلبي احتياجات السوق المتغيرة، وتسهم في النمو الاقتصادي.
- تشجيع الأفراد على تحسين التخطيط المالي، واتخاذ خطوات احترازية لمواجهة آثار التضخم؛ خاصَّةً الشباب والأفراد في فئات الدخل المنخفض.
- وضع نماذج اقتصادية تأخذُ بعين الاعتبار تأثيرات التضخم، وتدعم الابتكار في مختلف المجالات.
- ينبغي للشركات والمؤسسات الاستثمار في البحث والتطوير؛ لتطوير منتجات وخدمات بديلة تُساعدُ على تقليل تكاليف الاستهلاك، وتحسين جودة الحياة خلال فترات التضخم.
- ينبغي على الجهات المَعْنِيَّة تعزيز التوعية بتأثيرات التضخم وأهميتها عَبْرَ الفئاتِ المختلفة، مع التركيز على الفئات ذات الدخل المرتفع التي تُواجهُ تحدياتٍ أكبر.

المراجع:**أولاً: المراجع العربية:**

- إبراهيم، مارية القمص (٢٠٢١): علم الاجتماع ودراسة الحياة اليومية، مجلة كلية الآداب، جامعة بنى سويف، العدد ٥٩.
- أحاندو، سيسي (٢٠٢٢): المجتمعات الإفريقية؛ من ثقافة الاستهلاك إلى ثقافة الإنتاج، قراءات إفريقية، ع ٥١.
- البسيوني، علاء بسيوني عبد الرؤوف محمد (٢٠٢٢): الانحراف في السلوك الاستهلاكي وأثره على معدلات التضخم ومؤشرات التنمية الاقتصادية في مصر، المجلة العربية للإدارة، مج ٤٢، ع ٢.
- بورديو، بيير (٢٠١٠): بؤس العالم، الجزء الأول "رغبة الإصلاح"، ترجمة: محمد صبح، مراجعة: فيصل دراج، دار كنعان، الطبعة الخامسة، دمشق.
- الجبالي، عبد الفتاح (٢٠٢٢): الأزمة الاقتصادية العالمية وتداعياتها على مصر والإقليم، الملف المصري، مركز الأهرام للدراسات السياسيّة والاستراتيجية، العدد ١٠٠، القاهرة.
- جغلاف، علي؛ سعيد، مصباح (٢٠٢٣): دراسة أثر التضخم على الأيخار العائلي في الجزائر خلال الفترة ١٩٥٧-٢٠٢٠، مجلة إيليزا للبحوث والدراسات، مج ٨، ع ٧٤١.
- حماد، جمال محمد (٢٠١٤): التضخم وآثاره الاجتماعية؛ دراسة ميدانية على عينة من الفقراء بمحافظة المنوفية، حوليات آداب عين شمس.
- خالد، ابن جالول؛ جمال، سالم (٢٠١٦): تأثير التضخم على معدلات الفقر؛ دراسة تحليلية قياسية للاقتصاد الجزائري، مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية، العراق، ع ٥٣.
- خفاجي، عصام (٢٠١٩)، سمير أمين في: تقد حلم انكسر، مجلة عمران للعلوم الاجتماعية، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، مجلد ٧، العدد ٢٧، الدوحة، قطر.

- الخواجة، محمد ياسر (٢٠١٣): علم اجتماع الفقر "بين الرؤية النظرية والتحليل الواقعي"، دار ومكتبة الإسراء، القاهرة.
- زايد، أحمد (١٩٩١): الاستهلاك في المجتمع القطري "أنماطه وثقافته، مركز الوثائق والدراسات الإنسانية، قطر.
- الزهراني، عبد الرزاق بن حمود (٢٠١٧): التغيرات الاجتماعية والاستهلاك في المجتمع السعودي؛ دراسة تاريخية اجتماعية، المجلة الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ع ١٣.
- ستون، مايك فيزر (٢٠١٠): ثقافة الاستهلاك وما بعد الحداثة، ترجمة فريال حسن خليفة، مراجعة: فتحي عبد الله، مكتبة مدبولي، القاهرة.
- سيف، ناهد أحمد (٢٠١٠): الاستهلاك لدى فئات مختلفة من الشباب بمدينة القاهرة، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعه القاهرة.
- شحاتة، أمنية (٢٠١٨): التبعية الاقتصادية "الاستعمار الحديث"، المجلة العلمية لكلية الآداب، جامعة أسيوط، المجلد ٦٥.
- شحاتة، ياسر عيد أحمد (٢٠١٨): الإصلاح الاقتصادي وثقافة الاستهلاك في المجتمع المصري، مجلة كلية الآداب، جامعة بورسعيد، ع ١١.
- الصياد، إيمان محمد (٢٠١٦): تغير ثقافة الاستهلاك في المجتمع المصري؛ دراسة مقارنة بين الأسرة الحضرية والريفية بالتطبيق علي محافظة الدقهلية، حوليات آداب عين شمس، مج ٤٤.
- عبد الكريم، محمد (٢٠١٨): إفريقيا بين الاستعمار والتبعية؛ رؤية نقدية لأطروحات سمير أمين، قراءات إفريقية، مركز أبحاث جنوب الصحراء، العدد ٣٨، بيروت.
- عبد الله، عبد الخالق (١٩٨٦): التبعية والتبعية الثقافية: مناقشة نظرية، المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، مجلد ٨، العدد ٨٣، لبنان.

- عبد المجيد، محمد سعيد عبد المجيد؛ والحيطى، ممدوح عبد الواحد محمد. (٢٠٢٣): التدايات الاجتماعية لظاهرة التضخم على التنمية: دراسة للحالة المصرية، المجلة العلمية بكلية الآداب، ع ٥٢.
- العشري، مشيرة محمد (٢٠٢٠): ظاهرة التضخم وأثرها على نوعية حياة المجتمع المصري؛ دراسة ميدانية لبعض شرائح الطبقة الوسطى بمدينة طنطا، مجلة العلوم الاجتماعية، مج ٤٧، ع ٣.
- العقيبى، انتصار مسعود (٢٠١٩): دور الأسرة في نشر ثقافة ترشيد الاستهلاك عند الأزمات، مجلة كلية الآداب، ع ٤٥.
- العمري، عبدالرحمن بن عبدالله عبدالرحمن (٢٠١١): الأبعاد الاجتماعية والاقتصادية والأمنية لغلاء المعيشة في المجتمع السعودي؛ دراسة ميدانية على عينة من المتسوقين ببعض المراكز التجارية بمدينة جدة، مجلة جامعة الملك عبدالعزيز، مج ١٩، ع ٢.
- الكراتي، ونيس محمد حسين (٢٠١٧): الرؤية السوسولوجية لثقافة الاستهلاك، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة المرقب - كلية الآداب بالخمس، ع ١.
- كوكس، روبرت (٢٠٢١)، غرامشى والهيمنة والعلاقات الدولية: مقالة في المنهج، ترجمة: بن عبد الله، فوزية، جمعيتة مدارات المعرفة، العدد ٣٦، كندا.
- لطفى، طلعت إبراهيم (٢٠٠٩): النظريات المعاصرة في علم الاجتماع، القاهرة، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع.
- مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار (٢٠٢٤): أداء الاقتصاد العالمي خلال علم ٢٠٢٣ وأفاق عام ٢٠٢٤، مجلس الوزراء المصري، www.IDSC.GOV.EG
- النشرة الاقتصادية (٢٠٢٤)؛ أسبوع الدخل الدولارى والحماية الاجتماعية، المركز المصري للفكر والدراسات الاستراتيجية، www.ecss.com.eg

ثانيًا: المراجع الأجنبية:

- Aditya Prasad Shoo.(2021). Impact of inflation on spending habits of middle-income groups: A study in India IN INDIA, A global journal of social sciences, Issue I.
- Arkadiusz, Sieron, (2017). INFLATION AND INCOME INEQUALITY, Prague Economic Papers, 26(6).
<https://doi.org/>
- Antunes, Felipe (2022) Lost and Found: Bourgeois Dependency Theory and the Forgotten Roots of Neo developmentalism, Latin American Perspectives, Volume 49, Issue 1, <https://doi.org/10.1177/0094582X211037341>
- Baur, Kulke,(2023),Social Milieus in Urban Space – A Comparison of Berlin, Singapore and Nairobi, in: Multivariate scaling methods and the reconstruction of social spaces, Papers in honor of Jörg Blasius, Verlag Barbara Budrich.
<https://www.jstor.org/stable/jj.7330043.12>
- Can ,others (2023),Modelling the Distributional Effects of the Cost-of-Living Crisis in Turkey and the South Caucasus: A Microsimulation Analysis, IZA - Institute of Labor Economics, Germany
[,https://www.jstor.org/stable/resrep57101](https://www.jstor.org/stable/resrep57101)
- Congressional Budget Office.(2022). How Inflation Has Affected Households at Different Income Levels Since 2019, Nonpartisan Analysis for the US congress.
- Domen, Bajde(2014),Consumer Culture Theory: Ideology, Mythology and Meaning in Technology Consumption, International Journal of Actor-Network Theory and Technological Innovation, 6(2).
- Edward N. Wolff.(2023). IS THERE REALLY AN INFLATION TAX? NOT FOR THE MIDDLE CLASS AND THE ULTRA-WEALTHY, NBER Working Paper , Cambridge, No. 31775.
- JOUNA KHALDOUN.(2022).The Slippery Slope of the Egyptian Middle Class, CENTRE FOR GLOBAL AFFAIRS.
<https://buc.edu.eg>

- Jon grim Ha et al.(2019). Inflation Concepts, Evolution, and Correlates, Policy Research Working Paper 8728. <http://www.worldbank.org/research>.
- K.Kumaravel & S.Kowsalyadevi.(2014). A Study on Effects of Inflation on Middle Class People with Special Reference to Tiruppur City, JOURNAL OF APPLIED RESEARCH, INDIAN, Volume: 4 | Issue: 7.
- M. Bacillar et al. (2018). The relationship between the inflation rate and inequality across U.S. states: a semiparametric approach. <https://doi.org/10.1007/s11135-017-0676-3>
- OECD (2019), *Under Pressure: The Squeezed Middle Class*, OECD Publishing, Paris. <https://doi.org/10.1787/689afed1-en>
- Popova, other (2023), The Societal Costs of Inflation and unemployment, Institute of Labor Economics, Germany, <https://www.jstor.org/stable/resrep57260>
- Riette ,Visser(2015). The relationship between status- and conspicuous consumption in luxury brands in the South African emerging market. Gordon Institute of Business Science, University of Pretoria.
- S.Jamuna.(2016). Inflation and its impact on Indian economy. International Journal of Application or Innovation in Engineering & Management (IJAIEEM). Volume 5, Issue 4. www.ijaiem.org
- SHIV, KAPOOR.(2023). Inflation: Direct Effect on Middle/Lower Income Group, International Journal of Scientific Research in Engineering and Management (IJSREM), Volume: 07 Issue: 02.
- United Nations.(2023). Middle class in Arab countries, United Nations Economic and Social Commission for Western Asia (ESCWA), No. 2 www.unescwa.