
**أنماط السلوك الاستهلاكي لدى المراهقين وعلاقته بمتغيرات المستوى
الاجتماعي والاقتصادي للأسرة السعودية**

إعداد

/ / خلود حسن هجرس الحازمي

محاضر بقسم السكن وإدارة المنزل

كلية الفنون والتصميم الداخلي

جامعة أم القرى

مجلة بحوث التربية النوعية – جامعة المنصورة

العدد الثامن عشر – سبتمبر ٢٠١٠

أنماط السلوك الاستهلاكي لدى المراهقين

وعلاقته بمتغيرات المستوى الاجتماعي والاقتصادي للأسرة السعودية

إعداد

١/ خلود حسن هجرس الحازمي*

المخلص

استهدف البحث التعرف على الفروق بين المراهقين (ذكور وإناث) في محاور استبيان أنماط السلوك الاستهلاكي. والتعرف على الفروق بين الأبناء المراهقين للأمهات العاملات وبين الأبناء المراهقين للأمهات غير العاملات في أنماط استهلاكهم. والكشف عن العلاقة بين محاور استبيان أنماط السلوك الاستهلاكي وبين متغيرات المستوى الاجتماعي والاقتصادي للأسرة السعودية. وطبق البحث على عينه قوامها (٥٥٠) مراهقاً ومراهقة (٢٧١ ذكور - ٢٧٩ إناث) مختلفين في الخصائص الاجتماعية والثقافية والاقتصادية. حيث كان المجال المكاني للدراسة مدينة مكة المكرمة. واستغرقت الدراسة الميدانية مدة ثلاث أشهر. ويتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي، وتم الحصول على بيانات هذا البحث باستخدام استبيان أنماط السلوك الاستهلاكي للمراهقين والعوامل المؤثرة عليه. واستخدم لتحليل البيانات حساب التكرارات، والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية، ودرجات الانحراف المعياري ومعاملات ارتباط بيرسون وتحليل التباين. ولقد أسفرت النتائج عن الآتي:

١. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المراهقين (ذكور وإناث) في أنماط السلوك الاستهلاكي.
٢. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأبناء المراهقين للأمهات العاملات وبين الأبناء المراهقين للأمهات غير العاملات في أنماط استهلاكهم.
٣. توجد علاقة ارتباطية بين أنماط السلوك الاستهلاكي وبين متغيرات المستوى الاجتماعي والاقتصادي للأسرة السعودية.

وكانت أهم توصيات البحث مايلي:

١. إعداد وتنفيذ برامج لتنمية الوعي الاستهلاكي لدى المراهقين؛ من خلال وسائل الإعلام المختلفة، وعن طريق المدارس والمراكز الصيفية، أو عن طريق وسائل الاتصال الحديثة (الكمبيوتر، الإنترنت).
٢. إيجاد الوعي الاستهلاكي لدى الأسرة في كل مراحل حياتها؛ لتتمكن من معرفة القواعد السليمة لاستخدام مواردها البشرية وغير البشرية، الذي تنعكس آثاره على أفراد الأسرة والمجتمع.
٣. ضرورة توعية الآباء بأهمية استخدام الأساليب التربوية الحديثة في تربية المراهق والتعامل معه؛ بحيث تقرب المسافات بين الوالدين والأبناء؛ حتى يتمكنوا من مناقشتها والرجوع إليهما، كما تجعلهم يتقبلون النصح والإرشاد منهما بصدر رحب.

* محاضر بقسم السكن وإدارة المنزل كلية الفنون والتصميم الداخلي جامعة أم القرى

أنماط السلوك الاستهلاكي لدى المراهقين

وعلاقته بمتغيرات المستوى الاجتماعي والاقتصادي للأسرة السعودية

إعداد

أ/خلود حسن هجرس الحازمي*

المقدمة والمشكلة البحثية :

لقد حدد القرآن الكريم الاستهلاك بما لا يوصف بالإسراف والتبذير، ودعا إلى التوازن والاعتدال في الإنفاق، والحرص على رضا الله، والتمتع بالجنة وثواب الآخرة، وفي الوقت نفسه: التمتع بالحياة الطيبة: إتباعاً لقوله تعالى: {وَكُلُوا وَشَرِبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ} [الأعراف، ٣١]. كما قال تعالى: {وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا} [الفرقان، ٢٦، (زيد الرماني، ٢٠٠١)].

وتعتبر قضية الاستهلاك من أهم القضايا بالنسبة للدول النامية؛ التي تهدف إلى تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية؛ حيث أن زيادته يشكل عبئاً على اقتصاديات الدولة واقتصاديات أفرادها (رمزي ذكي، ١٩٨٣). كما يمثل الاستهلاك وزناً كبيراً في إجمالي الإنفاق القومي وميزانية الأسرة. وله تأثير على كافة المتغيرات الاقتصادية؛ مثل: الإنتاج، الدخل، الادخار، الاستثمار، ميزان المدفوعات، ومستوى الأسعار، وغيرها من العمليات التي تعد أساساً للتنمية الاجتماعية والاقتصادية. كذلك يحتل مكانة خاصة ومتميزة في خطط التنمية التي تتبعها الدول النامية؛ لتأثيره على القرارات الاستهلاكية، سواء الخاصة بالفرد أو بالمجتمع (علا الخواجة، ١٩٨٧). ويرتبط من حيث حجمه وأشكاله بموارد المجتمع وثقافته، حيث يؤديان دوراً هاماً في تشكيل اتجاه سلوك الفرد الاستهلاكي (السيد الأسود، ١٩٩٢).

والسلوك الاستهلاكي شأنه شأن أي مظهر من مظاهر السلوك الإنساني يتحدد نتيجة التفاعل بين خصائص الفرد ومقوماته الأساسية، وبين البيئة المحيطة به، وكيفية إدراكه لها. فالفرد المستهلك عند اتخاذ قراراته الاقتصادية يحدث تفاعل بين عاداته واتجاهاته ودوافعه التي تكونت من خبراته السابقة، وبين بيئته التي يعيش فيها تحت قيود دخله وموارده المتاحة (إيزيس نوار وآخرون، ١٩٩٤).

وحيث أن المستهلك هو جوهر العملية الاستهلاكية؛ لذلك فإن معظم الجهود تنصب على دراسة سلوك المستهلك، واتجاهاته، وأنماطه، والمؤثرات الداخلية والخارجية عليه؛ وذلك من أجل معرفة الأدوار التي تلعبها في عمليات الشراء (حمد الغدير ورشاد الساعد، ١٩٩٧). وحاجات المستهلك واتجاهاته وعاداته الشرائية ليست جامدة أو ثابتة، ولكنها دائمة التغير؛ لأنها تتأثر بعدد

* محاضر بقسم السكن وإدارة المنزل كلية الفنون والتصميم الداخلي جامعة أم القرى

كبير من المتغيرات التي تنبع من المستهلك أو البيئة المحيطة به ، أو العوامل الاقتصادية والاجتماعية للمجتمع عامة (نبيلة خطاب ، ١٩٩٦)

وتؤكد هنادي قمره (٢٠٠٣) أن سلوك الأسرة السعودية في تغير دائم؛ متأثرةً بالنواحي الديموغرافية والسلوكية؛ نتيجة اختلاطها بالمجتمعات الأخرى.

ويشير عبدالله دحلان (١٩٩٢) إلى أن اختلاف النشأة والقيم الاجتماعية للفرد تؤثر بشكل مباشر على دوافعه الشرائية، وسلم تفضيله للمنتجات ؛ إذ من الصعب أن ن فصل بين سلوك الجماعة التي نشأ فيها الفرد وبين سلوكه الشرائي .

كما تؤكد نوال رمضان (١٩٩٣) أن نمط واتجاه استهلاك الفرد يتوقف على نوعية المعلومات والعادات والاتجاهات؛ التي تكونت وتأسست لديه منذ الصغر، وبالممارسة اليومية . ولاشك أن التطبيع الاجتماعي للفرد له أثره في تحديد أنماط سلوكه الاستهلاكي .

كما يؤكد حامد زهران (٢٠٠١ أ) أن مشاركة الأبناء في تحمل المسئوليات الأسرية؛ تساعدهم على اكتساب القيم والاتجاهات المرتبطة بالاستقلالية، والاعتماد على النفس . كما تعمل على توطيد وتوثيق العلاقات الأسرية ، وتمكنهم من اكتساب القيم والسلوكيات التي تساعدهم على مواجهة صعوبات ومغريات الحياة . كما أنها تعزز من أواصر انتمائهم لأسرهم ولمجتمعهم، وتزيد من قدرتهم على الاضطلاع بمهامهم ومسئولياتهم في المستقبل .

والمراهق يتطلع إلى أن يتولى بعض المسئوليات، وأن يقوم بالوظائف والمهام التي يضطلع بها الراشدون الكبار؛ لذا كان لابد من العناية بإتاحة الفرصة للمراهقين لممارسة المسئوليات الاجتماعية، والمشاركة في خدمة البيئة؛ بما يشعرهم بالمواطنة، وبمكانياتهم في المجتمع (محمد زيدان ، ١٩٩٤) .

يشكل المراهقون نسبة من السكان لها وضعها الخاص ؛ فهم يمثلون قوة اجتماعية يمكن أن تضغط على صانعي القرار ؛ حيث أنهم أكثر عرضة للتأثر بالثقافة الاستهلاكية ، وما تحمله من نشر لقيم الاستهلاك، وخلق الرغبة في التميز من خلال اقتناء أشياء استهلاكية معينة ، وتزيد من نزعة الاستهلاك التي تقوم على الطموحات والتطلعات الاستهلاكية السريعة والمتجددة (مها عبد الوهاب ، ٢٠٠١) .

كما تؤكد هنادي قمره (٢٠٠٣) أنه في مرحلة المراهقة يميل الفرد إلى تكوين شخصية مستقلة ويحدد لنفسه سلوكاً معيناً ؛ لذا تزداد احتياجاته وطموحاته رغبةً في التميز والظهور؛ وهذا ينعكس على شراء كثير من السلع الكمالية .

ونظراً لأهمية المرحلة العمرية التي تتناولها الدراسة، وهي مرحلة المراهقة الوسطى (من ١٥ - ١٨ سنة) التي تتميز بخصائصها المختلفة عن المراحل الأخرى ؛ ولأن سنوات المراهقة تحتل أهمية خاصة بالنسبة لنمو أنماط السلوك الاستهلاكي الرشيد ؛ حيث أنه بوصول الأبناء إلى فترة المراهقة يكون قد تجمع لديهم قسط كبير من الخبرات التي تؤثر في اتخاذ قراراتهم الاستهلاكي ؛ إلا أن هذه

المرحلة السنية لم تحظ في المجتمع العربي بما تستحقه من عناية . وتتلور مشكلة البحث في الإجابة على التساؤلات التالية :

هل توجد فروق بين المراهقين (ذكور وإناث) في أنماط السلوك الاستهلاكي؟ هل توجد فروق بين الأبناء المراهقين للأمهات العاملات والأبناء المراهقين للأمهات غير العاملات في أنماط استهلاكهم؟ هل توجد علاقة بين أنماط السلوك الاستهلاكي وبين متغيرات المستوى الاجتماعي والاقتصادي للأسرة السعودية ؟

أهداف البحث :

يهدف هذا البحث إلى:

- ١ . دراسة الفروق بين المراهقين (ذكور وإناث) في أنماط السلوك الاستهلاكي .
- ٢ . إيجاد الفروق بين الأبناء المراهقين للأمهات العاملات وبين الأبناء المراهقين للأمهات غير العاملات في أنماط استهلاكهم .
- ٣ . الكشف عن العلاقة بين أنماط السلوك الاستهلاكي وبين متغيرات المستوى الاجتماعي والاقتصادي للأسرة السعودية .

أهمية البحث :

تساهم هذه الدراسة فيما يأتي :

- ١ . التأكيد على دور الأسرة بضرورة متابعة وتوجيه سلوك المراهق الاستهلاكي ؛ نظراً لأن المراهق يمثل الشريحة الأكثر استهلاكاً في المجتمع، ولما لسلوكه الاستهلاكي من تأثير على اقتصاديات الأسرة؛ ومن ثم اقتصاديات المجتمع .
- ٢ . إلقاء الضوء على أهمية توعية المراهقين بأن الإسلام دين الكمال والاعتدال؛ فهو ينظم حياة الناس لإسعادهم في الدارين . وتبصيرهم بالأنماط الإيجابية والسلبية؛ لتحقيق السلوك الاستهلاكي المتوازن .
- ٣ . وضع خطط وبرامج أكثر فعالية لوسائل الإعلام المختلفة؛ وخاصة البرامج التي تهتم بالأسرة ، بالإضافة إلى وسائل الاتصال الحديثة (الإنترنت) ؛ للتأكيد على ضرورة الاهتمام بتنشئة الأبناء، وتعزيز الأنماط الاستهلاكية السليمة؛ لما فيه من خير لمجتمعنا السعودي .
- ٤ . أن تكون هذه الدراسة ونتائجها محاولة للإضافة في مجال الاقتصاد المنزلي بوجه عام، وفي مجال السكن وإدارة المنزل بوجه خاص ؛ حيث تعتبر من أولى الدراسات التي اهتمت بدراسة السلوك الاستهلاكي للمراهقين من الجنسين (ذكور وإناث) وعلاقته بمتغيرات الأسرة .

فروض البحث :

- ١ . لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المراهقين (ذكور وإناث) في أنماط السلوك الاستهلاكي .
- ٢ . لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الأبناء المراهقين للأمهات العاملات و بين الأبناء المراهقين للأمهات غير العاملات في أنماط استهلاكهم .
- ٣ . توجد علاقة ارتباطيه بين أنماط السلوك الاستهلاكي وبين متغيرات المستوى الاجتماعي والاقتصادي للأسرة السعودية .

التعريفات الإجرائية البحث :

١- أنماط السلوك الاستهلاكي :- Patterns Consumer Behavior

هو عبارة عن: " طرق وأساليب إنفاق الفرد لدخله في الوجوه المختلفة، لمواجهة حاجات بيولوجية واجتماعية وثقافية، في فترة زمنية معينة، ويتأثر هذا النمط بما تتمسك به الأسرة من قيم ، وعادات ، وتقاليد".

٢- المراهقة :- Adolescence

هي: " مرحلة من مراحل العمر يمر بها كل فرد (ذكراً أم أنثى) ، وتقع بين مرحلة الطفولة المتأخرة ومرحلة الرشد ، ويكتمل خلالها النضوج الجسمي والجنسي والعقلي والانفعالي ، وتتميز بالتمرد والهياج ، والانفعالات الحادة ، والتوترات العنيفة ، والتصرفات الاندفاعية ، والاستهلاك المفرط ، ومحاكاة الآخرين، وتبني أنماط استهلاكية غير رشيدة " .

٣- المستوى الاجتماعي والاقتصادي :- Level of Social and Economic

هو: "مجموعة من المتغيرات التي تؤثر على حياة الفرد، وأنماط سلوكه الاستهلاكي؛ وتتمثل في: (تعليم الوالدين - مهنة الوالدين - عمر الوالدين - الدخل الشهري للأسرة - بالإضافة إلى مصادر الدخل الأخرى - الدخل الكلي للأسرة - مسئولية الإنفاق على الأسرة - مدى مساهمة الأم في الإنفاق - عدد أفراد الأسرة الأصلي - عدد أفراد الأسرة الكلي (بما فيهم الأقارب أو الخدم) - نوعية وحالة المسكن ومدى توفيره لمتطلبات الراحة لأفراده)".

٤- الأسرة السعودية :- Saudi Family

هي: " نظام اجتماعي يتكون من الزوج والزوجة والأبناء ، يقيمون معاً في مسكن واحد ، ويتفاعلون مع بعضهم البعض ، ويتقاسمون حياة معيشية مشتركة ؛ بحيث يمارس كل فرد فيها دوره ، ويؤدي مسئولياته " .

الأسلوب البحثي :

منهج البحث :

تم إتباع المنهج الوصفي التحليلي : الذي اعتمد على دراسة الواقع أو الظاهرة كما وجدت في الواقع، واهتم بوصفها وصفاً دقيقاً، وعبر عنها تعبيراً كيفياً، أو تعبيرياً كمياً، ثم تحليل الظاهرة من أجل استخلاص النتائج والخروج بالتعميمات (ذوقان عبيدات وآخرون ، ٢٠٠٥) .

حدود البحث :

الحدود المكانية : دراسة لأنماط السلوك الاستهلاكي للمراهقين (ذكور، إناث) في مدينة مكة المكرمة بأحيائها السكنية المختلفة.

الحدود الزمانية : وهي الفترة الزمنية التي تم فيها تطبيق الدراسة الميدانية؛ والممتدة من أول شهر صفر إلى نهاية شهر ربيع الثاني عام ١٤٢٨ هـ .

عينة البحث :

تكونت عينة البحث من عينة قصديه مجموعها (٥٥٠) من المراهقين من الجنسين (٢٧١مراهق) ، (٢٧٩مراهقة) في المرحلة العمرية من (١٥ - ١٨ سنة) من مستويات اجتماعية واقتصادية مختلفة .

أدوات البحث :

تمثلت أدوات البحث فيما يلي :

١- استمارة البيانات العامة للمراهق .

وذلك بهدف الحصول على بعض المعلومات الخاصة بالمراهقين؛ مثل: (جنس المراهق - عمر المراهق - ترتيبه بين إخوته - عدد أفراد الأسرة - مقدار المصروف الشهري- مدى كفاية المصروف- ممارسته لبعض الأعمال لزيادة المصروف - أولويات إنفاقه على السلع الاستهلاكية المختلفة).

٢- استمارة البيانات العامة للأسرة .

وذلك بهدف الحصول على بعض المعلومات التي تفيد في إمكانية تحديد الخصائص الاجتماعية والاقتصادية لأسر عينة البحث. والمتمثلة في: الخصائص الاجتماعية (المستوى التعليمي للوالدين - وعمر كل من رب وربة الأسرة - ومجال العمل لكل منهما).الخصائص الاقتصادية (مقدار الدخل الشهري لرب الأسرة ، وربة الأسرة (إذا كانت تعمل) .

٣- استبيان أنماط السلوك الاستهلاكي للمراهقين (الذكور والإناث) .

أعدت الباحثة (٢٣) عبارة لقياس أنماط السلوك الاستهلاكي للمراهقين. وقد وضعت التعليمات على الاستبيان؛ لتوضيح الهدف من الدراسة، وتوضيح مصطلحاتها، وضمان السرية التامة للبيانات، وأنها لا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط؛ حتى تكون هناك مصداقية في الإجابات .

وتم تحديد الإجابات على عبارات الاستبيان؛ وفقاً لثلاث اختيارات: (دائماً) أو (أحياناً) أو (أبداً)؛ بحيث يختار المبحوثون (الذكور والإناث) إجابة واحدة لكل عبارة؛ تمثل موافقتهم أو عدم موافقتهم؛ وذلك بوضع علامة (√) أمام هذه الإجابة . وذلك بناءً على مقياس متصل (١، ٢، ٣) أو (٣، ٢، ١)، بحيث تمثل العبارات الإيجابية بثلاث درجات، والعبارات السلبية بدرجة واحدة، في حين تمنح درجتان على الإجابة بـ (أحياناً) .

وللتحقق من صدق محتوى الاستبيان تم عرضه في صورته الأولية على مجموعة من الأساتذة المحكمين (عددهم ٢٠) والمتخصصين في السكن وإدارة المنزل، وعلم النفس، وعلم الاجتماع، والإحصاء، والبحث العلمي، لبيان آرائهم في كل عبارة. وقد أبدى المحكمون موافقتهم على جميع العبارات مع تعديل لبعض العبارات، وإضافة البعض الآخر. وبذلك يكون الاستبيان قد خضع لصدق المحتوى Reliability. ولتحديد معامل الثبات للاستبيان، تم حساب معامل ألفا كرونباخ (Alphacronbach) لجميع عبارات الاستبيان، وكانت قيمة معامل الثبات (ألفا - كرونباخ) ٠.٨٢٥١٪ وهي قيمة عالية ومقبولة؛ مما يؤكد اتساق الاستبيان وثبات عباراته بجوانبه المختلفة. وتم إجراء المعالجة الإحصائية باستخدام برنامج الخدمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (S.P.S.S)؛ وذلك لحساب التكرارات، والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية (Meansauares)، ودرجات الانحراف المعياري (Standardevition) و معاملات ارتباط بيرسون (Person correlation) و تحليل التباين (Anova Analysis of Veriance) باستخدام اختبارات (T.test) أو (F.test).

النتائج والمناقشة :

أولاً: الخصائص المميزة لعينة البحث :

جدول (١) وصف عينة البحث وفقاً للمتغيرات الخاصة بالمراهقين

ذكور (ن) = ٢٧١

إناث (ن) = ٢٧٩

الإناث		الذكور		عمر المراهق
%	ك	%	ك	
٢.٨٧	٨	٣.٦٩	١٠	١٥ سنة
١٦.٤٩	٤٦	١٧.٣٤	٤٧	١٦ سنة
٤٦.٩٥	١٣١	٣٢.٨٤	٨٩	١٧ سنة
٣٣.٦٩	٩٤	٤٦.١٣	١٢٥	١٨ سنة
١٠٠	٢٧٩	١٠٠	٢٧١	المجموع
ترتيب المراهق بين إخوته				
٢٢.٥٨	٦٣	٢٢.١٤	٦٠	الأول
٢٢.٢٢	٦٢	١٦.٢٤	٤٤	الثاني
١٧.٥٦	٤٩	٢٠.٦٥	٥٦	الثالث
١٢.٩٠	٣٦	١٩.٩٣	٥٤	الرابع
١١.١١	٣١	٩.٢٣	٢٥	الخامس
٥.٧٣	١٦	٤.٤٣	١٢	السادس
٢.٥٢	٧	٤.٠٦	١١	السابع
٣.٢٣	٩	١.١١	٣	الثامن
٢.١٥	٦	٢.٢١	٦	التاسع
١٠٠	٢٧٩	١٠٠	٢٧١	المجموع
عدد أفراد الأسرة				
٠.٣٦	١	-	-	ثلاثة أفراد
١.٠٨	٣	٠.٣٧	١	أربعة أفراد
٣.٢٢	٩	٨.٨٦	٢٤	خمسة أفراد
١١.١١	٣١	١٤.٠٢	٣٨	سنة أفراد
١٨.٦٤	٥٢	١٨.٠٨	٤٩	سبعة أفراد
١٨.٦٤	٥٢	١٥.٨٧	٤٣	ثمانية أفراد
١٣.٩٨	٣٩	١٣.٢٨	٣٦	تسعة أفراد
٣٢.٩٧	٩٢	٢٩.٥٢	٨٠	عشرة أفراد فأكثر
١٠٠	٢٧٩	١٠٠	٢٧١	المجموع
مقدار مصروف المراهق الشهري				
٢٧.٢٥	٧٦	٣٢.١٠	٨٧	أقل من ٥٠ ريال
٢٦.٨٨	٧٥	٢٨.٧٨	٧٨	من ٥٠ إلى أقل من ١٠٠ ريال
٢٤.٠١	٦٧	١٥.٥١	٤٢	من ١٠٠ إلى أقل من ١٥٠ ريال
٨.٩٦	٢٥	١٠.٣٣	٢٨	من ١٥٠ إلى أقل من ٢٠٠ ريال
١٢.٩٠	٣٦	١٣.٢٨	٣٦	٢٠٠ ريال فأكثر
١٠٠	٢٧٩	١٠٠	٢٧١	المجموع

اشتملت العينة الأساسية للدراسة على (٥٥٠) مراهقاً ومراهقة (٢٧١ ذكور - ٢٧٩ إناث) مختلفين في الخصائص الاجتماعية والثقافية والاقتصادية . وفيما يلي وصف لهذه العينة :

العمر: يتضح من الجدول رقم (١) أن ما يقرب من نصف عينة المراهقين (الذكور) يقع في فئة (١٨ سنة) تليها الفئة (١٧ سنة) بنسبة ٣٢.٨٤٪، ثم الفئة (١٦ سنة) بنسبة ١٧.٣٤٪، وأقل الفئات هي (١٥ سنة) بنسبة ٣.٦٩٪، وبلغ متوسط عمر المراهقين ١٧.٢ سنة بانحراف معياري مقداره ٠.٨٥٩. أما بالنسبة (للإناث) فيتضح من الجدول السابق أن ما يقرب من نصف العينة تقع في الفئة (١٧ سنة) تليها الفئة (١٨ سنة) بنسبة ٣٣.٦٩٪، ثم الفئة (١٦ سنة) بنسبة ١٦.٤٩٪، وأقل الفئات هي (١٥ سنة) بنسبة ٢.٨٧٪، وبلغ متوسط عمر المراهقات ١٧.١ سنة بانحراف معياري مقداره ٠.٧٧٨.

الترتيب: كما يتضح من الجدول السابق أن حوالي الربع الأول من عينة المراهقين (الذكور) يكون فيها هو الأول (الكبير) بين أخوته، والربع الثاني التي يكون فيها الثالث بين أخوته، أما النصف الباقي من العينة فقد توزعت بين الفئة التي يكون فيها المراهق الرابع بين أخوته بنسبة ١٩.٩٣٪، والفئة التي يكون فيها المراهق الثاني بنسبة ١٦.٢٤٪، ثم الفئة التي يكون فيها الخامس بين أخوته بنسبة ٩.٢٣٪، كما تقاربت النسب في الفئتين التي يكون فيهما المراهق السادس والسابع بنسبة ٤.٤٣٪، ٤.٠٦٪ على التوالي، وأقل الفئات التي يكون فيها المراهق التاسع بنسبة ٢.٢١٪، والثامن بنسبة ١.١١٪. أما بالنسبة (للإناث) فيتضح من الجدول أن النسب تقاربت في الفئتين التي تكون فيها المراهقة الأولى والثانية بين أخوتها بنسبة ٢٢.٥٨٪، ٢٢.٢٢٪ على التوالي، تليها الفئة التي تكون فيها الثالثة، ثم الفئة التي تكون فيها الرابعة بين أخوتها بنسبة ١٢.٩٠٪، والفئة التي تكون فيها المراهقة الخامسة بين أخوتها بنسبة ١١.١١٪. أما أقل الفئات فقد تقاربت النسب في الفئتين التي تكون فيها المراهقة السابعة والتاسعة بين أخوتها بنسبة ٢.٥٢٪، ٢.١٥٪ على التوالي.

عدد أفراد الأسرة: كذلك يلاحظ من الجدول رقم (١) أن ما يقرب من ثلث أسر عينة المراهقين (الذكور) تتكون من أكثر من عشرة أفراد، تليها الفئة التي تتكون فيها الأسرة من سبعة أفراد بنسبة ١٨.٠٨٪، ثم الفئة التي تتكون فيها الأسرة من ثمانية أفراد بنسبة ١٥.٨٧٪، وأن ١٤.٠٢٪ من العينة تتكون فيها الأسرة من ستة أفراد، وحوالي ١٣.٢٨٪ من العينة تتكون فيها الأسرة من تسعة أفراد. وأقل الفئات هي التي تتكون فيها الأسرة من خمسة إلى أربعة أفراد بنسب ٨.٨٦٪ و ٠.٣٧٪ على التوالي . حيث بلغ متوسط عدد أفراد الأسرة في عينة المراهقين (الذكور) ٧.٩٨ أفراد بانحراف معياري قدره ١.٧٠٩. أما بالنسبة (للإناث) فأن ما يزيد عن ثلث أسر العينة تتكون من أكثر من عشرة أفراد، وأن ١٨.٦٤٪ من العينة تتكون فيها الأسرة من سبعة إلى ثمانية أفراد، تليها الفئة التي تتكون فيها الأسرة من تسعة أفراد بنسبة ١٣.٩٨٪، ثم الفئة التي تتكون فيها الأسرة من ستة أفراد بنسبة ١١.١١٪، وأقل الفئات هي التي تتكون فيها الأسرة من خمسة إلى ثلاثة أفراد بنسب ٣.٢٢٪ و ١.٠٨٪ و ٠.٣٦٪ على التوالي . وبلغ متوسط عدد أفراد الأسرة بالنسبة لعينة (الإناث) ٨.٢٣ أفراد بانحراف معياري قدره ١.٦١١. ومما سبق يتضح أن حجم أسر العينة تقع في مستوى الأسرة كبيرة الحجم؛ وفقاً لإحصائية المعهد العربي للتدريب والبحوث الإحصائية عام ٢٠٠٤، الذي حدد متوسط حجم الأسرة السعودية بـ ٦ أفراد .

مقدار المصروف: ويتبين من الجدول (١) أن ثلث عينة المراهقين (الذكور) يكون مصروفها أقل من ٥٠ ريال شهرياً، تليها الفئة التي يكون مصروفها من (٥٠ إلى أقل من ١٠٠ ريال) بنسبة ٢٨,٧٨٪، ثم الفئة التي تحصل على (١٠٠ إلى أقل من ١٥٠ ريال)، تليها الفئة (٢٠٠ ريال فأكثر). وأقل فئة هي التي يكون مصروفها من (١٥٠ إلى أقل من ٢٠٠ ريال) بنسبة ١٠,٣٣٪. وبلغ متوسط المصروف الشهري للمراهقين (الذكور) ٩١,٤٨ ريالاً بانحراف معياري مقدار ١٠٨,٧٠٢. أما بالنسبة للإناث فإنه يتبين من الجدول السابق أن حوالي ربع العينة الأول تحصل على مصروف أقل من ٥٠ ريالاً في الشهر، أما الربع الثاني من العينة فإنها تحصل على مصروف (من ٥٠ إلى أقل من ١٠٠ ريال)، والربع الثالث يكون مصروفها من (١٠٠ إلى أقل من ١٥٠ ريال)، أما الربع الرابع فقد توزع بين الفئة التي تحصل على (٢٠٠ ريال فأكثر) بنسبة ١٢,٩٠٪ والفئة التي تحصل على (من ١٥٠ إلى أقل من ٢٠٠ ريال) بنسبة ٨,٩٦٪. وبلغ متوسط المصروف الشهري لها ٨٣,٣١ ريالاً بانحراف معياري مقداره ٨٨,١٧٤.

جدول (٢) متوسطات وانحرافات أولويات الإنفاق بالنسبة للمراهقين (ذكور وإناث)

م	الذكور		الإناث	
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
١	٢,٥٣	٢,٣٩	٢,٠٨	١,٦٥
٢	٤,٥٤	٢,٩٠	٣,٧٣	٢,٠٥
٣	٤,٥٧	٣,١٣	٣,٨٥	٢,٢٩
٤	٤,٩٩	٢,٩٦	٤,٧٨	٢,٩٩
٥	٥,٥٦	٢,٦١	٤,٩٧	٢,٦١
٦	٥,٧١	٣,٤٨	٦,٢٦	٣,٦٢
٧	٦,٦٩	٣,٧٥	٦,٣٩	٢,٦٨
٨	٦,٨٣	٣,١١	٧,٠٤	٢,٨٥
٩	٦,٩١	٣,٦٢	٧,١٤	٢,٦٥
١٠	٦,٩٦	٢,٩٩	٧,٢٠	٣,١٤
١١	٧,٢٠	٣,٣٩	٧,٣٦	٣,١٦
١٢	٧,٨٢	٣,٦٣	٩,٥٠	٣,٥١
١٣	٨,٤٥	٣,٤٨	١٠,٢٩	٢,٧٨

يتضح من الجدول رقم (٢) أن الاختلاف في أولويات الإنفاق على السلع يتوقف على نوع المراهق وطبيعته وميوله واتجاهاته الاستهلاكية، بالإضافة إلى مستواه الفكري والاقتصادي والاجتماعي. حيث يلاحظ أن أهم أولويات المراهقين مختلفة ومتنوعة بين الملابس، والرحلات، والتنزه مع الأصدقاء، وبين المواد الغذائية. أما بالنسبة للمراهقات فإن أهم أولوياتهن تنصب على الملابس وأدوات الزينة والتجميل. وهذا يعكس طبيعة الذكر في حبه للخروج مع الأصدقاء، وطبيعة الأنثى في ميلها إلى حب الظهور وجذب الانتباه. وهذا ما أكدته دراسة مها عبد الوهاب (٢٠٠١) من أن

ترتيب السلع والخدمات التي يفضل المراهقون اقتناءها أو شراءها يختلف باختلاف نوع المراهق ومستواه الاقتصادي والاجتماعي ؛ حيث يفضل الذكور متابعة الجديد في أسواق الكاسيت والأغنيات ، والتهافت على الأطعمة السريعة والسهلة ، ومعرفة المطاعم الجديدة ؛ بالإضافة إلى شغفهم بالتعرف على الجديد في عالم الآلات والأجهزة على اختلافها . أما الإناث فيملن إلى معرفة الأنواع الجديدة من أدوات الزينة والتجميل ، ثم معرفة الجديد في عالم الكاسيت ، ثم قراءة الكتب والقصص والروايات ، ومعرفة المراكز التجارية الجديدة . كما تضيف رحاب عبده (٢٠٠٥) أن مراهقات السعودية يتفوقن على مراهقات مصر في الاهتمام بالملابس ومكملاتها وأدوات التجميل .

جدول (٣) وصف عينة البحث وفقاً لمتغيرات المستوى الاجتماعي والاقتصادي للأسرة

ذكور(ن) = ٢٧١

إناث (ن) = ٢٧٩

عمر الوالدين		ذكور				إناث			
		الأب		الأم		الأب		الأم	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أقل من ٣٠ سنة	-	-	٧	٢.٥٨	٢	٠.٧٢	٦	٢.١٥	
من ٣٠ سنة إلى أقل من ٤٠ سنة	٣٢	١١.٨١	١١٤	٤٢.٠٧	٤٤	١٥.٧٧	١٥٧	٥٦.٢٧	
من ٤٠ سنة إلى أقل من ٥٠ سنة	١٢٠	٤٤.٢٨	١٢٨	٤٧.٢٣	١٤٥	٥١.٩٧	٩٧	٣٤.٧٧	
من ٥٠ سنة إلى أقل من ٦٠ سنة	٨٩	٣٢.٨٤	٢١	٧.٧٥	٧٠	٢٥.٠٩	١٩	٦.٨١	
٦٠ سنة فأكثر	٣٠	١١.٠٧	١	٠.٣٧	١٨	٦.٤٥	-	-	
المجموع	٢٧١	١٠٠	٢٧١	١٠٠	٢٧٩	١٠٠	٢٧٩	١٠٠	
المستوى التعليمي للوالدين									
أمي (لا يقرأ ولا يكتب)	٣١	١١.٤٤	٥٠	١٨.٤٥	١٢	٤.٣١	٣٠	١٠.٧٥	
يقرأ ويكتب	٢٣	٨.٤٩	٣٧	١٣.٦٥	٢٤	٨.٦٠	٣٦	١٢.٩٠	
حاصل على الشهادة الابتدائية	٣٨	١٤.٠٢	٤٦	١٦.٩٧	٤٣	١٥.٤١	٤٨	١٧.٢١	
حاصل على الشهادة المتوسطة	٤٣	١٥.٨٧	٤٧	١٧.٣٤	٤٩	١٧.٥٦	٦١	٢١.٨٦	
حاصل على الشهادة الثانوية	٤٢	١٥.٥٠	٤٧	١٧.٣٤	٥٥	١٩.٧١	٤٩	١٧.٥٦	
حاصل على دبلوم	١٥	٥.٥٣	٤	١.٤٨	٢٠	٧.١٧	١٣	٤.٦٦	
حاصل على الشهادة الجامعية	٤٧	١٧.٣٤	٣٣	١٢.١٨	٥٥	١٩.٧١	٤٠	١٤.٣٤	
حاصل على درجة الماجستير	٢١	٧.٧٥	٤	١.٤٨	١٤	٥.٠٢	١	٠.٣٦	
حاصل على درجة الدكتوراه	١١	٤.٠٦	٣	١.١١	٧	٢.٥١	١	٠.٣٦	
المجموع	٢٧١	١٠٠	٢٧١	١٠٠	٢٧٩	١٠٠	٢٧٩	١٠٠	
مهنة الوالدين									
لا يعمل	١٧	٦.٢٧	٢١٥	٧٩.٣٣	١٠	٣.٥٨	٢٢٤	٨٠.٢٨	
موظف حكومي	١٠٩	٤٠.٢٢	٤١	١٥.١٣	١١٨	٤٢.٣٠	٣٨	١٣.٦٢	
موظف قطاع خاص	٣١	١١.٤٤	٤	١.٤٨	٢٦	٩.٣٢	٤	١.٤٣	
أعمال حرة	٧١	٢٦.٢٠	٦	٢.٢١	٦٤	٢٢.٩٤	٦	٢.١٦	
متقاعد	٤٣	١٥.٨٧	٥	١.٨٥	٦١	٢١.٨٦	٧	٢.٥١	
المجموع	٢٧١	١٠٠	٢٧١	١٠٠	٢٧٩	١٠٠	٢٧٩	١٠٠	
الدخل المالي للوالدين شهرياً									
منخفض	٧٢	٢٦.٥٧	٢٢٢	٨١.٩٢	٣٧	١٣.٢٦	٢١٩	٧٨.٥٣	
متوسط	١٦٢	٥٩.٧٨	٣٨	١٤.٠٢	١٩٤	٦٩.٥٣	٤٧	١٦.٨٤	
مرتفع	٣٧	١٣.٦٥	١١	٤.٠٦	٤٨	١٧.٢١	١٣	٤.٦٣	
المجموع	٢٧١	١٠٠	٢٧١	١٠٠	٢٧٩	١٠٠	٢٧٩	١٠٠	

العمر للوالدين: يلاحظ من الجدول رقم (٣) أن ما يقرب من نصف عينة البحث لأبواء المراهقين (الذكور) تقع في الفئة (من ٤٠ سنة إلى أقل من ٥٠ سنة)، تليها الفئة (من ٥٠ سنة إلى أقل

من ٦٠ سنة) . أما الفئتان (من ٣٠ سنة إلى أقل من ٤٠ سنة) و (٦٠ سنة فأكثر) فكانت بنسبة ١١,٨١٪ ، ١١,٠٧٪ على التوالي . أما بالنسبة لأمهات الذكور فإن ما يقرب من نصف العينة في الفئة (من ٤٠ سنة إلى أقل من ٥٠ سنة) ، تليها الفئة (من ٣٠ سنة إلى أقل من ٤٠ سنة) ، ثم الفئة (من ٥٠ سنة إلى أقل من ٦٠ سنة) ، ونسبة ٢,٥٨٪ منهن تقع في الفئة (أقل من ٣٠ سنة) وأقل فئة (٦٠ سنة فأكثر) بنسبة ٠,٣٧٪ من العينة .

كما يلاحظ من الجدول السابق أن حوالي نصف عينة آباء الإناث يقع في الفئة (من ٤٠ سنة إلى أقل من ٥٠ سنة) ، تليها الفئة (من ٥٠ سنة إلى أقل من ٦٠ سنة) ، ثم الفئة (من ٣٠ سنة إلى أقل من ٤٠ سنة) ، أما نسبة ٦,٤٥٪ من العينة فتقع في الفئة (٦٠ سنة فأكثر) وأقل الفئات هي الفئة (أقل من ٣٠ سنة) بنسبة ٠,٧٢٪ . أما بالنسبة لأمهات الإناث فإن ما يزيد عن نصف العينة تقع في الفئة (من ٣٠ سنة إلى أقل من ٤٠ سنة) ، تليها الفئة (من ٤٠ سنة إلى أقل من ٥٠ سنة) ، ثم الفئة (من ٥٠ سنة إلى أقل من ٦٠) وأقل فئة هي (أقل من ٣٠ سنة) بنسبة ٢,١٥٪ .

المستوى التعليمي: يتضح من الجدول رقم (٣) أن أعلى فئة في مستوى تعليم آباء المراهقين (الذكور) الحاصلين على الشهادة الجامعية بنسبة (١٧,٣٤٪) كما تقاربت نسب الحاصلين على الشهادة المتوسطة والثانوية بنسبة ١٥,٨٧٪ ، ١٥,٥٠٪ على التوالي يليها الحاصلين على الشهادة الابتدائية بنسبة ١٤,٠٢٪ ثم الأمي بنسبة ١١,٤٤٪ وكانت أقل الفئات الحاصلون على درجة الدكتوراه بنسبة ٤,٠٦٪ . أما بالنسبة لمستوى تعليم أمهات الذكور فإن أعلى فئة كانت للأميات بنسبة ١٨,٤٥٪ ، كما تساوت نسب الحاصلات على الشهادة المتوسطة والثانوية بنسبة ١٧,٣٤٪ يليها الحاصلات على الشهادة الابتدائية بنسبة ١٦,٩٧٪ ، وكانت أقل الفئات الحاصلات على درجة الدكتوراه بنسبة ١,١١٪ .

كما يتضح من الجدول السابق أن حوالي ربع عينة آباء الإناث كانوا حاصلين على الشهادة الجامعية والشهادة الثانوية ، يليها الحاصلون على الشهادة المتوسطة بنسبة ١٧,٥٦٪ ، ثم الحاصلون على الشهادة الابتدائية . وكانت أقل الفئات الحاصلون على درجة الدكتوراه بنسبة ٢,٥١٪ . أما بالنسبة لمستوى تعليم أمهات الإناث فإن حوالي ربع العينة من الحاصلات على الشهادة المتوسطة . وتقاربت نسب الحاصلات على الشهادة الثانوية والابتدائية، بنسبة ١٧,٥٦٪ ، ١٧,٢١٪ على التوالي ، يليها الحاصلات على الشهادة الجامعية . وكانت أقل الفئات الحاصلات على درجة الماجستير والدكتوراه بنسبة ٠,٣٦٪ .

المهنة: يتبين من الجدول رقم (٣) أن ما يزيد عن ثلث عينة آباء المراهقين (الذكور) يعملون في وظائف حكومية ، بينما يمارس حوالي ربع العينة الأعمال الحرة . يليها المتقاعدون عن العمل بنسبة ١٥,٨٧٪ ، ثم الموظفون في القطاع الخاص بنسبة ١١,٤٤٪ . وكانت أقل فئة للذين لا يمارسون أية أعمال؛ وذلك بنسبة ٦,٢٧٪ . أما بالنسبة لأمهات الذكور فإن ما يزيد عن ثلاثة أرباع العينة كانت لاتعمل؛ أي ربة منزل . أما العاملات في الوظائف الحكومية فكانت بنسبة ١٥,١٣٪ ، ثم القائمات بالأعمال الحرة بنسبة ٢,٢١٪ ، وكانت أقل الفئات للمتقاعدات وللعاملات في القطاع الخاص ، بنسبة ١,٨٥٪ ، ١,٤٨٪ على التوالي .

كما يتبين من الجدول السابق أن مايزيد عن ثلث عينة آباء الإناث يشغلون وظائف حكومية ، ثم الذين يمارسون أعمال حرة بنسبة ٢٢.٩٤٪ ، يليها المتقاعدون ، ثم الموظفون في القطاع الخاص ، وكانت أقل فئة للذين لا يمارسون أية أعمال؛ وذلك بنسبة ٣.٥٨٪ . أما بالنسبة لأمهات الإناث فإن مايقرب من ٨٠٪ من العينة لايعملن . وكانت العائلات في الوظائف الحكومية بنسبة ١٣.٦٢٪ ، وتقاربت نسب المتقاعداً واللاتي يمارسن الأعمال الحرة بنسبة ٢.٥١٪ ، ٢.١٦٪ على التوالي . وكانت أقل فئة للموظفات في القطاع الخاص بنسبة ١.٤٣٪ .

الدخل المالي: يتبين من الجدول رقم (٣) أن مايزيد عن نصف عينة آباء المراهقين (الذكور) يقع دخلها في فئة الدخل المتوسط ، تليها فئة الدخل المنخفض بنسبة ٢٦.٥٧٪ ، ثم فئة الدخل المرتفع بنسبة ١٣.٦٥٪ . أما بالنسبة لعينة أمهات الذكور فإن حوالي ٨١.٩٢٪ من العينة يقع دخلها في فئة الدخل المنخفض ، تليها فئة الدخل المتوسط بنسبة ١٤.٠٢٪ ، وأقل نسبة كانت لفئة الدخل المرتفع . وقد تم حساب متوسط دخل الأسرة شهرياً بالنسبة لعينة الذكور، فبلغ مقداره ٦٧٠٠ ريال وانحراف معياري قدره ١.٦٧٢ .

كما يلاحظ من الجدول السابق أن مايقرب من ثلاثة أرباع عينة آباء الإناث يقع دخلها في فئة الدخل المتوسط ، وان نسبة ١٧.٢١٪ من العينة كانت في فئة الدخل المرتفع ، تليها فئة الدخل المنخفض بنسبة ١٣.٢٦٪ . أما بالنسبة لعينة أمهات الإناث فقد لوحظ أن ٧٨.٥٣٪ تقع في فئة الدخل المنخفض ، تليها فئة الدخل المتوسط بنسبة ١٦.٨٤٪ ، ثم فئة الدخل المرتفع بنسبة ٤.٦٣٪ . أما متوسط دخل الأسرة شهرياً بالنسبة لعينة الإناث فكان مقداره ٧٤٨٠ ريال وانحراف معياري قدره ١.٥٣٨ ومما سبق يتضح أن مستوى الدخل في أسر العينة يقع في مستوى الدخل المتوسط للأسرة السعودية ؛ وهو (من ٢٥٠٠ ريال إلى اقل من ١٠٥٠٠ ريال) ، وذلك وفقاً لتقدير مصلحة الإحصاءات العامة بوزارة التخطيط لعام (٢٠٠٢) . حيث حددت فئات الدخل المالي للأسرة السعودية على النحو التالي:

- أ - لفئة الأقل من ٢٥٠٠ ريال منخفضي الدخل .
- ب - الفئة من ٢٥٠٠ ريال إلى اقل من ١٠٥٠٠ ريال متوسطي الدخل .
- ج - الفئة الأكثر من ١٠٥٠٠ ريال مرتفعي الدخل .

ثانياً: الأهمية النسبية لمحاور أنماط السلوك الاستهلاكي للمراهقين (ذكور وإناث)

جدول (٤) متوسطات وانحرافات محاور أنماط السلوك الاستهلاكي لدى المراهقين (ذكور وإناث)

م	أنماط السلوك الاستهلاكي	ذكور		إناث	
		المتوسط الحسابي	الترتيب	المتوسط الحسابي	الترتيب
١	احدد السلع التي احتاجها وانوي شرائها قبل ذهابي إلى السوق.	٢,٣٧	٩	٢,٤٣	٧
٢	التزم بشراء السلع التي حددتها قبل خروجي للسوق ولا أزيد عليها.	٢,٠٤	١٦	١,٨٣	٢٢
٣	اشترى بعض السلع التي لا احتاجها حتى لا أكون أقل من أصدقائي.	٢,٦١	٣	٢,٦٣	٣
٤	أؤجل شراء بعض السلع التي احتاجها في أوقات التنزيلات.	١,٨٤	٢٢	١,٨٧	١٩
٥	أفضل شراء السلع الغالية الثمن بالتقسيط.	٢,٦٨	١	٢,٧٥	١
٦	اكتشف بعد عودتي من السوق أن السلع التي اشتريتها لست بحاجة إليها.	٢,٤١	٧	٢,٣٨	٨
٧	الجا إلى اقتراض مبلغ من المال لشراء سلعة احتاجها وسعرها يفوق ميزانيتي.	٢,٤٨	٥	٢,٥٤	٥
٨	اشترى بعض السلع التي اسمع عنها من أصدقائي أو أقاربي .	١,٨٥	٢٠	١,٩٥	١٦
٩	أساوم البائع على السلعة حتى أصل إلى السعر المناسب.	٢,٤٩	٤	٢,١٢	١١
١٠	اشعر بالضيق عند عدم مقدرتي على شراء السلع المعلن عنها.	٢,١٥	١١	٢,٢٣	١٠
١١	لا اتعظ من اكتشافي للعيوب في بعض السلع المعلن عنها واقبل على الشراء مرة أخرى .	٢,٣٤	١٠	٢,٤٩	٦
١٢	أفضل شراء السلع التي توجد معها هدايا مجانية.	١,٩٧	١٨	٢,٠٤	١٥
١٣	أقارن بين السلع من حيث السعر والجودة ثم اختار الأفضل من حيث الجودة.	٢,٦١	٢	٢,٦٨	٢
١٤	عند شرائي للسلع المعلن عنها أسأل أولاً أصدقائي وأقاربي عن مميزاتها وعيوبها ثم أقرر إذا كنت سأشتريها أم لا .	٢,٣٧	٨	٢,٣١	٩
١٥	أفضل شراء السلع الغالية الثمن للمظهرية والتفاخر.	٢,٤٧	٦	٢,٦١	٤
١٦	اشترى كل السلع التي تعجبني في السوق أثناء التنزيلات.	١,٨٧	١٩	٢,٠٦	١٣
١٧	أؤجل شراء سلعة احتاجها وغالية الثمن إلى أن أجمع قيمتها .	٢,١٣	١٢	٢,٠٧	١٢
١٨	أدون كل السلع التي قمت بشرائها وأسعارها بعد عودتي من السوق.	١,٧١	٢٣	١,٦١	٢٣
١٩	أراجع فواتير الشراء لأتأكد من صحة الأسعار ومبلغ النقود المدفوعة بعد عودتي من السوق.	٢,٠٤	١٥	١,٩٠	١٨
٢٠	أحب شراء كل ماهو جديد في الأسواق.	٢,١٢	١٣	١,٨٥	٢١
٢١	أتناول الوجبات الجاهزة السريعة أكثر من الوجبات المعدة بالمنزل.	٢,٠١	١٧	١,٩١	١٧
٢٢	أتبع خطوط الموضة في شراء ملابس.	١,٨٥	٢١	٢,٠٤	١٤
٢٣	أحب الاهتمام بشكلي ومظهري وزينتي ولا اهتم بمقدار ما اصرفه على ذلك.	٢,٠٥	١٤	١,٨٧	٢٠

يتضح من الجدول رقم (٤) أن هناك اختلافاً في أنماط السلوك الاستهلاكي بين المراهقين (الذكور والإناث)؛ حيث اتفق كل من المراهقين والمراهقات على أن أهم نمط استهلاكي لديهم هو تفضيل شراء السلع الغالية الثمن بالتقسيط؛ فقد احتل المرتبة الأولى. وذلك بمتوسط ٢,٦٨ للمراهقين، ومتوسط ٢,٧٥ للمراهقات. ويشير ذلك إلى ازدياد تطلعات المراهق؛ مما يؤدي إلى زيادة في نمطه الاستهلاكي. ويتفق ذلك مع نتائج دراسة وفيق سيد (١٩٩١) التي أوضحت أن التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وما صاحبها من تحقيق معدلات مرتفعة من النمو، أدت إلى تطلعات استهلاكية كبيرة، نتجت عن استحداث سلوكيات ومنتجات جديدة لم تكن موجودة من قبل؛ بل وأتاحت بعض هذه السلع عن طريق الائتمان الاستهلاكي، والبيع بنظام التقسيط لمعظم فئات المجتمع.

كما اتفق رأي كل من المراهقين (الذكور والإناث) على أن المقارنة بين السلع من حيث السعر والجودة، ثم اختيار الأفضل من حيث الجودة؛ فاحتلت المرتبة الثانية لديهم بمتوسط ٢,٦١ للمراهقين، ومتوسط ٢,٦٨ للمراهقات. وعلى الرغم من أن المراهق يقوم بشراء السلع الغالية الثمن؛ إلا أنه يفضل المقارنة بين السلع المختلفة وبين بدائلها المتاحة في الأسواق، ثم يختار منها الأفضل من حيث الجودة، بغض النظر عن سعرها، ويشترىها بالتقسيط. ويدل ذلك على ارتفاع وعي أفراد العينة، ورشدهم الاستهلاكي، رغم ما تتميز به هذه المرحلة من الاندفاعية وزيادة التطلعات؛ إلا أنه يميل إلى التروي عند الشراء. ويتفق ذلك مع نتائج دراسة يسرية عبد المنعم (١٩٩٩) التي أشارت إلى أن نسبة ٩٨٪ من أفراد العينة يفضلون عند شرائهم للسلع توفر الجودة، ثم السعر المناسب. وكذلك دراسة هنادي قمره (٢٠٠٣) التي أكدت على وجود علاقة ارتباطية موجبة بين السلوك الاستهلاكي الرشيد وبين الوعي بالمنتجات والسلع المتوفرة.

كذلك أجمع كل من المراهقين (الذكور والإناث) على أنهم يشترون بعض السلع التي لا يحتاجونها؛ حتى لا يكونوا أقل من أصدقائهم؛ حيث احتلت المرتبة الثالثة بمتوسط ٢,٦١ للمراهقين، ومتوسط ٢,٦٣ للمراهقات. وتظهر هنا ميول المراهق ورغباته الداخلية في حبه للتملك والظهور والتميز، وتقليد ومحاكاة أصدقائه. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة أحمد زايد وآخرون (١٩٩١) التي أكدت أن ٨٧٪ من أفراد العينة لديهم ميل إلى الاستهلاك؛ إما بسبب ارتفاع الدخل، أو بسبب الميل إلى التقليد والمظهرية. ونتائج دراسة Moschis الذي أشار إلى وجود ارتباط قوي بين تأثير الجماعة؛ وبين اختيار المنتج؛ حيث يحاكي المستهلك السلوك الاستهلاكي لأقرانه، ويقوم بشراء المنتجات التي يستخدمونها أو يمتلكونها؛ بغض النظر عن خصائصها، أو مدى احتياجه إليها (نقلاً عن نبيلة خطاب، ٢٠٠٣). ونتائج دراسة مها عبد الوهاب (٢٠٠١) التي أوضحت أن لدى المراهق دافع حب التملك والاقتناء، ورغبته في أن يكون لديه حاجات كثيرة، وميله إلى تقليد زملائه وجماعة الرفاق في شرائهم للسلع المعلن عنها.

في حين يلاحظ من الجدول أن المرتبة العشرون كانت لنمط شراء بعض السلع التي يسمع عنها المراهق من أصدقائه وأقاربه بالنسبة للذكور، أما بالنسبة للإناث فكان لنمط أحب الاهتمام

بشكلي ومظهري وزينتي ولا أهتم بمقدار ما أصرفه على ذلك. كذلك فإن المرتبة الحادية والعشرين كانت لنمط إتباع أحدث خطوط الموضة عند شراء الملابس بالنسبة للمراهقين الذكور، أما بالنسبة للإناث فكانت لنمط شراء كل ماهو جديد في الأسواق. والمرتبة الثانية العشرين فكانت لنمط تأجيل شراء بعض السلع التي يحتاجها المراهق إلى أوقات التنزيلات بالنسبة للذكور، أما الإناث فكانت لنمط الالتزام بشراء السلع التي تحددها قبل خروجها إلى السوق ولا تزيد عليها.

وأخيراً؛ فقد اتفق كل من المراهقين (الذكور والإناث) على أن نمط تدوين كل السلع التي قاموا بشرائها وأسعارها بعد العودة من السوق يحتل المرتبة الثالثة والعشرين. ويشير ذلك إلى عدم اهتمام المراهق بهذا النمط. وقلة وعيه بأهمية التخطيط والادخار. على الرغم من أهمية هذا النمط في معرفة كمية السلع التي تم شراؤها، وكمية النقود المدفوعة، بالإضافة إلى حصر السلع، والتعرف على الناقص، وحصر قيمة النقود، والتأكد من قيمة المدفوع مع المتبقي. كذلك؛ يمكن الرجوع إلى هذه القائمة مرة أخرى عند الاحتياج إلى سلعة سبق شراؤها مسبقاً، للتعرف على سعرها، ومقارنته بالواقع، وذلك للتعرف على كمية الارتفاع في الأسعار، والتعود على اللجوء إلى البدائل المتاحة لتوفير النقود.

ويتضح من الجدول السابق أن نمط استهلاك المراهقين يختلف عن نمط استهلاك المراهقات. وإن اتفقوا في بعض الأنماط؛ إلا أن الاختلاف شمل الأغلبية العظمى ويتوقف ذلك على اختلاف المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمراهقين (الذكور والإناث)، ومدى ثقافتهم، وتأثرهم بالمؤثرات الخارجية، ونوعية الاتجاهات والأفكار التي يتبنونها.... وغيرها.

وعلى الرغم من هذه الاختلافات إلا أنه بالتحليل الإحصائي لمستوى أنماط السلوك الاستهلاكي للمراهقين والمراهقات تبين أنه في المستوى المتوسط والجدول رقم (٥) يوضح ذلك.

جدول (٥) التوزيع التكراري النسبي لعينة البحث

وفقاً لمستوى أنماط السلوك الاستهلاكي المراهقين والمراهقات

الإناث		الذكور		مستوى أنماط السلوك الاستهلاكي المراهقين
ك	%	ك	%	
٢٢	٧٨٩	٢٠	٧٣٨	منخفض
٢٢١	٧٩٠	٢١٤	٧٨٩٧	متوسط
٣٦	١٢٩٠	٣٧	١٣٦٥	مرتفع
٢٧٩	١٠٠	٢٧١	١٠٠	المجموع

يشير الجدول رقم (٥) أن الغالبية العظمى من عينة البحث تقع في المستوى المتوسط لأنماط السلوك الاستهلاكي. حيث اتضح أن النسبة على التوالي ٧٨.٩٧٪ للمراهقين و٧٩.٢١٪ للمراهقات.

ثالثاً: النتائج في ضوء فروض البحث:

الفرض الأول: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المراهقين (ذكور وإناث) في أنماط السلوك الاستهلاكي.

جدول (٦) الفروق بين المتوسطات في محاور أنماط السلوك الاستهلاكي للمراهقين (ذكور وإناث)

أنماط السلوك الاستهلاكي	المراهقون	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري	الفروق بين المتوسطات	درجات الحرية	قيمة (ت)	مستوى الدلالة
السلوك الاستهلاكي	ذكور	٥٠.٤٥٤	٥.٢٢٤	٠.٣١٧	٠.٢٩٣	٥٤٨	٠.٦٤٧	٠.٦٨٤
	إناث	٥٠.١٦١	٥.٣٨٣	٠.٣٢٢				

يتبين من الجدول رقم (٦) عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور وبين الإناث في أنماط السلوك الاستهلاكي. وتختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة كل من: Mangleburg and etal(1997) و Palan and Wilkes(1997) حيث أشارتا إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور وبين الإناث في كل من: التعرف على الماركات والعلامات التجارية؛ لصالح الإناث، واتخاذ القرارات الشرائية العائلية؛ لصالح الإناث. وكذلك نتائج دراسة سلوى طه (١٩٨٩) حيث أكدت وجود علاقة ارتباطية موجبة بين السلوك الاستهلاكي للأم وبين السلوك الاستهلاكي للطفل. ونتائج دراسة كل من: راسم الجمال وآخرون (١٩٨٩) و Jelin(1991) و Unikrishman(1996) وسعيدة عبيد (١٩٩٧) و E.L Twilaa and others(1999) وجيهان المعبي (٢٠٠٣) حيث أشارت هذه الدراسات إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور وبين الإناث في كل من: الاعتماد على الإعلانات عند اتخاذ القرار الاستهلاكي؛ لصالح الإناث، التأثير بوسائل الإعلام؛ لصالح الذكور، التأثير بأسلوب عرض السلع في المحلات؛ لصالح الإناث، التردد كثيراً على الأسواق؛ لصالح الإناث، مشاهدة التلفزيون؛ لصالح الإناث، ومشاهدة الفيديو وقراءة الصحف؛ لصالح الذكور.

وعلى الرغم من اختلاف هذه النتيجة مع الدراسات السابقة؛ إلا أن هذا الاختلاف يرجع إلى اختلاف المجتمعات والبيئات؛ بالإضافة إلى اختلاف الأزمنة، واختلاف المعايير والعادات والتقاليد من مجتمع لآخر. حيث أن الفرد السعودي له عاداته، وتقاليد، وقيمه، ومفاهيمه المتعلقة بالاستهلاك؛ التي تختلف عن غيره من الأفراد في المجتمعات الأخرى. وتعلل الباحثة ذلك بأن ارتفاع أسعار البترول أدى إلى حدوث تغييرات في بنية الاقتصاد السعودي، نتج عنها زيادة في توزيع الدخل. كذلك فإن انفتاح أفراد المجتمع السعودي على ثقافات المجتمعات الأخرى؛ من خلال اختلاطهم بالفئات ذات الثقافات المختلفة الوافدة إلى البلاد في موسمي الحج والعمرة، ومن خلال تعرضهم للكلم الهائل من القنوات الفضائية، ومن خلال استغلالهم لموسم الإجازات في السفر والسياحة، ومن خلال استخدامهم لأحدث وسائل التكنولوجيا (الإنترنت) للاتصال بدول العالم، بالإضافة إلى ذلك فإن توسع وازدياد التعليم وإتاحته لجميع فئات المجتمع أدى إلى انتشار الفرص الوظيفية المختلفة لمعظم فئات المجتمع. كل ذلك قد أدى إلى تغيير في الأذواق والرغبات الاستهلاكية، وزيادة في الحاجات والتطلعات.

الاستهلاكية ، سواء للذكور أو الإناث. فلم يعد هناك فرق بين ذكر وأنثى ، حيث أن لكل منهما تطلعاته ورغباته التي يسعى إلى تحقيقها : لمواكبة هذه التطورات . وبذلك يتحقق الفرض الأول .
الفرض الثاني : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الأبناء المراهقين للأمهات العاملات وبين الأبناء المراهقين للأمهات غير العاملات في أنماط استهلاكهم .

جدول (٧) تحليل التباين لأنماط السلوك الاستهلاكي للمراهقين تبعاً لعمل الأم

المراهقون	المصدر	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
ذكور	بين المجموعات	٧٧.٩٩	٤	١٩.٥٠	٠.٧١	٠.٥٩
	داخل المجموعات	٧٢٦٠.٨٣	٢٦٣	٢٧.٦١	-	
	المجموع	٧٣٣٨.٨٢	٢٦٧	-	-	
إناث	بين المجموعات	١٦٩.٣٠	٤	٤٢.٣٢	١.٤٦	٠.٢٢
	داخل المجموعات	٧٨٧٣.٦٤	٢٧١	٢٩.٠٥	-	
	المجموع	٨٠٤٢.٩٤	٢٧٥	-	-	

يشير الجدول رقم (٧) إلى أن الفروق بين الذكور والإناث في أنماط الاستهلاك تبعاً لعمل الأم كانت غير دالة إحصائياً . ويعني ذلك أن عمل الأم لم يكن له أي تأثير على نمط استهلاك كل من الذكور والإناث. وهذا ما أكدته نتائج دراسة رحاب عبده (٢٠٠٥) من أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في السلوك الاستهلاكي بين الإناث من أبناء الأمهات العاملات وأبناء الأمهات غير العاملات . بينما تختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة حصة الهدلق (٢٠٠١) حيث أشارت إلى أن الأمهات العاملات أكثر قلقاً وإحساساً بالذنب تجاه أبنائهن ؛ لذلك يعملن جاهدات على تعويض غيابهن بزيادة مصروف أبنائهن ، ويكن أكثر تسامحاً ومرونة في التعامل مع متطلبات أبنائهن ؛ نتيجة لارتفاع القدرة المالية لديهن ؛ مما يعكس الأثر السلبي لدخل الأم العاملة على سلوكها الاستهلاكي وسلوك أبنائها . وذلك مقارنة بالأمهات غير العاملات .

وعلى الرغم مما أشارت إليه هذه الدراسة من وجود فروق بين أبناء الأمهات العاملات وبين أبناء الأمهات غير العاملات في حصولهم على المصروف، ومن ثم نمط استهلاكهم . إلا أن أفراد عينة البحث يؤكدون على عدم وجود فروق بين أبناء الأمهات العاملات وبين أبناء الأمهات غير العاملات في أنماط استهلاكهم . وترجع الباحثة ذلك إلى أنه في وقتنا الحاضر ونتيجة لارتفاع مستوى الأمهات التعليمي والثقافي، وارتفاع مستوى وعيهم؛ أصبح أكثر تقبلاً للمعلومات والأفكار والأنماط السلوكية المختلفة ، وأكثر مرونة في تصريف الأمور وحل المشكلات ؛ حيث بدأ سلوكهن الاستهلاكي يتجه إلى الترشيح ؛ الأمر الذي ينعكس على سلوك أبنائهن . كذلك أصبح أكثر ميلاً إلى استخدام أحدث الطرق والوسائل التربوية في تنشئة أبنائهن . وبذلك يتحقق الفرض الثاني .

الفرض الثالث : توجد علاقة ارتباطيه بين أنماط السلوك الاستهلاكي وبين متغيرات المستوى الاجتماعي والاقتصادي للأسرة السعودية .

جدول (٨) معاملات الارتباط بين أنماط السلوك الاستهلاكي وبين المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية للأسرة

المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية للأسرة	المراهقون	المستوى التعليمي للأب	المستوى التعليمي للأم	مهنة الأب	مهنة الأم	عمر الأب	عمر الأم	عدد أفراد الأسرة الكلي	الدخل الكلي للأسرة
أنماط السلوك	٠.٠٢٣	- ٠.٠٧٠	- ٠.٠٥٤	٠.٠١٢	٠.٠٦٦	٠.١٠٢	٠.٠٦٦	٠.١٠٩	- ٠.٠٥٣
الاستهلاكي	- ٠.٠٤١	- ٠.٠٣٠	- ٠.٠٨٠	٠.٠٤٨	- ٠.٠٠٤	- ٠.٠٠٣	- ٠.٠٠٣	٠.١٥٦	- ٠.١٩٤

يلاحظ من الجدول رقم (٨) وجود علاقة ارتباطية موجبة بين أنماط السلوك الاستهلاكي للذكور وبين عمر الأب عند مستوى معنوية ٠.٠٥ . ويعني ذلك أنه كلما زاد سن الأب زاد استهلاك المراهق ؛ وذلك نتيجة لارتفاع دخل الأب مع تقدمه في العمر، أو وجود عائدات مالية من الاستثمار، أو العقارات؛ الأمر الذي يؤدي بدوره إلى زيادة في نمط استهلاك المراهق. وهذا ما أشارت إليه نتائج دراسة سعيدة عبيد (١٩٩٧) بأنه كلما زادت مستويات الدخل وارتفع معدلها وتنوعت مصادرها؛ زادت القدرات والإمكانات والطاقت الاستهلاكية لأفراد الأسرة .

كما يتضح من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية سالبة بين أنماط السلوك الاستهلاكي للذكور والإناث وبين عدد أفراد الأسرة الكلي عند مستوى معنوية ٠.٠١ للإناث، ومستوى معنوية ٠.٠٥ للذكور. أي أنه كلما زاد عدد أفراد الأسرة انخفضت أنماط الاستهلاك للمراهقين الذكور والإناث . حيث أشارت دراسة فاتن لطفي (١٩٩٥) إلى أنه بزيادة حجم الأسرة فإن الدخل الشهري لا يكفي لسد الاحتياجات؛ لذلك فإن أي زيادة في الدخل توجه إلى الإنفاق على السلع والخدمات؛ لإشباع الحاجات الضرورية . كما تؤكد نتائج دراسة سماح مشرف (٢٠٠٤) على أنه كلما زاد حجم الأسرة أصبحت دوافع الشراء أكثر تعقلاً ورشداً، حيث تتعدد بنود الإنفاق لدى الأسرة الكبيرة مقارنة بالدخل؛ مما يجعلها تركز على شراء الاحتياجات الضرورية. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة كل من: فاتن لطفي (١٩٩٥) وإيمان أحمد (١٩٩٧) التي أشارت إلى أن زيادة عدد أفراد الأسرة يؤثر بطريقة مباشرة على نوعية سلوك أفرادها وكمية استهلاكهم؛ وبالتالي تقل نسبة الادخار لدى الأسرة . بينما يختلف مع نتائج دراسة رحاب عبده (٢٠٠٥) التي أكدت على أنه ليس لحجم أسرة الفتاه السعودية تأثير على نمط سلوكها الاستهلاكي .

كذلك يتضح من الجدول أن هناك علاقة ارتباطية سالبة بين أنماط السلوك الاستهلاكي للإناث وبين الدخل الكلي للأسرة، عند مستوى معنوية ٠.٠١، أي أنه كلما زاد دخل الأسرة انخفض نمط استهلاك الإناث. وتختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة رحاب عبده (٢٠٠٥) التي أكدت على أن دخل الأسرة ليس له تأثير على نمط السلوك الاستهلاكي للمراهقات. وحيث أن أنماط الاستهلاك تعتمد في الأساس على مستوى دخل الأسرة وحدوده، بالإضافة إلى الميول الادخارية

؛ لذلك فإن أي زيادة في دخل الأسرة؛ فإنه إما أن يوجه للإنفاق على أوجه الاستهلاك الأخرى، أو إلى الادخار؛ ومن ثم يقل نمط الاستهلاك لدى الإناث. وهذا ما أكدته نتائج دراسة أميرة بالخيبر (١٩٩٦) التي أشارت إلى أن نسبة ٩٢٪ من الأسر لديها فائض من الدخل يوجه إلى التوسع في بنود الإنفاق الأخرى، أو يوجه إلى الادخار.

بينما كانت العلاقة غير دالة إحصائياً بين أنماط السلوك الاستهلاكي للذكور والإناث وبين كل من: المستوى التعليمي للأب وللأم - مهنة الأب والأم - عمر الأب (للإناث) - عمر الأم - الدخل الكلي للأسرة (للذكور). وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة رحاب عبده (٢٠٠٥) التي أشارت إلى أن المستوى التعليمي للوالدين ليس له تأثير على السلوك الاستهلاكي للفتاة. في حين تختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة عدلي رضا (١٩٩٣) التي أكدت على وجود علاقة ارتباطية موجبة بين المستوى الاجتماعي للأسرة، وبين السلوك الشرائي؛ وحيث أن المستوى التعليمي للوالدين من أقوى مؤشرات المستوى الاجتماعي للثقة للأسرة؛ لذلك فإن له دور في تحديد نوعية السلوك الشرائي؛ مما يؤثر على أنماط السلوك الاستهلاكي لأفراد الأسرة. كما أشارت نتائج دراسة فاتن لطفي (١٩٩٥) إلى أنه كلما ارتفع المستوى التعليمي للوالدين ازداد لديهما الوعي بالترشيد الاستهلاكي؛ ومن ثم يتجهون إلى تحسين نوعيات السلع والخدمات التي يحصلون عليها، أكثر من اتجاههم إلى زيادة الكمية. كذلك أكدت نتائج دراسة زينب حقي (١٩٩٣) على وجود علاقة ارتباطية موجبة بين المستوى التعليمي لربة الأسرة، وبين الوعي التخطيطي والاستهلاكي الذي يؤثر بدوره على النمط الإنفاقي والاستهلاكي لأفراد الأسرة. كذلك تشير نتائج دراسة محمد عبيدات (١٩٩٤) إلى أن الحالة الوظيفية للأسرة تؤثر على بعض أنماط السلوك الاستهلاكي لأفرادها؛ حيث أن بيئة العمل تجعل الفرد أكثر تقبلاً للمعلومات والأفكار والأنماط السلوكية؛ التي تعرض عليه؛ الأمر الذي يقوده إلى تبني أنماط معيشية مختلفة. وأيضاً تؤكد نتائج دراسة كل من: حصة الهدلق (٢٠٠١) وهنادي قمره (٢٠٠٣) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين ربات الأسر العاملات، وبين ربات الأسر غير العاملات في الوعي بالترشيد الاستهلاكي؛ لصالح ربات الأسر العاملات؛ وبالتالي تؤثر على السلوك الاستهلاكي لأفراد أسرتهن. وبذلك يتحقق الفرض الثالث.

التوصيات :

١. إعداد وتنفيذ برامج لتنمية الوعي الاستهلاكي لدى المراهقين؛ من خلال وسائل الإعلام المختلفة، وعن طريق المدارس والمراكز الصيفية، أو عن طريق وسائل الاتصال الحديثة (الكمبيوتر، الإنترنت).
٢. إيجاد الوعي الاستهلاكي لدى الأسرة في كل مراحل حياتها؛ لتتمكن من معرفة القواعد السليمة لاستخدام مواردها البشرية وغير البشرية، الذي تنعكس آثاره على أفراد الأسرة والمجتمع.
٣. ضرورة توعية الآباء بأهمية استخدام الأساليب التربوية الحديثة في تربية المراهق والتعامل معه؛ بحيث تقرب المسافات بين الوالدين والأبناء؛ حتى يتمكنوا من مناقشتها والرجوع إليهما، كما تجعلهم يتقبلون النصح والإرشاد منهما بصدر رحب.

٤. أن تتبنى الدولة سياسة ترشيدية للاستهلاك؛ بأن تعمل على إعداد برامج توعوية للأسر والأفراد؛ لمحاربة الإسراف والاستهلاك الزائد. كما تعمل على تشجيع كل من الادخار والاستثمار؛ لاستقطاب مدخرات الأفراد والعائلات، والتقليل من الواردات بالنسبة للسلع الكمالية والترفيهية.

المراجع:

١. أحمد زايد والسيد الحسيني وعلي ليلة وفتحي أبو العينين (١٩٩١): "الاستهلاك في المجتمع القطري أنماطه وثقافته"، مركز الوثائق والدراسات الإنسانية، جامعة قطر، الدوحة.
٢. أميرة أحمد بالخوير (١٩٩٦): "تحليل الطلب والاستهلاك الأسري على بعض السلع الاستهلاكية"، بؤثر ذلك على خطة التنمية الاقتصادية، رسالة دكتوراه، كلية الاقتصاد المنزلي، مكة المكرمة.
٣. إيزيس عازز نوار ومنى عمر بركات وسهير فؤاد نور (١٩٩٤): الاقتصاد الاستهلاكي الأسري، قسم الاقتصاد المنزلي، كلية الزراعة، جامعة الإسكندرية.
٤. إيمان شعبان أحمد (١٩٩٧): "أثر العوامل الاجتماعية الاقتصادية لدى ربات الأسر العاملات وغير العاملات على أنماط السلوك الادخاري"، رسالة ماجستير، قسم إدارة المنزل كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية.
٥. جيهان سعد المعبي (٢٠٠٣): "استخدامات المراهقين لوسائل الاتصال والإشباع التي تحققها"، رسالة ماجستير، قسم الإعلام وثقافة الطفل، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
٦. حامد عبد السلام زهران (٢٠٠١): علم النفس الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية.
٧. حصة محمد الهدلق (٢٠٠١): "العلاقة بين عمل الأم وترشيد السلوك الاستهلاكي للطفل خلال مرحلة التعليم الأساسية"، رسالة ماجستير، قسم السكن وإدارة المنزل، كلية التربية للاقتصاد المنزلي، الرياض.
٨. حمد الغدير ورشاد الساعد (١٩٩٧): سلوك المستهلك مدخل متكامل، دار زهران للنشر، عمان، الأردن.
٩. ذوقان عبيدات وعبد الرحمن عدس وكايد عبد الحق (٢٠٠٥): البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، ط ٩، دار أسامة للنشر والتوزيع، جدة.
١٠. راسم الجمال وآخرون (١٩٨٩): "الإعلان التجاري في التلفزيون السعودي وأثره على السلوك الاستهلاكي لسكان مدينة جدة"، قسم الاجتماع والإعلام، جامعة الملك عبد العزيز، جدة.
١١. رحاب محروس عبده (٢٠٠٥): "دراسة مقارنة بين بعض الطالبات الجامعيات المصريات والسعوديات في أسلوب السلوك الاستهلاكي"، رسالة ماجستير، قسم إدارة المنزل والمؤسسات، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية.
١٢. رمزي ذكي (١٩٨٣): التخطيط والإصلاح الاقتصادي، كلية التجارة، جامعة طنطا.
١٣. زيد محمد الرماني (٢٠٠١): الرؤية الإسلامية لسلوك المستهلك، دار طويق للنشر والتوزيع، الرياض.
١٤. زينب محمد حقي (١٩٩٣): "أثر المستوى التعليمي لربة الأسرة في النمط الإنفاقي والاستهلاكي في ميزانية الأسرة"، مجلة كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية، المجلد ٣، العدد ١.

١٥. سعيدة عبید سلمان عبید (١٩٩٧): "تأثير ثقافة الاستهلاك على عملية التحديث في مجتمع الإمارات العربية المتحدة"، رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة عين شمس .
١٦. سلوى محمد زغلول طه (١٩٨٩): "السلوك الاستهلاكي للطفل المصري وأثره على اقتصاديات الأسرة"، رسالة ماجستير، قسم إدارة المنزل، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة حلوان .
١٧. سماح محمد مشرف (٢٠٠٤): "السلوك الشرائي للمرأة المصرية وأثره على اختيار الاستراتيجيات التسويقية المناسبة للسلع الاستهلاكية"، رسالة ماجستير، قسم إدارة مؤسسات الأسرة والطفولة، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة حلوان.
١٨. السيد حافظ الأسود (١٩٩٢): "التنشئة الاجتماعية وتكوين رؤى العالم عند الأطفال"، ندوة جامعة الإمارات، فبراير .
١٩. عبد الله صادق دحلان (١٩٩٢): "تحليل سلوك الشراء لدى السيدات السعوديات والمقيمات بمدينة جدة"، الغرفة التجارية الصناعية، مركز البحوث، جدة.
٢٠. عدلي سيد رضا (١٩٩٣): "أثر الإعلانات التلفزيونية على السلوك الشرائي للجمهور المصري" (دراسة ميدانية على عينة من مدينة القاهرة الكبرى) مجلة بحوث الاتصال، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ٩
٢١. علا محمد الخواجه (١٩٨٧): "دراسة تحليلية على نمط الاستهلاك المصري خلال الفترة ١٩٧٤ إلى ١٩٧٥ - ١٩٨٠"، مع بعض المقترحات لترشيد النمط الاستهلاكي السائد"، رسالة ماجستير، قسم الاقتصاد، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة.
٢٢. فاتن مصطفى لطفى (١٩٩٥): "أثر العوامل الاقتصادية والاجتماعية للأسرة المصرية على الأنماط الاستهلاكية"، رسالة دكتوراه، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية .
٢٣. محمد عبيدات (١٩٩٤): "تأثير الحالة الوظيفية على بعض أنماط السلوك الاستهلاكي للمرأة"، مجلة أبحاث اليرموك، عمادة البحث العلمي والدراسات العليا، جامعة اليرموك، المجلد ١٠، العدد ٣.
٢٤. محمد مصطفى زيدان (١٩٩٤): "النمو النفسي للطفل والمراهق ونظريات الشخصية"، دار الشروق، جدة.
٢٥. مصلحة الإحصاءات العامة بوزارة التخطيط (٢٠٠٢): "الأرقام القياسية لتكاليف المعيشة"، مارس، المملكة العربية السعودية.
٢٦. مها أحمد عبد الوهاب (٢٠٠١): "الإعلانات التجارية بالتلفزيون المصري وعلاقتها بالاتجاهات الاستهلاكية للمراهقين (١٢ - ١٥ سنة)"، رسالة ماجستير، قسم الإعلام وثقافة الطفل، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس .
٢٧. نبيلة عبد الستار خطاب (١٩٩٦): "أثر الإعلان التلفزيوني على السلوك الاقتصادي والاجتماعي لربة الأسرة"، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية .
٢٨. نبيلة عبد الستار خطاب (٢٠٠٣): "تكنولوجيا المعلومات وأثرها على السلوك الاستهلاكي والاجتماعي للأسرة المصرية"، رسالة دكتوراه، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية .

أنماط السلوك الاستهلاكي لدى المراهقين وعلاقته بمتغيرات المستوى الاجتماعي والاقتصادي للأسرة السعودية

٢٩. نوال سليمان رمضان(١٩٩٣): "التنشئة الاستهلاكية للطفل ودور الأسرة والإعلانات التجارية بالتلفزيون"، دار النهضة المصرية، القاهرة .
٣٠. هنادي محمد عمر قمره(٢٠٠٣): "القيم الأسرية وعلاقتها بأنماط السلوك الاستهلاكي للأسرة السعودية"، رسالة ماجستير، قسم سكن وإدارة منزل، كلية التربية للاقتصاد المنزلي، مكة المكرمة .
٣١. وفيق أحمد سيد(١٩٩١): "تقييم السياسات الاقتصادية في تحليل أنماط الاستهلاك في جمهورية مصر"، رسالة ماجستير، كلية التجارة، جامعة عين شمس .
٣٢. يسريه أحمد عبد المنعم(١٩٩٩): "اتجاهات الزوجات نحو دور كل من الدولة والمؤسسات الإنتاجية والمستهلك ووسائل الإعلام المختلفة في حماية المستهلك"، المؤتمر العلمي الخامس للاقتصاد المنزلي، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة حلوان .
33. Jelin, E(1991): **Social Relations of Consumption** , The Urban popular Household, ED it, Family, Household and Gender relationships in Latin American, Kegan and Paul, Unesco.
34. Palan, K & Wilkes, R(1997): **Adolescents Parten interaction in Family decision marking**, Journal of Consumer research , Vol.13.
35. Unikrishman, N(1996): **The Impact of Television Advertising on Children**, New Delhi, Sage publishing.
36. Twilaa E.L, S & others (1999): **Transitions to Adults Hood , Anational survey of Egyptian adolescents** , The palm press, March, Cairo, Social Research Center, American University in Cairo.
37. Mangleburg, T . Grewal, D & Bristol, T(1997): **Socialization, Gender, and Adolescents Self reports of their Generalized use of product Labels**,Jornal of Consumer Affairs, Vol.31, No.2.