

## قياس مؤشرات السلوك الاستهلاكي في الاقتصاد المصري ”دراسة تطبيقية على مجتمع جامعة القاهرة“

د. فوزية أحمد عبد الحميد\*

### مستخلص

يعد من أهم وأبرز التحولات التي شهدتها المجتمعات المصرية في الآونة الحالية زيادة الإستهلاك وتغير نمطه وزيادة السلوك الإستهلاكي. صاحب ذلك ثورة تكنولوجية وإتصالات وكثير من وسائل التواصل الإجتماعي جعلت المواطن أكثر انفتاحاً على نمط الإستهلاك العالمي و من ثم تزايد الميل للمحاكاة. وهو الأمر الذي تعاني منه دول العالم الثالث على وجه العموم، ومصر على وجه الخصوص ولذلك نجد هناك حاجة ماسة إلى تشجيع الأفراد على ترشيد الإستهلاك والميل نحو الإدخار بدلاً من الاتجاه نحو السلوك الإستهلاكي.

وقد توصلت الدراسة إلى أن هناك تأثير معنوي لكل من مؤشر الثروة ومؤشر الرضا على السلوك الإستهلاكي، وأن هناك الكثير من العوامل لها تأثير إيجابي على الميل للإستهلاك منها: الدخل، الماركات والعلامات التجارية، رأي الأصدقاء والأقارب، وتقليد المشاهير. بينما كان للسعر أثر سلبي على السلوك الإستهلاكي، وأنه على الرغم من وجود العديد من المؤشرات الدالة على السلوك الإستهلاكي، إلا أن هناك حالة من عدم الرضا بصفة عامة بين أفراد مجتمع الدراسة. وتعتمد الدراسة على استبيان يتكون من ٥٠٠ مشاهدة من جامعة القاهرة تشمل مختلف الفئات العمرية والتعليمية، وتم استخدام نتائج هذا الاستبيان في إجراء تحليل انحدار متعدد باستخدام مؤشر مركب للثروة والرضا والسلوك الإستهلاكي.

### كلمات مفتاحية:

الإستهلاك، الإدخار، الدخل، السلوك الإستهلاكي، الاتفاق.

### Abstract:

The Egyptian economy has witnessed many changes in the last few decades as there are a huge increase in the consumption behavior and a change in its pattern. Accompanied with the technological revolution and social media development which leads to more access and openness towards the global consumption patterns in developing countries in

\* مدرس بقسم الاقتصاد، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة.

general and Egypt in particular.so, we are in a great need to encourage individuals to rationalize their consumption and increase their savings.

This study concludes that there is a positive significant impact for wealth and satisfaction indicators. Also, there are many factors that have positive effect on the consumer behavior as: income, trademarks, brands, friends and relative's opinion and celebrity traditions. These results based on a multiple regression model using complex indices for wealth, satisfaction, and consumer behavior, using a sample 500 observations from Cairo university.

**Key words:** consumption, savings, income, consumer behavior and expenditure.

### مقدمة:

يعد من أهم وأبرز التحولات التي شهدتها المجتمع المصري في الآونة الحالية زيادة الاستهلاك وتغير نمطه، وزيادة السلوك الاستهلاكي. صاحب ذلك ثورة تكنولوجيا الإتصالات والمعلومات وكثير من وسائل التواصل الإجتماعي جعلت المواطن أكثر انفتاحاً على نمط الاستهلاك العالمي ومن ثم تزايد الميل للمحاكاة، وهو ما يعرف في نظريات التنمية الاقتصادية "بأثر المحاكاة". ساد هذا النمط على حساب أنماط وثقافات أخرى أكثر أهمية للفرد والمجتمع ومن أهمها الإدخار والاستثمار.

تتبع تلك التغيرات على مستوى الاقتصاد الكلي في مصر خاصة خلال الفترة (١٩٩١- ٢٠١٩) حيث تم اختيار فترة الدراسة لتبدأ من عام ١٩٩١ مع تطبيق برنامج الإصلاح الاقتصادي والتكليف الهيكلي وحتى عام ٢٠١٩ حيث يمثل الاستهلاك النسبة الكبرى من الناتج المحلي الإجمالي على حساب الاستثمار والإدخار، وما لذلك من آثار سلبية على الموازنة العامة وميزان المدفوعات. وبالرغم من أن الاستهلاك يلعب دوراً أساسياً في تحريك الدورة الاقتصادية حيث يمثل المحفز الأول للإستثمار وخلق فرص العمل إلا أن المشكلة تكمن في زيادة معدلات الاستهلاك على حساب الاستثمار، مما يجعلنا أمام ظاهرة سلبية تتصف بها دول العالم الثالث، لذلك نجد أن الأمر يتطلب تشجيع الأفراد على الإدخار وتيسير فتح قنوات فعالة لإستثمار مدخراتهم. مشكلة الدراسة:

مرت مصر بحالة من عدم الإستقرار السياسي في المرحلة السابقة، مما أثر بالسلب على النشاط الاقتصادي بشكل كبير وأدى إلى تدهور في العديد من المؤشرات الاقتصادية مثل معدل نمو الناتج وعجز الموازنة العامة وميزان المدفوعات والاستثمار المحلي والأجنبي، إلا أن كافة هذه المؤشرات أخذت في التعافي منذ بدء تطبيق إستراتيجية ٢٠٣٠ في عام ٢٠١٦/٢٠١٧. ولكن إذا كان المجتمع المصري يتسم بالسلوك الاستهلاكي فإن هذا سيؤدي إلى آثار سلبية على أهم مؤشرات الاقتصاد الكلي مثل

الاستهلاك، الاستثمار، الادخار وميزان المدفوعات. ولذلك يمثل هدف تخفيض مساهمة حجم الاستهلاك في الناتج المحلي الإجمالي لصالح الاستثمار والإدخار من الأهداف الرئيسية لتحقيق نمو احتوائي مستدام.

#### هدف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في تحليل وتحديد مؤشرات السلوك الاستهلاكي ومدى توجه الاقتصاد المصري للإفراط في الاستهلاك، وماهى أهم الأسباب التى تساهم فى ذلك حتى يتسنى وضع الآليات التى تكفل ترشيد الاستهلاك وتحفيز الادخار للوصول بالمجتمع إلى مستوى معيشي أفضل ومزيد من النمو.

#### أهمية الدراسة:

تبذل الدولة جهوداً متنوعة من رسم سياسات وتغيير تشريعات وهياكل مؤسسية وإقامة مشروعات قومية كبرى منذ تطبيق المرحلة الأولى للإصلاح الاقتصادى فى عام ١٩٩١ وحتى عام ٢٠١٩، لكن هذه الجهود لن تؤتى ثمارها المرجوة ما لم يبدأ المجتمع أيضاً فى تبني ثقافة داعمة لتوجه الدولة ومن هنا تأتي أهمية دراسة مدى تواجد السلوك الاستهلاكي فى المجتمع المصرى وأهم مسبباته، وتوضيح أفضل السبل والآليات لتحقيق تحول ناجح داعم من ثقافة الاستهلاك إلى الادخار ثم مزيد من الاستثمار والإنتاج والنمو الاقتصادى وصولاً إلى التنمية المستدامة.

#### منهجية الدراسة:

تعتمد الدراسة على عدة منهجيات تتمثل فى:

المنهج الوصفي: مسح الأدبيات المتعلقة بمحددات الاستهلاك والسلوك الاستهلاكي، تحليل مسوح ميزانية الأسرة فى مصر لتحديد مدى تواجد السلوك الاستهلاكي فى المجتمع المصرى خلال فترة الدراسة من ١٩٩١ إلى ٢٠١٩.

المنهج الكمي: يتمثل فى التحليل الإحصائي ونماذج الانحدار المتعدد لإستخراج العلاقات بين المتغيرات الاقتصادية الكلية التى سيتم الإعتماد عليها فى إطار البحث الميداني الذى سنتضمنه الدراسة. وتعتمد الدراسة فى تحديد أهم مؤشرات وسمات المجتمع المصرى الاستهلاكية، على دراسة ميدانية تمثل جامعة القاهرة مجتمع الدراسة حيث تعكس مجتمع متنوع وممثل لكافة شرائح المجتمع وسوف يغطي الإستبيان فئات عمرية ونوعية مختلفة بما يمكننا من قياس أثر العمر والجنس ومستوى الدخل والتعليم. وقد تم اختيار عينة عشوائية تبلغ ٥٠٠ مفردة وتعد عينة ممثلة للمجتمع بدرجة ثقة ٩٥%. وتم الإعتماد على نتائج إختبارات  $\chi^2$  وجاما  $t$  test لإختبار فروض الدراسة وذلك باستخدام برنامج (SPSS). كما تم إختبار مدى الإتساق الداخلى لأداة القياس ومصادقية النتائج وتقاس بالجذر التربيعي لقيم معاملات ثبات "ألفا كرونبيخ". كانت قيمة

ألفا ٧٧ % ومن ثم درجة الصدق ٨٥%، وبصفة عامه فإن قيمة ألفا ٧٠ فأكثر تعكس إتساق داخلي جيد بصفة خاصة في العلوم الانسانية وتشير قيمة مصداقية النتائج أن إعادة تطبيقها على عينة أخرى يعطي نفس النتائج ومن ثم إمكانية تعميم النتائج. ويتمثل الفرض الرئيسي الذي تسعى الدراسة للإجابة عليه في: أن مؤشرات السلوك الاستهلاكي في مصر معنوية، في مقابل الفرض البديل بأن: مؤشرات السلوك الاستهلاكي في مصر غير معنوية. وتمثلت هذه المؤشرات في مؤشر الثروة، مؤشر الرضا، ومؤشر العوامل الاجتماعية، مثل: الدعاية والاعلان وأراء الاصدقاء وتقليد المشاهير.

#### مكونات وهيكمل الدراسة:

تنقسم الدراسة إلى ثلاثة أجزاء بخلاف المقدمة والخاتمة، حيث يتناول الجزء الأول مسح للأدبيات التي تتعلق بالسلوك الاستهلاكي وأهم المحددات والمخاطر، ويتناول الجزء الثاني محددات وأنماط السلوك الاستهلاكي في مصر، أما الجزء الثالث فيتناول الدراسة الميدانية وتحليل النتائج، وأخيرا الخاتمة والنتائج والتوصيات.

#### ١- الإطار النظري للسلوك الاستهلاكي:

١,١ نشأة وتطور السلوك الاستهلاكي.

٢,١ مخاطر زيادة السلوك الاستهلاكي.

٢- مؤشرات السلوك الاستهلاكي في مصر:

١,٢ نظرة عامة على الوضع الاقتصادي في مصر.

٢,٢ مؤشرات السلوك الاستهلاكي.

٣- الدراسة الميدانية:

١,٣ وصف أداة الدراسة وخصائصها.

٢,٣ تحليل نتائج الدراسة.

الخاتمة والنتائج والتوصيات.

#### **١- الإطار النظري للسلوك الاستهلاكي:**

لعب الاستهلاك دوراً كبيراً في حدوث التغير الاقتصادي والإجتماعي بالدول المتقدمة بعد الثورة الصناعية الأولى وما بعدها من عصر الإنتاج الكبير، نتج عنه مستهلك جديد لا يملك السيادة بل تتحكم فيه قوى السوق، من حيث استخدامه للسلع والمنتجات، وهنا ظهر ما يسمى بالمجتمع الاستهلاكي الذي يعاني العالم من آثاره حتى اليوم.

#### **١,١ نشأة وتطور السلوك الاستهلاكي:**

يهدف الاستهلاك إلى تلبية الإحتياجات والرغبات الملحة لدى الفرد، ويتم إشباعها عن طريق استهلاك السلع والخدمات وما يتولد عن ذلك من رضاء. ويتطلب إشباع هذه الرغبات توفر قوة شرائية كافية. لكن قد يكون هناك حالات يوجد فيها زيادة في

الاستهلاك غير مرتبطة بزيادة درجة الرضا لدى الأفراد أو إشباع الحاجات الأساسية وهو ما يطلق عليه سيطرة السلوك الاستهلاكي على المجتمع. Schiffman, L.G&. ( Kanuk L.L, 1997)

وهو ما شهدته دول أوروبا وأمريكا بعد الثورة الصناعية الأولى وتحولت هذه المجتمعات من مجتمعات تتميز بثقافة الإنتاج والإنتاج الكبير إلى مجتمعات استهلاكية (Sharon, 2004). وظهر مفهوم السلوك الاستهلاكي والذي أظهر اختلافات طبقية حيث تميز أصحاب السلوك الاستهلاكي بالقوى المالية والوجاهة الاجتماعية وهو ما دفع الآخرين من الطبقات المختلفة مثل الطبقة الوسطى والطبقة العاملة لتعويض هذه الاختلافات عن طريق القيام بالاستهلاك وتحول المجتمع إلى مجتمع استهلاكي (Solomon, 2006). وفي المجتمعات الحديثة أصبح الاستهلاك الترفيهي يحدث بين الطبقات الغنية والأكثر فقراً أيضاً وتمثل الهدف الأكثر شيوعاً من الاستهلاك الترفيهي في ضمان وزيادة المكانة الاجتماعية. (Greif A., 1994)

سمات وخصائص المجتمع الاستهلاكي:

هناك بعض السمات المشتركة للمجتمع الاستهلاكي consumerism تم تحديد

هذه السمات في كثير من الكتابات

( Baudrillard ,1998) ( Cleveland,M. laroche,M., 2007)

تمثلت أهم هذه الخصائص والسمات في:

- يعتمد النمو الاقتصادي على الاستهلاك حتى يستمر الإنتاج وتنخفض فيه نسب الإدخار والاستثمار.
- تبنى الهوية والمكانة الاجتماعية في هذا المجتمع على الأشياء المادية التي يتم إمتلاكها.
- يفضل دائماً الاستهلاك الحالي عن أي تأجيل للرغبات.
- المصدر الرئيسي للاستمتاع بالحياة والسعادة والوجاهة الاجتماعية يتمثل في استهلاك السلع والخدمات واقتنائها.
- إرتفاع درجة عدم الرضاء بين الأفراد عن مستوى الاستهلاك والمعيشة والأولويات تصبح مختلطة ويتم فقدان القيم الأخلاقية والمكانة الأخلاقية ويتحول المجتمع إلى مجتمع مادي.
- تسهيل عملية التسوق وتوفير المزيد من الأشياء للشراء على مدار الساعة وزيادة حجم الأمتان الاستهلاكي والشراء بالآجل. (Goodwin, 2017)
- يحدث نوع من التجانس الثقافي وتتلاشى عملية التنوع الثقافي.

## ٢.١ مخاطر زيادة ثقافة الاستهلاك

تؤدي الثقافة السلبية لسيطرة السلوك الاستهلاكي خاصة في ظل الثورة التكنولوجية والرقمية العالمية إلى مخاطر لا يقتصر أثرها على الجانب الاقتصادي فقط، بل يمتد للجانب الاجتماعي والبيئي والسياسي. (Cleveland, 2007)

المخاطر الاقتصادية

تؤدي سيادة ثقافة الاستهلاك إلى إتهيار المقومات الأساسية للنمو ممثلاً في الإذخار والاستثمار، فالدخل القومي هو محصلة الاستهلاك والإذخار، وزيادة الاستهلاك سوف تكون بالطبع على حساب الإذخار الذي يساعد على زيادة التكوين الرأسمالي مما يساعد بدوره على زيادة الإنتاج والتشغيل، كما أن البلدان ذات معدلات الإذخار المرتفع قد نمت بصورة أسرع من البلدان ذات المعدلات المنخفضة (mankiew and rashwan, 2015)، كما أن التسليم بتعظيم الاستهلاك كهدف رئيس في حياة الفرد يحول بينه وبين التضحية من أجل الآخرين، وهو الأمر الذي ينعكس أثره سلباً على نصيب الأجيال القادمة من الموارد. كما أن سيادة السلوك الاستهلاكي يؤدي إلى تضاعف الحاجات البشرية وتجاوزها قدرة الموارد المتاحة على تلبيتها، وهو ما يعني مزيداً من ارتفاع الأسعار، فضلاً عن خلق بيئة غير صحية أمام المنتج المحلي مما يعرضه للإتهيار وهو ما يكرس مفهوم التبعية والاعتماد على الغير بدلاً من الاعتماد على الذات (samli, 2012)

## المخاطر الاجتماعية

يعاني خمس سكان العالم من الحرمان المطلق وهو عدم القدرة على الحصول على الحد الأدنى من التغذية، والمأوى، والملابس، والصراف الصحي، إلا أن الحرمان المطلق هو نوع واحد من أوجه القصور نتيجة لزيادة المجتمع الاستهلاكي وهناك نوع آخر وهو الحرمان النسبي نتيجة لمقارنتهم لأنماط الاستهلاك التي يرونها من حولهم فقد خلقت تكنولوجيا المعلومات الحديثة مصدراً جديداً للسخط المجتمعي حيث أن الصور السائدة التي تظهر لجميع أنحاء العالم هي من الأثرياء. والنتيجة هي خلق مشاعر واسعة النطاق للحرمان النسبي، أي الشعور بأن حالة المرء غير كافية لأنه أقل من ظروف شخص آخر. وهو ما يولد شعور من عدم العدالة في الاستهلاك ومزيد من الإحباط والمشاعر الاجتماعية غير السوية مثل الإرهاب والعنف. (Durning, Alanm, 1992)

هناك عدد من الدراسات الهامة أوضحت كيفية تأثير الثقافات المعاصرة القائمة على السلوك الاستهلاكي والمادى على سعادتنا اليومية وصحتنا النفسية. وقد أظهرت أنه عندما يتوفر لدينا ما يكفي من الطعام والمأوى والملابس، وسد الاحتياجات الأساسية فإن المكاسب المادية الإضافية لا تؤدي إلى مزيد من السعادة وتحسين الرفاهية. Greif, A. (1994)

أثبتت دراسة (Koutstaal, S. W. (1998) أن القيم المادية والسلوك الاستهلاكي تحد من الرفاهية، لأنها تؤدي إلى مشاعر عدم الأمان، وتضعف الروابط الاجتماعية ويوضح أن الأشخاص الذين تتركز قيمهم على تراكم الثروة أو الممتلكات المادية يواجهون مخاطر أكبر من التعاسة، بما في ذلك القلق والاكتئاب وتدني إحترام الذات، بغض النظر عن العمر أو الدخل أو الثقافة أو الدين، ومن المظاهر الاجتماعية أيضاً المنتشرة في كافة انحاء العالم هو الطلاق وفشل العلاقات الزوجية حيث يرجح أن الأزواج الذين يغالون في التركيز على تحصيل المال وشراء الأشياء التي تدل على حياة الرفاهية لا يجدون إلا قليلاً من الوقت الخاص ليشاركوه مع بعضهم بعض.

المخاطر البيئية

زيادة إستهلاك السلع والتي تتطلب إستهلاك كثير من الموارد في إنتاجها وتوليدها يؤدي إلى مزيد من النفايات وهو ما يؤدي في النهاية لمزيد من تدهور البيئة الطبيعية. فتشير التقديرات إلى أن إعطاء كل شخص في العالم نمط الاستهلاك في المجتمع الأمريكي من السلع الغذائية وغيرها سيتطلب من اثنين إلى أربعة كواكب إضافية لتوفير الموارد وامتصاص النفايات. فالدول ذات الاستهلاك الكبير نسبة إلى سكانها لها تأثير سلبي على البيئة الطبيعية الخارجة.

#### المخاطر السياسية

مخاطر التبعية نتيجة الاعتماد على الغير في تلبية حاجات المستهلكين، فضلاً عما يترتب عن التمادي في سياسة الاستهلاك الترفيهي غير الرشيد التي يمتد ضررها إلى بنيان الدولة ذاتها وعدم الرضا عن سياسات الدولة والإحباط.

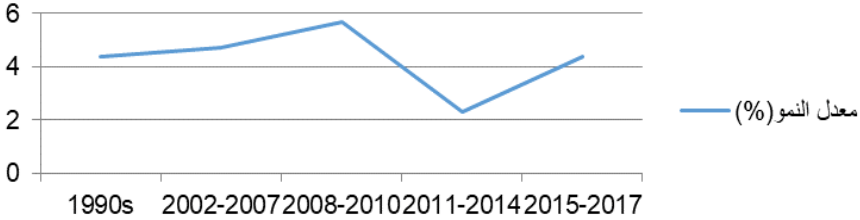
### **٣- مؤشرات السلوك الاستهلاكي في مصر:**

إتضح من الجزء السابق أن هناك العديد من العوامل التي تلعب دوراً بارزاً في التأثير على السلوك الاستهلاكي فالإنسان بطبيعته كائن إجتماعي يتأثر بالبيئة الإجتماعية والثقافية التي تحيط به وبالأوضاع الاقتصادية التي يعيش فيها. وهو ما سوف يتضح في الجزء التالي من خلال تقسيمه إلى جزئين، يتناول الجزء الأول منها نظرة عامة على الوضع الاقتصادي في مصر، ثم يتناول الجزء الثاني العوامل التي توضح مدى وجود السلوك الاستهلاكي في المجتمع المصري، على النحو التالي:

#### ١,٢ نظرة عامة على الوضع الاقتصادي في مصر:

مر الاقتصاد بالعديد من التغيرات الاقتصادية والسياسية الهامة، ويعتبر الناتج المحلي الإجمالي من أهم المؤشرات الاقتصادية التي تعكس أداء الاقتصاد على مدار الفترات الزمنية المختلفة، وبتحليل الناتج ومكوناته على مدار الفترة الزمنية (١٩٩٠-٢٠١٩) منذ بداية تطبيق برامج الإصلاح الاقتصادي وحتى الآن، يلاحظ حدوث زيادة في الناتج

وفي معدلات نمو الاقتصاد باستثناء فترة الازمات والاضطرابات السياسية من عام ٢٠١١ إلى ٢٠١٤ حيث بلغ معدل النمو أدنى مستوياته محققا ٢,٣% كمتوسط للفترة. شكل(١): تطور معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي خلال الفترة (١٩٩٠-٢٠١٩)



Source: world bank, world development indicators, Different issue.

يمثل الاستهلاك المكون الأكبر من مكونات الناتج وقد تزايد على مدار الفترات المختلفة باستثناء فترة الأزمة المالية حيث ظلت النسبة ثابتة لم تتغير، ويرجع ذلك إلى حدوث تباطؤ في معدل نمو الاقتصاد العالمي بشكل عام مما ألقى بظلاله على أداء الاقتصاد المصري في هذه الفترة.

وبالنسبة للإستهلاك الحكومي يلاحظ حدوث زيادة في حجم الاستهلاك الحكومي على مدار الفترة الزمنية، مع انخفاض نسبته بشكل عام إلى الناتج المحلي الإجمالي في ظل تزايد نصيب الاستهلاك العائلي ومع توجه الحكومة لتقليل الإنفاق العام في محاولة منها لخفض عجز الموازنة العامة للدولة. (البنك المركزي، التقرير السنوي، أعداد مختلفة)

٢,٢ مؤشرات السلوك الاستهلاكي في مصر:

يُعد الاستهلاك ظاهرة مركبة ذات روابط إجتماعية وإقتصادية مرتبطة بالزمان والمكان، ولذلك توجد العديد من العوامل التي تؤثر على ثقافة المستهلكين وعلى قراراتهم الاستهلاكية، ويهدف هذا الجزء إلى توضيح مدى توافر مؤشرات السلوك الاستهلاكي في مصر من عدمها من خلال تحليل أهم المتغيرات الاقتصادية الكلية، على النحو التالي:

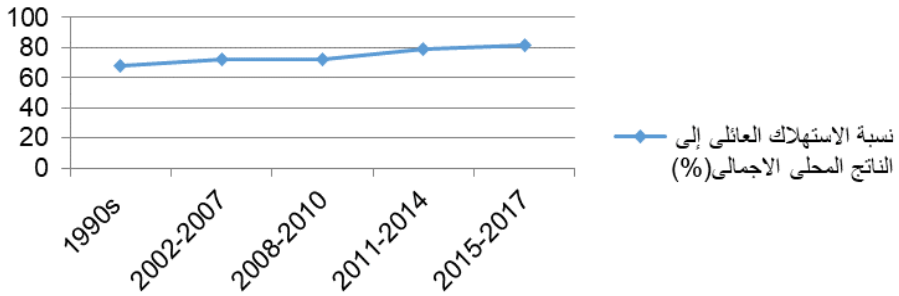
أوضح التحليل السابق أن الاستهلاك يمثل الجزء الأكبر من الناتج، وأن الاستهلاك العائلي يمثل عاملاً هاماً في التأثير على الوضع الاقتصادي في الدولة، نظراً لأنه يمثل المكون الأكبر من مكونات الاستهلاك بالمقارنة بالاستهلاك الحكومي. ويتبع مستويات



الاستهلاك العائلي منذ فترة التسعينيات وحتى الآن، يلاحظ أن هناك إرتفاع كبير في مستوى الاستهلاك العائلي خلال تلك الفترة. فقد بلغ متوسط الاستهلاك في فترة التسعينيات حوالي ٢٠١,٧ مليار جنيه وهو ما يمثل ٦٨% من الناتج المحلي الإجمالي، وفي الفترة من ٢٠٠٢ إلى ٢٠٠٧ وهي الفترة التي أعقبت تطبيق برنامج الإصلاح الاقتصادي والتكيف الهيكلي بلغ متوسط استهلاك القطاع العائلي ٣٣٨,٨ مليار جنيه بما يمثل ٧١,٩% من الناتج المحلي الإجمالي وازدياد قدرها ٦٨% عن استهلاك الفترة السابقة.

أما الفترة من ٢٠٠٨ إلى ٢٠١٠ وهي الفترة التي واكبت الأزمة المالية العالمية وتداعياتها على دول العالم، فقد حدثت زيادة بسيطة في معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في مصر ليرتفع بنسبة ١% عن الفترة السابقة. ويلاحظ حدوث زيادة كبيرة في الاستهلاك حيث بلغ متوسط الفترة ٦٠٢ مليار جنيه، بزيادة قدرها ٧٧,٧% عن الفترة السابقة وبما يمثل ٧١,٩% من الناتج المحلي الإجمالي، ويمكن تفسير ذلك بارتفاع معدل التضخم في هذه الفترة ليصل في المتوسط إلى ١٧,٥%. (البنك المركزي، التقرير السنوي، أعداد مختلفة) ولايزال الإنفاق على الطعام والشراب يستحوذ على الجزء الأكبر من ميزانية الأسرة مع حدوث ارتفاع في أغلب بنود الإنفاق كالمسكن والرعاية الصحية والأثاث والنقل والمواصلات والاتصالات، في حين انخفض الإنفاق على التعليم والملابس والأحذية والمطاعم. (الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، بحث الدخل والإنفاق والاستهلاك، أعداد مختلفة)

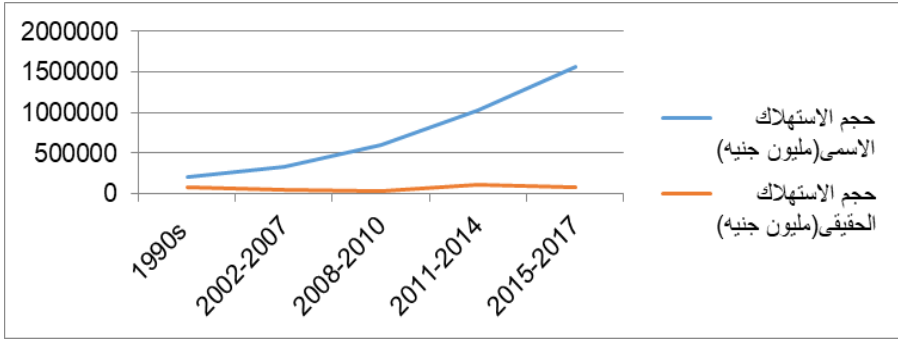
شكل (٢): نسبة الاستهلاك العائلي إلى الناتج خلال الفترة (١٩٩٠-٢٠١٩)



المصدر: البنك المركزي، التقرير السنوي، أعداد مختلفة.

وبالنسبة لفترة الاضطرابات السياسية التي شهدتها البلاد منذ عام ٢٠١١ حدث انخفاضاً كبيراً في معدل النمو ليصل إلى ٢,٣% في متوسط الفترة في ظل حدوث انخفاض في السياحة والاستثمارات الأجنبية وإحتياطات النقد الأجنبي مع حدوث تدهور في قيمة الجنيه، وقد إستمر الاستهلاك يمثل النسبة الأكبر من الدخل وبما يمثل ٧٨,٦% من الناتج المحلي الإجمالي في فترة الاضطرابات السياسية وصولاً إلى ٨٢% في الفترة من ٢٠١٧ وحتى عام ٢٠١٩. وبالرغم من أن الاستهلاك العائلي يمثل جزء كبير من حجم الناتج المحلي الإجمالي إلا أنه يجب ملاحظة أن هذه الأرقام إسمية متأثرة بوجود تضخم في الاقتصاد، وللوقوف على الصورة الحقيقية يجب حساب مستوى الاستهلاك الحقيقي كما هو موضح في الشكل رقم (٣). وقد شهد معدل نمو الاستهلاك الحقيقي انخفاض بشكل كبير مما يوضح مساهمة التضخم في زيادة حجم الاستهلاك الإسمي، بينما الاستهلاك الحقيقي قد انخفض وقد بلغ معدل النمو كمتوسط لفترة التسعينيات - ٤٢,٤%، بينما بلغت في الفترة الحالية - ٣٦,٢% والإستثناء الوحيد هو فترة الاضطرابات والأزمات السياسية حيث ارتفع معدل نمو الاستهلاك الحقيقي كمتوسط للفترة ليصل إلى ٢٢٦,٩% نتيجة لوجود حالة من التخوف وعدم التأكد من الأوضاع السياسية والاقتصادية والأمنية خلال تلك الفترة مادفع الأفراد إلى المزيد من الاستهلاك وتخزين السلع تخوفاً من هذه الأوضاع. (البنك المركزي، التقرير السنوي، أعداد مختلفة)

شكل (٣): حجم الاستهلاك الإسمي والحقيقي خلال الفترة (١٩٩٠-٢٠١٩)



المصدر: البنك المركزي، التقرير السنوي، أعداد مختلفة

وبالنسبة لمكونات الاستهلاك نستطيع التعرف عليها من خلال أقسام الإنفاق الرئيسية وفقاً لبيانات بحث الدخل والإنفاق والاستهلاك، حيث نجد أن الإنفاق على الطعام والشراب يمثل النسبة الكبرى من ميزانية الأسرة ويستحوذ على نسبة تزيد عن ٤٠% أي حوالي نصف ميزانية الأسرة في بداية الفترة، يليها الإنفاق على المسكن والذي يمثل ١٤,٨% من ميزانية الأسرة، ثم الملابس والأحذية والتعليم.

بينما في الفترة منذ ٢٠١٥ مثل أيضا الإنفاق على الطعام والشراب النسبة الكبرى بنسبة تزيد عن ٣٠%، يليها المسكن، الرعاية الصحية، النقل والمواصلات، والتعليم. وبشكل عام هناك بعض عناصر الاستهلاك قد تزايد عبر الزمن والبعض الآخر قد إنخفض بمرور الوقت. ومن ضمن بنود الإنفاق التي تزايدت، الإنفاق على: النقل والمواصلات، الإتصالات، الأثاث والأجهزة المنزلية، المسكن، الصحة، المشروبات الكحولية والدخان والمكيفات. بينما انخفض الإنفاق على الثقافة والترفيه، والملابس والأحذية، كما يتضح من جدول (١). (الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، أعداد مختلفة)

جدول (١): أهم البنود الرئيسية للإنفاق في ميزانية الأسرة

المتوسط العام	٢٠١٥ -	٢٠١١-٢٠١٤	٢٠٠٨ -	٢٠٠٢-٢٠٠٧	١٩٩٥	
	٢٠١٧		٢٠١٠			
٤٠,٨	٣٠,٢	٣٨,١	٤٤,٧	٤٤,٩	٤٦,١	الطعام والشراب
٣,٤	٤,٥	٤,١	٢,٤	٣	٢,٨	مشروبات كحولية ودخان ومكيفات
٧	٥,٢	٥,٥	٥,٨	٨,٢	٩,٩	ملابس وأحذية
١٧,١	١٨,٩	١٨,٣	١٧,٥	١٦,١	١٤,٨	مسكن
٣,٧	٣,٩	٤,٢	٣,٥	٤,٤	٢,٣	أثاث وأجهزة منزلية
٦,٧	١٠	٩,٤	٦,٦	٤,١	٣,٧	الرعاية الصحية
٥	٧,٣	٥,٣	٤,٣	٤,٢	٣,٥	النقل والمواصلات
٢,٥	٢,٩	٢,٣	٢,٥	٢,٤	٢,٣	الإتصالات
٢,٣	٢,٢	٢	٢,٣	٢,٦	٢,٧	الثقافة والترفيه
٢,٥	٦,١	٤,١	٣,٣	٣,٢	٣,٨	التعليم
٤	٤,٧	٣,٦	٤,٣	٣,٤	٣,٧	المطاعم والفنادق
٣,٥	٤,١	٣,١	٢,٨	٣,٥	٤,٤	سنع وخدمات أخرى

المصدر: الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، بحث الدخل والإنفاق والاستهلاك، أعداد مختلفة. وبالرغم من هذا التفاوت بين بنود الاستهلاك المختلفة إلا أن الإنفاق على السلع المعيشية الأساسية من طعام وشراب، مسكن، ملابس، رعاية صحية، نقل ومواصلات، وتعليم يمثل في متوسط الفترات حوالي ٨٠% من ميزانية الأسرة. بينما بقية بنود الإنفاق من إتصالات، ثقافة وترفيه، أثاث ومعدات منزلية، مطاعم وفنادق، و سلع وخدمات أخرى يمثل ٢٠% من ميزانية الأسرة وهو ما يشير إلى أن دخل الأسرة يكفي بالكاد لإستهلاك السلع الأساسية وبقية جوانب الحياة من الإنفاق على الترفيه والثقافة

والأثاث والأجهزة المنزلية وغيرها أصبح من قبيل الرفاهيات ويتجاوز ٢٠% من الاستهلاك.

وقد لعب التضخم دورا بارزا في التأثير على حجم إستهلاك القطاع العائلي في مصر، فبشكل عام وعلى مدار الفترة بأكملها منذ عام ١٩٩٠ وحتى ٢٠١٩ حدثت زيادة في معدل التضخم، وذلك نتيجة للإجراءات التي إتخذتها الدولة في إطار برنامج الإصلاح الاقتصادي وخاصة تحرير سعر صرف الجنيه، وتطبيق ضريبة القيمة المضافة، ورفع أسعار الوقود في إطار إصلاح منظومة الدعم، مما أدى إلى ارتفاع أسعار معظم السلع الرئيسية المكونة للرقم القياسي العام للأسعار.

وقد انعكس هذا النمط المتزايد للاستهلاك سواء بالنسبة لمكونات الناتج المحلي الإجمالي وبالنسبة لمكونات الإنفاق العائلي على الواردات من السلع والخدمات مسبا عجزاً متزايداً في الميزان التجاري. وقد ارتفعت الواردات من جميع المجموعات السلعية خاصة الوقود والمواد الخام والزيوت المعدنية بنسبة ٥٣,٨%، وقد ارتفعت الواردات الاستهلاكية بنسبة ١٣% سواء من السلع المعمرة كالأجهزة الكهربائية المنزلية وسيارات الركوب أو السلع غير المعمرة كالمنتجات الصيدلية، اللحوم، المنسوجات والملابس الجاهزة، وأغذية الحيوانات الأليفة وهو ما يمثل انعكاس لنمط الاستهلاك المتزايد في المجتمع المصري في تلك الفترة.

(البنك المركزي، التقرير السنوي، أعداد مختلفة والجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، نشرة مصر في ارقام، اعداد مختلفة)

أما منذ عام ٢٠١٦ فقد حدث تحسن في أداء الميزان التجاري وانخفض العجز به بنسبة ٨,٤% ليصل إلى ٣٥,٤ مليار دولار، حيث ارتفعت الصادرات بنسبة ١٥,٩% نتيجة تحسن تنافسية الصادرات المصرية مع تحرير سعر صرف الجنيه، مع حدوث انخفاض طفيف في الواردات بنسبة ٠,٥%. وقد حدث انخفاض ملحوظ في الواردات من السلع الاستهلاكية بنسبة ١٣,٧% حيث إنخفضت الواردات من السلع المعمرة بنسبة أكبر من الإنخفاض في الواردات من السلع الاستهلاكية غير المعمرة ٢٧,٩% و٨,٧% على الترتيب، وهو ما يمثل انعكاس لجهود الدولة لخفض الاستهلاك في ضوء إستراتيجية ٢٠٣٠.

يؤثر حجم الاستهلاك على حجم الإيداع فنظراً لارتفاع مستوى الاستهلاك كان حجم الإيداع منخفضاً وكان هناك فجوة في الموارد إستمرت في التزايد على مدار الفترة (١٩٩٠-٢٠١٩)، وقد شهد معدل النمو في الإيداع مجموعة من التقلبات حيث حدثت زيادة في الفترة التي أعقبت تطبيق برنامج الإصلاح الاقتصادي ليصل معدل نمو الإيداع حوالى ١١%، لينخفض في الفترة التالية متأثراً بالأزمة المالية العالمية ليصبح حوالى ٨%، ويستمر في الإنخفاض محققاً أدنى مستوياته في الفترة من ٢٠١١-٢٠١٤ وهى

فترة الإضطرابات والأزمات السياسية ليصل إلى -١٢,٨%، وقد شهدت الفترة منذ عام ٢٠١٧ بداية حدوث تحسن نسبي في معدل نمو الإدخار ليصل كمتوسط للفترة حوالي ٦%.

لكن بالرغم من هذا التحسن النسبي، إلا أنه لا يزال حجم الإدخار المحلي في مصر منخفض سواء على المستوى المحلي عند مقارنته بمستويات الاستثمار التي تسعى الدولة للوصول إليها، أو عند المقارنة بالدول الأخرى، ففي عام ٢٠١٧ على سبيل المثال وجد أن نسبة الإدخار المحلي الإجمالي إلى الناتج بلغت في مصر ١١% بينما في دول أخرى مثل ماليزيا ٢٩%، سنغافورة ٤٦%، إندونيسيا ٣٢%، الإكوادور ٢٥%، المغرب ٢٩%، بنجلاديش ٣٥%، البرازيل ١٥%، الفلبين ٤٤%، تركيا ٢٥%، كوريا الجنوبية ٣٦%. وبالمقارنة ببعض المناطق مثل شرق اسيا والمحيط الهادي ٤٣%، أمريكا اللاتينية والكاريبي ١٧%، أوروبا ٢٤%، الدول متوسطة الدخل ٣٢%، الدول منخفضة الدخل ٣١% مما يوضح أن معدل الإدخار في مصر لا يزال منخفض بالمقارنة بالمناطق والدول الأخرى. (World Bank, world development indicators, 2017)

### ٣- الدراسة الميدانية:

١,٣ وصف أداة الدراسة وخصائصها.

صممت الإستمارة لقياس العوامل المؤثرة على ثقافة الاستهلاك والسلوك الاستهلاكي، بهدف تحديد إلى أى مدى يوجد دلائل على السلوك الاستهلاكي فى المجتمع المصرى وبالتالي دعم الأليات التى تساعد على ترشيد الاستهلاك وتحفيز الادخار والاستثمارات ومن ثم مزيد من النمو، للوصول بالمجتمع إلى مستوى معيشي أفضل. مثلت جامعة القاهرة مجتمع الدراسة، وتعكس مجتمع متنوع يشمل مستويات مختلفة من الفئات العمرية وخاصة الشباب ومستويات إجتماعية وتعليمية وثقافية مختلفة. عينة الدراسة

تم إختيار عينة عشوائية تبلغ ٥٠٠ مفردة وتعد عينة ممثلة للمجتمع بدرجة ثقة ٩٥%. لقياس أثر النوع ضمت الإستمارة (ذكور بنسبة ٥٠,٤% / إناث ٤٨,٨%) وفئات عمرية مختلفة حسب توزيع هيكل السكان في مصر حيث تتمثل النسبة الكبرى في الشباب وهو ما يمثل حوالي ٥٧% من العينة. تم الإعتماد على نتائج إختبارات  $\chi^2$  وجاما t test لأختبار فروض الدراسة وذلك بإستخدام برنامج (SPSS).

٢,٣ تحليل نتائج الدراسة

١,٢,٣ المتغيرات الديمغرافية والخصائص العامة

- تقسيم عينة الدراسة وفقاً للنوع والسن والوظيفة والتعليم والحالة الإجتماعية

وقع حوالي ٥٧,١% من عينة الدراسة داخل الفئة العمرية من ١٥-٢٤ عام، وحوالي ٧% داخل الفئة من ٢٥-٣٤ عام، وحوالي ١٦% من ٣٥-٤٤، و١٤% من ٤٥-٥٤ عام، و ٧% من ٥٥-٦٤ عام.

الحالة التعليمية: أحدث أعلى مؤهل دراسي تمثلت النسبة الكبرى في الثانوية العامة بحوالي ٥٥% نظرا لإرتفاع نسبة الطلاب، يليها الدراسات العليا بنسبة ١٤%، ثم الدبلوم ١١%، ثم الجامعي ٩%، وبعد ذلك نسب صغيرة للمرحلة الإعدادية والإبتدائية والأميين. والنسبة الكبرى حصلت على تعليم في مدارس وجامعات حكومية. عكست نتائج الحالة الاجتماعية أن حوالي ٦٧% من العينة أعزب، و٣٠% متزوج والنسبة الباقية بين أرمل ومطلق.

- مستوى الدخل: ويعكس الدخل الشخصي ومستوى دخل كل الأفراد العاملين بالأسرة أن النسبة الكبرى تقع في الفئة ٢٠٠١-٤٠٠٠ جنيه مصرى.

- طبيعة عمل عائل الاسرة :أوضحت النتائج أن ٣٣% من أفراد العينة يعمل عائل الأسرة في مهن مكتبية كالموظفين والإداريين و٢٣% ذات حرف مختلفة ١٨% مهن متخصصة ذات مناصب عليا. النسبة الكبرى من عمل المبحوثين أنفسهم كانت طلاب بنسبة ٤٥,٥%، وحوالي ١٠% موظفين ذو درجات وخبرات متميزة، و ١٠% في البنوك، وحوالي ٨% طالب ويعمل.

- الوضع الإجتماعي ودرجة الرفاهية : أوضحت الدراسة في الجانب النظري أن من أهم صفات المجتمع الاستهلاكى زيادة المظاهر والإتفاق الترفيهي في المجتمع وحب إقتناء الأشياء والأصول. وأوضحت النتائج أن:

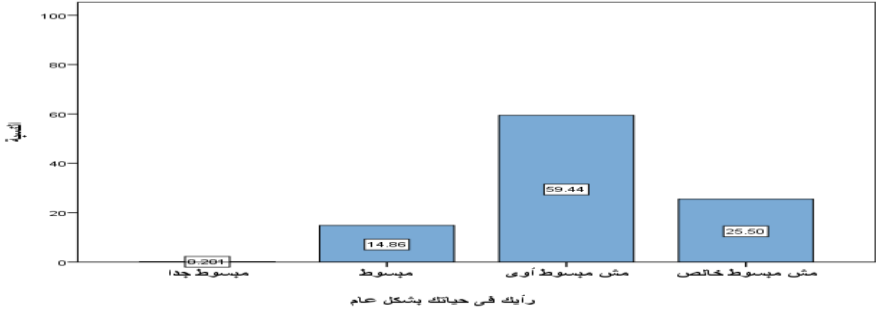
٤٠% من أفراد العينة لديهم إشتراك في نادي ترفيهي، و ٣٠% منهم أعضاء في نوادي متوسطة، و ١٨% في نوادي الدرجة الثانية، و ١٦% في نوادي الشركات والهيئات، و ١٦% الدرجة الأولى والباقي نوادي شعبية.

بالنسبة للمقتنيات مثلت الأجهزة المنزلية الضرورية مثل الغسالة العادية ٤٦,٣% لديهم غسالة، ٥٣,٧% لا يوجد لديهم غسالة عادية، و ٧٧% لديهم تلفزيون ملون، و ٢% منهم لديه أكثر من جهاز، أما الأجهزة المنزلية ذات الدرجة الأعلى مثل الغسالة الأتوماتيك وشاشات العرض LCD وأجهزة الاستقبال كان هناك أكثر من ٨٥% من العينة تفتني هذه الاجهزة، وحوالي ٢% لديه أكثر من جهاز، وأجهزة التكيف ٤٦,٦% لديهم جهاز تكيف واحد، بينما حوالي ١٠% منهم لديه أكثر من جهاز. أما عن أجهزة الرياضة والقنوات مدفوعة الأجر والشاشات البلازما ثلاثية الأبعاد فحوالي ٩٠% من العينة لا يوجد لديها مثل هذه الأجهزة ذات الرفاهية المرتفعة.

يعكس لنا التحليل السابق أن هناك كثير من الأجهزة ذات درجات رفاهية مرتفعة أصبحت موجودة لدى النسبة الكبرى بالرغم من أن الفئة الغالبة لدخل الأسرة بالكامل هي فئة

منخفضة تتراوح من ٢٠٠١-٤٠٠٠ ، ومثلت وسيلة المواصلات العامة الوسيلة الرئيسية لحوالي ٨٠% من أفراد العينة، و ٢٠% يمتلكون سيارة خاصة. وعن نوع السكن ٤٠% من العينة يعيشون في سكن متوسط، ٣٨% إسكان شعبي، ٢١% برج سكني، ونسبة ضئيلة في فيلا وكمبوند. بينما هناك ٦٢% من أفراد العينة يمتلكون مساكنهم، و ٣٥% إيجار قديم، وحوالي ٣% إيجار جديد.

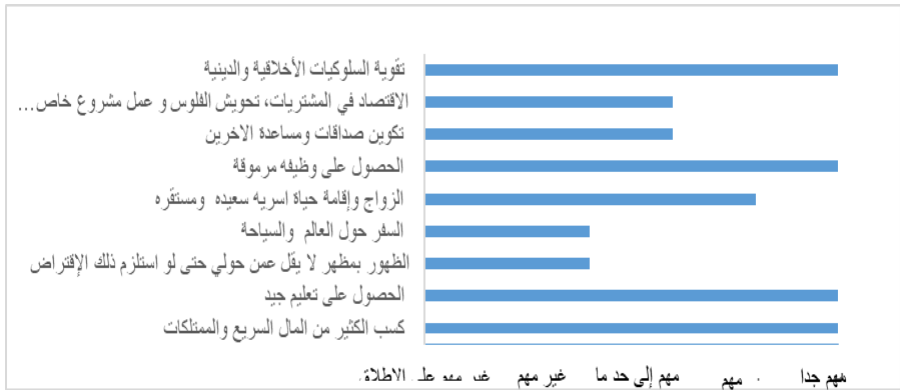
شكل (٤) درجة الرضاء عن الحياة بصفة عامة



#### - معايير تحقيق النجاح في الحياة

أوضحت الدراسة فى الجانب النظرى أن المجتمع الاستهلاكي تسيطر عليه النظرة المادية فى الحياة ولذلك تم طرح مجموعة من الأسئلة تعرض معايير تحقيق النجاح فى الحياة ، من وجهة نظر المبحوث والشكل التالي يعكس أعلى الإجابات تكراراً (النوال)

شكل (٥) معايير تحقيق النجاح فى الحياة



يعكس الشكل السابق أن هناك توازن فى العينة بين الجوانب المادية والمبادئ والقيم الأخلاقية، لكن يلاحظ على الجانب الآخر أن فكرة الإدمار وتحسين المستوى المعيشي عن طريق إقامة مشروع كانت أقل أهمية عن الوظيفة المرموقة. عكست

النتائج أيضا عدم الميل للرفاهية والترفيه. وبيجراء التحليل الإحصائي لإختبار فروض الدراسة وقياس أثر السن والدخل كانت النتائج كالتالي:  
جدول (٢): نتائج إختبار الفروض

الفروق حسب السن		الفروق حسب الدخل		البيان
*P	χ <sup>2</sup>	*P	χ <sup>2</sup>	
٠,٠٠٠	87.10	٠,٠٠٠	٧١,٤	كسب الكثير من المال السريع والممتلكات
٠,٠٠١	34.17	٠,٠٠٠	٥٢,٥	الحصول على تعليم جيد
٠,٠٠٠	58.22	٠,٠٠٠	٩٢	الظهور بمظهر لا يقل عن حوالي حتى لو استلزم ذلك الإقتراض
٠,٠٠٠	83.89	٠,٠٠٠	٨٧,١	السفر حول العالم والسياحة
٠,٠٠٠	54.58	٠,٠٠٣	٣٦,٢	الزواج وإقامة حياة أسرية سعيدة ومستقرة
٠,٠٠٠	58.93	غير معنوي		تكوين صداقات ومساعدة الآخرين
٠,٠٠١	40.75	غير معنوي		الاقتصاد في المشتريات، الادخار وعمل مشروع خاص لي وأسرتي
٠,٠٠١	42.19	غير معنوي		تقوية السلوكيات الأخلاقية والدينية

المصدر: تم إعداده بواسطة الباحثة \*هناك فروق معنوية بدرجة ثقة ٩٥% P < 0.05

يعكس الجدول السابق أن هناك فروق معنوية في معايير النجاح في الحياة حسب العمر، وكان كسب المال السريع والحصول على تعليم جيد يمثلان أهمية كبرى في الفئة العمرية من ١٥-٢٤ مقارنة بالفئات العمرية الأكبر. وكذلك بالنسبة للفئة ٥٥-٦٤ وكانت أقل أهمية في الفئات الأخرى. عكست عوامل الترفيه فروق معنوية وظهر ذلك بوضوح في الفئة العمرية المتوسطة حيث لم يكن الإقتراض للظهور بمظهر لائق يمثل أهمية ولكن تزيد الأهمية بزيادة الفئة العمرية. أوضحت نتائج χ<sup>2</sup> فروق معنوية من حيث الزواج و تكوين الأسرة، وكانت درجة الأهمية تزيد بزيادة الفئة العمرية، لم تعكس باقي المتغيرات فروق معنوية حسب السن.

عكست نتائج التحليل فروق معنوية حسب درجة الدخل لكافة المتغيرات الأخرى، فعكست أهمية تكوين مال سريع أهمية كبيرة في فئات الدخل المنخفض، إنخفضت مع زيادة مستوى الدخل، ومثل هدف التعليم الجيد كانت تتجه للزيادة مع زيادة مستوى الدخل، والسلوكيات والأخلاقات زادت درجة أهميتها بزيادة فئات الدخل.

٢,٢,٣ مؤشرات السلوك الاستهلاكي

العوامل المعهزة للشراء

هناك كثير من العوامل تحفز من عملية الشراء بالرغم من عدم الحاجة إليها وهو ما يؤدي إلى زيادة العادات الاستهلاكية السيئة وبتحديد مدى تأثير هذه العوامل يمكن



وضع السياسات المناسبة للترشيد. وقد أوضحت الدراسة عدم وجود تأثير قوي لكثير من المحفزات مثل كثرة الدعاية والإعلان والخصومات و التسوق في مراكز التسوق الكبرى، لكن كان هناك تأثير متوسط لباقي المتغيرات. فأوضحت نتائج إختبار  $\chi^2$  وجود فروق معنوية عن تأثير الدخل بالنسبة لتأثير بطاقات الإنتمان بدرجة ثقة  $95\% < 0.00$  (  $p = 0.05$  ) فتزايدت نسبة الموافقة على تأثيرها الكبير تجاه فئات الدخل المرتفعة ابتداءً من فئة الدخل ٦٠٠١-٨٠٠٠ وكانت أعلى نسبة موافقة في فئة الدخل من ١١٠٠١-١٥٠٠٠ وهي نتيجة منطقية حيث أن هذه الفئات هي القادرة على الحصول على بطاقات إنتمان من البنوك.

عكست النتائج تأثير معنوي أيضاً للدخل بالنسبة لتأثير نظام التقسيط بدرجة ثقة  $95\%$  (  $p = 0.00 < 0.05$  ) وبصفة خاصة في فئات الدخل ٤٠٠١-٦٠٠٠. أما عن تأثير الدخل على أثر الخصومات والعروض في زيادة الاستهلاك والتسوق في مراكز التسوق الكبرى فكان لهما أيضاً أثر معنوي بدرجة ثقة  $95\%$  (  $p = 0.01 < 0.05$  ) وكانت أكثر الفئات اعتراضاً هي فئة الدخل من ١٠٠٠-١٥٠٠ وهو دخل لا يفي بسد الإحتياجات الأساسية.

أوضحت نتائج اختبار  $\chi^2$  وجود فروق معنوية لتأثير السن بدرجة ثقة  $95\%$  (  $p = 0.001 < 0.05$  )

على زيادة الشراء في المواسم وبصفة خاصة في فئة السن من ١٥-٢٤. كما كان لتأثير الإنترنت كمحفز للشراء أثر معنوي على حسب العمر بدرجة ثقة  $95\%$  (  $p = 0.05$  ). أما عن تأثير التسوق في مراكز التسوق الكبرى كمحفز لزيادة الاستهلاك فأوضحت نتائج اختبار  $\chi^2$  وجود فروق معنوية لتأثير السن بدرجة ثقة  $95\%$  (  $p = 0.05$  ) لصالح الفئة العمرية من ٢٥-٣٤.

#### سمات المجتمع الاستهلاكي والتغيرات التي طرأت على المجتمع

من أهم سمات المجتمع الاستهلاكي هو تقييم الفرد وتحديد مكانته الإجتماعية بناء على الأشياء المادية وبعيدا عن القيم والأخلاقيات (محمد، ٢٠١٦). ولكن عكست النتائج سيطرة العوامل المعنوية من مستوى تعليم وسلوكيات وأخلاقيات بما يتجاوز ٨٠% من أفراد العينة على تحديد مكانة الفرد، مقارنة بالماديات مثل مكان السكن وحجم الرفاهيات، حيث أن حوالي ٥٦% من أفراد العينة يجدوا عدم أهمية هذه الأشياء. كما أوضحت النتائج حول أهم التغيرات التي طرأت على مجتمع الاستهلاك في مصر أن حوالي ٩٠% من أفراد العينة يؤيدون أن حجم الدعاية والإعلانات في المجتمع أصبح متضخم، ٧٠% من العينة يرون تزايد حجم الاستهلاك، ٨٠% يرون أن حجم الدخول وانخفاض قيمتها هو العامل الرئيسي لانخفاض القدرة على الإدخار.

### قياس مؤشر السلوك الاستهلاكي

تم تكوين هذا المؤشر من الأسئلة أرقام ٢٦ ، ٢٧ ، ٢٩ و ٣٢ بحيث تم تكويد تلك الأسئلة بحيث ١ (غير موافق مطلقا) و ٥ (موافق جدا) مع العلم أن الأسئلة التي كانت بها لا أعرف تم تكويدها ب ٠ . ويوضح جدول (٣) الإحصاءات الوصفية للأسئلة التي تم تكوين المؤشر منها. ويتضح من الجدول مايلي :

عند سؤال أفراد العينة البحثية عن آرائهم في بعض العبارات التي تعبر عن السلوك الاستهلاكي لديهم فكانت أكثر الإجابات موافقة هي: أن مشترياتهم تزيد في موسم معينة حيث أن لها أكبر متوسط بينما أقل عبارة موافقة هي أن التسوق بالإنترنت جعلهم يشتروا سلع لم يكونوا بحاجة لها حيث أن لها أقل متوسط. وعند سؤالهم عن مصدر توجيه الدخل في حالة زيادته كانت الإجابة الأكثر موافقة أنهم يتوجهوا للدخول في جمعية لإلزام أنفسهم على عدم استهلاك الزيادة. أيضا كانت أكثر الوسائل تأثيرا على قرارات أفراد العينة البحثية للشراء هي الإعلانات في التلفزيون، وتمثلت أهم أسباب شراء السلع في السعادة التي يحصلوا عليها من امتلاك هذه السلعة.

جدول (٣): الإحصاءات الوصفية للأسئلة التي يتكون منها مؤشر السلوك

#### الاستهلاكي

الانحراف المعياري	المتوسط	القيمة الكبرى	القيمة الصغرى	السؤال
.900	1.97	5	1	أشترى منتجات لا أحتاج إليها بسبب كثرة الدعاية و الإعلانات لهذه المنتجات
.905	4.04	5	1	تزيد مشترياتى فى موسم معينة مثل: مواسم رمضان والأعياد أو موسم المدارس أو المصايف
1.159	2.48	5	1	استخدم بطاقات الائتمان فى شراء السلع التى أحتاج إليها
.899	1.93	5	1	التسوق عبرالانترنت جعلنى أشترى السلع لم أكن بحاجة لها
1.106	2.72	5	1	وجود نظام التقسيط شجعنى على شراء بعض المنتجات
.906	2.63	5	1	الخصومات والعروض الخاصة تشجعنى على شراء الكثير من السلع أكثر من احتياجاتى
.992	2.37	5	1	التسوق فى المولات والمحلات يجعلنى أشترى الكثير من السلع وبعضها يكون زائد أو لا أحتاجه
.954	2.36	5	1	أحتفظ به فى البيت للطوارئ
.974	1.94	5	1	شراء المزيد من السلع الضرورية

.912	2.05	5	1	شراء سلع تعتبر كماليات أو رفاهيات	
1.186	2.35	5	1	أضعه في شهادة ذات عائد مرتفع البنك	
1.109	2.24	5	1	وديعة في صندوق توفير البريد أو ما شابه ذلك	
1.055	2.80	5	1	احوشه لعمل مشروع خاص في المستقبل	
1.211	3.23	5	1	أستثمره مع أحد المعارف وأخذ منه عائد على أمواله	
1.280	3.40	5	1	الدخول في جمعية مع الجيران لإلزام نفسه على عدم إستهلاكه	
1.010	3.30	5	1	الإعلانات في التلفزيون	هقول لحضرتك
.957	2.30	5	1	الإعلانات في الصحف والمجلات	علي وسائل الدعاية والإعلان التي ممكن يكون لها تأثير في قرارك عند شراء المنتجات؟
1.098	2.81	5	1	الإعلانات في الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي	
1.308	2.58	5	1	الإعلانات والدعاية علي الطرق في الشوارع والميادين	
.489	1.36	3	1	احتياجي إليها	
1.061	3.06	5	1	للظهور بمظهر اجتماعي لائق (لا يقل عن حوالي)	
.886	2.25	5	1	لأن أحد أصحابي أو جيراني لديهم هذه السلعة	
1.241	3.70	5	1	للإشباع والسعادة التي أحققها من امتلاك هذه السلعة	أسباب شرائك
.843	1.78	5	1	حتى أكون من أول أو أكثر من يستخدم هذه السلعة	للسلع هي

المصدر: استمارة الاستبيان التي تم استخدامها في هذه الدراسة

تم تكوين المؤشر من خلال جمع إجابات العبارات التي تتكون منها هذه المؤشرات (في حالة العبارات التي تعبر عن الاستهلاك الرشيد تم عكس التأكيد ليكونوا في نفس الاتجاه) ثم إعادة تقسيم المؤشر مرة أخرى إلى فئات ثلاث: استهلاك ضعيف، واستهلاك متوسط، واستهلاك قوي ويمكن عرض نسبة الوجه المختلفة للمؤشرات بعد تحويلها إلى فئات كما هو بالجدول اللاحق ( ملحوظة يتم استخدام المتغير في الحالة الرقمية عند التحليل الاستدلالي مثل الاتحاد والارتباط). ويتضح من الجدول أن حوالي ٣٥% من العينة نمط الاستهلاك لديهم ضعيف، بينما ٣٤% نمط استهلاكهم متوسط، و ٣٠% نمط استهلاكهم قوي.

## مؤشر الثروة

- تم تكوين مؤشر الثروة من الأسئلة التالية باستخدام التحليل العاملي التكويني
- ١- العضوية في النادي ( ١: إذا كان مشترك، ٠: إذا كان ليس مشترك)
  - ٢- الدخل ( تم إدخاله في التحليل العاملي كما هو متصل)
  - ٣- عدد الأجهزة الكهربائية المملوكة لدى الأسرة
  - ٤- نوع السكن ( ١: إذا كان السكن تملك، ٠: إذا كان غير تملك)
  - ٥- نوع وسيلة المواصلات ( ١: إذا كانت وسيلة المواصلات عربية ملاكي ، ٠: إذا كانت غير ذلك)

وفيما يلي عرض لنتائج التحليل العاملي ويتضح من النتائج أن جميع الأسئلة تم تحميلها علي عامل واحد فقط بنسبة تباين مستخرجة = ٥٤% تقريبا وهذه نسبة مقبولة، وتم استخدام النسبة المستخرجة من التحليل العاملي باستخدام أسلوب الانحدار لتكوين خمسيات **quintiles** مؤشر الثروة وتم عرض الجدول التكراري بعد نتائج تحليل العاملي. ومن الجدول التالي يتضح أن ١٨% من العينة هم في الخميس الأول لمؤشر الثروة، بينما ٢٢% يقعون في الخميس الثاني، ٢٠% للخميس الثالث، ٢٠% للخميس الرابع، و ٢٠% للخميس الخامس.

## مؤشر الرضا:

تم تكوين هذا المؤشر من الأسئلة أرقام ٢٠ و ٢٢ والجدول التالي يوضح الإحصاءات الوصفية لمؤشر الرضا، ويتضح من الجدول التالي أن القيمة الصغرى هي ٢، والقيمة الكبرى للمؤشر هي ٨، وأن المتوسط = ٤,٣ ، وهذا يدل على أن المبحوثين في المتوسط مستوى الرضا عندهم متوسط حيث أن قيمة المتوسط تقريبا في المنتصف ما بين القيمة الصغرى والقيمة الكبرى.

## تحليل نتائج نموذج الانحدار

هل كل من مؤشر الثروة ومؤشر الرضا يؤثران تأثيراً معنوياً علي السلوك الاستهلاكي؟ وللإجابة علي هذا السؤال سوف يتم استخدام أسلوب الإحدار الخطي المتعدد، بحيث يكون المتغير التابع هو مؤشر نمط الاستهلاك الذي تم تكوينه في شكله الرقمي. ولكن قبل عرض نتائج الإحدار الخطي يجب اختبار اعتيادية البيانات، باستخدام اختبار **Kolmogorov-Smirnov** ويتضح أن المتغير التابع (السلوك الاستهلاكي) يتبع التوزيع الطبيعي بدرجة ثقة ٩٩%. والجدول التالي يوضح نتائج الإحدار ويستنتج منه:

- النموذج ككل معنوي عند درجة ثقة ٩٥%، وأن مؤشر الثروة ومؤشر الرضا يفسران حوالي ١٥% من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع للسلوك الاستهلاكي وهذا يتضح من قيمة معامل التحديد المعدل **Adjusted R-square**.

- مؤشر الرضا له تأثير سلبي معنوي علي السلوك الاستهلاكي وذلك بثقة ٩٥% حيث أن قيمة المعنوية أقل من ٥%، وقيمة المعامل = -٠,٨٥١، أي أنه كلما زاد الرضا عن الحياة وعن مستوى الدخل كلما انخفض السلوك الاستهلاكي للشراء.
- مؤشر الثروة له تأثير معنوي موجب علي السلوك الاستهلاكي وذلك بثقة ٩٥% حيث أن قيمة المعنوية لكل الخمسيات أقل من ٥%، ويتضح أن قيمة المعامل تزداد مع الخمسيات الأعلى، أي أن متوسط السلوك الاستهلاكي للأفراد بالخميس الثاني أعلى من مثيله للأفراد بالخميس الأول بقيمة ٣,١٠٧، بينما قيمة المعامل للخميس الخامس = ١٠,٢٢٤، أي أن متوسط السلوك الاستهلاكي للأفراد بالخميس الخامس أعلى من مثيله للأفراد بالخميس الأول بقيمة ١٠,٢٢٤. وهذا يعني أن الأفراد ذو مستوى ثروة أعلى لديهم السلوك الاستهلاكي أكبر.

جدول (٤) : نتائج الانحدار الخطي المتعدد

المتغير التابع	المتغيرات المستقلة	قيمة المعامل	p-value	Adjusted R squared	معنوية النموذج ككل
السلوك الاستهلاكي	مؤشر الرضا	-0.851	0.000	0.159	0.000
	الخميس الثاني من مؤشر الثروة	3.107	0.000		
	الخميس الثالث من مؤشر الثروة	5.470	0.000		
	الخميس الرابع من مؤشر الثروة	6.78	0.000		
	الخميس الخامس من مؤشر الثروة	10.224	0.000		

المصدر: تم إعداده بواسطة الباحثة

من بين العوامل الاقتصادية والثقافية والاجتماعية السابق ذكرها ما هي أكثر العوامل التي تؤثر علي نمط الاستهلاك(عبده، ٢٠١٤). وللإجابة علي هذا السؤال سيتم استخدام أسلوب الانحدار الخطي المتعدد بحيث يكون المتغير التابع هو مؤشر نمط الاستهلاك الذي تم تكوينه في شكله الرقمي. والجدول التالي يوضح نتائج الانحدار، ويستنتج منه :

- النموذج ككل معنوي عند ثقة ٩٥%، حيث أن قيمة المعنوية للنموذج ككل أقل من ٥%، وأن العوامل الاقتصادية تفسر حوالي ٥٣% من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع السلوك الاستهلاكي وهذا يتضح من قيمة معامل التحديد المعدل Adjusted R-square.

- السعر له تأثير سلبي معنوي علي السلوك الاستهلاكي وذلك بثقة ٩٥% حيث أن قيمة المعنوية أقل من ٥%، وقيمة المعامل = -٢,٦٤٥.
- الاسم التجاري أو الماركة العالمية له تأثير موجب معنوي علي السلوك الاستهلاكي وذلك بثقة ٩٥% حيث أن قيمة المعنوية أقل من ٥%، وقيمة المعامل = ١,٨٢٩.

- الدعاية والإعلانات له تأثير موجب معنوي على السلوك الاستهلاكي وذلك بثقة ٩٥% حيث أن قيمة المعنوية أقل من ٥%، وقيمة المعامل = ٣,٦٨٦.
- تقليد المشاهير له تأثير موجب معنوي على السلوك الاستهلاكي وذلك بثقة ٩٥%، حيث أن قيمة المعنوية أقل من ٥%، وقيمة المعامل = ١,٦٠٢.
- جودة المنتج وآراء الأصدقاء والأقارب ليس لهم تأثير معنوي على السلوك الاستهلاكي وذلك بدرجة ثقة ٩٥%.

جدول (٥) : نتائج الانحدار الخطي المتعدد للعوامل الاقتصادية

المتغير التابع	المتغيرات المستقلة	قيمة المعامل	p-value	Adjusted R squared	معنوية النموذج ككل
السلوك الاستهلاكي	السعر	-2.645	0.000	٥٣٥0.	0.000
	جودة المنتج	-0.385	0.418		
	الاسم التجاري أو الماركة العالمية	1.829	0.000		
	آراء الأقارب والأصدقاء والعائلة	-0.376	0.26		
	الدعاية والإعلانات لهذه المنتجات	3.686	0.000		
	مشاهدة بعض المشاهير والنجوم يستخدمون أو يروجون لهذه المنتجات	1.602	0.000		

المصدر: تم إعداده بواسطة الباحثة

يستخلص مما سبق أن هناك تأثير معنوي لكل من مؤشر الثروة ومؤشر الرضا على السلوك الاستهلاكي لدى أفراد مجتمع الدراسة. وأن هناك الكثير من العوامل لها تأثير إيجابي على التوجه للاستهلاك منها: الدخل، الماركات والعلامات التجارية، رأي الأصدقاء والأقارب، وتقليد المشاهير، بينما كان للسعر أثر سلبي على السلوك الاستهلاكي. وتوضح هذه النتائج صحة الفرض العدمي للدراسة ومعنوية مؤشرات السلوك الاستهلاكي في مصر، وبالتالي تشير هذه المؤشرات إلى وجود ميل كبير للاستهلاك لدى أفراد العينة محل الدراسة.

#### **الخاتمة والنتائج وأهم السياسات المقترحة.**

هدفت الدراسة إلى تحليل مدى وجود السلوك الاستهلاكي في مصر وأهم أسبابها، بما يمكن من وضع الآليات التي تكفل ترشيد الاستهلاك وتحفيز الادخار وهو ما يؤدي بالتبعية إلى التحول من ثقافة الاستهلاك إلى ثقافة الإدخار ومن ثم الاستثمار والإنتاج في المجتمع المصري للوصول بالمجتمع إلى مستوى معيشي أفضل. وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها:

١- تمثلت السمات المشتركة للمجتمع الاستهلاكي في أن النمو الاقتصادي يعتمد على الإستهلاك ويمثل المصدر الرئيسي للإستمتاع بالحياة والسعادة، مع إرتفاع درجة

عدم الرضاء بين الأفراد عن مستوى الاستهلاك و المعيشة ويتحول المجتمع إلى مجتمع مادي.

٢- هناك العديد من العوامل التي تدعم وتساعد على تغير نمط الاستهلاك وزيادة السلوك الاستهلاكي ومنها العوامل الاقتصادية والثقافية.

٣- تمثلت مخاطر زيادة ثقافة السلوك الاستهلاكي في المخاطر الاقتصادية، حيث تؤدي سيادة ثقافة الاستهلاك إلى انهيار المقومات الأساسية للنمو ممثلة في الإدخار والاستثمار، بالإضافة للمخاطر الإجتماعية حيث تؤدي إلى ظهور ما يسمى بالحرمان النسبي نتيجة للمقارنات بين أنماط الاستهلاك التي يرونها من حولهم.

٤- يمثل الاستهلاك المكون الأكبر من مكونات الناتج المحلي الإجمالي بنسبة تراوحت بين ٨٥% إلى ٩٤% خلال الفترة (١٩٩٠-٢٠١٩)، ويمثل الاستهلاك العائلي النسبة الأكبر من مكونات الاستهلاك بالمقارنة بالاستهلاك الحكومي حيث بلغت أقصى قيمة له حوالي (٨٢%) من إجمالي الاستهلاك كمتوسط للفترة (٢٠١٧-٢٠١٩).

٥- حدث إنخفاض في حجم الاستهلاك الحقيقي وذلك نتيجة إرتفاع مستوى التضخم والذي بلغ في الفترة (٢٠١٧-٢٠١٩) حوالي ٢٢%. والاستثناء الوحيد كان في فترة الاضطرابات السياسية ٢٠١١-٢٠١٤ حيث سارع الأفراد لتخزين السلع نتيجة لتخوفهم من الأوضاع السياسية والأمنية في هذه الفترة.

٦- أوضحت نتائج تحليل مسوح ميزانية الأسرة أن الجزء الأكبر من الاستهلاك العائلي ينفق على شراء الإحتياجات الأساسية للأسرة حوالي (٨٠%) من دخل الأسرة: كالطعام والشراب (٤١%)، المسكن (١٧%)، الرعاية الصحية (٧%)، الملابس (٧%)، التعليم (٢,٥%)، المواصلات (٢,٥%).

٧- انخفاض مستويات الإدخار المحلي في مصر بالمقارنة بمعظم دول العالم الناشئة أو المتقدمة، حيث بلغ معدل نمو الإدخار أقصى قيمة له (١١%) خلال الفترة ٢٠١٥-٢٠١٧.

٨- من أهم صفات المجتمع الاستهلاكي زيادة المظاهر والاتفاق الترفيهي في المجتمع وحب إقتناء الأشياء والأصول. وأوضحت النتائج أن هناك كثير من الأجهزة ذات درجات رفاهية مرتفعة أصبحت موجودة لدى النسبة الكبرى بالرغم من أن الفئة الغالبة لدخل الأسرة بالكامل هي فئة منخفضة تتراوح من ٢٠٠١-٤٠٠٠.

٩- ٥٧% من العينة لا يوجد لديها قدرة على الأذخار، و ١٨% يتم السحب من المدخرات، و ١٥% بدأت في الاقتراض، و ٧% تعاني من المديونية الدائمة.

١٠- عكست نتائج الدراسة حالة عامة من عدم الرضاء عن الوضع المالي للأسرة فكان هناك ٢٠% غير راضين تماماً عن الوضع، و ٤٣% غير راضي، و ١٤% إلى

حد ما، وعن الحياة عامة حيث أن ٥٠% غير راضي عن حياته بصفة عامة و٢٥% غير راضي على الإطلاق.

١١- كان هناك توازن في العينة بين تفضيل الجوانب المادية من حيث كسب المال السريع والممتلكات والمواد والقيم الأخلاقية. ولكن يلاحظ على الجانب الآخر أن فكرة الإيداع وتحسين المستوى المعيشي عن طريق إقامة مشروع كانت أقل أهمية عن الوظيفة المرموقة، كما عكست النتائج أيضا عدم الميل للإستهلاك الترفي.

١٢- عكست النتائج سيطرة العوامل المعنوية من مستوى تعليم وسلوكيات وأخلاقيات بما يتجاوز ٨٠% من أفراد العينة على تحديد مكانة الفرد مقارنة بالماديات مثل مكان السكن و حجم الرفاهيات حيث أن حوالي ٥٦% من أفراد العينة يرى عدم أهمية هذه الأشياء.

### **السياسات المقترحة**

يعتبر الاستهلاك من المتغيرات الاقتصادية الهامة التي تشجع على زيادة الإنتاج وزيادة معدلات النمو

الإقتصادي، ومن المعروف طبقاً للنظرية الاقتصادية أن هناك علاقة قوية بين الاستهلاك والإنتاج لأن الاستهلاك كأحد مكونات الطلب الكلي الفعال كما أشار كينز، من العوامل الهامة لتحفيز الاستثمار والإنتاج، ومن ثم معدلات النمو الاقتصادي. ويتوقف ذلك على أثر مضاعف الاستثمار الذي يعتمد على الميل الحدي للإستهلاك. ورغم ارتفاع الميل الحدي للإستهلاك في المجتمع المصري إلا أن أثر المضاعف على الاستثمار محدود ويرجع ذلك لعدم مرونة الجهاز الإنتاجي في الاقتصاد المصري بالمقارنة بالدول المتقدمة التي تتميز بانخفاض الميل الحدي للإستهلاك إلا أن أثر مضاعف الاستثمار قوى وكبير على الاستثمار والإنتاج، ويرجع ذلك لارتفاع مرونة الجهاز الإنتاجي في هذه الدول. وهذا الوضع يحتاج لتبنى حزمة من السياسات الاقتصادية والاجتماعية لتغيير هيكل البنية الاقتصادية المصرية لجعله أكثر مرونة وتنوعاً لزيادة فاعلية أثر مضاعف الاستثمار مما ينعكس بالأثر الإيجابي على معدلات النمو والتنمية المستدامة. ويمكن تقسيم هذه السياسات المقترحة إلى:

### **سياسات اقتصادية**

- ١- يراعى تحقيق التكامل والتنسيق بين أهداف الوزارات المعنية لتحقيق الأهداف الاقتصادية من زيادة الإيداع وخفض الميل للإستهلاك وتشجيع الاستثمار.
- ٢- تشجيع القطاع الخاص على المساهمة في مختلف الأنشطة الاقتصادية والاهتمام بنشر الوعي للتوجه نحو المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر لإمتصاص فائض القوة الشرائية لدى الأفراد والحد من الاتفاق الاستهلاكي وزيادة الميل للإيداع، وعدم اكتناز المدخرات وإنما توجيهها للإستثمار في هذه المشروعات.
- ٣- تبنى حزمة من السياسات المالية والنقدية تساعد على تشجيع الأفراد على التوجه بمواردهم نحو الإيداع والاستثمار والحد من الميل للإستهلاك.



٤- ضبط عملية الدعاية و الاعلام وبصفة خاصة تلك التي تدعو الى الاستهلاك الترفي بما يقلل عملية الحرمان النسبي ويزيد من شعور السخط بين الأفراد.

#### سياسات اجتماعية

١- نشر الوعي الادخارى والحد من الإتفاق الاستهلاكى من خلال وسائل الاعلام. ونشر ثقافة الادخار منذ الصغر(فى المدارس والجامعات).

٢- تفعيل دور الجمعيات الأهلية لنشر ثقافة الادخار.

٣- زيادة برامج تحقيق العدالة الإجتماعية وتخفيض الفوارق بين الطبقات وهو ما سوف يؤدي إلى تخفيض معدل الحرمان النسبي ومن ثم حالة السخط وعدم الرضاء.

#### المراجع باللغة العربية

البنك المركزى المصرى، التقرير السنوى، أعداد مختلفة.

-----، النشرة الشهرية، أعداد مختلفة.

الجهاز المركزى للتعبئة العامة والاحصاء، بحث الدخل والاتفاق والاستهلاك، أعداد مختلفة.

-----، مصر فى أرقام، أعداد مختلفة.

-----، النشرة السنوية لاحصاءات الودائع والائتمان المصرفى، أعداد مختلفة.

عبده، إنجى، ٢٠١٤ " دراسة تأثير الاعلان التليفزيونى على السلوك الشرائى للمرأة المصرية" رسالة

ماجستير، الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحرى، إدارة الأعمال والتسويق.

محمد، منار، ٢٠١٦، تأثير التكنولوجيا الحديثة على تشكيل ثقافة الاستهلاك: دراسة تطبيقية على عينة من

الشرائح الاجتماعية بالقاهرة الكبرى، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الآداب، قسم علوم

الاجتماع.

#### المراجع باللغة الإنجليزية

Alan Durning (1992) "How Much is Enough?" New York: Norton.

Baudrillard, J. (1998)"The Consumer Society: Myths and Structures" London: Sage.

Chang, L. C. (2005) , The study of subculture and consumer behaviour: an example of Taiwanese university students' consumption culture, Journal of American Academy of Business, Vol. 7 No. 2.

Cleveland, M., Laroche M. (2007) "Acculturation to the global consumer culture: Scale developmentand research paradigm". *Journal of Business Research*, 60 (3).

Genowefa, Sobczyk,(2017) Determinants of Consumption and Consumer Behaviours in Polan in the Context of Globalization. *Annale suni versitatis mariae curie - skłodwsk alublin – polonia* vol. Li, 2.

Goodwin, Julie A. Nelson, Frank Ackerman and Thomas Weisskop (2008), Consumption and the Consumer Society,Global Development And Environment Institute, Tufts University,Medford, MA 02155, <http://ase.tufts.edu/gdae>.

Greif, A. (1994) ,Cultural Beliefs and the Organization of Society: A Historical and

- Theoretical Reflection on Collectivist and Individualist Societies. *Journal of Political Economy*, vol. 102.
- Harvey, L., Stensaker, B. (2008) "Quality culture: Understandings, boundaries and linkages" *European Journal of Education*, 43 (4).
- Landes, D. (2000) "Culture Makes Almost All the Difference." In: Harrison, L. E. – Huntington, S. P. (eds.), *Culture Matters*. New York, NY: Basic Books.
- Lawan A. Lawan1, Ramat Zanna(2013) "Evaluation of Socio-Cultural Factors Influencing Consumer Buying Behaviour of Clothes in Borno State, Nigeria" *International Journal of Basic and Applied Science*, Vol.1, No. 3.
- Mankiw N. G. and M. H. Rashwan (2015) "Principles of Economics" Second Arab World Edition. Cengage Learning.
- Myers, J. H. Stanton, R. R. and Haug, A. F. (1971)."Correlates of Buying Behavior: Social Class vs. Income" *Journal of Marketing*, Vol. 35, No 4.
- Samli, A.C. (2012) "International Consumer Behavior in the 21st Century: Impact on Marketing Strategy Development" Springer Science & Business Media, New York.
- Schiffman, L.G., & Kanuk L.L., (1997) "Consumer Behaviour" NJ. Upper Saddle River, Prentice-Hall, Inc.
- Sen, A. (2002) "How Does Culture Matter?" In: Vijayendra, R. – Walton, M.(eds), *Culture and Public Action*.Stanford: Stanford University Press.
- Sharon Beder, Spring, (2004) "Consumerism an Historical Perspective" *Pacific Ecologist*
- Smka, K., (2004), Culture's Role in Marketer's Ethical Decision Making, *Academy of Marketing Science Review*. Vol.61.
- Solomon, M. R. (2006) *Consumer Behavior: Buying, Having and Being*, Upper Saddle River. NJ:Pearson Prentice Hall.

#### **المواقع الإلكترونية**

- وزارة الاستثمار والتعاون الدولي. <http://www.miic.gov.eg>
- هيئة الرقابة المالية <http://www.fra.gov.eg>
- وزارة التخطيط والمتابعة والإصلاح الإداري. <http://mpmar.gov.eg>